

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO**

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária

Curso de Administração

**CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL DO TURISMO PÓS PANDEMIA  
DE COVID-19: UMA PERSPECTIVA SOBRE O MERCADO  
NACIONAL**

RAFAEL TEIXEIRA DE DOMENICO

São Paulo - SP

2023

**RAFAEL TEIXEIRA DE DOMENICO**

**CENÁRIO ECONÔMICO ATUAL DO TURISMO PÓS PANDEMIA DE COVID-19:  
UMA PERSPECTIVA SOBRE O MERCADO NACIONAL**

Projeto de pesquisa apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para elaboração de trabalho de conclusão de curso em Administração.

Orientador prof. Dr. Lawrence Chung Koo

São Paulo - SP

2023

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

Avaliação: \_\_\_\_\_

Assinatura do Professor-orientador: \_\_\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

Querida família, amigos e professores,

Hoje, com imensa gratidão e alegria, escrevo esta carta de agradecimento para expressar o quanto sou grato a cada um de vocês por todo o apoio, encorajamento e orientação ao longo da minha jornada acadêmica e neste trabalho de conclusão de curso.

A vocês, minha amada família, quero dedicar palavras cheias de amor e reconhecimento. Vocês estiveram ao meu lado em cada passo deste caminho, desde o primeiro dia de aula até este momento de celebração. Obrigado por acreditarem em mim, por me motivarem a seguir em frente e por serem minha fonte de inspiração inesgotável. Seu apoio incondicional e amor constante foram fundamentais para que eu alcançasse esta conquista. Sou verdadeiramente abençoado por ter vocês como minha base sólida e eterna.

Aos meus queridos amigos, quero expressar minha profunda gratidão por estarem presentes ao longo dessa jornada. Vocês foram os companheiros de risos, lágrimas e de inúmeras noites de estudo. Compartilhamos desafios e vitórias, e juntos criamos memórias preciosas que levarei para sempre em meu coração. Obrigado por me apoiarem, me incentivarem e por serem o suporte que precisei nos momentos mais difíceis. Vocês são a família que escolhi, e sou imensamente grato por cada um de vocês.

Aos meus estimados professores, quero expressar minha profunda admiração e gratidão por sua dedicação e compromisso com a minha educação. Suas aulas foram uma fonte constante de aprendizado e inspiração. Obrigado por compartilharem seu conhecimento, por me desafiarem a ir além dos meus limites e por me ajudarem a descobrir meu potencial. Suas orientações e conselhos foram inestimáveis para o meu crescimento acadêmico e pessoal. Sou grato por cada lição aprendida e por todas as oportunidades que me proporcionaram.

A cada um de vocês, família, amigos e professores, agradeço por acreditarem em mim, por me encorajarem e por serem pilares de apoio durante toda a minha jornada. Esta conquista não seria possível sem o amor, suporte e orientação que recebi de vocês.

Este trabalho de conclusão de curso é dedicado a todos vocês como um símbolo de gratidão e reconhecimento por fazerem parte da minha vida e por contribuírem de maneira significativa para o meu sucesso. Cada palavra escrita, cada ideia desenvolvida e cada desafio superado refletem a influência positiva que vocês tiveram em minha jornada acadêmica.

Que esta carta de agradecimento sirva como uma pequena forma de retribuir todo o amor, cuidado e apoio que recebi de vocês ao longo dos anos. Estou emocionado e honrado por compartilhar esta conquista com pessoas tão especiais como vocês.

Com profunda gratidão e amor,

**Rafael Teixeira De Domenico**

## DEDICATÓRIA

Querida família, professores e amigos,

É com profundo amor e gratidão que dedico este trabalho de conclusão de curso a cada um de vocês. Vocês foram pilares fundamentais ao longo dessa jornada, e sem o apoio e encorajamento de vocês, certamente não teria chegado a este momento.

À minha família, que sempre esteve ao meu lado, mesmo nos momentos mais desafiadores, dedico este trabalho com imensa gratidão. Vocês foram meu porto seguro, sempre me incentivando a perseguir meus sonhos e nunca duvidando das minhas capacidades. Cada conquista alcançada é também a de vocês, pois foram fundamentais para meu crescimento e sucesso.

Aos meus queridos professores, dedico este trabalho como um testemunho de sua dedicação e paixão pela educação. Vocês me ensinaram muito mais do que conteúdos acadêmicos; me inspiraram, despertaram minha curiosidade e me guiaram pelo caminho do conhecimento. Sua orientação e sabedoria foram inestimáveis e moldaram meu pensamento crítico e minha visão de mundo. Especialmente ao meu professor orientador Dr. Lawrence Chung Koo que sempre trouxe inúmeros ensinamentos sobre a vida, além de ser uma inspiração para mim em todos os sentidos.

E aos meus amigos, que estiveram presentes em cada etapa dessa jornada, esta dedicatória é um símbolo do vínculo especial que construímos ao longo dos anos. Vocês me apoiaram, encorajaram e me deram forças nos momentos de desânimo. Compartilhamos risos, lágrimas e experiências inesquecíveis, e sou imensamente grato por cada um de vocês.

Esta conquista não pertence somente a mim, mas a todos nós. Cada palavra escrita neste trabalho carrega um pedaço do amor, cuidado e incentivo que recebi de vocês. Espero que esta dedicação sirva como uma pequena forma de retribuir todo o apoio e confiança depositados em mim.

Que este trabalho seja não apenas um marco em minha vida acadêmica, mas também um lembrete constante do valor da família, da importância dos professores e da força da amizade. Obrigado por acreditarem em mim e por serem parte essencial da minha jornada.

Com amor e gratidão,

**Rafael Teixeira De Domenico**

## EPÍGRAFE

## RESUMO

Dados demonstram que ao longo de toda história, o turismo sempre se mostrou exposto a uma série de riscos sobre crises. Especificamente no caso da pandemia por Covid-19, notou-se preocupação no mercado do turismo marcada por ansiedade generalizada tanto por parte de comerciantes quanto de clientes, então impossibilitados de viajar. Portanto, o objetivo deste trabalho foi analisar as estratégias implementadas sobre os impactos da pandemia quanto ao consumo do turismo de lazer nacional em cenário atual, pós pandemia. Trata-se de um estudo representado por revisão bibliográfica desenvolvida a partir da pesquisa em bases de dados e análise de estudos primários de modo que as pesquisas foram realizadas nas bases de dados selecionadas, a partir de estratégia de busca que combine sinônimos das seguintes palavras chave: “turismo nacional” e “pandemia por COVID-19”. Foram considerados dados relevantes e publicados nos últimos cinco anos. As evidências demonstram que a formação na área do turismo e as suas expectativas de mercado, já vinham sendo pressionadas nos últimos anos antes mesmo da pandemia. Tal constatação se deve pelo fato de imposição verificada quanto as necessidades de alterações nos projetos pedagógicos do curso de nível superior turismo, sendo estes ainda mais rígidos do que modelos educacionais notadas atualmente em outras áreas. Apesar disso, o impacto momentâneo causado pela covid-19, assim como, o modo como a sociedade passou a lidar com a crise, fizeram com que a formação do turismo se visse em cenário real de urgência, até mais que em outros setores.

**Palavras-Chave:** Tecnologia da Informação. Profissionais do Turismo. Economia.

## **ABSTRACT**

Data show that throughout history, tourism has always been exposed to a series of risks related to crises. Specifically in the case of the Covid-19 pandemic, there was concern in the tourism market marked by generalized anxiety on the part of both merchants and customers, who were then unable to travel. Therefore, the objective of this work was to analyze the strategies implemented on the impacts of the pandemic on the consumption of national leisure tourism in the current, post-pandemic scenario. This is a study represented by a bibliographical review developed from research in databases and analysis of primary studies so that searches were carried out in selected databases, based on a search strategy that combines synonyms of the following keywords: “domestic tourism” and “pandemic by COVID-19”. Relevant data published in the last five years were considered. Evidence shows that training in the field of tourism and its market expectations have already been under pressure in recent years even before the pandemic. This finding is due to the fact of imposition verified regarding the needs of changes in the pedagogical projects of the higher education course in tourism, which are even more rigid than the educational models currently noticed in other areas. Despite this, the momentary impact caused by covid-19, as well as the way in which society began to deal with the crisis, meant that the formation of tourism was seen in a real scenario of urgency, even more than in other sectors.

**Keywords:** Information Technology. Tourism Professionals. Economy.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1.</b> Medidas municipais de turismo durante a pandemia de covid-19.....                            | 19 |
| <b>Figura 2.</b> Principais motivações para escolher um destino de turismo.....                               | 22 |
| <b>Figura 3.</b> Propósito da empresa CVC.....                                                                | 28 |
| <b>Figura 4.</b> Competências que serão cada vez mais valorizadas daqui em diante.....                        | 38 |
| <b>Figura 5.</b> Covid-19 e os setores impactados em níveis relativos.....                                    | 41 |
| <b>Figura 6.</b> Países com a maior parcela do PIB gerada por viagens diretas e turismo no mundo em 2019..... | 43 |

## **LISTA DE TABELAS**

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabela 1.</b> Principais atores responsáveis pelo turismo brasileiro..... | 35 |
|------------------------------------------------------------------------------|----|

## SUMÁRIO

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>INTRODUÇÃO.....</b>                                                | <b>12</b> |
| <b>METODOLOGIA.....</b>                                               | <b>15</b> |
| <b>CAPÍTULO 1. COVID 19 E O TURISMO.....</b>                          | <b>16</b> |
| 1.1 Impactos da pandemia sobre o mercado do turismo nacional.....     | 16        |
| 1.2 Políticas públicas de turismo para prevenir a covid-19.....       | 18        |
| <b>CAPÍTULO 2. CENÁRIO DO TURISMO NO PÓS PANDEMIA.....</b>            | <b>20</b> |
| 2.1 Transformações e novas tendências.....                            | 20        |
| 2.2 Uso da tecnologia como importante aliado de retomada.....         | 24        |
| 2.3 Inserção do profissional de turismo no pós pandemia.....          | 26        |
| <b>CAPÍTULO 3. CENÁRIO PROSPECTIVO.....</b>                           | <b>34</b> |
| 3.1 Principais empresas de turismo do país.....                       | 34        |
| 3.2 Principais atores e variáveis do turismo brasileiro.....          | 35        |
| 3.3 Expectativa sobre o mercado do turismo.....                       | 36        |
| <b>CAPÍTULO 4. A PESQUISA.....</b>                                    | <b>40</b> |
| 4.1 Descrição dos principais resultados.....                          | 40        |
| 4.2.1 Tipos de turismos mais afetados com a pandemia.....             | 41        |
| 4.2.2 Tipos de turismo que melhor se recuperaram no pós pandemia..... | 45        |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                      | <b>47</b> |
| <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                                | <b>48</b> |

## INTRODUÇÃO

A Covid-19 denota problema de saúde com origem infecciosa que foi descrita pela primeira vez no ano de 2019, na China. Nos meses seguintes a imprensa notificou uma rápida multiplicação do vírus pelo mundo em velocidade que alarmou todos os segmentos da sociedade em razão da gravidade dos comprometimentos resultantes da doença, fazendo com que a Organização Mundial da Saúde (OMS) decretasse cenário de pandemia mundial (EICHNER, 2009; EVERINGHAM, 2020). Sendo assim, devido ao fato de se tratar de um doença até então pouco conhecida, e por isso, sem existência de vacinas preventivas ou outros métodos devidamente comprovados, associada a elevada mortalidade observada e falta de leitos para demanda de pacientes contagiados, medidas diversas incluindo o distanciamento físico foram recomendadas, fato que impactou a economia mundial, já que as portas de diversos segmentos comerciais se viram na obrigatoriedade de fecharem por diversos momentos, a fim de minimizar o contágio (ATZRODT et al., 2020).

Neste contexto, nota-se que os problemas decorrentes da pandemia não se limitaram a tragédia denotada pelo elevado número de óbitos como também, houve impactos negativos sérios relacionados a crise econômica acompanhada por fechamento de empresas, desemprego, fome e inadimplência, caracterizando cascata de crise em toda cadeia produtiva em âmbito mundial (ATZRODT et al., 2020). A partir disso, muitos setores se viram na necessidade de implementar alterações ao marketing utilizado, com intuito de ofertar ao cliente possibilidades capazes de atender suas dores e demandas em período atual, totalmente inédito a tudo já vivenciado anteriormente. Com isso, atividades comerciais online e relacionamento com cliente exclusivamente virtual, sem contato físico, passou a ser uma opção viável, o que, no entanto, teria de ser adaptada visto que em setores como turismo, é impossível que a comercialização ocorra exclusivamente online, visto que este inclui deslocamento por si só (COSTA & FIGUEIREDO, 2020).

Em contrapartida, ao considerar-se o desenvolvimento, verifica-se que o turismo contempla importante estratégia útil por gerar empregos e rendas, representando inclusive a atividade principal para geração de renda em diversas regiões do Brasil e do mundo. Tal fato tende a elevar vulnerabilidade quanto a alguns destinos em detrimentos de condições extremas capazes de atrapalhar tais atividades de geração de renda, a exemplo da pandemia. Outros exemplos que interferem nesses modelos incluem conflitos, guerras, desastres ambientais, terrorismo, pandemia e zona de convergências intertropicais, sendo estes potenciais fatores que

prejudicam o fluxo normal do turismo de determinada região além de comprometer as atividades comerciais do local (LACERDA et al., 2022).

Neste sentido, muitos são os estudos que investigam os impactos mencionados sobre as atividades de turismo, de modo que estes apresentam potenciais riscos, ameaças e crises sobre as atividades deste setor (LACERDA et al., 2022). Assim, dados demonstram que ao longo de toda história, o turismo sempre se mostrou exposto a uma série de riscos sobre crises. Especificamente no caso da pandemia por Covid-19, notou-se preocupação no mercado do turismo marcada por ansiedade generalizada tanto por parte de comerciantes quanto de clientes, então impossibilitados de viajar.

A fragilidade do turismo em meio a diversas fontes de exposição, são justificadas pela preocupação primária do ser humano com relação a segurança e proteção, visto que na presença de ameaças, a escolha da maioria é de se manterem seguros em casa (HIGGINS-DESBOLLES, 2020). Com isso, faz-se importante considerar tais elementos primordiais para que seja possível entender o papel do turismo enquanto atividade econômica totalmente dependente de bons níveis de segurança e integridade social, além de ambiente, das localidades. Exatamente por tal contexto que molda o turismo, nota-se que este espelha-se em cascata de influências diversas, o que justifica não ter sido histórico, ao contrário, trata-se de atividade recente, que só ficou popular e acessível nas últimas décadas.

Ao considerar-se especificamente a pandemia de Covid-19 verifica-se que as atividades de muitos países, incluindo viagens nacionais e internacionais foram canceladas por longos períodos, cessando por completo tais ações em muitos momentos, visto que por si só, o turismo representava vetor de contágio e que, portanto, deveria ser contido. Isso porque no começo da disseminação do vírus, as viagens foram destacadas por serem importantes responsáveis, devido a rápida propagação da pandemia. Consequentemente, em resultado a pandemia, o setor de turismo sofreu impacto negativo correspondente sem precedentes desde a Segunda Guerra Mundial. Além disso, mesmo depois do início da vacinação, as atividades econômicas foram retomando aos poucos, sendo o setor de turismo um dos últimos a reabrir, fato que comprometeu ainda mais o orçamento (FUNDAÇÃO OSVALDO CRUZ, 2020). A partir do exposto e ao considerar-se o panorama caracterizado pelo impacto da pandemia sobre o setor de turismo, faz-se necessária investigação para apresentar cenário atual nos pós pandemia e reabertura das atividades de turismo nacionais e internacionais.

Reflexões sobre alguns pontos respaldaram a justificativa do presente trabalho. Associado aos pontos mencionados, a primeira justificativa que norteou a sugestão do presente

projeto de pesquisa é baseada no momento de tensão que assombrou o mundo todo e impactou todos os setores da sociedade, incluindo a economia, pelos impactos da pandemia do covid-19. Isso porque, a configuração que se instalou durante a pandemia foi representada por isolamento social obrigatório e fechamento de atividades comerciais presenciais por diversos períodos. Assim, é notório o quanto a pandemia impactou a economia, obrigando que todos os segmentos de mercado se reinventassem para manterem suas vendas em alta. No entanto, essa tarefa foi impossível para alguns setores, devido ao fechamento completo e obrigatório, inviabilizando giro comercial nestes casos, como por exemplo no turismo. Tal fato, gerou impacto negativo, levantando interesse sobre o estado atual deste setor, a partir de compreensão das estratégias adotadas no período pós pandemia, para reaquecer as atividades voltadas ao turismo.

Sendo assim, o problema de pesquisa que norteou a sugestão do presente estudo contempla a relevância notada sobre responder a seguinte pergunta: “Quais as estratégias utilizadas atualmente pelo mercado do turismo, com intuito de retomar o fluxo de caixa em níveis satisfatórios?” Portanto, o objetivo deste trabalho foi analisar as estratégias implementadas sobre os impactos da pandemia quanto ao consumo do turismo de lazer nacional em cenário atual, pós pandemia.

O presente trabalho será estruturado e distribuído em introdução e 4 capítulos organizados do seguinte modo: Introdução – Serão apresentados elementos que contextualizam o tema a partir de resumo, justificativa, problema e objetivos a serem respondidos por meio desta pesquisa e a metodologia utilizada. Capítulo 1 – Incluirá fundamentação teórica acerca dos principais impactos da pandemia por covid-19 no mercado do turismo. Capítulo 2 – Será apresentada fundamentação teórica acerca dos desdobramentos pós pandemia na retomada do turismo. Capítulo 3 – Serão demonstradas perspectivas futuras acerca da constante retomada do turismo. Capítulo 4 – Por fim, no último capítulo serão apresentados os principais achados, incluindo as empresas e turismo mais importantes do país e os setores de turismo mais prejudicados com a crise, bem como, os setores que melhor têm se recuperado diante do momento pós pandemia. Na sequência será apresentada considerações finais para responder ao objetivo do estudo proposto inicialmente.

## **METODOLOGIA**

Trata-se de um estudo representado por revisão bibliográfica desenvolvida a partir da pesquisa em bases de dados e análise de estudos primários. Desse modo, os procedimentos metodológicos necessários para a realização de pesquisas neste modelo, a classificam como sendo descritiva e exploratória. Neste sentido, a pesquisa descritiva tem como intuito primário demonstrar dados e informações referentes a acontecimento específico, isso porque estabelece relação e entendimento entre características pontuais do assunto. No que se refere a pesquisa exploratória, está objetiva apresentar desenvolvimento e esclarecimento sobre o tema delimitado, reunindo informações similares apresentadas recentemente na literatura sobre o tema de pesquisa proposto (GIL, 2019). Assim posto, pesquisas com carácter descritivo e exploratório são complementares entre si ao agregar elementos que permitem entendimento mais profundo sobre determinado assunto.

Sendo assim, fica claro que as pesquisas descritiva e exploratória se complementam ao buscar um aprofundamento do entendimento em determinada área do conhecimento, reconhecendo oportunidades e desvantagens, mapeando as condições relevantes de determinados fenômenos e comportamentos, de modo à contribuir com a forma de compreender e desenvolver os objetivos da pesquisa, explorando e reunindo diferentes informações fundamentais para realização de todo estudo, ao demonstrar ainda, métodos e análises dos mais variados indicadores e como isso poderá afetar na tomada de decisão.

Ainda, a pesquisa científica inicia-se na execução da pesquisa bibliográfica ao inserir o pesquisador em uma busca de obra já existentes o que garante a este, conhecimento sobre o que já se sabe a respeito e o que já foi pesquisado sobre o tema. Tal conhecimento, agrega as ferramentas necessárias para que o pesquisador, fundamentado em dados literários, sugira pesquisa relevante, pertinente e que responda a uma lacuna evidente. A pesquisa bibliográfica, para Souza, Oliveira; Alves (2021, p.65) é assim definida: “A pesquisa bibliográfica está inserida principalmente no meio acadêmico e tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas”.

Pesquisas foram realizadas nas bases de dados selecionadas, a partir de estratégia de busca que combinou sinônimos das seguintes palavras chave: “turismo nacional” e “pandemia por COVID-19”. Foram considerados dados relevantes e publicados nos últimos cinco anos.

## **CAPÍTULO 1. COVID-19 E O TURISMO**

Ao longo deste capítulo será realizada breve contextualização literária para descrever informações e características importantes da situação do turismo durante a pandemia por covid-19.

### **1.1 Impactos da pandemia sobre o mercado do turismo nacional**

O turismo nacional engloba setor com influencia relevante na economia nacional visto que tal atividade é responsável por gerar grande quantidade de empregos, representando em média 3% do total de empregos gerados no país, incluindo cargos de diferentes níveis de qualificação ao englobar desde mão de obra com ensino superior e fluência em vários idiomas estrangeiros até indivíduos com baixo nível de escolaridade e início recente no mercado de trabalho, sem experiência prévia (CEIC, IBGE, 2020).

Nota-se que ao considerar-se o setor de lazer da sociedade atual, o turismo representa uma das atividades mais importantes deste setor, sendo responsável por relevante movimentação econômica bem como, interações sociais fundamentais a qualidade de vida e aquisição de conhecimentos culturais e históricos sobre regiões visitadas (BOHLANDER, 2021). Ademais, o turismo é responsável por gerar emprego e renda há milhares de brasileiras além de fomentar o desenvolvimento econômico de regiões turísticas, além de denotar notável valorização de patrimônios de origem naturais e monumentais.

Outra vantagem advinda do turismo representa-se pelo rompimento de fronteiras físicas, fundamental para auxiliar a sociedade como um todo, no entendimento e superação quanto a possíveis desigualdades sociais e preconceito (SATHIENDRAKUMAR, 2013). Por outro lado, alguns pontos negativos do setor são representados pelo elevado nível de instabilidade na presença de crises, isso porque, sendo uma atividade de lazer, considerada não essencial à vida, em cenários de retenção econômica, obviamente muitos deixam de viajar para arcar com custos básicos e essenciais como: moradia, saúde, educação e alimentação. Sendo assim, indivíduos que tiram sua renda do turismo, devem ter ciência quanto a mencionada instabilidade do setor, o que pode em alguns momentos, comprometer a renda obtida e gerar comprometimentos financeiros em níveis variados. Outro ponto negativo se refere a influência do clima, que em muitos locais pode comprometer o fluxo do turismo em algumas épocas do ano, tornando novamente o fluxo econômico escasso em muitos períodos do ano. Demais fatores responsáveis

por impactar o turismo incluem declaração de guerras, colapsos econômicos e pandemias, como a verificada com a covid-19 (SATHIENDRAKUMAR, 2013).

A este respeito, considerando-se especificamente os danos gerados pela pandemia de covid-19, estas contemplaram notícias diárias em todo mundo, com números atualizados muitas vezes em tempo real. A elevada velocidade das informações divulgadas, por sua vez, tornaram possível observação com relação aos prejuízos econômicos que foram crescentes e resultaram em mudanças nos setores diversos, englobando inclusive aspectos culturais e sociais, visto que impactou no modo do convívio familiar e limitou as possibilidades de lazer bem como, atualizou modos de trabalho, momento no qual o home office ficou mais evidente que nunca antes na história e mesmo após o período crítico da crise, tal modelo de trabalho parece de manter em muitos locais (UWNTO, 2020).

A exemplo de impacto econômicos no turismo, dados demonstram prejuízos financeiros próximos ao valor aproximado de USD 2,8 trilhões de dólares (WTTC, 2019). Assim, como exposto, ainda que as crises econômicas sejam caracterizadas por impactar sobre o mercado mundial de modo amplo, respingando em todos os setores, aqueles com demanda flutuante, sazonal e principalmente considerados “dispensáveis” em cenários de perigo, encontram-se mais expostos ao risco de falência econômica. A exemplo, o turismo se enquadra nas características de setor flutuante descrito, o que justifica o expressivo impacto ocorrido neste contexto em específico.

De acordo com o estudo de Tomé (2020) a pandemia além da inestimável perda de milhares de vida, gerou desemprego, comprometimento de renda sobretudo em pequenos e médios negócios. Também, o mesmo estudo destaca que no setor de turismo, os hotéis foram os últimos a retomar suas atividades e, portanto, a recuperação das receitas geradas se iniciou apenas em meados de 2021.

No entanto, ainda que seja evidente presença de importante sensibilidade no ramo do turismo, crises anteriores demonstram que o setor conseguiu historicamente se recuperar bem, após impacto direto. Um exemplo foi a crise financeira verificado no ano de 2008, que mesmo tendo influenciado do modo expressivo o turismo, as atividades deste tomaram folego expressivo nos anos seguintes, denotando crescimento significativo a partir do ano de 2010. Tal dado indica capacidade favorável de recuperação e contempla boas estimativas relacionadas ao pós pandemia de covid-19 (CLEMENTE et al., 2020)

## **1.2 Políticas públicas de turismo para prevenir a covid-19**

As políticas públicas tem por função reforçar medidas públicas, caracterizadas por contexto multidisciplinar que considere distintos setores sociais, como por exemplo: saúde, segurança, transporte, lazer, educação e esporte. Neste cenário, de acordo com o estudo de Fernandes (2007) o principal objetivo das políticas públicas é fomentar medidas e iniciativas voltadas a resolução dos problemas sociais, em todos os mencionados setores, por meio de estratégias suficientes por ampliar as dimensões políticas e auxiliar em importantes tomadas de decisões bem como, negociações sociais.

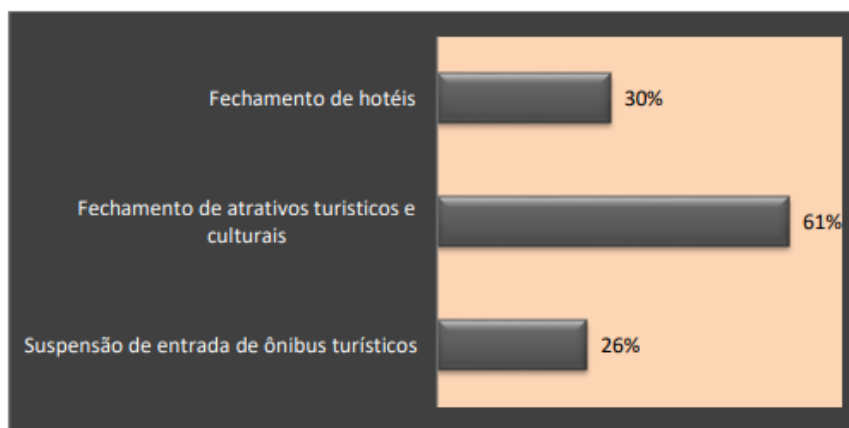
Sendo assim, nota-se que a boa gestão de tais políticas é representada por um Estado centrado no desenvolvimento de projetos de governo que priorizem ações voltadas de modo oportuno, aos âmbitos mencionados, e considere tanto interesses como os problemas presentes na sociedade, de modo a propor efetivas medidas resolutivas. Em especial no contexto de pandemia por covid-19, o governo desenvolveu políticas públicas voltadas a contenção do problema, bem como auxílio com relação aos prejuízos verificados. No entanto, apesar dos esforços implementados, há de se convir que nenhum político no mundo esperava o cenário vivenciado e, portanto, não houve um preparo prévio de gestão para o mesmo, o que resultou em muitos momentos, em ações incertas, duvidosas e até mesmo perigosas ao expor a economia mundial ao risco iminente (MOTOMURA, 2022).

Apesar de cenários inesperados, a exemplo do vivenciado pela pandemia do covid-19, é imprescindível que as políticas públicas sejam pautadas em estabilizar crises e com isso, viabilizar boas condições de segurança aos indivíduos, partindo de preceitos que atendam princípios eficazes e democráticos, considerando decisões capazes de considerar tanto impactos, quanto benefícios econômicos e sociais. Tais políticas públicas, conforme mencionado, devem ser pensadas de modo a atender todos os setores sociais (CLEMENTE et al., 2020).

A exemplo, considerando-se o setor do lazer, importante atividade econômica neste âmbito é representada pelo turismo, o qual por sua vez, foi diretamente afetado pelas mencionadas políticas públicas determinadas durante o período de pandemia, em níveis Federal, Estadual e Municipal de modo a conter e diminuir os impactos gerados pela rápida disseminação do vírus. No entanto, se por um lado tais políticas públicas foram importantes por manter a seguridade dos indivíduos por outro, resultou em importantes impactos econômicos no setor do turismo (CLEMENTE et al., 2020). A exemplo, na imagem abaixo são apresentadas

algumas das medidas de políticas públicas, em nível municipal, considerando o estado de São Paulo, publicadas no referido período.

**Figura 1.** Medidas municipais de turismo durante a pandemia de covid-19.



**Fonte:** CLEMENTE et al., 2020, p. 81

Além disso, dados demonstram que ao considerar-se especificamente os hotéis, o percentual apresentado na figura 1 se relaciona a estabelecimentos fechados exclusivamente para finalidades turísticas, mas eventualmente disponíveis para finalidades que incluíssem por exemplo estadia de profissionais de saúde e repatriados (CLEMENTE et al., 2020). Ao considerar-se a interrupção quanto a entrada de ônibus, ainda no contexto mencionado, este ocorreu especialmente em cidades litorâneas ou com pontos turísticos que denotassem alto fluxo de pessoas em feriados e fins de semana (CIET, 2020).

Sendo assim, é visível que o setor se manteve incerto quanto a retomada normal de atividades por todo período, já que o ineditismo associado a gravidade da situação, inviabilizou a proposição de políticas públicas claras, no que se refere a retomada do setor a longo prazo, já que uma estimativa para a retomada do turismo nunca foi muito óbvia ou certa. Além disso, outro ponto de discrepância verificado se refere a pouca ou nenhuma (em alguns casos) integração e articulação verificada entre as políticas públicas propostas considerando-se níveis Federal, Estadual e Municipal no setor do turismo, visto que o direcionamento em muitos casos foram diferentes ao longo do período, fato que resultou em importante limitação tanto quanto ao controle efetivo da doença ao mesmo tempo que contemplou cenário de desigualdade quanto as oportunidades de cada região manter ou não suas atividades de trabalho em fluxos normais (CLEMENTE et al, 2020).

De acordo com o estudo de Abrucio (2005) se faz fundamental a presença de sistema bem governado, representado por uma coordenação em nível intergovernamental enquanto importante solução para viabilizar equilíbrio saudável e bons níveis de competição entre diferentes regiões, com intuito tanto de melhorar a utilização de recursos disponíveis, quanto ajudar governos com menores capacidades de estrutura física e financeira, por meio de incentivos efetivos.

Complementarmente, o estudo de Neves et al (2020) destaca que as pandemias tendem a denotar curso similar, e portanto, os eventos ocorridos no passado auxiliaram nas projeções relacionadas a estruturação de estratégias voltadas a minimizar os impactos possíveis, com intuito de auxiliar no desenvolvimento tanto de medidas públicas quanto privadas e assim, fornecer respaldo à comunidade, empresas e sociedade como um todo, visto que as consequências são notadamente catastróficas em casos como o cenário observado durante a covid-19. Assim, no setor do turismo, nota-se que diferentes reações vistas em cada tipo de serviço turístico prestado foi moldado a partir de plano de contingência específico a singularidade de cada contexto.

## **CAPÍTULO 2. CENÁRIO DO TURISMO NO PÓS PANDEMIA**

Neste capítulo serão explorados dados a respeito da atividade do turismo no período pós pandemia, onde serão descritas as principais transformações bem como padrões atuais do mercado nacional.

### **2.1 Transformações e novas tendências**

A partir da disponibilização de vacinas e o consequente avanço na vacinação em massa por todo país, o processo de retomada gradual das atividades interrompidas despertou expectativa otimista para diversos setores de mercado, como o turismo, visto que o enfrentamento da pandemia demonstrava bons resultados. O longo período de reclusão, mais do que nunca, gerou nas pessoas um desejo genuíno em fazer tudo que o não fizeram durante a pandemia, incluindo reuniões sociais, idas a bares e restaurantes, festas e principalmente viagens (SIQUEIRA, MULLER e SILVA, 2022).

Pra se ter ideia, no ano de 2022 mais de 70% da população brasileira já se encontrava imunizada e com isso, a retomada do turismo se iniciou gradualmente, ainda no ano de 2022 (A VOZ DA SERRA, 2022). O mencionado retorno, requer consideração ampla, sobre múltiplas variáveis isso porque, o cenário atual passa a denotar alteração de paradigma quanto às motivações turísticas atuais, que se mostram distintas daquelas verificadas pré pandemia (AZEVEDO E SIMÕES, 2021). Além disso, as configurações e desdobramentos da pandemia, naturalmente resultaram em alteração no comportamento do turista bem como, do chamado “novo normal”, o que demandou necessidade inata de reestruturação social e dos diversos setores, inclusive do turismo.

O estudo de Stanov et al (2020) menciona que a crise gerada pela pandemia de covid-19, passou a fornecer espaço e tempo para que os sujeitos pudessem refletir sobre o isolamento, pensando nos comportamentos turísticos tidos antes do período. Complementarmente, o estudo de Everingham e Chassagne (2020) relatou que o período obrigou que profissionais do turismo repensassem nas estratégias utilizadas, baseadas nas necessidades atuais pós pandemia, que parece indicar modelo de consumo exagerado, talvez em busca da lacuna deixada durante o período de isolamento.

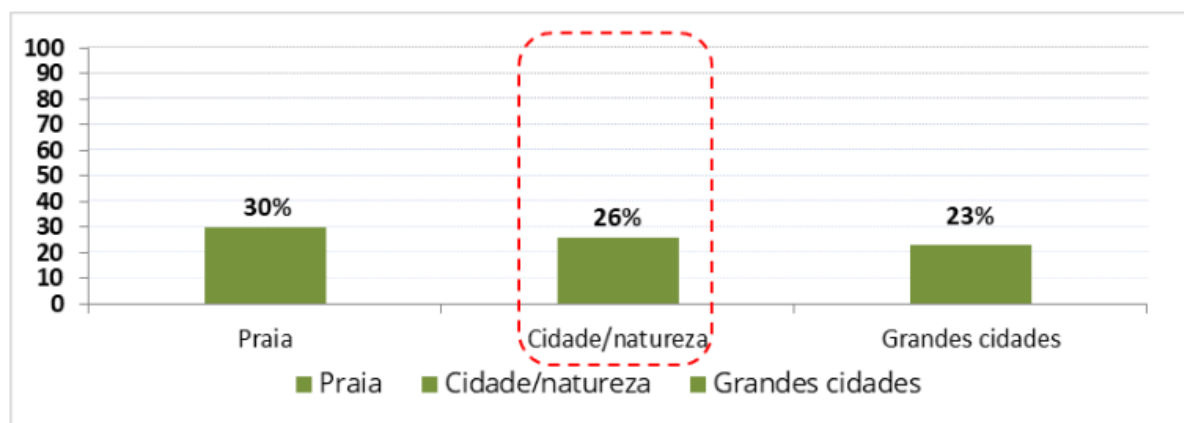
Além disso, aquele turismo anteriormente bem básico, voltado a atividades que incluem sol e mar passou a se aproximar que turismo voltado a recursos naturais e ruralidade, que desde sempre tem seu marketing associado a benefícios psicológicos e físicos aos turistas, em razão a tranquilidade e equilíbrio proporcionados pela natureza, baseados atualmente em preceitos de sustentabilidade, que vem sendo cada vez mais um aliado do turismo na atração de clientes.

Já as restrições impostas para viagens internacionais bem como, elevação do valor das passagens nestes casos, aumentaram o olhar do turista brasileiro para opções realizadas em território nacional, atreladas ao desejo de vivenciar novas experiências e sensações, em lugares nunca antes visitados. A este respeito, o estudo de Silva et al., (2022) menciona que o atual interesse do turismo nacional, sob o ponto de vista econômico, social e ambiental, tem relevância indiscutível para setores diversos do país. Ademais, a preferência por lugares próximos a natureza, ainda acentua o desejo em manter distanciamento social em algumas situações, cenário que passou a ser preferível por muitos.

Ademais, nota-se que além da preferência atual por destinos nacionais, em razão dos motivos mencionados, é acrescida pela vantagem da rapidez, o que viabiliza oportunidade de realizar viagens rápidas, de por exemplo dois a três dias. Períodos de férias e recesso também tem despertado o desejo de aproveitamento máximo, por meio de viagens, para ir até novos destinos e lugares. Neste sentido, as viagens de carro em família também têm apresentado crescente opção dentre brasileiros, em razão das vantagens financeiras e logísticas que tal opção representa. Em relação a motivação para o turismo, dados demonstram que os brasileiros fazem tal atividade principalmente pelo lazer (88% dos casos), sendo que a escolha do destino é diretamente influenciada por conforto pretendido a depender das companhias (SIQUEIRA, MULLER e SILVA, 2022).

Abaixo, a figura 2 demonstra uma pesquisa que verificou as principais motivações de turistas para escolherem determinado destino, nacional ou internacional.

**Figura 2.** Principais motivações para escolher um destino de turismo.



**Fonte:** Industry Insights-Telecom, Plataforma e Serviços de educação -Globo, 2022.

De acordo com os dados verificados acima, nota-se aparente equilíbrio referente a motivação dos turistas no momento de escolher seus destinos preferidos. Entretanto, é importante notar que destinos próximos à natureza têm demonstrado interesse crescente, visto que muitos já são até mesmo mais buscados que centros urbanos renomados no país caracterizados por atividades turísticas já consolidadas. Com isso, as atividades executadas na natureza, como trilhas, banhos de cachoeira e ecoturismo se destacam na atualidade como atividades chaves expressivamente buscadas nesse momento de retomada das atividades turísticas. Outra atividade em alta, realizada na natureza é o cicloturismo, que têm influenciado na venda de bicicletas por todo país, favorecendo este nicho (A VOZ DA SERRA, 2022).

Associado aos pontos mencionados, o número de destinos novos criados nos últimos anos, também favorece o interesse por atividades até então, inéditas. Ademais, conforme mencionado anteriormente, atividades turísticas associadas a sustentabilidade, têm sido cada vez mais relevantes no momento de escolha do destino turístico, isso porque a compreensão quanto aos impactos ambientes gerados por diversas ações humanas, tem despertados no indivíduos cada vez mais a mentalidade de consciência social, o que explica escolhas conscientes, capazes de aliar atividades turísticas de lazer bem respaldadas por condutas éticas pelos prestadores de serviços selecionados (SIQUEIRA, MULLER e SILVA, 2022).

Também, o estudo de Amadeus (2021) analisou a busca por atividades turísticas mais responsáveis e sustentáveis, considerando que a preservação de recursos naturais se mostra questão social importante. O mesmo estudo afirma ainda que os turistas cada vez mais, incluem como premissa no cenário pós pandemia, a busca por condições que previnam e garantam

biossegurança quanto as medidas de saúde e higiene preconizadas. Portanto, os clientes parecem atualmente denotar crescente interesse por lugares próximos a natureza, além da escolha por prestadores de serviços que garantam espaço e medidas de cuidado e preservação, resultando em viagens tranquilas, seguras, responsáveis e livres.

## **2.2 Uso da tecnologia como importante aliado de retomada**

Conforme exposto ao longo deste trabalho, as consequências da pandemia de covid-19 não se restringiram à saúde, tendo desdobramentos sobre todo e qualquer setor social. Assim, de acordo com o estudo de Tarin (2020) o impacto foi desastroso, correspondendo a problema de extrema complexidade por envolver distintas situações, perspectivas e expectativas, tornando o cenário de ordem emergencial durante muitos meses e as coisas só começaram a se acalmar gradualmente no momento que vacinas foram desenvolvidas e disponibilizadas à população. Assim, foi necessária sabedoria para o desenvolvimento de novos saberes e estratégias para lidar com cenário nunca antes vivenciado.

Exatamente neste cenário de necessidade quanto ao uso de novos saberes e estratégias a implementação quanto ao uso de tecnologias da informação e comunicação ganharam destaque enquanto atores principais e potenciais por preservarem o mercado econômico, pelo menos em partes (FREITAS; MELO; AZEVEDO; OLIVEIRA; SA, 2020). Neste contexto, a infraestrutura tecnológica deve ser pautada em ótica que considere resiliência, visto que podem se alterar para cada tipo de crise bem como, retorno de normalidade. Sendo assim, nota-se que a tecnologia desempenha papel fundamental, independente do momento econômico, seja ele caracterizado por crise ou não.

Complementarmente, o estudo de Silva et al., (2022) mencionam acreditar que investir em qualificação de serviços, experiência, tecnologias, inovação e segmentação contemplam ações básicas ao sucesso econômico de qualquer setor. Ademais, antes mesmo da pandemia de covid-19 as tecnologias de informação e comunicação já eram evidentes e expressivas no setor do turismo e, inclusive, o setor se desenvolveu após implementação de tais estratégias, já que viabilizou novos modelos de negócio em consonância ao perfil de necessidades do consumidor contemporâneo. A partir dessa visão, o turismo representa atividade pós modernidade, que faz uso contínuo e acentuado da informação, se utilizando de tais conhecimentos para aquisição de vantagem competitiva entre concorrentes de mercado (SIQUEIRA, MULLER e SILVAM, 2022).

Sendo assim, a tecnologia e a informação denotam elementos centrais do turismo trabalhado de modo estratégico. Sobre o período de pós pandemia, nota-se que tal premissa só foi reforçada, tendo em vista que o uso da tecnologia continua conquistando espaço e se mostrando mais indispensável que nunca (SILVA et al., 2022). Portanto, evidentemente tais recursos representam ferramentas básicas para o retorno de sucesso da economia do turismo baseado em um sistema de informação bem pensado e estruturado.

Ademais, um conceito contemporâneo à pandemia, são os destinos turísticos inteligentes, sendo estes representados por locais que usam de estratégias tecnológicas para otimizar maior fluxo de oferta e geração de valor, prazer e experiências ao turista, baseados no estímulo de sensações riqueza, conforto e luxo. Em consequência, as empresas tendem a aumentar seus lucros e benefícios para destinos nos quais tal ferramenta é utilizada. Com isso, também é possível dizer que as tecnologias de informação são responsáveis por criar local que associa inovação, cooperação e desenvolvimento de novas oportunidades.

Ao passo que as mencionadas cidades inteligentes atuam na busca por melhorias sobre as condições de vida dos cidadãos, os chamados destinos turísticos inteligentes, atuam com ênfase para otimizar a experiência positiva do turismo, possível graças a integração e uso das tecnologias de informação nos destinos que já se utilizam de tais possibilidades. Logo, a tecnologia vem de encontro para contribuir com as atividades turísticas locais, o que é possível graças a tecnologias inteligentes que colaboram no processo de gestão das cidades e também dos destinos.

Acredita-se que o perfil dos turistas contemporâneas, em geral conhecem as funções das mencionadas tecnologias, e inclusive realizam acesso frequente em plataformas que veiculam anúncios de viagem, antes mesmo que a viagem se quer esteja programada, já se trata de um perfil que prioriza conforto e praticidade (SIQUEIRA, MULLER e SILVAM, 2022).

Um ponto adicional positivo aos mencionados destinos turísticos inteligentes é denotado por incentivo a medidas de sustentabilidade. A este respeito, o estudo de Amadeus (2021) conclui que um dos pilares da tecnologia de informação é a sustentabilidade voltada a aspectos sociais, ambientais e econômicos. Além disso, diversas estratégias já foram aplicadas à diversos destinos brasileiros, a exemplo de treinamentos de capacitação, inclusão social dos residentes as atividades turísticas, avaliação da qualidade do ar, gestão adequada de resíduos de água e energia, dentre tantos outros, possíveis por meio da implementação de tecnologia de informação.

### **2.3 Empresas de turismo renomadas no país**

A legislação brasileira conceitua as agências de turismo como: “tipo de sociedade que tenha por objetivo social, exclusivamente, as atividades de turismo”. Assim, as ações podem ser dar de modo direto ou ainda por representação via empresas especializadas na prestação de venda e suporte de serviços turísticos, de acordo com o previsto por meio do Decreto-lei nº 84.934, de 21 de julho/1980. O mencionado decreto ainda regulamenta todas as ações, atividades e serviços prestados por agências de turismo, de modo que devidamente regulamentar seu funcionamento (LAGO e CANCELLIER, 2005).

A mencionada lei entende como sendo atividades de exclusividade das agências de turismo: 1) vendas comissionadas; 2) intermediações remuneradas para venda de passagem, passeio, viagem e excursão; 3) intermediações remuneradas para reservar locais; recepcionar, prestar serviço de transferência e assistência especializada; 4) organização da viagem e excursão, seja em âmbito individual ou coletivo; 5) representação de empresa transportadora, hospedagem ou demais prestadora de serviço turístico; e 6) divulgar em canais apropriados, propaganda e publicidade dos serviços ofertados.

Ademais, a referida legislação nacional ainda preconiza liberação das seguintes atividades a serem executadas por agências de turismo: processo de legalização dos documentos necessários para viagens nacionais e internacionais; reserva e venda de pacotes turísticos comissionada que poderá incluir ingressos para passeios e eventos de diferentes tipos; transporte turístico; resolução de problemas associados ao extravio de bagagens; agenciamento de carga; oferta de serviços para eventos científicos de diferentes tipos; operação de câmbio manual, em consonância à todas recomendações preconizadas pelo Banco Central; e demais serviços a serem devidamente sinalizados pela Embratur.

Especificamente no artigo 4º, da mencionada lei, nota-se que as agências de turismo podem ser classificadas em uma das duas opções de categoria, sendo: 1) agências de viagens e turismo; ou 2) agências de viagens. Assim, de acordo com o previsto, as agências de viagens e turismo tem o direito de trabalhar operações de modo livre, no âmbito da organização de excursões por todo território nacional e exterior. Por sua vez, as agências de viagens ficam vetadas de realizarem viagens para o exterior, sendo suas excursões limitadas a operação rodoviária (LAGO e CANCELLIER, 2005).

Portanto, nota-se que as nomenclaturas de agências de viagem ou ainda, agências de viagem e turismo são utilizadas de modo mais amplo, para determinar os tipos de empreendimentos a serem realizados via intermediações, a exemplo de diferentes operadores

de ônibus e avião. É comum que a academia e o ramo de profissionais turísticos, se utilizem das nomeações mencionadas para tornar claro o tipo de agência e demais intermediários, incluindo operadores, agências emissivas receptivas e agências de câmbio (LAGO e CANCELLIER, 2005).

No que se refere as agências de turismo mais renomadas e conhecidas em âmbito nacional, nota-se relevância dada as seguintes empresas: CVC; Hotel Urbano; Expedia; Flytour Viagens; e Visual Turismo. Apesar de vantagens e desvantagens atribuídas a cada uma destas empresas, a CVC se destaca em contexto nacional por ser uma franquia espalhada por todo país, contando com lojas físicas de Norte à Sul do Brasil. Tal fato justifica popularidade da CVC em território nacional, e ainda que muitas vezes apresenta preços superiores aos seus concorrentes, muitas vezes ganha credibilidade pela fama consolidada há tantos anos.

Ainda sobre a CVC, no ano de 2013 a empresa abriu capital na bolsa (CVCB3) e neste momento diversos analistas se mostravam descrentes quanto ao destino da empresa, acreditando que as expectativas pretendidas não seria alcançadas, isso porque uma empresa que originalmente foi fundada em moldes físicos, de acordo com muitos especialistas, não conseguiria acompanhar as mudanças tecnológicas e se manter competitiva perante a tantas concorrentes que seriam potencialmente eficientes em qualidade e valores de oferta. Em contrapartida, com o passar dos anos a empresa se consolidou nos negócios não só no Brasil como também por toda América Latina, representados por crescimento em escola, que passou a incluir além de passagem, também transporte e hospedagem. Portanto, em razão do destaque da agência de turismo CVC viagens, na sequência características da empresa serão apresentadas, tanto para contextualizar seu posicionamento histórico no mercado, quanto para verificar como a empresa se comportou perante a crise causada pela pandemia de covid-19.

### **2.3.1 CVC viagens**

A empresa CVC viagens, atualmente é considerada como sendo a maior empresa que agencia e opera viagens na América Latina. A este respeito, a empresa hoje, mesmo em momento de pós pandemia, possui em média 1.200 lojas franqueadas distribuídas por todo território nacional e mais de 6 mil agências parceiras, além de contar com um canal online para atendimento ao consumidor. A sede da empresa localiza-se na cidade de São Paulo – SP, onde a empresa também opera com expertise o mercado online da Submarino Viagens, conhecida por contemplar portfólio amplo com promoções competitivas operadas por mais de 750

empresas de companhias aéreas e mais de 200 mil hotéis localizados no mundo todo, com perfis de clientes que enquadram desde viagens de lazer até viagens de negócios, individual ou em grupo.

Também, a CVC disponibiliza aos seus agentes de viagens amplo portfólio que além dos hotéis e pacotes aéreos também incluem opções para locação de carros, ingressos para passeios e parques, *transfers*, cruzeiros, seguro-viagem dentre outros. A fim de que se mantenha competitiva e relevante no mercado nacional, os propósitos da CVC são importantes para designar missão, visão e valores sólidos, que se baseiam na participação dos melhores momentos dos seus clientes bem como, auxílio para criar as memórias afetivas ligadas a marca da empresa. A figura 3 abaixo apresenta o propósito da empresa CVC.

**Figura 3.** Propósito da empresa CVC.



**Fonte:** CVC

Apesar da expressividade da empresa, nos últimos anos aumentou muito a competitividade no setor do turismo, fato que aumentou a necessidade de investimento em estratégias competitivas. A este respeito, além dos sites de fornecedores, existem sites específicos que automaticamente comparam os preços de passagens aéreas (Decolar); quadro de hotéis (Tri vago e Hotel Urbano) e aluguel de casas e carros (Airbnb e Booking). Nos últimos tempos, os exemplos mencionados denotam importantes concorrentes as agências de viagens, impactando diretamente na atividade econômica e resultados financeiros destes em razão do

fácil acesso à tais sites, que se associam à econômica financeira muitas vezes expressiva implementada ao planejamento de determinada viagem.

Em contrapartida, a CVC apresenta importante diferencial relacionado aos seus concorrentes, que é representado pelo fato de não possuir qualquer ativo voltado aos meios de transporte, o que denota vantagem competitiva e estratégia usada à economia de desperdícios e taxas elevadas. Com isso, a empresa concentra atenção exclusiva na operação e distribuição de pacotes de viagens, ainda que não seja proprietária dos hotéis, empresas aéreas ou ainda navios, fato que representa os benefícios de conseguir trabalhar no ajuste de preços em consonância a demanda por destinos e pacotes variados.

Consequentemente, o modelo de negócio descrito, é capaz de operar a partir de baixo nível de investimento em ativos, estando livre para enfatizar pontos fortes representados pela proposição de valor e satisfação dos seus clientes; reconhecimento; respeito; e portfólio de serviços amplo a partir de operação ampla e eficiente.

### ***2.3.2 Setor dos Cruzeiros marítimos***

Dados mencionam que o turismo de cruzeiros representava até a pandemia, crescente expansão dentro do mercado no turismo, em nível mundial, sobretudo nas duas últimas décadas. Assim, os cruzeiros representam um tipo de turismo que inclui demanda por distintos tipos de serviços, como: transporte, acomodação, alimentação e lazer juntos em um único modelo e estrutura física, a ser representado por um navio ou por um transatlântico, sendo este um meio de transporte que viabiliza mobilização para visitação de vários destinos, durante uma só viagem.

O estudo de Brida (2015) demonstra que os navios utilizados para cruzeiros representam dentro do mesmo pacote, as quatro faces constituintes da indústria do turismo, que são: transporte, alimentação, acomodação e lazer. Além disso, pesquisas mostram que só no ano de 2018 mais de 25 milhões de passageiros optaram por esse modelo de turismo, comprando e realizando viagens de cruzeiro em território nacional e internacional, o que gerou aproximadamente US\$ 134 bilhões de dólares para movimentação da economia mundial.

Ademais, as mesmas pesquisas ainda notaram que no mesmo período (ano de 2018), a mencionada demanda gerou aproximadamente 1 milhão e 100 mil vagas de emprego só no setor. Tais números deixam claro que o turismo de cruzeiros vem se tornando um importante pilar para o setor de turismo, chamando a atenção de diversos pesquisadores e empreendedores,

principalmente pelos impactos financeiros resultantes dos passeios realizados para os mais diversos tipos de destinos (BRITO, 2020).

A relevância econômica dos cruzeiros para o setor do turismo se mostra notória para este mercado isso porque, a procura e o interesse por cruzeiros vem crescente exponencialmente, ainda que no processo histórico tenham sido observadas diversas crises econômicas, a exemplo da pandemia por covid-19, que causou impactos desastrosos, inclusive no mercado dos cruzeiros. Outro ponto que afetou o mercado do turismo foi o recente acidente do naufrágio do Costa Concordia, no ano de 2012 na região Toscana, deixando 32 mortes. Ainda assim, o mercado dos cruzeiros continuou a crescer. Uma hipótese que justifica o crescimento em meio a possibilidade de acidentes, é pautada na probabilidade estatística de que as chances de imprevisto em uma embarcação é de 1 em 402.000.00 (BRITO, 2020).

Sendo assim, pesquisadores acreditam que os motivos listados fazem com que os cruzeiros pertençam a um segmento que se mostra cada vez mais popular no setor do turismo. Sendo assim, o crescimento associado ao desenvolvimento de regiões que recebem os navios cruzeiros parece fazer muito sentido para expansão e desenvolvimento econômico local (BRITO, 2020). Todavia, apesar das excelentes perspectivas de crescimento esperadas para os anos de 2018 e 2019, a pandemia de covid-19 chegou e impactou toda e qualquer perspectiva neste sentido.

Especificamente no dia 11 de março do ano de 2021, a covid-19 foi definida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como uma pandemia, que em pouquíssimo tempo se alastrou por todo mundo, atingindo milhões de pessoas contaminadas e mortas. A contaminação e número de mortas escalaram nos meses seguintes em ritmo avassalador, e a curva só finalmente começou a descer a partir de abril/2021, quando doses de vacinas passaram a ser finalmente disponibilizadas. Em razão das características sociais e facilidade de locomoção vista neste momento, fez com que a chegada do vírus aos cruzeiros fosse apenas questão de tempo. A partir de então, o medo passou a assolar tanto os territórios quanto o ambiente dos cruzeiros marítimos (STELZER e FRANÇA, 2021).

A este respeito, um caso marcante foi aquele visto com o navio Diamond Princess, da empresa Princess Cruises, responsável por realizar rota em torno da Ásia no momento em que o primeiro caso de covid-19 de cliente do navio foi anunciado. Na sequência, a necessária quarentena do navio e de todos os seus passageiros resultou em um total de 705 casos e 6 mortes. Logo em seguida, o MSC Meraviglia teve resposta negativa de translado pela Jamaica e pelas

Ilhas Cayaman por terem reportado 2 pacientes com suspeita de covid-19 (STELZER e FRANÇA, 2021).

Assim, fica evidente que o cenário dos cruzeiros no momento da pandemia foi marcado por medo e receio, muitas vezes até mesmo infundados, visto que o temor generalizado passou a ser inevitável. Foi exatamente este o contexto que marcou o início da pandemia no setor marítimo, denotando inclusive pânico aos seus usuários. A notória rejeição de possíveis infectados era justificada pelo medo de contaminação ainda maior.

A empresa Clia Brasil mencionou na época que países diversos se negaram a aceitar atracação de navios com passageiros possivelmente contaminados, fato que inclusive ia contra aos acordos internacionais relacionados a política que atua o mercado marítimo. Ademais, a mesma empresa tornou disponível em seu site dados e registros sobre a pandemia de covid-19, deixando explícito todas as medidas tomadas para prevenção de contaminação em massa dentro dos cruzeiros. A partir de tal medida de transparência a empresa pretendia esclarecer, orientar e até mesmo tranquilizar clientes sobre a tomada de decisão quanto a viajar ou não naquele momento (CLIA, 2021).

As informações divulgadas afirmaram inclusive que os membros da empresa negavam o embarque de pessoas com sintomas; ou ainda daqueles que estivessem tidos nos últimos 14 dias em países com maior número de casos. Além disso, um questionário específico era disponibilizado a todos os passageiros, que deveriam descrever em detalhes seu histórico de viagens e de saúde, antes de embarcar. As embarcações ainda deveriam contar com a presença de equipe médica para análise de casos em loco, elaborando autorização ou não, quanto ao embarque destes (CLIA, 2021).

O treinamento e organização de todos os tripulantes passaram a seguir estritas recomendações de todas as autoridades mundiais e também locais, priorizando segurança e condições de saúde. Portanto, a Clia Brasil notadamente apoiou políticas públicas voltadas a promoção de ambiente seguro e saudável dentro dos navios de cruzeiros, em casos de atividades destes. No entanto, todas as preocupações adotadas, resultaram em diversas situações no momento de embarque, passagens, devoluções e cancelamentos, resultando em impactos importantes ao setor. Logo, o setor inegavelmente, assim como outros, foi abalado pela pandemia de covid-19 e ainda, desenvolveu certo preconceito por parte dos clientes, que acreditariam serem os navios um ambiente propício para disseminação do vírus, e por isso, o interesse e demanda caíram vertiginosamente (CLIA, 2021).

Passado o momento crítico de crise, nota-se reaquecimento de todos os setores do mercado, possível com o retorno normal de todas as atividades sociais. Os impactos positivos também foram observados no setor dos cruzeiros marítimos, que vivenciam positivo crescimento de suas atividades. A este respeito, dentre as maiores empresas de cruzeiro estão: Holland America Line; Celebrity Cruises; Princess Cruises; Royal Caribbean; Costa Cruzeiros; Norwegian; Carnival; e MSC Cruzeiros.

Sobre estas, algumas estão inclusive listadas na bolsa, como: Royal Caribbean Cruises (NYSE:RCL) (SA:R1CL34) e Norwegian Cruise (NYSE:NCLH) (SA:N1CL34) e Carnival (NYSE:CCL) (SA:C1CL34). Todas estão vêm aumentando seus valores de negociação no período atual, pós pandemia de covid-19.

### **2.3 Inserção do profissional de turismo no pós pandemia**

Nos últimos três anos mudanças sociais foram observadas e com elas, o estilo de consumo do cliente também se transformou em detrimento as atuais imposições verificadas. Assim, uma das influências que motivou tantas mudanças foi a transformação digital, que passou a estar presente em praticamente todos os setores da economia, incluindo o turismo. A conexão vista entre o turismo e a tecnologia, por sua vez, já era notada antes da pandemia de covid-19, mas se intensificou de modo expressivo na presença desta, em razão principalmente das tantas ações necessárias relativas às medidas sanitárias como medida sugerida para controlar a propagação do vírus. Tais medidas incluíram o distanciamento social e o modelo de trabalho *home office*, os quais elevaram a demanda tecnológica (DA SILVA, 2020).

Além disso, sendo o turismo um dos segmentos mais comprometidos pela pandemia, já que as perdas de emprego e arrecadação foram exorbitantes, os desafios em cenário de pandemia caracterizavam intensa expectativa, que englobou aspectos sociais e preparação dos recursos humanos na fase de retomada, que deveria inovar de um modo nunca antes visto, para aquisição de estimativas positivas sobre o futuro. Com isso, passou a ser evidente as tantas necessidades de ajustes e mudanças no que se refere a formação em nível superior em turismo, a fim de preparar os egressos a partir de visão atualizada sobre as necessidades futuros do turismo, que sem dúvidas inclui o uso tecnológico pautado em todas as ações (DA SILVA, 2020).

Assim, em se tratando da carreira, muitas implicações vistas tendem a influenciar novas tendências na formação do profissional de turismo, que cada vez mais estarão relacionadas com

a tecnologia de informação. Ademais, nota-se movimento que indica certo interesse para atividades práticas, quando consultados os anseios e pretensões dos acadêmicos interessados neste tipo de carreira. O fato é que, independentemente do cenário, a formação do profissional do turismo ou mesmo áreas afins, deve ser pautada em atualizações pós pandemia, que incluam habilidades e conhecimento capazes de resolver as lacunas esperados ao perfil de consumidor atual.

Antes mesmo da pandemia de covid-19 a formação em turismo já passava por problemas em relação as expectativas do mercado, refletidas em contínua pressão para o ajusta do plano pedagógico em detrimento das atuais demandas. Após a pandemia essa pressão se intensificou em razão da transformação inesperada do mercado bem como, de suas perspectivas em relação as expectativas do consumidor, que colocou a formação em turismo em cenário de imediata urgência para mudança (VELOZO et al., 2020).

Caso a tecnologia já demonstrasse evidência em diversas áreas profissionais, a influência no turismo se mostrou ainda mais marcante no momento de crise, onde a dependência exclusiva por meios digitais em razão do isolamento social, aumentou ainda mais a fusão de diferentes áreas, no caso: turismo e tecnologia. Com isso, a discussão sobre as recentes mudanças e novas configurações sociais, com um mercado dominado pelas mudanças tecnológicas, se faz necessária. É esperado também que o profissional do turismo enfrente diversos desafios neste momento, para colocação oportuna no mercado que, apesar das tantas incertezas quanto ao futuro, ainda se mostrarão relacionadas a um novo modelo e estilo de vida, que incluiu o consumo do turismo. Comparações com outros momentos históricos são injustas, dadas as tantas particularidades da sociedade em cada momento (SILVEIRA et al., 2020).

Muito menos seria justo destacar vantagens da pandemia de covid-19, mas, visto que é impossível prevenir tantos dos impactos resultantes das alterações sociais e culturais da crise, é relevante que as lições observadas sejam analisadas e utilizadas como oportunidade positiva para implementação de aprendizados voltados ao aperfeiçoamento e desenvolvimento técnico da profissão. Logo, existem muitos conteúdos que podem serem incluídos na formação profissional e humanística daqueles que escolham seguir estudos na área do turismo ou ainda sobre áreas que o incluam (SILVEIRA et al., 2020).

## **CAPÍTULO 3. CENÁRIO PROSPECTIVO**

No capítulo 3 serão descritas características esperadas para o cenário futuro do mercado de turismo na economia nacional, a partir da compreensão dos impactos deixados pela covid-19 e os caminhos a serem percorridos para recuperação destes e estratégias para viabilizar a expansão e o crescimento deste mercado.

### **3.1 Impactos do covid-19 recuperação pós pandemia**

O estudo de Trigo (2020) menciona que ao considerar-se o turismo, um dos seus setores mais comprometidos foi o dos cruzeiros marítimos, visto que no ano de 2020 em média 300 navios, sendo a maioria destes de 4 empresas pioneiras no país (Carnival Cruises, Royal Caribbean Cruise Lines, Norwegian Cruise Line e MSC). Navios com finalidades distintas do turismo, como cruzeiros fluviais e ferry boats de passageiros também foram impactos no que se refere as suas operações, que foram em sua maioria suspensas após o período de março/2020.

Na sequência, o cancelamento dos cruzeiros já programados foi adicionalmente prejudicado por uma queda brusca na venda de passagens, resultando em interrupção de lucros por parte das empresas, as quais se viram obrigadas a demitirem considerável número de funcionários; licença compulsória não remunerada ou alternativamente remanejar atividades destes em terra. Ainda assim, as despesas das empresas se mantiveram crescentes à medida que seus barcos se mantiveram por longos meses estacionados, sem qualquer tipo de atividade. De acordo com previsões médias, cada um desses navios parados resulta em custo médio correspondente à até 3 milhões de dólares ao mês, sendo o valor destinado a manutenção das dependências do navio, prevenção de deterioração e cuidado com o sistema eletrônico de bordo (TRIGO, 2020).

Cenário similar foi observado também com as companhias aéreas, rodoviárias e ferroviárias, visto que todas estas, tiveram redução brusca de atividades no período crítico da pandemia por covid-19, no qual vacinas ainda não eram sequer conhecidas para prevenir os impactos da doença. Os exemplos mencionados, diferente dos cruzeiros, não tiveram suas atividades interrompidas em sua totalidade, ainda que queda significativa tivesse sido notada, correspondente à 40-90%.

### 3.2 Principais atores e variáveis do turismo brasileiro

Pesquisa realizada demonstra que diferentes atores são responsáveis ativos pela atividade do turismo brasileiro. A este respeito, se faz importante que estes sejam conhecidos, para auxiliar compreensão pretendida acerca dos impactos e perspectivas futuras do turismo no pós pandemia (DREI e GOMES, 2022). Na tabela 1 são apresentados os principais atores envolvidos nas atividades do setor e suas respectivas funções.

**Tabela 1.** Principais atores responsáveis pelo turismo brasileiro.

| N | Esfera principal   | Atores principais                                                                                                                                               | Função                    |
|---|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 1 | Iniciativa Pública | Governo Federal e Ministério do Turismo                                                                                                                         | Regulamentação            |
|   |                    | Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo, Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade e Secretaria Nacional de Integração Interinstitucional | Planejamento e Gestão     |
|   |                    | Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo)                                                                                                                      | Fomento                   |
|   |                    | Secretários Estaduais                                                                                                                                           | Regulamentação e Controle |
| 2 | Iniciativa Privada | Meios de hospedagem, guias turísticos, lojas, bares, dentre outros.                                                                                             | Atuantes no destino       |
|   |                    | Operadores de turismo, agências de viagem, centrais de reserva, dentre outros.                                                                                  | Representantes do destino |
| 3 | Comunidade Local   | Pessoas nativas dos lugares turísticos                                                                                                                          | Integradores do destino   |
| 4 | Turistas           | Pessoas com interesse no local turístico                                                                                                                        | Participadores do destino |

**Fonte:** Drei e Gomes, 2022, p. 8.

A partir do exposto, verifica-se que os atores mencionados devem ser associados com algumas importantes variáveis associadas ao ambiente, que acabou inevitavelmente gerando incerteza ao setor, durante e neste pós pandemia relativamente recente. Assim, são exemplos a serem considerados: fomento federal e estadual, políticas públicas, investimento privado nos destinos turísticos, política para controle da disseminação do covid-19 e interesse pelos locais turísticos a serem considerados.

### 3.3 Expectativa sobre o mercado do turismo

Além da tradicional formação acadêmica, cada vez mais acessível na atualidade, estima-se que o desenvolvimento de competências e habilidades em áreas particulares parece ser cada vez mais considerado por processos seletivos de empresas que compreendem a configuração atual de mercado, no momento pós pandemia onde empresas ficaram ainda mais dependentes do uso de tecnologias, e no mercado do turismo tem sido diferente. Por sua vez, o conceito de habilidade é compreendido como sendo uma facilidade prática, física e mental que é adquirida e aperfeiçoada com treino, constância, dedicação e interesse. Já a competência contempla domínio sobre um conjunto de conhecimentos teórico e prático sobre determinado assunto além de características pessoais determinantes na execução de comportamentos eventualmente analisados e investigados (FERREIRA et al., 2020).

O estudo de Junior e Santos (2009) menciona que as organizações definem o conceito de competência relativo à junção do conhecimento tácito com todas as habilidades disponíveis para execução de ações voltadas a produção. Outro estudo, desenvolvido pelo World Economic Fórum (WEF, 2016) mostrou que as mudanças tecnológicas serão responsáveis por alterações nos moldes de negócios para os próximos anos, os quais impactaram diretamente no modelo de oferta de empregos em âmbito mundial. Além disso, o mesmo estudo destaca que já se nota em diversos países tais alterações quanto a ocupações de cargos atuais, sobre os quais, há muito pouco tempo atrás estes nem mesmo existiam.

Logo, o acelerada velocidade de mudanças deve ficar ainda maior no futuro, isso porque dados denotam que até 65% do total de crianças matriculadas em escolas primários, no futuro irão trabalhar em empregos que hoje sequer existem. Com isso, é evidente que a maioria dos setores sejam influenciados pelas inovações tecnológicas e outras acompanhadas pela globalização, fato que se por um lado é bom, por outro representa problema relacionado a falta de preparo para o ensino de habilidades e competências necessárias à execução destas.

No contexto do turismo, o estudo de Bezerra e Silva (2013) menciona este setor como sendo uma atividade essencial aos seres humanos, que vem passando por remodelação gradual ao longo do tempo, e com as mudanças são incorporadas cada vez mais, atuais e novas tecnologias as atividades desenvolvidas no setor, de modo que, os profissionais do turismo atuantes no atendimento ao cliente, necessitam de preparo oportuno e aptidão quanto ao desempenho das demandas atuais do setor. Ademais, nota-se que ainda que a ideia de inovação tecnologia implementada a oferta de serviços venha se afastando de conceitos anteriores com

ênfase nas inovações industriais, os avanços tecnológicos representam importante auxílio para respaldar a atuação das empresas de serviços, a exemplo do turismo.

Em tese, as ideias apresentadas indicam que profissionais do turismo, assim como de outros setores, necessitam de resiliência constante, associada a habilidade de se adaptar bem como, procurar conhecimentos atuais de modo contínuo, para que seja possível o desenvolvimento de habilidades e competências suficientes ao desempenho das diversas funções a serem executadas em um mercado que passa por constantes mudanças (BITTENCOURT; CASTRO, 2017).

Ao considerar-se as habilidades sociais (a exemplo de persuasão, inteligência emocional e ensino de terceiros) acredita-se que empresas irão demandar dessas em maior magnitude, ao passo que a exigência de habilidades técnicas, ainda que também importantes, serão mais limitadas. Na área do turismo, o interesse de adaptação das novas exigências deve acompanhar os novos negócios que além do componente tecnológico, também se mostrara cada vez mais relacionado à preceitos de sustentabilidade. Com isso, a preocupação em ofertar ambientes digital por parte dos turismólogos e profissionais do turismo, se relacionará cada vez mais ao potencial de desenvolvimento de competências e habilidades oportunas ao desenvolvimento do setor (FERREIRA et al., 2020).

A tecnologia alterou os moldes de negócios do turismo de modo profundo e estrutural, no que se refere a oferta do produto bem como, seu consumo. Também, as diversas mudanças tecnológicas verificadas no setor, a exemplo do desenvolvimento de atuais modelos de negócios realizados em ambientes virtuais, já não representam inovação, visto que já contemplam o cenário atual. No entanto, a influência tecnológica no que se refere as atividades do turismo continuam demonstrando expressivo impacto no mercado, considerando-se o que espera-se do futuro próximo isto é, quais serão as novas influências da tecnologia sobre as transformações futuras a serem verificadas no setor do turismo.

De acordo com Kostin (2018) a transformação digital não se limita às alterações advindas da tecnologia isso porque também podem ser impactadas e determinadas por diversos fatores a exemplo das perspectivas políticas, econômicas, socioculturais e estilo de vida notados a cada período de tempo. O conjunto de todos os fatores mencionados resulta na economia digital vivenciada a cada momento. A este respeito, a economia digital representa conectividade entre usuários e dispositivos bem como pela junção de diferentes partes do ecossistema de comunicação. Investir nestas tecnologias representa modo básico para garantir competitividade

e sustentabilidade das empresas do presente, assim como denota estratégia fundamental de preparo para atuação no futuro, garantindo espaço no mercado.

Assim, atualmente nota-se prevalente sociedade digital sobre a qual, o centro é fundamentado pelas tecnologias que continuam em processo de evolução constante. Buhalis (2019) afirma que as tantas inovações tecnológicas existentes têm potencial de denotar a resposta para síntese dos stakeholders com interesse nos ecossistemas de serviços turísticos e que apresentem molde de inovações disponíveis para encontro de grupos com os mesmos interesses.

O estudo de Clemente et al., (2020) sugere que a pandemia de covid-19 gerou impactos ao impedir um crescimento econômico progressivo no setor do turismo, bem como em outros, que vinha tomando fôlego e conquistando mercado. A partir de então, o momento que demandou período de interrupção das atividades foi responsável pela interrupção do mencionado avanço. O mesmo estudo sugere ser possível que os impactos causados pela pandemia de covid-19 no setor turístico sejam mais expressivos que a capacidade dos profissionais de antever o cenário, assim como de identificar de que modo parcela destes se demonstrem favoráveis.

Antes da crise já era evidente uma certa tendência sobre a capacidade de prever e antecipar certos cenários relacionados ao turismo. A este respeito, o turismo já que orientado a atender objetivos do desenvolvimentos sustentáveis propostos pela ONU ao passo que atividades voltadas a humanização foram identificadas a partir da necessidade frequente sobre a privação de contato e liberdade enfrentados nos últimos anos pela humanidade. Adicionalmente, o rápido processo de desenvolvimento tecnológico observado nas últimas décadas tende a aumentar a necessidades de valorização do trabalho humano visto que, se por um lado a automatização e robotização substituem a mão de obra humana por outro, a tecnologia tem requerido de profissionais competências e habilidades mais específicas e cada vez mais voltadas a socialização, conforme mencionado anteriormente. Na imagem abaixo são demonstradas algumas das competências que serão valorizadas cada vez mais, daqui em diante.

**Figura 4.** Competências que serão cada vez mais valorizadas daqui em diante.



**Fonte:** 2017 apud LINKEDIN; WGSN, 2018 (sem página)

Nota-se que as competências observadas na imagem acima são úteis por guiar gestão de equipe atuante entre profissionais do turismo, que como mencionado, passa por contexto de transformação. Considerando o mesmo ponto, estudo realizado pela Great Place to Work (2018) menciona que as competências mais buscadas por empresas de turismo no futuro irão se relacionar à capacidade de resolver problemas mais complexos, além de fácil adaptação e busca contínua pelo aprendizado. Sendo assim, nota-se que as habilidades mencionadas são basicamente cognitivas e comportamentais, e não mais técnicas, como era valorizado no passado.

Por fim, independente do cenário vivenciado, estima-se que a formação do profissional do turismo respalde bases fundamentais que considere toda a nova reconfiguração eventualmente necessária e esperada como normal a serem observados em consequência a diferentes momentos históricos e características da sociedade.

## CAPÍTULO 4. A PESQUISA

Ao longo deste capítulo será apresentada uma síntese literária sobre os principais achados relevantes por responder aos objetivos propostos inicialmente.

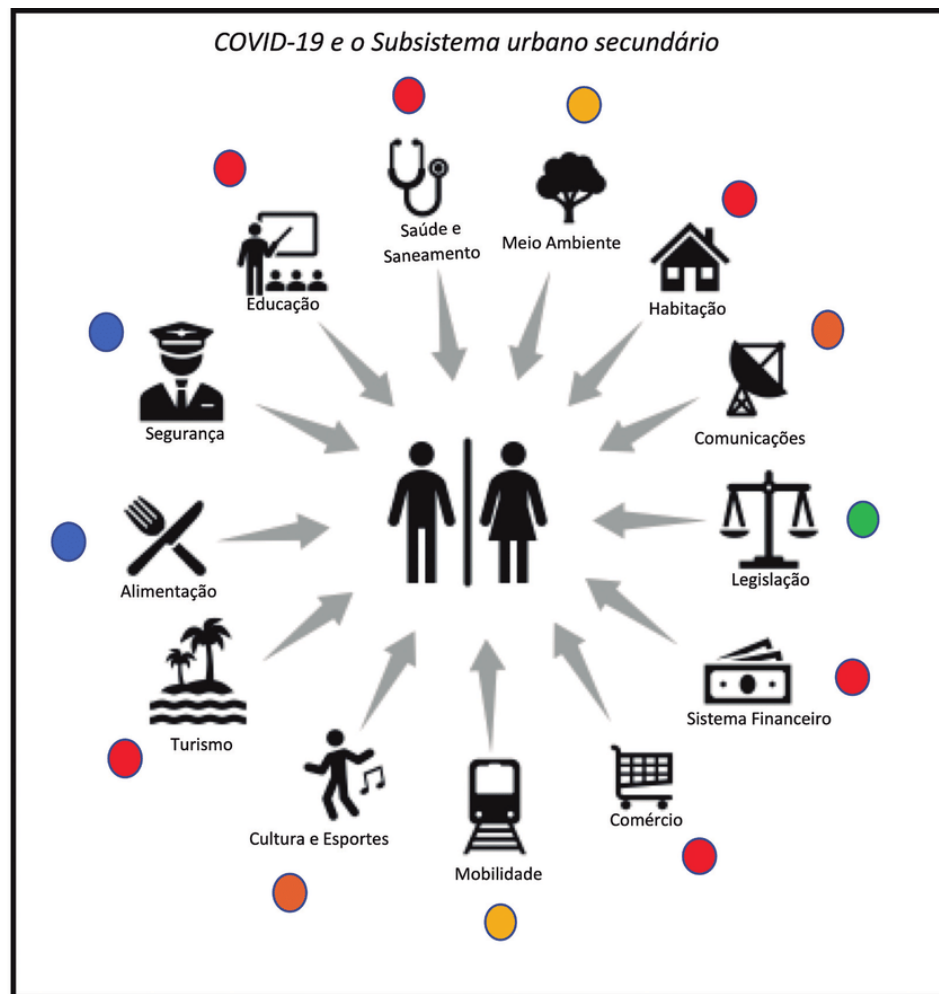
### 4.1 Descrição dos principais resultados

A partir do exposto, verifica-se que a covid-19 nunca foi antes cogitada e assim, se mostrava excluída de todo e qualquer tipo de projeção capaz de prever uma crise de tal magnitude. Um dos desfechos observados, foi a constatação sobre novos rumores e moldes para o setor do turismo. Com isso, a princípio foi estimado gasto global à economia correspondente à U\$ 2 trilhões de dólares e especificamente no setor do turismo, foram estimadas perdas das companhias aéreas em até 42%; ao passo que nos restaurantes, hotéis e lazer as perdas chegaram próximas à 21%, repercutindo em perda de até U\$ 3,4 trilhões não faturados no ano de 2020 (UNWTO, 2020).

Logo, é nítida a magnitude avassaladora e imediata dos impactos sobre as atividades do turismo global. A crise foi endossada por inúmeras incertezas pautadas no desconhecimento do que viria, bem como, duração e magnitude dos impactos sobre as economias mundiais. Outro problema para o turismo foi o fato deste ter sido considerado como grupo de risco visto que motivava por sua natureza a circulação de pessoas, e consequentemente do vírus, sendo por isso considerada atividade de risco e não essencial, proibida por longos meses, resultando em declínio que variou entre 50 e 100% em diferentes locais do mundo. Apesar disso, muitos são os países que tem sua principal atividade econômica representada pelo turismo, e nestes casos, os impactos econômicos foram ainda mais desastrosos em decorrência da paralisação e limitação das viagens.

Na imagem abaixo são ilustrados os impactos da pandemia de covid-19 no setor urbano especificamente paulistano. A este respeito, as cores atribuídas a cada setor denotam visões arbitrárias quanto a previsibilidade de duração e impacto de efeitos a ser considerado a partir do início da pandemia. Assim, as cores respeitam o código do espectro de cores de modo que tons azulados demonstram efeitos e impactos menos duradouros ao passo que os tons avermelhados representam os efeitos mais longevos. Em concordância as informações descritas ao longo de todo o texto, fica claro o destaque do turismo com esfera de cor vermelha.

**Figura 5.** Covid-19 e os setores impactados em níveis relativos.



**Fonte:** BUCKERIDGE et al., 2020, p. 152.

#### 4.1.1 Tipos de turismo mais afetados com a pandemia

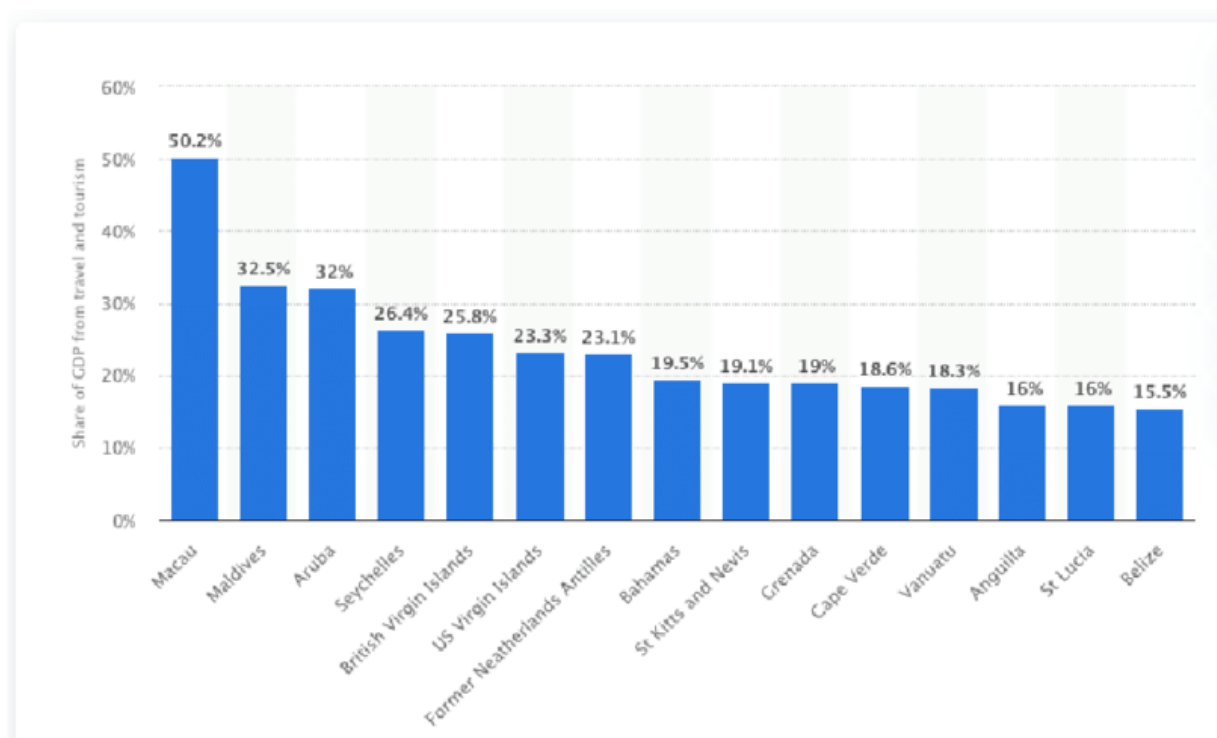
Devido a imobilidade causada pelas restrições de mobilidade social, o turismo enquanto atividade 100% dependente do movimento teve suas atividades diretamente afetadas. Assim, desde o início da pandemia até os dias atuais no qual as atividades já retornaram ao normal, pesquisadores vem implementando esforços para compreender a magnitude e os efeitos claros de tais impactos no setor estudado. Logo, mesmo que os impactos da pandemia de covid-19 no setor de turismo sejam claros, uma compreensão clara de natureza qualitativa se faz necessária para auxiliar no entendimento das características do setor, distintos segmentos, fluxos, nível do impacto, dentre outros (CRUZ et al., 2022).

De acordo com análises realizadas pela UNWTO (2020) o fluxo internacional de turismo sofreria impactos correspondentes a 22% só no ano de 2020, fato que seria acompanhado por decréscimo entre 20-30% das receitas produzidas no setor. Ademais, tais impactos da crise no turismo deveriam serem considerados na mesma magnitude de problematização de outros setores, considerados em âmbito regional e local. Por sua vez, os fluxos internacionais do turismo bem como, suas receitas se mostraram maiores em regiões e países específicos, que não tivessem interrompido na sua totalidade os fluxos correspondentes a esse tipo de demanda. Ao contrário, notadamente os impactos foram maiores em locais que adotaram interrupção das atividades em razão do estabelecimento de distanciamento social e lockdown determinados por políticas públicas criadas durante o período.

É preciso ainda avaliar que a presença de dependências econômicas de países e regiões varia muito, sendo influenciada por diversos fatores como: condição econômica, extensão, clima, tipos de atividades econômicas desenvolvidas; PIB; controle político; nível educacional; condições sanitárias e de saúde; dentre outras. Por sua vez, ao considerar-se a geração de receitas provenientes exclusivamente do turismo para constituição dos PIB's nacionais, diversos países são exemplos de expressivas movimentações, como Portugal que possui em média 13,7% proveniente de atividades do turismo; Espanha com aproximadamente 12,3%; França com 9,5%; Grã Bretanha 9%; Itália 5%; Brasil 3,7% e EUA com valores próximos à 2,6% (LOBO et al., 2020).

Em contrapartida, é visível que muitos países, a exemplos de locais representados por ilhas, indicam destinos internacionais de turistas, sendo que nestes locais o turismo representa a principal atividade econômica e por isso, naturalmente os valores de PIB's são consideravelmente superiores. Exemplos claros incluídos no modelo descrito incluem: Maldivas, Aruba e Bahamas. Como efeito, os impactos da pandemia nessas regiões dependentes do turismo de refletiram de modo mais intenso, com expressivo e claro aumento do desemprego acompanhado por diversos outros efeitos consequentes da parada longa quanto ao recebimento de turistas nestas regiões (LOBO et al., 2020).

**Figura 6.** Países com a maior parcela do PIB gerada por viagens diretas e turismo no mundo em 2019.



**Fonte:** DA CRUZ, 2020, p. 12.

Além disso, em meio à crise, especificamente ao longo do ano de 2020 os diversos subsetores do turismo (transporte, hospedagem, agências de viagens, alimentação e atividades de lazer) foram comprometidos em casos que chegaram a 100%. Adicionalmente, ao analisar-se o cenário exposto, também é preciso considerar todas as escalas envolvidas no processo como notado no caso das redes de hotelaria internacionais, constituídas por grandes organizações e donas de faturamentos anuais acima da casa de bilhões de dólares. Já as redes de hotelaria menores, vistas em âmbitos regionais e locais, se referem a empresas de pequenos portes e até mesmo familiares, as quais na maioria das vezes não são detentoras de reservas financeiras suficientes para superar o período de crise sem que seja decretada falência.

Em relação as empresas áreas, nota-se que dentre as 20 maiores do mundo, apenas uma tem origem latina americana, a Latam. Logo, é evidente o quanto o domínio dos transportes aéreos internacionais se apresenta em poderes de pouquíssimas empresas, sendo a maior parte de países ricos e bem desenvolvidos, com fluxo de caixa capaz de superar crises visto que estes possuem maiores condições de suporte financeira para manutenção econômica em casos

necessários. Movimento similar não se reproduz para empresas de transporte rodoviário, isso porque a maioria das empresas nacionais tiveram seu fluxo de passageiros diretamente impactado devido a paralisação das viagens (GOLE et al., 2021).

Tais casos destacam ainda observações quanto a identificação de questões amplas voltadas a interpretações profundas sobre o processo de oligopolização sobre o qual, em momentos de intensas crises econômicas, empresas detentoras das maiores reservas atreladas as melhores oportunidades de condições financeiras, parecem demonstrar vantagem competitiva perante as concorrentes, já que nestes casos, as segundas se mostram incapazes de vencer as perdas resultantes da crise. Obviamente este representa um cenário indesejado do ponto de visto social, haja vista que no caso do Brasil, é notória a importância dos pequenos negócios para o desenvolvimento e manutenção de economias locais e regionais, sobre a geração de empregos ao considerar-se a geração de receitas advindas das atividades de turismo em muitos locais (CRUZ et al., 2022).

Ademais, tal fato pode ainda ser desvantajoso para os clientes de tais serviços, que se veem na condição de compra sem a presença de concorrentes, o que gera maior controle das empresas em destaque, as quais eventualmente podem controlar condições e preços, já que os consumidores não possuem outras opções (CRUZ et al., 2022).

Ainda considerando-se especificamente o Brasil, nota-se que o momento de reabertura da economia, visto entre o final de 2020 e início de 2021, um estudo desenvolvido pela FGV (2020) estimou perda correspondente a aproximadamente 21,5% para o setor, considerando-se o biênio. Por sua vez, ao considerar-se demais escalas para análises juntamente com a taxa de dependência econômica do turismo, nota-se que os problemas acarretados pela pandemia sobre a economia regional e local, foram significativos. Neste cenário, é relevante mencionar que o turismo no Brasil detém de especificidades geográficas relacionados a posição do território na porção oriental, além da grande extensão do litoral bem como locais turísticos localizados nos Estados de Minas Gerais, Amazonas, Goiás, Distrito Federal, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

A este respeito, estudos realizados anteriores à crise, destacaram que alguns estados brasileiros (São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais) são juntos responsáveis por alocarem mais de 50% das empresas voltadas as ofertas de atividades turísticas, sendo os locais mais dependentes de tal serviço o Rio de Janeiro, Roraima e Alagoas (SAKOWSKI, 2015). Em relação aos empregos gerados pelo setor, nota-se taxa de dependência do turismo em diversos locais do País, como visto na Bahia, Rio Grande do Norte e Rio de Janeiro. Em contrapartida,

considerando a escala local e os milhares de municípios do Brasil, vale destacar que o turismo em contexto mais amplo, denota pouca ou nenhuma contribuição para constituição do PIB da grande maioria dos locais. Apesar disso, conforme mencionado antes, muitas regiões do Brasil dependem do turismo, como observado nos exemplos de Jericoacoara, Rio Quente e Fernando de Noronha, sendo que em tais locais a taxa de dependência pode chegar até 72% (SAKOWSKI, 2015).

#### **4.1.2 Tipos de turismo que melhor se recuperaram no pós pandemia**

Quanto ao futuro de turismo, a crise econômica estudada, em razão da pandemia por covid-19, afetou de modo amplo e complexo a econômica mundial, em contexto no qual o mundo atual que se mostra altamente globalizado, foi responsável por impactar a todos, em níveis variados obviamente. Neste aspecto, o desemprego e o empobrecimento da população foram sem dúvidas os problemas mais graves. Obviamente o panorama geral sobre o turismo, mesmo que atualmente já venha demonstrando sinais de recuperação, será preciso longo período para recuperação total, em níveis similares aqueles notados antes da pandemia no que se refere a produção de riqueza (LOBO et al., 2020).

Além disso, a retomada do turismo após decretado o fim da pandemia foi discreta, já que em sua maioria, as pessoas demoraram para se sentirem plenamente seguras para viajar. Pode se dizer ainda que existe parcela da população que ainda hoje, evita por medo locais aglomerados como transporte coletivo, hotéis cheios e programas de lazer com aglomeração. Por esse motivo, uma modalidade que ganhou força no pós pandemia foi a locação de casas em meio a natureza por temporada, sendo está uma alternativa para evitar aglomeração e ainda assim, conseguir realizar viagem de lazer (SÁ e GASTAL, 2021).

Em relação aos locais que mais emitem turistas, no Brasil verifica-se que estes estão mais localizados nas regiões Sul e Sudeste, fato que se mostrou positivo para estas regiões em meio à crise, visto que na impossibilidade de realizar longas viagens, muitos turistas optaram por viagens próximas, realizadas de carro próprio. Ao contrário, locais no Nordeste por exemplo, que dependem muito do turismo movimentado por turistas vindos do Sul, Sudeste e Centro Sul, sofreram mais e por maior período de tempo (ALVES et al., 2021).

A mencionada divergência sobre as características de diferentes locais do país, justificam a recuperação mais lenta em algumas regiões em detrimento de outras, como ocorre

com as viagens corporativas intituladas como turismo de negócios. O turismo religioso se recuperou mais rápido quando comparado a eventos, isso porque as restrições aumentadas sobre o tempo dos encontros e as suas características de aglomerar elevado número de pessoas, representou um impeditivo (ALVES et al., 2021). Além disso, as regiões que se saíram melhor no controle da pandemia, conseguiram um equivalente midiático compatível à qualidade no controle da disseminação do vírus, como visto em Portugal, e tal característica favoreceu a retomada do turismo nestes locais. O inverso foi observado no Brasil visto que o posicionamento do até então presidente da república, resultou em alta taxa de transmissão da doença do país que associado ao baixo poder de testagem, corroborou em crescente número de mortes e naturalmente, medo de visitantes internacionais terem intenção de visitar o país no mencionado período (SÁ e GASTAL, 2021).

Portanto, os diversos efeitos da pandemia de covid-19 no turismo são claros, mas, conforme exposto, repercussões distintas foram vistas por diferentes nações, locais e regiões. Ademais, a recuperação do folego econômico do setor vem ocorrendo de modo lento e gradual, onde é sempre necessário que seja considerada múltiplas escalas responsáveis por caracterizar cada tipo de atividade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As evidências demonstram que a formação na área do turismo e as suas expectativas de mercado, já vinham sendo pressionadas nos últimos anos antes mesmo da pandemia. Tal constatação se deve pelo fato de imposição verificada quanto as necessidades de alterações nos projetos pedagógicos do curso de nível superior turismo, sendo estes ainda mais rígidos do que modelos educacionais notadas atualmente em outras áreas. Apesar disso, o impacto momentâneo causado pela propagação do vírus covid-19 assim como o modo como a sociedade passou a lidar com a crise, fizeram com que a formação do turismo se visse em cenário real de urgência, até mais que em outros setores (SILVEIRA et al., 2020).

Antes da crise, o avanço tecnológico já demonstrava ser pioneiro em vários setores econômicos, e vinha crescendo substancialmente com o tempo. Igualmente, no setor do turismo também era evidente o uso crescente de estratégias tecnológicas implementadas as atividades visto que o meio digital concede possibilidades de expansão de vendas e consequentemente, lucros. E durante a crise, o setor ficou totalmente dependente dos canais de meios digitais para manutenção de suas atividades, visto que por muitos períodos a sociedade se manteve em isolamento social.

Em se tratando de profissionais do turismo com intensão de trabalhar em empresas atuais e contemporâneas, o estudo de Silveira et al., (2020) afirma que estes enfrentarão complexas limitações e impasses no que se refere ao posicionamento no mercado, visto que o cenário atual demanda características atualizadas nos profissionais, as quais continuarão mudando com o tempo e portanto, o perfil adequado é aquele resistência à mudanças, adaptações e que busque continuamente por atualizações de conhecimento na área. Neste cenário, adaptação é a palavra de ouro, visto que não existe condições para que comparações homogêneas de hoje sejam realizadas com nenhum outro período do passado ou do futuro, visto que cada momento denota características da sociedade que os tornam únicos e incomparáveis em diversos aspectos.

Muito menos é coerente a busca por quaisquer benefícios ou mesmo vantagens resultantes da crise vivenciada. Apesar disso, já que tantos dos impactos sofridos não puderam e não podem serem evitados, parece relevante que reflexões sejam implementadas enquanto oportunidades robustas no sentido de usar os problemas para aprender, e com isso otimizar o desenvolvimento futuro. Sobre tal ponto, acredita-se que muitos conteúdos poderiam ser

inseridos na formação do profissional do turismo, com intuito de colaborar para que este tenha formação profissional voltada a visão holística do ser humano.

Por fim, verificou-se também que em regiões completamente dependentes economicamente das atividades de turismo, como ilhas, os impactos foram mais graves bem como, a recuperação mais lenta. Além disso, outras áreas dependentes do turismo, como o nordeste brasileiro, também se viram mais prejudicados, visto que o maior fluxo do turismo é proveniente da região sudeste, a qual por sua vez conseguiu driblar melhor os efeitos desastrosos da crise por ter um público de turistas elevado de modo que no impedimento de ir para lugares longes, estes optaram por viagens próximos a sua cidade de moradia.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A VOZ DA SERRA. **Setor espera retomada do turismo em 2022 para aquecer a economia**, 5 mar. 2022. Disponível em: <https://avozdaserra.com.br/noticias/setor-espera-retomada-do-turismo-em-2022-para-aquecer-economia>.

ALVES, C.S.; SANTOS, D.Q.; SANTOS, P.R.C. Análise dos aspectos econômicos do turismo religioso em bom Jesus da LAPA-BA. **Revista ComSertões**, v. 10, n. 1, p. 114-145, 2021.

AMADEUS. **Seis tendências que irão agitar o mundo das viagens em 2022**. 2021. Disponível em: <https://amadeus.com/pt/insights/blog/seis-tendencias-que-irao-agitar-mundo-das-viagens-em-2022>. Acesso em: 6 jun. 2022.

ATZRODT, C.L.; MAKNOJIA, I.; MCCARTHY, R.D.P., et al. A Guide to COVID-19: a global pandemic caused by the novel coronavirus SARS-CoV-2. **FEBS J.** v.287, n.17, p.3633-3650, 2020.

AZEVEDO, J. N.; SIMÕES, J. T. Turismo e educação: uma reflexão sobre o passado e os desafios da era pós-covid 19. **ISLA Multidisciplinary e-Journal, Santarém**, n. 20, p.1-15, 2021.

BOHLANDER, G.W.; SNELL, S.A. **Administração de Recursos Humanos**. São Paulo: Cengage Learning, 2021.

BRIDA, JG, BUKSTEIN, D., TEALDE, E. Explorando os padrões de gastos dos passageiros de navios de cruzeiro em dois portos de escala uruguaios. **Current Issues in Tourism**, v.18, n.7, p.684-700, 2015.

BRITO, T.M Impactos económicos do turismo de cruzeiros: uma revisão da literatura. **Investigação, Sociedade e Desenvolvimento**, [S. l.] , v. 9, n. 7, p. e333974220, 2020.

BUCKERIDGE, M.S.; PHILIPPI JÚNIOR, A. Ciência e políticas públicas nas cidades: revelações da pandemia da Covid-19. **Estudos Avançados**, v. 34, p. 141-156, 2020.

BUHALIS, D. Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. **Tourism Review**, v. 74, n.1, 2019.

CEIC, IBGE, WTTC, CNC, Ministry of Tourism, FOHB, Agência Brasil, Estado de S. Paulo, Reuters, Exame, Company Data. Citado por EMIS: **Covid-19 impact brief**. Brazil Tourism & Leisure Sector. 2020.

CIET – **Centro de Inteligência e Estudos de Turismo, Secretaria de Turismo do Estado de São Paulo**. (2020). Boletins Diários – Monitoramento Impactos Covid-19 no Turismo Paulista. Disponível em:  
<[https://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia\\_tour.php?cod\\_menu=123](https://www.turismo.sp.gov.br/publico/noticia_tour.php?cod_menu=123)>

CLEMENTE, A.C.F.; DE ANDRADE, L.G.; STOPPA, E.A.; SANTOS, G.E.O. Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID19 no Turismo. **Revista interdisciplinar em turismo e território**, v.8, n. 1, p.73– 85, 2020.

CLIA Brasil (Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos). Covid-19 (coronavirus) x cruzeiros marítimos: CLIA Brasil esclarece principais dúvidas dos turistas. Disponível em: Acesso em: 12/08/2021b.

COSTA, M.M.C.; FIGUEIREDO, G.L.A.S. Estratégias De Marketing Em Meio À Pandemia. **Facit Business and technology journal**.

CRUZ, Rita Ariza et al. “POR UMA GEOGRAFIA DO MOVIMENTO”: REFLEXÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE TURISMO DURANTE A PANDEMIA NO ESTADO DE SÃO PAULO. *Formação (Online)*, v. 29, n. 55, p. 79-101, 2022.

DA CRUZ, R.C.A. O evento da Covid-19 e seus impactos sobre o setor turismo: em busca de uma análise multi e trans-escalar. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v.14, n.4, p.1-15, 2020.

DA SILVA, I.C.M. Políticas públicas e qualificação profissional em turismo: uma análise das metodologias de pesquisa. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 14, n. 3, p. 94-117, 2020.

DREI, S.M.; et al. Cenários prospectivos para o turismo brasileiro pós-covid-19: uma aplicação do método momento. **X Simpósio de engenharia de produção, Rio de Janeiro**, 2022.

EICHNER, M., SCHWEHM M., WILSON, N., BAKER, M. G. Small islands and pandemic influenza: Potential benefits and limitations of travel volume reduction as a border control measure. **BMC Infectious Diseases**, v.9, n.160, p.1-5, 2009.

EVERINGHAM, P., & CHASSAGNE, N. Post COVID-19 ecological and social reset: moving away from capitalist growth models towards tourism as Buen Vivir, **Tourism Geographies**, v.22, n.3, p.555-566, 2020.

EVERINGHAM, P.; CHASSAGNE, N. Post COVID-19 ecological and social reset: moving away from capitalist growth models towards tourism as buen vivir. **Tourism Geographies**, [S.L.], v. 22, n. 3, p. 555-566, 2020.

FERNANDES, A.S.A. Políticas Públicas: definição evolução e o caso brasileiro na política social. In: DANTAS, H. e MARTINS JUNIOR, J. P. (Orgs). **Introdução à política brasileira**. São Paulo: Paulus, 2007.

FERREIRA, H.C.H.; DA SILVA FONSECA FILHO, A. Dilemas, expectativas e perspectivas sobre o ensino superior de turismo e hospitalidade em tempos de Covid-19. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 14, n. 4, p. 29-49, 2020.

FGV, Projetos. **Impacto Econômico do Covid 19 – Propostas para o Turismo Brasileiro**, 2020.

FREITAS, R.A.B. de; MELO, H.C.S.; AZEVEDO, M.A.F.; OLIVEIRA JÚNIOR, A. M.; SÁ, J.L.S. Prospecção Científica sobre Epidemiologia e Prevenção da Covid-19 Aliada à Inteligência Artificial. **Cadernos de Prospecção, Salvador**, v. 13, n.2, p. 543-558, abr. 2020.

FUNDAÇÃO OSWALDO CRUZ. Coronavírus: Perguntas e respostas Recuperado em 24 de abril, 2020, de <https://portal.fiocruz.br/coronavirus/perguntas-e-respostas>, 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisas**. São Paulo: Editora Atlas, 1994.

GOLE, I.; DOBREA, R.C.; GOMBOS, C.C. Aviation industry-challenges and uncertainties after the Covid-19 pandemic. In: **SHS Web of Conferences. EDP Sciences**, p. 01010, 2021.

HIGGINS-DESBIOLLES, F. Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19, **Tourism Geographies**, v.2, n.3, n.610-623, 2020.

JUNIOR, J. C., SANTOS, S. B. S. **A análise do ambiente interno: competências e capacidades**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

KOSTIN, K. B. Foresight of the global digital trends. **Strategic Management**, v. 23, n. 1, p. 11–19, 2018.

LACERDA, L.L.L., DOS SANTOS, J.F.A.; CUNHA, C.J.C.A. Lições aprendidas para gestão de crise no setor de turismo de Florianópolis durante a pandemia Covid-19. **Caderno virtual de turismo**, v. 1, n. 21, 2020.

LAGO, R.; CANCELLIER, E.L.P.L. Agências de viagens: desafios de um mercado em reestruturação. **Turismo - Visão e Ação**, v. 7, n.3, p. 495–502, 2005.

LINKEDIN; WGSN. **O Futuro do trabalho: como a onipresença da tecnologia está despertando valores humanos na relação com trabalho**. Disponível em: <<https://www.futurodotrabalho.co>>. Acesso em: 17 de maio de 2023.

LOBO, H.A.S.; et al. Isolamento social e percepção de multidão no âmbito do turismo pós-pandemia da Covid19: Algo será diferente? TURYDES: **Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible**, v. 13, n. 29, p. 198-213, 2020.

MOTOMURA, O. **Reflexões OM (2) sobre como estamos vivendo hoje**. Disponível em: <https://amana-key.com.br/webinar-aberto-amana-key-mar-20/>. Acesso em 10 nov. 2022.

NEVES, et al. Os impactos da covid-19 nas viagens de turistas brasileiros: conjuntura e perspectivas na eclosão e na expansão da pandemia no brasil. **Tur., Visão e Ação**, v. 23, n.1, 2021.

SAKOWSKI, P.A.M. **Mensurando o emprego no setor turismo no Brasil: do nível nacional ao regional e local**. in Texto para Discussão, Brasília, Ipea, 2015.

SÁ, F.Z. GASTAL, S.A. Mobilidade, imobilidade e a-mobilidade: para discutir o Turismo em tempos de COVID-19. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, 2021.

SATHIENDRAKUMAR, R. **Sustainable Tourism Development: its feasibility and economic vale**. IN Clemente, A. T. Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd., 2013.

SILVA, D.L.; BORGES, V. P.C.; JOHN, E. Análise etnográfica dos impactos do COVID-19 no turismo do Brasil. Pasos. **Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Ilhas Canárias, n.3, p. 601-614, jul./ set. 2022.

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J.; MASSUKADO-NAKATANI, M. O mercado de trabalho dos egressos de cursos superiores em turismo: comparações dos dados de 2012 – 2018. **Revista Brasileira de Turismo**, v. 14, n. 2, p. 83–94, mai/ago, 2020.

SILVEIRA, C.E.; et al. Transformações na sociedade e no mercado de trabalho: a inserção do profissional de turismo no cenário pós-pandemia do Covid-19. **Revista Acadêmica**, v.16, n. Especial, dezembro, 2020.

SILVEIRA, C.E.E.; et al. Transformações na sociedade e no mercado de trabalho: a inserção do profissional de turismo no cenário pós-pandemia do Covid-19. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 14, n. 4, p. 106-130, 2020.

SIQUEIRA, E.B., MULLER, L.; SILVA, T. L. DA. Tecnologia e sustentabilidade: caminhos do turismo pós-pandemia. **Revista Augustus**, v.31, n.58, p.159-172, 2022.

STELZER, J.; FRANÇA, R. Os cruzeiros marítimos e os desafios logísticos e jurídicos causados pelo coronavírus (COVID-19). **Destarte**, v. 10, n. 1, p. 177-198, 2021.

TARIN, D. O Desastre provocado pela COVID-19: A crise na Gestão Pública e o papel da Defesa Civil na prevenção e resposta. In: COVID-19: Crises entremeadas no contexto de pandemia. **São Carlos: UFSCar**, p. 57-71, 2020.

TOMÉ, L.M. **Setor de turismo: impactos da pandemia**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, n. 124, 2020.

TRIGO, L.G.G. Viagens e turismo: dos cenários imaginados às realidades disruptivas. **RBTUR, São Paulo**, v.14, n.3, p. 1-13, set. /dez. 2020.

**United Nations World Tourism Organization (UNWTO)**. Compendium of tourism Statistics. Data 2014-2018. 2020 Edition. Madrid, Spain.

UNWTO. Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism. Disponível em: <https://bit.ly/36qvs4r>

VELOZO, A.V.; FREITAS, M.C.D. Avaliação por competência no domínio de língua estrangeira: uma aplicação profissional mediada por rubrica. **Percurso**, v. 4, n. 45, p. 67-92, 2022.

WEF - WORLD ECONOMIC FORUM. The future of jobs: employment, skills and workforce strategy for the Fourth Industrial Revolution. Disponível em: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf). Acesso em: 17 nov. 2023.

WTTC. World Travel & Tourism Concil. **Travel & Tourism economic impact 2018 Brazil**, 2018



