

# IMPACTOS ECONÔMICOS DA COVID-19 PROPOSTAS PARA O TURISMO

2ª EDIÇÃO

 **FGV**

Junho 2020

Dados internacionais de Catalogação na Publicação  
Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema de Bibliotecas/FGV

Impacto econômico do COVID-19 [recurso eletrônico] : propostas para o turismo / Coordenador Luiz Gustavo M. Barbosa; equipe técnica André Meyer Coelho, Felipe do Amaral Thompson Motta, Ique Lavatori B. Guimarães. - 2. ed. - Rio de Janeiro : FGV Projetos, 2020.  
1 recurso online (25 p.) : PDF

Dados eletrônicos.  
Em parceria com FGV EBAPE.  
ISBN: 978-65-86289-03-9

1. Turismo. 2. Turismo - Aspectos econômicos. 3. COVID-19 (Doença) - Aspectos econômicos. I. Barbosa, Luiz Gustavo Medeiros. II. Coelho, André Meyer. III. Motta, Felipe do Amaral Thompson. IV. Guimarães, Ique Lavatori Barbosa. V. FGV Projetos. VI. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas.

CDD - 338.4791

# 2ª EDIÇÃO

Esta é a segunda edição da série de relatórios sobre os impactos econômicos da Covid-19 para o turismo. À medida em que o tempo de interrupção das atividades comerciais relacionadas ao setor avança, novas premissas precisam ser consideradas e o modelo de recuperação é recalculado. Na primeira edição, foram considerados efeitos negativos para uma parada de três meses nos negócios do setor e, para isso, previa-se que o tempo necessário para um retorno aos patamares médios de 2019 seria de 12 meses, para o turismo doméstico, e 18 meses, para o turismo internacional.

Nesta publicação, a partir da análise dos ambientes sanitário, político, social e econômico, e da contribuição de grandes empresários do setor, estima-se que o período de **interrupção das atividades será de cinco meses**. As premissas consideram ainda que o turismo doméstico poderá recuperar a produção em 12 meses, mas o turismo internacional precisará de, pelo menos, 24 meses para voltar ao nível de 2019.

O período necessário para a recuperação das vendas do mercado turístico tende a aumentar de acordo com o tempo de parada das atividades produtivas (**quanto maior o período inoperante, mais difícil será recuperar as perdas**). A recuperação econômica depende de um conjunto de fatores prioritários - como preservação de postos de trabalho, flexibilidade operacional, crédito, união setorial, segurança sanitária e resiliência - para o que o mercado vem chamando de um “novo normal”.

*... o turismo doméstico poderá recuperar a produção em 12 meses, mas o turismo internacional precisará de, pelo menos, 24 meses para voltar ao nível de 2019.*

A map of the United States showing state boundaries and major cities. The word 'CONTEXTO' is overlaid in large green letters on the left side of the map.

# CONTEXTO

O ano de 2020 teve início com boas perspectivas para o turismo, com expectativa de crescimento da demanda por viagens e consequente aumento do faturamento das empresas de diversos segmentos. Porém, ainda no primeiro trimestre, o setor sofreu com a paralização praticamente total de suas atividades por conta da pandemia de um novo tipo de coronavírus, causador da Covid-19. Interrupções de viagens internacionais, recomendações de governos locais de isolamento social e fechamento de empresas **tornaram o mercado de viagens e sua produção praticamente inoperantes**, com cancelamentos e remarcações de pacotes e passagens vendidas antes mesmo da constatação da chegada da pandemia ao Brasil.

As ações de controle da pandemia da Covid-19 provocaram necessidade de bloqueios sanitários em todos os países do mundo, restringindo as possibilidades de negócios em nível local e internacional. Dados da agência FitchRatings<sup>1</sup> indicam que a economia mundial fechará o ano de 2020 em recessão, com queda de 3,9% do PIB global. Segundo as projeções, a economia americana deve fechar o ano com queda de 5,6% no PIB, a Zona do Euro deve apresentar uma queda de 7% e o PIB do Brasil deve cair 4% em 2020<sup>2</sup>.

Após adoção de períodos de isolamento social radical em grandes partes do mundo, começam agora movimentos de reabertura e de retomada dos negócios. **O turismo é um dos setores econômicos com maiores problemas de retomada operacional**, refletidos nas previsões financeiras e nas perspectivas para o mercado de trabalho.

Composta de grande participação de micro, pequenas e médias empresas, e com participação nos mais variados níveis de escolaridade, a cadeia produtiva do setor de viagens é responsável por volumes significativos de postos de trabalho, com e sem treinamento. Informações das agências especializadas da Comunidade Europeia (EU) e da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) indicam que o **setor de viagens como um todo poderá sofrer uma redução de 45% - 70% no ano de 2020** em seus países membros<sup>3</sup>.

*Segundo as projeções, a economia americana deve fechar o ano com queda de 5,6% no PIB, a Zona do Euro deve apresentar uma queda de 7% e o PIB do Brasil deve cair 4% em 2020.*

<sup>1</sup> Acesso em: <https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/unparalleled-global-recession-underway-22-04-2020>

<sup>2</sup> <https://www.fitchratings.com/research/sovereigns/fitch-revises-brazil-outlook-to-negative-affirms-idr-at-bb-05-05-2020>

<sup>3</sup> [https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024/breton/announcements/speech-commissioner-breton-marshall-plan-european-tourism\\_en](https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2019-2024/breton/announcements/speech-commissioner-breton-marshall-plan-european-tourism_en)

O turismo brasileiro está praticamente sem atividades desde meados de março de 2020 e deverá passar todo o primeiro semestre sem apreciar a retomada significativa de suas vendas, mesmo que a economia apresente os primeiros sinais de abertura dos negócios em junho deste ano. Considerando as Atividades Características do Turismo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor é responsável por mais de dois milhões de postos de trabalho<sup>45</sup>.

Sem perspectivas de retomada ativa das atividades econômicas no primeiro semestre de 2020, o turismo deverá experimentar linhas de retomada de sua produtividade (retorno ao crescimento) com variações entre seus diversos segmentos. Em muitos casos, mesmo com a disponibilidade de atendimento do serviço turístico, estima-se que os **consumidores ainda estarão céticos quanto à possibilidade de viajar** e consequentemente movimentar a cadeia econômica do setor.

O alongamento do processo de isolamento social e as ações necessárias para controlar os efeitos da pandemia no Brasil indicam que é **necessário incorporar novos prazos de recuperação para as estimativas de linha de base**, tendo em vista, conforme já colocado, que as previsões de parada dos negócios por três meses foram revistas para cinco meses. Prazo este, oriundo não só da questão sanitária corrente no Brasil como das perspectivas econômico-sociais.

Por isso, complementarmente aos números tratados em abril de 2020, **apresenta-se nesta edição uma nova estimativa econômica**. Para calibrar esta previsão, foram consultados ainda grandes empresários do setor de agências e operadoras, hotelaria e transportes, além de gestores públicos.

*... o setor é responsável por mais de dois milhões de postos de trabalho.*

---

<sup>4</sup> Economia do Turismo – Uma perspectiva econômica (2003-2009), IBGE, 2012.

<sup>5</sup> IPEA. Disponível em: <http://extrator.ipea.gov.br/>



# IMPACTO ECONÔMICO

As restrições no país, que começaram em março de 2020 e que permitiram o funcionamento apenas de serviços considerados essenciais à população, se mantiveram até o presente momento para quase todos os estados.

Mesmo considerando casos isolados de reabertura comercial em alguns municípios, o status econômico do setor de turismo - atividade considerada não-essencial e que, conseqüentemente, sofreu restrições em seu funcionamento - é de quase paralisação. As estimativas atualizadas indicam que este cenário deve seguir até o final do mês de julho de 2020 (totalizando praticamente cinco meses) quando, em princípio, deverá ser possível recomençar a busca pela retomada dos negócios. Nesse cenário, o setor perde um dos seus principais períodos sazonais nacionais: as férias de inverno.

Do ponto de vista econômico, **a parada da cadeia produtiva turística impacta a geração de empregos em setores que não são só do mercado de viagens**, mas que dependem deste para manterem suas atividades. O impacto é significativo na receita de empresas e, conseqüentemente, na geração de trabalho, o que é exponencialmente danoso para o ciclo econômico.

*As estimativas atualizadas indicam que este cenário deve seguir até o final do mês de julho de 2020 (totalizando praticamente cinco meses)*

A partir da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), divulgada pelo Ministério da Economia, as **Atividades Características do Turismo geravam 2.679.324 vagas formais no final de 2018**<sup>6</sup>, número que se manteve na mesma ordem de grandeza em 2019. Com o avanço da pandemia da Covid-19, é esperada uma grande perda de postos de trabalho no setor, que devem perdurar parcialmente no período de retorno à normalidade.

Segundo os dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), nos meses de março e abril de 2020, considerando apenas o segmento de “alojamento e alimentação”, o saldo de geração de empregos foi negativo (-211.722 vagas). Este número é superior às perdas registradas entre 2015 e 2017, quando o país enfrentou uma forte crise econômica (- 100.281 vagas)<sup>7</sup>. A previsão para os meses subsequentes é de incremento de demissões e fechamento de postos de trabalho que, sem medidas de proteção governamentais, provocarão o agravamento da crise econômica no país.

6 Cálculo baseado nas subclasses do Recorte de ACTs utilizado na segunda pesquisa de campo (CNAE 2.0), Anexo A.2. Disponível em: [http://ipea.gov.br/extrator/arquivos/160204\\_td\\_metodologia.pdf](http://ipea.gov.br/extrator/arquivos/160204_td_metodologia.pdf)

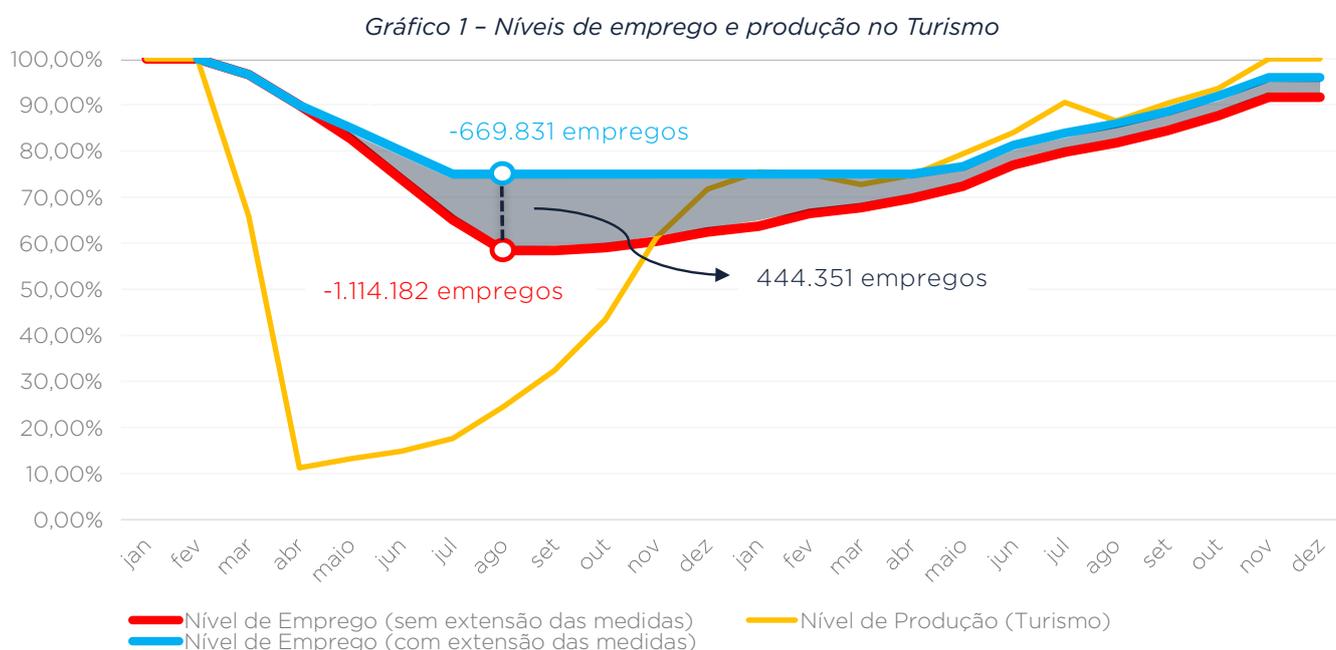
7 Disponível em: [http://trabalho.gov.br/images/Documentos/CAGED/2020/Apresentacao\\_Coletiva\\_Caged\\_27\\_05.pdf](http://trabalho.gov.br/images/Documentos/CAGED/2020/Apresentacao_Coletiva_Caged_27_05.pdf)

8 Disponível em: <http://bi.mte.gov.br/scripts10/dardoweb.cgi>

As medidas genéricas que já estão em curso (ex.MP 936), apesar de importantes, não serão suficientes para o setor de turismo evitar as demissões. Para o mercado de viagens, além da prorrogação geral do prazo da MP 936, serão necessários outros esforços para salvar os empregos no setor e aproveitar a temporada de dezembro, janeiro e fevereiro para retomada firme do setor.

No gráfico a seguir, é possível observar o impacto das medidas de manutenção dos empregos, bem como o agravamento das condições de mercado se essas medidas não se alongarem. No primeiro momento, apesar da drástica queda da produção a 10%, no mês de abril, os empregos se mantiveram em 90%, mostrando a acertada decisão governamental. Apesar da tendência de leve retomada do crescimento da produção com as medidas de relaxamento do isolamento social, as empresas precisarão ajustar seu quadro de empregados a um nível baixo de produção, o que gerará uma perda significativa de postos de trabalho. Para tal, estimam-se dois cenários de perda de empregos: (1) sem alongamento das medidas de proteção (-1.114.182 empregos) (2) com alongamento de medidas de proteção (-669.831 empregos).

O prolongamento das medidas de proteção, somados a outros incentivos como, por exemplo, o alívio de encargos trabalhistas, poderão fazer com que o empregador consiga manter seus funcionários e já possa tê-los de volta trabalhando, quando houver o momento de retomada. Sem elas, empresas terão que demitir para em seguida recontratar para a temporada que se iniciará em dezembro. Haverá perda de produtividade setorial com a substituição de trabalhadores. As estimativas presentes indicam que a diferença dos dois cenários pode significar, no ponto mais agudo das curvas, salvar mais de 400 mil empregos no setor de turismo.



Fonte: Ministério da Economia - Maio, 2020

*... a diferença dos dois cenários pode significar, no ponto mais agudo das curvas, salvar mais de 400 mil empregos no setor de turismo.*

Esses dados se referem apenas ao mercado formal, contudo, o turismo, além de impactar e sustentar setores de vários outros segmentos, impacta também uma cadeia de profissionais e de trabalhadores não registrados. Com a pandemia, e consequente interrupção do funcionamento do mercado de viagens, mesmo que alguns tenham obtido auxílio emergencial do governo, muitas atividades informais ainda agonizam por crédito para a manutenção de suas receitas.

**Mesmo com o relaxamento das medidas de isolamento, a crise econômica no turismo deve se manter** e a sua recuperação pode demorar mais do que outras atividades para acontecer, uma vez que a retomada das atividades econômicas se dará em fases, sob variadas condições e momentos de recuperação da produção. O futuro será baseado em uma nova realidade, que ainda não se sabe como nem quando será estabelecida.

*... o turismo, além de impactar e sustentar setores de vários outros segmentos, impacta também uma cadeia de profissionais e de trabalhadores não registrados.*

A fim de sintetizar as premissas utilizadas, três fases foram consideradas para o tratamento dos números deste relatório:

**1. Isolamento Social:** fase em que os negócios estão parados em quase sua totalidade, por conta das medidas de contenção da pandemia e manutenção de grande parte da população em casa;

**2. Estabilização:** fase em que se estabelecem as primeiras medidas de retomada dos negócios no mercado como um todo, e também em alguns serviços turísticos. Há momentos diferentes para o retorno das variadas atividades turísticas;

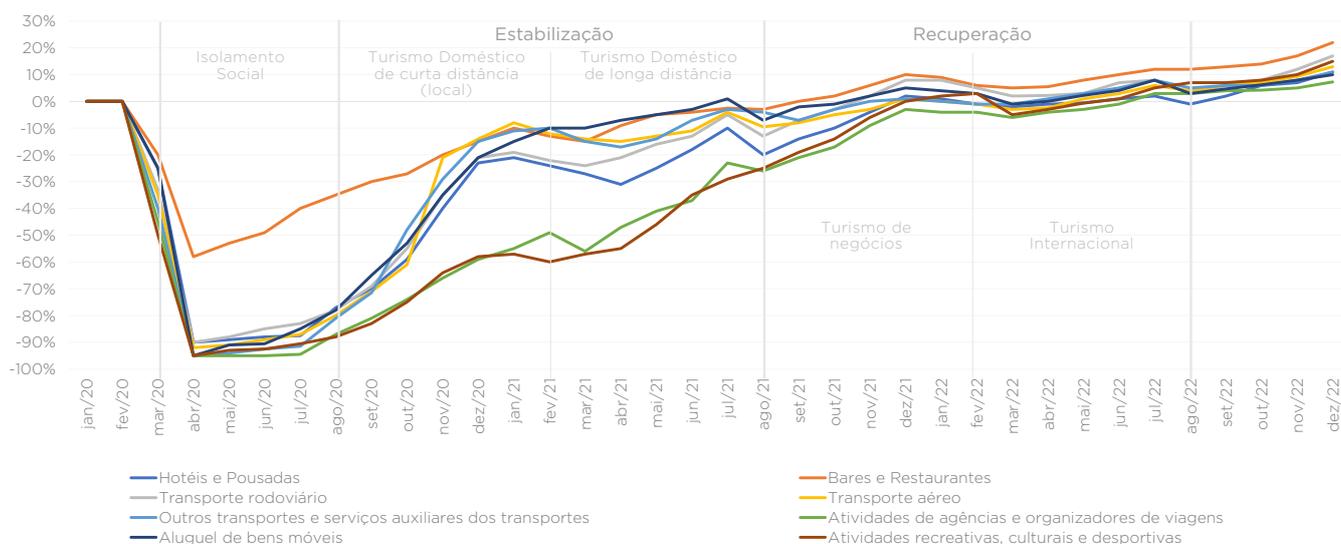
**3. Recuperação:** fase em que se consolida o processo de retorno análogo à realidade pré-crise, a partir da maior imunização da população ou pelo uso de vacinas.

É esperado que as fases 2 e 3 apresentem significativas mudanças para o mundo dos negócios, quando comparados com as operações de 2019.

No turismo, **espera-se que as atividades domésticas ganhem fôlego nos curto e médio prazos**, enquanto as atividades internacionais ainda demandarão maior tempo de maturidade para apresentarem os primeiros números de recuperação. Para as previsões deste relatório, considera-se que durante o período de estabilização, o turismo doméstico será o primeiro fator motivador do retorno das atividades, levando aproximadamente, 12 meses para retornar à atividade plena, enquanto o internacional levará, pelo menos, 24 meses para atingir recuperação econômica do setor, de forma a recuperar o nível de produção pela perda causada pelo cenário atual, conforme **Gráfico 2:**

*Esses dados se referem apenas ao mercado formal, contudo, o turismo, além de impactar e sustentar setores de vários outros segmentos, impacta também uma cadeia de profissionais e de trabalhadores não registrados.*

Gráfico 2 - Tendências de variação das atividades do setor de turismo



Fonte: Elaboração própria FGV.

A **redução do volume de produção das atividades devido à pandemia atinge o seu menor nível em 11% (média)** da produção mensal observada no mesmo período de 2019, durante os cinco meses projetados de confinamento.

Aplicadas as condicionantes do momento para o turismo, pode-se encontrar os seguintes resultados:

» A reação do setor tende a ser lenta, e ocorrer a partir do momento em que medidas de isolamento social mais intensas forem suspensas. O retorno do consumo se dará de forma gradual e ainda sob medidas de distanciamento social, baseado no atendimento de protocolos de saúde. Mas a volta efetiva às atividades dependerá de certeza de imunização da população.

- **Primeiro momento:** viagens domésticas essenciais de curta distância, utilizando principalmente os meios rodoviários. É esperado que o aumento do controle sobre a pandemia e a adoção de protocolos sanitários pelas empresas do setor hoteleiro e de transporte tragam mais confiança e segurança para os consumidores;

- **Segundo momento:** poderão retomar viagens domésticas de longa distância, utilizando-se do meio de transporte aéreo, que já deverá estar melhor estruturado com os protocolos aeroportuários;

- **Terceiro momento:** início de viagens de negócios e eventos, ainda em ritmo lento, já que o modelo de turismo só tende a voltar a uma situação normal após a adequação dos eventos aos novos protocolos;

- **Quarto momento:** retomada do turismo internacional, já que este dependerá de regulações e normas de outros países, que, em sua maioria, encontram-se fechados hoje. A forma como se dará as aberturas, como serão as concessões de vistos e os protocolos sanitários adotados terão grande influência na retomada do turismo internacional. A crise econômica mundial deve também contribuir negativamente para a recuperação desse mercado.

» Ainda que bastante afetadas, atividades de serviços de alimentação, como de bares e restaurantes, serão menos impactadas pela crise da Covid-19 do que as outras atividades de turismo, já que podem continuar operando com serviços de delivery. Segundo pesquisa do Sebrae<sup>9</sup>, 35% das micro e pequenas empresas de serviços de alimentação interromperam seu funcionamento durante o período de restrição de circulação de pessoas, contra 66% das empresas de turismo. Contudo, 89% dessas empresas declararam ter seu faturamento mensal afetado negativamente. Setores como de aluguel de bens móveis (automóveis) terão maior nível de recuperação com o retorno gradual da demanda, especialmente a partir do momento que houver retorno das viagens de negócios.

» Já as atividades recreativas, culturais e desportivas devem ser mais afetadas e levarão mais tempo para recuperar suas perdas, já que poderão ter mais dificuldades em conciliar suas atividades com as medidas de distanciamento social que ainda serão exigidas e necessárias. A capacidade de inovação desses setores para propor essa conciliação e a chegada de uma vacina ou método de tratamento eficaz deverão ser determinantes para a recuperação desses setores, que, por suas características, dependem da aglomeração de pessoas.

» As perdas econômicas do setor, em comparação ao PIB de 2019, serão significativas. Considerando os volumes de produção de 2019 (**Tabela 1**, Nota Técnica), o PIB do setor será de R\$ 143,8 bilhões em 2020 (redução de 46,9% em relação à 2019) e R\$ 236,5 bilhões em 2021 (12,6% inferior ao PIB do setor em 2019). Dessa forma, a perda total do setor turístico brasileiro será de R\$ 161,3 bilhões no biênio 2020-2021 (que representa perda de 29,8% na produção total do período).

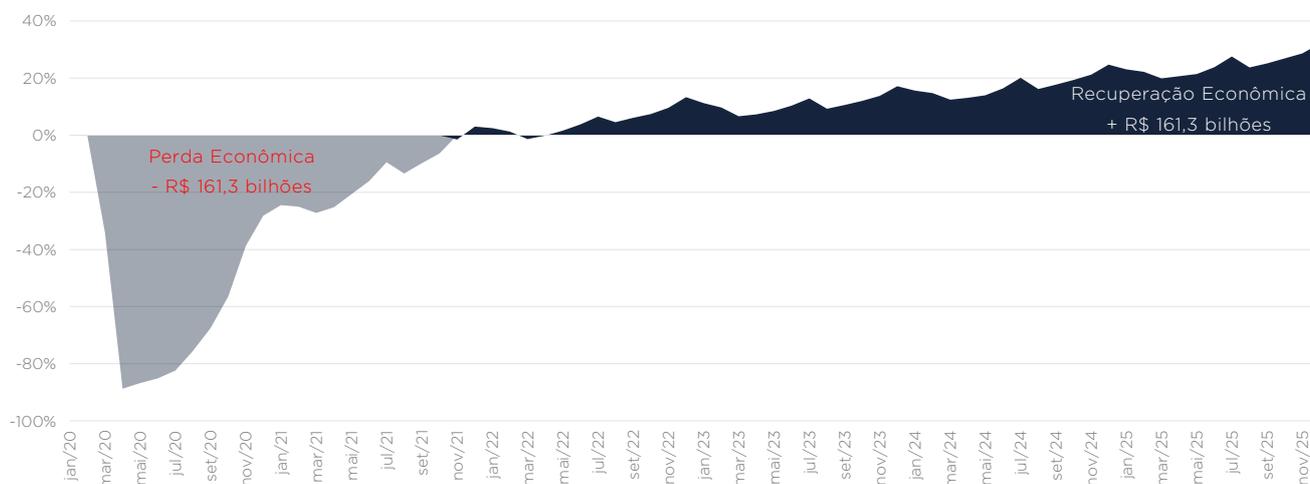
O Gráfico 3, demonstra, através do volume das áreas pintadas, o total da perda econômica do setor e a seguida recuperação considerada nessa análise. Fica claro que a retomada dos níveis do setor, se possível, é mais gradual ao longo do tempo, ou seja, a curva da recuperação tem crescimento suave durante todo o período, enquanto o pico da crise é bem mais rápido e intenso, devido à paralização imediata das atividades.

*Dessa forma, a perda total do setor turístico brasileiro será de R\$ 161,3 bilhões no biênio 2020-2021 (que representa perda de 29,8% na produção total do período).*

---

<sup>9</sup> SEBRAE. Pesquisa Sebrae – O impacto da pandemia do coronavírus nos pequenos negócios – 3ª edição. Coleta: 30 de abril a 5 de maio.

Gráfico 3 – Volumes esperados de perda e recuperação do setor de turismo



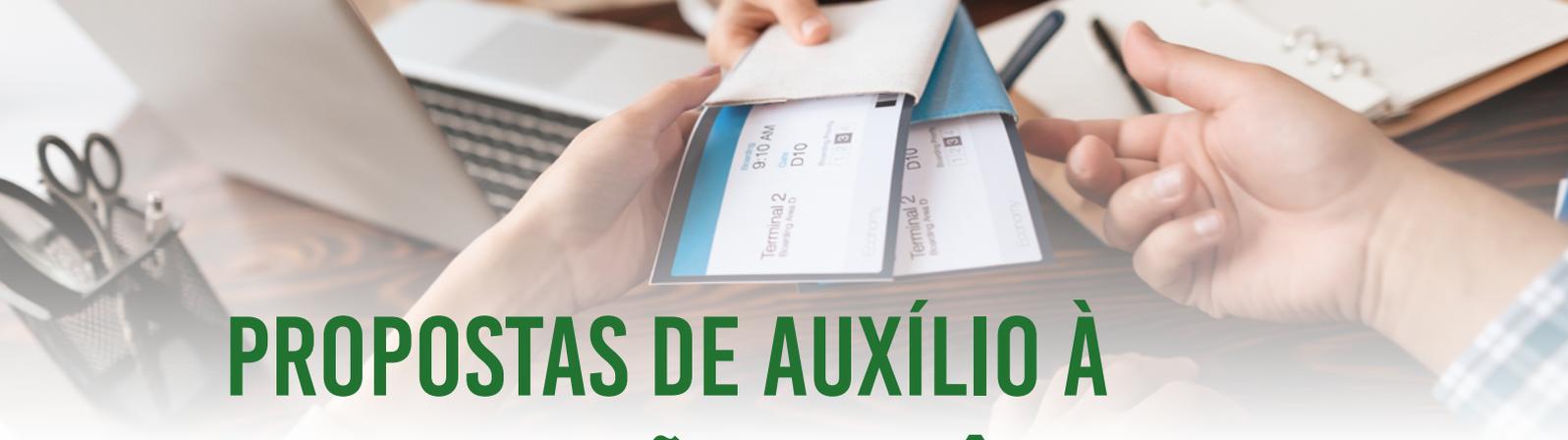
Fonte: Elaboração própria FGV.

Considerando que a economia brasileira retome suas atividades, a tendência é que a produção das atividades de turismo volte gradativamente aos patamares de 2019. Não obstante, novas características de comportamento social serão impostas à sociedade no período pós-pandemia, que promoverão mudanças em vários modelos de negócios e nos postos de trabalho.

Particularmente, o setor de **turismo sofrerá impacto das medidas de distanciamento social enquanto não houver imunização**, já que, por sua natureza, é um serviço que envolve grande volume e circulação de pessoas. Essas mudanças e adaptações devem ser acompanhadas por incremento de demissões, uma vez que a recuperação será longa e lenta, não havendo a necessidade de as empresas manterem seus quadros completos de funcionários, como já vem acontecendo.

Muitas outras empresas deste setor, por seu turno, mesmo cortando custos e empregados, não conseguirão se manter abertas, o que acarretará em mais desemprego. **Urgem políticas específicas para minimizar as consequências negativas da pós-pandemia no turismo. Medidas genéricas não serão mais suficientes.**

*... novas características de comportamento social serão impostas à sociedade no período pós-pandemia, que promoverão mudanças em vários modelos de negócios e nos postos de trabalho.*



# PROPOSTAS DE AUXÍLIO À RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

No Brasil, o setor público terá papel fundamental no apoio à retomada das atividades do setor de viagens, seja por meio de regulações e regulamentações, pela viabilização de crédito para os diferentes tipos de operações empresariais e para os consumidores, pela extinção temporária de taxas ou pelo estabelecimento de planos de contingência.

Não se pode exigir soluções somente privadas de setores altamente regulados e sofrendo interferências do setor público. Como exemplo, pode-se citar o custo de judicialização no setor aéreo brasileiro, que atingiu níveis extraordinários, passando a ser representativo no balanço das empresas e também para o Estado brasileiro.

As medidas específicas para o turismo precisam ser implantadas no curtíssimo prazo, de forma a evitar o colapso das atividades. Nesse sentido, essas ações foram divididas em blocos que podem ser consideradas relevantes para os momentos atuais e futuros no contexto gerado a partir da pandemia da Covid-19.

## 1. Preservar empregos

Com o aumento do período de isolamento social e, conseqüentemente, agravamento da situação econômica das empresas, é necessário tomar medidas intensas e específicas para a contenção das demissões, preservando o maior número possível de empregos de forma otimizar o processo de retomada. Nesse sentido, o protagonismo da gestão pública será essencial para dar confiança e será necessário disponibilizar recursos para garantir que a economia dos serviços turísticos se recupere mais rapidamente.

» **Ampliar ações governamentais para manutenção de postos de trabalho.** Prorrogação da MP 936, que institui um programa de regime especial para manutenção de emprego e renda, o é precisa ser ampliada para evitar uma perda mais acentuada nos próximos meses;

» **Desonerar folhas de pagamento.** Incremento de medidas temporárias (válidas para o período de recuperação) e flexibilização das regras para licenças e trabalhos intermitentes nos setores específicos do Turismo.

*... é necessário tomar medidas intensas e específicas para a contenção das demissões, preservando o maior número possível de empregos...*

## 2. Recuperação do mercado aéreo

O foco das atividades do setor aéreo, no momento de retorno aos negócios, será trazer consumidores de volta às suas operações e adaptar a malha à demanda existente. Para isso, parte relevante do processo estará ligada à capacidade operacional, ou seja, à possibilidade de vender, transportar e servir considerando os menores custos possíveis. Os custos de operação são muito altos e tendem a se agravar quando o câmbio está desfavorável. O momento é de cooperação para dar vitalidade a um setor que é essencial para a economia do Brasil.

» **Diminuir a carga tributária.** Incrementar as políticas de barateamento de taxas e impostos como PIS/COFINS de combustíveis de aviação (QAV), incrementando a capacidade de competição entre empresas nos variados destinos brasileiros;

» **Flexibilizar regras trabalhistas.** Apoiar empresas e sindicatos na elaboração de regras trabalhistas que permitam maior competitividade operacional em voos nacionais e internacionais, adequando-se a padrões mundiais e maximizando a manutenção de empregos;

• **Desoneração das folhas de pagamento e flexibilização das regras para licenças não remuneradas de empregados, como forma de garantia de manutenção dos empregos;**

» **Reduzir custos operacionais em aeroportos.** Para o crescimento deste setor, é importante que os diversos entes da cadeia de valor sejam contemplados com medidas, temporárias ou permanentes, de flexibilização de regras e taxas aeroportuárias. A operação dos aeroportos, por exemplo, está diretamente ligada ao sucesso de recuperação do mercado aéreo;

» **Dar segurança jurídica.** É importante que haja redução do custo de judicialização da operação aérea no Brasil seguindo as normas e procedimentos consagrados internacionalmente.

*O momento é de cooperação para dar vitalidade a um setor que é essencial para a economia do Brasil.*

## 3. Reequilíbrio de contratos de concessão

Dentro das operações do turismo, há uma série de outras atividades que precisam ser recuperadas para que o setor de viagens funcione como um todo. Dentro dessas atividades, encontram-se os aeroportos, parques naturais e atrativos turísticos, operação de centros de convenções, e outras operações concedidas pelo setor público que são vitais para o dinamismo do setor de turismo.

» Antecipar as negociações para reequilibrar contratos de concessão do setor público para as diferentes atividades características do turismo tais como: aeroportos, transportes turísticos, parques naturais, centro de exposições e eventos;

- As novas negociações darão fôlego aos concessionários para renegociar contratos com os fornecedores e demais atividades comerciais;

- Usar o conceito de bandas tributárias para outorga fixa das concessões;

» Rever prazos de pagamentos de tarifas de concessão e entregas contratuais de obras de infraestrutura, como forma de garantir que as empresas dediquem seus esforços financeiros à recuperação dos serviços concedidos;

» Acelerar a concessão para proteção de serviços relacionados às unidades de conservação. O processo de recuperação das atividades turísticas também passa por uma fase de readequação das opções de viagem por parte dos consumidores;

- É provável que a busca por viagens locais e com contato com a natureza ganhem prioridade nas atividades turísticas.

#### 4. Políticas de crédito para empresas e consumidores

As viagens turísticas dependem da disponibilidade econômica e de tempo livre da demanda (consumidores) e da existência de oferta variada e condizente com as condições de consumo (atrativos, hotéis, restaurantes, etc.). No momento de recuperação econômica, ambos os lados estarão convalescentes e dependerão de estímulo financeiro para retomada do setor.

» Criação de fundos garantidores específicos. Facilitar o acesso a crédito para micro e pequenos empresários do setor de turismo que são diretamente afetados pelo aumento do período de isolamento social;

» Prover empréstimos diferenciados para a manutenção de grandes operações de turismo. Se por um lado o volume de micro e pequenas empresas conjuntas é significativo para o setor, as grandes corporações também se destacam por sua capacidade de geração de fluxo de turistas para os destinos;

*Facilitar o acesso a crédito para micro e pequenos empresários do setor de turismo que são diretamente afetados pelo aumento do período de isolamento social.*

» Criação de um fundo garantidor de consumo do turismo. A exemplo do que vem acontecendo em países que estão em estágio de abertura de suas atividades comerciais, é necessário prover estímulo para que os consumidores tenham acesso a linhas de crédito para fazer viagens e garantias para casos de cancelamento.

## 5. Liderança para a Retomada

Na crise, é necessário agir, tomar decisões e formar grupos de representação para os pleitos dos diversos segmentos que compõem o turismo. As representações se dão tanto nas esferas de governo federal como nos diversos modelos de organização subnacional, que são formados por representantes dos vários segmentos da cadeia produtiva.

» **Desenvolver plano de retomada das atividades turísticas.** É fato que qualquer retorno a atividades comerciais dependerá do escalonamento em fases dos tipos de negócios que, paulatinamente, iniciarão suas atividades;

» **Combater o excesso de judicialização no setor de turismo.** As atividades de relacionamento com o consumidor devem ser regulamentadas, mas é importante que haja disponibilidade para solução de problemas entre empresas e consumidores utilizando modelos mais eficientes de negociação e menos custosos para empresas e estados;

» **Ampliar medidas que incrementem o folego financeiro e a flexibilidade das operações.** A retomada gradual das operações empresariais levará empresas a desligarem temporariamente alguns de seus colaboradores, no entanto, com expectativa de retorno no curtíssimo prazo (temporada de verão). Desta forma, é imperioso para o setor que se estendam medidas como a MP 936.

## 6. Segurança Sanitária como imagem do negócio turístico

No “novo normal”, a comunicação das condições sanitárias será essencial para a tomada de decisão. A relação com o consumidor precisa ser constante, para formar dados históricos que comprovem que os cuidados para com a segurança sanitária estão sendo tomados desde o momento de isolamento social, e já pensando no retorno.

» **Estabelecer protocolos de turismo receptivo.** Os consumidores serão mais seletivos e buscarão regiões que tenham uma comunicação eficiente sobre suas condições sanitárias. Por isso, o estabelecimento de protocolos setoriais e/ou empresariais pode ser uma estratégia importante para ajudar na escolha por destinos;

» **Estabelecer protocolos rígidos para turismo emissivo.** É importante que haja controle sanitário também nos processos de partidas (na origem da viagem), doméstico e internacional. Cuidado fundamental para dar confiança aos destinos recebedores dos turistas;

» **Promover a consciência ambiental.** Após o período de isolamento social os consumidores estarão muito mais suscetíveis à busca por destinos com mais atrativos ao ar livre. Por esse motivo, é provável que haja um acréscimo no número de viajantes que escolham conscientemente destinos turísticos que envolvam contemplação da natureza e turismo de aventura;

*No novo normal, a comunicação das condições sanitárias será essencial para a tomada de decisão.*

» **Iniciar a comunicação em tempo real antes do retorno às atividades.** Estudos de monitoramento de redes sociais indicam que os consumidores, apesar de não estarem consumindo, estão visitando sites de destinos e segmentos de preferência. Assim, o processo de comunicação, mesmo na pandemia deve ser estabelecido com os clientes, a fim de manter destinos e produtos na mente de possíveis compradores.

## 7. Resiliência para a nova realidade

**As viagens não vão acabar.** Há inclusive uma possibilidade de demanda reprimida, que está se acumulando no período de parada dos negócios. É possível que, após a fase de imunização (período em que realmente haverá retorno ao comércio), que as atividades de turismo voltem a patamares semelhantes aos de 2019, mas que nunca sejam as mesmas. Há empresas de turismo investindo em tecnologia e apostando no aumento do uso de ferramentas virtuais por parte dos consumidores, por força do período de isolamento social e da necessidade de diminuição do contato com pessoas. O “novo normal”, implica em uma mudança no paradigma do que é normal. É preciso se preparar para uma nova modalidade de negócios.

» **Inovar tecnologicamente, mas também em processos.** É esperado que os consumidores estejam mais acostumados ao uso de ferramentas digitais e à realização de negócios virtuais, logo, há necessidade de se investir em processo de construção de conhecimento e capacitação de equipes para lidar com os novos compradores;

» **Preparar empresas e consumidores para trabalhar com preços dinâmicos.** A nova realidade tecnológica vem impondo um novo formato à composição de preços. A variação de valores conforme a demanda tem sido introduzida no dia a dia do setor de serviços e deverá se ampliar no turismo;

» **Investir em experiências impactantes.** A demanda por produtos turísticos vem se modificando e valorizando experiências, além das atividades de contemplação tradicionais, que adicionam valor aos serviços prestados;

Até o momento, as estimativas indicam que a crise vai deixar efeitos estruturais, mas é conjuntural. O pior momento vai passar, mas é difícil prever quando as atividades de viagens poderão retomar suas operações, bem como se retomarão nos moldes anteriores. De qualquer forma, a preocupação não deve se dar por um ou outro segmento turístico, mas por todo um setor. **As ações precisam ser planejadas hoje para que possam ser efetivas no futuro.**

# NOTA TÉCNICA

Para essa análise, foi considerado como base o estudo “Economia do Turismo – Uma perspectiva econômica (2003-2009), do IBGE, realizado em 2012. Tal estudo identificou, através de parceria com o Ministério do Turismo, as Atividades Características do Turismo e calculou a produção e participação dessas atividades no PIB do Brasil.

As consideradas pelo IBGE como Atividades Características do Turismo formam um grupo bastante heterogêneo. A identificação, em sua produção principal, dos produtos classificados como característicos do turismo é o que permite agrupar e analisar as atividades. Tais produtos característicos do turismo são aqueles que, na ausência de turistas, teriam seu consumo sensivelmente reduzido.

De acordo com o estudo, os grupos de atividades principais relacionadas ao turismo representam 3,71% do PIB (número referente ao PIB de 2009). As atividades analisadas do setor são as seguintes:

- » Hotéis e Pousadas;
- » Bares e Restaurantes;
- » Transporte Rodoviário;
- » Transporte Aéreo;
- » Outros Transportes e Serviços Auxiliares dos Transportes;
- » Atividades de Agências e Organizadores de Viagens;
- » Aluguel de Bens Móveis;
- » Atividades Recreativas, Culturais e Desportivas.

Utilizando essa informação, foi calculado o PIB das Atividades Características do Turismo para o ano de 2019, chegando ao número de R\$ 270,8 bilhões para o consolidado dessas atividades. Considerando valores médios, foi estimada uma produção mensal normal do setor como um todo, proporcional a 12 meses, para poder estimar variações da produção por mês, de modo a variar a retomada passo a passo ao longo do tempo.

Após a identificação da participação das Atividades Características do Turismo no PIB brasileiro, foi estimada uma redução do volume de produção das atividades devido à pandemia da Covid-19, chegando, em média, à 11% da produção mensal normal no período de isolamento social (tendo como referência a produção dessas atividades calculadas para o ano de 2019), como demonstrado nas tabelas a seguir:

*Tabela 1 – Volume médio de produção mensal das Atividades Características do Turismo - 2020*

Atividades Características do Turismo	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Hotéis e Pousadas	100%	100%	75%	10%	11%	12%	13%	23%	30%	41%	60%	77%
Bares e Restaurantes	100%	100%	80%	42%	47%	51%	60%	65%	70%	73%	80%	85%
Transporte rodoviário	100%	100%	67%	10%	12%	15%	17%	22%	31%	45%	65%	79%
Transporte aéreo	100%	100%	65%	8%	9%	11%	13%	20%	29%	39%	52%	71%
Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes	100%	100%	60%	5%	6%	8%	9%	19%	29%	52%	71%	85%
Atividades de agências e organizadores de viagens	100%	100%	55%	5%	5%	5%	6%	13%	19%	26%	34%	41%
Aluguel de bens móveis	100%	100%	75%	5%	9%	10%	15%	22%	35%	47%	65%	79%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	100%	100%	50%	5%	7%	8%	10%	12%	17%	25%	36%	42%

Tabela 2 - Volume médio de produção mensal das Atividades Características do Turismo - 2021

Atividades Características do Turismo	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Hotéis e Pousadas	79%	76%	73%	69%	75%	82%	90%	80%	86%	90%	96%	102%
Bares e Restaurantes	90%	87%	85%	91%	95%	96%	98%	97%	100%	102%	106%	110%
Transporte rodoviário	81%	78%	76%	79%	84%	87%	95%	87%	93%	97%	102%	108%
Transporte aéreo	80%	88%	86%	85%	87%	89%	96%	91%	92%	95%	97%	101%
Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes	89%	90%	85%	83%	86%	93%	97%	96%	93%	97%	100%	101%
Atividades de agências e organizadores de viagens	45%	51%	44%	53%	59%	63%	77%	74%	79%	83%	91%	97%
Aluguel de bens móveis	85%	90%	90%	93%	95%	97%	101%	93%	98%	99%	102%	105%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	43%	40%	43%	45%	54%	65%	71%	75%	81%	86%	94%	100%

Tabela 3 – Volume médio de produção mensal das Atividades Características do Turismo - 2022

Atividades Características do Turismo	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Hotéis e Pousadas	101%	99%	98%	99%	100%	101%	102%	99%	102%	106%	107%	111%
Bares e Restaurantes	109%	106%	105%	106%	108%	110%	112%	112%	113%	114%	117%	122%
Transporte rodoviário	108%	105%	102%	102%	103%	107%	108%	103%	106%	108%	112%	117%
Transporte aéreo	100%	99%	97%	98%	101%	103%	106%	104%	106%	107%	109%	113%
Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes	100%	99%	99%	101%	103%	105%	108%	105%	106%	106%	108%	111%
Atividades de agências e organizadores de viagens	96%	96%	94%	96%	97%	99%	103%	103%	104%	104%	105%	107%
Aluguel de bens móveis	104%	103%	99%	100%	102%	104%	108%	103%	105%	106%	108%	110%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	102%	103%	95%	97%	99%	101%	105%	107%	107%	108%	110%	115%

Tabela 4 – Volume médio de produção mensal das Atividades Características do Turismo - 2023

Atividades Características do Turismo	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Hotéis e Pousadas	110%	108%	107%	108%	109%	110%	111%	108%	111%	115%	116%	120%
Bares e Restaurantes	119%	114%	110%	109%	111%	113%	115%	114%	115%	116%	119%	123%
Transporte rodoviário	115%	112%	108%	106%	107%	109%	110%	103%	105%	107%	110%	114%
Transporte aéreo	110%	108%	106%	107%	108%	110%	112%	106%	107%	108%	110%	115%
Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes	110%	109%	109%	111%	113%	115%	118%	115%	116%	116%	118%	121%
Atividades de agências e organizadores de viagens	106%	106%	104%	106%	107%	109%	113%	113%	114%	115%	115%	118%
Aluguel de bens móveis	109%	108%	104%	105%	107%	109%	113%	108%	110%	111%	113%	115%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	111%	112%	105%	106%	106%	107%	110%	107%	108%	109%	109%	112%

Tabela 5 - Volume médio de produção mensal das Atividades Características do Turismo - 2024

Atividades Características do Turismo	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Hotéis e Pousadas	119%	117%	116%	117%	118%	119%	123%	120%	123%	127%	128%	132%
Bares e Restaurantes	120%	116%	113%	112%	113%	115%	118%	117%	118%	120%	123%	128%
Transporte rodoviário	113%	112%	110%	108%	109%	111%	115%	108%	110%	113%	116%	121%
Transporte aéreo	112%	110%	108%	109%	110%	112%	114%	108%	109%	110%	112%	117%
Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes	120%	119%	119%	121%	123%	125%	128%	125%	126%	126%	128%	131%
Atividades de agências e organizadores de viagens	117%	117%	115%	117%	118%	120%	124%	124%	125%	125%	126%	128%
Aluguel de bens móveis	114%	113%	109%	110%	112%	114%	119%	114%	116%	117%	119%	119%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	110%	114%	110%	112%	110%	115%	120%	114%	116%	117%	118%	122%

Tabela 6 – Volume médio de produção mensal das Atividades Características do Turismo - 2025

Atividades Características do Turismo	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Hotéis e Pousadas	131%	129%	128%	129%	130%	131%	135%	132%	135%	139%	140%	144%
Bares e Restaurantes	125%	121%	118%	117%	118%	120%	123%	122%	122%	125%	128%	132%
Transporte rodoviário	120%	119%	117%	115%	116%	118%	122%	115%	117%	120%	123%	128%
Transporte aéreo	114%	112%	110%	111%	112%	114%	116%	110%	111%	112%	114%	119%
Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes	130%	129%	129%	131%	133%	135%	138%	135%	136%	136%	138%	141%
Atividades de agências e organizadores de viagens	127%	127%	125%	127%	128%	130%	134%	134%	135%	135%	136%	138%
Aluguel de bens móveis	118%	117%	113%	114%	116%	118%	123%	118%	120%	121%	123%	123%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	120%	124%	120%	122%	120%	125%	130%	124%	126%	127%	128%	132%

A sazonalidade considerada para as Atividades Características do Turismo foi baseada nos estudos Boletim do Desempenho Econômico do Turismo (FGV/MTur), que analisou o comportamento das empresas do setor de turismo em relação à faturamento, preço, custo e quadro de pessoal e a Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem (FGV/MTur), que analisou o comportamento dos consumidores, ou seja, dos turistas em relação ao desejo de viajar. O principal período de redução da produção e consumo no setor é no mês de agosto (logo após o pico do mês de julho), com retomada já no mês seguinte<sup>10</sup>.

O nível de produção 100% é o nível normal considerado, baseado no ano de 2019. Portanto, no cenário dessa análise, a produção seguiu normal até fevereiro de 2020 e só deverá retomar o nível próximo da normalidade no final de 2021.

A retomada da produção (período de estabilização) tem início em agosto de 2020 e segue por aproximadamente 18 meses, quando deve retornar ao nível de produção considerado normal em 2019.

Nesse momento, foram calculadas as perdas econômicas do setor, em comparação ao PIB do setor em 2019. Com os volumes de produção das tabelas 1 e 2, o PIB do setor será de R\$ 143,8 bilhões (redução de 46,9% em relação à 2019) e R\$ 236,5 bilhões em 2021 (12,6% inferior à 2019). Dessa forma, a perda total do setor turístico brasileiro será de R\$ 161,3 bilhões no biênio 2020-2021.

Para a recuperação dessa perda, foi considerado que as Atividades Características do Turismo, após o período de estabilização, atingindo PIB de R\$ 289,6 bilhões em 2022, devem crescer 4,5% ao ano entre 2023 e 2025 para recuperar a perda econômica causada pela crise da pandemia da Covid-19.

---

<sup>10</sup> Boletim de Desempenho Econômico do Turismo. FGV/MTur, 2017.  
Sondagem do Consumidor – Intenção de Viagem. FGV/MTur, 2017.

**FGV Projetos**

**FGV EBAPE - Centro de Estudos em Competitividade e Inovação**

**Coordenador do Estudo**  
**Luiz Gustavo M Barbosa**  
luiz.barbosa@fgv.br

**Equipe Técnica**  
**André Meyer Coelho**  
andre.coelho@fgv.br

**Felipe do Amaral Thompson Motta**  
felipe.motta@fgv.br

**Ique Lavatori B Guimarães**  
lavatori.guimaraes@fgv.br

**Projeto Gráfico**  
Talitha Guimarães