



Avaliação da qualidade de serviços
em atrativos turísticos
PROTOCOLO TOURQUAL

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

Avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos – Protocolo Tourqual

Temporada de Verão 2018 – Balneário Camboriú e Florianópolis.

Sumário

Introdução	4
Avaliação do destino	5
Perfil do turista de Balneário Camboriú	7
A avaliação da qualidade dos serviços turísticos em Balneário Camboriú	10
Perfil do turista de Florianópolis	12
A avaliação da qualidade dos serviços turísticos em Florianópolis	16
Conclusão	18

Introdução

Setor transversal da economia, o turismo engloba diferentes segmentos e por ser uma atividade dinâmica passa por constantes mudanças. A todo o momento novos serviços são lançados no mercado para satisfazer as necessidades e surpreender os clientes. Para entender o comportamento dos consumidores dos serviços turísticos é necessário o uso de técnicas que possam avaliar a percepção de qualidade. Uma ferramenta que possibilita mensurar essa qualidade é o protocolo Tourqual®, modelo de avaliação da qualidade dos serviços disponíveis em atrativos turísticos e da experiência turística como um todo.

Para verificar a percepção de qualidade dos serviços segundo os turistas que frequentaram Balneário Camboriú e Florianópolis na temporada de verão em 2018, a Fecomércio SC aplicou o instrumento de pesquisa do Protocolo Tourqual®, que compara indicadores de qualidade. A partir da análise desses indicadores é possível propor melhorias nos serviços oferecidos nos destinos.

A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários (survey), com entrevistas pessoais junto a amostra de 289 turistas em Balneário Camboriú e 289 em Florianópolis. A margem de erro foi de 5,8% e nível de confiança de 95% em cada cidade. A coleta de dados ocorreu nos meses de janeiro e fevereiro e foram considerados aptos a responder os visitantes enquadrados como turistas segundo o conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT). As entrevistas ocorreram em dias alternados e em locais de grande fluxo de turistas.

Avaliação do destino

A avaliação dos turistas sobre diversos aspectos do destino turístico é bastante importante para apontar os pontos positivos e negativos das cidades durante a temporada. A partir destas informações é possível identificar fatores que devem melhorados e os acertos que podem ser repetidos nas próximas temporadas.

A Fecomércio SC adotou desde 2017 uma metodologia de avaliação, o protocolo Tourqual®, onde foram analisados 17 indicadores segmentados em seis categorias:

- **Categoria de Acesso** considera itens que permitem a chegada do turista ao atrativo, possibilitando usufruí-lo de forma satisfatória;

- **Categoria de Ambiente** refere-se à ambientação do local visitado, como iluminação, decoração, temperatura e conforto que os visitantes percebem ao visitar um atrativo;

- **Categoria de Elemento Humano** leva em conta os aspectos humanos que estão ligados de forma direta com a percepção de qualidade pelos turistas. Desta forma, a postura e comportamento de trabalhadores serão determinantes para satisfação e uma percepção positiva;

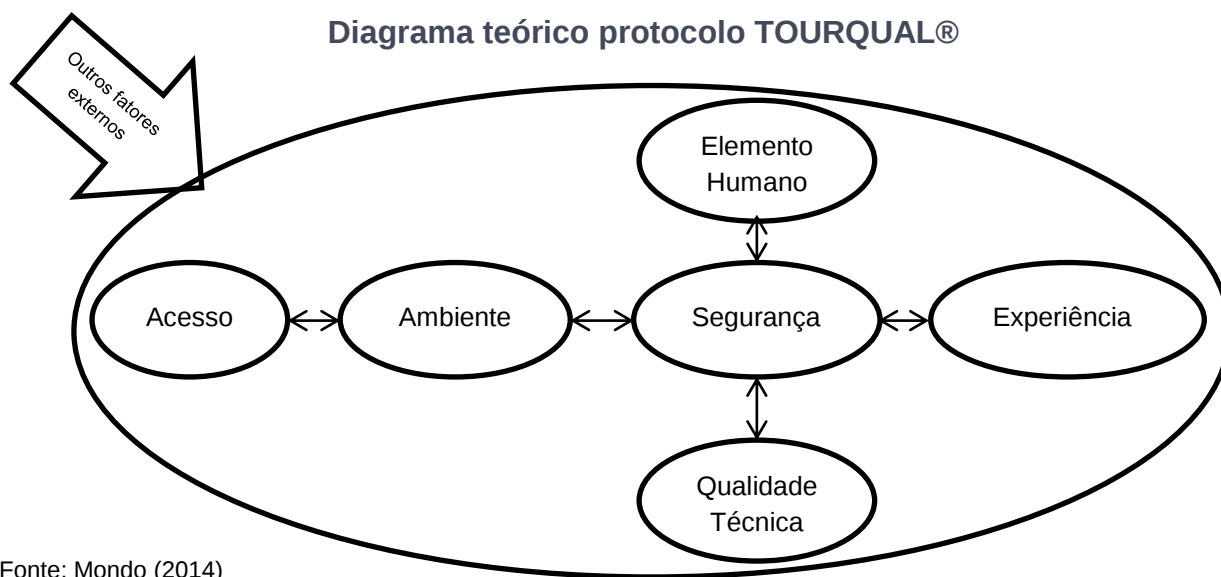
- **Categoria de Experiência** avalia a vivência do visitante, a interação do turista. As vivências e emoções definirão a experiência no destino;

- **Categoria de Segurança** mede percepção de segurança de forma geral, onde o turista sente-se protegido, qual é a preocupação do atrativo com o zelo, o bem-estar dos visitantes e preservação do local. A segurança propicia liberdade para que o turista possa usufruir do atrativo, podendo ainda ser considerada a segurança física, mental e financeira;

- **Categoria de Qualidade Técnica** refere-se à qualidade na prestação do serviço, a capacidade e preparo que os prestadores de serviço oferecem aos visitantes. Esta interação é fundamental para a avaliação.

O Tourqual® se baseia em um modelo teórico de mensuração da qualidade de serviços em atrativos turísticos. O protocolo é composto, primeiramente, pelo diagrama teórico que apresenta as categorias do modelo e suas inter-relações. A segunda parte do protocolo é a lista dos indicadores por categoria. Este protocolo foi construído dentro do maior rigor científico e configura-se como o único testado, validado e patentado no Brasil.

Diagrama teórico protocolo TOURQUAL®



Fonte: Mondo (2014)

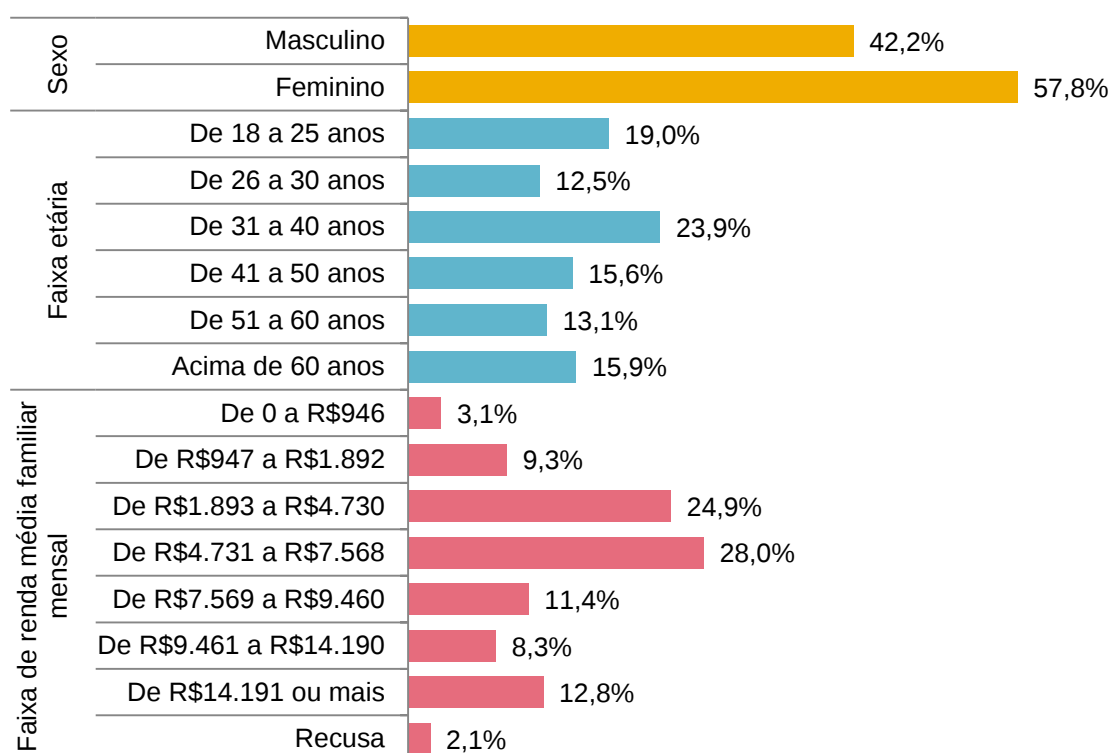
Nesta pesquisa foram avaliadas as cidades de Balneário Camboriú e Florianópolis.

Balneário Camboriú

Perfil do turista de Balneário Camboriú

O perfil dos entrevistados em Balneário Camboriú foi composto por uma amostragem equilibrada: 57,8% do sexo feminino, faixas de idades bem distribuídas e renda média familiar mensal com maior participação de turistas nas faixas entre R\$ 1.893 a R\$ 4.730 (24,9%) e de R\$ 4.731 a R\$ 7.568 (28%).

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os turistas entrevistados neste estudo foram, em sua maioria, brasileiros (68,9%), dos estados do Paraná (23,2%), do Rio Grande do Sul (21,8%) e do próprio estado de Santa Catarina (11,1%). A participação dos turistas argentinos também foi expressiva (27,7%).

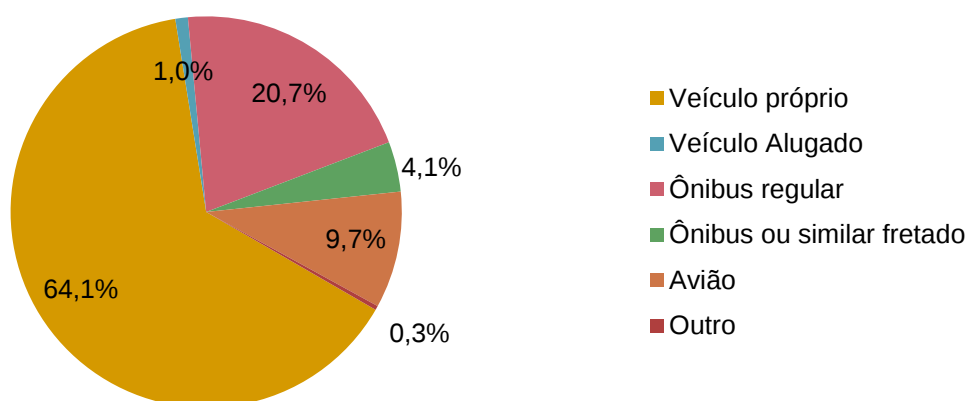
Origem do turista

País/UF	Balneário Camboriú
Brasil	68,9%
Paraná	23,2%
Rio Grande do Sul	21,8%
Santa Catarina	11,1%
São Paulo	8,0%
Outros estados	4,8%
Argentina	27,7%
Outros países	3,5%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O meio de transporte utilizado para chegar ao destino turístico escolhido pela maioria dos visitantes foi o veículo próprio (64,1%), seguido pelo ônibus regular (20,7%) e avião (9,7%).

Meio de transporte



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na relação entre o país de origem e o meio de transporte utilizado para chegar à cidade destaca-se a escolha de 10% dos argentinos pelos ônibus ou similares fretados e a totalidade dos chilenos que optaram pelo avião.

Meio de transporte por país de origem

Meio de transporte	Brasil	Argentina	Paraguai	Chile	Total
Veículo próprio	69,5%	53,8%	57,1%		64,1%
Veículo alugado	1,0%	1,3%			1,0%
Ônibus regular	17,5%	28,8%	28,6%		20,7%
Ônibus ou similar fretado	2,0%	10,0%			4,1%
Avião	9,5%	6,3%	14,3%	100%	9,7%
Outro	0,5%				0,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nota: Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio SC de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio SC como fonte de informação.

Em outra leitura, a relação entre o estado de origem do turista e o meio de transporte destaca-se o uso do ônibus regular por 30,2% dos turistas vindos do Rio Grande do Sul e o uso do avião por 37,5% dos paulistas e 64,3% de outros estados.

Meio de transporte por estado de origem

Meio de transporte	Paraná	Rio Grande do Sul	Santa Catarina	São Paulo	Outros estados
Veículo próprio	83,6%	68,3%	96,9%	29,2%	14,3%
Veículo Alugado	1,5%			4,2%	
Ônibus regular	11,9%	30,2%	3,1%	20,8%	14,3%
Ônibus ou similar fretado	3,0%			4,2%	7,1%
Avião		1,6%		37,5%	64,3%
Outro				4,2%	
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Também foram objeto de estudo os segmentos do comércio de bens e serviços mais utilizados pelos turistas: apurou-se que 91,3% dos turistas frequentaram supermercados, 86,2% restaurantes e 83,4% o comércio local, entre outros estabelecimentos e serviços da cidade.

Uso do comércio e serviços

Segmentos	Citações
Supermercados	91,3%
Restaurantes	86,2%
Comércio	83,4%
Bares, casas noturnas, baladas.	46,7%
Hotéis, pousadas ou similares.	46,0%
Transporte público (ônibus ou similares)	27,0%
Parques temáticos	20,8%
Imobiliárias	19,0%
Transporte de aplicativos (do tipo Uber, 99 Pop)	14,9%
Taxi	7,3%
Locação de veículos	1,7%
Outros	2,1%
Total	446,4%

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação da qualidade dos serviços turísticos em Balneário Camboriú

Na avaliação dos turistas, Balneário Camboriú recebeu **nota 4,2, em uma escala que vai de 1 (péssimo) até 5 (excelente)**, com destaque para a avaliação da Categoria Experiência. Os indicadores desta categoria receberam as melhores avaliações, com notas 4,6 e 4,5, entre o excelente e o bom. A percepção de segurança foi outro ponto bem avaliado. Os pontos que merecem atenção e têm possibilidades de melhorias pertencem à categoria de acessos- indicadores que avaliam as vias de acesso, mobilidade e transporte e os banheiros acessíveis- e à categoria de qualidade técnica- quesitos número de pessoas nos locais e nas ruas (relativo à lotação), tecnologia (sinal 3 e 4G, wifi nos estabelecimentos, app da cidade) e preço dos produtos e serviços e a relação custo/benefício.

Na Categoria de Acesso, o indicador que avalia a qualidade das vias de acesso, mobilidade e transporte recebeu nota 3,8, inferior à pontuação do ano anterior (4,0). A segmentação desta informação por tipo de transporte utilizado para chegar ao destino turístico mostrou-se significativa para o uso de veículos próprios (nota 3,7) e para o uso de ônibus regular (4,0). Nota-se a influência do tipo de transporte utilizado na avaliação dos acessos.

Avaliação do destino - Balneário Camboriú

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota 2018	Nota 2017
Horário de funcionamento dos Bares e Restaurantes, Comércio e Atrativos Turísticos	24,6%	69,2%	4,2%	1,4%	0,0%	0,7%	4,2	4,2
Vias de acesso, mobilidade e transporte	11,1%	68,5%	14,2%	3,5%	1,7%	1,0%	3,8	4,0
Banheiros acessíveis	5,5%	23,5%	11,1%	10,4%	9,0%	40,5%	3,1	2,9
Categoria de Acesso	13,7%	53,7%	9,8%	5,1%	3,6%	14,1%	3,8	3,8
Percepção de conforto na cidade	37,7%	58,5%	3,5%	0,3%	0,0%	0,0%	4,3	4,4
Categoria de Ambiente	37,7%	58,5%	3,5%	0,3%	0,0%	0,0%	4,3	4,4
Atenção dispensada pelo povo/moradores da cidade	33,6%	55,4%	6,2%	1,4%	0,3%	3,1%	4,2	4,2
Atendimento geral dos empregados dos estabelecimentos da cidade	34,3%	57,1%	6,2%	1,7%	0,7%	0,0%	4,2	4,3
Categoria de Elemento Humano	33,9%	56,2%	6,2%	1,6%	0,5%	1,6%	4,2	4,3
Beleza da cidade (natural e construída)	67,8%	27,0%	4,5%	0,7%	0,0%	0,0%	4,6	4,7
Fuga da rotina diária, o quanto esqueceu do cotidiano	65,4%	28,4%	4,8%	0,7%	0,3%	0,3%	4,6	4,6
Nível de diversão na viagem	54,0%	42,9%	2,8%	0,0%	0,0%	0,3%	4,5	4,6
Categoria de Experiência	62,4%	32,8%	4,0%	0,5%	0,1%	0,2%	4,6	4,6
Percepção de segurança na cidade	44,6%	48,4%	4,8%	2,1%	0,0%	0,0%	4,4	4,1
Categoria de Segurança	44,6%	48,4%	4,8%	2,1%	0,0%	0,0%	4,4	4,1
Limpeza na cidade	45,7%	44,6%	7,3%	1,7%	0,7%	0,0%	4,3	4,2
Infraestrutura para receber o turismo	38,8%	54,3%	5,5%	0,7%	0,7%	0,0%	4,3	4,1
Sinalização turística nas ruas	37,7%	51,6%	8,0%	1,4%	0,7%	0,7%	4,3	4,1
Variedade atividades oferecidas na cidade (culturais-artísticas e outras)	36,8%	49,7%	8,7%	2,1%	0,7%	2,1%	4,2	3,9
Número de pessoas nos locais e nas ruas (relativo à lotação)	19,4%	59,2%	15,9%	4,5%	0,7%	0,3%	3,9	3,8
Tecnologia (sinal 3 e4G, Wifi nos estabelecimentos, App da cidade)	23,5%	43,3%	16,3%	11,4%	5,2%	0,3%	3,7	3,6
Preço dos produtos e serviços e a relação custo/benefício	8,3%	49,5%	33,6%	6,6%	1,7%	0,3%	3,6	3,2
Categoria de Qualidade Técnica	30,0%	50,3%	13,6%	4,1%	1,5%	0,5%	4,0	3,8
Total Geral	34,6%	48,9%	9,3%	3,0%	1,3%	2,9%	4,2	4,1

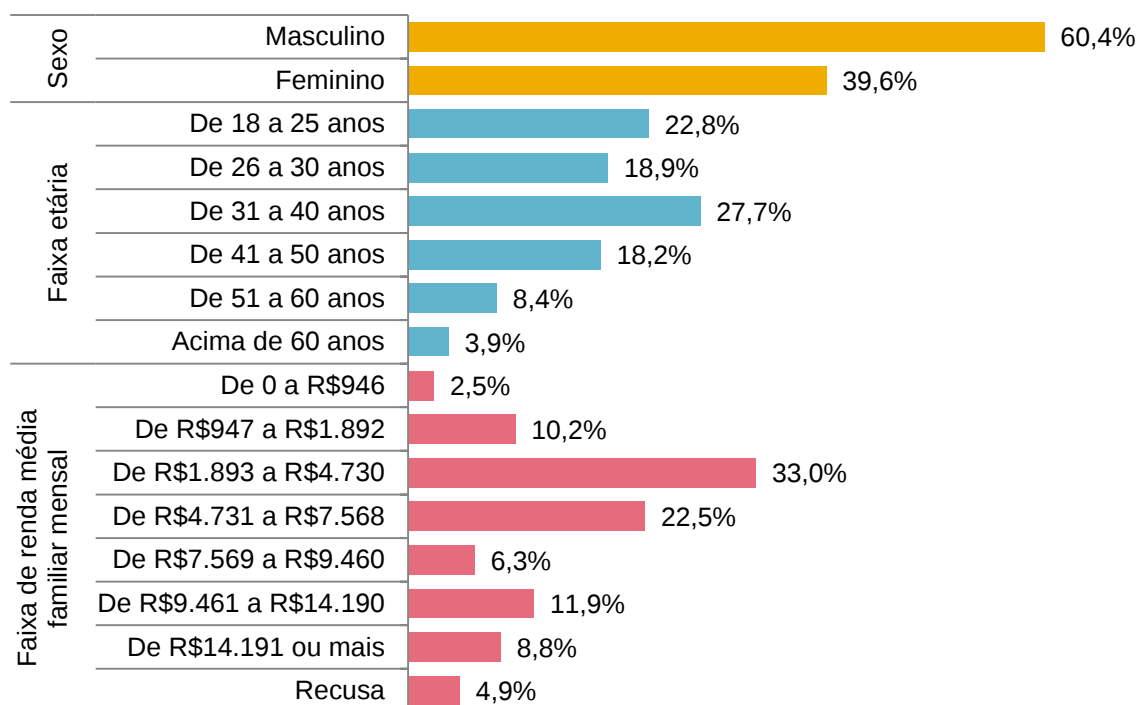
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Florianópolis

Perfil do turista de Florianópolis

A pesquisa realizada em Florianópolis abordou 60,4% de turistas do sexo masculino, com faixas etárias bem distribuídas, principalmente de 40 anos ou menos, e faixa de renda média familiar mensal mais frequente de R\$ 1.893 a R\$ 4.730 (33%) e a faixa de R\$ 4.731 a R\$ 7.568 (22,5%).

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto ao país de origem dos turistas abordados em Florianópolis, 60,4% foram brasileiros, principalmente do Rio Grande do Sul (27,7%), e os argentinos (33%).

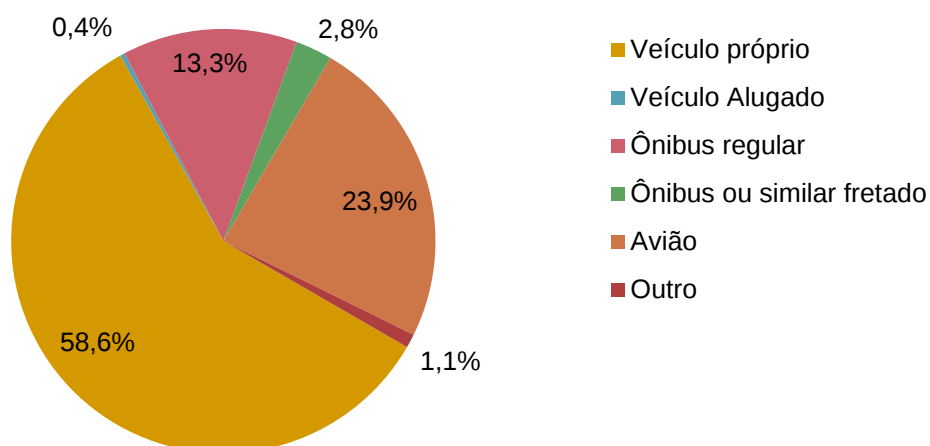
Origem do turista

País/UF	Florianópolis
Brasil	60,4%
Rio Grande do Sul	27,7%
Paraná	8,4%
São Paulo	9,8%
Santa Catarina	5,3%
Outros estados	9,1%
Argentina	33,0%
Outros países	6,7%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em Florianópolis a presença de um aeroporto internacional causa influência na distribuição do meio de transporte utilizado para chegar ao destino turístico, mesmo assim a maioria dos visitantes chegou à cidade em veículos próprios (58,6%).

Meio de transporte



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na relação entre o país de origem e o meio de transporte utilizado para chegar à cidade destaca-se a escolha de 85,7% dos chilenos pelo avião.

Meio de transporte por país de origem

Meio de transporte	Brasil	Argentina	Uruguai	Chile	Outros países	Total
Veículo próprio	61,6%	58,5%	62,5%	14,3%		58,4%
Veículo Alugado			12,5%			0,3%
Ônibus regular	14,0%	14,9%				13,3%
Ônibus ou similar fretado	0,6%	5,3%	12,5%		20%	2,8%
Avião	22,7%	20,2%	12,5%	85,7%	80%	24,1%
Outro	1,2%	1,1%				1,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na relação entre o estado de origem do turista e o meio de transporte destaca-se o uso dos veículos próprios por 81% dos gaúchos e o uso do avião por 60,7% dos paulistas.

Meio de transporte por estado de origem

Meio de transporte	Rio Grande do Sul	São Paulo	Paraná	Santa Catarina	Outros estados
Veículo próprio	81,0%	21,4%	75,0%	86,7%	19,2%
Veículo Alugado					
Ônibus regular	10,1%	17,9%	20,8%	6,7%	19,2%
Ônibus ou similar fretado	1,3%				
Avião	6,3%	60,7%	4,2%	6,7%	57,7%
Outro	1,3%				3,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A movimentação de turistas nos estabelecimentos comerciais e nos setores de serviços de Florianópolis é sempre tema de destaque. O setor de supermercados recebeu a visita de 90,5% dos turistas que frequentaram a cidade, os restaurantes, hotéis e similares de mais de 70%, os bares e casas noturnas foram visitados por 47% dos turistas, assim como o comércio da cidade. O uso de transporte com o suporte de aplicativos, a exemplo do Uber, foi utilizado por uma parcela de 18,9% dos turistas e o transporte público coletivo por outra parcela de 13%. Estes dados mostram como o turismo estimula a economia da cidade, gerando receitas para diversos setores.

Uso do comércio e serviços

Uso do comércio e serviços	Participação
Supermercados	90,5%
Restaurantes	76,1%
Hotéis, pousadas ou similares.	71,2%
Bares, casas noturnas, baladas.	47,4%
Comércio	47,0%
Transporte de aplicativos (do tipo Uber, 99 Pop)	18,9%
Transporte público (ônibus ou similares)	13,0%
Parques temáticos	8,4%
Locação de veículos	6,7%
Imobiliárias	6,3%
Taxi	6,0%
Outros	2,1%
Total	393,7%

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação da qualidade dos serviços turísticos em Florianópolis

Na avaliação de 2018, Florianópolis recebeu **nota 4,0** e a avaliação por atributos e categorias não foi muito diferente. A Categoria Experiência e seus indicadores receberam as melhores notas da avaliação, sendo que para o indicador “Beleza da cidade” a nota foi 4,8, quase excelente. Nesta categoria foi possível estabelecer uma segmentação dos dados entre os dois meses investigados. A nota atribuída ao mês de janeiro foi 4,5 e ao mês de fevereiro 4,7. Essa diferença foi investigada entre os indicadores da categoria, sendo que dois deles mostraram-se significativos para a avaliação por meses: o indicador “Beleza da cidade” que recebeu nota 4,7 em janeiro e 4,9 em fevereiro, e o indicador “Fuga da rotina diária”, que recebeu notas 4,5 e 4,7. Muitas causas podem ter motivado essa diferença de avaliação, uma vez que se trata da categoria de maior subjetividade dentre as avaliadas, no entanto o fato que mereceu maior destaque no mês de janeiro desta temporada foi a alta incidência de chuvas. O volume de chuva acumulado no mês de janeiro foi mais de oito vezes superior ao do mês de fevereiro, o que pode ter influenciado a percepção dos turistas. Segmentação semelhante foi realizada na Categoria de Qualidade Técnica: a nota apurada em janeiro foi 3,7 e 3,9 em fevereiro. Os indicadores dessa categoria que tiveram variações significativas entre os meses foram “Preço dos produtos e serviços e a relação custo/benefício”, com notas de 3,4 e 3,6, e “Tecnologia para comunicação”, com notas 3,5 e 3,8.

A Categoria de Elemento Humano e seus indicadores foram a segunda melhor avaliada. A atenção dispensada pelo povo/moradores da cidade e o atendimento geral dos empregados dos estabelecimentos da cidade receberam notas 4,3 e 4,2, respectivamente. Esta avaliação é muito importante, pois demonstra o quão preparada está a população do destino turístico para atender as demandas.

A comparação com a avaliação realizada na temporada de Verão de 2017 não mostrou mudanças muito expressivas - passou de 3,9 em 2017 para 4,0 em 2018. Mas, ainda assim, essa mudança implica na conquista de um padrão de qualidade de serviços “Bom”, saindo da faixa do padrão “Mediano”.

Na Categoria de Acesso observou-se um aumento na pontuação de 3,4 para 3,6, impulsionado pelo indicador que avalia a os banheiros acessíveis, que saiu de 2,6 para 3,0 nesta temporada. Segundo a prefeitura do Município, o número de banheiros químicos aumentou 20% e somaram mais de 200 nesta temporada, distribuídos em locais acessíveis aos turistas. O aumento da nota dada pelos turistas para este quesito expressa a situação de contentamento do público. Por outro lado, dentro desta categoria, a nota atribuída ao indicador que avalia as vias de acesso, a mobilidade e o transporte, caiu de 3,7 para 3,5.

Avaliação do destino - Florianópolis

Indicador	Excelente	Bom	Mediano	Ruim	Péssimo	Não se aplica	Nota 2018	Nota 2017
Horário de funcionamento dos Bares e Restaurantes, Comércio e Atrativos Turísticos.	20,7%	65,6%	7,4%	2,1%	0,4%	3,9%	4,1	4,0
Vias de acesso, mobilidade e transporte.	7,4%	51,2%	23,5%	11,2%	4,6%	2,1%	3,5	3,7
Banheiros acessíveis	3,2%	22,1%	16,1%	10,2%	8,1%	40,4%	3,0	2,6
Categoria de Acesso	10,4%	46,3%	15,7%	7,8%	4,3%	15,4%	3,6	3,4
Percepção de conforto na cidade	33,7%	56,5%	8,8%	0,7%	0,0%	0,4%	4,2	4,2
Categoria de Ambiente	33,7%	56,5%	8,8%	0,7%	0,0%	0,4%	4,2	4,2
Atenção dispensada pelo povo/moradores da cidade	43,9%	40,4%	5,6%	2,8%	2,1%	5,3%	4,3	4,3
Atendimento geral dos empregados dos estabelecimentos da cidade	37,5%	51,9%	6,7%	1,8%	1,1%	1,1%	4,2	4,4
Categoria de Elemento Humano	40,7%	46,1%	6,1%	2,3%	1,6%	3,2%	4,3	4,3
Beleza da cidade (natural e construída)	79,6%	18,6%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8	4,8
Fuga da rotina diária, o quanto se esqueceu do cotidiano.	66,3%	28,4%	4,9%	0,4%	0,0%	0,0%	4,6	4,8
Nível de diversão na viagem	54,0%	42,5%	2,1%	0,0%	0,7%	0,7%	4,5	4,6
Categoria de Experiência	66,7%	29,8%	2,9%	0,1%	0,2%	0,2%	4,6	4,6
Percepção de segurança na cidade	34,0%	54,0%	9,5%	1,4%	0,7%	0,4%	4,2	4,0
Categoria de Segurança	34,0%	54,0%	9,5%	1,4%	0,7%	0,4%	4,2	4,0
Variedade atividades oferecidas na cidade (culturais-artísticas, entre outras).	29,8%	40,0%	15,8%	3,5%	0,0%	10,9%	4,1	3,9
Limpeza na cidade	27,0%	55,1%	12,6%	4,2%	1,1%	0,0%	4,0	3,9
Infraestrutura para receber o turismo	20,7%	56,1%	16,1%	6,0%	1,1%	0,0%	3,9	3,8
Sinalização turística nas ruas	22,8%	50,9%	17,9%	7,0%	0,7%	0,7%	3,9	3,7
Número de pessoas nos locais e nas ruas (relativo à lotação)	14,0%	51,2%	20,7%	12,3%	1,1%	0,7%	3,7	3,5
Tecnologia (sinal 3e 4G, Wifi nos estabelecimentos, App da cidade)	19,3%	41,8%	21,4%	13,3%	1,8%	2,5%	3,7	3,6
Preço dos produtos e serviços e a relação custo/benefício	8,1%	45,3%	36,1%	8,1%	2,5%	0,0%	3,5	3,2
Categoria de Qualidade Técnica	20,3%	48,6%	20,1%	7,8%	1,2%	2,1%	3,8	3,6
Total Geral	30,7%	45,4%	13,4%	5,0%	1,5%	4,0%	4,0	3,9

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nota: Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio SC de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio SC como fonte de informação.

Conclusão

O turismo tem sido uma atividade de destaque no cenário econômico em Santa Catarina nos últimos anos. Hoje responde por grande movimentação no mercado de trabalho e pelo desenvolvimento do setor hoteleiro, de serviços, imobiliário e de todas as atividades comerciais periféricas ligadas direta ou indiretamente à atividade turística. Além disso, o crescimento no volume de turistas cobra o desenvolvimento da infraestrutura das cidades, beneficiando também a população. Os destinos turísticos têm se tornado cada vez mais competitivos e a concorrência no mercado ocorre na prática pelo nível de oferta de serviços. Daí a relevância da Avaliação da qualidade de serviços em atrativos turísticos abordada neste estudo realizado pela Fecomércio SC. A pesquisa utiliza o protocolo Tourqual®, que analisa 17 indicadores segmentados em seis categorias. Nos meses de janeiro e fevereiro foram realizadas entrevistas com turistas em duas cidades: Balneário Camboriú e Florianópolis.

Na avaliação executada em Balneário Camboriú todas as seis categorias receberam boas avaliações, com notas em torno de 4,2 em uma escala que vai de 1 (péssimo) até 5 (excelente). O destaque ficou por conta da Categoria Experiência, que considera a vivência do visitante e o resultado de sua interação com o destino. As questões externas também podem interferir no estado psicológico do indivíduo e, assim, influenciar os sentimentos de satisfação atribuídos a essa experiência. Por este motivo, a avaliação conjunta das categorias é fundamental. Em Florianópolis a avaliação geral dos atributos computou nota 4,0 e o destaque entre as categorias também foi a de Experiência, com relevância para o indicador que avalia a beleza da cidade (natural e construída). Como oportunidade de melhoria, destaca-se a avaliação dos banheiros acessíveis, que apesar do progresso em relação ao ano anterior, permanece sendo a pior avaliação entre os indicadores de ambas as cidades.