

PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

VERÃO 2025 | COSTA VERDE & MAR

RELATÓRIO GERAL - TODAS AS FASES
JANEIRO - MARÇO | 2025



Consórcio Intermunicipal de
Turismo Costa Verde e Mar -
CITMAR

Pesquisa de Demanda Turística
Realizada entre janeiro e março de 2025
Região Costa Verde & Mar - Santa Catarina

INFORMAÇÕES GERAIS

Nome do cliente: Consórcio Intermunicipal de Turismo Costa Verde & Mar.

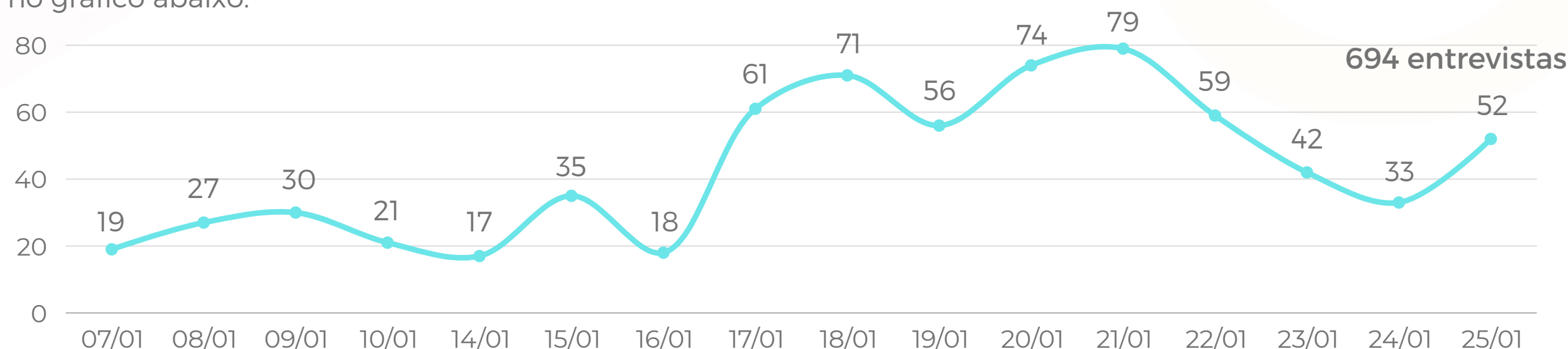
Realização: Ágora Pesquisa - CNPJ 19.557.018/0001-17

Objetivos do projeto: Obter uma compreensão detalhada sobre quem são os turistas que visitam a região da Costa Verde & Mar durante o verão, o que os motiva, como eles se comportam durante suas estadias, quais são seus níveis de satisfação e quanto gastam. Essas informações permitirão aos gestores públicos, empreendedores e demais envolvidos no setor turístico tomar decisões informadas e baseadas em evidências, resultando em melhorias contínuas e na sustentabilidade do turismo.

Declaração da Norma ISO 20.252: Todas as etapas da Ágora Pesquisa são realizadas de acordo com as normas técnicas do ISO 20.252.

INFORMAÇÕES DE CAMPO

Datas de campo: Entre os dias 06 de janeiro de 2025 e 31 de janeiro de 2025. As entrevistas foram realizadas das 09 horas até as 17 horas, conforme distribuição no gráfico abaixo:



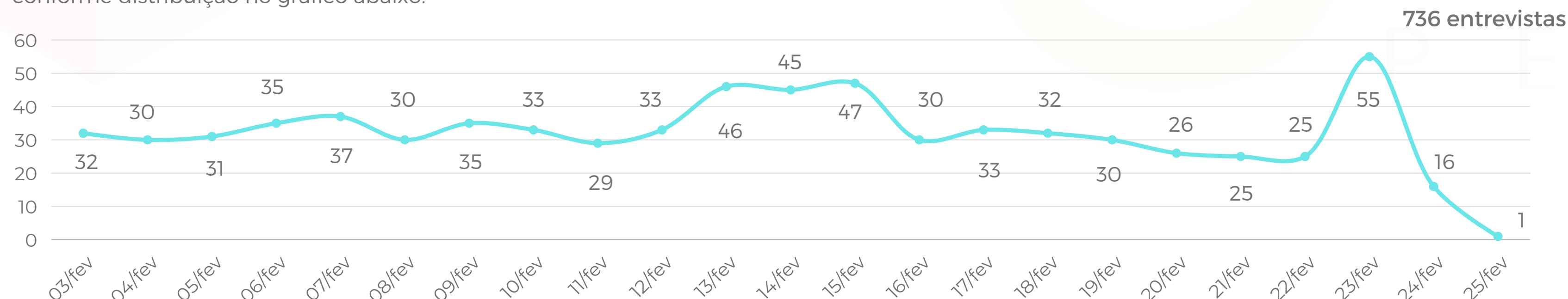
Metodologia: Realização de entrevistas presenciais com abordagem face a face nos locais indicados. Utilizou-se a aplicação de questionários estruturados a partir da coleta de dados com uso de plataforma eletrônica e lógica de pulos. Todas as entrevistas possuem o registro do áudio e coordenadas geográficas objetivando total rastreabilidade e conferência e auditoria do material.

Sigilo dos dados e LGPD: Foi garantido o anonimato de todos os participantes. Não houve o registro, de quaisquer dados pessoais, que identifique o respondente.

Abordagem: A metodologia para abordagem foi amostra aleatória (não sistemática) de fluxo. A amostra de fluxo é comumente usada para pesquisas em locais limitados ou definidos. Dada a natureza da população não mensurável, não foram aplicados intervalos de amostragem fixos. O período de coleta compreendeu o período da manhã e da tarde, tendo como objetivo o engajamento de diferentes públicos. Acredita-se que os diferentes perfis dos participantes do evento, sejam socioeconômicos ou de origem dos visitantes, têm diferentes hábitos e horários de visitação. Esta diversidade foi considerada para evitar possíveis vieses nas percepções e avaliações obtidas.

INFORMAÇÕES DE CAMPO

Datas de campo: Entre os dias 03 de fevereiro de 2025 e 23 de fevereiro de 2025. As entrevistas foram realizadas das 09 horas até as 17 horas, conforme distribuição no gráfico abaixo:



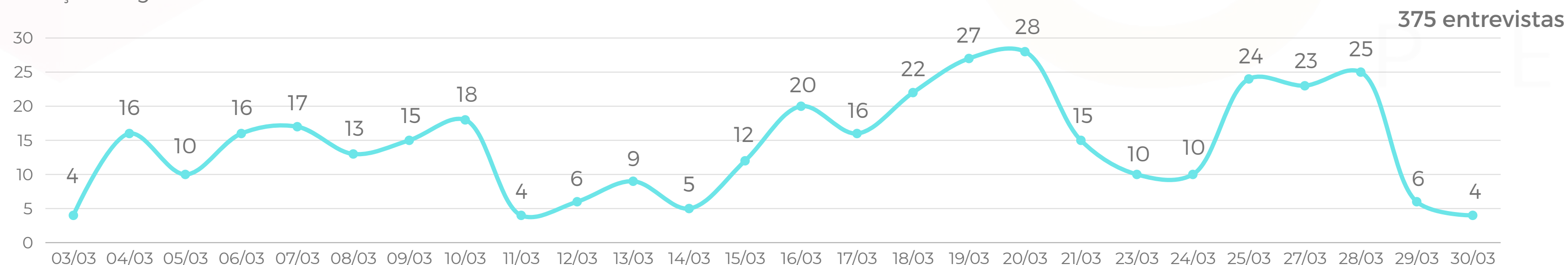
Metodologia: Realização de entrevistas presenciais com abordagem face a face nos locais indicados. Utilizou-se a aplicação de questionários estruturados a partir da coleta de dados com uso de plataforma eletrônica e lógica de pulos. Todas as entrevistas possuem o registro do áudio e coordenadas geográficas objetivando total rastreabilidade e conferência e auditoria do material.

Sigilo dos dados e LGPD: Foi garantido o anonimato de todos os participantes. Não houve o registro, de quaisquer dados pessoais, que identifique o respondente.

Abordagem: A metodologia para abordagem foi amostra aleatória (não sistemática) de fluxo. A amostra de fluxo é comumente usada para pesquisas em locais limitados ou definidos. Dada a natureza da população não mensurável, não foram aplicados intervalos de amostragem fixos. O período de coleta compreendeu o período da manhã e da tarde, tendo como objetivo o engajamento de diferentes públicos. Acredita-se que os diferentes perfis dos participantes do evento, sejam socioeconômicos ou de origem dos visitantes, têm diferentes hábitos e horários de visitaç o. Esta diversidade foi considerada para evitar poss veis vieses nas percep es e avalia es obtidas.

INFORMAÇÕES DE CAMPO

Datas de campo: Entre os dias 03 de março de 2025 e 31 de março de 2025. As entrevistas foram realizadas das 09 horas até as 17 horas, conforme distribuição no gráfico abaixo:



Metodologia: Realização de entrevistas presenciais com abordagem face a face nos locais indicados. Utilizou-se a aplicação de questionários estruturados a partir da coleta de dados com uso de plataforma eletrônica e lógica de pulos. Todas as entrevistas possuem o registro do áudio e coordenadas geográficas objetivando total rastreabilidade e conferência e auditoria do material.

Sigilo dos dados e LGPD: Foi garantido o anonimato de todos os participantes. Não houve o registro, de quaisquer dados pessoais, que identifique o respondente.

Abordagem: A metodologia para abordagem foi amostra aleatória (não sistemática) de fluxo. A amostra de fluxo é comumente usada para pesquisas em locais limitados ou definidos. Dada a natureza da população não mensurável, não foram aplicados intervalos de amostragem fixos. O período de coleta compreendeu o período da manhã e da tarde, tendo como objetivo o engajamento de diferentes públicos. Acredita-se que os diferentes perfis dos participantes do evento, sejam socioeconômicos ou de origem dos visitantes, têm diferentes hábitos e horários de visitação. Esta diversidade foi considerada para evitar possíveis vieses nas percepções e avaliações obtidas.

EQUIPE E ABORDAGEM

Convite: Bom dia. Eu me chamo [...]. Nós somos da empresa Ágora Pesquisa. Hoje, gostaríamos de conhecer um pouco sobre a sua percepção e avaliação sobre sua estadia na cidade. A pesquisa tem duração aproximada de 5 minutos. Nenhuma informação pessoal será coletada. Sua participação é voluntária. Podemos realizar a pesquisa?

Tipos de incentivos: Objetivando diminuir possíveis vieses não foram aplicados incentivos ou bonificações aos participantes.

Verificadores: Karoline Hermínio, Rosangela Souza.

Equipe de dados: Arthur Cavalcanti, Marcos Gabriel Amorim, Danilo Santana Oliveira,

Supervisores de campo: Bruno D'Ávila, Jéssica Anchieta.

Coordenação: Candido Fialho

Estatístico: Liniane Gazola

CONTROLE DE QUALIDADE E TRATAMENTO DE DADOS

Métodos de validação: Validações realizadas em 3 etapas: auditoria dos áudios coletados (25%), crítica e verificação vertical, crítica e verificação horizontal.

Procedimentos de ponderação: Não foram aplicadas ponderações de dados na amostra obtida em campo.

Procedimentos de imputação: Não foram aplicadas imputações de dados na amostra obtida em campo.

Detalhamento do controle de qualidade: Em atendimento às normas do ISO 20.252 e ao Planejamento de Pesquisa interno, a validação das pesquisas é realizada a partir de processos definidos, conforme Manual de validação de pesquisas quantitativas. Objetivando a excelência nos serviços realizados e, paralelamente, transparência nos processos internos, este relatório apresenta as taxas de ocorrências preliminares com base nas entrevistas dos pesquisadores do projeto Pesquisa de Demanda Turística CITMAR - Verão 2025, e as respectivas ações corretivas para as abordagens, sejam a partir de orientações, correções ou invalidações, tendo como produto final a redução ou erradicação dos índices de ocorrência. A Ágora Pesquisa segue um rigoroso processo de monitoramento, verificação e validação das entrevistas a fim de garantir a qualidade de todos os dados coletados. Todo processo de monitoramento é feito segundo as normas do ISO 20252 e da ABEP. Todos os projetos de pesquisa possuem índice de validação de 25% do total das entrevistas realizadas a partir do monitoramento dos áudios, da verificação e consistência das respostas atribuídas de acordo com as respostas dos participantes e consequentemente a crítica de todo banco de dados. Ressalta-se que, mesmo que as normas do ISO 20252 indiquem que a prestadora de serviço tenha por obrigação a escuta de 5% do total das entrevistas, a Ágora Pesquisa terá neste projeto a validação e monitoramento de 25% do total de questionários aplicados, além da dupla checagem em 10% dos questionários validados inicialmente. A quantidade de entrevistas verificadas e o status da verificação constam nas páginas a seguir. Todas as entrevistas que possuem alguma irregularidade são refeitas ou corrigidas.

A monitorização realizada é feita em algumas etapas, conforme diagrama a seguir. Nas situações onde são detectadas quaisquer tipos de irregularidades, a monitora dos áudios realiza as ações corretivas no sistema de pesquisa (base original) e, ao mesmo tempo, informa a equipe de dados para que a mesma modificação seja realizada no banco de dados. Todas as ocorrências possuem rastreabilidade, conforme sistema de controle.

PLANO AMOSTRAL

População-alvo: Homens e Mulheres, maiores de 18 anos, que não sejam residentes na cidade da entrevista e que estejam pelo menos 24 horas no município.

Amostra: 1.805 entrevistas válidas e finalizadas.

Distribuição da amostra: Para este estudo, foram adotadas cotas pré-definidas para cada município, garantindo uma distribuição equilibrada das entrevistas e a representatividade das localidades abrangidas pela pesquisa. As cotas foram estabelecidas previamente pela equipe do CITMAR.

Universo: Pessoas com 18 anos ou mais, que não residam na cidade onde a entrevista será realizada e que estejam no município por um período mínimo de 24 horas.

Margem de erro: 2% para mais ou para menos.

Coeficiente de segurança: 95%

Tamanho da amostra planejada e obtida: Amostra planejada foi totalmente obtida.

Taxa de conclusão: A taxa de conclusão para a amostra obtida foi de 100%. As entrevistas que não foram finalizadas foram desconsideradas e descartadas pela equipe de entrevistadores.

Taxa de participação: A taxa de participação do estudo se mostrou elevada, com 85% de engajamento. Não foram identificados padrões no perfil do público que recusou a participação

Estimativas da variância amostral e estimativas de erros não amostrais: Não aplicáveis.

1. Erro de especificação da população (erro não amostral) ou Não resposta - A participação é permitida a todos os frequentadores dos locais de pesquisa, inexistindo erro de especificação da população ou Não resposta.
2. Frame error (erro não amostral) - As entrevistas foram distribuídas em diferentes dias e horários, considerando os visitantes que estiveram na cidade antes e durante a data da pesquisa. Paralelamente, não houve limitação nos horários de aplicação do estudo. Conclui-se que inexistente frame error.
3. Erro de seleção (erro não amostral) - As entrevistas dos participantes que se voluntariam para a pesquisa são descartadas pela equipe de entrevistadores. Entende-se que estudos que avaliam ações municipais possuem parcela da amostra comprometida em virtude de ideologias ou interesses particulares. Conclui-se que inexistem erros de seleção.

MARGEM DE ERRO PARA POPULAÇÃO INFINITA EM PESQUISAS DE PÚBLICO VARIÁVEL

Ao realizarmos uma pesquisa de demanda turística na região Costa Verde & Mar, enfrentamos a condição de um público indefinido. Como o evento ocorre em vários dias e a quantidade de frequentadores varia a cada dia, considera-se a abordagem de um público "infinito". Esta suposição se aplica quando a população-alvo é tão grande que não se pode determinar um número exato, e a margem de erro é calculada de maneira que ofereça uma estimativa confiável para grandes populações

Cálculo da Margem de Erro para População Infinita:

Para uma amostra com população infinita, a margem de erro (E) é dada pela fórmula:

$$E = Z \times \sqrt{\frac{p \times (1 - p)}{n}}$$

Onde:

- **Z** é o valor do desvio padrão associado ao nível de confiança desejado (por exemplo, para 95%, usamos $Z = 1,96$).
- **p** representa a proporção esperada da característica estudada (em pesquisas de satisfação, é comum considerar $p = 0,5$ para maximizar a margem de erro, garantindo a maior representatividade).
- **n** é o tamanho da amostra.

Justificativa para o Uso da População Infinita:

Em uma pesquisa de longo período e com variabilidade de público, não temos uma base específica para o total de frequentadores. A suposição de população infinita nos permite generalizar os resultados da pesquisa com um maior nível de precisão, mesmo sem conhecer a quantidade exata de pessoas presentes. Isso facilita a análise de um público de alta rotatividade, como em grandes eventos, onde o público pode mudar ao longo do tempo.

INTRODUÇÃO

Este relatório apresenta os principais resultados da pesquisa de demanda turística realizada pela Ágora Pesquisa, com o objetivo de quantificar e analisar o perfil dos turistas que visitam a região Costa Verde e Mar durante a alta temporada de verão. O estudo investigou os hábitos de consumo, os meios de hospedagem e transporte utilizados, as formas de planejamento da viagem e os fatores que influenciam a escolha do destino e das atividades na região.

A pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas presenciais com turistas que permaneceram pelo menos 24 horas nos municípios do Consórcio Intermunicipal de Turismo Costa Verde e Mar (CITMAR). Este relatório apresenta os resultados da terceira fase, referente a março de 2025, abrangendo os municípios de Balneário Camboriú, Balneário Piçarras, Bombinhas, Camboriú, Ilhota, Itajaí, Itapema, Navegantes, Penha e Porto Belo.

A coleta de dados foi realizada por uma equipe de pesquisadores, utilizando um questionário estruturado com foco no perfil sociodemográfico, gastos, avaliação da experiência na região e outros fatores relevantes. A segmentação por município e perfil dos visitantes possibilitou uma análise detalhada das tendências e padrões de consumo, contribuindo para o planejamento estratégico do turismo local.

Os resultados obtidos são essenciais para o aprimoramento dos serviços turísticos e a formulação de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento sustentável do setor. Com base nesses dados, gestores públicos e empresários podem tomar decisões estratégicas fundamentadas, fortalecendo a competitividade do turismo na região.



QUESTIONÁRIO APLICADO



Questionário APLICADO

I. DADOS DO ENTREVISTADO

1. Você está há mais de 24 horas (um dia) na cidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não – AGRADEÇA E ENCERRE

2. Você está hospedado nessa cidade?

- ☐ Sim
- ☐ Não – AGRADEÇA E ENCERRA

3. Onde mora?

3.1. País

3.2. Estado

3.3. Cidade

4. Sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outros

5. Idade:

- ☐ 18-25 anos
- ☐ 26-30 anos
- ☐ 31-40 anos
- ☐ 41 -50 anos
- ☐ 51 -65 anos
- ☐ 65 anos ou mais

6. Estado civil:

- ☐ Solteiro (a)
- ☐ Casado (a)
- ☐ Separado (a)
- ☐ Divorciado (a)
- ☐ União estável
- ☐ Viúvo (a)
- ☐ NS/NR

7. Escolaridade:

- ☐ Sem educação formal
- ☐ Fundamental incompleto
- ☐ Fundamental completo
- ☐ Médio incompleto
- ☐ Médio completo
- ☐ Sup. Incompleto
- ☐ Sup. Completo
- ☐ Pós incompleta
- ☐ Pós completa

8. Ocupação:

- ☐ Estudante [Esconder 8.1]
- ☐ Assalariado [Esconder 8.1]
- ☐ Funcionário público [Esconder 8.1]
- ☐ Profissional liberal [Esconder 8.1]
- ☐ Autônomo [Esconder 8.1]
- ☐ Empresário [Esconder 8.1]
- ☐ Desempregado [Esconder 8.1]
- ☐ Aposentado [Esconder 8.1]
- ☐ Pensionista [Esconder 8.1]
- ☐ Outro. Qual?

8.1. Qual?

9. Renda familiar mensal

- ☐ Até 2 Salários Mínimos
- ☐ De 2,1 a 4 SM
- ☐ De 4,1 a 6 SM
- ☐ De 6,1 a 10 SM
- ☐ De 10,1 a 15 SM
- ☐ De 15,1 a 20 SM
- ☐ Mais de 20 SM
- ☐ Sem renda
- ☐ NS/NR

II. Acomodação e visita

10. Qual bairro esta hospedado? [Lista de bairros]

11. Quantas noites pretende ficar hospedado nesse município?

12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada]

- ☐ Casa de parentes e amigos [pular 13 e 13.1]
- ☐ Aluguel de casa/apto/ residencial
- ☐ Casa própria (veranista/2ª residência) [pular 13 e 13.1]
- ☐ Hotel/ Pousada
- ☐ Camping
- ☐ Albergue/ Hostel

13. Em relação à acomodação, como foi feita a reserva/locação? [RU – Estimulada]

- ☐ Direto com o proprietário [Esconder 13.1]
- ☐ Imobiliária [Esconder 13.1]
- ☐ Agência de viagens [Esconder 13.1]
- ☐ AirBnB [Esconder 13.1]
- ☐ Booking/ Decolar/ Similar [Esconder 13.1]
- ☐ Agência de viagens [Esconder 13.1]
- ☐ Outro

13.1. Qual?

14. Você já esteve no município antes? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
- ☐ Não [esconder 14.1]

14.1. Quantas vezes, excluindo essa vez? [Espontânea - RU]



Questionário APLICADO



15. Com quem esta viajando? [RU – Estimulada]

- ☐ Sozinho (a) [esconder 15.1]
- ☐ Em casal [esconder 15.1]
- ☐ Em família com filhos [esconder 15.1]
- ☐ Amigos [esconder 15.1]
- ☐ Grupo organizado/excursão [esconder 15.1]
- ☐ Outro

15.1. Qual?

16. Quantas pessoas estão viajando com você no total? (Incluindo o entrevistado)

17. Qual principal meio de transporte utilizado? [RU – Estimulada]

- ☐ Avião [esconder 17.1]
- ☐ Trem [esconder 17.1, 18 e 18.1]
- ☐ Ônibus de linha [esconder 17.1, 18 e 18.1]
- ☐ Ônibus (grupo/excursão/fretado) [esconder 17.1, 18 e 18.1]
- ☐ Van/Utilitário/Micro-ônibus [esconder 17.1, 18 e 18.1]
- ☐ Veículo próprio [esconder 17.1, 18 e 18.1]
- ☐ Veículo alugado [esconder 17.1, 18 e 18.1]
- ☐ Outro [esconder 18 e 18.1]

17.1. Qual?

18. Caso responda avião [RU – Estimulada]

- ☐ Fretamento
- ☐ Regular
- ☐ Particular
- ☐ Outro

18.1. Qual?

19. Motivo da viagem? [RU – Estimulada]

- ☐ Férias/ Lazer
- ☐ Negócios/ feiras/ eventos
- ☐ Compras
- ☐ Educação / formação
- ☐ Religião/ peregrinação
- ☐ Saúde/cuidados médicos
- ☐ Visita a amigos/ familiares
- ☐ Em trânsito
- ☐ Histórico- cultural
- ☐ Esportes

20. Você visitou outro (s) município (s) de Santa Catarina nessa estadia? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
- ☐ Não [esconder 21, 22, 22.1]

21. Caso responda sim, qual?

22. Caso responda sim, qual principal motivo que levou a visita? [RU – Estimulada]

- ☐ Compras [esconder 22.1]
- ☐ Gastronomia [esconder 22.1]
- ☐ Esportes radicais [esconder 22.1]
- ☐ Esportes náuticos [esconder 22.1]
- ☐ Cultura [esconder 22.1]
- ☐ Praias [esconder 22.1]
- ☐ Lazer [esconder 22.1]
- ☐ Conhecer outros locais [esconder 22.1]
- ☐ Outro
- ☐ NS/NR

22.1. Qual?

23. Como você conheceu o nosso município? [RU – Estimulada]

- ☐ Internet [esconder 23.1]
- ☐ Agência de viagem [esconder 23.1]
- ☐ Dicas de amigos/ parentes [esconder 23.1]
- ☐ Televisão [esconder 23.1]
- ☐ Rádio [esconder 23.1]
- ☐ Outdoor/folder/revistas [esconder 23.1]
- ☐ Posto/centro de informações [esconder 23.1]
- ☐ Feiras [esconder 23.1]
- ☐ Já conhecia [esconder 23.1]
- ☐ Outro

23.1. Qual?

24. Como você planejou e escolheu os locais e atrações da cidade? [RM – Espontânea]

- ☐ Agência de viagens [esconder 24.1]
- ☐ Consulta a internet [esconder 24.1]
- ☐ Consulta de guias de informações turísticas [esconder 24.1]
- ☐ Dicas de amigos/parentes [esconder 24.1]
- ☐ Por conta própria [esconder 24.1]
- ☐ Outros

24.1. Qual?

Questionário APLICADO



III. GASTOS

25. Qual o gasto diário do grupo em reais com: [Espontânea]

25.1. Hospedagem

25.2. Alimentos e bebidas (supermercados, bares...)

25.3. Lazer, entretenimento e cultura (passeios de barco, aluguel de bicicletas, visitas a museus/parques...)

25.4. Transporte/ Deslocamento

25.5. Compras e souvenirs (lembrancinha ou artigos característicos local)

25.6. Pacote de viagens

25.7. Outros gastos.

25.8. Quais?

IV. AVALIAÇÃO

26. Agora vamos avaliar alguns temas de 0 a 10, onde 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada]

Hospitalidade

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Sinalização Turística

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Centro de Informações Turísticas/PIT's

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Trânsito

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Acessos

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Segurança

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Limpeza pública/ conservação do entorno

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Serviço de guarda Vidas

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Relação qualidade x preço do destino

☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

27. Indique se usou durante sua estadia, os seguintes serviços e avalie-os. Caso não tenha utilizado, não os avalie. Lembrando que 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada]

Você usou os serviços de hospedagem (somente se ficou em hotel/pousada. Casa de amigos não responder)

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Você usou os serviços de alimentação (bares e restaurantes)?

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Você usou os serviços de compras (souvenirs, passeios...)?

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Você usou os serviços de lazer?

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Você visitou algum atrativo natural (praias, cachoeiras, trilhas, recantos naturais...)?

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Você visitou algum atrativo cultural (museus, igrejas, praças...)?

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Você usou os serviços de praia (cadeiras, guarda-sol, quiosques? (não se aplica em Camboriú e Ilhota)

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Avaliação geral da sua estadia

☐ Não utilizou ☐0 ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5 ☐6 ☐7 ☐8 ☐9 ☐10 ☐NS/NR

Questionário APLICADO

28. Recomendaria o município a outras pessoas?

- ☐ Sim
☐ Não
☐ NS/NR [esconder 29]

29. Agora de 0 a 10, quanto você recomendaria o município a outras pessoas? [RU –Espontânea]

- ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 ☐ NS/NR

30. Pretende retornar? [RU – Espontânea]

- ☐ Sim
☐ Não

V. OUTROS

31. Você conhece o programa de certificação da Bandeira Azul? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não [esconder 32 e 32.1]
☐ NS/NR [esconder 32 e 32.1]

32. Se sim, você frequentou nessa estadia alguma praia certificada pelo Bandeira Azul? [Espontânea]

- ☐ Sim
☐ Não [esconder 32.1]
☐ NS/NR [esconder 32.1]

32.1 Quais?

33. O que você mais gostou na cidade? [Espontânea]

34. O que menos gostou? [Espontânea]

35. O que é a Costa Verde & Mar? [Espontânea]

36. Dê sua sugestão, ou faça sua reclamação:

APLICAÇÃO APENAS NO MUNICÍPIO DE BOMBINHAS

37. Qual a sua opinião sobre a cobrança da taxa de preservação ambiental? [RU – Estimulada]

- ☐ Concorda
☐ Discorda
☐ NS/NR

38. Quanto ao valor cobrado pela TPA, você: [RU - Estimulada]

- ☐ Concorda
☐ Discorda
☐ NS/NR

39. Onde você gostaria de ver os recursos da TPA aplicados? [Espontânea]

APLICAÇÃO APENAS NO MUNICÍPIO DE ITAJAÍ

40. Você utilizou os serviços de praia oferecidos pelos restaurantes (guarda-sol, mesas, cadeiras)? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não

41. Se sim, qual a sua opinião acerca desse serviço? [RU – Estimulada]

- ☐ Concorda
☐ Discorda
☐ Não sabe/não tenho opinião formada
☐ Não respondeu

42. Se sim, comente como foi a sua experiência: [Espontânea]

APLICAÇÃO APENAS NO MUNICÍPIO DE BALNEÁRIO PIÇARRAS

43. Você sabia que Balneário Piçarras tem o terceiro Museu Oceanográfico maior do mundo? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não

44. O que lhe fez escolher Balneário Piçarras?[Espontânea]

45. Além da praia qual o outro atrativo turístico que você visitou em Balneário Piçarras? [Espontânea]

APLICAÇÃO APENAS NO MUNICÍPIO DE ITAPEMA

46. Conheceu o Roteiro de Turismo de Natureza de Itapema? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não

47. Conheceu alguma trilha em Itapema? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não

48. Conheceu o roteiro dos Balanços Gigantes? [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não

49. Conheceu a passarela de ligação entre a Orla do Centro e da Meia Praia?

- ☐ Sim
☐ Não

APLICAÇÃO APENAS NO MUNICÍPIO DE PORTO BELO

50. Você visitou o Centro da cidade de Porto Belo [RU – Estimulada]

- ☐ Sim
☐ Não

51. Se sim, o que você acha que poderia melhorar? [Espontânea]

52. Se sim, como você avalia o comércio do centro de Porto Belo? De 0 a 10, onde 0 é péssimo e 10 é ótimo [RU – Estimulada]

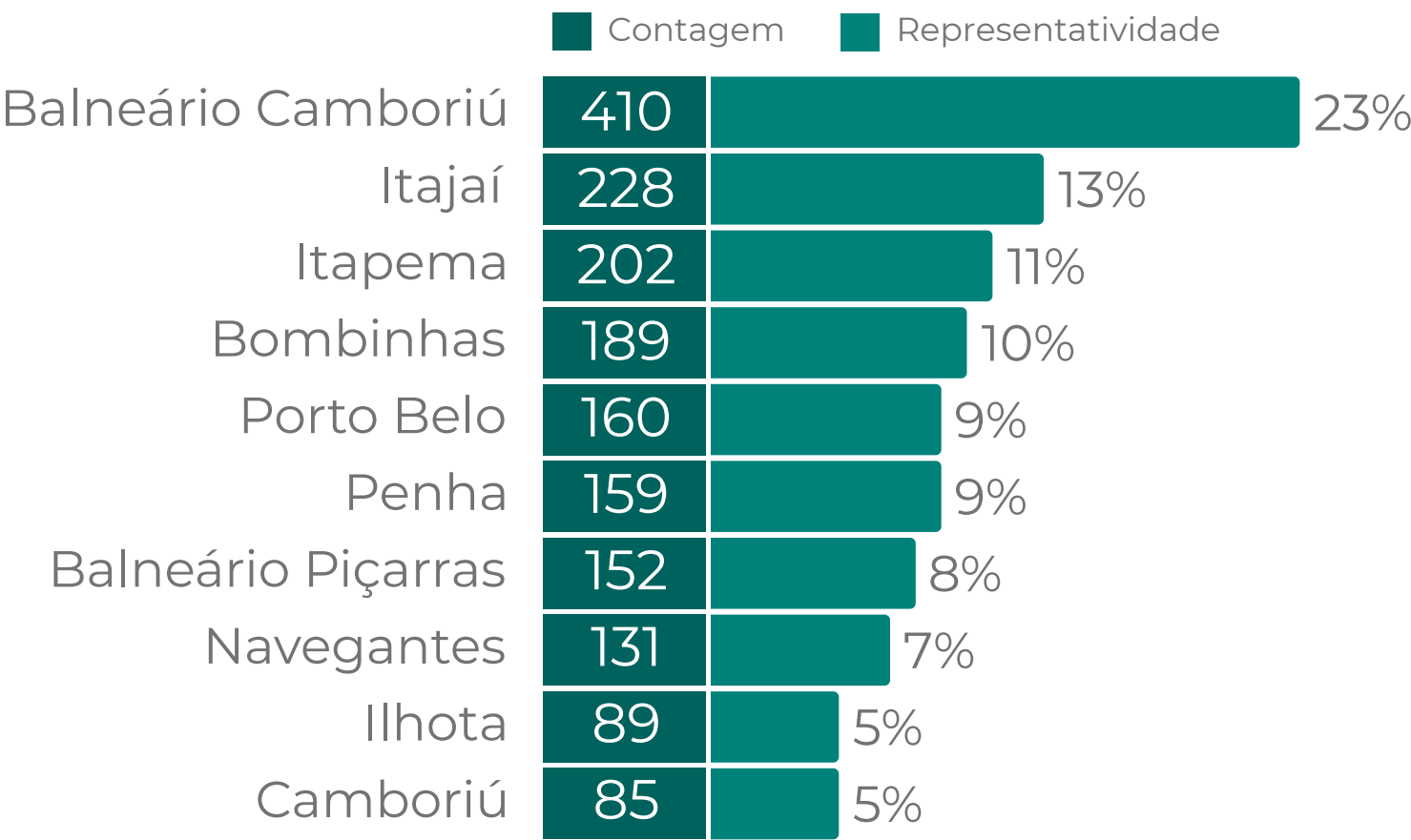
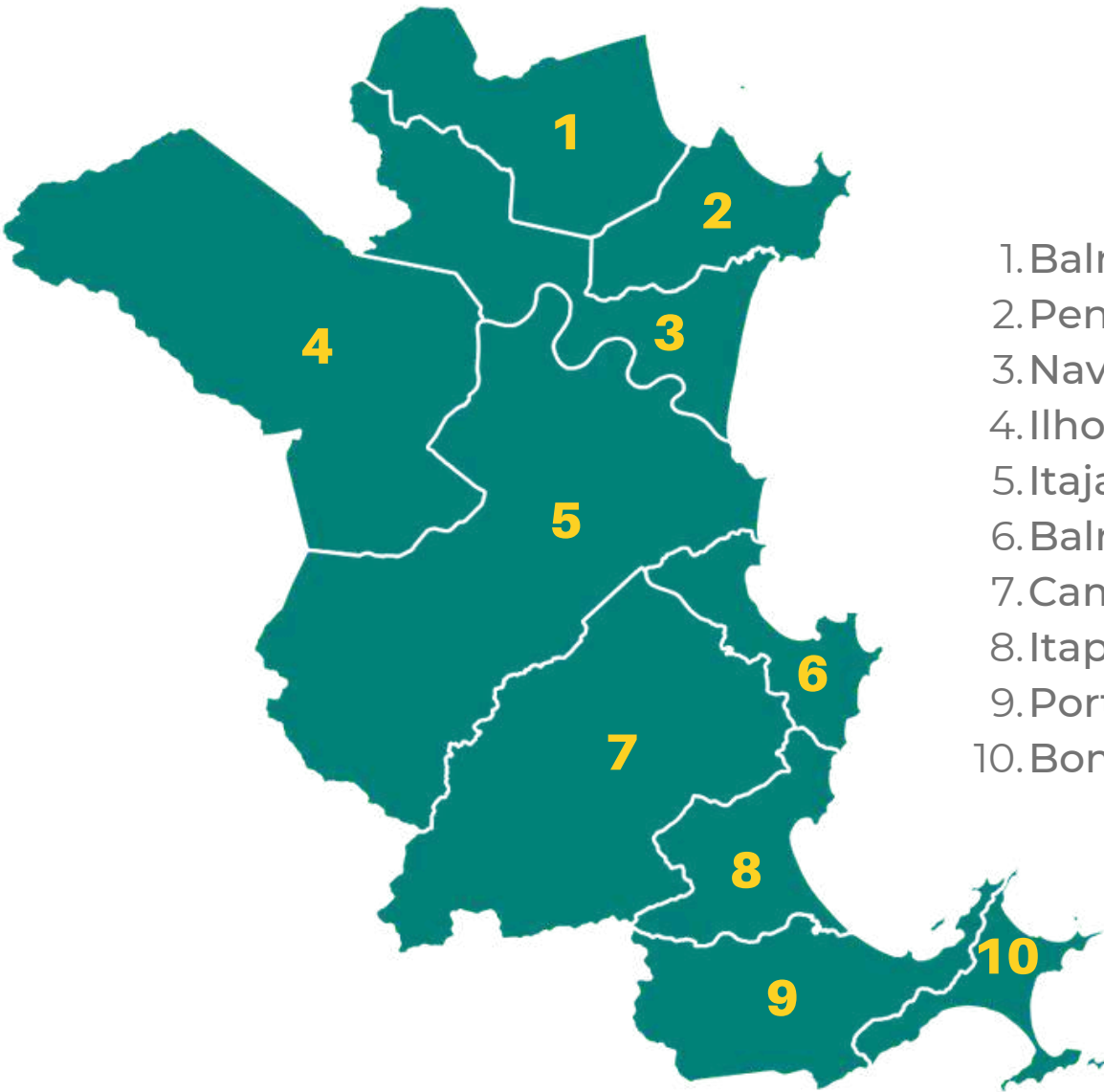
- ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10

PERFIL DO ENTREVISTADO



CIDADES VISITADAS

Distribuição da amostra



- 1. Balneário Piçarras
- 2. Penha
- 3. Navegantes
- 4. Ilhota
- 5. Itajaí
- 6. Balneário Camboriú
- 7. Camboriú
- 8. Itapema
- 9. Porto Belo
- 10. Bombinhas

GERAL



ORIGEM DOS VISITANTES



GERAL



14%
Exterior

12% Argentina
1% Paraguai
<1% Uruguai
<1% Peru
<1% Bolívia
<1% Portugal
<1% Itália
<1% Bolívia
<1% Alemanha
<1% Inglaterra
<1% Chile
<1% Estados Unidos

1% Rondônia
1% Amazonas
<1% Acre
<1% Pará
<1% Tocantins
<1% Amapá

2%
Norte

2% Mato Grosso do Sul
1% Mato Grosso
1% Distrito Federal
1% Goiás

5%
Centro-
oeste

3%
Nordeste

1% Bahia
1% Pernambuco
<1% Ceará
<1% Sergipe
<1% Maranhão
<1% Rio Grande do Norte
<1% Fortaleza
<1% Paraíba

21%
Sudeste

16% São Paulo
2% Rio de Janeiro
2% Minas Gerais
<1% Espírito Santo

55%
Sul

22% Santa Catarina
19% Paraná
14% Rio Grande do Sul

PERFIL DO ENTREVISTADO



SEXO

59% Feminino
41% Masculino



IDADE

11% 18-25 anos
15% 26-30 anos
31% 31-40 anos
25% 41 -50 anos
15% 51 -65 anos
3% 65 anos ou mais



RENDA

1% Sem renda
7% Até 2 SM
22% De 2,1 a 4 SM
25% De 4,1 a 6 SM
18% De 6,1 a 10 SM
7% De 10,1 a 15 SM
4% De 15,1 a 20 SM
4% Mais de 20 SM
12% NS/NR



ESTADO CIVIL

52% Casado (a)
38% Solteiro (a)
4% Divorciado (a)
3% União estável
2% Viúvo (a)
1% Separado (a)



OCUPAÇÃO

32% Assalariado
26% Autônomo
13% Funcionário público
10% Empresário
7% Aposentado
4% Profissional liberal
3% Estudante
3% Desempregado
2% Dona de casa
0% Pensionista



NÍVEL

0% Sem educação formal
5% Fundamental incompleto
5% Fundamental completo
3% Médio incompleto
42% Médio completo
9% Sup. Incompleto
31% Sup. Completo
5% Pós completa
0% Pós incompleta



RELATÓRIO GERAL



ACOMODAÇÃO E VISITA

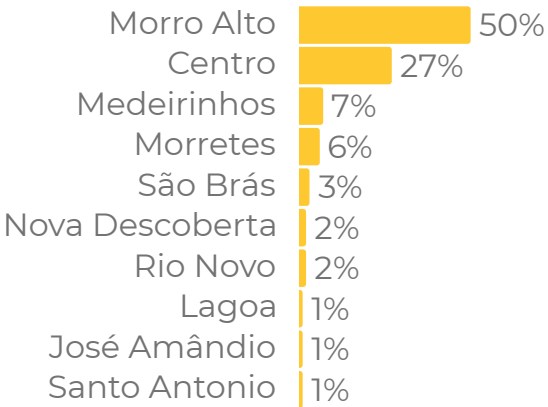


ACOMODAÇÃO E VISITA

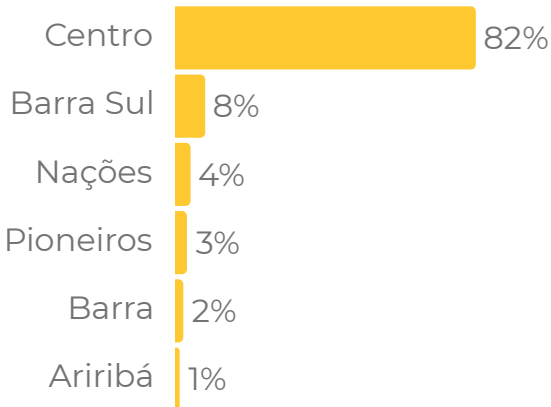
10. Qual bairro esta hospedado?

GERAL

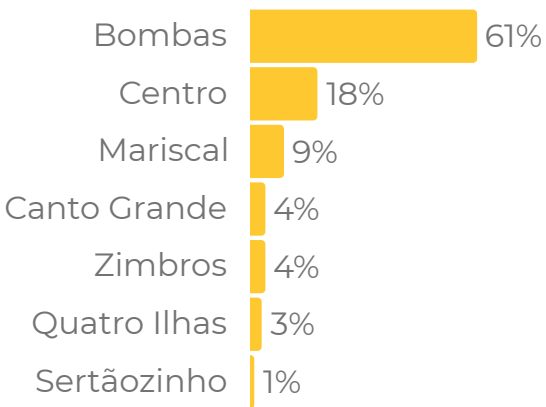
BALNEÁRIO PIÇARRAS



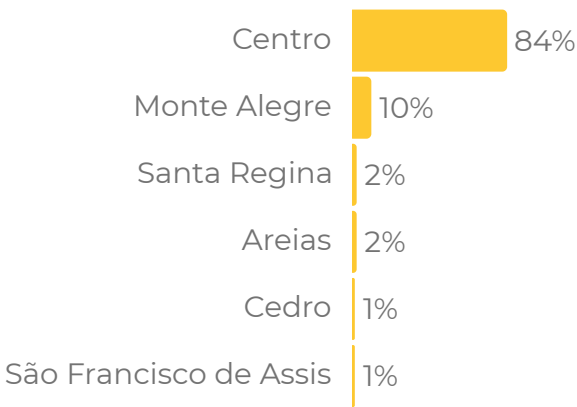
BALNEÁRIO CAMBORIÚ



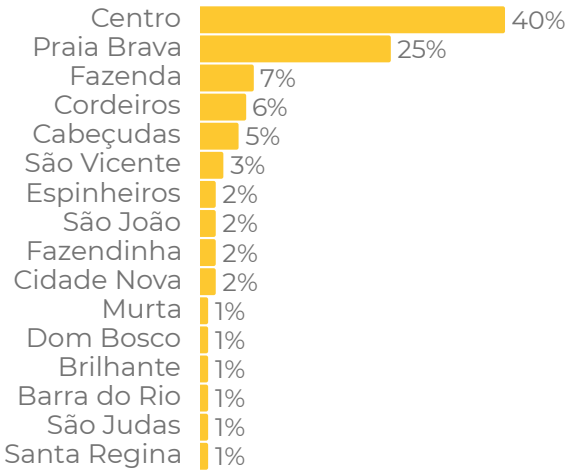
BOMBINHAS



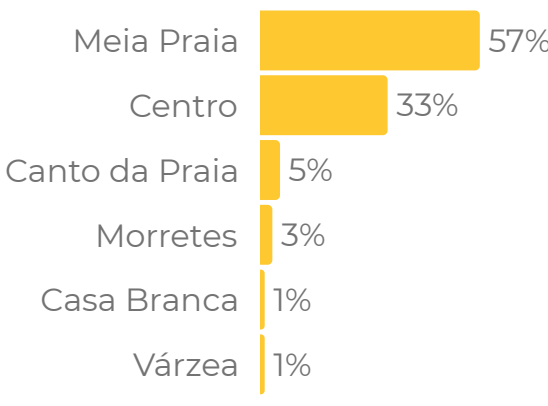
CAMBORIÚ



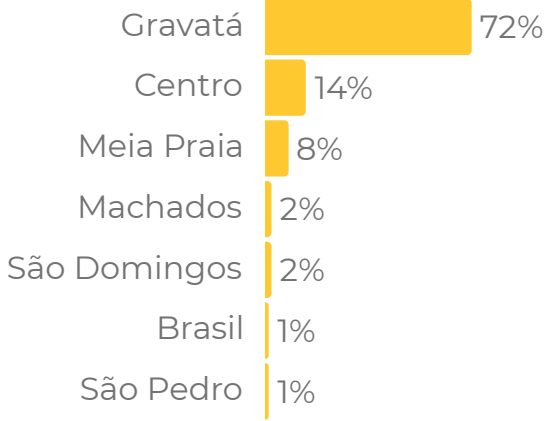
ITAJAÍ



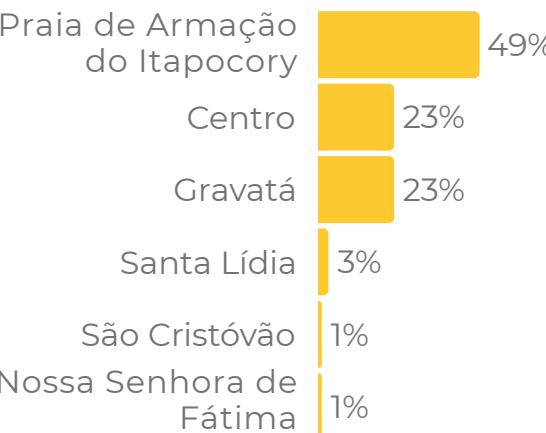
ITAPEMA



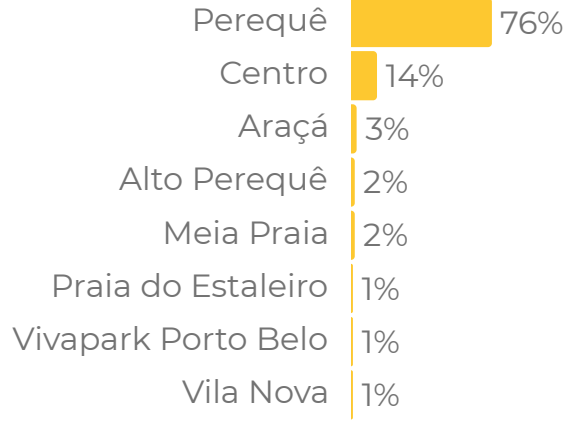
NAVEGANTES



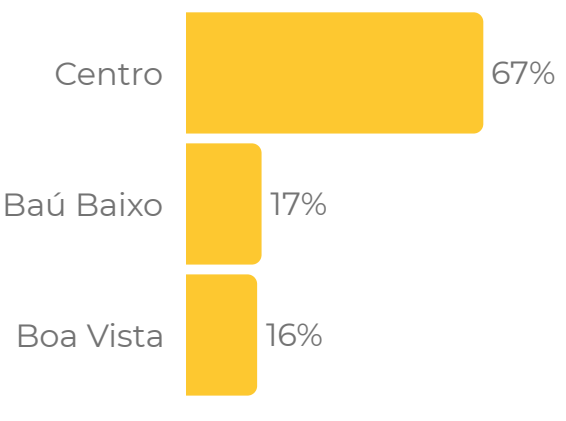
PENHA



PORTO BELO



ILHOTA



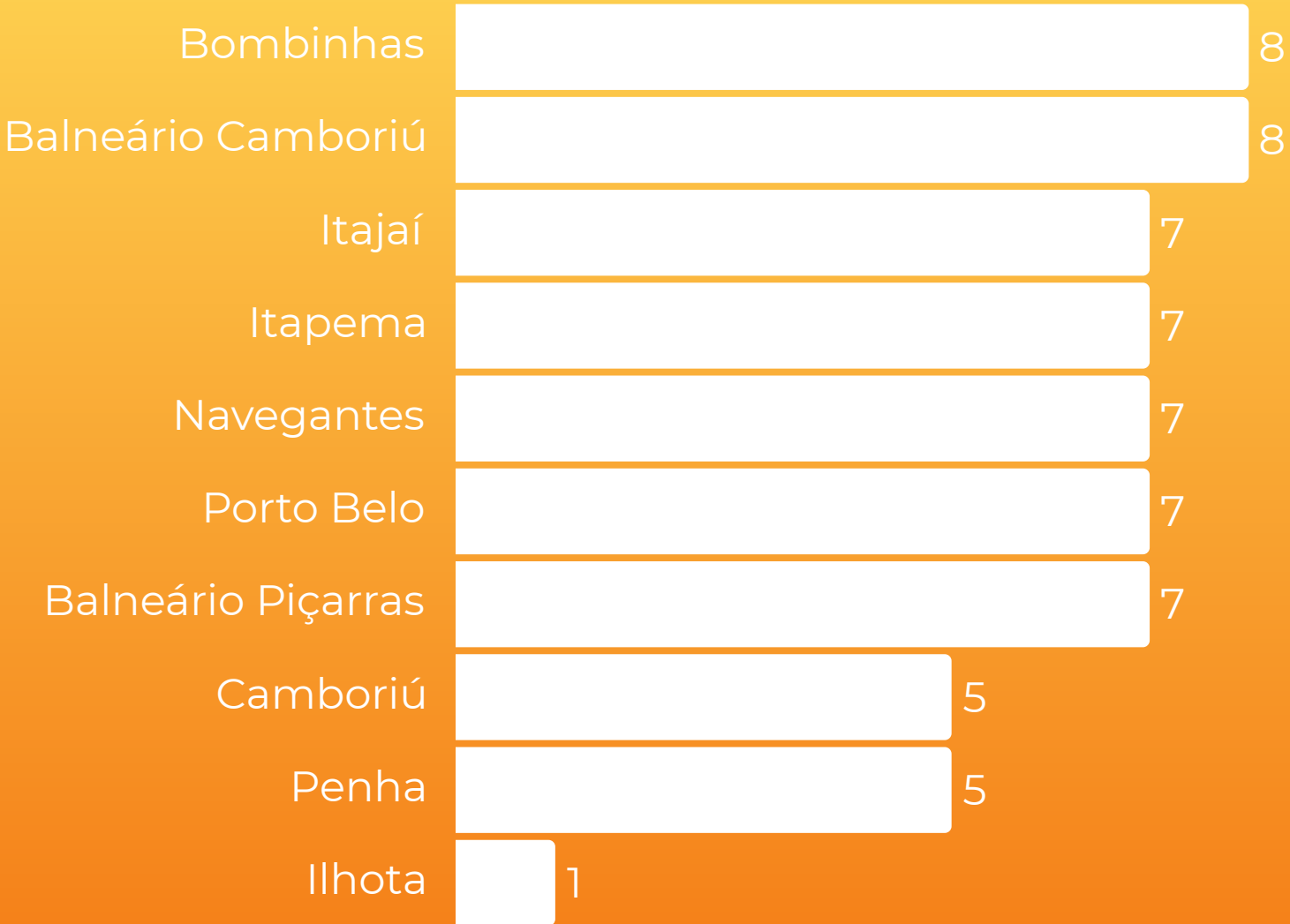
ACOMODAÇÃO E VISITA

11. Quantas noites pretende ficar hospedado nesse município?

07 NOITES
MÉDIA GERAL

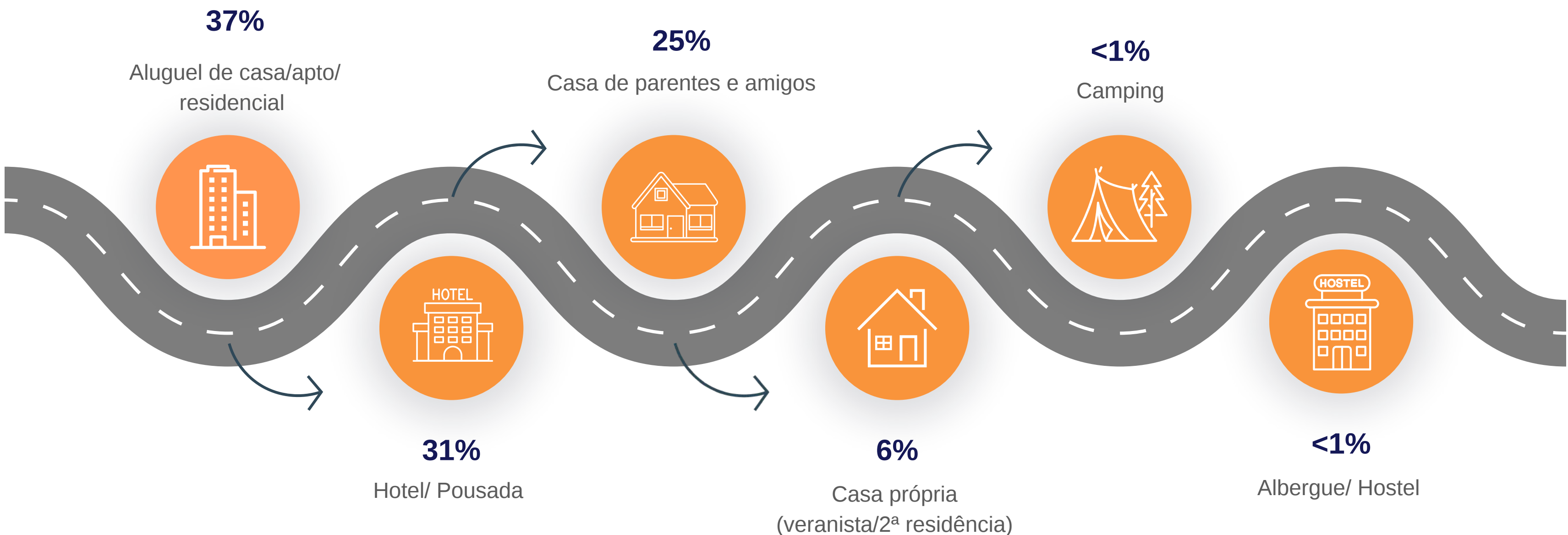
A média de pernoites nas cidades da Costa Verde & Mar são de 7 noites, com Bombinhas e Balneário Camboriú ficando acima da média. A média de noites por estrangeiros teve um leve aumento, sendo uma média de 9 noites.

MÉDIA DE NOITES POR CIDADE



ACOMODAÇÃO E VISITA

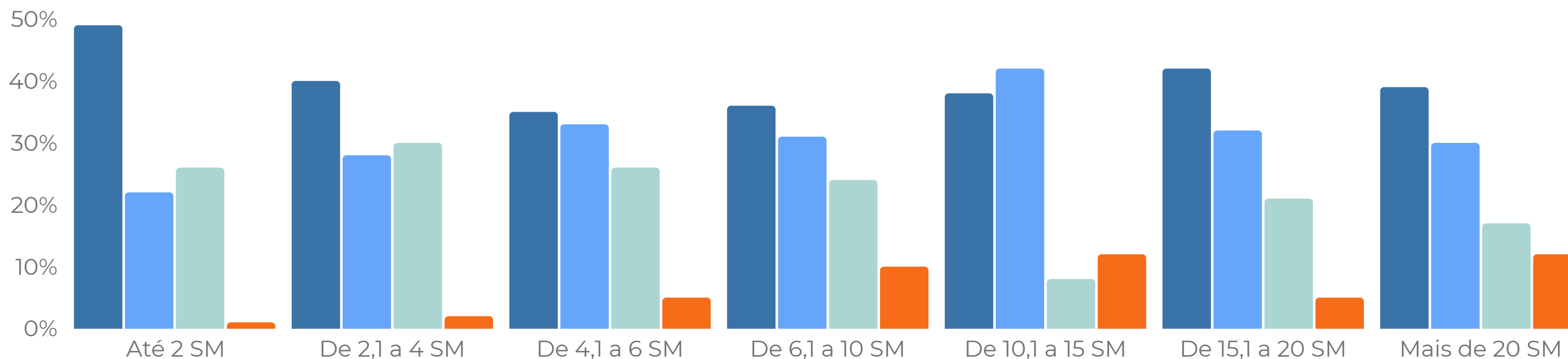
12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada]



ACOMODAÇÃO E VISITA

12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada] x Renda familiar

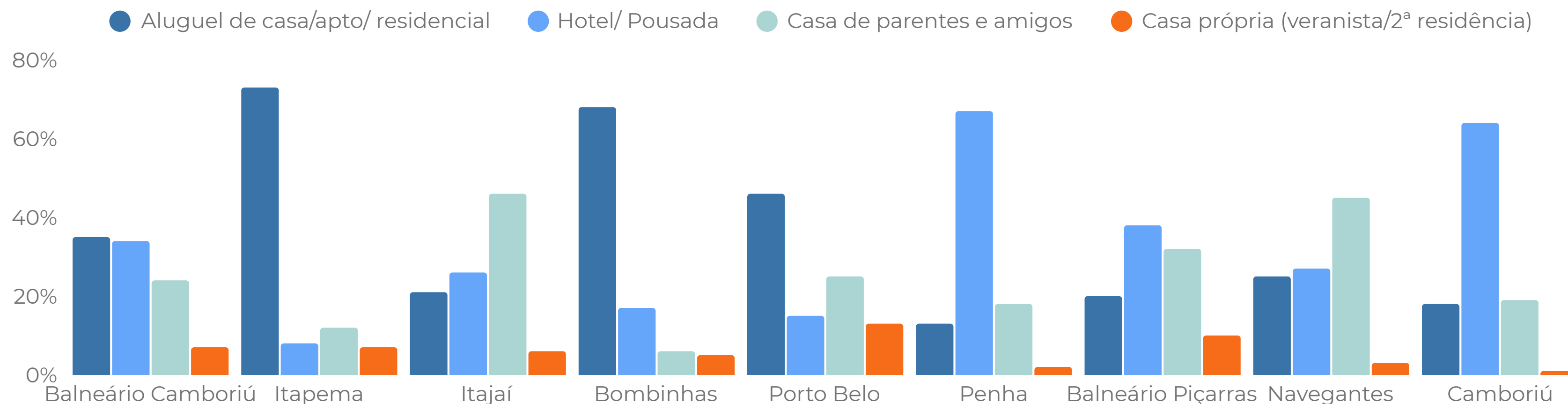
● Aluguel de casa/apto/ residencial ● Hotel/ Pousada ● Casa de parentes e amigos
● Casa própria (veranista/2ª residência)



A escolha do tipo de acomodação varia conforme a renda familiar. Famílias com até 2 salários mínimos preferem majoritariamente alugar casas ou apartamentos. Conforme a renda aumenta, há uma distribuição mais equilibrada entre aluguel, hotéis/pousadas e estadias em casas de parentes e amigos. A partir da faixa de 6 salários mínimos, começa a aparecer com mais frequência o uso de casa própria (segunda residência), especialmente entre os mais altos rendimentos.

ACOMODAÇÃO E VISITA

12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada] x Destino dos entrevistados

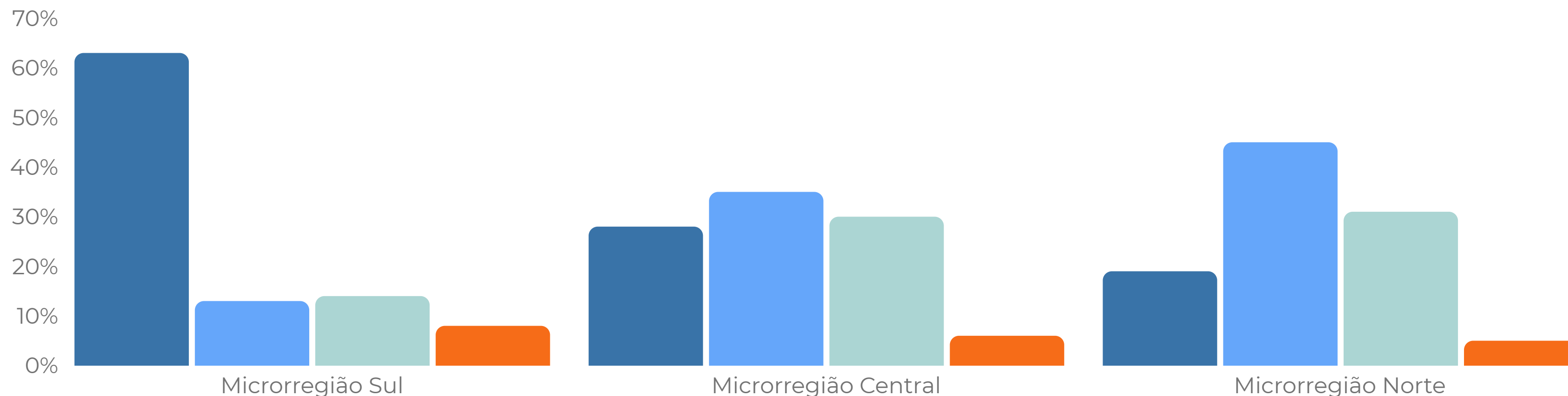


O tipo de acomodação varia significativamente conforme o destino dos entrevistados. Em Itapema e Bombinhas, predominam os que optam por aluguel de casa/apto. Já em Camboriú e Penha, observa-se uma preferência por hotel/pousada. Em Itajaí e Navegantes, destaca-se a estadia na casa de parentes e amigos. A casa própria (segunda residência) aparece em menor proporção em todos os destinos.

ACOMODAÇÃO E VISITA

12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada] x Destino dos entrevistados

- Aluguel de casa/apto/ residencial
- Hotel/ Pousada
- Casa de parentes e amigos
- Casa própria (veranista/2ª residência)

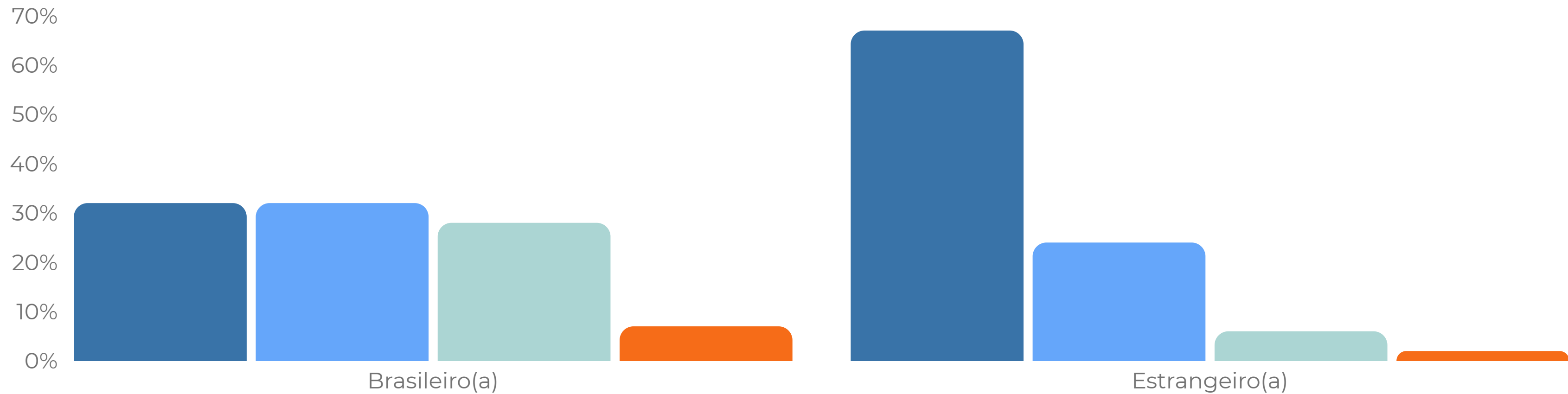


Na Microrregião Sul, o aluguel de casa/apto/residencial é o tipo de acomodação mais utilizado, com ampla predominância em relação às demais opções. Já na Microrregião Central, há maior equilíbrio entre as três principais modalidades: aluguel, hotel/pousada e casa de parentes/amigos. Na Microrregião Norte, destaca-se a preferência por hotel/pousada, enquanto a estadia em casa de parentes/amigos também tem presença significativa. A utilização de casa própria como segunda residência aparece com proporções semelhantes nas três regiões, sempre de forma secundária.

ACOMODAÇÃO E VISITA

12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada] x É estrangeiro?

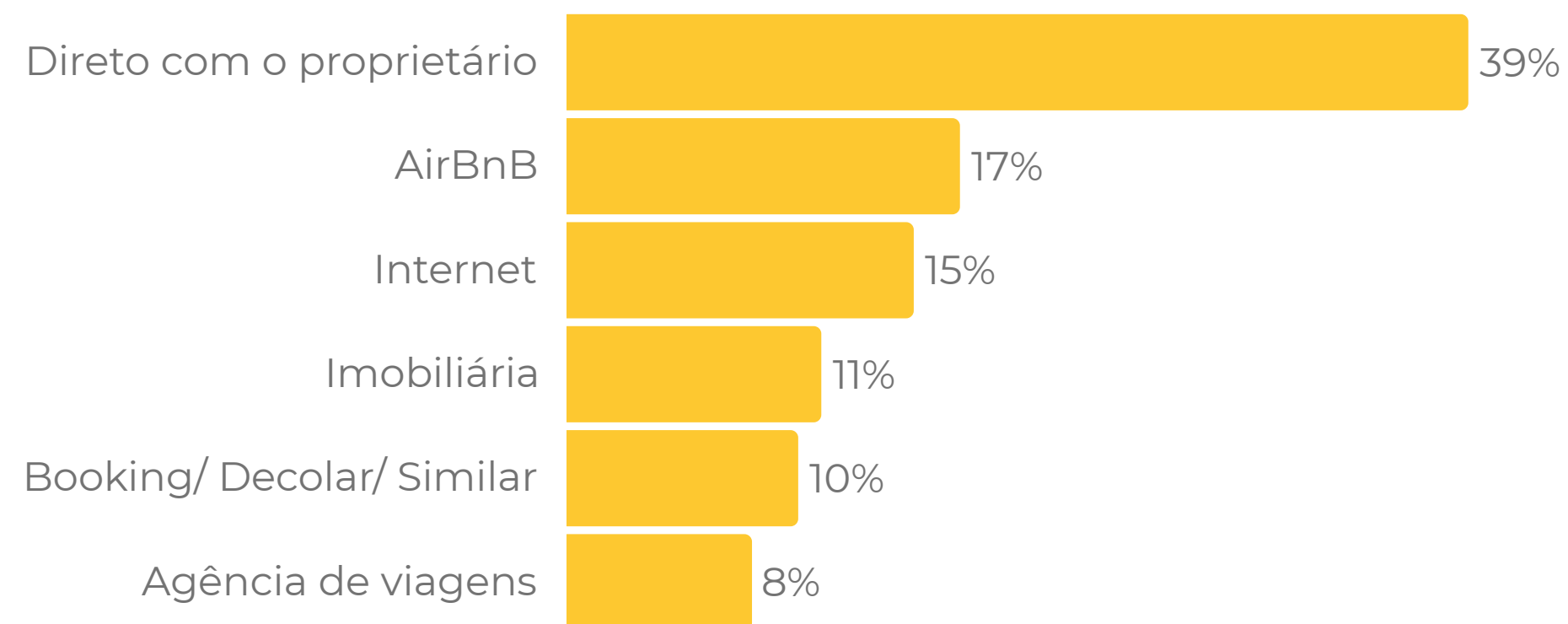
- Aluguel de casa/apto/ residencial
- Hotel/ Pousada
- Casa de parentes e amigos
- Casa própria (veranista/2ª residência)



O padrão de hospedagem não difere entre brasileiros e estrangeiros. Enquanto os brasileiros se dividem entre aluguel de imóveis, hotéis e casas de parentes, os estrangeiros demonstram preferência marcante por aluguel de residências, com menor uso de hospedagens familiares e ligeiramente maior presença em imóveis próprios.

ACOMODAÇÃO E VISITA

13. Em relação à acomodação, como foi feita a reserva/locação?[RU – Estimulada]

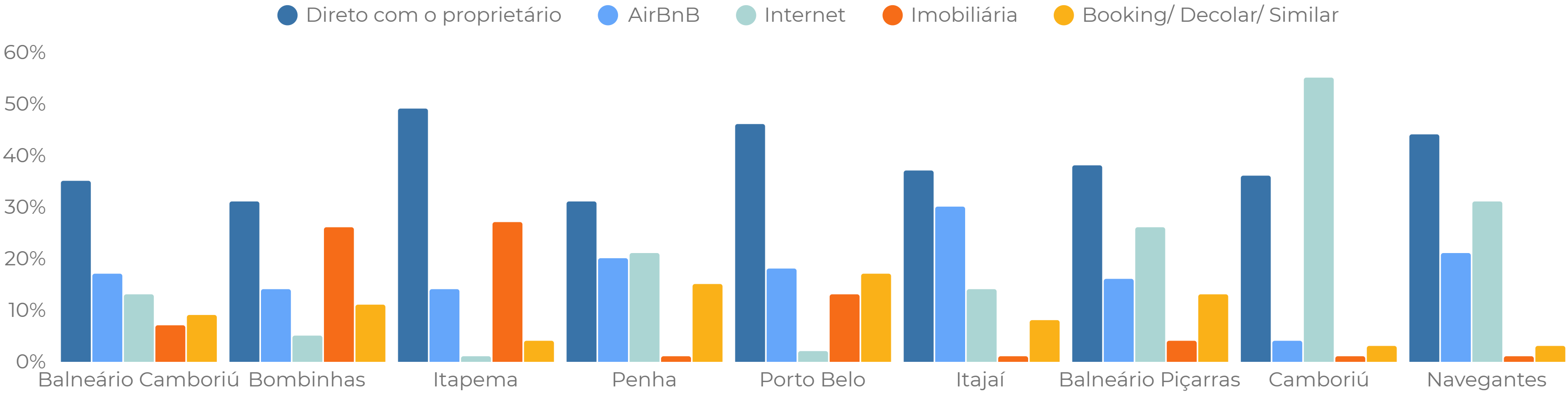


A maioria dos entrevistados realizou a reserva de hospedagem diretamente com o proprietário. Plataformas digitais como AirBnB, sites diversos e imobiliárias aparecem como canais relevantes, mas com menor participação. A utilização de agências de viagens e sites como Booking/Decolar foi menos expressiva no conjunto geral de respostas.

ACOMODAÇÃO E VISITA

13. Em relação à acomodação, como foi feita a reserva/locação?[RU – Estimulada] x Destino dos entrevistados

GERAL

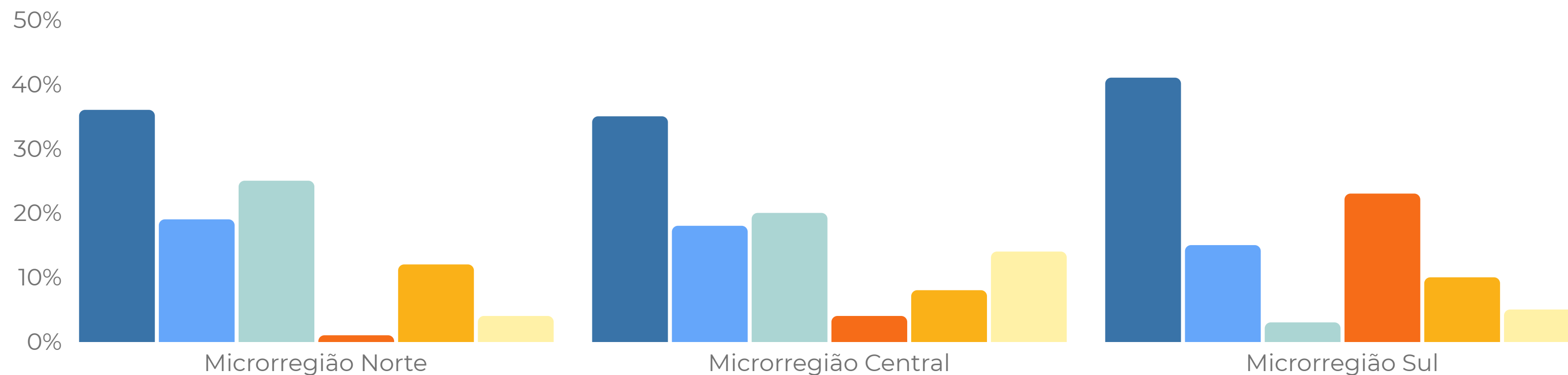


As formas de reserva variam consideravelmente entre os destinos turísticos analisados. Em Itapema e Porto Belo, predomina o contato direto com o proprietário. Camboriú e Navegantes têm maior uso de plataformas online como “Internet” e “AirBnB”. Em Bombinhas, destaca-se a participação das imobiliárias. O uso de sites como Booking/Decolar aparece de forma mais dispersa, com menor concentração em destinos específicos.

ACOMODAÇÃO E VISITA

13. Em relação à acomodação, como foi feita a reserva/locação?[RU – Estimulada] x Microrregião

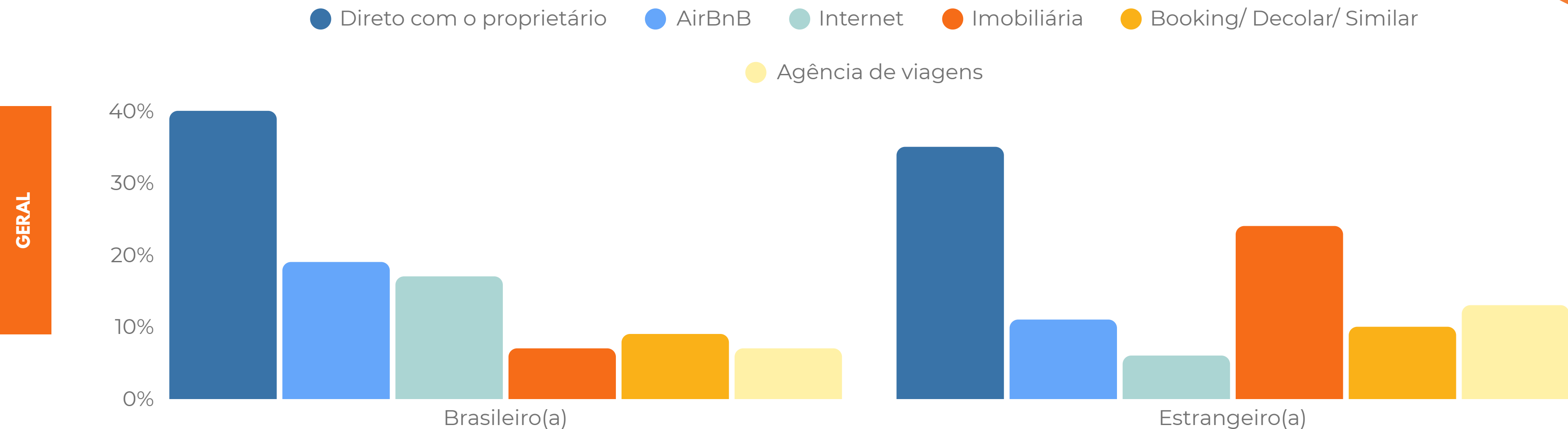
● Direto com o proprietário ● AirBnB ● Internet ● Imobiliária ● Booking/ Decolar/ Similar
● Agência de viagens



Na análise por microrregião, observa-se que o contato direto com o proprietário é a forma de reserva mais frequente em todas as áreas, especialmente na microrregião Sul. A presença de imobiliárias é mais expressiva também na microrregião Sul, enquanto o uso da Internet e de plataformas como AirBnB e Booking é mais equilibrado entre as microrregiões Norte e Central. As agências de viagens aparecem de forma pontual, com maior incidência na microrregião Central.

ACOMODAÇÃO E VISITA

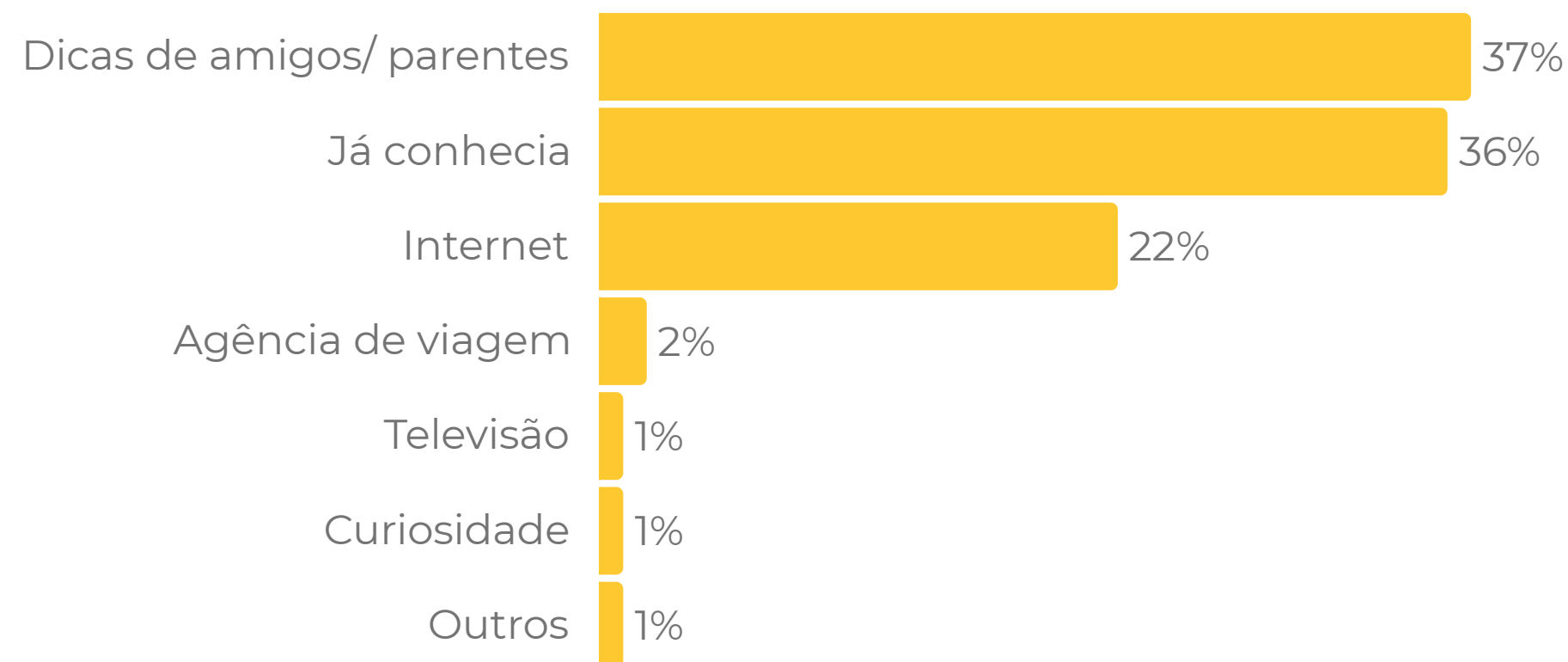
13. Em relação à acomodação, como foi feita a reserva/locação?[RU – Estimulada] x É estrangeiro?



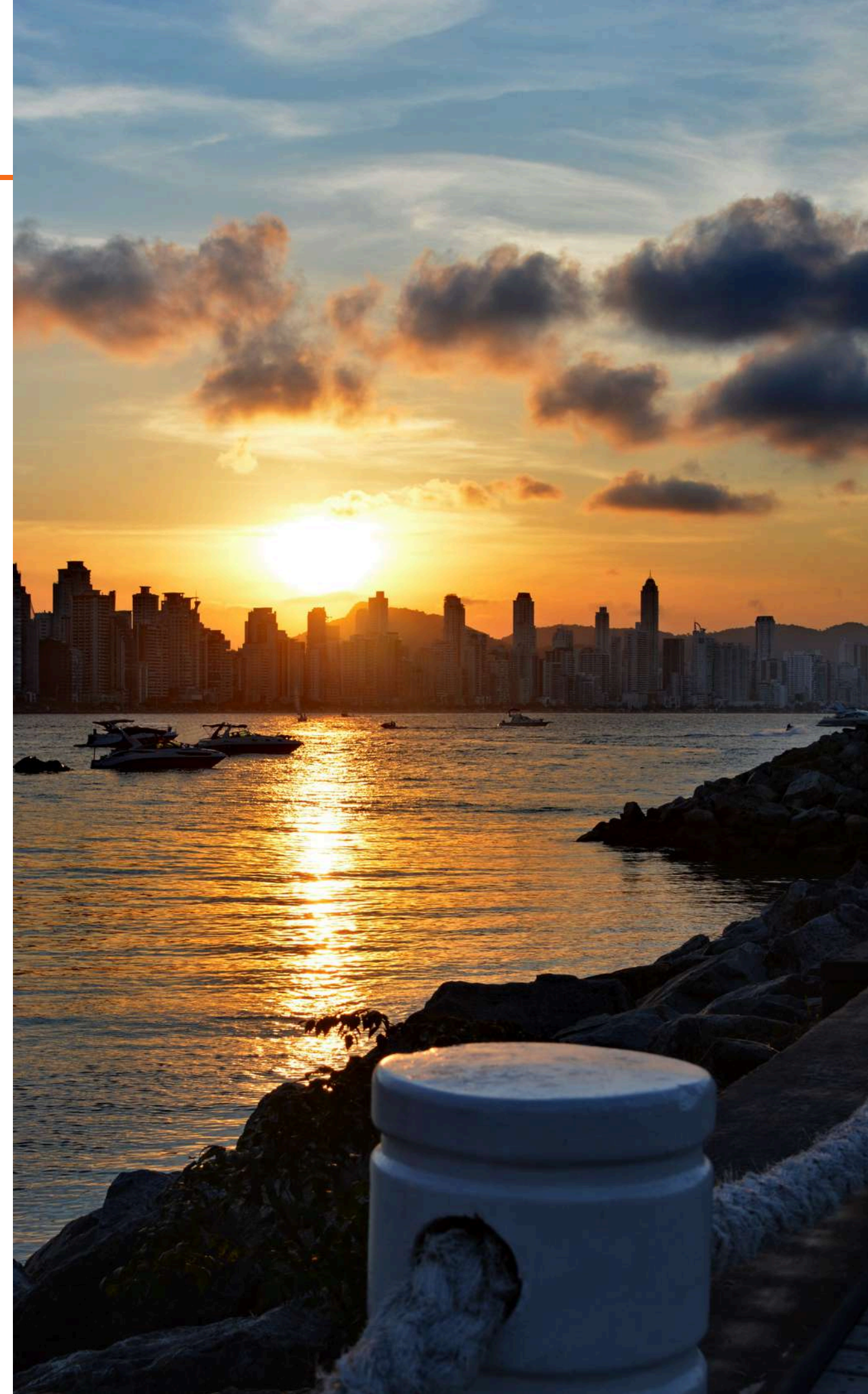
Brasileiros tendem a realizar reservas de acomodação diretamente com o proprietário, enquanto entre os estrangeiros é mais comum o uso de imobiliárias. AirBnB e reservas pela Internet também aparecem com certa frequência entre os brasileiros, enquanto os estrangeiros apresentam distribuição mais diversificada entre as opções, com presença relevante de agências de viagens e plataformas como Booking/Decolar.

ACOMODAÇÃO E VISITA

23. Como você conheceu o município em que está hospedado? [RU – Estimulada]



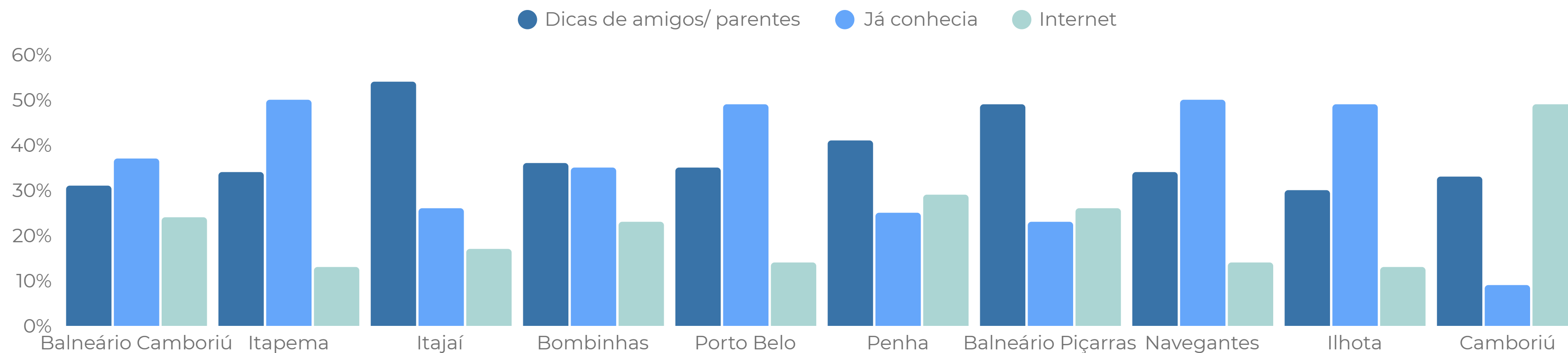
A maioria dos visitantes conheceu o município por meio de indicações de amigos ou parentes, seguida de um grupo expressivo que já conhecia o destino anteriormente. A internet também se destaca como uma fonte relevante de descoberta, enquanto meios formais como agências de viagem, televisão e outras fontes apresentam participação bastante reduzida.



ACOMODAÇÃO E VISITA

23. Como você conheceu o nosso município? [RU – Estimulada] x Destino dos entrevistados

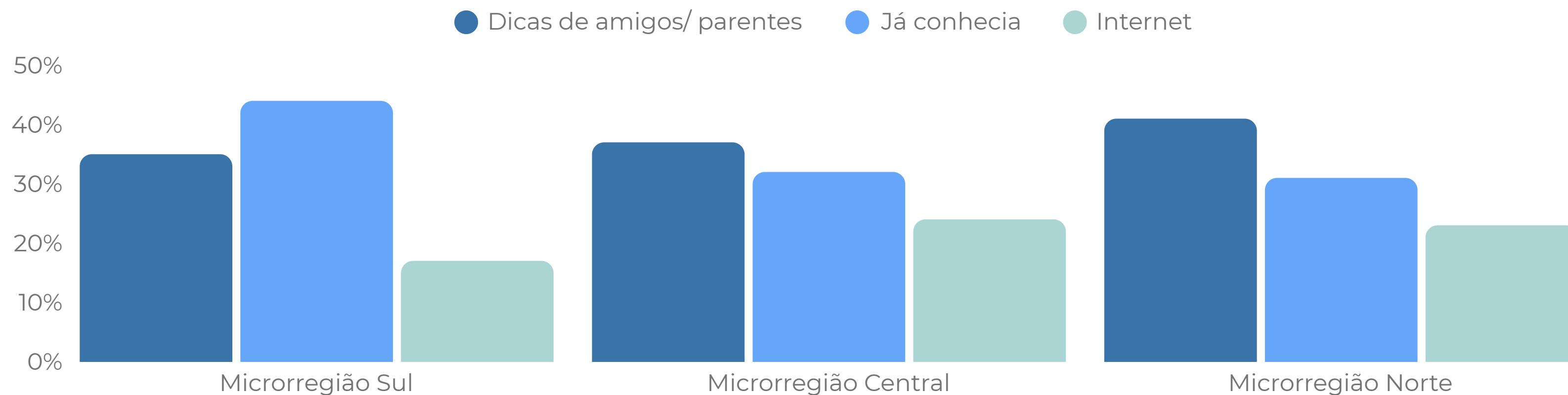
GERAL



Os dados revelam que a maioria dos visitantes conheceu os destinos turísticos por meio de dicas de amigos ou parentes, com destaque para Itajaí e Balneário Piçarras. Já o conhecimento prévio do local se destaca principalmente em Navegantes, Ilhota e Porto Belo. O uso da internet como fonte de informação é mais expressivo em Camboriú, contrastando com os demais destinos onde teve menor representatividade.

ACOMODAÇÃO E VISITA

23. Como você conheceu o nosso município? [RU – Estimulada] x Microrregião



Na análise por microrregião, observa-se que a principal forma de conhecimento sobre os municípios varia conforme a localidade: o reconhecimento prévio é mais relevante na Microrregião Sul, enquanto as dicas de amigos ou parentes predominam na Microrregião Norte. Já o uso da internet como fonte de informação apresenta proporções mais equilibradas entre as três regiões, porém sempre em menor destaque.

ACOMODAÇÃO E VISITA

24. Como você planejou e escolheu os locais e atrações da cidade? [RM – Espontânea]

O planejamento e escolha de locais para visita  o nas cidades s o realizados majoritariamente por conta pr pria, com 60% dos entrevistados relatando ter escolhido por conta pr pria os locais e atra  es.

GERAL



61%

Por conta
pr pria



20%

Consulta a
internet



15%

Dicas de
amigos/parentes



4%

Ag ncia de
viagens



<1%

Consulta de guias
de informa  es
tur sticas

ACOMODAÇÃO E VISITA

14. Você já esteve no município antes?[RU – Estimulada]

Turistas brasileiros:



Turistas estrangeiros:

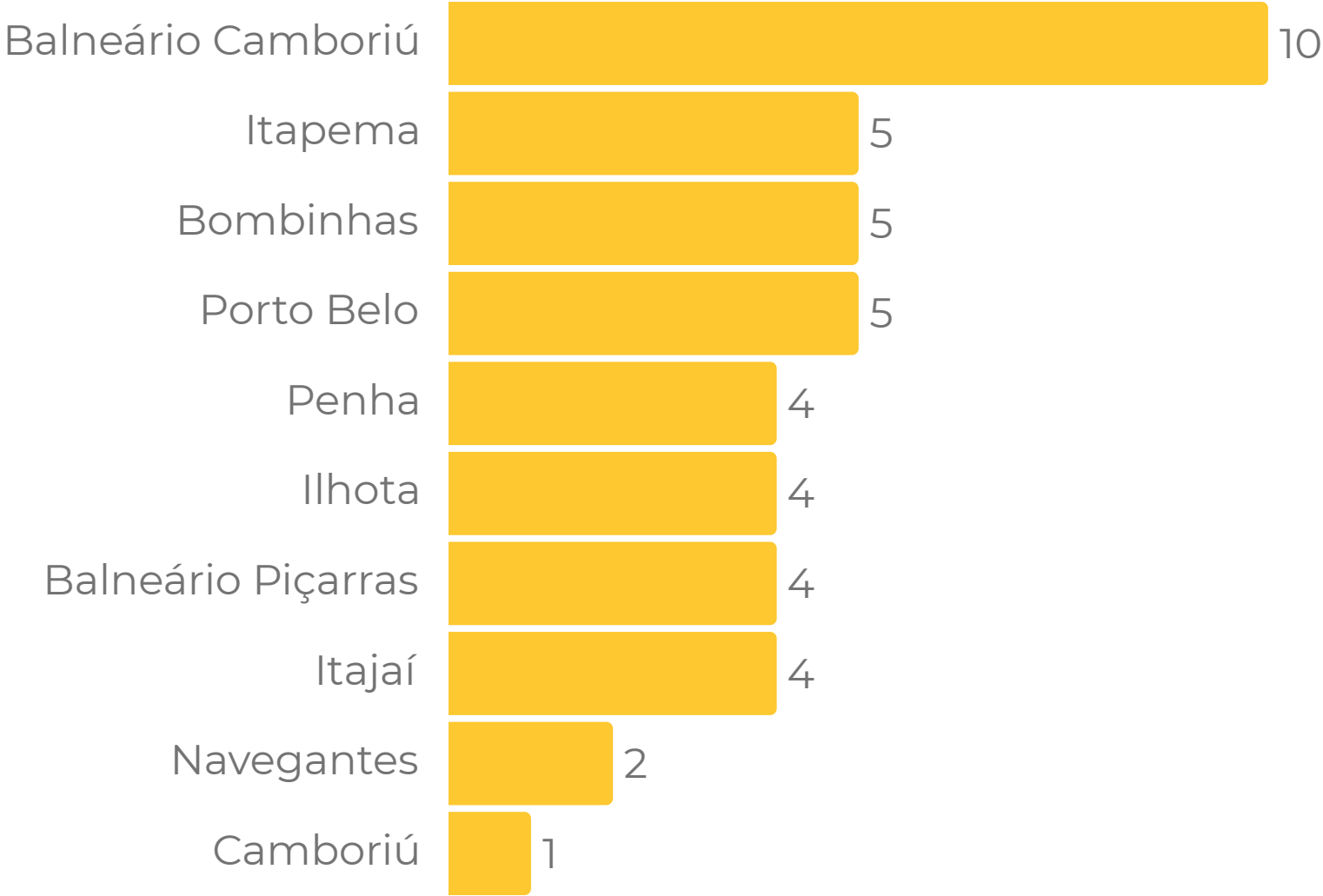


	Sim	Não
Itapema	82%	18%
Balneário Camboriú	77%	23%
Bombinhas	76%	24%
Ilhota	75%	25%
Porto Belo	73%	27%
Itajaí	66%	34%
Navegantes	64%	36%
Balneário Piçarras	61%	39%
Penha	55%	45%
Camboriú	27%	73%

A maioria dos turistas, tanto brasileiros quanto estrangeiros, já havia visitado o município anteriormente. Destinos como Itapema, Balneário Camboriú e Bombinhas apresentam maior recorrência de visitas, enquanto locais como Camboriú, Balneário Piçarras e Penha concentram maior proporção de visitantes de primeira viagem.

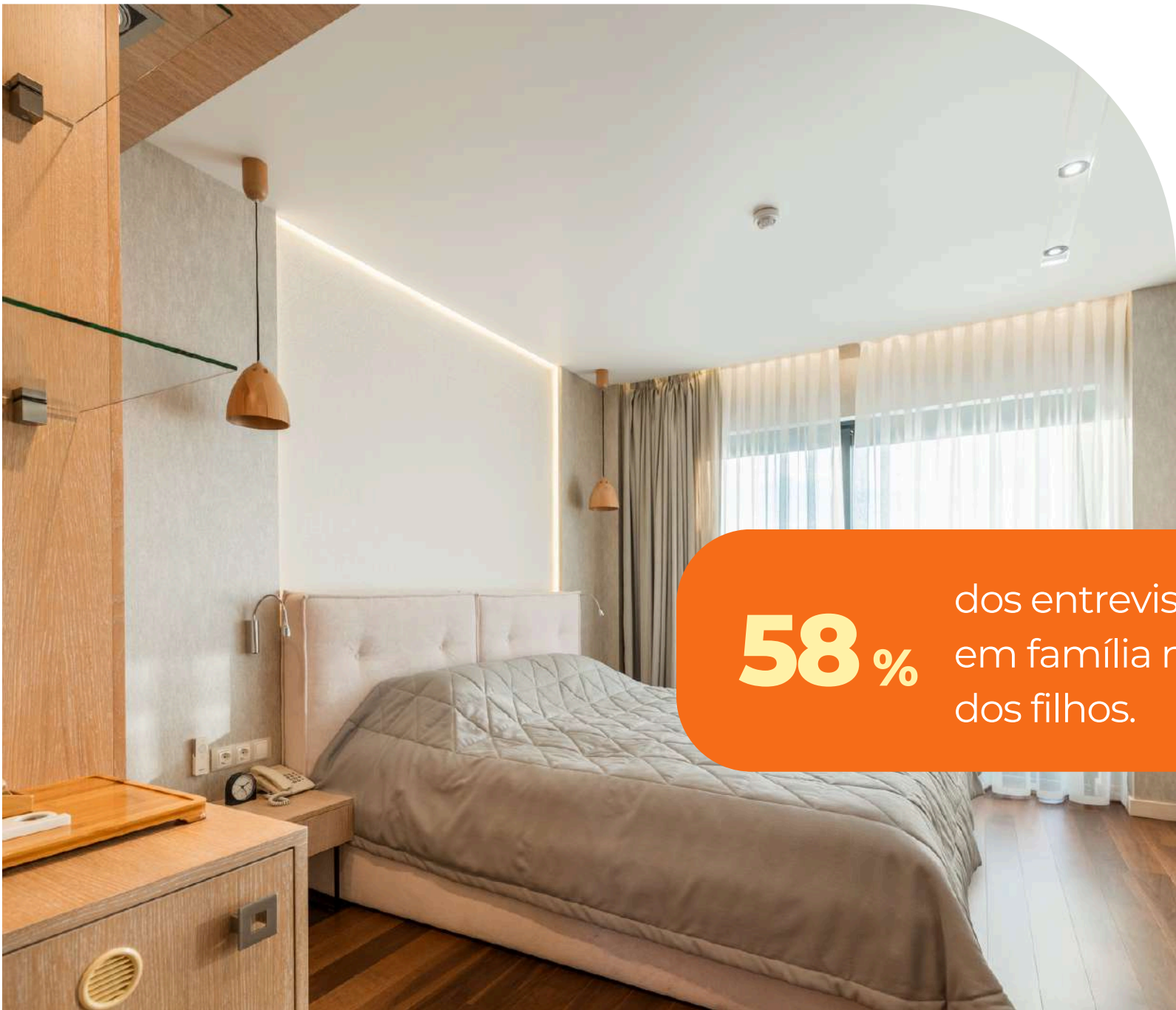
ACOMODAÇÃO E VISITA

14.1. Quantas vezes já se hospedou nesta cidade, excluindo essa vez? *Média por município*



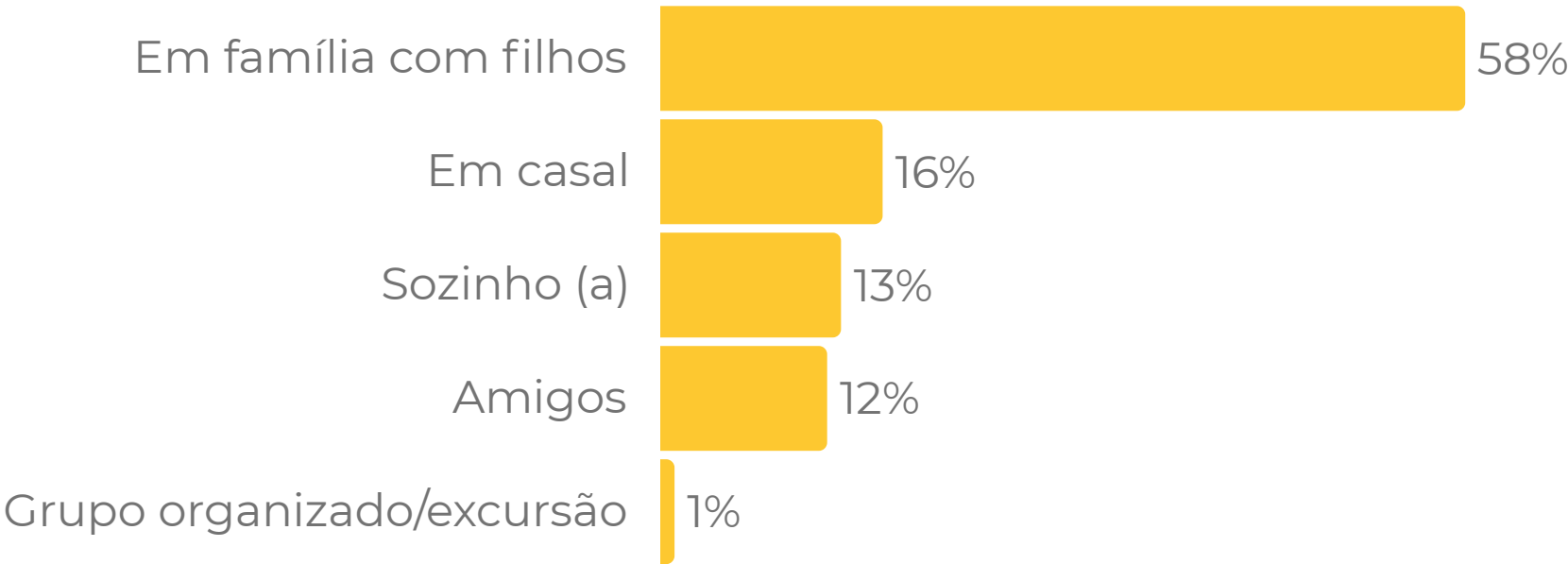
ACOMODAÇÃO E VISITA

15. Com quem está viajando? [RU – Estimulada]



58%

dos entrevistados viajam em família na companhia dos filhos.



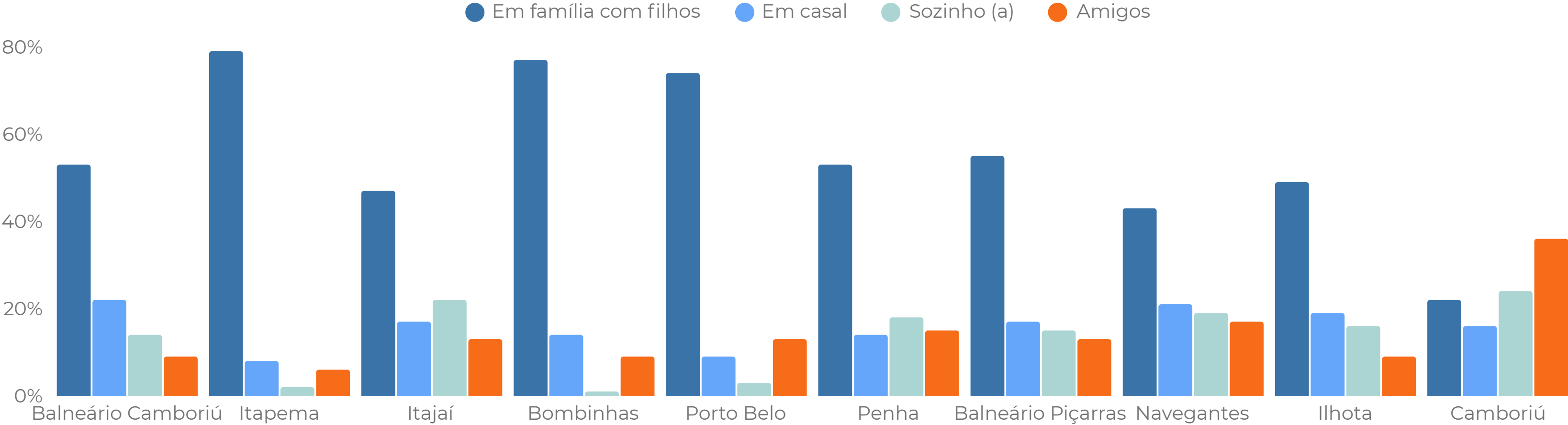
16. Quantas pessoas estão viajando com você:

No geral, a **média é de 4 pessoas** viajando, já que o mais frequente é que a viagem seja em família.

ACOMODAÇÃO E VISITA

15. Com quem esta viajando? [RU – Estimulada]

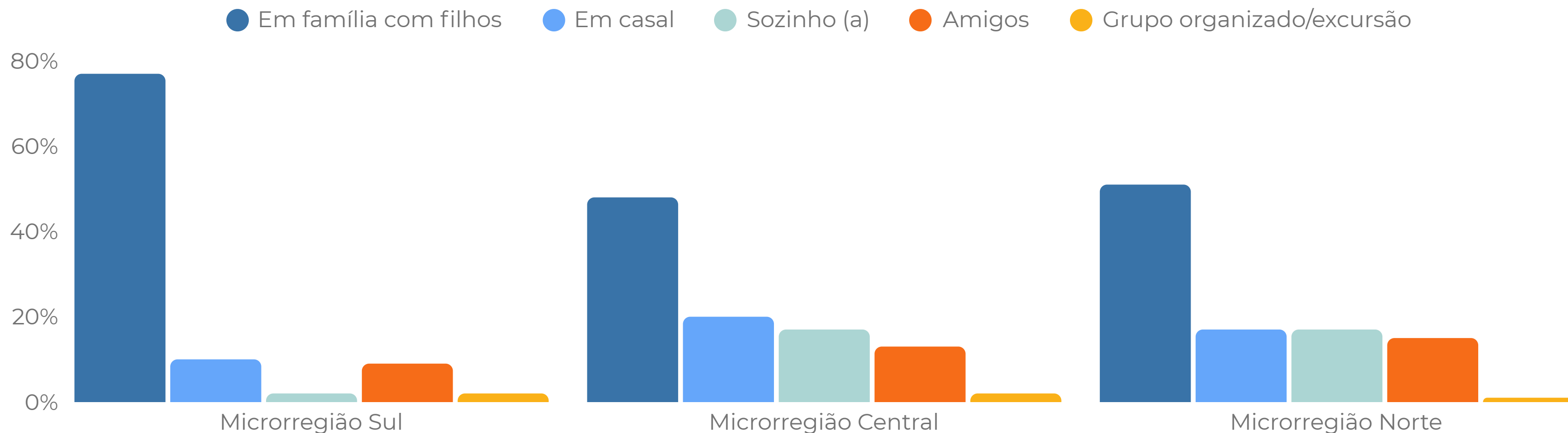
GERAL



A maioria dos visitantes viaja em família com filhos, com destaque expressivo em destinos como Itapema, Bombinhas e Porto Belo. As viagens em casal aparecem como segunda principal forma de viagem, especialmente em Balneário Camboriú e Itajaí. Já as viagens com amigos e individuais têm menor representatividade, com exceção de Camboriú, onde esses dois perfis apresentam proporções mais elevadas em relação aos demais municípios.

ACOMODAÇÃO E VISITA

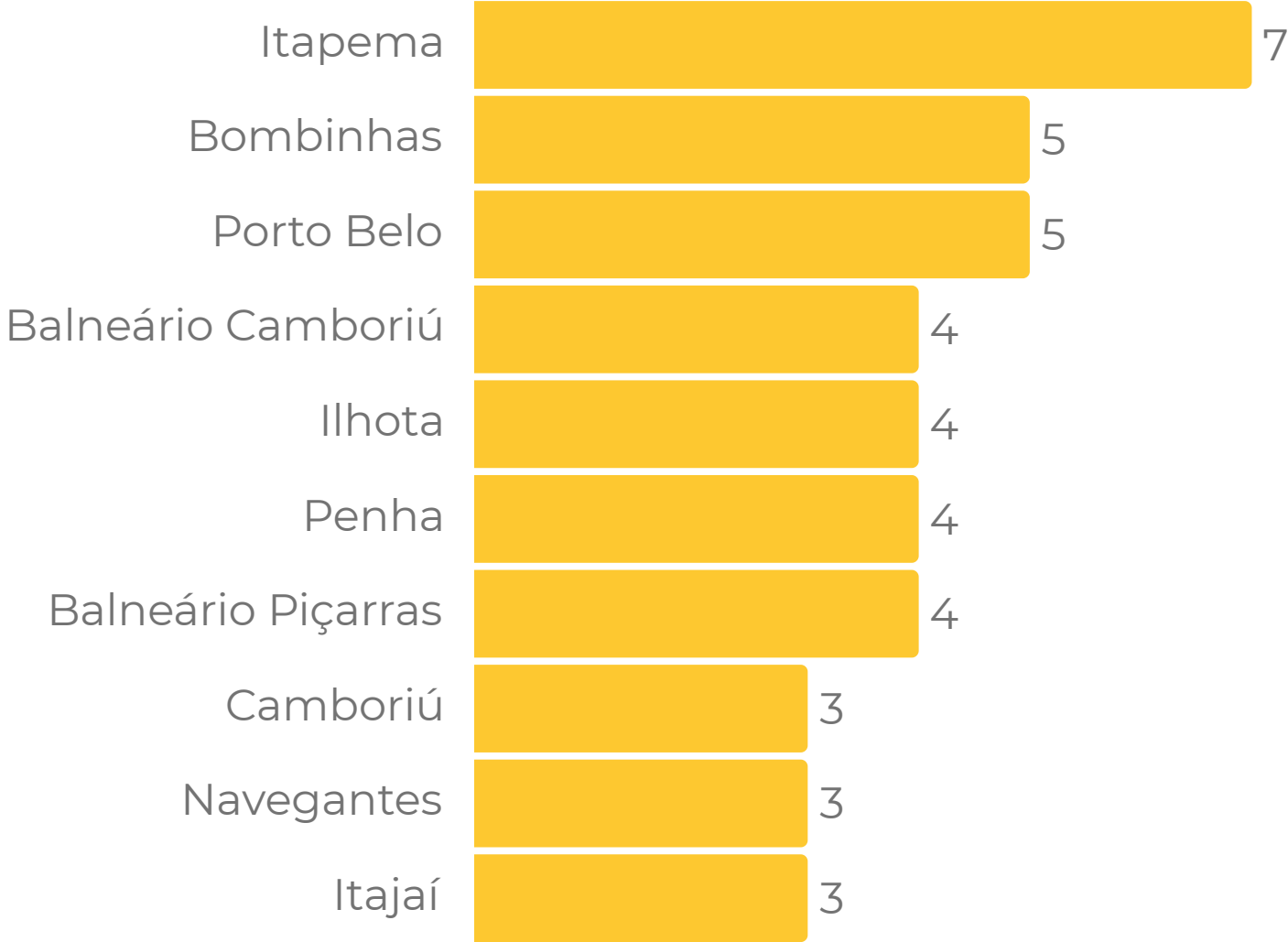
15. Com quem está viajando? [RU – Estimulada] x Microrregião



A viagem em família com filhos é o perfil predominante em todas as microrregiões, com destaque significativo na Microrregião Sul. As viagens em casal e individuais aparecem com maior proporção na Microrregião Central, enquanto o deslocamento com amigos mantém participação similar nas três regiões. A modalidade de grupo organizado ou excursão tem presença muito reduzida em todo o território analisado.

ACOMODAÇÃO E VISITA

16. Quantas pessoas estão viajando com você:



O tamanho dos grupos de viagem apresenta pouca variação entre os destinos analisados. Em média, os viajantes estão acompanhados de quatro pessoas.

ACOMODAÇÃO E VISITA

17. Qual principal meio de transporte utilizado? [RU – Estimulada]

71%

Veículo próprio

14%

Avião

8%

Ônibus de linha

4%

Ônibus (grupo/excursão/fretado)

1%

Veículo alugado

1%

Van/Utilitário/Micro-ônibus

1%

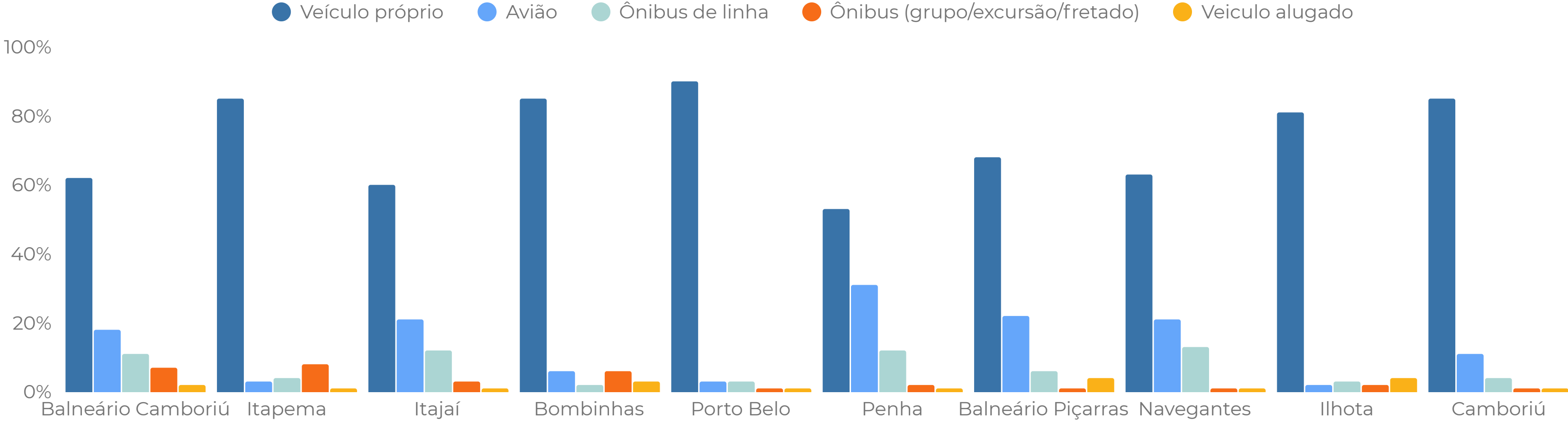
Outros

18. Caso responda avião [RU – Estimulada]



ACOMODAÇÃO E VISITA

17. Qual principal meio de transporte utilizado? [RU – Estimulada] x Destino dos entrevistados

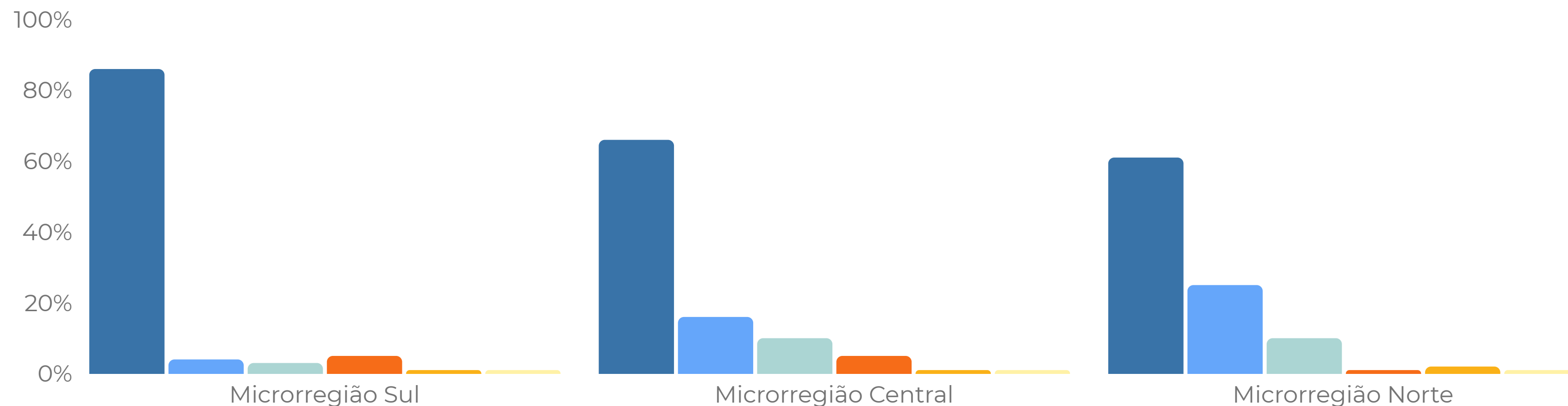


O transporte mais utilizado pelos visitantes é o veículo próprio, com ampla predominância em todos os destinos, especialmente em Porto Belo, Bombinhas e Camboriú. O uso de avião tem maior presença em Balneário Camboriú, Penha e Itajaí, enquanto os ônibus de linha e excursão apresentam participação reduzida e pontual. O uso de veículo alugado é o menos frequente entre os meios analisados.

ACOMODAÇÃO E VISITA

17. Qual principal meio de transporte utilizado? [RU – Estimulada] x Microrregião

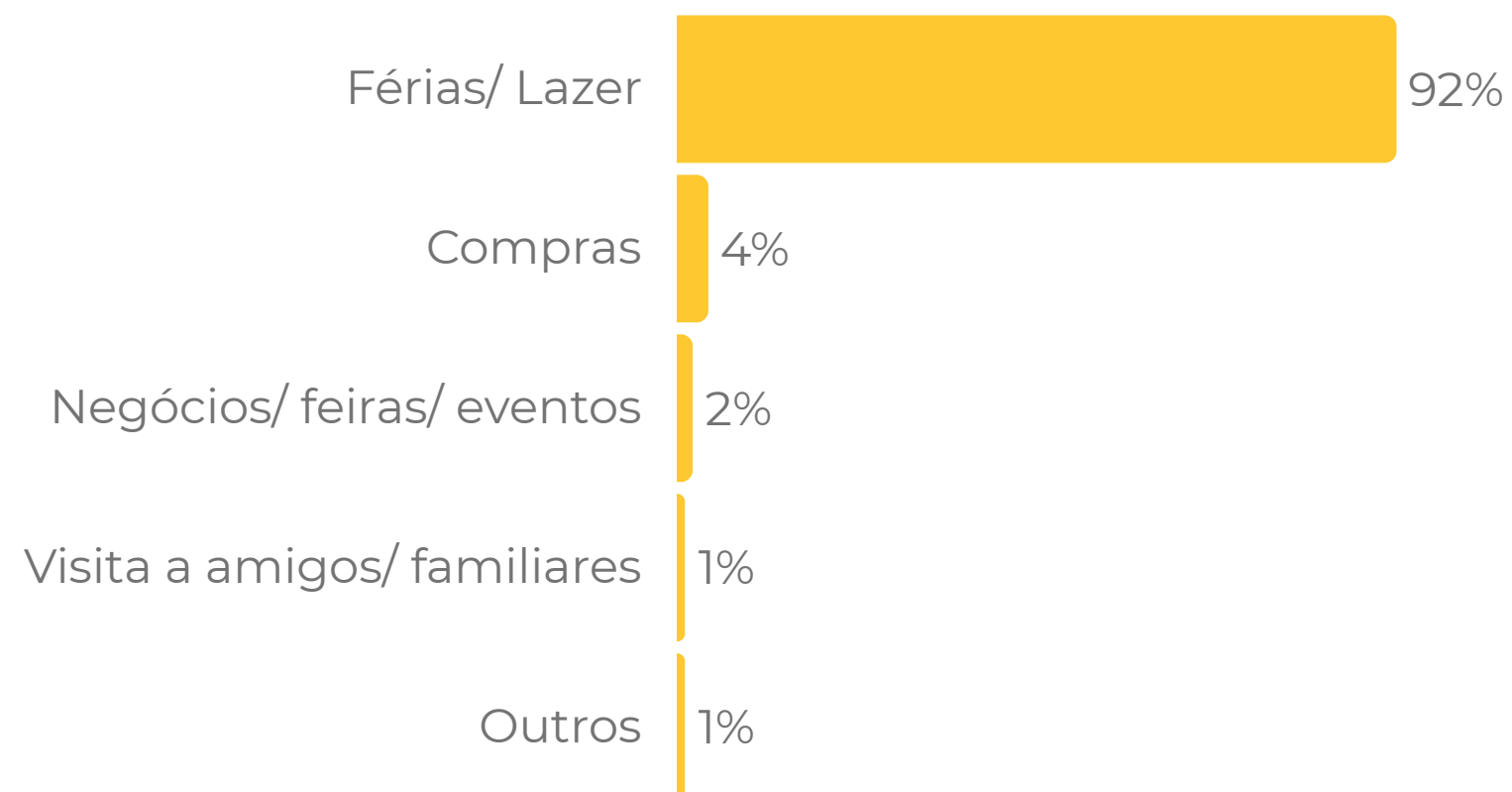
- Veículo próprio
- Avião
- Ônibus de linha
- Ônibus (grupo/excursão/fretado)
- Veículo alugado
- Van/Utilitário/Micro-ônibus



O veículo próprio é o principal meio de transporte em todas as microrregiões, com destaque ainda maior na Microrregião Sul. O uso de avião é mais expressivo na Microrregião Norte e Central, enquanto os demais meios, como ônibus de linha, excursões e veículos alugados, apresentam baixa participação e distribuição uniforme entre as regiões.

ACOMODAÇÃO E VISITA

19. Motivo da viagem? [RU – Estimulada]

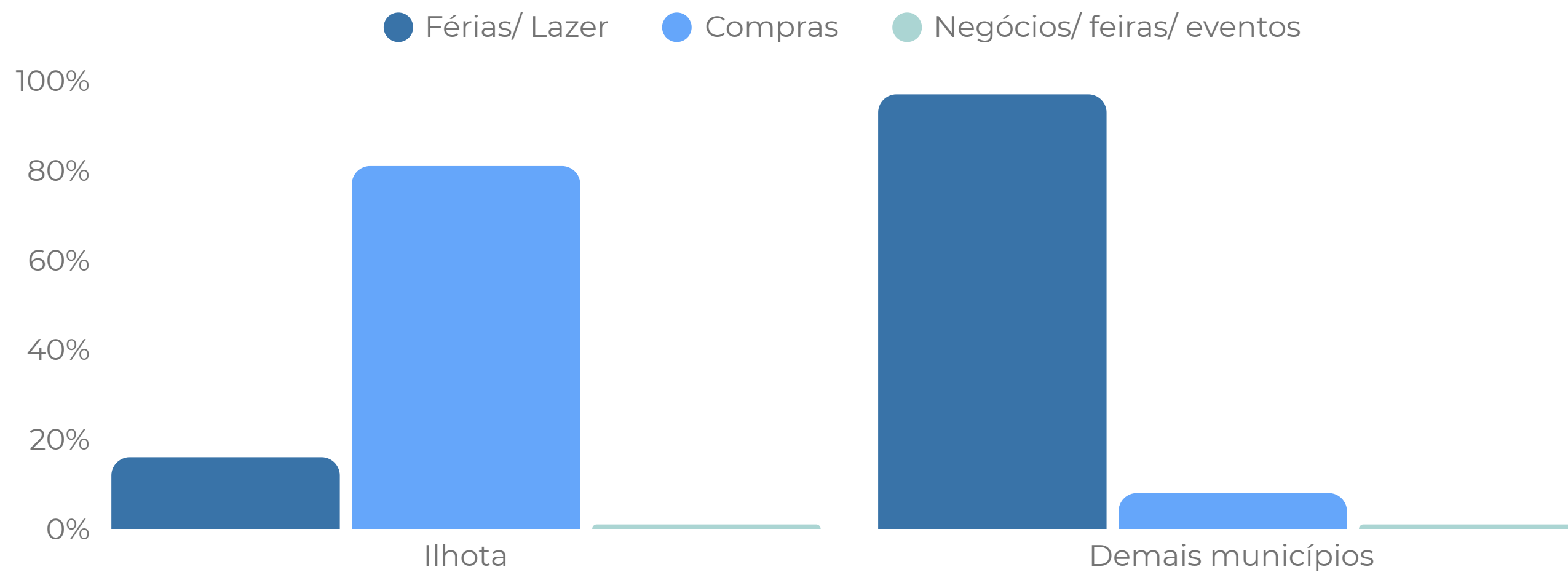


A motivação predominante para a viagem é o turismo de férias e lazer, que se destaca amplamente em relação aos demais motivos. Outras razões, como compras, negócios ou visitas a familiares e amigos, aparecem com baixa representatividade entre os entrevistados.



ACOMODAÇÃO E VISITA

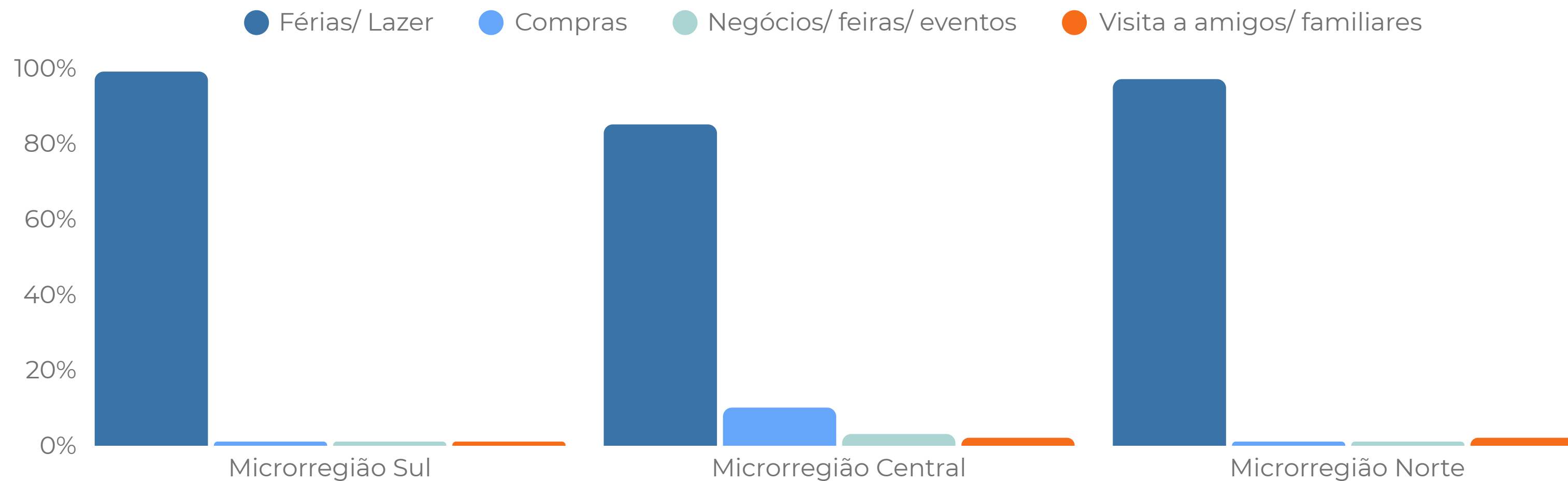
19. Motivo da viagem? [RU – Estimulada] x Destino dos entrevistados



Ilhota se diferencia dos demais municípios analisados por ser um polo comercial, especialmente no setor de moda íntima e fitness, atraindo visitantes com foco em compras. Diferente de destinos turísticos tradicionais da região, que são impulsionados pelo lazer e férias, onde o principal motivo da viagem se mantém na mesma proporção do cenário geral.

ACOMODAÇÃO E VISITA

19. Motivo da viagem? [RU – Estimulada] x Microrregião



O turismo de férias e lazer é o principal motivo de viagem em todas as microrregiões, com destaque absoluto nas microrregiões Sul e Norte. Na região Central, aparecem ainda, em menor proporção, motivos como compras, negócios ou visitas a familiares, embora com baixa representatividade.

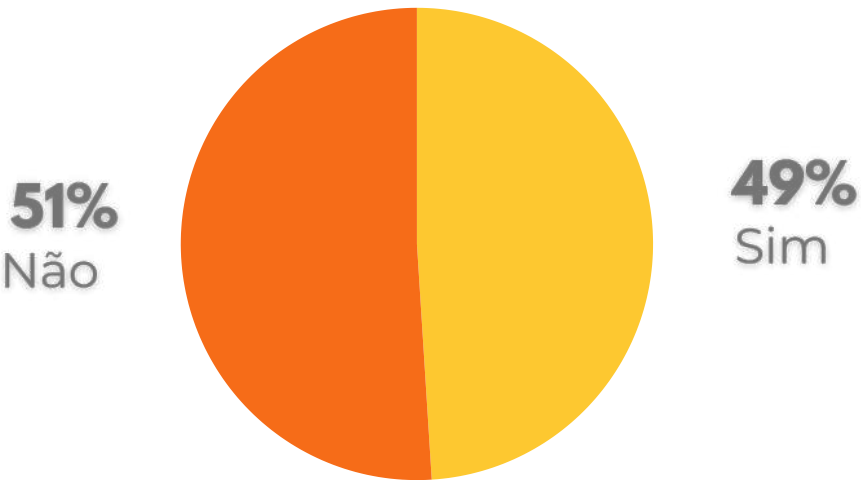
ACOMODAÇÃO E VISITA

20. Você visitou outro (s) município (s) de Santa Catarina nessa estadia?[RU – Estimulada]

Turistas brasileiros:



Turistas estrangeiros:



	Sim	Não
Navegantes	69%	31%
Itajaí	58%	42%
Penha	50%	50%
Balneário Camboriú	44%	56%
Balneário Piçarras	42%	58%
Bombinhas	37%	63%
Itapema	36%	64%
Porto Belo	34%	66%
Camboriú	24%	76%
Ilhota	9%	91%

Os turistas estrangeiros tendem a circular mais entre os municípios de Santa Catarina durante a estadia, enquanto a maioria dos brasileiros permanece no destino principal da viagem. Itajaí e Navegantes se destacam como os locais com maior índice de visita a outros municípios, ao contrário de destinos como Camboriú e Ilhota, onde a permanência foi mais concentrada.

ACOMODAÇÃO E VISITA

21. Caso responda sim, qual outra cidade você visitou?

Balneário Camboriú	26%
Penha	11%
Itajaí	10%
Florianópolis	10%
Bombinhas	10%
Itapema	10%
Navegantes	5%
Porto Belo	4%
Blumenau	2%
Brusque	2%
Balneário Piçarras	2%
Camboriú	1%
Outros	7%

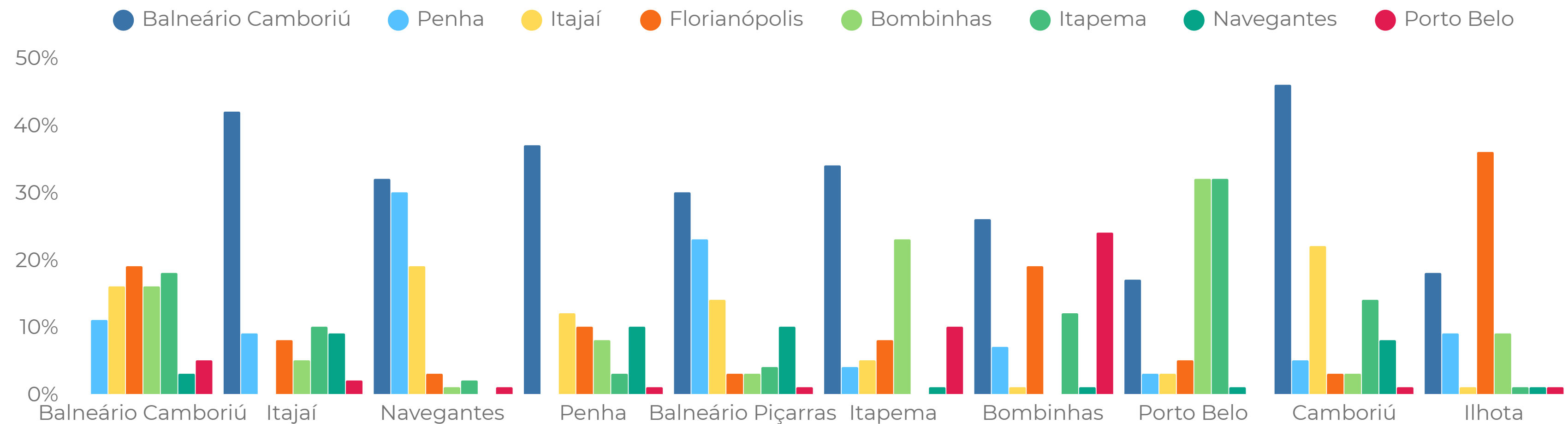
Balneário Camboriú foi o município com a maior incidência de visitas de turistas hospedados em outras cidades, evidenciando seu forte apelo turístico mesmo para aqueles que não a escolheram como destino principal. Esse dado reforça a posição da cidade como um polo de atração regional, capaz de captar visitantes de municípios vizinhos, seja por sua infraestrutura ou entretenimento.



ACOMODAÇÃO E VISITA

10. Você está visitando qual cidade?
21. Caso responda sim, qual outra cidade você visitou?

GERAL



Entre os visitantes que circularam por mais de um destino, Balneário Camboriú e Itajaí foram as cidades mais mencionadas como locais adicionais visitados. Bombinhas, Penha e Itapema também aparecem com frequência entre os trajetos complementares, enquanto cidades como Porto Belo e Camboriú foram pouco citadas como destinos secundários.

ACOMODAÇÃO E VISITA

22. Caso responda sim, qual principal motivo que levou a visita à outra cidade?[RU – Estimulada]



Praias
35%



Lazer
34%



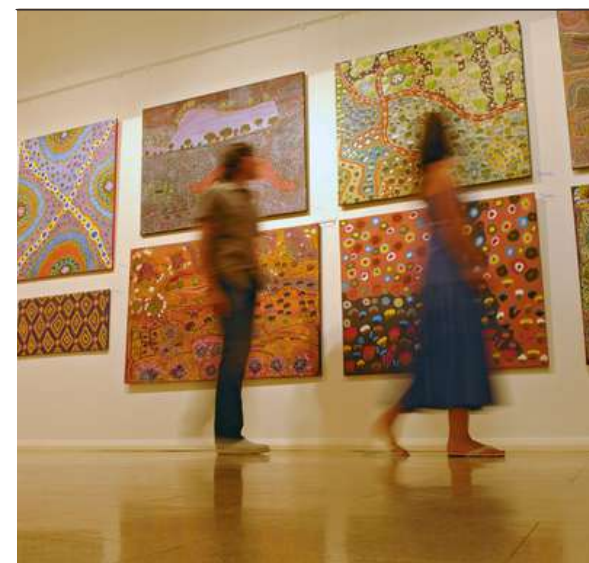
Conhecer outros locais
23%



Compras
4%



Visitar parentes
1%



Cultura
1%



Gastronomia
1%



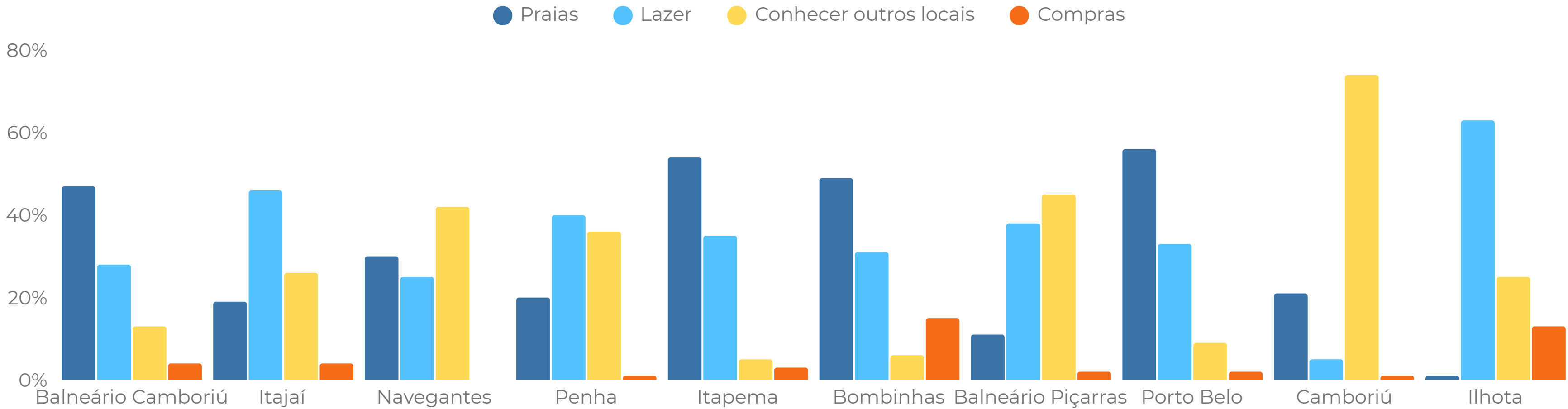
Negócios/ feiras/ eventos
1%

ACOMODAÇÃO E VISITA

21. Caso responda sim, qual outra cidade você visitou?

22. Caso responda sim, qual principal motivo que levou a visita à outra cidade?[RU – Estimulada]

GERAL



As praias se destacam como principal motivo de visita a outras cidades, especialmente em Itapema, Porto Belo e Bombinhas. O lazer aparece com maior frequência em destinos como Ilhota e Itajaí, enquanto a busca por conhecer outros locais lidera em Navegantes e Camboriú. As compras têm baixa relevância no geral, com leve destaque apenas em Ilhota.

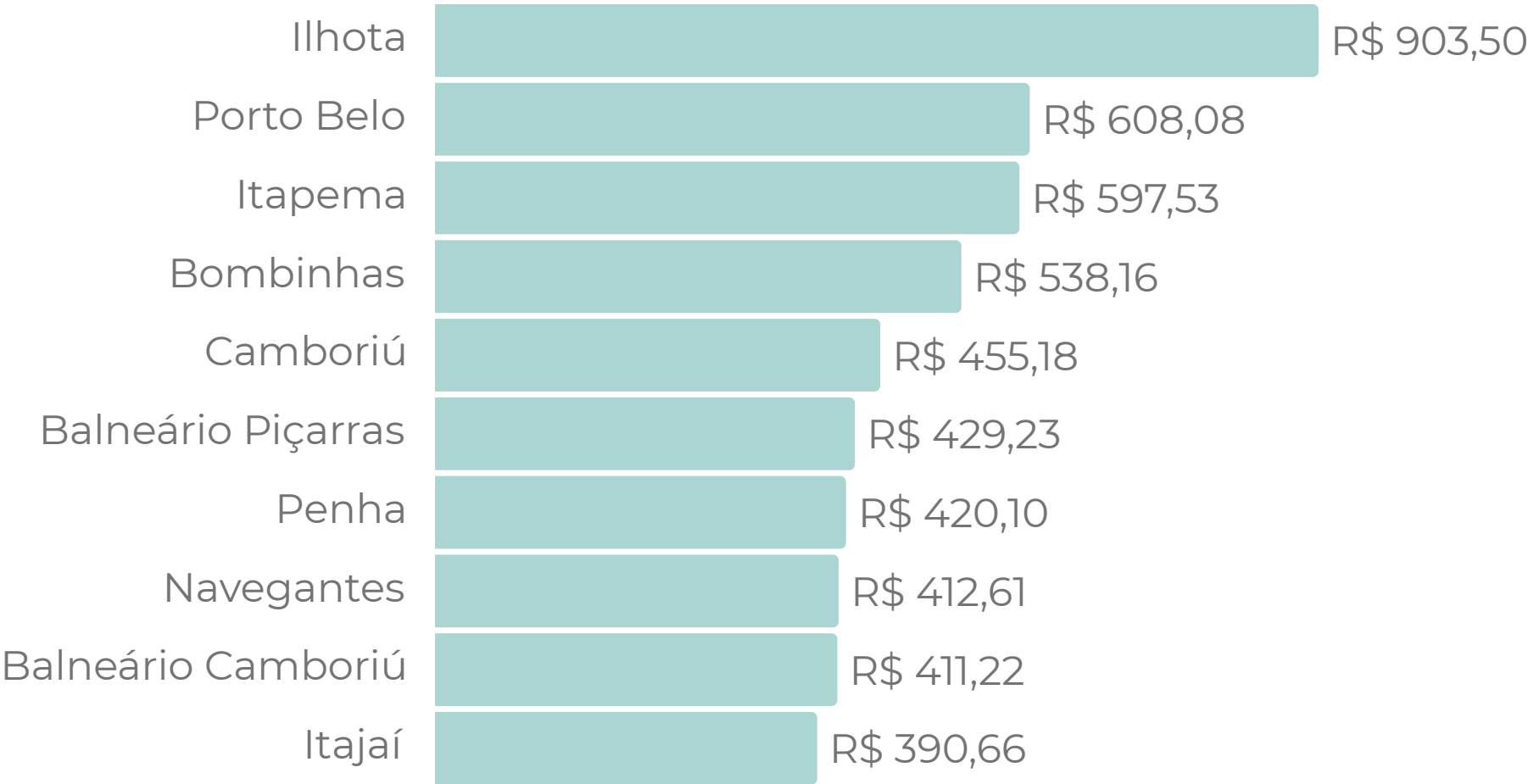
GASTOS



GASTOS

25. Qual o gasto diário do grupo em reais: [Espontânea] [Média geral de gastos por grupo]
2. Você está visitando qual cidade?

GERAL

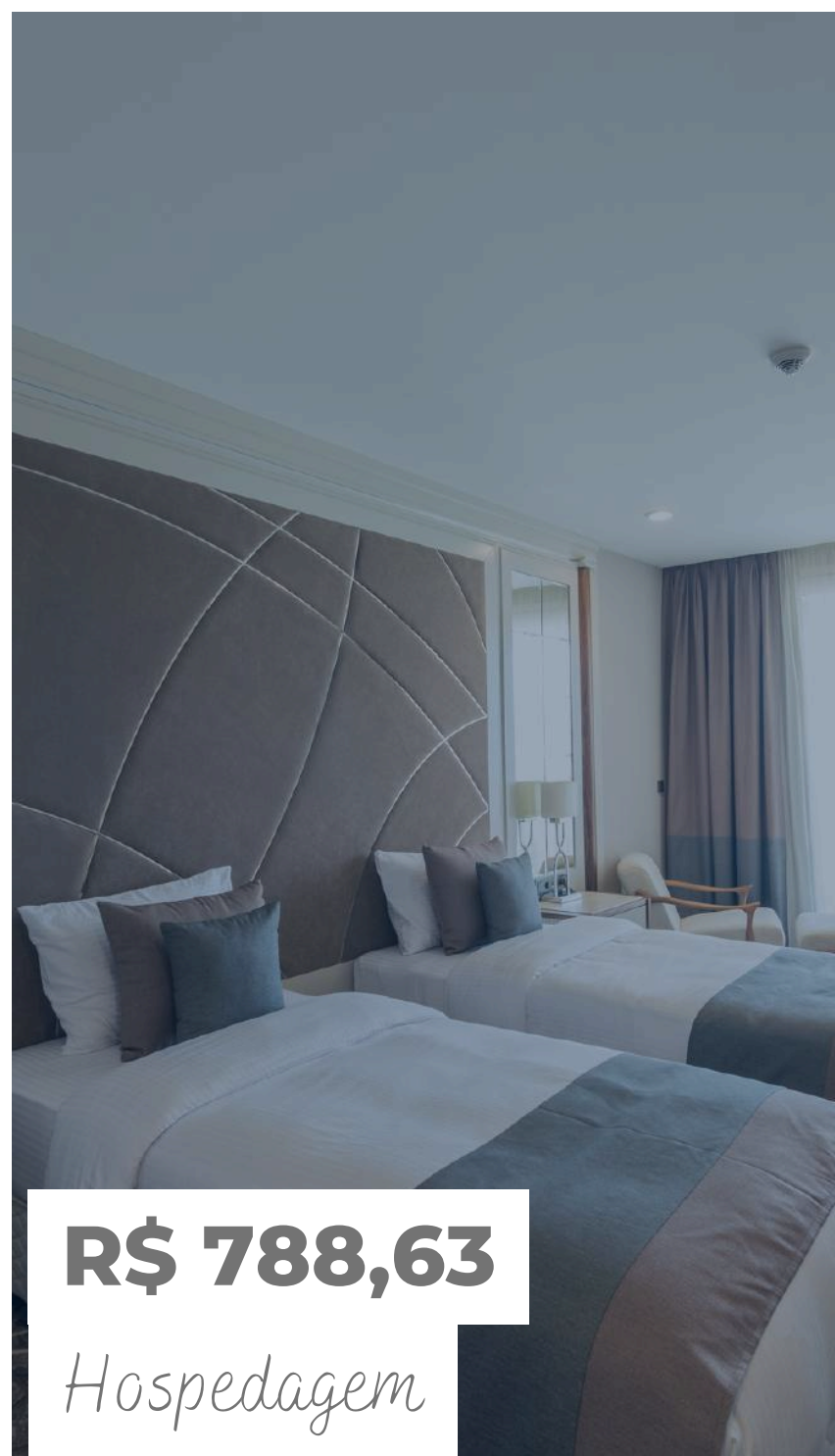
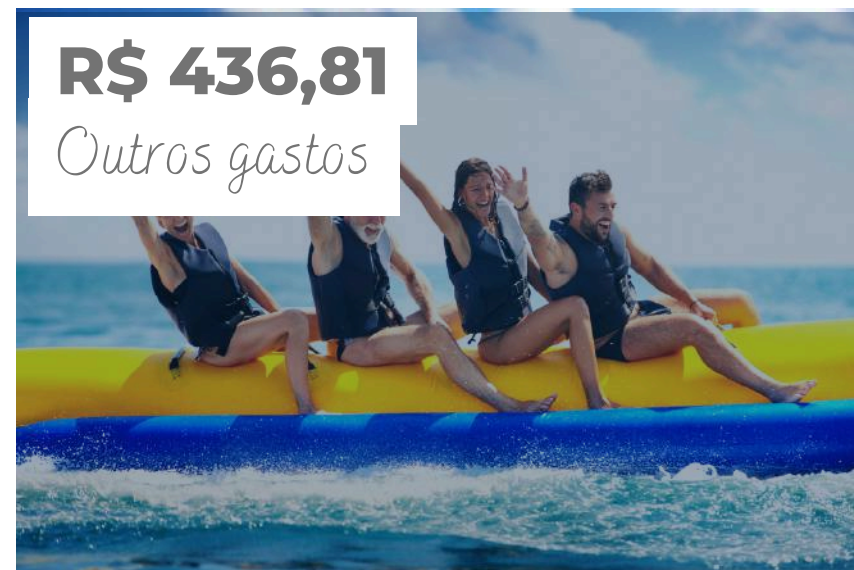


Ilhota apresenta um valor médio de gasto diário significativamente mais elevado em comparação às demais cidades analisadas. Por outro lado, Balneário Camboriú e Itajaí aparecem com os menores valores médios de despesa por pessoa.



GASTOS

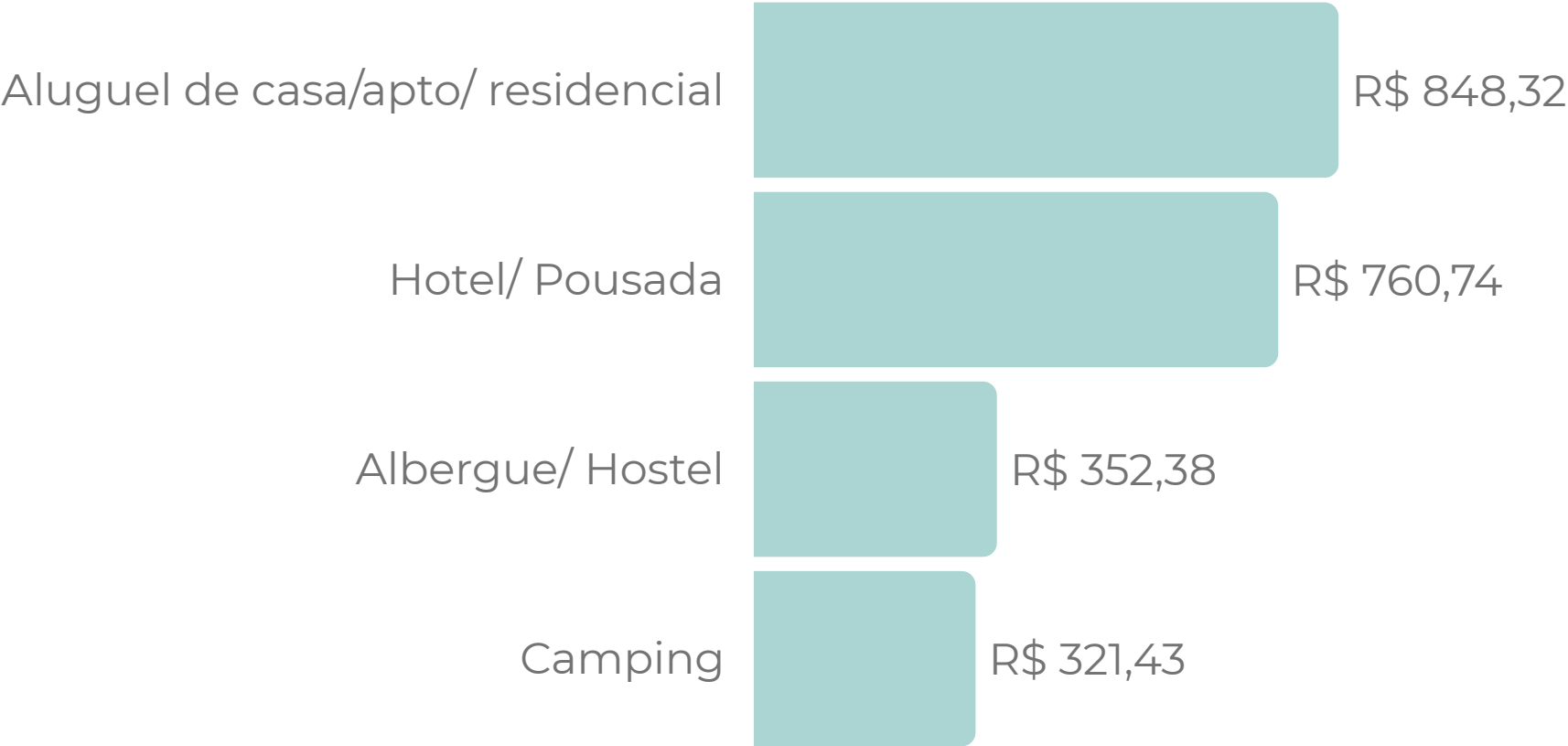
25. Qual o gasto diário do grupo em reais com: [Espontânea]



Entre os principais itens de despesa durante a viagem, hospedagem concentra o maior valor médios diários por grupo. Alimentação e compras aparecem na sequência, enquanto os gastos com transporte e deslocamento interno são os mais baixos entre as categorias analisadas.

GASTOS

25. Qual o gasto diário do grupo em reais com: [Espontânea] [SOMENTE GASTOS COM HOSPEDAGEM]
12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada]

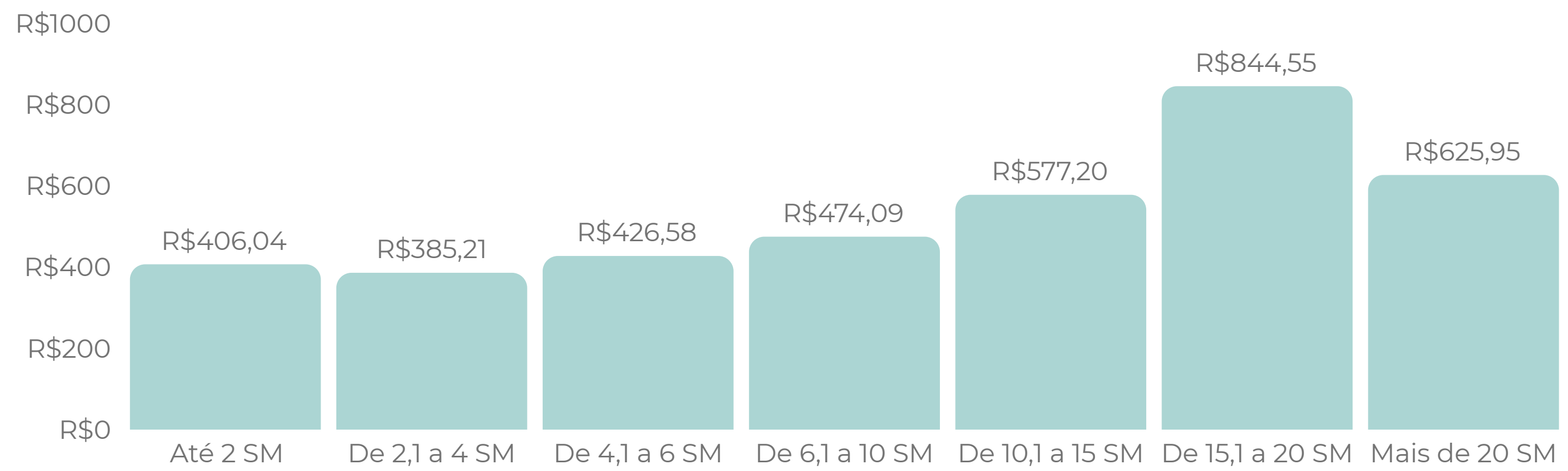


Os maiores gastos diários com hospedagem foram registrados entre os que optaram por hotel ou pousada, seguidos pelo aluguel de casas ou apartamentos. As modalidades de camping e albergue/hostel apresentaram os menores valores médios de despesa, com destaque para o hostel como a opção de menor custo.



GASTOS

25. Qual o gasto diário do grupo em reais com: [Espontânea] x Renda familiar mensal



De forma geral, os gastos diários aumentam conforme a renda familiar se eleva. O grupo com renda entre 15 e 20 salários mínimos apresentou o maior nível de despesas, enquanto as faixas mais baixas mantêm valores mais contidos. Mesmo entre as faixas intermediárias, observa-se uma tendência de crescimento gradual, com exceções pontuais.

AVALIAÇÃO DOS TEMAS



AVALIAÇÃO DOS TEMAS

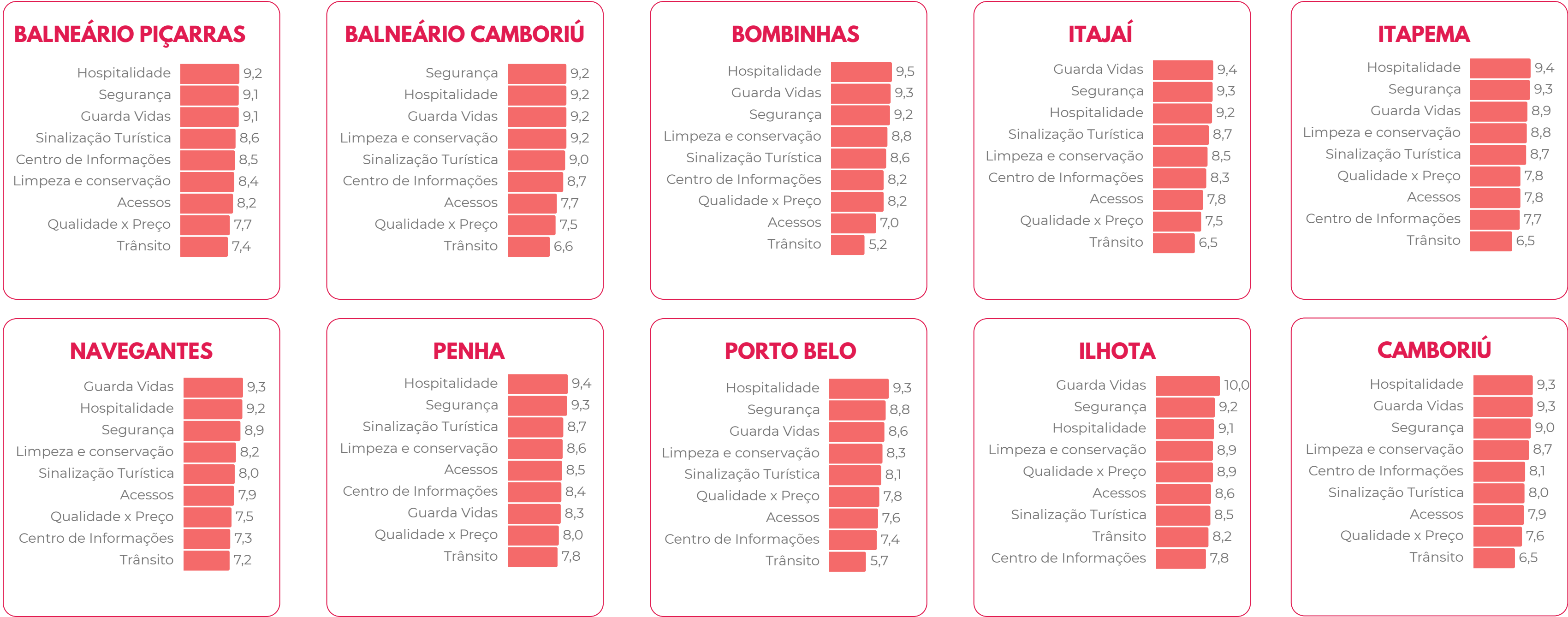
26. Agora vamos avaliar alguns temas de 0 a 10, onde 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada]

2. Você está visitando qual cidade?

Itens avaliados	Itajaí	Balneário Camboriú	Balneário Piçarras	Bombinhas	Camboriú	Ilhota	Itapema	Navegantes	Penha	Porto Belo
Guarda Vidas	9,4	9,2	9,1	9,3	9,3	10,0	8,9	9,3	8,3	8,6
Segurança	9,3	9,2	9,1	9,2	9,0	9,2	9,3	8,9	9,3	8,8
Hospitalidade	9,2	9,2	9,2	9,5	9,3	9,1	9,4	9,2	9,4	9,3
Sinalização Turística	8,7	9,0	8,6	8,6	8,0	8,5	8,7	8,0	8,7	8,1
Limpeza e conservação	8,5	9,2	8,4	8,8	8,7	8,9	8,8	8,2	8,6	8,3
Centro de Informações	8,3	8,7	8,5	8,2	8,1	7,8	7,7	7,3	8,4	7,4
Acessos	7,8	7,7	8,2	7,0	7,9	8,6	7,8	7,9	8,5	7,6
Qualidade x Preço	7,5	7,5	7,7	8,2	7,6	8,9	7,8	7,5	8,0	7,8
Trânsito	6,5	6,6	7,4	5,2	6,5	8,2	6,5	7,2	7,8	5,7

AVALIAÇÃO DOS TEMAS

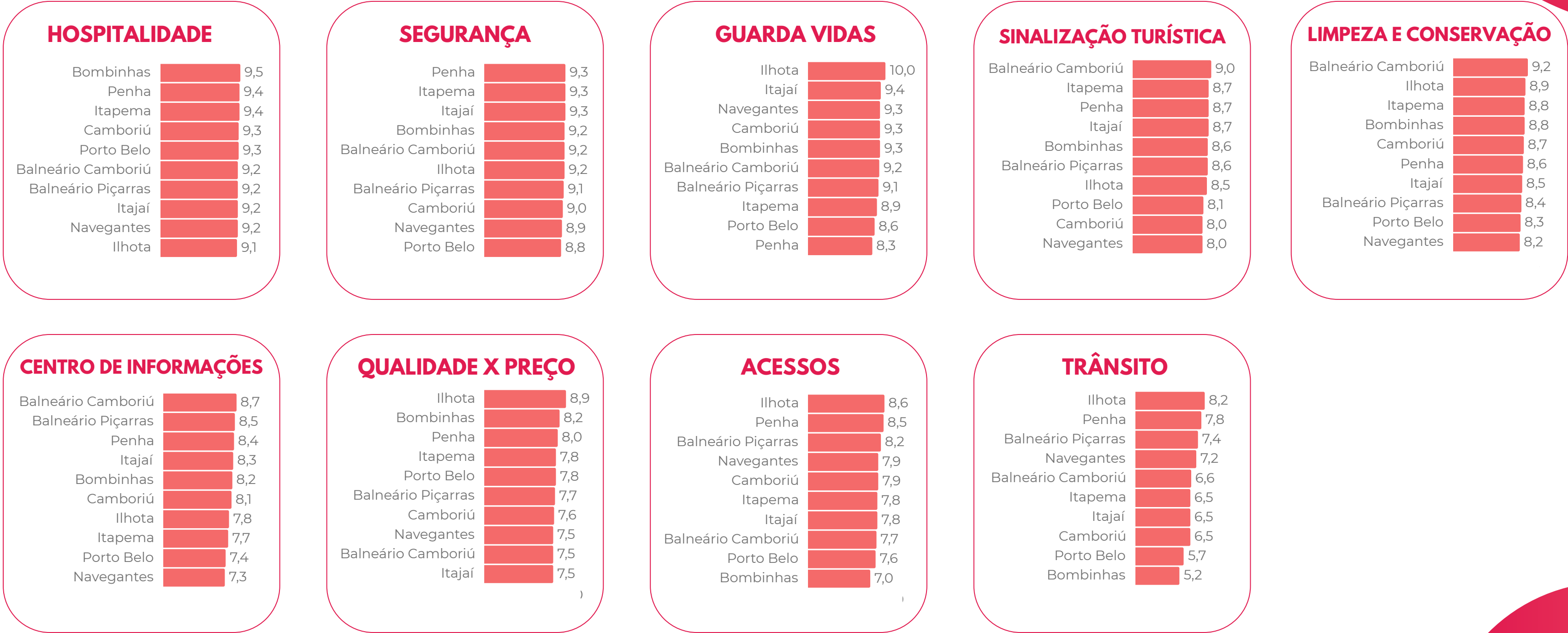
26. Agora vamos avaliar alguns temas de 0 a 10, onde 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada]
2. Você está visitando qual cidade?



AVALIAÇÃO DOS TEMAS

26. Agora vamos avaliar alguns temas de 0 a 10, onde 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada]

2. Você está visitando qual cidade?



AVALIAÇÃO DOS TEMAS

27. Indique se usou durante sua estadia, os seguintes serviços e avalie-os. Caso não tenha utilizado, não os avalie. Lembrando que 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada]

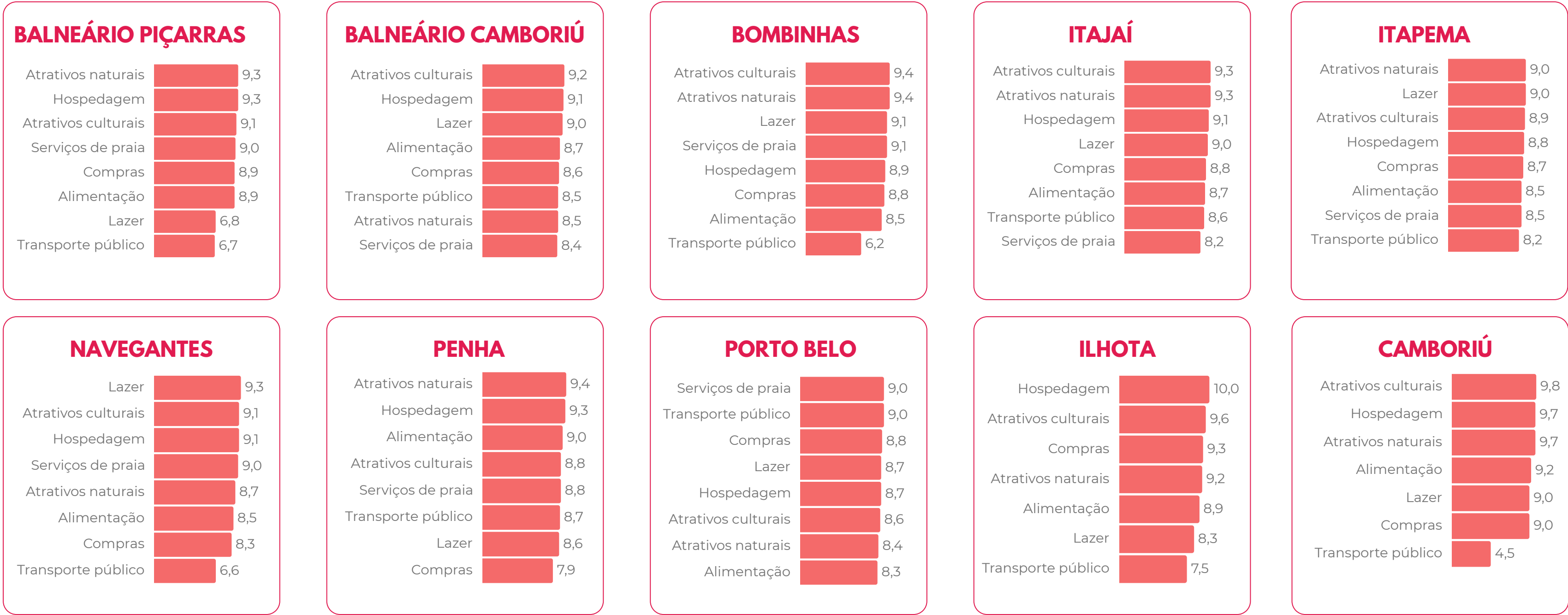
2. Você está visitando qual cidade?

GERAL

Itens avaliados	Camboriú	Balneário Piçarras	Penha	Ilhota	Itajaí	Bombinhas	Itapema	Navegantes	Balneário Camboriú	Porto Belo
Atrativos culturais	9,8	9,1	8,8	9,6	9,3	9,4	8,9	9,1	9,2	8,6
Hospedagem	9,7	9,3	9,3	10,0	9,1	8,9	8,8	9,1	9,1	8,7
Atrativos naturais	9,7	9,3	9,4	9,2	9,3	9,4	9,0	8,7	8,5	8,4
Lazer	9,0	6,8	8,6	8,3	9,0	9,1	9,0	9,3	9,0	8,7
Alimentação	9,2	8,9	9,0	8,9	8,7	8,5	8,5	8,5	8,7	8,3
Compras	9,0	8,9	7,9	9,3	8,8	8,8	8,7	8,3	8,6	8,8
Serviços de praia	-	9,0	8,8	-	8,2	9,1	8,5	9,0	8,4	9,0
Transporte público	4,5	6,7	8,7	7,5	8,6	6,2	8,2	6,6	8,5	9,0

AVALIAÇÃO DOS TEMAS

27. Indique se usou durante sua estadia, os seguintes serviços e avalie-os. [RU – Estimulada]
2. Você está visitando qual cidade?

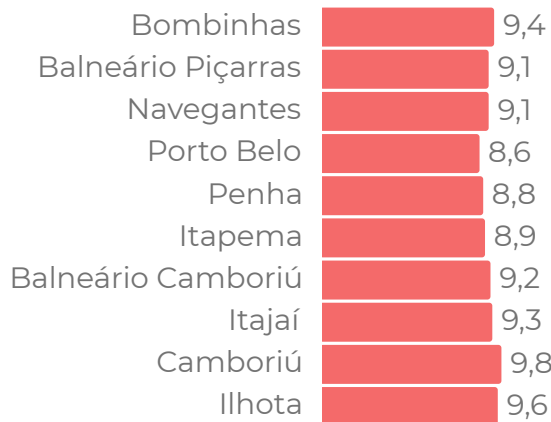


AVALIAÇÃO DOS TEMAS

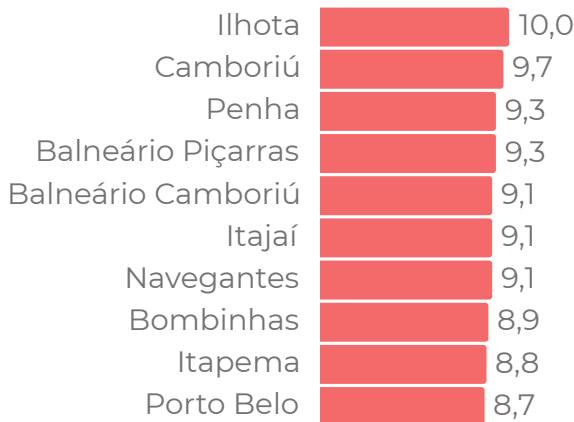
27. Indique se usou durante sua estadia, os seguintes serviços e avalie-os. [RU – Estimulada]
2. Você está visitando qual cidade?

GERAL

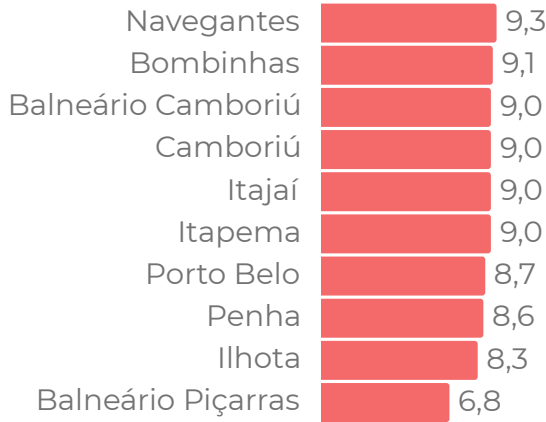
ATRATIVOS CULTURAIS



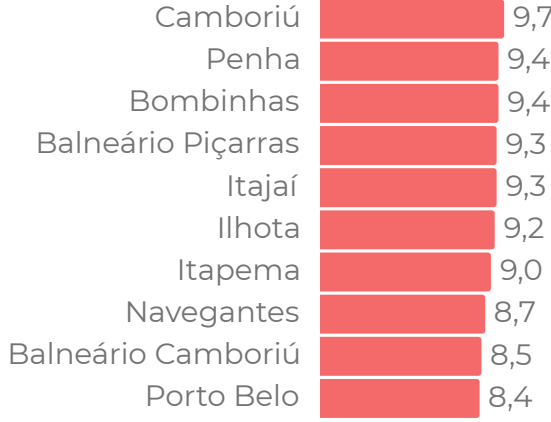
HOSPEDAGEM



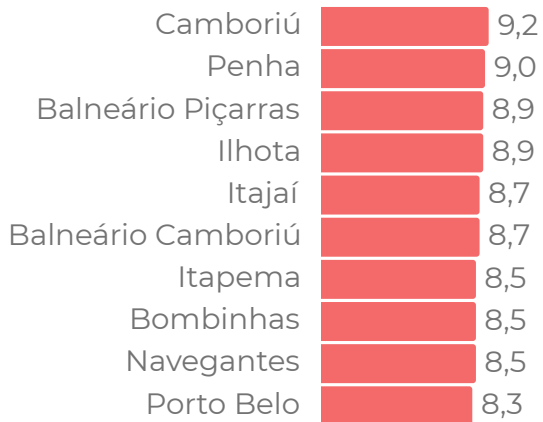
LAZER



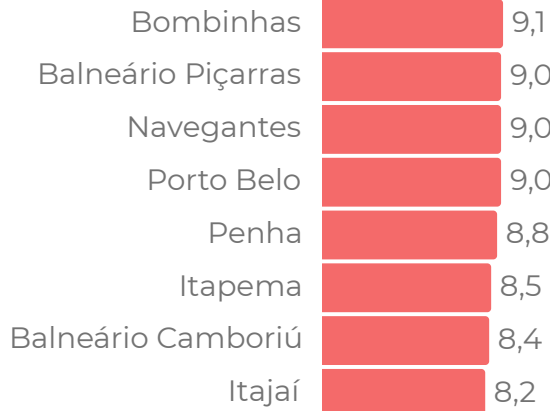
ATRATIVOS NATURAIS



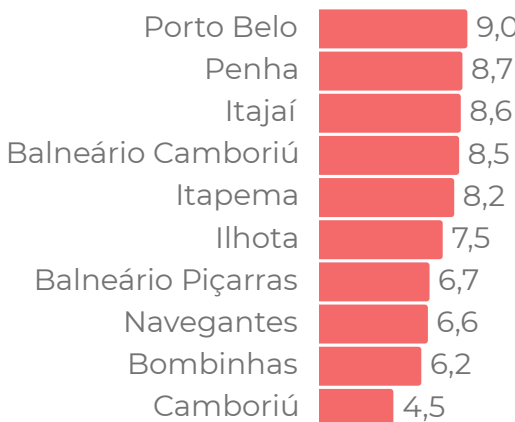
ALIMENTAÇÃO



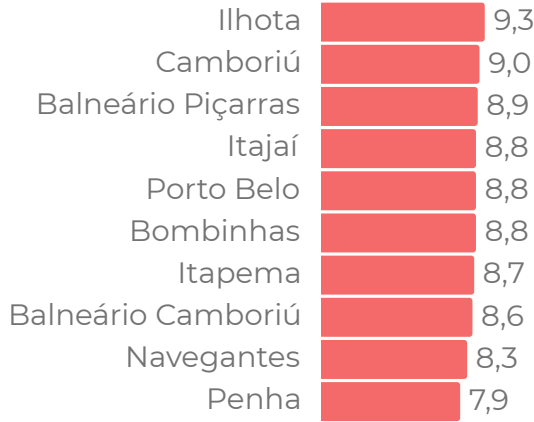
SERVIÇOS DE PRAIA



TRANSPORTE PÚBLICO



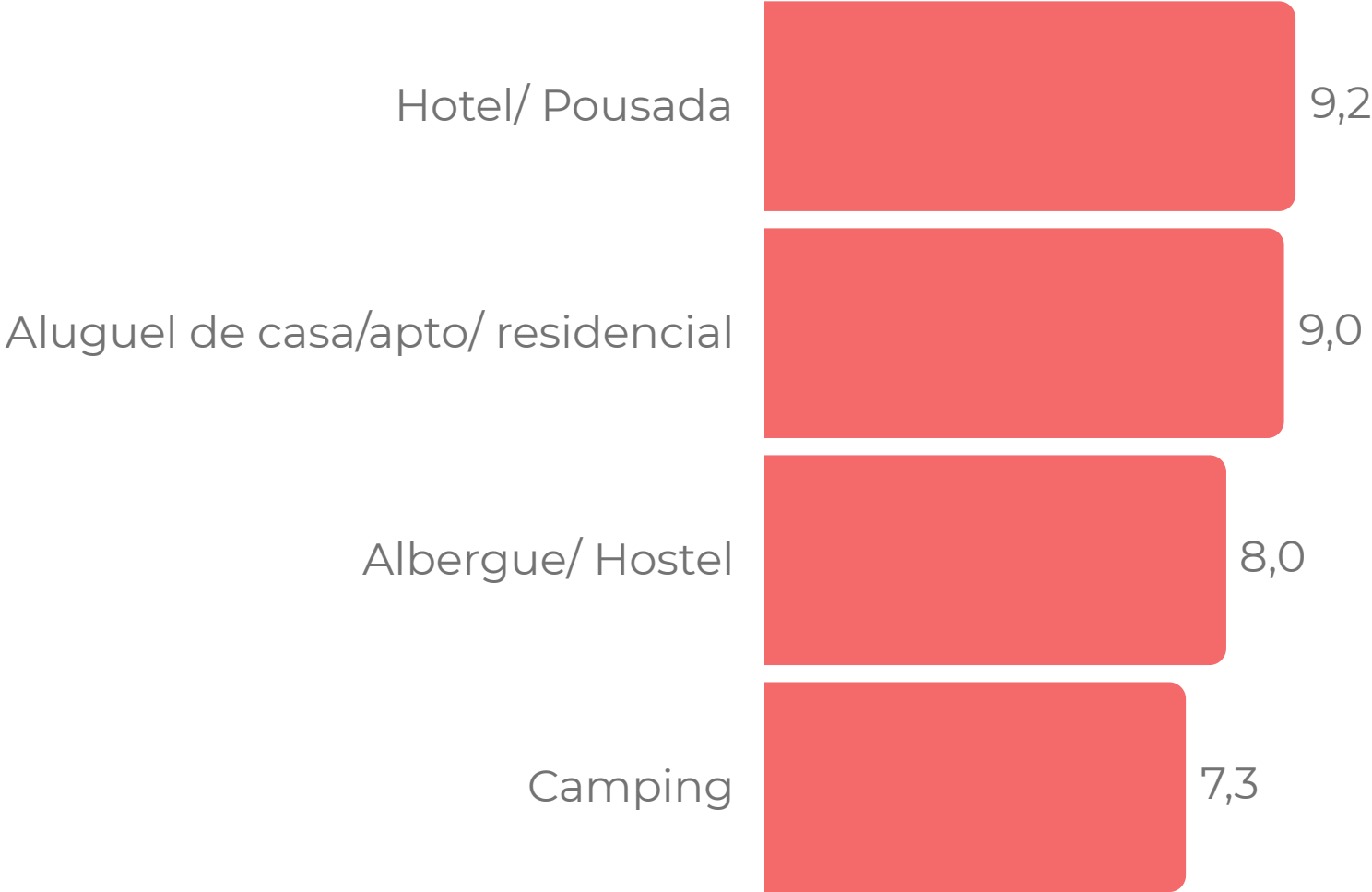
COMPRAS



AVALIAÇÃO DOS TEMAS

27. Indique se usou durante sua estadia, os seguintes serviços e avalie-os. Caso não tenha utilizado, não os avalie. Lembrando que 0 é péssimo e 10 é ótimo. [RU – Estimulada] [Hospedagem]

12. Em que tipo de acomodação você está hospedado? [RU – Estimulada]

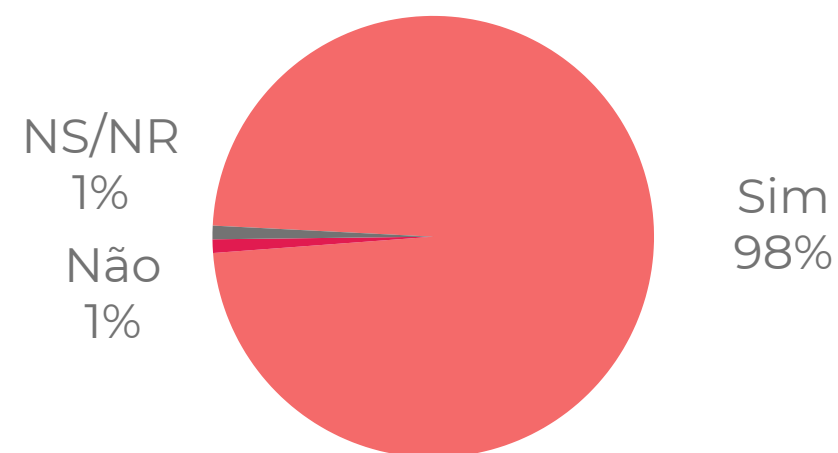


As melhores avaliações de hospedagem foram atribuídas às estadias em hotéis ou pousadas, ambas com as notas mais altas. O aluguel de imóveis residenciais também apresentou avaliação positiva. As acomodações em albergues e campings receberam notas menores, sendo o camping a opção com menor nível de satisfação entre os entrevistados.

AVALIAÇÃO DOS TEMAS

GERAL

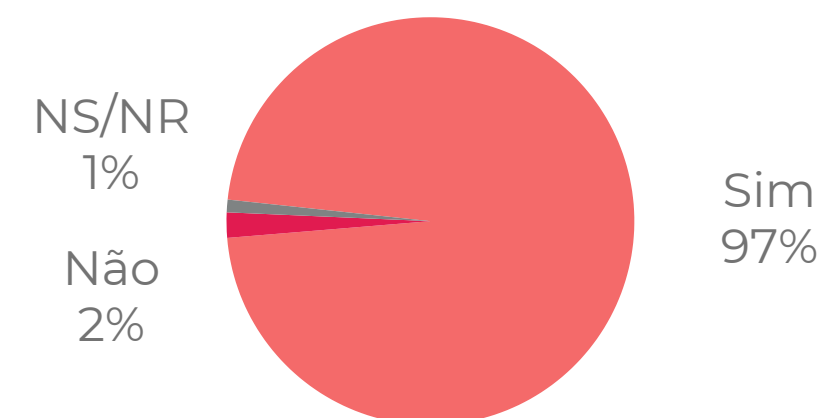
28. Recomendaria o município a outras pessoas?



29. Agora de 0 a 10, quanto você recomendaria o município a outras pessoas?

9,4
MÉDIA

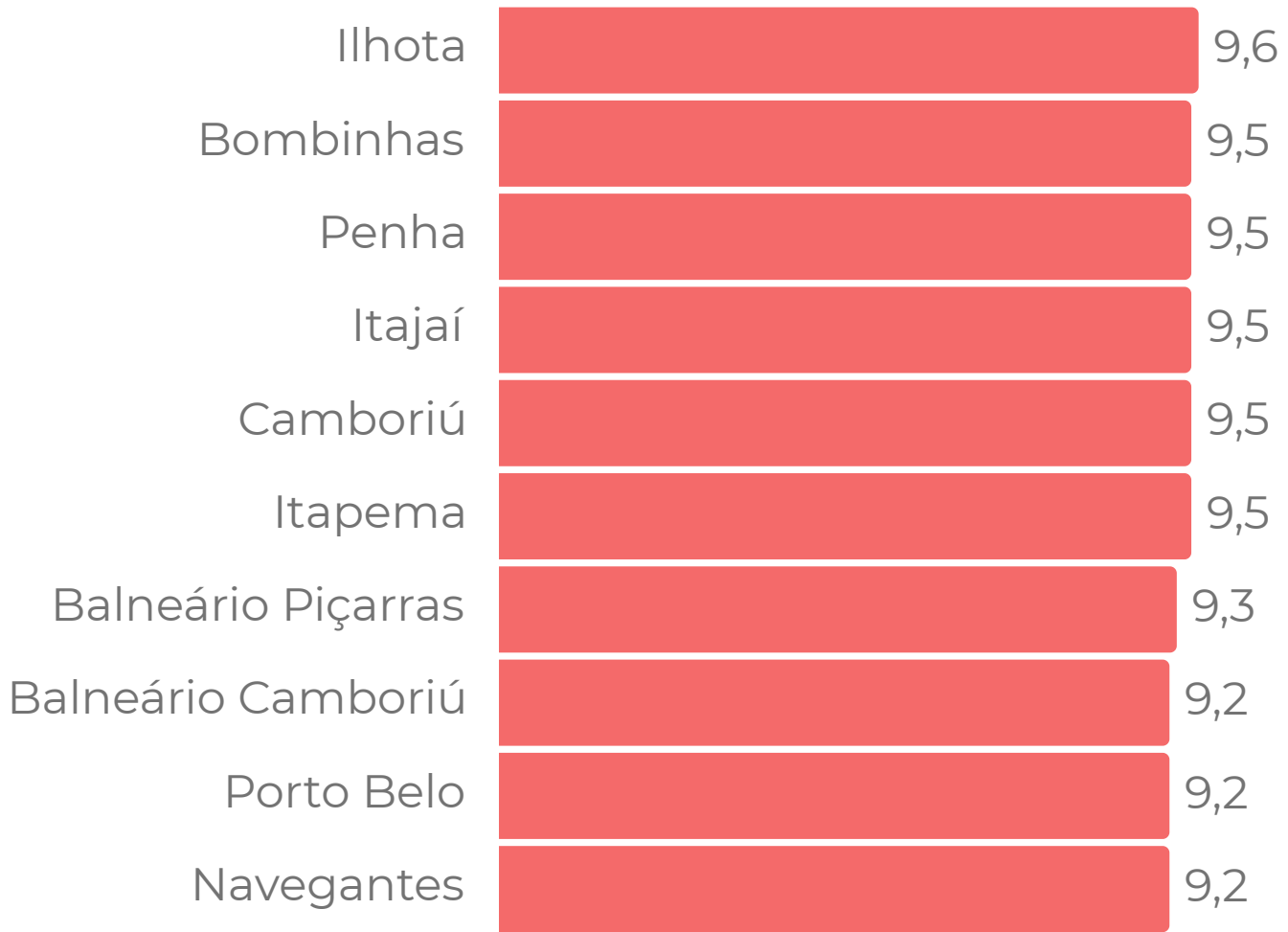
30. Pretende retornar?



A avaliação geral do destino é extremamente positiva: a imensa maioria dos visitantes afirma que recomendaria o município a outras pessoas, atribuindo uma média de 9,4 nessa recomendação. Além disso, a intenção de retorno também é elevada, com praticamente todos os entrevistados manifestando desejo de voltar.

AVALIAÇÃO DOS TEMAS

29. Agora de 0 a 10, quanto você recomendaria o município a outras pessoas?
2. Você está visitando qual cidade?



Todos os municípios avaliados apresentam altos índices de recomendação, com destaque para Ilhota, que obteve a maior nota média. A maioria das cidades ficou concentrada em um patamar muito próximo, evidenciando uma percepção positiva generalizada entre os visitantes.

AVALIAÇÃO DOS TEMAS

Município	NPS
Bombinha	89
Ilhota	86
Camboriú	85
Itajaí	85
Itapema	85
Penha	84
Balneário Piçarras	80
Baneário Camboriú	79

Zona de Encantamento ----- entre 91 e 100;
Zona de Excelência ----- entre 76 e 90;
Zona de Qualidade ----- entre 51 e 75;
Zona de Aperfeiçoamento ---- entre 1 e 50;
Zona Crítica ----- entre -100 e 0.

Os municípios nesta Zona de Excelência (NPS ≥ 76) demonstram altos níveis de satisfação e recomendação, refletindo uma experiência turística consolidada. Bombinha, Ilhota, Camboriú, Itajaí, Itapema, Penha, Balneário Piçarras e Baneário Camboriú se destacam pelo elevado padrão de serviços, infraestrutura e percepção positiva dos visitantes, fatores essenciais para fidelização e competitividade no turismo regional.

Município	NPS
Porto Belo	75
Navegantes	75

Zona de Encantamento ----- entre 91 e 100;
Zona de Excelência ----- entre 76 e 90;
Zona de Qualidade ----- entre 51 e 75;
Zona de Aperfeiçoamento ---- entre 1 e 50;
Zona Crítica ----- entre -100 e 0.

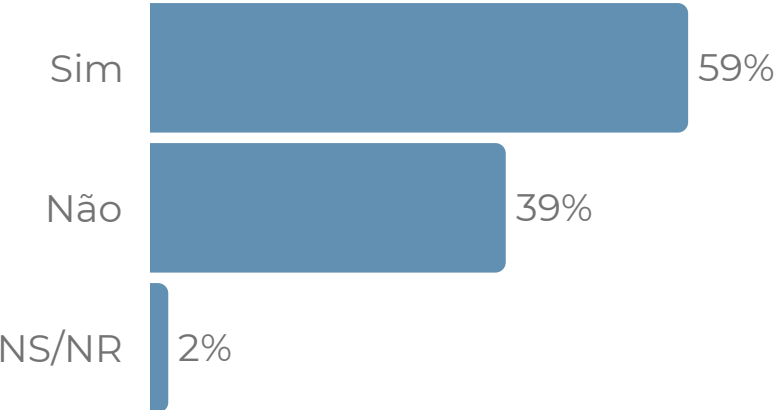
Os municípios na Zona de Qualidade (NPS entre 51 e 75) apresentam bom nível de satisfação, mas com oportunidade de aprimoramento. Navegantes e Porto Belo possuem avaliações positivas, mas podem fortalecer a experiência turística com melhorias em infraestrutura, serviços e engajamento do visitante, visando alcançar a Zona de Excelência.

PERCEPÇÕES DO DESTINO

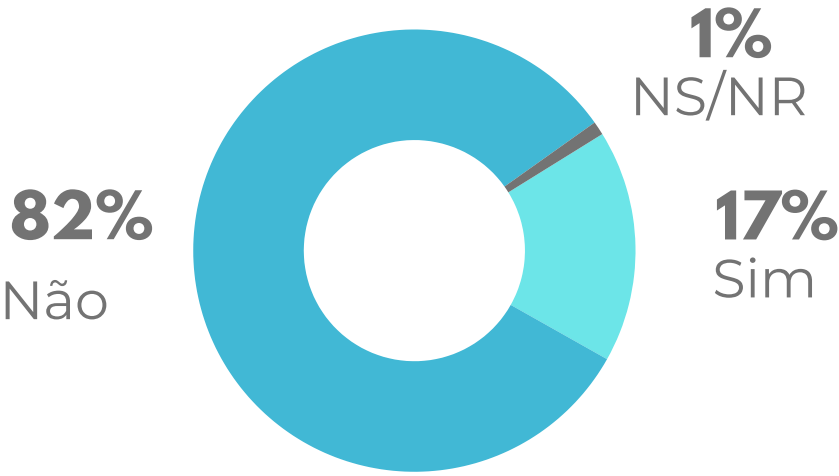




32. Se sim, você frequentou nessa estadia alguma praia certificada pelo Bandeira Azul? [Espontânea]



31. Você conhece o programa de certificação da Bandeira Azul? [RU – Estimulada]



32.1 Quais praias?

- | | | |
|-----------------|----------------------|-----------------|
| • Bacia da vovó | • Mariscal | • Quilombo |
| • Bombas | • Meia praia | • São Francisco |
| • Cabeçadas | • Perequê | • São Roque |
| • Canto Grande | • Praia Alegre | • Saudade |
| • Centro | • Praia Brava | • Sepultura |
| • Conceição | • Praia Central | • Taquara |
| • Estaleirinho | • Praia da Paciência | • Taquaras |
| • Estaleiro | • Praia dos Amores | • Zimbros |
| • Laranjeiras | • Quatro Ilhas | |

PONTOS POSITIVOS

33. O que você mais gostou na cidade? [Espontânea]

Cidade	O que mais gostou	% citações
Balneário Camboriú	Praias	48%
Balneário Piçarras	Praias	65%
Bombinhas	Praias	80%
Camboriú	Cidade em geral	29%
Ilhota	Comércio	25%
Itajaí	Praias	63%
Itapema	Praias	74%
Navegantes	Praias	65%
Penha	Praias	61%
Porto Belo	Praias	74%



PONTOS NEGATIVOS

34. O que menos gostou? [Espontânea]

Cidade	O que menos gostou	% citações
Balneário Camboriú	Trânsito e acessibilidade	37%
Balneário Piçarras	Trânsito e acessibilidade	32%
Bombinhas	Trânsito e acessibilidade	57%
Camboriú	Trânsito e acessibilidade	35%
Itajaí	Trânsito e acessibilidade	58%
Itapema	Trânsito e acessibilidade	35%
Navegantes	Trânsito e acessibilidade	38%
Penha	Trânsito e acessibilidade	38%
Porto Belo	Trânsito e acessibilidade	46%



PERCEPÇÕES DO DESTINO

35. O que é a Costa Verde & Mar? [Espontânea]

89% dos entrevistados **NÃO SOUBERAM** atribuir um significado para o que é a Costa Verde & Mar.

Sugere-se que seja criada uma campanha, marketing, indicação ou algo do gênero que faça com que as pessoas associem o local da estadia à Costa Verde & Mar.



PERCEPÇÕES DO DESTINO

36. Dê sua sugestão, ou faça sua reclamação: [Espontânea]

1º

Mobilidade e Trânsito

Os visitantes percebem que o trânsito na cidade é congestionado. Melhorias na infraestrutura viária e alternativas de transporte poderiam ajudar a reduzir os problemas de deslocamento.

2º

Infraestrutura e Equipamentos Públicos

Há reclamações sobre a insuficiência da infraestrutura urbana, que não atende adequadamente às demandas de moradores e turistas, impactando a experiência no destino.

3º

Limpeza e Preservação Ambiental

A necessidade de maior limpeza nas praias e ruas é um ponto recorrente.

4º

Qualidade da Água e Saneamento

Ainda há preocupações com saneamento básico, incluindo áreas com despejo inadequado de esgoto.

5º

Custo e Acessibilidade

Os visitantes apontam preços elevados para produtos e serviços turísticos.

6º

Segurança e Conservação Urbana

A segurança pública continua sendo uma preocupação, com sugestões para um reforço na presença policial.

7º

Melhorar a água da praia

Os serviços de praia são muita das vezes citados como um problema na experiência dos turistas.

8º

Regras e Regulamentações

Alguns visitantes mencionam que a rigidez das regras, especialmente nas praias e espaços públicos.

9º

Estruturas de Lazer e Atividades

Os turistas sentem falta de opções de lazer, como parques, esportes e atividades culturais.

10º

Diversidade de serviços

Além da gastronomia, há uma expectativa por uma maior variedade de serviços turísticos, como comércio.



| CONSIDERAÇÕES



CONCLUSÃO

A Pesquisa de Demanda Turística da Costa Verde & Mar – Verão 2025 reuniu informações essenciais sobre o perfil, os hábitos e as percepções dos visitantes durante toda a temporada, entre janeiro e março, abrangendo todos os municípios do Consórcio CITMAR. A coleta de dados, realizada por meio de entrevistas presenciais com rigor metodológico e validação superior às normas técnicas da ISO 20252, permitiu levantar evidências consistentes sobre a dinâmica turística da região, subsidiando o planejamento estratégico de gestores públicos, empresas do setor e demais atores interessados no desenvolvimento sustentável do turismo.

De modo geral, a pesquisa reafirma a vocação da Costa Verde & Mar como um destino consolidado para o turismo de lazer, com predomínio de viagens em família, alta taxa de satisfação dos visitantes e forte intenção de retorno. A alta recorrência de turistas em cidades como Balneário Camboriú e Itapema sugere que esses municípios oferecem experiências turísticas mais completas, enquanto destinos como Penha e Ilhota se destacam pela atratividade para novos públicos, seja por equipamentos de lazer ou pelo apelo comercial. Já Bombinhas e Porto Belo mantêm o perfil de estadias prolongadas, com forte presença de aluguel por temporada, reforçando a diversidade da oferta regional.

Os padrões de consumo revelam um impacto econômico relevante. A média de gastos com hospedagem e alimentação foi elevada nos municípios com infraestrutura turística mais desenvolvida, enquanto cidades com apelo de compras, como Ilhota, apresentaram destaque em categorias específicas. Observou-se também que a digitalização dos serviços turísticos avança de forma consistente: cresce o uso de plataformas como Airbnb e Booking, embora a reserva direta ainda seja significativa, especialmente entre turistas de renda intermediária. Nesse cenário, o uso do veículo próprio continua predominante, apontando para a importância da malha viária regional, ao passo que o Aeroporto de Navegantes reforça seu papel como eixo logístico em cidades como Itajaí e Penha.

CONCLUSÃO

No tocante à experiência do visitante, os indicadores de avaliação foram positivos em quase todos os itens. Hospitalidade, segurança e serviço de guarda-vidas foram amplamente reconhecidos como diferenciais da região. Por outro lado, sinalização turística, mobilidade urbana e acessos ainda representam pontos sensíveis em alguns municípios e requerem melhorias contínuas para garantir fluidez no deslocamento e melhor orientação aos turistas. A rotatividade em determinadas cidades também indica que é possível avançar em estratégias de fidelização, ampliando a permanência média e incentivando o retorno.

Com base nessas conclusões, a região Costa Verde & Mar deve continuar investindo na qualificação da experiência turística, diversificação da oferta e modernização dos canais de interação com o visitante. A valorização das especificidades de cada município, aliada a uma governança integrada do turismo regional, será essencial para fortalecer a competitividade dos destinos e maximizar os benefícios sociais e econômicos do setor. Os resultados das próximas fases da pesquisa permitirão um acompanhamento ainda mais preciso, consolidando um sistema contínuo de inteligência turística para a região.

EQUIPE TÉCNICA



Candido Fialho | Coordenador Geral
Telefone: (21) 9 7156-8307
e-mail: agora@agorap.com.br



Bruno D'Ávila | Coordenador de Projetos
Telefone: (22) 99701-6883
e-mail: bruno@agorap.com.br



Carolina Hermínio | Monitoramento
e-mail: carol@agorap.com.br



Liniane Gazola | Estatística
e-mail: liliane@agorap.com.br



Arthur Cavalcanti | Equipe de dados
e-mail: arthurcavalcanti@agorap.com.br



Marcos Gabriel | Equipe de dados
e-mail: marcos@agorap.com.br



Danilo Santana | Equipe de dados
e-mail: danilo@agorap.com.br



www.agorapesquisa.com.br
agora@agorap.com.br

Rua Tibor, 21, Centro, Araruama



www.agorapesquisa.com.br
agora@agorap.com.br
Rua Tibor, 21, Centro, Araruama