



Inverno na Serra de  
**SANTA CATARINA 2016**

 **Fecomércio SC**  
Sesc | Senac

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

# Inverno na Serra de Santa Catarina 2016

Impacto Econômico do turismo de inverno em São Joaquim e Urubici

## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>4</b>
<b>SÃO JOAQUIM.....</b>	<b>5</b>
Impacto econômico nos setores de comércio, serviços e hotelaria de São Joaquim .....	5
Estratégias dos empresários para atrair clientes e aumentar as vendas .....	9
Pesquisa com os empresários do setor hoteleiro de São Joaquim .....	12
<b>URUBICI .....</b>	<b>17</b>
Impacto econômico nos setores de comércio, serviços e hotelaria de Urubici .....	17
Estratégias dos empresários para captação de clientes e aumento das vendas .....	20
Pesquisa com os empresários do setor hoteleiro de Urubici .....	23
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>27</b>

## **INTRODUÇÃO**

A Serra Catarinense é um dos principais roteiros turísticos de Santa Catarina. Formada por pequenos municípios, a região possui uma ampla gama de atrativos turísticos, como o inverno de frio intenso, belezas naturais e comidas típicas, além de ser referência em hospitalidade. O destino diferenciado recebe um considerável aumento no número de visitantes durante o inverno, impactando diretamente na atividade econômica local.

Com o intuito de mapear o impacto da temporada de inverno para os empresários de São Joaquim e Urubici, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio SC), realizou o Levantamento Fecomércio de Turismo – Inverno na Serra, em 2016. A coleta de dados ocorreu entre os dias 22 a 24 de agosto de 2016, entrevistando 124 empresários das duas cidades.

## SÃO JOAQUIM

### Impacto econômico nos setores de comércio, serviços e hotelaria de São Joaquim

Com o objetivo de mapear o impacto do turismo durante a temporada de inverno em São Joaquim, uma das principais e mais charmosas cidades da Serra Catarinense, a Fecomércio SC realizou um total de 64 entrevistas com os empresários dos setores de comércio e serviços. Abaixo, os setores entrevistados pelo levantamento:

#### SETORES DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS

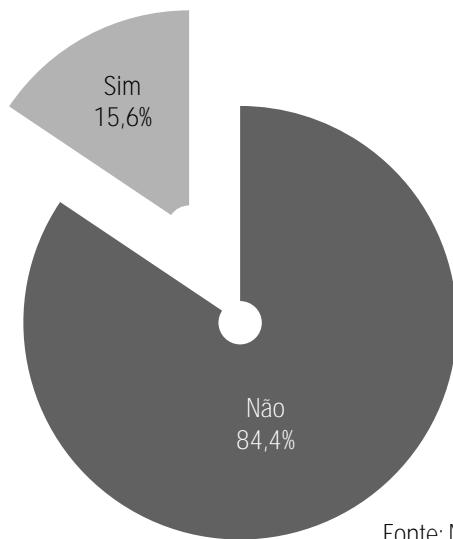


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O levantamento apurou os resultados da temporada sobre os seguintes aspectos: mercado de trabalho, estratégias dos empresários para aumentar vendas, avaliação do movimento, variação do faturamento, entre outros.

Para compreender o comportamento do mercado de trabalho na cidade durante a temporada de inverno, os empresários foram questionados sobre a contratação de temporários para o período. A maioria dos empresários não realizou contratações (84,4%) e 15,6% reforçaram a mão de obra, com média de 1,04 novos colaboradores contratados.

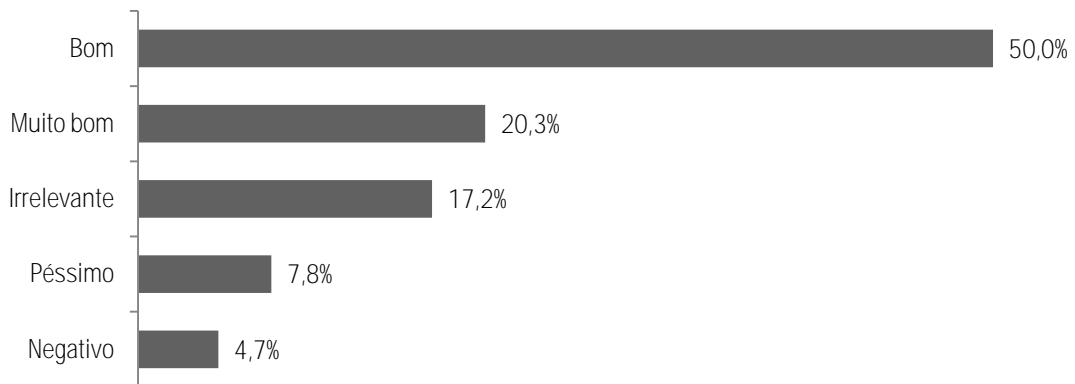
## CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES EXTRAS PARA TEMPORADA



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre a avaliação do movimento da temporada de inverno 2016, 70,3% o avaliaram positivamente, 50% avaliaram o movimento como bom e 20,3% como muito bom. Apenas 12,5% avaliaram negativamente e 17,2% como irrelevante.

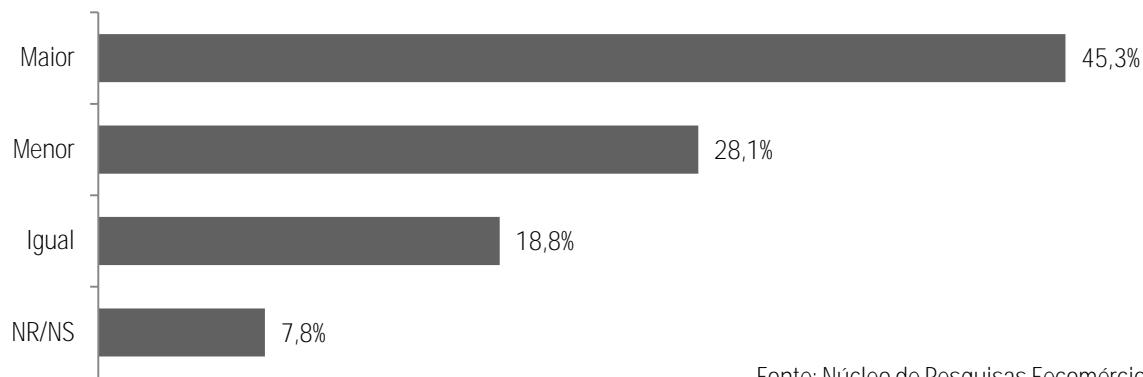
## AVALIAÇÃO DO MOVIMENTO



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os números conversam com o comparativo do movimento entre a temporada de inverno 2015 e 2016. Na opinião de 45,3% dos empresários entrevistados, o movimento foi maior neste ano, 28,1% compreendeu que foi menor e 18,8% entenderam que foi igual.

## COMPARATIVO DO MOVIMENTO EM RELAÇÃO A TEMPORADA ANTERIOR



O maior movimento está diretamente relacionado ao inverno intenso nesta temporada, o mais rigoroso dos últimos dois anos (G1, 2016), fato amplamente divulgado na mídia. Conjugado ao frio intenso, o empresário local soube mapear outras motivações ao avaliar comparativamente o movimento em seu estabelecimento de uma temporada para a outra. Entre os que avaliaram que o movimento foi maior, 50% atribuiu ao frio, 9% entende que o momento de crise econômica permitiu um aumento do turismo local e 35% elencaram motivações diversas, algumas relacionadas às ações específicas realizadas em seus estabelecimentos, como as respostas a seguir ilustram:

“Devido ao crescimento da empresa”.

“Repaginação do cardápio do restaurante”.

“Pela qualidade do trabalho”.

Entre os que avaliaram que o movimento foi menor, 67% entende que crise econômica foi a responsável pela queda no movimento em seu estabelecimento, 14% elencaram motivações diversas, tais como:

“Novos concorrentes no mercado”.

“Houve uma modificação no trânsito, o que fez com que passe menos movimento pela rua onde se encontra o comércio”.

“O ramo da farmácia não capta o público do turismo, não afeta no faturamento”.

Cerca de 10% ainda atribuíram o menor movimento a ocorrência dos jogos olímpicos, realizados no Rio de Janeiro de 05 a 21 de agosto.

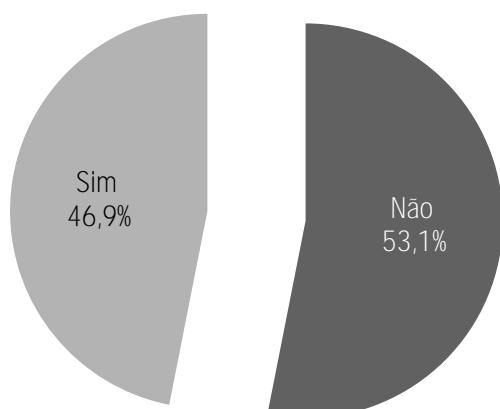
#### PERCEPÇÃO MOVIMENTO X MOTIVAÇÃO DO MOVIMENTO

	Maior	Menor	Igual	NS/NR
Frio	50%	5%	0%	33%
Crise	9%	67%	54%	0%
Festividades na cidade	0%	5%	8%	0%
Olímpiadas	0%	10%	0%	0%
Falta de neve/frio em outras cidades	6%	0%	0%	17%
Outras	35%	14%	38%	50%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Buscando dar voz aos empresários da Serra, o levantamento apurou também a opinião deles em relação a uma questão relevante para a região: as condições da SC-390 na Serra do Rio do Rastro, trecho que dá acesso a diversas cidades da Serra. Diferentes problemas e incidentes ocorridos na rodovia, desde deslizamentos de terra até a iluminação insuficiente, foram amplamente noticiados pela mídia neste ano. Desta forma, foi perguntado aos empresários se as condições da estrada do Rio do Rastro afetaram o fluxo turístico do município. A opinião foi bastante equilibrada: 53,1% compreendem que não ocorreu influência no fluxo turístico, enquanto 46,9% entenderam que sim, diferença de apenas 6,2 pontos percentuais.

#### CONDIÇÕES DA SERRA DO RIO DO RASTRO AFETARAM O FLUXO TURÍSTICO DA TEMPORADA?



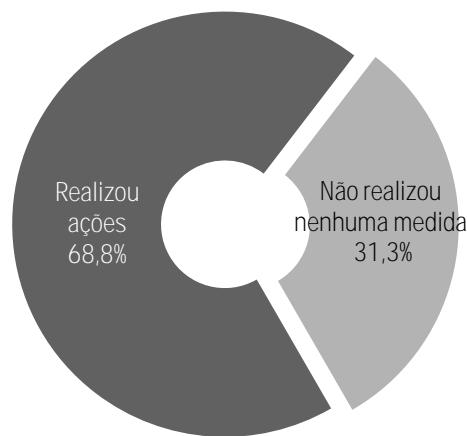
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além de ouvir a opinião dos empresários, o levantamento buscou compreender as estratégias utilizadas por eles para a captação de clientes e aumento das vendas durante a temporada.

## **ESTRATÉGIAS DOS EMPRESÁRIOS PARA ATRAIR CLIENTES E AUMENTAR AS VENDAS**

Compreender a percepção do empresário sobre o movimento do comércio durante o inverno e ouvi-lo sobre questões importantes, como as condições da estrada que dá acesso ao destino, são informações extremamente relevantes para entender como foi a temporada. O movimento no comércio, contudo, não depende apenas do fluxo turístico. As ações e medidas tomadas pelos empresários para atrair clientes e aumentar as vendas também são fundamentais para o êxito, pois a relação comercial, mesmo no contexto turístico, precisa ser estimulada. A maioria dos empresários (68,8%) abordados afirmou ter realizado ações durante o período, enquanto 31,3% declararam não ter realizado nenhuma medida.

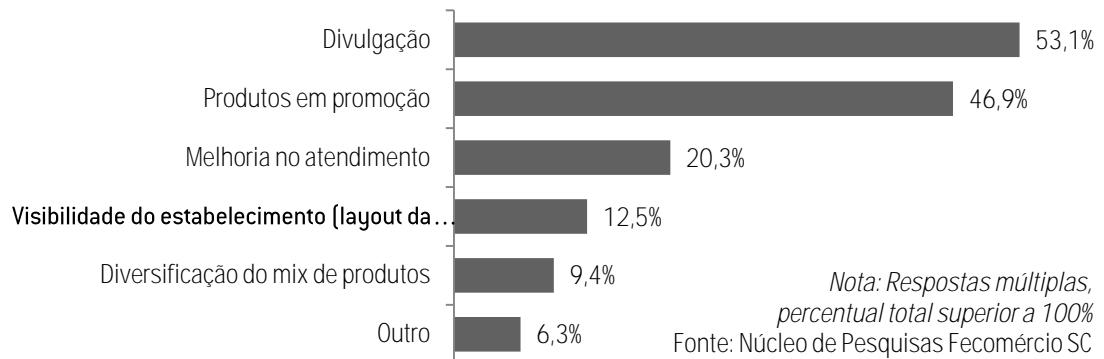
### **REALIZAÇÃO DE AÇÕES PARA AUMENTO DAS VENDAS**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

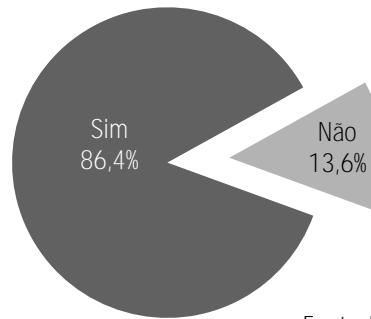
A principal estratégia utilizada pelos empresários de São Joaquim para aumentar as vendas durante a temporada de inverno foi a divulgação do estabelecimento (53,1%). Em segundo e terceiro lugar, respectivamente, a promoção de produtos (46,9%) e a melhoria do atendimento (46,9%).

## MEDIDAS PARA AUMENTO DE VENDAS



Essas ações surtiram efeito: 86,4% dos entrevistados declararam que as medidas realizadas resultaram no êxito (aumento das vendas). Apenas em 13,6% dos casos não alcançaram o resultado.

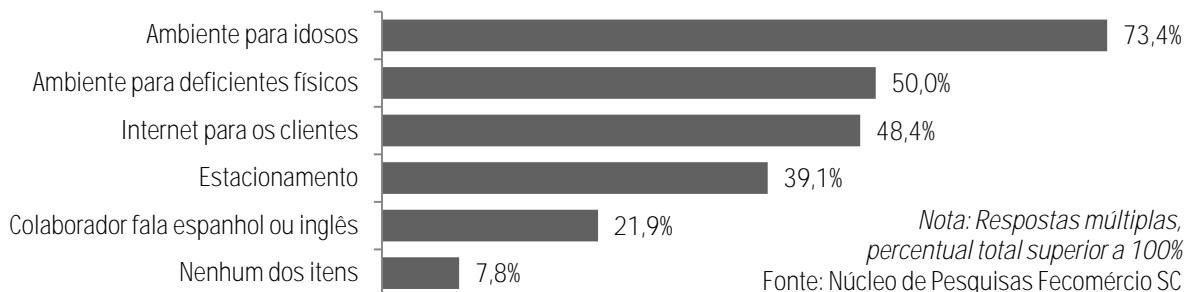
## AS MEDIDAS FORAM EFETIVAS?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

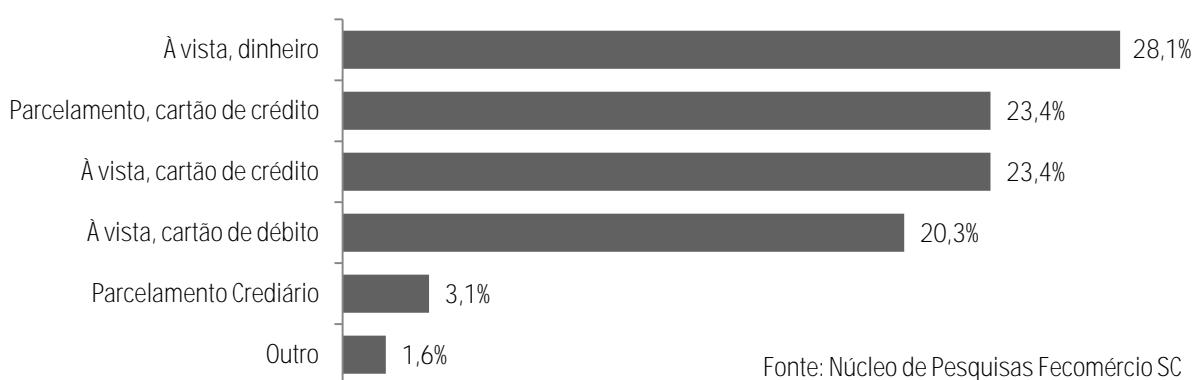
Outra importante estratégia para aumentar as vendas e fidelizar clientes é oferecer serviços diversos para que o público tenha mais conforto durante o período em que estão no estabelecimento, permitindo uma experiência de compra mais agradável aos turistas e consumidores em geral. A maioria dos estabelecimentos entrevistados oferece serviços diversos aos seus clientes, como: ambiente para idosos (73,4%), ambientes para deficientes físicos (50%) e internet para os clientes (48,4%).

## SERVIÇOS OFERECIDOS AOS CLIENTES



Um dado importante para entender o comportamento do turista durante a permanência no destino é mapear a forma de pagamento mais utilizada. Essa informação é muito pertinente para o empresário, que já pode planejar ações para a próxima temporada. Em São Joaquim ocorreu um equilíbrio nas formas de pagamento. A principal foi o pagamento à vista com dinheiro (28,1%), seguido pelo parcelamento no cartão de crédito e o pagamento à vista, com cartão de crédito, ambas com 23,4%. O pagamento com cartão de débito também apresentou considerável percentual (20,3%).

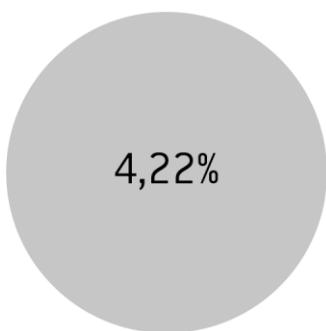
## PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO



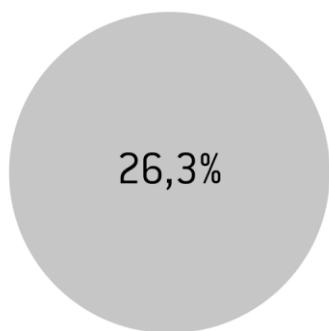
Como reflexo da percepção otimista do movimento e das ações realizadas pelos empresários está a variação do faturamento (4,22%) em relação ao mesmo período de 2015. Na comparação com os meses anteriores à temporada, a variação foi ainda melhor (26,3%). Os números são bastante expressivos, considerando o cenário de crise que o país enfrenta. O gasto médio por cliente ficou em R\$155,81.

## VARIAÇÃO DE FATURAMENTO E GASTO MÉDIO

Variação do faturamento  
em relação a 2015:



Variação do faturamento  
em relação aos meses  
comuns deste ano:



Gasto médio:



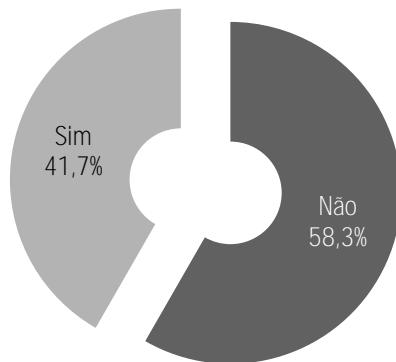
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## PESQUISA COM OS EMPRESÁRIOS DO SETOR HOTELEIRO DE SÃO JOAQUIM

Setor diretamente afetado pelo turismo de temporada, a hotelaria recebeu atenção direcionada nesse levantamento. Para captar as peculiaridades dos impactos do inverno no setor hoteleiro foi construído um questionário exclusivo para este setor. Representantes de 12 hotéis e pousadas em São Joaquim foram ouvidos.

Primeiramente foi perguntado se o hotel ou pousada havia contratado novos funcionários para o período de inverno. Dos estabelecimentos entrevistados do setor hoteleiro de São Joaquim, 58,3% não contrataram novos colaboradores para atender a demanda da alta temporada. Dentre os 41,7% que contrataram, a média geral de colaboradores contratados foi de 1,5 pessoas.

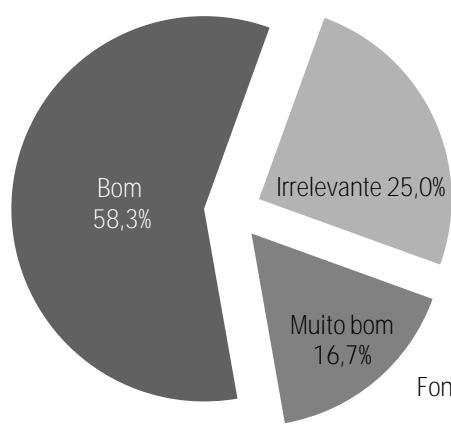
## CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES EXTRAS PARA TEMPORADA



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maioria dos empresários do setor de hospedagem em São Joaquim também avaliou o movimento da temporada de 2016 positivamente (75%), 58,3% avaliou como bom e 16,7% como muito bom. Na comparação com a temporada passada, ocorreu um equilíbrio, pois 50% entenderam que foi maior e 50% avaliaram que o movimento este ano foi menor.

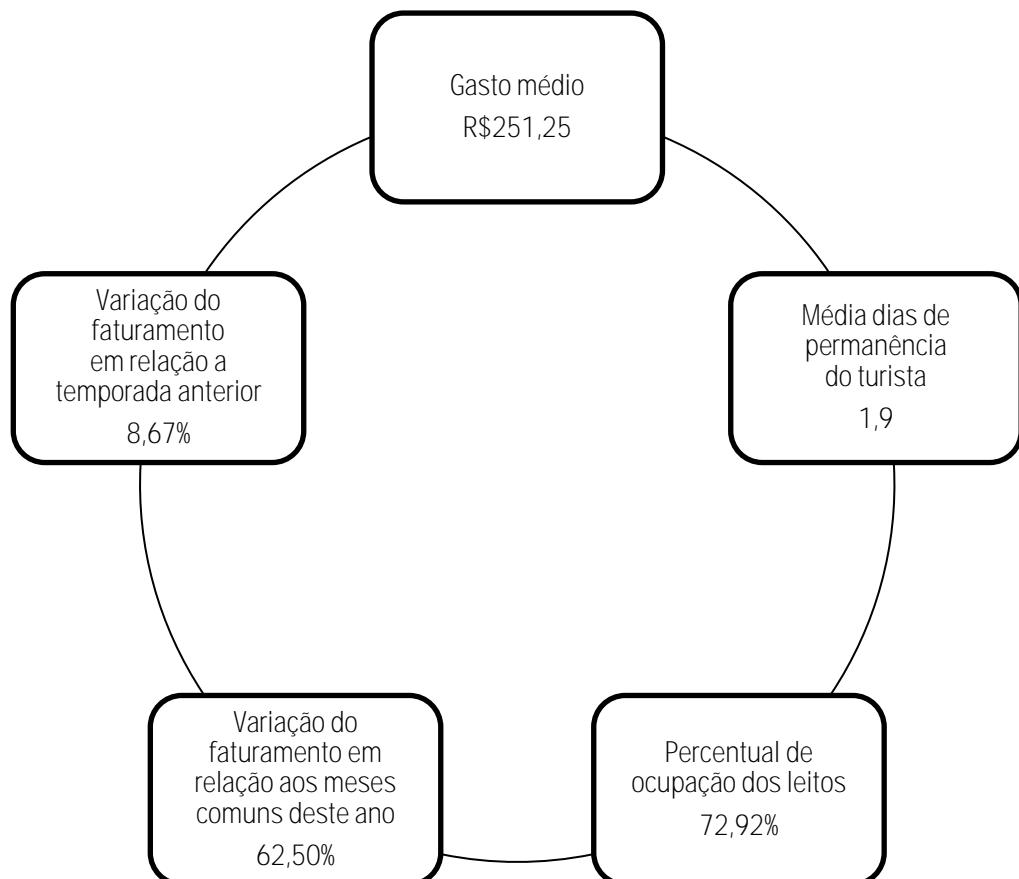
## AVALIAÇÃO DO MOVIMENTO



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação positiva do movimento é compreensível quando observamos os números referentes ao setor. O gasto médio por hóspede nesta temporada foi de R\$251,25, consideravelmente maior do que o gasto médio apresentado na última pesquisa de Inverno Fecomércio SC, 2014 (R\$176,76). O otimismo se justifica em outros dados: a variação de faturamento em relação à temporada de 2015 foi de

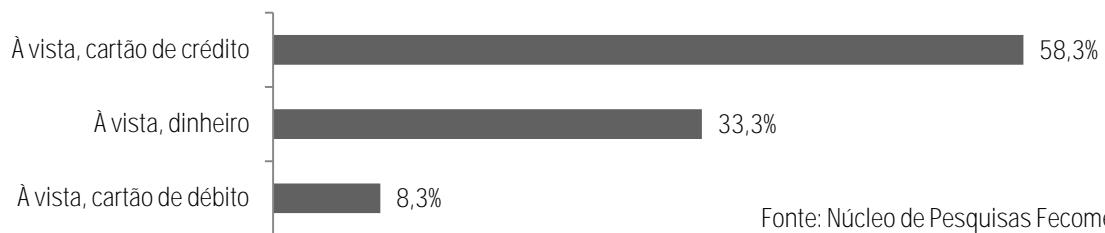
8,67% e em comparação aos meses comuns deste ano chegou a 62,5%. Outro número que justifica o otimismo dos empresários do setor é o percentual de ocupação dos leitos no período, que chegou a 72,9%. A média de dias de permanência manteve-se em 1,9 dias, a mesma da última pesquisa realizada pela Fecomércio em 2014.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma de pagamento preponderante entre os hotéis e pousadas de São Joaquim foi à vista, sendo 58,3% no cartão de crédito, 33,3% em dinheiro e 8,3% no cartão de débito.

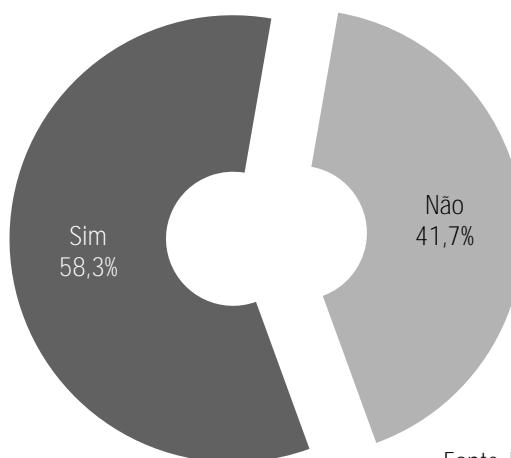
## PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Referente a opinião sobre as condições da estrada da Serra do Rio do Rastro e o impacto no fluxo turístico, a percepção dos empresários difere dos demais, pois 58,3% dos empresários do setor entendem que as condições da estrada, com ocorrência de deslizamentos e problemas de iluminação, refletiram no fluxo turístico.

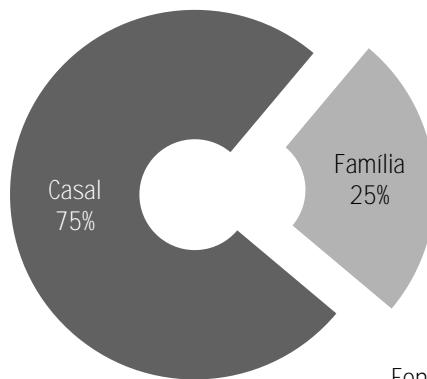
## CONDIÇÕES DA SERRA DO RIO DO RASTRO AFETARAM O FLUXO TURÍSTICO DA TEMPORADA?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Também foi apurado, entre os empresários de hotéis e pousadas de São Joaquim o perfil predominante dos hóspedes em seus estabelecimentos durante a temporada de inverno de 2016. Esses dados são importantes, pois servem de subsídio para as estratégias de marketing e vendas para as temporadas futuras. O grupo predominante durante a temporada de inverno 2016 nos hotéis e pousadas foram os casais (75%), seguido pelas famílias (25%).

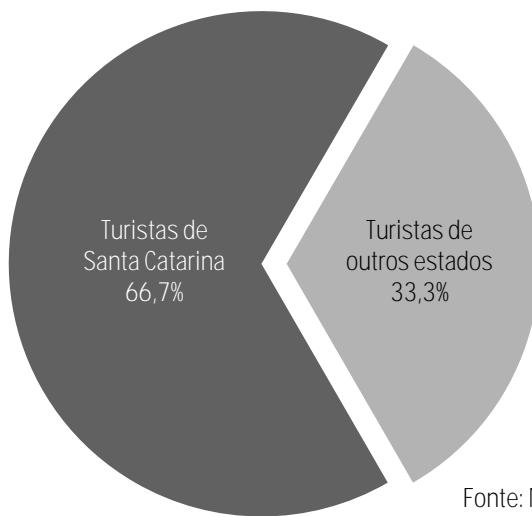
## GRUPO DE VIAGEM



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Sobre a origem dos turistas, segundo a percepção dos empresários de hotéis e pousadas, a maioria dos turistas é de Santa Catarina (66,7%), enquanto apenas 33,3% são turistas de outros estados, apontando que o turismo na cidade é predominantemente regionalizado.

## ORIGEM DOS TURISTAS



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## URUBICI

### IMPACTO ECONÔMICO NOS SETORES DE COMÉRCIO, SERVIÇOS E HOTELARIA DE URUBICI

A Fecomércio SC realizou um total de 35 entrevistas com os empresários dos setores de comércio e serviços de Urubici. Como anteriormente mencionado, o principal objetivo foi captar os impactos da temporada de inverno na atividade comercial da cidade.

Abaixo, os setores entrevistados pela pesquisa:

#### SETORES DE ATUAÇÃO DAS EMPRESAS



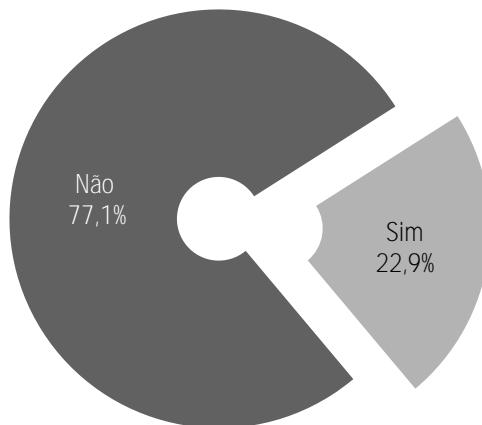
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Assim, com base nesta amostra de estabelecimentos, foi realizada uma série de investigações para verificar os efeitos econômicos da temporada de inverno 2016 para a cidade. O levantamento mapeou o impacto da temporada sobre os seguintes aspectos: mercado de trabalho, estratégias dos empresários para aumento das vendas, avaliação do movimento, variação do faturamento, entre outros.

Objetivando compreender o comportamento do mercado de trabalho de Urubici frente à temporada de inverno, perguntou-se aos empresários se eles realizaram contratação de novos colaboradores para o período. A maioria dos empresários não realizou contratações (77,7%). Entre os 22,9% dos empresários

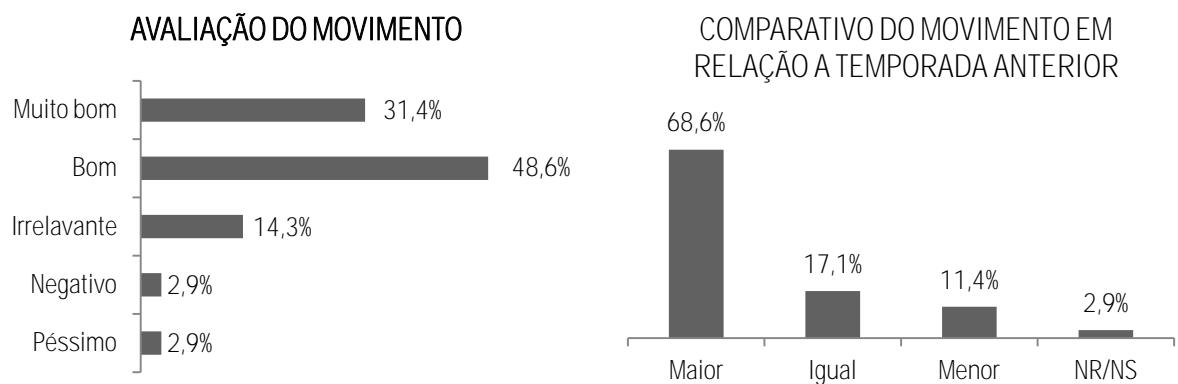
que realizaram novas contratações para a temporada, a média foi de 2,13 colaboradores.

## CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES PARA TEMPORADA



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O levantamento também buscou saber a avaliação e percepção dos empresários do setor terciário de Urubici sobre o movimento durante a temporada. A ampla maioria dos empresários entrevistados avaliou o movimento positivamente (80%), 48,6% avaliaram como bom e 31,4% como muito bom. Apenas 5,8% avaliaram negativamente. Na comparação com a temporada de inverno 2015, 68,6% dos entrevistados compreendem que em 2016 o movimento foi maior e apenas 11,4% perceberam o movimento menor neste ano.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Semelhante à percepção dos empresários de São Joaquim, em Urubici os empresários também atribuíram o maior movimento ao frio mais intenso do inverno deste ano, com 48% das respostas. Já 19% comprehende que o aumento no movimento de visitantes e turistas ocorreu devido a maior divulgação da cidade como destino turístico e 15% acredita que o motivo foi a atual crise financeira e o aumento do dólar, incentivando o turismo interno, nas palavras de um pesquisado:

“Turistas paulistas que iriam para o exterior, mas optaram pelo turismo interno pelo dólar em alta”.

Outras motivações para o maior movimento também foram elencadas pelos entrevistados, como:

“Atendimento e melhores comidas”

“Crescimento normal da região, turismo”.

A crise foi compreendida como a única motivação para os empresários que perceberam o movimento menor em relação ao ano anterior (100%), mas também pelos que compreenderam o movimento como igual (29%).

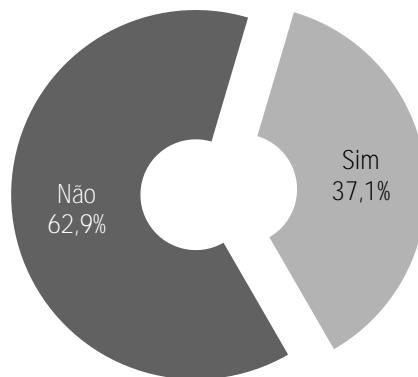
	PERCEPÇÃO MOVIMENTO X MOTIVAÇÃO			
	Maior	Menor	Igual	NS/NR
Frio	48%	100%	29%	50%
Crise	15%	0%	0%	0%
Divulgação da cidade	19%	0%	0%	0%
Outros	19%	0%	71%	50%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O levantamento Fecomércio SC, além de compreender o impacto do turismo da temporada de inverno nas cidades pesquisadas, também tem o propósito de ouvir o empresário do comércio, serviços e turismo. Assim, também foi perguntada aos empresários a opinião deles sobre as condições da SC-390 na Serra do Rio do Rastro, caminho para chegar a diversas cidades da Serra Catarinense, visto que, como anteriormente citado, diversos problemas ocorreram nessa estrada em 2016. Em Urubici, a maioria dos empresários entende que os problemas com a estrada

não chegaram a afetar o fluxo turístico da temporada (62,9%), enquanto 37,1% perceberam prejuízo no fluxo turístico.

## CONDIÇÕES DA SERRA DO RIO DO RATRO AFETARAM O FLUXO TURÍSTICO DA TEMPORADA?

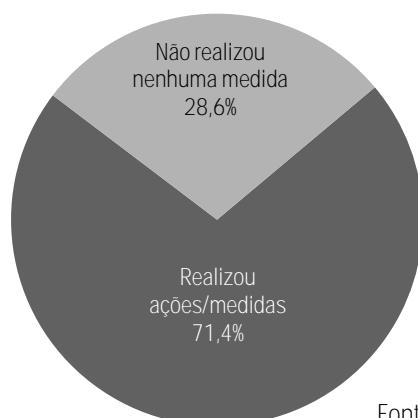


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## ESTRATÉGIAS DOS EMPRESÁRIOS PARA CAPTAÇÃO DE CLIENTES E AUMENTO DAS VENDAS

A relação comercial para ser efetiva e ter êxito precisa que os empresários busquem sempre estimular o consumo. Nesse sentido, perguntou-se a este público se realizaram ações ou tomaram alguma medida para tentar aumentar as vendas. Compreendendo essa necessidade de estímulo ao consumo, a maioria dos empresários (71,4%) tomou medidas para aumentar as vendas nessa temporada de inverno, mas um grupo considerável (28,6%) afirmou não ter realizado nenhuma ação.

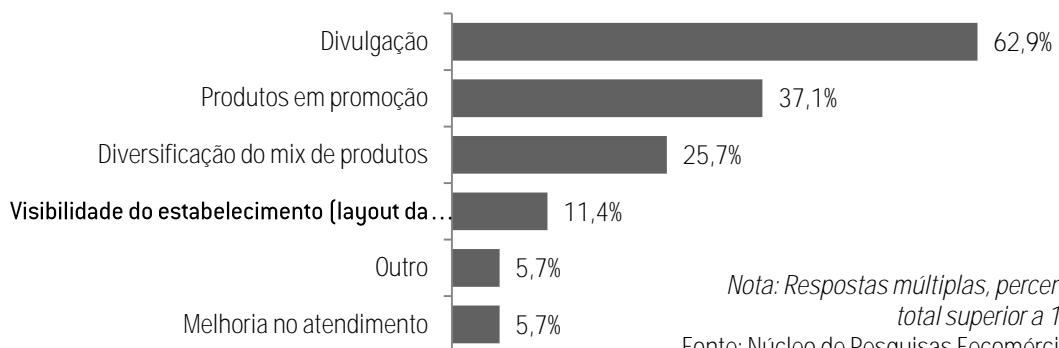
## REALIZAÇÃO DE AÇÕES PARA AUMENTO DAS VENDAS



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

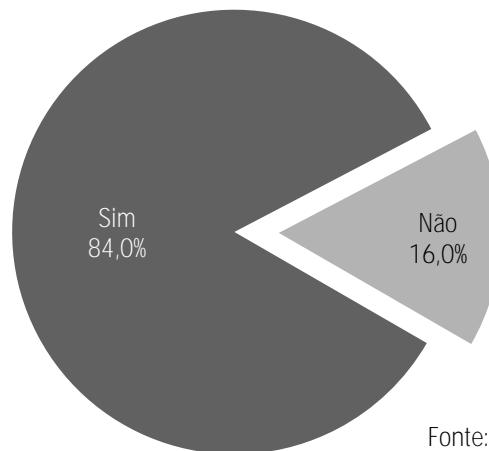
Diversas estratégias foram utilizadas entre os que praticaram ações para aumentar as vendas na temporada de inverno: divulgação do estabelecimento (62,9%), promoção de produtos (37,1%) e diversificação do mix de produtos (25,7%).

## MEDIDAS PARA AUMENTO DE VENDAS



Segundo 84% dos empresários entrevistados, a realização dessas ações surtiu o objetivo esperado, ou seja, aumentaram as vendas. Os demais 16% não viram retorno.

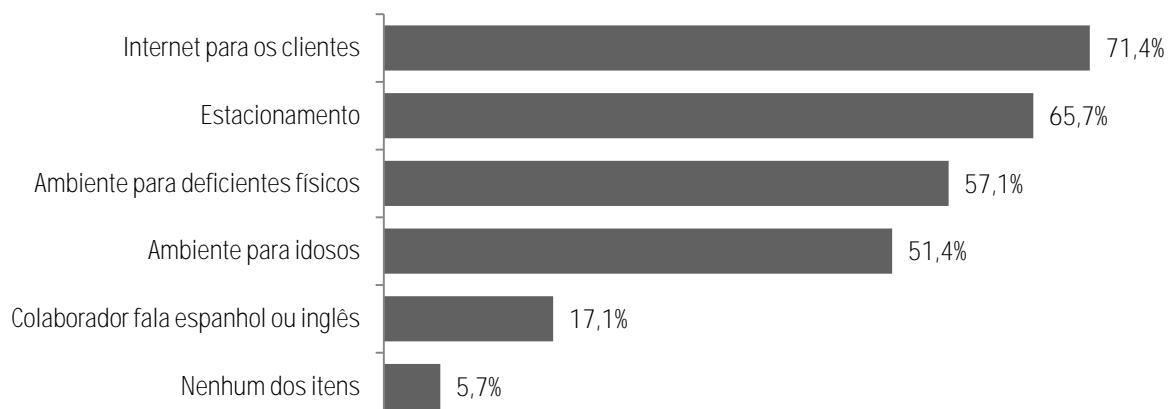
## AS MEDIDAS FORAM EFETIVAS?



Como já mencionado anteriormente, proporcionar uma boa experiência de consumo no estabelecimento também é uma importante estratégia para o aumento das vendas e fidelizar os clientes. Nesse sentido, oferecer serviços que atraiam o

cliente e o turista é uma tática para o aumento das vendas. Observando essa necessidade, a maioria dos estabelecimentos entrevistados em Urubici (94,7%) ofereceu algum serviço ao cliente, como internet (71,4%) e estacionamento (65,7%).

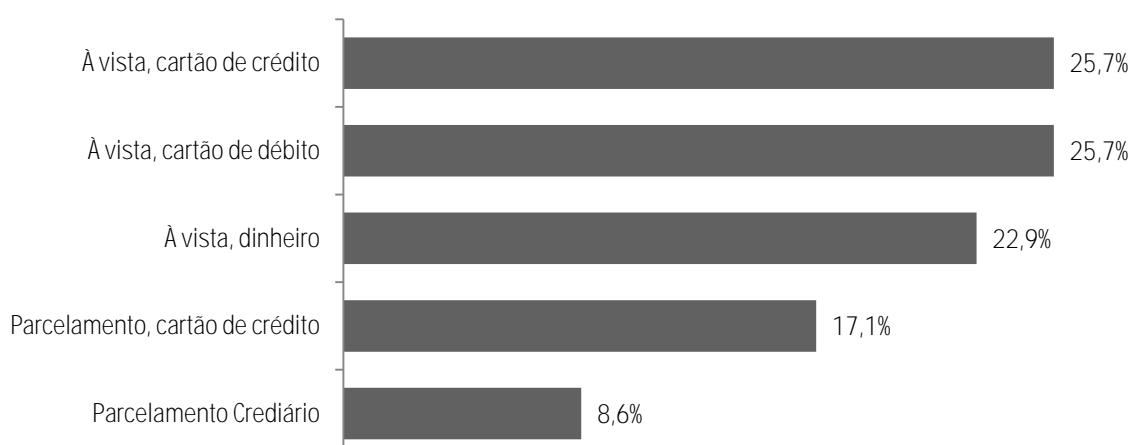
## SERVIÇOS OFERECIDOS AOS CLIENTES



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Como explorado em outro momento, compreender a forma de pagamento mais utilizada na temporada de inverno é outra informação importante para o empresário que, observando as tendências e comportamentos, pode se preparar e planejar a temporada futura. Em Urubici, o pagamento à vista foi predominante (74,3%), com cartão de crédito e débito empatados em 25,7%, seguido pelo pagamento em dinheiro (22,9%).

## PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO

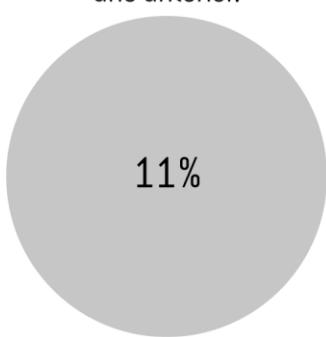


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

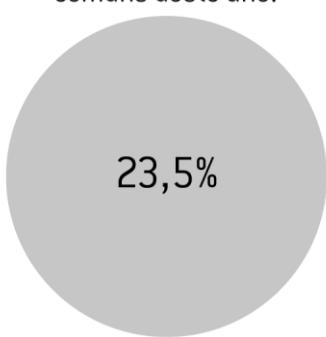
A visão positiva dos empresários em Urubici, que avaliaram bem o movimento nesta temporada de inverno, é reflexo dos números. A variação do faturamento em relação à temporada de 2015, por exemplo, chegou a 11%, apesar do cenário de crise ressaltado pelos próprios empresários. A variação do faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano alcançou os 23,5%. O gasto médio por cliente também se mostrou expressivo, ficando em R\$105,35.

## **VARIAÇÃO DE FATURAMENTO E GASTO MÉDIO**

Variação do faturamento  
em relação ao  
ano anterior:



Variação do faturamento  
em relação aos meses  
comuns deste ano:



Gasto médio:



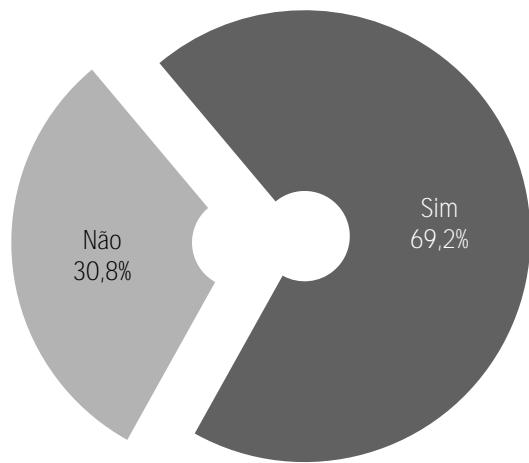
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## **PESQUISA COM OS EMPRESÁRIOS DO SETOR HOTELEIRO DE URUBICI**

O setor hoteleiro é um dos que mais sente as mudanças no fluxo turístico. Como importante segmento do turismo, precisa estar sempre preparado para receber o visitante, embora dependa de fatores climáticos e outras variáveis. O levantamento também teve como objetivo captar as suas peculiaridades e os impactos do inverno, com um questionário direcionado para este setor. Desta forma, foram entrevistados 13 hotéis e pousadas em Urubici.

Primeiramente foi perguntado se o hotel ou pousada havia contratado novos colaboradores para o período de inverno. Esta pergunta é relevante por que sinaliza o impacto do inverno no mercado de trabalho e na geração de novas vagas. Nesta temporada, a maioria dos empresários do setor de hospedagem realizou contratações (69,2%). A média foi de dois colaboradores contratados.

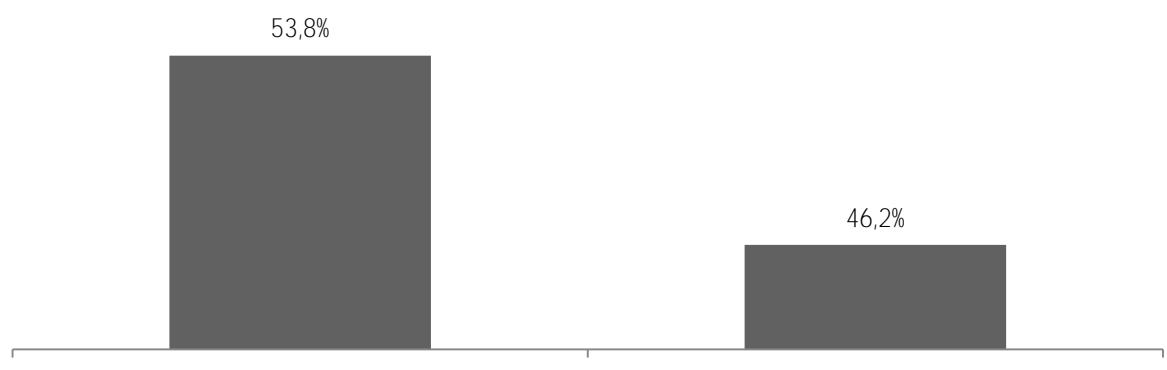
## CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES EXTRAS PARA A TEMPORADA



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Assim como foi feito entre os empresários dos demais setores, o hoteleiro também foi questionado sobre a percepção do movimento na temporada de inverno 2016. A avaliação mostrou-se ainda mais positiva, não havendo ocorrência de percepções negativas. A maioria dos entrevistados entenderam que o movimento foi bom (53,8%) e 46,2% interpretaram como muito bom. Mantendo a percepção otimista, 84,6% dos entrevistados entenderam que, em comparação com a temporada passada, o movimento foi maior.

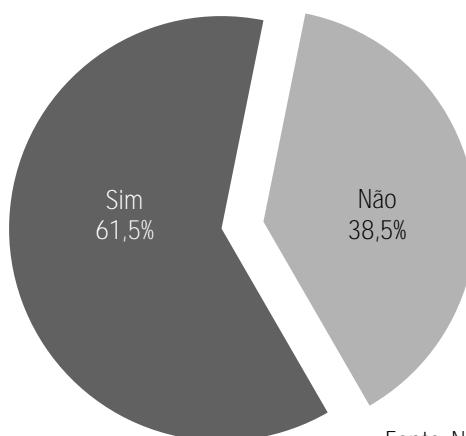
## AVALIAÇÃO DO MOVIMENTO



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A opinião dos empresários do setor hoteleiro de Urubici mostrou-se diferente na comparação com os demais em relação a influência das condições da estrada SC-390, na Serra do Rio do Rastro, no fluxo turístico do município. Para a maior parte dos empresários do setor (61,5%), as más condições da estrada afetaram o movimento. Essa diferença do setor hoteleiro para os demais pode ter relação com o fato de que os estabelecimentos do ramo tem a possibilidade de monitorar o cancelamento de reservas e os motivos dos eventuais os cancelamentos.

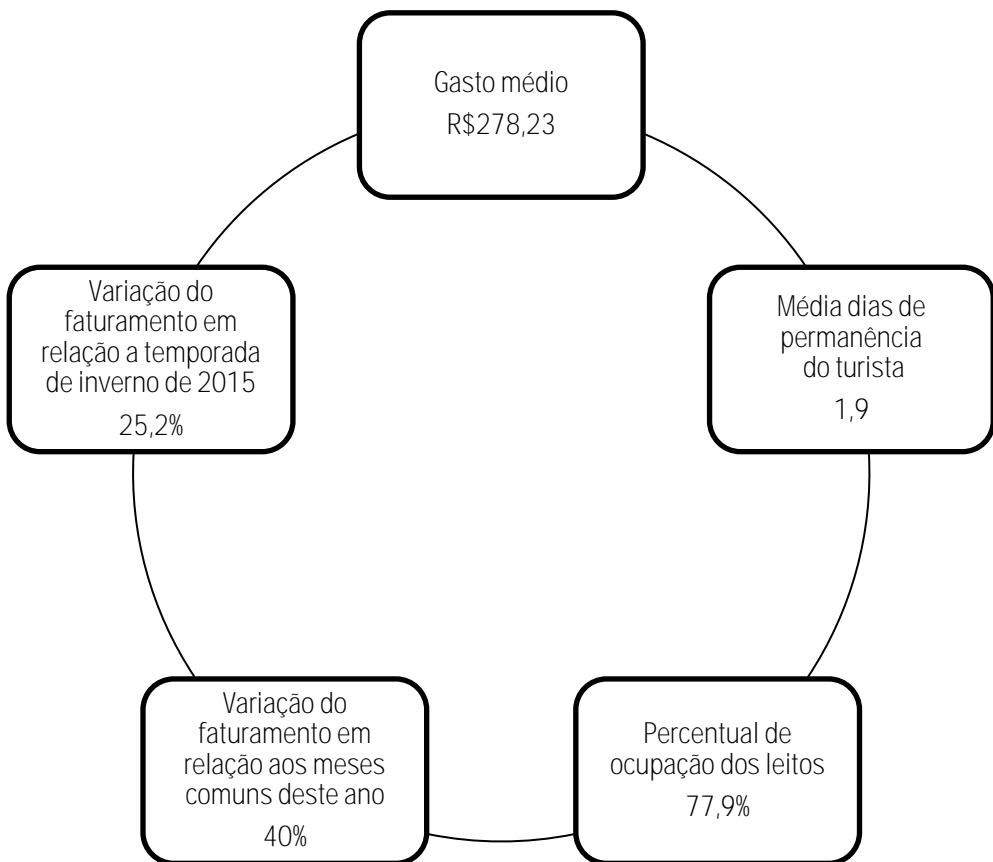
### CONDIÇÕES DA SERRA DO RIO DO RASTRO AFETARAM O FLUXO TURÍSTICO DA TEMPORADA?



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quando se observa os números do setor hoteleiro em Urubici é possível compreender a visão positiva. O gasto médio por pessoa na temporada deste ano ficou em R\$278,23, valor consideravelmente maior se comparado com os R\$168,90, apurado no último levantamento realizado pela Fecomércio SC em 2014. Outros dados reforçam o panorama positivo, pois a variação do faturamento em relação a temporada de 2015 foi de 25,2%. Analisando o faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano, a variação chegou a 40%.

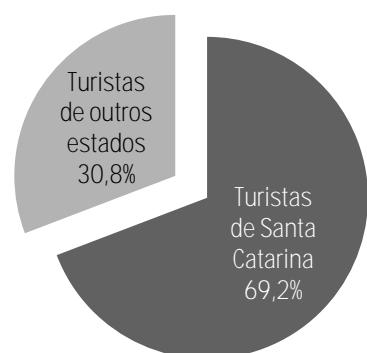
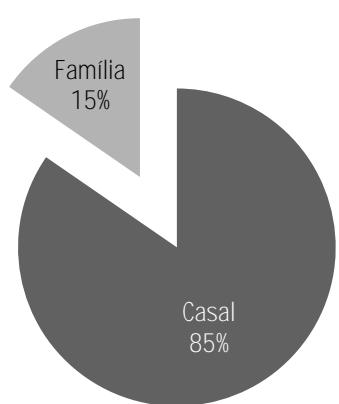
Números específicos do setor também reforçam o otimismo, com o percentual de ocupação chegando a 77,9. A média de dias de permanência do turista foi de 1,9 dias. A forma de pagamento mais usada nos hotéis e pousadas de Urubici foi à vista, 61,5% em dinheiro e 38,5% com o cartão de crédito.



O levantamento também apurou o perfil dos hóspedes nos estabelecimentos durante a temporada de inverno 2016 em Urubici, de acordo com o grupo de viagem e a origem dos turistas. Conforme apontado anteriormente, esse dado é estratégico para a preparação e planejamento das temporadas futuras. O grupo de viagem predominante nos hotéis e pousado de Urubici foram os casais (84,6%), a maioria (69,2%) do próprio estado de Santa Catarina, demonstrando, como no caso de São Joaquim, que apesar de a Serra Catarinense ser um destino diferenciado, ainda é composto por um turismo regionalizado.

#### ORIGEM DOS TURISTAS

#### GRUPO DE VIAGEM



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## CONCLUSÃO

O inverno mais frio dos últimos dois anos (G1, 2016) alavancou o turismo na Serra Catarinense na temporada de 2016. Tal contexto incentivou o comércio, os serviços e a hotelaria na região. Essa realidade pode ser observada na avaliação dos empresários sobre o movimento de turistas durante a temporada, principalmente quando se observa os dados comparativos entre este ano e 2015. Nas duas cidades pesquisadas e em todos os setores pesquisados as avaliações foram positivas.

Os números também corroboram a percepção positiva da temporada de 2016, sem ocorrência de números negativos em nenhuma cidade ou setor pesquisado. Os números da hotelaria em Urubici, por exemplo, exemplificam esse panorama, os quais apresentaram variação de 40% no faturamento em relação aos meses comuns do ano, mesmo o país passando por um período de crise econômica, grave instabilidade política e incertezas financeiras.

Além do inverno rigoroso, com registros de neve, a postura e a atuação dos empresários da Serra também permitiu uma temporada de inverno com números positivos. A maioria dos empresários aproveitou o frio intenso para criar estratégias e ações que permitiram o aumento das vendas nesta temporada.