

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS  
CAMPUS ARAPIRACA  
UNIDADE PENEDO  
GRADUAÇÃO EM TURISMO

**MANUELLA VÍVIA DA SILVA SANTANA**

**Alguns impactos da Covid-19 em setores da cadeia produtiva do turismo de  
Penedo-Alagoas**

PENEDO

2022

MANUELLA VÍVIA DA SILVA SANTANA

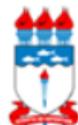
**Impactos da Covid-19 em setores da cadeia produtiva do turismo de  
Penedo-Alagoas**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Alagoas, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharelado em Turismo. Modalidade: relatório de projeto de pesquisa referente ao PIBIC ciclo 2020-2021 (formato de artigo científico).

Orientador: Prof. Dr. Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos.

PENEDO

2022



Universidade Federal de Alagoas – UFAL  
*Campus Arapiraca*  
Unidade Educacional Penedo  
Biblioteca Setorial Penedo - BSP

S232a Santana, Manuella Vivia da Silva  
Alguns impactos da Covid-19 em setores da cadeia produtiva do turismo de Penedo  
– Alagoas / Manuella Vivia da Silva Santana. – Penedo, AL, 2022.  
21 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) - Universidade  
Federal de Alagoas, *Campus Arapiraca*, Unidade Educacional Penedo, Penedo, AL,  
2022.

Disponível em: Universidade Digital (UD) – UFAL (*Campus Arapiraca*).  
Referências: f. 17-21.

1. Turismo. 2. Cadeia produtiva. 3. Covid-19 – Impactos. 4. Penedo – AL. I.  
Vasconcelos, Daniel Arthur Lisboa de. II. Título.

CDU 338.48



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS - UFAL  
CAMPUS ARAPIRACA – Unidade Educacional Penedo

**ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**MANUELLA VÍVIA DA SILVA SANTANA**

**IMPACTOS DA COVID-19 EM SETORES DA CADEIA PRODUTIVA  
DO TURISMO DE PENEDO-ALAGOAS**

*Trabalho de Conclusão de Curso, Modalidade Relatório de Projeto de Pesquisa, submetido à banca examinadora designada pelo curso de Graduação em Turismo, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo por esta Instituição Federal de Educação Superior, em 01 de dezembro de 2022.*

Para os membros da Banca Examinadora, este trabalho foi julgado aprovado, com relevante contribuição para a temática em estudo, tendo obtido nota 9,5 (nove e meio).

CONCEITO: APROVADO

Banca Examinadora:

Prof. Dr. Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos (Orientador – UFAL)

Prof. Dra. Fabiana de Oliveira Lima (Examinadora - UFAL)

Prof. Lara Brunelle Almeida Freitas (Examinadora Externa – UEMS)

## **Impactos da Covid-19 em setores da cadeia produtiva do turismo de Penedo-Alagoas**

### **Impacts of Covid-19 in sectors of the tourism production chain of Penedo-Alagoas**

Manuella Vívía da Silva Santana<sup>1</sup>

Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos<sup>2</sup>

**REUMO:** Devido à pandemia causada pela Covid-19, a economia mundial foi severamente impactada, tendo essa recessão afetado a cadeia de valor do turismo nas suas diversas escalas, desde a local, regional, nacional, até a global. Nesse contexto, investigar a situação socioeconômica envolta às cadeias produtivas do turismo, ou ao menos em parte dela, é tarefa de extrema relevância para se balizar estratégias de intervenção para a recuperação desses setores, tanto no âmbito da gestão pública, quanto da iniciativa privada e da sociedade civil organizada, o que justifica este estudo. Objetivou-se, aqui, realizar um levantamento dos impactos e construir um diagnóstico da situação socioeconômica envolta à crise gerada pela Covid -19 em setores-chave de cadeias produtivas, ao turismo, no território de Penedo-AL. A metodologia adotada desenvolveu-se com base em pesquisa qualitativa e caráter exploratório, com dados secundários coletados por meio de pesquisa bibliográfica, documental, além de dados primários obtidos a partir de entrevistas aplicadas nos meses de junho e julho do ano de 2021, a partir de questionários com perguntas objetivas e subjetivas. O público entrevistado foi escolhido dentre stakeholders integrantes de setores específicos da cadeia de valor do turismo no território estudado, os quais foram considerados acessíveis e relevantes para este estudo. Os resultados logrados indicaram alguns impactos na cadeia de valor local do turismo de Penedo, dos quais podemos destacar alguns negativos, como o fechamento de estabelecimentos do setor, diminuição e/ou interrupção nas vendas, e fechamento de postos de trabalho. Destacaram-se como impactos positivos melhorias nas relações institucionais entre esses stakeholders, busca de inovação e investimentos em serviços ofertados, uso de distintas estratégias de marketing e divulgação de produtos e serviços. A partir desse diagnóstico de impactos socioeconômicos gerados por esta crise, tanto no setor público, quanto em segmentos do setor privado, diretamente ligados à essa cadeia de valor, foi possível pensar algumas estratégias para esses setores lidarem com tais impactos, levando-se em consideração o território estudado.

**Palavras-chave:** Turismo; Cadeia Produtiva; Impactos; Covid-19; Penedo-AL.

**ABSTRACT:** Due to the pandemic caused by covid-19, the world economy has been severely impacted, and this recession has affected the tourism value chain on its various scales, from local, regional, national, to global. In this context, the socioeconomic situation involved in the productive chains of tourism, or at least in part of it, is an extremely important task to guide intervention strategies for the recovery of these sectors, both in the scope of public management, private initiative and organized civil society, which justifies this study. The objective here is to understand and analyze socioeconomic impacts of the crisis

---

<sup>1</sup> Graduanda em Bacharel de Turismo pela Universidade Federal de Alagoas – Unidade Educacional Penedo. E-mail: manuellavivia@outlook.com

<sup>2</sup> Doutor e Mestre pela Universidade Federal de Alagoas. Bacharel em Geografia e Educação Física. E-mail: daniel.vasconcelos@penedo.ufal.br

generated by Covid-19 in key sectors of production chains, tourism, in the territory of Penedo-AL. The methodology adopted was developed based on qualitative research and exploratory character, with secondary data collected through bibliographic, documentary research, in addition to primary data obtained from interviews applied in June and July of 2021, from a semi-structured script. The interviewed public was chosen from stakeholders who were members of specific sectors of the tourism value chain in the territory studied, which were considered accessible and relevant for this study. The results indicated some impacts on the local tourism value chain of Penedo, of which we can highlight some negatives, such as the closure of establishments in the sector, decrease and / or interruption in sales, and closing of jobs. Positive impacts were improvements in institutional relations between these stakeholders, search for innovation and investments in services offered, use of different marketing strategies and dissemination of products and services. From this diagnosis of socioeconomic impacts generated by this crisis, both in the public sector and in segments of the private sector directly linked to this value chain, it was possible to think about some strategies for these sectors to deal with such impacts, taking into account the territory studied.

**Keywords:** Tourism; Production Chain; Impacts; Covid-19; Penedo-AL.

## 1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade territorializada, que em sua esfera econômica que possui demanda elástica, apresentando uma alta tendência de regressão em tempos instáveis economicamente (BENI, 2004, LAGE; MILONE, 2001, VASCONCELLOS; CARVALHO, 2006). Eventos não programados, como crises, desastres naturais e muitos outros, interferem direta e indiretamente na economia desse setor, conseqüentemente, no seu território apresentando uma alta tendência a regressão em tempos de crise (SANTOS; KADOTA, 2010 apud CLEMENTE; ANDRADE; STOPPA; SANTOS, 2020) como está ocasionada pela pandemia de Covid-19, que deixou o turismo praticamente inativo em diversos lugares do planeta.

A pandemia causada pela Covid-19, iniciada no final de 2019, afetou drasticamente a economia global, e a sociedade capitalista enfrenta uma de suas maiores recessões de sua história. Os efeitos dessa recessão se fazem sentir em todos os setores econômicos, mais especificamente em setores ligados à cadeia de valor do turismo, que está vinculado a atividades caracterizadas por vulnerabilidade econômica (MEDAGLIA; SILVEIRA, 2020; SANTOS et al., 2021).

Esta proposta de pesquisa justifica-se pela necessidade de se compreender e analisar impactos socioeconômicos do contexto de crise em atividades vinculadas à cadeia de valor do turismo de um território local específico. Nesse contexto, evidencia-se que compreender e analisar a situação de cadeias produtivas do turismo, ou ao menos parte dela, é tarefa de extrema relevância para se balizar estratégias de intervenção para a recuperação desses setores, tanto no âmbito da gestão pública, quanto no da iniciativa privada e da sociedade civil organizada.

Penedo, nosso território de estudo, é uma cidade histórica tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1995 situada ao sul de Alagoas, as margens do Rio São Francisco. Compendo a região Lagoas, Mares e Rios do Sul, está entre os 46 municípios classificados na edição 2022 do Mapa do Turismo Brasileiro o que significa o reconhecimento de sua vocação turística e viabiliza envio de recursos federais para fomento e potencialização dos produtos turísticos. Penedo está entre os onze municípios alagoanos que recebeu, em 2021, o selo Safe Travels da WTTC (World Travel; Tourism Council), entidade de turismo internacional que reconhece destinos ao redor do mundo que tenham implementado protocolos sanitários em padrão mundial, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (ALAGOAS, 2022).

O objetivo geral desta pesquisa foi compreender e analisar impactos socioeconômicos da crise gerada pela Covid-19 em setores-chave da cadeia produtiva ligada ao turismo, no território de Penedo-AL. Especificamente, objetivou-se: 1) identificar agentes centrais (institucionais, políticos, econômicos, sociais...), ou *stakeholders*, das cadeias produtivas do território de Penedo-AL; 2) elencar as principais características e atividades-chave desses agentes na referida cadeia de valor; 3) apontar os principais pontos positivos e negativos que a crise decorrente da Covid-19 tem gerado na referida cadeia de valor do território estudado; e 4) destacar e analisar aspectos mais relevantes, com os pontos fortes, oportunidades, pontos fracos e ameaças na cadeias de valor, no território estudado.

Metodologicamente, desenvolveu-se pesquisa de abordagem qualitativa, de caráter exploratório, com dados secundários coletados por meio de pesquisa bibliográfica, documental, além de dados primários obtidos a partir de entrevistas aplicadas nos meses de junho e julho do ano de 2021, a partir de questionários com perguntas objetivas e subjetivas. O público entrevistado foi escolhido dentre *stakeholders* integrantes de setores específicos da cadeia de valor do turismo do território analisado, os quais foram considerados relevantes, e com possibilidade de acesso para coletar dados para este estudo.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 Turismo e Território**

Os conceitos de espaço e território nem sempre são sinônimos ou idênticos (SAQUET; SPOSITO, 2009). O espaço geográfico representa todas as relações entre o homem em sociedade e a natureza (SANTOS, 1988; LEFEBVRE, 1992; HARVEY, 2009). Em sua convivência social, os humanos ocupam o espaço de forma concreta ou abstrata, territorializam-no e, assim, fazem o espaço mudar (HAESBAERT, 2012, 2015; UEDA, 2004); já o território é um conceito criado pelo homem para organizar o espaço de acordo seus próprios objetivos, permeados pelas relações de poder (RAFFESTIN, 1993; GOTTMANN,

2012). Um território pode se sobrepor a outros territórios, uma mesma área pode se tornar um território diferente, e as relações sociais que ocorrem nesse território podem mudar, dependendo de quem exerce o poder sobre ele (RAFFESTIN, 1993; SOUZA, 1995).

Fazendo uma síntese de alguns conceitos de território e agrupando esses conceitos em três aspectos básicos, temos: o político ou jurídico-político, exercendo algum tipo de poder, geralmente relacionado ao poder público do Estado; cultura ou símbolos culturais, priorizando símbolos sexuais e dimensões mais subjetivas, onde o território é visto primeiramente como produto da apropriação/valorização simbólica de um grupo em relação ao seu espaço de vida; economia, que enfatiza a dimensão espacial das relações econômicas, onde o território é uma fonte de recursos onde as classes sociais se encontram em relações laborais, é o produto da divisão territorial do trabalho (HAESBAERT, 2004, 2012, 2015).

Quando a atividade turística se materializa sobre o espaço-território, a cadeia de valor do destino mobiliza os elementos territoriais de interesse para o turismo (VASCONCELOS, 2017; VASCONCELOS et al., 2019). O turismo, na sua configuração espacial, adiciona novas funcionalidades à estrutura territorial que está inserido, o qual compreende elementos, físicos, culturais, naturais, dentre outros, que fazem parte da configuração do espaço; como resultado disso, temos a territorialização da atividade turística (CRUZ, 2000; CRUZ, 2001; VASCONCELOS, 2017).

A partir do momento em que a atividade turística se desenvolve em um dado território, passa a promover a sua (re)funcionalização e a consequente inserção de um novo sistema de objetos que condizem com a nova funcionalidade (CRUZ, 2000; CRUZ, 2001; LEITE, 2008). O território passa a ser turistificado no momento em que as suas dinâmicas desse território passam a ser influenciadas pelo crescimento da atividade econômica e da prática social, podendo assim ser denominado um território turistificado.

Em síntese, a turistificação do espaço é movida pela estrutura socioeconômica capitalista, no qual culturas e paisagens são modificadas comercializadas pelos moradores e trabalhadores locais, para que grandes empresas e empresários possam fazer deles, um produto que os turistas (consumidores em potencial) possam consumir (VASCONCELOS, 2017, VASCONCELOS; ARAUJO; RAMOS, 2019). Uma consequência desse processo, é a movimentação de cadeias produtivas, ou cadeias de valor das economias de onde essa atividade se insere. Nesse sentido, a cadeia de valor turística é um agrupamento de bens e serviços fundamentais para a experiência de consumo turístico (ONU-HABITAT, 2021).

## 2.2 Cadeia de Valor e *Stakeholders* no Turismo

Segundo Porter (1999) a cadeia de valor é um conceito que representa as atividades

executadas a fim de se projetar, produzir, comercializar, entregar e sustentar um produto. Para Lacay e Fayet (2010) ela é um conjunto de atividades econômicas de produção, transformação, comercialização e consumo em um lugar ou região específico. A cadeia global de valor (CGV) envolve uma série de atividades projetadas para levar um produto ou serviço do conceito ao uso pelo consumidor final. Os serviços prestados na CGV permitem a criação de cadeias de valor em bens e serviços diversos (COELHO et al., 2015) inclusive no turismo. É como um sistema que descreve como as empresas do setor em parceria com o governo e a sociedade civil recebem ou acessam recursos como insumos, agregam valor por meio de diversos processos (planejamento, desenvolvimento, financeiro, marketing, distribuição, preços, posicionamento, dentre outros) até que o produto resultante seja vendido ao visitante (BENI, 2004).

A Organização Mundial de Turismo (OMT) considera a cadeia de valor do turismo como um sistema integrado, em que empresas do setor privado, o governo e a sociedade, recebem ou acessam os recursos turísticos (UNWTO, 2018). Dessa forma, o sistema turístico possui uma cadeia de atividades econômicas, que pode ser entendida como um conjunto de fornecedores e produtores finais, que lucram com os gastos dos turistas (HALL, 2001; BENI, 2004; SANTOS, 2017). No turismo a cadeia de valor é a sequência de atividades primárias e de apoio, que são estrategicamente fundamentais para o desenvolvimento dos serviços do setor. Para movimentar a cadeia de valor, é necessário toda uma indústria de suporte, infraestrutura, atrativos turísticos, o que envolve diversos *stakeholders* (ou partes interessadas) que atuam e alimentam a cadeia principal, o quais permitem ao turista chegar ao destino e obter as facilidades que lhe são proporcionadas.

Deste modo, a cadeia de valor no turismo presume a existência de um produto ou de um atrativo turístico que, em um determinado território, atua como elemento indutor para gerar uma dinâmica integradora entre diferentes atividades que compõem o setor. Ou seja, o produto ou atrativo, funciona como gerador de uma rede de serviços apoiados no desenvolvimento de uma infraestrutura local e regional, cuja dinâmica pode aumentar a produção, inovação, informação e consumo, geridos de maneira adequada, permitem ao turismo atuar fortemente na economia (LACAY; FAYET, 2010).

Para se conhecer a cadeia de valor do Turismo é necessário identificar não apenas o funcionamento de cada atividade envolvida na dinâmica de atuação desses setores, mas também constatar como cada um dos atores envolvidos percebe-se, e como eles se relacionam com seus pares e efeitos das políticas públicas no desenvolvimento das atividades (LACAY; FAYET, 2010). Também é necessário conhecer as estratégias de atuação para alcançar o turista e atender à comunidade a qual a atividade está sendo desenvolvida.

O turismo possui duas características que desempenham uma particular relação com o

território, a primeira é a de fixidez, ou seja, a necessidade de consumo *in loco*, fazendo com que o consumidor precise se deslocar, a segunda é o consumo e produção realizados de forma simultânea (BENI, 2004; CRUZ, 2000; CRUZ, 2001; LEITE, 2008). Ou seja, diferentemente dos bens de consumo que chegam até o consumidor (turista), é esse que tem que se deslocar até o produto (destino turístico) que também é o local da produção do turismo (LEITE, 2008). Há de se considerar que o deslocamento do turista até o destino gera mudanças nas infraestruturas locais, assim como na cadeia de valor e nos *stakeholders* que participam/movimentam a economia do destino.

Os *stakeholders* são agentes sociais que conduzem à delimitação dos contornos de um grupo, sem que tenham de se excluir de qualquer outro grupo, permitindo que um indivíduo possa ser, ao mesmo tempo, cidadão, acionista, cliente e empregado, inserindo-o assim, numa sociedade em rede (PAIVA; MANFREDINI, 2010). Assim, são designados os vários grupos de interesses, com os quais as empresas ou organizações consolidam suas relações. Em uma empresa, exemplos de partes interessadas seriam: os clientes, acionistas, funcionários, proprietários, fornecedores, mídias especializadas, e a sociedade. Eles são pessoas e/ou organizações que têm interesse na empresa, participando direta ou indiretamente do sucesso da empresa. Quando tratamos do turismo podemos identificar como *stakeholders*: os empreendimentos turísticos, a gestão pública, a população local, os turistas as organizações não governamentais, dentre outros que compõem a vasta cadeia produtiva desse setor.

### 2.3 Turismo, crise(s) e a Covid-19

A sociedade contemporânea passa por rápidas e constantes transformações, e as crises fazem parte dessa dinâmica (MORIN; VIVERET, 2013). O conceito de crise nem sempre é explícito, pois seu entendimento é, muitas vezes ambíguo, pois eventos negativos não necessariamente implicam em crise (FORNI, 2013 apud GRÔPPO, 2015). A crise é um processo de mudança, no qual é encontrado várias dificuldades no caminho para reprodução dessa mudança, é também a manifestação de impasses radicais que colocam em risco sua produção ou existência (VIANA, 2008). Isto é, qualquer problema que desencadeia reações negativas de partes interessadas envolvidas em uma empresa/organização/setor.

Na maior parte dos casos, as crises são classificadas de acordo com o período de ocorrência e com o grau de envolvimento humano nelas (MAT SOM et al., 2014). Exemplos de crises com envolvimento humano são as econômicas, as guerras, as doenças transmissíveis, etc. As crises também podem ser classificadas e analisadas de acordo com seu período de ocorrência e a capacidade de medir seus efeitos. Segundo Sönmez (1998) e Glaesser (2008), existem três tipos de crises: as potenciais, as latentes e as agudas. As crises potenciais são

ameaças que podem ocorrer no futuro; precisam ser identificadas antes mesmo que aconteçam para que estejam preparados, caso um dia se torne realidade. A crise latente é quando não se pode calcular a influência negativa de uma situação crítica, mesmo ela sendo realidade. Já na crise aguda, seu efeito destrutivo pode ser visivelmente calculado e medido.

As crises fazem parte das fases do sistema capitalista, sendo a famosa crise de 1929 como uma das mais lembradas, pois abalou severamente a estrutura do sistema, e fez emergir a preocupação com medidas preventivas, a fim de se minorar outras. O crescimento do capitalismo global provocou alterações na parte central do próprio sistema, logo depois do fim do socialismo, quando alguns pensaram que haveria mudanças na perspectiva de futuro histórico e social. Nas últimas décadas, houve aumento no número de desastres e de crises. No final do século XX, uma sequência de problemas desestabilizou a economia de países por todo o mundo, como as crises asiáticas, em 1997, e a crise da nova economia, em 2001 (TRIGO; MAZARO, 2012).

No turismo, as crises ocorrem com eventos que desestruturam o setor de forma abrupta; embora tenham intervalos imprevisíveis, esses eventos podem afetar os destinos turísticos, os mercados emissores ou, em casos de eventos transnacionais, destinos e mercados emissores conjuntamente (SÖNMEZ, 1998). Faulkner (2001 apud FERNANDES, 2017) enfatiza a fragilidade dos destinos turísticos frente a crises e desastres. Os impactos de crises e desastres nos destinos turísticos e nos mercados turísticos podem atingir grandes proporções por causa do exagero dos meios de comunicação social, podendo destruir ou marcar a imagem do destino por tempo indeterminado (FERNANDES, 2017).

Aqui apresentamos alguns exemplos de crises mundiais que afetaram o setor turístico em décadas mais recentes. A crise da *Bovine Spongiform Encephalopathy* (BSE) ou “doença das vacas loucas”, em 1990, causou ao Reino Unido um prejuízo de 4,4 milhões de libras e 165 mortos com a variante humana da doença de Creutzfeld-Jakob. De acordo com a OMT (2009), com a pandemia da Gripe A (H1N1), no ano de 2009, as receitas do mercado de turismo foram as que mais sofreram, com queda de cerca de 10% nos primeiros seis meses dessa pandemia (SIMÕES, 2013). No contexto do turismo, as consequências por associação de uma doença a um local, mesmo em relação a surtos, podem ter efeitos substanciais na imagem de um destino, como por exemplo, o vírus Ebola (DVE), que embora tenha sido um surto limitado a alguns locais africanos de Nzara, Sudão, Yambuku e República Democrática do Congo, afetou drasticamente o turismo para as demais áreas do continente, simplesmente por fazerem parte do continente “africano” e associados ao aumento de risco (NOVELLI et al., 2018; MAPHANGA; HENAMA, 2019; WTTC, 2018 apud HALL et al., 2020). Para esse trabalho, focaremos na crise causada pela Covid, ou *Coronavirus Disseasse*.

O surto inicial Covid ocorreu em dezembro de 2019, na cidade chinesa de Wuhan,

logo em seguida, se disseminando a outros países orientais, até que em 11 de março de 2020, a OMS declarou que a doença se tornou pandemia, por conta de um vírus que, em sua rápida disseminação, gerou sobrecarga nos sistemas de saúde em diversas partes do planeta (OMS, 2020; FERNANDES, 2020, SANTOS et al., 2021; VASCONCELOS; DOURADO, 2021). A pandemia de Covid-19 ocasionou uma grande crise sanitária global, gerando graves consequências socioeconômicas em todo o mundo.

Os impactos dessa pandemia para o setor turístico foram desastrosos, e de difícil reversão. Sendo a atividade turística considerada não essencial ao consumidor (SANTOS; KADOTA, 2010 apud CLEMENTE et al., 2020) que apresenta uma alta tendência à regressão em tempos economicamente instáveis, o recente cenário pandêmico gerou sérias consequências ao setor com drástica redução de voos, atrativos turísticos sem visitantes, hotéis com baixa taxa de ocupação ou fechados, praias com proibições de acesso à faixa de areia (DINARTO; WANTO; SEBASTIAN, 2020, CRUZ, 2020; VASCONCELOS; DOURADO, 2021) sendo esses apenas alguns dos inúmeros impactos gerados pela pandemia da Covid-19.

As atividades ligadas ao lazer também foram bastante afetadas, devido os decretos que implicam no fechamento de museus, parques, comércios, shoppings, bares, cinemas, restaurantes, cancelamento de eventos e muitos outros (DA SILVA, 2020). Um dos grandes determinantes no crescimento do consumo das atividades de lazer e turismo é a cultura, na maioria dos casos, ela é um trunfo importante para o desenvolvimento do turismo (RICHARDS, 2001 apud MARUJO, 2014).

A OMT divulgou alguns números dos resultados dessa crise, como: quedas no percentual de chegadas internacionais de 74%, com os destinos em todo o mundo recebendo 1 bilhão de chegadas internacionais a menos em 2020 do que no ano anterior (compara-se com a queda de 4% registrada durante a crise econômica global de 2009); perda estimada de US \$ 1,3 trilhão em receitas de exportação no mundo (mais de 11 vezes a perda registrada durante a crise econômica global de 2009); risco de perda de 100 a 120 milhões de empregos diretos no turismo em todo mundo, muitos deles em pequenas e médias empresas (OMT/UNWTO, 2021).

De acordo com dados da OMT (2022), o desempenho da indústria global do turismo no ano de 2021 aumentou em 4%, em comparação com o ano anterior, porém os números de chegadas internacionais estiveram 72% abaixo do ano de 2019, antes da pandemia do Covid-19. Atualmente, a vacinação e a flexibilização das restrições de viagens paulatinamente vêm liberando a demanda reprimida, e o setor experimenta sua retomada pós-pandemia.

### 3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho é resultado do material produzido para o plano de trabalho e para os relatórios de pesquisa da discente-autora, na ocasião em que ela participou, como voluntária, do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica da Universidade Federal de Alagoas, ciclo 2020/2021 – PIBIC/UFAL 2020-2021. O projeto de pesquisa, proposto pelo discente-orientador Daniel Arthur Lisboa de Vasconcelos foi intitulado: Compreendendo e analisando impactos da crise gerada pela Covid-19 na cadeia de valor do turismo no território de Penedo (Alagoas).

A pesquisa aplicada é qualitativa, exploratória e descritiva, cumprindo as seguintes etapas: pesquisa bibliográfica e documental, construção dos instrumentos de pesquisa (questionários), aplicação das entrevistas e análise dos dados coletados.

A primeira etapa da pesquisa foi estruturada com uma fundamentação teórica a partir da qual se buscou compreensão e apropriação de conceitos como espaço, território, cadeia de valor, *stakeholders*, crise, etc., além de ilustrar o contexto da crise motivada pela Covid-19. Com a base conceitual do referencial teórico construído após pesquisa bibliográfica e documental, procedemos com a identificação dos principais *stakeholders* da cadeia de valor do turismo do território estudado, o qual abarca o território turístico influenciado pelo município de Penedo, no Estado de Alagoas. Posteriormente, foram elaborados questionários com perguntas abertas e fechadas, considerando-se as especificidades de cada segmento representado, conforme consta no Quadro 1.

Quadro 1 - Caracterização da amostra pesquisada.

<b>Segmento</b>	<b>Cargo correspondente do entrevistado</b>	<b>Quantidade de questionários aplicados</b>
<b>Ministério do Turismo</b>	<b>Servidor público federal</b>	<b>um</b>
<b>Gestão Pública Estadual de Turismo</b>	<b>Assessora</b>	<b>um</b>
<b>Gestão Pública Local de Turismo</b>	<b>Secretário de desenvolvimento econômico e turismo de Penedo</b>	<b>um</b>
<b>Meio de hospedagem</b>	<b>Gerente</b>	<b>um</b>
<b>Restaurante</b>	<b>Proprietário e Gerente</b>	<b>um</b>
<b>Artesanato</b>	<b>Presidente da Associação dos artesões de Penedo</b>	<b>um</b>

<b>Agência de Turismo Receptivo</b>	<b>Gerente Proprietário</b>	<b>um</b>
<b>Guiamento de Turistas</b>	<b>Informantes de turismo (2); Guia de turismo (1).</b>	<b>três</b>

**Fonte: elaboração própria, 2021.**

A escolha dos entrevistados foi baseada em uma metodologia de amostragem não probabilística, do tipo intencional, definida de acordo com a estrutura e as especificidades da cadeia de valor do turismo no território estudado. As dez entrevistas foram realizadas, e gravadas, entre os dias 01 de junho e 26 de julho de 2021, por meio do aplicativo Google Meet, com o consentimento dos entrevistados, os quais representam setores-chave da cadeia de valor do turismo de Penedo. As perguntas focaram-se em temas que serão sinteticamente explicados no parágrafo que segue.

Para os representantes da gestão pública, questionou-se sobre: impactos negativos causados pela Covid-19; medidas adotadas para solucionar e minimizar esses impactos; medidas a serem tomadas no médio prazo; meses que apresentaram maior e menor movimento/fluxo de visitantes na localidade (antes e durante a pandemia); eventos que tinham maior demanda de visitantes durante o ano; a forma como eles comercializam e divulgam o destino; e políticas públicas de turismo no destino. Para os representantes de outros segmentos: rotinas de trabalho (horários e dias em que de trabalho / meses em que se apresentava maior e menor fluxo de clientes); eventos que incrementam o número de visitantes no território; a proveniência de seus clientes; os meios utilizados para divulgar e comercializar seus serviços e produtos (redes sociais, sites, feiras, etc.); as dificuldades que eles enfrentaram durante o período pandêmico; expansão/retração dos negócios; carências de serviços públicos e privados no território estudado, etc.

A partir dos dados coletados, apresentamos uma caracterização geral de algumas atividades dos setores pesquisados na referida cadeia de valor, de acordo com as especificidades do território estudado, durante esse período de crise ocasionado pela Pandemia de Covid-19. Esses dados foram organizados com base em uma síntese SWOT, também conhecida como Análise FOFA. Tal metodologia corresponde a uma ferramenta de gestão que serve para estudos e intervenções com base no planejamento estratégico, visto que possibilita a identificação de pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças de um sistema de gestão, ou organizacional (HELMS, 2010; FAGUNDES, 2010).

Com base nessa classificação, destacamos pontos fortes e oportunidades gerais, assim como os pontos fracos e as ameaças identificados, considerando-se os efeitos da crise

ocasionada pela Covid-19 no território estudado.

#### **4. RESULTADOS E DISCURSÕES**

No território turístico alagoano, desde que o destino Alagoas surge no mercado, a turistificação continua sendo condicionada por territorializações que reforçam o turismo receptivo de sol e praia como tipologia predominante nesse destino (VASCONCELOS, 2017; VASCONCELOS; ARAÚJO; RAMOS, 2019) mesmo com os efeitos da Covid-19. Apesar do território de Penedo não ser um destino de sol e praia, ainda não contar com infraestrutura turística significativa, e não possuir um fluxo de visitantes que a caracterize como destino turístico consolidado, nos últimos anos tem se observado que nessa localidade existe uma tendência de crescimento na oferta de meios de hospedagem e outros serviços turísticos, ligados aos atrativos locais e seu patrimônio histórico-arquitetônico, agregado ao Rio São Francisco, que margeia esse município (ONU-HABITAT, 2021).

Os resultados dessa pesquisa são provenientes de dados coletados diante do cenário de estagnação das atividades turísticas que a Covid-19 ocasionou, e espelham parte desse cenário, a partir do território de Penedo. Com as entrevistas realizadas, buscou-se identificar impactos negativos e positivos gerados pela crise da Covid -19, a partir de informações dos *stakeholders* entrevistados. A seguir, apresentamos, em síntese, as informações mais relevantes obtidas a partir dos questionários aplicados.

Os principais impactos negativos apontados pelo representante do Mtur, assim como o da gestão pública estadual do turismo foram: drástica redução do fluxo turístico; impactos econômicos negativos e dificuldades no planejamento do turismo. A gestão pública municipal, através do seu Secretário, destacou dificuldades que o turismo local enfrentou, como: baixíssimo fluxo de turistas fechamento de estabelecimentos como bares, meios de hospedagem, dentre outros, o que causou desemprego e necessidade de intervenções políticas, como a diminuição de taxas cobradas para empreendimentos que se mantivessem funcionando. Vale ressaltar que, no momento da consulta, os entrevistados apontaram que dificilmente esse quadro se reverteria rapidamente, pois levaria um certo tempo para as empresas se reerguerem e continuarem no mesmo ritmo do pré-pandemia,

Nos setores privados pesquisados destacou-se: retração dos negócios; fechamento de estabelecimentos como bares, meios de hospedagem, dentre outros, o que causou desemprego; redução de dias e horas trabalhadas; redução de quadros de funcionários; ausência de clientela para receptivos, guias e informantes turísticos.

Em diversos segmentos como alimentação fora do lar, receptivo e guiamento turísticos e o artesanal, também houve drástica redução nos seus horários de funcionamento, uma vez

que todos tiveram que se adaptar aos horários estabelecidos pelos decretos estaduais. O setor de receptivo turístico acabou tendo um impacto mais severo, uma vez que para este setor os finais de semana são os mais procurados por turistas e excursionistas e, conseqüentemente, de maior fluxo para as empresas, por conta dos decretos e as normas de contenção populacional.

Os entrevistados da iniciativa privada também destacaram outros problemas que a crise gerou em seus estabelecimentos e negócios. Proprietários de restaurantes, hotéis e receptivos turísticos relatam que tiveram que se adaptar e diminuir o quadro de funcionários de suas empresas já que a demanda estava praticamente zerada e o fluxo financeiro bem afetado. Por exemplo, na entrevista realizada com o representante do setor de alimentação fora do lar, de Penedo, relatou-se a crise em que seu negócio sofreu e a conseqüente demissão de cerca de vinte por cento de seus funcionários, com expectativa de mais demissões. Segue relato ilustrativo de um dos entrevistados, proprietário do estabelecimento do ramo de alimentação fora do lar, da cidade de Penedo/AL: “[...] eu não consigo manter todos em seus empregos, hoje já não temos mais o fluxo de antes, dependemos dos dias que são liberados pelos decretos estaduais para abrir. E quando abre as pessoas estão com medo de viajar, o que nos deixa com mais incertezas do que acontecerá depois”.

Durante a pandemia, o setor de alimentação dependeu muito dos clientes locais, ainda assim reduzindo seus atendimentos a alguns dias da semana, obedecendo sempre os decretos estabelecido pelo governo estadual. Guias e informantes turísticos relataram que não tiveram como se manter apenas nessa atividade e agências de receptivo turístico precisaram fazer parcerias, além de criar novas estratégias e produtos alternativos para atrair um mínimo de clientes e manterem seus negócios. Com relação aos poucos visitantes que ainda vinham, as principais origens são de municípios e estados circunvizinhos como: Sergipe, Bahia e Pernambuco.

Alguns setores, como os de guiamento e de receptivo apontaram, como impactos positivos, a oportunidade de inovar em serviços e negócios. Também se destacou o uso de meios remotos para divulgação e comercialização de produtos e serviços, como redes sociais (Instagram, etc.) e plataformas especializadas em vendas turísticas, como Booking.com e Trivago. Esses setores também visam a expandir seus portfólios, uma vez que a pandemia os motivou a diversificar seus produtos, para que pudessem se manter no mercado. Os representantes da gestão pública também mencionaram que, mesmo no pós-pandemia, pretendem diversificar sua forma de atuação, levando-se em conta novas formas de trabalho adotadas na Pandemia, como: home-office, reuniões remotas, feiras digitais, etc.

O Quadro 2 sintetiza, de forma geral, alguns tópicos que foram destacados a partir das respostas dos entrevistados, com relação aos impactos positivos e negativos ocasionados pela crise da Covid-19, no território pesquisado.

**Quadro 2- Principais impactos negativos e positivos da pandemia no território em estudo.**

<b>Impactos negativos</b>	<b>Impactos positivos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retração na economia do setor;</li> <li>• Interrupção ou redução dos negócios;</li> <li>• Fechamento de empreendimentos de consumo turístico;</li> <li>• Meios de hospedagem com baixa ocupação;</li> <li>• Redução de horas de trabalho.</li> <li>• Desemprego.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidade de inovar em serviços e negócios;</li> <li>• Fomento de novos meios de divulgação e comercialização de produtos e serviços oferecidos.</li> </ul>

Fonte: elaboração própria, 2021.

No que se refere aos pontos fortes destacados, em geral, os entrevistados apontaram o investimento em novas tecnologias, principalmente com um uso mais intenso da diversidade de recursos da Internet. A gestão pública e os setores de alimentação fora do lar, hospedagem, e receptivo destacaram o uso das mídias sociais e a expansão do marketing para melhorar ou ampliar seus serviços, assim como a busca de maior alcance na divulgação dos negócios. Todos os representantes da gestão pública destacaram que o momento da Pandemia vem oportunizando a busca de implementação dos projetos estruturais e de inovações no planejamento da atividade turística. Os setores de artesanato, receptivo e guiamento mencionaram mobilização para a melhoria de produtos e portfólios.

Todos os setores pesquisados apresentaram como pontos fracos e ameaças: a queda brusca e acentuada na movimentação do setor de viagens; o receio das pessoas de viajar; os impactos negativos na economia, como o desemprego e o empobrecimento de grande parte da população. O quadro 3 sintetiza os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades elencados a partir das entrevistas realizadas.

**Quadro 3 - pontos fortes, oportunidades, pontos fracos e ameaças e elencados a partir das entrevistas realizadas.**

<p style="text-align: center;"><b>Pontos Fortes</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Maior e melhor utilização de tecnologias disponíveis na internet;</b></li> <li>• <b>Expansão do marketing;</b></li> <li>• <b>Melhoria em produtos e atrativos turísticos;</b></li> <li>• <b>Maior alcance na divulgação dos negócios.</b></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Investimento no uso de novas tecnologias;</b></li> <li>• <b>Criação de produtos inovadores;</b></li> <li>• <b>Planejamento e implementação de inovações nas atividades ligadas ao turismo.</b></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Pontos Fracos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Diminuição brusca do movimento das viagens;</b></li> <li>• <b>Desemprego geral e no setor turístico;</b></li> <li>• <b>Impactos negativos na economia geral e nos setores pesquisados.</b></li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Ameaças</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Desemprego;</b></li> <li>• <b>Empobrecimento da população;</b></li> <li>• <b>Pessoas com receio de viajar;</b></li> <li>• <b>Proliferação da Covid-19.</b></li> </ul>

Fonte: elaboração própria, 2021.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta pesquisa buscou compreender e analisar os impactos socioeconômicos da crise gerada pela Covid-19 em setores-chave da cadeia de valor do turismo no território turístico que influencia a localidade de Penedo-AL. Para tanto, foram entrevistados representantes dos segmentos a saber: hospedagem, alimentação fora do lar, guiamento, gestão pública, artesanato, agenciamento e gestão pública do turismo. Os temas abordados nas entrevistas foram sobre os impactos da crise (com perguntas comparativas sobre o momento da crise da Covid-19, e expectativas para o pós-pandemia, em relação às rotinas de trabalho e situação

funcional de cada setor específico pesquisado.

Embora ainda esteja cedo para caracterizar o alcance absoluto das transformações determinadas pelo Covid-19, observa-se resultados que indicaram impactos negativos como o fechamento de restaurantes, diminuição e/ou interrupção nas vendas, hotéis com baixa capacidade ou fechados, baixas na economia local, além do desemprego. Os impactos positivos destacados por parte da maioria dos entrevistados foram as oportunidades para inovação nos serviços ofertados e os investimentos em novos meios de divulgação.

Também identificou-se alguns pontos fortes como o destaque no consumo de internet, expansão das ideias de marketing, as vantagens ligadas aos atrativos do território e o maior alcance na divulgação dos negócios; os pontos fracos identificados foram: diminuição das viagens para prevenir as aglomerações, desemprego no setor turístico, impactos negativos na economia dos negócios.

As oportunidades de crescimento estão no investimento em novas tecnologias, criação de pacotes inovadores, e na implementação de projetos estruturais com segurança. Por fim, as ameaças identificadas foram, o desemprego, o empobrecimento da população, o receio de viajar e a proliferação do coronavírus.

Esse estudo ilustrou que, com a queda significativa de movimentação turística, setores como hospedagem, receptivo turístico, alimentação fora do lar, artesanato e outros, em geral são drasticamente afetados. Enfim, levando-se em consideração que, tanto em nível global, quanto local, o turismo foi um dos setores mais afetados pela pandemia de Covid-19, ainda ficam questões gerais de como será, daqui em diante, a situação de segmentos de sua cadeia produtiva, como aqueles aqui analisados que dependem do turismo, que poderão ser melhor esclarecidas com o avanço e a publicação de mais pesquisas similares a esta.

## REFERÊNCIAS

- Alagoas. Secretaria do Estado e Desenvolvimento Economico. Seis municípios alagoanos são inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro.** 2022. Disponível em <http://www.sedetur.al.gov.br/noticia/item/3164-seis-municipios-alagoanos-sao-inseridos-no-mapa-do-turismo-brasileiro>> Acesso em: 14mai. 2021
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo.** 10. Ed. São Paulo: SENAC. 2004.
- BENI, M. C. Turismo e Covid-19: algumas reflexões. Revista Rosa dos Ventos Turismo & Hospitalidade, v. 12, n. 3, edição especial Covid-19, 2020.
- CLEMENTE, A. C. F., ANDRADE, L. G., STOPPA, E. A., DE OLIVEIRA SANTOS, G. E. **Políticas públicas frente aos impactos econômicos da Covid-19 no Turismo.** Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território, v. 8, n. 14, p. 73-85. 2020.
- COELHO, D. B.; VAN OORSCHOT, G. A.; DE OLIVEIRA, J. H. G.; MATSUMOTO, A. **H. Cadeia Global de Valor Setor Turismo.** 2015.

- CRUZ, R. de C. A. **Impactos da pandemia no setor de turismo**. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/artigos/impactos-da-pandemia-no-setor-de-turismo>>. Acesso em: 10 de jul. 2021.
- CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca. 2001.
- CRUZ, R. C. A. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto. 2000.
- DA SILVA, M. L., NETO, J. D. C. S., ALMEIDA, H. F. T., MARTINS, L. M., MOURA, M. M., FELÍCIO, N. P., DA CONCEIÇÃO, M. S. **Olhares acerca do lazer no contexto pandêmico da Covid-19 em 2020**. In: Educação Física e Suas Interfaces: lazer, aventura e meio ambiente.
- DINARTO, Dedi; WANTO, Aadri; SEBASTIAN, Leonard Covid-19: impact on bintan's tourism sector. **Rsis Commentary**. N. 033. Acesso 02 mar. 2020. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10356/137356>.
- FAGUNDES, R. A. **“Matriz Swot” do Brasil**. 2010. Disponível em: [www.administradores.com.br](http://www.administradores.com.br). Acesso em 02 de junho de 2016.
- FERGUSON, N. M. et al. **Strategies for mitigating an influenza pandemic**. Nature, 442(7101), p. 448-452. 2006.
- FERNANDES, F. **Desastres naturais, destinos turísticos e estratégias de recuperação: o caso do 20 de fevereiro de 2010 na ilha da Madeira**. Revista Turismo & Desenvolvimento. Nº 27/28, p. 1689-1697. 2017.
- FERNANDES, Nuno. **Economic effects of coronavirus outbreak (Covid-19) on the world economy**. Version 1.0. March 22, 2020. Acesso em: 17 abr. 2020. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=3557504>.
- GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. (organizadores). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1995.
- GOTTMANN, J. **A evolução do conceito de território**. Boletim Campineiro de Geografia, v. 2, n. 3, p. 523-545. 2012.
- GRÔPPO, L. B. et al. **Crises de imagem na mídia proposta de guia de Prevenção e análise para agentes políticos**. Dissertação (Mestrado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia. DOI <https://doi.org/10.14393/ufu.di.2015.278>. 2015.
- HAESBAERT, R. **Múltiplos territórios à multiterritorialidade**. Porto Alegre, Setembro de 2004.
- HAESBAERT, R. **Território e multiterritorialidade: um debate**. GEOgraphia, 9(17), 19- 45. 2007.
- HAESBAERT, R. **Territórios alternativos**. 3.ed. São Paulo: Contexto. 2015.
- HAESBAERT, R. et al. **Espaço, tempo e crítica**. Revista Eletrônica de Ciências Sociais Aplicadas, v. 1, n. 2. 2007.
- HALL, C. M. **Planejamento Turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto. 2001.
- HALL, C. M., SCOTT, D., GÖSSLING, S. **Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for**. Tourism geographies, 22(3), 577-598. 2020.
- HARVEY, D. **A Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança**

**cultural**. Trad. Adail Sobral e Maria Gonçalves. 18ª edição, São Paulo: Edições Loyola. 2009.

HATCHETT, R. J.; MECHE, C. E.; LIPSITCH, M. **Intervenções de saúde pública e intensidade da epidemia durante a pandemia de influenza de 1918**. Proceedings of the National Academy of Sciences, v. 104, n. 18, p. 7582-7587. 2007.

HELMS, M.M.; NIXON, J. **Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade**. Journal of Strategy and Management. vol. 3 n. 3, pp.215-251. 2010.

LACAY, M. C.; FAYET, C. F. C. **Cadeia Produtiva do Turismo: Resumo dos Resultados do Estudo da Região Turística do Litoral do Paraná–Brasil**. Anais Semintur, Caxias do Sul/RS. 2010.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Cultura, lazer e turismo**. Revista Turismo em Análise, v. 6, n. 2, p. 7-25. 1995.

LAGE, Beatriz; MILONE, Paulo C. **Economia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2001.

LEFEBVRE, H. **The production of space**. Oxford: Blackwell. 2. ed. 1992.

LEITE, N. K. **Turismo e território: um estudo sobre a turistificação de portimão (algarve/portugal) a partir da geografia do turismo**. Tese de Doutorado. 2008.

MARUJO, N. **A Cultura, o Turismo e o Turista: que relação?**. TURYDES, Revista sobre Turismo y Dessarrollo, v. 16, n. 7, p. 1-12. 2014.

MAT SOM, A. P.; OOI, C.; HOOY, C. **Crisis typologies and tourism demand**. Anatolia, v. 25, n. 2, p. 302-304. 2014.

MEDAGLIA, J., SILVEIRA, C. E. **Sondagem Empresarial Dos Impactos Da Covid-19 no Setor de Turismo no Paraná: o observatório de turismo do Paraná e o protagonismo da informação**. Revista Turismo & Cidades, 2, 153-171.

MORIN, E., VIVERET, P. **Como viver em tempo de crise?** Editora Bertrand Brasil. 2013.

OMS – Organização Mundial da Saúde. **Folha informativa COVID-19 - Escritório da OPAS e da OMS no Brasil**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19>. Acesso em: 13 nov. 2020.

OMT - Organização Mundial de Turismo. **Turismo global tem alta de 4%, mas continua abaixo dos níveis pré-pandêmicos**. 2022. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2022/01/1776962>>. Acesso em: 03 de março de 2022.

OMT/UNWTO – World Tourism Organization 2020: **worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals**. 2021. Disponível em: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>>. Acesso em: 28 jan. 2021.

ONU-HABITAT. **Relatório sobre cadeia de valor do turismo nos municípios de Maceió, Maragogi, São Miguel dos Milagres, Penedo e Piranhas**. 2021. Disponível em: <https://dados.al.gov.br/catalogo/dataset/turismo-diagnostics-e-estrategias-para-alagoas/resource/ee570cf9-7927-456f-a0ed-feef92810a53>> Acesso em: 03 ago. 2021.

PAIVA, M. L.; MANFREDINI, C. **Os stakeholders na administração pública do turismo**. Anais do XXXIV Encontro da ANPAD-ENANPAD. 2010.

POTER, M. E. **Vantagem Competitiva: Criando e sustentando um desempenho superior**. 28 ed. Rio de Janeiro: Campus. 1999.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do Poder**. Sao Paulo: Ática. 1993.

SANTOS, J. N. D. dos. et al. **Impactos da cadeia produtiva do turismo no desenvolvimento endógeno do município de Muritiba-Ba**. Dissertação (Mestrado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Gestão de Políticas Públicas e Segurança Social, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia - Ufrb, Cruz das Almas. 2017.

SANTOS, M. **Metamorfoses do Espaço Habitado: fundamentos teóricos metodológicos da geografia**. São Paulo: Hucitec. 1988.

SANTOS, S. R., DA SILVA, G. P. F., DOS SANTOS, J. S., FREITAS, L. B. A. **Turismo eo contexto pandêmico: análise sobre os tours virtuais nas redes sociais oficiais do destino turístico Maranhão (Brasil)**. RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo, 11(1), 223-238. 2021.

SHI, W.; LI, K. X. **Impact of unexpected events on inbound tourism demand modeling: evidence of Middle East Respiratory Syndrome outbreak in South Korea**. Asia Pacific journal of tourism research, v. 22, n. 3, p. 344-356. 2017.

SÖNMEZ, S. F. **Tourism, terrorism, and political instability**. Annals of tourism research, v. 25, n. 2, p. 416-456. 1998.

SOUZA, M. J. L. de. **O Território: Sobre Espaço e Poder, Autonomia e Desenvolvimento**. In: CASTRO, I. E. Geografia: conceitos e temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 353, 77- 116. 2006.

STEFFENS, I. **A hundred days into the coronavirus disease (COVID-19) pandemic**. Euro Surveill. 2020.

STRIELKOWSKI, W. **International tourism and Covid-19: Recovery Strategies for Tourism Organization**. Preprints: 2020. 2020030445 (doi: 10.20944/preprints202003.0445.v1).

TRIGO, L. G.; MAZARO, R. **Movimentos Globais e Cenários em Turismo: uma realidade dinâmica, uma viagem ao futuro**. ANAIS. Turismo em Análise. v. 23, n. 3, dezembro de 2012. ISSN 1984-4867. p. 486 – 508. 2012.

UEDA, V. **Território, desenvolvimento local e turismo: discutindo conceitos**. Anais do Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, v. 2. 2004.

UNWTO - World Tourism Organization. **Covid-19: Unwto Calls On Tourism To Be Part Of Recovery Plans**. 2020. Disponível em: <https://www.unwto.org/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans>. Acesso em: 16 abr. 2020.

UNWTO – World Tourism Organization. **Tourism for Development – Volume I: Key Areas for Action** ISBN volume I (printed version): 978-92-844-1971-5 ISBN volume I (electronic version): 978-92-844-1972-2 | DOI: 10.18111/9789284419722. Madrid. 2018.

VASCONCELLOS, MAS de; CARVALHO, LCP de. **Introdução à economia do turismo**. São Paulo: Saraiva, 2006.

VASCONCELOS, D. A. L. de. **Sol, praia e a “destinação” da cidade: compreendendo a turistificação de Maceió-Alagoas-Brasil**. Tese (doutorado em Arquitetura e Urbanismo). Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Maceió. 2017.

VASCONCELOS, D. A. L.; Araujo, L. M.; Ramos, S. P. **Turismo de sol e mar e território: o destino Maceió, Brasil**. PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, v. 17, n. 4, p. 695-708. 2019.

VASCONCELOS, D. A. L.; Dourado, A. M. **Espaço, Território e a Pandemia da Covid- 19: algumas considerações.** In: VASCONCELOS, D. A. L. de; et al.. (Org.). Sociedade em Pandemias: entre utopias e distopias. 1ed. MACEIÓ: Edefal. 2021.

VIANA, N. **O fim do marxismo e outros ensaios.** Giz Editorial. 2007.