



Pesquisa Fecomércio SC  
**TURISMO DE VERÃO 2016**



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

# **Pesquisa Fecomércio SC** **Turismo de Verão 2016**

Pesquisa de Turismo Verão 2016 – Turistas  
e Empresários

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC  
Março de 2016





## **SUMÁRIO**

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>1. PERFIL DO TURISTA E AVALIAÇÃO DO DESTINO .....</b>	<b>11</b>
1.1. Perfil socioeconômico do turista .....	11
1.2. Características da Viagem .....	13
1.3. Gastos do turista .....	19
1.4. Avaliação do Turista.....	24
<b>2. IMPACTO ECONÔMICO NAS CIDADES.....</b>	<b>31</b>
2.1. Impacto econômico no setor de comércio e serviços (exceto hotelaria) .....	31
2.2. Impacto econômico no setor de hotelaria .....	40
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>51</b>





## INTRODUÇÃO

O turismo brasileiro vem respondendo a diversos desafios nos últimos anos e acumulando resultados positivos para a economia e o desenvolvimento social do País. Em Santa Catarina, a importância do turismo para a economia pode ser traduzida no percentual do PIB que representa, cerca de 12,5%, segundo os dados da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte.

Sociedade civil, empresários, estado e municípios vem trabalhando juntos para colocar em prática novas estratégias visando a entrada de divisas e geração de renda e empregos para os catarinenses de forma sustentada e sustentável.

Neste contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio SC), com o intuito de mapear o perfil do turista que vem desfrutar dos encantos do Litoral Catarinense, e o impacto do verão para os empresários, realizou uma pesquisa com esses públicos durante a temporada de verão 2016.

A pesquisa foi elaborada e conduzida segundo duas etapas distintas: uma pesquisa com os turistas, que envolveram 1.601 pessoas, e uma pesquisa com empresários do setor terciário, com a representação de 12 setores do comércio, serviços, turismo e hotelaria.

Para fixar a precisão do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional desconhecido “p” por no máximo 5%, isto é, o valor absoluto “d” (erro amostral) assumiria no máximo valor igual a 0,050 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída de turistas.

Preferiu-se adotar o valor antecipado para p igual a 0,50 com o objetivo de maximizar a variância populacional, obtendo-se maior aproximação para o valor da característica na população. Em outras palavras, fixou-se um maior tamanho da amostra para a precisão fixada.

Assim, o número de turistas entrevistados foi de 392 em Florianópolis, 402 em Balneário Camboriú, 404 em Imbituba e 403 em São Francisco do Sul.

Na segunda etapa, com uma amostra de 445 empresas, calcula-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude máxima igual a 0,058, contém as verdadeiras frequências apuradas.

A coleta de dados ocorreu entre os dias 5 de janeiro e 20 de fevereiro de 2016, com os turistas, e entre os dias 20 a 26 de fevereiro, com os empresários. Para as entrevistas com os turistas, os pesquisadores foram alocados nas praias, em pontos de grande fluxo de pessoas e nos principais centros de comércio e serviços das cidades.



# **PERFIL DO TURISTA E AVALIAÇÃO DO DESTINO**



## 1. PERFIL DO TURISTA E AVALIAÇÃO DO DESTINO

Com a finalidade de compreender as características dos turistas que frequentam o Litoral Catarinense, foram realizadas intervenções para conhecer o perfil do visitante, o gasto do turista durante as férias e a sua avaliação da temporada.

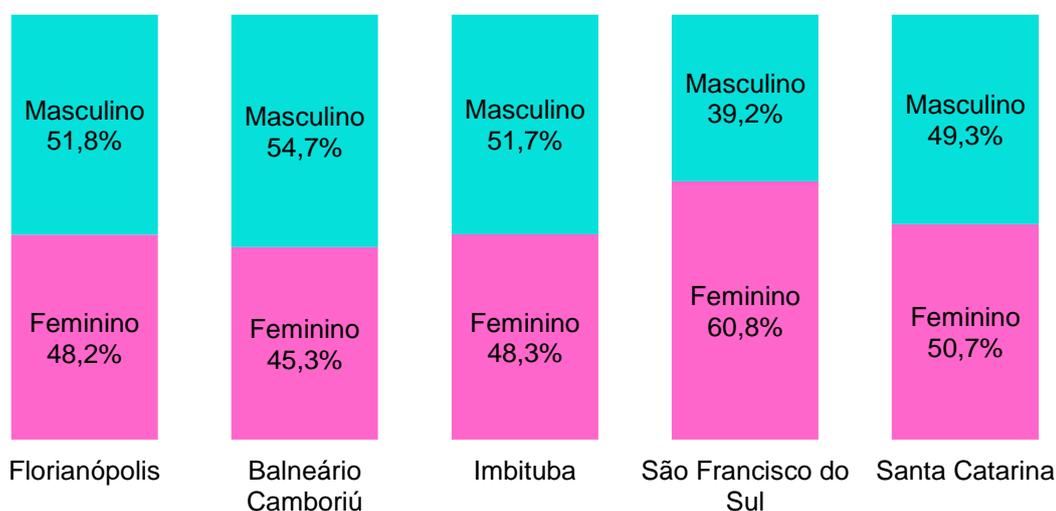
### 1.1. Perfil socioeconômico do turista

#### 1.1.1. Sexo

Dos turistas que frequentaram esta temporada de verão no Litoral Catarinense, predominou a faixa etária dos 31 aos 50 anos, casados ou em união estável, com uma leve prevalência do sexo feminino. Sendo que algumas particularidades foram percebidas quando a investigação detalhou a região pesquisada.

Em Florianópolis, Balneário Camboriú e Imbituba, a distribuição dos turistas quanto ao sexo mostrou-se bem equilibrada, com um leve predomínio de homens. Em São Francisco do Sul, esta situação se inverteu, o predomínio de mulheres foi mais acentuado com 60,8% da frequência de turistas deste sexo.

#### Distribuição dos turistas por sexo e por local de veraneio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

#### 1.1.2. Faixa Etária

A faixa etária dos turistas de Balneário Camboriú ficou bem distribuída, sendo que a menor participação (8%) foi de adultos mais jovens, de 26 a 30 anos. Dentre as cidades contempladas na pesquisa, Balneário Camboriú foi a que concentrou o maior percentual de turistas acima de 60 anos (13,9%). Em Imbituba e São Francisco do Sul, as faixas de 31 a 40 anos e 41 a 50 anos foram as mais relevantes, com participações superiores a 50% dos turistas. Em

Florianópolis, os turistas ficaram distribuídos entre todas as faixas, com maior participação de turistas na faixa de 31 a 40 anos.

### Distribuição dos turistas por faixa etária e por local de veraneio

Faixa Etária	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
De 18 a 25 anos	17,1%	10,4%	14,1%	11,9%	13,4%
De 26 a 30 anos	21,9%	8,0%	18,1%	10,4%	14,6%
De 31 a 40 anos	29,6%	23,1%	31,7%	25,3%	27,4%
De 41 a 50 anos	18,1%	22,9%	24,5%	27,0%	23,2%
De 51 a 60 anos	11,0%	21,6%	9,2%	19,1%	15,2%
Acima de 60 anos	2,3%	13,9%	2,2%	6,2%	6,2%
NS/NR			0,2%		0,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

#### 1.1.3. Estado civil

O grupo de casados ou em união estável representou a maioria em todos os balneários pesquisados, principalmente em São Francisco do Sul, que ultrapassou os 70%. Destaca-se o percentual de solteiros em Florianópolis, 44,1%.

### Distribuição dos turistas por estado civil e por local de veraneio

Estado Civil	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Casado/ União estável	50,5%	67,2%	52,0%	71,5%	60,3%
Solteiro	44,1%	21,9%	39,9%	18,4%	31,0%
Separado ou divorciado	3,6%	6,5%	6,2%	5,7%	5,5%
Viúvo	1,5%	4,5%	1,5%	4,5%	3,0%
NS/NR	0,3%		0,5%		0,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

#### 1.1.4. Renda média familiar mensal

Quanto à renda média familiar mensal, os frequentadores do Litoral Catarinense ficaram concentrados nas faixas de R\$ 1.510 a R\$ 6.506, com 52,8% dos turistas, que configuram a classe C.

### Distribuição dos turistas por faixa de renda e por local de veraneio

Renda média familiar	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
De 0 a R\$ 946	1,5%	2,7%	0,2%	1,0%	1,4%
De R\$ 947 a R\$ 1.509	7,4%	8,5%	2,0%	5,7%	5,9%
De R\$ 1.510 a R\$ 4.007	26,5%	24,1%	22,8%	38,7%	28,0%
De R\$ 4.008 a R\$ 6.506	30,1%	22,6%	22,3%	24,3%	24,8%
De R\$ 6.507 a R\$ 8.483	9,7%	17,4%	15,8%	9,9%	13,2%
De R\$ 8.484 a R\$ 12.479	11,5%	11,2%	16,1%	10,2%	12,2%
De R\$ 12.480 ou mais	7,1%	10,2%	8,4%	3,5%	7,3%
Recusa	6,1%	3,2%	12,4%	6,7%	7,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## 1.2. Características da Viagem

### 1.2.1. Meio de transporte

De maneira geral, os veículos próprios foram o meio de transporte mais utilizado pelos turistas nos cinco destinos pesquisados. Sendo que é significativo o número de turistas que chegam a Balneário Camboriú por meio de ônibus convencional, além de veículo próprio.

Em Florianópolis, além do uso de veículo próprio e ônibus convencional, os turistas também aproveitam a facilidade do aeroporto para chegar ao destino.

A ocorrência de respostas com outros tipos de transporte mostrou uma incidência de turistas utilizando carona para chegar ao destino.

### Distribuição dos turistas por meio de transporte e por local de veraneio

Meio de transporte	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Avião	31,9%	9,2%	8,7%	0,5%	12,4%
Ônibus regular	16,1%	11,2%	6,7%	4,5%	9,6%
Ônibus fretado	1,0%	6,7%	0,7%	2,5%	2,7%
Veículo próprio	50,5%	72,4%	80,4%	92,1%	74,0%
Veículo alugado	0,3%		2,5%	0,2%	0,7%
Outro	0,3%	0,5%	1,0%	0,2%	0,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 1.2.2. Origem do turista – País

Os brasileiros foram a maioria dos turistas que frequentam o Litoral Catarinense, com 76,6% de participação. Os argentinos representaram a fatia de 18,1% dos turistas, mais que o dobro da participação na temporada de 2015, que foi de 7,6%. Os uruguaios, paraguaios e chilenos somaram 3,9%. Importante destacar que mais de 22% dos turistas foram de língua nativa hispânica. Outro detalhe é que, dentre as cidades investigadas, Florianópolis recebeu o maior percentual de turistas estrangeiros, 45%. Em Imbituba, a presença de turistas argentinos passou de 8,0%, na temporada de 2015, para 25,7% em 2016, mais do que triplicou.

#### Distribuição dos turistas por País de origem e por local de veraneio

Origem do turista País	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Brasil	55,0%	89,3%	67,8%	93,5%	76,6%
Argentina	32,7%	8,7%	25,7%	5,7%	18,1%
Uruguai	4,9%	0,5%	5,7%		2,8%
Paraguai	1,5%	0,7%	0,2%	0,2%	0,7%
Chile	2,0%				0,5%
Alemanha	0,5%		0,2%	0,5%	0,3%
Itália	0,8%				0,2%
Suíça	0,3%		0,2%		0,1%
Colômbia	0,3%				0,1%
África do Sul	0,3%				0,1%
Espanha	0,3%				0,1%
Estados Unidos	0,3%				0,1%
França		0,2%			0,1%
Havaí	0,3%				0,1%
Inglaterra		0,2%			0,1%
Iraque	0,3%				0,1%
Peru	0,3%				0,1%
Portugal	0,3%				0,1%
Reino Unido		0,2%			0,1%
Turquia	0,3%				0,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 1.2.3. Origem do turista – Estado

Dos turistas brasileiros entrevistados em Florianópolis, 39,1% é proveniente do Rio Grande do Sul, especialmente da capital (em torno de 16%); seguido por 17,2% de paulistas, sendo 9,3% destes paulistanos. Dentre os paranaenses, destacaram-se os curitibanos e, dentre os catarinenses, destacam-se os blumenauenses e chapecoenses.

Em Balneário Camboriú, a maior parte dos turistas brasileiros foram 31,8% paranaenses e 28,4% gaúchos, principalmente das duas capitais.

Seguindo a mesma linha de pensamento, é possível verificar que a maioria dos turistas que frequentam os balneários da região de Imbituba é originária do Rio Grande do Sul (54,7%), mais especificamente de Porto Alegre (27,7%).

São Francisco do Sul também recebeu muitos turistas do Paraná e do próprio estado de Santa Catarina, 47,5% e 41,1% respectivamente. São turistas que vem principalmente dos municípios de Joinville e Curitiba, reforçando a importância do turismo regional.

#### Distribuição dos turistas brasileiros por Estado de origem e por local de veraneio

Origem do turista Estado	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
RS	39,1%	28,4%	54,7%	4,5%	28,8%
PR	15,3%	31,8%	6,9%	47,5%	28,2%
SC	13,0%	17,0%	19,7%	41,1%	24,3%
SP	17,2%	11,1%	10,6%	4,2%	10,0%
MG	3,7%	1,7%	2,2%	0,8%	1,9%
MS	2,8%	3,3%	0,4%	1,1%	1,9%
DF	2,3%	1,4%	1,8%	0,3%	1,3%
RJ	2,3%	0,6%	1,8%		1,0%
GO	1,4%	0,6%	0,4%	0,3%	0,6%
PE		1,9%			0,6%
BA	1,4%	0,0%	1,1%		0,5%
MT	0,5%	1,1%	0,0%		0,4%
ES		0,3%	0,4%		0,2%
RO		0,3%		0,3%	0,2%
AL		0,3%			0,1%
AM	0,5%				0,1%
MA	0,5%				0,1%
TO		0,3%			0,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre a origem dos turistas e o meio de transporte utilizado para realizar a viagem mostra que a maioria dos turistas estrangeiros vindos da Argentina, Uruguai e Paraguai optaram pelo uso de veículo próprio (carros e motos) para chegar ao destino de veraneio: 66,7% deste grupo utilizou veículo próprio.

### Relação entre a origem de turistas da Argentina, Uruguai e Paraguai e o meio de transporte utilizado para realizar a viagem

Meio de transporte x País de origem do turista	Argentina	Uruguai	Paraguai
Veículo próprio	67,2%	61,4%	72,7%
Veículo Alugado	0,7%	0,0%	0,0%
Ônibus regular	12,1%	20,5%	9,1%
Ônibus fretado	2,1%	4,5%	18,2%
Avião	17,2%	13,6%	0,0%
Outro	0,7%	0,0%	0,0%
Total Geral	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A mesma relação traçada para os turistas brasileiros mostra a preferência pelo uso de veículos próprios pelos estados limítrofes a Santa Catarina: 77,3% dos gaúchos e 86,1% dos paranaenses.

#### 1.2.4. Grupo de viagem

Outra parte importante do perfil do turista refere-se aos grupos de viagem: a maioria dos turistas viajou em grupos familiares (61,6%) que são compostos por 4,1 pessoas em média; em casais (20,2%); e outros 9,1% viajaram em grupos de amigos, compostos, em média, por 2,8 pessoas.

### Distribuição dos turistas por grupo de viagem e por local de veraneio

Grupo de viagem	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Família	54,1%	60,2%	51,0%	81,1%	61,6%
Casal	18,9%	21,6%	29,0%	11,2%	20,2%
Grupo de amigos	12,2%	6,7%	13,1%	4,5%	9,1%
Sozinho	14,5%	8,2%	6,7%	3,2%	8,1%
Excursão		2,7%	0,2%		0,7%
Outros	0,3%	0,5%			0,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 1.2.5. Tipo de hospedagem

Os turistas ficaram bem distribuídos entre os principais tipos de hospedagem: 31,4% em casas alugadas, 20,9% em pousadas, 18,5% em casa de parentes e amigos. Cada local investigado, no entanto, teve características próprias. Em Florianópolis, o setor de hotelaria (hotéis e pousadas) somou 42,1% das opções de hospedagem. Já Imbituba apresentou a maior taxa de turistas em pousadas (54,5%). Em São Francisco do Sul, 56,6% dos turistas alugaram casas de veraneio. Em Balneário Camboriú, o destaque ficou por conta dos imóveis próprios, que hospedaram 22,9% dos turistas.

**Distribuição dos turistas por tipo de hospedagem e por local de veraneio**

Tipo de hospedagem	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Hotel	20,9%	22,4%	7,2%	6,2%	14,1%
Pousada	21,2%	5,5%	54,5%	2,5%	20,9%
Quarto e café em casa de família	0,3%	0,0%	0,2%	0,2%	0,2%
Casa de Parentes e amigos	22,7%	17,2%	14,6%	19,6%	18,5%
Casa alugada	24,2%	31,6%	12,9%	56,6%	31,4%
Imóvel próprio	1,8%	22,9%	4,0%	13,9%	10,7%
Camping	4,8%	0,2%	4,2%	0,5%	2,4%
Outros	4,1%	0,2%	2,5%	0,5%	1,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tipo de hospedagem associado ao país de origem do turista mostra que dos 31,4% de turistas que optaram pelo aluguel de imóveis para veraneio, 24,2% foram brasileiros. Isto é, mais de dois terços dos aluguéis de imóveis para temporada de verão 2016 foram para brasileiros. Entre os 35% dos turistas que optaram por hotéis e pousadas como meio de hospedagem, quase um terço é formado por estrangeiros. Por outro prisma, uma relevante observação é que 85% dos turistas estrangeiros alugam imóveis ou ficam hospedados em hotéis, pousadas e camping, gerando importantes receitas para as cidades de veraneio.

### 1.2.6. Duração da estada (dias de permanência)

A média geral de duração da estada dos turistas no Litoral Catarinense foi de 10,7 dias. A distribuição do tempo médio de permanência, em dias, por tipo de hospedagem confirma o senso comum: os turistas com imóveis próprios permanecem mais tempo no destino, 22,4 dias na média geral.

**Duração média da estada dos turistas por local de veraneio e por tipo de hospedagem**

Média dos dias de permanência	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Hotel	8,3	6,6	6,4	5,0	7,0
Pousada	8,4	7,6	7,7	4,9	7,8
Quarto e café em casa de família	*	*	*	*	*
Casa de Parentes e amigos	10,6	11,4	8,3	9,9	10,2
Casa alugada	9,7	15,7	13,4	7,4	10,6
Imóvel próprio	*	23,9	20,6	20,5	22,4
Camping	9,5	2,0	8,1	11,0	8,8
Outros	13,1	*	6,9	*	12,6
Total	9,7	*	8,9	*	10,7

\*Não atingiu um número mínimo de informações para o cálculo da média representativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**1.2.7. Influência na escolha de destino**

Quando questionados sobre a principal influência para a escolha do destino, os entrevistados das praias de Santa Catarina afirmaram que já conheciam o local. Pode-se estabelecer que 60,8% dos turistas foram fidelizados e retornaram ao destino turístico das praias. Outro forte influenciador é a opinião das pessoas: 24,7% dos turistas foram motivados a conhecer o litoral catarinense por comentários de amigos e parentes.

**Distribuição dos turistas por influência na escolha destino e por local de veraneio**

Influência na escolha destino	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Já conhecia o local	44,4%	80,6%	40,8%	77,2%	60,8%
Comentário de amigos e parentes	32,7%	13,7%	31,7%	20,8%	24,7%
Internet	6,4%	1,7%	8,4%	0,5%	4,2%
Propagandas	1,3%	0,2%	7,2%	0,2%	2,2%
Agência de viagem	1,8%	0,5%	0,0%	0,0%	0,6%
Televisão ou rádio	0,5%	0,7%	0,7%	0,0%	0,5%
Outros	13,0%	2,5%	11,1%	1,2%	6,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

As outras referências mais citadas para os atributos que influenciaram a escolha dos destinos foram: em Florianópolis, a beleza das praias e natureza, e visita e convite de familiares; em Imbituba, a beleza das praias e natureza; e em São Francisco do Sul muitos turistas são proprietários de imóveis no local.

### 1.3. Gastos do turista

#### 1.3.1. Média de gastos com a temporada

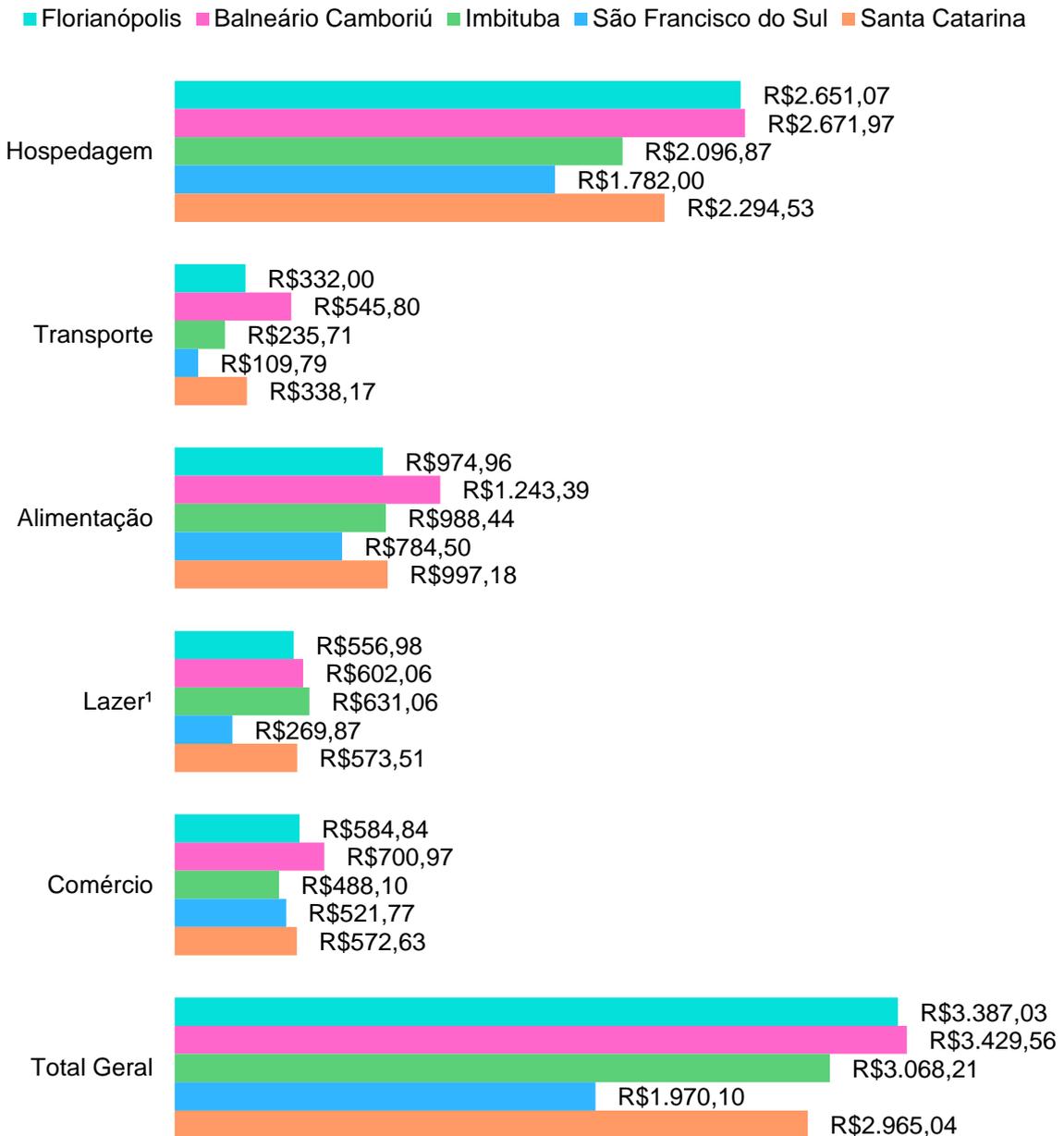
Os gastos médios dos visitantes que frequentaram as praias do litoral Catarinense na temporada de verão 2016 foram investigados por tipo de uso e por cidade de veraneio. Assim, por exemplo, os turistas que não tiveram dispêndios com hospedagem, não foram considerados no cálculo da média.

No geral, cada grupo de turistas desembolsou em média, R\$ 2.294,53 com hospedagem, sendo que os maiores valores foram contabilizados em Balneário Camboriú e Florianópolis. As despesas com transporte, alimentação e comércio também foram mais altas em Balneário Camboriú.

São Francisco do Sul registrou gasto médio total com a temporada de R\$ 1.970,10, o menos expressivo dentre as cidades, o que pode ser atribuído a dois componentes: hospedagem e alimentação com valores módicos.

Quanto às despesas com lazer, não foram observadas diferenças estatisticamente significantes nesta variável entre as cidades investigada.

## Média de gastos com a temporada por tipo de gasto e local de veraneio



<sup>1</sup>diferença de valores entre as cidades não são estatisticamente significante ( $p=0,36$ )

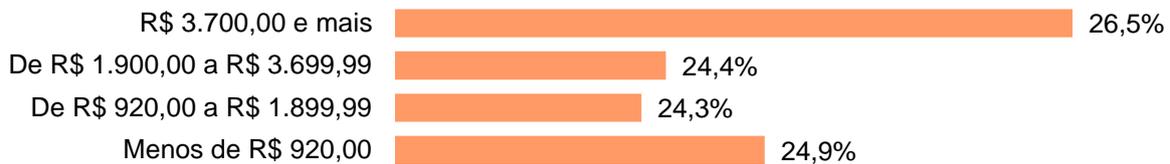
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além da média de gastos é importante considerar a distribuição dos valores descritos pelos turistas. Em uma visão geral das cidades, 24,9% dos entrevistados gastaram menos de R\$ 920,00; outros 24,3% gastaram entre R\$

920,00 e R\$ 1.899,99; 24,4%, de R\$ 1.900,00 a R\$ 3.699,99 (faixa de gastos onde está situada a média) e 26,5% gastaram R\$ 3.700,00 ou mais.

---

### Faixa dos valores gastos pelos turistas com a temporada de verão 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

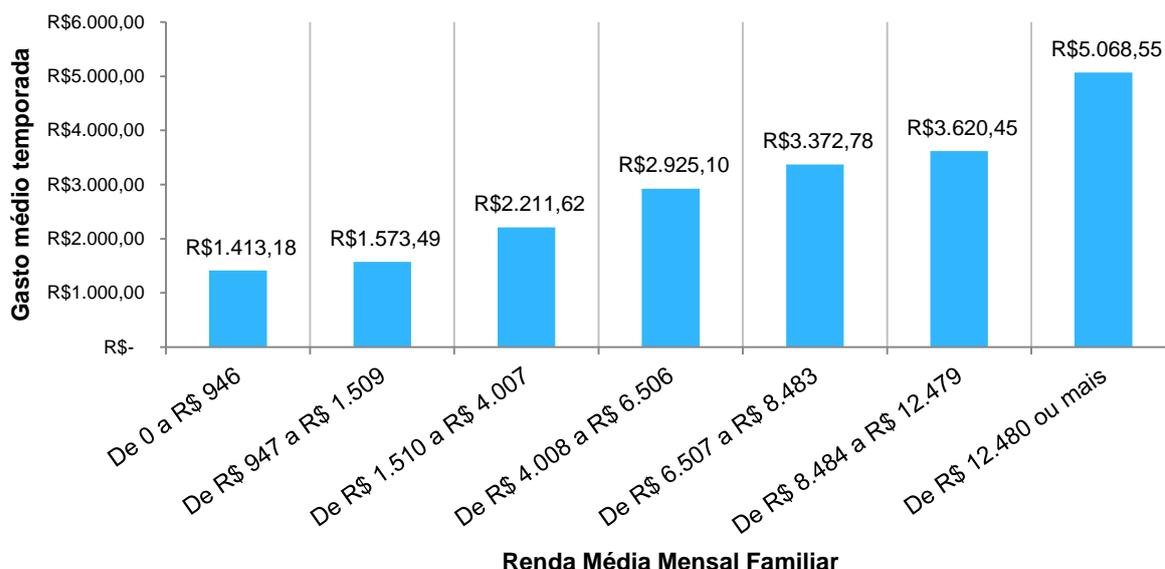
---

Dentre os turistas que se encontram na última faixa de gastos (R\$ 3.700,00 e mais), mais da metade tem quatro ou mais pessoas incluídas nestes gastos. E dentre os que estão na menor faixa de gastos (menos de R\$ 920,00) mais da metade tem uma ou duas pessoas incluídas nos gastos.

A quase totalidade dos turistas da última faixa de gastos (R\$ 3.700,00 e mais) teve o tempo de permanência superior a seis dias, já os que menos gastaram também permaneceram menos tempo na cidade. Dos turistas que gastaram menos de R\$ 920,00 e que permaneceram sete dias ou mais, 53,2% ficaram hospedados na casa de parentes e amigos, outros 11,3% ficaram em casas alugadas.

Outra consideração que foi possível estabelecer trata da relação entre renda média mensal familiar e o total de gastos com a temporada. Graficamente é possível visualizar a evolução do valor médio de gastos com a temporada de verão 2016.

### Gasto médio total com a temporada por faixa de renda média mensal familiar



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pode-se estabelecer a seguinte relação: a amplitude dos gastos está relacionada ao tipo de hospedagem, à renda média familiar, à cidade escolhida para o veraneio, à quantidade de pessoas envolvidas nos gastos e ao tempo de permanência.

Sendo a hospedagem o mais alto item de gastos dos turistas, a relação com outras variáveis foi amplamente explorada, que é o tipo de hospedagem relacionada ao valor médio de gasto. Neste âmbito, foi calculado um novo indicador: o gasto diário com hospedagem, resultado do gasto com hospedagem dividido pela quantidade de dias de permanência. Optou-se por não considerar a quantidade de pessoas envolvidas no gasto diário devido à diversidade de tipos de hospedagem abordados. A relação entre o valor médio e a tipologia se mostrou muito significativa.

O gasto diário com hotéis foi o mais alto, com a média de R\$ 399,91. O gasto diário nas pousadas foi, cerca de R\$100,00, mais baixo. Os turistas que optaram pelo aluguel de imóveis desembolsaram uma diária de R\$ 264,75 em média.

### Gasto médio diário com hospedagem por tipo de hospedagem

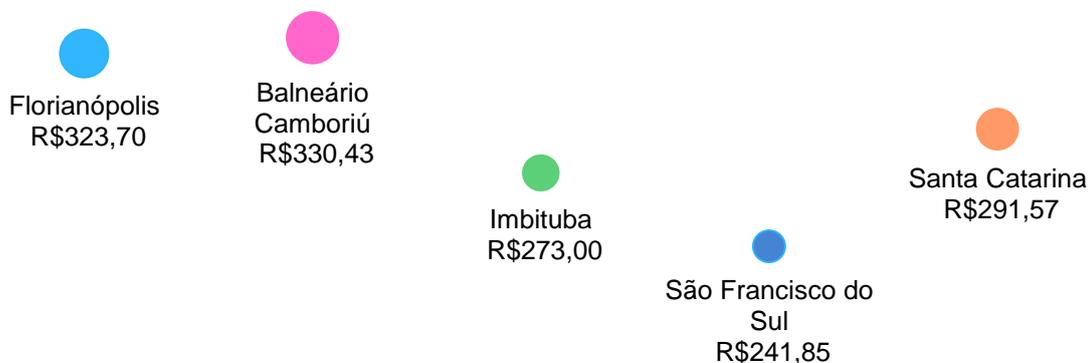
Tipo de hospedagem	Gasto diário com hospedagem
Hotel	R\$ 399,91
Pousada	R\$ 295,47
Casa alugada	R\$ 264,75
Imóvel próprio	*
Casa de Parentes e amigos	R\$ 193,10
Quarto e café em casa de família	*
Outros	R\$ 141,82
Camping	R\$ 108,92
Total	R\$ 291,57

\*Não atingiu um número mínimo de informações para o cálculo da média representativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre o gasto médio diário com hospedagem e o local de veraneio revela que em Balneário Camboriú e Florianópolis os valores foram mais elevados, independente do tipo de hospedagem escolhido pelo turista. O valor diário em Balneário Camboriú foi de R\$ 330,43 e em Florianópolis de R\$ 323,70. A média apurada entre os balneários foi de R\$ 291,57, com Imbituba e São Francisco do Sul como as localidades em que os gastos diários dos turistas com hospedagem ficaram abaixo da média do litoral de Santa Catarina.

### Gasto médio diário com hospedagem por local de veraneio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O segundo maior gasto dos turistas foi com o item alimentação que, assim como os gastos com hospedagem, também está diretamente relacionada com o tempo de permanência do turista. Quanto maior o período de permanência, maior o gasto. Para anular o efeito do tempo de permanência e criar uma equivalência de comparação foi calculada outra variável, o gasto com alimentação dividido pela quantidade de dias de permanência, que resulta no gasto diário com alimentação. A relação entre esta nova variável e o local de veraneio mostrou-se muito significativa, e novamente a média de gasto mais elevado foi apurada em Balneário Camboriú (R\$ 126,34). Em Imbituba e Florianópolis, o gasto médio diário com alimentação foi muito semelhante, R\$ 118,80 e R\$ 112,79, nesta ordem. E, acompanhando a tendência, São Francisco do Sul é o local onde a média de gastos dos turistas foi mais reduzida.

### Gasto médio diário com alimentação por local de veraneio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

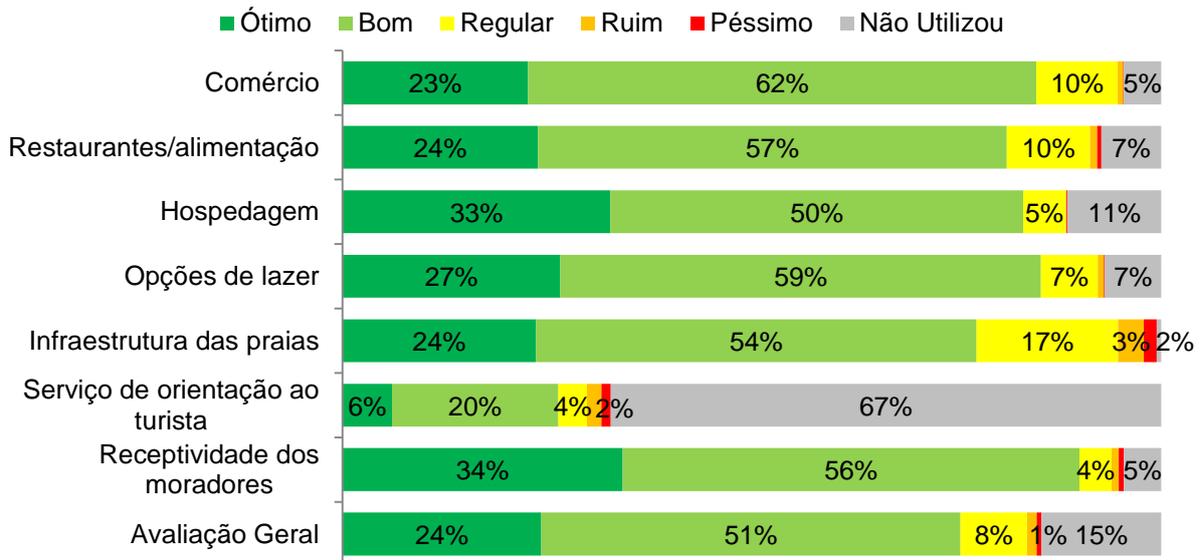
#### 1.4. Avaliação do Turista

Fator bastante importante para apontar os pontos positivos e negativos das cidades durante a temporada para os turistas é a avaliação que eles fazem sobre diversos pontos de relevância. A partir destas informações, é possível procurar elementos a serem melhorados e identificar acertos a serem repetidos nas próximas temporadas. Desta maneira, a análise é apresentada na visão do geral e por região. Os atributos avaliados foram: o comércio, os restaurantes quanto à alimentação, os meios de hospedagem, as opções de lazer da cidade, a infraestrutura das praias, o serviço de orientação ao turista e a receptividade dos moradores.

No geral, a avaliação do turista quanto à sua estada na temporada de verão 2016 foi positiva. Os itens melhor avaliados foram os meios de hospedagem e a receptividade dos moradores. Os itens que merecem atenção, segundo a avaliação dos turistas são a infraestrutura das praias e o serviço de

orientação ao turista. Este último, além da baixa avaliação, foi o atributo com o maior percentual de não uso (67%).

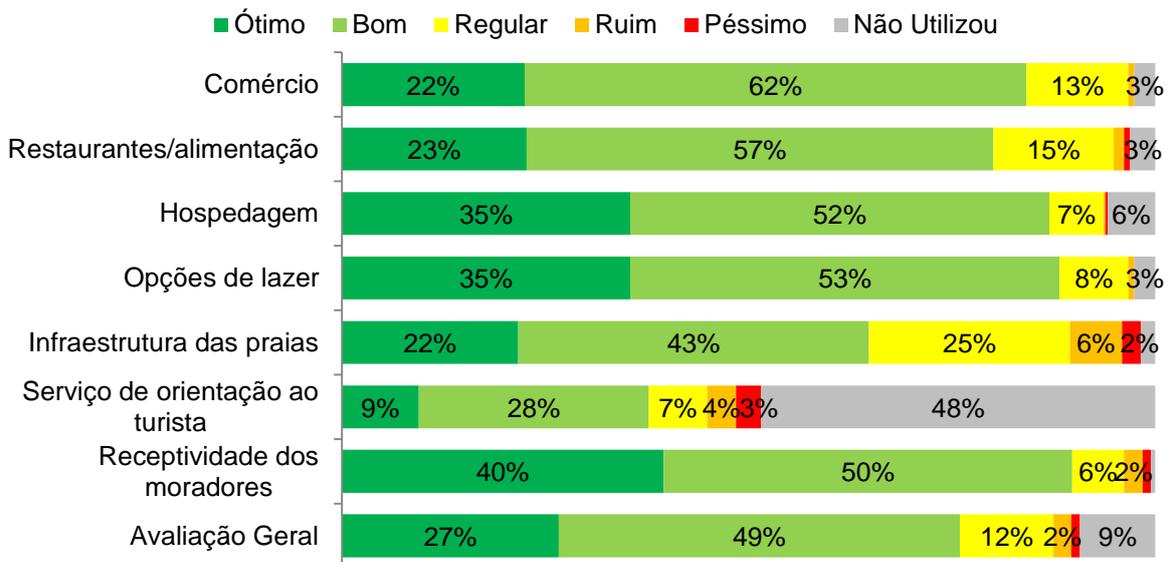
### Avaliação do turista em relação à temporada Santa Catarina



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação dos turistas de Florianópolis e Balneário Camboriú considerou como melhores atributos a hospedagem e as opções de lazer.

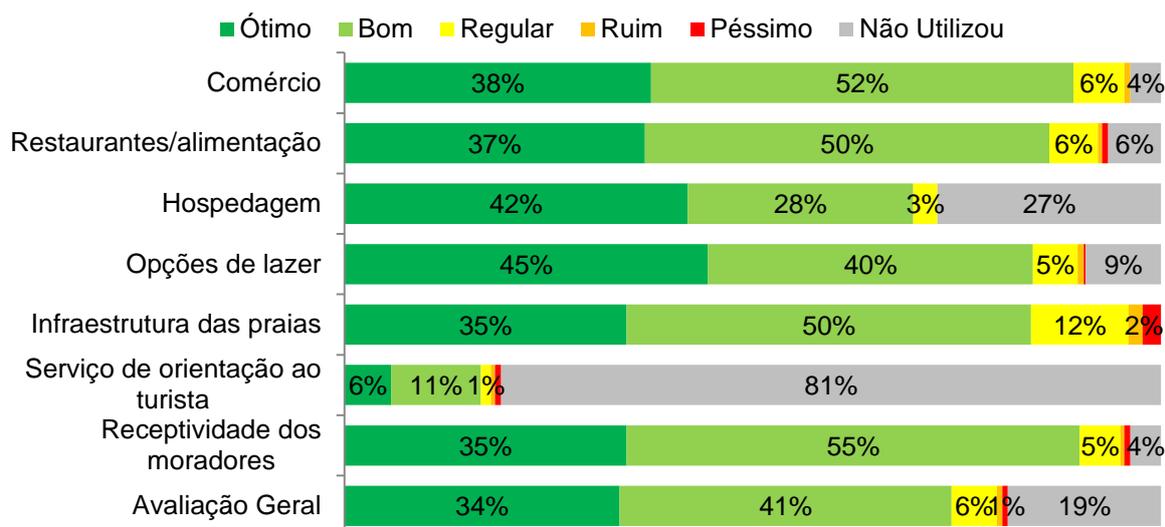
### Avaliação do turista em relação à temporada Florianópolis



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para os turistas de Balneário Camboriú o comércio também recebeu ótimas avaliações, visto que quase 90% dos avaliadores classificaram como positivo o desempenho do setor da cidade.

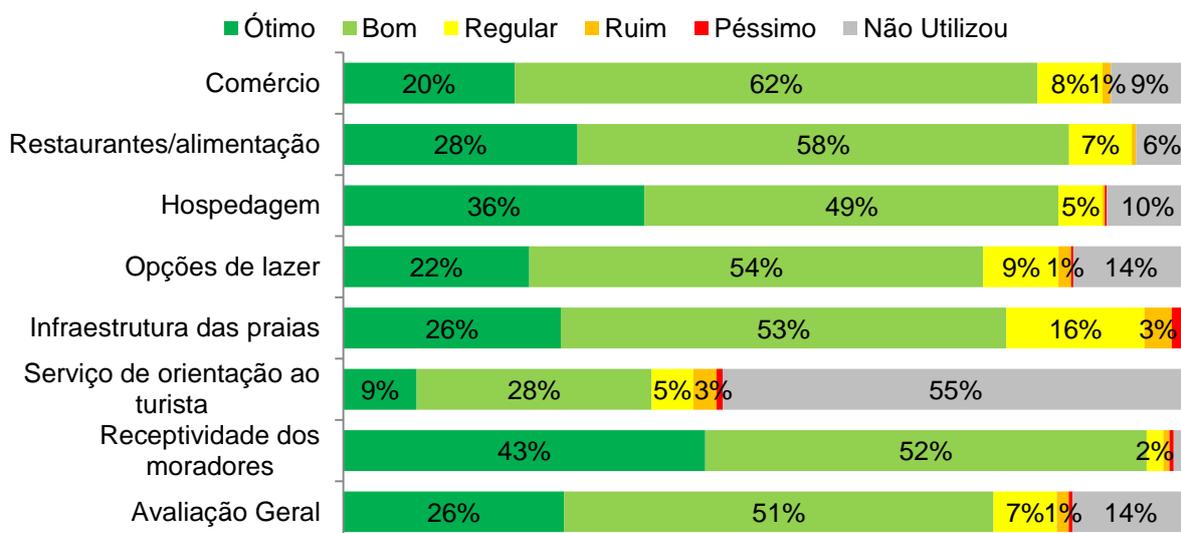
### Avaliação do turista em relação à temporada Balneário Camboriú



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na cidade de Imbituba e São Francisco do Sul os atributos receptividade dos moradores e hospedagem receberam as melhores avaliações.

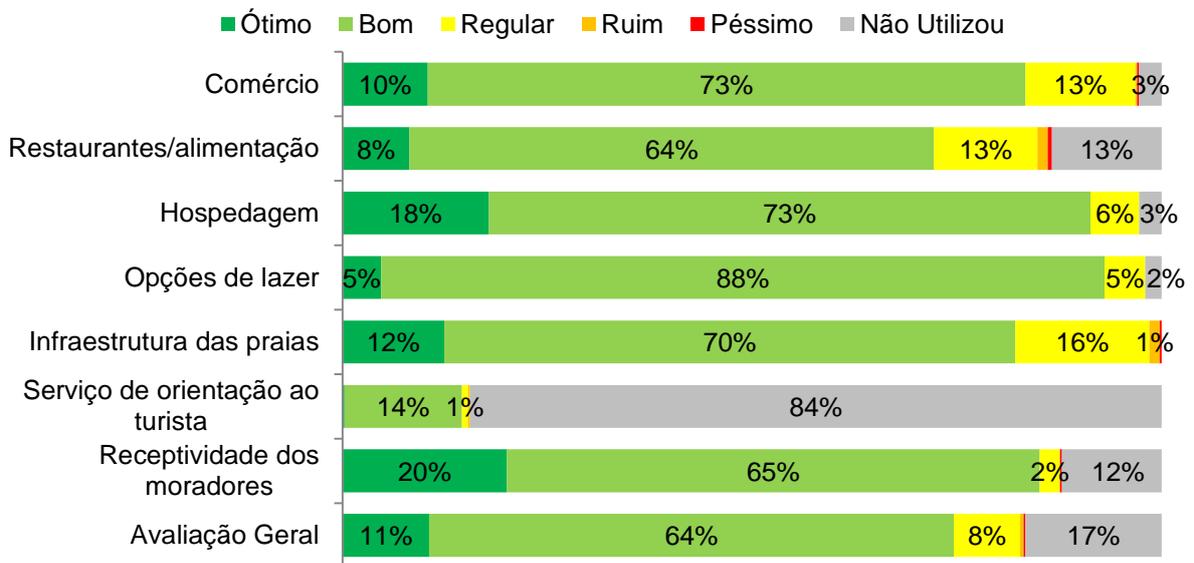
### Avaliação do turista em relação à temporada Imbituba



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nas praias de Balneário Camboriú e São Francisco do Sul o percentual de “não uso” do serviço de orientação ao turista foi muito alto, situando-se acima de 80%. Os serviços de orientação ao turista tem o objetivo de auxiliá-los com informações e materiais de apoio. As características dos turistas destes dois balneários estão relacionadas a esta postura: a maioria dos turistas que não fizeram uso deste serviço já conhecia o local.

### Avaliação do turista em relação à temporada São Francisco do Sul

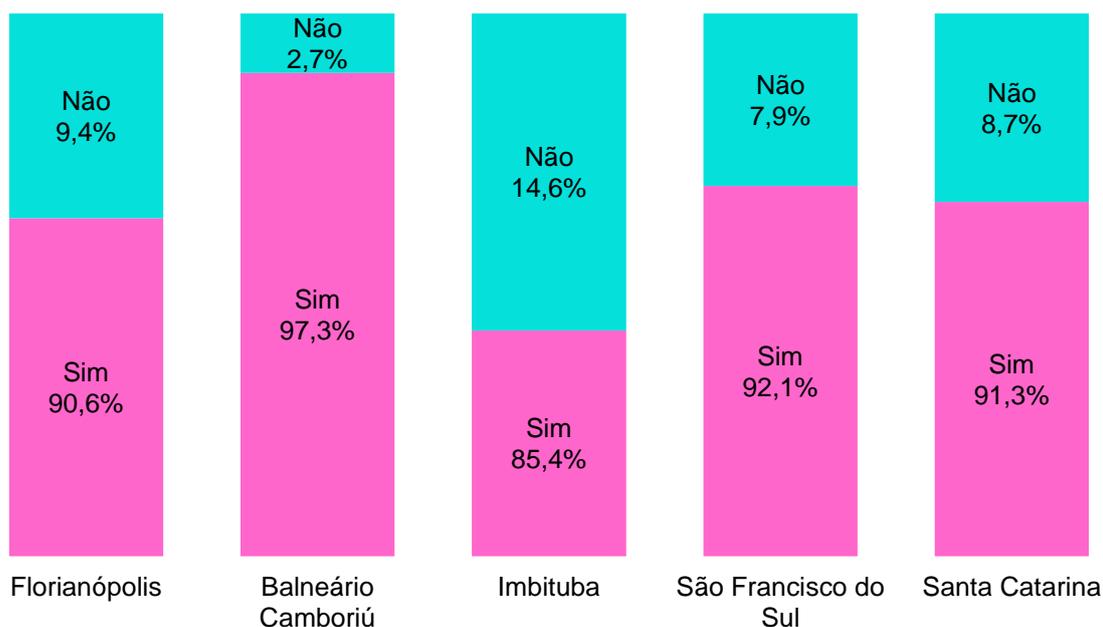


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 1.4.1. Intenção de voltar

O reflexo da boa avaliação por parte dos turistas está no grande percentual que manifestaram intenção de voltar ao Litoral Catarinense em outra oportunidade. Mais de 91% dos entrevistados responderam “sim” à pergunta “Pretende retornar no próximo ano?”.

#### Distribuição dos turistas por intenção de voltar e por local de veraneio



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

# **IMPACTO ECONÔMICO NAS CIDADES**



## 2. IMPACTO ECONÔMICO NAS CIDADES

Para estudar o impacto da temporada de Verão 2016 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 445 estabelecimentos comerciais, distribuídos em mais de onze setores de atuação. A distribuição das entrevistas pode ser observada no quadro que segue:

### Distribuição setor de atuação das empresas por local de veraneio

Setores	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Bares e restaurantes	27,1%	24,0%	23,5%	13,6%	24,5%
Hotéis e pousadas	18,6%	15,5%	31,4%	43,2%	21,6%
Vestuário	16,7%	15,5%	13,7%	15,9%	16,0%
Padarias e confeitarias	9,0%	12,4%	3,9%	4,5%	9,0%
Farmácias	7,2%	8,5%	7,8%	4,5%	7,4%
Supermercados	3,6%	6,2%	5,9%	4,5%	4,7%
Sorveterias	4,1%	4,7%	3,9%	0,0%	3,8%
Presentes e souvenir	4,5%	4,7%	2,0%	0,0%	3,8%
Calçados	3,6%	3,9%	3,9%	2,3%	3,6%
Agência de viagens e operadores turísticos	2,7%	3,1%	0,0%	4,5%	2,7%
Livrarias e revistarias	1,4%	1,6%	2,0%	4,5%	1,8%
Outros	1,4%	0,0%	2,0%	2,3%	1,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.1. Impacto econômico no setor de comércio e serviços (exceto hotelaria)

O Índice de Investimentos do Empresário do Comércio (IIEC), que é um dos componentes do Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC), é um indicador calculado pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) e divulgado, no estado, pela Fecomércio SC. Tem por objetivo captar as expectativas de contratação de funcionários, investimentos e níveis de estoques.

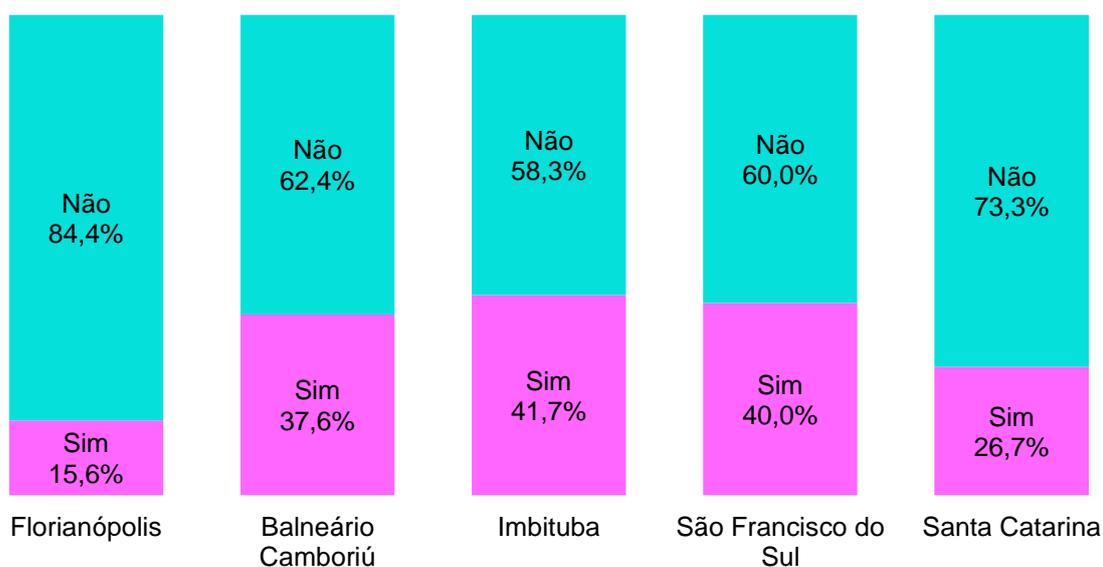
O Índice de Investimentos (IIEC) de janeiro de 2016 mostra variações negativas de 3,2% em relação ao mês anterior e 16,0% em relação ao mesmo mês do ano anterior.

### 2.1.1. Contratação de colaboradores extra para a temporada de verão 2016

Mesmo com o pessimismo observado no final de 2015, refletido nas seguidas quedas das vendas e na insegurança do empresário diante da instabilidade macroeconômica do país, a temporada de verão 2016 veio para dar um alento no mercado de trabalho. Um importante componente do IIEC, o subíndice contratação de funcionários (IC), apontou para queda de 8,5% no nível de contratações, ainda assim, mantendo-se em situação positiva em relação à série histórica, com 103,9 pontos (considera-se situação positiva o índice acima de 100 pontos).

Esta manutenção da situação positiva, porém reduzida, ficou expressa no percentual de 26,7% dos estabelecimentos contratando colaboradores extras para o Verão 2016, apurado nesta pesquisa. Em relação à pesquisa de Turismo de Verão de 2015, a redução foi de 6,4 pontos percentuais (p.p.).

#### Distribuição da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão 2016 por cidade de veraneio.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os maiores percentuais de contratação foram realizados em Imbituba e São Francisco do Sul. Já na relação entre a quantidade de contratados e as cidades não são registradas diferenças estatisticamente significativas.

Mas a relação entre a quantidade de contratados e o setor de atividade mostrou que o segmento supermercadista realizou o maior volume de contratações, com 14,8 pessoas contratadas em média por estabelecimento. A média geral de contratações foi de 5,4 pessoas. Dentre todos os setores, o menor número de contratados foi um e o maior foi de 40 pessoas.

**Média de colaboradores contratados para a temporada de verão 2016 por setor de atuação da empresa.**

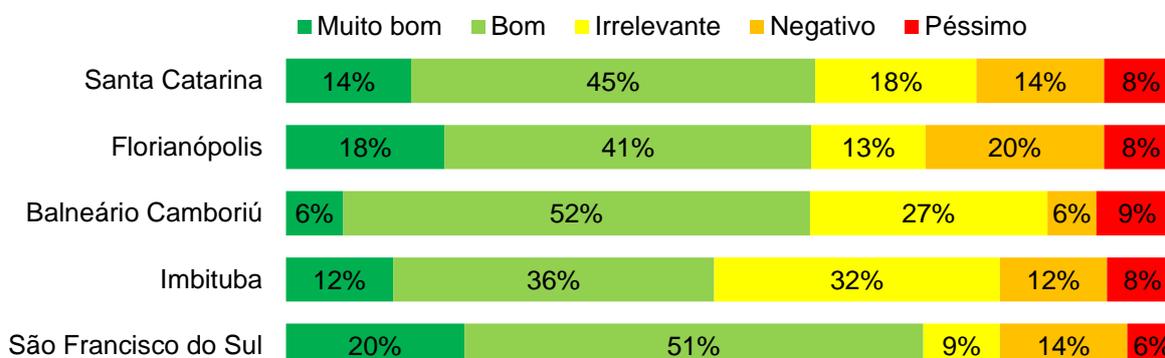
Setor	Média de pessoas contratadas
Supermercados	14,8
Bares e restaurantes	6,1
Calçados	5,7
Vestuário	3,3
Livrarias e revistarias	3,0
Sorveterias	2,8
Padarias e confeitarias	2,7
Farmácias	2,5
Presentes e souvenir	2,0
Outros	1,0
<b>Média geral</b>	<b>5,4</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**2.1.2. Avaliação do movimento de clientes**

Em relação ao movimento, as avaliações dos empresários em todas as cidades foram positivas, com a maioria das opções de resposta para “muito bom” e “bom”. Exceto por Imbituba, onde 32% dos empresários declararam que o movimento de clientes foi irrelevante, o que reflete a atual situação econômica do país.

### Distribuição da avaliação do movimento por local de veraneio.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.1.3. Medidas adotadas para aumentar as vendas na temporada de verão 2016

Investigando as ações ou estratégias de vendas que os empresários realizaram para atrair consumidores a seus estabelecimentos e aumentar as vendas, percebe-se que muitos não praticaram qualquer ação; e os produtos em promoção e as campanhas de divulgação foram as opções mais citadas pelos comerciantes. As ações conduzidas pelos empresários de São Francisco do Sul foram mais diversificadas e também múltiplas. Diversificadas, pois além de promoções de produtos e ações de divulgação, investiram na diversificação do mix, na melhoria do atendimento ao cliente e na visibilidade do estabelecimento. Múltiplas, pois muitos investiram em mais de uma ação simultaneamente.

#### Distribuição das medidas para aumento de vendas por cidade de veraneio

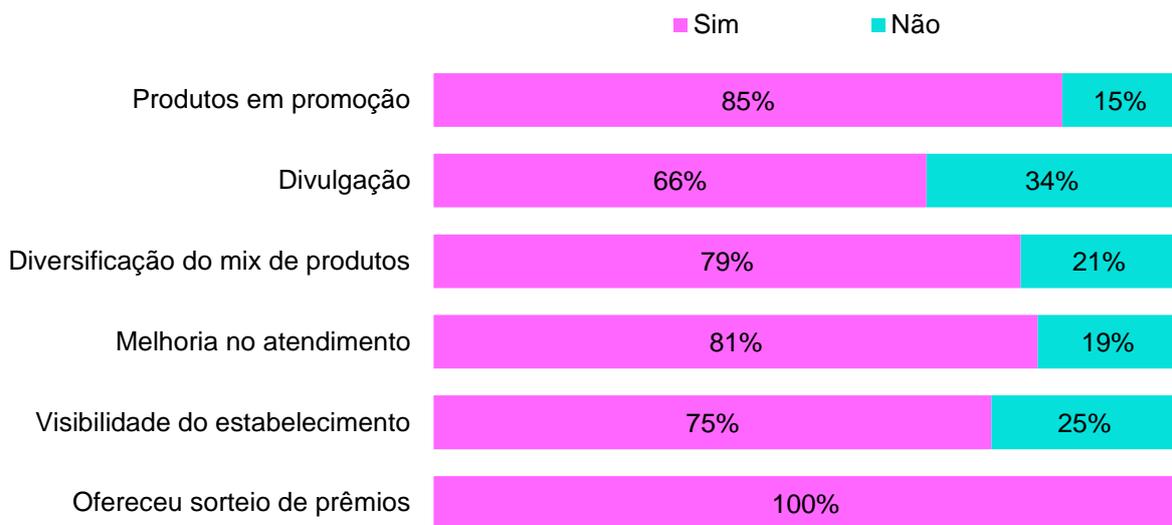
Medidas aumento vendas	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Não realizou nenhuma medida	43,0%	30,6%	34,5%	22,9%	35,9%
Produtos em promoção	33,2%	29,1%	31,0%	22,9%	30,4%
Divulgação	17,1%	25,4%	24,1%	22,9%	21,0%
Diversificação do mix de produtos	1,0%	7,5%	3,4%	12,5%	4,7%
Melhoria no atendimento	2,1%	5,2%	0,0%	10,4%	4,0%
Visibilidade do estabelecimento	0,5%	1,5%	3,4%	8,3%	2,0%
Ofereceu sorteio de prêmios	0,5%	0,7%	0,0%	0,0%	0,5%
Outro	2,6%	0,0%	3,4%	0,0%	1,5%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além de investigar quais as ações praticadas pelos comerciantes, a pesquisa tratou da efetividade destas medidas. Entre aqueles que investiram em planos para aumentar as vendas na temporada de verão 2016, 78% consideraram efetivas as ações. As medidas mais eficazes foram o sorteio de prêmios e os produtos em promoção.

---

### Distribuição da efetividade das medidas para aumento de vendas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

---

Outras medidas foram citadas como contratação de promotor, realização de parcerias e manutenção dos preços sem repasse dos aumentos.

### 2.1.4. Serviços oferecidos aos clientes

Considerando os diversos setores investigados, percebe-se uma significativa similaridade nos serviços oferecidos aos clientes. Proporcionar acesso e criar ambientes para as pessoas com deficiências (PCD) é uma preocupação de empresários de todos os setores abordados nesta investigação, tanto que o serviço é oferecido pela maior parte dos comerciantes de todos os setores (79%). Outros serviços como colaborador bilíngue, acesso à internet e estacionamento para clientes empatam com 63% dos estabelecimentos disponibilizando-os.

#### Distribuição serviços oferecidos por setor de atuação das empresas

Serviços oferecidos por setor	Ambiente para deficientes físicos	Colaborador fala espanhol ou inglês	Internet para os clientes	Estacionamento	Ambiente para idosos	Nenhum dos itens	Outro	Total*
Bares e restaurantes	76%	68%	74%	62%	53%	10%		343%
Sorveterias	88%	59%	94%	53%	88%	0%		382%
Padarias e confeitarias	70%	45%	70%	45%	38%	8%		275%
Supermercados	86%	48%	5%	86%	57%	5%		286%
Farmácias	76%	73%	33%	73%	27%	0%		282%
Livrarias e revistarias	75%	50%	63%	50%	63%	0%		300%
Ag. viagens e op. turísticos	33%	83%	58%	58%	8%	0%		242%
Presentes e souvenir	88%	65%	59%	53%	77%	6%	6%	353%
Vestuário	92%	65%	73%	73%	80%	1%		384%
Calçados	75%	56%	50%	56%	69%	6%		313%
Total dos setores	79%	63%	63%	63%	57%	5%		330%

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.1.5. Gastos médios por clientes – Ticket Médio

A relação do Ticket Médio por cidade não se mostrou significativa, isto é, não foram identificadas diferenças importantes entre estes valores para cada cidade investigada. Já a relação do Ticket Médio por setor de atuação das empresas mostrou-se muito significativa. O valor médio apurado para as agências de viagens e operadores turísticos foi o mais alto dentre os setores apurados, mas foi também a maior amplitude de valores, oscilando de R\$ 30,00 a R\$ 5.000,00. Uma investigação mais detalhada mostrou que neste setor são comercializados desde ingressos e passeios guiados até pacotes completos de viagens. Nos comércios de calçados, vestuários presentes e souvenirs, o

Ticket Médio ultrapassa a média geral que é de R\$ 135,41. O setor supermercadista apresentou um valor médio de R\$ 92,27 e os bares e restaurantes R\$ 50,12.

### Distribuição do Ticket Médio por setor de atuação das empresas

Setor	Média	Mínimo	Máximo
Ag. viagens e op. turísticos	R\$ 1.343,33	R\$ 30,00	R\$ 5.000,00
Calçados	R\$ 220,88	R\$ 45,00	R\$ 700,00
Vestuário	R\$ 192,58	R\$ 10,00	R\$ 700,00
Presentes e souvenir	R\$ 156,76	R\$ 15,00	R\$ 500,00
Supermercados	R\$ 92,27	R\$ 10,00	R\$ 600,00
Farmácias	R\$ 55,45	R\$ 10,00	R\$ 300,00
Bares e restaurantes	R\$ 50,12	R\$ 10,00	R\$ 200,00
Padarias e confeitarias	R\$ 29,11	R\$ 5,00	R\$ 350,00
Livrarias e revistarias	R\$ 24,57	R\$ 15,00	R\$ 40,00
Sorveterias	R\$ 18,18	R\$ 7,00	R\$ 35,00
Outros*	R\$ 51,00	R\$ 10,00	R\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>R\$ 135,41</b>	<b>R\$ 5,00</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>

\*produtos especializados

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

#### 2.1.6. Forma de pagamento

A forma de pagamento destes gastos pode ser observada na figura seguinte, onde fica destacada a predominância do pagamento à vista, principalmente nos cartões de crédito (41,3%). Alguns supermercados e restaurantes identificaram como outra forma de pagamento os tickets alimentação e refeição.

### Distribuição da forma de pagamento por cidade de veraneio

Forma de pagamento	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
À vista, dinheiro.	16,7%	15,6%	28,0%	28,6%	18,3%
À vista, cartão de débito.	30,6%	30,3%	12,0%	37,1%	29,8%
À vista, cartão de crédito.	45,0%	43,1%	20,0%	31,4%	41,3%
Parcelamento, cartão de crédito	6,7%	8,3%	8,0%	0,0%	6,6%
Parcelamento, crediário.	0,6%	0,0%	24,0%	2,9%	2,3%
Outro	0,6%	2,8%	8,0%	0,0%	1,7%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

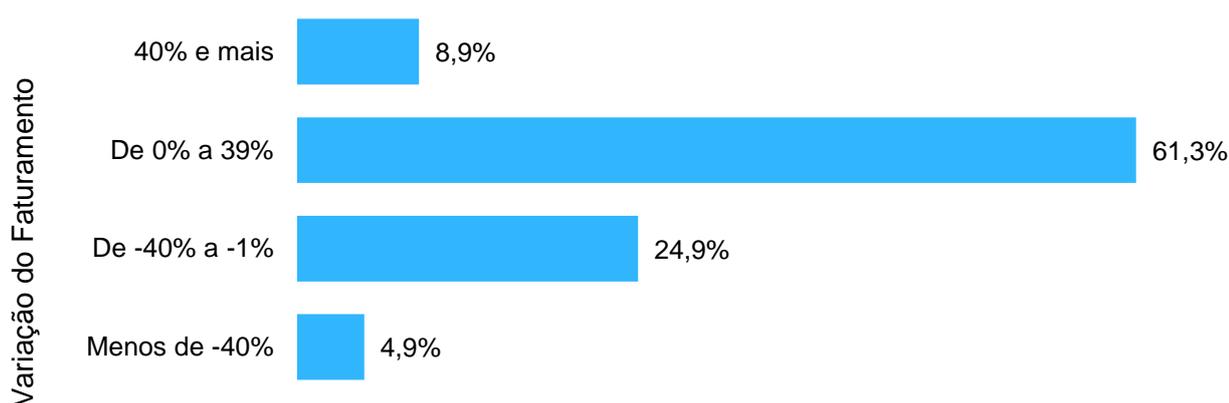
### 2.1.7. Variação do faturamento

Para finalizar a análise da temporada de Verão 2016 no âmbito do empresário do comércio e serviços, buscou-se saber a variação do seu faturamento, tanto em relação ao mês imediatamente anterior quanto em relação ao mesmo período de 2015.

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento da temporada de verão 2016 em comparação a 2015 foi de 3,32%, com variação mínima de -80% e máxima de 100%. Esta relação do faturamento/ano por cidade não mostrou diferenças estatisticamente significativas, visto que a variação média de 3,32% pode ser atribuída a todas as praças.

A maioria dos empresários entrevistados (61,3%) avaliou que seus estabelecimentos tiveram um faturamento de 0% a 39% maior do que na temporada de verão de 2015.

#### Variação do faturamento/ empresa (em relação ao ano anterior)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Uma correspondência que apresentou muita relevância trata da variação do faturamento/ano por setor de atuação das empresas investigadas. O setor de comércio varejista de calçados avaliou a variação positivamente, com 23,2% de crescimento em relação à temporada de 2015. O setor de farmácias, apesar de algumas avaliações negativas, prosperou em média 15,9%, semelhante ao de vestuários, com extensão de variação do faturamento que foi de -70% até 100%.

Outros setores como sorveterias, supermercados, bares e restaurantes, padarias e confeitarias mantiveram um equilíbrio na relação do faturamento/ano. Porém, as agências de viagens e operadores turísticos, e livrarias e revistarias apresentaram queda na relação.

**Distribuição da variação do faturamento em relação ao ano anterior por setor de atuação das empresas**

Setor	Média	Mínimo	Máximo
Calçados	23,2%	0%	75%
Farmácias	15,9%	-50%	100%
Vestuário	8,1%	-70%	100%
Presentes e souvenir	5,9%	-50%	80%
Sorveterias	0,5%	-50%	50%
Supermercados	-0,1%	-80%	50%
Bares e restaurantes	-1,9%	-70%	80%
Padarias e confeitarias	-2,2%	-40%	60%
Ag. viagens e op. turísticos	-4,9%	-50%	30%
Livrarias e revistarias	-8,1%	-30%	10%
<b>Total</b>	<b>3,3%</b>	<b>-80%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra importante comparação do faturamento é quanto à variação em relação aos meses comuns do ano, que tem o intuito de avaliar os efeitos da sazonalidade causada pela temporada de verão. Na média geral, a variação de faturamento/mês foi de 34,3% entre as cidades. Florianópolis e Imbituba apresentaram um modesto crescimento de 18% e 13,4%, respectivamente. Em Balneário Camboriú e São Francisco do Sul, no entanto, o crescimento foi de 60,9% e 50,1%, percentual considerado bem mais expressivo.

A diferenciação entre setores para o faturamento/mês foi marcante, mas o que mais chama a atenção é a amplitude, a distância entre as percepções dos empresários. O setor supermercadista verificou a maior média de aumento no faturamento/mês (76,7%), mas as opiniões foram divergentes. Enquanto para uns o faturamento caiu em até 50%, para outros cresceu até 400%. No outro extremo está as agências de viagens e operadores turísticos, para quem o faturamento nos meses da temporada de verão 2016, em relação aos meses comuns do ano, caiu em média -17,9%.

**Distribuição da variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano por setor de atuação das empresas**

Setor	Média	Mínimo	Máximo
Supermercados	76,7%	-50%	400%
Sorveterias	58,8%	-30%	100%
Presentes e souvenir	55,6%	-50%	400%
Livrarias e revistarias	54,4%	-5%	300%
Bares e restaurantes	42,2%	-35%	500%
Farmácias	28,0%	-50%	200%
Calçados	26,4%	-50%	200%
Padarias e confeitarias	22,6%	-100%	400%
Vestuário	19,1%	-50%	200%
Ag. viagens e op. turísticos	-17,9%	-100%	50%
<b>Total</b>	<b>34,3%</b>	<b>-100%</b>	<b>500%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

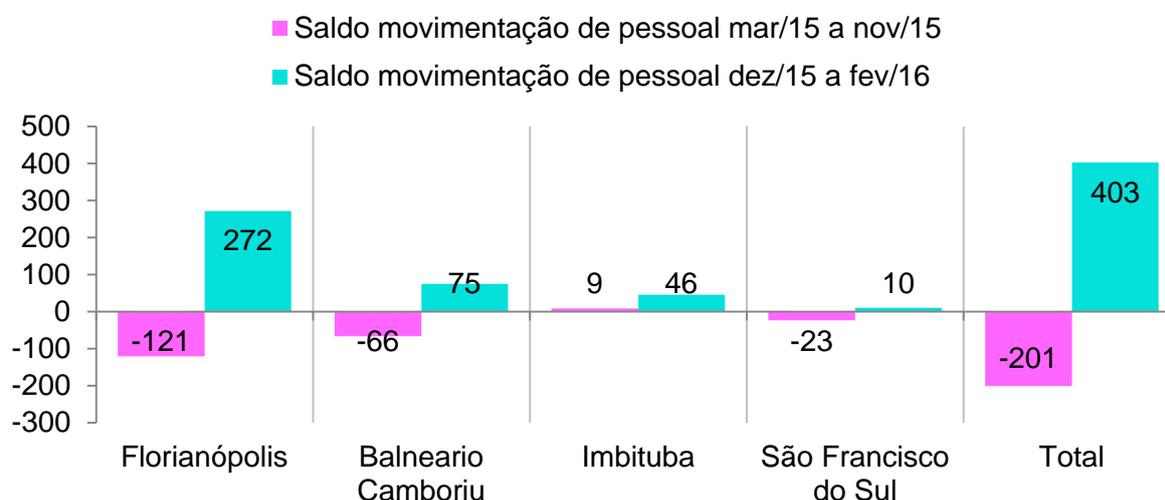
## 2.2. Impacto econômico no setor de hotelaria

O setor de hotelaria é composto de hotéis, pousadas e hospedarias que prestam serviços, basicamente, aos turistas. Por suas peculiaridades, foi analisado separadamente visando captar suas gradações de mercado.

A hotelaria demanda muita mão de obra, tanto na etapa de operação do empreendimento, quando emprega uma gama diversificada de profissionais para o atendimento das diferentes necessidades dos hóspedes e do próprio negócio.

O setor é fortemente afetado pela sazonalidade do período da temporada de verão, principalmente nas cidades litorâneas, que reúne o período de clima propício, sol, calor e baixa precipitação, com as férias escolares. Nas cidades tema desta pesquisa esta sazonalidade do setor fica muito evidente se analisada pela movimentação de vagas do período de alta temporada com os demais meses. Para mensurar a sazonalidade do setor de hotéis e similares foi comparado o saldo das movimentações de pessoal (diferença entre admissões e demissões) de março a novembro de 2015 com o saldo de dezembro de 2015 a fevereiro de 2016. Percebe-se com este paralelo uma variação importante: o saldo de movimentação nos meses de alta temporada é positivo (mais contratações do que demissões) e nos demais meses o saldo é negativo (mais demissões do que contratação).

### Variação do saldo de movimentação de pessoal em hotéis e similares



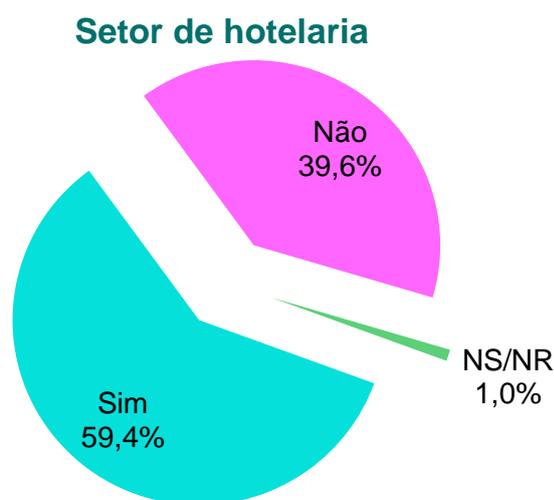
Fonte: CAGED/MTE (2016).

Elaboração: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

### 2.2.1. Contratação de colaboradores extra para o verão 2016

A contratação de colaboradores extra para atender a demanda da alta temporada é uma necessidade para a maioria dos estabelecimentos do setor hoteleiro, sendo que no geral 59,4% admitiram colaboradores neste período. A relação não mostrou diferenças significativas entre as cidades, logo o percentual de contratações geral deve ser atribuído a todos os investigados do setor.

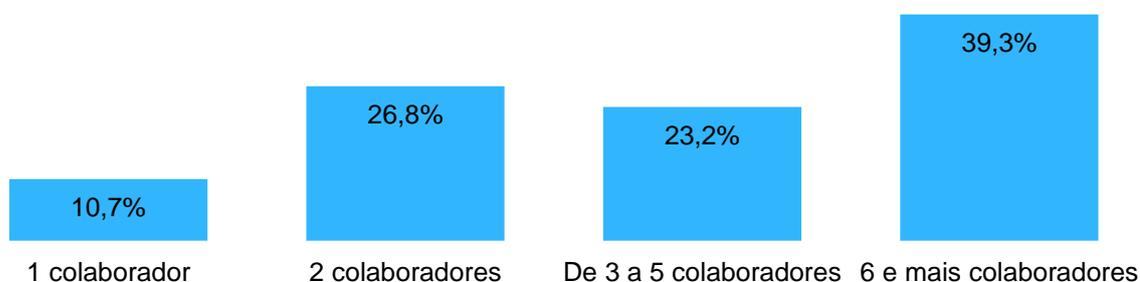
#### Contratação de colaboradores extra para a temporada de verão 2016



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dentre estes estabelecimentos que realizaram contratações para o período, a média de contratados foi de 7,2 pessoas, e a distribuição da frequência destas contratações aponta que 39,3% dos hotéis e pousadas contrataram 6 e mais colaboradores.

#### Distribuição de frequência da quantidade de colaboradores extra contratados - Setor de hotelaria



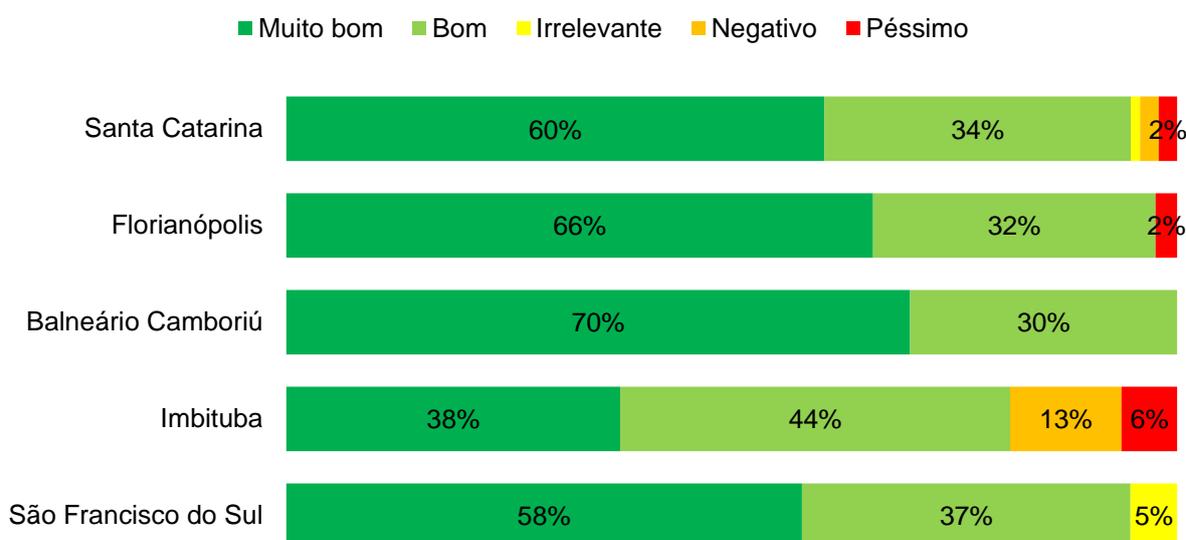
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.2. Avaliação do movimento de clientes

Examinado a percepção dos empreendedores deste setor em relação ao movimento da temporada de verão 2016, o resultado é otimista, pois a maioria das impressões foi positiva. Destaca-se a percepção em Balneário Camboriú que foi totalmente positiva.

#### Distribuição da avaliação do movimento por local de veraneio.

##### Setor de hotelaria



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.3. Medidas adotadas para aumentar as vendas na temporada

Detalhando as ações ou planos publicitários que os empresários do setor hoteleiro realizaram para atrair hóspedes a seus estabelecimentos, temos que: 41,3% não realizaram quaisquer ações para aumentar o volume de negócios, sendo que em Imbituba e São Francisco do Sul este comportamento foi reproduzido pela metade dos empresários. A divulgação foi a medida mais citada, já que 34,9% dos representantes das empresas de hotelaria fizeram uso dos canais de comunicação disponíveis no mercado para atingir os clientes. As promoções e investimentos em melhoria no atendimento também foram mencionados.

Fato é que para 92% dos entrevistados as medidas realizadas foram efetivas e cumpriram o objetivo de aumentar os negócios na temporada.

### Distribuição das medidas para aumento de vendas por cidade de veraneio - Setor de hotelaria

Medidas	Florianópolis	Balneário Camboriú	Imbituba	São Francisco do Sul	Santa Catarina
Não realizou nenhuma medida	39,1%	32,0%	50,0%	50,0%	41,3%
Divulgação	32,6%	36,0%	40,0%	33,3%	34,9%
Produtos em promoção	17,4%	16,0%	0,0%	5,6%	11,9%
Melhoria no atendimento	8,7%	8,0%	10,0%	11,1%	9,2%
Visibilidade do estabelecimento	0,0%	8,0%	0,0%	0,0%	1,8%
Vendas online	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

#### 2.2.4. Serviços oferecidos aos clientes

A hotelaria é um setor de serviços que possui suas próprias características organizacionais. Sua principal finalidade é o fornecimento de hospedagem, segurança, alimentação e demais serviços inerentes à atividade de receber. A qualidade na prestação destes serviços é mensurada a partir de uma ótica subjetiva, de acordo com o que pode ser percebido e o que é esperado pelos clientes. Neste contexto, oferecer ao hóspede aquilo que já lhe é habitual faz-se uma necessidade de mercado. Serviços como acesso à internet e estacionamento para clientes, que são cotidianos às pessoas, são oferecidos pela quase totalidade dos hotéis, 97,9% e 89,6%, respectivamente. Além destes serviços, ambientes acessíveis a PCD e idosos são, a cada ano, mais comuns no setor e podem ser considerados com vantagem competitiva para a captação de nichos de mercado consumidor.

Considerando que a pesquisa revelou uma frequência média de turistas estrangeiros de 23,4% na temporada 2016, sendo em Florianópolis a maior média (45%) para atender este público com qualidade, o percentual de estabelecimentos que dispõe de colaborador capacitado para o atendimento de turistas estrangeiros foi alto (86,5%).

### Distribuição serviços oferecidos por setor de atuação das empresas

#### Setor de hotelaria

Serviços oferecidos	Percentual sobre o total de entrevistas
Internet para os clientes	97,9%
Estacionamento	89,6%
Colaborador fala espanhol ou inglês	86,5%
Ambiente para deficientes físicos (PCD)	43,8%
Ambiente para idosos	41,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.5. Gastos médios por clientes – Ticket Médio

No setor hoteleiro, o Ticket Médio extrapola o valor da diária de hospedagem, pois considera o gasto de um hóspede durante toda a sua estada e também outros serviços relacionados à atividade de receber. Por isso, o valor do Ticket Médio é mais abrangente e não deve ser tido como o valor médio da diária de hospedagem.

O valor atribuído a Imbituba foi o mais expressivo: média de R\$ 998,16, mínimo de R\$ 200,00 e máximo de R\$ 5.000,00. Em São Francisco do Sul, o Ticket de R\$ 559,06, também ficou acima da média geral, que foi de R\$ 554,53; Florianópolis e Balneário Camboriú registraram valores mais baixos, R\$ 462,63 e R\$ 313,25, respectivamente. É oportuno salientar a amplitude de valores de Florianópolis semelhante à Imbituba. Na Capital, o valor mínimo registrado foi de R\$ 40,00 (o mais baixo de todas as cidades apresentadas) e o máximo de R\$ 4.000,00.

#### Distribuição do Ticket Médio por cidade de veraneio

##### Setor de hotelaria

Cidade	Média	Mínimo	Máximo
Florianópolis	R\$ 462,63	R\$ 40,00	R\$ 4.000,00
Balneário Camboriú	R\$ 313,25	R\$ 60,00	R\$ 1.250,00
Imbituba	R\$ 998,16	R\$ 200,00	R\$ 5.000,00
São Francisco do Sul	R\$ 559,06	R\$ 50,00	R\$ 2.000,00
<b>Santa Catarina</b>	<b>R\$ 554,53</b>	<b>R\$ 40,00</b>	<b>R\$ 5.000,00</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tempo de permanência dos hóspedes é tradicionalmente medido em pernoites pelos estabelecimentos do setor de hotelaria. A apuração dos meses da temporada de verão 2016 resultou numa média de 5,3 pernoites. Diferente dos dados apurados no primeiro capítulo, com os turistas hospedados em hotéis e pousadas, cuja média foi 7,5 dias, importante observar que são unidades de medidas distintas, pernoites e dias, e esta é a principal razão de disparidade entre as apurações.

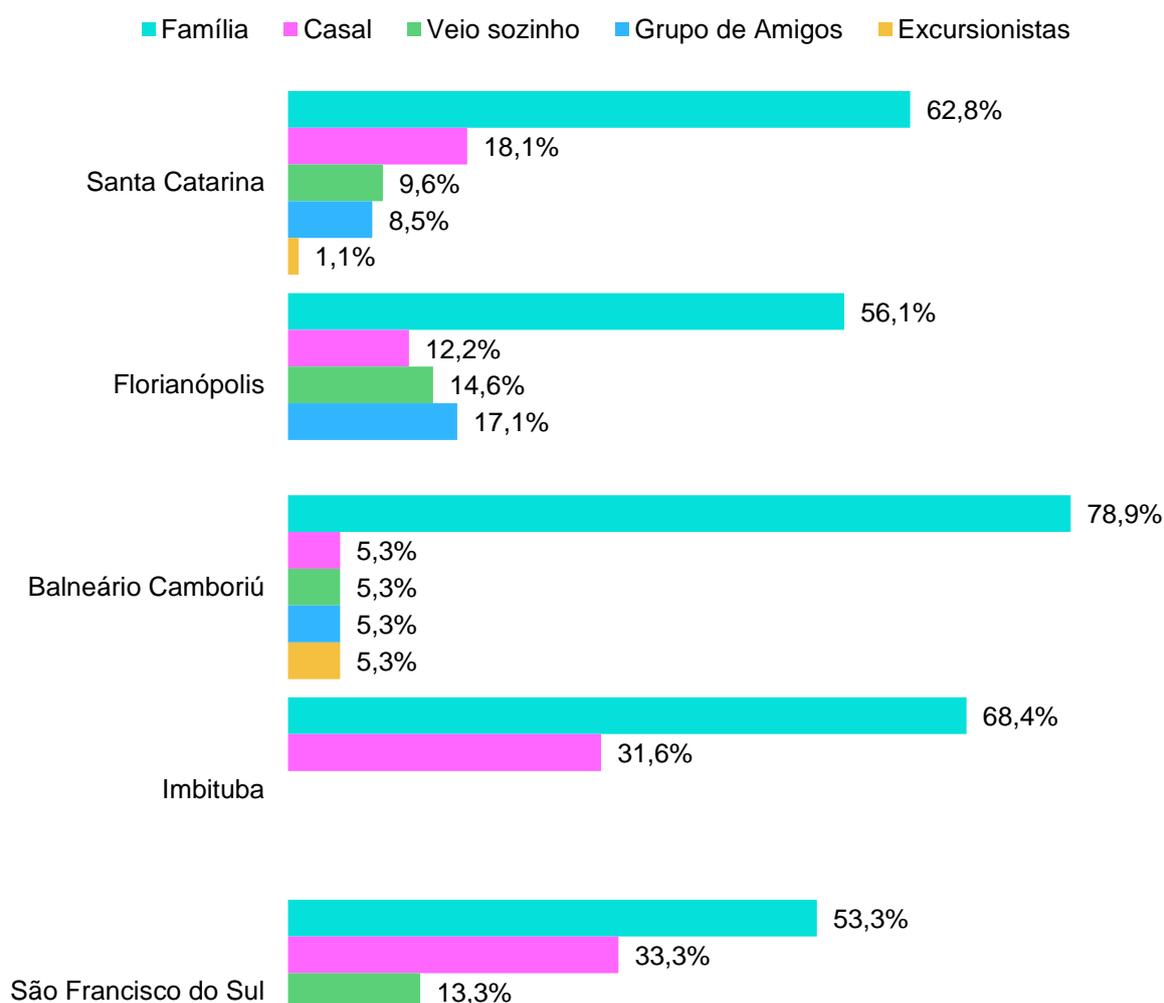
A relação entre o Ticket Médio e o tempo de permanência dos turistas no destino turístico não se mostrou estatisticamente significativa, portanto não se pode atribuir um maior valor de Ticket Médio a um maior tempo médio de permanência. Isto é compreensível, pois existem outras variáveis com maior influência nos preços, como a categoria do hotel e os serviços oferecidos.

### 2.2.6. Grupo de viagem predominante

A predominância do grupo de viagem dos hóspedes pontuou os grupos familiares como a maioria (62,8%) em todas as cidades contempladas na pesquisa.

#### Distribuição setor de atuação das empresas investigadas

##### Setor de hotelaria



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.7. Percentual de ocupação dos leitos

O percentual médio de ocupação dos leitos na temporada foi de 87%, e novamente deve-se destacar a unidade de medida aqui utilizada. Neste caso, o estabelecimento pode estar com os quartos lotados, sem disponibilidade para receber novos hóspedes, mas ainda assim com camas vagas.

Outro ponto a ser observado refere-se à taxa de ocupação dos leitos da rede hoteleira por cidade. A diferença entre as médias apuradas por cidade mostrou-se pouco significativa, isto quer dizer que a média geral (87% de ocupação dos leitos na temporada) pode ser tomada para todas as praças da pesquisa. Ainda assim para fins de acompanhamento, as médias são aqui apresentadas e Imbituba desponta com a mais alta taxa de ocupação dos leitos.

### Distribuição da taxa de ocupação dos leitos por cidade de veraneio

Cidade	Média	Coefficiente de Variação
Florianópolis	85,6%	16,6%
Balneário Camboriú	87,0%	10,4%
Imbituba	94,2%	9,4%
São Francisco do Sul	81,4%	28,7%
Santa Catarina	87,0%	16,8%

*A relação é pouco significativa.*

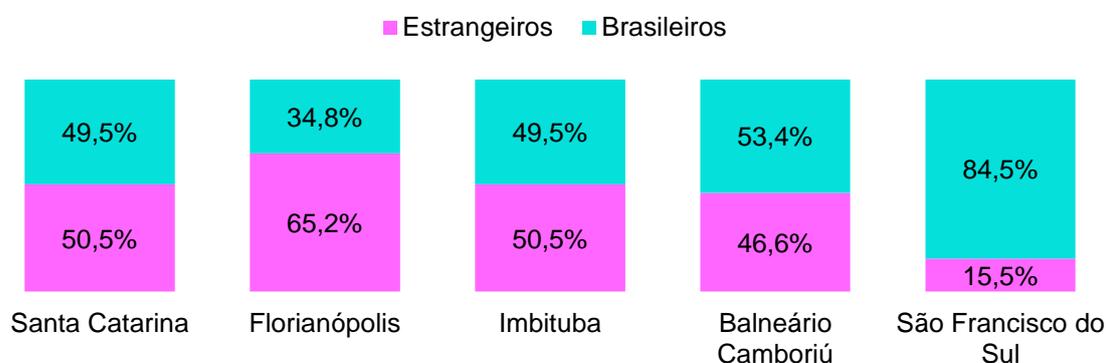
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.8. Percentual de hóspedes estrangeiros

Outra informação sobre o perfil dos hóspedes na temporada de verão 2016 diz respeito ao percentual de turistas estrangeiros hospedados durante o período. Na percepção do empresariado do setor, 50,5% dos hóspedes foram estrangeiros, com variações significativas entre as cidades. A maior fatia em Florianópolis (65,2%) e a menor em São Francisco do Sul (15,5%). Estes diferem dos dados abordados na primeira etapa da pesquisa, que apurou a origem de todos turistas. Aqui a informação está segmentada pelos turistas hospedados em hotéis e pousada e sob o prisma do empresário.

### Distribuição setor de atuação das empresas investigadas

#### Setor de hotelaria



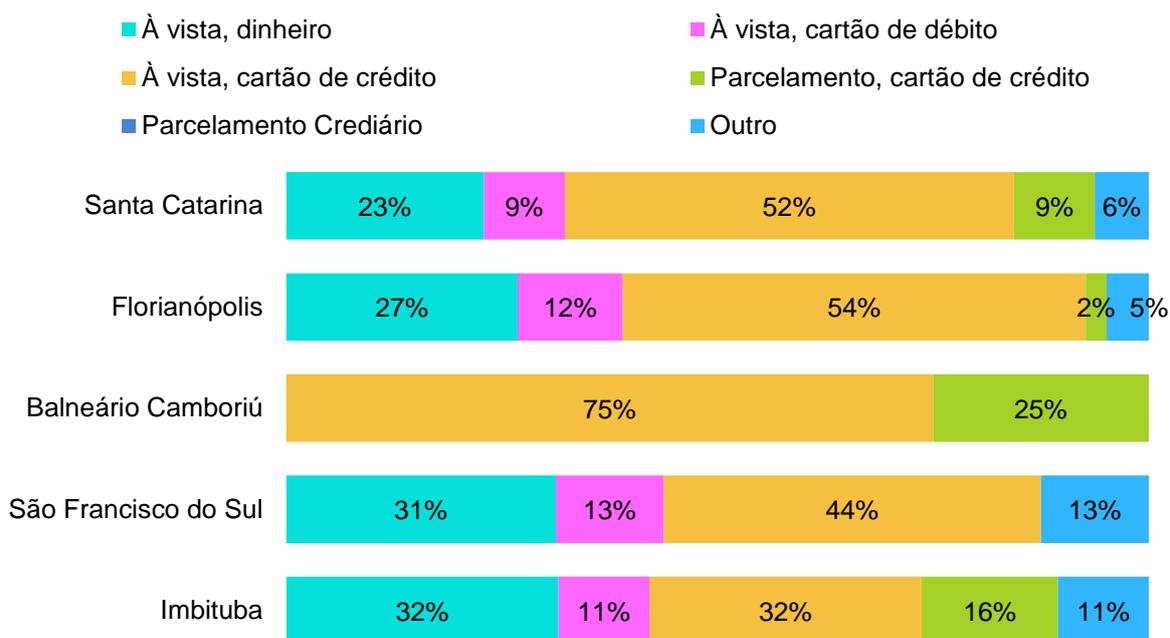
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.9. Forma de pagamento

A principal forma de pagamento utilizada para as despesas com hospedagem foi à vista, com o uso de cartão de crédito (52%). Em Balneário Camboriú este foi o modo mais utilizado em 75% dos estabelecimentos e em Imbituba foi notado um equilíbrio entre o uso de cartões de crédito e de dinheiro, ambos à vista. O fato é que o pagamento à vista, em dinheiro ou cartões de débito e crédito, foi a principal forma de pagamento utilizada. No aprofundamento da pesquisa foi investigada que a outra forma de pagamento citada pelos responsáveis pelos estabelecimentos do setor de hotelaria foi o depósito bancário, prática bastante comum neste segmento, onde os hóspedes realizam o pagamento antecipado como garantia de reserva da hospedagem na data desejada.

#### Distribuição setor de atuação das empresas investigadas

##### Setor de hotelaria



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### 2.2.10. Variação do Faturamento

A variação do faturamento do setor hoteleiro em relação à temporada de 2015 resultou na média de 12,8% de aumento no faturamento. Já em relação aos meses comuns o aumento médio foi de 72,8%.

---

#### Distribuição setor de atuação das empresas investigadas

##### Setor de hotelaria

Variação do faturamento	Média	Mínimo	Máximo
Em relação à temporada do ano anterior	12,8%	-100%	100%
Em relação aos meses comuns do ano	72,8%	-25,0%	500,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

---



## CONCLUSÃO

A Pesquisa Fecomércio de Turismo - Verão em Santa Catarina 2016 analisou as múltiplas facetas do turismo em balneários de grande relevância do Litoral Catarinense: Florianópolis, Balneário Camboriú, Imbituba e São Francisco do Sul.

Numa primeira análise foi identificado o perfil dos turistas que frequentaram esta temporada de verão no Litoral Catarinense, que predominou a faixa etária dos 31 aos 50 anos, casados ou em união estável, com uma leve predominância no sexo feminino. Uma importante observação é que a faixa etária acima dos 60 anos teve maior representatividade em Balneário Camboriú. E o grupo de casados ou em união estável em São Francisco do Sul ultrapassou os 70%. Destaca-se também o percentual de solteiros em Florianópolis (44,1%).

Quanto à renda média familiar mensal, os frequentadores do Litoral Catarinense estão concentrados nas faixas de R\$ 1.510 a R\$ 6.506, com 52,8% dos turistas, que configuram a classe C.

Os brasileiros foram a maioria dos turistas que frequentaram o Litoral Catarinense, com 76,6% de participação. Os argentinos representaram a fatia de 18,1% dos turistas, mais que o dobro da participação na temporada de 2015. Florianópolis recebeu o maior percentual de turistas estrangeiros, 45%. Em Imbituba a presença de turistas argentinos passou de 8,0%, na temporada de 2015, para 25,7% em 2016, mais do que triplicou.

Em relação ao tipo de hospedagem, os turistas ficaram bem distribuídos, 31,4% em casas alugadas, 20,9% em pousadas, 18,5% em casa de parentes e amigos. Cada local investigado, no entanto, teve características próprias. Em Florianópolis o setor de hotelaria (hotéis e pousadas) somam 42,1% das opções de hospedagem e Imbituba apresenta a maior taxa de turistas em pousadas (54,5%).

Quanto ao gasto médio dos turistas foi apurado, na temporada de verão 2016, que 24,9% dos entrevistados gastaram menos de R\$ 920,00 outros 24,3%, gastaram entre R\$ 920,00 e R\$ 1.899,99, 24,4%, de R\$ 1.900,00 a R\$ 3.699,99 (faixa de gastos onde está situada a média) e 26,5% gastaram R\$ 3.700,00 ou mais.

No geral, a avaliação do turista quanto à sua estada nesta temporada foi positiva. Os itens melhor avaliados foram os meios de hospedagem e a receptividade dos moradores. Os itens que merecem atenção, segundo a avaliação dos turistas são a infraestrutura das praias e o serviço de orientação ao turista. Reflexo da boa avaliação é que mais de 91% dos turistas entrevistados manifestaram intenção de voltar ao Litoral Catarinense em outra oportunidade.

Num outro momento da pesquisa foi estudada a percepção dos empresários de diversos setores de comércio e serviços impactados diretamente pela movimentação de turistas na temporada de veraneio do Litoral Catarinense.

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 (exceto o setor hoteleiro) a média de contratação de novos colaboradores para o período: 26,7% dos estabelecimentos contratou colaboradores extras para o Verão 2016, uma situação positiva, porém reduzida, visto que em relação à pesquisa de Turismo de Verão de 2015 a queda foi de 6,4 pontos percentuais (p.p.).

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento da temporada de verão 2016 em comparação a 2015 foi de 3,32%, com variação mínima de -80% e máxima de 100%.

Outra importante consideração é quanto à variação do faturamento em relação aos meses comuns do ano, que tem o intuito de avaliar os efeitos da sazonalidade causada pela temporada de verão. Na média geral, a variação de faturamento/mês foi de 34,3%, entre as cidades, com Florianópolis e Imbituba apresentando um modesto crescimento, de 18% e 13,4%, respectivamente. Em Balneário Camboriú e São Francisco do Sul, no entanto, o crescimento foi de 60,9% e 50,1%, bem mais expressivo.

No setor de hotelaria, o impacto econômico representado pela contratação de colaboradores extra para atender a demanda da alta temporada foi positivo: no geral 59,4% admitiram colaboradores neste período. Dentre estes estabelecimentos que realizaram contratações para o período, a média de contratados foi de 7,2 pessoas, e a distribuição da frequência destas contratações aponta que 39,3% dos hotéis e pousadas contrataram 6 e mais colaboradores.

Indicador mais representativo é o percentual médio de ocupação dos leitos na temporada que foi de 87%, mas deve-se destacar a unidade de medida aqui utilizada, leitos. Neste caso o estabelecimento pode estar com os quartos lotados, sem disponibilidade para receber novos hóspedes, mas ainda assim com camas vagas.

A variação do faturamento do setor hoteleiro em relação à temporada de 2015 resultou na média de 12,8% de aumento no faturamento e em relação aos meses comuns, período fora da temporada de verão, revelou um aumento médio de 72,8%.

As principais características e impactos da temporada de Verão 2016 no litoral catarinense apontam para uma recuperação discreta, porém consistente das atividades. O turista que frequentou os balneários do estado demonstrou satisfação com estada e desejo de retornar em outras oportunidades, um turista fidelizado. Os empresários dos setores relacionados relataram pequenas variações no faturamento, ainda assim positivas, percepção otimista num cenário econômico pessimista.