

BOLETIM ESPECIAL XIV TURISMO X CORONA VÍRUS



A pandemia causada pela Covid-19 estabeleceu uma série de mudanças na vida cotidiana das comunidades, despertou preocupação e expectativas em relação aos próximos meses que irão refletir, diretamente, sobre as decisões de consumo após o isolamento social. Neste novo contexto, percebem-se mudanças comportamentais da humanidade, na forma como as pessoas se relacionam com o mundo e com os que estão à sua volta. A tendência é de uma maior preocupação com questões sanitárias, de segurança e humanitárias.

Todos os setores devem passar por um processo de inovação e adaptação frente à nova realidade. O setor de serviços é um dos mais prejudicados e vem sendo transformado, fortemente, em virtude das medidas de isolamento social implementadas para deter o contágio da Covid-19. O estado de isolamento vigente implicou no fechamento obrigatório de diversos estabelecimentos considerados não essenciais, o que impactou negativamente na receita das empresas prestadoras de serviços.

Segundo os dados da Pesquisa Mensal de Serviços do IBGE, em abril de 2020, o volume de serviços no Brasil apresentou retração de 11,7%, frente ao mês de março de 2020, que já havia registrado retração de 7,0%, em relação a fevereiro de 2020. Este desempenho é preocupante e retrata a perda considerável no volume das atividades. Consta-se que o resultado negativo do mês de abril é o mais intenso da série histórica (iniciada em janeiro de 2011).

A retração de 11,7% no volume de serviços no Brasil, observada na passagem de março para abril de 2020, resulta do acompanhamento de cinco atividades investigadas (tabela 1). A análise foi feita nacionalmente e, das 27 Unidades da Federação, 26 apresentaram retração no volume de serviços, em abril de 2020. Na comparação com o mês anterior, em Goiás a retração foi de 11,0%, conforme o gráfico 1.

Tabela 1: Pesquisa Mensal de Serviços - Indicadores do Volume de Serviços, segundo as atividades de divulgação Abril 2020 - Variação (%)

Atividades de Divulgação	Mês/Mês anterior (1)			Mensal (2)			Acumulado	
	FEV	MAR	ABR	FEV	MAR	ABR	No ano (3)	Em 12 meses (4)
Volume de Serviços - Brasil	-1	-7	-11,7	0,6	-2,8	-17,2	-4,5	-0,6
1. Serviços prestados às famílias	-0,4	-31,2	-44,1	3,4	-33,5	-65,2	-23,6	-6,6
2. Serviços de informação e comunicação	-1,3	-1,3	-3,6	-0,4	-0,2	-4,8	-0,9	2
3. Serviços profissionais, administrativos e complementar	-0,5	-7,2	-8,6	-3,4	-3,7	-17,3	-6,3	-1,1
4. Transportes, serviços auxiliares aos transportes e correio	0,3	-8,7	-17,8	1,6	0,4	-21,2	-4,6	-3,2
5. Outros serviços	0,5	-1,5	-7,4	9,3	14	1	8,5	7,8

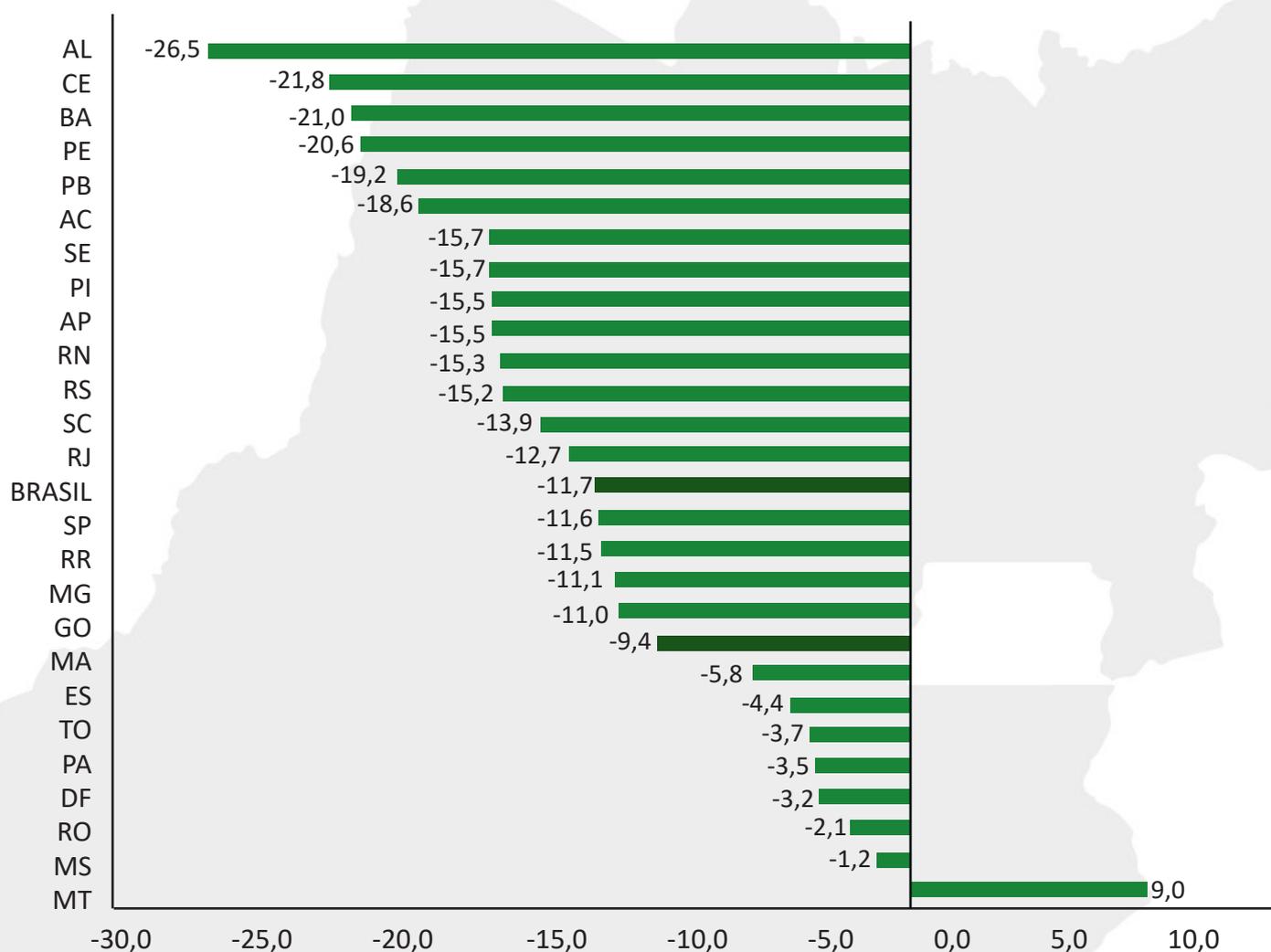
(1) Base: mês imediatamente anterior - com ajuste sazonal (3) Base: igual período do ano anterior (2) Base: (2) igual mês do ano anterior (4) Base: 12 meses anteriores

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria.

BOLETIM ESPECIAL XIV TURISMO X CORONA VÍRUS



Gráfico 1- Pesquisa Mensal de Serviços - Resultados Regionais (Volume) Variação Mês / Mês anterior – Abril/2020 - Série com Ajuste Sazonal



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria

Dentro do setor de serviços estão inseridas as empresas da cadeia de turismo, que segundo especialistas formam um conjunto de empresas que estão sendo prejudicadas, em quase 100%, desde o surgimento dos primeiros casos de Covid-19 no Brasil, devido aos cancelamentos de pacotes de viagens ou adiantamentos. Houve também o cancelamento ou adiamento de eventos, entre outras ações, antes mesmo das medidas de isolamento social e decretos implementados. Uma das consequências foi o fechamento de muitas empresas. Segundo os dados da PMS do IBGE, em abril de 2020, o índice de atividades turísticas apontou retração de 54,5% frente ao mês imediatamente anterior, queda mais intensa da série histórica (iniciada em janeiro de 2011).

O IBGE selecionou para essa pesquisa de volume de atividades turísticas 12 Unidades da Federação e acompanhou este movimento de retração. Em Goiás a retração foi de 58,1% (gráfico 2).

BOLETIM ESPECIAL XIV TURISMO X CORONA VÍRUS



Gráfico 2 - Pesquisa Mensal de Serviços- Resultados Regionais (Volume de Atividades Turísticas) - Variação Mês / Mês anterior – Abril/2020 Série com Ajuste Sazonal



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Indústria.

Vale lembrar que o resultado de abril é ainda mais avassalador do que o de março, pois as medidas de isolamento começaram somente após a segunda quinzena de março de 2020, o que afetou de forma acentuada as empresas de turismo, em abril.

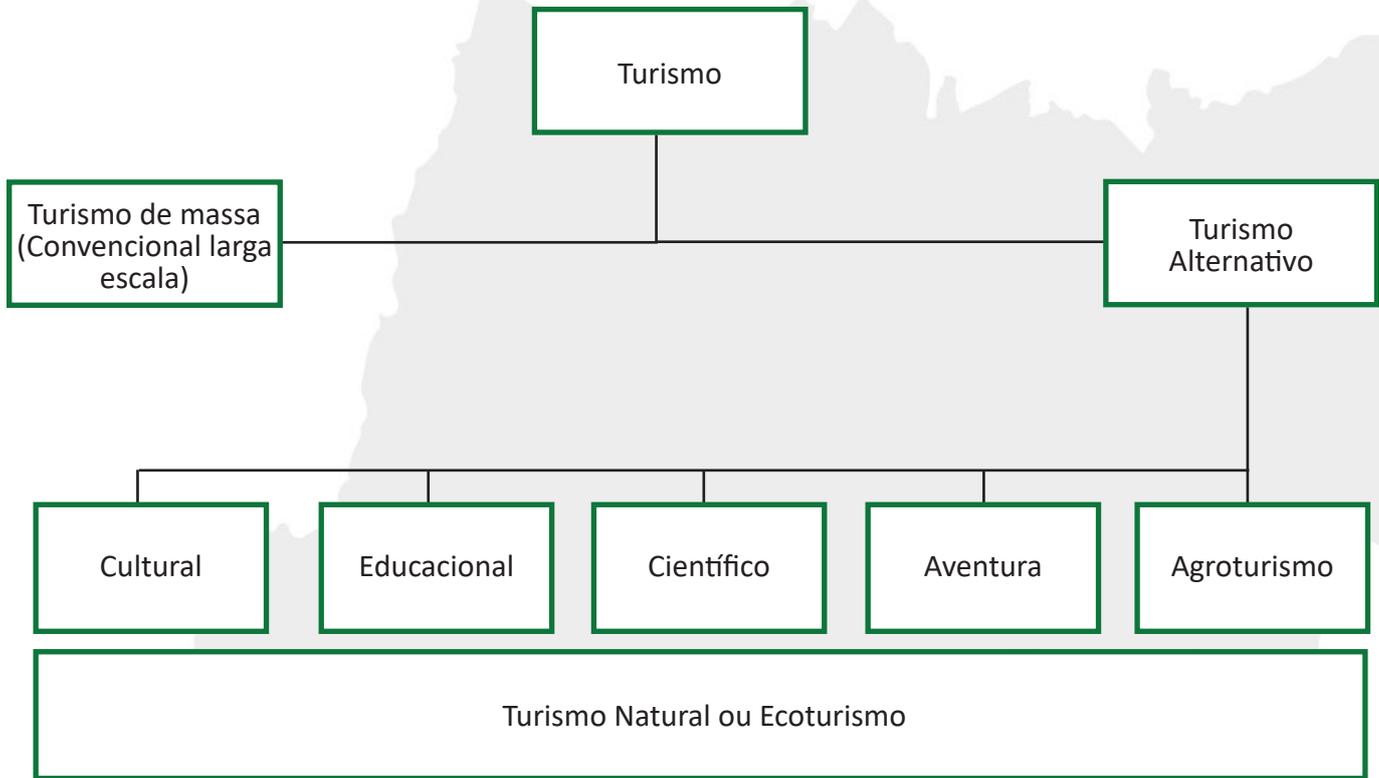
Embora exista uma demanda reprimida no mercado por vários serviços, e por parte da população que está sendo submetida ao isolamento, as pessoas daqui para frente estarão mais cautelosas. Elas só irão se deslocar novamente quando for verificada a condição de segurança dos destinos. Neste momento, mesmo com a liberação parcial de alguns destinos turísticos, a demanda não será a mesma.

Historicamente o turismo já ajudou países no processo de recuperação econômica, como é o caso, por exemplo, dos países europeus. O Brasil sendo um país continental, com diferentes cenários, tem muito a ganhar, pois dispõe de uma população estimada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, de 211,6 milhões de habitantes (2020). O turismo doméstico deve ser incentivado no cenário pós-pandemia.

O estado de Goiás com uma população estimada (2019) em 7.018.354 pessoas, pode sair na frente, pois está localizado no centro do país. Vários relatórios de pesquisa indicam que a princípio as pessoas darão preferência a destinos mais próximos, menos visitados e em contato com a natureza. Desta maneira, o turismo alternativo, atrelado às boas práticas de responsabilidade social, ambiental e segurança sanitária, aparece como uma das alternativas mais interessantes para o turista, que busca vivenciar experiências inesquecíveis.



Imagem 1- Turismo de Massa Vs. Turismo Alternativo



Fonte: Adaptado de Wearing e Neil, 2001.

Segundo a Associação Italiana de Turismo o “Turismo Responsável é o turismo realizado segundo os princípios da justiça social e econômica, com pleno respeito ao ambiente e às culturas. O turismo responsável reconhece o papel central da comunidade local receptora e o seu direito de ser protagonista, no desenvolvimento do turismo sustentável e socialmente responsável de seu próprio território. Opera favorecendo a positiva interação entre a indústria do turismo, as comunidades locais e os turistas”.

Neste cenário atual de pandemia é necessário um plano de retomada com princípios orientadores, baseados no turismo responsável e respeitando as particularidades de cada destino, de modo a promover um bom ambiente de negócios, sem ser negligente com a questão da saúde que hoje, mais do que nunca, tem que ser uma preocupação coletiva. É preciso dar atenção especial também às questões sociais e ambientais, respeitando valores éticos, étnicos e culturais de cada localidade, de modo a dar continuidade à atividade turística, que nos últimos anos tem se demonstrado cada vez mais importante, como fonte geradora de emprego e renda.

Conforme os dados da World Travel & Tourism Council (WTTC), o turismo é um dos setores que mais gerou emprego e renda no mundo, nos últimos anos. Dados de 2018 da WTTC mostram que o Turismo responde por um entre cinco de todos os novos postos de trabalho criados no mundo, e é o segundo setor que mais cresce, à frente de outros importantes, como Saúde e Tecnologia da Informação.

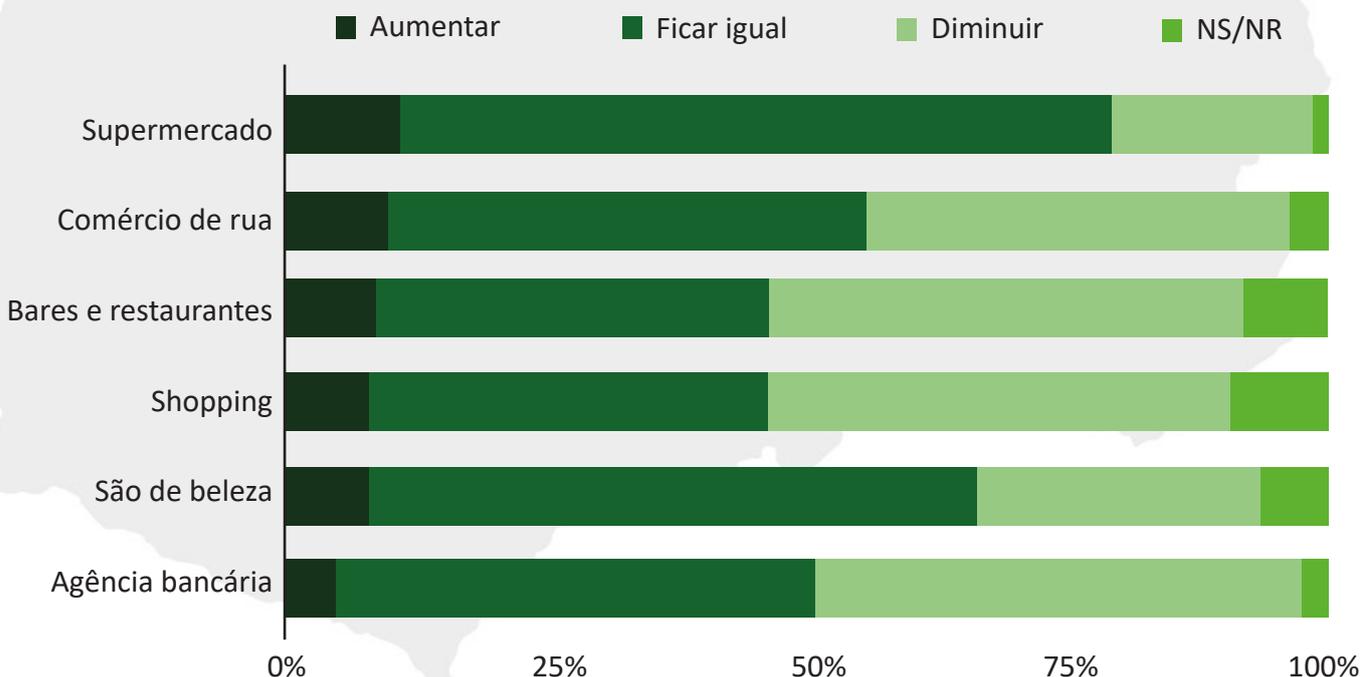
BOLETIM ESPECIAL XIV TURISMO X CORONA VÍRUS



A expectativa é que quando esse período turbulento passar o setor volte a apresentar resultados positivos, porque se percebe que as pessoas têm necessidade de viajar, para compensar desequilíbrios provocados pela vida profissional e familiar, pois viajar é uma forma de fugir da realidade diária, e de renovar as energias. Segundo o Levantamento do Observatório da Federação Brasileira de Bancos – Febraban, realizado em 2020, a expectativa das famílias, para os próximos meses, é otimista. Elas acreditam na recuperação do poder de compra e devem voltar a viajar, e conseqüentemente consumir novamente, quando sentirem condições adequadas de saúde e segurança, em seus destinos turísticos preferidos. O estudo identificou uma elevada taxa de otimismo na opinião pública brasileira bancarizada, ou seja, pessoas com 18 anos ou mais, quanto à recuperação da situação financeira pessoal e familiar, na qual 49% dos respondentes acreditam que suas finanças voltarão ao que eram antes da pandemia, no prazo de até 1 ano. Já 21% deles responderam que essa recuperação se daria em até seis meses.

O levantamento mostra também que dos brasileiros bancarizados: 78% manterão ou vão aumentar a frequência de ida aos supermercados, 19% afirmaram que sua frequência irá diminuir e 3% não souberam opinar. No que se refere ao comércio de rua, 55% manterão ou vão aumentar a frequência no comércio de rua, 41% vão diminuir, e 4% não souberam opinar. No que diz respeito a bares e restaurantes, 47% afirmaram que a frequência será mantida ou aumentada, e 46% afirmam que sua frequência aos mesmos irá diminuir e 7% não souberam opinar. No que se refere ao salão de beleza, 66% manterão ou vão aumentar a frequência de ida em salões de beleza, 27% vão diminuir e 7% não souberam opinar. Quanto aos shoppings, 47% dos respondentes afirmam que a frequência será mantida ou aumentada, 45% afirmam que a frequência aos mesmos irá diminuir e 8% não souberam opinar. Em relação às agências bancárias, 51% dos respondentes afirmam que a frequência será mantida ou aumentada, 48% acreditam que vão diminuir, e 1% não soube responder.

Gráfico 3 - As tendências de comportamento pós-pandemia apontam que algumas novidades vieram para ficar e empurraram os antigos hábitos para baixo na lista de prioridades da retomada



Fonte: Febraban, 2020

BOLETIM ESPECIAL XIV TURISMO X CORONA VÍRUS

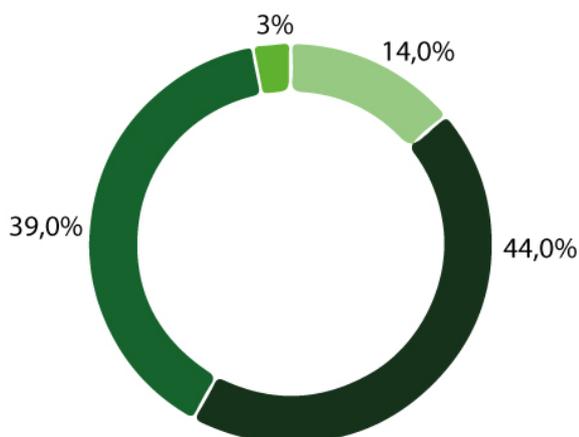


Embora com os hábitos mais caseiros e econômicos, mais da metade dos brasileiros pretende voltar ao patamar de consumo de antes da pandemia ou mesmo aumentar os gastos. Sendo que 58% dos entrevistados vão manter o mesmo nível de gasto ou aumentar, 39% afirmaram que vão diminuir, e 3% não souberam opinar. Em relação ao uso do cartão de crédito, 60% dos respondentes vão aumentar o uso do cartão de crédito ou manter o mesmo nível, 32% diminuir, e 8% não souberam responder.

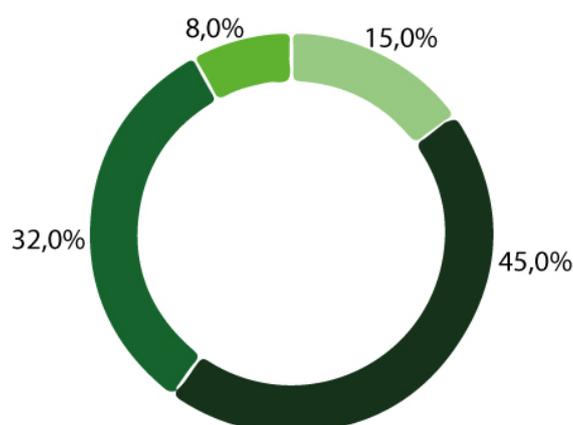
Gráfico 4 e 5- Nível de Compras e consumo e Uso do Cartão de crédito

Aumentar Vai continuar igual Diminuir NS/NR

NÍVEL DE COMPRAS E CONSUMO(%)



USO DO CARTÃO DE CRÉDITO (%)



Fonte: Febraban, 2020

A Pesquisa realizada pelo Observatório da Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN foi realizada em todo o país, entre os dias 01 a 03 de julho de 2020, e contou com a participação de 1.000 respondes da população brasileira, com 18 anos ou mais, também conhecida como população bancarizada. Os resultados da pesquisa reforçam que a pandemia mundial da Covid-19 estabeleceu uma série de mudanças e a percepção de que as mesmas vão permanecer daqui pra frente de modo a refletir diretamente sobre a dinâmica das nossas decisões financeiras.

BOLETIM ESPECIAL XIV TURISMO X CORONA VÍRUS



Referências:

Weschenfelder, Wilson Junior - CAPITAL NATURAL E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: UMA ABORDAGEM COM VISTAS AO ECODESENVOLVIMENTO E AO ECOTURISMO¹. Acesso em junho de 2020. Disponível em: <http://www.geocities.ws/wilsonjuniorw/Mestrado/Capital_natural_e_o_Ecoturismo.pdf>

IBGE - Pesquisa Mensal de Serviços - PMS. Acesso em maio de 2020. Disponível em:< <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=72419>>

OBSERVATÓRIO FEBRABAN - Expectativa de mudança no comportamento econômico-financeiro após isolamento social. Acesso em maio de 2020. Disponível em: <<https://cmsportal.febraban.org.br/Arquivos/documentos/PDF/OBSERVATO%CC%81RIO%20FEBRABAN.pdf>>