



Pesquisa Fecomércio de Turismo
FESTA NACIONAL DO PINHÃO 2017

 **Fecomércio SC**
Sesc | Senac

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

Pesquisa Fecomércio de Turismo – Festa Nacional do Pinhão 2017

29^a Festa Nacional do Pinhão

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Junho de 2017

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	4
PESQUISA FLAGRANTE NAS CATRACAS DA FESTA	5
PERFIL DO TURISTA E AVALIAÇÃO DO EVENTO.....	10
Perfil socioeconômico.....	10
Características da viagem, meio de transporte e hospedagem.....	13
O turista e a Festa	17
Gastos do turista	20
Avaliação do evento	21
PESQUISA COM OS EMPRESÁRIOS.....	28
Setor de comércio e serviços, exceto hotelaria.....	28
Movimento de consumidores	30
Percepção do faturamento	31
Setor Hoteleiro.....	33
CONCLUSÃO.....	37

Introdução

A Festa Nacional do Pinhão ocorre anualmente em Lages desde a década de 1980. Com o passar dos anos, a Festa tornou-se um evento indispensável no calendário turístico de Santa Catarina, levando uma enorme quantidade de turistas para a cidade e movimentando, assim, a economia da região.

Considerando a importância da Festa, 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 evento para os empresários de Lages, realizou um projeto de pesquisa com esses públicos durante alguns dias do evento em 2017. A coleta de dados ocorreu entre os dias 9 a 22 de junho de 2017. Foram entrevistados 387 turistas, 203 estabelecimentos comerciais e 22 hotéis. O grau de confiabilidade da pesquisa é de 95% e a margem de erro é de 5,0% para os turistas e de 6,0% para empresas.

Além das entrevistas com os turistas, foram realizadas intervenções rápidas, flagrantes, nas catracas de entrada com a finalidade de identificar o perfil de todos os participantes.

Pesquisa flagrante nas catracas da Festa

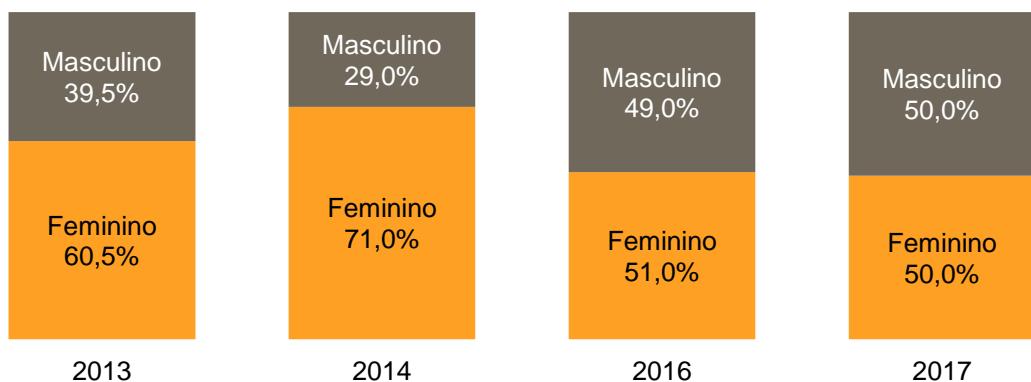
Na 29^a edição da Festa Nacional do Pinhão foi realizada uma pesquisa que abordou 408 pessoas logo na entrada do Parque de Exposições Conta Dinheiro com a finalidade de descobrir qual o percentual de turistas e de moradores da região que visitaram efetivamente a Festa e traçar o perfil destes visitantes. Destas 408 pessoas entrevistadas, 135 foram nos dias 9, 10 e 11 de junho, 115 nos dias 12, 13 e 14 e 158 nos dias 15, 16 e 17 de junho.

Foi abordado somente o “público pagante” e, além desta informação, também foi levantado o sexo, a faixa etária e a renda deste público.

Em primeiro lugar, identificou-se equilíbrio entre o sexo do público visitante, com 50% das pessoas do sexo feminino e 50% do sexo masculino.

Na comparação com os anos anteriores observa-se que este comportamento já ocorria no ano de 2016, tendo apresentado um aumento dos entrevistados do público masculino em relação às edições de 2013 e 2014.

Evolução da distribuição dos entrevistados por sexo



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O público geral que participou da Festa neste último mês de junho também apresentou pequenas alterações quanto à faixa etária, dos jovens de 18 a 25 anos a participação foi de 49%, seguido pelos participantes de 26 a 30

anos (20%) e pelos de 31 a 40 anos 17%, os participantes com mais de 40 anos somaram 13% nesta última edição.

Na comparação com as edições anteriores da Festa fica visível o aumento da participação do público mais jovem.

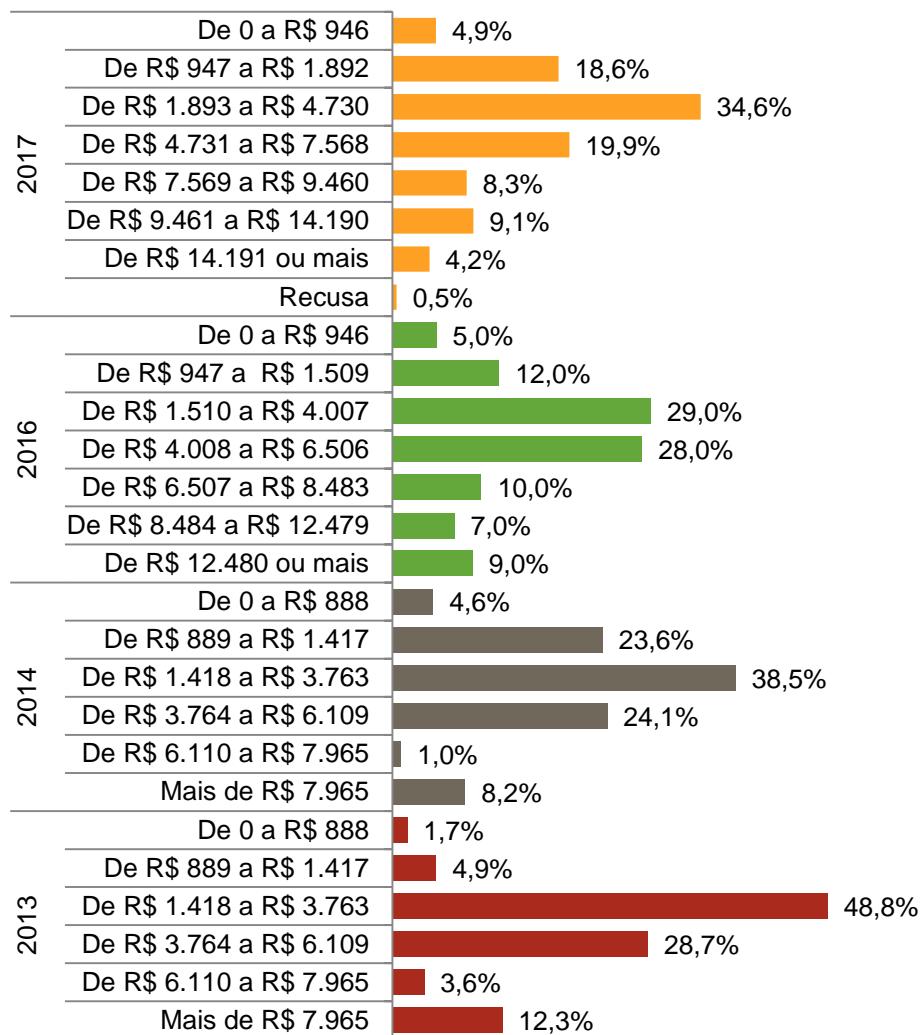
Evolução da distribuição dos entrevistados por faixa etária

Faixa etária	2013	2014	2016	2017
18 a 25 anos	26,6%	24,5%	35,3%	49,3%
26 a 30 anos	23,1%	20,9%	28,3%	20,3%
31 a 40 anos	26,4%	30,1%	23,3%	17,4%
41 a 50 anos	17,1%	17,3%	9,3%	9,8%
51 a 60 anos	5,7%	7,1%	3,0%	2,0%
Acima de 60 anos	1,1%	0,0%	0,7%	1,2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maior parte do público (34,6%) que frequentou a Festa neste ano de 2017 ficou concentrada na faixa de renda média mensal familiar de R\$ 1.893 a R\$ 4.730. No ano anterior, a faixa de renda equivalente somou 29% de participação. Avaliando este dado com a próxima faixa de renda, de R\$ 4.731 a R\$ 7.568, é possível observar que apesar das oscilações ao longo dos anos em que a pesquisa foi aplicada, a maioria dos visitantes pertence à classe média, ou seja, às 3^a e 4^a faixas de renda média mensal familiar.

Evolução da distribuição dos entrevistados por faixa de renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra informação importante desta pesquisa flagrante nas catracas é a identificação da parcela de visitantes da região e da parcela dos turistas que chegam a Lages para aproveitar o evento. São considerados como visitantes locais aqueles provenientes da microrregião de Campos de Lages, composta pelos municípios de Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Capão Alto, Campo Belo do Sul, Celso Ramos, Cerro Negro, Correia

Pinto, Lages, Otacílio Costa, Painel, Palmeira, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema.

Neste contexto, 37,7% dos participantes da 29^a edição da Festa foram turistas e 62,3% são visitantes locais. Na comparação com a pesquisa realizada nos anos anteriores, perceberam-se algumas oscilações desta característica do público da Festa. Entre os anos de 2013 e 2014, a explicação para esta mudança foi relacionada ao período da Copa do Mundo da Fifa e entre este ano e o anterior a justificativa para o aumento na participação dos visitantes locais pode estar a circunstância econômica.

Outra observação importante diz respeito à origem das pessoas que visitam a Festa. Os dados mostram que o evento tem caráter eminentemente estadual: entre os turistas, 96,3% são catarinenses, 2,7% gaúchos e paranaenses. Dos visitantes locais, a grande parcela foi do próprio município de Lages, representando 55,9% dos entrevistados nas catracas.

Evolução da distribuição dos entrevistados por local de origem

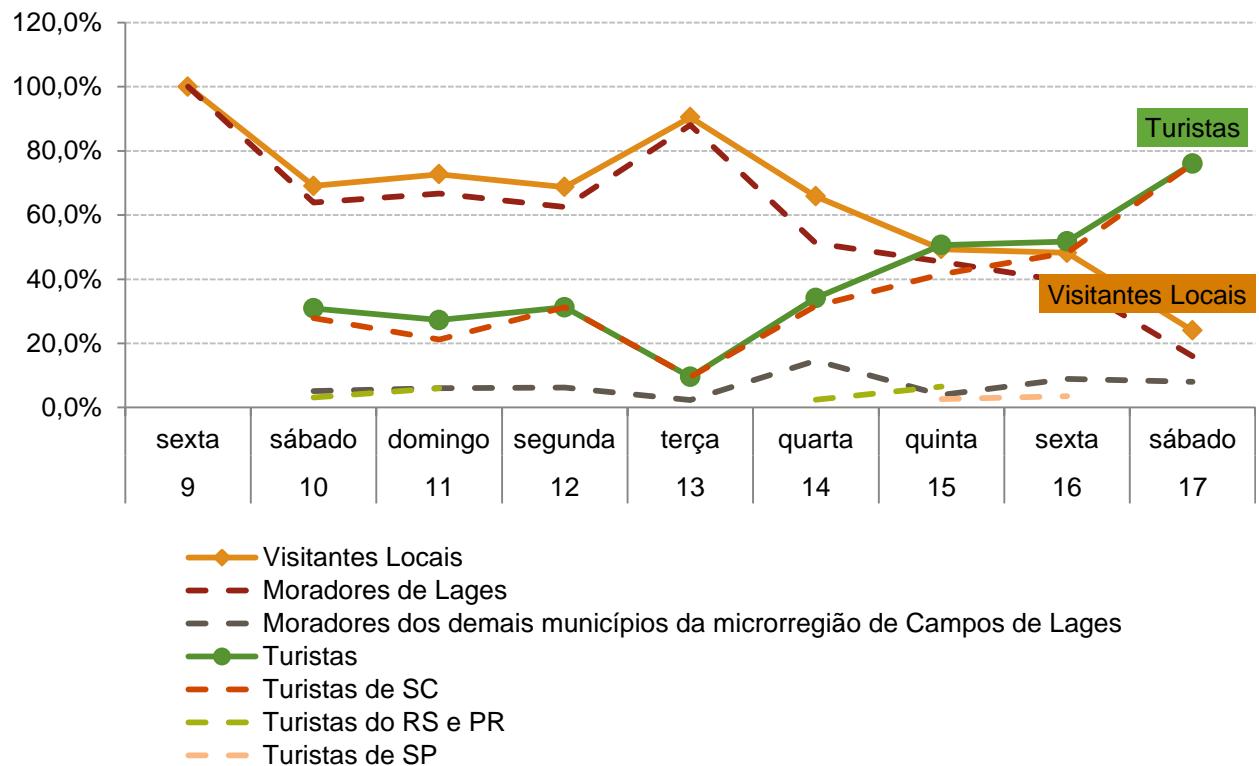
Distribuição de turistas e visitantes	2013	2014	2016	2017
Visitantes Locais	38,3%	69,4%	44,7%	62,3%
Moradores de Lages	30,0%	58,7%	41,0%	55,9%
Moradores dos demais municípios da microrregião de Campos de Lages	8,3%	10,7%	3,7%	6,4%
Turistas	61,7%	30,6%	55,3%	37,7%
Turistas de SC	54,1%	26,5%	48,3%	34,1%
Turistas do RS e PR	5,3%	4,1%	3,0%	2,7%
Turistas de SP	0,9%	0,0%	3,0%	1,0%
Turistas de outros estados	1,4%	0,0%	1,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra observação da pesquisa é quanto à diferenciação do público participante de acordo com o dia da Festa. Percebe-se que a frequência de turistas aumenta conforme a proximidade como o final do evento, que neste ano, coincidiu com o feriado prolongado de Corpus Christi. A primeira semana do evento, desde a abertura no dia 9 até o dia 14 véspera de feriado, a participação

foi, majoritariamente, de visitantes locais. Somente no dia 15 de junho é que o movimento de turistas superou o movimento de visitantes locais, culminando com a participação de 76% de turistas no sábado, dia 17 de junho.

Evolução da distribuição dos entrevistados por local de origem



		9	10	11	12	13	14	15	16	17
Distribuição de turistas e visitantes		sexta	sábado	domingo	segunda	terça	quarta	quinta	sexta	sábado
Visitantes Locais	100%	69,1%	72,7%	68,8%	90,5%	65,9%	49,4%	48,2%	24,0%	
Moradores de Lages	100%	63,9%	66,7%	62,5%	88,1%	51,2%	45,5%	39,3%	16,0%	
Moradores dos demais municípios da microrregião de Campos de Lages			5,2%	6,1%	6,3%	2,4%	14,6%	3,9%	8,9%	8,0%
Turistas		30,9%	27,3%	31,3%	9,5%	34,1%	50,6%	51,8%	76,0%	
Turistas de SC		27,8%	21,2%	31,3%	9,5%	31,7%	41,6%	48,2%	76,0%	
Turistas do RS e PR		3,1%	6,1%			2,4%	6,5%			
Turistas de SP							2,6%	3,6%		
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Perfil do turista e avaliação do evento

Na etapa da pesquisa realizada apenas com os turistas, que tem como finalidade identificar o perfil socioeconômico, as características da viagem e a avaliação do evento, foram entrevistadas apenas pessoas que não eram moradores da microrregião de Campos de Lages. Nesta fase, foram realizadas 387 entrevistas, entre os dias 9 e 18 de junho de 2017.

Perfil socioeconômico

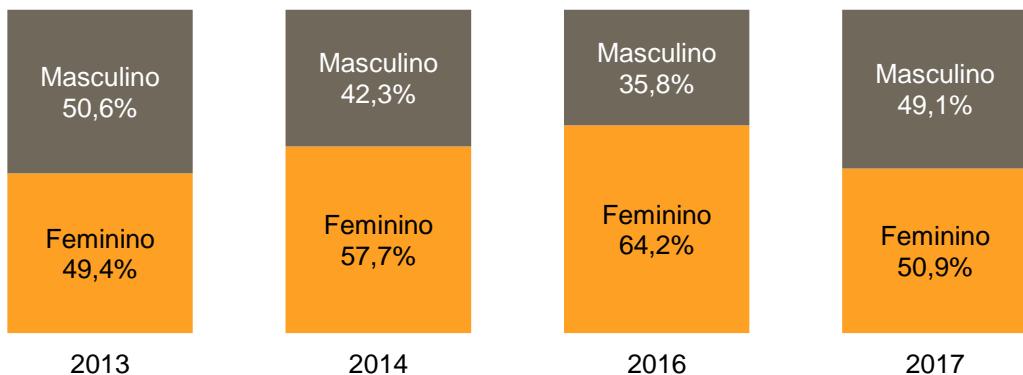
O perfil socioeconômico sintetiza as características dos turistas que participaram da Festa Nacional do Pinhão em relação ao sexo, estado civil, faixa etária e renda, permitindo fazer análises de uma série histórica e assim acompanhar as características do público e suas mudanças.

Diferente das intervenções realizadas nas catracas onde foram abordados todos os participantes da Festa, nesta etapa, apenas os turistas foram abordados.

Este recorte tem o objetivo de identificar as características da parcela do público que, além de frequentar a Festa, movimenta diversos setores da economia do município, como o setor de hoteleira, o setor de comércio e de serviços.

A observação da sequência apurada entre os anos de 2013 a 2017 demonstra certo equilíbrio entre os turistas que desfrutaram da Festa. Neste ano a parcela do sexo feminino foi de 50,9%. Na comparação entre as apurações anteriores as diferenças são pequenas, a maior delas ocorreu entre 2016 e 2017, quando a parcela de turistas do sexo masculino subiu cerca de 13 pontos percentuais (p.p.).

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por sexo.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na questão acerca do estado civil dos turistas entrevistados em 2017 a maioria (50,9%) afirmou ser casado ou estar em união estável e outros 45,2% se declaram solteiros. Conferindo com a distribuição dos anos anteriores, nenhuma alteração importante pode ser apontada.

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por estado civil

Estado civil	2013	2014	2016	2017
Casado / união estável	53,3%	55,8%	48,4%	50,9%
Solteiro	41,7%	37,1%	44,2%	45,2%
Viúvo	1,0%	1,9%	1,5%	2,1%
Separado ou divorciado	3,9%	5,2%	5,9%	1,8%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Do total de entrevistas com os turistas de 2017, 25,3% são jovens com idades entre 18 e 25 anos, 25,1% com idade entre 31 e 40 anos, 18,1% está entre 26 e 30 anos, 15,1 % entre 41 e 50 anos, 11,4% entre 51 e 60 anos e apenas 4,9% com idade acima de 60 anos. Os dados deste ano apresentaram uma similaridade muito grande com os de 2014 e, se comparados aos dados de 2016, pequenas diferenças na presença de adultos de 31 a 40 anos (em 2014 a parcela deste público foi cerca de 5 p.p. mais presente).

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por faixa etária

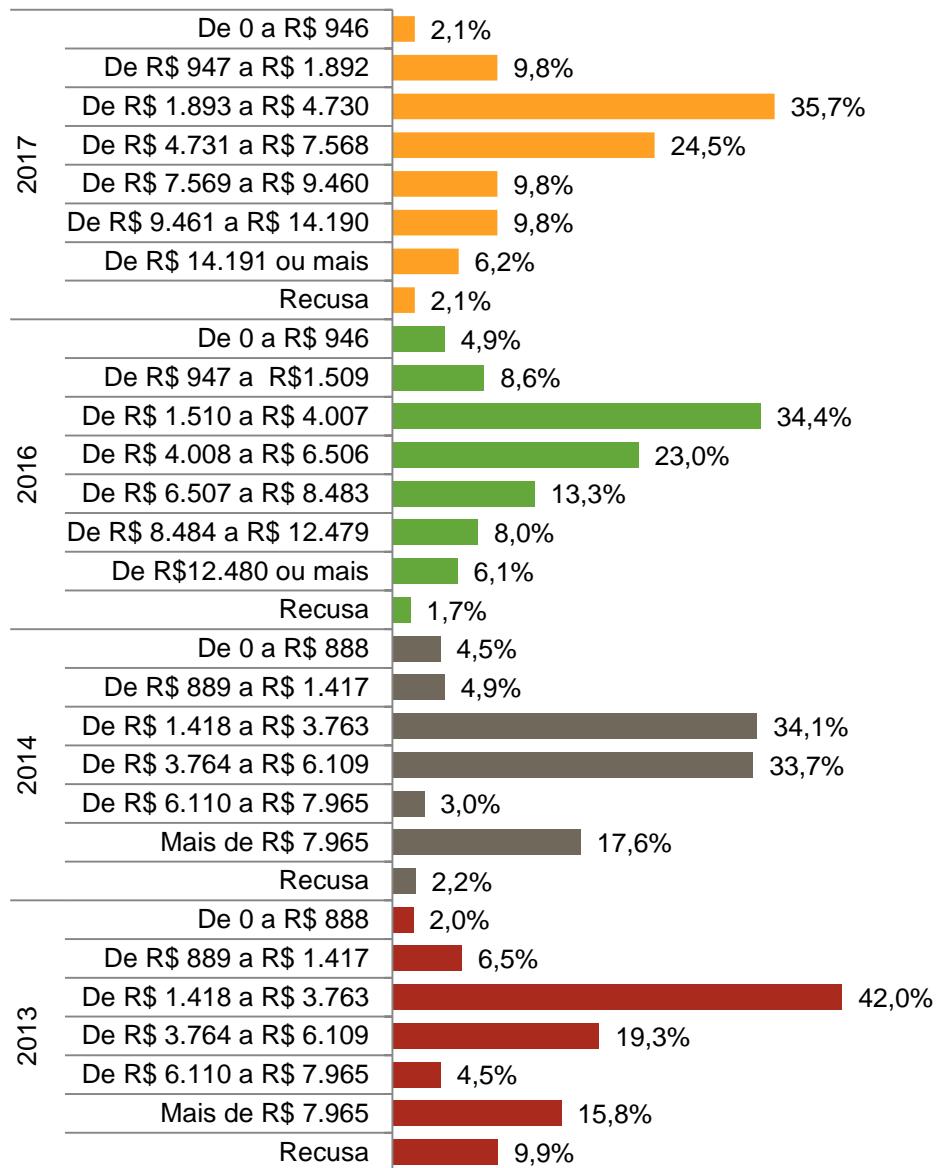
Faixa etária	2013	2014	2016	2017
18 a 25 anos	24,6%	16,9%	22,9%	25,3%
26 a 30 anos	22,4%	18,4%	20,6%	18,1%
31 a 40 anos	25,2%	22,1%	31,2%	25,1%
41 a 50 anos	19,7%	22,8%	14,5%	15,0%
51 a 60 anos	6,3%	15,7%	8,0%	11,4%
Acima de 60 anos	1,8%	4,1%	2,7%	4,9%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maior concentração da faixa de renda média familiar dos turistas está entre R\$ 1.893 e R\$ 7.568, com 60,2% dos entrevistados (35,7% entre R\$ 1.893 e R\$ 4.730 e 24,5% entre R\$ 4.731 e R\$ 7.568). Outros 25,8% dos turistas entrevistados declararam renda média familiar maior que R\$ 7.569. Configuração semelhante à pesquisa do ano anterior.

Historicamente, mais de 60% dos turistas que participam da Festa declaram estar nas 3^a e 4^a faixas de renda o que configura um público majoritariamente de classe média.

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por faixa de renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Características da viagem, meio de transporte e hospedagem.

As características da viagem mostram que o meio de transporte mais utilizado pelos turistas para chegar à Festa vem sendo, ao longo dos anos, os veículos próprios, uma participação que gira em torno dos 80%. Este padrão está diretamente relacionado com a origem dos turistas e o trajeto de

deslocamento, dentre os 85,5% dos turistas que utilizaram veículos próprios como meio de transporte para chegar à Festa de 2017, 72,9% são do próprio estado de Santa Catarina, 8% do Rio Grande do Sul e 3,1% do Paraná. No outro extremo, a fatia de 2,3% de turistas que vieram de avião, a quase totalidade, reside em outros estados mais distantes.

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por meio de transporte

Meio de transporte	2013	2014	2016	2017
Veículo próprio	79,5%	85,7%	86,3%	85,5%
Ônibus (ou similar) fretado ou excursão	9,3%	2,6%	1,9%	6,2%
Ônibus (ou similar) regular	4,3%	8,6%	8,4%	5,7%
Avião				2,3%
Veículo Alugado	1,2%	0,0%	0,4%	0,0%
Outro	5,7%	3,0%	2,7%	0,3%
NS/NR				0,2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os grupos de viagem mais frequente nesta edição foram formados por amigos (31,8%), seguidos pelos casais (27,9%) e famílias (23,3%). Na comparação com as edições anteriores o destaque fica por conta do aumento dos participantes que vieram desacompanhados (14%).

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por grupo de viagem

Grupo de viagem	2013	2014	2016	2017
Grupo de Amigos	36,7%	24,0%	29,5%	31,8%
Casal	58,2%	65,9%	46,7%	27,9%
Família				23,3%
Sozinho	4,5%	9,7%	7,6%	14,0%
Excursão	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%
Outro	0,6%	0,4%	16,2%	0,3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Estes grupos, formados em média por 3,1 pessoas, vêm reduzindo sistematicamente de tamanho, o que tem relação com o aumento dos

participantes que vieram sozinhos. Outra hipótese é que os grupos familiares (casais e famílias), responsáveis pela maior fatia de turistas participantes, possam estar reduzindo o tamanho do grupo. Para acompanhar esta possível mudança de comportamento a partir de 2017 a pesquisa passa a subdividir os grupos familiares em casais e outros componentes familiares.

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por tamanho dos grupos de viagem.

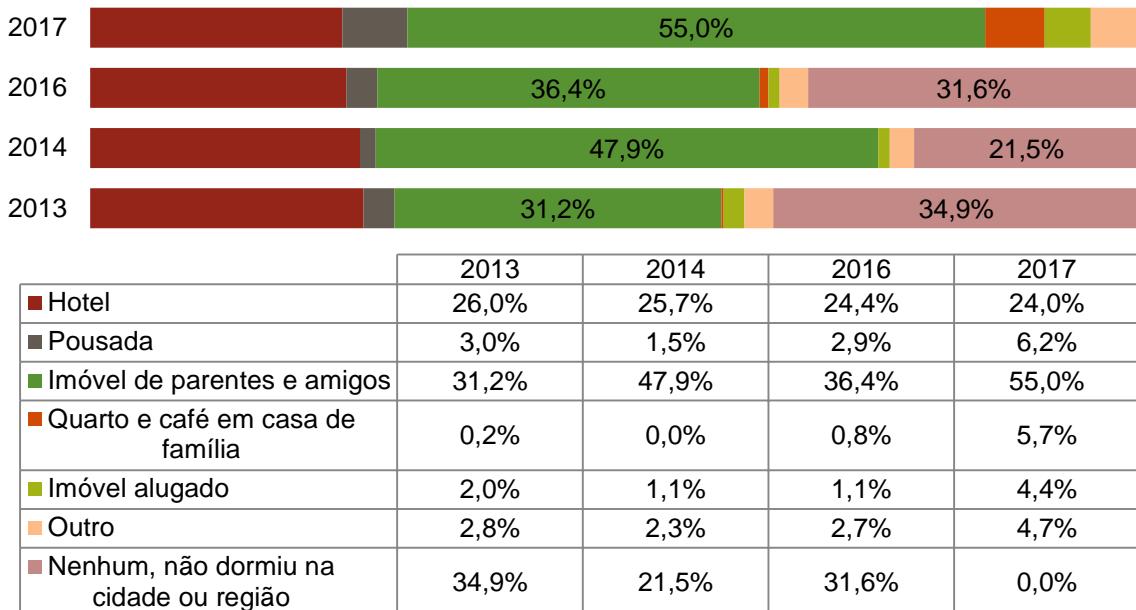
2013	2014	2016	2017
• 4,8 pessoas	• 3,9 pessoas	• 3,8 pessoas	• 3,1 pessoas

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dos meios de hospedagem utilizados pelos turistas, historicamente, o mais referido são os imóveis de parentes e amigos, sendo que neste último ano a participação foi de 55% das citações. Os hotéis e pousadas ficaram na faixa de 30%, sem grandes oscilações no decurso da série histórica da pesquisa. A opção por hospedagem em casa de família também cresceu muito neste último ano (5,7%) assim como a opção pela locação de imóveis (4,4%).

A opção de mais de 90% dos turistas foi por hospedagens no próprio município de Lages.

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por meio de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Um fato relevante apurado na pesquisa de 2017 foi a ausência de turistas que não pernoitaram na região durante o período da Festa, principalmente considerando-se que a média de dias de permanência foi de 3,5 dias, a maior média dos últimos anos.

Evolução da distribuição dos turistas entrevistados por tempo de permanência.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

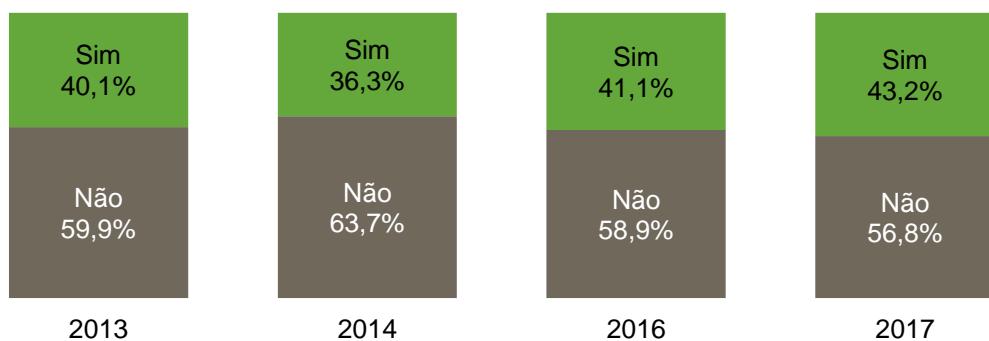
Segmentando o tempo de permanência por tipo de hospedagem, os turistas que se hospedaram em casas de família em 2017 ficaram em média 2,5 dias; em hotéis e pousadas a média de dias de permanência foi de 2,8 dias; os

que se hospedaram em imóveis alugados ficaram 3,8 dias e em imóveis de parentes e amigos 4,1 dias.

O turista e a Festa

Para captar a relação do turista com a Festa Nacional do Pinhão, a Fecomércio SC fez outra série de questionamentos. Ao serem perguntados sobre ser a primeira participação na Festa Nacional do Pinhão, a maioria (56,8%) respondeu “não” e 43,2% responderam “sim”. Este comportamento vem se repetindo ao longo das últimas edições da Festa, expondo a fidelização dos frequentadores e confirmando o seu sucesso.

Evolução da distribuição dos turistas pela primeira participação da Festa



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para a maior parte dos turistas (50,6%) os shows musicais foram o principal atrativo da Festa de 2017. A gastronomia foi citada por 18,6% dos entrevistados. O clima frio e as manifestações folclóricas foram outras opções bastante citadas, com 12,9% e 7,5% das observações. Nas investigações dos anos anteriores as proporções foram um pouco diferentes, no entanto, a ordenação não variou e os shows musicais permanecem sendo o principal atrativo da Festa Nacional do Pinhão.

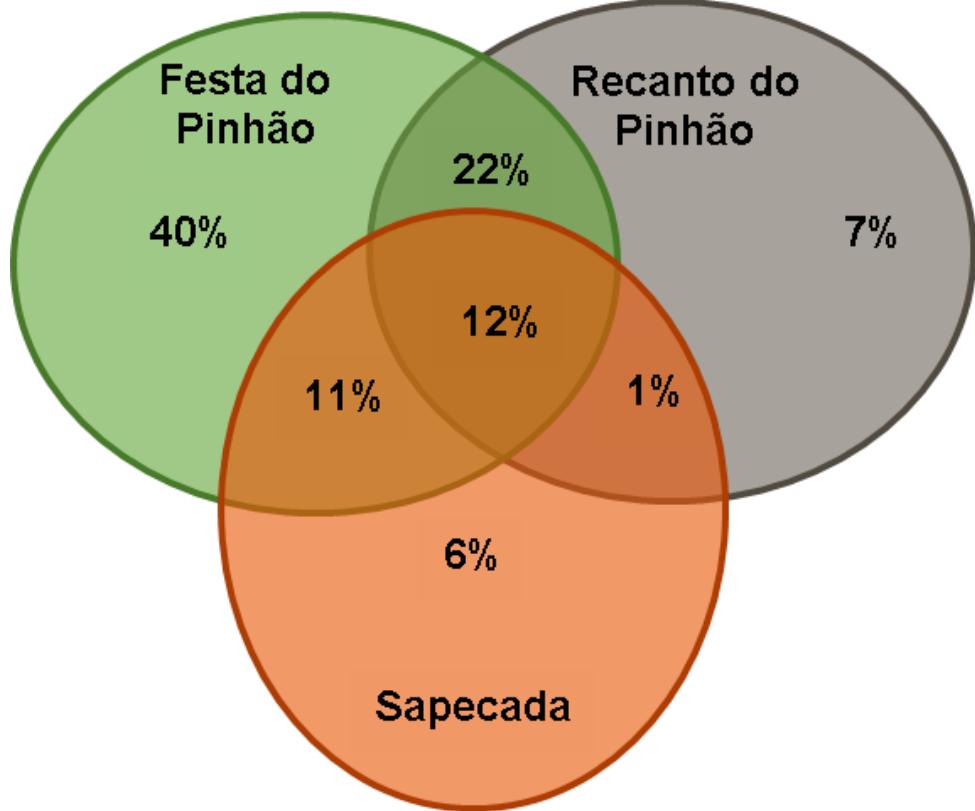
Principais atrativos da Festa

Programação/Atrativo da Festa	2013	2014	2016	2017
Shows musicais	47,6%	53,4%	65,7%	50,6%
Gastronomia	23,3%	13,2%	15,8%	18,6%
O frio (clima de inverno)	14,2%	7,5%	4,8%	12,9%
Manifestações Folclóricas	10,9%	0,8%	1,5%	7,5%
Outro	4,0%	25,2%	12,2%	10,3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto aos eventos que englobaram as festividades em Lages, o mais procurado pelos turistas foi a Festa realizada no Parque de Exposições Conta Dinheiro, citada por 86% dos entrevistados; o Recanto do Pinhão foi citado por 43% e a Sapecada por 31%. Nota-se que o somatório das citações supera os 100%, isso porque muitos turistas confirmaram a participação em mais de um evento. O esquema abaixo demonstra as intersecções ou sobreposições das participações dos eventos. Como ponto central tem-se que 12% dos turistas afirmaram terem participado dos três eventos, 22% afirmaram a participação na Festa do Pinhão e no Recanto do Pinhão, 11% na Festa e na Sapecada e 1% na Sapecada e no Recanto. Ainda, 40% dos turistas afirmaram a participação exclusivamente na Festa do Pinhão, 7% exclusivamente no Recanto do Pinhão e 6% apenas na Sapecada.

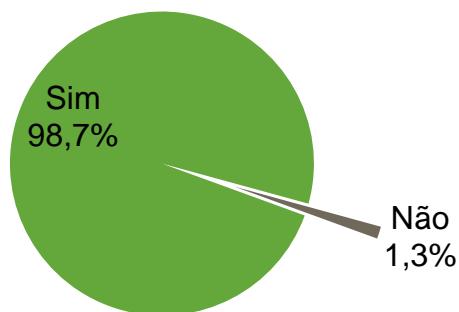
Distribuição da participação dos turistas nos eventos da Festa.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta edição da pesquisa, o turista foi questionado se indicaria a viagem ou passeio à Festa Nacional do Pinhão para um amigo ou parente. O resultado afirmativo para 98,7% dos turistas comprova o sucesso da Festa.

Distribuição dos turistas por indicação da Festa Nacional do Pinhão.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Gastos do turista

Os gastos médios dos turistas que frequentaram a 29ª Festa Nacional do Pinhão foram investigados por tipo de uso. Assim, os turistas que não tiveram dispêndios com hospedagem, por exemplo, não foram considerados no cálculo da média. Assim sendo, em média, o total dos gastos por turista foi de R\$ 827,38, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos. Cada turista que utilizou hotelaria gastou, em média, R\$ 445,67, seguido dos gastos com o comércio (R\$ 329,37). Os gastos com alimentação e bebidas e os com transporte foram na faixa de R\$ 266,51 e R\$ 185,07.

Distribuição da média de gastos dos turistas por tipo de gasto



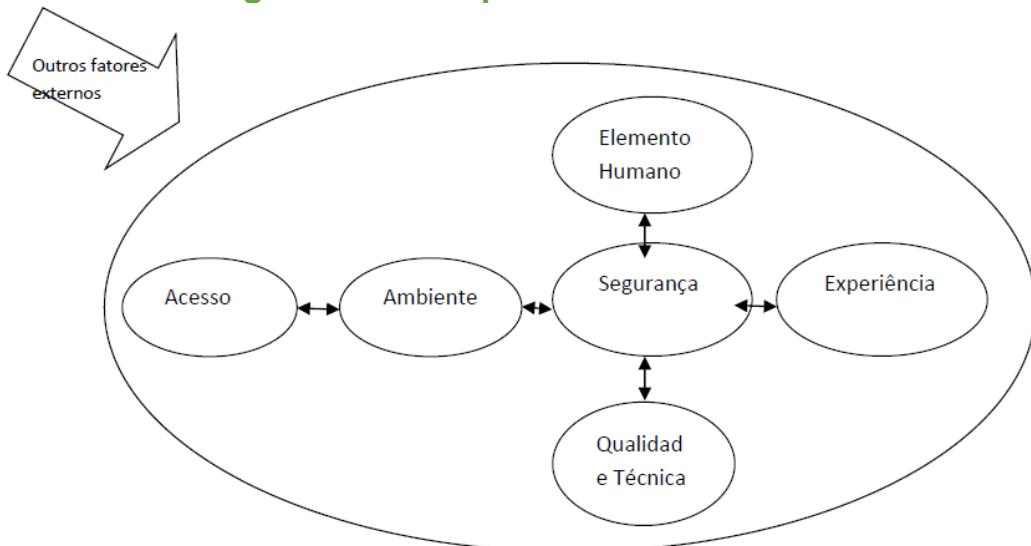
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Avaliação do evento

Para verificar a percepção de qualidade da 29ª Festa Nacional do Pinhão, a Fecomércio SC utilizou o protocolo TOURQUAL, que é um modelo teórico empírico para avaliar a qualidade dos atrativos turísticos, comparando indicadores de serviços, projetando melhorias a partir da análise das respostas e avaliando junto aos turistas os resultados das pesquisas práticas.

Composto primeiramente pelo diagrama teórico onde apresenta as categorias do modelo:

Diagrama teórico protocolo TOURQUAL



Fonte: Mondo (2014)

Este tópico visa apresentar os principais resultados coletados a partir do protocolo TOURQUAL sobre a qualidade da 29ª Festa Nacional do Pinhão. Serão apresentados os 15 indicadores agrupados por categoria – categoria de Acesso, de Ambiente, de Elemento Humano, de Segurança e de Qualidade Técnica.

A primeira categoria analisada foi a de elemento humano. O indicador avaliado foi o atendimento dos voluntários (hospitalidade, cortesia, atenção e conhecimento técnico), que examina a atenção da equipe de trabalhadores do evento com o visitante, atendendo da melhor maneira possível as necessidades

específicas de cada cliente. Verificou-se que 31,8% dos turistas indicam um nível excelente, seguido pelo nível bom (58,1%), mediano (8,3%) e ruim (0,8%). O índice de avaliação do indicador e da categoria foi de 4,22 (mínimo 1 e máximo 5), ficando entre bom e excelente.

Avaliação da Categoria Elemento Humano Protocolo TOURQUAL©

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota
Atendimento dos voluntários (hospitalidade, cortesia, atenção e conhecimento técnico)	31,8%	58,1%	8,3%	0,8%	0,0%	1,0%	4,22
Categoria elemento humano	31,8%	58,1%	8,3%	0,8%	0,0%	1,0%	4,22

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A próxima categoria, composta por dois indicadores, resume de forma sintética e exata a sensação de segurança dos turistas nos locais do evento e na cidade. No indicador que se refere aos locais do evento, 19,6% dos turistas indicam como de um nível excelente, seguido pelos níveis bom (71,1%), mediano (8,0%), ruim (0,8%) e péssimo (0,3%). O índice de avaliação do indicador foi de 4,09, ficando entre bom e excelente. A avaliação do indicador que se refere à sensação de segurança na cidade foi muito semelhante ao indicador de segurança nos locais da Festa: 20,2% de citações excelente, 68,5% de bom, 8,0% mediano, 1,8% ruim e 0,3% péssimo, e o índice deste indicador foi de 4,08. O índice de avaliação da categoria de segurança foi de 4,09, ficando com uma avaliação muito próxima do nível bom, entre bom e excelente.

Avaliação da Categoria Segurança Protocolo TOURQUAL®

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota
Percepção de segurança nos locais do evento	19,6%	71,1%	8,0%	0,8%	0,3%	0,3%	4,09
Percepção de segurança na cidade	20,2%	68,5%	8,0%	1,8%	0,3%	1,3%	4,08
Categoria segurança	19,9%	69,8%	8,0%	1,3%	0,3%	0,8%	4,09

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A terceira categoria analisada é a de ambiente, que leva em conta as questões de conforto, agradabilidade, temperatura e tranquilidade no atrativo. Ela é composta pelo indicador que avalia conforto, beleza, acústica e temperatura no evento. Verificou-se que para 16,3% deles é excelente, seguidos de 72,9% que consideraram boa, 10,1% regular, e apenas 0,8% ruim. O índice de avaliação do indicador e da categoria ambiente foi de 4,05, ficando entre bom e excelente, mais próximo do bom.

Avaliação da Categoria Ambiente Protocolo TOURQUAL®

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota
Conforto, beleza, acústica e temperatura no evento	16,3%	72,9%	10,1%	0,8%	0,0%	0,0%	4,05
Categoria ambiente	16,3%	72,9%	10,1%	0,8%	0,0%	0,0%	4,05

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A próxima categoria é a de qualidade técnica, que considera o que o consumidor realmente percebe como resultado da organização geral do evento. Esse grupo representa todos os indicadores da prestação de serviços em si, como os níveis de preços cobrados, infraestrutura, limpeza geral, variedade de atividades oferecidas, sinalização e tecnologia.

Com relação à variedade de atividades ofertadas no atrativo, na avaliação do indicador, 61,2% dos visitantes consideraram como boa, seguidos

por 26,1% como excelente, 9,0% regular, 2,3% ruim e 1,3% péssimo. O índice de qualidade do indicador foi de 4,09, ficando acima do nível bom.

O segundo indicador da categoria de qualidade técnica foi a infraestrutura do evento, verificou-se que 66,4% dos participantes consideraram como boa, 18,9% como excelente, 11,6% regular, 2,1% como ruim e 0,8% como péssimo. O índice de avaliação do indicador foi de 4,1, ficando entre o bom e o excelente.

Na avaliação da limpeza no local do evento, a maioria (66,1%) das avaliações foi boa e 18,6% delas excelentes, 11,1% avaliaram como regular e 3,1% como ruim. O índice de avaliação do local do evento foi de 4,01.

A sinalização para chegar ao local do evento também recebeu uma boa avaliação: 65,4% pontuaram como boa, 7,2% excelente, 14,0% mediana, 8,8% ruim e 1,8% péssima. Finalizando, o índice de avaliação de 3,69, pouco abaixo do nível bom, sugere um ponto de atenção, pois a sinalização é um dos primeiros pontos de contato do evento com turistas, uma primeira impressão que pode influenciar toda a experiência com o evento.

O indicador que avalia a tecnologia de comunicabilidade, o sinal 4G ou Wifi, Totens, aplicativos e informações no evento recebeu 46,5% de avaliações boas, 14,0% excelentes, 8,0% medianas, 4,1% ruins e apenas 0,5% péssimas. Neste indicador chama atenção que 26,9% dos turistas indicaram que não se aplica a avaliação, isso pode implicar que esta fatia de turistas ou não utiliza essas tecnologias para este fim ou não tinham conhecimento destas disponibilidades. A avaliação desse indicador foi de 3,95.

Ao serem questionados sobre como avaliavam os preços pagos pelos ingressos e produtos do evento, 2,1% dos respondentes indicaram nível excelente, seguidos por 35,9% que consideraram bom, 24,0% julgaram como regular, 18,9% como ruim e 11,9% como péssimo. Com estes escores o índice de avaliação dos preços dos ingressos na Festa foi de 2,97.

No geral, verificou-se que a categoria qualidade técnica obteve a média 3,79 entre os níveis bom e mediano. Com relação a esta categoria, verificou-se que obteve a pior média entre todas as categorias, muito pela baixa avaliação do indicador de preços.

Avaliação da Categoria Qualidade Técnica Protocolo TOURQUAL®

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota
Variedade na oferta de atividades no evento (shows, exposições, gastronomia).	26,1%	61,2%	9,0%	2,3%	1,3%	0,0%	4,09
Infraestrutura do evento	18,9%	66,4%	11,6%	2,1%	0,8%	0,3%	4,01
Limpeza das instalações nos locais do evento	18,6%	66,1%	11,1%	3,1%	0,0%	1,0%	4,01
Sinalização para chegar aos locais do evento	7,2%	65,4%	14,0%	8,8%	1,8%	2,8%	3,69
Tecnologia/ sinal 4G ou Wifi, Totens, Aplicativos e informações no evento	14,0%	46,5%	8,0%	4,1%	0,5%	26,9%	3,95
Preço dos ingressos e dos produtos do evento	2,1%	35,9%	24,0%	18,9%	11,9%	7,2%	2,97
Categoria qualidade técnica	14,5%	56,9%	13,0%	6,5%	2,7%	6,4%	3,79

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A Categoria de acesso foi composta pelos seguintes indicadores: transporte até o evento, estacionamentos e localização, filas para entrada nos shows, bares e festas, facilidade na compra dos ingressos, localização, disponibilidade e limpeza dos banheiros no evento, acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais do evento. A avaliação dessa categoria é fundamental, pois nela são considerados atributos responsáveis pelo primeiro contato que o visitante tem com o evento.

O primeiro indicador analisado, na categoria de acesso, foi o de transporte, estacionamento e localização do evento, onde se verificou que 73,1% dos visitantes avaliaram como bom, seguidos de 12,1% que indicaram como excelente, 7,5% como mediano, 3,9% como ruim e 1,0% como péssimo a

questão da localização. O índice de avaliação foi de 3,94, ficando a avaliação muito próxima de bom.

O indicador que refere às filas para entrada nos shows, bares e festas foi avaliado por 65,4% dos turistas como bom, 17,1% como excelente, 6,7% como mediano, 3,4% como ruim e 1,0% como péssimo. O índice geral de avaliação foi de 4,01.

O próximo indicador analisado foi a facilidade de compra dos ingressos e aborda as questões dos pontos de venda para o evento, opções de pagamento e o esforço que o visitante dispendeu para comprar os ingressos. Na avaliação do indicador, realizada pelos participantes, verificou-se que 20,7% das respostas julgaram como excelente, seguidos de 58,4% como bom, 4,7% regular, 0,8% ruim e 0,3% péssimo. O índice de avaliação do indicador foi de 4,16 ficando entre bom e excelente.

Os banheiros são um componente vital nos eventos e sua avaliação é crítica podendo causar grande descontentamento e comprometendo a avaliação. Em relação aos banheiros (a localização, a disponibilidade e limpeza dos mesmos), verificou-se na pesquisa que 44,4% dos turistas indicaram que o serviço possui uma boa qualidade, seguidos 19,9% como mediano, 7,5% como excelente, 6,7% como ruim e 1,3% como péssimo. O índice de avaliação do indicador foi de 3,63, ficando com uma avaliação mediana.

Finalizando os indicadores da Categoria Acesso foi avaliada a acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais do evento, 2,3% excelentes, 47,5% das avaliações foram boas, 15,0% mediano, 19,4% ruim e 2,3% péssimo. Neste quesito o índice foi de 3,33, foi o mais baixo dentre todos os indicadores avaliados. Na categoria de acesso a avaliação resultou no índice 3,82.

Avaliação da Categoria Acesso Protocolo TOURQUAL®

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota
Transporte até o evento, estacionamentos, localização.	12,1%	73,1%	7,5%	3,9%	1,0%	2,3%	3,94
Filas para entrada nos shows, bares e festas.	17,1%	65,4%	6,7%	3,4%	1,0%	6,5%	4,01
Facilidade na compra dos seus ingressos	20,7%	58,4%	4,7%	0,8%	0,3%	15,2%	4,16
Localização, disponibilidade e limpeza dos banheiros no evento.	7,5%	44,4%	19,9%	6,7%	1,3%	20,2%	3,63
Acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais do evento	2,3%	47,5%	15,0%	19,4%	2,3%	13,4%	3,33
Categoria acesso	11,9%	57,8%	10,7%	6,8%	1,2%	11,5%	3,82

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação geral, considerando todas as categorias, foi muito próximo do “bom” (3,89), mas ainda assim mediano, o que sugere oportunidades de melhoria principalmente nas categorias de qualidade técnica e de acesso.

Avaliação do Evento Protocolo TOURQUAL®

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota
Categoria elemento humano	31,8%	58,1%	8,3%	0,8%	0,0%	1,0%	4,22
Categoria segurança	19,9%	69,8%	8,0%	1,3%	0,3%	0,8%	4,09
Categoria ambiente	16,3%	72,9%	10,1%	0,8%	0,0%	0,0%	4,05
Categoria qualidade técnica	14,5%	56,9%	13,0%	6,5%	2,7%	6,4%	3,79
Categoria acesso	11,9%	57,8%	10,7%	6,8%	1,2%	11,5%	3,82
Total	15,6%	60,1%	11,1%	5,2%	1,5%	6,6%	3,89

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa com os empresários

Para estudar o impacto da Festa entre os empresários dos setores de comércio, serviços, turismo e hotelaria de Lages, a Fecomércio SC também ouviu os comerciantes da cidade. Os setores entrevistados foram divididos da seguinte maneira:

Distribuição das entrevistas por setor ou ramos de atuação da empresa

Setores entrevistados	
Restaurantes	20,4%
Vestuário	14,3%
Farmácias	12,2%
Padarias, Confeitarias, Chocolatarias e Docerias.	9,6%
Postos de Combustíveis	9,6%
Hotéis/Pousadas e similares	9,6%
Calçados	8,7%
Hipermercados, Supermercados e Mercados.	5,2%
Bares e Choperias	5,2%
Artesanatos e Souvenires	3,0%
Outros	2,2%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto à localização, foram entrevistadas empresas com estandes nos pavilhões do Parque de Exposições Conta Dinheiro, empresas estabelecidas na região comercial do centro de Lages, designadas como comércio de rua e lojas de Shopping Center.

Distribuição das entrevistas por localização da empresa

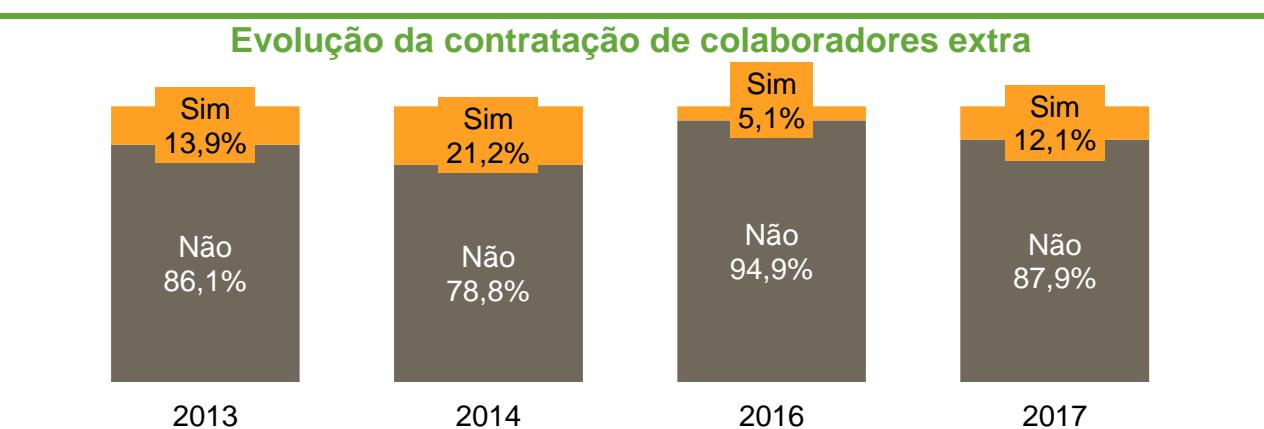
Localização da empresa	
Comércio de rua	81,3%
Shopping Center	9,6%
Parque Conta Dinheiro	9,1%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Setor de comércio e serviços, exceto hotelaria

A primeira questão específica para as empresas dos setores de comércio e serviços, exceto hotelaria, buscou identificar o efeito da Festa no mercado de trabalho da cidade.

A pesquisa registrou aumento no percentual de empresas que realizaram contratação de colaboradores temporários para a Festa, passando de 5,1% em 2016 para 12,1% neste ano. Ainda assim, um percentual inferior aos anos de 2013 e 2014.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

De forma semelhante, a quantidade média de contratados extra para o período da Festa do Pinhão aumentou de 2013 para 2014, reduziu em 2016 e voltou a crescer em 2017. Esta sequência de aumento, retração e recuperação nos últimos anos, tanto da quantidade de empresas que realizaram contratação extra quanto para a média de contratados, está alinhada com a situação do mercado de trabalho brasileiro.

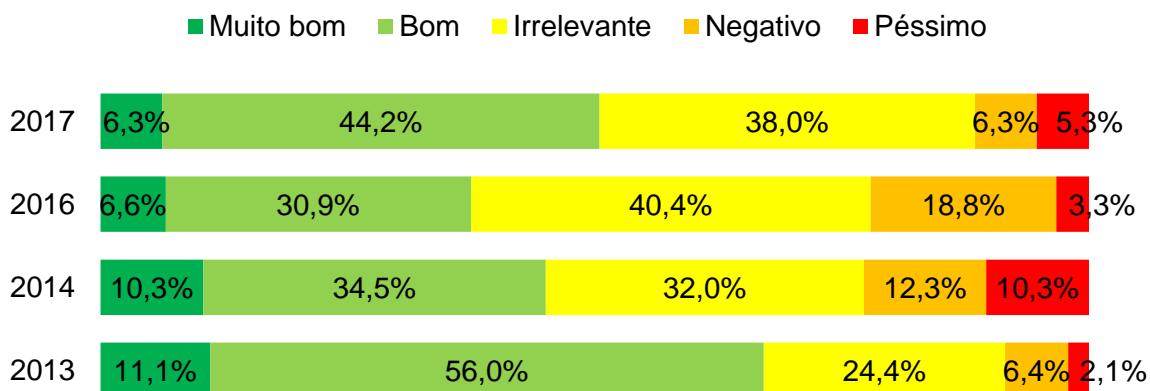


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Movimento de consumidores

A melhor avaliação do movimento ocorreu no ano de 2013, quando 67,1% dos entrevistados avaliaram o movimento nos seus estabelecimentos como “muito bom” e “bom”; em 2014 esta porcentagem caiu para 44,8% e em 2016, no auge da crise, caiu ainda mais, ficando em 37,5%. Nesta última edição da Festa a recuperação do comércio e economia local fica visível, quando 50,5% dos empresários ou dos responsáveis pelos estabelecimentos avaliaram positivamente o movimento durante a Festa Nacional do Pinhão. Para os entrevistados dos estabelecimentos localizados no Parque, dentro do local do evento, a avaliação do movimento foi positiva para uma parcela de 33,3% e irrelevante para 38,1% dos entrevistados. Para outros 28,6%, o movimento ficou entre o negativo e o péssimo.

Evolução das avaliações do movimento nos estabelecimentos comerciais



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro importante dado que ajuda a compreender tendências e o comportamento do consumidor diz respeito à forma de pagamento escolhida pelo cliente durante o período da Festa. O uso dos cartões já se tornou um ato corriqueiro entre os consumidores, sempre superando 50% das respostas. No último ano, esta opção atingiu a parcela de 66,8% dos consumidores,

considerando as compras com cartões de débito (25,5%), com cartões de crédito à vista (27,4%) e parcelamento nos cartões de crédito (13,9%).

Mas independente do uso de cartões ou dinheiro, o pagamento à vista tem sido a opção da maioria dos consumidores (84,6%) em 2017.

Evolução da principal forma de pagamento

Principal forma de pagamento	2013	2014	2016	2017
À vista, dinheiro.	41,3%	37,6%	35,3%	31,7%
À vista, cartão de débito.	14,9%	6,9%	10,3%	25,5%
À vista, cartão de crédito.	20,7%	42,1%	32,7%	27,4%
Parcelamento, cartão de crédito.	21,2%	11,4%	17,3%	13,9%
Parcelamento crediário	1,4%	1,5%	3,3%	1,4%
Outro	0,5%	0,5%	1,1%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Percepção do faturamento

Outra questão muito relevante para compreender o impacto da festa entre os empresários de Lages é analisar a sua percepção sobre a variação do faturamento.

A primeira avaliação refere-se à variação do faturamento em relação à Festa do Pinhão do ano anterior. Neste ano, a percepção dos empresários dos setores de comércio e serviços (exceto a hotelaria) foi positiva: na opinião destes entrevistados o faturamento de 2017 foi 1,1% mais elevado do que em 2016. Esta verificação é importante, pois quebra um ciclo de avaliações negativas dos últimos anos.

Sobre o período imediatamente anterior à Festa, a percepção dos empresários ou responsáveis pelas lojas foi de um faturamento 7,8% maior do que nos meses comuns- avaliação superior aos anos 2014 e 2016, mas inferior a 2013.

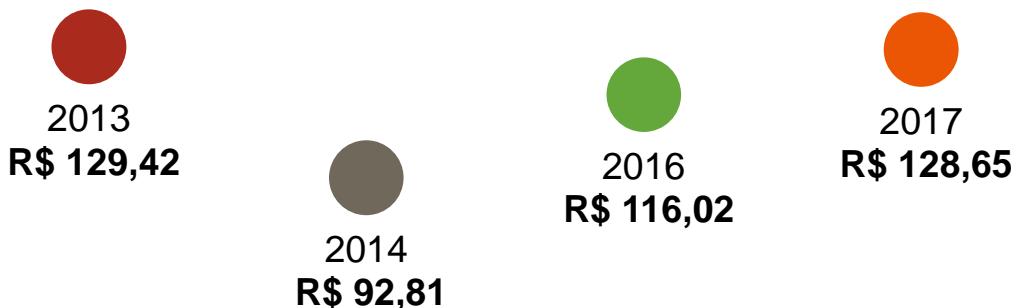
Evolução da variação do faturamento

Variação do faturamento	2013	2014	2016	2017
Variação do faturamento em relação à Festa do Pinhão do ano passado	-1,6%	-6,0%	-7,4%	1,1%
Variação do faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano	9,9%	5,7%	7,2%	7,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O ticket médio dos visitantes que frequentaram a 29º edição da Festa Nacional do Pinhão, de acordo com os empresários ou gestores entrevistados, foi de R\$ 128,65 por pessoa no comércio de Lages, resultado semelhante a 2013.

Evolução ticket médio no período da Festa Nacional do Pinhão



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O valor médio que cada cliente gastou por tipo de estabelecimento, o ticket médio por setor, mostrou que os visitantes consumiram, em média, R\$ 378,57 em lojas de artesanato e souvenir, o maior entre os setores investigados. Os setores de calçados e vestuário também colheram bons resultados com a Festa, R\$ 321,50 e R\$ 305,58, respectivamente.

Ticket médio por setor

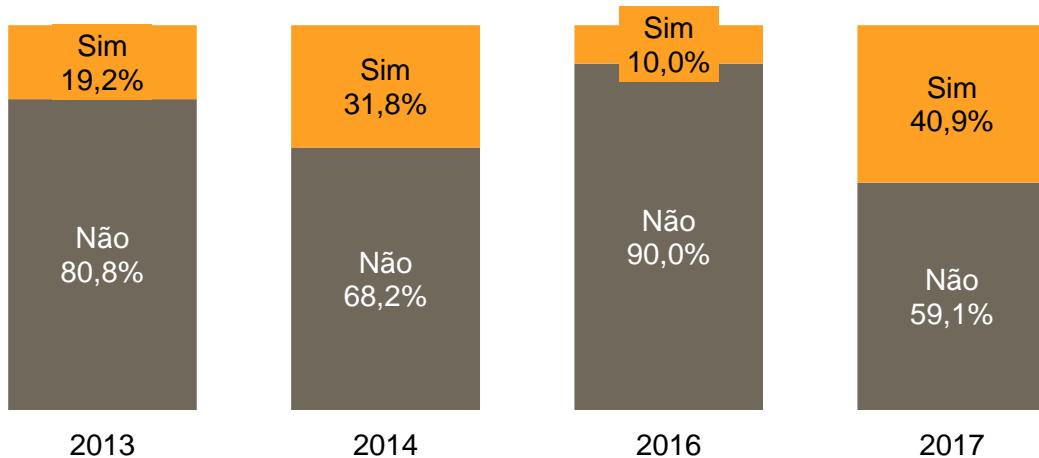
Artesanatos e Souvenires	R\$378,57
Calçados	R\$321,50
Vestuário	R\$305,58
Bares e Choperias	R\$117,58
Postos de combustíveis	R\$81,36
Hipermercados, supermercados e mercados	R\$65,67
Restaurantes	R\$38,43
Farmácias	R\$33,39
Padarias, Confeitarias, Chocolatarias e Docerias	R\$19,77
Outros	R\$86,00
Ticket Médio Geral	R\$128,65

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Setor Hoteleiro

No setor hoteleiro, a parcela de empresas que realizaram contratações extras para o período da Festa foi de 40,9%, maior taxa dos últimos anos.

Evolução da contratação de colaboradores extra (setor hoteleiro)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Não somente a taxa de empresas que realizaram contratações aumentou, mas também a quantidade de pessoas contratadas. Em 2017 foram contratadas, em média, 3,3 pessoas por estabelecimento do setor de hotelaria.

Evolução da quantidade média de contratações extra no período da Festa Nacional do Pinhão. (setor hoteleiro)

2013	2014	2016	2017
• 1,3 pessoas	• 1,7 pessoas	• 3,0 pessoas	• 3,3 pessoas

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma de pagamento utilizada pelos consumidores do setor hoteleiro não apresentou grandes mudanças e o uso de cartões de crédito permanece superando as demais formas de pagamento. Neste ano, o aumento na participação de outras formas de pagamento (9,1%) levou a uma investigação mais aprofundada que apontou para o débito em conta.

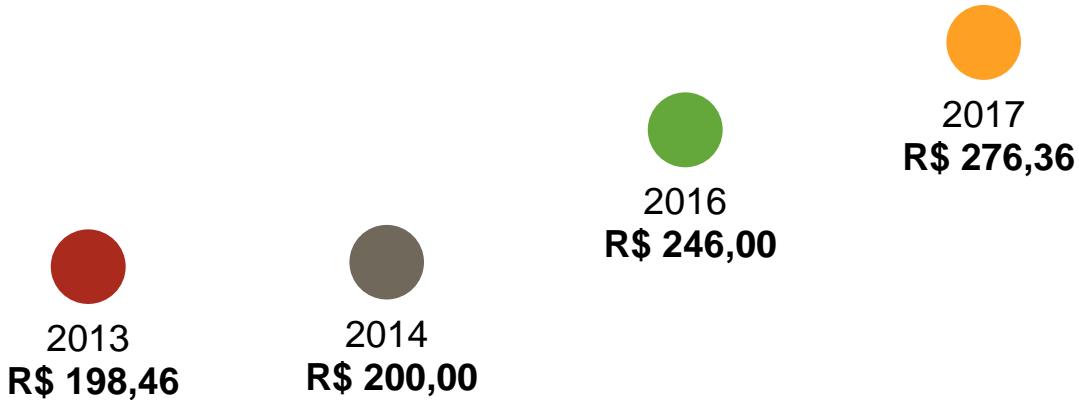
Evolução da principal forma de pagamento (setor hoteleiro)

Principal forma de pagamento	2013	2014	2016	2017
À vista, dinheiro.	61,5%	40,9%	25,0%	27,3%
À vista, cartão de débito.	19,2%	9,1%	0,0%	9,1%
À vista, cartão de crédito.	15,4%	50,0%	75,0%	54,5%
Parcelamento, cartão de crédito.	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%
Parcelamento crediário	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%	9,1%
Total	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O ticket médio apurado no setor hoteleiro em 2017 foi de R\$ 276,36, mais alto da série histórica.

Evolução ticket médio no período da Festa Nacional do Pinhão (setor hoteleiro)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tempo de permanência do cliente no estabelecimento aumentou para 2,5 dias, contribuindo para aumento do ticket médio do setor. Comparando esse dado apurado junto aos empresários com o dado anteriormente apresentado, apurado nas entrevistas com os turistas, nota-se a unicidade das pesquisas. Os turistas que ficaram hospedados em hotéis e pousadas afirmaram que permaneceram 2,8 dias, em média. A diferença entre as médias é pouco significativa e inferior à margem de erro da pesquisa.

Evolução tempo de permanência no período da Festa Nacional do Pinhão (setor hoteleiro)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na percepção dos empresários ou dos responsáveis pelos estabelecimentos, o faturamento em relação à Festa do ano anterior superou

significativamente as expectativas. Enquanto nos anos anteriores esta taxa não superou os 10%, nesta edição o aumento de faturamento percebido foi de 39,1% em relação ao mesmo período de 2016.

Já na comparação com os meses comuns do ano, a percepção dos entrevistados foi de aumento de 49,5%, também superando as taxas dos anos anteriores.

Evolução da variação do faturamento (setor hoteleiro)

Variação do faturamento	2013	2014	2016	2017
Variação do faturamento em relação à Festa do Pinhão do ano passado	8,1%	9,9%	5,2%	39,1%
Variação do faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano	30,4%	31,1%	33,0%	49,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Esta percepção de aumento no faturamento e aumento do tempo de permanência está relacionada à taxa de ocupação dos leitos (83,3%) nesta 29ª edição da Festa. Este aumento da taxa de ocupação pode estar relacionado a fatos apurado nas entrevistas com os turistas, como o aumento da fatia de turistas que ficaram hospedados em Lages ou em alguma cidade da região. Nos anos anteriores, cerca de 30% dos turistas afirmaram que não dormiriam em Lages ou na região e em 2017 este percentual foi de 0%.

Evolução da taxa de ocupação dos leitos no período da Festa Nacional do Pinhão (setor hoteleiro)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Conclusão

Levando em conta os aspectos apurados na Pesquisa Fecomércio de Turismo, a 29º Festa Nacional do Pinhão em Lages repetiu o sucesso dos anos anteriores, mantendo ótima avaliação na visão dos turistas e evidenciando uma fase de otimismo para os empresários dos setores de comércio, serviços e turismo da cidade.

Na primeira etapa da investigação, a pesquisa flagrante nas catracas da Festa, foi contabilizada a distribuição dos participantes e apurou-se que 37,7% dos participantes da festa são turistas e 62,3% são visitantes locais. O detalhe deste dado mostra o prestígio do Evento perante a comunidade, considerando a parcela significativa de 55,9% dos visitantes serem moradores de Lages. Entretanto, destaca-se que no final de semana do feriado esta proporção inverte, tendo mais turistas de fora da região.

Numa segunda etapa, a pesquisa investigou os turistas para traçar o perfil socioeconômico, averiguando informações referentes a sexo, faixa etária, estado civil e renda média familiar mensal.

Referente ao perfil dos turistas que prestigiaram a festividade neste ano destaca-se a maioria de adultos abaixo dos 40 anos (68,5%), os casados ou em união estável somam 50,9%, superando novamente em números os solteiros (45,2%). Quanto à renda média familiar mensal, 60,2% dos turistas que visitam a Festa estão nas faixas que vão de R\$ 1.893 a R\$ 7.568.

A maior parte destes turistas ficou hospedada em imóveis de parentes e amigos (55%) e os 30,2% que se hospedaram em hotéis e pousadas optaram principalmente por ficar em Lages.

As avaliações dos turistas sobre o evento foram estabelecidas a partir de uma escala Likert, sendo 1 péssimo e 5 excelente, foram mensurados quinze atributos sendo utilizado o Protocolo Tourqual®, uma ferramenta de avaliação dos serviços turísticos, onde obteve-se, numa avaliação geral do Evento, a nota 3,89. O destaque desta avaliação, o atributo que alcançou a maior nota, foi o

“Atendimento dos voluntários”, que engloba a hospitalidade, cortesia, atenção e conhecimento técnico dos trabalhadores. Neste item, a avaliação foi de 4,22 (onde a pontuação máxima é 5).

Referente à avaliação dos empresários sobre o resultado da Festa em seus estabelecimentos, o cenário é otimista. A avaliação do movimento mostra que 50,5% dos empresários avaliaram positivamente o movimento durante a Festa Nacional do Pinhão.

A evolução do faturamento em relação ao período imediatamente anterior a Festa Nacional do Pinhão também exibe avanço na taxa de 7,8%, dando sinais claros de que a Festa impulsiona os negócios da região. Para o setor hoteleiro, essa percepção é ainda melhor, 49,5%.

Já em relação à Festa do ano anterior, a percepção dos empresários não foi tão expressiva, contabilizando aumento no faturamento de 1,1%. Ainda assim esta verificação é importante, pois quebra um ciclo de avaliações negativas dos últimos anos. Para o setor hoteleiro, essa percepção foi de 39,1% de aumento do faturamento.

Os resultados referentes Festa Nacional do Pinhão de 2017 mostram a importância dos eventos turísticos, da conjunção entre os setores de comércio, serviços e turismo, para a economia das cidades e estados. A Festa reúne a tradição e cultura com o desenvolvimento econômico.