



Pesquisa Fecomércio de Turismo:
**INVERNO NA SERRA
DE SANTA CATARINA**

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina

Pesquisa Fecomércio de Turismo: Inverno na Serra de Santa Catarina 2020

Turismo de Inverno na Serra Catarinense

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Agosto de 2020

Sumário

Introdução.....	2
Perfil e distribuição dos entrevistados	3
Impactos da temporada de inverno	4
Previsão de neve impulsiona o setor hoteleiro	11
Impactos da pandemia.....	12
Considerações finais.....	15

Introdução

A pandemia de COVID-19 está provocando grandes mudanças na vida da população e nos negócios. Uma das principais alterações foi a suspensão de eventos públicos e grandes aglomerações, atingindo diretamente o setor turístico.

A temporada de inverno na Serra Catarinense, roteiro turístico já consolidado no Estado, foi fortemente impactada por diversos motivos: a temporada ocorreu em um período crítico da pandemia, as incertezas quanto às perspectivas econômicas levam o público a reter gastos e o receio de contrair a doença.

Nesta edição, a pesquisa foi realizada com empresários e gestores. Foram apresentadas percepções sobre o impacto da temporada nos empreendimentos dos setores de comércio, serviços e turismo nas doze cidades abordadas, além da visão destes gestores sobre as principais consequências da pandemia.

As entrevistas foram realizadas em diversos municípios da Serra Catarinense: Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Correia Pinto, Lages, Paineira, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema.

A coleta de dados ocorreu entre os dias 3 e 5 e 19 e 21 de agosto de 2020, pela abordagem CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), com base em um questionário semiestruturado, com questões abertas e fechadas, possibilitando análises qualitativas e quantitativas. Foram entrevistados 278 empresários e gestores dos estabelecimentos comerciais, com erro amostral calculado de 5,5% e significância de 95%.

Perfil e distribuição dos entrevistados

Para identificar o impacto da temporada entre os empresários dos setores de comércio, serviços, turismo e hotelaria dos municípios da Serra Catarinense, a Fecomércio SC ouviu empresários e gestores de doze municípios, distribuídos de acordo com o volume de estabelecimentos dos setores mais afetados pelo turismo.

Distribuição das entrevistas por município da empresa

Município	Percentual de respostas
Lages	45,7%
Urubici	11,9%
São Joaquim	11,5%
Correia Pinto	5,8%
Bom Retiro	4,7%
São José do Cerrito	4,7%
Bom Jardim da Serra	4,7%
Bocaina do Sul	2,9%
Urupema	2,5%
Campo Belo do Sul	2,2%
Rio Rufino	2,2%
Painel	1,4%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

As entrevistas foram divididas pelos setores de atividade econômica na seguinte proporção:

Distribuição das entrevistas por setor ou ramos de atuação da empresa

Setor	Percentual de respostas
Bares e restaurantes	30,6%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	15,5%
Hotéis e pousadas	14,4%
Vestuário e calçados	8,6%
Postos de combustíveis	8,6%
Mercados, supermercados e mercearias.	7,9%
Padarias e confeitarias	7,6%
Farmácias	6,5%
Outro	0,4%
Total	100%

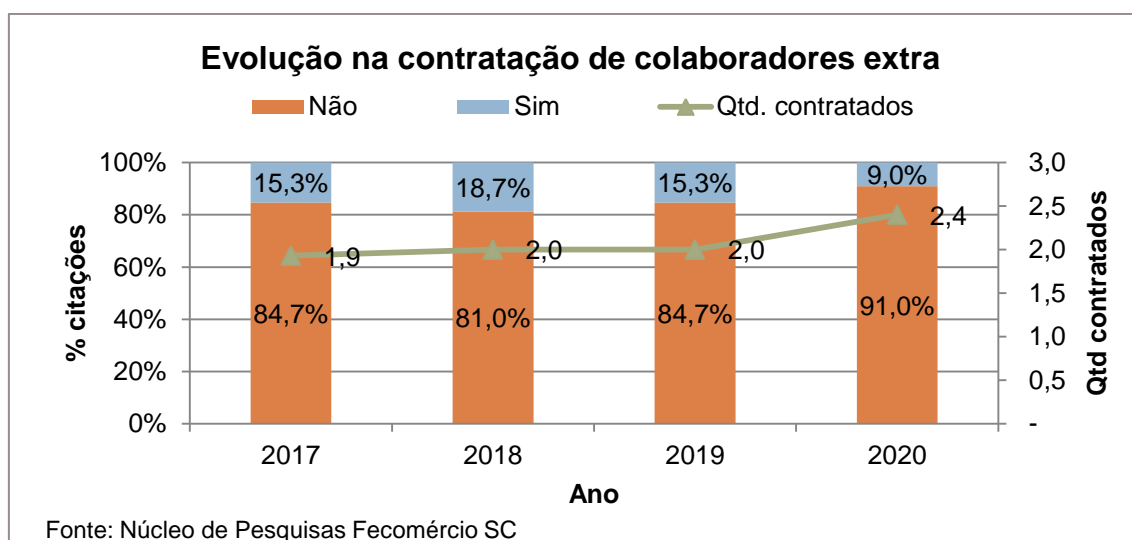
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Estas empresas entrevistadas respondem por 350 empregos diretos, empresas de médio e pequeno porte, de 0 a 50 pessoas empregadas assim distribuídas: 0 empregados (1,4%), de 1 a 4 empregados (50,4%), de 5 a 9 empregados (27,3%), de 10 a 19 empregados (14%) e de 20 a 50 empregados (6,8%). Segundo dados do Ministério do Trabalho apurados na Relação Anual de Informações Sociais, cuja última atualização refere-se ao ano de 2018, dentre os setores e municípios considerados no universo da pesquisa são

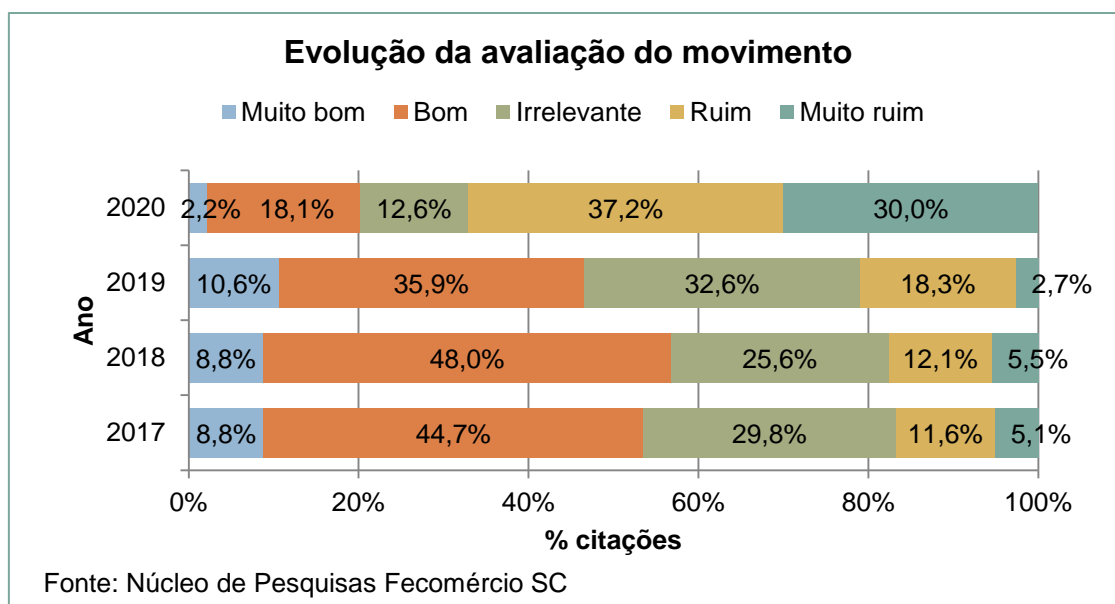
aproximadamente 2.100 estabelecimentos com mais de 8.500 pessoas empregadas, não considerando os Microempreendedor Individual (MEI), neste grupo estima-se mais 2.000 empresas.

Impactos da temporada de inverno

Dada a importância destes setores para os empregos e renda do grupo de municípios, a primeira questão específica para as empresas dos setores de comércio e serviços buscou identificar o efeito da temporada no mercado de trabalho da região. A pesquisa registrou um percentual de 9,0% de empresas que realizaram contratação de colaboradores extra para o período da temporada de inverno de 2020 e a quantidade média foi de 2,4 pessoas contratadas por estabelecimento (considerando os estabelecimentos que realizaram contratações). Nesta temporada uma parcela menor de empresas realizou um número maior de contratações.



A pesquisa também analisou a percepção dos empresários/gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento de consumidores durante a temporada. A percepção geral não foi positiva, comprovando que os efeitos da pandemia afetaram a temporada de inverno na Serra Catarinense. Uma fatia de 2,2% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, uma fatia de 18,1% de avaliações “boas”, outros 12,6% consideraram que o movimento foi “irrelevante ou não variou”, uma parcela de 37,2% rotulou o movimento como “ruim” e 30,0% como “muito ruim”. Na comparação com as avaliações realizadas nos anos anteriores é possível quantificar o impacto da pandemia no movimento de clientes dos estabelecimentos considerados na pesquisa, 67,2% das avaliações foi negativa, nos anos anteriores esta parcela não ultrapassou os 20%.



As análises da avaliação do movimento de clientes segmentadas por setor de atuação se mostraram muito significativas e os resultados por setores são coerentes com as consequências da pandemia. Os setores de hotelaria e bares e restaurantes tiveram os piores resultados e o setor supermercadista e de farmácias os resultados mais positivos.

Distribuição da avaliação do movimento de clientes por setor

Setor	Avaliação do movimento					Total
	Muito bom	Bom	Irrelevante	Ruim	Muito ruim	
Bares e restaurantes	0,0%	15,3%	11,8%	29,4%	43,5%	100%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	9,3%	27,9%	2,3%	37,2%	23,3%	100%
Hotéis e pousadas	0,0%	5,0%	0,0%	32,5%	62,5%	100%
Vestuário e calçados	4,2%	16,7%	25,0%	50,0%	4,2%	100%
Postos de combustíveis	0,0%	4,2%	12,5%	70,8%	12,5%	100%
Mercados, supermercados e mercearias.	0,0%	50,0%	22,7%	22,7%	4,5%	100%
Padarias e confeitarias	0,0%	5,0%	25,0%	50,0%	20,0%	100%
Farmácias	5,6%	33,3%	27,8%	27,8%	5,6%	100%
Total	2,2%	18,1%	12,6%	37,2%	30,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta edição da pesquisa foi investigada a motivação dos empresários para conferir tais avaliações sobre o movimento de consumidores durante a temporada. Com as respostas à pergunta espontânea “A que você atribui esta avaliação do movimento?” foi realizada a categorização, e segmentação com base na resposta da questão anterior, levando aos seguintes resultados:

- **Movimento muito bom e bom (20,2%)**
 - Ajustes do negócio, ampliação das ações e serviços 4,0%
 - Pandemia 5,8%
 - Auxílio emergencial 1,4%

- Fidelidade dos clientes 1,8%
- Inverno 2,2%

Dentre as avaliações positivas do movimento a principal explicação recai sobre os ajustes do negócio, ampliação das ações e serviços e investimentos em marketing. Algumas citações podem exemplificar estas ações realizadas pelos empresários para minimizar os efeitos da pandemia nos negócios e também o impacto do auxílio emergencial na movimentação da economia dos municípios:

“Por um lado a gente colocou mais ofertas e trabalhando forte na publicidade, montamos um app, uma ferramenta nova vem melhorando o movimento.” (Mercados, supermercados e mercearias, Lages).

“Vendemos produtos no atacado e com a liberação da renda extra do governo acabamos sendo uma alternativa para professores e outros profissionais que ficaram parados nessa época da quarentena.” (Vestuário e calçados, Lages).

Outras citações mostram que os efeitos da pandemia podem ser positivos para alguns setores comerciais, com mudanças de comportamento dos consumidores que trouxeram oportunidades:

“As pessoas estão mais em casa, não viajam pra comprar vinhos e bebidas. Por isso aumento das compras pra consumir em casa.” (Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos, Lages).

“A pandemia reduziu o movimento nos restaurantes e consequentemente os mercados estão vendendo mais, as pessoas estão comendo mais em casa.” (Mercados, supermercados e mercearias, Lages).

Além dos motivos excepcionais causados pela pandemia e seus efeitos algumas citações mostram que a sazonalidade provocada pelo Inverno na Serra Catarinense permanece sendo um fator relevante para o aumento na movimentação de clientes no comércio local.

“A chegada do inverno em si faz com que aumente o movimento na loja.” (Farmácias, Urubici).

- **Movimento ruim e muito ruim (67,1%)**

- Pandemia 62,2%
- Decretos de fechamento 2,9%
- Crise financeira e desaquecimento da economia 1,1%

Na percepção dos empresários a pandemia foi o principal motivo para o baixo movimento de clientes que trouxe consequências como cancelamento de eventos, e consequente redução na circulação de pessoas.

“Eventos cancelados, pagamentos antecipados tiveram que ser ressarcidos, transtorno grande para nós. Eventos como Festa do Pinhão e Moto Neve não aconteceram e caiu muito nosso movimento também.” (Hotéis e pousadas, Lages).

“como não temos mais tanta saída de produtos e nosso produtos são perecíveis não fazemos mais compras, porque

estavam vencendo mais produtos do que sendo vendidos, e estávamos tendo prejuízo” (Mercados, supermercados e mercearias, Bom Jardim da Serra).

- **Irrelevante (12,6%)**

Ainda uma parcela de 12,6% dos empresários considerou que não houve variações no movimento de clientes nesta temporada de inverno, na análise das respostas que justificam essa posição é possível identificar uma disposição à resignação da situação atual da pandemia.

Tão importante quanto a avaliação do movimento de consumidores é a apuração das vendas realizadas no período de alta temporada. O Ticket Médio¹ de vendas - o valor médio gasto pelos clientes de um estabelecimento comercial- é um importante indicador de desempenho porque ajuda a determinar a produtividade da empresa. Na percepção dos entrevistados, o ticket médio dispendido pelos clientes durante esta temporada de inverno foi de R\$ 107,60, valor médio dos setores de comércio e serviços. Os valores médios gastos por setores foram: R\$ 218,41 em hotéis e pousadas; R\$189,25 em vestuário e calçados; R\$ 153,57 no comércio de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos. No caso dos mercados, mercearias, farmácias, postos de combustíveis, bares, restaurantes, padarias e confeitarias registraram ticket médio inferior à média, mas em acordo com o tipo de negócio.

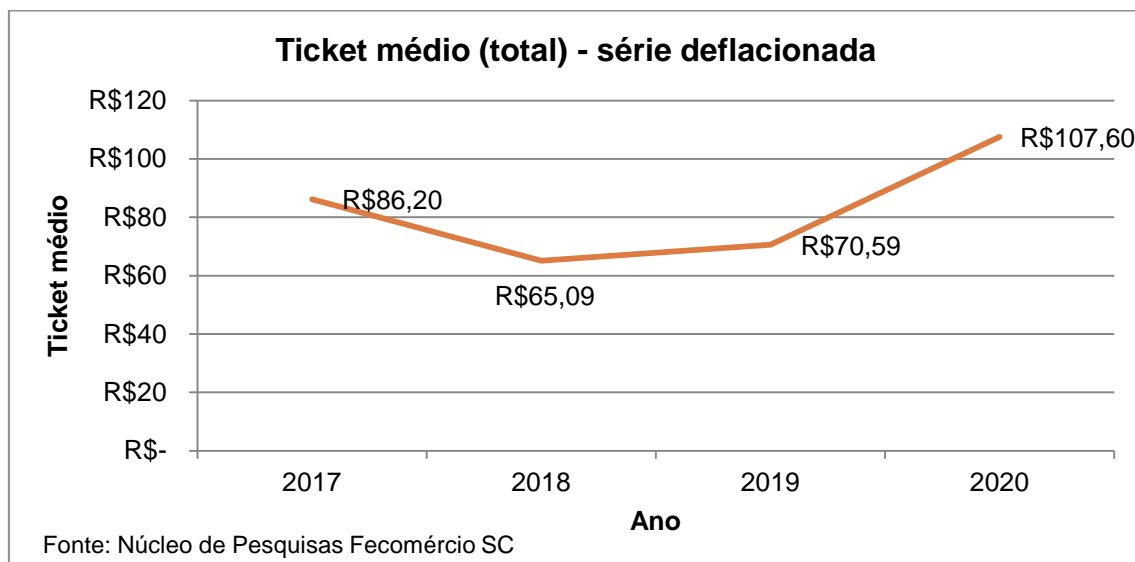
Ticket Médio por setor na temporada de inverno 2020

Setor	Ticket médio
Hotéis e pousadas	R\$ 218,41
Vestuário e calçados	R\$ 189,25
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	R\$ 153,57
Mercados, supermercados e mercearias.	R\$ 103,95
Farmácias	R\$ 85,56
Postos de combustíveis	R\$ 67,44
Bares e restaurantes	R\$ 46,76
Padarias e confeitarias	R\$ 23,67
Total	R\$ 107,60

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

¹ O ticket médio é o valor médio que cada cliente compra em um estabelecimento.

Outra visão importante em relação ao ticket médio diz respeito à evolução da série histórica. Para que uma análise de tendência possa ser realizada foi aplicada a deflação² pelo IPCA acumulado de julho, opção que permitiu transformar valores nominais em valores reais e, com isso, visualizar a tendência. A avaliação que fica visível no gráfico a seguir mostra, apesar das oscilações, uma tendência de aumento, com crescimento de 34% em relação ao ano anterior.



A experiência do consumidor não termina com a escolha do produto e decisão de comprá-lo. Para garantir uma boa experiência de compra para o consumidor, o processo de pagamento deve ser o mais simplificado possível. Principalmente quando se trata de turistas é fundamental proporcionar diversos formatos de pagamento, ágeis e seguros. Percebe-se que os empresários entrevistados estão alinhados com estes conceitos e oferecem múltiplas oportunidades aos clientes. O tipo de pagamento mais utilizado pelos clientes nesses estabelecimentos entrevistados foi o pagamento à vista em suas diversas formas. Segundo a percepção dos empresários entrevistados, durante o período que se estendeu a temporada de inverno na Serra Catarinense, 86,9% dos clientes utilizaram prioritariamente o pagamento à vista, distribuídos entre cartões de crédito, débito e o pagamento em dinheiro. Uma parcela menor de clientes, 10,6%, utilizou o pagamento parcelado pelos cartões de crédito e crediários. Estes grupos não representaram alterações significativas em relação ao ano anterior, a variação mais expressiva foi o aumento de 7 pontos percentuais nos pagamentos à vista com cartões de débito sobre os pagamentos em dinheiro, o que é uma recomendação para o enfrentamento da disseminação do Covid-19.

² Deflação pela geração de número-índice e mudança de base

Evolução da principal forma de pagamento na temporada de inverno

Principal forma de pagamento	Ano			
	2017	2018	2019	2020
À vista, dinheiro.	32,1%	30,0%	27,2%	20,1%
À vista, cartão de débito.	17,7%	16,0%	20,6%	27,7%
À vista, cartão de crédito.	36,7%	40,0%	39,9%	39,1%
Parcelamento, cartão de crédito.	8,4%	9,0%	7,3%	5,1%
Parcelamento, crediário	5,1%	1,0%	4,3%	5,5%
Outro	0,0%	4,0%	0,7%	2,6%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre a principal forma de pagamento e o setor de atuação da empresa mostrou algumas características significativas: nas farmácias a forma de pagamento à vista em dinheiro foi mais expressiva com 44,4% das respostas, nos comércios de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos. 14,3% dos estabelecimentos tiveram os pagamentos parcelados em crediários e no setor de vestuário e calçados 62,5% com pagamentos parcelados, com cartões de crédito e crediário. O setor hoteleiro, que possui uma dinâmica própria de pagamentos, apresentou 10,3% de opções de outras formas de pagamento, dentre as quais se destacam o pagamento online por aplicativo e transferência bancária.

Principal forma de pagamento por setor (2020)

Setor	Principal forma de pagamento						
	À vista, dinheiro.	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento, crediário	Outro	Total
Hotéis e pousadas	17,9%	23,1%	41,0%	7,7%	0,0%	10,3%	100%
Vestuário e calçados	8,3%	16,7%	12,5%	37,5%	25,0%	0,0%	100%
Mercados, supermercados e mercearias.	22,7%	27,3%	45,5%	0,0%	4,5%	0,0%	100%
Postos de combustíveis	29,2%	45,8%	20,8%	0,0%	4,2%	0,0%	100%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	14,3%	19,0%	47,6%	2,4%	14,3%	2,4%	100%
Farmácias	44,4%	16,7%	27,8%	5,6%	5,6%	0,0%	100%
Bares e restaurantes	18,1%	32,5%	48,2%	0,0%	0,0%	1,2%	100%
Padarias e confeitarias	23,8%	38,1%	33,3%	0,0%	0,0%	4,8%	100%
Total	20,1%	27,7%	39,1%	5,1%	5,5%	2,6%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os dados apurados também mostram uma relação significativa entre a forma de pagamento e o ticket médio: nos pagamentos à vista em dinheiro e com o uso de cartões de débito o valor do ticket médio é mais baixo.

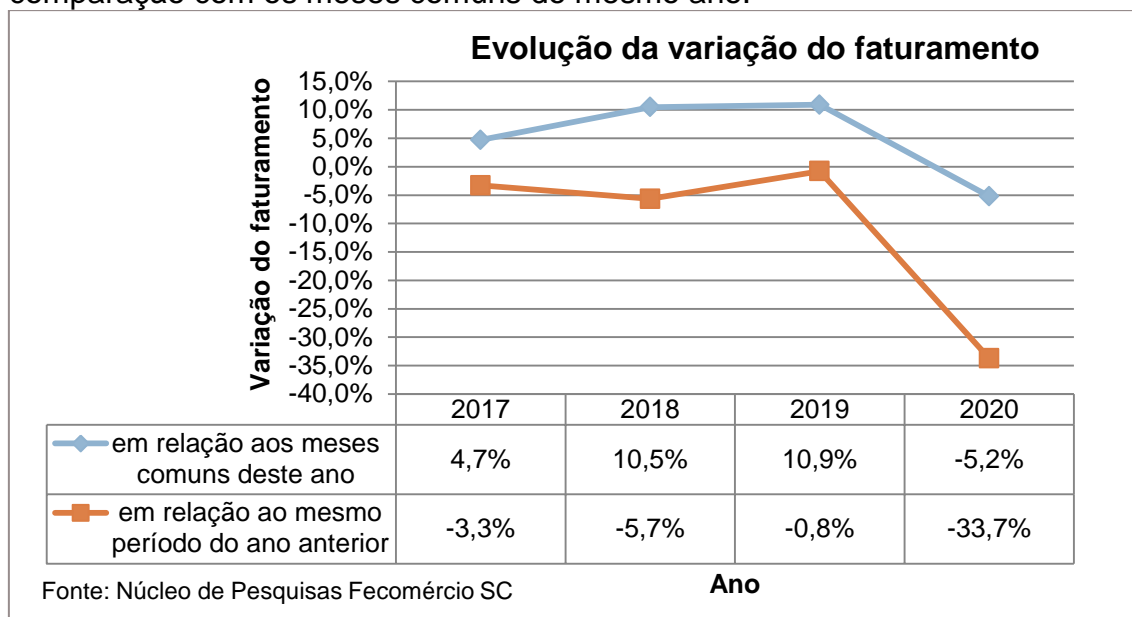
Ticket médio por principal forma de pagamento (2020)

Principal forma de pagamento	Ticket médio
À vista, dinheiro.	R\$ 56,49
À vista, cartão de débito.	R\$ 88,39
À vista, cartão de crédito.	R\$ 113,54
Parcelamento, cartão de crédito.	R\$ 250,71
Parcelamento, crediário	R\$ 256,67
Outro	*
Total	R\$ 107,60

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Conforme a avaliação dos empresários, a variação de faturamento em relação à temporada de inverno de 2019 foi de -33,7% e de -5,2% na comparação com os meses comuns do mesmo ano.



A percepção negativa em relação à variação do faturamento foi impulsionada principalmente pelo setor de hotéis e pousada. Na visão destes empresários a queda no faturamento foi de 21,1% em relação aos demais meses e de 63% em relação à temporada de 2019. Os postos de combustíveis, bares e restaurantes também perceberam resultados negativos. Vale destacar que alguns setores até apuraram números positivos na relação com os meses comuns deste ano, esses setores (mercados, farmácias, presentes e produtos típicos) se beneficiaram com as restrições impostas a outros setores.

Variação do faturamento por setor (2020)

Setor	Variação do faturamento	
	Em relação aos meses comuns deste ano	Em relação ao mesmo período do ano anterior
Hotéis e pousadas	-21,1%	-63,0%
Vestuário e calçados	-0,5%	-10,4%
Mercados, supermercados e mercearias.	3,1%	-0,8%
Postos de combustíveis	-10,3%	-29,2%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	3,6%	-27,0%
Farmácias	0,5%	-0,6%
Bares e restaurantes	-4,2%	-49,4%
Padarias e confeitarias	-6,1%	-21,0%
Total	-5,2%	-33,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na apuração fica evidente a percepção negativa do setor hoteleiro. Além da variação do faturamento, o percentual de ocupação dos leitos foi de 26,3%. Isso quer dizer que, em média, para cada 100 leitos, apenas 26 estiveram ocupados durante a temporada deste ano. Concomitantemente, o tempo de permanência dos hóspedes nesta temporada também reduziu, cada hóspede permaneceu em média 1,6 dias. Desta forma, é coerente o ajuste do ticket médio para o setor, que na série deflacionada mostra um aumento de 60% em relação ao ano anterior (aumento real).

Indicadores do setor hoteleiro durante a temporada de inverno

Indicadores	2017	2018	2019	2020
Ocupação dos leitos	62,6%	72,8%	67,5%	26,3%
Média de dias de permanência	2,0	2,4	2,1	1,6
Ticket médio (série deflacionada)	R\$156,29	R\$125,82	R\$136,82	R\$218,41

Nota: ocupação dos leitos - percentual sobre o total de leitos do estabelecimento.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Previsão de neve impulsiona o setor hoteleiro

O clima sempre foi um fator aditivo para a temporada de inverno na Serra Catarinense. Neste ano, uma onda de frio intenso entre os dias 20 e 22 de agosto, com previsão de neve, gerou expectativa tanto para os turistas quanto para os empresários. Nessa circunstância, uma segunda etapa de entrevistas foi realizada no setor hoteleiro com o intuito de auferir a taxa de ocupação específica daquele final de semana. Foram consideradas as restrições prescritas que regeram o distanciamento dos hóspedes, e que alternaram entre 40 e 50% de ocupação máxima permitida. Assim, considerando a quantidade de UH (quartos) que estavam em operação em relação à quantidade de UH (quartos) locados ou reservados para o período, a

taxa de ocupação foi de 91%³. Ficou evidente a conscientização do setor quanto às medidas adotadas que priorizaram a segurança dos hóspedes e dos trabalhadores, além de acatarem as restrições de capacidade de hóspedes, realizaram arranjos de forma a melhorar o distanciamento e investiram em protocolos (uso de máscaras e álcool gel, rigor nas regras de limpeza e higienização dos ambientes, reorganização das áreas comuns, novas políticas em relação a áreas de lazer).

Impactos da pandemia

A pandemia de COVID-19 atingiu diretamente o setor do turismo. As empresas reagiram e adaptaram-se de diferentes formas para resistir a esse período de paralisação. A questão relativa ao estado de funcionamento auferiu que 47,8% das empresas permaneceram em atividade, porém com redução no atendimento; 29,5% estão em atividade, sem mudanças no funcionamento; e 18,3% em atividade, com mudanças no funcionamento. Uma parcela de 2,9% optou pelo fechamento temporário e 1,4% pelo fechamento definitivo. Estas empresas que optaram pelo encerramento das atividades estão concentradas em dois setores, hotéis e bares e restaurantes. Ainda assim na avaliação por setores, as principais relações recaíram sobre a parcela de 82,5% dos hotéis que permaneceram em atividade, mas com redução no atendimento de clientes. Nos setores de vestuário e de calçados 37,5% dos estabelecimentos mantiveram as atividades com mudanças no funcionamento. A maioria dos comércios de produtos típicos, coloniais e vinhos, de presentes e souvenir e as farmácias permaneceu em atividade sem mudanças no funcionamento. Das alterações no estado de funcionamento dos estabelecimentos, muitas providências são desencadeamento das medidas restritivas e decretos governamentais.

Estado de funcionamento da empresa

Setor	Estado de funcionamento da empresa					Total
	Fechado definitivamente	Fechado temporariamente	Em ativid. com mudanças no funcionamento	Em ativid. sem mudanças no funcionamento.	Em ativid. com redução no atendimento.	
Hotéis e pousadas	2,5%	10%		5%	82,5%	100%
Vestuário e calçados			37,5%	29,2%	33,3%	100%
Mercados/supermercados/mercearias.			18,2%	40,9%	40,9%	100%
Postos de combustíveis		4,2%	4,2%	41,7%	50%	100%
Presentes/souvenir/produtos típicos/coloniais/vinhos.		2,3%	9,3%	60,5%	27,9%	100%
Farmácias			11,1%	61,1%	27,8%	100%
Bares e restaurantes	3,5%	2,4%	30,6%	16,5%	47,1%	100%
Padarias e confeitarias			23,8%	14,3%	61,9%	100%
Outro					100%	100%
Total	1,4%	2,9%	18,3%	29,5%	47,8%	100%

³ Foi apurada a taxa de ocupação das UH, pois devido às restrições, os estabelecimentos tomaram medidas diferenciadas de acordo com suas estruturas, inviabilizando a apuração da taxa de ocupação dos leitos.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em relação às pessoas empregadas, 60,4% dos estabelecimentos realizaram algum tipo de ajuste relativo mão-de-obra (MO). Os principais ajustes realizados em decorrência do período da pandemia foram as demissões, a concessão de férias individuais (para os empregados com período de aquisição vencido), férias coletivas, e a redução de jornada de trabalho com a redução de salário. Ajustes esses que, apesar de necessários para a subsistência das empresas, afetam a dinâmica econômica da sociedade, trazem preocupações e incertezas quanto à manutenção do trabalho e renda.



Os principais impactos da crise causada pelo Coronavírus no setor de turismo e nas empresas

Outra questão realizada de forma a estimular a reação dos entrevistados quanto aos impactos da pandemia no setor turístico e na própria empresa apurou:

- Turismo/Turistas são 19% das respostas e relacionam diretamente o turismo aos negócios ou à economia local, destes 9% consideram seus negócios dependentes do turismo, 3% independentes e 8% consideram que a economia local é dependente do turismo.
- 18% respostas referem-se ao tema Redução/Queda/Diminuição e estão relacionadas à vendas e faturamento (8%), turismo (6%), movimento (3%) e emprego e renda (2%).

- As citações de temas relativos à economia e finanças somam 12% e todas fazem referência aos impactos da pandemia.



As citações dos empresários avaliam os impactos negativos nas finanças das empresas e comprometimento direto no setor de turismo. Apesar de muitas opiniões otimistas quanto à retomada do volume de negócios no período pós-pandemia, as expectativas estão no desenvolvimento de uma vacina efetiva para a doença. Mesmo assim consideram que essa crise vai se estender ainda por um tempo até que as empresas se restabeleçam financeiramente e os consumidores passem a ter mais condições de compra, sobretudo o turismo que é responsável por uma parcela considerável da economia local.

Considerações finais

A Fecomércio SC realiza desde 2011 a Pesquisa Turismo de Inverno na Serra Catarinense fornecendo informações sobre os turistas e o impacto da temporada para os setores de comércio de bens e serviços e turismo, diretamente afetados. Nesta edição da pesquisa o principal foco de atenção foi a percepção dos empresários quanto ao impacto da temporada e às repercussões da pandemia.

Em respeito às medidas de distanciamento social e ao singular momento do turismo, a pesquisa com os visitantes não foi realizada nesta temporada. No entanto, a abordagem aos empresários foi aprofundada com vistas a apurar os efeitos nos negócios e as consequências da crise provocada pela pandemia.

Numa visão geral esta temporada de inverno foi negativamente impactada pela pandemia. A redução no movimento de consumidores e no faturamento foi a mais intensa percebida nos últimos anos. A justificativa para essa queda, segundo a percepção dos empresários foi, de fato, os efeitos causados pela pandemia, suas restrições e o receio da contaminação.

Os setores de hotelaria e bares e restaurantes tiveram os piores resultados e o setor supermercadista e de farmácias os resultados mais positivos. Relacionando as respostas da avaliação do movimento com a variação do faturamento, é possível constatar que os efeitos da pandemia atingiram os estabelecimentos de diferentes formas, a exemplo dos mercados que com as restrições dos bares e restaurantes.

Mas, mesmo neste cenário de tensão, existem perspectivas de recuperação, sinais de que o turismo tem capacidade de resiliência. No final da semana, entre os dias 20 e 22 de agosto, uma onda de frio intenso trouxe neve à Serra e uma taxa de ocupação hoteleira de mais de 90%, um indicador comemorado por todos.

Nota: Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio SC de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio SC como fonte de informação.