

RETROSPECTIVA 2020

Documentos referenciais (Ações da FUNDTUR/MS, Entidades do Setor, Pesquisas do Observatório do Turismo de MS e outras instituições).

Volume 1



FUNDTUR

FUNDAÇÃO DE TURISMO
DE MATO GROSSO DO SUL



**GOVERNO
DO ESTADO**
Mato Grosso do Sul



ISTO É
MATOGROSSO DO SUL
MATO GROSSO DO SUL - BRASIL



f osservatorioturismoms

www.observatorioturismo.ms.gov.br

Apresentação

Em razão da pandemia da Covid-19 o ano de 2020 registrou seu pior ano da história no turismo mundial conforme destaca a Organização Mundial do Turismo (OMT), ano esse em que se registrou uma queda de 74% nas chegadas internacionais, o que corresponderia a 1 bilhão de chegadas internacionais a menos em relação ao ano anterior.

Ao compararmos com a crise de 2009, o declínio registrado durante a crise econômica global foi de 4%. De acordo com o último Barômetro Mundial do Turismo (OMT), a crise colocou em risco entre 100 e 120 milhões de empregos diretos no turismo, a grande parte em pequenas e médias empresas.

No que tange ao cenário brasileiro, os dados de emprego do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), mostram que o setor perdeu 301.469 postos de trabalho em 2020. Embora com números positivos entre setembro e dezembro, de março a agosto de 2020, 406.697 postos formais de trabalho foram eliminados no setor, o que equivale a cerca de 33% do total dos empregos perdidos em toda economia no mesmo período, de acordo com a Labormovens. Salienta-se ainda que a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) calculou ainda que, em 10 meses (de março a dezembro), o turismo brasileiro perdeu R\$ 261,3 bilhões – o equivalente a mais de quatro meses de faturamento.

Diante do exposto, o Observatório do Turismo do MS pretende com esse documento unificar em um único documento as ações tomadas pela Fundação de Turismo de MS, bem como diversos materiais que foram produzidos ao longo de 2020 por instituições e entidades, com vistas a orientar e informar os gestores públicos e privados do setor do Turismo sul-mato-grossense e demais interessados, e ainda as entregas realizadas pelo ObservaturMS.

Este documento sofrerá atualizações periódicas ao longo de 2021, de modo a acompanharmos as perspectivas de recuperação do setor visto que os números apontam para uma recuperação lenta, gradual e cautelosa.

SUMÁRIO

Apresentação	2
1. Medidas da Fundação de Turismo de MS	5
2. Entregas do Observatório do Turismo de MS	11
2.1 Conteúdos disponíveis no Youtube e Instagram com a participação do ObservaturMS em lives em 2020	14
3. Medidas de instituições diversas	17
3.1. Iniciativas de entidades privadas	17
3.2. Iniciativas de entidades públicas	19
3.3. Iniciativas entidades públicas e privadas	20
4. Estudos e pesquisas sobre impactos econômicos da Covid-19 no setor de Turismo e tendências	22
Ficha técnica	26



1

Fundação de Turismo de
Mato Grosso do Sul

1. Medidas da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul¹

Uma das atividades que mais teve que se reinventar em 2020, o turismo vem superando os desafios e teve grandes conquistas. A Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul trabalhou dia após dia implementando ações e buscando soluções para que o setor sul-mato-grossense pudesse enfrentar a crise instaurada pela pandemia do novo coronavírus e para se recuperar neste ano tão atípico.

O ano começou com a apresentação do planejamento estratégico das ações de fomento para o setor ao Conselho Estadual de Turismo. Com o início das medidas de enfrentamento à pandemia orientadas pelo Governo Estadual, a Fundação de Turismo do MS e o Conselho Estadual de Turismo se reuniram extraordinariamente para discutir readequações ao planejamento estratégico apresentado e avaliar impactos no setor, com o apoio de entidades parcerias e do próprio trade turístico.

Já no mês de abril a Fundtur, a Semagro (Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar) e o Conselho Estadual de Turismo reuniram-se virtualmente com os superintendentes de instituições financeiras (Banco do Brasil e Sicredi) para negociar crédito emergencial em apoio a empresas do turismo de Mato Grosso do Sul².

Ainda no mês de abril foi assinado um Termo de Compromisso entre Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul, entidades representantes do turismo estadual e Procon, com o objetivo de proteger o consumidor e os empresários do setor turístico durante negociações das reservas já confirmadas e que, eventualmente, pudessem ser suspensas temporariamente devido à situação da pandemia³.

¹ Disponível em: <https://www.turismo.ms.gov.br/turismo-do-ms-enfrentou-ano-dificil-com-muito-trabalho-e-conquistas-para-o-setor/>. Acesso em: 22/12/2020.

² Disponível em: <https://www.turismo.ms.gov.br/estado-anuncia-acoes-para-minimizar-impactos-do-coronavirus-no-turismo/>. Acesso em: 22/12/2020.

³ Disponível em: <https://www.turismo.ms.gov.br/turismo-de-ms-e-procon-assinam-termo-de-cooperacao-para-acordos-durante-pandemia/>. Acesso em: 22/12/2020.

Em maio, a Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul (Fundtur MS) também se reuniu por videoconferência com o Sebrae-MS e as principais Instâncias de Governança Regionais (IGRs) do Estado para alinhamento das estratégias de retomada das atividades turísticas, em consonância com as medidas governamentais de biossegurança e distanciamento social⁴.

No mês de junho, a Fundtur MS lançou oficialmente o Plano de Retomada do Turismo de Mato Grosso do Sul (figura 01), caracterizado por um trabalho contínuo de articulação política e institucional junto ao Governo Federal via Fundação de Turismo, Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur) e em conjunto com o Governo Estadual, Conselho Estadual de Turismo e entidades parceiras, para dar suporte ao trade que enfrentou dificuldades durante esse período de crise sem precedentes.

FIGURA 01 – Plano de Retomada do Turismo em MS



Disponível em: https://www.turismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/07/Plano-de-Retomada-do-Turismo-em-Mato-Grosso-do-Sul_2020.pdf

Além das políticas públicas voltadas para o fortalecimento e retomada do setor, desde o início e durante todo o ano a Fundtur promove o turismo do MS com apoio a *famtours*, participação em feiras, eventos, capacitações e workshops de forma presencial, online e híbrida.

⁴ Disponível em : <https://www.turismo.ms.gov.br/fortalecimento-e-profissionalizacao-da-gestao-regional-e-uma-das-estrategias-da-fundtur-para-a-retomada-da-atividade-turistica/>.

1.1 Ações de retomada e fortalecimento

Entre as ações de retomada do turismo de Mato Grosso do Sul, estão à atuação junto ao Conselho Consultivo do Movimento Supera Turismo, formado por empreendedores e lideranças do setor turístico como CEO de companhias aéreas e grandes empresas nacionais do setor. Destaque também para a contribuição da Fundtur, juntamente com o programa Decola MS, na retomada da malha aérea para o MS no período da pandemia e pedidos de novos voos para 2021.

A Fundação de Turismo descentralizou recursos e publicou editais de apoio a projetos voltados para as Organizações da Sociedade Civil (OSCs) e prefeituras das regiões turísticas. Até agora, foram destinados R\$ 1.380.000,00 em recursos para a execução de ações de fomento e apoio a eventos geradores de fluxo turístico, visando apoiar ações de retomada do turismo no Mato Grosso do Sul e a ação vai continuar em 2021.

Em 2020 foram desenvolvidas três campanhas promocionais. De olho na retomada segura da atividade turística, a Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul desenvolveu a campanha intitulada 'Vem, mas vem de máscara!', que prioriza a conscientização de turistas diante da necessidade de utilizar protocolos de biossegurança. E já estão prontas: uma campanha regional, com o objetivo de divulgar o MS para os próprios sul-mato-grossenses, mostrando as diversas opções de atrativos incríveis que o estado oferece; e ainda uma campanha nacional/internacional que pretende divulgar o MS para os turistas de outros estados e países (será veiculada também em inglês e espanhol), mostrando as diversas opções de atrativos incríveis que o estado oferece para todos os gostos, de aventura a tranquilidade, de vida selvagem a gastronomia. Essas duas campanhas serão lançadas em 2021.

Destaca-se ainda que nos aeroportos de Congonhas, em São Paulo, e Viracopos, em Campinas, será veiculado um vídeo de 45 segundos da campanha Turista Responsável "Vem, mas vem de máscara!". Quem estiver no aeroporto de Brasília (DF) também poderá conferir o vídeo, porém com 15 segundos, e a expectativa é impactar cerca de 1,4 milhão de pessoas só na capital Federal.

A ação foi iniciada no mês de dezembro e tem previsão de término no início de fevereiro de 2021. Já no aeroporto de Campo Grande, a ação aconteceu com a entrega de cerca de 1.500 máscaras com a logomarca “Isto é Mato Grosso do Sul” durante os voos de maior fluxo, nos dias 29 e 30 de dezembro, havendo ainda painéis sobre a campanha Turista Responsável: ‘Vem, mas vem de máscara!’ nos setores de embarque e desembarque.

Além da ação nos aeroportos, foi criada uma cartilha para compartilhamento com sua família, amigos, clientes e com todos que querem vir para Mato Grosso do Sul aproveitar, com responsabilidade, tudo o que a natureza tem a oferecer. Para fazer o download da cartilha “Vem, mas vem de máscara!” é só clicar no link: <https://bit.ly/3rbEOsv>.⁵

1.2 Selo Safe Travels e posicionamento

MS foi um dos primeiros estados brasileiros a conquistar o selo internacional de turismo seguro ‘Safe Travels’, criado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC - World Travel & Tourism Council), como resultado dos procedimentos trabalhados de forma correta especialmente em Bonito, Miranda e Corumbá que também desenvolveram protocolos municipais, com iniciativas e apoio das entidades Visit Pantanal, Sebrae/Sesi e Acert (Associação Corumbaense das Empresas Regionais de Turismo).

O selo internacional ‘Safe Travels’ soma-se ao selo ‘Turismo Responsável – Limpo e Seguro’, do Ministério do Turismo, e também à campanha sul-mato-grossense ‘Vem, mas vem de máscara’. E para reforçar o posicionamento do estado em agregar o turismo LGBT, a Fundtur lançou uma logomarca para sinalizar as boas-vindas à diversidade. A marca da comunicação desse segmento foi eleita através de votação online entre trade turístico e população do estado. Além da marca, o turismo do MS participou de importantes eventos online sobre o turismo voltado para esse público.

⁵ Disponível em: <http://www.ms.gov.br/vem-mas-vem-de-mascara-fundtur-ms-finaliza-2020-com-acoes-em-aeroportos-brasileiros/>

1.3 Fornatur

O diretor-presidente da Fundtur MS, Bruno Wendling, ocupa também a cadeira de presidente do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo (Fornatur) e, através de reuniões com o Governo Federal, umas das principais conquistas do ano foi a captação de 13,5 milhões de reais em verba descentralizada para ações de retomada do turismo nos Estados, um feito inédito no Fórum.

Vale ressaltar também a Medida Provisória 963, que possibilitou ao setor turístico uma linha de crédito extraordinário de R\$ 5 bilhões, de recursos do Fundo Geral de Turismo (Fungetur), resultado da atuação do Fornatur e setores privados do turismo. A MP é parte de reivindicações feitas pelo Fórum, iniciadas no começo das ações de combate à disseminação do coronavírus no país.

Outra conquista importante, e que contemplou todo o setor turístico nacional, foi o papel fundamental desempenhado pelo Fornatur na mudança do posicionamento do selo nacional 'Turismo Responsável – Limpo e Seguro', que ajuda a validar as boas práticas dos prestadores de serviço e empreendimentos turísticos diante da pandemia do novo coronavírus. A partir de defesa técnica do Fórum e mais 19 entidades do setor, foi solicitado ao MTur mudança na comunicação do Selo, que havia sido lançado, voltada para a responsabilidade tanto dos empreendedores, quanto turistas. Esse novo posicionamento e os protocolos reforçam a importância de termos ambientes saudáveis visando um turismo responsável.



2

Entregas Observatório
do Turismo de MS

2. Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul

Considerando o cenário instaurado a partir das medidas de restrição e isolamento social desencadeadas no país em meados do mês de março de 2020, a partir da Organização Mundial da Saúde declarar a pandemia do novo coronavírus, chamado de Sars-Cov-2, e com vistas a servir como fonte segura de informações relacionadas ao setor do Turismo frente aos impactos causados pela pandemia da Covid-19 no Estado, no Brasil e no mundo, o ObservaturMS deu início ao monitoramento de cenários com o objetivo de identificar os impactos gerados pela pandemia no setor em MS, conforme quadro 1 abaixo:

QUADRO 1 – Publicações Observatório do Turismo de MS mês a mês de 2020

MARÇO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Levantamento cancelamento e remarcações na hotelaria e agencias de MS	http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/Relat%C3%B3rio_IMPACTO-COVID19_MS.pdf
ABRIL	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
8ª Edição do Boletim Trimestral	http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/04/Boletim_out-nov-dez_2019_.pdf
Sondagem Empresarial dos impactos da COVID-19 no setor de Turismo	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/sondagem-empresarial-dos-impactos-da-covid-19-no-setor-de-turismo/ http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/Relat%C3%B3rio_Sondagem_MS_copilado_Covid19.pdf
MAIO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Pesquisa da necessidade de capital de giro	https://www.opantaneiro.com.br/turismo/pesquisa-ajuda-turismo-de-ms-na-captacao-de-recurs/157484/
Pesquisa do Perfil do Turista de	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/09/Fundtur-

Pesca de MS 2019	Boletim-Perfil-dos-Pescadores-Amadores-em-MS-final-1.pdf
JUNHO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Publicação da Pesquisa Alta Temporada MS 2019/2020	http://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/05/boletim-alta-temporada_19-20-1-1.pdf
Publicação Demanda Turística 2019	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/Pesquisa_de_Demanda_Tur%C3%ADstica_2019-1.pdf
Publicação da 9ª EDIÇÃO DO BOLETIM TRIMESTRAL	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/Boletim_jan-fev-mar_2020.pdf
AGOSTO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Análise da PNAD Contínua Turismo, com recorte Brasil x MS: O QUE O SUL-MATO-GROSSENSE MAIS PROCUROU EM 2019 NO QUE DIZ RESPEITO ÀS VIAGENS?	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/o-que-o-sul-mato-grossense-mais-procurou-em-2019-no-que-diz-respeito-as-viagens/
SETEMBRO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Pesquisa do Perfil dos Pescadores Amadores moradores do MS e a intenção de viagem 2020	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/09/Fundtur-Boletim-Perfil-dos-Pescadores-Amadores-em-MS-final-1.pdf
Publicação artigo Impactos da Covid-19 no setor do Turismo do Mato Grosso do Sul	http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/turismoecidades/article/download/14653/8075
OUTUBRO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Publicação da 10ª EDIÇÃO DO BOLETIM TRIMESTRAL	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/10/Boletim_abr-mai-jun_2020_V1.pdf

"Demanda Turística - Sondagem do Turista sul-mato-grossense em potencial"	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/boletim_demand_a-turistica_regional_2020_FINAL.pdf
Boletim Empregabilidade e Empresas Abertas e Fechadas em MS (Janeiro a Setembro/2020)	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/11/BOLETIM_EMPREGABILIDADE_EMPRESAS_2020_JAN_SET.pdf
NOVEMBRO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Boletim Empregabilidade e Empresas Abertas e Fechadas em MS (Janeiro a Outubro/2020)	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/BOLETIM_EMPREGABILIDADE_EMPRESAS_2020_JAN_OUT_republicado.pdf
DEZEMBRO	
PESQUISA	LINK DE ACESSO
Publicação da 11ª EDIÇÃO DO BOLETIM TRIMESTRAL	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/Boletim_jul-ago-set_2020_VF.pdf
Boletim Empregabilidade e Empresas Abertas e Fechadas em MS (Janeiro a Novembro/2020)	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/BOLETIM_EMPREGABILIDADE_EMPRESAS_2020_JAN_NOV.pdf
Anuário 2020 – Ano base 2019	https://www.observatorioturismo.ms.gov.br/wp-content/uploads/2020/12/ANUARIO_2020_BASE2019_versaofinal.pdf
Nova Rodada da Sondagem Empresarial dos impactos da COVID-19 no setor de Turismo	Em andamento
Monitoramento pós visita em Bonito	Em andamento

2.1. CONTEÚDOS DISPONÍVEIS NO YOUTUBE E INSTAGRAM COM A PARTICIPAÇÃO DO OBSERVATURMS EM LIVES EM 2020

ABRIL (21)

LIVE NO INSTAGRAM@THIAGOAKIRA.COM.BR: COMO USAR DADOS NA SUA ESTRATÉGIA NO TURISMO PÓS PANDEMIA?



Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=vOzHmWHwJ9c>

MAIO (20)

LIVE NO YOUTUBE @VISITMSOFICIAL: LEITURA DE PESQUISA : IMPACTOS DA COVID-19 NO SETOR TURÍSTICO



Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=-hbSUTdC03M&t=2399s>



JULHO (14)

4º ENCONTRO DA REDE BRASILEIRA DE OBSERVATÓRIOS DO TURISMO



Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=VyulqV5qgUY>

AGOSTO (24)

LIVE NO INSTAGRAM@BESSERCONSULTORIA: A IMPORTÂNCIA DAS PESQUISAS COMO TERMÔMETRO PARA O TURISMO



Disponível em:

<https://www.instagram.com/besserconsultoria/>

SETEMBRO (4)

LIVE NO [INSTAGRAM@RBOT.REDE](https://www.youtube.com/watch?v=oQimP-z7gmY&t=1s): DIÁLOGOS ENTRE OBSERVATÓRIOS: PESQUISA EM PAUTA



Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=oQimP-z7gmY&t=1s>



3

Medidas Instituições Diversas

3. Ações e medidas adotadas por Instituições diversas

Neste tópico serão compiladas ações e medidas adotadas por diversas instituições da iniciativa privada e pública, em que se destacam cartilhas, boletins informativos, pesquisas e estratégias, entre outros documentos que são referência nacional e que apresentam medidas de setores e entidades empresariais.

3.1. Iniciativas de Entidades Privadas

ABRACORP (Associação Brasileira de Agências de Viagens Corporativas)

A ABRACORP disponibilizou a cartilha **“Plano de ações para o momento de crise do coronavírus”**. O documento apresenta diversas ações com o objetivo de tratar os pontos da crise, levando em conta o público dos agentes de viagens corporativas. Entre as ações propostas estão: criação de um comitê de comunicação interna, maior aproximação das áreas comerciais com os clientes de manutenção e prospecção, aprimorar os controles de resultados, Plano de ação de RH e de treinamentos internos, entre outros. Disponível em: <https://www.abracorp.org.br/biblioteca-apresentacoes>.

A ABRACORP disponibilizou ainda, um **Índice sobre as MP's do Covid-19 – Reflexos para Agências do Turismo**. O material tem como principal objetivo compilar em um mesmo documento, as principais Medidas Provisórias adotadas pelo governo federal em caráter de emergência por ocasião do cenário 'Covid-19', e que de alguma forma interessam e refletem ao mercado do agenciamento de viagens. Disponível em: <https://www.abracorp.org.br/biblioteca-apresentacoes>.

ABAV NACIONAL (Associação Brasileira de Agências de Viagens)

A ABAV Nacional disponibilizou o Ebook **“Ações conduzidas pela ABAV Nacional para enfrentamento da crise da Covid-19”**, com o objetivo de orientar e informar o mercado sobre ações e primeiras deliberações para o setor do turismo diante da crise ocasionada pela pandemia da Covid-19, apresentando dados sobre o Covid-19 no Brasil, deliberações sobre o plano de contingência para o setor e repercussão na mídia. Disponível em: <http://www.abav.com.br/press-release/covid-19---abav-reune-acoes-de-enfrentamento-da-crise-em-e-book-com-distribuicao-nacional>

MOVIMENTO NÃO CANCELE, REMARQUE - A Associação Brasileira das Agências de Viagem lançou a proposta que foi absorvida por diversas entidades, entre elas o Ministério do Turismo. O movimento busca minimizar os impactos gerados pela pandemia causada pelo COVID 19, lançado em 07 de abril de 2020 sob o título de "Não cancele, remarque!". O objetivo é orientar turistas sobre a importância de não cancelar as viagens e optar por um adiamento com a remarcação da mesma em um futuro breve quando as atividades puderem ser retomadas. Quando o turista opta pela remarcação da sua viagem, está colaborando para a preservação de postos de trabalho, manutenção de micro e pequenas empresas, ou seja, ajuda o país e milhões de brasileiros que dependem do turismo para viver. <http://www.turismo.gov.br/nao-cancele-remarque.html>

#Adia! A ABAV – Associação Brasileira de Agências de Viagens e a @Vertebrata – empresa de marketing que atua no setor de turismo há 19 anos, uniram-se para criar o “Adia!”, uma campanha de todos e para todos que dependem que consumidores adiem seus planos para se protegerem do COVID-19. A campanha é uma ação de apoio à sustentabilidade econômica de todos os setores da economia que dependem do adiamento. Para acessar mais informações sobre o Adia!, Disponível em: <http://www.abav.com.br/ac/noticias/adia!-uma-campanha-para-todos-os-setores-da-economia-que-dependem-dessa-atitude-do-consumidor>

ABRASEL

A ABRASEL disponibilizou a Cartilha: **Como retomar as atividades recomendações e cuidados para uma reabertura segura de bares e restaurantes diante da crise.** Na cartilha estão orientações para uma reabertura segura dos estabelecimentos, seguindo recomendações da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e da OMS (Organização Mundial da Saúde). Disponível em: https://redeabrasel.abrasel.com.br/upload/files/2021/01/LioD17o5t5bPFDx29Yf9_04_1acff529fb77def5a1d94c4a87607d88_file.pdf

ABETA (Associação Brasileira de Ecoturismo e Turismo de Aventura)

A pesquisa “Efeitos do Covid-19 no Turismo de Natureza no Brasil” é resultado de uma parceria entre a ABETA e o Núcleo de Planejamento Estratégico de Transportes e Turismo (Planett/UFRJ). A proposta é a realização de uma incursão junto aos empreendimentos do segmento de ecoturismo e turismo de aventura que atuam no Brasil para compreender o desencadeamento da crise internacional acarretada pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19) no mercado do turismo nacional. Durante 30 de março e 13 de abril de 2020, foi realizada uma sondagem com 113 empresários do segmento de ecoturismo e de turismo de 34 aventura para investigar os impactos diretos das paralisações no primeiro semestre de 2020. Disponível em: http://planettt.com.br/wp-content/uploads/2020/04/tur.natureza.covid_relatorio.inicial.pdf
Atualizações em: linktr.ee/pesquisa.tur.

#NaturezaMeEspera foi criada pela Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (ABETA), a campanha “Quando Tudo Passar – a #NaturezaMeEspera”, de uso livre para associados, associadas, empresas e profissionais do segmento possam ter uma unidade de discurso e apoio em sua comunicação. Disponível em: <http://abeta.tur.br/pt/turismo-no-brasil-aco-es-abeta-2020/>

Criação do Manual de Boas Práticas Sanitárias que já contou com 2 atualizações desde a criação. Também feito na base da co-criação, ele foi totalmente baseado nos protocolos dos principais órgãos de saúde mundiais, além de especialistas desta área, operadores de turismo e consultores de normas técnicas de segurança. E se tornou um documento base para negócios de turismo operarem com a segurança sanitária necessária. Disponível em: <http://abeta.tur.br/pt/turismo-no-brasil-aco-es-abeta-2020/>

BRAZTOA (Associação Brasileira de Operadoras de Turismo)

A Braztoa, em parceria com o Laboratório de Estudos em Sustentabilidade e Turismo da Universidade de Brasília (LETS/UnB), promoveu uma pesquisa entre os seus associados para medir os impactos na pandemia do Covid-19 no negócio das operadoras de turismo ao longo do mês de abril. A pesquisa apresenta que entre as empresas que comercializaram viagens, apenas 24% venderam produtos com embarques até julho, 93% delas tiveram vendas com embarque para o segundo semestre e 84% para 2021. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/coronavirus/operadoras/2020/06/60-das-operadoras-braztoa-realizaram-vendas-em-maio-saiba-mais_174695.html

<https://www.braztoa.com.br/>

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)

Movimento Viaje pelo Brasil - Para fomentar a retomada dos destinos turísticos de todo o país após a pandemia de Covid-19, a Marcopolo S.A., com o apoio do Sebrae, lançaram o Movimento Viaje pelo Brasil. A plataforma oferecerá visibilidade gratuita e capacitação para pequenos negócios do setor em destinos turísticos de todo o país. Disponível em: <https://www.marcopolo.com.br/marcopolo/comunicacao/noticias/movimento-viaje-pelo-brasil-criado-pela-marcopolo-lanca-plataforma-gratuita-para-empresendedores-do-setor-de-turismo#:~:text=Para%20fomentar%20a%20retomada%20dos,o%20Movimento%20Viaje%20pelo%20Brasil.&text=%E2%80%9CA%20pandemia%20de%20Covid%2D19,da%20nossa%20economia%20em%202019.>

3.2. Iniciativas entidades públicas

Ministério do Turismo

Não cancele, REMARQUE! - O Ministério do Turismo lançou a campanha "Não cancele, Remarque", visando trabalhar para minimizar os impactos do setor. A iniciativa incentiva os turistas a não cancelarem suas viagens e sim remarcarem, ajudando o país e milhões de brasileiros que dependem do setor do turismo para viver. A campanha solicitada pelo ministro Marcelo Álvaro Antônio se soma às várias ações adotadas pelo MTur para enfrentar os impactos causados no setor pela Covid19. Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/nao-cancela-remarque.html>

Fundo Geral do Turismo - A iniciativa do Fungetur permite que agentes financeiros privados operem o Fundo Geral do Turismo (Fungetur), antes restrito aos agentes públicos. A mudança permitirá um aumento de instituições ofertando o crédito específico para o setor do Turismo, que recebeu um aporte de R\$ 5 bilhões por meio da Medida Provisória 963. A portaria prevê, ainda, a possibilidade de empréstimo para Microempreendedores Individuais (MEI). Para ter acesso ao crédito, o prestador de serviço turístico precisa estar

cadastrado no Cadastur, do Ministério do Turismo. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2020/05/agentes-financeiros-privados-poderao-operar-fundo-do-turismo#:~:text=O%20Minist%C3%A9rio%20do%20Turismo%20publicou,antes%20restrito%20a%20agentes%20p%C3%ABlicos.&text=Para%20ter%20acesso%2C%20o%20prestador,Cadastur%2C%20do%20Minist%C3%A9rio%20do%20Turismo.>

O MTur disponibilizou a **cartilha “Coronavírus: informações para o setor de viagens medidas no Governo Federal”**, apresentando as principais ações do Ministério do Turismo voltadas para o trade turístico. O documento apresenta informações sobre a manutenção de empregos, cancelamento de serviços turísticos e culturais, os recursos da Embratur e outras informações relevantes sobre os projetos que estão sendo realizados. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/viagens-e-turismo/2020/03/ministerio-do-turismo-lanca-cartilha-com-novas-medidas-para-o-setor>

Selo Turismo Responsável - O selo "Turismo Responsável - Limpo e Seguro" é uma iniciativa do Ministério do Turismo para empresas do setor turístico que estejam dispostas a seguir protocolos de higienização no combate à Covid-19. Para ter acesso ao selo, as empresas e guias de turismo precisam estar devidamente inscritos no Cadastur (Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos). Disponível em: <http://antigo.turismo.gov.br/seloresponsavel/>

Caixa Econômica Federal

O Auxílio Emergencial é um benefício financeiro concedido pelo Governo Federal destinado aos trabalhadores informais, microempreendedores individuais (MEI), autônomos e desempregados, e tem por objetivo fornecer proteção emergencial no período de enfrentamento à crise causada pela pandemia do Coronavírus - COVID 19. Disponível em: <http://www.caixa.gov.br/auxilio/PAGINAS/DEFAULT2.ASPX>

3.3. Iniciativas entidades públicas e privadas

Supera Turismo

Idealizado por empresas e entidades do setor, o Movimento Supera Turismo Brasil é uma iniciativa que une pessoas físicas e jurídicas em busca de uma retomada segura e mais rápida do Turismo no País. O movimento visa criar redes colaborativas para a divulgação de fatos e opiniões que incentivem as viagens no Brasil. Além de apoiar a retomada do Turismo, o movimento busca orientar o maior número de viajantes sobre cuidados nas viagens pós retomada e ajudar a restabelecer a empregabilidade e a renda dos milhares de colaboradores do setor. Disponível em: <https://movimentosuperaturismo.com.br/>



4

Estudos e Pesquisas sobre Impactos Econômicos da Covid-19 no Setor de Turismo e Tendências.

4. Estudos e Pesquisas sobre Impactos Econômicos da Covid-19 no setor do Turismo e Tendências

ABEOC, UBRAFE e SEBRAE

Pesquisa setor de Eventos. Em pesquisa feita pela ABEOC, UBRAFE e SEBRAE com o setor de eventos em abril de 2020, em âmbito nacional, apontou que 98% das empresas tiveram eventos impactados pela crise, sendo que 34% das empresas devolveram recursos para o contratante ou algum fornecedor futuro, com uma média de cancelamento de 12 eventos. Para os pesquisados a retomada somente se dará em torno de 7 meses a 1 ano, entretanto apesar do otimismo na recuperação dos negócios, 64% não previam dispensar funcionários nos próximos 3 meses em função da Covid-19. Disponível em: <https://ubrafe.org.br/download/pesquisasetordeeventos.pdf>

ABAV Nacional e SEBRAE

ABAV Nacional e SEBRAE, apontaram que 95% das agências apresentaram queda no faturamento de grande parte das agências no 2º trimestre de 2020, contudo 80% delas apontaram utilizar para continuidades dos negócios whatsapp, redes sociais e site da marca. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/noticias/agencias-e-operadoras/empresarios-do-turismo-estao-preparados-para-retomar-atividades-diz-pesquisa-da-abav/>

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE SERVIÇOS - CNS

A PANDEMIA DO COVID-19 E SEUS IMPACTOS NA ECONOMIA MUNDIAL E BRASILEIRA. Neste documento, é analisado o problema do coronavírus e seus efeitos de curto prazo sobre a economia mundial e, em particular, sobre a economia brasileira. Disponível em: <http://www.cnsservicos.org.br/wp-content/uploads/2020/05/Impactos-economicos-do-Covid-19-versao-2020-05-12.pdf>

ELO

ESTUDO DA ELO REVELA GASTOS COM TURISMO DURANTE A PANDEMIA. A empresa de cartões de crédito Elo divulgou um estudo intitulado Impactos Econômicos da Covid-19 no Turismo, com estatísticas da sua base de clientes, no período de março a outubro de 2020. O levantamento visa analisar o comportamento do cliente com cartão de crédito ou de débito durante a pandemia, no segmento de viagens e turismo. Segundo o estudo, o aluguel de veículos e a hotelaria são os setores que apresentaram a melhor performance em outubro. [#Cetur](https://bit.ly/3eXnMZK#Cetur) [#CNC](https://bit.ly/3eXnMZK#CNC) [#Turismo](https://bit.ly/3eXnMZK#Turismo)

FECOMÉRCIO-SP/INTERAMERICAN

Impactos da COVID-19 no turismo na América Latina: Para onde e quando os consumidores pensam em viajar. A pesquisa foi realizada na primeira quinzena de junho e seu universo na América Latina compreendeu 1.174 respondentes, principalmente do Brasil (44%), seguido por México (22%), Colômbia (13%), Argentina (12%), Chile (5%) e Peru (1%). A maioria foi composta de pessoas do sexo feminino (67%), com idade entre 25 e 54 anos, com uma maior representatividade da faixa entre 35 e 44 anos (30%). A boa notícia é que quase metade dos entrevistados (46%) afirma pretender viajar ainda em 2020, sendo que outros 26% consideram viajar se encontrarem uma

boa	promoção.	Disponível	em:
https://www.interamericanetwork.com/downloads/in/researches/Interamerican_Pesquisas_Para_onde_e_quando_os_consumidores_pensam_em_viajar_junho_2020.pdf			
2ª EDIÇÃO DA PESQUISA O NOVO VIAJANTE COM CLIENTES DO MERCADO DE TURISMO NA AMÉRICA LATINA. A Interamerican Network e o Conselho de Turismo da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) realizaram, de 26 de outubro a 9 de novembro de 2020, a segunda edição da pesquisa O Novo Viajante, a fim de entender como a pandemia de covid-19 afetou e mudou os perfis e os hábitos dos viajantes latino-americanos, além de captar informações sobre o novo cenário dos consumidores de viagens. A sondagem foi realizada com 833 respondentes no Brasil, no México, na Colômbia, no Chile, na Argentina, no Peru e outros. Em território nacional, foram 343 respostas coletadas. Disponível em:			
https://www.interamericanetwork.com/downloads/in/researches/TravelConsul/Relatorio_O_novo_viajante_30-11.pdf			
FÓRUM DOS OPERADORES HOTELEIROS DO BRASIL - FOHB			
O Fórum dos Operadores Hoteleiros do Brasil conforme análise com as redes hoteleiras desde março, os hotéis começam a reabrir em junho. Queda em número de quartos das redes de hotéis fechados chega em 52%. No relatório, a previsão de abertura mostra aumento para 49% em julho. Foram consultados 65 redes, sendo 884 hotéis e 142.892 UHs. Disponível em:			
http://fohb.com.br/pesquisas-estudos/			
FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS – FGV			
Impactos Econômicos da COVID-19: Propostas para o Turismo – abril 2020 (1ª edição). Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/1a-edicao-impacto-economico-do-covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020			
Impactos Econômicos da COVID-19: Propostas para o Turismo junho 2020 (2ª edição). Disponível em: https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/2a-edicao-impactos-economicos-da-covid-19-propostas-para-o-turismo-junho-2020			
INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE			
Pesquisa Pulso Empresa: Impacto da Covid-19 nas empresas. Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, realizada em junho de 2020, o setor de serviços foi o mais atingido, apontando para um fechamento de 258,5 mil empresas (o que representa 49,5% do montante), sendo composta em sua maioria por empresas de pequeno porte (IBGE, 2020). Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/saude/28291-pesquisa-pulso-empresa-impacto-da-covid-19-nas-empresas.html?=&t=o-que-e			
LETS/UNB			
O VIAJANTE BRASILEIRO: PLANOS DE VIAGEM E PERCEPÇÃO DE RISCO NA PANDEMIA INSIGHTS PARA O TURISMO. O objetivo da pesquisa foi investigar o impacto da percepção de risco da COVID-19 na tendência de viajar dos brasileiros. Disponível em: http://repositoriocovid19.unb.br/repositorio-produtos/pesquisa-o-viajante-			

[brasileiro-planos-de-viagem-e-percepcao-de-risco-na-pandemia/](#)

PANROTAS/MAPPIE

Pulso Turismo e Covid-19 é uma série de pesquisas sobre os viajantes e empresas de Turismo neste momento tão conturbado, analisando os impactos gerados pela pandemia e as intenções para a retomada. Para esta pesquisa, foi conduzido um painel on-line com 300 viajantes brasileiros de todas as regiões do Brasil que fizeram pelo menos uma viagem nos últimos 12 meses e 325 empresas do Turismo nacional, predominantemente agências de viagens. Disponível em: <https://trvl.com.br/#relatorios>

Pulso Turismo e Covid-19 - 2ª. Edição. O PULSO TURISMO E COVID-19 é uma série de pesquisas sobre os viajantes e empresas de Turismo neste momento tão conturbado, analisando os impactos gerados pela pandemia e as intenções para a retomada. A primeira edição foi publicada no começo de Abril e esta é a segunda edição, que nos permite analisar também as mudanças ocorridas neste período. Disponível em: <https://trvl.com.br/#relatorios>

Pulso Turismo e Covid-19 - 3ª. Edição. O PULSO TURISMO E COVID-19 é uma série de pesquisas sobre os viajantes e empresas de Turismo neste momento tão conturbado, analisando os impactos gerados pela pandemia e os sinais da retomada. A primeira edição foi publicada no começo de Abril, a segunda edição foi publicada no final de Maio e esta é a terceira edição, que nos permite analisar também as mudanças ocorridas neste período. Disponível em: <https://trvl.com.br/#relatorios>

PHOCUSWRIGHT/SOJERN

7 Tendências do Turismo em 2021 - A PhocusWright e a Sojern fizeram uma pesquisa com clientes no mundo todo, para compreender as principais **tendências do turismo** em 2021. Depois de um ano totalmente atípico, no qual o setor de turismo foi duramente afetado, nos deparamos com um cenário de muitas incertezas, ao menos até chegar a tão esperada vacina. Assim, é importante que empresários e gestores do turismo e da hotelaria tenham informações e dados sobre as tendências do turismo em 2021, para que possam ajustar suas estratégias de marketing e vendas no próximo ano. Disponível em: <https://agentenoturismo.com.br/2020/11/17/7-tendencias-do-turismo-em-2021/>

SEBRAE Nacional

O Sebrae Nacional apresentou o boletim setorial **“Impacto da Covid-19 nos pequenos negócios”**. A pesquisa apresenta dados quantitativos acerca dos impactos da crise Covid19 na visão dos pequenos negócios para entender o cenário e propor soluções. O documento apresenta os principais impactos da crise, custos, políticas públicas e crédito que estão sendo disponibilizadas e recomendações para o setor. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sc/noticias/impacto-da-covid-19-nos-pequenos-negocios,bc9c106593cb5710VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Análise da crise e impactos para os pequenos negócios (1ª edição). Trata-se de orientações para um necessário reposicionamento estratégico útil às organizações e empresas, neste caso em especial, as pequenas empresas que precisam de apoio para sobreviverem. <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/ES/Sebrae%20de%20OA%20a%20Z/RELAT%C3%93RIO%20IMPACTO%20COVID%20-%20CORRETO.pdf>

O e-book “Comportamentos dos Viajantes – Importante para a retomada do Turismo” aponta tendências e as questões que ganharão destaque na agenda do turista tais como: saúde, família, hiperconexão, confiança, humanização e sustentabilidade. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/comportamentos-dos-viajantes-importante-para-a-retomada-do-turismo,877fac0d29cc1710VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=O%20e%20Dbook%20%E2%80%9CComportamentos%20dos,%2C%20confian%C3%A7a%2C%20humaniza%C3%A7%C3%A3o%20e%20sustentabilidade.>

TRVL LAB EM PARCERIA COM A ELO

A JORNADA DOS VIAJANTES BRASILEIROS - INSIGHTS PARA O TURISMO. Com o objetivo de aportar conhecimento relevante para o mercado de turismo, a pesquisa produzida pelo TRVL Lab em parceria com a Elo, analisou 1.236 viajantes de todas as regiões do Brasil que participaram da pesquisa. Todos os insights apresentados são resultantes das análises e cruzamentos e também das observações de tendências de comportamento e consumo geral e específicas para o turismo. Disponível: <https://trvl.com.br/>

FICHA TÉCNICA

Reinaldo Azambuja Silva

Governador do Estado de Mato Grosso do Sul

Jaime Elias Verruck

Secretaria de Estado de Meio Ambiente, Desenvolvimento Econômico, Produção e Agricultura Familiar

Bruno Wendling

Diretor-Presidente da Fundação de Turismo de Mato Grosso do Sul

Maria Helena Martins Alves

Diretora de Desenvolvimento Institucional e Gerente de Administração e Finanças

Marlise Monteiro de Souza Gaspareto

Gerente do Centro de Convenções Rubens Gil de Camillo

Geancarlo de Lima Merighi

Diretor de Desenvolvimento do Turismo e Mercado

Karla Martins Cavalcanti

Gerente de Mercado

EQUIPE TÉCNICA DO OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MS

Geancarlo de Lima Merighi

Diretor de Desenvolvimento do Turismo e Mercado

Karla Martins Cavalcanti

Gerente de Mercado

Danielle Cardoso de Moura

Coordenadora Operacional
Turismóloga

Camille Sahib Guimarães Citino

Administradora

Greice Aparecida Domingos Feliciano

Turismóloga

Thatiane Poiato Castelaní Coelho

Turismóloga

CRÉDITOS

Capa: Bolivar Porto

Observatório do Turismo de Mato Grosso do Sul
Avenida Afonso Pena, 7000 Portal Guarani -
Parque das Nações Indígenas Campo
Grande/MS CEP 79031-010

Telefone: (67) 3318-7600

E-mail: observaturms@fundtur.ms.gov.br

Website: www.observatorioturismo.ms.gov.br