

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO DE HOTELARIA

CELIANE CUTRIM MARTINS

EVENTOS EM HOTELARIA E PANDEMIA: Um estudo de caso no Praia
Bella Hotel

São Luís
2021

CELIANE CUTRIM MARTINS

**EVENTOS EM HOTELARIA E PANDEMIA: Um estudo de caso no Praia
Bella Hotel**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Curso de Hotelaria da Universidade Federal do
Maranhão para obtenção do grau de Bacharel
em Hotelaria.

Orientador: Prof. Dr. Jonilson Costa Correia

São Luís

2021

**EVENTOS EM HOTELARIA E PANDEMIA: Um estudo de caso no Praia
Bella Hotel**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Curso de Hotelaria da Universidade Federal do
Maranhão para obtenção do grau de Bacharel
em Hotelaria.

Orientador (a): Prof. Dr. Jonilson Costa Correia

Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMIANADORA

Prof. Dr. Jonilson Costa Correia (Orientador)

Prof. (Professor Convidado)

Prof. (Professor Convidado)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a agradecer a Deus sem ele não teria nem chegado na metade de onde estou agora, por ter me guiado todo esse tempo e ter proporcionado esse momento de ter uma graduação, aos meus Pais Albino Martins e Rita Mendes Cutrim e minha família que acreditaram em mim e por ter me dado os suporte para eu estudar e ter incentivado a não desistir dos meus objetivos, a minha filha Marianne que entendeu e foi bem compreensiva nesse momento e me deu alguns puxões de orelha para terminar logo esse trabalho, as minhas colegas de turma a Patricia Kelly, Elilene Rose, Vanessa Cristina por sempre ter pensamentos positivos para não desistir e persistir na minha graduação e por fim meu orientador Jonilson Costa Correia, com a paciência e comprometimento dele, com certeza, não teria conseguido ir até o final da minha conclusão de curso, só tenho muito a agradecer pelo excelente professor que está sendo, tenho uma enorme admiração, pelo professor competente e por ser bem compreensivo nesse momento.

A coordenação do curso de Hotelaria ter dado suporte e a oportunidade para concluir o curso, ao Fabio por ser um excelente profissional, por ter uma paciência incrível e ao demais muito obrigada pela oportunidade de concluir.

Para finalizar obrigada a todos que fizeram e fazem parte deste momento tão importante para mim e pela oportunidade de ter minha conclusão do curso.

RESUMO

O principal objetivo do trabalho visa estudar e compreender a importância dos eventos no âmbito nacional e local. No decorrer da pesquisa biográfica e estudo de caso, percebe-se que o evento é de suma importância para o hotel assim como para cidade. As atividades de eventos são praticadas no âmbito profissional, convenções simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, entre outros eventos. Uma atividade econômica que cresce mundial. Com a demanda de eventos os setores hoteleiros cresceram bastante eventos realizados no hotel. Nesse trabalho foi realizado pesquisa Históricas e definições de eventos, também classificação dos eventos, relação dos eventos na hotelaria, medidas de prevenções da pandemia, a trajetória do evento em meio a pandemia, tudo isto com estudos e pesquisas realizada por autores consagrados no estudo de eventos e as considerações das falas da pessoa entrevistada no setor de eventos. Conclui-se que os aspectos do antes e depois dos eventos em meio a pandemia foi uma árdua missão para os setores de hotéis, assim como os de setores de eventos.

Palavras-chaves: Eventos. Hotelaria. Inovação

ABSTRACT

The main objective of the work is to study and understand the importance of events at the national and local levels. During the biographical research and case study, it is noticed that the event is of paramount importance for the hotel as well as for the city. Event activities are practiced in the professional scope, conventions, symposia, fairs, cultural meetings, international meetings, among other events. an economic activity that grows worldwide. With the demand for events, the hotel sectors grew a lot, with events held at the hotel. In this work, research was carried out Historical and definitions of events, also classification of events, list of events in the hotel industry, measures to prevent the pandemic, the trajectory of the event in the midst of the pandemic, all this with studies and research carried out by renowned authors in the study of events and the considerations of the speeches of the person interviewed in the events sector. It is concluded that the aspects of before and after the events in the midst of the pandemic was an arduous mission for the hotel sectors, as well as the event sectors.

Keywords: Events. Hospitality. Innovation

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - mercado de Bruxelas	17
Figura 2 - antiga feira de Champagne	18
Figura 3 - eventos da corte portuguesa no Brasil – século XIX	19
Figura 4 - praia bella hotel	32
Figura 5 - salão de eventos do Braia Bella Hotel	35
Figura 6 - salão de eventos do Praia Bella Hotel	35

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Resultado de entrevista com profissionais de eventos	29
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 DEFINIÇÕES DE EVENTOS	13
2.1 A classificação dos eventos.....	14
3 OS EVENTOS: “DE LÁ, PRA CÁ”	17
3.1 Os eventos no Brasil.....	19
4 O SETOR DE EVENTOS E A HOTELARIA	20
5 HOTELARIA E PANDEMIA NA COVID- 19	23
5.1 Medidas de segurança, higiene e prevenção na pandemia.....	25
6 EVENTOS E PANDEMIA.....	27
6.1. Eventos remotos: a aposta do setor para uma nova era.....	28
6.1 6. Lições importantes da pandemia para a hotelaria	29
7 METODOLOGIA	31
7.2 Os achados das pesquisas: sobre os eventos na pandemia	33
CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS.....	37
APÊNDICE.....	39

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Martins, Celiane Cutrim.

EVENTOS EM HOTELARIA E PANDEMIA : Um estudo de caso no Praia
Bella Hotem / Celiane Cutrim Martins. - 2021.

41 f.

Orientador(a): Jonilson Costa Correia.

Monografia (Graduação) - Curso de Hotelaria, Universidade
Federal do Maranhão, São Luis, 2021.

1. Eventos. 2. Hotelaria. 3. Inovação. I. Correia,
Jonilson Costa. II. Título.

1 INTRODUÇÃO

O evento em si é uma ferramenta muito importante para a Hotelaria nele pode-se agregar conhecimento, lazer, entretenimento assim como ampliar o empreendimento do hotel, quando um hotel oferece não apenas hospedagem mais também realização de reuniões e eventos sociais etc. O hotel e o evento ambos só têm a lucrar com um bom rendimento com os eventos.

De acordo com Candido; Viera (2003 p. 37):

a hotelaria pode ser considerada a indústria de bens de serviço. E como qualquer ramo industrial, possui suas características próprias de organização e sua finalidade principal é o fornecimento de hospedagem alimentação, segurança e bem-estar dos hóspedes.

Precisamos entender que se o hotel não tiver um comprometimento com qualquer tipo de evento seja ele porte pequeno ou grande não acontecerá como o esperado. E precisamos entender que hotel precisa de compromisso, pessoas qualificadas, responsabilidade organização, uma boa acomodação do ambiente etc.

O desempenho com qualidade dos serviços hoteleiros é determinante para o sucesso empresarial, sobretudo no contexto atual, onde a concorrência se torna cada vez mais acirrada e o cliente, cada vez mais exigente. Manter e melhorar continuamente a Qualidade no fornecimento dos serviços hoteleiros tornou-se um desafio permanente. Nesse sentido, não resta outra alternativa para o hotel, enquanto empresa, senão buscar a Qualidade em tudo e por intermédio de todos as pessoas nelas envolvidas (CASTELLI, 2002).

Para melhor entendimento o trabalho é dividido em sete capítulos, sendo o primeiro a introdução onde se explica os objetivos, sobre a alguns pontos metodológicos e pôr fim a discutir o tema do trabalho.

Em seguida, as definições sobre os eventos, assim como algumas citações sobre alguns autores as definições de eventos e as classificações de eventos, mostra cada classificações de eventos.

No Terceiro tópico aborda o surgimento do evento antes e depois como surgiu e como está sendo no dia de hoje e os eventos realizados no Brasil.

No quarto tópico fala-se sobre os setores de eventos na hotelaria e é abordado como os eventos é essencial para ambos.

No quinto tópico a Hotelaria e pandemia foi analisado como foi no decorrer da pandemia os eventos e como se adaptaram a esse novo formatos de eventos, as medidas de prevenções como foi inserida no setor hoteleiro.

Em seguida, abordamos os eventos e pandemia na hotelaria, como o hotel se organizaram para receber essa nova estrutura de eventos, se os clientes se adaptaram a essa nova modalidade de eventos e como o hotel se mostrou para receber esse formato remoto.

O objetivo deste trabalho geral é compreender a dinâmica de como os setores de eventos do Praia Bella Hotel conseguiu se adequar a essa nova modalidade de eventos remotos, e se os clientes se adequaram a esse novo cenário que o no COVID 19 trouxe para realização de novos formatos de eventos, e como o setor tiveram que se organizar para receber os clientes.

A metodologia qualitativa, constitui-se nas seguintes etapas estudo de caso, seguindo por as etapas de pesquisa bibliográfica, foram consultadas por livros, artigos e consultas de sites além disso a realização da entrevista e aplicação de questionário com o gestor do setor de eventos do empreendimento Praia Bella Hotel.

Por último as considerações finais compreendo e analisando o as possibilidades que o setor de eventos tiveram no setor do Praia Bella Hotel.

Yin (20215, p4) Fala a importância da pesquisa de estudo de caso, onde pode -se dizer:

Seja qual for o campo de interesse, a necessidade diferenciada da pesquisa de estudo de caso surge do desejo de entender fenômenos sociais complexos. Em resumo, um estudo de caso permite que os investigadores foquem um “caso” e retenham uma perspectiva holística e do mundo real como no estudo de ciclos individuais da vida, o comportamento dos pequenos grupos, os processos organizacionais e administrativos, a mudança de vizinhança, o desempenho escolar, as relações internacionais e a maturação das indústrias.

Então podemos ressaltar que o trabalho foi realizado com intuito de mostrar como o hotel obtiveram êxito e se adaptaram a essa nova realidade por conta do COVID19 trouxe para nossas vidas.

2 DEFINIÇÕES DE EVENTOS

O evento pode ser definido como um acontecimento seja de grupos, de empresas, ou de órgãos públicos com o intuito de reunir as pessoas para reuniões de negócios, eventos abertos, workshops, ou para lazer, com principal propósito de atrair a atenção ao público, como também, da imprensa através das divulgações.

Os eventos surgiram a vários anos com uma forma dos nobres da realeza celebrar com vários grupos de outros pais. “Eventos e as cerimônias constituem-se em meios de estabelecer a comunicação os aproximativa entre pessoas e públicos de organizações governamentais ou privadas.” (VELOSO, 2001, p.3).

Portanto, pode-se dizer em sentido mais amplo que os eventos envolvem pessoas tanto organização como na participação dos convidados. O evento é assim uma forma de se expressar como de se informar sobre algum tema ou produto, de lançamentos etc. Isso pode ocorrer em palestras, degustações, feira, entre outros.

Sabemos que, toda atividade em que uma determinada organização interage com o público diversos e específicos, cujo objetivo é divulgar, capacitar, educar, e promover pode ser considerado um evento.

Segundo Watt (2007, p17) “Um evento é algo que acontece e não apenas existe”. Esta é uma questão muito importante, pois alguém deve fazer com que aconteça. Os eventos bem-sucedidos só acontecem por meio de ação de algum indivíduo ou grupo, ou seja, faz com este aconteça. Então podemos dizer que um evento tem que ser bem elaborado, com planejamento, organização e com um desenvolvimento para que o evento saia conforme foi planejado. Com isso o evento cria grande oportunidade de atrair atenção do público em geral.

Watt (2007) Se refere que se um evento é realizado de forma adequada e com comprometimento, pode-se dizer que haverá um espetáculo e um grande marco, e isso se for realizado no devido parâmetro, caso contrário, se for um evento feito de qualquer forma, pode-se dizer que haverá problemas com público e com os que organizaram os eventos.

Mesmo que não seja fácil fazer um evento todo tipo de evento tem que receber todo e qualquer tipo de atenção para que não haja erros no decorrer do evento, seja ele público ou privado, cada evento tem que ser único mesmo que seja um evento simples, por que estamos falando de clientes e organizadores, então

devemos tratar de forma eficaz e ter melhor tratamento possível, pois a soma do esforço de cada um faz o que tenha resultados eficaz para todo tipo de público e se cada um fizer sua parte o evento correrá com sucesso.

Então podemos dizer que evento é uma forma de reunião que envolve vários fatores assim como pessoas envolvidas nele.

2.1 A classificação dos eventos

Ao longo dos tempos os eventos foram surgindo e criando novas estruturas, então diz-se que, para cada evento existe uma característica que define: o aspecto, a estrutura, o planejamento e o desenvolvimento. Todos os eventos são classificados de acordo com o público-alvo e os objetivos que nele lhe foi dado. A variedade de eventos hoje é ampla, Segundo (Matias,2007, p9) “Classifica-se dos eventos em relação ao público [...] a área de interesse[...]e agrupadas com outras peculiaridades[...] o que dá origem aos diversos tipos de eventos existentes”.

Brito; Fontes (2002) Apontam que eventos podem ser classificados por diversas áreas, sendo elas: cultural, educativa, política, turística, beneficente, cívica, empresarial, lazer, social, desportiva, artística, científica e religiosa.

De acordo com a autora Brito; Fontes (2002), os eventos são classificados por categorias da seguinte forma:

1. *Cultural*: Ressalta os aspectos da cultura, objetivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, a exemplo das feiras de artesanatos, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música regional, entre outros;
2. *Artística*: Está relacionada a qualquer espécie de arte, como música, dança, pintura, poesia, literatura, teatro e outras;
3. *Educativa*: Enfoca a divulgação de didáticas avançadas, cursos e novidades correlatas a educação;
4. *Cívica*: Trata de assuntos ligados à Pátria e à sua história;
5. *Política*: São os eventos relacionados a partidos políticos, associações de classe, entidades sindicais e outros;
6. *Governamental*: Trata de realizações do governo, em qualquer esfera, níveis e instância;

7. *Científica*: Trata de assuntos científicos nos campos medicina, física, química, biologia, informática e outros em tónica é a pesquisa científica;
8. *Institucional*: Quando visa a criar ou firmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa;
9. *Empresarial*: Foca as pesquisas, resultados e realizações das organizações e seus associados;
10. *Lazer*: Objetiva proporcionar entretenimento aos seus participantes;
11. *Social*: São os eventos de interesse comum da sociedade como um todo, realização familiares ou de grupos de interesses entre amigos, visando a confraternização entre as pessoas;
12. *Beneficente*: Bastante comum nos dias de hoje, esses eventos refletem programas e ações sociais que são divulgados e ou auxiliados em acontecimentos públicos;
13. *Turística*: seu objetivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, regional, estadual e nacional. Vem sendo utilizado com maior frequência para incrementar o turismo de baixa estação e garantir a manutenção de oferta turística em determinada região;
14. *Promocional ou Mercadológico*: Quando objetiva promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade, pessoa ou local (no caso do turismo), em apoio ao marketing, visando, portanto, a fins mercadológicos.

A classificação por característica estruturais analisa algumas especificidades do evento, podemos citá-la; porte do evento:

- a) *Pequeno*: evento com número de até 200 participantes;
- b) *Médio*: evento com número de participantes estimado entre 200 e 500;
- c) *Grande*: evento com mais de 500 participantes. Pela data de realização, o evento pode ser de caráter;
- d) *Fixo*: evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se, anualmente, no mesmo dia, com periodicidade determinada;
- e) *Móvel*: evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora;

- f) *Esporádico*: evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados;
- g) *Geral*: evento organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas a função da capacidade do local de realização. algumas vezes pode haver algum fator de restrição;
- h) *Dirigido*; evento restrito a um público que possui afinidades com o tema. De modo geral, esse público se subdivide em grupos de interesses diversificados. Um salão do automóvel, por exemplo, agrupa produtores, comerciantes, usuários, colecionadores etc;
- i) *Específico*: evento realizado para o público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto.

Observa-se que existe uma variedade e formas de eventos citados a cima pelo autor, constatamos que cada tipo de evento é específico para cada ocasião, existe várias formas de fazer o evento e como ele pode se variar em forma ao informal tem uma vasta possibilidade de eventos.

Segundo Watt (2007) existem fatores que caracterizam em eventos:

1. Uma visão nítida e um objetivo definido para os esforços de todos;
2. Objetivo SMART claros, com os quais todos estejam comprometidos;
3. Uma estrutura organizacional adequada e flexível, capaz de desenvolver tarefas específicas, mas mantendo uma unidade geral de propósitos;
4. Uma equipe comprometida, disposta a “ir além”;
5. Um coordenador com capacidade, autoridade e personalidade;
6. Planejamento preciso e detalhado, desenvolvido e documentado em um cronograma adequado;
7. Um esforço coordenado e de equipe, funcionando dos limites orçamentários utilizando-se de todos os recursos disponíveis;
8. Linhas de comunicação eficientes;
9. Uma boa imagem pública;
10. Divulgação e apresentação eficazes, além de planos de contingencia incluídos no plano geral;
11. Um compromisso total com o atendimento ao cliente;
12. Sistemas permanentes e eficazes de controle monitoramento;
13. Uma atmosfera de unidade, foco, trabalho árduo, humor e entusiasmo;
14. Uma boa avaliação.

3 OS EVENTOS: “DE LÁ, PRA CÁ”

Como surgiram os eventos? Nesta parte do trabalho aborda-se um pouco de como eram os eventos e como estão sendo atualmente.

Ao contrário do que se imagina os eventos pelo mundo surgiram e tiveram origem na Antiguidade mais especificamente na Grécia Antiga, então, sabe-se que o primeiro evento foi realizado em 776 A.C., Olímpia, Grécia, como obteve sucesso passou-se a realizado de início de dois em dois anos aumentando de quatro em quatro anos durante décadas.

Para Matias (2001) o primeiro evento, denominado congresso, aconteceu em 377 aC, reuniu todos os delegados das cidades gregas que elegeram Felipe, o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia. Conclui-se que eventos tiveram suas origens no passado, mas se perpetuaram até nossos dias por representarem uma forma efetiva de integrar pessoas e culturas.

Segundo Matias (2010), na época da Idade Média existiram três tipos de eventos que marcaram aquela época: evento religioso, comercial (feira).

As apresentações teatrais que deram origem ao teatro atual foram produzidas visando quebrar a monotonia dos rituais da missa. A encenação de uma passagem bíblica facilitava a compreensão do público. Com o passar do tempo o teatro pessoas, teatro religioso foi ganhando fama e atraindo pessoas. As igrejas tornaram-se pequenas para suas apresentações.

Figura 1 – Mercado de Bruxelas



Fonte: www.google.com, 2021.

As feiras foram os eventos mais importante da idade Média e tinham o mesmo conceito das atuais- a exposição de produtos cultivados ou manufaturados pelos expositores, visando a conquista de clientes.

Figura 2 – Antiga feira de Champagne



Fonte: google,2021.

Portanto pode-se dizer que existiram uma série de eventos religiosos e comerciais que fizeram se destacaram época como grandes exposições teatrais, as feiras, os eventos festivos. Na idade Média os eventos religiosos obtiveram bastante número de deslocamento por pessoas como o clero e os mercadores, e com esse crescimento de eventos teve-se a necessidade de criar estalagens, albergues e melhoramento das estradas para uma boa viagem das pessoas que iam visitar.

De acordo com autora Zélia Feiberger existe alguns dados históricos no decorrer dos anos, iremos rever alguns que ela citou, dados históricos dos principais eventos mundiais:

1. O primeiro congresso científico ocorreu em 1681, em Roma, foi um Congresso de Medicina Geral, que deu início a eventos de cunha não religioso;
2. O primeiro evento técnico foi o Congresso de Viena, que aconteceu em 1815;
3. Em 1841 acontece Congresso Antialcoólico nas cidades de Leicester e Loughborough;
4. Em 1844 aconteceu a Conferência de Berlim, com o objetivo de estabelecer algumas regras básicas para o desenvolvimento da África ao Sul do Saara;

5. Em 1919 aconteceu a Conferência de Paz, em Paris, para delinear os termos de paz para a guerra;
6. Em 1970 aconteceu a Copa do Mundo, Guadalajara no México onde o Brasil foi tricampeão;
7. 1985 aconteceu Rock In Rio, no Brasil no Rio de Janeiro e São Paulo.

Então podemos dizer que esses acontecimentos foram um marco para história, no decorrer dos tempos foram surgindo vários eventos histórico no mundo inteiro no passado e até nos dias de hoje com formas e espetáculos diferente, pequenos e grandes no surgimento de eventos.

Os eventos foram se modificando no decorrer do tempo, depois foi se criando novos formatos no mundo, os eventos foram se adequando de acordo com seu planejamento e organização.

3.1 Os eventos no Brasil

Quando se fala de eventos no Brasil abre-se um leque de variedades, seja de pequeno ou grande! de todas as formas e de todos os aspectos possível que se pode imaginar.

De acordo com Matias (2010), no Brasil a realização de eventos é anterior à chegada da Família Real portuguesa. Segundo registro do Ministério da Indústria e Comércio, eram realizadas algumas feiras que possuíam características semelhantes as que ocorriam na Idade Média, isto é, elas aconteciam em locais abertos, onde comerciantes armavam suas barracas para vender os seus produtos.

Figura 3 – Evento da corte portuguesa no Brasil – Século XIX



Fonte: google, 2021.

Segundo, Matias (2001) o primeiro evento social no Brasil aconteceu em um local destinado à realização de eventos, um Baile de Carnaval, em 1840. Segundo Ismênia Araújo. “O primeiro baile de máscaras aconteceu no Hotel Itália em 1840, no largo do Rocio, na Praça Tiradentes, no Rio de Janeiro, onde mais tarde ergueria o teatro e depois cinema São José.

Em 1908 a Exposição Nacional do Rio de Janeiro foi um marco importantíssimo para a atividade de Eventos no Brasil, foi a primeira feira de negócios realizada no país conforme os moldes da época.

De acordo com Matias (2010) o Brasil só se afirma mesmo como organizador de feiras em 1922, quando realiza no Palácio de Festas, no Rio de Janeiro, a Exposição Internacional do Centenário, que contou com a participação de 14 países diferentes.

Já em 1959 aconteceu o I Congresso Brasileiro de Agência de Viagens ABAV que é atualmente um dos eventos de maior relevância para área de turismo, hoje encontra-se na sua quadragésima segunda edição e reúne um extenso número de empresas e profissionais da área.

De acordo com Matias (2010) o Brasil vem se posicionando como um destino de negócios e eventos com destaque mundial, segundo o Ministério do Turismo (2002) no que se refere à realização de eventos, a profissionalização do setor e as opções de lazer está relacionada a diversidade dos recursos naturais e culturais no Brasil.

O país tem sediado eventos de repercussão global, a exemplo da ECO-92, O Fórum Social Mundial. Da Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas que aconteceram em 2016.

Portanto, pode-se dizer de acordo com o Matias (2010) que os eventos do Brasil foram criados a anos com o intuito de pessoas da nobreza se reunia-se para festejar com outros reis, nobres etc.

4 O SETOR DE EVENTOS E A HOTELARIA

Quando se fala em eventos e a hotelaria liga-se um ao outro pois um é essencial para outro, pois acredita-se que se exija muito de ambos, por exemplo se um evento de grande porte for feito em um hotel, logo esse hotel terá que ter um

planejamento, organização e uma estrutura adequada para que ocorra de forma tranquila, e confortável.

Segundo La Torre (2001) o hotel é uma instituição de caráter público que apresenta ao viajante abrigo, alimentação e bebida, bem como distração. e que opera com o intento de obter lucro.

Castelli (2007) adiciona que a empresa hotelaria pode ser percebida como uma organização que, mediante a remuneração de diárias, proporciona alojamento ao cliente indiscriminadamente. O autor completa que é um meio de hospedagem é a empresa que atende cumulativamente as seguintes categorias:

- a) São licenciados pelas autoridades competentes para prestar serviço de hospedagem;
- b) São dirigidos, comerciantes, por empreendimentos hoteleiros que realizam acordo de hospedagem com o cliente a partir de normais e demais legislações aplicáveis;
- c) Atende aos modelos classificatórios antecipados pelas legislações em vigor;
- d) Mantem permanentemente os padrões de classificação.

Portanto pode-se dizer que a estrutura do setor hoteleiro é fundamental para que um o evento seja bem-sucedido, ou seja, para que não haja erros. O hotel em si é responsável e fundamental para um evento, pois se o hotel não tiver entrelaçado com este setor, pode-se dizer que este será um fiasco.

Então questiona-se, como fazer com que ambos tenham uma harmonia que não ocorra algumas falhas. Pode-se dizer que com o comprometimento da hotelaria da governança e dos colaboradores do evento, não a haverá erros.

De acordo com Castelli (1998) a hotelaria viveu até pouco tempo muito mais um mercado de demanda do que um mercado de oferta. As exigências dos clientes mudam tão velozmente que os empreendimentos não se adaptam a tais mudanças, e continuam acreditando que seu excelente serviço reconhecido anos atrás continua atual e satisfatório.

Segundo a Associação Brasileira de Eventos (ABEOC BRASIL, 2013) O turismo de eventos foi o que mais aumentou seu faturamento em 2012: Cresceu 23,3% em relação ao ano anterior, de acordo. De acordo com a EMBRATUR (2013) o Brasil teve o maior crescimento na captação de eventos internacionais no ano de

2012, na comparação com 2011. É o que aponta levantamento pela internacional Congress & Convention Association (ICCA), mostrando que o Brasil subiu de 304 para 360 eventos internacionais no ano 2012.

O segmento de turismo de eventos é, também, o segundo maior fator de atração de visitantes estrangeiros no Brasil, Zanella(2006,p15) considera que os turistas que participam de eventos possuem uma despesa média três vezes maior do que um turista com “[...] dos valores despendidos por participantes de eventos durante a permanência em determinada localidade, próxima de 45% são conduzidos para o setor hoteleiro, e os restantes 54% são aproveitados em outros segmentos da atividade local[.]” “O notável crescimento deste segmento provocou diversas mudanças no mercado hoteleiro mundial.

Matias (2001) descreve este cenário quando diz que os hotéis não eram idealizados a fim de hospedar grupos e principalmente não mostravam qualquer importância em exercer papel ativo no dinâmico segmento de eventos. Isso durou até que cadeias hoteleiras, como Holiday Inn, Sheraton, Hilton, Marriott e Hyatt assumiram a importância econômica dos encontros, convenções e exposições para os hotéis. Depois de 1950 inventou-se a definição de trabalhar por etapas para realizar um projeto de eventos e reuniões de executivos.

A ascensão do mercado de eventos e a rentabilidade promissora que a acompanha se reflete na hotelaria voltada para mercado de negócios. Grandes resorts Itália também estão se adaptando a esta realidade em busca da diminuição dos efeitos sazonais característicos neste tipo de empreendimento.

Além disso, o mercado hoteleiro é motivado a adaptar-se a este segmento ascendente e promissor pelo alto índice de gastos com serviços turísticos. “enquanto o turista de lazer consome U\$\$ 80,00, o gasto do turista de eventos é de U\$\$ 220,00 por dia- quase três vezes mais do que o turista de lazer” (Martin,2003). Wada et al, (2014) também pontuam o crescimento expressivo das viagens de negócios no Brasil, principalmente relacionados ao agronegócio. Este mercado em expansão é estimulado pelas Travel Management Companies, as quais são especializadas em viagens corporativas.

Nesta mesma linha de raciocínio, Beni (2003, p 51) expõe o seguinte:

Convêm observar que o setor de eventos é o segmento que mais cresce no mercado mundial de turismo, movimento por ano aproximadamente U\$\$ 35bilhões segundo dados da OMT. Esses

indicadores revelam ainda que os turistas que viajam para participar de eventos sejam de lazer, de atualização profissional ou de negócios gastam três vezes mais do que o turista tradicional, estimando-se a relação de U\$\$ 90.

Leite Dias (2003) discorre que “o segmento de eventos é impulsor da evolução turística de um país, além de ser um elemento consolidado que completa os espaços ociosos nos períodos de baixa estação”. Desta forma, pode-se perceber nitidamente a importância deste segmento no efeito multiplicador da atividade turística. A receita gerada pelo setor de eventos não beneficia apenas os estabelecimentos que estão diretamente ligados aos acontecimentos. O incremento na receita é sentido também pelos fornecedores de materiais, pelos estabelecimentos comerciais locais, pela valorização cultural local, principalmente por meio da gastronomia.

De acordo com Amorim (2003), na medida em que a produção de um evento chega a movimentar um número relevante de profissionais na sua realização fica comprovada a sua influência na atividade econômica, tão almejada por inúmeras cidades. Segundo Leite Dias (2003).

Ainda, segundo Arruda (2012), O aproveitamento dos eventos como estratégia para criar um elo entre organização e públicos de interesse tem se apresentado insubstituível na presente conjuntura, em que a comunicação é ágil e está em contínua transformação.

5 HOTELARIA E PANDEMIA NA COVID- 19

O ano de 2020 foi marcado na vida dos brasileiros e do mundo como um todo em decorrência de um vírus respiratório chamado SARS-Cov-2, sigla oriunda do termo “severeacute respiratory syndrome coronavírus - 2” (síndrome respiratória aguda grave de corona vírus - 2), responsável por provocar um quadro inflamatório conhecido como doença do corona vírus 2019 (COVID-19), nomeado pela Organização Mundial da Saúde (OMS) (LIU et al, 2020).

A pandemia do novo corona vírus tem ocasionado, em grande parte da população mundial, dentre elas a população brasileira, quadros de ansiedade e

aflorado diversos tipos de sentimentos e comoções, independente da classe social ou cultural que o indivíduo pertença, como mencionado por (BORDA, 2020).

De acordo coma Organização Mundial de Saúde (OMS) foi declarado no dia 09 de março de 2020 que a COVID-19 é uma doença infecciosa provocada por vírus que se propaga em humanos, sobretudo a partir de gotículas desenvolvidas quando uma pessoa contaminada espirra, fala ou tosse. Depois de dois dias, foi comunicado pela OMS que a COVID-19 se caracterizava como pandemia, devido aos mais de 118 mil infectados, em 114 territórios naquele momento, dos quais 4.291 pessoas vieram a óbito pela corona vírus (OMS, 2020).

Neste contexto houve a necessidade urgente de toda a sociedade se mobilizar e buscar formas de se adaptar as mudanças ocorridas em todos os setores seja ele econômico, social e inclusive referente ao setor hoteleiro, que necessitou estabelecer uma nova perspectiva para conseguir se adaptar a esse novo aspecto social.

Como uma forma de prevenir o contágio da doença nesse período a normal, a OMS orientou o distanciamento social entre as pessoas (MEDICI, TATOO, LEO, 2020). Essa medida muito importante para o controle da propagação da doença passou a ser incompatível com o dia a dia escolar. Visto que existe enorme dificuldade de conter a proximidade entre pessoas que circulam no mesmo ambiente (MEDICI; TATOO; LEO 2020).

Diante de todas as catástrofes ocasionadas por essa pandemia de 2020, a área da Hotelaria tem sofrido bastantes consequências, a paralisação das viagens, eventos, situação que interfere o hotel assim como os eventos feito nele.

No setor hoteleiro, foi um ano difícil em 2020, pois vários empreendimentos tiveram que cancelar reservas e check- in, Alguns hotéis fecharam no decorrer da pandemia e tiveram prejuízo, notamos que o setor hoteleiro alguns hotéis tiveram uma drasticamente caída, E quando pensamos em estadia pensamos em conforto e segurança e muito hotéis pensando nisso mudaram suas formas de atendimento. Por isso tiveram algumas normais e regras para se adequar.

Destaca-se aqui uma pesquisa sobre as medidas tomadas durante a pandemia para os hotéis:

- a) Fechamento ou redirecionamento de esforços de venda para clientela local em busca de isolamento, bem como para visitantes de outras cidades em tratamento de saúde;

- b) Descontos nas diárias, associados á agregação de serviços ou para públicos específicos (Obs: especialistas do setor defendem que hotéis que não baixaram demais suas taxas nos momentos de crise tiveram perdas menores de lucro);
- c) Desenvolvimento de novas receitas, a exemplo dos serviços de delivery do setor de A&B e do aluguel das instalações para abrigar hospital;
- d) Redução de despesas;
- e) Redistribuição de pessoal com manutenção dos funcionários chaves
- f) Redução do horário de trabalho dos funcionários;
- g) Antecipação de Férias com postergação de pagamento dos encargos
- h) Suspensão dos contratos de trabalho dos funcionários;
- i) Demissão de funcionários (em última instancia e após análise de custo de rescisão x custo de formar novas pessoas com a retomada).

5.1 Medidas de segurança, higiene e prevenção na pandemia

Várias medidas de segurança, higiene e prevenção foram tomadas para que as atividades ligadas ao turismo, hotelaria e eventos voltassem a funcionar de modo a respeitar os protocolos determinados pela Organização Mundial da Saúde (OMS) e a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) como será destacado a seguir:

- a) Introdução de medidas de higiene suplementares para garantir as mais altas condições sanitárias e de limpeza;
- b) Cuidado especial com a saúde e segurança de seus colaboradores, especialmente os que estão na ativa.

Com essas medidas o ano de 2020 foi mudado totalmente por conta da pandemia, os hotéis tiveram que se adaptar com essa mudança, e percebemos que se os hotéis não tiverem um planejamento. Provavelmente este estabelecimento vai sofrer com essas mudanças caso ocorra algo novamente deste tipo, percebemos que os hotéis não tinham uma adequada para passar por uma crise como essa.

Podemos destacar, que Jus (Direito do consumidor e hotelaria na pandemia) Que em vários setores da atividade econômica foi possível enxergar falência de empresas ou redução de seus portes, havendo algumas exceções, como empresas

que se utilizam da venda de produtos e serviços possíveis de serem usufruídos via internet, o que não configura uma característica do ramo da hotelaria, que apesar de criar artifícios para administração de seus negócios online, não afasta uma característica essencial desse mercado, o gozo presencial de seus produtos e serviços, como se observa na reserva de quartos de hotéis.

Desse modo, apesar dos setores de turismo e hotelaria representarem grande movimentação financeira no país, como foi cerca de R\$ 270,8 bilhões em 2019. Hoje, a estimativa é de redução de 38,9% do faturamento, segundo estudo realizado pela FGV Projetos (2020). Assim, segundo os especialistas, o setor pode levar até um ano para se estabilizar após o término da crise.

Nessas circunstâncias, o consumidor fica impossibilitado de usufruir, com segurança, dos produtos e serviços do ramo da hotelaria, por conta dos riscos à sua saúde e diante das intervenções governamentais que visam conter a propagação do vírus causador da doença. Assim, conseqüentemente, as empresas hoteleiras acabam se submetendo ao cancelamento de reservas de hotel e outros produtos desse mercado, causando um prejuízo de alto risco para permanência desse tipo de negócio.

Entretanto, é entendido que as frustrações das relações de consumo causadas pela propagação do vírus COVID-19 não podem ser atribuídas a nenhuma das partes envolvidas, pois esse evento é classificado como de força maior e é determinado no parágrafo único do art. 393 do Código Civil, que diz respeito à casos em que não se é possível evitar ou impedir os efeitos de determinadas situações (BRASIL, 2002). Nesse sentido, afirma Cavalieri Filho (2004, p. 82) que:

[...] causas de exclusão do nexu causal são, pois, casos de impossibilidade superveniente do cumprimento da obrigação não imputáveis ao devedor ou agente. Essa impossibilidade, de acordo com a doutrina tradicional, ocorre nas hipóteses de caso fortuito, força maior, fato exclusivo da vítima ou de terceiros.

Portanto, a pandemia do Corona vírus é um fato de força maior, visto que não era possível prever a incidência deste vírus em tão alta escala e suas conseqüências tão arrasadoras para a saúde pública e para o mercado.

Nesse sentido, a adoção de medidas protetivas afeta diretamente as relações de consumo, já que diversos dos contratos originados deste tipo de relação, como por exemplo, os contratos de eventos, viagens, hotéis, entre outros, sofreram uma

interrupção ou suspensão em seu curso, ocasionando na paralisação de contratos estabelecidos entre consumidor e fornecedor.

Então podemos dizer que com surgimento da pandemia os hotéis tiveram que se organizar para que voltasse a retomada dos serviços com mais segurança e planejamento.

6 EVENTOS E PANDEMIA

O que dizer quando se fala em Evento em uma pandemia, lembramos logo foi um ano muito difícil para todos e principalmente para setor de eventos pois tiveram que parar com qualquer tipo de eventos, e nisso acarretou sérios problema não só no setor de eventos mais também no setor turístico que teve que parar por conta desse vírus e nisso podemos dizer que foi um grande impacto para todo o setor hoteleiro, evento até o turístico.

Com a mudança da rotina por conta da pandemia começaram a surgir novos formatos ou aderir novos formatos para se encaixar no que diz “Eventos on-line” Vieram a surgir Lives de cantores, eventos em plataformas com formato híbrido o novo evento, por esta forma criou-se uma variedade de criatividade para se enquadrada nesse “Novo on-line” podemos dizer que foi uma forma de amenizar o efeito pandemia em 2020 foi ano onde totalmente mudou o nosso olhar de outra forma e criamos um leque de variedade e criatividade pelo mundo a fora.

Começaram a criar plataformas a possibilidade de criar eventos online, então tiveram que se reinventar para fazer parte de nosso mundo que basicamente era algo novo para muitos artistas, empresários, organizadores e principalmente para o público que nele era o principal alvo de todo evento feito.

O novo formato de evento mudou totalmente e começa-se a olhar com outros olhos, sabemos que já existe alguns formatos de evento remotos, mas teve-se que criar outros tipos de plataforma, as empresas tiveram que se reinventar para utilizar essa ferramenta tão importante que começou a fazer parte de quem faz parte deste meio de eventos.

De acordo com a pesquisa SEBRAE (2020), o isolamento social é uma das medidas preventivas para conter a aglomeração de pessoas e, assim, evitar a proliferação da nova corona vírus. Com isso, o segmento de eventos do país sofreu drasticamente. Um levantamento feito pelo Sebrae, em abril, mostra que a pandemia

da corona vírus afetou 98% do setor de eventos. Apesar de terem sido impactadas pela crise, 64% das empresas afirmam que não preveem demissão dos funcionários nos próximos três meses (SEBRAE, 2020).

Para tentar amenizar os efeitos da crise, empresários tentam negociar prazos: 34% devolveram o dinheiro para o contratante, mas 35% deles contam que conseguiram negociar crédito para utilizar futuramente.

A pesquisa Sebrae (2020) ouviu prestadores de serviços de organização de feiras, congressos, exposições e festas, além de profissionais cujos trabalhos envolvem aluguel de estruturas como palcos, estandes, iluminação, som, bem como serviços de filmagens, produção fotográfica, bufê de festas, decoração, assessoria cerimonial, seguranças, transporte, agência e operadora de turismo, entre outros.

O impacto provocado pela Covid-19 também fica evidente observando o faturamento do setor. Em comparação ao mês de abril do ano passado, 62,5% dos entrevistados acreditam na redução de 76% a 100% do faturamento em abril deste ano.

6.1. Eventos remotos: a aposta do setor para uma nova era

Com o pior desempenho dos últimos 20 anos, o setor de eventos precisou se reinventar para não sofrer uma retração ainda maior. Muitos produtores de eventos e empresas que não desenvolviam projetos com eventos digitais precisaram estudar essa possibilidade e romper com “pré-conceitos”, apostando tudo nesse formato.

A realidade é que os eventos digitais e online já existem há muito tempo, porém eram vistos como algo não muito promissor. A pandemia acabou “obrigando” milhares de empresas a testarem o potencial dos eventos virtuais e trouxeram à luz todo o potencial do formato: um alcance muito maior, custos muito abaixo dos eventos presenciais, e a aproximação das marcas com seu público-alvo.

Em uma entrevista realizada em 2019 com profissionais do mercado de eventos, 76% dos entrevistados já apontavam que o formato digital de eventos seria realmente o mais utilizado no futuro. O que ninguém sabia é que esse futuro chegaria “tão rápido”. Como mostra o Gráfico abaixo:

Gráfico 1 – Resultado de entrevista com profissionais de eventos



Fonte: google, 2019

Agora em 2021 a modalidade dos eventos online cresceu 400% nos últimos 11 meses em serviços de transmissões ao vivo e contribuiu para que o segmento de eventos continuasse em movimento. A adoção de plataformas virtuais se tornou uma alternativa viável para minimizar os impactos da pandemia. Segundo a Associação Brasileira de Eventos (Abra festa), esse setor movimentava cerca de R\$ 270 bilhões e, como um dos mais afetados no início da Covid-19, registrou queda de 95% no faturamento nacional em 2020. Porém, encontrou uma forma de recuperação do capital na modalidade on-line e levou empresas de tecnologia a crescerem até 400% em serviços de transmissões ao vivo.

O uso da tecnologia representa o futuro do setor de eventos para uma nova era. Esse uso se baseia na democratização do acesso a conteúdo de qualidade e na capacidade de enxergar possibilidades infinitas no formato digital e online.

Para se manterem vivas e ativas milhares de empresas estão se ajustando ao universo dos eventos híbridos e digitais e dando continuidade aos seus projetos que foram paralisados no primeiro momento da pandemia.

6.2. Lições importantes da pandemia para a hotelaria

Ao mesmo tempo em que a pandemia do coronavírus funcionou como um precursor de diversas tendências na hotelaria, ela também deixou lições importantes aos gestores dos hotéis e reconhecê-las é extremamente importante para aqueles que querem se manter ativos durante e após este período.

Lição nº 1: Tenha políticas de higienização mais rigorosas: com a pandemia, a pauta da higienização e os serviços de alimentação mudaram de patamar. Se antes esse era um assunto delicado, hoje então é mais frágil do que nunca e o hotel

que já está desenhando novos planos de ações, buscando as melhores alternativas para o próximo período, poderá se manter no mercado de maneira competitiva.

Serviços como *check-in*, *check-out* o próprio cardápio, não serão os mesmos nos próximos anos. O manuseio e preparo de alimentos, os ambientes comuns de refeição receberão maior grau de importância, e por isso o hoteleiro deve estar extremamente atento.

Para saber quais principais políticas de higiene devem ser implementadas no seu hotel após a retomada, acesse nosso artigo sobre o tema.

Lição nº 2: Tenha um planejamento: o planejamento é indispensável para fazer uma gestão hoteleira mais eficiente.

Com ele é possível traçar metas, definir quais caminhos serão tomados para se chegar a um determinado objetivo e estabelecer planos de contingência.

E veja bem, não se trata de porte, ainda que as redes hoteleiras tenham alguma vantagem, a visão macro do gestor de um pequeno hotel irá determinar como ele se posicionará em um momento de crise.

Lição nº 3: Tenha mais flexibilização nos processos: isso quer dizer que, neste momento, os hotéis devem evitar regras restritivas e não reembolsáveis para a remarcação e cancelamento de reservas. Caso o contrário, as reservas demorarão mais a chegar, além de afetar o seu relacionamento com o hóspede.

Lição nº 4: Faça gestão de risco: gerenciar riscos em tempos de crise é uma medida de cautela para não deixar que o cenário se deteriore ainda mais.

O primeiro ponto da gestão de risco consiste em identificar quais questões podem ameaçar o hotel.

Essa é uma forma de antecipar possíveis problemas e de pensar no negócio com mais segurança, mas sempre considerando o cenário do próprio hotel.

Lição nº 5: Adaptação é questão de sobrevivência: é incontável, os hotéis que estão lidando e irão lidar melhor com os efeitos da pandemia são aqueles que tiveram desenvoltura para se adaptar rapidamente.

Por isso nós frisamos a importância de aproveitar este momento para rever suas estratégias e buscar oportunidades para continuar melhorando seu serviço a fim de manter suas atividades funcionando.

Com criatividade e força de vontade, você pode dar a volta por cima nos momentos críticos e se reinventar.

Lição nº 6: Use a tecnologia como sua aliada: embora muitos hoteleiros ainda estejam aptos a utilizarem o “caderninho”, planilhas de Excel e agendas online, sabemos que existem hoje no mercado ferramentas tecnológicas que ajudam a tornar os processos dos hotéis muito mais eficientes e rentáveis.

A pandemia acelerou a tendência do uso de facilitadores digitais nos processos empresariais, deixando evidente que ele pode melhorar nossos negócios gerando mais controle sobre as operações em qualquer lugar que os profissionais estiverem.

Para os hotéis, a boa notícia é que já existem no mercado soluções que facilitam a gestão em tempos de pandemia e com ótimas funcionalidades.

Exemplos são as ferramentas de check -in online e de pagamento automatizado disponíveis no mercado. Esse cenário também acabou por inspirar a Omnibeas, que atenta às lições da pandemia lançou mais funcionalidades que atendem e auxiliam gestores e hotéis.

Então pode-se dizer que as lições para o hotel é um mecanismo para uma boa atuação no setor hoteleiro, pois nele podemos dizer que se não tiver um bom planejamento no hotel, o estabelecimento pode ocorrer efeitos drásticos como hotéis fechando, hotéis não se adequarem com protocolo, pessoas sendo demitidas etc.

7 METODOLOGIA

A metodologia é um fator importante na construção do estudo, mas não se deve entendê-la apenas como o conjunto de procedimentos técnicos na realização da pesquisa; a sistematização dos dados e a forma de análise dos resultados, como diz dados.

Esta pesquisa foi de natureza qualitativa, cuja abordagem” verifica uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, significa compreender o mundo dos seres humanos, o que pensam, desejam, o que sabem e o que pretendem fazer. Suas crenças e suas convicções não podem ser excluídas, não podem ser estimadas como algo externo ao assunto abordado (MORIN,2016).

De acordo com a pesquisa que se foi realizada envolve muitos aspectos importante como o tipo de pesquisa e o percurso metodológico seguido para alcançar os resultados, o trabalho apresentou parte de uma abordagem qualitativa. De acordo com Reis (2012, p61) “a abordagem qualitativa está no modo como

interpreta-se e se dá significados ao analisamos os fenômenos abordados sem empregar métodos e técnicas estatísticas para obter resultados sobre o problema ou tema estudado”.

Pode-se falar também que pesquisa de campo consiste em averiguações baseadas na experiencia no local onde aconteceu um fato ou fenômeno, podendo usar entrevistas, questionários, testes e observações participantes ou não. Pesquisa no Praia Bella Hotel foi feita com intuito de demonstrar o cenário atual por conta desta pandemia.

7.1 O cenário da pesquisa: O Hotel Praia Bella

Figura 4: Praia Bella Hotel



Fonte: google, 2020.

Entre o Mar e as dunas de areia da Praia do Calhau, encontra-se o PraiaBella Hotel, um local perfeito para relaxar, curtir o pôr do sol, fazer caminhada na areia e sentir as brisas do Atlântico.

Situado na Avenida Litorânea, um dos principais pontos turísticos da Cidade, possui acesso fácil para bares, restaurantes e lanchonetes, locais perfeitos para também desfrutar da gastronomia maranhense e de frutos do mar.

Possui excelentes quartos com banheiro privativo, TV LCD, ar-condicionado, estação de trabalho, Wi-Fi, serviço de lavanderia, estacionamento

próprio, local para armazenamento de bagagem extra, academia e área de lazer com piscina.

O hotel possui um restaurante que oferece café da manhã- e permanece aberto para almoço, jantar e *room service*, servindo pratos da culinária regional, além disso, bebidas e lanches estão disponíveis no bar. A poucos minutos a pé da praia do Calhau, na pitoresca cidade de São Luís. A propriedade dispõe de piscina com vista do Oceano Atlântico.

O hotel possui dois espaços para realização de eventos, sendo que o primeiro comporta até 30 lugares e o segundo 60 lugares, antes da pandemia o primeiro espaço recebia até 60 pessoas e o segundo até 100 pessoas, ou seja, percebe-se que a realidade pandêmica modificou o layout dos salões de eventos do Praia Bella Hotel. Durante a pesquisa foi questionado que tipos de eventos o hotel organiza ao ser contratado, e conforme resposta da participante da pesquisa são realizados todos os tipos de eventos (comercial e eventos sociais em geral).

Quanto ao público-alvo dos eventos do hotel podem-se perceber a partir da pesquisa que são todos aqueles que ofertam cursos, palestras, cabeleleiros, empreendimentos comerciais e outros.

7.2 Os achados das pesquisas: sobre os eventos na pandemia

Os eventos realizados no hotel Praia Bella Hotel vêm com o intuito de captar clientes, ou seja, eles sendo local ou fora, os eventos trazem atrativos para turista e clientes locais, como as divulgações de eventos realizados no hotel, cria-se uma forma de divulgar e trazer hospede para o hotel. E com a chegada da pandemia o hotel mudou um pouco o cenário dos eventos com mais cuidados e prevenções para que os hospede tenha mais comodidade e se sinta seguro com cuidados realizado no hotel.

Foi feita entrevista no setor de eventos do Praia Bella Hotel com a gerente Olinda, graduada em Hotelaria e Bacharel em Turismo.

Na primeira pergunta o objetivo era saber qual a importância dos eventos no hotel, ao que a respondente disse:

Grande importância, por que o setor de evento vem agregar também ao restaurante, a hospedagem, por que quem vem fazer um evento geralmente se hospeda no hotel e tem seus participante e vem se hospedar no hotel com isso ele solicita algo do restaurante contratando o coffe-break, quando é um grupo grande eles pedem janta etc...o evento é de grande importância ao setor hoteleiro (Olinda).

Casteli (1992, p 25) O profissional hoteleiro trata diretamente com gente e busca através da prestação dos seus serviços a satisfação das necessidades e desejos de outros seres humanos, isto exige um engajamento pessoal total, muita iniciativa e criatividade.

Em seguida foi questionada qual estratégia o hotel implantou para minimizar o impacto gerado pela diminuição dos eventos durante a pandemia, e a resposta foi a seguinte:

Preço dos eventos teve que diminuir e oferecer alguma vantagem ao cliente para que viesse a contratar o hotel para o evento. A estratégia foi a diminuição dos valores dos eventos (Olinda)

A terceira pergunta à gerente do setor de eventos foi se clientes se adaptaram a essa nova estrutura de eventos ocorrida por conta da pandemia, isto é, no caso de eventos remotos, eventos com distanciamento, eventos com menor número de pessoas, ao que respondeu:

Sim, com todas as prevenções, distanciamentos sentiram seguro com toda a segurança que o hotel trouxe para proporcionar comodidade ao cliente nos eventos. Todas as medidas de segurança, álcool em gel etc. (Olinda).

Um quarto questionamento foi sobre quais os desafios e perspectivas do hotel com a retomada dos eventos, e gerente respondeu:

Olha os desafios ter as medidas de prevenção, pois devido o público estar vacinado muitas os clientes podem se sentir seguro em tirar a máscara e não usar álcool em gel, então o desafio é manter os cuidados, a prevenção para que os eventos sejam seguros. A perspectiva é de melhoras e que o cliente tenha cada vez mais confiança e segurança de fazer eventos conosco até mesmo porque o hotel segue as medidas de segurança sanitária (Olinda).

E a ultima pergunta diz respeito às medidas de prevenção do hotel durante a realização dos eventos. Dentre as quais destacou o uso obrigatório de máscara, luvas (funcionários), álcool em gel para todos e o distanciamento e redução de lugares nos espaços de eventos.

Sobre esse aspecto ela explicou que: “luvas só usam no caso de refeições em geral que o hotel disponibiliza para os clientes” (Olinda).

Percebe-se que a Praia Bella Hotel conseguiu se manter em meio a pandemia com todos os cuidados determinado, e o eventos mantiveram com todos os cuidados previsto para que o público alvo ter segurança nos eventos. O hotel teve todas medidas de prevenção desde do álcool em gel em todo local do hotel até distanciamento feito no salão do evento, o hotel mudou a forma de recepcionar os convidados em eventos onde antes comportava 60 pessoas em um salão e 100 em outro salão, diminuíram a quantidade de convidados para que todos tivesse segurança em meio a pandemia. O hotel conseguiu se organizar para que os hospede tivesse confiança em voltar a participar de eventos assim como os colaboradores contraísse os serviços do hotel.

Figura 5: Salão de eventos do Praia Bella Hotel



Fonte: Salão de eventos do Praia Bella Hotel

Figura 6: Salão de eventos do Praia Bella Hotel



Fonte: Salão de eventos do Praia Bell a Hotel

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivo principal desta pesquisa foi compreender a dinâmica do setor de eventos com as atividades da hotelaria no Praia Bella Hotel. Analisando os limites e a possibilidade que enfrentaram durante a pandemia. O setor hoteleiro foi um de suma importância para que os eventos continuassem e não parassem tiveram uma estratégia para obter resultado durante a pandemia.

Durante a pesquisa percebemos como o evento veio crescendo e se tornando essencial para as pessoas, com isso vieram vários atrativos para essa demanda de público, percebe-se que o evento é uma cultura muito importante para cidade assim como para setores hoteleiro, pois possibilita uma forma de o publico visitar o estado assim como se hospedar em hotéis.

Através das pesquisas observamos que as pessoas em geral busca local para realização de seus eventos, seja ele social ou de lazer, percebemos que o público alvo está mais exigentes ao que se refere a eventos, procuram eventos onde cliente deseja encontrar comodidade a sua vinda ao eventos.

Com a retomada dos eventos o Praia Bella Hotel espera um crescimento de novos eventos para setor hoteleiro com um novo desafio a ser traçado e novas estratégia para os eventos com mais prevenções e cuidados a serem seguido no decorrer dos eventos, notamos que o responsável pelo os eventos no hotel sempre atento as modificações que acontece no setor de eventos e a hotelaria devido a essa nova forma de prevenções e estadia aos participantes do hotel.

Um fator que podemos destaca-se essa pesquisa que Praia Bella Hotel não deixou de atender a demanda de eventos por conta da pandemia, o Hotel conseguiu minimizar o efeito da pandemia para que seus clientes para seus clientes permanecem fazendo seus eventos, um fator muito importante devido surgimento do COVID19 alguns hotéis tiveram que fechar e com isso os eventos não seria mais feito no hotel. E os eventos continuaram com redução mais com todas as prevenções que foram exigidas durante e pós pandemia.

Destacamos que Praia Bella Hotel teve um êxito bem importante para hotel e um desafio de minimizar os efeitos da pandemia.

REFERÊNCIAS

FREIBERGER, Zélia; OLIVEIRA, Marlene de. **Cerimonial, Protocolo e Eventos**. Curitiba: Instituto Federal do Paraná, 2012.

LIMA, Tarssio Franklim Duarte. **A importância dos eventos para o desenvolvimento da hotelaria de São Luís MA**. 2017. 39 f. TCC (Graduação) - Curso de Hotelaria, Departamento de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2017.

BRITO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para eventos: uma ótica de marketing e do turismo**. São Paulo: Editora Aleph, 2002.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: Educus, 2007.

AIRES, Fabricia Regina Sousa. **A DINÂMICA DO SETOR DE EVENTOS NA HOTELARIA: perspectiva de rentabilidade no hotel praia mar**. 2018. 70 f. TCC (Graduação) - Curso de Hotelaria, Departamento de Hotelaria, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2018.

MATIAS, Marlene. **Organizações de eventos: procedimentos e técnicas**. São Paulo: Manole, 2001.

CANDIDO, Indio; VIEIRA, Elenara vieira de. **Gestão de Hotéis**. Caxias do Sul: educs, 2003.

SOUZA, Bruno Velozo; MACIEL, Gabriel Marx Ladeia. **Direito do consumidor e hotelaria na pandemia**. JUS, 2001. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/91524/direito-do-consumidor-e-hotelaria-na-pandemia>>. Acesso em: 14 dez. 2020.

As 6 lições mais importantes da pandemia para hotelaria. Blog omnibees. 2020. Disponível em: <https://omnibees.com/blog/2020/07/as-6-licoes-mais-importantes-da-pandemia-para-hoteleira/>>. Acesso em: 14 dez. 2020.

ZELIA FREIBERBER, **Cerimonial, Protocolo e eventos Organização e Planejamento de eventos (2012)**. ABEOC BRASIL. Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/wpcontent/uploads/2014/01/JT-Dezembro2013.6-10pdf>>. Acesso em 12 de Agosto de 2021.

Lima, Tarssio Franklim Duarte. "A importância dos eventos para o desenvolvimento da hotelaria de São Luís–MA." (2017).

BRITO,janaina; FONTES, Nena, **Estrategias para eventos: uma ótica de marketing e do turismo** . São Paulo Editora Aleph: DAVID, C walt, 2007.

CASTELLI, Geraldo, **Administração hoteleira**, Caxias do Sul: Educs,2007.

Evolução histórica dos eventos. Blog eventos e você. Disponível em: <http://eventosevoce.blogspot.com/2016/09/evolucao-historica-dos-eventos-eventos>.

AIRES, Fabricia Regina Sousa. "**A DINÂMICA DO SETOR DE EVENTOS NA HOTELARIA:** perspectiva de rentabilidade no Hotel Praia Mar." (2018).

MATIAS, Marlene **Organizações de eventos: procedimentos e técnicas.** São Paulo: Manole,2001.

CANDIDO, Indio: VIEIRA, elenara vieira. **Gestão de Hoteis.** Caxias do Sul: educs, 2003.

Direiro do consumidor e hotelaria na pandemia. Veloso, S Bruno e Marxl, Ladeia,Maceil Geraldo. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/91524/direito-do-consumidor-e-hotelaria-na-pandemia>.

CORREIA, Costa Jonilson. **Metodologia.** Ver. Eletrônica pesquiseduca. Santos. Vol 11, numero24, p 234-251, maio-ago. 2019.

APÊNDICE

APÊNDICE – Roteiro de Entrevista

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

CENTRO DE CIENCIA SOCIAIS

CURSO DE HOTELARIA

ROTEIRO DE ENTREVISTA

TÍTULO DA ENTREVISTA: EVENTOS EM HOTELARIA E PANDAMIA: Um estudo de caso no Praia Bella Hotel

Objetivo: identificar os desafios e perspectivas do setor de eventos em um hotel de São Luís durante a pandemia da COVID -19.

Participante: gestor do setor de eventos do Praia Bella Hotel

DADOS GERAIS

Quantos espaços de eventos o hotel possui?

Qual a capacidade de lugares nos espaços de eventos do hotel?

Que tipos de eventos o hotel trabalha?

Qual é o público-alvo dos eventos do hotel?

QUESTÕES ESPECÍFICAS

1. Qual a importância do setor de eventos no hotel?
2. Qual estratégia que o hotel implantou para minimizar o impacto gerado pela diminuição dos eventos durante a pandemia?
3. Os clientes se adaptaram a essa nova estrutura de eventos ocorrido por conta da pandemia? Como?
4. Quais são os desafios e as perspectivas da volta dos eventos durante a pandemia?
5. Qual são as medidas de prevenção do hotel durante a realização de eventos no período de pandemia?
 - () uso obrigatório de máscara
 - () uso de luvas pelos funcionários e clientes
 - () uso obrigatório de álcool em gel

- () Distanciamento dos lugares
- () Redução do número de participantes nos eventos