



Pesquisa Fecomércio SC de Turismo  
**VERÃO NO LITORAL CATARINENSE 2020**

 **Fecomércio**  
Sesc | Senac

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

# **Pesquisa Fecomércio SC**

## **Turismo de Verão no Litoral**

### **Catarinense 2020**

Pesquisa de Turismo Verão 2020

## **Sumário**

Introdução .....	4
1. Perfil do Turista .....	6
1.1. Perfil socioeconômico do turista.....	6
1.2. Origem do turista.....	9
1.3. Características e organização da viagem.....	10
1.4. Avaliação do destino turístico.....	18
2. Percepção do resultado da temporada.....	20
2.1. Resultado da temporada para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria)	
21	
2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria.....	24
2.3. Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2020 .....	28
2.4. Percepção do impacto da temporada de Verão 2020 na economia dos municípios	29
Conclusão .....	30

## 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 2020, resgatando a série histórica que teve início em 2013. O Estado está dividido em treze 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, Caminhos do Contestado, Costa Verde & Mar, Encantos do Sul, Grande Florianópolis, Grande Oeste, Serra Catarinense, Vale das Águas, Vale dos Imigrantes 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 **1.010 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 3,1% 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 **556 entrevistas**, garantindo uma **margem de erro de 3,9% 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.

### **Fenômeno da segunda residência**

As segundas residências são alojamentos turísticos particulares, utilizados temporariamente nos momentos de lazer por pessoas que têm domicílio permanente em outra localidade (TULIK, p. 21). Essa modalidade de turismo é conhecida também como veranismo, um movimento de visitantes em busca de aproveitar praias, mar e rios. Caracteriza-se pela procura dos turistas (veranistas) em se hospedarem em residências particulares (próprias, de amigos, de parentes ou alugadas por temporadas) ao invés da estrutura hoteleira. Além disso, é um fenômeno periódico, isto é, as pessoas procuram geralmente os mesmos lugares durante as férias ou feriados prolongados.

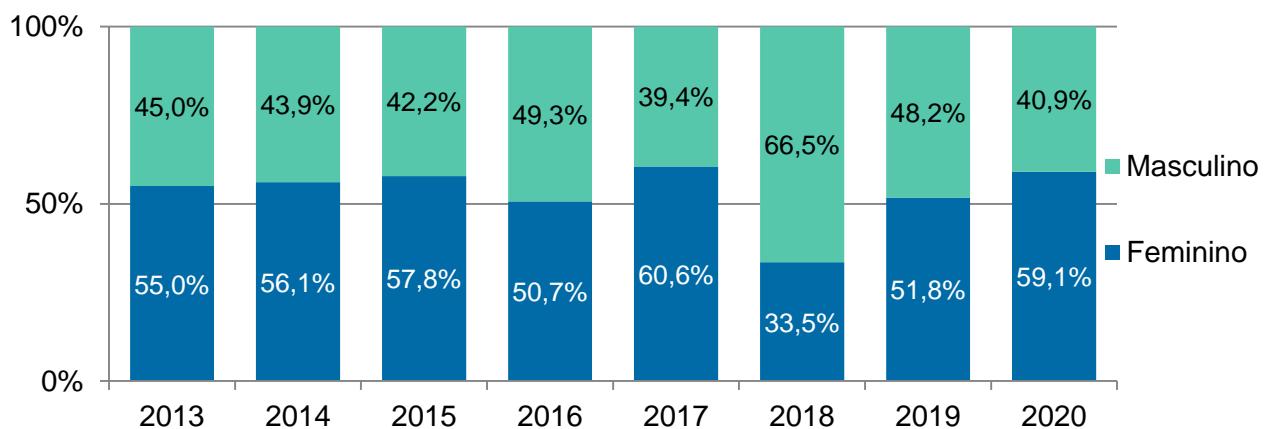
## 1. Perfil do Turista

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 no litoral de Santa Catarina por sexo mostrou uma divisão equilibrada entre ambos até 2016 a partir daí algumas oscilações e, em 2020, a distribuição contou com 59,1% de turistas do sexo feminino e 40,9% masculino.

**Evolução da distribuição de turistas por sexo**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Neste último ano, observou-se um aumento de 4,3 pontos percentuais (p.p.) na participação de turistas da faixa etária de 41 a 50 anos (22,3%). Outra faixa que aumentou a participação foram as pessoas acima dos 60 anos (8,2%), com variação de quase 2 p.p. e superior a média histórica. Mesmo com o aumento na participação destas duas faixas, mais de 1/4 dos turistas estão enquadrados entre 31 e 40 anos. Além disso, nesta temporada, a composição das faixas etárias por destino turístico mostrou diferença significativa: Florianópolis com 20,2% de participação na faixa de 18 a 25 anos e 25,2% na faixa de 26 a 30 anos; Laguna onde a participação da faixa de 51 a 60 anos e acima de 60 anos, 35,9% e 26,6% respectivamente. Além disso, Balneário Camboriú a presença de turistas acima dos 60 anos também chamou a atenção com 12,3% de participação.

## Evolução da distribuição de turistas por faixa etária

Faixa etária	Temporada							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
De 18 a 25 anos	19,0%	15,6%	16,8%	13,4%	13,9%	15,5%	17,3%	14,0%
De 26 a 30 anos	16,0%	14,2%	13,0%	14,6%	12,3%	16,9%	13,9%	14,4%
De 31 a 40 anos	27,0%	25,3%	27,8%	27,4%	26,2%	28,8%	25,8%	26,7%
De 41 a 50 anos	21,0%	22,2%	25,0%	23,2%	21,6%	21,3%	17,9%	22,3%
De 51 a 60 anos	11,0%	14,4%	12,0%	15,2%	16,2%	11,7%	18,5%	14,5%
Acima de 60 anos	6,0%	8,4%	5,4%	6,2%	9,7%	5,5%	6,5%	8,2%
NS/NR			0,1%	0,1%	0,1%	0,2%		
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O estado civil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense na temporada de verão 2020 foi predominantemente formado por dois grupos: os casados ou em união estável (57,8%) e os solteiros (34,5%). Esta distribuição apresentou mudanças em relação à temporada do ano anterior, sendo que a mais significativa foi o aumento de 7,3 p.p. na participação de turistas casados ou em união estável. Esta alteração retornou a participação de turistas casados à média histórica da série.

Identificou-se uma relação muito significativa entre as categorias de estado civil e as faixas etárias apuradas em 2020: o grupo dos casados ou em união estável concentrou a maior parcela de turistas acima do 41 anos (59,5%) e os solteiros somaram 64,3% entre os mais jovens, que vai de 18 a 30 anos.

## Evolução da distribuição de turistas por estado civil

Estado Civil	Temporada					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Casado/ União estável	56,6%	60,3%	59,8%	55,4%	50,5%	57,8%
Solteiro	34,8%	31,0%	30,8%	37,9%	40,0%	34,5%
Separado ou divorciado	5,9%	5,5%	6,8%	4,4%	6,9%	4,6%
Viúvo	2,5%	3,0%	2,4%	1,3%	2,5%	2,8%
Outro	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,1%	0,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A distribuição dos turistas por faixas de renda média mensal indicou predomínio das Faixas 3 e 4, cujos valores de referência e participação em 2020 foram de R\$ 2.022 a R\$ 5.053 e de R\$ 5.054 a R\$ 8.083, respectivamente. A Faixa 3 somou, nesta última temporada de verão, uma fatia de 31,9% e a Faixa 4 somou 18,3%. Apesar disso, estas faixas perderam participação para as Faixas 1 e 2, que juntas cresceram 6,1 p.p. na participação.

A avaliação por destino nesta temporada apresentou diferenças significativas da média geral. Na distribuição de São Francisco do Sul a Faixa 3 representou 53,4% de participação, em Balneário Camboriú a Faixa 4 com 23,4%, Faixa 5 (14,0%) e Faixa 7 (8,6%), em Laguna a Faixa 1 com 14,1% e Faixa 6 com 12,5% e em Imbituba a Faixa com 22,9%. Afora estes destaques, a média geral pode ser considerada para as demais faixas e destinos.

**Evolução da distribuição de turistas por renda média mensal familiar**

Faixas Renda	Valores de referência em 2020	Temporada							
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Faixa 1	De 0 a R\$ 1.011	2,0%	0,8%	1,3%	1,4%	2,7%	2,1%	2,9%	6,3%
Faixa 2	De R\$ 1.012 a R\$ 2.021	8,0%	4,4%	8,1%	5,9%	13,2%	8,1%	9,4%	12,1%
Faixa 3	De R\$ 2.022 a R\$ 5.053	32,0%	24,4%	29,2%	28,0%	34,0%	29,5%	35,9%	31,9%
Faixa 4	De R\$ 5.054 a R\$ 8.083	25,0%	32,6%	29,5%	24,8%	21,4%	25,2%	20,9%	18,3%
Faixa 5	De R\$ 8.084 a R\$ 10.104	7,0%	9,2%	10,2%	13,2%	10,8%	12,2%	10,4%	9,3%
Faixa 6	De R\$ 10.105 a R\$ 15.157	18,0%	18,5%	9,1%	12,2%	7,0%	9,1%	9,1%	6,0%
Faixa 7	R\$ 15.158 ou mais			2,8%	7,3%	6,1%	8,5%	8,3%	5,4%
Recusa		8,0%	10,1%	9,8%	7,1%	4,7%	5,2%	3,1%	10,6%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## 1.2. Origem do turista

Examinando a origem dos turistas foi possível constatar uma ruptura na tendência de aumento na participação de turistas estrangeiros, que nesta temporada representaram uma fatia de 17,8%, parcela menor que os 28,4% no ano passado, e menor que a média da série histórica (18,3%). Observou-se que a parcela de turistas estrangeiros recuou mais de 10 p.p., diferença motivada principalmente pela redução dos turistas argentinos, parcela de 14,8%. Dos turistas brasileiros, a maior participação foi dos estados do Sul, que juntos somaram 60% dos turistas frequentadores do litoral catarinense nesta temporada.

### Evolução da distribuição de turistas por país e estado de origem

Origem	Temporada							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Brasileiros	86,0%	89,7%	89,5%	76,6%	87,6%	71,0%	71,6%	82,2%
RS	21,0%	22,2%	29,1%	22,1%	27,9%	29,3%	28,2%	24,6%
SC	28,0%	30,7%	21,0%	18,6%	28,6%	16,1%	14,4%	18,4%
PR	16,0%	22,0%	23,6%	21,6%	18,9%	12,9%	12,5%	17,0%
SP	12,0%	8,7%	7,9%	7,6%	6,9%	7,3%	7,6%	13,7%
Outros estados	9,0%	6,2%	7,8%	6,7%	5,3%	5,4%	9,0%	8,5%
Estrangeiros	14,0%	10,3%	10,5%	23,4%	12,4%	29,0%	28,4%	17,8%
Argentina	11,0%	7,4%	7,6%	18,1%	10,7%	23,5%	20,6%	14,8%
Uruguai	1,0%	0,6%	1,3%	2,8%	0,6%	2,4%	1,8%	1,6%
Paraguai	1,0%	1,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,3%	2,9%	0,8%
Chile	1,0%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%	1,4%	0,4%
Outros países		0,3%	0,6%	1,4%	0,6%	1,1%	1,7%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os destaques na presença de turistas por destino turístico em 2020 foram:

- ✓ São Francisco do Sul teve participação de 35,2% de turistas de Santa Catarina, principalmente do município de Joinville (22,6%);
- ✓ Balneário Camboriú teve 29,5% de turistas do Paraná (7,6% de Curitiba e 2,7% de Maringá);
- ✓ Em Balneário Camboriú também teve destaque a participação de turistas de Blumenau (2,9%);
- ✓ Florianópolis com 30,4% do Rio Grande do Sul, sendo 15,2% de Porto Alegre, além da parcela de 7,6% da capital São Paulo;
- ✓ Laguna concentrou a maior participação de turistas do próprio estado (71,9%) principalmente de Tubarão (28,1%) e Criciúma (14,1%);
- ✓ São Francisco do Sul e Florianópolis concentraram as maiores parcelas de turistas estrangeiros, 33,0% e 29,9%. Nos demais destinos, mais de 90% da frequência foram brasileiros.

**Distribuição de turistas por país e estado de origem na temporada de verão  
(2019 x 2020)**

Origem	Destino turístico									
	São Francisco do Sul		Balneário Camboriú		Florianópolis		Imbituba		Laguna	
	Temporada									
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Brasil	72,7%	67,0%	66,7%	91,9%	67,5%	70,1%	91,4%	95,7%	93,8%	98,4%
RS	3,6%	4,5%	14,2%	18,7%	31,7%	30,4%	58,6%	54,3%	23,1%	21,9%
SC	32,7%	35,2%	13,5%	16,0%	5,4%	6,3%	25,9%	28,6%	61,5%	71,9%
PR	34,5%	21,6%	27,7%	29,5%	7,7%	7,1%	3,4%	5,7%	6,2%	3,1%
SP	1,8%	3,4%	2,8%	18,9%	11,2%	14,7%	0,0%	2,9%		
Outros estados		2,3%	8,5%	8,8%	11,4%	11,5%	3,4%	4,3%	3,1%	1,6%
Estrangeiros	27,3%	33,0%	33,3%	8,1%	32,5%	29,9%	8,6%	4,3%	6,2%	1,6%
Argentina	27,3%	33,0%	23,4%	6,4%	22,6%	23,9%	5,2%	4,3%	6,2%	
Uruguai					2,5%	3,9%	3,4%			1,6%
Paraguai			6,4%	1,2%	2,9%	0,8%				
Chile			2,8%	0,2%	1,5%	0,8%				
Outros países			0,7%	0,2%	2,9%	0,5%				

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 2020, mais de 60% deles fizeram uso deste transporte. No entanto, nestes últimos dois anos esta parcela caiu, ficando inclusive abaixo da média histórica, cerca de 70%. O transporte por ônibus, linhas regulares ou fretados também foram muito utilizados pelos turistas para chegar ao destino turístico nas temporadas de Verão e neste ano somaram 18,3% dos turistas. Desta parcela, chamou a atenção o uso das linhas regulares (13,5%). Nesta temporada também chamou a atenção o aumento de turistas que indicou “outros” meios de transporte, ao aprofundar a investigação encontrou-se algumas referências ao uso de aplicativos de compartilhamento de viagens.

#### Evolução da distribuição de turistas por meio de transporte

Meio de transporte	Temporada							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Veículo próprio	66,9%	68,5%	73,4%	74,0%	73,8%	70,8%	60,2%	63,9%
Veículo alugado	0,8%	1,4%	0,2%	0,7%	0,4%	0,5%		2,1%
Avião	15,0%	8,0%	8,9%	12,4%	9,5%	13,2%	18,3%	11,5%
Avião (regular)					0,1%	13,2%	18,3%	11,1%
Avião (fretado/charter)					9,5%			0,5%
Ônibus ou similar	14,4%	20,7%	17,1%	12,3%	14,7%	13,5%	19,9%	18,3%
Ônibus/similar regular	11,4%	19,3%	14,9%	9,6%	12,6%	11,9%	15,8%	13,5%
Ônibus/similar fretado	2,9%	1,5%	2,1%	2,7%	2,1%	1,6%	4,1%	4,8%
Outro	2,9%	2,7%	0,5%	0,5%	1,6%	2,0%	1,7%	4,2%
Total	100%	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 2020 representou mais 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, Foz do Iguaçu/PR e Dionísio Cerqueira/SC.

**Principais cidades de entrada dos turistas estrangeiros por transporte terrestre (2019 x 2020)**

Fronteira	Destino turístico										Total			
	São Francisco do Sul		Balneário Camboriú		Florianópolis		Imbituba		Laguna					
	Temporada													
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020		
Uruguaiana/RS		7,1%	26,2%	15,4%	35,7%	42,3%	20,0%		66,7%		30,5%	31,7%		
Foz do Iguaçu/PR		10,7%	33,3%	15,4%	13,4%	30,8%	20,0%				16,9%	24,2%		
Dionísio Cerqueira/SC	73,3%	82,1%	9,5%	30,8%	3,6%						10,7%	22,5%		
Chuí/RS					3,6%	14,1%					2,3%	9,2%		
São Borja/RS	6,7%		31,0%	30,8%	17,9%	3,8%	20,0%				19,8%	5,8%		
Santana do Livramento/RS					9,8%	7,7%	20,0%				6,8%	5,0%		
Jaguarão/RS					3,6%	1,3%	20,0%				2,8%	0,8%		
Paraíso/SC				7,7%	5,4%				33,3%		4,0%	0,8%		
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%	100%		100%		100%	100%		

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na temporada de 2020 também foi significativo o número de turistas que chegam ao Estado por meio aéreo (11,5%), distribuídos em 8,1% brasileiros e 3,4% estrangeiros. Esta parcela reduziu 6,8 p.p. desde a última temporada, era 18,3%, sendo 11,4% brasileiros e 6,9% estrangeiros.

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 maior parte (43,0%) dos visitantes utilizou veículos próprios para o deslocamento interno, esta parcela, porém, foi inferior ao número apurado na temporada de 2019, 54,2%. Aprofundando a investigação desta aparente mudança no comportamento do turista, contatou-se que 24,4% dos entrevistados desta temporada não fizeram uso de transportes internos, ou seja, andaram a pé ou não se deslocaram por grandes distâncias. Esta parcela foi muito superior aos 5,5% identificados no ano anterior. Além disso, em Florianópolis destacou-se também o uso de transporte público (25,4%) e aluguel de veículos (6,7%); e em Balneário Camboriú transporte por aplicativos (24,4%) e à pé 46,1%. Em Laguna e Imbituba o deslocamento

com veículos próprios foi a opção de 90,6% e 78,6% dos turistas. Em São Francisco do Sul os principais números foram: 55,9% com veículos próprios e 35,5% à pé.

Neste ponto verificou-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.

Outra parte importante do perfil do turista refere-se aos grupos de viagem. Em 2020, a maioria dos turistas viajou em grupos familiares (59,9%) e outros 17,8% viajaram em casais (sem filhos). A configuração dos grupos de viagem demonstrada na série histórica mostra o predomínio dos grupos de parentesco (famílias e casais sem filhos), com cerca de 80% de participação. No entanto, na última temporada, a parcela de casais (sem filhos) apresentou queda de 5,6 p.p. em contraponto ao aumento na fatia de grupos de amigos e excursões.

#### **Evolução da distribuição de turistas por grupo de viagem**

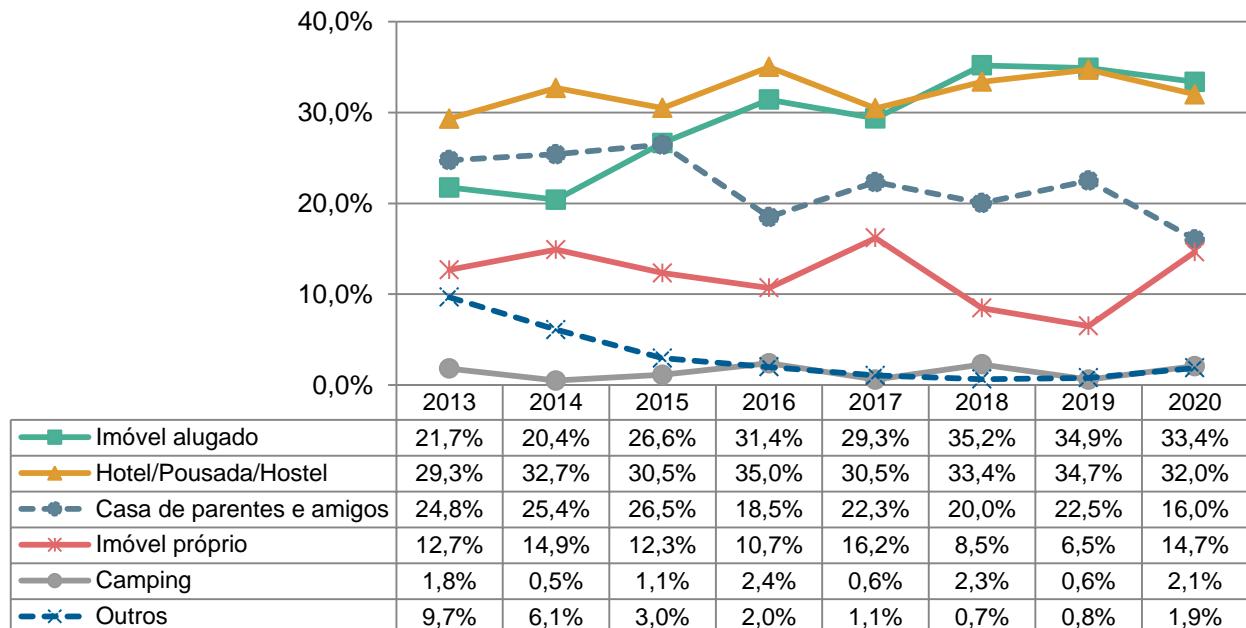
<b>Grupo de viagem</b>	<b>Temporada</b>							
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Família	72,0%	80,9%	63,3%	61,6%	60,7%	57,2%	54,7%	59,9%
Casal			15,5%	20,2%	21,8%	22,5%	23,4%	17,8%
Sozinho	7,4%	7,7%	6,7%	8,1%	8,3%	6,5%	10,0%	7,1%
Grupo de amigos	18,4%	10,1%	14,2%	9,1%	8,7%	12,4%	10,6%	12,9%
Colegas de trabalho	0,5%	0,4%	0,2%					
Excursão				0,7%	0,3%	0,5%	0,7%	1,9%
Outros	1,7%	0,8%	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,5%	0,4%
<b>Total Geral</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre o tipo e o tamanho dos grupos de viagem também se mostrou significativa. O tamanho médio dos grupos formados por amigos foi de 4,5 pessoas e famílias de 4,7 pessoas. Noutra associação, entre o tamanho dos grupos e as cidades de veraneio, foi possível apurar que São Francisco do Sul teve a frequência de grupos maiores, de 5,2 pessoas, sendo os grupos de famílias o maior responsável por esse número.

Nesta temporada os turistas ficaram bem distribuídos entre dois principais tipos de hospedagem: 33,4% em imóveis alugados, 32,0% em hotéis ou similares. Em cada destino turístico, no entanto, observaram-se características próprias: em São Francisco do Sul 73,9% das hospedagens foram imóveis alugados, em Balneário Camboriú 38,6% hotéis ou similares e 18,7% imóveis próprios, em Florianópolis 27,6% em imóveis de parentes ou amigos e 5,2% em camping, e em Laguna 56,3% em imóveis próprios.

### Evolução da distribuição de turistas por tipo de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na análise da série histórica foi 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 foram realizadas diretamente com os proprietários, ou pessoas por eles encarregadas, representaram 44,9% das locações em 2020, aumento de 12,4 p.p. em relação ao ano anterior, e também uma fatia muito elevada desse mercado. Em contraponto, o percentual de locações por plataformas de compartilhamento de imóveis reduziu 8,8 p.p. nesta última temporada, uma oscilação que pode representar um ajuste de mercado, pois aumentou de 2017 até 2019, e diminuiu em 2020 chegando a 19,3%.

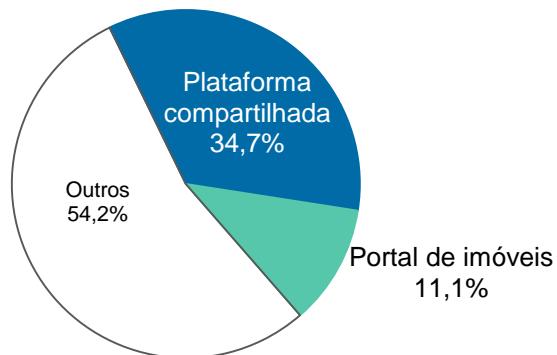
### Evolução da distribuição de turistas por forma de locação de imóveis

Forma de locação	Temporada			
	2017	2018	2019	2020
Proprietário ou intermediário	69,9%	65,1%	44,9%	57,3%
Plataforma compartilhada	2,3%	9,9%	28,1%	19,3%
Imobiliária	22,0%	10,3%	14,0%	16,9%
Corretor de imóveis	1,9%	5,6%	4,8%	1,8%
Portal de imóveis	2,8%	5,6%	4,5%	1,5%
Outros	1,1%	3,4%	3,8%	3,3%
Total Geral	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra relação que se mostrou significativa foi o percentual de turistas que realizaram transação de reserva e locação em hotéis e similares, por plataformas compartilhadas (34,7%) e por portais de imóveis (11,1%). Esta relação confirma uma prática que vem sendo utilizada pelo setor hoteleiro, do uso de diversos canais de vendas, extrapolando as negociações tradicionais diretamente com o estabelecimento.

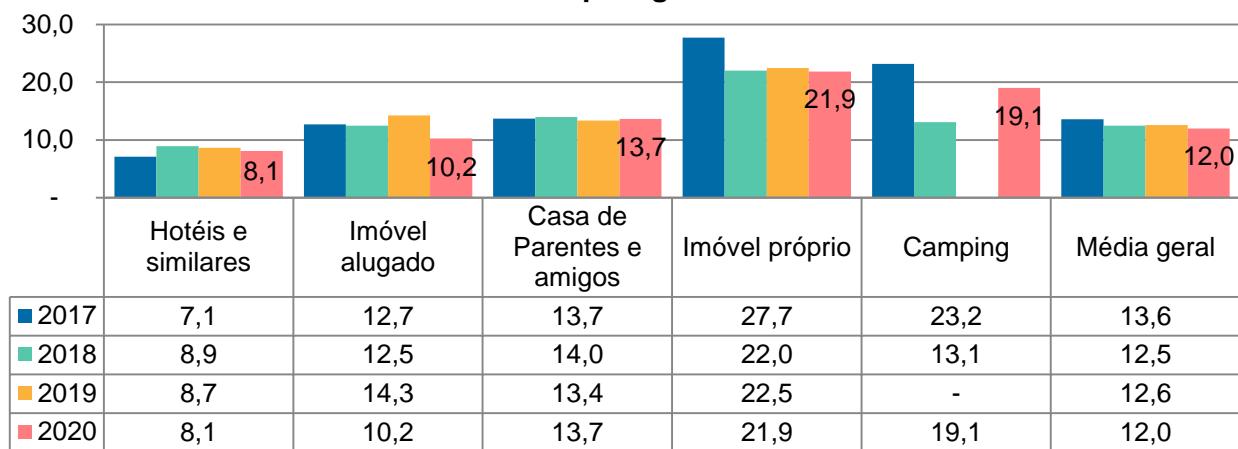
### **Reservas e locações em hotéis e similares**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de duração da estada dos turistas foi de 12 dias na temporada de verão 2020, período semelhante aos anos anteriores. Na visão por destino turístico, observou-se que Laguna afastou-se do número geral, a média de permanência dos turistas foi de 29,5 dias, número justificado pelo percentual de veranistas que se hospedaram em imóveis próprios (56,3%). O fato também pode estar relacionado à origem dos turistas, que em sua maioria vieram de municípios próximos.

### **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, para presentear amigos e familiares ou para suprir suas necessidades. Nesta temporada, 86,7% dos turistas manifestaram a intenção de realizar compras em diversos locais, nos estabelecimentos comerciais das praias, do centro das cidades e Shopping, e também ambulantes. Na visão por destino foi significativa: em Balneário Camboriú, a baixa parcela de turistas com indicação de compras no comércio de ambulantes (3,3) indicou a preferência pelas compras em estabelecimentos físicos. Já em Florianópolis o comércio de praia (em lojas) foi a citação de 90,3% dos turistas, bem acima dos demais locais de compras. Esta diversificação dos locais de compras e a grande parcela de turistas que manifestaram a intenção de realizar compras mostram a importância do turismo para o comércio e a economia dos municípios litorâneos do Estado.

#### **Distribuição da local de compras por destino turístico em 2020**

Local de compras	Destino turístico					
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Comércio das praias	56,8%	95,3%	90,3%	81,0%	92,1%	88,5%
Centro da cidade	45,5%	87,6%	37,5%	74,6%	82,5%	65,0%
Shopping	52,3%	70,2%	21,4%	12,7%	11,1%	43,4%
Ambulantes	71,6%	3,3%	33,4%	22,2%	17,5%	22,8%
Total	226%	256%	183%	190%	203%	220%

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os gastos médios dos turistas que frequentaram o litoral de Santa Catarina na temporada de verão foram investigados por tipo de uso, assim, os turistas que não tiveram dispêndios com hospedagem, por exemplo, não foram considerados no cálculo da média. Nesta temporada, cada grupo de turistas desembolsou em média, R\$ 3.579,81, sendo que os gastos com hospedagem (R\$ 2.065,58) e alimentação (R\$ 1.191,00) foram os mais expressivos.

Na avaliação da média de gastos por tipo e destino turístico, o destaque ficou por conta dos gastos em São Francisco do Sul (R\$ 5.992 por grupo) e Laguna (R\$ 2.185). Em São Francisco do Sul o valor foi puxado para cima pelos gastos com hospedagem (R\$ 3.607) e alimentação (R\$ 1.480), e principalmente pelos gastos no comércio local (R\$ 1.686). Em Laguna os gastos mais baixos foram relacionados à hospedagem. Neste destino, apesar de figurar o tempo de permanência mais elevado (29,5 dias) e acima da média geral de 12 dias, a parcela de turistas que ficaram em imóveis próprios, e, portanto, não tiveram gastos com hospedagem, foi elevada (56,3%). A figura a seguir mostra a distribuição da média de gastos por tipo e por destino turístico.

**Distribuição da média de gastos por tipo e por destino turístico em 2020**

Destino turístico	Tipo de gastos					
	Hospedagem	Transporte	Alimentação	Lazer	Comércio	Total gastos
São Francisco do Sul	R\$ 3.607	R\$ 93	R\$ 1.480	R\$ 175	R\$ 1.686	R\$ 5.992
Balneário Camboriú	R\$ 2.201	R\$ 204	R\$ 1.450	R\$ 375	R\$ 550	R\$ 3.798
Florianópolis	R\$ 1.772	R\$ 239	R\$ 1.194	R\$ 403	R\$ 307	R\$ 3.172
Imbituba	R\$ 1.216	R\$ 424	R\$ 1.080	R\$ 304	R\$ 406	R\$ 2.777
Laguna	R\$ 1.107	R\$ 312	R\$ 973	R\$ 331	R\$ 321	R\$ 2.185
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.066</b>	<b>R\$ 244</b>	<b>R\$ 1.300</b>	<b>R\$ 373</b>	<b>R\$ 555</b>	<b>R\$ 3.580</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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\$ 3.107) e estrangeiros (R\$ 5.761). O estrangeiro gastou, em média, 1,9 vezes mais do que um turista nacional. Esta diferença significativa entre os gastos dos brasileiros e estrangeiros se aplica também para os gastos com hospedagem, comércio e alimentação.

**Distribuição da média de gastos por tipo e origem do turista em 2020**

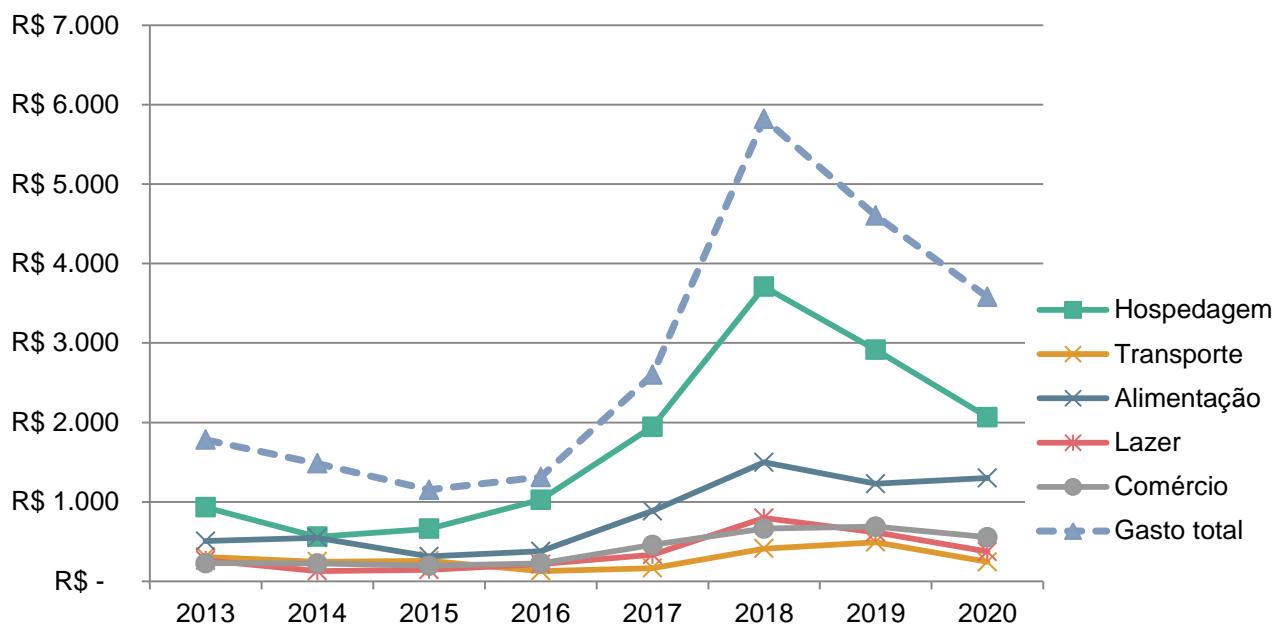
Origem	Tipo de gasto				Total gastos
	Hospedagem	Alimentação	Comércio		
Estrangeiro	R\$ 3.167	R\$ 1.827	R\$ 743		R\$ 5.761
Brasileiro	R\$ 1.734	R\$ 1.186	R\$ 517		R\$ 3.107
<b>Total</b>	<b>R\$ 2.066</b>	<b>R\$ 1.300</b>	<b>R\$ 555</b>		<b>R\$ 3.580</b>

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 deflação<sup>1</sup> 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 seguir, percebe-se queda de mais de R\$ 1.000 em valores efetivos em relação a 2019, repetindo o comportamento apurado desde 2018.

<sup>1</sup> Deflação pela geração de número-índice e mudança de base

### 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 2020 foram aplicados indicadores quantitativos e qualitativos. No primeiro, a quantidade de vezes que visitou o destino turístico descreve em parte a fidelização que o destino turístico foi capaz de gerar no visitante. Os resultados do indicador por destino mostraram um alto grau de fidelização, visto que cerca de 80% dos turistas visitou o destino por duas vezes ou mais, exceto por Florianópolis, onde o percentual ficou abaixo da média (63,2%).

### Distribuição de visitas por destino turístico em 2020

Quantidade de visitas	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
Primeira vez	13,6%	12,8%	36,7%	30,0%	7,8%	22,8%
2 vezes	18,2%	8,6%	17,6%	15,7%	0,0%	12,8%
3 vezes	5,7%	6,6%	12,6%	8,6%	6,3%	8,9%
4 vezes	6,8%	4,7%	8,1%	0,0%	0,0%	5,5%
5 vezes ou mais	55,7%	67,3%	24,9%	45,7%	85,9%	50,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 74% dos turistas foram classificados como Promotores, 23% Neutros e 3% 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 mereceu destaque o percentual significativo de detratores em Laguna (11%), levando a avaliação deste destino a uma zona de aperfeiçoamento (segundo os critérios do indicador).

## Percentual de turistas por destino turístico e classificação NPS

Destino Turístico	Promotores	Neutros	Detratores	NPS
São Francisco do Sul	67%	31%	2%	65%
Balneário Camboriú	77%	21%	2%	75%
Florianópolis	78%	19%	3%	75%
Imbituba	70%	27%	3%	67%
Laguna	41%	48%	11%	30%
<b>Total geral</b>	<b>74%</b>	<b>23%</b>	<b>3%</b>	<b>71%</b>

Fonte: Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os principais motivos que influenciaram as boas experiências e levaram os turistas à categoria de Promotores foram: 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 a lotação das praias, a falta de infraestrutura e questões relacionadas à sensação de segurança.

## 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. 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 2020 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 556 estabelecimentos comerciais, distribuídos em mais de onze setores de atuação.

### Distribuição setor de atuação das empresas por destino turístico

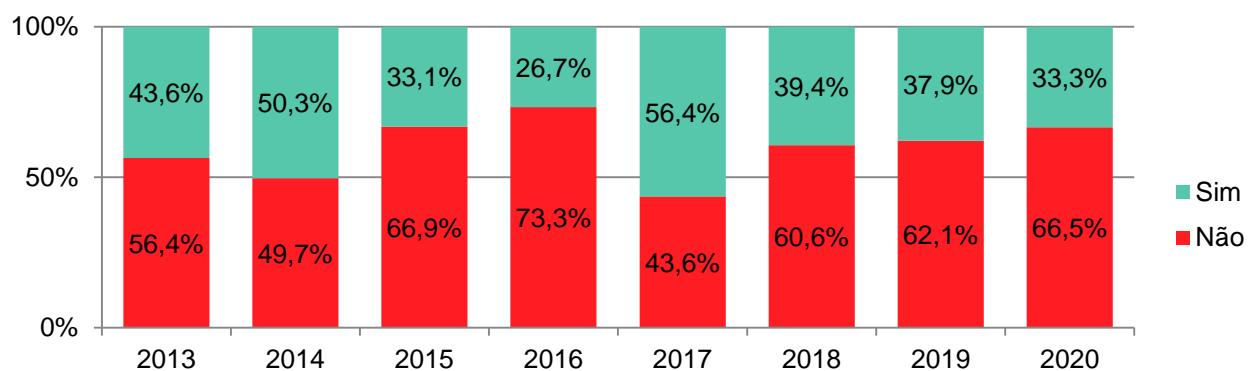
Setor	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
Vestuário, calçados e acessórios	17,6%	18,2%	16,4%	17,1%	17,5%	17,3%
Bares e restaurantes	17,6%	15,3%	16,4%	12,2%	15,0%	15,5%
Hotéis e pousadas	21,6%	11,7%	10,9%	17,1%	12,5%	13,7%
Mercados e supermercados	17,6%	10,2%	12,6%	14,6%	15,0%	13,3%
Padarias e confeitarias	10,8%	10,2%	8,7%	11,0%	11,3%	10,1%
Farmácias	6,8%	8,8%	9,8%	12,2%	12,5%	9,9%
Presentes e souvenir	4,1%	10,2%	8,7%	6,1%	5,0%	7,6%
Ag. viagens e op. turísticos	2,7%	8,0%	9,3%	2,4%	6,3%	6,7%
Livrarias e revistarias	1,4%	5,1%	4,4%	2,4%	2,5%	3,6%
Outros	0,0%	2,2%	2,7%	4,9%	2,5%	2,5%
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)

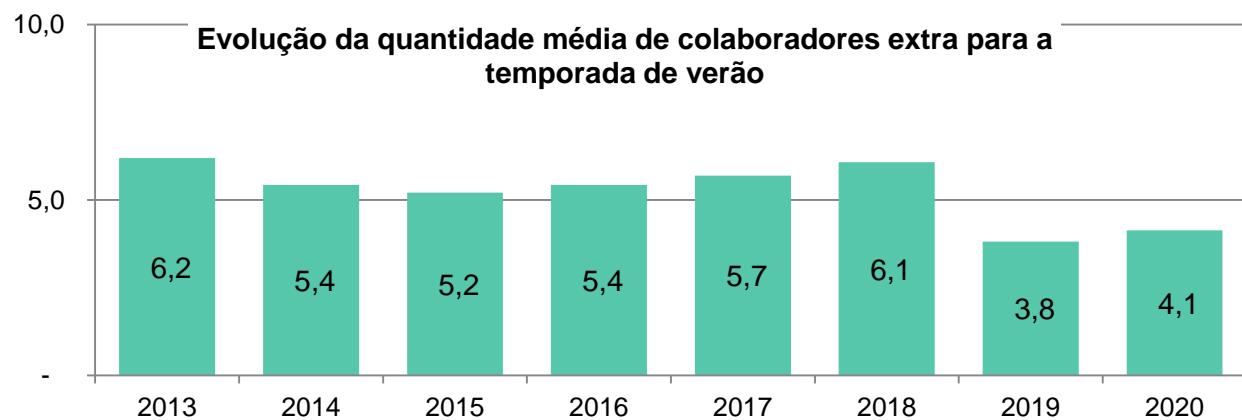
Buscando captar os efeitos da temporada de verão no mercado de trabalho, a pesquisa da Fecomércio SC foi encontrar junto às empresas do comércio e serviços a média de contratação de novos colaboradores para o período. O percentual geral foi de 33,3% dos estabelecimentos contratando colaboradores extras para o Verão 2020, sendo que os setores que mais influenciaram foram farmácias (89,1%) e bares e restaurantes (55,8%).

**Evolução da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Apesar da queda de 4,6 p.p. na fatia de empresas que realizaram contratações para atender a expectativa de aumento no movimento de turistas, a quantidade de colaboradores contratados aumentou: foram 4,1 colaboradores em média por estabelecimento, em 2019 foram 3,8. Em Florianópolis a quantidade de contratados foi bem inferior a média geral, somente 2,7 pessoas. E na avaliação por setor, vestuário, calçados e acessórios, as padarias e confeitarias e as farmácias contrataram menos de 3 colaboradores na temporada.



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 8,3% avaliaram o movimento como muito bom, 41,7% bom, 24,4% consideraram que a temporada não teve grande impacto no movimento, 18,1% consideraram ruim e 7,5% muito ruim. No entanto a percepção geral foi melhor que a do ano anterior.

### **Evolução da avaliação do movimento de clientes na temporada de verão**

<b>Avaliação</b>	<b>Temporada</b>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2020
Muito bom	9,7%	19,7%	8,3%	14,0%	5,8%	4,3%	8,3%
Bom	55,9%	40,0%	43,2%	45,3%	40,4%	34,5%	41,7%
Irrelevante	19,5%	17,2%	20,7%	18,1%	27,6%	23,7%	24,4%
Ruim	9,9%	17,0%	22,2%	14,3%	17,5%	25,8%	18,1%
Muito ruim	5,0%	6,0%	5,6%	8,3%	8,8%	11,6%	7,5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Sem informações para a temporada 2018*

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

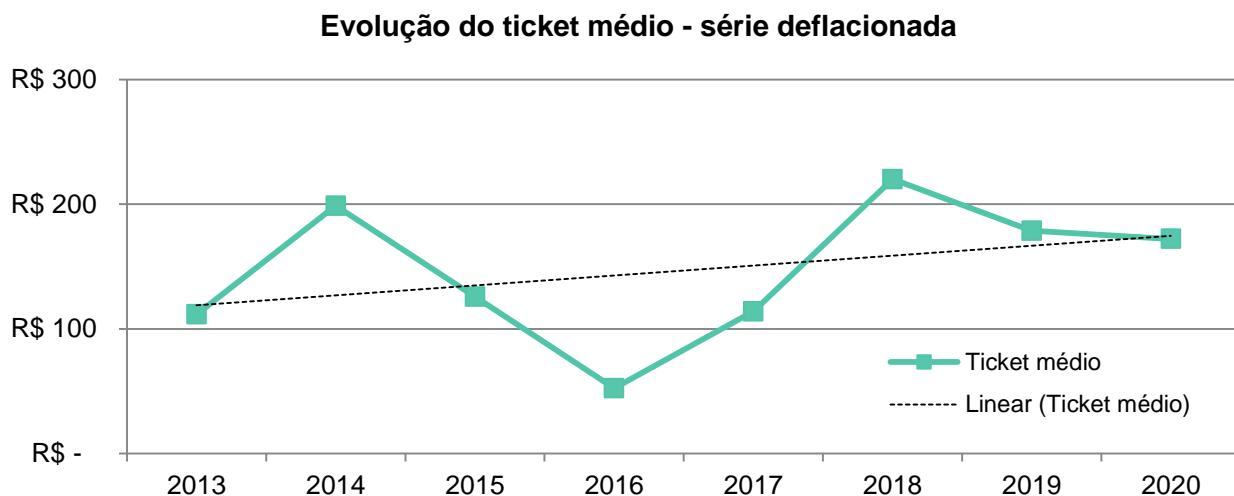
O ticket médio apresenta o valor médio que cada cliente gasta em suas compras num estabelecimento. A relação deste indicador por destino não se mostrou significativa, isto é, não foram identificadas diferenças importantes entre estes valores em cada cidade investigada. Já a relação do ticket médio por setor de atuação das empresas mostrou-se muito significativa. O valor médio apurado para o setor de agências de viagens e operadores turísticos (R\$ 819,81) e comércios de vestuário, calçados e acessórios (R\$ 247,45) foram os mais altos dentre os setores apurados, ultrapassam a média geral (R\$172,22).

### **Valor do ticket médio por setor na temporada de verão 2020**

<b>Setor</b>	<b>Ticket médio</b>
Vestuário, calçados e acessórios.	R\$ 247,45
Bares e restaurantes	R\$ 77,55
Mercados e supermercados	R\$ 93,03
Padarias e confeitorias	R\$ 30,07
Farmácias	R\$ 102,02
Presentes e souvenir	R\$ 113,00
Agências viagens e operadores turísticos	R\$ 819,81
Livrarias e revistarias	R\$ 138,00
Outros	R\$ 16,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 172,22</b>

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 ficou destacada a predominância do pagamento à vista nesta temporada (82,5%). Observou-se o aumento de 6,7 p.p. em relação à temporada anterior.

#### **Evolução da forma de pagamento preponderante no período (temporada)**

Forma de pagamento	Temporada							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
À vista, cartão de crédito.	45,9%	40,0%	36,9%	41,3%	31,1%	34,5%	42,0%	45,8%
À vista, cartão de débito.	12,3%	12,0%	14,9%	29,8%	27,5%	27,1%	22,6%	20,2%
À vista, dinheiro.	22,8%	18,6%	20,8%	18,3%	22,4%	15,3%	11,2%	16,5%
Parcelamento, cartão de crédito.	16,7%	28,2%	25,6%	6,6%	17,1%	20,8%	23,3%	13,3%
Parcelamento crediário	2,3%	0,6%	1,8%	2,3%	1,1%	1,1%	0,7%	1,7%
Outro		0,6%		1,7%	0,9%	1,3%	0,2%	2,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento foi de -3,5% em comparação a 2019, uma perspectiva negativa, mas ainda assim melhor, se compara da à apuração anterior. Mesmo com uma avaliação desfavorável em relação à temporada anterior, a importância do turismo para a economia dos municípios litorâneos ficou demonstrada na percepção dos gestores sobre a alta no faturamento (19,3%) em relação aos demais meses do ano.

### Evolução da variação do faturamento

Variação no faturamento	Temporada							
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Em relação à temporada do <b>ano anterior</b>	5,6%	2,2%	7,5%	3,3%	-14,1%	-8,1%	-9,8%	-3,5%
Em relação aos <b>meses</b> comuns do mesmo ano	14,9%	24,4%	14,1%	34,3%	18,8%	34,1%	22,4%	19,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação do faturamento/mês por setor de atuação da empresa não mostrou diferenças estatisticamente significativas. Já a análise deste indicador por destino mostrou que existem diferenças significativas: em Laguna o cenário é mais otimista (27,1%), já em Florianópolis é mais pessimista (11,9%).

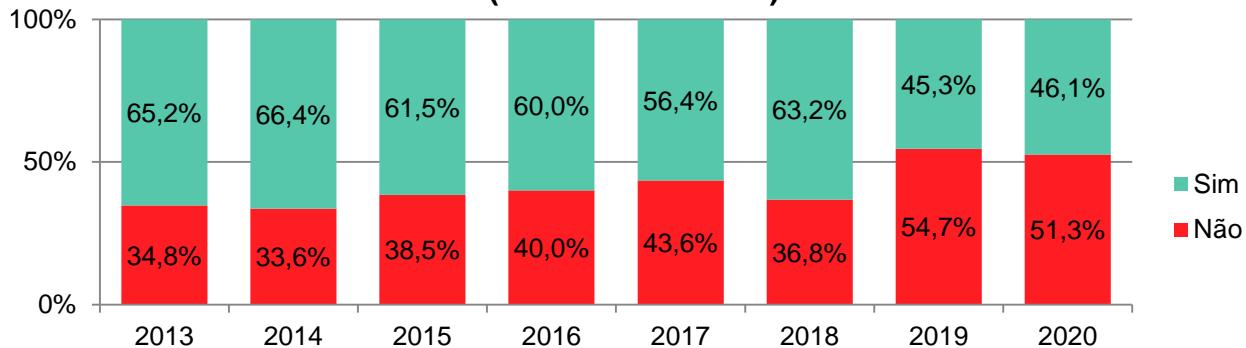
## 2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria

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 particularidades deste 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 76 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 2020, o percentual de empresas do setor que realizaram este tipo de admissão foi de 46,1%, número próximo ao ano anterior, ainda assim, uma parcela inferior à média histórica (58%). E em relação à quantidade de contratações, em média, cada estabelecimento contratou 4,7 trabalhadores para a temporada de Verão 2020.

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



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Este cenário de cautela com a desaceleração no mercado de trabalho do setor de hotelaria ficou evidente, pois tanto quando se confronta a queda no volume de empresas realizando contratações nos últimos anos e também a queda na média de colaboradores contratados. Em 2013, foi apurado que 65,2% dos hotéis e similares realizaram contratações para atender a demanda sazonal, mas nas duas últimas temporadas, 2019 e 2020 essa faixa caiu para os 45%. Comparando 2019 com 2020, até que o percentual de hotéis que realizaram contratações não alterou muito, menos de 1 p.p. a mais, no entanto a quantidade de contratados caiu quase pela metade, de 8,8 pessoas para 4,7.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**Forma de pagamento:**

A principal forma de pagamento constatada pelos entrevistados do setor hoteleiro não apresentou alterações significativas em relação ao ano anterior, a maioria dos hóspedes utilizou cartões de crédito (81,6%).

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

<b>Forma de pagamento</b>	<b>Temporada</b>							
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
À vista, cartão de crédito.	80,4%	57,8%	61,8%	52,1%	31,1%	46,1%	56,4%	56,6%
À vista, cartão de débito.	2,2%	6,4%	5,5%	9,4%	27,5%	7,9%	6,0%	6,6%
À vista, dinheiro.	10,9%	11,9%	13,6%	22,9%	22,4%	13,2%	6,0%	9,2%
Parcelamento, cartão de crédito.	2,2%	22,9%	13,6%	9,4%	17,1%	31,6%	31,6%	25,0%
Parcelamento crediário	4,3%				1,1%			
Outro		0,9%	5,5%	6,3%	0,9%	1,3%		2,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**Variação do faturamento:**

Diferente dos demais setores, nos hotéis foi percebida uma variação positiva do faturamento em relação ao ano anterior (3,0%).

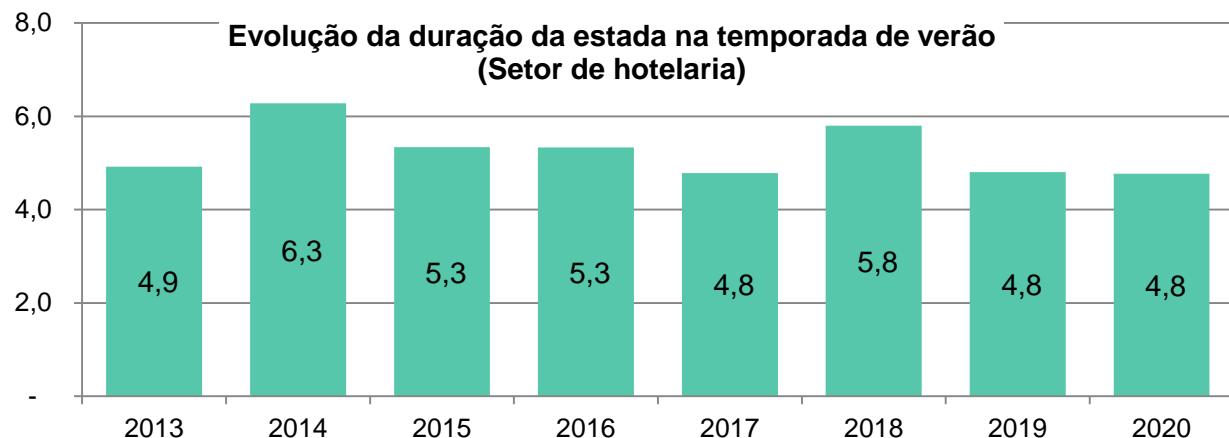
**Evolução da variação do faturamento  
(Setor de hotelaria)**

<b>Variação no faturamento</b>	<b>Temporada</b>							
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Em relação à temporada do ano anterior	17,8%	9,6%	3,5%	12,8%	-12,5%	-0,8%	-19,5%	3,0%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	46,0%	44,7%	39,3%	72,8%	37,1%	68,3%	45,7%	34,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**Tempo de permanência:**

A média de dias de permanência do turista no estabelecimento, durante a temporada de Verão 2020, foi equivalente ao ano anterior, os hóspedes ficaram, em média, 4,8 dias.

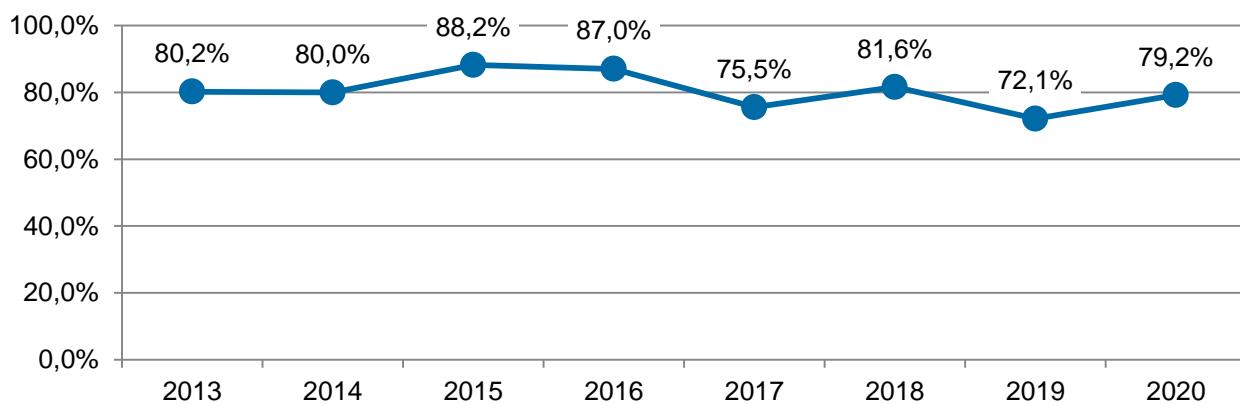


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**Ocupação dos leitos:**

Outro ponto a ser observado refere-se à taxa de ocupação dos leitos da rede hoteleira (79,2%), aumento de 7,1 p.p. em relação ao ano anterior.

**Evolução da taxa de ocupação dos leitos**



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## 2.3. Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2020

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 alguns destinos turísticos 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 Laguna, com tradicionais festas de Carnaval, a percepção de 43,8% dos empresários foi de que o período foi melhor ao restante da temporada de Verão.

### Percepção do impacto do Carnaval na temporada de Verão 2020

Percepção	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
<b>Pior</b> que o restante da temporada de Verão	39,2%	27,7%	37,7%	37,8%	30,0%	34,4%
<b>Igual</b> ao restante da temporada de Verão	36,5%	46,0%	38,3%	40,2%	26,3%	38,5%
<b>Melhor</b> ao restante da temporada de Verão	24,3%	26,3%	24,0%	22,0%	43,8%	27,2%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## 2.4. Percepção do impacto da temporada de Verão 2020 na economia dos municípios

A percepção dos empresários acerca do impacto da temporada de Verão na economia dos municípios foi avaliada segundo critérios estabelecidos na vasta literatura que debate os impactos do turismo na sociedade. Como seria esperado, visto que a pesquisa abordou setores diretamente afetados pelo turismo, os impactos positivos superam os negativos, portanto destacou-se aqui a maneira como foi percebido pelos empresários de cada destino. Em São Francisco do Sul, a melhora no desenvolvimento do comércio e serviços e a criação e desenvolvimento de empresas foram os destaques. Em Balneário Camboriú e Imbituba, o aumento na oferta de empregos. Em Florianópolis e Laguna, o maior impacto percebido foi a geração de renda. Quanto aos impactos negativos, chamou a atenção os dados levantados em Laguna onde 20% dos empresários destacaram o aumento da economia informal e dos gastos da prefeitura municipal.

### Percepção do impacto da temporada de Verão 2020 na economia dos municípios

Impacto	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
Geração de renda	9,5%	25,0%	41,5%	37,7%	38,8%	31,9%
Aumento na oferta de empregos	12,2%	44,5%	30,5%	11,7%	13,8%	26,0%
Melhor desenvolvimento do comércio e serviços	32,4%	3,9%	12,8%	44,2%	15,0%	18,4%
Aumento na arrecadação de impostos	1,4%	14,8%	8,5%	3,9%	8,8%	8,4%
Criação e desenvolvimento de empresas	41,9%	3,1%	1,8%	0,0%	2,5%	7,6%
<b>Positivos</b>	<b>97,3%</b>	<b>91,4%</b>	<b>95,1%</b>	<b>97,4%</b>	<b>78,8%</b>	<b>92,4%</b>
Aumento da economia informal	1,4%	1,6%	1,2%	1,3%	10,0%	2,7%
Aumento dos gastos da Prefeitura	1,4%	2,3%	0,6%	1,3%	10,0%	2,7%
Especulação imobiliária	0,0%	4,7%	3,0%	0,0%	1,3%	2,3%
<b>Negativos</b>	<b>2,7%</b>	<b>8,6%</b>	<b>4,9%</b>	<b>2,6%</b>	<b>21,3%</b>	<b>7,6%</b>

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. Mais de ¼ dos turistas estão enquadrados entre 31 e 40 anos (26,7%) e a participação de turistas da faixa etária de 41 a 50 anos aumentou 4,3 pontos percentuais (p.p.) em relação ao ano de 2019. O estado civil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense na temporada de verão 2020 foi predominantemente formado por dois grupos, os casados ou em união estável (57,8%) e os solteiros (34,5%). A distribuição dos turistas por faixas de renda média mensal indica predomínio das Faixas 3 e 4, cujos valores de referência foram de R\$2.022 a R\$5.053 e de R\$5.054 a R\$8.083, respectivamente. Quanto à origem dos turistas observou-se que a parcela de turistas estrangeiros recuou mais de 10 p.p., diferença motivada principalmente pela redução dos turistas argentinos.

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 foi demonstrada ano após ano pela participação de turistas trafegando nas vias. Neste ano foram mais de 60% - 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 ônibus (18,3%). Quanto ao tipo de hospedagem dos turistas, na análise da série histórica foi possível perceber uma tendência de crescimento na procura por imóveis alugados, em 2013 eram 21,7% e em 2020 passou para 33,4% na distribuição por tipo de hospedagem, e grande parcela destas locações, mais da metade, foram realizadas diretamente com os proprietários ou pessoas por eles encarregadas.

Os gastos médios dos turistas que frequentaram as praias de Santa Catarina na temporada de verão 2020 foram investigados por tipo de uso. No geral, cada grupo de turistas desembolsou R\$ 3.580, 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 1,9 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.*