

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
CAMPUS A. C. SIMÕES  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE  
CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS

RAQUEL DE ARAÚJO CORREIA

**ANÁLISE DESCRITIVA DOS INDICADORES DO SETOR DE TURISMO NO  
BRASIL: UMA COMPARAÇÃO PRÉ E PÓS-PANDEMIA**

MACEIÓ-AL

2024

RAQUEL DE ARAÚJO CORREIA

**ANÁLISE DESCRITIVA DOS INDICADORES DO SETOR DE TURISMO NO  
BRASIL: UMA COMPARAÇÃO PRÉ E PÓS-PANDEMIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Alagoas, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharelado em Economia.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Camila Do Carmo Hermida

MACEIÓ-AL

2024

**Catálogo na Fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

C824a Correia, Raquel de Araújo.  
Análise descritiva dos indicadores do setor de turismo no Brasil : uma comparação  
pré e pós-pandemia / Raquel de Araújo Correia. – 2024.  
64 f. : il.

Orientadora: Camila do Carmo Hermida.

Monografia (Trabalho de Conclusão Curso em Ciências Econômicas) – Universidade  
Federal de Alagoas. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Maceió,  
2024.

Bibliografia: f. 60-64.

1. Pandemias. 2. COVID-19. 3. Turismo - Brasil. I. Título.

CDU: 338.48(81)

# FOLHA DE APROVAÇÃO

RAQUEL DE ARAÚJO CORREIA

## ANÁLISE DESCRITIVA DOS INDICADORES DO SETOR DE TURISMO NO BRASIL: UMA COMPARAÇÃO PRÉ E PÓS-PANDEMIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao corpo docente da Universidade Federal de Alagoas, como requisito à obtenção do grau de Bacharel em Economia apresentado em 02/12/2024.

### Banca Examinadora:

---

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Camila Do Carmo Hermida  
(Universidade Federal de Alagoas)

---

Examinadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Verônica Brito Nascimento Antunes  
(Universidade Federal de Alagoas)

---

Examinadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Sarah Regina Nascimento Pessoa  
(Universidade Federal de Alagoas)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço e dedico este trabalho a Deus, à minha família e, em especial, ao meu pai, Eronildo Correia, que sempre me apoiaram e incentivaram a seguir em frente, oferecendo amor e compreensão nos momentos mais difíceis.

Agradeço à Universidade Federal de Alagoas, especialmente à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, por proporcionar os recursos necessários para a realização deste trabalho, o que foi fundamental para a conclusão desta etapa da minha formação.

Meus sinceros agradecimentos à minha orientadora, Prof<sup>ª</sup>. Dra. Camila Do Carmo Hermida, por sua paciência, dedicação e orientação ao longo deste trabalho. Sua expertise e conselhos foram essenciais para o desenvolvimento desta pesquisa.

Por fim, agradeço também aos docentes, funcionários e colegas de curso que, direta ou indiretamente, contribuíram para o enriquecimento deste trabalho, com apoio durante as fases mais desafiadoras.

## RESUMO

O turismo exerce um papel fundamental na economia brasileira, atuando como motor de desenvolvimento por meio da geração de empregos, inclusão social e valorização da diversidade cultural e natural. O Brasil se destaca como um dos principais destinos turísticos globais, com atrativos que variam das paisagens da Amazônia às praias do Nordeste e ao patrimônio histórico do Sudeste. O setor é segmentado, com produtos específicos para diferentes perfis de turistas, como o ecoturismo, turismo cultural e de negócios, entre outros. No entanto, a pandemia de Covid-19, causada pelo novo coronavírus SARS-CoV-2, gerou uma crise sem precedentes no setor turístico, impactando tanto o turismo doméstico quanto o internacional. Este estudo tem como objetivo apresentar um panorama do turismo no Brasil, analisando seu desempenho por meio de indicadores comparativos entre o período pré-pandemia e pós-pandemia. Os objetivos específicos incluem: (1) compreender os principais elementos conceituais e a cadeia de valor em torno do setor turístico; (2) examinar o desempenho do turismo no Brasil antes e após a pandemia por meio de indicadores selecionados de demanda e de oferta, (3) apontar os efeitos econômicos e sociais da interrupção das atividades turísticas e (4) identificar as medidas de recuperação adotadas pelo setor entre 2021 e 2023. Este estudo adota uma abordagem quantitativa, de caráter exploratório e descritivo, com base em uma revisão bibliográfica e documental, que buscam comparar os indicadores de oferta de serviços turísticos e de demanda por eles antes e depois da pandemia. Os resultados mostram que apesar do impacto profundo da pandemia de Covid-19 sobre o turismo no Brasil, o setor apresentou sinais de recuperação gradual entre 2021 e 2023, impulsionado principalmente pelo turismo doméstico e por políticas de incentivo como o programa 'Retomada do Turismo' e o PERSE. No entanto, a recuperação permanece desigual entre os segmentos, com destaque para a resiliência do transporte aéreo, turismo de natureza e setor hoteleiro, que se aproximaram dos níveis de ocupação de 2019. As receitas turísticas e as contratações no setor também indicam um cenário de recuperação progressiva, embora ainda abaixo dos patamares pré-pandêmicos. A continuidade de políticas públicas, parcerias e investimentos em inovação e sustentabilidade é essencial para consolidar a retomada e fortalecer o Brasil como destino competitivo no mercado internacional.

**Palavras-chave:** Brasil; Pandemia; Covid-19; Turismo.

## ABSTRACT

Tourism plays a fundamental role in the Brazilian economy, acting as a driver of development through job creation, social inclusion, and the appreciation of cultural and natural diversity. Brazil stands out as one of the world's top tourist destinations, offering attractions ranging from the Amazon's landscapes to the beaches of the Northeast and the historical heritage of the Southeast. The sector is segmented, with specific products tailored to different tourist profiles, such as ecotourism, cultural tourism, and business tourism, among others. However, the Covid-19 pandemic, caused by the novel coronavirus SARS-CoV-2, created an unprecedented crisis in the tourism sector, impacting both domestic and international tourism. This study aims to provide an overview of tourism in Brazil by analyzing its performance through comparative indicators between the pre-pandemic and post-pandemic periods. The specific objectives include: (1) understanding the main conceptual elements and the value chain surrounding the tourism sector; (2) examining tourism performance in Brazil before and after the pandemic using selected demand and supply indicators, (3) highlighting the economic and social effects of the interruption of tourism activities, and (4) identifying recovery measures adopted by the sector from 2021 to 2023. This study adopts a quantitative approach, with an exploratory and descriptive nature, based on a bibliographic and documentary review. It aims to compare the indicators of the supply of tourism services and the demand for them before and after the pandemic. The results show that despite the profound impact of the Covid-19 pandemic on tourism in Brazil, the sector has shown signs of gradual recovery between 2021 and 2023, driven primarily by domestic tourism and incentive policies such as the 'Tourism Recovery' program and PERSE. However, recovery remains uneven across segments, with resilience noted in air transport, nature tourism, and the hotel sector, which approached 2019 occupancy levels. Tourism revenues and sector hiring also indicate a progressive recovery trend, although still below pre-pandemic levels. The continuation of public policies, partnerships, and investments in innovation and sustainability is essential to consolidate recovery and strengthen Brazil as a competitive destination in the international market.

**Keywords:** Brazil; Pandemic; Covid-19; Tourism.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01	Teoria do Ciclo de Vida da Área Turística (TALC)	18
Figura 02	Características dos produtos turísticos	22
Figura 03	Cadeia Produtivo do Turismo (Encadeamento Produtivo no Turismo)	25
Figura 04	Dados Mundiais e Brasil: Empregos totais em viagens e turismo e contribuição total do PIB nos anos 2019/2020 e 2023	55



## **LISTA DE QUADRO**

Quadro 01	Matriz-Síntese dos objetivos dos Planos Nacionais de Turismo no Brasil (2003 a 2018)	31
-----------	--	----

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Distribuição dos termos “Passeio em” e “O que fazer em” no Google entre o período 2017 e 2023 no Brasil	33
Gráfico 2	Distribuição dos termos “Cancelar passagem” e “Cancelamento de passagem” no Google entre o período 2017 e 2023 no Brasil	35
Gráfico 3	Distribuição dos termos “Compra de ingressos” e “Comprar ingresso” no Google entre o período 2017 e 2023 no Brasil	36
Gráfico 4	Volume de passageiros em voos domésticos no Brasil no período entre 2017 e 2023	37
Gráfico 5	Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil	43
Gráfico 6	Valor arrecadado de receitas do Ministério do Turismo por ano no período 2017-2023 (receita realizada)	48
Gráfico 7	Receitas turísticas nominais mensais (em milhões de dólares)	49
Gráfico 8	Ocupações Formais do Turismo entre o período 2017 e 2020	50
Gráfico 9	Ocupações Formais Turismo por Atividade Característica do Turismo entre o período 2017 e 2020	52
Gráfico 10	Participação do turismo na receita de serviços do Brasil (2017 a 2023)	54

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Média de buscas semanais ao longo de todos os meses do ano e média anual para os períodos pré-pandêmico e pós-pandêmico, em comparação com 2020	36
Tabela 2	Movimentação nacional e internacional de passageiros em rodoviárias do Brasil, segundo os anos 2017-2021	40
Tabela 3	Movimentação nacional de passageiros em rodoviárias do Brasil segundo Grandes Regiões no período de 2019-2021	40
Tabela 4	Movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem no Brasil e em outros países-membros do Mercosul no período de 2020-2021	41
Tabela 5	Movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem no Brasil e em outros países-membros do Mercosul em 2022 e 2023	42
Tabela 6	Movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem em países-membros do Mercosul em 2022 e 2023	42
Tabela 7	Número de unidades habitacionais e hotéis por ano e região para composição da taxa de ocupação hoteleira entre o período 2017 e 2023 no Brasil	44
Tabela 8	Taxa de ocupação hoteleira por ano e região entre o período 2017 e 2023 no Brasil	45
Tabela 9	Evolução do Número de Prestadores de Serviços Turísticos no Brasil (2017-2023)	46
Tabela 10	Receita cambial turística no Mundo, na América do Sul e no Brasil, segundo os anos 2017-2021 (bilhões de US\$)	49
Tabela 11	Evolução e Taxa de Crescimento das Atividades Turísticas no Brasil (2017-2022)	53

## LISTA DE ABREVIACÕES

ACTs - Atividades Características do Turismo  
ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil  
ANTT - Agência Nacional de Transportes Terrestres  
FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil  
CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados  
ICVA – Índice de Confiança do Viajante  
IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada  
IPRI - Instituto de Pesquisa em Reputação e Imagem  
IRTS - International Recommendations for Tourism Statistics  
MTur - Ministério do Turismo  
OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico  
OMS - Organização Mundial da Saúde  
OMT - Organização Mundial do Turismo  
OPAS - Organização Pan-Americana da Saúde  
PERSE – Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos  
PHEIC - Emergência de Saúde Pública de Interesse Internacional  
PIB - Produto Interno Bruto  
PNT - Planos Nacionais de Turismo  
RAIS – Relação Anual de Informações Sociais  
RBOT - Redes Brasileiras de Observatórios de Turismo  
SARS-CoV-2 - Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2  
TALC - Teoria do Ciclo de Vida da Área Turística  
UHs - Número de unidades habitacionais  
UNWTO - United Nations World Tourism Organization  
WTTC - World Travel & Tourism Council

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>2 ELEMENTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS DA ECONOMIA DO TURISMO .....</b>	<b>16</b>
<b>2.1 Origem conceitual e elementos teóricos.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2 A economia do turismo: demanda e oferta .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 Produtos turísticos e cadeia produtiva do turismo.....</b>	<b>21</b>
<b>2.4 Impactos econômicos do turismo .....</b>	<b>25</b>
<b>3 PANORAMA DO TURISMO NO BRASIL PRÉ E PÓS PANDEMIA .....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 O turismo no Brasil .....</b>	<b>28</b>
<b>3.2 Demanda por produtos turísticos no Brasil .....</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Oferta turística no Brasil .....</b>	<b>44</b>
<b>3.4 Geração de arrecadação, emprego e renda do turismo no Brasil.....</b>	<b>47</b>
<b>4 CONCLUSÃO.....</b>	<b>57</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>60</b>

## INTRODUÇÃO

O turismo desempenha um papel crucial na economia brasileira, servindo como um motor de desenvolvimento que promove a geração de empregos, a inclusão social e a valorização da diversidade cultural e natural do país. Com uma vasta gama de atrativos, que vão desde as exuberantes paisagens da Amazônia até as vibrantes praias do Nordeste e o rico patrimônio histórico do Sudeste, o Brasil é figura entre os principais destinos turísticos globais. De acordo com relatório do Banco do Nordeste e segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2020), em 2019, o setor representou 7,7% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e gerou aproximadamente 7,4 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos, contribuindo com cerca de R\$ 551,5 bilhões para a economia brasileira. O turismo no Brasil não se limita apenas à oferta de serviços; ele abrange uma complexa cadeia produtiva que envolve hotéis, restaurantes, transporte, agências de viagens e atividades recreativas. Essa diversidade torna o turismo um setor estratégico, capaz de estimular o crescimento econômico e fomentar o desenvolvimento regional.

A Covid-19, uma doença causada pelo novo coronavírus SARS-CoV-2, que se espalhou rapidamente pelo mundo, provocou uma crise sem precedentes no setor turístico, tanto globalmente quanto no Brasil. Em janeiro de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a Covid-19 como uma emergência de saúde pública e, em março do mesmo ano, a situação evoluiu para uma pandemia, desencadeando uma série de medidas restritivas para conter a disseminação do vírus. As medidas adotadas em resposta, como o fechamento de fronteiras, restrições de viagens e a imposição de lockdowns, resultaram em uma queda drástica na mobilidade global. De acordo com a OMT, o turismo internacional registrou uma diminuição de 74% em 2020 em comparação a 2019, evidenciando a magnitude do impacto da pandemia (OMT, 2021). No Brasil, as políticas públicas implementadas para conter a propagação do vírus, incluindo a Portaria nº 340 e o Decreto nº 10.282 de 2020, interromperam as atividades turísticas, levando a um colapso econômico em diversas regiões que dependiam do turismo. Essa crise não apenas resultou em perdas financeiras massivas, mas também em um aumento significativo do desemprego e na falência de inúmeras empresas do setor (Brasil, 2020).

A partir de 2021, o Brasil iniciou o relaxamento das medidas restritivas, especialmente devido ao avanço da vacinação e à redução das taxas de contágio e mortes. Esse processo ocorreu de forma gradual e variada conforme a região, sendo acompanhado por protocolos de segurança, como o uso de máscaras e o distanciamento social, especialmente até meados de 2022 (OPAS, 2022). Embora o relaxamento tenha sido mais evidente a partir de 2021, o fim do

estado de emergência em saúde pública no Brasil foi decretado em 22 de abril de 2022, e entraria em vigor 30 dias depois, pelo Ministério da Saúde. A decisão foi fundamentada na melhora do cenário epidemiológico, com a queda expressiva nos casos e óbitos relacionados à Covid-19, e no avanço da vacinação. Com isso, o Brasil deixou de estar em uma situação de emergência sanitária, embora o governo tenha destacado que o Sistema Único de Saúde (SUS) continuaria com ações de monitoramento e combate à pandemia, sem interrupções nas políticas de saúde pública (Ministério da Saúde, 2022).

A Organização Mundial da Saúde (2023) declarou oficialmente o fim da pandemia de COVID-19 como Emergência de Saúde Pública de Interesse Internacional (PHEIC) em 5 de maio de 2023. Essa declaração marcou o fim da emergência global, isso não significa, no entanto, que o vírus foi erradicado, mas sim que as medidas globais de resposta foram ajustadas para refletir essa nova realidade, considerando que ainda podem surgir desafios, como novas variantes.

Diante desse cenário, o presente estudo tem como objetivo geral apresentar um panorama do turismo no Brasil no período recente, analisando seu desempenho por meio da comparação de diversos indicadores antes e depois da pandemia de Covid-19. Os objetivos específicos incluem: (1) compreender os principais elementos conceituais e a cadeia de valor em torno do setor turístico; (2) examinar o desempenho do turismo no Brasil antes e após a pandemia por meio de indicadores selecionados de demanda e de oferta, (3) apontar os efeitos econômicos e sociais da interrupção das atividades turísticas e (4) identificar as medidas de recuperação adotadas pelo setor entre 2021 e 2023.

A justificativa para esta pesquisa reside na importância econômica e social do turismo no Brasil, que representa uma fonte significativa de renda e contribui para a geração de empregos e o desenvolvimento regional. Compreender o impacto da Covid-19 no turismo permite uma melhor análise das consequências da crise sanitária em um dos principais setores da economia brasileira, além possibilitar estratégias necessárias para a recuperação e o fortalecimento do setor no cenário pós-pandemia ou diante de novas crises como essa. Os elementos teóricos discutidos no referencial teórico, que incluem a definição atual de turismo apresentada pela OMT e a Teoria do Ciclo de Vida da Área Turística permitem entender as dinâmicas deste setor e seus impactos econômicos. Esta pesquisa, portanto, busca por um lado elucidar o impacto da pandemia no turismo, e por outro, busca contribuir para a construção de um futuro mais resiliente e sustentável para o setor, ressaltando sua importância na recuperação econômica do Brasil.

A pesquisa desenvolvida neste trabalho adota uma abordagem quantitativa, com caráter exploratório e descritivo. Foi realizada uma revisão de literatura, abrangendo artigos científicos, dissertações, teses, livros e e-books. Quanto aos procedimentos, a pesquisa é classificada como bibliográfica e documental, utilizando relatórios do setor, artigos anteriores e bases de dados governamentais e privadas, que buscam comparar os indicadores de oferta de serviços turísticos e de demanda por eles antes e depois da pandemia.

A estrutura deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) está organizada em dois capítulos, o primeiro trata-se desta introdução. O segundo capítulo aborda os elementos teóricos e conceituais que fundamentam o estudo da economia do turismo. São apresentados conceitos como a definição de turismo, sua evolução histórica e a relação entre o turismo e o desenvolvimento econômico. Também são exploradas teorias relevantes, como a Teoria do Ciclo de Vida da Área Turística (TALC) de Butler, além de uma discussão sobre a demanda e oferta no setor de turismo. No terceiro capítulo, é feito um panorama do turismo no Brasil, com foco no período pré e pós-pandemia de Covid-19, e na recuperação do setor entre 2021 e 2023. Esse capítulo compara uma série de indicadores que refletem o desempenho do turismo, como a taxa de ocupação hoteleira, o volume de passageiros transportados e a receita gerada pelo setor. Os dados são analisados em três períodos distintos: o período pré-pandemia (2017-2019), o ano pandêmico de 2020, e o período de recuperação (2021-2023), permitindo uma breve avaliação dos impactos econômicos e sociais da pandemia sobre o turismo no Brasil. O trabalho conclui no capítulo quatro com as considerações finais, onde são discutidas as principais conclusões e recomendações para o futuro do setor turístico no país.



## 2 ELEMENTOS TEÓRICOS E CONCEITUAIS DA ECONOMIA DO TURISMO

### 2.1 Origem conceitual e elementos teóricos

A Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO), em colaboração com outras organizações, tem se empenhado na definição internacional do turismo desde 1937-1938, quando delineou que um turista internacional era alguém que permanecia em um país diferente de sua residência habitual por pelo menos 24 horas, até definições mais contemporâneas que englobam uma diversidade mais ampla de atividades e motivos de viagem.

Segundo Pakman (2014), as definições de turismo pela Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO) têm evoluído ao longo do tempo. Em 1950, a definição foi ampliada para incluir estudantes em viagens de estudo, excursionistas internacionais e viajantes em trânsito. Em 1963, uma nova definição abarcou atividades realizadas por pessoas que visitam um país diferente de sua residência habitual por pelo menos 24 horas, com objetivos distintos dos de uma ocupação remunerada.

Em 1991, a definição foi novamente atualizada, englobando atividades realizadas por pessoas durante suas viagens e estadias em locais diferentes de seu ambiente habitual, por um período inferior a um ano, para lazer, negócios ou outros motivos, abrangendo tanto o turismo doméstico quanto o internacional. Em 1999, houve uma atualização adicional, especificando que os motivos da viagem não poderiam estar relacionados a atividades remuneradas no local visitado. Em 2008, uma nova modificação do conceito de turismo estabeleceu suas dimensões sociais, culturais e econômicas, tendo o lazer como principal motivação para as pessoas saírem de seu ambiente habitual (Pakman, 2014).

A definição mais atual apresentada pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em seu glossário reflete a abrangência e a diversidade conceitual inerentes ao turismo.

O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico que envolve o deslocamento de pessoas para países ou lugares fora de seu ambiente habitual, por motivos pessoais ou de negócios/profissionais. Essas pessoas são chamadas de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não residentes) e o turismo está relacionado às suas atividades, algumas das quais envolvem gastos turísticos (OMT, 2020, p. sn, tradução nossa).

*International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS)* são um conjunto de diretrizes desenvolvidas pela Organização Mundial do Turismo (OMT) em colaboração com outras organizações internacionais como o Banco Mundial, a Organização para a Cooperação

e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e as Nações Unidas, que abordam as classificações de viagem e visitantes como:

Uma viagem é composta por visitas a diferentes locais. O termo “visita turística” refere-se a uma estadia num local visitado durante uma viagem de turismo. Um visitante é um viajante que faz uma viagem a um destino principal fora de seu ambiente habitual, por menos de um ano, para qualquer finalidade principal (negócios, lazer ou outro motivo pessoal) que não seja ser empregado por uma entidade residente no país ou lugar visitado. Essas viagens feitas por visitantes qualificam-se como viagens de turismo. Turismo refere-se à atividade dos visitantes. Um visitante (doméstico, de entrada ou de saída) é classificado como turista (ou visitante noturno), se a sua viagem incluir estadia noturna, ou como visitante do mesmo dia (ou excursionista), caso contrário (IRTS, 2008, p. 10, p.13, tradução nossa).

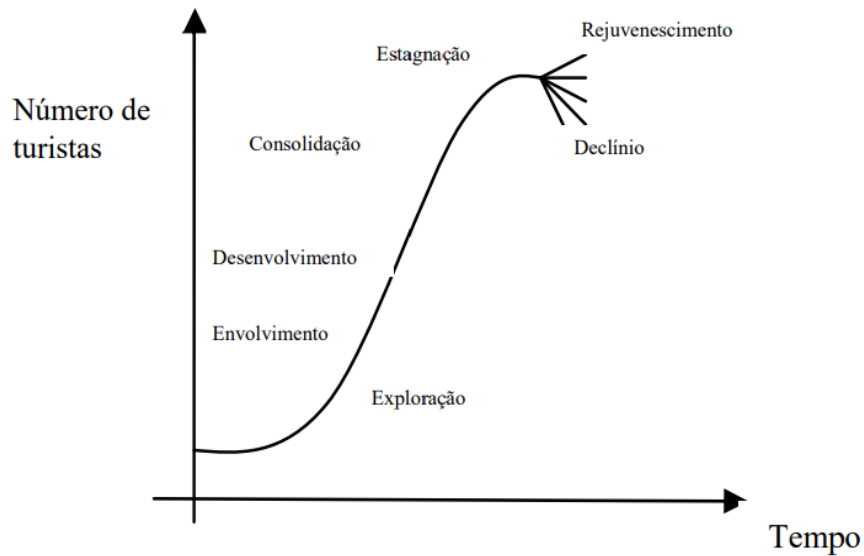
Figueiredo e Ruschmann (2010) destacam que o turismo surgiu no século XIX em meio à transformação do mundo, especialmente nos países europeus, devido ao advento do capitalismo industrial. O desenvolvimento de grandes indústrias, impulsionado pelo progresso científico e tecnológico, foi essencial para o surgimento e a disseminação das viagens turísticas. O turismo, enquanto expressão de viagem moderna, está intrinsecamente relacionado à dualidade entre trabalho e lazer. Nesse contexto, o turismo é concebido como um período de férias, caracterizando-se como uma maneira de otimizar o tempo livre (Figueiredo; Ruschmann, 2010).

De acordo com os pensamentos de Boyer (2003), a história do turismo é considerada um fenômeno intrínseco à era moderna, surgindo no século XIX em meio ao avanço da sociedade de consumo e à valorização do lazer. Representando uma transformação na concepção de viagem, o turismo deixou de ser uma atividade de exploração e descoberta para se tornar uma prática de descanso e entretenimento. O turista é um tipo de viajante que busca experiências fora de seu ambiente habitual (Boyer, 2003).

A economia do turismo busca entender os efeitos econômicos da atividade turística em diferentes áreas e estuda como essa atividade influencia e é influenciada pela economia de uma cidade, região ou país.

Richard Butler destaca-se como autor na literatura sobre economia do turismo, ao abordar a evolução histórica do setor, desde suas origens até sua consolidação como uma das indústrias mais importantes do mundo moderno. Butler (1980) desenvolveu a Teoria do Ciclo de Vida da Área Turística (TALC), para descrever a evolução dos destinos turísticos ao longo do tempo. Ele argumenta que os destinos turísticos passam por distintas fases de desenvolvimento, cada uma caracterizada por desafios e características específicas. Suas análises consideravam variáveis relacionadas ao número de turistas em um determinado período, cuja soma determinava as fases do turismo (Figura 1).

**Figura 1 - Teoria do Ciclo de Vida da Área Turística (TALC)**



Fonte: Alvares e Lourenço (2007, p.3)

A primeira fase é a de “exploração”, na qual o destino é identificado e começa a atrair os primeiros visitantes, normalmente em número pequeno, que aceitam as condições locais. O sistema econômico local não sofre alteração significativa e a infraestrutura turística é limitada. Em seguida, vem a fase de “envolvimento”, na qual mais turistas visitam o destino e a infraestrutura turística começa a se desenvolver para atender à demanda. São aproveitadas as iniciativas locais para construção de acomodações visando os benefícios econômicos. A terceira fase é a do “desenvolvimento”, na qual o local se torna um destino turístico estabelecido, com um rápido crescimento do turismo e aumento significativo no número de visitantes. A infraestrutura turística se expande com a criação de novas atrações, impulsionando a economia local. A quarta fase é a de “consolidação”, na qual o destino atinge seu auge, com muitos visitantes e a infraestrutura turística é bem estabelecida. Nesta fase, devido ao grande número de turistas, surgem sinais de pressão sobre os recursos naturais e culturais, podendo causar danos ao meio ambiente (Butler, 1980).

A próxima fase é a de “estagnação”, na qual o destino começa a enfrentar desafios, como a deterioração da qualidade ambiental, a perda de autenticidade cultural e a saturação do mercado. O crescimento do turismo desacelera e a competitividade do destino é afetada. Logo depois vem a fase do “declínio”, na qual o destino começa a perder sua atratividade devido a diversos fatores. Assim, o destino pode entrar em declínio, com uma redução acentuada no número de visitantes e na qualidade da infraestrutura turística. Por fim, há a fase de “rejuvenescimento”, na qual o destino busca alternativas para se revitalizar, muitas vezes por

meio da diversificação de sua oferta turística ou da implementação de estratégias inovadoras. O destino pode buscar novos segmentos de mercado e desenvolver novos produtos turísticos (Butler, 1980).

Sendo assim, Butler (1980) ressalta a importância da compreensão do ciclo de vida do destino turístico para um planejamento eficaz, uma vez que permite aos gestores antecipar e enfrentar proativamente os desafios específicos de cada fase.

O setor de turismo é abordado de maneira distinta pela economia clássica e por outras visões na ciência econômica. Na perspectiva clássica, o turismo é considerado parte do setor terciário, envolvendo atividades como hospedagem, transporte e lazer. A economia clássica enfatiza a eficiência de mercado e a maximização de utilidade. No entanto, visões críticas ampliam essa análise. Elas veem o turismo como uma rede complexa, interligando cultura, ambiente, políticas e desenvolvimento regional. Essas abordagens destacam os impactos sociais, culturais e ambientais do turismo, indo além das métricas tradicionais de mercado (Lohmann *et al.*, 2022).

## **2.2 A economia do turismo: demanda e oferta**

Os conceitos fundamentais da economia do turismo são essenciais para compreender a dinâmica e os desafios desse setor. Um dos conceitos importantes para entender a importância do turismo é estudar a demanda turística, que se refere a uma série de fatores que influenciam a demanda por bens e serviços turísticos. O principal agente econômico responsável pela demanda turística é o consumidor (Jesus; Silva, 2010). É necessário analisar diversas variáveis, como suas preferências, gostos, renda e preço de reserva, bem como a atratividade dos destinos. A demanda por viagens é composta por vários compradores que fazem escolhas visando maximizar suas utilidades (Santos; Kadota, 2012).

Dentre os principais determinantes da demanda turística, os fatores econômicos, especialmente o preço, desempenham um papel significativo. O preço de um produto ou serviço turístico, influencia diretamente as decisões dos consumidores. Cada consumidor atribui um valor diferente a um mesmo produto ou serviço, o que é representado pelo conceito de preço de reserva - o valor máximo que estão dispostos a pagar. Quando o preço de reserva supera o preço de venda, ocorre um benefício da compra, levando o consumidor a adquirir o produto ou serviço. Por outro lado, se o preço de reserva for inferior ao preço de venda, o consumidor pode optar por não adquirir (Santos, Kadota, 2012).

Além do preço, a complementaridade entre produtos e serviços também exerce influência na escolha do consumidor. Produtos complementares são aqueles que se utilizam em conjunto com outro produto principal, de modo que um beneficie ou complemente o uso do outro (Santos; Kadota, 2012). Um exemplo ilustrativo pode ser encontrado em pacotes de viagem para resorts all-inclusive, os quais não apenas incluem estadia, mas também refeições, bebidas e atividades de lazer, assim, tudo essencial para complementar a experiência do turista. Por outro lado, o preço dos produtos substitutos também exerce um papel relevante na demanda turística. A elevação do preço de um produto pode resultar em um aumento na quantidade demandada de outro produto considerado substituto.

A demanda turística também é influenciada pela renda disponível e pelo custo de vida, fatores que exercem um impacto direto na capacidade e disposição das pessoas de realizar gastos em viagens. Indivíduos com maior renda tendem a consumir mais bens e serviços turísticos. Além disso, as preferências individuais e gostos são outros determinantes da quantidade demandada, pois quanto mais intensos são os gostos e preferências, maior é a demanda por esses produtos e serviços.

De forma semelhante, as condições naturais climáticas também são consideradas na decisão de viajar, especialmente em períodos de alta temporada e em destinos com praias e montanhas. A infraestrutura turística de um destino, que engloba a oferta de acomodações, transporte e atrações, exerce uma influência essencial na demanda turística. Destinos que investem em acessibilidade e infraestrutura tendem a atrair um maior número de visitantes (Santos; Kadota, 2012).

Além desses fatores, as questões de saúde têm um papel crucial na demanda turística. A pandemia de Covid-19, que se iniciou em 2019, teve um impacto profundo e sem precedentes no setor de turismo global. Medidas de confinamento, restrições de viagem e o fechamento temporário de fronteiras reduziram drasticamente a capacidade e a disposição das pessoas para viajar. O medo de contágio e a necessidade de distanciamento social fizeram com que muitos turistas optassem por cancelar ou adiar suas viagens. Além disso, a implementação de protocolos sanitários rigorosos e a exigência de testes de Covid-19 antes e depois das viagens também aumentaram os custos e complicaram a logística de viajar. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo internacional diminuiu em cerca de 74% em 2020 comparado ao ano anterior, refletindo a magnitude do impacto da pandemia na demanda turística (OMT, 2021).

A oferta turística pode ser definida como a disponibilidade de produtos e serviços turísticos que os ofertantes estão dispostos a vender a um determinado preço em determinado

período. É tudo o que está no local de destino e pode ser oferecido aos turistas para atender às necessidades. Isso inclui hotéis, transporte/locomoção, restaurantes, atrações e atividades de lazer (Jesus; Silva, 2010).

Diversos fatores influenciam a oferta turística, como o custo de produção e operação, infraestrutura disponível e a capacidade dos destinos em atender à demanda turística, além da elasticidade da demanda. A elasticidade da demanda, conforme definida por Marshall (1890), é fundamental para compreender como as variações nos preços afetam a quantidade demandada de bens ou serviços, evidenciando a sensibilidade da demanda a essas mudanças.

Em mercados altamente competitivos, a oferta turística é influenciada pela intensa concorrência entre os fornecedores. Nesse contexto, estratégias de precificação tornam-se cruciais para garantir a competitividade e atrair turistas. Além disso, políticas governamentais que envolvem incentivos fiscais e investimentos públicos e privados, juntamente com aspectos culturais e sociais, também exercem influência significativa sobre a oferta turística (Ruschmann, 1997).

Entretanto, um dos fatores mais relevantes que afetam a oferta turística é a sazonalidade do turismo, que pode afetar a disponibilidade e a atratividade dos destinos. Esse fenômeno é caracterizado pela variação da demanda turística ao longo do ano, sendo influenciado por fatores como clima, feriados, eventos e períodos de alta temporada com maior concentração de atividades (Ruschmann, 1997). A sazonalidade pode representar um desafio em determinados momentos e ter impactos diretos na economia local.

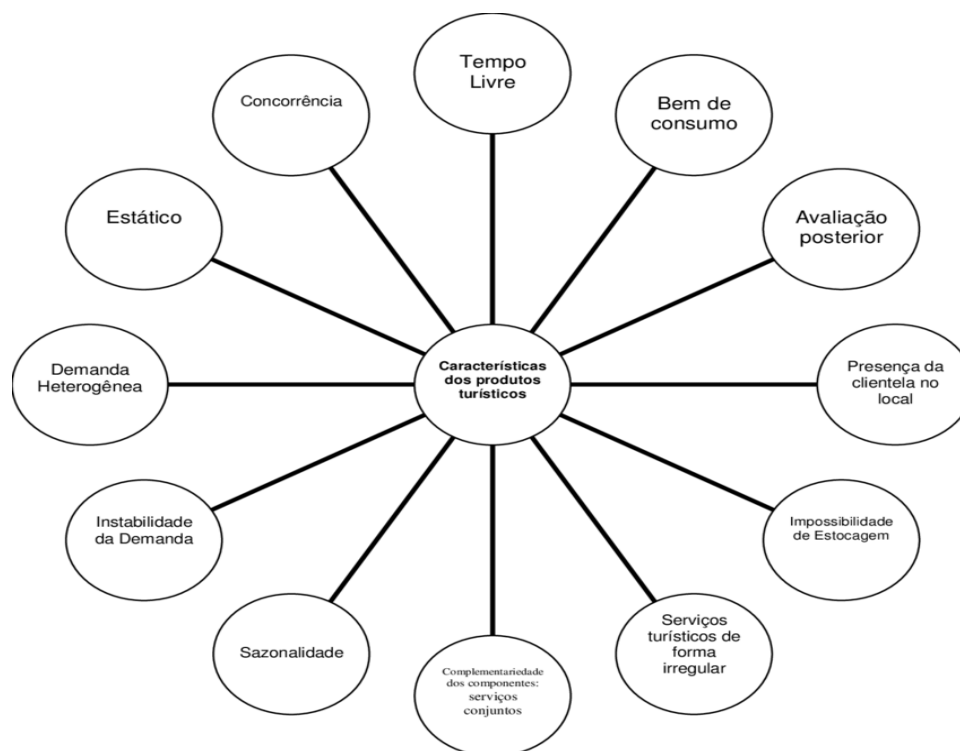
### **2.3 Produtos turísticos e cadeia produtiva do turismo**

Os produtos turísticos são constituídos por elementos tangíveis e intangíveis que se concentram em uma atividade específica e em um destino determinado, com o objetivo de satisfazer as necessidades e desejos dos turistas. “Os produtos turísticos são complexos e multifacetados, oferecendo utilidades e benefícios para o consumidor” (Cooper, Hall; Trigo, 2011, p.20).

O produto turístico abrange tudo o que é ou pode ser consumido por um turista, incluindo bens como roupas e serviços como hospedagem e transporte (Santos, Kadota, 2012). “Os produtos característicos do turismo, na maioria dos países, são aqueles que deixariam de existir em quantidade significativa ou para os quais o nível de consumo seria sensivelmente diminuído em caso de ausência de visitantes” (IBGE; 2012, p.9). Compreender as

características do produto turístico é essencial para a gestão eficaz e o desenvolvimento sustentável do setor. Nesse contexto, destacam-se algumas características, conforme ilustrado na figura 2:

**Figura 2 – Características dos produtos turísticos**



Fonte: Nóbrega, 2012.

Os produtos turísticos possuem características únicas que o distinguem de outros tipos de produtos. Primeiramente, trata-se de bens de consumo abstrato, cuja utilidade é percebida de forma subjetiva pelos consumidores, baseada em experiências e expectativas. Além disso, é comum a superposição da mão de obra, onde a avaliação do consumidor é frequentemente influenciada pela interação com funcionários e prestadores de serviço durante a experiência turística (Nóbrega, 2012).

A impossibilidade de estocagem é uma característica do produto turístico, uma vez que os serviços não podem ser armazenados para consumo posterior. Isso está diretamente relacionado à presença do cliente no local, pois a experiência turística ocorre no momento da prestação do serviço. Portanto, é fundamental que os turistas estejam presentes no local onde os diferentes elementos do produto turístico são oferecidos.

A irregularidade dos serviços turísticos é comum, resultando em desafios na padronização e garantia de qualidade. A complementariedade dos componentes é outra característica essencial, em que a união de diversos elementos como alojamento, transporte e

atrações compõe o produto turístico. A instabilidade da demanda surge devido as flutuações sazonais e imprevisíveis na procura por serviços e destinos turísticos, influenciadas por fatores como feriados, eventos e condições climáticas. Por outro lado, a demanda heterogênea reflete a diversidade de preferências, gostos e necessidades dos turistas, tornando essencial para os fornecedores do setor turístico adaptarem suas ofertas para atender aos diferentes perfis de clientes (IDEM).

O produto turístico é estático, o que significa que sua localização física não pode ser facilmente alterada/movida, diferentemente de outros produtos que podem ser transferidos ou adaptados mais facilmente. A competição entre os fornecedores de serviços turísticos existe principalmente devido a facilidade de acesso à informação e a ampliação das opções de destinos. Nesse contexto, os ofertantes buscam constantemente inovar e oferecer experiências diferenciadas para atrair os turistas. O tempo livre também é um fator determinante da característica do produto turístico, uma vez que as pessoas geralmente optam por viajar durante períodos de lazer e férias para desfrutar de experiências e descanso. Essas características do produto turístico moldam sua oferta e demanda, influenciando diretamente a indústria do turismo.

A indústria do turismo é um setor econômico complexo que engloba uma ampla variedade de atividades relacionadas a viagens e lazer. Ela é composta por diversos setores que desempenham um papel fundamental na cadeia produtiva do turismo. Os principais setores da indústria do turismo incluem o transporte, a hospedagem, a alimentação e bebidas, as atrações turísticas, as agências de viagens e operadoras turísticas, além dos serviços de entretenimento e lazer (Beni, 2019). O transporte abrange os meios de deslocamento, incluindo companhias aéreas, ferrovias, empresas de ônibus e cruzeiros marítimos. A hospedagem engloba uma variedade de acomodações, como hotéis, pousadas, resorts e aluguel de temporada, entre outros. A alimentação e bebidas inclui restaurantes, cafeterias, bares e estabelecimentos de comida rápida. As atrações turísticas compreendem pontos de interesse, como parques temáticos, museus, monumentos históricos, praias e áreas naturais protegidas. As agências de viagens e operadoras turísticas são responsáveis por planejar e organizar viagens, oferecendo pacotes turísticos que incluem transporte, hospedagem, passeios e atividades. Por fim, os serviços de entretenimento e lazer complementam a experiência turística e englobam atividades recreativas, como shows, eventos esportivos, festivais e atividades ao ar livre (Beni, 2019).

Paula (2017) aborda o conceito de Cadeia Produtiva do Turismo, destacando sua aplicação em seis categorias vistas como elo da atividade turística: atrativos, transportes, hospedagem, alimentação, serviços de apoio e comercialização. Os atrativos turísticos



desempenham um papel fundamental ao motivar os indivíduos a explorar pessoalmente um local específico em busca de vivências únicas. Os atrativos estão associados a diferentes segmentos do turismo, como o social, cultural, de estudos, esportivo, climático, entre outros; O transporte é essencial para garantir a mobilidade dos turistas entre destinos, sendo a acessibilidade e a qualidade da infraestrutura de transporte aspectos determinantes para o desenvolvimento do turismo em uma região; A hospedagem refere-se à oferta de acomodações para os turistas durante a estadia. A diversidade de opções e a qualidade dos serviços influenciam diretamente na experiência do turista; A alimentação dos restaurantes, bares e cafeterias, por sua vez, oferece aos visitantes a oportunidade de desfrutar da gastronomia local; Os serviços de apoio, como guias turísticos, agências de viagens e locadoras de veículos, têm como objetivo facilitar e enriquecer a experiência do turista durante sua estadia; A comercialização envolve a promoção e venda dos produtos e serviços turísticos, incluindo estratégias de marketing, publicidade e distribuição, com o objetivo de atrair e satisfazer as necessidades dos turistas (Paula, 2017).

Conforme destacado pelo Sebrae em seu relatório de 2017, a Cadeia Produtiva do Turismo é um sistema composto por diversas empresas que oferecem uma variedade de produtos e serviços que buscam atender às necessidades dos turistas e expandir sua presença em novos mercados.

A Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO) se refere à Cadeia de Valor do Turismo como:

A cadeia de valor do turismo é uma sequência de atividades primárias e de apoio que são fundamentais em nível estratégico para o desempenho do setor turístico. Processos como formulação de políticas e planejamento integrado, desenvolvimento de produtos e sua introdução no mercado, promoção e marketing, distribuição e vendas, bem como operações e serviços nos destinos, são consideradas as principais atividades primárias da cadeia de valor do turismo. As atividades de apoio incluem transporte e infraestrutura, desenvolvimento de recursos humanos, desenvolvimento de tecnologias e sistemas, e outros bens e serviços complementares que podem não estar diretamente relacionados com a essência do negócio turístico, mas que têm um impacto significativo no valor do turismo (UNWTO, 2019, p.20, tradução nossa).

A cadeia de valor do turismo, ilustrada na figura 3, está dividida em três partes: cadeia principal, que inclui serviços como hospedagem e alimentação, é nessa parte que ocorrem os resultados das ações de promoção, divulgação e marketing; cadeia a montante, que abrange fornecedores de equipamentos e serviços necessários para a prestação dos serviços turísticos; e a cadeia a jusante, que engloba serviços complementares ao turismo, como comércio, artesanato e atividades culturais.

**Figura 3 – Cadeia Produtivo do Turismo (Encadeamento Produtivo no Turismo)**



Fonte: Sebrae/Multivisão, 2017.

Um estudo realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e o Ministério do Turismo (MTur), destaca as Atividades Características do Turismo (ACTs) como elementos fundamentais para o desenvolvimento e a promoção do setor. As ACTs contemplam “alojamento, agências de viagem, transportes (aéreo, terrestre e outras modalidades), alimentação, auxiliar de transportes, aluguel de transportes, cultura e lazer” (MTur; IPEA, 2021).

## 2.4 Impactos econômicos do turismo

Um dos aspectos importantes da cadeia produtiva do turismo refere-se aos impactos econômicos do turismo, visto que o turismo pode gerar uma série de benefícios econômicos, como geração de empregos, aumento da renda, desenvolvimento da infraestrutura, investimentos e desenvolvimento socioeconômico.

Os impactos do turismo na economia podem ser diretos ou indiretos. Os impactos diretos, como o nome sugere, referem-se aos efeitos imediatos das despesas com bens e serviços durante a estadia. Isso inclui despesas com hospedagem, alimentação, ingressos e transporte. Os gastos diretos contribuem diretamente para a geração de receita para as empresas do setor e empregos para a comunidade. Os impactos indiretos surgem a partir dos gastos das empresas turísticas com insumos e serviços de outras indústrias locais. Já os impactos induzidos estão

relacionados aos efeitos multiplicadores dos gastos do setor turístico na economia local, referindo-se aos efeitos resultantes do aumento do consumo na economia local devido aos gastos dos trabalhadores do setor turístico e de outras indústrias relacionadas. (Lage *et al.*, 2001).

Em contrapartida, se não houver um desenvolvimento sustentável, também pode impactar negativamente, com a exploração dos recursos naturais e a degradação do meio ambiente. O turismo, quando adequadamente gerenciado, pode contribuir para a melhoria do meio ambiente, através de uma responsabilidade social, preservando os recursos naturais e culturais.

Conforme destacado por Beni (2019), a conservação dos recursos turísticos naturais requer a aplicação de estratégias específicas, as quais devem fazer parte de toda metodologia de formulação do crescimento turístico. Dentre essas estratégias, destacam-se o planejamento, a preservação e restauração, a reutilização, a conscientização e educação ambiental, o controle ambiental, entre outros.

O conceito do turismo sustentável é mais abrangente e transcende a preocupação centrada na conservação e no manejo do meio ambiente e dos recursos naturais, incluindo os aspectos de comercialização, *marketing*, qualidade, produtividade e competitividade dos bens e serviços turísticos [...] entende-se que, tão importante quanto discutir a sustentabilidade do turismo é discuti-lo dentro de uma dimensão mais abrangente de sustentabilidade que envolva o sistema no qual o turismo opera. (Beni, 2019, n.p).

O turismo internacional é uma fonte significativa de renda para os países que recebem visitantes, pois gera demanda adicional e influxo de moeda estrangeira. Além de impulsionar a economia local, aumenta o consumo, gerando empregos e estimulando o crescimento de setores como hospedagem, alimentação e agências de viagens. Esse crescimento econômico também leva o governo a investir em infraestrutura para atender às necessidades crescentes dos turistas, como estradas, aeroportos e serviços públicos. No entanto, o consumo de serviços não produzidos localmente pode resultar em importações e perdas financeiras para a economia local, embora também crie oportunidades de negócios e exportações. O turismo pode gerar entradas de moeda estrangeira nos países receptores, o que ajuda a equilibrar as contas externas de países com setores turísticos desenvolvidos (Cabugueira, 2005).

### 3 PANORAMA DO TURISMO NO BRASIL PRÉ E PÓS PANDEMIA

Dando continuidade à análise teórica e conceitual desenvolvida no capítulo anterior, onde foram discutidos os principais fundamentos da economia do turismo, bem como o impacto deste setor no desenvolvimento econômico regional e nacional, este capítulo se propõe a compreender alguns desses conceitos à luz do contexto brasileiro recente. A pandemia de Covid-19, conforme observado, trouxe desafios sem precedentes para o turismo mundial, e o Brasil não foi exceção. Assim, ao utilizar os conceitos apresentados no capítulo 2, o presente capítulo buscará examinar o desempenho do turismo no Brasil nos anos que antecederam e sucederam a pandemia, destacando como as medidas restritivas impactaram o setor e como a retomada das atividades turísticas se deu em diferentes dimensões econômicas.

Para tanto, este estudo adota uma metodologia quantitativa, de caráter exploratório e descritivo. Foram analisados indicadores que capturam tanto a demanda quanto a oferta no setor de turismo. A pesquisa utilizou dados secundários obtidos de fontes confiáveis, como bases de dados governamentais, relatórios do setor e estudos acadêmicos. A análise contempla três períodos: o pré-pandemia (2017-2019), o ano pandêmico de 2020, e o período de recuperação entre 2021 e 2023<sup>1</sup>. Os dados foram tratados de forma comparativa, permitindo identificar as variações significativas que ocorreram no setor ao longo desses intervalos.

Os indicadores selecionados para esta análise incluem: (1) Busca por viagens por meio do Google Analytics, para compreender as tendências de interesse dos turistas nos três períodos supracitados. (2) Taxa de ocupação hoteleira, que permite avaliar o comportamento da oferta de acomodações turísticas ao longo dos períodos analisados; (3) Volume de passageiros transportados, tanto em voos domésticos quanto no transporte rodoviário, proporcionando uma visão clara da mobilidade dos turistas; (4) Receita gerada pelo turismo, que reflete o impacto financeiro do setor na economia; (5) Empregabilidade no setor turístico, que analisa o número de empregos diretos e indiretos gerados pelo turismo; e (6) Investimentos no setor, que incluem tanto aportes públicos quanto privados voltados para a recuperação do turismo pós-pandemia.

A estrutura deste capítulo será dividida em quatro seções principais. A primeira seção apresenta uma análise inicial do setor turístico brasileiro e das principais políticas adotadas no país em torno do setor. A segunda seção apresenta uma análise detalhada da demanda turística, observando o comportamento do consumidor, as tendências de busca e o volume de passageiros transportados. A terceira seção foca na oferta turística, analisando a taxa de ocupação hoteleira

---

<sup>1</sup> Somente para os indicadores para os quais há disponibilidade de dados.

e a receita gerada pelo setor. Por fim, a última seção discute o impacto econômico e social do turismo no Brasil, destacando a empregabilidade no setor e os investimentos feitos para a sua recuperação. Esta organização permitirá uma visão ampla do impacto da pandemia no turismo brasileiro, conectando as implicações econômicas do setor às teorias discutidas no capítulo anterior.

### **3.1 O turismo no Brasil**

O Brasil é um país de dimensões continentais, caracterizado por uma grande diversidade de paisagens naturais e culturais, o que se reflete na variedade de destinos turísticos. Desde as praias paradisíacas do Nordeste até a Amazônia, o Pantanal e as metrópoles cosmopolitas como São Paulo e Rio de Janeiro, o país oferece opções para todos os tipos de turistas.

O Brasil, devido à sua diversidade cultural e ambiental, oferece uma oferta turística segmentada, capaz de atender a diferentes perfis de turistas. A segmentação no turismo organiza o setor com base nas necessidades e preferências dos viajantes, utilizando a análise da demanda e da oferta para criar produtos turísticos adequados a esses perfis. De acordo com o Ministério do Turismo (2021), os principais segmentos turísticos no Brasil incluem Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos, Turismo Rural e Turismo de Saúde. Esses segmentos não apenas atendem às expectativas dos turistas, mas também promovem a especialização de destinos e fortalecem a competitividade no mercado nacional e internacional. A flexibilidade da segmentação permite que um mesmo produto incorpore elementos de diferentes segmentos, ampliando seu apelo e adaptando-se às tendências do mercado (Ministério do Turismo, 2021). Além disso, a diversidade de segmentos contribui para a geração de empregos e o desenvolvimento econômico local, ao mesmo tempo em que fomenta o turismo sustentável e responsável. A interação entre os setores turísticos, econômico e ambiental proporciona uma abordagem holística que valoriza os recursos naturais e culturais, promovendo a preservação do patrimônio e a inclusão social. A diversificação da oferta também permite que o Brasil se posicione como destino turístico global, atraindo turistas de diferentes partes do mundo e estimulando a inovação no mercado.

As regiões mais visitadas incluem o Nordeste, com suas praias deslumbrantes como as de Porto de Galinhas (PE) e Maceió (AL), e o Sudeste, que conta com cidades icônicas como

Rio de Janeiro e São Paulo (Ministério do Turismo, 2021). A Amazônia e o Pantanal são exemplos de ecossistemas únicos que atraem turistas interessados no ecoturismo. O turismo cultural e religioso também desempenha um papel importante, com destinos como Salvador (BA) e Aparecida (SP), que destacam a rica herança cultural e religiosa do país.

De acordo com uma publicação feita no Portal do Ministério do Turismo, em 2024, baseada em uma pesquisa realizada pelo site de busca e venda de passagens aéreas da empresa Decolar, no primeiro semestre de 2024, os estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia foram os três destinos mais procurados pelos brasileiros. A região do Brasil com maior busca foi o Nordeste, com 48% das pesquisas, seguida pelo Sudeste, com 38%. Segundo essa pesquisa, os lugares considerados mais atrativos para viajar são aqueles que oferecem sol, praia, natureza, ecoturismo, saúde, bem-estar, turismo de aventura e turismo religioso. Outros fatores considerados na escolha do destino incluem o custo da viagem, a possibilidade de visitar parentes e/ou amigos e as boas avaliações de outros turistas (Bispo, 2024). Oliveira, Becegato e Tricárico (2022) explicam que as pessoas também associam o destino escolhido às percepções de hospitalidade do local, considerando a atmosfera agradável e a capacidade de proporcionar boas emoções.

O *The New York Times*, um jornal diário fundado em Nova York, realizou uma pesquisa com o objetivo de identificar os 52 melhores destinos turísticos para 2023. Nesta pesquisa, o Brasil foi mencionado duas vezes: em décimo primeiro lugar, com o Parque Nacional dos Lençóis Maranhenses, e em quadragésimo primeiro, com a cidade de Manaus, a sétima mais populosa do Brasil, localizada no estado do Amazonas. Por outro lado, a TripAdvisor, uma plataforma de viagens voltada para a busca e reserva de acomodações, restaurantes, atrações e experiências no mundo todo, publicou uma lista indicando os destinos ideais para férias dos sonhos, na qual o Rio de Janeiro ocupou o vigésimo quinto lugar. Em uma segunda lista, que divulgou os melhores lugares do mundo para cultura, São Paulo ficou em vigésimo quarto. Vale ressaltar que, em ambas as listas, o Brasil concorreu com destinos famosos como Edimburgo (Reino Unido), Lisboa (Portugal) e Creta (Grécia), entre outros (G1, 2023).

Outra pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo em conjunto com o Ministério dos Portos e Aeroportos, em 2024, indicou que, entre os 15 destinos turísticos mais desejados pelos brasileiros, a capital Salvador, no estado da Bahia, é a mais cobiçada, seguida de Fernando de Noronha, arquipélago localizado em Pernambuco, e da cidade do Rio de Janeiro. O Instituto de Pesquisa em Reputação e Imagem (IPRI) observou, em sua pesquisa, que 43% dos brasileiros pretendem realizar uma viagem de lazer ainda em 2024, e que 47% deles têm o Nordeste como

destino preferido. No entanto, os estados de São Paulo e Rio de Janeiro são os mais cogitados para viagens (Tafarelo, 2024).

O turismo no Brasil é uma importante fonte de receita e emprego. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), em 2019, o setor representou 7,7% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e gerou aproximadamente 7,4 milhões de postos de trabalho diretos e indiretos, contribuindo com cerca de R\$ 551,5 bilhões para a economia brasileira. (OMT, 2020).

Um dos fatores que contribuem para o crescimento do setor no Brasil é a facilidade de deslocamento disponível atualmente, somada às melhorias nos meios de transporte ao longo dos anos e ao aumento da renda de parte da população brasileira. Outro aspecto que impulsiona o setor é a dispensa de visto para cidadãos de determinados países, além da criação de documentos de viagem unificados (Emmendoerfer *et al.*, 2021).

No Brasil, o Estado desempenha um papel importante no turismo por meio de políticas que estabelecem estratégias para ampliar e fortalecer o setor. Essas iniciativas são implementadas por meio do planejamento, desenvolvimento e promoção do turismo em parceria com stakeholders e o governo (Emmendoerfer *et al.*, 2021). Segundo Lima, Irving e Oliveira (2022), a gestão pública no Brasil reconheceu o turismo como uma alavanca para o desenvolvimento nacional, ressaltando o empenho do Estado em promover políticas que regulamentem, incentivem e expandam o setor. Essas medidas visam à geração de emprego e renda, à redução das desigualdades sociais e à melhor distribuição da renda entre os brasileiros (Lima; Irving; Oliveira, 2022).

Uma ação do Governo Federal que desempenhou um papel crucial para o cenário favorável ao turismo no Brasil foi a criação do Ministério do Turismo, em 2003, juntamente com os Planos Nacionais de Turismo (PNT), desenvolvidos entre 2003 e 2018. Esses planos tinham como objetivo o crescimento sustentável do setor, a modernização da infraestrutura turística, a valorização das diversidades regionais, culturais e naturais do país, além do aumento da competitividade do turismo brasileiro no cenário internacional. Esses objetivos visavam ampliar a geração de emprego e renda, fomentar a economia local e nacional, e consolidar o Brasil como um destino turístico de destaque. O quadro 01, apresentado por Lima, Irving e Oliveira (2022), reflete essas diretrizes, embasado nos Planos Nacionais de Turismo do Brasil implementados entre 2003 e 2018.

**Quadro 01 – Matriz-Síntese dos objetivos dos Planos Nacionais de Turismo no Brasil (2003 a 2018)**

<b>Documento</b>	<b>Ano</b>	<b>Objetivos</b>
PNT 2003-2007: Diretrizes, Metas e Programas	2003	Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando as diversidades regionais, culturais e naturais;
		Estimular e facilitar o consumo do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional.
PNT 2007-2010: Uma Viagem de Inclusão	2007	Promover o turismo com um fator de inclusão social, por meio da geração de trabalho e renda e pela inclusão da atividade na pauta de consumo de todos os brasileiros;
		Desenvolver o produto turístico brasileiro com qualidade, contemplando as diversidades regionais, culturais e naturais;
		Fomentar a competitividade do produto turístico brasileiro nos mercados nacional e internacional e atrair divisas para o País.
PNT 2013-2016: O Turismo fazendo muito mais pelo Brasil	2013	Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos;
		Incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros;
		Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil; e
		Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro.
PNT 2018-2022: Mais emprego e renda para o Brasil	2018	Fortalecer o processo de regionalização do turismo nacional;
		Investir na melhoria da qualidade e competitividade do turismo;
		Incentivar a inovação no setor;
		Promover a sustentabilidade no turismo.

Fonte: Lima, Irving e Oliveira (2022, p.6).

Essas ações realizadas pelo Governo Federal são importantes pois ajudam a fortalecer o turismo no país (Lima; Irving; Oliveira, 2022). No Brasil, existem também as Redes Brasileiras de Observatórios de Turismo (RBOT) compostas por diversos observatórios espalhados pelo território nacional. Eles são responsáveis pela realização de pesquisas técnicas e científicas que visam contribuir para o desenvolvimento do turismo no país. É relevante destacar que foi a Organização Mundial do Turismo (OMT) que propôs o projeto de observatórios de turismo. A RBOT iniciou suas atividades em 2016 e foi oficializada em 2017. Dentre as pesquisas importantes produzidas por essa rede, destacam-se o Raio-X do Turismo Frente à Covid-19, a Pesquisa Nacional de Qualidade de Serviços Turísticos e os boletins de indicadores de desempenho turístico (Perinotto *et al.*, 2021).

O setor do turismo vinha apresentando crescimento estável até o impacto da pandemia de Covid-19, que provocou a paralisação global das atividades turísticas. A pandemia de COVID-19, que se alastrou globalmente a partir de março de 2020, causou um impacto sem precedentes no turismo mundial, e o Brasil não foi uma exceção. A necessidade de medidas de distanciamento social e restrições de viagens para conter a propagação do vírus resultou em uma queda drástica no número de visitantes, tanto estrangeiros quanto domésticos.



A pandemia de Covid-19 trouxe desafios inéditos para o turismo. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2021), em 2020, o Brasil registrou uma queda de 56% no número de turistas internacionais. As restrições de viagens e o fechamento de fronteiras prejudicaram o setor, resultando em grandes perdas para hotéis, restaurantes, companhias aéreas e operadores de turismo. Em resposta, o governo brasileiro lançou programas de recuperação, como o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (PERSE), que visou aliviar a crise e apoiar a retomada gradual das atividades turísticas no país.

Até 2019, ano que antecedeu a pandemia de Covid-19, o turismo no Brasil apresentava crescimento tanto no segmento internacional quanto no doméstico, sendo este último o que mais se fortalecia no país. O turismo doméstico, que ocorre quando uma pessoa viaja dentro do país em que reside, registrou mais de 97,4 milhões de passageiros em 2019, comparados a 95,7 milhões em 2018. Nos voos internacionais, o número de passageiros ultrapassou 11 milhões. O recolhimento de impostos no setor de turismo somou mais de US\$ 20 bilhões, crescimento de 8,05% quando comparado ao ano anterior, com mais de 36 mil empregos de contratos de trabalho nas atividades do turismo (Tomé, 2020).

Em 2019, a região que teve o maior faturamento foi o Sudeste com R\$ 147 bilhões, o que corresponde a 61,6% do ganho de todo o setor, o estado de São Paulo, sozinho, gerou uma receita de R\$ 96,7 bilhões. Criou ainda 35.692 novos postos de trabalho, 67% das pessoas empregadas no setor estavam atuando nas atividades de hospedagem e alimentação. O segmento de restaurantes e similares teve um crescimento de 53,3% (Globonews, 2020).

No entanto, a pandemia reduziu drasticamente esses números, levando a uma queda de 35,6% nas receitas do setor em 2020. Desde o início do surto de COVID-19, o setor de turismo e transportes no Brasil retraiu -78,9% no seu faturamento (1º de março a 18 de julho), segundo o Índice Cielo de Varejo Ampliado – ICVA (Tomé, 2020, *apud* Cielo, 2020).

Com a vacinação em massa e a flexibilização das restrições de viagens em 2021 e 2022, o turismo começou a se recuperar. O aumento no número de turistas domésticos, impulsionado por campanhas de incentivo ao turismo interno, foi um dos principais fatores para a recuperação gradual do setor.

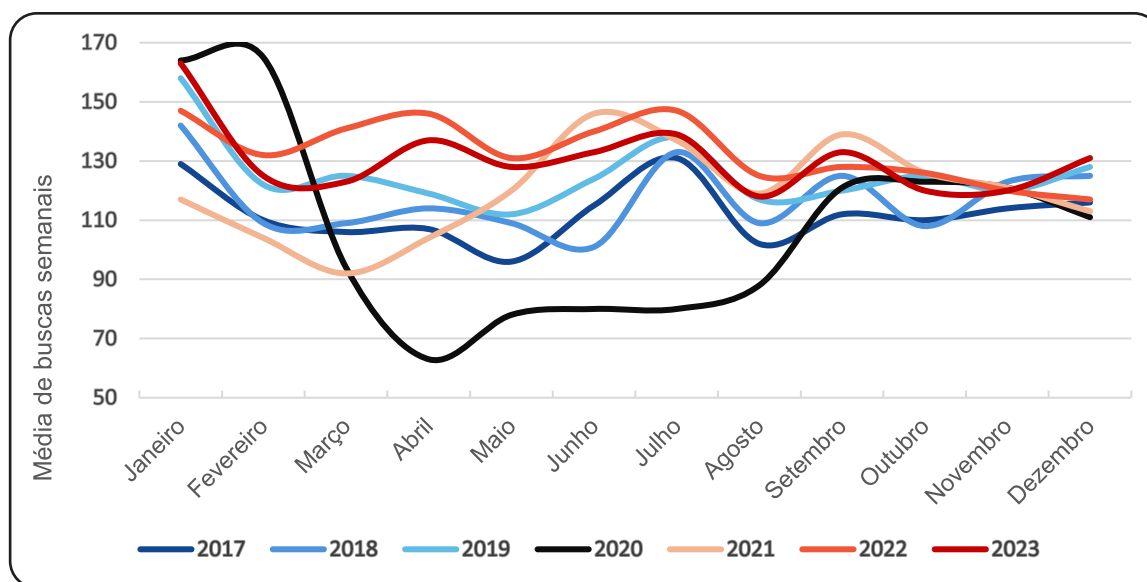
### **3.2 Demanda por produtos turísticos no Brasil**

No capítulo anterior, foram apresentados os fundamentos teóricos da economia do turismo, incluindo as interações entre a demanda e oferta no setor. A demanda turística, como

discutido, é influenciada por uma série de fatores, como renda disponível, preferências dos consumidores e pelo impacto de eventos globais como a pandemia de Covid-19. A pandemia, em particular, teve um efeito devastador sobre a demanda por produtos turísticos, alterando significativamente o comportamento dos consumidores em termos de planejamento e realização de viagens. Para entender essas mudanças no comportamento dos turistas brasileiros, utilizou-se a plataforma Google Analytics como base de análise, que oferece uma visão detalhada sobre as tendências de busca dos consumidores. A escolha dessa ferramenta se justifica pela sua abrangência e precisão em captar os interesses do público em tempo real. Os termos de busca "Passeio em" e "O que fazer em" foram selecionados como indicadores representativos das intenções de viagem e lazer dos consumidores, permitindo uma análise direta do interesse por atividades turísticas ao longo dos períodos pré, durante e pós-pandemia.

O Gráfico 1 demonstra que durante o período pré-pandêmico, compreendido entre 2017 e 2019, observou-se um aumento no volume de buscas por passeios e viagens. No entanto, em 2020, esse cenário foi drasticamente alterado devido aos impactos da pandemia, resultando em uma redução acentuada nas buscas durante alguns meses. Somente nos anos subsequentes, observou-se uma recuperação desse interesse por parte dos consumidores.

**Gráfico 1 – Distribuição dos termos “Passeio em” e “O que fazer em” no Google entre o período 2017 e 2023 no Brasil**



Fonte: Elaboração própria a partir de Google Trends (2024).

Nota-se que o ano de 2020 teve início com a maior média de buscas no Google, atingindo seu ápice em fevereiro, mês em que foi celebrado o Carnaval e teve o primeiro caso de Covid-19 divulgado no Brasil. A partir de março, as buscas apresentaram uma queda

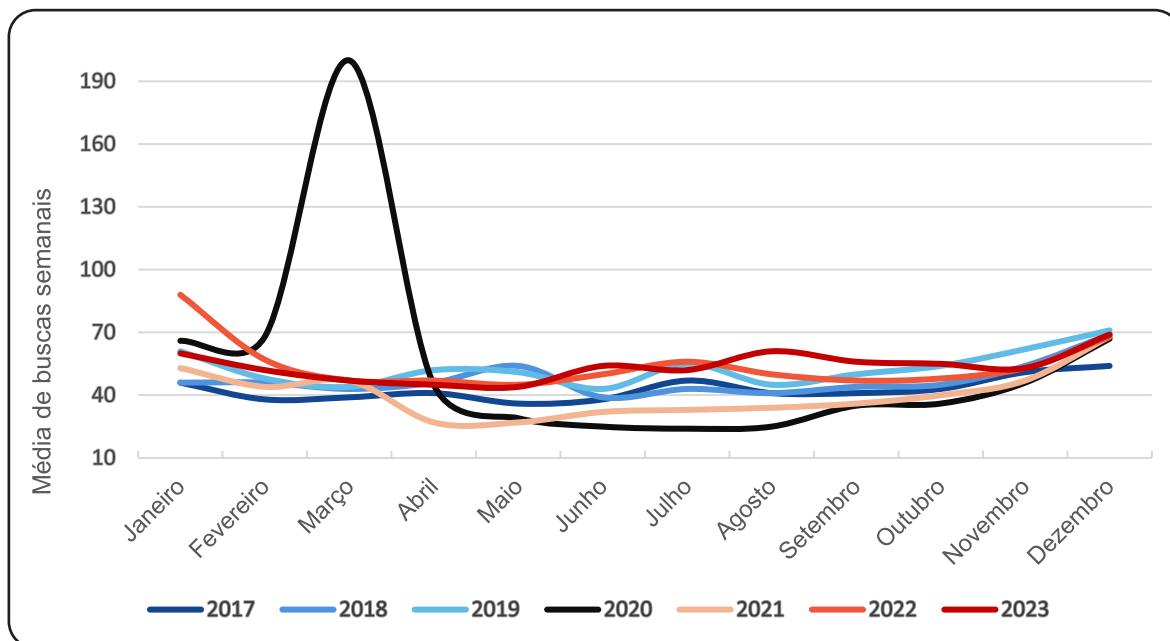
significativa, registrando uma redução de -61,82% em abril quando comparado ao pico de fevereiro. Destaca-se o aumento da demanda a partir de agosto, com uma recuperação de 92,06% em setembro em relação ao mínimo do ano, em abril. A análise desses dados permite compreender que o comportamento do consumidor e a retomada de seus planos de viagem podem estar relacionados, principalmente, ao feriado de 7 de setembro. As buscas voltam a desacelerar em dezembro.

No período pós-pandêmico, entre 2021 e 2023, o Gráfico passa a apresentar uma evolução, com curvas semelhantes ao período de pré-pandemia. Entretanto, nota-se que o primeiro trimestre de 2021 ainda registrou queda em comparação com o mesmo período dos anos anteriores. Os anos de 2022 e 2023 não conseguiram superar o volume médio de buscas alcançado no primeiro bimestre de 2020. No entanto, houve uma recuperação gradual nos meses seguintes. Mesmo quando comparados ao período de maior crescimento de 2020 – setembro a novembro – a variação negativa foi mínima. Isso sugere que somente no último trimestre de 2023 conseguiu-se observar uma retomada das buscas por passeios e atividades de lazer.

Esse movimento observado no Gráfico 1 também está alinhado com os dados apresentados pelo relatório do Ministério do Turismo (2022), que destacou um declínio acentuado no interesse dos consumidores brasileiros por viagens e atividades turísticas ao longo do ano de 2020, em função da pandemia. O relatório, que abrange informações até 2021, aponta que, apesar de uma leve recuperação no segundo semestre de 2021, o interesse por viagens não havia retornado aos níveis observados no período pré-pandêmico. Entretanto, os dados analisados neste estudo, que vão até 2023, revelam que essa recuperação continuou de forma gradual nos anos subsequentes, com um aumento consistente nas buscas relacionadas a passeios e atividades de lazer a partir de 2022, culminando em um final de 2023 mais próximo dos níveis de busca de 2019, embora sem alcançar completamente os picos pré-pandemia. Isso sugere uma retomada mais robusta a longo prazo, alinhada com o avanço da vacinação e a flexibilização das restrições sanitárias.

No Gráfico 2, observa-se um baixo número de buscas por “cancelamento de passagens” nos anos de 2017 a 2023, com exceção de março de 2020, que apresentou um crescimento de 354,55% em comparação com o mesmo período do ano anterior. Esse aumento significativo nos cancelamentos pode ser atribuído principalmente à pandemia de Covid-19, que levou muitas cidades a implementarem medidas de restrição de viagens e quarentenas.

**Gráfico 2 – Distribuição dos termos “Cancelar passagem” e “Cancelamento de passagem” no Google entre o período 2017 e 2023 no Brasil**



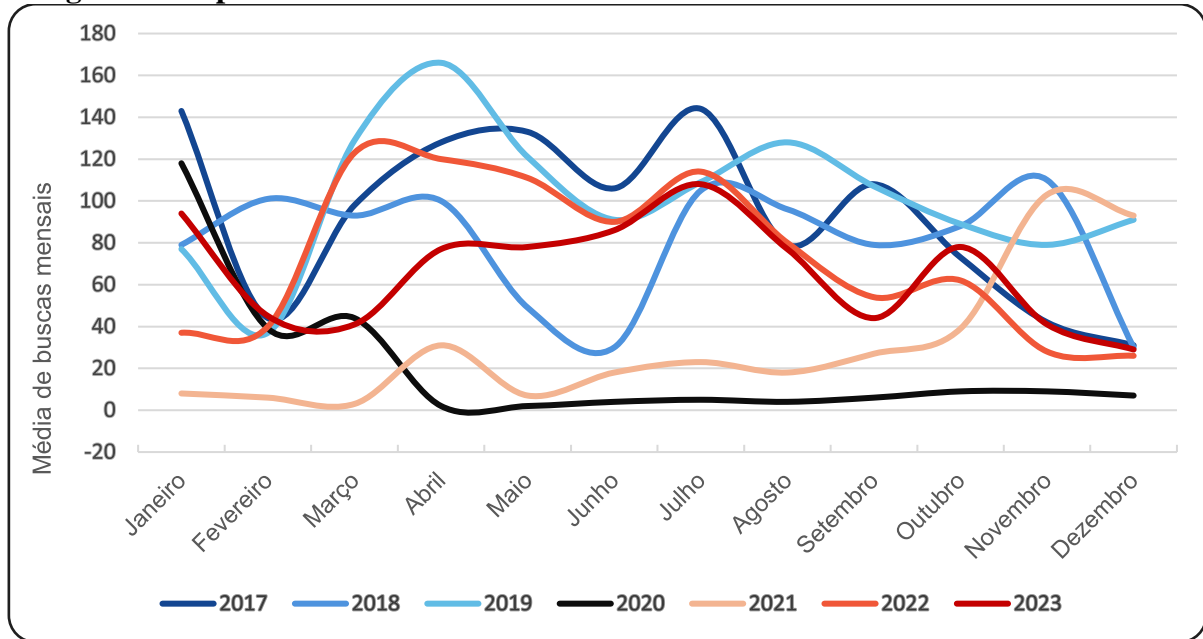
Fonte: Elaboração própria a partir de Google Trends (2024).

O Gráfico 3 apresenta a distribuição dos termos de busca "Compra de ingressos" e "Comprar ingresso", que servem como indicadores-chave do interesse dos consumidores em participar de atividades culturais, de lazer e eventos, como shows, cinemas e parques temáticos. Esses termos foram escolhidos por refletirem diretamente o comportamento do consumidor em relação ao planejamento e participação em eventos turísticos e de entretenimento. Entre os anos de 2017 e 2019, os dados mostram uma média estável de aproximadamente 92 mil buscas semanais, sugerindo um interesse consistente nessas atividades durante o período pré-pandêmico. Em 2019, houve um pico notável no mês de abril, quando as buscas atingiram 166 mil, possivelmente impulsionadas por grandes eventos sazonais, feriados e o aumento da oferta de entretenimento no Brasil. Esses números fornecem um parâmetro para entender o impacto da pandemia e a recuperação gradual do setor, uma vez que as buscas por esses termos estão diretamente ligadas ao retorno das atividades turísticas e culturais no país. O ano de 2020 foi marcado por uma queda significativa nas buscas, devido à pandemia. Observou-se que o ano começou com uma demanda semelhante à dos anos anteriores; no entanto, a partir do final de março, as buscas diminuíram consideravelmente, não alcançando o patamar dos anos anteriores.

Em 2021, ainda foram observados indícios do ano anterior, mantendo-se abaixo do período 2017-2021 e só obtendo uma retomada significativa a partir de outubro. Esse movimento observado no Gráfico 3 está alinhado com os dados apresentados pelo relatório do

Ministério do Turismo (2022), que detalha como a pandemia afetou o setor de turismo e cultura no Brasil. O relatório indica uma redução acentuada no interesse dos consumidores por viagens e atividades turísticas em 2020, seguida por uma recuperação gradual nos anos seguintes, o que é corroborado pela análise realizada neste estudo, que abrange até o ano de 2023.

**Gráfico 3 – Distribuição dos termos “Compra de ingressos” e “Comprar ingresso” no Google entre o período 2017 e 2023 no Brasil**



Fonte: Elaboração própria a partir de Google Trends (2024).

As buscas em 2022 e 2023 voltaram a apresentar evolução, estando acima da média de 2020 em todos os meses após o primeiro trimestre. No entanto, ainda não ultrapassam a média geral de buscas dos anos do período pré-pandêmico, conforme Tabela 1.

**Tabela 1 – Média de buscas semanais ao longo de todos os meses do ano e média anual para os períodos pré-pandêmico e pós-pandêmico, em comparação com 2020**

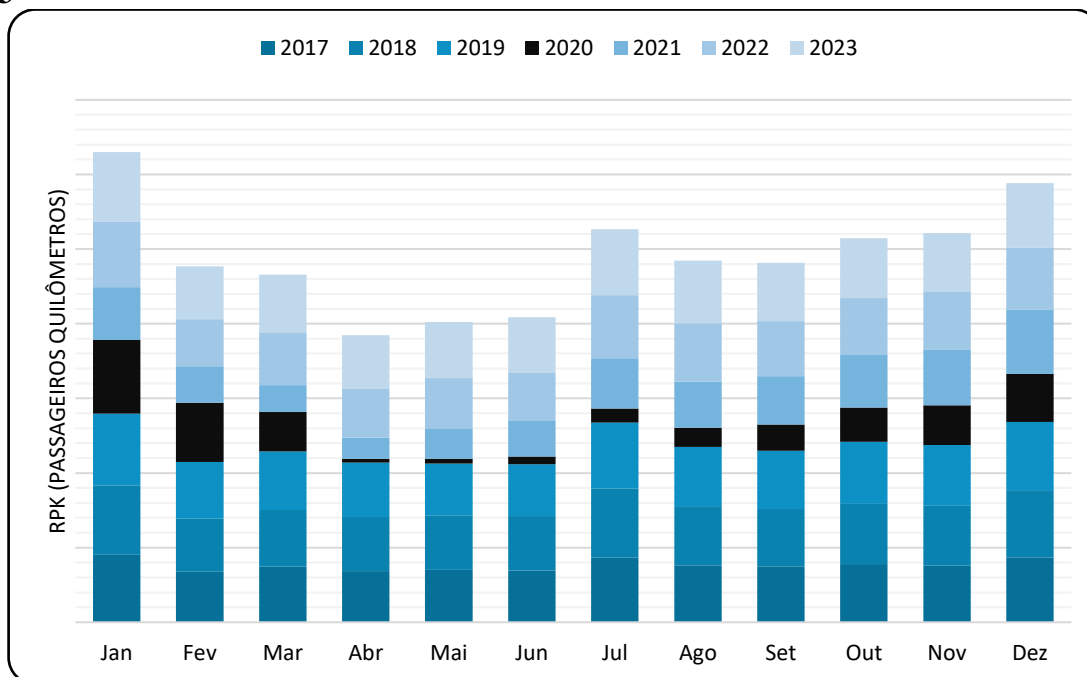
Ano	Média anual das buscas por semana	
	Média de buscas	Média período (2017-2019; 2020; 2021-2023)
2017	94	92
2018	80	
2019	102	
2020	21	57
2021	31	
2022	74	
2023	67	

Fonte: Elaboração própria a partir de Google Trends (2024).

Nota: Foi utilizada a média dos meses dos anos referentes da tabela para calcular a média anual de buscas, considerando os anos completos ou o período em destaque.

O Gráfico 4 apresenta o volume de passageiros em voos domésticos no Brasil entre os anos de 2017 e 2023, fornecendo uma visão sobre o comportamento da mobilidade aérea no país. Os dados, extraídos da Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC), oferecem uma visão detalhada do fluxo de passageiros e do comportamento da mobilidade aérea. Esse indicador é crucial para entender a dinâmica do turismo, pois o volume de passageiros em voos domésticos reflete diretamente o grau de atividade turística e a recuperação do setor ao longo do tempo. Durante o período pré-pandemia (2017-2019), os dados mostram curvas semelhantes ao longo dos meses, com picos característicos em janeiro, julho e dezembro, meses tradicionalmente marcados por férias escolares, festividades como o Carnaval e o Natal, e condições climáticas favoráveis para o turismo.

**Gráfico 4 – Volume de passageiros em voos domésticos no Brasil no período entre 2017 e 2023**



Fonte: Elaboração própria a partir de Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

Esses picos sazonais indicam uma combinação de fatores que estimulam a demanda por viagens, como o maior tempo disponível para lazer, estratégias de marketing agressivas por parte das companhias aéreas e o aumento da realização de eventos culturais e esportivos. A base de dados da ANAC é confiável e permite o acompanhamento preciso dessas variações, proporcionando uma visão clara da relação entre transporte aéreo e turismo no Brasil. Além disso, o monitoramento desse indicador ao longo do tempo possibilita identificar as mudanças nos padrões de comportamento do turista, especialmente no período pós-pandemia, quando o

setor começou a mostrar sinais de recuperação. Essa análise se conecta com as discussões apresentadas no capítulo 2 sobre a cadeia produtiva do turismo, mostrando como o transporte aéreo é um elemento-chave que impulsiona a movimentação de turistas e impacta diretamente outros setores da economia, como hospedagem, alimentação e atividades de lazer.

O ano de 2020 começou com um volume de passageiros que seguia a tendência de crescimento observada nos anos anteriores, apresentando um pico em janeiro e fevereiro. No entanto, a partir de março, com o agravamento da pandemia de Covid-19, houve uma queda acentuada, culminando em abril com uma redução superior a 93% em comparação a abril de 2019. A partir desse ponto, observou-se uma recuperação gradual ao longo dos meses, embora os volumes não tenham atingido os patamares dos anos anteriores.

Em 2021, o setor aéreo buscou uma recuperação, começando o ano com um volume significativamente menor do que o registrado em janeiro de 2020, apresentando uma queda de mais de 27%. Nos meses subsequentes, a tendência de queda continuou, com abril novamente registrando o maior declínio. No entanto, comparado ao mesmo mês do ano anterior, houve um aumento de mais de 400%. A partir de julho, o volume de passageiros começou a reagir com mais intensidade, aproximando-se dos níveis pré-pandemia somente no final do ano.

Os anos de 2022 e 2023, embora tenham registrado um volume menor nos meses de janeiro e fevereiro em comparação ao mesmo período de 2020, finalmente retomaram suas atividades, apresentando um crescimento extremamente significativo ao longo dos meses. Esse crescimento seguiu curvas semelhantes ao período pré-pandêmico. Em 2023, observou-se um recorde no volume de passageiros nos meses de maio, junho e agosto, em relação ao mesmo mês dos anos analisados.

Esses dados são consistentes com as tendências observadas em outros estudos sobre o impacto da pandemia no setor de turismo. Um relatório do Ministério do Turismo (2022) aponta que o setor de turismo, tanto no Brasil quanto no mundo, foi severamente afetado pelas restrições de viagens impostas para combater a pandemia. A lenta recuperação do setor também impactou os trabalhadores que dependem direta e indiretamente dessas atividades.

Em seu artigo, Rita Cruz (2020) comprova os dados analisados neste estudo, destacando que as medidas de isolamento social afetaram severamente a mobilidade humana e, conseqüentemente, a atividade turística. O artigo menciona a lenta recuperação do setor com o afrouxamento das restrições e o crescente otimismo dos consumidores em viajar novamente, enfatizando uma recuperação gradual a partir de 2021. A análise dos impactos na mobilidade humana pode ser relacionada ao estudo sobre o volume de passageiros em voos domésticos no Brasil. Além disso, os picos de movimentação nos meses mais movimentados do ano

evidenciam a influência de eventos culturais, esportivos e das férias escolares, que impulsionam a demanda por viagens e refletem as estratégias de marketing das companhias aéreas.

O Anuário Estatístico de Turismo publicado pelo Ministério do Turismo em novembro de 2022, apresenta dados referente a movimentação nacional e internacional de passageiros nos terminais rodoviários do Brasil. Este indicador é especialmente relevante para o setor turístico, já que o transporte rodoviário desempenha um papel central na conectividade de destinos, particularmente em um país de dimensões continentais como o Brasil, conforme discutido no capítulo anterior. A cadeia produtiva do turismo, que engloba diversos setores interdependentes como transporte, hospedagem e alimentação, é diretamente influenciada pela movimentação de passageiros, refletindo o grau de dinamismo do turismo doméstico e internacional.

Os dados na Tabela 2 indicam que, em 2018, houve um aumento de mais de 6% na movimentação de passageiros nos terminais rodoviários nacionais, sinalizando um período de crescimento para o turismo rodoviário no Brasil. Este crescimento foi ainda mais expressivo nas viagens internacionais, com um aumento de 16%, destacando o papel do Brasil como um hub de conexões rodoviárias na América do Sul. No entanto, em 2019, a movimentação apresentou uma leve queda de menos de 1% no transporte nacional, enquanto as viagens rodoviárias internacionais sofreram uma queda mais acentuada, superior a 20%, possivelmente devido a fatores econômicos e à intensificação de opções alternativas de transporte aéreo.

Em 2020, com o início da pandemia de Covid-19, o impacto sobre o setor foi profundo, com a movimentação de passageiros nos terminais rodoviários do Brasil apresentando uma queda dramática de mais de -61% em comparação ao ano anterior. Este declínio reflete as restrições de mobilidade, o fechamento de fronteiras e a redução drástica da demanda por viagens. As viagens internacionais rodoviárias foram ainda mais afetadas, registrando uma queda de -92,8%, evidenciando a vulnerabilidade do turismo internacional durante períodos de crise. Em 2021, apesar de uma recuperação parcial com um aumento de 18,3% na movimentação de passageiros nacionais em comparação a 2020, o transporte rodoviário internacional permaneceu em níveis muito baixos, com uma redução adicional de mais de 89%. Esse dado sublinha a diferença na recuperação entre o turismo doméstico, que se mostrou mais resiliente, e o internacional, que ainda enfrentava barreiras significativas para a retomada, como incertezas sanitárias e restrições fronteiriças. Essas dinâmicas reforçam a importância do transporte rodoviário como um elo essencial da cadeia produtiva do turismo, principalmente em destinos de curta e média distância dentro do Brasil, conforme discutido no capítulo 2.



**Tabela 2 – Movimentação nacional e internacional de passageiros em rodoviárias do Brasil, segundo os anos 2017-2021**

<b>Ano</b>	<b>Total</b>	<b>Nacional</b>	<b>Internacional</b>
2017	39.665.849	39.424.176	241.673
2018	42.084.594	41.803.880	280.714
2019	39.835.328	39.613.544	221.784
2020	15.236.722	15.220.854	15.868
2021	18.032.167	18.030.470	1.697

Fonte: Elaboração própria a partir de Anuário Estatístico de Turismo e Agência Nacional de Transporte Terrestre – ANTT.

Nota: (1) O transporte nacional compõe-se do transporte intraestadual e interestadual. (2) O transporte internacional exclui o transporte Semiurbano dos passageiros de ida e de volta.

Conforme a Tabela 3, é possível analisar a movimentação nacional de passageiros em rodoviárias do Brasil, de acordo com as Grandes Regiões, no período de 2019 a 2021. A região Centro-Oeste foi a mais afetada em 2020, em comparação ao ano anterior, apresentando uma queda superior a -64%, seguida pelas regiões Sul e Sudeste, ambas com redução em torno de -63%. O Nordeste registrou uma redução superior a -50%, enquanto o Norte teve a menor queda, com pouco mais de -32%. No ano de 2021, observou-se uma recuperação na movimentação nacional de passageiros em todas as regiões, com exceção do Centro-Oeste, que ainda apresentou uma queda superior a -9% em comparação a 2020. A região Nordeste destacou-se, registrando uma recuperação significativa, com um crescimento superior a 87%. É importante destacar que, mesmo com o crescimento das regiões em relação ao ano anterior, nenhuma delas superou os números de 2019 anteriores à pandemia.

**Tabela 3 - Movimentação nacional de passageiros em rodoviárias do Brasil segundo Grandes Regiões no período de 2019-2021**

<b>Grandes Regiões</b>	<b>2019 Total</b>	<b>2020 Total</b>	<b>2021 Total</b>
Brasil	39.613.544	15.220.854	18.030.470
Norte	788.376	532.887	702.273
Nordeste	3.694.789	1.833.235	3.443.071
Sudeste	19.346.824	7.076.309	7.261.054
Sul	9.968.878	3.714.962	4.752.942
Centro-Oeste	5.814.677	2.063.461	1.871.130

Fonte: Elaboração própria a partir de Anuário Estatístico de Turismo e Agência Nacional de Transporte Terrestre – ANTT.

A Tabela 4 apresenta dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), disponibilizados em seu anuário de 2022, que contém informações sobre a operação dos serviços de transporte rodoviário interestadual e internacional coletivo de passageiros, com análise do período de 2020 a 2021. Vale destacar que a leitura desses dados abrange a

movimentação de passageiros no serviço regular rodoviário. Segundo a ANTT, o serviço regular de transporte rodoviário coletivo interestadual ou internacional de passageiros refere-se à atividade de transporte acessível ao público em geral, por meio da venda individualizada de bilhetes de passagem. Os dados destacam a movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário, com origem de viagem no Brasil e em países-membros do Mercosul, no período de 2020 a 2021. O ano de 2021 registrou um crescimento de 6,4% em comparação ao ano pandêmico de 2020. A recuperação continuou em 2022, com um aumento de mais de 14,2% em relação ao ano anterior. Em 2022, observou-se um crescimento superior a 21% em comparação a 2020, indicando o início da recuperação dos serviços rodoviários, que foram significativamente impactados pela pandemia de Covid-19 e pelas medidas restritivas de circulação impostas durante o período.

**Tabela 4 - Movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem no Brasil e em outros países-membros do Mercosul no período de 2020-2021**

<b>Categoria</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>Total</b>
Executivo	7.024.322	7.439.856	7.485.666	21.949.844
Convencional	6.510.829	5.030.027	5.295.606	16.836.462
Semileito	2.562.099	4.137.864	6.101.466	12.801.429
Leito	760.291	1.192.896	1.385.471	3.338.658
Cama	276.129	463.398	608.366	1.347.893
Conv.S/Sanit.	238.145	229.457	248.056	715.658
Misto	4.396	7.388	7.189	18.973
<b>Total</b>	<b>17.376.211</b>	<b>18.500.866</b>	<b>21.131.822</b>	<b>57.008.919</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de Anuário Estatístico TRIPP 2022 da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT).

A análise dos dados da Tabela 5 indica uma retomada moderada do transporte rodoviário no Brasil em 2023, com um crescimento de 2,3% no número total de passageiros em relação ao ano anterior. Observa-se uma crescente preferência por serviços mais confortáveis, como o leito, que registrou um aumento de 21,1%, e o semileito, com crescimento de 17%. Esses dados sugerem que os passageiros estão priorizando a comodidade em suas viagens, possivelmente devido às mudanças de comportamento pós-pandemia e à maior oferta de serviços confortáveis.

Em contraste, as classes de serviço convencional e convencional sem banheiro apresentaram quedas de -3,6% e -2,6%, respectivamente, indicando uma possível migração dos passageiros para categorias que oferecem mais conforto. As quedas mais acentuadas nas categorias mista (-18,6%) e não informada (-44,1%) reforçam a tendência de busca por serviços mais especializados e transparentes. Assim, além da recuperação quantitativa, os dados revelam

uma mudança qualitativa na demanda, com foco em serviços que oferecem melhor qualidade e conforto nas viagens.

**Tabela 5 - Movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem no Brasil e em outros países-membros do Mercosul em 2022 e 2023**

Classe de serviço	Nº de passageiros 2022	Nº de passageiros 2023	Variação anual (%)
Executivo	17.880.256	16.765.416	-6,2%
Semileito	9.819.235	11.492.503	17,0%
Convencional	9.755.724	9.405.274	-3,6%
Leito	3.352.077	4.059.576	21,1%
Cama	976.441	1.052.199	7,8%
Convencional s/ banheiro	379.291	369.259	-2,6%
Misto	12.442	10.125	-18,6%
Não informado	170	95	-44,1%
<b>Total</b>	<b>42.175.636</b>	<b>43.154.447</b>	<b>2,3%</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de Anuário Estatístico TRIPP ANTT-SUPAS 2023 (pág. 37).

Nota: <sup>1</sup> Números atualizados após novo tratamento de dados.

A Tabela 6 apresenta dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), disponibilizados em seu anuário de 2023, referentes à movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem em países-membros do Mercosul em 2022 e 2023. Em 2023, foram transportados mais de 39 milhões de passageiros, registrando uma queda de -2,1% em comparação a 2020, quando foram transportados mais de 40 milhões de passageiros.

Essa diminuição foi influenciada pela redução de -73,1% no número de passageiros transportados com origem na Bolívia em 2023, em comparação a 2022. Por outro lado, os demais países apresentaram uma recuperação significativa, com destaque para o Uruguai, que registrou uma variação superior a 100%, transportando mais de 10 milhões de passageiros em 2023, em contraste com pouco mais de 5 milhões em 2022.

**Tabela 6 - Movimentação de passageiros por classe de serviço regular rodoviário com origem de viagem em países-membros do Mercosul em 2022 e 2023**

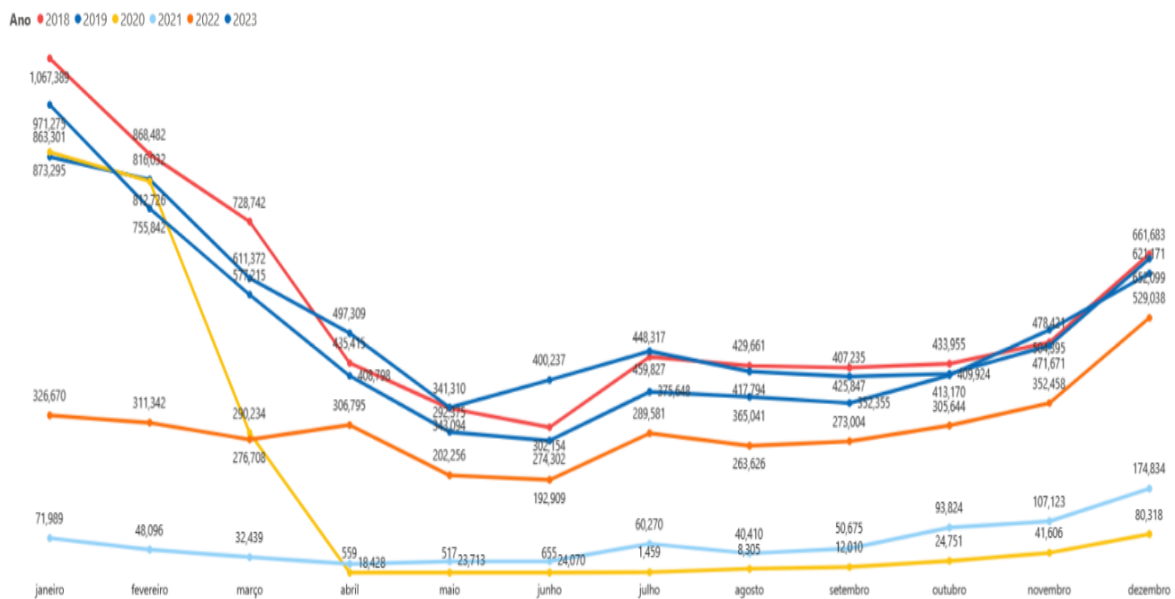
País de destino	2022 (Nº de passageiros)	2023 (Nº de passageiros)	Variação anual (%)
Bolívia	21955	5900	-73.1
Argentina	11511	20156	75.1
Uruguai	5071	10942	115.8
Paraguai	1511	2222	47.1
Total	40048	39220	-2.1

Fonte: Elaboração própria a partir de Anuário Estatístico TRIPP ANTT-SUPAS 2023 (pág. 39).

Rita Cruz (2020), menciona que o setor rodoviário e as viagens internacionais foram particularmente impactados, com quedas significativas devido ao fechamento de fronteiras e às restrições sanitárias. Essa informação alinha-se aos dados observados na Tabela 6, que evidenciam a vulnerabilidade do turismo internacional durante a pandemia. Além disso, o artigo discute mudanças no comportamento dos consumidores, que passaram a priorizar serviços mais confortáveis e seguros. Essa tendência é refletida nos dados da Tabela 5, em que se observa um aumento significativo na demanda por serviços de leito e semileito, em contraste com as quedas nas categorias convencionais. A preferência por conforto e qualidade em tempos de incerteza é um ponto destacado no artigo.

Os dados disponibilizados pela Embratur, organizados a partir de informações do Banco Central no Gráfico 5, fornecem uma visão detalhada sobre a recuperação do turismo no Brasil após os impactos da pandemia. Esses dados, disponíveis no portal de dados da Embratur, mostram as chegadas de turistas internacionais no país. O gráfico mais recente evidencia a forte retração em 2020, seguida por uma recuperação gradual em 2021 e 2022. No entanto, o volume de buscas por atividades turísticas em 2023 ainda não atingiu os níveis observados no início de 2020. Essa recuperação lenta destaca a resiliência do setor turístico brasileiro, mas também a necessidade contínua de políticas de incentivo e apoio para que o setor recupere totalmente seu dinamismo pré-pandêmico.

**Gráfico 5 – Chegadas de Turistas Internacionais ao Brasil**



Fonte: Embratur (2024).

### 3.3 Oferta turística no Brasil

A Tabela 7 apresenta uma análise detalhada dos dados do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB), que fornece informações sobre o número de unidades habitacionais (UHs) e a quantidade de hotéis utilizados para calcular a taxa de ocupação hoteleira entre os anos de 2017 e 2023. Esses dados são fundamentais para avaliar a performance do setor de hospedagem, uma peça central na cadeia produtiva do turismo, conforme discutido no capítulo 2. A ocupação hoteleira reflete a demanda direta por acomodações turísticas, que impacta indiretamente setores complementares, como alimentação, transporte, e atividades de lazer, gerando um efeito multiplicador na economia local.

**Tabela 7 – Número de unidades habitacionais e hotéis por ano e região para composição da taxa de ocupação hoteleira entre o período 2017 e 2023 no Brasil**

Ano	Número de UHs e Hotéis											
	CO		NE		N		SE		S		BRASIL	
	UHs	Hotéis	UHs	Hotéis	UHs	Hotéis	UHs	Hotéis	UHs	Hotéis	UHs	Hotéis
2017	5.103	30	6.921	49	2.667	18	31.264	192	11.805	91	57.760	380
2018												
e	5.421	32	7.137	49	2.955	18	40.943	241	12.192	90	68.648	430
2019												
2020												
e	4.775	28	8.131	50	2.990	19	44.603	244	10.010	68	70.510	409
2021												
2022												
e	6.461	43	9.644	62	3.668	26	50.971	305	12.635	94	83.378	530
2023												

Fonte: Elaboração própria a partir de Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB).

O período analisado destaca como a pandemia de Covid-19 causou uma retração abrupta na cadeia produtiva do turismo. Em 2020, o número de redes hoteleiras no Brasil caiu significativamente, especialmente nas regiões Centro-Oeste (CO) e Sul (S), devido à redução da demanda turística e ao fechamento temporário ou permanente de estabelecimentos. Essa diminuição nas unidades habitacionais disponíveis para ocupação reflete as dificuldades enfrentadas por empresas do setor de hospedagem, que, em muitos casos, dependem de uma alta rotatividade de turistas para manter a sustentabilidade financeira.

No entanto, à medida que a pandemia recuou, os dados de 2022 e 2023 indicam uma recuperação gradual do setor, com um crescimento de aproximadamente 30% no número de hotéis analisados, evidenciando a resiliência e o retorno do turismo. A expansão do número de hotéis e unidades habitacionais sugere uma adaptação à nova realidade do turismo, com investimentos renovados no setor de hospedagem, impulsionados pela retomada do turismo

doméstico e internacional. Esses dados corroboram a análise apresentada no capítulo 2 sobre a importância da cadeia produtiva do turismo e seus componentes interligados, indicando que a recuperação do setor hoteleiro é um sinal positivo para o restante da cadeia.

Oliveira et al. (2020) discute como os hotéis precisaram adaptar suas operações para garantir a segurança dos hóspedes e manter a qualidade dos serviços. As medidas incluíram a implementação de novos protocolos de higiene, treinamento adicional para os funcionários e a reconfiguração dos espaços para respeitar o distanciamento social. Esses esforços podem ser evidenciados pelos dados analisados neste estudo, que demonstram uma recuperação gradual do setor, refletida no crescimento apresentado. Essa expansão indica uma adaptação bem-sucedida à nova realidade do turismo, com investimentos renovados no setor de hospedagem. Além disso, o artigo destaca que os consumidores passaram a priorizar a qualidade e a segurança na escolha de suas acomodações, sublinhando a resiliência do setor hoteleiro e a importância da adaptação para a recuperação do turismo. A implementação de medidas de qualidade e segurança, conforme o artigo, foi fundamental para essa recuperação e continuará a ser relevante para o futuro do setor.

A Tabela 8 apresenta a taxa de ocupação hoteleira de cada região entre 2017 e 2023, conforme o informativo do acumulado anual elaborado pelo Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB). Em 2020, ano do início da pandemia, houve uma queda drástica na taxa de ocupação hoteleira em comparação aos anos anteriores analisados.

**Tabela 8 – Taxa de ocupação hoteleira por ano e região entre o período 2017 e 2023 no Brasil**

Ano	Taxa de Ocupação dos Hotéis (%)					
	CO	NE	N	SE	S	BRASIL
2017	56,84	61,62	50,22	56,89	59,48	57,68
2018	56,65	63,24	56,60	56,65	60,48	58,02
2019	58,55	64,15	58,30	59,89	61,34	60,42
2020	27,09	32,48	33,69	25,44	26,02	26,81
2021	43,47	47,65	47,85	37,13	40,04	39,64
2022	59,56	61,24	60,93	57,11	58,74	58,19
2023	62,50	61,34	59,82	60,04	61,00	60,52

Fonte: Elaboração própria a partir de Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB).

A maior redução foi observada em 2020 em relação a 2019, chegando a uma queda de mais de 57% nas regiões Sudeste (SE) e Sul (S). A taxa de ocupação no Brasil em 2020, comparada ao ano anterior, registrou um decréscimo superior a 55%. No ano de 2021, o Brasil

iniciou a recuperação dos números do ano anterior, com a taxa de ocupação dos hotéis crescendo mais de 47%. No entanto, não alcançou ao patamar registrado em 2019, antes da pandemia. Nos anos seguintes, a taxa de ocupação continuou a crescer em comparação ao ano pandêmico, alcançando o nível de 2019 novamente, em 2023, registrando um aumento modesto de aproximadamente 0,20%.

Os dados apresentados na Tabela 9 refletem o cadastro de prestadores de serviços turísticos no Brasil entre 2017 e 2023, fornecidos pelo Ministério do Turismo. Esse cadastro é obrigatório para determinadas atividades do setor, como guias de turismo, agências de turismo e organizadores de eventos, e opcional para outras, como restaurantes e cafeterias. As informações são fundamentais para avaliar a oferta formal de serviços turísticos no Brasil e ajudam a entender as tendências e mudanças no mercado ao longo dos anos, especialmente à luz das transformações impostas pela pandemia de Covid-19.

**Tabela 9 – Evolução do Número de Prestadores de Serviços Turísticos no Brasil (2017-2023)**

Atividades	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Guias de Turismo	20330	22058	23871	24308	27605	29674	32556
Agências de Turismo	19473	23993	36052	33390	33536	34996	40825
Transportadora Turística	10675	11718	14070	14638	13737	14055	15122
Organizador de eventos	2197	3109	4589	6680	8528	8487	9011
Restaurantes, Cafeterias e Bares	1689	2566	5493	11606	20782	26357	26453

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Ministério do Turismo. Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos no Brasil (2024). \*Dados do quarto trimestre de cada ano.

Analisando os dados, observa-se um crescimento constante no número de Guias de Turismo, passando de 20.330 em 2017 para 32.556 em 2023. Esse aumento pode ser atribuído a uma maior formalização do setor e ao crescimento da demanda por guias especializados, especialmente com o fortalecimento do turismo interno durante e após a pandemia. O número de Agências de Turismo também apresentou um crescimento expressivo, saltando de 19.473 em 2017 para 40.825 em 2023. Este crescimento, particularmente forte entre 2018 e 2019, reflete um aumento na organização de viagens nacionais e internacionais, seguido por uma leve queda em 2020 devido à pandemia, mas com uma recuperação acentuada a partir de 2021, indicando resiliência e adaptação das agências ao novo cenário de viagens.

No caso das Transportadoras Turísticas, o crescimento foi mais moderado, de 10.675 em 2017 para 15.122 em 2023. Apesar de uma leve queda em 2021, o setor mostra sinais de

recuperação, acompanhando o retorno gradual do turismo e das atividades de transporte relacionadas. Já o setor de Organização de Eventos demonstrou uma expansão significativa, partindo de 2.197 em 2017 para 9.011 em 2023, apesar da interrupção brusca causada pela pandemia em 2020. O forte crescimento nos últimos anos destaca a retomada vigorosa dos eventos presenciais, que podem estar sendo impulsionados pelo aumento da vacinação, pela demanda reprimida por eventos sociais e corporativos, e também pelas políticas de incentivo do governo, que apoiaram a recuperação do setor. Essas políticas incluem iniciativas para facilitar a realização de eventos e estimular a cadeia produtiva relacionada ao turismo de negócios e eventos, que é um segmento importante para a economia turística.

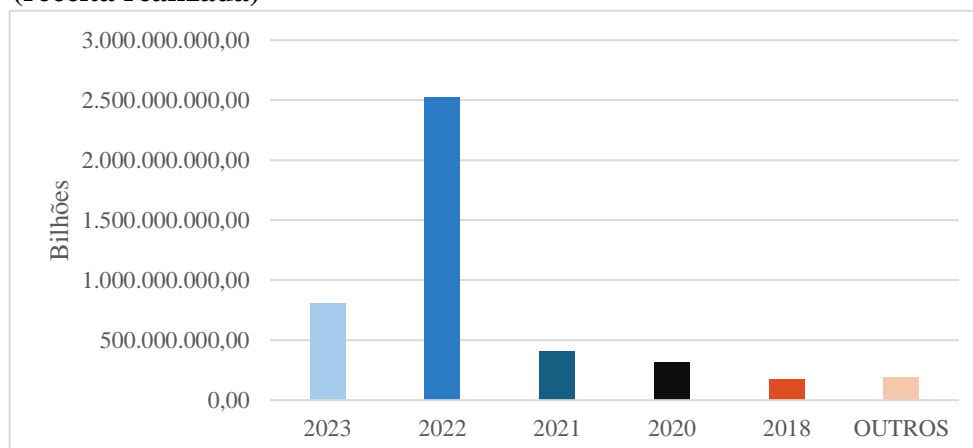
Por fim, o setor de Restaurantes, Cafeterias e Bares apresentou o crescimento mais acentuado, saindo de 1.689 estabelecimentos no quarto trimestre de 2017 para 26.453 no mesmo trimestre 2023. Este crescimento acentuado pode ser explicado pela maior formalização de negócios informais durante a pandemia, a expansão de novos empreendimentos culinários e o aumento da demanda por serviços alimentares turísticos, com a retomada do turismo. O aumento na formalização e no número de prestadores de serviços é um indicativo da resiliência do setor turístico brasileiro, que conseguiu não apenas sobreviver à crise, mas também crescer, adaptando-se às novas realidades impostas pelo contexto pandêmico e pós-pandêmico.

### **3.4 Geração de arrecadação, emprego e renda do turismo no Brasil**

No capítulo 2, discutiu-se a relevância do turismo como um dos pilares estratégicos para o desenvolvimento econômico dos países. Nesse contexto, o indicador de receitas públicas do Ministério do Turismo entre 2017 e 2023, fornecido pelo Portal da Transparência, desempenha um papel crucial para a análise do trabalho, pois reflete a alocação e evolução dos recursos destinados ao setor ao longo dos anos. O Gráfico 6, por exemplo, revela um crescimento significativo das receitas, com destaque para 2021, quando o valor arrecadado superou os 408 milhões de reais, representando um aumento de 29,3% em relação a 2020. Esse crescimento continua até 2022, quando houve um pico expressivo, ultrapassando 2 bilhões de reais, evidenciando o impacto da recuperação econômica pós-pandemia. Em 2023, a receita do turismo permaneceu elevada, registrando um aumento de mais de 150% em relação ao ano pandêmico de 2020, entretanto, não superou os valores alcançados em 2022.



**Gráfico 6 – Valor arrecadado de receitas do Ministério do Turismo por ano no período 2017-2023 (receita realizada)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Portal da Transparência (2024).

A receita cambial turística é um indicador econômico que mede o total de divisas estrangeiras geradas pelo setor de turismo em um país ou região. Este indicador é crucial para avaliar o impacto do turismo na economia de um país, especialmente em termos de entrada de moeda estrangeira, que pode fortalecer a balança de pagamentos, apoiar o crescimento econômico e gerar empregos. Para países que dependem fortemente do turismo, como o Brasil e outras nações da América do Sul, a receita cambial turística é um reflexo direto da atratividade e desempenho do setor frente à demanda internacional. O Ministério do Turismo, por meio de seu Anuário Estatístico de 2022, apresenta dados sobre a receita cambial turística no mundo, na América do Sul e no Brasil, cobrindo o período de 2017 a 2021 (Tabela 10). De 2017 a 2019, as receitas cambiais se mantiveram relativamente estáveis nessas três regiões, refletindo um cenário de normalidade pré-pandemia. No entanto, o ano de 2020 trouxe uma mudança drástica, com a pandemia da Covid-19 causando uma queda sem precedentes no turismo mundial. Globalmente, houve uma redução superior a 60% na receita cambial turística, impactando severamente tanto a América do Sul quanto o Brasil. Especificamente, o Brasil registrou uma diminuição de mais de 49% nas receitas em comparação com 2019.

Embora 2021 tenha mostrado sinais de recuperação em algumas regiões, a receita cambial turística cresce em termos globais cerca de 13,27%. Na América do Sul, a queda foi menos severa, em torno de 8,49%, enquanto no Brasil a diminuição foi mais moderada, com uma redução de apenas 3,18% em relação ao ano anterior. Esses números refletem os desafios contínuos enfrentados pelo setor de turismo na recuperação após a crise pandêmica e reforçam a importância de políticas públicas voltadas para a revitalização do turismo internacional.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> É importante destacar que até a presente data (junho/2024) o Ministério do Turismo ainda não possui disponível em seu Anuário os dados dos anos 2022 e 2023.

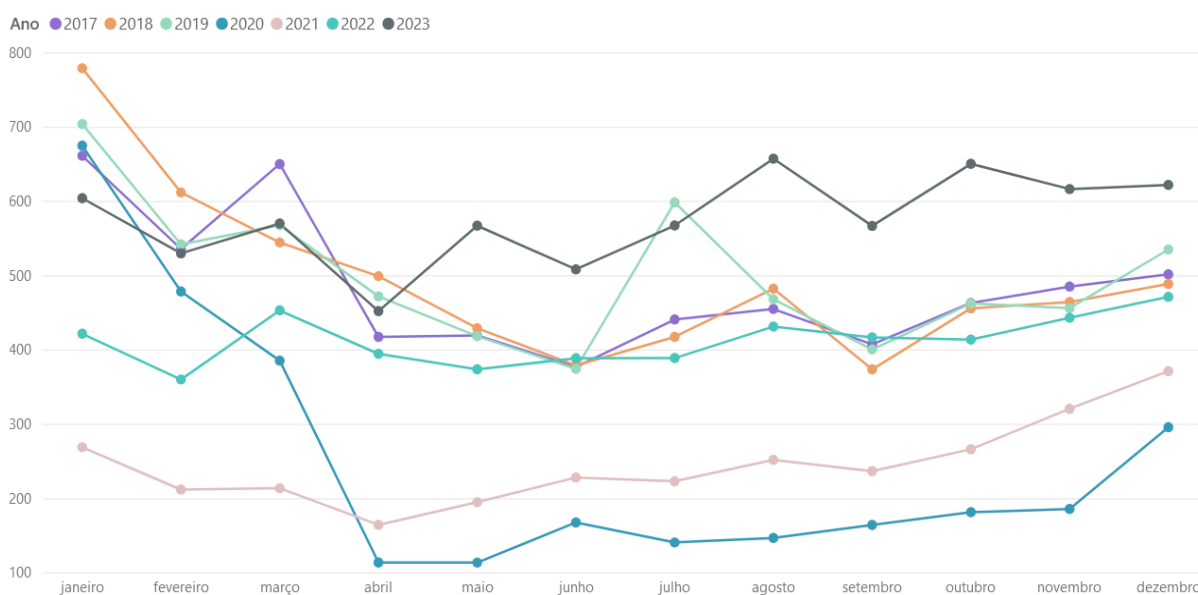
**Tabela 10 – Receita cambial turística no Mundo, na América do Sul e no Brasil, segundo os anos 2017-2021 (bilhões de US\$)**

Ano	Mundo	América do Sul	Brasil
2017	1344	29	5.8
2018	1462	29.7	5.9
2019	1483.4	29.2	6
2020	548.2	9.7	3
2021	620.9	8.9	2.9

Fonte: Elaborado a partir de Ministério do Turismo - Anuário Estatístico do Turismo de 2022 e da Organização Mundial do Turismo - UNWTO, World Tourism Barometer - Volume 19, Issue 5 (2021).

O Gráfico 7, fornecido pela Embratur, apresenta a evolução das receitas turísticas mensais nominais, em milhões de dólares, de 2017 a 2023. Esses dados representam a despesa em moeda estrangeira no Brasil para a aquisição de bens e serviços relacionados ao turismo. O gráfico evidencia uma clara queda em 2020 devido à pandemia de Covid-19, com as receitas turísticas caindo drasticamente a partir de março. Em contraste, observa-se uma recuperação gradual a partir de 2021. As receitas mostraram um padrão de crescimento mais consistente em 2022 e 2023. Embora não tenham atingido os picos de receita pré-pandemia, especialmente os observados em 2019, os dados indicam uma retomada progressiva do setor turístico no Brasil, refletindo a volta gradual do turismo internacional e do consumo de serviços turísticos à medida que as restrições sanitárias foram flexibilizadas e a vacinação avançou.

**Gráfico 7 - Receitas turísticas nominais mensais (em milhões de dólares)**

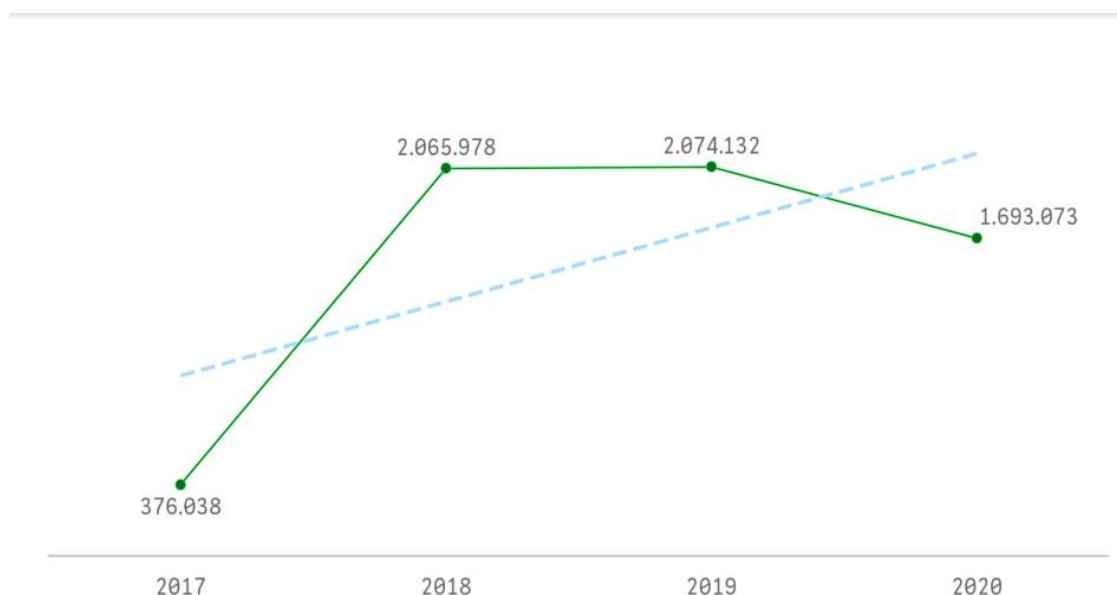


Fonte: Embratur (2024).

O Gráfico 8 apresenta o quantitativo de empregados com registro em carteira de trabalho no setor turístico disponível no Observatório Nacional de Turismo apenas no período de 2017 a 2020. Observa-se um crescimento extremamente significativo no número de empregados de 2017 para 2018, com um aumento de aproximadamente 449%, sugerindo mudanças rápidas e profundas, indicando um período de expansão. Este aumento expressivo pode ser atribuído a políticas públicas favoráveis, investimentos privados em infraestrutura turística, estratégias de marketing eficazes, promoção dos destinos brasileiros no mercado internacional, melhorias na coleta de dados, entre outros.

A queda de aproximadamente 18% no número de empregados do setor de turismo de 2019 para 2020 reflete um cenário influenciado por fatores adversos, principalmente a pandemia de Covid-19. As restrições rigorosas de viagem, o fechamento temporário de fronteiras e as medidas de distanciamento social impostas globalmente afetaram diretamente a atividade turística. Essas medidas resultaram em uma redução significativa na demanda por serviços turísticos, como hospedagem, transporte e entretenimento, levando muitas empresas a reduzir suas operações ou suspender temporariamente suas atividades.<sup>3</sup>

**Gráfico 8 - Ocupações Formais do Turismo entre o período 2017 e 2020**



Fonte: Ministério do Turismo/ Observatório Nacional de Turismo (2021).

<sup>3</sup> É importante destacar que até a presente data (junho/2024) o Observatório Nacional de Turismo não tem disponível os dados entre o período 2021 e 2023.

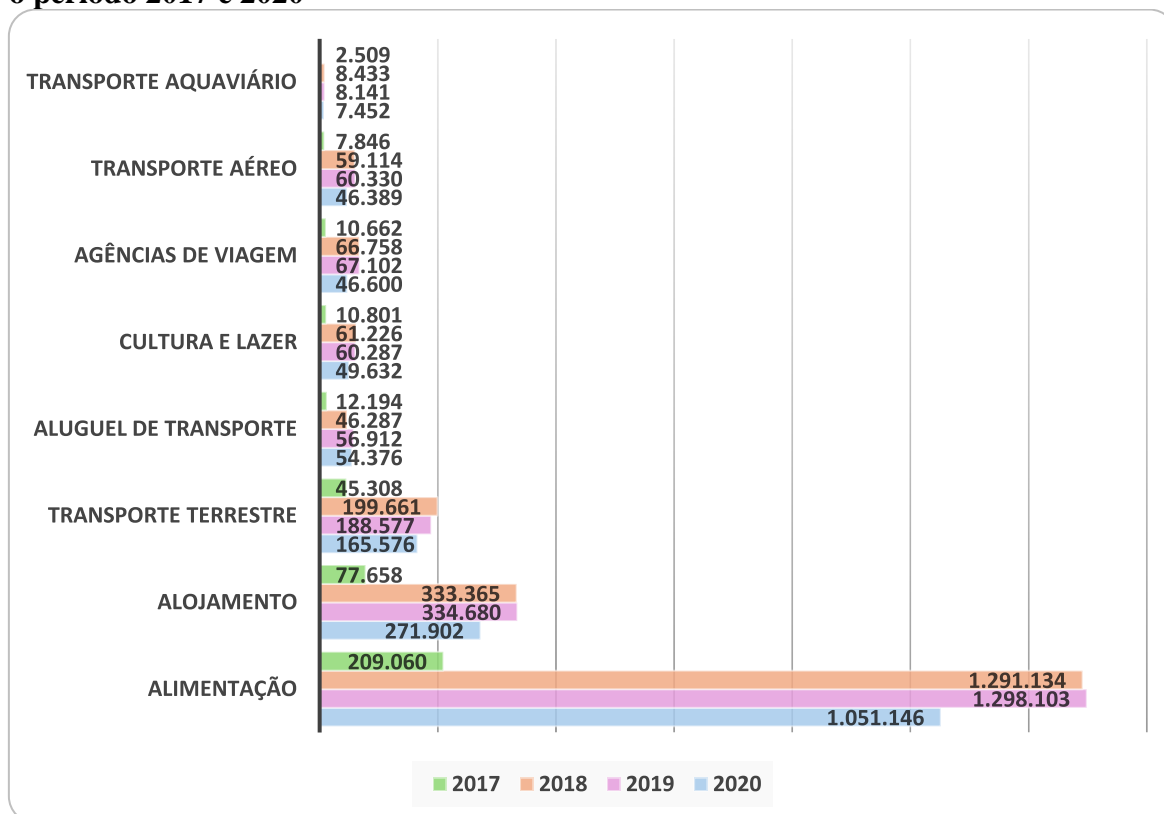
O Gráfico 9 apresenta o quantitativo de empregados com registro em carteira de trabalho no setor turístico por Atividade Característica do Turismo durante o período de 2017 a 2020. É observável que os setores de Alimentação e Alojamento combinados têm a maior participação, representando mais de 70% da ocupação total da Atividade Característica do Turismo. Ambos os setores experimentaram uma queda superior a 18% de 2019 para 2020, sendo resultado dos impactos da pandemia do Covid-19.

Segundo o Ministério do Turismo (2022), o Governo Federal adotou medidas para a recuperação econômica após os impactos devastadores da pandemia de Covid-19 e lançou a iniciativa "Retomada do Turismo" em novembro de 2020, com projetos implementados até julho de 2021. Esses projetos integraram esforços dos setores público e privado, organizações do terceiro setor e entidades do Sistema S (Sesc, Senai, Sesi e Sebrae). Além disso, foram adotadas 20 medidas estratégicas, conforme o "Guia de Retomada Econômica do Turismo no Brasil", consultando empresários e especialistas para implementar medidas de curto e longo prazo, estimular a demanda, promover o acesso a linhas de crédito, incentivar calendários de eventos e promover destinos turísticos nacionais. Entre essas medidas, destaca-se também a aceleração da campanha de vacinação contra a Covid-19, o que foi crucial para aumentar a segurança dos turistas e dos trabalhadores do setor. O Ministério do Turismo revela que o setor turístico emprega cerca de 7 milhões de pessoas e representa 8,1% do Produto Interno Bruto (PIB) (Ministério do Turismo, 2022).

Ribeiro, Santos e Dos Santos (2021) oferecem uma visão abrangente do desempenho das Atividades Características do Turismo (ACTs) ao longo dos anos, incluindo o período de 2017 a 2020, que também é analisado neste estudo. Os autores destacam que, apesar do crescimento contínuo do turismo até 2019, a crise gerada pela pandemia resultou em uma severa contração em 2020. O aumento significativo no número de empregados entre 2017 e 2018, conforme ilustrado no Gráfico 9, está relacionado a fatores como políticas públicas favoráveis, investimentos privados e a promoção de destinos turísticos, que impulsionaram a expansão do setor, conforme discutido no artigo.

Além disso, os autores ressaltam a recessão de 2020, que provocou uma queda acentuada nas ACTs. A análise da diminuição nos setores de Alimentação e Alojamento reforça os impactos diretos da pandemia no turismo, corroborando que as restrições globais, o fechamento de fronteiras e as medidas de distanciamento social foram fatores centrais para a contração do setor.

**Gráfico 9 - Ocupações Formais Turismo por Atividade Característica do Turismo entre o período 2017 e 2020**



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados do Ministério do Turismo/Observatório Nacional de Turismo.

O relatório do Ministério do Turismo destaca ainda uma pesquisa baseada nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Brasil (CAGED), que revelou um aumento significativo no número de contratações no setor de turismo a partir de outubro de 2021, em comparação com 2020, apresentando um cenário positivo em quase todo o país. No primeiro semestre de 2022, houve um crescimento de 42,3% no número de vagas em relação ao mesmo período de 2021, refletindo o início da recuperação observado naquele ano, impulsionado pelo aumento da vacinação e pela demanda reprimida por viagens. (MTur, 2022).

A Tabela 11 apresenta dados fornecidos pela RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), que é uma base de dados significativa para a análise do mercado de trabalho formal no Brasil. A RAIS coleta informações detalhadas sobre o vínculo empregatício de milhões de trabalhadores, permitindo o monitoramento de setores como o turismo e suas atividades correlatas, que são economicamente relevantes. No capítulo 2, discute-se a importância do turismo como um motor de desenvolvimento econômico e social, sendo uma das principais fontes de receita cambial para o Brasil, além de impulsionar o emprego formal, especialmente em setores como alimentação, transporte e serviços recreativos. Esses dados são fundamentais

para avaliar como o turismo e suas atividades relacionadas contribuem para o PIB nacional e para a geração de empregos formais.

**Tabela 11 - Evolução e Taxa de Crescimento das Atividades Turísticas no Brasil (2017-2022)**

Atividades	2017	2018	2019	2020	2021	2022	% 2017- 2022
Agências de Viagens	49994	50225	49436	35450	34953	41250	-17%
Alimentação	1253680	1263395	1277847	1074036	1113786	1345104	7%
Atividades Artísticas	11388	11100	10698	7422	7067	10291	-10%
Atividades Esportivas	118374	123233	123656	103757	111346	135711	15%
Transporte Aéreo	6150	6063	5872	5329	5861	5568	-9%
Transporte Aquaviário	10492	10172	9501	9367	10583	11711	12%
Transporte Terrestre	580868	587820	591629	593322	614765	670137	15%
<b>Total Geral</b>	<b>2030946</b>	<b>2052008</b>	<b>2068639</b>	<b>1828683</b>	<b>1898361</b>	<b>2219772</b>	9%

Fonte: Elaboração própria a partir da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), disponíveis em [datampe.sebrae](http://datampe.sebrae).

Ao observar a tabela, percebe-se que a atividade de alimentação lidera com folga no número de empregados formais, o que pode ser explicado pela ampla rede de estabelecimentos de alimentação associados ao turismo, como restaurantes e bares. Esse setor também foi impactado pela pandemia, com uma queda significativa em 2020, que reflete a crise no setor de turismo e alimentação causada pelas medidas de isolamento social. No entanto, o setor mostrou uma recuperação notável em 2021 e 2022, alcançando um total geral de mais de 8,5 milhões de empregos formais no período. Outro destaque é o setor de transporte terrestre, que também é crucial para o turismo. O volume de empregos formais nesse setor se manteve relativamente estável entre 2017 e 2020, apesar de uma leve queda em 2020, e voltou a crescer nos anos subsequentes, totalizando mais de 4,2 milhões de empregos formais no período. Por outro lado, setores como o transporte aéreo e aquaviário, apesar de fundamentais para o turismo, apresentam volumes menores de empregos, o que é coerente com o perfil mais especializado e intensivo em capital dessas atividades. O impacto da pandemia foi significativo, mas, assim como outros setores, essas atividades começaram a se recuperar em 2021.

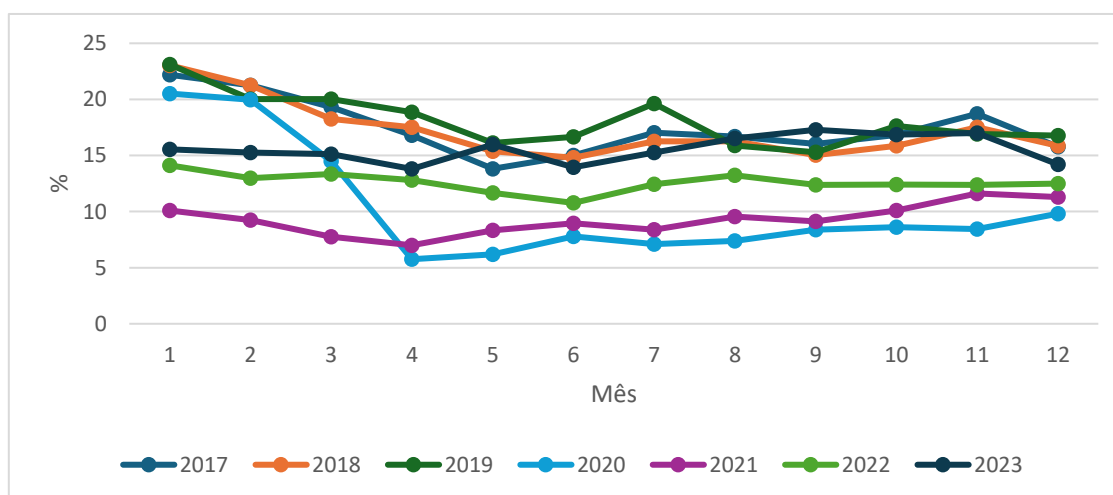
Em termos de atividades recreativas, artísticas e esportivas, que englobam uma grande variedade de eventos e entretenimento ligados ao turismo, esses setores também mostraram flutuações durante o período analisado. A queda acentuada em 2020 foi uma das maiores, refletindo o cancelamento de eventos e a suspensão de atividades de lazer devido à pandemia.

No entanto, em 2022, esses setores mostraram sinais de recuperação, especialmente as atividades esportivas, que totalizaram 830.951 empregos formais no período.

Nota-se que, em 2022, alguns setores do turismo no Brasil demonstraram recuperação em relação aos níveis de 2017, enquanto outros ainda não conseguiram se recuperar completamente, refletindo os impactos persistentes da pandemia de Covid-19. Setores como alimentação (+7%), atividades esportivas (+15%), transporte aquaviário (+12%) e transporte terrestre (+15%) mostraram crescimento significativo, indicando uma forte retomada impulsionada pela recuperação das atividades domésticas, aumento da demanda por esportes e lazer, e a maior movimentação interna. Em contraste, setores mais dependentes de viagens internacionais, como agências de viagens (-17%), atividades artísticas (-10%) e transporte aéreo (-9%), não conseguiram se recuperar completamente até 2022. Esses setores continuam enfrentando dificuldades devido à lenta retomada do turismo internacional e às mudanças no comportamento dos consumidores, que ainda podem estar evitando grandes eventos e viagens internacionais em larga escala ou sendo afetado pelos maiores preços dos transportes aeroviários, marcando um caminho de recuperação mais lento.

O Gráfico 10 mostra a participação do turismo na receita de serviços do Brasil entre 2017 e 2023, em termos percentuais. Observa-se que, antes da pandemia, a participação do turismo na receita de serviços manteve-se relativamente estável, com flutuações sazonais ao longo dos meses, especialmente entre 2017 e 2019.

**Gráfico 10 - Participação do turismo na receita de serviços do Brasil (2017 a 2023)**



Fonte: Elaboração própria a partir de Embratur (2024).

O ano de 2020, marcado pela pandemia de Covid-19, apresenta uma queda abrupta na participação do turismo a partir de março, quando as restrições de viagens e as medidas de

isolamento social foram implementadas, afetando drasticamente o setor. Nos anos subsequentes, em 2021 e 2022, nota-se uma recuperação gradual, com a participação do turismo crescendo de forma constante, embora ainda abaixo dos níveis pré-pandemia. Em 2023, os dados indicam uma estabilização da participação do turismo, com valores mais próximos dos registrados antes da crise sanitária, refletindo a recuperação do setor e o retorno gradual da atividade turística ao patamar anterior.

A Figura 4 extraída do relatório anual do World Travel & Tourism Council (WTTC)/Conselho Mundial de Viagens e Turismo, apresenta os dados mundiais e brasileiro dos empregos totais em viagens e turismo e a sua contribuição para o PIB - 2019/2020 e 2023.

**Figura 4 – Dados Mundiais e Brasil: Empregos totais em viagens e turismo e contribuição total do PIB nos anos 2019/2020 e 2023**

Global Data				
	 Total GDP contribution:		 Total Travel & Tourism jobs:	
2019	<b>10.4%</b> (of Total Economy) USD 10.33TN	Change in 2020: <b>-48.4%</b>	<b>334 MN</b> =10.5% (Share of Global Jobs)	Change in 2020: <b>-69.5 MN</b> -20.8%
2023	<b>9.1%</b> USD 9.90TN	Annual Change: <b>+23.2%</b> (-4.1% vs 2019) Economy Change YoY= 2.7%	<b>330 MN</b> =10.0%	Annual Change: <b>+9.1%</b> (-1.4% vs 2019)
Brazil Key Data				
2019	<b>7.7%</b> (of Total Economy) BRL 772.1BN (USD 154.6BN)	Change in 2020: <b>-31.5%</b>	<b>7.67 MN</b> =8.1% (Share of Total Jobs)	Change in 2020: <b>-19.3%</b>
2023	<b>7.7%</b> BRL 826.4BN (USD 165.4BN)	Annual Change: <b>+4.4%</b> (7.0% vs 2019) Economy Change: +2.9%	<b>7.76 MN</b> =7.8%	Annual Change: <b>+4.6%</b> (1.2% vs 2019)

Fonte: Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), 2024.

De acordo com os dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC), destacados na Figura 4, em 2019, o setor de turismo mundial representava 10,4% do Produto Interno Bruto (PIB), com participação das atividades em cerca de 10,33 trilhões de dólares. Em 2020, o setor enfrentou uma significativa queda de -48,4%, reflexo da pandemia de Covid-19. No Brasil, em 2019, o turismo contribuiu com 7,7% do PIB nacional, totalizando R\$ 772,1 bilhões (ou 154,6 bilhões de dólares), sofrendo uma redução de -31,5% no ano seguinte. Em termos de empregos, o turismo global contava com aproximadamente 334 milhões de postos de trabalho em 2019, registrando uma redução de -20,8% em 2020. No Brasil, o setor empregava cerca de 7,67 milhões de pessoas em 2019, com uma queda de -19,3% em 2020.

Em 2023, observa-se uma retomada no setor de turismo mundial após o período pandêmico, representando 9,1% do PIB global. Apesar de um crescimento anual significativo



de 23,2%, houve uma queda de -4,1% em comparação com 2019. O número de empregos no setor também apresenta uma recuperação, alcançando cerca de 330 milhões, com uma variação anual de 9,1%, entretanto com uma queda de -1,4% em relação a 2019. Evidencia-se, globalmente, que o volume de empregos no setor de viagens e turismo está em processo de recuperação pós-pandemia, porém ainda não retornou aos níveis pré-Covid-19.

No Brasil, em 2023, o turismo contribuiu com 7,7% do PIB nacional, totalizando R\$ 826,4 bilhões (ou 165,4 bilhões de dólares), o que representa um crescimento anual de 4,4% e um aumento de 7% em comparação a 2019. Em relação aos empregos, o setor empregava aproximadamente 7,76 milhões de pessoas, com uma variação anual de 4,6% e um crescimento de 1,2% em relação ao ano de 2019. Observa-se, no contexto brasileiro, uma clara tendência de recuperação e retomada pós-pandemia no setor.

De acordo com o Ministério do Turismo, no Brasil, em 2023 o turismo injetou aproximadamente R\$ 752,3 bilhões na economia do país, tendo um impacto de 8% do PIB. Esses números melhoraram, apenas no início do ano de 2024, janeiro e fevereiro, houve um aumento do crescimento de gastos dos turistas estrangeiros em torno de 27% o que é equivalente a 3,4 bilhões, a previsão é que o setor alcance 11,1 trilhões de dólares global, apontando um crescimento de 7,5% quando comparado com o ano de 2019, gerando aproximadamente 357,8 milhões de novos empregos, superando mais uma vez os números de 2019 (Brasil, 2024; Marcelino, 2024).

Essa análise evidencia a importância das medidas adotadas pelo Governo Federal e pelo Ministério do Turismo para a retomada econômica do setor, que incluiu iniciativas como a campanha de vacinação e a criação de linhas de crédito para empresas. A "Retomada do Turismo", implementada em 2020 e 2021, foi crucial para mitigar os impactos negativos e impulsionar a recuperação do setor. Dados de 2022, que mostram um crescimento de 42,3% no número de vagas no primeiro semestre em comparação ao ano anterior, confirmam que o setor está no caminho da recuperação, embora ainda haja desafios para atividades mais especializadas. A resiliência do turismo brasileiro, que emprega milhões de pessoas e representa uma fatia significativa do PIB, é um indicador de que o setor continuará sendo vital para a economia do país, à medida que o impacto da pandemia diminui e a demanda por viagens volta a crescer.

## 4 CONCLUSÃO

O turismo brasileiro, como setor estratégico para a economia nacional, desempenha um papel fundamental na geração de empregos e no desenvolvimento regional, impulsionado pela riqueza cultural e natural do país. Contudo, a pandemia de Covid-19 trouxe desafios significativos, resultando em uma desaceleração abrupta da demanda e oferta, especialmente em regiões dependentes dessa atividade.

O estudo examinou o desempenho do turismo no Brasil antes, durante e após a pandemia, revelando uma recuperação gradual, embora ainda incompleta. O objetivo geral foi apresentar um panorama do turismo no Brasil no período recente, analisando o impacto da pandemia de Covid-19 com base em diversos indicadores. Entre os objetivos específicos, destacam-se o exame do desempenho turístico no período pré e pós-pandemia, a avaliação dos efeitos econômicos e sociais decorrentes da suspensão das atividades turísticas e a identificação das medidas de recuperação adotadas entre 2021 e 2023.

O período pré-pandemia apresentou crescimento robusto, enquanto a crise sanitária resultou em uma retração acentuada, causada pelas restrições de mobilidade. Tanto o turismo doméstico quanto o internacional sofreram graves prejuízos. A oferta de serviços turísticos começou a se recuperar entre 2021 e 2023, impulsionada pelo turismo doméstico, embora o turismo internacional ainda não tenha retornado aos níveis pré-pandêmicos.

A recuperação foi dificultada pela continuidade do fechamento de empresas e postos de trabalho, bem como pelo impacto social, como a necessidade de muitas mulheres e famílias priorizarem o cuidado dos filhos devido ao fechamento de escolas e creches.

Os dados sobre pesquisas por viagens e atividades de lazer indicam uma recuperação em andamento, porém ainda abaixo dos patamares observados antes da pandemia. O impacto foi mais severo em 2020, com queda no número de passageiros e na demanda por serviços turísticos, mas a partir de 2021, o avanço da vacinação e a flexibilização das restrições permitiram uma retomada gradual, ainda que desigual entre os segmentos.

Setores como o transporte aéreo, rodoviário e o turismo de natureza demonstraram maior resiliência. A recuperação do setor hoteleiro foi mais expressiva, como evidenciado pelos dados do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB). Em 2022 e 2023, as taxas de ocupação hoteleira aproximaram-se dos níveis de 2019, e o aumento no número de prestadores de serviços turísticos refletiu um movimento de formalização e expansão da oferta. Houve crescimento considerável no número de Guias de Turismo e Agências de Turismo, enquanto o setor de Transportadoras Turísticas registrou um retorno gradual às atividades.

O segmento de Organização de Eventos teve uma forte retomada, impulsionado pela demanda reprimida e pelas políticas de incentivo governamentais. Setores como Restaurantes, Cafeterias e Bares também registraram um crescimento expressivo no período.

As receitas turísticas nominais demonstraram uma recuperação gradual, com crescimento mais consistente em 2022 e 2023. Embora ainda não tenham atingido os níveis pré-pandemia, especialmente os de 2019, os dados refletem uma retomada progressiva do turismo no Brasil.

O Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) evidenciou um aumento significativo nas contratações no setor de turismo a partir de outubro de 2021, mostrando um cenário positivo em quase todas as regiões do país.

Políticas públicas como o programa 'Retomada do Turismo' e o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (PERSE) foram cruciais para a recuperação do setor. O acesso a crédito e a promoção do turismo doméstico ajudaram a mitigar os impactos da crise. A colaboração entre o governo, a iniciativa privada e as organizações do Sistema S foi essencial para reestruturar o turismo no Brasil.

Com base nos resultados obtidos ao longo deste estudo, é possível identificar que, embora o Brasil esteja em um caminho de recuperação gradual no setor turístico, há áreas que demandam um planejamento mais estratégico para garantir uma retomada robusta e sustentável. A análise da oferta e demanda de serviços turísticos aponta que o turismo doméstico tem desempenhado um papel central nesse processo de recuperação, enquanto a demanda internacional ainda não se estabilizou completamente. Esse cenário sugere a necessidade de políticas públicas mais eficazes para atrair turistas estrangeiros.

Após discutir o impacto da pandemia e as medidas de recuperação adotadas, é relevante reconhecer que outras dimensões do turismo no Brasil poderiam ter sido exploradas, mas foram deixadas de fora deste estudo. Embora este trabalho tenha se concentrado na recuperação do turismo no Brasil após a pandemia, outras questões importantes, como o impacto do turismo no mercado de economia compartilhada — exemplificado pelo crescimento de plataformas como o Airbnb e o aumento do aluguel de imóveis para turistas —, poderiam ter sido abordadas. Além disso, modalidades como o ecoturismo, o turismo de aventura e o turismo de esportes, que ganharam destaque durante a pandemia devido à busca por atividades ao ar livre e maior contato com a natureza, também são relevantes, mas não foram analisadas. Apesar de representarem tendências importantes no comportamento dos viajantes, esses segmentos não são o foco da presente pesquisa, que se limita à análise do desempenho do setor turístico formal e das políticas de recuperação adotadas.

No contexto brasileiro, torna-se essencial fomentar o turismo sustentável e a inovação no setor, por meio de investimentos em tecnologia e infraestrutura, bem como pela capacitação dos trabalhadores do setor. Esses elementos são indispensáveis para assegurar que o turismo atue como instrumento de desenvolvimento econômico e inclusão social em todas as regiões do país.

Conclui-se que, apesar dos avanços registrados, a recuperação completa do setor turístico ainda demanda planejamento estratégico e esforços contínuos. É importante destacar que, embora os dados disponíveis indiquem uma retomada gradual, a compreensão integral do impacto da pandemia no turismo brasileiro e sua recuperação total só será possível com a divulgação de dados mais recentes nos próximos anos. Este estudo, portanto, estabelece um marco inicial, delimitando a análise com base nas informações atualmente acessíveis. Incentivos fiscais, investimentos em inovação e o fortalecimento de parcerias público-privadas serão fatores fundamentais para consolidar o Brasil como um destino turístico competitivo e sustentável no cenário global.

## REFERÊNCIAS

ALVARES, Daniela; LOURENÇO, Júlia. **Modelo de ciclo de vida do turismo: uma ferramenta para a gestão do turismo rural aplicada à Ilha da Madeira**. Piracicaba, São Paulo, 2007. Disponível em: <https://hdl.handle.net/1822/8035>. Acesso em: 14 abr. 2024.

ANAC. Agência Nacional de Aviação Civil. **Relatório de demanda e oferta**. 2024 Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMGRjNjdhOWUtYTJhNy00OGM2LTkzYWQzZTlmZjU3NmJlZTFliwidCI6ImI1NzQ4ZjZlZWlWI0YTQtNGIyYi1hYjJhLWVmOTUyMjM2ODM2NiIsImMiOjR9>. Acesso em 20 mar. 2024.

ANTT. Agência Nacional de Transportes Terrestres. TRIPP. **Anuário Estatístico 2022**. Disponível em: <https://www.gov.br/antt/pt-br/assuntos/passageiros/anuario-estatistico-do-TRIIP/AnurioEstatsticoTRIIP2022.pdf> Acesso: 15 set. 2024.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 14<sup>a</sup> ed. São Paulo: Senac, 2019.

BISPO, Claudia. **Vai viajar no 1º semestre?** Conheça os destinos mais procurados em cada estado brasileiro. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/vai-viajar-no-1o-semester-conheca-os-destinos-mais-procurados-em-cada-estado-brasileiro>. Acesso em: 18 set. 2024.

BOYER, Marc. **História do turismo de massa**. Bauru, SP: Edusc, 2003.

BRASIL. **Anuário Estatístico de Turismo 2022** - Volume 49 - Ano Base 2021 - 1ª Edição. Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/copy\\_of\\_AnurioEstatsticodeTurismo2022AnoBase2021\\_Rev\\_c.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/copy_of_AnurioEstatsticodeTurismo2022AnoBase2021_Rev_c.pdf). Acesso em: 15 set. 2024.

BRASIL. **Decreto nº 10.282**, de 20 de março de 2020. 2020 Regulamenta a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020, para definir os serviços públicos e as atividades essenciais. 2020.

BUTLER, Richard. "The Concept of a Tourist Area of Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources." **Canadian Geographer**, 19 (1): 5-12, 1980.

BRASIL. Ministério da Saúde. **Após dois anos, chega ao fim estado de emergência em saúde pública por conta da Covid-19 no Brasil**. Governo Federal, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2022/maio/apos-dois-anos-chega-ao-fim-estado-de-emergencia-em-saude-publica-por-conta-da-covid-19-no-brasil>. Acesso em: 03 dez. 2024.

BRASIL. Ministério do turismo. **Anuário estatístico do turismo ano base 2020**. 2021 Disponível em: [https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/copy\\_of\\_AnurioEstatsticodeTurismo2022AnoBase2021\\_Rev\\_c.pdf](https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/anuario-estatistico/anuario-estatistico-de-turismo-2021-ano-base-2020/copy_of_AnurioEstatsticodeTurismo2022AnoBase2021_Rev_c.pdf). Acesso em: 23 maio 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Recuperação:** Empregos no setor de Turismo crescem 42% no primeiro semestre de 2022. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/empregos-no-setor-de-turismo-crescem-42-no-primeiro-semester-de-2022>. Acesso em: 23 maio 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais.** Brasília: Ministério do Turismo, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo>. Acesso em 04 dez 2024.

BRASIL. Serviços e Informações do Brasil. **Mercado de trabalho:** Setor do turismo impulsiona geração de emprego no Brasil. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2022/04/setor-do-turismo-impulsiona-geracao-de-emprego-no-brasil>. Acesso em: 02 jul. 2024.

BUTLER, Richard. "The Concept of a Tourist Area of Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources." **Canadian Geographer**, 19 (1): 5-12, 1980.

CABUGUEIRA, Artur. A importância econômica do turismo. **Ciências Sociais e Humanas**, v. 2, p. 98-100.

COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. G. **Turismo Contemporâneo.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Impactos da pandemia no setor de turismo.** Jornal da USP, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/impactos-da-pandemia-no-setor-de-turismo/>. Acesso em: 13 out. 2024.

DEPARTAMENTO DE ASSUNTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DAS NAÇÕES UNIDAS. **International Recommendations for Tourism Statistics 2008.** New York: United Nations, 2010. Disponível em: [https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM\\_83rev1e.pdf#page=21](https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21). Acesso em: 23 maio 2024.

EMMENDOERFER, Magnus Luiz, et al. Destinos turísticos e desenvolvimento: o que foi publicado pela comunidade científica no Brasil antes da pandemia COVID-19?. Navus: **Revista de Gestão e Tecnologia**, 2021, 11: 1-13.

FIGUEIREDO, S. L.; RUSCHMANN, D. V. M. Estudo genealógico das viagens, dos viajantes e dos turistas. **Novos cadernos NAEA**, 7(1), 2010.

FIGUEIREDO, Silvio Lima; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de; NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça (Org.). **Perspectivas contemporâneas de análise em turismo.** Belém: NAEA, 2015.

FUNDAMENTOS DA TEORIA GERAL DO TURISMO. Walter Hunziker e Kurt Krapf. **Polygraphischer Verlag AG. Zürich**, 1942. Disponível em: <http://www.panosso.pro.br/2010/02/classicos-em-turismo-walter-hunziker-e.html>. Acesso em: 23 maio 2024.

**G1. Os destinos do Brasil que apareceram entre os melhores do mundo em 2023:** Praias, passeios na natureza, parques e hotéis ganharam espaço em listas de sites internacionais ao longo do ano. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2023/12/14/os-destinos-do-brasil-que-apareceram-entre-os-melhores-do-mundo-em-2023.ghtml>. Acesso em: 19 set. 2024.

**GLOBONEWS. Turismo brasileiro tem alta de 2,2% no faturamento e cria 35 mil novos empregos em 2019, aponta pesquisa:** Relatório da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo mostra que São Paulo foi o estado que mais faturou.2020

Disponível em: [https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/ descubra-o-](https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/ descubra-o-brasil/noticia/2020/03/09/turismo-brasileiro-tem-alta-de-22percent-no-faturamento-e-cria-35-mil-novos-empregos-em-2019-aponta-pesquisa.ghtml)

[brasil/noticia/2020/03/09/turismo-brasileiro-tem-alta-de-22percent-no-faturamento-e-cria-35-mil-novos-empregos-em-2019-aponta-pesquisa.ghtml](https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/ descubra-o-brasil/noticia/2020/03/09/turismo-brasileiro-tem-alta-de-22percent-no-faturamento-e-cria-35-mil-novos-empregos-em-2019-aponta-pesquisa.ghtml). Acesso em: 23 maio 2024.

GONÇALVES, Gabriela Da Costa; OLIVEIRA, Fagno Tavares. O uso do Data Science na análise dos indicadores do Turismo: uma revisão das pesquisas no Brasil (2012-2022).

**RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 13, n. 1, p. 130-146, 2023.

**GOVERNO DO BRASIL. Em 2023, atividade turística deve movimentar US\$ 9,5 trilhões na economia mundial, indica estudo da WTTC.** Disponível em:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/em-2023-atividade-turistica-deve-movimentar-us-9-5-trilhoes-na-economia-mundial-indica-estudo-da-wttc>. Acesso em: 23 maio 2024.

**GOVERNO DO BRASIL. Ministro do Turismo reafirma compromisso de alcançar até 2027 a marca de 10 milhões de turistas estrangeiros por ano no Brasil.** Disponível em:

<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministro-do-turismo-reafirma-compromisso-de-alcancar-ate-2027-a-marca-de-10-milhoes-de-turistas-estrangeiros-por-ano-no-brasil>. Acesso em: 23 maio 2024.

GUIMARÃES, Márcia Raquel Cavalcante; SOARES, Ana Marta Cardoso; CARVALHO, Dorval Juan Cativo. Dados no turismo: rede brasileira de observatórios de turismo e sua contribuição para o planejamento e gestão de destinos turísticos nacionais. **Revista Brasileira dos Observatórios de Turismo-ReBOT**, 2024, 3.1: 155-162.

IBGE. **Economia do turismo:** uma perspectiva macroeconômica 2003-2009. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

**INFOHB. Informativo mensal elaborado pelo FOHB que apresenta os principais indicadores de desempenho da hotelaria no Brasil – taxa de ocupação, diária média e RevPAR – em algumas das maiores cidades do país.** Disponível em:

<https://fohb.com.br/estudos-e-pesquisas/infohb>. Acesso em: 07 de mar. 2024.

**INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Pesquisa do Ipea analisa setor de turismo no País.** Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/>. Acesso em: 15 abr. 2024.

JESUS, Claudiana Guedes de; SILVA, Robson Dias da. **Economia e turismo**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Teoria econômica do turismo:** aspectos macroeconômicos. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LIMA, Marcelo Augusto Gurgel de; IRVING, Marta de Azevedo; OLIVEIRA, Elizabeth. Decodificando Narrativas de Políticas Públicas de Turismo no Brasil: uma leitura crítica sobre o turismo de base comunitária (TBC). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 2022, 16: e-2094.

LOHMANN, G. et al. O Futuro do Turismo no Brasil a partir da análise crítica do período 2000-2019. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, 16, e-2456, 2022.

MARCELINO, Nanci. Impactos da pandemia Covid-19 no mercado de trabalho. **Revista Global FG**, v. 2, n. 01, p. 58-76, 2024.

MARSHALL, A. **Princípios de Economia**. 1890.

MECCA, Marlei Salete; GEDOZ, Maria Gorete do Amaral. **Covid-19**: reflexos no turismo. *Rosa dos Ventos*, v. 12, n. 3, p. 1-5, 2020.

NÓBREGA, Wilker. **Turismo e políticas públicas na Amazônia Brasileira**: Instâncias de governança e desenvolvimento nos municípios de Santarém e Belterra, oeste do Estado do Pará. 2012. Tese (Doutorado em Ciências do Desenvolvimento Socioambiental) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2012.

OLIVEIRA, Josildete Pereira de; BECEGATO, Lara Carolina; TRICÁRICO, Luciano Torres. Hospitalidade urbana de destinos turísticos: um estudo do Distrito de Santo Antônio de Lisboa em Florianópolis (SC, Brasil). **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 2022, 16: e-2621.

OPB. **WHO ends global health emergency declaration for COVID-19**. 5 maio 2023. Disponível em: <https://www.opb.org/article/2023/05/05/who-ends-global-health-emergency-declaration-for-covid-19/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE. **World Health Organization**. Director-General's statement on IHR Emergency Committee on Novel Coronavirus (2019-nCoV), Genebra 2020.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Glossário de termos de turismo**. 2020. Disponível em: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>. Acesso em: 23 maio 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Tourism Definitions**. 2019. Disponível em: <https://www.unwto.org/global/publication/UNWTO-Tourism-definitions>. Acesso em: 23 maio 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **UNWTO Orientação Conceitual nas Estatísticas do Turismo no contexto da COVID-19**. Espanha, 2021. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422432>. Acesso em: 23 maio 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021**. Madrid: UNWTO, 2021. Disponível em: <https://www.unwto.org/unwto-world-tourism-barometer>. Acesso em: 23 maio 2024.



PAKMAN, Elbio Troccoli. **Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico.** In. XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 24, 2014.

PAULA, Antonio Henrique Borges. **Cadeia produtiva do turismo: atrativos, transportes, hospedagem, alimentação, serviços, comercialização.** São Paulo: Senac, 2017. 119 p.

PERINOTTO, André Riani Costa, et al. Gestão de Destinos Turísticos baseado em evidências:: Proposta de um modelo conceitual de Observatórios de Turismo. **Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, 2022, 14.3.

RUSCHMANN, D. van de M. Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente. Campinas: Papyrus. 1997

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira; KADOTA, Décio Katsushigue. **Economia do Turismo**, 2012.

SEBRAE-BA. **Encadeamento Produtivo: Cadeia do Turismo (sol e praia, religioso e eventos).** Salvador: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia, 2017. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/BA/Anexos/Encadeamento%20produtivo%20-%20Cadeia%20do%20turismo%20na%20Bahia.pdf>. Acesso em: 23 maio 2024.

TAFARELO. **Salvador lidera destinos que os brasileiros mais querem visitar em 2024: Capital baiana sai na frente de Fernando de Noronha e Rio de Janeiro nas intenções dos brasileiros para viagens de lazer; confirma ranking. 2024.** Disponível em:

<https://www.cnnbrasil.com.br/viagemgastronomia/viagem/salvador-lidera-destinos-que-os-brasileiros-mais-querem-visitar-em-2024/> Acesso em 03 de set de 2024.

TOMÉ, Luciana Mota. Setor de turismo: impactos da pandemia. 2020.

UNESCO. **Estudos e pesquisas:** informação econômica. Rio de Janeiro: UNESCO, 2012.

UNWTO - World Tourism Organization. **UNWTO Tourism Definitions.** Madrid, Espanha: UNWTO, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>. Acesso em: 23 maio 2024.

UNITED NATIONS. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. **Studies in Methods Series M No. 83/Rev.1.** New York, 2010.

WTTC. World Travel & Tourism Council. **Brazil, Annual Research: Key Highlights.** Disponível em: [https://cdn.prod.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/665dd783959621a08e7e8c66\\_Brazil2024\\_.pdf](https://cdn.prod.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/665dd783959621a08e7e8c66_Brazil2024_.pdf) acesso em 03 de julho de 2024.