



O FUTURO E O PRESENTE DAS VIAGENS PÓS-PANDEMIA

Melhores práticas para a
retomada do turismo



INTRODUÇÃO

O **Guia Viajar Melhor**, canal de comunicação brasileiro da empresa **Travel Media PR**, desenvolveu um estudo inédito para reunir as principais práticas adotadas por destinos e empresas da indústria de Turismo e Viagens ao redor do mundo. As práticas sugeridas neste documento têm como referência os protocolos adotados por entidades do setor, iniciativa privada e destinos turísticos do Brasil e exterior.

O conjunto de conhecimentos técnicos reunidos neste documento foi fundamental para permitir um estudo completo sobre o cenário ainda incerto que o setor trabalha arduamente para superar. Agradecemos todos os envolvidos que trouxeram conceitos, sugestões, expectativas e reflexões preciosas tal qual o momento exige.

Neste estudo propomos, como premissa fundamental, orientar empresários da indústria de Viagens e Turismo, apresentando estratégias e referências internacionais que nortearão as principais ações aplicadas ao redor do mundo.

Uma análise sobre os destinos que já começaram a reabertura são indispensáveis para fortalecer e conduzir as decisões que precisarão ser adotadas pelo mercado nacional.

OBJETIVO

Temos como objetivo transmitir as decisões adotadas por empresas, destinos, produtos turísticos e entidades de diferentes setores em escala global, com o propósito de elaborar um estudo e material didático para habilitar toda a cadeia produtiva do turismo, focados em qualificar o setor no cenário pós-pandemia.

As tendências formalizadas no estudo servem para garantir uma retomada saudável e segura para nivelar o conhecimento dos profissionais que englobam o mercado de viagens, gerando confiança e credibilidade para os responsáveis pelo setor e para o turista.

Entendemos que, em um momento de crise global, a comunicação pode ser uma ferramenta chave para orientar o Trade Turístico com base em uma análise detalhada, compilando quais são as ações adotadas ao redor do mundo. Acreditamos que, em um momento delicado como este, a união dos profissionais do setor se torna decisiva para uma retomada vital e que todos possam caminhar juntos visando o êxito para este novo desafio.

CRÉDITOS

O **Guia Viajar Melhor** e a **Travel Media PR** são os responsáveis pela elaboração deste estudo. A pesquisa e consulta foi desenvolvida por profissionais da área, jornalistas e analistas de tendência especializados na indústria de Turismo e Viagens.

Este estudo também contou com a parceria e suporte da iniciativa privada, assessores de comunicação, instituições, lideranças do mercado, destinos turísticos e entidades que cobrem os principais pilares da cadeia produtiva do turismo.

APRESENTAÇÃO

Este material foi produzido com o objetivo de encontrar soluções para o mercado de turismo, reunindo protocolos, recomendações, pesquisas de tendências e inovações realizadas até o momento. O propósito é, de forma didática, dinâmica e objetiva, traçar sugestões,

levantar ideias e analisar as expectativas para a retomada no setor nos próximos meses, utilizando como base experiências de destinos, serviços e empresas que estão trabalhando fortemente nesta retomada.

Reunimos alguns profissionais de diversos segmentos do trade turístico para opinar e sugerir as melhores práticas para esta retomada, junto com referências do que empresas e destinos estão adotando neste momento no Brasil e exterior, além de projeções que visam a segurança e confiança do turista. Com isso, a ideia é ampliar o conhecimento, gerando referências e insights para os profissionais do trade.

A pergunta “quando tudo voltará ao normal” deve ser deixada de lado em um primeiro momento. Essa é a hora de se inspirar em mudanças, projetos e iniciativas para que todas as cadeias do setor possam se reerguer e encarar um novo agora.

IMPACTO DA COVID-19 NO TURISMO NACIONAL

De acordo com um recente estudo sobre os efeitos do coronavírus no Brasil realizado pela consultoria de negócios Accenture, o setor de turismo foi o que mais sofreu, com impacto de 75% em seu faturamento. Desde o início da pandemia, mais de 295 mil demissões impactaram diversas atividades econômicas.



Uma pesquisa realizada pelo WTTC (Conselho Mundial de Viagens e Turismo) apontou que viagens representaram 10,3% do PIB em todo o mundo. Em 2019, foram responsáveis pela geração de um em cada quatro empregos.

- » No Brasil, estudo recente da CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo) mostra que a indústria de viagens acumula perdas de R\$ 62,5 bilhões desde o início da pandemia.
- » De acordo com a mesma pesquisa, os estados do Rio de Janeiro (R\$ 8,8 bilhões) e de São Paulo (R\$ 22,6 bilhões) somados concentram mais da metade do prejuízo brasileiro.
- » Um relatório da RBOT (Rede Brasileira de Observatórios de Turismo) revelou que 51% dos profissionais do setor acreditam que as baixas financeiras provocadas pela pandemia sejam recuperadas somente em 2021.
- » Ainda de acordo com o mesmo levantamento da RBOT, 19% se mantém mais confiante e espera uma virada significativa já para o segundo semestre deste ano.
- » Estudo desenvolvido pela FGV conclui que os valores de receita só atingirão os mesmos níveis de 2019, quando o mercado estava em alta, entre os meses de setembro e dezembro de 2021.

“Vimos de um ótimo cenário em relação aos dois últimos anos, mas infelizmente agora em 2020, tivemos uma parada e toda a demanda está guardada. Creio que o brasileiro se ajusta e que as viagens interrompidas pela Covid-19, acontecerão assim que possível. Vamos depender da hotelaria, da malha aérea, mas tudo se ajusta” - **Flávio Louro, diretor geral da E-HTL Viagens.**

“Um compromisso que a companhia [Delta Airlines] lançou chamado de Delta CareStandard (Padrão Delta de Atendimento), mostra o extremo cuidado da empresa com a segurança dos funcionários e clientes. O conjunto de ações abarcado pelo Delta CareStandard,

estará em constante evolução e é a base sob a qual a futura experiência de viagem da Delta – que traz de volta a alegria de voar – está sendo construída.” - **Karen Abreu, PR & Media Relations da Delta Airlines e da Interamerican Network.**

“A atual crise do Covid-19 nos forçou a reduzir a nossa programação de voos global em até 95%. Em circunstâncias tão excepcionais como a que estamos vivendo, e apesar do impacto econômico causado por essa crise, a companhia segue operando rotas estratégicas pelo mundo, entre elas as da Air France, de Paris ao Rio de Janeiro (uma vez por semana) e São Paulo (três vezes por semana), e da KLM, de Amsterdã para São Paulo (dois voos semanais).” - **Bruno Stucchi, assessor de imprensa da Air France-KLM.**

RETOMADA DAS ATIVIDADES

Já sabemos que nada será como antes. E sua empresa, está preparada para isso? No Brasil, a FGV (Fundação Getúlio Vargas) prevê o início da retomada das atividades turísticas, de fato, para setembro. Já as viagens internacionais, como é de se esperar, demorarão mais. Além da malha aérea desfeita, muitas fronteiras continuarão fechadas, impondo restrições para visitantes internacionais.

Mas, enquanto isso, quais as alternativas para encarar essa nova realidade com o menor nível de incerteza possível?

“Não podemos esquecer também que, além do momento atual, o impacto na cadeia de turismo que envolve operadoras, agências de viagens, meios de hospedagem, provedores e atrativos, passarão por muitos desafios no período da pós-pandemia. No entanto, acredita-se que essa retomada dos negócios ocorrerá, de fato, a partir de 2021.” - **Adão Cavalheiro, diretor comercial do Grupo Bonitour.**



Os desafios e o turismo andam de mãos dadas

Os desafios sempre fizeram parte da vida de quem atua com turismo, já que as atividades da profissão dependem de muitos fatores externos, como ações da própria natureza, que influenciam no trabalho e lucros do setor. As interferências ocorrem no mundo e não podemos negar que atrapalham o turismo. Seja um terremoto, tsunami e até mesmo um atentado terrorista conseguem alterar o setor de maneira preocupante.

É preciso mirar nos bons exemplos

Diante da recente situação de pandemia e necessidade de isolamento, é importante ver exemplos de alguns países, que convivem com possíveis acontecimentos de tragédias e adotam estratégias para a manutenção de seus serviços. Trata-se da implementação de políticas de governança organizacional, que visam garantir uma resiliência maior para o setor, especialmente durante os momentos de crise.



Aprimorar experiências e trocas de informações



Hoje, por causa da pandemia, o turismo está sofrendo uma modificação estrutural radical no que se refere aos cuidados de serviços sanitários, número de visitantes a determinados lugares e até em relação aos padrões de consumo. Toda a cadeia do setor

foi afetada diretamente e, nesse momento, a troca de informações e experiências tem sido a principal ferramenta para a continuidade dos negócios, já que tudo ainda é incipiente e não existe respostas prontas ou fórmulas mágicas para lidar com a situação.

Novas estratégias de gestão

Nesse momento, assim como já fizeram os grandes players do setor, as empresas menores podem utilizar como alternativa a implementação de novas estratégias de gestão dentro de suas próprias casas. Ou seja, trazer inovação nas metodologias da administração cotidiana financeira e no trabalho realizado entre os profissionais envolvidos no turismo. Essa opção tende a otimizar o trabalho e garantir mais flexibilidade nos negócios, principalmente nos momentos desfavoráveis.



A tecnologia é uma aliada

A tecnologia pode ser uma das opções para essa mudança organizacional, por oferecer diversos auxílios aos gestores, como soluções de melhores planejamentos de caixa e, principalmente, serviços comerciais que conectam os principais canais de vendas online do setor. A utilização dos meios digitais amplia as opções e trazem mais interatividade com os clientes na escolha das atrações turísticas, por meio da criação de roteiros customizados, que envolve todos os componentes da cadeia de compra, que vai da hospedagem até os transportes.



Novo comportamento de consumo

Não podemos esquecer que o novo comportamento de consumo tem como característica a utilização dos meios digitais para a aquisição de produtos e serviços. Hoje, a valorização de temas como saúde, família, humanização, sustentabilidade, experiência, confiança e hiperconexão são os principais conceitos no momento da escolha dos turistas, assim como na maneira que eles passaram a obter o que buscam. A utilização dos recursos disponíveis no mercado mundial, seja tecnológico ou estrutural, é uma realidade para manter-se competitivo e estar mais bem preparado para outras crises que possam surgir.



O QUE DEVEMOS ESPERAR DO NOVO NORMAL?

O mundo está mudando em diversas áreas e comportamentos. Por isso, é necessário acompanhar essas mudanças. Como devemos encarar o novo normal? O novo cenário do turismo ainda está se desenhando e há várias incertezas. No entanto, algumas tendências para um futuro próximo já podem ser observadas.

Higiene e saúde serão a maior preocupação

Se anteriormente as pessoas analisavam o conforto, localização e café da manhã oferecido pelo hotel, além de bagagem permitida pelas companhias aéreas e o tempo de conexão nos aeroportos, agora os passageiros estarão atentos aos cuidados das empresas de turismo com a higienização de espaço e protocolos sanitários adotados. Neste sentido, muitas empresas e destinos têm criado

certificações de qualidade para atestar a segurança de seus ambientes, que vão muito além dos protocolos exigidos pela lei.

Turismo mais intimista

Como já se sabe, as viagens nacionais e para lugares mais próximos serão as primeiras nessa retomada das atividades. De acordo com a agência Abreu, é hora de investir em um turismo mais intimista, voltado a visitar cidades vizinhas. Este cenário é visto como mais seguro, uma vez que existe a possibilidade de se deslocar de carro ou até mesmo em um voo rápido. Além disso, roteiros privativos, para pequenos grupos, até 10 pessoas, são uma tendência já adotada pela agência.

Viagens mais conscientes

Pesquisas também apontam viagens de um modo mais conscientes, sustentáveis e solidárias como uma nova tendência. Assim, um turismo que preserve a biodiversidade, a conservação do patrimônio e apoie pequenas comunidades será visto como mais confiável e, por consequência, mais seguro. Além disso, as viagens mais lentas, conhecidas como “slow tourism”, que dialogam mais com a cultura local e que vão na contramão do turismo de massa, tendem a aumentar.

Ampliar possibilidades de cancelamento

É preciso redesenhar e flexibilizar as regras de cancelamento de viagens, que tendem a ficar mais incertas. Com o fechamento de fronteiras e também de acordo com o nível de consciência e preocupação dos viajantes, tende a aumentar o número de desistências - é necessário estar preparado para reverter essas situações e ampliar as políticas de cancelamento, fazendo que sejam pouco burocráticas.



PROTOSCOLOS E SELOS ADOTADOS POR DESTINOS

A crise provocada pelo novo coronavírus no setor do turismo envolve também uma quebra de confiança. Visitantes e passageiros precisam se sentir seguros para voltar a viajar.

Por isso, ao redor do mundo, assim como também no Brasil, destinos lançaram selos de qualidade - indicativos que estabelecem padrões e protocolos sanitários adequados, além de campanhas para que o visitante se sinta seguro e confiante para fazer as malas e embarcar sem preocupações.

Clean and Safe - Portugal

O selo Clean & Safe foi criado pelo Turismo de Portugal com o objetivo de apoiar as empresas na identificação das medidas a adotar e, também, reforçar a confiança dos turistas nacionais e internacionais em Portugal enquanto destino turístico. A iniciativa abrange toda a cadeia de valor do turismo e já conta com mais de 12.000 empresas participantes.

A Plataforma Clean & Safe possibilita também a avaliação, pelos próprios turistas, do grau de satisfação sobre o desempenho das empresas no respeito aos requisitos.

www.portugalcleanandsafe.com

Tourism & Hospitality Forward - Chicago

Chicago anunciou o Tourism & Hospitality Forward, uma iniciativa para estimular o setor de turismo de Chicago após a pandemia do coronavírus e acelerar a recuperação econômica da cidade.

Até o momento, mais de 250 organizações e empresas de turismo, hotelaria e eventos se comprometeram a concentrar seus esforços em todos os ajustes necessários para colaborar com o turismo e hotelaria socialmente responsáveis. O intuito é gerar confiança aos residentes e visitantes no retorno a Chicago.

À medida que a cidade passa por uma reabertura em fases, essa aliança de parceiros do setor visa trabalhar em conjunto no estabelecimento de boas práticas e medidas preventivas para a saúde e segurança de residentes e visitantes. Essas medidas serão colocadas em prática quando instituições culturais, hotéis, atrações e restaurantes voltarem a receber visitantes e a funcionar regularmente.

<https://www.choosechicago.com/partners/covid-19-resources-for-partners/tourism-hospitality-forward/>

Clean & Pristine - Bahamas

O Ministério do Turismo e Aviação das Bahamas, juntamente com o Comitê de Prontidão e Recuperação do Turismo - um grupo composto por parceiros do setor público e privado - anunciou um plano colaborativo para reabrir as fronteiras e o setor de turismo do país.

Desde procedimentos relacionados à entrada e saída das Bahamas por meio de aeroportos e portos marítimos, até um programa de certificação “Clean & Pristine” implementado em hotéis, restaurantes e outras entidades e pontos de contato voltados ao consumidor, o plano descreve extensos protocolos de saúde e segurança que serão aplicados nas Bahamas para mitigar os riscos para todos os visitantes e residentes.

<https://www.bahamas.com/>

A Journey of Reflection - Nova Zelândia

A Nova Zelândia lançou a campanha global A Journey of Reflection (Uma Jornada de Reflexão) para reconectar o país aos neozelandeses e aos turistas do mundo todo. Enquanto o país está se recuperando e aguarda o momento seguro para voltar a receber visitantes, disponibilizou dois vídeos que trazem valores profundamente importantes a partir da herança da sua cultura Maori.

Alguns desses valores que a campanha leva para reflexão e estão na narrativa dos vídeos são o kaitiakitanga, que na cultura Maori significa proteger e cuidar de pessoas e lugares; o valor manaaki manuhiri, ou seja, acolher e cuidar de todos os visitantes; e whanaungatanga, que representa tratar os outros como família.

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

Turismo Responsável - Brasil

O Ministério do Turismo brasileiro também criou um selo, o “Turismo Responsável - Limpo e Seguro”, com protocolos sanitários recomendados para 15 segmentos turísticos. Para solicitar o selo, que é totalmente gratuito, o interessado deve acessar o site da iniciativa, ler as orientações previstas no protocolo destinado ao segmento em que atua e estar com situação regular no Cadastur.

Caso seja aprovado, o selo poderá ser utilizado pelo estabelecimento e terá QR Code, no qual o turista poderá consultar as medidas adotadas por aquele empreendimento e/ou profissional. Além disso, possibilitará a realização de denúncias em caso de descumprimento das exigências.

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

PROTOSCOLOS E O FUTURO DA HOTELARIA

O selo, Turismo Responsável, do Ministério do Turismo brasileiro, também engloba práticas para estabelecer protocolos de higienização o setor de hospedagem. Na hotelaria, os seguintes protocolos devem ser seguidos para a prevenção da Covid-19:



Assegurar a lavagem e desinfecção das superfícies onde colaboradores e consumidores circulam;



Promover a medição da temperatura de todos os frequentadores na entrada do estabelecimento;



Realizar a limpeza, várias vezes ao dia, das superfícies e objetos de utilização comum;



Promover a renovação de ar, regularmente, das salas e espaços fechados, abrindo as janelas e portas para passagem de ar;



Disponibilizar álcool 70% nas formas disponíveis (líquida, gel, spray, espuma ou lenços umedecidos) em locais estratégicos;



Utilizar lixeiras que não precisam ser abertas manualmente e esvaziá-las várias vezes ao dia;



Disponibilizar, nos banheiros, sabonete líquido e toalhas de papel descartáveis;



Disponibilizar cartazes com informações/ orientações sobre a necessidade de higienização de mãos, uso do álcool 70%), uso de máscaras, distanciamento entre as pessoas, limpeza de superfícies, ventilação e limpeza dos ambientes;



Providenciar o controle de acesso, a marcação de lugares reservados aos clientes, o controle da área externa do estabelecimento e a organização das filas para que seja respeitada a distância mínima de 2 metros entre as pessoas.

Hotéis reforçam práticas sanitárias

A hotelaria nacional começa a reabrir no Brasil seguindo as normas dos protocolos exigidos por lei citados acima, mas também criando seus próprios protocolos e realizando adaptações de grande parte dos serviços.

A primeira preocupação é com o reforço da limpeza para oferecer ainda mais segurança aos hóspedes. Em bate-papo realizado pela E-HTL Viagens Online, profissionais da hotelaria apontaram o que estão realizando e o que esperam do turismo para os próximos meses. Os hotéis da rede Accor, por exemplo, produziram um protocolo internacional com mais de 150 regras de segurança.

De acordo com Mariana Pierre, Diretora Comercial da rede, o foco agora é conquistar a confiança dos novos turistas com as medidas adotadas. “Nosso protocolo segue normas de três grandes empresas da Organização Mundial da Saúde e nosso principal objetivo é reconquistar a segurança e confiança das pessoas que desejam voltar a viajar. Além do protocolo, estamos nos preparando para a retomada, com a aposta de novos produtos, que estejam adaptados à nova vida das pessoas”, comentou Mariana.

A GJP Hotels & Resorts inovou ao realizar uma parceria com o hospital Sírio-Libanês, referência em saúde no Brasil, para definir, revisar e validar a implementação de novos protocolos de biossegurança para hóspedes e funcionários em todos os seus dez hotéis espalhados pelo Brasil. Por meio da sua área de consultoria, o Sírio-Libanês certificará e auditará os novos padrões de higiene, desinfecção e segurança em todos os hotéis da rede. A união do setor hoteleiro, em conjunto com a consultoria de hospitais, poderá ser um diferencial para gerar maior confiança ao hóspede.

No trabalho de consultoria foram mapeados todos os momentos de contato entre hóspedes e funcionários, analisando as plantas arquitetônicas dos dez hotéis da rede. “Acreditamos que o turismo vai retomar suas atividades aos poucos e, dentro do chamado ‘novo agora’, os protocolos de biossegurança se tornarão fator determinante para a confiança da maioria dos hóspedes”, explicou Fabio Godinho, CEO da rede.

A rede Louvre Hotels Group – Brazil também lançou uma Cartilha de Compromisso de Saúde e Segurança, com protocolos implementados em todos os hotéis da rede do Brasil e exterior, com adaptações às regulamentações de cada região onde a rede atua. A fim de manter um canal de comunicação ativo com clientes e parceiros, a rede também criou ainda uma hotline, exclusiva para esse período. Os atendimentos são feitos via telefone, WhatsApp e e-mail.

“Esperamos que essas medidas, combinadas com o esforço nacional para conter a pandemia, ajudem a trazer a situação de volta ao normal o mais rápido possível”, disse Paulo Michel, CEO da rede no Brasil.

Adequação de espaços e novas comodidades

Embora atender aos novos e rigorosos protocolos de limpeza acordados pela legislação vigente seja prioridade para o presente e futuro dos meios de hospedagem, outros fatores também terão que mudar após o fim da pandemia. Na visão de quem está à frente do setor, a retomada exigirá um investimento cada vez maior para garantir o bem-estar dos hóspedes, retomar sua confiança e garantir uma boa experiência, ainda que com restrições.

Especialistas do setor afirmam que, embora os hóspedes estejam preocupados com protocolos voltados à segurança e saúde, continuarão a querer aproveitar os espaços comuns e viver experiências memoráveis. Algumas tendências e previsões apontam as principais mudanças na hotelaria:

Tendências e mudanças na hotelaria

Reforço na sinalização

Hotéis e resorts terão que adequar e desenvolver recursos e comodidades que suportem a experiência do hóspede. Entre as transformações que certamente resultarão da pandemia, está a reconfiguração dos espaços. Criar novas sinalizações, como marcas nos pisos, pode incentivar as pessoas a manterem o distanciamento, assim como setas que podem indicar a direção adequada para circular. Reorganizar o mobiliário interno e externo também é uma forma de facilitar o deslocamento dos hóspedes de forma segura.

Tecnologia

A realização de reservas, check-in e check-out por meio de aplicativos e até mesmo robôs fazendo entregas no serviço de quarto e higienizando áreas são algumas tendências para um futuro breve. O acesso sem toque aos espaços pode se tornar uma nova norma para limitar o contato com superfícies públicas, como conceder acesso à área da piscina através de um portão que destrava e abre por meio de um cartão. Cardápios virtuais e o chamado “room service” também serão readequados utilizando a tecnologia como premissa.

Espaços adaptados

De acordo com o artigo “How COVID-19 Will Impact the Future of Hotels and Resorts’ Design and Functionality”, publicado pelo especialista em planejamento e design urbano Rob Hutcheson, a adição de varandas ou terraços aos quartos pode proporcionar excelentes vistas e uma sensação de conectividade, mesmo quando os hóspedes estiverem sozinhos. No caso de resorts, a programação de atividades pode ser instituída com hora marcada para diminuir aglomerações.

PROTOSCOLOS E O DESAFIO DA AVIAÇÃO

A ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) divulgou uma série de medidas sanitárias para a aviação civil brasileira. Abaixo, separamos as principais delas, como o reforço da necessidade de uso de máscara pelos passageiros durante toda a viagem, regras para serviço de bordo e distanciamento de ao menos dois metros em diversos momentos do embarque e desembarque.



- » Utilização de EPI (Equipamentos de Proteção Individual) por trabalhadores e servidores públicos, conforme a situação;
- » Divulgação de avisos sonoros nos voos, áreas de embarque e desembarque nacionais e internacionais;
- » Distanciamento de 2 metros entre pessoas no aeroporto;
- » Desestímulo a aglomerações nas praças de alimentação de aeroportos e em espaços de check-in de embarque e, especialmente, desembarque dentro das aeronaves;
- » Uso de máscara por passageiros e funcionários em geral;
- » Desinfecção de toda a área de movimentação de passageiros, pontes de embarque, aeronaves, ônibus e demais espaços de uso comum;
- » Organização criteriosa do procedimento de embarque de passageiros e especialmente desembarque da aeronave até o solo;
- » Recomendada a suspensão do serviço de bordo nos voos nacionais. Nos voos internacionais, deve ser priorizado alimentos e bebidas em embalagens individuais, higienizadas antes do serviço;

Para acessar as recomendações completas, separadas por passageiros, aeroportos, operadores aéreos e profissionais da aviação, **[clique aqui](#)**.

As ações e inovações das aéreas durante a pandemia

Apesar das orientações oficiais, companhias ao redor do mundo criam seus próprios protocolos e utilizam orientações sugeridas por outras entidades. Essas ações são desenhadas para permitir que as aéreas voltem a prosperar de forma segura.

A Emirates, por exemplo, foi a primeira a testar seus passageiros para a Covid-19, o que ocorreu antes de um embarque realizado em Dubai, nos Emirados Árabes, em meados de abril. O teste realizado é um exame de sangue rápido com o resultado disponível em 10 minutos. A companhia ainda instalou scanners térmicos de temperatura corporal em locais importantes em seu hub em Dubai, além de criar quatro túneis de higienização para funcionários e visitantes passarem antes do acesso ao terminal.

A Delta Airlines, por sua vez, reforçou diversas medidas para que os passageiros possam se sentir mais seguros a bordo. Além do reforço na limpeza, a companhia anunciou o bloqueio dos assentos do meio da cabine principal de todos os seus voos, além de oferecer um espaço maior entre os passageiros com o bloqueio de certos assentos da janela e de corredor de acordo com a fileira.

A companhia também está reduzindo o número de passageiros por voo, cortando 50% dos assentos da First Class e 60% da capacidade da cabine principal. A Delta também modificou seu processo de embarque, que agora ocorre de trás para a frente, para minimizar as chances dos passageiros se trombarem nos corredores da cabine. Essas medidas podem ser adaptadas diariamente, conforme avaliação dos impactos causados e exigências feitas por entidades de saúde.

“A confiança em uma experiência de viagem segura é essencial para uma recuperação bem-sucedida”, disse Joe Esposito, vice-presidente

sênior de Planejamento de Rede. “Enquanto reconstruímos nossa rede dentro dos Estados Unidos e no exterior, é ainda mais crucial proporcionarmos o mais alto padrão de segurança, espaço e limpeza do setor. Assim, quando nossos clientes estiverem prontos para viajar, estaremos prontos para eles”.

A Emirates também inovou trazendo ao público a cobertura de despesas relacionadas à Covid-19. Seus clientes poderão receber assistência gratuita de despesas médicas e suporte de 100 euros por dia durante os 14 dias de quarentena, caso seja necessário. O Sheikh Ahmed bin Saeed Al Maktoum, presidente e diretor executivo do Grupo Emirates, afirmou: “As pessoas estão ansiosas para voar com a reabertura gradual das fronteiras em todo o mundo, mas também buscam flexibilidade e garantia caso algum imprevisto aconteça durante a viagem.”

Como funcionaria o teste de COVID-19 nos aeroportos?

A Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA - International Air Transport Association) divulgou os critérios para o uso de testes de Covid-19 no processo de viagem aérea.

Se os governos optarem por usar o teste de Covid-19 em viajantes que chegam de países considerados de alto risco, o teste deve fornecer resultados rapidamente, ter a capacidade de realização em grande escala e fornecer alta precisão. Além disso, o teste deve ser de baixo custo e não pode criar uma barreira econômica ou logística às viagens.



Idealmente, o teste de Covid-19 seria realizado antes da chegada ao aeroporto, em até 24 horas antes da viagem.

Se o teste for necessário como parte do processo de viagem, é recomendado que seja feito no embarque.

Em caso de resultado positivo, o passageiro não poderia viajar conforme planejado. Nesse caso, as companhias aéreas oferecem flexibilidade aos consumidores, incluindo remarcação ou reembolso de acordo com a política comercial da companhia aérea.

Se o teste for obrigatório na chegada a um destino e um passageiro testar positivo, esse passageiro deverá ser tratado de acordo com as exigências locais.

Algumas lideranças mundiais já se posicionaram sobre a exigência de testes de Covid-19 para viajantes de países onde não houve respostas positivas durante a pandemia. A França, um dos primeiros a aplicarem a exigência, tornou obrigatório a realização de testes de Covid-19 para pessoas procedentes de 16 países, incluindo o Brasil e os Estados Unidos.

Filtros HEPA: segurança a bordo

Do ponto de vista do novo coronavírus, o embarque é uma das partes mais arriscadas para voar. O próprio terminal do aeroporto oferece espaço para os passageiros se espalharem, enquanto a bordo do avião, os passageiros estão surpreendentemente seguros. Aeronaves equipadas com os filtros HEPA (sigla em inglês para separador de partículas de ar de alta eficiência) permitem extrair mais de 99,99% dos vírus.

A Air France e a KLM estão disponibilizando um vídeo em seus sites onde apresentam como que, de maneira padronizada, o ar na cabine de todas as aeronaves das companhias é renovado a cada 3 minutos com ar exterior por meio deste filtro. A Lufthansa também produziu um vídeo detalhando o funcionamento do sistema dos filtros de ar de uma aeronave. No material, o Engenheiro de Sistemas da frota Airbus 320 da Lufthansa, Sebastian Wehrmann, explica o funcionamento do sistema de recirculação de ar.

Busca de voos dos consumidores do começo da pandemia até hoje

A pandemia de Covid-19 causou um efeito maior em viagens aéreas do que qualquer outro evento da história moderna. Para ajudar a entender melhor este impacto, a plataforma de viagens KAYAK criou um centro de dados que mostra as tendências de busca de voos dos consumidores, desde o início da pandemia até hoje.

As tendências de pesquisa contam a história de uma quase paralisação nas viagens aéreas, os primeiros sinais de recuperação e o surgimento de novas tendências de pesquisa de viagens por parte do consumidor.

Os brasileiros estão demonstrando vontade de viajar para grandes cidades metropolitanas, sendo Buenos Aires, Nova York e Orlando os destinos mais populares segundo atualização de 14/06/2020. Nacionalmente, os brasileiros estão buscando destinos com praia como Navegantes (+26%), no Sul do Brasil, e Porto Seguro (+25%), na Bahia.

Grandes cidades domésticas como o Rio de Janeiro e São Paulo parecem ter uma demanda muito fraca como destino.

Já fora do Brasil, as pesquisas de viagens domésticas nos EUA, Europa e Ásia-Pacífico estão crescendo a uma taxa mais acelerada do que as pesquisas internacionais. Austrália, Espanha e França estão vendo as maiores mudanças.

Em todo o mundo, cidades com restrições de viagens mais amenas estão ganhando impulso mais rapidamente. Nos EUA, são cidades do sul da Flórida, Texas e Geórgia.

Na Europa, são cidades na Itália, França e Portugal. Na Ásia-Pacífico, as pesquisas na Coreia do Sul, Taiwan e Austrália estão retornando aos níveis de 2019 para alguns de seus principais destinos.

PROTÓCOLOS E O FUTURO DAS VIAGENS RODOVIÁRIAS

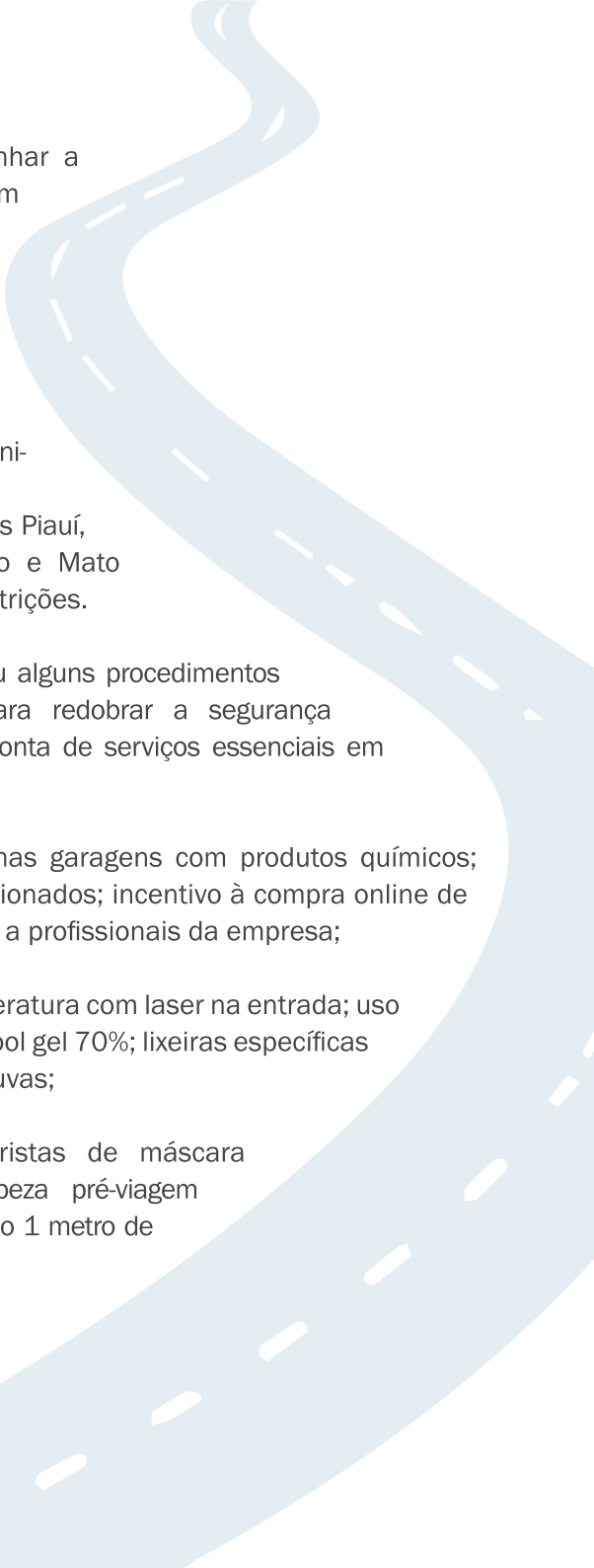
Segundo projeções realizadas pela WTTC (The World Travel & Tourism Council), a retomada de viagens nacionais, assim como nos próprios estados e lugares próximos, acontecerá primeiro. Sendo assim, as viagens rodoviárias devem ganhar mais relevância nesta primeira fase.

Viagens rodoviárias: quais são os cuidados

Considerado um serviço essencial até mesmo no momento atual, os ônibus têm um papel social de grande importância, uma vez que acabam se tornando a única opção em muitos casos para que serviços essenciais continuem à ativa. Segundo a ABRATI, apenas 10% das linhas interestaduais do país estão em funcionamento. Sendo assim, algumas empresas têm se preocupado em oferecer informações transparentes sobre o setor para garantir uma viagem tranquila e segura, tanto para passageiros quanto para os profissionais do setor rodoviário.

“Estamos entrando no pico da pandemia da Covid-19 no Brasil e a orientação é ficar em casa, mas os serviços essenciais continuam em funcionamento e diversos profissionais precisam de um meio de transporte para se locomoverem. Nossa missão é orientar esses passageiros, oferecendo total apoio, auxílio e, principalmente, segurança para se deslocarem pelo Brasil, neste período conturbado e incerto pelo qual passamos. Nesse sentido, o setor rodoviário está cumprindo este papel em oferecer a segurança e a infraestrutura necessárias”, explicou Fernando Prado, CEO e fundador da ClickBus.

Para orientar os passageiros atuais, a empresa criou uma aba em seu site, chamada “Precisa viajar? Atenção às novas regras!”, onde



o viajante consegue acompanhar a situação do setor rodoviário em todos os estados, além das orientações e regras de cada terminal. Existem decretos sendo emitidos com frequência que suspendem total ou parcialmente a circulação de ônibus interestaduais e intermunicipais na grande maioria dos Estados. Até o momento, apenas Piauí, Paraná, Paraíba, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul seguem sem restrições.

Além disso, a empresa reforçou alguns procedimentos com as viações parceiras para redobrar a segurança com quem precisa viajar por conta de serviços essenciais em funcionamento:

Antes da viagem: higienização nas garagens com produtos químicos; limpeza frequente de ar-condicionados; incentivo à compra online de passagens; atenção redobrada a profissionais da empresa;

Na rodoviária: medição de temperatura com laser na entrada; uso de máscaras de proteção e álcool gel 70%; lixeiras específicas para descarte de máscaras e luvas;

Antes de seguir viagem: motoristas de máscara fazem testes frequentes; limpeza pré-viagem visível; embarque com no mínimo 1 metro de distância entre passageiros; assentos separados para assegurar distanciamento entre pessoas.



AGRADECIMENTOS ESPECIAIS

Aviação:

Lufthansa Group
Air France-KLM
Grupo Emirates
American Airlines
Delta Airlines

Destinos turísticos:

Destino Bahamas
Turismo de Chicago
Turismo da Nova Zelândia
Turismo de Portugal

Hotелaria:

Accor Hotels
Louvre Hotels Group
GJP Hotels & Resorts
Palladium Hotel Group
Wyndham Hotels & Resorts
Bourbon Hotéis & Resorts
Atlantica Hotels

Empresas:

WTM Latin América
E-HTL Viagens Online
Interamerican Network
Grupo Bonitour
Imaginadora
PANROTAS
Abreu Tour
ClickBus

KAYAK

Mídia Exterior:

BBC London
Business Insider
Hotel Business

Entidades:

Ministério do Turismo
FGV - Fundação Getúlio Vargas
ANAC - Agência Nacional de Aviação Civil
WTTC - World Travel & Tourism Council
ABRATI - Associação Nacional dos Transportes Públicos
IATA - International Air Transport Association
RBOT - Rede Brasileira de Observatórios de Turismo
CNC - Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
ABAV Nacional - Associação Brasileira de Agências de Viagem
Abrasel - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
ABIH - Associação Brasileira da Indústria de Hotéis Nacional



tm PUBLIC RELATIONS

Guia *Viajar Melhor*