

## CENÁRIOS PROSPECTIVOS PARA O TURISMO BRASILEIRO PÓS-COVID19: UMA APLICAÇÃO DO MÉTODO MOMENTUM

Samuel Martins Drei (UFF) samueldrei@id.uff.br  
Beatriz Pereira da Silva (UFF) pereira\_beatriz@id.uff  
Juliana Damaris Candido de Lima (UFF) julianadamaris@id.uff.br  
Carlos Francisco Simões Gomes (UFF) cfsg1@bol.com.br  
Adilson Vilarinho Terra (UFF) adilsonvilarinho@id.uff.br

### Resumo

Dada a forma que a pandemia de Covid-19 afetou diversos setores de serviço do país, o objetivo deste estudo foi desenvolver cenários prospectivos para o turismo brasileiro pós-Covid-19, utilizando o método Momentum. Portanto, sua metodologia seguiu os passos deste método, até atingir, de fato, a criação dos cenários, voltando-se para o turismo brasileiro. Como resultado, foi possível construir três cenários prospectivos para esse setor, de maneira que essa construção não foi identificada, em âmbito nacional, na literatura. Conclui-se, que a criação de cenários prospectivos é válida para a situação pós-Covid-19, principalmente no Brasil, devido às incertezas econômicas, sociais e relativas à prevenção desta pandemia.

**Palavras-Chaves:** Turismo, COVID-19, Cenários Prospectivos, Momentum.

### 1. Introdução

O turismo manifesta impactos ambientais, econômicos, culturais e sociais na comunidade (OLIVEIRA, 2008). Segundo dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo WTTC, a contribuição do Turismo para o PIB nacional no Brasil deve registrar crescimento de 2,5% em 2018 e chegar a 8,2% em 2028 (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2018).

Os efeitos da pandemia do Covid-19 sobre o setor de turismo são inquestionáveis, impactando em diferentes intensidades nações e cidades. Embora as implicações da Covid-19 sobre o setor de turismo sejam evidentes, sua compreensão demanda uma análise multi e trans escalar assim como a consideração de aspectos de natureza qualitativa (JORNAL USP, 2020).

O estudo de cenários prospectivos tem uma importância significativa em momentos de incerteza, como o momento pandêmico atual, para elucidar e mitigar possíveis problemas ocasionados pela pandemia. A análise prospectiva de mercado brasileiro no cenário pós-pandemia é de grande importância (VIEIRA, et al., 2021)

Neste sentido, o presente estudo tem como objetivo desenvolver cenários prospectivos para o turismo brasileiro pós-Covid-19, utilizando o método Momentum. Delimitou-se a análise para o setor de turismo, visto que não foram identificados estudos voltados para essa temática no Brasil.

## **2. Referencial teórico**

### **2.1 Turismo brasileiro e as consequências da COVID-19**

Para Iaquinto (2020), o turista é visto como elemento dispersor do Covid-19, sendo que vários tipos de viagens, como de negócios, migrações, dentre outros, possibilitaram sua maior disseminação (SHI et al., 2020). Alguns estudos, como o de Yu et al. (2020) e o de Zheng et al. (2020), defendem que há discriminações, e preconceitos em relação a turistas advindos de locais com maiores incidências no Covid-19.

Neves et al. (2021), defendem que nos períodos que sucederam grandes epidemias, a experiência de enfrentamento global de um evento dessa natureza parece paradoxalmente despertar em parcela das pessoas a perspectiva de um futuro mais harmônico e solidário. De acordo com Brouder et al. (2020), este novo turista (pós-pandemia Covid-19), possivelmente, expressará mais solidariedade, maior consciência sustentável, maior preocupação com o desenvolvimento local. Para Zenker e Kock (2020), haverá menor quantidade de viagens internacionais e maior fluxo nos destinos próximos às residências dos turistas.

O turismo pós-pandemia será marcado pela diminuição das aglomerações, programas direcionados para a família, programas ao ar livre e que ofereçam experiência exclusiva, com pouca ou quase nenhuma ocorrência do Covid-19 (SEBRAE,2020).

Alguns estudos, e.g. (HARSONO, 2020; OLIVEIRA et al., 2020; ARONICA et al., 2021; MARTINA, et al., 2021; STACKPOLE et al., 2021; USUI et al., 2021), retratam sobre o cenário do turismo na pandemia do Covid-19. Porém, observa-se uma carência de estudos, principalmente no Brasil, a respeito do cenário do turismo pós-Covid-19. Em vista disso, espera-se que o presente estudo possa contribuir para a sociedade como um todo.

### **2.2 Cenários Prospectivos**

Na contemporaneidade as mudanças que ocorrem no ambiente de negócios obrigam as organizações a se adaptarem constantemente a novas realidades, novos conceitos, novos

produtos e tecnologias. A identificação de tendências futuras e a antecipação das mudanças do mercado tornaram-se determinantes para a competitividade das organizações. Ademais, a capacidade das organizações de lidarem com as incertezas e se adaptarem às mudanças tornou-se um fator primordial para o sucesso destas (VARUM; MELO, 2010).

Destarte, pode-se considerar que o planejamento de cenários é uma ferramenta relevante para análise estratégica de uma organização. Para Casimiro e Araújo (2020) a aplicação de técnicas de prospecção como fonte de informação estratégica para a formulação de estratégias e definição de prioridades das organizações é uma necessidade. Neste contexto, o planejamento de cenários estimula o pensamento estratégico e ajuda a superar as limitações do pensamento criando múltiplos futuros (AMER; DAIM; JETTER, 2013).

A construção de cenários futuros pode auxiliar nas estratégias e investimentos das organizações ao aumentar a robustez da estratégia por identificar e desafiar premissas subjacentes sobre o futuro; além de permitir melhores decisões estratégicas pela identificação de incertezas; aumentar o conhecimento e o entendimento sobre o ambiente externo e aumentar a velocidade de resposta a eventos inesperados pela visualização antecipatória de futuros possíveis (DA SILVA et al., 2013).

Acerca das abordagens tecnológicas para a construção de cenários existem diversas formas de criar um cenário como: abordagens metodológicas para a construção de cenários, essas são *SRI International (Stanford Research Institute)*, *Global Business Network*, *Future Mapping*, *Battelle Memorial Institute*, *Prospective Analysis*, *Interax Method*, *Unified Method of Prospective Strategy Planning (SWOT)*, Método unificado de planejamento estratégico prospectivo (Momentum), entre outros.

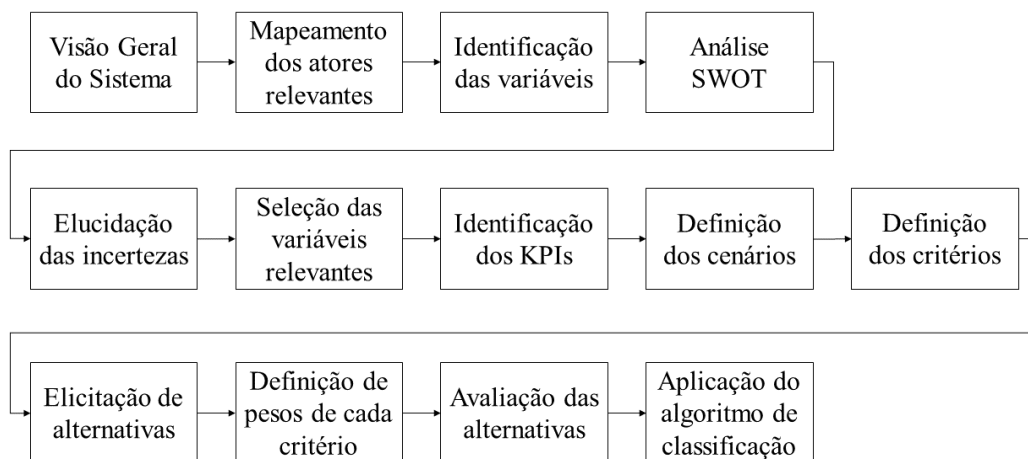
Ao que diz respeito ao método Momentum, Gomes e Gomes (2019) declaram que este método procura delinear o problema pelo conceito sistêmico, identificar os pontos fortes e fracos, ameaças e oportunidades, bem como, utilizar indicadores para acompanhar a ascensão de um determinado cenário.

Os autores ainda afirmam que o método utiliza de uma análise retrospectiva, para o estabelecimento de probabilidades e de metas e de uma matriz de impacto cruzado. A junção de todas essas técnicas utilizadas no método permite a criação de cenários alternativos.

### 3. Métodos

Para o desdobramento do presente estudo, utilizou-se como base o Método Unificado de Planejamento Estratégico Prospectivo (Momentum), que se apresenta como um modelo híbrido, utilizando a visão prospectiva de cenários juntamente com o processo decisório multicritério (GOMES; GOMES, 2019), ilustrado pela Figura 1, que mostra como cada passo desse método se caracteriza.

Figura 1 – Etapas do método Momentum



Fonte: Adaptado de Gomes e Gomes (2019)

Destaca-se que este estudo se limitou apenas às construções dos cenários prospectivos e não da aplicação do método como um todo, focando-se nas oito primeiras etapas. Considerando isso, foram feitas adaptações para tratar cada um dos pontos necessários para construir e definir os cenários prospectivos do turismo no Brasil (Quadro 1).

Quadro 1 – Desdobramento dos passos do Momentum

| N | Passo                            | Método  |
|---|----------------------------------|---|
| 1 | Visão Geral do Sistema           | Analisa-se o sistema de forma geral, identificando suas entradas e saídas. Para este estudo, foi caracterizado o turismo e suas definições, bem como o cenário do Brasil no ano presente de 2021, levando em consideração o ambiente de incerteza gerado pela Covid-19;   |
| 2 | Mapeamento dos Atores Relevantes | Identifica-se os atores relevantes para o sistema. Para a identificação desses atores, foi levado em conta a literatura que aborda sobre o turismo nos anos de 2020 e 2021, traduzindo esses atores para o contexto brasileiro pelos autores, tendo em vista que não foram identificados trabalhos deste cunho no país; |
| 3 | Identificação das Variáveis      | Define-se as variáveis que afetam os cenários futuros. Assim como no ponto dois, também foi levado em conta os apontamentos presentes na literatura – com as adaptações para o contexto brasileiro pelos autores, além da ponderação de especialistas da área;  |
| 4 | Análise SWOT                     | Entende-se as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças dos possíveis cenários. Neste ponto, foi feita uma consulta com especialistas da área, para elucidar quais são cada uma dessas características no turismo brasileiro;  |
| 5 | Elucidação de Incertezas         | Levanta-se as ações estratégicas para o presente, para antecipar grandes variações do ambiente e reduzir a incerteza futura. Dessa forma, as incertezas, assim como no passo dois, também foram consideradas a partir da literatura – adaptadas para o contexto brasileiro pelos autores;                               |
| 6 | Seleção de Variáveis Relevantes  | Reduz-se as variáveis utilizadas, com o intuito de priorizar as mais importantes. Para esse ponto, como é recomendado no método, foi utilizada uma Matriz de Impacto Cruzado (GODET et al., 2000), com a ponderação dos especialistas;  |
| 7 | Identificação dos KPIs           | Define-se os Key Performance Indicators (KPIs) das variáveis relevantes estabelecidas. Neste ponto, foi-se usado as próprias medidas das variáveis relevantes como regulamentadoras;  |
| 8 | Definição dos Cenários           | Constrói-se os cenários. Com base nos passos anteriores, os cenários prospectivos foram construídos relativos ao turismo no Brasil;   |

Fonte: Autores (2022)

## 4. Desenvolvimento

### 4.1 Caracterização do turismo brasileiro

O turismo é processo e desdobramento que se caracteriza pelo elemento estável e permanente: a experiência provocada pelo ato de se deslocar, mais especificamente pelo deslocamento da viagem. A viagem é o elemento básico que compõe o turismo, uma vez que a sua experiência produzida, associada ao deslocamento, tempo e espaço está presente em uma série de estudos (MACCANNELL, 2003; URBAIN, 1993; URBAIN, 2011; BOORSTIN, 1971; FIGUEIREDO, 2010).

A sociedade de consumo impulsiona o turismo, e ele, por sua vez, exerce o papel de motor dessa mesma sociedade. A quantidade de elementos que fazem parte desta prática refere-se à elaboração de um organismo constante, que relaciona o fenômeno/atividade às possibilidades de mudança social em um campo (NÓBREGA et al., 2015).

Relativo ao Brasil, devido a redefinição das políticas públicas voltadas para essa área, associa-se, portanto, ao processo de retomada do federalismo, aliada à redemocratização do país, que se deu no início dos anos 80 (GUIMARÃES, 2007). Dessa forma, a atividade turística atingiu o patamar de ação de prioridade, voltado para a economia do país, e portanto, nas agendas governamentais, gerando uma distribuição da responsabilidade do dever turístico, do governo federal, para os governos locais (BRANDÃO, 2010).

O crescimento do turismo no país foi influenciado, prioritariamente, pela sua potencialidade natural, disponibilidade de capitais estrangeiros para financiamento de projetos e o posicionamento público e privado favorável ao desenvolvimento da atividade (BOLSON et al., 2004). Cruz (2002) aponta que, na década de 90, três grandes programas nacionais de incentivo ao turismo foram:

- a) Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), que atribuiu aos municípios o papel de realizar inventários do potencial turístico e organizar a oferta turística municipal;
- b) Programa de Ação para o Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), que abrangia as regiões da Amazônia legal-Centro Oeste; Sul; Sudeste; e Nordeste, mas que apenas direcionou investimentos para as regiões Nordeste e Sul;
- c) Programas de ecoturismo, com destaque para o Programa Parques do Brasil e PROECOTUR Amazônia, de 1990.

Na primeira década dos anos 2000, foi criado o primeiro ministério exclusivo para as questões do turismo, o Ministério do Turismo (MTur), com objetivo de orientar as ações necessárias para consolidar o desenvolvimento do setor turístico. Tal ministério era composto por órgãos de assistência ao ministro e por órgãos finalísticos, evidenciando a importância do Estado brasileiro para com esse setor (BRASIL, 2001).

Ao final da segunda década dos anos 2000, o mundo se viu diante de uma pandemia causada pelo vírus SARS-CoV-2, popularmente conhecido como Covid-19, dando início a grandes mudanças de comportamento na vida da população, incluindo o Brasil. O isolamento social, por exemplo, tem um impacto enorme na atividade econômica. Os serviços ligados ao mercado de viagens estão entre aqueles que foram mais afetados (BARBOSA et al., 2020).

O turismo, e conseqüentemente o turismo nacional, foi diretamente afetado pela crise provocada pela possibilidade de contágio pela Covid-19. Inicialmente, é possível notar os efeitos diretos, com a suspensão de viagens e o fechamento de fronteiras ao redor de todo o

planeta e, em seguida, a cadeia ligada ao setor também é afetada, tendo em vista que, mesmo os residentes nativos não podem frequentar as áreas, devido ao risco de contágio, já que pontos turísticos são, por sua natureza, lugares de grande aglomeração de pessoas (BARBOSA et al., 2020).

Com a retomada morosa deste setor, dado ao programa de vacinação vigente no país, faz-se necessário refletir sobre os cenários futuros do turismo brasileiro, tendo em vista as possibilidades que ele pode assumir, advindo, ao mesmo tempo, de uma estrutura relativamente forte – associada aos pontos atrativos do país – com as consequências causadas pela pandemia.

#### 4.2 Os atores do turismo brasileiro

A partir do contexto apresentado, e do levantamento da literatura previamente exposto, foi possível selecionar um grupo de diferentes atores na indústria do turismo brasileiro, conhecendo o turismo do país e tendo uma compreensão dos principais afetados com a pandemia de Covid-19. Dessa forma, o Quadro 2 mostra os principais atores estabelecidos e sua função aproximada nesse sistema.

Quadro 2 – Principais atores do turismo brasileiro

| N | Esfera principal   | Atores principais   | Função                    |
|---|--------------------|---|---------------------------|
| 1 | Iniciativa Pública | Governo Federal e Ministério do Turismo   | Regulamentação            |
|   |                    | Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo, Secretaria Nacional de Desenvolvimento e Competitividade e Secretaria Nacional de Integração Interinstitucional | Planejamento e Gestão     |
|   |                    | Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo)  | Fomento                   |
|   |                    | Secretários Estaduais   | Regulamentação e Controle |
| 2 | Iniciativa Privada | Meios de hospedagem, guias turísticos, lojas, bares, dentre outros.   | Atuantes no destino       |
|   |                    | Operadores de turismo, agências de viagem, centrais de reserva, dentre outros.  | Representantes do destino |
| 3 | Comunidade Local   | Pessoas nativas dos lugares turísticos  | Integradores do destino   |
| 4 | Turistas           | Pessoas com interesse no local turístico  | Participadores do destino |

Fonte: Autores (2022)

#### 4.3 As variáveis do turismo brasileiro

Determinados os atores envolvidos, faz-se necessário, de forma análoga, estabelecer as principais variáveis atreladas ao ambiente de incerteza gerado nos cenários futuros do turismo

brasileiro pós pandemia. Assim, o Quadro 03 mostra os grupos de variáveis levantadas, bem como suas descrições.

Quadro 3 – Principais variáveis do turismo brasileiro

| N | Variável                                     | Definição   |
|---|--|---|
| 1 | Fomento Federal                              | Receita para o ministério do Turismo                                  |
| 2 | Políticas Públicas de Incentivo              | Políticas públicas criadas para incentivar os destinos brasileiros    |
| 3 | Fomento Estadual                             | Receita destinada para cada Estado brasileiro                         |
| 4 | Investimento privado nos destinos turísticos | Fomento privado voltado para o turismo e os destinos brasileiros      |
| 5 | Políticas para controle do Covid-19          | Taxa de aplicação da vacina contra o Covid-19 na população brasileira |
| 6 | Interesse nos destinos                       | Número de viagens feitas para os destinos brasileiros                 |

Fonte: Autores (2022)

#### 4.4 Análise SWOT da situação apresentada

A análise SWOT é uma ferramenta utilizada com frequência, tendo em vista que ela permite ao avaliador identificar os fatores internos ao problema – dados pelas forças e pelas fraquezas – ao passo que pondera, também, os fatores externos – como as oportunidades e ameaças. Para tal, foi construída uma matriz SWOT para essa situação, como mostra o Quadro 04.

Quadro 4 – Análise SWOT do turismo brasileiro

| Forças (Strengths)   | Fraquezas (Weaknesses)   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorização econômica do governo, para reaquecer os mercados dos destinos turísticos;</li> <li>• Melhorias na prestação de serviços, para captação de novos clientes e mercados;</li> <li>• Incentivo aos atrativos turísticos naturais do país.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuição da verba destinada ao turismo brasileiro;</li> <li>• Desaceleração da taxa de vacinação contra o Covid-19;</li> <li>• Falta de interesse, por parte das pessoas, em destinos brasileiros, devido ao Covid-19.</li> </ul> |
| Oportunidades (Opportunities)  | Ameaças (Threats)  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parcerias entre diferentes ramos dos destinos turísticos;</li> <li>• Flexibilização dos pacotes de viagem, por parte das agências;</li> <li>• Maior interesse em viagens distintas, por parte dos turistas.</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Novo aumento na pandemia de Covid-19;</li> <li>• Nova crise sanitária;</li> <li>• Dificuldade do restabelecimento econômico, por parte dos turistas.</li> </ul>   |

Fonte: Autores (2022)



#### 4.5 Elucidando as incertezas sobre a situação presente

Ao que diz respeito à situação sanitária do Brasil, ainda se tem muitas incertezas em relação à Covid-19, tendo em vista que, por mais que a vacinação contra o vírus segue de forma constante durante o ano de 2021, até o momento, tem-se apenas aproximadamente 46% da população totalmente imunizada no país (SECRETARIAS ESTADUAIS DE SAÚDE, 2021).

Essa situação, além de acarretar possíveis “novas ondas” ou até mesmo variantes do Covid-19, gera também uma incerteza em relação ao poder econômico da população, bem como a forma que é possível utilizar o dinheiro, abalando diretamente a economia do país. Com esse panorama em vista, o Quadro 5 mostra as seguintes incertezas identificadas.

Quadro 5 – Incertezas do turismo brasileiro

| N | Incerteza | Descrição  |
|---|-----------|--|
| 1 | U1        | Crescimento econômico brasileiro                                   |
| 2 | U2        | Estabilização da economia brasileira                               |
| 3 | U3        | Recessão econômica brasileira                                      |
| 4 | U4        | Priorização na alocação de verbas governamentais                   |
| 5 | U5        | Progressão da vacinação contra Covid-19 na população brasileira    |
| 6 | U6        | Estabilização da vacinação contra Covid-19 na população brasileira |
| 7 | U7        | Estagnação da vacinação contra Covid-19 na população brasileira    |
| 8 | U8        | Concentração do capital dos turistas nos destinos brasileiros      |
| 9 | U9        | Dispersão do capital dos turistas em destinos internacionais       |

Fonte: Autores (2022)

#### 4.6 Seleção das variáveis relevantes a partir do panorama delineado

Tendo em vista o turismo brasileiro, associado à pandemia de Covid-19 e, levando em conta as características que moldam a situação atual, foi possível estabelecer oito variáveis, tendo como base o grupo de variáveis principais e as incertezas estabelecidas através do método (Quadro 6).

Quadro 6 – Variáveis do turismo brasileiro

| N | Variável | Descrição   |
|---|----------|---|
| 1 | V1       | Saldo do turismo no país  |
| 2 | V2       | Número de políticas públicas desenvolvidas para o turismo no país |
| 3 | V3       | Taxa de variação do Produto Interno Bruto (PIB)                   |
| 4 | V4       | Taxa de câmbio do dólar   |
| 5 | V5       | Taxa de desemprego  |
| 6 | V6       | Número total de passageiros em voos do país                       |
| 7 | V7       | Óbitos da população brasileira por Covid-19                       |
| 8 | V8       | Número de brasileiros vacinados                                   |

Fonte: Autores (2022)

Após a identificação de cada uma das variáveis do contexto trabalhado, foi estruturada a matriz de impactos cruzados, com o intuito de fazer a seleção das variáveis relevantes dentro do conjunto estabelecido, através do impacto e a relação de dependência que uma variável possui sobre outra. A Tabela 01 mostra a relação entre as variáveis, levando em conta os valores 0 – Sem Impacto, 1 – Baixo Impacto, 2 – Médio Impacto, 3 – Grande Impacto, e 4 – Impacto Muito Expressivo.

Tabela 1 – Relações entre as variáveis identificadas

|       | V1 | V2 | V3 | V4 | V5 | V6 | V7 | V8 | Total |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| V1    |    | 4  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 1  | 16    |
| V2    | 3  |    | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 12    |
| V3    | 2  | 1  |    | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 15    |
| V4    | 2  | 2  | 3  |    | 2  | 3  | 3  | 3  | 18    |
| V5    | 1  | 1  | 3  | 3  |    | 3  | 2  | 2  | 15    |
| V6    | 3  | 1  | 3  | 2  | 2  |    | 2  | 2  | 15    |
| V7    | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  |    | 4  | 15    |
| V8    | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 3  |    | 13    |
| Total | 15 | 12 | 15 | 15 | 15 | 16 | 15 | 16 |       |

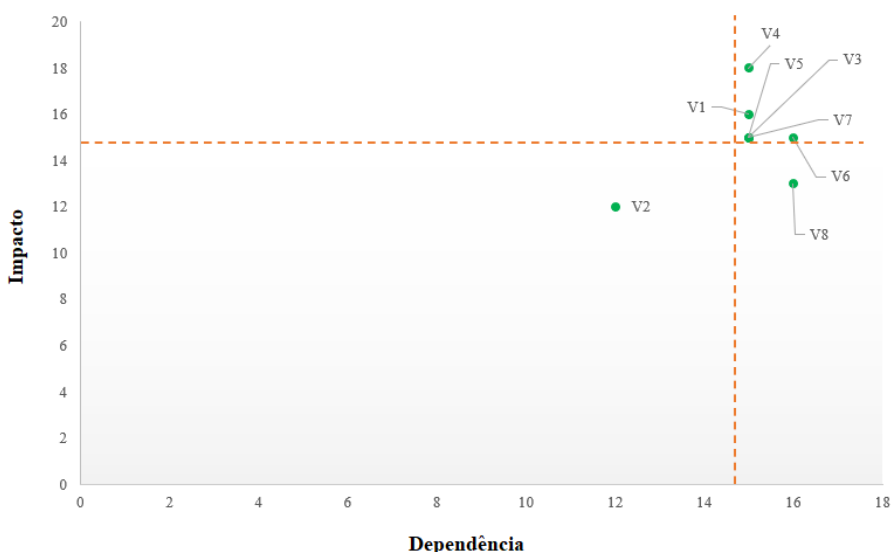
**Dependência**

**Impacto**

Fonte: Autores (2022)

Tendo esses valores como base, utilizou-se uma plotagem das variáveis em um plano cartesiano, levando em conta os valores de impacto pelos de dependência. Além disso, utilizou-se dos valores das médias de cada uma das medidas para estabelecer quadrantes, como mostra a Imagem 2.

Imagem 2 – Relação de impacto e dependência entre as variáveis



Fonte: Autores (2022)

No quadrante inferior direito, tem-se as variáveis com alta dependência, mas com impacto baixo, que é o caso de V8, já no inferior esquerdo, tem-se as variáveis com baixo impacto e baixa dependência, que é o caso da variável V2. Nos quadrantes superiores, tem-se o esquerdo, que indica alto impacto e baixa dependência, onde não figurou nenhuma variável e, por fim, no direito é o quadrante que expressa as variáveis com alto impacto e alta dependência, ou seja, as variáveis V1, V3, V4, V5, V6 e V7.

Dessa forma, foi levado em conta como variáveis relevantes, as que estão presentes no quadrante superior direito, sendo desconsideradas a variável V8 (Número de brasileiros vacinados), por ter um impacto baixo e a variável V2 (Número de políticas públicas desenvolvidas para o turismo no país), por ter baixo impacto e dependência.

#### 4.7 Identificação dos KPIs das variáveis relevantes

Como é possível notar, as variáveis que foram consideradas relevantes apresentam seus próprios indicadores, a partir dos valores históricos apresentados ao longo dos anos, estabelecidos para a criação dos cenários prospectivos.

#### 4.8 Cenários prospectivos propostos para o turismo brasileiro

Dado os pontos levantados, foi utilizado uma análise morfológica para caracterizar três possíveis cenários prospectivos do turismo brasileiro pós Covid-19, sendo eles otimista, realista e pessimista. Assim, para construí-los foram utilizados os valores dos últimos cinco anos de cada uma das variáveis, com exceção da variável V7, que representa os Óbitos da população brasileira por Covid-19, uma vez que ela teve início apenas em 2020. A Tabela 02 apresenta os valores mínimos, médios e máximos de cada uma das variáveis.

Tabela 2 – Valores das variáveis relevantes

|               | Saldo do turismo no país (milhões de US\$) | PIB (%)  | Taxa de câmbio do dólar (R\$)                   | Taxa de desemprego (%)                                 | Número total de passageiros em voos do país (milhões) | Óbitos da população brasileira por Covid-19 (média móvel) |
|---------------|--|--|---|--|---|---|
| <b>Mínimo</b> | -13.192                                    | -3.53  | 3.09  | 11   | 14.1  | 1   |
| <b>Médio</b>  | -11.424                                    | 9.2  | 4.47  | 12.8   | 94.6  | 1177  |
| <b>Máximo</b> | -8.473                                     | 14.25  | 5.85  | 14.7   | 119.4   | 3124  |
| <b>Fonte</b>  | Ministério do Turismo (2021)               | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021) | Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2021) | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2021) | Ministério do Turismo (2021)                          | Johns Hopkins University (2021)                           |

Fonte: Autores (2022)

Portanto, os possíveis cenários prospectivos deste estudo são dados da seguinte forma:

- a) Cenário Pessimista: “*More Isolation Time – MIT*”, representa o cenário que agrega o pior desempenho possível das variáveis relevantes;
- b) Cenário Realista: “*Thinking About the Itinerary – TAI*”, representa a tendência das variáveis relevantes, considerando seus valores históricos;
- c) Cenário Otimista: “*Travels for Everyone – TE*”, representa o cenário otimista, no qual as variáveis superam as expectativas.

Dessa forma, a Tabela 3 mostra os dados de cada variável relevante delimitados em intervalos e dispostos para cada cenário prospectivo.

Tabela 3 – Intervalo das variáveis para cada cenário prospectivo

| Variáveis   | S1        | S2                  | S3                 | S4       |
|---|-----------|---------------------|--------------------|----------|
| Saldo do turismo no país (milhões de US\$)                | < -13.192 | -13.192 - (-11.424) | -11.424 - (-8.473) | -8.473 < |
| PIB (%)   | < -3.53   | -3.53 - (9.2)       | 9.2 - (14.25)      | 14.25 <  |
| Taxa de câmbio do dólar (R\$)                             | < 3.09    | 3.09 - 4.47         | 4.47 - (5.85)      | 5.85 <   |
| Taxa de desemprego (%)                                    | < 11      | 11 - (12.8)         | 12.8 - (14.7)      | 14.7 <   |
| Número total de passageiros em voos do país (milhões)     | < 14.1    | 14.1 - (94.6)       | 94.6 - (119.4)     | 119.4 <  |
| Óbitos da população brasileira por Covid-19 (média móvel) | < 1       | 1 - (1177)          | 1177 - (3124)      | 3124 <   |
| Legenda   | Otimista  | Realista            | Pessimista         |          |

Fonte: Autores (2022)

Para cada um dos três cenários propostos, foram feitas as devidas considerações, de acordo com as características que os compõem. Dessa forma, para o TAI, foram considerados os intervalos que envolviam a média, deslocando-se para os valores de tendência, de acordo com os dados históricos mais recentes.

Por sua vez, o MIT representou, em todas as variáveis, sua pior situação, sendo que para o Saldo do Turismo, PIB e Número de Passageiros, foi considerada uma queda, ainda maior, de seus valores, enquanto para as variáveis Taxa de Câmbio do Dólar, Taxa de Desemprego e Óbitos por Covid-19, foram considerados seus aumentos. É importante destacar que o câmbio do dólar poderia ser considerado de forma inversa, em um cenário no qual, quanto maior o valor, maior a entrada de turistas internacionais no país, contudo levou-se em conta que o aumento dessa taxa encarece os custos de manutenção dos modais de viagem, como aviões, por exemplo, de forma a aumentar o valor de suas passagens, enfraquecendo, assim, o turismo local.

Finalmente, o cenário TE representou as variáveis em sua melhor situação, com aumentos consideráveis no Saldo, PIB e número de passageiros, atrelado com uma Taxa de Câmbio, de Desemprego e de Óbitos por Covid-19, cada vez menores, causadas em conjunto por uma vacinação populacional eficiente e uma possível tomada da economia do país.

## 5. Conclusões

Através do presente estudo, a criação de cenários prospectivos se mostra importante, para que se possa compreender as possibilidades, bem como se preparar para os possíveis panoramas, principalmente quando se trata de uma pandemia, como a gerada pelo Covid-19, em um setor tão dependente das restrições causadas, como o do turismo.

Dessa forma, o trabalho atingiu seu objetivo de desenvolver cenários prospectivos para o turismo brasileiro pós-Covid-19, utilizando o método Momento. Tais cenários foram dispostos através do conhecimento disponível da literatura, atrelado a ponderação dos especialistas da área de turismo, de forma que foi possível criar vertentes otimistas, realistas e pessimistas para esse setor, dentro do panorama da Covid-19.

No cenário otimista (TE) é possível ver um progresso, tanto na economia, quanto no esquema de vacinação brasileiro, de forma a permitir maiores viagens turísticas, já no cenário realista (TAI), não se garante ainda a volta proeminente das viagens e grandes itinerários, mantendo as expectativas para um cenário moderado, causado pela pandemia. Finalmente, no cenário pessimista (MIT) surgem possíveis problemas econômicos e com o controle de novas ondas da Covid-19, que podem desacelerar o reaquecimento do setor.

Por fim, como estudos futuros, recomenda-se a continuação do método Momento, adentrando a parte de MADM, para que possa ser feito a ponderação dos cenários prospectivos propostos com critérios atrelados ao turismo brasileiro, de forma a se aprofundar nos resultados.

## REFERÊNCIAS

- AMER, M.; DAIM, T. U.; JETTER, A. Uma revisão do planejamento do cenário. *Futures*, 2013.
- ARONICA, M. PIZZUTO, P. SCIORTINO, C. COVID-19 and tourism: What can we learn from World economy, 2021.
- BARBOSA, L. G. M.; COELHO, A. M.; MOTTA, F. A. T.; GUIMARÃES, I. L. B.; GUIMARÃES, T. Impacto econômico do Covid-19: Propostas para o turismo Brasileiro. Fundação Getúlio Vargas, 2020.



BOLSON, J. H. G.; PIRES, F.; TRINDADE, E. Histórico e Análise das Políticas Públicas de Turismo no Brasil–1930/2004-Estudo de caso Minas Gerais. Encontro nacional de turismo com base local, 2004.

BOORSTIN, D. J. Du voyageur au turiste: l’art oublié du voyage. In: Boorstin, D. J. L’Image. Paris: UGE, 1971.

BRANDÃO, P. M. Análise da rede política do turismo brasileiro. 2010. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

BRASIL. Programa Nacional de Municipalização do Turismo: diretrizes e procedimentos. Brasília: Ministério do Turismo, 2001.

BROUDER, P. Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world. *Tourism Geographies*, v. 22, n. 3, p. 484-490, 2020.

CASIMIRO, A. H. T.; ARAÚJO, W. J. Cenários prospectivos: revisão sistemática na Lisa, Emerald, Scopus e Web of Science. *RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 2020.

CRUZ, R. C. Políticas públicas de turismo no Brasil: significado, importância, interfaces com outras políticas setoriais. *Políticas públicas e o lugar do turismo*. Brasília: UnB, 2002.

DA SILVA, A. T. B.; SPERS, R. G.; WRIGHT, J. T. C.; DA COSTA, P. R. Cenários prospectivos para o comércio internacional de etanol em 2020. *Revista de Administração*, 2013.

FIGUEIREDO, S. L. Viagens e viajantes. São Paulo: AnnaBlume, 2010.

GODET, M.; MONTI, R.; MEUNIER, F.; ROUBELART, F. A caixa de ferramentas da prospectiva estratégica. CEPES–Centro de Estudos de Prospectiva e Estratégia. Lisboa, 2000.

GOMES, L. F. A. M. e GOMES, C. F. S. Princípios e métodos para a tomada de decisão: Enfoque multicritério. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GUIMARÃES, C. A. S. Participação e governança local: a experiência dos Conselhos Municipais de Educação na gestão da política educacional. *Gestão e avaliação das políticas sociais no Brasil*. Belo Horizonte: PUC Minas, 2007.

HARSONO, S. The Impact of Covid-19 on Marine Ecotourism in Tegal City. *E3S web of conferences*, 2020.

IAQUINTO, B. L. Tourist as vector: Viral mobilities of COVID-19. *Dialogues in Human Geography*, 10(2), 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. O que é desemprego?. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>>. Acesso em: 13 de outubro de 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. O que é PIB?. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/pib.php>>. Acesso em: 13 de outubro de 2021.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. Taxa de câmbio comercial para compra: real (R\$) / dólar americano (US\$) – média. Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=38590&module=M>>. Acesso em: 13 de outubro de 2021.

JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. COVID-19 Data Repository by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at Johns Hopkins University. Disponível em: <<https://github.com/CSSEGISandData/COVID-19>>. Acesso em: 13 de outubro de 2021.

JORNAL USP (2020). Impactos da pandemia no setor de turismo. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/artigos/impactos-da-pandemia-no-setor-de-turismo/>>. Acesso em 17 out 2021.

MACCANNELL, D. El Turista, una neuva teoria de la clase ociosa. Barcelona: Ed. Melusina, 2003.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Estatísticas e Indicadores. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estatísticas-e-indicadores.html>>. Acesso em 13 de outubro de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Receita e despesa cambial turística no Brasil. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estatísticas-e-indicadores/receita-cambial.html>>. Acesso em 13 de outubro de 2021.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Turismo injetou US 163 bilhões no Brasil em 2017. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-injetou-us-163-bilhoes-no-brasil-em-2017>>. Acesso em 31 de outubro de 2021.

NEVES, C.S.B.; CARVALHO, I.S.; SOUZA, W.F. L.; FILIPPIM, M.L. Os impactos da COVID-19 nas viagens de turistas brasileiros: conjuntura e perspectivas na eclosão e na expansão da pandemia no Brasil. *Tur., Visão e Ação* 23, 2021.

NÓBREGA, W. R. M.; FIGUEIREDO, S. J. D. L.; AZEVEDO, F. F. D. Perspectivas contemporâneas de análise em turismo. Núcleo de Altos Estudos Amazônicos/UFPA,2015.

OLIVEIRA, E.S. Impactos socioambientais e econômicos do turismo e suas repercussões no desenvolvimento local: o caso de Itacaré-Bahia. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual de Santa Cruz/Universidade Federal da Bahia, Ilhéus Bahia, 2008.

OLIVEIRA, L. A.; AGUIAR, A. R. Neighborhood Effects and Urban Inequalities: The Impact of Covid-19 on the Periphery of Salvador, Brazil. *City & society*,2020.

SEBRAE (2020). O guia para o turismo em tempos de pandemia. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/GuiaParaTurismoemTemposdePandemia.pdf>>. Acesso em 16 de out 2021.

SECRETARIAS ESTADUAIS DE SAÚDE. Mapa da Vacinação contra Covid-19 no Brasil. Disponível em: <<https://especiais.g1.globo.com/bemestar/vacina/2021/mapa-brasil-vacina-covid/>>. Acesso em: 08 de outubro de 2021.

SHI, Q.; DORLING, D.; CAO, G.; LIU, T. Changes in population movement make COVID-19 spread differently from SARS,2020.

STACKPOLE, I.; ZIEMBRA, E.; JOHNSON, T. Looking around the corner: COVID-19 shocks and market dynamics in US medical tourism. *The International journal of health planning and management*,2021.

URBAIN, J. D. L’envie du monde. Paris: Brèal,2011.

URBAIN, J. D. L’idiot du Voyage: histoires de Touristes. Paris:Payot,1993.

USUI, R.; SHEERAN, L.K.; ASBURY, A. M.; BLACKSON, M. Impacts of the COVID-19 pandemic on mammals at tourism destinations: a systematic review. *Mammal review*,2021.

VARUM, C. A.; MELO, C. Directions in scenario planning literature—A review of the past decades. *Futures*,2010.

VIEIRA, G.A.; LUCAS, F.F.; GOMES, C.F.S.; SANTOS, M. Análise prospectiva do mercado de capitais brasileiro pós COVID-19: uma visão macroeconômica. *Revista SIMEP, João Pessoa*,2021.

YU, M.; LI, Z.; YU, Z.; HE, J.; ZHOU, J. Communication related health crisis on social media: a case of COVID-19 outbreak. *Current Issues in Tourism*,2020.

ZENKER, S.; KOCK, F. The coronavirus pandemic-A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*,2020.

ZHENG, Y.; GOH, E.; WEN, J. The effects of misleading media reports about COVID-19 on Chinese tourists’ mental health: a perspective article. *Anatolia*,2020.