

POSSIBILIDADES DE INVESTIGAÇÕES SOBRE A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS E SEUS REFLEXOS NO TURISMO E NA HOTELARIA

Marcelo de Oliveira Nunes

Enquanto os líderes mundiais se deparam com os desafios da atual pandemia provocada pelo COVID-19 e a saturação de seus sistemas de saúde, muitas perguntas permanecem sem respostas quanto aos efeitos que a atual crise provocará em setores específicos da economia. A Organização Mundial da Saúde (UN NEWS, 2020) identificou as medidas de isolamento social como a forma mais eficaz de minimização do contágio do vírus. Como era de se esperar, tais medidas restringiram o funcionamento adequado dos mercados.

Algumas atividades como supermercados, farmácias, *e-commerce*, além de toda a cadeia produtiva de insumos para a saúde têm andado na contramão da crise e apresentado níveis moderados de crescimento econômico (TRISOTTO, 2020). Entretanto, a maioria dos setores têm apresentado quedas sensíveis no faturamento, atreladas a um processo de demissões, *lay-offs* e, em alguns casos, falência (PERRIN, 2020).

Certamente, as atividades específicas e conexas ao turismo, como empresas de transporte aéreo e rodoviário, meios de hospedagens, bares e restaurantes, atrativos turísticos e empresas de eventos, entre outras, estão entre as mais afetadas (AGÊNCIA O GLOBO, 2020). Um estudo realizado pela Fundação Getúlio Vargas (2020) estima que, havendo um período de 3 meses de paralização do turismo no país, as perdas econômicas se darão na ordem de R\$116,7 bilhões, ou 21% da produção total do biênio 2020-2021. Em um cenário otimista, o setor conseguirá se recuperar até 2023, no entanto, para isto precisará crescer, em média, 16,95% ao ano.

Quando olhamos para a situação particular da hotelaria, os primeiros



dados de mercado refletem com clareza os efeitos da atual pandemia. Abaixo pode ser visto um comparativo entre 2019 e 2020, do desempenho de variados mercados do continente americano, no mês de março:

Tabela 1: Desempenho hotelaria 2020-2019.

		Taxa de Ocupação			RevPAR		
		Março (%)			Março (US\$)		
		2020	2019	Var. (%)	2020	2019	Var. (%)
Mercados Nacionais	Brasil	32,4	56,9	-43	18,58	47,30	-60,7
	Argentina	27,4	65,2	-58	25,42	68,13	-62,7
	Estados Unidos	39,4	68,2	-42,3	43,54	90,46	-51,9
Destinos	Rio de Janeiro	34,8	64,6	-46,2	26,15	73,90	-64,6
	São Paulo	32,5	61,1	-46,9	26,09	61,63	-57,7
	Buenos Aires	29,6	73,8	-59,9	33,21	90,12	-63,1
	Miami	42,5	85,7	-50,3	89,37	217,67	-58,9
	Nova York	34,5	84	-58,9	62,15	182,25	-65,9

Fonte: STR (2020)

Nesta linha, por se tratar de um episódio recente, a pandemia provocada pelo novo coronavírus ainda carece de publicações acadêmicas no turismo. Um dos primeiros trabalhos de que se tem notícia acaba de ser publicado na *Tourism Geographies*. Nele, os autores refletem sobre a possível amplitude dos impactos da pandemia no turismo, e suas implicações para governos, empresas e turistas (HALL, SCOTT e GOSSLING, 2020). Vale destacar, no entanto, que existem publicações com temáticas correlatas, que valem à pena a consulta, para aqueles que têm interesse em produzir pesquisas sobre o contexto atual.

Mair, Ritchie e Walters (2016) realizaram uma revisão sistemática da literatura e propõem uma agenda de pesquisas sobre estratégias de recuperação pós desastres e pós crises. Em seu levantamento, os autores identificam quatro trabalhos relacionando pandemias e o turismo. No agregado geral, as temáticas que mais emergiram ligadas às estratégias de recuperação foram: importância da comunicação, o papel da imprensa, mensagens e estratégias de marketing, falta de estratégias preventivas, danos à reputação do destino e comportamento do turista.

Já em um estudo sobre o impacto que a erradicação de doenças

infecciosas como dengue, malária, febre amarela e ebola teriam para o turismo, Rosselló, Santana-Gallego e Awan (2017) refletem que as condições climáticas e socioeconômicas que propiciam o turismo em algumas destinações são as mesmas que permitem o surgimento de doenças transmitidas por vetores, como mosquitos. Dentre seus principais achados, os autores estimam que caso estas doenças fossem erradicadas, os países que a possuíam se beneficiariam de um incremento, em média, de 14,4% na chegada de turistas internacionais, além de um aumento de gastos destes turistas na ordem de US\$12 bilhões.

Perspectiva dos turistas

Um tópico que deverá receber especial atenção após a pandemia estar controlada se refere às mudanças esperadas no comportamento do turista, bem como sua percepção em relação aos destinos. Hábitos recentemente incorporados de proteção pessoal, como uso de álcool em gel e máscaras individuais, além da fuga de aglomerações, poderão ser continuados quando as viagens voltarem a ser permitidas. Assim, a percepção de risco em relação a prestadores de serviços do turismo estará em voga, já que turistas estarão mais conscientes quanto à importância de cuidados que locais que geram movimentação de pessoas, como aeroportos, hotéis e restaurantes precisam ter. Wolff, Larsen e Øgaard (2019) oferecem uma revisão atual sobre como operacionalizar e medir a percepção de risco no contexto turístico.

Nesta linha, acredita-se que um dos desafios será sob o ponto de vista da informação. No contexto de desastres naturais, Nagai, Ritchie, Sano e Yoshino (2020) documentam que as pessoas atribuem pesos diferentes aos mais variados riscos, o que pode impactar na busca por informações preventivas por parte de turistas. Episódios de pouca probabilidade e elevado impacto como terremotos e tsunamis, por exemplo, tendem a ser desprezados pelas pessoas.

Similarmente, episódios de alta probabilidade, como acidentes e crimes, também tendem a ser desprezados pois costumamos achar que temos maior controle, sobre sua chance de ocorrência. Faz parte da



responsabilidade de gestores de destinos e prestadores de serviços ampliarem a transparência em seus processos de gestão, como forma de reduzir ruídos de informação.

Perspectivas dos hotéis

As duas últimas décadas foram marcadas por inovações importantes no setor de hospedagens, como o surgimento de substitutos extra-hoteleiros no mercado (e.g. Airbnb), além de parceiros intermediários, cuja operação é integralmente online, como é o caso das OTAs (e.g. Booking.com, Hotéis.com, etc.) (ROMERO e TEJADA, 2019). Esta nova composição do setor nos permite analisar os impactos da atual pandemia sob variadas perspectivas.

Tais empresas, apesar de atuarem no setor de hospedagens, são essencialmente empresas de tecnologia. Desta forma, não possuem tantos investimentos em ativos imobilizados como os hotéis, resorts, pousadas, etc., tampouco possuem uma matriz de custos equivalente (CHANG, HSU e LAN, 2019). Uma abordagem interessante seria acompanhar a recuperação tanto de empresas típicas do setor de hospedagens, quanto as virtuais, e estabelecer análises comparativas.

Nesta linha, o estudo da FGV (2020) mencionado anteriormente prevê que, ao retornarem as atividades, os primeiros mercados a se recuperarem serão o turismo doméstico, seguido do turismo de negócios e eventos e, finalmente, o turismo internacional. Pode-se pensar em realizar uma análise das características dos meios de hospedagens que terão sua recuperação antecipada em relação aos demais.

Quais variáveis mais determinarão esta tendência: porte do hotel, sua localização, segmentos prioritários atendidos, tempo de mercado, se é de rede, ou não? Finalmente, acredita-se que o caminho esteja aberto para que sejam feitas pesquisas sérias, e de qualidade sobre o tópico, como forma de auxiliar gestores e tomadores de decisão, tanto no âmbito público, quanto na iniciativa privada hoteleira. Neste momento de instabilidade e dificuldade de previsão, tais estudos se fazem necessários.



REFERÊNCIAS

AGÊNCIA O GLOBO. **Coronavírus: turismo será o setor mais afetado pela crise e levará mais tempo para se recuperar.** 2020. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2020/04/coronavirus-turismo-sera-o-setor-mais-afetado-pela-crise-e-levara-mais-tempo-para-se-recuperar.html>>. Acesso em: 25.abr.2020

CHANG, Y.; HSU, P.; LAN, Y. Cooperation and competition between online travel agencies and hotels. **Tourism Management**, vol. 71, p. 187–196, 2019.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV. **Impacto econômico do COVID-19: propostas para o turismo brasileiro.** 2020. Disponível em: <<https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/impacto-economico-do-covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020>>. Acesso em: 27.abr.2020.

HALL, M.; SCOTT, D.; GOSSLING, S. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. **Tourism Geographies**, 2020.

MAIR, J.; RITCHIE, B. W.; WALTERS, G. Towards a research agenda for post-disaster and post-crisis recovery strategies for tourist destinations: a narrative review. **Current Issues in Tourism**, vol. 19, nº 1, p. 1-26, 2016.

NAGAIA, N.; RITCHIE, B. W.; SANOA, K.; YOSHINOC, T. International tourists' knowledge of natural hazards. **Annals of Tourism Research** (Research note) vol. 80, 2020.

PERRIN, F. **Crise do coronavírus deve levar empresas ao fim mas também à inovação.** 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2020/04/crise-do-coronavirus-deve-levar-empresas-ao-fim-mas-tambem-a-inovacao.shtml>>. Acesso em: 25.abr.2020.

ROMERO, I.; TEJADA, P. Tourism intermediaries and innovation in the hotel industry, **Current Issues in Tourism**, vol. 23, nº 5, p. 641-653, 2019.

ROSSELLÓ, J.; SANTANA-GALLEGO, M.; AWAN, W. Infectious disease risk and international tourism demand. **Health Policy and Planning**, p.1–11, 2017.

STR, **Americas hotel review:** industry performance for the month of march. Abril, 2020.

TRISOTTO, F. **Oásis em meio à crise: os setores da economia imunes aos efeitos do coronavírus.** 2020. Disponível em:



<<https://www.gazetadopovo.com.br/economia/coronavirus-setores-em-alta-delivery/>>. Acesso em: 25.abr.2020

UN NEWS. **UN launches major humanitarian appeal to keep COVID-19 from 'circling back around the globe'**. 2020. Disponível em: <<https://news.un.org/en/story/2020/03/1060222>>. Acesso em: 25.abr.2020

WOLFF, K.; LARSEN, S.; ØGAARD, T. How to define and measure risk perceptions. **Annals of Tourism Research**, vol. 79, 2019.