



Pesquisa Fecomércio de Turismo
INVERNO NA SERRA CATARINENSE 2018

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

Pesquisa Fecomércio de Turismo: Inverno na Serra de Santa Catarina 2018

Turismo de Inverno na Serra Catarinense

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Agosto de 2018

Sumário

Introdução.....	2
Pesquisa com os visitantes.....	3
Avaliação do atrativo turístico	10
Pesquisa com os empresários.....	16
Considerações Finais	21

Introdução

A temporada de inverno na Serra Catarinense vem se consolidando como um roteiro turístico de destaque no Estado. O clima e as belezas naturais aliados à hospitalidade e boa gastronomia motivam turistas a visitar diversos municípios da região.

Nesta edição, a pesquisa está organizada em dois capítulos: o primeiro traz o resultado da pesquisa realizada com os visitantes, em que foram abordados perfil socioeconômico, origem do turista e as características e organização da viagem. No segundo capítulo são apresentadas as percepções dos empresários sobre o impacto da temporada nos empreendimentos dos setores de comércio, serviços e turismo nas doze cidades pesquisadas, além da visão destes gestores sobre os principais fatos que impactaram positiva e negativamente o movimento do negócio na temporada de inverno 2018.

As entrevistas com os visitantes foram realizadas em diversos municípios da Serra Catarinense. Como visitantes foram consideradas as pessoas que transitavam nos pontos turísticos e que não eram moradores dos municípios da Serra Catarinense, sendo eles: Bocaina do Sul; Bom Jardim da Serra; Bom Retiro; Campo Belo do Sul; Correia Pinto; Lages; Paineira; Rio Rufino; São Joaquim; São José do Cerrito; Urubici; Urupema.

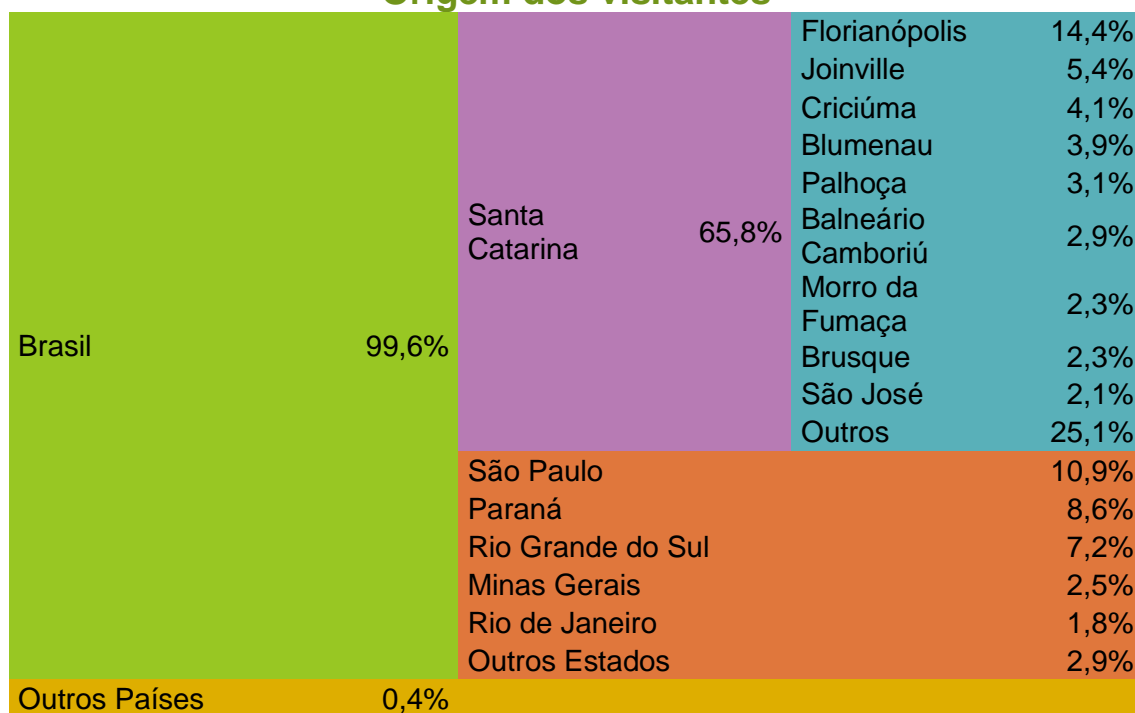
A coleta de dados ocorreu no mês de julho de 2018, em pontos de grande fluxo de turistas, com maior abrangência nos pontos turísticos das cidades. Foram entrevistados 514 visitantes e 273 empresários e gestores dos estabelecimentos comerciais, com erro amostral calculado de 5% e significância de 5% para ambos os públicos.

Pesquisa com os visitantes

A pesquisa da Fecomércio SC investigou vários itens para traçar o perfil dos visitantes que frequentaram os municípios da Serra Catarinense na temporada de inverno de 2018. Ao todo, foram entrevistados 514 pessoas de diversas localidades, do Brasil e do exterior.

A pesquisa mostrou que 99,6% dos visitantes da Serra Catarinense foram brasileiros, 65,8% do próprio estado de Santa Catarina, 10,0% de São Paulo, 8,6% do Paraná e outros 7,2% do Rio Grande do Sul. Outros estados aparecem com menor frequência. Dentre as cidades do Estado, Florianópolis teve 14,4% de participação, Joinville 5,4% e Criciúma 4,1%.

Origem dos visitantes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

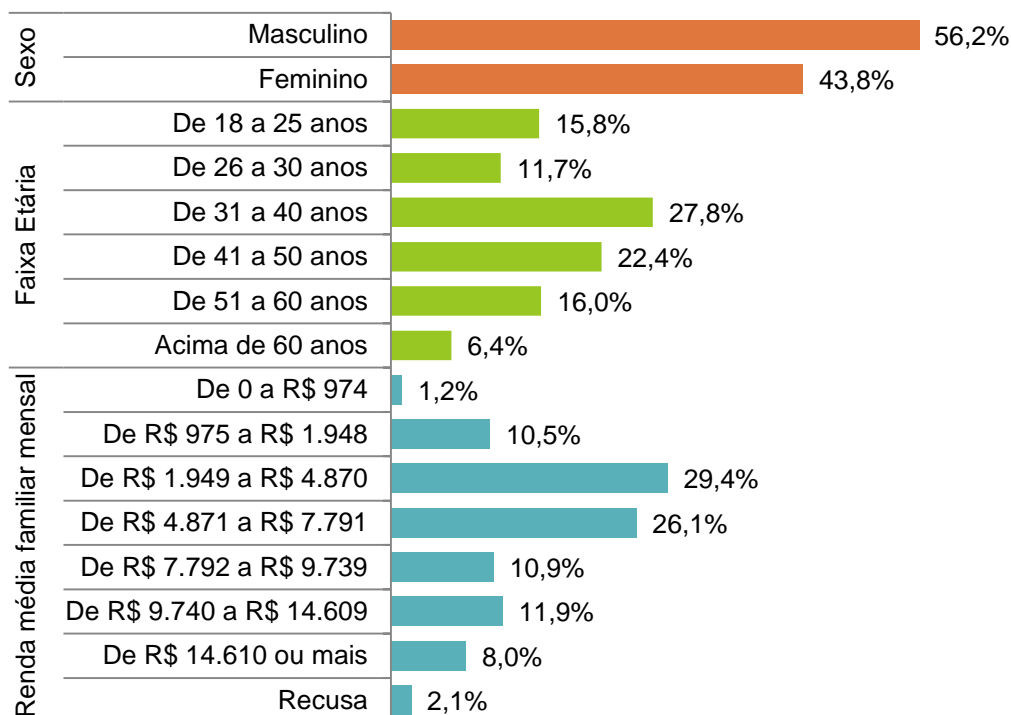
Visando traçar o perfil socioeconômico dos visitantes, a pesquisa inicialmente averiguou as seguintes informações: sexo; faixa etária; estado civil e renda média familiar mensal.

Dentre as pessoas que visitaram a Serra, a maioria foi do público masculino (56,2%), sendo que o feminino representou 43,8% dos turistas. A faixa etária de maior representação foi a de adultos entre 31 a 40 anos, somando 27,8% dos turistas, e entre 41 a 50 anos, com 22,4% de participação.

Sobre a renda média familiar, a faixa mais representativa foi a de turistas com renda média familiar mensal entre R\$ 1.949 a R\$ 4.870, com 29,4% de participação, seguida pela faixa de R\$ 4.871 a R\$ 7.791, com 26,1% de participação.

Os resultados destas informações estão compilados no gráfico a seguir:

Perfil socioeconômico dos visitantes



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em decorrência da ampla dispersão geográfica da origem dos visitantes que prestigiaram a temporada de inverno de 2018, se faz importante entender a dinâmica de deslocamento. Dessa forma, a Fecomércio SC inquiriu sobre o meio de transporte utilizado pelos visitantes para chegar ao destino turístico.

Nesta temporada, o principal meio de transporte utilizado foi o veículo próprio (82,5%), que está relacionado à origem dos turistas. Destes, 58,6% foram turistas do próprio Estado, 7,6% de São Paulo, 7,4% do Paraná e 6,2% do Rio Grande do Sul. Da parcela de 4,7% de turistas que fez uso de ônibus regular (ou similar), 1,6% veio do Estado e 1,2% de São Paulo. Os 5,6% que vieram de avião foram de outros estados.

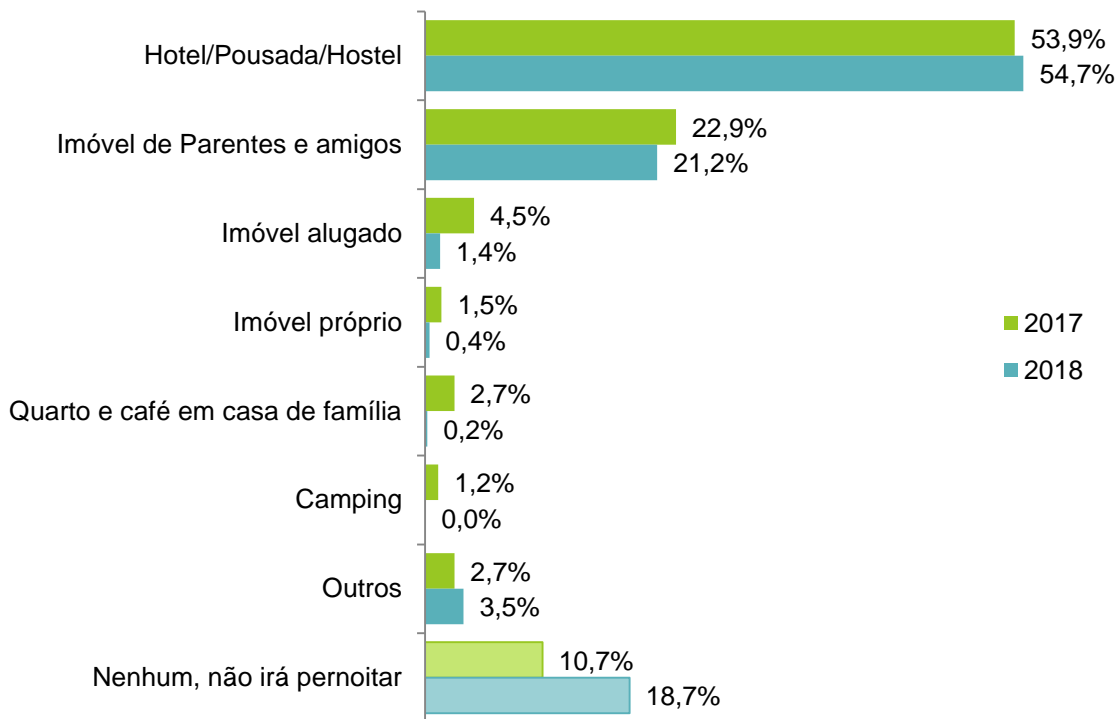
Meio de transporte utilizado para chegar à Serra Catarinense (maior trecho percorrido)

Tipo de transporte	2017	2018
Veículo próprio	82,1%	82,5%
Avião	6,3%	5,6%
Ônibus (ou similar) regular	7,7%	4,7%
Ônibus (ou similar) fretado	1,5%	3,9%
Veículo Alugado	0,3%	1,9%
Outro	2,1%	1,4%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Com relação à forma de hospedagem, a maior porcentagem de turistas utilizou a hotelaria (54,7%), seguida por aqueles que utilizaram imóveis de parentes ou amigos (21,2%). O gráfico a seguir ilustra as informações:

Opção de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Analisando os dados abertos, dos 54,7% de visitantes que optaram pela hospedagem em hotéis, pousadas ou hostels, a maior parcela ficou em Urubici (23,9%), seguida por Lages (14,4%) e São Joaquim (8,8%). Entre os 21,2% de visitantes que se hospedaram em imóveis de parentes e amigos, destaque para a participação de Lages com 11,9%.

Dos 1,4% que optaram pela locação de imóveis, 1,0% dos turistas alugou imóveis em Urubici, superando os 0,4% em Lages. Na comparação entre os anos de 2017 e 2018, percebe-se a redução da parcela de visitantes que optaram pela locação de imóveis, caiu de 4,5% para 1,4%.

Uma parcela dos visitantes (18,7%) respondeu que não tinham a intenção de pernoitar em algum dos municípios da Serra Catarinense, um aumento de 8 pontos percentuais em relação ao ano anterior. A origem destes visitantes foi detalhada e apurou-se que 6,6% são residentes do Sul Catarinense, principalmente de Criciúma (2,1%), 5,8% da Grande Florianópolis, 1,6% da região do Vale do Itajaí e 1,0% da região Serrana. Os demais visitantes vieram de outros municípios, do Oeste e Norte catarinense, e ainda de municípios próximos de outros estados (RS e PR).

Abaixo é possível saber qual foi o local escolhido para hospedagem. As cidades mais citadas foram Lages e Urubici, com 28,6% e 28% respectivamente. Logo após despontam as cidades de São Joaquim, com 12,3% das citações, e Urupema, com 7,2%.

Local de hospedagem

Cidade de hospedagem	2017	2018
Lages	31,0%	28,6%
Urubici	31,0%	28,0%
São Joaquim	11,9%	12,3%
Urupema	9,8%	7,2%
Bom Jardim da Serra	2,1%	2,7%
Bom Retiro	1,2%	1,2%
Correia Pinto		0,4%
Rio Rufino	0,6%	0,2%
Outra	1,8%	0,8%
Nenhum, não irá pernoitar.	10,7%	18,7%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa buscou entender também como foram compostos os grupos de viagem para a temporada. Nesta edição da pesquisa o maior agrupamento foi o de famílias (49,4%), seguido pelos casais (25,3%), pelos grupos de amigos (15,4%) e por visitantes que viajam sozinhos (6,6%). Os grupos de excursões representou uma pequena fatia de 2,7%, mas ainda assim, mais de quatro vezes maiores que a fatia do ano anterior. Isso pode ser observado na tabela a seguir.

Formação dos grupos de viagem

Grupo de viagem	2017	2018
Família	45,5%	49,4%
Casal	31,3%	25,3%
Grupo de Amigos	14,0%	15,4%
Sozinho	8,3%	6,6%
Excursão	0,6%	2,7%
Outro	0,3%	0,6%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Com relação ao tamanho dos grupos, o número médio de pessoas foi de 5,3. A relação entre o tamanho dos grupos de viagem e formação dos grupos mostra que os grupos formados por amigos tem tamanho médio de 6,3 pessoas e os grupos formados por famílias é de 4,6 pessoas em média.

Na comparação com o ano anterior percebe-se o aumento no tamanho dos grupos impulsionado principalmente pelo aumento no tamanho dos grupos de amigos e nas excursões.

Tamanho dos grupos de viagem por tipo de grupo

Grupo	2017	2018
Família	4,3 pessoas	4,6 pessoas
Casal	2 pessoas	2 pessoas
Grupo de Amigos	5,6 pessoas	6,3 pessoas
Sozinho	1 pessoa	1 pessoa
Excursão	37 pessoas	53 pessoas
Outro	2 pessoas	*
Total	3,7 pessoas	5,3 pessoas

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tempo médio de permanência dos turistas na Serra Catarinense nesta temporada de inverno foi de 3,8 dias, praticamente o mesmo tempo do ano anterior (3,7 dias). A relação entre a permanência mostra-se bastante coerente: os visitantes que se hospedaram em imóveis de parentes ou de amigos permaneceram 6,4 dias. Os turistas que optaram por hotéis, pousadas ou hostels tiveram uma permanência média de 3,3 dias, superando a média do ano anterior que foi de 2,8 dias.

Tempo de permanência na Serra Catarinense por grupo de viagem

Grupo	2017	2018
Família	3,3 dias	2,7 dias
Casal	2,5 dias	2,7 dias
Grupo de Amigos	3 dias	2,7 dias
Sozinho	11,4 dias	19,7 dias
Excursão	*	2 dias
Outro	*	*
Total	3,7 dias	3,8 dias

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os gastos médios dos visitantes que frequentaram a Serra Catarinense na temporada de inverno 2018 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 visitante entrevistado e então calculada a média. Nesta temporada, a média geral dos gastos foi de R\$ 1.326,31, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos. Cada turista que utilizou hotelaria gastou, em média, R\$ 841,06, seguido dos gastos com o transporte R\$ 401,00. Os gastos com alimentação e bebidas e os gastos com compras no comércio foram de R\$ 318,05 e R\$ 282,27. Outra informação relevante deste tema é o percentual de pessoas que realizaram os gastos: 60% dos visitantes entrevistados realizaram compras no comércio local, 94% gastaram com alimentação, 98% com transporte e 55% com hospedagem.

Gastos com a viagem

Gastos	2017	2018
Comércio	R\$ 214,45	R\$ 282,27
Alimentação	R\$ 316,54	R\$ 318,05
Transporte	R\$ 396,10	R\$ 401,00
Hospedagem	R\$ 630,36	R\$ 841,06
Total	R\$ 1.236,10	R\$ 1.326,31

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa incluiu uma questão sobre os atributos que levam o investigado a visitar o destino. Esta questão é muito relevante para identificar as propriedades reconhecidas pelo público em relação ao destino investigado.

Os visitantes da Serra Catarinense foram motivados, principalmente, pelo Turismo de Inverno (52,1% das citações), seguido pelas visitas a parentes e amigos, com 12,6%. Entender a principal motivação é muito importante para garantir a fidelidade dos turistas, estimulando novos atrativos e renovando o interesse nas cidades. Além disso, mostra uma grande oportunidade a ser explorada, a ampliação das campanhas que promovem o turismo de aventuras, esportes e ecoturismo, e o turismo gastronômico. A expressão desta oportunidade pôde ser percebida na evolução da parcela de visitantes que indicaram o Ecoturismo, o Turismo de Aventura e o Turismo Gastronômico como motivo para a visita a Serra Catarinense. Em 2017 as citações destes estímulos somaram 7,5% e neste ano aumentou para 24,3%- somente o Ecoturismo passou de 3,4% para 10,8%.

Motivação da viagem

Motivo da viagem	2017	2018
Turismo de Inverno	60,8%	52,1%
Visita a Parentes e Amigos	15,8%	12,6%
Ecoturismo	3,4%	10,8%
Turismo de Aventura	2,9%	8,2%
Turismo Gastronômico	1,3%	5,3%
Turismo Cultural	6,8%	4,4%
Turismo de Negócios e Eventos	8,6%	3,7%
Turismo de Esportes	0,5%	2,9%
Total	100,0%	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Um importante indicador de satisfação do visitante é a indicação do destino turístico, isto é, se o visitante indicaria a viagem ou passeio a Serra Catarinense para um amigo ou parente. O resultado afirmativo para 98,% dos visitantes comprova o contentamento e o sucesso da temporada.

Indicaria o destino turístico para amigos ou parentes.

Indicaria para um amigo?	2017	2018
Sim	98,5%	98,4%
Não	1,5%	1,6%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

De forma espontânea, o visitante foi solicitado a indicar quais os pontos turísticos que já havia visitado e quais os que pretendia visitar. Com essa estratégia foi possível identificar que 47,5% dos pontos turísticos citados fazem parte do município de Urubici, sendo a Cachoeira do Avencal, a Serra do Corvo Branco e a Cascata Véu de Noiva os destaques. Os pontos turísticos do município de Bom Jardim da Serra representaram 18,2% das citações, com destaque para o Mirante Serra do Rio do Rastro. Lages, com 15,4% das citações, teve como pontos turísticos de destaque o Parque Jonas Ramos e o Morro da Cruz. Os pontos turísticos de Urupema foram citados por 9,8% e São Joaquim por 8,7%. Houve ainda citações de outras cidades da Serra e do

Estado. Esta análise relacionou cada ponto turístico ou município sobre o total de citações, buscando com isso estabelecer a ordem de grandeza relativa.

Pontos turísticos mais visitados

Urubici	47,5%	Bom Jardim da Serra	18,2%	Lages	15,4%
Cachoeira do Avencal	12,5%	Mirante Serra do Rio do Rastro	16,9%	Parque Jonas Ramos	4,1%
Serra do Corvo Branco	9,2%	Parque Eólico	0,3%	Morro da Cruz de Lages	2,5%
Cascata Véu de Noiva	8,0%	Cascata da Barrinha	0,3%	Shopping de Lages	1,7%
Morro da Igreja	5,9%	Cânion da Ronda	0,3%	Catedral Diocesana de Lages	1,4%
Morro Campestre	3,4%	Cânion das Laranjeiras	0,2%	Pousada Sesc Rural Lages	1,1%
Gruta N Sra. de Lourdes	2,5%	Bom Jardim da Serra	0,2%	Centro de Lages	1,1%
Mirante Urubici	1,8%	Igreja de N Sra. do Perpétuo Socorro	0,1%	Estádio Vidal Ramos Júnior	0,7%
Cachoeira da Neve	1,0%	Cânion do Funil	0,1%	Universidade	0,4%
Pedra Furada	0,9%	São Joaquim	8,7%	Calçadão de Lages	0,4%
Serra do Panelão	0,2%	Snow Valley	1,8%	Adventure Park	0,4%
Caverna Rio dos Bugres	0,2%	Villa Francioni	1,5%	Parque de Exposições Conta Dinheiro	0,4%
Inscrições Rupestres	0,2%	Centro de São Joaquim	0,7%	Teatro Marajoara	0,2%
Cascata Sete Quedas	0,1%	Cooperativa Sanjo	0,7%	Salto do Rio Caveiras	0,2%
Trilha do Rio Sete Quedas	0,1%	Vinícolas	0,5%	Convento de São José	0,2%
Cânion do Espraiado	0,1%	Vinícola Boutique D'alture	0,4%	Monumento Boi de Botas	0,2%
Cascata das Araucárias	0,1%	Belvedere	0,4%	Colégio Vidal Ramos	0,1%
Outros pontos turísticos	1,5%	Vinhedos do Monte Agudo	0,3%	Orion Parque	0,1%
		Vinícola Pericó	0,3%	Igreja da Santa Cruz	0,1%
		Mirante das Araucárias	0,2%	Memorial Nereu Ramos	0,1%
Urupema	9,8%	Mirante dos Pinheiros	0,2%	Outros pontos turísticos	0,5%
Morro das Torres	5,7%	Parque Nacional da Maçã	0,2%		
Pça. Manoel Pinto de Arruda	2,1%	Igreja Matriz de São Joaquim	0,1%		
Cascata que Congela	1,1%	Villaggio Bassetti	0,1%		
Outros pontos turísticos	0,9%	Cachoeira do Pirata	0,1%	Outras cidades da Serra Catarinense	0,1%
		Outros pontos turísticos	1,5%	Outras cidades do Estado	0,3%

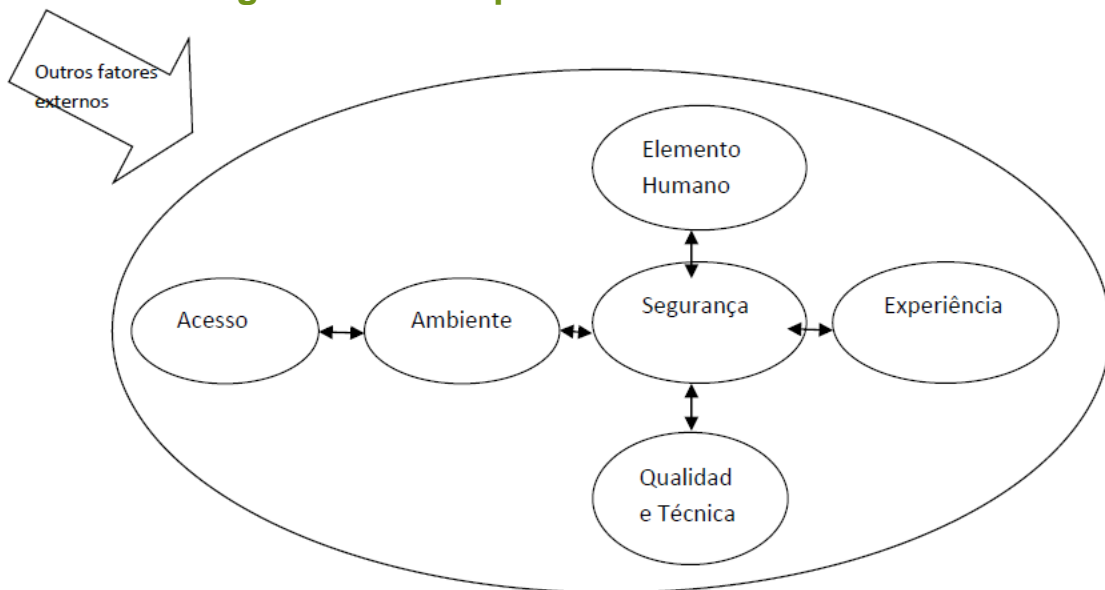
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Avaliação do atrativo turístico

Para verificar a percepção de qualidade dos visitantes da Serra Catarinense na temporada de inverno 2018, a Fecomércio SC utilizou o instrumento de pesquisa apropriado, o protocolo TOURQUAL, um modelo teórico empírico para avaliar a qualidade em atrativos turísticos, comparando indicadores de qualidade de serviços, projetando melhorias a partir da análise dos indicadores de avaliação dos clientes, aplicando e avaliando junto a visitantes os indicadores a partir dos resultados das pesquisas práticas.

Composto primeiramente pelo diagrama teórico onde apresenta as categorias do modelo:

Diagrama teórico protocolo TOURQUAL



Fonte: Mondo (2014)

Este tópico visa apresentar os principais resultados coletados a partir do protocolo TOURQUAL sobre a qualidade da Serra Catarinense durante a temporada de inverno de 2018. Serão apresentados os 20 indicadores agrupados pelas categorias – Acesso, Ambiente, Elemento Humano, Segurança, Qualidade Técnica e Experiência.

A avaliação geral da percepção de qualidade dos atrativos turísticos da Serra Catarinense na temporada de inverno 2018 alcançou nota 4,0 (mínimo 1 e máximo 5), superando a nota alcançada na temporada de 2017, que foi 3,8. Este aumento foi impulsionado principalmente pelas notas das categorias de acesso e de qualidade técnica.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL©

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral	Geral
							2018	2017
Total	1,2%	4,4%	12,8%	53,0%	23,5%	5,0%	4,0	3,8

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A Categoria de acesso foi composta pelos seguintes indicadores: facilidade na compra de ingressos, produtos em lojas ou na reserva de hotéis e restaurantes, horário de funcionamento dos bares e restaurantes, comércio e atrativos turísticos, vias de acesso, mobilidade e transporte, banheiros acessíveis, acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais públicos e atrativos turísticos. A avaliação dessa categoria é fundamental, pois nela são considerados atributos responsáveis pelo primeiro contato que o visitante tem com o evento.

O primeiro indicador analisado, na categoria de acesso, foi a facilidade na compra de ingressos, produtos em lojas ou na reserva de hotéis e restaurantes: 60,3% dos visitantes avaliaram como bom, seguidos de 18,3% que indicaram como excelente, 5,6% como mediano, 0% como ruim e 0,4% como péssimo. O índice de avaliação do foi de 4,1 (mínimo 1 e máximo 5).

O próximo indicador analisado foi referente às vias de acesso, mobilidade e transporte. Na avaliação do indicador, realizada pelos participantes, verificou-se que 16,1% das respostas julgaram como excelente, outras 64,4% das respostas como bom, 13,8% mediano, 4,3% ruim e 1,4% péssimo. O índice de avaliação do indicador foi de 3,9 ficando próximo ao bom.

O indicador que refere ao horário de funcionamento dos bares e restaurantes, comércio e atrativos turísticos foram avaliados por 9,9% dos visitantes como excelente, por 58,8% como bom, por 15% como mediano, por 6% como ruim e por 1,8% como péssimo. Neste contexto, o índice de avaliação foi de 3,8.

Os banheiros são um componente vital nos destinos e atrativos e sua avaliação é crítica, podendo causar grande descontentamento e comprometendo a avaliação. Em relação aos banheiros (a localização, a disponibilidade e limpeza dos mesmos), verificou-se na pesquisa que 53,7% dos visitantes indicaram que o serviço possui uma boa qualidade, seguidos 16,5% como mediano, 3,7% como excelente, 11,1% como ruim e 2,1% como péssimo. O índice de avaliação do indicador foi de 3,5, ficando com uma avaliação entre o mediano e o bom.

Finalizando os indicadores da Categoria Acesso foi avaliada a acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais do evento: 3,3% consideraram excelente, 44,2% boas, 16,3% mediano, 8,4% ruim e 2,3%

péssimo. Neste quesito, o índice foi de 3,5. Na categoria de acesso a avaliação resultou no índice 3,8.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL® Categoria de Acesso

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral 2018	Geral 2017
Facilidade na compra de ingressos, produtos em lojas ou na reserva de hotéis e restaurantes.	0,4%	0,0%	5,6%	60,3%	18,3%	15,4%	4,1	3,9
Vias de acesso, mobilidade e transporte	1,4%	4,3%	13,8%	64,4%	16,1%	0,0%	3,9	3,5
Horário de funcionamento dos bares e restaurantes, comércio e atrativos turísticos.	1,8%	6,0%	15,0%	58,8%	9,9%	8,6%	3,8	3,5
Banheiros acessíveis	2,1%	11,1%	16,5%	53,7%	3,7%	12,8%	3,5	3,3
Acessibilidade para pessoas com deficiência nos locais públicos e atrativos turísticos.	2,3%	8,4%	16,3%	44,2%	3,3%	25,5%	3,5	3,1
Categoria de Acesso	1,6%	6,0%	13,5%	56,3%	10,3%	12,5%	3,8	3,5

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A segunda categoria analisada é a de ambiente, que leva em conta as questões de conforto, agradabilidade, temperatura e tranquilidade no atrativo. Ela é composta pelo indicador que avalia a percepção de conforto na cidade/região turística. Verificou-se que para 30,5% dos visitantes é excelente, seguidos de 60,3% que consideraram boa, 7,6% mediana, e apenas 1% ruim e 0,2% péssimo. O índice de avaliação do indicador e da categoria ambiente foi de 4,2, ficando entre bom e excelente, mais próximo do bom.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL® Categoria de Ambiente

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral 2018	Geral 2017
Sua percepção de conforto na cidade/região turística	0,2%	1,0%	7,6%	60,3%	30,5%	0,4%	4,2	4,2
Categoria de Ambiente	0,2%	1,0%	7,6%	60,3%	30,5%	0,4%	4,2	4,2

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A próxima categoria analisada foi a de elemento humano. O indicador avaliado foi o atendimento geral dos funcionários dos estabelecimentos da Serra Catarinense (hospitalidade, cortesia, atenção e conhecimento técnico), que examina a atenção da equipe de trabalhadores dos setores envolvidos com o visitante, atendendo da melhor maneira possível as necessidades específicas de cada cliente. Verificou-se que 43,4% dos visitantes indicam um nível excelente, seguido pelo nível bom (47,7%), mediano (6,2%), ruim (1,4%) e péssimo (0,2%). O índice de avaliação do indicador e da categoria foi de 4,3, ficando entre bom e excelente.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL® Categoria de Elemento humano

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral 2018	Geral 2017
Atendimento geral dos funcionários dos estabelecimentos da Serra Catarinense	0,2%	1,4%	6,2%	47,7%	43,4%	1,2%	4,3	4,3
Categoria de Elemento humano	0,2%	1,4%	6,2%	47,7%	43,4%	1,2%	4,3	4,3

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A próxima categoria, composta por um indicador, resume de forma sintética e exata a sensação de segurança dos visitantes nos pontos turísticos e nas cidades. A avaliação do indicador contou com 37% de citações excelente, 54,1% de bom, 7% mediano, 1,2% ruim e 0,2% péssimo. O índice deste indicador/categoria foi de 4,3, ficando com uma avaliação entre o nível bom e o excelente.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL® Categoria de Segurança

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral 2018	Geral 2017
Percepção de segurança na cidade/região	0,2%	1,2%	7,0%	54,1%	37,0%	0,6%	4,3	4,2
Categoria de Segurança	0,2%	1,2%	7,0%	54,1%	37,0%	0,6%	4,3	4,2

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A próxima categoria é a de qualidade técnica, que considera o que o consumidor realmente percebe como resultado da organização geral do atrativo turístico. Esse grupo representa todos os indicadores da prestação de serviços em si, como os níveis de preços cobrados, infraestrutura, limpeza geral, variedade de atividades oferecidas, sinalização e tecnologia.

Na avaliação da limpeza das cidades, a maioria (55,1%) das avaliações foi boas, 36,2% excelentes, 6,2% avaliaram como regular, 1,2% como ruim e 1% como péssimo. O índice de avaliação foi de 4,2.

As condições climáticas durante a viagem foram bem avaliadas pelos visitantes: 36,6% consideraram excelentes e 52,9% consideraram bom, outros 7,8% dos visitantes consideraram as condições climáticas regulares e apenas 2,5% julgaram com avaliações negativas (ruim e péssimo).

As filas de espera nos restaurantes, lojas e atrativos turísticos também foram avaliadas: 15% das avaliações foram excelente, 67,3% bom, 7,2% mediano, 1,6% ruim e 0,4% péssimo. O índice de avaliação deste quesito foi 4,0, ou mediano.

Outro indicador da categoria de qualidade técnica foi a infraestrutura turística para receber os visitantes: verificou-se que 61,5% dos participantes consideraram como boa, 17,5% como excelente, 17,5% regular, 2,1% como ruim e 0,6% como péssimo. O índice de avaliação do indicador foi de 3,9, ficando muito próximo do bom.

Fez parte desta categoria de avaliação a lotação, o número de pessoas nos locais e nas ruas. Este indicador é bastante sensível à percepção do público que o avalia, pois o excesso de pessoas pode ser tão prejudicial quanto à escassez. É também um indicador eficaz para acompanhar os efeitos da sazonalidade na percepção dos visitantes. Na concepção de 11,5% dos visitantes a lotação foi excelente, para 69,5% foi boa, para 15,6% mediana, para 1,4% ruim e para 0,2% foi péssima. Em resumo, o indicador de lotação foi de 3,9.

A sinalização nas ruas para chegar aos pontos turísticos e localidades também recebeu boas avaliações: 53,5% pontuaram como boa e 18,1% excelente. Na outra ponta, 18,3% considerou mediana, 6% ruim e 2,1% péssima, o que sinaliza um ponto a ser mais bem explorado. Neste indicador, o índice foi 3,8.

Ao serem questionados sobre como avaliavam os preços pagos pelos produtos e serviços e a relação custo/benefício, 9,9% dos respondentes indicaram nível excelente, seguidos por 60,7% que consideraram bom, 20,2% julgaram como mediano, 4,1% como ruim e 1% como péssimo. Com estes escores, o índice de avaliação dos preços foi de 3,8.

Com relação a variedade de atividades ofertadas no atrativo, na avaliação do indicador, 55,6% dos visitantes consideraram como boa, seguidos por 9,7% como excelente, 19,1% regular, 6% ruim e 0,6% péssimo. O índice de qualidade do indicador foi de 3,7, ficando próximo do nível bom.

O indicador que avalia a tecnologia de comunicabilidade, sinal 3G, wifi nos estabelecimentos e app das cidades apontou que 32,5% das avaliações foram boas, 9,3% excelentes, 23,7% medianas, 24,1% ruins e 7,8% péssimas. A avaliação desse indicador foi de 3,1.

No geral, verificou-se que a categoria qualidade técnica obteve a média de 3,9 entre os níveis bom e mediano.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL© Categoria de Qualidade técnica

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral 2018	Geral 2017
Limpeza nas cidades	1,0%	1,2%	6,2%	55,1%	36,2%	0,4%	4,2	4,1
Condições climáticas durante a sua viagem	1,0%	1,6%	7,8%	52,9%	36,6%	0,2%	4,2	4,3
Filas de espera nos restaurantes, lojas e atrativos turísticos	0,4%	1,6%	7,2%	67,3%	15,0%	8,6%	4,0	3,9
Infraestrutura para receber o turismo	0,6%	2,1%	17,5%	61,5%	17,5%	0,8%	3,9	3,4
Número de pessoas nos locais e nas ruas (relativo a lotação)	0,2%	1,4%	15,6%	69,5%	11,5%	1,9%	3,9	3,8
Sinalização turística nas ruas	2,1%	6,0%	18,3%	53,5%	18,1%	1,9%	3,8	3,5
O preço dos produtos e serviços e a relação custo/benefício	1,0%	4,1%	20,2%	60,7%	9,9%	4,1%	3,8	3,7
Variedade de atividades oferecidas nas cidades (culturais-artísticas, entre outras)	0,6%	6,0%	19,1%	55,6%	9,7%	8,9%	3,7	3,4
Tecnologia (sinal 3G, wifi nos estabelecimentos, app das cidades)	7,8%	24,1%	23,7%	32,5%	9,3%	2,5%	3,1	3,3
Categoria de Qualidade técnica	1,6%	5,3%	15,1%	56,5%	18,2%	3,3%	3,9	3,7

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A última categoria a ser analisada é a experiência, composta por três indicadores: o primeiro avalia a beleza da cidade/região (natural e construída), com 76,1% das citações como excelente, 20,6% como bom, 2,1% medianas e 0,8% ruins. A média numérica foi 4,7.

O nível de diversão na viagem, parte do indicador da categoria experiência, recebeu 54,9% de pontuações excelentes, 38,9% de pontuações boas e 3,9% de avaliações medianas. Apenas 1,4% das avaliações foram ruins ou péssimas. Como resultado desta parcela de avaliações positivas, o índice foi de 4,5.

O indicador que avaliou o aprendizado sobre história, geografia ou outras questões sobre a Serra Catarinense foi avaliado como excelente por 13,4% dos visitantes, como bom por 49,4%, mediano por 26,3%, ruim por 5,1% e como péssimo por apenas 1,6% dos visitantes, resultando numa média de 3,7.

Levando-se em conta as três variáveis que sintetizam a sensação após vivência do evento, o nível de diversão, a média da categoria de experiência foi de 4,3 equiparando-se a categoria de elemento humano.

Avaliação do Atrativo Turístico Protocolo TOURQUAL© Categoria de Experiência

Indicador	Péssimo	Ruim	Mediano	Bom	Excelente	NS / NR	Média	Média
							Geral	Geral
							2018	2017
A beleza da cidade/região (natural e construída)	0,0%	0,8%	2,1%	20,6%	76,1%	0,4%	4,7	4,7
O seu nível de diversão nesta viagem	0,2%	1,2%	3,9%	38,9%	54,9%	1,0%	4,5	4,4
O seu aprendizado sobre história, geografia ou outras questões sobre a Serra Catarinense	1,6%	5,1%	26,3%	49,4%	13,4%	4,3%	3,7	3,6
Categoria de Experiência	0,6%	2,3%	10,8%	36,3%	48,1%	1,9%	4,3	4,3

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Pesquisa com os empresários

Para identificar o impacto da temporada entre os empresários dos setores de comércio, serviços, turismo e hotelaria dos municípios da Serra Catarinense, a Fecomércio SC também ouviu os comerciantes das cidades.

Distribuição das entrevistas por município da empresa

Município	Percentual de respostas
Lages	52,0%
São Joaquim	11,0%
Urubici	11,0%
Correia Pinto	5,0%
Bom Retiro	5,0%
Bom Jardim da Serra	3,0%
São José do Cerrito	3,0%
Urupema	3,0%
Campo Belo do Sul	2,0%
Bocaina do Sul	2,0%
Rio Rufino	2,0%
Painel	1,0%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os setores entrevistados foram distribuídos na seguinte proporção:

Distribuição das entrevistas por setor ou ramos de atuação da empresa

Setor	Percentual de respostas
Bares e restaurantes	32,0%
Hotéis e pousadas	14,0%
Mercados, supermercados e mercearias.	11,0%
Farmácias	10,0%
Vestuário e calçados	9,0%
Postos de combustíveis	8,0%
Padarias e confeitarias	8,0%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	7,0%
Chocolataria	1,0%
Total	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A primeira questão específica para as empresas dos setores de comércio e serviços buscou identificar o efeito da temporada no mercado de trabalho da região. A pesquisa registrou um percentual de 18,7% de empresas que realizaram contratação de colaboradores extra para o período da temporada de inverno de 2018 e média de duas pessoas contratadas por estabelecimento (considerando aqueles que realizaram contratações).

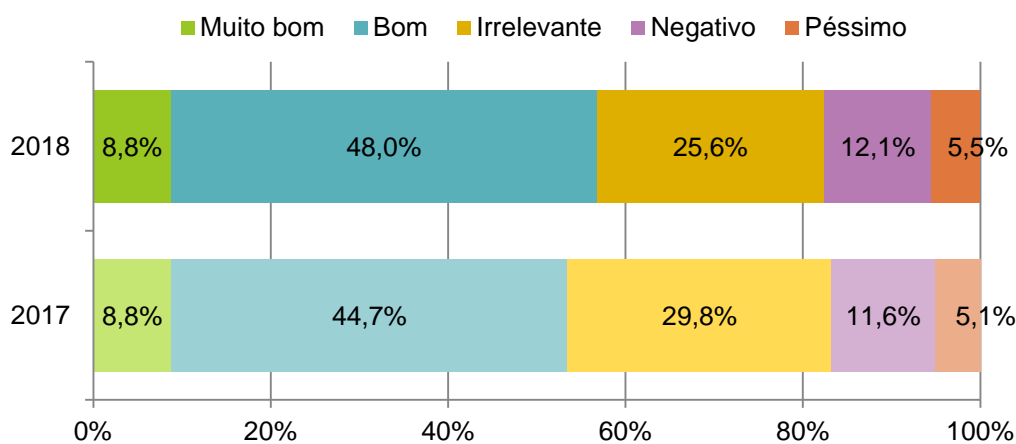
Contratação de colaboradores extra

Setor	Contratação de colaboradores extra			
	Sim	Não	NS/NR	Total
Bares e restaurantes	24,1%	75,9%	0,0%	100%
Hotéis e pousadas	35,9%	64,1%	0,0%	100%
Mercados, supermercados e mercearias.	12,9%	87,1%	0,0%	100%
Farmácias	3,8%	96,2%	0,0%	100%
Vestuário e calçados	16,0%	84,0%	0,0%	100%
Postos de combustíveis	0,0%	100%	0,0%	100%
Padarias e confeitarias	19,0%	76,2%	4,8%	100%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	15,8%	84,2%	0,0%	100%
Chocolataria	0,0%	100%	0,0%	100%
Total	18,7%	81,0%	0,4%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também analisou a percepção dos empresários/gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento durante a temporada. A percepção geral foi positiva, comprovando que o turismo de inverno beneficia diferentes empreendimentos nas cidades. Uma fatia de 8,8% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, somada a fatia de 48% de avaliações “boas”, resulta numa parcela de 56,8% de avaliações positivas. Outros 25,6% consideraram que o movimento foi “irrelevante”, 12,1% rotulou o movimento como “negativo” e 5,5% como “péssimo”. A comparação com a avaliação realizada em 2017 mostrou pouca variação: aumento de três pontos percentuais nas avaliações que consideraram o movimento “bom”, redução de quatro pontos percentuais nas avaliações “irrelevante” e um ponto percentual de aumento nas avaliações “negativo” e “péssimo”. As análises da avaliação do movimento de clientes segmentadas por setor de atuação ou município da empresa não mostraram significância estatística.

Avaliação do movimento



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta edição da pesquisa foi investigado os motivos das avaliações dos empresários sobre o movimento de consumidores durante a temporada, com a pergunta “A que você atribui esta avaliação do movimento?”. Os resultados foram categorizados com base na resposta da questão anterior.

8,8% Muito bom

- ✓ 2,2% Clima
- ✓ 2,2% Turismo
- ✓ 1,5% Bom atendimento/Fidelização/Promoções
- ✓ 1,5% Localização e produtos
- ✓ 1,1% Férias
- ✓ 0,4% Festas e eventos turísticos

48% Bom

- ✓ 15,4% Clima
- ✓ 5,9% Turismo
- ✓ 5,1% Férias
- ✓ 2,9% Greve dos caminhoneiros
- ✓ 2,9% Festas e eventos turísticos
- ✓ 2,9% Investimentos próprios dos empresários
- ✓ 2,2% Crise econômica
- ✓ 2,2% Bom atendimento/Fidelização/Promoções

25,6% Irrelevante

- ✓ 9,9% Crise econômica
- ✓ 7,0% Clima
- ✓ 4,0% Greve dos caminhoneiros

12,1% Negativo

- ✓ 6,6% Crise econômica
- ✓ 2,6% Greve dos caminhoneiros
- ✓ 1,8% Clima

5,5% Péssimo

- ✓ 4,0% Crise econômica
- ✓ 0,7% Clima
- ✓ 0,4% Greve dos caminhoneiros
- ✓ 0,4% Falta de atrativos na cidade

O Ticket Médio¹ de vendas - o valor médio gasto pelos clientes de um estabelecimento comercial- é um importante indicador de desempenho porque ajuda a mensurar o faturamento da empresa. Na percepção dos entrevistados, o ticket médio dispendido pelos clientes durante o período da temporada foi de R\$ 134,15, valor médio dos setores de comércio e serviços. Os valores médios gastos nos setores foram: R\$ 332,84 em vestuário e calçados; R\$ 226,29 em mercados, supermercados e mercearias; R\$ 259,31 em hotéis e pousadas; e R\$ 145,00 no comércio de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos. No caso das farmácias, bares e restaurantes e padarias e confeitarias e postos de combustíveis registraram ticket médio inferior à média, mas em acordo com o tipo de negócio.

¹ O ticket médio é o valor médio que cada cliente compra em um estabelecimento. Já o gasto médio é a média de todos os gastos dos visitantes na temporada.

Ticket Médio por setor na temporada de inverno 2018

Setor	Ticket médio
Bares e restaurantes	R\$ 40,83
Hotéis e pousadas	R\$ 259,31
Mercados, supermercados e mercearias.	R\$ 226,29
Farmácias	R\$ 88,58
Vestuário e calçados	R\$ 332,84
Postos de combustíveis	R\$ 76,36
Padarias e confeitarias	R\$ 39,95
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	R\$ 145,00
Chocolataria	*
Total	R\$ 134,15

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A experiência do consumidor não termina com a escolha do produto e decisão de comprá-lo. Para garantir uma boa experiência de compra para o consumidor o processo de pagamento deve ser o mais simplificado possível. Principalmente quando se trata de turistas é fundamental proporcionar diversos formatos de pagamento, ágeis e seguros. Percebe-se que os empresários entrevistados estão alinhados com estes conceitos e oferecem múltiplas oportunidades aos clientes. O tipo de pagamento mais utilizado pelos clientes nesses estabelecimentos entrevistados foi o pagamento à vista em suas diversas formas. Segundo a percepção dos empresários entrevistados, durante a temporada de inverno na Serra Catarinense, 86% dos clientes utilizaram prioritariamente o pagamento à vista, distribuídos entre cartões de crédito, débito e dinheiro. Uma parcela menor de clientes, 10%, utilizou o pagamento parcelado pelos cartões de crédito e crediários.

Principal forma de pagamento na temporada de inverno

Forma de pagamento	2017	2018
À vista, dinheiro.	32,1%	30,0%
À vista, cartão de débito.	17,7%	16,0%
À vista, cartão de crédito.	36,7%	40,0%
Parcelamento, cartão de crédito.	8,4%	9,0%
Parcelamento Crediário	5,1%	1,0%
Outro		4,0%
Total	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre a principal forma de pagamento e o setor de atuação da empresa mostrou algumas características significativas: nas padarias e confeitarias a forma de pagamento à vista em dinheiro foi mais expressiva, com 61,9% das respostas. Nos hotéis 64,1% dos pagamentos foram à vista com cartões de crédito. O parcelamento com cartões de crédito foi a opção de 60% no setor de vestuário e calçados e de 36,8% nos setores de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.

Principal forma de pagamento por setor (2018)

Setor	À vista, dinheiro.	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento Crediário	Outro	Total
Bares e restaurantes	31,0%	21,8%	46,0%	0,0%	0,0%	1,1%	100%
Hotéis e pousadas	20,5%	2,6%	64,1%	2,6%	0,0%	10,3%	100%
Mercados, supermercados e mercearias.	32,3%	25,8%	32,3%	3,2%	3,2%	3,2%	100%
Farmácias	34,6%	15,4%	34,6%	3,8%	3,8%	7,7%	100%
Vestuário e calçados	16,0%	8,0%	8,0%	60,0%	4,0%	4,0%	100%
Postos de combustíveis	27,3%	13,6%	59,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Padarias e confeitarias	61,9%	14,3%	19,0%	0,0%	0,0%	4,8%	100%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	21,1%	10,5%	31,6%	36,8%	0,0%	0,0%	100%
Chocolataria	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Total	30,0%	16,1%	39,9%	9,2%	1,1%	3,7%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os dados apurados também mostram uma relação significativa entre a forma de pagamento e o ticket médio: nos pagamentos à vista em dinheiro e com o uso de cartões de débito o valor do ticket médio é mais baixo.

Ticket médio por principal forma de pagamento (2018)

Forma de pagamento	Ticket médio
À vista, dinheiro.	R\$ 70,70
À vista, cartão de débito.	R\$ 97,95
À vista, cartão de crédito.	R\$ 143,49
Parcelamento, cartão de crédito.	R\$ 279,24
Parcelamento crediário	*
Outro	R\$ 300,00
Total	R\$ 134,15

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação dos empresários quanto ao percentual de variação de faturamento das empresas em relação à temporada de inverno do ano anterior foi de -5,7%, indicando uma retração. Por outro lado, a percepção da expansão no faturamento das empresas, em relação aos meses comuns do mesmo ano, foi de 10,5%.

Variação do faturamento

Variação do faturamento	2017	2018
Em relação ao mesmo período do ano anterior	-3,3%	-5,7%

Em relação aos meses comuns deste ano	4,7%	10,5%
---------------------------------------	------	-------

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A percepção positiva em relação à variação do faturamento entre a temporada de inverno e os meses comuns do mesmo ano foi impulsionada principalmente pelo comércio de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos. Na visão destes empresários o faturamento foi 64,6% maior, seguido pelos hotéis e pousadas, com 32,6%. Vale destacar que a menor taxa foi relatada pelos empresários de postos de combustíveis (-9,6%), o que mostra correspondência com a avaliação do movimento – cerca de 10% dos empresários entrevistados relataram que a greve dos caminhoneiros atrapalhou o movimento de turistas.

Variação do faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano por setor (2018)

Setor	Variação do faturamento em relação aos meses comuns deste ano
Bares e restaurantes	-1,8%
Hotéis e pousadas	32,6%
Mercados, supermercados e mercearias.	1,7%
Farmácias	5,3%
Vestuário e calçados	9,8%
Postos de combustíveis	-9,6%
Padarias e confeitarias	14,5%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	64,6%
Chocolataria	*
Total	10,5%

*Quantidade insuficiente para cálculo da média.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para o setor hoteleiro, além da percepção de faturamento positiva na temporada de inverno, nesta edição apontou aumento de outros indicadores. O percentual de ocupação dos leitos foi de 72,8%. Isso quer dizer que, em média, para cada 100 leitos, 72 estiveram ocupados durante a temporada deste ano. O tempo de permanência dos hóspedes nesta temporada também aumentou, sendo que cada hóspede permaneceu em média 2,4 dias.

Indicadores do Setor hoteleiro durante a temporada de inverno

Indicadores	2017	2018
Ocupação dos leitos	62,6%	72,8%
Média de dias de permanência	2,0	2,4

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Considerações Finais

A Fecomércio SC realiza desde 2011 a Pesquisa Turismo de Inverno na Serra Catarinense fornecendo informações sobre o perfil do turista, a avaliação do destino e o impacto da temporada para os setores de comércio de bens e serviços e turismo, diretamente afetados.

Na primeira etapa da análise foi identificado o perfil dos visitantes que frequentaram a temporada 2018 de inverno na Serra Catarinense. A maior parte foi formada por grupos familiares (49,4%) com 4,6 pessoas em média. As faixas de renda média mensal familiar mais expressiva foram entre R\$ 1.949 a R\$ 4.870, com 29,4% de participação, seguida pela faixa de R\$ 4.871 a R\$ 7.791, com 26,1% de participação dos visitantes.

A pesquisa mostrou que 65,8% dos visitantes foram do próprio estado de Santa Catarina, principalmente de Florianópolis (14,4%), Joinville (5,4%) e Criciúma (4,1%). Nesta temporada, o principal meio de transporte utilizado foi o veículo próprio (82,5%), que está relacionado à origem dos turistas, destes, 58,6% foram turistas do próprio Estado.

Em relação ao tipo de hospedagem, a maior porcentagem de turistas utilizou a hotelaria (54,7%). O tempo médio de permanência dos turistas na Serra Catarinense nesta temporada de inverno foi de 3,8 dias, praticamente o mesmo tempo do ano anterior (3,7 dias).

Os gastos médios dos visitantes que frequentaram a Serra de Santa Catarina na temporada de inverno 2018 foram investigados por tipo de uso. No geral, cada grupo de turistas desembolsou em média, R\$ 1.326,31, sendo que os gastos com hospedagem e transporte foram os mais expressivos.

Os visitantes da Serra Catarinense foram motivados principalmente pelo Turismo de Inverno (52,1% das citações). Neste ano foram mais de 60 pontos turísticos citados espontaneamente pelos visitantes e uma parcela significativa de visitantes que indicaram o Ecoturismo, o Turismo de Aventura e o Turismo Gastronômico como motivo para a visita a Serra Catarinense. Em 2017 as citações destes estímulos somaram 7,5% e neste ano aumentou para 24,3%-samente o Ecoturismo passou de 3,4% para 10,8%.

A avaliação geral da percepção de qualidade dos atrativos turísticos da Serra Catarinense na temporada de inverno 2018 alcançou nota 4,0 (mínimo 1 e máximo 5), superando a nota alcançada na temporada de 2017, que foi 3,8. Este aumento foi impulsionado principalmente pelas notas das categorias de acesso e de qualidade técnica. A avaliação é realizada pelo Protocolo TOURQUAL®.

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 inverno na Serra.

Como efeito da temporada de inverno no mercado de trabalho, a média de contratação de novos colaboradores para o período nos setores de comércio e serviços foi de dois trabalhadores, pouco inferior ao último ano, que foi de 2,2 pessoas contratadas. No geral, o percentual de empresas que realizaram novas contratações em 2018 foi de 18,7%, sendo que o setor de hotelaria, por sua vez, demonstrou um comportamento mais otimista: 35,9% realizaram contratação de trabalhadores extra para atender a demanda.

A pesquisa também analisou a percepção dos empresários e gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento durante a temporada. A percepção geral foi positiva. Uma fatia de 8,8% dos entrevistados avaliou como “muito bom”. Para 48% de avaliações “boas”, as principais justificativas para o

bom desempenho foram atribuídas ao Clima e Turismo. Outros 25,6% consideraram que o movimento foi “irrelevante”, uma parcela de 12,1% rotulou o movimento como “negativo” e 5,5% como “péssimo”. Para estes, os principais motivos foram a crise econômica e a greve dos caminhoneiros.

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento da temporada de inverno 2018 em comparação a 2017 foi de -5,7%. Esta percepção demonstra que ainda persiste uma noção pessimista dos empresários com a situação econômica vigente.

Por outra perspectiva, a noção de variação positiva do faturamento em relação aos meses comuns do ano mostra a importância do turismo e dos efeitos favoráveis na economia causados pela sazonalidade da temporada de inverno. A variação/ano foi de 10,5%.

Nesta edição da pesquisa da Fecomércio SC fica visível a importância do turismo interno para o Estado- a parcela de visitantes do estado circulando na Serra Catarinense evidencia este cenário. Além disso, a percepção dos empresários quanto ao aumento do faturamento na temporada em relação aos demais meses do ano mostra o impulso gerado na economia dos municípios da Serra Catarinense pelo turismo.

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.