



# Pesquisa de Carnaval Joaçaba e Herval d'Oeste 2023

**Fecomércio SC**  
CNC Sesc Senac  
Sindicatos

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

# Pesquisa Fecomércio de Turismo – Carnaval Joaçaba e Herval d’Oeste 2023

Perfil do turista e avaliação do destino

## **Sumário**

Introdução .....	4
Perfil do turista e avaliação do destino .....	5
Perfil do turista.....	5
Origem do turista .....	6
Características e organização da viagem .....	6
Avaliação do destino turístico .....	10
Pesquisa com os empresários.....	13
O impacto econômico do Carnaval .....	13
Conclusão .....	16

## **Introdução**

O Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste é um dos principais de Santa Catarina. A festa conta com a participação de turistas e moradores em dois eventos: os desfiles das escolas de samba e o Carnaval de Blocos – o Carnafolia.

Em 2023, o desfile das escolas de samba foi realizado de 18 e 20 de fevereiro, na Avenida do Samba, no Centro de Joaçaba, e contou com a participação de três agremiações que fazem parte da Liga Independente das Escolas de Samba de Joaçaba e Herval d'Oeste (Liesjho): Acadêmicos do Grande Vale, Unidos do Herval e Vale Samba. Neste ano, o Carnafolia foi realizado na Praça Engenheiro Daniel Olímpio da Rocha, em Herval d'Oeste, de 17 a 20 de fevereiro.

O Carnaval é um dos mais impactantes feriados do país, responsável por movimentar boa parte da economia em setores como turismo e negócios, influenciando positivamente no cenário econômico geral. O faturamento no período aquece a economia e melhora a condição financeira das cidades que investem em eventos para atrair turistas de várias regiões e nacionalidades.

Para entender estas características e particularidades das festas de Carnaval, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina - Fecomércio SC – realizou pesquisa com o objetivo de mapear o perfil do turista que frequenta Joaçaba e Herval d'Oeste no feriado e também o impacto para os empresários neste mesmo período.

Nesta edição, as entrevistas com os turistas foram realizadas entre os dias 17 e 22 de fevereiro, com abordagens diretas e entrevistas pessoais. Os pesquisadores foram alocados em pontos de grande fluxo. Foram entrevistados 382 turistas, garantindo uma margem de erro de 5% e nível de confiança de 95%.

A pesquisa de percepção dos empresários quanto aos impactos do Carnaval ocorreram entre os dias 24 de fevereiro e 1º de março, em entrevistas telefônicas com empresários e gestores. Foram 224 entrevistas válidas, garantindo uma margem de erro de 5% e nível de confiança de 95%.

## Perfil do turista e avaliação do destino

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

### Perfil do turista

Analisando os dados referentes ao período do Carnaval acerca do perfil socioeconômico, algumas características ficaram destacadas.

- Idade média de 40,2 anos e a idade mais frequente 28 anos;
- A maioria é solteira (51%), à frente da casada (37,7%);
- Renda média mensal familiar: 41,2% de 2 a 4 Salários Mínimos (SM) e 32,2% entre 4 e 10 SM.

Em relação à série histórica, das pesquisas realizadas entre os anos de 2011 a 2023, percebe-se uma mudança no perfil dos turistas:

- Redução na participação do público jovem (de 18 a 25 anos) de 42,8 % para 17,5%;
- Redução na participação de solteiros;
- Aumento na participação de turistas das faixas de renda 1 e 2.

*Perfil socioeconômico*

Variável	Categoria	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2023
Sexo	Feminino	34,0%	40,0%	24,3%	31,6%	40,6%	35,3%	52,3%	31,2%	40,6%
	Masculino	66,0%	60,0%	75,7%	68,4%	59,4%	64,7%	47,7%	68,8%	59,4%
Faixa Etária	De 18 a 25 anos	38,0%	34,7%	45,2%	50,1%	52,9%	42,6%	33,2%	46,0%	17,5%
	De 26 a 30 anos	23,0%	24,6%	20,0%	15,5%	19,7%	25,8%	27,0%	27,5%	14,1%
	De 31 a 40 anos	17,0%	20,8%	17,8%	17,0%	18,0%	18,5%	24,0%	17,4%	25,1%
	De 41 a 50 anos	11,0%	10,1%	9,1%	8,7%	7,2%	7,8%	10,7%	5,4%	15,7%
	De 51 a 60 anos	10,0%	8,0%	4,3%	6,8%	1,9%	4,0%	4,1%	2,9%	17,0%
	Acima de 60 anos	1,0%	1,8%	3,5%	1,9%	0,3%	1,2%	1,0%	0,7%	10,5%
Estado Civil	Solteiro		67,1%	69,1%	67,6%	81,5%	75,1%	71,1%	76,4%	51,0%
	Casado/união estável		27,9%	26,5%	27,2%	13,5%	21,6%	25,4%	21,0%	37,7%
	Separado/divorciado		2,7%	3,5%	3,8%	4,7%	2,2%	3,6%	2,2%	6,3%
	Viúvo		1,8%	0,9%	1,4%	0,3%	0,0%		0,4%	4,2%
	Outro		0,5%					1,1%		0,8%
Renda média mensal familiar*	Faixa 1: até 2 SM	4,4%	3,9%	1,0%	2,6%	1,5%	0,8%	1,5%	4,8%	17,1%
	Faixa 2: 2 a 4 SM	24,2%	16,6%	2,9%	14,4%	9,7%	5,3%	7,7%	11,1%	41,2%
	Faixa 3: 4 a 10 SM	49,1%	42,3%	50,0%	43,5%	39,2%	59,4%	50,5%	50,6%	32,2%
	Faixa 4: 10 a 20 SM	16,7%	22,6%	32,8%	24,5%	31,0%	28,2%	27,0%	22,1%	6,7%
	Faixa 5: acima de 20 SM	5,5%	14,6%	13,4%	15,0%	18,6%	6,4%	13,3%	11,4%	2,8%

\*Em 2023 foi realizada adequação das faixas de renda média mensal familiar

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Origem do turista

A pesquisa mostrou que 94% dos turistas que frequentaram Joaçaba e Herval d'Oeste no período das festas de Carnaval em 2023 são brasileiros, comportamento recorrente desde o início da apuração. A influência da proximidade ficou evidente na participação de turistas do Paraná e do Rio Grande do Sul nas festas de Carnaval de Joaçaba, com 17,8% e 9,4% respectivamente, mas a parcela de catarinenses foi maior (55,2%), o que configura o caráter de turismo regional.

### Origem do turista

Origem do turista	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2023
<b>Brasil</b>	<b>100,0%</b>	<b>99,1%</b>	<b>100%</b>	<b>98,6%</b>	<b>100%</b>	<b>99,8%</b>	<b>99,0%</b>	<b>98,6%</b>	<b>94,0%</b>
Santa Catarina	61,4%	66,8%	61,1%	71,2%	62,7%	63,0%	53,8%	66,7%	55,2%
Paraná	16,8%	18,4%	22,6%	14,4%	14,9%	16,2%	23,9%	13,4%	17,8%
Rio Grande do Sul	10,9%	6,0%	4,4%	5,3%	8,0%	10,2%	9,1%	11,2%	9,4%
São Paulo	5,9%	3,6%	6,2%	3,3%	5,0%	3,3%	4,6%	2,2%	4,2%
Rio de Janeiro	2,0%		3,5%	4,2%	5,8%	5,3%	6,6%	2,9%	0,5%
Outros estados	3,0%	5,1%	2,2%	1,7%	0,8%	1,8%	1,0%	2,2%	6,8%
<b>Uruguai</b>									<b>2,4%</b>
<b>Argentina</b>				<b>0,5%</b>			<b>0,5%</b>	<b>0,4%</b>	<b>1,3%</b>
<b>Outros países</b>		<b>0,9%</b>		<b>0,8%</b>		<b>0,2%</b>	<b>0,5%</b>	<b>1,1%</b>	<b>2,4%</b>
<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>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre os turistas do estado de Santa Catarina a maior presença foi de residentes da própria mesorregião Oeste Catarinense (24,1%), principalmente do município de Chapecó (7,1%), da mesorregião Vale do Itajaí (11,5%), com predominância de Blumenau (3,9%) e de Balneário Camboriú (2,9%); da Grande Florianópolis (7,6%), sendo 6,3% da capital Florianópolis; outros 7,1% da mesorregião Serrana, 3,4% Norte Catarinense, e 1,0% Sul Catarinense.

## Características e organização da viagem

Conhecer as características do consumidor e a forma como organiza sua viagem é de extrema relevância para o planejamento estratégico. A partir da compreensão de seus padrões comportamentais é possível planejar, promover e vender os produtos e serviços do turismo de forma a satisfazer adequadamente as necessidades e desejos de um determinado público-alvo.

Com relação à forma de hospedagem, boa parte dos turistas ficou alojada em imóveis de parentes ou amigos (48,7%) e em hotéis e similares (45,5%). Além disso, nesta edição da pesquisa verificou-se um aumento na fatia de turistas que optou pela hospedagem em hotéis e similares, parcela cerca de 20% maior que a média histórica.

<i>Tipo de hospedagem</i>									
<b>Tipo de hospedagem</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2023</b>
Imóvel de parentes e amigos	42,0%	41,0%	35,2%	51,2%	46,4%	36,6%	51,3%	57,6%	48,7%
Hotel ou similar	42,0%	29,0%	40,0%	22,1%	35,1%	54,5%	44,7%	33,3%	45,5%
Imóvel alugado	4,0%	3,0%	2,2%	3,5%	2,2%	3,5%	3,0%	6,9%	2,9%
Imóvel próprio	3,0%	4,0%	3,5%	3,3%	2,8%	3,5%		0,4%	0,8%
Outros	9,0%	23,0%	19,1%	19,9%	13,5%	2,0%	1,0%	1,8%	2,1%
<b>Total</b>	<b>100%</b>								

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A maior parte dos turistas ficou hospedada no município de Joaçaba (80%) e Herval d'Oeste (12%). Um pequeno percentual ficou distribuído em outros municípios próximos, distantes em média 45 km e menos 1h de locomoção. Entre eles, Luzerna, Capinzal, Catanduvas, Treze Tílias, Ibiraré e Campos Novos. Os turistas que ficaram hospedados em hotéis e similares optaram principalmente por Joaçaba, que também tem a maior oferta de alojamentos.

Quando se trata de hospedagem, conhecer os mecanismos de busca e negociação que os turistas fazem uso é imprescindível para qualquer negócio. A pesquisa apurou a distribuição dos canais de negociação por tipo de hospedagem:

### **Hotéis e similares**

- 37,4% Direto com o estabelecimento
- 25,9% Serviço online de reservas
- 19,0% Locado pela empresa
- 14,4% Portal de imóveis ou site

### **Imóveis alugados**

- 45,5% Direto com o proprietário ou intermediário
- 27,3% Serviço online de reservas
- 9,1% Imobiliária
- 9,1% Portal de imóveis ou site
- 9,1% Locado pela empresa

Outra característica importante e que afeta o cotidiano das cidades e do estado está no meio de transporte escolhido pelos turistas para chegar ao destino, impactando na dinâmica das cidades, nas questões de mobilidade urbana e na organização dos órgãos de fiscalização. A movimentação de turistas também traz reflexos para empresas de transporte de passageiros, postos de combustíveis e estacionamentos. O Carnaval é um feriado curto e muitos turistas optaram por destinos turísticos próximos às suas residências, como já foi abordado anteriormente - origem dos turistas - e esse aspecto está relacionado com a escolha do meio de transporte. Neste Carnaval, o percentual de turistas que vieram com veículos próprios foi de 54,2%. Já a parcela de passageiros de ônibus regulares cresceu mais de 40%.

*Meio de transporte*

<b>Meio de transporte</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2023</b>
Veículo próprio	79,0%	64,0%	65,7%	51,6%	59,3%	80,3%	71,1%	71,0%	54,2%
Ônibus (ou similar) regular	12,0%	22,0%	20,7%	33,9%	29,0%	11,9%	17,3%	9,4%	28,0%
Avião	1,0%	4,0%	8,7%	5,7%	8,1%	1,2%	6,6%	7,2%	6,3%
Ônibus (ou similar) fretado	8,0%	7,0%	3,3%	5,7%	2,0%	4,2%	3,6%	1,4%	5,5%
Veículo alugado	0,0%	3,0%	0,4%	1,6%	0,8%	1,5%	0,5%		1,3%
Outro		0,0%	1,2%	1,6%	0,8%	0,7%	1,0%	10,9%	4,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>								

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto ao deslocamento interno, os meios de transporte utilizados para andar pela região, ir e voltar dos eventos/festas e demais passeios:

- 46,3% utilizou veículo próprio;
- 30,6% não utilizaram transportes (deslocamento a pé);
- 7,9% transportes por aplicativos;
- 4,5% veículo alugado;
- 2,6% taxi;
- 2,1% transporte público;
- 6,0% outro.

A mudança no perfil dos turistas do Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste ficou muito evidente na avaliação das próximas variáveis – motivação e grupo de viagem.

A motivação para a viagem foi muito diferente dos anos anteriores, onde as festas de Carnaval eram o principal propósito dos visitantes. Neste ano, apesar de a folia permanecer como a principal razão para o turismo da região, outros motivos ganharem destaque, como visita a parente ou amigos, viagem de negócios e trabalho e outras opções de lazer e entretenimento..

*Motivo da viagem*

<b>Motivo da viagem</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2023</b>
Festas de Carnaval	95,8%	89,3%	86,6%	38,5%
Visita a parentes ou amigos	3,7%	9,6%	10,5%	24,3%
Negócios e trabalho			2,5%	22,3%
Lazer e entretenimento				12,3%
Outros	0,5%	1,0%	0,4%	2,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A distribuição dos grupos de viagem mostra que até 2018 a predominância era de grupos de amigos, viajantes cuja principal motivação era o Carnaval. Porém, na apuração de 2023 essa configuração mudou e a parcela de grupos de amigos caiu para 14,9%, além disso, o volume de turistas desacompanhados, que vieram sozinhos para a região, foi muito expressivo (36,4%). O motivo da viagem dos “desacompanhados” ficou distribuído entre: vista a parentes ou amigos (13,6%), Carnaval (10,5%) e viagem de negócios ou trabalho (7,6%).

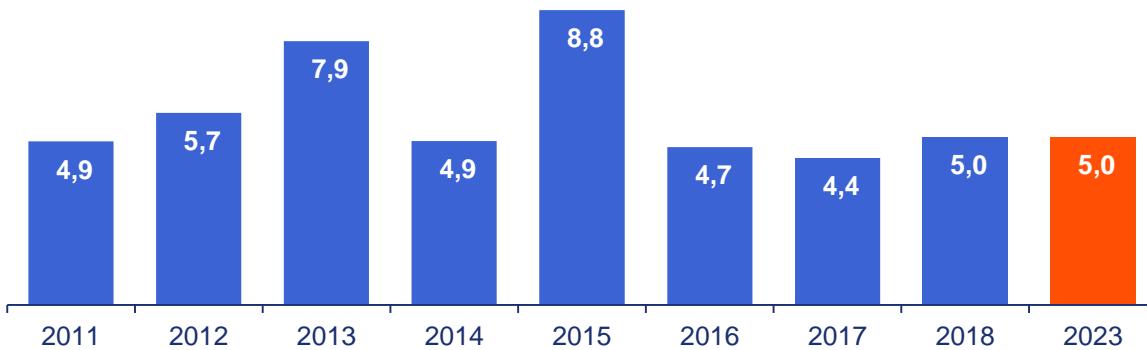
*Grupo de viagem*

Grupo de viagem	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2023
Família	37,0%	36,0%	29,1%	29,2%	25,7%	23,9%	27,9%	13,4%	20,9%
Casal							8,1%	11,2%	16,5%
Grupo de amigos	44,0%	42,0%	47,8%	47,4%	55,2%	65,7%	47,2%	56,5%	14,9%
Veio sozinho	14,0%	17,0%	15,7%	19,1%	14,4%	8,0%	16,8%	14,9%	36,4%
Excursionistas	2,0%	0,0%	0,9%	0,8%	0,8%	0,5%		1,8%	1,0%
Outros	3,0%	5,0%	6,5%	3,5%	3,9%	2,0%		2,2%	10,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

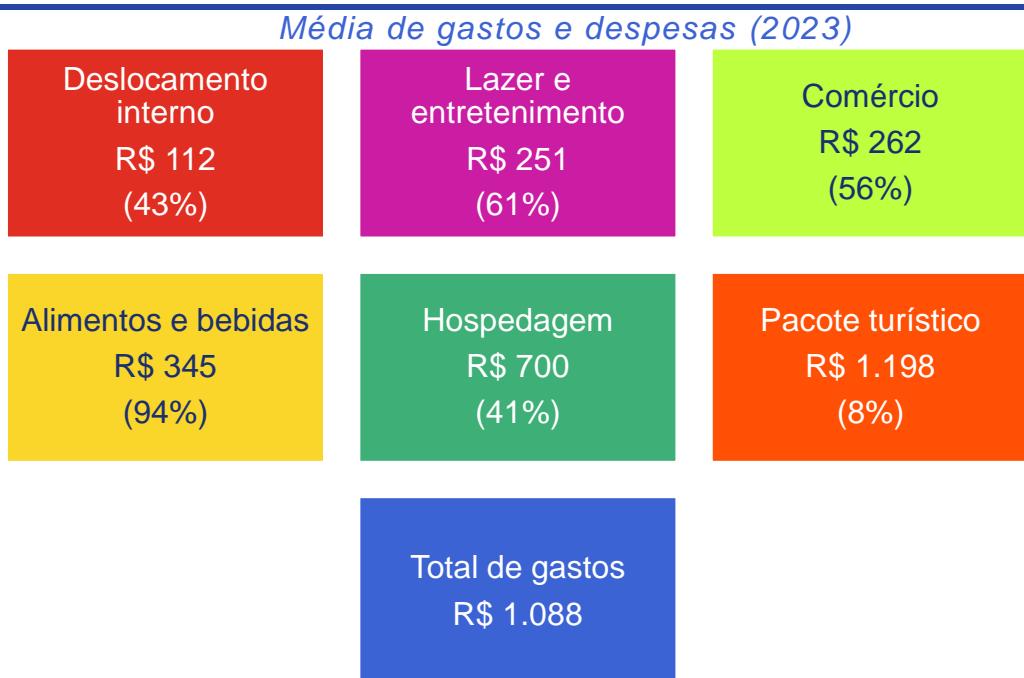
O tempo de permanência - a quantidade de dias que os turistas permanecem na região - foi de cinco dias, mesmo valor que o apurado em 2018, e compatível com o período.

*Tempo de permanência na cidade (em dias)*



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em média, o total dos gastos por turista foi de R\$ 1.088, sendo que os gastos com hospedagem e pacotes turísticos foram os mais expressivos. Cada turista gastou com hospedagem, em média, R\$ 700. Na sequência vem os gastos com alimentos e bebidas (R\$ 345) e com lazer e entretenimento (R\$ 251), que incluem os valores de ingressos e passeios. Os gastos médios dos turistas foram investigados por tipo de uso. Assim, os turistas que não tiveram despesas com hospedagem, por exemplo, não foram considerados no cálculo da média deste item. O percentual de turistas que realizaram gastos no comércio local foi de 56%.

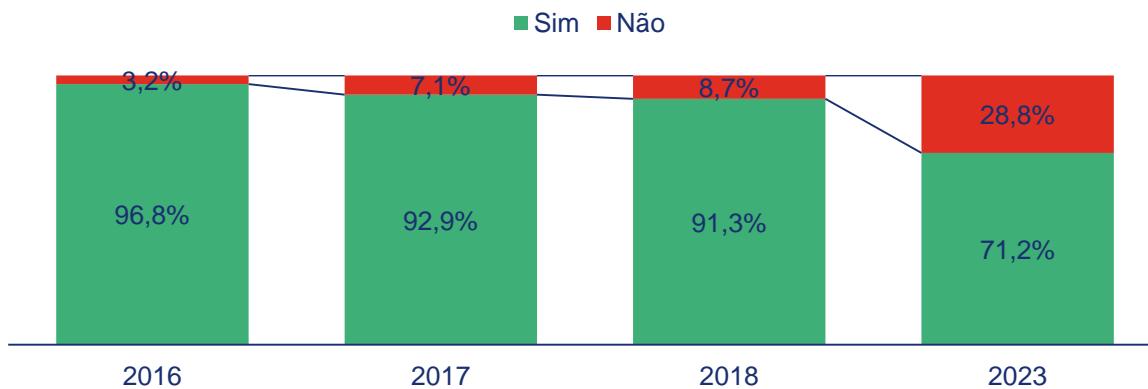


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Avaliação do destino turístico

O próximo tópico revela muito e faz compreender outras características sobre a importância do Carnaval na economia da região. Nesta questão, fica claro que as festas de Carnaval são responsáveis pela movimentação turística em Joaçaba e Herval d'Oeste no período, chegando a 71,2% o percentual de turistas que participaram de eventos relacionados ao Carnaval da região. No entanto, foi expressiva a queda de 24% de turistas participando dos eventos do Carnaval – com grupos de amigos cuja principal motivação para visitar a região foi lazer e entretenimentos não relacionados ao Carnaval e visitantes sozinhos ou em grupos de famílias em visita a parentes e amigos. Nestas abordagens também foi possível identificar uma redução de quase 50% dos turistas participando do Carnafolia: em 2018, 64,2% dos turistas participaram do evento e em 2023 foram apenas 32,5%.

### Participação em eventos de Carnaval

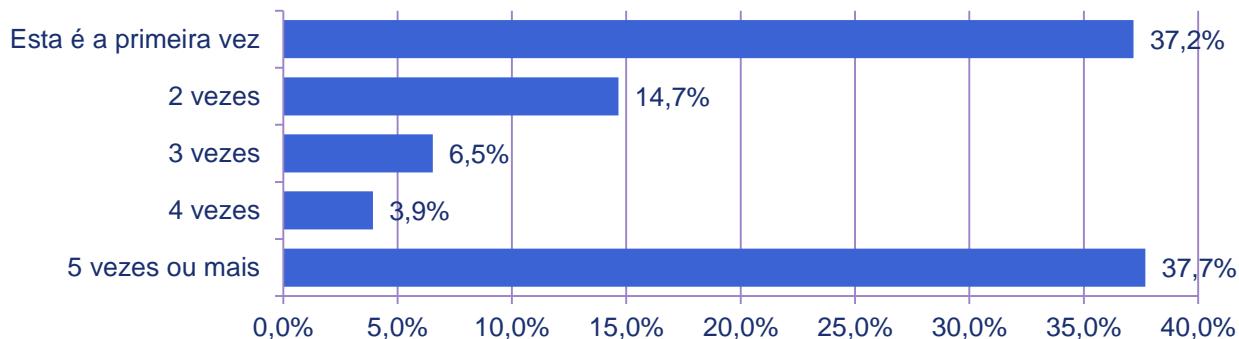


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Avaliação da experiência turística

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 Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste em 2023 foram aplicados indicadores quantitativos e qualitativos. No primeiro, a quantidade de vezes que visitou o destino turístico descreve em parte a fidelização que o local foi capaz de gerar no visitante. Os resultados do indicador por destino mostraram um alto grau de fidelização, visto que mais de 62,8% dos turistas visitou o destino por duas vezes ou mais.

Quantidade de participações no evento



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 o Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste 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 entusiastas; 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, 57,1% dos turistas foi classificado como Promotores, 26,8% Neutros e 16,1% Detratores. Logo, pela avaliação dos turistas o Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste foi considerado numa Zona de Aperfeiçoamento, indicando que o evento tem oportunidades para melhorar e se tornar mais atrativo.

Grau de satisfação do turista

Indicadores	Frequência de respostas
Promotores (9 e 10)	57,1%
Neutros (7 e 8)	26,8%
Detratores (0 a 6)	16,1%
NPS (Promotores - Detratores)	41,1%
	Zona de Aperfeiçoamento

Valores de referência:

-100%	-1%	0%	49%	50%	74%	75%	100%
Zona Crítica		Zona de Aperfeiçoamento		Zona de Qualidade		Zona de Excelência	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O turista realiza uma viagem para buscar sensações ímpares e experiências marcantes, a fim de atingir e superar suas próprias expectativas. 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?” e com essa avaliação qualitativa foi possível identificar os principais destaques:

- Elogios aos desfiles das escolas de samba;
- Frustração com o Carnafolia (localização, shows, pouco público e informações desencontradas);
- Frustração com a falta dos tradicionais blocos;
- Percepção da falta de apoio institucional ao evento;
- Na comparação com os anos anteriores o evento foi considerado fraco.

Importante enfatizar que muitas das considerações críticas foram relatos de turistas que deram boas notas na avaliação da experiência turística, principalmente no que se refere aos desfiles das escolas de samba.

## **Pesquisa com os empresários**

Para identificar o impacto do período de Carnaval entre os empresários dos setores de comércio, serviços, turismo e hotelaria, a Fecomércio SC também ouviu os comerciantes das cidades. Os setores entrevistados foram divididos da seguinte maneira:

*Distribuição das entrevistas por setor e município*

<b>Setores</b>	<b>Joaçaba</b>	<b>Herval d'Oeste</b>	<b>Total</b>
Bares, restaurantes e lanchonetes.	15,6%	5,4%	21,0%
Vestuário, calçados e acessórios.	14,3%	5,8%	20,1%
Mercados e supermercados	11,6%	6,3%	17,9%
Farmácias	8,9%	1,8%	10,7%
Padarias e confeitarias	7,6%	2,7%	10,3%
Postos de combustíveis	6,7%	2,2%	8,9%
Presentes e souvenir	4,9%	0,9%	5,8%
Hotéis e pousadas	2,7%	0,0%	2,7%
Agencias de viagem e Operadores turísticos	2,2%	0,4%	2,7%
<b>Total</b>	<b>74,6%</b>	<b>25,4%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## **O impacto econômico do Carnaval**

Os eventos de Carnaval afetam a dinâmica de Joaçaba e Herval d'Oeste de diferentes maneiras. As atividades ligadas ao turismo movimentam diversos setores, principalmente de comércio e serviços. O evento impacta setores de comidas e bebidas, vestuário, hotelaria, mercado fonográfico, entre outros. Além disso, muita gente trabalha durante os dias de festa. No entanto, neste ano, 99,1% dos empresários dos setores de comércio e serviços não realizou contratações de colaboradores extras para o período do Carnaval. A prudência observada nesta edição reflete a insegurança do empresário diante do cenário econômico do país. Neste ano, apenas dois setores realizaram contratações de colaborador extra para o período do Carnaval: hotéis e postos de combustíveis.

*Contratação de mão de obra extra para o período do Carnaval*

<b>Contratações</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2023</b>
<b>Não</b>	90,2%	90,8%	94,7%	90,4%	92,8%	93,4%	91,7%	92,4%	99,1%
<b>Sim</b>	9,8%	9,2%	5,3%	9,6%	7,2%	6,6%	8,3%	7,6%	0,9%

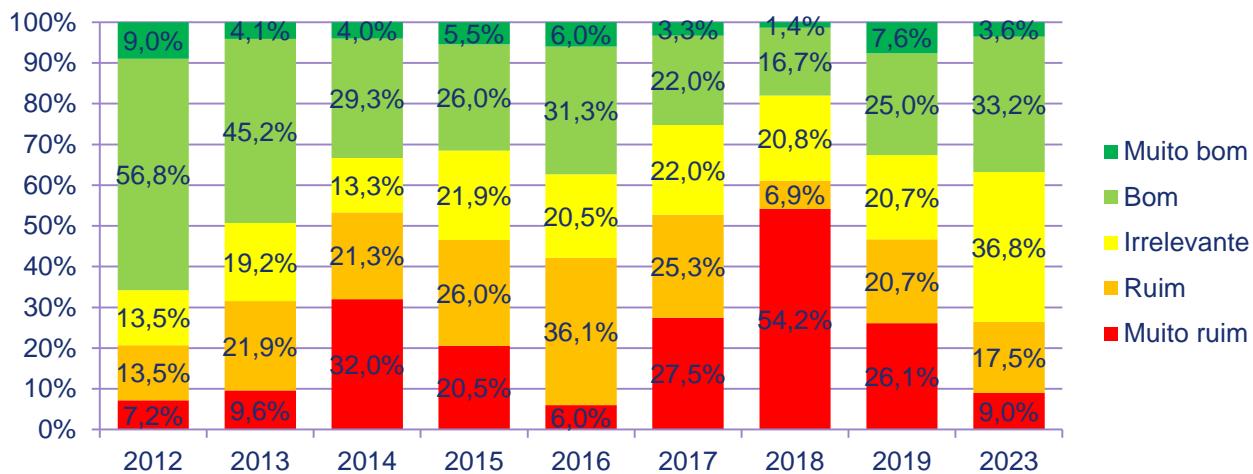
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

As expectativas dos empresários também afetaram o período de funcionamento dos estabelecimentos no período de Carnaval: 52,2% dos estabelecimentos funcionaram em horário normal, 35,7% abriu com horário alternativo e 12,1% não abriram as portas. Em Joaçaba, 92,2% dos estabelecimentos mantiveram o funcionamento normal e parcial no período e em Herval d'Oeste 75,4%.

Ainda em relação à expectativa dos empresários, o movimento de clientes nos estabelecimentos durante o período de Carnaval foi fraco, ainda assim, positivo. Mas vale destacar

que percentual de avaliações negativas foi o menor desde 2013, apenas 26,5% (9,0% muito ruim e 17,5% ruim). A avaliação de Joaçaba foi positiva e Herval d'Oeste negativa. No geral, a maior parte das avaliações positivas ocorreu em estabelecimentos localizados na Av. XV de Novembro em Joaçaba.

*Avaliação do movimento no período do Carnaval*



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O valor médio de cada compra por cliente nos estabelecimentos, o ticket médio, é um indicador utilizado para realizar análises comparativas em relação ao histórico da empresa, ponto comercial, período e concorrência. É um indicativo importante para acompanhar a eficiência do processo comercial. Neste ano, o ticket médio no período do Carnaval foi cerca de 18% inferior ao período do Carnaval de 2019, considerando os valores ajustados pelo IPCA. Os setores tipicamente turísticos, hotéis e agências de viagens, tiveram o maior valor médio, mas também o maior desvio-padrão, ou seja, os valores são bastante dispersos.

*Ticket médio por setor no período do Carnaval*



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma de pagamento é um indicador mercadológico que acompanha as mudanças no comportamento do consumidor. Desde a pesquisa realizada em 2019 uma mudança estrutural na forma de pagamento modificou o panorama deste indicador- sendo que o Pix (pagamento instantâneo brasileiro) já alterou esta configuração com apenas 2 anos de operação, ocupando a fatia de 17,9%.

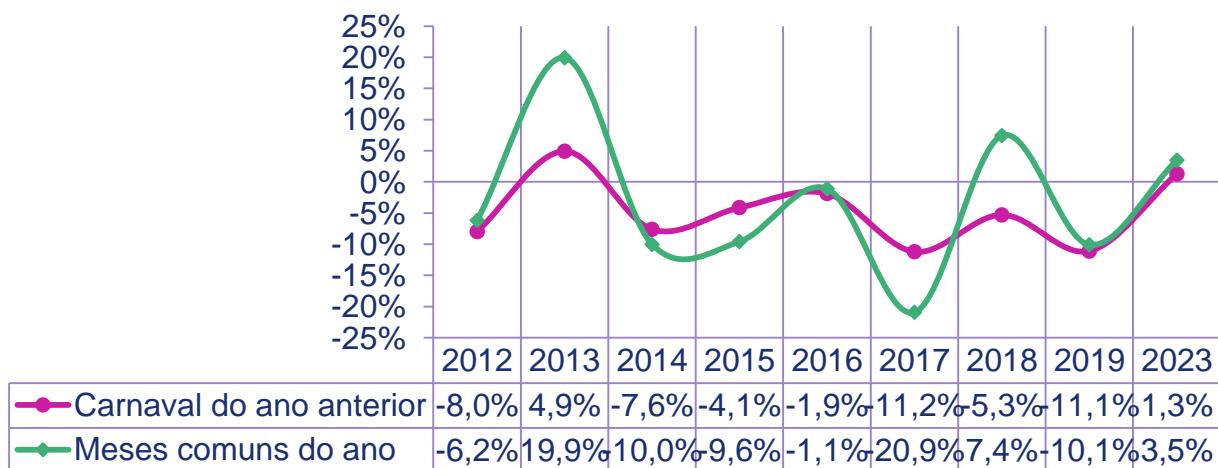
*Principal forma de pagamento no período do Carnaval*

<b>Forma de pagamento</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2023</b>
À vista, em dinheiro.	84,5%	21,1%	44,0%	45,2%	43,4%	28,6%	36,1%	31,5%	15,6%
À vista, no cartão de débito.	1,8%	19,7%	6,7%	9,6%	18,1%	22,0%	25,0%	13,0%	13,8%
À vista, no cartão de crédito.	5,5%	56,6%	42,7%	27,4%	24,1%	26,4%	30,6%	41,3%	36,2%
À vista, transferência eletrônica (PIX e outros)									17,9%
Parcelado, no cartão de crédito.	5,5%		4,0%	13,7%	8,4%	12,1%	6,9%	9,8%	14,3%
Parcelado, no crediário.	2,7%		2,7%	2,7%	4,8%	2,2%	1,4%	2,2%	1,3%
Outro		2,6%		1,4%	1,2%	8,8%		2,2%	0,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>								

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro indicador que capta o impacto do Carnaval para os empresários é a variação do faturamento em relação aos anos anteriores e meses comuns do ano. A variação foi de 1,3%, sendo em Joaçaba (3,2%) e Herval d'Oeste (-4,2%), em relação ao Carnaval passado. Os estabelecimentos localizados na Av. XV de Novembro, em Joaçaba, tiveram os melhores resultados (17,1%). Já em relação aos meses comuns do ano foi de 3,5% - Joaçaba (5,9%) e Herval d'Oeste (-3,7%), com os melhores resultados (18,6%) nos estabelecimentos localizados na Av. XV de Novembro. Com relação à série histórica percebe-se o bom desempenho relativo, inferior apenas à avaliação do Carnaval de 2013.

*Variação do faturamento no período do Carnaval*



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## **Conclusão**

O Carnaval é um dos períodos do ano que mais movimenta os destinos turísticos em Santa Catarina, com destaque para Joaçaba. Por esse motivo, a pesquisa Fecomércio Carnaval de Joaçaba e Herval d'Oeste foi realizada novamente. A pesquisa tem como intuito apurar o perfil desse turista, as características de viagem, o gasto médio e a avaliação que o turista faz do destino.

Analizando os dados referentes ao período do Carnaval de 2023 acerca do perfil socioeconômico, algumas características ficaram evidentes: idade média de 40,2 anos, predomínio de solteiros e visitantes com renda média mensal familiar de 2 a 4 salários mínimos. Também chama atenção o turismo regional, com frequência majoritária de residentes do próprio estado, sendo a própria mesorregião Oeste Catarinense e a Vale do Itajaí as principais origens.

Com relação à forma de hospedagem, boa parte dos turistas ficou hospedada em imóveis de parentes ou amigos, mas também uma grande parcela ficou em hotéis ou similares, somando 94,2% das opções de hospedagem.

Outra característica importante e que afeta o cotidiano das cidades e do estado está no meio de transporte escolhido pelos turistas para chegar ao destino. A movimentação de turistas também traz resultados para empresas de transporte de passageiros, postos de combustíveis e parking.

O Carnaval é um feriado curto e muitos turistas optaram por destinos turísticos próximos às suas residências- esse aspecto está relacionado com a escolha do meio de transporte, no qual mais da metade dos turistas utilizou veículos próprios. Ainda assim, essa opção ficou 20% abaixo da média histórica, perdendo espaço para outros meios, como ônibus ou similares, de linhas regulares ou fretadas.

Na configuração dos grupos de viagem - grupos de pessoas que acompanha cada um dos entrevistados - grandes transformações ocorreram nesta edição. O grupo de amigos, maior grupo da série histórica, reunia até então metade dos participantes e neste ano caiu para 14,9%, ficando distribuído entre diversas outras formações, com destaque para os visitantes desacompanhados. Esta mudança na composição dos grupos está diretamente relacionada com a motivação da viagem, que deixou de ser predominantemente a festa de Carnaval.

A pesquisa da Fecomércio SC realiza avaliação da experiência turística usando o NPS (Net Promoter Score), uma métrica utilizada para mensurar qual o nível de satisfação e o grau de fidelidade do cliente/turista com relação ao evento. Nesta avaliação, o Carnaval foi considerado numa Zona de Aperfeiçoamento, indicando que o evento tem oportunidades para melhorar e se tornar mais atrativo.

Na avaliação dos empresários, o resultado percebido foi positivo, seja na percepção do movimento de clientes ou na avaliação da variação do faturamento, que tiveram os melhores resultados desde 2014. Os dados da pesquisa também mostram a importância dos eventos turísticos e da conjunção entre os setores de comércio, serviços e turismo para a economia das cidades. O turismo é uma atividade que demanda muita mão de obra pelo fato de estar no setor terciário, gerando empregos e indiretos, além de receitas e riquezas para o destino turístico.

*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.*