



UNIVERSIDADE  
EDUARDO  
MONDLANE

**Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane**

**ANÁLISE DOS EFEITOS SOCIOECONÓMICOS DA PANDEMIA DO  
NOVO CORONAVÍRUS (COVID-19) SOBRE O SECTOR DO TURISMO  
GLOBAL**

Helga Celestina da Conceição

Inhambane, 2022





**Folha de Rosto**

**Helga Celestina da Conceição**

**ANÁLISE DOS EFEITOS SOCIOECONÓMICOS DA PANDEMIA DO NOVO  
CORONAVÍRUS (COVID-19) SOBRE O SECTOR DO TURISMO GLOBAL**

Monografia apresentada à Escola Superior de  
Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI),  
como requisito para a obtenção de grau de  
Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos

Supervisor: Msc. Djemilo Frank Neto Cardoso

Inhambane, 2022

***Declaração*****Declaração**

Declaro que este trabalho de fim do curso e resultado da minha investigação pessoal, que todas as fontes estão devidamente referenciadas, e que nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.

Assinatura

\_\_\_\_\_  
(Helga Celestina da Conceição)

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Helga Celestina da Conceição**

**Análise dos Efeitos Socioeconómicos da Pandemia do Novo Coronavírus (Covid-19)  
sobre o Sector do Turismo Global**

Monografia avaliada como requisito parcial para a  
obtenção do grau de Licenciatura em Gestão de Mercados  
Turísticos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo  
de Inhambane- ESHTI

Inhambane, aos \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/2022

---

Presidente

---

Rubrica

---

Supervisor

---

Rubrica

---

Arguente

---

Rubrica

***Dedicatória***

Com gratidão, dedico este trabalho a Deus, a Ele devo tudo que sou e tenho, e aos três pilares da minha vida, ao meu papá António, a minha mãezinha Sara e a minha mana Leila.

### *Agradecimentos*

“Uns confiam em carros e outros em cavalos, mas nós faremos menção do nome do Senhor, nosso Deus” Salmos 20:7. Minha inteira gratidão é primeiro endereçada a Deus, autor da vida e meu suporte nas diversas estações da vida.

Aos meus pais António da Conceição (em memória) e Sara Marta Novela, até recitaria um poema com as metáforas mais expressivas, que reflectissem o tanto da minha gratidão pelo vosso compromisso em fazer de mim sempre uma melhor pessoa, a vocês esta conquista e tantos outros sucessos da minha vida, meus primeiros professores não só da academia, mas também da vida, meus exemplos de empenho e determinação.

Por cada palavra de incentivo, suporte, pelo carinho e cuidado doado e por cada vento oriental que comigo enfrentaram, agradeço a minha família, especialmente a minha irmã Leila da Conceição, aos meus padrinhos José Trocado e Lúcia Novela Trocado e aos meus queridos primos que não teria como menciona-los todos aqui, aos meus amigos, em particular ao Júnior Machado, aos meus intercessores incondicionais e aos meus colegas, principalmente ao Ivan Banze, sem me esquecer, os meus créditos também ao Dr. Pelágio Malhxaieie, por todo auxílio.

Ao meu supervisor Djemilo Frank Neto Cardoso, meu sincero agradecimento por ter aceite o desafio de galgar comigo esta importante etapa da minha vida académica, pela partilha árdua de conhecimentos científicos e por todo suporte dado.

Não menos importante, agradeço a Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI) pela rica experiência proporcionada, pelos ensinamentos e conhecimentos transmitidos e pela oportunidade de passar por esta instituição que não só nos instrui para a academia, mas para vida e para a construção de uma sociedade melhor.

**“Conhecimento é Poder.”**

## ***Resumo***

A actividade turística possui um carácter muito peculiar que a torna propensa a choques diversos, capazes de gerar efeitos em cadeia. A crise desencadeada pela pandemia do Covid-19 afecta vários sectores, principalmente o turismo pela sua natureza sensível, sendo esta crise responsável por um efeito dominó experimentado por todo sector ao longo do primeiro ano de pandemia. Portanto, é nesta senda que urge esta pesquisa com o objectivo de analisar os efeitos socioeconómicos do novo coronavírus sobre o sector turismo global. Trata-se de um estudo descritivo-explicativo, de carácter qualitativo e quantitativo, no qual privilegiou-se o uso de dados secundários recolhidos de fontes documentais e bibliográficas. Ainda, na apresentação e discussão de resultados optou-se pelo uso do método de análise de cadeia de valor global do turismo, assumindo-se como método de abordagem. No desenvolvimento desta pesquisa, constatou-se que com a eclosão da pandemia do Covid-19, o sector do turismo foi um dos mais afectados, resultando na redução da demanda turística, perda de empregos, falência de empresas provedoras de serviços turísticos e redução da contribuição do sector para o PIB global.

Palavras chaves: turismo, crise, cadeia de valores, Covid-19, efeitos socioeconómicos.

***Abstract***

Tourism activity has a very peculiar character that makes it prone to different shocks, capable of generating chain effects. The crisis triggered by the Covid-19 pandemic affects several sectors, mainly the tourism for its sensitive nature, being this crisis responsible for a domino effect experienced throughout sector during the first year of pandemic. Therefore, it is in this path that urges this research with the purpose of analyze the socioeconomic effects of the new Coronavirus on the global tourism sector. This is a descriptive-explanatory study, qualitative and quantitative, in which the use of secondary data was privileged, collected from documentary and bibliographic sources. Yet, in the presentation and discussion of results, we opted for the use of the tourism global value chain analysis method of approach. At the development of this research, it was found that with the outbreak of the Covid-19 pandemic, the tourism sector was one of the most affected, resulting in drop of tourism demand, job losses, business failures of tourism service providers and drop of sector contribution to global GDP.

Keywords: tourism, crisis, value chain, Covid-19, socioeconomic effects.

***Lista de siglas***

AITA	Associação Internacional de Transporte Aéreo
ANR	Associação Nacional de Restaurantes
CEPAL	Comissão Económica para a América Latina
CRS	Congressional Research Service
CGV	Cadeia Global de Valores
FMI	Fundo Monetário Internacional
OIAC	Organização Internacional de Aviação Civil
OMS	Organização Mundial da Saúde
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
OCDE	Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico
PIB	Produto Interno Bruto
RevPAR	Revenue per Available Room
SARS COVID-19	Síndrome Respiratória Aguda Grave Coronavírus 2
RPQ	Receita por Passageiros-Quilómetros
STR	Smith Travel Research

***Lista de figuras***

Figura 1. Cadeia de Valor Global do turismo-----	12
Figura 2. Impulsionadores de mudança externos e internos -----	14
Figura 3- Mapa das regiões turísticas -----	32
Figura 4- Demanda Turística de 2005 à 2020-----	37
Figura 5- Percentagem de participação regional na demanda turística-----	38
Figura 6- Indicadores hoteleiros de 2005 à 2020-----	42
Figura 7- Indicadores de Transporte Aéreo de 2005 à 2020-----	46
Figura 8- Indicadores de Agenciamento de 2005 à 2020-----	48
Figura 9- Indicadores de Restauração Turística e Bebidas de 2005 à 2020 -----	49
Figura 10- Contribuição para o PIB de 2005 à 2020-----	52
Figura 11- Indicador económico: Geração de empregos no Turismo de 2005 à 2020-----	54
Figura 12- Evolução do Covid-19 de Janeiro a Dezembro de 2020 -----	56
Figura 13- Medidas restritivas implementadas no primeiro quartil de 2020 -----	57
Figura 14- Medidas restritivas implementadas no segundo e terceiro quartil de 2020 -----	58
Figura 15- Medidas restritivas implementadas no quarto quartil de 2020 -----	59

***Lista de tabelas***

Tabela 1- Demanda turística regional de 2005 à 2020 .....	34
Tabela 2- Indicadores Hoteleiros de 2005 à 2020 .....	40
Tabela 3- Indicadores de Transporte Aéreo de 2005 à 2020.....	44
Tabela 4- Receitas de Reservas de Viagens de 2005 à 2020.....	47
Tabela 5- Reservas de Viagens da Booking Holdings por segmento de Negócio de 2005 à 2020 .....	48
Tabela 6- Vendas do Segmento de Serviço de Restaurantes Comerciais de 2005 à 2020 .....	49
Tabela 7- Indicador económico: Contribuição para o PIB de 2005 à 2020 .....	50
Tabela 8- Geração de empregos no Turismo de 2005 à 2020 .....	53
Tabela 9- Regressão estatística.....	61
Tabela 10- ANOVA.....	61
Tabela 11- valores de X1 e X2 .....	62
Tabela 12- Média de Demanda Turística de 2005 à 2020 .....	80
Tabela 13- Média dos Indicadores hoteleiros de 2005 à 2020 .....	82
Tabela 14- Média dos Indicadores de Transporte Aéreo de 2005 à 2020 .....	85
Tabela 15- Média dos Indicadores de Agenciamento de viagens de 2005 à 2020.....	88
Tabela 16- Média dos indicadores de agenciamento de viagens por segmento de 2005 à 2020 .....	88
Tabela 17- Média de vendas dos serviços de Restauração Turística e bebidas de 2005 à 2020 .....	89
Tabela 18- Média dos Indicadores económicos de 2005 à 2020.....	89

***Lista de Quadros***

Quadro 1. Estratégias de resposta e recuperação do sector de turismo diante da pandemia do Covid-19 .....	21
---	----

## **Índice**

<i>Folha de Rosto</i> .....	<i>I</i>
<i>Declaração</i> .....	<i>II</i>
<i>Folha de Avaliação</i> .....	<i>III</i>
<i>Dedicatória</i> .....	<i>IV</i>
<i>Agradecimentos</i> .....	<i>V</i>
<i>Resumo</i> .....	<i>VI</i>
<i>Abstract</i> .....	<i>VII</i>
<i>Lista de Siglas</i> .....	<i>VIII</i>
<i>Lista de Figuras</i> .....	<i>IX</i>
<i>Lista de Tabelas</i> .....	<i>X</i>
<i>Lista de Quadros</i> .....	<i>XI</i>
<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
1.1. OBJECTIVOS .....	4
1.2. JUSTIFICATIVA .....	5
1.3. PERGUNTAS DE PARTIDA.....	7
<b>2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>9</b>
2.1. TURISMO COMO ACTIVIDADE ECONÓMICA.....	9
2.2. O TURISMO EM CONTEXTO DE CRISES GLOBAIS (CHOQUES EXÓGENOS) .....	13
2.2.1. <i>Ataques terroristas de 11 de setembro de 2001</i> .....	16
2.2.2. <i>Surto epidémico do Ébola</i> .....	16
2.3. PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS E SEUS EFEITOS ECONÓMICOS GLOBAIS .....	17
2.3.1. <i>Relação entre as viagens e o Covid-19</i> .....	19
2.3.2. <i>Efeitos económicos da pandemia do Covid-19 sobre o turismo</i> .....	20
2.3.3. <i>O efeito da Covid-19 sobre a demanda turística</i> .....	23

3.	<i>ANÁLISE METODOLÓGICA</i> .....	26
3.1.	TIPO DE ESTUDO.....	26
3.2.	FASES DA PESQUISA.....	26
3.2.1.	<i>Escolha e delimitação do tema</i> .....	26
3.2.2.	<i>Preparação de trabalho de gabinete</i> .....	27
3.2.3.	<i>Colecta de dados</i> .....	29
3.3.	REDAÇÃO DO RELATÓRIO.....	31
4.	<i>APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS</i> .....	32
4.1.	COMPOSIÇÃO DO MAPA TURÍSTICO GLOBAL.....	32
4.2.	<i>DESEMPENHO DOS INDICADORES DA CADEIA DE VALOR DO TURISMO</i> .....	32
4.2.1.	<i>Demanda turística</i> .....	32
4.2.2.	<i>Indicadores do ramo hoteleiro</i> .....	39
4.2.3.	<i>Indicadores de transporte aéreo</i> .....	42
4.2.4.	<i>Indicadores de Agenciamento</i> .....	46
4.2.5.	<i>Indicadores de restauração turística e bebidas</i> .....	48
4.2.6.	<i>Indicadores económicos</i> .....	50
4.3.	EVOLUÇÃO DO NOVO CORONAVÍRUS (COVID-19).....	55
4.3.1.	<i>Na óptica de número de casos e de mortes</i> .....	55
4.3.2.	<i>Na óptica de medidas restritivas</i> .....	56
5.	<i>DISCUSSÃO DE RESULTADOS</i> .....	60
6.	<i>CONSIDERAÇÕES FINAIS</i> .....	64
7.	<i>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i> .....	65
8.	<i>APÊNDICES</i> .....	80
8.1.	<i>DESEMPENHO DOS INDICADORES DA CADEIA DE VALOR DO TURISMO</i> .....	80



## 1. Introdução

O turismo é uma indústria dinâmica que impulsiona as economias através da produção de rendimentos, emprego, investimento e exportações, estimulando assim o crescimento económico. Além disso, considera-se a indústria do turismo um catalisador significativo para transformação económica e social de países e comunidades menos ricas em recursos. Ademais, o turismo é fundamental para as relações internacionais, os negócios e a compreensão intercultural, promoção da comunidade global, compreensão internacional e paz, melhoria do padrão de vida, comércio local e indústria, e preservação do património e da tradição (GOELDNER, RITCHIE e MCINTOSH 2000).

Conforme observado por Bermain *apud* Zibanai (2014), a indústria turística é constituída por uma grande estrutura que envolve diferentes produtos e serviços advindos de diversificados sectores. Esta indústria é um sistema caracteristicamente susceptível a choques derivados de eventos espontâneos e inesperados que afectam a confiança do viajante e interferem na sua capacidade de continuar operando normalmente. É, portanto, muito sensível tanto a efeitos positivos como também negativos, sendo estes últimos de carácter ambiental, socioeconómico, sanitário e político.

Eventos/fenómenos como o de 11 de Setembro de 2001 (bombardeio terrorista as torres gémeas em Nova York e Pentágono em Washington, D.C.), o bombardeio terrorista de 2002 à um centro turístico noturno em Bali (Indonésia), o bombardeio de 2004 contra os comboios de viagem em Madrid, Espanha, a falha da rede eléctrica no leste da América do Norte ocorrida em 2003, a guerra do Iraque, os surtos de SARs (síndrome reópiratória aguda grave) ocorridos em 2003 na China e no Canada, o surto de febre aftosa no Reino Unido, os incêndios florestais no Oeste dos Estados Unidos, a ameaça do surto da gripe das aves e os tsunamis, a Primavera Árabe, são exemplos de crises que não estavam directamente relacionadas com o sector do turismo, mas que as repercussões generalizadas criaram situações que afectaram ou interferiram seriamente a vontade e a capacidade das pessoas de viajar ou o bom funcionamento do sistema turístico.

No contexto das crises e o turismo, autores como (Monti, 2011; Petrevska, 2012; El Badry Sadek, 2015; Arruda, 2019; Navarro-Drazich e Lorenzo, 2021) deram seu contributo em estudos como A Crise Económica de 2008 e o Turismo; Turismo e Crises: Padrões Passados e Desafios Futuros; As Repercussões da Primavera Árabe no Turismo do Egipto e as Possíveis Vias de Solução para a Recuperação; O Impacto da Primavera Árabe no Turismo; Sensibilidade e Vulnerabilidade do

Turismo Internacional diante da Crise do Covid respectivamente, tendo abordado em comum a propensão que o turismo apresenta a situações de crise, devido a aspectos que lhe conferem uma grande sensibilidade e vulnerabilidade e tendo, portanto, chamado a atenção para criação de modelos de gestão de crises no sector turístico.

Recentemente o mundo tem estado a enfrentar uma emergência sanitária, socioeconómica e ambiental global sem precedentes com a pandemia do novo coronavírus (Covid-19), um surto que teve início em Wuhan no princípio de janeiro de 2020, espalhando-se rapidamente pela China e ao redor do mundo, com grande impacto resultante nas viagens e no turismo, tanto na oferta quanto na demanda de viagens (COCA-STEFANIAK *et al.*, 2020; AGHA *et al.*, 2020).

A pandemia do novo coronavírus (covid-19) trouxe restrições e limitações a vários sectores a nível global, inclusive ao turístico. Visto que é de fácil contágio e propagação, sua eclosão massiva, o número elevado de mortes a ser contabilizado, levou aos governos a tomada de medidas drásticas, por forma a mitigá-la, ao exemplo das restrições às viagens (fechamento de fronteiras, proibições de emissão de vistos de viagens, cancelamento de voos internacionais, entre outros), que condicionam directamente o sector de turismo e geram um efeito dominó, não só sobre as actividades características deste, mas também à aquelas que são afins ou de apoio.

O sector turístico depende em alto grau, de sua capacidade de criar cadeias de valor com os outros sectores como a agricultura, construção, abastecimento de água, energia, telecomunicação etc, é criada uma ligação trans-sectorial que lhe dá efeitos multiplicadores de maior amplitude em relação a outros sectores da economia (EL-BADRY SADEK, 2015). Estas ligações intersectoriais fazem com que diante de um declínio ou uma contracção no turismo, estes sectores sejam fortemente afectados, sendo relevante destacar que quanto mais conectado é o sector da indústria do turismo, mais forte será o impacto do choque negativo advindo desta indústria (ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS - ONU, 2020).

Os efeitos desoladores do Covid-19 estão bem patentes em diversas escalas mundiais. As medidas de bloqueio, de recolher obrigatório e distanciamento social premeditaram desde o princípio da pandemia um enfraquecimento da economia no seu todo. Diversos autores como (El-Erian, 2020; Arum e Ozili, 2020, Adamu *et al.*, 2020; Ashok *et al.*, 2021; Awafo, Morgan e Quartey, 2021; Congressional Research Service, 2021) compartilham a opinião de que a economia mundial está a

atravessar uma grande recessão que supera inclusive a grande depressão de 1930 e que em todo histórico de crises ocorridas no século 21 nunca se havia experimentado um cenário nestes moldes.

Neste contexto, várias pesquisas recentes tem-se voltado para compreensão da dinâmica vivida no turismo em prol dos choques causados pela pandemia Covid-19 (Foroudi, Marvi e Tabaghdehi, 2021; Abraham *et al.*, 2021; Baker *et al.*, 2021; Casey *et al.*, 2021; Glyptou e Pappas, 2021; Abbas *et al.*, 2021), nos mais diversificados enfoques que incluem o comportamento do consumidor (o impacto sobre suas crenças e percepções); impactos percebidos do Covid-19 relativamente ao contexto social e cultural; o mercado laboral face aos diferentes cenários e medidas de combate ao coronavírus; o compromisso dos diversos *stakeholders* com os padrões de saúde e segurança no local de trabalho, a influência da percepção do risco nas decisões de escolha (em particular nas reservas de acomodações); os reflexos psicológicos e socioeconómicos e estratégias de recuperação.

Contudo, apesar de estar evidente que o surto do novo Coronavírus está a gerar uma profunda paragem e diversas alterações em todas as escalas do sector turístico, com exemplos concretos para as mudanças no comportamento do consumidor, perdas significativas de empregos e receitas, reduções nas chegadas internacionais, cancelamentos massivos de reservas hoteleiras, assim como de passagens aéreas, entre outros, Biwota (2020) salienta que a precipitação total do sector é desconhecida, pois a escala final do surto ainda não foi determinada. Pelo que, é neste sentido que a análise dos efeitos socioeconómicos da pandemia do novo coronavírus (covid-19), baseando-se na descrição das variáveis que afectam a demanda turística e a composição da oferta turística, torna-se alvo de estudo desta pesquisa.

Assim sendo, com vista o alcance dos objectivos estabelecidos estruturou-se a pesquisa da seguinte maneira: I) Introdução, que inclui a contextualização e os objectivos; justificativa, perguntas de partida; II) Revisão Bibliográfica; III) Metodologia IV) Apresentação de Resultados; V) Discussão dos Resultados; VI) Considerações Finais; VII) Referências Bibliográficas e VIII) Apêndices.

## **1.1.Objectivos**

### **Geral**

Analisar os efeitos socioeconómicos do novo Coronavírus (Covid-19) sobre o sector turístico global

### **Específicos**

1. Mensurar o volume de demanda turística e das principais atividades da cadeia de valores do turismo (acomodação, transporte, restauração e bebidas e agenciamento) de 2005 à 2020;
2. Descrever a evolução do Covid-19 através do número de casos, de mortes pela doença e das medidas restritivas;
3. Aferir o efeito da evolução do Covid-19 sobre a demanda turística e principais atividades da cadeia de valores do turismo;
4. Relacionar a inclinação da demanda turística e das principais atividades da cadeia de valores do turismo durante a pandemia com o desempenho do sector no PIB e na geração de empregos.

## **1.2. Justificativa**

A indústria do turismo está rapidamente se tornando uma das maiores do mundo. De acordo com o Barómetro do Turismo Mundial da OMT (2017) o turismo registou no ano de 2017 o maior crescimento em 7 anos desde 2010, tendo sido o maior incremento (na margem dos 7%, o que representa uma cifra 1,326 milhões em termos de chegadas internacionais e 1,340 bilhões de dólares americanos em termos de receitas) registado após a crise económica financeira global de 2008/2009, com uma contribuição de + 3% para o PIB global, facto que significou a terceira posição nas exportações.

As estatísticas indicam que 2018 e 2019 se posicionaram como o 9º e o 10º ano consecutivos de crescimento, registando +5% no total de chegadas internacionais (cifra de 1,401 milhões), +4% das receitas (1,451 bilhões de dólares americanos) e um aumento de +3,6% do PIB, assim como +4% do número total de chegadas (1,460 milhões de chegadas internacionais) +3% das receitas (1,481 bilhões de dólares americanos) e +2,8% do PIB, respectivamente.

Olhando para essas estatísticas, parece que a taxa do turismo está aumentando continuamente. No entanto, assim como todas as indústrias, o turismo também enfrenta algumas grandes crises globais que a longo prazo podem se tornar grandes contratempos para a indústria, tal como a mais recente crise pandémica do novo Coronavírus.

Com o crescimento do número de infectados pelo Covid-19, as medidas de prevenção que incluem o isolamento e a quarentena foram adoptadas em diversas partes do mundo, tornando-se a principal medida para conter a propagação do vírus. Porém, o isolamento social em massa tem causado efeitos colaterais sob a forma de uma crise económica sem precedentes, da qual um dos sectores mais afectados tem sido o turismo (ALVES, 2020).

A este respeito, Barbosa (2020) secunda que com a suspensão de viagens e o fechamento de fronteiras ao redor de todo o Planeta, a actividade turística se torna inviável, não havendo possibilidade de que pessoas se desloquem para outros lugares para prática de consumo em locais diferentes de suas áreas de residência, facto que consequentemente afecta toda a cadeia ligada ao sector, uma vez que pontos turísticos são, por sua natureza, lugares de aglomeração de pessoas.

Por essa razão, atractivos turísticos estiveram entre os primeiros locais a serem fechados pelos governos na tentativa de evitar o avanço da covid-19, o que provocou, por exemplo, a suspensão

de actividades de hotéis e restaurantes, a suspensão de rotas rodoviárias, redução drástica de voos e impossibilidade de venda de pacotes turísticos por parte de operadores.

Desta feita, torna-se relevante escrever sobre o tema em questão, sua realização gera evidências sobre os efeitos que as crises podem desencadear para o sistema turístico, com ênfase para os efeitos socioeconómicos derivados da crise pandémica do novo Coronavírus e nas respostas que têm vindo a ser dadas de forma prévia pelos governos e pelo sector privado. Esta pesquisa pode ser de interesse de vários *stakeholders*, visto que estes dedicam recursos a actividade do turismo, e têm expectativas quanto aos resultados desses investimentos. Além disso, por causa da sua relevância, a influência do turismo, se estende, de diferentes formas, a outros sectores económicos e a muitos espectros sociais.

Poderá também fornecer um suporte para criação e implementação de acções com vista a reduzir a vulnerabilidade do sector diante de situações de crise e evitar recorrências em futuros problemas.

Conforme aponta Monti (2011) as crises podem ser propícias à identificação de problemas existentes e uma oportunidade para corrigi-los, dado que representam o momento ideal para fazer mudanças que, em circunstâncias mais positivas, não seriam priorizadas ou prejudicariam as operações do dia-a-dia. Portanto, os intervenientes deste sector podem contar com as descobertas e conclusões que aqui são levantadas para tomar as decisões e criar modelos de gestão de crises necessários para tempos como estes, bem como acerca de seus investimentos neste sector.

Quanto a academia, deve-se considerar que a questão das crises e do turismo é pouco estudada, apesar da sensibilidade/ vulnerabilidade do sector. A quantidade e o nível de desenvolvimento de estudos que abordam esta temática evoluíram nos últimos anos, no entanto, encontram ainda diversas carências neste campo (LAWS e PRIDEAUX, 2008 *apud* MONTI, 2011).

Pelo que, suscita a necessidade de ampliar o espectro de conhecimento reactivamente a diferentes tipos de crises que podem afectar o turismo e, fornecer insumos para alguns problemas e deficiências na compreensão do sistema turístico em situações adversas.

### **1.3.Perguntas de Partida**

“Diante da imobilidade imposta por medidas de isolamento social, uma actividade cuja existência depende, elementarmente, da mobilidade humana, o turismo encontra-se profundamente afectada. Somos parte do movimento universal, terrestre, biológico, comunitário e familiar, por isso, caminhamos, nos deslocamos, nos des[re]territorializamos, turistamos. Sem movimento, mas principalmente sem deslocamento, não teríamos Turismo (mesmo reconhecendo que, para se constituir, o fenómeno envolva outros aspectos)” (DE SÁ e GASTAL, 2021, p.4).

A este respeito Guambe (2020, p.71) secunda que a actividade turística na sua essência é uma prática socioeconómica que envolve o deslocamento espacial, ou seja, viajar, que na maior parte das vezes implica a utilização do transporte.

No âmbito da pandemia do Covid-19 passou a ser sublinhado que a mobilidade de viajantes ou turistas utilizando os diversos modos de transporte, bem como o contacto interpessoal que se constitui como elemento importante na prática turística, são responsáveis pela máxima e rápida difusão geográfica de diversas doenças infecciosas pelo que as medidas de combate a disseminação do coronavírus têm causado uma avalanche ao sector.

É ainda importante considerar os efeitos que a pandemia tem estado a gerar no próprio comportamento da demanda turística. A demanda turística é caracteristicamente elástica, ou seja, apresenta uma elevada sensibilidade à pequenas variações que influenciam o seu redor, como epidemias, violência, crises políticas, guerras, falta de água, transporte dentre outras. Esses factores geram incertezas que acabam reflectindo na demanda de determinada localidade. Essa elevada sensibilidade é gerada pela necessidade de maior certeza possível de que a localidade escolhida trará o devido conforto e segurança para o turista (DIAS, 2005).

O facto de o Coronavírus suscitar a ideia de que a prática do turismo é um grande vector de disseminação de doenças e enfermidades em contextos pandémicos desta natureza, através de viagens e fluxos nacionais e internacionais contribui significativamente para o aumento da incerteza que paira no seio dos turistas relativamente a sua vontade de viajar ou não, ainda que tenha capacidade financeira.

Embora os impactos da pandemia de Covid-19 sobre o sector de turismo sejam evidentes, sua compreensão demanda por uma multi e transescalar análise, assim como a consideração de

aspectos de natureza qualitativa que levem em conta, por exemplo, as actividades que são características do sector, os diferentes segmentos, a origem dos fluxos, etc (CRUZ, 2020).

A actividade turística, enquanto económica, é das que mais tem potencial para gerar benefícios para além do seu sector, ou seja, o seu desenvolvimento ou abrandamento, afecta directa ou indirectamente as outras actividades. O sector depende de uma extensa cadeia de valores para que subsista, a título de exemplo, os serviços de restauração, dependem estritamente de produtos agrícolas e pesqueiros, para a confecção de uma refeição, os serviços de alojamento utilizam uma gama de produtos e serviços para compor o produto a ser oferecido ao turista.

Desta relação é possível compreender que o turismo é um campo transversal, pelo que os seus ganhos, benefícios, prejuízos ou perdas estendem-se para além das suas fronteiras, facto que justifica que qualquer ocorrência de um advento a si relacionado, seja positivo ou negativo, faça com que haja um efeito multiplicador em direcção positiva ou negativa (EL-BADRY SADEK, 2015).

Derivado da evidência da forte necessidade da mobilidade humana para que o turismo exista, bem como da sua relação transectorial e da sensibilidade da respectiva demanda relativamente aos factores que a envolvem, esta pesquisa procura responder as seguintes questões:

- *De que forma o abalo na confiança da demanda derivado do aumento da percepção de risco causado pelo Covid-19 sobre o turismo tem estado a influenciar na redução dos fluxos turísticos e consequentemente das receitas turísticas?*
- *Como é que as medidas de combate ao Covid-19, especificamente as restrições de viagens, o lockdown, o encerramento de negócios não essenciais e o distanciamento social interferem no consumo dos serviços turísticos?*

## 2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1. Turismo como Actividade económica

É inegável que o turismo é uma das maiores forças económicas globais (Ateljevic e Milne, 2001) bem como um dos maiores fenómenos sociais dos tempos modernos e um grande negócio (SHARPLEY e TELFER, 2002). O turismo se tornou a terceira maior indústria de exportação do mundo depois dos combustíveis e produtos químicos, e à frente de alimentos e produtos automotivos. Somente em 2019 contribuiu em 7% das exportações globais e em 28% das exportações mundiais de serviços, atingindo desta forma a cifra de USD 1,7 triliões resultantes dessas exportações, semelhantemente, entre 2009 a 2019 o crescimento real em receitas do turismo internacional (54%) superou o crescimento do PIB mundial (44%) e arrecadou no último ano USD 1,481 biliões em receitas (OMT, 2020).

O amplo significado económico auferido pela indústria turística tem sido justificado pelo seu rápido e contínuo crescimento assim como pela contribuição para o crescimento económico e para a garantia do desenvolvimento em diversas nações. Nesta senda, a OMT (1981) enfatiza a representatividade da actividade ao afirmar que poderia contribuir para o estabelecimento de uma nova ordem económica com potencial para ajudar a eliminar o crescente fosso económico entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento, como também a garantir a aceleração constante do desenvolvimento e progresso económico e social. Ademais, Jenkins (1991) *apud* Afrodita (2012) complementa que esta tornou-se um elemento importante e integral nas estratégias de desenvolvimento dos países do mundo.

Assiste-se hoje a um grande progresso do turismo em todo mundo, envolvendo cifras fabulosas e movimento de pessoas nunca antes visto, indicando ser um dos meios mais eficientes para trazer e resgatar a prosperidade económica de muitas regiões (SILVA, 2004). Neste seguimento, Lima (2008) aponta para uma influência positiva através da valorização económica dos bens livres; geração de rendimento; criação de infra-estruturas colectivas, aproveitamento de equipamentos não utilizados, modernização da estrutura económica local; aumento da produção local; dinamização das actividades económicas tradicionais e aumento do emprego.

Lage e Milone (2001) discriminam os benefícios gerados pelo turismo em (1) impactos directos: referem-se aos impactos que ocorrem nas empresas que atendem directamente a demanda turística, representam despesas que os turistas fazem no destino, isto é, o pacote turístico completo que

inclui o transporte, alojamento, *tours* e entretenimento, entre outros; (2) impactos indirectos: aqueles que ocorrem através da cadeia de relações intersectoriais que se originam dos impactos directos, são despesas com bens e serviços incorridos pelas empresas que receberam as despesas turísticas directas, isto é, estão relacionadas com seus fornecedores, exemplificando a demanda por electricidade, indústria de construção e fabricação de têxteis para uniformes e roupas de cama para o funcionamento de um hotel; e (3) impactos induzidos: são originados nas despesas de rendimento geradas em consequência de efeitos directos e indirectos, caracterizando a demanda adicional pelo consumo privado resultante do aumento da renda dos empregados e proprietários de capital proveniente da demanda de turistas em suma, gera uma cadeia de efeitos induzidos em uma grande diversidade de bens e serviços.

Dentre os canais pelos quais este sector impacta (Sharpley e Telfer, 2002; Garaibeh *et al.*, 2019; Cunha, 2013) destacam especificamente: contributo para a balança de pagamentos; geração de rendimentos e de empregos; estímulo aos investimentos estrangeiros directos e indirectos, criando melhores oportunidades em hotéis, restaurantes, sectores complementares e actividades de apoio tais como transporte, agências de viagens e frete; estabelecimento de relações intersectoriais derivadas do facto de os turistas necessitarem de uma variedade de bens e serviços no destino, incluindo hospedagem, alimentação e bebidas, entretenimento, serviços de transporte, lembranças e assim por diante, oferece, em princípio mais oportunidades para vínculos retroactivos em toda a economia local do que outras indústrias.

Para além destes que têm origem na realização de um dispêndio seja em investimento seja em consumo, vários estudos enfatizam amplamente o efeito multiplicador, cujo conceito baseia-se no reconhecimento de que os diversos sectores industriais da economia do destino turístico são interdependentes (FLETCHER, 1994 *apud* SHARPLEY e TELFER, 2002).

O efeito multiplicador está inextricavelmente ligado aos benefícios económicos directos do turismo como fonte de renda, emprego e receita do governo, também contribui para a compreensão e o cálculo dos impactos económicos indirectos e induzidos do turismo e é, portanto, uma ferramenta útil para explorar a extensão do papel do turismo no desenvolvimento económico (SHARPLEY e TELFER, 2002). A relação entre a injeção inicial e a subsequente geração de valor acrescentado, através de impactos indirectos e induzidos leva a esse efeito.

Ademais, a Comissão Económica para a América Latina (CEPAL, 2001) acrescenta que, sendo que caracteristicamente a atividade turística é dificilmente concebida como uma actividade económica autónoma, como por exemplo a agricultura ou a indústria, esta apresenta um grau de heterogeneidade que torna difícil sua identificação como ramo de produção, isto é, enquanto grupo de unidades de produção homogênea e, portanto, conforme afirmado por Cunha (2007) esta se apresenta sob a forma de sectores ou ramos agrupados, ainda que mutuamente complementares e, daí derivam benefícios que são possíveis de acessar através da cadeia de valores.

A este respeito, Rodosthenous (2017) secunda que o sector produtivo de turismo é composto por uma infinidade de diferentes produtos e serviços, que são utilizados por visitantes e turistas durante a sua estadia. Esta variedade de actividades torna o sector turístico envolvido em todos outros sectores, assim sendo, esta característica interdependente da indústria que é responsável pelas diferentes conexões geradas entre variados sectores, faz com que se um não entrega um serviço, acabe afectando outro conjunto de actividades, pelo que, exige-se que as várias organizações da indústria turística trabalhem conjuntamente como uma cadeia de valor com vista a agregar valor e entregar produtos e serviços ao consumidor (BITITCI e YILMAZ, 2006).

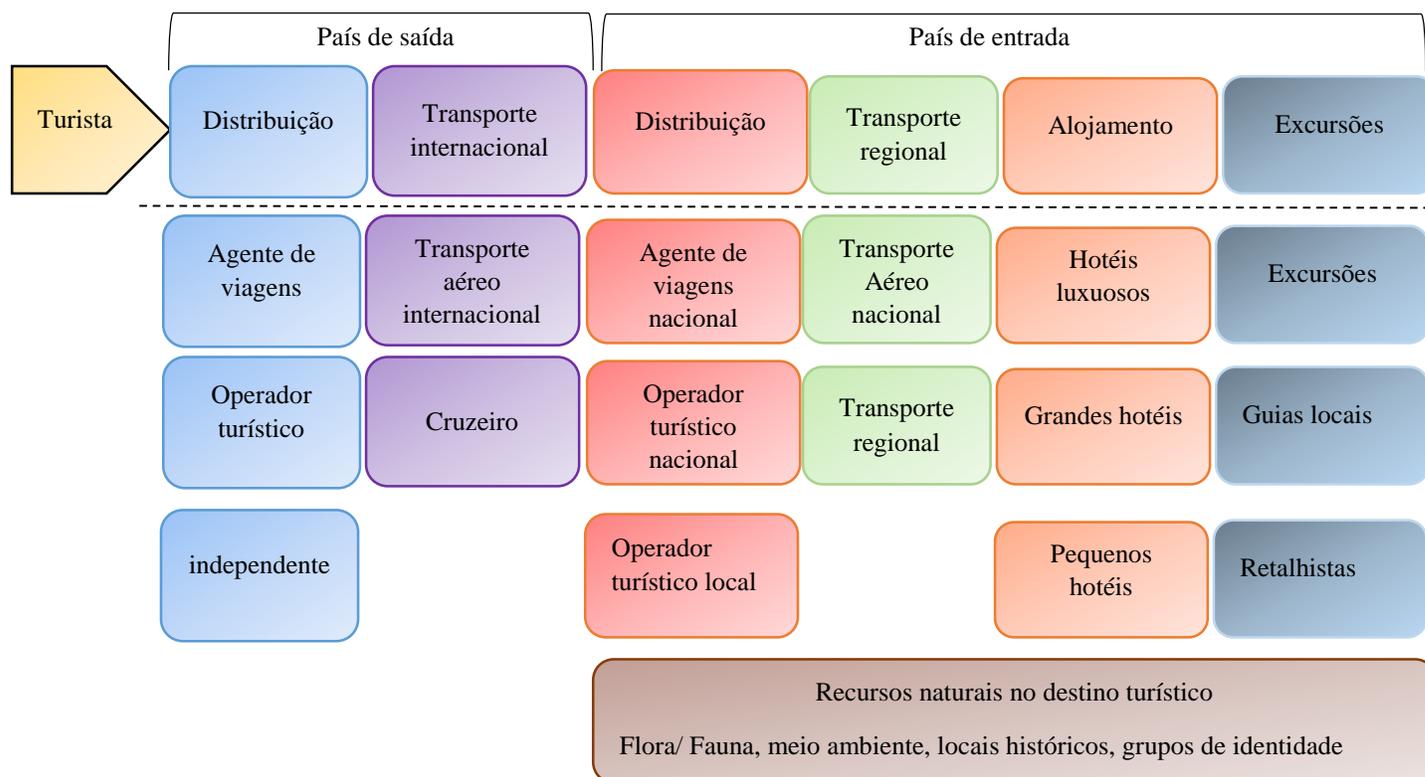
Segundo a One Planet (2019) a cadeia de valor do turismo representa exactamente este conjunto complexo, que abrange todos os bens e serviços em muitos sectores económicos, que se enquadram ao fornecimento de produtos turísticos ou, pode ainda ser conceituado como toda a sequência de actividades ou partes que recebam valor na forma de produtos ou serviços (por exemplo: fornecedores, terceirização de trabalhadores, investidores, consumidores, empreiteiros, entre outros). Palme e Partale (2019) salientam que esta é caracterizada por seus processos centrais e actores participantes, que tem múltiplas ligações com o sector e o resto da economia, e que em sua extensão, é responsável por examinar o papel das partes interessadas no fornecimento de produtos e serviços turísticos que devem atender as necessidades e expectativas dos visitantes em suas diferentes etapas, desde o planeamento da viagem até a conclusão das experiências no final da viagem.

A cadeia de valor é constituída por actividades “primárias” ou também designadas de actividades directas e de apoio designadas actividades indirectas; as primárias referem-se a actividades de produção, distribuição e comercialização, entrega e assistência ao produto, as de apoio são as que proporcionam os *inputs* comprados, os recursos humanos ou funções de infraestrutura geral que apoiam as outras actividades.

De acordo com Meyer (2007) englobam as actividades directas: a organização de viagens e reserva; transporte; alojamento; alimentos e bebidas; actividades turísticas no destino; ócio, excursões e viagens e serviços de suporte; e as actividades indirectas ou de apoio compreendem as instituições de suporte e as matérias primas.

Christian (2010) resume a cadeia de valor no esquema seguinte:

Figura 1. Cadeia de Valor Global do turismo



Fonte: Christian (2010)

Contudo, a justificação para promover o turismo com base no seu alegado impacto económico positivo está aberta a críticas, o principal argumento é que a magnitude dos benefícios económicos do turismo é variável, sendo determinado por uma variedade de factores, tanto internos quanto externos, tal como nível de desenvolvimento geral da economia hospedeira, sua diversificação, propensão a importar, disponibilidade de recursos, atractividade dos recursos, acesso e amenidades, paz e segurança, clima e assim por diante (SHARPLEY e TELFER, 2008; BECKEN e SCOTT, 2010). Ainda sobre este aspecto, Mahlic (2014) argumenta que a ausência de

intervenção geopolítica internacional e transformação fundamental das estruturas políticas globais sustentam reduções dos potenciais benefícios económicos do sector turístico.

### **2.2.O Turismo em contexto de crises globais (Choques Exógenos)**

As grandes perturbações, muitas vezes referidas como “choques” são sentidas em diversos sectores da economia e em várias actividades da sociedade. Embora todas as indústrias sejam susceptíveis aos choques, a indústria do turismo é ainda mais exposta a estes devido a natureza de seus serviços, mercados e operações (HENDERSON, 2007 *apud* CAMPIRANON, 2008).

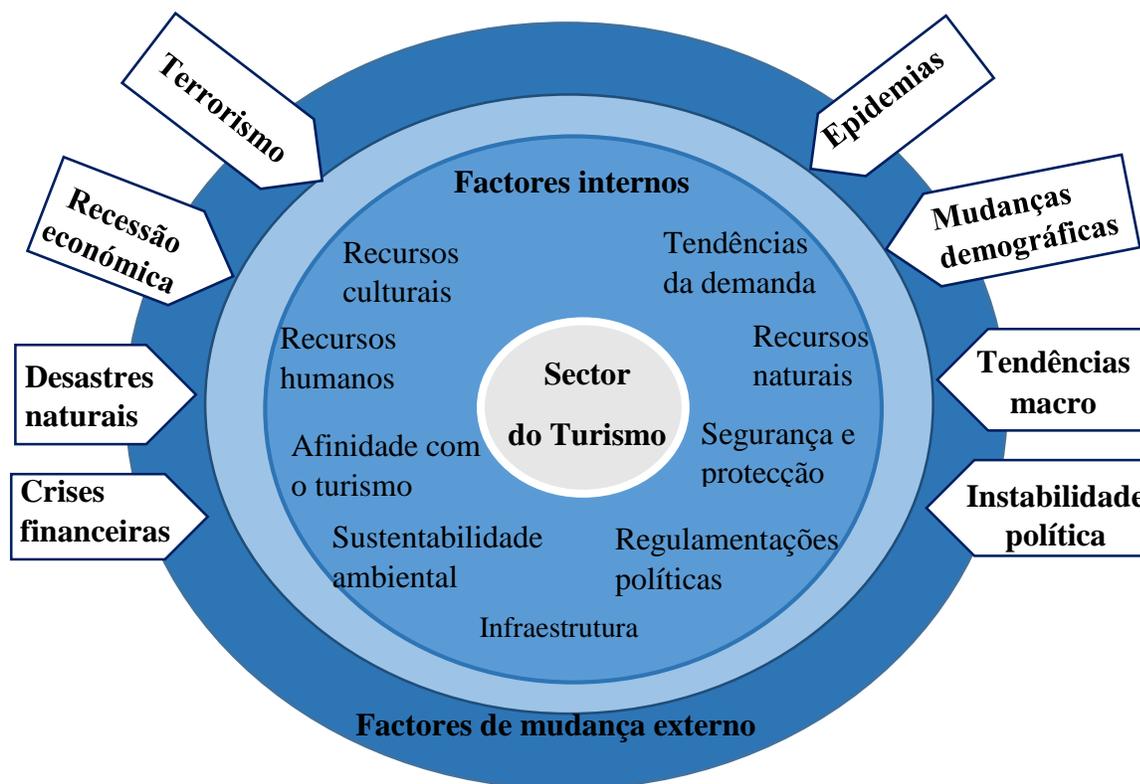
Para além das crises causadas pelas pandemias, esta indústria é vulnerável a outras crises, tais como instabilidade política (Corbet *et al.*, 2019), terrorismo (Israli e Reichel, 2003), recessão económica (Qu *et al.*, 2002) e desastres naturais (Chen, 2011). No entender de Leta e Chan (2021) estas crises emergem de causas externas, fora do controle do sector de turismo.

Para Henderson (2007) *apud* Campiranon (2008) as características das organizações de serviços turísticos que contribuem para a vulnerabilidade aos choques incluem operações intensivas de mão-de-obra; alto nível de integração e engajamento com os seus grupos de clientes (inseparabilidade); escala crescente de operações ao longo do tempo e uma gama de factores externos importantes na formação da natureza do sector.

Portanto, a natureza do produto turístico implica que as empresas estabeleçam parcerias e ligações com inúmeros *stakeholders* (fornecedores, distribuidores, competidores, governo e outras firmas), formando uma complexa cadeia de valores no turismo, onde a cooperação é tida como o motor da agilidade, flexibilidade e do desempenho organizacional. Conforme observado por (Sigala, 2004; Huang, Song e Zhang 2009; OCDE, 2020) esta característica representa um risco devido a intensa dependência à sua cadeia de valores, de modo que qualquer choque sobre um dos agentes, rapidamente se espalha para os outros causando um efeito dominó em toda cadeia. Assim o turismo é visto como um sector muito sensível e vulnerável a qualquer situação de risco causada por factores externos quer seja desastre natural, crises económicas, conflitos internacionais, terrorismo ou pandemias (PIZAM e FLEISCHER, 2002; CHEN *et al.*, 2008; RITCHIE e JIANG, 2019)

Apesar de a indústria do turismo ter uma contribuição significativa para o rápido crescimento económico e desenvolvimento das regiões, está sujeita a mudanças permanentes, tanto internas quanto externas como se vê resumido no esquema abaixo:

Figura 2. Impulsionadores de mudança externos e internos



Fonte: Elaboração própria baseado em Blanke et al., (2008)

Este conjunto de choques tem como consequência o surgimento de crises, sejam elas em pequena escala ou até em grande escala. Uma crise pode ser conceituada como um evento grave, percebido ou real, que distorce actividades turísticas e que, a curto prazo, afecta negativamente a atractividade de uma região como destino turístico. Este evento não planeado que interrompe as operações, ameaça física e mentalmente aos indivíduos, e compromete a viabilidade de entidades que não são mais capazes de lidar com a situação usando procedimentos de gestão convencional. (OKUMUS e KARAMUSTAFA, 2005)

Monti (2011), por sua vez, subdivide os eventos que podem influenciar o turismo em catástrofes naturais e acontecimentos de responsabilidade humana. A primeira categoria integra os furacões, erupções vulcânicas, terremotos, tsunamis e epidemias (exemplos: Gripe A- H1N1 de 2009, furacão Katrina nos Estados Unidos, Tsunamis que surgiram no oceano Índico em 2004, entre outros). Na outra categoria fazem parte o terrorismo, os conflitos políticos, guerras, crises económicas e financeiras (exemplo: ataques terroristas de 11 de setembro de 2001, crise financeira e económica internacional de 2008, as crises políticas da Primavera Árabe).

No mesmo contexto, El-Badry Sadek (2015) entende crise no turismo como um elemento provocativo, resultado de um evento inesperado ou a sucessão de eventos que se desenvolvem em um curto período de tempo e com o potencial de provocar mudanças substanciais, representando um desafio para a estrutura existente ou a sobrevivência do turismo numa dada região. Para o autor, uma situação de crise apresenta as seguintes características:

- Ameaça as operações habituais e a gestão de negócios;
- Danos infringidos a segurança, atractividade e conforto pela percepção negativa da imagem dos visitantes;
- Diminuição das vendas no sector de viagens e turismo local devido a redução das chegadas e partidas dos turistas

Em seu contributo sobre esta temática (Laws, Prideaux e Scott, 2008) relacionam a teoria da complexidade ou do caos, com referência específica ao “efeito onda”, à vulnerabilidade do turismo em face das crises, como resultado do aumento da interconexão do sistema associado a globalização. Para os autores, em contexto de crises, o turismo pode ser visto como um efeito onda que, na base da teoria da complexidade, é definido como o conjunto de situações complexas e dinâmicas, onde múltiplas influências afectam sistemas desequilibrados.

Uma vez que o turismo se associa largamente a aspectos positivos como a tranquilidade e entretenimento e, sendo uma actividade assente na confiança dos visitantes, pequenos distúrbios podem danificar a imagem do destino, impactando severamente na percepção do risco e na decisão de sua escolha, conforme observaram Rodriguez e De la Torre (2013).

O facto de que eles prejudicam a confiança implica um aumento nos custos psíquicos visíveis, expressos no medo de viajar para países ou regiões gerais ou em particular. Estes eventos podem também resultar em perdas significativas de recursos da actividade turística para países que, independentemente do seu nível de desenvolvimento socioeconómico, possuem no turismo um dos seus principais sectores económicos (ANDRAZ, GOUVEIA e RODRIGUES, 2009 *apud* MONTI, 2011). Os efeitos negativos sobre o turismo estendem-se a outros sectores económicos que fornecem bens e serviços ao turismo e que dele dependem. Graças as inter-relações entre os sectores económicos, toda a economia de um país ou de uma região pode ser afectada (MONTI, 2011).

O entendimento das diferentes crises e seus efeitos sobre a indústria do turismo denota um olhar para o passado como forma de enquadrar o contexto histórico, pelo que, segue-se a apresentação de alguns cenários que afectaram a indústria.

### **2.2.1. Ataques terroristas de 11 de setembro de 2001**

O início do novo milénio foi marcado pelo fatídico evento de 11/9, um ataque terrorista sucedido em território norte-americano, que causou aproximadamente 3000 mortes e a destruição das torres gémeas em Nova Iorque e parte do Pentágono em Washington DC. (BYSYUK, 2010).

Este culminou com o encerramento temporário do espaço aéreo norte-americano e consequente cancelamento em série de voos e de viagens, afectando duramente as companhias aéreas, as quais somaram prejuízos de quase US\$5 bilhões só em companhias norte-americanas. Além disso, logo nos primeiros meses após os ataques, o turismo global reportou quebras de 10%, tendo inclusive destinos que registaram 30% de queda, caso do Egito (BAKER, 2014; BYSYUK, 2010).

### **2.2.2. Surto epidémico do Ébola**

O surto de doenças contagiosas impacta negativamente num destino turístico, visto que a vida normal é perturbada e os turistas tendem a evitar destinos que estejam a enfrentar situações de surtos por doenças contagiosas. Caracteristicamente, o turismo é particularmente propenso aos choques exógenos, dos quais, o vírus do Ébola é um deles (HEMANA e MAPHANGA, 2019).

Foi notada pela primeira vez na Guiné, localizada na África Ocidental nos fins de 2013 e logo se tornou um surto no início de 2014. Hemana e Maphanga (2019) relatam que para conter a doença, alguns Estados vizinhos fecharam suas fronteiras para esses países, enquanto outros restringiram o acesso por via aérea e marítima. Voos a partir de dentro do continente em companhias aéreas africanas, como Air Côte d'Ivoire, Arik Air (uma companhia aérea nigeriana), ASKY Airlines Togo e Quênia Airways, foram cancelados enquanto várias grandes transportadoras internacionais também suspenderam as operações de e para os destinos afectados, adicionalmente, viajantes que saíram da África Ocidental foram constrangidos a exibição nos aeroportos, suscitando situações desconfortantes para estes e, durante o pico deste surto, as chegadas internacionais a região caíram em 11,7%.

Quando comparado aos impactos do 11/09 nos EUA, o efeito do Ébola nos três principais países afectados foi muito mais avassalador, devido a dependência dessas economias relativamente a

indústria de turismo, bem como pelo seu baixo nível de desenvolvimento económico. Além disso, muitos viajantes associaram o risco de contração com a visita a qualquer país africano, mesmo que não estivessem perto das áreas afectadas, o continente africano como um todo sofreu devido a percepção internacional (BAKER *et al.*, 2020).

A forma como estes dois eventos foram amplamente mediatizados contribuiu significativamente para uma repercussão negativa dos destinos turísticos, que passaram a ser considerados pouco seguros e como consequência os turistas desenvolveram medo de viajar, principalmente para as regiões afectadas (BAKER, 2014; HEMANA e MAPHANGA, 2019); medo e/ou aversão a se associar com os outros e temor em tornar-se difusor de doenças (no caso específico do Ébola) (BAËTA *et al.*, 2016 e BAKER *et al.*, 2020). Ademais, o comportamento destes sofreu mudanças, sua percepção de risco aumentou, influenciando nas motivações e preferências de viagens (exemplo: propensão pelas viagens de curta distância incluindo as intra-regionais e as domésticas em detrimento das de longa distância) (CORNWEL e ROBERT'S, 2010).

### **2.3.Pandemia do novo coronavírus e seus efeitos económicos globais**

Nos últimos meses o mundo viu uma pandemia precipitar-se como uma avalanche sobre todos os países levando a uma mudança radical de hábitos e comportamentos sociais, com destaque para o confinamento e paralisação de actividades económicas (COLAÇO *et al.*, 2020). Em dezembro de 2019, o governo chinês informou a Organização Mundial da Saúde que uma epidemia de pneumonia de fonte desconhecida foi detectada na cidade de Wuhan, na China (OMS, 2020).

Os sintomas desta doença foram considerados muito próximos dos da Síndrome Respiratória Aguda Grave, um vírus que mobilizou a atenção internacional em 2002, quando casos descritos como uma “pneumonia misteriosa” foram relatados na província de Guangdong. Conforme estimativas da Organização Mundial da Saúde (OMS, 2006) esta, resultou em 8.096 infeções notificadas em 29 países, com 774 óbitos, quase 10% do total, como também num clima de medo e desordem social, que impactou na vida cotidiana, afundando economias e colocando os serviços de saúde literalmente “de joelhos”. No entanto, o Covid-19 foi reconhecido como mais letal comparativamente ao SARS de 2002, com que então, em fevereiro de 2020 a OMS reconheceu o vírus como uma nova doença da espécie coronavírus e lhe atribui a alcunha de Covid-19.

As estatísticas mostram que diariamente os casos de Covid-19 aumentaram rapidamente internacionalmente (OMS,2020) e que até ao fim do primeiro semestre de 2020 o cumulativo de casos confirmados pelo mundo se aproximava de 8,55 milhões. Ao fim do primeiro ano de pandemia foram totalizados 71.449.478 casos confirmados no mundo e 1.611.672 mortes por Covid-19, destacando-se as Américas liderando em ambas variáveis, com o cumulativo de 30.887.593 casos confirmados e 785.420 mortes (WOLDOMETER, 2020).

Apesar da evidência de o mundo já ter experimentado e sobrevivido a diversos surtos de doenças e, portanto, ter-se a ideia de estar melhor preparado para lidar com estes cenários, a actual conjuntura mostrou-se mais nefasta do que tantos outros surtos passados. A este respeito, os autores Kim, Kim e Wang (2021) indicam que a pandemia resultou em implicações distintas para a saúde pública global e a economia devido à sua escala de impactos sem precedentes em todos os aspectos da vida humana.

Conforme evidencia Guambe (2020) a eclosão do Covid-19 tomou conta do mundo como um cenário preocupante pelas razões a destacar, o modo de transmissão e a velocidade de disseminação do vírus; a infecção sintomática e assintomática; a possibilidade de roptura dos serviços de saúde por conta do rápido avanço quantitativo e espacial da doença e pela falta de uma vacina preventiva bem como de algum procedimento de cura. Em razão disso, Gossling, Hall & Scott (2021) secunda que vários governos optaram pela adopção de medidas para conter a propagação do vírus como, o isolamento social, distanciamento social, *lockdown*, recolher obrigatório, uso obrigatório de máscaras em locais públicos, restrições de mobilidade e encerramento de negócios não essenciais.

Por sua vez, esta tem sido experimentada individualmente pelos países, no entanto, seus efeitos são compartilhados globalmente. A pandemia apresenta um nível de complexidade e gravidade muito além do que se pode estimar, o que começou como uma crise local de saúde pública na China, logo se transformou num colapso económico global, resultando em perdas massivas de empregos (com maior concentração no sector de serviços) e uma recessão económica, afectando todas as principais economias (FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL [FMI], 2020).

Ademais, Clemente-Suárez *et al.* (2021) consideram que a economia mundial tem sofrido uma grande desaceleração no seu crescimento e que os impactos são quase o dobro em relação a crise

financeira de 2008. Neste seguimento, os autores enfatizam que as políticas de quarentena e auto-isolamento adoptadas pelos países levaram ao fecho de empresas, aumento do desemprego e a paragem de muitas actividades económicas, ocasionando reduções nas taxas de crescimento do PIB e aumento nos índices de pobreza.

Além disso, os programas governamentais de ajuda aos sistemas de saúde e aos sectores económicos mais vulneráveis causaram um aumento nas despesas públicas e, conseqüentemente, um aumento do deficit orçamentário. O Congressional Research Service (CRS:2021) complementa ainda que por conta desta conjuntura, estima-se que economias avançadas que compreendem 60% da actividade económica global são projectadas para operar abaixo do seu nível potencial de produção até pelo menos 2024 e que por esta razão, a economia nacional e o nível de bem-estar individual serão negativamente afectados.

### **2.3.1. Relação entre as viagens e o Covid-19**

A disseminação geográfica da Covid-19 ocorreu muito fácil e rápido devido a grande mobilidade espacial das pessoas e a conectividade da sociedade humana actual, sociedade em rede, garantida pelo moderno e super-rápido equipamento de transporte que flui numa rede fortemente conectada (Guambe, 2020), por isso, previamente, as viagens internacionais foram consideradas um dos principais vectores de disseminação do vírus, uma vez que foi através de vários passageiros portadores assintomáticos que rapidamente a doença se propagou por todo globo, pelo que em apenas 71 dias de surto foi declarado estado de pandemia pela OMS aos 11 de Março de 2020.

Em estudos anteriores (Baker, 2014) a respeito da relação entre as viagens e disseminação de doenças infecciosas, concluiu-se que os viajantes humanos podem facilmente transportar de pessoa para pessoa infecções transmitidas para qualquer parte do mundo, como foi visto com o vírus do Ébola. Os viajantes desempenham um papel fundamental no movimento de micróbios globalmente, num mundo cada vez mais interconectado existem novos riscos de micróbios causadores de doenças e os genes de resistência poderem se mover ainda mais rápido do que nas décadas anteriores.

A este respeito, o autor secunda que as viagens globais evoluíram drasticamente durante os últimos séculos, contando com uma velocidade cada vez maior, uma distância mais reduzida e um volume maior, e porque a distribuição geográfica das doenças é dinâmica e influenciada por factores

ecológicos, genéticos e humanos, estas permitem que os humanos interajam com os micróbios e introduzam patogenias em novos locais e populações.

Adicionalmente, não apenas as viagens foram atacadas, mas também o próprio “DNA” do Turismo e da Hospitalidade como afirmado por Rivera (2020) *apud* Morales, Moreno e Rojas (2021). Neste espectro, Baum e Hai (2020) subsidiam que o “Distanciamento social”, que recentemente entrou para o léxico comum é uma antítese do que se espera do turismo e da hospitalidade, adiante, argumentam que a essência destes é criar experiências únicas, geralmente baseadas na proximidade com os clientes e nas interações personalizadas com a equipe e as instalações turísticas.

### **2.3.2. Efeitos económicos da pandemia do Covid-19 sobre o turismo**

Segundo Abdelaziz *et al.* (2021) embora os diferentes sectores económicos estejam a enfrentar tempos difíceis, o turismo notabiliza-se ainda mais, uma vez que é de mão-de-obra intensiva, com milhões de trabalhadores em risco. Adicionalmente sua natureza fundamental “de pessoa para pessoa” o torna mais vulnerável e adiciona mais dificuldades de adaptação a esta pandemia.

Nesta ordem, Gossling, Hall & Scott (2021) articulam que a ramificação da Covid-19 reduziu a mobilidade global dentro dos países e por conseguinte tornou-se o factor contributivo das perdas económicas do sector de turismo. A este respeito, Alexoaei *et al.* (2021) apontam que como resultado do surto da Covid-19, a maioria dos destinos turísticos foram forçados a parar as operações devido a medidas de bloqueio e proibições de viagem, reservas canceladas e logística local. As restrições de viagens internacionais, regionais e locais afectaram imediatamente as economias nacionais, incluindo sistemas turísticos, ou seja, viagens internacionais, turismo doméstico, visitas diárias e segmentos diversos como: transporte aéreo, cruzeiros, alojamento, cafés e restaurantes, convenções, festivais, reuniões ou eventos esportivos (GOSSLING, HALL & SCOTT 2021). Além disso, o impacto de eventos cancelados, acomodações e atracções fechadas foram imediatamente sentidos em outras partes da cadeia de valores do sector, como serviços de alimentação, que assim como demonstrado por Chen, Lee e Wei (2021) foi um dos ramos mais atingidos deste sector, pelo facto de ser considerado como tendo um alto nível de negócios (Singal, Uysal e Woo 2012), o qual foi severamente exacerbado nesta pandemia. Só nos EUA, a Associação Nacional de Restaurantes (2020) reportou que as vendas caíram em 47% apenas de 1 a 22 de março, 7 em cada 10 restaurantes tiveram que demitir funcionários e reduzir o número de horas trabalhadas, estima-se também que 3% dos restaurantes fecharam definitivamente e que

provavelmente perdeu-se quase USD 120 bilhões em vendas durante os primeiros três meses da pandemia, bem como se projectou que seriam perdidos mais de USD 240 bilhões ao fim de 2020; e outros serviços como os de lavanderia.

Em conjunto, essa evolução colocou o turismo entre os sectores mais gravemente impactados em termos de receita, empregos e poucas alternativas disponíveis para manter as operações durante um bloqueio. Conforme demonstrado pelas estimativas providas no Relatório Anual de Impacto Económico (EIR), uma proporção de 5,5% da riqueza económica do mundo desmoronou, cerca de 75% da demanda aérea internacional declinou entre janeiro a novembro, em linha com o decréscimo nas chegadas internacionais de turistas em igual período, ainda, o tráfico internacional de passageiros mensurado em receitas de passageiros por quilómetros caiu por 88% (Associação Internacional de Transporte Aéreo [IATA] 2020).

o ramo hoteleiro registou quedas na taxa de ocupação em 40,15% (STR, 2021). Ademais, apesar de esta indústria ter contribuído com USD 9,2 trilhões para o PIB global em 2019, equivalente a 10,3%, e igualmente, ter sido responsável por 1 a cada 4 empregos em todo mundo, isto é, cerca de 330 milhões de empregos oriundos desta e os gastos turísticos terem totalizado USD 1,7 trilhões (27,4% das exportações de serviços globais), a OMT (2020b) para período sob o Covid-19 quantificou uma diminuição da contribuição global para o PIB em 49,1% (cerca de USD 4,5 trilhões), perda de 62 milhões (18,5%) de empregos, assim como 69,4% das despesas internacionais de visitantes e de 64% das receitas turísticas em 2020 em comparação ao ano anterior.

Alonso-Almeida e Rodriguez-Anton (2020) salientam que quando situações de crise como Covid-19 acontecem, elas forçam as empresas de turismo e hospitalidade a mudar suas estratégias operacionais, acrescentam ainda que esses eventos geram altos níveis de incerteza e geralmente exigem respostas para enfrentar os impactos negativos. Pelo que a tabela abaixo apresenta alguns estudos produzidos recentemente e suas propostas de enfrentamento e recuperação da pandemia pelo turismo.

Quadro 1. Estratégias de resposta e recuperação do sector de turismo diante da pandemia do Covid-19

Tipo de impacto e área geográfica	Autores, ano	Resposta e estratégia de recuperação
-----------------------------------	--------------	--------------------------------------

Indústria de hospitalidade na Espanha	Alonso-Almeida e Rodriguez-Anton (2020)	Colaboração entre os operadores turísticos e entidades certificadoras especializadas em segurança no geral e segurança sanitária em particular. Adaptação das instalações aos padrões de segurança devido ao Covid-19, para protecção das pessoas
Hotéis	Kimes (2020)	Ilustra diferentes medidas nas seguintes categorias: marketing, políticas de reembolso ao cliente, operações de corte de custos, entre outros.
Consumidores hoteleiros Mundo	Kang e Shin (2020)	Implementação de inovação tecnológica aos processos de funcionamento do hotel como forma de reduzir a percepção de riscos a saúde, através da redução de interação e aumento da limpeza.  (exemplo: utilização de aplicativos móveis para chave de quartos)
Turismo e lazer Mundo	Abbas <i>et al.</i> (2021)	O Covid-19 deve ser visto como oportunidade para investir no saneamento de alta qualidade, na melhoria da qualidade da força de trabalho e transição para tecnologia moderna

Fonte: elaboração própria

Para além das medidas propostas nos estudos supracitados, Alonso-Almeida e Rodriguez-Anton (2020) trazem um conjunto adoptado por algumas entidades (OMT, WTTC, FMI, EU, entre outros), as quais dividem-se em:

- Medidas financeiras: assistência financeira aos países com um sector turístico significativo para financiar planos com vista a evitar despedimentos em massa por conta desta pandemia (exemplo: o Conselho Europeu aprovou em abril de 2020, um orçamento inicial de 540 milhões de euros para ajudar a financiar seus planos para evitar demissões);
- Medidas económicas: garantir crescimento económico, que mantenha o poder de compra de potenciais turistas, assim como encorajar o turismo promovendo destinos seguros;

- Medidas sanitárias: desenvolvimento de protocolos para garantir um turismo internacional seguro em face do Covid-19;

### **2.3.3. O efeito da Covid-19 sobre a demanda turística**

#### **2.3.3.1. Efeitos psíquicos**

O contexto actual insere a demanda num grande impasse, as medidas de combate ao Covid-19 difundem a ideia de que o autocuidado, a auto prevenção e a auto protecção são as melhores armas de luta contra a pandemia. Resultante disso, várias pessoas se têm tornado relutantes a interacção com os outros, motivados pela desconfiança de que os outros estejam infectados. Moraes (2020) suporta este posicionamento no seu mais recente estudo ao afirmar que as pessoas têm sido expostas a grandes e contínuas situações de *stress* que desencadeiam medo, agrupados pelo autor em dois (resultantes da pandemia em si e resultantes das medidas impostas) com destaque para o medo de ser infectado ou mesmo de que alguém próximo seja infectado.

Indubitavelmente o turismo é extremamente sensível a mudanças de segurança e de saúde, a presença de riscos, sejam reais ou percebidos influenciam profundamente a demanda e, conseqüentemente, nos seus planos de viagens e no comportamento de viagem. A este respeito, Bratić *et al.* (2021) defendem que a ocorrência da pandemia do Covid-19 conduziu a um medo generalizado, devido a facilidade de transmissão do vírus de pessoa para pessoa e o longo período de incubação do vírus. Foroudi, Marvi e Tabaghdehi (2021) repisam que a crise pandémica tem levado a uma ampla ambigüidade e a uma percepção negativa da hospitalidade, viagens e turismo.

A percepção de risco joga um papel muito importante no comportamento do consumidor todos dias da sua vida e também no contexto do turismo (BRATICÍ *et al.*, 2021; FOROUDI, MARVI e TABAGHDEHI, 2021). Esta refere-se as crenças subjectivas baseadas em situações de incertezas resultante de um risco particular, por sua vez é influenciada por características pessoais como experiências anteriores de viagens, género, nível de educação, nacionalidade e diferenças culturais. No âmbito do turismo é considerada como uma avaliação subjectiva do turista sobre o risco associado a viagem, que pode eventualmente levar ao adiamento ou mesmo ao cancelamento da viagem, ambos tendo resultados negativos para a indústria.

O risco interfere profundamente na tomada de decisões rotineiras, a medida em que vai modificando as crenças do turista em relação a eventos incertos, ademais, este joga um papel

importante sobre as emoções negativas ou positivas do consumidor, que, por conseguinte, influenciarão seus desejos futuros de praticar turismo. As emoções negativas são as que mais tem eclodido neste período de pandemia, são despertadas pela tentativa de as pessoas protegerem-se a si próprias.

Por fim, Bratić *et al.* (2021) sustentam que os provedores de turismo precisarão mudar seu modo de “negócios como de costume” e fornecer informações para ajudar os turistas a planejar e realizar suas futuras viagens, bem como a se sentirem seguros para consumir qualquer que seja o serviço turístico, portanto, é indispensável agregar padrões de segurança e saúde a este.

### **2.3.3.2.Efeitos no volume de chegadas**

Em 2019 as chegadas internacionais de turistas atingiram um patamar de 1.5 bilhões, entretanto, no ano seguinte (2020) este volume reduziu em 74%, equivalente a 1 bilhão a menos de turistas comparativamente a 2019 (OMT, 2020; CMVT, 2020).

Conforme relatado pela OMT (2020a) em meados de 2020, o turismo internacional chegou a uma paralisação, com 75% dos destinos com suas fronteiras totalmente fechadas. A escala do impacto trazido pelas restrições resultou em uma queda de 440 milhões no volume de chegadas turísticas internacionais entre janeiro e junho, no mês de junho se verificou uma queda acentuada na ordem dos 93% em relação ao ano anterior.

Doravante, a interrupção repentina e prolongada dos fluxos internacionais de turistas pelas diversas razões citadas ao longo do capítulo, seguem causando efeitos deletérios aos principais subsectores que conformam esta indústria: hospedagem, transportes, alimentação e bebidas, agenciamento de viagens, com perdas em alguns casos de quase 100% (CRUZ, 2020) como também as taxas de desemprego e ao contributo para o PIB como demonstrados em relatórios preliminares da OMT (2020).

Olhando para as contribuições feitas pelos autores supracitados, nota-se que durante cenários como este, de uma crise sanitária com efeitos económicos profundos, são múltiplos os factores que condicionam o comportamento de consumo da demanda e, por conseguinte, afectam o desempenho dos principais subsectores que compõem a oferta turística, através do declínio nas taxas de ocupação hoteleira, nas vendas em serviços de restauração e bebidas, nos cancelamentos

sucessivos de viagens, entre outros, o que propicia aumento do índice de desemprego, redução da contribuição do sector para o PIB, para a balança de pagamentos e assim por diante.

### 3. ANÁLISE METODOLÓGICA

A metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observadas para a construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos círculos da sociedade (FREITAS e PRODANOV, 2013)

#### 3.1. Tipo de estudo

O presente estudo classifica-se em:

- a) Quanto aos objetivos tratou-se de uma pesquisa descritiva-explicativa pelo facto de identificar e descrever as razões que contribuíram para a desaceleração do sector turístico durante o primeiro ano da pandemia do Covid-19 e, também por conectar ideias que justifiquem e que estabeleçam relações de causa e efeito entre a evolução do Covid-19 e da disrupção generalizada do sector.
- b) Quanto aos procedimentos e técnicas privilegiou-se o uso da pesquisa documental e bibliográfica visto que o núcleo dos dados usados é de natureza secundária, provenientes das seguintes bases de dados OMT, CMVT, AITA, OIAC, Booking Holdings, Expedia Group, ANR, STR, Woldometer, e que são passíveis de um tratamento analítico mais detalhado, acompanhado de um quadro teórico sumarizado na base da leitura de obras que passaram por um tratamento analítico.
- c) Quanto ao tratamento de dados caracterizou-se como uma pesquisa qualitativa e quantitativa, atentos que a análise de dados assenta em técnicas estatísticas (médias, amplitude, etc) e pelo facto de buscar explicações dos fenómenos por meio da tradução, atribuição de significados e opiniões de informações quantitativas.

#### 3.2. Fases da Pesquisa

##### 3.2.1. Escolha e delimitação do tema

Esta fase caracterizou-se numa orientação geral sobre o tema a ser desenvolvido através do uso das técnicas de pesquisa bibliográfica e documental;

- **Pesquisa bibliográfica**

A pesquisa bibliográfica consistiu na identificação e leitura de livros, artigos, documentos diversos, monografias, dissertações e teses, e de outros materiais didáticos que receberam

tratamento analítico e versam sobre o tema em questão. Para tal, começou-se por identificar os termos chaves para o estudo, o que culminou na escolha dos seguintes: turismo, crises, cadeia de valores turística, Covid-19 e efeitos socioeconómicos. Posto isso, buscou-se pelos mesmos em algumas plataformas nomeadamente *sciencedirect*, MDPI, Google académico, entre outros e em diferentes línguas (inglês, português e espanhol) sendo predominante artigos na língua inglesa.

Assim, vista a necessidade de filtrar a informação por conta da imensidão de artigos disponibilizados estimou-se um horizonte temporal que considerasse os cenários de crises mais recentes (com alguma similaridade ao da Covid-19) no presente século. Ademais, a aplicação desta técnica permitiu uma melhor familiarização com o tema reflectida na definição do modelo a ser seguido (quadro teórico-analítico), levantamento das variáveis de estudo o ajustamento dos objectivos, da justificativa e do problema de pesquisa.

- **Pesquisa documental**

Consistiu na utilização de documentos que ainda não tenham recebido tratamento crítico e analítico, alguns desses documentos presentes nas bases de dados referidas; serviu de técnica auxiliar para o enriquecimento e complemento da pesquisa bibliográfica.

### **3.2.2. Preparação de trabalho de gabinete**

- **Determinação das variáveis**

Para este processo adoptou-se parcialmente o modelo desenvolvido por Fernandez-Stark e Gereffi (2011) sobre o manuseamento da cadeia global de valores (CGV) onde são identificadas quatro dimensões propostas nomeadamente:

- a. estrutura *input-output*, na qual são descritos todos processos e actividades chaves do sector e são hierarquizadas de maior a menor elo;
- b. escopo geográfico, que mostra a dispersão geográfica de cada actividade da cadeia em dimensão mundial, possibilita analisar o grau de internacionalização do sector e permite que o mapeamento se realize em diferentes níveis (local, nacional, regional, global) consoante a necessidade do estudo;

- c. governança permite o entendimento de como esta é coordenada por meio das relações de poder existentes entre os *players*, responsáveis pela determinação dos recursos financeiros, materiais e humanos;
- d. contexto institucional permite identificar normas, acordos, regulamentos, políticas locais, nacionais e internacionais que determinam e delinham a internacionalização de cada elo da cadeia de valor.

No âmbito deste estudo as duas últimas dimensões não foram consideradas relevantes para o objecto deste e, no que concerne a estrutura *input-output* convencionou-se estudar apenas alguns elos, sendo o comercial, representado pelas agências de viagens estimado pelo volume de pacotes comercializados, o transporte, através do transporte aéreo com os indicadores demanda aérea internacional e receitas de passageiros por quilómetros, de hospedagem, rede hoteleira através dos indicadores taxa de ocupação e receitas por quarto disponível, e por último actividades turísticas, restauração turística a partir das vendas desses estabelecimentos.

Ademais, esta estrutura também reflecte as possíveis relações ao longo da CGV, uma vez que os elos estão interligados, ou seja, faz-se necessária a realização das actividades do elo anterior para que o elo seguinte consiga ser concluído com sucesso, a título de exemplo a inviabilização do transporte como resultado das medidas restritivas do Covid-19 condiciona a demanda turística, os alojamentos bem como o agenciamento.

Ressalva-se que, os efeitos psíquicos gerados no turista condicionam os demais elos do CGV e assim por diante, ainda, nesta mesma estrutura estão patentes os efeitos múltiplos dessas relações através das variáveis socioeconómicas tais como a contribuição para o PIB e o nível geral de emprego pautadas para uso neste trabalho.

Quanto ao escopo geográfico o mapeamento foi realizado por regiões baseando-se na divisão e classificação das regiões<sup>1</sup> adoptadas pela OMT que considera as seguintes: África, Américas, Ásia e Pacífico, Europa e Médio Oriente. Precisamente pela limitação de acesso a dados de um escopo menos amplo como o local, optou-se por analisar as variáveis de estudo num espectro global, tomando em consideração dados das regiões acima descritas.

---

<sup>1</sup> Estas regiões representam um total de 185 países que apresentam dados significativos sobre a demanda turística internacional.

Outrossim, as variáveis turísticas e socioeconómicas foram consideradas dependentes, visto que pretendeu-se analisar os efeitos que o Covid-19 gerou sobre estas e, as variáveis evolutivas da Covid-19 (número de casos, número de mortes e medidas restritivas) são de controle.

- **Seleção de fonte de dados**

Consistiu na escolha das bases de dados apropriadas para extração de informações necessárias para o desenvolvimento da pesquisa (número de casos e de mortes por Covid-19, demanda turística, performance hoteleira e aérea, vendas na restauração turística, PIB, geração de emprego entre outros), por meio de busca virtual, de onde foram selecionadas as bases da Organização Mundial do Turismo (OMT), Conselho Mundial de Viagens e Turismo (CMVT), a Smith Travel Research (STR), a Associação Internacional de Transportes aéreos (AITA), Organização Internacional de Aviação Civil (OIAC), Booking Holdings e Expedia Group, Associação Americana de Restaurantes e a Woldometer.

- **Determinação do grupo-alvo**

A população de estudo foram 185 países registados na OMT, que apresentam dados significativos de demanda turística internacional, os quais foram agrupados em 5 regiões de acordo com a classificação de regiões turísticas pela OMT.

### **3.2.3. Colecta de dados**

Foi utilizada a técnica de pesquisa documental, onde foram colectados dados relevantes para pesquisa que careçam de tratamento crítico-analítico ou mesmo semi-processados. Dados sobre o a demanda turística, a contribuição para o PIB e para geração de emprego foram colectados das bases da OMT e da CMVT, respectivamente, a evolução do Covid-19 na *Woldometer*, a performance hoteleira na STR, restauração turística na Associação Norte Americana de Restaurantes e performance aérea no OIAC e na AITA e os pacotes turísticos comercializados na Booking Holdings e no Expedia Group. As observações colhidas para cada região, são referentes a um espaço temporal entre 2005-2019 (período pré-pandemia) a dezembro de 2020 (período pandémico).

### **3.2.4. Análise e Interpretação de Dados**

Foram utilizados os seguintes métodos:

- **O método de análise de cadeia de valor global do turismo** assume-se como um método de abordagem, pois o mesmo foi responsável pelo desenho de todo raciocínio analítico do estudo, tendo sido útil não só para a análise e interpretação como também para identificação das variáveis e da relação que estas estabelecem entre si. Por sua vez, como previamente destacado na preparação de trabalho de gabinete foi utilizado de forma simplificada, se circunscrevendo apenas aos elementos que integram a cadeia internacional e nacional, deixando de fora os elementos locais.
- **Método Estatístico:** em primeiro os dados foram ordenados com base na técnica de série temporal em função dos anos e agrupados em cinco regiões de acordo com a classificação da OMT (havendo uma discrepância quanto as variáveis utilizadas para descrever a evolução do Covid-19 que não tem discriminada a região do médio oriente, no entanto, os países que compõem esse grupo foram enquadrados na região da Ásia e Pacífico). Posto isso, se fez a apresentação e interpretação dos dados com base em medidas estatísticas descritivas, nomeadamente: médias, gráficos, valores mínimos e máximos e taxas de crescimento. Minuciosamente, foram determinadas as taxas de crescimento das variáveis de estudo em relação a cada ano para cada região turística e como forma de perceber o grau de variação enfrentado nestas regiões, efectuou-se o cálculo da amplitude (que é em função da subtração do maior valor pelo menor valor de cada variável) e, a posterior para a visualização das tendências que vigoraram entre as variáveis nesses períodos estimou-se as médias em função de intervalos de 5 à 5 anos (2005-2010; 2010-2015) e no último intervalo considerou-se uma interpretação a parte para o ano de 2020 (2015-2019 e ano de 2020) através das quais se pôde aferir quão maior ou ínfimo foram os resultados dessas variáveis nas respectivas regiões de estudo.
- **Método Comparativo:** foi utilizado para comparar o desempenho das variáveis entre as regiões, com vista a observar primeiro, o comportamento das variáveis dependentes nos períodos que antecedem a pandemia e no decurso da mesma, assim como inferir possíveis relações entre as variáveis tais como: se realmente as regiões que apresentaram maior evolução do Covid-19 apontaram as performances mais fracas ao nível da cadeia de distribuição turística. Além disso foi possível confrontar os pressupostos teóricos que

sustentam que o sector turístico se apresenta como um dos mais duramente afectado nas diversas crises não sendo excepção a pandemia do Covid-19.

- **Método descritivo:** consistiu na descrição do comportamento de cada variável de estudo sobre as regiões em análise.

### **3.3.Redação do relatório**

A redação do texto e a representação dos dados em tabelas e gráficos foi feita em conformidade com o Regulamento de Culminação de Curso (2016) em vigor na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, com auxílio dos programas informáticos Word e Excel 2016 componentes do pacote Microsoft office.

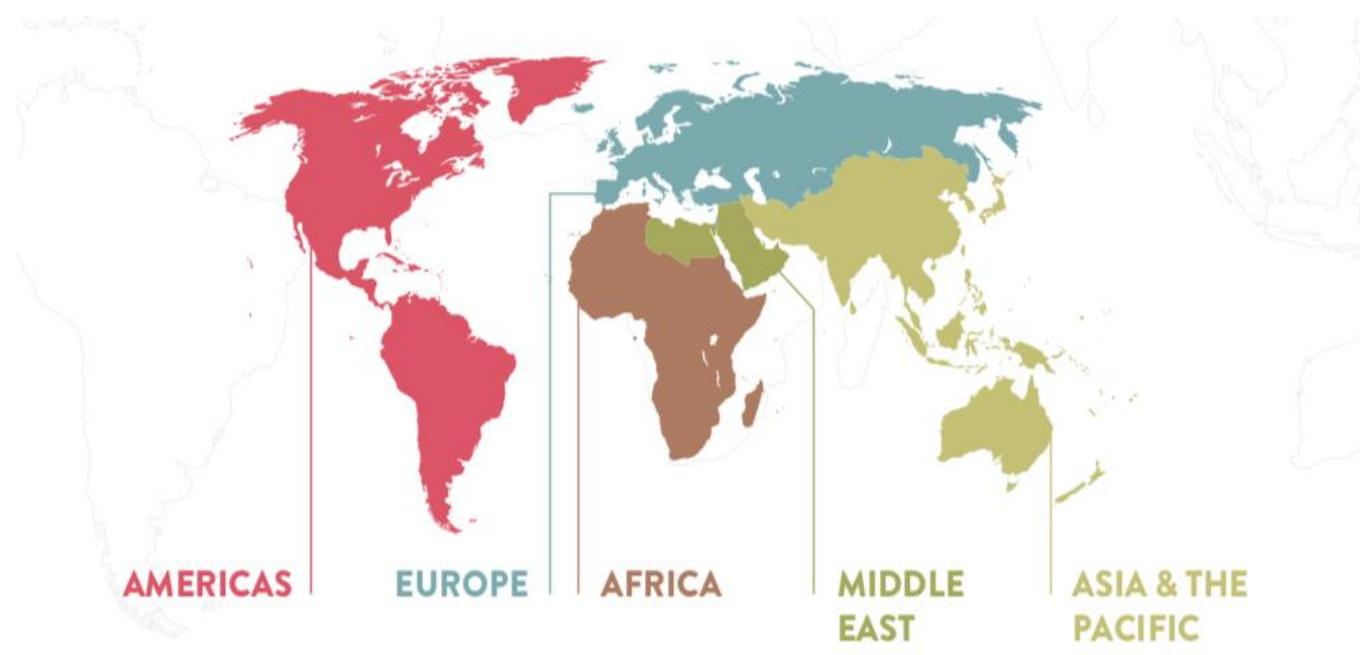
## 4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Nesta parte do trabalho é feita apresentação dos resultados oriundos do levantamento de dados secundários.

### 4.1. Composição do mapa turístico global

O mapa do turismo em uso no trabalho é composto por cinco grandes regiões e doze sub-regiões a citar: África (África Subsariana e África do Norte); Américas (América Latina, Caribe e América do Norte); Europa (Outra Europa e União Europeia); Ásia e Pacífico (Sul da Ásia, Ásia Central, Sudeste Asiático, Nordeste Asiático e Oceânia) e Médio Oriente. A figura abaixo ilustra as regiões em destaque:

Figura 3- Mapa das regiões turísticas



Fonte: OMT (2019)

### 4.2. Desempenho dos indicadores da cadeia de valor do turismo

#### 4.2.1. Demanda turística

De forma generalizada a demanda turística teve uma evolução positiva nos dois primeiros intervalos amostrais, 2005 a 2010 e 2010 a 2015, tendo crescido em média 5,9 e 4% no volume de chegadas turísticas, como também 8,7 e 3,9% nas receitas turísticas, respectivamente. Como se pode observar na tabela 1, ambos intervalos tiveram variações positivas de demanda turística em

todas regiões, sendo notável uma tendência de progressão onde, de forma global as chegadas turísticas médias saíram de 896,5 à 1126,4 milhões, e, as receitas turísticas médias de 871,8 à USD 1161 bilhões.

<b>Período</b>  <b>Região</b> <b>Turística</b>	<b>Chegadas Turísticas Médias (Milhões)</b>						<b>Receitas Turísticas Médias (USD Bilhões)</b>					
	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	Mundo	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	Mundo
Ano de 2005	34,8	133,3	154,1	452,7	33,7	808,6	22	158	138	356	29	703
2005-2010	43	142,6	180,2	485,6	45,2	896,5	28,3	183,4	191,8	430,7	37,7	871,8
<b>Variação média (%)</b>	<b>7,8</b>	<b>2,7</b>	<b>6,3</b>	<b>1,7</b>	<b>11,1</b>	<b>5,9</b>	<b>7,1</b>	<b>6,1</b>	<b>13,4</b>	<b>4,3</b>	<b>12,7</b>	<b>8,7</b>
2010-2015	54,4	178,3	262	575,9	55,8	1126,4	33,8	255,1	327,4	495	49,7	1161
<b>Variação média (%)</b>	<b>1,5</b>	<b>5,1</b>	<b>6,5</b>	<b>4,5</b>	<b>2,2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>7,2</b>	<b>7</b>	<b>2,3</b>	<b>2,1</b>	<b>3,9</b>
2015-2019	63,3	208,7	325	673	63,3	1333,4	35,4	312	397,6	520,3	69,1	1334,5
Ano de 2020	18	69,9	59,4	235,1	18,9	401,3	13	129	131	234	28	535
<b>Variação média (%)</b>	<b>-71,6</b>	<b>-66,5</b>	<b>-81,7</b>	<b>-65,1</b>	<b>-70,1</b>	<b>-69,9</b>	<b>-63,3</b>	<b>-58,7</b>	<b>-67,1</b>	<b>-55</b>	<b>-59,5</b>	<b>-59,9</b>

Tabela 1- Demanda turística regional de 2005 à 2020

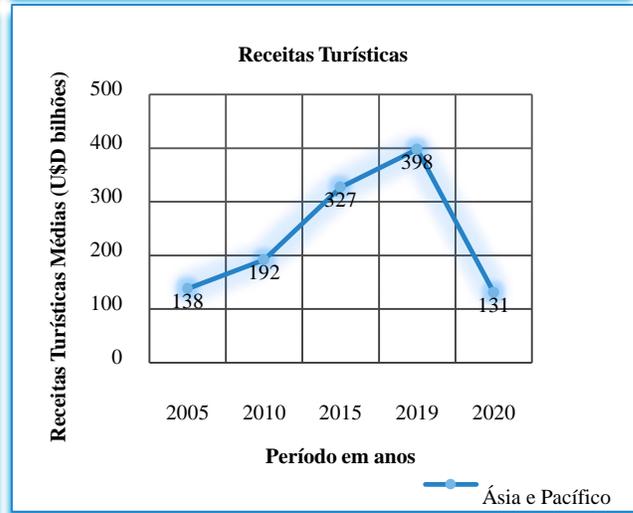
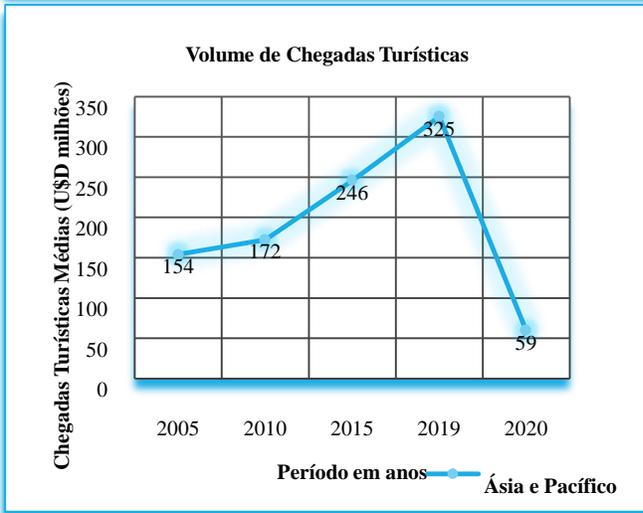
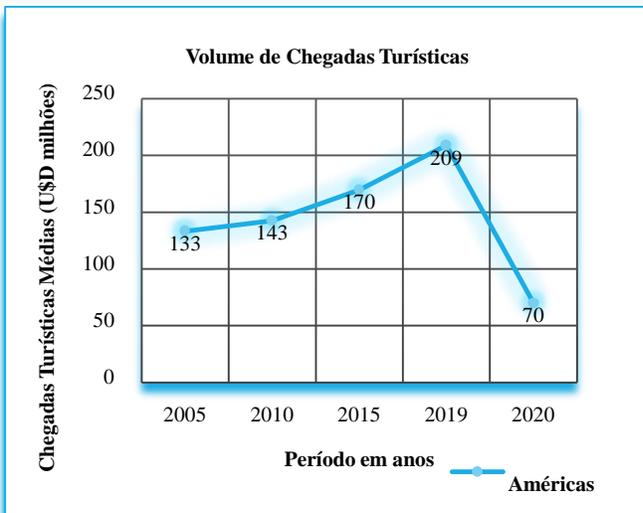
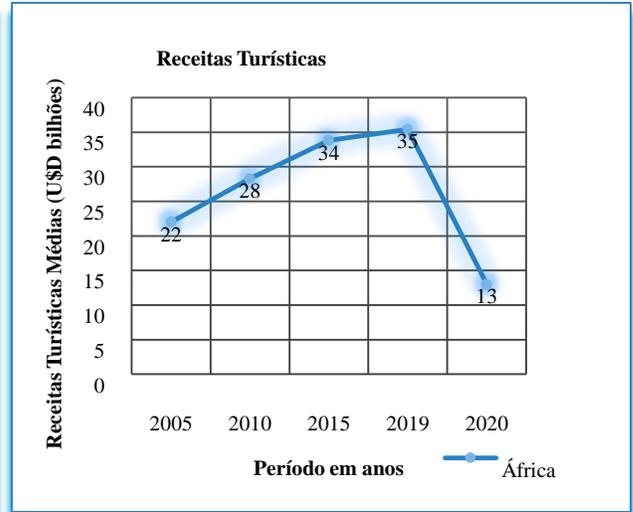
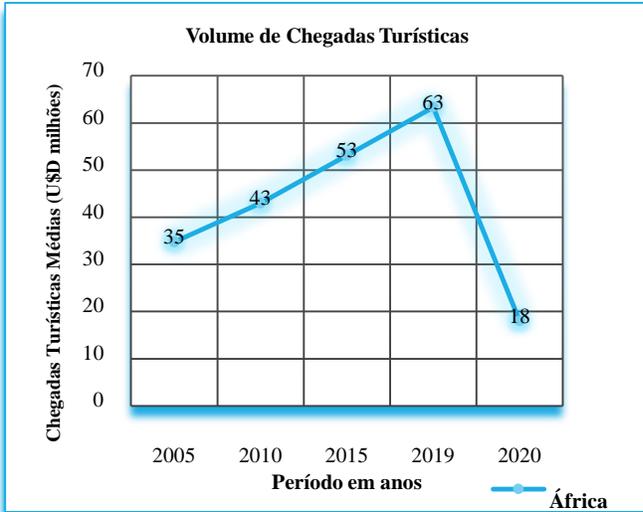
Fonte: Autora baseada em dados da OMT (2007, 2010, 2020), Statista (2020)

Porém, o último intervalo não obedeceu a mesma tendência devido a performance apontada no ano de 2020 em que a taxa cresceu negativamente até a média de 73% quanto ao volume de chegadas turísticas e 64% em termos de volume de receitas turísticas.

Quando excluído o ano crítico é observado, na tabela 1, que o intervalo encerra com resultado positivo, uma média global de chegadas de 1333,4 milhões e de USD 1334,5 bilhões de receitas, o que representa um crescimento entre períodos de 18,4 e 14,9%, respectivamente. Do contrário, a inclusão do ano crítico encerra o ciclo de 2015 a 2020 no negativo (-11%) o que representa uma queda de 7 pontos percentuais comparativamente ao anterior intervalo, como se vê na figura 4, a demanda turística de todas as regiões desenfreadou.

Outrossim, quanto ao espectro regional, no período 2005 a 2010 a variação média de crescimento mais apreciável foi verificada no Médio Oriente (cerca de 11,9%), seguido da Ásia e Pacífico com 9,8%, e a variação média mais baixa coube a Europa e as Américas, 3 e 4,4% , respectivamente, duas grandes regiões que como indicado na pesquisa de Monti (2011) foram as mais afectadas com a redução da demanda apontada no fim do intervalo, motivados pela diminuição dos orçamentos de pedágio e viagens, bem como pela diminuição de viagens de longo curso em favor de viagens de curta distância, dado os desafios impostos pela crise económico-financeira de 2008/2009.

Ademais, no intervalo seguinte a Ásia e Pacífico foi a que melhor desempenho percentual obteve (6,75%) comparativamente a outras regiões. No entanto, esta mesma região foi a que mais perdas sofreu no último intervalo amostral, chegando as variações médias negativas de 81,7% nas chegadas e 67,1% das receitas como ilustrado na tabela acima.



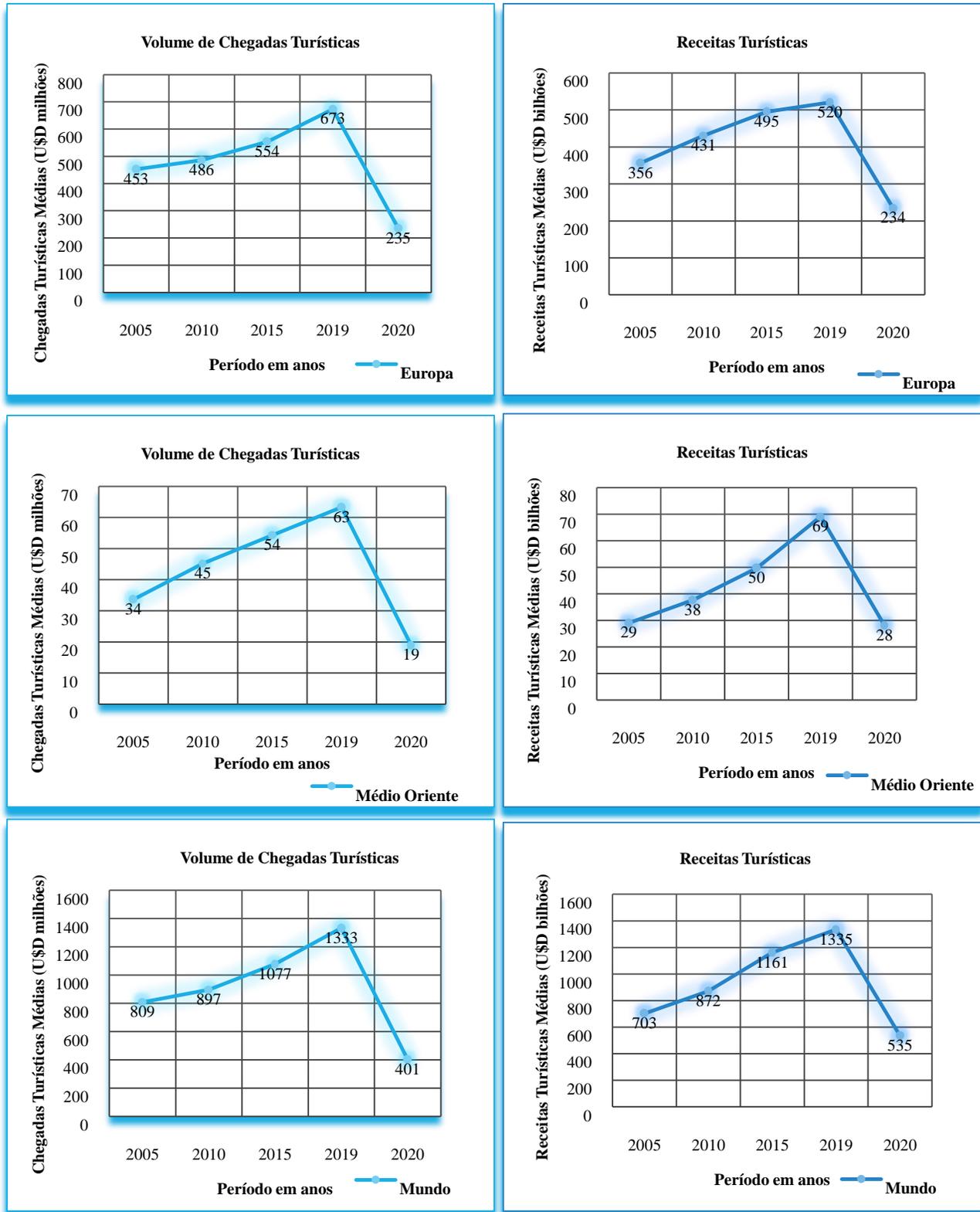


Figura 4- Demanda Turística de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da OMT (2007, 2010, 2020), Statista (2020)

Por outro lado, o primeiro quartil de 2020 teve a situação minimizada por se tratar do princípio da pandemia e esta não ter ainda se alastrado por completo às 5 regiões. Por fim, o último quartil caracterizou-se por reduções mais brandas, com a reabertura das regiões a medida que a situação epidemiológica foi minimamente controlada, como ilustrado na figura 15.

Ainda no contexto pandémico, estima-se que a demanda de 2020 é 3 vezes mais baixa quando comparada a média dos últimos 4 anos, o que representa uma perda global de cerca de 932,1 milhões de chegadas e de U\$D 799,5 bilhões de receitas turísticas. Apesar de a Europa ter somado a maior queda em termos absolutos, continuou na liderança do pódio (contando com 5 países no *ranking* dos 10 destinos turísticos mais visitados), como a região com a maior demanda turística tanto em termos de chegadas, 235,1 milhões, quanto em termos de receita, U\$D 234 bilhões, o que lhe conferiu uma percentagem de participação de 59% e 44% (vide figura 5) do universo de 401,3 milhões do volume de turistas e de U\$D 535 bilhões de receitas, respectivamente.

Ásia e Pacífico foi a região com maior desaceleração percentual (perda de 76,8% de demanda média<sup>2</sup>), seguida do Médio Oriente (com perda de 69,9%). No demais, Américas foi a região que menos sofreu, tendo declinado em média 65,5%, aproximadamente 3 pontos percentuais menos que África (68,7%).

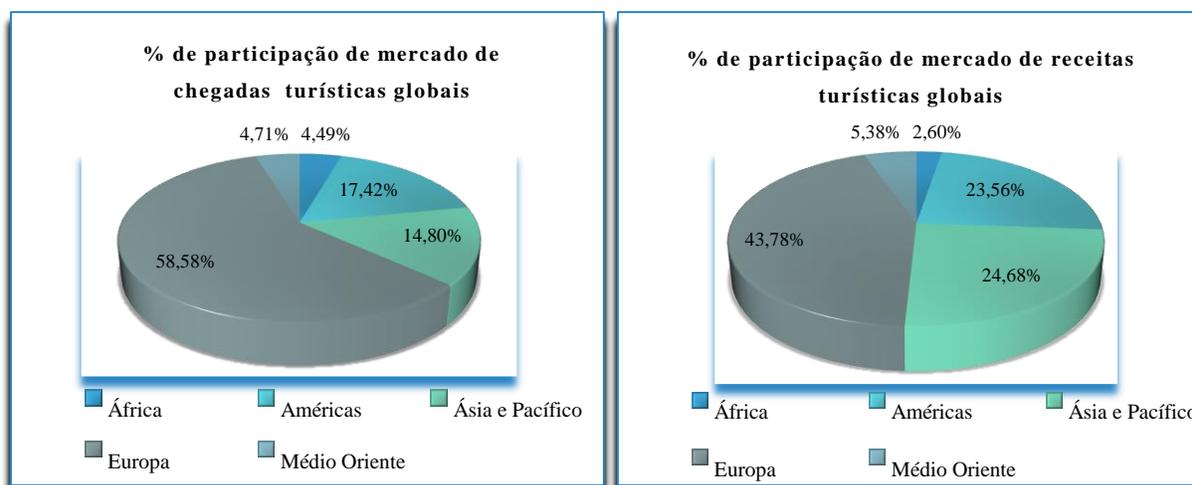


Figura 5- Percentagem de participação regional na demanda turística

<sup>2</sup> Esta percentagem é a média entre o percentual de queda do volume de chegadas e das receitas turísticas.

Fonte: Autora baseada em dados da OMT (2020)

#### **4.2.2. Indicadores do ramo hoteleiro**

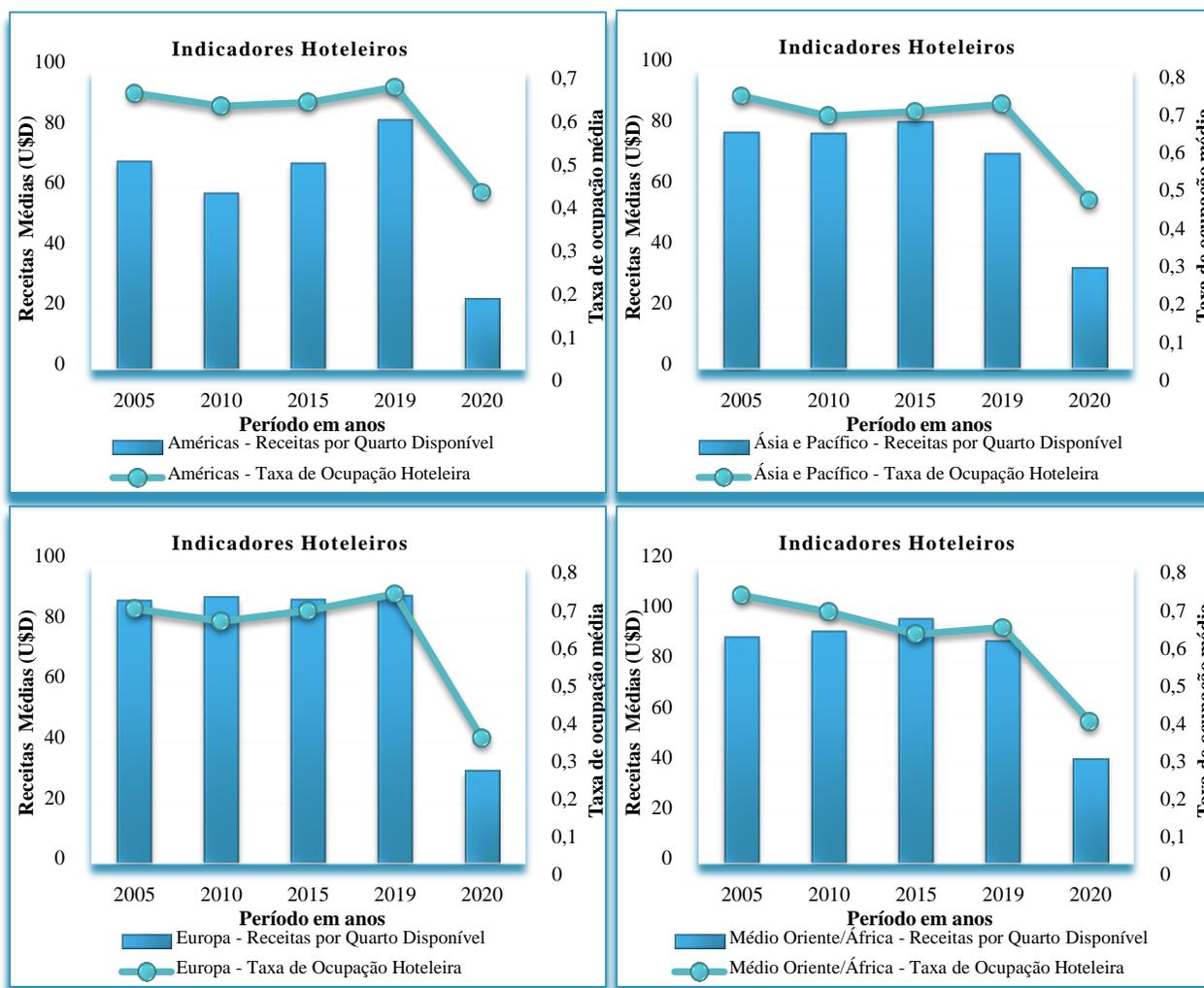
Os dados apontam que o primeiro ano da pandemia apresentou a pior performance da última década (2011-2020), com os indicadores receitas por quarto disponível (RevPAR) e taxa de ocupação ficando em USD 32,4 (USD 50,4 a menos, cerca de 60,9% de queda da RevPAR global média de 2015 a 2019) e 39% (equivalente a perda de 42,1% da taxa de ocupação global média de igual período), vide tabela 2. Ainda, as estimativas mostram que os resultados do ano crítico comparando-os com a média dos últimos quatro anos ficaram entre aproximadamente 2 e 3 vezes abaixo, quanto a taxa de ocupação e o RevPAR, nessa mesma ordem. Neste cenário destacam-se as Américas com uma queda de até 4 vezes em seu RevPAR (passando de USD 82,7 a 23,6) e a Europa com uma taxa de ocupação reduzindo mais do que a metade da média desse mesmo intervalo (saindo de 71,4 a 33,1%) em 2020.

<b>Período</b>	<b>RevPAR Média (U\$D)</b>					<b>Taxa de Ocupação Média</b>				
	<b>África e Médio Oriente</b>	<b>Américas</b>	<b>Ásia e Pacífico</b>	<b>Europa</b>	<b>Mundo</b>	<b>África e Médio Oriente</b>	<b>Américas</b>	<b>Ásia e Pacífico</b>	<b>Europa</b>	<b>Mundo</b>
Ano de 2005	90	69	78	87	81	71	64	72	67,4	68,6
2005-2010	92,3	58,5	77,9	88,2	79,2	66,6	61	66,7	64,1	64,6
<b>Variação média (%)</b>	<b>3,1</b>	<b>1,5</b>	<b>4</b>	<b>1,4</b>	<b>1,8</b>	<b>2,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,3</b>	<b>0,8</b>	<b>1,7</b>
2010-2015	97,3	68,4	81,4	87,3	83,6	60,8	61,9	68	67	64,4
<b>Variação média (%)</b>	<b>0,4</b>	<b>6</b>	<b>4,1</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,72</b>	<b>2,4</b>	<b>0,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>
2015-2019	88,5	82,7	71,1	88,8	82,8	62,5	65,4	69,8	71,4	67,3
Ano de 2020	41,8	23,6	33,4	30,9	32,4	37,5	41	44,5	33,1	39
<b>Variação média (%)</b>	<b>-53,3</b>	<b>-71,5</b>	<b>-53</b>	<b>-65,2</b>	<b>-60,9</b>	<b>-40</b>	<b>-37,3</b>	<b>-36,2</b>	<b>-53,6</b>	<b>-42,1</b>

Tabela 2- Indicadores Hoteleiros de 2005 a 2020

Fonte: Autora baseada em dados da Deloitte (2005); Bader e Geieregger (2006); Chappell(2007); Raulea, Titu e Titu (2016); STR (2012, 2014, 2016, 2019, 2020).

Verifica-se também que ao longo do período pandêmico, estas duas regiões que representaram as piores performances são as mesmas que em anos anteriores foram intercalando a liderança destes indicadores. Ademais, a fig. 3 ilustra uma queda entre 2019/2020, que pôs fim a um período formidável de crescimento contínuo em que se alcançou uma média global de até 7,39% de RevPAR (2017/18) e 1,86% de taxa de ocupação (2016/2017).



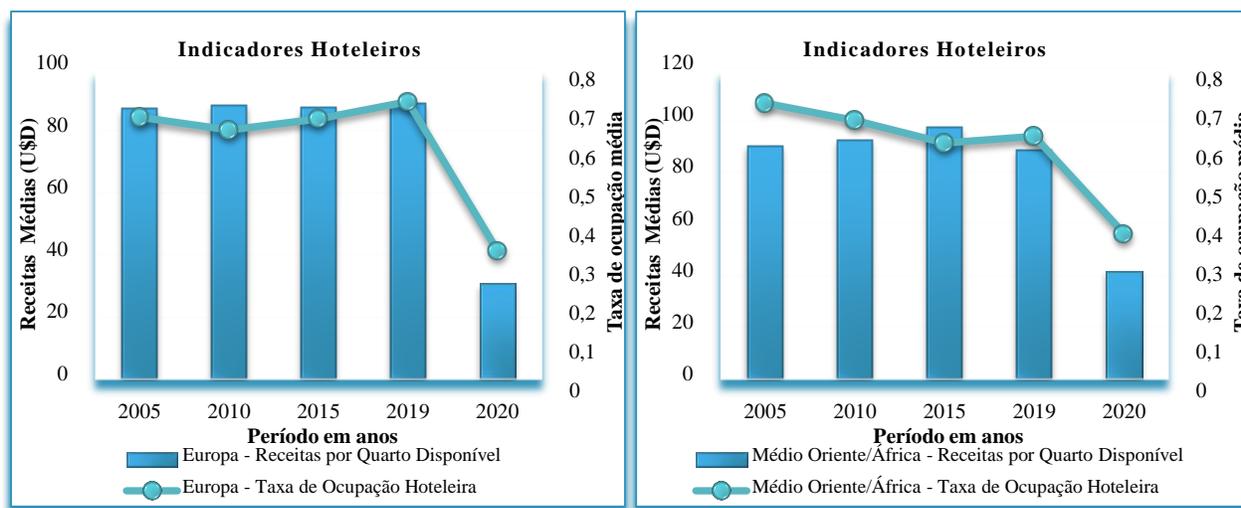


Figura 6- Indicadores hoteleiros de 2005 a 2020

Fonte: Autora baseada em dados da Deloitte (2005); Bader e Geieregger (2006); Chappell(2007); Raulea, Titu e Titu (2016); STR (2012, 2014, 2016, 2019, 2020).

Por conseguinte, na perspectiva mensal, estes indicadores tiveram desempenho inferior em quase todos os meses de 2020, com ênfase para o segundo quartil que registou as piores performances em que os meses de Abril, Maio e Junho fecharam com as RevPAR em queda de 82,32; 74,73 e 73,06% e a taxa de ocupação em 72,48; 61,14 e 60,88% respectivamente.

#### 4.2.3. Indicadores de transporte aéreo

De igual maneira, o transporte aéreo, um dos principais meios utilizados pelos viajantes viu seu tráfego internacional de passageiros cair em 60%, a capacidade de assentos reduziu em 50% em todo mundo, o que significa que apenas 1,8 bilhões de passageiros voaram durante o primeiro ano de pandemia, em comparação com 4,5 bilhões em 2019, facto que significou a perda de 370 bilhões de receitas aéreas globais.

Sob ponto de vista das regiões turísticas, as evidências indicam quedas nas receitas, número de passageiros e capacidade de assentos, de USD 120 bilhões, 916 milhões e 45% para Ásia e Pacífico; USD 100 bilhões, 770 milhões e 58% para Europa; USD 114 bilhões, 794 milhões e 48% para as Américas; USD 22 bilhões, 132 milhões e 60% para Médio Oriente; e USD 14 bilhões, 78 milhões e 58% para África, respectivamente.

Adicionalmente, como se ilustra na tabela 3, o índice de passageiros transportados e das receitas-passageiros por quilómetros (RPQ) desenfreado em 2020, conseqüentemente, os resultados alcançados nesse período caíram para valores abaixo dos atingidos em torno de uma década e meia, isto é, os resultados estiveram abaixo das médias globais dos dois primeiros intervalos, tal que em comparação com 2005 a 2010 e 2010 a 2015 foram transportados entre 458 mil e 1.380 milhões de passageiros e geradas entre 1206,7 e 2616,6 milhões de receitas-passageiros por quilómetros a menos, respectivamente.

Ainda na tabela 3, percebe-se que o período com o desempenho mais robusto foi o segundo, onde a média de crescimento global destes indicadores esteve entre 7,1% (RPQ) e 7,8% (passageiros transportados) e, nesta senda notabiliza-se a Ásia e Pacífico que do primeiro intervalo ao segundo viu a demanda aérea média crescer 67,7%.

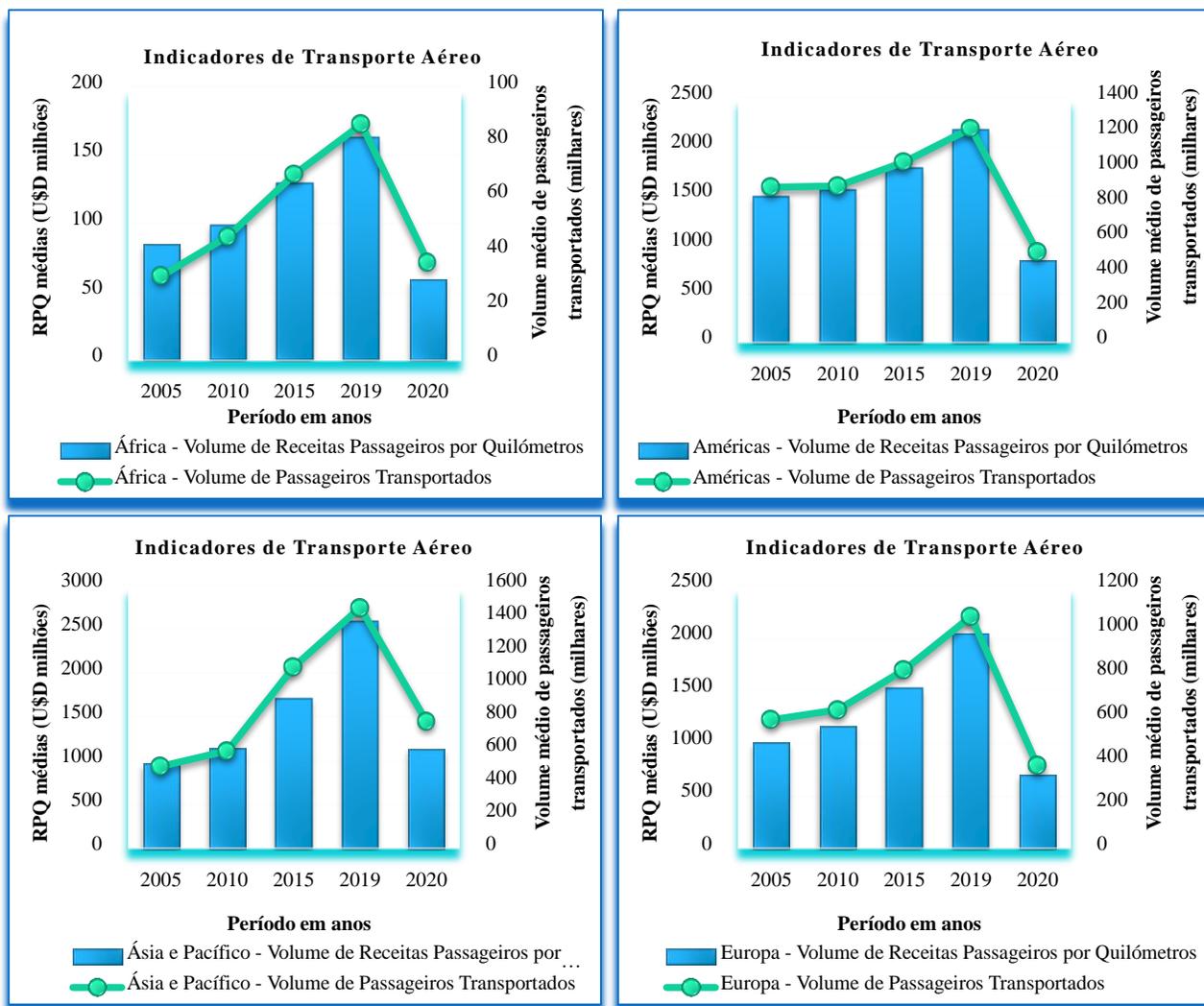
Quanto ao último intervalo, quando excluído o ano crítico, as variações médias mostram-se positivas com os percentuais de 6,17 passageiros transportados e 7,1 de RPQ, enquanto que a inclusão de 2020 resultou em percentuais negativos de 55,8 e 61,1 na mesma ordem dos indicadores, tal como se observa na tabela abaixo.

<b>Período</b>  <b>Região Turística</b>	<b>Volume médio de Passageiros Transportados em milhares</b>						<b>Receita por Passageiro-Quilómetros média (USD milhões)</b>					
	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	Mundo	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	Mundo
Ano de 2005	31	888	499	587	60	2065	84,8	1493,7	967,4	1004,9	168,9	3719,7
2005-2010	45,5	893,4	594,4	632,5	83,8	2249,6	99,4	1555,2	1141,7	1162,1	238,3	4196,7
<b>Varição média (%)</b>	<b>15,5</b>	<b>1</b>	<b>7,4</b>	<b>5,2</b>	<b>13,7</b>	<b>4,5</b>	<b>8,2</b>	<b>1,7</b>	<b>5,9</b>	<b>5,5</b>	<b>15,8</b>	<b>4,8</b>
2010-2015	68,3	1032,7	1104,8	815,5	150,8	3172,1	129,9	1778,4	1707,3	1520,8	470,3	<b>5606,6</b>
<b>Varição média (%)</b>	<b>3,8</b>	<b>4,1</b>	<b>19,1</b>	<b>4,4</b>	<b>10,7</b>	<b>7,8</b>	<b>3</b>	<b>4,1</b>	<b>10,5</b>	<b>6,2</b>	<b>11,8</b>	<b>7,1</b>
2015-2019	86,5	1224,1	1465,7	1059,2	214,3	4049,8	163,6	2170,3	2595,7	2038	713,4	7681
Ano de 2020	36	518,5	773	377,8	86,2	1791,6	59,4	834,2	1136,4	702	258	2990
<b>Varição média (%)</b>	<b>-58,4</b>	<b>-57,6</b>	<b>-47,3</b>	<b>-64,3</b>	<b>-59,8</b>	<b>-55,8</b>	<b>-63,7</b>	<b>-61,6</b>	<b>-56,2</b>	<b>-65,6</b>	<b>-63,8</b>	<b>-61,1</b>

Tabela 3- Indicadores de Transporte Aéreo de 2005 à 2020.

Fonte: Autora baseada em dados da OIAC (2007, 2010, 2013, 2016, 2019, 2020).

Por último, a figura 7 ilustra tendências de crescimento positivo para os dois primeiros intervalos e uma tendência de declínio para 2015 a 2020, fortemente influenciada pela performance de 2020, onde os resultados somados foram 2 vezes inferior para o volume médio de passageiros transportados e 3 vezes inferior para a RPQ relativamente aos últimos 4 anos.



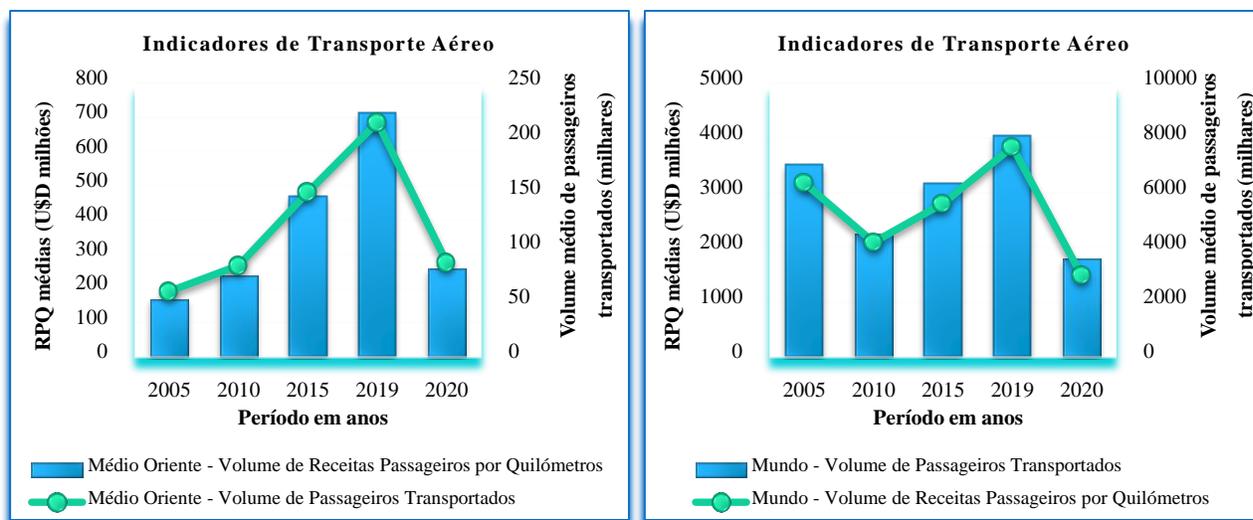


Figura 7- Indicadores de Transporte Aéreo de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da OIAC (2007, 2010, 2013, 2016, 2019, 2020).

#### 4.2.4. Indicadores de Agenciamento

Quanto ao agenciamento de viagens, as estatísticas indicam que para 2020 as perdas registadas pelas duas maiores representantes do ramo, a Booking Holdings e o Grupo Expedia foram na ordem de 54,9 e 57%, uma redução para USD 6,80 e 5,19 bilhões, respectivamente (vide tabela 4), ainda neste prisma, observa-se que em relação aos últimos quatro anos (2015-2019) as Receitas médias de Reservas de Viagens ficaram um pouco acima da metade da média deste intervalo.

Período Agência de Viagens	Receitas de Reservas de Viagens Médias (USD bilhões)	
	Booking Holdings	Expedia Group
Ano de 2005	0,96	2,11
2005-2010	1,75	2,70
<b>Variação média (%)</b>	<b>26,5</b>	<b>9,8</b>
2010-2015	6,20	4,60
<b>Variação média (%)</b>	<b>24,9</b>	<b>15</b>
2015-2019	12,52	9,85
Ano de 2020	6,80	5,19
<b>Variação média (%)</b>	<b>-45,7</b>	<b>-47,3</b>

Tabela 4- Receitas de Reservas de Viagens de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados do Expedia Group Annual Report (2010, 2015, 2020); Booking Holdings Annual Report (2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018, 2020).

Aliado a isto, comparações feitas com períodos anteriores, mostram que mesmo em 2009 (entre 2005 a 2010), em meio a crise financeira, estas grandes empresas tiveram crescimento positivo, contrário ao que sucedeu em 2020. A título de exemplo, os grupos Expedia e Booking Holdings aumentaram 0,68% e 24,47% em receitas de reservas de viagens globais, respectivamente, tendo-se tornado nas mais valiosas no ramo do agenciamento de viagens.

Adiante, observando a tabela 5 conclui-se que o segmento de reservas de noites de hotel continuou tendo maior aderência, totalizando 90,6% do total de reservas feitas em 2020, similarmente foi o único segmento que quando comparado seu desempenho com 2010 a 2015 chegou a crescer cerca de 45,7%, enquanto que as passagens aéreas caíram 11,7% e o aluguer de carros 18,2%.

Ademais, em relação a média dos últimos 4 anos foram perdidos 302,1 milhões de reservas de noites de hotel (equivalente a 46%), 1,14 milhões de reservas de passagens aéreas (cerca de 16%) e 39,3 milhões de reservas de aluguer de carros (correspondente a 55,9%).

<b>Reservas de Viagens Médias (em milhões) da Booking Holdings por segmento de Negócio</b>				
<b>Período</b>	<b>Agência de Viagens</b>	<b>Noites de Hotel</b>	<b>de Passagens Aéreas</b>	<b>Aluguer de Carros</b>
Ano de 2005		11,8	2,8	5,8
2005-2010		40,1	4,2	9,7
<b>Variação média (%)</b>		<b>51,1</b>	<b>18,6</b>	<b>23,6</b>
2010-2015		243,6	6,8	37,9
<b>Variação média (%)</b>		<b>36,4</b>	<b>5,6</b>	<b>30,3</b>
2015-2019		657,1	7,14	70,3
Ano de 2020		355	6	31
<b>Variação média (%)</b>		<b>-46</b>	<b>-16</b>	<b>-55,9</b>

Tabela 5- Reservas de Viagens da Booking Holdings por segmento de Negócio de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da Booking Holdings Annual Report ( 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018, 2020).

Contudo, apesar de 2020 ter atingido resultados que ficaram aproximadamente metade abaixo da média dos últimos 4 anos, superou o desempenho dos primeiros dois períodos tanto em termos de receitas quanto às reservas por segmento (vide figura 8).

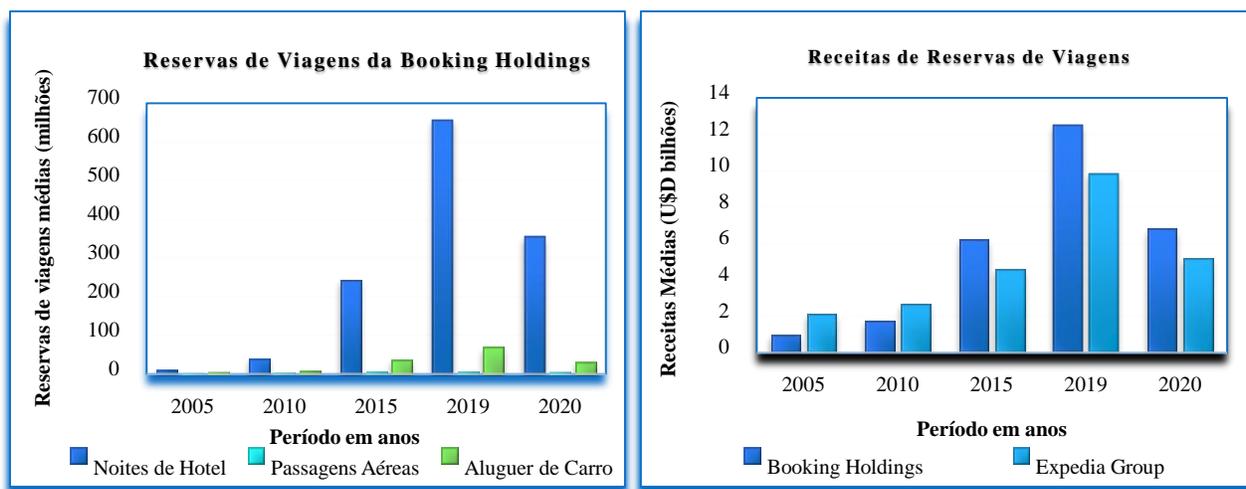


Figura 8- Indicadores de Agenciamento de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da Expedia Group Annual Report (2010, 2015, 2020); Booking Holdings Annual Report ( 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018, 2020).

#### 4.2.5. Indicadores de restauração turística e bebidas

No que tange a este ramo, as estatísticas mostram que de 2005 a 2019, os resultados gerados pelo segmento de serviço de restaurantes comerciais (no qual se enquadram bares e tavernas, locais de alimentação, locais de hospedagem e lugares gerenciados) foram animadores, com a maior média de crescimento a atingir 5,1% (2010 a 2015), vide tabela 6.

Período Segmento	Vendas Anuais Médias (USD bilhões)
	Segmento de Serviço de Restaurantes Comerciais
Ano de 2005	445
2005-2010	494,2
<b>Varição média (%)</b>	<b>3,6</b>
2010-2015	605,5
<b>Varição média (%)</b>	<b>5,1</b>
2015-2019	733,6
Ano de 2020	615
<b>Varição média (%)</b>	<b>-16,2</b>

Tabela 6- Vendas do Segmento de Serviço de Restaurantes Comerciais de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da Associação Nacional de Restaurantes<sup>3</sup> (2005, 2006, 2008, 2010, 2011, 2017, 2019, 2020).

Ainda assim, este tendo sido o ano crítico, seus resultados em vendas superaram as performances médias de 2005 a 2010 (em USD 111,3 bilhões) e 2010 a 2015 (em USD 9,5 bilhões), vide figura 9.

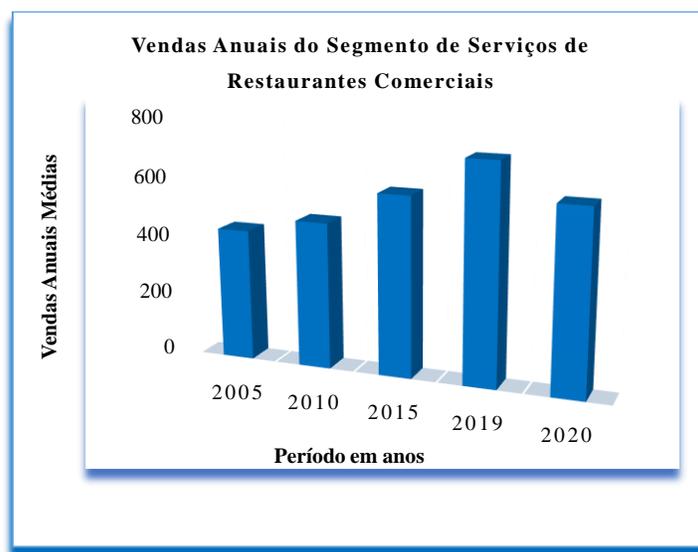


Figura 9- Indicadores de Restauração Turística e Bebidas de 2005 à 2020

<sup>3</sup> Estes dados são referentes a Associação Nacional de Restaurantes dos Estados Unidos da América

Fonte: Autora baseada em dados da Associação Nacional de Restaurantes<sup>4</sup> (2005, 2006, 2008, 2010, 2011, 2017, 2019, 2020).

#### 4.2.6. Indicadores económicos

##### 4.2.6.1. Contribuição para o PIB

No que concerne ao PIB, como se pode observar pela informação combinada da tabela 7 e da figura 10, este indicador acompanhou o ritmo de desaceleração experimentado pelos demais indicadores em 2020. Estima-se que o PIB de 2020 contraiu pouco mais de 49,1%, o equivalente a dizer que, se em 2019 o turismo contribuiu 10,4% para o PIB global (correspondente a USD 9170 bilhões), no ano crítico esta foi reduzida 5,5% (USD 4671 bilhões), que significa ter perdido USD 4498 bilhões. Importa enfatizar que estes resultados quando comparados aos anteriores períodos representaram perdas na seguinte ordem: 2005 a 2010 (13,4%), 2010 a 2015 (30,5%) e 2015 a 2019 (43,2%), vide tabela 7.

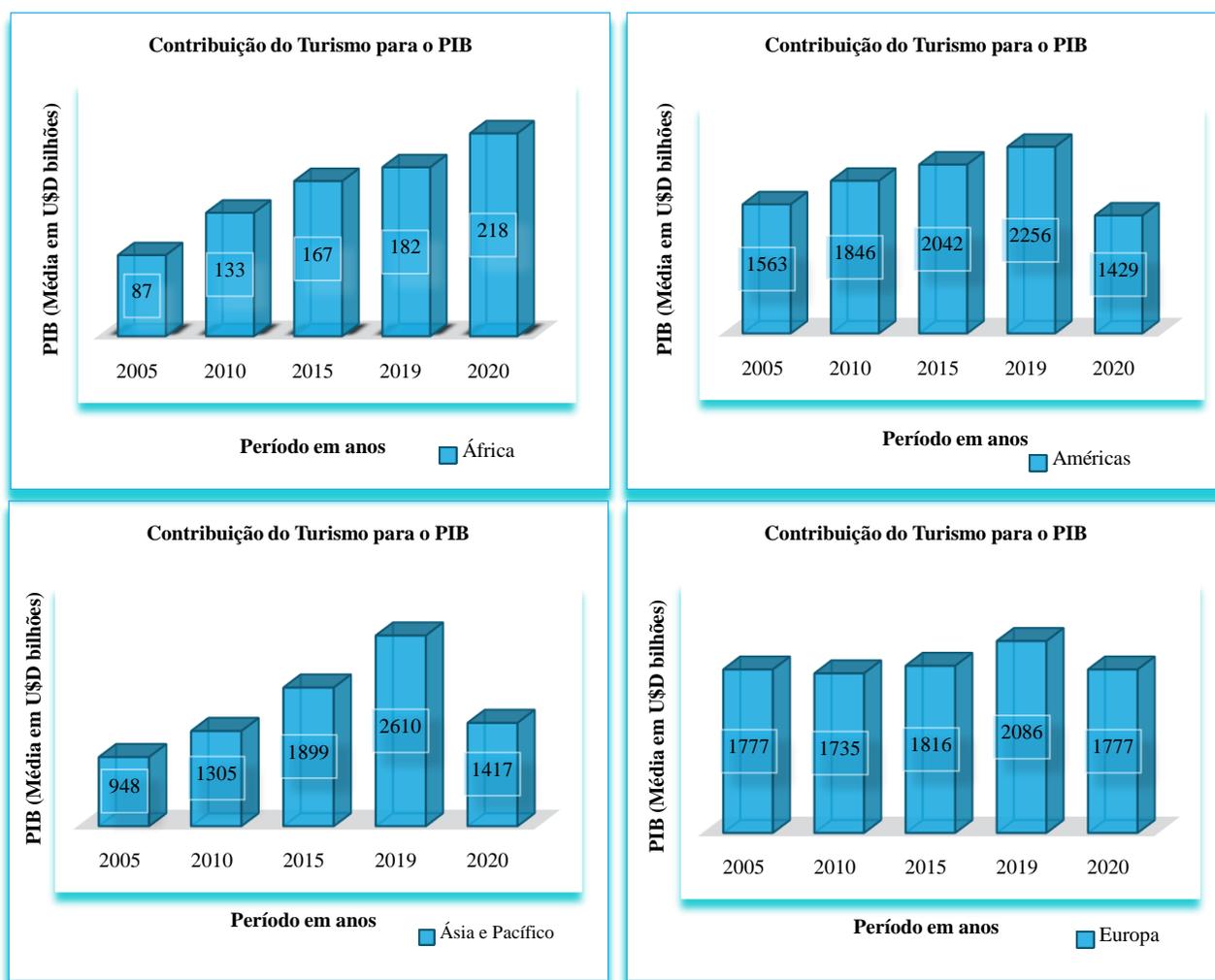
Período	Contribuição para o PIB (Média em bilhões)					
	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	Mundo
Ano de 2005	87,3	1562,6	947,6	1776,5	84,5	4746
2005-2010	132,9	1846,4	1305,5	1734,6	140,6	5393
<b>Variação média (%)</b>	<b>14,9</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>0,6</b>	<b>15,7</b>	<b>4,1</b>
2010-2015	166,9	2042	1899,5	1816,3	181,2	6725
<b>Variação média (%)</b>	<b>4,7</b>	<b>1,6</b>	<b>5,4</b>	<b>2,8</b>	<b>4,3</b>	<b>4,7</b>
2015-2019	181,7	2256,1	2609,5	2085,9	226,5	8218
Ano de 2020	86	1429	1417	1065	132	4671
<b>Variação média (%)</b>	<b>-52,7</b>	<b>-36,7</b>	<b>-45,7</b>	<b>-48,9</b>	<b>-41,7</b>	<b>-43,2</b>

Tabela 7- Indicador económico: Contribuição para o PIB de 2005 a 2020

Fonte: Autora baseada em dados da CMVT (2006, 2011, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020).

<sup>4</sup> Estes dados são referentes a Associação Nacional de Restaurantes dos Estados Unidos da América

Adiante, em 2020 a pior performance coube a Ásia e Pacífico com um decréscimo de USD 1644 bilhões (equivalente a 53,7%), seguido pela Europa com 51,4% (equivalente a USD 1126 bilhões) e, de forma generalizada a contribuição de 2020 para todas estas regiões foi aproximadamente 2 vezes menor relativamente a média dos últimos 4 anos, isto é, perdeu em média USD 2688,7 bilhões. Salienta-se ainda que as Américas retornaram a liderança do pódio (posição ocupada nos dois anteriores períodos) tendo somado a maior contribuição para o PIB (USD 1429 bilhões), superando a Ásia e Pacífico, qual liderou de 2015 a 2019, vide figura abaixo.



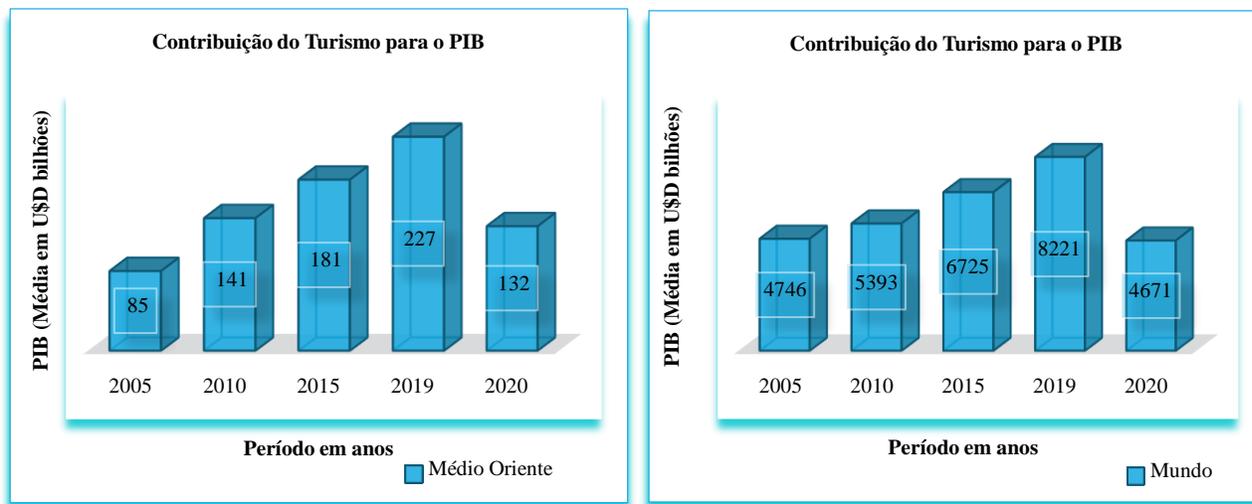


Figura 10- Contribuição para o PIB de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da CMVT (2006, 2011, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020).

Para além de 2020, o mundo registou tendências negativas entre 2012/2013 (3,69%) e 2014/2015 (5,59%). O primeiro caso resultou do desenfreamento da África e do Médio Oriente em consequência das crises do Ébola na África do Norte e a epidemia da Síndrome Respiratória do Médio Oriente e o último resulta da desaceleração de todas as regiões, com exceção das Américas, que agregou 1,54% a sua contribuição para o PIB.

#### 4.2.6.2. Geração de Empregos

Quanto a geração de empregos, acompanha-se ao longo da tabela 8 que as tendências apresentadas foram positivas, a destacar que de 2005 a 2010 o crescimento médio foi mais moderado na casa de 1,4%, que representa que em média foram gerados 230 milhões de empregos neste período, em seguida, 2010 a 2015 teve uma variação média global de 3,8% equivalente a dizer que 34 milhões de novos empregos foram agregados ao anterior resultado.

<b>Período</b>	<b>Geração de empregos (Média em Milhões)</b>						
	<b>Região Turística</b>	África	Américas	Ásia e Pacífico	Europa	Médio Oriente	Mundo
Ano de 2005		16,6	37,7	126,8	39,3	4	222
2005-2010		17,9	38,5	139,2	36,7	5,1	230
<b>Variação média (%)</b>		<b>3,3</b>	<b>4,1</b>	<b>1,8</b>	<b>2,7</b>	<b>8,2</b>	<b>1,4</b>
2010-2015		20,2	41	147,3	32,4	4,9	<b>264</b>
<b>Variação média (%)</b>		<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2,1</b>	<b>1,5</b>	<b>0,5</b>	<b>3,8</b>
2015-2019		22,8	43,2	170	36,4	5,7	308
Ano de 2020		17,5	33,4	151	34,9	5,7	272
<b>Variação média (%)</b>		<b>-23,4</b>	<b>-22,7</b>	<b>-11,2</b>	<b>-4,1</b>	<b>0</b>	<b>-11,6</b>

Tabela 8- Geração de empregos no Turismo de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da CMVT (2006, 2011, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020).

De igual maneira, os resultados mostraram se favoráveis de 2015 até 2019, cujo cumulativo médio alcançado foi de 308 milhões de empregos. Em contraste a isso, em 2020 as estatísticas mostraram um declínio de 11,6% em comparação a média global dos últimos quatro anos, equivalente a geração de 36 milhões de empregos a menos neste período.

Ademais, a comparação regional revela que a maior e menor região produtora de empregos no sector foi nesta ordem, a Ásia e Pacífico, que encerrou 2020 com 151 milhões de empregos) e o Médio Oriente, com 5,7 milhões de empregos para igual período. Coincidentemente, a Ásia e Pacífico foi a que mais empregos perdidos teve (vide figura 11), seguida das Américas com um declínio de 9,8 milhões de empregos com relação aos últimos 4 anos, ainda, neste contexto enfatiza-se que o Médio Oriente não chegou a sofrer nenhuma variação, vide tabela anterior.

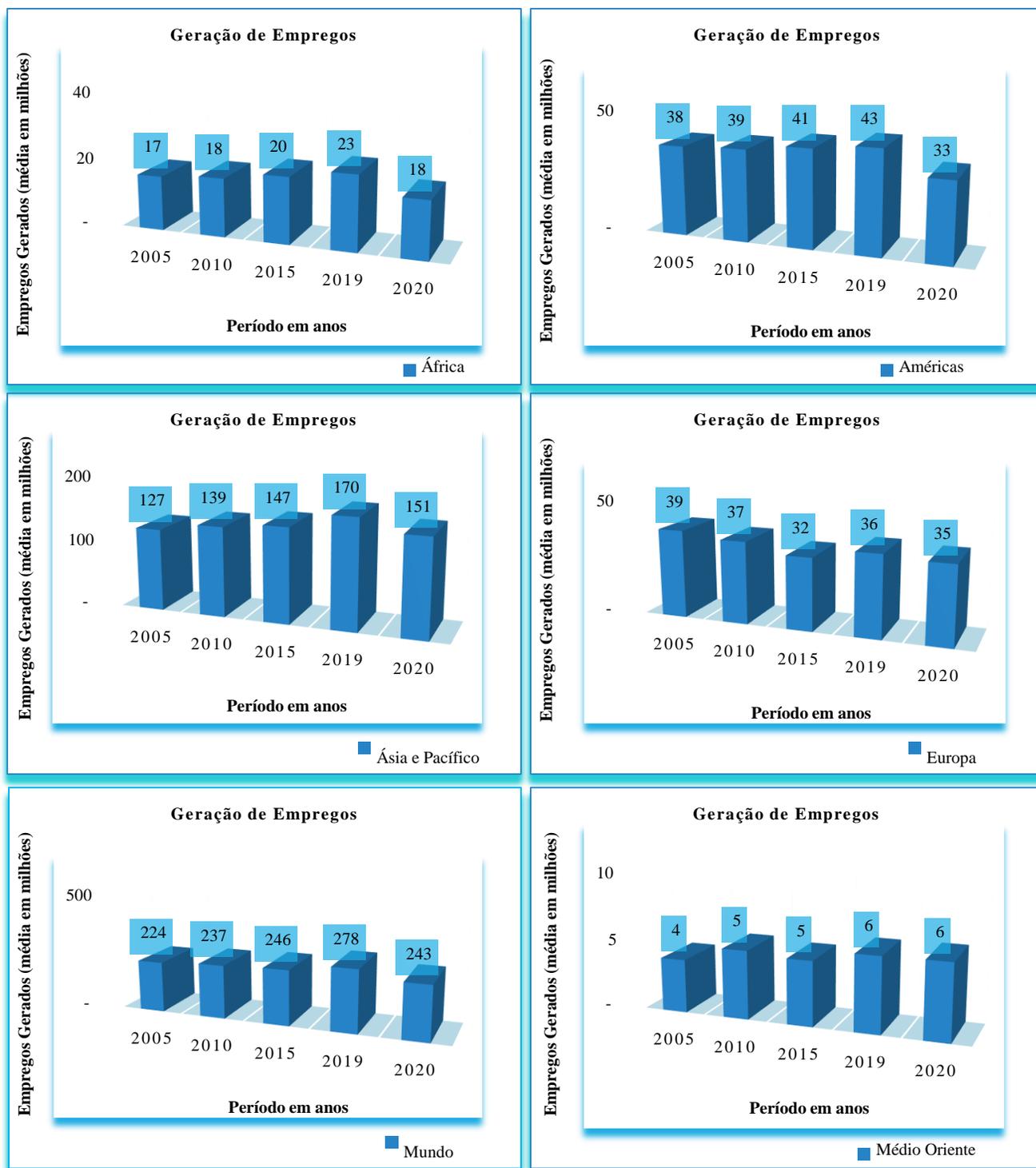


Figura 11- Indicador económico: Geração de empregos no Turismo de 2005 à 2020

Fonte: Autora baseada em dados da CMVT (2006, 2011, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020).

### **4.3.Evolução do novo coronavírus (Covid-19)**

#### **4.3.1. Na óptica de número de casos e de mortes**

O primeiro universo de casos confirmados (no total 27) datam precisamente de dezembro de 2019, e foram relatados na região da Ásia, entretanto, em igual período do ano as outras regiões aqui estudadas não apresentavam incidência de casos confirmados de Covid-19. Similarmente, as primeiras mortes foram confirmadas na Ásia com cerca de 213 óbitos ocorridos em janeiro de 2020, portanto, após este período maior parte das regiões registaram números de casos e mortes a taxas de crescimento exponencial. Segundo estimativas anuais, a América ao fim de 2020 contabilizava 30.887.593 casos e 785.420 mortes, tendo inclusive ocupado o pódio como a região mais afectada, sendo seguida pela Europa e pela Ásia que totalizaram 21.400.012 e 16.782.046 casos e 479.789 e 290.129 mortes respectivamente, e por fim a África apresentou-se como a região menos duramente afectada, com cerca de 2.379.827 casos e 56.334 mortes.

Até ao fim do primeiro quartil, o comportamento destes indicadores assimilava-se em quase todas as regiões (vide figura 12) mostrando um crescimento galopante em todas elas. A Europa só no intervalo de janeiro a fevereiro aumentou de 15 a 1139 casos (um crescimento de mais de 100%), idem com a Ásia que de dezembro de 2019 a janeiro de 2020 passou dos anterior 27 a 9766 casos. Contudo, o pico do contágio e das mortes foi por estas alcançado em diferentes alturas, a Europa por exemplo atingiu o pico de ambas variáveis em novembro (7.854.563 casos e 132.821 mortes), a Ásia em setembro (3.463.419 casos e 50.002 mortes), a América nos meses de novembro (6.276.369 casos) e agosto (112.185 mortes) e a África em julho (516.291 casos) e agosto (10.274 mortes).

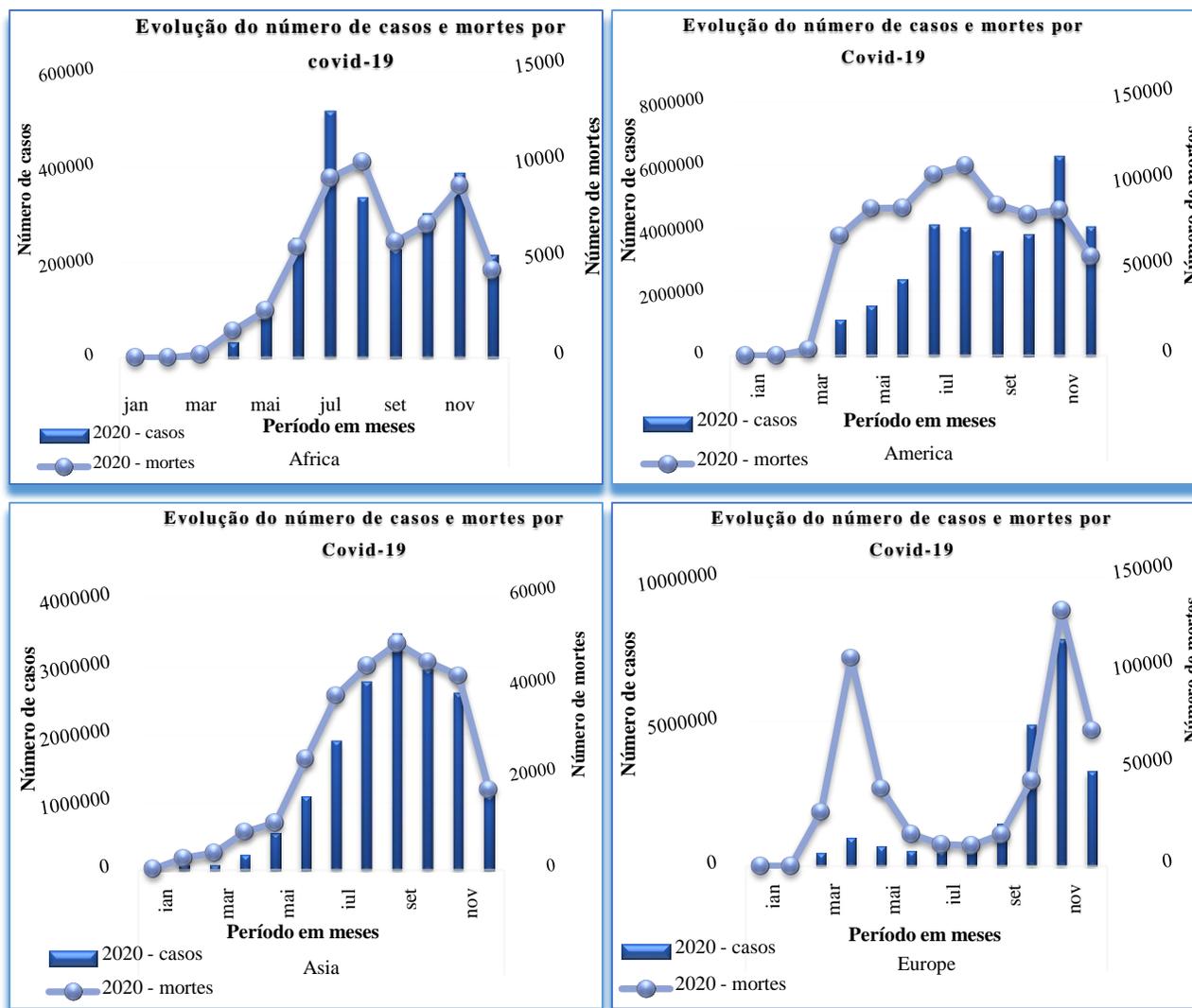


Figura 12- Evolução do Covid-19 de Janeiro a Dezembro de 2020

Fonte: Autora baseada em dados da Woldometer (2020).

#### 4.3.2. Na óptica de medidas restritivas

No tocante as medidas restritivas impostas como resposta ao Covid-19 observa-se que no início do primeiro quartil, quando ainda apenas a Ásia apresentava casos confirmados verifica-se que nenhuma das regiões estava sob medidas restritivas que estivessem directamente ligadas as viagens, nomeadamente: triagem, quarentena em regiões de risco, banimento das regiões de alto risco, encerramento total das fronteiras (vide parte a da figura 13). Importa salientar que os governos regionais adoptaram uma série de medidas de diversas ordens como se pode ver no

estudo “A Global panel database of pandemic policies (Oxford Covid-19 Government Response Tracker)” de Angrist et al., (2021).

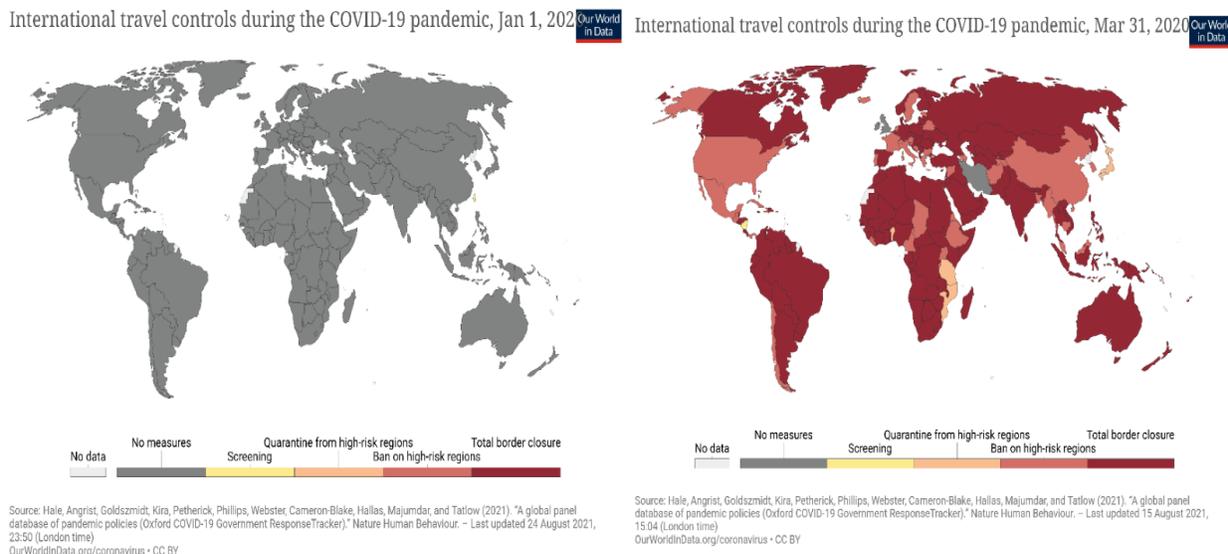
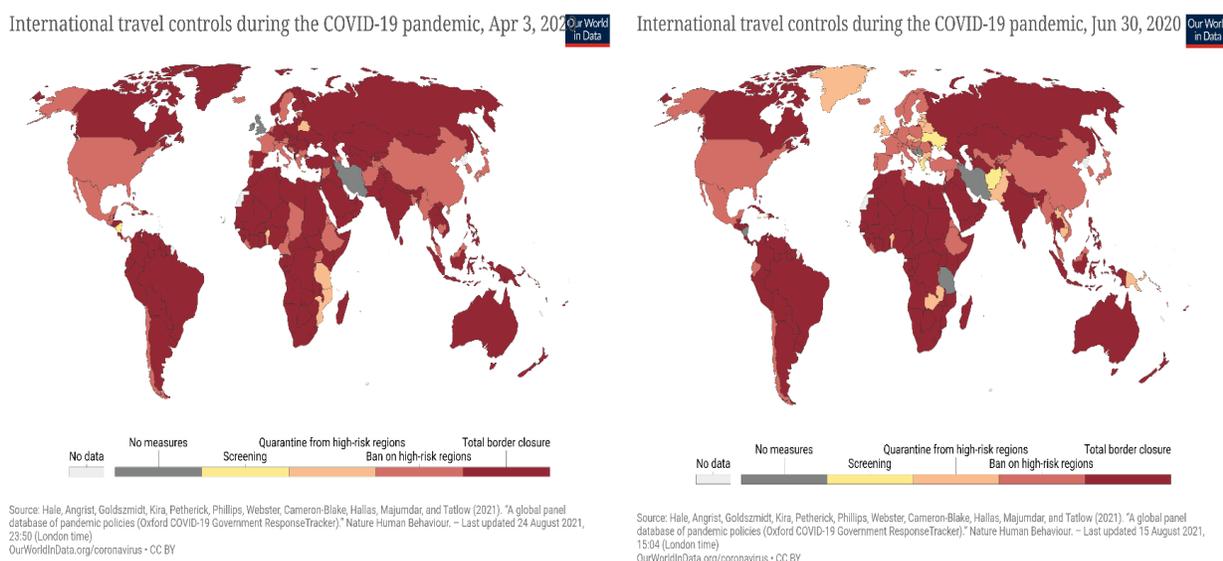


Figura 13- Medidas restritivas implementadas no primeiro quartil de 2020

Fonte: Woldometer (2020)

Ainda, se observa que a partir do fim do primeiro quartil até ao princípio do terceiro quartil (vide parte b da figura 13 e figura 14) maior parte das regiões haviam fechado por completo suas fronteiras, o que significa que estavam no quinto nível da escala das medidas de controle de viagens implementadas no âmbito da Covid-19.



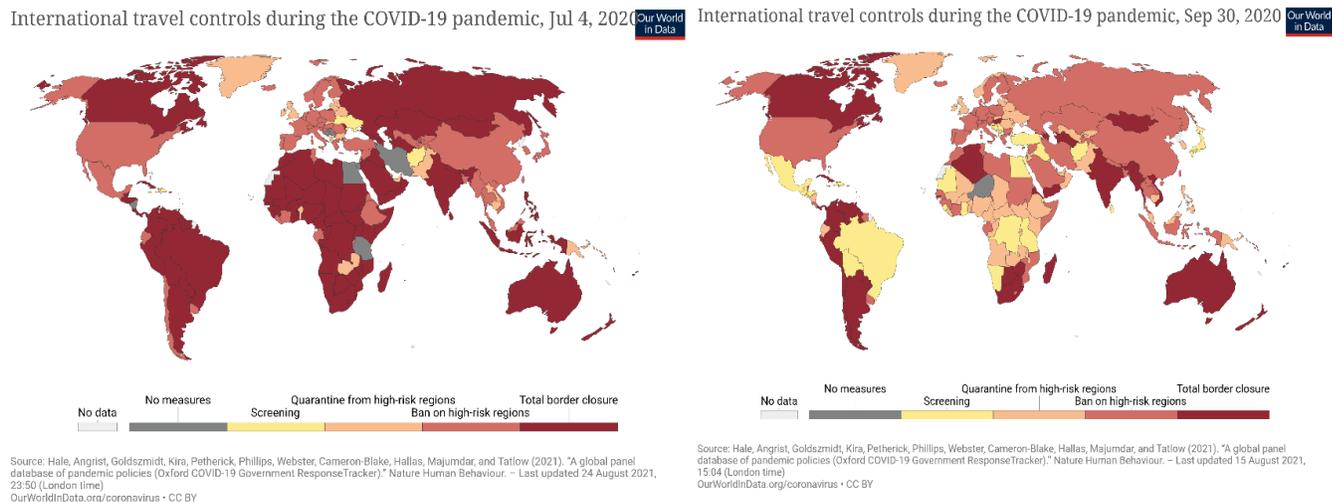
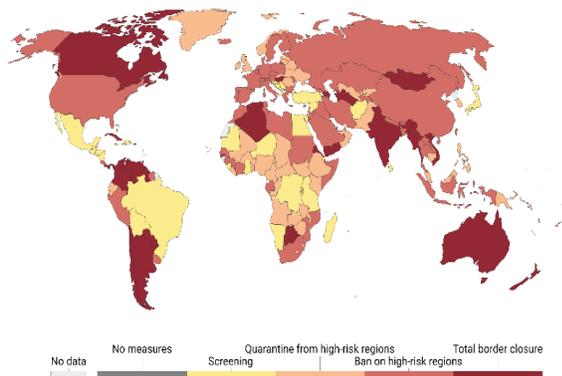


Figura 14- Medidas restritivas implementadas no segundo e terceiro quartil de 2020

Fonte: Woldometer (2020)

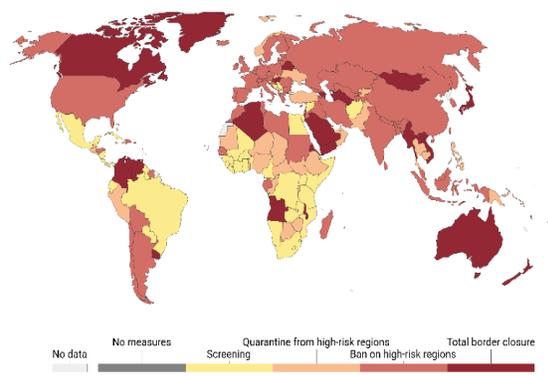
Ademais, o fim do terceiro quartil ao fim do quarto quartil ilustra um abrandamento significativo dessas restrições, estando maior parte delas com medidas de banimento das regiões de alto risco (exemplo: maior parte da Ásia, da Europa e alguma parte da América do Norte), enquanto que a região da África foi alternando entre as quatro medidas restritivas, com maior incidência para triagem e para a quarentena obrigatória. Quando associados e analisados em simultâneo, verifica-se que o período de maior aperto no cerco das medidas ocorre quando os casos crescem, o primeiro quartil de 2020 é marcado por um rápido crescimento de casos, e observa-se igualmente que o período fecha com todas as regiões adoptando o 5º nível, que é o fechamento total das fronteiras e no fim do último quartil observa-se igualmente que as regiões se abrem mais (vide figura 15), tendo poucas áreas totalmente fechadas para o mundo, o que coincide também com um abrandamento dos números de casos e de mortes.

International travel controls during the COVID-19 pandemic, Oct 2, 2020 



Source: Hale, Angrist, Goldszmidt, Kira, Petherick, Phillips, Webster, Cameron-Blake, Hallas, Majumdar, and Tatlow (2021). "A global panel database of pandemic policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker)." *Nature Human Behaviour*. – Last updated 24 August 2021, 23:50 (London time).  
OurWorldinData.org/coronavirus • CC BY

International travel controls during the COVID-19 pandemic, Dec 31, 2020 



Source: Hale, Angrist, Goldszmidt, Kira, Petherick, Phillips, Webster, Cameron-Blake, Hallas, Majumdar, and Tatlow (2021). "A global panel database of pandemic policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker)." *Nature Human Behaviour*. – Last updated 15 August 2021, 15:04 (London time).  
OurWorldinData.org/coronavirus • CC BY

Figura 15- Medidas restritivas implementadas no quarto quartil de 2020

Fonte: Woldometer (2020)

## 5. DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Nesta pesquisa foram investigados os efeitos socioeconómicos causados pela pandemia do Covid-19 sobre o sector do turismo global. A primeira direcção do trabalho é focada na influência dos dois indicadores (número de casos e de mortes) sobre os fluxos turísticos e consequentemente sobre as receitas turísticas e a segunda focada no efeito das medidas restritivas no consumo de serviços turísticos. Portanto, os resultados obtidos revelaram que o ano encerrou com um total de 71.229.478 casos e 1.611.672 mortes por Covid-19 e com todas regiões sob medidas restritivas durante quase todo ano, o que implicou em reduções em toda cadeia do turismo, as variáveis volume de chegadas turísticas e receitas turísticas declinaram em termos médios globais na ordem de 69,9% e 59,9% neste último intervalo amostral. Nesta mesma senda, a performance hoteleira decaiu 60,9% (RevPAR) e 42,1% (taxa de ocupação); a performance aérea 55,8% (RPQ) e 61,1% (passageiros transportados), o agenciamento em termos de receitas 45,7% para Booking Holdings e 47,3% para o Expedia Group e por segmento de negócios na ordem de 16% (passagens aéreas), 46% (noites de hotel), 55,9% (aluguer de carros), o segmento de serviço de restaurantes comerciais 16,2%, o PIB 43,2% e por fim a geração de empregos 11,6%.

Adiante, a primeira linha de pesquisa teve sua relação averiguada com auxílio de um modelo de regressão múltipla considerando para tal duas hipóteses:

H0- Não existe relação entre a demanda turística e casos de Covid-19, considerando ainda as mortes por Covid-19.

H1- Existe pelo menos uma relação entre a demanda turística e uma das variáveis independentes (casos de Covid-19 ou mortes).

Obtendo-se os seguintes resultados:

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.880332
R Square	0.774985
Adjusted R Square	0.724982
Standard Error	0.163353
Observations	12

Tabela 9 - Regressão estatística

A aplicação do modelo resultou num coeficiente de correlação múltipla (R) de 0,774985 o que indica uma correlação forte<sup>5</sup> entre a variável dependente (demanda turística) e as variáveis independentes (casos e mortes por Covid-19) atuando em conjunto. Ainda, de acordo com o coeficiente de determinação este modelo explica em 72,5% a variação de valores, restando 27,5% em relação a média de variabilidade não explicada, o que pode ser atribuído a erros nas informações obtidas, em variáveis não utilizadas e a fatores aleatórios.

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	2	0.827135	0.413567475	15.499	0.001216052
Residual	9	0.240157	0.02668408		
Total	11	1.067292			

Tabela 10- ANOVA

E como se vê na tabela 3, a análise de significância global ou de variância apresentou o valor F de Snedecor de 15,499 e uma significância menor que 1%, indicando uma probabilidade de mais de 99% de haver regressão, rejeitando-se a hipótese de não haver regressão. Ademais, olhando para os valores de P (vide tabela 4), em que  $x_1 = 0.001$  e  $x_2 = 0,008$  (ambos  $P < 0,05$ ) o que significa que se pode rejeitar a hipótese nula (não existe relação entre a demanda turística e casos de Covid-19, considerando ainda as mortes por Covid-19).

---

<sup>5</sup> Na razão de  $(0,60 < R \leq 0,90)$

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	-0.85888	0.056472	-15.20879038	1E-07	-0.98662533	-0.73113	-0.98663	-0.73113
X Variable 1	0.0024	0.000478	5.019882735	0.0007	0.001318352	0.003481	0.001318	0.003481
X Variable 2	0.032566	0.01067	3.052207224	0.0137	0.008429626	0.056703	0.00843	0.056703

Tabela 11- valores de X1 e X2

Estes resultados alinham-se com outras pesquisas sobre a relação entre a pandemia do Covid-19 e turismo. Autores como Andargoli et al (2021) analisaram a ligação entre o turismo internacional, casos de Covid-19 e mortes em mais de 90 países usando regressão matemática, nisto identificaram uma correlação positiva entre a intensidade e o nível de turismo e casos e mortes de Covid-19. Essa análise mostrou que países expostos a altos fluxos de turismo internacional são propensos a casos e mortes causadas pelo surto de Covid-19. Ainda, Duro et al (2021) investigando a vulnerabilidade do turismo associado ao Covid-19 tendo como amostra 50 províncias da Espanha, através do índice de vulnerabilidade concluíram que existe uma relação entre a intensidade da pandemia do Covid-19 e actividade turística, capaz de gerar efeitos no PIB. Adiante, na segunda linha de pesquisa baseado na análise do consumo regional de serviços turísticos diante das medidas restritivas, os resultados revelaram que a existência destas, induziu a níveis muito mais baixos de turismo especialmente nas regiões mais afectadas pelo Covid-19 (que porventura coincidem com as regiões com alta percentagem de actividade turística) e que por consequência as contribuições para o PIB e a geração de empregos desenfreadam sem precedentes, tal como discutido por Gossling, Hall & Scott (2021) os quais consideraram os impedimentos a mobilidade de pessoas por conta da pandemia do Covid-19 como factor contributivo das perdas económicas do sector do turismo. Ademais, Alexoaei et al., (2021) ponderaram que por consequência do surto do Covid-19 e das medidas restritivas existentes vários destinos turísticos pararam suas actividades.

Portanto, concorda-se com Gossling, Hall & Scott (2021) ao considerar que a crise económica e sanitária gerada pela pandemia do Covid-19 é sem precedentes e em 100 anos nunca se assistiu uma crise tal que se compare a esta e que vários negócios turísticos entraram em colapso. Concorda-se ainda com Akbiyik e Ugur (2020) que obtiveram resultados revelando que o sector do turismo é facilmente afectado por crises tal como revelado na teoria dos choques exógenos e o turismo, anteriormente desenvolvida.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em linhas gerais, as características peculiares da indústria do turismo: operações intensivas de mão-de-obra, alto nível de integração e engajamento com os seus clientes (inseparabilidade) e a intensa dependência à sua cadeia de valores, faz desta mais sensível à choques em relação a outras indústrias, de maneira que situações de crise desencadeadas interna ou externamente têm potencial para desacelerar a indústria e afectar os seus efeitos positivos na economia dos destinos turísticos.

Através dos resultados obtidos neste estudo, com relação aos efeitos da crise sanitária do Covid-19 sobre o turismo, conclui-se que a indústria desacelerou ao longo de toda a sua cadeia de valores. A demanda turística no primeiro ano de pandemia caiu até quase metade em relação ao desempenho do ano anterior, os serviços de hospedagem, transporte (em particular o aéreo) o agenciamento de viagens e a restauração turística e bebidas, somaram prejuízos significativos, que resultaram em casos de despedimentos massivos de mão-de-obra e em situações mais agravadas, no encerramento permanente de várias empresas provedoras destes serviços.

A crise provocada pelo Covid-19, inicialmente tratada como apenas sanitária, transformou-se em generalizada afectando social, economicamente, entre outras formas, demonstrou que, tal como em outras crises experimentadas pela humanidade, o turismo assim como é propenso a crescer aceleradamente em cenários favoráveis, também o é, a desacelerar nos cenários críticos.

Assim sendo, a propensão do turismo a diferentes choques deve ser ainda mais estudada, com vista buscar mecanismos para redução dos efeitos de curto e longo prazo dos quais a indústria se ressentir nessas situações.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ABBAS, J. LOREMBER, P. T. MAMIRKULOVA, G. MUBEEN, R. RAZA, S. Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*. V.2, p.1-11, novembro, 2021.
2. ABDELAZIZ, A. S., SOBAIH, A. E. E.; ELSHAER, Ibrahim; HASANEIN, A.M. Responses to COVID-19: The role of performance in the relationship between small hospitality enterprises' resilience and sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality Management*, p.1-11, 2021.
3. ABRAHAM, V. CARLBACK, M. HAGGLUND, P. NYGREN, T. PIZAM, A. SHAPOVAL, V. SMITH, R. M. The COVID-19 pandemic effects on the hospitality industry using social systems theory: A multi-country comparison. *International Journal of Hospitality Management*. V.94, p.1-12, 2021.
4. ADAMU, A. A. DAHIRU, A. I. JALO, R. I. WIYSONGE, C. S. Implementing COVID-19 response within the context of the broader health system: a proposed framework for Africa's policy makers. *Pan African Medical Journal*. V. 35, p.1-3, 2020.
5. AFRODITA, B. Tourism- As Development Strategy. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences Journal*. Romania, p.332-336, 2012.
6. AGHA, M. AGHA, R. ALSAFI, Z. AL-JABIR, A. KERWQN, A. LOSIFIDIS, C. SOHRABI, C. The Socio-Economic Implications of the Coronavirus Pandemic (COVID-19: A Review. *International Journal of Surgery*. V.78, p.185-193, 2020.
7. AGUILERA, J. F. T. JIMENEZ, M. JIMÉNEZ, E. N. LUNA, L. M. SERRANO, M. C. S. SIMÓN, J. A. SUÁREZ, V. J. C. The Impact of the COVID-19 Pandemic on Social, Health, and Economy. *Sustainability*. p.1-25, junho, 2021.
8. AKBIYIK, A. UGUR, A. G. Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*. V.36, p. 1-13, 2020.
9. ALEXOAEI, A. P. CAESCU, S. C. FLORESCU, M. S. POPESCU, M. F. ORINDARU, A. ORZAN, A. O. Tourism in a Post-COVID-19 Era: Sustainable Strategies for Industry's Recovery. *Sustainability*. p.1-22, junho, 2021.
10. ALONSO-ALMEIDA, M. M. RODRIGUEZ-ANTON, J. M. COVID-19 Impacts and Recovery Strategies: The Case of the Hospitality Industry in Spain. *Sustainability*. V.12, p.1-17, outubro, 2020.

11. ALVES, V. A indústria do turismo sobreviverá à crise do COVID-19? Disponível em: <https://www.uninter.com/noticias/a-industria-do-turismo-sobrevivera-a-crise-do-covid-19> . Acesso em: 15 de abril de 2021.
12. ANDARGOLI, A. E. FARZANEGAN, M. R. FEIZI, M. GHOLIPOUR, H. F. NUNKOO, R. International Tourism and Outbreak of Coronavirus (COVID-19): A Cross-Country Analysis. *Journal of Travel Research*. V.60, p.687-692, 2021.
13. ANGRIST, N. GOLDSZMIDT, R. HALE, T. KIRA, B. A global database of pandemic policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker). *Nature Human Behaviour*. V. 5, p. 529-538, 2021.
14. ARRUDA, D. F. *The Impact of the Arab Spring on Tourism*. 2019. 28f. trabalho de conclusão de curso (Graduação em Turismo)- Faculdade de Turismo- Universidade das Ilhas Baleares, Ilhas Baleares, 2019.
15. ARUM, T. OZILI, P. Spillover of COVID-19: Impact on the Global Economy. *Munich Personal RePEc Archive – MPRA*. p.1-28, 2020.
16. ASHOK, A. BHARDWAY, A. DUMKA, A. KESTWAL, MC. KUMAR, P. VERMA, P. A Statistical Analysis of Impact of COVID-19 on the Global Economy and Stock Index Returns. *SN Computer Science*. p.1-13, 2021.
17. ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DE TRANSPORTE AÉREO (IATA) Annual Review 2020. Disponível em: <https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2020.pdf>. Acesso em março de 2022.
18. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *Restaurant Industry, 2005 edition*. Disponível em: <https://www.press.org/2005-restaurant-industry-forecast>. Acesso em agosto de 2022.
19. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *Restaurant Industry, 2006 edition*. Disponível em: <https://www.insurancejournal.com/magazines/mag-features/2006/01/02/64720.htm>. Acesso em agosto de 2022.
20. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *Restaurant Industry Operations Report, 2007-2008 edition*. Disponível em: <https://www.restaurant-hospitality.com/features/2008-trends-challenges>. Acesso em agosto de 2022.
21. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *Restaurant Industry Operations Report, 2010 edition*. Disponível em: <https://s3.amazonaws.com/s3.documentcloud.org/documents/291534/t288-nrarept2020.pdf> . Acesso em agosto de 2022.

22. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *2011 Restaurant Industry Forecast- Inside the Mind of Today's Consumer: Why Restaurants are Poised for Success in 2011 and Beyond*. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/1570565/2011-Restaurant-Industry-Forecast-publication>. Acesso em agosto de 2022.
23. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *2017 State of the Restaurant Industry*. Disponível em: <https://d3ciwvs59ifrt8.cloudfront.net/dd18809b-9e2e-462f-ac5a-4f7580b61583/68dbe038-d63b-4492-a323-46e84cacd86b.pdf>. Acesso em agosto de 2022.
24. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *Restaurant- industry food-and-drink sales: Projections for 2019*. Disponível em: <https://images.app.goo.gl/xQi4ky3TfRtFXb23A> . Acesso em agosto de 2022.
25. ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE RESTAURANTES (ARN) *2020 State of the Restaurant Industry*. Disponível em: <https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/state-of-the-industry>. Acesso em agosto de 2022.
26. ATELJEVIC, I. MILNE, S. Tourism, economic development and the global-local nexus: Theory embracing complexity, *Tourism Geographies*. V.3, p. 369-393, 2001.
27. AWAFU, B. A. MORGAN, A. K. QUARTEY, T. The effects of COVID-19 on global economic output and sustainability: evidence from around the world and lessons for redress. *Sustainability: Science, Practice and Police*. V.17, p.76-80, 2021.
28. BADER, E. GEIEREGGER, E. European hotel industry performance 2006. *Journal of Retail e Leisure Property*. V.6, p.263-268, 2007.
29. BAÊTA, D. GIASSON, L. O. M. HADDAD, C. F. B. POMBAL, J. P. Review of the Rare Genus *Phrynomedusa* Miranda-Ribeiro, 1923 (Anura: Phyllomedusidae) With Description of a New Species. *Herpetological Monographs*. V.30, p.49-78, dezembro, 2016.
30. BAKER, David Mc. A. The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*: V. 2, 1, nº 9, p. 58-67, 2014
31. BAKER, S. R. BLOOM, N. DAVIS, S. J. TERRY, S. J. *Covid-Induced Economic Uncertainty*. National Bureau Of Economic Research Working Paper Series. abril, 2020.
32. BAKER, C. FYALL, A. GODOVYKH, M. RIDDERSTAAT, J. COVID-19 and Tourism: Analyzing the effects of COVID-19 Statistics and Media Coverage on Attitudes toward tourism. *Forecasting*. V.3, p.870-883, 2021.

33. BARBOSA, L. G. M. Impactos Económicos da COVID-19: Propostas para o Turismo. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV Projectos, 2020. Disponível em: [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19\\_impactoeconomico\\_turismo2\\_v07\\_fichacatalografica](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19_impactoeconomico_turismo2_v07_fichacatalografica) . PDF. Acesso em 05 de maio de 2022.
34. BAUM, T. HAI, N. T. T. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. V. 32, p. 2397-2407, maio, 2020.
35. BECKEN, S. SCOTT, D. Adapting to climate change and climate policy: Progress, problems and potentials. *Journal of Sustainable Tourism*. V. 18, p. 283-295, 2010.
36. BITITCI, U. S. YILMAZ, Y. Performance Measurement in Tourism: A Value Chain Model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. V.18, p. 341-349, 2006.
37. BIWOTA, S. M. The Impact of COVID-19 Pandemic on Hospitality (Tourism & Hotel Sector) and Mitigation Mechanism in Ethiopia review. *Agricultural Research & Technology Open Access Journal*. V.25, p.21-27, 2020.
38. BLANKE, J. CHIESA, T. RINGBECK, J. GROSS, S. Improving Travel & Tourism Competitiveness. In: CONRADY, R. RUCK, M. *Trends and Issues in Global Tourism 2008*. Berlin: Springer, p.97-108, 2008.
39. BOOKING HOLDINGS, *Revenue history for Booking Holdings from 2001 to 2022*. Disponível em: <https://companiesmarketcap.com/booking-holdings/revenue/>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
40. BOOKING HOLDINGS (2006) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
41. BOOKING HOLDINGS (2008) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
42. BOOKING HOLDINGS (2010) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
43. BOOKING HOLDINGS (2012) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.

44. BOOKING HOLDINGS (2014) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
45. BOOKING HOLDINGS (2016) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
46. BOOKING HOLDINGS (2018) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
47. BOOKING HOLDINGS (2020) *Annual report*. Disponível em: <https://ir.bookingholdings.com/financials/annual-reports/default.aspx>. Acesso em 02 de agosto de 2022.
48. BRATIĆ ,M.; RADIVOJEVIĆ, A.; STOJILJKOVIĆ, N.; SIMOVIĆ,O.; JUVAN, E.; LESJAK ,M.; PODOVŠOVNIK, E. Should I Stay or Should I Go? Tourists' COVID-19 Risk Perception and Vacation Behavior Shift. *Sustainability*. março, 2021
49. BYSYUK, Veronika. *Impact of 9/11 Terrorist Attacks on US and International Tourism Development*. 2010, 40f, Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Gestão de Negócios, Turismo e Hotelaria) .Universidade Privada de Vienna, Vienna, 2010.
50. CAMPIRANON, K. *Factors Influencing Tourism Crisis Vulnerability*. In: Confêrencia: Humanities and Sciences Network, 2008, Bangkok: Dhurakij Pundit University, 2008, 9p.
51. CASEY, T. HU, X. WU, C. H. YAN, H. Creating a safe haven during the crisis: How organizations can achieve deep compliance with COVID-19 safety measures in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. V.92, p.1-11, 2021.
52. CHAN, I. C. C. SENBETO, D. Learn from the past and prepare for the future: A critical assessment of crisis management research in hospitality. *Internacional Journal of Hospitality Management*. V.95, maio, 2021.
53. CHAPPELL, J. Performance of the Global Lodging Industry- 2007. *Journal of Hospitality Financial Management*. V.15, 2010.
54. CHEN, C.C. HUANG, B.W. JU, L.F. KUO, H.I. TSENG, W.C. “Assessing impacts of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia”, *Tourism Management*. V. 29, pp. 917-928, 2008.

55. CHEN, M. H. The response of hotel performance to international tourism development and crisis event. *Internacional Journal of Hospitality Management*. p.200–212. março, 2011.
56. CHEN, H. LEE, Y. M. WEI, C. V. Factors influencing customers' dine out intention during COVID-19 reopening period: The moderating role of country-of-origin effect. *International Journal of Hospitality Management*. V.95, p.1-11, março, 2021.
57. CHRISTIAN, M. (2010). *Tourism Scoping Paper*. Londres: documento preparado para captura a rede de pesquisa Gains. Departamento de Desenvolvimento Internacional do Reino Unido.
58. CLEMENTE-SUAREZ, V. J. JIMINEZ, M. MORENO-LUNA, L. NAVARRO-JIMÉNEZ, E. SAAVEDRA-SERRANO, M. C. SIMÓN, J. A. TORNERO-AGUILERA, J. F. The Impact of the COVID-19 Pandemic on Social, Health and Economy. *Sustainability*. p. 1-25, junho, 2021.
59. COCA-STEFANIAK, J. A. HE, L. MAO, Y. MORRISON, A. M. Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*. V.24, n.19, p. 2716-2734, 2020.
60. Congressional Research Service (CRS) (2021) Global economic effects of Covid-19. Disponível em: <https://crreports.congress.gov>. Acesso em maio de 2021.
61. COMISSÃO ECONÓMICA PARA A AMÉRICA LATINA & CARIBE (CEPAL) (2001) “*Encadenamientos generados por el Sector Turismo*”. In: Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y Caribe: Una Visión conceptual, 2001, México. Disponível em: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/24140> . Acesso em fevereiro de 2021.
62. COLAÇO, V. H. RODRIGUES, H. Hosting in turbulent times: Hoteliers' perceptions and strategies to recover from the Covid-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, dezembro, 2020.)
63. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *The 2006 Travel & Tourism Economic Research*, 2006. Disponível em: <https://dokumen.tips/download/link/travel-tourism-home-wttc-impact-research2-wttc-travel-tourism-economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
64. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism Economic Impact 2011*. Disponível em: <https://dokumen.tips/download/link/travel->

- [tourism-home-wttc-impact-research2-wttc-travel-tourism-economic-impact](#). Acesso em abril de 2022.
65. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism Economic Impact 2015*. Disponível em: <https://dokumen.tips/download/link/travel-tourism-home-wttc-impact-research2-wttc-travel-tourism-economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
66. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism Economic Impact 2016*. Disponível em: <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
67. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism Economic Impact 2017*. Disponível em: [wttc.org/research/economic-impact](https://wttc.org/research/economic-impact) Acesso em abril de 2022.
68. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Issues 2018*. Disponível em: <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
69. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2019*. Disponível em: <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
70. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2020*. Disponível em: <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
71. CONSELHO MUNDIAL DE VIAGENS E TURISMO (CMVT) *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2021*. Disponível em: <https://wttc.org/research/economic-impact>. Acesso em abril de 2022.
72. CORBET, S. O'CONNELL, J. F. EFTHYMIIOU, M. GUIOMARD, C. LUCEY, B. The impact of terrorism on European tourism. *Annals of Tourism Research*. p.1–17, 2019.
73. CORNWELL, D. ROBERTS, B. (2010) *The 9/11 Terrorist Attack and Overseas Travel to the United States: Initial Impacts and Longer-Run Recovery*. Working Paper, Homeland Security, Office of Immigration Statistics, p.1-13.
74. CRUZ, C. A. (2020) *Impactos da pandemia no sector de turismo*. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/impactos-da-pandemia-no-setor-de-turismo/>
75. CUNHA, L. (2007). *Introdução ao Turismo*. 3ª ed. Lisboa: Verbo. 449 p.
76. CUNHA, L. (2013). *Economia e Política do Turismo*. 3ª ed. Lisboa: Lidel. 468 p.

77. DE SÁ, F. Z. GASTAL, S. de A. Mobilidade, Imobilidade e A-mobilidade: para discutir o Turismo em Tempos de COVID-19. *Revista brasileira de pesquisa em turismo*. São Paulo, p.1-13, 2021.
78. DELOITTE, *First 2005 Global Hotel Performance Data- Middle East Hotels Retain Pole Position*. Disponível em: <https://www.htrends.com/trends-detail-sid-20446.html> . Acesso em 27 de julho de 2022.
79. DIAS, R (2005). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Atlas.
80. DRAZICH, D. N. LORENZO, C. Sensitivity and vulnerability of international tourism by covid crisis: South America in context. *Research in Globalization*, 2021
81. DURO, J. A. FERNANDEZ, M. PEREZ-LABORDA, A. TURRION, J. COVID-19 and tourism vulnerability. *Tourism Management Perspectives*. V.38, p.1-12, 2021.
82. EL-ERIAN, M. (2020). The Coming Coronavirus Recession and the Uncharted Territory Beyond. *Foreign Affairs, Media Report*. Disponível em: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2020-0317/coming-coronavirus-recession>. Acesso em 04 de agosto de 2021.
83. EXPEDIA GROUP (2010) *Annual report*. Disponível em: <https://www.expediagroup.com/investors/financial-information/annual-reports/default.aspx>. Acesso em: 02 de agosto de 2022.
84. EXPEDIA GROUP (2015) *Annual report*. Disponível em: <https://www.expediagroup.com/investors/financial-information/annual-reports/default.aspx>. Acesso em: 02 de agosto de 2022.
85. EXPEDIA GROUP (2020) *Annual report*. Disponível em: <https://www.expediagroup.com/investors/financial-information/annual-reports/default.aspx>. Acesso em: 02 de agosto de 2022.
86. FLETCHER, J. (1994) Economic Impact. In: WITT, S. MOUTINHO, L. (eds) *Tourism Marketing and Management Handbook*. 2ªed. New York: Prentice Hall, p.476-479.
87. FLEISCHER, A. PIZAM, A. Severity versus frequency of acts of terrorism: Which has a larger impact on tourism demand? *Journal of Travel Research*. V. 40, p. 337–339, 2002.
88. FOROUDI, Pantea;TABAGHDEHI, S. Asieh H.; MARVI, Reza. The gloom of the COVID-19 shock in the hospitality industry: A study of consumer risk perception and adaptive belief in the dark cloud of a pandemic. *International Journal of Hospitality Management*.p.1-10, 2021.

89. FREITAS, E. C. PRODANOV, C. C. (2013) *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2ª ed. Rio Grande do Sul: Feevale. 276 p.
90. Fundo Monetário Internacional (FMI) (2020) *The Great Lockdown: Worst Economic Downturn Since the Great Depression*. Disponível em: <https://www.imf.org/pt/Blogs/Articles/2020/04/14/blog-weo-thw-great-lockdown-worst-economic-downturn-sonce-the-great-depression> . Acesso em 07 de julho de 2020.
91. GARAIBEH, A. T. JABER, J. SALEH, M. H. SHEHADEH, A. The Role of Tourism Activity in Economic Growth by Using Some Econometric Models Evidence from Jordan. *Modern Applied Science*. V. 13, n.6, p. 1-11, 2019.
92. GARCIA-MORALES, V. J. GARRIDO-MORENO, A. MARTIN-ROJAS, R. Going beyond the curve: Strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, p.1-12, 2021.
93. GLYPTOU, N. PAPPAS K. Accommodation decision-making during the COVID-19 pandemic: Complexity insights from Greece. *International Journal of Hospitality Management*, p.1-9, 2021.
94. GOELDNER, C. R. RITCHIE, J. R. B. & MCINTOSH, R. W. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons.
95. GOSSLING, S. HALL, C. M. SCOTT, D. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. V.29, p.1-20, abril, 2021.
96. GUAMBE, José Júlio Júnior. Efeitos da Pandemia de Covid19 sobre o turismo na África subsaariana e em Moçambique. *AbeAfrica: Revista da Associação Brasileira de Estudos Africanos*. V.3, n.3, p.59-78, outubro, 2020.
97. HUANG, G. Q. SONG, H. ZHANG, X. Tourism Supply Chain Management: a new agenda. *Tourism Management Journal*. V.30, n.3, p.345-358, junho, 2009.
98. Henderson, J.C. Managing crises: UK civil aviation, BAA airports and the August 2006 terrorist threat. *Tourism and Hospitality Research*. p.125–136, 2007.
99. HE, F. QU, WEI, H. XING, G. YU, Y. ZHAI, Y. ZHANG, C. Characterization and expression of three novel differentiation-related genes belong to the human NDRG gene family. *Mol Cell Biochem*, p.35-44, Janeiro, 2002.
100. ISRAELI, A. REICHEL A. *Hospitality crisis management practices: the Israeli case*. *Internacional Journal of Hospitality Management*. V.22, p. 353-372, dezembro, 2003.

101. KANG, J. SHIN, H. Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*. V.91, p.1-9, outubro, 2020.
102. KARAMUSTAFA, K. OKUMUS, F. Impact of an Economic Crisis Evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*. V.32, p.942-961, outubro, 2005.
103. KIM, J. KIM, J. WANG, Y. Uncertainty risks and strategic reaction of restaurant firms amid COVID-19: Evidence from China. *International Journal of Hospitality Management*, p.1-10,2021.
104. KIMES, S. E. 2020. Coronavirus: How are hotels responding? Disponível em: <https://www.sherrickimes.com/post/coronavirus-how-are-hotels-responding-survey-results-march-16-webinar-with-dave-roberts> .
105. LAGE, B. H. G. MILONE, P. C. (2001). *Economia do Turismo*. 7ª ed. São Paulo: Atlas. 226 p.
106. LEE, S. SONG, H. J. YEON, J. Impact of the COVID-19: Evidence from the U.S. restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*. V.92, p.1-7, 2021.
107. LIMA, J. I. S. *Turismo e Desenvolvimento Económico- Segmentos de maior valor económico para a Covilhã*. 2008. 208 f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo)- Curso de Pós-Graduação em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, Universidade do Aveiro, 2008.
108. MAPHANGA, P. M; HENAMA; U.S. The Tourism Impact of Ebola in Africa: Lessons on Crisis Management. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 8 (3), p.1-13, 2019
109. MARTINS, Catarina A; MORAIS, Antónia M. O Contributo do Turismo para o Desenvolvimento das Regiões. *Gaia Scientia*, V.10, p. 84-91, dezembro, 2016 .
110. MEYER, D. Pro-Poor Tourism: From leakages to linkages. A conceptual framework for creating linkages between the accommodation sector and ‘poor’ neighbouring communities. *Current Issues in Tourism*. V.10, p. 558-583, 2007.
111. MIHALIC, T. (2014) *Tourism and Economic Development Issues*. Em SHARPLEY, R. TELFER, J. *Tourism and Development. Concepts and Issues*. (2ª ed., p.77-117). Toronto: Channel View Publications.
112. MONTI, Ewerton. *La Crisis Económica de 2008 y el Turismo: Análises de Efectos y medidas de Respuesta en Rio Grande do Norte, Brasil*. 2011. 241 f.

- Dissertação (Mestrado em Gestão e Planeamento Turístico)- Curso de Pós- Graduação em Gestão e Planeamento Turístico, Instituto Universitário de Investigações, Universidade de Alicante, Alicante, 2011.
113. MORAES, R. F. (2020) *Prevenindo conflitos sociais violentos em tempos de pandemia: Garantia da renda, manutenção da saúde mental e comunicação efectiva*. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9836>. Acesso em abril de 2021.
  114. MORENO, A. G. MORALES, V. J. G. ROJAS, R. M. Going beyond the curve: Strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, p.1-12, 2021.
  115. ONE PLANET, *How to Map Tourism Value Chains & Identify Key Actions: Sustainable Tourism Programme*, p.1-57, 2019.
  116. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU) *Shared Responsibility, Global Solidarity: responding to the socio-economic impacts of Covid-19*. Março, 2020. Disponível em: <https://unsdg.un.org/sites/default/files/2020-03/SG-Report-Socio-Economic-Impact-of-Covid19.pdf>. Acesso em julho de 2020.
  117. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA AVIAÇÃO CIVIL (OIA) (2007). *Annual Report of the Council*. Disponível em: <https://www.icao.int/documents/forms/allitems.aspx?RootFolder> . Acesso em: 09 de agosto de 2022.
  118. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA AVIAÇÃO CIVIL (OIA) (2010). *Annual Report of the Council*. Disponível em: <https://www.icao.int/documents/forms/allitems.aspx?RootFolder> . Acesso em: 09 de agosto de 2022.
  119. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA AVIAÇÃO CIVIL (OIA) (2013). *Annual Report of the Council*. Disponível em: <https://www.icao.int/documents/forms/allitems.aspx?RootFolder> . Acesso em: 09 de agosto de 2022.
  120. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA AVIAÇÃO CIVIL (OIA) (2016). *Annual Report of the Council*. Disponível em: <https://www.icao.int/documents/forms/allitems.aspx?RootFolder> . Acesso em: 09 de agosto de 2022.
  121. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA AVIAÇÃO CIVIL (OIA) (2019). *Annual Report of the Council*. Disponível em:

- <https://www.icao.int/documents/forms/allitems.aspx?RootFolder> . Acesso em: 09 de agosto de 2022.
122. ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DA AVIAÇÃO CIVIL (OIA) (2020). *Annual Report of the Council*. Disponível em: <https://www.icao.int/documents/forms/allitems.aspx?RootFolder> . Acesso em: 09 de agosto de 2022.
123. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS) *Working together for health: The World Health Report (2006)*. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/43432> . Acesso em abril de 2021.
124. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS) (2020) *A Organização Mundial de Saúde declara pandemia do novo Coronavírus*. Disponível em: <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>. Acesso em abril de 2021.
125. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (1980). *Declaração de Manila sobre o Turismo Mundial*. Madrid: Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <http://turismo-sostenible.net/documentos/declaracion-de-manila-sobre-el-turismo-mundial/>. PDF. Acesso em 6 de julho de 2021.
126. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (2007) *Tourism Highlights*, 2007 edition. Madrid: Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413539> . PDF. Acesso em 16 de abril de 2021.
127. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (2010) *Tourism Highlights*, 2010 edition. Madrid: Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413720> . PDF. Acesso em 16 de abril de 2021.
128. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (2017) *World Tourism Barometer*. V.15, 2017. Disponível em: <https://www.unwto.org/global/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years> . Acesso em 16 de abril de 2021.
129. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (2020) *Tourism Highlights*, 2020 edition. Madrid: Organização Mundial do Turismo. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> . PDF. Acesso em 16 de abril de 2021.

130. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) (2019) *World Tourism Barometer*. V.17, 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/images/demanda/UNTWO-World-Turism-Barometer-2019-Edition.pdf> . Acesso em Acesso em 16 de abril de 2021.
131. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT) database (2020). Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/tourism-statistics-database> . Acesso em abril de 2021.
132. ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO (OCDE) *Tourism Trends And Policies 2020*. Disponível em: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/OECD-Tourism-Trends-Policies%202020-Highlights-ENG.pdf>. Acesso em maio de 2021.
133. PALME, K. PARTALE, K. *Value Chain Analysis for Tourism in Egypt*, Alemanha, Compass, dezembro de 2019.
134. PETREVSKA, B. *Tourism and Crisis - Past Patterns and Future Challenges, Conference Proceedings*. In: INTERNATIONAL CONFERENCE TRENDS AND CHALLENGES IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT, V.2, 2012, Varna, Bulgaria, 2012, p. 112-121.
135. Qu, H. Xu, P. Tan, A. A simultaneous equations model of the hotel room supply and demand in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*. V.21, p.455–462, 2002.
136. RAULEA, A. S. TITU, M. A. TITU, S. Measuring Service Quality in Tourism Industry. *Peocedia- Social and Behavioral Sciences*. V. 224, p.294-301, 2016.
137. RITCHIE, B. JIANG, Y. A review of research on tourism risk, crisis and disaster management: launching the annals of tourism research curated collection on tourism risk, crisis and disaster management. *Annals of Tourism Research*. V.79, 2019.
138. RIVERA, M. A. Hitting the reset button for hospitality research in times of crisis: Covid19 and beyond. *International Journal of Hospitality Management*. V.87, p.1-2 maio, 2020.
139. RODOSTHENOUS, N. *The Impact of the Economic Crisis on Tourism; The case of Greece*. 2017. 52 f. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Gestão de Negócios)- Universidade de Ciências Aplicadas de Laurea, Filândia, 2017.
140. RODRIGUEZ, T. D.M. ÁLVAREZ DE LA TORRE, J. *Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional ante desastres: estudios de casos en Redmarka*. *Revista Digital de Marketing Aplicado*. V.2, pp.137-161, dezembro, 2013.

141. SADEK, Sherin Ahmed El-Badry. *Las Repercusiones de la Primavera Árabe en el Turismo en Egipto y Posibles Vías de Solución para la Recuperación*. Madrid ,p.9-79, Mar,2015.
142. SIGALA, M. Using Data Envelopment Analysis for Measuring and Benchmarking Productivity in the Hotel. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. V. 16, p.39-60, julho, 2004.
143. SILVA, J. A. S. *Turismo, Crescimento e Desenvolvimento: Uma Análise Urbano-Regional Baseada em Cluster*. 2004, Vol.1, Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) Curso de Doutorado em Ciências da comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, ECA / USP, São Paulo – SP, 2004.
144. SINGAL, M. UYSAL, M. WOO, E. The tourist area life cycle (TALC) and its effect on the quality-of-life (QOL) of destination community. In PERDUE, R. SIRGY, M. J. UYSAL, M. *Handbook of Tourism and Quality-of-life Research: Embracing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities*. Dordrecht: Springer, p.423-443, 2012.
145. SCOTT, N., LAWS, E. & PRIDEAUX, B. Tourism Crises and Marketing Recovery Strategies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 23 (2-4), p. 1-13, 2008.
146. SHARPLEY, R; TELFER, D. J. (2002) *Tourism and Development Concepts and Issues*. England: Channel view publications.
147. STATISTA. *International tourist arrivals worldwide 1950-2021*. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/209334/total-number-of-international-tourist-arrivals/> . Acesso em setembro de 2021.
148. SMITH TRAVEL RESEARCH (STR) (2012) *Global Hotel Review (Media Version)*. V.12, 2011 edition. Disponível em: <https://www.hospitalitynet.org/file/152004951.pdf>. Acesso em 29 de julho de 2022.
149. SMITH TRAVEL RESEARCH (STR) (2014) *Client Breakfast Briefing: Global Hotel Construction Report*, 2013 edition. Disponível em: <https://www.slideshare.net/jamesgyap/strglobalbreakfastbriefingoct2013-131030040332phpappo01>. Acesso em 29 de julho de 2022.
150. SMITH TRAVEL RESEARCH (STR) (2016) *Global Hotel Review (Media Version)- Constant Currency Edition*. V.16, 2015 edition. Disponível em: <https://www.hotelnewsnow.com/Medi/Default/PDFs/GlobalHotelReviewCC-Media-2016.pdf>. Acesso em 29 de julho de 2022.

151. SMITH TRAVEL RESEARCH (STR) (2019). *Global Hotel Study: An unprecedented, worldwide view of the hospitality industry, 2018 edition*. Disponível em: <https://str.com/sites/default/files/2019-06/str-global-hotel-study-2018-preview.pdf>. Acesso em: 01 de agosto de 2022.
152. SMITH TRAVEL RESEARCH (STR) (2020). *Global Hotel Study: An unprecedented, worldwide view of the hospitality industry, 2019 edition*. Disponível em: <https://str.com/sites/default/files/global-hotel-study-report-2019-2020.pdf>. Acesso em: 01 de agosto de 2022.
153. SMITH TRAVEL RESEARCH (STR) (2020) *Global Hotel Industry Webinar update with Mr. Steve Hood.pdf, 2020*. Disponível em: <https://the-ice.orh/wp-content/uploads/2021/07/Webinar-15-Global-Hotel-Industry-Update-Mr-Steve-Hood.pdf>. Acesso em: 29 de julho de 2022.
154. VĂRZARU, A. A; BOCEAN, C.G; CAZACU. Rethinking Tourism Industry in Pandemic COVID-19 Period. *Sustainability*, V.13, junho, 2021.
155. WOLDOMETER (2020) *COVID-live: Coronavirus Statistics*. Disponível em: <https://www.woldometers.info/coronavirus/>. Acesso em 2021.
156. ZIBANAI, Zhou. Is the Tourism Industry a Fragile Heavy Weight? Validation Through a Literature Review of Tourism System Shocks. *Journal of Tourism Management Research*. V. 1, n.1, p. 1-13, 2014.

## 8. APÊNDICES

### 8.1.Desempenho dos indicadores da cadeia de valor do turismo

Tabela 12- Média de Demanda Turística de 2005 à 2020

<b>Região</b>	<b>Média anual</b>	<b>Chegadas Turísticas</b>	<b>Receitas Turísticas</b>
África	2005	34.8	22
África	2005/2006	37	24
África	2006/2007	41	28
África	2007/2008	44	31
África	2008/2009	45	30
África	2009/2010	48	30
África	2010	43	28
África	2010/2011	50	32
África	2011/2012	51	34
África	2012/2013	54	35
África	2013/2014	55	36
África	2014/2015	55	34
África	2015	53	34
África	2015/2016	57	32
África	2016/2017	61	34
África	2017/2018	66	38
África	2018/2019	69	39
África	2019	63	35
África	2020	18	13
Américas	2005	133.3	158
Américas	2005/2006	135	163
Américas	2006/2007	141	176
Américas	2007/2008	146	191
Américas	2008/2009	145	191
Américas	2009/2010	146	197
Américas	2010	143	183
Américas	2010/2011	155	219
Américas	2011/2012	161	237
Américas	2012/2013	167	256
Américas	2013/2014	177	275
Américas	2014/2015	189	290
Américas	2015	170	255
Américas	2015/2016	198	301
Américas	2016/2017	206	310
Américas	2017/2018	213	316
Américas	2018/2019	218	322
Américas	2019	209	312

Américas	2020	69.9	129
Ásia e Pacífico	2005	154.1	138
Ásia e Pacífico	2005/2006	160	148
Ásia e Pacífico	2006/2007	175	174
Ásia e Pacífico	2007/2008	185	200
Ásia e Pacífico	2008/2009	185	208
Ásia e Pacífico	2009/2010	196	230
Ásia e Pacífico	2010	180	192
Ásia e Pacífico	2010/2011	215	276
Ásia e Pacífico	2011/2012	230	311
Ásia e Pacífico	2012/2013	246	338
Ásia e Pacífico	2013/2014	262	357
Ásia e Pacífico	2014/2015	277	356
Ásia e Pacífico	2015	246	327
Ásia e Pacífico	2015/2016	296	360
Ásia e Pacífico	2016/2017	316	380
Ásia e Pacífico	2017/2018	336	414
Ásia e Pacífico	2018/2019	353	438
Ásia e Pacífico	2019	325	398
Ásia e Pacífico	2020	59.4	131
Europa	2005	452.7	356
Europa	2005/2006	464	372
Europa	2006/2007	488	416
Europa	2007/2008	502	470
Europa	2008/2009	490	465
Europa	2009/2010	484	432
Europa	2010	486	431
Europa	2010/2011	517	459
Europa	2011/2012	544	484
Europa	2012/2013	557	499
Europa	2013/2014	575	529
Europa	2014/2015	596	505
Europa	2015	558	495
Europa	2015/2016	617	472
Europa	2016/2017	650	496
Europa	2017/2018	698	544
Europa	2018/2019	731	570
Europa	2019	674	520
Europa	2020	235.1	234
Médio Oriente	2005	33.7	29
Médio Oriente	2005/2006	36	30
Médio Oriente	2006/2007	40	33
Médio Oriente	2007/2008	47	38

Médio Oriente	2008/2009	50	42
Médio Oriente	2009/2010	53	48
Médio Oriente	2010	45	38
Médio Oriente	2010/2011	53	49
Médio Oriente	2011/2012	51	47
Médio Oriente	2012/2013	52	48
Médio Oriente	2013/2014	55	50
Médio Oriente	2014/2015	60	55
Médio Oriente	2015	54	50
Médio Oriente	2015/2016	61	59
Médio Oriente	2016/2017	61	64
Médio Oriente	2017/2018	64	72
Médio Oriente	2018/2019	68	83
Médio Oriente	2019	63	69
Médio Oriente	2020	18.9	28
Mundo	2005	808.6	703
Mundo	2005/2006	832	736
Mundo	2006/2007	885	826
Mundo	2007/2008	924	929
Mundo	2008/2009	915	935
Mundo	2009/2010	927	935
Mundo	2010	897	872
Mundo	2010/2011	981	1034
Mundo	2011/2012	1027	1112
Mundo	2012/2013	1076	1176
Mundo	2013/2014	1125	1246
Mundo	2014/2015	1178	1239
Mundo	2015	1077	1161
Mundo	2015/2016	1227	1222
Mundo	2016/2017	1292	1283
Mundo	2017/2018	1375	1383
Mundo	2018/2019	1439	1451
Mundo	2019	1333	1335
Mundo	2020	401.3	535

Fonte: Autora baseada em dados da OMT (2007, 2010, 2020), Statista (2020)

Tabela 13- Média dos Indicadores hoteleiros de 2005 à 2020

<b>Região</b>	<b>Média Anual</b>	<b>Receitas por quarto disponível</b>	<b>Taxa de ocupação hoteleira</b>
Ásia e Pacífico	2005	78	72%
Ásia e Pacífico	2005/2006	80	71%
Ásia e Pacífico	2006/2007	87	69%
Ásia e Pacífico	2007/2008	77	67%

Ásia e Pacífico	2008/2009	67	63%
Ásia e Pacífico	2009/2010	79	64%
Ásia e Pacífico	2010	78	67%
Ásia e Pacífico	2010/2011	86	67%
Ásia e Pacífico	2011/2012	87	68%
Ásia e Pacífico	2012/2013	84	68%
Ásia e Pacífico	2013/2014	78	68%
Ásia e Pacífico	2014/2015	72	68%
Ásia e Pacífico	2015	81	68%
Ásia e Pacífico	2015/2016	69	69%
Ásia e Pacífico	2016/2017	70	70%
Ásia e Pacífico	2017/2018	73	71%
Ásia e Pacífico	2018/2019	72	70%
Ásia e Pacífico	2019	71	70%
Ásia e Pacífico	2020	33	45%
Américas	2005	69	64%
Américas	2005/2006	66	64%
Américas	2006/2007	65	64%
Américas	2007/2008	56	63%
Américas	2008/2009	50	58%
Américas	2009/2010	56	56%
Américas	2010	59	61%
Américas	2010/2011	60	59%
Américas	2011/2012	65	61%
Américas	2012/2013	68	62%
Américas	2013/2014	72	63%
Américas	2014/2015	76	65%
Américas	2015	68	62%
Américas	2015/2016	79	65%
Américas	2016/2017	82	65%
Américas	2017/2018	84	66%
Américas	2018/2019	86	66%
Américas	2019	83	65%
Américas	2020	24	41%
Europa	2005	87	67%
Europa	2005/2006	92	66%
Europa	2006/2007	104	65%
Europa	2007/2008	90	65%
Europa	2008/2009	75	63%
Europa	2009/2010	81	62%
Europa	2010	88	64%

Europa	2010/2011	87	65%
Europa	2011/2012	89	66%
Europa	2012/2013	89	67%
Europa	2013/2014	87	68%
Europa	2014/2015	83	69%
Europa	2015	87	67%
Europa	2015/2016	82	70%
Europa	2016/2017	83	71%
Europa	2017/2018	93	72%
Europa	2018/2019	97	72%
Europa	2019	89	71%
Europa	2020	31	33%
Mélio Oriente/África	2005	90	71%
Mélio Oriente/África	2005/2006	91	69%
Mélio Oriente/África	2006/2007	100	68%
Mélio Oriente/África	2007/2008	92	70%
Mélio Oriente/África	2008/2009	84	66%
Mélio Oriente/África	2009/2010	94	61%
Mélio Oriente/África	2010	92	67%
Mélio Oriente/África	2010/2011	94	59%
Mélio Oriente/África	2011/2012	95	59%
Mélio Oriente/África	2012/2013	99	61%
Mélio Oriente/África	2013/2014	101	62%
Mélio Oriente/África	2014/2015	99	63%
Mélio Oriente/África	2015	97	61%
Mélio Oriente/África	2015/2016	92	62%
Mélio Oriente/África	2016/2017	88	62%
Mélio Oriente/África	2017/2018	88	63%
Mélio Oriente/África	2018/2019	86	64%
Mélio Oriente/África	2019	89	63%
Mélio Oriente/África	2020	42	37%
Mundo	2005	81	69%
Mundo	2005/2006	82.1	68%
Mundo	2006/2007	89	67%
Mundo	2007/2008	78.6	66%
Mundo	2008/2009	68.9	62%
Mundo	2009/2010	77.6	61%
Mundo	2010	79.2	65%
Mundo	2010/2011	81.9	63%
Mundo	2011/2012	84	63%

Mundo	2012/2013	85.1	64%
Mundo	2013/2014	84.5	65%
Mundo	2014/2015	82.4	66%
Mundo	2015	83.6	64%
Mundo	2015/2016	80.5	66%
Mundo	2016/2017	80.5	67%
Mundo	2017/2018	84.7	68%
Mundo	2018/2019	85.4	68%
Mundo	2019	82.8	67%
Mundo	2020	32.4	39%

Fonte: Autora baseada em dados da Deloitte (2005); Bader e Geieregger (2006); Chappell(2007); Raulea, Titu e Titu (2016); STR (2012, 2014, 2016, 2019, 2020).

Tabela 14- Média dos Indicadores de Transporte Aéreo de 2005 à 2020

<b>Região</b>	<b>Média anual</b>	<b>Volume de Passageiros Transportados em milhares</b>	<b>Receita por Passageiro-Quilómetros (USD milhões)</b>
Ásia e Pacífico	2005	499	967
Ásia e Pacífico	2005/2006	523	1006
Ásia e Pacífico	2006/2007	568	1085
Ásia e Pacífico	2007/2008	597	1174
Ásia e Pacífico	2008/2009	615	1206
Ásia e Pacífico	2009/2010	668	1237
Ásia e Pacífico	2010	594	1142
Ásia e Pacífico	2010/2011	764	1390
Ásia e Pacífico	2011/2012	1225	1565
Ásia e Pacífico	2012/2013	1321	1709
Ásia e Pacífico	2013/2014	1058	1856
Ásia e Pacífico	2014/2015	1156	2018
Ásia e Pacífico	2015	1105	1707
Ásia e Pacífico	2015/2016	1273	2225
Ásia e Pacífico	2016/2017	1413	2474
Ásia e Pacífico	2017/2018	1545	2739
Ásia e Pacífico	2018/2019	1633	2945
Ásia e Pacífico	2019	1466	2596
Ásia e Pacífico	2020	773	1136
Américas	2005	888	1494
Américas	2005/2006	885	1511
Américas	2006/2007	898	1560
Américas	2007/2008	902	1584
Américas	2008/2009	881	1549
Américas	2009/2010	901	1572
Américas	2010	893	1555

Américas	2010/2011	956	1651
Américas	2011/2012	1003	1707
Américas	2012/2013	1034	1771
Américas	2013/2014	1061	1839
Américas	2014/2015	1108	1924
Américas	2015	1033	1778
Américas	2015/2016	1157	2023
Américas	2016/2017	1197	2115
Américas	2017/2018	1245	2220
Américas	2018/2019	1298	2323
Américas	2019	1224	2170
Américas	2020	519	834
Europa	2005	587	1005
Europa	2005/2006	585	1044
Europa	2006/2007	604	1121
Europa	2007/2008	637	1190
Europa	2008/2009	643	1206
Europa	2009/2010	693	1249
Europa	2010	633	1162
Europa	2010/2011	750	1346
Europa	2011/2012	776	1426
Europa	2012/2013	808	1511
Europa	2013/2014	844	1608
Europa	2014/2015	900	1713
Europa	2015	816	1521
Europa	2015/2016	962	1827
Europa	2016/2017	1032	1966
Europa	2017/2018	1095	2109
Europa	2018/2019	1147	2250
Europa	2019	1059	2038
Europa	2020	378	702
Médio Oriente	2005	60	169
Médio Oriente	2005/2006	67	181
Médio Oriente	2006/2007	79	208
Médio Oriente	2007/2008	82	229
Médio Oriente	2008/2009	88	258
Médio Oriente	2009/2010	103	315
Médio Oriente	2010	84	238
Médio Oriente	2010/2011	119	366
Médio Oriente	2011/2012	135	413
Médio Oriente	2012/2013	153	472
Médio Oriente	2013/2014	167	524
Médio Oriente	2014/2015	180	577

Médio Oriente	2015	151	470
Médio Oriente	2015/2016	195	641
Médio Oriente	2016/2017	211	699
Médio Oriente	2017/2018	223	741
Médio Oriente	2018/2019	228	772
Médio Oriente	2019	214	713
Médio Oriente	2020	86	258
África	2005	31	85
África	2005/2006	36	89
África	2006/2007	43	96
África	2007/2008	46	101
África	2008/2009	47	101
África	2009/2010	55	111
África	2010	45	99
África	2010/2011	62	120
África	2011/2012	64	122
África	2012/2013	70	130
África	2013/2014	72	137
África	2014/2015	73	141
África	2015	68	130
África	2015/2016	77	148
África	2016/2017	82	157
África	2017/2018	89	169
África	2018/2019	98	181
África	2019	86	164
África	2020	36	59
Mundo	2005	3515	6368
Mundo	2005/2006	2097	3830
Mundo	2006/2007	2193	4071
Mundo	2007/2008	2264	4278
Mundo	2008/2009	2274	4320
Mundo	2009/2010	2420	4485
Mundo	2010	2250	4197
Mundo	2010/2011	2651	4873
Mundo	2011/2012	3203	5232
Mundo	2012/2013	3386	5592
Mundo	2013/2014	3203	5963
Mundo	2014/2015	3418	6373
Mundo	2015	3172	5607
Mundo	2015/2016	3664	6863
Mundo	2016/2017	3934	7412
Mundo	2017/2018	4197	7978
Mundo	2018/2019	4404	8472

Mundo	2019	4050	7681
Mundo	2020	1791.6	2990.0

Fonte: Autora baseada em dados da OIAC (2007, 2010, 2013, 2016, 2019, 2020).

Tabela 15- Média dos Indicadores de Agenciamento de viagens de 2005 à 2020

<b>Média Anual</b>	<b>Booking Holdings</b>	<b>Expedia Group</b>
2005	0.96	2.11
2005/2006	1.04	2.17
2006/2007	1.26	2.445
2007/2008	1.64	2.795
2008/2009	2.11	2.94
2009/2010	2.715	3.145
2010	1.753	2.699
2010/2011	3.725	3.39
2011/2012	4.81	3.735
2012/2013	6.025	4.4
2013/2014	7.615	5.265
2014/2015	8.83	6.215
2015	6.201	4.601
2015/2016	9.98	7.72
2016/2017	11.71	9.41
2017/2018	13.605	10.635
2018/2019	14.8	11.64
2019	12.52375	9.85125
2020	6.8	5.19

Fonte: Autora baseada em dados da Expedia Group Annual Report (2010, 2015, 2020);  
Booking Holdings Annual Report ( 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016, 2018, 2020).

Tabela 16- Média dos indicadores de agenciamento de viagens por segmento de 2005 à 2020

<b>Média Anual</b>	<b>Noites de Hotel</b>	<b>Passagens Aéreas</b>	<b>Aluguer de Carro</b>
2005	11.8	2.8	5.8
2005/2006	15.25	2.8	6.65
2006/2007	23.25	2.85	8.05
2007/2008	34.3	3.9	9.3
2008/2009	50.85	5.4	10.6
2009/2010	76.85	5.9	13.75
2010	40.1	4.17	9.67
2010/2011	117.2	6.05	20.05
2011/2012	169.55	6.3	27.9
2012/2013	234	6.7	37.95
2013/2014	308.25	7.4	47.85

2014/2015	389.15	7.75	55.85
2015	243.63	6.84	37.92
2015/2016	494.45	7.5	63.25
2016/2017	614.85	7.1	69.8
2017/2018	716.55	6.95	73
2018/2019	802.5	7	75
2019	657.0875	7.1375	70.2625
2020	355	6	31

Tabela 17- Média de vendas dos serviços de Restauração Turística e bebidas de 2005 à 2020

<b>Média Anual</b>	<b>Vendas Anuais</b>	<b>Vendas Anuais (%)</b>
2005	445	445
2005/2006	455.85	4.88%
2006/2007	477.5	4.63%
2007/2008	499.35	4.53%
2008/2009	513.85	1.35%
2009/2010	524.5	2.78%
2010	494.21	3.63%
2010/2011	541.25	3.59%
2011/2012	576.65	9.39%
2012/2013	611.7	3.05%
2013/2014	634.4	4.35%
2014/2015	663.9	4.94%
2015	605.58	5.06%
2015/2016	692.8	3.79%
2016/2017	721	4.34%
2017/2018	752.05	4.28%
2018/2019	768.85	0.27%
2019	733.675	3.17%
2020	615	615

Fonte: Autora baseada em dados da Associação Nacional de Restaurantes<sup>6</sup> (2005, 2006, 2008, 2010, 2011, 2017, 2019, 2020).

Tabela 18- Média dos Indicadores económicos de 2005 à 2020

<b>Região</b>	<b>Média anual</b>	<b>Geração de Emprego</b>	<b>Contribuição para o PIB</b>
Ásia e Pacífico	2005	126.8	947.6
Ásia e Pacífico	2005/2006	134.5	1025.5
Ásia e Pacífico	2006/2007	140.0	1241.1
Ásia e Pacífico	2007/2008	140.8	1378.3
Ásia e Pacífico	2008/2009	142.0	1392.7
Ásia e Pacífico	2009/2010	139.1	1490.0

<sup>6</sup> Estes dados são referentes a Associação Nacional de Restaurantes dos Estados Unidos da América

Ásia e Pacífico	<b>2010</b>	139.2	1305.5
Ásia e Pacífico	2010/2011	141.9	1589.6
Ásia e Pacífico	2011/2012	146.4	1766.0
Ásia e Pacífico	2012/2013	147.8	1971.0
Ásia e Pacífico	2013/2014	149.3	2085.4
Ásia e Pacífico	2014/2015	151.1	2085.3
Ásia e Pacífico	<b>2015</b>	147.3	1899.5
Ásia e Pacífico	2015/2016	155.9	2158.4
Ásia e Pacífico	2016/2017	168.0	2500.0
Ásia e Pacífico	2017/2018	176.7	2800.0
Ásia e Pacífico	2018/2019	179.3	2980.5
Ásia e Pacífico	<b>2019</b>	170.0	2609.7
Ásia e Pacífico	2020	151.0	1417.0
Américas	2005	37.7	1562.6
Américas	2005/2006	37.5	1601.8
Américas	2006/2007	37.0	1826.1
Américas	2007/2008	38.8	2010.3
Américas	2008/2009	40.1	1932.0
Américas	2009/2010	39.3	1862.0
Américas	<b>2010</b>	38.5	1846.4
Américas	2010/2011	40.2	1908.7
Américas	2011/2012	40.5	1974.5
Américas	2012/2013	40.4	2051.5
Américas	2013/2014	41.6	2121.6
Américas	2014/2015	42.5	2153.9
Américas	<b>2015</b>	41.0	2042.0
Américas	2015/2016	42.6	2183.3
Américas	2016/2017	42.4	2200.0
Américas	2017/2018	43.1	2250.0
Américas	2018/2019	44.8	2391.0
Américas	<b>2019</b>	43.2	2256.1
Américas	2020	33.4	1429.0
Europa	2005	39.3	1776.5
Europa	2005/2006	38.3	1730.4
Europa	2006/2007	38.1	1680.2
Europa	2007/2008	37.2	1776.3
Europa	2008/2009	35.4	1786.0
Europa	2009/2010	34.7	1700.3
Europa	<b>2010</b>	36.7	1734.6
Europa	2010/2011	31.1	1620.1
Europa	2011/2012	29.4	1635.5
Europa	2012/2013	31.8	1805.0

Europa	2013/2014	34.0	2005.0
Europa	2014/2015	35.5	2016.0
Europa	<b>2015</b>	32.4	1816.3
Europa	2015/2016	35.9	1948.0
Europa	2016/2017	36.3	2050.0
Europa	2017/2018	36.7	2150.0
Europa	2018/2019	36.9	2195.5
Europa	<b>2019</b>	36.4	2085.9
Europa	2020	34.9	1776.5
Méio Oriente	2005	4.0	84.5
Méio Oriente	2005/2006	4.3	93.4
Méio Oriente	2006/2007	5.0	127.2
Méio Oriente	2007/2008	5.6	160.6
Méio Oriente	2008/2009	5.4	162.2
Méio Oriente	2009/2010	5.5	159.6
Méio Oriente	<b>2010</b>	5.1	140.6
Méio Oriente	2010/2011	5.2	163.9
Méio Oriente	2011/2012	4.5	179.4
Méio Oriente	2012/2013	4.5	181.3
Méio Oriente	2013/2014	4.9	184.1
Méio Oriente	2014/2015	5.4	197.5
Méio Oriente	<b>2015</b>	4.9	181.2
Méio Oriente	2015/2016	5.6	203.6
Méio Oriente	2016/2017	5.6	218.5
Méio Oriente	2017/2018	5.5	230.6
Méio Oriente	2018/2019	6.1	253.5
Méio Oriente	<b>2019</b>	5.7	226.5
Méio Oriente	2020	5.7	132.0
África	2005	16.6	87.3
África	2005/2006	16.3	90.4
África	2006/2007	16.0	121.0
África	2007/2008	18.0	150.0
África	2008/2009	19.7	149.3
África	2009/2010	19.3	153.9
África	<b>2010</b>	17.9	132.9
África	2010/2011	19.0	162.3
África	2011/2012	19.4	167.3
África	2012/2013	20.7	151.7
África	2013/2014	20.9	164.8
África	2014/2015	21.3	188.4
África	<b>2015</b>	20.2	166.9
África	2015/2016	21.4	180.2
África	2016/2017	21.8	179.1

África	2017/2018	23.6	185.9
África	2018/2019	24.5	181.5
África	<b>2019</b>	22.8	181.7
África	2020	17.5	86.0
Mundo	2005	224.4	4458.5
Mundo	2005/2006	230.8	4541.4
Mundo	2006/2007	236.1	4995.6
Mundo	2007/2008	240.3	5475.5
Mundo	2008/2009	242.5	5422.1
Mundo	2009/2010	237.8	5365.7
Mundo	<b>2010</b>	237.5	5160.0
Mundo	2010/2011	237.2	5444.6
Mundo	2011/2012	240.1	5722.7
Mundo	2012/2013	245.1	6160.4
Mundo	2013/2014	250.7	6560.8
Mundo	2014/2015	255.7	6641.1
Mundo	<b>2015</b>	245.7	6105.9
Mundo	2015/2016	261.3	6673.5
Mundo	2016/2017	274.0	7147.5
Mundo	2017/2018	285.4	7616.5
Mundo	2018/2019	291.5	8002.0
Mundo	<b>2019</b>	278.0	7359.9
Mundo	2020	242.5	4129

Fonte: Autora baseada em dados da CMVT (2006, 2011, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020).