

Reseña de Publicaciones

Sharma, A., Hassan, A. and Mohanty, P. (eds.) (2022) .
COVID-19 and the Tourism Industry, Sustainability, Resilience and New Directions.
London & New York: Routledge.

DOI: 10.4324/9781003207467

José Dias Lopes*

Universidade de Lisboa (Portugal)

Sandra da Cruz Garcia**

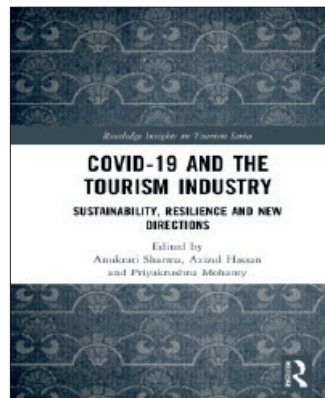
Universidade Federal de Rondônia (Brasil)

Este artigo resume, criticamente, o livro *COVID-19 and the Tourism Industry, Sustainability, Resilience and New Directions*, publicado em 2022, e coordenado editorialmente por Anukrati Sharma, Azizul Hassan e Priyakraushna Mohanty. Trata-se de uma obra coletiva composta por 17 capítulos/contributos que exploram os impactos da COVID-19 no setor do turismo. Este artigo está organizado em três partes, uma introdutória inicial, uma segunda onde se descreve a obra, e uma terceira onde a mesma é avaliada criticamente.

A OCDE publica a cada dois anos um importante relatório onde faz o ponto de situação acerca do sector turístico denominado *Tourism Trends and Policies*. O relatório de 2020, publicado com dados relativos a 2019 caracterizava o setor do seguinte modo (OECD, 2020, p. 15, tradução pelos autores):

Após seis décadas de crescimento consistente, o turismo continua a ser um dos sectores económicos mais importantes do mundo [...] As exportações turísticas são economicamente significativas, e têm um maior impacto na economia nacional em relação a outros sectores de exportação. Cada 1 dólar de despesa dos turistas internacionais nos países da OCDE gera, em média, cerca de 89 cêntimos de valor acrescentado interno, o que compara com 81 cêntimos para as exportações em termos globais.

O turismo continua a ter um desempenho superior às previsões de crescimento a longo prazo, com um recorde de 1,5 mil milhões de chegadas de turistas internacionais em 2019.



* Universidade de Lisboa (Portugal); <https://0000-0002-8862-6600>; E-mail: diaslopes@iseg.ulisboa.pt

** Universidade Federal de Rondônia (Brasil); <https://0000-0003-4198-597X>; E-mail: sandragarcia@advance.iseg.ulisboa.pt

Cite: Lopes, J. D. & Garcia, S. C. (2024). Reseña de Publicacion: Sharma, A., Hassan, A. and Mohanty, P. (eds.) (2022) *COVID-19 and the Tourism Industry, Sustainability, Resilience and New Directions*. London & New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781003207467. Reseña de Publicacion: Sharma, A., Hassan, A. and Mohanty, P. (eds.) (2022). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22 (1), 201-206. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.013>

O que aconteceu a partir do início de 2020 – o aparecimento da pandemia do COVID-19 – marca a humanidade desde então, com impactos brutais nas economias e nas sociedades em geral, e muito em particular, no setor do turismo. Em maio de 2020 o barómetro da *World Tourism Organization* (UNWTO) antecipava já esses fortes impactos, estimando que entre 100 a 120 milhões de empregos diretos no turismo estariam em risco (UNWTO, 2020). Pouco tempo depois o *World Travel & Tourism Council* (WTTC) apresentava a sua projeção de perdas empregos, considerando três cenários possíveis, com perdas que variariam entre 98,2 milhões no cenário mais favorável e 197,5 milhões no pior dos cenários (WTTC, 2020).

As estimativas atuais para o turismo situam as perdas de postos de trabalho entre os 50 milhões (UNWTO, 2022) e os 62 milhões (WTTC, 2022) substancialmente abaixo das previsões iniciais, mesmos as mais otimistas. O ano de 2022 foi de firme recuperação do turismo, superando-se as expectativas em muitos países (OECD, 2022), revelando o setor uma assinalável resiliência.

A pandemia permitiu perceber o quão importantes são para as pessoas os serviços prestados pelo turismo, e o quão célere essas pessoas quiseram que esses serviços voltassem a estar disponíveis e a deles usufruir. Todavia, não é provável que o turismo retorne no pós-pandemia ao mesmo ponto em que estava na pré-pandemia. O Secretário-Geral da UNWTO alerta em UNWTO (2022) para a necessidade de repensar o turismo e para se aproveitar este período de saída da crise para estabelecer as bases para a transformação do turismo.

É sobre este processo de transformação do Turismo que o livro de Sharma, Hassan & Mohanty - COVID-19 and the Tourism Industry, Sustainability, Resilience and New Directions – trata e por isso merece ser aqui analisado.

Este livro é uma obra coletiva composta por 17 capítulos organizados em cinco partes – I. COVID-19 e Turismo: Introdução; II. COVID-19 e Sustentabilidade do Marketing Turístico; III. Educação e Pesquisa para a Sustentabilidade do Turismo; IV. **Ética e Responsabilidades na Gestão Turística no Pós-Pandemia da COVID-19**; e V. COVID-19 e Governança do Turismo. A anteceder estes capítulos **são apresentados os autores e os editores fazem uma** descrição sumária da obra.

A primeira parte - COVID-19 e Turismo: Introdução – é composta por quatro capítulos. No primeiro - O impacto da COVID-19 na procura e oferta turística -, os autores, Abiose e Patrick, descrevem a oferta e a demanda turística. Mostram como a COVID-19 teve um impacto severo quer na demanda quer na oferta e explicam como uma quebra significativa na procura produziu um rápido declínio na oferta de empregos. Isto demonstra, segundo os autores, a vulnerabilidade do setor a crises e cenários adversos, incluindo pandemias. Especialmente desprotegidas parecem estar, de acordo com os autores, as Pequenas e Médias Empresas (PMEs), particularmente as dos países em desenvolvimento. Os autores defendem, por isso, a existência de políticas e planeamento para proteger as PMEs desses riscos acrescidos.

O Capítulo 2 - Coronavírus, o Olhar dos Clientes de Hotelaria, de Çali kan, Ya arsoy e Pamukçu – apresenta os resultados de um estudo com clientes de um hotel, em Istanbul, Turquia, que nunca parou a sua atividade durante o período pandémico. Embora se trate de um estudo de caso único, os resultados fornecem uma visão positiva, indiciando que os clientes estavam satisfeitos com as medidas implementadas pela direção da unidade hoteleira. Os autores concluem que a pandemia trouxe um conjunto de novas exigências ao setor, nomeadamente as relacionadas com as questões de higienização, que devem ser incorporadas nos processos operacionais e dar também origem a ofertas específicas, personalizadas para cada cliente.

O Lado Brilhante [bright, sic] da COVID-19 no Contexto do Turismo, de Wang e Ell, é o terceiro capítulo, e, como o nome assinala, pretende dar esperança ao sector, apresentando novas perspetivas para o planeamento, teórico e aplicado, do turismo, para a implementação e para gestão operacional. Na visão dos autores, os modelos apresentados estão alinhados com os Objetivos para o Desenvolvimento Sustentável (ODS). O artigo explora o caso da oferta turística na província de Heilongjiang, no nordeste da China, em particular a relacionada com o turismo termal.

Os autores consideram que as novas abordagens, resultantes do processo de aprendizagem que ocorreu durante, e na sequência da pandemia, serão determinantes para implementar um novo paradigma de turismo que permita o crescimento e sucesso após a pandemia. Essas novas práticas irão ajudar a indústria a tornar-se mais sustentável na adoção dos ODS, melhorando a qualidade de vida das comunidades de acolhimento, reduzindo as perdas económicas e recuperando a saúde dos intervenientes ao longo de toda a cadeia de valor do turismo.

O Capítulo 4 - intitulado O Efeito da Pandemia de COVID-19 na Indústria do Turismo e Hotelaria, uma Revisão -, é de Sharma e Arora e, a partir de uma análise centrada na realidade da Índia, faz sugestões para um rápido reavivamento e recuperação da economia. O capítulo apresenta recomendações

para a rápida recuperação do setor defendendo muitas ideias que são comuns às defendidas no capítulo anterior: a de uma nova realidade normalidade; a de um futuro para o turismo assente na sustentabilidade; e da pandemia enquanto oportunidade para a mudança. Todavia, esta proposta assenta no potencial transformador de elementos de carácter tecnológico, designadamente a inteligência artificial e a robótica, temas que não foram abordados no Capítulo 3.

A segunda parte - COVID-19 e Sustentabilidade do Marketing Turístico - inicia-se com o Capítulo 5, intitulado “Estratégias de Marketing/Demarketing para a Sustentabilidade das Operações Hoteleiras sob Epidemias e Pandemias” de Magalhães e Marques. Para as autoras o contexto pandémico obrigou as gestões hoteleiras a implementar um conjunto de medidas que conduziram a uma diminuição de receitas e um aumento dos custos de funcionamento. Contrariar esse fenómeno (ou seja, diminuir custos e aumentar receitas) exige uma gestão hoteleira que adote diferentes marketing-mix.

As autoras consideram que distintos clientes têm distintas necessidades, e as estratégias de Marketing/Demarketing têm um papel a desempenhar na definição das características dos clientes que irão ocupar o hotel em cada momento e dos serviços a lhes oferecer.

No capítulo 6, intitulado “Futurologia da Ética no Marketing Digital e Social para o Turismo no Pós-COVID”, os autores Nyagadza e Chigora, analisam criticamente as questões éticas nas decisões, nos comportamentos e nas instituições, aquando da aplicação do marketing digital e social no setor do turismo no pós-COVID-19.

Os autores alertam para as preocupações em relação à utilização de tecnologias como a Inteligência Artificial no marketing digital e nas redes sociais do turismo. Por outro lado, as plataformas digitais, permitem a difusão rápida de informação, o que pode encorajar o preconceito e os comportamentos não éticos. Isto leva os autores a considerar que a quarta Revolução Industrial e as tecnologias emergentes na distribuição de elementos de marketing turístico colocam novos desafios éticos ao marketing.

No Capítulo 7, “Rebranding de Destinos para uma Recuperação Sustentável do Turismo no Pós COVID-19”, Garanti, Violaris, Berjozkina e Katemliadis, explicam como o rebranding e o reposicionamento dos destinos são cruciais para a recuperação do turismo no pós-pandemia, numa lógica de sustentabilidade.

Os autores consideram que não é mais possível considerar como sustentável um turismo que “arruína” o ambiente, do mesmo modo que um turismo que provoca fricções entre residentes e visitantes não é apropriado, não é desejável um turismo nas mãos de alguns intermediários multinacionais que não promovem a melhoria do local de acolhimento, pelo que a resposta tem de assentar na sustentabilidade e na implementação dos ODS.

Para os autores, viajar após a COVID-19 passará por posturas mais responsáveis e os destinos devem reconstruir as suas imagens e reinventar-se rumo a um ambiente seguro, sustentável e transformar as experiências turísticas recuperando a confiança dos viajantes.

A parte 3, Educação e Pesquisa em Turismo para a Sustentabilidade do Turismo, é composta por dois capítulos. No primeiro deles, o oitavo, Johan Edelman interroga os leitores, “Por que Ensinao Turismo?” O autor analisa 100 cursos de ensino superior de 44 instituições dos países escandinavos – Dinamarca, Finlândia, Islândia, Noruega e Suécia -, procurando responder àquela interrogação.

O estudo analisa marginalmente a questão do COVID-19, considerando que o ensino em turismo ainda pouco incorpora esse assunto. O autor conclui considerando que se devem preparar os estudantes para se tornarem profissionais de turismo de excelência, mas isso deve ser feito prestando atenção aos valores que se lhes incute, e que isso exige que se comece por repensar a educação em turismo.

O Capítulo 9, intitulado “Estudantes Moldando seu Futuro: Exercícios Interativos de Realidade Virtual para se Engajar na Aprendizagem” de Nuria Recuero Virto, apresenta os resultados de um estudo realizado com alunos de mestrado em turismo de duas universidades espanholas. Nele se procurou prever a atitude e intenção de comportamento dos estudantes (21) na conceção e criação de conteúdos em ambientes de Realidade Virtual (RV).

Para a autora a crise sanitária COVID-19 provou a necessidade de adotar ferramentas de RV em contexto de *e-learning*, apoiando uma tutoria personalizada e melhorando as competências dos formandos (as *soft* e também as *hard*). Porém, os resultados do estudo indiciam que a adesão dos estudantes a estas ferramentas é fraca o que leva a autora a sugerir a adoção de ferramentas tecnológicas melhoradas como a simulação gerada por computador de ambientes 3D equipados com capacetes, sensores e ecrãs. Mesmo considerando estas dificuldades a autora defende que essas experiências interativas de aprendizagem implicam um treino para a vida real que melhora a qualificação de profissionais de turismo e os habilita melhor para o futuro do trabalho.

O Capítulo 10 “Ética e Responsabilidade no Turismo – O Impacto do COVID-19” de Harold Goodwin, abre a 4ª parte - Ética e responsabilidade na gestão do turismo pós pandemia, e fornece uma discussão abrangente da relação entre a ética e a responsabilidade e também a sustentabilidade. O capítulo termina com algumas sugestões para a vida futura com a COVID-19, considerando o autor que os agentes de viagens e o turismo, em geral, terão de aprender a proporcionar deslocamentos de negócios e de lazer num mundo onde a COVID-19 representará um risco de saúde tanto para os turistas como para os residentes.

O capítulo seguinte, de Yayla, Solunoğlu e Keleş, debruça-se sobre “A Importância da Segurança e Proteção do Turismo após a COVID-19” e discute estes temas e como eles têm ganho relevância na sequência de eventos recentes como os atentados do 11 de setembro na América (2001), os desastres do tsunami que atingiram o sul da Ásia (2004) e o surto da doença SARS (2002).

Para os autores um novo normal trouxe uma série de mudanças e impôs medidas também no setor de turismo. Nesta perspectiva, o estudo analisa, a par da pandemia de COVID-19, o elemento segurança, cuja importância se faz sentir mais do que nunca no setor do turismo.

Os autores concluem que são necessários mais esforços para que o sector do turismo recupere o seu potencial económico. Em termos de turismo, a COVID-19 tem sido uma experiência dolorosa. Para minorar os impactos de futuras pandemias, os autores deixam algumas sugestões quer para as empresas (fornecer serviços orientados para a tecnologia, desenvolver uma compreensão correta do negócio de boutique, distribuir o risco financeiro fazendo diversificação do mercado, etc.) quer para os governos (aumentar as subvenções que concedem, restringir a construção de novos empreendimentos para evitar subocupações - formação de capacidade ociosa -, oferecerem vistos e incentivos que facilitem as viagens de pessoas, etc.).

A “Definição das Responsabilidades dos Turistas no Período Pós-COVID-19” é discutida por Anila Thomas no Capítulo 12. Recorrendo a um estudo por questionário, que incluía perguntas para medir as intenções/expectativas do viajante / mudança de padrões durante as suas viagens domésticas e internacionais de negócios ou lazer, a autora mostra que a pandemia teve um efeito sobre todos as dimensões do fenómeno turístico, nomeadamente, o estilo de viagem e os turistas em si mesmo (aspectos mais afetados), mas também o alojamento, o destino e as infraestruturas. O estudo mostra ainda uma maior orientação dos turistas para as questões da sustentabilidade.

Os resultados do estudo permitem à autora concluir que a COVID-19 estava a reformular as atitudes e percepções do viajante, valorizando-se agora destinos bem conhecidos, estáveis, dignos de confiança, e de baixo risco. Por fim, a autora considera que a pandemia deu um impulso à sustentabilidade do turismo, defendendo, por isso, políticas públicas orientadas a estes novos tempos.

O Capítulo 13 intitulado “Ética Aplicada na Gestão de Destinos Pós-COVID-19”, de Arcos-Pumarola, Conill-Tetuà e Guitart-Casalderrey, discute os problemas éticos que COVID-19 coloca, designadamente, o tratamento diferenciado que os turistas têm [tiveram] em alguns países comparativamente ao tratamento dado aos residentes (mais restritivo para estes últimos). Os autores debatem a situação a partir de casos concretos e de interrogações como «Será ético dar prioridade à saúde dos turistas manter um determinado tipo de economia quando os hospitais correm o risco de se verem esmagados [*overwhelmed*] a lidar com a doença?».

Os autores sugerem, em conclusão, que o conceito de turista deve evoluir para passar a visto como um residente temporário e não apenas como um cliente. Deste modo assegura-se a equidade entre ambos os grupos (turistas e residentes permanentes), facilitando a inclusão no destino e a sustentabilidade social.

A última parte intitulada “COVID-19 e Governança no Turismo”, inicia-se com o Capítulo 14 de R. S. S. W Arachchi e W. K. A. C Gnanapala, denominado “O Impacto da Pandemia de COVID-19 na Indústria do Turismo do Sri Lanka: os Dilemas da Sustentabilidade da Indústria”. Os autores discutiram o impacto da Pandemia de COVID-19 no turismo em todo o mundo e os desafios do turismo sustentável que a indústria do Sri Lanka enfrenta. Além disso, o estudo discute as estratégias de resiliência a implementar pela indústria para obter sucesso em situações pandémicas.

Os autores consideram ainda quer os governos quer as empresas devem rever e reavaliar os seus modelos de intervenção e que deve ser dada atenção às mudanças nos comportamentos dos turistas pós-COVID-19.

O Capítulo 15 de Mohanty, Tiwari e Chowdhary, intitula-se “Gerindo a sustentabilidade de eventos no turismo no Período pós-COVID-19: explorando novas realidades” examina os desenvolvimentos recentes no subsector do turismo de eventos, nomeadamente os relacionados com a COVID-19.

Os autores consideram que embora a recuperação do negócio dos eventos dependa de fatores tais como as políticas governamentais, as organizações de gestão de eventos necessitam de compreender

as exigências específicas e as características do público-alvo, sugerindo a aposta na sustentabilidade considerada nas vertentes: Física, Ambiental e Financeira e Socioeconómica.

Kalsoom B. e Mehtab Alam são os autores do Capítulo 16 “O Impacto da Pandemia de COVID-19 nos Pequenos Empreendimentos Turísticos no Paquistão”. Recorrendo a entrevistas semiestruturadas a pequenos empresários turísticos no Paquistão, os autores concluem que as pequenas empresas do turismo devem apostar na inovação, incluindo a de carácter tecnológico, para ultrapassarem as dificuldades causadas pela COVID-19. Os autores defendem ainda a intervenção dos governos ao nível dos recursos humanos, dando contributos para a melhoria das condições de trabalho, incluindo as salariais, e no âmbito da formação profissional.

Por fim, o Capítulo 17, de Liberato, Limbado, Sousa e Liberato, é sobre as “Perspetivas na Gestão Estratégica de Destinos no Período Pós-COVID” e examina a história, o presente e o futuro do turismo e hotelaria em Portugal, tendo em conta o período pandémico. O estudo pretendeu compreender o impacto do COVID-19 no turismo e indústrias hoteleiras como um todo, tendo os autores utilizado uma abordagem metodológica qualitativa, recorrendo a entrevistas semiestruturadas a empreendedores e *stakeholders* de entidades do setor do Norte de Portugal.

Os autores concluem que as estratégias futuras para o sector passam pela valorização do destino e pela atração de recursos humanos, emergindo o turismo sustentável também como um elemento determinante.

Este livro constitui uma proposta interessante. Os editores propõem-nos uma obra para debater o COVID-19 na indústria do turismo, com o enfoque particular de se analisar a sustentabilidade e a resiliência e se procurarem novos caminhos. A pandemia confrontou o turismo com um enorme desafio, qual montanha que o setor teve de ultrapassar. Fica claro no livro que o turismo passou essa montanha, mas fica também claro que, do outro lado da montanha, no pós-COVID, se encontra um turismo diferente daquele que existia até 2019, assente agora na sustentabilidade, na responsabilidade, e em posturas e decisões onde as questões éticas são elementos a ponderar.

Sendo uma proposta de valor, o livro revela, todavia, alguns desequilíbrios. Embora obra esteja bem organizada, sente-se a falta de uma análise de conjunto dos diversos contributos, algo que criasse um denominador comum. Com se referiu anteriormente, o livro organiza-se em cinco partes - *COVID-19 and Tourism: Introduction; COVID-19 and Tourism Marketing Sustainability; Tourism Education and Research for Tourism Sustainability; Ethics and Responsibilities in Tourism Management Post COVID-19 Pandemic; COVID-19 and Tourism Governance* – percebe-se aqui um predomínio de temas relacionados com o conceito de responsabilidade social corporativa (RSC), numa sua definição mais ampla, que inclui as questões sustentabilidade, da ética, e da governação. Mas se assim é, os autores poderiam ter explicado essa sua opção e o porquê de terem considerado estas dimensões da RSC e de ter secundarizado outras, designadamente, as questões de natureza ambiental, ou a gestão de partes interessadas (*stakeholders*), tão significativa que é para o turismo.

Um segundo desequilíbrio é consequência da autonomia com que cada equipa de autores trabalhou. Observa-se alguma repetição de ideias de capítulo para capítulo, particularmente no que respeita à descrição do sector e do modo como a pandemia se desenvolveu e como afetou o turismo. Ao trabalhar-se com equipas muito diversas e dotadas de grande autonomia é suscetível que tal aconteça. Orientações iniciais claras por parte dos editores, poderiam ter minorado o problema, mas isso passaria por uma capacidade antecipatória (quase divinatória) por parte dos editores, que muitas vezes não é possível alcançar. Depois de uma primeira versão dos capítulos ser submetida, a capacidade de influenciar o formato final é, como se sabe, muito mais limitada.

Um terceiro desequilíbrio decorre do papel desempenhado pelo COVID-19 no processo de transformação do turismo e nas soluções propostas. Observam-se aqui duas abordagens diferentes. Por exemplo, no capítulo 11, Yayla, Solunoğlu e Keleş, debruçam-se as questões da segurança e proteção do turismo após a COVID-19. Neste caso, a pandemia foi um elemento transformador que introduziu novas variáveis na equação do turismo – a segurança e a proteção. Estas novas variáveis, que terão de passar a ser geridas, decorrem diretamente da pandemia. De um modo diferente, Magalhães e Marques, no capítulo 5, refletem acerca das estratégias de *marketing* e de *demarketing* nas operações hoteleiras. O COVID-19 surge aqui como um elemento que alterou o enquadramento, e não como um elemento que tenha criado novas variáveis, que têm de ser geridas. A pandemia é assim nalguns casos um elemento que transformou e introduziu novas variáveis diretamente relacionadas com ela; e noutros apenas um elemento que altera globalmente a envolvente. Esta situação pode gerar algum desconforto nos leitores que, eventualmente, esperassem avaliações mais uniformes, dos impactos, das consequências e dos efeitos transformadores da pandemia nos diferentes domínios do turismo considerados.

Finalmente, assinala-se um último desequilíbrio da obra ligada ao conteúdo que compõe cada uma das partes. Não se percebe se os editores consideram que a discussão que se faz em cada uma das partes esgota, ou não, o debate necessário sobre o tema respetivo. Por exemplo, a segunda parte é sobre marketing do turismo e Sustentabilidade. Consideram os editores que as três vertentes consideradas (três capítulos) esgotam a discussão dos impactos da COVID-19 neste tópico? Ou serão estas três vertentes de entre várias possíveis? A mesma situação repete-se nas outras partes, em especial na terceira parte que reflete acerca dos impactos da pandemia na educação em turismo. Esta parte é composta por apenas dois capítulos e que parece deixar sem discussão muitas das dimensões relacionadas com a educação e formação em turismo impactadas pelo COVID-19.

Como se disse anteriormente trata-se de uma proposta com interesse, embora, limitada pelos desequilíbrios assinalados. Um trabalho mais proficiente dos editores talvez facilitasse a compreensão da obra pelos leitores e tornasse mais claro o seu objetivo e utilidade. Todavia, mesmo considerando estas limitações é uma reflexão que se justifica. Na interpretação que fazemos, a obra destaca o impacto significativo da COVID-19 no turismo, o carácter resiliente do setor e, na nossa leitura, a Responsabilidade Social das Organizações (corporativa) como o (novo) caminho a seguir (*New Directions*). Todos estes temas são atuais e merecem ser discutidos e é neste contexto que esta obra deve ser considerada.

Agradecimento

«Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do Projecto UIDB/04521/2020»

Referências

- OECD (2020), *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/6b47b985-en>.
- OECD (2022), *OECD Tourism Trends and Policies 2022*. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>.
- UNWTO (World Tourism Organization) 2020. *UNWTO World Tourism Barometer, May 2020 – Special focus on the Impact of COVID-19 (Summary)*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284421817>.
- UNWTO (World Tourism Organization) 2022. *Rethinking Tourism – From Crisis to Transformation – World Tourism Day 2022 Report*, Disponível em: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-09/from-crisis-to-transformation-WTD2022.pdf?VersionId=E2562wREejLJYZbb5IkpKFufBA9URdC> (acesso a 08/04/2023).
- WTTC 2020. *Travel & Tourism Recovery Scenarios 2020 and Economic Impact from COVID 19*. Disponível em: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Travel%20Tourism%20Recovery%20Scenarios%202020%20and%20Economic%20Impact%20from%20COVID-19.pdf?ver=2021-02-25-183040-927> (acesso a 08/04/2023).
- WTTC 2022. *Travel & Tourism, Economic Impact 2022, Global Trends*. Disponível em: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf> (acesso a 08/04/2023).

Recibido: 09/05/2023
Reenviado: 21/09/2023
Aceptado: 22/09/2023
Sometido a evaluación por pares anónimos