



**INVERNO NA SERRA**  
Impacto Econômico

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

# PESQUISA FECOMÉRCIO DE TURISMO – Inverno na Serra de Santa Catarina 2013

Turismo de Inverno em São Joaquim e Urubici



## Sumário

Introdução .....	3
Pesquisa com o turista de São Joaquim.....	4
Perfil do turista .....	4
Avaliação da cidade .....	13
Pesquisa com o empresário de São Joaquim .....	16
Pesquisa com o setor hoteleiro de São Joaquim .....	20
Pesquisa com o turista de Urubici .....	23
Perfil do turista .....	23
Avaliação da cidade .....	30
Pesquisa com o empresário de Urubici.....	33
Pesquisa com o setor hoteleiro de Urubici.....	37



## Introdução

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, realiza, desde 2011, pesquisa com esses públicos.

Esta sequência de estudos tem a finalidade de reunir dados e quantificar o impacto da atividade turística na economia da região. Com informação é possível estabelecer prioridades e, principalmente, orientar as ações de todos os envolvidos nas atividades turísticas da região. Munidos dela é possível identificar condições para o desenvolvimento do turismo e definir a real dimensão das ações necessárias para trabalhar as potencialidades da Serra Catarinense.

Neste ano, a coleta de dados ocorreu entre os dias 15 de julho a 17 de agosto de 2013 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 771 turistas e 129 empresários.



# São Joaquim

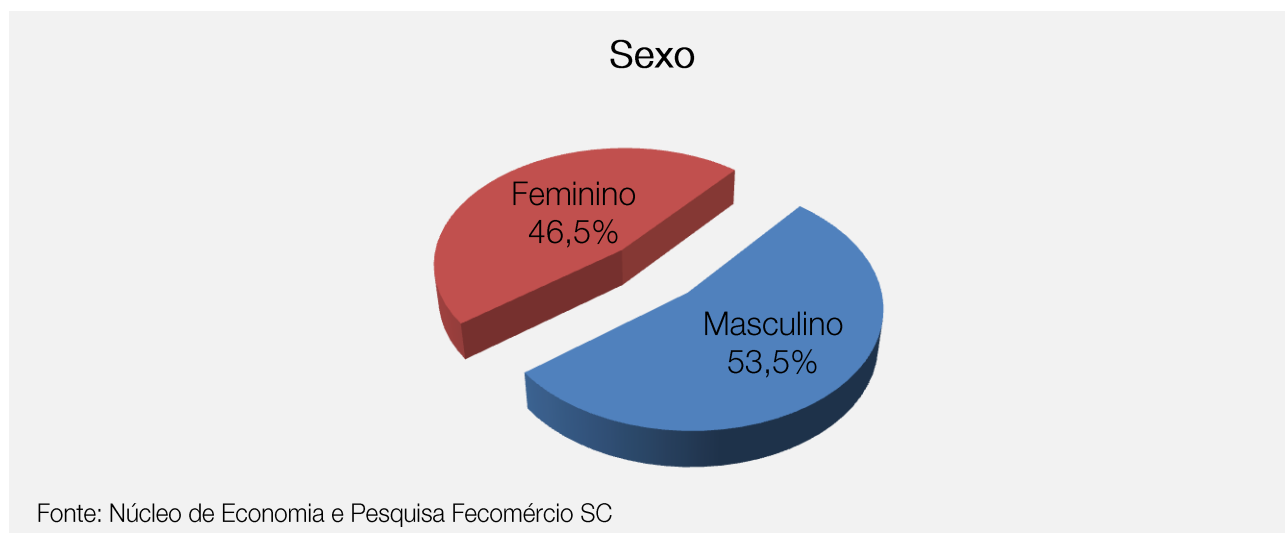
---

## Pesquisa com o turista de São Joaquim

A pesquisa de turismo da Fecomércio SC investigou vários itens para traçar o perfil do turista que visitou o município de São Joaquim na temporada de inverno de 2013, ao todo, foram entrevistados 383 turistas de diversos estados do Brasil.

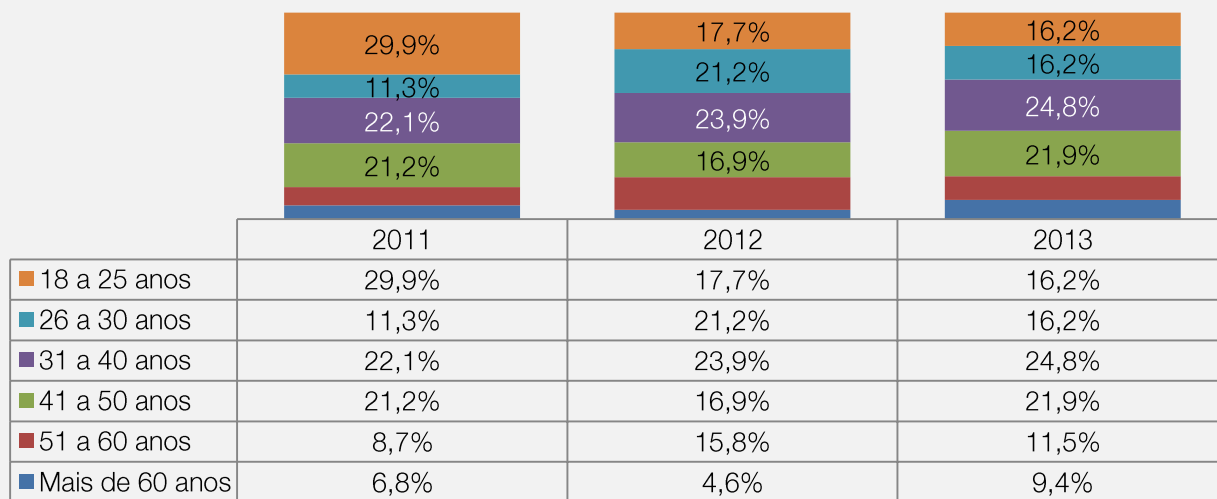
### Perfil do turista

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



A distribuição dos turistas quanto ao sexo é bastante equilibrada, com 53,5% do sexo masculino e 46,5% feminino.

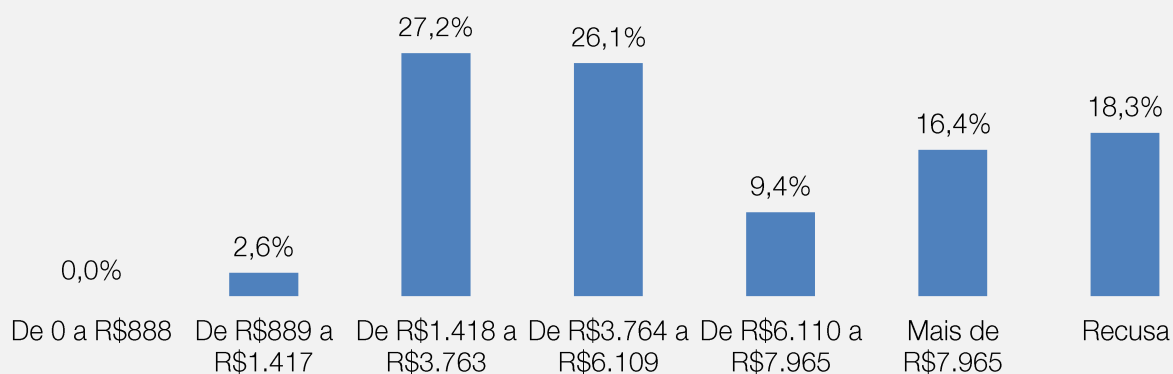
### Comparação da faixa etária por ano



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

As maiores faixas de idade dos turistas são dos 31 a 40 anos, 24,8% e dos 41 a 50 anos, 21,9%. No entanto é perceptível que o número de jovens, entre 18 e 25 anos, vem diminuindo sendo substituídos por turistas com 51 anos ou mais. A cidade e o setor hoteleiro devem estar preparados para receber este tipo de turista, promovendo acessibilidade e benfeitorias adequadas para recebê-los.

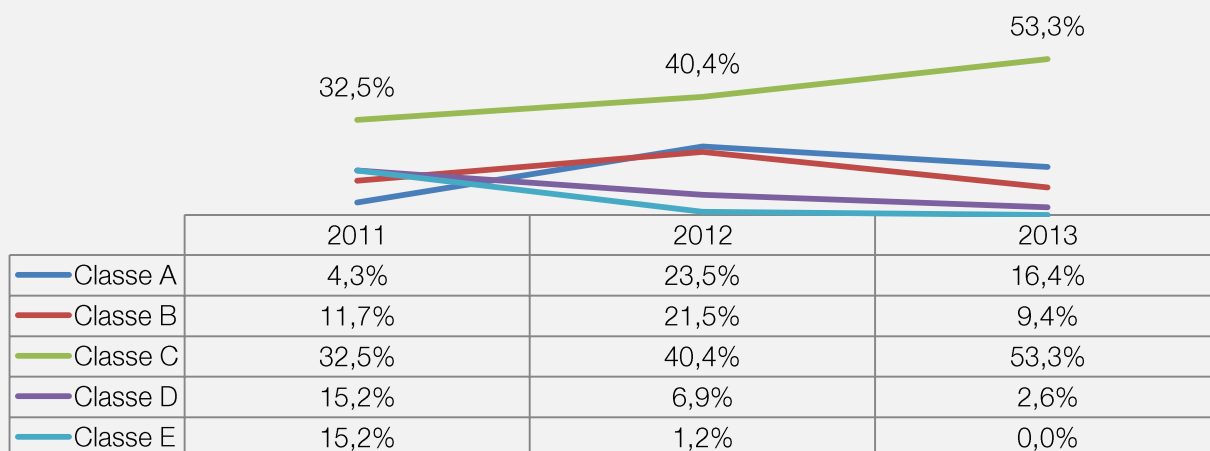
### Renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A maioria do turista que visitou São Joaquim neste inverno é da classe C: 27,2% com renda entre R\$1.418 e R\$3.763 e 26,1%, entre R\$3.764 e R\$6.109.

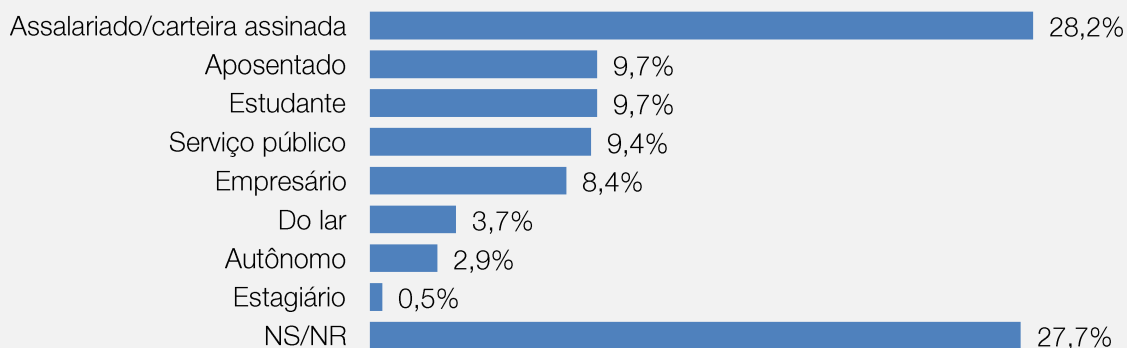
## Evolução do percentual de turistas por classe social nos últimos três anos



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Na comparação com as temporadas dos anos anteriores observa-se o aumento da parcela de turistas da classe C.

## Principal ocupação profissional



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Quanto à ocupação profissional dos turistas que visitaram São Joaquim na temporada de inverno de 2013, os assalariados são os que mais se destacam 28,2%.



Estados de origem dos turistas	
Santa Catarina	59,2%
Paraná	11,8%
São Paulo	7,6%
Rio de Janeiro	6,5%
Rio Grande do Sul	6,3%
Minas Gerais	1,8%
Bahia	1,6%
Mato Grosso do Sul	1,0%
Rio Grande do Norte	0,8%
Tocantins	0,5%
Espírito Santo	0,5%
Distrito Federal	0,5%
Goiás	0,5%
Pernambuco	0,5%
Rondônia	0,3%
Amapá	0,3%
Piauí	0,3%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

O principal estado de origem destas pessoas é Santa Catarina (59,2%), seguido pelo Paraná (11,8%) e por São Paulo (7,6%). O fato de Santa Catarina liderar com folga como principal origem dos turistas configura o caráter de turismo regional.

20 principais cidades de origem dos turistas	
Florianópolis-SC	11,0%
Curitiba-PR	5,5%
Joinville-SC	4,5%
Blumenau-SC	3,7%
Rio de Janeiro-RJ	3,1%
São Paulo-SP	2,9%
Criciúma-SC	2,9%
Balneário Camboriú-SC	2,6%
Itajaí-SC	2,6%
Lages-SC	2,6%
Ponta Grossa-PR	2,1%
Macaé-RJ	2,1%
Francisco Beltrão-PR	1,8%
Brusque-SC	1,8%
Porto Belo-SC	1,6%
Orleans-SC	1,6%
São José-SC	1,3%
Gaspar-SC	1,3%
Rio do Sul-SC	1,0%
Sombrio-SC	1,0%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC



As 20 principais cidades de origem dos turistas são bem distribuídas, com destaque para os municípios catarinenses, lidera a lista Florianópolis (11%), seguida por Curitiba (5,5%) e Joinville (4,5%).

Os turistas aproveitam a estadia em São Joaquim para visitar outras cidades da região, sendo que 72,8% deles afirmaram a pretensão de visitar outra cidade da região ou de Santa Catarina. As cidades que mais lembradas foram Urubici e Bom Jardim da Serra.

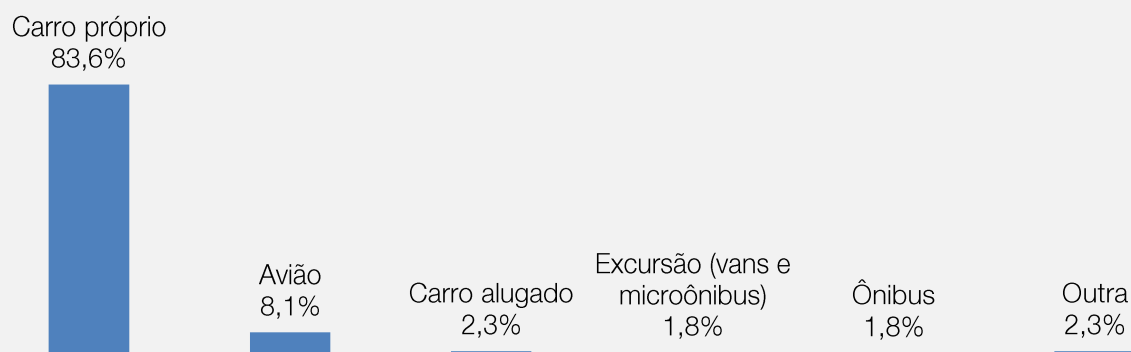
Cidades da região visitadas	
Urubici	42,8%
Bom Jardim da Serra	39,7%
Lages	11,5%
Urupema	9,4%
Florianópolis	1,6%
Lauro Muller	1,6%
Alfredo Wagner	1,6%
Blumenau	1,0%
Tubarão	0,8%
Braço do Norte	0,5%
Laguna	0,5%
Painel	0,5%
Siderópolis	0,5%
Penha	0,5%
Piratuba	0,3%
Orleans	0,3%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

O meio de transporte utilizado para chegar a São Joaquim, pode ser visto no gráfico abaixo. A absoluta maioria dos turistas, 83,6%, chegou à cidade de carro, o que indica viagens de não tão longa duração.

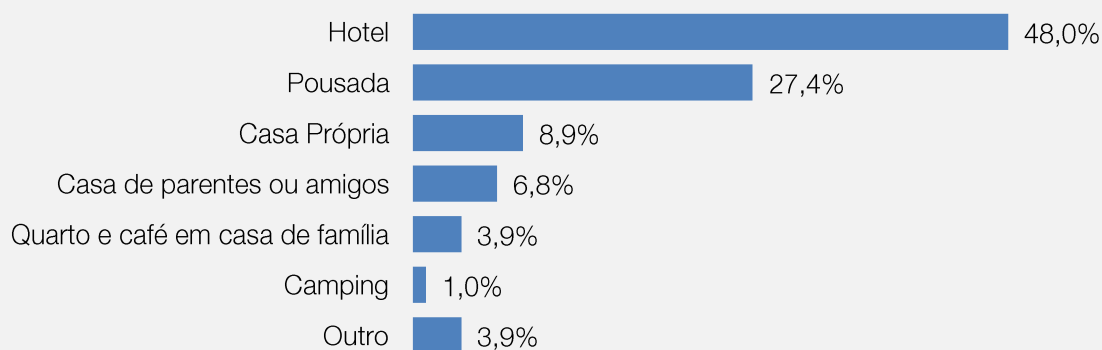
### Meio de transporte utilizado



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

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

### Tipo de hospedagem

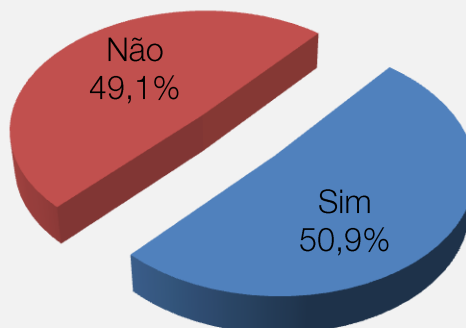


Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A maioria dos turistas utilizou os serviços de hotelaria da cidade, sendo que 48% ficaram em hotéis e 27,4% ficaram em pousadas. Ao perguntar-se a estes turistas quantos dias ficariam na cidade, a média respondida foi de 2,7 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:

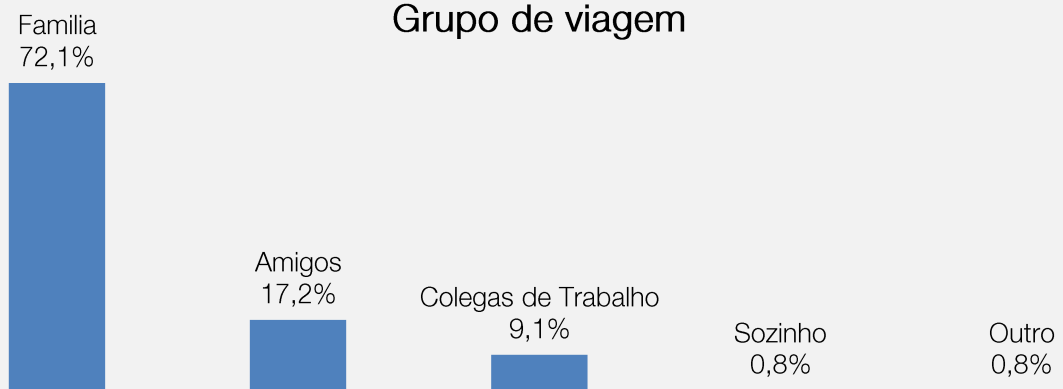
### É a primeira vez que visita em São Joaquim?



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Assim, a maioria das pessoas, 50,9%, 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 5,5 pessoas por grupo, o que mostra que a maioria dos turistas chegou à cidade em pequenos grupos, em maioria de familiares:

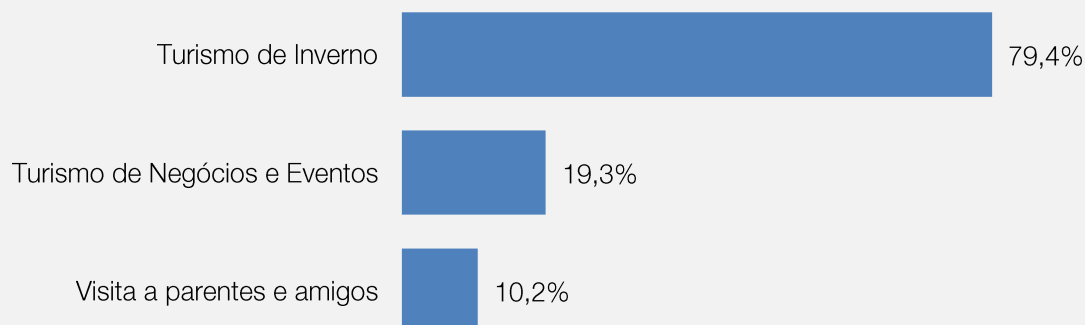
### Grupo de viagem



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

O motivo principal para a viagem é o turismo de inverno, 79,4% identificaram como sendo este o motivo de sua viagem.

### Motivo da viagem



*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*  
 Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

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

Locais que o turista visitou ou pretende visitar	
Igreja Matriz	68,7%
Expo neve	54,6%
Vinícola Villa Francioni	35,5%
Snow Valley	21,4%
Casa cultura	18,5%
Belvedere	6,8%
Monumento Manoel Joaquim pinto	4,2%
Museu hist. mun.	1,6%
Cascata do pirata	1,3%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*  
 Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

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

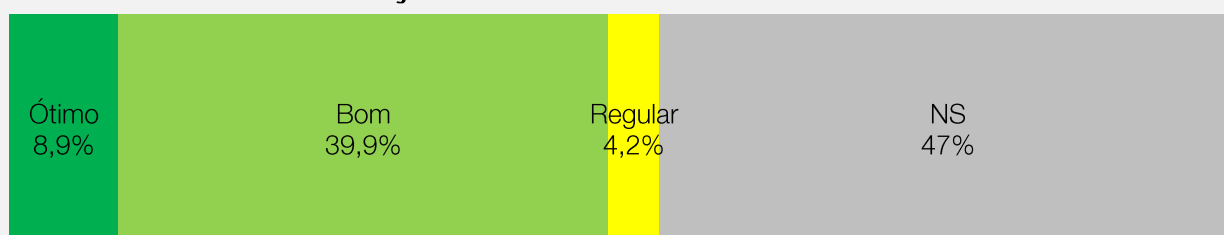
Para se ter uma ideia dos gastos dos turistas com o comércio de São Joaquim, em primeiro lugar foi perguntado se o entrevistado iria comprar produtos do comércio da cidade, sendo que 53,0% deles afirmaram que sim, 31,1% afirmaram que não haviam visitado o comércio, mas que pretendia ir e apenas 15,9% não pretendia visitar o comércio de São Joaquim.

Isso mostra uma grande disposição em utilizar o comércio da cidade. No entanto, a expectativa de gasto médio por turista de R\$142,65, exclusivamente no comércio, mostra queda nos gastos dos turistas em relação ao ano anterior, que foi de R\$308,88.

Gastos	Média
Gasto Hospedagem	R\$ 141,57
Gasto Alimentação	R\$ 105,16
Gasto Transporte	R\$ 166,93
Gasto Comércio	R\$ 142,65
<b>Total</b>	<b>R\$ 133,86</b>

Em relação ao atendimento do comércio, a avaliação dos turistas foi bastante positiva, não foram citadas avaliações negativas, como ruim ou péssimo:

### Avaliação do atendimento no comércio



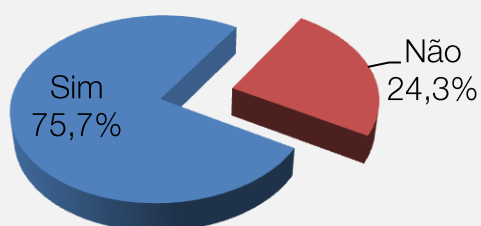
Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

## Avaliação da cidade

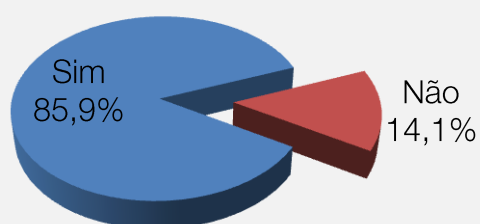
Para avaliar a percepção do turista quanto à estrutura da cidade, foram realizadas algumas questões sobre este tema.

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

### A estrutura dos hotéis está preparada para o frio de inverno



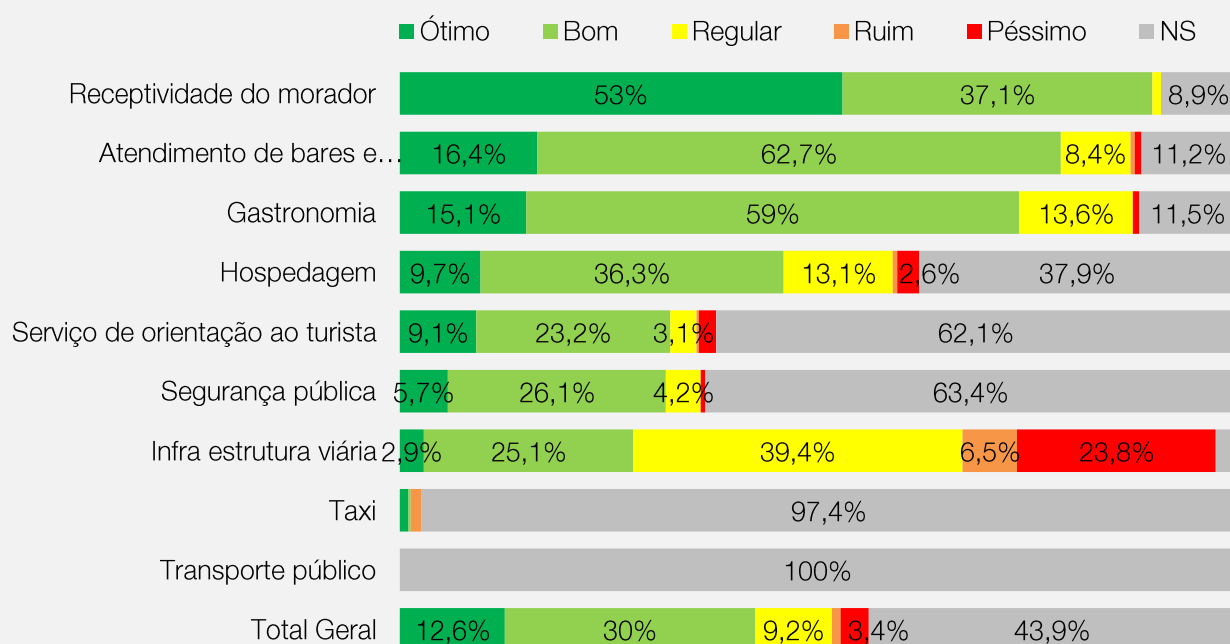
### A estrutura dos restaurantes está preparada para o frio de inverno



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Como se pode observar, a maioria considerou estes locais preparados. Também foi pedido para que os visitantes avaliassem vários outros pontos da cidade. Seguem os resultados:

## Avaliação da cidade



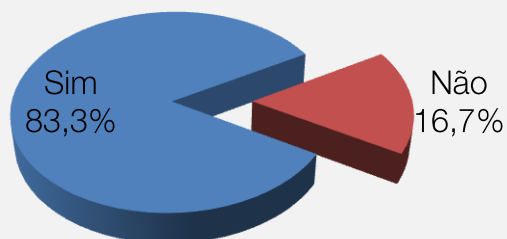
Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

O alto percentual de respostas positivas mostra a satisfação dos turistas com relação à cidade. No entanto os serviços de taxi e de transporte público não foram avaliados pelos turistas pela falta de uso. Esta falta de avaliação está de acordo com o perfil de turismo regional em que os viajantes utilizam seus próprios veículos para o deslocamento na cidade.

O serviço de orientação ao turista recebeu um percentual alto de não respostas assim como o item segurança pública. Já a avaliação da infraestrutura viária recebeu um percentual alto de avaliações negativas: 6,5% “péssimo” e 23,8% “péssimo”.

Adicionalmente a todas estas informações, a Fecomércio SC também buscou saber se os turistas pensavam em retornar no ano seguinte à cidade. Registra-se que a maioria (83,3%) dos turistas pretende retornar.

### Pretende retornar no próximo ano



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC



As sugestões de melhorias apontadas pelos turistas reafirmam a insatisfação com a infraestrutura viária apurada nas questões relativas à avaliação da cidade; melhorias nas rodovias e da sinalização e melhorias na sinalização da cidade foram as sugestões mais citadas.

Sugestão de melhorias	
Melhorias nas rodovias	17,4%
Melhorias na sinalização da cidade	13,6%
Mais opções de hotéis e pousadas	11,4%
Melhorias na infraestrutura da cidade	11,4%
Melhorias na sinalização das rodovias	9,8%
Ampliação do horário de atendimento para atender aos turistas	8,3%
Melhorar o atendimento	6,8%
Limpeza e revitalização das ruas	6,1%
Mais opções de entretenimento	3,8%
Melhorar a gastronomia	3,0%
Melhorias no calçamento das vias urbanas	2,3%
Melhorias no atendimento do comércio	2,3%
Falta de um Banco 24h	1,5%
Iluminação pública	1,5%
Mais atrativos turísticos	1,5%
Mais segurança pública	1,5%
Melhores restaurantes	1,5%
Melhorias no acesso a cidade	1,5%
Revitalização dos pontos turísticos	1,5%
Acessibilidade, adaptação dos locais turísticos para cadeirantes.	0,8%
Atendimento do comércio nos finais de semana	0,8%
Capacitação profissional	0,8%
Investimentos no turismo	0,8%
Mais opções de restaurantes	0,8%
Servir pratos típicos da região	0,8%
Preços muito elevados em relação ao oferecido	0,8%
Melhorias na qualidade da rede hoteleira	0,8%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

## Pesquisa com o empresário de São Joaquim

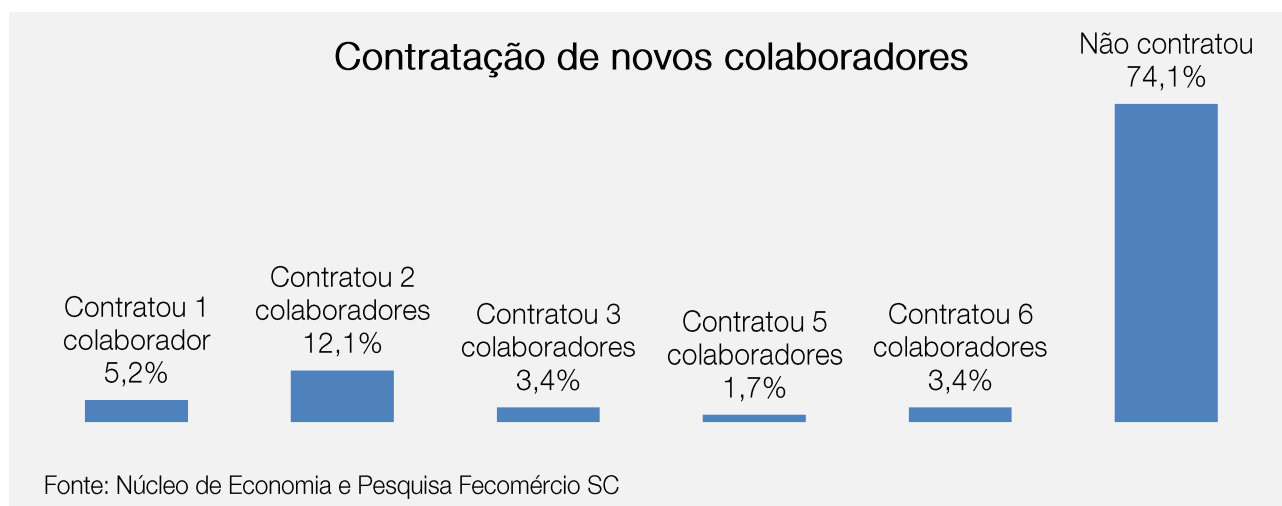
A Fecomércio SC realizou um total de 58 entrevistas com os empresários de São Joaquim. O principal objetivo destas entrevistas foi captar os impactos do inverno na atividade comercial da cidade. Abaixo, os setores entrevistados pela pesquisa:

Setores entrevistados	
Artesanato e lembranças da cidade	1,7%
Calçados	6,9%
Farmácias	13,8%
Postos de combustíveis	8,6%
Restaurantes/ Bares	31,0%
Supermercados	10,3%
Vestuário	20,7%
Vinhos e produtos coloniais	6,9%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Assim, com base nesta amostra de estabelecimentos, foi realizada uma série de investigações para verificar os efeitos econômicos do inverno de 2013 para a cidade.

Com o objetivo de observar o comportamento do mercado de trabalho de São Joaquim em decorrência da temporada de turismo de inverno, perguntou-se aos empresários se eles haviam contratado novos colaboradores em virtude do aumento de movimento neste período.



O gráfico acima mostra que a maioria dos empresários (74,1%) não realizou novas contratações. Dos 25,9% que realizaram novas contratações foram em média 2,7 colaboradores por empresa.

Ainda sobre as novas contratações, a duração dos contratos foi de aproximadamente 2,8 meses, e o percentual de efetivação, foi de uma média de 28,6 % dos colaboradores.

Quando questionados se a mão de obra é local, 96,6% dos empresários responderam que sim.

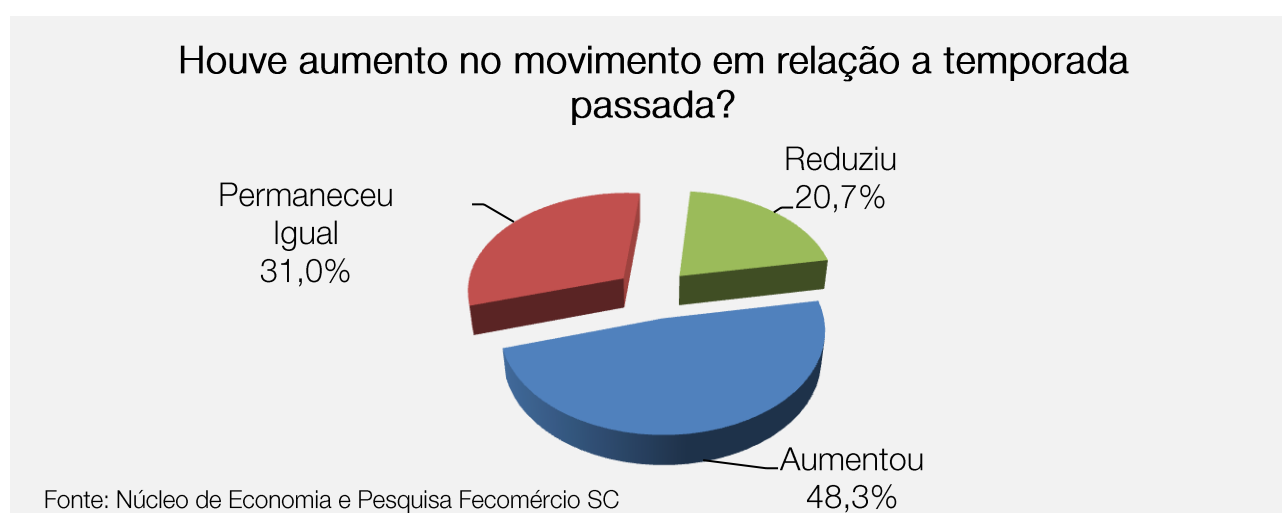
Estes dados dão uma amostra da dimensão da movimentação da economia local decorrente do turismo de inverno.

A comparação com os anos anteriores, na tabela que segue, percebe-se que de 2012 para 2013 um percentual maior de empresas contrataram colaboradores para o período de alta temporada, 25,9%, e as que o fizeram, contrataram mais colaboradores e por mais tempo. Neste período de comparação também aumentou a taxa de efetivação em 8,6 p.p.

	2011	2012	2013
Contratação de novos colaboradores	51,1%	15,0%	25,9%
Média de colaboradores contratados	1,7 colaboradores	2 colaboradores	2,7 colaboradores
Duração média do contrato		2,2 meses	2,8 meses
Taxa de efetivação média		20,0%	28,6%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Também foi perguntado aos empresários se o movimento em suas lojas havia sido superior ao do ano anterior.



Na opinião de 48,3% dos empresários houve um aumento no movimento, em relação à temporada passada, e este aumento foi de 34,1%. Já 31,0% dos empresários afirmaram que o movimento permaneceu igual e 20,7% dos entrevistados consideraram que houve redução do movimento.

	2011	2012	2013
Média de consumidores/turistas por dia	41	54	99

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

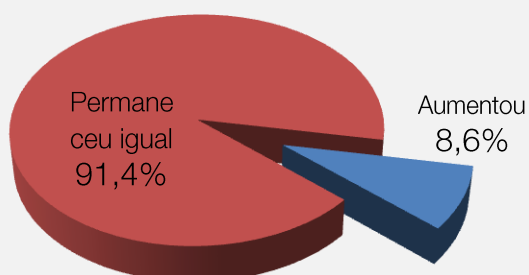
Nos estabelecimentos pesquisados, a média de consumidores/turistas por dia em cada um deles foi de 99 pessoas e a média de gasto por cliente neste ano foi de R\$133,82, superior aos R\$88,56 de 2012.

	2011	2012	2013
Média de gasto por cliente	R\$ 127,30	R\$ 81,56	R\$ 133,82

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

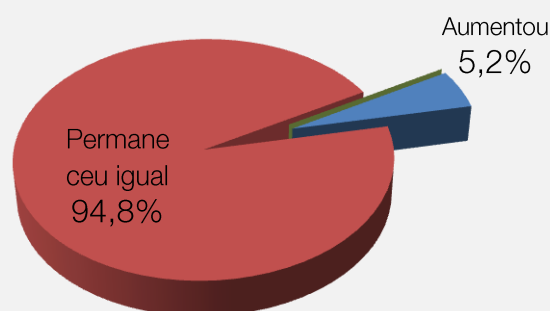
Com base neste movimento, a Fecomércio SC procurou também averiguar como se comportou o faturamento das empresas. Segue abaixo o resultado:

**Faturamento em relação aos meses anteriores**



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

**Faturamento em relação a 2012**



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Na comparação do faturamento em relação ao não anterior, a maioria das empresas (94,8%) considerou que seu faturamento permaneceu igual, e apenas 5,2% afirmaram que ele aumentou em relação ao faturamento de 2012. A média geral de aumento do faturamento, entre todo o comércio da cidade, foi de 5,3%, o que pode ser considerada uma expansão pequena.

Na comparação com os meses anteriores, com os meses comuns do ano, o aumento percebido no faturamento foi de 8,6% e, coincidentemente, o percentual de aumento percebido também foi de 8,6%.

**Considerando o faturamento, qual o crescimento ou queda em relação:**

Aos meses comuns do ano	8,6%
Ao ano anterior	5,3%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A Fecomércio procurou averiguar o tipo de serviços que os empresários não disponibilizam aos consumidores/turistas:

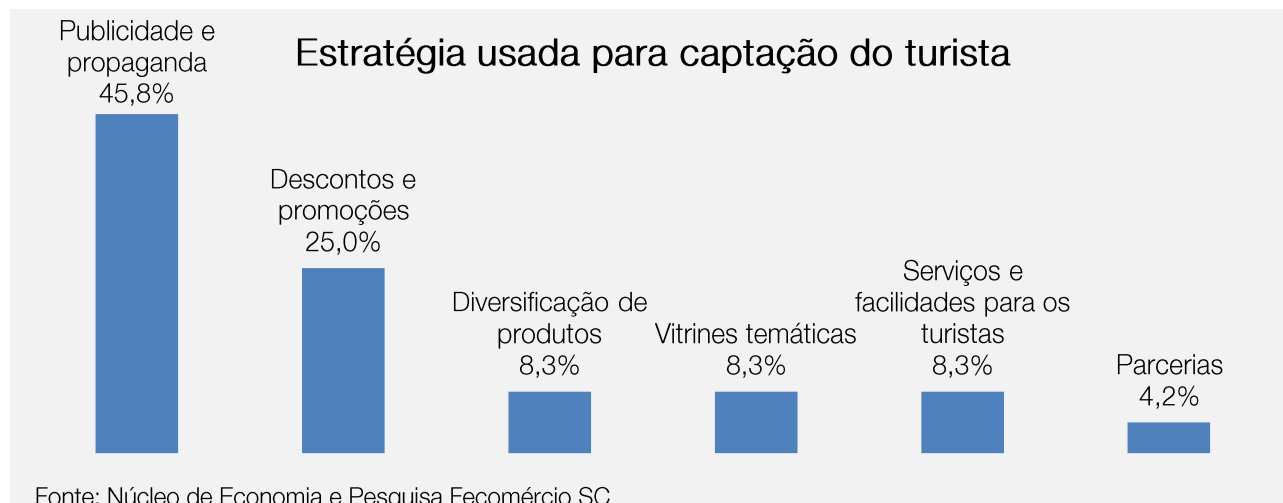
**Serviços que não são oferecidos aos clientes**

Área para fumantes	88%
Funcionário que fale inglês ou espanhol	79%
Ambiente adaptado para deficientes físicos	66%
Pagamento em moeda estrangeira (dólar/peso/euro)	60%
Programa de capacitação nas áreas de receptividade/atendimento	52%
Ambiente adaptado a idosos	50%
Estacionamento	41%
Aceita cartão de crédito/débito internacional	10%
Banheiro	3%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Também foram pesquisadas as estratégias dos empresários para a captação de turistas, 46,6% investiu em algum tipo de estratégia. Os tipos de estratégias mais utilizadas foram as ações de publicidade e propaganda, 45,8%, seguido pelos descontos e promoções, opção de 25% dos empresários. Ainda foram citados os investimentos em diversificação de produtos, vitrines temáticas e Serviços e facilidades oferecidas aos turistas. A rota da truta - projeto que tem como objetivo desenvolver a pesca esportiva, a gastronomia e atrair turistas para as regiões envolvidas -, foi citada por alguns empresários como estratégia de desenvolvimento do turismo local.



Os investimentos com estas estratégias variaram muito, de R\$200 à R\$200.000. Mas este esforço produziu efeitos, para a maioria dos empresários, 63%, a estratégia foi efetiva.

Para finalizar, foi perguntado aos empresários se o clima deste ano atraiu os turistas para São Joaquim. Segue abaixo o percentual de respostas:

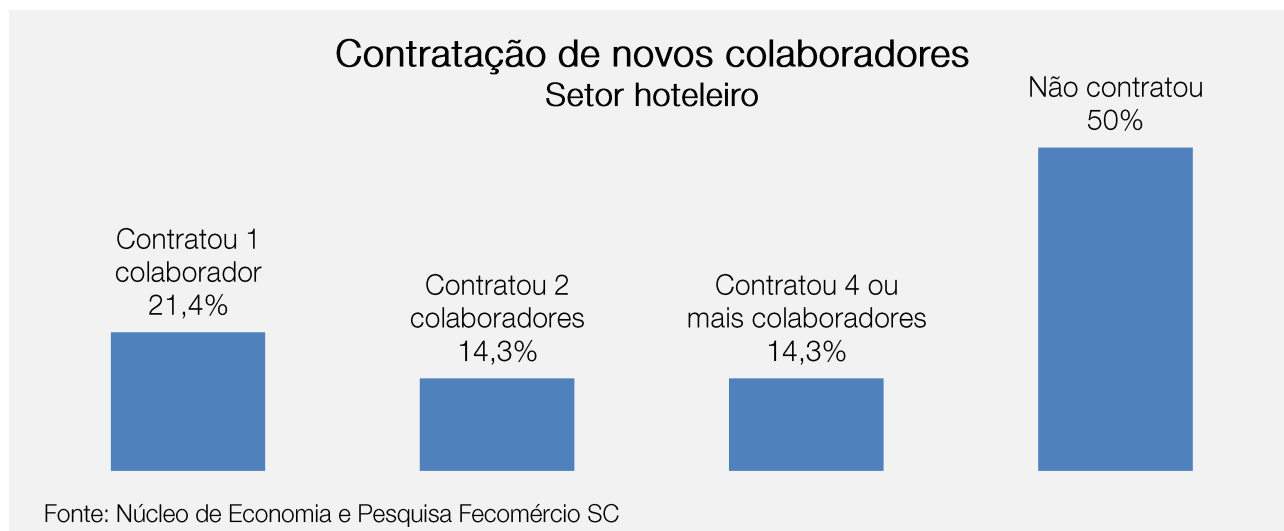


Na opinião da maioria dos comerciantes (93,1%), o frio intenso atrai os turistas e provoca aumento do movimento na cidade. Mostrando que o bom ou mal resultado do turismo de inverno em São Joaquim, na opinião dos empresários, tem forte ligação com as condições climáticas, quanto maior o frio, maior o movimento.

## Pesquisa com o setor hoteleiro de São Joaquim

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 14 hotéis e pousadas em São Joaquim.

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



Dos estabelecimentos entrevistados do setor hoteleiro de São Joaquim, 21,4% contratou apenas 1 colaborador, 14,3% contratou 2 e 14,3% contratou 4 ou mais colaboradores, 50,0% não contrataram. Sendo que a média geral de funcionários contratados pelos hotéis ou pousadas foi de 1,5 pessoas e o tempo médio dos contratos é de 1,2 meses.

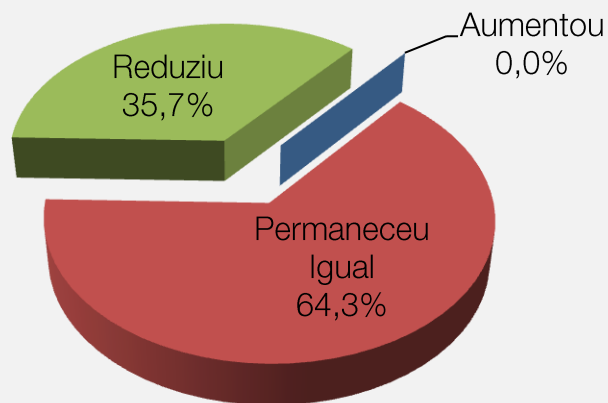
Ainda sobre a contratação de novos colaboradores, averiguou-se que as contratações não geraram efetivação e que a mão de obra contratada é 100% local.

O percentual de ocupação dos leitos registrado em São Joaquim foi de 68,8%, com uma média de 31,1 leitos por hotel ou pousada. A média de permanência dos hóspedes nos hotéis ou pousadas foi de 2 dias.

Na comparação da média de permanência de 2013 em relação a 2012, o gráfico abaixo ilustra a situação:



### Média de permanência, em relação a temporada de inverno 2012:



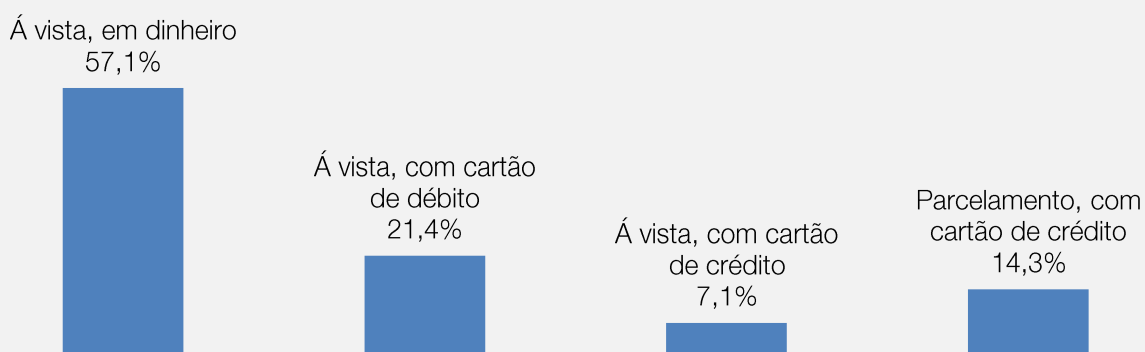
Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A maioria dos entrevistados (64,3%) considerou que a média de permanência dos turistas nos hotéis permaneceu a mesma, 35,7% acreditam que reduziu e nenhum entrevistado considerou que houve aumento na media de permanência.

Como reflexo desta percepção está a variação do faturamento em relação ao mesmo período de 2012, que foi negativa (-0,7%). E em relação aos meses anteriores à temporada de inverno a variação percebida pelos empresários foi de 47,9%.

Já o gasto médio dos clientes nos hotéis foi de R\$154,29 e a forma de pagamento mais utilizada foi à vista em dinheiro.

### Forma de pagamento mais utilizada



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC



A Fecomércio SC procurou averiguar o tipo de serviços que os empresários do setor hoteleiro não disponibilizam aos consumidores/turistas:

Serviços abaixo não são oferecidos aos clientes	
Ao menos um funcionário fala inglês ou espanhol	85,7%
Área reservada para fumantes	71,4%
Programa de capacitação ao colaborador nas áreas de receptividade e atendimento	64,3%
Ambiente adaptado para receber deficientes físicos	57,1%
Aceita cartão de crédito/débito internacional	57,1%
Ambiente adaptado para idosos	57,1%
Pagamento em moeda estrangeira (dólar/peso/euro)	50,0%
Estacionamento próprio para clientes	28,6%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Também foram pesquisadas as estratégias dos empresários para a captação de turistas e apurou-se que em São Joaquim 21,4% investiram em algum tipo de estratégia e estas foram efetivas.

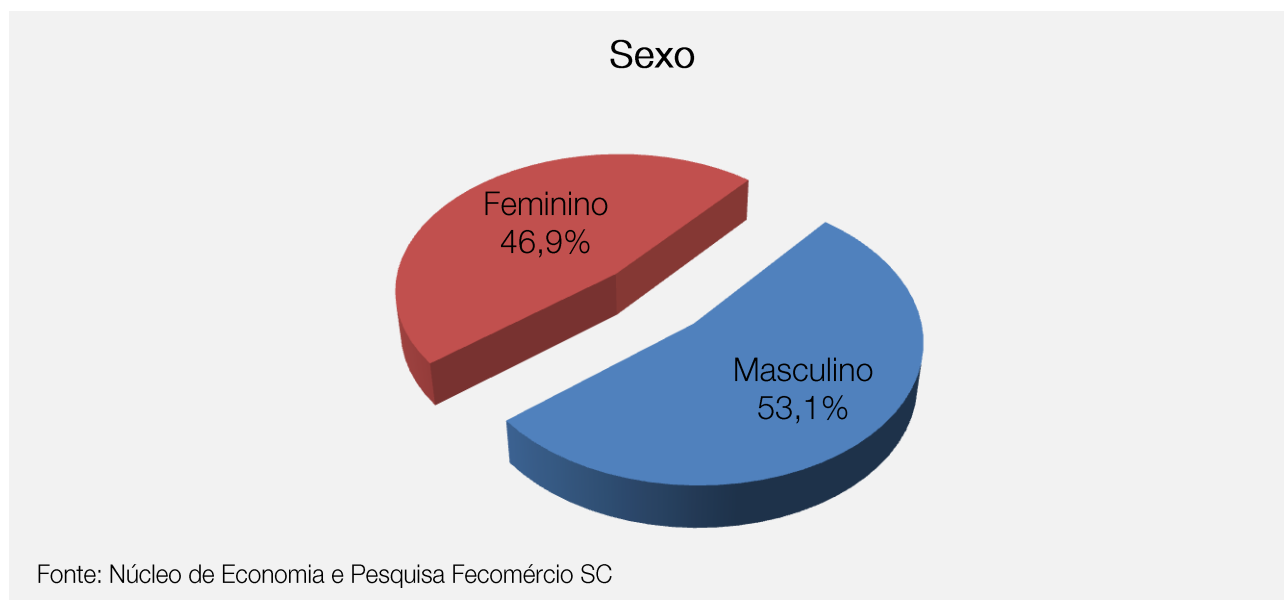
# Urubici

## Pesquisa com o turista de Urubici

Para melhor entender o motivo de certos resultados do comércio e da hotelaria de Urubici é extremamente necessário conhecer o perfil dos turistas que visitaram a região. Com este objetivo a Fecomércio SC também realizou uma pesquisa com 388 visitantes da cidade.

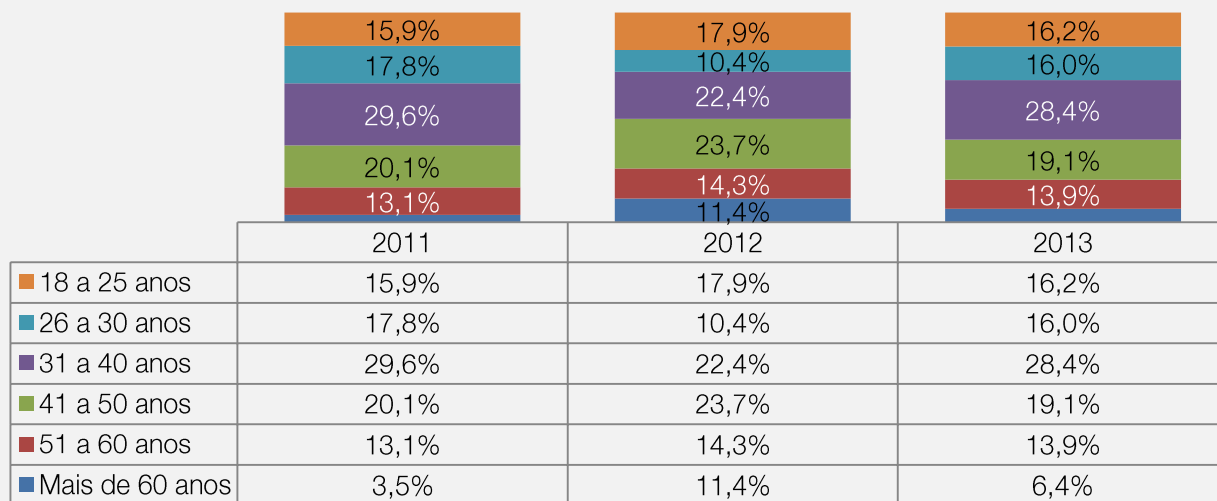
### Perfil do turista

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



A distribuição dos turistas quanto ao sexo é bastante equilibrada, com 53,1% do sexo masculino e 46,9% feminino.

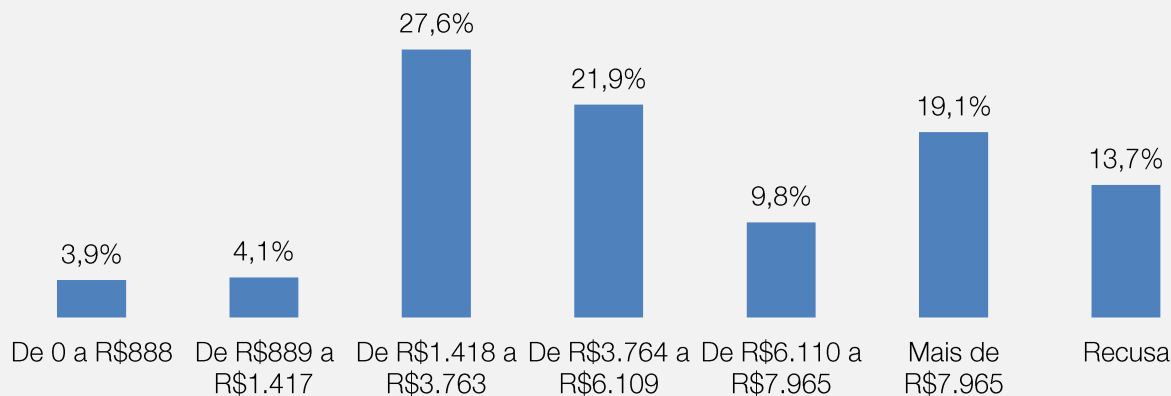
### Comparação da faixa etária por ano



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

As maiores faixas de idade dos turistas são dos 31 a 40 anos, 28,4% e dos 41 a 50 anos, 19,1%.

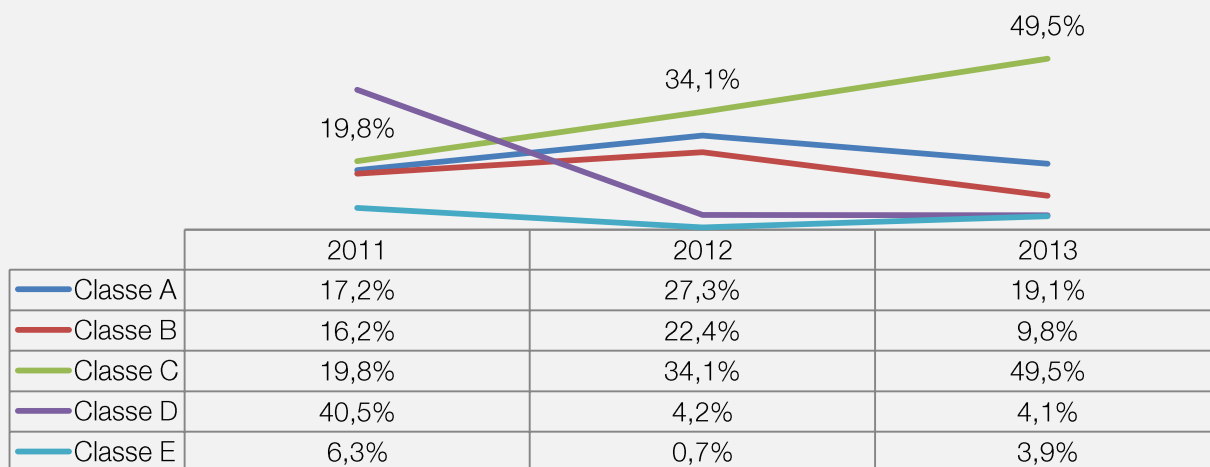
### Renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

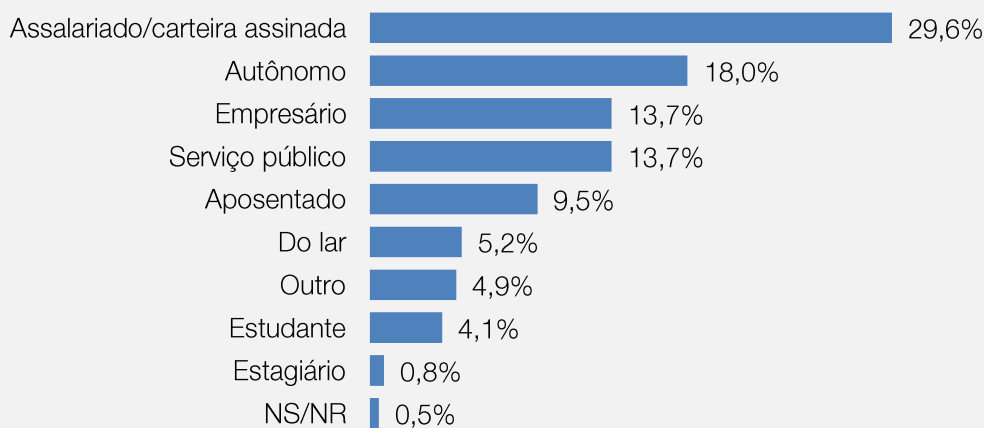
A maioria do turista que visitou Urubici neste inverno é da classe C: 27,6% com renda entre R\$1.418 e R\$3.763 e 21,9%, entre R\$3.764 e R\$6.109.

## Evolução do percentual de turistas por classe social nos últimos três anos



Na comparação com as temporadas dos anos anteriores observa-se o aumento da fatia de turistas da classe C.

## Principal ocupação profissional



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Quanto à ocupação profissional dos turistas que visitaram Urubici na temporada de inverno de 2013, os assalariados são os que mais se destacam 29,6%.

Estados de origem dos turistas	
Santa Catarina	62,9%
São Paulo	13,1%
Rio Grande do Sul	8,8%
Paraná	6,7%
Rio de Janeiro	2,8%
Minas Gerais	1,3%
Amazonas	1,0%
Mato Grosso	0,8%
Distrito Federal	0,5%
Goiás	0,5%
Pernambuco	0,5%
Rio Grande do Norte	0,5%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

O principal estado de origem destas pessoas é Santa Catarina (62,9%), seguido por São Paulo (13,1%) e pelo Rio Grande do Sul (8,8%). O fato de Santa Catarina liderar com folga como principal origem dos turistas configura o caráter de turismo regional.

20 principais cidades de origem dos turistas	
Florianópolis-SC	14,2%
Balneário Camboriú-SC	4,9%
São Paulo-SP	4,9%
Jaraguá do Sul-SC	4,6%
Brusque-SC	4,4%
Blumenau-SC	3,9%
Joinville-SC	3,6%
Curitiba-PR	3,6%
Lages-SC	3,1%
Porto Alegre-SC	3,1%
Rio de Janeiro-RJ	2,3%
Santo André-SC	2,3%
São Bento do Sul-SC	1,8%
Criciúma-SC	1,5%
Palhoça-SC	1,5%
Indaial-SC	1,5%
São Leopoldo-SC	1,0%
Nova Trento-SC	1,0%
Timbó-SC	1,0%
Tubarão-SC	1,0%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

As 20 principais cidades de origem dos turistas são bem distribuídas, com destaque para os municípios catarinenses, lidera a lista Florianópolis (14,2%), seguida por Balneário Camboriú e São Paulo (4,9%) e Jaraguá do Sul (4,6%).

Os turistas aproveitam a estadia em Urubici para visitar outras cidades da região, sendo que 69,1% deles afirmaram a pretensão de visitar outra cidade da região ou de Santa Catarina. As cidades que mais lembradas foram Urubici e Bom Jardim da Serra.

Cidades da região visitadas	
São Joaquim	45,5%
Urupema	10,8%
Lages	7,8%
Bom Jardim da Serra	11,6%
Florianópolis	4,5%
Blumenau	3,0%
Jaraguá do Sul	1,1%
Rio Rufino	1,1%

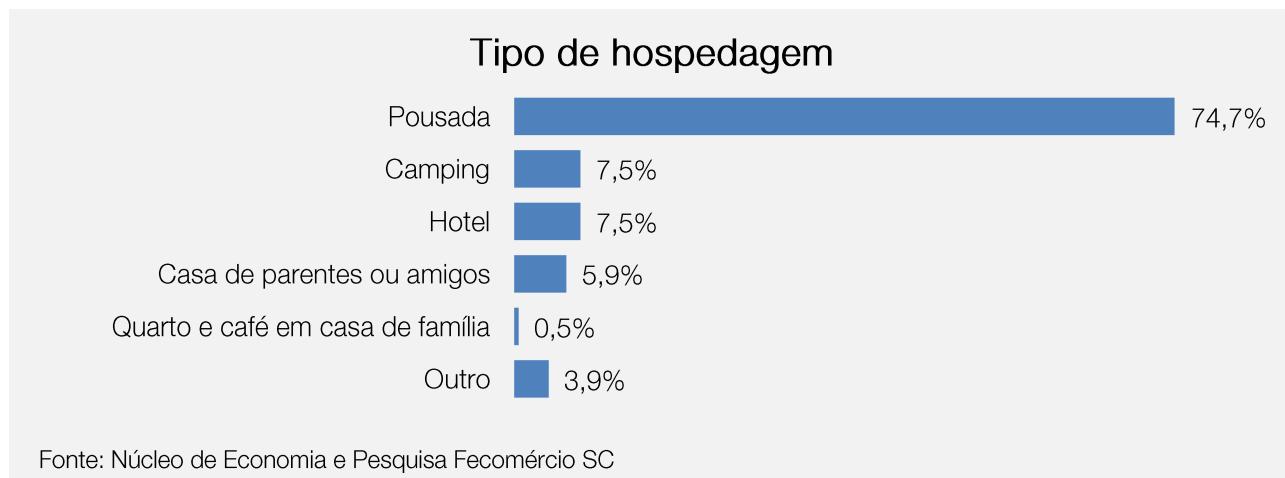
*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

O meio de transporte utilizado para chegar a Urubici, pode ser visto no gráfico abaixo. A absoluta maioria dos turistas, 86,6%, chegou à cidade de carro, o que indica viagens de não tão longa duração.

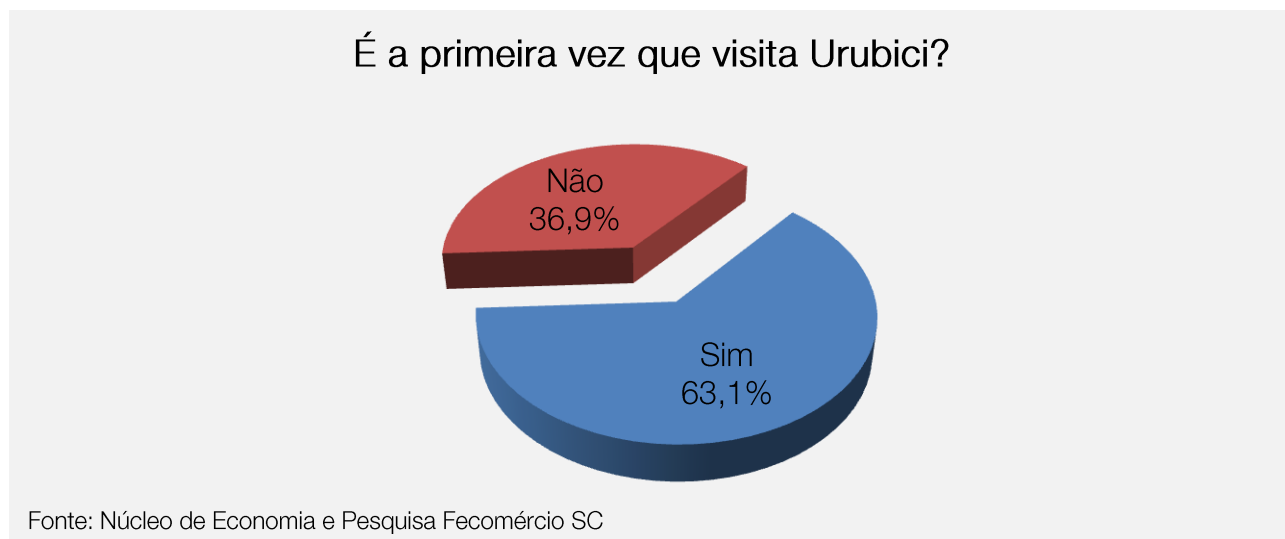


Já o tipo de hospedagem dos turistas pode ser visto no gráfico abaixo:



A maioria dos turistas utilizou os serviços de hotelaria da cidade, sendo que 74,7% ficaram em pousadas e 7,5% ficaram em hotéis. Ao se perguntar a estes turistas quantos dias ficariam na cidade, a média respondida foi de 2,3 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 Urubici, obteve-se a seguinte resposta:



Assim, a maioria das pessoas, 63,1%, 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 Urubici foi de 4,0 pessoas por grupo, o que mostra que a maioria dos turistas chegou à cidade em pequenos grupos, em maioria de familiares:

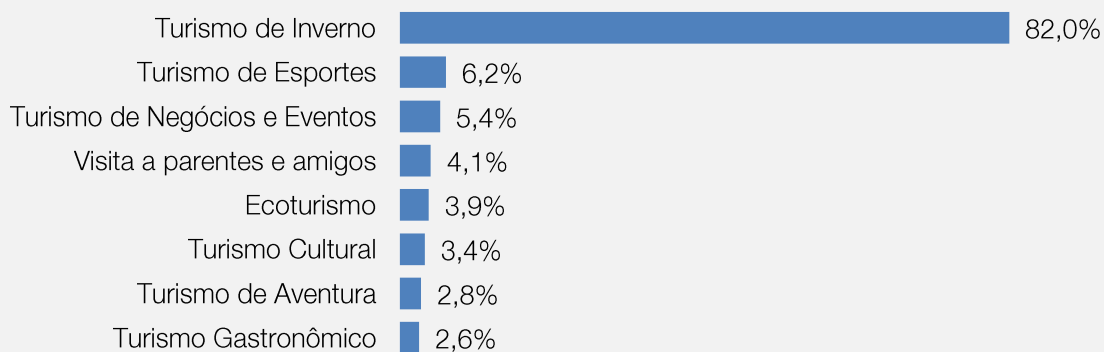


## Grupo de viagem



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

## Motivo da viagem



*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A principal motivação para a viagem é o turismo de Inverno assim como a escolha dos pontos turísticos:

Locais que o turista visitou ou pretende visitar	
Morro da Igreja	91,2%
Pedra Furada	78,4%
Cascata Véu de Noiva	67,8%
Serra do Corvo Branco	57,5%
Cachoeira do Avencal	39,2%
Igreja Matriz	38,9%
Mirante	36,3%
Gruta da Nsa Sra de Lourdes	32,0%
Inscrições Rupestres	26,8%
Morro do Campentres	19,1%
Caverna Rio dos Bugres	14,9%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Assim, os cinco principais pontos turísticos de Urubici, na opinião dos turistas, foram, por ordem de importância, a Igreja Matriz, a Pedra Furada, a Cascata Véu de Noiva e a Serra do Corvo Branco.

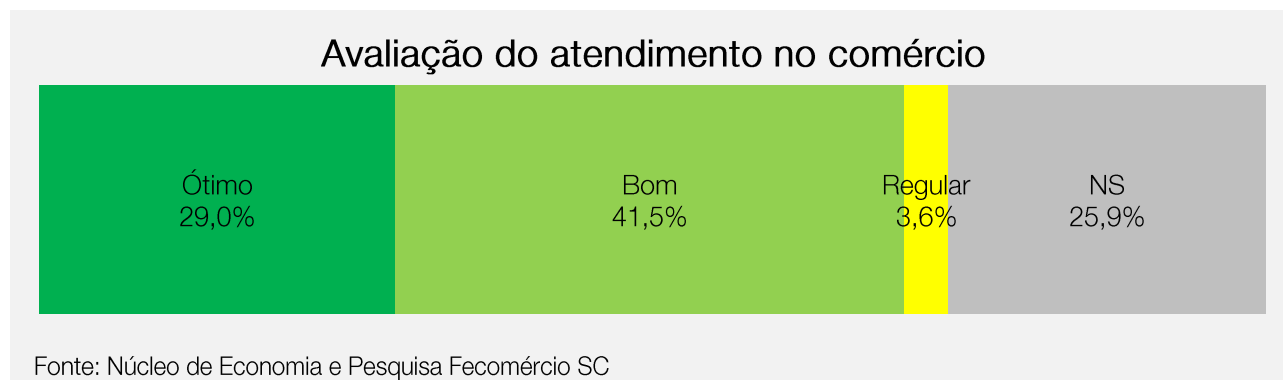
Para monitorar os gastos dos turistas com o comércio de Urubici, em primeiro lugar foi perguntado se o entrevistado iria comprar produtos do comércio da cidade, sendo que 55,2% deles afirmaram que sim, 28,1% afirmaram que não haviam visitado o comércio, mas que pretendia ir e apenas 16,8% não pretendia visitar o comércio de Urubici.

Isso mostra uma grande disposição em utilizar o comércio da cidade. No entanto, a expectativa de gasto médio por turista de R\$225,62, exclusivamente no comércio, mostra aumento nos gastos dos turistas em relação ao ano anterior, que foi de R\$153,07.

Gastos	Média
Gasto Hospedagem	R\$ 420,36
Gasto Alimentação	R\$ 231,05
Gasto Transporte	R\$ 247,76
Gasto Comércio	R\$ 225,62
<b>Total</b>	<b>R\$ 287,89</b>

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Em relação ao atendimento do comércio, a avaliação dos turistas foi bastante positiva, não foram citadas avaliações negativas, como ruim ou péssimo:

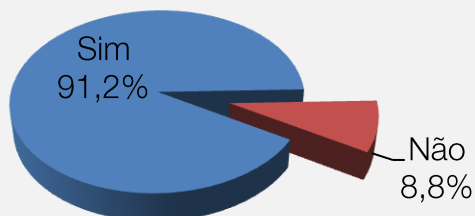


## Avaliação da cidade

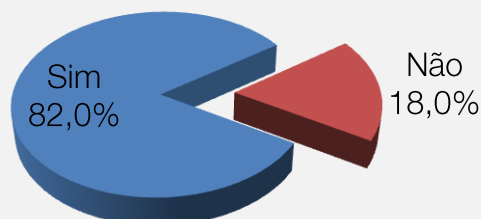
Para avaliar a percepção do turista quanto à estrutura da cidade, foram realizadas algumas questões sobre este tema.

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

### A estrutura dos hotéis está preparada para o frio de inverno



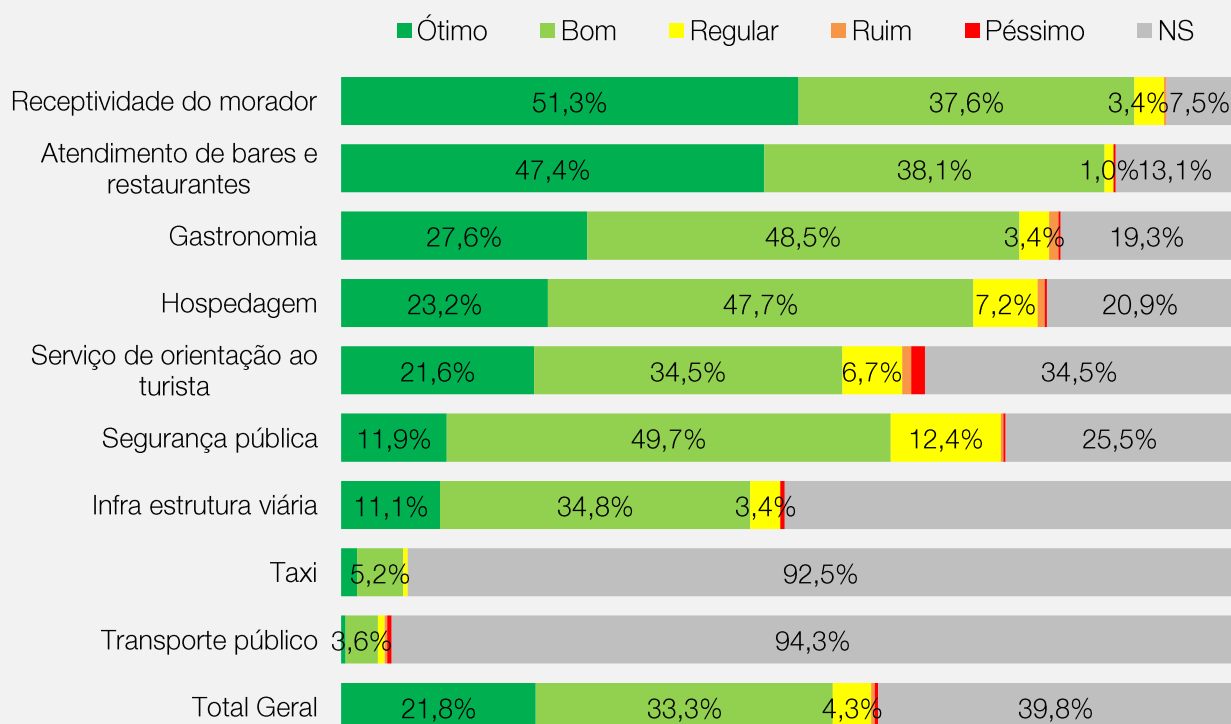
### A estrutura dos restaurantes está preparada para o frio de inverno



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Como se pode observar, a maioria considerou estes locais preparados. Também foi pedido para que os visitantes avaliassem vários outros pontos da cidade. Seguem os resultados:

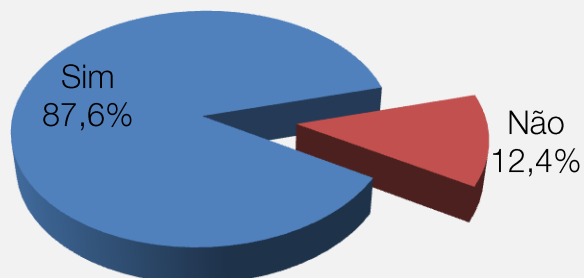
### Avaliação da cidade



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Adicionalmente a todas estas informações, a Fecomércio SC também buscou saber se os turistas pensavam em retornar no ano seguinte à cidade. Registra-se que a maioria (87,6%) dos turistas pretende retornar.

## Pretende retornar no próximo ano?



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

As sugestões de melhorias apontadas pelos turistas

Sugestão de melhorias	
Melhorias nas rodovias	17,4%
Melhorias na sinalização da cidade	13,6%
Mais opções de hotéis e pousadas	11,4%
Melhorias na infraestrutura da cidade	11,4%
Melhorias na sinalização das rodovias	9,8%
Ampliação do horário de atendimento para atender aos turistas	8,3%
Melhorar o atendimento	6,8%
Limpeza e revitalização das ruas	6,1%
Mais opções de entretenimento	3,8%
Melhorar a gastronomia	3,0%
Melhorias no calçamento das vias urbanas	2,3%
Melhorias no atendimento do comércio	2,3%
Falta de um Banco 24h	1,5%
Iluminação pública	1,5%
Mais atrativos turísticos	1,5%
Mais segurança pública	1,5%
Melhores restaurantes	1,5%
Melhorias no acesso a cidade	1,5%
Revitalização dos pontos turísticos	1,5%
Acessibilidade, adaptação dos locais turísticos para cadeirantes.	0,8%
Atendimento do comércio nos finais de semana	0,8%
Capacitação profissional	0,8%
Investimentos no turismo	0,8%
Mais opções de restaurantes	0,8%
Servir pratos típicos da região	0,8%
Preços muito elevados em relação ao oferecido	0,8%
Melhorias na qualidade da rede hoteleira	0,8%

Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

## Pesquisa com o empresário de Urubici

A Fecomércio SC realizou um total de 37 entrevistas com os empresários de Urubici. O principal objetivo destas entrevistas foi captar os impactos do inverno na atividade comercial da cidade.

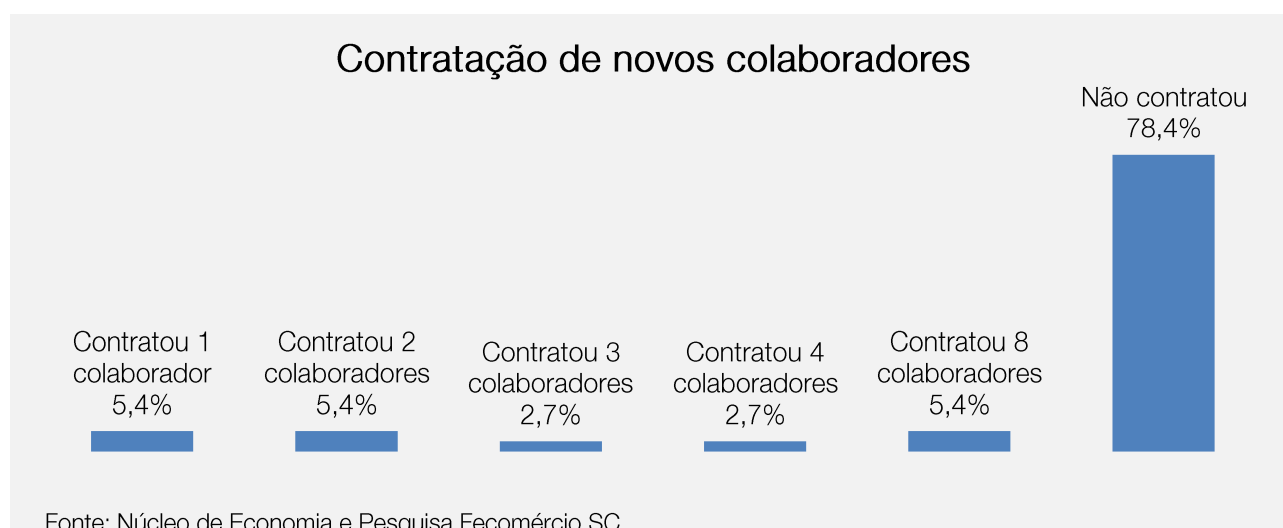
Abaixo, os setores entrevistados pela pesquisa:

Setores entrevistados	
Restaurantes/ Bares	35,1%
Vestuário	32,4%
Supermercados	16,2%
Calçados	10,8%
Artesanato e lembranças da cidade	2,7%
Vinhos e produtos coloniais	2,7%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Assim, com base nesta amostra de estabelecimentos, foi realizada uma série de perguntas para verificar os efeitos econômicos do inverno de 2013 para a cidade.

Em primeiro lugar, com o objetivo de observar o comportamento do mercado de trabalho de Urubici em decorrência do turismo de inverno, perguntou-se aos empresários se eles haviam contratado novos colaboradores em virtude do aumento de movimento neste período.



O gráfico acima demonstra que a maioria dos empresários (78,4%) não realizou novas contratações. Dos 21,6% que realizaram novas contratações foram em média 0,8 colaboradores por empresa, média bastante inferior aos últimos 2 anos.

	2011	2012	2013
Contratação de novos colaboradores	35,1%	15,0%	21,6%
Média de colaboradores contratados	1,4 colaboradores	3,3 colaboradores	0,8 colaboradores
Duração média do contrato		2,3 meses	1,1 meses
Taxa de efetivação média		39,0%	12,5%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Ainda sobre as novas contratações, a duração dos contratos foi de aproximadamente 1,1 meses, e o percentual de efetivação, foi uma média de 12,5 % dos colaboradores.

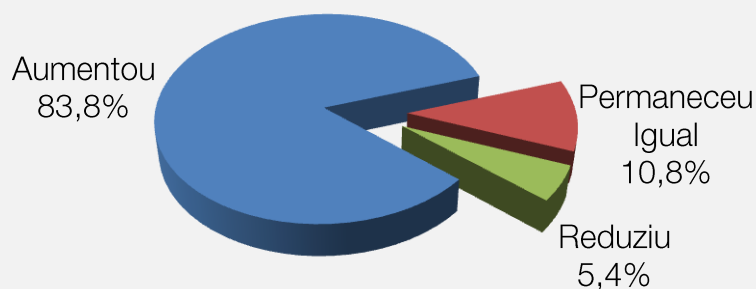
Quando questionados se a mão de obra é local, 100% dos empresários responderam que sim.

Estes dados dão uma amostra da dimensão da movimentação da economia local decorrente do turismo de inverno.

A comparação com os anos anteriores, na tabela que segue, percebe-se que de 2012 para 2013 um percentual menor de empresas contrataram colaboradores para o período de alta temporada, entretanto as que o fizeram, contrataram mais colaboradores e por mais tempo. Neste período de comparação a taxa de efetivação reduziu em 26,5 p.p.

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

### Houve aumento no movimento em relação a temporada passada?



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Na opinião de 83,8% dos empresários houve um aumento no movimento, em relação à temporada passada, e este aumento foi de 29,5%. Já 10,8% dos empresários afirmaram que o movimento permaneceu igual e 5,4% dos entrevistados consideraram que houve redução do movimento.

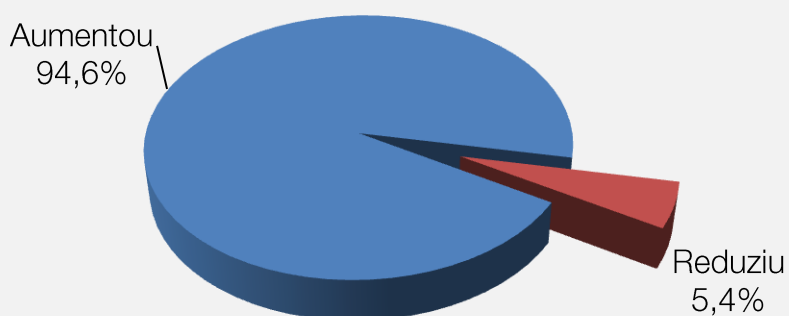
Nos estabelecimentos pesquisados, a média de gasto por cliente neste ano foi de R\$50,78, inferior aos R\$98,02 de 2012.

	2011	2012	2013
Média de gasto por cliente	R\$ 63,00	R\$ 98,02	R\$ 50,78

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

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

### Faturamento em relação a 2012



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Como se pode ver, a maioria das empresas (94,6%) considerou que seu faturamento aumentou apenas 5,4% afirmaram que ele reduziu em relação ao faturamento de 2012. No fim das contas, a média geral de aumento do faturamento, entre todo o comércio da cidade, foi de 20,3%, o que pode ser considerada uma grande expansão.

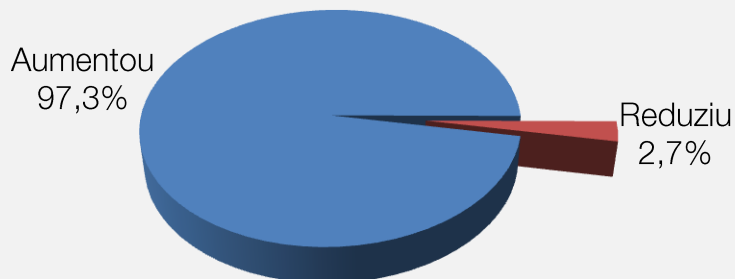
Considerando o faturamento, qual o crescimento ou queda em relação:	
Aos meses comuns do ano	21,8%
Ao ano anterior	20,3%

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Na comparação com os meses anteriores, com os meses comuns do ano, o aumento percebido no faturamento foi de 21,8%, onde 97,3% dos empresários perceberam aumento e 2,7% afirmaram que ele reduziu na comparação com os meses anteriores.



## Faturamento em relação aos meses anteriores



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A Fecomércio procurou averiguar o tipo de serviços que os empresários não disponibilizam aos consumidores/turistas:

Serviços abaixo não são oferecidos aos clientes	
Funcionário que fale inglês ou espanhol	78,4%
Pagamento em moeda estrangeira (dólar/peso/euro)	75,7%
Ambiente adaptado para deficientes físicos	64,9%
Área para fumantes	43,2%
Programa de capacitação nas áreas de receptividade/atendimento	32,4%
Aceita cartão de crédito/débito internacional	24,3%
Estacionamento	8,1%
Ambiente adaptado a idosos	5,4%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Também foram pesquisadas as estratégias dos empresários para a captação de turistas, 77,8% investiu em algum tipo de estratégia. Os tipos de estratégias mais utilizadas foram as ações de publicidade e propaganda, 89,3%, seguido pelo investimento em sites, opção de 14,3% dos empresários. Ainda foram citados os investimentos em descontos e promoções, vitrines temáticas e reformas nos estabelecimentos.

## Estratégia usada para captação do turista

Publicidade e  
propaganda  
89,3%



Site  
14,3%



Descontos e  
promoções  
7,1%



Vitrines temáticas  
3,6%



Reforma do  
estabelecimento  
3,6%



*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*  
Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Os investimentos com estas estratégias variaram muito, de R\$70 à R\$12.000. Mas este esforço produziu efeitos pois na opinião de todos os empresários que investiram, a estratégia produziu efeitos.

Para finalizar, foi perguntado aos empresários se o clima deste ano atraiu os turistas para Urubici. Segue abaixo o percentual de respostas:

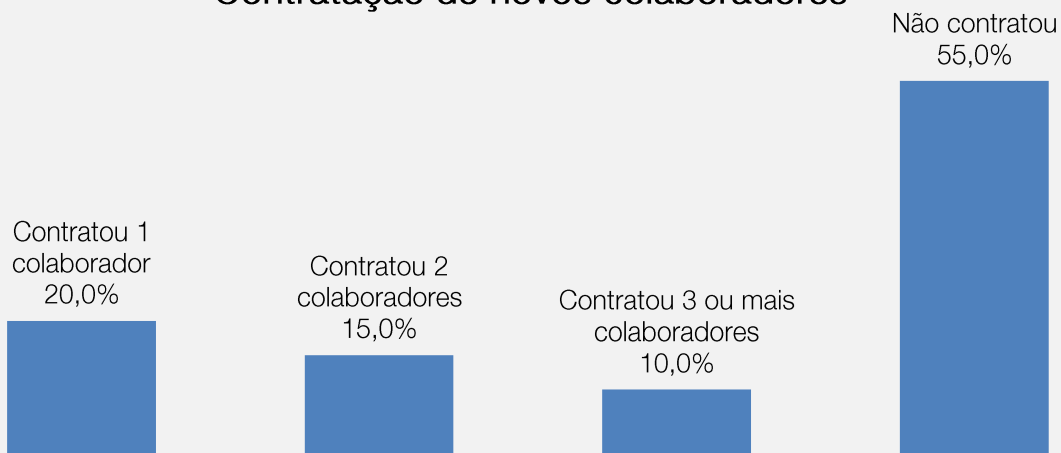
Na opinião de 100% dos empresários o frio intenso atrai os turistas e provoca aumento do movimento na cidade. Mostrando que o bom ou mal resultado do turismo de inverno em Urubici, na opinião dos empresários, tem forte ligação com as condições climáticas, quanto maior o frio, maior o movimento.

## Pesquisa com o setor hoteleiro de 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 20 hotéis e pousadas em Urubici.

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

### Contratação de novos colaboradores



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

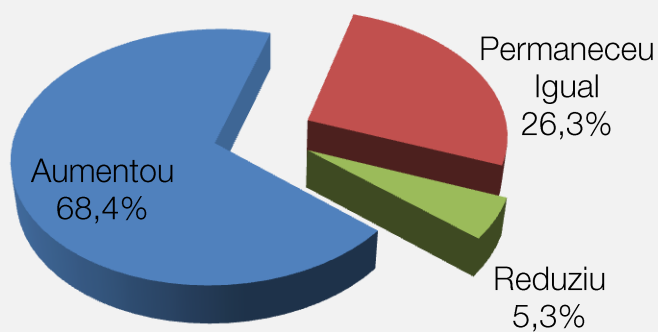
Dos estabelecimentos entrevistados do setor hoteleiro de Urubici, 20,0% contratou apenas 1 colaborador, 15,0% contratou 2 e 10,0% contratou 3 ou mais colaboradores, 55,0% não contrataram. Sendo que a média geral de funcionários contratados pelos hotéis ou pousadas foi de 1,9 pessoas e o tempo médio dos contratos é de 1,1 meses.

Ainda sobre a contratação de novos colaboradores, averiguou-se que as contratações não geraram efetivação e que a mão de obra contratada é 100% local.

O percentual de ocupação dos leitos registrado em Urubici foi de 77%, com uma média de 28,8 leitos por hotel ou pousada. A média de permanência dos hóspedes nos hotéis ou pousadas foi de 2,2 dias.

Na comparação da média de permanência de 2013 em relação a 2012, o gráfico abaixo ilustra a situação:

### Média de permanência, em relação a temporada de inverno 2012



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A maioria dos entrevistados considerou que a média de permanência dos turistas nos hotéis aumentou (68,4%), 26,3% acreditam que permaneceu igual, e 5,3% entrevistado considerou que reduziu a media de permanência.

Como reflexo desta percepção positiva está a variação do faturamento em relação ao mesmo período de 2012, que foi superior em 17,1%. E em relação aos meses anteriores à temporada de inverno a variação percebida pelos empresários foi de 69,0%.

Já o gasto médio dos clientes nos hotéis foi de R\$253,89 e a forma de pagamento mais utilizada foi à vista em dinheiro.

### Forma de pagamento mais utilizada

Á vista, em dinheiro  
57,1%



Á vista, com cartão  
de débito  
21,4%



Á vista, com cartão  
de crédito  
7,1%



Parcelamento, com  
cartão de crédito  
14,3%



Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

A Fecomércio SC procurou averiguar o tipo de serviços que os empresários do setor hoteleiro não disponibilizam aos consumidores/turistas:

Serviços abaixo não são oferecidos aos clientes	
Ambiente adaptado para receber deficientes físicos	90,0%
Pagamento em moeda estrangeira (dólar/peso/euro)	65,0%
Área reservada para fumantes	60,0%
Aceita cartão de crédito/débito internacional	45,0%
Programa de capacitação ao colaborador nas áreas de receptividade e atendimento	40,0%
Ao menos um funcionário fala inglês ou espanhol	35,0%
Ambiente adaptado para idosos	10,0%

*Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.*

Fonte: Núcleo de Economia e Pesquisa Fecomércio SC

Também foram pesquisadas as estratégias dos empresários para a captação de turistas e apurou-se que em Urubici 90,0% investiram em algum tipo de estratégia, cujo investimento médio foi de R\$ 1.010,00 e em todos os casos surtiram o resultado esperado.

## Conclusão

O inverno de 2013 no geral foi bom para as cidades contempladas pela pesquisa da Fecomércio SC.

A temporada de inverno na Serra Catarinense em 2013 obteve uma avaliação ótima pelos turistas que vieram a São Joaquim e Urubici que visitaram as cidades e desfrutaram seus atrativos.

O turista que visitaram a Serra Catarinense, na temporada de inverno de 2013, chegaram de vários estados das regiões sul e sudeste do país mas principalmente do próprio estado, o que confirma que a região é destino de turismo regional.

Em São Joaquim o principal estado de origem dos turistas foi Santa Catarina, seguido pelo Paraná e por São Paulo. Em Urubici, a maioria também foi de Santa Catarina, seguido por São Paulo, e pelo Rio Grande do Sul.

Em relação ao perfil dos turistas, a maioria está nas faixas de idade que vão dos 31 a 40 anos, seguidos pelos de 41 a 50 anos. Grande parte dos turistas que visitaram a Serra Catarinense neste inverno é da classe C, e na comparação com as temporadas dos anos anteriores observa-se o aumento da fatia destes turistas.

A maioria dos turistas chegou à cidade de carro e hospedou-se na rede hoteleira dos municípios, permanecendo entre 2 a 3 dias.

Na avaliação dos turistas o alto percentual de respostas positivas mostra a satisfação dos turistas com relação às cidades de São Joaquim e Urubici.

Se o movimento de turistas aumentou na percepção dos empresários entrevistados de ambas as cidades, a atividade comercial como um todo teve visões díspares. Para os empresários de São Joaquim o faturamento permaneceu inalterado, tanto em relação ao ano anterior quanto em relação aos meses anteriores. Já para os empresários de Urubici, a percepção foi de aumento no faturamento.

Quanto ao setor hoteleiro, o percentual de ocupação dos leitos registrado em São Joaquim foi de 68,8% e em Urubici de 77%.

Na comparação com a temporada de 2012, a maioria dos entrevistados considerou que a média de permanência dos turistas nos hotéis permaneceu a mesma em São Joaquim e aumentou em Urubici.

Como reflexo desta percepção está a variação do faturamento que foi negativa para os empresários do setor hoteleiro de São Joaquim e positiva para os de Urubici.

Já em relação aos meses anteriores à temporada de inverno a variação percebida pelos empresários de ambas as cidades é positiva.

As opiniões dos empresários quanto à percepção do movimento do estabelecimento durante a temporada também foram positivas, o que demonstra que a temporada beneficia os estabelecimentos comerciais da região.

