

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

CADEIA DO TURISMO NA AMAZÔNIA E NO AMAPÁ



RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

CADEIA DO TURISMO NA AMAZÔNIA E NO AMAPÁ

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/AMAPÁ

Luiz Iraçú Guimarães Colares - Presidente do Conselho Deliberativo Estadual
Waldeir Garcia Ribeiro - Diretor Superintendente
Marciane Costa do Espírito Santo - Diretora Técnica
Marcell Houat Harb - Diretor de Administração e Finanças

UNIDADE DE SOLUÇÕES INOVADORAS E COMPETITIVAS DO SEBRAE/AMAPÁ

Bruno Ricardo da S. Castro - Gerente
Jenane Gomes Penha Moraes - Analista
Maria da Conceição Mira dos Santos Filha - Gerente da Unidade de
Comércio e Serviços - UAC CS
Romulo Brasão Costa - Gestor de Projetos - Cadeia do Turismo

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Gualter de Oliveira Rocha
Cecilia Almeida y Sóter

EDITORAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Jonas Felipe Nascimento da Silva

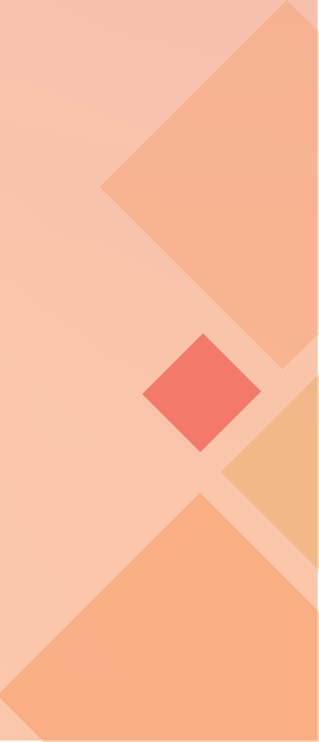
REVISORA TEXTUAL

Cecilia Almeida y Sóter



Sumário

<i>INTRODUÇÃO</i>	4
<i>TURISMO LOCAL: VAMOS CONHECER NOSSO PAÍS!</i>	6
<i>MEU HOTEL, MINHA CASA!</i>	7
<i>SELO DE GARANTIA CONTRA COVID-19</i>	7
<i>TURISMO GASTRONÔMICO: O MELHOR DA CULINÁRIA SEM SAIR DE CASA...</i>	8
<i>TURISMO VIRTUAL: VAMOS VIAJAR SEM SAIR CASA?</i>	8
<i>O QUE É TURISMO VIRTUAL?</i>	9
<i>A reinvenção da cadeia do turismo sugere que:</i>	10
<i>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</i>	11



CADEIA DO TURISMO NA AMAZÔNIA E NO AMAPÁ



O turismo é um dos setores que mais movimentam a economia de um país. Em pesquisa apresentada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em 2019 o setor movimentou no Brasil R\$238,6 bilhões, mostrando um aumento de 2,2%. Além disso, foram criados 35.692 novos postos de trabalhos no setor. Esse crescimento foi abruptamente interrompido pela pandemia da Covid-19 que assolou o mundo. Segundo David Goodger, líder da divisão de Economia de Turismo que analisa o mercado de turismo na consultora britânica Oxford Economics, o novo coronavírus fez o mercado de viagens e turismo retroceder ao menor patamar dos últimos 15 anos, provocando uma diminuição de 73% no setor que, não fosse a pandemia, poderia ter crescido pelo menos 4% em 2020. A Covid-19 trouxe para todas as esferas econômicas e sociais uma imediata necessidade de reinvenção.

o novo coronavírus fez o mercado de viagens e turismo retroceder ao menor patamar dos últimos 15 anos, provocando uma diminuição de 73% no setor que, não fosse a pandemia, poderia ter crescido pelo menos 4% em 2020.

O comportamento das pessoas frente a essa nova realidade pandêmica e pós-pandemia é de adaptação. A agência de publicidade Lew'Lara\TBWA fez um mapeamento de comportamento dos viajantes pós-pandemia através de um estudo com ferramentas de monitoramento de tendências. Neste estudo, foram identificadas tendências e mudanças que podem ajudar a indústria de Viagens e Turismo:



LIBERDADE SE TORNA INSPIRAÇÃO

Fonte: www.freepik.com

Com a restrição no dia a dia, começamos a ver mais valor nas coisas. Passamos a reavaliar nossas prioridades, vendo valores em simples prazeres e enxergando que a saúde é o nosso bem mais valioso. Com isso, tudo aquilo que nos remete a liberdade se torna aspiração. E nada materializa mais a liberdade do que viajar. Viajar é o motor das melhores emoções. A restrição aumenta o valor da liberdade e o isolamento desperta o sonho em viajar. E estamos sonhando com a liberdade pós-covid-19, através das viagens.

2

CONEXÃO EMOCIONAL - INSEGURANÇA X SAUDADE

Como o momento da volta possui ainda um grau de restrição, vamos ver as pessoas menos focadas em posse e status. As pequenas coisas que poderão voltar a fazer terão um grande impacto. O primeiro movimento de viagem será aquele com conexão emocional, mesmo quando pensar em viajar desperte emoções conflitantes: inseguranças vs. saudades. O novo normal passará a ser o de viagens nacionais, mais perto da segurança doméstica e por terra, evitando voos e cruzeiros; e de curta duração, em que a economia instável transformará viagens de duas semanas em um fim de semana estendido.

3

JORNADA DIGITAL

Por conta do isolamento, as pessoas substituíram as compras em lojas físicas por compras online, mesmo para viagens, em que o digital é pouco personalizado e tomado pelas ofertas varejistas. A entrada da tecnologia na vida de todos foi muito acelerada e este efeito é visto como positivo. Por isso, é preciso aumentar a presença digital e acompanhar essa jornada dos consumidores, entendendo através de dados os melhores pontos de contato para se comunicar. Uma noção de segurança no digital passou a ser criada nesse cenário de pandemia. Em vez de perguntar “Por que eu devo fazer isso online?”, vamos nos perguntar “Por que devo fazer isso pessoalmente?”.

4

VOLTAR A VIAJAR

Existe um sentimento de insegurança sobre o momento de voltar a viajar e ele perdurará ainda por um bom tempo, além da expectativa de atuação governamental em restrições mais duras quanto às viagens. Mas, existe uma luz no fim do túnel, com uma previsão de início de retomada para o segundo semestre, em que se espera movimento para o Carnaval 2021, além de casamentos e luas de mel adiadas.

*Baluarte da Fortaleza de São José de Macapá, visto a partir de região externa ao norte da fortaleza. (Foto: Paulo Akira).
Fonte: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Fortaleza_de_S%C3%A3o_Jos%C3%A9,_Macap%C3%A1-AP.jpg*

Diante a essa nova realidade, cabe a nós perguntarmos-nos como será o turismo daqui pra frente. Ainda segundo Goodger, a pandemia trará mudanças no comportamento do viajante, ao menos em curto e médio prazo e que podem favorecer o fortalecimento do turismo local e o desenvolvimento de regiões até então fora do radar da maioria dos viajantes. Goodger prevê que as viagens domésticas devem recuperar os níveis de 2019 até 2022.

5

TURISMO LOCAL: VAMOS CONHECER NOSSO PAÍS!

Debates e análises entre os principais setores e instituições do mercado de turismo apontam o “turismo de proximidade” como resultado pós-pandêmico. O comportamento do turista tenderá a ser por procurar destinos em um raio de 400 a 500 km de sua localização. Isso nos indica um caminho de investimento para o turismo local e a oportunidade de atrair pessoas de estados próximos.

Em 2017, o Governo Federal integrou novos municípios do Amapá no Mapa do Turismo Brasileiro saltando para 12 cidades com potencial hospedeiro, gastronômico e estrutural para acolher visitantes. Municípios como: Laranjal do Jari, Mazagão, Porto Grande, Ferreira Gomes, Cutias, Calçoene, Pracuúba, Serra do Navio, Oiapoque, Tartarugalzinho, além da capital Macapá.

Além do turismo tradicional, onde os visitantes buscam conhecer novos lugares sem abrir mão do conforto e comodidade - itens que acabam custando caro - a região Amazônica, em especial o Amapá, oferece também a oportunidade da prática da modalidade de Turismo de Base Comunitária.



FLONA do Amapá. O pescado é a base das refeições na região. Fonte: <http://ama-paecocamping.blogspot.com/2017/07/ecoturismo-de-base-comunitaria-na.html>

O Turismo de Base Comunitária foge do tradicional “visitar, pagar uma taxa e ir embora”. A ideia dessa modalidade de turismo é ser uma ferramenta de desenvolvimento humano e social.

No turismo de base comunitária o visitante se integra totalmente àquela comunidade;

Ele é recebido na casa das pessoas que lá vivem e mergulha no modo de vida local e sua cultura;

Proporciona um intercâmbio cultural entre turista e comunidade;

Tem um protagonismo das comunidades locais na gestão da atividade e na oferta de bens e serviços turísticos, visando a apropriação por parte destas dos benefícios advindos do desenvolvimento da atividade turística;

Promove o turismo como fator de inclusão social por meio da geração de trabalho e renda;

Promove a interação entre comunidade e turista, de forma sustentável, com ganhos – materiais e simbólicos – para a população local, e oferece uma experiência turística diferenciada para o visitante a partir da sua participação na vida comunitária local.

Em suma, o desenvolvimento da comunidade em prol do turismo comunitário é capaz de prosperar um estilo de vida que preserva os valores culturais, as belezas naturais e ainda se torna gerador de renda e bem-estar dos moradores de cada região.

MEU HOTEL, MINHA CASA!

Com a pandemia, redes de hotelaria transformaram seus prédios em refúgios para quem precisava se isolar. Ainda com um futuro incerto e de como será dado o movimento inicial de reabertura do setor, gigantes da hotelaria têm ampliado seus serviços de *long stay* - como é chamada a estadia estendida. É uma modalidade de moradia de solução rápida nos hotéis.

Outra estratégia para estimular a demanda é oferecer promoções de alimentos e bebidas e pontos no programa de fidelidade. Uma outra opção é criar o serviço de *room office* (fazendo referência ao já popularizado termo *home office*), onde o hotel retira as camas de parte de seus quartos para transformá-los em escritórios individuais para serem alugados por diária.



Fonte: <http://www.freeplk.com>

SELO DE GARANTIA CONTRA COVID-19

Para garantir a segurança de hóspedes, o Ministério do Turismo lançou o selo Turismo Responsável, uma certificação disponível online que tenta assegurar quais hotéis, pousadas, bares e restaurantes estão cumprindo os requisitos de higiene e prevenção contra a Covid-19. O selo é gratuito e vinculado ao Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur).



Fonte: <http://www.turismo.gov.br/seloresponsavel/>

TURISMO GASTRONÔMICO: O MELHOR DA CULINÁRIA SEM SAIR DE CASA

Uma das coisas que as pessoas mais apreciam em uma viagem com certeza é a gastronomia. A oportunidade de provar pratos locais, receitas de grandes chefs e conhecer novos sabores. Uma solução é criar serviços que proporcionem uma imersão na gastronomia de diferentes regiões, podendo ir desde preparações de receitas com chefs de cozinha ou um happy hour virtual com um mestre-ervejeiro, até kits para preparação do prato em casa ou o prato já pronto, tudo entregue via delivery.



Fonte: <http://www.freepik.com>

TURISMO VIRTUAL: VAMOS VIAJAR SEM SAIR CASA?

É sabido que a internet conseguiu encurtar distâncias. Amigos, famílias, empregos, compras, tudo foi atingido pela possibilidade de aproximação que a internet proporciona. E se pudéssemos usar essa tecnologia para nos levar a destinos com apenas um clique - e sem sair de casa?

O turismo virtual é hoje uma realidade - e uma alternativa para quem não vê a hora de botar o pé na estrada. Tradicionalmente usado como uma ferramenta de marketing, o turismo virtual (também conhecido como turismo em realidade virtual) tem se tornado muito popular no mercado de turismo.



Fonte: <http://www.freepik.com>

O QUE É TURISMO VIRTUAL?

É um conceito essencialmente híbrido - combina noções de realidade virtual e turismo. Em essência, ele facilita a experiência turística sem de fato ter que viajar para algum lugar. Ele se apresenta em diferentes formatos e em vários graus de capacidade tecnológica.



Em uma forma mais simples, o turismo virtual pode incluir um vídeo de um destino turístico. Nesse formato, o "turista" tem a experiência usando seus sentidos auditivos e visuais.



Em uma forma mais sofisticada, o turismo virtual inclui imersões em um ambiente através do uso de um fone de ouvido ou simulador. Pode envolver o uso de vários acessórios, como luvas e até incluir outras sensações como movimento (como em um simulador de montanha-russa) e sentidos como o tato (se o usuário é pulverizado com água) e até cheiros.

Essas ferramentas podem - e devem! - ser usadas mesmo fora do atual cenário pandêmico no sentido de "ter uma provinha" antes de fechar um pacote turístico, por exemplo. O turista terá a possibilidade de experimentar virtualmente como será seu destino, conhecer o hotel que vai se hospedar ou a praia que vai visitar, antes de fechar o pacote. Isso trará uma maior segurança na hora da compra e irá diminuir as chances de frustração.

No Brasil, guias turísticos já colocaram o Turismo Virtual em prática. No site Turismo Virtual do Brasil, por exemplo, profissionais do turismo oferecem passeios guiados pela internet. Nele há um guiamento ao vivo com o profissional dando explicações sobre o que os visitantes estão vendo a medida que as imagens surgem na tela, como em um passeio convencional.

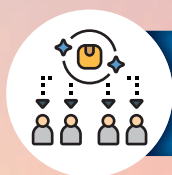
O mundo que conhecemos talvez não volte, mas a vontade de viajar e conhecer novos lugares sempre vão existir. Chegou o momento de transformar essas experiências.



Fonte: <https://turismovirtualnobrasil.com.br/#>



A reinvenção da cadeia do turismo sugere que:



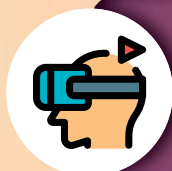
Os pequenos negócios posicionados nessa cadeia estejam aptos a compreender a concepção de uma nova forma de consumir produtos e serviços turísticos;



Haja um processo de deslocamentos de prioridades do consumidor indo em direção a propostas de valor que prometem mais saúde, segurança e conexão emocional e menos sentimento de posse e status;



Em um primeiro momento haja um maior interesse em turismo doméstico com viagens locais, regionais e nacionais com distâncias entre os destinos de 400 a 500 quilômetros. Saúde e segurança doméstica devem prevalecer nesse cenário pós-pandêmico;



Haja possibilidade de experimentações híbridas (compostas) entre uma jornada turística virtual e outra real. O turismo digital combina noções de realidade virtual com a cadeia turística e já é aplicado como ferramenta de prospecção de clientes;



As agências de turismo ajudem seus clientes a se planejarem melhor para viagens mais longas e de maior duração, que provavelmente surgirão após a imunização em massa feita por vacinas;



Que sejam obedecidos na íntegra, por todos os negócios da cadeia, os protocolos de segurança e saúde, incluindo certificações que garantam a saúde e segurança dos turistas.

“**Viajar primeiro te deixa sem palavras. Depois te transforma num contador de histórias.**”



Ibn Battuta

Referências Bibliográficas

FOLHA. **Com turismo fraco e hotéis vazios, gigante hoteleira expande serviço de moradia.** Publicado em: 24/06/2020. Acesso disponível em https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painelsa/2020/06/com-turismo-fraco-e-hotéis-vazios-gigante-hoteleira-expande-serviço-de-moradia.shtml?aff_source=56d95533a8284936a374e3a6da3d7996

G1. **Mapa do turismo brasileiro aponta 12 cidades do Amapá com potencial turístico.** Publicado em 22/07/2017. Acesso disponível em <https://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/mapa-do-turismo-brasileiro-aponta-12-cidades-do-amapa-com-potencial-turistico.ghtml>

GLOBO, O. **Guias de turismo cariocas criam site para passeios virtuais pelo Brasil.** Publicado em: 09/05/2020. Acesso disponível em: <https://oglobo.globo.com/boa-viagem/guias-de-turismo-cariocas-criam-site-para-passeios-virtuais-pelo-brasil-24418001>

GLOBO, O. **Turismo internacional voltará aos níveis pré-pandemia só em 2023, diz analista da Oxford Economics.** Publicado em 30/06/2020. Acesso disponível em <https://oglobo.globo.com/boa-viagem/turismo-internacional-voltara-aos-niveis-pre-pandemia-so-em-2023-diz-analista-da-oxford-economics-24505817>

GLOBO, O. **Turismo é luz no fim do túnel.** Publicado em 12/05/2020. Acesso disponível em <https://oglobo.globo.com/opiniao/turismo-luz-no-fim-do-tunel-24421190>

PEGN. **Selo de turismo certificará higiene e prevenção contra a Covid-19.** Publicado em 13/6/2020. Acesso disponível em <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Diversao-e-turismo/noticia/2020/06/selo-de-turismo-certificara-higiene-e-prevencao-covid-19.html>

PEGN. **Empresa de turismo leva experiência gastronômica e kit com ingredientes até a casa dos clientes.** Publicado em: 24/04/2020. Acesso disponível em <https://revistapegn.globo.com/apoie-o-negocio-local/noticia/2020/04/empresa-de-turismo-leva-experiencia-gastronomica-e-kit-com-ingredientes-ate-casa-dos-clientes.html>

SEBRAE. **Turismo movimenta R\$238,6 BI no Brasil em 2019, aumento de 2,2%.** Sebrae Inteligência Setorial. Publicado em 12/3/2020.

SEBRAE. **O que muda no comportamento do viajante pós-pandemia?** Sebrae Inteligência Setorial. Publicado em 19/06/2020.

TEACHER, Tourism. **Virtual tourism explained: What, why and where.** Publicado em: 17/04/2020. Acesso disponível em <https://tourismteacher.com/virtual-tourism/>

WIKIPÉDIA. **Turismo Comunitário.** Acesso disponível em https://pt.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunit%C3%A1rio



[FACEBOOK.COM/SEBRAEAP](https://www.facebook.com/SEBRAEAP)



[@SEBRAEAP](https://www.instagram.com/SEBRAEAP)



[@SEBRAEAP](https://www.twitter.com/SEBRAEAP)

0800 570 0800 | WWW.APSEBRAE.COM.BR
2020