



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022  
ISSN 2177-3866

## **Hospitalidade em tempos de pandemia do COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem**

**ANDERSON SOARES LOPES**

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à órgão de fomento:

Os autores gostariam de agradecer a Universidade Anhembi Morumbi pelo apoio na elaboração, desenvolvimento e conclusão da pesquisa.

# Hospitalidade em tempos de pandemia do COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem

## Resumo

Este artigo apresenta considerações sobre a dinâmica do setor da hospitalidade diante de momentos de crise, sobretudo ao considerar as atividades que envolvem o fornecimento e a oferta de alimentos e bebidas, e hospedagem no decorrer da pandemia do COVID-19. O problema da pesquisa é, qual é o impacto da pandemia do vírus COVID-19 nas relações de hospitalidade no contexto dos meios de hospedagem e do fornecimento de alimentos e bebidas? O objetivo da pesquisa é, analisar e classificar os materiais dispostos sobre o COVID-19 e desta forma avaliar o impacto nos setores de hospedagem e alimentos e bebidas. Para isso, foi desenvolvida pesquisa documental no período de 26 de fevereiro a 26 de março de 2020 a partir das notícias dispostas nos portais G1 e UOL. Estas foram divididas em duas categorias que se apresentam de acordo com a temática desta investigação. Os resultados apresentam por meio da análise destas notícias, insights teóricos que demonstram a realidade visualizada em distintas partes do mundo que reúnem aspectos de prevenção e contaminação por meio deste vírus. Oportunidades que emergiram a partir das compras on line, vendas antecipadas, delivery e a utilização de aplicativos. Mas que também consideram marcas conhecidas no setor de hospedagem, alimentos e bebidas, além de personalidades, espaços públicos ou privados utilizados para montagem de hospitais.

**Palavras-chave:** Hospitalidade. Hospedagem. Alimentos e Bebidas.

## Introdução

Este estudo vem tratar de questões que envolvem as vertentes da hospitalidade no ambiente dos meios de hospedagem e do fornecimento de alimentos e bebidas em época turbulentas para a sociedade, a exemplo dos tempos de pandemia e da crise no setor de saúde global gerada por meio da contaminação do vírus COVID-19.

Isto também vem a demonstrar o motivo porque esta publicação vem a ser inédita e a contribuição deste estudo. Principalmente por realizar uma análise documental, e por buscar entrelaçar na mesma investigação assuntos pertinentes ao COVID-19 com questões que envolvem a hospitalidade no contexto nos meios de hospedagem e nos parâmetros do fornecimento de alimentos e bebidas.

Para fins desta pesquisa considera-se que a hospitalidade é um intercâmbio humano contemporâneo, celebrado de forma a melhorar o bem-estar mútuo das partes envolvidas por meio do fornecimento de acomodação e/ou comida e/ou bebidas (Brotherton, 1999; Lugosi, 2008).

Em outras palavras Brotherton (1999) e Lugosi (2008) abordam as vertentes da hospitalidade a partir de considerações que vem a contemplar o contexto das trocas seja de objetos ou das relações humanas, com vistas a englobar aspectos como a saúde, o conforto e a comodidade, a alimentação e boa nutrição, a gastronomia e o alojamento dos stakeholders envolvidos nesta atividade. Este conceito central também servirá de base para a formulação do problema, proposições e objetivo geral e específico desta investigação.

O problema da pesquisa é: qual é o impacto da pandemia do vírus COVID-19 nas relações de hospitalidade no contexto dos meios de hospedagem e do fornecimento de alimentos e bebidas?

As preposições da investigação são, (P1) ao analisar os documentos dispostos sobre a pandemia do vírus COVID-19 observa-se os impactos causados na atividade dos meios de hospedagem; e (P2) o novo coronavírus por meio de sua disseminação e contaminação vem a afetar a atividade do setor de alimentos e bebidas.

O objetivo principal da pesquisa é analisar, classificar os materiais dispostos sobre o COVID-19 e desta forma avaliar o impacto nos setores de hospedagem e alimentos e bebidas. Mediante a formulação estes parâmetros foram elaborados os objetivos específicos:

- Demonstrar o impacto do novo coronavírus no setor de hospedagem;
- Apresentar por meio de análise documental a interferência do COVID-19 no setor de alimentos e bebidas;
- Avaliar a relação entre a hospitalidade e a pandemia do vírus COVID-19;

Mediante estas considerações, nas próximas páginas se realizará a fundamentação teórica deste manuscrito de forma a tratar de questões que envolvem a hospitalidade no contexto dos meios de hospedagem e do setor de alimentos e bebidas, e depois se tratará de dados a respeito da pandemia do COVID-19. Logo em seguida, se apresentará os resultados e considerações finais deste material. Assim, espera-se agregar com o universo do campo de estudos da hospitalidade, que a exemplo de toda atividade humana vem a apresentar mudanças consideráveis no contexto da sociedade e da atuação das organizações.

## **REVISÃO DE LITERATURA**

### **Hospitalidade no contexto dos meios de hospedagem e dos alimentos e bebidas**

Aspectos de receptividade e da hospitalidade possuem distintos tópicos na sua agenda de pesquisa (Lynch *et al.*, 2011), no contexto do ser humano, da sociedade e na atuação das organizações. Isto vem a ocorrer de forma pessoal e no ambiente virtual, por vezes ao contemplar abordagens teóricas inovadoras, por exemplo, em rede on-line (Molz, 2012) ou mesmo das diferenças e controle social (Lynch *et al.*, 2011).

Desta forma demonstra-se que o conceito de hospitalidade vem a ser amplo (Molz, 2012) e por isto, torna-se comum que os pesquisadores busquem explorar abordagens inovadoras. Neste contexto emergem manuscritos, materiais e notícias que possuem o viés hospitaleiro, mas também se entrelaçam com outros assuntos que se encontram na moda ou que chamam a atenção da sociedade.

Por isto, observam-se investigações que tratam da tecnologia da informação (Law *et al.*, 2014), e do consumo global de comida e das emissões de carbono no setor do turismo (Babakhani *et al.*, 2020; Gössling & Peeters, 2015), da diferença de visão entre estudantes e gestores no que se refere as expectativas e os atributos desejados (Harkison *et al.*, 2011), por exemplo. Esta atividade vem a ser relevante, pois vem assim são desenvolvidos meios de conceder maior embasamento e aprofundamento teórico a esta área de estudo.

Desta forma, torna-se possível considerar aspectos do passado e do futuro por meio de atividades heterogêneas, a exemplo da prestação de serviços (Goodman Jr & Sprague, 1991; Volchek *et al.*, 2020), pois a mão-de-obra que desenvolve as atividades de rotina no setor da hospitalidade desenvolve uma série de práticas (Israeli & Reichel, 2003).

Assim surgiram instituições de ensino a exemplo da School of Hotel and Tourism Management, da Hong Kong Polytechnic University ou a Rosen College of Hospitality Management, com o proposito de atuar em duas atividades, seja formar profissionais para gerenciar organizações e atividades no setor da hospitalidade (Goodman Jr & Sprague, 1991; ROSEN COLLEGE OF HOSPITALITY MANAGEMENT, 2020). Mas também com o intuito de desenvolver pesquisas de qualidade nesta área.

Neste contexto, ao teorizar sobre a hospitalidade (Lynch *et al.*, 2011) em áreas mais tradicionais observa-se as atividades humanas no contexto mercadológico (Volchek *et al.*, 2020), seja na esfera profissional por meio da oferta de alimentos, bebidas e acomodação (Telfer, 1995):

- Em organizações como restaurantes (Babakhani *et al.*, 2020) e do setor de alimentação;
- Hospitais (Hepple *et al.*, 1990; Kelly *et al.*, 2016; Severt *et al.*, 2008) e hotéis (Božič & Knežević Cvelbar, 2016; Lu & Kandampully, 2016), além de outros meios de hospedagem extra-hoteleiros que surgem e se multiplicam devido a uma necessidade da própria sociedade;
- Festivais e eventos (Giordano & Ong, 2017), além do setor de Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE);

## **Hospitalidade & Pandemia do COVID-19**

As organizações atuantes no setor da hospitalidade são responsáveis pela geração de empregos diretos e indiretos, e também pelo incremento do Produto Interno Bruto (PIB) dos países (Israeli & Reichel, 2003), desta forma aspectos econômicos e financeiros, fazem parte

das áreas da administração e da hospitalidade. Mas dentre as atividades mais importantes inclui-se fazer com que as pessoas se sintam bem. Já que a experiência do consumo encontra-se ligada a aspectos como a satisfação e a fidelização (Stefanini *et al.*, 2018).

Contudo, esta realidade nem sempre se encontra presente nas múltiplas perspectivas da sociedade. Assim existem aspectos como a ascensão das redes ou plataformas sociais a exemplo de Instagram, YouTube, Facebook, Amazon, Weibo e Twitter, utilizadas por autoridades e personalidades como Rupi Kaur, Luisito Comunica, Mark Zuckerberg, Javier Castillo, Fang Fang e Donald Trump (The New York Times, 2020).

Ou seja, meios de comunicação essenciais para informar a população (Wen *et al.*, 2020), que por vezes proliferam mensagens sem nenhum rigor científico, mas que agradam os instintos primitivos humano. Por exemplo, que os vírus pandêmicos a exemplo do COVID-19 foram criados em laboratórios biológicos (The New York Times, 2020).

Isto vem a interferir no setor da hospitalidade e também em outras atividades que acompanham a dinâmica da sociedade. Por isso, é necessário ter atenção na maneira que esta atividade é realizada (Sio-Chong & So, 2020), principalmente no que se refere a assuntos sobre crises ou desastres públicos (Wen *et al.*, 2020).

Por exemplo, se observa que o setor turístico sofre perdas de demanda devido a ataques terroristas, crises relacionadas à saúde, crises econômicas e financeiras, e por fim, desastres naturais (Sio-Chong & So, 2020). Aborda-se o setor do turismo, pois este se encontra relacionado às atividades da hospitalidade, seja por meio da prestação de serviços, oferta de alimentos, bebidas e acomodação conforme mencionado acima.

Neste contexto, verifica-se que os ataques terroristas em localidades como Nova Zelândia, Manchester, Madri, Paris e Bali, criaram sérios problemas que envolvem a proteção dos turistas (Sio-Chong & So, 2020). Por isso, a proliferação de notícias nas mídias sociais vem alterar a entrega de informações (Wen *et al.*, 2020). Desta forma, os momentos de crise são oportunidades para se repensar os atuais valores, o apoio às injustiças e as formas de exploração neoliberais (Higgins-Desbiolles, 2020).

Neste caso, consideram-se as mudanças ocorridas na sociedade, onde se observa a proliferação de doenças infectocontagiosas e as pandemias, por exemplo. Por isso, a crise de saúde global causada a partir do surgimento do novo coronavírus humano, o SARS-CoV-2, que causa infecções respiratórias em humanos (Kampf *et al.*, 2020), vêm a interferir no consumo, no sentimento de segurança e na forma de desenvolver relações de hospitalidade, seja no ambiente familiar ou do trabalho.

Por exemplo, devido ao risco de contaminação do vírus COVID-19, as pessoas evitam apertar as mãos, abraçar, ter contato físico, ficar próximo dos outros e até mesmo se deslocar, sair das suas residências, ou viajar. Mas mesmo diante desta realidade de pandemia espera-se que o futuro do setor dos aspectos que envolvem as atividades da hospitalidade e do turismo possam se sobressair (Fang, 2020), e apontar novos meios o desenvolvimento das atividades nas organizações que fornecem alimentos, bebidas e acomodação.

## **Metodologia**

No setor da hospitalidade torna-se possível desenvolver pesquisas que no seu propósito encontram-se estudos de caso (Dolnicar *et al.*, 2020), a análise de artigos (Mehmetoglu, 2004), notícias (Wen *et al.*, 2020), documentos e materiais elaborados a partir de métodos de analisados forma quantitativa e qualitativa (Mehmetoglu, 2004; Okumus *et al.*, 2018).

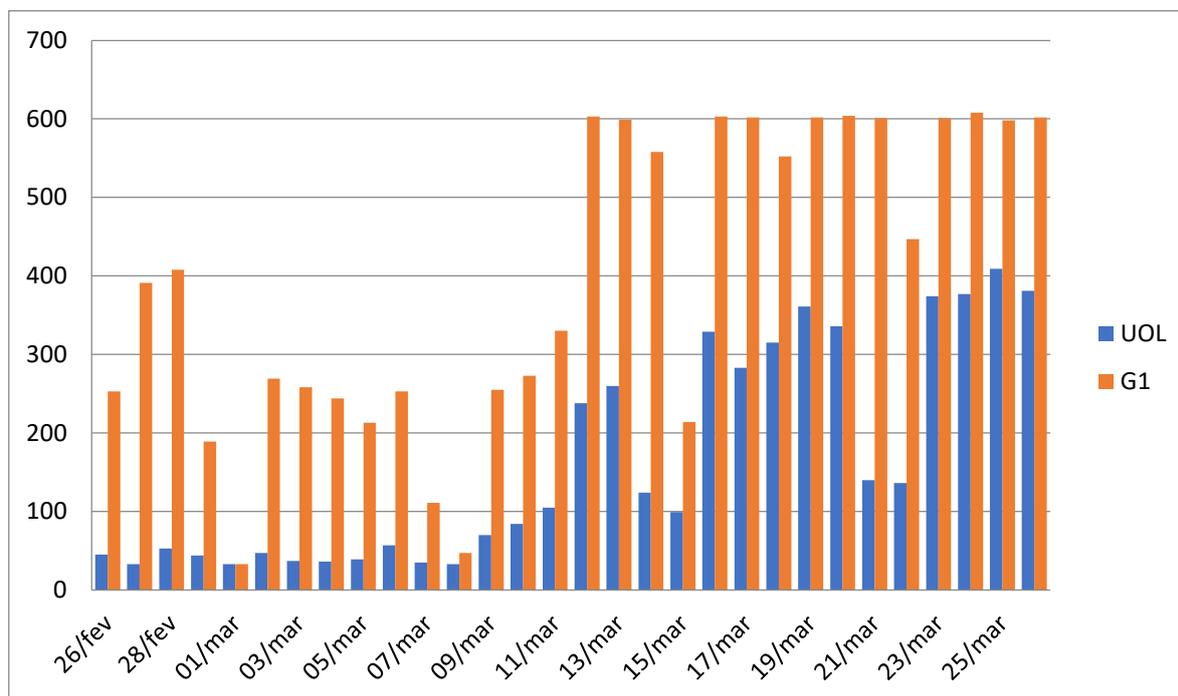
Para se obter êxito, ou seja, melhor análise e fundamentação dos dados nesta atividade torna-se necessário que os pesquisadores demonstrem habilidade na elaboração e desenvolvimento destes manuscritos sobretudo ao analisar aspectos associados ao setor dos meios de hospedagem e acomodação (Božič & Knežević Cvelbar, 2016; Lu & Kandampully, 2016), e alimentos e bebidas (Babakhani *et al.*, 2020; Gössling & Peeters, 2015; Okumus *et al.*, 2018), por exemplo.

Neste manuscrito é realizada pesquisa documental, onde foram levantadas e analisadas notícias que tratam a respeito do COVID-19 no período de 26 de fevereiro a 26 de março de 2020. Os dados foram coletados a partir de notícias apresentadas nos portais G1 (g1.globo.com) e UOL (www.uol.com.br). Desta forma os materiais coletados foram divididos em 2 categorias: 1 – Impacto do COVID-19 na atividade dos meios de hospedagem, e 2 – formas que o COVID-19 afetou o setor de alimentos e bebidas.

## **Resultados**

Os dados levantados neste estudo demonstram o número de publicações sobre o tema COVID-19, como também apresentam a dimensão e relevância do estudo, que foi no total de 16.428 notícias, dispostos nos dois portais analisados, G1 e UOL. Para melhor compreender esta questão, apresenta-se por dia a quantidade materiais analisados, assim elaborou-se o Gráfico 1 – Publicações sobre COVID-19, que encontra-se logo abaixo.

**Gráfico 1 – Publicações sobre COVID-19**



Fonte: Elaborado pelos autores

Por meio dos dados expostos no Gráfico 1 – Publicações sobre COVID-19, demonstra-se que o número de notícias no período de 26 de fevereiro a 26 de março de 2020 oscilou, principalmente no que se refere ao período do início da pesquisa a data de 11 de março de 2020. Porém o número de dados dispostos aumentou de forma acentuada a partir de 12 de março de 2020 e se manteve estável até o término da pesquisa.

Esta alta no número de notícias sobre o tema associa-se a questões como a contaminação e disseminação deste vírus no território brasileiro, na América Latina e no mundo. Esta realidade, chamou a atenção da sociedade, ao buscar meios para se prevenir e ao observar que não existia de forma imediata uma forma para controlar a propagação do COVID-19.

O aumento no número de notícias também ocorreu pelas pessoas observarem a alta quantidade de mortes nas distintas partes do mundo, a exemplo da América, Europa, África, Ásia e Oceania. Em localidades da América Latina, por exemplo, as vítimas do COVID-19 eram enterradas com caixão fechado, ou se observou hospitais lotados.

Mas além do setor da saúde e de comunicação, este vírus veio a ocasionar consequências em outros setores como os meios de hospedagem, e a área de alimentos e bebidas. Diante disto, logo após, efetuar a coleta dos materiais, foi necessário realizar a

análise das notícias e extrair aquelas que encontram-se associadas a proposta desta investigação.

Mediante as notícias visualizadas no decorrer da pesquisa, os pesquisadores buscaram utilizar os critérios expostos na Tabela 1 – Categorização das notícias sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem, que segue abaixo para separar as publicações expostas nos dois portais investigados.

**Tabela 1 – Categorização das notícias sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem**

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <p><b>ALIMENTOS &amp; BEBIDAS</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Água benta e uso da água para higiene pessoal;</li> <li>- Agronegócio e exportações de insumos como grãos e frigoríficos;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentos para melhorar a imunidade;</li> <li>- Atos normativos;</li> <li>- Cartão alimentação;</li> <li>- Cerveja Corona e coronaburger;</li> </ul> </li> <li>- Comida e proteção ao coronavírus para idosos em Roma;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Compra antecipada e compras on line;</li> <li>- Cozinheiros e garçons;</li> </ul> </li> <li>- Decretos municipais e estaduais para proibir a abertura de bares, cafés, quiosques e restaurantes;</li> <li>- Delivery e entregadores de comidas como Uber EATS e Rappi;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Demissão de funcionários;</li> </ul> </li> <li>- Desabastecimento e disputa por comida nos supermercados;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Doação de comidas, marmitas e pão de graça;</li> <li>- Fome: falta de comida para se alimentar;</li> <li>- Gêneros alimentícios;</li> </ul> </li> <li>- Marcas da área de alimentação como: Burger King, Danone, Giraffas, Habib's, KFC, McDonald's, Nestlé, Outback, Pizza Hut, Restaurante Madero, Restaurante Mocotó, Starbucks e Viena;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ovos de páscoa;</li> </ul> </li> <li>- Personalidade da cozinha como Henrique Fogazza e Paola Carosella;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Receita de comida caseira;</li> <li>- Restaurantes, bares e lanchonetes;</li> <li>- Segurança alimentar global;</li> <li>- Transmissão do coronavírus por alimentos;</li> <li>- Transmissão de vírus em restaurantes por kilo;</li> </ul> </li> </ul> |
| <p><b>HOSPEDAGEM</b></p>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Airbnb;</li> <li>- Hotéis que desabaram;</li> <li>- Hospitais e Pronto-Socorros;</li> <li>- Localidades como Califórnia, China, Chile, EUA, Itália e Rússia;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Marcas como Renault;</li> </ul> </li> <li>- Montagem de hospitais de campanha nos Estádios Mané Garrincha, Pacaembú e Maracanã;             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motéis;</li> </ul> </li> <li>- Navios (cruzeiros) a exemplo de Royal Caribbean;</li> <li>- Pacientes infectados como coronavírus nos hospitais;</li> <li>- Personalidades como Cléo Pires;</li> </ul>   |

- Quarentena em hotéis;  
- Resorts;  
- Uso de cloroquina em hospitais para tratamento;

Fonte: Elaborado pelos autores

Diante da Tabela 1 - Categorização das notícias sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem, demonstra-se as notícias visualizadas no decorrer desta investigação e como se deu a forma de separá-las nas categorias alimentos e bebidas, e hospedagem. Também informa-se que foram localizadas notícias, mas que se adequavam a outras áreas de atuação ou campos de estudo e desta maneira foram desconsideradas.

Logo em seguida de forma a demonstrar a evolução das publicações sobre COVID-19 que impactaram as áreas de alimentos e bebidas, e hospedagem, criou-se uma tabela que apresenta este contexto. Por isso, apresenta-se logo abaixo, a Tabela 2 – Publicações sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem.

**Tabela 2 – Publicações sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem**

|            | MEIOS DE HOSPEDADEGM – UOL | ALIMENTOS & BEBIDAS - UOL | MEIOS DE HOSPEDAGEM - G1 | ALIMENTOS & BEBIDAS - G1 |
|------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 26/02/2020 | 2                          | 0                         | 31                       | 2                        |
| 27/02/2020 | 1                          | 2                         | 24                       | 2                        |
| 28/02/2020 | 2                          | 1                         | 17                       | 1                        |
| 29/02/2020 | 4                          | 1                         | 12                       | 6                        |
| 01/03/2020 | 1                          | 0                         | 3                        | 0                        |
| 02/03/2020 | 2                          | 0                         | 13                       | 1                        |
| 03/03/2020 | 0                          | 0                         | 13                       | 5                        |
| 04/03/2020 | 0                          | 0                         | 12                       | 0                        |
| 05/03/2020 | 1                          | 0                         | 6                        | 3                        |
| 06/03/2020 | 1                          | 2                         | 17                       | 1                        |
| 07/03/2020 | 4                          | 0                         | 15                       | 1                        |
| 08/03/2020 | 1                          | 0                         | 4                        | 3                        |
| 09/03/2020 | 0                          | 0                         | 25                       | 2                        |
| 10/03/2020 | 2                          |                           | 24                       | 0                        |
| 11/03/2020 | 2                          | 1                         | 18                       | 6                        |
| 12/03/2020 | 0                          | 2                         | 21                       | 2                        |
| 13/03/2020 | 11                         | 2                         | 24                       | 30                       |
| 14/03/2020 | 5                          | 2                         | 40                       | 17                       |
| 15/03/2020 | 3                          | 4                         | 16                       | 5                        |
| 16/03/2020 | 16                         | 5                         | 39                       | 15                       |
| 17/03/2020 | 6                          | 11                        | 15                       | 30                       |
| 18/03/2020 | 17                         | 21                        | 24                       | 45                       |
| 19/03/2020 | 11                         | 10                        | 18                       | 36                       |

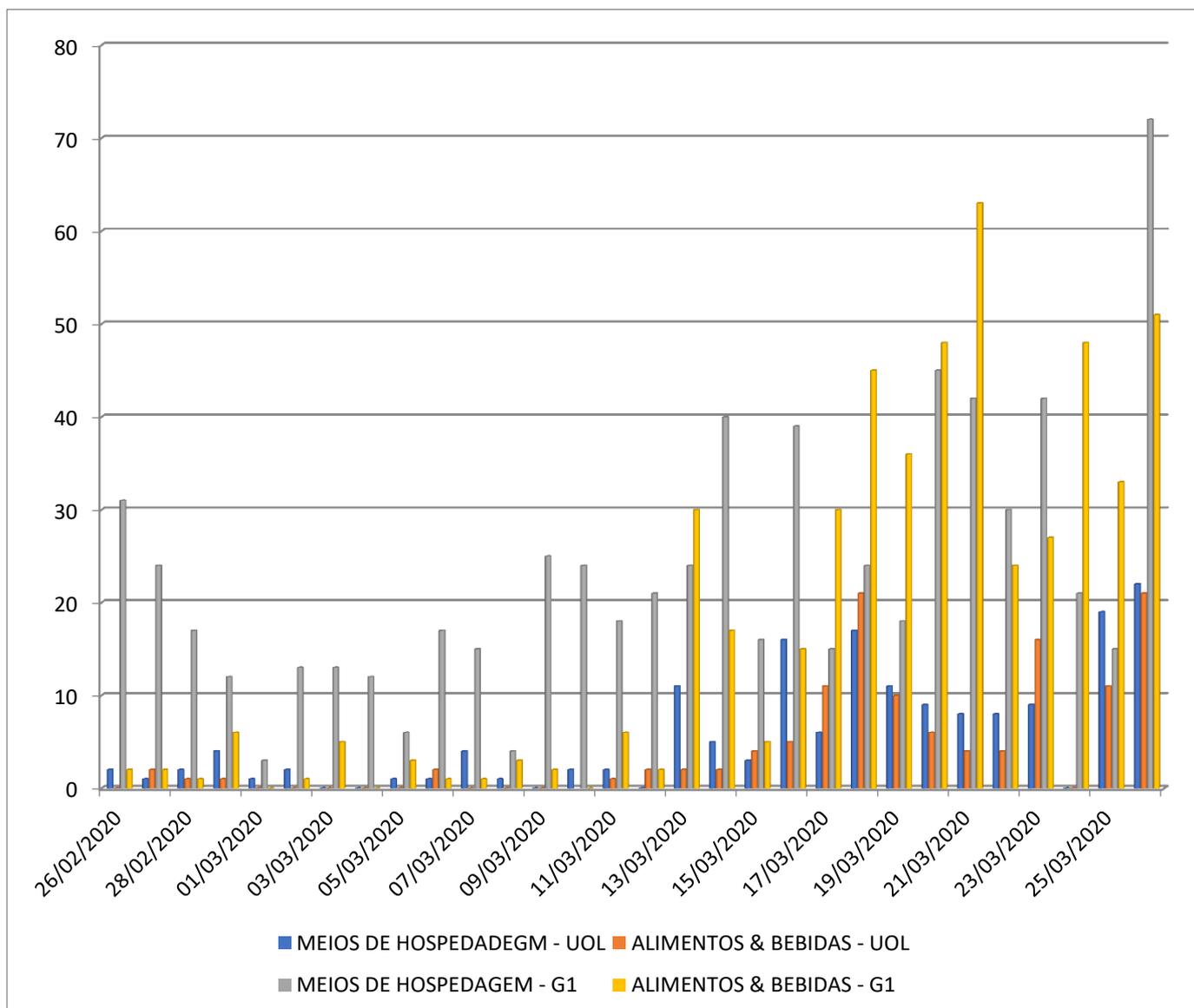
|                   |    |    |    |    |
|-------------------|----|----|----|----|
| <b>20/03/2020</b> | 9  | 6  | 45 | 48 |
| <b>21/03/2020</b> | 8  | 4  | 42 | 63 |
| <b>22/03/2020</b> | 8  | 4  | 30 | 24 |
| <b>23/03/2020</b> | 9  | 16 | 42 | 27 |
| <b>24/03/2020</b> | 0  | 0  | 21 | 48 |
| <b>25/03/2020</b> | 19 | 11 | 15 | 33 |
| <b>26/03/2020</b> | 22 | 21 | 72 | 51 |

Fonte: Elaborado pelos autores

Diante da Tabela 2 – Publicações sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem, demonstra-se a evolução do número de notícias a respeito do tema deste estudo ao considerar os dois portais investigados nesta pesquisa, G1 e UOL. Conforme observa-se a quantidade de notícias sobre cada área encontra-se separada.

De forma breve, observa-se que da mesma que aumentou o número de notícias sobre COVID-19, conseqüentemente também ampliaram-se as publicações nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem. Para melhor expor visualmente os resultados desta pesquisa criou-se o Gráfico 2 – Publicações sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem.

**Gráfico 2 – Publicações sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem**



Fonte: Elaborado pelos autores

Diante do Gráfico 2 – Publicações sobre COVID-19 nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem, demonstra-se a evolução das notícias sobre este vírus nos setores de alimentos, bebidas e hospedagem. Observa-se que o portal G1 publicou a maior parte dos materiais tanto no que se refere a área de alimentos e bebidas como também na área de hospedagem, e que o número de notícias atingiu o seu ápice no final da pesquisa dia 26 de março de 2020.

### Conclusão e Implicações

Este estudo tratou de dois pilares da hospitalidade a exemplo da área de alimentos e bebidas e do setor de hospedagem em épocas de pandemia, mas que mesmo em épocas de crise estas vertentes vêm a ser atividades fundamentais para as relações humanas, ou intercâmbio humano, ao celebrar o bem-estar dos stakeholders desta atividade. Hoje, visto no contexto da boa nutrição, da prestação de serviços e da atuação das organizações.

Desta forma, passou a ganhar maior profundidade e compreendeu-se que por isto, não pode ser visto de forma isolada. Principalmente porque a receptividade humana é um aspecto bem quisto na sociedade e que as crises são passageiras, por vezes necessárias, pois exigem das pessoas e das organizações uma série de transformações, no sentido de se adequar a determinados momentos.

Em meio ao problema da pesquisa, qual é o impacto da pandemia do vírus COVID-19 nas relações de hospitalidade no contexto dos meios de hospedagem e do fornecimento de alimentos e bebidas? Diante da análise das notícias demonstra-se que inicialmente por desconhecimento do seria o COVID-19 parte dos consumidores optou por não adquirir alimentos que de alguma lembrassem este vírus, exemplo, a cerveja Corona.

Em contrapartida, cresceu a doação de comidas, a procura por insumos que aumentassem a imunidade e a matérias que tratavam sobre a segurança alimentar global. Além disto, este vírus teve um impacto nas exportações de gêneros alimentícios, na demanda por restaurantes, inclusive com decretos solicitando a redução de horário ou fechamento destes estabelecimentos, ocasionando desemprego de cozinheiros, garçons e de outros profissionais.

Marcas consagradas da área de alimentação foram impactadas como Burger King, Danone, Giraffas, Habib's, KFC, McDonald's, Nestlé, Outback, Pizza Hut, Restaurante Madero, Restaurante Mocotó, Starbucks e Viena. Na pesquisa localizou-se matérias que tratam a respeito da fome gerada neste período, desabastecimento e disputas no supermercados, a procura pela religiosidade para superar tal momento como o uso de água benta e proteção para idosos em Roma, sede da Igreja Católica.

Mas também visualizou-se um campo de novas possibilidades em que emergiram as compras on line e vendas antecipadas, e por fim, o delivery e entrega de comidas com o auxílio de aplicativos como Eats e Rappi.

Já no que se refere aos meios de hospedagem observa-se casos de baixa ocupação ou sem hóspedes, hotéis utilizados para quarentena de pacientes, onde marcas como a Renault utilizaram esta estratégia. Chama a atenção para o caso do estabelecimento deste setor que

desabou na China, levantando questões a respeito da qualidade ambiental e estrutural desta internação.

Também inúmeras notícias que tratam de hospitais, pronto-socorros e UTIs lotados. Como também as especulações positivas e negativas sobre o uso de cloroquina para tratamento. Ou os caos de navios (cruzeiros) que não podiam atracar nos portos devido a suspeita de tripulantes com o COVID-19. Notícias que falam da contaminação em localidades como Califórnia, China, Chile, EUA, Itália e Rússia e do impacto que esta realidade causou para a área de hospedagem, como os resorts, por exemplo.

Também observa-se caminhos criados na busca de amenizar esta crise, como a montagem de hospitais de campanha em estádios de futebol a exemplo do Maracanã, Pacaembú e o Mané Garrincha. A ascensão de plataformas de serviços mais enxutos, mais baratos e que por vezes se encaixam no orçamento das famílias sobretudo, em épocas de crise como a Airbnb.

Mediante as proposições da investigação, (P1) ao analisar os documentos dispostos sobre a pandemia do vírus COVID-19 observa-se os impactos causados na atividade dos meios de hospedagem; e (P2) o novo coronavírus por meio de sua disseminação e contaminação vem a afetar a atividade do setor de alimentos e bebidas. Observa-se que nos dois campos de atuação houve uma ruptura com os tradicionais modelos operação das atividades, e desta forma em resposta a este contexto surgiram novos caminhos, meios de laboração de atividades, fornecimento de insumos, e de ofertar produtos e serviços.

Neste contexto, uma série de aspectos foram desconstruídos e repensados, sendo assim as pessoas, as organizações, a sociedade, e os setores de alimentos, bebidas e hospedagem passam por transformações, por vezes necessárias para sobreviver em meio a momentos de crises no setor de saúde.

Em meio ao objetivo principal da pesquisa, analisar, classificar os materiais dispostos sobre o COVID-19 e desta forma avaliar o impacto nos setores de hospedagem e alimentos e bebidas. Observa-se que por meio da análise dos materiais dispostos sobre o COVID-19 nos portais G1 e UOL, identificou-se uma série de relatos sobre a prevenção e contaminação deste vírus, que inicialmente afetou a saúde das pessoas.

Mas que ao longo da pesquisa identifica-se que também afetou a area de alimentos e bebidas, e o setor de hospedagem, onde houve aumento do desemprego dos profissionais destes setores e grandes marcas chegaram a falência. Entretanto, outras se reestruturaram e repensaram as suas atividades de rotina. Desta forma, surgiram novas maneiras destas empresas se manterem vivas e competitivas no mercado.

Por fim, registra-se que dentre as limitações desta investigação encontra-se por buscar relacionar a questão do COVID-19 com dois setores, a exemplo da área de alimentação e do setor hospedagem. Portanto, seria possível em outras pesquisas tratar de questões distintas, por exemplo, ao relacionar esta pandemia ao contexto dos laços sociais e a economia, por exemplo.

## Acknowledgement

Os autores gostariam de agradecer a Universidade Anhembi Morumbi pelo apoio na elaboração, desenvolvimento e conclusão da pesquisa.

## Referencias

Babakhani, N., Lee, A., & Dolnicar, S. (2020). Carbon labels on restaurant menus: do people pay attention to them?. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 51-68.

Božič, V., & Knežević Cvelbar, L. (2016). Resources and capabilities driving performance in the hotel industry. *Tourism and hospitality management*, 22(2), 225-246.

Brotherton B (1999). Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 11(4): 165-173.

Dolnicar, S., Juvan, E., & Grün, B. (2020). Reducing the plate waste of families at hotel buffets—A quasi-experimental field study. *Tourism Management*, 80, 104103.

Fang, W. T. (2020). Future Tourism. In *Tourism in Emerging Economies* (pp. 267-295). Springer, Singapore.

G1. COVID-19. Retrieved February 26, 2020, from g1.globo.com.

Giordano, E., & Ong, C. E. (2017). Light festivals, policy mobilities and urban tourism. *Tourism Geographies*, 19(5), 699-716.

Goodman Jr, R. J., & Sprague, L. G. (1991). The future of hospitality education: Meeting the industry's needs. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32(2), 66-69.

Gössling, S., & Peeters, P. (2015). Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 639–659. doi:10.1080/09669582.2015.100850.

Harkison, T., Poulston, J., & Kim, J. H. G. (2011). Hospitality graduates and managers: the big divide. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Hepple, J., Kipps, M., & Thomson, J. (1990). The concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients. *International journal of hospitality management*, 9(4), 305-318.

Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 1-14.

Israeli, A. A., & Reichel, A. (2003). Hospitality crisis management practices: the Israeli case. *International Journal of Hospitality Management*, 22(4), 353-372.

Kampf, G., Todt, D., Pfaender, S., & Steinmann, E. (2020). Persistence of coronaviruses on inanimate surfaces and its inactivation with biocidal agents. *Journal of Hospital Infection*.

Kelly, R., Losekoot, E., & Wright-StClair, V. A. (2016). Hospitality in hospitals: The importance of caring about the patient. *Hospitality & Society*, 6(2), 113-129.

Law, R., Buhalis, D., & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Lu, C., & Kandampully, J. (2016). What drives customers to use access-based sharing options in the hospitality industry?. *Research in Hospitality Management*, 6(2), 119-126.

Lugosi, P. (2008). Hospitality spaces, hospitable moments: Consumer encounters and affective experiences in commercial settings. *Journal of Foodservice*, 19(2), 139-149.

Lynch, P., Molz, J. G., Mcintosh, A., Lugosi, P., & Lashley, C. (2011). Theorizing hospitality. *Hospitality & Society*, 1(1), 3-24.

Molz, J. G. (2012). CouchSurfing and network hospitality: 'It's not just about the furniture'. *Hospitality & Society*, 1(3), 215-225.

Mehmetoglu, M. (2004). Quantitative or qualitative? A content analysis of Nordic research in tourism and hospitality. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4(3), 176-190.

Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.

ROSEN COLLEGE OF HOSPITALITY MANAGEMENT. Degree Programs. Retrieved August 02, 2020, from <https://hospitality.ucf.edu/degree-programs/>.

Severt, D., Aiello, T., Elswick, S., & Cyr, C. (2008). Hospitality in hospitals?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Stefanini, C. J., Alves, C. A., & Marques, R. B. (2018). Let's have lunch! A study on the relation between hospitality, service quality and experience marketing and guest satisfaction in restaurants. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 57-79.

Sio-Chong, U., & So, Y. C. (2020). The impacts of financial and non-financial crises on tourism: Evidence from Macao and Hong Kong. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100628.

THE NEW YORK TIMES. Los algoritmos son los nuevos editores. Retrieved August, 06, 2020, from <https://www.nytimes.com/es/2020/08/02/espanol/opinion/facebook-amazon-instagram.html>.

Telfer, E. (1995). Hospitableness. *Philosophical papers*, 24(3), 183-196.

Volchek, K., Law, R., Buhalis, D., & Song, H. (2020). Exploring ways to improve personalisation: The influence of tourist context on service perception. *e-Review of Tourism Research*, 17(5), 737-752.

UOL. CORONAVÍRUS. Retrieved February 26, 2020, from [www.uol.com.br](http://www.uol.com.br).

Wen, J., Aston, J., Liu, X., & Ying, T. (2020). Effects of misleading media coverage on public health crisis: A case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China. *Anatolia*, 1-6.