



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIFAMETRO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANA THAYNA RODRIGUES DA SILVA

**ANÁLISE DOS IMPACTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS CAUSADOS PELA CRISE
FINANCEIRA EM EMPRESAS DO SETOR DE TURISMO DE LAZER
LOCALIZADAS EM FORTALEZA**

FORTALEZA

2021

ANA THAYNA RODRIGUES DA SILVA

ANÁLISE DOS IMPACTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS CAUSADOS PELA CRISE
FINANCEIRA EM EMPRESAS DO SETOR DE TURISMO DE LAZER
LOCALIZADAS EM FORTALEZA

Artigo TCC apresentado ao Curso de Bacharel em
Administração do Centro Universitário Fametro –
Unifametro – como requisito para qualificação do
Grau de Bacharel, sob a orientação da Prof.^a .
Esp. Maria Aparecida do Nascimento da Silva.

FORTALEZA

2021

ANÁLISE DOS IMPACTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS CAUSADOS PELA CRISE
FINANCEIRA EM EMPRESAS DO SETOR DE TURISMO DE LAZER
LOCALIZADAS EM FORTALEZA

Artigo TCC apresentado no dia dezembro de 2021,
como requisito para a obtenção do Grau de Bacharel
em Administração do Centro Universitário Fametro –
Unifametro – tendo sido aprovado pela banca
examinadora composta pelos professores abaixo:

BANCA EXAMINADORA

Prof^a.Esp. Maria Aparecida do Nascimento da Silva
Orientador – Centro Universitário Unifametro

Avaliador Me. Felipe Emerson Teixeira Nery
Membro - Centro Universitário Unifametro

Avaliador Me. Adalberto Benevides Magalhães Neto
Membro - Centro Universitário Unifametro

ANÁLISE DOS IMPACTOS SOCIAIS E ECONÔMICOS CAUSADOS PELA CRISE FINANCEIRA EM EMPRESAS DO SETOR DE TURISMO DE LAZER LOCALIZADAS EM FORTALEZA

Aluna: Ana Thayna Rodrigues da Silva

Professora Esp.: Maria Aparecida do Nascimento da Silva

RESUMO

Esta pesquisa aborda o tema da análise dos impactos sociais e econômicos causados pela pandemia da Covid-19, tem como objetivo geral, analisar quais foram os impactos socioeconômicos causados pela pandemia nas entidades empresariais do setor turístico. A relevância dessa temática se deve a crise econômica gerada pela pandemia ao setor do turismo na cidade de Fortaleza. Utilizou-se como base para o referencial teórico, pesquisas bibliográficas, artigos de estudo de caso baseado em análise dos impactos sociais e econômicos nas empresas do setor de turismo na cidade de Fortaleza junto com ele uma pesquisa de campo com abordagem quantitativa de caráter exploratória e descritiva o que resultou na importância da implementação de um programa de qualidade de vida no trabalho. Foi possível identificar através do objetivo geral os principais fatores que afetaram o setor do turismo durante a pandemia da Covid 19 e as principais estratégias realizadas pelas empresas para manter-se no mercado, e como objetivo específico, a identificação das estratégias realizadas para atenuar os danos causados pela pandemia ao setor econômico, como também a importância de uma boa gestão alinhadas com as tendências e ao cenário econômico atual como fator indispensável para o sucesso da organização.

Palavras-chaves: Impacto sócio económico, Pandemia da COVID-19, Setor Turístico.

ABSTRACT

This research addresses the analysis of the social impacts caused by the Covid-19 pandemic, and its general objective is to analyze the socioeconomic impacts caused by the pandemic on business entities in the tourism sector. The society of this theme is due to the economic crisis generated by the pandemic in the tourism sector in the

city of Fortaleza. It was used as a basis for the theoretical framework, bibliographical research, case study articles based on the analysis of social and economic impacts on companies in the tourism sector in the city of Fortaleza, together with a field research with a quantitative approach of exploratory character and which resulted in the importance of implementing a quality of life at work program. It was possible to identify, through the general objective, the main factors that affected the tourism sector during the Covid 19 pandemic and the main ones carried out by companies to remain in the

market, and as a specific objective, the identification of strategies applied to mitigate the damage caused by the pandemic to the economic sector, as well as the importance of good management in line with trends and the current economic scenario as an indispensable factor for the success of the organization.

Keywords: Socioeconomic Impact, COVID-19 Pandemic, Tourism Sector.

INTRODUÇÃO

Os estudos relacionados ao turismo na cidade de Fortaleza, exige cada vez mais atenção quanto à capacidade de análise socioeconômica e informações que possibilitem uma avaliação de suas aplicações reais e potenciais e uma melhor compreensão para as devidas intervenções, possibilitando um crescimento após as crises econômicas.

O turismo de lazer é uma atividade econômica e social de suma importância para a economia de um país, bem como suas regiões e cidades. Conforme dados do Plano Nacional de Turismo 2018- 2022, o setor turístico engloba profissões das mais diversas áreas que geram renda e estimulam a disponibilidade de vagas de empregos para todas as faixas etárias de idades, como também a diferentes níveis de profissionais(BRASIL, 2018).

Assim, o turismo é visto como parte constitutiva de um processo que interliga e intensifica a economia local, tornando assim o setor de turismo de alta relevância.

Dados apresentados pelo Ministério do Turismo em seu relatório de impacto da Pandemia de COVID-19, apresenta evidências de paralisação total do setor. (BRASIL, 2020).

Por outro lado, com os dados do Instituto Brasileiro de Pesquisa (IBGE), o setor de turismo representava em janeiro de 2020, 3,71% do PIB nacional, e sua dinâmica era composta por diferentes fatores e dados indicavam que o turismo no país contribuiu, diretamente, para 3% do total de empregos no país.(BRASIL,2018)

A mesma pesquisa mostra o padrão dos anos anteriores, porém a partir de março de 2020 observa-se uma queda expressiva dos impactos socioeconômicos da pandemia de COVID-19 onde é possível verificar que em março de 2020 iniciou-se uma queda das buscas de 43,3% destes termos, se comparados aos anos anteriores.

No Brasil, o primeiro caso confirmado de infecção pelo vírus foi descoberto em São Paulo em 26 de fevereiro de 2020 (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2020). Para evitar a propagação do vírus, o governador do Estado do Ceará, estabelece decreto Nº 33.510 com medidas para a contenção da doença em diversos âmbitos, com ações e serviços de saúde voltados à contenção da situação de emergência, que impacta diretamente com a economia em diversos setores, incluindo o de turismo, o que resultou na diminuição de ofertas e demandas de serviços e produtos turísticos.

Devido às constantes mudanças e impactos que a economia pode sofrer por razões diversas, os governantes sempre se veem diante de desafios, que resultam na criação de estratégias e medidas para a tomada de decisão para manter o fluxo financeiro e a manutenção da economia.

As medidas estabelecidas neste decreto Nº 33.510 foram a suspensão no âmbito do Estado do Ceará, por 15 (quinze) dias de eventos, de qualquer natureza, que exijam prévio conhecimento do Poder Público, com público superior a 100 (cem) pessoas evitando desse modo aglomerações.

As pessoas foram submetidas a mudanças de hábitos e seus comportamentos sociais, com as regras de distanciamento e paralisação de atividades econômicas não essenciais através do confinamento, obrigatoriedade ao uso de máscara de proteção ao sair em ambientes públicos, e seguir as instruções governamentais quanto a necessidades de aumentar hábitos higiênicos, a fim de evitar contrair ou transmitir o vírus.

Assim, diante do que foi exposto, o presente estudo visa trazer dimensões do mercado consumidor em relação às empresas, além de realizar reflexões e análises para responder a seguinte problematização: Quais foram os impactos sociais e econômicos que as empresas de turismo de lazer da cidade de Fortaleza sofreram com a crise financeira?

Com a finalidade de responder a problemática anteriormente já informada nesta pesquisa, articulou-se o seguinte objetivo geral: Analisar quais foram os impactos socioeconômicos causados pela pandemia nas entidades empresariais do setor turístico. E com o propósito de alcançar o objetivo geral, elegeu-se os seguintes objetivos específicos: Identificar quais foram os prejuízos sociais e econômicos, compreender quais estratégias adotadas para atenuar os danos, comparar os cenários econômico anterior e o atual e avaliar quais as expectativas das atividades para o futuro.

Para atingir os objetivos propostos será realizada uma pesquisa de caráter exploratória, utilizando-se o método quantitativo e qualitativo a fim de identificar dados e informações relevantes para a análise. Será utilizado um formulário da plataforma do Google Forms para aplicação de um questionário com 10 perguntas elaboradas pela autora, claras e objetivas a serem respondidas pelos gestores das empresas de turismo. O envio de perguntas será por e-mail, *whatsapp* e redes sociais para obter o conteúdo da análise.

O estudo deste artigo propõe uma estrutura que se divide em seções importantes sobre a temática desta pesquisa. A discussão está estruturada em cinco seções, incluindo está (1) introdução que retratou a contextualização do tema e sua relevância para a sociedade, os objetivos e as metodologias a serem abordadas. A segunda seção concerne ao (2) referencial teórico, que apresenta fatores importantes sobre a economia do turismo. Já a terceira seção traz a (3) metodologia utilizada para o estudo desse tema. A quarta seção dispõe os dados coletados e (4) análise dos dados obtidos. Por fim, a quinta seção (5), faz um resgate das reflexões levantadas e conclusões do estudo seguido de referências e anexos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção serão apresentadas as abordagens teóricas de relevância sobre o turismo e sua importância para a economia. Foi estruturada com quatro tópicos, a

saber: Conceitos e atividades turísticas, crise financeira e economia do mercado turístico, estratégias adotadas pelas empresas e por último, a cidade Fortaleza e sua importância na cadeia produtiva do turismo.

2.1 Conceitos e as atividades turísticas

Para esclarecer esse ramo que possui bastante relevância na cadeia produtiva da economia é necessário destacar conceitos da literatura.

Muitas definições têm sido aplicadas ao turismo desde os primeiros estudos da literatura na área. Segundo Barreto (2001), em 1911 o economista austríaco Hermann von Schullern apontou a atividade como “o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”. Desta maneira, esse autor já destaca a importância do setor, principalmente no contexto econômico.

Segundo o IPEA (2020), o sistema econômico capitalista está se expandindo cada vez mais no decorrer dos anos, no cenário atual no mundo dos negócios, as empresas visam cada vez maximizar seus lucros, buscando alternativas para inovar e neste âmbito, focar em cidades com potencial turístico, investir em atividades voltadas para viajantes, seja de lazer, negócios e entre outros, pode resultar em efeitos positivos na economia local.

Uma definição bastante importante e clara é a da Organização Mundial do turismo (OMT) criada em 1994, na qual esclarece que:

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001, p. 38).

Logo, para ser considerada uma atividade de turismo é necessário haver o deslocamento do indivíduo do seu local habitual, ou seja, aonde reside para outra localidade diferente, por um período de tempo limitado, por motivações que podem ser diversas, entre elas há o entretenimento, lazer, negócios dentre outras, utilizando ou usufruindo os produtos e serviços ofertados de acordo com suas necessidades e preferências no destino escolhido, gerando assim as ofertas de demandas pelo turismo entre as partes envolvidas.

Já para o autor PANOSSO (2010);

O turismo está permeado por uma série de ideias e conceitos ligados ao tema viagens. Pode remeter ao turista a ideia de férias, ao empreendedor a ideia de lucro, aos trabalhadores a ideia de geração de emprego e renda e à comunidade autóctone a ideia de desenvolvimento local. (PANOSSO NETTO, 2010).

Dessa maneira, nota-se que o ciclo envolto as atividades de turismo, impacta fortemente uma localidade, pois as oportunidade da área, geram oportunidades de emprego, crescimento econômico, rendas, tornando-se um fator gerador de grande impulso para o desenvolvimento socioeconômico de uma determinada região que interessam os turista e isso se torna possível com as estratégias governamentais e de empresas privadas na implementação de atrativos, geração de produtos, serviços oferecidos para o turista e as particularidades de cada local.

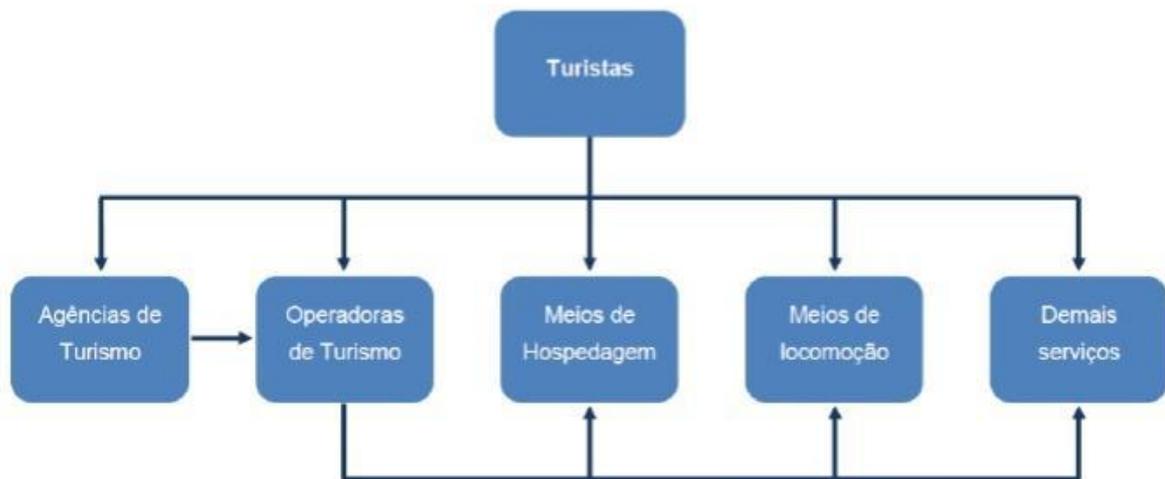
De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), disponibilizados através do relatório “Impactos Econômicos da Covid-19 - Propostas para o Turismo” (1ª Edição) formulado pela Fundação Getúlio Vargas, há atividades consideradas principais relacionadas ao setor de turismo, são elas:

- Hotéis e Pousadas
- Bares e Restaurantes
- Transporte Rodoviário
- Transporte aéreo
- Outros transportes e serviços auxiliares dos transportes
- Atividades de agências e organizadores de viagens
- Aluguel de bens móveis
- Atividades recreativas, culturais e desportivas

É possível visualizar que os ramos deste setor englobam diversas empresas com atividades dinâmicas que são extremamente necessárias para atender as demandas, são geradoras de empregos e riquezas na economia do mercado. Essa cadeia é composta por profissionais variados, sejam autônomos, empresas micro, pequenas e médias, até grandes entidades, como extensas redes de hotelaria e companhias aéreas.

A figura 1 abaixo, apresenta a cadeia produtiva do turismo e seus principais departamentos e como eles estão interligados.

Figura 1 – Cadeia produtiva do turismo.



Fonte: Lafis Consultoria, 2016.

Nota-se que o turista, ou seja, o público alvo que irá usufruir das ofertas, está em destaque, devido a sua grande importância para a cadeia produtiva, sendo uma base e alvo de foco dos demais, as localidades que possuem potencial turístico através de suas disponibilidades naturais, culturas e histórias ou que desenvolvem estratégias que busquem incrementar atividades voltadas para esse mercado, relacionadas aos compositores dessa cadeia, tem grandes perspectivas para aumentar a economia local, elevando o desenvolvimento social e fontes de renda desse ramo, gerando oportunidades e melhoria na qualidade de vida para a população.

2.2 Crise financeira e economia do mercado turístico.

A fim de entender o turismo no contexto atual mercadológico é necessário realizar um levantamento de dados e informações que possam auxiliar nessa busca sobre a compreensão de sua importância e comportamento do setor perante a crise financeira.

O turismo tem um papel fundamental na economia. De acordo com o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR – órgão criado em 18 de novembro de 1966

que se responsabiliza pela difusão do Brasil no exterior, estimulando o crescimento social e econômico do país, conceitua o turismo como:

Turismo é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita (EMBRATUR, 1992).

No decorrer dos anos, muitas crises afetaram diretamente o sistema econômico, compreendo a relevância deste tema para sociedade, destaque-se neste estudo a crise atual, desencadeada pela pandemia da COVID 19, na qual levou o Organização Mundial da Saúde (OMS) a declarar pandemia em 11 de março de 2020, após alertas sobre a identificação de um vírus infeccioso, na República Popular da China (província de Hubei e cidade de Wuhan). Ribeiro e Cabral reforçaram a informação, "as medidas sanitárias emitidas pela OMS possuem caráter emergencial que visam abranger um grau máximo de proteção a todas as pessoas" (RIBEIRO; CABRAL, 2020, p. 11).

Como fator principal causador deste momento crítico, descobriu-se como agente ocasionador, o SARS-CoV-2, 2019-nCoV ou COVID-19. De acordo com Organização Pan-Americana de Saúde, o novo coronavírus (nCoV) é uma mutação de um vírus já existente anteriormente, chamado coronavírus (CoV) que é responsável por poder causar uma grande variedade de condições e complicações ao ser humano, que pode variar entre resfriados comuns a doenças mais graves.

Globalmente, este momento histórico ficou conhecido como a pandemia da COVID 19, por ser tratar de uma doença com poucos estudos na base da comunidade científica, não havia disponíveis ainda estudos aprofundados sobre a mesma, bem como remédios ou vacinas comprovadamente eficazes para conter os danos, ocasionado rapidamente a elevação na taxa de morbidade e mortalidade.

O diretor-geral da OMS, Tedros Adhanom Ghebreyesus (2020), destacou que "Todos os países devem encontrar um bom equilíbrio entre proteger a saúde, minimizar problemas econômicos e sociais e respeitar os direitos humanos."

O Brasil decretou estado de calamidade pública no Decreto Legislativo nº06 de março de 2020. E de acordo a portaria nº 20.809 publicado no Diário Oficial da

União (DOU) em 14 de setembro de 2020, o Ministério da Economia enumerou e divulgou as 10 principais atividades mais afetadas pela pandemia decorrente da COVID 19, a saber: 1 - Atividades artísticas, criativas e de espetáculos; 2 - Transporte aéreo; 3 - Transporte ferroviário e metro ferroviário de passageiros; 4 - Transporte interestadual e intermunicipal de passageiros; 5 - Transporte público urbano; 6 - Serviços de alojamento; 7 - Serviços de alimentação; 8 - Fabricação de veículos automotores, reboques e carrocerias; 9 - Fabricação de calçados e de artefatos de couro; 10 - Comércio de veículos, peças e motocicletas. Já o setor de eventos e agências de viagens, apesar de não conter o nome na lista, foi igualmente impactado, visto que não poderia haver aglomeração e circulação de pessoas.

Conforme dados apresentados por uma pesquisa realizada com 185 países pelo Conselho mundial de Viagens Turismo (WTTC), destaca um panorama do ramo turístico, ao qual disponibiliza que em 2019, o setor representava 10,4% do PIB global (US\$9,2 trilhões), 10,6% de todos os empregos (334 milhões). Com a propagação da pandemia em 2020, quanto às restrições de circulação e viagens, o setor sofreu uma drástica perda, em torno de (US\$4,5 trilhões), afetando a diminuição da contribuição do PIB global em 49,1% em relação ao ano anterior, atingindo um valor bastante inferior, (US\$4,7 trilhões) apresentando uma relação de declínio de 3,7% do PIB da economia global.

Dado a amplitude das atividades econômicas na qual o mercado de turismo está inserido é possível perceber que o setor é vulnerável a qualquer tipo de mudanças, crises e desastres naturais.

2.3 Estratégias adotadas pelas empresas.

O setor de turismo é um dos mais afetados quando são declaradas as medidas restritivas à circulação da população, pois a proibição pública implica em isolamento das pessoas em suas residências. Contudo, algumas medidas foram criadas para auxílio empresarial, como a Medida Provisória nº 936, de 1º de abril de 2020 (convertida na Lei nº 14.020, de 06 de julho de 2020), elaborada pelo Ministério da Economia juntamente com o Ministério da Economia, ao qual institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (BEM), que dispõe de medidas trabalhistas, como redução proporcional de jornada de trabalho e de salários, suspensão de contratos, através de negociações individuais ou coletivas.

Com isso, as empresas utilizaram ferramentas de gestão para elaboração de estratégias econômicas e financeiras.

Algumas das primeiras estratégias adotadas pelas empresas foram as liberações de férias dos funcionários, banco de horas, trabalhos em home office para os funcionários administrativos, contenção de despesas de passagens dos funcionários, refeições locais, consumo de despesas etc.

Importante destacar também a Medida Provisória nº 948, de 8 de abril de 2020 (convertida na Lei nº 14.046, de 24 de agosto de 2020) pelo Governo Federal, ao qual auxilia as empresas, mas também preserva os direitos dos consumidores, na qual dispõe autorizações de não obrigatoriedade imediata de reembolso em caso de cancelamentos de pacotes, reservas de hotéis, ingressos e entre outros comprados em meio a pandemia, desde que ofereça opções para o cliente consumidor, como por exemplo, disponibilizar novas datas, créditos para uso futuro para uso futuro ou ainda, caso o cliente opte por reembolso, será no prazo de 12 meses.

É possível destacar também a Medida Provisória nº 963, de 7 de maio 2020 (convertida da Lei nº14.051, de 08 de setembro de 2020), ao foi disponibilizado o crédito extraordinário de R\$ 5.000.000.000,00 (cinco bilhões de reais), para Fundo Geral de Turismo (Fungetur) para auxílio empreendimentos turísticos.

Todavia, mesmo com todos os auxílios disponíveis, devido a esse grande aumento de dificuldades econômicas e sociais das empresas perante a crise, segundo dados divulgados na pesquisa quantitativa realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) juntamente com a Fundação Getúlio Vargas (FGV), objetivando identificar o impacto da pandemia de COVID-19, relata que há grandes efeitos sobre grandes empresas e pequenos negócios e que setores de cultura/economia criativa e turismo foram os mais impactados pela pandemia.

2.4 Fortaleza e sua importância na cadeia produtiva do turismo.

É notório que o Brasil é um país inserido em um cenário favorável, com território com grande potencial para o aumento de tendências para o mercado turístico. Obtendo a economia voltada principalmente para setores de comércio e serviços, a economia cearense sofreu grandes efeitos da pandemia. De acordo com

informações do Levantamento da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (Sudene), evidenciou que 76% das empresas cearenses relataram impactos negativos no período por efeito da pandemia da COVID 19. Vale ressaltar ainda que esse índice é o maior do Nordeste, e os mesmo indicam que mais de 50% das empresas tiveram até 50% de redução de seus lucros.

No que tange a cidade de Fortaleza, segundo o IBGE a capital cearense de 295 anos conta uma população de aproximadamente 2,7 milhões de habitantes (IBGE, 2021). É um polo turístico, tendo em vista que é uma região naturalmente atrativa, rica em recursos naturais, conta com litoral de praias extensas e clima quente entre 25° a 30 °na maior parte do ano (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

Dados do (IBGE 2021), indicam que a cidade de Fortaleza, possui infra estruturas bastantes atrativas, culturas diversificadas, restaurantes e bares temáticos, hotéis confortáveis, grandes shoppings, lojas, museus, teatros, patrimônios históricos, centros de artesanatos, centros comerciais, eventos, nativos hospitaleiros, além de ser ponto de apoio e distribuição de fluxo turísticos para outras cidades próximas no mesmo estado.

Diante disso, nota-se o quanto a cidade é importante no contexto turístico e econômico e a necessidade de se compreender efetivamente a visão das empresas do mercado no período atual, através deste estudo, será possível ter um panorama atual da situação e perspectivas futuras.

3 METODOLOGIA

O presente estudo é classificado como uma pesquisa de natureza exploratória e consistirá na obtenção de informações atuais e aprofundadas sobre o tema através de fatos e vivências na visão de empresas.

Perante o exposto, o autor Bonin, conceitua a pesquisa exploratória como:

Sobre a pesquisa exploratória se pode dizer, de modo simplificado, que implica em movimento de aproximação ao fenômeno concreto a ser investigado buscando perceber seus contornos, suas especificidades, suas singularidades. As ações de pesquisa exploratória abrangem planejamento, construção e realização de sucessivas aproximações ao concreto empírico a partir de várias angulações possíveis que interessam ao problema/objeto em construção (BONIN, p. 39, 2011).

Compreende-se o quanto esse tipo de pesquisa auxilia na obtenção de conteúdo relevante, trazendo familiaridade e apoio através dos sujeitos entrevistados acerca da temática, bem como suas particularidades e experiências pessoais.

O instrumento utilizado para pesquisa neste trabalho é um formulário do google forms, elaborado de acordo com objetivos da pesquisa, anteriormente já informados, com uma série de perguntas abertas e fechadas que devem ser respondidas pelos sujeitos, ou seja, gestores e responsáveis por empresas de hotéis, pousadas, bares, restaurantes, transportes, agências, operadoras e consolidadoras de viagens, barracas de praia e locadoras. Visando captar dados relevantes para análise e criação de hipóteses. As empresas deste segmento foram identificadas e selecionadas de acordo com dados disponíveis pela Fecomércio-CE.

Após o envio e na devolutiva das respostas dos questionários, haverá uma organização das informações e será feito uma análise de dados a fim de obter um cenário atual da em relação a aspectos sociais e econômicos das empresas do estudo. A abordagem será uma combinação estratégica da pesquisa qualitativa e quantitativa, pois é possível compreender “existem problemas que podem ser investigados por meio de metodologia quantitativa, e há outros que exigem diferentes enfoques e, conseqüentemente, uma metodologia de conotação qualitativa” (RICHARDSON, 2011, p.79).

Creswell (2010, p. 43) explica a abordagem de natureza qualitativa como sendo “um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”. Desta forma, será possível desenvolver reflexões profundas, através da visão real dos gestores empresariais do ramo turístico, sobre as perspectivas próprias referente às causas e efeitos da crise financeira, como reagiram e quais soluções encontraram diante dos desafios.

Para trazer clareza quanto ao que remete a pesquisa quantitativa, a visão do autor Appolinário (2011, p.150) conceitua essa abordagem como “variáveis predeterminadas são mensuradas e expressas numericamente. Os resultados também são analisados com o uso preponderante de métodos quantitativos, por exemplo, estatístico”. Diante do exposto, será possível verificar dados para análise.

Os dados e análise desta pesquisa serão apresentados de forma coesa para que haja total entendimento sobre contexto, análise, objetivos e resultados alcançados.

4 ANÁLISE DE DADOS

Este capítulo apresentará a pesquisa aplicada, bem como suas respectivas respostas e análises dos seus resultados. Além disso, "os procedimentos devem ser descritos com clareza, para que o leitor acompanhe virtualmente as etapas do processo" (CANZONIERI, 2010, p.17).

Desta forma para a coleta de dados foi elaborado um formulário estruturado na plataforma do *Google Forms* e contou com 10 questões, sendo oito fechadas e duas de múltipla escolha a respeito do cenário econômico e social.

O questionário é um instrumento que utiliza técnica com séries de perguntas, que são respondidas pelos participantes da pesquisa. Tem por objetivo expressar ao investigador respostas de forma clara, simples e direta (PRODANOV; FREITAS, 2013). Inicialmente, foi realizado um pré-teste com o envio do questionário para 8 pessoas com o intuito de observar se as perguntas estavam claras, objetivas e calcular o tempo que seria necessário para responder. Foi constatado que a pesquisa estava pronta para efetivamente iniciar.

Posteriormente, o formulário foi disponibilizado por meio de um *link* do *Google Forms*, no *Whatsapp*, *E-mail* e Redes sociais para 300 empresas de turismo localizadas em Fortaleza, durante o período de 5 a 30 de novembro de 2021, mas para amostragem somente 30 empresas se propuseram a responder.

Na devolutiva da pesquisa, foi possível verificar um maior número de resposta de resposta de empresas de pequeno e médio porte.

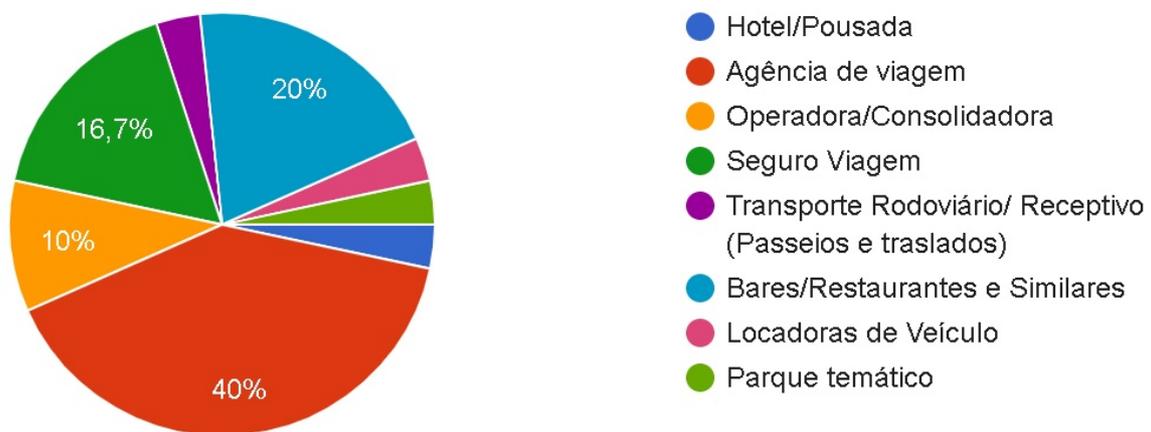
Com base nas perguntas, essas empresas puderam informar seu porte, quadro de funcionários antes e atualmente, prejuízos, previsões de recuperação, além de abordar quais foram as medidas para atenuar danos e quais os seus planejamentos estratégicos para alavancar os faturamentos de sua empresa atualmente.

Após o encerramento da pesquisa, foi feita uma análise com base em gráficos gerados pelas informações, que serão descritas abaixo.

No gráfico 1, apresenta as 30 empresas que participaram da pesquisa, coletando primeiramente o ramo de sua atividade.

Os dados revelam ainda que (40%) corresponde a agências de viagens, (3,3%) hotéis/pousadas, (10%) operadoras/consolidadoras, (16,7%) seguro viagem, (3,3%) transportes, (20%) bares/restaurantes e similares, (3,3%) locadoras de veículos, por fim, (3,3%) parque temático. Evidenciando que apenas empresas de turismo responderam, portanto, todas as respostas foram consideradas.

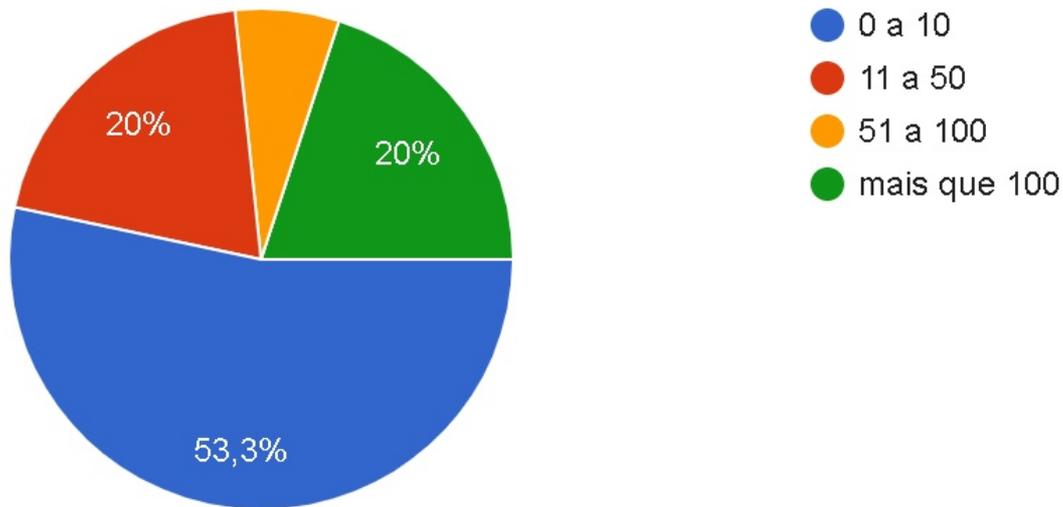
Gráfico 1 - Ramo de atividade



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Conforme apresentado no gráfico 2, verifica-se que acima de (50%) das empresas possuem até 10 funcionários, (20%) possuem até 50 funcionários, apenas (6,7%) entre 51 a 100 e (20%) possuem acima de 100 funcionários em seu quadro de funcionários.

Gráfico 2 - Quantidade de funcionários

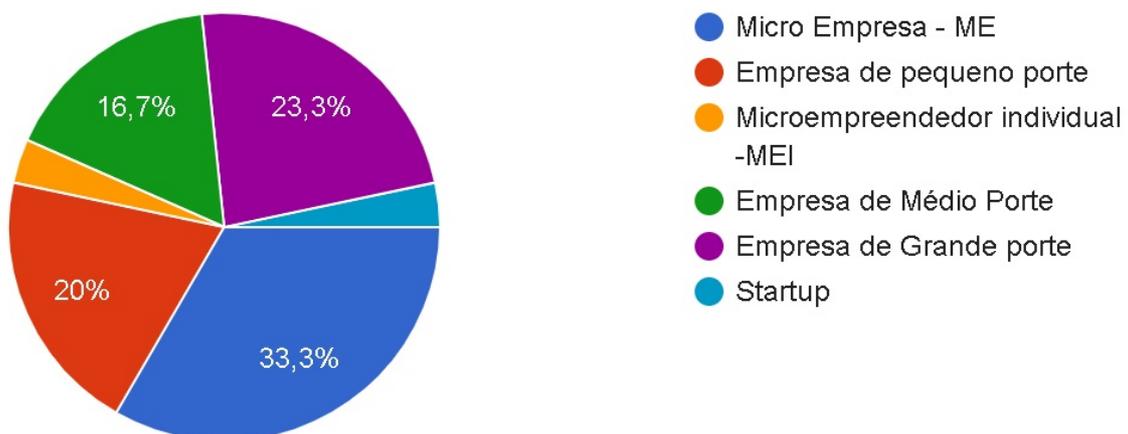


Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Para melhor fomentar a análise das participantes deste estudo, no outro gráfico a seguir, encontram-se dados a respeito do enquadramento do porte das empresas.

Verificou-se que no gráfico 3, que (33,3%) são microempresas- ME, (23,3%) grande porte, (20%) pequeno porte EPP, (16,7%) médio porte, (1,33%) microempreendedor individual -MEI e (1,33%) correspondem às *startups*.

Gráfico 3 - Porte da empresa

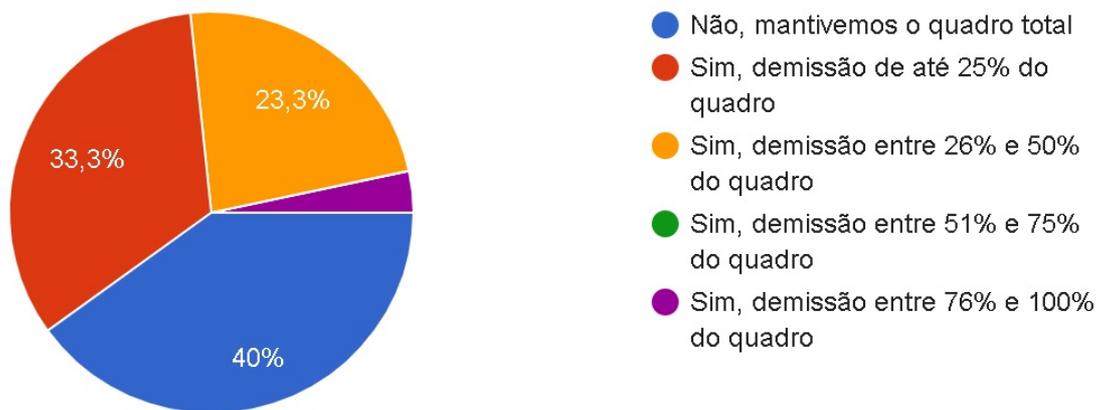


Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Nos gráficos 4 e 5 a seguir, retratam respectivamente como a crise afetou o quadro de funcionários a respeito de demissões e contratação.

Notou-se que (40%) empresas conseguiram manter seu quadro total sem demissões, (33,3%) necessitou realizar demissões de até 25%, outras (23,3%) entre 26% a 50% e somente (3,3%) realizou demissões entre 76% a 100%.

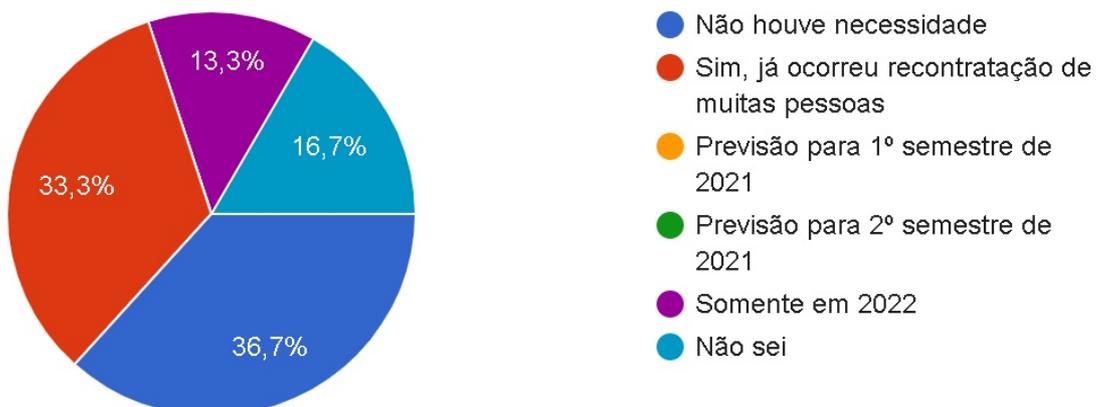
Gráfico 4 - Demissão de funcionários



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Verifica-se ainda observando o gráfico 5, que (36,7%) das empresas não necessitam fazer contratação de novos funcionários, que (33,3%) já fez novas efetivações, (13,3%) objetiva realizar somente em 2022 e (16,7%) não sabe avaliar.

Gráfico 5 - Contratação de Funcionários



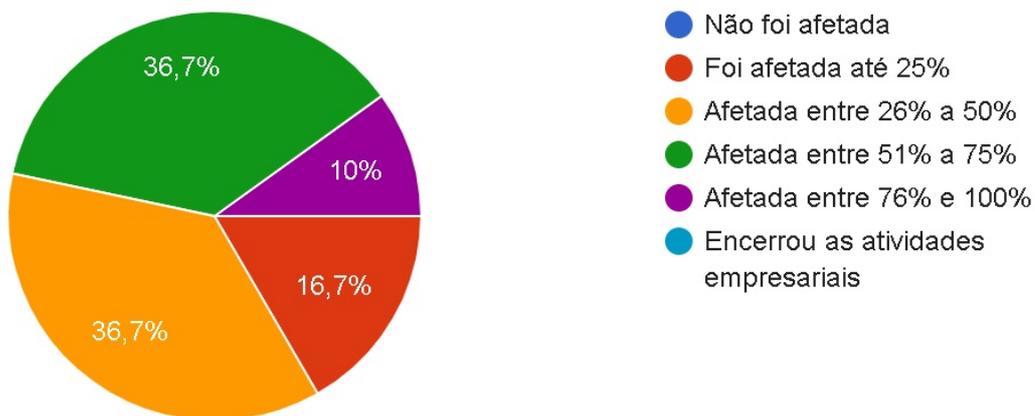
Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Os dados obtidos no gráfico 6, ressalta o aspecto econômico com relação às suas atividades, observa-se que mesmo com a pandemia da crise financeira causada pela pandemia da COVID-19, todas continuaram sua atuação no mercado, mas foram afetadas em diferentes níveis.

Observou-se que (16,7%) foram afetadas até 26%, que (36,7%) foram afetadas entre 26% a 50%, que (36,7%) foram afetadas entre 51% a 75% e que somente (10%) foram afetadas entre 76% e 100%.

Nota-se que a paralisação e a necessidade de contenção do vírus, o setor de turismo e seus ramos, enquadrados diretamente em atividades não essenciais, foram impactados pois com a proibição das viagens, o nível de chegadas e saídas de turistas diminuiu de maneira drástica.

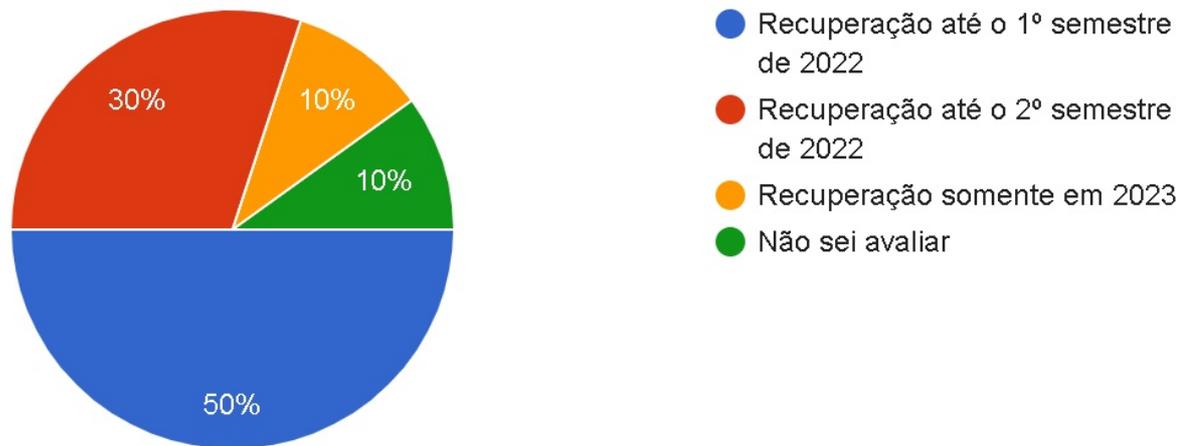
Gráfico 6 - Aspecto econômico



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Apesar do cenário econômico incerto e prematuro para uma análise futura com relação à situação da retomada total das atividades turísticas, no gráfico 7, mostra que mais de (50%) das empresas acreditam que será possível haver recuperação no começo do 1º semestre de 2022. Já (30%) julgam que será possível no 2º semestre de 2022. Em contrapartida, (10%) imagina que somente será possível em 2023, enquanto (10%) não conseguem avaliar esse cenário.

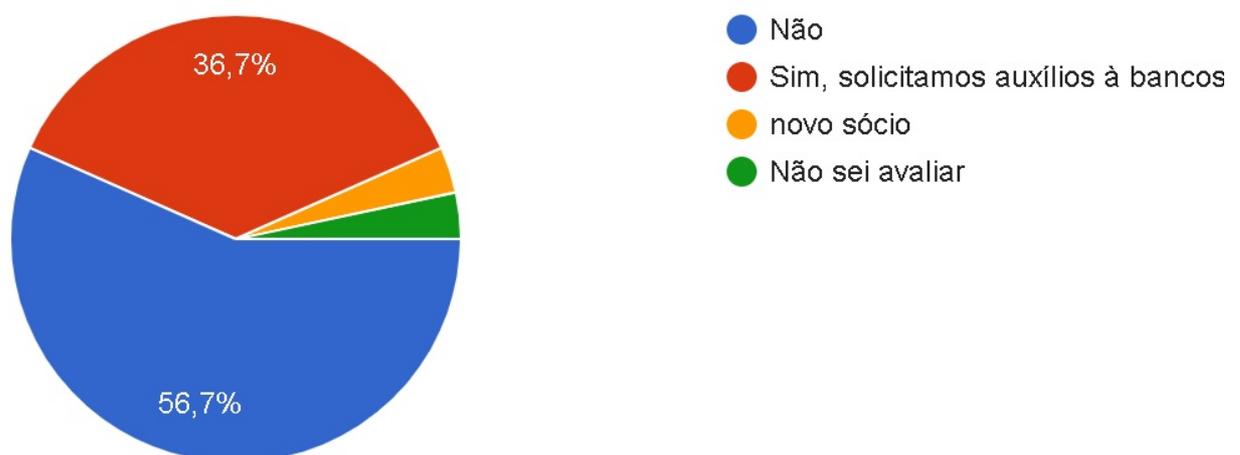
Gráfico 7 - Expectativas de recuperação



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

No gráfico 8, foi identificado que para manter suas atividades, (36,7%) das empresas contaram com linhas de crédito disponibilizadas por bancos para continuar viabilizando seus negócios, (3,3%) encontrou com alternativa a inclusão de um novo sócio para aumentar os rendimentos. Os dados mostram ainda que (56,7%) não necessitou continuar suas atividades por esses meios.

Gráfico 8 - Linhas de crédito/financiamento



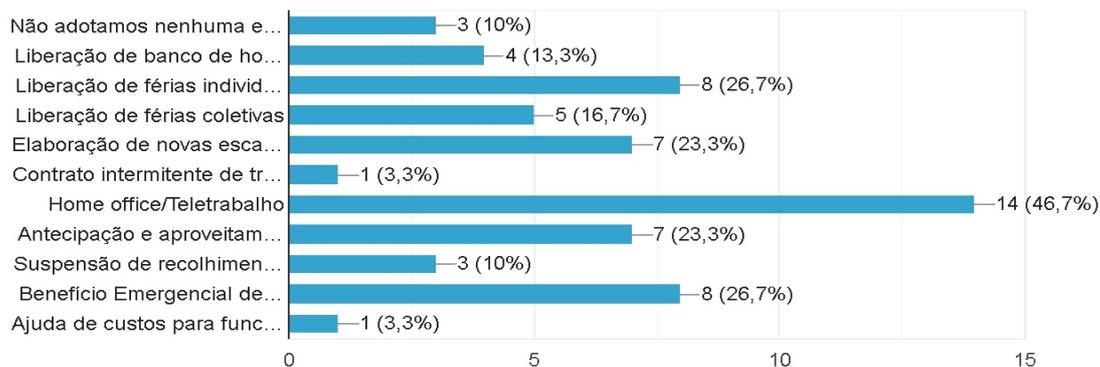
Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Os dados do gráfico 9, mostram quais estratégias de flexibilização as empresas utilizaram no início da pandemia da COVID-19 para manter os seus funcionários.

Foi identificado (10%) das empresas não utilizaram estratégias, (13,3%) liberaram os bancos de horários de funcionários, (26,7%) concederam férias individuais, (16,7%) férias coletivas, (23,3%) realizou a criação do novo esquema escalcional, (3,3%) efetivou contratos intermitentes, (46,7%) adotou o regime de *home office*, (23,3%) adiantou feriados municipais e estaduais, (10%) suspendeu o recolhimento do FGTS, (26,7%) adotou o benefício Emergencial de Manutenção de Emprego e Renda (BEM) e (3,3%) disponibilizou ajuda de custos para seus funcionários.

Todavia, dados disponibilizados por pesquisas realizadas pelo SABRE, evidenciam que na pandemia empresas de pequenos portes tiveram dificuldades de acesso de crédito, principalmente as que não tinham histórico e relacionamento de crédito antes da crise.

Gráfico 9 - Estratégia de flexibilização



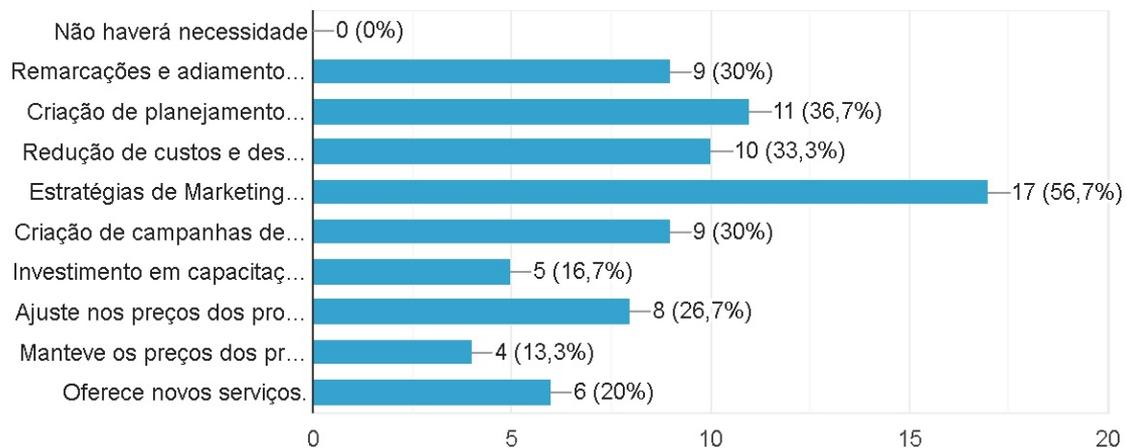
Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

Por último, as informações do gráfico 10, evidenciam quais as estratégias atuais que as empresas de turismo estão adotando atualmente para continuar mantendo seus negócios, medidas para atrair clientes e aumentar o fluxo econômico.

A análise mostra que (30%) das respondentes está realizando remarcações e adiamentos de viagens, (36,7%) está criando novos planejamentos financeiros e

orçamentários, (33,3%) está reduzindo custos, (56,7%) está investindo em estratégias de *marketing* digital e fidelização de cliente, (30%) está realizando campanhas de vendas e descontos, (16,7%) está capacitando seus funcionários, (26,7%) está ajustando preços de produtos e serviços e (20%) está oferecendo novos serviços de produtos.

Gráfico 10 – Estratégias atuais



Fonte: Dados da Pesquisa, 2021.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A disponibilização teórica a respeito do tema desta pesquisa, mostra que os fatores econômicos e sociais são de suma importância, sendo um conteúdo amplo para estudo, no tange o setor de turismo e seus ramos, está totalmente inserido nesse contexto, como propulsor para geração de empregos e rendas, que estimulam a economia de localidade, principalmente de cidades turísticas como Fortaleza, que foi destacada nesta pesquisa.

Em um cenário de pandemia e de emergências mundiais, as viagens a lazer foram totalmente suspensas, para a preservação do bem estar e saúde das pessoas e proteções para suas localidades, com medidas de distanciamento a princípio rigorosas, refletiu diretamente na economia de diversos setores, neste sentido, empresas de turismo, as quais necessitam efetuar vendas diretas de produtos e serviços voltados para o turista para obter lucros, ficaram diante de um problema de grande proporção, que foi necessário focos em estratégias empresariais para manter o negócio.

Notou-se que apesar de medidas que foram criadas para auxiliarem as empresas, as mesmas passaram por dificuldades, e no que tange as empresas de pequeno porte, ao tentar efetivar linhas de créditos, tiveram dificuldades para solicitar créditos para manter seus negócios.

Diante do exposto no decorrer desta presente pesquisa, o estudo investigou quais impactos sociais e econômicos a COVID-19 causaram nas empresas de turismo de Fortaleza. Desta forma, objetivou analisar, identificar prejuízos, compreender o comportamento das empresas com a utilização de estratégias, realizando comparações entre início da pandemia, além de avaliar quais suas expectativas para o momento atual.

Com a finalização e com os aspectos observados, com base nas informações obtidas com as respostas das empresas no formulário, bem como as reflexões expostas ao decorrer deste trabalho, esclarece que as empresas de turismo, recorrem a recursos disponíveis, linhas de créditos, desligou funcionários e adotou medidas de estratégias para continuar viabilizando os negócios em meio à crise. Observou-se que, em sua grande maioria, atualmente está se reinventando e adotando novas para continuar no mercado competitivo e incerto.

Por fim, sabemos e podemos concluir que a pesquisa apresenta pontos críticos que podem e devem ser preenchidos com outras reflexões e novas pesquisas sobre essa temática, pois foi visto que ressalta problemas importante que necessitam de sugestões e soluções, mas que ainda é precoce idealizar um contexto futuro e suas respectivas projeções, pois com as novas variantes da doença causa pelo COVID-19 o cenário continua incerto para a população e para as empresas.

REFERÊNCIAS

APPOLINÁRIO, Fabio. **Dicionário de Metodologia Científica. 2. ed.** São Paulo: Atlas, 2011. 150p.

BARRETTO, Margaritta. **Manual de iniciação ao estudo do turismo. 10ª Ed.** Campinas/SP - Papirus, 2001.

BONIN, J. A. Pesquisa exploratória. Separata de: MALDONADO, A. E et al. **Metodologias de Pesquisa em Comunicação. 2ª. ed.** Porto Alegre: Meridional,

2011. cap. Revisitando os bastidores da pesquisa: Práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação, p. 19-41.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional de Turismo - 2018-2022: “Mais Emprego e Renda para o Brasil”**. Disponível em: <em:https://www.gov.br/turismo/pt-br> acesso em: 10 de outubro de 2021.

CANZONIERI, A. M. **Metodologia da Pesquisa Qualitativa na Saúde**. Petrópolis: Vozes, 2010.

CONGRESSO NACIONAL. **Decreto Legislativo** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/portaria/DLG6-2020.htm> acesso em: 12 de outubro de 2021.

CONGRESSO NACIONAL. **Medida Provisória nº 936, de 2020 (Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda)**. Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/141375> acesso em: 12 de outubro de 2021.

CONGRESSO NACIONAL. **Medida Provisória nº 948, de 2020 (Cancelamento de serviços, de reservas e de eventos dos setores de turismo e cultura em razão da emergência de saúde pública decorrente do coronavírus (covid-19))**. Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/141495> acesso em: 12 de outubro de 2021.

CONGRESSO NACIONAL. **Medida Provisória nº 963, de 2020 (Crédito Extraordinário - Financiamento da Infraestrutura Turística Nacional)**. Disponível em: <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/141866> acesso em: 12 de outubro de 2021.

CONTROLADORIA E OUVIDORIA GERAL DO CEARÁ. **Decretos estaduais**. Disponível em: <https://www.cge.ce.gov.br/decretos-estaduais/> acesso em: 10 de outubro de 2021.

CORONAVÍRUS. **COVID-19**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/topicos/coronavirus> acesso em: 10 de outubro de 2021.

CORONAVÍRUS. **OMS declara pandemia**. Disponível em: <https://www.who.int/eportuguese/countries/bra/pt/> acesso em: 10 de outubro de 2021.

CRESWELL, J. W. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

EMBRATUR. **Institucional**. Disponível em: <<https://embratur.com.br/historia/>>
Acesso em: 10 de outubro de 2021.

FECOMERCIO. **Emprego de atividades de turismo**. Disponível em:
<https://www.fecomercio-ce.com.br/pesquisa/pesquisa-de-emprego-de-atividades-de-turismo/>> acesso em: 14 de outubro de 2021.

FGV. **Impacto Econômico da Covid-19: propostas para o turismo brasileiro**. 1ª Ed. Rio de Janeiro: FGV Projetos, abril de 2020. Disponível em:
<<https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/1a-edicao-impacto-economico-do-covid-19-propostas-para-o-turismo-brasileiro-abril-2020>> Acesso em: 04 de outubro de 2021.

IBGE. **Censo demográfico 2020 – malha municipal digital do Brasil**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 30 novembro. 2021.

IPEA - INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Estimativas da mão de obra formal ocupada nas atividades características do turismo (2020)**. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/> > acesso em: 14 de outubro de 2021.

LAFIS. Informação de Valor. Novo Relatório Setorial – **Hotéis e Turismo**. Julho de 2016.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. **Ministério da Economia divulgou lista dos setores mais afetados pela pandemia da covid-19 no Brasil**. Disponível em: <<https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/noticias/2020/setembro/ministerio-da-economia-divulga-lista-dos-setores-mais-afetados-pela-pandemia-da-covid-19-no-brasil>> acesso em: 10 de outubro de 2021.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Brasil confirma primeiro caso da doença**. Disponível em: <<https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/brasil-confirma-primeiro-caso-de-novo-coronavirus>> acesso em: 04 de outubro de 2021.

MINISTERIO DO TURISMO. **Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil**. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins/item/401-relat%C3%B3rio-de-impacto-da-pandemia-de-covid-19-nos-setores-de-turismo-e-cultura-no-brasil/401-relat%C3%B3rio-de-impacto-da-pandemia-de-covid-19-nos-setores-de-turismo-e-cultura-no-brasil.html>> acesso em: 10 de outubro de 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

PANOSSO NETTO, A. **O que é turismo**. São Paulo: Brasiliense, 2010.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, M. T. A.; CABRAL, C. H. P. L. “A dignidade humana frente às medidas sanitárias restritivas da OMS e dos estados em tempos de pandemia”. **Cadernos Eletrônicos Direito Internacional sem Fronteiras**, vol. 2, n. 1, junho, 2020.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3 ed. 13 reimp. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE. **Levantamento do Sebrae confirma a necessidade da ampliação de acesso a crédito para pequenos negócios**. Disponível em: <<https://www.agenciasebrae.com.br/sites/asn/uf/NA/levantamento-do-sebrae-confirma-a-necessidade-da-ampliacao-do-acesso-a-credito-para-pequenos-negocio,03f7ee3308c74710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em: 30 de novembro de 2021.

SEBRAE. **O Impacto da pandemia de O Impacto da pandemia de O Impacto da pandemia de Coronavírus nos Pequenos Negócios**. 10ª Edição do Sebrae, março de 2021. Coleta da pesquisa: 25 de fevereiro a 1º de março de 2021. Disponível em: <<https://fgvprojetos.fgv.br/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios-10a-edicao-do-sebrae-marco-2021>> Acesso em: 30 de novembro de 2021.

SUDENE: 76% das empresas do Ceará relatam prejuízos na pandemia; índice é o maior do Nordeste. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. 03 ago.2021. Negócios.

TURISMO E COVID. **WTTC dá números ao prejuízo do Turismo na pandemia**. Disponível em: <<https://wttc.org/>> acesso em: 14 de outubro de 2021.

TURISMO. **Glossário de turismo**. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/emprego-no-turismo/67-outros/gloss%C3%A1rio-do-turismo/901-t.html>> Acesso em: 10 de outubro de 2021.

Anexo - Questionário da Pesquisa

O questionário a seguir refere-se a uma pesquisa de Trabalho de conclusão de curso (TCC) do curso de graduação em Administração da Unifametro e tem por objetivo principal obter informações para análise de dados referente aos impactos sociais e econômicos nas empresas localizadas em Fortaleza atuantes no ramo turismo durante pandemia da COVID 19.

Declaro que sua empresa não precisa ser identificada e que as informações aqui compartilhadas serão de cunho total confidencial, utilizadas apenas para fins

acadêmicos. Sua contribuição será de grande importância para a efetividade e conclusão desta pesquisa.

1- Qual é o ramo de sua atividade empresarial no segmento de turismo em Fortaleza?

Hotel/Pousada

Agência de viagem

Operadora/Consolidadora

Seguro Viagem

Transporte Rodoviário/ Receptivo(Passeios e traslados)

Bares/Restaurantes e Similares

Locadoras de Veículo

Parque temático

Outros

2- Qual é a quantidade de Funcionários?

0 a 10

11 a 50

51 a 100

mais que 100

3- Qual é o porte de enquadramento da sua empresa?

Micro Empresa - ME

Empresa de pequeno porte

Microempreendedor individual -MEI

Empresa de Médio Porte

Empresa de Grande porte

Startup

4- Houve demissões de funcionários?

Não, mantivemos o quadro total

Sim, demissão de até 25% do quadro

Sim, demissão entre 26% e 50% do quadro

Sim, demissão entre 51% e 75% do quadro

Sim, demissão entre 76% e 100% do quadro

5- Caso sua empresa tenha realizado demissões de funcionários, já houve necessidade ou há previsão para contratação de funcionários ?

Não houve necessidade

Sim, já ocorreu recontração de muitas pessoas

Previsão para 1º semestre de 2021

Previsão para 2º semestre de 2021

Somente em 2022

Não sei

6- Relacionado ao aspecto econômico, sua empresa foi afetada financeiramente pela pandemia da covid 19 até novembro de 2021?

Não foi afetada

Foi afetada até 25%

Afetada entre 26% a 50%

Afetada entre 51% a 75%

Afetada entre 76% e 100%

Encerrou as atividades empresariais

7- Se sua empresa foi afetada, qual é a previsão de recuperação de faturamento ?

Recuperação até o 1º semestre de 2022

Recuperação até o 2º semestre de 2022

Recuperação somente em 2023

Não sei avaliar

8- Houve necessidade da utilização de linhas de créditos/financiamento para manter suas atividades empresariais ?

Não

Sim, solicitamos auxílios à bancos

Não sei avaliar

Outros

9 - Qual das estratégias de flexibilização abaixo sua empresa utilizou no início da pandemia para manter os seus funcionários?

Não adotamos nenhuma estratégia

Liberação de banco de horas

Liberação de férias individuais

Liberação de férias coletivas

Liberação de férias coletivas

Elaboração de novas escalas de trabalho

Contrato intermitente de trabalho

Home office/Teletrabalho

Antecipação e aproveitamentos de feriados

Suspensão de recolhimento ou parcelamento do FGTS

Benefício Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda (Suspensão de contrato, Redução de jornada de trabalho e salários)

Outros

10 - Quais as principais estratégias para viabilizar o negócio Pós Pandemia?**Não haverá necessidade**

Remarcações e adiamentos de serviços contratados

Criação de planejamento Orçamentário e Estratégico alinhados aos colaboradores

Redução de custos e despesas dos produtos ou serviço

Estratégias de Marketing Digital e fidelização de clientes

Criação de campanhas de vendas e descontos

Investimento em capacitação dos profissionais

Ajuste nos preços dos produtos ou serviços

Manteve os preços dos produtos ou serviços

Oferece novos serviços.

Outros