



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Danielle Campos May

Desenvolvimento do turismo na Serra Catarinense:
um estudo entre os períodos de 2012 e 2022

Florianópolis

2024

Danielle Campos May

Desenvolvimento do turismo na Serra Catarinense:
um estudo entre os períodos de 2012 e 2022

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Ciências Econômicas do Centro Socioeconômico da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador(a): Profa. Liana Bohn Dra.

Florianópolis

2024

May, Danielle Campos

Desenvolvimento do turismo na Serra Catarinense : um estudo entre os períodos de 2012 e 2022 / Danielle Campos May ; orientadora, Liana Bohn, 2024.

61 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Socioeconômico, Graduação em Ciências Econômicas, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Ciências Econômicas. 2. Desenvolvimento Econômico. 3. Turismo. 4. Serra Catarinense. 5. Cadastur. I. Bohn, Liana. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Ciências Econômicas. III. Título.

Danielle Campos May

**Desenvolvimento do turismo na Serra Catarinense: um estudo entre os períodos
de 2012 e 2022**

Florianópolis, 03 de julho de 2024.

O presente Trabalho de Conclusão de Curso foi avaliado e aprovado pela banca
examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof.(a) Eva Yamila Amanda da Silva Catela, Dra.

Luciane Camilotti , Dra.

Certifico que esta é a **versão original e final** do Trabalho de Conclusão de Curso que
foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Economia por mim e
pelos demais membros da banca examinadora.

Prof.(a) Liana Bohn, Dra.
Orientador(a)

Florianópolis, 2024.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus pais, Sonia e Valdemar, pelo apoio e amor incondicional, que me permitiram chegar até aqui. Sem eles, nada disso seria possível. Espero um dia retribuir parte do que puderam fazer por mim, pois são a base do meu sucesso e de quem me tornei até aqui.

Agradeço, ainda, a minha irmã, Laíse. Essa é uma peça fundamental dos meus dias, sinônimo de presença e encorajamento. Apesar de estar distante de mim nesse momento, seu apoio me proporcionou forças para superar os desafios ao longo do caminho, sempre acreditando no meu potencial. Essa conquista é tão sua quanto minha, e sou eternamente grata por ter você ao meu lado, minha inspiração em tantas áreas da vida.

Um imenso “muito obrigada” ao meu primo Matheus, que é uma das principais referências que carrego comigo no ambiente acadêmico. Gostaria de expressar minha profunda admiração e gratidão por poder compartilhar tanto nesse ambiente como ser parte da minha família, uma parceria inabalável que carrego para vida toda.

Agradeço também aos meus amigos, que fizeram parte dessa construção de vida acadêmica. Muitos já trouxe comigo desde antes, como é o caso da Amanda, Júlia e Eduarda, amigas que estão comigo há tantos anos e são sinônimo de união. Aos demais, agradeço pelos momentos de celebração, de trocas profundas e de suporte também. Todos vocês são peças essenciais para ter chegado até aqui.

Agradeço também ao meu namorado, Felipe, com quem compartilho tantas alegrias diárias, mas que também foi um forte pilar de apoio em meio às crises durante a escrita do trabalho, me ajudando a passar pelos momentos mais difíceis e ser equivalente a apoio incondicional, em tantos aspectos da vida. Muito obrigada por compartilhar a vida comigo!

Quero também expressar meu agradecimento ao esporte. Esse foi um pilar que fui descobrindo no decorrer dessa minha caminhada e se tornou peça fundamental dos meus dias, tornando-se uma espécie de terapia. Com ele, sei que posso encarar desafios que nunca pensei ser capaz de realizar, e esse sentimento acaba espelhando para as demais áreas da minha vida.

Por fim, agradeço à professora Dra. Liana Bohn, minha orientadora. Apesar de não ter tido a oportunidade de ter aulas com ela durante a graduação, aceitou de pronto a proposta de orientar o meu trabalho e se mostrou disponível o tempo todo

para auxiliar nessa construção, garantindo a qualidade do mesmo e indicando sempre o melhor caminho.

RESUMO

Santa Catarina é um estado com alto potencial de desenvolvimento do setor do turismo e, entre suas regiões, a Serra Catarinense ganha cada vez mais espaço. Este estudo pretende, através do método *shift-share*, identificar se houve aumento no número de empresas vinculadas ao *Cadastur* (Ministério do Turismo) na Mesorregião da Serra Catarinense e se essa dinâmica é maior, menor, ou igual a do estado de Santa Catarina como um todo. Os resultados apontam que a região está em vantagem competitiva nas atividades características do turismo, tendo um grande potencial no desenvolvimento do turismo comparado ao restante de Santa Catarina, principalmente quando se trata dos setores de “restaurantes, cafeterias, bares e similares” e “meios de hospedagem”. Embora algumas atividades apresentem um crescimento mais contido e inferior, como é o caso das atividades de “prestadores especializados em segmentos turísticos” e “transportadoras turísticas”, no balanço dos resultados, pode-se concluir que o crescimento do turismo da Serra está acelerado frente ao restante do estado e, nesse viés, pode ser um eixo a ser explorado pelas frentes privadas e incentivado pelos setor público.

Palavras-chave: Desenvolvimento Econômico. Turismo. Serra Catarinense. *Cadastur*. *Shift-share*.

ABSTRACT

Santa Catarina is a state with high potential for tourism sector development, and among its regions, the Serra Catarinense is increasingly gaining prominence. This study aims, through the shift-share method, to identify whether there has been an increase in the number of companies linked to the *Cadastur* (Ministry of Tourism) in the Mesoregion of Serra Catarinense and whether this dynamic is greater, lesser, or equal to that of the state of Santa Catarina as a whole. The results indicate that the region has a competitive advantage in tourism-related activities, having great potential for tourism development compared to the rest of Santa Catarina, especially in the sectors of “restaurants, cafes, bars, and similar establishments” and “accommodation facilities.” Although some activities show more contained and lower growth, such as “specialized tourist service providers” and “tourist transport companies,” the overall results lead to the conclusion that tourism growth in the Serra is accelerating compared to the rest of the state. In this sense, it can be an area to be explored by private sectors and encouraged by the public sector.

Keywords: Economic Development. Tourism. Serra Catarinense. *Cadastur*. *Shift-share*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Efeito multiplicador do turismo.....	20
Figura 2: Mapa do Turismo SC – 2023.....	32
Figura 3: Região da Serra Catarinense.....	42

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Representatividade da Serra Catarinense por ACT no estado (2022).....	48
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Arrecadação Federal, em reais, por ACT – 2017 a 2019.....	28
Tabela 2: Ocupações formais por ACT – 2017 a 2019.....	29
Tabela 3: Oferta hoteleira cadastrada no Ministério do Turismo – 2017 a 2019.....	29
Tabela 4: Categorização das Regiões Turísticas de Santa Catarina.....	34
Tabela 5: Evolução dos gastos de turistas por área.....	36
Tabela 6: Perfil socioeconômico dos visitantes da Serra Catarinense.....	37
Tabela 7: Volume de Atividades Características do Turismo (ACT) na Região da Serra Catarinense.....	46
Tabela 8: Volume de ACTs do Estado de Santa Catarina – 2012 a 2022.....	47
Tabela 9: Distribuição das Atividades Características do Turismo (ACTs) para Santa Catarina e Serra Catarinense.....	49
Tabela 10: Resultados da aplicação do método shift-share na Serra Catarinense – 2012 a 2022.....	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACT	Atividade Característica do Turismo
ANAC	Agência Nacional de Aviação Civil
FECOMÉRCIO	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
FIESC	Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina
GDS	<i>Global Distribution System</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPCA	Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo
MTUR	Ministério do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
VLT	Variação Líquida Total
WTTC	<i>World Travel & Tourism Council</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1.	OBJETIVOS	16
1.1.1.	Objetivo geral	16
1.1.2	Objetivos específicos	16
1.2.	JUSTIFICATIVA	16
1.3.	ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	17
2	O PAPEL DO TURISMO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO	19
3	ASPECTOS DO SETOR DE TURISMO NA SERRA CATARINENSE: POTENCIALIDADES, DESAFIOS E PERSPECTIVAS	31
4	ANÁLISE DO SHIFT-SHARE COMO UMA FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO DO IMPACTO DO TURISMO: UMA ABORDAGEM METODOLÓGICA	39
4.1.	BASES DE DADOS.....	41
5	ANÁLISE DO CRESCIMENTO DO SETOR TURÍSTICO NA SERRA CATARINENSE: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE 2012 E 2022	46
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
	<i>REFERÊNCIAS</i>	<i>56</i>

1 INTRODUÇÃO

De acordo com o Artigo 2º da Lei 11.771/2008 da Constituição Federal (Brasil, 1988), considera-se turismo toda e qualquer atividade realizada por pessoas físicas durante viagens e estadias em lugares diferentes de sua habitação, num período inferior a um ano, com a finalidade de lazer, negócios ou outros, onde, nesse movimento, gere capital, trabalho, emprego, renda e receitas públicas. Conforme observa Cabugueira (2005), turistas gastam dinheiro numa ampla variedade de mercadorias e serviços, como transporte, acomodação, alimentos, bebidas, comunicação, entretenimento e artigos em geral. Esse dinheiro é visto como uma injeção de recursos, via aumento da demanda na economia local, que não existiria sem o setor, contribuindo para o crescimento e o desenvolvimento econômico. Dessa forma, o turismo, quando robusto e bem gerenciado, pode se tornar uma fonte significativa de geração de renda, favorecendo a melhoria da qualidade de vida das comunidades locais.

Santa Catarina tem se destacado neste setor com suas 14 regiões turísticas reconhecidas pelo Ministério do Turismo (2023). Como o Estado está situado em uma região de clima subtropical, as estações do ano são bem divididas - no inverno pode atingir temperaturas abaixo de 0°C (atraindo visitantes para a Serra Catarinense, por conta dos fenômenos naturais ligados às baixas temperaturas), enquanto no verão pode alcançar temperaturas acima de 30°C, ao que se associa o movimento para o litoral (Mueller, 2023).

Ainda que a região litorânea seja um destino cada vez mais atrativo para os turistas que viajam a Santa Catarina, compreendendo um cenário já consolidado, a Serra Catarinense vem ganhando cada vez mais espaço no turismo estadual. Em 2023, duas cidades da região - Bom Jardim da Serra e Urubici - foram citadas no ranking global *TOP 100 Good Practice Stories* promovido pela organização holandesa *Green Destinations* (Mingoti, 2023). Esse movimento de destaque é resultante de alterações no perfil da demanda nas últimas décadas, com um mercado formado por consumidores mais conscientes, que se propõem a um maior envolvimento com o destino (Alencar; Santos; Souza; Gandara, 2019).

De acordo com a pesquisa *Future Traveller Tribes 2030* (2015), realizada pela *Future Foundation* para o Observatório de Tendências de Viagens da AMADEUS¹, existem novas tendências emergentes, hábitos e comportamentos de compra que irão estruturar a indústria global de viagens até 2030. Dentro dessa estrutura, existem seis² tribos de viajantes que são definidas pela motivação fundamental de sua viagem. Entre essas, destacam-se os “puristas culturais³”, os “caçadores de recompensa⁴” e os “viajantes éticos⁵”, intimamente ligados com o chamado turismo de experiência, segmento muito explorado na Serra Catarinense através de atividades como ecoturismo, enoturismo, turismo de aventura e o turismo gastronômico (Mota, 2023). Neste segmento, a característica fundamental é a customização do produto ou serviço, oferecendo algo exclusivo que atenda às particularidades de cada viajante, com o objetivo de evocar sensações e emoções.

Mesmo com um potencial de desenvolvimento, a Serra Catarinense também enfrenta desafios particulares, principalmente com relação à infraestrutura, à diversificação econômica e à sazonalidade das atividades turísticas e agrícolas. Apesar disso, a região parece estar experimentando um fortalecimento da sua economia, distinto em comparação a outras partes do estado. No quesito faturamento, por exemplo, as empresas catarinenses (empresários ou gestores dos estabelecimentos do setor de hotelaria e gastronomia) apontam melhoras na 12ª Pesquisa de Inverno na Serra Catarinense (Melo, 2023).

Partindo do pressuposto de que há diferenças regionais quanto às oportunidades turísticas em Santa Catarina e utilizando-se do número de empresas vinculadas ao Ministério do Turismo, o presente trabalho questiona: é possível

¹ AMADEUS GDS é um dos principais sistemas GDS (sistema de distribuição global) e foi originalmente criado pelas companhias aéreas Air France, Lufthansa, Iberia e SAS com o objetivo de conectar usuários finais com os serviços de companhias aéreas, como assentos em voos, voos programados e bagagens. Entretanto, passou também a oferecer acesso a outros serviços de viagens, incluindo quartos de hotel e serviços de aluguel de carros (AMADEUS, 2022).

² “buscadores de simplicidade”, “puristas culturais”, “buscadores de capital social”, “caçadores de recompensas”, “cumpridores de obrigações” e “viajantes éticos” (Future Foundation, 2015).

³ tratam suas viagens como uma oportunidade de se desligarem completamente de suas vidas domésticas e se envolverem sinceramente com um modo de vida diferente (Future Foundation, 2015).

⁴ são os viajantes de luxo do futuro que buscam um retorno sobre o investimento que fazem em suas vidas ocupadas e de alto desempenho. Ligados em parte à tendência crescente de bem-estar, incluindo tanto a melhoria física quanto mental, eles buscam experiências verdadeiramente extraordinárias e, muitas vezes, indulgentes que são “indispensáveis” (Future Foundation, 2015).

⁵ permitem que sua consciência, de alguma forma, guie suas decisões ao organizar e realizar suas viagens. Eles podem fazer concessões a preocupações ambientais, deixar que seus ideais políticos moldem suas escolhas ou ter uma consciência elevada de como seus gastos com turismo contribuem para economias e mercados (Future Foundation, 2015).

identificar, na última década (2012-2022), um crescimento maior do turismo na Serra Catarinense em relação às demais regiões do Estado? Levando em consideração as novas tendências de mercado, o presente trabalho levanta a hipótese de que há um crescimento maior no volume de empresas vinculadas ao Ministério do Turismo na Serra Catarinense se comparado ao crescimento no restante de Santa Catarina, o que é motivado pela ampliação da demanda e pelo respaldo que a região vem obtendo em termos do Turismo de Inverno, principalmente num cenário pós-pandemia. Isso porque, segundo o relatório *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2021), a procura por destinos alternativos junto à natureza e o próprio ecoturismo ativo tem atraído cada vez mais turistas.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo geral

Este estudo pretende, através do método *shift-share*, identificar se houve aumento no número de empresas vinculadas ao Ministério do Turismo na Mesorregião da Serra Catarinense e se essa dinâmica é maior, menor, ou igual a do estado de Santa Catarina como um todo.

1.1.2 Objetivos específicos

São objetivos específicos do trabalho:

- a. Discutir como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento econômico.
- b. Analisar o setor de turismo em Santa Catarina, com foco na Serra Catarinense.
- c. Avaliar, através do número de empresas cadastradas no Ministério do Turismo, se a mesorregião da Serra Catarinense tem se destacado em relação ao estado de Santa Catarina entre os períodos de 2012 e 2022.

1.2. JUSTIFICATIVA

Sabe-se que Santa Catarina está entre os destinos mais atrativos no quesito *turismo brasileiro*, destacando-se entre as dez Unidades da Federação mais

procuradas para viagens nacionais, com mais de 3 milhões de turistas tendo visitado o Estado no ano de 2019 (IBGE, 2019). Entender como o turismo afeta o desenvolvimento econômico local e suas diferentes dinâmicas no próprio estado é de grande importância para a comunidade e os tomadores de decisão locais, objetivo para o qual o presente trabalho pretende contribuir mediante uma análise quantitativa que possa refletir sobre a dinâmica do setor na Serra Catarinense.

Para fazer isso, o propósito do trabalho é comparar os dados de 2012 e 2022, permitindo, dessa forma, identificar fatores que, associados ao setor, puderam gerar impactos no crescimento e desenvolvimento regional. Durante esse espaço de tempo, muita coisa mudou, como a inclusão de novos modelos de negócio e inovações promovidos pela internet e redes sociais. Ademais, o período inclui o impacto da pandemia de COVID-19, que teve efeitos significativos no setor em todo o mundo. Segundo Azevedo e Simões (2021), no período pandêmico, a demanda dos viajantes por isolamento fez com que preferissem um turismo mais próximo dos recursos naturais e da ruralidade, já que essa busca traz vários benefícios psicológicos e físicos, como a tranquilidade, além da própria busca pela sustentabilidade.

Neste contexto, presente trabalho se propõe a contribuir com um campo de discussão complexo e pouco explorado dentro da economia em virtude da grande articulação de atividades que envolve e de seus efeitos serem transversais. Embora tenha como foco o estado de Santa Catarina, e a Serra Catarinense em particular, o estudo também busca explorar quais foram as inovações no turismo que geraram efeitos importantes no período de 2012 e 2022.

1.3. ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente trabalho está dividido em seis capítulos, sendo a primeira esta introdução. Na sequência, o segundo capítulo tem o objetivo de explorar alguns conceitos fundamentais da análise, destacando como o turismo está relacionado ao desenvolvimento econômico, as tendências do mercado turístico e a representatividade do setor no Brasil. O terceiro capítulo aprofunda a análise da dinâmica do turismo no contexto de Santa Catarina e da Serra Catarinense, com objetivo de identificar alguns comportamentos socioeconômicos desse espaço. Na sequência, o quarto capítulo aborda a metodologia utilizada para validação da

hipótese inicialmente apresentada, explorando o *shift-share* e sua aplicação. Finalmente, o quinto capítulo do trabalho tem o objetivo de analisar os dados, aplicando a metodologia exposta e verificando os comportamentos que o *shift-share* pode explicar junto à bibliografia anteriormente explorada. Por fim, o sexto capítulo traz as contribuições e considerações finais, agrupando todo conteúdo anteriormente explorado.

2 O PAPEL DO TURISMO NO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Neste capítulo são discutidos alguns conceitos fundamentais relacionados à problemática de pesquisa previamente apresentada. Para isso, será explorado o papel do turismo no desenvolvimento econômico, aprofundando-se em algumas tendências do mercado turístico e a representatividade do setor.

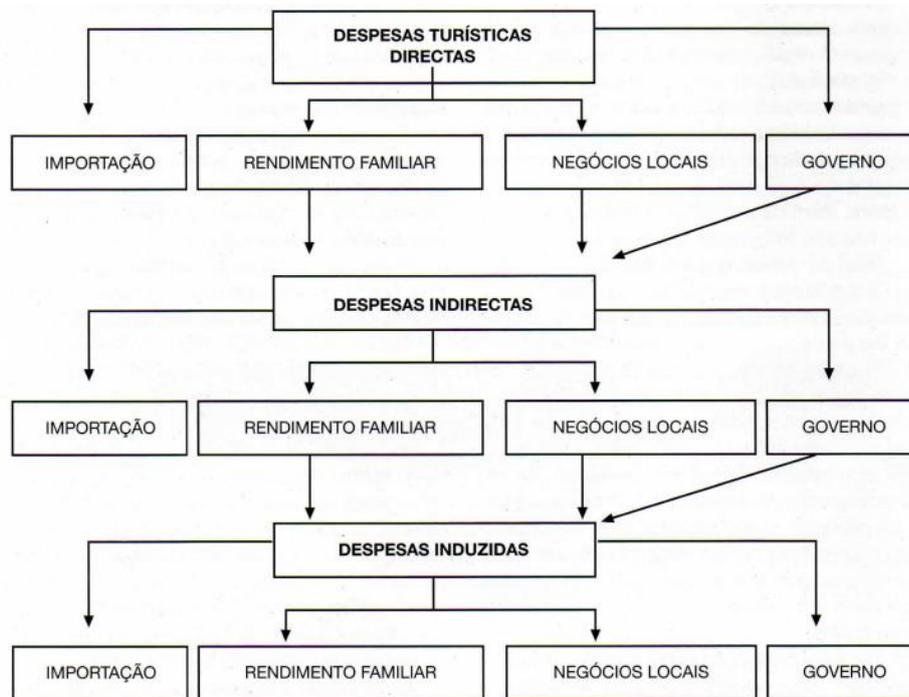
Para Campos (2010), o turismo deve ser visto como um fenômeno do capitalismo globalizado, no qual exerce grandes mudanças na produção e na configuração de territórios, transformando ecossistemas e culturas. Assim, de um lado, observa-se uma consonância entre o turismo e o desenvolvimento regional, dada a estruturação que o mesmo pode trazer. De outro, sente os efeitos das transformações das revoluções tecnológicas, com a redução dos custos de transação e o fim das distâncias.

Conforme destacado por Barbosa, Martelotte e Zouain (2006), do ponto de vista econômico, a atividade turística ganha importância não apenas pelo propósito da viagem ser a trabalho ou a lazer, mas devido às consequências não intencionadas desse ato. Para realizar viagens a lazer, a maioria dos turistas precisa trabalhar e economizar, indicando que, em uma sociedade onde predomina a cultura do turismo, há uma oferta contínua de recursos provenientes da poupança daqueles que aguardam o momento de convertê-las em despesas de viagem, resultando em uma intensa movimentação das atividades produtivas relacionadas ao setor. Turistas gastam dinheiro numa ampla variedade de mercadorias e serviços, como transporte, acomodação, alimentos, bebidas, comunicação, entretenimento, e artigos em geral. Esse dinheiro é visto como uma injeção de recursos, via aumento da demanda na economia local, que não existiria sem o setor.

Frequentemente menciona-se o *efeito multiplicador* como uma maneira de capturar os efeitos secundários do gasto turístico, evidenciando a ampla extensão de seus benefícios em diversos setores da economia, já que amplia a rede de despesas diretas, indiretas e induzidas, detalhadas na Figura 1. No topo da imagem, notam-se as unidades produtivas atreladas às despesas diretas, que são aquelas realizadas pelos turistas nos estabelecimentos que fornecem bens e serviços puramente turísticos. Parte desses valores saem para cobrir despesas com importações e impostos. Em seguida, existem as unidades que se beneficiam das despesas diretas,

pois necessitam abastecer-se junto de fornecedores, ou seja, precisam comprar bens e/ou serviços de outros setores dentro da economia local. Nesse sentido, parte das despesas acaba saindo do circuito interno, pois são destinadas à importação - através da compra de bens e/ou serviços estrangeiros - e ao governo - pela arrecadação de receitas. Dando continuidade, as despesas induzidas correspondem aos salários, rendas e juros recebidos pelas atividades que são fornecedoras dos efeitos indiretos, subindo novamente na cadeia (Cabugueira, 2005). Assim, de acordo com Cooper *et al.* (2001), os valores gastos pelos turistas representam apenas uma fração de seus impactos econômicos.

Figura 1: Efeito multiplicador do turismo



Fonte: Cabugueira, 2005.

Nesta perspectiva, o turismo e o desenvolvimento local se fundem, quando as características regionais, sociais, culturais e ambientais são respeitadas (Cunha; Cunha, 2005). Além do já destacado, Nogueira (1987) elenca os seguintes efeitos do turismo no contexto do desenvolvimento: (i) ampliação da diversidade de atividades a serem exercidas e quantidade de bens e serviços a serem produzidos; (ii) geração de novos empregos e manutenção dos já existentes; (iii) impactos em outros setores da economia; (iv) redistribuição da renda individual e regional; (v) aporte de divisas ao

balanço de pagamentos; (vi) impactos nas transações internacionais, nomeadamente na importação e exportação de produtos; e (vii) criação de novas profissões e novos negócios.

Entretanto, esses efeitos só se mostram positivos e promissores com a gerência adequada. Por conta disso, o Estado tem o papel de amparar a iniciativa privada, indicando as melhores oportunidades de investimento que estejam alinhadas com as necessidades econômicas locais, atendendo tanto a comunidade como a demanda turística (Nogueira, 1987).

Quando aplicado ao Brasil, nota-se o surgimento de novos modelos de desenvolvimento através de práticas locais, com o turismo sendo colocado como um dos mecanismos de viabilização desse processo (Coriolano, 2003). Isso vai de encontro à fragmentação das identidades socioculturais, causadas principalmente pela *crise do estado de bem-estar social*⁶, quando a economia privilegiou a globalização dos mercados. A partir do início da década de 1980, o Estado buscou promover a atividade turística como forma de gerar emprego e renda, iniciando-se um processo de credenciamento de espaços turísticos e de profissionais, além de fornecer subsídios, dando acesso ao uso da informação, incentivo à formação específica, qualidade do serviço, tecnologias integradas, imagem do destino e sustentabilidade. Muito embora estivesse centralizado no efeito econômico que esses incentivos gerariam, a atividade turística passou a ser vista na dimensão social, espacial, cultural e mesmo política, garantindo que o turismo se tornasse uma das principais ferramentas da gestão pública para o desenvolvimento do país (Maranhão, 2017).

Assim, conforme defende Nogueira (1987), o crescimento do turismo deve ser planejado como ferramenta complementar ao desenvolvimento regional. Para que seja promissor no âmbito econômico e social existem ações a serem promovidas (principalmente pela gestão pública), que devem ser flexíveis diante de diversos fatores que contribuem para as mudanças no mercado turístico. Nesse contexto, Cooper *et al.* (2001) identificam dois tipos de influências: as variáveis exógenas e as variáveis relacionadas diretamente ao turismo. Essas influências, em sua maioria,

⁶ Período pós “anos dourados” do estado de bem-estar no Brasil, marcado pela recessão econômica, expansão da intervenção pública e repressão social. Conhecido também como “década perdida”, entre 1971 e 1980 (Kerstenetzky, 2012).

estão interligadas e se combinam para acelerar o passo das mudanças observadas nesse mercado.

As variáveis exógenas correspondem às influências que estão fora do controle do turismo, mas que corroboram com os impactos em seu desenvolvimento. Como exemplo pode-se destacar as tendências demográficas, como o envelhecimento de populações, aliadas ao decréscimo no número de jovens, que influenciam diretamente nas tendências sociais. Isso pode promover uma mudança no interesse em diferentes estilos de vida, dando mais visibilidade e inclinação para as viagens, por exemplo (Cooper *et al.*, 2001).

No Brasil, a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), essa tendência é observada a partir da desaceleração no ritmo de crescimento populacional, aliada a mudanças significativas na estrutura etária (Camarano; Kanso, 2012). De acordo com Stefano *et al.* (2008), a população idosa brasileira costuma, por exemplo, organizar-se para fazer festas, viajar, visitar parques, efetuar passeios, assistir espetáculos, ir a restaurantes, participar de eventos, entre outros.

Outro fator exógeno referenciado pelos autores são questões de cunho político, com a difusão da democracia e a liberalização comercial, estimulando o turismo, já que:

No final dos anos 80 e início dos 90, assistimos à criação de um novo mapa do mundo, tendo uma série de implicações contínuas para o turismo. A emergência das economias de mercado no Leste Europeu levou a um aumento na demanda por viagens na população daqueles países, e ao desenvolvimento de destinações e produtos na região. As viagens especializadas em negócios e lazer, especialmente turismo cultural, cresceram com o fim das restrições, melhoria na infraestrutura e mudança nas atitudes com relação aos serviços (Cooper *et al.*, 2001, p. 485).

Quanto às variáveis diretamente relacionadas ao turismo, Cooper *et al.* (2001) pontuam “o novo turista”, o fenômeno “tecnologia, globalização e concentração” e o “desenvolvimento turístico sustentável”. Entre essas vertentes, a primeira faz referência ao amadurecimento do mercado, onde as tradicionais viagens anuais com a família passam a ser gradualmente substituídas por viagens de múltiplos interesses. Esse comportamento se mostra fiel às tendências apontadas na pesquisa *Future Traveller Tribes 2030* (2015), que aponta que os viajantes possuem diferentes objetivos através de suas experiências, cabendo ao mercado desenvolver produtos que atendam tais preferências individuais. Quanto ao aspecto levantado da “tecnologia, globalização e concentração”, esse amadurecimento do mercado implica

uma utilização de métodos de gerenciamento mais modernos, capazes de maximizar os resultados através da otimização operacional. A dinâmica do mercado é capaz de criar novas vantagens competitivas nas empresas, tornando essa variável diretamente ligada ao turismo pela capacidade de influenciar a aceleração dessa indústria. Por fim, o pilar “desenvolvimento turístico sustentável” traz as questões de planejamento de curto e longo prazo do turismo, a fim de garantir uma boa relação entre as necessidades presentes e futuras, através de iniciativas que garantem uma experiência rica ao turista, ao mesmo tempo que protegem os recursos para as gerações futuras. Entre essas iniciativas, pode-se destacar o padrão de certificação *Green Globe*, composto por 44⁷ critérios de sustentabilidade globalmente aceitos e desenvolvido ao longo de três décadas, que garante o mais alto nível de operações e gestão sustentável em todos os tipos de empresas que apoiam viagens e turismo, incluindo locais de congressos, organizadores de reuniões, bem como empresas de gestão e de relações públicas (Green Globe Standart, 2024).

Dentre as variáveis destacadas por Cooper et al. (2001), no âmbito das transformações econômicas, a competitividade das empresas é cada vez mais influenciada por tecnologias avançadas e inovadoras, que permitem uma produção mais eficiente e conectada. Dentre as novas tecnologias, conceitualmente é possível segmentá-las em *inovação disruptiva* e *sustentadora*. A primeira diz respeito às inovações com poder de penetração no mercado, trazendo pacotes de valor muito diferentes dos produtos historicamente usados até então (Bower; Christensen, 1995). Esse é o caso, por exemplo, das empresas *low costs*, que criaram um mercado para o segmento demandante de passagens aéreas de baixo custo. Paralelamente, de acordo com Christensen (1997), as inovações sustentadoras são implementadas por empresas estabelecidas no mercado, que oferecem melhorias em seus produtos e serviços, visando consumidores mais exigentes – como ocorre no caso de programas de fidelidade de hotéis e companhias aéreas. Seguindo esses conceitos, a inovação disruptiva possui características que atraem novos consumidores e, em sua fase inicial, não atraem os consumidores do mercado consolidado, enquanto a inovação sustentadora cumpre este segundo papel (Souza; Kastenholz; Barbosa, 2016).

⁷ Conjunto de indicadores compostos por quatro áreas: gestão sustentável, social/econômico, patrimônio cultural, e ambiental. Mais informações em: <https://www.greenglobe.com/criteria-indicators>

No campo de avanços tecnológicos dentro do turismo, Souza, Kastenholtz e Barbosa (2016) ainda apontam que as inovações se destacam nas seguintes modalidades: (i) produtos e serviços, como portais de reservas online, permitindo rápidas consultas e comparação de preços; (ii) inovações gerenciais, no âmbito da liderança e gestão de pessoas, colaborando para ambientes mais produtivos e saudáveis; (iii) inovações em gestão, garantindo o marketing de relacionamento e; (iv) inovações institucionais, que correspondem às *organizações de governança de destinos turísticos*⁸, por exemplo.

Para além destes aspectos, Cooper *et al.* (2001) destacam que a revolução tecnológica impacta a estrutura do setor de turismo, já que, à medida que o mercado turístico amadurece, é necessário o uso de métodos mais modernos de gerenciamento, promovendo a eficiência na prestação de serviços. Se, de um lado, a globalização anda de mãos dadas com o aumento na concentração na indústria turística, com as grandes companhias ganhando mais espaço e influência no mercado (associado à escala, à capacidade de financiar campanhas promocionais de grande porte, ao fortalecimento da marca, à padronização e controle de qualidade e minimização de riscos), de outro é possível que os avanços tecnológicos proporcionem a segmentação dele.

As revoluções no campo de transporte, por exemplo, tiveram forte influência sobre o setor turístico em meados do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, ampliando a acessibilidade através das ferrovias e rodovias, organizadas em torno de grandes empresas. Quase um século depois, foram as evoluções tecnológicas e o próprio amadurecimento do mercado turístico que tomaram a dianteira das mudanças observadas, impulsionadas principalmente pela internet (Cunha; Cunha, 2005). Essas transformações tornaram o setor mais acessível e eficiente, conectando toda sua cadeia através da implementação de sistemas integrados. Nesse contexto, a chamada *economia do compartilhamento* ganha espaço, pois engloba muitos tipos de *sites*, sistemas e atividades na internet, desde

⁸ As organizações de governança de destinos turísticos são entidades responsáveis por coordenar e promover o desenvolvimento turístico de uma determinada região ou destino. Elas geralmente são compostas por representantes do setor público, do setor privado e da sociedade civil, que trabalham em conjunto para planejar, implementar e monitorar políticas e ações que visam melhorar a experiência turística, promover o crescimento econômico sustentável e preservar os recursos naturais e culturais locais. Essas organizações desempenham um papel fundamental na gestão integrada do turismo, buscando equilibrar os interesses dos diversos *stakeholders* envolvidos no setor (Coutinho; Nóbrega, 2019).

grandes empresas até projetos menores. De acordo com Zanatta, Paula e Kira (2017), a economia do compartilhamento é dominada por três tipos principais de serviços: hospedagem, transporte e educação, onde 43% das empresas atuam no setor de alojamento, 28% estão na área de transporte e apenas 17% se dedicam à educação. Nesse contexto, entre os maiores destaques está a implementação da plataforma *Airbnb*, que revolucionou o mercado do turismo ao anunciar opções de acomodações mais acessíveis e ao aumentar a oferta em mais destinos, especialmente nos espaços rurais, locais até então restritos em virtude da falta de opções formais. A título de exemplificação, nas regiões de Minho, Caminha e Paredes de Coura, em Portugal, houve uma variação positiva de quase 12% no número de estabelecimentos de hospedagem em cinco anos (Ribeiro; Vareiro, 2007).

Esse impacto econômico não apenas favorece os anfitriões, mas reverbera por toda a comunidade. Segundo uma pesquisa econômica da Universidade de Oxford, a atividade realizada por meio do *Airbnb* traz amplos benefícios para o Brasil. A cada 10 dólares gastos em hospedagem, os hóspedes investem 51 dólares em serviços, como transporte, restaurantes e atividades culturais (Hotelier News, 2023)⁹.

A digitalização e a conectividade permitem que as empresas do ramo ofereçam serviços mais diversificados e personalizados, atendendo às demandas de um mercado cada vez mais globalizado. A automação de processos, como reservas e *check-ins online*, não apenas reduz os custos operacionais, mas também facilita a experiência do viajante, tornando o planejamento e a realização de viagens mais rápidos e simples (Vera; Gosling, 2017). Algumas outras inovações operacionalizadas dentro da economia compartilhada podem ocorrer através dos seguintes modelos de negócios:

- (i) sistema de serviços de produtos, onde bens são disponibilizados para o consumo sem um processo de aquisição, a exemplo do compartilhamento de bicicletas na França (*Velobi*) e de automóveis nos Estados Unidos (*Zipcar*); (ii) mercados de redistribuição, onde se realizam trocas e doações, como o caso da troca ou venda de livros na Inglaterra (*Read it Swap it*); (iii) estilos de vida, mediante o compartilhamento ou aluguéis de espaços (Botsman; Rogers, 2010, p. 205).

⁹ As informações podem ser acessadas em no seguinte endereço:

<https://www.hoteliernews.com.br/airbnb-aumenta-sua-relevancia-economica-para-o-turismo-brasileiro/#:~:text=Os%20gastos%20dos%20viajantes%20que,servi%C3%A7os%20da%20empresa%20no%20segmento>

Nesse sentido, as inovações dentro do campo de turismo envolvem, principalmente, o aspecto da acessibilidade. A tecnologia possibilitou a difusão das plataformas e portais de *e-commerce*, permitindo que os turistas comercializem toda, ou quase toda, sua jornada através da internet, comprando suas passagens, reservando suas estadias e passeios, efetivando essas compras de forma totalmente *online*, visto que existe a comodidade no uso do cartão de crédito nessas situações. Soma-se a isso o fato de a economia compartilhada surgir como uma das tendências mais marcantes do turismo contemporâneo, refletindo a busca por experiências autênticas, acessíveis e sustentáveis. Por exemplo, os participantes do *CouchSurfing* (plataforma de serviços de hospitalidade, fundada em 2004), têm a oportunidade de vivenciar diretamente a vida cotidiana de um residente local, o que proporciona um entendimento mais profundo da cultura, algo que seria difícil de alcançar por meio de modelos mais tradicionais de turismo (Vera; Gosling, 2017). Ao promover o compartilhamento de recursos e espaços, essa abordagem não apenas atende à demanda por novas formas de viagem, mas também contribui para a integração cultural e o desenvolvimento econômico local.

Enquanto a economia do compartilhamento transforma a maneira como as pessoas compartilham recursos, também pode ter efeitos positivos na redução das disparidades econômicas regionais. Ao analisar os ganhos que as atividades turísticas proporcionam, em termos relativos, a renda gerada pelo turismo pode ser mais significativa em áreas menos desenvolvidas, que carecem da mesma diversidade de atividades produtivas. Dessa forma, a redução das disparidades de renda entre regiões é um dos notáveis benefícios do turismo (Rabahy, 2020).

Para além disso, Cooper *et al.* (2001) apontam que as atividades que se destacam na economia do turismo podem envolver mudanças da dinâmica regional, sendo direta ou indiretamente ligadas às atividades da área. Essas oscilações podem ser observadas em diferentes aspectos, como na arrecadação de impostos, na geração de empregos e no desenvolvimento de infraestrutura local.

Entretanto, apesar de o turismo impulsionar as economias locais, é preciso destacar que ele também pode gerar alguns efeitos negativos, como é o caso dos impactos ecológicos, com o empobrecimento biológico, paisagístico e cênico, caso o planejamento ecoturístico seja negligenciado e/ou acompanhado pela superexploração dos recursos. Desse modo, o crescimento do uso de espaços

turísticos requer a concomitante implementação de medidas adequadas, principalmente levando em conta a ótica ambiental (Melo *et al.*, 2005). Exemplo disso é revelado por Feitosa e Cajaíba (2017): os visitantes da Serra do Rio do Rastro (Bom Jardim da Serra – SC) destacam que, apesar dos fatores naturais exaltados, existe um acúmulo de lixo ao longo do percurso, falta de infraestrutura dos serviços de alimentação e hospedagem, atendimento ruim dos comerciantes locais e a falta de sinalização da via. Na opinião dos visitantes, a região carece de atenção, cuidados e investimento para que possa ofertar um ecoturismo de qualidade na região.

A partir do exposto, não é novidade que o Brasil é um dos destinos mais procurados do mundo quando se trata de turismo, principalmente por conta de sua geografia extremamente diversificada, pela sua hospitalidade e pela cultura. Por consequência, o turismo impacta a economia do país, promovendo o desenvolvimento local e contribuindo diretamente com o Produto Interno Bruto (PIB). De acordo com o IBGE, em 2019, o setor foi responsável por uma fatia próxima de 8% da riqueza nacional (Maciel, 2023). Indiretamente, o turismo ainda estimulou o crescimento de pequenas empresas e empreendedores locais, através da injeção de recursos que são reflexos do turismo também, conforme anteriormente mencionado por Cooper *et al.* (2001). A fim de capturar a representatividade do setor no Brasil para o mesmo período, a Tabela 1 traz os dados referentes à arrecadação federal nas Atividades Características do Turismo (ACTs), disponibilizados pelo Ministério do Turismo para os anos de 2017 a 2019 (os dados foram deflacionados, tomando 2019 como ano base). Pode-se observar que, em 2019, a arrecadação na economia do turismo foi 7,7% superior ao ano anterior. Esse crescimento foi observado principalmente no campo de “Alojamento”, que teve uma representatividade 1,5% maior em 2019 com relação ao ano anterior. Esse aumento pode ser justificado por fatores como o desempenho hoteleiro nacional, que teve crescimento 2,3 vezes maior que o orçado pelo Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil (FOHB) para este ano (Cypriano *et al.*, 2019).

Tabela 1: Arrecadação Federal, em reais, por ACT – 2017 a 2019

ACT	Arrecadação Federal		
	2017	2018	2019
Receita Total	R\$ 18.077.000.878	R\$ 19.286.075.579	R\$ 20.775.360.154
Alojamento	13,63%	13,61%	15,11%
Alimentação	29,54%	28,14%	26,24%
Transporte Terrestre	11,12%	11,03%	11,65%
Transporte Aquaviário	0,62%	0,46%	0,65%
Transporte Aéreo	16,29%	17,31%	16,01%
Aluguel de Transporte	5,77%	6,46%	7,55%
Agências de Viagem	9,39%	10,29%	10,04%
Cultura e Lazer	13,64%	12,70%	12,74%

Fonte: Ministério do Turismo (2021).

Quanto à geração de empregos, foram mais de 40 mil novos postos formalmente ocupados na economia do turismo entre 2017 e 2019 de acordo com informações da RAIS, especialmente nas ACTs de “alimentação”, “alojamento” e “transporte terrestre”, representando, em 2019, 62,5%, 16% e 9,2%, respectivamente, conforme a Tabela 2. Cabe ressaltar que, apesar de ocupar uma pequena parcela do estoque de ocupações formais, a atividade de “transporte aéreo” vem ganhando espaço na representatividade dos setores, passando de 2,8% em 2018 para 3% em 2019, o que pode ser vinculado ao crescimento da demanda por transporte aéreo, que foi superior em 1,7 milhões de passageiros pagos em relação ao último ano (acréscimo de 1,4%) (ANAC, 2020). Enquanto isso, o “aluguel de transporte” também ganhou espaço na representatividade de ocupações: passou de 2,2% em 2018 para 2,8% em 2019, mantendo-se aquecido também nos períodos posteriores – em 2022, por exemplo, houve crescimento de 38,3% no número de usuários de locação de transportes (Quintella. 2023).

Entretanto, vale a reflexão de que o Brasil possui altos níveis de informalidade no setor de turismo e os períodos analisados marcam o reflexo da situação econômica pós-reforma trabalhista. De acordo com Vahdat *et al.* (2022), a partir de 2017, o Brasil experimentou um aumento do número de trabalhadores informais, que passaram de 46,3% das pessoas ocupadas em 2014 para 54,5% em 2019. Assim, o retrato do mercado de turismo também sofreu impactos no âmbito da informalidade que não podem ser fielmente visualizados.

Tabela 2: Ocupações formais por ACT no Brasil – 2017 a 2019

ACT	Ocupações Formais		
	2017	2018	2019
Alojamento	330.724	333.366	336.663
Alimentação	1.275.859	1.291.135	1.314.836
Transporte Terrestre	197.830	199.661	192.971
Transporte Aquaviário	8.148	8.433	8.174
Transporte Aéreo	60.579	59.114	63.657
Aluguel de Transporte	56.123	46.287	59.159
Agências de Viagem	66.741	66.758	67.728
Cultura e Lazer	63.785	61.226	61.104
Total	2.059.789	2.065.980	2.104.292

Fonte: Ministério do Turismo (2021).

Por fim, para ilustrar a questão do desenvolvimento da infraestrutura local, a Tabela 3 contempla os dados de crescimento da oferta hoteleira – *meios de hospedagem, unidades habitacionais e leitos*¹⁰, no Brasil para os anos de 2017, 2018 e 2019. Os dados apontam que a oferta hoteleira está numa tendência crescente, apresentando crescimento de 23,35% de 2017 para 2018 e de 13,69% de 2018 para 2019 no volume de leitos disponíveis. Essa tendência é reflexo também do aumento de investimentos no setor, que foi 64% superior em 2019 comparado com 2018, sendo o interior o principal eixo de desenvolvimento de novos hotéis no Brasil (Cypriano *et al.*, 2019).

Tabela 3: Oferta hoteleira cadastrada no Ministério do Turismo – 2017 a 2019

Brasil	Oferta hoteleira		
	2017	2018	2019
Meios de hospedagem	8.325	10.457	14.148
Unidades habitacionais	449.323	530.491	587.819
Leitos	943.574	1.163.873	1.323.175

Fonte: Ministério do Turismo (2021).

¹⁰ Incluem-se em Oferta Hoteleira os subtipos de atividades a ela vinculadas no CADASTUR: Albergue; Alojamento de Floresta; Cama e Café; Flat/Apart Hotel; Hotel; Hotel Fazenda; Hotel Histórico; Pousada; Resort; Outros. Nesses casos, não são incluídas as atividades informais, como aluguéis direto com proprietários e/ou *airbnb*.

A consolidação do turismo no Brasil também pode ser observada na melhor organização do setor quanto ao seu órgão mantenedor (ministério do turismo) através do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (*Cadastur*), uma ferramenta que facilita a escolha de serviços confiáveis, servindo de porta de entrada à qualificação e financiamento, fortalecendo a economia nacional. Em junho de 2024, o *Cadastur* atingiu um novo marco, ultrapassando os 165.966 registros de empresas ligadas ao setor, um aumento de quase 11% em relação ao ano anterior (Macedo, 2024). Este crescimento tem sido pauta em diversos estados do Brasil. Por exemplo, a Paraíba tem investido nos últimos anos no incremento do turismo através de mais atividades ligadas ao setor e, com isso, em 2023, houve um crescimento de 38,51% no volume de registros do *Cadastur* no estado (Paraíba, 2023). No Paraná se observou movimento semelhante, com aumento de 23,2% nos cadastros entre 2018 e 2019 (Paraná, 2020). O município de Vila Velha (Espírito Santo) também apontou crescimento significativo no número de registros, saindo de 410 em dezembro de 2021 para 544 em dezembro de 2023 (Neto, 2024).

Com base nas referências exploradas, é possível dizer que o turismo emerge como uma força motriz no desenvolvimento econômico, inclusive pela integração de novos formatos, expressos na economia do compartilhamento e nas plataformas inovadoras como *Airbnb*. A utilização dessas tecnologias pode promover o crescimento da economia local, ao facilitar o acesso a recursos subutilizados, aumentando a arrecadação e estimulando diferentes atividades correlatas. Com o aumento dos investimentos e a criação de novas oportunidades de trabalho, o setor se solidifica como um pilar essencial para o crescimento sustentável, demonstrando a sinergia entre tecnologia, inovação e economia compartilhada, que pode transformar profundamente os destinos turísticos.

3 ASPECTOS DO SETOR DE TURISMO NA SERRA CATARINENSE: POTENCIALIDADES, DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Neste capítulo, serão explorados alguns aspectos gerais do turismo em Santa Catarina, com enfoque na região da Serra Catarinense, contemplando os pormenores que moldam esse mercado regional hoje, com objetivo de explorar o perfil socioeconômico dos visitantes, volume, perfil de consumo, entre outros ângulos.

Santa Catarina está organizada em 14 regiões turísticas. De acordo com o Ministério do Turismo (2023), tais regiões compreendem espaços de características similares e/ou complementares no sentido de identidade histórica, cultural, econômica e/ou geográfica. É importante destacar que a divisão proposta pelo Ministério do Turismo compreende diferentes espaços ao que o IBGE propõe como micro ou mesorregiões, visto que os municípios que compõem o mapa do turismo foram indicados pelos órgãos estaduais de turismo em conjunto com as instâncias de governança regional, a partir de critérios¹¹ construídos em conjunto com Ministério do Turismo.

A Figura 2 traz o mapa do turismo de Santa Catarina, no qual se destacam as regiões turísticas, sendo elas: Alto Uruguai Catarinense, Caminho dos Canyons, Caminho dos Príncipes, Caminhos da Fronteira, Caminhos do Alto Vale, Caminhos do Contestado, Costa Verde & Mar, Encantos do Sul, Grande Florianópolis, Grande Oeste, Serra Catarinense, Vale das Águas, Vale dos Imigrantes, e Vale Europeu.

¹¹ Os critérios podem ser consultados no Anexo I da Portaria MTUR nº 41/2021, disponível em: <http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/Consolidada%20-%20Portaria%20Mapa%2026-11-21.pdf>

Figura 2: Mapa do Turismo SC – 2023



Fonte: Secretaria de Estado do Turismo de Santa Catarina (2023).

No caso da Serra Catarinense, enquanto região turística, tem-se os municípios de Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Lages, São Joaquim, Urubici e Urupema, com base no cumprimento dos critérios do órgão. De acordo com os descritivos fornecidos ao Mapa do Turismo (2023), as cidades partilham de semelhanças como a localização geográfica e o relevo, sendo conhecidas pela altitude, pelas paisagens montanhosas, vales, cachoeiras e campos de araucárias. Outra característica semelhante é uma ênfase no turismo de aventura e ecoturismo, destacando atividades como rapel, canoagem, cavalgadas, caminhadas por trilhas, arvorismo, asa delta e parapente. Quanto à cultura local e às tradições, compartilha da influência gaúcha e de festivais, bailes e culinária típica. Ademais, também é comumente mencionada pelo destaque ao clima frio e de inverno, caracterizando as cidades pela ocorrência de neve e geadas (Urupema, em particular, que é reconhecida como uma das cidades mais frias do país) (Mota, 2023).

Segundo o relatório “Rota Estratégica do Setor de Turismo” – parte do Programa de Desenvolvimento Industrial Catarinense e idealizado pela Fecomércio, Sebrae/SC e FIESC – Santa Catarina apresenta um notório potencial de

competitividade para o setor, ainda a ser explorado. Essa informação se soma à escala desenvolvida pelo Ministério do Turismo que categoriza as regiões quanto ao seu desempenho econômico, definido através das categorias A, B, C, D e E, sendo a categoria A como o mais alto grau de desenvolvimento, enquanto a categoria E representa o nível de desenvolvimento mais baixo. Conforme pode ser observado na Tabela 4, das quatorze regiões turísticas (que abarcam 180 municípios) mapeadas em 2023, apenas três delas tinham municípios dentro da categoria de mais alto desenvolvimento (A): Balneário Camboriú, Bombinhas e Itapema (na Costa Verde & Mar), Joinville (no Caminho dos Príncipes) e Florianópolis (na Grande Florianópolis). As demais distribuem-se do seguinte modo: Categoria B com 19 municípios (10,6%); Categoria C com 27 municípios (15%); Categoria D com 96 municípios (53,3%); e Categoria E com 33 municípios (18,3%). No caso da Serra Catarinense, dos sete municípios que integram o Mapa do Turismo, nenhum deles está no patamar de mais alto grau de desenvolvimento. Somente Lages e Urubici estão na categoria B, enquanto Bom Jardim da Serra e São Joaquim estão na categoria C, Bom Retiro e Urupema ocupam posição na categoria D e Bocaina do Sul está na categoria E.

Tabela 4: Categorização das Regiões Turísticas de Santa Catarina

Região	Categoria					Total de municípios
	A	B	C	D	E	
Alto Uruguai Catarinense	-	1	2	-	2	5
Caminho dos Canyons	-	-	2	7	2	11
Caminho dos Príncipes	1	3	2	7	-	13
Caminhos da Fronteira	-	-	-	5	1	6
Caminhos do Alto Vale	-	-	1	13	8	22
Caminhos do Contestado	-	-	3	4	-	7
Costa Verde & Mar	3	4	1	1	-	9
Encantos do Sul	-	5	2	11	3	21
Grande Florianópolis	1	-	1	12	1	15
Grande Oeste	-	1	2	10	7	20
Serra Catarinense	-	2	2	2	1	7
Vale das Águas	-	-	1	9	1	11
Vale dos Imigrantes	-	1	6	10	6	23
Vale Europeu	-	2	2	5	1	10
Total	5	19	27	96	33	180

Fonte: Ministério do Turismo (2023).

Nesse cenário, as oportunidades de desenvolvimento do setor de turismo no Estado ocorrem em diferentes frentes (como o turismo de orla, de regiões históricas, para congressos e exposições, para áreas naturais e parques temáticos), o que pode ampliar ainda mais sua contribuição à economia estadual. De acordo com o Boletim Técnico do Turismo, desenvolvido pela Fecomércio de Santa Catarina, o setor representou 17,09% do total arrecadado de impostos provenientes da circulação de mercadorias e serviços (ICMS) entre janeiro e agosto de 2023. Apesar da sazonalidade, que reduz de forma significativa o volume de visitantes de abril a novembro, os dados do boletim apontam que o mês de julho de 2023 registrou um aumento no volume de receita dos serviços turísticos em comparação ao mesmo período de 2022, sugerindo uma mudança de comportamento, o que deve estar ligado ao crescimento do turismo de inverno e da Serra Catarinense enquanto destino turístico.

Outro aspecto levantado pelo Boletim diz respeito ao volume de empreendimentos formalizados em Santa Catarina, que compreendem as ACTs ativas na base da Receita Federal. Em 2023, havia 98.289 cadastros em ACTs, que representavam 8,04% do volume de total de empresas ativas no estado. Dessas, 60,5% atuam na área de alimentação. Além disso, o balanço aponta que houve um crescimento de 10.577 novas empresas, 10,5% a mais que o balanço de empresas do ramo criadas no ano anterior. Em termos regionais, o destaque fica para a região litorânea (Caminho dos Príncipes, Costa Verde & Mar, Grande Florianópolis e Encantos do Sul), que concentra 60,7% da abertura de novos negócios, o que sugere uma intensificação do turismo de verão. Entretanto, deve-se destacar que as regiões do Vale Europeu e da Serra Catarinense ocupam o segundo e o terceiro lugar, respectivamente.

Com relação à Serra Catarinense pode-se pontuar, como já destacado anteriormente, que o turismo de temporada de inverno já é um roteiro consolidado no estado e no país (Fecomércio, 2023). A região se destaca não apenas pela sua paisagem exuberante, mas também pela oferta de atividades típicas da estação, como festivais culturais e gastronômicos, e hospedagens aconchegantes em meio à natureza. Diante disso, a Serra Catarinense é procurada por oferecer diferentes opções de roteiros, como o da Bela Lages¹²; o Parque Nacional de São Joaquim¹³; a Rota Urubici¹⁴; o Cicloturismo Urubici¹⁵ e o Mirante dos Pinheiros de Bom jardim da Serra¹⁶. Dentro de cada um desses, diferentes públicos e interesses são contemplados, garantindo experiências distintas para os visitantes da região (AMURES, 2024).

Além disso, conforme aponta o Boletim, a Serra Catarinense tem sido alvo de investimentos em infraestrutura turística, como melhorias em estradas e ampliação de serviços, o que tem contribuído para o aumento do fluxo de turistas.

¹² Roteiro que une o Museu Thiago de Castro, o Casarão Juca Antunes, a Catedral e a Rota Cervejeira de Lages (AMURES, 2024).

¹³ Roteiro de caminhada que inclui o Morro da Igreja, a trilha da Pedra Furada, a observação de cânions e vales da rota (AMURES, 2024).

¹⁴ Roteiro que passa pelos pontos da Cascata Vêu de Noiva, do Parque Cascata do Avencal, do Parque Cachoeira do Papuã, do Morro do Parapente, do Morro do Campestre e pelas Vinícolas da região.

¹⁵ Rota de cicloturismo, com cerca de 35km, que passa pelo Morro do Campestre, com observação do alto para o Vale do Rio Canoas (AMURES, 2024).

¹⁶ Passeio pela região dos cânions da região de Bom Jardim da Serra através de veículos 4x4, contemplando o Cânion das Laranjeiras e Cânion do Funil (AMURES, 2024).

No contexto de impactos, os dados da Tabela 5 indicam que, em 2023, houve um aumento de 17% nos gastos reais dos turistas da Serra Catarinense em comparação com a média histórica, porém uma queda de 9% em relação à temporada anterior, apesar de não comprometer a tendência de crescimento (os dados tiveram a correção pelo IPCA, tomando 2023 como ano-base). Essa ampliação é impulsionada principalmente pelos gastos com hospedagem e alimentação: o primeiro representa mais da metade do total, enquanto os gastos com alimentos e bebidas compõem cerca de 30% das despesas turísticas.

Tabela 5: Evolução dos gastos médios de turistas da Serra Catarinense por tipo de serviço

Produtos e Serviços	Gasto médio					
	2017	2018	2019	2021	2022	2023
Transporte	R\$ 547	R\$ 530	R\$ 420	R\$ 236	R\$ 272	R\$ 192
Comércio	R\$ 296	R\$ 373	R\$ 249	R\$ 245	R\$ 303	R\$ 291
Lazer			R\$ 201	R\$ 252	R\$ 335	R\$ 301
Alimentação	R\$ 437	R\$ 420	R\$ 375	R\$ 507	R\$ 643	R\$ 637
Hospedagem	R\$ 870	R\$ 1.112	R\$ 806	R\$ 962	R\$ 1.284	R\$ 1.102
Total	R\$ 1.706	R\$ 1.753	R\$ 1.472	R\$ 1.701	R\$ 2.201	R\$ 2.013

Fonte: Fecomércio (2023).

Essa tendência de crescimento da média de gastos pelos turistas pode ser atrelada ao aumento da oferta de atividades na região, contemplando um leque de opções diferentes para o fortalecimento do turismo de inverno. Por exemplo, a gastronomia regional e o enoturismo ganham cada vez mais espaço na Serra Catarinense. Além de proporcionar a oportunidade de apreciação da culinária local e visitar vinícolas, essas experiências agregam ainda no sentido cultural, ampliando o significado da viagem. Embora a palavra “descanso” seja prioritária como aspecto de escolha da região serrana como destino de viagem, a visita a adegas, vinícolas, produtores de alimentos, festivais gastronômicos e restaurantes vem se destacando também (Fecomércio, 2023).

Atualmente, o Rio Grande do Sul ainda é a principal região na atividade do enoturismo – em 2019, por exemplo, recebeu mais de 443 mil visitantes (Associação Vale dos Vinhedos, 2020). Dada a consolidação dessa atividade como fonte de renda

para o turismo, outras regiões têm buscado explorar a atividade e aproveitar suas externalidades, anteriormente restritas apenas à produção de vinhos (Flores *et al.*, 2022). Nesse viés, a Associação de Produtores Vinho de Altitude da Serra de Santa Catarina mantém 22 vinícolas, com o objetivo de: (i) incentivar e promover o enoturismo na região turística da Serra Catarinense, destacando a iniciativa privada; além de (ii) projetar a região, com ênfase no turismo e viticultura, como um dos principais polos de visitação no Estado devido seus aspectos geográficos.

Locks (2004) elenca que as preferências do enoturista vão se aprimorando no decorrer dos anos, trazendo vertentes ambientais, culturais e gastronômicas para essa rota. Dentre os benefícios socioeconômicos, aponta-se que o enoturismo proporciona um incremento de visitantes, a repetição de visitas, o aumento do tempo da estadia e o incremento dos gastos. Segundo a Federação das Vinícolas Australianas, uma das rotas mais consolidadas do mundo no enoturismo com mais de 2 mil vinícolas espalhadas pelo país, para a maioria dos visitantes a compra de vinho é a maior motivação de visita às vinícolas e, quanto ao perfil, nota-se que o maior volume são casais, sem filhos, de idades entre 40 e 60 anos. Observando os dados da 12ª Pesquisa de Inverno da Serra Catarinense, destacados na Tabela 6, nota-se que as tendências sociais da faixa etária acima de 41 anos vêm ocupando uma fração cada vez maior entre os visitantes desta região, o que coaduna o perfil mapeado na rota australiana.

Tabela 6: Perfil socioeconômico dos visitantes da Serra Catarinense

Perfil dos visitantes		Ano						
		Variável	Categoria	2017	2018	2019	2021	2022
Sexo	Masculino		51,6%	56,2%	56,2%	78,1%	56,8%	63,1%
	Feminino		48,4%	43,8%	43,8%	21,9%	43,2%	36,9%
Faixa Etária	De 18 a 25 anos		17,4%	15,8%	25,2%	6,8%	9,5%	7,0%
	De 26 a 30 anos		13,8%	11,7%	16,9%	9,5%	10,1%	6,7%
	De 31 a 40 anos		25,5%	27,8%	24,4%	29,0%	27,9%	33,9%
	De 41 a 50 anos		23,7%	22,4%	16,5%	26,0%	24,9%	30,9%
	De 51 a 60 anos		15,0%	16,0%	10,8%	21,0%	17,1%	12,5%
	Acima de 60 anos		4,2%	6,4%	6,1%	7,8%	10,6%	9,0%

Fonte: Fecomércio (2023).

Assim, entende-se que o setor de turismo ganha espaço e visibilidade para se tornar um eixo importante do desenvolvimento industrial do estado, prometendo se consolidar e impulsionar a economia no curto, médio e longo prazo. Além disso, pode-se observar que o turismo de inverno na Serra Catarinense já está sendo mais bem explorado, apesar de ainda ter muito a ser aprimorado e desenvolvido.

4 ANÁLISE DO *SHIFT-SHARE* COMO UMA FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO DO IMPACTO DO TURISMO: UMA ABORDAGEM METODOLÓGICA

De acordo com Simões (2005), o método *shift-share*, em sua essência, aborda a explicação do desenvolvimento econômico de uma região a partir de sua estrutura produtiva. Ele é constituído por um conjunto de identidades, sem assumir hipóteses de causalidade específica, com o objetivo de identificar e desagregar os componentes desse crescimento. O método parte da constatação empírica de que há diferenciais setoriais e regionais nos ritmos de crescimento entre dois períodos, sendo:

[...] uma identidade formada pela adição e subtração simultânea de taxas de crescimento, as quais são agrupadas para definir os componentes. Assim é sempre possível incluir novas variáveis [...]; contudo, somente serão importantes se cada um dos componentes estiver associado a sua função econômica claramente identificável (Simões, 2005, p. 12).

Para Matos (2015), procura-se com esta metodologia identificar e desagregar os diferentes componentes do crescimento de uma variável que possam influenciar e explicar o seu comportamento. O dinamismo dos ritmos de crescimento pode ser inferido principalmente por dois fatores: i) a predominância de setores mais (menos) dinâmicos na composição produtiva da região; e ii) uma maior (menor) participação na distribuição regional de variável básica, independentemente da ocorrência em setores mais (menos) dinâmicos.

Em outras palavras, o *shift-share* apresenta constatações a partir da experiência e da observação para justificar a diferença setorial e regional em um determinado tempo (Pospiesz; Souza; Oliveira, 2010). O método capta as variações, a partir dos efeitos estrutural e diferencial, sendo que o primeiro diz respeito ao reflexo na mudança atribuída à configuração produtiva da região (diferença de dinamismo entre a região e a sua referência), e o segundo corresponde à mudança que ocorre em consequência do crescimento desigual do setor produtivo em âmbito regional e nacional (vantagens e desvantagens da economia regional). Embora esta técnica seja utilizada com maior frequência em estudos centrados nas regiões, é também possível utilizá-la em estudos setoriais territorializados, como na análise do turismo.

Além dos efeitos estrutural e diferencial, o método possibilita a interpretação de uma terceira variável, a variação líquida total (VLT), resultado do valor total da variável-base utilizada em uma determinada região, composta pelos fatores estrutural

e diferencial. O VLT pode ser positivo ou negativo, entretanto, não há um equilíbrio entre os fatores. Uma região pode ter grandes vantagens locais suficientes para superar um efeito estrutural negativo, ou possuir vantagens locais insuficientes para superar o efeito estrutural negativo. Essas situações também podem ocorrer de forma inversa, com desvantagens locais e um efeito estrutural positivo, por exemplo. Em resumo, essa variação determinará se o VLT será positivo ou negativo para a região analisada, demonstrando que o método oferece uma análise desagregada entre setores e regiões (Pospiesz; Souza; Oliveira, 2010).

Para melhor interpretação do método, Pospiesz, Souza e Oliveira (2010) esclarecem o modelo por três principais componentes:

- a. Componente nacional: representa a parcela da variação total que é atribuída ao crescimento ou ao declínio geral da economia nacional. Ele reflete os efeitos macroeconômicos que afetam todas as regiões, como políticas monetárias, fiscais e cambiais, bem como tendências gerais da economia. Aqui, será interpretado a nível estadual (Santa Catarina) pelo índice de crescimento do volume total de empresas entre um ano e outro.
- b. Componente estrutural: refere-se à parte da variação que é atribuída à estrutura industrial específica da região. Esse componente indica se a região está se beneficiando ou sendo prejudicada pela estrutura de setores da sua economia em relação à economia nacional (nesse caso, estadual). Se a região tiver uma participação maior nos setores que estão crescendo mais rapidamente em nível amplo, esse componente será positivo.
- c. Componente diferencial: representa a parte da variação que é atribuída à capacidade da região de ganhar ou perder participação no mercado em relação às outras regiões. Isso pode ocorrer devido a fatores como vantagens competitivas locais, investimentos em infraestrutura, políticas de desenvolvimento regional, entre outros.

Matematicamente, segundo o método exposto por Matos (2015), o modelo-base é representado da seguinte forma:

$$\sum_k \Delta X_{ik} \equiv \sum_k [X_{ik}(t) - X_{ik}(t-1)] \equiv \sum_k [NX_{ik} + SX_{ik} + RX_{ik}] \quad (1)$$

onde: ΔX_{ik} representa a variação observada na variável X_{ik} ; $X_{ik}(t)$ representa a variável econômica X medida na região i , no setor k e no momento t ; NX_{ik} representa

a componente nacional; SX_{ik} representa a componente setorial ou estrutural; RX_{ik} representa a componente regional específica.

Para se obter as variáveis explicativas definidas anteriormente deve-se proceder da seguinte maneira:

$$NX_{ik} = G_{NX} \cdot X_{ik(t-1)} \quad (2)$$

$$SX_{ik} = (G_{NXX} - G_{NX}) \cdot X_{ik(t-1)} \quad (3)$$

$$RX_{ik} = (G_{ik} - G_{NXX}) \cdot X_{ik(t-1)} \quad (4)$$

Na equação (2), G_{NX} reflete a variação da variável X observada em nível amplo (Santa Catarina), relativamente ao ano base $t-1$. Na equação (3), G_{NXX} reflete a variação da variável X observada em nível amplo (Santa Catarina), referente ao ano k . Na equação (4), G_{ik} reflete a variação da variável X , observada na região i (as cidades da região da Serra Catarinense) no setor k .

4.1. BASES DE DADOS

O presente trabalho faz um levantamento de dados provenientes exclusivamente do setor do turismo. Diante disso, foram selecionados os dados de 14 bases disponibilizadas pelo *Cadastur*, o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo - programa executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais - que anualmente levanta o cadastro de Pessoas Físicas e Jurídicas que atuam no setor, de acordo com o cumprimento da Lei 8.623/93¹⁷ e da Lei 11.771/2008¹⁸. O cadastro é obrigatório para os acampamentos turísticos, agências de turismo, guias de turismo, parques temáticos, organizadoras

¹⁷ Lei que regulamenta o exercício da profissão de Guia de Turismo no território nacional. Compreende o profissional devidamente cadastrado no Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), que realiza atividades de acompanhar, orientar e transmitir informações a pessoas ou grupos em diversas modalidades de visitas e excursões. Também determina que o Guia de Turismo deve conduzir-se com dedicação, decoro e responsabilidade, zelando pela reputação do turismo no Brasil e da empresa à qual presta serviços, respeitando as leis e regulamentos da atividade turística (Brasil, 1988).

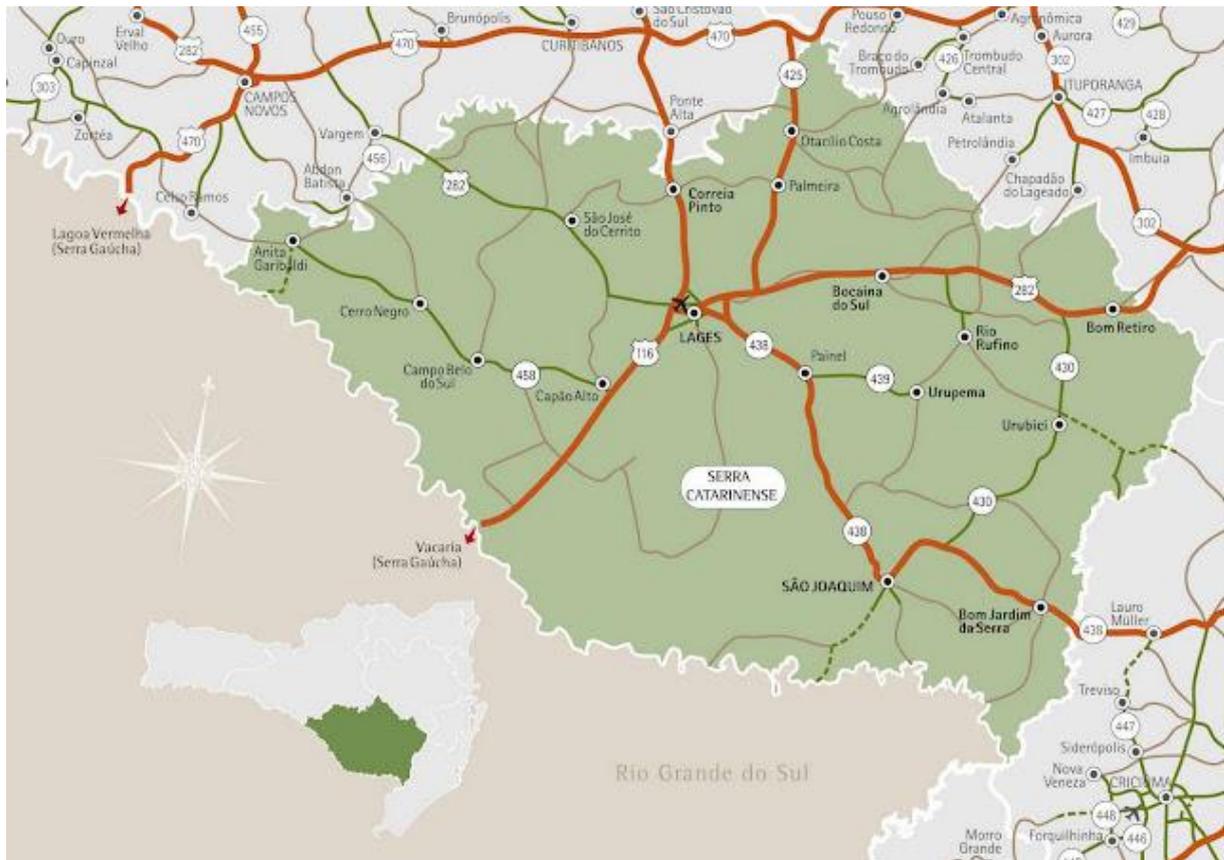
¹⁸ Lei que estabelece as normas sobre a Política Nacional de Turismo, delineando as responsabilidades do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico, além de regulamentar a prestação de serviços turísticos, o cadastro, a classificação e a fiscalização dos prestadores de serviços. O Ministério do Turismo, por seu turno, é designado para estabelecer e coordenar a Política Nacional de Turismo, promovendo o setor como fator de desenvolvimento sustentável e cultural (Brasil, 1988).

de eventos, meios de hospedagem e transportadoras turísticas; e opcional para os restaurantes, cafeterias, bares e similares, parques aquáticos e empreendimentos de lazer, locadoras de veículos para turistas, prestadoras especializadas em segmentos turísticos, casas de espetáculos, empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou à pesca desportiva, prestadores de infraestrutura para eventos e centros de convenções (Brasil, 1988).

Os cadastros são disponibilizados separadamente por ano, categoria, estado e cidade. Estão disponíveis para a consulta 14 bases de dados, referente ao cadastro das ACTs. A partir disso, o trabalho fará uso das informações relativas aos anos de 2012 e 2022, utilizando-se daquelas associadas ao volume total de empresas vinculadas no estado de Santa Catarina e na região Serrana, para a aplicação do método escolhido: o *shift-share*.

O filtro aplicado nas bases originais foi realizado em duas etapas: inicialmente, selecionando o Estado de Santa Catarina entre as 26 Unidades da Federação. Em seguida, foi verificado o volume total de empresas do estado, e os dados foram registrados em uma planilha paralela. Posteriormente, um segundo filtro foi aplicado para selecionar as 30 cidades pertencentes à região da Serra Catarinense (ver Figura 3) que, segundo IBGE (2019), inclui: Abdon Batista, Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Brunópolis, Campo Belo do Sul, Campos Novos, Capão Alto, Celso Ramos, Cerro Negro, Correia Pinto, Curitibanos, Frei Rogério, Lages, Monte Carlo, Otacílio Costa, Painel, Palmeira, Ponte Alta, Ponte Alta do Norte, Rio Rufino, Santa Cecília, São Cristóvão do Sul, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici, Urupema, Vargem e Zortéa.

Figura 3: Região da Serra Catarinense



Fonte: Prandi (2011).

A segunda etapa – a filtragem do volume de empresas do estado – tem como objetivo verificar o volume total de empresas nessa região específica. Os resultados foram então anotados na mesma planilha utilizada na primeira consulta, onde posteriormente é aplicado o método selecionado.

Nos dados levantados, foram observadas que, para o ano de 2012, duas bases apontavam algumas atividades com zero observações (casas de espetáculo e de empreendimentos de apoio ao turismo náutico ou a pesca desportiva) para o estado de Santa Catarina e, consequentemente, para o mesmo período na Serra. Outro aspecto é que outras cinco bases - acampamentos turísticos, centros de convenção, empreendimentos de entretenimento e lazer e parque aquático, locadora de veículos e parques temáticos - tinham as bases zeradas na região da Serra, ou seja, não tinham estabelecimentos cadastrados na época para esses setores. Em função disso, foram consideradas apenas 7 das 14 bases iniciais.

A escolha dos dados do *Cadastur* se dá em função da maior confiabilidade no retrato do setor de Turismo, visto que a base já está validada pelo órgão responsável por gerenciar o segmento no país: o Ministério do Turismo. Ademais, está estruturada por área de atuação das empresas cadastradas, contribuindo para que seja possível a aplicação de uma análise mais micro (entendendo de fato qual segmento teve maior dinamismo) ou mais macro (agregando todos os segmentos para a mensuração). Entretanto, a confiabilidade das informações depende do número de registros e de quão amplos são os incentivos, em cada município, para que tais registro ocorram. Uma alternativa aos dados do *Cadastur* seria a utilização da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), que é mais ampla e captura todos os estabelecimentos e empregos formais por localidade; mas ela, igualmente, tem suas limitações. No caso do setor de turismo, dois obstáculos aparecem – muitas atividades relacionadas (como restaurantes e cafeterias) podem se configurar como parte do turismo, mas podem também não ser relacionadas a ele, o que dificultaria filtrar apenas aquelas atividades efetivamente envolvidos com o setor analisado. Além disso, por ser uma atividade sazonal, envolve muitos trabalhadores de modo indireto e informal, o que poderia minimizar a contribuição do turismo no âmbito laboral. Diante disso, acredita-se que os dados do *Cadastur* possam trazer uma melhor reflexão sobre o turismo da Serra Catarinense.

Após a reestruturação da base de dados, foi obtida a base de distribuição das ACTs para Santa Catarina e para a Serra Catarinense nos períodos de 2012 e 2022. Através dela, foram aplicados os cálculos que permitiram visualizar os efeitos estrutural, diferencial e variação líquida total (VLT). O efeito estrutural é resultado da multiplicação do índice de crescimento de cada ACT de Santa Catarina pelo volume de empresas por cada ACT na Serra em 2012. Por exemplo, no caso de “Transportadora Turística”, o índice de crescimento dessa ACT para Santa Catarina entre 2012 e 2022 foi 1,98, valor multiplicado pelo volume de empresas de “Transportadora Turística” para Serra em 2012 ($13 \times 1,98$), obtendo um resultado arredondado de 26. Esse mesmo esquema foi replicado para cada uma das sete bases, obtendo assim o efeito estrutural de cada uma das ACTs.

Na sequência, o efeito diferencial é resultado de um cálculo separado em duas etapas. A primeira é a obtenção do índice de crescimento por ACT da Serra Catarinense entre 2012 e 2022. Usando o exemplo das “Transportadoras Turísticas”,

o resultado foi 1,84. Com esse número em mãos, a segunda etapa consiste em verificar o diferencial entre o índice de crescimento dessa ACT para Santa Catarina e para a Serra Catarinense. Conforme observado anteriormente para “Transportadora Turística”, seria uma diferença entre 1,84 e 1,98, obtendo um diferencial de -0,14 que, multiplicado pelo volume de empresas dessa ACT na Serra em 2012 ($13 \times (-0,14)$) fornece um resultado arredondado de -2. Esse mesmo esquema também se replica para cada uma das ACTs seguintes.

Por fim, a variação líquida total é resultado do somatório entre os efeitos estrutural e diferencial. Por exemplo, no caso de “Transportadora Turística”, somou-se o 26 do efeito estrutural com -2 do efeito diferencial, obtendo o resultado de 24. Para cada uma das ACTs seguintes foi feito o mesmo procedimento, chegando nos resultados dos efeitos previstos para a análise e interpretação do *shift-share*.

5 ANÁLISE DO CRESCIMENTO DO SETOR TURÍSTICO NA SERRA CATARINENSE: UM ESTUDO COMPARATIVO ENTRE 2012 E 2022

O presente capítulo apresenta os resultados obtidos na aplicação do método *shift-share* ao turismo de Santa Catarina, mais especificamente da Serra Catarinense, com objetivo de identificar a dinâmica de crescimento da região entre os períodos de 2012 e 2022, a partir do qual se pode interpretar os dados de componente nacional – neste caso, tratando de Santa Catarina –, componente regional – aqui, tratando da Serra Catarinense – e, por fim, o componente industrial – que aponta a variação referente às ACTs da região. Conforme Matos (2015) explica, essa metodologia esclarece a dinâmica de crescimento de uma região a partir de sua estrutura, entendendo de que forma as diferentes categorias se comportam na participação da economia dessa região.

Para introduzir a análise, vale observar como a estrutura turística da Serra Catarinense estava dividida nos dois períodos analisados, apontando que entre as atividades usadas na base do cálculo, todas tiveram crescimento superior a 100%, ou seja, mais que dobraram sua representatividade. Especialmente as ACTs de “prestador especializado em segmentos turísticos”, “organizadora de eventos” e “restaurante, cafeteria, bar e similar” com taxas de crescimento superior a 1000%, conforme observado na Tabela 7.

Tabela 7: Volume de Atividades Características do Turismo (ACT) na Serra Catarinense

Atividade Característica do Turismo (ACT)	2012	2022	Taxa de Crescimento (%)
Transportadora turística	13	37	184%
Restaurante, cafeteria, bar e similar	5	132	2540%
Prestador especializado em segmentos turísticos	1	35	3400%
Organizadora de eventos	1	17	1600%
Meio de hospedagem	27	115	325%
Guia de turismo	6	40	566%
Agência de turismo	16	42	162%
Total	69	418	506%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Ministério do Turismo (2024).

Por sua vez, para tomar nota sobre os índices de crescimento de Santa Catarina no turismo e comparar a Serra com o restante do estado, observa-se que o volume total de cadastros de ACTs para Santa Catarina teve uma taxa de crescimento de 393% no volume total de empresas cadastradas no Ministério do Turismo entre os anos de 2012 e 2022. Ao observar por ACT, nota-se que houve uma representatividade maior na mudança entre os setores de “restaurante, cafeteria, bar e similar”, “prestador especializado em segmentos turísticos” e “meio de hospedagem”, respectivamente, conforme aponta a Tabela 8.

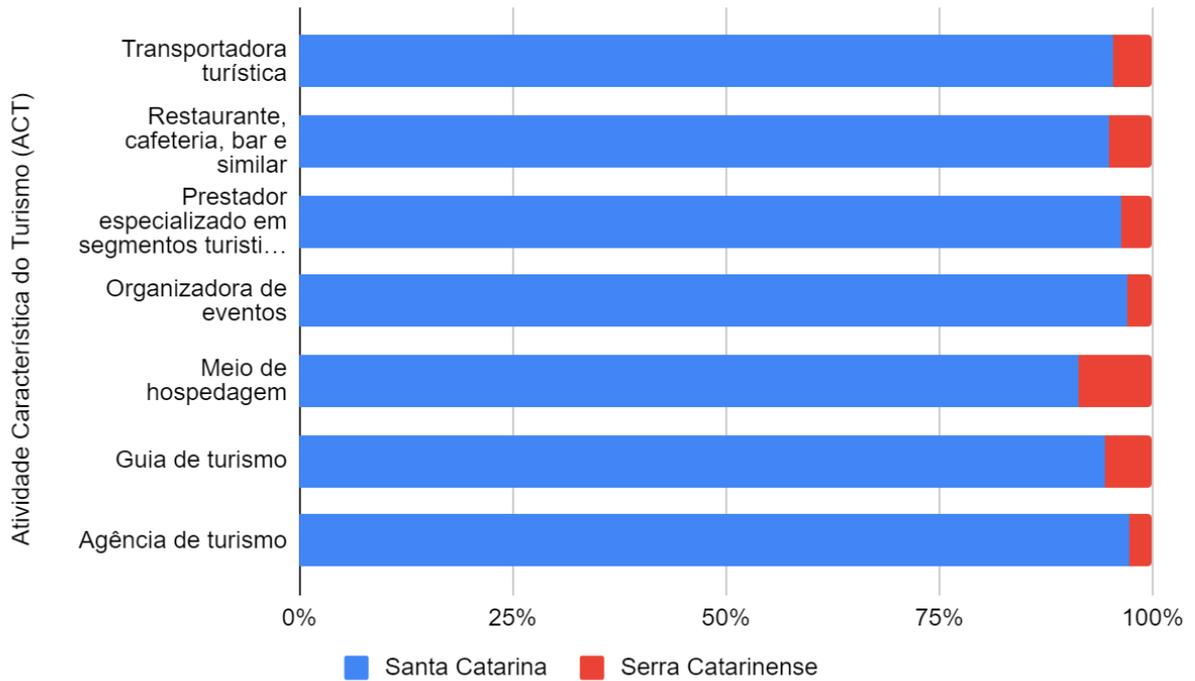
Tabela 8: Volume de ACTs do Estado de Santa Catarina – 2012 a 2022

Atividade Característica do Turismo (ACT)	2012	2022	Taxa de Crescimento (%)
Transportadora turística	261	780	199%
Restaurante, cafeteria, bar e similar	100	2516	2416%
Prestador especializado em segmentos turísticos	8	932	11550%
Organizadora de eventos	105	575	448%
Meio de hospedagem	321	1199	274%
Guia de turismo	122	677	455%
Agência de turismo	749	1537	105%
Total	1666	8216	393%

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Ministério do Turismo (2024).

Tomando os dados de 2022 como base, pode-se visualizar como o volume de empresas cadastradas da região serrana impacta na representatividade dentro do estado nesse mesmo ano, conforme o Gráfico 1. Observa-se que, em questões de representatividade, a Serra Catarinense permanece com uma pequena parcela do total as ACTs de Santa Catarina, porém nota-se que além da aceleração nas taxas de crescimento, a abertura de novos negócios de “meio de hospedagem” possibilitou melhora na representatividade da atividade no estado: saindo de 7,8% em 2012 para 8,8% em 2022.

Gráfico 1: Representatividade da Serra Catarinense por ACT no estado (2022)



Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Ministério do Turismo (2024).

Conforme comentado na seção anterior, o método de análise regional *shift-share* permite verificar a evolução da região da Serra Catarinense em função do componente nacional (Santa Catarina); e componente estrutural, que expressa os efeitos da estrutura produtiva da própria Serra, além dos elementos relativos relacionados a este. Para aplicação do método, foram selecionados os dados do volume de Atividades Características do Turismo (ACTs) entre 2012 e 2022, conforme a Tabela 9.

Tabela 9: Distribuição das Atividades Características do Turismo (ACTs) para Santa Catarina e Serra Catarinense

ACT	Serra Catarinense		Santa Catarina	
	2012	2022	2012	2022
Transportadora turística	13	37	261	780
Restaurante, cafeteria, bar e similar	5	132	100	2516
Prestador especializado em segmentos turísticos	1	35	8	932
Organizadora de eventos	1	17	105	575
Meio de hospedagem	27	115	321	1199
Guia de turismo	6	40	122	677
Agência de turismo	16	42	749	1537
Total	69	418	1666	8216

Fonte: Elaboração própria com base nos dados do Ministério do Turismo (2024).

Com base no cenário produtivo introduzido, é possível afunilar a análise e verificar se as regiões turísticas estão se especializando em setores dinâmicos no âmbito estadual (componente estrutural) e identificar as vantagens locais da região, independentemente de serem dinâmicas (componente diferencial) conforme propõe o método *shift-share* (Viana *et al.*, 2020). Além disso, pode-se verificar, ainda, a variação líquida total (VLT) que fornece uma visão detalhada sobre como os diferentes setores contribuem para o crescimento econômico de uma região, comparando seu desempenho com a região de referência. Com base nisso, a tabela 10 aponta os resultados obtidos através do método *shift-share* para as Atividades Características do Turismo para a região da Serra Catarinense, no período de 2012 a 2022.

Tabela 10: Resultados da aplicação do método *shift-share* na Serra Catarinense – 2012 a 2022

ACT	Efeito		Variação Total (VLT)
	Estrutural	Diferencial	
Transportadora turística	26	-2	24
Restaurante, cafeteria, bar e similar	121	6,2	127
Prestador especializado em segmentos turísticos	116	-82	34
Organizadora de eventos	4	12	16
Meio de hospedagem	74	14	88
Guia de turismo	27	7	34
Agência de turismo	17	9	26

Fonte: Resultados do trabalho.

Com base nos resultados obtidos na Tabela 10, para fins de interpretação do efeito estrutural (medida que permite verificar quanto do crescimento total do emprego na região da Serra Catarinense pode ser atribuído à estrutura industrial da região, assumindo que cada setor na região serrana cresce à mesma taxa que o mesmo setor da região de referência, nesse caso, Santa Catarina), os resultados apontam que a Serra Catarinense possui uma estrutura favorável em vários setores de atividades econômicas turísticas, especialmente para as atividades de “restaurantes, cafeterias, bares e similares”, “prestadores especializados em segmentos turísticos”, e “meios de hospedagem”. Esses setores apresentam um crescimento esperado significativo, alinhado com o dinamismo observado em Santa Catarina como um todo. Por outro lado, setores como “organizadoras de eventos” e “agências de turismo” têm efeitos estruturais positivos, mas menores, indicando que o crescimento estrutural nesses setores é mais modesto.

Nesse viés, pode-se interpretar o efeito diferencial, que também é conhecido como efeito competitivo, medindo a competitividade específica de uma região em relação à região de referência. Esse efeito mostra se uma região está ganhando ou perdendo participação em cada setor em comparação com a região de referência. De acordo com os dados da Tabela 10, o efeito diferencial revela vantagem competitiva em maior parte das atividades, especialmente “restaurantes, cafeterias, bares e

similares” e “meios de hospedagem”. Esses setores estão crescendo mais rapidamente na Serra Catarinense do que em Santa Catarina, indicando uma vantagem competitiva que pode ser explorada para atrair mais investimentos e expandir esses setores ainda mais. Por outro lado, os setores que estão em desvantagem competitiva são: “transportadoras turísticas” e “prestadores especializados em segmentos turísticos”. Nesse caso, são setores que também estão crescendo, porém em uma velocidade inferior ao restante de Santa Catarina. Isso sugere a necessidade de estratégias específicas para melhorar a competitividade nesses setores para a Serra Catarinense, como investimentos em infraestrutura, marketing, capacitação e desenvolvimento de novos produtos ou serviços, promovendo o crescimento econômico sustentável e equilibrado em suas atividades econômicas turísticas.

Por fim, o método apresenta os dados de variação líquida total (VLT), que representa a diferença no crescimento de atividades entre a região analisada e a região de referência e é composto pelo somatório das duas variáveis já analisadas.. Com base nos dados da Tabela 10, observa-se que todas ACTs apresentaram um valor de VLT positivo, indicando que a Serra Catarinense está crescendo mais rapidamente do que seria esperado com base no crescimento geral de Santa Catarina. Isso pode ser devido a uma combinação de uma estrutura favorável (presença de setores dinâmicos) e/ou vantagens competitivas específicas da Serra Catarinense, especialmente as já abordadas sobre o crescimento do turismo de inverno.

Portanto, com base nos cálculos apresentados, os dados apontam que a hipótese inicialmente sugerida, de que o crescimento de empresas vinculadas ao Ministério do Turismo na Serra Catarinense é superior ao restante do estado de Santa Catarina, é válida, com as tendências de mercado apresentadas no decorrer do trabalho confirmando a análise métrica. Entretanto, é fundamental destacar a necessidade de aumentar a visibilidade do turismo na região, uma vez que os dados indicam um potencial significativo de crescimento, o que pode se dar pela maior divulgação dos atrativos naturais, culturais e gastronômicos, pelos investimentos em infraestrutura turística, e na promoção de eventos e festivais regionais, dentre outros. Tais estratégias podem ser adotadas para explorar plenamente esse potencial e posicionar a Serra Catarinense como um destino turístico de destaque no cenário

nacional e internacional, além de trazer maior representatividade dentro do turismo do Estado.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na identificação das tendências de mercado e mudanças do comportamento do consumidor, observadas nas Pesquisas de Inverno na Serra Catarinense de 2022 e 2023 (Fecomércio) e no relatório *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2021), observa-se que a região serrana de Santa Catarina vem ganhando cada vez mais espaço no que diz respeito ao turismo estadual. Esse trabalho busca verificar se a região da Serra Catarinense estaria incorrendo em um crescimento acelerado em comparação ao restante do estado, fundamentando a discussão do trabalho pela forma como o turismo pode contribuir para o desenvolvimento econômico regional, como destacado por Nogueira (1987) e Campos (2010).

Para verificar a hipótese de crescimento da região Serrana, são utilizadas as bases do volume de empresas cadastradas no *Cadastur*, sistema executado pelo Ministério do Turismo. Esses cadastros garantem que seja analisado somente o volume de empresas diretamente vinculadas ao turismo e, por serem segmentadas por área de atuação, possibilitam ainda a verificação de quais áreas tem maior impacto nessa dinâmica. Entretanto, a base não elimina a necessidade de uma abordagem mais ampla e completa, que é limitada em função da restrita disponibilidade de dados que façam jus ao setor – seja porque o turismo se estrutura com atividades diretas e indiretas (o que dificulta isolar sua representatividade), ou porque é fortemente marcado pela sazonalidade das atividades e pela informalidade no mercado de trabalho (limitando o uso de estatísticas do emprego formal).

Os resultados obtidos na análise através do método *shift-share* apontam que a região está em vantagem competitiva nas atividades características do turismo listadas. Ou seja, a Serra Catarinense tem um grande potencial no desenvolvimento do turismo comparado ao restante de Santa Catarina, principalmente quando se trata dos setores de “restaurantes, cafeterias, bares e similares” e “meios de hospedagem”. Embora algumas atividades apresentem um crescimento mais contido e inferior, como é o caso das atividades de “prestadores especializados em segmentos turísticos” e “transportadoras turísticas”, no balanço dos resultados, pode-se concluir que o crescimento do turismo da Serra está acelerado frente ao restante do estado e, nesse viés, pode ser um eixo a ser explorado pelas frentes privadas e incentivado pelos setor

público, principalmente através de iniciativas que visam o crescimento sustentável do turismo, levando em consideração pautas sobre a qualidade dos serviços e infraestrutura adequada.

Para estudos futuros, uma possível nova abordagem seria um comparativo entre a Serra Catarinense com outras regiões turísticas com características semelhantes (turismo de inverno), a fim de entender essas diferentes dinâmicas de crescimento, como é o caso da região serrana do Rio Grande do Sul. Outra possibilidade seria o comparativo entre regiões turísticas dentro do próprio estado de Santa Catarina, como o confronto com a Costa Verde & Mar. Além disso, outra possibilidade é uma avaliação direta de como a pandemia do Covid-19 imprimiu impactos no turismo da Serra Catarinense, visto seus desdobramentos em diversas áreas da economia e, principalmente, no setor em questão.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL - ANAC (Brasília) (org.). **Anuário do Transporte Aéreo 2019**. 2020. Disponível em: file:///C:/Users/Danielle/AppData/Local/Temp/c685295a-2d0c-4fa1-8461-57ed442b7c9a_2019.zip.c9a/Anuario_do_Transporte_Aereo_2019___Graficos_e_Tabelas.pdf. Acesso em: 05 jun. 2024.

ALENCAR, Débora Gonçalves; SANTOS, Marina Lima dos; SOUZA, Adriely Andrade e; GANDARA, José Manoel Gonçalves. Produtos Turísticos para Demandantes de Experiências da Dimensão Entretenimento de Pine & Gilmore: novas características e tendências para o paraná. **Turismo: Visão e Ação**, Curitiba, v. 21, n. 2, p. 46-67, ago. 2019.

ALMEIDA, Eduardo Viana; MARTINS, Nicholas Felipe. **A revolução industrial e a indústria 4.0**. Faculdade de Jaguariúna, Jaguariúna, 2018. Disponível em: <https://conic-semesp.org.br/anais/files/2018/trabalho-1000000129.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2024.

AMADEUS: O que é o Amadeus Global Distribution System?. **O que é o Amadeus Global Distribution System?**. 2022. Disponível em: <https://www.revfine.com/pt/amadeus-gds/>. Acesso em: 27 nov. 2023.

ASSOCIAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO SERRANA - AMURES. **Descubra a Serra Catarinense**. 2024. Disponível em: <https://visiteaserrasc.com.br/>. Acesso em: 08 maio 2024.

AZEVEDO, João Neto; SIMÕES, João Tomaz. **Turismo e educação: uma reflexão sobre o passado e os desafios da era pós-covid 19**. uma reflexão sobre o passado e os desafios da era pós-covid 19. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/38500/1/JNA-JTS-Turismo-e-educa%C3%A7%C3%A3o-uma-reflex%C3%A3o-sobre-o-passado-e-os-desafios-da-era-p%C3%B3s-COVID-19.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2023.

BARBOSA, Luiz Gustavo M.; MARTELOTTE, Marcela Cohen; ZOUAIN, Deborah Moraes. Os impactos econômicos do turismo no município do Rio de Janeiro e suas implicações no desenvolvimento local. **Turismo: Visão e Ação**, Camboriú, v. 8, n. 3, p. 397-409, dez. 2006.

BRASIL. Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm. Acesso em: 03 set. 2023.

BOTSMAN, R., & ROGERS, R. **What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption**. New York: Harper Collins, 2010.

BOWER, J. L.; CHRISTENSEN, C. M. **Disruptive Technologies: Catching the Wave**. Harvard Business Review, (February), 43–54, 1995.

CABUGUEIRA, Artur. A importância econômica do turismo. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, [S.L.], p. 94-107, 1 jan. 2005. Revista Turismo & Desenvolvimento. <http://dx.doi.org/10.34624/RTD.V0I4.13885>.

CAMPOS, Everaldo Batista. **A Concretude do Fenômeno Turismo e as Cidades-Patrimônio-Mercadoria**: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: Livre Expressão, 2010.

CHRISTENSEN, C. **Innovator's Dilemma**: when new technologies cause great firms to fall. Boston: Harvard Business School Press, 1997.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo**: princípios e prática. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Texeira. Os limites do desenvolvimento e do turismo. **Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [S.L.], v. 1, n. 2, p. 161-171, 2003. University of La Laguna. <http://dx.doi.org/10.25145/j.pasos.2003.01.016>.

COUTINHO, Ana Catarina Alves; NÓBREGA, Wilker Ricardo de Mendonça. Governança em destinos turísticos: desafios na sociedade contemporânea. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, [S.L.], v. 13, n. 3, p. 55-70, 20 ago. 2019. ANPTUR - Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1543>.

CUNHA, Sieglinde Kindl da; CUNHA, João Carlos da. Competitividade e sustentabilidade de um cluster de turismo: uma proposta de modelo sistêmico de medida do impacto do turismo no desenvolvimento local. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.L.], v. 9, n. 2, p. 63-79, 2005. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1415-65552005000600006>.

CYPRIANO, Pedro *et al.* **Panorama da Hotelaria Brasileira**: perspectiva de desempenho e nova oferta. Perspectiva de desempenho e nova oferta. 2019. Disponível em: https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/86266/1569005902Panorama_da_Hotelaria_Brasileira_2019_2_semestre.pdf. Acesso em: 04 jun. 2024.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS SERVIÇOS E TURISMO DE SANTA CATARINA (Santa Catarina). **Pesquisa Fecomércio de Turismo**: Inverno na Serra Catarinense 2023. 2023. Disponível em: https://www.fecomercio-sc.com.br/wp-content/uploads/2023/09/Relatorio_Inverno_2023.pdf. Acesso em: 18 abr. 2024.

FEITOSA, Anny Kariny; CAJAÍBA, Reinaldo Lucas. Potencial turístico e a percepção socioambiental sob a ótica dos turistas na Serra do Rio do Rastro, SC. **Cultur**, Ilhéus, v. 11, n. 2, p. 183-199, jun. 2017. Disponível em: <https://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/view/1524/1422>. Acesso em: 01 jul. 2024.

FUTURE FOUNDATION. **Future Traveller Tribes 2030**. Londres: John Warriner, 2015. Disponível em: <https://amadeus.com/documents/en/retail-travel-agencies/research-report/amadeus-future-traveller-tribes-2030-report.pdf>. Acesso em: 03 mar. 2024.

PARAÍBA. GOVERNO DA PARAÍBA. **Paraíba registra aumento de empresas e de serviços cadastrados no Ministério do Turismo**. 2023. Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/paraiba-registra-aumento-de-empresas-e-de-servicos-cadastrados-no-ministerio-do-turismo>. Acesso em: 02 jul. 2024.

PARANÁ. SECRETARIA DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL. **Paraná tem aumento de empresas cadastradas no Ministério do Turismo**. 2020. Disponível em: <https://www.sedest.pr.gov.br/Noticia/Parana-tem-aumento-de-empresas-cadastradas-no-Ministerio-do-Turismo>. Acesso em: 02 jul. 2024.

GREEN GLOBE STANDARD. **Padrão Internacional Green Globe para Turismo Sustentável**. Disponível em: <https://www.greenglobe.com/criteria-indicators>. Acesso em: 03 jun. 2024.

HOTELIER NEWS (org.). **Airbnb aumenta sua relevância econômica para o turismo brasileiro**. 2023. Disponível em: <https://www.hoteliernews.com.br/airbnb-aumenta-sua-relevancia-economica-para-o-turismo-brasileiro/#:~:text=Os%20gastos%20dos%20viajantes%20que,servi%C3%A7os%20da%20empresa%20no%20segmento>. Acesso em: 19 mar. 2024.

IBGE (org.). **DEMANDA TURÍSTICA DOMÉSTICA**. 2019. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-nacional.html>. Acesso em: 18 set. 2023.

MACEDO, Ana. **Cadastur registra crescimento de 11% com mais de 165 mil empreendimentos turísticos**. 2024. Disponível em: <https://minutoturismo.com.br/cadastur-registra-crescimento-de-11-com-mais-de-165-mil-empreendimentos-turisticos/>. Acesso em: 02 jul. 2024.

MACIEL, Victor. **Turismo será responsável por quase 8 milhões de empregos e 7,8% do PIB do Brasil em 2023, afirma WTTC**. 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/turismo-sera-responsavel-por-quase-8-milhoes-de-empregos-e-7-8-do-pib-do-brasil-em-2023-afirma-wttc>. Acesso em: 03 jun. 2024.

MATOS, António de Jesus Fernandes de. **Dinâmicas recentes nas sub-regiões portuguesas: uma aplicação do método shift-share**. 2015. Disponível em: <https://www.review-rper.com/index.php/rper/article/view/386/305>. Acesso em: 05 nov. 2023.

MELO, Marina de. **Turismo de inverno na Serra apresenta crescimento de público e faturamento, aponta pesquisa da Fecomércio**. 2023. Disponível em: <https://estado.sc.gov.br/noticias/turismo-de-inverno-na-serra-apresenta-crescimento-em-publico-e-faturamento-aponta-pesquisa-da>

QUINTELLA, Marcus. **Aumento das locações de veículos no Brasil**. 2023. Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/aumento-locacoes-veiculos-brasil>. Acesso em: 06 jun. 2024.

RABAHY, Wilson Abrahão. **Análise e perspectivas do turismo no Brasil**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, 14 (1), p. 1 - 13, jan./abr. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>.

RIBEIRO, José Cadima; VAREIRO, Laurentina Cruz. **TURISMO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL: o espaço rural como destino turístico**. 2007. 17 f. Monografia (Especialização) - Curso de Escola Superior de Gestão, Universidade do Minho, Braga, 2007. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/6520>. Acesso em: 25 abr. 2024.

Secretaria de Estado do Turismo de Santa Catarina. **Santa Catarina ganha mais uma região turística**. 2023. Disponível em: <https://estado.sc.gov.br/noticias/santa-catarina-ganha-mais-uma-regiao-turistica/>. Acesso em: 02 jun. 2024.

SIMÕES, Rodrigo. **MÉTODOS DE ANÁLISE REGIONAL E URBANA: diagnóstico aplicado ao planejamento**. DIAGNÓSTICO APLICADO AO PLANEJAMENTO. 2005. Disponível em: <https://www2.fag.edu.br/professores/solange/PUR%20IV/BIBLIOGRAFIA%20APOIO/M%E9todoAn%EliseRegional.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2023.

STEFANO, F., SANTANA, L., & ONAGA, M. (2008). **O retrato dos novos consumidores brasileiros**. Revista Exame. V.7, n. 916, abr.

VAHDAT, V. S.; BORSARI, P. R.; LEMOS, P. R.; RIBEIRO, F. F.; BENATTI, G. S. S.; CAVALCANTE FILHO, P. G.; FARIAS, B. G. **Retrato do Trabalho Informal no Brasil: desafios e caminhos de solução**. São Paulo: Fundação Arymax, B3 Social, Instituto Veredas. 2022.

VERA, Luciana Alves Rodas; GOSLING, Marlusa de Sevilha. **ECONOMIA COMPARTILHADA NO TURISMO: uma discussão teórica sobre o consumo colaborativo e o compartilhamento**. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, [S.L.], v. 10, n. 1, p. 226, 27 out. 2017. Anima Educação. <http://dx.doi.org/10.19177/reen.v10e12017226-251>.

VIANA, F. D. F.; BRAGA, F. L. P.; NASCIMENTO, A. L. M.; NAZARENO, M. C. M. Turismo nas cidades históricas de Minas Gerais: uma análise para a variável emprego e renda por meio do método diferencial-estrutural. **Gestão & Regionalidade**, v. 36, n. 107, p. 154 – 173, 2020.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **TRENDING IN TRAVEL: emerging consumer trends in travel & tourism in 2021 and beyond**. Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond. 2021. Disponível em: https://pages.trip.com/images/group-home/2021_Trending_in_Travel_EN.pdf. Acesso em: 18 set. 2023.

ZANATTA, Rafael A. F.; PAULA, Pedro C. B. de; KIRA, Beatriz. **Economias do compartilhamento e o direito**. 2017. Disponível em: https://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2017/12/Economias_do_compartilhamento_e.pdf#page=22. Acesso em: 26 fev. 2024.