



Pesquisa Fecomércio de Turismo
INVERNO NA SERRA CATARINENSE 2019

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

Pesquisa Fecomércio de Turismo: Inverno na Serra de Santa Catarina 2019

Turismo de Inverno na Serra Catarinense

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Setembro de 2019

Sumário

Introdução.....	2
Pesquisa com os visitantes.....	3
Pesquisa com os empresários.....	14
Considerações finais.....	21
Anexo.....	23

Introdução

A temporada de inverno na Serra Catarinense vem se consolidando como um roteiro turístico de destaque no Estado. O clima e as belezas naturais aliados à hospitalidade e boa gastronomia motivam turistas a visitar diversos municípios da região.

Nesta edição, o relatório está organizado em dois capítulos. O primeiro traz o resultado da pesquisa realizada com os visitantes, onde foram abordados os temas: perfil socioeconômico, origem do turista, características e organização da viagem. No segundo capítulo são apresentadas as percepções dos empresários sobre o impacto da temporada nos empreendimentos dos setores de comércio, serviços e turismo nas doze cidades abordadas, além da visão destes gestores sobre os principais fatos que impactaram positiva e negativamente o movimento do negócio na temporada de inverno 2019.

As entrevistas com os visitantes foram realizadas em diversos municípios da Serra Catarinense. Como visitantes foram consideradas as pessoas que transitavam nos pontos turísticos e que não eram moradores dos municípios da Serra Catarinense, sendo eles: Bocaina do Sul; Bom Jardim da Serra; Bom Retiro; Campo Belo do Sul; Correia Pinto; Lages; Paineira; Rio Rufino; São Joaquim; São José do Cerrito; Urubici; Urupema.

A coleta de dados ocorreu nos meses de julho e agosto de 2019, em pontos de grande fluxo de turistas, com maior abrangência nos pontos turísticos das cidades. Foram entrevistados 473 visitantes e 301 empresários e gestores dos estabelecimentos comerciais, com erro amostral calculado de 5% e significância de 95% para ambos os públicos.

Pesquisa com os visitantes

A pesquisa da Fecomércio SC investigou vários itens para traçar o perfil dos visitantes que frequentaram os municípios da Serra Catarinense na temporada de inverno de 2019. Ao todo, foram entrevistados 473 pessoas de diversas localidades, do Brasil e do exterior.

A pesquisa mostrou que 99,8% dos visitantes da Serra Catarinense foram brasileiros, 68,3% do próprio estado de Santa Catarina, 9,5% do Rio Grande do Sul, 8,5% de São Paulo, 5,1% do Paraná e outros 3,0% do Rio de Janeiro. Outros estados aparecem com menor frequência. Dentre as cidades do Estado, Florianópolis teve a maior frequência, 13,1% dos visitantes e dentre os demais estados, Porto Alegre, São Paulo e Curitiba participaram com 3,2% dos visitantes, cada uma.

Evolução da origem dos turistas

Origem dos visitantes País/Estado/Cidade	Ano		
	2017	2018	2019
Brasil	99,4%	99,6%	99,8%
Santa Catarina	62,5%	65,8%	68,3%
Florianópolis	12,2%	14,4%	13,1%
Criciúma	1,2%	4,1%	4,7%
Balneário Camboriú	2,4%	2,9%	3,8%
Jaraguá do Sul	2,4%	0,8%	3,4%
Joinville	3,9%	5,4%	3,4%
Outras	40,4%	38,1%	40,0%
Rio Grande do Sul	7,1%	7,2%	9,5%
São Paulo	11,0%	10,9%	8,5%
Paraná	10,1%	8,6%	5,1%
Rio de Janeiro	2,1%	1,8%	3,0%
Outros Estados	6,5%	5,4%	5,5%
Outros países	0,6%	0,4%	0,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Visando traçar o perfil socioeconômico dos visitantes, a pesquisa inicialmente averiguou as seguintes informações: sexo, faixa etária e renda média familiar mensal.

Dentre as pessoas que visitaram a Serra, a maioria foi do público masculino (56,2%), sendo que o feminino configurou 43,8% dos turistas. A faixa etária de maior representação foi a de adultos entre 18 a 25 anos, somando 25,2% dos turistas, e entre 31 a 40 anos, com 24,5% de participação.

Sobre a renda média familiar mensal, a faixa mais frequente foi a de viajantes com renda entre R\$ 2.022 a R\$ 5.053, com 31,5% de participação, seguida pela faixa de R\$ 5.054 a R\$ 8.083, com 25,2% da parcela.

Os resultados destas informações estão compilados na figura a seguir:

Evolução do perfil socioeconômico dos visitantes

Perfil socioeconômico dos visitantes		Ano		
Variável	Categoria	2017	2018	2019
Sexo	Masculino	51,6%	56,2%	56,2%
	Feminino	48,4%	43,8%	43,8%
Faixa Etária	De 18 a 25 anos	17,7%	15,8%	25,2%
	De 26 a 30 anos	13,8%	11,7%	16,9%
	De 31 a 40 anos	25,5%	27,8%	24,5%
	De 41 a 50 anos	23,7%	22,4%	16,5%
	De 51 a 60 anos	15,0%	16,0%	10,8%
	Acima de 60 anos	4,2%	6,4%	6,1%
Renda média familiar mensal	Faixa 1	3,0%	1,2%	3,6%
	Faixa 2	10,7%	10,5%	11,2%
	Faixa 3	25,0%	29,4%	31,5%
	Faixa 4	18,2%	26,1%	25,2%
	Faixa 5	10,7%	10,9%	10,8%
	Faixa 6	10,7%	11,9%	6,3%
	Faixa 7	7,4%	8,0%	3,8%
	Recusa	14,3%	2,1%	7,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Valores atuais de referência das faixas de Renda média familiar mensal:

Faixa 1: R\$ 1.011 ou menos

Faixa 2: R\$ 1.012 a R\$ 2.021

Faixa 3: R\$ 2.022 a R\$ 5.053

Faixa 4: R\$ 5.054 a R\$ 8.083

Faixa 5: R\$ 8.084 a R\$ 10.104

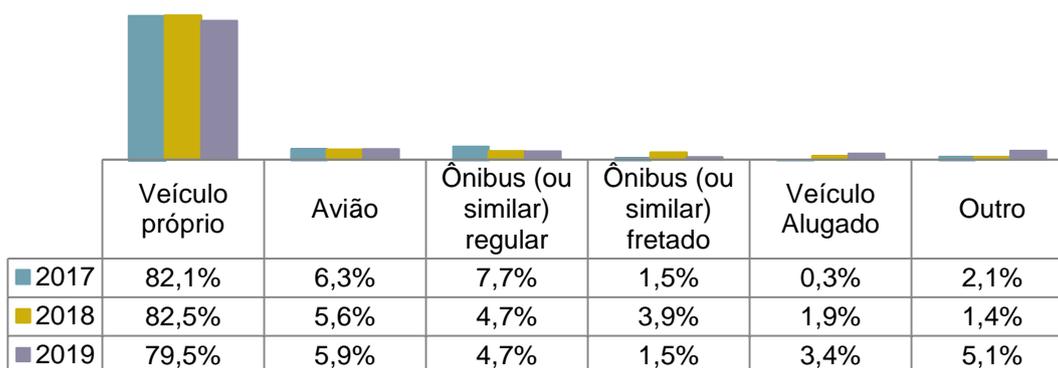
Faixa 6: R\$ 10.105 a R\$ 15.157

Faixa 7: R\$ 15.158 ou mais

Em decorrência da ampla dispersão geográfica da origem dos visitantes que prestigiaram a temporada de inverno de 2019, se faz importante entender a dinâmica de deslocamento. Dessa forma, a Fecomércio SC inquiriu sobre o meio de transporte utilizado pelos visitantes para chegar ao destino turístico.

Nesta temporada, o principal meio de transporte utilizado foi o veículo próprio (79,5%), que está relacionado à origem dos turistas. Destes, 58,0% foram turistas do próprio Estado, 7,4% do Rio Grande do Sul, 5,5% de São Paulo e 4,6% do Paraná. Da parcela de 4,7% de turistas que fez uso de ônibus regular (ou similar), 2,3% veio do Estado e 1,1% de São Paulo. Os 5,9% que vieram de avião foram de outros estados.

Evolução dos meios de transporte utilizado para chegar à Serra Catarinense (maior trecho percorrido)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Com relação à forma de hospedagem, a maior porcentagem de turistas utilizou a hotelaria (46,3%), seguida por aqueles que utilizaram imóveis de parentes ou amigos (19,0%). Destaca-se o aumento na parcela de turistas que optaram pela locação de imóveis e também o aumento de visitantes que desfrutaram do destino turístico, mas não pernoveram nas cidades da região. O gráfico a seguir ilustra as informações:

Evolução da opção de hospedagem

Tipo de hospedagem	Ano		
	2017	2018	2019
Hotel/Pousada/Hostel	53,9%	54,7%	46,3%
Imóvel de parentes e amigos	22,9%	21,2%	19,0%
Imóvel alugado	4,5%	1,4%	6,8%
Imóvel próprio	1,5%	0,4%	1,9%
Quarto e café em casa de família	2,7%	0,2%	2,1%
Camping	1,2%	0,0%	0,6%
Outros	2,7%	3,5%	4,0%
Nenhum, não irá pernoverar.	10,7%	18,7%	19,2%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Analisando os dados abertos, dos 46,3% de turistas que optaram pela hospedagem em hotéis, pousadas ou hostels, a maior parcela ficou em Urubici (20,3%), seguida por Lages (9,5%) e São Joaquim (7,6%). Entre os 19,0% de visitantes que se hospedaram em imóveis de parentes e amigos, destaque para a participação de Lages com 11,2%.

Dos 6,8% que optaram pela locação de imóveis, 3,2% dos turistas alugaram imóveis em Urubici, superando os 2,1% em Lages. Na comparação com o ano de 2018, percebe-se o aumento da parcela de turistas que optaram pela locação de imóveis, subiu de 1,4% para 6,8%.

Uma parcela dos visitantes (19,2%) respondeu que não tinham a intenção de pernoitar em algum dos municípios da Serra Catarinense. A origem destes visitantes foi detalhada e apurou-se que 6,1% são residentes da região do Vale do Itajaí, outros 6,1% da Grande Florianópolis, principalmente da capital (3,4%), 3,0% do Sul Catarinense e 1,7% do Norte Catarinense. Apenas 0,4% da região Serrana e 0,2% do Oeste.

Abaixo é possível saber qual foi o local escolhido para hospedagem. As cidades mais citadas foram Urubici e Lages, com 26,0% e 24,3% respectivamente. Logo após despontam as cidades de São Joaquim, com 12,7% das citações, e Urupema, com 10,8%.

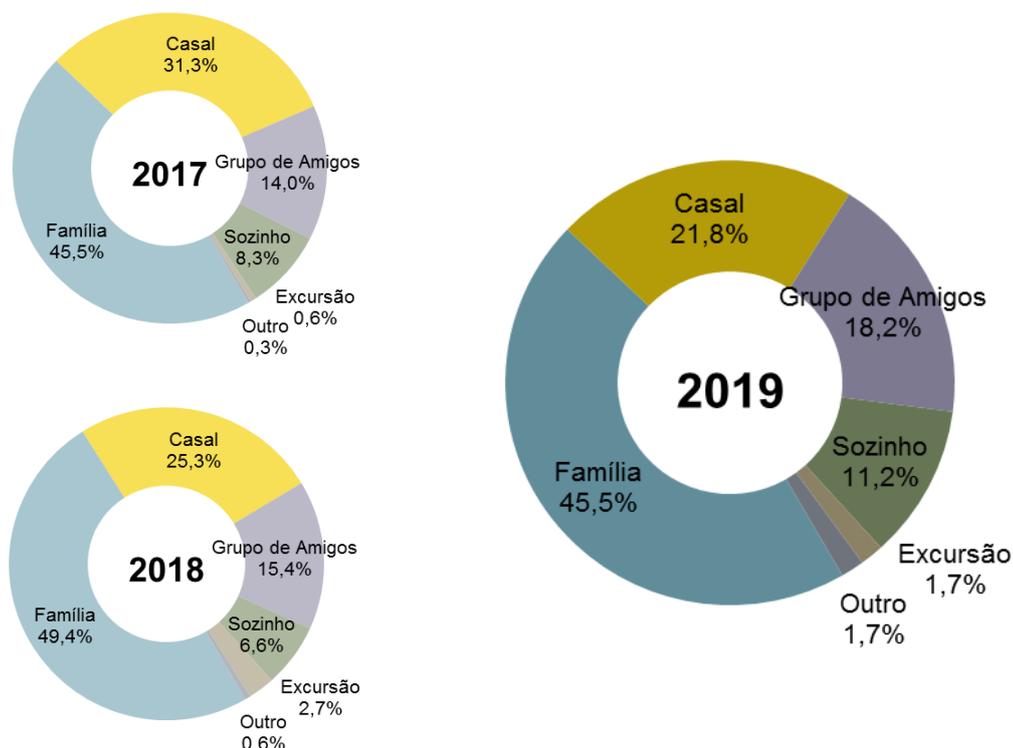
Evolução do local de hospedagem

Município de hospedagem	Ano		
	2017	2018	2019
Urubici	31,0%	28,0%	26,0%
Lages	31,0%	28,6%	24,3%
São Joaquim	11,9%	12,3%	12,7%
Urupema	9,8%	7,2%	10,8%
Bom Jardim da Serra	2,1%	2,7%	3,8%
Rio Rufino	0,6%	0,2%	0,8%
Bom Retiro	1,2%	1,2%	0,4%
Outra	1,8%	1,2%	1,9%
Nenhum, não irá pernoitar.	10,7%	18,7%	19,2%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa buscou entender também como foram compostos os grupos de viagem para a temporada. Nesta edição da pesquisa o maior agrupamento foi o de famílias (45,5%), seguido pelos casais (21,8%), pelos grupos de amigos (18,2%) e por visitantes que viajam sozinhos (11,2%). Os grupos de excursões representou uma pequena fatia de 1,7%, menor que a fatia do ano anterior. Nos últimos três anos têm-se observado uma tendência de redução na parcela de casais frequentando a Serra Catarinense. As modificações na composição dos grupos de viagem podem ser observadas na figura a seguir.

Formação dos grupos de viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Com relação ao tamanho dos grupos de viagem ao longo dos últimos três anos não se verificaram grandes alterações. O número médio de 4,0 pessoas, nesta temporada, não difere muito do apurado em 2017, 3,7 pessoas. Mas a diferença na comparação com o ano de 2018, cuja média foi de 5,3 pessoas por grupo de viagem está relacionada com a participação de grupos maiores, os grupos de excursionistas que saiu de 2,7% para 1,7% em 2019.

Evolução do tamanho dos grupos de viagem por tipo

Grupo	Ano		
	2017	2018	2019
Família	4,3 pessoas	4,6 pessoas	4,5 pessoas
Casal	2 pessoas	2 pessoas	2 pessoas
Grupo de Amigos	5,6 pessoas	6,3 pessoas	5,3 pessoas
Sozinho	1 pessoa	1 pessoa	1 pessoa
Excursão	37 pessoas	53 pessoas	*
Outro	2 pessoas	*	*
Total	3,7 pessoas	5,3 pessoas	4,0 pessoas

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tempo médio de permanência dos turistas na Serra Catarinense nesta temporada de inverno foi de 2,6 dias, mais de um dia inferior à permanência

dos anos anteriores. Essa redução foi influenciada, em parte, pela redução no tempo de permanência dos turistas que vieram sozinhos, que representam 11,2% e neste ano ficaram em média apenas 3,1 dias.

Evolução do tempo de permanência na Serra Catarinense por grupo de viagem

Grupo	Ano		
	2017	2018	2019
Família	3,3 dias	2,7 dias	2,6 dias
Casal	2,5 dias	2,7 dias	2,7 dias
Grupo de Amigos	3 dias	2,7 dias	2,2 dias
Sozinho	11,4 dias	19,7 dias	3,1 dias
Excursão	*	2 dias	*
Outro	*	*	*
Total	3,7 dias	3,8 dias	2,6 dias

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além disso, a relação entre o tipo de hospedagem e tempo de permanência mostrou uma redução na média de dias que os turistas permaneceram em imóvel de parentes e amigos. Esta segmentação responde pela fatia de 19% das hospedagens, e, portanto, causa forte impacto no valor final.

Evolução do tempo de permanência na Serra Catarinense por tipo de hospedagem

Tipo de hospedagem	Ano		
	2017	2018	2019
Hotel/Pousada/Hostel	2,8 dias	3,3 dias	3,0 dias
Imóvel de parentes e amigos	6,3 dias	6,4 dias	3,3 dias
Imóvel alugado	7,3 dias	*	3,1 dias
Imóvel próprio	*	*	*
Camping	*	*	*
Quarto e café em casa de família	*	*	2,2 dias
Outros	*	3,9 dias	2,1 dias
Nenhum, não irá pernoitar.	1 dia	1 dia	1 dia
Total	3,7 dias	3,8 dias	2,6 dias

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os gastos médios dos visitantes que frequentaram a Serra Catarinense na temporada de inverno 2019 foram investigados por tipo de uso. Assim, os turistas que não tiveram dispêndios com hospedagem, por exemplo, não foram considerados no cálculo da média de hospedagem. Para o cálculo da média geral é realizada a soma dos gastos de cada visitante entrevistado e então calculada a média. Nesta temporada, a média geral dos gastos foi de R\$1.151,48, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais

expressivos. Cada turista que utilizou hotelaria gastou, em média, R\$630,56, seguido dos gastos com o transporte R\$328,55. Os gastos com alimentação e bebidas e os gastos com compras no comércio foram na monta de R\$293,62 e R\$194,94. Outra informação relevante deste tema é o percentual de pessoas que realizaram os gastos: 57% dos visitantes entrevistados realizaram compras no comércio local, 96% gastaram com alimentação, 97% com transporte e 56% com hospedagem.

Evolução dos gastos com a viagem

Gastos	Ano					
	2017		2018		2019	
	R\$	%	R\$	%	R\$	%
Comércio	214,45	71%	282,27	60%	194,94	57%
Alimentação	316,54	96%	318,06	94%	293,62	96%
Transporte	396,10	98%	401,00	98%	328,55	97%
Hospedagem	630,36	63%	841,06	55%	630,56	56%
Lazer					157,36	
Total	R\$ 1.236,10		R\$ 1.326,31		R\$ 1.151,48	

Nota: valores nominais

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 deflação¹ pelo IPCA acumulado de julho, 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 seguir, apesar de uma queda de mais de R\$150 em valores nominais em relação a 2018, observa-se uma recuperação de crescimento de 21% nos gastos totais.



A pesquisa incluiu uma questão sobre os atributos que levam o investigado a visitar o destino de forma induzida, isto é, indicando ao visitante

¹ Deflação pela geração de número-índice e mudança de base

os possíveis motivos de viagem. Esta questão é muito relevante para identificar as propriedades reconhecidas pelo público em relação ao destino investigado. Os visitantes da Serra Catarinense foram motivados, principalmente, pelo Turismo de Inverno (80,8% das citações), seguido pelas visitas a parente e amigos, com 18,2%. Entender a principal motivação é muito importante para garantir a fidelidade dos turistas, estimulando novos atrativos e renovando o interesse nas cidades. Nesta temporada, veiculação de notícias na mídia local e nacional sobre clima da Serra Catarinense, a incidência de frentes frias e a possibilidade de neve atraíram os turistas a visitar o destino turístico, como reflexo desta exposição a maior parcela de citações dos turistas quanto às motivações para a escolha do destino foi, evidentemente, o turismo de inverno.

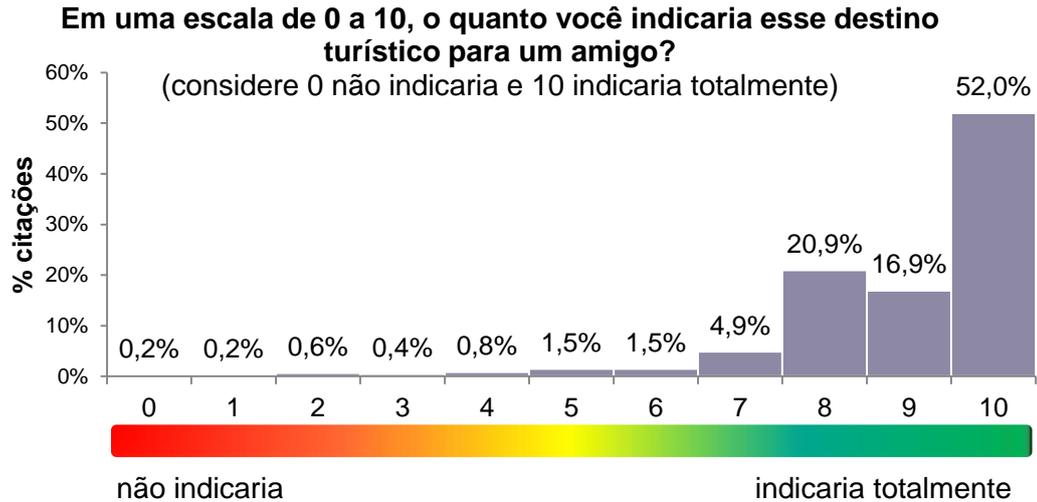
Evolução das motivações da viagem

Motivo da viagem	Ano		
	2017	2018	2019
Turismo de inverno	69,6%	76,7%	80,8%
Visita a parentes e amigos	18,2%	18,5%	18,2%
Turismo de negócios e eventos	9,8%	5,4%	7,2%
Turismo cultural	7,7%	6,4%	7,0%
Turismo de aventura	3,3%	12,1%	4,7%
Ecoturismo	3,9%	16,0%	3,4%
Turismo gastronômico	1,5%	7,8%	3,2%
Turismo de esportes	0,6%	4,3%	0,6%
Total	114,6%	147,1%	124,9%

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Um importante indicador de satisfação do visitante é a indicação do destino turístico, isto é, se o visitante indicaria a viagem ou passeio a Serra Catarinense para um amigo ou parente. Os resultados expressivos nos anos de 2017 e 2018, ambos com mais de 98% de indicações afirmativas, comprovam o contentamento e o sucesso das temporadas. Com o propósito de melhor quantificar este indicador, optou-se nesta temporada por alterar a pergunta estimulando o entrevistado a estabelecer uma ordem de grandeza para esta indicação, com isso foi possível estabelecer uma pontuação, a nota média de indicação que nesta temporada foi de 9,96. Mais da metade dos entrevistados atribuíram nota 10 para a indicação do destino turístico.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

De forma espontânea, o visitante foi solicitado a indicar quais os pontos turísticos que já havia visitado e quais os que pretendia visitar. Com essa estratégia foi possível identificar que 32,6% dos pontos turísticos citados fazem parte do município de Urubici, com destaque para o Parque Cascata do Avencal, o Morro da Igreja e a Serra do Corvo Branco. Os pontos turísticos de Lages representaram 21,5% das citações, com destaque para Parque Jonas Ramos e o Calçadão no centro da cidade. Em Urupema o Morro das Torres (8,2%) e em Bom Jardim da Serra o Mirante da Serra do Rio do Rastro (11,7%). Esta análise relacionou cada ponto turístico ou município sobre o total de entrevistas, buscando com isso traduzir a medida de quão marcante os atrativos se classificam nas mentes dos visitantes.

Locais e pontos turísticos mais visitados em 2019

Município	Ponto turístico	Percentual de citações
Urubici		32,6%
	Parque Cascata do Avencal	6,4%
	Morro da Igreja	5,9%
	Serra do Corvo Branco	5,5%
	Cascata Vêu de Noiva	5,1%
	Morro Campestre	3,4%
	Pedra Furada	1,6%
	Igreja Matriz	1,4%
	Outros	3,2%
Lages		21,5%
	Parque Jonas Ramos	5,6%
	Calçadão	5,2%
	Morro da Cruz	4,5%
	Catedral	4,1%
	Outros	2,1%
Urupema		15,4%
	Morro das Torres	8,2%
	Cascata que Congela	3,9%
	Praça Manoel Pinto de Arruda	2,1%
	Outros	1,1%
São Joaquim		13,8%
	Igreja Matriz	3,1%
	Vinícola Villa Francioni	2,5%
	Praça Cesário Amarante	2,0%
	Snow Valley	1,8%
	Outros	4,4%
Bom Jardim da Serra		13,5%
	Mirante da Serra do Rio do Rastro	11,7%
	Outros	1,8%
Outras cidades		3,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Uma relação interessante trata da quantidade de meios de hospedagem disponíveis no destino. Segundo os dados da Relação Anual de Informações Sociais, do Ministério do Trabalho e Emprego (RAIS/MTE), de 2017, existem 76 hotéis e similares formalmente cadastrados nos municípios da Serra Catarinense, a maior parte deles em Lages (40,8%). Mas esta realidade não está refletida no Cadastur; que é o Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo, executado pelo Ministério do Turismo (MTur), em parceria com os Órgãos Oficiais de Turismo nos 26 Estados do Brasil e no Distrito Federal, e tem o objetivo reunir todos prestadores de serviços turísticos que estejam legalmente constituídos e em operação. O Cadastur foi desenvolvido para colaborar com o aprimoramento do turismo

fornecendo informações seguras aos turistas, assegurando que a empresa está formalizada e que está operando de acordo com as leis brasileiras. Segundo os dados do Sistema dos meios de hospedagem da Serra Catarinense 63,2% estão localizados em Urubici, e 19,7%, em Lages.

Pesquisa com os empresários

Para identificar o impacto da temporada entre os empresários dos setores de comércio, serviços, turismo e hotelaria dos municípios da Serra Catarinense, a Fecomércio SC também ouviu os comerciantes das cidades.

Distribuição das entrevistas por município da empresa

Município	Percentual de citações
Lages	35,2%
Urubici	14,3%
São Joaquim	12,6%
Bom Retiro	7,0%
Urupema	6,0%
São José do Cerrito	5,0%
Correia Pinto	4,7%
Bom Jardim da Serra	4,7%
Campo Belo do Sul	3,7%
Rio Rufino	3,0%
Bocaina do Sul	2,7%
Painel	1,3%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

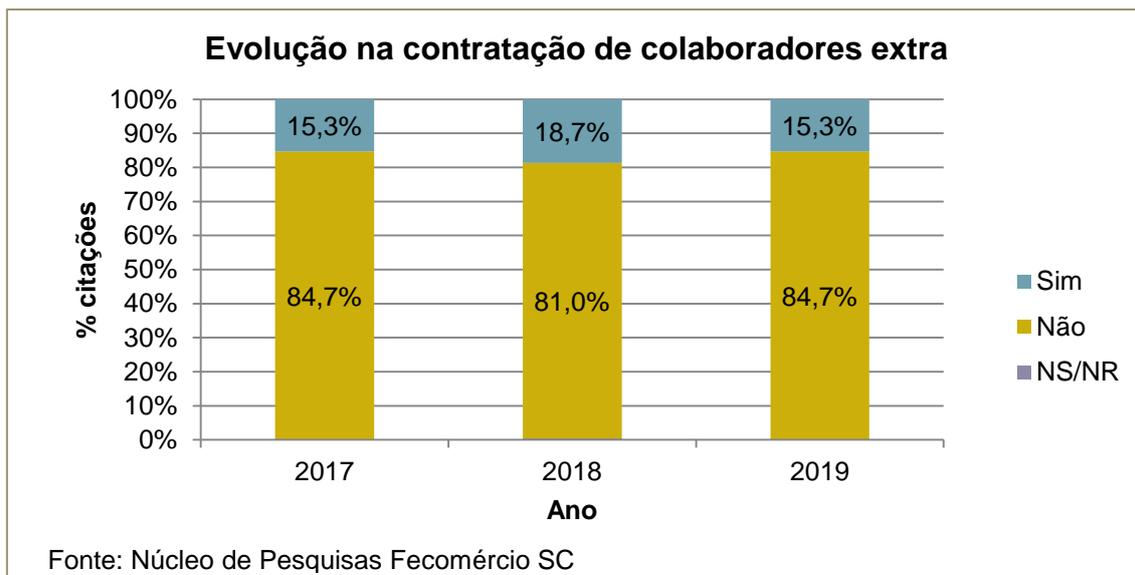
Os setores entrevistados foram distribuídos na seguinte proporção:

Distribuição das entrevistas por setor ou ramos de atuação da empresa

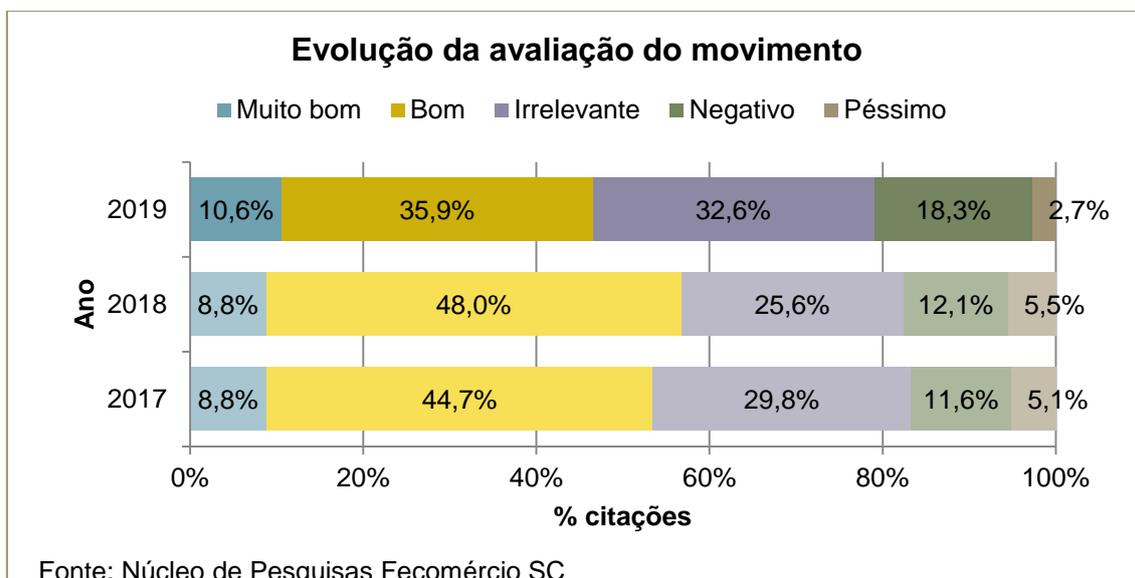
Setor	Percentual de citações
Bares e restaurantes	28,0%
Hotéis e pousadas	23,0%
Mercados, supermercados e mercearias.	10,0%
Padarias e confeitarias	9,0%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	8,0%
Postos de combustíveis	8,0%
Farmácias	7,0%
Vestuário e calçados	7,0%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A primeira questão específica para as empresas dos setores de comércio e serviços buscou identificar o efeito da temporada no mercado de trabalho da região. A pesquisa registrou um percentual de 15,3% de empresas que realizaram contratação de colaboradores extra para o período da temporada de inverno de 2019. A quantidade média foi de duas pessoas contratadas por estabelecimento (considerando os estabelecimentos que realizaram contratações).



A pesquisa também analisou a percepção dos empresários/gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento durante a temporada. A percepção geral foi positiva, comprovando que o turismo de inverno beneficia distintos empreendimentos das cidades, porém menos otimista que nos anos anteriores. Uma fatia de 10,6% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, uma fatia de 35,9% de avaliações “boas”, outros 32,6% consideraram que o movimento foi “irrelevante”, uma parcela de 18,3% rotulou o movimento como “negativo” e 2,7% como “péssimo”. A comparação com as avaliações realizadas nos anos anteriores mostrou redução na animação dos empresários. Nos anos de 2017 e 2018 mais da metade das afirmações foram positivas e neste ano foram 46,5%.



As análises da avaliação do movimento de clientes segmentadas por setor de atuação não mostraram significância estatística. Já a relação entre a contratação de colaboradores e a avaliação do movimento revelou que, da fatia que realizou contratações (15,3%) mais de um terço, ou 5,6% consideraram o movimento de clientes muito bom.

Nesta edição da pesquisa foi investigado os motivos que levaram os empresários conferir tais avaliações sobre o movimento de consumidores durante a temporada. Com as respostas à pergunta espontânea “A que você atribui esta avaliação do movimento?” foi realizada a categorização e segmentação com base na resposta da questão anterior, levando aos seguintes resultados:

10,6% Muito bom

- ✓ 2,6% Clima
- ✓ 1,8% Bom atendimento/Fidelização/Promoções
- ✓ 1,6% Turismo
- ✓ 1,3% Muitos turistas
- ✓ 0,8% Férias
- ✓ 0,5% Divulgação do destino turístico

35,9% Bom

- ✓ 13,6% Clima
- ✓ 6,1% Turismo
- ✓ 3,5% Muitos turistas
- ✓ 3,5% Bom atendimento/Fidelização/Promoções
- ✓ 1,3% Crise econômica financeira
- ✓ 1,3% Divulgação/Divulgação do destino turístico
- ✓ 0,9% Aumento da concorrência

32,6% Irrelevante (não variou)

- ✓ 12,0% Crise econômica financeira
- ✓ 8,6% Clima
- ✓ 4,3% Poucos turistas
- ✓ 1,4% Pouca infraestrutura para atender o turismo
- ✓ 1,0% Pouca divulgação
- ✓ 1,0% Desemprego

18,3% Ruim

- ✓ 8,2% Crise econômica financeira
- ✓ 3,6% Clima
- ✓ 2,9% Poucos turistas
- ✓ 2,0% Pouca divulgação

2,7% Muito ruim

- ✓ 1,7% Crise econômica financeira

O Ticket Médio² de vendas - o valor médio gasto pelos clientes de um estabelecimento comercial- é um importante indicador de desempenho porque ajuda a mensurar o faturamento da empresa. Na percepção dos entrevistados, o ticket médio dispendido pelos clientes durante o período da temporada foi de R\$ 134,15, valor médio dos setores de comércio e serviços. Os valores médios gastos nos setores foram: R\$ 332,84 em vestuário e calçados; R\$ 226,29 em mercados, supermercados e mercearias; R\$ 259,31 em hotéis e pousadas; e R\$ 145,00 no comércio de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos. No caso das farmácias, bares e restaurantes e padarias e confeitarias e

² O ticket médio é o valor médio que cada cliente compra em um estabelecimento, e o gasto médio é a média de todos os gastos dos visitantes na temporada.

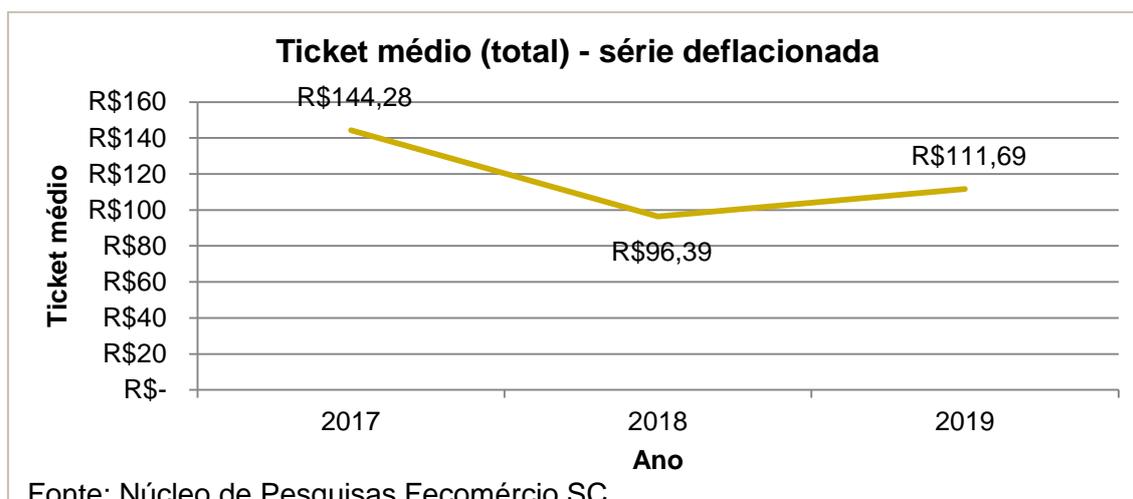
postos de combustíveis registraram ticket médio inferior à média, mas em acordo com o tipo de negócio.

Ticket Médio por setor na temporada de inverno 2019

Setor	Ticket médio
Hotéis e pousadas	R\$ 216,47
Vestuário e calçados	R\$ 214,57
Mercados, supermercados e mercearias.	R\$ 132,03
Postos de combustíveis	R\$ 106,46
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	R\$ 93,24
Farmácias	R\$ 50,19
Bares e restaurantes	R\$ 43,96
Padarias e confeitarias	R\$ 24,70
Total	R\$ 111,69

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 recuperação de 16% em relação ao ano anterior.



A experiência do consumidor não termina com a escolha do produto e decisão de comprá-lo. Para garantir uma boa experiência de compra para o consumidor o processo de pagamento deve ser o mais simplificado possível. Principalmente quando se trata de turistas é fundamental proporcionar diversos formatos de pagamento, ágeis e seguros. Percebe-se que os empresários entrevistados estão alinhados com estes conceitos e oferecem múltiplas oportunidades aos clientes. O tipo de pagamento mais utilizado pelos clientes nesses estabelecimentos entrevistados foi o pagamento à vista em suas diversas formas. Segundo a percepção dos empresários entrevistados, durante o período que se estendeu a temporada de inverno na Serra Catarinense, 87,7% dos clientes utilizaram prioritariamente o pagamento à vista, distribuídos entre cartões de crédito, débito e o pagamento em dinheiro. Uma parcela

menor de clientes, 11,6%, utilizou o pagamento parcelado pelos cartões de crédito e crediários.

Evolução da principal forma de pagamento na temporada de inverno

Principal forma de pagamento	Ano		
	2017	2018	2019
À vista, dinheiro.	32,1%	30,0%	27,2%
À vista, cartão de débito.	17,7%	16,0%	20,6%
À vista, cartão de crédito.	36,7%	40,0%	39,9%
Parcelamento, cartão de crédito.	8,4%	9,0%	7,3%
Parcelamento, crediário	5,1%	1,0%	4,3%
Outro	0,0%	4,0%	0,7%
Total	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre a principal forma de pagamento e o setor de atuação da empresa mostrou algumas características significativas: nas padarias e confeitarias a forma de pagamento à vista em dinheiro foi mais expressiva, com 59,3% das respostas, nos bares e restaurantes 32,1% dos estabelecimentos tiveram os pagamentos à vista, com cartões de débito, e no setor de vestuário e calçados 76,2% com pagamentos parcelados nos cartões de crédito e crediário.

Principal forma de pagamento por setor (2019)

Setor	Principal forma de pagamento						
	À vista, dinheiro.	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento, crediário	Outro	Total
Hotéis e pousadas	35,3%	14,7%	42,6%	5,9%	0,0%	1,5%	100%
Vestuário e calçados	9,5%	14,3%	0,0%	47,6%	28,6%	0,0%	100%
Mercados, supermercados e mercearias.	19,4%	19,4%	45,2%	6,5%	6,5%	3,2%	100%
Postos de combustíveis	16,7%	16,7%	58,3%	8,3%	0,0%	0,0%	100%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	24,0%	8,0%	56,0%	4,0%	8,0%	0,0%	100%
Farmácias	38,1%	14,3%	19,0%	14,3%	14,3%	0,0%	100%
Bares e restaurantes	19,0%	32,1%	48,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Padarias e confeitarias	59,3%	25,9%	14,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Total	27,2%	20,6%	39,9%	7,3%	4,3%	0,7%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os dados apurados também mostram uma relação significativa entre a forma de pagamento e o ticket médio: nos pagamentos à vista em dinheiro e com o uso de cartões de débito o valor do ticket médio é mais baixo.

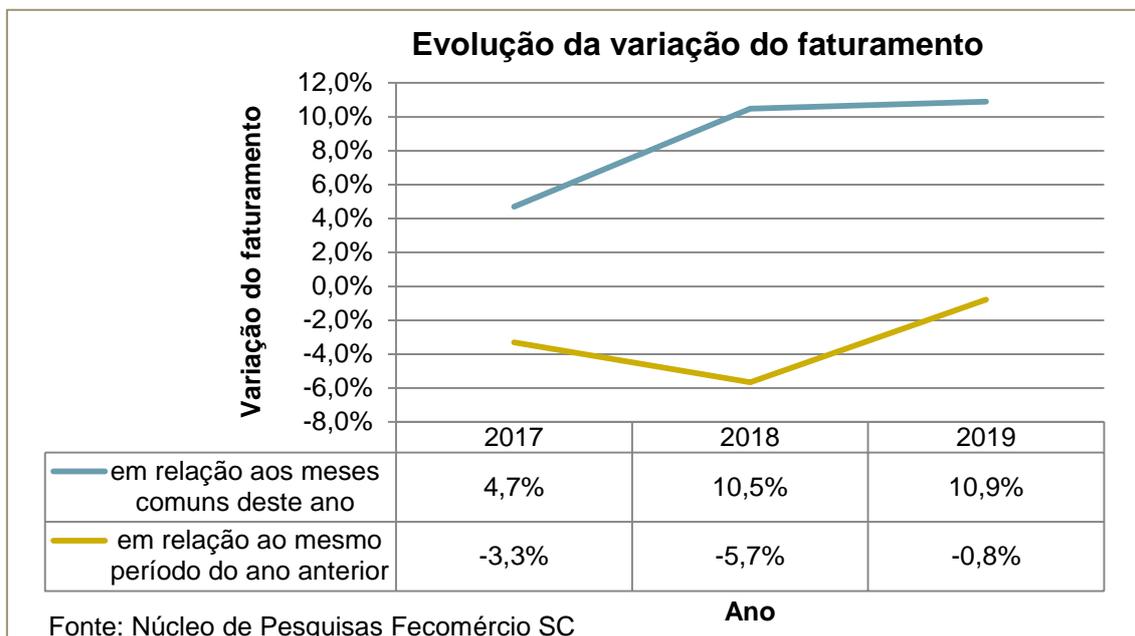
Ticket médio por principal forma de pagamento (2019)

Principal forma de pagamento	Ticket médio	
À vista, dinheiro.	R\$	92,77
À vista, cartão de débito.	R\$	75,35
À vista, cartão de crédito.	R\$	115,67
Parcelamento, cartão de crédito.	R\$	225,68
Parcelamento, crediário.	R\$	141,15
Outro.		*
Total	R\$	111,69

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Segundo a avaliação dos empresários, a variação de faturamento das empresas foi de -0,8% em relação à temporada de inverno do ano anterior. Apesar do valor negativo, a série histórica indica uma recuperação. Por outro lado, a percepção de crescimento no faturamento das empresas (10,9%) em relação aos meses comuns do mesmo ano foi muito semelhante ao valor apurado em 2018, mas também com indícios de recuperação do mercado.



A percepção positiva em relação à variação do faturamento entre a temporada de inverno e os meses comuns do mesmo ano foi impulsionada principalmente pelo setor de hotéis e pousadas. Na visão destes empresários, o faturamento foi 30,2% maior. Já para os empresários dos setores de vestuário e calçados representou alta de 10,9%. Vale destacar que a menor taxa foi relatada pelos empresários de lojas de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos (-0,1%).

Varição do faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano por setor (2019)

Setor	Varição do faturamento em relação aos meses comuns deste ano
Hotéis e pousadas	30,2%
Vestuário e calçados	10,9%
Mercados, supermercados e mercearias.	3,3%
Postos de combustíveis	0,3%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	-0,1%
Farmácias	2,9%
Bares e restaurantes	8,2%
Padarias e confeitarias	5,9%
Total	10,9%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O percentual de ocupação dos leitos foi de 67,5%. Isso quer dizer que, em média, para cada 100 leitos, 67 estiveram ocupados durante a temporada deste ano. Concomitantemente, o tempo de permanência dos hóspedes nesta temporada também aumentou, sendo que cada hóspede permaneceu, em média, 2,1 dias.

Indicadores do setor hoteleiro durante a temporada de inverno

Indicadores	2017	2018	2019
Ocupação dos leitos	62,6%	72,8%	67,5%
Média de dias de permanência	2,0	2,4	2,1

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Considerações finais

A Fecomércio SC realiza desde 2011 a Pesquisa Turismo de Inverno na Serra Catarinense fornecendo informações sobre o perfil do turista, a avaliação do destino e o impacto da temporada para os setores de comércio de bens e serviços e turismo, diretamente afetados.

Na primeira etapa da análise foi identificado o perfil dos visitantes que frequentaram a temporada 2019 de inverno na Serra Catarinense.

- ✓ A maior parte, formado por grupos familiares (45,5%) com 4,5 pessoas em média. As faixas de renda média mensal familiar mais expressiva foram entre R\$ 2.022 a R\$ 5.053, com 31,5% de participação, seguida pela faixa de R\$ 5.054 a R\$ 8.083, com 25,2% de participação dos visitantes, além disso, foram estas as faixas que mais aumentaram a participação.
- ✓ A pesquisa mostrou que 68,3% dos visitantes foram do próprio estado de Santa Catarina, principalmente de Florianópolis (13,1%). Nesta temporada, o principal meio de transporte utilizado foi o veículo próprio (79,5%), que está relacionado à origem dos turistas, destes, 58,1% foram turistas do próprio Estado. Em relação ao tipo de hospedagem, a maior porcentagem de turistas utilizou a hotelaria (46,3%).
- ✓ O tempo médio de permanência dos turistas na Serra Catarinense nesta temporada de inverno foi de 2,6 dias, mais de um dia inferior à permanência dos anos anteriores. Essa redução foi influenciada em parte pela redução no tempo de permanência dos turistas que vieram sozinhos, neste ano ficaram em média apenas 3,1 dias e aumentaram sua participação para 11,2%. Nos anos anteriores a média de permanência deste grupo superou os 10 dias e sua participação girou em torno dos 7,5%. Conclusão: aumentou a participação de turistas que viajaram sozinhos e permaneceram por menos tempo.
- ✓ A parcela de viajantes desacompanhados superior aos 10% também foi registrada na pesquisa de turismo de Verão no Litoral Catarinense. Esta questão será acompanhada atentamente nas próximas edições das Pesquisas de Turismo da Fecomércio SC.
- ✓ Os gastos médios dos visitantes que frequentaram a Serra de Santa Catarina na temporada de inverno 2019 foram investigados por tipo de uso. No geral, cada grupo de turistas desembolsou em média, R\$ 1.151,48 sendo que os gastos com hospedagem e transporte foram os mais expressivos. Na comparação com os anos anteriores, o gasto médio dos turistas apresentou redução em valores nominais, no entanto, depois de aplicada a deflação da série histórica observa-se que, na verdade, houve uma recuperação de 21% em relação ao ano anterior.
- ✓ Buscando traduzir a medida de quão marcante os atrativos se classificam nas mentes dos visitantes, de forma espontânea, foram solicitados a indicar quais os pontos turísticos que já havia visitado e quais os que pretendia visitar. Individualmente o Mirante da Serra do Rio do Rastro em Bom Jardim da Serra foi o ponto turístico mais lembrado e no geral, o município de Urubici, alcançou o maior somatório de citações.

Num outro momento da pesquisa foi estudada a percepção dos empresários de diversos setores de comércio e serviços impactados diretamente pela movimentação de turistas na temporada de inverno na Serra catarinense.

- ✓ Como efeito da temporada de inverno no mercado de trabalho, a média de contratação de novos colaboradores para o período nos setores de comércio e serviços foi de dois trabalhadores. No geral, o percentual de empresas que realizaram novas contratações em 2019 foi de 15,3%.
- ✓ A pesquisa também analisou a percepção dos empresários e gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento durante a temporada. A percepção geral foi positiva, uma fatia de 10,6% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, outra fatia de 35,9% de avaliações “boas”, as principais justificativas para o bom desempenho foram atribuídas ao Clima, ao Turismo e ao bom atendimento. Outros 32,6% consideraram que o movimento foi “irrelevante”, uma parcela de 18,3% rotulou o movimento como “ruim” e 2,7% como “muito ruim”, para estes, o principal motivo foi a crise econômica.
- ✓ Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento da temporada de inverno 2019 em comparação a 2018 foi de -0,8%. Esta percepção demonstra que ainda persiste uma noção pessimista dos empresários com a situação econômica vigente, pois ainda observa um valor negativo, porém a série histórica indica uma recuperação desta ótica.
- ✓ Por outra perspectiva, a noção de variação positiva do faturamento em relação aos meses comuns do ano (10,9%) mostra a importância do turismo e dos efeitos favoráveis na economia causados pela sazonalidade da temporada de inverno.
- ✓ Nesta edição da pesquisa da Fecomércio SC fica visível a importância do turismo interno, visto que é significativa a parcela de visitantes do Estado circulando na Serra. Além disso, a percepção dos empresários quanto ao aumento do faturamento na temporada em relação aos demais meses do ano mostra a força do turismo na economia dos municípios da Serra Catarinense.

Anexo

No corpo do relatório a evolução das motivações da viagem foi apresentada sobre o total de entrevistados e por se tratar de uma questão de respostas múltiplas o somatório ultrapassa o 100%. Abaixo apresentamos outra visão da mesma questão, a quantidade de citações de cada motivo relativa a quantidade total de citações.

Evolução das motivações da viagem

Motivo da viagem	Ano		
	2017	2018	2019
Turismo de Inverno	60,8%	52,1%	64,6%
Visita a Parentes e Amigos	15,8%	12,6%	14,6%
Turismo de Negócios e Eventos	8,6%	3,7%	5,8%
Turismo Cultural	6,8%	4,4%	5,6%
Turismo de Aventura	2,9%	8,2%	3,7%
Ecoturismo	3,4%	10,8%	2,7%
Turismo Gastronômico	1,3%	5,3%	2,5%
Turismo de Esportes	0,5%	2,9%	0,5%
Total	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.