



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

COORDENAÇÃO DO CURSO DE BACHARELADO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIA
E TECNOLOGIA – CAMPUS BALSAS

**BALSAS-MA, CIDADE AMBIENTADA A PRÁTICA RELACIONADA AO TURISMO
DE NEGÓCIOS: influência da pandemia de covid 19 no setor de turismo de negócios**

BALSAS/MA

2021

FÁBIO SOUSA DA GRAÇA

**BALSAS-MA, CIDADE AMBIENTADA A PRÁTICA RELACIONADA AO TURISMO
DE NEGÓCIOS: influência da pandemia de covid 19 no setor de turismo de negócios**

Trabalho de Contextualização e Integração Curricular II apresentado ao Curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão – Campus Balsas, para obtenção do grau de Bacharel em Ciência e Tecnologia.

Orientador: Prof. Me Helma de Souza Pinto.

BALSAS/MA

2021

**BALSAS-MA, CIDADE AMBIENTADA A PRÁTICA RELACIONADA AO TURISMO
DE NEGÓCIOS: influência da pandemia de covid 19 no setor de turismo de negócios**

Trabalho de Contextualização e Integração Curricular II apresentado ao Curso de Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão – Campus Balsas, para obtenção do grau de Bacharel em Ciência e Tecnologia.

Orientador: Prof. Me. Helma de Souza Pinto.

Aprovado em 24 / setembro / 2021

Banca Examinadora



Prof. Me. Helma de Souza Pinto
Universidade Federal do Maranhão
(Orientador)



Prof. Me. Jorge Cleber Pereira da Silva (Mestrado em Gestão Pública)
Universidade Federal do Maranhão
(1º examinador)

Prof. Dr. Rodrigo da Silva Magalhães (Eng. Civil Especialista em Gerenciamento e Planejamento de Obra)
Universidade Federal do Maranhão
(2º Examinador)

DEDICATÓRIA

Dedico a todos colaboradores e empresários do ramo hoteleiro da cidade de Balsas, aos moradores ribeirinhos, aos vendedores ambulantes, aos turistas e a toda população da cidade de Balsas-MA. Que o presente artigo colabore para tomadas de decisões em relação às políticas públicas, aos investidores e à prefeitura. Correlacionando as variáveis no texto citadas, implantado desenvolvimento e melhorando a qualidade de vida dos moradores e visitantes da cidade de Balsas-MA.

AGRADECIMENTOS

Agradeço sempre em primeiro lugar a Deus, pois minha fé Nele e minha intuição é responsável pelos direcionamentos que acontecem há todos instantes em minha vida. Em seguida aos meus professores, os quais admiro pela dedicação, comprometimento e paciência.

À minha família, em especial minhas tias Maria José Rodriguês Borba, Maria Rita Rodriguês e Gracivânia Souza da Graça que fizeram o possível desde criança com ajuda da minha vó Aldenoura que infelizmente faleceu em 2018. E nada seria possível sem o apoio das minhas tias postiças que, embora não sejam tias de sangue, as considero desde criança Maria Sirlene, Tia Odete e Tia Nalde.

Agradeço todos profissionais envolvidos na rotina da Universidade Federal do Maranhão – Campus Balsas, em especial às meninas do setor de limpeza, segurança, da assistência e da biblioteca, dos quais tenho imensa gratidão.

Agradeço aos meus colegas de aula, primos e primas e amigas que tiveram o discernimento de respeitar meus horários os estudo, sem cobrança.

E em especial aos meus pais que, infelizmente, não tiveram a oportunidade de acompanhar meus primeiros passos até aqui. No entanto acredito que os direcionamentos que aconteceram na minha vida são provenientes das intercessões divinas. E isso, me faz acreditar no orgulho e alegria que o presente trabalho possa ensejar.

BALSAS-MA, CIDADE AMBIENTADA A PRÁTICA RELACIONADA AO TURISMO DE NEGÓCIOS: influência da pandemia de covid 19 no setor de turismo de negócios

Fabio Sousa da Graça

Helma de Souza Pinto

RESUMO

O crescente fluxo do turismo de negócio na cidade de Balsas, decorrente da produção de grãos no município e região sul do Maranhão, juntamente com as belezas naturais dos pontos turísticos e a rápida recuperação do setor hoteleiro da cidade, acaba por influenciar positivamente na atratividade de investimentos na área. Este trabalho tem por objetivo analisar a recuperação do setor hoteleiro decorrente da pandemia de covid 19 comparados com o cenário nacional. Através de pesquisa realizada, uma média da taxa de ocupação, faturamento do hotel, estratégias utilizadas para atrair hóspedes, quantidade de funcionários nos hotéis, o que possibilitou encontrar possível relação entre o turistas que vem a cidade a fim de realizar alguma transação a trabalho, interesse desse público em conhecer a região que é marcada por cachoeiras, rios e todos os encantos do cerrado na região, a grande probabilidade na renda extra para moradores ribeirinhos. A partir dos resultados do levantamento, observou-se o potencial da cidade e a necessidade de implantar políticas públicas focadas no turismo de negócios, as quais deverão estar focadas em um processo de interação entre rede hoteleira, poder público e setor privado. Tais políticas poderão contribuir para novas modalidades de atração de investimentos ao setor e, por conseguinte, colaborar para desenvolvimento e profissionalização de novos empregos.

Palavras-chave: Turismo de negócio; Pandemia da Covid-19; Setor hoteleiro; Balsas-MA.

ABSTRACT

The growing flow of business tourism in the city of Balsas, resulting from the production of grain in the municipality and southern region of Maranhão, together with the natural beauty of the tourist spots and the rapid recovery of the city's hotel sector, ends up positively influencing the attractiveness of investments in the area. This work aims to analyze the recovery of the hotel sector resulting from the pandemic of covid 19 compared to the national scenario. Through research carried out, an average of the occupancy rate, hotel billing, strategies used to attract guests, number of employees in hotels, which made it possible to find a possible relationship between tourists who come to the city in order to carry out some business transaction, interest of this audience in getting to know the region, which is marked by waterfalls, rivers and all the charms of the cerrado in the region, the high probability of extra income for riverside dwellers. From the results of the survey, it was observed the potential of the city and the need to implement public policies focused on business tourism, which should be focused on an interaction process between the hotel chain, public authorities and the private sector. Such policies will be able to contribute to new ways of attracting investments to the sector and, therefore, collaborate for the development and professionalization of new jobs.

Keywords: Business tourism; Covid-19 Pandemic; Hotel sector; Balsas-MA.

1 INTRODUÇÃO

O turismo de negócio é uma modalidade que surgiu no final do século XIX, tem como característica, pessoas a trabalho vão em determinada região e que, decorrente desse evento acabam explorando o local, através do turismo ecológico, dentre outras formas, aquecendo a economia e contribuindo para melhoria social.

A cidade de Detroit, localizada nos Estados Unidos tinha o histórico de receber vários homens que iam até o local para reuniões a trabalho, fechamento de negócios, participação em congressos e convenções. Decorrente, das fábricas situadas na cidade, garantindo um fluxo de visitantes acima da média. Aquecendo a economia da cidade o que a mantinha movimentada, mesmo com pouco conhecimento sobre o perfil e comportamento desses turistas.

No entanto, com a chegada do jornalista Milton Carmichael ao The Detrox Journal, ao principal jornal, com grande influência sobre o mundo dos negócios, que após analisar o comportamento dos empresários locais e o grande movimento de turista a cidade, decidiu elaborar uma comissão de planejamentos estratégicos juntamente com os empresários locais após seu artigo que dizia o seguinte:

“... Ao longo dos últimos, Detroit construiu fama de cidade de convenções. Visitantes vêm de milha empresariais, fabricantes de todo país usam nossa hotelaria para promover reuniões onde discutem os temas do nosso interesse. Entretanto, tudo isto acontece sem que haja um esforço por parte da comunidade, nem uma ação que vise dar-lhes algum apoio durante sua estadia entre nós! Eles simplesmente vêm para Detroit porque querem ou precisam! Será que Detroit, através de um esforço em conjunto de seus empresários, autoridades e líderes, não conseguiria garantir a realização de 200 ou 300 convenções nacionais ao longo do próximo ano? Isto significa a vinda de milhares de pessoas de todas as cidades americanas, e eles gastariam milhares de dólares no comércio local, beneficiando a população da cidade, aquecendo a economia e permitindo que toda a comunidade empresarial obtenha melhores resultados em seus respectivos negócios. “Não será mais inteligente agir em conjunto pelo bem comum, do que se desgastar num esforço inútil para obter vantagem pessoal” (Milton Carmichael).

Atualmente, o turista tem ganhado visibilidade através de estratégias adotadas por diversos países, tornando-se um produto de exportação, gerando diversos empregos, acelerando o desenvolvimento e aquecendo a economia local. Todos esses apanhados são graças à globalização, o desenvolvimento das tecnologias, comunicação e transportes. Proporcionando a identificação do perfil do turista de negócio, como afirmam alguns autores.

STEFANINI, C. J.; YAMASHITA, A. P. N. G.; SOUSA, R. B. M. 2017, pg14). A partir dos resultados da pesquisa, pode-se inferir que os turistas de negócios são pessoas com

idade superior a 26 anos. Normalmente os profissionais com idade inferior a esta estão cursando a graduação, o que impossibilitaria viagens constantes. Verificou-se também que a maioria dos respondentes ocupa cargo com algum grau de senioridade (gerente, superintendente, supervisão, diretoria). Normalmente este tipo de profissional tem entre suas atribuições visitas a clientes.

No Brasil, o turismo tem apresentado bons resultados, decorrente dos investimentos em infraestrutura, da crescente profissionalização de serviços e equipamento turístico conforme se afirma em publicações de diversos autores realizadas em diferentes metrópoles.

(Paiva, R. A.; 2015, pg 19). A promoção de eventos e megaeventos mobiliza, simultaneamente, de forma concatenada ou não, práticas de ócio e negócio, que são capturadas pela atividade turística como estímulo para a reprodução do capitalismo, pela quantidade de outras atividades que engrena (setores primário, secundário e terciário), colocando a arquitetura e a cidade como protagonistas no desenvolvimento urbano contemporâneo.

(LIMA, R. M.; BRESCIANI, L. P.; LUZ, R. H.; UVINHA, R. R; 2016, pg13) A construção de políticas públicas de turismo numa cidade com o porte e a relevância de São Paulo não é tarefa de apenas uma esfera do poder público ou de responsabilidade exclusiva do setor privado, demandando sim o envolvimento e a participação de toda a sociedade.

(SHIBAKI, V. V.; 2017, pg 9) Apesar de somar cinco destinos, a localização de todos eles no espaço urbano de São Paulo possui uma proximidade muito grande, ou seja, apesar de identificar um número significativo de opções, todos eles pertencem às regiões que se encontram no chamado centro expandido de São Paulo, reduzindo o espaço de circulação do turista e, conseqüentemente, uma visão holística da metrópole.

No entanto, precisa-se de estruturação e organização relacionada à oferta de serviços qualificados, no intuito de consolidar o turismo no país, todo território brasileiro é beneficiado com belezas naturais que contribui para melhores resultados nessa modalidade de comercialização.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nessa seção serão apresentados os principais conceitos teóricos que serviram para realização do trabalho.

2.1 Colheita em Balsas-MA

Os produtores de Balsas no Maranhão colheram metade da área cultivada com o milho safrinha, o restante finalizado em aproximadamente 15 dias.

De acordo com os produtores, os preços de venda giram em torno de 29 e 30 reais, o

que deve garantir uma margem de lucro razoável nesta safrinha, apesar das preocupações com o alto impacto do custo do frete para escoamento da produção.

Já pensando na próxima safra de soja 2019/20 os produtores de Balsas iniciaram as negociações para adquirir os insumos com o travamento dos fertilizantes e aguardam novos desdobramentos com relação ao dólar para fechar o restante, com boas expectativas de altas produtividades (Notícias Agrícola 2019).

2.2 Modelo Estatístico para produção de soja na região de Balsas-MA

A economia da região sul do Maranhão é caracterizada pela agricultura, tendo como destaque a produção de soja na região de Balsas-MA. Utilizando modelo estatístico para estimativa de produções futuras, tais dados de produção anuais foram requisitados ao IBGE. Após tabulação dos dados, foi aplicado o Método dos Mínimos Quadrados (MMQ), um modelo de regressão linear simples com o objetivo de encontrar função numérica de melhor ajuste à produção.

Obteve-se o coeficiente de Pearson de 0,97, comprovando a correlação muito forte entre as variáveis. Com isso, constatou-se que o coeficiente de determinação de 0,94 encontrado, indica que 94% da produção de soja pode ser explicada pelo modelo aplicado. Com base nos resultados numéricos obtidos, através da aplicação de tal modelo, comprova-se que o modelo explica o acentuado crescimento das produções (REGO, ARAUJO, SOUSA NETO 2016)

Ano	Produção (tonelada)
2018	541609
2019	563241
2020	584874

2021	606506
2022	628138
2023	649771
2024	671403
2025	693036
2026	736300
2027	757933
2028	779565
2029	801197
2030	822830

Tabela 1: Produtividade na colheita de grãos em Balsas-Ma segundo o modelo matemático.

2.3 Turismos de Negócios e Eventos

Os deslocamentos para fins de conhecer, trocar informações, promover e gerar negócios configura o segmento da oferta turística denominado Turismo de Negócios e Eventos.

O conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social é denominado turismo de negócios. Essa modalidade, que ganha cada vez mais espaço no Brasil, cresce com a constante globalização econômica, o avanço da tecnologia e o permanente aperfeiçoamento dos meios de transporte nacionais e internacionais (SEBRAE, 2015).

Em levantamento feito pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) disponível em SEBRAE (2015), avaliou-se que cerca de 25,3% dos turistas que visitam o país estejam em busca de negócios.

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), em pesquisa realizada em conjunto com o SEBRAE, o mercado de negócios e eventos gerou em 2013 no país cerca de R \$209,2 bilhões. A pesquisa aponta ainda que, naquele ano, 590 mil eventos nacionais e internacionais foram realizados no Brasil, sendo 95% deles de âmbito nacional. Ao todo, 202,2 milhões de pessoas participaram, o segmento gerou R \$48,7 bilhões em impostos, 7,5 milhões de empregos diretos e indiretos e representou 4,3% do PIB do país.

No primeiro semestre de 2015, o segmento de turismo de negócios e eventos apresentou um aumento de 7,8% comparado ao mesmo período de 2014. O gasto dos visitantes com hospedagem, transporte, serviços e outros somou R\$ 6,95 bilhões de janeiro a junho daquele Segundo dados da Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas (Abracorp), as atividades ligadas ao turismo de negócios no Brasil cresceram 6,6% em vendas em 2017 quando comparadas a 2016. Os números do IEVC (Indicadores Econômicos das Viagens Corporativas), organizado pela Associação Latino Americana de Gestores de Eventos e Viagens Corporativas (Alagev), mostram que, em 2016, o mercado de viagens corporativas movimentou R \$78,1 bilhões. No mesmo ano, 25% da receita dos prestadores de serviços deste mercado vieram de eventos corporativos (PORTAL EVENTOS, 2018).

Os números revelam que o setor do turismo de negócios e eventos é um dos que mais crescem no Brasil. Se a tendência de crescimento também estiver sendo observada na cidade Balsas, com certeza essa se deve às atividades relacionadas ao agronegócio ligado à lavoura de grãos, em especial a soja e o milho.

2.2 Principais Atividades Praticadas no Âmbito do Segmento de Turismo de Negócios

Tanto para a elaboração de políticas públicas como para a orientação aos prestadores de serviços do Turismo de Negócios e Eventos é importante ter o conhecimento dos tipos e formatos de encontros. A classificação dos encontros por tipos e formatos permite diagnosticar necessidades de infraestrutura e serviços para sua realização.

2.3 Missões empresariais

Projetos geralmente organizados e coordenados por entidades de classe e órgãos do

governo. Trata-se da formação de grupos de empresários para visitar potenciais mercados externos e identificar novas oportunidades de negócios.

2.4 Visitas técnicas

Atividades organizadas por determinados grupos para observar técnicas de excelência em uma área na qual atuam em centros de pesquisas, empresas, entidades, universidades. A programação de uma visita técnica pode incluir palestras e explicações teóricas, degustações (alimentos e bebidas), observação participativa e um showroom.

2.4.1 Viagens corporativas

Viagens individuais ou em pequenos grupos, com objetivos diversos, conforme a necessidade da empresa ou do profissional. Normalmente são ocasionadas pela participação em reuniões, prospecção de mercados, visita a clientes e fornecedores, acompanhamento de projetos e investimentos, monitoramento de filiais e franquias, estabelecimento de acordos e convênios, compra ou venda de produtos/serviços, entre outros interesses.

2.4.2 Reuniões de negócios

Encontros que objetivam a prospecção de clientes, o fechamento e/ou a discussão de contratos, a apresentação de propostas, o desenvolvimento e o acompanhamento de projetos, consultorias, entre outros.

2.4.3 Rodadas de negócios

Reuniões pré-agendadas entre produtores e compradores, geralmente realizadas paralelamente a feiras. Durante as reuniões, as empresas apresentam suas ofertas e demandas podendo concretizar negócios naquele momento ou apenas realizar um contato inicial. Quando os encontros comerciais não são agendados e cronometrados, em vez de Rodadas, são chamados apenas de Encontros de negócios.

2.5 Feiras

Organizadas por empresas ou organizações especializadas em ramos específicos, para determinado segmento do mercado, com finalidades de exposição, apresentação ou comercialização de produtos e serviços industriais, técnicos, científicos, estabelecimento de contatos e parceria, entre outros.

2.5.1 Convenções

Encontros normalmente realizados por empresas nas quais participam seus colaboradores e/ou parceiros. Sua finalidade pode ser a avaliação de desempenho, lançamento de novos produtos, discussão de planejamentos estratégicos. A grande finalidade é a integração das pessoas dentro de um objetivo que a empresa ou organização deseja que seja atingido. Convenções poderão também ter como público participante as empresas de um mesmo segmento, sendo, nesse caso, promovida pela associação correlata. Exemplificando: convenções de empresas jornalísticas, supermercadistas, atacadistas etc.

Praticamente todas as atividades descritas podem ser observadas no âmbito do agronegócio da região de Balsas.

2.6 O Agronegócio na Região de Balsas

A lavoura de grãos do Brasil é atualmente a segunda maior produtora de grãos do mundo e, de acordo com a CONAB (2017), não será a primeira em escala mundial por conta da redução de 3,7% na safra 2017-2018, tal redução deve-se às condições ligadas ao clima.

A cidade de Balsas – MA está inserida na região do MATOPIBA (Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia), região considerada a grande fronteira agrícola nacional da atualidade, que compreende o bioma Cerrado dos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia e responde por grande parte da produção brasileira de grãos e fibras.

A área, até pouco tempo considerada sem tradição forte em agricultura, tem chamado atenção pela produtividade cada vez mais crescente. Por exemplo, nos últimos quatro anos, somente o Estado do Tocantins expandiu sua área plantada ao ritmo de 25% ao ano, segundo dados da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB, 2017).

A topografia plana, os solos profundos e o clima favorável ao cultivo das principais culturas de grãos e fibras possibilitam o crescimento vertiginoso da região, que até o final da década de 1980 se baseava fortemente na pecuária extensiva.

Porém a área também é considerada complexa, o que torna ainda mais audacioso o desafio de garantir uma agricultura moderna e sustentável. A área reúne 337 municípios e representa um total de cerca de 73 milhões de hectares. Existem na área cerca 324 mil estabelecimentos agrícolas, 46 unidades de conservação, 35 terras indígenas e 781 assentamentos de reforma agrária, segundo levantamento feito pelo Grupo de Inteligência Estratégica (GIT).

Tamanha prosperidade levou à oficialização da delimitação do território e ao

lançamento da Agência de Desenvolvimento Regional do Matopiba pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento nos quatro estados que fazem parte da região.

O Portal EMBRAPA informa que a cultura principal nas regiões produtoras do Matopiba concentra-se atualmente na soja. Mas outras culturas como milho, arroz e algodão também têm papel importante. Grande parte deste impulso na produtividade de grãos se deve ao acesso às tecnologias hoje empregadas, como o uso de híbridos e cultivares adaptados às condições edafoclimáticas, além de boas práticas para o uso eficiente de fertilizantes, corretivos e defensivos e sistemas conservacionistas de manejo como o plantio direto e a integração lavoura-pecuária-floresta.

De acordo com a CONAB (2017) a safra 2017-2018 de grãos será de 228,3 milhões de toneladas. A área plantada é estimada em 61,7 milhões de hectares, crescimento de 1,4% ou 852,8 mil hectares se comparada à safra 2016/17. A produção de soja alcançou o recorde de 119,3 milhões de toneladas, 4,6% superior à safra passada.

Ainda segundo a CONAB (2017), para a soja a estimativa de 35,149 milhões de hectares semeados na atual safra é 3,7% superior ao cultivado na safra 2016/17 e 69,9% maior do que a safra 2006/07, reafirmando o décimo primeiro aumento consecutivo na área total cultivada com essa oleaginosa. A área de soja ultrapassou a área de milho total na safra 1997/98 e, desde então, ocupa o primeiro lugar em área semeada no país. Nas últimas 12 safras o Brasil teve um incremento de 14,5 milhões de hectares novos de soja, tornando a cultura a protagonista no aumento da área no país. Atualmente corresponde a cerca de 57% da área total semeada com grãos no país.

A região do MATOPIBA recebeu o maior incremento da área de soja plantada apontada pela CONAB e a cidade de Balsas teve participação recorde na safra nacional. A safra do estado do Maranhão atingiu 3 milhões de toneladas, o que representa um aumento de 20% em relação à safra passada.

Os preços internacionais continuam ainda sob forte pressão “baixista” em face da guerra comercial entre China e Estados Unidos. No entanto, os preços na Bolsa de Valores de Chicago (CBOT) ficaram 1,34% maiores que os praticados em julho/2017. A média mensal foi de US\$ 861,72/bu, com receio de que os Estados Unidos não consigam escoar a safra 2018/19, o governo americano anunciou que, para a safra 2018/19, irão pagar US\$ 1,65/bu de até 50% da safra de soja por agricultor, disponibilizando, em um primeiro momento, o valor de US\$ 3,6 bilhões, podendo aumentar até o fim do ano. Com isso, os americanos minimizamos problemas gerados pela dita taxaço, podendo voltar a exportar soja em grãos, mesmo com uma tarifa de 25% (CONAB, 2017).

2.7 A Infraestrutura do Município voltada ao Turismo de Negócios

De acordo com levantamento preliminar efetuado pelos pesquisadores, a cidade de Balsas conta com ao menos 15 hotéis e pousadas dedicados ao turista de negócios. O levantamento preliminar revelou que também existem hotéis e pousadas dedicados a outros públicos, como estudantes que vêm das cidades vizinhas para cursar faculdade na cidade de Balsas e estabelecimentos dedicados aos motoristas de caminhões e carretas que escoam a safra de grãos pelo modal rodoviário.

Foi possível verificar que tais estabelecimentos, mesmo não sendo criados para os turistas de negócios, também são utilizados pelos mesmos em ocasiões de grandes fluxos de visitantes ocorridos na cidade em função, por exemplo, do evento Agrobalsas ou de eventos culturais como o Festival de Motocicletas de Balsas.

No que se refere ao transporte para chegar à Balsas, os acessos são precários. O aeroporto da cidade só recebe voos domésticos de aeronaves particulares de pequeno porte. Os aeroportos que recebem voos comerciais mais próximos são Imperatriz-MA e Araguaína-TO, ambos a 400 km de distância. O transporte até os aeroportos citados é feito por ônibus e vans.

A rodoviária é extremamente precária e não oferece nenhuma estrutura aos viajantes. Existem diversas linhas intermunicipais e interestaduais que ligam a cidade de Balsas às principais capitais da região: São Luís-MA, Teresina-PI, Palmas-TO, Belém-PA e Brasília-DF.

Uma nova rodoviária, mais moderna e que atenda às necessidades dos viajantes está prevista para ser construída ainda no ano de 2018. Contudo, sua pavimentação e duplicação concluíram-se no ano de 2021, havendo construção do posto fiscal da polícia rodoviária federal no perímetro rural do município de Balsas-MA.

A cidade é cortada pela BR 230, Rodovia Transamazônica, que representa o melhor meio de se chegar a cidade, indicando que as viagens de carro e ônibus são as melhores alternativas para se chegar à cidade.

Existe atualmente uma única locadora de veículos que aluga veículos 4X4, indispensáveis para os deslocamentos na área rural da cidade.

Os demais serviços que já estão disponíveis aos turistas de negócios serão analisados durante o desenvolvimento da pesquisa.

2.8 O conceito de Marca-Município

O conceito de marca-município trata, conceitualmente, das marcas ligadas a áreas geográficas, como marca-país, marca-destino, marca-lugar e marca-território, ou seja, da

criação de uma identidade local capaz de ser divulgada e comercializada através de canais tradicionais de vendas (GONZALES et al., 2018).

Diversas regiões mundo a fora podem ser facilmente identificadas pela força de sua marca, por exemplo, a região de Champagne na França que é sinônimo da bebida mais requintada e que confere status aos seus apreciadores, ou os Alpes Suíços com as estações de esqui, Nova York a *big apple*, a cidade que não dorme, o Rio de Janeiro a cidade Maravilhosa, entre outras.

A ideia central é criar uma identificação direta do município ou região com os atrativos do local, sejam atrativos turísticos como por exemplo as praias do litoral nordestino, sejam serviços específicos como o turismo de negócios, o turismo médico ou de compras de São Paulo (SP), ou circuito religioso como em Juazeiro do Norte (CE), ou mesmo com a vocação da localidade como o agronegócio em Balsas (MA).

Gonzales *et. al* (2018) sugerem que a imagem do destino em questão seja tratada sob a óptica do marketing voltado a destinos turísticos onde os principais elementos a serem observados são: principais atrativos do destino, meios de acessar o destino em questão, características do público alvo do destino, em especial as necessidades que levariam tal público a decidir pelo destino, valor médio gasto por pessoa para visitar o local.

Adicionalmente, é necessário analisar quais os pontos fortes e quais pontos fracos do destino em questão. Por exemplo, o turismo da Chapada das Mesas que tem por base a cidade de Carolina-MA. O ponto forte são os atrativos naturais de beleza plástica ímpar que os visitantes podem desfrutar como rios, cachoeiras, mirantes, entre outros. Um ponto fraco seria o preço médio gasto pelos visitantes, principalmente aqueles que se deslocam de regiões mais afastadas e precisam utilizar serviço de transporte aéreo via Imperatriz-MA e Araguaína-TO.

A região de Balsas poderia se valer do potencial do agronegócio e desenvolver uma imagem voltada não só aos negócios advindos das lavouras de grãos, mas poderia ser referência no que se refere aos serviços oferecidos aos visitantes, ou turistas de negócios. Paratanto, seria necessário forte investimento público e privado na formação de uma cultura local voltada ao bom atendimento às demandas dos turistas.

Poderia ser criada uma agência local, pública ou mista, especializada no setor e nas oportunidades de negócios que não estão sendo aproveitadas pelo desconhecimento geral em relação às demandas do setor do turismo de negócios.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

A área do presente estudo faz parte do município de Balsas que possui 83,537 habitantes, área de 13.141,733km² e densidade demográfica de 16.36 hab/km². A conhecida feira Agrobalsas, situada na fazenda Sol nascendo km 386,100 zona rural, Balsas-MA. A feira tem como objetivo estimular o agronegócio, já é bem desenvolvido na região, com a linha de serviços e produtos baseados na amostra e comercialização de animais de raças ovinos, caprinos, bovinos, equinos, veículos, balanças, insumos agrícolas, sementes, máquinas e equipamentos agrícolas, caminhões, motocicletas, agroindústria familiar, comércio, cursos e treinamentos.

O Agrobalsas é apresentado como um evento que promove a rentabilidade e sustentabilidade da região, tendo o Ministério da Agricultura e as Secretarias de Governo do Estado, fazendo parte integrante das atividades a serem desenvolvida, como transação comercial, mostra de pesquisas, transferência de tecnologia, articulações aos diversos instrumentos das políticas públicas de modo a potencializar ações voltadas ao incremento de produção da agricultura familiar e dos empresários rurais quanto à industrialização de seus produtos.

3.1 Influência da Pandemia de Covid 13 no Setor de Turismo de Negócios em Balsas-MA

Com o surgimento da pandemia, afetaram-se diversos setores econômicos em todo país, conseqüentemente o turista de negócios passou a utilizar ferramentas de trabalho auxiliares como reuniões via internet, dispensando a necessidade de ir até o local e contribuindo assim para proliferação do vírus. Diminuiu-se o contato social, no entanto, mesmo diante do cenário nacional alguns parâmetros observados são de extrema importância para a cidade de Balsas-MA. As atividades derivadas desse público de turista embora tenham sido afetadas por conta das restrições sociais, o mercado hoteleiro de Balsas continuava a receber “em menor fluxo” turista relacionados a negócios o que proporcionou recuperação ao setor, tal fenômeno necessário de investigação para realmente podemos concluir o que de fato aconteceu no setor hoteleiro da cidade de Balsas-Ma durante o período de março de 2020 a setembro de 2021.

Portanto, para estudo foi necessário realizar levantamento teórico da quantidade de hotéis em Balsas, juntamente com a localização de cada, estabelecendo raio de 1 km de um hotel para o outro.

Logo após os levantamentos necessários como fluxo de hóspedes em períodos anteriores a pandemia, instalações e estrutura, tempo de atuação na cidade de Balsas e com localização próxima ao centro da cidade. Com isso, foram selecionados 10 hotéis na cidade de

Balsas para elaboração do roteiro para entrevista semi-estruturada, juntamente com o termo de consentimento, onde detalha ao entrevistado a relevância da pesquisa para toda cidade e região cujo objetivo é analisar os efeitos da pandemia no setor de turismo de negócios, em especial na rede hoteleira da cidade de Balsas-MA. O anonimato do entrevistado, juntamente com suas informações prestadas, sendo essas exclusivas para analisar, compreender o que realmente vem acontecendo em Balsas é momentâneo, atípico das demais regiões do Brasil, o porquê? E como se desenvolveu, qual o diferencial da cidade em relação às demais regiões.

3.2 Escolha do Local a Ser Entrevistado

A cidade de Balsas conta com aproximadamente 20 hotéis, sendo eles citados abaixo:

- Mais Hotel Balsas
- Balsas Premier Hotel
- Hotel 10 Balsas
- Hotel Balsas
- Hotel Oliveira
- Hotel Mangabeiras
- Hotel Pousada Recanto dos Pássaros
- Leo Palace Hotel
- Hotel Scalibur 1
- Novo Hotel
- Hotel Bigg Hauss
- Hotel Scalibur 2
- Hotel Paraná
- Feito a mão hotel e restaurante
- Hotel Santa Maria
- Hotel Raio de Luz

3.3 Roteiro de Entrevista Semi-Estruturada aos Empresários Hoteleiros na Cidade de Balsas-MA

O objetivo é fazer comparações entre os períodos anteriores à pandemia com 3 períodos após início da pandemia de Covid 19 no Brasil.

1º período – Primeiros meses da pandemia que vai mais ou menos de março/abril de 2020, quando foi decretado *lockdown* em diversas partes do país com fechamento do comércio

entre outras medidas de restrição à circulação de pessoas, até aproximadamente julho/agosto de 2020 quando algumas medidas foram flexibilizadas.

2º período – entre junho/agosto de 2020 até meados de dezembro quando a segunda onda de covid-19 se agravou.

3º período – desde o início do ano de 2021 até agora “setembro de 2021” Parâmetros observados:

- Taxa de ocupação
- Taxa de reservas
- Cancelamento de reservas
- Faturamento do hotel
- Número de funcionários
- Nível de gasto
- Número de gastos
- Valor das diárias

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados apresentados serão anônimos, portanto sem a identificação das amostras e suas variáveis analisadas separadamente e em conjunto. Aos nos referimos a dada amostra será utilizado a nomenclatura hotel 1, hotel 2, hotel 3, hotel 4, hotel 5, hotel 6, hotel 7, hotel 8 e hotel 9.

4.1 Amostras de Estudo

As amostras do estudo foram constituídas por dez hotéis da região de Balsas-MA, localizados próximos ao centro. Sendo utilizado como critério de escolha o tamanho dos hotéis, os principais hotéis foram entrevistados, porém dos 10 hotéis listados, 9 concordaram em participar da pesquisa e por fim uma análise panorâmica dos demais.

Tabela 1. Classificação das amostras.

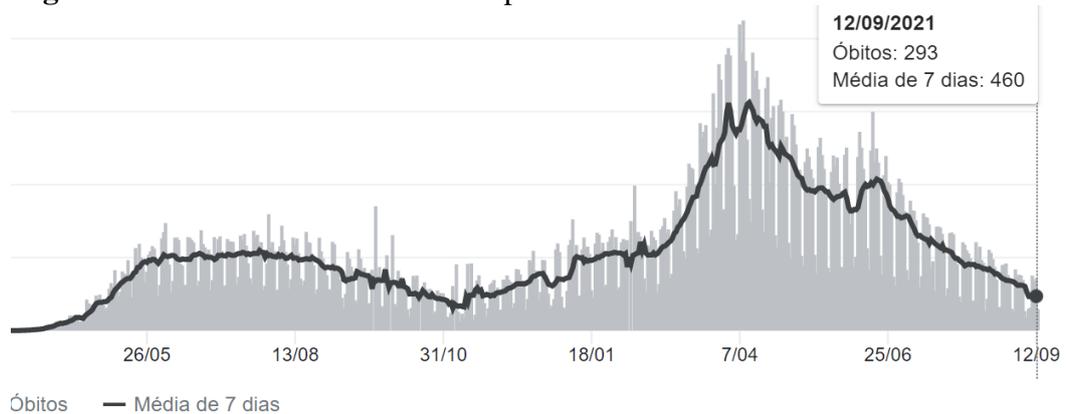
AMOSTRAS		
Identificação do hotel	Capacidade de hóspedes	Endereço
Hotel 1	35 apartamentos	Praça Antonio Pereira, centro Balsas-MA
Hotel 2	50 apartamentos	Rua Melquides Moreira, centro Balsas-MA

Hotel 3	30 apartamentos	Av Cel Fonseca, centro Balsas-MA
Hotel 4	25 apartamentos	Av Drº Jose Bernadino, centro Balsas-MA
Hotel 5	20 apartamentos	Av Drº Jose Bernadino, centro Balsas-MA
Hotel 6	30 apartamentos	Av Drº Jose Bernadino, centro Balsas-MA
Hotel 7	41 apartamentos	Rua Theodorico Fernandes, bacaba Balsas-MA
Hotel 8	40 apartamentos	Br 230 Setor Industrial, Balsas-MA
Hotel 9	15 apartamentos	Rua Paulo Ramos, centro, Balsas-MA
Total	286 vagas de ocupação na pesquisa	

FONTE: Dados da pesquisa (2021)

4.2 Enfrentamento da pandemia no setor de turismo de negócio na cidade de Balsas-MA

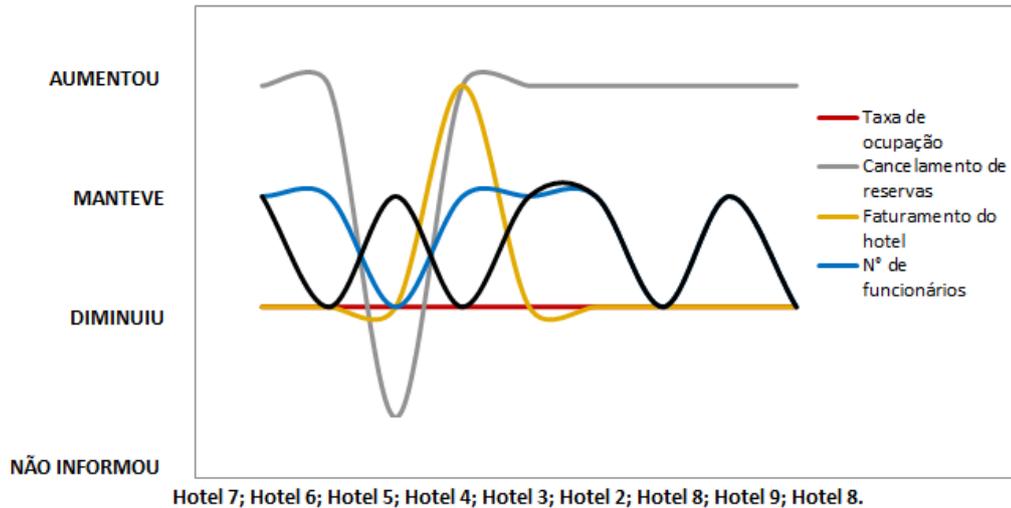
Figura 1: Índices nacionais de óbitos por covid 19



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Primeiro período “entre os meses março/abril de 2020 julho/agosto de 2020” quando a média nacional de óbito pela covid 19 chegou a 1.097 pessoas por dia.

Gráfico 1: Comportamento das variáveis no setor hoteleiro na cidade de Balsas-MA



FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Hotel 1: Dos 35 apartamentos, apenas 11 apartamentos estavam ocupados, acarretou na redução de 70 % dos colaboradores. Além disso o hotel reduziu os valores da diária aplicando descontos de 40%.

Hotel 2: Manteve todos os colaboradores. Desenvolveu descontos de 10% na diária.

Hotel 3: Conseguiu manter todos os funcionários trabalhando, sem a necessidade de demitir nenhum e os cancelamentos de reservas aconteceram por imprevisto causados por outra situação.

Hotel 4: O empreendimento conseguiu manter todos os colaboradores, sem a necessidade de demissões. No primeiro período chegou a 50 % de ocupação.

Hotel 5: O hotel apresenta 20 apartamentos, nesse período chegou a média da taxa de ocupação de 6 apartamentos. Por conta disto o hotel que contava com 9 colaboradores precisou diminuir as despesas e demitiu um trabalhador.

Hotel 6: Embora o hotel não trabalhe com reservas, foi sentido uma forte diminuição na taxa de ocupação neste período.

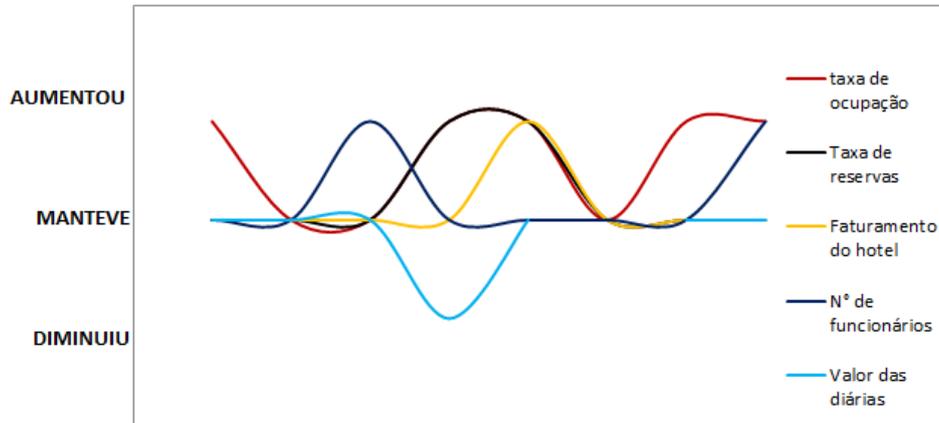
Hotel 7: Taxa de ocupação diminuiu 70% em relação a períodos antes pandemia. O empreendimento conta com 39 apartamentos e 2 flets nesse período chegou a contar com apenas 3 hóspedes. A taxa de cancelamento de reservas chegou a 100%.

Hotel 8: Queda significativa na ocupação, contando apenas com hóspedes do setor farmacêutico, representantes comerciais e médicos. O hotel conta com 40 apartamentos e chegou a registrar médias de 10 apartamentos por dia ocupados

Hotel 9: Teve comportamento semelhante a maioria das variáveis explanadas, sendo apresentadas na conclusão do trabalho.

Segundo período entre os meses “julho/agosto de 2020 até dezembro de 2020” quando a média nacional de óbito pela covid 19 chegou a 780 pessoas por dia.

Gráfico 2: Comportamento das variáveis no setor hoteleiro na cidade de Balsas-MA



Hotel 7; Hotel 6; Hotel 5; Hotel 4; Hotel 3; Hotel 2; Hotel 8; Hotel 9; Hotel 8.

FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Hotel 1: Chegou a contratar mais 30%, apresentando a metade dos funcionários antes pandemia.

Hotel 2: Parou de oferecer descontos na diária.

Hotel 3: Manteve todas as variáveis aos níveis antes pandemia.

Hotel 4: Manteve o desconto de 15% nas diárias.

Hotel 5: Contratou mais dois funcionários.

Hotel 6: Manteve os mesmos parâmetros do período anterior.

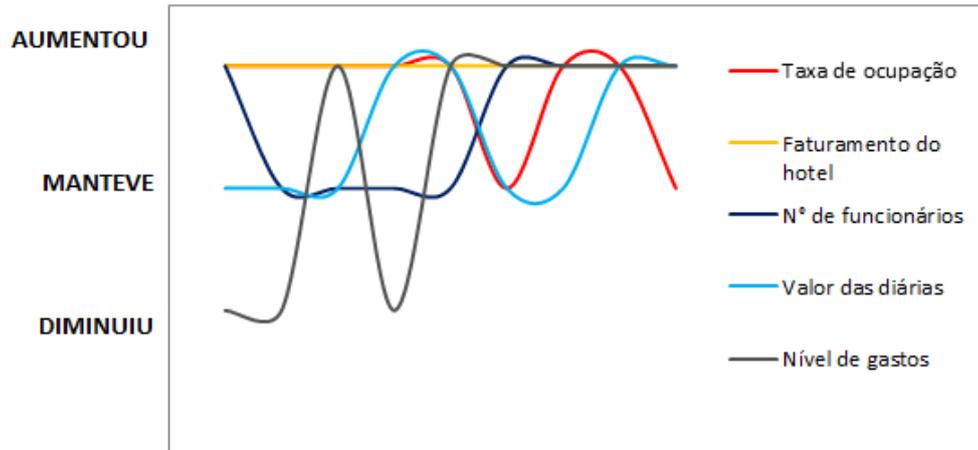
Hotel 7: A taxa de ocupação aumentou cerca de 45% em relação ao período anterior.

Hotel 8: Nível de gastos caiu consideravelmente variando de 15 mil reais período antes pandemia 9 mil reais.

Hotel 9: Comportamento seguiu a média.

Terceiro período entre janeiro de “2021 até setembro de 2021” quando a média nacional de obito pela covid 19 chegou a 3.015 pessoas por dia. (14/04/2021)

Gráfico 3. Comportamento das variáveis no setor hoteleiro na cidade de Balsas-MA



Hotel 7; Hotel 6; Hotel 5; Hotel 4; Hotel 3; Hotel 2; Hotel 8; Hotel 9; Hotel 8.

FONTE: Dados da pesquisa (2021)

Hotel 1: voltou as taxas de ocupação comparados com períodos antes da pandemia no mês de junho de 2020.

E atualmente chegou 100% do período antes pandemia e contratou mais uma pessoa dias antes da entrevista. Voltou-se a trabalhar somente com os 10% de desconto no valor da diária. Chegou a contratar mais 30%, apresentando a metade dos funcionários período antes pandemia.

Hotel 2: Faturamento do hotel atualmente não chegou a parâmetros de antes da pandemia. Logo após do segundo período em diante, parou com a estratégia. Manteve todos os funcionários e atualmente contratou mais um.

Hotel 3: Manteve os valores da diária igual a períodos antes pandemia e atualmente sofreu aumento nos valores cobrados. Conseguiu manter todos os funcionários trabalhando, sem a necessidade de demitir nenhum e que cancelamento de reservas aconteceram mais por imprevisto de serviços. Manteve todas as variáveis aos níveis antes pandemia.

Hotel 4: O empreendimento conseguiu manter todos os colaboradores, sem a necessidade de demissões. Durante todo período trabalhou com descontos 15% no valor da diária, além dos 10% já havia antes da pandemia. Atualmente agosto de 2021 pretende encerrar e voltar a utilizar apenas 10% de desconto no valor da diária.

Hotel 5: Contratou mais dois funcionários. Dos 20 apartamentos, atualmente existe uma obra de reforma/ampliação para mais 4 apartamentos.

Hotel 6: Manteve os mesmos parâmetros do período anterior.

Hotel 7: A taxa de ocupação aumentou cerca de 45% em relação ao período anterior.

A entrevistada comentou que cerca de 30% do número de hóspedes são turistas em busca de conhecer a cidade, os demais são pessoas relacionadas a negócios.

O número de funcionários foi mantido, no entanto precisou-se contratar mais uma pessoa.

O valor da diária foi mantido, havendo desconto para grupos de hóspedes.

Hotel 8: Nível de gastos caiu consideravelmente variando de 15 mil reais período antes pandemia 9 mil reais.

Voltou ao patamar antes covid

Hotel 6: Taxa de ocupação voltou a ser comparada com períodos de antes da pandemia de covid 19.

Hotel 9: Comportamento nas variáveis idênticas aos da maioria das amostras

5 CONCLUSÃO

Após analisar os resultados obtidos através de dados documentados e entrevistas ao setor hoteleiro decorrente ao impacto sentido pela propagação do vírus acarretando nas restrições sociais. Conclui-se que mesmo em casos de comportamentos diferentes em algumas das variáveis da amostra. Pois são empreendimentos diferentes com distintas formas de atração de turistas. No entanto, o conjunto de amostra conseguiu expressar de forma clara os impactos da pandemia de covid 19 no setor de turismo de negócio da cidade de Balsas-MA.

De início no primeiro período entre os meses março 2020 a junho 2020, o setor hoteleiro apresentou diminuições drásticas na taxa de ocupação, aumento nos cancelamentos de reservas alterando todo cenário atípico para região e época do ano. Decorrente desse fenômeno o faturamento do hotel caiu exponencialmente, chegando ao nível de retirada de dinheiro de determinados investimentos para aplicam-se no setor. Em função disto, metade dos entrevistados conseguiu manter o quadro de colaboradores. Enquanto a outra metade se viu na situação de dispensou funcionários mesmo com ajuda nacional aos empresários.

Em virtude da diminuição na taxa de ocupação, os níveis de gastos do empreendimento com materiais de limpeza, café da manhã, consumo de energia elétrica decaíram juntamente com os valores das diárias que além de porcentagens já trabalhadas em descontos chegou-se a necessidade de aplicar descontos mais agressivos.

No segundo período entre os meses julho ao mês de dezembro de 2020, a maioria das amostras se mantiveram com pequenas melhoras nas variáveis comparadas ao período anterior. Com tudo, cerca de 40% apontaram índices de melhoras nas taxas de ocupações. Vale ressaltar, que no geral nenhuma das amostras sentiu pioras no setor comparado ao período anterior.

No entanto, durante esse período a cidade de Balsas-MA, através de empresários

consolidou a inauguração da franquia hoteleira com investimento inicial de 7.360.000,00 ressaltando o raciocínio que mesmo em tempo de pandemia preferiu-se abrir o empreendimento ao invés de adiá-lo. Ou seja, os custos em mantê-lo fechado aguardando o melhor momento para abertura eram menores que o risco de inaugurá-lo mesmo em período de pandemia. Reforçando ainda mais o potencial do setor de turismo de negócios na região de Balsas-MA.

Atualmente, entre janeiro de 2021 a setembro de 2021, o setor de turismo de negócio apresentou melhoras comparadas com os dois períodos anteriores sentido na pandemia de covid 19. Com taxas de ocupação comparadas a momentos antes pandemia. Faturamento do hotel apresentando valores que compensam empréstimos retirados no momento de maior socorro. E mesmo com aumento nos números de óbitos a nível nacional, todos hotéis voltou a contratar colaboradores em números superiores aos dispensados durante a pandemia

Levando-se em consideração esses aspectos, como boa recuperação do setor de turismo de negócio, a poder público necessita realizar ações juntamente ao setor hoteleiro e aos acadêmicos para elaboração de metas visando expansão do turismo na região, ações relacionadas à necessidade de capacitação de profissionais, investimento em campanhas direcionadas aos turistas em sua ampla denominação e finalidades, parceria com os empresários do setor hoteleiro. O trabalho de forma planejada é garantia de aumento nos números do PIB municipal e de forma bem distribuída é sinônimo de qualidade de vida aos moradores e visitantes da cidade de Balsas-MA, diminuição nas taxas de desemprego, redução na criminalidade e redistribuição de renda, acarretando na redução da desigualdade social.

6 REFERÊNCIAS

ACEVEDO, C. R.; NOHARA, J. J. **Monografia no Curso de Administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de negócios e eventos: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. **Acompanhamento da Safra Brasileira de Grãos**. V.5 – Safra 2017-2018 – Primeiro Levantamento, outubro, 2017. Brasília: CONAB, 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre. Editora: Artmed. 2. Ed, 2010.

DIAS, R. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

APÊNDICE

TERMO DE CONSENTIMENTO

Eu, _____ (nome e RG do respondente), estou sendo convidado a participar do estudo denominado “Influência da Pandemia de Covid 19 no Setor de Turismo de Negócios da Cidade de Balsas – MA, cujos objetivos são: analisar os efeitos da pandemia no setor de turismo de negócios, em especial na rede hoteleira da cidade de Balsas – MA. A minha participação no referido estudo será no sentido de esclarecer como a pandemia vem afetando as operações do Hotel _____ (nome do Hotel). Estou ciente de que minha privacidade será respeitada, ou seja, meu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa me identificar ou ao hotel pesquisado, será mantido em sigilo. Os pesquisadores envolvidos são o sr. Fábio Sousa da Graça (fabioootontini@gmail.com), aluno do Bacharelado Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão - UFMA e o Professor Helma de Souza Pinto (helma@ufma.br) Tendo sido orientado quanto ao teor da pesquisa e compreendido a natureza e o objetivo do já referido estudo, manifesto meu livre consentimento em participar, estando totalmente ciente de que não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, por minha participação.

Balsas, ____ de setembro de 2021.

Assinatura do Respondente

Fábio Sousa da Graça

(Graduando do Curso Bacharel Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia pela Universidade Federal do Maranhão) e-mail: fabio.sg@discente.ufma.br

ROTEIRO PARA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

O objetivo da entrevista é fazer comparações entre o período anterior à pandemia com 3 períodos depois do início da pandemia do novo corona vírus no Brasil.

1º período – Primeiros meses da pandemia que vai mais ou menos de março/abril de 2020, quando foi decretado *lockdown* em diversas partes do país com fechamento do comércio entre outras medidas de restrição à circulação de pessoas, até aproximadamente julho/agosto de 2020 quando algumas medidas foram flexibilizadas.

2º período – entre junho/agosto de 2020 até meados de dezembro quando a segunda onda de covid-19 se agravou.

3º período – desde o início do ano de 2021 até agora.

Hotel: _____

	Períodos	Aumentou	Manteve-se	Diminuiu	Parâmetro
Taxa de ocupação	1º				
	2º				
	3º				
Taxa de reservas	1º				
	2º				
	3º				
Cancelamento de reservas	1º				
	2º				
	3º				
Faturamento do hotel	1º				
	2º				
	3º				
Número de funcionários	1º				
	2º				
	3º				
Nível de gastos	1º				
	2º				
	3º				

Número de quartos	1º				
	2º				
	3º				
Valor das diárias	1º				
	2º				
	3º				

Observações:

FÁBIO SOUSA DA GRAÇA
(Graduando do Curso Bacharel Interdisciplinar em Ciência e Tecnologia pela Universidade
Federal do Maranhão) e-mail: fabio.sg@discente.ufma.br

HELMA DE SOUZA PINTO
(Orientador)