



Pesquisa Fecomércio de Turismo
VERÃO NO LITORAL CATARINENSE 2018

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

Pesquisa Fecomércio SC Turismo de Verão no Litoral Catarinense 2018

Balneário Camboriú, Bombinhas, Florianópolis, Garopaba, Imbituba,
Laguna, Porto Belo e São Francisco do Sul

Sumário

Introdução	4
1. Perfil do Turista	5
1.1. Perfil socioeconômico do turista	5
1.2. Origem do turista	8
1.3. Características e organização da viagem	9
2. Resultado da temporada	16
2.1. Resultado para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria)	18
2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria	21
2.3. Avaliação da temporada pelos empresários	25
Conclusão	31

Introdução

O Brasil possui aproximadamente 7,4 mil quilômetros de litoral, do qual 531 quilômetros estão em Santa Catarina, representando diferentes oportunidades para o turismo. Por conta da consolidação do turismo de sol e praia nas regiões litorâneas e a capilaridade do setor no Estado, a Fecomércio SC apresenta a Pesquisa de Turismo de Verão 2018, resgatando uma série histórica que teve início em 2013.

O Estado está dividido em nove regiões turísticas, cujos limites territoriais mostram afinidades geográficas, econômicas e histórico-culturais: Caminho dos Príncipes, Rota do Sol, Vale Europeu, Grande Florianópolis, Encantos do Sul, Caminho dos Cânions, Serra Catarinense, Vale do Contestado e Grande Oeste. A pesquisa abrange quatro destas regiões em oito cidades que representam as características e peculiaridades de todo o litoral - Balneário Camboriú, Bombinhas, Florianópolis, Garopaba, Imbituba, Laguna, Porto Belo e São Francisco do Sul.

Nesta edição, a pesquisa está organizada em dois capítulos. O primeiro traz o resultado da pesquisa realizada com os turistas, onde foram abordados os temas perfil sócio econômico, 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 oito cidades abordadas, além da visão destes gestores sobre os principais fatos que impactaram positiva e negativamente as vendas, o faturamento e a dinâmica do negócio na temporada de verão 2018.

O estudo foi realizado com dois públicos distintos: os turistas e os empresários ou gestores. Na primeira pesquisa foram realizadas 407 entrevistas pessoais e presenciais com o público que circulou no Litoral. O conceito de turista utilizado segue o critério da Organização Mundial do Turismo (OMT), que considera o visitante que permanece ao menos uma noite em um meio de hospedagem coletivo ou individual na região visitada. A coleta de dados ocorreu nos meses de janeiro e fevereiro, garantindo uma margem de erro de 5% e nível de confiança de 95% para a amostra estadual. A distribuição das entrevistas entre as cidades pesquisadas levou em conta duas premissas, a Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro, um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo, e a população urbana do município segundo dados do IBGE.

Na segunda pesquisa, os empresários foram abordados por entrevistas telefônicas e somaram 552, garantindo uma margem de erro de 4% e nível de confiança de 95% para a amostra estadual. A distribuição das entrevistas foi proporcional aos segmentos dos setores de comércio de bens e serviços e hotelaria das regiões, segundo os dados do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), e a seleção dos segmentos foi baseada em entrevistas anteriores realizadas com os turistas.

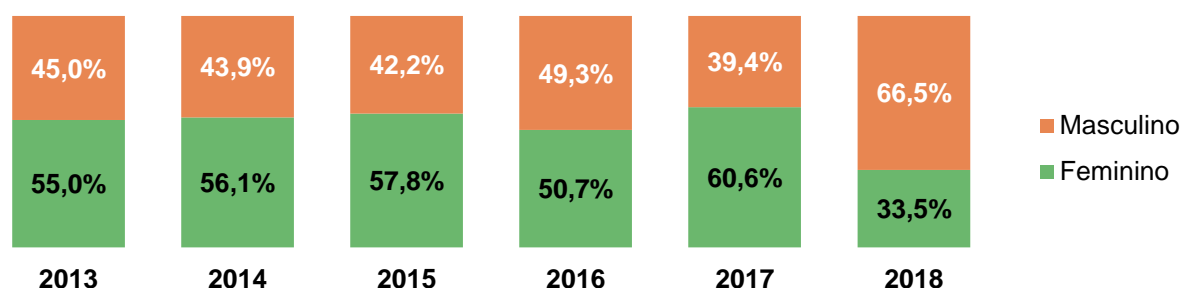
1. Perfil do Turista

A pesquisa tem o objetivo de identificar o perfil do turista, características da viagem e preferências.

1.1. Perfil socioeconômico do turista

A evolução da distribuição dos turistas de Santa Catarina por sexo mostra uma divisão bem equilibrada entre ambos até 2016, e a partir deste ano houve uma oscilação na variação desta distribuição: em 2017 predominou o sexo feminino (60,6%), já em 2018 pesou mais para o masculino, com 66,5% de participação.

Evolução da distribuição de turistas por sexo



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O histórico dos dados mostra uma tendência de estabilidade na frequência de turistas da faixa etária de 31 a 40 anos e de 41 a 50 anos, que representam juntas quase a metade dos turistas. Mas apesar da pouca oscilação, 2018 traz o aumento na participação de turistas nas faixas abaixo dos 40 anos, principalmente dos 26 aos 30 anos, faixa que apresentou aumento de 4,7 pontos percentuais (p.p.).

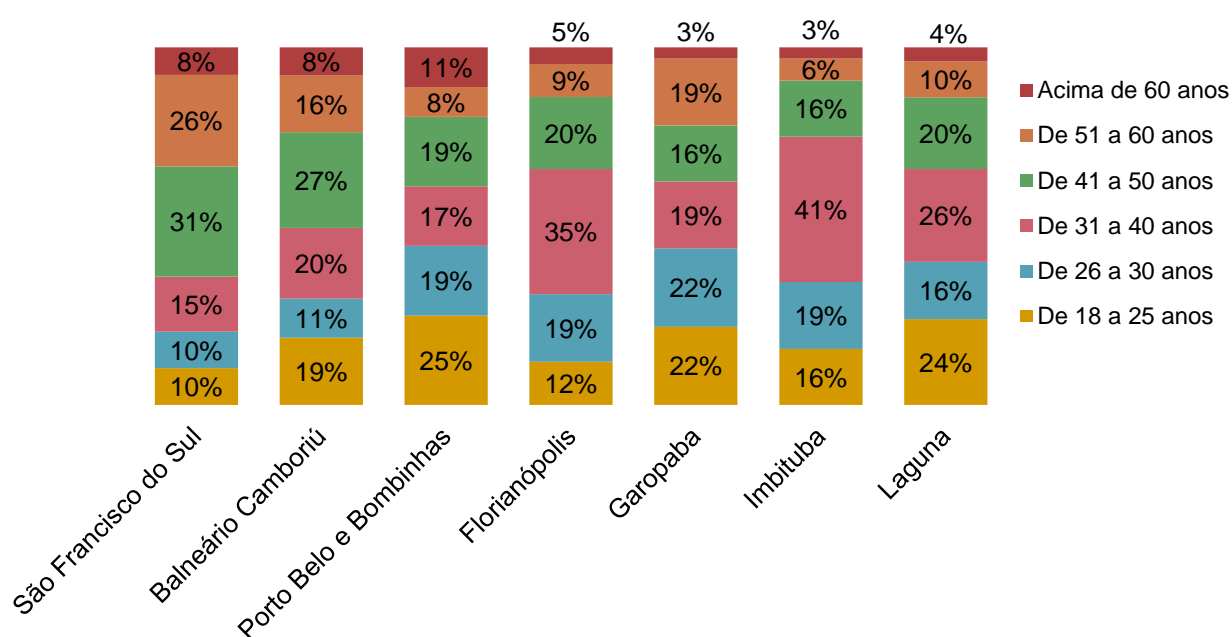
Evolução da distribuição de turistas por faixa etária

Faixa etária	2013	2014	2015	2016	2017	2018
De 18 a 25 anos	19,0%	15,6%	16,8%	13,4%	13,9%	15,5%
De 26 a 30 anos	16,0%	14,2%	13,0%	14,6%	12,3%	16,9%
De 31 a 40 anos	27,0%	25,3%	27,8%	27,4%	26,2%	28,8%
De 41 a 50 anos	21,0%	22,2%	25,0%	23,2%	21,6%	21,3%
De 51 a 60 anos	11,0%	14,4%	12,0%	15,2%	16,2%	11,7%
Acima de 60 anos	6,0%	8,4%	5,4%	6,2%	9,7%	5,5%
NS/NR	0,0%		0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação da faixa etária dos turistas por cidade de veraneio em 2018 mostra que São Francisco do Sul (31%) e Balneário Camboriú (27%) têm predomínio de visitantes entre 41 a 50 anos. Também é relevante a parcela em São Francisco do Sul (26%) da faixa etária dos 51 aos 60 anos. Destaque para o público jovem, dos 18 a 25 anos, em Porto Belo e Bombinhas (25%), Garopaba (22%) e Laguna (24%). Em Florianópolis a parcela mais significativa cabe à faixa de idade dos 31 a 40 anos, com 35%.

Distribuição de turistas por faixa etária e por cidade em 2018



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O estado civil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense na temporada de verão 2018 foi predominantemente formado por dois grupos, os casados ou em união estável (55,4%) e os solteiros (37,9%). Esta distribuição apresentou poucas mudanças em relação à temporada do ano anterior. Uma das alterações mais significativas foi o aumento de 7,1 p.p. na participação de turistas solteiros.

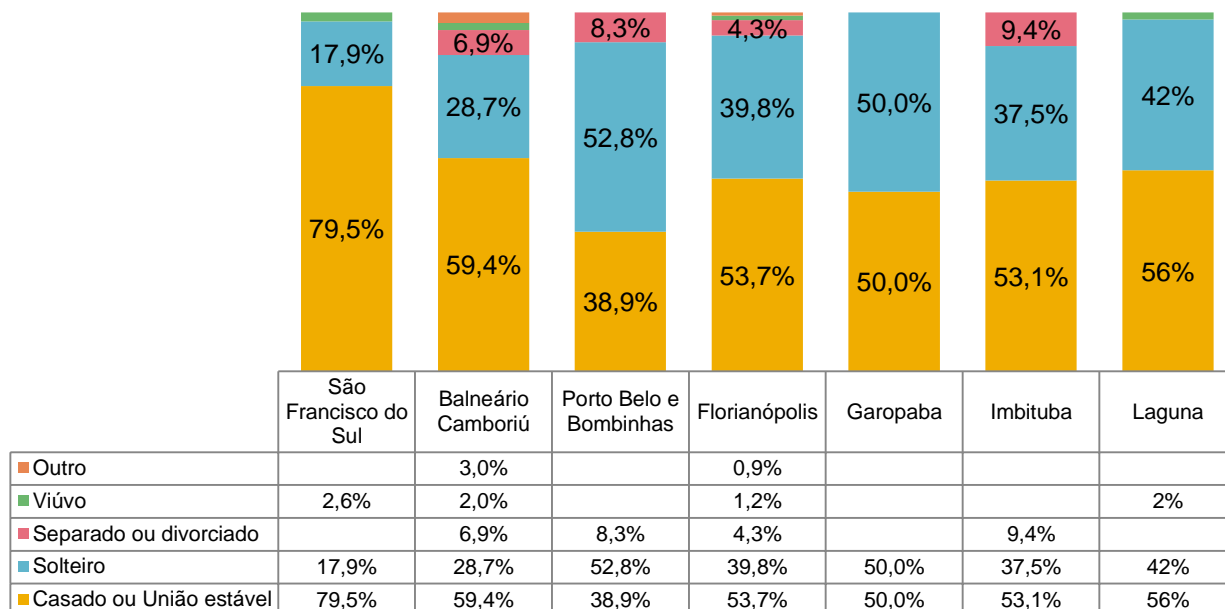
Evolução da distribuição de turistas por estado civil

Estado Civil	2015	2016	2017	2018
Casado/ União estável	56,6%	60,3%	59,8%	55,4%
Solteiro	34,8%	31,0%	30,8%	37,9%
Separado ou divorciado	5,9%	5,5%	6,8%	4,4%
Viúvo	2,5%	3,0%	2,4%	1,3%
Outro	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%
Total Geral	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em 2018, a distribuição dos turistas por estado civil declarado e por cidade apresentou um destaque para a participação de casados (ou em união estável) em São Francisco do Sul, que correspondeu a 79,5% do total de entrevistados nesta cidade.

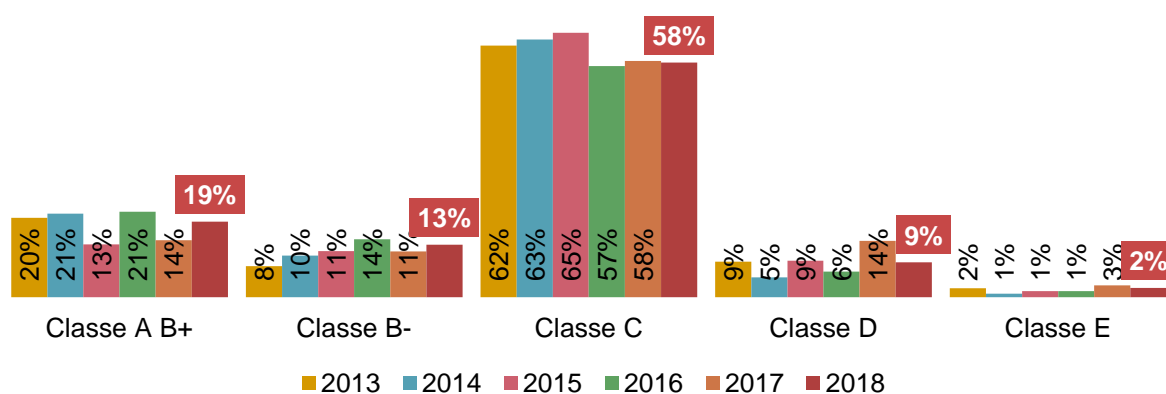
Distribuição de turistas por estado civil e por cidade em 2018



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A distribuição dos turistas por classes socioeconômicas indica predomínio da classe C. Este comportamento se destaca ao longo da série histórica analisada. O que chama a atenção na temporada de 2018 é o aumento da presença dos turistas das classes A e B+, passando de 14% em 2017 para 19% neste ano, em contraponto ao que ocorreu na temporada de 2017, quando houve aumento das classes D e E.

Evolução da distribuição de turistas por classe socioeconômica



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

1.2. Origem do turista

Observando a origem dos turistas é possível constatar o aumento da participação de turistas estrangeiros, principalmente os argentinos, que nesta temporada representaram uma fatia de 23,5%. Turistas procedentes do Uruguai, Paraguai e Chile somam outros 4,4% de participação, ou seja, quase 1/3 dos turistas foram de língua nativa hispânica. Outro detalhe é que, dentre as cidades investigadas, Florianópolis, recebeu o maior percentual de turistas estrangeiros (37,3%).

Por outro lado, é possível observar a redução de 87,6% para 71,0% na participação de turistas brasileiros, principalmente do próprio estado de Santa Catarina (queda de 12,5 p.p.).

Os destaques na presença de turistas por cidade em 2018 foram:

- ✓ Em São Francisco do Sul participação de 33% de turistas de Santa Catarina, principalmente do município de Joinville (15%) e outros 44% do Paraná;
- ✓ Balneário Camboriú teve a participação de 28% de turistas do Paraná e 4% do Mato Grosso;
- ✓ Porto Belo e Bombinhas contaram com 33% de turistas do estado, sendo 6% do município de Blumenau;
- ✓ Florianópolis atraiu 32% do Rio Grande do Sul e 9% de São Paulo;
- ✓ Garopaba recebeu 63% do Rio Grande do Sul, principalmente de Porto Alegre (25%);
- ✓ Imbituba a significância foi maior para os municípios de Canoas/RS e Florianópolis/SC, ambos com fatias de 6%;
- ✓ E Laguna, onde 62% dos turistas são do próprio estado, sobretudo de Tubarão (14%) e Braço do Norte (10%).

Evolução da distribuição de turistas por país e estado de origem

País/UF	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brasil	86,0%	89,7%	89,5%	76,6%	87,6%	71,0%
RS	21,0%	22,2%	29,1%	22,1%	27,9%	29,3%
SC	28,0%	30,7%	21,0%	18,6%	28,6%	16,1%
PR	16,0%	22,0%	23,6%	21,6%	18,9%	12,9%
SP	12,0%	8,7%	7,9%	7,6%	6,9%	7,3%
MG	2,0%	1,1%	1,7%	1,4%	1,2%	0,8%
RJ	2,0%	1,1%	0,8%	0,8%	0,4%	0,7%
Outros estados	5,0%	4,0%	5,3%	4,5%	3,7%	3,9%
Argentina	11,0%	7,4%	7,6%	18,1%	10,7%	23,5%
Uruguai	1,0%	0,6%	1,3%	2,8%	0,6%	2,4%
Paraguai	1,0%	1,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,3%
Chile	1,0%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%
Itália			0,1%	0,2%	0,1%	0,3%
Portugal		0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	
Outros países		0,2%	0,4%	1,1%	0,5%	0,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

1.3. Características e organização da viagem

De maneira geral, os veículos próprios vêm sendo o meio de transporte mais utilizado pelos turistas para chegar ao destino no litoral catarinense. Em 2018, mais de 70% deles fizeram uso deste meio de transporte. Segmentando essa distribuição por país de origem, o uso de veículos próprios foi a opção de 52,6% dos brasileiros, 15,3% dos argentinos, 1,6% dos uruguaios e 1,3% dos paraguaios. O transporte por ônibus, linhas regulares ou fretados, também são muito utilizados pelos turistas para chegar ao destino turístico nas temporadas de Verão. Neste ano foram 13,5% dos turistas utilizando esta forma de transporte, desta parcela chama a atenção o uso das linhas regulares (11,9%).

A importância do transporte terrestre para o turismo do estado é demonstrada ano após ano no percentual de turistas trafegando nas vias do estado. Por ser uma fatia muito significativa (quase 90%) fica evidente a necessidade de redobrar esforços e ter planejamento para atender a sazonalidade provocada pela alta temporada. As regiões de fronteira mais utilizadas pelos turistas estrangeiros para chegar ao destino turístico por vias terrestres (veículos próprios ou alugados, ônibus regulares ou fretados, excursões ou caronas) foram: Uruguiana/RS, Foz do Iguaçu/PR, São Borja/RS, Dionísio Cerqueira/SC, Chuí/RS, e Santana do Livramento/RS.

Na temporada de 2018 também foi significativo o número de turistas que chegam à cidade por meio de avião (13,2%). Destes turistas, 7,5% foram brasileiros, especialmente do estado de São Paulo (3,3%), e 3,9% da Argentina. Cabe destacar que Florianópolis é o destino turístico do Litoral Catarinense que mais recebe turistas que viajam de avião: são 11% do total geral de turistas, demonstrando a importância do Aeroporto Internacional Hercílio Luz para o contexto turístico do estado.

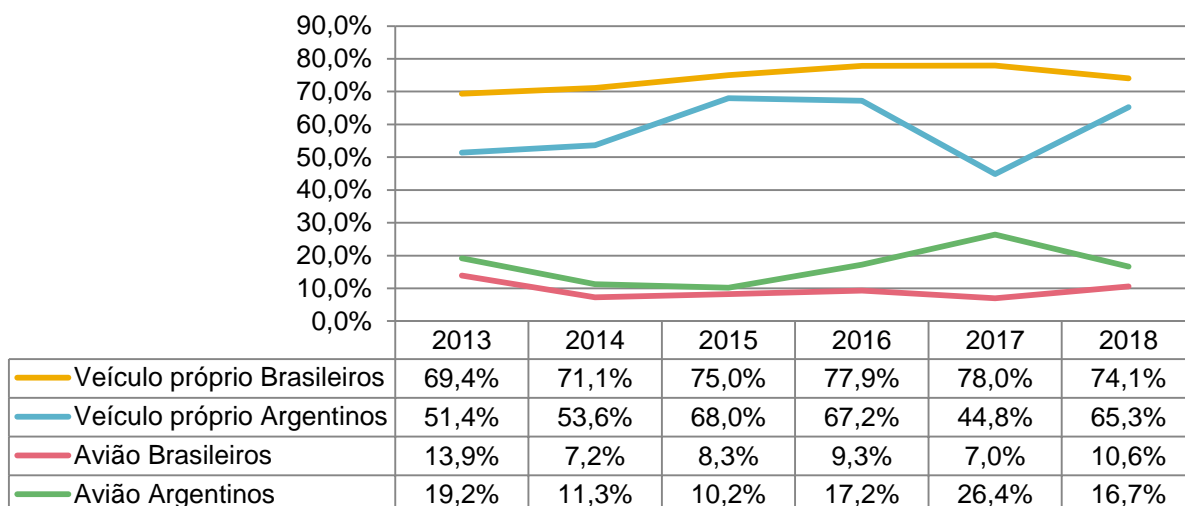
Evolução da distribuição de turistas por meio de transporte

Meio de transporte	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Veículo próprio	66,9%	68,5%	73,4%	74,0%	73,8%	70,8%
Veículo Alugado	0,8%	1,4%	0,2%	0,7%	0,4%	0,5%
Avião	15,0%	8,0%	8,9%	12,4%	9,5%	13,2%
Ônibus	11,4%	18,0%	17,1%	12,3%	14,7%	13,5%
Ônibus fretado			2,1%	2,7%	2,1%	1,6%
Ônibus regular			14,9%	9,6%	12,6%	11,9%
Excursão (vans e micro-ônibus)	2,9%	1,5%				
Outro	2,9%	2,7%	0,5%	0,5%	1,6%	2,0%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em outra perspectiva temos a evolução dos dois principais meios de transportes utilizados pelos turistas brasileiros e argentinos. A variação mais expressiva, ao longo da série histórica, ocorreu na temporada passada para os turistas vindos da Argentina, quando caiu o percentual de turistas vindos de veículo próprio e aumentou o percentual dos que vieram de avião.

Evolução da distribuição de turistas por meio de transporte e por origem do turista



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra informação apurada sobre o transporte trata da forma como o turista se locomove dentro das cidades. Em consonância com o deslocamento entre origem e destino turístico, a maioria dos visitantes utilizou veículos próprios para o deslocamento interno. Além disso, em Florianópolis destaca-se o uso de transporte público (17%), transporte por aplicativos (13,9%) e aluguel de veículos (7,4%); em Porto Belo e Bombinhas o uso de transporte público (25%). Em Balneário Camboriú e Laguna chama atenção a fatia de turistas que afirmaram que não utilizaram transportes, pois não se deslocaram em grandes distâncias, com 42,6% e 32%, respectivamente.

Distribuição de turistas por cidade e por uso de transporte interno em 2018

Tipo de transporte	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Porto Belo e Bombinhas	Florianópolis	Garopaba	Imbituba	Laguna	Total
Utilizou veículo próprio	38,5%	41,6%	55,6%	57,7%	71,9%	81,3%	60,0%	55,9%
Não se deslocou por grandes distâncias (ou não utilizou transportes)	10,3%	42,6%	11,1%	6,2%	18,8%	12,5%	32,0%	15,8%
Transporte público (ônibus ou similares)		8,9%	25,0%	17,0%			6,0%	12,4%
Transporte de aplicativos (do tipo Uber, 99 Pop)		10,9%	2,8%	13,9%		3,1%		9,4%
Veículo alugado		2,0%	2,8%	7,4%	3,1%	3,1%		4,7%
Taxi		2,0%		3,7%			2,0%	2,4%
Outro	61,5%	1,0%	2,8%	2,5%	6,3%			5,9%
Total Geral	110,3%	108,9%	100,0%	108,3%	100,0%	100,0%	100,0%	106,5%

Nota: respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra parte importante do perfil do turista refere-se aos grupos de viagem. Em 2018, a maioria dos turistas viajou em grupos familiares (57,2%) e outros 22,5% viajaram em casais (sem filhos). A configuração dos grupos de viagem demonstrada na série histórica mostra o predomínio dos grupos de parentesco (famílias e casais sem filhos), com cerca de 80% de participação. Essa relação tem a ver com o período de férias escolares quando as famílias viajam reunidas.

Evolução da distribuição de turistas por grupo de viagem

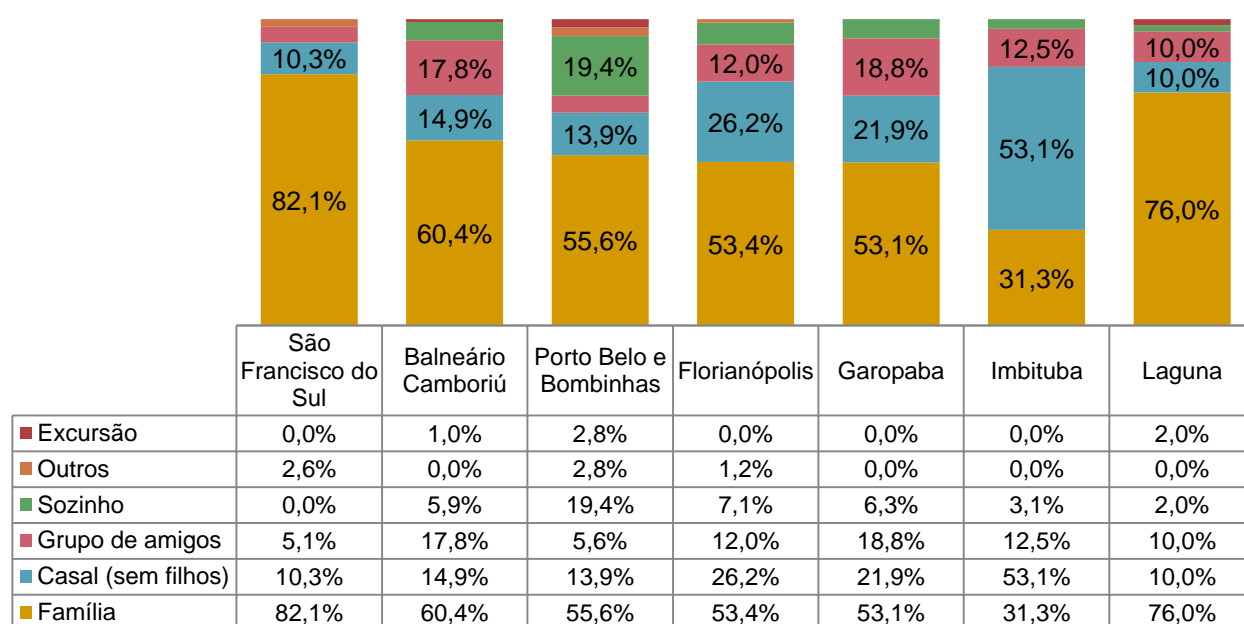
Grupo de viagem	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Família	72,0%	80,9%	63,3%	61,6%	60,7%	57,2%
Casal sem filhos			15,5%	20,2%	21,8%	22,5%
Sozinho	7,4%	7,7%	6,7%	8,1%	8,3%	6,5%
Grupo de amigos	18,4%	10,1%	14,2%	9,1%	8,7%	12,4%
Colegas de trabalho	0,5%	0,4%	0,2%			
Excursão				0,7%	0,3%	0,5%
Outros	1,7%	0,8%	0,2%	0,2%	0,2%	1,0%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação por cidade da temporada de 2018 mostra a maioria absoluta dos grupos de famílias, exceto em Imbituba, onde 53,1% dos turistas foram formados por casais sem filhos.

A relação entre o tipo e o tamanho dos grupos de viagem também se mostrou bastante significativa. O tamanho médio dos grupos formados por amigos e famílias foi de 4,4 pessoas; em excursões foi de 36 pessoas. Noutra associação, entre o tamanho dos grupos e as cidades de veraneio, foi possível apurar que São Francisco do Sul tem a frequência de grupos maiores, de 5,2 pessoas, sendo os grupos de famílias o maior responsável por esse número.

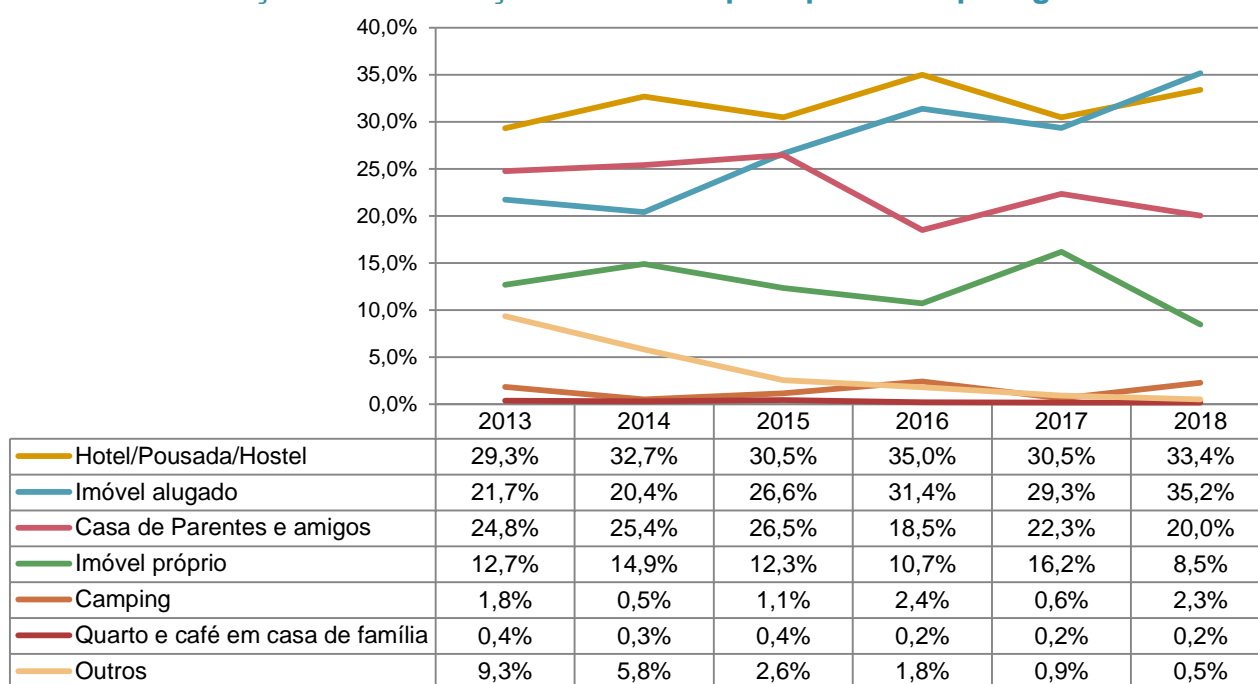
Distribuição de turistas por grupo de viagem e por cidade em 2018



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta temporada os turistas ficaram bem distribuídos entre os principais tipos de hospedagem: 35,2% em imóveis alugados, 33,4% em hotéis ou similares, 20,0% em casa de parentes e amigos. Cada local investigado, no entanto, teve características próprias. Em Florianópolis, o setor de hotelaria (hotéis e pousadas) somou 40% das opções de hospedagem e em Imbituba 56,3%. Em São Francisco do Sul, 59% dos turistas alugaram imóveis para o veraneio. Em Laguna, o destaque ficou por conta dos imóveis próprios (38%). Já em Garopaba a opção de 21,9% dos turistas foram os campings.

Evolução da distribuição de turistas por tipo de hospedagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na análise da série histórica é possível perceber uma tendência de crescimento na procura por imóveis alugados. Para acompanhar essa dinâmica do mercado, desde 2017 a Fecomércio SC vem acompanhando a forma como os turistas realizam essas contratações. Em notícias veiculadas na mídia nacional, a população foi alertada para os vários tipos de golpes aplicados neste mercado, no qual grupos de estelionatários utilizam de tecnologias e mídias digitais para enganar os turistas e simular imóveis para locação que não existem ou que não foram disponibilizados para locação. A grande parcela de locações que são realizadas diretamente com os proprietários ou zeladores dos condomínios pode facilitar a ação destes criminosos: em 2018 foram 65,1% das locações, uma queda de 4,9 p.p. em relação ao ano anterior, mas ainda assim uma fatia muito elevada desse mercado. O percentual de locações realizadas por imobiliárias reduziu em 11,6 p.p., passando de 22% em 2017 para 10,3% em 2018.

A forma de locação que apresentou maior crescimento nesta temporada foi o *Airbnb*, que passou de 2,3% para 9,9% em 2018, acompanhando a tendência do mercado global da “economia compartilhada” ou o fenômeno da *Uberização*. A solução para garantir concorrência leal na nova forma de negociação é a regulamentação dos serviços, assegurando que não provoquem desequilíbrio no mercado, além de promover segurança jurídica ao consumidor.

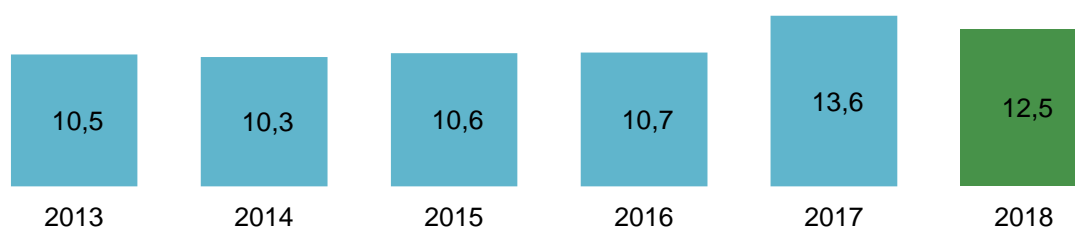
Forma de locação de imóveis em 2017 e 2018

Forma de locação	2017	2018
Direto com o proprietário ou zelador	69,9%	65,1%
Imobiliária	22,0%	10,3%
Portal de imóveis	2,8%	5,6%
<i>Airbnb</i> (ou similares)	2,3%	9,9%
Corretor de imóveis	1,9%	5,6%
Outros	1,1%	3,4%
Total Geral	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de duração da estada dos turistas foi de 12,5 dias em 2018, período superior aos anos anteriores, mas inferior a 2017, que foi de 13,6 dias.

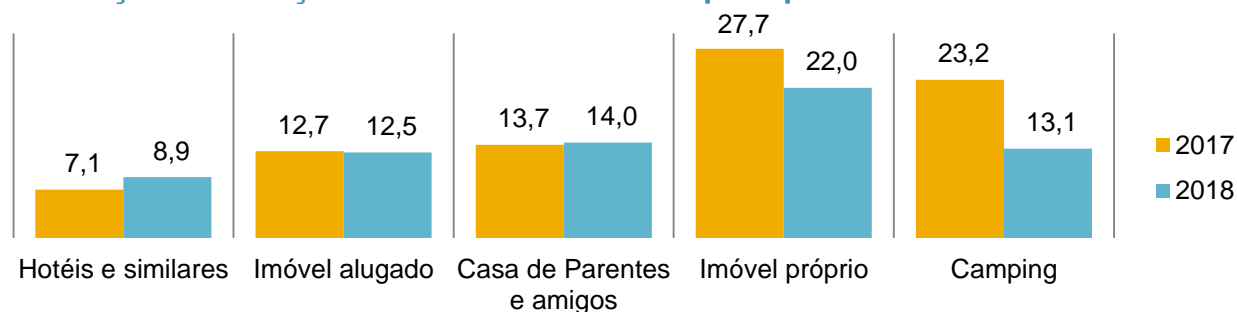
Evolução da duração da estada dos turistas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Parte desta queda no período de permanência deve-se a redução da fatia de veranistas alocados em imóveis próprios, cujo tempo médio de permanência de 27,7 dias em 2017 caiu para 22 dias em 2018. Outros tipos de hospedagem não tiveram alterações significativas quanto ao tempo de permanência em relação ao ano anterior: nos imóvel de parentes e amigos o tempo médio de permanência foi de 14 dias; em camping foi de 13,1 dias; imóveis alugados foi 12,5 dias de permanência; e em hotéis e similares o tempo médio foi de 8,9 dias.

Evolução da duração da estada dos turistas por tipo de imóvel em 2017 e 2018



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os gastos médios dos turistas que frequentaram as praias de Santa Catarina na temporada de verão 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. No geral, o grupo de turistas desembolsou em média R\$ 4.130,90, sendo que os gastos com hospedagem e alimentação foram os mais expressivos.

O aumento dos gastos com hospedagem em relação ao ano anterior foi de 14%. Os turistas que optaram pela locação de imóveis gastaram em média R\$ 3.046,30 e os que optaram por hospedar-se em hotéis ou similares gastaram R\$ 2.432,80.

A apuração dos gastos com transporte diz respeito aos valores relativos a transporte interno, por isso são relativamente baixos. Considerando que 55,9% dos turistas utilizaram os próprios veículos para transitar nos destinos turísticos pode-se inferir que estes gastos dizem respeito principalmente a gastos com combustíveis. O valor apurado em 2018 foi de R\$ 292,10, superior ao valor apurado em 2017, porém inferior aos valores dos anos anteriores.

Os gastos com alimentação (R\$ 1.063,00) não tiveram aumento significativo, apesar de representar o segundo maior dispêndio dos turistas. Já os gastos com lazer representaram um aumento de 42,3% em relação ao ano anterior e, em contraste, os gastos com compras no comércio local tiveram uma redução de 13,5%. No geral, os turistas geraram movimentação 33,9% maior na economia das cidades pesquisadas, em relação ao ano anterior.

Evolução da média de gastos por tipo

Gastos	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hospedagem	R\$1.464,73	R\$795,06	R\$1.271,89	R\$2.651,07	R\$2.306,92	R\$2.630,10
Transporte	R\$481,09	R\$348,34	R\$494,35	R\$332,00	R\$196,75	R\$292,10
Alimentação	R\$795,94	R\$776,00	R\$601,28	R\$974,96	R\$1.049,18	R\$1.063,00
Lazer	R\$417,11	R\$182,12	R\$281,09	R\$556,98	R\$397,20	R\$565,10
Comércio	R\$359,52	R\$318,57	R\$375,08	R\$584,84	R\$544,11	R\$470,50
Total Geral	R\$2.805,26	R\$2.100,48	R\$2.211,62	R\$3.387,03	R\$3.085,26	R\$4.130,90

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na avaliação da média de gastos por tipo e por cidade, o destaque ficou por conta dos gastos com o comércio em Balneário Camboriú (R\$ 911,80), onde 93% dos turistas realizaram compras no comércio local. No geral, os maiores valores apurados foram em Balneário Camboriú, Florianópolis e Garopaba, influenciados pelos seus respectivos gastos com hospedagem. A figura abaixo mostra a distribuição da média de gastos por tipo e o percentual de turistas que realizou cada tipo de gasto.

Distribuição da média de gastos por tipo e por cidade em 2018 e o percentual de turistas que realizou cada tipo de gasto.

Cidade	Variável	Hospedagem	Transporte	Alimentação ¹	Lazer	Comércio	Total Geral ¹
São Francisco do Sul	Gasto	R\$ 2.088,90	R\$ 71,70	R\$ 822,30	R\$ 132,50	R\$ 403,80	R\$ 2.735,10
	Participação de turistas	69%	31%	100%	31%	100%	100%
Balneário Camboriú	Gasto	R\$ 2.561,20	R\$ 221,00	R\$ 1.042,60	R\$ 688,00	R\$ 911,80	R\$ 4.433,40
	Participação de turistas	76%	63%	100%	65%	93%	100%
Porto Belo e Bombinhas	Gasto	R\$ 3.291,40	R\$ 392,40	R\$ 957,70	R\$ 869,20	R\$ 255,90	R\$ 4.286,70
	Participação de turistas	61%	89%	100%	86%	86%	100%
Florianópolis	Gasto	R\$ 2.720,60	R\$ 320,80	R\$ 1.119,50	R\$ 536,80	R\$ 387,80	R\$ 4.368,90
	Participação de turistas	77%	93%	100%	91%	91%	100%
Garopaba	Gasto	R\$ 2.092,60	R\$ 462,50	R\$ 1.154,70	R\$ 523,10	R\$ 655,40	R\$ 4.351,70
	Participação de turistas	84%	81%	100%	100%	81%	100%
Imbituba	Gasto	R\$ 1.630,00	R\$ 156,10	R\$ 760,60	R\$ 408,10	R\$ 327,70	R\$ 2.873,10
	Participação de turistas	78%	88%	100%	97%	94%	100%
Laguna	Gasto	R\$ 3.737,00	R\$ 142,60	R\$ 1.136,80	R\$ 609,80	R\$ 294,70	R\$ 3.618,20
	Participação de turistas	40%	70%	100%	100%	94%	100%
Total Geral	Gasto	R\$ 2.630,10	R\$ 292,10	R\$ 1.063,00	R\$ 565,10	R\$ 470,50	R\$ 4.130,90
	Participação de turistas	73%	81%	100%	84%	92%	100%

¹diferença de valores entre as cidades não são estatisticamente significante.

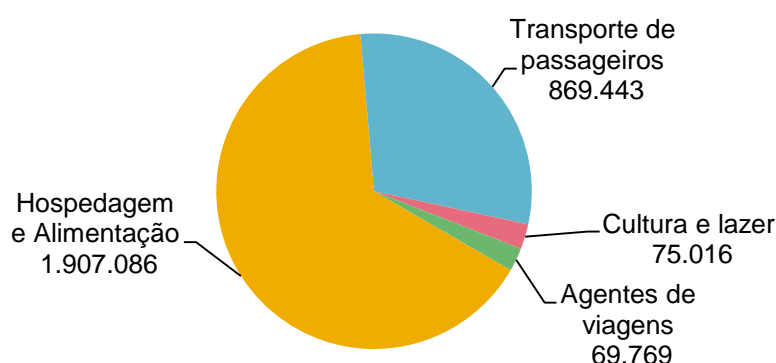
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC.

2. Resultado da temporada

O turismo é uma atividade econômica que requer significativa mão de obra, visto que cria empregos diretos e indiretos, além de gerar demanda de produtos e serviços em setores e de infraestruturas públicas e privadas.

De acordo com a pesquisa Empregabilidade no Turismo da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), em dezembro de 2017 o número de pessoas ocupadas formalmente no turismo no Brasil atingiu 2.921.314, com predominância dos empregos no segmento de hospedagem e alimentação (1.907.086 pessoas ocupadas, o que significa 65,3% do total). O estudo realizado em parceria com o Conselho Empresarial de Turismo e Hospitalidade (Cetur), com base no Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), do Ministério do Trabalho, destaca a importância do volume de mão de obra como um indicador para a medição do desempenho do setor.

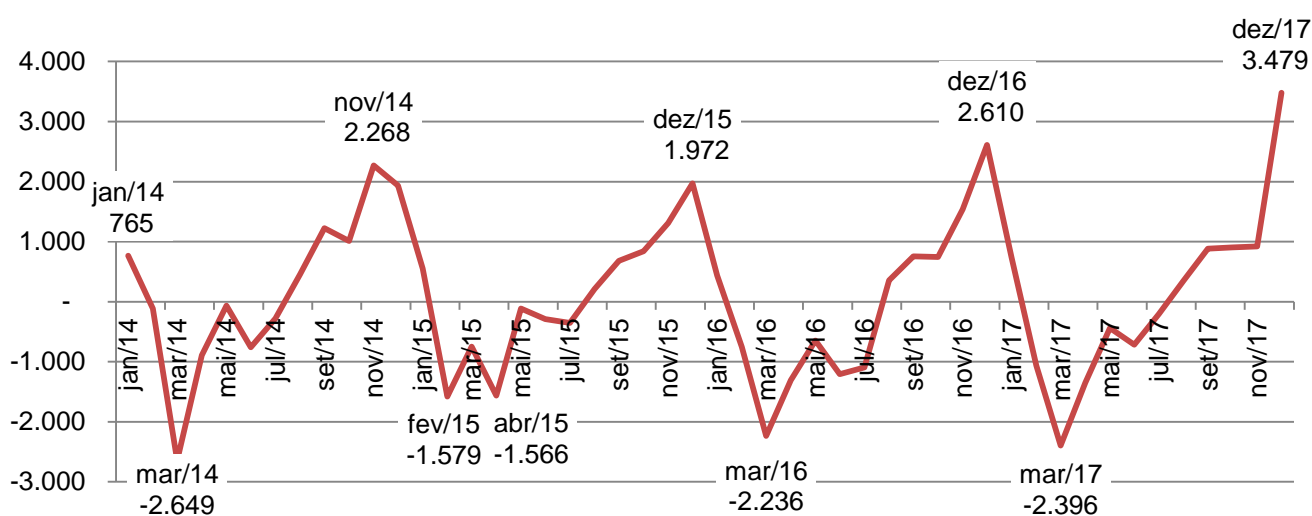
Número de Empregados no Turismo 2017 - Brasil



Fonte: MTE/CAGED

O mercado de trabalho nos serviços de turismo foi bastante influenciado pela capacidade de recuperação econômica de cada estado. Em Santa Catarina, o ponto alto nas contratações deste mercado são os meses que antecedem a temporada de verão, novembro e dezembro. Se comparados os meses observa-se que o saldo no volume de contratações em dez/17 foi mais elevado que o dos últimos anos, corroborando a informação de que o turismo foi um dos motores da recuperação do setor de serviços e da geração de emprego em Santa Catarina em 2017.

Evolução da variação de pessoas ocupadas (SC)



Fonte: MTE/CAGED

A temporada de verão representa um dos mais importantes períodos de fluxo de vendas para as regiões litorâneas que tem no turismo de sol e mar um dos principais impulsionadores da economia local. Apesar da sazonalidade, a movimentação de empregos diretos e indiretos tem efeito multiplicador que gera receita para todos os setores do destino turístico.

Para estudar o impacto da temporada de Verão 2018 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 552 estabelecimentos comerciais, distribuídos em mais de onze setores de atuação.

Distribuição setor de atuação das empresas por local de veraneio

Setor	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Porto Belo e Bombinhas	Florianópolis	Garopaba	Imbituba	Laguna	Total
Vestuário, calçados e acessórios.	28%	31%	17%	28%	24%	17%	24%	27%
Bares e restaurantes	16%	29%	21%	29%	16%	20%	16%	26%
Hotéis e similares	12%	12%	31%	9%	24%	30%	16%	14%
Farmácias	8%	10%	8%	7%	8%	10%	12%	8%
Padarias e confeitarias	8%	4%	4%	5%	8%	7%	12%	5%
Presentes e souvenir	4%	6%	6%	5%	4%	3%	4%	5%
Agências de viagens e operadores turísticos	4%	5%	4%	6%	0%	3%	4%	5%
Mercados e supermercados	8%	3%	6%	3%	12%	7%	8%	4%
Livrarias e revistarias	8%	1%	0%	1%	4%	3%	4%	2%
Outros	4%	0%	2%	8%	0%	0%	0%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

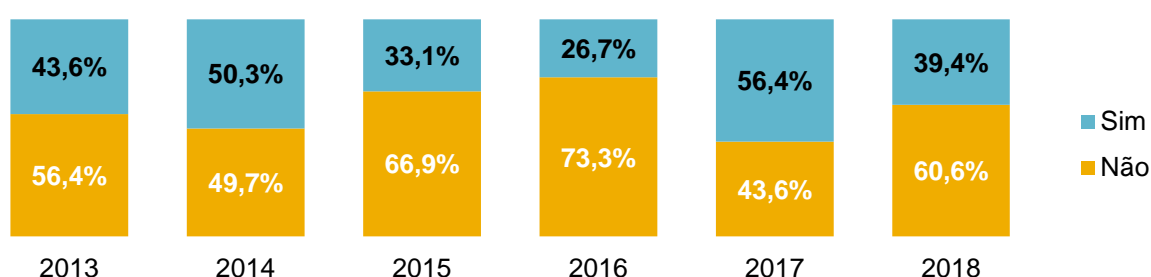
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2.1. Resultado da temporada para os setores de comércio e serviços (exceto hotelaria)

Buscando captar os efeitos da temporada de verão no mercado de trabalho, a pesquisa da Fecomércio SC foi encontrar junto às empresas do comércio e serviços a média de contratação de novos colaboradores para o período. No verão de 2018, 39,4% dos estabelecimentos contrataram funcionários extras para atender a demanda.

Os maiores percentuais de contratação foram realizados em Garopaba (63,2%), São Francisco do Sul, Porto Belo e Bombinhas (54,5%). Em Balneário Camboriú o percentual foi de 45,7%. Nas demais cidades o percentual de empresas dos setores de comércio e serviços que realizaram contratações girou em torno dos 30%.

Evolução da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os setores de atividades econômicas que mais afetaram as contratações foram os bares e restaurantes e o de mercados e supermercados, ambos com metade das empresas ampliando o quadro de funcionários.

Distribuição da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão 2018 por setor de atuação

Setores	Não	Sim	Total
Bares e restaurantes	48,3%	51,7%	100%
Mercados e supermercados	50,0%	50,0%	100%
Vestuário, calçados e acessórios.	62,6%	37,4%	100%
Presentes e souvenir	64,3%	35,7%	100%
Agências de viagens e operadores turísticos	66,7%	33,3%	100%
Farmácias	73,3%	26,7%	100%
Padarias e confeitarias	76,7%	23,3%	100%
Livrarias e revistarias	80,0%	20,0%	100%
Outros	69,6%	30,4%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Apesar da redução na fatia de empresas que realizaram contratações para atender a expectativa de aumento no movimento de turistas, a quantidade de colaboradores contratados também aumentou, foram 6,1 colaboradores em média por estabelecimento. Número equiparado apenas pelas contratações realizadas em 2013. Nos setores de mercados e supermercados foram 30,9 colaboradores extra contratados para a temporada, as lojas de presentes e souvenir foram 6,8 em média, farmácias 4,8 pessoas, bares e restaurantes 4,6 e vestuário, calçados e acessórios, 3,1.

Evolução da quantidade média de colaboradores extra para a temporada de verão



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O ticket médio - que apresenta o valor médio que cada cliente gastou nas compras num estabelecimento- por cidade não apresentou diferenças significativas. 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\$ 40,00 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 (R\$ 156,11). O setor supermercadista apresentou um valor médio de R\$ 122,00 e os bares e restaurantes R\$ 61,02.

Gastos médios por clientes por setor – Ticket Médio

Setor	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ag. viagens e op. turísticos	R\$ 1.195,63	R\$ 714,29	R\$ 3.504,55	R\$ 1.343,33	R\$ 493,82	R\$ 516,48
Vestuário, calçados e acessórios.	R\$ 273,60	R\$ 251,65	R\$ 262,63	R\$ 197,78	R\$ 210,41	R\$ 245,67
Presentes e souvenir	R\$ 89,92	R\$ 139,73	R\$ 122,20	R\$ 156,76	R\$ 143,36	R\$ 175,04
Supermercados	R\$ 95,51	R\$ 124,69	R\$ 117,80	R\$ 92,27	R\$ 106,11	R\$ 122,00
Bares e restaurantes	R\$ 49,18	R\$ 69,43	R\$ 55,23	R\$ 50,12	R\$ 99,13	R\$ 61,02
Livrarias e revistarias	R\$ 78,78	R\$ 61,80	*	R\$ 24,57	R\$ 93,67	R\$ 77,00
Farmácias	R\$ 37,71	R\$ 64,55	R\$ 32,40	R\$ 55,45	R\$ 55,54	R\$ 44,22
Padarias e confeitarias	R\$ 27,80	R\$ 29,62	R\$ 17,09	R\$ 29,11	R\$ 26,90	R\$ 25,56
Sorveterias	*	R\$ 15,00	*	R\$ 18,18	R\$ 15,41	*
Outros	R\$ 158,00	R\$ 332,89	*	R\$ 51,00	R\$ 244,76	R\$ 189,26
Total Geral	R\$ 175,71	R\$ 281,57	R\$ 241,69	R\$ 135,41	R\$ 135,28	R\$ 156,11

*quantidade insuficiente para cálculo da média

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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 (34,5%). Destaca-se também o significativo aumento no parcelamento no cartão, passando de 17,1% no ano anterior para 20,8% em 2018.

Evolução da forma de pagamento

Forma de pagamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018
À vista, cartão de crédito.	45,9%	40,0%	36,9%	41,3%	31,1%	34,5%
À vista, cartão de débito.	12,3%	12,0%	14,9%	29,8%	27,5%	27,1%
À vista, dinheiro.	22,8%	18,6%	20,8%	18,3%	22,4%	15,3%
Parcelamento, cartão de crédito.	16,7%	28,2%	25,6%	6,6%	17,1%	20,8%
Parcelamento Crediciário	2,3%	0,6%	1,8%	2,3%	1,1%	1,1%
Outro		0,6%		1,7%	0,9%	1,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento na temporada de verão 2018 em comparação 2017 foi de -8,1%. A maioria dos empresários entrevistados (52,3%) avaliou que seus estabelecimentos tiveram um faturamento inferior na comparação com o verão de 2017. No entanto, este valor demonstra uma desaceleração das percepções pessimistas dos empresários com a situação econômica dos setores de comércio e serviços. Na pesquisa realizada em 2017 a situação foi mais negativa (-14,1%).

Mesmo com uma avaliação desfavorável em relação à temporada anterior, a importância do turismo para a economia das cidades litorâneas fica demonstrada na alta de 34,1% na variação do faturamento em comparação aos demais meses do ano.

Evolução da variação do faturamento

Varição no faturamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Em relação à temporada do ano anterior	5,6%	2,2%	7,5%	3,3%	-14,1%	-8,1%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	14,9%	24,4%	14,1%	34,3%	18,8%	34,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação do faturamento/ano por setor não mostrou diferenças estatisticamente significativas, logo a variação média de -8,1% pode ser atribuída a todas as atividades. A análise deste indicador por cidade mostrou que existem diferenças pouco significativas, tendo em São Francisco do Sul o cenário mais pessimista (-14,3%) e Garopaba o mais otimista (5,2%).

Uma correspondência que apresentou muita relevância trata da variação do faturamento/mês por setor de atuação das empresas investigadas. O setor de agências de viagens e operadores turísticos avaliou a variação positivamente, com 82,2% de crescimento em relação aos demais meses do ano. O setor de bares e restaurantes, apesar de algumas avaliações negativas, prosperou em média 58,3%, semelhante ao de presentes e souvenirs. Outros setores como farmácias, mercados, supermercados, livrarias, revistarias, vestuário, calçados e acessórios, mantiveram um equilíbrio na relação do faturamento/mês.

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

Setor	Variação do faturamento na temporada de Verão 2018 em relação aos meses comuns do mesmo ano
Agências de viagens e operadores turísticos	82,2%
Bares e restaurantes	58,3%
Presentes e souvenir	43,3%
Farmácias	28,5%
Mercados e Supermercados	27,7%
Livrarias e revistarias	27,0%
Vestuário, calçados e acessórios.	14,4%
Padarias e confeitarias	1,1%
Outros	3,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

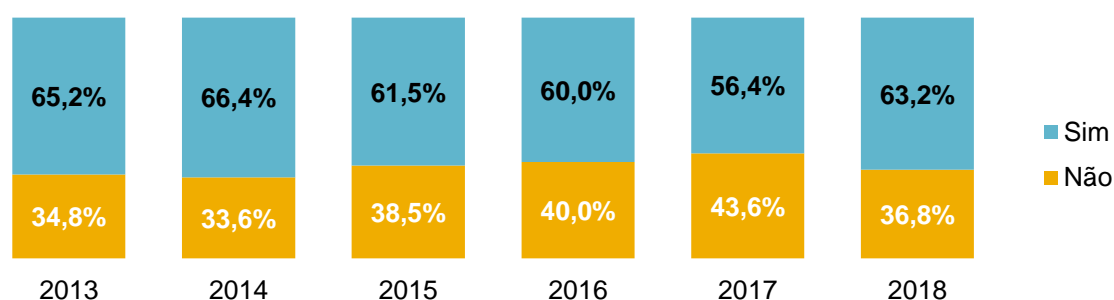
2.2. Resultado da temporada para o setor de hotelaria

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

A hotelaria demanda muita mão de obra, empregando uma gama diversificada de profissionais para o atendimento das diferentes necessidades dos hóspedes e do próprio negócio. Foram entrevistados 76 meios de hospedagens nos municípios abrangidos pela pesquisa.

No geral, a maioria dos estabelecimentos do setor hoteleiro realizou contratações para atender o auge da sazonalidade. Em 2018 o percentual de empresas do setor que realizaram este tipo de admissão foi de 63,2%, uma porção acima dos três anos anteriores.

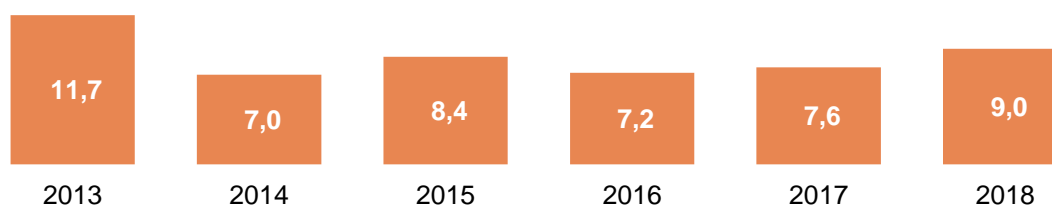
Evolução da contratação de colaboradores extra para a temporada de verão (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em média, foram contratados 9,0 trabalhadores temporários neste setor para a temporada.

Evolução da quantidade média de trabalhadores contratados para a temporada de verão (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O uso do cartão de crédito permanece sendo a principal forma de pagamento utilizado pelos turistas, que neste ano cresceu tanto para pagamento à vista, como para parcelamento.

Evolução da forma de pagamento (Setor de hotelaria)

Forma de pagamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018
À vista, cartão de crédito.	80,4%	57,8%	61,8%	52,1%	31,1%	46,1%
À vista, cartão de débito.	2,2%	6,4%	5,5%	9,4%	27,5%	7,9%
À vista, dinheiro.	10,9%	11,9%	13,6%	22,9%	22,4%	13,2%
Parcelamento, cartão de crédito.	2,2%	22,9%	13,6%	9,4%	17,1%	31,6%
Parcelamento crediário	4,3%				1,1%	
Outro		0,9%	5,5%	6,3%	0,9%	1,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O gasto médio por cliente nos estabelecimentos do setor de hotelaria durante os meses da temporada de verão foi de R\$ 816,41, crescimento de 26% em relação ao ano anterior. O valor médio apurado nas cidades foi de R\$ 1.337,43 em Balneário Camboriú, R\$ 994,33 em Porto Belo e Bombinhas e média de R\$ 512,92 em Florianópolis. As demais cidades estudadas não apresentaram quantidade mínima para cálculo do ticket médio.

Gastos médios por clientes por setor – Ticket Médio (Setor de hotelaria)

Setor	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Hotéis e pousadas	R\$ 470,78	R\$ 616,30	R\$ 1.213,81	R\$ 554,53	R\$ 645,53	R\$ 816,41

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Seguindo o mesmo padrão dos demais setores, nos hotéis também foi percebida uma retração do faturamento em relação ao ano anterior (-0,8%)- no entanto, a queda desacelerou significativamente na comparação com 2017 (-12,5%)- e aumento em relação aos demais meses do ano (68,3%). Na relação entre as cidades e a variação do faturamento/mês destacam-se: Florianópolis (63,7%), Balneário Camboriú (52%) e Porto Belo e Bombinhas (107,3%). No geral, opinião de 23% dos empresários do setor hoteleiro, o faturamento dobrou em relação aos meses comuns do ano.

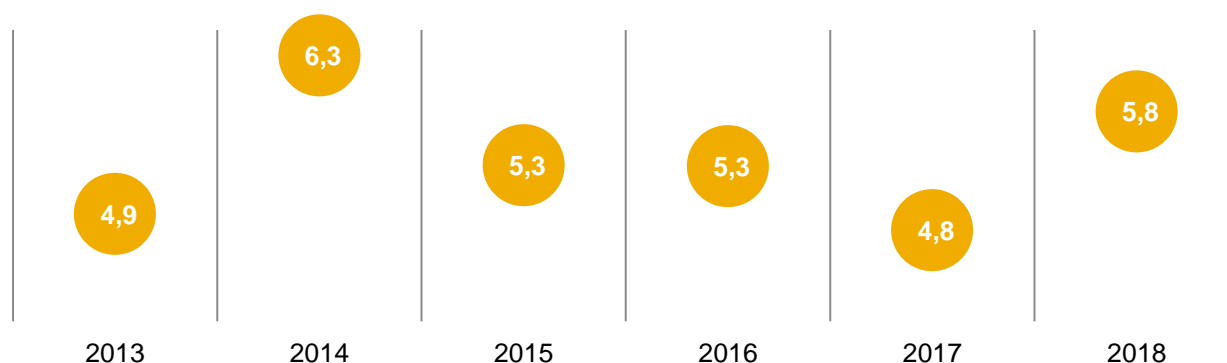
Evolução da variação do faturamento (Setor de hotelaria)

Varição do faturamento	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Em relação à temporada do ano anterior	17,8%	9,6%	3,5%	12,8%	-12,5%	-0,8%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	46,0%	44,7%	39,3%	72,8%	37,1%	68,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A média de permanência do turista no estabelecimento durante a temporada de Verão 2018 foi de 5,8 dias, que também demonstra a recuperação da temporada.

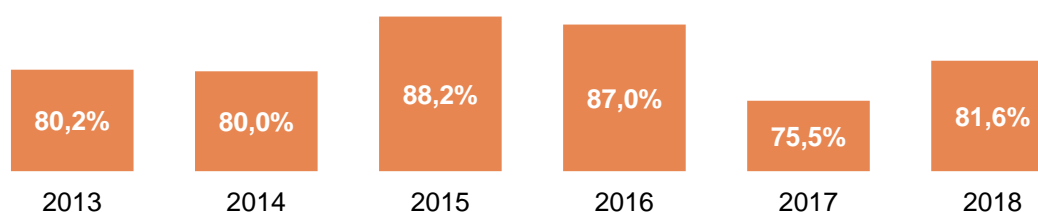
Evolução do tempo de permanência do turista (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outro ponto a ser observado refere-se à taxa de ocupação dos leitos da rede hoteleira. O aumento na taxa de ocupação dos leitos corrobora a percepção de recuperação dos negócios.

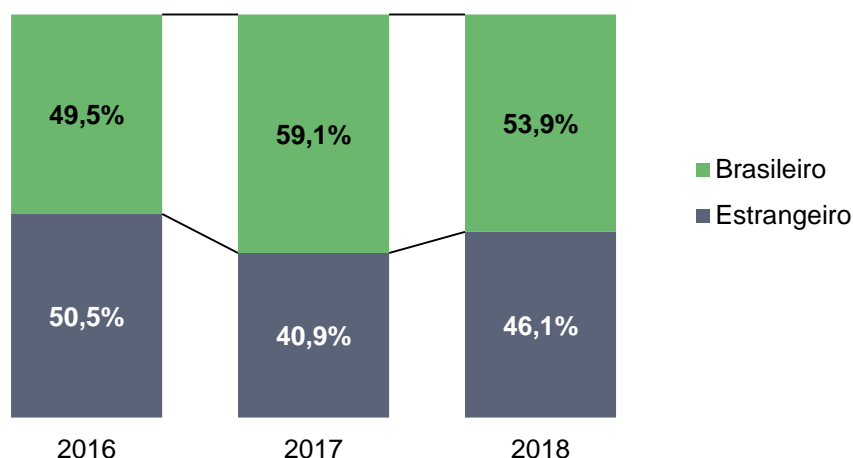
Percentual de ocupação dos leitos (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra informação sobre o perfil dos hóspedes na temporada de verão 2018 diz respeito ao percentual de turistas estrangeiros hospedados durante o período. Na percepção do empresariado do setor, 46,1% dos hóspedes foram estrangeiros, marcando uma retomada na presença desse público. Esta apuração sob a ótica dos empresários do setor hoteleiro está de acordo com os dados levantados nas entrevistas com os turistas, que apurou um crescimento de 16,6 p.p. na participação de turistas estrangeiros.

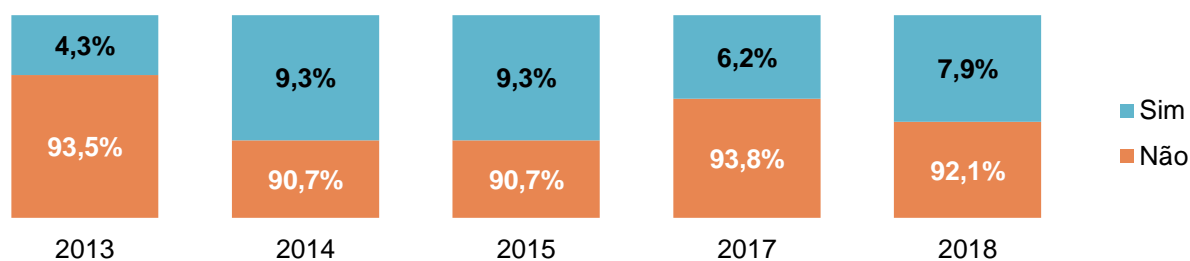
Perfil dos hóspedes na temporada de verão (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A evolução da expansão do número de leitos ou o percentual de estabelecimento que realizaram expansão no número de leitos mostra, em parte, a recuperação do nível de investimentos do setor de hotelaria. A pesquisa apurou os níveis mais altos em 2014 e 2015, quando 9,3% dos entrevistados responderam que haviam realizado obras de expansão na quantidade de leitos disponibilizados aos hóspedes. A parcela sofreu redução em 2017 e voltou a crescer em 2018 (7,9%).

Evolução da expansão de leitos (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além do aumento na parcela de estabelecimento, também foi identificado o aumento na quantidade média de leitos. Nesta temporada foram, em média, 8,5 leitos a mais.

Evolução do número de leitos da expansão (Setor de hotelaria)

Quantidade de leitos novos	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Média de novos leitos	2,0	10,8	18,0	s/ informações	4,0	8,5

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

2.3. Avaliação da temporada pelos empresários

Nesta edição da pesquisa a Fecomércio SC abriu espaço para que os empresários entrevistados manifestassem sua opinião indicando os fatores relevantes que influenciaram o desempenho dos negócios.

Com a pergunta “**Quais as principais dificuldades enfrentadas que afetaram as vendas, o faturamento e a dinâmica do negócio, a temporada de verão 2018?**” os empresários manifestaram opinião sobre os principais obstáculos para atingir o sucesso nos negócios. A opinião de 75% dos entrevistados convergiu para seis temas, sendo que a maioria se concentrou em três: as chuvas e o clima, a crise econômica e o trânsito.

Os fatos que trouxeram otimismo aos empresários também foram tema de investigação da pesquisa. Os empresários foram abordados com a questão: **O que teve de melhor, que afetou positivamente a temporada de verão 2018? Quais os principais fatos que impactaram nas vendas, no faturamento e a dinâmica do negócio?**

As opiniões coletadas foram agrupadas por cidades e estão a seguir apresentadas:

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018 São Francisco do Sul

Facilidades		Dificuldades	
Turismo	32,0%	Crise	36,0%
Investimento em promoções e preços	4,0%	Queda no fluxo de clientes	16,0%
Aumento no movimento	4,0%	Trânsito	12,0%
Clima	4,0%	Concorrência	8,0%
Fidelização da clientela	4,0%	Redução no poder aquisitivo dos clientes	4,0%
Aumentou o fluxo de turistas estrangeiros	4,0%	Falta de caixa eletrônico	4,0%
Aumento de fluxo de turistas argentinos	4,0%	Falta de energia elétrica	4,0%
Investimento em estrutura	4,0%	Total	84,0%
Investimento em divulgação	4,0%		
Consumo aumenta com os turistas	4,0%		
Total	68,0%		

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em São Francisco do Sul 44% dos empresários identificaram temas relacionados ao turismo como principais fatos que impactaram nas vendas, no faturamento e a dinâmica do negócio na temporada de 2018. Destes, cabe salientar o aumento do fluxo de turistas estrangeiros, incluindo os argentinos. Esta percepção está de acordo com os dados apurados em entrevistas com os turistas, que identificou o aumento na parcela de estrangeiros nesta temporada. Outras citações foram sobre temas relacionados a investimentos que os empresários realizaram para impulsionar os negócios (16%), distribuídos entre investimentos em promoções e preços, estrutura e divulgação.

Com relação às dificuldades destacadas pelos gestores, a crise econômica foi a de maior relevância, com 36% das citações. E se por um lado alguns empresários identificaram o aumento no movimento e no fluxo de pessoas como facilidades, por outro lado 16% deles detectaram queda no fluxo de clientes como dificuldade. Problemas com o trânsito, o aumento da concorrência e redução no poder aquisitivo dos clientes também fizeram parte das citações, além de dificuldades

na infraestrutura para o turismo nas cidades, a falta de caixas eletrônicos e a falta de energia elétrica.

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018 Balneário Camboriú

Facilidades	
Localização privilegiada	12,6%
Investimento em promoções e preços	11,8%
Investimento em marketing	7,6%
Investimento em produtos	5,9%
Turismo	5,0%
Fidelização da clientela	5,0%
Investimento em estrutura	5,0%
Chuvas	4,2%
Aumento no movimento	4,2%
Clima	3,4%
Aumento de fluxo de turistas argentinos	3,4%
Investimentos em infraestrutura da cidade	3,4%
Aumentou o fluxo de turistas	2,5%
Investimento em divulgação	2,5%
Aumentou o fluxo de turistas estrangeiros	1,7%
Consumo aumenta com os turistas	1,7%
Segurança	1,7%
Investimento na equipe	0,8%
Parcerias	0,8%
Divulgação do destino turístico	0,8%
Bastante turistas dos navios	0,8%
Aumentou o horário do funcionamento.	0,8%
Outros	3,4%
Total	89,1%

Dificuldades	
Crise	18,5%
A temporada do verão não impacta positivamente	8,4%
Concorrência	8,4%
Infraestrutura	8,4%
Redução no poder aquisitivo dos clientes	8,4%
Trânsito	7,6%
Câmbio desfavorável em relação ao peso argentino	6,7%
Queda no fluxo de clientes	4,2%
Falta de estacionamento	3,4%
Falta de investimento em atrativos turísticos	3,4%
Falta de estacionamentos	1,7%
Comunicação com os turistas estrangeiros	0,8%
Dificuldade de acesso à cidade	0,8%
Mídia	0,8%
Outros	10,1%
Total	91,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Das menções dos empresários de Balneário Camboriú sobre facilidades, 52,9% foram relacionadas a investimentos dos próprios empresários, com destaque para a localização privilegiada do estabelecimento comercial (12,6%). Outros 20,2% das citações foram relativas ao turismo e o impacto positivo para os negócios. Aqui também ficou explícita a percepção dos empresários quanto ao aumento na parcela de turistas estrangeiros (5,0%).

As principais dificuldades identificadas pelos gestores de Balneário Camboriú foram bastante diversificadas: 18,5% citaram a crise econômica; o aumento da concorrência, problemas com a infraestrutura da cidade e a redução no poder aquisitivo dos clientes empataram com 8,4% cada. Também se destaca que 8,4% deste grupo afirmaram que a temporada do verão não impacta positivamente os seus negócios.

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018 Porto Belo e Bombinhas

Facilidades		Dificuldades	
Clima	10,4%	Crise	18,8%
Investimentos em infraestrutura da cidade	6,3%	TPA (Taxa de Preservação Ambiental)	12,5%
Indicação dos clientes	2,1%	Redução no poder aquisitivo dos clientes	8,3%
Investimento na equipe	4,2%	Trânsito	6,3%
Turismo	2,1%	Falta de água	6,3%
Fidelização da clientela	2,1%	Infraestrutura	4,2%
Aumentou o fluxo de turistas	2,1%	Queda no fluxo de clientes	4,2%
Aumentou o fluxo de turistas estrangeiros	2,1%	Câmbio desfavorável em relação ao peso argentino	4,2%
Aumento de fluxo de turistas argentinos	2,1%	Total	64,6%
Outros	4,2%		
Total	37,5%		

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Das facilidades identificadas em Porto Belo e Bombinhas a de maior dimensão foi o clima (10,4%). As referências sobre o turismo e o fluxo de pessoas decorrente dele somaram 8,3% das citações e os investimentos em infraestrutura da cidade, 6,3%. Nesta praça as principais dificuldades foram relacionadas à crise econômica (18,8%), redução do poder aquisitivo dos clientes (8,3%), queda no fluxo de clientes (4,2%) e câmbio desfavorável em relação ao peso argentino (4,2%). Problemas com o trânsito, com infraestrutura da cidade e a falta de água também fizeram parte das dificuldades enfrentadas pelos empresários. Cabe destacar que a TPA (Taxa de Preservação Ambiental) cobrada pelo acesso de veículos de visitantes em Bombinhas, no período da temporada de Verão, foi identificada como dificuldade para 12,5% dos gestores.

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018 Florianópolis

Facilidades		Dificuldades	
Chuvas	5,7%	Crise	20,0%
Investimento na equipe	4,6%	A temporada do verão não impacta positivamente	13,6%
Investimento em promoções e preços	3,6%	Trânsito	8,6%
Localização privilegiada	3,6%	Concorrência	8,2%
Aumentou o fluxo de turistas estrangeiros	3,2%	Redução no poder aquisitivo dos clientes	6,4%
Turismo	2,9%	Infraestrutura	4,3%
Aumento no movimento	2,9%	Queda no fluxo de clientes	3,9%
Fidelização da clientela	2,9%	Comunicação com os turistas estrangeiros	2,5%
Aumentou o fluxo de turistas	2,5%	Mídia	2,1%
Consumo aumenta com os turistas	1,8%	Falta de investimento em atrativos turísticos	1,4%
Clima	1,4%	Problemas com mão de obra	1,4%
Investimento em produtos	1,4%	Falta de estacionamentos	1,4%
Investimento em marketing	1,4%	Problemas com fornecedores	1,4%
Investimento em divulgação	1,4%	Data do carnaval	1,1%
Aumento de fluxo de turistas argentinos	1,1%	Câmbio desfavorável em relação ao peso argentino	0,7%
Investimentos em infraestrutura da cidade	1,1%	Faltou carnaval de rua	0,7%
Investimento em estrutura	1,1%	Dificuldades com os fornecedores	0,7%
Parcerias	0,7%	Estrutura das praias	0,7%
Outros	6,8%	Presença de moradores de rua	0,7%
Total	50,0%	Outros	3,6%
		Total	83,6%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em Florianópolis, 20,7% das menções dos empresários dos setores de comércio, serviços, turismo e hotelaria sobre as facilidades nesta temporada foram relacionadas a investimentos dos próprios empresários (investimento em marketing e divulgação, promoções, produtos e preços, investimentos na equipe e na estrutura do negócio), 14,3% relacionadas aos impactos positivos do turismo, como o aumento do fluxo de turistas estrangeiros, e completando este quadro, 7,1% das referências ao clima e as chuvas. Cabe observar que a incidência de chuvas acima da média no mês de janeiro, choveu quase três vezes mais do que no ano anterior, foi vista para alguns empresários como ponto positivo, visto que com a incidência de chuvas os turistas deixam as praias para frequentar mais o comércio local, visitam os Shoppings e o Centro.

Com relação às dificuldades, temas relacionados à crise econômica, câmbio e redução do poder aquisitivo dos clientes somaram 27,1%; os problemas com o trânsito, infraestrutura da cidade e das praias, falta de estacionamentos e a presença de moradores de rua somaram outros 15,7%; e ainda, 13,6% dos gestores afirmaram que a temporada do verão não impacta positivamente nos negócios.

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018

Garopaba

Facilidades		Dificuldades	
Clima	12,0%	Falta de estacionamentos	16,0%
Investimento em promoções e preços	8,0%	Crise	8,0%
Investimento na equipe	8,0%	Concorrência	8,0%
Investimento em produtos	8,0%	Trânsito	4,0%
Turismo	4,0%	Total	36,0%
Localização privilegiada	4,0%		
Chuvas	4,0%		
Aumento no movimento	4,0%		
Aumentou o fluxo de turistas	4,0%		
Total	56,0%		

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A opinião dos empresários de Garopaba sobre as facilidades desta temporada não mostrou muitas diferenças, se comparadas às opiniões dos empresários das demais cidades abordadas nesta pesquisa. O clima e as chuvas foram percebidos por 16% dos empresários como fator de promoção nas vendas, no faturamento e a dinâmica do negócio. Os investimentos próprios em ponto, produtos, preços, promoções e em mão de obra foram a percepção de 28% e o turismo, o aumento do fluxo de clientes, percepção de mais 12%. As dificuldades mapeadas foram a falta de estacionamentos (16,0%), a crise (8,0%), a concorrência (8,0%) e os problemas do trânsito (4,0%).

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018

Imbituba

Facilidades		Dificuldades	
Trânsito	10,0%	Crise	10,0%
Aumento de fluxo de turistas argentinos	6,7%	Trânsito	10,0%
Turismo	3,3%	A temporada do verão não impacta positivamente	6,7%
Crescimento do turismo	3,3%	Concorrência	6,7%
Investimento na equipe	3,3%	Infraestrutura	6,7%
Clima	3,3%	Falta de investimentos na praias	6,7%
Fidelização da clientela	3,3%	Segurança pública	6,7%
Aumentou o fluxo de turistas	3,3%	Mídia	3,3%
Investimento em produtos	3,3%	Total	56,7%
Parcerias	3,3%		
Outros	3,3%		
Total	46,7%		

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em Imbituba mais da metade dos entrevistados afirmaram que nenhum fator relevante afetou positivamente a dinâmica dos negócios, mas as citações sobre esse tema giraram em torno da boa organização do trânsito da cidade (10%), dos impactos positivos do turismo (16,7%),

investimentos em produtos e parcerias, na própria equipe e na fidelização da clientela (13,3%). As dificuldades mais citadas foram: a crise financeira, a concorrência, falta de infraestrutura. Também chama a atenção a parcela de citações sobre os problemas com o trânsito (10%) na mesma medida das facilidades – para uns houve melhorias no trânsito da cidade e para outros isso foi um problema.

Principais facilidades e obstáculos na Temporada de Verão 2018

Laguna

Facilidades		Dificuldades	
Turismo	12,0%	A temporada do verão não impacta positivamente	32,0%
Aumento no movimento	12,0%	Crise	16,0%
Aumentou o fluxo de turistas	8,0%	Falta de estacionamentos	8,0%
Investimento em promoções e preços	4,0%	Faltou carnaval de rua	8,0%
Fidelização da clientela	4,0%	Data do carnaval	4,0%
Aumento de fluxo de turistas argentinos	4,0%	Saneamento	4,0%
Investimentos em infraestrutura da cidade	4,0%	Total	72,0%
Investimento em divulgação	4,0%		
Divulgação do destino turístico	4,0%		
Duplicação da BR 101	4,0%		
Eventos turísticos atraíram muitos turistas	4,0%		
Data do Carnaval	4,0%		
Total	68,0%		

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Em Laguna as facilidades identificadas pelos empresários sobre o tema turismo somara 44% das citações: o aumento do movimento, do fluxo de turistas, com destaque para os argentinos, e a divulgação do destino turístico e promoção de eventos turísticos. A duplicação da BR 101, principal via de acesso à cidade, e investimentos em infraestrutura da cidade foram citadas por 4% cada uma. Como dificuldades, 32% dos empresários não percebem a temporada de verão como fator positivo, pelo contrário, acreditam que a temporada do verão não impacta positivamente na dinâmica de seus negócios.

No geral, a visão dos empresários sobre as facilidades que a temporada de verão traz aos negócios converge para temas relacionados ao fluxo de turistas e, principalmente, a investimentos no próprio negócio. E as principais dificuldades abordam temas sobre a crise econômica e seus impactos nos consumidores reduzindo, tanto o fluxo de clientes como o volume financeiro dos negócios.

Conclusão

A Fecomércio SC realiza anualmente a Pesquisa Turismo de Verão no Litoral de Santa Catarina 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 edição de 2018 as cidades investigadas foram São Francisco do Sul, Balneário Camboriú, Porto Belo, Bombinhas, Florianópolis, Garopaba, Imbituba e Laguna, cidades que com suas características representam o litoral do estado.

Numa primeira análise foi identificado o perfil 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. O maior percentual foi do sexo masculino, com algumas particularidades: foi significativo o grupo de solteiros entre 18 a 30 anos (25%) e de casados entre 41 a 60 anos (26%). Em São Francisco do Sul se destacou os grupos de solteiros entre 18 e 25 anos (10%) e o grupo de viúvos acima dos 60 anos (3%). Em Balneário Camboriú predominou os solteiros entre 18 e 25 anos (17%), os separados na faixa de 41 a 50 anos (5%) e os viúvos de 51 a 60 anos. Em Porto Belo e Bombinhas apenas um grupo apresentou relação mais intensa, os separados acima de 60 anos. Na cidade de Florianópolis quatro grupos mereceram destaque, casados entre 41 e 60 anos (23%), solteiros entre 18 e 30 anos (23%), separados acima de 50 anos (2%) e os viúvos acima de 60 (1%). Das cidades do Sul do estado, Laguna apresentou dois grupos significativos, os solteiros de 18 a 30 anos (36%) e viúvos de 51 a 60 anos (2%).

A evolução da distribuição por classes socioeconômicas mostrou um predomínio de turistas da Classe C no litoral do estado. O que chama a atenção nesta temporada de 2018 é o aumento da presença dos turistas das classes A e B+, passando de 14% no anterior para 19% neste, em contraponto ao que ocorreu na temporada de 2017, quando o aumento das classes D e E foi monitorado. Quanto à origem dos turistas foi possível constatar o aumento da participação de turistas estrangeiros, principalmente argentinos, que nesta temporada representaram uma fatia de 23,5%.

Em relação ao tipo de hospedagem, os turistas ficaram bem distribuídos, merecendo destaque as parcelas de 35,2% em imóveis alugados e de 33,4% em hotéis e similares. Cada local investigado, no entanto, teve características próprias. Na análise da série histórica é possível perceber a importância na procura por imóveis alugados. Para acompanhar essa dinâmica do mercado, desde 2017 a Fecomércio SC vem acompanhando a forma como os turistas realizam essas contratações. Em 2018, foram 65,1% de locações de imóveis realizadas diretamente com o proprietário ou com um zelador, uma queda de 4,9 p.p. em relação ao ano anterior, mas ainda assim uma fatia muito elevada desse mercado. Em outra parcela do mercado o percentual de locações realizadas por imobiliárias reduziu em 11,6 p.p., passando de 22% em 2017 para 10,3% do mercado em 2018. A forma de locação que apresentou maior crescimento nesta temporada foi o Airbnb que passou de 2,3% para 9,9% em 2018, acompanhando a tendência do mercado global.

Os gastos médios dos turistas que frequentaram as praias de Santa Catarina na temporada de verão 2018 foram investigados por tipo de uso. No geral, cada grupo de turistas desembolsou em média R\$ 4.130,90, sendo que os gastos com hospedagem e alimentação foram os mais expressivos. Na avaliação da média de gastos por tipo e por cidade, o destaque ficou por conta dos gastos com o comércio em Balneário Camboriú (R\$ 911,80), onde 93% dos turistas realizaram compras no comércio local. No geral, os maiores valores apurados foram em Florianópolis, Garopaba e Balneário Camboriú, muito influenciados pelos seus respectivos gastos com hospedagem, no qual cerca de 80% dos turistas realizaram este tipo de gastos.

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.

Como efeito da temporada de verão no mercado de trabalho, a média de contratação de novos colaboradores para o período nos setores de comércio e serviços foi de 6,1 trabalhadores, superior aos últimos anos, mas o percentual de empresas que realizaram novas contratações reduziu cerca de 17 p.p. O setor de hotelaria, por sua vez, demonstrou um comportamento mais otimista e o percentual de empresas que realizou contratação de trabalhadores extra para atender a demanda da temporada aumentou para 63,2%, ante aos 56,4% do ano anterior e, além disso, a média de contratados subiu de 7,6 para 9,0 pessoas.

Na percepção dos entrevistados, a variação média do faturamento da temporada de verão 2018 em comparação a 2017 foi de -8,1% no setor de comércio de bens e serviços e de -0,8% para o setor hoteleiro. Esta percepção demonstra uma desaceleração das percepções pessimistas 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 verão para o setor de comércio de bens e serviços. A variação/ano foi de 34,1% e para os hotéis e similares foi de 68,3%.

Outra informação sobre o perfil dos hóspedes na temporada de verão 2018 diz respeito ao percentual de turistas estrangeiros hospedados durante o período. Na percepção do empresariado do setor, 46,1% dos hóspedes foram estrangeiros, marcando uma retomada na presença desse público. Esta apuração sob a ótica dos empresários do setor hoteleiro está de acordo com os dados apurados nas entrevistas com os turistas, que apurou um crescimento de 16,6 p. p. na participação de turistas estrangeiros.

Nesta edição da pesquisa a Fecomércio SC abriu espaço para que os empresários entrevistados manifestassem sua opinião, indicando os fatores relevantes que influenciaram o desempenho dos negócios. O que ficou mais destacado na visão dos empresários sobre as facilidades que a temporada de verão traz aos negócios foram temas relacionados ao aumento do fluxo de turistas e, principalmente, a investimentos no próprio negócio. E as principais dificuldades abordam temas sobre a crise econômica e seus impactos nos consumidores reduzindo tanto o fluxo de clientes como o volume financeiro dos negócios.

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.