



**Pesquisa Fecomércio SC Turismo:  
Verão no Litoral  
Catarinense 2023**

**Fecomércio SC**  
CNC Sesc Senac  
Sindicatos

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

# **Pesquisa Fecomércio SC Turismo: Verão no Litoral Catarinense 2023**

Pesquisa de Turismo Verão no Litoral Catarinense

## **Sumário**

Introdução.....	3
Pesquisa com turistas.....	4
Perfil socioeconômico .....	4
Origem .....	1
Organização da viagem .....	2
Gastos e despesas dos turistas .....	3
Avaliação da experiência turística .....	5
Pesquisa com os empresários .....	10
Perfil e distribuição das entrevistas .....	10
Ticket médio.....	10
Impactos da temporada para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria) .....	12
Impactos da temporada para o setor de hotelaria .....	14
Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2023 .....	17
Conclusão.....	18

## Introdução

A Pesquisa Fecomércio SC de Turismo de Verão no Litoral Catarinense 2023 abrange 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 **1213 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 2,8% 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 2023. Os empresários foram abordados por entrevistas telefônicas e somaram **660 entrevistas**, garantindo uma **margem de erro de 3,5% 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.

*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.*

## Pesquisa com turistas

A pesquisa da Fecomércio SC investigou diversos itens para traçar o perfil de turistas que frequentaram o litoral catarinense na temporada de verão de 2023. Os turistas foram entrevistados em diferentes pontos turísticos, praias e locais de consumo; são de variados perfis e de diversas localidades do Brasil e do exterior.

### Perfil socioeconômico

A avaliação do perfil socioeconômico dos frequentadores do Litoral Catarinense demonstrou poucas variações em relação aos anos anteriores. Dentre as pessoas que visitaram o Litoral, a faixa etária de maior representação foi a de adultos entre 31 a 40 anos, somando 24,2% dos turistas, e entre 41 a 50 anos, com 23% de participação. Na comparação da média histórica percebe-se a redução na parcela de turistas de 18 a 25 anos, de 15,2% para 12,4%, e tendência de crescimento da faixa de 51 a 60 anos. Nesta temporada a idade média dos turistas foi 41,8 anos.

Com relação à renda média familiar mensal, as faixas de renda predominantes, faixas 3 e 4, abrangem quase 60% dos turistas. Mas a faixa 5 (de R\$ 8.813 a R\$ 11.015) foi a que mais cresceu, a alta foi de 6 pontos percentuais (p.p.) em relação à média histórica. Esta relação torna-se importante num contexto de redução no poder consumo das famílias, apontando para a alteração no perfil do turista com a presença de grupos com maior renda.

### Evolução do perfil socioeconômico dos turistas

Variável	Categoria	Temporada										
		2013	2014	2015	2016	2017	2017	2018	2019	2021	2022	2023
Sexo	Feminino	55,0%	56,1%	57,8%	50,7%	60,6%	33,5%	51,8%	59,1%	58,7%	56,6%	52,0%
	Masculino	45,0%	43,9%	42,2%	49,3%	39,4%	66,5%	48,2%	40,9%	41,3%	43,4%	48,0%
Estado civil	Casado			56,6%	60,3%	59,8%	55,4%	50,5%	57,8%	55,6%	60,5%	53,6%
	Solteiro			34,8%	31,0%	30,8%	37,9%	40,0%	34,5%	37,0%	33,5%	38,7%
	Separado			5,9%	5,5%	6,8%	4,4%	6,9%	4,6%	5,0%	4,1%	5,5%
	Viúvo			2,5%	3,0%	2,4%	1,3%	2,5%	2,8%	1,8%	1,2%	2,1%
	Outro			0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,1%	0,4%	0,6%	0,7%	0,2%
Faixa etária	18 a 25 anos	19,0%	15,6%	16,8%	13,4%	13,9%	15,5%	17,3%	14,0%	14,5%	12,3%	12,4%
	26 a 30 anos	16,0%	14,2%	13,0%	14,6%	12,3%	17,0%	13,9%	14,4%	14,1%	11,4%	16,9%
	31 a 40 anos	27,0%	25,3%	27,8%	27,4%	26,2%	28,9%	25,8%	26,7%	27,6%	27,9%	24,2%
	41 a 50 anos	21,0%	22,2%	25,0%	23,2%	21,7%	21,4%	17,9%	22,3%	22,8%	24,7%	23,0%
	51 a 60 anos	11,0%	14,4%	12,0%	15,3%	16,2%	11,7%	18,5%	14,5%	16,0%	15,9%	16,4%
	Acima de 60	6,0%	8,4%	5,5%	6,2%	9,7%	5,5%	6,5%	8,2%	4,9%	7,8%	7,1%
Renda média familiar mensal	Faixa 1	2,2%	0,9%	1,4%	1,5%	2,9%	2,2%	3,0%	7,1%	2,9%	3,7%	3,3%
	Faixa 2	8,7%	4,9%	9,0%	6,3%	13,9%	8,6%	9,8%	13,5%	15,4%	8,6%	7,0%
	Faixa 3	34,8%	27,1%	32,4%	30,2%	35,7%	31,1%	37,0%	35,7%	33,1%	28,6%	35,3%
	Faixa 4	27,2%	36,3%	32,7%	26,7%	22,5%	26,6%	21,6%	20,5%	22,3%	27,1%	22,7%
	Faixa 5	7,6%	10,2%	11,4%	14,3%	11,3%	12,9%	10,7%	10,4%	8,5%	15,1%	16,3%
	Faixa 6	19,6%	20,6%	10,0%	13,2%	7,4%	9,6%	9,4%	6,8%	8,9%	9,9%	8,8%
	Faixa 7	0,0%	0,0%	3,1%	7,9%	6,4%	8,9%	8,5%	6,1%	8,9%	7,1%	6,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os valores de referência (atuais) das faixas de renda média familiar mensal:

Faixa 1: R\$ 1.102 ou menos

Faixa 2: R\$ 1.103 a R\$ 2.203

Faixa 3: R\$ 2.204 a R\$ 5.509

Faixa 4: R\$ 5.510 a R\$ 8.812

Faixa 5: R\$ 8.813 a R\$ 11.015

Faixa 6: R\$ 11.016 a R\$ 16.524

Faixa 7: R\$ 16.525 ou mais

## Origem

A pesquisa mostrou que 83% do público no Litoral Catarinense foram brasileiros, e majoritariamente dos estados da região sul. Esta temporada registrou um aumento, em relação à média histórica, na participação de turistas moradores do próprio estado de Santa Catarina. Com relação aos turistas estrangeiros, a pesquisa mostra aumento na presença de turistas argentinos em relação à temporada de 2022, apesar disso a participação deste grupo ainda não retornou ao patamar pré-pandemia (2018 e 2019). Destaque para o aumento na participação de turistas uruguaios, tanto em relação à média histórica, quanto em relação ao ano anterior. Florianópolis e Balneário Camboriú foram os principais destinos do litoral de SC escolhidos pelos turistas estrangeiros, já São Francisco do Sul e Laguna tiveram predominância de turistas do próprio estado (70,1% e 84,9%).

Em **Florianópolis** os destaques foram:

- ✓ 28,7% de turistas residentes no RS e 11,9% de SP;
- ✓ 16,3% Argentinos e 5,7% Uruguaios.

## Balneário Camboriú

- ✓ 23,9% de turistas do PR e 11,1% de SP;
- ✓ 21,3% de SC, sendo 8,5% residentes do Vale do Itajaí;
- ✓ 17,9% Argentinos e 4% do Paraguai.

## São Francisco do Sul

- ✓ 70,1% dos turistas de SC: 56% do Norte Catarinense;
- ✓ 17,9% do PR.

## Laguna

- ✓ 84,9% dos turistas de SC: 65,4% do Sul Catarinense e 13,4% da Grande Florianópolis.

## Imbituba

- ✓ 42,6% de turistas do RS;
- ✓ 41,9% de SC, sendo 14% da Grande Florianópolis.

## Evolução da origem dos turistas

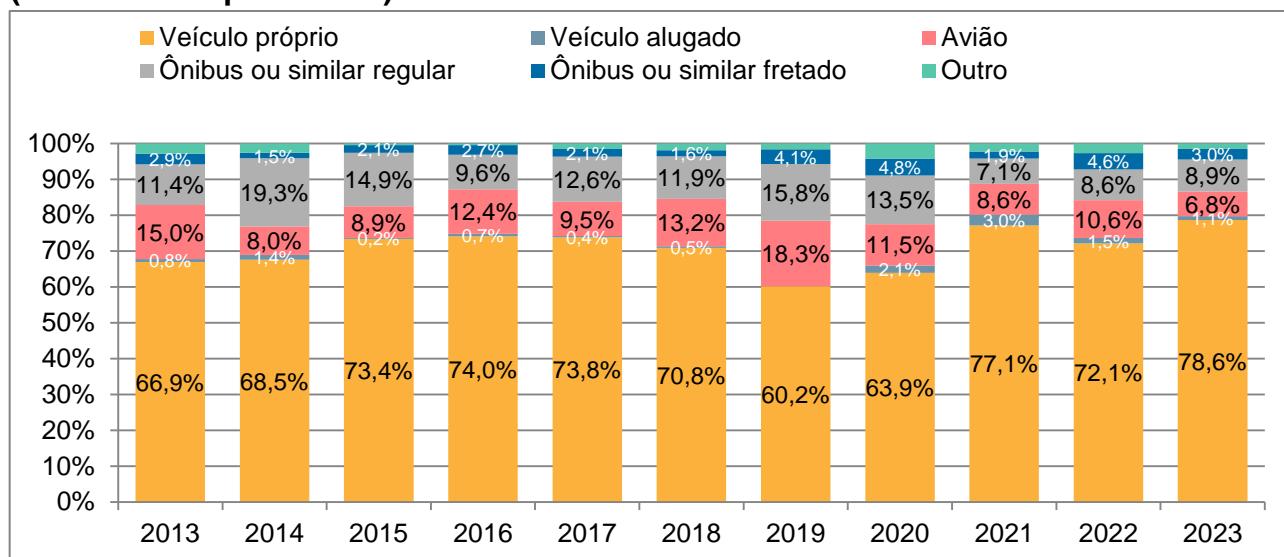
Origem dos turistas	Temporada										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Brasileiros	86,0%	89,7%	89,5%	76,6%	87,6%	71,0%	71,6%	82,2%	97,9%	86,6%	83,0%
SC	28,0%	30,7%	21,0%	18,6%	28,6%	16,1%	14,4%	18,4%	23,2%	16,5%	39,1%
RS	21,0%	22,2%	29,1%	22,1%	27,9%	29,3%	28,2%	24,6%	37,6%	30,6%	19,9%
PR	16,0%	22,0%	23,6%	21,6%	18,9%	12,9%	12,5%	17,0%	19,6%	21,0%	12,0%
SP	12,0%	8,7%	7,9%	7,6%	6,9%	7,3%	7,6%	13,7%	9,7%	11,1%	7,0%
Outros	9,0%	6,2%	7,8%	6,7%	5,3%	5,4%	9,0%	8,5%	7,7%	7,4%	5,0%
Estrangeiros	14,0%	10,3%	10,5%	23,4%	12,4%	29,0%	28,4%	17,8%	2,1%	13,4%	17,0%
Argentina	11,0%	7,4%	7,6%	18,1%	10,7%	23,5%	20,6%	14,8%	0,2%	10,4%	12,4%
Uruguai	1,0%	0,6%	1,3%	2,8%	0,6%	2,4%	1,8%	1,6%	0,1%	0,6%	2,1%
Paraguai	1,0%	1,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,3%	2,9%	0,8%	1,1%	1,4%	1,8%
Chile	1,0%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%	1,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,2%
Outros		0,3%	0,6%	1,4%	0,6%	1,1%	1,7%	0,3%	0,3%	0,5%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Organização da viagem

A concentração de turistas residentes nos arredores do Litoral Catarinense, seja dos estados e países vizinhos ou do próprio estado, justifica a escolha do meio de transporte utilizado para chegar ao destino- 78,6% optaram por realizar as viagens utilizando veículos próprios, um percentual que até superou a média histórica (70,1%).

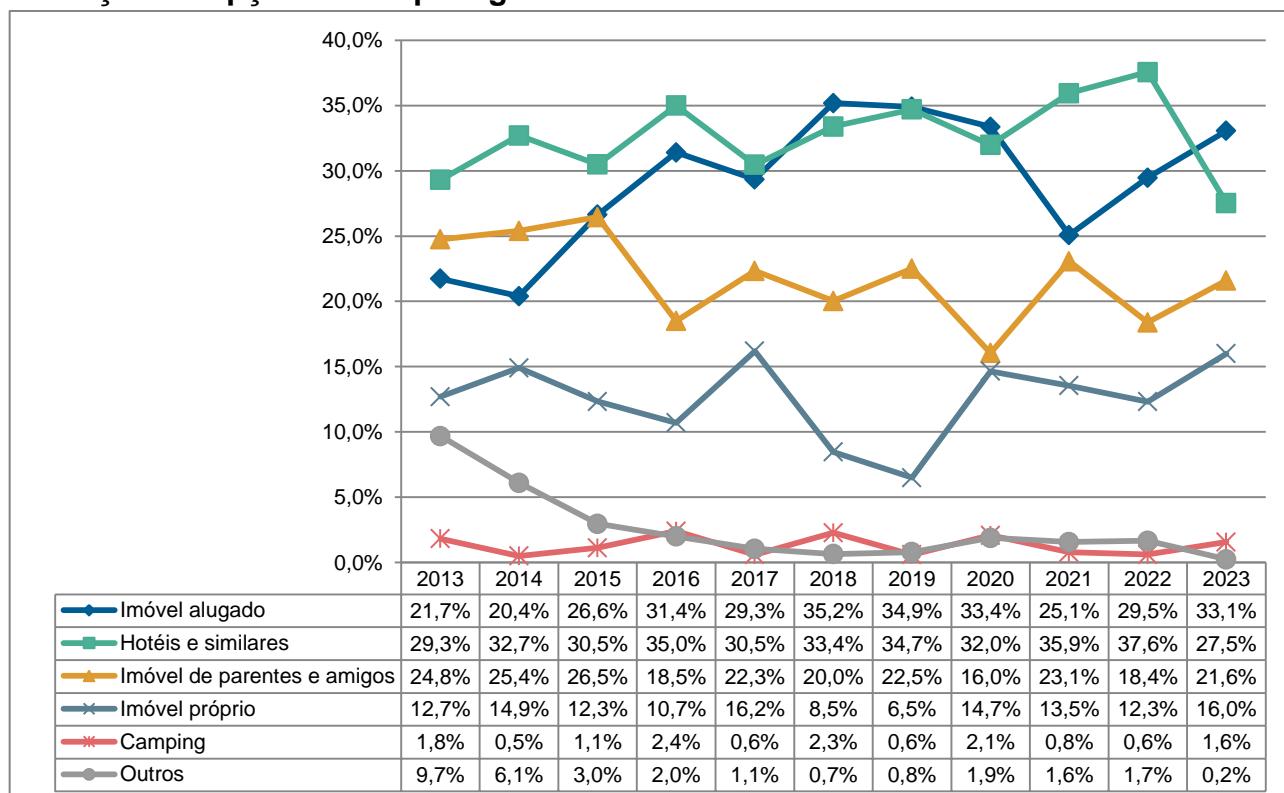
## Evolução dos meios de transporte utilizado para chegar ao Litoral Catarinense (maior trecho percorrido)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Com relação à forma de hospedagem, a maior parcela de turistas optou pela locação de imóveis (33,1%), seguida pela parcela que utilizou a hotelaria (27,5%). Ao longo da série histórica percebe-se a alternância entre estas duas formas de hospedagem, que juntas somam mais de 60% das opções dos turistas.

## Evolução da opção de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

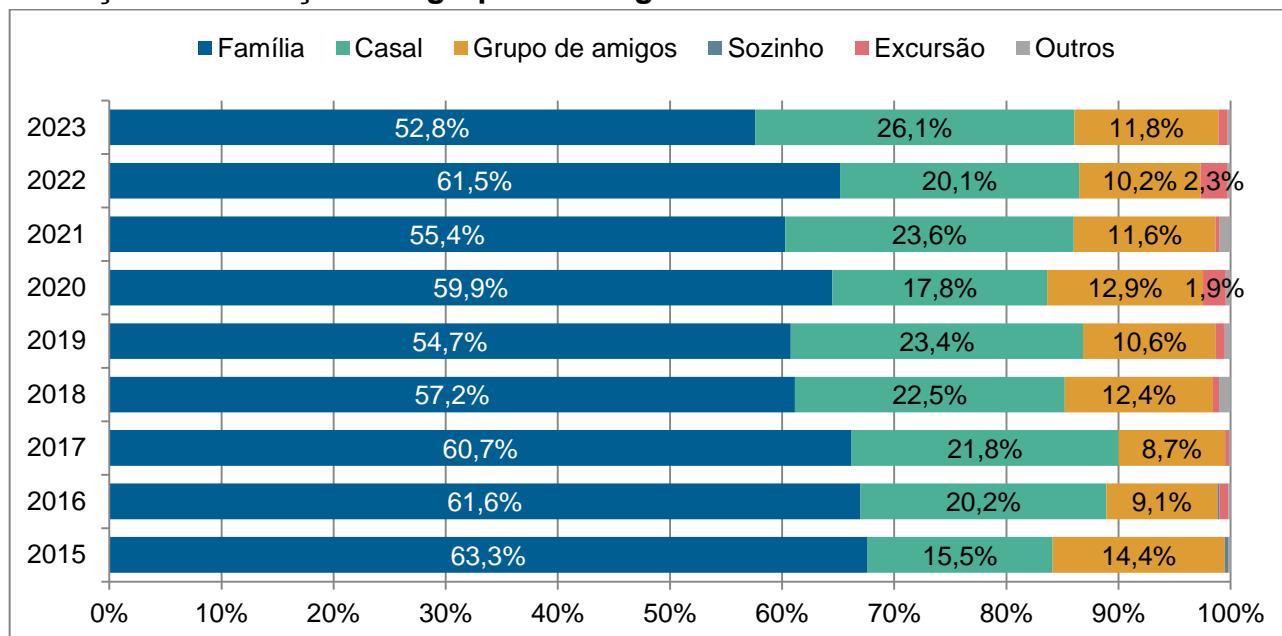
Dos turistas que optaram pela hospedagem em hotéis e similares, 33,8% realizaram as reservas por serviço online, 31,1% direto com os estabelecimentos (por telefone, aplicativo ou site), 16,5% em portal de imóveis e 8,1% em agência de viagem ou turismo e excursão.

As negociações de imóveis alugados foram:

- ✓ 46,4% Direto com o proprietário ou intermediário
- ✓ 35,2% Serviço online de reservas
- ✓ 15,2% Imobiliária ou corretor de imóveis
- ✓ 2,2% Portal de imóveis ou site

Os grupos de viagem mais representativos foram as famílias 53%, com grupos formados por 4,5 pessoas em média. Apesar disso, na comparação da média histórica percebe-se a redução na parcela deste grupo. Em contraponto, identificou-se o aumento da participação de casais de 21% para 26%; o que justifica, em parte, a redução do tamanho médio dos grupos de 4,4 para 3,8 pessoas (no geral). Importante destacar que nesse grupo são dois estados civis predominantes, 64,3% casados ou união estável e 32,8% solteiros, e existe uma tendência de crescimento da parcela do primeiro extrato.

### Evolução na formação dos grupos de viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Gastos e despesas dos turistas

Os gastos médios dos turistas que frequentaram o Litoral Catarinense na temporada de verão 2023 foram investigados por tipo de uso. Assim, os turistas que não tiveram dispêndios com hospedagem, por exemplo, não foram considerados no cálculo da média de hospedagem. Para o cálculo da média geral é realizada a soma dos gastos de cada turista ou visitante entrevistado.

Nesta temporada, a média geral dos gastos foi de R\$4.937, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos. Em média, cada grupo de turista gastou R\$3.574 com hospedagem, seguido dos gastos com alimentação e bebidas (R\$1.698). Os gastos com lazer foram em média R\$ 704 e 46% dos turistas realizaram este tipo de gasto. Os gastos com compras no comércio foram de R\$518, com participação 91% dos turistas. Os gastos com transporte (deslocamento interno) foram de R\$ 388, realizados por 66% dos entrevistados.

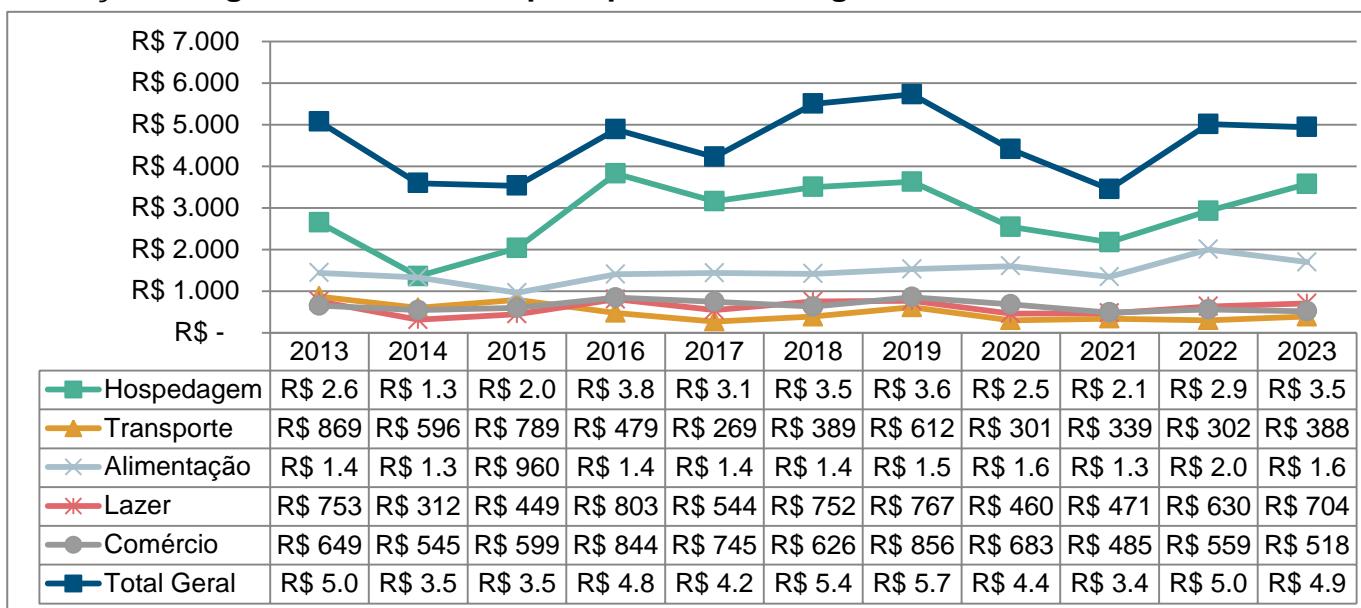
### Gastos com a viagem (2023)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Uma importante comparação acerca dos gastos dos turistas diz respeito à evolução da série histórica. Para que uma análise de tendência possa ser realizada foi aplicada a correção pelo IPCA, opção que permitiu transformar valores nominais em valores reais e, com isso, avaliar a evolução dos gastos dos turistas com produtos e serviços. O gráfico a seguir, com a evolução dos gastos corrigidos, mostra que os valores de hospedagem aumentaram tanto em relação à média histórica quanto em relação à temporada anterior- a alta foi de 22% em relação a 2022.

### Evolução dos gastos dos turistas por tipo - série corrigida



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta temporada o tempo médio de permanência dos turistas no litoral foi de 10,6 dias, semelhante aos últimos dois anos, mas inferior à média histórica que era de 12 dias. Apesar disso, os gastos com hospedagem e alimentação não acompanharam essa movimentação e aumentaram 29% e 17%, respectivamente, na comparação com a média histórica.

### Evolução da duração da estada (em dias)

Duração da estada	Temporada						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Média	13,6	12,5	12,6	12,0	10,0	10,5	10,6

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 o litoral catarinense na Temporada de Verão de 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 destino turístico foi capaz de gerar no visitante. Os resultados do indicador por destino mostraram um alto grau de fidelização, visto que mais de 80,5% dos turistas visitou o destino duas vezes ou mais- exceto Imbituba, onde o percentual ficou abaixo da média (63,6%).

### Frequência dos turistas por destino turístico em 2023

Frequência	Destino turístico						Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna		
Primeira vez	12,0%	11,9%	29,5%	36,4%	8,9%	19,5%	
2 vezes	20,7%	9,7%	11,4%	20,9%	2,8%	12,0%	
3 vezes	12,0%	7,7%	10,0%	10,9%	2,8%	8,7%	
4 vezes	3,3%	3,4%	6,5%	3,1%	1,7%	4,0%	
5 vezes ou mais	52,2%	67,3%	42,5%	28,7%	83,8%	55,8%	
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, 67% dos turistas foi classificado como Promotores, 27% Neutros e 6% Detratores. Logo, pela avaliação dos turistas o litoral de Santa Catarina foi considerado numa Zona de Qualidade nesta temporada. Por destino turístico as diferenças foram significativas: Florianópolis na Zona de Excelência, Balneário Camboriú e Imbituba na Zona de Qualidade e São Francisco do Sul e Laguna na Zona de Aperfeiçoamento.

### Grau de satisfação do turista por destino turístico em 2023

NPS	Destino turístico						Total geral
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna		
Promotores (9 e 10)	47%	75%	83%	69%	39%		67%
Neutros (7 e 8)	47%	22%	16%	23%	42%		27%
Detratores (0 a 6)	7%	3%	1%	8%	19%		6%
NPS (Promotores-Detratores)	40%	72%	82%	61%	20%		61%
	Zona de Aperfeiçoamento	Zona de Qualidade	Zona de Excelência	Zona de Qualidade	Zona de Aperfeiçoamento	Zona de Qualidade	

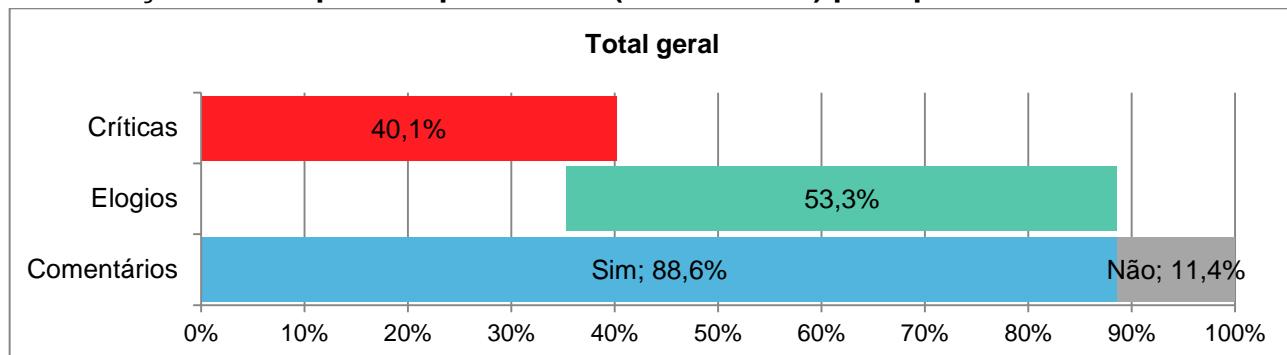
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Valores de referência:

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

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 pontos fortes e fracos da experiência avaliada, segmentadas entre elogios e críticas os dados qualitativos foram categorizados e contabilizados. No total geral, considerando todos os destinos turísticos, 88,6% dos turistas realizaram comentários que deram suporte às notas (NPS), 53,3% elogios e 40,1% críticas.

### Distribuição das respostas qualitativas (comentários) por tipo



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os principais motivos que influenciaram positivamente a experiência dos turistas foram os atributos relativos à beleza das praias e natureza, ao apreço pelas cidades – beleza, organização, comodidades e variedades. As principais críticas estão relacionadas aos problemas de infraestrutura das cidades, balneabilidade e limpeza das praias, mobilidade, infraestrutura na praia e preços. Cada destino tem seus próprios desafios e encantos.

Por conta da veiculação na mídia sobre eventuais incidentes (roubos e furtos) que teriam ocorrido com argentinos, foi questionado sobre a percepção de segurança desses turistas. A avaliação qualitativa apontou que apenas 0,3% emitiram críticas em relação à segurança- somente aqueles que veraneavam em São Francisco do Sul, Balneário Camboriú e Imbituba.

#### **São Francisco do Sul**

Em São Francisco do Sul 78,3% dos turistas realizaram comentários, 15,8% elogios e 64,7% críticas. Os percentuais estão de acordo com a avaliação geral do destino identificado como Zona de Aperfeiçoamento.

#### **Elogios:**

- ✓ 44,8% beleza do lugar;
- ✓ 24,1% beleza das praias e natureza;
- ✓ 17,2% tranquilidade;
- ✓ 17,2% infraestrutura urbana;

#### **Críticas:**

- ✓ 58,8% infraestrutura da cidade, como falta de água, queda de energia, rede de esgoto precária, problemas com a sinalização das ruas, conservação das ruas e calçadas, e coleta de lixo;
- ✓ 15,1% infraestrutura da praia, como a falta de banheiros, duchas e acessos;
- ✓ 9,2% poucas opções de lazer e entretenimento;
- ✓ 8,4% mobilidade urbana (acessos e calçadas para cadeirantes e pessoa com deficiência, faixas de pedestres, transporte coletivo e o próprio trânsito);
- ✓ 7,6% poucas opções de comércio e serviços;
- ✓ 5,9% melhorar a gastronomia, poucas opções de restaurantes;

- ✓ 3,4% limpeza da praia (lixo na praia);
- ✓ 4,2% outras (falta de informações para o turista, de ações ambientais e pouco policiamento).

### ***Balneário Camboriú***

90,9% dos turistas realizaram comentários, 62,2% elogios e 33,5% críticas;

#### **Elogios:**

- ✓ 37,4% cidade num contexto geral;
- ✓ 26,9% beleza das praias e natureza;
- ✓ 20,1% lazer e entretenimento (muitas opções de lazer, de comida, de diversão, atrações diversificadas);
- ✓ 15,5% sensação de segurança;
- ✓ 8,2% infraestrutura da cidade;
- ✓ 7,3% hospitalidade;
- ✓ 4,6% comércio de boa qualidade;
- ✓ 4,6% tranquilidade;
- ✓ 3,2% gastronomia (muitas e boas opções de restaurantes e quiosques);
- ✓ 8,7% diversos temas (acessibilidade, frequentadores, infraestrutura turística, mobilidade, alargamento da praia, clima e qualidade de vida).

#### **Críticas:**

- ✓ 59,3% limpeza da cidade, da praia e balneabilidade;
- ✓ 19,5% preços muito elevados;
- ✓ 15,3% infraestrutura na praia;
- ✓ 5,1% infraestrutura da cidade;
- ✓ 5,1% falta de estacionamento;
- ✓ 2,5% alargamento da praia;
- ✓ 2,5% mobilidade;
- ✓ 1,7% lotação;
- ✓ 3,4% outros (comércio, lazer e entretenimento, segurança).

### ***Florianópolis***

83,5% dos turistas realizaram comentários, 62,9% elogios e 24,4% críticas;

#### **Elogios:**

- ✓ 44,0% beleza das praias e natureza;
- ✓ 37,1% cidade e sua infraestrutura (beleza do lugar, cidade organizada e completa);
- ✓ 15,1% hospitalidade
- ✓ 14,2% frequentadores (pessoas bonitas, agradáveis e simpáticas);
- ✓ 7,8% muitas e boas opções de lazer e entretenimento;
- ✓ 6,9% gastronomia;
- ✓ 6,0% sensação de segurança;
- ✓ 4,3% clima;
- ✓ 3,9% tranquilidade;
- ✓ 2,2% mobilidade, preços justos e conforto.

#### **Críticas:**

- ✓ 46,7% mobilidade urbana (trânsito ruim);
- ✓ 17,8% preços altos;
- ✓ 16,7% infraestrutura da cidade
- ✓ 7,8% infraestrutura na praia (banheiros e chuveiros);
- ✓ 6,7% estacionamento (poucos e muito caros);
- ✓ 6,7% limpeza das praias e balneabilidade;

- ✓ 4,4% acessibilidade;
- ✓ 4,4% lotação;
- ✓ 5,6% outras (temperatura do mar, comércio, hospitalidade, lazer e entretenimento).

### **Imbituba**

96,1% dos turistas realizaram comentários, 72,1% elogios e 33,3% críticas;

#### **Elogios:**

- ✓ 62,4% beleza das praias e natureza;
- ✓ 17,2% tranquilidade;
- ✓ 11,8% cidade (beleza e essência);
- ✓ 9,7% hospitalidade;
- ✓ 5,4% comércio ótimo e diferenciado;
- ✓ 4,3% infraestrutura da cidade;
- ✓ 4,3% infraestrutura na praia (boa estrutura aos banhistas);
- ✓ 4,3% qualidade de vida;
- ✓ 3,2% lazer e entretenimento (qualidade dos passeios, lazer e vida noturna);
- ✓ 3,2% frequentadores (pessoas bonitas, agradáveis e simpáticas);
- ✓ 3,2% gastronomia (boa comida e bons restaurantes);
- ✓ 2,2% clima;
- ✓ 1,1% mobilidade urbana.

#### **Críticas:**

- ✓ 30,2% estacionamento (falta estacionamento);
- ✓ 20,9% infraestrutura da cidade (ruas e vias de acesso às praias ruins e esburacadas);
- ✓ 20,9% infraestrutura na praia (banheiros e chuveiros, melhorar o acesso às praias);
- ✓ 18,6% preços elevados, principalmente da hotelaria;
- ✓ 14,0% mobilidade (deslocamento ruim);
- ✓ 4,7% melhoraria atendimento no comércio;
- ✓ 4,7% infraestrutura turística (informações aos turistas);
- ✓ 4,7% falta de segurança;
- ✓ 9,3% outras (lotação, gastronomia vegana, acessibilidade).

### **Laguna**

100% dos turistas realizaram comentários, 40,8% elogios e 65,4% críticas;

#### **Elogios:**

- ✓ 46,6% beleza das praias e natureza;
- ✓ 17,8% tranquilidade e segurança (local tranquilo, bom policiamento, não há violência);
- ✓ 16,4% cidade (bela, histórica, organizada);
- ✓ 15,1% lazer e entretenimento (boas opções de lazer e cultura);
- ✓ 9,6% mobilidade (trânsito flui, fácil deslocamento);
- ✓ 8,2% comércio (variedade e qualidade);
- ✓ 8,2% hospitalidade;
- ✓ 6,8% infraestrutura da cidade
- ✓ 6,8% infraestrutura turística (pontos turísticos e hospedagens);
- ✓ 5,5% qualidade gastronômica.

#### **Críticas:**

- ✓ 35,9% limpeza e balneabilidade (sujeira e esgoto na praia);
- ✓ 21,4% obras em curso atrapalhando o turismo;
- ✓ 20,5% infraestrutura da cidade (ruas ruins, conservação da cidade);

- ✓ 17,1% trânsito ruim;
- ✓ 16,2% Infraestrutura na praia (banheiros e duchas, quiosques e iluminação);
- ✓ 10,3% lazer e entretenimento (opções de lazer e cultura);
- ✓ 4,3% melhorar a infraestrutura para o turismo;
- ✓ 3,4% faltam opções de gastronomia;
- ✓ 3,4% preços abusivos na temporada;
- ✓ 2,6% redução de área de estacionamento;
- ✓ 2,6% renovação da hotelaria;
- ✓ 1,7% poucas opções de horário do transporte coletivo;
- ✓ 0,9% comércio ruim.

## Pesquisa com os empresários

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.

### Perfil e distribuição das entrevistas

Para estudar o impacto da temporada de Verão 2023 para os empresários do comércio de cada destino turístico, a Fecomércio SC também realizou uma série de perguntas para os comerciantes dos respectivos locais. Foram realizadas entrevistas em 660 estabelecimentos comerciais, distribuídos em diversos setores de atuação.

### Distribuição setor de atuação das empresas por destino turístico 2023

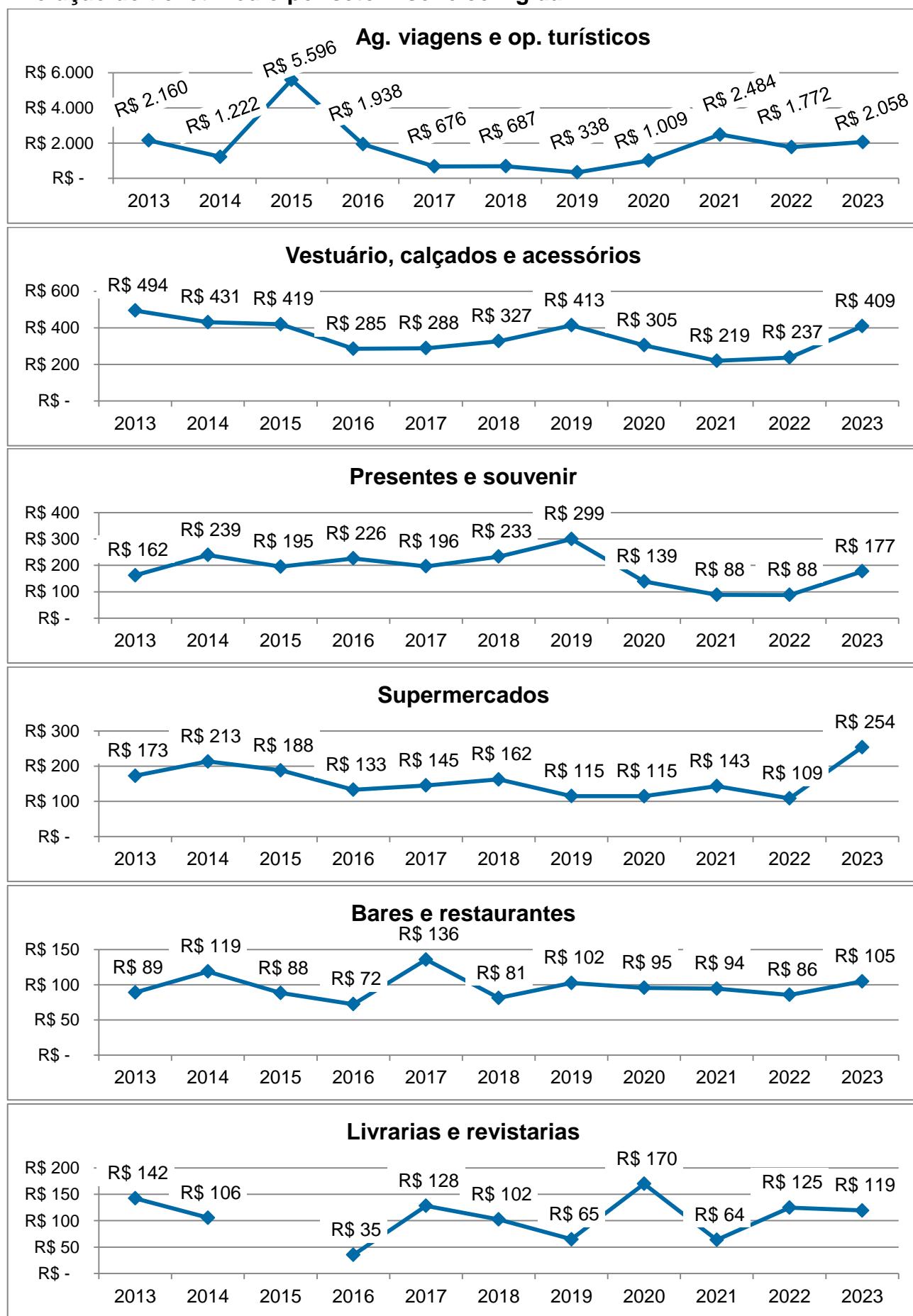
Setor	Destino turístico						Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna		
Bares e restaurantes	22,1%	20,1%	20,2%	19,0%	19,4%	20,2%	
Vestuário, calçados e acessórios.	18,9%	20,1%	17,9%	17,1%	23,7%	19,2%	
Mercados e supermercados	14,7%	9,4%	10,6%	11,4%	11,8%	11,2%	
Hotéis e pousadas	10,5%	10,1%	11,5%	18,1%	10,8%	12,0%	
Presentes e souvenir	7,4%	9,4%	8,3%	7,6%	7,5%	8,2%	
Padarias e confeitarias	8,4%	7,4%	7,3%	7,6%	8,6%	7,7%	
Farmácias	7,4%	8,1%	7,3%	8,6%	9,7%	8,0%	
Livrarias e revistarias	5,3%	5,4%	6,4%	3,8%	2,2%	5,0%	
Ag. viagens e op. turísticos	5,3%	10,1%	10,6%	6,7%	6,5%	8,5%	
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

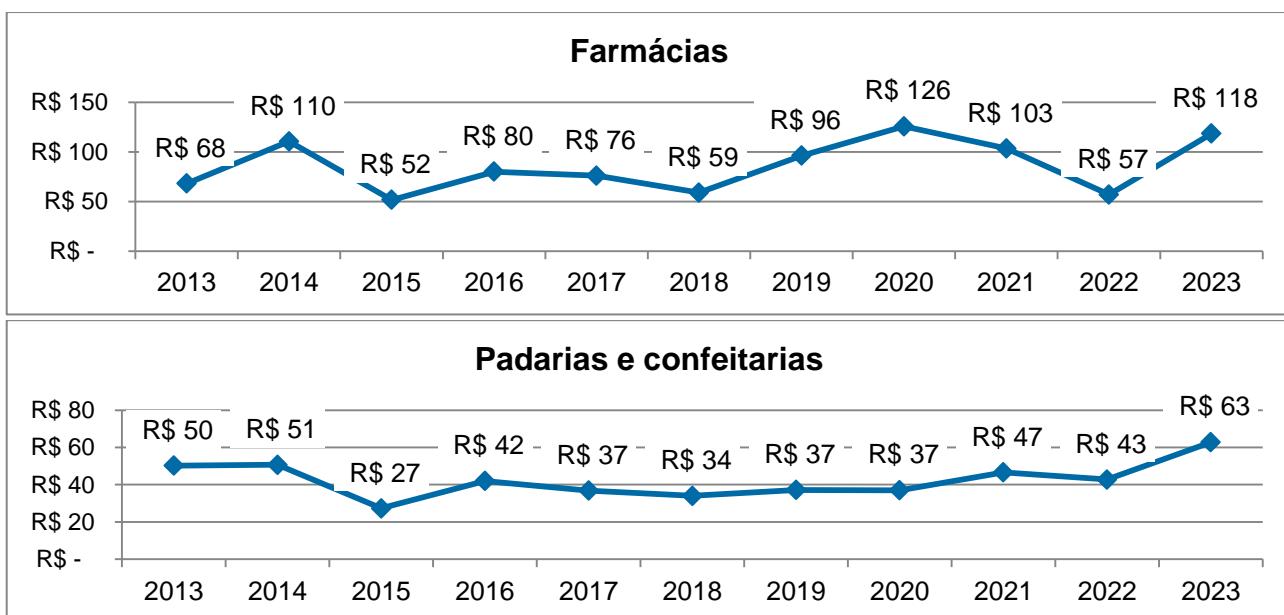
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Ticket médio

O ticket médio apresenta o valor médio que cada cliente gasta em suas compras em um estabelecimento. Para a avaliação comparativa da evolução do ticket médio ao longo da série histórica utilizou-se o mesmo recurso dos gastos dos turistas. Cada setor apresenta um comportamento distinto que fica visível nos gráficos a seguir. A avaliação geral mostra, apesar das oscilações, uma leve tendência de crescimento. O valor médio apurado no setor de agências de viagens e operadores turísticos foi o mais alto entre os setores investigados (R\$ 2.058) e 15% maior que a média histórica. O setor de supermercados foi o que teve a maior variação, 70% acima da média histórica.

**Evolução do ticket médio por setor - série corrigida**





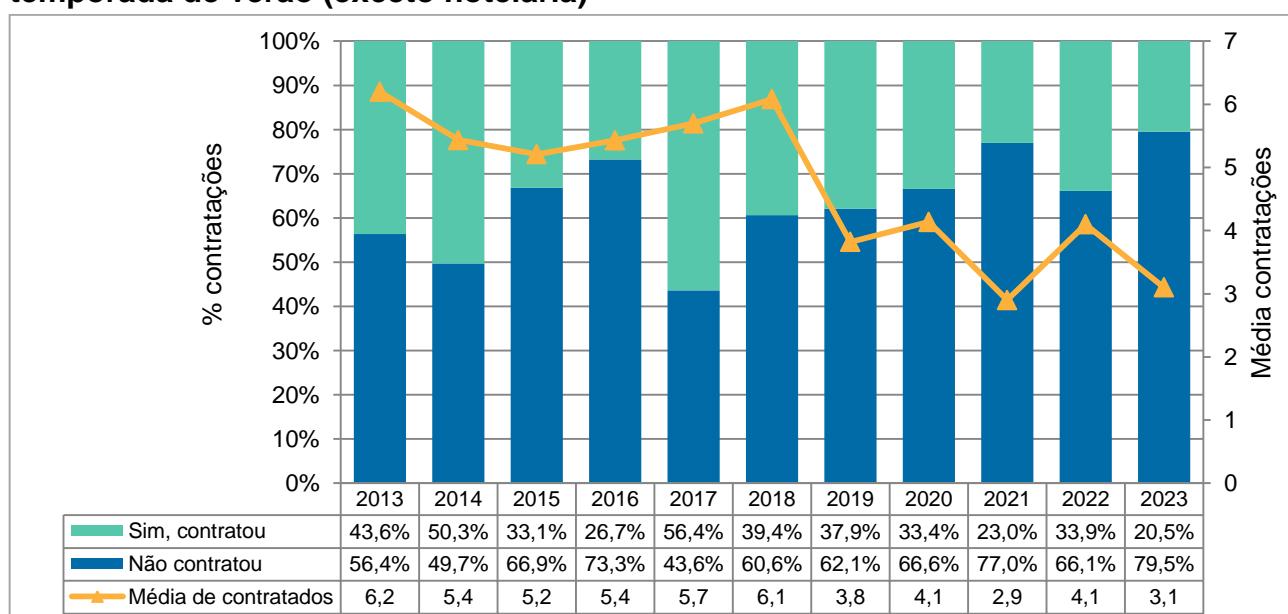
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Impactos 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 20,5% dos estabelecimentos contratando colaboradores extras para o Verão 2023- na temporada anterior o percentual foi de 33,9%. Além da queda de 13,4 p.p. na fatia de empresas que realizaram contratações, a quantidade de contratados também diminuiu: foram 3,1 colaboradores em média por estabelecimento.

Os setores que mais contrataram foram bares e restaurantes (34,1%) e mercados e supermercados (32,9%), e por destino turístico, Imbituba (41,0%) e Balneário Camboriú (26,7%).

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



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação do movimento de clientes na temporada indica a percepção positiva dos empresários- para 71,1% o movimento foi “muito bom (MB)” e “bom (B)”. Na visão por destino turístico, o destaque fica por conta de Florianópolis, que teve o maior percentual de avaliações positivas (MB=8,8% e B=73,6%) e Balneário Camboriú (MB=13,4% e B=70,1%).

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

<b>Avaliação</b>	<b>Temporada</b>									
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Muito bom (MB)	9,7%	19,7%	8,3%	14,0%	5,8%	4,3%	8,3%	1,2%	4,7%	10,0%
Bom (B)	55,9%	40,0%	43,2%	45,3%	40,4%	34,5%	41,7%	29,1%	41,9%	61,1%
Irrelevante (I)	19,5%	17,2%	20,7%	18,1%	27,6%	23,7%	24,4%	18,4%	28,2%	19,0%
Ruim (R)	9,9%	17,0%	22,2%	14,3%	17,5%	25,8%	18,1%	33,2%	14,5%	7,6%
Muito ruim (MR)	5,0%	6,0%	5,6%	8,3%	8,8%	11,6%	7,5%	18,1%	10,6%	2,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

*Sem informações para a temporada 2018*

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma de pagamento mais utilizada pode ser observada na tabela seguinte, onde ficou destacada a predominância do pagamento à vista nesta temporada (82,4%). Também se pode notar a redução dos pagamentos em espécie, sendo substituído por outras formas mais práticas e seguras, como a transferência eletrônica tradicional e o pagamento eletrônico instantâneo (PIX).

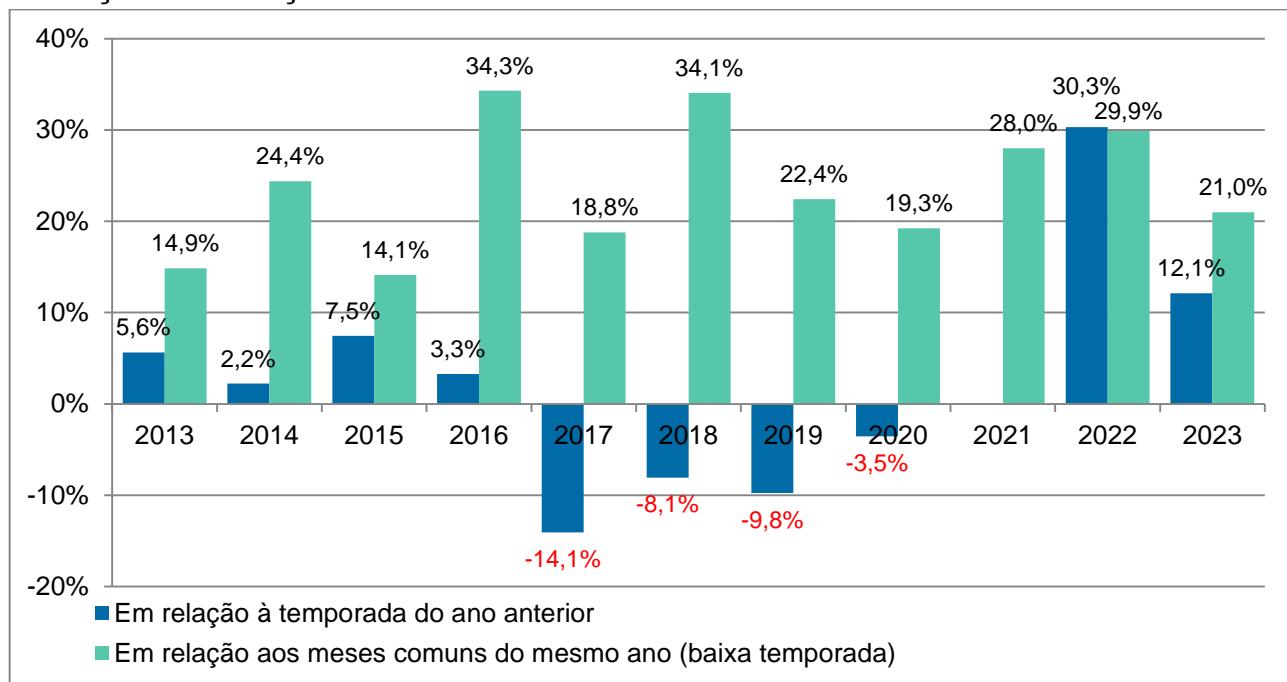
### **Evolução da forma de pagamento preponderante no período (temporada)**

<b>Forma de pagamento</b>	<b>Temporada</b>										
	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2017</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
À vista, cartão de crédito.	45,9%	40,0%	36,9%	41,3%	31,1%	34,5%	42,0%	45,8%	22,4%	37,8%	41,3%
À vista, cartão de débito.	12,3%	12,0%	14,9%	29,8%	27,5%	27,1%	22,6%	20,2%	26,3%	32,7%	20,5%
À vista, dinheiro.	22,8%	18,6%	20,8%	18,3%	22,4%	15,3%	11,2%	16,5%	24,3%	7,1%	5,5%
À vista, transferência eletrônica.									0,8%	8,2%	15,1%
Parcelamento, cartão de crédito.	16,7%	28,2%	25,6%	6,6%	17,1%	20,8%	23,3%	13,3%	20,6%	13,1%	15,1%
Parcelamento crediário	2,3%	0,6%	1,8%	2,3%	1,1%	1,1%	0,7%	1,7%	2,9%	1,0%	1,4%
Outro		0,6%		1,7%	0,9%	1,3%	0,2%	2,5%	2,7%	0,2%	1,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Segundo a avaliação dos empresários, a variação do faturamento das empresas foi de 12,1% em relação à temporada anterior e de 21% na comparação com os meses comuns do mesmo ano (baixa temporada). Em relação aos meses, as variações mais significativas foram identificadas nos bares e restaurantes (28,7%) e agências de viagens e operadores turísticos (27,9%). Já as menores foram nas livrarias e revistarias (14,9%) e no setor de vestuário, calçados e acessórios (14,1%). Por destino turístico, as variações de faturamento em relação ao ano anterior foram: São Francisco do Sul (19%), Balneário Camboriú (16,7%), Florianópolis (7,4%), Imbituba (9,9%) e Laguna (10,7%).

## Evolução da variação do faturamento



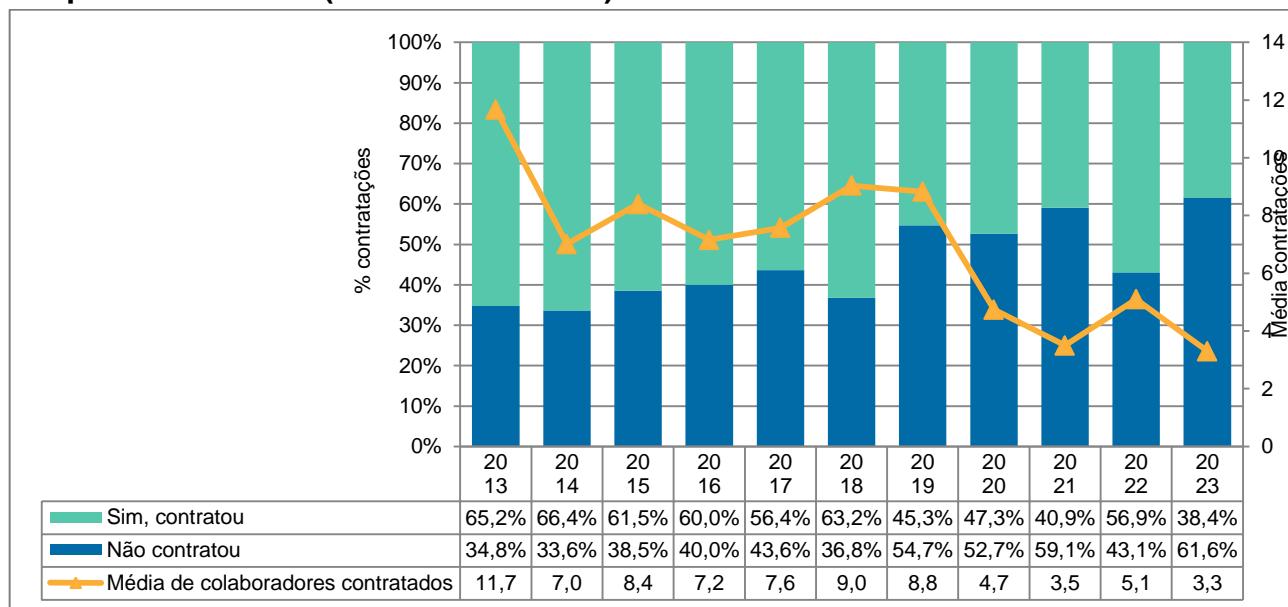
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Impactos 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 73 meios de hospedagens nos municípios abrangidos pela pesquisa.

No geral, a maioria dos estabelecimentos do setor hoteleiro realizou contratações para atender a alta temporada. Em 2023, o percentual de empresas do setor que realizaram este tipo de admissão foi de 38,4%, número inferior ao ano anterior. Em relação à quantidade de contratações, em média, cada estabelecimento contratou 3,3 trabalhadores para a temporada de Verão 2023. Apesar dos números de contratações serem inferiores ao volume e quantidade dos anos anteriores, é equivocado afirmar que o setor está em declínio, pelo contrário, indica a maturidade das empresas que trabalham com quadro funcional otimizado. As ações do setor para reduzir a sazonalidade da baixa temporada também deve justificar a baixa nas contratações de colaboradores extra para atender a demanda de serviços.

## 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

A principal forma de pagamento constatada pelos entrevistados do setor hoteleiro apresentou poucas alterações em relação ao ano anterior. A maioria dos hóspedes permaneceu pagando as despesas de hotéis e similares com cartões de crédito (64,6%), sendo que o parcelamento no crédito ganhou espaço, superando em volume todas as outras modalidades (51,9%). O percentual de pagamentos por transferência eletrônica (24,1%) também confirma que o pagamento eletrônico instantâneo (PIX) veio para ficar.

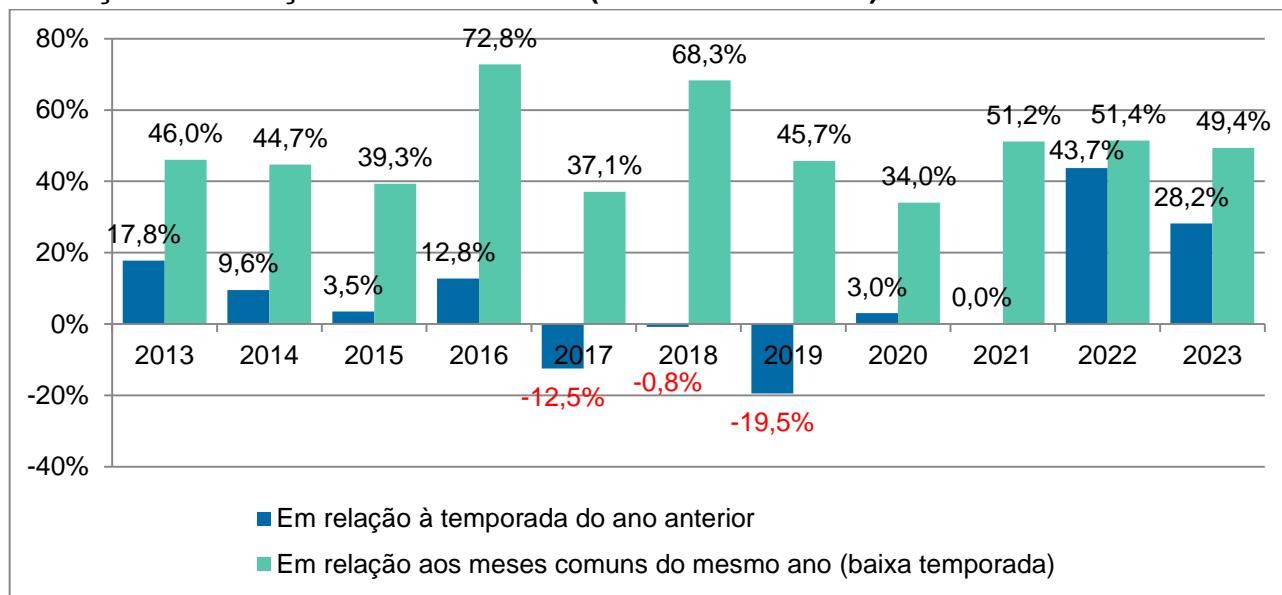
## Evolução da forma de pagamento (Setor de hotelaria)

Forma de pagamento	Temporada										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
À vista, cartão de crédito.	80,4%	57,8%	61,8%	52,1%	31,1%	46,1%	56,4%	56,6%	32,8%	35,9%	12,7%
À vista, cartão de débito.	2,2%	6,4%	5,5%	9,4%	27,5%	7,9%	6,0%	6,6%	17,9%	9,4%	6,3%
À vista, dinheiro.	10,9%	11,9%	13,6%	22,9%	22,4%	13,2%	6,0%	9,2%	4,5%	1,6%	2,5%
À vista, transferência eletrônica.									10,4%	21,9%	24,1%
Parcelamento, cartão de crédito.	2,2%	22,9%	13,6%	9,4%	17,1%	31,6%	31,6%	25,0%	34,3%	31,3%	51,9%
Parcelamento, crediário	4,3%				1,1%						1,3%
Outro		0,9%	5,5%	6,3%	0,9%	1,3%		2,6%			1,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Assim como os demais setores, nos hotéis foi percebida uma variação positiva do faturamento em relação aos meses de baixa temporada (49,4%) bem como em relação à temporada do ano anterior (28,2%).

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



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além da avaliação do faturamento, fica evidente a recuperação do nível de atividade do setor hoteleiro, na apuração de indicadores específicos: o percentual de ocupação dos leitos foi de 76,1%. Já o tempo de permanência dos hóspedes se manteve estável- em média 4,0 dias.

## Evolução dos indicadores do setor hoteleiro durante a temporada de verão

Indicadores	Temporada										
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Ocupação dos leitos	80,2%	80,0%	88,2%	87,0%	75,5%	81,6%	72,1%	79,2%	52,6%	74,9%	76,1%
Média de dias de permanência	4,9	6,3	5,3	5,3	4,8	5,8	4,8	4,8	4,0	4,0	5,3

Nota: ocupação dos leitos - percentual sobre o total de leitos do estabelecimento.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2023

Neste ano, o feriado do Carnaval coincidiu com o período de temporada de verão, logo os efeitos que o período do Carnaval gerou ficaram mascarados com os impactos da temporada. A maior parte dos empresários (72%) avaliou que o período do Carnaval foi igual ao restante da temporada. Em Balneário Camboriú e Florianópolis a parcela de empresários que considerou melhor superou a parcela dos que consideraram pior.

### Percepção do impacto do Carnaval na temporada 2023

Percepção	Destino					Total
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	
<b>Pior que o restante da temporada de Verão</b>	24,2%	4,7%	5,0%	38,1%	21,5%	15,3%
<b>Igual ao restante da temporada de Verão</b>	69,5%	77,9%	83,9%	45,7%	66,7%	72,0%
<b>Melhor ao restante da temporada de Verão</b>	6,3%	17,4%	11,0%	16,2%	11,8%	12,7%
<b>Total</b>	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Conclusão

As tendências de mudança no perfil dos turistas estão se confirmado- pessoas com faixa de renda alta e maior faixa etária estão realizando gastos mais vultuosos, o que pode representar turistas mais exigentes.

- ✓ Redução na parcela de turistas de 18 a 25 anos e tendência de crescimento da faixa de 51 a 60 anos;
- ✓ Tendência de crescimento dos grupos de casais sem filhos e redução da parcela de famílias;
- ✓ Redução do tamanho dos grupos de viagem;
- ✓ A faixa de renda média familiar de 8 a 10 SM foi a que mais cresceu na participação de turistas, em relação à média histórica foram 6 p.p.;
- ✓ Os gastos dos turistas foram 9% mais altos em relação à média histórica, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos- 29% mais altos;
- ✓ Redução no tempo médio de permanência para a faixa de 10 dias.

Percepção dos empresários corrobora a tendência

- ✓ Para os empresários de diversos setores, exceto hotelaria, o faturamento foi 12% maior que nos meses anteriores à temporada e 21% maior que a temporada passada;
- ✓ Para o setor de hotelaria, a avaliação do faturamento foi ainda melhor: 49% maior em relação aos meses anteriores à temporada e 28% maior que a temporada passada.

Da presente investigação e análise de resultados foi possível identificar os pontos fortes e fracos da experiência avaliada pelos turistas. Realizando um balanço de toda a investigação, conclui-se que as questões de balneabilidade afetaram negativamente a temporada, assim como as questões relacionadas à precarização de infraestrutura da cidade, como fornecimento de água e energia, rede de esgoto, sinalização e conservação das ruas e calçadas, coleta de lixo e mobilidade urbana. Numa perspectiva de valorização e manutenção dos pontos fortes, a preservação ambiental e das belezas naturais, destacadas pelos turistas, é tão vital para a sustentabilidade do turismo no litoral quanto o desenvolvimento urbano e de equipamentos turísticos.

A temporada de verão 2023 no litoral catarinense iniciou com muitas expectativas quanto a retomada das atividades turísticas- o que pode ter refletido na avaliação mais criteriosa e crítica dos empresários. Mas apesar disso, os resultados mostram que a temporada superou o esperado, com muita movimentação de turistas e faturamento positivo, demonstrando a potência do turismo para o estado de Santa Catarina.

*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.*