



TURISMO DE VERÃO NO LITORAL CATARINENSE

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

Pesquisa Fecomércio SC

Turismo de Verão no Litoral Catarinense 2021

Pesquisa de Turismo Verão 2021

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.....	8
1.4. Avaliação do destino turístico.....	14
2. Percepção do resultado da temporada.....	19
2.1. Resultado da temporada para o comércio e serviços (exceto hotelaria).....	19
2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria.....	23
2.3. Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2021	26
2.4. Percepção do impacto da temporada de Verão na economia dos municípios.....	26
Conclusão	28

Introdução

A Pesquisa Fecomércio SC de Turismo de Verão no Litoral Catarinense 2021 abrange quatro regiões turísticas do estado 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 **893 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 dezembro, janeiro e fevereiro, garantindo uma **margem de erro de 3% 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 2021. Os empresários foram abordados por entrevistas telefônicas e somaram **553 entrevistas**, garantindo uma **margem de erro de 3,6% 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.

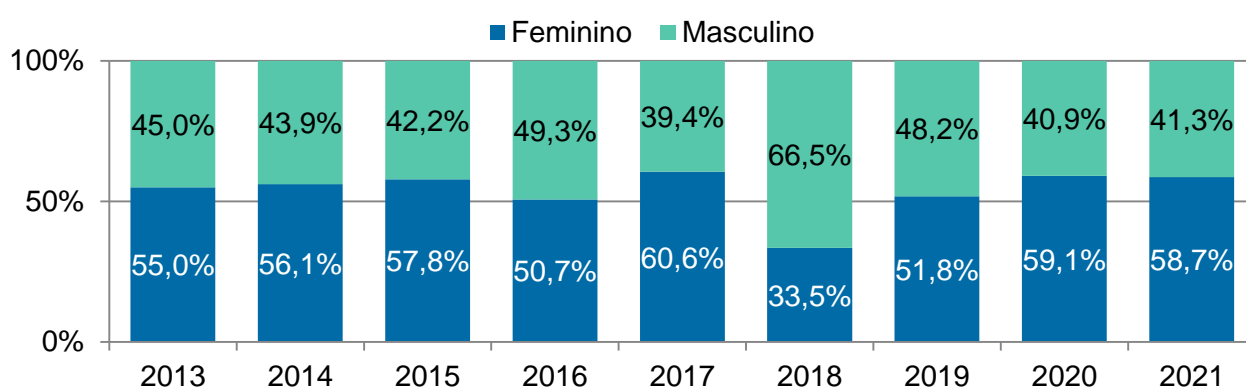
1. Perfil do Turista

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 no litoral de Santa Catarina por sexo mostrou uma divisão equilibrada entre ambos até 2016, a partir daí algumas oscilações e, nos últimos dois anos uma estabilidade. Neste último ano a distribuição contou com 58,7% de turistas do sexo feminino e 41,3% masculino.

Evolução da distribuição de turistas por sexo



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na temporada de 2021, observou-se um aumento de 1,6 pontos percentuais (p.p.) na participação de turistas da faixa etária de 51 a 60 anos (16,0%). Outra faixa que aumentou a participação foram as pessoas entre 31 a 40 anos (27,5%), com variação de quase 0,8 p.p. e superior a média histórica, além disso, mais de 1/4 dos turistas estão enquadrados nesta faixa. Como esperado, em decorrência da pandemia, a participação de turistas com idades acima dos 60 anos reduziu em 3,3 p.p. - em 2020 a participação foi de 8,2% e nesta temporada foi de 4,9%.

A composição das faixas etárias por destino turístico mostrou diferença significativa: Florianópolis com 31,7% de participação na faixa de 31 a 40 anos e 20,8% na faixa de 41 a 50 anos; enquanto em Laguna a participação da faixa de 51 a 60 anos foi de 39,0% e onde ocorreu a maior queda na faixa de idade acima de 60 anos, de 26,6% em 2020 para 1,7% em 2021. Além disso, em Balneário Camboriú a presença de turistas acima dos 60 anos também chamou a atenção com a queda de participação de 12,3% para 7,0%. Em São Francisco do Sul destaca-se a participação de 36,3% de turistas de 41 a 50 anos.

Evolução da distribuição de turistas por faixa etária

Faixa etária	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
De 18 a 25 anos	19,0%	15,6%	16,8%	13,4%	13,9%	15,5%	17,3%	14,0%	14,4%
De 26 a 30 anos	16,0%	14,2%	13,0%	14,6%	12,3%	16,9%	13,9%	14,4%	14,1%
De 31 a 40 anos	27,0%	25,3%	27,8%	27,4%	26,2%	28,8%	25,8%	26,7%	27,5%
De 41 a 50 anos	21,0%	22,2%	25,0%	23,2%	21,6%	21,3%	17,9%	22,3%	22,7%
De 51 a 60 anos	11,0%	14,4%	12,0%	15,2%	16,2%	11,7%	18,5%	14,5%	16,0%
Acima de 60 anos	6,0%	8,4%	5,4%	6,2%	9,7%	5,5%	6,5%	8,2%	4,9%
NS/NR			0,1%	0,1%	0,1%	0,2%			0,2%
Total	100%	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 2021 foi predominantemente formado por dois grupos: os casados ou em união estável (55,6%) e os solteiros (37,0%). Esta distribuição apresentou poucas mudanças em relação à temporada do ano anterior, sendo que as mais significativas foram o aumento de 2,5 p.p. na participação de turistas solteiros, redução de casados ou união estável (-2,2 p.p.) e de viúvos (-1,0 p.p.).

A relação entre as categorias de estado civil e as faixas etárias é muito significativa: o grupo dos casados ou em união estável concentrou a maior parcela de turistas acima do 41 anos (57,1%) e os solteiros somaram 55,5% 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	2021
Casado/ União estável	56,6%	60,3%	59,8%	55,4%	50,5%	57,8%	55,6%
Solteiro	34,8%	31,0%	30,8%	37,9%	40,0%	34,5%	37,0%
Separado ou divorciado	5,9%	5,5%	6,8%	4,4%	6,9%	4,6%	5,0%
Viúvo	2,5%	3,0%	2,4%	1,3%	2,5%	2,8%	1,8%
Outro	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,1%	0,4%	0,6%
Total	100%	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 2021 foram de R\$ 2.091 a R\$ 5.225 e de R\$ 5.226 a R\$ 8.360, respectivamente. A Faixa 3 somou, nesta última temporada de verão, uma fatia de 31,1% e a Faixa 4 somou 20,9%.

A avaliação por destino nesta temporada apresentou diferenças significativas da média geral na Faixa 3 em São Francisco do Sul, onde apresentou 53,8% de participação, e em Imbituba, com 49,3%, e nas Faixas 5 e 7 em Laguna, com participações de 18,6% e 22,0%, respectivamente. 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 de Renda	Valores de referência em 2021	Temporada								
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Faixa 1	De 0 a R\$ 1.045	2,0%	0,8%	1,3%	1,4%	2,7%	2,1%	2,9%	6,3%	2,7%
Faixa 2	De R\$ 1.046 a R\$ 2.090	8,0%	4,4%	8,1%	5,9%	13,2%	8,1%	9,4%	12,1%	14,4%
Faixa 3	De R\$ 2.091 a R\$ 5.225	32,0%	24,4%	29,2%	28,0%	34,0%	29,5%	35,9%	31,9%	31,1%
Faixa 4	De R\$ 5.226 a R\$ 8.360	25,0%	32,6%	29,5%	24,8%	21,4%	25,2%	20,9%	18,3%	20,9%
Faixa 5	De R\$ 8.361 a R\$ 10.450	7,0%	9,2%	10,2%	13,2%	10,8%	12,2%	10,4%	9,3%	8,0%
Faixa 6	De R\$ 10.451 a R\$ 15.675	18,0%	18,5%	9,1%	12,2%	7,0%	9,1%	9,1%	6,0%	8,4%
Faixa 7	R\$ 15.676 ou mais			2,8%	7,3%	6,1%	8,5%	8,3%	5,4%	8,4%
Recusa		8,0%	10,1%	9,8%	7,1%	4,7%	5,2%	3,1%	10,6%	6,0%
Total		100%	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 a brusca redução na parcela de estrangeiros no litoral catarinense nesta temporada, um comportamento esperado como reação às restrições da pandemia. Considerando a distribuição de turistas brasileiros por estado de origem, os três estados do Sul mantém a ordenação na parcela de turistas.

Evolução da distribuição de turistas por país e estado de origem

Origem	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Brasileiros	86,0%	89,7%	89,5%	76,6%	87,6%	71,0%	71,6%	82,2%	97,9%
RS	21,0%	22,2%	29,1%	22,1%	27,9%	29,3%	28,2%	24,6%	37,6%
SC	28,0%	30,7%	21,0%	18,6%	28,6%	16,1%	14,4%	18,4%	23,2%
PR	16,0%	22,0%	23,6%	21,6%	18,9%	12,9%	12,5%	17,0%	19,6%
SP	12,0%	8,7%	7,9%	7,6%	6,9%	7,3%	7,6%	13,7%	9,7%
Outros estados	9,0%	6,2%	7,8%	6,7%	5,3%	5,4%	9,0%	8,5%	7,7%
Estrangeiros	14,0%	10,3%	10,5%	23,4%	12,4%	29,0%	28,4%	17,8%	2,1%
Argentina	11,0%	7,4%	7,6%	18,1%	10,7%	23,5%	20,6%	14,8%	0,2%
Uruguai	1,0%	0,6%	1,3%	2,8%	0,6%	2,4%	1,8%	1,6%	0,1%
Paraguai	1,0%	1,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,3%	2,9%	0,8%	1,1%
Chile	1,0%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%	1,4%	0,4%	0,3%
Outros países		0,3%	0,6%	1,4%	0,6%	1,1%	1,7%	0,3%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os destaques na presença de turistas por destino turístico em 2021 foram:

- ✓ São Francisco do Sul teve participação de 53,8% de turistas de Santa Catarina, principalmente do município de Joinville (22,5%), e participação de 32,5% do Paraná;

- ✓ Balneário Camboriú teve 28,9% de turistas do Paraná (6,3% de Curitiba e 3,6% de Londrina);
- ✓ Florianópolis com 51,5% do Rio Grande do Sul, sendo 15,8% de Porto Alegre;
- ✓ Laguna concentrou a maior participação de turistas do próprio estado (79,7%) principalmente de Braço do Norte (18,6%).

Distribuição de turistas por país e estado de origem na temporada de verão 2020 x 2021

Origem	Destino Turístico									
	São Francisco do Sul		Balneário Camboriú		Florianópolis		Imbituba		Laguna	
	Temporada									
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Brasil	67,0%	98,8%	91,9%	97,7%	70,1%	97,4%	95,7%	98,6%	98,4%	100,0%
RS	4,5%	5,0%	18,7%	29,9%	30,4%	51,5%	54,3%	52,1%	21,9%	15,3%
SC	35,2%	53,8%	16,0%	20,1%	6,3%	10,6%	28,6%	22,5%	71,9%	79,7%
PR	21,6%	32,5%	29,5%	28,9%	7,1%	13,5%	5,7%	14,1%	3,1%	
SP	3,4%	5,0%	18,9%	10,2%	14,7%	12,1%	2,9%	5,6%		3,4%
Outros estados	2,3%	2,5%	8,8%	8,6%	11,5%	9,8%	4,3%	4,2%	1,6%	1,7%
Estrangeiros	33,0%	1,3%	8,1%	2,3%	29,9%	2,6%	4,3%	1,4%	1,6%	
Argentina	33,0%		6,4%	0,3%	23,9%	0,3%	4,3%			
Uruguai					3,9%	0,3%			1,6%	
Paraguai		1,3%	1,2%	2,0%	0,8%	0,5%		1,4%		
Chile			0,2%		0,8%	0,8%				
Outros países			0,2%		0,5%	0,8%				

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 2021, mais de 77,1% deles fizeram uso deste transporte, o maior percentual da série histórica. O transporte por ônibus, linhas regulares ou fretados também foram pouco utilizados nesta temporada (9,0%), da mesma forma que o transporte aéreo (8,6%)- ambos os comportamentos esperados devido às restrições impostas para a manutenção da segurança dos passageiros durante a pandemia.

Evolução da distribuição de turistas por meio de transporte

Meio de transporte	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Veículo próprio	66,9%	68,5%	73,4%	74,0%	73,8%	70,8%	60,2%	63,9%	77,1%
Veículo alugado	0,8%	1,4%	0,2%	0,7%	0,4%	0,5%		2,1%	3,0%
Avião	15,0%	8,0%	8,9%	12,4%	9,5%	13,2%	18,3%	11,5%	8,6%
Avião (voo regular)					0,1%	13,2%	18,3%	11,1%	8,6%
Avião (voo charter)					9,5%			0,5%	
Ônibus ou similar	14,4%	20,7%	17,1%	12,3%	14,7%	13,5%	19,9%	18,3%	9,0%
Ônibus/similar regular	11,4%	19,3%	14,9%	9,6%	12,6%	11,9%	15,8%	13,5%	7,1%
Ônibus/similar fretado	2,9%	1,5%	2,1%	2,7%	2,1%	1,6%	4,1%	4,8%	1,9%
Outro	2,9%	2,7%	0,5%	0,5%	1,6%	2,0%	1,7%	4,2%	2,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 (58,2%) dos visitantes utilizou veículos próprios para o deslocamento interno. Aprofundando a investigação desta aparente mudança no comportamento do turista, constatou-se que 23,2% 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 semelhante aos 24,4% identificados no ano anterior. Os destaques por destino turístico foram:

- ✓ Em São Francisco do Sul, 47,5% dos turistas não fizeram uso de transportes internos (a pé);
- ✓ Em Balneário Camboriú 42,4% não utilizou transportes (a pé) e 23,7% utilizou transporte de aplicativos;
- ✓ O uso de veículos próprios para o deslocamento interno foi a opção da maioria dos turistas em Florianópolis (71,0%), Imbituba (90,1%) e Laguna (91,5%).

Outra parte importante do perfil do turista refere-se aos grupos de viagem. Em 2021, a maioria dos turistas viajou em grupos familiares (55,4%) e outros 23,6% 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.

Evolução da distribuição de turistas por grupo de viagem

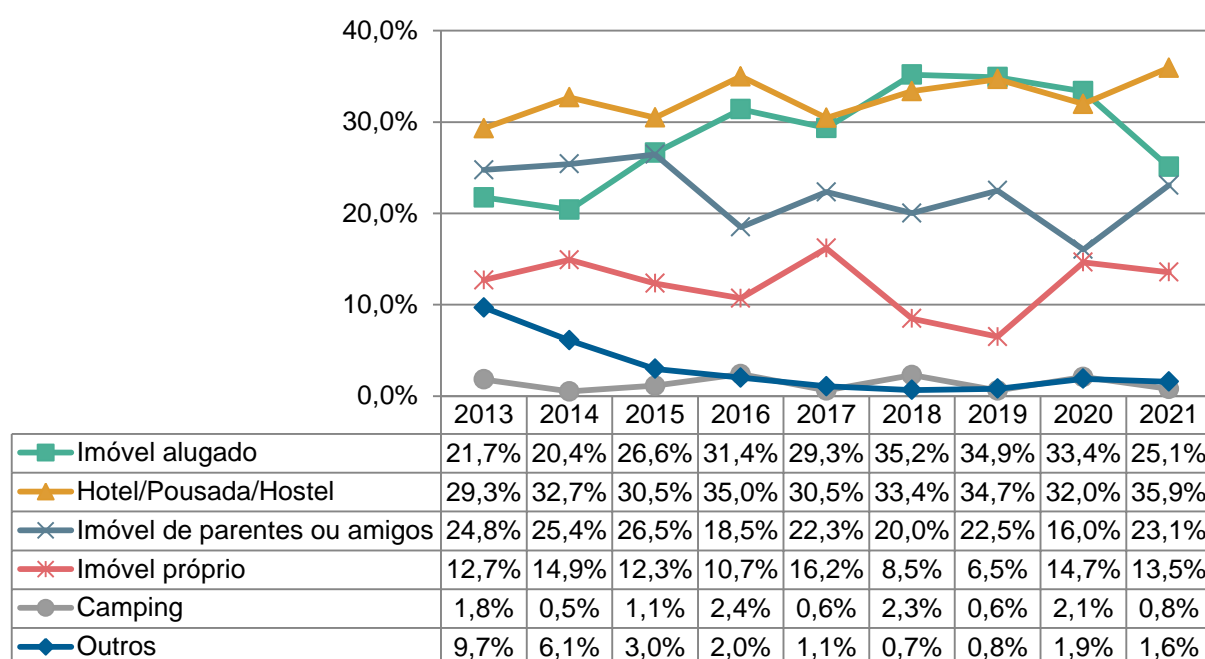
Grupo de viagem	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Família	72,0%	80,9%	63,3%	61,6%	60,7%	57,2%	54,7%	59,9%	55,4%
Casal			15,5%	20,2%	21,8%	22,5%	23,4%	17,8%	23,6%
Sozinho	7,4%	7,7%	6,7%	8,1%	8,3%	6,5%	10,0%	7,1%	8,1%
Grupo de amigos	18,4%	10,1%	14,2%	9,1%	8,7%	12,4%	10,6%	12,9%	11,6%
Colegas de trabalho	0,5%	0,4%	0,2%						
Excursão				0,7%	0,3%	0,5%	0,7%	1,9%	0,3%
Outros	1,7%	0,8%	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,5%	0,4%	0,9%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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 4,2 pessoas e famílias de 4,4 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 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: 35,9% em hotéis ou similares e 25,1% em imóveis alugados. Em cada destino turístico, no entanto, observaram-se características próprias: em São Francisco do Sul 61,3% das hospedagens foram imóveis alugados e 25,0% em imóveis próprios; em Balneário Camboriú 34,5% em hotéis ou similares e 31,3% em imóveis de parentes e amigos; em Florianópolis 43,3% em hotéis ou similares; em Imbituba 52,1% em hotéis ou similares; e em Laguna 50,8% em imóveis próprios.

Evolução da distribuição de turistas por tipo de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

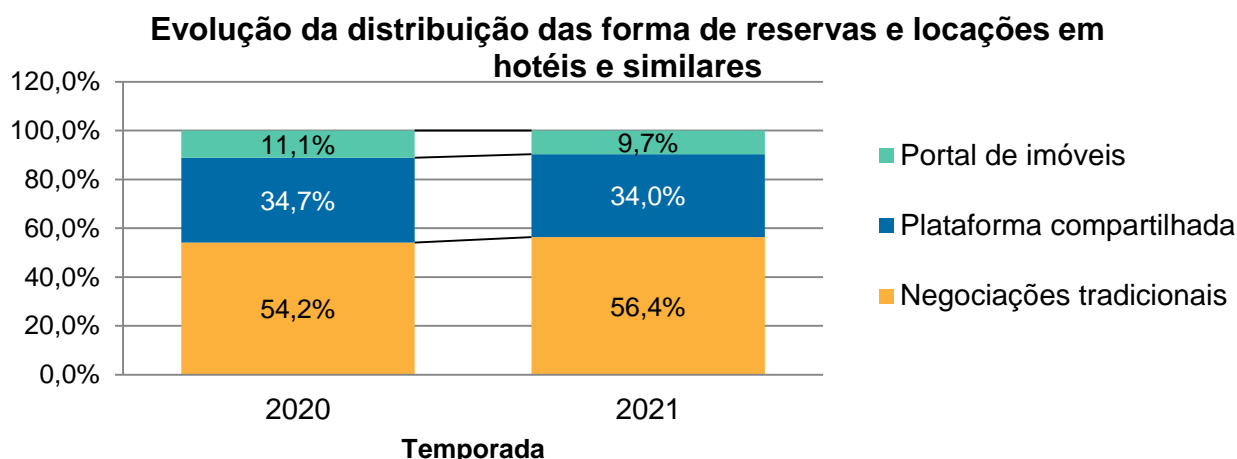
Na análise da série histórica é possível perceber a importância da locação de imóveis para temporada. Para acompanhar essa dinâmica do mercado, desde 2017 a Fecomércio SC vem acompanhando a forma como os turistas realizam essas contratações. A grande parcela de locações que foram realizadas diretamente com os proprietários, ou pessoas por eles encarregadas, representaram 53,1% das locações em 2021, uma fatia muito elevada desse mercado. O percentual de locações por plataformas de compartilhamento de imóveis cresceu 14,2 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%, voltando a crescer nesta temporada e chegando à fatia de 33,5%. Mas uma análise mais detalhada mostrou que partes destas locações por plataforma compartilhada devem-se a participação de imobiliárias que fazem uso deste canal de negociação/comercialização.

Evolução da distribuição de turistas por forma de locação de imóveis

Forma de locação	Temporada				
	2017	2018	2019	2020	2021
Proprietário ou intermediário	69,9%	65,1%	44,9%	57,3%	53,1%
Plataforma compartilhada	2,3%	9,9%	28,1%	19,3%	33,5%
Imobiliária	22,0%	10,3%	14,0%	16,9%	7,6%
Corretor de imóveis	1,9%	5,6%	4,8%	1,8%	2,7%
Portal de imóveis	2,8%	5,6%	4,5%	1,5%	1,8%
Outros	1,1%	3,4%	3,8%	3,3%	1,3%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%

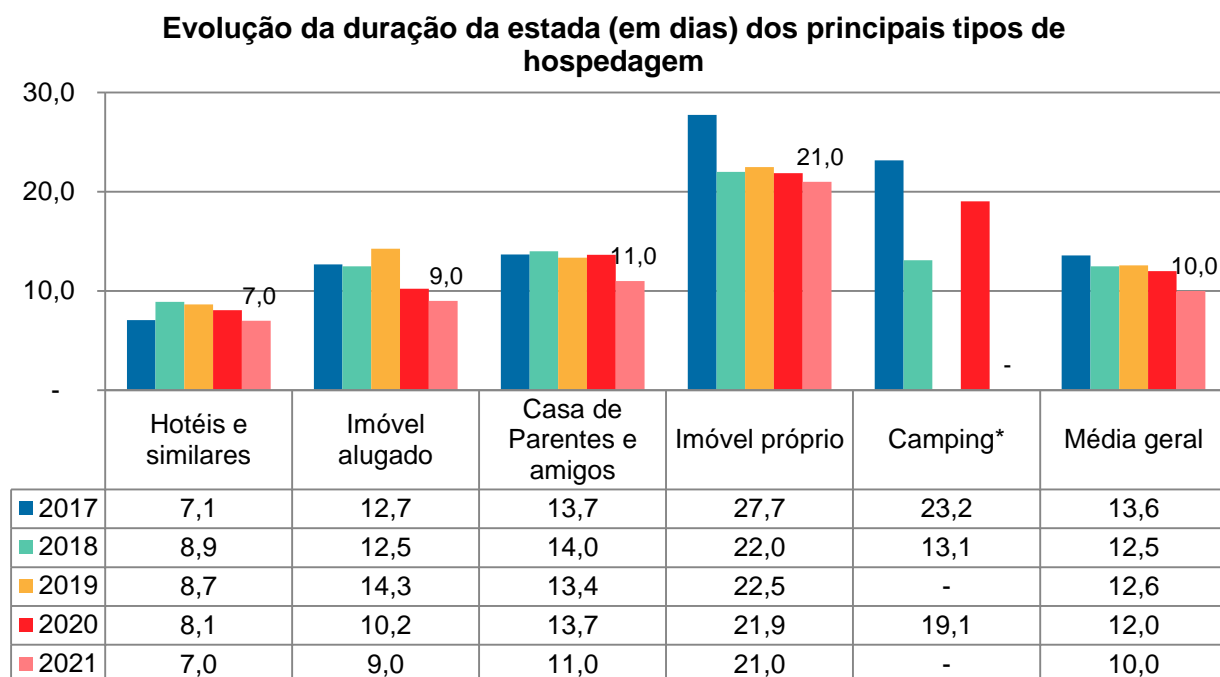
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 (34,0%) e por portais de imóveis (9,7%). 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.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de duração da estada dos turistas foi de 10 dias na temporada de verão 2021, período sensivelmente inferior aos anos anteriores. Na visão por destino turístico, observou-se que Laguna afastou-se do número geral e 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.



* Quantidade de observações insuficiente para o cálculo da média.

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, 92,1% 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.

Considerando esta parcela de turistas que manifestou a intenção de ir às compras no comércio do destino turístico, a visão por destino foi muito significativa. Em Florianópolis, as altas parcelas de turistas com indicação de compras no comércio de praia (em lojas) e de ambulantes, 76,1% e 72,7%, indicou a preferência pelas compras em estabelecimentos nos balneários, o que pode indicar uma preferência dos turistas em realizar deslocamentos curtos. 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 2021

Local de compras	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Comércio das praias	93,8%	60,3%	76,1%	63,4%	71,2%	71,6%
Centro da cidade	35,0%	81,2%	22,4%	93,0%	98,1%	53,3%
Shopping	23,8%	47,6%	27,3%	9,9%	1,9%	29,7%
Ambulantes	66,3%	28,4%	72,7%	36,6%	53,8%	54,0%
Total	218,8%	217,5%	198,5%	202,8%	225,0%	208,6%

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\$ 2.931, sendo que os gastos com hospedagem (R\$ 1.847) e alimentação (R\$ 1.140) foram os mais expressivos.

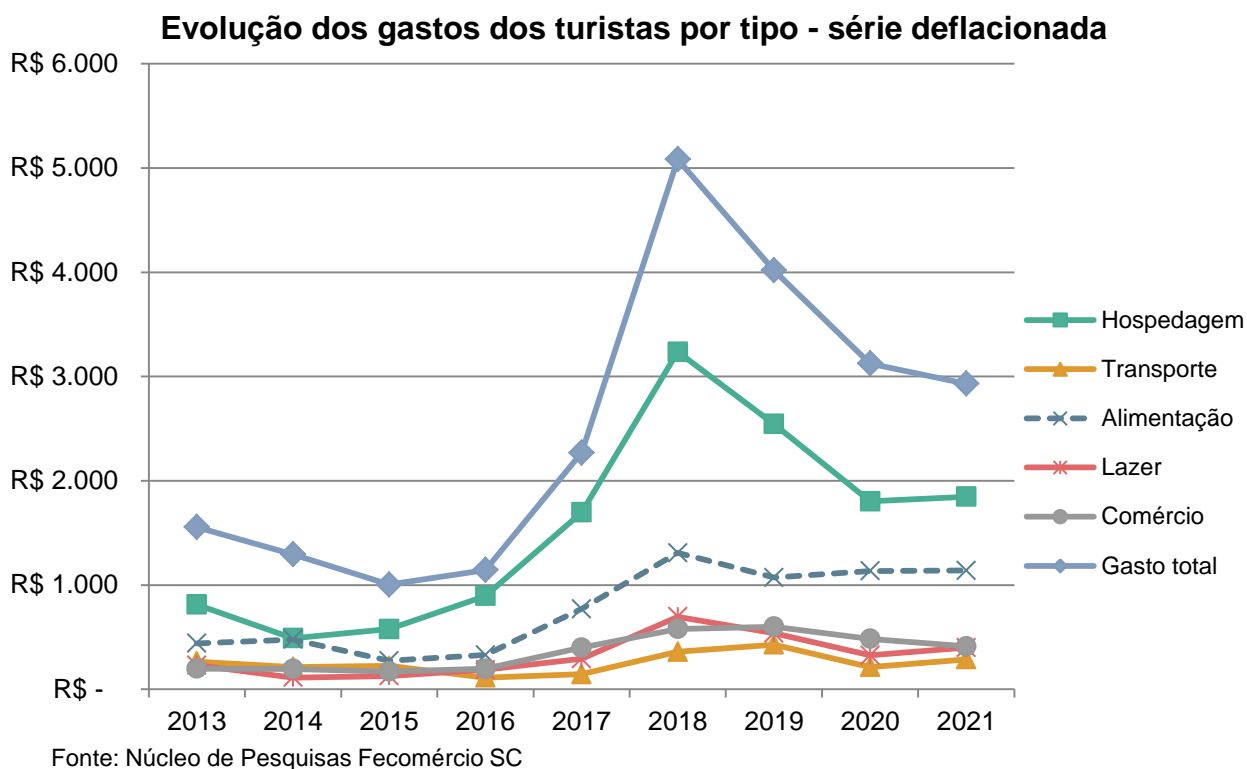
Na avaliação da média de gastos por destino turístico e por tipo, o destaque ficou por conta dos gastos em São Francisco do Sul (R\$ 3.761 por grupo), valor foi puxado para cima pelos gastos com hospedagem (R\$ 2.464). Em Balneário Camboriú a média de gastos no comércio (R\$ 603) foi bem acima da média geral (R\$ 412). E em Florianópolis a média de gastos em transporte de R\$ 424 também foi muito superior à média geral (R\$ 288). Estes valores foram destaques por serem significativamente diferentes das médias gerais. 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 2021

Destino turístico	Tipo de gasto					
	Hospedagem	Transporte	Alimentação	Lazer	Comércio	Total gastos
São Francisco do Sul	R\$ 2.464	R\$ 70	R\$ 1.418	R\$ 476	R\$ 499	R\$ 3.761
Balneário Camboriú	R\$ 1.989	R\$ 185	R\$ 1.324	R\$ 458	R\$ 603	R\$ 3.048
Florianópolis	R\$ 1.731	R\$ 424	R\$ 977	R\$ 370	R\$ 309	R\$ 2.859
Imbituba	R\$ 1.331	R\$ 197	R\$ 850	R\$ 277	R\$ 226	R\$ 2.376
Laguna	R\$ 2.173	R\$ 130	R\$ 1.244	R\$ 57	R\$ 262	R\$ 2.324
Total	R\$ 1.847	R\$ 288	R\$ 1.140	R\$ 400	R\$ 412	R\$ 2.931

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 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\$ 1.700 em valores efetivos em relação a 2020, repetindo o comportamento apurado desde 2018. No entanto, considerando toda a série histórica, o aumento dos gastos dos turistas foi de 27%.



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 2021 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 mais de 70% dos turistas visitou o destino por duas vezes ou mais, exceto por Imbituba, onde o percentual ficou abaixo da média (62,0%).

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

Distribuição de visitas por destino turístico em 2021

Quantidade de visitas	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Primeira vez	17,5%	22,7%	24,3%	38,0%	13,6%	23,5%
2 vezes	17,5%	9,5%	13,5%	28,2%	10,2%	13,4%
3 vezes	10,0%	6,6%	14,8%	8,5%	5,1%	10,4%
4 vezes	7,5%	2,6%	6,1%	2,8%	3,4%	4,6%
5 vezes ou mais	47,5%	58,6%	41,4%	22,5%	67,8%	48,0%
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. Como resultado da avaliação nesta temporada, 95% dos turistas foi classificado como Promotores, 4% Neutros e 1% Detratores. Logo, pela avaliação dos turistas o litoral de Santa Catarina foi considerado numa zona de excelência nesta temporada, com alguns pontos de melhoria para atingir a excelência em Balneário Camboriú e Laguna.

Percentual de turistas por classificação NPS em 2021

Cidade	Promotores	Neutros	Detratores	NPS
São Francisco do Sul	76%	24%	0%	76%
Balneário Camboriú	72%	24%	4%	68%
Florianópolis	89%	11%	1%	88%
Imbituba	86%	10%	4%	82%
Laguna	71%	25%	3%	68%
Total geral	81%	17%	2%	78%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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?*”.

No geral, os principais motivos que influenciaram experiências dos turistas foram os atributos das praias e do mar (29,9%) e atributos da cidade (28,0%), relatados em comentários positivos. Os comentários negativos dizem respeito à falta de infraestrutura para atender ao turista (5,3%), descontentamento referente às praias (3,0%), trânsito ruim (2,5%) e custo alto (2,0%). Mas cada destino turístico foi avaliado de acordo com as suas características próprias. Os comentários estão listados a seguir separados por destino.

São Francisco do Sul

Comentários positivos	72,9%	Comentários negativos	27,1%
• Gosta da cidade	25,9%	• Falta de infraestrutura	14,1%
• Beleza da cidade	17,6%	• Falta banheiro	7,1%
• Cidade limpa e organizada	1,2%	• Trânsito ruim	4,7%
• Tranquilidade	10,6%	• Falta limpeza	1,2%
• Hospitalidade e receptividade	1,2%		
• Segurança	1,2%		
• Praia	7,1%		
• Beleza das praias	1,2%		
• Praia limpa	3,5%		
• Praia tranquila	1,2%		
• Mar	1,2%		
• Belezas naturais	1,2%		

Balneário Camboriú

Comentários positivos	73,7%	Comentários negativos	26,3%
• Praia	17,3%	• Mar sujo ou poluído	4,9%
• Praia limpa	0,8%	• Praia suja	3,4%
• Beleza das praias	0,8%	• Praia lotada	0,4%
• Mar	1,5%	• Cidade lotada	0,4%
• Belezas naturais	0,4%	• Falta banheiro	1,5%
• Natureza	1,5%	• Falta de infraestrutura	0,8%
• Gosta da cidade	5,3%	• Falta de segurança	1,9%
• Beleza da cidade	9,8%	• Falta limpeza	0,8%
• Cidade limpa e organizada	9,4%	• Trânsito ruim	3,0%
• Tranquilidade	1,9%	• Poluição	2,6%
• Gastronomia	1,9%	• Custo alto	3,4%
• Hospitalidade e receptividade	8,3%	• Desrespeito aos protocolos de segurança do Covid-19	3,4%
• Infraestrutura	3,8%		
• Qualidade de vida	2,3%		
• Segurança	8,6%		
• Segurança sanitária	0,4%		

Florianópolis

Comentários positivos	93,1%	Comentários negativos	6,9%
• Praia	30,0%	• Trânsito ruim	2,5%
• Praia limpa	1,3%	• Custo alto	2,0%
• Praia tranquila	1,3%	• Falta de infraestrutura	1,0%
• Beleza das praias	1,3%	• Praia suja	0,5%
• Praias	0,3%	• Praia ruim	0,3%
• Mar	0,8%	• Atendimento ruim	0,3%
• Belezas naturais	1,5%	• Falta de segurança	0,3%
• Natureza	4,1%		
• Beleza da cidade	15,3%		
• Gosta da cidade	14,2%		
• Cidade limpa e organizada	2,8%		
• Hospitalidade e receptividade	5,9%		
• Infraestrutura	4,1%		
• Proximidade	0,3%		
• Qualidade de vida	2,0%		
• Segurança	3,1%		
• Tranquilidade	5,1%		

Imbituba

Comentários positivos	92,0%	Comentários negativos	8,0%
• Praia	35,6%	• Falta de infraestrutura	6,9%
• Praia limpa	2,3%	• Custo alto	1,1%
• Praia tranquila	1,1%		
• Beleza das praias	5,7%		
• Mar	1,1%		
• Mar conforto	1,1%		
• Mar limpo	1,1%		
• Natureza	11,5%		
• Belezas naturais	5,7%		
• Beleza da cidade	6,9%		
• Gosta da cidade	1,1%		
• Cidade limpa e organizada	2,3%		
• Hospitalidade e receptividade	4,6%		
• Gastronomia	2,3%		
• Infraestrutura	2,3%		
• Segurança	4,6%		
• Tranquilidade	2,3%		

Laguna

Comentários positivos		80,0%	Comentários negativos		20,0%
• Praia		30,0%	• Falta de infraestrutura		16,7%
• Praia tranquila		1,7%	• Falta de receptividade		1,7%
• Gosta da cidade		11,7%	• Praia suja		1,7%
• Beleza da cidade		6,7%			
• Belezas naturais		1,7%			
• Gastronomia		6,7%			
• Hospitalidade e receptividade		6,7%			
• Proximidade		6,7%			
• Segurança		6,7%			
• Tranquilidade		1,7%			

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 2021 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 2021

Setor	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
Vestuário, calçados e acessórios.	18,3%	19,4%	15,8%	16,9%	18,2%	17,5%
Bares e restaurantes	18,3%	17,3%	16,4%	13,3%	15,6%	16,3%
Hotéis e pousadas	12,7%	11,5%	10,9%	16,9%	10,4%	12,1%
Mercados e supermercados	18,3%	9,4%	12,6%	14,5%	15,6%	13,2%
Padarias e confeitarias	11,3%	10,1%	8,7%	10,8%	11,7%	10,1%
Farmácias	12,7%	10,1%	9,8%	12,0%	10,4%	10,7%
Presentes e souvenir	4,2%	8,6%	9,3%	7,2%	7,8%	8,0%
Ag. viagens e op. turísticos	2,8%	8,6%	8,7%	6,0%	7,8%	7,4%
Livrarias e revistarias	1,4%	5,0%	7,1%	2,4%	2,6%	4,5%
Outros			0,5%			0,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

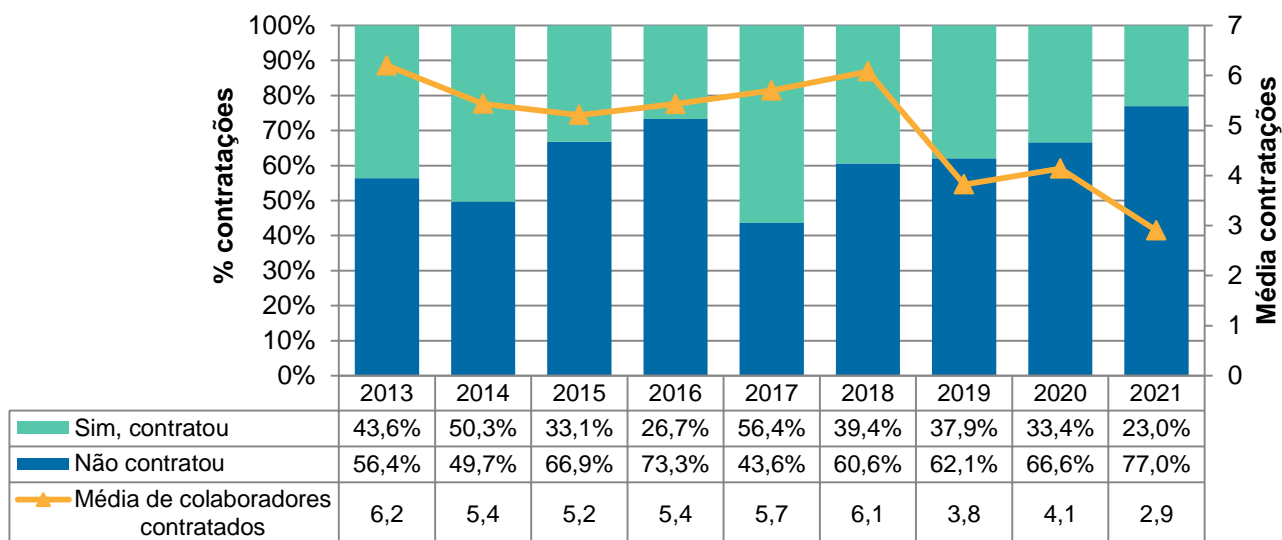
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 23,0% dos estabelecimentos contratando colaboradores extras para o Verão 2021, sendo que os setores que mais influenciaram foram farmácias (32,0%) e bares e restaurantes (31,0%).

Nesta temporada de 2021 além da queda de 10,3 p.p. na fatia de empresas que realizaram contratações para atender o movimento da temporada, a quantidade de colaboradores contratados também diminuiu: foram 2,9 colaboradores em média por estabelecimento. Em 2020 foram 4,1. Em Laguna a quantidade de contratados foi superior a média geral, 5,4 pessoas e em Imbituba 3,6 pessoas. E na avaliação por setor, os mercados e supermercados e os bares e restaurantes contrataram 4,9 e 4,2 colaboradores na temporada, acima da média geral.

Evolução da contratação de colaboradores extra e da média de contratados para a temporada de verão (Exceto hotelaria)



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 1,2% avaliaram o movimento como muito bom, 29,1% bom, 18,4% considerou que a temporada não teve grande impacto no movimento, 33,2% consideraram ruim e 18,1% muito ruim, ou seja, a percepção geral foi negativa e a pior da série histórica.

Evolução da avaliação do movimento de clientes na temporada de verão

Avaliação	Temporada							
	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2020	2021
Muito bom	9,7%	19,7%	8,3%	14,0%	5,8%	4,3%	8,3%	1,2%
Bom	55,9%	40,0%	43,2%	45,3%	40,4%	34,5%	41,7%	29,1%
Irrelevante	19,5%	17,2%	20,7%	18,1%	27,6%	23,7%	24,4%	18,4%
Ruim	9,9%	17,0%	22,2%	14,3%	17,5%	25,8%	18,1%	33,2%
Muito ruim	5,0%	6,0%	5,6%	8,3%	8,8%	11,6%	7,5%	18,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

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 em um 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\$ 2.109,50) foi o mais alto dentre os setores apurados, ultrapassam a média geral (R\$273,30).

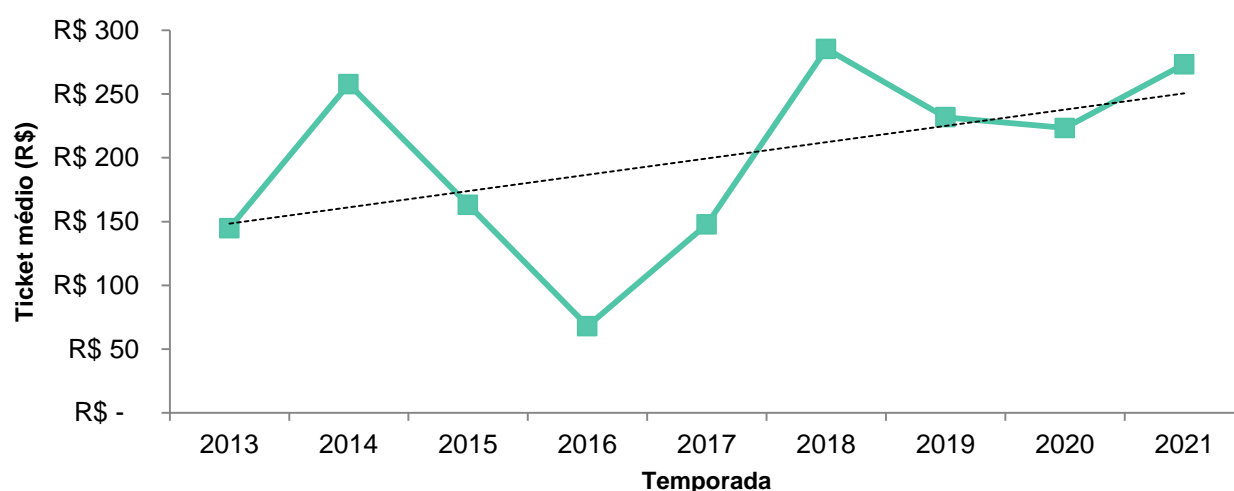
Valor do ticket médio por setor na temporada de verão 2021

Setor	Ticket médio
Vestuário, calçados e acessórios.	R\$ 186,40
Bares e restaurantes	R\$ 80,20
Mercados e supermercados	R\$ 121,70
Padarias e confeitarias	R\$ 39,60
Farmácias	R\$ 87,80
Presentes e souvenir	R\$ 75,10
Agências viagens e operadores turísticos	R\$ 2.109,50
Livrarias e revistarias	R\$ 54,20
Total	R\$ 273,30

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.

Evolução do ticket médio - série deflacionada



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 (73,9%). Observou-se a redução de 8,6 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	2021
À vista, cartão de crédito.	45,9%	40,0%	36,9%	41,3%	31,1%	34,5%	42,0%	45,8%	22,4%
À vista, cartão de débito.	12,3%	12,0%	14,9%	29,8%	27,5%	27,1%	22,6%	20,2%	26,3%
À vista, dinheiro.	22,8%	18,6%	20,8%	18,3%	22,4%	15,3%	11,2%	16,5%	24,3%
À vista, transferência eletrônica.									0,8%
Parcelamento, cartão de crédito.	16,7%	28,2%	25,6%	6,6%	17,1%	20,8%	23,3%	13,3%	20,6%
Parcelamento crediário	2,3%	0,6%	1,8%	2,3%	1,1%	1,1%	0,7%	1,7%	2,9%
Outro		0,6%		1,7%	0,9%	1,3%	0,2%	2,5%	2,7%
Total	100%	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 28,0% em relação aos demais meses do ano, uma perspectiva positiva, que pode estar pautada em uma onda de otimismo dos turistas. A média da variação no faturamento em relação à temporada de Verão de 2020 foi inconclusiva, pois apresentou inconsistência nas respostas.

Evolução da variação do faturamento

Variação no faturamento	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Em relação à temporada do ano anterior	5,6%	2,2%	7,5%	3,3%	-14,1%	-8,1%	-9,8%	-3,5%	*
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	14,9%	24,4%	14,1%	34,3%	18,8%	34,1%	22,4%	19,3%	28,0%

* dados inconsistentes

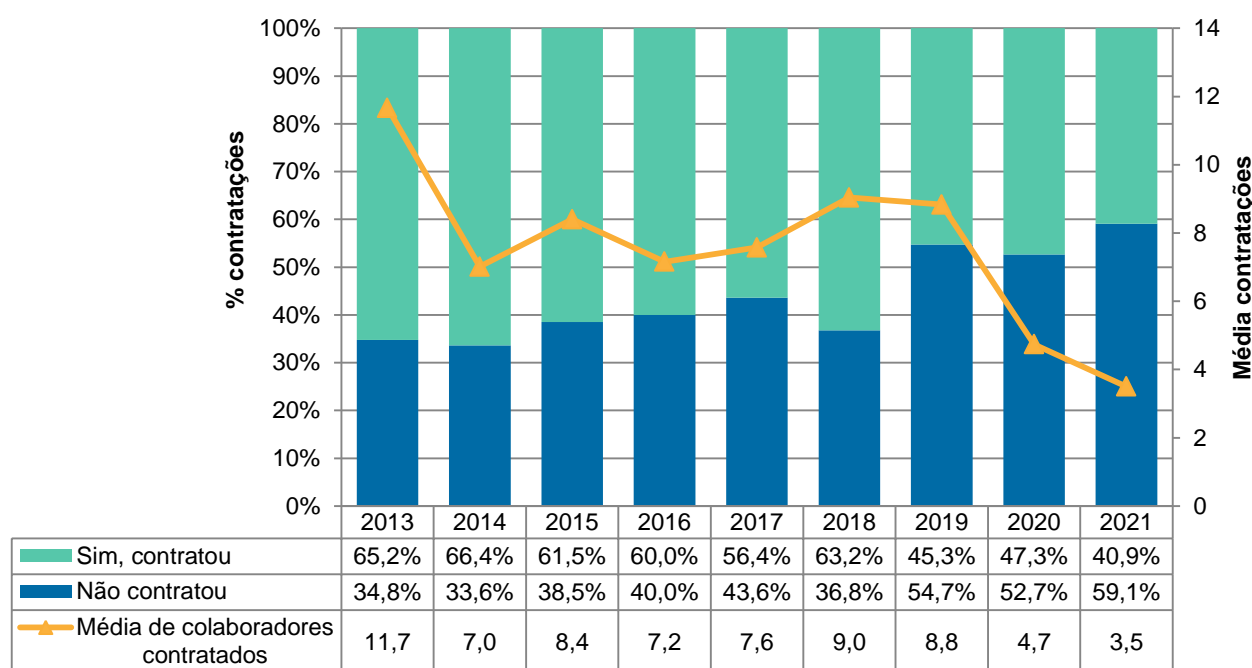
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 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 67 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 2021, o percentual de empresas do setor que realizaram este tipo de admissão foi de 40,9%, número abaixo do ano anterior, e também, inferior a média histórica (58%). E em relação à quantidade de contratações, em média, cada estabelecimento contratou 3,5 trabalhadores para a temporada de Verão 2021.

Evolução da contratação de colaboradores extra e da média de contratados 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 nota-se a queda no volume de empresas realizando contratações nos últimos anos e 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, e nos anos seguintes faixa se manteve acima dos 50%. Mas nas três últimas temporadas, de 2019 a 2021, e nesta última temporada caíram para a faixa dos 40%. Além disso, neste mesmo período, a quantidade de contratados caiu mais da metade, de 8,8 para 3,5 pessoas.

Forma de pagamento:

A principal forma de pagamento constatada pelos entrevistados do setor hoteleiro apresentou algumas alterações significativas em relação ao ano anterior. A maioria dos hóspedes permaneceu pagando as despesas de hotéis e similares com cartões de crédito (67,2%), mas na comparação com a temporada do ano anterior, os pagamentos com cartão de crédito à vista reduziram 23,8 p.p. enquanto os pagamentos parcelados aumentaram 9,3 p.p. e esse comportamento apresenta uma tendência da série histórica.

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

Forma de pagamento	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
À vista, cartão de crédito.	80,4%	57,8%	61,8%	52,1%	31,1%	46,1%	56,4%	56,6%	32,8%
À vista, cartão de débito.	2,2%	6,4%	5,5%	9,4%	27,5%	7,9%	6,0%	6,6%	17,9%
À vista, dinheiro.	10,9%	11,9%	13,6%	22,9%	22,4%	13,2%	6,0%	9,2%	4,5%
À vista, transferência eletrônica.									10,4%
Parcelamento, cartão de crédito.	2,2%	22,9%	13,6%	9,4%	17,1%	31,6%	31,6%	25,0%	34,3%
Parcelamento crediário	4,3%				1,1%				
Outro		0,9%	5,5%	6,3%	0,9%	1,3%		2,6%	
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Variação do faturamento:

Assim como os demais setores, nos hotéis foi percebida uma variação positiva do faturamento em relação aos meses anteriores à temporada (51,2%).

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

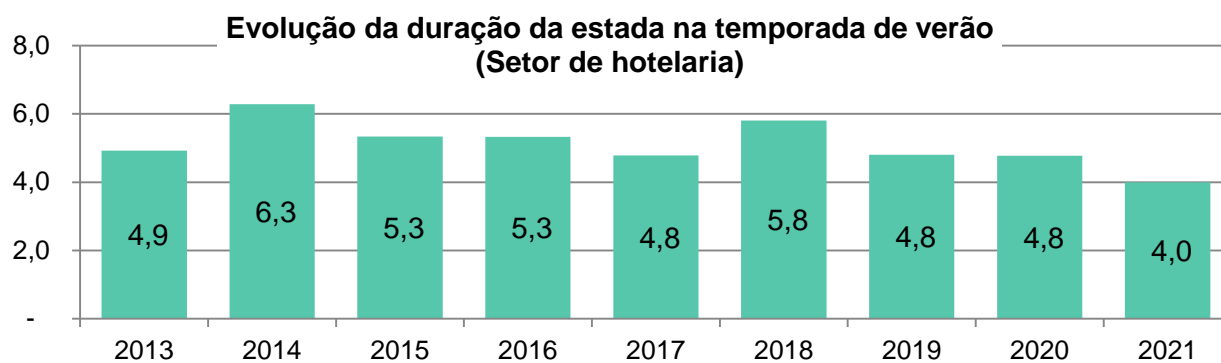
Variação no faturamento	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Em relação à temporada do ano anterior	17,8%	9,6%	3,5%	12,8%	-12,5%	-0,8%	-19,5%	3,0%	*
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	46,0%	44,7%	39,3%	72,8%	37,1%	68,3%	45,7%	34,0%	51,2%

* dados inconsistentes

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Tempo de permanência:

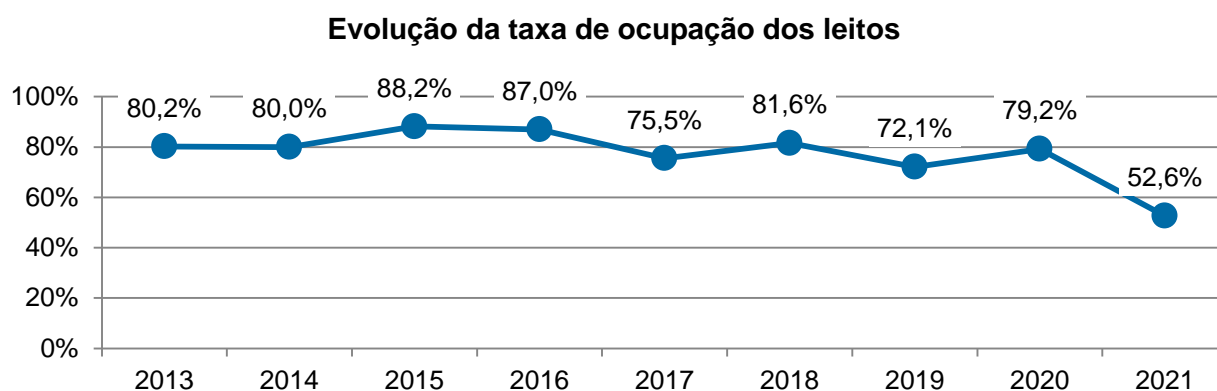
A média de dias de permanência do turista no estabelecimento, durante a temporada de Verão 2021, foi inferior ao ano anterior: os hóspedes ficaram, em média, 4,0 dias. Este foi o menor tempo médio de permanência apurado na pesquisa desde 2013.



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 (52,6%), redução de 26,6 p.p. em relação ao ano anterior.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2.3. Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2021

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 São Francisco do Sul, Balneário Camboriú e Florianópolis a maior parte dos empresários relatou que o período do Carnaval foi pior que o restante da temporada, em Imbituba a percepção ficou equilibrada entre os que consideraram o período pior e igual, e Laguna, com tradicionais festas de Carnaval, a percepção de 55,8% dos empresários foi de que o período foi igual ao restante da temporada de Verão.

Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2021

Percepção	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
Pior que o restante da temporada de Verão	73,2%	62,6%	50,3%	41,0%	26,0%	51,5%
Igual ao restante da temporada de Verão	21,1%	36,7%	29,5%	44,6%	55,8%	36,2%
Melhor ao restante da temporada de Verão	5,6%	0,7%	20,2%	14,5%	18,2%	12,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2.4. Percepção do impacto da temporada de Verão 2021 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, mas também foram consideradas as livres manifestações deste grupo, que foram categorizadas e agrupadas. Levando em conta o período de pandemia, e que a pesquisa abordou setores diretamente afetados pelo turismo, a parcela de citações de impactos positivos sofreu uma redução se comparada ao ano anterior, foram 92,4% em 2020 e 47,0% na temporada deste ano.

Em São Francisco do Sul, os destaques foram o aumento na arrecadação de impostos, aumento da economia informal e a estagnação na criação e desenvolvimento de empresas. Em Balneário Camboriú, o aumento dos gastos da Prefeitura e a especulação imobiliária. Em Florianópolis, melhor desenvolvimento do comércio e serviços, mas também o aumento da economia informal. Imbituba uma elevada parcela de empresários não percebeu impacto na economia do município ao final desta temporada de verão, e outra parcela menor, mas também significativa, percebeu aumento na oferta de empregos. Em Laguna grande parte percebeu que a temporada proporcionou geração de renda para o município e aumento na oferta de empregos, mas em contraponto outra parcela menor, enxergou redução na oferta de emprego e renda.

Percepção do impacto da temporada de Verão 2021 na economia dos municípios

Impacto	Destino turístico					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
Não percebeu impacto	18,2%		1,7%	49,4%	5,4%	10,8%
Neutro	18,2%		1,7%	49,4%	5,4%	10,8%
Geração de renda		36,0%	35,8%	29,9%	50,0%	32,6%
Aumento na oferta de empregos			3,5%	14,3%	25,0%	6,2%
Melhor desenvolvimento do comércio e serviços	1,8%		8,1%	5,2%	5,4%	4,4%
Aumento na arrecadação de impostos	14,5%	1,4%	4,0%			3,4%
Criação e desenvolvimento de empresas	1,8%		0,6%			0,4%
Positivos	18,2%	37,4%	52,0%	49,4%	80,4%	47,0%
Aumento da economia informal	25,5%	1,4%	25,4%	1,3%		12,2%
Aumento dos gastos da Prefeitura	12,7%	47,5%	11,6%		1,8%	18,8%
Especulação imobiliária	9,1%	13,7%	4,6%			6,4%
Aumento de preços	3,6%		3,5%		1,8%	1,8%
Estagnação na criação e desenvolvimento de empresas	9,1%				1,8%	1,2%
Redução na oferta de emprego e renda					8,9%	1,0%
Aumento de taxas e impostos	1,8%		1,2%			0,6%
Descaso com a cidade	1,8%					0,2%
Negativos	63,6%	62,6%	46,2%	1,3%	14,3%	42,2%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Conclusão

A temporada de Verão 2021 teve início num clima de incertezas quanto ao regramento e restrições das atividades turísticas. Entre idas e vindas de decretos, fechamento de fronteiras, a pandemia da Covid-19 trouxe, para a temporada de Verão, algumas modificações na dinâmica do turismo.

O perfil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense nesta temporada apresentou uma redução na parcela de turistas acima dos 60 anos, e examinando a origem dos turistas foi possível constatar a brusca redução na parcela de estrangeiros. A distribuição dos turistas por faixas de renda média mensal indicou predomínio das Faixas 3 e 4, cujos valores de referência e participação em 2021 foram de R\$ 2.091 a R\$ 5.225 e de R\$ 5.226 a R\$ 8.360, respectivamente. Já na formação dos grupos poucas mudanças ocorreram, mantendo a predominância de grupos familiares (55,4%) e casais sem filhos (23,6%). O tamanho médio dos grupos formados por amigos foi de 4,2 pessoas e famílias de 4,4 pessoas

Assim como nos últimos anos, nesta temporada os turistas ficaram bem distribuídos entre dois principais tipos de hospedagem: 35,9% em hotéis ou similares e 25,1% em imóveis alugados. Além disso, a forma como os turistas realizam essas contratações mostrou que o percentual de locações por plataformas de compartilhamento de imóveis vem crescendo nas últimas temporadas tanto para locações quanto transação de reserva e locação em hotéis e similares. 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.

Outro aspecto da temporada é o impacto do turismo no estímulo ao comércio local, com os turistas realizando compras durante as viagens. Neste ano, 92,1% 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. 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. No geral, cada grupo de turistas desembolsou R\$ 2.931, em média, sendo que os gastos com hospedagem e alimentação foram os mais expressivos. Considerando a série histórica deflacionada dos gastos dos turistas muitas oscilações foram percebidas ao longo dos anos, mesmo assim o aumento real no período foi de 27%.

Na visão dos empresários o resultado da temporada para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria) apresentou queda de 10,3 p.p. na fatia de empresas que realizaram contratações para atender o movimento da temporada, a quantidade de colaboradores contratados também diminuiu: foram 2,9 colaboradores em média por estabelecimento, em 2020 foram 4,1. A avaliação do movimento de clientes na temporada acompanhou o comportamento de cautela dos empresários, demonstrado no recuo das contratações a percepção geral foi negativa e a pior da série histórica. No setor de hotelaria a maioria dos estabelecimentos não realizou contratações para atender a sazonalidade do período, este cenário de cautela com a desaceleração no mercado de trabalho do setor de hotelaria ficou evidente, pois nota-se a queda no volume de empresas realizando contratações nos últimos anos e a queda na média de colaboradores contratados.

O que fica de destaque da temporada de verão no litoral catarinense é a importância do turismo para a economia do Estado e o impacto da pandemia do Covid-19 nos estabelecimentos diretamente e indiretamente ligados a esta atividade e a urgente necessidade de ações para reverter os efeitos prejudiciais decorrentes da interrupção repentina e prolongada dos fluxos de turistas.

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.