



INSTITUTO FEDERAL
Rondônia



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia

CAMPUS PORTO VELHO ZONA NORTE
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO COMERCIAL

JOSUÉ AMORIM DA SILVA

OS PRINCIPAIS DESAFIOS PARA O SETOR HOTELEIRO DURANTE A
PANDEMIA NO ESTADO DE RONDÔNIA

PORTO VELHO
2023

JOSUÉ AMORIM DA SILVA

**OS PRINCIPAIS DESAFIOS PARA O SETOR HOTELEIRO DURANTE A
PANDEMIA NO ESTADO DE RONDÔNIA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Comercial do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Rondônia - Campus Porto Velho Zona Norte.

Orientador: Prof. Dr. Váldeson Amaro Lima

PORTO VELHO

2023

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Gerador de Ficha Catalográfica do IFRO,
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

Silva, Josué Amorim da.
OS PRINCIPAIS DESAFIOS PARA O SETOR HOTELEIRO
DURANTE A PANDEMIA NO ESTADO DE RONDÔNIA / Josué
Amorim da Silva, Porto Velho-RO, 2023.
15 f.

Orientador(a): Prof. Dr. Váldeson Amaro Lima.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em
Gestão Comercial EAD) – Instituto Federal de Educação, Ciência e
Tecnologia de Rondônia - IFRO, Porto Velho-RO, 2023.

1. Administração. 2. Gestão hoteleira. 3. Proposta de intervenção.
I. Lima, Váldeson Amaro (orient.). II. Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia de Rondônia - IFRO. III. Título.

RESUMO

O desafio de se apreender os impactos da pandemia no turismo, todavia, demanda uma análise transescalar, considerando as especificidades nacionais, regionais e locais, assim como aponta para a necessidade de uma abordagem multissetorial, dadas as particularidades dentro das Atividades Características do Turismo. Com esse acesso, o turista consegue encontrar todas as informações que precisa? Consegue fazer reservas, todas as informações necessárias correspondem à expectativa do turista interessado em conhecer a cidade e o local desejado? Alguns desses questionamentos vão de encontro à falta de planejamento para uma região com recursos naturais atrativos e com uma inquestionável vocação turística. Esta pesquisa tem como objetivo geral, analisar o funcionamento do Estado de Rondônia, identificar as deficiências encontradas por esses turistas que visitam o estado até hoje e suas belezas naturais. Aonde será utilizado o método bibliográfico, em que iremos buscar por opiniões diferentes de diversos autores sobre o mesmo tema. Chegando a conclusão, que a pandemia de Covid-19 causou impactos sem precedentes na indústria hoteleira global. Uma combinação de lockdowns e restrições de viagens resultaram em muitos hotéis tendo que fechar temporariamente ou operar com capacidade reduzida.

Palavra – Chave: Hotelaria; Funcionamento; Covid – 19.

ABSTRAT

The challenge of apprehending the impacts of the pandemic on tourism, however, demands a cross-scale analysis, considering national, regional and local specificities, as well as pointing to the need for a multisectoral approach, given the particularities within the Characteristic Activities of Tourism. With this access, can tourists find all the information they need? Can you make reservations, does all the necessary information correspond to the expectation of the tourist interested in getting to know the city and the desired location? Some of these questions go against the lack of planning for a region with attractive natural resources and an unquestionable tourist vocation. This has as its general objective, to analyze the functioning of the State of Rondônia, to identify the deficiencies found by these tourists who visit the state until today and its natural beauties. Where will we use the bibliographic method, where we will look for different opinions from different authors on the same subject. Coming to the conclusion, that the Covid-19 pandemic has caused unprecedented impacts on the global hotel industry. A combination of lockdowns and travel restrictions has resulted in many hotels having to temporarily close or operate at reduced capacity.

Keywords: Hospitality; Operation; Covid-19.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um dos setores da economia que mais vem crescendo nos últimos tempos, porém, devido ao período pandêmico, essa área se tornou mais reconhecida, apesar de no Brasil, ainda não ter alcançado o seu auge principal, como em diversos outros países (AMÉRICO, 2020).

O setor turístico está dividido em diversas áreas, no entanto, se faz necessário que o profissional da área do turismo, tenha conhecimento básico ao menos, em línguas estrangeiras, como o inglês, por exemplo, devido à comunicação com visitantes de outros países.

Há muitas dificuldades na definição das palavras turista, viagem, turismo, visitante e termos semelhantes. Estas definições tornam-se especialmente aparentes quando se começa a comparar as definições usadas por vários governos. Tem-se feito progresso em direção ao consenso de definições internacionais, mas ainda existe muita variação na terminologia do turismo doméstico. (MOESCH, 2000, p. 37)

Nesse sentido, o trabalho tem como objetivo discorrer sobre os principais problemas enfrentados pela rede hoteleira durante a pandemia de Covid-19 e eventuais soluções para problemas futuros semelhantes.

Para a realização da pesquisa, será utilizado o método bibliográfico, onde iremos buscar por opiniões diferentes de diversos autores sobre o mesmo tema, e partir disso apresentar uma proposta de intervenção no Hotel Larison de Porto Velho/RO. A natureza da pesquisa proporcionou ao pesquisador, compreender mais sobre o tema escolhido.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA OU REVISÃO DA LITERATURA

2.1. O CONTEXTO DO TURISMO GLOBAL

O turismo constitui-se em uma importante atividade econômica, capaz de gerar renda, emprego, divisas e redistribuir a renda regional (HADDAD; PORSEE; RABAHY, 2013).

Segundo o IBGE (2012), as atividades características do turismo brasileiro respondem por cerca de 6% do emprego total do país, sendo mais de 50% devido ao setor de alimentação, que, como se sabe, atende também o consumo de

residentes não turistas. Com o intuito de quantificar apenas as ocupações geradas diretamente pela atividade do turismo, uma estimativa preliminar foi desenvolvida pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) para o Instituto Brasileiro do Turismo (Embratur) em 2002, e seguiu os moldes das recomendações da Conta Satélite do Turismo (CST) da Organização Mundial do Turismo (OMT ou UNWTO), chegando ao valor de 2,3% do total de ocupações no país, e quando considerados os efeitos indiretos, totaliza 3,3% da população economicamente ativa (KADOTA; RABAHY, 2003).

A moeda nacional valorizada estimula a saída de brasileiros e representa restrições de custos para a entrada de estrangeiros, particularmente dos países situados em localidades fronteiriças, os quais, assim como os brasileiros, além do câmbio, respondem também às respectivas variações da renda (RABAHY; SILVA; VASSALLO, 2007).

Para esse mercado, as ações requeridas no estímulo à atração de turistas e de receitas são mais complexas, por serem, estes emissores, menos sensíveis às variáveis sob controle do destino Brasil, não respondendo, com significância estatística, às variações de câmbio e preços (RABAHY, 2003).

Há muitas dificuldades na definição das palavras turista, viagem, turismo, visitante e termos semelhantes. Estas definições tornam-se especialmente aparentes quando se começa a comparar as definições usadas por vários governos. Tem-se feito progresso em direção ao consenso de definições internacionais, mas ainda existe muita variação na terminologia do turismo doméstico. (MOESCH, 2000, p. 37)

Para Barreto (1995), a soma de relações e serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais.

Krippendorf (1984) analisa o lado mais social da atividade, que englobam visitantes e visitados, assim como Margarita Barretto, outra teórica que centra sua preocupação teórica no social.

Para Molina (2001), turismo é um produto da cultura, portanto, transcende explicações econômicas que são insuficientes e não contemplam a dimensão do fenômeno.

Já Moesch (2000, p. 11), utiliza, além das categorias infraestrutura e marketing, uma categoria que nasce das preocupações mais contemporâneas, que são os efeitos do turismo.

“Daqui para frente, a arte de viver e a qualidade de vida vêm antes do nível de vida. Valores como a liberdade, a participação, a expansão pessoal, tornam-se prioritários, à medida que outros, como a promoção profissional, a segurança material e o mérito, perdem sua importância. A atividade econômica e o trabalho são depreciados. Muitas pessoas começam a se dar conta de que não é ganhando mais dinheiro e consumindo mais que, obrigatoriamente, aumentará o seu bem-estar e que se multiplicarão as oportunidades de expansão pessoal” (SWARBROOKE, 2000, p. 117).

O turismo se desenvolveu paralelamente ao capitalismo, os primeiros esforços científicos do estudo do turismo foram mais focados na economia e administração visto que a importância imediata do turismo está atrelada à magnitude das cifras econômicas que cruzam as fronteiras internacionais através desta atividade (MOESCH, 2000).

Segundo Barretto (2003), buscou entender o turismo colocando na centralidade do estudo o turista, e a partir dele focou no estudo do lazer na abordagem turística.

Wearing e Neil (2014) perceberam que há uma disparidade, entre o tempo de exploração e a busca pela solução, dessa forma as discussões e estudos têm que ser mais intensas em busca do que solucione e reduzam os impactos negativos causados à natureza. A devastação desordenada do meio ambiente, em busca de um desenvolvimento, passou a compor uma das principais preocupações políticas que tomou mais força no século XXI (WEARING e NEIL, 2014).

Considerando que o turismo é uma atividade econômica de grande expressão no mundo e nas balanças comerciais, pode ser considerado um veículo para financiar a conservação da natureza (LINDBERG; HAWKINS, 1999).

2.2. Dados da atividade turística

Uma das primeiras manifestações conhecidas do Turismo remonta ao Séc. VI a.C., por ocasião da realização de festivais religiosos nas cidades, aos quais as pessoas confluíram para ver as artes, onde existiam vendedores de comidas e bebidas, lembranças, etc. (HOLLOWAY, 1994).

As atividades de lazer eram procuradas por classes mais elitistas desde as primeiras civilizações. Torkildsen (1992) cita Aristóteles (livro 1 de Política), que define Lazer como: “O tempo livre da necessidade de trabalhar... Lazer leva a iluminação estética, espiritual ou intelectual através de uma busca de entendimento”.

Entre 1900 e 1914, este quadro alterou-se profundamente, sobretudo na Europa Central, que acordou convenções coletivas de trabalho que davam direito a férias e férias pagas. Este cenário será mais tarde um grande impulsionador do Turismo (BOYER,2003).

O Turismo ganha uma nova dimensão comercial, impulsionado por novos conceitos, novos destinos, e um valor económico crescente a nível mundial, que gera rendimentos, emprego e equilíbrio nas balanças de pagamentos dos países (COSTA, 2013).

A expansão do mercado turístico, além de forjar uma nova realidade no intercâmbio entre países e regiões, recobre um espaço cuja descontinuidade e extensão são ditadas em função dos interesses em jogo na ordem económica global. As relações que se travam no interior desse mercado são determinadas por fatores alheios à vontade de governos nacionais e locais.

O sistema turístico multinacional é comandado por uma rede de atores, representados por operadores e agentes de viagens, cadeias hoteleiras, empresas aéreas e outros, que atuam em nível global e eclipsam ou enfraquecem a atuação desses governos.

Nesse sentido, ao se colocar o turismo enquanto um fator de desenvolvimento para países e regiões deve-se levar em conta algumas questões. Uma dessas questões, diz respeito aos efeitos do crescimento turístico nas sociedades locais e no meio ambiente.

2.3. Dados Pontos Turísticos Existentes no Estado de Rondônia

A segmentação, nesse caso, é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado (BRASIL, 2008b; BENI, 2003).

As atividades turísticas podem ser estabelecidas a partir da identidade local e também dos atributos e variáveis da oferta e demanda. No Brasil a oferta apresenta recursos diversificados que, aliados à capacidade criadora do povo brasileiro, possibilitam o desenvolvimento de diferentes experiências que definem tipos de

turismo Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo Rural, Turismo de Aventura e tantos outros (BRASIL, 2008a; BENI, 2003; KOTLER, 2009; VAZ, 1999).

As mudanças do uso dos recursos naturais para formar atrativos, de maneira que possibilitem a estruturação de roteiros e produtos turísticos, utiliza a segmentação como estratégia principal. Para tanto, são necessárias medidas que visem à organização, o desenvolvimento, agenciamento, divulgação e à comercialização adequada à singularidade de cada segmento e de cada região turística (BRASIL, 2008b).

O turismo no Brasil é uma atividade econômica importante em várias regiões. Com cinco milhões de visitantes estrangeiros, o Brasil é o principal destino do mercado turístico internacional na América do Sul (INSTITUTO ECOBRASIL, 2009).

O turismo compreende o movimento de pessoas às localidades para destinos com as motivações particularmente ligadas à conduta humana, e as atrações disponíveis naquele espaço (oferta turística), sejam elas culturais ou naturais (BUENO, 2007).

A oferta turística foi definida como o conjunto de recursos naturais e culturais, que compõe a matéria prima da atividade turística porque, verdadeiramente são esses recursos que provocam o fluxo de turistas (BENI, 2003).

Os turistas procuram ambientes diferentes daquele em que vive, e geralmente quanto mais natural e preservado for, mais atraente se torna (RODRIGUES, 2001).

Os turistas compõem um grupo que busca não apenas objetos e serviços, mas também signos, dotado não apenas de sensibilidade para perceber o mundo externo, mas de grande habilidade para “decodificar informações” (URRY e ROJEK, 1997).

O ano de 2020 se iniciou e termina com imensos desafios e incertezas. Dentre tantas modificações, a pandemia da Covid-19 alterou as relações humanas e as rotinas de trabalho, família, estudos, consumo, lazer e viagens. Com isso, houve a desestruturação da lógica da livre circulação de pessoas e mercadorias, ocasionando a paralisação, suspensão e/ou readequação de muitos segmentos econômicos, sobretudo o setor de turismo (GÖSSLING, SCOTT, HALL, 2020; HAESBAERT, 2020).

3. METODOLOGIA

A característica principal da pesquisa bibliográfica é a de possibilitar ao pesquisador uma bagagem teórica variada, contribuindo para ampliar o conhecimento, de forma a fazer da pesquisa um material rico sobre o assunto, fundamentando do ponto de vista teórico o material a ser analisado.

No primeiro momento, foi realizada a escolha do tema, a fim de ter uma compreensão melhor sobre o assunto, onde foi realizada uma pesquisa bibliográfica e documental, a fim de se ter um embasamento teórico com pesquisas já realizadas anteriormente sobre o mesmo assunto.

Os conteúdos utilizados na pesquisa foram selecionados em obras já publicadas em sites acadêmicos, livros, artigos, entre outros. Realizando uma análise documental, sobre todo o conteúdo apresentado.

Já o levantamento de dados empírico, foi realizado pela aplicação de um diagnóstico empresarial junto aos gestores do Hotel Larison, em Porto Velho/RO. Tal diagnóstico continha trinta e sete (37) perguntas fechadas, com opções variadas de resposta (da letra “a” até a letra “d”). Não tinha resposta certa ou errada, o gestor responderia aquela que mais se aproximasse da realidade da sua empresa.

Este questionário é base do Modelo de Excelência da Gestão® (MEG), e incorpora as mais recentes e emergentes questões concernentes à gestão, sendo de fácil absorção e entendimento, sem, no entanto, afetar o rigor técnico com que os temas são tratados. Ele é composto por oito Fundamentos da Excelência, desdobrando-se diretamente em temas que, por sua vez, abrem-se em processos para os quais são indicados o ferramental mais adequado.

As questões respondidas pelos entrevistados visam dar subsídio para avaliar a situação da empresa em relação aos princípios básicos dos fundamentos, conforme segue:

Quadro 1- Fundamentos do MEG

FUNDAMENTOS	DESCRIÇÃO
Liderança	Este critério analisa a liderança da empresa, representada por seus dirigentes. Verifica a formulação da Missão e sua comunicação aos colaboradores, além do compartilhamento das informações da empresa e o incentivo ao comportamento ético. Observa, também, o desenvolvimento gerencial dos dirigentes, a aplicação dos conhecimentos adquiridos na gestão da empresa e a análise do desempenho do negócio. Contempla o controle das atividades da

	empresa em relação a padrões definidos e melhorias de seus produtos e serviços, como decorrência do aperfeiçoamento de processos e métodos de gestão.
Estratégias e planos	Este critério analisa o posicionamento estratégico da empresa por meio de suas estratégias e planos. Considera a formulação da Visão de Futuro e sua comunicação aos colaboradores. Observa a definição das estratégias para o cumprimento da visão definida, o estabelecimento de indicadores e metas para assegurar a implementação das estratégias, bem como os planos de ação para assegurar o cumprimento das metas associadas aos indicadores.
Clientes	Este critério analisa a empresa em relação a seus clientes atuais e potenciais. Estuda o conhecimento das necessidades e expectativas dos clientes e sua identificação e agrupamento em relação a esses aspectos. Observa a divulgação dos produtos aos clientes atuais e potenciais, e analisa sua satisfação e insatisfação em relação aos produtos e serviços disponibilizados pela empresa, por meio do tratamento das reclamações dos clientes e da avaliação da sua satisfação.
Sociedade	Este critério analisa a empresa em relação à sociedade, principalmente a comunidade próxima às suas instalações, com influências recíprocas. Observa a identificação e o tratamento dos impactos ao meio ambiente, provocados pelos produtos, serviços e atividades da empresa, bem como de suas próprias instalações. Observa também o cumprimento das exigências legais e o comprometimento com a comunidade, por meio do desenvolvimento voluntário de ações ou projetos sociais, com envolvimento, também voluntário, de seus dirigentes e colaboradores.
Informações e conhecimento	Este critério analisa as informações necessárias à execução e análise das atividades da empresa e à tomada de decisão. Analisa a definição das informações necessárias e a sua comunicação para os dirigentes e colaboradores. Observa, também, como o conhecimento adquirido pelas pessoas, na execução de suas atividades, é compartilhado entre os dirigentes e colaboradores, assegurando o domínio das técnicas no seu setor de negócios.
Pessoas	Este critério analisa a empresa em relação às pessoas que trabalham na empresa, ou seja, seus colaboradores. Observa a definição das funções na empresa e as responsabilidades associadas a cada uma dessas funções. Considera a seleção e a capacitação das pessoas para o exercício das funções e analisa os riscos e perigos associados ao trabalho, bem como a identificação e o tratamento dos fatores que afetam o bem-estar e a satisfação dos colaboradores.
Processos	Este critério analisa os processos principais do negócio da empresa. São os processos que geram os produtos e os serviços que, entregues aos clientes, satisfazem suas necessidades e expectativas. Observa o relacionamento dos fornecedores com a empresa, por meio da análise de sua seleção e avaliação. Analisa, também, a gestão das finanças para assegurar os recursos financeiros necessários às operações e aos investimentos da empresa.
Resultados	Este critério analisa os resultados apresentados pela empresa. Os resultados são decorrência direta de tudo o que a empresa tem ou faz para cumprir o que foi solicitado nos critérios anteriores. Assim, são solicitados resultados relativos aos clientes, aos processos principais do negócio, aos colaboradores e a resultados financeiros, necessários para garantir a sobrevivência da empresa ao longo do tempo.

Fonte: adaptado de FNQ

Após a análise de tal diagnóstico, pôde-se detectar alguns pontos positivos e negativos da empresa, interessantes para a elaboração de um Plano de Ação voltado para a sua melhoria.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Devido à alta transmissibilidade do novo coronavírus, identificado como SARS-CoV-2 (LI et al., 2020; QUN et. al, 2020), a hotelaria se deparou com a impossibilidade de viagens, quer fossem a lazer, a negócios, ou quaisquer outras motivações. Além disso, no primeiro trimestre da pandemia da Covid-19, muitos hotéis foram obrigados a suspenderem suas atividades.

Nesse período, os hotéis da cidade do Rio de Janeiro que se mantiveram em funcionamento direcionaram suas atividades para atender profissionais da área da saúde, pessoas do grupo de risco, pacientes com Covid-19 que tinham sintomas leves, e pessoas em vulnerabilidade social (PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO, 2020).

Segundo Beni (2003), o ecoturismo diz respeito ao deslocamento de pessoas a espaços naturais delimitados e protegidos pelo Estado ou controlados em parceria com associações locais e ONGs.

A atividade pode agregar valor às áreas naturais e históricas à medida que esses ambientes são cada vez mais procurados pelos turistas (BRASIL, 2010).

Se comparados aos do turismo pesqueiro, os investimentos em modalidades turísticas, tais como turismo rural, ecoturismo ou turismo histórico e cultural, são irrisórios na planície pantaneira. Poucos são os estabelecimentos aparelhados para atender ao turista interessado em atrativos históricos ou naturais da região (BANDUCCI, 1999).

Em função da singularidade e do ineditismo da pandemia da Covid- 19, a hotelaria teve, e ainda tem desafios que exigem reflexões, estudos e práticas a fim de garantir aos hóspedes uma hospedagem segura, que minimizem os riscos de contágio do coronavírus. Neste contexto, os departamentos dos diferentes tipos de meios de hospedagem se reinventaram e adotaram novos protocolos nos procedimentos de operações padrões (POP'S) (ABG, 2020; ROSEMBERG, 2020).

Além da readequação dos serviços prestados pelo setor hoteleiro, houve a readequação dos espaços. Restaurantes, áreas de circulação e convívio comum foram readaptadas segundo os protocolos de distanciamento e de proteção sanitária e higiênica. Referente às unidades habitacionais, houve a adoção de novos protocolos de higienização e sanitização (ABG, 2020).

Devido a essa conjuntura, o plano de ação é transformar o Hotel Larison de Porto Velho/Ro em um ambiente totalmente seguro para que os trabalhos emergenciais e essenciais não sejam neutralizados por conta de novas pandemias. Dessa forma, seria de extrema necessidade realizar a contratação de engenheiros e arquitetos para elaborarem projetos que transformem o Hotel em um ambiente seguro e confortável para se estiver hospedado e continuar com suas atividades laborais normais, concernente a isso também contratar empresas com cursos especializados voltados para conhecimentos de áreas pandêmicas, para capacitação massiva de todos os colaboradores e conseguir parcerias e convênios de empresas que tem sua especialidade exclusiva para higienização e manutenção das áreas internas e externas do Hotel, especializada em vírus contagiosos.

É importante destacar que uns dos pontos fortes deste Hotel, seria sua localização privilegiada no centro da cidade de Porto Velho, facilitando assim seu fácil acesso e comodidade de tudo estar muito próximo, mas em contraponto disso, vale destacar também que ainda precisa melhorar na comunicação entre os setores, melhorar na estrutura dos quartos, por ser bem menor das concorrências e também as oportunidades por muitas vezes perdidas nas longas demoras de resposta do setor de reservas.

As oportunidades percebidas são que o Hotel tem capacidade de instalar uma sacada para um bar, gerando assim muito mais receita e atratividade para os hóspedes, troca de Tv's convencionais para tv's Smart, trazendo mais comodidade e conforto para os hóspedes e criar um espaço mais corporativo para que os hóspedes possam exercer suas atividades profissionais.

As ameaças encontradas para que essas oportunidades sejam concretizadas são: Hotel com pouca capacidade de mudança na sua estrutura física, cidade de Porto Velho cada vez mais se modernizando e assim construindo Hotéis com mais atratividade e gerência arcaica com pouco conhecimento de modernização.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pandemia de Covid-19 causou impactos sem precedentes na indústria hoteleira global. Uma combinação de *lockdowns* e restrições de viagens resultou em muitos hotéis tendo que fechar temporariamente ou operar com capacidade reduzida.

À medida que a crise continua a evoluir, ainda não está claro em que formato o setor surgirá, desde março de 2020, com o início do distanciamento social por conta da pandemia, o setor de hotelaria também teve que se adaptar.

Havia restrições de capacidade por conta de decretos editados pelas prefeituras e governos, mas houve nichos, como o de profissionais que seguiram trabalhando presencialmente em alguns setores, como saúde e petróleo, que tinham que respeitar o período de quarentena para o retorno para casa, o que deu uma aquecida no setor em algumas regiões.

Ficou claro que há a necessidade de entender e direcionar o impacto que as novas tecnologias e plataformas colaborativas disponíveis exercem sobre a atividade turística nos principais destinos do país e como podem apoiar a gestão dos destinos.

REFERÊNCIAS

AMÉRICO, J. Como o isolamento social abriu um novo mercado para o turismo. Publicado em 09 de dez. de 2020. Disponível em: <<https://vocesa.abril.com.br/especiais/o-turismo-no-pos-pandemia>> Acessado em 20 de out. de 2023.

Associação Brasileira de Governantas e Profissionais de Hotelaria (ABG). **Manual de housekeeping Novo protocolo de higienização e limpeza para UH's hoteleiras**, 2020.

BARRETO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, SP. Papirus, 1995

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, v. 13, 2003

BOGDAN, A. M. / BIKLEN. J. L. **Marc Prensky: “o aluno que virou o especialista”** Revista Época. 1994.

CHON, K.; SPARROWE, R. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Thomson, 2003.

COSTA, Carlos (Eds.) **Turismo nos Países da lusofonia: conhecimento, estratégia e territórios**, Vol. I, Editora Escolar, Portugal, 2013

DIAS, C. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Editora Manole: Barueri, São Paulo, 2002.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

HADDAD, E. A.; PORSEE, A. A. & RABAHY, W. A. **Domestic tourism and regional inequality in Brazil**. Tourism Economics, 19(1), 173-186. 2013.

BGE. Economia do Turismo: **Uma Perspectiva Macroeconômica 2003-2009**. Estudos e Pesquisas Informação Econômica, 18. Rio de Janeiro: IBGE. 2012.

BOYER, Marine (tradução). **História do Turismo de Massas**. Edusc/ Edufba. Brasil: E- DUSC / EDUFBA, 2003

GÖSSLING, D.; SCOTT, G.; HALL, M. **Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19**. Journal of Sustainable Tourism, v. 29, n. 1, p. 1-20, 2020.

HAESBAERT, R. **Reflexões geográficas em tempos de pandemia. Espaço e Economia**, n. 18, 2020.

HOLLOWAY, J. **The Business of Tourism**, Quarta edição, Longon Group Limited, Em gland, 1994

KADOTA, D. K. & RABAHY, W. A. **Conta Satélite de Turismo no Brasil: método de avaliação do impacto econômico do turismo**. Turismo em Análise, São Paulo, 14(1), 65-84. 2003.

LINDBERG, K.; HAWKINS, D. E. **Ecoturismo um guia para planejamento e gestão**. 2. ed. São Paulo: Senac, 1999

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLINA E., Sérgio. **Planejamento integral do turismo**: um enfoque para a América Latina. Bauru, SP. EDUSC, 2001

MOESH, M. M. **Turismo**: 9 propostas para um saber-fazer. Porto Alegre: EDIPUCRS, v. 1, 2000

RABAHY, W. A. Turismo e Desenvolvimento: Estudos Econômicos e Estatísticos no Planejamento. Barueri (SP): Manole. 2003.

RABAHY, W. A.; SILVA, J. C. D. & VASSALLO, M. D. **Os Efeitos Assimétricos da Taxa de Câmbio Real sobre a Conta de Viagens Internacionais do Balanço de Pagamentos Brasileiro**. Boletim de Informações FIPE. São Paulo: FIPE. 2007.

SWARBROOKE, John. **Turismo Sustentável**: turismo cultural, ecoturismo e ética. São Paulo: Aleph, 2000.

TORKILDSEN, George.. **Leisure and Recreation Managment**. 3.a edição. UK: E & FN Spon, an imprint of Chapman & Hall, 1992WEARING, S.; NEIL, J. **Ecoturismo**: impactos, potencialidades e possibilidades. 2ª Edição. ed. Sydney: Manole, 2014