

Sondagem dos impactos da
covid-19 no setor de Turismo
do Paraná
- Órgãos Oficiais de Turismo -

Realização:



CEPATUR

Conselho Paranaense de Turismo

RELATÓRIO

O CEPATUR - Conselho Paranaense de Turismo e a Paraná Turismo, desenvolveram uma série de pesquisas para buscar informações sobre o cenário do turismo estadual perante a pandemia do COVID19, junto aos prestadores de serviços turísticos, municípios e consumidores potenciais para os destinos e produtos turísticos paranaenses.

Especificamente esta pesquisa teve como público alvo os gestores públicos municipais de turismo, ou seja, os dirigentes/técnicos de órgãos oficiais de turismo que atuam no âmbito do destino (município) como um todo.

O universo desta pesquisa foram os 217 (duzentos e dezessete) municípios que estão no Mapa do Turismo Brasileiro-2019, destes, 155 (cento e cinquenta e cinco) responderam. Os resultados servirão para nortear ações e políticas municipais, regionais e estaduais, realizada no período de 20/maio a 03/junho, para tanto, seguem as tabelas e gráficos com os resultados da pesquisa.

Tabela 1 - Regiões Turísticas e a participação dos municípios na pesquisa

Regiões	Municípios	
	Composição da região	Participação da região na pesquisa (%)
Campos Gerais	12	66,7
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	19	78,9
Corredores das Águas	36	63,9
Ecoaventuras, Histórias e Sabores	12	66,7
Entre Matas, Morros e Rios	7	71,4
Lagos e Colinas	11	9,1
Litoral do Paraná	7	85,7
Norte do Paraná	18	72,2
Norte Pioneiro	16	100,0
Riquezas do Oeste	16	75,0
Rotas do Pinhão	18	94,4
Terra dos Pinheirais	10	80,0
Vale do Ivaí	13	69,2
Vales do Iguaçu	22	63,6
Total Geral	217	71,4

Gráfico 1 - Cargo dos respondentes

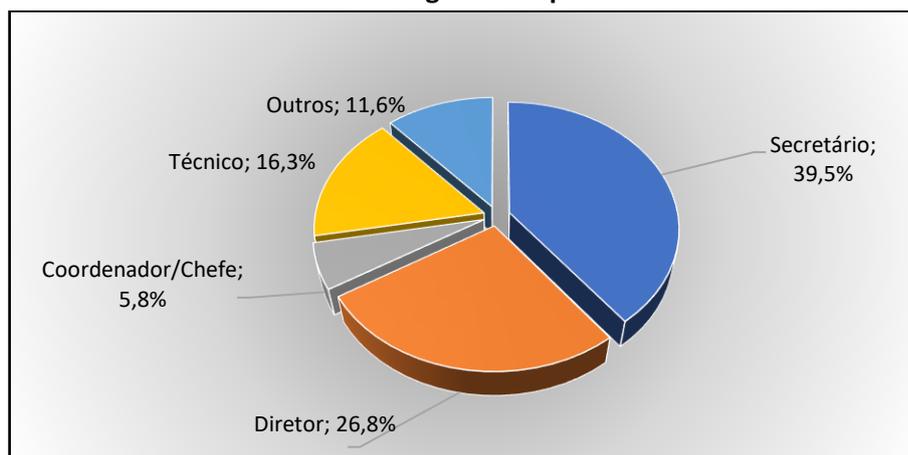


Gráfico 2 - Grau de importância do Turismo para o município

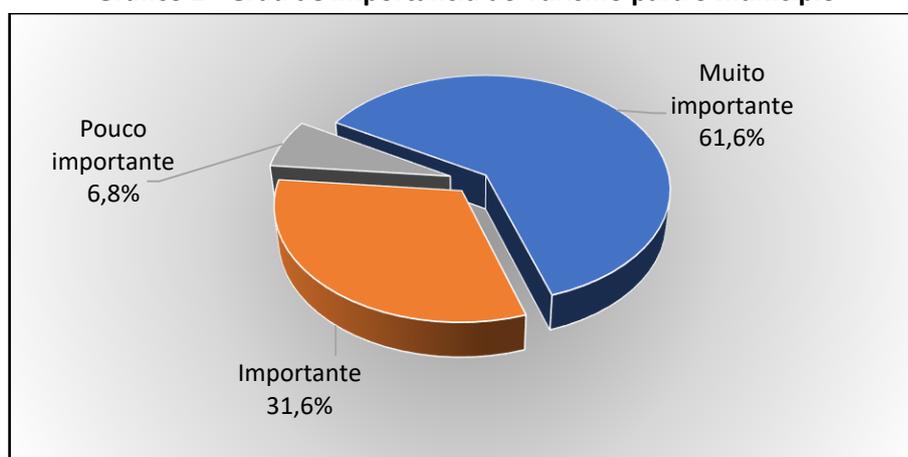


Tabela 2 – Grau de importância do Turismo para o município por Região Turística

Regiões Turísticas	Grau de importância		
	Importância regular	Muito importante	Pouco importante
Campos Gerais	44,4	55,6	-
Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu	39,1	52,2	8,7
Corredores das Águas	41,7	50,0	8,3
Ecoaventuras, Histórias e Sabores	87,5	12,5	-
Entre Matas, Morros e Rios	60,0	40,0	-
Lagos e Colinas	100,0	-	-
Litoral do Paraná	-	100,0	-
Norte do Paraná	21,1	78,9	-
Norte Pioneiro	11,8	82,4	5,8
Riquezas do Oeste	31,3	37,5	31,2
Rotas do Pinhão	23,1	73,1	3,8
Terra dos Pinheirais	12,5	75,0	12,5
Vale do Iváí	9,1	90,9	-
Vales do Iguaçu	50,0	42,9	7,1
Total Geral	31,6	61,6	6,8

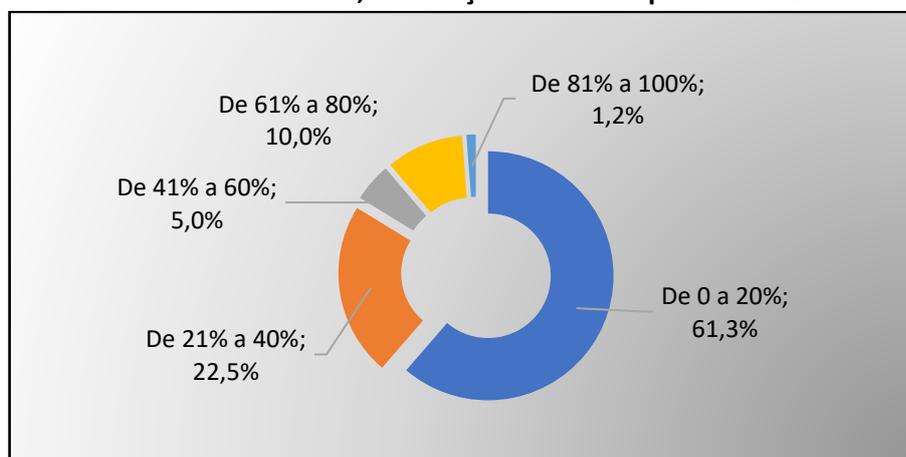
De acordo com o gráfico 2 e a tabela 2, percebe-se que o Turismo tem níveis diferentes de importância, porém para mais de 90% dos municípios tem muita importância ou uma importância regular, sendo que os principais motivos para tal graduação seguem na Tabela abaixo.

Tabela 3 – Motivos pelos quais o Turismo é importante para o município

Motivos	Importância (%)	
	Muito importante	Importância Regular
Pela quantidade de atrativos naturais e culturais que podem ser visitados	-	38,0
Pelo fluxo de visitantes	40,2	40,5
Pelo número de empregos gerados nestes estabelecimentos	39,3	15,2
Pelo número de estabelecimentos turísticos	20,6	6,3
Total	100,0	100,0

Quando o entrevistado foi questionado sobre a existência de fluxo turístico no município no momento da pesquisa, 30,5%, responderam que sim, já 69,5% responderam que não. Para os que responderam positivamente foi questionado qual era o volume de fluxo com base no mesmo período do ano anterior, houve o resultado apresentado no gráfico a seguir.

Gráfico 3 – Fluxo atual, em relação ao mesmo período de 2019



Ao serem questionados sobre a realização de eventos com participação de mais de 100 pessoas no município, 86,3% dos respondentes informaram que sim, já 6,8%, informaram que raramente ou não. Para os que responderam que sim, foi questionado quais tipos de eventos, obtendo-se os resultados apresentados na tabela abaixo

Tabela 4 – Tipos de eventos realizados nos municípios

Eventos	Participação - %
Eventos populares	36,0
Shows	22,8
Eventos agropecuários	14,1
Eventos de indústria, comércio e serviços	14,1
Eventos técnico-científicos	5,3
Eventos na natureza	3,6
Outros*	4,1

*culturais, esportivos, gastronômicos, religiosos.

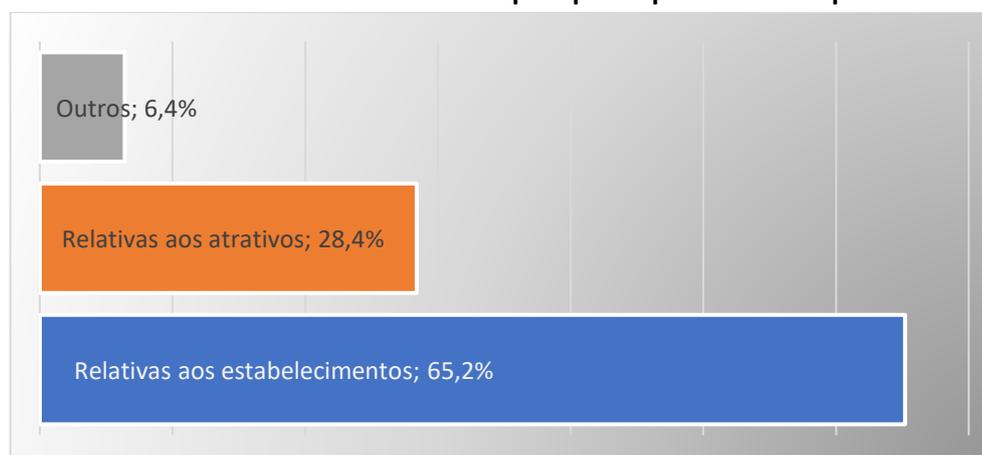
A próxima pergunta apresenta o grau de conhecimento dos respondentes ao serem questionados sobre as ações relacionadas à pandemia da Covid-19, implantadas pelos governos Federal e Estadual que atingem o Turismo.

Tabela 5 – Grau de conhecimento das ações implantadas

Conhecimento	Participação - %
Médio conhecimento	47,9
Pouco conhecimento	29,5
Muito conhecimento	11,6
Nenhum conhecimento	10,5
Total	100,0

Aos respondentes também foi questionado se as prefeituras teriam adotado medidas específicas para o setor de comércio e serviços, sendo que 83,7% responderam afirmativamente, 12,1% que não havia sido adotada nenhuma medida e 4,2% não possuíam informações. Os que responderam afirmativamente, indicaram as medidas que seguem no gráfico abaixo.

Gráfico 4 – Medidas adotadas pelo poder público municipal



Outros: Barreira sanitária e conscientização, fechamento do comércio, infraestrutura, não houve medidas específicas para o turismo.

Tendo em vista a legislação federal e estadual com medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública decorrente do Corona Vírus – COVID-19, os respondentes também foram questionados sobre o funcionamento dos atrativos turísticos do município, tanto públicos como privados, e declararam o que segue na tabela abaixo, de acordo com seu grau de conhecimento:

Tabela 6 – Funcionamento dos atrativos turísticos

Funcionamento	Participação - %
Os atrativos públicos estão todos fechados	34,7
Os atrativos privados estão parcialmente fechados	27,7
Os atrativos públicos estão parcialmente fechados	19,5
Os atrativos privados estão todos fechados	18,1
Total	100,0

Da mesma forma, foram questionados sobre o funcionamento dos equipamentos turísticos por atividades desempenhadas, obtendo-se os seguintes resultados:

Tabela 7 – Funcionamento dos equipamentos turísticos

Funcionamento	Atividades (%)			
	Alimentação	Hospedagem	Agenciamento e Transporte Turístico	Entretenimento e Lazer
Estão abertos com restrições	79,5	69,5	35,3	32,6
Estão parcialmente fechados	17,9	13,2	31,6	18,4
Estão todos fechados	2,1	10,0	20,5	45,8
Não tem informação	0,5	7,3	12,6	3,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Tendo em vista que não houve um fechamento total dos estabelecimentos, foi questionado quais as medidas de mitigação adotadas pelos mesmos para que pudessem atrair as clientes neste momento, ao que se obteve as informações compiladas na tabela 8.

Tabela 8 – Medidas adotadas pelos estabelecimentos que se mantiveram em funcionamento

Medidas	Participação - %
Promoção e divulgação nas redes sociais	62,1%
Não tem informação	20,0%
Nenhuma medida foi adotada	17,9%
Total	100,0

Em relação aos estabelecimentos e atrativos que se mantiveram abertos, os respondentes foram questionados sobre o conhecimento que tinham sobre as políticas de preços e manutenção de empregados adotadas pelos mesmos, obtendo-se as informações apresentadas nos gráficos que seguem:

Gráfico 5 – Atrativos e estabelecimentos em funcionamento - Preços praticados

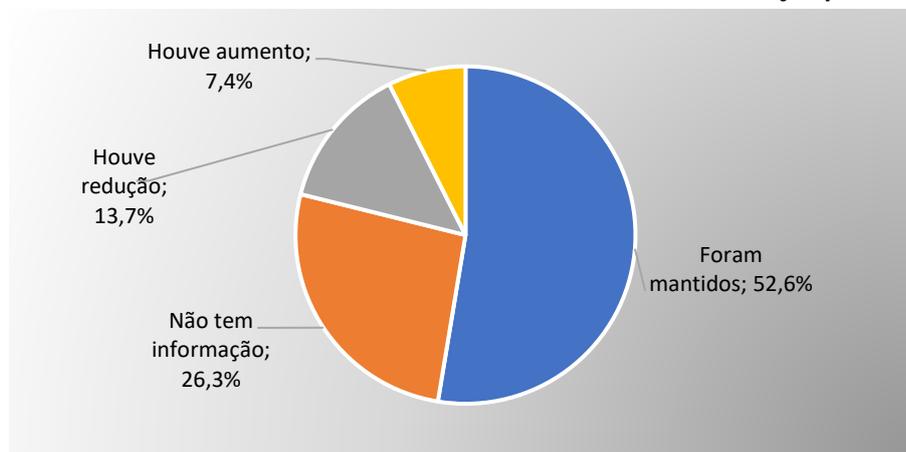
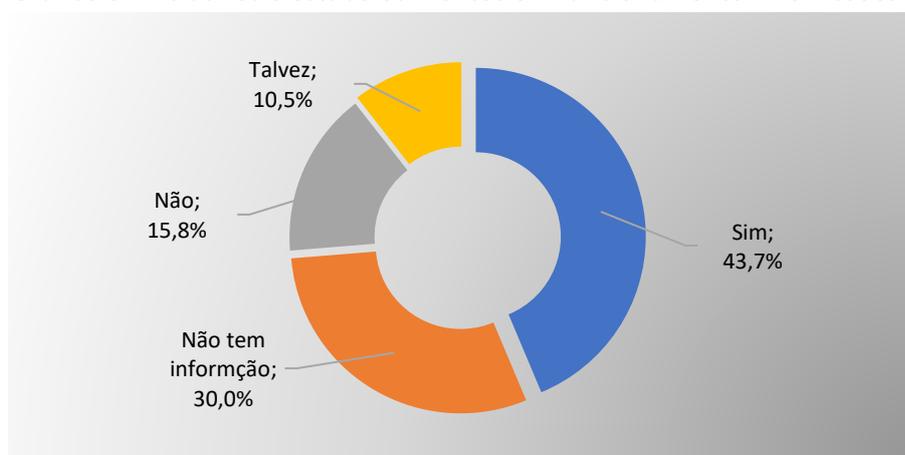
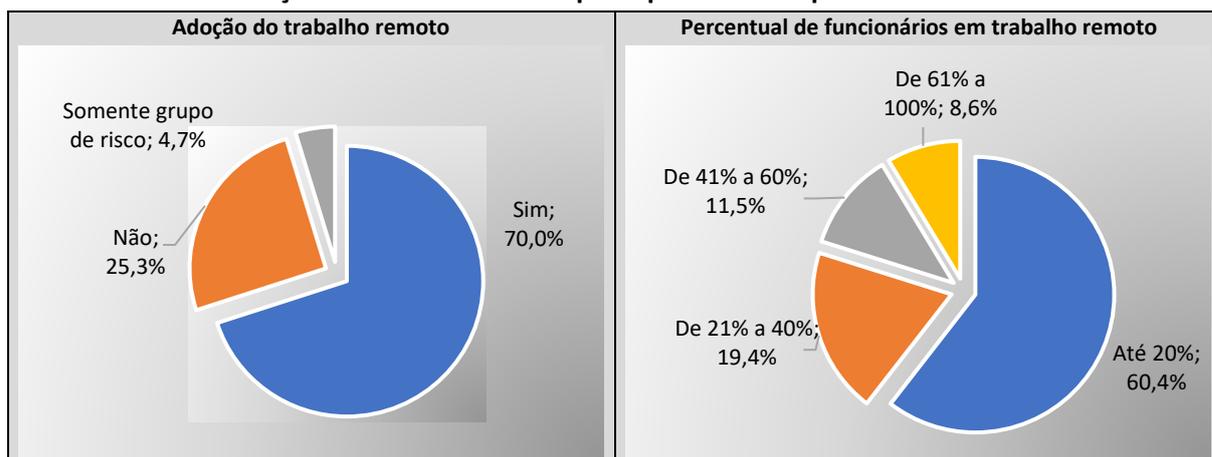


Gráfico 6 – Atrativos e estabelecimentos em funcionamento - Demissões



Relativo à pandemia, foi questionado aos respondentes se a Prefeitura tinha aderido ao trabalho remoto, onde 70,0% respondeu que sim, 25,3 % que não e 4,7% indicaram que apenas os funcionários do grupo de risco estavam em trabalho remoto. Para os que assinalaram sim, foi solicitado que indicassem o percentual aproximado de funcionários que estavam em home office, conforme gráficos que seguem.

Gráfico 7 – Adoção do trabalho remoto pelas prefeituras e percentual de funcionários



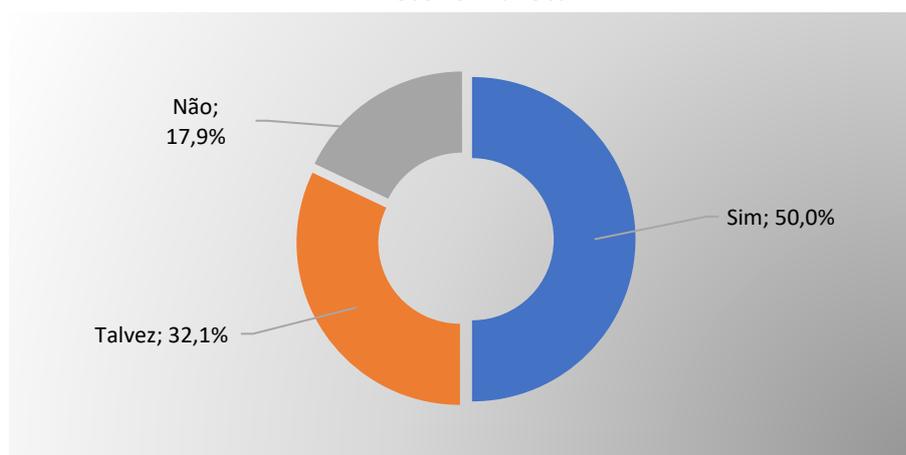
Em função da pandemia do COVID 19, a arrecadação de impostos municipais será impactada e os gastos com saúde, educação e segurança serão prioridade e ampliados. Diante dessa constatação, foi questionado ao respondente se teria uma previsão do percentual de impacto em seu município em 2020 e 2021, obtendo-se os resultados constantes na tabela abaixo:

Tabela 9 – Previsão de impacto econômico nos municípios – 2020/2021

Faixas de impacto	Anos – Impactos (%)	
	2020	2021
Até 25%	10,5	15,3
De 26% a 50%	27,4	33,7
De 51% a 75%	23,2	13,2
De 71% a 100%	16,3	2,1
Não sabe informar	22,6	35,7
Total Geral	100,0	100,0

Após a indicação do impacto econômico da pandemia da COVID 19 nos municípios, foi questionado se a administração municipal via o Turismo como opção para auxiliar na retomada da economia local, e conforme gráfico abaixo 50,0% responderam positivamente, 32,1% talvez e 17,9% assinalaram que não.

Gráfico 8 – Visão sobre o turismo como uma opção para ajudar na economia local



Para os que assinalaram talvez ou não, foi pedido que indicassem ações que poderiam realizar como responsáveis pelo Turismo local, para promover o turismo local e ajudar na retomada da economia. Os resultados seguem na tabela a seguir:

Tabela 10 – Ações para promover o Turismo e ajudar na retomada da economia local

Ações	Participação %
Apoiar os atores que atuam no turismo municipal	18,1
Divulgar e ampliar as ações do município na web	18,1
Campanhas de sensibilização no município e entorno	12,9
Ampliar ações culturais e esportivas	12,3
Buscar recursos e parcerias	11,1
Realizar reuniões do COMTUR	11,1
Pedir apoio da governança regional	9,4
Cursos de capacitação para ampliação e inovação nos negócios existentes	7,0

Na sequência os respondentes foram questionados sobre o conhecimento que tinham das medidas governamentais implantadas para minimizar os impactos relacionados ao setor de turismo e quais achavam mais relevantes.

Tabela 11 – Medidas governamentais relevantes para o setor de turismo em 2020

Medidas governamentais	Participação %
Fomento para retomada/Auxílio para capital de giro	30,4
Campanhas para incentivar o turismo	19,3
Concessão de Empréstimos/Renegociação de dívidas	14,7
Redução nos tributos estaduais e federais	10,2
Redução nos tributos municipais	9,1
Reabertura do comercio	7,5
Flexibilização para remarcar reservas	4,8
Subsídio para funcionários	4,0

Em função do acentuado impacto que o Turismo teve no mundo inteiro por conta da pandemia da COVID-19, alguns questionamentos foram colocados aos respondentes, a fim de identificar sua opinião quanto ao retorno das atividades à normalidade e à perspectiva de desenvolvimento do Turismo no municípios, que tiveram como resultados o demonstrado nos gráficos a seguir.

Gráfico 9 – Previsão para que as atividades voltem à normalidade

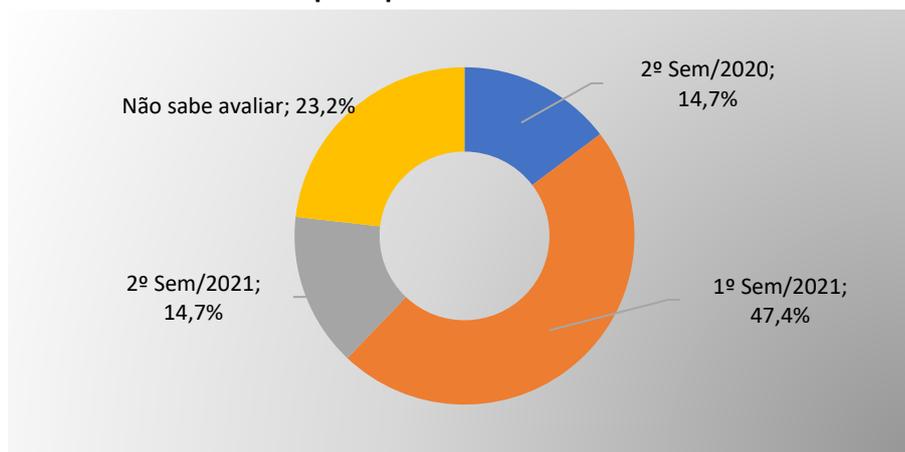
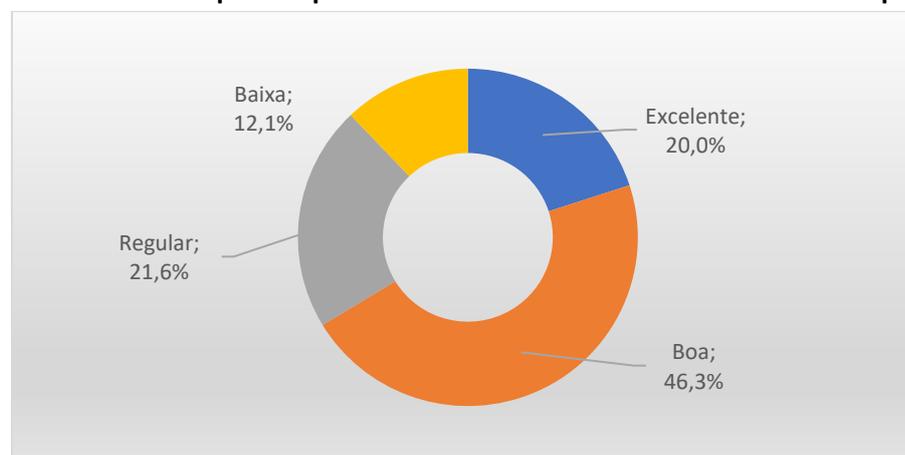
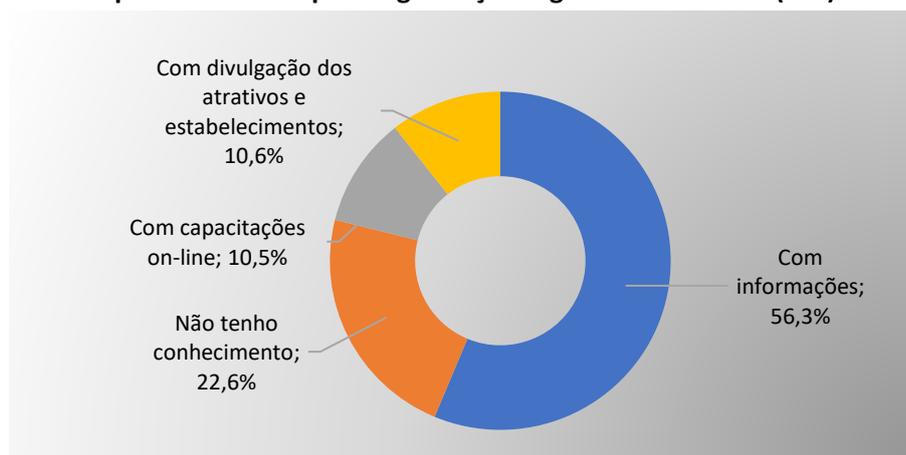


Gráfico 10 – Perspectiva para o desenvolvimento do Turismo no município



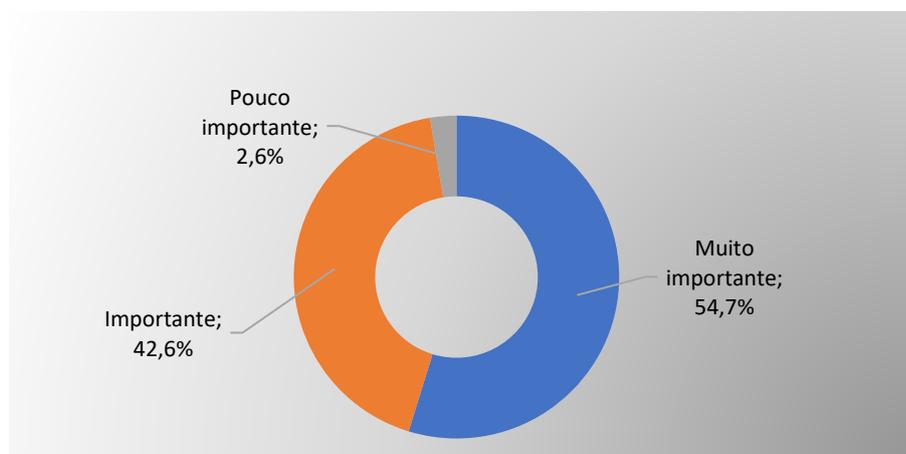
Questionados sobre o suporte oferecido pelas governanças regionais (IGR's) neste momento de pandemia ao turismo local e regional, 56,3% assinalaram que as mesmas estão repassando informações, principalmente relativas à capacitação e divulgação, sendo que 22,6% assinalaram que não têm conhecimento sobre a existência de ações, conforme gráfico que segue.

Gráfico 11 – Suporte oferecido pela organização regional de Turismo (IGR) ao município



Posteriormente, foi pedido aos respondentes que opinassem sobre a importância das pesquisas sobre os impactos da pandemia da COVID 19 para auxiliar os atores envolvidos no Turismo na retomada de suas atividades, sendo que 54,7% assinalaram como muito importante e 42,6% como importante.

Gráfico 12 – Opinião sobre a importância das pesquisas de impacto da COVID-19 para auxiliar o setor



Finalizando, foi questionado se os respondentes teriam sugestões ou contribuições para a retomada do turismo municipal, regional ou estadual, sendo que abaixo seguem as mesmas divididas em 5 grandes grupos para melhor compreensão

Sugestões / contribuições:

➤ Ações para retomada das Atividades - COVID 19	<ul style="list-style-type: none">• Capacitação com respeito aos protocolos da prevenção e controle do COVID-19;• Selo municipal que sinalize o respeito aos protocolos de combate ao COVID-19;• Ações de fortalecimento de medidas sanitárias e de segurança e preparação para a volta segura e gradativa das atividades.
➤ Ações Estratégicas	<ul style="list-style-type: none">• Continuar com as pesquisas de forma periódica a fim de levantar as reais necessidades de cada município/setor, e assim poder traçar ações assertivas;• Aproveitar a crise como oportunidade para reavaliar e reestruturar a organização do turismo;• Aproveitar a crise como oportunidade para fortalecer inovações tecnológicas;• Conscientizar os governantes municipais sobre a capacidade do turismo em gerar renda, empregos e desenvolvimento;• Incentivar aproximação entre os municípios e suas IGR's para ter um discurso mais alinhado em todo o território paranaense;• Observar as medidas que estão sendo tomadas no Estado e fora dele para avaliar a possibilidade de adaptação para replicar nas demais regiões;• Fortalecimento do turismo local na natureza e com pequenos grupos.
➤ Ações de Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Parceria com a TV Paraná Turismo;• Campanhas de incentivo ao turismo interno;• Campanhas de valorização do turismo como ferramenta econômica;• Produção de material de mídia impresso;• Apoio ao Marketing digital dos destinos;• Campanhas em conjunto dos setores privados e públicos para oferecerem descontos especiais como forma de atrair o público;• Auxílio para formulação de produtos e roteiros turísticos.
➤ Ações de Capacitação	<ul style="list-style-type: none">• Treinamentos e palestras para o setor público e privado com temas técnicos, bem como para captação de recursos;• Treinamento dos interlocutores / atores / promotores locais do turismo;• Auxílio para realização de inventários turísticos e análise de potencialidades dos municípios;• Capacitação a fim de informar clara e diretamente onde os municípios encontram as ações já colocadas em prática pelo Governo Federal e estadual, visto que muitas das solicitações já estão disponíveis.
➤ Apoio Econômico	<ul style="list-style-type: none">• Renegociação de financiamentos anteriores;• Flexibilização para novos empréstimos;• Redução tarifária e de burocracias;• Apoio econômico para municípios e IGR's;• Flexibilização e apoio ao comércio de artesanato e produtos locais tanto internamente quanto para fora do Estado;• Investimentos em infraestrutura;• Investimento para pequenos negócios / pequenos municípios.

Ficha Técnica

CEPATUR

Presidente: Márcio Fernando Nunes

Vice-presidente: Fábio Skraba

PARANÁ TURISMO

Diretor Presidente: João Jacob Mehl

Diretoria Técnica: Isabella Tioqueta

Técnica em Estatística: Gilce Zelinda Battistuz

Estagiários:

Gabriela Pereira da Cunha

Roger Paulo Voicechovski dos Santos

Consultoria: Deise Maria Fernandes Bezerra

Apoio: Valéria Mariotti

Curitiba-PR, jun/2020

Apoio:

