



# RELATÓRIO DE IMPACTO da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil

Apresenta-se o Relatório de Impacto da pandemia de COVID-19 nos Setores de Turismo e Cultura com compilação de estudos e pesquisas de outros órgãos, além da apresentação de trabalhos já realizados pela Coordenação-Geral de Dados e Informações da Subsecretaria de Gestão Estratégica.

CGDI/SGE/SE

## 1. INTRODUÇÃO

O Planeta enfrenta atualmente uma das mais severas crises sanitárias dos últimos anos com a rápida disseminação do novo Coronavírus (Sars-Cov-2) que levou a Organização Mundial de Saúde a declarar pandemia no dia 11 de março<sup>1</sup>.

Os efeitos da doença e da pandemia podem ser visualizados diariamente em noticiários nacionais e internacionais, assim como em boletins divulgados pelos órgãos estaduais de saúde onde constam o número de casos e de óbitos.

Contudo, a pandemia não afetou diretamente só a saúde dos indivíduos, mas também a forma como a sociedade se relaciona, os meios de transporte, os meios de trabalho e especialmente toda a cadeia produtiva, haja vista que uma das medidas adotadas para conter a disseminação é o distanciamento social.

O atual quadro possui efeitos ainda mais nefastos em toda a cadeia econômica e produtiva, na medida em que influenciou diretamente nos meios de produção e comercialização de diferentes setores econômicos.

De forma inédita ou após longo tempo, todas atividades foram profundamente afetadas sofrendo com paralisações pontuais, restrições quanto ao seu funcionamento ou até mesmo com o contínuo fechamento até adoção de protocolos rigorosos.

Considerando tal situação, assim como outros setores, o turismo foi afetado diretamente, haja vista que envolve a movimentação de passageiros, o usufruto de bens naturais, a visitação de espaços fechados e o constante convívio entre pessoas em diferentes ocasiões.

Os dados a seguir compõem um cenário sobre os efeitos da pandemia no setor de turismo com o objetivo de apoiar a gestão na avaliação e no processo de retomada.

É importante destacar que em razão da recente incorporação da Secretaria Especial de Cultura à estrutura do Ministério do Turismo ainda não foi possível desenvolver estudos e pesquisas sobre o setor cultural, contudo, com o objetivo de subsidiar a gestão do Ministério com informações estratégicas, são apresentados dados da Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Cultural e Criativo do Brasil, realizada pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.

<sup>1</sup> <https://www.unasus.gov.br/noticia/organizacao-mundial-de-saude-declara-pandemia-de-coronavirus>

## 2. IMPACTO DO PERFIL DE CONSUMO DO BRASILEIRO NO SETOR DE CULTURA E TURISMO DEVIDO À PANDEMIA DE COVID - 19

Foram extraídas da plataforma Google Trends, informações semanais de buscas de “palavras-chaves” que estejam relacionadas ao consumo dos setores de Turismo e Cultura. São elas:

- **Turismo:** “Passeio em”, “O que fazer em” e “Cancelamento de passagens”
- **Cultura:** “Compra de ingressos” palavras-chaves das principais plataformas digitais “Netflix”, “HBO GO”, “Amazon Prime Vídeo”.

### 2.1. SETOR DE TURISMO

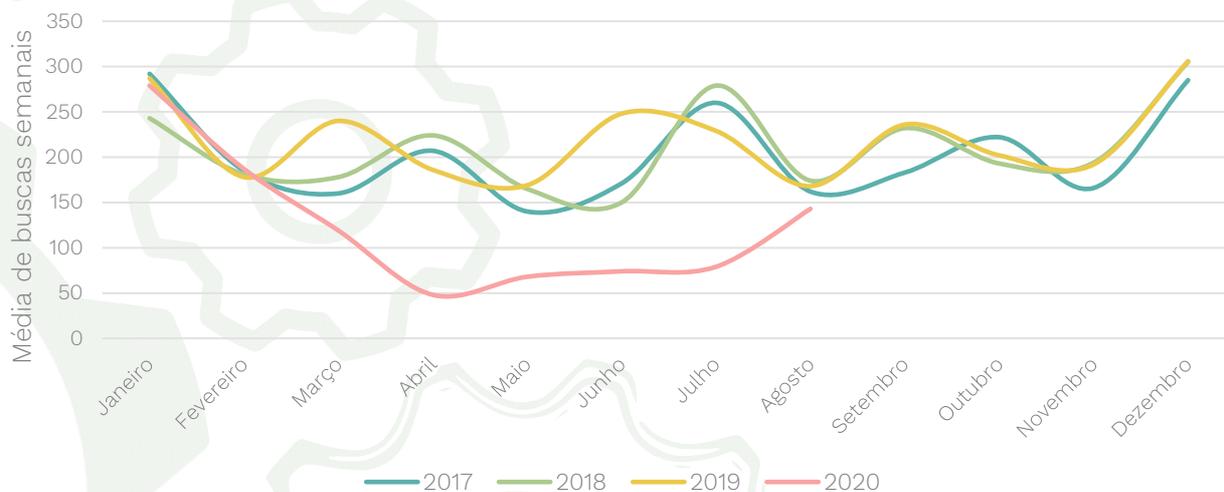
As buscas referentes a “passeios em” e “O que fazer em”, visa representar o comportamento do consumidor brasileiro quanto ao seu interesse/desejo sobre informação e planejamento de viagens. No Gráfico 1, verifica-se que entre 2017 e 2019, havia um relativo padrão de buscas de informações por viagens e retrata bem a sazonalidade do setor de turismo, apresentando um aumento das buscas nos meses de janeiro, junho, julho e dezembro.

Em 2020, as buscas iniciaram-se seguindo o padrão dos anos anteriores, porém a partir de março observa-se uma queda expressiva. Na tabela 1, pode-se verificar que em março de 2020 iniciou-se uma queda das buscas de 43,3% destes termos, se comparados aos anos anteriores. Esta queda expressiva segue até julho de 2020 (-62,1%).

Com estas afirmações, pode-se inferir que a partir do início da pandemia, muitos brasileiros pararam de planejar suas viagens. Percebe-se que nas últimas semanas de agosto de 2020, estas buscas sofreram um leve aumento, se comparado aos meses anteriores. Tal aumento pode estar relacionado devido ao feriado prolongado da independência, que ocorreu na primeira semana de setembro de 2020. Outras movimentações na média de buscas semanais, pelos termos citados, podem ser visualizadas no Gráfico 1.



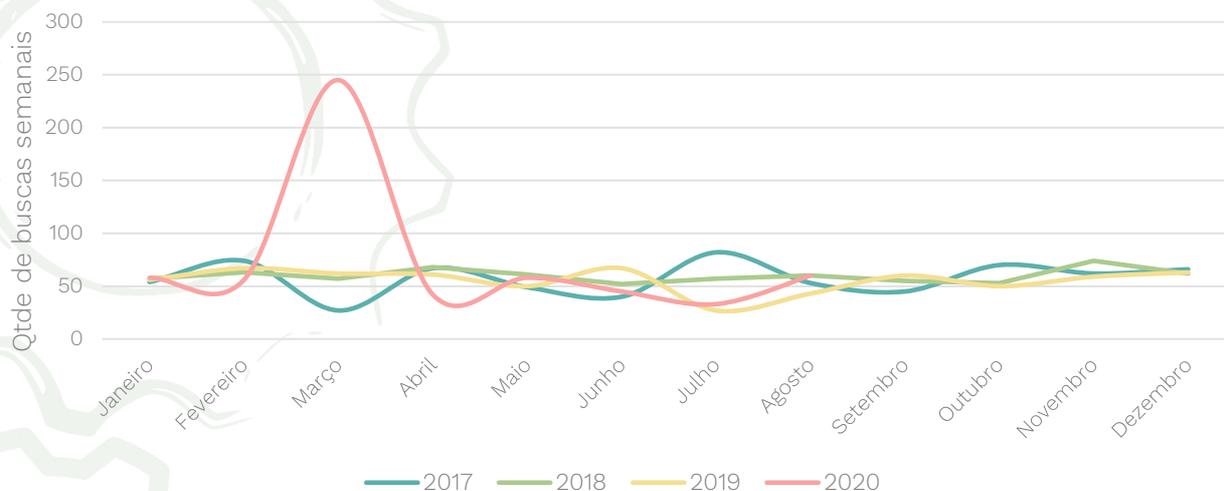
**Gráfico 1 – Distribuição dos termos “Passeio em” e “O que fazer em”  
no Google – janeiro de 2017 a agosto de 2020 no Brasil**



Fonte: Google/Ministério do turismo.

No Gráfico 2, também se verifica um relativo padrão de buscas de informações de “cancelamento de viagens” entre 2017 e 2019. Nestes anos, a busca por este termo não ultrapassou mais de 100 buscas por semana. Em 2020, as buscas também iniciaram seguindo o padrão dos anos anteriores, porém nos meses de março observa-se um aumento expressivo de buscas por estas informações. A tabela 1 mostra um aumento de 324,7% em março de 2020, se comparados ao mesmo mês dos anos anteriores.

**Gráfico 2 – Distribuição do termo “Cancelamento de Passagens”  
no Google - janeiro de 2017 a agosto de 2020**



Fonte: Google/Ministério do turismo.



**Tabela 1 – Índice Médio e Variação Semanal de buscas por palavras-chaves relacionadas ao consumo setor de turismo**

Mês	Cancelamento de passagens			Passeio em		
	Ano		Variação (%)	Ano		Variação (%)
	2016 - 2019	2020		2016 - 2019	2020	
Janeiro	14,6	14,5	-0,4	61,6	69,8	13,3
Fevereiro	17,3	14,0	-18,8	44,5	46,8	5,1
Março	11,5	49,0	324,7	42,0	23,8	-43,3
Abril	13,4	10,5	-21,9	43,1	12,0	-72,2
Maio	11,7	11,6	-0,9	38,7	13,6	-64,8
Junho	12,5	11,3	-10,3	41,4	18,5	-55,3
Julho	12,2	8,3	-32,3	52,2	19,8	-62,1
Agosto	12,1	12,0	-0,5	40,1	28,6	-28,7
Setembro	11,1			44,8		
Outubro	13,6			45,5		
Novembro	14,0			43,8		
Dezembro	12,7			55,7		

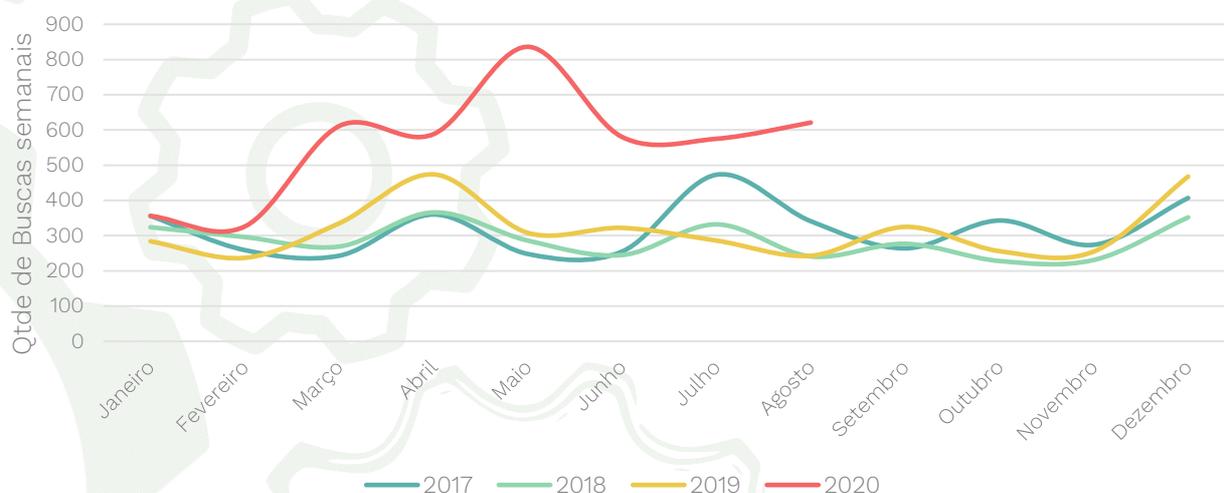
Fonte: Google/Ministério do turismo.

## 2.2. SETOR DE CULTURA

As buscas referentes a **empresas de plataformas digitais** e “**Compra de ingresso**” visam representar o comportamento do consumidor brasileiro quanto ao seu interesse/desejo referente ao setor de Cultura. Para entender o impacto da pandemia neste setor é importante levar em consideração as questões específicas de cada um dos ramos. Por exemplo, as características específicas de cada setor fazem com que os pressupostos variem, ou seja, as atividades baseadas na economia presencial (visitas a museus e monumentos e ir a concertos ou cinemas) ou numa atividade digital (serviços de streaming, videogames) não enfrentam os mesmos desafios.

No Gráfico 3, verifica-se que entre 2017 e 2019, havia um relativo padrão de buscas de informações sobre as principais plataformas digitais. Na tabela 2 percebe-se um expressivo aumento destas buscas a partir de março de 2020 (104,1%), atingindo seu ponto máximo em maio do mesmo ano com uma variação de 149,1% se comparados aos anos anteriores.

**Gráfico 3 - Distribuição dos termos relacionados a Plataformas Digitais no Google - janeiro de 2017 a agosto de 2020**



Fonte: Google/Ministério do turismo.

**Tabela 2 – Índice Médio e Variação Semanal de buscas por palavras-chaves relacionadas ao consumo do setor de Cultura**

Mês	Compra de ingressos			Plataformas digitais		
	Ano		Variação (%)	Ano		Variação (%)
	2016 - 2019	2020		2016 - 2019	2020	
Janeiro	35,0	42,0	20,1	68,5	89,0	29,9
Fevereiro	33,5	37,5	11,9	61,4	81,5	32,8
Março	44,2	17,0	-61,5	59,9	122,2	104,1
Abril	48,1	3,0	-93,8	78,0	147,0	88,5
Mai	36,8	3,2	-91,3	67,1	167,2	149,1
Junho	34,8	4,3	-87,8	61,9	145,0	134,2
Julho	44,6	4,3	-90,5	72,8	143,8	97,4
Agosto	41,1	5,4	-86,9	63,5	124,2	95,6
Setembro	39,5			59,7	126,5	111,8
Outubro	37,9			62,0		
Novembro	35,1			62,3		
Dezembro	28,8			79,7		

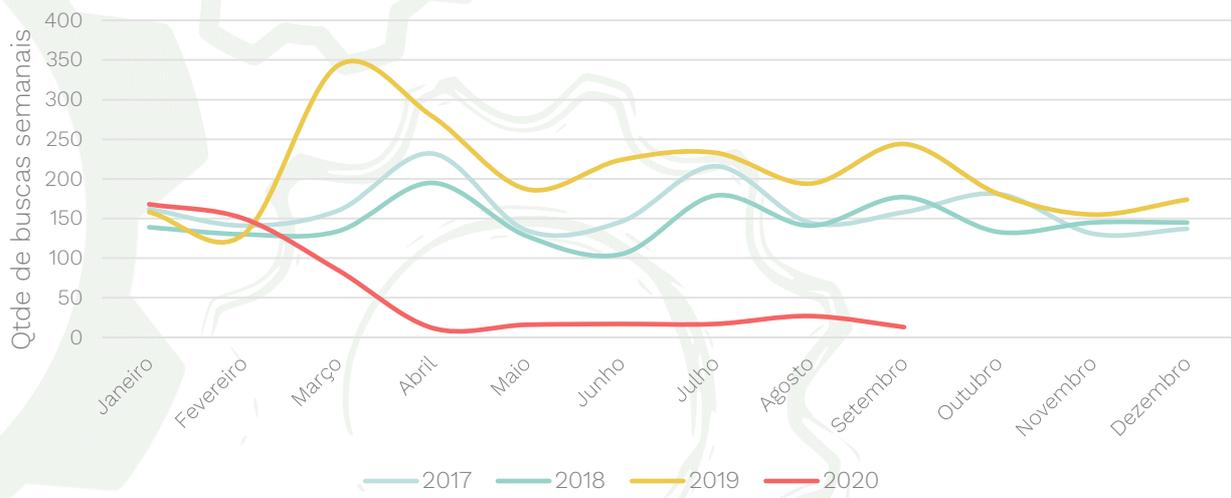
Fonte: Google/Ministério do turismo.

Infere-se, pelo gráfico 4, que o efeito será maior no setor de artes cênicas, patrimônio e artes visuais, que necessitam essencialmente da atividade presencial,



quando se avalia a percepção sobre “compras de ingressos”. Verifica-se um impacto negativo, com queda drástica a partir de março e, ainda, sem recuperação em todo o período de confinamento. Observa-se, portanto, que ainda não há uma retomada das atividades como espetáculos ao vivo de artes cênicas, museus, galerias de arte, por exemplo.

**Gráfico 4 - Distribuição do termo “Compra de Ingressos”  
no Google - janeiro de 2017 a agosto de 2020**



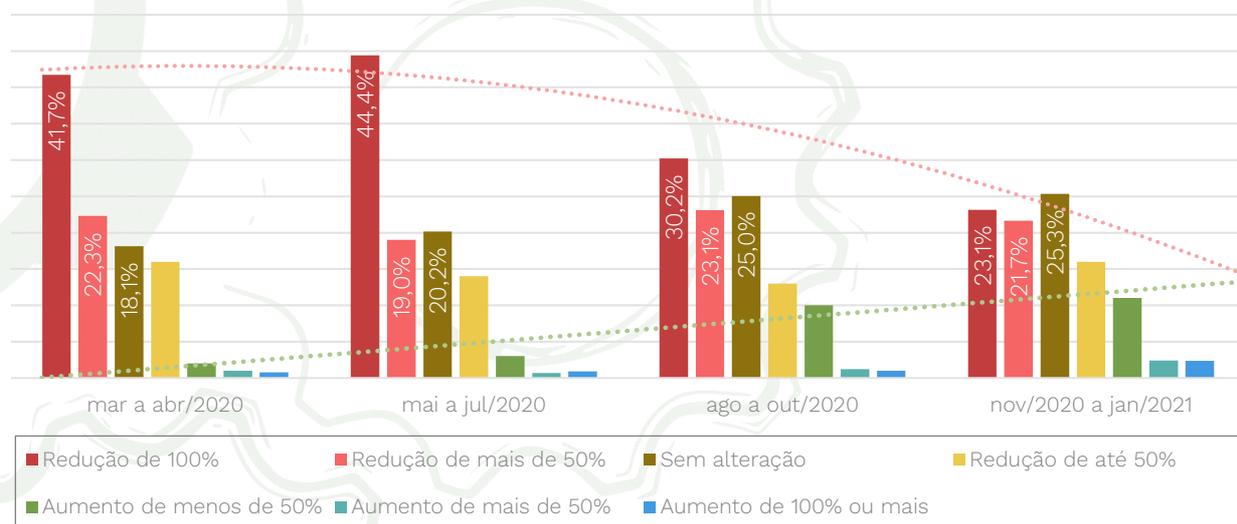
Fonte: Google/Ministério do turismo.



### 3. SETOR CULTURAL E CRIATIVO DO BRASIL

A Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos **Setores Cultural e Criativo do Brasil**, realizada pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura identificou a percepção dos respondentes de que os próximos seis meses serão de manutenção das perdas já registradas e que no período de agosto a outubro de 2020, a maioria (30,2%) avalia que haverá **perda** de 100% das **receitas**:

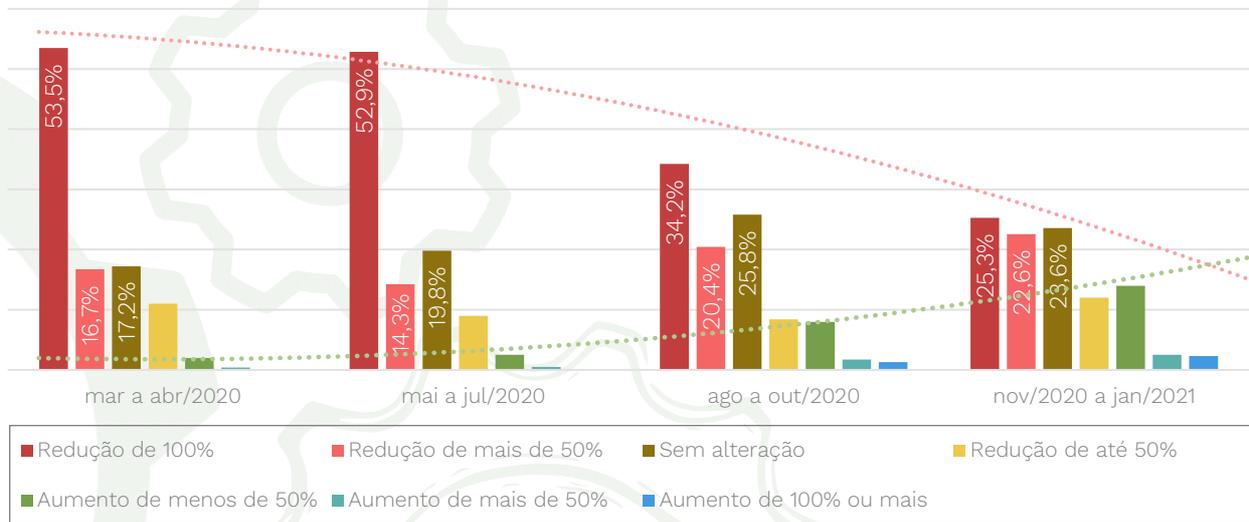
**Gráfico 5 - Impacto da COVID-19 sobre a receita do setor cultural e criativo no Brasil, receita obtida e estimada - março de 2020 a janeiro de 2021**



Fonte: Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Cultural e Criativo do Brasil: <http://iccscovid19.com.br/>.

A Pesquisa identificou também a percepção dos respondentes quanto às **contratações de terceiros e colaboradores**, assim como em relação à **compra de materiais e insumos**. Quanto às contratações de **serviços de terceiros** registrou-se a **redução** de 100% em mais da metade das organizações no período investigado. No semestre seguinte, as organizações continuam a projetar a redução de 100% e a não-alteração do cenário.

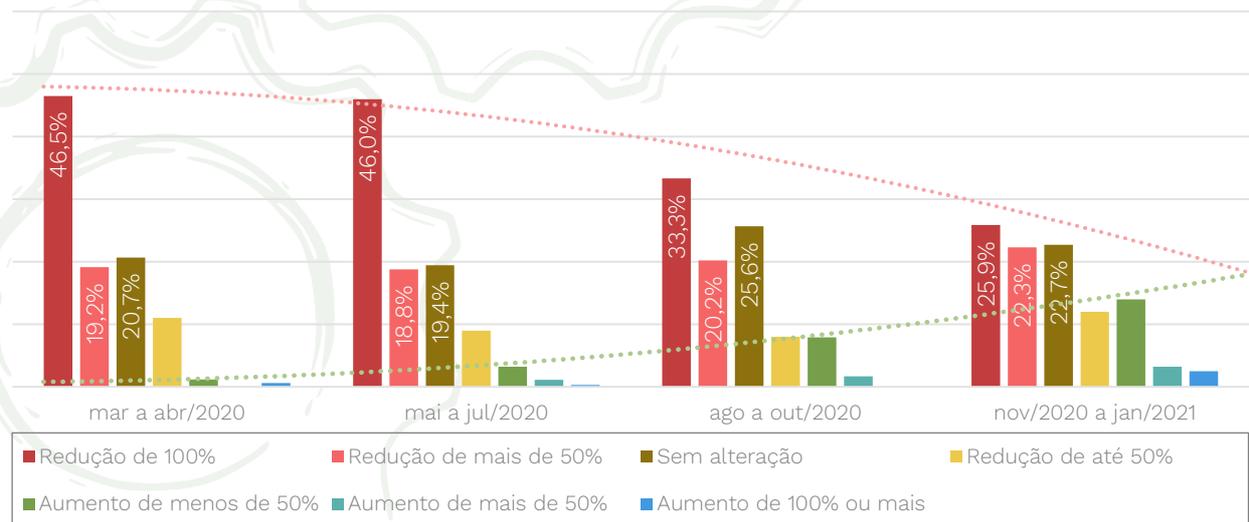
**Gráfico 6 - Impacto da COVID-19 na cadeia produtiva do setor cultural e criativo no Brasil, contratações de serviços de terceiros - março de 2020 a janeiro de 2021**



Fonte: Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Cultural e Criativo do Brasil: <http://iccscovid19.com.br/>.

A Pesquisa verificou que mais de 45% das organizações reduziram a totalidade dos colaboradores e a maioria projeta redução de 100% para o próximo semestre;

**Gráfico 7 - Impacto da COVID-19 na cadeia produtiva do setor cultural e criativo no Brasil, colaboradores - março de 2020 a janeiro de 2021**

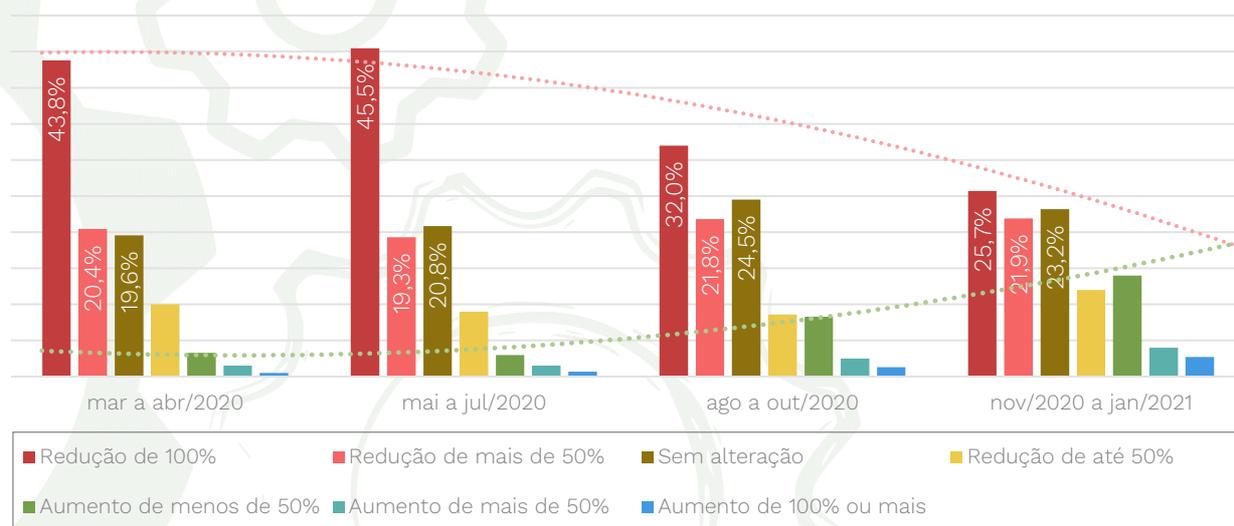


Fonte: Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Cultural e Criativo do Brasil: <http://iccscovid19.com.br/>.



Os dados da Pesquisa apontam também a redução de 100% nas **compras de materiais e insumos** em mais de 40% das organizações e no semestre seguinte há a projeção de redução de 100% e não-alteração do cenário.

**Gráfico 8 - Impacto da COVID-19 na cadeia produtiva do setor cultural e criativo no Brasil, compras de materiais e insumos - março de 2020 a janeiro de 2021**



Fonte: Pesquisa de Percepção dos Impactos da COVID-19 nos Setores Cultural e Criativo do Brasil: <http://icccscovid19.com.br/>.

É imprescindível registrar que o Governo Federal já adotou medida legal com o objetivo de mitigar os efeitos da pandemia sobre o setor, haja vista a publicação da Lei nº 14.017, de 29 de junho de 2020 (**Lei Aldir Blanc**) que implementou ações emergenciais destinadas ao setor cultural.

## 4. RECEITA E DESPESA CAMBIAL TURÍSTICA

Os dados disponibilizados pelo Banco Central do Brasil (BACEN) representam o gasto em moeda estrangeira em bens e serviços adquiridos no Brasil (Receita) e em moeda nacional no exterior (Despesa). As informações têm forte correlação com os gastos em viagens dos turistas internacionais no Brasil, no caso da Receita.

Ao avaliar os resultados, percebe-se um grande impacto da pandemia do COVID-19 nos gastos, e por consequência nas viagens. O maior impacto foi percebido no segundo trimestre de 2020 no qual houve **queda** de 68,8% na **Receita Cambial Turística** com relação ao mesmo período de 2019, acumulando queda de 37,2% no 1º semestre em relação ao 1º semestre de 2019. Já em comparação do 2º trimestre com o 1º trimestre desse ano, a queda foi de 74,4% e, apesar de esperada devido ao movimento sazonal do turismo, foi intensificada com a pandemia.

**Tabela 3 – Receita e despesa cambial turística com variação percentual - Comparativo entre o 1º trimestre de 2019 e 2020**

	2020 (milhões de US\$)			2019 (milhões de US\$)			Variação 2020/2019 (%)			Variação em 2020 (%)
	1º Tri	2º Tri	1º Sem	1º Tri	2º Tri	1º Sem	1º Tri	2º Tri	1º Sem	2º Tri/ 1º Tri
<b>Receita Cambial Turística</b>	1.537,64	393,86	1.931,50	1.812,48	1.263,71	3.076,19	-15,2	-68,8	-37,2	-74,4
<b>Despesa Cambial Turística</b>	2.931,32	642,10	3.573,43	4.318,94	4.487,58	8.806,52	-32,1	-85,7	-59,4	-78,1
<b>Déficit/Superávit no período</b>	-1.393,68	-248,24	-1.641,92	-2.506,46	-3.223,87	-5.730,32				

Fonte: Banco Central do Brasil – BACEN.

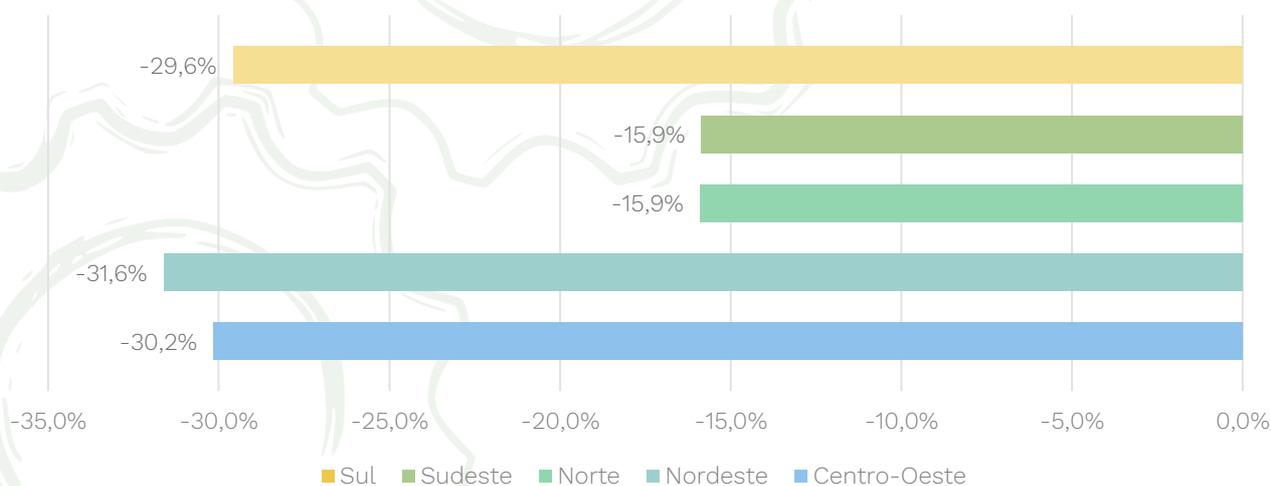


## 5. ARRECADAÇÃO FEDERAL

As informações disponibilizadas pela Secretaria de Receita Federal do Ministério da Economia representam a arrecadação de impostos federais como o IRPJ, CSLL, COFINS, PIS/PASEP, Imposto de Renda na Fonte e Receita Previdenciária (tanto a parte do empregado quanto da empresa). Os dados têm forte correlação com o faturamento dos estabelecimentos, portanto são importantes indicadores econômicos. É oportuno destacar que a arrecadação pode não estar vinculada ao faturamento do mês que ela representa, pois, os estabelecimentos têm algum prazo para pagar os impostos federais.

Conforme dados disponibilizados, no acumulado do ano de 2020 em julho, o Setor de Turismo apresentou **queda** de 19,4% na **arrecadação de impostos federais**. A Região que apresentou a maior queda foi o Nordeste com variação negativa de 31,6%, conforme pode ser observado no Gráfico 9.

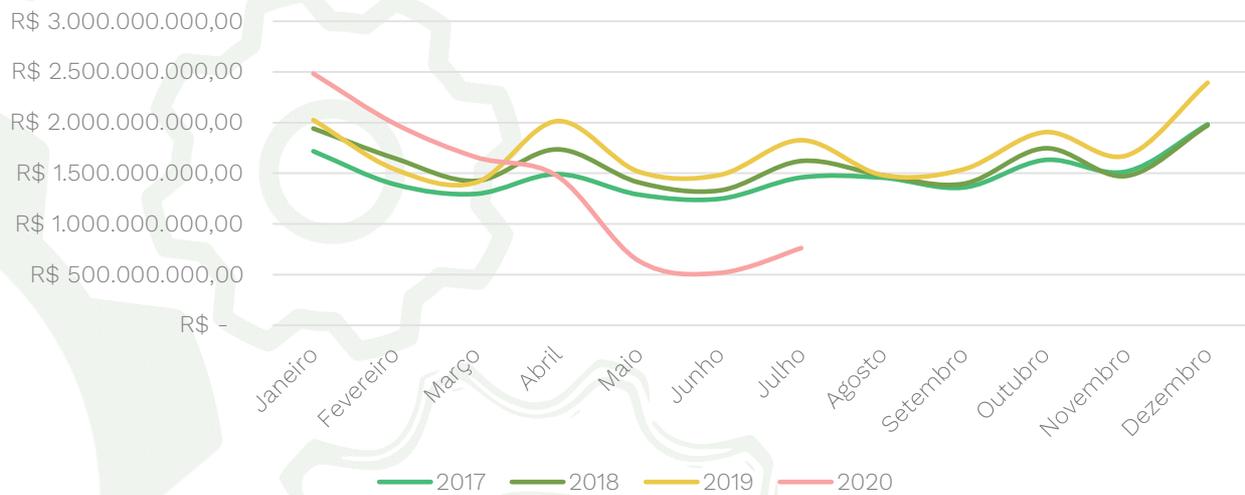
**Gráfico 9 - Variação na Arrecadação Federal de janeiro a julho - 2020/2019**



Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

Apesar da queda, percebe-se uma pequena retomada na arrecadação federal no mês de julho que pode ser devida ao movimento sazonal do turismo no ano.

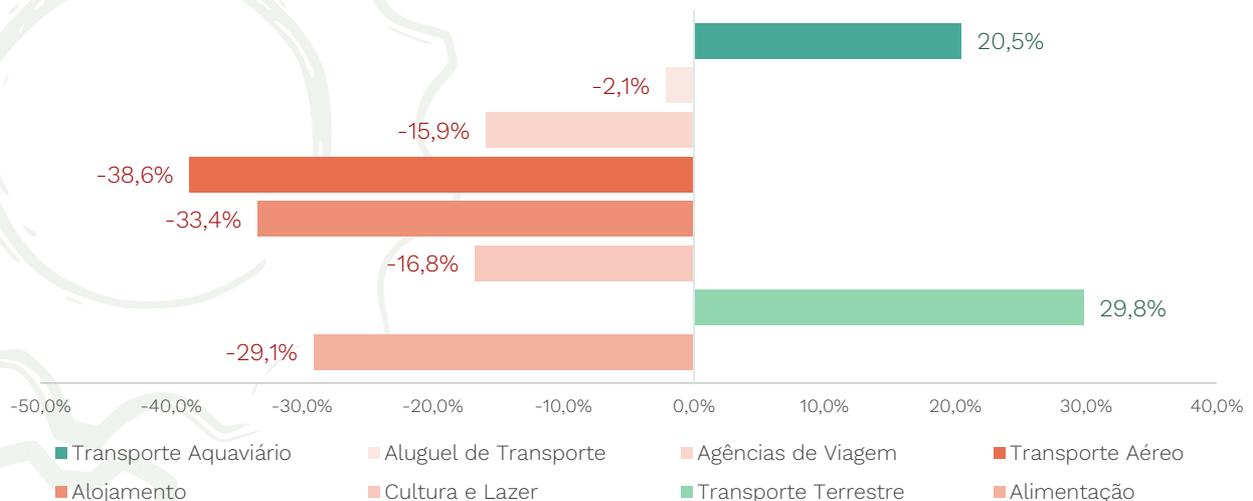
**Gráfico 10 - Arrecadação Federal no Setor de Turismo - janeiro de 2017 a julho de 2020**



Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

Além disso, algumas Atividades Características do Turismo (ACT's) apresentaram **alta na arrecadação**, que é o caso de **Transporte Terrestre** e **Transporte Aquaviário** com variações de 29,8% e 20,5%, respectivamente. Em sentido contrário, a ACT **Transporte Aéreo** foi quem apresentou **maior queda** (-38,6%), seguida por **Alojamento** (-33,4%) e **Alimentação** (-29,1%), conforme pode ser observado no Gráfico 11.

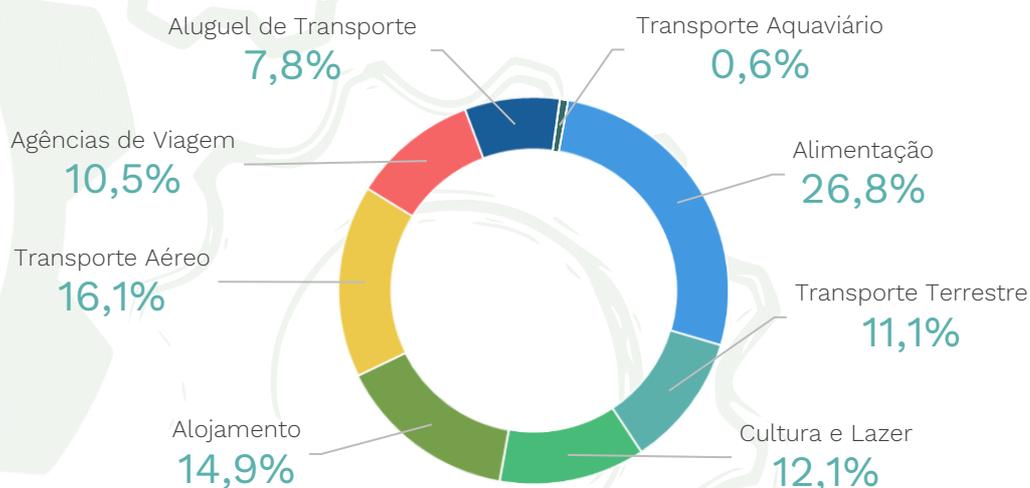
**Gráfico 11 - Variação na arrecadação federal no período de janeiro a julho - 2020/2019**



Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

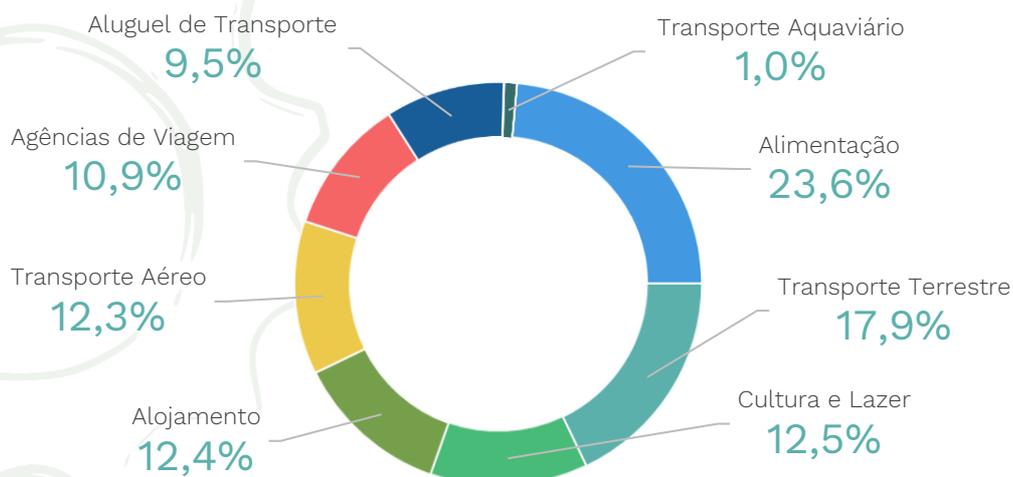
No Brasil, de janeiro a julho de 2019, aproximadamente 27% da arrecadação de impostos federais no setor do turismo foi realizada na ACT Alimentação, seguida por Transporte Aéreo (16%) e Alojamento (15%). Juntas essas 3 ACT's, representaram em 2019 cerca de 58% do total arrecadado e foram elas quem apresentaram as maiores quedas. De janeiro a julho de 2020, essa distribuição foi parcialmente alterada.

**Gráfico 12 - Arrecadação no Setor de turismo - janeiro a julho de 2019**



Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

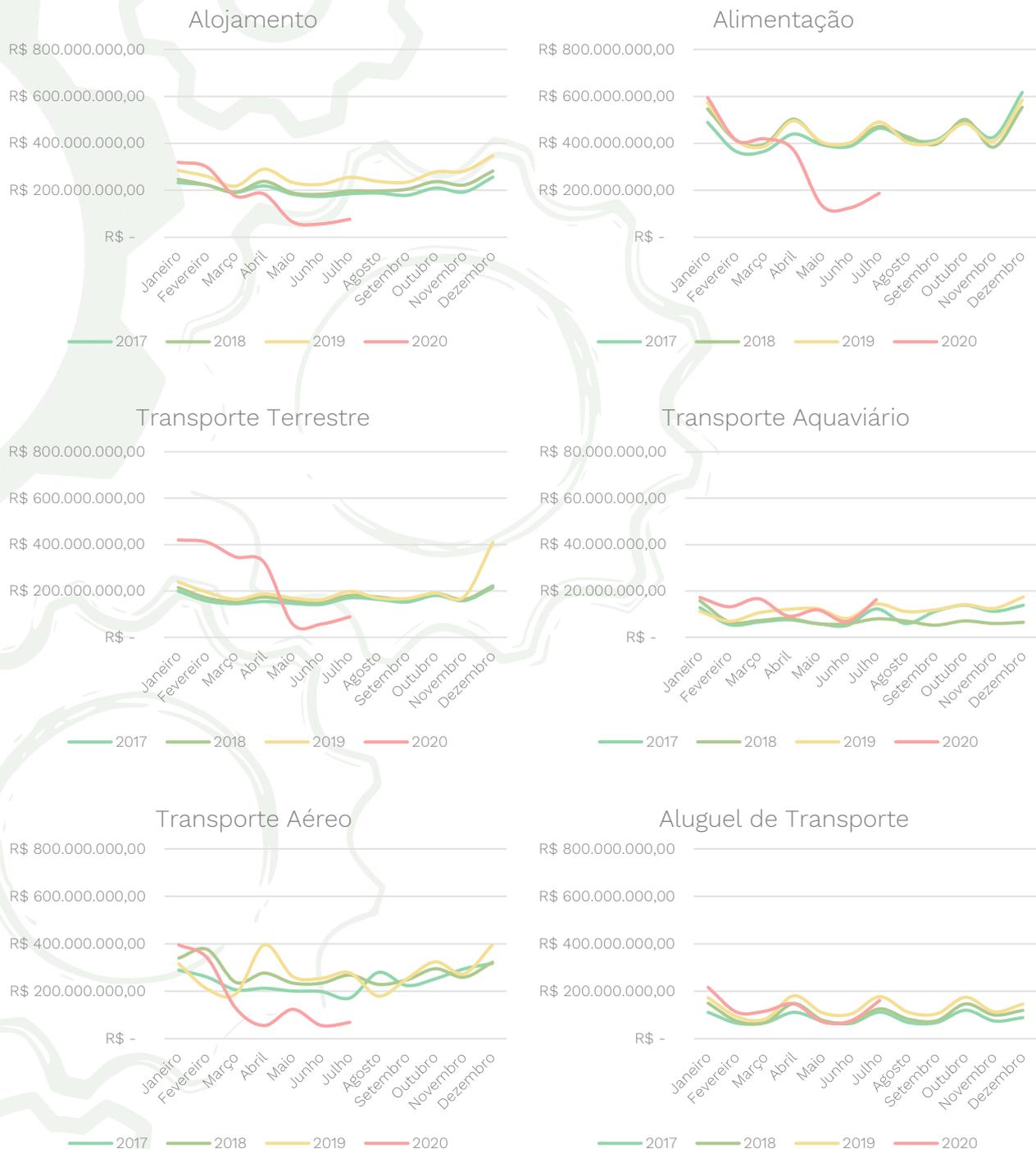
**Gráfico 13 - Arrecadação no Setor de turismo - janeiro a julho de 2020**



Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

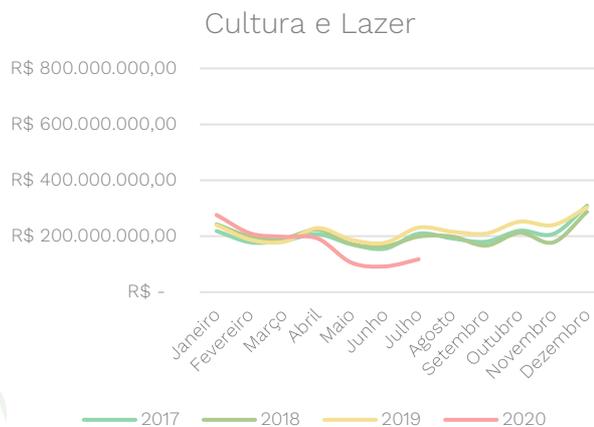
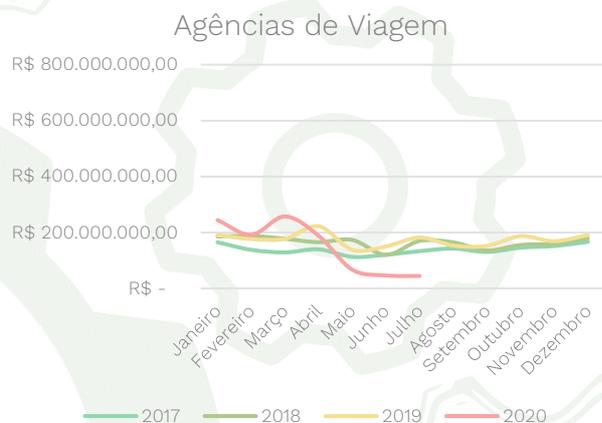
Apesar das quedas na maioria das ACTs, a arrecadação federal de janeiro a julho ainda apresenta movimentos sazonais no ano de 2020 para a maioria delas, conforme pode ser observado nos gráficos a seguir:

**Gráfico 14 - Arrecadação Federal por ACT's - janeiro de 2017 a julho de 2020**  
(continua)



Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

**Gráfico 14 - Arrecadação Federal por ACT's – janeiro de 2017 a julho de 2020  
(conclusão)**



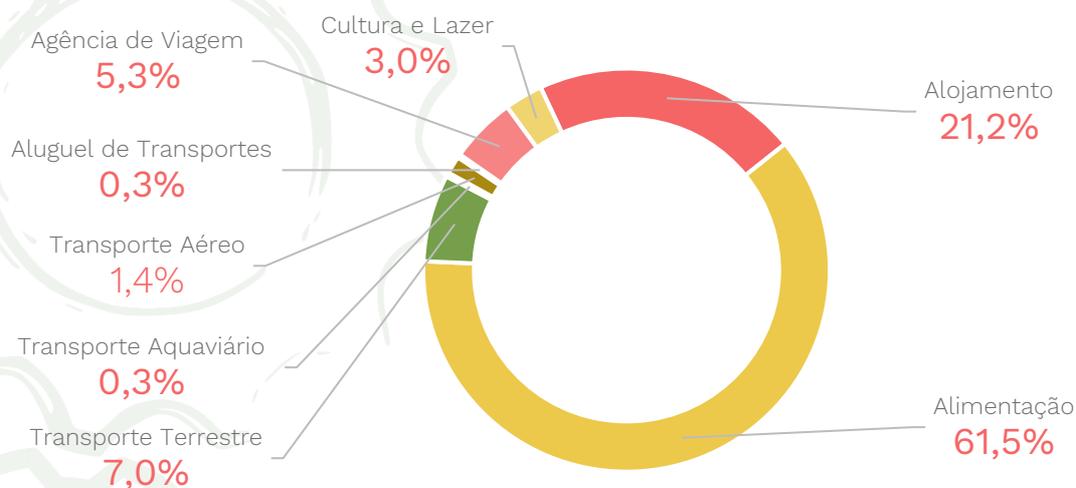
Fonte: Secretaria de Receita Federal/ Ministério da Economia.

## 6. DADOS DE EMPREGO NO SETOR DE TURISMO

Os dados disponibilizados pelo Ministério da Economia informam o saldo entre contratações e demissões que as empresas realizaram durante o período. A partir de janeiro de 2020 eles passaram a ser coletados por meio do Sistema de Escrituração Digital das Obrigações Fiscais, Previdenciárias e Trabalhistas (eSocial) que é preenchido pelas empresas, em substituição ao procedimento em que os dados eram coletados pelo Sistema do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados.

De acordo com os dados do **Novo CAGED**, de janeiro a julho de 2020 o saldo entre contratações e demissões na economia do turismo foi negativo em 364.044 postos de trabalho formais. A **ACT Alimentação** foi a **mais impactada** com 223.786 postos de trabalhos que deixaram de existir, no qual as ocupações atendente de lanchonete, cozinheiro geral, garçom, auxiliar nos serviços de alimentação e operador de caixa foram as que tiveram maiores demissões. Além de **Alimentação**, com **mais de 60% de toda a queda** no período, a **ACT Alojamento** tem cerca de **21%** de participação nos **postos de trabalho que deixaram de existir**, conforme pode-se observar no Gráfico 15.

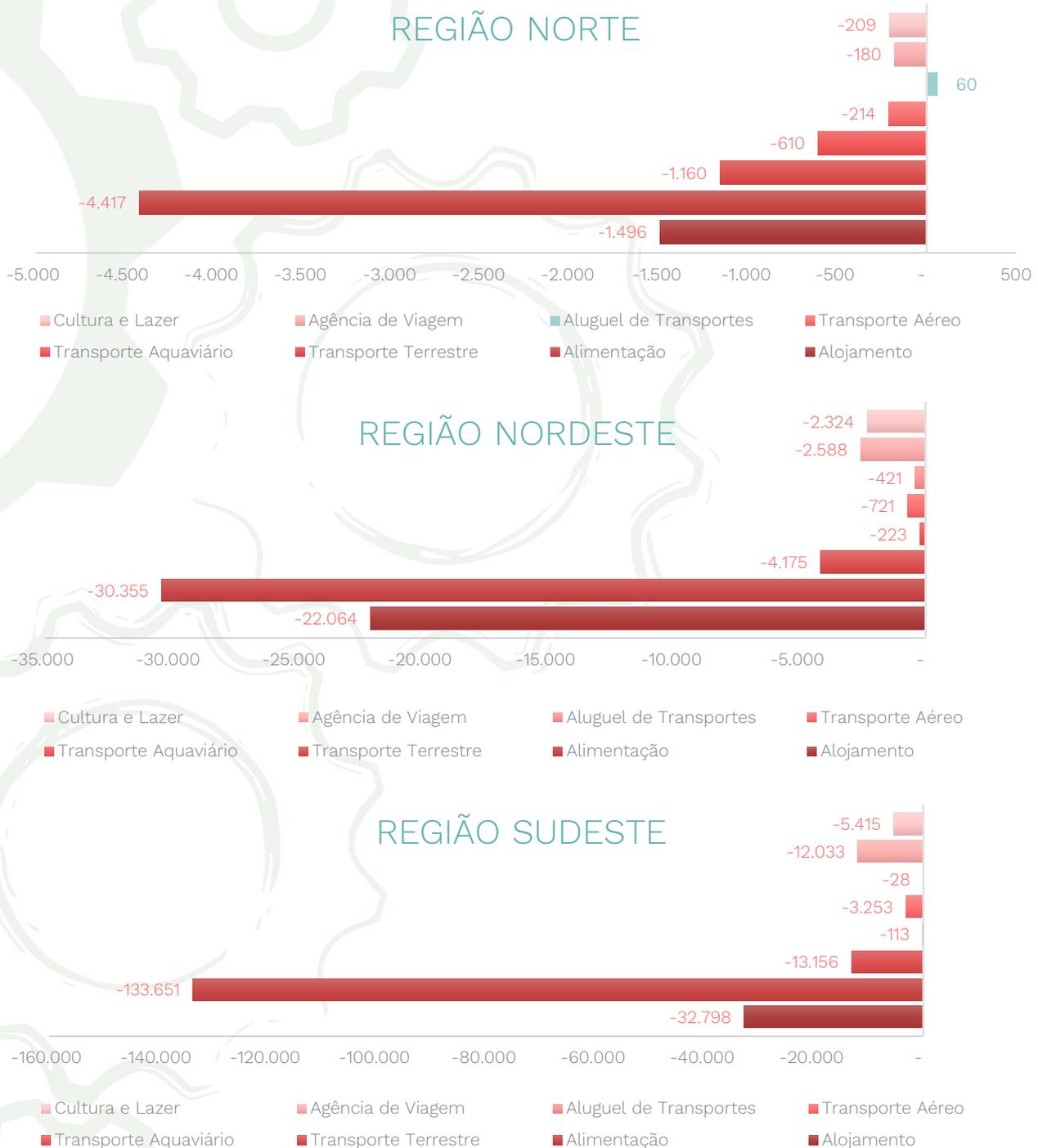
**Gráfico 15 - Distribuição do saldo negativo de contratações e demissões, por ACT - janeiro a setembro de 2020**



Fonte: Novo CAGED/Ministério da Economia.

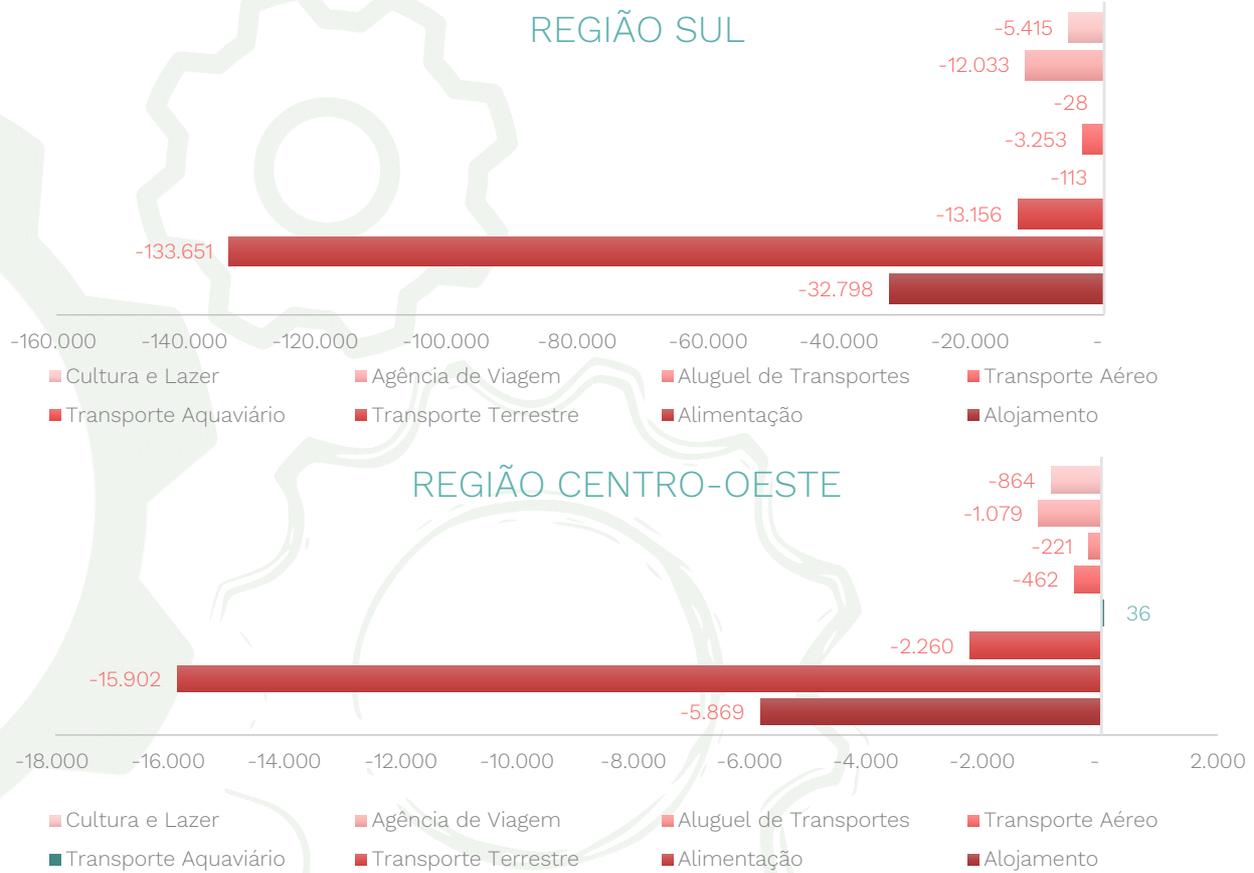
A região **Sudeste** foi a que **mais perdeu postos de trabalho formais** (-200.447), seguida pelo Sul (-67.065) e pelo Nordeste (-62.871). Os gráficos a seguir apresentam a o saldo entre contratações e demissões para cada região e ACT:

**Gráfico 16 - Saldo entre Contratações e Demissões, segundo ACT, por Região do Brasil - janeiro a setembro de 2020 (continua)**



Fonte: Novo CAGED/Ministério da Economia.

**Gráfico 16 - Saldo entre Contratações e Demissões, segundo ACT, por Região do Brasil - janeiro a setembro de 2020 (conclusão)**

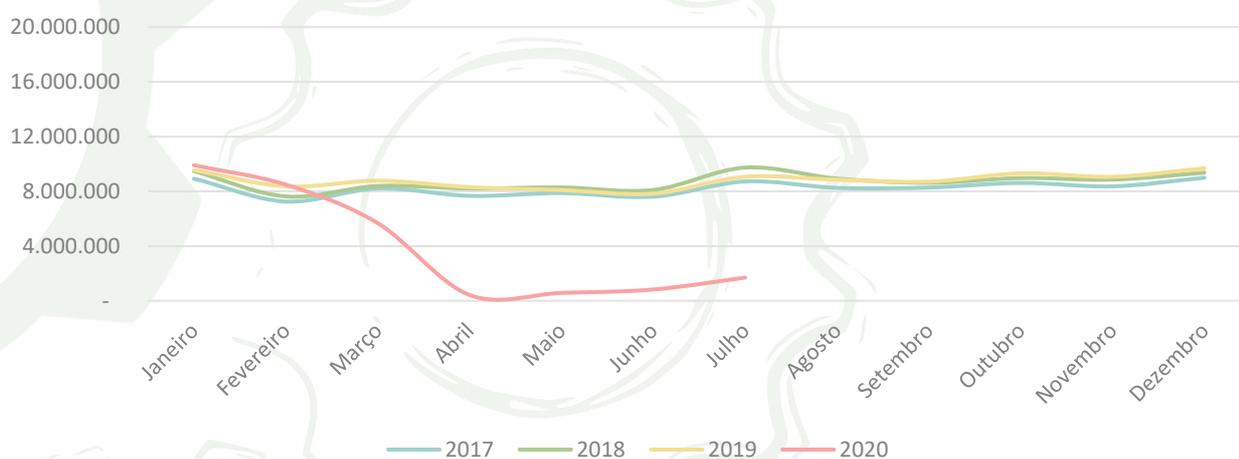


Fonte: Novo CAGED/Ministério da Economia.

## 7. FLUXO AÉREO NO BRASIL

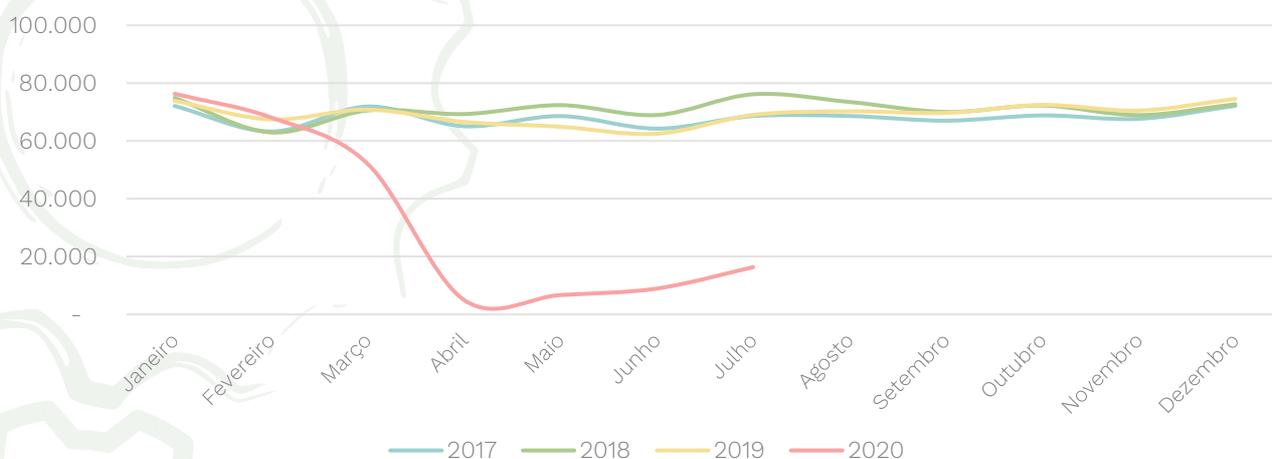
O setor aéreo foi um dos **mais impactados** pela pandemia de COVID-19 com quedas nos desembarques (-54,0%), no número de voos (-50,8%) e oferta na quantidade de assentos ofertados (-52,0%) pelas companhias aéreas para os voos regulares, de janeiro a julho 2020 comparado ao mesmo período do ano anterior. Os gráficos a seguir ilustram bem a queda:

**Gráfico 17 - Desembarques de passageiros em aeroportos no Brasil para voos regulares, doméstico e internacional - janeiro de 2017 a julho de 2020**



Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

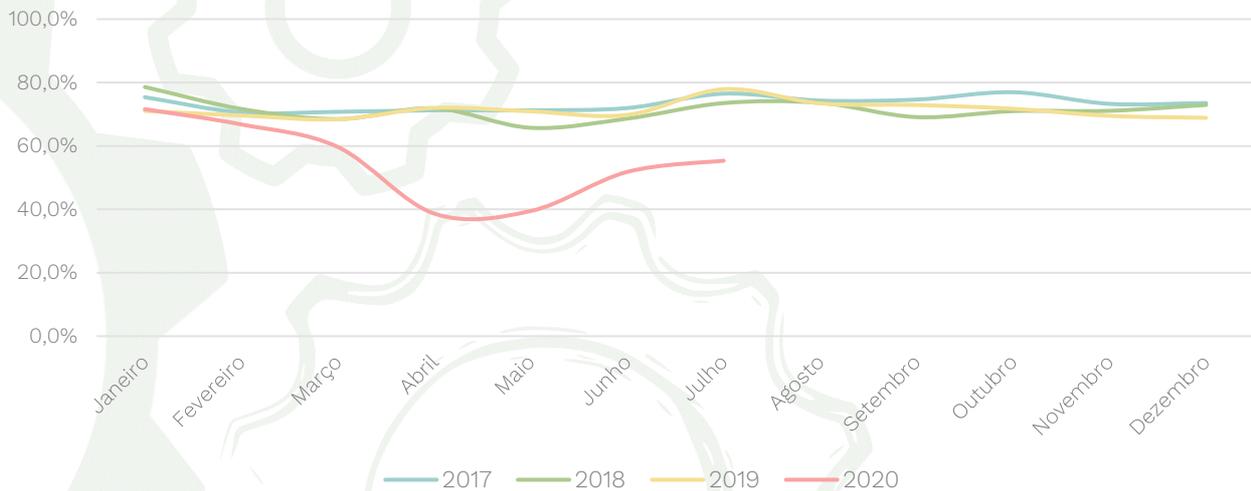
**Gráfico 18 - Pousos em aeroportos no Brasil pra voos regulares, doméstico e internacional - janeiro de 2017 a julho de 2020**



Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

Além disso, a taxa de ocupação médias dos voos também sofreu variação negativa com a menor média registrada em abril de 2020 (38,7% de ocupação).

**Gráfico 19 - Taxa de Ocupação média dos voos regulares, doméstico e internacional - janeiro de 2017 a julho de 2020**



Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

**Gráfico 20 - Assentos ofertados para voos regulares, doméstico e internacional - janeiro de 2017 a julho de 2020**



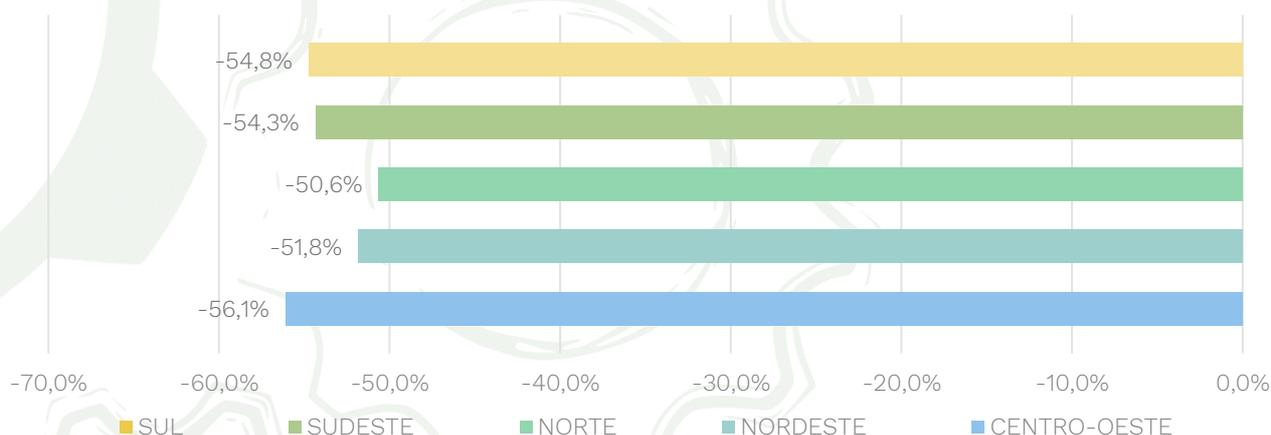
Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

Os voos internacionais regulares, que os aeroportos brasileiros recebem, foram **mais impactados** que os domésticos, apresentando **queda** de 61% nos desembarques, de 54% na quantidade de voos e de 58% na oferta de assentos

comercializados, de janeiro a julho 2020 comparado ao mesmo período do ano anterior. Além disso a taxa de ocupação média nas aeronaves chegou a 20,5% em maio de 2020.

No setor aéreo, o **Centro-Oeste** foi a região do Brasil **mais impactada** pela pandemia no período com **queda** de 56,1% nos desembarques de voos regulares, de 52,7% na quantidade de voos e de 54,3% na oferta de assentos nas aeronaves. Essas informações podem ser verificadas nos gráficos a seguir. Além disso, os gráficos apresentam a taxa de ocupação média nos voos por região:

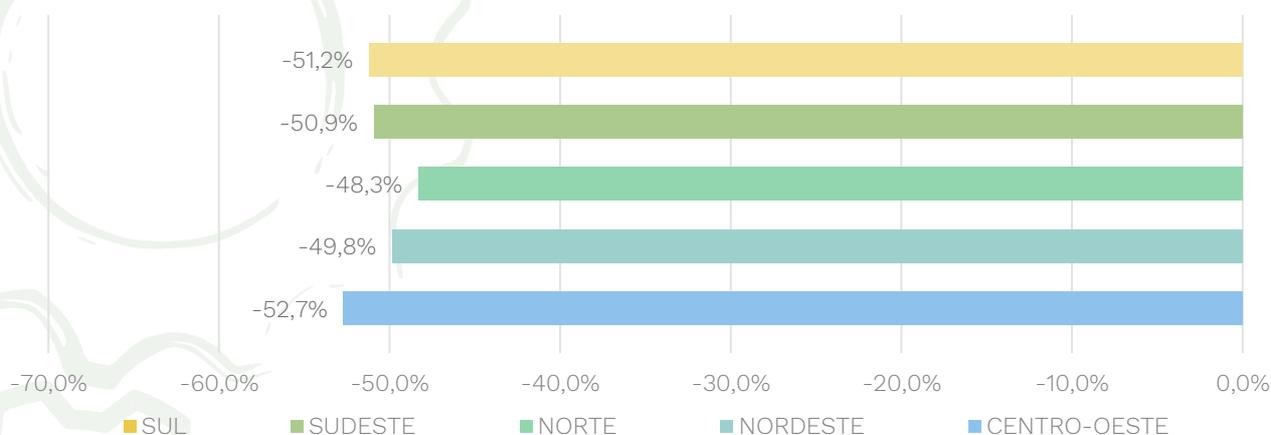
**Gráfico 21 - Variação nos desembarques em aeroportos no Brasil para voos regulares, doméstico e internacional - janeiro a setembro - 2020/2019**



Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

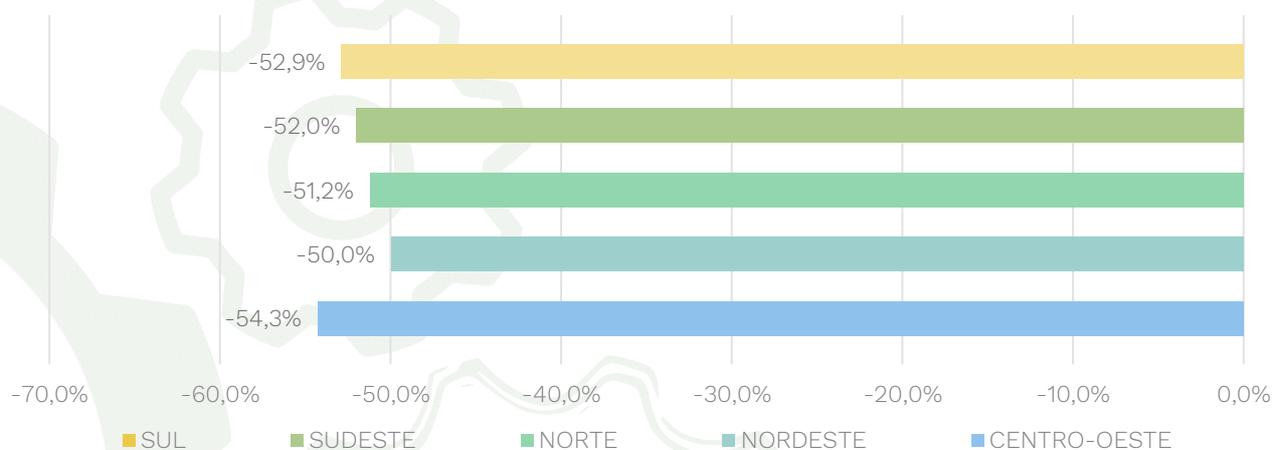


**Gráfico 22 - Variação na quantidade de pousos em aeroportos no Brasil para voos regulares, doméstico e internacional - janeiro a setembro - 2020/2019**



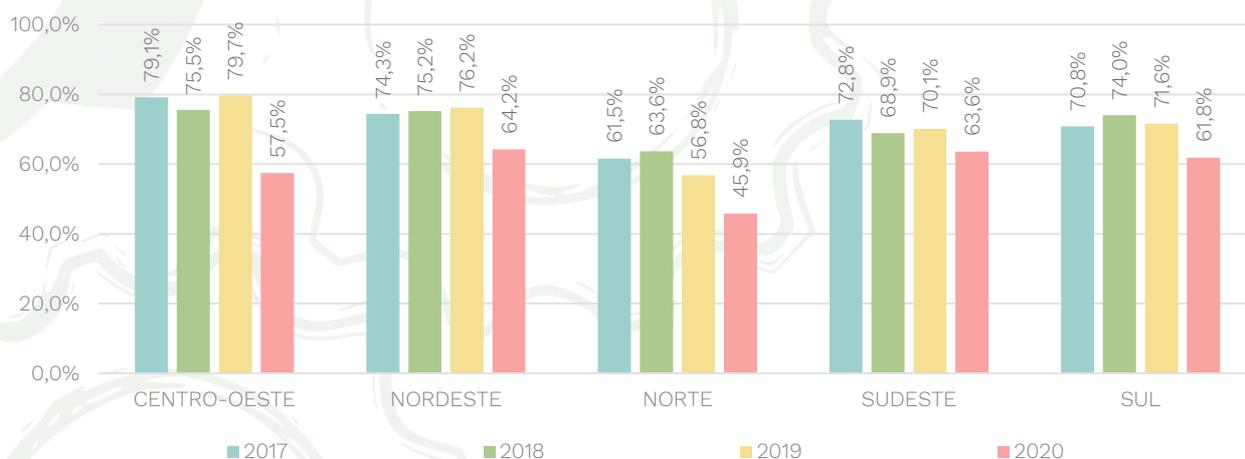
Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

**Gráfico 23 - Variação na oferta de assentos para voos regulares, doméstico e internacional, no Brasil - janeiro a setembro - 2020/2019**



Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

**Gráfico 24 - Taxa de ocupação média nos voos regulares, doméstico e internacional, no Brasil, acumulado em setembro - 2017-2020**



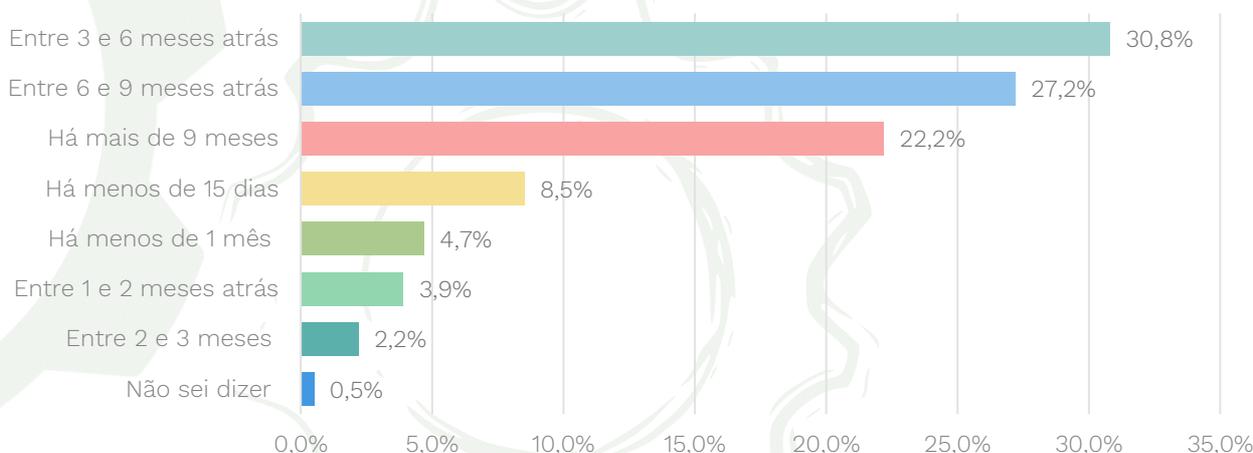
Fonte: Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

É importante destacar que, em que pese os dados que apontam o cenário de queda, as empresas do setor aéreo e as operadoras de aeroportos têm trabalhado para adequar os serviços aos novos protocolos sanitários vigentes, como o uso de máscaras de proteção, higienização dos espaços de circulação e incremento de tecnologia para reduzir o contato pessoal.

Tais informações constam da **Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo** realizada no mês de agosto de 2020 pelo **Ministério da Infraestrutura** por meio de 1.042 entrevistas por telefone e e-mail<sup>2</sup>.

Os resultados da referida pesquisa corroboram com os dados informados anteriormente quanto à queda do número de voos, haja vista as informações abaixo que buscaram mensurar a última vez em que os respondentes viajaram de avião:

**Gráfico 25 - Q. Quando foi a última vez que você viajou de avião?**



Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.

**Gráfico 26 - Q. Qual foi o tipo de viagem realizada?**



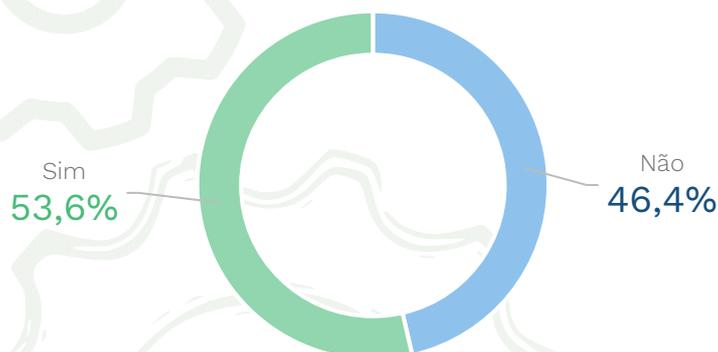
Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.

A pandemia de **COVID-19** direta ou indiretamente **impactou o setor aéreo** e os **usuários**, haja vista que fronteiras foram fechadas e estados e municípios

<sup>2</sup> <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-09/covid-19-pesquisa-revela-que-475-das-pessoas-temem-viajar-de-aviao>

estabeleceram políticas de restrição de trânsito, conforme situação local. Nesse sentido, a pesquisa em comento buscou compreender também esse quadro quanto ao cancelamento de viagens ou suspensão de voos:

**Gráfico 27 - Q. Você adiou ou cancelou alguma viagem aérea por conta do COVID-19?**

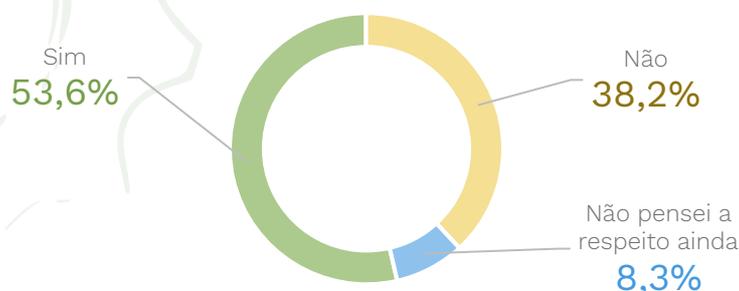


Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.

Considerando os números dispostos e tendo em vista que a pandemia não foi ainda superada, é importante **planejar a retomada gradual das atividades** desde que atendidos os protocolos sanitários. Para tanto é importante compreender o interesse e a disposição dos indivíduos com relação a retomada das viagens.

Nesse sentido, o propósito da pesquisa foi identificar se há interesse na realização de viagens nos próximos meses e a percepção de segurança dos indivíduos sobre viajar de avião mesmo entre aqueles que não pretendem realizar viagens a curto prazo:

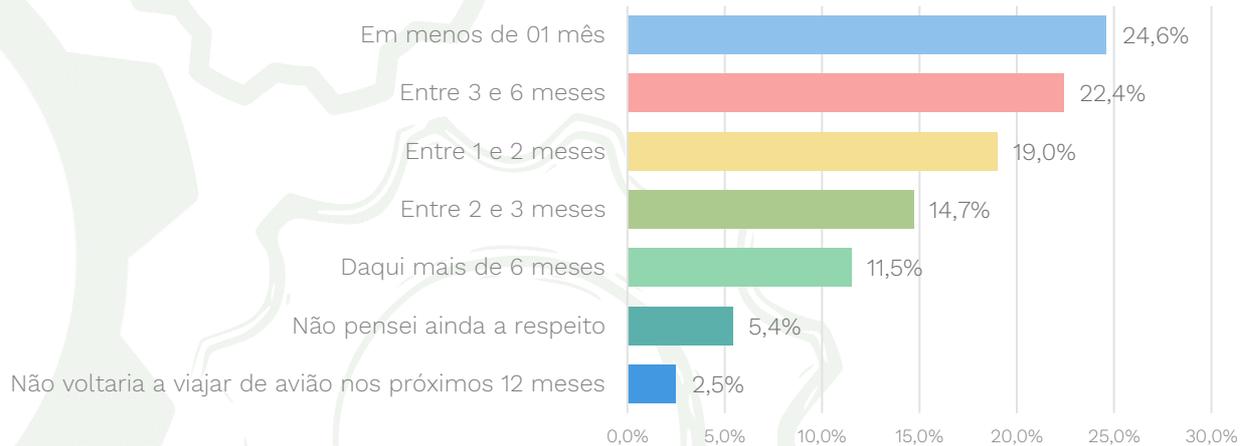
**Gráfico 28 - Q. Você tem planos de viagem aérea para os próximos meses?**



Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.

Entre aqueles que possuem planos de viajar nos próximos meses há intenção de retomada de viagens em curto período de tempo (em menos de 1 até 3 meses) para a maioria dos entrevistados, o que pode indicar um quadro geral de confiança nos protocolos sanitários assumidos até então por este grupo:

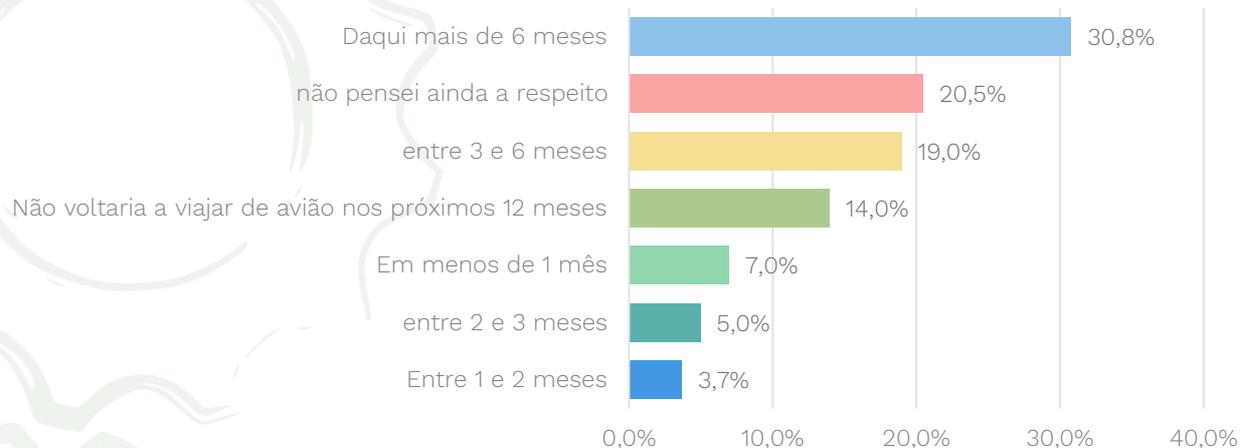
**Gráfico 29 - Q. Em quanto tempo você voltará a viajar de avião?**



Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.

Já no grupo dos indivíduos que não pretendem realizar viagens a curto prazo, percebe-se que há uma propensão de retomada de viagens por meio de avião somente após 06 meses:

**Gráfico 30 - Q. Em quanto tempo você voltaria a voar de avião?**

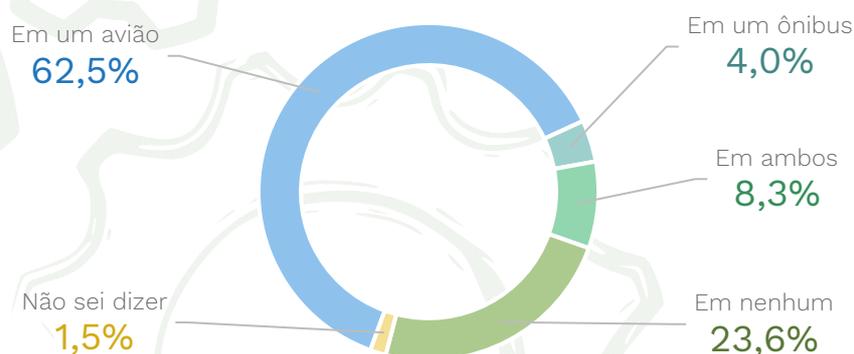


Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.



Em que pese os dados apresentados e a queda percebida no primeiro semestre de 2020 comparado ao mesmo semestre de 2019, a pesquisa aponta ainda a percepção de segurança quanto a utilização do meio de transporte aéreo em detrimento de outros:

**Gráfico 31 - Q. Em relação a uma viagem curta, você se sentiria mais seguro(a) em um avião ou em um ônibus?**



Fonte: Pesquisa de Percepção da Segurança Sanitária no Setor Aéreo – Ministério da infraestrutura.



## 8. INDICADORES DE FATURAMENTO DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

As informações relacionadas ao **faturamento das atividades turísticas** foram disponibilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE por meio dos resultados da **Pesquisa Mensal de Serviços - PMS<sup>3</sup>**, que tem como objetivo produzir indicadores que permitam acompanhar o comportamento conjuntural dos principais segmentos do setor de serviços do Brasil.

O universo da pesquisa contempla empresas formalmente constituídas (CNPJ), com 20 ou mais pessoas ocupadas, e que desempenham atividades de serviços não-financeiros, excluídos os das áreas de saúde e educação.

A PMS divulga, a partir da variável investigada, índices de receita nominal e de volume, este último como resultado da deflação dos valores nominais correntes por índices de preços específicos para cada grupo de atividade, e para cada Unidade da Federação, construídos a partir dos relativos de preços do IPCA.



### 8.1. VOLUME DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

Segundo o IBGE, o **agregado de atividades turísticas**, no acumulado de janeiro a julho de 2020, mostrou **retração de 37,9%** frente a igual período do ano passado, pressionado, sobretudo, pelos ramos de restaurantes, transporte aéreo, hotéis, rodoviário coletivo de passageiros, catering, bufê e outros serviços de comida preparada, e agências de viagens.

O **Distrito Federal**, seguido por Rio Grande do Sul e Ceará foram os estados que apresentaram as **maiores quedas no período de 46,9%, 44,1% e 43,5%**, respectivamente. Já as unidades da federação que apresentaram menores quedas foram Santa Catarina, Rio de Janeiro e Minas Gerais com variações de -31,2%, -32,0% e -36,9%, respectivamente.

<sup>3</sup> <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9229-pesquisa-mensal-de-servicos.html>

Embora a queda no setor no ano seja evidente, o **índice de atividades turísticas** apresenta a **terceira taxa positiva seguida**, ao se considerar a variação mensal. Dessa forma, o setor apresentou **alta** de 7,0%, 21,4% e 4,8% nos meses de **maio, junho e julho**, respectivamente.

No mês de julho, Pernambuco, Distrito Federal e Rio de Janeiro foram os estados que apresentaram as maiores altas, comparado ao mês anterior, com variação no volume de atividades turísticas de 18,9%, 15,4% e 11,5%, respectivamente. Em sentido contrário, Ceará, Santa Catarina e Bahia foram as únicas unidades da federação que apresentaram queda no mês, com variação de -23,0%, -4,8% e -2,7%.

## 8.2. RECEITA NOMINAL DAS ATIVIDADES TURÍSTICAS

Conforme dados disponibilizados pelo IBGE, a **receita nominal das atividades turísticas** de **janeiro a julho de 2020** apresentou **queda** de **38,5%**, em comparação ao mesmo período de 2019, entanto os meses de maio, junho e julho apresentaram variação mensal positiva de 8,1%, 9,4% e 3,5%, respectivamente.

No mês de julho de 2020, Pernambuco, Ceará e Rio de Janeiro são destaques com aumento de 10,6%, 9,8% e 9,5%, respectivamente, comparado ao mês de junho na receita nominal. Em sentido contrário, Paraná (-19,2%) e Santa Catarina (-10,3%) apresentaram as maiores quedas na receita nominal entre os estados no período.



## 9. MERCADO FINANCEIRO

As informações representam a variação da cotação de preços de ativos negociados na Bolsa de Valores Oficial do Brasil (B3). Esses ativos representam parte da empresa, ou seja, as pessoas físicas ou jurídicas que possuem custódia (posse) das ações. Dessa forma, o preço varia conforme a oferta e a demanda que são influenciadas pelos fundamentos das empresas e pela especulação.

**Tabela 4 - Variação da cotação de preço de ativos negociados na B3 - 2019/2020**

ACT	Ações	2020 (%)			2019 (%)		
		1º Tri	2º Tri	1º Sem	1º Tri	2º Tri	1º Sem
Alojamento	Hoteis Othon S.A.	-14,9	42,0	20,9	-0,5	-1,1	-1,6
Alimentação	Meal Company alimentação S.A.	-67,4	46,0	-52,4	0,5	21,9	22,5
	BK Brasil Operação e Assessoria a Restaurantes S.A.	-48,9	26,3	-35,4	7,3	0,6	7,9
Transporte Terrestre	JSL S.A.	-51,3	79,6	-12,6	45,6	47,1	114,2
Transporte Aéreo	Azul	-69,9	14,6	-65,5	6,3	13,1	20,3
	Gol	-69,1	63,1	-49,6	3,2	25,9	29,9
	SMILES	-68,3	19,1	-62,3	9,4	-5,8	3,1
Aluguel de Transporte	CIA Locação das Américas	-53,7	63,0	-24,5	4,8	26,1	32,1
	Localiza Rent A CAR S.A.	-44,4	55,8	-13,3	11,5	24,3	38,5
Agências de Viagem	MOVIDA Participações AS	-57,4	62,5	-30,8	26,2	37,3	73,2
	CVC S.A.	-74,7	63,5	-58,6	-10,5	-9,0	-18,6
	IBOVESPA	-36,9	30,2	-17,8	8,6	5,8	14,9
ACT	Fundos Imobiliários	2020 (%)			2019 (%)		
		1º Tri	2º Tri	1º Sem	1º Tri	2º Tri	1º Sem
Alojamento	Hotel Maxinvest	-39,4	16,2	-29,6	11,6	29,5	44,5
	XP Hotéis	-18,9	12,6	-8,7	(1)	(1)	(1)

Fonte: B3 - Brasil, Bolsa e Balcão.

Nota: 1 - ACT: Atividade Característica do Turismo.

2 - Ativo em negociação na B3 a partir de maio de 2019.

(1) Dado não disponível.

Em direção contrária a outros dados, os **ativos das empresas e dos fundos imobiliários do setor de turismo** negociados na B3 no 2º trimestre de 2020, tiveram **valorização**, no entanto no **1º trimestre** do ano sofreram **forte depreciação** de até 74,7% (CVC S.A).

Apesar da recuperação no 2º trimestre, os ativos **acumulam desvalorização no 1º semestre**. Observa-se ainda que os ativos apresentados possuem maior volatilidade que o IBOVESPA, ou seja, sofrem maiores variações nas cotações dos preços. Além disso, fica clara a forte influência da especulação nos preços, motivada pelas **incertezas causadas** pela pandemia do **COVID-19**.



## 10. TENDÊNCIAS E PROPOSTAS

Os dados apresentados apontam para um cenário complexo e preocupante no setor de turismo. E todos os setores da cadeia produtiva do turismo sofrem em alguma medida, haja vista a queda na arrecadação, na geração de empregos, na ocupação hoteleira e na movimentação de passageiros.

A adoção de medidas para mitigar os efeitos da pandemia no setor é fundamental e urgente, e a aliança entre o setor público e o setor privado é a chave para impulsionar ações almejando a mudança.

Tal conjuntura faz-se necessária para reverter a visão cética dos consumidores quanto à possibilidade de viajar, bem como para adotar ou reforçar rigorosos protocolos sanitários nos destinos turísticos.

Segundo estudo da Fundação Getúlio Vargas<sup>4</sup>, em que pese o relaxamento das medidas de isolamento já percebido em alguns estados e municípios, o atual quadro deve perdurar e a recuperação levará mais tempo para ocorrer, haja vista que a retomada econômica se dará em fases, sob variadas condições e momentos de recuperação da produção:



Modelo baseado no Relatório de Impacto econômico do COVID-19 – FGV

4 [https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19\\_impactoeconomico\\_turismo2\\_v07\\_fichacatalografica.pdf](https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/02.covid19_impactoeconomico_turismo2_v07_fichacatalografica.pdf)

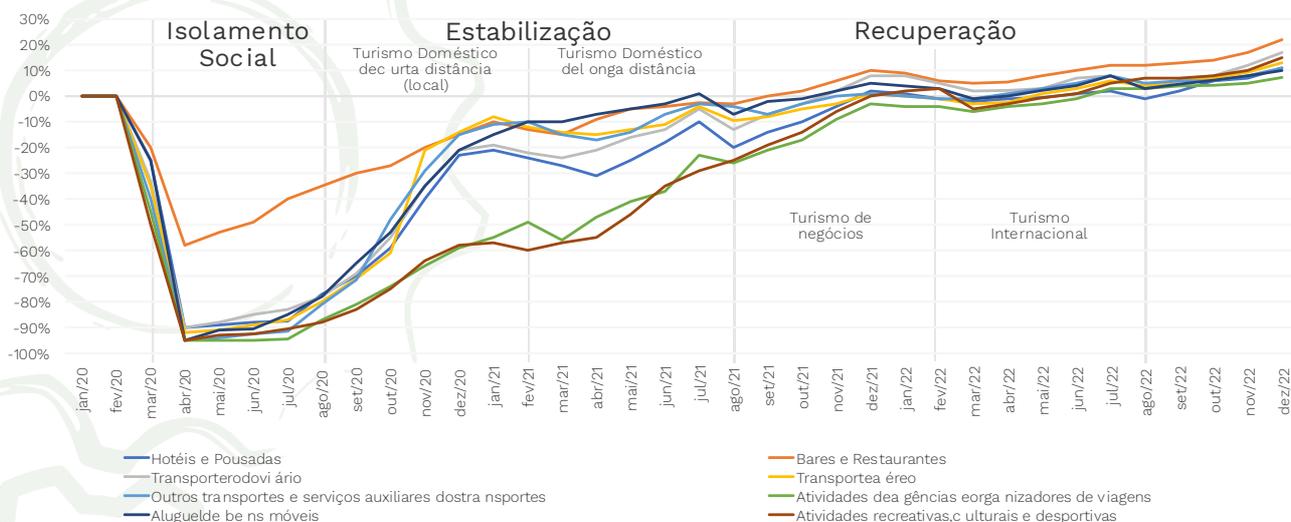
Sejam as fases:

- **Isolamento Social:** fase em que os negócios estão parados em quase sua totalidade, por conta das medidas de contenção da pandemia e manutenção de grande parte da população em casa;
- **Estabilização:** fase em que se estabelecem as primeiras medidas de retomada dos negócios no mercado como um todo, e também em alguns serviços turísticos. Há momentos diferentes para o retorno das variadas atividades turísticas;
- **Recuperação:** fase em que se consolida o processo de retorno análogo à realidade pré-crise, a partir de maior imunização da população ou pelo uso de vacinas.

Segundo o estudo, é esperado que as atividades turísticas domésticas ganhem fôlego nos curto e médio prazos, enquanto atividades internacionais ainda demandarão maior tempo de maturidade para apresentarem os primeiros números de recuperação. Para o estudo em comento, considera-se que durante o período de estabilização, o turismo doméstico será o primeiro fator motivador do retorno das atividades, levando aproximadamente, 12 meses para retornar à atividade plena, enquanto o internacional levará, pelo menos, 24 meses para atingir recuperação econômica do setor, de forma a recuperar o nível de produção anterior à perda causada pelo cenário atual:



**Gráfico 32 - Tendências de variação das atividades do setor de turismo - janeiro de 2020 - dezembro de 2022**



Fonte: Impacto econômico do COVID-19: propostas para o turismo, 2. ed. - Rio de Janeiro: FGV Projetos, março/2020, p.9.

Com base nos dados apresentados, o estudo assevera que a reação do setor de turismo tende a ser lenta e deve ocorrer a partir do momento em que as medidas de isolamento social mais intensas forem afrouxadas. O **retorno do consumo se dará de forma gradual** e ainda sob medidas de distanciamento social, baseado no atendimento de protocolos de saúde.

A partir de tais premissas, é fundamental que sejam avaliadas ou adotadas medidas com o objetivo de superar o quadro. Tendo por base a atual capacidade de articulação do Ministério do Turismo, os projetos em desenvolvimento e o cenário econômico, o presente relatório destaca algumas sugestões:



### ARTICULAÇÃO INTERSETORIAL E ADOÇÃO DE PLANO DE RETOMADA

É importante que o Ministério do Turismo **assuma o compromisso de liderar o processo de retomada do setor** por meio da articulação intergovernamental com a união dos diferentes órgãos governamentais envolvidos, tais como o Ministério da Infraestrutura, Ministério da Saúde, Ministério do Meio Ambiente. (Está exposto no próximo parágrafo)

A relação deve estender-se também aos estados e municípios por meio das secretarias estaduais e municipais de turismo para fortalecer a rede de políticas públicas voltadas para mitigar os efeitos da pandemia sobre o setor.

A **elaboração de um plano de retomada** que considere a participação do setor privado, dos órgãos municipais e estaduais, bem como agentes financeiros e que tenham convergência com o Planejamento Estratégico do Ministério do Turismo e com as atuais políticas em vigor para aproveitar a capacidade já estabelecida.

É importante também reforçar a **atuação institucional do Ministério do Turismo no Congresso Nacional** para identificar possíveis propostas legislativas que possam auxiliar no processo de retomada, bem como apoiar a criação ou a manutenção de Frentes Parlamentares que auxiliarão no processo de acompanhamento legislativo.





## INCREMENTO DA IMAGEM DE SEGURANÇA

No cenário atual é fundamental que sejam **estabelecidas campanhas de comunicação acerca dos protocolos sanitários** para auxiliar na tomada de decisão dos consumidores interessados em viajar, haja vista que a percepção sobre a segurança sanitária pode ser fator relevante na decisão acerca da viagem e do destino.

Com base nesse aspecto, é importante reforçar eventuais programas de segurança no turismo traçados pelo Ministério do Turismo, tais como o **Selo Turismo Responsável**.



## TURISMO DOMÉSTICO E EXPERIÊNCIAS IMPACTANTES

Tendo em vista a recente publicação do resultado do suplemento turismo da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD – Contínua), com dados coletados em 2019, que apresenta o perfil do turista doméstico, bem como os estudos realizados pela Organização Mundial do Turismo que apontam que a **retomada dar-se-á pelo turismo doméstico**, é salutar ressaltar que as **políticas sejam orientadas** para o incremento desse segmento.

Para tanto devem ser elaboradas políticas e ações voltadas para experiências impactantes com serviços que agreguem valor à experiência turística no destino ou no deslocamento.

Nesse sentido, devem ser fomentadas políticas voltadas para o turismo rodoviário com base em rotas que possuam valor agregado ou experiências turísticas. Sugere-se **investigação** aprofundada sobre as **rotas turísticas** que possuam características relacionadas ao **turismo rodoviário**.



Outro fator que merece destaque é a **crescente busca** por **turismo de isolamento** onde o indivíduo opta pelo isolamento e não é obrigado a tal. Tal segmento possui convergência em certa medida com o **turismo de aventura** e com o **turismo rural**, razão pela qual sugere-se maior atuação da Pasta.



## NOVA REALIDADE DE MERCADO

O cenário atual resultante dos efeitos da pandemia de COVID-19 exige um posicionamento cada vez mais atualizado às **novas tecnologias**. Tal premissa cabe tanto aos consumidores, empresas, quanto ao setor público. É cada vez mais necessário o investimento em novas tecnologias para apoiar a digitalização de alguns serviços, para promover a desburocratização e auxiliar no processo de retomada.

O Ministério do Turismo deve **apoiar ações** que visem **desburocratizar, agilizar** e assim **evitar possíveis judicializações** em razão da pandemia que podem ser causadas em razão do cancelamento de serviços, de remarcações ou adequações necessárias.

Outro fator que merece destaque é a **maior dinamicidade dos preços praticados**. Com base nos dados apresentados, é fundamental que tanto empresas quanto consumidores estejam atentos ao novo panorama do mercado que estará mais suscetível a fatores externos e preços de insumos provocando um novo formato de serviços e, conseqüentemente, de preços.



## ALTERNATIVAS PARA OS SETORES CULTURAL E CRIATIVO

Assim como o turismo, os setores cultural e criativo foram significativamente impactados pela pandemia em curso, como abordado acima.

Considerando que as fases do já mencionado estudo da Fundação Getúlio Vargas para o setor de turismo aplicam-se de forma análoga à cultura, a retomada das

atividades do setor passa pela **adoção dos protocolos básicos de segurança sanitária**, especialmente no intuito de reduzir drasticamente a escala das aglomerações comuns às atividades culturais típicas (teatro, dança, cinema, circo, música) e promover sua realização de forma adaptada em espaços abertos e ao ar livre, especialmente parques e praças públicos.

Nesse sentido, caberia também o **incentivo às produções em formato híbrido - presencial e online**, simultaneamente – assim como o **desenvolvimento de novas plataformas e modalidades de fruição cultural por meio virtual**, uma vez que para cerca de 85% dos indivíduos e coletivos que participaram da Pesquisa de Percepção dos Impactos da Covid-19 nos Setores Cultural e Criativo do Brasil, é possível a realização total ou parcial de suas atividades em meio digital.

A adoção e o desenvolvimento de tais meios digitais apresentam-se como uma oportunidade interessante para as **produções culturais e criativas**, possibilitando a realização de **atividades com aglomeração controlada**, transmitidas simultaneamente online, movimentando o setor e promovendo o **desenvolvimento de novos setores criativos** associados aos meios de fruição digital inovadores.

Tanto no caso da adaptação para que as produções culturais aconteçam em espaços abertos, como no caso do desenvolvimento de novos meios de difusão cultural virtuais, o **incentivo e regulamentação pelos poderes públicos das três esferas**, em articulação com os produtores culturais é essencial, cabendo ao Ministério do Turismo, por meio da **SECULT**, o protagonismo nesta articulação.



## RETOMADA DO SETOR CULTURAL POR MEIO DA APLICAÇÃO DOS RECURSOS DA LEI FEDERAL NO 14.017/2020

Sancionada em 29 de junho de 2020, a Lei Federal 14.017/2020 (denominada **Lei Aldir Blanc**) possibilitará a recuperação dos setores culturais e criativos, por meio da transferência de recursos da União aos Estados, Distrito Federal e Municípios,

no valor total de R\$ 3.000.000.000,00 (três bilhões de reais) para aplicação em ações emergenciais de apoio ao setor cultural:

“A União vai repassar 50% de R\$ 3 bilhões (R\$ 1,5 bilhão) ao Distrito Federal e aos 5.568 Municípios, sendo 20% (R\$ 300 milhões) de acordo com os critérios de rateio do Fundo de Participação dos Municípios (FPM) e 80% (R\$ 1,2 bilhão) proporcionalmente à População” (CNM, NOTA TÉCNICA Nº 54/2020 - A Lei Aldir Blanc pós-regulamentação federal: orientações aos gestores municipais de cultura. Brasília, 10 de setembro de 2020, p. 5)

Conforme estabelecido no art. 2º da referida lei. As transferências serão realizadas por meio de **aprovação de plano de ação pelos entes federados** cadastrados na **Plataforma +Brasil**. O plano de ação deverá delimitar em linhas gerais a destinação dos recursos, que poderão ser aplicados nos seguintes itens:

I – renda emergencial mensal aos trabalhadores da cultura (inciso I do caput do art.2º da Lei nº 14.017, de 2020) – sendo que tal distribuição compete apenas aos Estados e ao Distrito Federal.

II – subsídios mensais para a manutenção de espaços artísticos e culturais, microempresas e pequenas empresas culturais, cooperativas, instituições e organizações culturais comunitárias que tiveram as suas atividades interrompidas por força das medidas de isolamento social (inciso II do caput do art. 2º da Lei nº 14.017, de 2020) – sendo que tal aplicação compete aos Municípios e ao Distrito Federal;

III – editais, chamadas públicas ou outros instrumentos aplicáveis para prêmios, aquisição de bens e serviços vinculados ao setor cultural, manutenção de agentes, de espaços, de iniciativas, de cursos, de produções, de desenvolvimento de atividades de economia criativa e de economia solidária, de produções audiovisuais, de manifestações culturais, e realização de atividades artísticas e culturais que possam ser transmitidas pela internet ou disponibilizadas por meio de redes sociais e outras plataformas digitais (inciso III do caput do art. 2º da Lei nº 14.017, de 2020) – sendo que tal aplicação compete tanto aos Estados, quanto ao Distrito Federal e aos Municípios.



Portanto, a **transferência e a aplicação** de tais **recursos**, que deverão ser inseridos nas LOAs como crédito adicional extraordinário e executados no exercício 2020 deve gerar **impacto significativo na recuperação dos setores cultural e criativo**, devendo ser objeto de monitoramento e avaliação por este Ministério.

MINISTÉRIO DO  
TURISMO



**PÁTRIA AMADA  
BRASIL**  
GOVERNO FEDERAL

Marcelo Henrique Teixeira Dias  
Ministro de Estado de Turismo

Daniel Diniz Nepomuceno  
Secretário Executivo

Luana Mara Nunes Boldori  
Subsecretária de Gestão Estratégica

Elton Gomes de Medeiros  
Coordenador-Geral de Dados e Informações

Jaqueline Silva Campos Magalhães  
Coordenadora de Estudos e Pesquisas

João Felismario Batista Junior  
Coordenador de Informações Estratégicas

André Ricardo Santana da Costa  
Isadora Tami Lemos Tsukumo  
Marina de Lima Rabelo  
Pedro Vicente da Silva Neto  
Equipe Técnica

Gabriel de Lacerda Rangel (Estagiário)  
Maria Izabel Silva de Azevedo (Técnica em secretariado)  
Apoio operacional

