

# Comportamento do turista estrangeiro em Florianópolis

## Comportamiento del turista extranjero en Florianópolis

### Behavior of foreign tourists in Florianópolis

Valentina Gomes Haensel Schmitt\*  
*valentinaschmitt@hotmail.com*  
 Prof. Dr. Luis Moretto Neto (Orientador)\*\*  
*moretto@cse.ufsc.br*

#### Resumo

O estudo ocorre da avaliação das determinantes individuais de consumo e dos elementos que integram o produto turístico disponível. As constatações e proposições relacionadas ao comportamento do turista, no espaço e período estudados, enquanto consumidor, permitem realizar inferências e definir ações estratégicas de mercado. O estudo teve por objetivo analisar o comportamento de consumo do turista estrangeiro na cidade de Florianópolis, entre os meses de maio-junho de 2006. A população estudada, 204 indivíduos, de 28 nacionalidades, de todos os continentes, representa a demanda de turistas estrangeiros que visitaram, em 2006, a cidade de Florianópolis. As variáveis de análise enumeradas são: o turista estrangeiro, as características do comportamento de consumo, as determinantes individuais do comportamento de consumo e os elementos do produto turístico. O estudo tem como dimensão temporal o corte transversal, sendo resultado da aplicação de levantamento. Revelou-se que o elemento do produto turístico de Florianópolis, que representa maior volume de gastos do turista é a hospedagem e o valor médio total dispendido diariamente é de US\$ 106,70 – equivalente no período a R\$234,80. A principal forma de pagamento utilizada é o dinheiro, e o principal cartão de crédito o Visa. Quanto a utilização do tempo a parcela do público que viaja ao menos duas vezes ao ano é maioria. Há a predominância de períodos de visitas de 4 a 7 dias (44,6%). Paralelamente, existe a predominância de escolha pela visita de demais cidades brasileiras (59,8%). Constatou-se que 56,4% dos respondentes não haviam visitado Florianópolis anteriormente e, dentre os entrevistados, somente 36,8% já haviam visitado outra capital brasileira situada no litoral. A cidade do Rio de Janeiro foi apontada como a mais conhecida e visitada anteriormente pelos estrangeiros (50,4%). Como fonte de informação utilizada referente ao município destacaram-se a internet e amigos e parentes - respectivamente 44,6% e 38,2%. Independentemente da nacionalidade, a página de pesquisa **GOOGLE** foi a mais citada como fonte de informações em turismo. As informações demandadas, por ordem de importância, foram apontadas como informações gerais, hospedagem, entretenimento e lazer, transporte e alimentação. Para 41,2% dos entrevistados as informações de maior utilidade foram aquelas adquiridas durante a viagem. O estudo demonstrou que há a atitude positiva em relação a Florianópolis, sendo a média atribuída ao município de 8,15. Os atributos considerados de maior importância em uma cidade turística são o meio de hospedagem e a segurança, e quanto ao grau de satisfação destacaram-se os meios de hospedagem e o atendimento ofertado no município. Dentre o público, 95,6% demonstra interesse de retorno a Florianópolis e 98,5% têm potencial de indicação de Florianópolis como destino turístico. A principal motivação para a visita, no período analisado, foi a participação em eventos –destacando-se o Iron Man-, demonstrando o potencial dos eventos para a redução da sazonalidade. O turista estrangeiro em Florianópolis viajou predominantemente acompanhado e 47,1% dos entrevistados atuam como decisores na escolha do destino. A maioria, 75% do público, encontrou dificuldades durante a sua estadia, dentre as principais provenientes de idioma, transporte e informações. A imagem predominante é de praia e mar, sendo o segundo fator de pessoas do local. O meio de transporte utilizado por 88,2% do entrevistados, para o ingresso no município, foi o avião, e como meio de transporte interno as principais opções o automóvel alugado (27%) e o transporte coletivo (26,5%). A maioria dos usuários de serviços de táxi e transfer representaram usuários hotéis como meio de hospedagem. Os principais meios de hospedagem utilizados foram hotéis (51%) e pousadas (18,1%). Para a realização de refeições a maioria utilizou como opção principal os estabelecimentos de restaurantes (55,9%). A principal fonte de informações utilizada foi a internet (44,6%) e a segunda amigos e parentes (38,2%). O conteúdo das informações demandadas antes da realização das viagens foi de maioria absoluta sobre aspectos gerais do município e turismo local. As principais opções de entretenimento utilizadas foram a

\* Professora Substituta Departamento de Ciências da Administração (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC). Mestre em Administração (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC).

\*\* Professor Associado Departamento de Ciências da Administração (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC). Doutor em Engenharia de Produção (PPGEP/UFSC).

Endereço para Correspondência: Departamento de Ciências da Administração - CSE - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) - Campus Universitário - Bairro Trindade - Caixa Postal 467 - Florianópolis SC. CEP: 88010-970

Telefone: (48) 3271-9374

visitação de praias (30,4%), realização de passeios e caminhadas (23,5%), participação de atividades do evento (21,6%). Dentre os entrevistados 38,4% eram da Argentina, 24% dos Estados Unidos, 8,3% do Reino Unido e 2,9% da Alemanha e Suíça. O gênero distribuído em 57,8% do sexo masculino e 42,2% do sexo feminino. A faixa etária média de 40 anos. O estado civil predominante foi de solteiros (50%) e casados (39,7%). A escolaridade mínima de 73,3% dos entrevistados nível superior completo e, dentre estes, 27% possuem algum tipo de pós-graduação. A renda familiar média predominante é superior a US\$ 2.549,52, sendo a renda de maior frequência superior a US\$3.186,89. Analisando a renda em relação a região de origem do turista, constatou-se que aqueles provenientes do Hemisfério Norte são os que dispõem de renda superior, enquanto os níveis de renda inferiores são ocupados por turistas provenientes da América do Sul. De modo geral, verificou-se que há a consolidação, diante dos mercados, de uma imagem e entretenimento fundamentada no conceito de “sol e mar”. Tal fato fragiliza o destino, limitando o período de demanda, particularmente em territórios sujeitos as alterações climáticas que impedem o uso deste espaço de lazer durante as quatro estações do ano. O clima foi citado como importante fator de atratividade na baixa estação, notadamente, por segmentos que buscam as praias de Florianópolis como espaço de lazer, descanso e entretenimento. Constatou-se, portanto, a necessidade da adequação e diversificação dos elementos da oferta relacionados a esta base de atrativos, de modo a ampliar a captação dos fluxos e estender a permanência destes no Espaço. Os ajustes necessários à adequação da oferta passam pela reestruturação de equipamentos de hospedagem, alimentação, entretenimento e lazer, transportes coletivos, sistemas de informações turísticas, além da ampliação de pontos de operação ATM, de modo a possibilitar maior conforto e segurança aos visitantes.

**Palavras-chave:** Comportamento do Consumidor; Turismo; Marketing.

## Nota explicativa

<sup>1</sup> Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Administração, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), SC. Local e Data da Defesa: Florianópolis/SC, novembro de 2006.