

DIAGNÓSTICO ECONÔMICO E PLANO DE RETOMADA DO TURISMO CATARINENSE



GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Carlos Moisés da Silva

VICE GOVERNADORA DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Daniela Cristina Reinehr

PRESIDENTE DA AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE SANTA CATARINA - SANTUR

Leandro Ferrari

EQUIPE TÉCNICA:

Bianca Pinto Vieira

Renê Ernesto Meneses

Dalvana Maisa Keller

DESIGN E DIAGRAMAÇÃO:

Matheus da Silva Duarte

CONTATO

E-mail: atendimento@santur.sc.gov.br

Telefone: (48) 3665-7400

SEDE

Endereço: Rua Eduardo Gonçalves D'Avila, 303
Itacorubi – Florianópolis – SC.



junho de 2020

SUMÁRIO

1.	PALAVRA DO GOVERNADOR	5
2.	PALAVRA DO PRESIDENTE	6
3.	APRESENTAÇÃO	7
4.	HISTÓRICO	8
5.	INTRODUÇÃO	9
6.	DIAGNÓSTICO	10
6.1.	Macroeconomia do Turismo	10
6.2.	Economia do Turismo em SC	11
6.3.	Empresas e Geração de Empregos	12
6.4.	Rede Econômica Impactada	13
6.5.	Economia de Eventos	14
6.6.	Atrativos	15
6.7.	Premiações	16
6.8.	Mobilidade	17
6.9.	Visitantes	18
6.10.	Ocupação Hoteleira	22
7.	IMPACTOS DA PANDEMIA	23
7.1.	COVID-19	23
7.2.	Impacto Econômico	26
7.3.	Resposta dos Negócios	30
7.4.	Resposta do Transporte Aéreo	34
7.5.	Resposta do Transporte Rodoviário	35
7.6.	Tráfego de Veículos na BR-101	36
7.7.	Impacto Estimado na Hotelaria	37
7.8.	Impacto Estimado em Feiras e Eventos	38

7.9.	Impacto Estimado Geral	39
8.	GESTÃO DE CRISE	40
8.1.	Atuação Direta	42
8.2.	Prospecção de Medidas	43
9.	ESTRATÉGIA PÓS CRISE	45
9.1.	Modelo	46
9.2.	Remodelagem de Mercado	47
9.3.	Programa Viaje Mais SC	49
9.4.	Racional Estratégico	50
9.5.	Presença no Estado	51
10.	ANÁLISE SWOT	52
11.	PARTES INTERESSADAS	53
12.	CONCLUSÃO	54
13.	REFERÊNCIAS	55



1 Palavra do Governador

É praticamente impossível falar de Santa Catarina e não falar de turismo. A relação entre um e outro é profunda, simbiótica. O turismo encontra em Santa Catarina um território vasto e repleto de atrativos, encontra estrutura e profissionalismo, encontra inovação e criatividade. Santa Catarina encontra no turismo, por sua vez, uma fonte rica em oportunidades: sociais, culturais e econômicas. Santa Catarina se desenvolve com o turismo.

Entretanto, o setor tão estratégico tem sido um dos mais impactados por conta da crise sanitária provocada pelo novo coronavírus. Não apenas em nosso Estado, mas mundialmente. Ao mesmo tempo, o turismo certamente terá papel central na retomada econômica, uma vez que agrega uma cadeia ampla em todo o território catarinense e tem forte influência regionalizada.

Diante desse novo cenário, em que os desafios se somam e se acumu-

lam, a atuação do Governo de Santa Catarina na promoção e na proteção do setor se torna ainda mais relevante. Os planos e as estratégias de retomada estão sendo traçados continuamente, integrando governo, por meio da SANTUR, e a iniciativa privada, por meio do trade e entidades setoriais.

O primeiro resultado desse trabalho amplo e conjunto se materializa, embora não se esgote, neste Diagnóstico Econômico e Plano de Retomada do Turismo Catarinense. Em linhas gerais, traça as primeiras estratégias para a retomada do setor, com foco na regionalização e no turismo interno, na construção e no fortalecimento de parcerias e na inovação.

Em poucas palavras, é uma transformação do turismo a partir de uma das marcas mais significativas de Santa Catarina: a resiliência, a capacidade de superar desafios, ressurgindo ainda melhor e mais forte.



Carlos Moisés da Silva

2 Palavra do Presidente

É um novo momento que, mais do que nunca, exige responsabilidade frente à população de Santa Catarina. Por isso, precisamos de assertividade, aproximação com todo o setor do turismo e integração com todas as pastas do Governo do Estado. Nosso foco é realmente valorizar e prestar atenção às necessidades de cada um.

O turismo vive um momento único. É nosso dever também zelar pela saúde das comunidades onde atua. Seja na orientação sobre os cuidados necessários neste momento ou na valorização de quem compartilha da consciência sobre o atual momento. É hora de execução, de entregas de valor, de desburocratização e de busca por mais parcerias.

É fundamental que a iniciativa privada também seja partícipe do desenvolvimento de políticas e estruturas para o turismo do estado. O turismo vai além do lazer que proporciona às pes-

soas, pois envolve uma grande rede de cadeias produtivas com grande efeito multiplicador. Não apenas pela crise imposta pela COVID-19, mas por toda a população que depende da economia gerada pelo turismo, trabalhamos por maior organização, estratégias e resultados.

A equipe da Santur está focada em projetos que se integram com os anseios e as demandas do setor. Almejamos o resgate da nossa história, da nossa cultura, das nossas belezas naturais e da nossa gente. Nosso objetivo é agregar produtos com estratégias de mercado, certificações e infraestrutura. Temos um compromisso com todas as pessoas que vivem desta economia, pessoas fortes que estão inovando e reinventando diariamente frente a todos os obstáculos.



Leandro “Mané” Ferrari

3 APRESENTAÇÃO

A gestão de qualidade prioriza ações técnicas e planejadas, com uso de ferramentas de mercado adequadas. O foco é prestar mais agilidade, precisão e estratégia às decisões do setor. O diagnóstico é uma maneira de organizar de forma estruturada o modo de gestão e atingir uma série de resultados de forma mais eficaz.

O presente documento foi finalizado em 7 de maio de 2020, considerando a atuação da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. O foco é tratar dos impactos da crise causada pela COVID-19 no setor do turismo catarinense e as possibilidades de retomada econômica no estado.



4 HISTÓRICO

A história da Santur inicia por volta de 1968, com o Departamento Autônomo de Turismo (Deatur). Paralelamente ao órgão, o governo do Estado mantinha uma estrutura de apoio ao turismo junto ao Banco do Estado de Santa Catarina (Besc), denominada de Besc Empreendimentos e Turismo S/A.

Em 1975, o Besc Turismo foi extinto e a Empresa de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina (Turesc) criada como economia mista.

Este nome perdurou até 28 de outubro de 1987, quando, a fim de promover uma maior relação com o nome do Estado, passou a se denominar Santa Catarina Turismo S/A (Santur). As políticas públicas para o turismo eram, até então, executadas pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico.

Santur S/A e SOL foram extintas. Através da Lei Complementar nº 741 de 12 de junho de 2019, a autarquia Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (Santur) assumiu o papel de promoção, inovação e planejamento do turismo no estado.

1968

1975

1987

2019

1974

Em 1974, a Deatur foi renomeada como Besc Turismo S/A.

1977

Em 28 de junho de 1977, resultante da fusão da Turesc e da Citur/Rodofeira de Balneário Camboriú, surge a Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina (Citur).

2003

A Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte (SOL) foi criada através da Lei Complementar nº 243 de 30 de janeiro de 2003.

5 INTRODUÇÃO

O Século 21 é marcado pelo amplo uso de dados para embasar estratégias e tomadas de decisão mais ágeis e precisas. A conectividade e acesso à informação viabiliza a formulação cada vez mais clara dos cenários os quais os diversos setores econômicos enfrentam. O turismo é o setor econômico que responde por parte significativa da renda de muitos municípios no estado de Santa Catarina. A Capital catarinense, por exemplo, tem o turismo como a segunda maior atividade econômica, recentemente superada apenas pelo setor de tecnologia e inovação. Desta forma, há necessidade pujante de se desenvolver inteligências em cima dos dados disponibilizados por diversas entidades para nortear o turismo do estado.

Em 2020, Santa Catarina enfrenta mais um grande desafio juntamente com todo o mundo, a pandemia causada pela COVID-19. O vírus SARS-Cov-2 causa uma síndrome respiratória aguda grave, em alguns casos, com consequ-

ências cardíacas e digestórias. A rápida capacidade de dispersão do vírus impõe a todos os setores a necessidade de readequação e revisão de estratégias. No setor público, trabalhamos pela aceleração de entregas para viabilizar uma rápida retomada econômica após o necessário isolamento social.

O grande desafio do turismo brasileiro é a ausência de metodologias unificadas e periodicidade de dados. Todavia, não impede a busca exaustiva por informações para diagnóstico do cenário geral e dos efeitos da crise causada pela COVID-19 no turismo catarinense. Portanto, os objetivos deste diagnóstico são: (a) apresentar uma visão geral deste setor econômico em Santa Catarina; (b) estimar as consequências da crise vivenciada a partir da segunda metade de março de 2020; (c) apresentar o posicionamento da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (Santur) frente à situação; e, (d) propor ações e projetos para fortalecimento do setor.

6 DIAGNÓSTICO

6.1 MACROECONOMIA DO TURISMO

Segundo a World Travel & Tourism Council (WTTC), o setor de Viagens & Turismo movimentou 10,4% do PIB mundial e mais de 319 milhões de empregos em 2018. No Brasil, são cerca de 6,6 milhões de turistas estrangeiros mapeados.

Fonte: WTTC 2019, MTUR 2019

6,6 MILHÕES
TURISTAS ESTRANGEIROS



5,9 BILHÕES
RECEITA CAMBIAL (US\$)

3,7%
PIB BRASIL



52 SEGMENTOS
DA ECONOMIA

6.2 ECONOMIA DO TURISMO EM SC

A movimentação econômica mínima gerada pelo turismo em Santa Catarina é estimada em R\$ 33 bilhões, conforme dados da Santur e Fecomércio obtidos entre 2018 e 2020. A medida leva em conta ocupação hoteleira, visitação à atrativos e realização de feiras e eventos.

MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICA MÍNIMA POR ESTAÇÃO



 **12%**
 PIB SC 2019

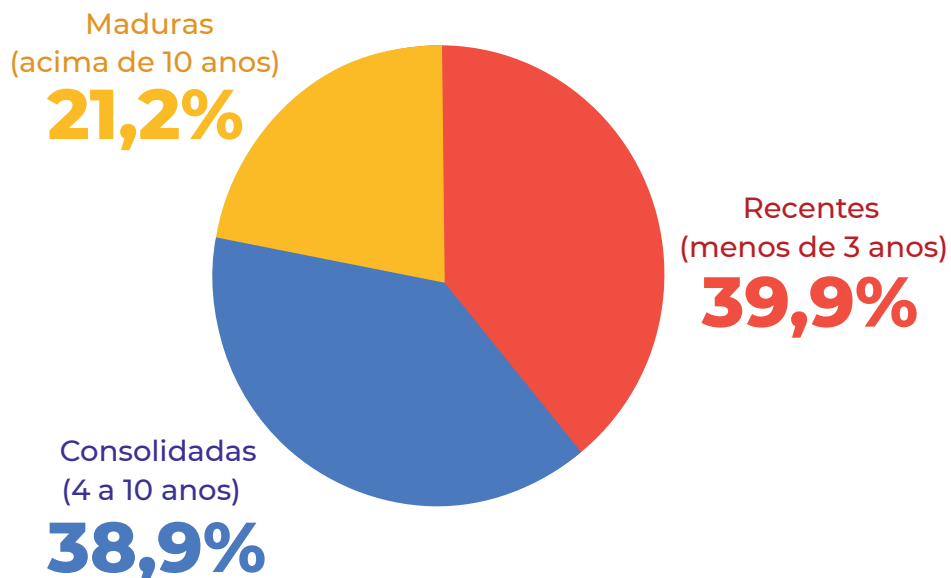
 **R\$630 MILHÕES**
 ARRECADAÇÃO DE ICMS EM 2019

 **16,3 MILHÕES**
 TURISTAS EM 2019

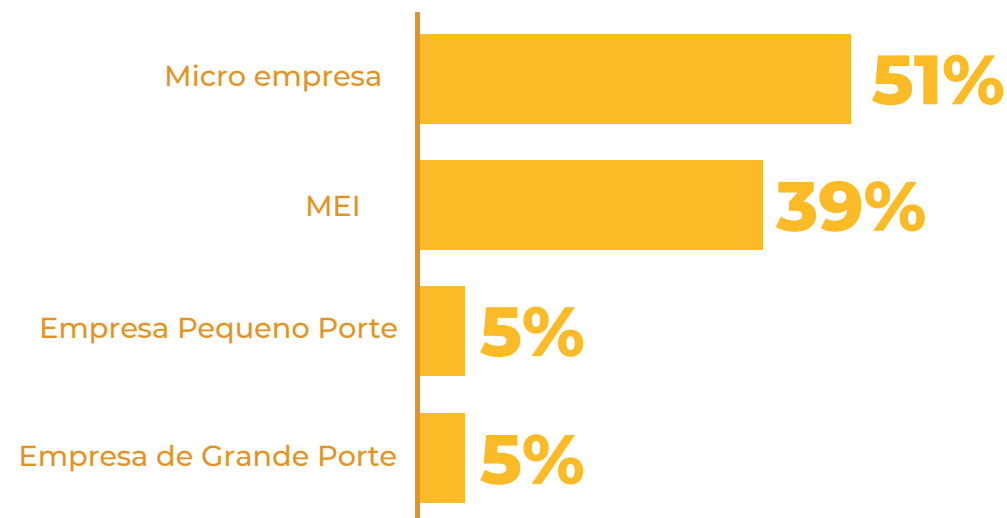


6.3 EMPRESAS E GERAÇÃO DE EMPREGOS EM SC

Santa Catarina tem mais de 100 mil empresas ativas de acordo com a Junta Comercial (Jucesc). O perfil majoritário das empresas é composto por microempresas e microempreendedores individuais (MEI). O tempo de atuação é bastante equilibrado entre os CNPJ. A percentagem de negócios consolidados e maduros (com mais de 4 anos) gira em torno de 60%.



PERFIL DAS EMPRESAS



O setor mantém mais de 160 mil empregos diretos segundo dados do Ministério da Economia de 2018. Estima-se que o setor movimente pelo menos R\$1,2 bilhão em salários no estado. (Abear, 2016)

Fonte: JUCESC 2020

6.4 REDE ECONÔMICA IMPACTADA

A complexidade da rede impactada pelo turismo se traduz em um efeito multiplicador na economia do estado. Além dos efeitos diretos e indiretos, o turismo causa efeitos indutores,

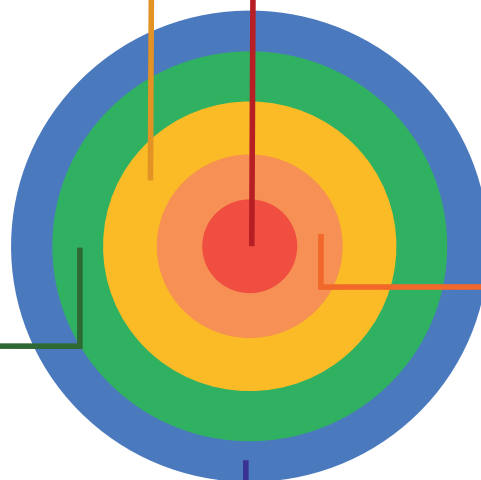
catalisadores e replicadores em uma extensa cadeia produtiva. As redes incluem fornecedores, transportadoras, diversas indústrias e serviços nas mais diversas áreas.

EFEITO INDUTOR

Consumo realizado por colaboradores das atividades características do turismo e de fornecedores.

EFEITO CATALISADOR

Impactos da infraestrutura e do ecossistema de negócios viabilizado pelo turismo (consumo dos colaboradores dos fornecedores, construção civil, etc.).



EFEITO DIRETO

Receita das empresas de atividades características do turismo, como meios de hospedagem, bares e restaurantes, agências de viagem e outros.

EFEITO INDIRETO

Fornecedores diretos (alimentação, roupas de cama, etc.) e indiretos (agricultores, indústria têxtil, etc.) das atividades características do turismo.

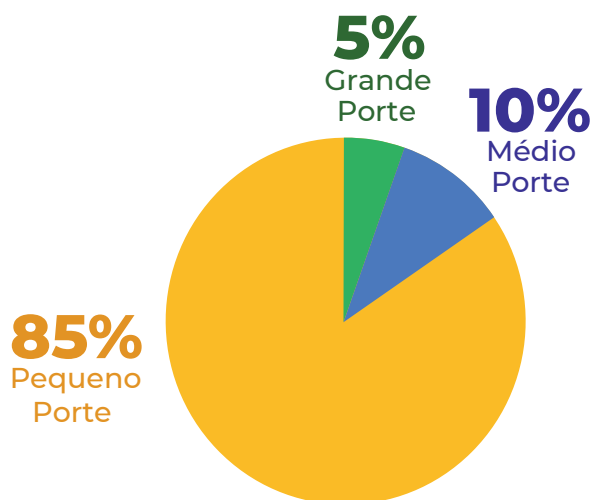
EFEITO REPLICADOR

Comércio, logística, distribuição de renda, etc.

6.5 ECONOMIA DE EVENTOS

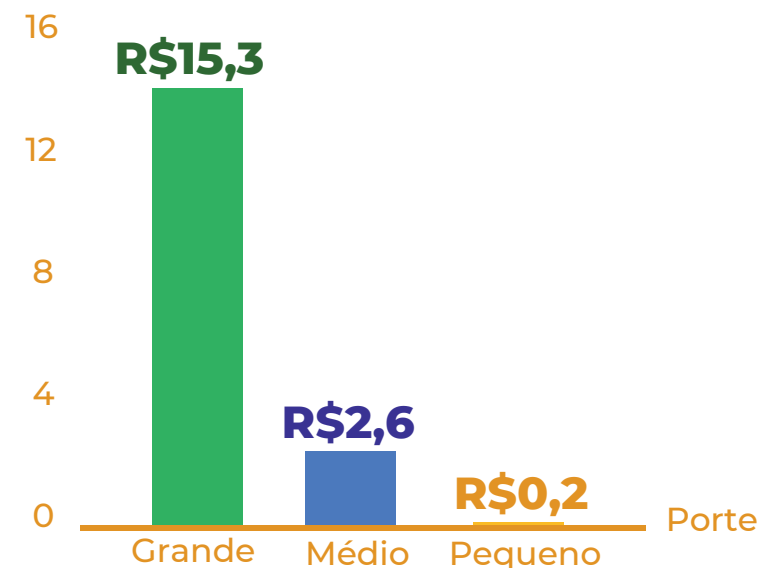
Os eventos realizados em Santa Catarina geram cerca de 15 mil postos de trabalho por ano. Além disso, estima-se que resultem em R\$1,5 bilhão em geração de negócios, anualmente. Cada evento de grande porte gera uma movimentação econômica média de R\$15,3 milhões, enquanto eventos de pequeno porte geram movimentação média de R\$200 mil.

PORTE DOS EVENTOS REALIZADOS NO ESTADO



MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICA MÉDIA DE CADA EVENTO

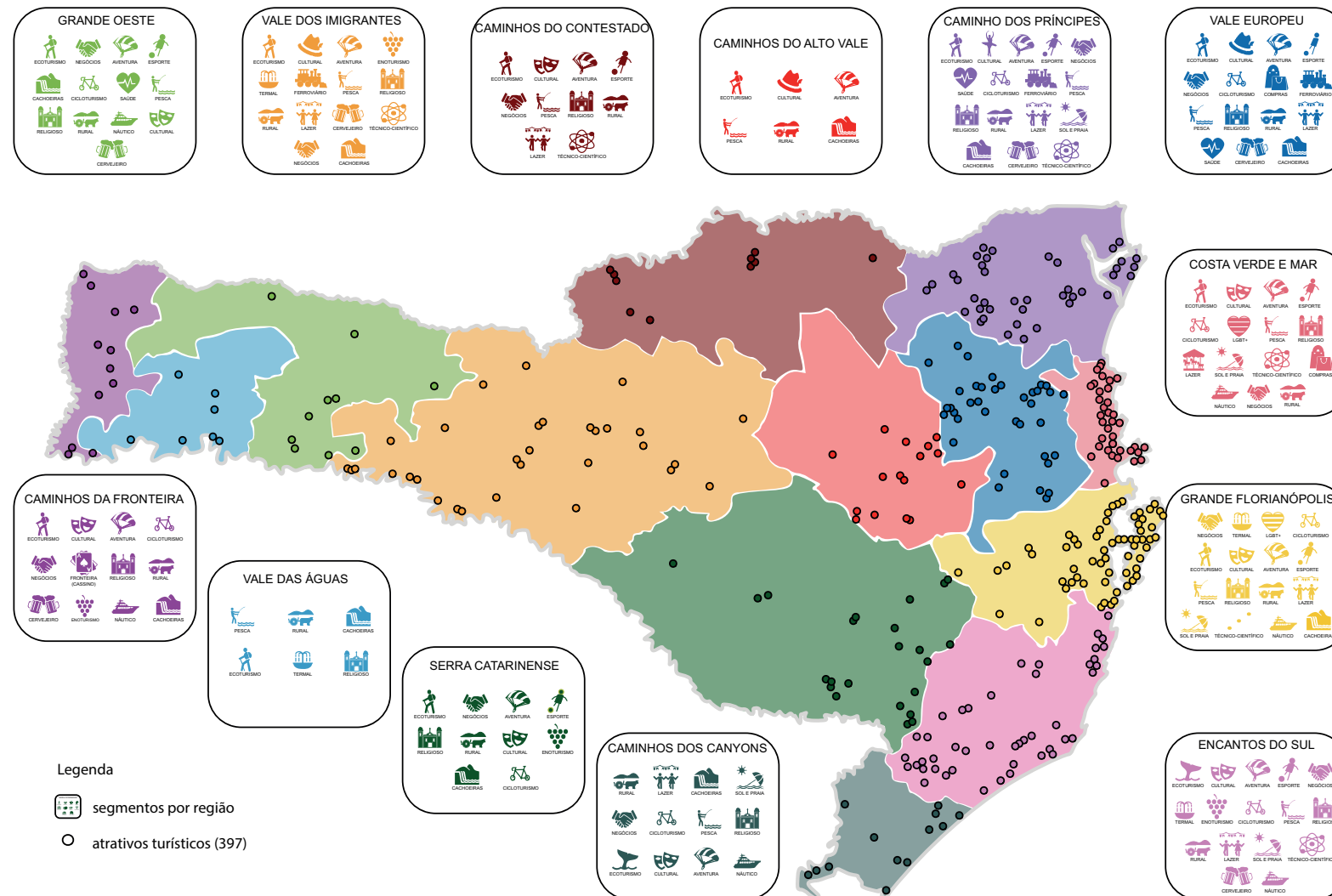
R\$ (MILHÕES)



6.6 ATRATIVOS

Santa Catarina tem um turismo diverso em segmentos e atrativos. As 13 regiões turísticas possuem 397 atrativos de destaque entre os mais de 3.484 pontos turísticos e passeios mapeados pela FECAM.

Fonte: SANTUR 2017, 2019a



6.7 PREMIAÇÕES

Santa Catarina recebeu 12 vezes o título de melhor estado para se viajar no Brasil pela Revista Viagem & Turismo. Segundo relatório da CLP publicado em 2020, o es-

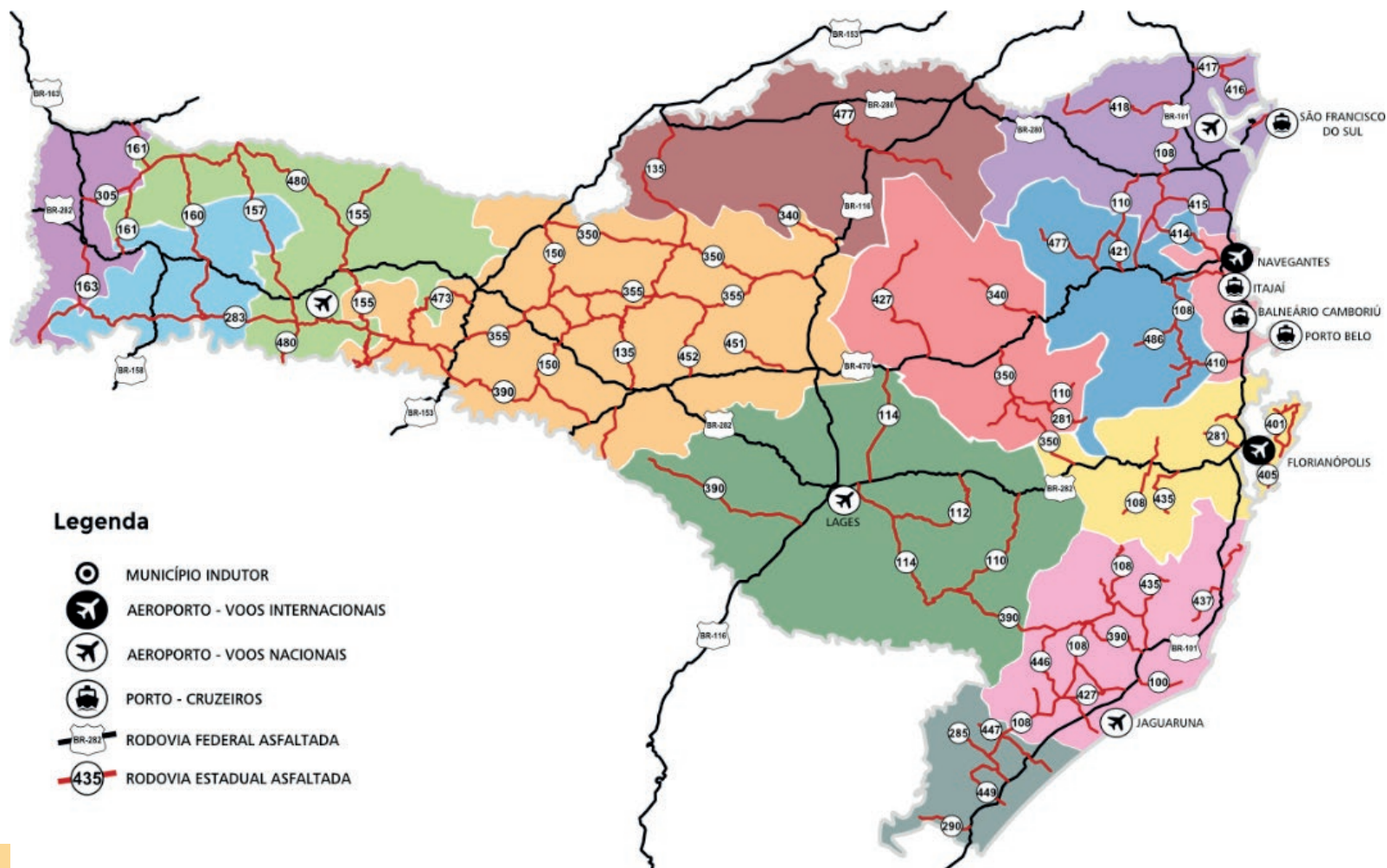
tado também possui o **2º MAIOR ÍNDICE DE COMPETITIVIDADE DO BRASIL**, com nota 76,6 e destaque para segurança pública.



6.8 MOBILIDADE

Santa Catarina tem dois aeroportos internacionais, quatro nacionais, oito regionais e quatro portos marítimos com recepção de cruzeiros. A maior parte do

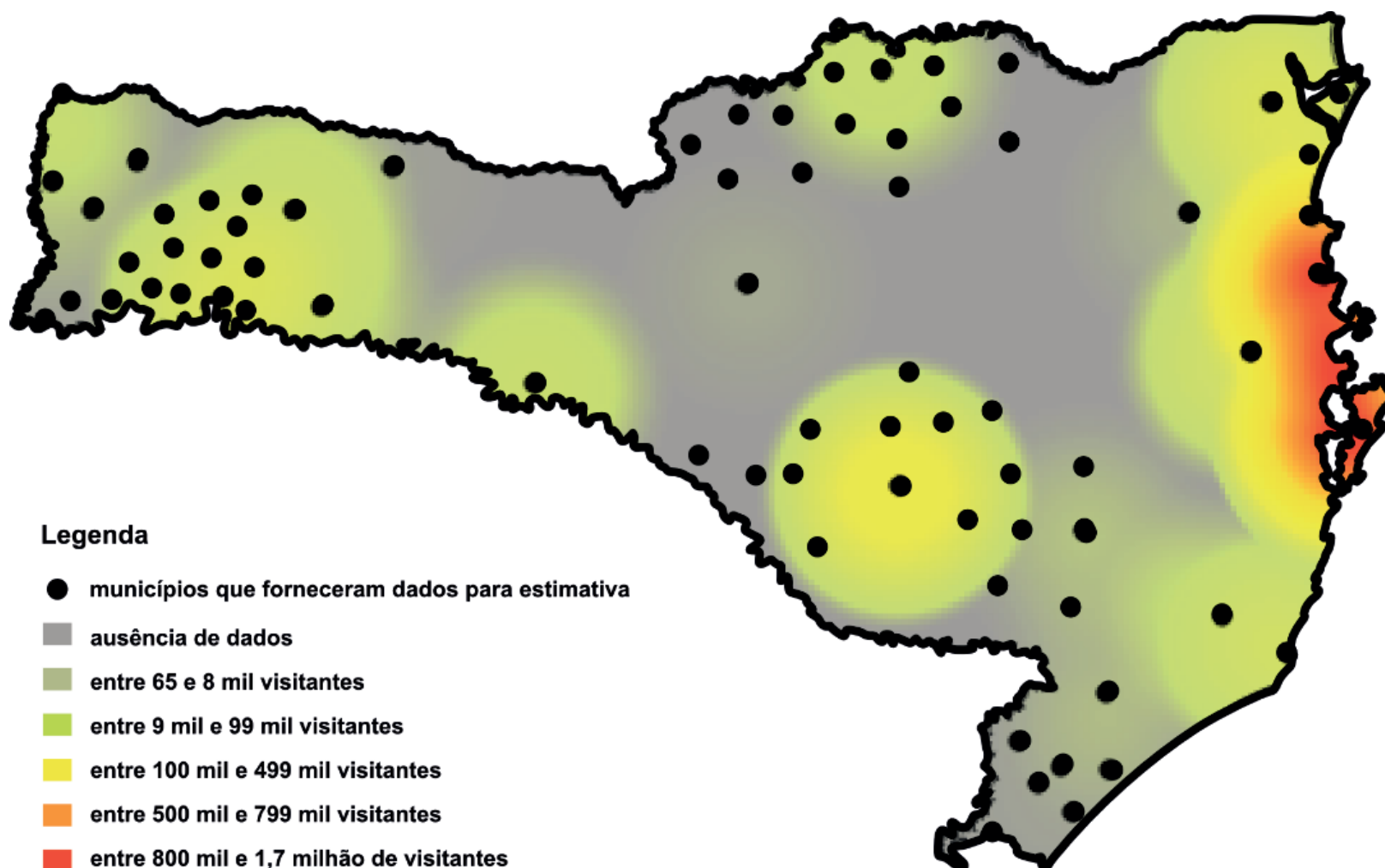
fluxo de turistas chega ao estado pela via terrestre (50,5%), enquanto 46% dos turistas estrangeiros utiliza o transporte aéreo.



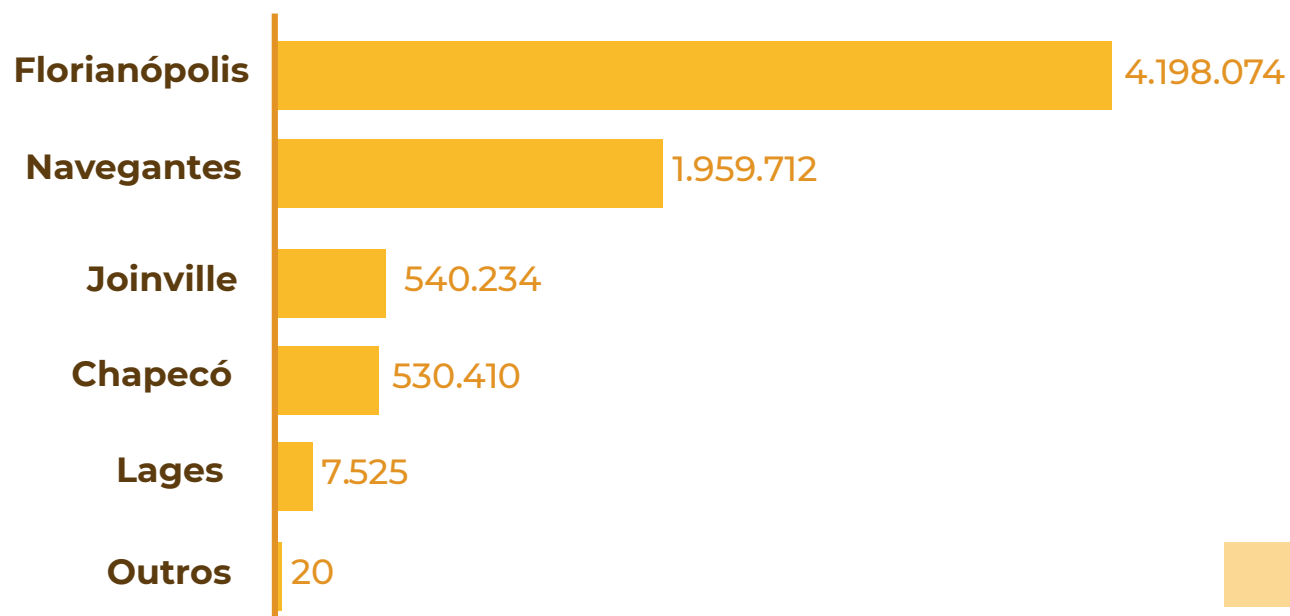
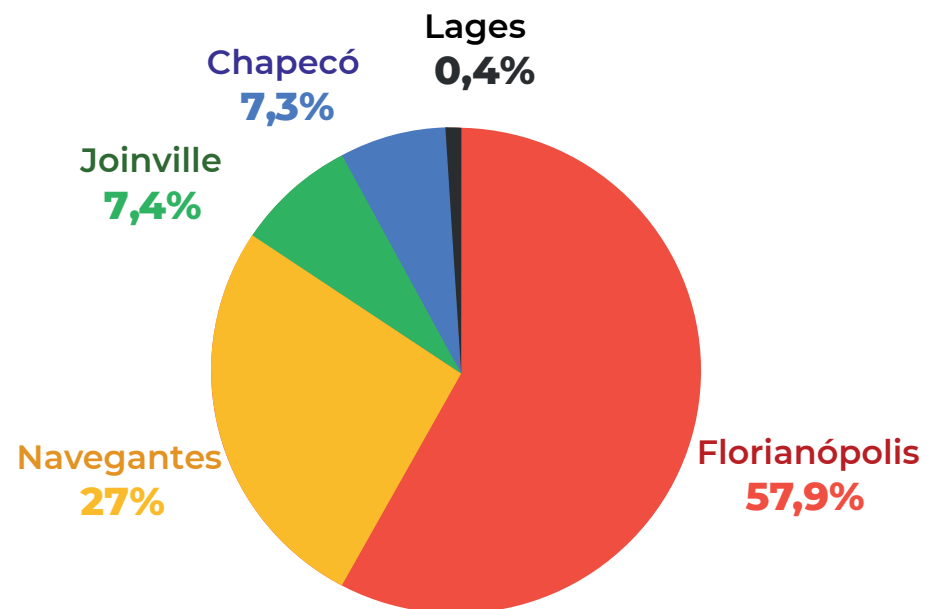
6.9 VISITANTES

São recebidos 7,9% do turismo receptivo interestadual brasileiro, sendo o 5º estado de maior fluxo do país segundo dados do Ministério do Turismo (2011). As atividades

de visitação de atrativos turísticos no estado de Santa Catarina durante a temporada de verão de 2019/2020 se concentraram em torno dos eixos das BR-101 e BR-282.



Quanto à análise de fluxo de passageiros em aeroportos de Santa Catarina, dados de agosto de 2018 a agosto de 2019 mostram que o Aeroporto Internacional de Florianópolis concentrou a maior parcela de passageiros. Ressalta-se que nem todos os passageiros podem ser considerados visitantes.

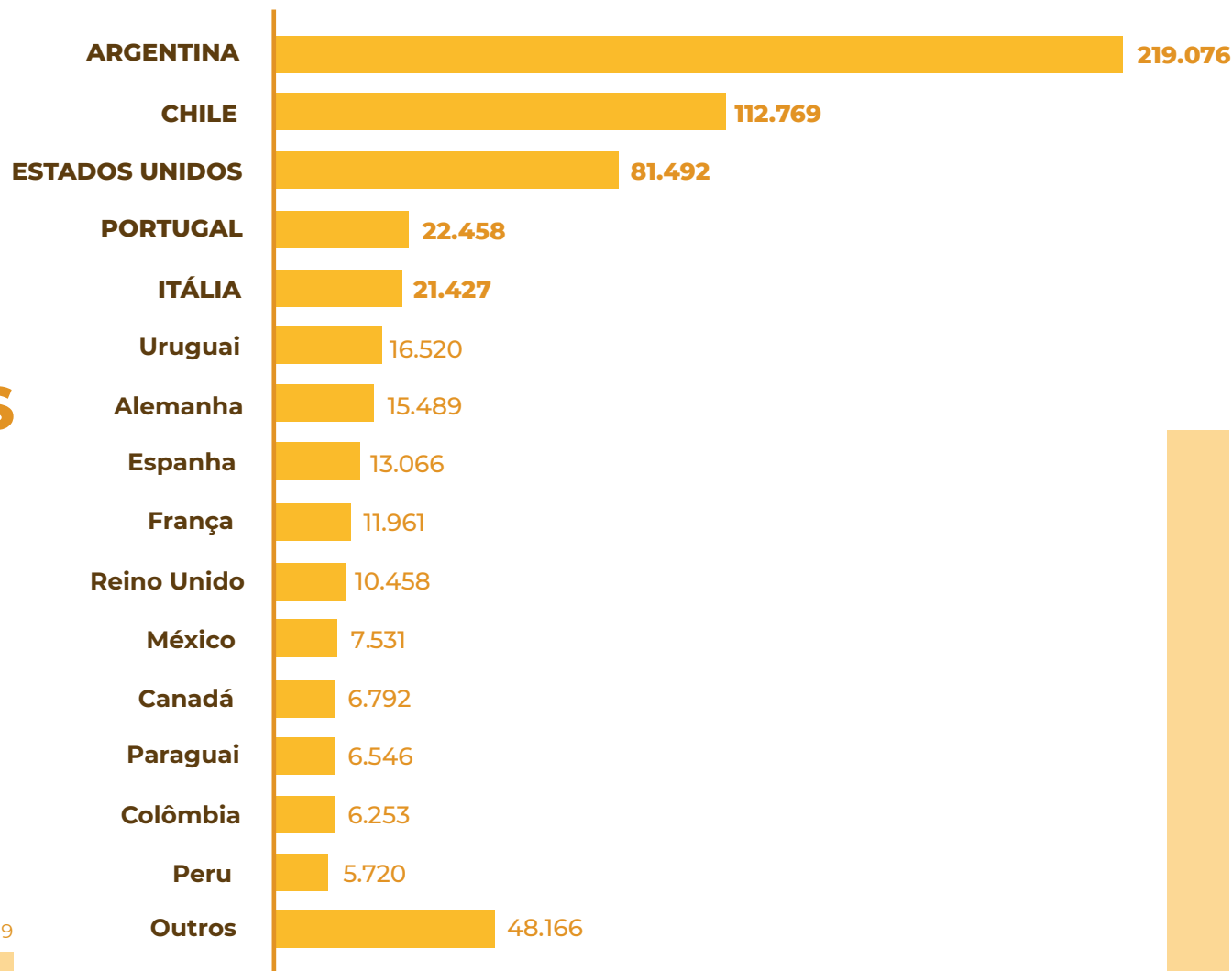


Fonte: MTUR 2019, SABRE 2019

Dados do fluxo internacional de passageiros do Aeroporto Internacional de Florianópolis, entre agosto de 2018 e 2019, demonstram ainda que a maior parcela

de estrangeiros é de argentinos. Interessante notar que chilenos e estadunidenses foram as nacionalidades que também mais passaram pelo aeroporto.

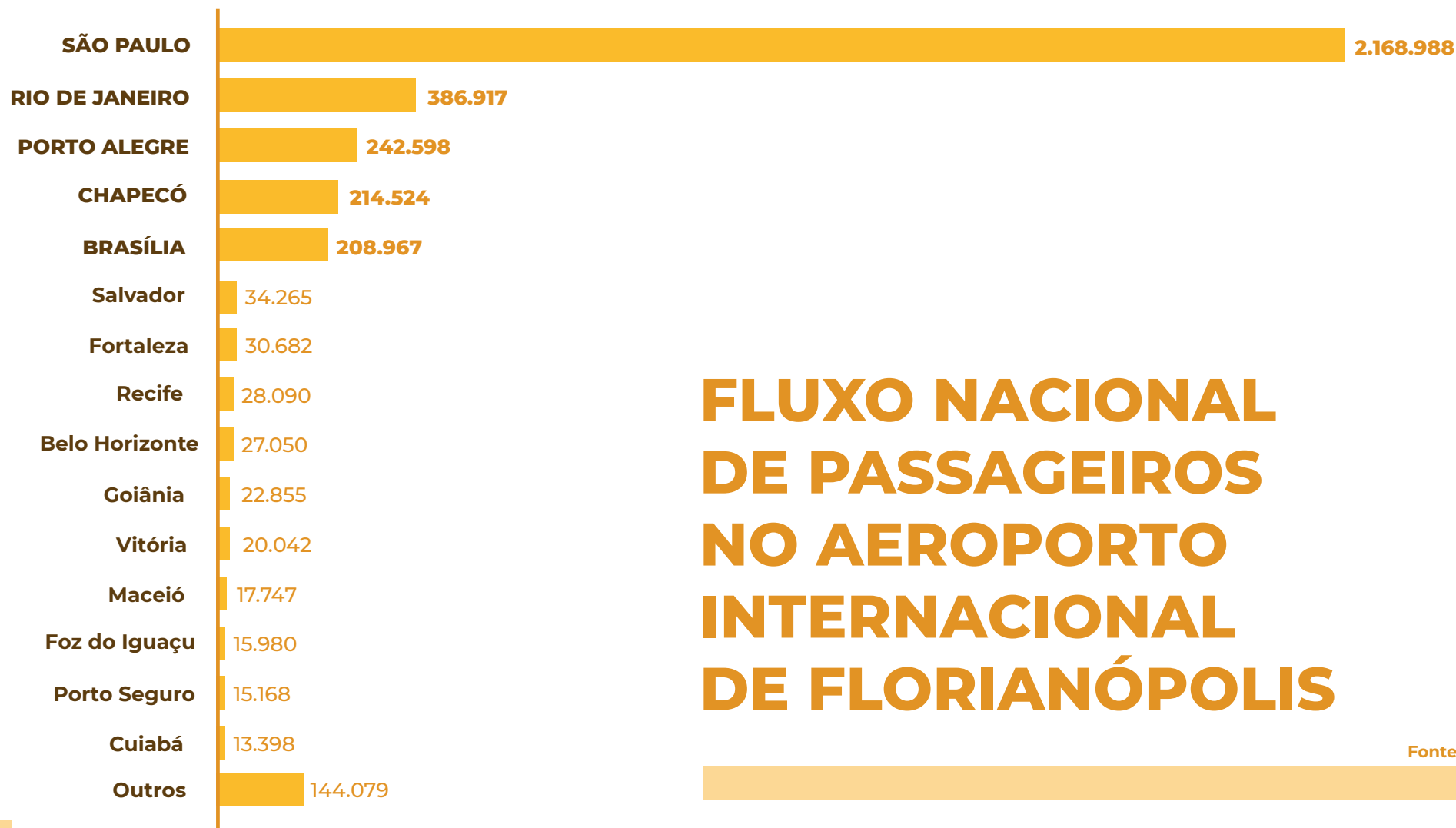
FLUXO INTERNACIONAL DE PASSAGEIROS NO AEROPORTO INTERNACIONAL DE FLORIANÓPOLIS



Fonte: SABRE 2019

Já quanto ao fluxo nacional de passageiros do Aeroporto Internacional de Florianópolis entre agosto de 2018 e 2019, os maiores números são das regiões sudeste e sul. Destaque

para São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre. Vale ressaltar que boa parte dos turistas brasileiros vindos de São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul utilizam a via terrestre.



FLUXO NACIONAL DE PASSAGEIROS NO AEROPORTO INTERNACIONAL DE FLORIANÓPOLIS

Fonte: SABRE 2019

6.10 OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Dados da IBGE para 2016 apontam que os meios de hospedagem mapeados no estado possuem 56.573 unidades habitacionais e 146.837 leitos. Todavia, eles utilizam apenas cerca de 50% de sua capacidade durante o ano. A ociosidade

de leitos significa uma perda de R\$17,9 milhões ao ano no setor hoteleiro, se consideramos a média da diária de hospedagem a R\$243,94. Tal ociosidade resulta normalmente também em R\$2,7 bilhões em perda de consumo.

Baseado em: Dados de ABIH 2019, FHORESC 2020

OCUPAÇÃO HOTELEIRA

	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	MÉDIA/REGIÃO
Costa Verde e Mar	40,4	51,2	49,8	42,0	31,9	32,6	41,4	39,9	44,3	45,1	43,9	66,3	44,1
Encantos do Sul	28,4	34,0	51,0	47,4	31,1	29,7	29,0	38,3	52,3	46,8	63,2	64,3	42,9
Grande Florianópolis	84,7	96,5	65,5	71,7	64,0	49,3	55,2	50,7	59,4	56,7	69,9	61,4	65,4
Litoral Catarinense	90,0	100,0	87,2	65,0	29,5	20,9	29,7	23,3	45,4	37,8	45,6	54,0	52,4
Grande Oeste	68,0	74,3	81,2	71,0	21,7	39,8	41,7	32,9	41,1	40,0	42,3	34,4	49,0
Serra Catarinense	25,0	39,2	29,0	70,0	35,5	47,5	74,5	45,7	44,9	35,8	36,5	44,3	44,0
Vale dos Imigrantes	44,0	39,0	43,2	70,0	38,3	41,1	55,6	42,4	51,1	54,4	55,7	59,5	49,5
Caminhos do Contestado	62,1	68,8	51,0	59,2	44,0	43,0	51,6	100,0	57,0	52,5	26,3	41,6	54,8
Vale Europeu	43,5	52,7	47,8	48,6	41,0	49,2	61,3	56,1	59,8	63,6	52,7	50,4	52,2
Caminho dos Príncipes	51,2	50,0	42,0	52,0	48,1	44,3	52,9	49,8	50,2	50,0	74,9	61,1	52,2
Caminhos da Fronteira	38,0	35,3	25,0	46,0	29,3	37,7	47,6	47,9	42,6	40,0	26,0	33,3	37,4

7 IMPACTOS DA PANDEMIA

7.1 COVID-19

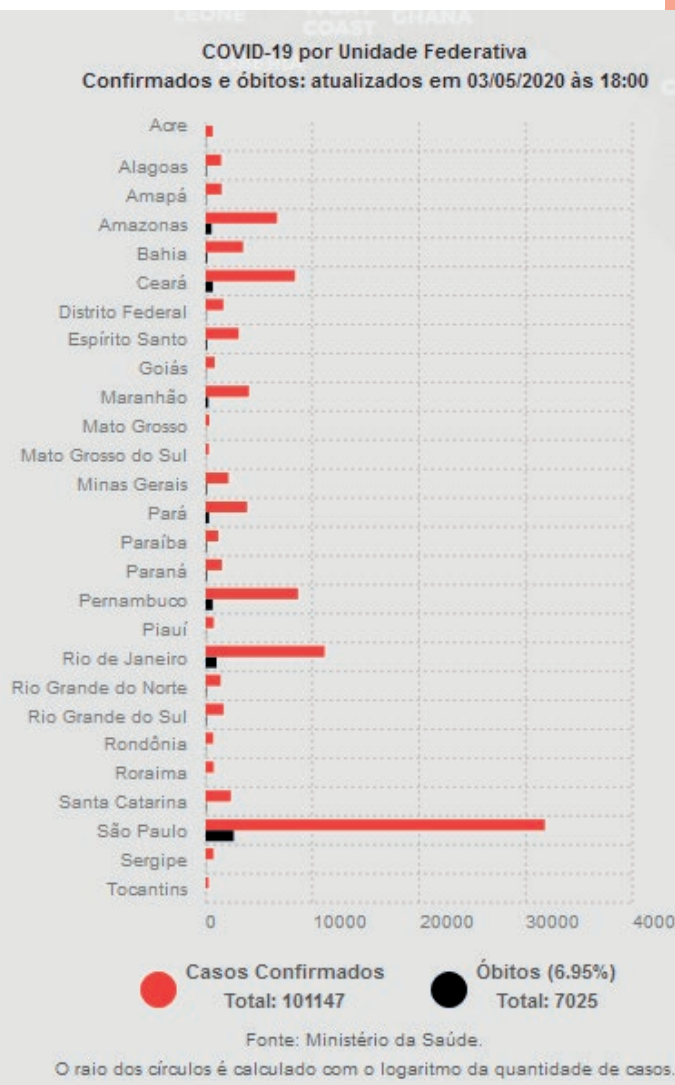
A pandemia causada pelo novo Coronavírus COVID-19 resultou em alto impacto em todo o mundo. Até o início de maio de 2020, mais de 3,5 milhões de casos foram confirmados, com mais de 250 mil mortes.

Fonte: CSSE 2020



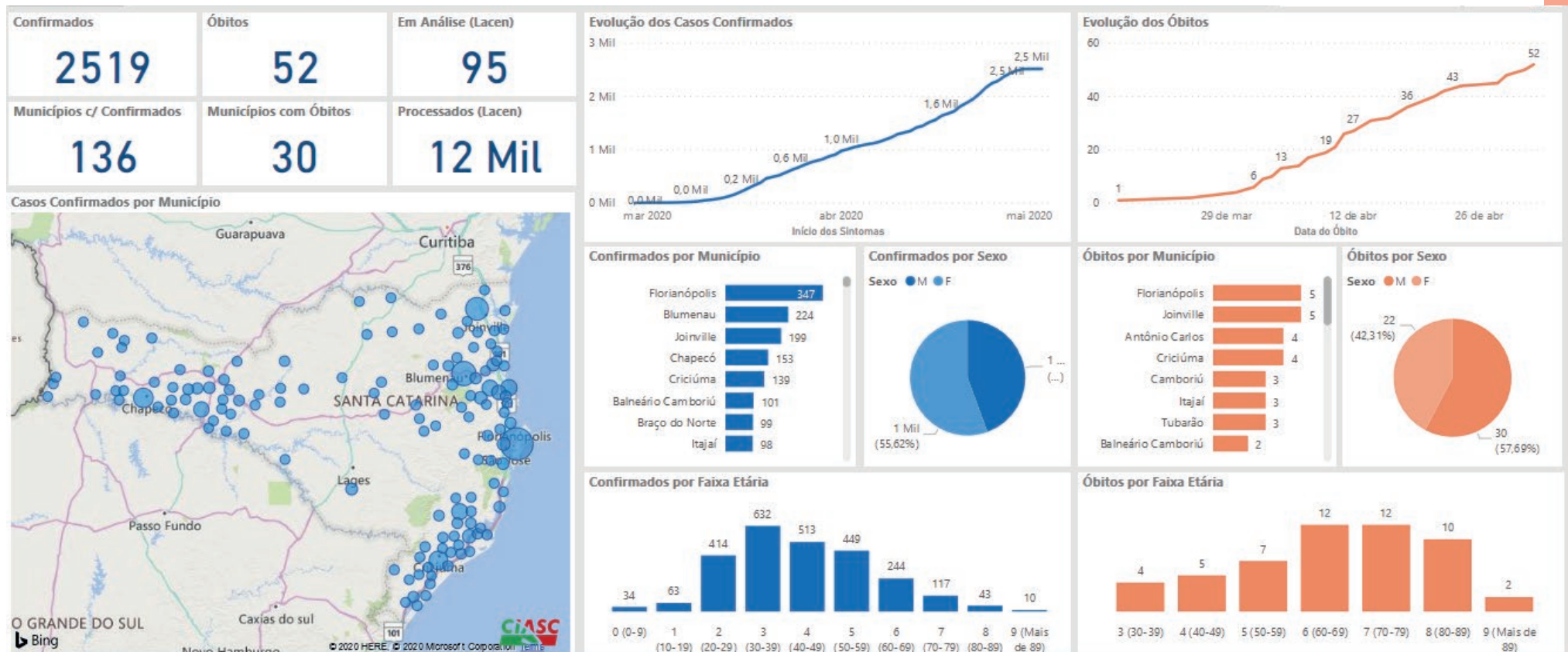
O Brasil contabilizou, até o início de maio de 2020, mais de 100 mil casos e 7 mil mortes.

As regiões sudeste, nordeste e norte foram as mais atingidas em termos de mortalidade.



A pandemia chegou em Santa Catarina no final de fevereiro de 2020, com 2 casos importados sob controle. Na metade de março de 2020, o estado apresentou mais casos e a circulação comunitária do vírus. Medidas de isolamento social foram rapidamente implementadas, com maior grau de restri-

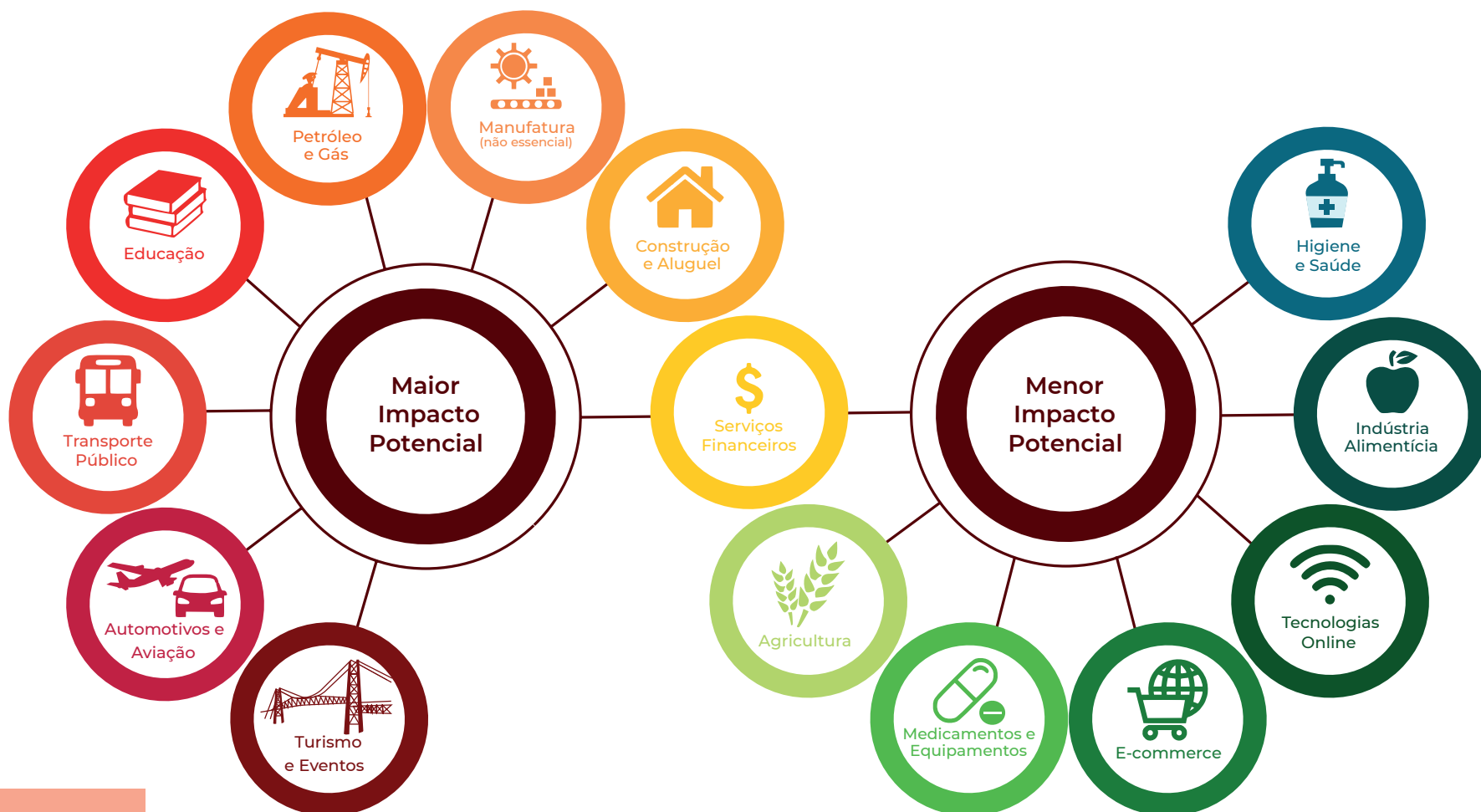
ção por 2 (duas) semanas. Aos poucos, algumas atividades foram flexibilizadas com regras de saúde e higienização. Em 1º de maio de 2020, o estado estava com apenas 16% das UTIs ocupadas e 70% menos casos graves do que se não tivesse realizado as medidas de isolamento.



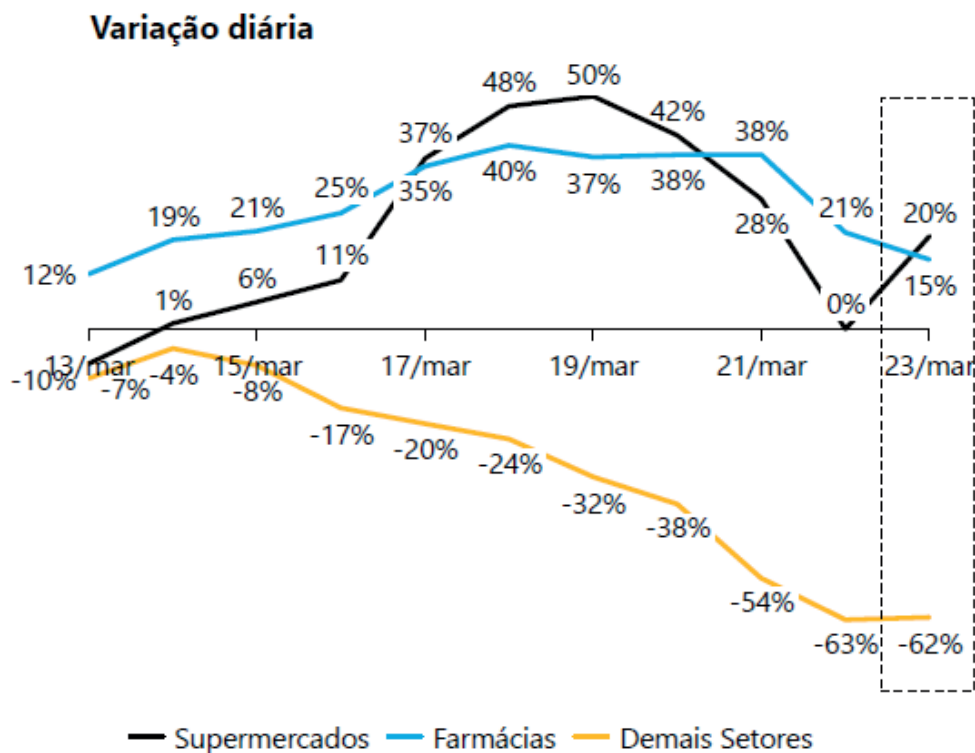
Fonte: SC 2020

7.2 IMPACTO ECONÔMICO

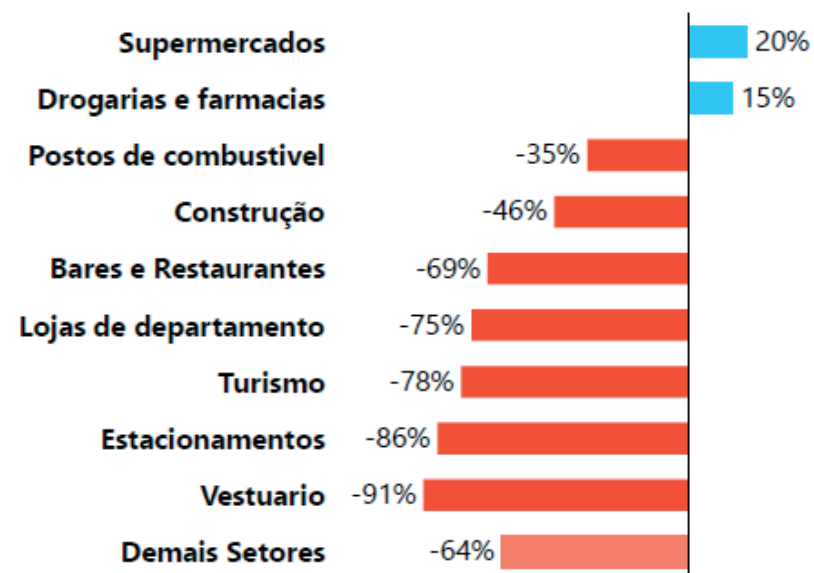
A pandemia causada pela COVID-19 resultou em alto impacto na economia mundial, sendo o setor do turismo um dos mais afetados devido ao fechamento de fronteiras e restrições de deslocamentos e aglomerações. Em Santa Catarina, nota-se que setores essenciais e tecnológicos receberam menor impacto, enquanto meios de transporte e atividades que envolvem aglomerações sofreram maiores consequências.



Variação de faturamento total no dia vs. dia médio¹ – Brasil – débito



Quebra por subsetor – dia 23/03



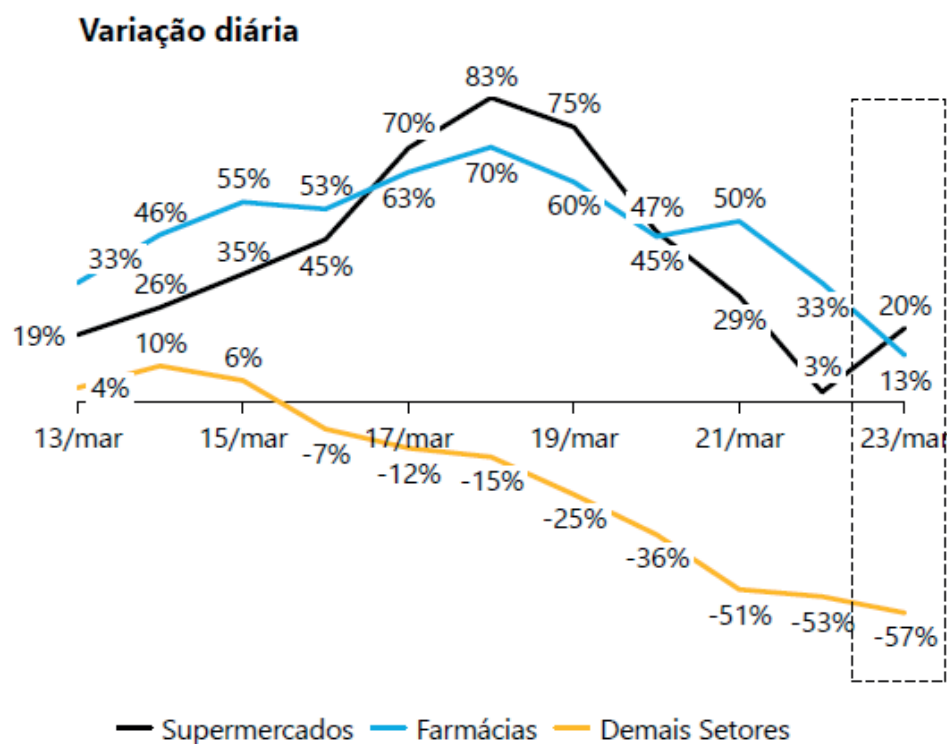
O relatório da Elo sobre variação de faturamento com cartões de débito para comércio tradicional no Brasil durante

o mês de março, mostra que o turismo foi um dos setores mais afetados, com queda de 78%.

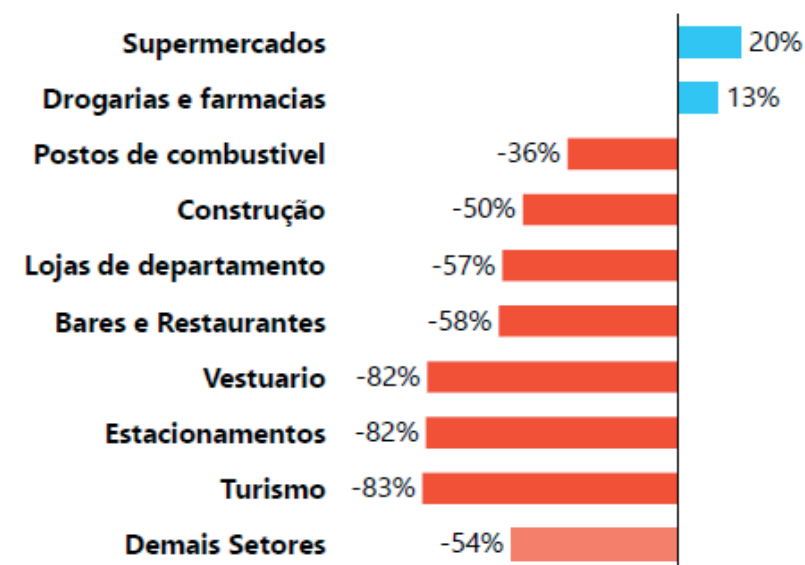
Já quanto à variação de faturamento com cartões de crédito para comércio tradicional no Brasil durante o mês de março, o turismo foi ainda mais afetado, com queda de 83%.

Fonte: Elo 2020

Variação de faturamento no dia vs. dia médio¹ – Brasil total – crédito

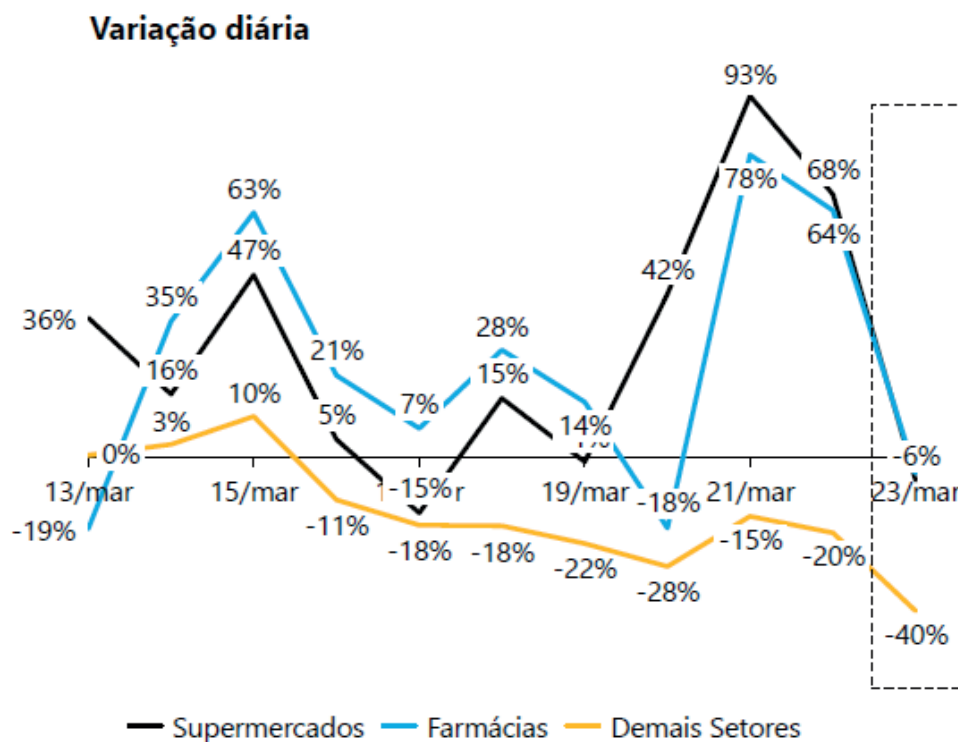


Quebra por subsetor – dia 23/03

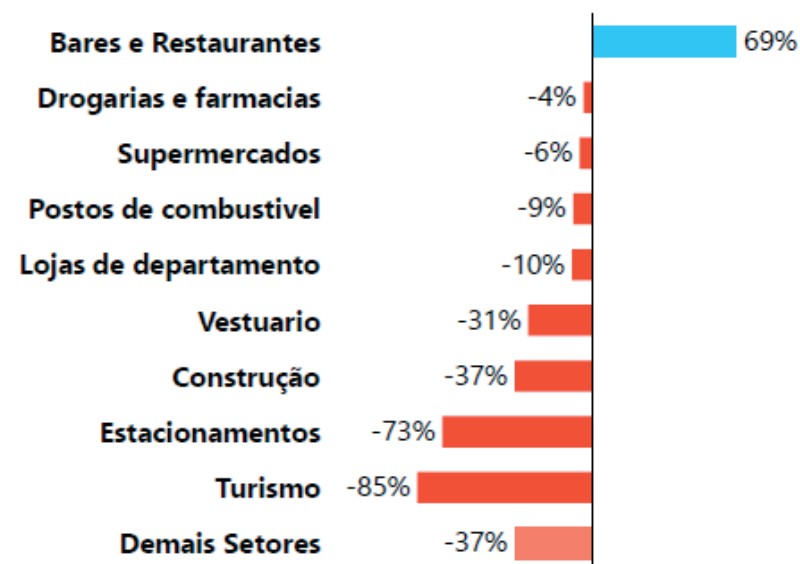


Interessante notar que a variação de faturamento com *e-commerce* no Brasil durante o mês de março para o turismo também teve grande queda, de 85%.

Variação de faturamento no dia vs. dia médio¹ – Brasil e-commerce – crédito



Quebra por subsetor – dia 23/03

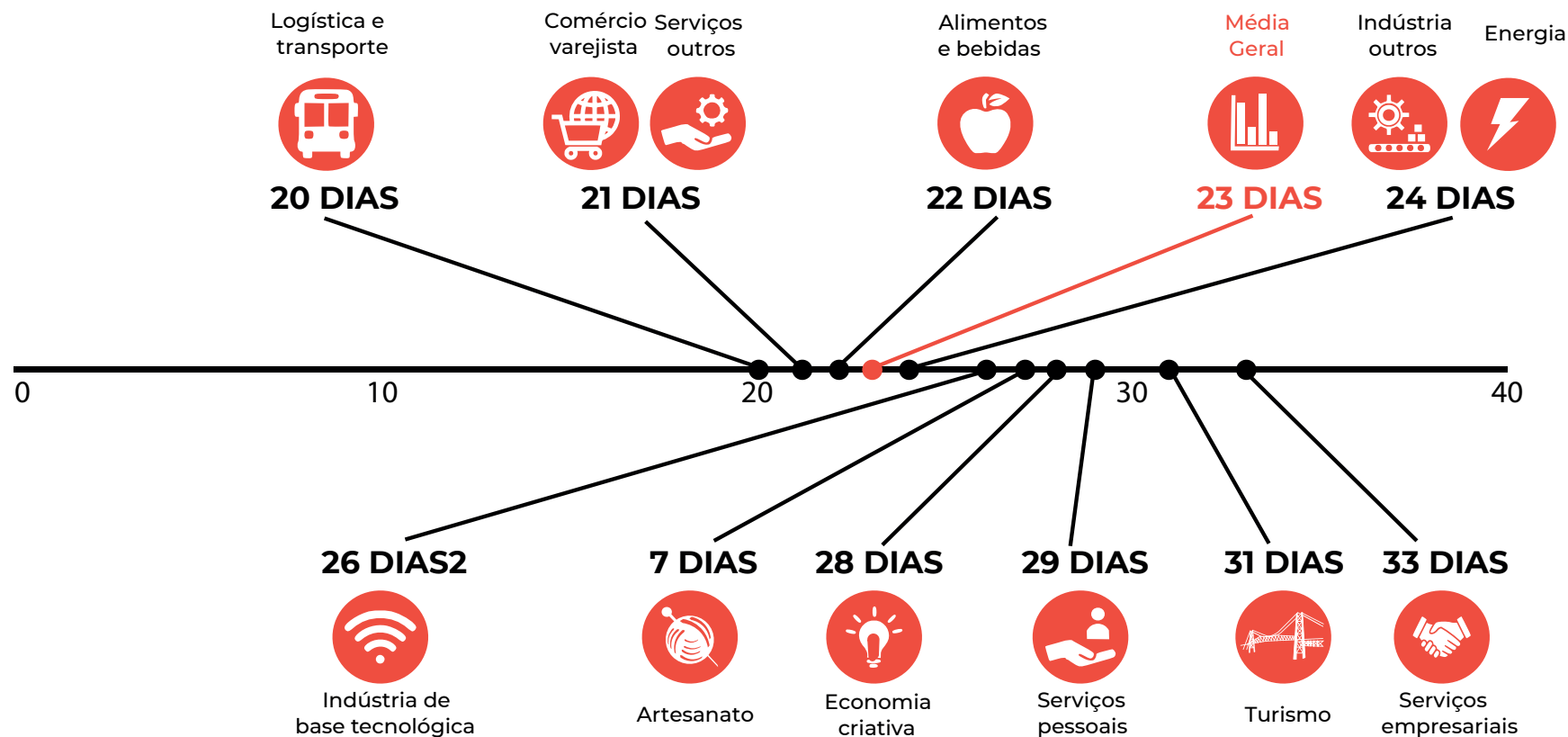


7.3 RESPOSTA DOS NEGÓCIOS

Dados do Sebrae para o país mostram que a média geral de capital de giro dos setores de produtos e serviços no Brasil é de 23 dias. O turismo tem, em média, 31 dias. Em consonância, pesquisa da Santur (2020b) demonstrou que,

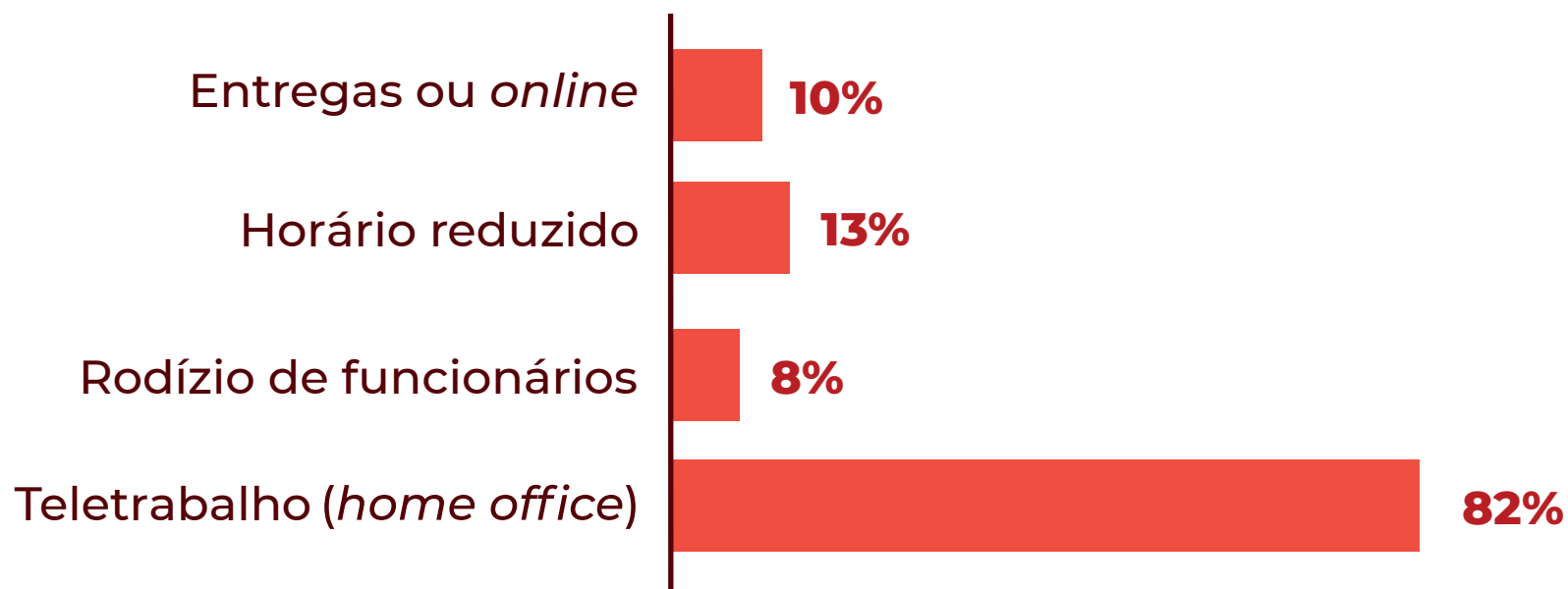
em Santa Catarina, 66% das empresas entrevistadas possuem pelo menos 1 mês de sustentação com o capital de giro existente. Positivamente, 33% dos entrevistados no estado possuem mais de 2 meses de sustentação.

Fonte: SEBRAE 2020



A pesquisa do Sebrae também mostra que metade das empresas do setor do turismo interrompeu seus trabalhos, enquanto 4% encerrou as atividades. Todavia, alternativas foram realizadas por 46% do setor. Enquanto 7% não alterou a forma de funcionamento, 31% das empresas

do setor do turismo realizaram mudanças durante o período de isolamento social entre março e abril de 2020. Destes 31%, 82% realizou teletrabalho (*home office*), 8% aplicou rodízio de funcionários, 13% tiveram horário reduzido e 10% fez apenas entregas ou *online*.



Fonte: SEBRAE 2020

A relação entre preço do produto, quadro funcional e volume de clientes dos negócios no setor do turismo de Santa Catarina demonstrou padrões interessantes. Pesquisa realizada pela Santur (2020b) identificou que a maioria das empresas reduziu o quadro funcional e teve diminuição de clientes, mas não alterou os preços praticados entre a segunda metade de março e a primeira metade de abril de 2020.

 **40%** **QUADRO FUNCIONAL**
 ESTABILIDADE OU AUMENTO

 **60%** **QUADRO FUNCIONAL**
 DIMINUIÇÃO

 **1,5%** **VOLUME DE CLIENTES**
 ESTABILIDADE OU AUMENTO

 **98,5%** **VOLUME DE CLIENTES**
 DIMINUIÇÃO

 **68%** **PREÇOS PRATICADOS**
 ESTABILIDADE

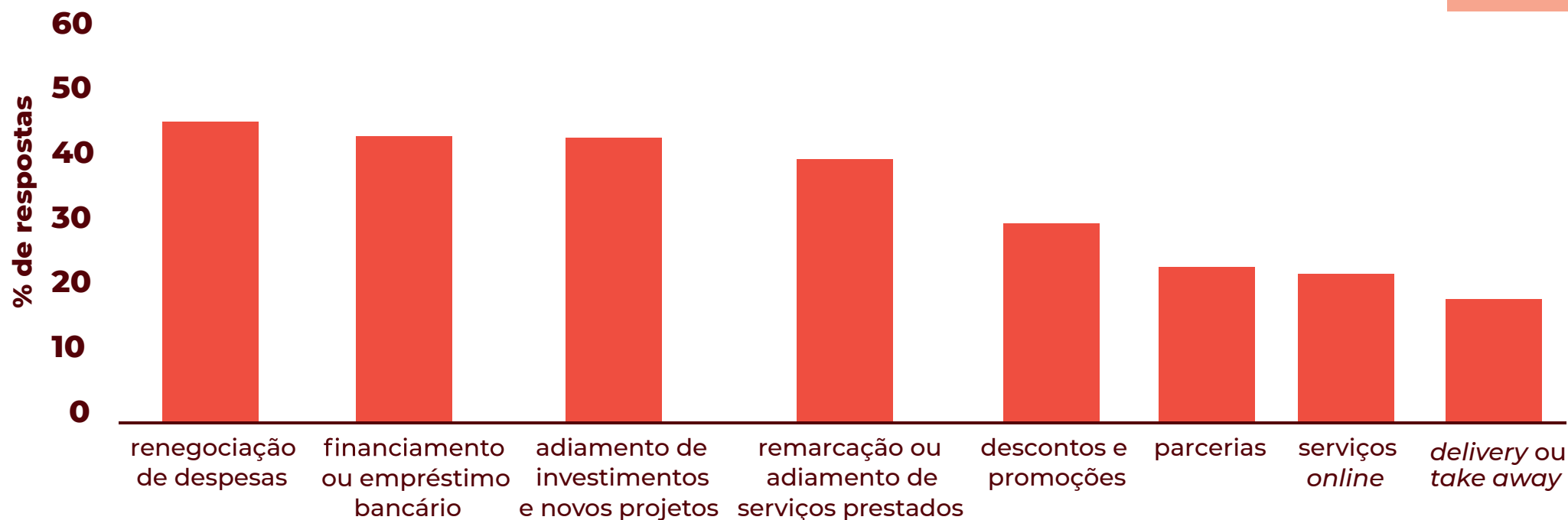
 **32%** **PREÇOS PRATICADOS**
 DIMINUIÇÃO

Quanto ao quadro funcional, 40% das empresas não alterou ou até aumentou (1%) o quadro de funcionários. Um total de 8% realizou redução de até 25% do quadro, enquanto 29% realizou redução de 25 a 50% do quadro e 23% encerrou o quadro de funcionários. Os dados demonstram alguma inflexibilidade do setor em

alterar o modo de operacionalização.

Empreendedores do turismo vêm realizando ou pretendem realizar uma série de medidas para a sobrevivência e expansão do negócio em Santa Catarina. Pesquisa da Santur (2020b) verificou que mais de 40% dos respondentes possuem interesse em renegociar despesas,

adiar investimentos e realizar financiamento ou empréstimo bancário. Poucos negócios pretendem adaptar a forma de oferta dos serviços, sendo que 16% pretende ou aderiu ao modelo de *delivery* e *take away*, 20% à disponibilização de serviços *online* e 21% à realização de parcerias com outras empresas e fornecedores.



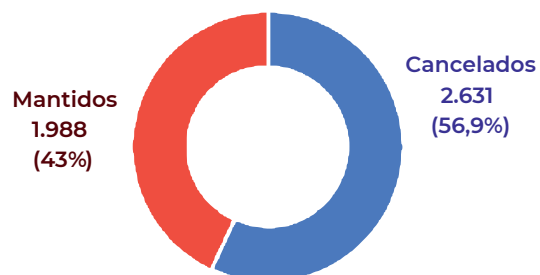
7.4 RESPOSTA DO TRANSPORTE AÉREO

Em março de 2020, período em que o isolamento social foi mais restritivo, cerca de 60% dos voos no estado foram cancelados. A região Oeste, representada pelo

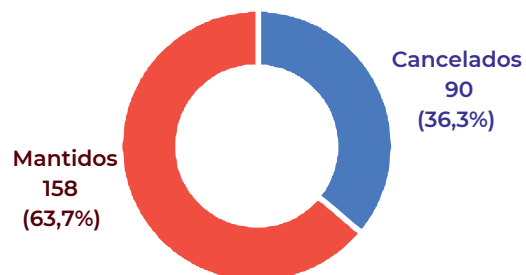
aeroporto de Chapecó, teve o menor índice de cancelamentos. Já a Serra catarinense, representada pelo aeroporto de Lages, apresentou o maior índice.

Fonte: INFRAERO 2020, ANAC 2020

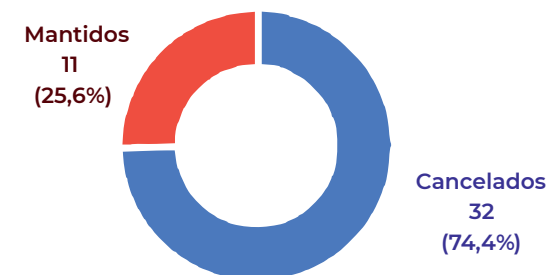
Florianópolis



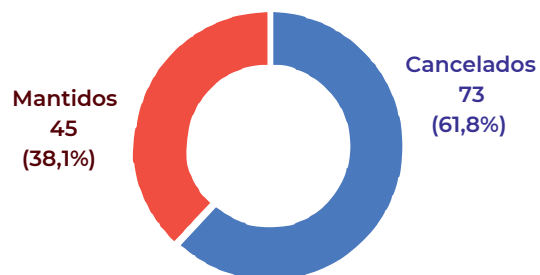
Chapecó



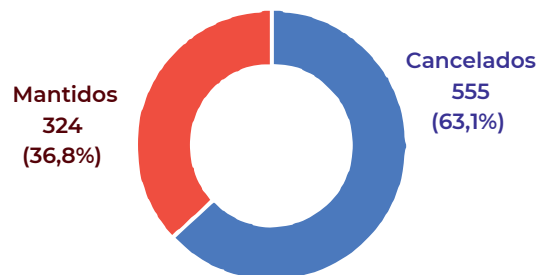
Lages



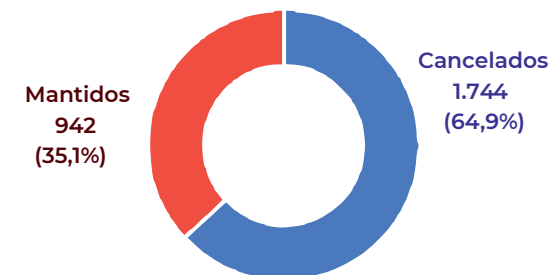
Jaguaruna



Joinville



Navegantes

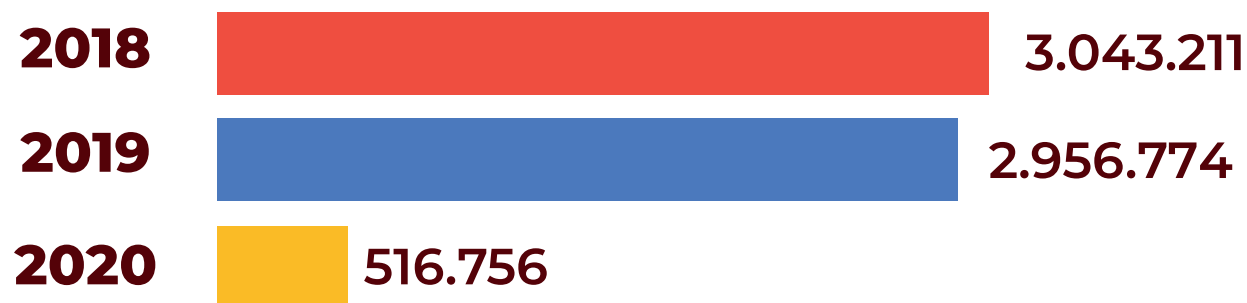


7.5 RESPOSTA DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO

O transporte rodoviário intermunicipal sofreu impacto significativo após o isolamento social mais restritivo. No período em que a circulação de ônibus intermunicipais estava liberada em março de 2020 (duas primeiras semanas), apenas 17,4% dos passageiros utilizaram o serviço. Já o número de ônibus em circulação nas duas primeiras semanas de março de 2020 correspondeu a 8,8% da quantidade registrada para o mesmo período no ano anterior.

Fonte: DETER 2020

PASSAGEIROS



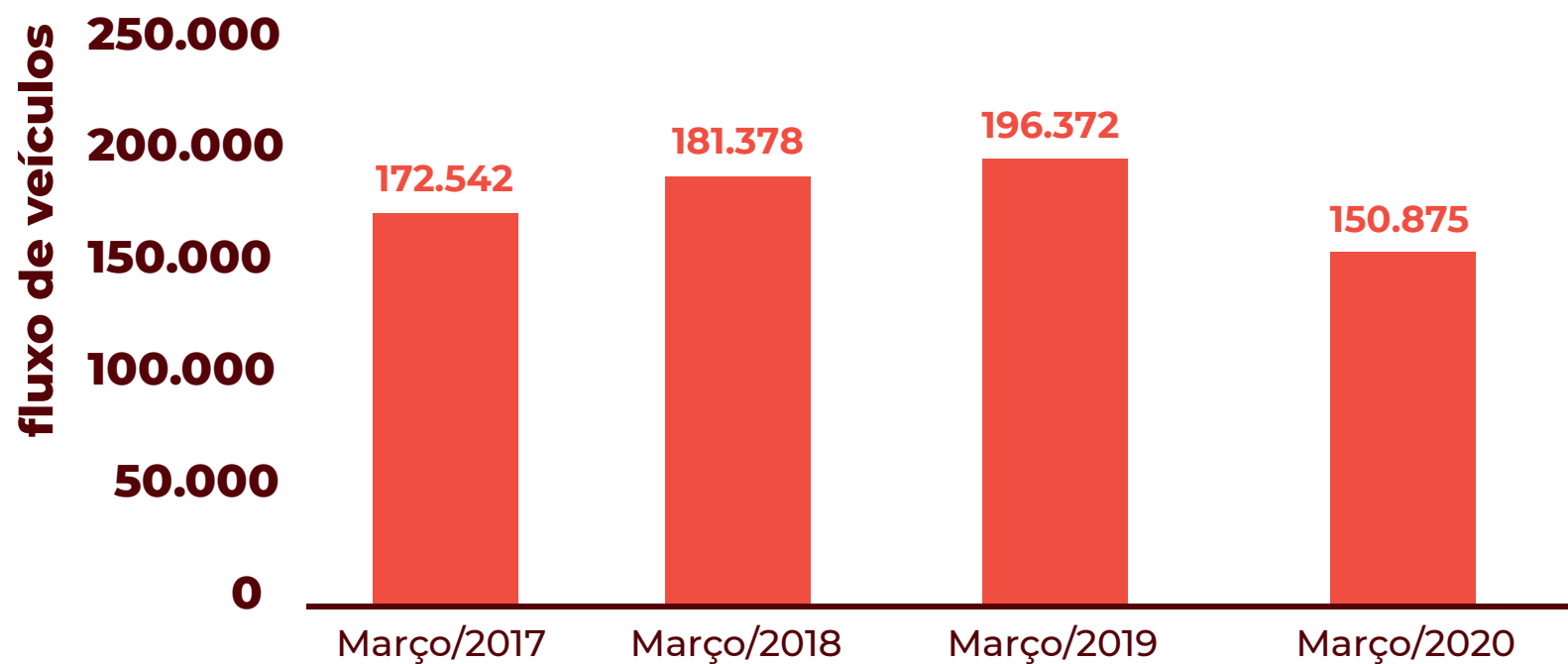
ÔNIBUS



7.6 TRÁFEGO DE VEÍCULOS NA BR-101

A circulação de veículos nas rodovias também sofreu queda no mês de março de 2020. A comparação do mesmo período com o ano anterior mostra uma queda de 23,2% no fluxo médio de veículos em praças de pedágio no trecho catarinense da BR-101. A queda não é tão acentuada quanto em outros meios de transporte devido à circulação de transportes de carga, principalmente relacionados a serviços essenciais.

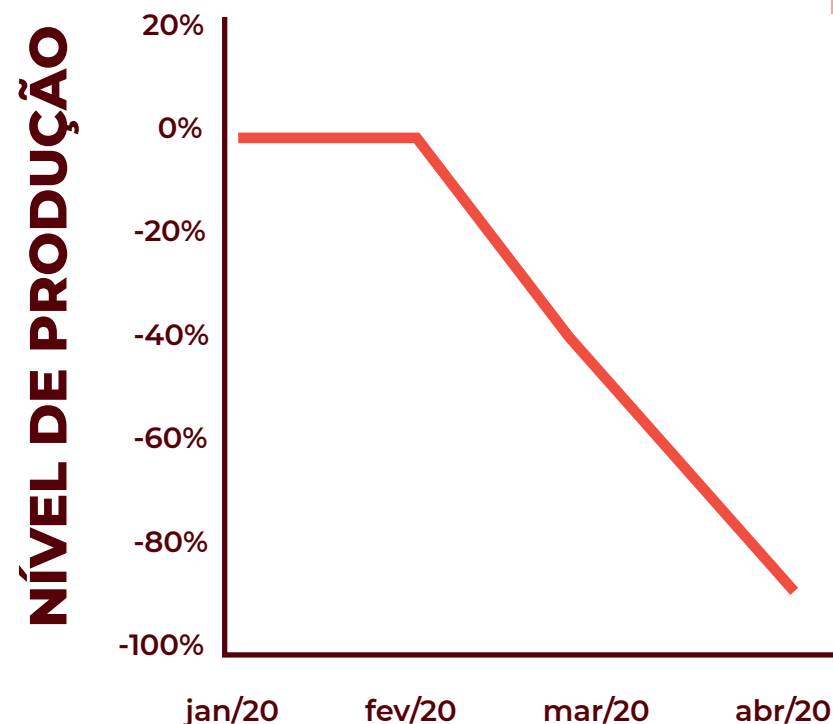
Fonte: Arteris Litoral Sul 2020



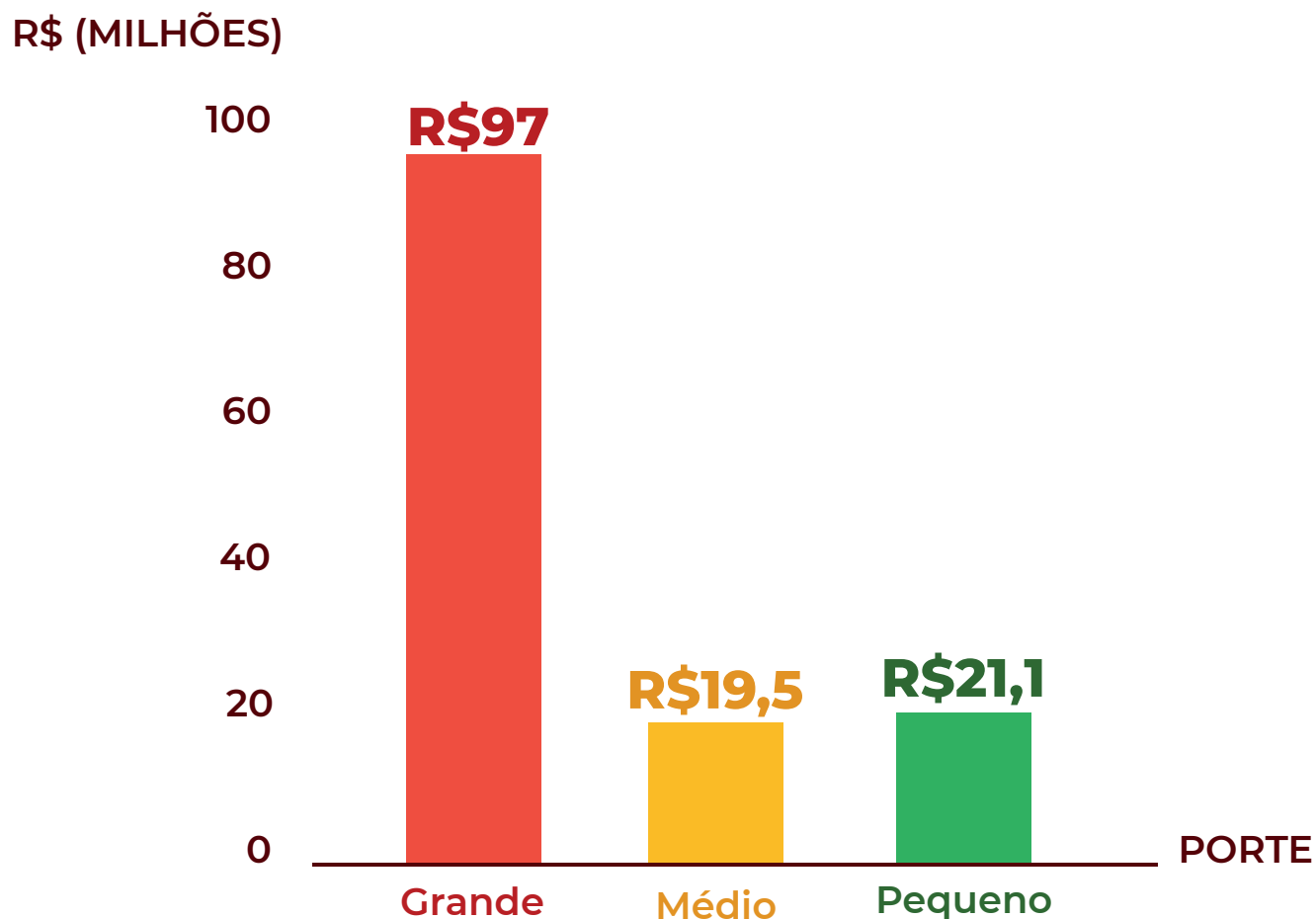
7.7 IMPACTO ESTIMADO NA HOTELARIA

Para estimar o impacto na hotelaria, é necessário considerar que as restrições mais fortes ocorreram na metade de março de 2020, com duração de aproximadamente um mês. A ocupação hoteleira no estado foi reduzida de 52% (esperado) para 40% em março e de 58% (esperado) para 10% em abril. A percentagem apresentada em abril se deve à liberação de funcionamento com regras específicas pela Portaria nº 244/2020 GABS/SES.

A retomada de normalidade da ocupação deve ocorrer em até 11 meses após o início do isolamento social. O impacto econômico em março e abril de 2020 foi estimado em R\$9 milhões. Até dezembro de 2020, estima-se que o impacto econômico no setor hoteleiro de Santa Catarina possa chegar a aproximadamente R\$32 milhões.



IMPACTO ESTIMADO NA MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICA MÉDIA ACUMULADA DOS EVENTOS ENTRE MARÇO E AGOSTO DE 2020



7.8 IMPACTO ESTIMADO EM FEIRAS E EVENTOS

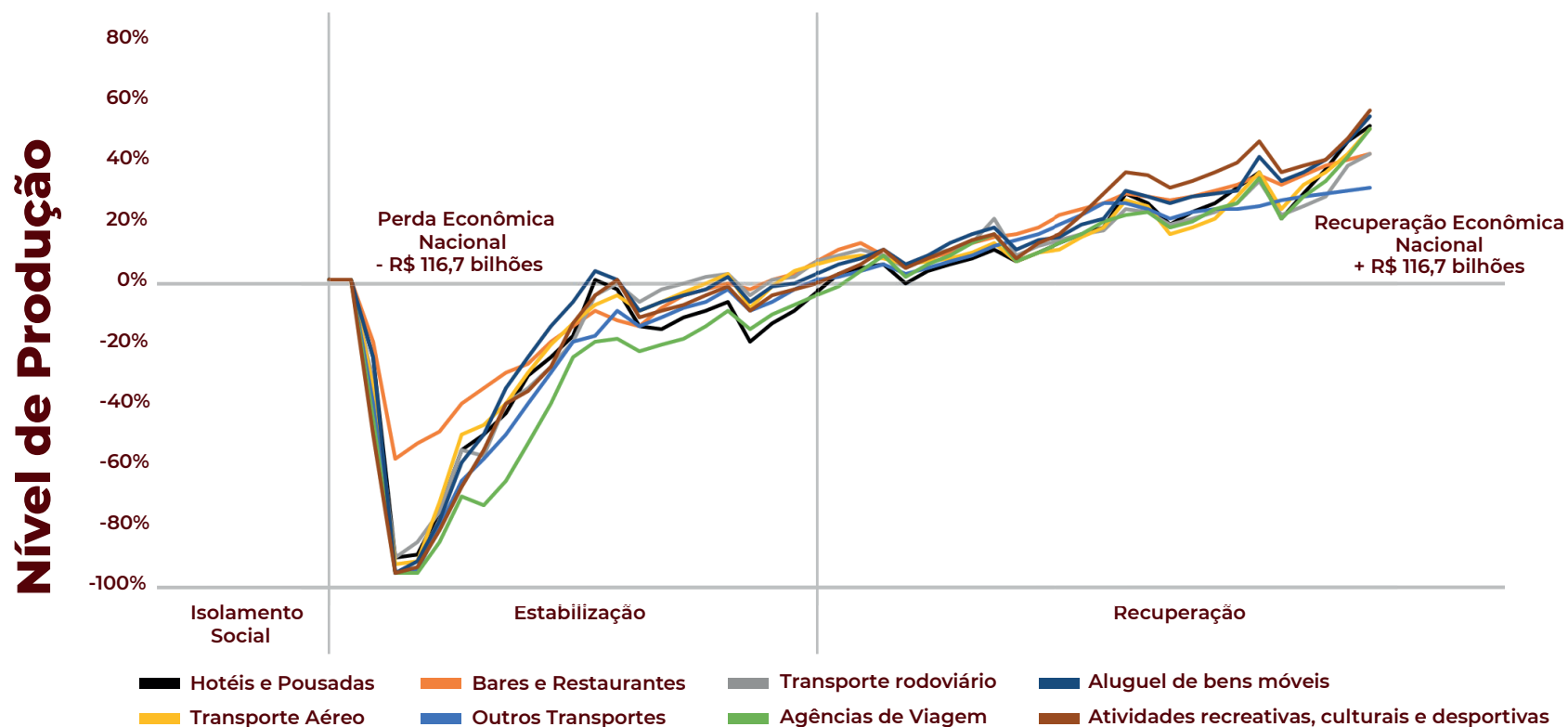
Estima-se que 7,5% dos eventos em Santa Catarina sejam primeiramente afetados de março a agosto de 2020. O impacto na movimentação econômica média acumulada dos eventos que seriam realizados no período soma R\$137,6 milhões.

7.9 IMPACTO ESTIMADO GERAL

Segundo relatório da FGV sobre os impactos no turismo, as atividades somente retornarão ao nível próximo da normalidade em meados de 2021 se houver estabilização da situação até julho de

2020. Após a estabilização, o turismo brasileiro deve crescer 16,95% ao ano até 2022 e 2023 para compensar a perda econômica estimada em R\$ 116,7 bilhões no biênio 2020-2021 em todo o Brasil.

Fonte: FGV 2020



8 GESTÃO DE CRISE

Os pilares da gestão de crise visam o bem-estar da população residente e visitante do estado de Santa Catarina. Como parte fundamental da economia catarinense, o turismo necessita de atenção especial. Por isso, a Santur está em constante conversa com outros órgãos públicos nas esferas municipal, estadual e federal, bem como o trade turístico e a sociedade civil organizada.



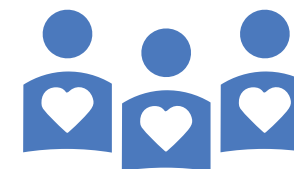
EQUILÍBRIO ECONÔMICO

Planejamento e viabilização de ações voltadas para sobrevivência e prosperidade dos negócios.



TRANSPARÊNCIA E APROXIMAÇÃO

Participação de todos e publicidade das informações



PESSOAS EM PRIMEIRO LUGAR

Saúde e bem-estar como pilar central.



FORTALECIMENTO REGIONAL

Promoção do turismo segmentado e valorização da história, da cultura, das belezas naturais e da gente local.



ANÁLISE DE DADOS E CENÁRIOS

Ciência de dados para fundamentar estratégias e decisões.

A Santur teve participação na gestão da crise da pandemia causada pela COVID-19 desde o seu início. Suas principais linhas de atuação foram avaliação econômica da situação, inteligência estratégica e transparência com publicidade de informação para o setor, bem como suporte operacional e suporte legislativo a outros órgãos.



8.1 ATUAÇÃO DIRETA

O modelo executado de gestão de crise para balancear impactos sanitários e econômicos foi o de isolamento total

por duas semanas (janela de tempo para contenção da entrada massiva do vírus no estado e preparação do sistema de

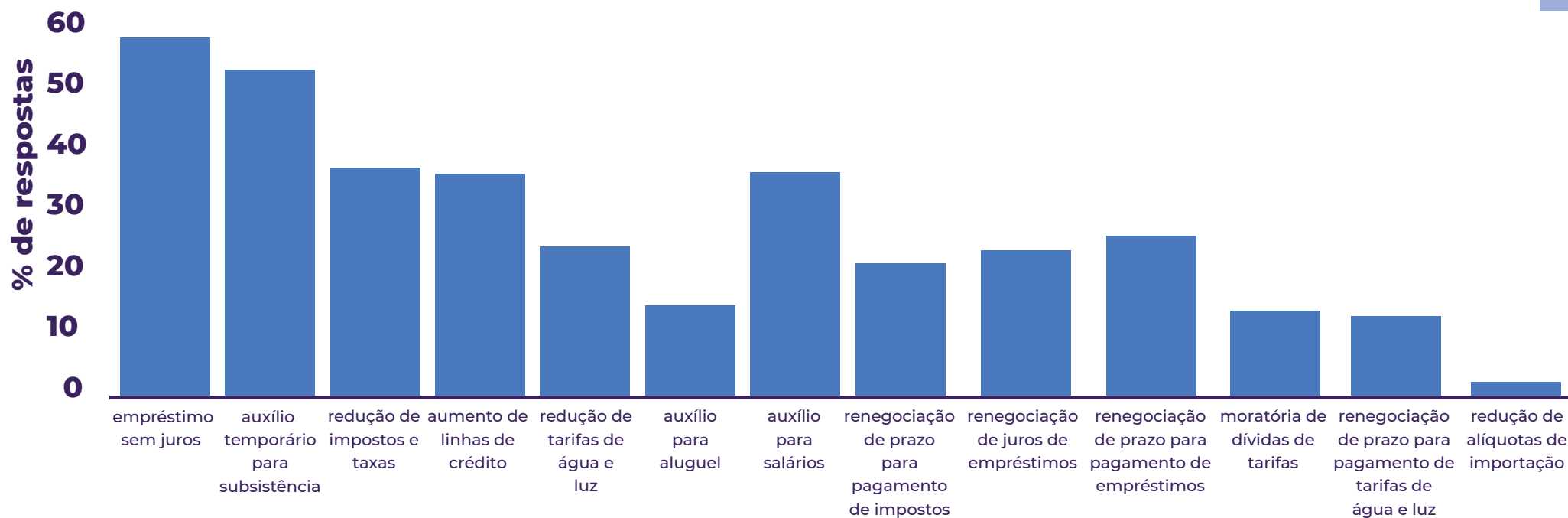
saúde) e liberação das atividades de menor risco sanitário ao longo dos meses com as devidas exigências e orientações.



8.2 PROSPECÇÃO DE MEDIDAS

O setor do turismo considera algumas medidas governamentais mais impactantes que outras. As de maior impacto incluem empréstimos sem juros (58%), auxílio temporário para subsis-

tência do empresário e sua família (53%) e redução de impostos e taxas (37%). A medida menos impactante para o setor é a redução de alíquotas de importação (2%).



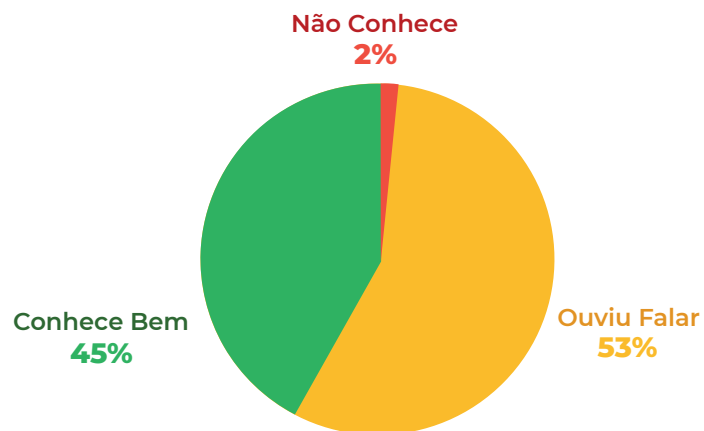
Fonte: SEBRAE 2020

Dentre as medidas indicadas como sendo de impacto pelo setor do turismo, todas foram consideradas pela Santur e articuladas em diferentes esferas e frentes de atuação. Todas as medidas foram avaliadas pelo Governo do Estado de Santa Catarina ou pelo Governo Federal.

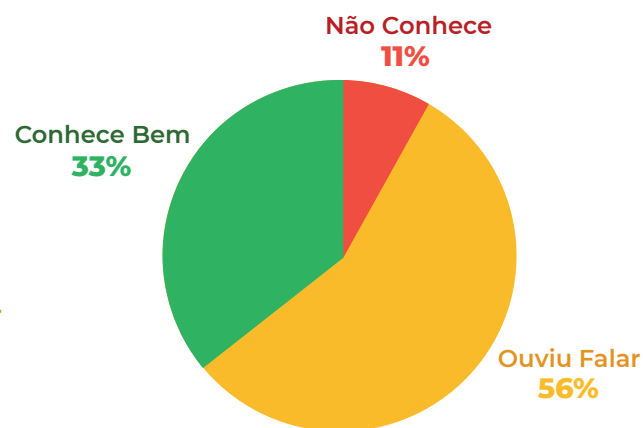
Até a primeira semana de abril de 2020, a percentagem do setor do turismo que já ouviu falar da maioria das medidas disponíveis era de mais de 50%, todavia de 2% a 22% não conhecia o funcionamento para receber os benefícios. Para diminuir o não conhecimento das ações e benefícios para o

setor, principalmente na esfera estadual, a Santur realizou diversas ações de comunicação e transparência. Dentre elas, citam-se a publicidade das informações via mídias sociais e grupos de WhatsApp com o trade, publicação em sites e circulação de boletins informativos semanais.

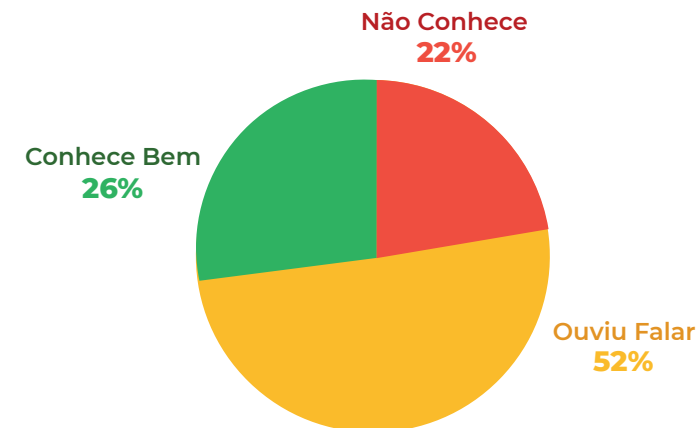
AUXÍLIO EMERGENCIAL



MEDIDA PROVISÓRIA TRABALHISTA



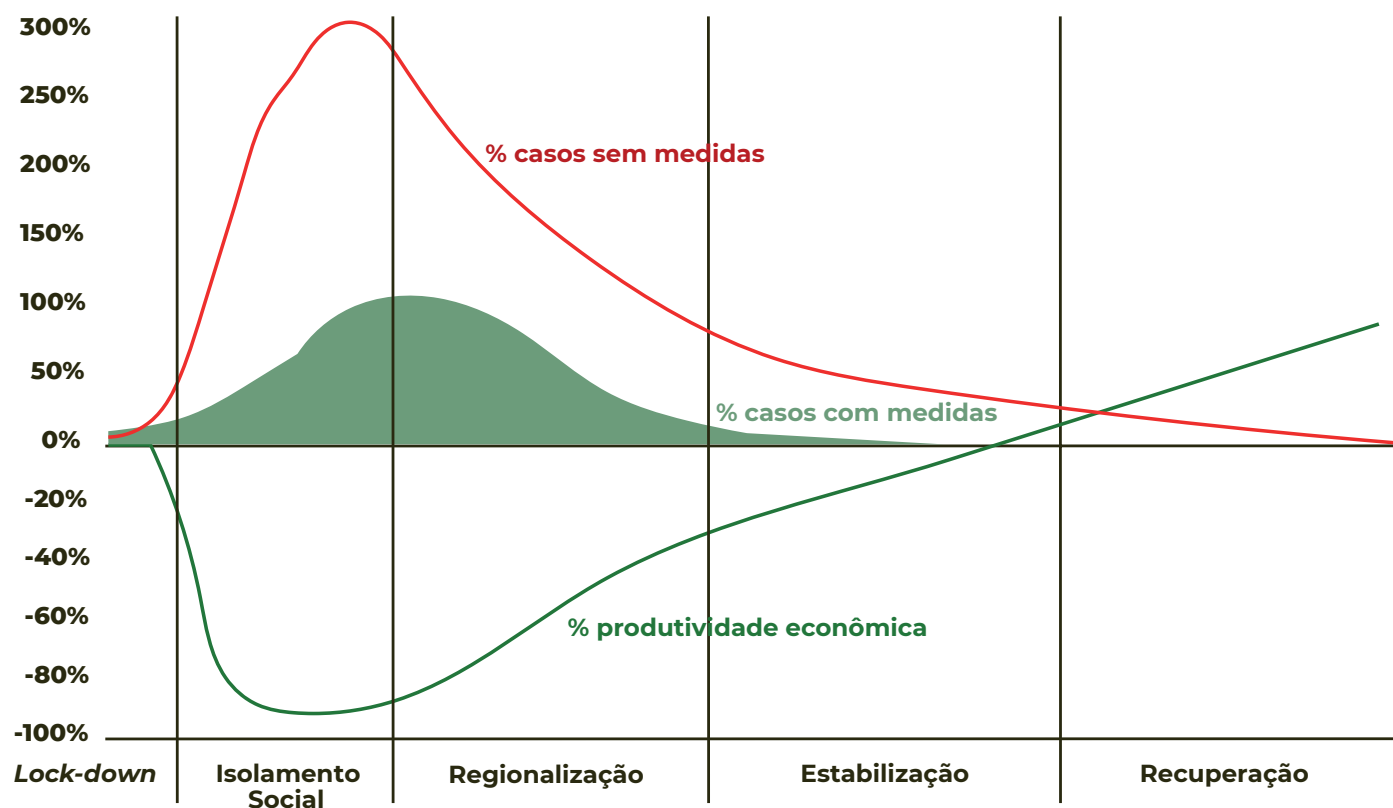
LINHAS DE CRÉDITO



9 ESTRATÉGIA PÓS-CRISE

O sucesso do modelo de gestão de crise adotado depende do monitoramento, fiscalização e adaptação de medidas para manutenção dos resultados alcançados tanto em termos sanitários quanto econômicos. A fase de estabilização foca no suporte e controle enquanto a fase de retomada engloba avaliação e impulsionamento. Não é possível determinar uma data para cada fase, uma vez que o início e continuidade destas depende da performance sanitária diária em nível mundial, nacional e estadual. A pandemia é dinâmica e as decisões devem ser constantemente repensadas.

Baseado em: McKinsey 2020



9.1 MODELO

A estratégia da Santur tem como tripé o desenvolvimento do turismo regional, a geração de empregos e a capacitação dos atores. Para isso, trabalha com ações e projetos voltados para o reconhecimento do turismo como desenvolvimento econômico, o estabelecimento de parcerias e a agregação dos produtos turísticos no estado.



9.2 REMODELAGEM DE MERCADO

Alguns aspectos até então realizados pelo mercado necessitam ser repensados frente à crise causada pela pandemia do novo Coronavírus. A mudança de postura tanto do setor público quanto do setor privado frente ao cenário que se põe no futuro fará a diferença no sucesso da retomada econômica do turismo.

Turismo de massa
 Cruzeiros
 Transporte Turístico
 (aviões, trens e ônibus)



Maior dispersão do público em áreas populares.
 Diminuição dos impactos causados às comunidades locais.
 Maior higienização e ventilação em locais fechados.
 Definir público realmente desejado antes de realizar ações de marketing.
 Registrar contato e condição de saúde do visitante.
 Checar temperatura de visitantes ao entrarem em áreas fechadas.
 Diminuir níveis de poluição.
 Desenvolver planos de contingência para situações de emergência.

Turismo regional
 Viagens de carro



Melhoria de infraestrutura e sinalização.
 Estimular práticas de sustentabilidade, sanitização e controle da informação.
 Capacitação e planejamento dos atores.
 Desenvolver planos de contingência para situações de emergência.

O fortalecimento do setor do turismo após a crise será beneficiado por ações em 9 (nove) setores distintos. A negociação de linhas de crédito e a estruturação da legislação estão em andamento em Santa Catarina desde março de

2020. Outras ações são previstas para início imediato, como a desburocratização das parcerias público-privadas e a construção de uma plataforma para exposição de produtos. A médio prazo, são planejadas entregas de infraestrut

tura e concessões. Já, entre o médio e o longo prazo, a Santur visa ações para padronização de dados, promoção de destinos e a ampliação de capacitações.



LINHAS DE CRÉDITO

Negociação de linhas de crédito na esfera federal.
Negociação de linhas de crédito na esfera estadual.
Agilidade na liberação de cadastros no CADASTUR.



POLÍTICAS PÚBLICAS

Desburocratização das parcerias público-privadas.
Estruturação da lei do turismo no estado.
Estruturação do plano estadual de turismo.



CONCESSÕES

Concessão de Centros de Evento.
Concessão para construção de Complexo Turístico.
Concessão de outdoors em rodovias.



PADRONIZAÇÃO DE DADOS

Estruturação de banco de dados do turismo.
Fortalecimento do Observatório do Turismo.
Padronização de metodologias para coleta de dados.



PROMOÇÃO

Plataforma de produtos.
Vídeos para turismo segmentado.
Produção de material para mídias sociais.



MALHA AÉREA REGIONAL

Infraestrutura nos aeroportos regionais.
Promoção do destino catarinense.



CAPACITAÇÃO

Listagem de capacitações *online*.
Rodadas de capacitação regional.



HIGIENE E SAÚDE

Orientação sobre medidas sanitárias.
Desenvolvimento de Planos de Contingência.
Reconhecimento de negócios com medidas adequadas.



INFRAESTRUTURA

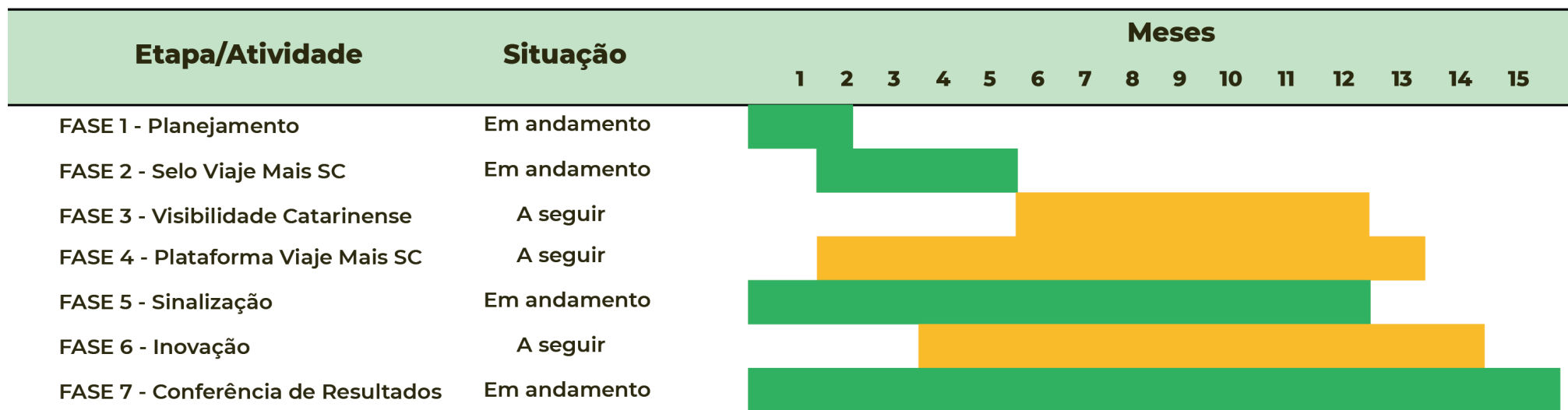
Entrega do Centro de Eventos de Balneário Camboriú.
Programa de Sinalização Turística.

9.3 PROGRAMA VIAJE MAIS SC

Para retomada econômica, o PROGRAMA VIAJE MAIS SC visa fortalecer o mercado turístico interno. O Programa engloba quatro projetos focados em certificação, promoção, infraestrutura e inovação do turismo regional. Dentre os projetos a serem entregues no curto

prazo, está a plataforma de exposição de produtos turísticos catarinenses e o selo Viaje Mais SC. O selo Viaje Mais SC estabelece um compromisso por parte dos estabelecimentos do turismo quanto às normas de higiene e saúde para garantir a segurança de seus clientes e

colaboradores. A intenção é que os critérios do selo progridam com o tempo, garantindo o compromisso dos empreendimentos com a melhor qualidade na prestação de serviços aos turistas regionais, nacionais e internacionais que visitam o estado de Santa Catarina.



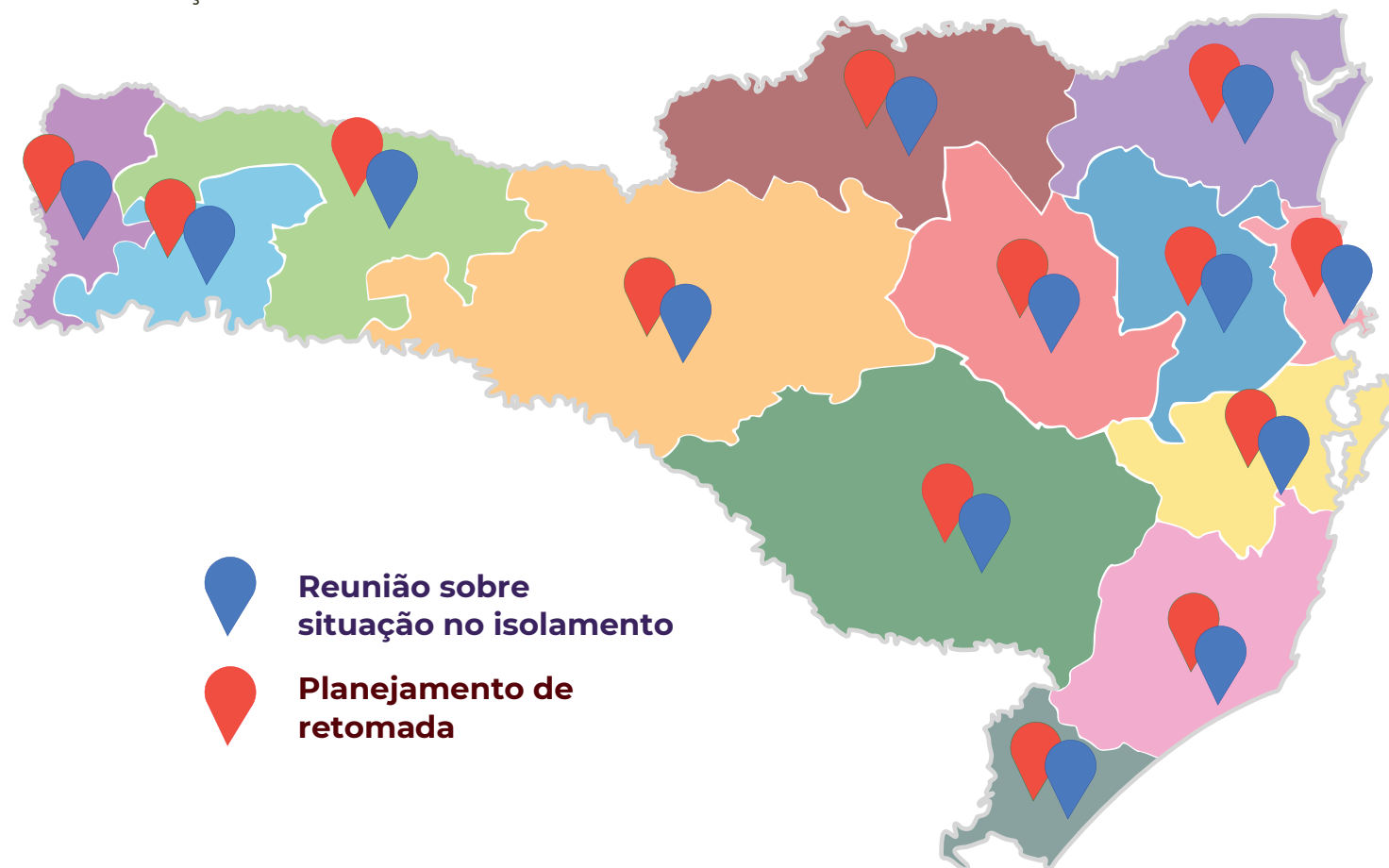


9.4 RACIONAL ESTRATÉGICO

A Santur desenvolve 19 ações e projetos principais organizados em 3 (três) diferentes esferas voltadas para as certificações e reconhecimento, para o fortalecimento do mercado e para projetos estruturantes.

9.5 PRESENÇA NO ESTADO

Durante a crise causada pela COVID-19, a Santur promoveu a aproximação com o setor. Em abril, foram realizadas reuniões com todas as Instâncias de Governança Regional (IGR) e entidades representadas pelo Conselho Estadual de Turismo para entender anseios e necessidades durante o isolamento. Em seguida, foram realizadas reuniões específicas com cada IGR para discutir e planejar ações de estabilização e retomada econômica.



10 ANÁLISE SWOT

O sucesso das proposições da Santur para o estado de Santa Catarina depende da consciência sobre suas principais forças, fraquezas, ameaças e oportunidades.

FORÇAS

Abertura do Governo para Inovação no Turismo;
Articulação;
Atribuições bem definidas;
Boas relações com o mercado;
Bom relacionamento com o trade;
Conhecimento;
Criatividade e Dinamicidade;
Gestão técnica;
Integração;

Disponibilidade de atendimento ao público;
Esforço e dedicação;
Comprometimento;
Importância estratégica;
Nova estrutura de gestão;
Decisões baseadas em dados;
Respeito à hierarquia, às normas e aos regramentos;
Senso de responsabilidade.

OPORTUNIDADES

Abertura e confiança para expor ideias;
Abertura para renovação de estrutura e equipamentos;
Acordos internacionais;
Demanda crescente pelo turismo;
Estado com bons indicadores de desenvolvimento;
Diretrizes bem definidas;
Chance de melhoria organizacional;
Parcerias com trade e municípios;
Parcerias público-privadas;

Variedade de produtos;
Estado pioneiro em inovação;
Estado diversificado em termos de cultura, economia, atrativos e políticas;
Integração interinstitucional;
Viabilidade de execução de propostas;
Governo aberto à modernização;
Instituições disponíveis para capacitação.

FRAQUEZAS

Falta capacitação em projetos;
Continuidade de vícios de gestões anteriores;
Dificuldade da equipe em aceitar mudanças na gestão;
Equipamentos obsoletos;
Equipe diminuta;

Falta plano de capacitação;
Falta estruturação de produtos;
Estrutura física necessita de reparos;
Falta de processos gerais mapeados;
Falta de recursos financeiros.

AMEAÇAS

Amplitude de segmentos a atender;
Atualização constante de sistemas;
Contenção orçamentária;
Eventos diversos globais (ex. pandemias, desastres naturais, disputas comerciais, atritos políticos, etc.)
Falta de acompanhamento das burocracias iniciadas;
Excesso de burocracias;

Dificuldade burocrática em parcerias público-privadas;
Legislação desatualizada
Necessidade de normatização de alguns processos;
Insegurança jurídica em algumas ações;
Percepção da sociedade sobre as atividades desenvolvidas no órgão.

11 PARTES INTERESSADAS

As partes interessadas no desenvolvimento do turismo catarinense identificadas pelo órgão são:

PÚBLICO INTERNO:

- Servidores da Agência
- Colaboradores (terceirizados) e estagiários
- Servidores de outros órgãos do Governo

PÚBLICO EXTERNO:

- População catarinense
- Trade
- Operadoras de turismo
- Agências de turismo
- Setor hoteleiro
- Setor de bares e restaurantes
- Guias de turismo
- Aeroportos

- Federação dos Conventions (FCVB)
- Centros de convenções
- Ministério do Turismo
- Embratur
- Secretarias de turismo municipais e estaduais
- Fornatur
- Deputados estaduais e federais
- ABIH
- Abrasel
- Abav
- Associação de Turismo Hidrotermal (Athisc)
- Associação Brasileira de Turismo para Gays, Lésbicas e Simpatizantes (Abrat GLS)
- Sindicato das empresas de turismo de SC (Sindetur)
- Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura (Abeta)
- Núcleo setorial de guias de turismo (Acif)
- Associação das Microcervejarias Artesanais de Santa Catarina
- Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (Acavitis)
- Fortur (Fórum de Turismo de Florianópolis)
- Academia
- Universidade do Vale do Itajaí
- Instituto Federal de Educação
- Veículos de comunicação profissionais e alternativos impressos, rádio, tv e web

12 CONCLUSÃO

O turismo compõe parte importante da economia, sendo essencial no desenvolvimento do estado. Apesar dos dados fragmentados, foi possível estabelecer uma boa noção de como o turismo está estruturado em Santa Catarina. Também foi possível fazer uma avaliação geral do impacto sofrido e identificar as ações necessárias para a retomada do setor.

O impacto da pandemia causada pela COVID-19 atingiu a temporada de menor fluxo econômico do estado. O Governo do Estado tem avaliado diariamente a situação e proposto medidas para minimizar os desafios econômicos presentes e futuros causados no setor, viabilizando a segurança e saúde dos visitantes e cidadãos residentes.

A crise atual certamente muda toda a logística, planejamento e estratégia do turismo catarinense. Ações de expansão internacional devem ser reposicionadas. As medidas sanitárias devem ser assimiladas nas práticas diárias dos negócios e são essenciais para segurança e continuidade das atividades, devendo ser convertidas em marketing positivo, como já ocorre em países como Portugal e Nova Zelândia. Em muitas situações, incentiva-se a reinvenção de modelos de comercialização.

A tendência mundial do turismo é o perfil interno nos próximos anos. Com a devida estruturação do setor e execução das propostas, acredita-se que tal perfil seja muito bem administrado pelo setor. A Santur trabalha de manei-

ra ágil e em conjunto com diversas partes para realinhar entregas e atender a população quanto às suas necessidades para o Turismo Catarinense.



13 REFERÊNCIAS

ABEAR, Associação Brasileira das Empresas Aéreas. 2016. Voar por mais Brasil – Os benefícios da aviação nos estados. Disponível em: <https://www.abear.com.br/publicacoes/>

ABIH, Associação Brasileira da Indústria de Hotéis SC. 2019. Consulta realizada em maio de 2019 acerca dos dados de ocupação hoteleira mensal no estado em 2018.

ANAC, Agência Nacional de Aviação Civil. 2020. Base de registros de serviços aéreos. Disponível em: <https://www.anac.gov.br/assuntos/setor-regulado/empresas/bases-de-registros-de-servicos-aereos>

Arteris Litoral Sul. 2020. Fluxo diário médio de veículos nas praças de pedágio. Relatório mensal.

CLP, Centro de Liderança Pública. 2020. Ranking de Competitividade dos Estados. Disponível em: <http://www.rankingdecompetitividade.org.br/>

CSSE. 2020. COVID-19 Dashboard by the Center for Systems Science and Engineering (CSSE) at the Johns Hopkins University. Disponível em: <https://www.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/bda7594740fd40299423467b48e9ecf6>

DCode. 2020. Decoding the Economics of COVID-19. Infographics.

DETER, Departamento de Transportes e Terminais. 2020. Transporte intermunicipal. Disponível em: <https://site.deter.sc.gov.br/>

Elo. 2020. Impacto do COVID-19. Relatório de 24 de março de 2020.

FECAM, Federação Catarinense de Municípios. 2020. Guia Turístico dos Municípios de Santa Catarina. Disponível em: <https://www.guiasc.tur.br/>

FGV, Fundação Getúlio Vargas. 2020. Impacto Econômico do COVID-19 - Propostas para o Turismo Brasileiro. Relatório de abril de 2020.

FHORESC, Federação Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do Estado de Santa Catarina. 2020. Consulta realizada em maio de 2020 acerca dos dados de ocupação hoteleira mensal na Grande Florianópolis em 2019.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2016. Pesquisa de Serviços de Hospedagem. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br>

Infraero, Empresa Brasileira Infra Estrutura Aeroportuária. 2020. Consulta de voos. Disponível em: <http://voos.infraero.gov.br/voos/index.aspx>

Jucesc, Junta Comercial do Estado de Santa Catarina. 2020. Consulta realizada em abril de 2020 acerca as empresas características do turismo ativas por mês em 2019 e 2020.

McKinsey. 2020. COVID-19: Briefing Materials on Global Health and Crisis Response. Relatório executivo.

ME, Ministério da Economia. 2018. Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Disponível em: <http://www.rais.gov.br>

MTUR, Ministério do Turismo. 2011. Caracterização e dimensionamento do turismo doméstico no Brasil – 2010/2011. Relatório executivo.

MTUR, Ministério do Turismo. 2019. Dados e Fatos. Disponível em: <https://www.dadosefatos.turismo.gov.br>.

SABRE. 2019. Airline data. Disponível em: <https://www.sabre.com>.

SANTUR, Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. 2017. Mapa dos atrativos turísticos de destaque em Santa Catarina. Disponível em: <https://www.santur.sc.gov.br/index.php/informacoes/estatisticas/15-premiacoes/41-observatoriodoturismo#mapas-digitais-do-turismo-dados-abertos>.

SANTUR, Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. 2019a. Mapa do Turismo de Santa Catarina. Disponível em: <https://www.santur.sc.gov.br/index.php/multimedia/mapa-do-turismo>.

SANTUR, Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. 2019b. Premiações. Disponível em: <http://santur.sc.gov.br/index.php/informacoes/premiacoes>

SANTUR, Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. 2020a. Verão Santa Catarina 2019/2020. Relatório final da operação.

SANTUR, Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina. 2020b. Impactos no turismo catarinense causados pelo COVID-19. Relatório.

SC, Governo do Estado de Santa Catarina. 2020. Painel de casos COVID-19 em SC. Disponível em: <https://www.santur.sc.gov.br/diesin>

SEBRAE, Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas Empresas. 2020. DataSebrae – Coronavírus. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/corona/>

SEF, Secretaria do Estado da Fazenda. 2020. Consulta realizada em abril de 2020 acerca dos dados de arrecadação de ICMS acumulado no ano de 2019 provenientes de atividades características do turismo.

SIGA. 2020. COVID-19 por unidade federativa. Disponível em: <https://sigageomarketing.com.br/coronavirus/>

WTTC, World Travel & Tourism Council. 2019. Economic Impact Report. Disponível em: <https://www.wttc.org/Research/Economic-Impact>