

CEPATUR - SONDAAGEM COVID-19 (2ª EDIÇÃO)

Institucional

Enviado por: edson_thomaz@secs.pr.gov.br

Postado em:08/05/2020

Pesquisa do Cepatur, com execução da Paraná Turismo, realizada em abril de 8 à 21 de abril

O universo da pesquisa foi composto principalmente pelos dados do CADASTUR, somados aos associados da ABEOC-PR e ABAV-PR, com apoio para divulgação: ABEOC, ABAV, SEBRAE-PR, FECOMÉRCIO, Instâncias de Governança Regionais-IGR's, e Órgãos Oficiais de Turismo-OOT's, realizada pelo método on-line, no período de 08 a 21/abril/2020, obtendo-se uma amostra total de 1.157 respostas, representando todas as Regiões Turísticas do Estado, para um erro de 3% e uma confiabilidade de 95%. Percepção acerca da importância das pesquisas de impacto do COVID-19 como ferramenta para auxiliar o setor, 63,7% consideram Muito Importante, 25,8% consideram Importante, 4,7% consideram Pouco ou nada Importante. Quanto ao tempo de sustentação da empresa com o capital de giro existente, de 1 a 2 meses 29%, até 1 mês 22%, de 2 a 4 meses 19%, não tem capital de giro 12%, de 4 a 6 meses 9%, mais de 6 meses. A opinião do conhecimento sobre as ações e proposições implementadas pelo setor governamental até o momento, 38% Médio Conhecimento, 28% Pouco Conhecimento, 20% Muito Conhecimento e 14% Nenhum Conhecimento. Previsão do empresário sobre o retorno das atividades a normalidade, maio-junho/2020 4,8%, julho 9,4%, agosto 10,5%, setembro 18,3%, outubro 12,6% e novembro 11,6%. Ainda sobre a pesquisa, dos 1.157 respondentes, 37,1% Pertencem a uma associação, sindicato ou federação, 27,4% Associações Comerciais, 23,5% Sindicatos e Outras 34,4%. Entre contribuições e sugestões, destaque para: Criação de medidas diferenciadas para cada segmento dentro do setor; Facilitar os créditos/simplificar; diminuir as taxas de juros e aumentar os tempos de carência; Desburocratizar as ferramentas de ajuda governamentais; Criar cartilha de boas práticas pós pandemia, já que o setor sofrerá várias mudanças, principalmente relacionadas com segurança sanitária e alimentar; Formar parcerias sólidas, pois no turismo não existe concorrência, todos ganham, quando todos ganham; Intensificar fiscalizações em diversos setores do turismo, para que não surjam atuantes clandestinos; e Marketing positivo, investir na imagem dos destinos de forma positiva, para atrair novos mercados, ações específicas para fomentar o turismo. Confira: CEPATUR - SONDAAGEM COVID-19 (2ª EDIÇÃO)