

Impactos da Pandemia no Turismo: O caso de uma Pousada em Balneário Camboriú/SC

The Pandemic's Impact on Tourism: The case of an Inn from Balneario Camboriu/SC

Impactos de la Pandemia en el Turismo: El caso de una Posada en Balneário Camboriú/SC

Micaela Moser¹
Janypher Marcela Inácio Soares²
Gustavo Lima Soares³

Este artigo foi recebido em 15 de dezembro de 2021 e aprovado em 04 de julho de 2022

Resumo: Um dos grandes desafios do turismo é enfrentar ciclos instáveis, sendo estes prejudiciais para o andamento dos empreendimentos. Em 2020, o setor se deparou com uma crise, a pandemia da COVID-19. Com isto, o presente artigo tem como objetivo geral analisar as reações de uma Pousada, no município de Balneário Camboriú, Santa Catarina, frente à pandemia da COVID-19 e, para alcançar este objetivo geral o artigo possui os seguintes objetivos específicos: compreender o setor do turismo; apresentar a relação entre empreendedorismo e inovação no setor; demonstrar os impactos da pandemia da COVID-19 no turismo, além das reações governamentais; apresentar as estratégias adotadas pela Pousada como reação à pandemia da COVID-19. No que tange a metodologia do artigo, sob o ponto de vista da abordagem do problema e de sua natureza, foi utilizada uma pesquisa aplicada, quantitativa e qualitativa. A pesquisa é classificada como uma pesquisa descritiva, explicativa e com participantes. Foram utilizadas entrevistas com as gestoras da pousada e os dados coletados em caráter secundário foram a receita da pousada nos anos de 2019, 2020 e 2021, quantidade de reservas realizadas no mesmo período, decretos no município, indicadores hoteleiros e turísticos, bem como dados econômicos. Como resultado foi observado que o setor do turismo teve suas ofertas muito maiores que as demandas, devido à queda no fluxo de turistas, cancelamentos de viagens, e medidas adotadas na tentativa de conter a taxa de transmissão do vírus SARS-CoV-2. Sendo assim, será possível visualizar como este cenário de pandemia afetou a Pousada, uma vez que a quantidade de reservas da propriedade chegou a decair em 2100% e sua receita em 3560% no ano de 2020, com isto, a propriedade ficou sem capacidade de pagamento para as contas do mês e salário de funcionários. Contudo, o meio de hospedagem se reinventou e adotou estratégias, a fim de minimizar os prejuízos causados na demanda da mesma, tais como: inovação em sua estrutura, meio de hospedagem, cartão fidelidade, dentre outros.

Palavras-chave: Turismo. Hotelaria. Empreendedorismo. Pandemia.

Abstract: One of the great challenges of tourism is to face unstable cycles, which are harmful to the progress of enterprises. In 2020, the sector faced a crisis, the COVID-19 pandemic. With this, the present article has the general objective to analyze the reactions of a Pousada, in the municipality of Balneário Camboriú, Santa Catarina, in the face of the COVID-19 pandemic, and for this to be achieved, the article has the following specific objectives: to understand the tourism sector; to present the relationship between entrepreneurship and innovation in the sector; to demonstrate the impacts of the COVID-19 pandemic on tourism as well as government reactions; to present the strategies adopted by the Pousada as a reaction to the COVID-19 pandemic. Regarding the methodology of the article, from the point of view of approaching the problem and its nature, an applied, quantitative and qualitative research was used. The research is classified as a descriptive, explanatory and participant research. Interviews with the managers of the inn were used and the data collected on a secondary basis were the inn's revenue in the years 2019, 2020 and 2021, number of reservations made in the same period, decrees in the municipality, hotel and tourist indicators, as well as economic data. As a result, it was observed that the tourism sector had its offers much greater than the demands, due to the drop in the flow of tourists, travel cancellations, and measures adopted in an attempt to contain the transmission rate of the SARS-CoV-2 virus. It is possible to see how this pandemic scenario affected the Inn, with the amount of reservations of the property falling by 2100% and its revenue by 3560% in

¹**Formação/curso:** Graduada em Administração. **Instituição:** UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI, Balneário Camboriú – SC, Brasil. **E-mail:** micamoser@hotmail.com

²**Formação/curso:** Doutoranda em Relações Internacionais. **Instituição:** UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI, Balneário Camboriú – SC, Brasil **E-mail:** janypher@univali.br

³**Formação/curso:** Doutorando em Administração. **Instituição:** Ex.: UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ – UNIVALI, Balneário Camboriú – SC, Brasil **E-mail:** soares@univali.br

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

the year 2020, being, this the property, unable to pay the bills of the month and salary of employees. However, the means of accommodation reinvented themselves and adopted strategies in order to minimize the damage caused in the demand for it, such as: innovation in its structure, means of accommodation, loyalty card, among others.

Keywords: Tourism. Hospitality. Entrepreneurship. Pandemic.

Resumen: Uno de los grandes desafíos del turismo es enfrentar ciclos inestables, perjudiciales para la marcha de los emprendimientos. En 2020, el sector enfrentó una crisis, la pandemia de COVID-19. Con eso, el presente artículo tiene como objetivo general analizar las reacciones de una Posada, en el municipio de Balneário Camboriú, Santa Catarina, frente a la pandemia de COVID-19, y para eso, el artículo tiene el siguiente objetivos específicos: comprender el sector turístico; presentar la relación entre emprendimiento e innovación en el sector; demostrar los impactos de la pandemia de COVID-19 en el turismo, así como las reacciones del gobierno; y presentar las estrategias adoptadas por la Posada como reacción a la pandemia del COVID-19. En cuanto a la metodología del artículo, desde el punto de vista del abordaje del problema y su naturaleza, se utilizó una investigación aplicada, cuantitativa y cualitativa. La investigación se clasifica como una investigación descriptiva, explicativa y participante. Se utilizó entrevistas a los encargados de la posada y los datos recopilados de forma secundaria fueron los ingresos de la posada en los años 2019, 2020 y 2021, número de reservas realizadas en el mismo periodo, decretos en el municipio, indicadores hoteleros y turísticos, así como datos económicos. Como resultado, se observó que el sector turístico tuvo sus ofertas mucho mayores que las demandas, debido a la caída en el flujo de turistas, cancelaciones de viajes y medidas adoptadas en un intento por contener la tasa de transmisión del SARS-CoV- 2 virus. Se podrá ver como este escenario de pandemia afectó a la Posada, con una caída del 2100% en la cantidad de reservas de la propiedad y del 3560% en sus ingresos en el año 2020, con esto la propiedad no pudo pagar las facturas del mes y salario de los empleados. Sin embargo, los medios de alojamiento se reinventaron y adoptaron estrategias con el fin de minimizar los perjuicios ocasionados en la demanda del mismo, tales como: innovación en su estructura, medios de alojamiento, tarjeta de fidelización, entre otros.

Palabras llave: Turismo. Hospitalidad. Emprendimiento. Pandemia.

1 Introdução

Devido às transformações mercadológicas enfrentadas, algumas organizações passam por um processo de desafios para se manterem atrativas no mercado. Ligado a isto, é importante o empresário, principal fonte de inovação, estar frequentemente inovando seu negócio, trazendo novos produtos para o mercado (SCHUMPETER, 1997), fazendo uma reavaliação da gestão e tornando-se flexível a mudanças (SOARES, 2012), a fim de ir ao encontro com as novas oportunidades, mudanças das necessidades dos consumidores e estar lado a lado com os concorrentes.

Com essa visão de empreendedor inovador, inserem-se os empreendimentos turísticos, que precisam estar em constante inovação devido às mudanças que ocorrem no mundo e no gosto dos turistas, a fim de buscar ser mais atraente aos consumidores, para que possa contribuir cada vez mais com o desenvolvimento econômico, pois diversas localidades dependem do setor para a geração de receitas, empregos, renda e aquecimento econômico por meio do recebimento de turistas. Pode-se notar a contribuição de crescimento do setor, tanto para as localidades dependentes do mesmo, quanto para a economia, por meio de dados do ano de 2019, em que o setor cresceu 3,1% no ano supracitado e foi

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

responsável por mais de 8% do PIB nacional, gerando mais de 7 milhões de empregos no Brasil (MARTINS, 2019).

Porém, sabendo que o turismo se desenvolve por meio de deslocamento de pessoas, no ano de 2020 e 2021 a atividade se deparou com o cenário de pandemia da COVID-19. Neste cenário, países se viram obrigados a realizar intervenções para diminuir o contágio do SARS-CoV-2, decretando medidas restritivas, como: adoção de uso de máscaras faciais para evitar o contágio; *lockdown*, com o fechamento de estabelecimentos essenciais e não essenciais, e proibição completa da circulação de pessoas nas ruas, exceto para comprar alimentos e medicamentos, ou buscar por assistência à saúde; proibição de eventos devido às aglomerações; restrição de viagens e transportes públicos (AQUINO; LIMA, 2020).

Tendo em vista que o isolamento social é uma ação para frear o avanço da doença, os atrativos turísticos estiveram entre os primeiros locais a serem fechados para evitar o avanço da COVID-19 (BARBOSA *et al.*, 2020). Além disto, sendo um dos setores que tiveram sua reabertura mais tardia em relação aos demais, e não tendo a possibilidade de ocupação total dos hotéis, consequentemente o setor teve um elevado impacto econômico negativo, perdendo cerca de 116 bilhões de reais no biênio 2020-2021, representando uma diminuição de aproximadamente 21% na produção total do período (BARBOSA; COELHO; MOTTA; GUIMARÃES, 2020). Ressalta-se, ainda, o fato de que os gastos realizados pelos turistas dificilmente são recuperados em curto prazo, porque quando o turista abre mão de uma viagem, por exemplo, o mesmo recurso é destinado para outro fim.

Sendo assim, ações inovadoras por parte da rede hoteleira tiveram que ser tomadas para que os turistas se sentissem atraídos a adquirir hospedagens nos alojamentos e, dentre estas atitudes, tem-se: a diminuição de suas tarifas para o perfil de viajante que busca maior economia, inovações tecnológicas, como check-in realizado direto pelo smartphone, dentre outros. Neste cenário, também se insere a Pousada objeto deste estudo. A pousada está inserida no mercado de turismo, em Balneário Camboriú, há mais de 36 anos.

No cenário que antecedeu a COVID-19, o principal problema enfrentado era a sazonalidade, porém, devido à expertise das gestoras, o problema era anualmente administrado e contornado com organização prévia do ponto de vista financeiro. Porém, com o cenário da COVID-19, a situação tornou-se incerta. Algumas reações governamentais auxiliaram os meios de hospedagem a atrair um maior fluxo turístico com a criação de algumas políticas públicas, sendo elas: a criação do selo “Turismo Responsável” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020a), que dá uma maior segurança para o hóspede que procura um ambiente confortável e muito bem higienizado; a campanha “Não cancele, remarque” (BRAIS, 2020), em apoio ao setor turístico, para que os viajantes remarquem suas viagens e não

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

solicitem seu dinheiro de volta; decretos liberando o funcionamento dos estabelecimentos, mesmo que em horários e ocupações específicas. Porém, ainda não há uma política que fortaleça o setor. Conforme a Agência do Senado (2021), a retomada do turismo só irá ocorrer após a vacinação intensa da população, e tal recuperação do setor poderá ocorrer apenas em 2022.

Assim, obtém-se a pergunta de pesquisa desse estudo: quais foram as ações realizadas por uma Pousada de Balneário Camboriú, Santa Catarina, perante as alterações do setor turístico, tanto no que diz respeito ao advento da pandemia da COVID-19 quanto às modificações dos decretos governamentais para a manutenção e a melhoria dos seus resultados?

Diante disto, o objetivo geral do presente estudo é analisar as reações de uma Pousada, no município de Balneário Camboriú, Santa Catarina, frente à pandemia da COVID-19. Para que este possa ser alcançado, os objetivos específicos são: compreender o setor do turismo; apresentar a relação entre empreendedorismo e inovação no setor; demonstrar os impactos da pandemia do COVID-19 no turismo, bem como, as reações governamentais; apresentar as estratégias adotadas pela Pousada como reação à pandemia do COVID-19.

A justificativa do presente estudo se dá pelo decréscimo das taxas de ocupação da rede hoteleira, como o aumento nos cancelamentos das estadias por consequência dos decretos de *lockdown* e também ao receio dos turistas em sair de suas casas e prejudicarem sua saúde e de suas famílias. Tudo isso gerou resultados financeiros negativos e até mesmo o fechamento de alguns estabelecimentos (IBGE, 2020), pois os empreendimentos não puderam mudar sua dinâmica de trabalho, como bares e restaurantes que puderam inovar e trabalhar com *delivery* e retirada no balcão em meio ao *lockdown*.

As ações inovadoras influenciam o desenvolvimento das localidades (SOARES *et al.*, 2013), bem como a economia do país. Neste sentido, o presente estudo contribui para visualizar melhor a importância da figura do empresário inovador nesta atividade. O artigo irá apresentar dados referentes à situação-problema a ser tratada neste estudo, sendo esta os impactos causados pela pandemia nos empreendimentos turísticos, focando na situação da pousada em estudo.

Este artigo está estruturado em: introdução, fundamentação teórica referente ao turismo, hospedagem, fatores de impacto no turismo e empreendedorismo e inovação no turismo. Posteriormente será apresentada a metodologia adotada para a realização do estudo, seguido dos resultados e discussões sobre a COVID-19, Impactos da Pandemia da COVID-19 no Turismo brasileiro, cenário de uma Pousada, em Balneário Camboriú diante da pandemia, bem como discussão sobre as estratégias de inovação adotadas pelo meio de hospedagem para se manter atrativa no mercado turístico. Na sequência, por fim, tem-se a conclusão e referências.

2 Fundamentação Teórica

2.1 Turismo

Os deslocamentos existem desde o começo da história da humanidade e foram impulsionados por meio das transformações tecnológicas, gerando impactos positivos para o turismo, devido à facilidade em atingir longas distâncias em menor tempo, através de aviões, veículos motorizados, navio a vapor e estradas de ferro, havendo contribuição para que os turistas pudessem conhecer novos espaços (AREDES, 2012).

Contudo, entende-se que o crescimento do turismo se dá pela elevação na quantidade de viajantes por todos os locais, pois, quando um turista viaja, acaba deixando seu dinheiro nos estabelecimentos em que o turismo engloba, gastando com transporte, acomodações, bebidas, alimentos, entretenimento, mercadorias e serviços, dentre outros. Tudo isso causa um efeito multiplicador, em que os empreendimentos que recebem este dinheiro gasto pelos turistas podem realizar compras de bens e/ou serviços de outros setores (BARBOSA; MARTELOTTE; ZOUAIN, 2006).

Graças à facilidade de deslocamento, desenvolvimento da infraestrutura, dos meios de transporte, facilidade e rapidez de comunicação é que se faz crescente o número destes viajantes, os quais se hospedam em diferentes locais e regiões, impulsionando o crescimento do turismo e incentivado da globalização (GUARDANI, 2006). Os locais onde os turistas se hospedam são chamados de alojamentos, ou meios de hospedagem, e são fundamentais para a atividade turística.

2.2 Fatores de Impacto no Turismo

O turismo, apesar de ser uma das atividades que mais cresce e traz efeitos benéficos para regiões dependentes do mesmo, traz consigo alguns fatores que impactam o seu desenvolvimento, tanto de forma positiva quanto negativa, e interferem no fluxo turístico, como cita Guardani (2006): fator econômico, a forma de vida, cultura das localidades, o meio ambiente e sazonalidade. Mas, devido ao fato de o setor do turismo ter impacto direto na economia de uma localidade (BARBOSA, 2020), ele se posiciona com maior sensibilidade quando se depara com o primeiro fator, o econômico. Sua dinâmica de trabalho se põe em risco, pois quando há alguma crise econômica os turistas não têm ou querem economizar os recursos para realizarem suas viagens, o que gera uma diminuição do fluxo de viajantes.

Devido à dependência de regiões pela atividade, à diminuição desse fluxo e aos gastos gerados pelos turistas, é colocado em risco toda cadeia produtiva do setor, causando altos índices de desemprego

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA POUSADA EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

e até mesmo o fechamento de comércios. Logo, para evitar o cenário citado, é importante ficar atento à gestão de crises, a fim de não chegar a este resultado.

2.3 Gestão de Crise

Para que uma empresa, independente do segmento, consiga obter o sucesso desejado, é necessário que, além dos esforços para o seu constante crescimento, ela esteja a par dos episódios que podem gerar uma crise no empreendimento e estar sempre preparada a fim de poder administrá-lo da melhor forma.

Com relação ao segmento do turismo, a crise afeta a confiabilidade do turista, o que pode afetar no funcionamento de um destino turístico, representando ameaça a toda cadeia do setor (ZUCCO *et al.*, 2010). Com isso, é importante que as companhias e empresas envolvidas apliquem procedimentos de gestão de crises, analisando não um só problema, mas todos os fatores que possam levar a uma situação de instabilidade (TITO *et al.*, 2021).

Para que os gestores de uma organização possam geri-la, é indispensável que haja planejamento e um olhar atento a respeito da realidade na qual a empresa está inserida. Dessa forma, é possível que os custos desnecessários sejam eliminados, e que possam ser elaboradas estratégias para dirigir o problema (TITO; ARAÚJO, 2019), com o objetivo de combater os desafios e se manter sempre atraente ao mercado e, principalmente, ao cliente.

A observação atenta da empresa por parte do empreendedor permite que este reaja e atue de maneira assertiva, gerenciando as crises que se apresentam aos setores e às empresas. Tais crises podem ser sistêmicas – conforme a apresentada nesse estudo, ou pontuais, específicas a empresa ou ao negócio estudado.

2.4 Empreendedorismo e Inovação no Turismo

Os empreendimentos enfrentam alguns desafios para se manter no mercado e ser um atrativo para seu consumidor, pois o mercado está em constante mudança, o que eleva a tendência de competitividade entre as empresas. Para que os empreendimentos sobrevivam a estas mudanças é necessário que as organizações rompam barreiras para garantir sua permanência no mercado (MATTOS, 2002). Por isso, o empreendedorismo, associado com a inovação, torna-se importante para o desenvolvimento econômico. E para que esse desenvolvimento econômico aconteça, os empreendedores precisam desenvolver maior qualidade aos produtos ofertados e obter um diferencial competitivo, pois

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

as novas organizações podem anular as antigas da concorrência pela falta de inovação no mercado em que se está inserido (SCHUMPETER, 1997).

Na teoria do desenvolvimento de Schumpeter (1997, p. 7), o autor cita o empresário como inovador, dizendo que o mesmo é o “agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações mais eficientes dos fatores de produção, ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica”. Ou seja, o economista associa o empresário a um mecanismo de mudança, pois está sempre em busca de novas oportunidades de negócio, lucro, realização pessoal e profissional, sendo um motor para o desenvolvimento econômico (SCHUMPETER, 1997).

Contudo, as empresas devem buscar o processo de inovação para que possam se manter no mercado e trabalhar lado a lado com os novos concorrentes. Schumpeter (1997) divide este processo em três fases, sendo elas: a invenção, a inovação e a difusão. A primeira etapa, chamada invenção, se caracteriza pela engrenagem de novas ideias. A segunda, inovação, é a concretização destas novas ideias impulsionadas na primeira fase. Por último, a terceira etapa, é caracterizada pela propagação dos produtos ou serviços criados.

Conforme citado anteriormente, as empresas enfrentam desafios para se manter no mercado e se adaptar a mudanças no seu meio ambiente, na atitude do cliente e sinais de extinção de seu ramo de atuação (MATTOS, 2002). De acordo com Mattos (2002) as mudanças organizacionais são classificadas em cinco diferentes tipos: operacional, a qual abastece as deficiências de uma organização; direcional, quando é necessário fazer uma mudança estratégica; fundamental, quando a missão da empresa é modificada; e total, quando há casos críticos na organização.

Ligado a isto, nota-se que a inovação é um instrumento para os empreendedores, pois eles podem explorar a mudança como uma oportunidade (SOARES, 2012). O turismo vem impondo esta mudança como uma oportunidade para os empreendedores, passando a ser considerado um transformador de padrões de produção e consumo. Ademais, exige mudança para o prestador de serviço e para produção, pois deve inovar para atender às necessidades de consumidores (FAGUNDES; DIETER; ASHTON, 2013).

A atividade turística vem passando por transformações e enfrentando desafios, sendo eles: ofertar novos produtos e serviços que melhorem sua lucratividade; desenvolver mais atrativos para os turistas; e competir entre destinos finais (SACRAMENTO; TEIXEIRA, 2014). Sendo assim, para que o setor ande lado a lado com as transformações, continue gerando empregos, renda e valorização das localidades, é necessário que os segmentos englobados pelo setor inovem e busquem vantagens competitivas que lhes possibilitem diferenciação, oferecendo novos produtos, melhoria e qualidade em

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada em Balneário Camboriú/SC

seus serviços, satisfaça a necessidade de clientes fiéis e também de novos consumidores do produto/serviço, com melhorias nas infraestruturas (SOARES, 2012).

Estas inovações podem ser categorizadas em: inovação de produtos e serviços, na qual observam-se mudanças direcionadas para o consumidor; inovação de processos, dando eficiência, produtividade e fluxo; inovações gerenciais, com a organização e capacitação de colaboradores; inovação de gestão, que trata das mudanças na comunicação entre colaboradores e clientes; e, por fim, inovação institucional, que é dar uma nova estrutura para a organização (SOARES *et al.*, 2013).

Com essa mudança e oportunidade que o setor vem desenvolvendo, é necessário criar uma cultura de inovação nos comércios ligados ao turismo, mas não somente inovações em serviços, como também nos processos administrativos dos negócios, de modo a auxiliar na sustentabilidade das empresas.

2.5 COVID-19

O mundo, no ano de 2020, se deparou com um cenário de crise sanitária, sendo esta nomeada pandemia da COVID-19. Esta pandemia é provocada pelo novo coronavírus, o SARs-CoV-2, que teve origem em dezembro de 2019 na cidade Wuhan, na China, e se alastrou para o mundo todo (CLEMENTE *et al.*, 2020). A COVID-19, além de gerar problemas respiratórios, têm sintomas relacionados aos sistemas digestivo, cardiovascular e nervoso, e possui alta transmissibilidade do SARs-CoV-2. Assim, a Organização Mundial da Saúde recomenda que países afetados pelo novo coronavírus tomem medidas de restrição a contatos sociais a fim de combater a pandemia (RIBEIRO *et al.*, 2020).

A pandemia da COVID-19 resultou em decretos recomendando o fechamento dos estabelecimentos essenciais e não essenciais, e foi a partir disso que as atividades relacionadas ao fluxo turístico começaram a ser impactadas, gerando mudanças em seu desenvolvimento. Um dos meios de trabalho mais afetados foi o setor do turismo (MINISTÉRIO DA ECONOMIA, 2020), devido à aglomeração de pessoas gerada pela atividade turística. O setor obteve perda econômica de, aproximadamente, 116 bilhões de reais de 2020 para 2021, representando perda de 21,5% da produção total do período (BARBOSA *et al.*, 2020), devido ao fato de possuir uma dinâmica de trabalho difícil de ser alterada.

2.6 Impactos da Pandemia COVID-19 no Turismo brasileiro

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

Pode-se observar por meio de dados referentes a janeiro até dezembro de 2019 os impactos ocasionados pelo turismo para o desenvolvimento do Brasil, tanto na economia quanto na geração de empregos, onde o setor obteve um crescimento de 2,6% com relação a 2018 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020b), e, no mesmo período, foram 97,1 milhões de passageiros viajando no Brasil, quase 2 milhões a mais que o registrado em 2018 (95,5 milhões) (MELO, 2020). Isso gerou mais de 25 mil empregos diretos e indiretos apenas em julho de 2019 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019a) e também apresentou rendimento de aproximadamente 136 bilhões de reais para o país (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2019b).

Porém, em março de 2020, no início da pandemia da COVID-19, iniciou-se uma queda de 43,3% na busca de viagens, no Brasil, em comparação a anos anteriores, e também o cancelamento de viagens, que aumentou em 324,7% em março de 2020, comparado ao mesmo mês dos anos anteriores. Consequentemente, houve queda de contratações e aumento de demissões, tendo o Brasil um saldo negativo de aproximadamente 364 mil postos de trabalhos formais, somente de janeiro a julho de 2020 (SUBSECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA, 2020).

Uma das atividades que mais sofreu impactos foi a dos meios de hospedagem devido ao fato de não poder mudar a sua dinâmica de trabalho, ao contrário do setor de alimentação, que pôde alterar sua forma de trabalho para delivery, por exemplo. De acordo com o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (2021), no mês de janeiro de 2021, a hotelaria obteve decréscimo em três indicadores importantes para seu crescimento, conforme mostra a Tabela 1, sendo eles: taxa de ocupação, diária média e RevPAR (um indicador de desempenho que mostra quanto cada quarto gera de receita para o hotel ou pousada) (MULLER, 2020).

Tabela 1 – Decréscimo Hotelaria em janeiro de 2021

Região	Taxa de Ocupação			Diária Média			RevPAR		
	2020	2021	Varição	2020	2021	Varição	2020	2021	Varição
CO	47,72	38,52	-19,28%	204,20	203,29	-0,45%	97,44	78,31	-19,63%
NE	72,24	48,06	-33,47%	237,40	229,57	-3,30%	171,48	110,34	-35,65%
N	49,69	30,76	-38,10%	181,26	203,54	12,29%	90,07	62,61	-30,49%
SE	53,65	32,65	-39,14%	261,34	227,51	-12,94%	140,22	74,28	-47,03%
S	59,40	31,52	-46,94%	237,69	234,05	-1,53%	141,19	73,78	-47,74%
Brasil	56,02	34,49	-38,43%	247,14	225,98	-8,56%	138,46	77,94	-43,71%

do

De acordo com a Tabela 1 é possível visualizar o decréscimo no Brasil de 38,4% na taxa de ocupação, 8,6% na diária média, e 43,7% no RevPAR. Nota-se também que a região sul foi a que teve

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

maior impacto de acordo com a taxa de ocupação, decaindo em 46,9% com relação a 2020, e RevPAR, decrescendo em 47,7%, seguido do Sudeste, com decréscimo de 39,1% na sua taxa de ocupação, 12,9% em seu indicador de diária média e 47% no RevPAR.

E para que o turismo pudesse se reerguer diante da crise ocasionada pelo novo coronavírus, foram pensadas algumas estratégias por órgãos governamentais, como: campanha “não cancele, remarque”, que tem um objetivo de conscientizar os viajantes a remarcarem suas viagens e não efetuarem o cancelamento das mesmas; facilitação de crédito do Fungetur, com redução de juros e aumento de prazo de pagamento para os empreendedores; inclusão em linhas de crédito para o setor do turismo no Banco do Brasil, BNDES e Caixa Econômica Federal; medida provisória número 948, de 8 de abril de 2020, a qual diz que o prestador de serviço não tem a obrigação de devolver os valores pagos pelos consumidores, mas que os empreendimentos devem remarcar, disponibilizar crédito para uso ou abatimento para compra de outro serviço ou algum outro acordo entre a organização e o cliente; selo “Turismo Responsável”, o qual tem objetivo de mostrar que os empreendimentos do setor turístico que adotarem o selo tem boas práticas de higiene, sendo assim, dão maior segurança para o viajante; por fim, a Medida Provisória número 936, de 1 de abril de 2020, a qual permitiu os empreendedores a reduzirem a carga horária, bem como o salário de seus colaboradores, a fim de auxiliar a saúde financeira das empresas (CLEMENTE *et al.*, 2020).

Contudo, é possível notar que, para que os meios de hospedagem tivessem uma retomada gradual de seus viajantes, e conseguissem trabalhar novamente, foram criadas algumas políticas públicas a fim de ajudar o segmento a se manter de pé novamente. Porém, até o presente momento em que o estudo foi realizado, não há uma política clara que fortaleça o setor a longo prazo, nem que mostre uma retomada para o turismo.

3 Metodologia

Para o caminho metodológico do estudo, do ponto de vista da abordagem do problema e de sua natureza, foi utilizada uma pesquisa aplicada, quantitativa e qualitativa. Para que os objetivos propostos fossem alcançados, utilizou-se de uma pesquisa descritiva, explicativa e participante. E, para realizar as análises da pesquisa, foram coletados dados, os quais possuem caráter primário e secundário, obtidos por meio de entrevistas com as gestoras da Pousada. Por fim, para acompanhar os dados ao longo do período, foi realizado um estudo longitudinal.

Sabendo que a pesquisa aplicada tem seu foco em torno dos problemas presentes nas atividades das empresas, instituições, dentre outros, ela realiza diagnósticos a fim de buscar soluções (FLEURY;

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA PousADA EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

WERLANG, 2017). Desta maneira, para a natureza do artigo, foi utilizada pesquisa aplicada, tendo como objetivo focar nos problemas que a Pousada, objeto de estudo, tem e melhorá-los, a fim de criar soluções inovadoras para estar sempre presente no mercado de turismo e atraindo uma maior quantidade de turistas.

De acordo com Esperón (2017, p. 1), “A pesquisa quantitativa é aquela em que se coletam e analisam dados quantitativos sobre variáveis”, e a pesquisa qualitativa é aquela que descreve e compreende as situações além de números referentes aos comportamentos da situação estudada (POUPART *et al.*, 2008). Sendo assim, o caminho metodológico adotado para o presente estudo, do ponto de vista da forma de abordagem do problema, foi utilizado como pesquisa quantitativa e qualitativa, pois as mesmas traduziram em números as informações do estudo para classificá-las e analisá-las, de forma a identificar quais reações que a pandemia da COVID-19 gerou na Pousada.

Para que os objetivos propostos pudessem ser alcançados foi utilizada pesquisa descritiva, pois descreve as características deste fenômeno por meio de entrevista e análises. Também foi feita a pesquisa explicativa, a fim de identificar fatores que contribuem para a ocorrência de um fenômeno. Assim como cita Gil (2002, p. 2), “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”, e a pesquisa explicativa “é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porquê das coisas” (GIL; 2002, p. 2). A pesquisa participante é caracterizada pela relação entre os pesquisadores e os membros da situação investigada (GIL, 2002).

De acordo com a classificação do tempo da pesquisa, foi utilizado estudo longitudinal, pois os dados foram coletados em mais momentos, havendo acompanhamento dos mesmos no período em que a análise foi realizada, ou seja, de março a setembro de 2021.

Os dados obtidos para esta pesquisa são de caráter primário, ou seja, foram coletados por meio de entrevista com as gestoras da Pousada, a fim de investigar quais foram as estratégias utilizadas pelas mesmas para se manterem atrativas no mercado de turismo. Já os dados de caráter secundário foram coletados para o cumprimento do objetivo geral da pesquisa, sendo estes: receita da pousada nos anos de 2019, 2020 e 2021; quantidade de reservas realizadas no mesmo período; decretos no município buscando reagir à pandemia do novo coronavírus; dados do Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (2020), para mostrar os valores de decréscimos nos indicadores hoteleiros; dados da Fundação Getúlio Vargas (2020), referentes à perda econômica do setor diante do *lockdown*; dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2020), que mostram a retração do produto interno bruto em 2020; dados do

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

Ministério do Turismo (2019, 2020 e 2021), que traz informações referentes à representatividade do turismo para a economia; e valores referentes à queda na busca de viagens.

Por fim, os dados coletados foram tratados com o uso de técnica estatística – porcentagens, gráficos e tabelas – e interpretação para os dados qualitativos. Desta forma, foram descritos e analisados a fim de mostrar o cenário do turismo e da Pousada antes da pandemia e até o presente momento em que a pesquisa foi realizada, de acordo com referenciais teóricos. Por fim, foram realizadas comparações em diferentes períodos.

4 Resultados e Discussão

4.1 Cenário de uma Pousada em Balneário Camboriú

A Pousada, situada no município de Balneário Camboriú, está presente no mercado do turismo desde 1985, e durante todos estes anos trabalhou com excursões. Essas excursões eram formadas por grupos de viajantes, os quais fechavam pacotes de 7 dias para ficarem no alojamento, deixando o estabelecimento com 100% de lotação em quase todos os meses do ano. Um dos fatores que gerava impacto negativo era a sazonalidade, pois os turistas começavam a procurar menos viagens a partir de abril até setembro, devido ao frio que se aproxima do município, e a volta às aulas com fim das férias. Entre os meses de outubro a março a quantidade de reservas começava a se elevar, sendo, neste período, os picos de lotação do empreendimento e, conseqüentemente, a elevação da receita, como é possível visualizar na Tabela 2, no ano de 2019.

Com base na Tabela 2 é possível notar que as receitas do meio de hospedagem de outubro a março são maiores e começam a diminuir a partir de abril, tudo isso devido à sazonalidade que ocorre na cidade. Assim como as receitas, as reservas decaem expressivamente no mês de maio, também devido à baixa temperatura que começa a se aproximar.

Contudo, a Pousada conseguia manter sua saúde financeira positiva nos períodos de baixa, devido ao planejamento que realizava na temporada para arcar com as despesas do resto do período. As gestoras da organização citaram que os períodos de abril até setembro eram períodos para fazer um faturamento extra, com outros viajantes, e que contavam exclusivamente com os períodos de alta temporada.

Diante disto, o empreendimento se deparou com algo que nunca havia acontecido e que não era previsto: o fechamento do estabelecimento por completo no mês de março e abril de 2020, causando

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA POUSADA EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

cancelamentos que impactaram diretamente em sua receita, conforme é possível visualizar na Tabela 2, nas colunas de variação, que estão negativas.

Tabela 2 – Receita e Quantidade de Reservas da Pousada em 2019 e 2020

Mês	Variação Percentual (Quantidade de reservas 2019x2020)	Variação Percentual (Receita 2019x2020)
Jan	0%	2%
Fev	0%	3%
Mar	-100%	-250%
Abr	-2100%	-3560%
Mai	32%	-149%
Jun	27%	21%
Jul	15%	12%
Ago	7%	15%
Set	22%	16%
Out	-110%	-43%
Nov	-381%	-59%
Dez	-79%	-2530%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A partir da Tabela 2 é possível verificar que nos meses de março e abril de 2020 a quantidade de reservas decaiu em 100% e 2.100%, respectivamente, quando comparado com o mesmo período do ano de 2019. Em março, pode-se notar que a propriedade ainda tinha algumas reservas, pois o primeiro decreto de fechamento foi apenas no dia 17 de março de 2020 (BRASIL, 2020), porém, em abril, elas caem expressivamente, assim como a receita, que decaiu em 3.560%, se comparando com abril de 2019.

Com isto, a Pousada não tinha mais capacidade para realizar pagamento das despesas mensais e se viu na obrigação de renegociar contas para que pudessem ser pagas em períodos posteriores, até mesmo realizar o parcelamento de alguma delas, assim como diminuir os salários dos funcionários em 50%, com a ajuda do implemento da Medida Provisória número 936, de 1 de abril de 2020. Outra política que auxiliou a propriedade foi a medida provisória número 948, de 8 de abril de 2020, em que o empreendimento não precisou devolver os valores pagos pelas excursões, mas apenas remarcar para uma próxima data, quando houvesse reabertura de viagens.

Em entrevistas realizadas com as gestoras, estas comentam que tiveram grande dificuldade em se manter no período de março e abril de 2020, devido ao fato de não haver mais possibilidade de fechar pacotes com as excursões, pois algumas cidades não deixavam ônibus circular, muito menos sair do

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

município, e as pessoas também começaram a ficar com medo de sair de casa e passar o vírus para suas famílias e amigos, fazendo-as economizar mais, o que causou uma diminuição na procura por viagens.

A Pousada, então, deparou-se com um problema que nunca havia passado antes, e não haviam protocolos nem estratégias para conseguirem gerir esta crise econômica. Com isto, a organização teve que adotar um processo de inovação (SCHUMPETER, 1997) para que conseguisse manter uma saúde financeira positiva, bem como continuar atrativa no turismo, trabalhando lado a lado com os concorrentes e cativando mais clientes. Os processos de inovação (SOARES *et al.*, 2013) se caracterizaram em: inovação de serviços; inovação nos seus processos de reservas, gerenciais, na gestão e institucional, indo ao encontro de novas oportunidades para seu negócio e obter um maior lucro.

4.2 Mudanças realizadas: Inovação

Para que a Pousada pudesse suprir os problemas enfrentados devido à crise, foi adotada uma mudança organizacional operacional, que é quando há necessidade de suprir uma deficiência específica de uma organização (MATTOS, 2002, p. 16). A primeira inovação da empresa foi no seu serviço, a fim de realizar modificações ligadas diretamente ao cliente (SOARES *et al.*, 2013), com a alteração do segmento para que novos clientes pudessem ser atraídos, pois, anteriormente, a organização oferecia pacotes de excursão de até 7 dias de hospedagem para, exclusivamente, os viajantes excursionistas. No presente momento, está segmentada como Pousada, que, conforme o Ministério do Turismo (2021), deve ter até 3 pavimentos. Esta conta com 19 quartos disponíveis para alojar os turistas e atualmente realiza aluguéis por meio de tarifas diárias e algumas tarifas *long stay*, em que é oferecido um desconto de 20% para hóspedes que desejam realizar reservas para mais de 20 dias. Ademais, a empresa está realizando algumas reservas mensais também, em maioria para clientes que vêm a trabalho.

A segunda inovação foi direcional e também ligada à categoria de serviços, ou seja, quando há necessidade de fazer uma alteração estratégica (MATTOS, 2002, p. 16) e também direcionada aos consumidores (SOARES *et al.*, 2013). Foram alterados os valores das estadias, assim que foi decretada a reabertura da hotelaria, em abril de 2020, diminuindo todas as tarifas, com a finalidade de obter um maior fluxo de turistas no alojamento. As gestoras citam que chegaram a cobrar R\$20,00 por pessoa, por diária. Porém, as mesmas começaram a sentir necessidade de elevar estes valores, pois não estavam cobrindo suas despesas, apenas atraindo uma maior quantidade de turistas. Sendo assim, realizaram uma pesquisa de mercado, comparando com os principais concorrentes, para adotar o menor preço possível,

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA POUSADA EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

continuar cativando viajantes e ter uma saúde financeira estável. Com isto, chegaram a se tornar líderes em vendas no site da *Booking* em 2020.

A terceira modificação foi em sua estrutura, pois quando a organização era casa de excursão, a finalidade era ter a maior quantidade de camas possível para que pudessem abrigar grupos com mais pessoas. Contudo, após ter modificado seu segmento para Pousada, a finalidade foi ter um ambiente confortável, muito bem higienizado, com maior quantidade de amenidades para atrair este novo perfil de clientes e também fidelizá-los.

Sendo assim, as gestoras tiveram que renovar a arquitetura dos meios de acomodação, a fim de fazer com que o hóspede se sinta em seu lar, então investiram na renovação de seus móveis, como: compra de escrivaninhas para clientes que precisassem trabalhar e estudar, guarda roupas, roupas de cama, mantas e toalhas novas. Também modificaram o lugar dos móveis de todas as acomodações, para que o ambiente ficasse com mais cara de Pousada. Além disso, começaram a disponibilizar novos serviços em todas as acomodações que, para as excursões, não eram ofertados, como: sabonetes, álcool em gel, toalhas de banho e rosto, cobertores e mantas, e limpezas diárias. Além do investimento em novos móveis e mudança na arquitetura dos quartos, realizaram investimento em uma internet melhor para os viajantes que vêm a trabalho e estudantes.

O quarto passo adotado pelas empreendedoras foram as inovações na gestão (SOARES *et al.*, 2013) para mudar a maneira na qual a comunicação e relacionamento com os clientes era realizada, pois anteriormente as vendas eram feitas exclusivamente por telefone ou *WhatsApp*. Assim, elas se viram na obrigação de atualizar os meios digitais. E, para que houvesse aumento na procura de reservas na Pousada, foi criado um site para promover o local, bem como facilitar o meio de realizar a reserva para o turista. Também foram criadas contas em alguns meios digitais de reserva como *Trivago* e *Booking*, e para que houvesse melhora para promover a organização, as gestoras investiram em alguns cursos de marketing digital, a fim de realizar posts no *Instagram* e na página do *Facebook* para atrair novos clientes, assim como criar promoções atrativas que fizessem aumentar o fluxo de turistas na cidade.

Entre estes cursos, uma das gestoras aprendeu a criar o cartão fidelidade para a Pousada, que gerou um impacto positivo, pois os clientes continuaram vindo a se hospedar no alojamento para ganhar descontos. Com essas inovações, a organização conseguiu atrair 42% de clientes fidelizados e 58% de novos clientes.

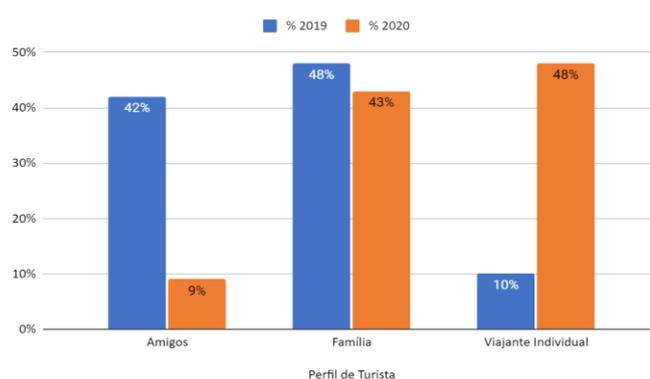
A quinta alteração foi nos processos e gerencial (SOARES *et al.*, 2013) para capacitar os colaboradores às novas normas e fluxos adotados pela Pousada. Assim, atualmente, no processo de recepção do hóspede, sempre é utilizada máscara e oferecido álcool em gel para os clientes passarem e

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA POUSADA EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

higienizar suas mãos no momento em que chegam à propriedade. O check-in é realizado via smartphone para não ter tanto contato físico com o hóspede e para oferecer mais agilidade. Foi instruído aos funcionários ficarem sempre a 1,5m de distância de cada pessoa que estiver circulando em sua proximidade, higienizar todas as chaves dos quartos, máquinas de cartão, dentre outros. E, atendendo aos decretos, o horário de funcionamento, em alguns dias, ficou restrito conforme solicitado pelo governo, porém as gestoras acabaram acatando esta restrição de horário e estenderam o mesmo até os dias de hoje, em que o atendimento é apenas até as 21h30, e não mais 24h como era anteriormente. Também, em alguns meses, tiveram que trabalhar com a ocupação de apenas 70% no máximo, conforme instruído nos decretos.

É possível notar, a partir da Tabela 3, que as receitas começaram a se elevar a partir do mês de inovação da Pousada, que foi em maio de 2020, bem como a quantidade de reservas, que aumentou mais de 100%, quando comparada com abril de 2020, e elevação de 32% quando comparada a maio de 2019. As receitas do empreendimento também se elevaram devido ao fato de as empreendedoras terem aumentado suas tarifas, com preços justos para os hóspedes e que cobrissem suas despesas mensais, o que atraiu uma maior quantidade de novos clientes com a criação de pacotes promocionais, cartão fidelidade (para que estes novos clientes viessem com mais frequência) e investimentos em marketing digital. Também modificaram a forma de hospedar, pois tiveram que transformar as estruturas dos quartos a fim de abrigar o novo perfil de turista, já que em 2019 a Pousada hospedava mais famílias e amigos, como é possível visualizar no Gráfico 1.

Gráfico 1 - Perfil de Turistas em 2019 e 2020 na Pousada

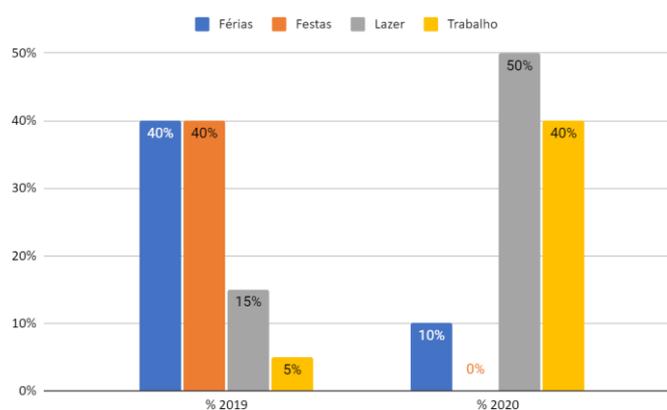


Fonte: Dados da pesquisa (2021).

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

Nota-se que o perfil de excursionista que a pousada tinha em 2019 era 90% família e amigos, e apenas 10% vinham viajar sozinhos. A grande maioria era deste perfil de viajantes, pois os mesmos vinham para a cidade de Balneário Camboriú para curtir, em maior parte, férias e festas, e a minoria para lazer ou a trabalho, conforme é possível visualizar no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Forma de Turismo, em 2019 e 2020, realizada pelos viajantes da Pousada



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Em 2020, devido às recomendações de isolamento social, o perfil de turistas na Pousada mudou, conforme aponta o Gráfico 1, sendo em sua maioria famílias e pessoas que realizam viagens individuais, e apenas 9% vem para Balneário Camboriú entre amigos. Os viajantes individuais, em sua maioria, vêm para trabalhar ou até mesmo para trocar seu escritório de ambiente, pois como muitos estão de *home office*, ficou mais fácil modificar o ambiente de trabalho. Já os turistas que viajam em família, vêm para Balneário Camboriú por ser uma cidade com mais comércios funcionando em tempos de pandemia, sendo assim, é possível ter maior variedade de lazer.

A mudança deste perfil de turistas se deu por suas novas formas de realizar turismo no município, conforme citado anteriormente. Sendo que, conforme Gráfico 2, a maioria vem a lazer e a trabalho, e apenas 10% viaja para tirar férias, muitas vezes devido ao medo de propagar o vírus da COVID-19 ou para evitar gastos desnecessários em tempo de crise. E não há mais turistas que vêm se hospedar na Pousada com a finalidade de vir a festas, por medo da propagação do vírus.

Nota-se, a partir da Tabela 3, que as novas mudanças da Pousada seguem funcionando até o presente momento em que a pesquisa foi realizada, pois conseguiram aumentar sua receita em 58% no mês de setembro de 2021, quando comparado a setembro de 2019, e elevou sua taxa de ocupação em

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA POUSADA EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

75% em setembro de 2021, comparado ao mesmo período do ano de 2019. Essa elevação na receita também se deu devido ao aumento das tarifas realizadas pela propriedade a partir do mês de junho de 2021, e também pelo aumento de viajantes que mudam o local de residência, sendo eles os mensalistas, que estão se hospedando a longo prazo no alojamento, bem como, a elevação nas temperaturas da cidade, atraindo maior quantidade de turistas a lazer.

Tabela 3 – Receita e Quantidade de Reservas da Pousada em 2021

Mês	Varição Percentual (Quantidade de reservas)	Varição Percentual (Receita)
Jan	-780%	-51%
Fev	-300%	-110%
Mar	-59%	-102%
Abr	-59%	-52%
Mai	72%	43%
Jun	73%	74%
Jul	77%	63%
Ago	68%	56%
Set	75%	58%
Out	N/D	N/D
Nov	N/D	N/D
Dez	N/D	N/D
TOTAL	-25,62%	-9,38%

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A receita da Pousada ainda encontra-se 9,38% abaixo, quando comparada com o mesmo período (janeiro a setembro) de 2019, momento que ainda não havia pandemia, porém a empresa está conseguindo atingir suas metas e se manter atrativa no mercado turístico, e também ainda não precisou contratar nenhuma linha de crédito para conseguir realizar os investimentos ou pagamento de contas mensais, bem como segue se adaptando ao novo normal da organização, realizando alguns investimentos para conseguir aumentar ainda mais seus indicadores nos próximos anos.

Sendo assim, nota-se uma mudança total na organização (MATTOS, 2002, p. 16) e as inovações não ocorreram somente na instituição, mas nos novos processos e serviços ofertados, a categoria gerencial, em que a Pousada teve que capacitar seus funcionários para adaptação aos novos protocolos, e a gestão, com mudança na comunicação e relacionamento da organização com os novos clientes.

5 Considerações Finais

IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ/SC

O presente estudo teve como objetivo geral analisar as reações de uma Pousada, no município de Balneário Camboriú, Santa Catarina, frente à pandemia da COVID-19. Esse objetivo foi alcançado a partir da avaliação de dados da Pousada e entrevistas com as gestoras da organização, e pôde-se notar uma diminuição de mais de 100% das reservas a partir do mês de início da pandemia, bem como a redução do faturamento da mesma. De acordo com as reações para se reerguer diante da crise, identificou-se a presença do empresário inovador na organização, de modo que as gestoras realizaram modificações estratégicas direcionadas aos seus novos turistas, como: troca de segmento do meio de hospedagem, reforma na estrutura da propriedade, modificações em tarifas e protocolos de atendimento, e investimentos em marketing digital.

A fim de compreender o setor do turismo e sua importância para a economia do país, foram realizadas análises de fundamentações teóricas, as quais mostram a abrangência do setor, além de sua importância para a economia do país, devido ao fluxo de turistas. Ademais, estes fazem o dinheiro circular pelas cidades, que é um gerador de empregos e renda. Devido à quantidade de atividades que o setor engloba, nota-se que uma impacta a outra, pois, se uma vai bem, a outra também tem seus benefícios.

Através do estudo, pode-se notar a relação do empreendedorismo com o turismo, e como as atitudes empreendedoras podem melhorar as organizações envolvidas com o setor. Em análises de livros e outros artigos, bem como a própria análise da entrevista com as gestoras da Pousada, foi possível visualizar como as atitudes empreendedoras e inovações podem fazer o negócio crescer cada vez mais, e, conseqüentemente, cativar mais clientes, vender mais hospedagens e, principalmente, ter uma vantagem competitiva diante dos seus concorrentes, para que consiga trabalhar lado a lado com os mesmos.

São nítidos os impactos gerados pela pandemia no setor do turismo e como as reações governamentais podem interferir diante de uma crise. Em análises de dados extraídos do Ministério do Turismo, Fórum de Operadores Hoteleiros e Fundação Getúlio Vargas, foi possível visualizar a retração econômica do setor, causada pela crise sanitária. Em avaliações de decretos e documentos publicados através do ministério do turismo, foi possível notar a importância de políticas públicas além da falta das mesmas, uma vez que não há ainda uma que mostre retomada do setor de turismo e que possa ajudá-lo a longo prazo.

Para que pudesse ser entendido como a Pousada, no município de Balneário Camboriú, fez para se manter no mercado do turismo diante dos obstáculos enfrentados, foram realizadas entrevistas com as gestoras da organização, as quais apresentaram todas as inovações realizadas para mudar a dinâmica

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

do seu alojamento e atrair o novo perfil de clientes, sendo estes: turistas individuais (48%) e famílias (43%), com a finalidade de viajar ao município a lazer (50%) e a trabalho (40%). Com os dados obtidos foi observada uma melhora no faturamento e aumento das reservas, uma vez que a organização chegou a ser líder em vendas no site da *Booking* no ano de 2020, e elevou sua receita em 58% e a quantidade de reservas em 75%, em setembro de 2021, se comparado com setembro de 2019 (ano que ainda não havia crise da COVID-19).

O estudo contribuiu para que pudesse ser notada a importância do setor do turismo diante da economia do país, e como ele pode ser impactado por crises que restringem a presença de viajantes, como ocorreu a partir do momento em que foi decretado *lockdown*. A importância da figura do empreendedor inovador nas organizações é notável, já que é responsável a dar forma a novos negócios, inovar os empreendimentos para atrair mais clientes e competir lado a lado com seus concorrentes, além de conseguir se reerguer diante de uma crise, sem ficar para trás.

Dentre as limitações deste estudo pôde-se destacar artigos que relacionassem turismo, gestão e a pandemia da COVID-19, ocasionando dificuldade em encontrar maior diversidade de assuntos específicos do setor. O tempo foi outra limitação, pois houve dificuldade em encontrar dados de indicadores de retração do setor do ano de 2021, uma vez que ainda não existem investigações substanciais em relação a estes dados. Por fim, outra fragilidade da pesquisa foi a não implementação de uma política pública até o momento em que a pesquisa foi realizada, a fim de mostrar uma retomada do setor do turismo.

De acordo com o resultado do presente estudo, como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se que haja um aprofundamento quanto ao novo público interessado em viajar, mesmo em momento de pandemia. Seria interessante realizar um levantamento de quais os hábitos deste novo turista, sua localização e o seu poder aquisitivo, a fim de ofertar mais pacotes que atraiam esses viajantes e com isto fazer um melhor direcionamento das estratégias de marketing digital. Deixo como sugestão também a realização de estudos dos custos do meio de hospedagem a ser estudado, a fim de identificar para onde os gastos da organização estão sendo direcionados, qual o custo gerado por um viajante no meio de hospedagem; qual o valor, por estadia, deve ser cobrado levando em consideração os custos da propriedade, em qual linha do fluxo de caixa é preciso tomar mais cuidado e como realizar um planejamento financeiro que monitore melhor os resultados e preveja cenários alternativos, como o da pandemia da COVID-19.

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

Referências

AGÊNCIA DO SENADO. **Retomada do turismo depende da vacinação, destacam representantes do setor**. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/05/31/retomada-do-turismo-depende-da-vacinacao-destacam-representantes-do-setor>. Acesso em 12 ago. 2021.

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de Hospedagem**. São Paulo: Aleph, 2007. 96 p. Disponível em: <https://docplayer.com.br/88633189-Meios-de-hospedagem-mariana-aldrigui.html>. Acesso em 13 jul. 2021.

AQUINO, Estela M. L. *et al.* **Medidas de distanciamento social no controle da pandemia de COVID-19: potenciais impactos e desafios no Brasil**. São Paulo: Scielo Saúde Pública, 2020. Disponível em: <https://www.scielosp.org/article/csc/2020.v25suppl1/2423-2446/pt/>. Acesso em: 17 jun. 2021.

AREDES, Airton. **Transporte aéreo no Brasil: a dinâmica dos fluxos turísticos por voos regulares, charter e fretamentos domésticos de passageiros**. 2012. 388 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Estadual Paulista, UNESP, Presidente Prudente, 2012.

ASSUNÇÃO, Paulo de. **História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: viagens, espaço e cultura**. Barueri: Editora Manoela Ltda, 2012. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=IKkfDeeghzUC&oi=fnd&pg=PT7&dq=artigos+sobre+hist%C3%B3ria+do+turismo+no+brasil&ots=aWjMafDHRR&sig=c2ij1-s8Vsbh_SvA0H-Ek4Mh3A0#v=onepage&q&f=true. Acesso em: 18 jun. 2021.

BARBOSA, José William de Queiroz. **Hotelaria pernambucana: um comparativo dos protocolos dos órgãos competentes frente à covid-19**. Campo Grande: Ateliê do Turismo, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/11177>. Acesso em 13 jul. 2021.

BARBOSA, Luiz Gustavo M *et al.* **Impacto Econômico do Covid-19 Propostas para o Turismo Brasileiro**. FGV Projetos, 2020. Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/01.covid19_impactoeconomico_v09_compressed_1.pdf. Acesso em: 14 jul. 2021.

BARBOSA, Luiz Gustavo M; MARTELOTTE, Marcela C.; ZOUAIN, Deborah Moraes. Os impactos econômicos do turismo no município do Rio de Janeiro e suas implicações no desenvolvimento local. RAOIT, Rio de Janeiro, v.1, n.2, 2006. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5613>. Acesso em 13 jul. 2021.

BRAIS, Rafael. **Ministério do Turismo lança campanha "Não cancele, remarque"**. Ministério do Turismo, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/ministerio-do-turismo-lanca-campanha-nao-cancelec-remarque->. Acesso em 18 jun. 2021.

BRASIL. Decreto nº 515, de 17 de março de 2020. Declara situação de emergência em todo o território catarinense, nos termos do COBRADE nº 1.5.1.1.0 - doenças infecciosas virais, para fins de prevenção e enfrentamento à COVID-19, e estabelece outras providências. Disponível em:

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA Pousada em Balneário
Camboriú/SC**

http://dados.sc.gov.br/dataset/149a36ac-19c6-47b3-b873-9c0512f7a4db/resource/73d09d8d-3e06-4347-8442-100d35280230/download/decreto_515-17.03.2020.pdf. Acesso em 18 jun. 2021.

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. (org.). **Produto Interno Bruto - PIB**. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>. Acesso em 13 jul. 2021.

BRASIL. Medida Provisória nº 936, de 1º de abril de 2020. Brasília, Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/mpv/mpv936.htm. Acesso em 18 jun. 2021.

BRASIL. Medida Provisória nº 948, de 8 de abril de 2020. Brasília, Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-948-de-8-de-abril-de-2020-251768019>. Acesso em 18 jun. 2021.

CLEMENTE, Ana Cristina Fernandes *et al.* Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID- 19 no Turismo. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, Brasília, v. 8, n.14, p. 73 –85, 2020.

IBGE. **Pandemia foi responsável pelo fechamento de 4 em cada 10 empresas com atividades encerradas**. 2020. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/2012-agencia-de-noticias/noticias/28295-pandemia-foi-responsavel-pelo-fechamento-de-4-em-cada-10-empresas-com-atividades-encerradas.html>. Acesso em 13 jul. 2021.

ESPERÓN, Julia Maricela Torres. Pesquisa Quantitativa na Ciência da Enfermagem. **Esc. Anna Nery**, v.21, n.1, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ean/a/6c6QJ6BLDW3YRjFzfXwMMkC/?lang=pt#>. Acesso em 12 ago. 2021.

FAGUNDES, Camila; DIETER, Elisa Hörter; ASHTON, Mary Sandra Guerra. Estratégias, inovação e desenvolvimento do turismo: o setor hoteleiro do vale do rio dos sinos. *In: ENCONTRO SEMINTUR JR.*, 4., 2013, Caxias do Sul. **Anais [...]** Caxias do Sul: UCS, 2013, p.1-13. Disponível em: https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/estrategias_inovacao.pdf. Acesso em 13 jul. 2021.

FLEURY, Maria Tereza Leme; WERLANG, Sergio R. C. **Pesquisa aplicada: conceitos e abordagens**. Fundação Getúlio Vargas, 2017. Disponível em: <http://docplayer.com.br/68599255-Pesquisa-aplicada-reflexoes-sobre-conceitos-e-abordagens-metodologicas-autores-maria-tereza-leme-fleury-e-sergio-werlang.html>. Acesso em 03 set. 2021.

FÓRUM DE OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL. **Resultados do mês | janeiro 2021. 2021**. ed. 162. Disponível em: <http://fohb.com.br/wp-content/uploads/2021/03/InFOHB-162-Janeiro.pdf>. Acesso em 13 jul. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como classificar as pesquisas?** 2017. Disponível em: <https://docplayer.com.br/27111896-Como-classificar-as-pesquisas-por-antonio-carlos-gil.html>. Acesso em 13 jul. 2021.

GUARDANI, Fátima. **Gestão em Marketing em Hotelaria**. São Paulo: Atlas S.A., 2006.

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA Pousada em Balneário
Camboriú/SC**

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Senac Rio de Janeiro, 2013.

MARTINS, André. **Cresce a Participação do Turismo no PIB Nacional**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/cresce-a-participacao-do-turismo-no-pib-nacional>. Acesso em: 17 jun. 2021.

MATTOS, Lissandra Kerppers. **As mudanças organizacionais e seus gestores nas empresas na era da informação**. 2002. 80 f. Dissertação (Doutorado em Administração) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/3671>. Acesso em 13 jul. 2021.

MELO, Cecília. **Número de turistas em viagem pelo Brasil cresce em 2019: impactos da pandemia**. Impactos da Pandemia. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/numero-de-turistas-em-viagem-pelo-brasil-cresce-em-2019>. Acesso em 14 jul. 2020.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Ministério da Economia divulga lista dos setores mais afetados pela pandemia da Covid-19 no Brasil**. 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/setembro/ministerio-da-economia-divulga-lista-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-da-covid-19-no-brasil>. Acesso em 18 jun. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília, p. 1-178, 2010. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentacao_do_Turismo_e_o_Mercado.pdf. Acesso em 14 set. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mais de turistas, geração de empregos e novas companhias aéreas impulsionaram o setor em 2019**. 2019a. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2019/12/um-novo-brasil-por-meio-do-turismo>. Acesso em 14 jul. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo tem faturamento recorde de R\$136,7 bilhões em 2019**. 2019b. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2019/10/turismo-tem-faturamento-recorde-de-r-136-7-bilhoes-em-2019>. Acesso em 18 jun. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Solicitar o Selo Turismo Responsável**. 2020A. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/aderir-ao-selo-turismo-responsavel>. Acesso em 17 jun. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo brasileiro cresce 2,6% em 2019**. 2020B. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2020/01/turismo-brasileiro-cresce-2-6-em-2019#:~:text=De%20janeiro%20a%20novembro%20de,mesmo%20per%C3%ADodo%20do%20ano%20passado.&text=O%20m%C3%AAs%20de%20novembro%20foi,8%25%20em%20rela%C3%A7%C3%A3o%20a%202018>. Acesso em 18 jun. 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema brasileiro de classificação de meios de hospedagem**. 2021. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/Entenda?tipo=7>. Acesso em 18 jun. 2021.

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA Pousada EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

MULLER, Daiane. O que é RevPar na hotelaria e como calcular? **Hotelflow**, 22 jan. 2020. Disponível em: <https://www.hotelflow.com.br/blog/o-que-e-o-revpar-na-hotelaria-e-como-calculer/>. Acesso em 18 jun. 2021.

NETTO, Alexandre Panosso. **O que é turismo**. São Paulo: Editora e Livraria Brasiliense, 2010. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=7mgvDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=que+%C3%A9+turismo&ots=drS1Df2vMK&sig=OUaP2N-sRp1qe7LzLNphZ82UTcc#v=onepage&q=que%20%C3%A9%20turismo&f=false>. Acesso em 13 jul. 2021.

OLIVEIRA, Elton Silva. **Impactos socioambientais e econômicos do turismo e suas repercussões no desenvolvimento local: o caso de Itacaré – Bahia, Ilhéus**. 2008. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo) - Universidade Estadual de Santa Cruz, UFBA, Ilhéus. Disponível em: http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/mono_elton_silva.pdf. Acesso em 18 jun. 2021.

OLIVEIRA, Jamily. Contribuição do turismo para o desenvolvimento da economia. **Administradores.com**. 17 abr. 2019, 22:00. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/contribuicao-do-turismo-para-o-desenvolvimento-da-economia>. Acesso em 18 jun. 2021

POUPART, Jean *et al.* **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Ed. Vozes: Petrópolis, 2008. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1895937/mod_resource/content/1/04_OB-JACCOUD_MAYER.pdf. Acesso em 09 set. 2021.

RABAHY, Wilson Abrahão. Análise e perspectivas do turismo no Brasil. **Rev. Bras. Pesq. Tur.**, v.14, n.1, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbtur/a/9BTf68LkqpcdDDsKfVnXYSs/?lang=pt>. Acesso em 18 jun. 2021.

RIBEIRO, Olívia Cristina Ferreira *et al.* Os impactos da pandemia da Covid-19 no lazer de adultos e idosos. **LICERE - Revista Do Programa De Pós-graduação Interdisciplinar Em Estudos Do Lazer**, Campinas, v.23, n.3, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/25456>. Acesso em 23 jul. 2021.

SACRAMENTO, Patrícia Melo; TEIXEIRA, Rivanda Meira. Implementação de ações inovadoras e empreendedorismo: estudo de múltiplos casos em empresas hoteleiras de pequeno porte. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v.14, n.2, 2014. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/874#:~:text=O%20objetivo%20deste%20estudo%20foi,hoteleiro%20no%20estado%20de%20Sergipe>. Acesso em 10 jul. 2021.

SANTOS, Adriana B. A. dos; FAZION, Cíntia B.; MEROE, Giuliano P. Inovação: um estudo sobre a evolução do Conceito de Schumpeter. **Caderno de Administração**, v. 5, n. 1, p. 1-16, 2011. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/caadm/article/view/9014>. Acesso em 25 ago. 2021.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural Ltda, 1997. 228 p. Disponível em: https://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/s_Schumpeter_-_Teoria_do_Desenvolvimento_Econ%C3%B4mico_-

**IMPACTOS DA PANDEMIA NO TURISMO: O
CASO DE UMA POUSADA EM BALNEÁRIO
CAMBORIÚ/SC**

_Uma_Investiga%C3%A7%C3%A3o_sobre_Lucros_Capital_Cr%C3%A9dito_Juro_e_Ciclo_Econ%C3%B4mico.pdf. Acesso em 13 jul. 2021.

SOARES, Juliana Cristina de Moura *et al.* Níveis e formas de inovação nos empreendimentos da cadeia produtiva do turismo em Tibau do Sul/RN. **Revista de Turismo Contemporâneo**, Natal, v.1, n1, 2013. 21 p. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/5040>. Acesso em 15 jul. 2021.

SOARES, Juliana Cristina de Moura. **Inovação nos empreendimentos turísticos**: uma análise das práticas na cadeia produtiva turística do município de Tibau do Sul, Rio Grande do Norte, Brasil. 2012. 150 f. Dissertação (Mestrado de Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/27564?mode=full>. Acesso em 13 jul. 2021.

SUBSECRETARIA DE GESTÃO ESTRATÉGICA. **Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil**. 2020. Ministério do Turismo. Disponível em: <http://www.dadosfatos.turismo.gov.br/boletins.html>. Acesso em 13 jul. 2021.

TITO, Ana Luiza de Albuquerque; ARAÚJO, Maria Valéria Pereira de. Estudos sobre Gestão de Crise no Turismo: abordagens e contextos. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 11, n.2, p. 1-13, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473559293015/473559293015.pdf>. Acesso em 13 jul. 2021.

TITO, Ana Luiza de Albuquerque *et al.* Gestão de Crise nas Agências de Viagens do Brasil: um estudo a partir da percepção dos representantes da associação brasileira de agências de viagens. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 32, n. 3, p. 1-19, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/173600>. Acesso em 13 jul. 2021.

ZUCCO, Fabricia Durieux *et al.* Gestão de Riscos e Desastres Naturais no Turismo: um estudo do município de Blumenau/sc. **Turismo em Análise**, Blumenau, v.21, n.3, p. 1-27, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/14233/16051>. Acesso em 13 jul. 2021.