



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---



## **PESQUISA FECOMÉRCIO DE TURISMO**

### INVERNO NA SERRA

## **INTRODUÇÃO**

A Serra Catarinense apresenta características únicas dentro do território brasileiro. Enquanto a grande parte do país vive um inverno bastante moderado, com estados que efetivamente não presenciam frio nesta estação, a Serra tem um inverno de frio intenso, o que faz com que turistas de diferentes locais visitem as cidades da região.

Além do frio, são várias as belezas naturais da região, o que se transforma em mais um atrativo para os turistas. Desta maneira, a região presencia durante o inverno um aumento no número de seus visitantes, impactando diretamente em sua atividade econômica, com conseqüente expansão nas vendas do comércio.

Tendo em vista o que foi dito anteriormente, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio-SC), com o intuito de mapear o perfil do turista e o impacto do inverno para o empresário de São Joaquim e Urubici, realizou um projeto de pesquisa com esses públicos durante o inverno de 2011.

A coleta de dados ocorreu entre os dias 20 e 24 de julho de 2011 em pontos de grande fluxo de pessoas e nos principais centros de comércio e serviços das cidades, com maior abrangência no Centro das cidades e nos pontos turísticos. Foram entrevistados 546 turistas e 154 empresários.



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---

# EMPRESÁRIO

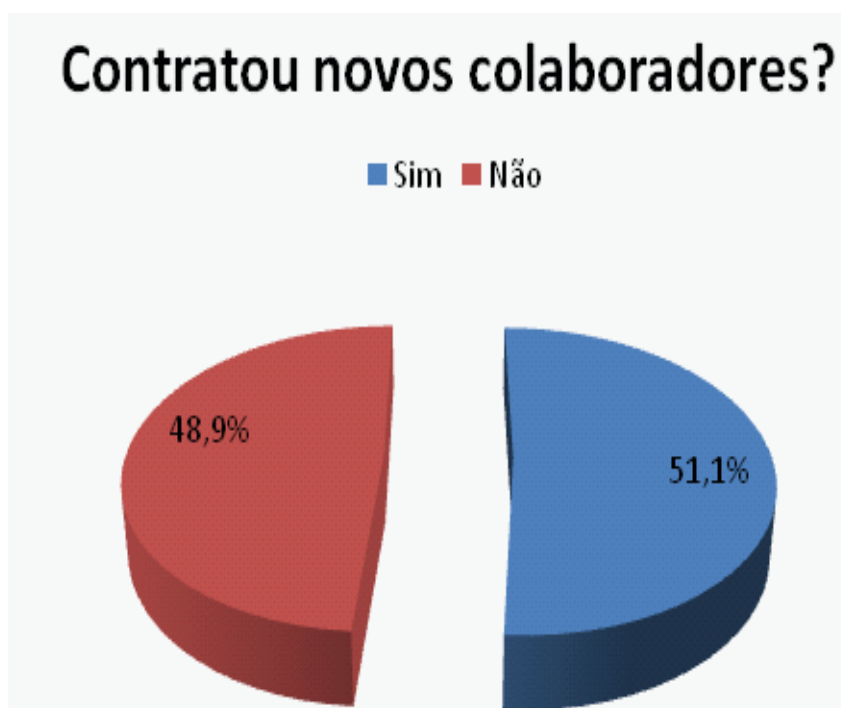
Impacto econômico  
São Joaquim

## Pesquisa com o empresário de São Joaquim

A FECOMÉRCIO-SC realizou um total de 57 entrevistas com os empresários de São Joaquim. O principal objetivo destas entrevistas foi captar os impactos do inverno na atividade comercial da cidade. Abaixo, os setores entrevistados pela pesquisa:

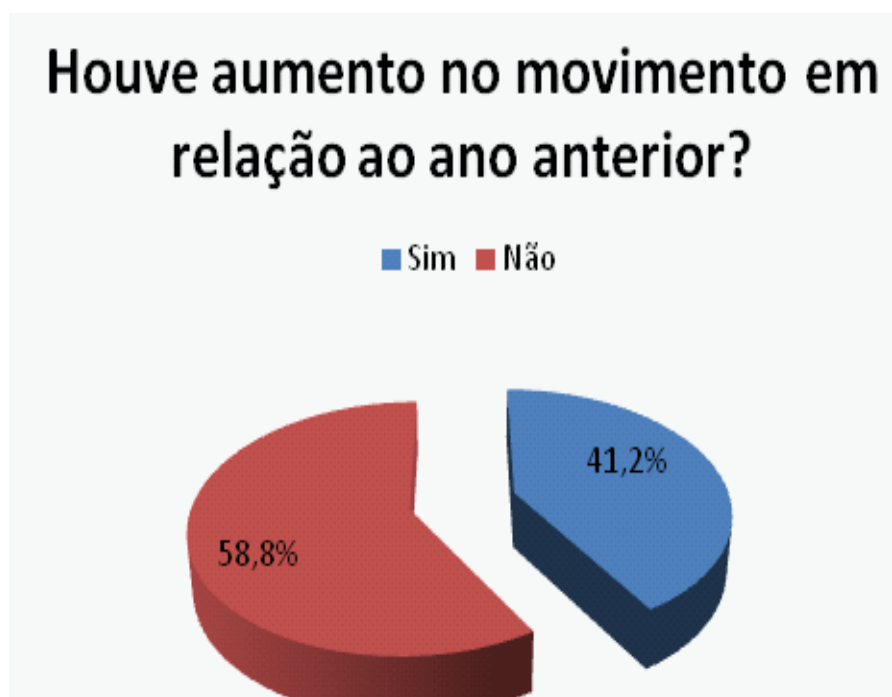
Setores entrevistados	
Vestuário	27,50%
Restaurantes / Bares	26,30%
Supermercados	17,50%
Supermercados	15,00%
Artesanato e lembranças da cidade	7,50%
Calçados	6,30%
Postos de gasolina	

Assim, com base nesta amostra de estabelecimentos, foi realizada uma série de perguntas para verificar os efeitos econômicos do inverno de 2011 para a cidade. Em primeiro lugar, com o objetivo de observar o comportamento do mercado de trabalho de São Joaquim em decorrência do inverno, perguntou-se aos empresários se eles haviam contratado novos colaboradores em virtude do aumento de movimento neste período.



Como é possível vislumbrar acima, 51,1% dos entrevistados afirmaram que contrataram funcionários para o período e, dentre estes que contrataram, a média foi de 1,7 empregados por empresas. Mostrando um incremento considerável no saldo de contratações da cidade para o período de inverno.

Também foi perguntado aos empresários se o movimento em suas lojas havia sido superior ao do ano anterior. A seguinte resposta foi encontrada:

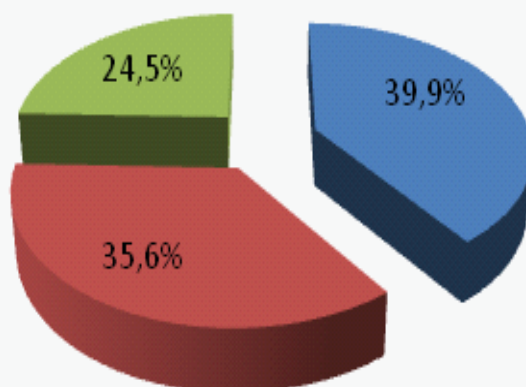


Fica claro que o movimento, na opinião da maioria dos empresários, não foi superior ao de 2010. 58,8% dos entrevistados consideraram que não houve aumento do movimento, enquanto que 41,2% afirmaram haver aumento. Para a minoria que considerou o movimento maior, o percentual de expansão foi de apenas 5%, ou seja, mesmo para aqueles que viram expansão, ela foi pequena. Por sua vez, a média de turistas por dia em cada estabelecimento foi de 41 pessoas.

Com base neste movimento, a Fecomércio procurou também averiguar como se comportou o faturamento das empresas. Segue abaixo o resultado:

## O faturamento em comparação com 2010:

■ Aumentou ■ Permaneceu o mesmo ■ Diminuiu

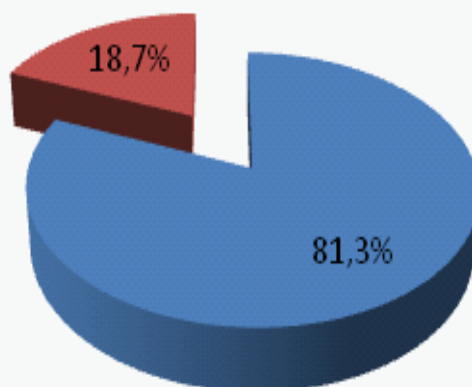


Como se pode ver, a maioria das empresas (39,9%) considerou que seu faturamento aumentou. Já 35,6% afirmaram que ele continuou igual ao de 2010. Com 24,5%, a menor parte dos empresários, dizendo que teve queda no faturamento. No fim das contas, a média geral de aumento do faturamento, entre todo o comércio da cidade, foi de 1,6%, o que pode ser considerada uma expansão pequena. Também os empresários afirmaram que a média de gastos por dia por cliente foi de R\$ 127,30, um gasto considerável.

O ano de 2011 ficou marcado por apresentar as mais baixas temperaturas dos últimos tempos e, para finalizar, foi perguntado aos empresários se o forte frio deste ano havia resultado em aumento de turistas em São Joaquim. Segue abaixo o percentual de respostas:

## O frio resultou em aumento dos turistas?

■ Sim ■ Não



Desta forma, para a grande maioria dos comerciantes (81,3%), o frio intenso atrai os turistas e provoca aumento do movimento na cidade. Mostrando que o bom ou mal resultado do turismo de inverno em São Joaquim, na opinião dos empresários, tem forte ligação com as condições climáticas, quanto maior o frio, maior o movimento.

Entretanto, mesmo com o forte frio, a pesquisa indica que os resultados de 2011 foram aquém dos esperados, sem expansão do movimento e com pequena expansão do faturamento, expansão que não corresponde ao aumento da renda do brasileiro no mesmo período.



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---

# EMPRESÁRIO

Impacto econômico  
Urubici

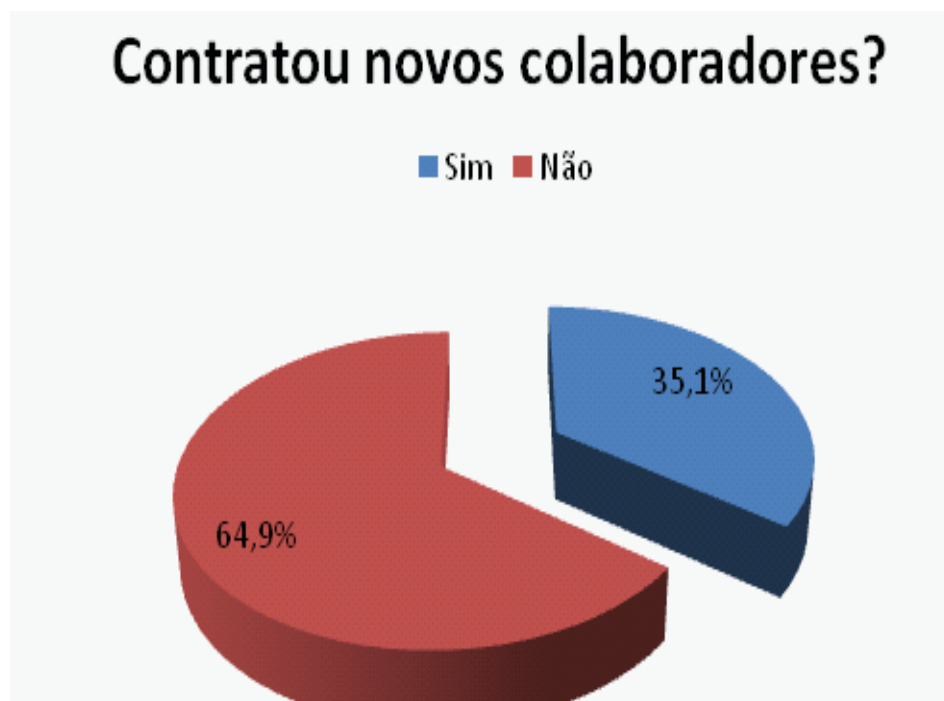


## Pesquisa com o empresário de Urubici

A amostra estabelecida pela FECOMÉRCIO foi de 57 empresas em Urubici. Através do mesmo questionário aplicado em São Joaquim chegou-se ao resultado que será apresentado abaixo. Primeiramente é importante observar os setores que compõe esta amostra.

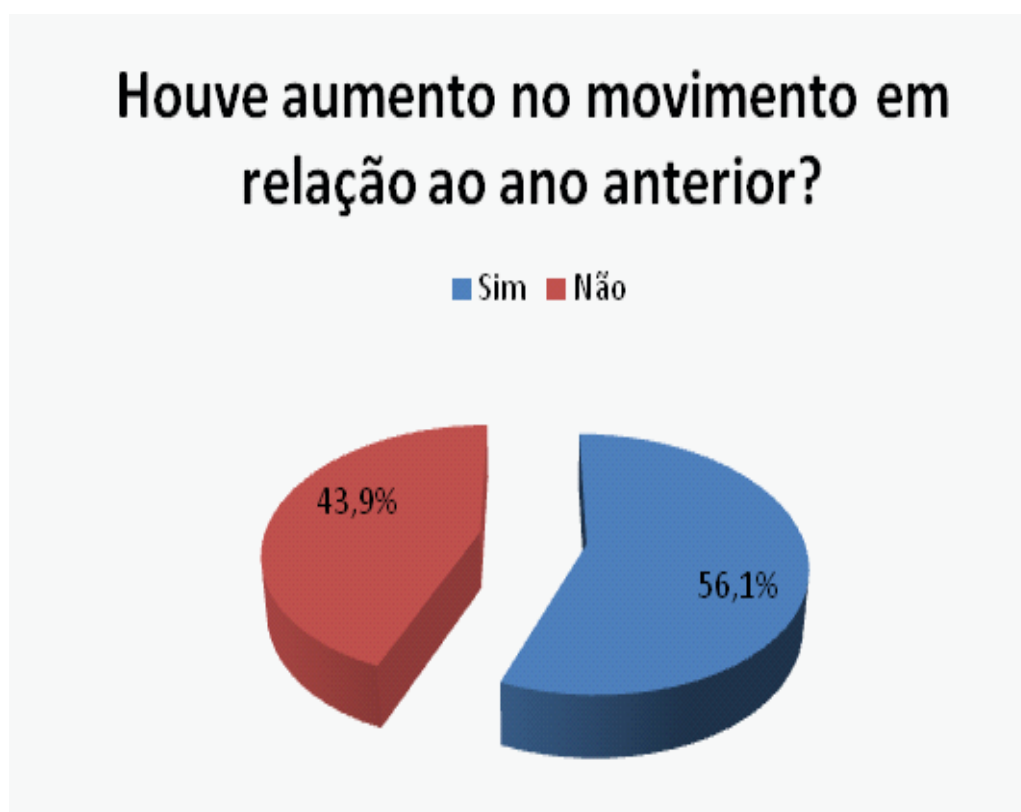
Setores entrevistados	
Restaurantes / Bares	29,8%
Vestuário	26,3%
Supermercados	14,0%
Artesanato e lembranças da cidade	10,5%
Postos de combustíveis	8,8%
Agências de viagens	7,0%
Calçados	3,5%

Com relação ao mercado de trabalho, em Urubici a maioria das empresas não contratou novos colaboradores para o período de inverno. O gráfico abaixo demonstra essa situação:



Assim sendo, 64,9% das empresas não contrataram novos colaboradores, enquanto que apenas 35,1% contrataram. Já a média de novos empregados nas empresas que contrataram foi de 1,4 funcionários, o que indica um bom impulso às contratações em decorrência do inverno.

Relativamente ao movimento nos estabelecimentos em relação a 2010, foi perguntado se este havia tido aumento. Abaixo segue a resposta dos empresários:

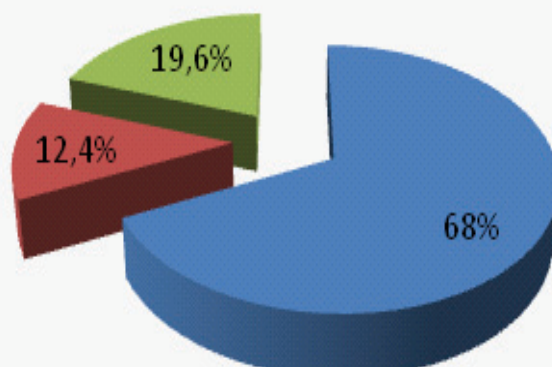


Em Urubici o movimento para a maioria dos empresários (56,1%) foi superior ao do ano anterior. Dentre os que afirmaram haver crescimento, o mesmo foi de 7,3%, também, como em São Joaquim, um crescimento não tão grande. Com uma média de visitação de 18 turistas por dia em cada empresa.

Em virtude deste aumento no movimento, verificou-se também, para a maioria dos comerciantes uma expansão do faturamento em relação a 2010. A tabela abaixo demonstra isso:

## O faturamento em comparação com 2010:

■ Aumentou ■ Permaneceu o mesmo ■ Diminuiu

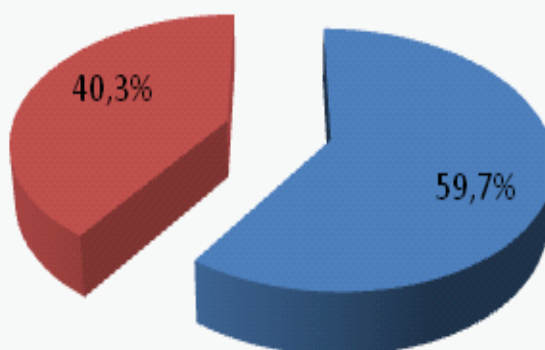


A grande maioria, 68% dos empresários, afirmaram ter tido aumento em seu faturamento, com 12,4% deles afirmando que o faturamento não se alterou e apenas 19,6% verificando uma queda de faturamento. Com isso, a média de expansão no faturamento em Urubici foi de 10,7%, um bom resultado, diferentemente do de São Joaquim. Já a média diária de gastos por turista em cada estabelecimento ficou em R\$ 63,00.

Também como última questão, perguntamos se o forte frio de 2011 influenciou no aumento de turistas, obtendo a seguinte estatística:

## O frio resultou em aumento dos turistas?

■ Sim ■ Não



O frio aqui também, na opinião dos empresários, parece ter ajudado na atração de turistas, porém não tanto quanto em São Joaquim. Em Urubici, 59,7% dos empresários afirmaram que o frio intenso ajudou a trazer mais turistas, já 40,3% pensam o contrário.

Em Urubici o resultado do inverno foi positivo segundo a pesquisa. O aumento do movimento concretizou-se em uma grande expansão do faturamento, de 10,6%.



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---

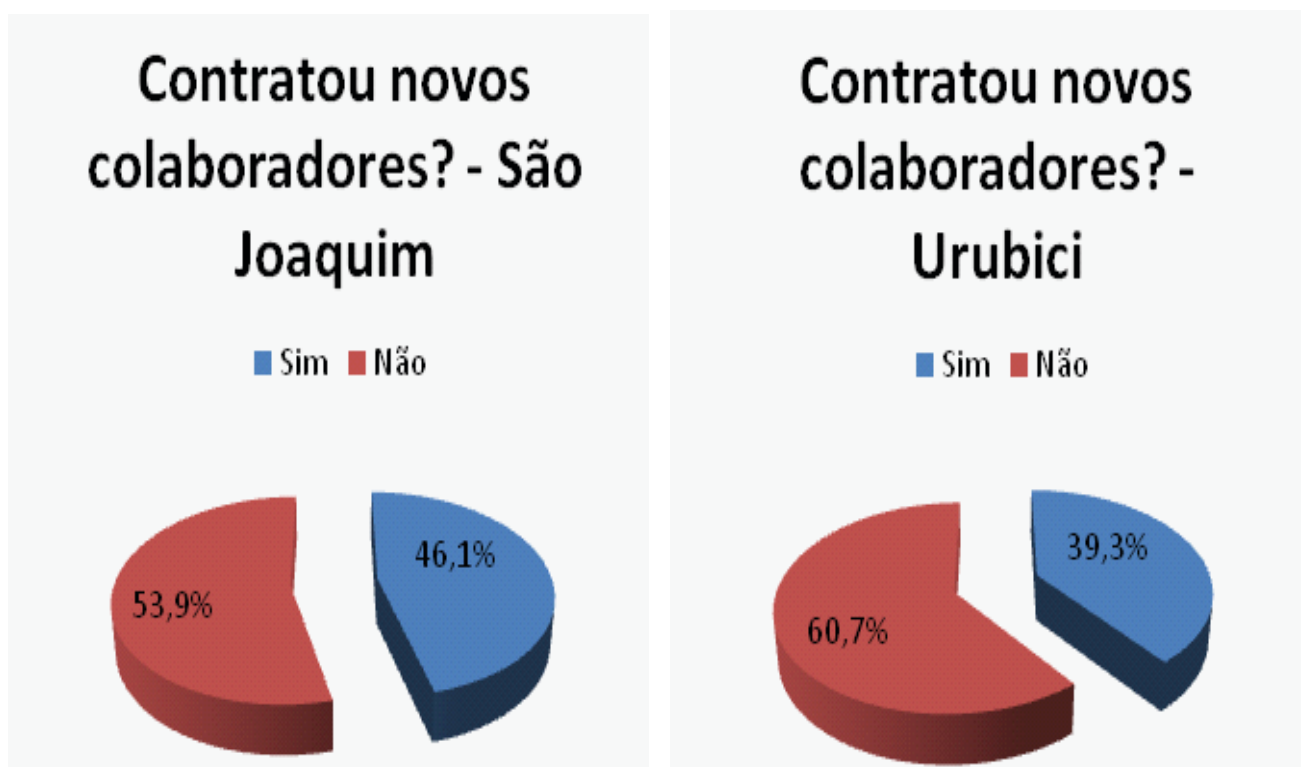
# SETOR HOTELEIRO

Ocupação em São Joaquim e Urubici

## Pesquisa com o setor hoteleiro de São Joaquim e Urubici

Com o objetivo de captar as peculiaridades dos impactos do inverno no setor hoteleiro, um questionário exclusivo foi construído para este setor. Desta forma, foram entrevistados 13 hotéis e pousadas em São Joaquim e 27 em Urubici.

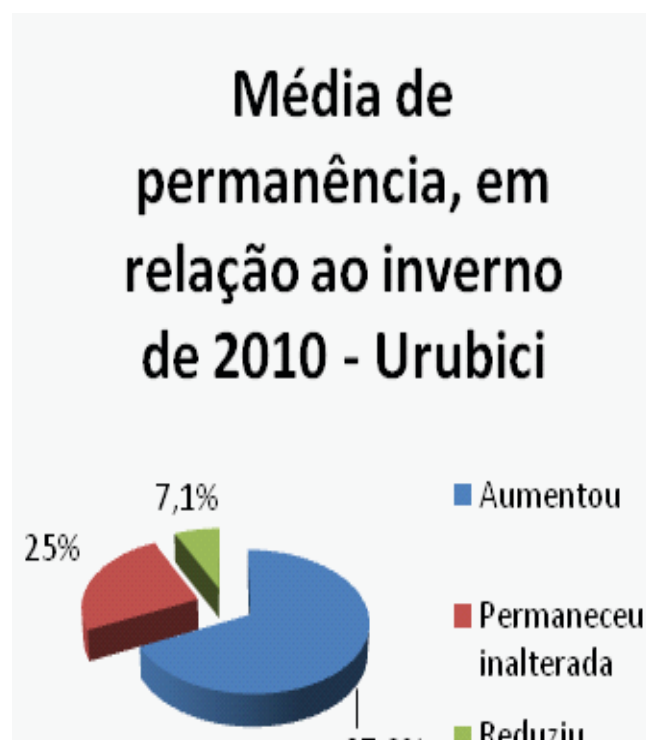
Primeiramente foi perguntado se o hotel ou pousada havia contratado novos funcionários para o período de inverno. Segue abaixo o resultado para as duas cidades:



A maioria, tanto em São Joaquim (53,9%) quanto em Urubici (60,7%), não contratou novos colaboradores para o período. Entretanto, os hotéis e pousadas que contrataram novos funcionários não podem ser desprezados, já que representam um percentual significativo nas duas cidades. Sendo que a média geral de funcionários contratados por hotéis ou pousadas foi de 1,4 pessoas em São Joaquim e de 0,6 em Urubici.

Já em relação ao percentual de ocupação dos leitos, em São Joaquim, com uma média de leitos por hotel de 33, a média da ocupação registrada foi de 56%. Dado que em Urubici foi de 36% com uma média de 20 leitos por hotel. No geral, a ocupação média nos hotéis foi pequena, tanto em São Joaquim como em Urubici.

Isso se explica pelo fato de que a maioria das pessoas fica apenas um final de semana nas cidades, o que faz com que nestes momentos a ocupação atinja picos, que, no entanto, não se mantém durante todo o resto da semana, levando às médias de ocupação baixas. Comprova esta tese o dado levantado pela pesquisa de que em São Joaquim a média de permanência nos hotéis e pousadas foi de 2 dias e em Urubici foi de 1,6. Já na comparação da média de permanência de 2011 em relação a 2010:



Nota-se que o comportamento entre as cidades é divergente, com São Joaquim apresentado um mau resultado e Urubici tendo um resultado bastante favorável. Enquanto que em São Joaquim a maioria (53,9%) dos hotéis teve a mesma média de permanência, em Urubici a maioria (67,9%) apresentou um aumento na média de permanência. Este fato pode ser um dos motivos do setor hoteleiro de Urubici ter tido uma variação de faturamento maior do que em São Joaquim. Em Urubici a variação em relação ao mesmo período de 2010 foi de 11,9%, sendo que em São Joaquim a variação foi de 4,2%. Resultado que está em consonância com o que foi encontrado pela pesquisa referente ao faturamento do resto do comércio nas duas cidades, ou seja, crescimento maior em Urubici do que em São Joaquim.

Já o gasto médio dos clientes nos hotéis foi de R\$ 169,00 em São Joaquim e de R\$ 135,30 em Urubici, o que está de acordo com o maior tempo de permanência nos hotéis e pousadas de São Joaquim.



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---

# TURISTA

Perfil e avaliação do destino  
São Joaquim

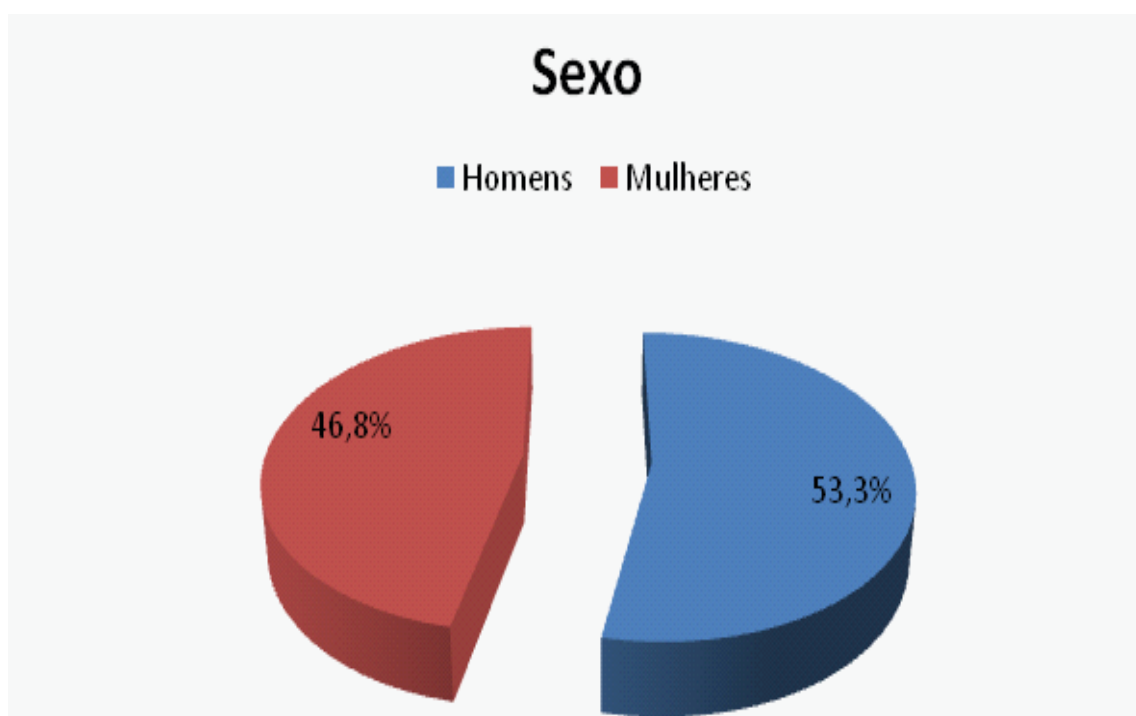


## Pesquisa com o turista de São Joaquim

Para melhor entender o motivo de certos resultados do comércio e da hotelaria de São Joaquim é extremamente necessário conhecer o perfil dos turistas que visitaram a região. Com este objetivo a Fecomércio-SC também realizou uma pesquisa com 232 visitantes da cidade.

### Perfil do turista

Em primeiro lugar é necessário levantar algumas características socioeconômicas dos turistas. Os gráficos e tabelas a seguir nos mostram estas características:



Faixa etária	
18 a 25 anos	29,9%
26 a 30 anos	11,3%
31 a 40 anos	22,1%
41 a 50 anos	21,2%
51 a 60 anos	8,7%
Mais de 60 anos	6,8%

**FECOMÉRCIO SC**Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

Renda familiar	
Até R\$ 705,00	15,2%
De R\$ 705,00 a R\$ 1.126,00	15,2%
De R\$ 1.126,00 a R\$ 4.854,00	32,5%
De R\$ 4.854,00 a R\$ 6.329,00	11,7%
Mais de R\$ 6.329,00	4,3%
Recusou responder	6,9%

Ocupação	
Carteira assinada	15,6%
Autônomo	48,9%
Empresário	8,2%
Funcionário público	9,5%
Aposentado	10,4%
Desempregado	1,0%
Outros	4,2%
Não sabe / Não respondeu	2,2%

Estados de origem	
Santa Catarina	58,0%
São Paulo	17,5%
Paraná	4,5%
Rio Grande do Sul	5,0%
Rio de Janeiro	7,6%
Distrito Federal	0,7%
Norte e Nordeste	5,1%
Outros	1,6%



FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

20 principais cidades de origem dos turistas	
Florianópolis – SC	12,5%
São Paulo – SP	11,2%
Blumenau – SC	8,2%
Rio de Janeiro – RJ	6,9%
Joinville – SC	5,6%
Santos – SP	4,3%
Belém do Pará – PA	3,4%
Lages – SC	3,4%
Curitiba – PR	3,0%
Itajaí – SC	3,0%
Jaraguá do Sul – SC	3,0%
Brusque – SC	2,2%
Içara – SC	2,2%
Balneário Camboriú – SC	1,7%
Guaramirim – SC	1,7%
Imbituba – SC	1,7%
Siderópolis – SC	1,7%
Navegantes – SC	1,3%
Pomerode – SC	1,3%
Porto Alegre – RS	1,3%

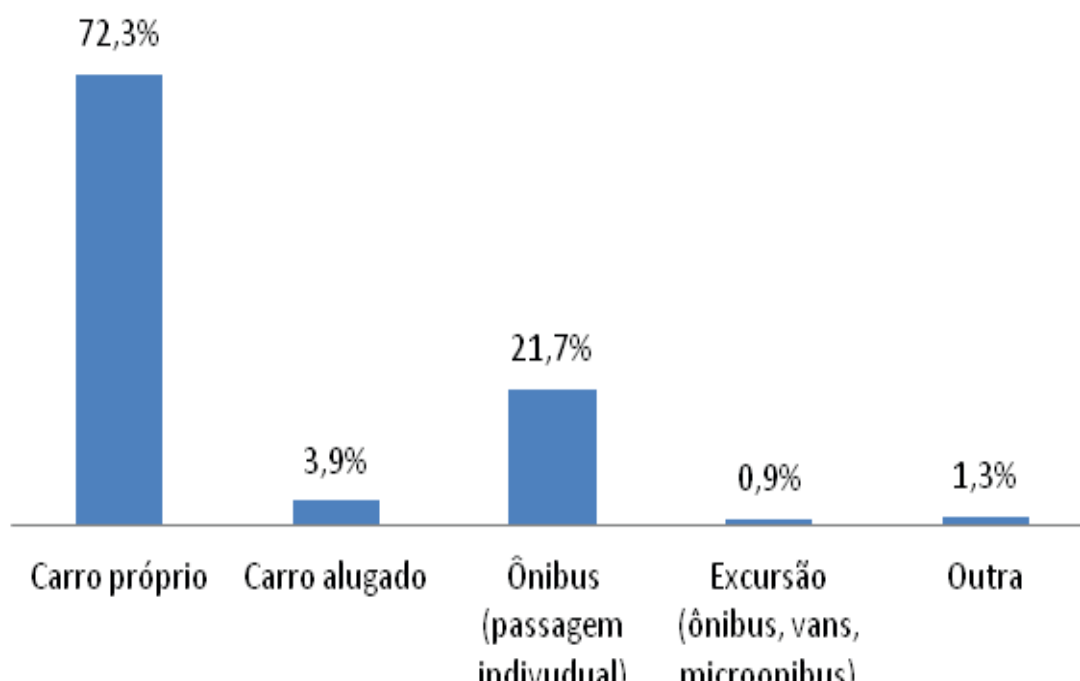
O turista que visitou São Joaquim neste inverno foi de idade bastante variada, desde os 18 anos até os 50, a maioria das classes mais baixas (29,4% com renda entre R\$ 705,00 e R\$ 1.126,00 e 15,2% com renda inferior a R\$ 705,00) e da classe C (32,5% com renda entre R\$ 1.126,00 a R\$ 4.854,00), sendo que as ocupações destas pessoas são, majoritariamente, trabalhadores autônomos (48,9%) e trabalhadores com carteira assinada (15,6%).

O principal estado de origem destas pessoas é Santa Catarina (58%), seguida por São Paulo (17,5%) e pelo Rio de Janeiro (7,6%). O fato de Santa Catarina liderar com folga como principal origem dos turistas está relacionado à própria renda reduzida dos turistas, o que implica em um deslocamento de curta distância.

Isso fica claro ao olhar-se para as 20 principais cidades de origem dos turistas, onde fica clara a grande presença de cidades de dentro do nosso estado. Lidera a lista Florianópolis (12,5%), seguida por São Paulo (11,2%) com uma forte presença de pessoas, Blumenau (8,2%), Rio de Janeiro (6,9%) e Joinville (5,6%).

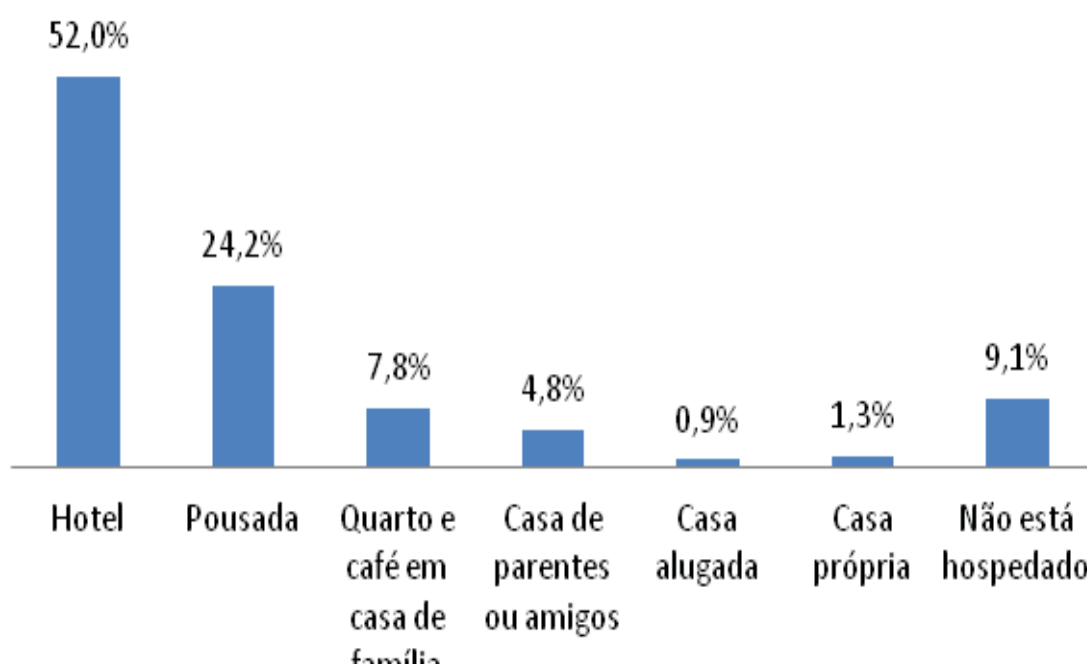
Esse deslocamento de curta distância do turista fica ainda mais claro ao se observar o meio de transporte utilizado para chegar a São Joaquim, como pode ser visto no gráfico abaixo. A absoluta maioria dos turistas, 72,3%, chegou à cidade de carro, o que indica viagens de não tão longa duração. Também se destaca as 21,7% de pessoas que chegaram através de ônibus de linha.

## Meio de transporte utilizado



Já o tipo de hospedagem dos turistas pode ser visto no gráfico abaixo:

## Forma de hospedagem

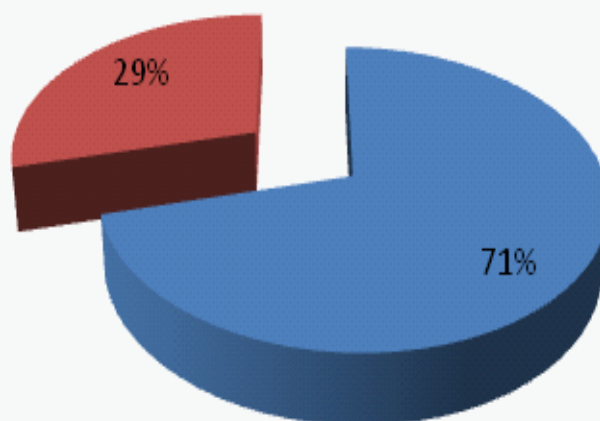


A maioria dos turistas utilizou os serviços de hotelaria da cidade, sendo que 52% ficaram em hotéis e 24,2% ficaram em pousadas. Também foi expressivo o número de pessoas em quartos em casa de famílias, 7,8%. Ao perguntar-se a estes turistas quantos dias ficariam na cidade, a média respondida foi de 2,2 dias, o que corrobora a tese de que a maioria fica apenas um final de semana na cidade e vai embora, causando picos de ocupação na rede hoteleira, mas mantendo a ocupação ociosa durante a semana.

Ao perguntar se esta era a primeira vez que os turistas vinham a São Joaquim, obteve-se a seguinte resposta:

## É a primeira vez em São Joaquim?

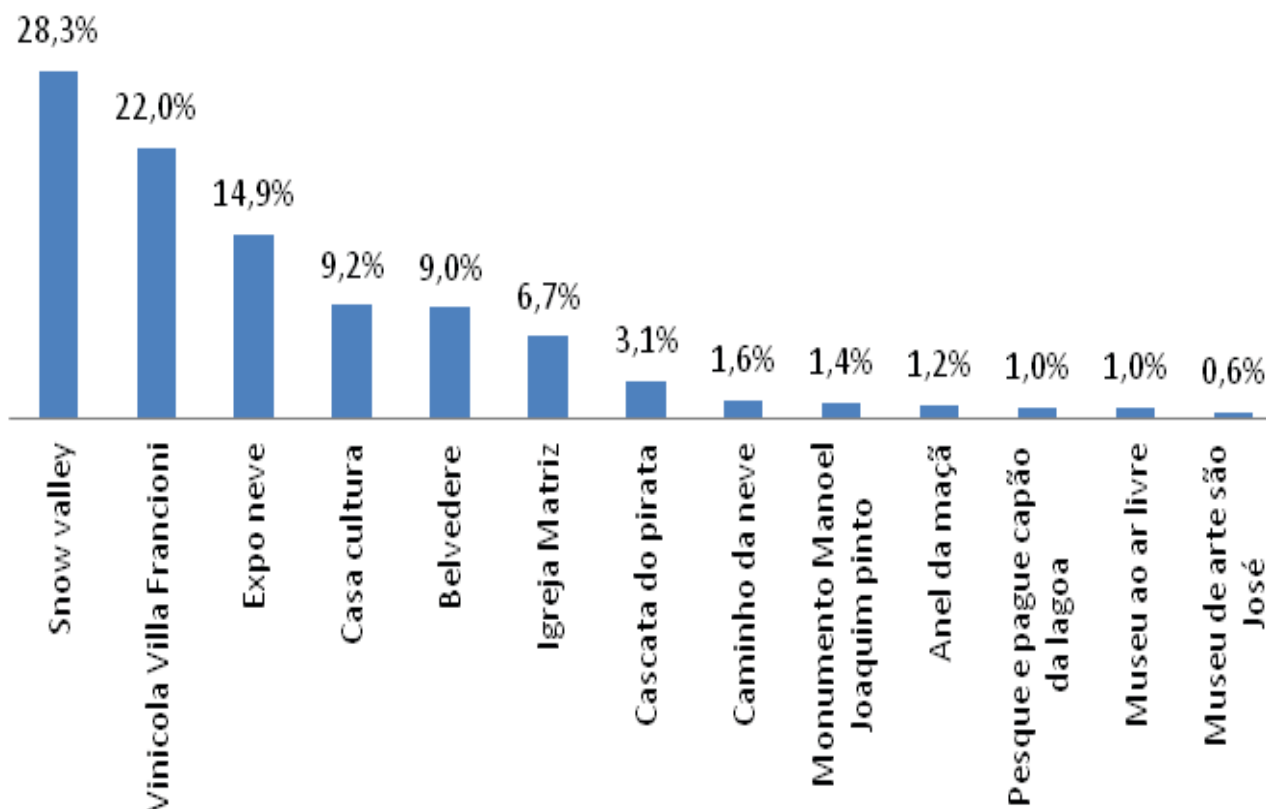
■ Sim ■ Não



Assim, a maioria das pessoas, 71%, visitou a cidade pela primeira vez, o que mostra uma boa renovação do público. Outra informação levantada é a de que a média de tamanho dos grupos de pessoas que chegaram a São Joaquim foi de 15,1 pessoas por grupo, o que mostra que a maioria dos turistas chegou à cidade em grupos grandes, provavelmente com vários carros.

Com relação aos pontos turísticos da cidade, a Fecomércio perguntou qual dos pontos turísticos de São Joaquim era o mais requisitado pelo visitante, obtendo-se a seguinte opinião:

## Pontos turísticos mais requisitados

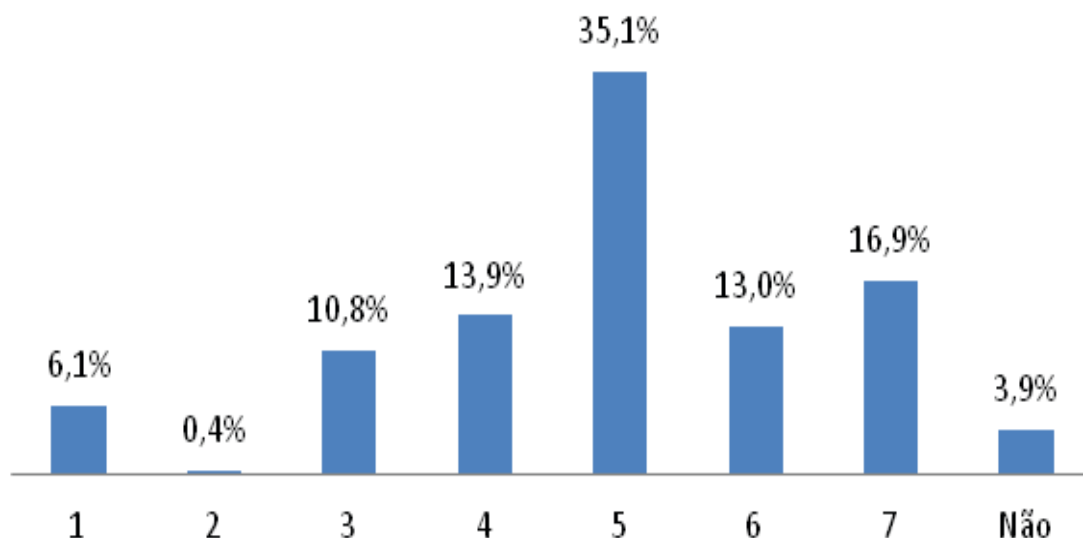


Assim, os cinco principais pontos turísticos de São Joaquim, na opinião dos turistas, foram, por ordem de importância, o Snow Valley, a Vinícola Villa Francione, a Expo Neve, a Casa da Cultura e o Belvedere.

Para se ter uma idéia dos gastos dos turistas com o comércio de São Joaquim, em primeiro lugar foi perguntado se o entrevistado iria comprar produtos do comércio da cidade, sendo que 90,5% deles afirmaram que sim. Isso mostra uma grande disposição em utilizar o comércio da cidade. O que, aliado à expectativa de gasto médio por turista de R\$ 226,00, exclusivamente no comércio, mostrou uma boa disposição em gastar dos turistas. Entretanto, a expansão pequena do faturamento do comércio da cidade vista anteriormente dá a entender que esta boa expectativa de gastos não se consolidou totalmente, pelo menos em comparação com os gastos do ano passado.

Já em relação ao atendimento do comércio, foi sugerido aos entrevistados que atribuíssem uma nota de 1 a 7 para o serviço. Sendo que 1 é a nota mínima, que representa total insatisfação, e 7 é a nota máxima, que representa total satisfação.

## Avaliação do atendimento do comércio



A principal nota dada pelos turistas foi a 5, que indica um grau de satisfação de moderado para alto. Também foi verificado 31,2% de notas inferiores a 4, sendo 6,1% delas a nota mínima (1). Além de 29,9% de notas 6 e 7, que indicam uma boa avaliação. No geral o atendimento do comércio foi avaliado de maneira média, o que indica uma debilidade neste sentido, com conseqüente necessidade de mudança.

Também se procurou saber se o turista na mesma viagem já tinha conhecido ou buscava conhecer outras cidades, impulsionando a atividade econômica de outros lugares. A resposta foi de que 62,3% das pessoas procurariam conhecer outras cidades, um número bastante relevante. Segue abaixo as 10 cidades mais citadas como destino:

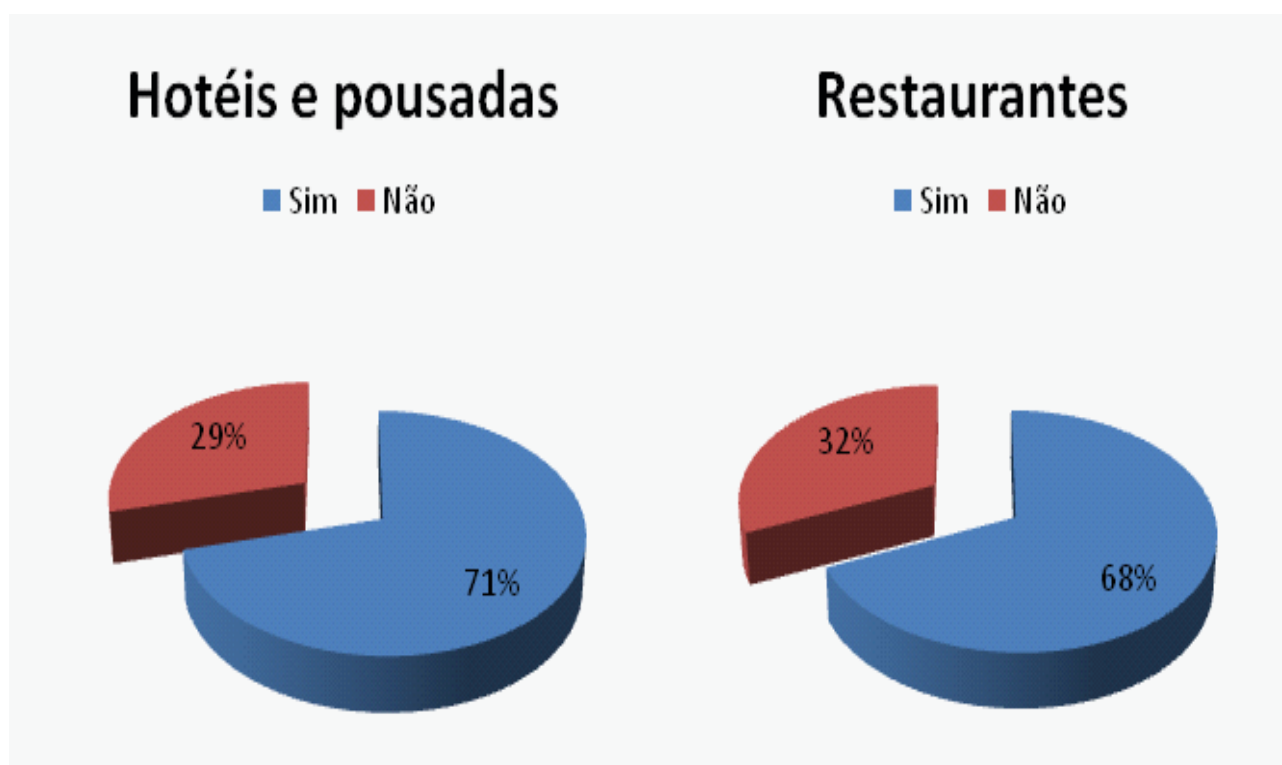
Principais outras cidades visitadas	
Lages	16,2%
Florianópolis	15,2%
Blumenau	14,1%
Bom Jardim da Serra	12,1%
Urupema	8,1%
Urubici	8,1%
Treze Tilhas	4,0%
Fraiburgo	4,0%
Lauro Miller	3,0%



## Avaliação da cidade

Para se ter uma noção de como o turista percebia a estrutura da cidade, foram feitas algumas questões para que o mesmo respondesse.

Primeiramente foi perguntado se ele considerava os hotéis/pousadas e os restaurantes preparados para suportar o frio intenso do período.



Como pode ver-se, a maioria considerou estes locais preparados. Entretanto, um percentual considerável de pessoas afirmou que isso não ocorria, o que indica um ponto a ser melhorado para os próximos anos.

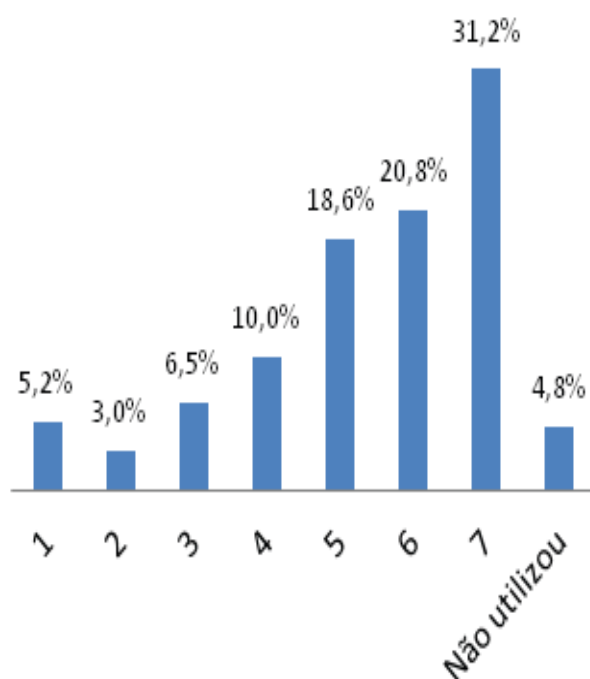
Também foi pedido para que os visitantes avaliassem vários outros pontos da cidade, atribuindo, como anteriormente em relação ao atendimento do comércio, notas de 1 a 7. Seguem os resultados:



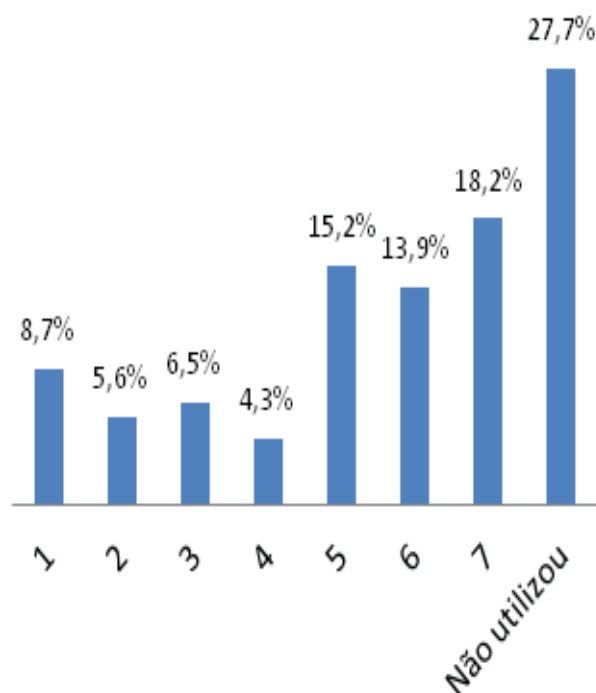
**FECOMÉRCIO SC**

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

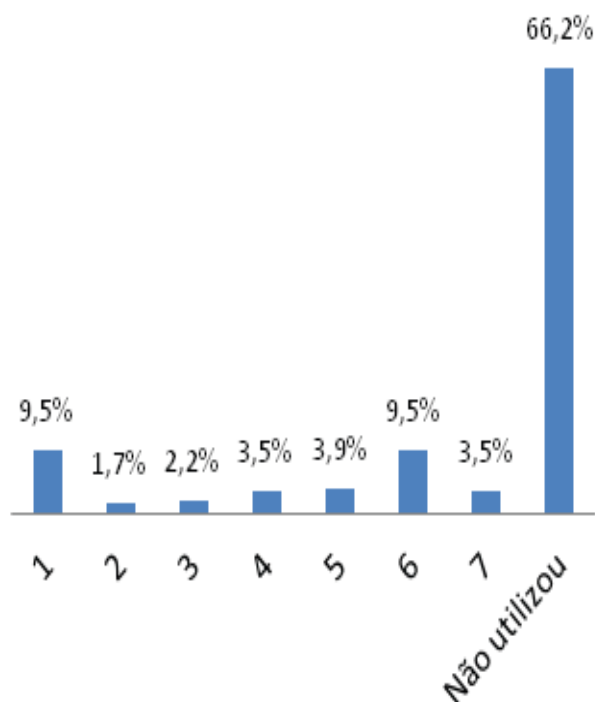
## Hospedagem



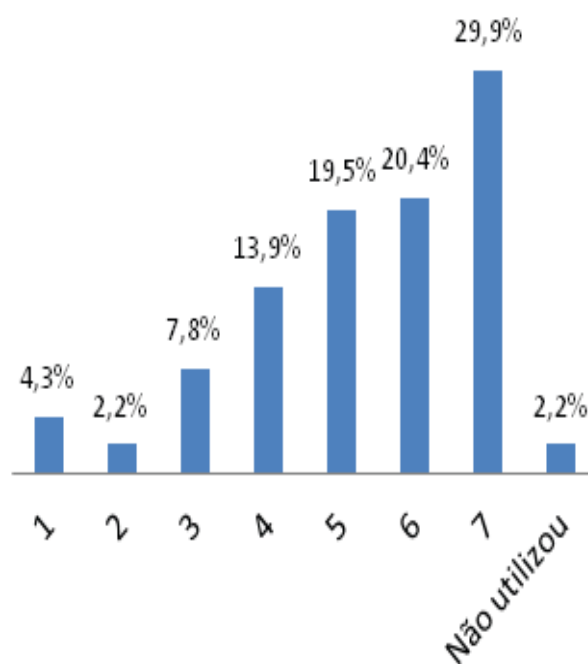
## Táxis



## Transporte público



## Gastronomia

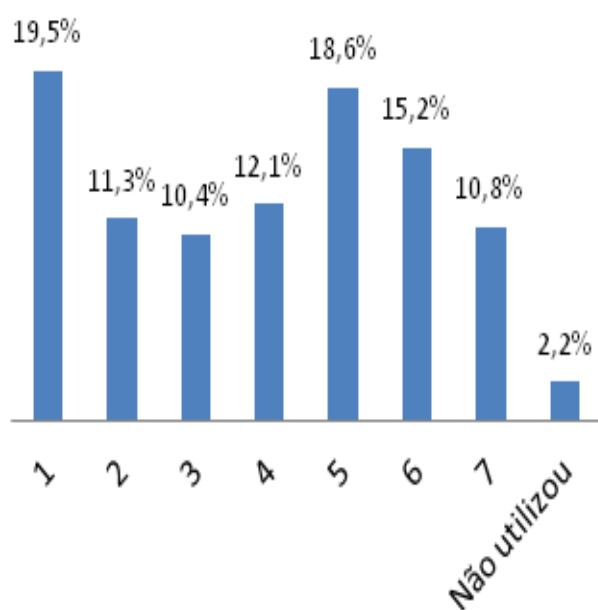




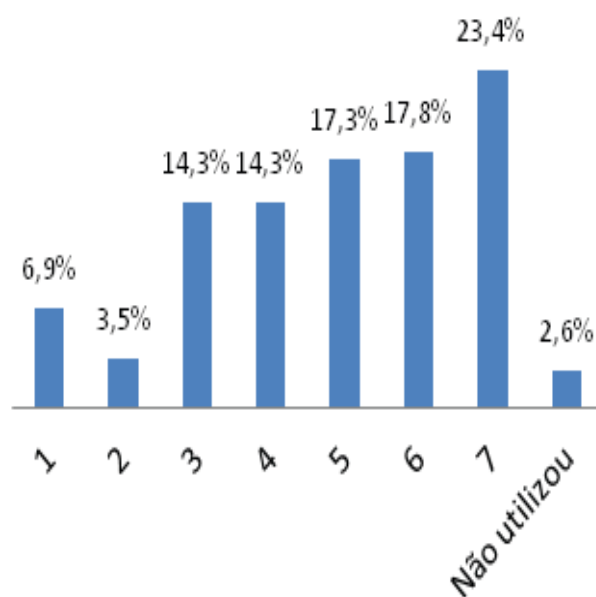
**FECOMÉRCIO SC**

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

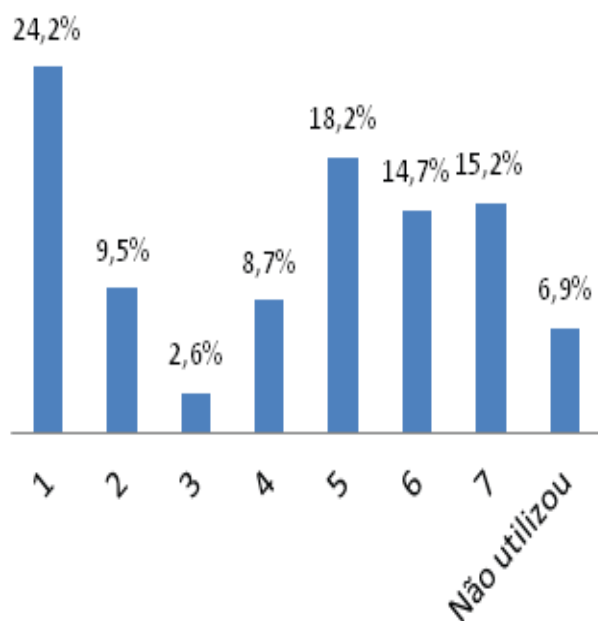
## Infra-estrutura viária



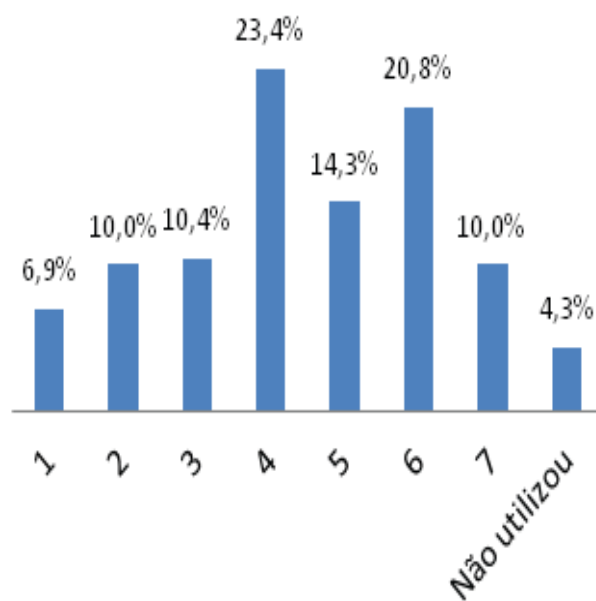
## Atendimento nos bares e restaurantes



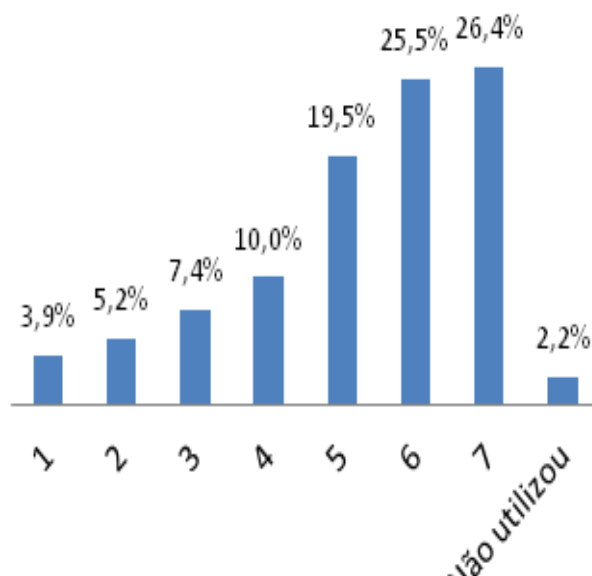
## Segurança pública



## Serviço de orientação ao turista



## Receptividade do morador local



Pode-se notar que alguns itens foram indiscutivelmente bem analisados, com predominância de notas altas. Estes itens foram a hospedagem, os táxis, a gastronomia e a receptividade do morador local. Desta maneira, estes itens aparecem como os pontos fortes de São Joaquim na conquista do afeto do turista.

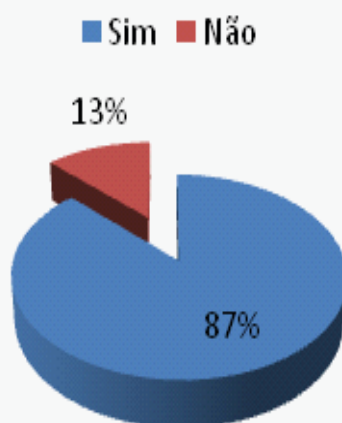
Já outros itens tiveram avaliação mediana, com algumas notas altas, mas também com várias notas baixas. Exemplos disso são o transporte público, o atendimento nos bares e restaurantes e o serviço de orientação ao turista. Isso mostra que tais itens têm de ser aprimorados para melhor receber os turistas no inverno vindouro.

Os pontos que na avaliação do turista foram negativos, com predominância de notas baixas, foram a infra-estrutura viária e a segurança pública, ambos os itens relacionados aos serviços de atribuição do órgão público responsável. Sendo assim, é necessária uma grande atenção por parte das autoridades públicas na melhoria de tais condições, que assim criarão uma maior sensação de bem estar para os turistas, com provável maior movimento e aumento dos gastos.

Para complementar essa análise, dando maior subsídio para a identificação dos problemas que afligem os turistas, perguntou-se à eles o que sugeririam de mudanças para melhorar sua estadia na cidade. Por ordem de ocorrência de respostas, foram sugeridas as seguintes melhorias: 1) melhorar a estrutura da cidade, 2) aumentar a quantidade de restaurantes e melhorar a estrutura dos já existentes, 3) melhorar a qualidade e a sinalização das ruas, 4) ampliar a quantidade de pousadas/hotéis e melhorar a estrutura das já existentes e 5) melhorar os acessos aos pontos turísticos.

Adicionalmente a todas estas informações, a FECOMÉRCIO-SC também buscou saber se os turistas pensavam em retornar no ano seguinte à cidade.

## Pretende retornar no próximo ano?



Fica claro que, apesar de apontarem alguns problemas, os turistas ficaram satisfeitos com o tempo que passaram em São Joaquim, sendo que 87% deles pretendem voltar à cidade no próximo ano. Esse dado é um bom termômetro do sucesso, junto ao turista, da cidade.



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---

# TURISTA

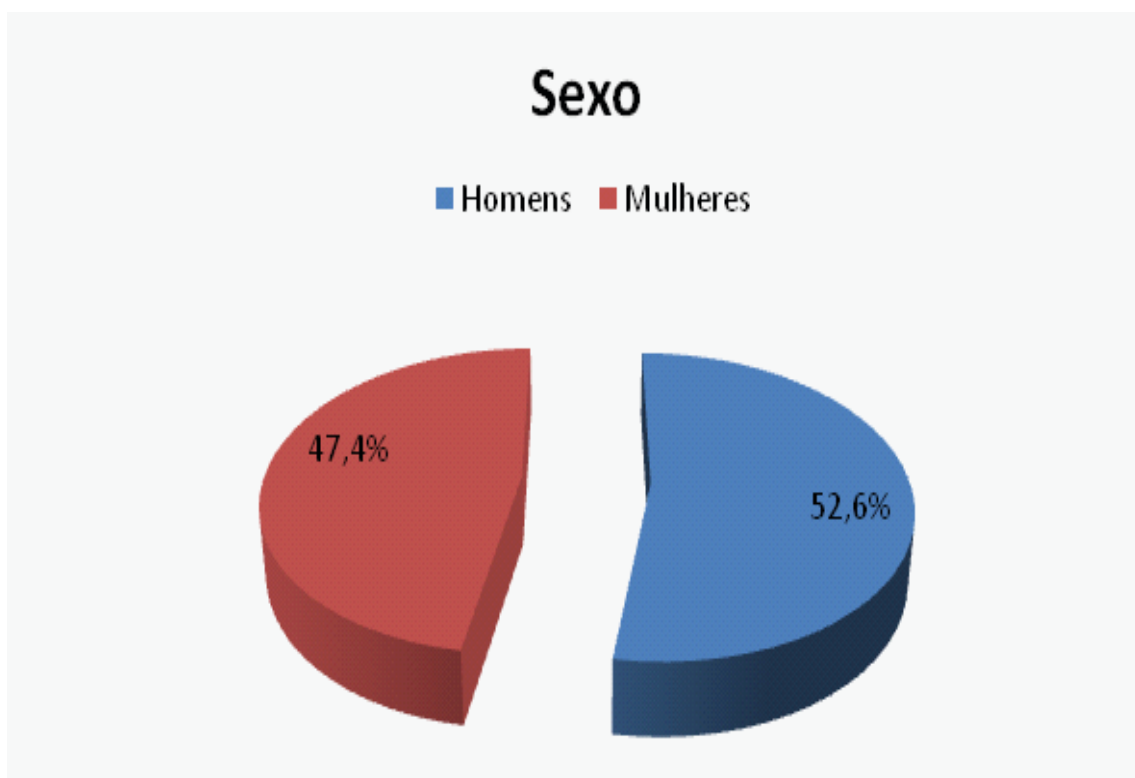
Perfil e avaliação do destino  
Urubici

## Pesquisa com o turista de Urubici

Para melhor apreender as causas dos resultados do comércio e da hotelaria de Urubici, também se faz necessário conhecer o perfil dos turistas que visitaram a cidade. Com este objetivo a Fecomércio-SC também realizou uma pesquisa com 314 turistas.

### Perfil do turista

A primeira informação necessária para entender o turista de Urubici é seu aspecto socioeconômico. Os gráficos e tabelas a seguir nos mostram estas características:



Faixa etária	
18 a 25 anos	15,9%
26 a 30 anos	17,8%
31 a 40 anos	29,6%
41 a 50 anos	20,1%
51 a 60 anos	13,1%
Mais de 60 anos	3,5%

**FECOMÉRCIO SC**Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

Renda familiar	
Até R\$ 705,00	6,4%
De R\$ 705,00 a R\$ 1.126,00	40,5%
De R\$ 1.126,00 a R\$ 4.854,00	19,8%
De R\$ 4.854,00 a R\$ 6.329,00	16,2%
Mais de R\$ 6.329,00	17,2%
Recusou responder	6,4%

Ocupação	
Carteira assinada	45,2%
Autônomo	19,9%
Empresário	17,4%
Funcionário público	8,8%
Aposentado	7,5%
Desempregado	1,2%

Estados de origem	
Santa Catarina	77,6%
São Paulo	9,9%
Paraná	3,4%
Rio Grande do Sul	3,6%
Rio de Janeiro	1,9%
Norte e Nordeste	1,2%
Outros	2,4%



**FECOMÉRCIO SC**Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

20 principais cidades de origem dos turistas	
Florianópolis – SC	15,1%
Blumenau – SC	9,8%
Jaraguá do Sul – SC	8,8%
Brusque – SC	7,0%
Joinville – SC	7,0%
São Paulo – SP	5,7%
São José – SC	5,1%
Lages – SC	2,6%
Itajaí – SC	2,8%
Curitiba – PR	2,2%
Gaspar – SC	1,9%
Rio de Janeiro – RJ	1,9%
Balneário Camboriú – SC	1,8%
Indaial – SC	1,5%
Ilhota – SC	1,0%
Palhoça – SC	1,0%
Rio do Sul – SC	1,0%
São Bento do Sul – SC	1,0%
Criciúma – SC	0,9%
Novo Hamburgo – RS	0,9%

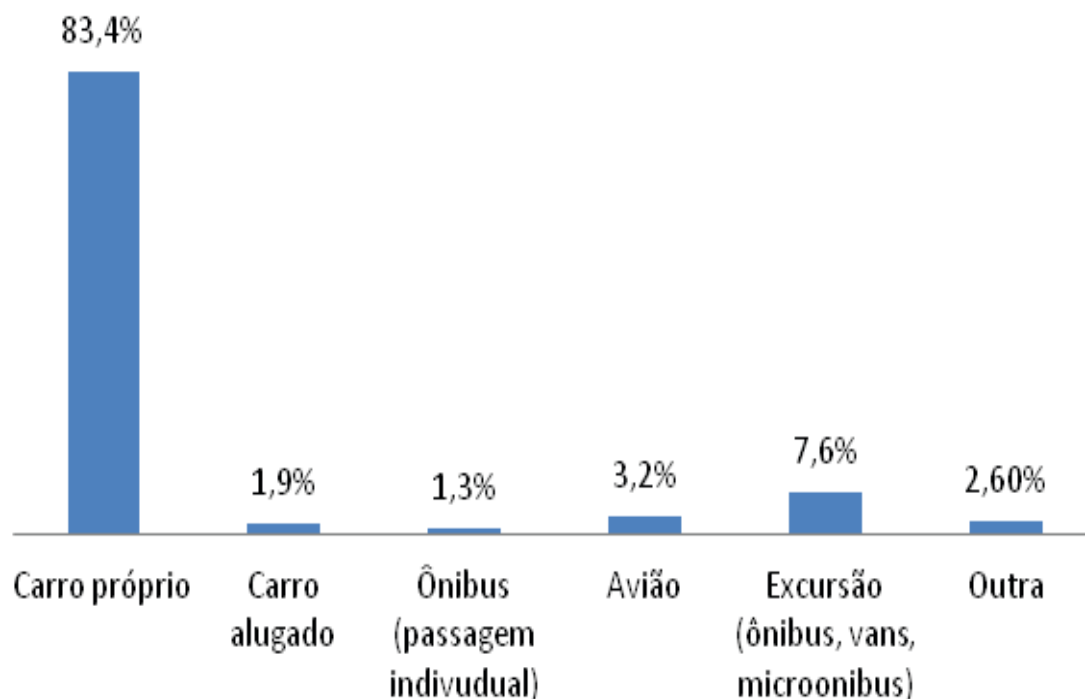
A idade dos turistas que visitaram Urubici varia bastante, assim como em São Joaquim, oscila entre os 18 e os 60 anos. Sendo que aqui a classe social mais presente são as mais baixas (46,9%) e a C (36%). A principal ocupação que dá origem a esse rendimento, por sua vez, são os trabalhadores com carteira assinada (45,2%), além dos autônomos (19,9%) e dos empresários (17,4%).

Majoritariamente em Urubici predomina a presença de turistas catarinenses (77,6%), mais do que em São Joaquim, muito provavelmente pela menor divulgação da cidade na mídia nacional em tempos de frio. Segue Santa Catarina o estado de São Paulo (9,9%) e o do Rio Grande do Sul (3,6%). Aqui também esse raio de deslocamento do turista é pequeno, associado fortemente a renda reduzida dos visitantes.

Afirma essa tese o fato das principais cidades de origem dos turistas serem de dentro do próprio estado. Em primeiro lugar aparece Florianópolis (15,1%), seguida por Blumenau (9,8%), Jaraguá do Sul (8,8%), Brusque (7%) e Joinville (7%).

Essa renda pequena que leva a um deslocamento de distâncias reduzidas também aparece na forma de transporte utilizada pelos turistas. Segue abaixo os dados:

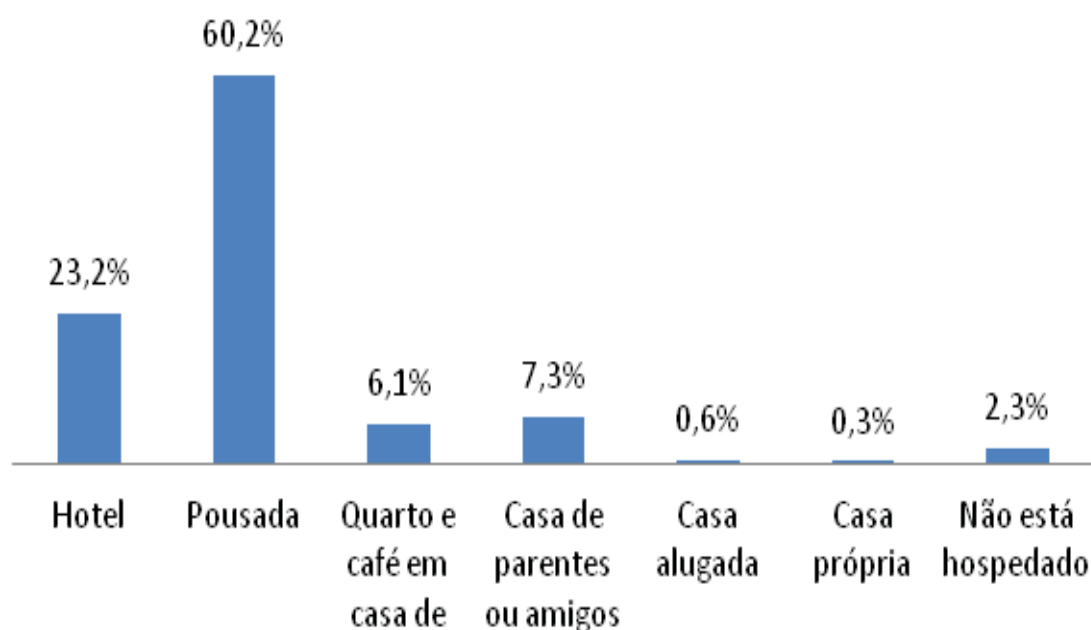
## Meio de transporte utilizado



Nota-se que o carro próprio é o meio de transporte de 83,4% dos turistas que visitam a cidade, confirmando a pequena distância das viagens, já que grandes deslocamentos, na grande maioria das vezes, exigem meios de transporte mais rápidos ou mais cômodos.

Já o tipo de hospedagem dos turistas pode ser visto no gráfico abaixo:

## Forma de hospedagem

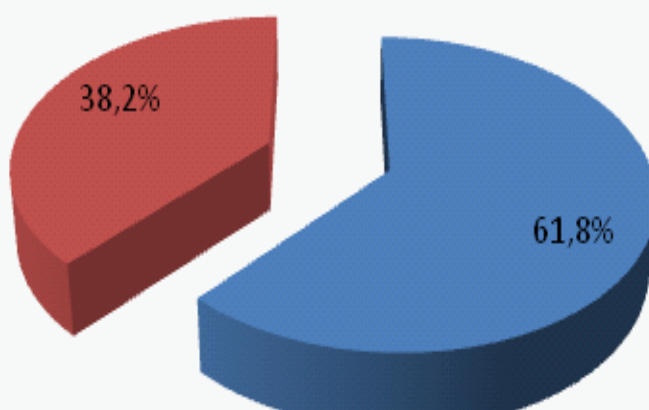


É importante observar que a maioria dos turistas ficou hospedado em Urubici, sendo que a maioria deles em pousadas (60,2%) e em hotéis (23,2%). Isso ajuda a explicar o bom resultado do setor hoteleiro da cidade, que registrou um expressivo aumento da ocupação em relação ao ano anterior, como já mostrado anteriormente. A média de dias na cidade por turista ficou em 2,3 dias, mostrando que esta boa ocupação se deu quase totalmente durante os finais de semana.

Já ao indagar-se se esta era a primeira vez que os turistas vinham a Urubici, obteve-se a seguinte resposta:

## É a primeira vez que visita Urubici?

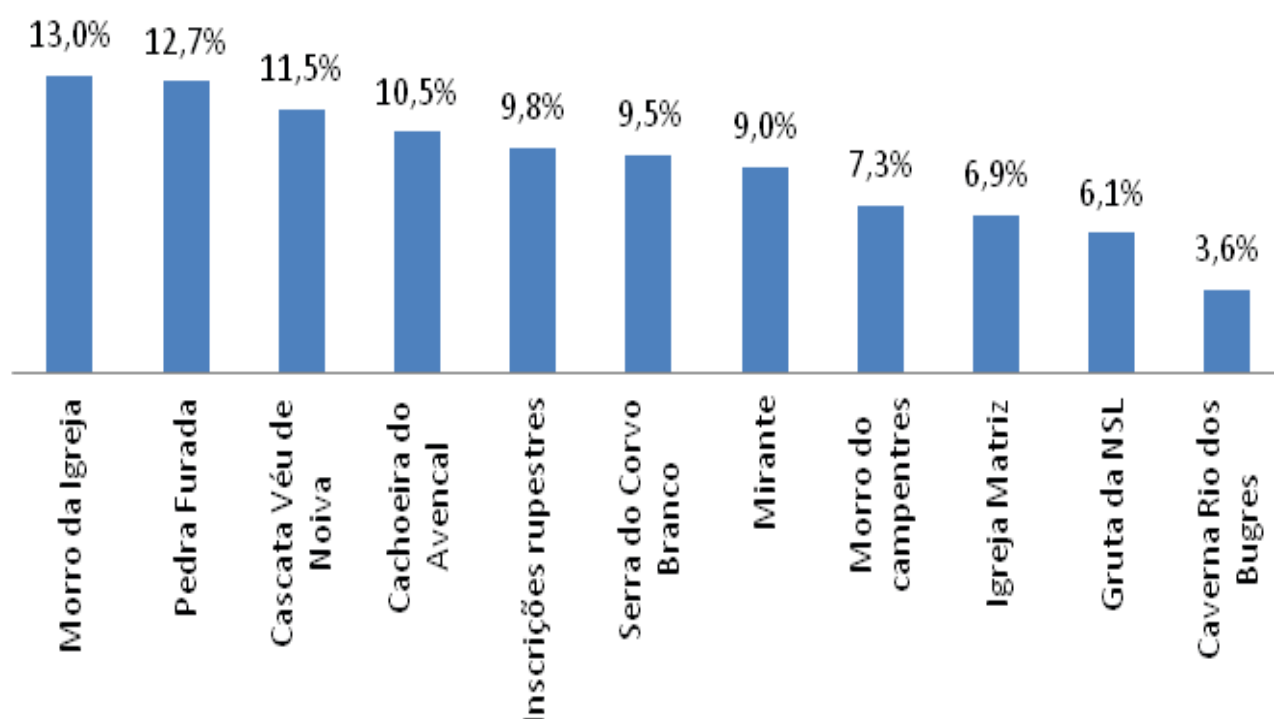
■ Sim ■ Não



Como pode se notar, a maioria das pessoas (61,8%) visita Urubici pela primeira vez, ou seja, existiu uma boa renovação do público visitante. Já a média de pessoas por grupo de visitantes foi de 4,8 pessoas, número bastante inferior ao de São Joaquim, mostrando um perfil turístico de famílias que chegam a cidade por meio de seu automóvel.

Relativamente aos pontos turísticos de Urubici, perguntou-se qual dos pontos turísticos da cidade era o mais requisitado pelo turista, chegando-se a seguinte resposta:

## Pontos turísticos mais requisitados

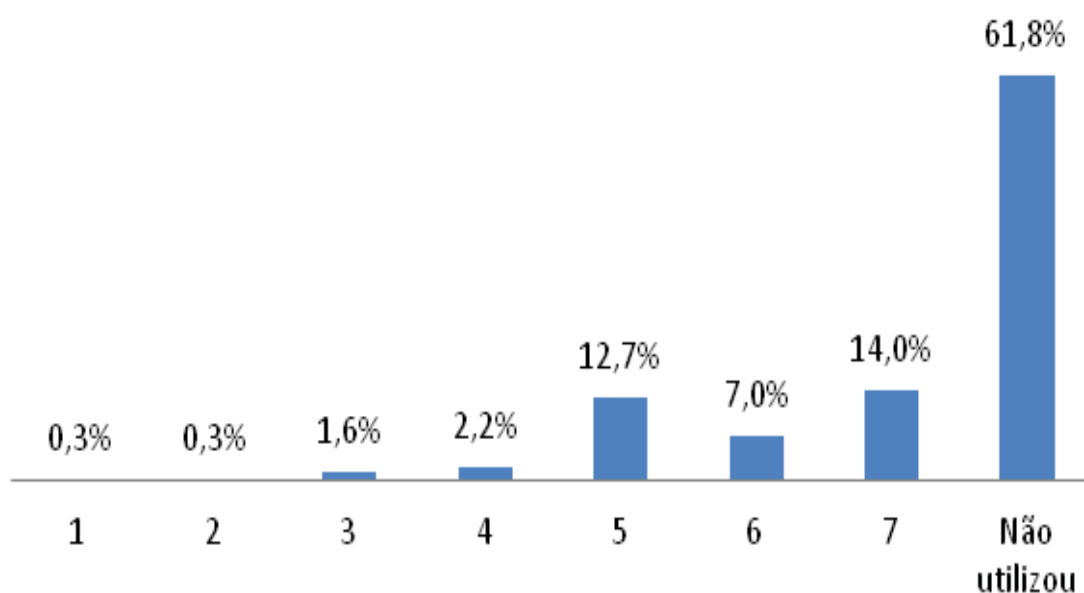


Desta forma, na visão do turista, os cinco principais pontos turísticos de Urubici são, em ordem decrescente de importância, o Morro da Igreja, a Pedra Furada, a Cascata Vêu de Noiva, a Cachoeira do Avencal e as inscrições rupestres.

Relativamente à relação entre o turista e o comércio de Urubici, primeiramente perguntou-se se o turista compraria no comércio da cidade. Encontrou-se que apenas 55,7% dos visitantes buscariam o comércio da cidade, percentual bastante reduzido. Já a expectativa de gasto médio deste percentual de turistas ficou em R\$ 126,30, um gasto pequeno, porém condizente com a média de dias das pessoas na cidade.

Também se buscou apreender a avaliação do turista em relação ao atendimento do comércio da cidade. Segue o resultado:

## Avaliação do atendimento do comércio



A maioria dos turistas (61,8%) ou não iriam utilizar o comércio de qualquer maneira, ou ainda não tinham utilizado no momento da pesquisa e não podiam avaliá-lo ainda. Entre aqueles que já haviam visitado o comércio, a maioria das notas foram altas, entre 5 e 7, o que denota um bom atendimento.

Também, da mesma maneira que com o turista de São Joaquim, se procurou saber se o turista na mesma viagem já tinha conhecido ou buscava conhecer outras cidades, impulsionando a atividade econômica de outros lugares. A resposta foi de que 86,6% das pessoas procurariam conhecer outras cidades, percentual bastante elevado. Segue abaixo as 10 cidades mais citadas como destino:



**FECOMÉRCIO SC**

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

Principais outras cidades visitadas	
São Joaquim – SC	38,5
Bom Jardim da Serra – SC	15,0
Urupema – SC	12,4
Lages – SC	10,5
Treze Tilhas – SC	5,1
Rio Rufino – SC	4,7
Braço do Norte – SC	4,5
São José dos Ausentes – RS	4,3
Florianópolis - SC	0,4

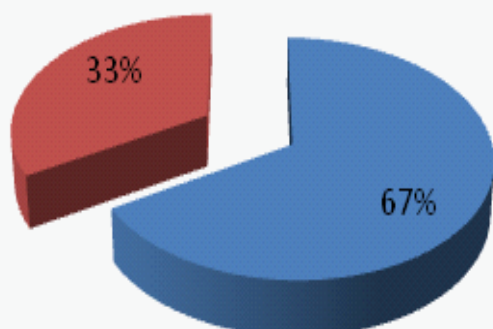
### Avaliação da cidade

Para se ter uma noção de como o turista percebia a estrutura de Urubici, algumas perguntas foram feitas para serem respondidas pelos turistas.

Primeiramente foi perguntado se ele considerava os hotéis/pousadas e os restaurantes preparados para suportar o frio intenso da região no período.

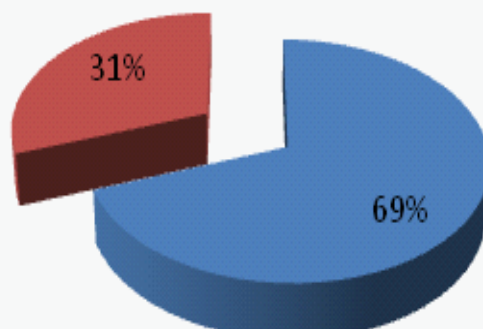
#### Hotéis e pousadas

■ Sim ■ Não



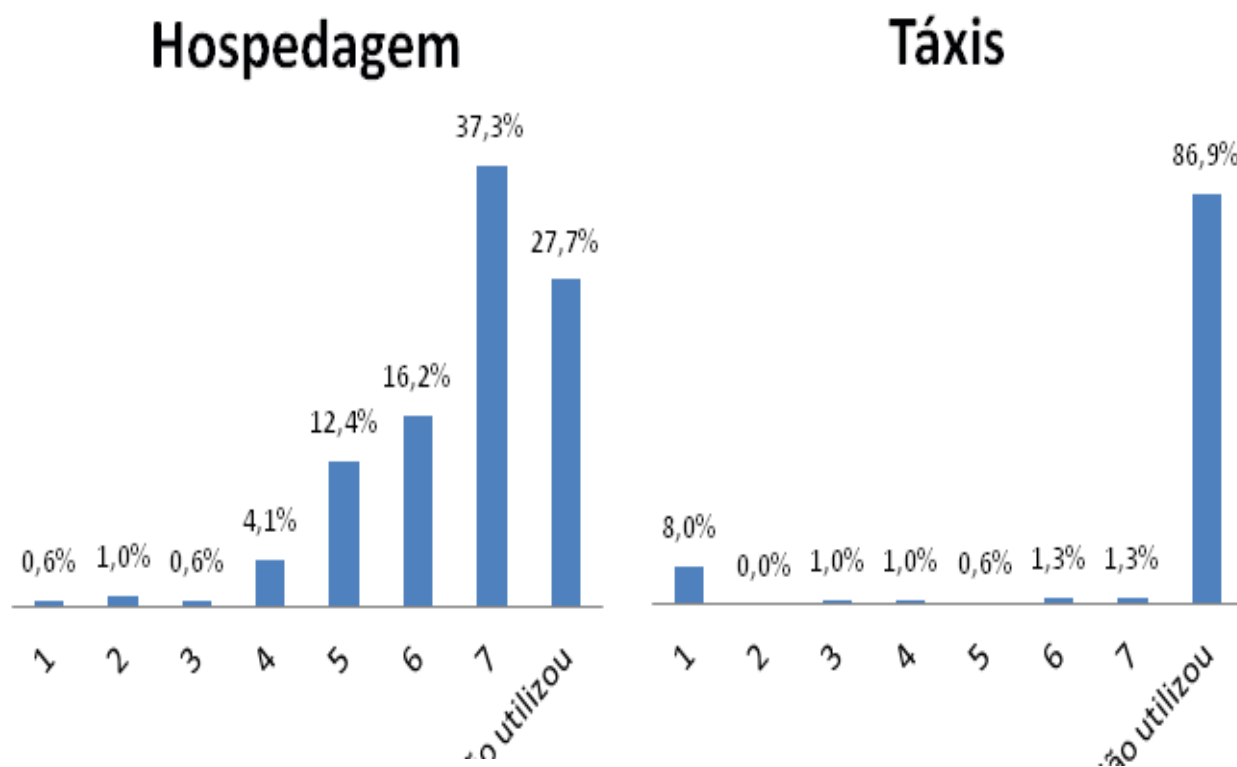
#### Restaurantes

■ Sim ■ Não



A maioria considerou os locais preparados para o frio, entretanto, em ambos os casos um percentual expressivo de pessoas achou que os locais não estavam preparados, o que sugere um grau considerável de descontentamento, que deve ser corrigido.

Outros elementos da cidade também foram avaliados, com notas de 1 a 7. Seguem os dados coletados:



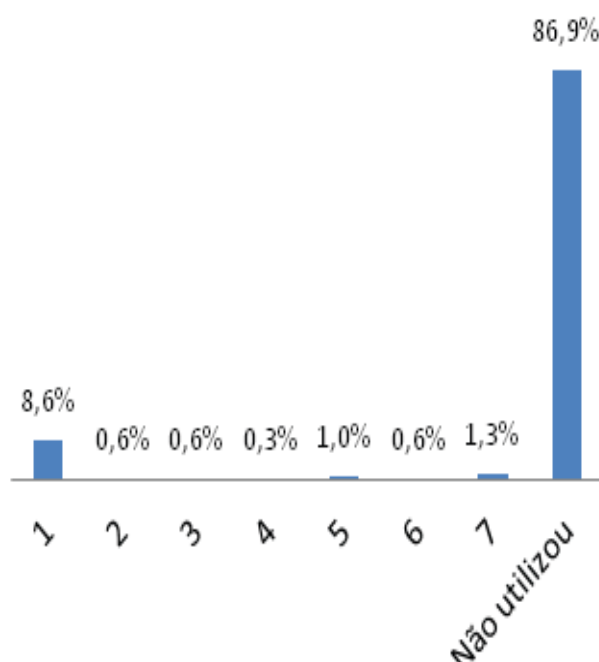




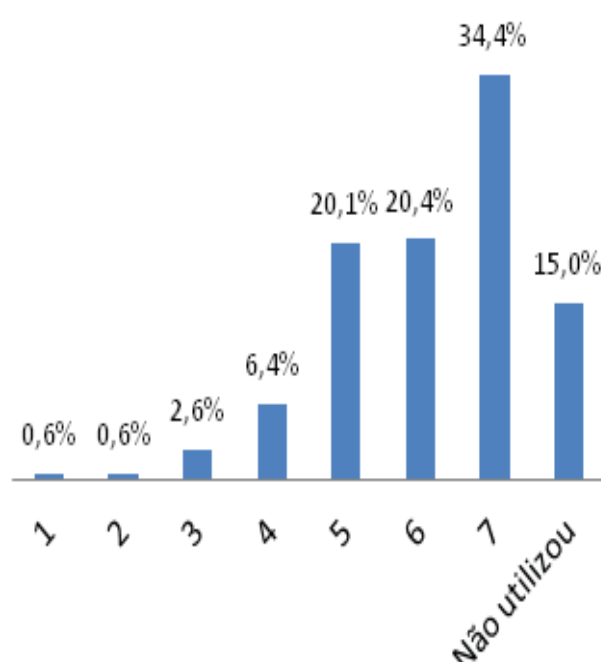
**FECOMÉRCIO SC**

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

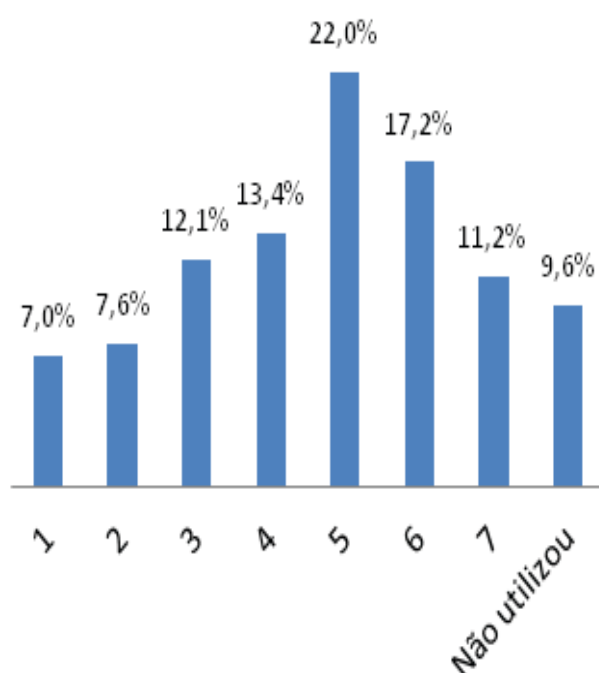
## Transporte Público



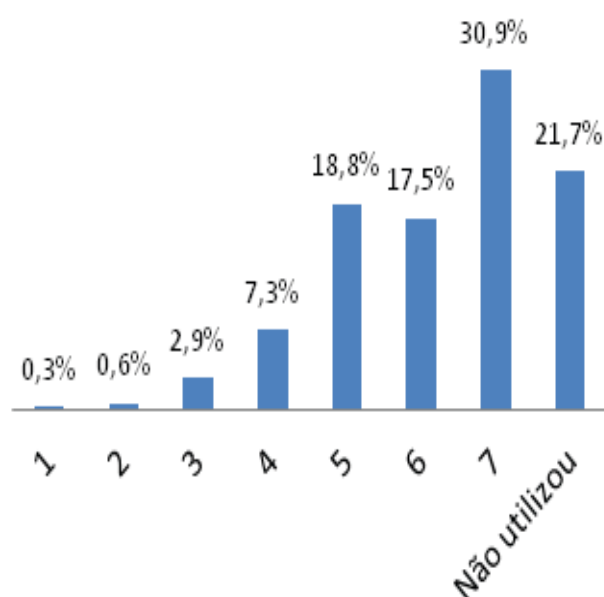
## Gastronomia



## Infra-estrutura viária



## Atendimento nos bares e restaurantes

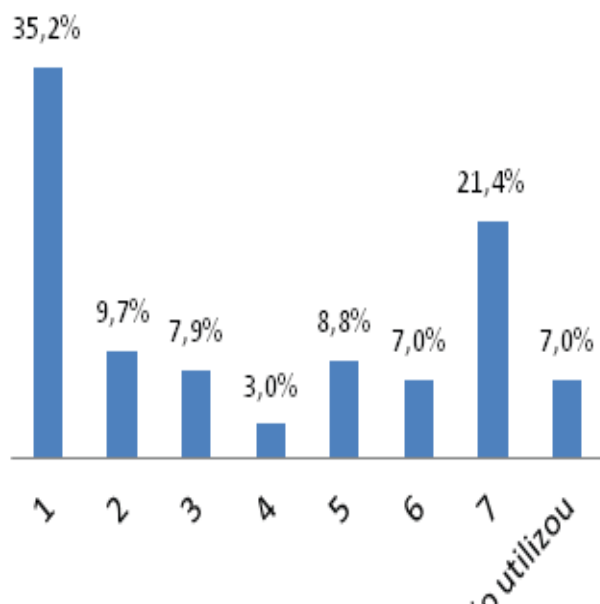




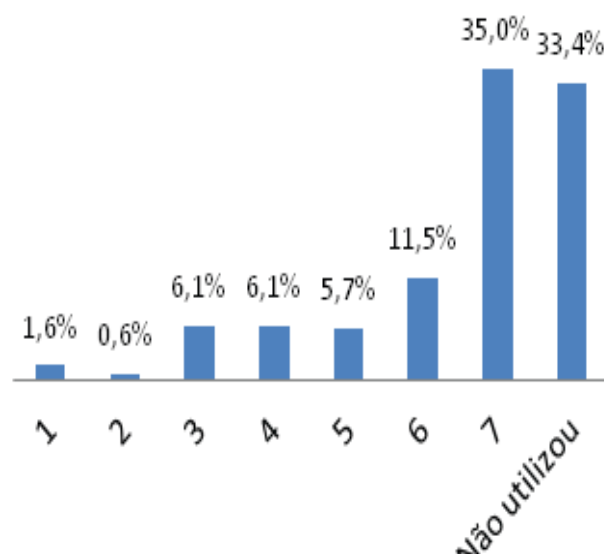
**FECOMÉRCIO SC**

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

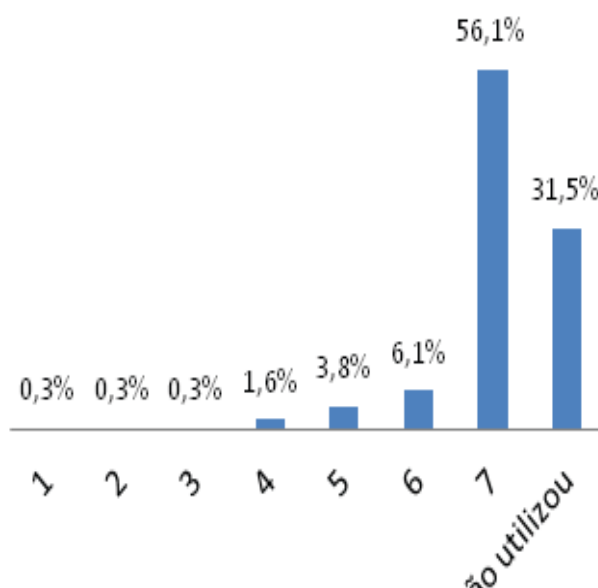
## Segurança pública



## Serviço de orientação ao turista



## Receptividade do morador local

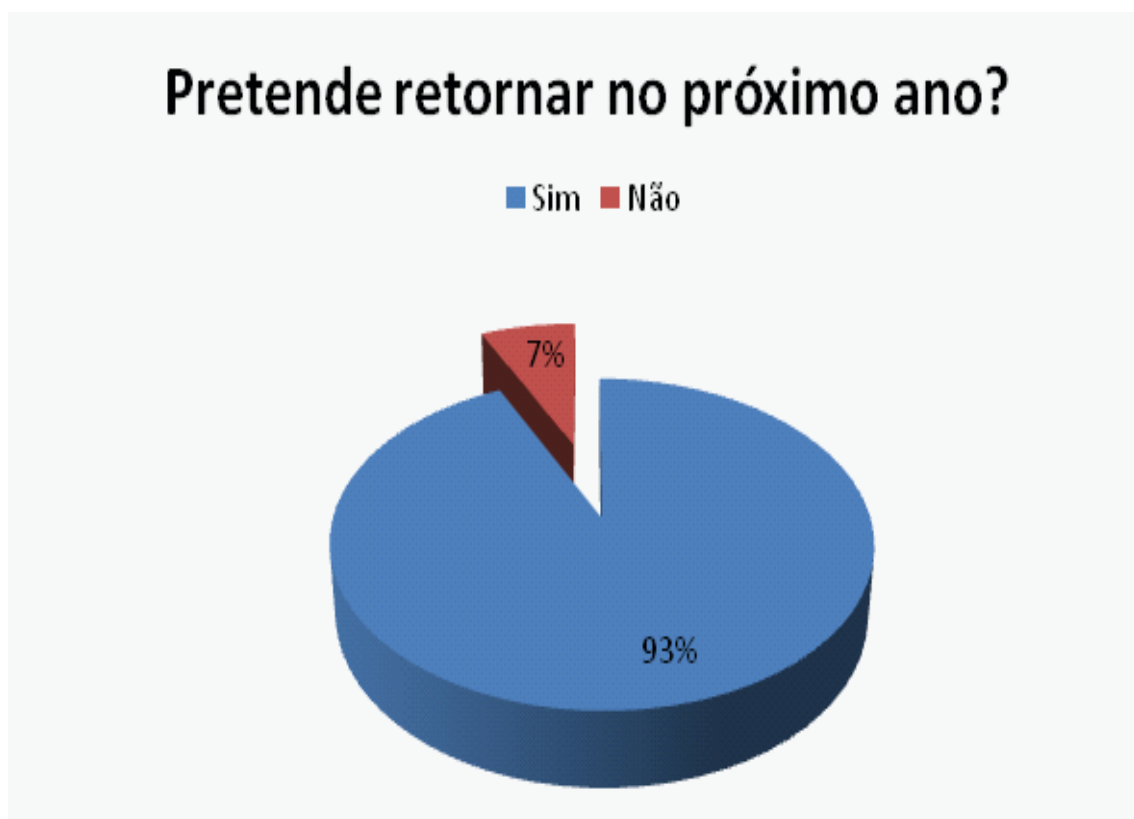


A maioria dos itens de Urubici foram bem avaliados pelos turistas. A hospedagem, a gastronomia, o atendimento nos bares e restaurantes, o serviço de orientação ao turista e a receptividade do morador local são exemplos de boa avaliação. Assim, na opinião dos turistas estes foram os pontos fortes da cidade neste inverno.

No entanto, nem todos os itens tiveram uma boa avaliação, a infra-estrutura viária teve uma avaliação média, nem boa nem ruim. Já os táxis e o transporte público, apesar de terem sido muito pouco utilizados, apresentaram avaliação ruim, tão ruim quanto a avaliação da segurança pública. Ou seja, todos estes itens mal avaliados devem ser olhados com atenção pelas autoridades competentes.

Complementariamente à avaliação dos vários quesitos da cidade, também se buscou saber do turista o que ele sugeria como melhoria para Urubici. Assim como em São Joaquim, as sugestões, por ordem de ocorrências foram as mesmas: 1) melhorar a estrutura da cidade, 2) aumentar a quantidade de restaurantes e melhorar a estrutura dos já existentes, 3) melhorar a qualidade e a sinalização das ruas, 4) ampliar a quantidade de pousadas/hotéis e melhorar a estrutura das já existentes e 5) melhorar os acessos aos pontos turísticos.

Finalizando a pesquisa, a Fecomércio-SC procurou saber se o turista que visitou a cidade voltaria no ano seguinte.



Da mesma forma que em São Joaquim, fica claro que, apesar de apontarem alguns problemas, os turistas ficaram contentes com o tempo que passaram em Urubici, 93% deles pretendem voltar à cidade em 2012. Assim, de maneira geral o inverno em Urubici teve boa avaliação dos turistas.



# FECOMÉRCIO SC

Representa, defende  
e orienta o nosso comércio.

---

# CONCLUSÃO

## Conclusão

O inverno de 2011 no geral foi bom para as cidades contempladas pela pesquisa da Fecomércio-SC. Entretanto, o resultado das vendas do comércio de Urubici, em relação ao inverno de 2010, foi melhor que o de São Joaquim. De todo modo, as duas cidades tiveram aumento do faturamento em relação ao inverno do ano anterior, o que indica um bom ano.

Já o setor de hotelaria das duas cidades teve um comportamento divergente. Enquanto que em Urubici a média de permanência das pessoas aumentou, em São Joaquim ocorreu o contrário. Isso provavelmente explica o crescimento mais vigoroso do faturamento dos hotéis/pousadas de Urubici em relação aos de São Joaquim, além do próprio melhor resultado do comércio em geral. Entretanto, São Joaquim, apesar do crescimento menor, continuou tendo um gasto médio e um tempo de permanência maior.

Ambos os públicos que visitaram as cidades são semelhantes, de classes de renda menor (C e D), que por terem renda menor se deslocam curtas distâncias, principalmente através de automóveis próprios, a maioria sendo originária de outras cidades de Santa Catarina, ficando hospedados em hotéis/pousadas nas cidades apenas por um final de semana.

Entretanto algumas peculiaridades destes turistas ficaram flagrantes. São Joaquim, apesar de também ter a maioria de seus turistas vindos de Santa Catarina, tem um número maior de turistas de outros estados do que Urubici. Isso se explica, provavelmente, pela maior exposição de mídia nacional que São Joaquim tem durante o inverno, em virtude dos noticiários televisivos recorrentemente invocarem esta cidade como referência de frio intenso.

Outra peculiaridade foi o tamanho dos grupos que visitaram as cidades. Enquanto que em São Joaquim os grupos tiveram em média 15,1 pessoas, em Urubici a média foi de 4,8 pessoas.

Já em relação a avaliação dos turistas sobre as cidades, no geral, a maioria dos itens tiveram boas avaliações, entretanto, alguns foram mal avaliados, o que indica possibilidades de melhoria. Como sugestão de melhoria dos turistas, em ambas as cidades as sugestões foram as mesmas, sendo que a principal foi a melhoria da estrutura das cidades.

No entanto, apesar de algumas críticas e problemas identificados, a grande maioria dos turistas, tanto em São Joaquim como em Urubici, pretendem retornar no próximo inverno, o que mostra uma grande satisfação com os momentos vividos nestas cidades e um bom indicativo do sucesso deste período.