



Pesquisa Fecomércio SC de Turismo
VERÃO NO LITORAL CATARINENSE 2019

 **Fecomércio**
Sesc | Senac

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

Pesquisa Fecomércio SC

Turismo de Verão no Litoral

Catarinense 2019

Pesquisa de Turismo Verão 2019

Sumário

Introdução	4
1. Perfil do Turista	5
1.1. Perfil socioeconômico do turista.....	5
1.2. Origem do turista.....	7
1.3. Características e organização da viagem.....	9
1.4. Avaliação do destino turístico.....	17
2. Percepção do resultado da temporada.....	20
2.1. Resultado da temporada para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria)	
22	
2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria.....	26
2.3. Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2019.....	28
Conclusão	29

Introdução

O Brasil possui aproximadamente 7,4 mil quilômetros de litoral. Em Santa Catarina são 531 quilômetros, que representam diferentes oportunidades para o turismo. Considerando a consolidação do turismo de sol e praia nas regiões litorâneas do Estado e que o segmento abrange uma diversidade de atrativos que impactam todos os setores representados, a Fecomércio SC apresenta a Pesquisa de Turismo de Verão 2019, resgatando a série histórica que teve início em 2013. O Estado está dividido em doze regiões turísticas, cujos limites territoriais mostram afinidades geográficas, econômicas e histórico-culturais: Caminho dos Canyons, Caminho dos Príncipes, Caminhos da Fronteira, Caminhos do Alto Vale, Costa Verde & Mar, Encantos do Sul, Grande Florianópolis, Grande Oeste, Serra Catarinense, Vale das Águas, Vale do Contestado e Vale Europeu. A pesquisa abrange quatro regiões em cinco cidades que representam as características e peculiaridades de todo o litoral - São Francisco do Sul, Balneário Camboriú, Florianópolis, Imbituba e Laguna. A pesquisa está organizada em dois capítulos:

- **Perfil do Turista:** traz o resultado da pesquisa realizada com os turistas, onde foram abordados perfil socioeconômico, procedência, características e organização da viagem e avaliação do destino. Foram realizadas **836 entrevistas pessoais** e presenciais, exclusivamente com turistas, segundo o conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT), que considera o visitante que permanece ao menos uma noite em um meio de hospedagem coletivo ou individual na região visitada. **A coleta de dados ocorreu nos meses de janeiro e fevereiro**, garantindo uma **margem de erro de 3,4% e nível de confiança de 95% para a amostra estadual**. A distribuição das entrevistas entre as cidades consideradas no estudo levou em conta duas premissas: a Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo, e a população urbana do município segundo dados do IBGE.

- **Percepção do Resultado da Temporada:** são apresentadas as percepções dos empresários sobre o impacto da temporada nos empreendimentos dos setores de comércio, serviços e turismo nas cinco cidades abordadas, além da visão destes gestores sobre os principais fatos que impactaram positiva e negativamente as vendas, o faturamento e a dinâmica do negócio na temporada de verão 2019. Os empresários foram abordados por entrevistas telefônicas e somaram **555 entrevistas**, garantindo uma **margem de erro de 4% e nível de confiança de 95% para a amostra estadual**. A distribuição das entrevistas foi proporcional aos segmentos dos setores de comércio de bens e serviços e hotelaria das regiões, segundo os dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), e a seleção dos segmentos foi baseada em entrevistas anteriores realizadas com os turistas.

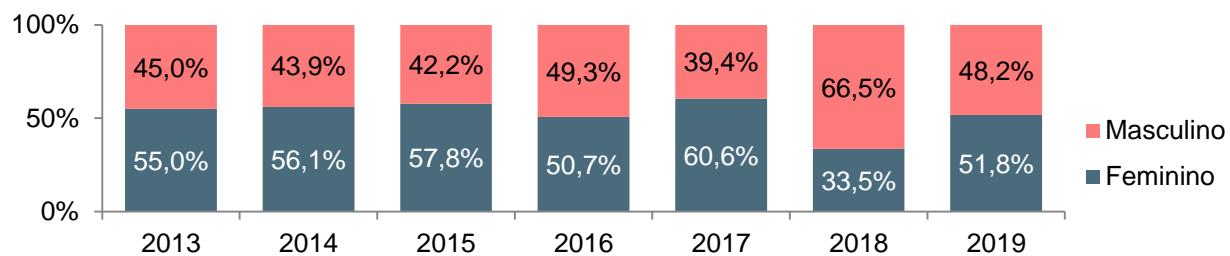
1. Perfil do Turista

A pesquisa tem o objetivo de identificar o perfil do turista, características de viagem, preferências e a avaliação do destino.

1.1. Perfil socioeconômico do turista

A evolução da distribuição dos turistas de Santa Catarina por sexo mostra uma divisão equilibrada entre ambos até 2016 e a partir deste ano uma oscilação na variação. Em 2019 a distribuição volta ao equilíbrio com fatias muito próximas.

Evolução da distribuição de turistas por sexo



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Neste último ano, observa-se um aumento na participação de turistas da faixa etária de 51 a 60 anos (18,5%), fatia maior que a média histórica (14,2%) e que representou um aumento de 6,8 pontos percentuais (p.p.) em relação ao ano de 2018. Outra faixa que aumentou a participação foram os jovens de 18 a 25 anos (17,3%), com variação de quase 2 p.p. e também superior a média histórica. Mas, mesmo com o aumento na participação destas duas faixas, mais de 1/4 dos turistas estão enquadrados entre 31 e 40 anos. Além disso, a composição das faixas etárias por cidade mostrou uma diferença significativa em São Francisco do Sul em 2019. No geral, a participação de pessoas acima dos 60 anos é de 6,5%, mas em São Francisco do Sul essa faixa representa 18,2%.

Evolução da distribuição de turistas por faixa etária

Faixa etária	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
De 18 a 25 anos	19,0%	15,6%	16,8%	13,4%	13,9%	15,5%	17,3%
De 26 a 30 anos	16,0%	14,2%	13,0%	14,6%	12,3%	16,9%	13,9%
De 31 a 40 anos	27,0%	25,3%	27,8%	27,4%	26,2%	28,8%	25,8%
De 41 a 50 anos	21,0%	22,2%	25,0%	23,2%	21,6%	21,3%	17,9%
De 51 a 60 anos	11,0%	14,4%	12,0%	15,2%	16,2%	11,7%	18,5%
Acima de 60 anos	6,0%	8,4%	5,4%	6,2%	9,7%	5,5%	6,5%
NS/NR	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%
Total Geral	100%						

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O estado civil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense na temporada de verão 2019 foi predominantemente formado por dois grupos: os casados ou em união estável (50,5%) e os solteiros (40,0%). Esta distribuição apresentou poucas mudanças em relação à temporada do ano anterior, sendo que a mais significativa foi a redução de 4,9 p.p. na participação de turistas casados ou em união estável.

Existe uma relação muito significativa entre as categorias de estado civil e as faixas etárias apuradas em 2019: o grupo dos casados ou em união estável concentra a maior parcela de turistas acima do 41 anos (58,8%); os solteiros somam 61,7% entre os mais jovens, que vai de 18 a 30 anos; separado ou divorciado são 70,7% entre 41 e 60 anos e os viúvos são 85,7% acima de 51 anos.

Evolução da distribuição de turistas por estado civil

Estado Civil	2015	2016	2017	2018	2019
Casado/ União estável	56,6%	60,3%	59,8%	55,4%	50,5%
Solteiro	34,8%	31,0%	30,8%	37,9%	40,0%
Separado ou divorciado	5,9%	5,5%	6,8%	4,4%	6,9%
Viúvo	2,5%	3,0%	2,4%	1,3%	2,5%
Outro	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,1%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A distribuição dos turistas por faixas de renda média mensal indica predomínio das Faixas 3 e 4, cujos valores de referência e participação em 2019 foram de R\$1.893 a R\$4.730 e de R\$4.731 a R\$7.56, respectivamente. A Faixa 3 somou, nesta última temporada de verão, uma fatia de 35,9% e a Faixa 4 somou 20,9%. Além disso, a Faixa 3 apresenta uma suave tendência de crescimento: aumentou 6,4 p.p em relação ao ano anterior e cresceu em relação a média histórica (30%). Em contrapartida, a Faixa 4 decresceu 4,3 p.p. A avaliação por cidade desta temporada não apresentou diferenças significativas do total, ou seja, o percentual das faixas de renda pode ser considerado para todas as cidades da amostra.

Evolução da distribuição de turistas por renda média mensal familiar

Faixas de Renda	Valores referência em 2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Faixa 1	De 0 a R\$946	2,0%	0,8%	1,3%	1,4%	2,7%	2,1%	2,9%
Faixa 2	De R\$947 a R\$1.892	8,0%	4,4%	8,1%	5,9%	13,2%	8,1%	9,4%
Faixa 3	De R\$1.893 a R\$4.730	32,0%	24,4%	29,2%	28,0%	34,0%	29,5%	35,9%
Faixa 4	De R\$4.731 a R\$7.568	25,0%	32,6%	29,5%	24,8%	21,4%	25,2%	20,9%
Faixa 5	De R\$7.569 a R\$9.460	7,0%	9,2%	10,2%	13,2%	10,8%	12,2%	10,4%
Faixa 6	De R\$9.461 a R\$14.190	18,0%	18,5%	9,1%	12,2%	7,0%	9,1%	9,1%
Faixa 7	De R\$14.191 ou mais			2,8%	7,3%	6,1%	8,5%	8,3%
Recusa		8,0%	10,1%	9,8%	7,1%	4,7%	5,2%	3,1%
Total Geral		100%						

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

1.2. Origem do turista

Observando a origem dos turistas é possível constatar uma tendência de aumento na participação de turistas estrangeiros, que nesta temporada representaram uma fatia de 28,4%, parcela menor que os 29,0% no ano passado, mas ainda assim maior que a média da série histórica (18,3%). Observa-se que de 2013 para cá a parcela de turistas estrangeiros dobrou, saindo de 14% para os atuais 28,4%. Dos turistas brasileiros, a maior participação é dos estados do Sul, que juntos somam 55% dos turistas que frequentaram o litoral nesta temporada. Apesar disso, uma tendência que vem se confirmado nos últimos anos é a redução na participação de turistas catarinenses e paranaenses.

De 2013 para cá a parcela de turistas estrangeiros dobrou, saltando de 14% para os atuais 28,4%

Evolução da distribuição de turistas por país e estado de origem

País/UF	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Brasil	86,0%	89,7%	89,5%	76,6%	87,6%	71,0%	71,6%
RS	21,0%	22,2%	29,1%	22,1%	27,9%	29,3%	28,2%
SC	28,0%	30,7%	21,0%	18,6%	28,6%	16,1%	14,4%
PR	16,0%	22,0%	23,6%	21,6%	18,9%	12,9%	12,5%
SP	12,0%	8,7%	7,9%	7,6%	6,9%	7,3%	7,6%
MG	2,0%	1,1%	1,7%	1,4%	1,2%	0,8%	1,9%
RJ	2,0%	1,1%	0,8%	0,8%	0,4%	0,7%	1,3%
Outros estados	5,0%	4,0%	5,3%	4,5%	3,7%	3,9%	5,8%
Argentina	11,0%	7,4%	7,6%	18,1%	10,7%	23,5%	20,6%
Paraguai	1,0%	1,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,3%	2,9%
Uruguai	1,0%	0,6%	1,3%	2,8%	0,6%	2,4%	1,8%
Chile	1,0%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%	1,4%
Itália			0,1%	0,2%	0,1%		0,2%
Portugal			0,1%	0,1%	0,1%		0,2%
Outros países		0,2%	0,4%	1,1%	0,5%	0,8%	1,2%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os destaques na presença de turistas por cidade em 2019 foram:

- ✓ São Francisco do Sul teve participação de 34,5% do Paraná e outros 32,7% de turistas de Santa Catarina, principalmente do município de Joinville (10,9%);
- ✓ Balneário Camboriú teve 27,7% de turistas do Paraná, destes, 11,3% da capital Curitiba;
- ✓ Em Florianópolis 31,7% veio do Rio Grande do Sul e 11,2% de São Paulo;
- ✓ São Francisco do Sul, Balneário Camboriú e Florianópolis concentram as maiores parcelas de turistas estrangeiros, 27,3%, 33,3% e 32,5%, respectivamente. Nas outras duas, mais de 90% da frequência são brasileiros;

- ✓ Imbituba teve maior concentração de turistas do Rio Grande do Sul (58,6%), sendo a principal contribuição da capital Porto Alegre (22,4%);
- ✓ Em Laguna, 61,5% dos turistas têm sua origem no Estado, sobretudo de Tubarão (27,7%) e Braço do Norte (12,3%).

Distribuição de turistas por país e estado de origem na temporada de verão 2019

País/UF	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna
Brasil	72,7%	66,7%	67,5%	91,4%	93,8%
RS	3,6%	14,2%	31,7%	58,6%	23,1%
SC	32,7%	13,5%	5,4%	25,9%	61,5%
PR	34,5%	27,7%	7,7%	3,4%	6,2%
SP	1,8%	2,8%	11,2%	0,0%	0,0%
Outros estados	0,0%	8,5%	11,4%	3,4%	3,1%
Estrangeiros	27,3%	33,3%	32,5%	8,6%	6,2%
Argentina	27,3%	23,4%	22,6%	5,2%	6,2%
Paraguai	0,0%	6,4%	2,9%	0,0%	0,0%
Uruguai	0,0%	0,0%	2,5%	3,4%	0,0%
Chile	0,0%	2,8%	1,5%	0,0%	0,0%
Outros países	0,0%	0,7%	2,9%	0,0%	0,0%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

1.3. Características e organização da viagem

De maneira geral, os veículos próprios vêm sendo o meio de transporte mais utilizado pelos turistas para chegar ao destino no litoral catarinense. Em 2019, mais de 60% deles fizeram uso deste meio de transporte. No entanto, neste último ano esta parcela caiu cerca de 10 p.p., ficando inclusive abaixo da média histórica (69,6%). Segmentando essa distribuição por país de origem, o uso de veículos próprios foi a opção de 65,5% dos brasileiros, 54,1% dos argentinos, 60% dos uruguaios e 41,7% dos paraguaios. O transporte por ônibus, linhas regulares ou fretados também são muito utilizados pelos turistas para chegar ao destino turístico nas temporadas de Verão e neste ano somaram 19,9% dos turistas. Desta parcela, chama a atenção o uso das linhas regulares (15,8%).

Evolução da distribuição de turistas por meio de transporte

Meio de transporte	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Veículo próprio	66,9%	68,5%	73,4%	74,0%	73,8%	70,8%	60,2%
Veículo alugado	0,8%	1,4%	0,2%	0,7%	0,4%	0,5%	
Avião	15,0%	8,0%	8,9%	12,4%	9,5%	13,2%	18,3%
Ônibus ou similar	14,4%	20,7%	17,1%	12,3%	14,7%	13,5%	19,9%
Ônibus ou similar fretado	2,9%	1,5%	2,1%	2,7%	2,1%	1,6%	4,1%
Ônibus ou similar regular	11,4%	19,3%	14,9%	9,6%	12,6%	11,9%	15,8%
Outro	2,9%	2,7%	0,5%	0,5%	1,6%	2,0%	1,7%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A importância do transporte terrestre para o turismo do Estado é demonstrada ano após ano pela participação de turistas trafegando nas vias. Em 2019 representa cerca de 80%, uma fatia muito significativa e que exige esforço e planejamento para atender a sazonalidade provocada pela alta temporada. As regiões de fronteira mais utilizadas pelos turistas estrangeiros para chegar ao destino turístico por vias terrestres (veículos próprios ou alugados, ônibus regulares ou fretados, excursões ou caronas) foram: Uruguaiana/RS, São Borja/RS, Foz do Iguaçu/PR e Dionísio Cerqueira/SC. Inaugurada no final de 2018, no município de Paraíso, a segunda aduana de turismo na fronteira de Santa Catarina com a Argentina diminuiu em cerca de 40 quilômetros a distância entre a fronteira e os destinos turísticos, além disso, criou uma nova alternativa para a rota turística do Estado. Em menos de seis meses de regularização já foi citada por boa parte dos turistas que têm como destino Laguna e Florianópolis.

Principais cidades de entrada dos turistas estrangeiros por transporte terrestre

Fronteira/Destino turístico	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Uruguaiana/RS		26,2%	35,7%	20,0%	66,7%	30,5%
São Borja/RS	6,7%	31,0%	17,9%	20,0%		19,8%
Foz do Iguaçu/PR		33,3%	13,4%	20,0%		16,9%
Dionísio Cerqueira/SC	73,3%	9,5%	3,6%			10,7%
Santana do Livramento/RS			9,8%	20,0%		6,8%
Paraíso/SC			5,4%		33,3%	4,0%
Jaguarão/RS			3,6%	20,0%		2,8%
Chuí/RS			3,6%			2,3%
Quaraí/RS			1,8%			1,1%
Bagé/RS			0,9%			0,6%
Ponta Porã/MS			0,9%			0,6%
Outras	20,0%		3,6%			4,0%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na temporada de 2019 também foi significativo o número de turistas que chegam ao Estado por meio de avião (18,3%), parcela que aumentou 5,1 p.p. desde a última temporada. Destes, 11,4% foram brasileiros, diante dos 7,5% da temporada passada. Estes números mostram uma tendência de aumento no uso de avião pelos turistas nacionais em contraponto à redução no uso de veículos próprios. Destaca-se a importância do Floripa Airport para o turismo internacional do Estado: dos 6,6% de turistas estrangeiros que usaram esta forma de transporte para chegar ao Estado, 4,7% escolheram o aeroporto de Florianópolis – isso representa mais de 70% deste público.

Mais de 70% dos turistas estrangeiros que vieram de avião

desembarcaram no Floripa Airport.

Outra informação apurada na pesquisa sobre a mobilidade dos turistas trata da forma como o turista se locomove dentro das cidades. Em consonância com o deslocamento entre origem e destino turístico, a maioria (54,2%) dos visitantes utilizou veículos próprios para o deslocamento interno. Além disso, em Florianópolis destaca-se também o uso de transporte público (12,9%) e aluguel de veículos (6,7%); e em Balneário Camboriú transporte por aplicativos (32,2%) e táxi (8,7%). Em Laguna e Imbituba o deslocamento com veículos próprios foi a opção de 69,4% e 96,6% dos turistas. Neste ponto verifica-se a importância nos investimentos em infraestrutura viária para o turismo, como a sinalização e conservação das estradas e pontos turísticos, além dos investimentos em serviços de transporte eficientes. O deslocamento interno faz parte da atividade turística, estimula o consumo nos setores de entretenimento, comércio e serviços e contribui para a atratividade dos destinos.

Mais da metade dos turistas se locomoveram dentro das cidades e

arredores com seus próprios veículos.

Outra parte importante do perfil do turista refere-se aos grupos de viagem. Em 2019, a maioria dos turistas viajou em grupos familiares (54,7%) e outros 23,4% viajaram em casais (sem filhos). A configuração dos grupos de viagem demostrada na série histórica mostra o predomínio dos grupos de parentesco (famílias e casais sem filhos), com 80% de participação.

Evolução da distribuição de turistas por grupo de viagem

Grupo de viagem	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Família	72,0%	80,9%	63,3%	61,6%	60,7%	57,2%	54,7%
Casal			15,5%	20,2%	21,8%	22,5%	23,4%
Sozinho	7,4%	7,7%	6,7%	8,1%	8,3%	6,5%	10,0%
Grupo de amigos	18,4%	10,1%	14,2%	9,1%	8,7%	12,4%	10,6%
Colegas de trabalho	0,5%	0,4%	0,2%				
Excursão				0,7%	0,3%	0,5%	0,7%
Outros	1,7%	0,8%	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,5%
Total Geral	100%						

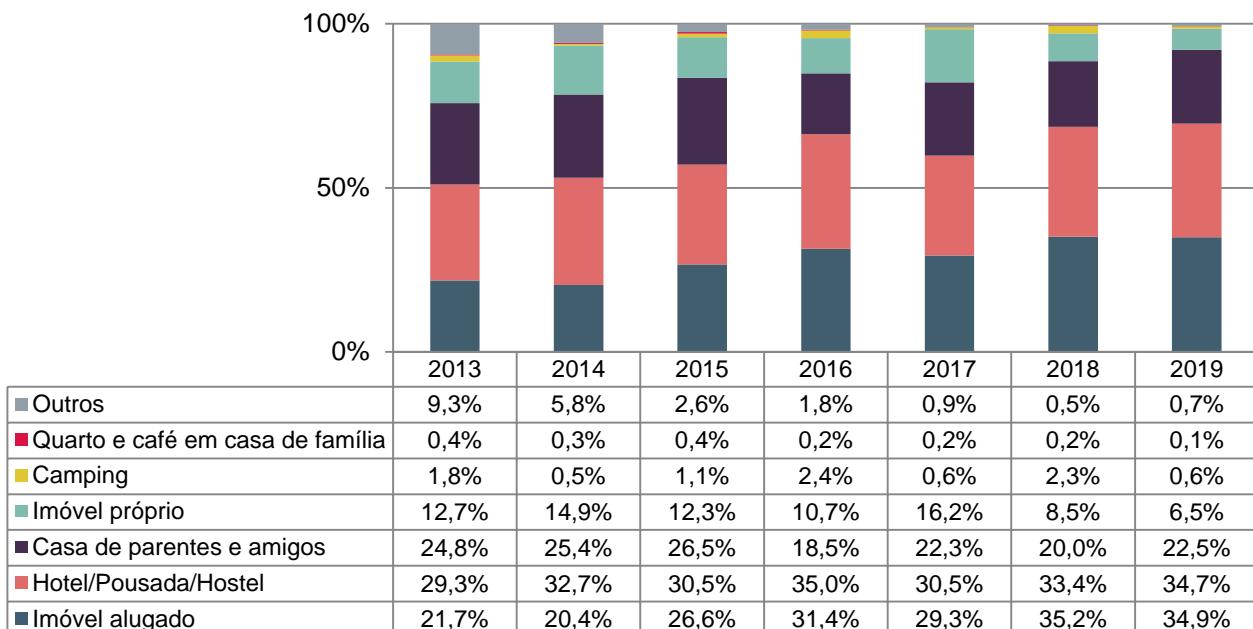
Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre o tipo e o tamanho dos grupos de viagem também se mostrou bastante significativa. O tamanho médio dos grupos formados por amigos foi de 5,1 pessoas, famílias de 4,5 pessoas e as excursões 42,2 pessoas. Noutra associação, entre o tamanho dos grupos e as cidades de veraneio, foi possível apurar que São Francisco do Sul tem a frequência de grupos maiores, de 6,2 pessoas, sendo os grupos de famílias o maior responsável por esse número.

Cerca de 80% dos turistas viajam grupos de parentes (famílias e casais sem filhos)

Nesta temporada os turistas ficaram bem distribuídos entre três principais tipos de hospedagem: 34,9% em imóveis alugados, 34,7% em hotéis ou similares e 22,5% em casa de parentes e amigos. Cada local investigado, no entanto, teve características próprias. Em Florianópolis, o setor de hotelaria (hotéis e pousadas) somou 40,6% das opções de hospedagem e em Imbituba 53,4%. Em São Francisco do Sul, 69,1% dos turistas alugaram imóveis para o veraneio, acima de Florianópolis (33,1%) e Balneário Camboriú (31,2%). Em Laguna, o destaque ficou por conta dos imóveis próprios, que hospedaram 27,7% dos turistas.

Evolução da participação do tipo de hospedagem por ano

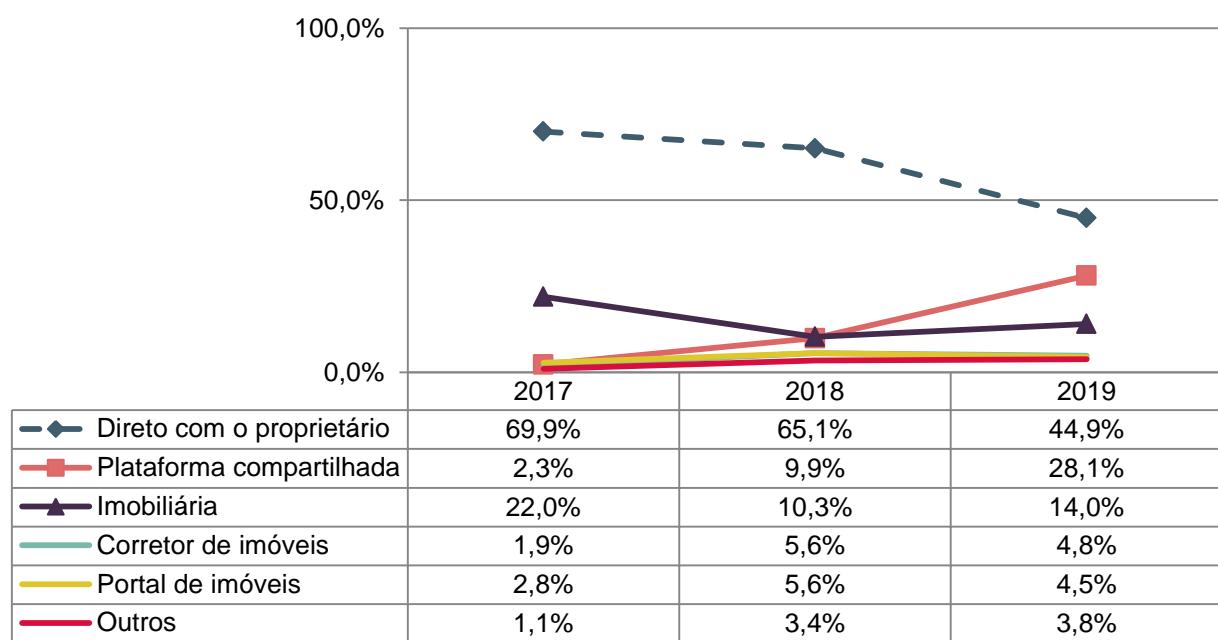


Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na análise da série histórica é possível perceber uma tendência de crescimento na procura por imóveis alugados e para acompanhar essa dinâmica do mercado, desde 2017 a Fecomércio SC vem acompanhando a forma como os turistas realizam essas contratações. A grande parcela de locações que são realizadas diretamente com os proprietários, ou pessoas por eles encarregadas, representam 44,9% das locações em 2019, queda de 20,2 p.p. em relação ao ano anterior, mas ainda assim uma fatia muito elevada desse mercado. Em contraponto, a forma de locação que apresentou maior crescimento nas últimas temporadas foi através das plataformas de compartilhamento de imóveis (como o Airbnb, Booking, entre outros) que passou de 2,3%, em 2017 a 28,1% em 2019. Este crescimento acompanha a tendência do mercado global da “economia compartilhada” ou o fenômeno da *Uberização*. No gráfico a seguir fica visível a mudança no comportamento do turista com a provável substituição da parcela de locações realizadas diretamente com os proprietários dos imóveis pelas locações por meio dessas novas plataformas. Segundo dados disponíveis no portal do Airbnb¹, em Florianópolis foram aproximadamente 130 mil hóspedes e em Balneário Camboriú 30 mil durante todo o ano de 2017, último dado pela empresa. Estes números representam as hospedagens de todo o ano, além disso, pode haver a sobreposição na contagem de hóspedes que visitaram o local mais de uma vez neste período, mesmo assim é um número muito expressivo.

¹ <https://www.airbnbcitizen.com>

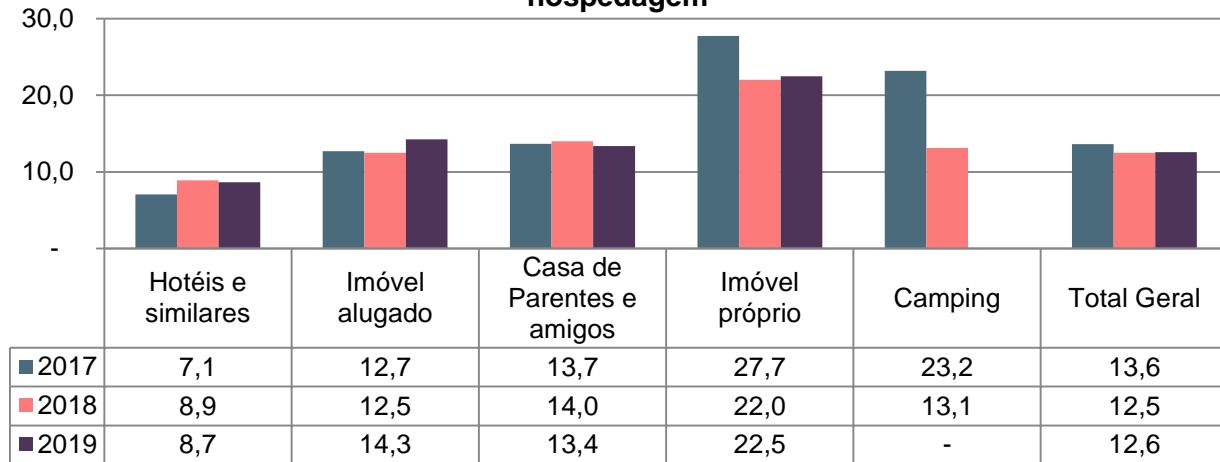
Evolução da distribuição de turistas por forma de locação de imóveis



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de duração da estada dos turistas foi de 12,6 dias em 2019, período semelhante aos anos anteriores. Na visão por cidade de hospedagem, observa-se que Laguna afasta-se da média geral. A média de permanência dos turistas é de 25 dias, número justificado pelo percentual de veranistas que se hospedam em imóveis próprios (27,7%), destacando a cidade com o maior percentual de turistas que se hospedam em propriedades próprias. O fato também está relacionado a origem dos turistas: em sua maioria de cidades próximas, como Tubarão e Braço do Norte.

Evolução da duração da estada (em dias) dos principais tipos de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Vários são os motivos que levam os turistas a realizar compras durante viagens, seja para guardar uma lembrança do local ou para presentear amigos e familiares. Nesta temporada, cerca de 90% dos turistas manifestaram a intenção de realizar compras. Na visão por cidades foi significativa a parcela de turistas que indicaram a preferência pelo comércio das praias e

ambulantes em São Francisco do Sul, Imbituba e Laguna. Em Balneário Camboriú, a maior indicação foi o centro da cidade e em Florianópolis a distribuição ficou mais concentrada no comércio das praias e centro da cidade. Esta diversificação dos locais de compras e a grande parcela de turistas que manifestam a intenção de realizar compras mostram a importância do turismo para o comércio e a economia das cidades litorâneas do Estado.

Distribuição da local de compras e por cidade em 2019

Local de compras	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Comércio das praias	46,2%	13,8%	33,4%	40,0%	39,1%	32,2%
Centro da cidade	11,5%	43,1%	26,4%	17,8%	19,1%	26,8%
Ambulantes	33,7%	2,2%	17,6%	24,4%	26,4%	17,4%
Shopping	7,7%	29,3%	15,3%	1,1%	0,9%	15,0%
Não pretende realizar compras	1,0%	11,6%	7,3%	16,7%	14,5%	8,6%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro comportamento dos turistas monitorado na pesquisa foi a disposição de visitar outros destinos turísticos durante a estada, informação que auxilia no monitoramento das movimentações e identificação das principais rotas de turistas dentro do Estado. Na temporada 2019, uma parcela de 35% dos turistas manifestou a intenção de visitar outros destinos. Foram compilados 450 destinos, sendo os mais citados, Balneário Camboriú, Bombinhas, Florianópolis, Garopaba e Imbituba. Os destaques por cidade foram:

Turistas com intenção de visitar outros destinos no estado

Cidade	Parcela de turistas com intenção de visitar outros destinos	Destinos mais citados mais citados
São Francisco do Sul	36%	Florianópolis, Blumenau e Joinville.
Balneário Camboriú	21%	Itapema e Itajaí
Florianópolis	34%	Balneário Camboriú, Bombinhas e Penha.
Imbituba	59%	Florianópolis, Garopaba e Paulo Lopes.
Laguna	45%	Florianópolis, Garopaba e Imbituba.
Total geral	35%	Balneário Camboriú, Bombinhas, Florianópolis, Garopaba e Imbituba.

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os gastos médios dos turistas que frequentaram as praias de Santa Catarina na temporada de verão são investigados por tipo de uso, assim, os turistas que não tiveram dispêndios com

hospedagem, por exemplo, não são considerados no cálculo da média. Nesta temporada, cada grupo de turistas desembolsou, em média, R\$ 4.465,00, sendo que os gastos com hospedagem (R\$ 2.827,00) e alimentação (R\$ 1.191,00) foram os mais expressivos.

Na avaliação da média de gastos por tipo e cidade, o destaque ficou por conta dos gastos em São Francisco do Sul (R\$ 5.248,00 por grupo) e Laguna (R\$ 3.955,00). Em ambas as cidades, os valores foram puxados para cima pelos gastos com hospedagem e alimentação. Em São Francisco do Sul, justifica-se o valor acima da média pelo tamanho dos grupos de turistas, 6,2 pessoas, enquanto, em média, nas demais cidades os grupos não ultrapassam 3,8 pessoas. Já em Laguna, o tempo médio de permanência dos turistas é de 25 dias, enquanto nas demais cidades a média é 11 dias. A figura abaixo mostra a distribuição da média de gastos por tipo e por cidade de veraneio.

Distribuição da média de gastos por tipo e por cidade em 2019

Cidade/Gastos	Hospedagem	Transporte	Alimentação	Lazer	Comércio	Gasto total
São Francisco do Sul	R\$ 2.541	R\$ 836	R\$ 1.653	R\$ 539	R\$ 825	R\$ 5.248
Balneário Camboriú	R\$ 3.040	R\$ 289	R\$ 1.176	R\$ 894	R\$ 887	R\$ 4.289
Florianópolis	R\$ 2.864	R\$ 558	R\$ 1.187	R\$ 564	R\$ 632	R\$ 4.725
Imbituba	R\$ 1.365	R\$ 220	R\$ 646	R\$ 355	R\$ 426	R\$ 2.402
Laguna	R\$ 4.578	R\$ 209	R\$ 1.359	R\$ 664	R\$ 498	R\$ 3.955
Total Geral	R\$ 2.827	R\$ 477	R\$ 1.191	R\$ 598	R\$ 668	R\$ 4.465

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Segundo dados mais recentes divulgados pelo Ministério do Turismo do Brasil, referentes ao ano de 2017, cerca de 6,6 milhões de turistas do mundo vieram visitar o país, gerando uma receita cambial de 6 bilhões de dólares americanos, segundo dados da Organização Mundial do Turismo. Ao todo, foram mais de dez milhões de desembarques internacionais feitos nos aeroportos brasileiros em 2017. A importância do turismo internacional é indiscutível para a saúde financeira do país, visto que a entrada de divisas promove o equilíbrio da balança comercial. Além disso, nesta temporada foi possível constatar a grande diferença entre a média de gastos dos turistas brasileiros (R\$ 3.162) e estrangeiros (R\$ 7.718). O estrangeiro gastou, em média, 2,4 vezes mais do que um turista nacional.

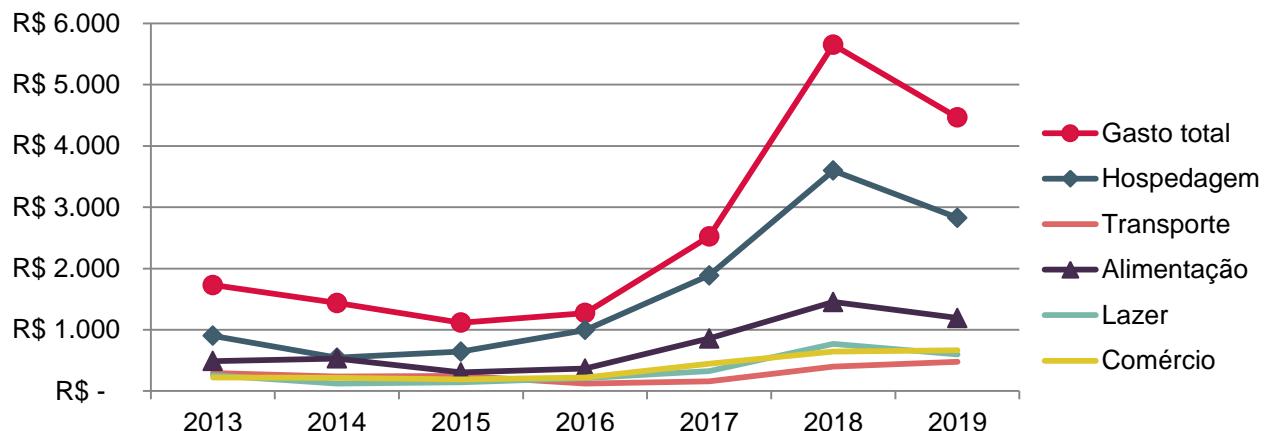
O turista estrangeiro gastou nesta temporada 2,4 vezes mais do que um brasileiro.

Outra análise importante em relação aos gastos dos turistas diz respeito à evolução da série histórica. Para que uma análise de tendência possa ser realizada foi aplicada a deflação² pelo IPCA acumulado de fevereiro, opção que permitiu transformar valores nominais em valores reais e, com isso, avaliar a evolução dos gastos dos turistas com produtos e serviços. Na análise do gráfico a

² Deflação pela geração de número-índice e mudança de base

seguir, apesar de uma queda de mais de R\$1.000 em valores efetivos em relação a 2018, observa-se uma tendência linear de crescimento de 158% nos gastos totais.

Evolução dos gastos dos turistas por tipo - série deflacionada



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

1.4. Avaliação do destino turístico

O turismo movimenta diversos setores da economia e por ser uma atividade dinâmica passa por constantes mudanças. Para verificar a percepção dos turistas que frequentaram o litoral catarinense na Temporada de Verão de 2019 foram aplicados indicadores quantitativos e qualitativos. O primeiro e mais objetivo, a intenção de voltar, descreve em parte a fidelização que o destino turístico foi capaz de gerar no visitante. Os resultados do indicador por cidade mostram um alto grau de fidelização, visto que mais de 80% dos turistas demonstrou desejo de retornar, exceto por Florianópolis (77%), onde o percentual ficou abaixo da média.

Distribuição da intenção de retornar por cidade em 2019

Intenção de retornar	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Sim	83,6%	88,7%	77,0%	94,8%	89,2%	81,6%
Não	3,6%	3,5%	12,0%	1,7%	4,6%	8,7%
NR/NS	12,7%	7,8%	11,0%	3,4%	6,2%	9,7%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O indicador a seguir buscou identificar os principais fatores que influenciaram os turistas na escolha do destino, uma avaliação qualitativa, que foi estudada com base na técnica de análise de conteúdo, tornando possível a categorização e quantificação das respostas. Os principais fatores por cidade:

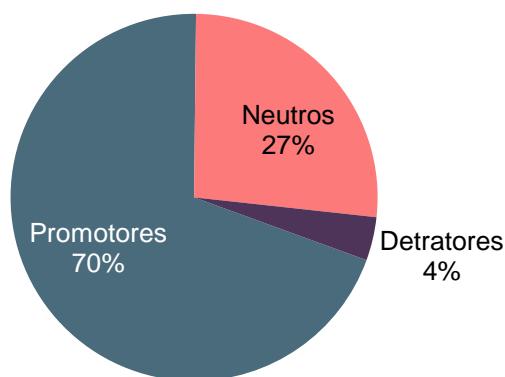
- ✓ Em São Francisco do Sul 41% das citações referem-se à qualidade das praias (praias limpas, beleza das praias e qualidade da água), 25% tranquilidade e hospitalidade, com ênfase no ambiente familiar sem agitação do local, e outros 14% indicaram visita a familiares como fator de decisão para a escolha do destino.
- ✓ Balneário Camboriú também atrai os turistas pelas belas praias e 35% das citações estão relacionadas ao tema beleza e qualidade das praias. Outros fatores distribuídos em igual proporção são o lazer (boas e muitas opções de lazer), visita familiar e a tranquilidade (segurança) da cidade, cada fator com 16% das citações.
- ✓ As praias somam 52% das citações em Florianópolis. Os turistas consideram importante a cor da água (diferente do mar escuro de outras localidades), a temperatura do mar (mais quente) e a variedade de praias próximas que podem ser visitadas. A tranquilidade e segurança somaram 15% das citações e a hospitalidade outros 7%. Mas o que fica saliente entre os fatores que motivam as viagens a Florianópolis é o alto percentual de citações de vista a familiares (60%).
- ✓ A qualidade das praias e belezas naturais são os fatores que mais influenciam a decisão dos turistas de Imbituba (70%).

- ✓ Em Laguna os fatores são igualmente distribuídos entre proximidade com a residência, visita a familiares, visita a amigos e a qualidade e beleza das praias, que juntos somam 71% das observações; as opções de lazer também merecem ênfase dentre as opções do destino, com uma fatia de 14%.

O próximo indicador avaliado foi o Net Promoter Score, ou NPS, uma metodologia criada por Fred Reichheld, nos EUA, com o objetivo de realizar a mensuração do grau de satisfação e fidelidade dos consumidores de qualquer tipo de empresa e serviço. Com a pergunta “*Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria esse destino turístico para um amigo? (considere 0 não indicaria e 10 indicaria totalmente)*” é possível identificar o percentual de turistas considerados Clientes Promotores, que são leais, oferecem feedbacks e são entusiasmados; os Clientes Neutros, não são leais e não são entusiastas; e os Clientes Detratores, que tiveram experiências ruins, que criticam e provavelmente não retornam ao destino turístico. Além de quantificar e classificar os turistas, a metodologia permite identificar os principais motivos que influenciaram a experiência e ficaram na memória dos turistas. A avaliação é complementada com a pergunta: “*E qual o motivo dessa nota?*”.

Como resultado da avaliação nesta temporada 70% dos turistas foram classificados como Promotores, 27% Neutros e 4% Detratores. Logo, pela avaliação dos turistas o litoral de Santa Catarina foi considerado numa zona de qualidade nesta temporada, com alguns pontos de melhoria para atingir a excelência. Na avaliação merece destaque o percentual significativo de detratores em Laguna (17%), levando a avaliação deste destino a uma zona de aperfeiçoamento.

Percentual de turistas por classificação NPS



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os principais motivos que influenciaram as boas experiências e levaram os turistas à categoria de Promotores são: beleza e qualidades das praias, tranquilidade, receptividade e hospitalidade e clima agradável. Os preços foram citados em relação ao bom custo/benefício, mas mesmos entre os Promotores alguns turistas consideraram os preços altos.

O pequeno percentual de turistas Deflatores identificou como pontos críticos o trânsito ruim, os preços altos e principalmente a sujeira na praia (tanto na cidade quanto na orla), o que engloba

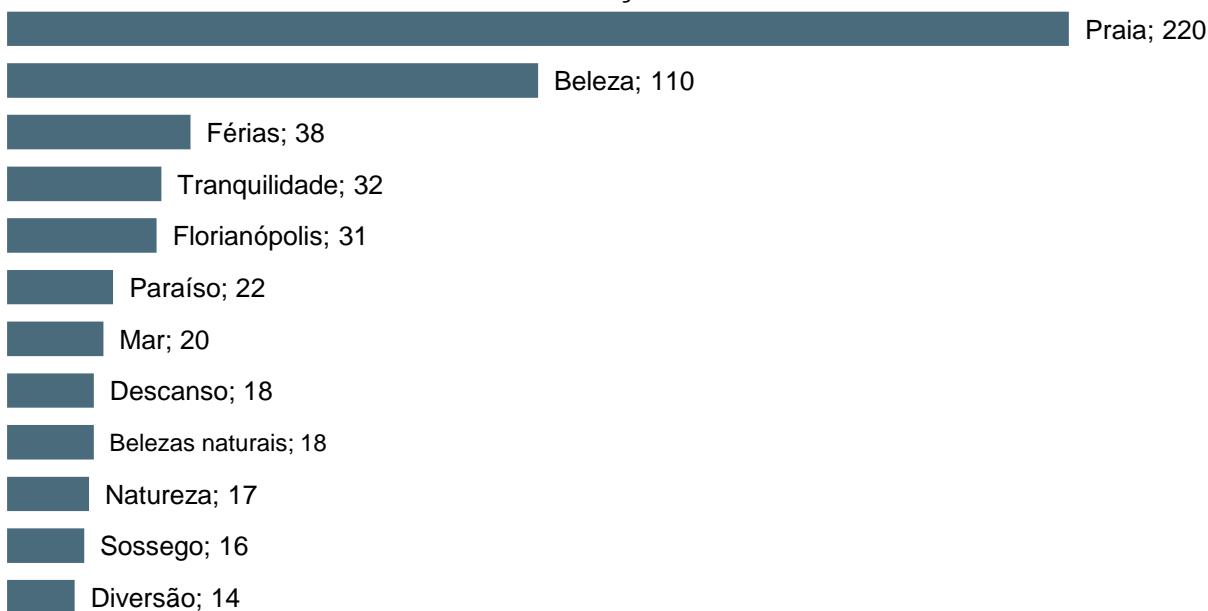
a situação do lixo e esgoto. Algumas citações apontadas por Detratores de Laguna resumem as observações:

Não indica mais Laguna para seus amigos. Percebeu que há muito descaso com o turista, encontrou mercado público, museus e casas de cultura fechados e pela extrema falta de educação das pessoas que deixam lixos na praia.

Não há investimento do poder público em infraestrutura, assim como na manutenção da qualidade da água e balneabilidade.

A importância da imagem para a divulgação do destino turístico extrapola as questões que envolvem o marketing, pois está ligada a ideia que as pessoas têm do destino turístico. Quando a abordagem é focada no turista, a imagem está ligada à percepção formada pelas experiências vivenciadas e que serão replicadas a toda a teia de relacionamentos de cada turista, surtindo efeito multiplicador. Acima de tudo, a imagem reflete a ideia mais latente da experiência turística. Com essa noção em mente foram identificadas as palavras mais citadas pelos turistas nesta temporada de verão. Foram ao todo 875 citações distribuídas em 130 palavras e expressões, onde as doze mais citadas acumulam 64% (frequência acumulada).

Quando você pensa no estado de Santa Catarina qual palavra vem a sua cabeça?



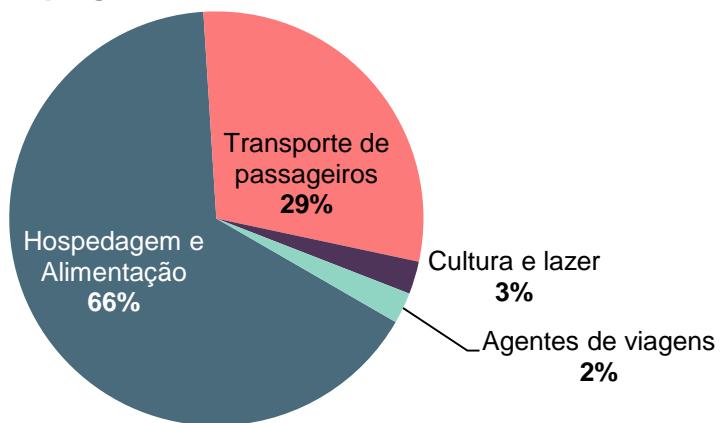
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2. Percepção do resultado da temporada

O turismo é uma atividade que demanda muita mão-de-obra pelo fato de estar no setor terciário, gerando empregos diretos e indiretos, além de demandas de produtos e serviços de vários setores da economia.

De acordo com a pesquisa Empregabilidade no Turismo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em dezembro de 2018 o número de pessoas ocupadas formalmente no turismo atingiu 2.935.661, com predominância dos empregos no segmento de hospedagem e alimentação (1.927.766 pessoas ocupadas, o que significa 66% do total). O estudo realizado em parceria com o Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur) foi feito com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), do Ministério do Trabalho, e destaca a importância do volume de mão de obra como um indicador para a medição do desempenho do setor.

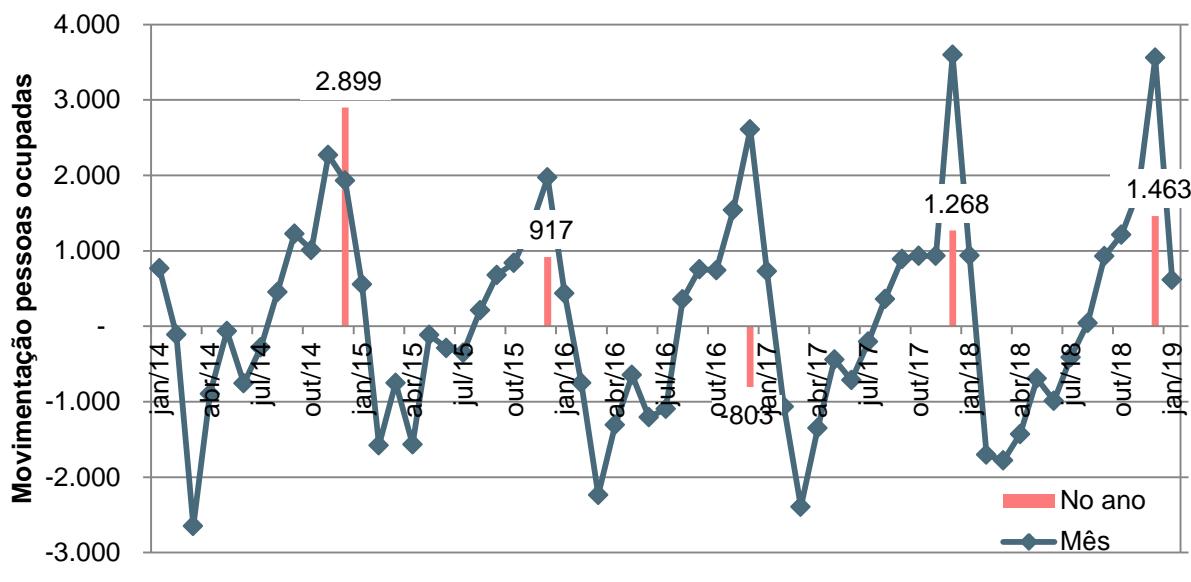
Número de Empregados no Turismo 2018 - Brasil



Fonte: MTE/CAGED

O mercado de trabalho nos serviços de turismo foi bastante influenciado pela capacidade de recuperação econômica de cada Estado. Em Santa Catarina, o ponto alto nas contratações deste mercado são os meses que antecedem a temporada de verão. Se comparados os meses de pico observa-se que o saldo de pessoas ocupadas em dez/18 foi mais elevado que o dos últimos três anos, corroborando a informação de que o turismo foi um dos motores da recuperação do setor de serviços e da geração de emprego em Santa Catarina em 2018.

Evolução da movimentação do número de pessoas ocupadas no mês (SC)



Fonte: MTE/CAGED

A temporada de verão representa um dos mais importantes períodos de fluxo de vendas nas regiões litorâneas. Apesar da sazonalidade, a movimentação de empregos diretos e indiretos tem efeito multiplicador que gera riquezas para o destino turístico, pois o valor agregado é bem maior que a soma inicialmente gasta pelos turistas.

Para estudar o impacto da temporada de Verão 2019 para os empresários do comércio de cada cidade, a Fecomércio SC também realizou uma série de perguntas para os comerciantes dos respectivos locais. Foram realizadas entrevistas em 555 estabelecimentos comerciais, distribuídos em mais de onze setores de atuação.

Distribuição setor de atuação das empresas por local de veraneio

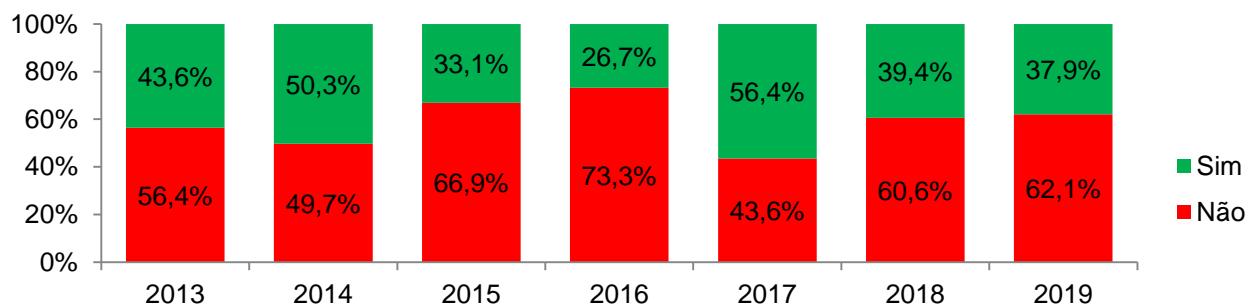
Setor	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Vestuário, calçados e acessórios.	20,0%	31,5%	26,0%	14,7%	16,7%	25,8%
Bares e restaurantes	13,3%	23,8%	28,8%	20,6%	11,1%	25,0%
Hotéis e pousadas	26,7%	21,7%	17,9%	29,4%	33,3%	21,1%
Farmácias	6,7%	5,6%	5,8%	8,8%	8,3%	6,1%
Ag. Viagens e op. turísticos	6,7%	4,2%	6,1%	5,9%	5,6%	5,6%
Presentes e souvenir	6,7%	4,9%	4,5%	5,9%	5,6%	4,9%
Padarias e confeitarias	6,7%	4,2%	4,2%	5,9%	8,3%	4,7%
Mercados e Supermercados	6,7%	2,1%	2,2%	5,9%	5,6%	2,9%
Livrarias e revistarias	6,7%	1,4%	1,3%	2,9%	5,6%	2,0%
Outros	0,0%	0,7%	3,2%	0,0%	0,0%	2,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2.1. Resultado da temporada para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria)

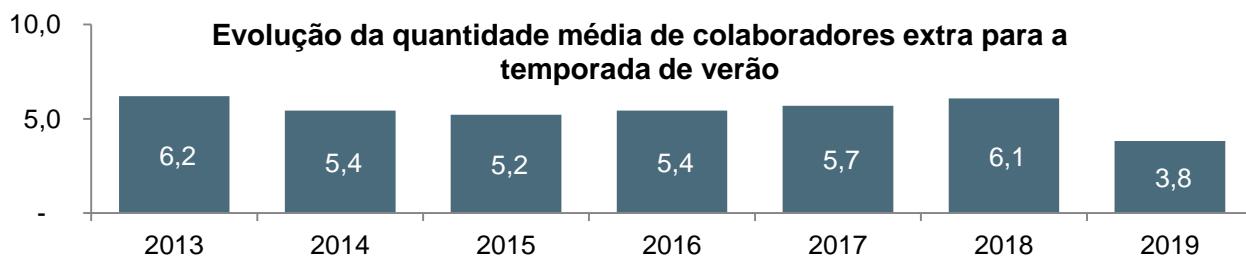
Buscando captar os efeitos da temporada de verão no mercado de trabalho, a pesquisa da Fecomércio SC foi encontrar junto às empresas do comércio e serviços a média de contratação de novos colaboradores para o período. O percentual geral foi de 37,9% dos estabelecimentos contratando colaboradores extras para o Verão 2019, sendo que os setores que mais influenciaram foram vestuário, calçados e acessórios (44,1%) e bares e restaurantes (45,3%). Na avaliação por cidades, os percentuais de contratações giraram em torno de 45%, exceto em Florianópolis onde a parcela foi de 32%.

Evolução da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

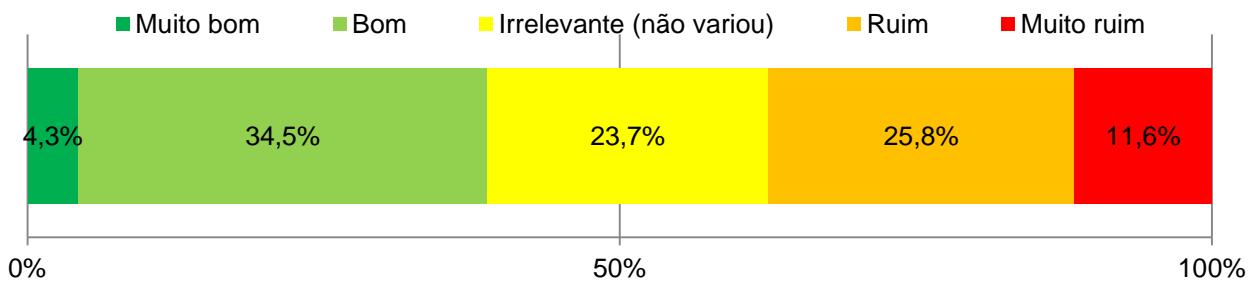
Além da pequena queda de 1,5 p.p. na fatia de empresas que realizaram contratações para atender a expectativa de aumento no movimento de turistas, a quantidade de colaboradores contratados reduziu também: foram 3,8 colaboradores em média por estabelecimento, menor valor apurado. No setor de mercados e supermercados foram 24,5 colaboradores extras contratados para a temporada, valor abaixo da temporada anterior (30,9). Outro setor causador deste impacto foi o setor de vestuário, calçados e acessórios, que passou de 3,1 para 2,4 e responde por quase 45% das vagas extra.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação do movimento de clientes na temporada acompanhou o comportamento de cautela dos empresários, demonstrado no recuo das contratações. Apenas 4,3% avaliaram o movimento como muito bom, 34,5% bom, 23,7% consideraram que a temporada não teve grande impacto no movimento, 25,8% consideraram ruim e 11,6% muito ruim.

Avaliação do movimento de clientes na temporada de verão 2019



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

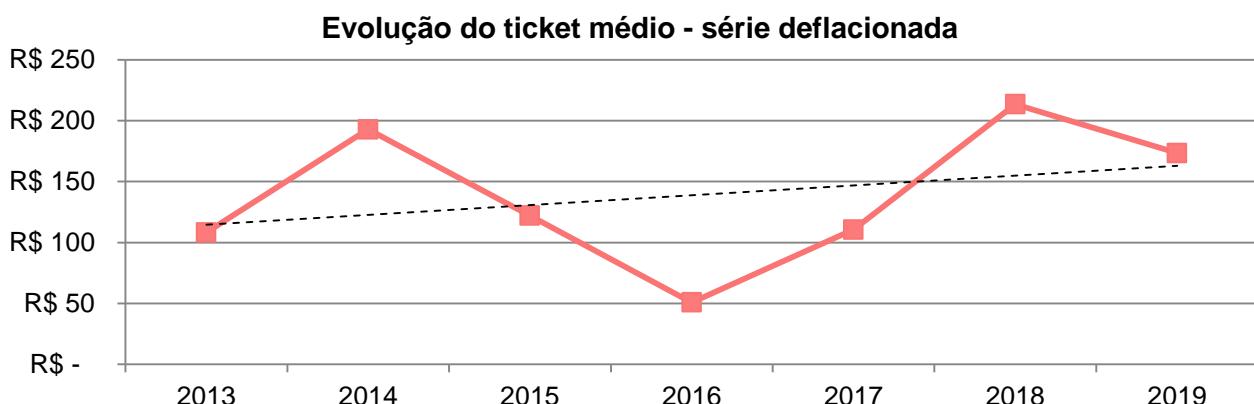
O ticket médio presenta o valor médio que cada cliente gasta em suas compras num estabelecimento. A relação deste indicador por cidade não se mostrou significativa, isto é, não foram identificadas diferenças importantes entre estes valores em cada cidade investigada. Já a relação do ticket médio por setor de atuação das empresas mostrou-se muito significativa. O valor médio apurado para o setor de comércios de vestuário, calçados e acessórios (R\$322,00) foi o mais alto dentre os setores apurados. As agências de viagens e operadores turísticos (R\$264,00) e o setor de presentes e souvenires (R\$233,00) ultrapassam a média geral (R\$173,00).

Valor do ticket médio por setor na temporada de verão 2019

Setor	2019
Vestuário, calçados e acessórios.	R\$ 322,00
Agências de viagens e operadores turísticos	R\$ 264,00
Presentes e souvenir	R\$ 233,00
Supermercados	R\$ 90,00
Bares e restaurantes	R\$ 80,00
Farmácias	R\$ 75,00
Livrarias e revistarias	R\$ 50,00
Padarias e confeitarias	R\$ 29,00
Outros	R\$ 72,00
Total Geral	R\$ 173,00

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para a avaliação comparativa da evolução do ticket médio ao longo da série histórica utilizou-se o mesmo recurso dos gastos dos turistas. A avaliação que fica visível no gráfico a seguir mostra, apesar das oscilações, uma tendência de crescimento.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma de pagamento destes valores pode ser observada na figura seguinte, onde fica destacada a predominância do pagamento com o uso de cartões de crédito nesta temporada. Destaca-se o aumento de 10 p.p. em relação à temporada anterior.

Evolução da forma de pagamento preponderante no período (temporada)

Forma de pagamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
À vista, cartão de crédito.	46%	40%	37%	41%	31%	34%	42%
À vista, cartão de débito.	12%	12%	15%	30%	28%	27%	23%
À vista, dinheiro.	23%	19%	21%	18%	22%	15%	11%
Parcelamento, cartão de crédito.	17%	28%	26%	7%	17%	21%	23%
Parcelamento Crediário	2%	1%	2%	2%	1%	1%	1%
Outro		1%		2%	1%	1%	0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento foi de -9,8% em comparação a 2018. A maioria dos empresários entrevistados (51,8%) avaliou que os estabelecimentos tiveram um faturamento inferior em relação ao verão de 2018.

Mesmo com uma avaliação desfavorável em relação à temporada anterior, a importância do turismo para a economia das cidades litorâneas fica demonstrada na percepção dos gestores sobre a alta no faturamento (22,4%) em relação aos demais meses do ano.

Evolução da variação do faturamento

Variação no faturamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Em relação à temporada do ano anterior	5,6%	2,2%	7,5%	3,3%	-14,1%	-8,1%	-9,8%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	14,9%	24,4%	14,1%	34,3%	18,8%	34,1%	22,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação do faturamento/ano por setor da empresa não mostrou diferenças estatisticamente significativas. A análise deste indicador por cidade mostrou que existem diferenças significativas: em São Francisco do Sul o cenário é mais otimista, já em Balneário Camboriú é mais pessimista.

Variação do faturamento por cidade na temporada de verão 2019

Cidade	Variação no faturamento	
	Em aos meses comuns do mesmo ano	Em relação à temporada do ano anterior
São Francisco do Sul	64,2%	-6,2%
Balneário Camboriú	14,4%	-18,0%
Florianópolis	16,6%	-7,8%
Imbituba	75,2%	-3,4%
Laguna	31,3%	-2,1%
Total*	22,4%	-9,8%

*média ponderada

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

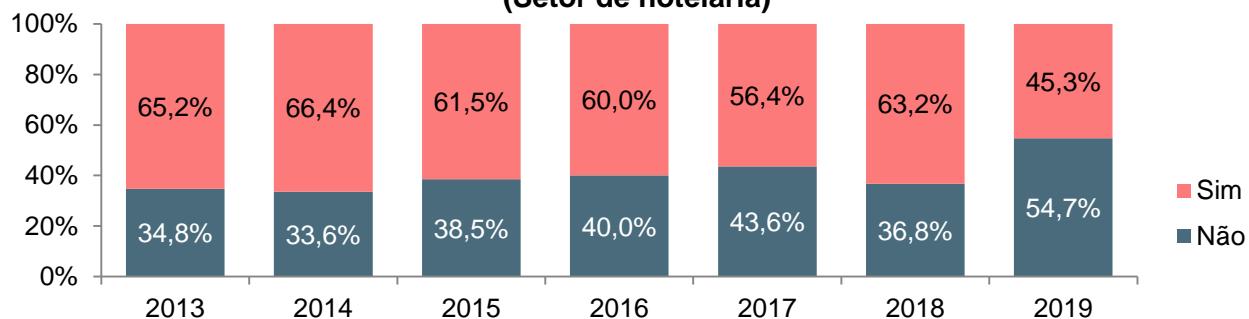
2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria

O setor de hotelaria é composto por hotéis, pousadas e hospedarias que prestam serviços aos turistas. Por suas peculiaridades e relevância para a avaliação da temporada, o setor foi analisado separadamente visando captar as mudanças de mercado.

A hotelaria demanda muita mão-de-obra, empregando uma gama diversificada de profissionais para o atendimento das diferentes necessidades dos hóspedes e do próprio negócio. Foram entrevistados 117 meios de hospedagens nos municípios abrangidos pela pesquisa.

No geral, a maioria dos estabelecimentos do setor hoteleiro não realizou contratações para atender o auge da sazonalidade. Em 2018 o percentual de empresas do setor que realizaram este tipo de admissão foi de 45,3%, ainda assim, uma parcela inferior aos anos anteriores. Em média, foram contratados 8,8 trabalhadores temporários para a temporada de Verão 2019.

**Evolução da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão
(Setor de hotelaria)**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O uso do cartão de crédito permanece como a principal forma de pagamento utilizado pelos turistas. Neste ano cresceu tanto para pagamento à vista como para parcelamento.

**Evolução da forma de pagamento
(Setor de hotelaria)**

Forma de pagamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
À vista, cartão de crédito	80,4%	57,8%	61,8%	52,1%	31,1%	46,1%	56,4%
À vista, cartão de débito	2,2%	6,4%	5,5%	9,4%	27,5%	7,9%	6,0%
À vista, dinheiro	10,9%	11,9%	13,6%	22,9%	22,4%	13,2%	6,0%
Parcelamento, cartão de crédito	2,2%	22,9%	13,6%	9,4%	17,1%	31,6%	31,6%
Parcelamento crediário	4,3%				1,1%		
Outro		0,9%	5,5%	6,3%	0,9%	1,3%	

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Seguindo o mesmo padrão dos demais setores, nos hotéis também foi percebida uma retração do faturamento em relação ao ano anterior e aumento em relação aos demais meses do ano.

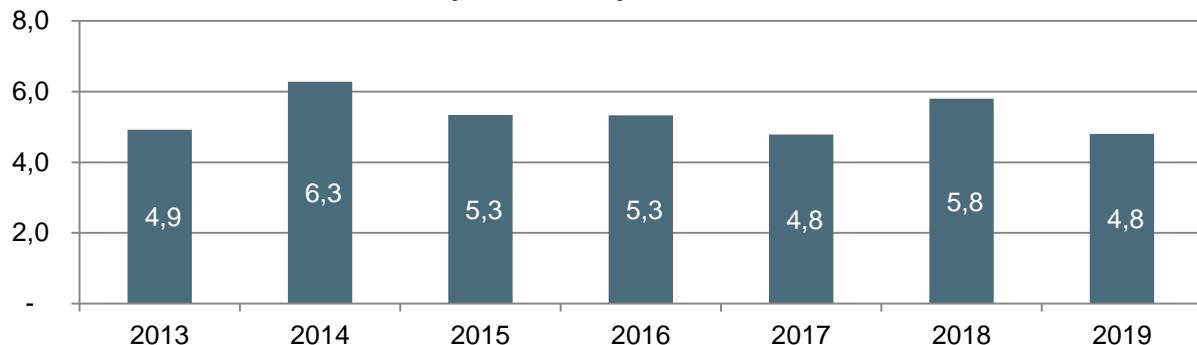
Evolução da variação do faturamento

Variação no faturamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Em relação à temporada do ano anterior	17,8%	9,6%	3,5%	12,8%	-12,5%	-0,8%	-19,5%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	46,0%	44,7%	39,3%	72,8%	37,1%	68,3%	45,7%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de dias de permanência do turista no estabelecimento, durante a temporada de Verão 2019, foi de 4,8 dias, pequena retração em relação ao ano anterior. Os hóspedes ficaram, em média, um dia a menos do que na temporada anterior.

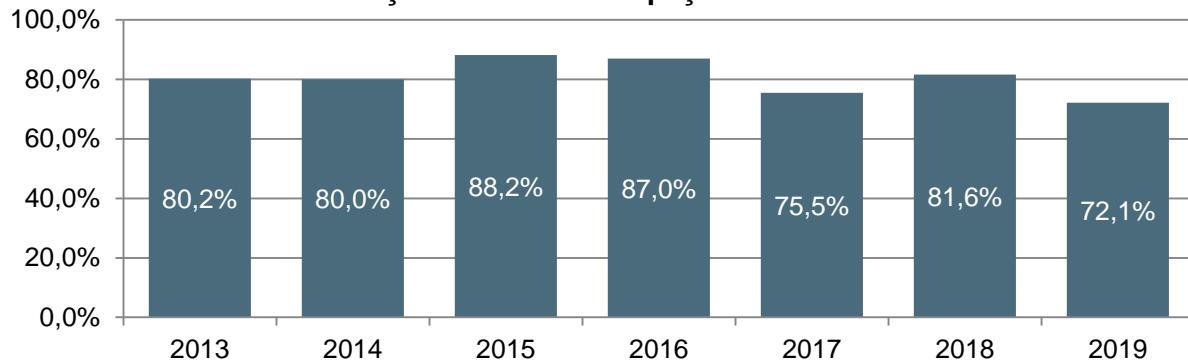
Evolução da duração da estada



Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro ponto a ser observado refere-se à taxa de ocupação dos leitos da rede hoteleira (72,1%), queda de 9,4 p.p. em relação ao ano anterior.

Evolução da taxa de ocupação dos leitos



Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2.3. Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2019

Neste ano o feriado do Carnaval coincidiu com o período de temporada de verão, logo os efeitos que o feriado do Carnaval gerou ficaram mascarados com os efeitos da temporada. No entanto, em algumas cidades foi possível aos empresários perceber estas diferenças no fluxo de clientes, no faturamento e até mesmo no perfil dos clientes. Esta avaliação dos empresários foi coerente com o perfil do turista em cada destino turístico. Em São Francisco do Sul, destino procurado por turistas que desejam ambientes mais tranquilos, a percepção de 47% dos empresários foi de que o carnaval não afetou a dinâmica da temporada. Em Balneário Camboriú e Florianópolis o período do Carnaval foi pior que o restante da temporada e em Imbituba e Laguna o período foi melhor.

Percepção do impacto do Carnaval na temporada de Verão 2019

Cidade	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Pior que o restante da temporada de Verão	27%	64%	43%	29%	14%	45%
Igual ao restante da temporada de Verão	47%	20%	33%	29%	42%	31%
Melhor ao restante da temporada de Verão	27%	15%	24%	41%	44%	24%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Conclusão

Numa primeira análise foi identificado o perfil dos turistas que frequentaram esta temporada de verão no Litoral Catarinense. Cerca de ¼ dos turistas estão enquadrados entre 31 e 40 anos (25%) e a participação de turistas da faixa etária de 51 a 60 anos aumentou 6,8 pontos percentuais (p.p.) em relação ao ano de 2018. Na distribuição por cidade, o percentual de pessoas acima dos 60 anos representa 18,2% em São Francisco do Sul. O estado civil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense na temporada de verão 2019 foi predominantemente formado por dois grupos, os casados ou em união estável (50,5%) e os solteiros (40,0%). A distribuição dos turistas por faixas de renda média mensal indica predomínio das Faixas 3 e 4, cujos valores de referência foram de R\$1.893 a R\$4.730 e de R\$4.731 a R\$7.568, respectivamente. Quanto a origem dos turistas observa-se que de 2013 para cá a parcela de turistas estrangeiros dobrou: saiu de 14% para os atuais 28,4%.

Outras considerações observadas dizem respeito às características e organização da viagem, que impactam diretamente na infraestrutura dos destinos turísticos. Neste bloco, a importância do transporte terrestre para o turismo do Estado é demonstrada ano após ano pela participação de turistas trafegando nas vias. São mais de 80% - fatia muito significativa e que exige esforço e planejamento para atender a sazonalidade provocada pela alta temporada. Também foi significativo o número de turistas que chegam ao Estado de avião (18,3%). Mais de 70% dos turistas estrangeiros que vieram de avião desembarcaram no Floripa Airport. Outra característica importante é a forma como o turista fica hospedado nas cidades.

Na análise da série histórica é possível perceber uma tendência de crescimento na procura por imóveis alugados, além disso, a forma como os turistas realizam estas locações impacta na dinâmica do mercado local. Na evolução da distribuição de turistas por forma de locação de imóveis fica visível a mudança no comportamento do turista, com a provável substituição da parcela de locações realizadas diretamente com os proprietários dos imóveis pelas locações via plataforma de compartilhamento, acompanhando a tendência do mercado global.

Os gastos médios dos turistas que frequentaram as praias de Santa Catarina na temporada de verão 2018 foram investigados por tipo de uso. No geral, cada grupo de turistas desembolsou R\$ 4.465,00, em média, sendo que os gastos com hospedagem e alimentação foram os mais expressivos. Nesta temporada foi possível constatar a grande diferença entre a média de gastos dos turistas brasileiros e estrangeiros, sendo que este último gastou 2,4 vezes mais do que um turista nacional.

A temporada de verão representa um dos mais importantes períodos de fluxo de vendas nas regiões litorâneas. A percepção dos empresários quanto aos efeitos da temporada em seus negócios mostrou, numa avaliação comparativa, a evolução do ticket médio ao longo da série histórica. Apesar das oscilações, existe uma tendência de crescimento. Já a percepção dos entrevistados sobre a variação média do faturamento foi desfavorável em relação à temporada

anterior. Mesmo assim, em relação aos demais meses do ano, a temporada tem se demonstrado um impulso no faturamento das empresas dos setores de comércio e serviços e hotelaria.

O que fica de destaque da temporada de verão no litoral catarinense é a importância do turismo para a economia do Estado. Em um cenário de desafios econômicos e sociais, o turismo tem efeito multiplicador, com impactos diretamente associados aos gastos dos turistas em setores do comércio de bens e serviços e com impactos indiretos em atividades periféricas.

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.