



Photo by Analia Ferrario on Unsplash





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

# Pesquisa Fecomércio SC

## Turismo: Verão no Litoral Catarinense 2022

## Introdução

A Pesquisa Fecomércio SC de Turismo de Verão no Litoral Catarinense 2022 abrange cidades que representam as características e peculiaridades de todo o litoral - São Francisco do Sul, Balneário Camboriú, Florianópolis, Imbituba e Laguna. A pesquisa está organizada em dois capítulos:

- **Perfil do Turista:** traz o resultado da pesquisa realizada com os turistas, onde foram abordados perfil socioeconômico, procedência, características da viagem e avaliação do destino. Foram realizadas **1078 entrevistas pessoais** e presenciais, exclusivamente com turistas, visitante que permanece ao menos uma noite em um meio de hospedagem coletivo ou individual na região visitada, segundo conceito da Organização Mundial do Turismo (OMT). A coleta de dados ocorreu nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro, garantindo uma **margem de erro de 4,3% e nível de confiança de 95% para a amostra estadual**. A distribuição das entrevistas entre as cidades consideradas no estudo 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.

- **Percepção do Resultado da Temporada:** são apresentadas as percepções dos empresários sobre os reflexos da temporada nos empreendimentos dos setores de comércio, serviços e turismo nas cinco 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 2022. Os empresários foram abordados por entrevistas telefônicas e somaram **554 entrevistas**, garantindo uma **margem de erro de 3,5% 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.

## Pesquisa com turistas

A pesquisa da Fecomércio SC investigou diversas questões para traçar o perfil de turistas que frequentaram o Litoral Catarinense na temporada de verão de 2022. Os entrevistados foram abordados em diferentes pontos turísticos, praias e locais de consumo.

A pesquisa mostrou que 86,6% do público no Litoral Catarinense foram brasileiros, majoritariamente dos estados da região Sul. Esta temporada registrou um aumento na participação de turistas moradores dos estados do PR e RS em relação à média histórica. Cerca de 17% dos paranaenses vieram pela primeira vez ao destino turístico onde foram entrevistados. Com relação aos turistas estrangeiros, apesar da retomada na presença dos argentinos, esta participação ainda ficou abaixo da média histórica (12,6%). Nesta temporada, a parcela de 10,4% de argentinos só ficou abaixo dos anos de 2014 e 2015, quando o país experimentava um golpe na situação econômica e uma crise de credibilidade do sistema financeiro. Já nas temporadas de 2018 e 2019 a participação de turistas aumentou, mesmo com o peso argentino perdendo valor, medidas de austeridade impostas pelo governo e em meio a um período turbulento com greves e manifestações.

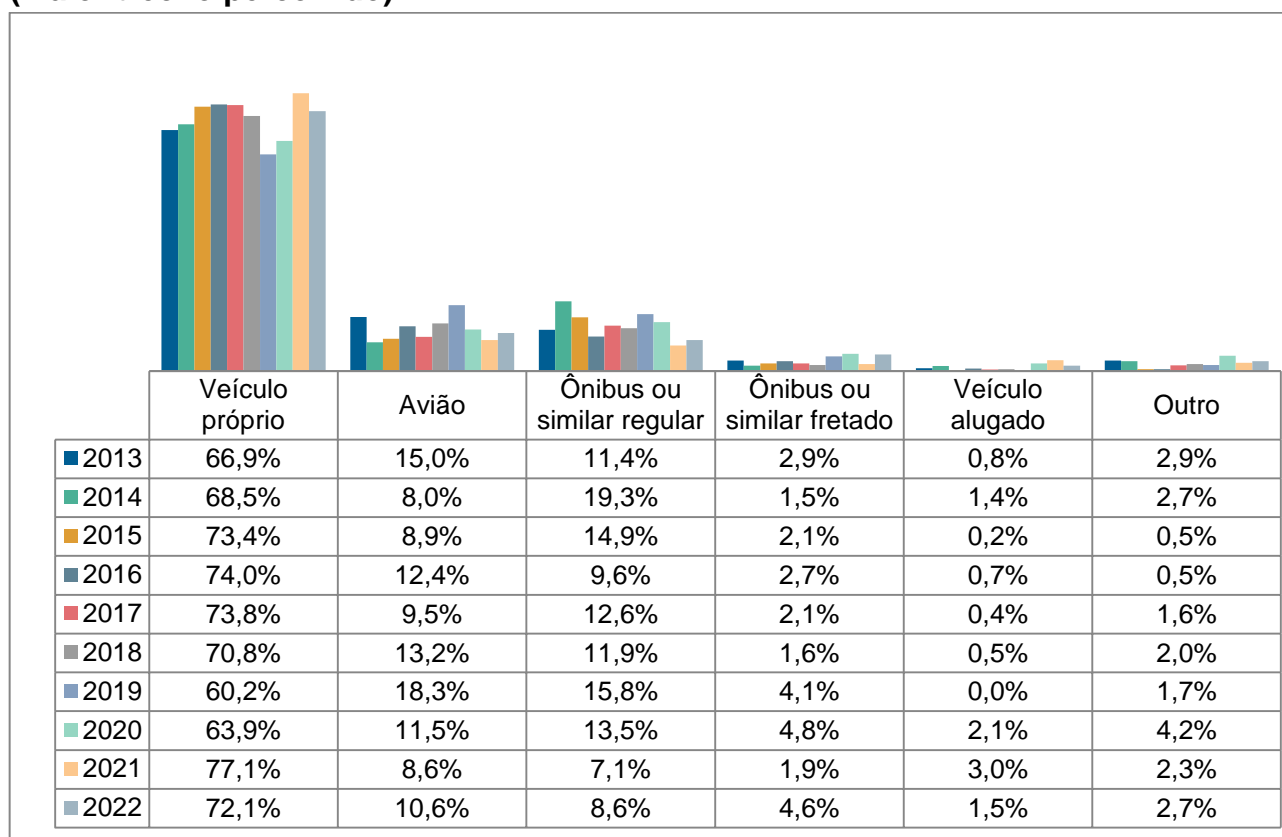
### Evolução da origem dos turistas

Origem dos turistas	Temporada									
País/UF	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Brasileiros	86,0%	89,7%	89,5%	76,6%	87,6%	71,0%	71,6%	82,2%	97,9%	86,6%
RS	21,0%	22,2%	29,1%	22,1%	27,9%	29,3%	28,2%	24,6%	37,6%	30,6%
PR	16,0%	22,0%	23,6%	21,6%	18,9%	12,9%	12,5%	17,0%	19,6%	21,0%
SC	28,0%	30,7%	21,0%	18,6%	28,6%	16,1%	14,4%	18,4%	23,2%	16,5%
SP	12,0%	8,7%	7,9%	7,6%	6,9%	7,3%	7,6%	13,7%	9,7%	11,1%
Outros estados	9,0%	6,2%	7,8%	6,7%	5,3%	5,4%	9,0%	8,5%	7,7%	7,4%
Estrangeiros	14,0%	10,3%	10,5%	23,4%	12,4%	29,0%	28,4%	17,8%	2,1%	13,4%
Argentina	11,0%	7,4%	7,6%	18,1%	10,7%	23,5%	20,6%	14,8%	0,2%	10,4%
Paraguai	1,0%	1,5%	0,6%	0,7%	0,5%	1,3%	2,9%	0,8%	1,1%	1,4%
Uruguai	1,0%	0,6%	1,3%	2,8%	0,6%	2,4%	1,8%	1,6%	0,1%	0,6%
Chile	1,0%	0,5%	0,4%	0,5%	0,1%	0,7%	1,4%	0,4%	0,3%	0,4%
Outros países		0,3%	0,6%	1,4%	0,6%	1,1%	1,7%	0,3%	0,3%	0,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A concentração de turistas residentes nos arredores do Litoral Catarinense- dos estados e países vizinhos ou do próprio estado- justifica a escolha do meio de transporte utilizado para chegar ao destino: 72,1% optaram por realizar as viagens utilizando veículos próprios- este percentual superou até a média histórica (69,8%). Por outro lado, as viagens em transportes coletivos, aéreo e terrestre, reduziram a participação, passando de 27,2% na média histórica para 23,7% - isso pode indicar que a preocupação com a segurança sanitária ainda afeta as decisões do público.

## Evolução dos meios de transporte utilizado para chegar ao Litoral Catarinense (maior trecho percorrido)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Perfil socioeconômico

A avaliação do perfil socioeconômico dos frequentadores do Litoral Catarinense demonstrou poucas variações em relação aos anos anteriores. Dentre as pessoas que visitaram o Litoral, a faixa etária de maior representação foi a de adultos, entre 31 a 40 anos, somando 27,9% dos turistas, e entre 41 a 50 anos, com 24,7% de participação.

Com relação à renda média familiar mensal, a faixa mais frequente foi a de viajantes com renda entre R\$ 2.204 a R\$ 5.509 (Faixa 3), com 28,6% de participação, seguida pela Faixa 4, que vai de R\$ 5.510 a R\$ 8.812, com 27,1% da parcela. Na comparação com os anos anteriores é possível verificar uma tendência de crescimento na participação de turistas da Faixa 5 (R\$ 8.813 a R\$ 11.015), com aumento de 4,4 pontos percentuais (p.p.) em relação à média histórica. Esta relação torna-se importante num contexto de redução no poder consumo das famílias, apontando para a alteração no perfil do turista com a presença de grupos com maior renda.

### Evolução do perfil socioeconômico dos turistas

Variável	Categoria	Temporada									
		2013	2014	2015	2016	2017	2017	2018	2019	2021	2022
Sexo	Feminino	55,0%	56,1%	57,8%	50,7%	60,6%	33,5%	51,8%	59,1%	58,7%	56,6%
	Masculino	45,0%	43,9%	42,2%	49,3%	39,4%	66,5%	48,2%	40,9%	41,3%	43,4%

Continuação.

Variável	Categoria	Temporada									
		2013	2014	2015	2016	2017	2017	2018	2019	2021	2022
Estado civil	Casado/União estável			56,6%	60,3%	59,8%	55,4%	50,5%	57,8%	55,6%	60,5%
	Solteiro			34,8%	31,0%	30,8%	37,9%	40,0%	34,5%	37,0%	33,5%
	Separado ou divorciado			5,9%	5,5%	6,8%	4,4%	6,9%	4,6%	5,0%	4,1%
	Viúvo			2,5%	3,0%	2,4%	1,3%	2,5%	2,8%	1,8%	1,2%
	Outro			0,2%	0,2%	0,2%	1,0%	0,1%	0,4%	0,6%	0,7%
Faixa etária	18 a 25 anos	19,0%	15,6%	16,8%	13,4%	13,9%	15,5%	17,3%	14,0%	14,5%	12,3%
	26 a 30 anos	16,0%	14,2%	13,0%	14,6%	12,3%	17,0%	13,9%	14,4%	14,1%	11,4%
	31 a 40 anos	27,0%	25,3%	27,8%	27,4%	26,2%	28,9%	25,8%	26,7%	27,6%	27,9%
	41 a 50 anos	21,0%	22,2%	25,0%	23,2%	21,7%	21,4%	17,9%	22,3%	22,8%	24,7%
	51 a 60 anos	11,0%	14,4%	12,0%	15,3%	16,2%	11,7%	18,5%	14,5%	16,0%	15,9%
	Acima de 60 anos	6,0%	8,4%	5,5%	6,2%	9,7%	5,5%	6,5%	8,2%	4,9%	7,8%
Renda média familiar mensal	Faixa 1	2,2%	0,9%	1,4%	1,5%	2,9%	2,2%	3,0%	7,1%	2,9%	3,7%
	Faixa 2	8,7%	4,9%	9,0%	6,3%	13,9%	8,6%	9,8%	13,5%	15,4%	8,6%
	Faixa 3	34,8%	27,1%	32,4%	30,2%	35,7%	31,1%	37,0%	35,7%	33,1%	28,6%
	Faixa 4	27,2%	36,3%	32,7%	26,7%	22,5%	26,6%	21,6%	20,5%	22,3%	27,1%
	Faixa 5	7,6%	10,2%	11,4%	14,3%	11,3%	12,9%	10,7%	10,4%	8,5%	15,1%
	Faixa 6	19,6%	20,6%	10,0%	13,2%	7,4%	9,6%	9,4%	6,8%	8,9%	9,9%
	Faixa 7	0,0%	0,0%	3,1%	7,9%	6,4%	8,9%	8,5%	6,1%	8,9%	7,1%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os valores de referência (atuais) das faixas de renda média familiar mensal:

Faixa 1: R\$ 1.102 ou menos

Faixa 2: R\$ 1.103 a R\$ 2.203

Faixa 3: R\$ 2.204 a R\$ 5.509

Faixa 4: R\$ 5.510 a R\$ 8.812

Faixa 5: R\$ 8.813 a R\$ 11.015

Faixa 6: R\$ 11.016 a R\$ 16.524

Faixa 7: R\$ 16.525 ou mais

Com relação à forma de hospedagem, a maior parcela de turistas utilizou a hotelaria (37,6%), seguida por imóveis alugados (29,5%). Comparando os resultados das temporadas anteriores, cresceu o percentual de turistas hospedados em hotéis- maior valor da série histórica. Além disso, no contexto geral, observa-se uma suave tendência de redução na ocupação de imóveis locados.

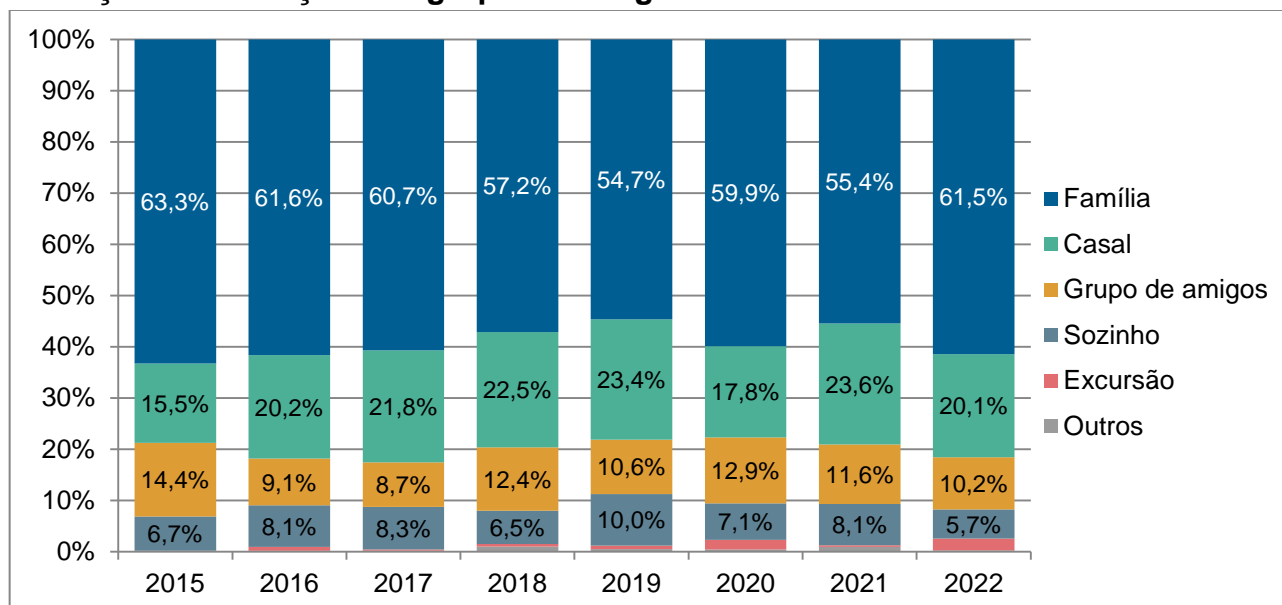
### Evolução da opção de hospedagem

Tipo de hospedagem	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Hotéis e similares	29,3%	32,7%	30,5%	35,0%	30,5%	33,4%	34,7%	32,0%	35,9%	37,6%
Imóvel alugado	21,7%	20,4%	26,6%	31,4%	29,3%	35,2%	34,9%	33,4%	25,1%	29,5%
Imóvel de parentes e amigos	24,8%	25,4%	26,5%	18,5%	22,3%	20,0%	22,5%	16,0%	23,1%	18,4%
Imóvel próprio	12,7%	14,9%	12,3%	10,7%	16,2%	8,5%	6,5%	14,7%	13,5%	12,3%
Camping	1,8%	0,5%	1,1%	2,4%	0,6%	2,3%	0,6%	2,1%	0,8%	0,6%
Outros	9,7%	6,1%	3,0%	2,0%	1,1%	0,7%	0,8%	1,9%	1,6%	1,7%
Total Geral	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A configuração dos grupos de viagem nesta temporada apresentou poucas mudanças em relação aos anos anteriores. A maior parcela, representada pelas famílias (61,5%), também foi a que mais aumentou a participação no total, 5 p.p. em relação à média histórica.

### Evolução na formação dos grupos de viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Gastos dos turistas

Os gastos médios dos turistas que frequentaram o Litoral Catarinense foram investigados por tipo de uso. Assim, os turistas que não tiveram dispêndios com hospedagem, por exemplo, não foram considerados no cálculo da média de hospedagem. Para o cálculo da média geral é realizada a soma dos gastos de cada turista ou visitante entrevistado e então calculada a média.

Nesta temporada a média geral dos gastos foi de R\$4.698, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos. Em média cada grupo de turista gastou R\$2.745 com hospedagem, seguido dos gastos com alimentação e bebidas (R\$1.875). Os gastos com transporte e os gastos com compras no comércio foram em média R\$283 e R\$524.

### Gastos com a viagem (2022)

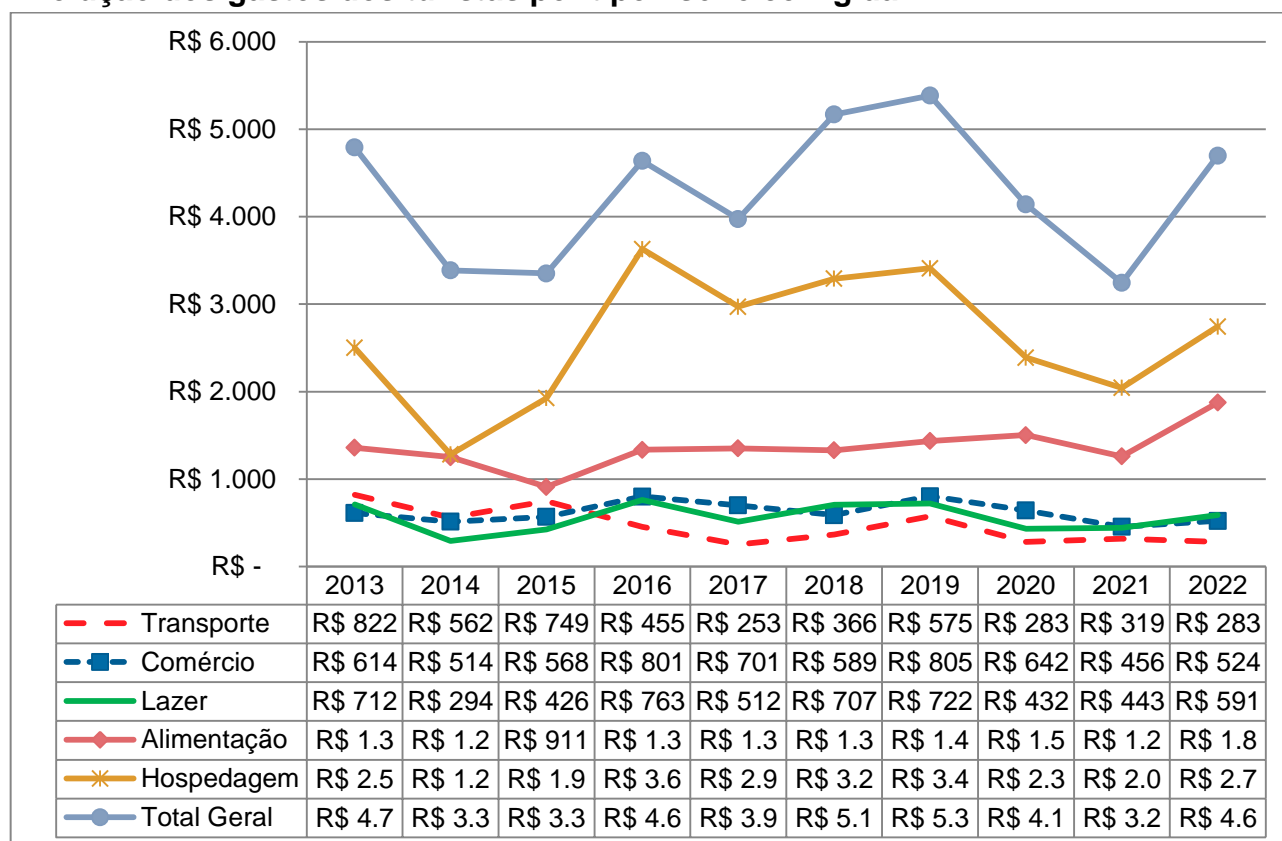


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC



Uma importante comparação acerca dos gastos dos turistas diz respeito à evolução da série histórica. Para que uma análise de tendência possa ser realizada foi aplicada a correção pelo IPCA, opção que permitiu transformar valores nominais em valores reais e, com isso, avaliar a evolução dos gastos dos turistas com produtos e serviços. A análise do gráfico a seguir apresenta um aumento de R\$1.455 nos gastos totais em relação a 2021 (valores corrigidos), ou seja, uma recuperação de crescimento de 45%. Em relação à série histórica, observa-se uma tendência de crescimento dos gastos: nesta temporada os turistas desembolsaram cerca de R\$500 a mais que a média histórica, ou seja, um crescimento superior a 10%.

### Evolução dos gastos dos turistas por tipo - série corrigida



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta temporada, o tempo médio de permanência dos turistas no litoral foi de 10,5 dias, semelhante aos 10 dias apurados em 2021, mas inferior à média histórica (12,4 dias). Apesar disso, os gastos com hospedagem e alimentação não acompanharam essa movimentação e aumentaram 34% e 49%, respectivamente, na comparação com a média histórica.

## Pesquisa com os empresários

O turismo é uma atividade que demanda muita mão-de-obra pelo fato de estar no setor terciário, gerando empregos diretos e indiretos, além de demandas de produtos e serviços de vários setores da economia. A temporada de verão representa um dos mais importantes períodos de fluxo de vendas nas regiões litorâneas. Apesar da sazonalidade, a movimentação de empregos diretos e indiretos tem efeito multiplicador, que gera riquezas para o destino turístico, pois o valor agregado é bem maior que a soma inicialmente gasta pelos turistas.

### Perfil e distribuição das entrevistas

Para estudar o impacto da temporada de Verão 2022 para os empresários do comércio de cada destino turístico, a Fecomércio SC também realizou uma série de perguntas para os comerciantes dos respectivos locais. Foram realizadas entrevistas em 554 estabelecimentos comerciais, distribuídos em diversos setores de atuação.

### Distribuição setor de atuação das empresas por destino turístico 2022

Setor	Destino turístico					
	São Francisco do Sul	Balneário Camboriú	Florianópolis	Imbituba	Laguna	Total
Bares e restaurantes	22,0%	21,3%	21,0%	20,2%	20,0%	20,9%
Vestuário, calçados e acessórios.	19,5%	20,5%	19,3%	18,0%	18,7%	19,3%
Mercados e supermercados	14,6%	11,8%	11,6%	12,4%	14,7%	12,6%
Hotéis e pousadas	9,8%	9,4%	11,6%	16,9%	10,7%	11,6%
Presentes e souvenir	8,5%	9,4%	8,8%	7,9%	8,0%	8,7%
Padarias e confeitarias	8,5%	7,9%	7,7%	7,9%	9,3%	8,1%
Farmácias	8,5%	7,9%	7,2%	7,9%	9,3%	7,9%
Livrarias e revistarias	4,9%	5,5%	6,6%	4,5%	4,0%	5,4%
Ag. viagens e op. turísticos	3,7%	6,3%	6,1%	4,5%	5,3%	5,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

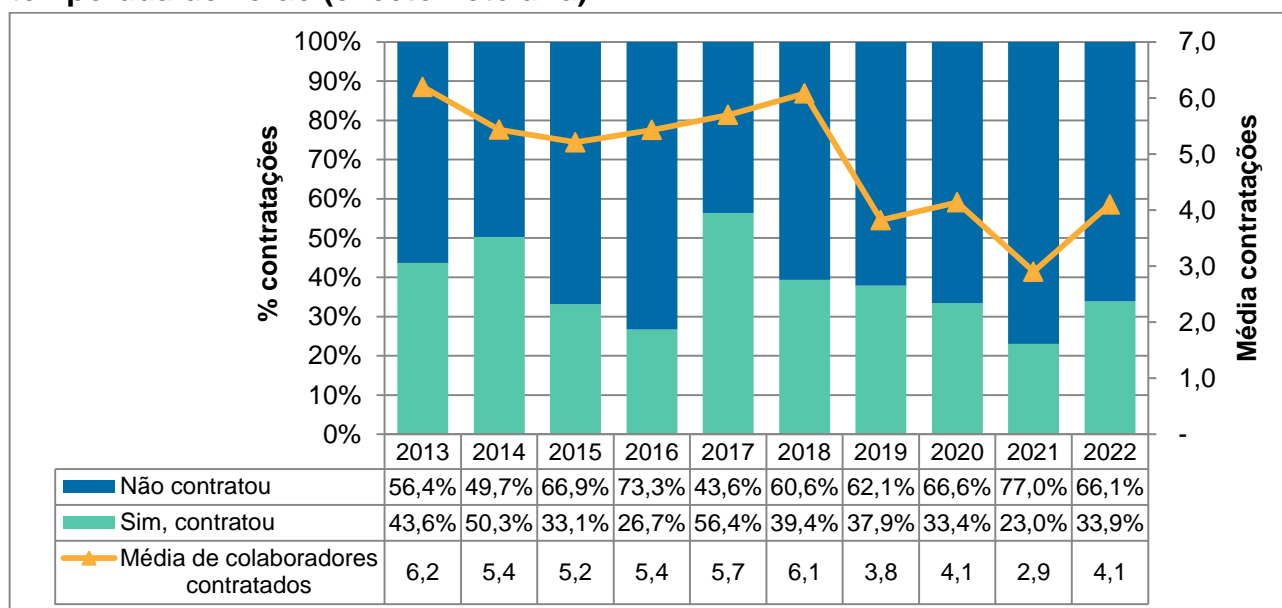
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Impactos 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 apurou a média de contratação de novos colaboradores para o período. O percentual geral foi de 33,9% dos estabelecimentos contratando colaboradores extras, sendo que os setores que mais influenciaram foram bares e restaurantes (46,5%) e mercados e supermercados (43,3%).

Nesta temporada, além do aumento 10,9 p.p. na fatia de empresas com contratações extras, a quantidade média de colaboradores contratados também aumentou (4,1 colaboradores por estabelecimento), superando os números de 2021.

## Evolução da contratação de colaboradores extra e a média de contratados para a temporada de verão (exceto hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação do movimento de clientes na temporada acompanhou a percepção otimista dos empresários demonstrada nos números de contratações de colaboradores extra: 4,7% avaliaram o movimento como muito bom, 41,9% bom, 28,2% considerou que a temporada não teve grande impacto no movimento, 14,5% consideraram ruim e 10,6% muito ruim. Ou seja, a percepção geral foi positiva, retornando ao patamar da temporada de 2017.

## Evolução da avaliação do movimento de clientes na temporada de verão

Avaliação	Temporada								
	2013	2014	2015	2016	2017	2019	2020	2021	2022
Muito bom	9,7%	19,7%	8,3%	14,0%	5,8%	4,3%	8,3%	1,2%	4,7%
Bom	55,9%	40,0%	43,2%	45,3%	40,4%	34,5%	41,7%	29,1%	41,9%
Irrelevante (não variou)	19,5%	17,2%	20,7%	18,1%	27,6%	23,7%	24,4%	18,4%	28,2%
Ruim	9,9%	17,0%	22,2%	14,3%	17,5%	25,8%	18,1%	33,2%	14,5%
Muito ruim	5,0%	6,0%	5,6%	8,3%	8,8%	11,6%	7,5%	18,1%	10,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Sem informações para a temporada 2018

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O ticket médio apresenta o valor médio que cada cliente gasta em suas compras em um estabelecimento. A relação do ticket médio por setor de atuação das empresas mostrou-se muito significativa. O valor médio apurado para o setor de agências de viagens e operadores turísticos (R\$ 1.661,00) foi o mais alto entre os setores apurados, ultrapassando a média geral (R\$ 207,50).

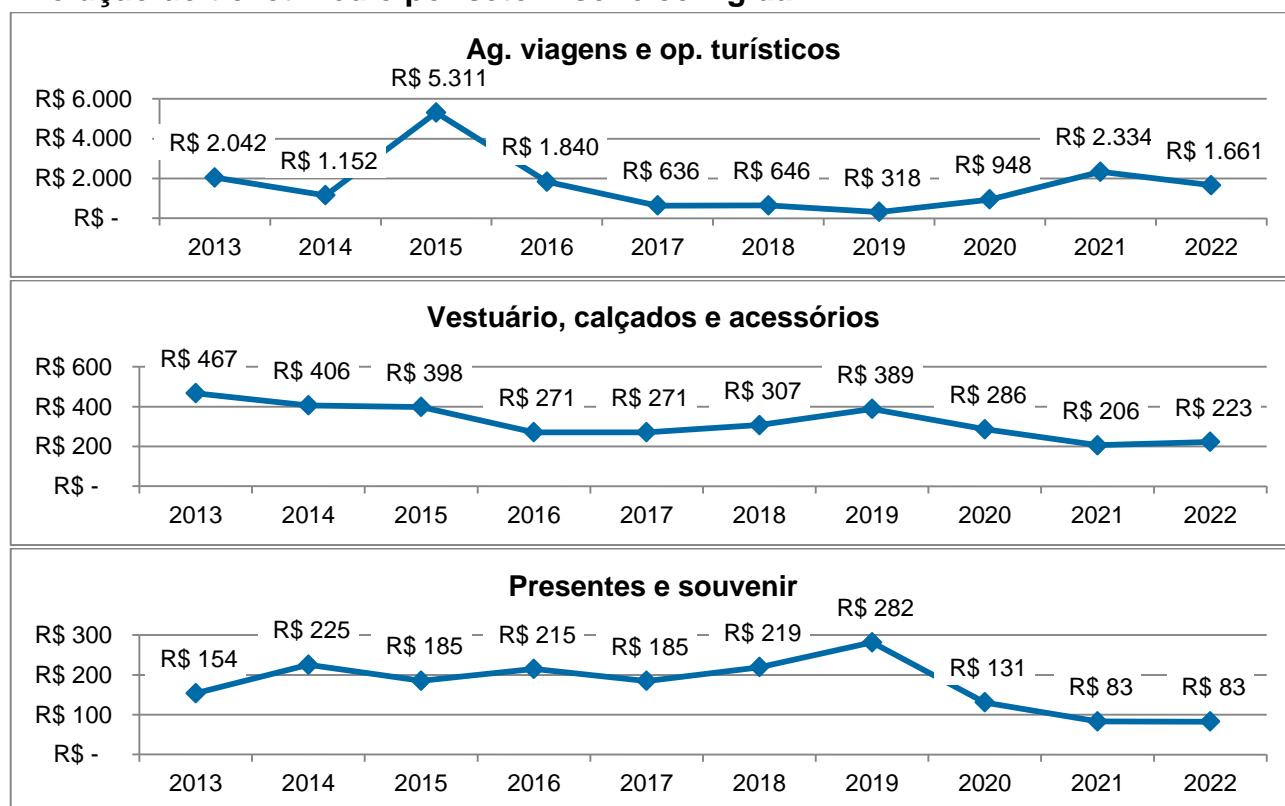
### Valor do ticket médio por setor na temporada de verão 2022

Sector	Ticket médio
Ag. viagens e op. turísticos	R\$ 1.661,00
Vestuário, calçados e acessórios.	R\$ 222,60
Livrarias e revistarias	R\$ 116,90
Mercados e supermercados	R\$ 101,80
Presentes e souvenir	R\$ 82,60
Bares e restaurantes	R\$ 80,20
Farmácias	R\$ 53,40
Padarias e confeitarias	R\$ 40,10
Total	R\$ 207,50

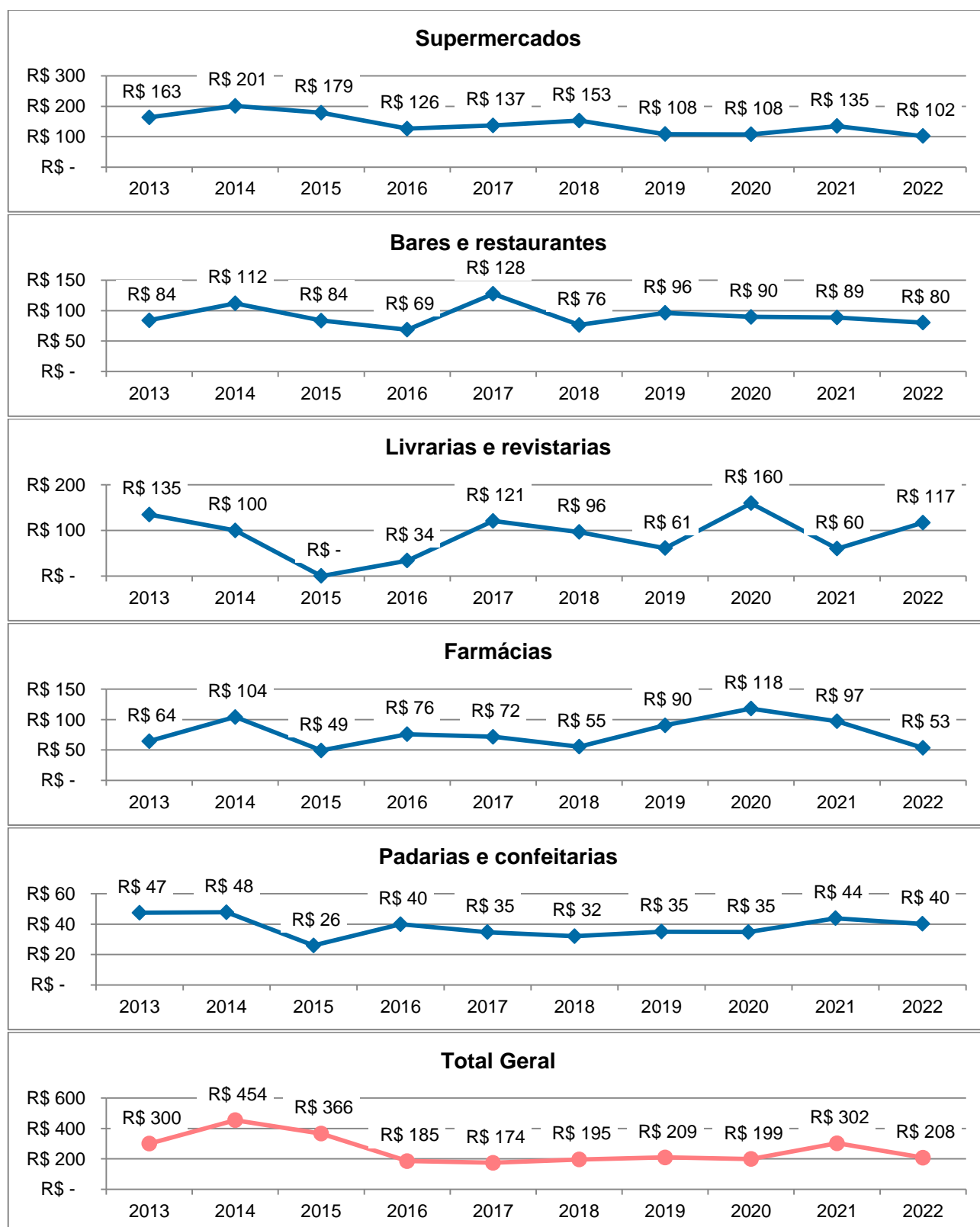
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para a avaliação comparativa da evolução do ticket médio ao longo da série histórica utilizou-se o mesmo recurso dos gastos dos turistas. Cada setor apresenta um comportamento distinto que fica visível nos gráficos a seguir, e a avaliação do total geral (média ponderada pela quantidade de estabelecimentos de cada setor) mostra, apesar das oscilações, uma leve tendência de queda.

### Evolução do ticket médio por setor - série corrigida







Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma de pagamento destes valores pode ser observada na tabela seguinte, onde ficou destacada a predominância do pagamento à vista nesta temporada (85,7%). Também se pode notar a redução dos pagamentos em espécie, sendo substituído por outras formas mais práticas e seguras, como a transferência eletrônica tradicional e o pagamento eletrônico instantâneo (PIX).

### Evolução da forma de pagamento preponderante no período (temporada)

Forma de pagamento	Temporada									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
À vista, cartão de crédito.	45,9%	40,0%	36,9%	41,3%	31,1%	34,5%	42,0%	45,8%	22,4%	37,8%
À vista, cartão de débito.	12,3%	12,0%	14,9%	29,8%	27,5%	27,1%	22,6%	20,2%	26,3%	32,7%
À vista, dinheiro.	22,8%	18,6%	20,8%	18,3%	22,4%	15,3%	11,2%	16,5%	24,3%	7,1%
À vista, pagamento eletrônico (TED, PIX,...).									0,8%	8,2%
Parcelamento, cartão de crédito.	16,7%	28,2%	25,6%	6,6%	17,1%	20,8%	23,3%	13,3%	20,6%	13,1%
Parcelamento, crediário.	2,3%	0,6%	1,8%	2,3%	1,1%	1,1%	0,7%	1,7%	2,9%	1,0%
Outro		0,6%		1,7%	0,9%	1,3%	0,2%	2,5%	2,7%	0,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na avaliação dos empresários, a variação faturamento das empresas foi de 30,3% em relação à temporada do ano anterior e de 29,9% na comparação com os meses comuns do ano- resultados acima da média histórica em ambos os casos.

### Evolução da variação do faturamento

Variação no faturamento	Temporada									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Em relação à temporada do ano anterior	5,6%	2,2%	7,5%	3,3%	-14,1%	-8,1%	-9,8%	-3,5%	*	30,3%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	14,9%	24,4%	4,1%	34,3%	18,8%	34,1%	22,4%	19,3%	28,0%	29,9%

\* dados inconsistentes

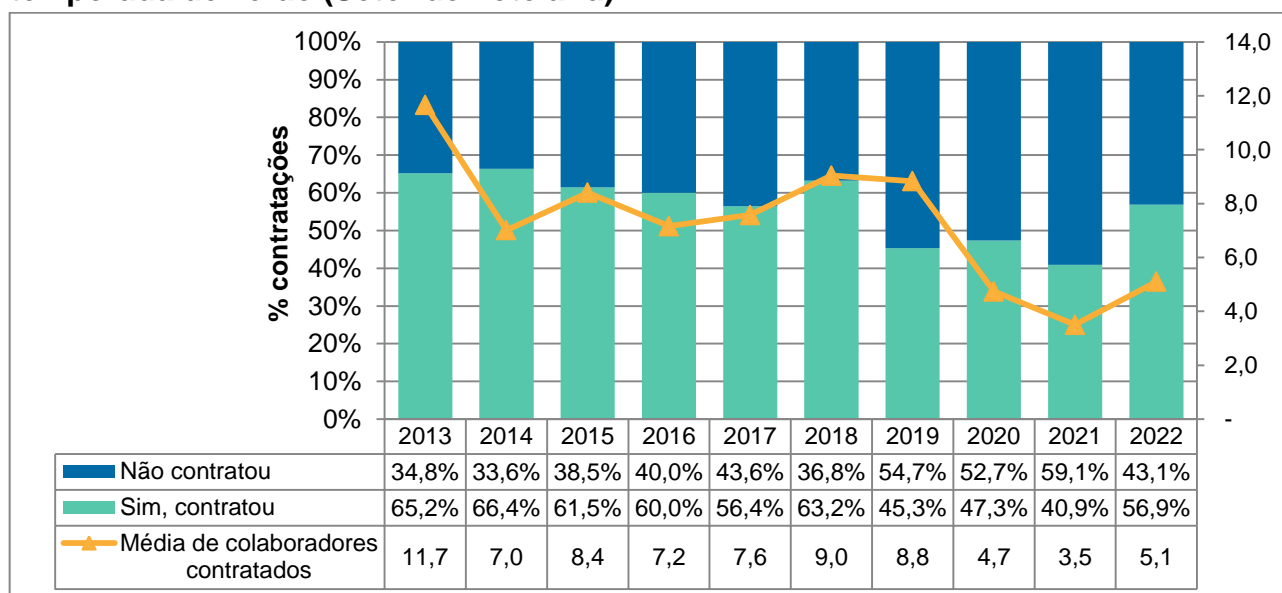
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### Impactos da temporada para o setor de hotelaria

O setor de hotelaria é composto por hotéis, pousadas e hospedarias. Por suas peculiaridades e relevância para a avaliação da temporada, o setor foi analisado separadamente visando captar as particularidades deste 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 64 meios de hospedagens nos municípios abrangidos pela pesquisa.

No geral, a maioria dos estabelecimentos do setor hoteleiro realizou contratações para atender a demanda sazonal. Em 2022, o percentual de empresas do setor que realizaram este tipo de admissão foi de 56,9%, número superior ao ano anterior. Em relação a quantidade de colaboradores extras, cada estabelecimento contratou, em média, 5,1 trabalhadores.

## Evolução da contratação de colaboradores extra e da média de contratados para a temporada de verão (Setor de hotelaria)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A principal forma de pagamento constatada pelos entrevistados do setor hoteleiro apresentou poucas alterações em relação ao ano anterior. A maioria dos hóspedes permaneceu pagando as despesas de hotéis e similares com cartões de crédito (67,2%), à vista ou parcelado. A principal alteração em relação ao ano anterior foi o aumento de pagamentos com transferência eletrônica, resultado da disseminação da modalidade do pagamento eletrônico instantâneo (PIX).

## Evolução da forma de pagamento (Setor de hotelaria)

Forma de pagamento	Temporada									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
À vista, cartão de crédito.	80,4%	57,8%	61,8%	52,1%	31,1%	46,1%	56,4%	56,6%	32,8%	35,9%
À vista, cartão de débito.	2,2%	6,4%	5,5%	9,4%	27,5%	7,9%	6,0%	6,6%	17,9%	9,4%
À vista, dinheiro.	10,9%	11,9%	13,6%	22,9%	22,4%	13,2%	6,0%	9,2%	4,5%	1,6%
À vista, pagamento eletrônico (TED, PIX, ...)									10,4%	21,9%
Parcelamento, cartão de crédito.	2,2%	22,9%	13,6%	9,4%	17,1%	31,6%	31,6%	25,0%	34,3%	31,3%
Parcelamento, crediário.	4,3%				1,1%					
Outro		0,9%	5,5%	6,3%	0,9%	1,3%		2,6%		
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Assim como os demais setores, nos hotéis foi percebida uma variação positiva do faturamento em relação aos meses anteriores à temporada (51,4%) bem como em relação à temporada d (43,7%).

## Evolução da variação do faturamento (Setor de hotelaria)

Variação no faturamento	Temporada									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Em relação à temporada do ano anterior	17,8%	9,6%	3,5%	12,8%	-12,5%	-0,8%	-19,5%	3,0%	*	43,7%
Em relação aos meses comuns do mesmo ano	46,0%	44,7%	39,3%	72,8%	37,1%	68,3%	45,7%	34,0%	51,2%	51,4%

\* dados inconsistentes

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Além da avaliação do faturamento, fica evidente a recuperação do nível de atividade do setor hoteleiro, na apuração de indicadores específicos: o percentual de ocupação dos leitos foi de 74,9%. Já o tempo de permanência dos hóspedes se manteve estável, cada hospede permaneceu em média 4,0 dias.

### **Evolução dos indicadores do setor hoteleiro durante a temporada de verão**

Indicadores	Temporada									
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ocupação dos leitos	80,2%	80,0%	88,2%	87,0%	75,5%	81,6%	72,1%	79,2%	52,6%	74,9%
Média de dias de permanência	4,9	6,3	5,3	5,3	4,8	5,8	4,8	4,8	4,0	4,0

*Nota: ocupação dos leitos - percentual sobre o total de leitos do estabelecimento.*

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC



## Conclusão

A temporada de Verão 2022 teve início num clima de esperança quanto retomada das atividades turísticas. O estado de Santa Catarina iniciou a temporada despontando no cenário nacional com uma boa cobertura vacinal da população e baixos índices de contaminação, demonstrando controle nas ações de enfrentamento à pandemia da Covid-19. Este estágio incentivou a retomada gradual do turismo, ainda que, os turistas e equipamentos turísticos tenham voltado com muita cautela.

O perfil dos turistas que frequentaram o litoral catarinense nesta temporada apresentou algumas mudanças, com destaque para o aumento na participação de turistas com maiores faixas de renda média mensal familiar e, conseqüente, redução na parcela das menores faixas de renda - a faixa de renda cujos valores atuais configuram de R\$ 8.813 a R\$ 11.015 aumentou 4,4 pontos percentuais se confrontada à média histórica. Além disso, comparado com os resultados das temporadas anteriores, cresceu o percentual de turistas hospedados em hotéis.

O tempo médio de permanência dos turistas no litoral foi de 10,5 dias, inferior à média histórica de 12,4 dias. Apesar disso, os gastos com hospedagem e alimentação não acompanharam essa movimentação e aumentaram 34% e 49%, respectivamente, comprado à média histórica. Em média, cada grupo de turista gastou R\$2.745 com hospedagem, seguido dos gastos com alimentação e bebidas (R\$1.875), totalizando média geral de R\$4.698. Considerando os valores reais, observa-se uma tendência de crescimento nesta temporada. Os gastos foram R\$500 acima da média histórica, ou seja, um crescimento superior a 10%. Essas características apontam para um perfil do turista com faixa de renda mais alta e realizando maiores gastos.

A percepção dos empresários reforça esta tendência, seja nos segmentos do comércio ou de serviços. Na avaliação dos empresários de diversos setores, exceto hotelaria, o faturamento foi melhor em relação à temporada anterior (30,3%) e na comparação com os meses comuns (29,9%). Especificamente para o setor de hotelaria, a avaliação do faturamento foi ainda melhor: 51,4% maior em relação aos meses anteriores à temporada e 43,7% acima da temporada passada.

A recuperação dos setores relacionados à atividade turística fica evidente, seja no impacto do turismo no estímulo ao comércio local, com os turistas realizando compras durante as viagens, seja nos setores de serviços de hospedagem, alimentação, transporte e entretenimento.

*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.*