
A atuação do turismo perante momentos de crise

Adriane Santana Guterres¹

Kimberlyn Schardosim Escobar²

Juliana Saboia³

Resumo: Muitos comerciantes vêm se reinventando nesse momento pandêmico que o mundo se encontra, são raros, atualmente, os segmentos de comércio que conseguiram criar novas oportunidades. O turismo é um fenômeno que movimentava milhões de pessoas em todo o mundo, assumindo-se como um dos principais motores de uma economia em escala global (Farhangmehr e Simões, 1999). Segundo Sebrae (2014), grande parte de micro e pequenas empresas de muitas regiões do Brasil são sustentadas pelo setor de Turismo, inclusive, significativas empresas contribuem para o desenvolvimento da região que atuam, conseqüentemente, pela melhoria da qualidade de vida nos mais variados destinos geográficos do Brasil. De acordo com Schreiber (2012) estudar a percepção do consumidor diante a reinvenção nesse período é indispensável para ter crescimento gradual e constante de comércios locais. Segundo a OMT, o turismo sofreu uma queda drástica neste primeiro semestre de 2020, onde aeroportos, portos e comércios ficassem fechados neste lapso. Para Beni (2020) o Turismo, mais do que qualquer outro setor da economia, apresenta uma característica de extrema sensibilidade a toda a alteração situacional, sendo extremamente retrátil a oscilações de taxa de câmbio, flutuações sazonais da demanda, riscos meteorológicos, geológicos, convulsões sociais, instabilidade política, terrorismo e riscos epidêmicos e pandêmicos que comprometam a saúde pública, como o recente surto do COVID-19. O tráfego turístico mundial já enfrentou, num passado não muito distante, a epidemia da SARS - também conhecida por Gripe Asiática - com uma discreta retração, porém nada semelhante ao que estamos enfrentando no presente. Para Beni (2020) o isolamento social por face ao COVID-19, somado às diferentes acepções de tempo perdido correspondentes, abrem um campo imenso à observação antropológica. Uma antropologia da solidão que se pretende de proteção e preservação, portanto, as dificuldades para o necessário deslocamento, isolamento e a geração de relações de amizade, poderia ser aplicada em diferentes domínios nos quais a tensão global/local é sensível, como o Turismo. Considerando um cenário de reabertura da economia a partir de junho deste ano e estabilização da economia entre outubro de 2020 e outubro de 2021, estudo realizado pela FGV (2020) estima uma perda para o setor em torno de 21,5% no biênio. Para estudo desse trabalho, definiu-se como objetivo geral analisar como o turismo vem sofrendo em tempos de crise, especialmente com a pandemia que o planeta se encontra, e como objetivos específicos analisar o comportamento do consumidor na retomada de

¹ Centro Universitário Cesuca. Graduanda do curso de Administração. E-mail: adriane.gtr@gmail.com

² Centro Universitário Cesuca. Graduanda do curso de Administração. E-mail: kim.schardosim@gmail.com

³ Centro Universitário Cesuca. Docente do curso de Administração. E-mail: julianasaboia@cesuca.edu.br

práticas no turismo pós pandemia e identifica as novas tendências do turismo no meio digital e presencial. Também será feito uma pesquisa quantitativa utilizando questionário semiestruturada com pessoas que possuem o hábito de viajar. A pesquisa encontra-se em processo de construção de análise.

Palavras-chave: Turismo; Crescimento; Crise.