



Federação do Comércio de Bens, Serviços Turismo de Santa Catarina

Pesquisa Inverno na Serra Catarinense 2022

Pesquisa Fecomércio SC de Turismo – Temporada de Inverno na Serra Catarinense

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC | NPE
Setembro de 2022

Introdução

A temporada de inverno na Serra Catarinense já pontua como roteiro turístico consolidado no Estado e no País. O clima e as belezas naturais aliados à hospitalidade e boa gastronomia motivam turistas a visitar diversos municípios e equipamentos turísticos da região.

Diante deste cenário a Fecomércio SC realiza a Pesquisa Turismo de Inverno na Serra Catarinense. O estudo está organizado em dois capítulos, o primeiro traz o resultado da pesquisa realizada com os visitantes e turistas; onde são abordados os temas: perfil socioeconômico, origem de visitantes e turistas, características e organização da viagem. No segundo capítulo são apresentadas as percepções dos empresários sobre o impacto da temporada nos empreendimentos dos setores de comércio, serviços e turismo em doze cidades da região.

As entrevistas com os visitantes são realizadas em diversos municípios da Serra Catarinense. Como visitantes são consideradas as pessoas que transitam nos pontos turísticos e que não são moradores dos municípios: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Otacílio Costa, Painel, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema. Como turistas são considerados os visitantes que realizam ao menos um pernoite hospedado na região.

As entrevistas com os visitantes ocorrem em pontos de grande fluxo de pessoas, com maior abrangência nos pontos turísticos das cidades. Nesta edição coleta de dados ocorreu nos meses de julho e agosto de 2022. Os empresários ou representantes dos estabelecimentos são entrevistados por telefone no período final da alta temporada.

Foram entrevistados 398 visitantes e 360 empresários e gestores dos estabelecimentos comerciais, com erro amostral calculado de 5% e significância de 95% para ambos os públicos.

Pesquisa com turistas e visitantes

Perfil e organização da viagem

A pesquisa da Fecomércio SC investigou vários aspectos para traçar o perfil de turistas e visitantes que frequentaram os municípios da Serra Catarinense na temporada de inverno de 2022.

Origem de turistas e visitantes

A pesquisa mostrou que a maioria do público na Serra Catarinense é formada por brasileiros, sendo 62,6% do próprio estado de Santa Catarina, 11,6% de São Paulo, 8,8% do Paraná. Dentre os municípios do Estado, Florianópolis teve a maior frequência, 12,3% dos turistas e visitantes, e dentre os demais estados aparecem com destaque Curitiba (4,3%), São Paulo (3,5%) e Rio de Janeiro (3,3%).

País/Estado/Município	Ano				
	2017	2018	2019	2021	2022
Brasil	99,4%	99,6%	99,8%	100,0%	99,7%
Santa Catarina	62,5%	65,8%	68,3%	65,0%	62,6%
Florianópolis	12,2%	14,4%	13,1%	8,8%	12,3%
Joinville	3,9%	5,4%	3,4%	4,3%	5,0%
São José	1,8%	2,1%	1,3%	3,0%	3,8%
Blumenau	5,7%	3,9%	2,5%	4,8%	3,5%
Criciúma	1,2%	4,1%	4,7%	2,0%	3,0%
Outros	37,7%	35,8%	43,3%	42,3%	34,9%
São Paulo	11,0%	10,9%	8,5%	9,8%	11,6%
Paraná	10,1%	8,6%	5,1%	6,8%	8,8%
Rio Grande do Sul	7,1%	7,2%	9,5%	11,3%	5,5%
Rio de Janeiro	2,1%	1,8%	3,0%	1,5%	3,3%
Outros Estados	6,5%	5,4%	5,5%	5,8%	8,0%
Outros países	0,6%	0,4%	0,2%	0,0%	0,3%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outros estados de origem aparecem com menor frequência, no entanto a distância percorrida pelos turistas até o destino chama a atenção, entre eles: Ceará, Pernambuco, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e outros tantos com grandes distâncias percorridas.

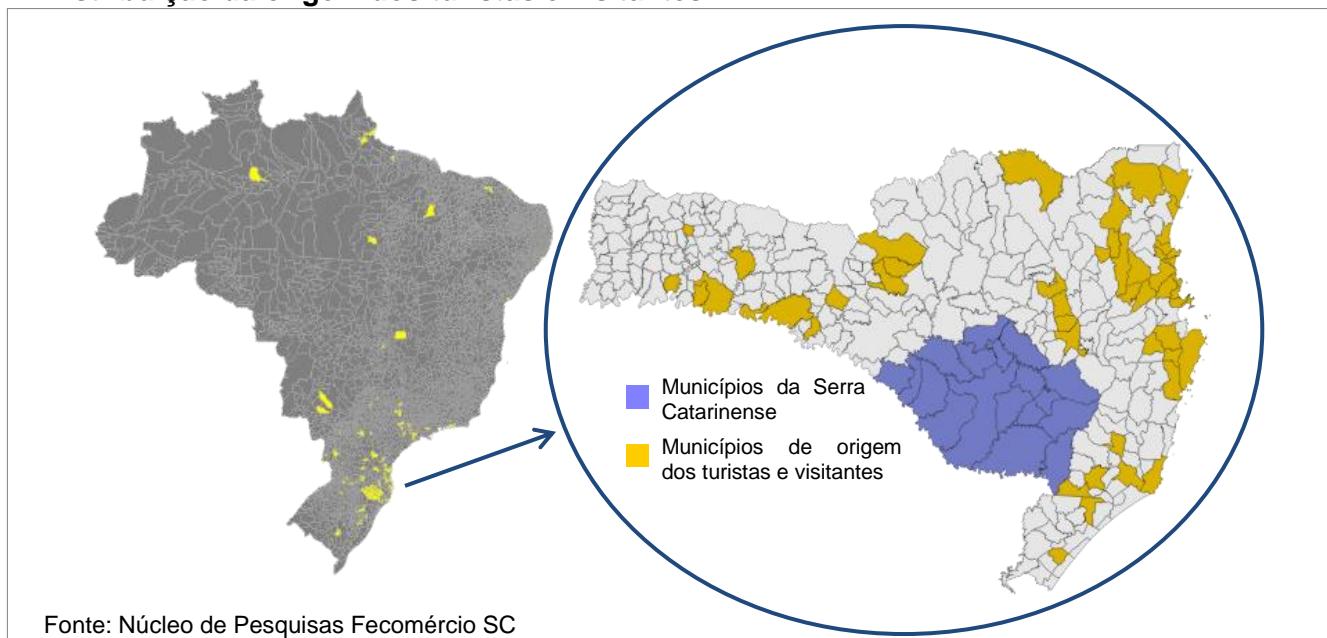
Distância percorrida

A distância percorrida pelos viajantes para chegar aos destinos turísticos da Serra Catarinense foi, em média, 626 km. Considerando as particularidades das viagens temos que:

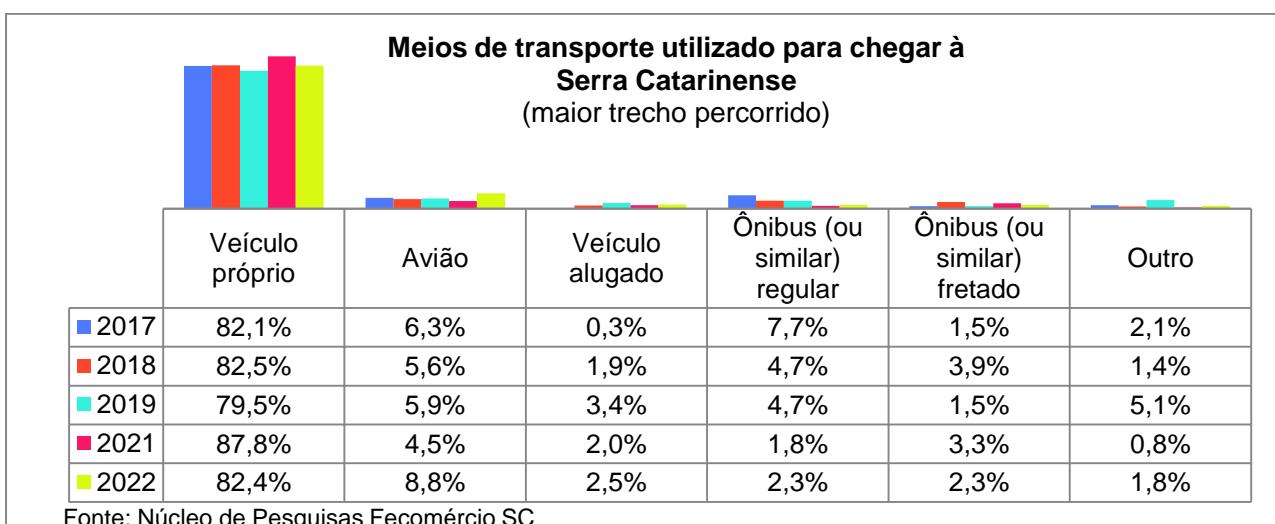
- Os visitantes – que não pernoitaram – percorreram em média 323 km, com viagens estimadas em 4h30;
- Os turistas percorreram em média 655 km;
- Turistas que viajaram de avião percorreram em média 2.114 km (distância em linha reta);
- Turistas que viajaram de ônibus (regular ou fretado) percorreram em média 767 km (distância por estradas); e
- Turistas que viajaram com veículos (próprios ou alugados) percorreram em média 417 km.

Na comparação com a temporada de 2021 a distância percorrida pelos turistas cresceu 20%, aumento influenciado principalmente pelos passageiros de ônibus e aviões. No entanto, os viajantes de veículos reduziram 8% de seu trajeto. O mapa a seguir dá a noção da dispersão na origem dos turistas que frequentaram a Serra Catarinense.

Distribuição da origem dos turistas e visitantes



Em decorrência da ampla dispersão geográfica da origem dos visitantes e turistas que prestigiaram a temporada de inverno de 2022, se faz importante aprofundar o tema da dinâmica de deslocamento dos turistas, dessa forma, a Fecomércio SC inquiriu sobre o meio de transporte utilizado pelos viajantes para chegar ao destino turístico. Apesar do aumento na distância percorrida por turistas e visitantes, nesta temporada o principal meio de transporte utilizado permaneceu o veículo próprio (82,4%), destes, 68,9% foram turistas do próprio estado, 11,6% de São Paulo e 10,4% do Paraná. Da parcela de 2,3% de turistas que fez uso de ônibus fretado (ou similar), a totalidade foi de viagens domésticas, dentro do próprio estado. A origem dos 8,8% turistas que vieram de avião ficou dispersa entre diversos estados como Ceará, Pernambuco e São Paulo.



Para traçar o perfil socioeconômico dos frequentadores, a pesquisa inicialmente averiguou informações com sexo, faixa etária e renda média familiar mensal. Dentre as pessoas que visitaram a Serra, 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 24,9% de participação. A idade média é de 42,5 anos (desvio-padrão=12,8, mediana=41 e moda=40). Com relação à renda média familiar mensal, a faixa mais frequente foi a de viajantes com renda entre R\$ 2.441 a R\$ 6.101, com 27,4% de participação, seguida pela faixa de R\$ 6.102 a R\$ 9.758, com 17,6% da parcela. A tendência observada na série histórica é de aumento da frequência das faixas etárias mais elevadas e também das faixas de renda mais elevadas, com destaque para os visitantes acima de 60 anos.

Perfil socioeconômico dos visitantes		Ano				
Variável	Categoria	2017	2018	2019	2021	2022
Sexo	Masculino	51,6%	56,2%	56,2%	78,1%	56,8%
	Feminino	48,4%	43,8%	43,8%	21,9%	43,2%
Faixa etária	De 18 a 25 anos	17,7%	15,8%	25,2%	6,8%	9,5% ↓
	De 26 a 30 anos	13,8%	11,7%	16,9%	9,5%	10,1% ↓
	De 31 a 40 anos	25,5%	27,8%	24,5%	29,0%	27,9% ↑
	De 41 a 50 anos	23,7%	22,4%	16,5%	26,0%	24,9% ↑
	De 51 a 60 anos	15,0%	16,0%	10,8%	21,0%	17,1% ↑
	Acima de 60 anos	4,2%	6,4%	6,1%	7,8%	10,6% ↑
Renda média familiar mensal	Faixa 1	3,0%	1,2%	3,6%	2,0%	1,8% ↓
	Faixa 2	10,7%	10,5%	11,2%	9,0%	6,3% ↓
	Faixa 3	25,0%	29,4%	31,5%	34,3%	27,4% ↓
	Faixa 4	18,2%	26,1%	25,2%	23,5%	17,6% ↓
	Faixa 5	10,7%	10,9%	10,8%	10,0%	12,8% ↑
	Faixa 6	10,7%	11,9%	6,3%	7,8%	10,3% ↑
	Faixa 7	7,4%	8,0%	3,8%	8,8%	9,0% ↑
	Recusa	14,3%	2,1%	7,6%	4,8%	14,8% ↑

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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

- Faixa 1: R\$ 1.220 ou menos
- Faixa 2: R\$ 1.221 a R\$ 2.440
- Faixa 3: R\$ 2.441 a R\$ 6.101
- Faixa 4: R\$ 6.102 a R\$ 9.758
- Faixa 5: R\$ 9.759 a R\$ 12.198
- Faixa 6: R\$ 12.199 a R\$ 18.298
- Faixa 7: R\$ 18.299 ou mais

No tocante à forma de hospedagem, a maior porcentagem de turistas utilizou a hotelaria (62,6%), seguida por aqueles que ficaram em imóveis de parentes ou amigos (15,1%). Comparando os resultados da temporada 2022 com as temporadas anteriores, desde 2017, cresceu o percentual de turistas em hotéis e também o percentual de turistas que optaram pela locação de imóveis. A parcela de visitantes, pessoas que não ficaram hospedadas na região, caiu muito, a média dos

últimos anos era de 17,4% e nesta temporada caiu para 9,3%. A tabela a seguir ilustra as informações:

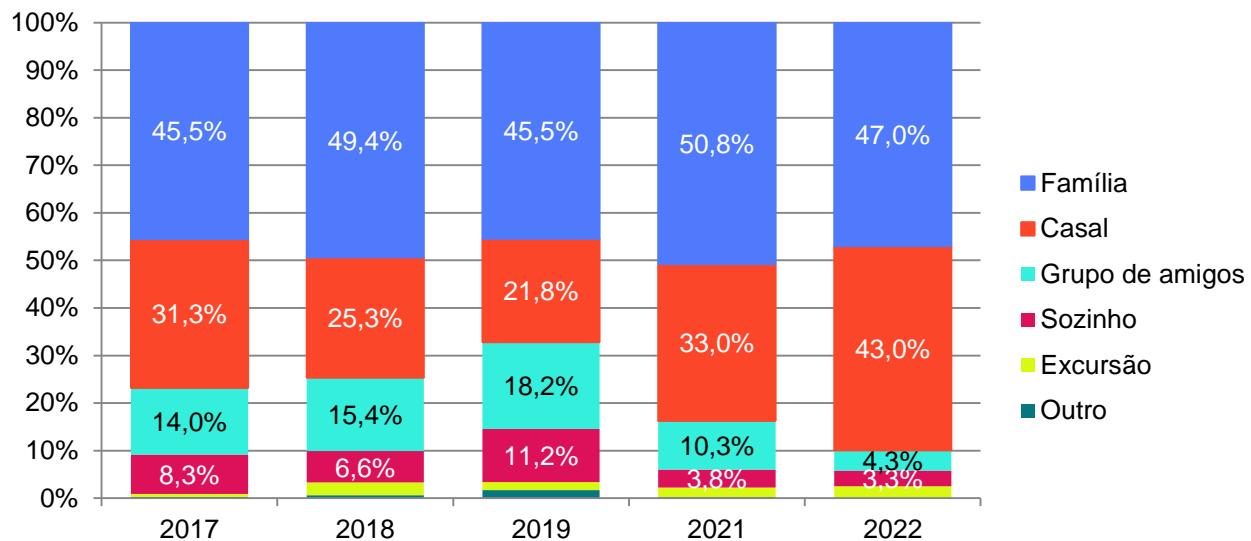
Distribuição por tipo de hospedagem

Tipo de hospedagem	Ano				
	2017	2018	2019	2021	2022
Hotéis e similares	53,9%	54,7%	46,3%	57,8%	62,6%
Imóvel de parentes e amigos	22,9%	21,2%	19,0%	11,5%	15,1%
Imóvel alugado	4,5%	1,4%	6,8%	6,0%	10,3%
Camping	1,2%		0,6%	1,0%	0,8%
Imóvel próprio	1,5%	0,4%	1,9%	0,3%	1,8%
Quarto e café em casa de família	2,7%	0,2%	2,1%	0,3%	
Outros	2,7%	3,5%	4,0%	2,3%	0,3%
Nenhum, não irá pernoitar.	10,7%	18,7%	19,2%	21,0%	9,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A tendência de viagens entre grupos de amigos, que vinha numa crescente entre os anos de 2017 a 2019 caiu abruptamente em 2021 e 2022. Em contraponto a parcela de casais nesta temporada aumentou mais de 10%, enquanto o volume de grupos familiares se manteve estável.

Distribuição dos grupos de viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tamanho dos grupos não apresentou grandes variações em relação às temporadas anteriores. O número médio de 4,4 pessoas, nesta temporada, não difere muito do apurado em 2019 e 2021. O tamanho dos grupos formados por famílias e por amigos aumentou sutilmente, impactando a média geral.

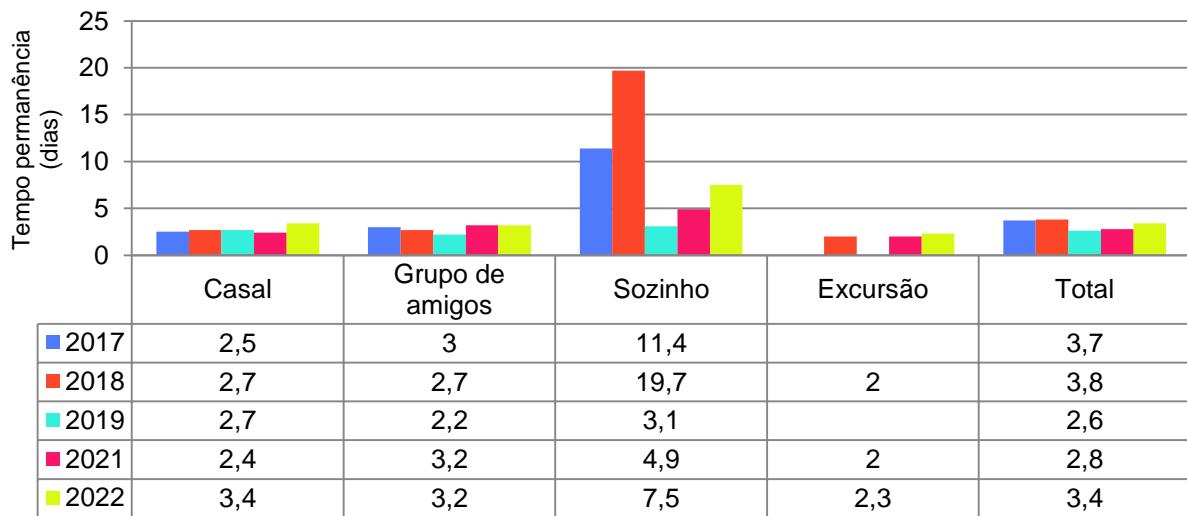
Evolução do tamanho dos grupos de viagem por tipo

Grupo	Ano				
	2017	2018	2019	2021	2022
Família	4,3 pessoas	4,6 pessoas	4,5 pessoas	4,4 pessoas	4,8 pessoas
Casal	2 pessoas				
Grupo de amigos	5,6 pessoas	6,3 pessoas	5,3 pessoas	5,1 pessoas	6,4 pessoas
Sozinho	1 pessoa				
Excursão	37 pessoas	53 pessoas	*	34,9 pessoas	39,1 pessoas
Outro	2 pessoas	*	*	*	
Total	3,7 pessoas	5,3 pessoas	4,0 pessoas	4,2 pessoas	4,4, pessoas

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tempo médio de permanência dos turistas na Serra Catarinense nesta temporada de inverno foi de 3,4 dias, superior à média histórica de 3,2 dias e ao ano anterior. No geral todos os grupos aumentaram o tempo de permanência e cabe destacar que o grupo dos casais teve grande influência neste número – mais casais permanecendo por mais tempo.

Evolução do tempo de permanência na Serra Catarinense por grupo de viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Gastos e despesas

Os gastos médios dos viajantes que frequentaram a Serra Catarinense na temporada de inverno 2022 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.

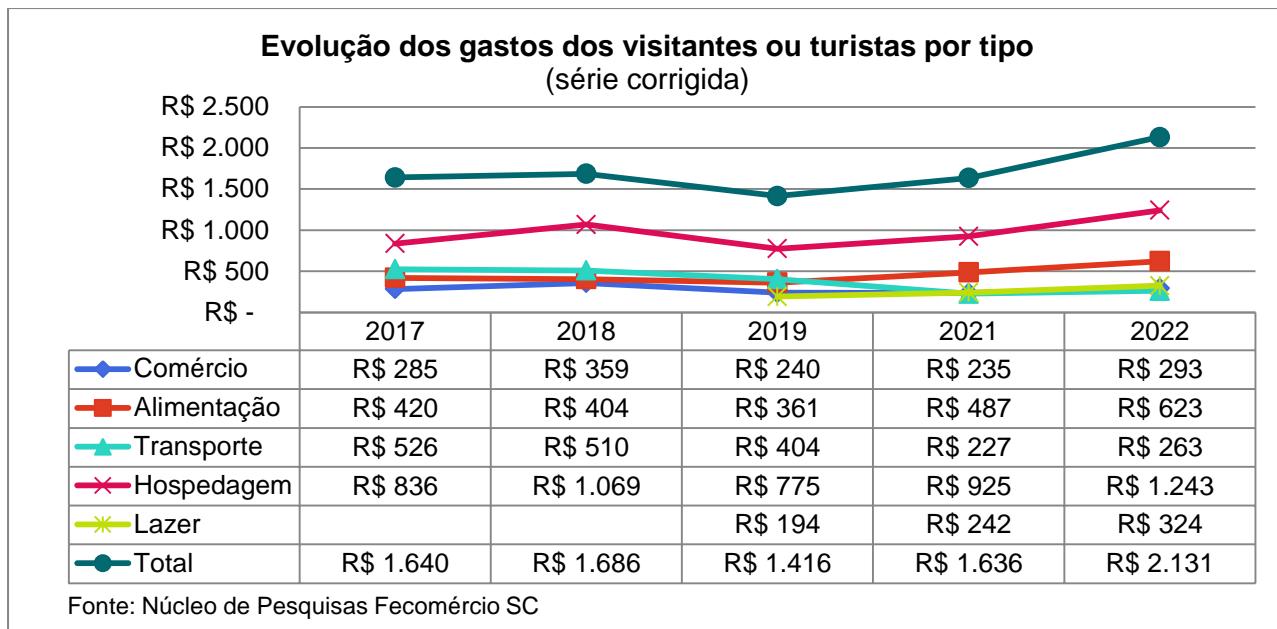
Gastos com a viagem (2022)

Gastos com a viagem por tipo e o percentual de visitantes que efetuou o referido gasto



Nesta temporada a média geral dos gastos foi de R\$ 2.131, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos. Cada grupo de turista gastou, em média, R\$ 1.243 com hospedagem e R\$ 623 com alimentos e bebidas. Os gastos com transporte e os gastos com compras no comércio foram na monta de R\$ 263 e R\$ 293. Outra informação relevante deste tema é o percentual de pessoas que realizaram os gastos: 79% dos viajantes entrevistados realizaram compras no comércio local, 92% gastaram com alimentação, 82% com transporte e 74% com hospedagem.

Outra análise importante em relação aos gastos dos visitantes 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. Na análise do gráfico a seguir, mostra que os gastos dos turistas aumentaram 26% em relação ao período pré-pandemia e 30% em relação à temporada do ano anterior, impulsionados principalmente pelos gastos com hospedagem e alimentação que cresceram 34% e 28% em relação a 2021 e que representam 45% e 23% do total de gastos.



Motivações turísticas

A pesquisa incluiu uma questão sobre os atributos que levam o investigado a visitar o destino de forma induzida, isto é, indicando ao visitante os possíveis motivos de viagem. Esta questão é muito relevante para identificar as propriedades reconhecidas pelo público em relação ao destino investigado. Os visitantes e turistas da Serra Catarinense foram motivados, principalmente, pelo Turismo de Inverno (77,1% das citações), seguido pelas visitas a parente e amigos, com 11,8%. Entender a principal motivação é muito importante para garantir a fidelidade dos turistas, estimulando novos atrativos e renovando o interesse nas cidades. Nesta temporada, veiculação de notícias na mídia local e nacional sobre clima da Serra Catarinense, a incidência de frentes frias e a possibilidade de neve atraíram os turistas a visitar o destino turístico, como reflexo desta exposição a maior parcela de citações dos turistas quanto às motivações para a escolha do destino foi, evidentemente, o turismo de inverno. Por outro lado o percentual de citações com referência ao turismo de lazer indica que os investimentos em equipamentos turísticos, como a inauguração de novos mirantes e parques, e também com a oferta de produtos voltados à experiência turística, dentro dos seus próprios estabelecimentos ou com parcerias.

Evolução das motivações da viagem

Motivo da viagem	Ano				
	2017	2018	2019	2021	2022
Turismo de inverno	60,8%	52,1%	64,6%	91,3%	77,1%
Visita a parentes e amigos	15,8%	12,6%	14,6%	7,0%	11,8%
Turismo de lazer					9,5%
Turismo de negócios e eventos	8,6%	3,7%	5,8%	1,3%	1,3%
Enoturismo (vinícolas)					0,3%
Turismo cultural	6,8%	4,4%	5,6%		
Turismo de aventura	2,9%	8,2%	3,7%		
Ecoturismo	3,4%	10,8%	2,7%	0,3%	
Turismo gastronômico	1,3%	5,3%	2,5%		
Turismo de esportes	0,5%	2,9%	0,5%	0,3%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

De forma espontânea, o viajante foi solicitado a indicar quais os pontos turísticos que já havia visitado e quais os que pretendia visitar. Com essa estratégia foi possível identificar que a maior parte das citações se refere às **belezas naturais** da Serra Catarinense (55,3%), locais tradicionais como a Cascata do Avencal, a Cascata Véu de Noiva e o Morro da Igreja, dividiram espaço com parques que realizaram investimentos em infraestrutura para atrair o público com destaque para novos mirantes e passarelas de vidros instalados nos municípios da Serra.

O turismo de aventura: as belezas naturais também proporcionaram atividades radicais, como rapel nas cataratas e paredões, voo de parapente, trekking até o topo de seus altos morros, e tirolesa e arvorismo nos parques.

Os tradicionais pontos de **turismo de lazer**, as praças das cidades, também foram muito citados, com destaque para a Pousada Rural Sesc, em Lages, e as Praças João Ribeiro (São Joaquim) e Manoel Pinto de Arruda (Urupema). Os **pontos religiosos** foram citados por 8,2% dos visitantes e turistas.

Fica em evidência, nesta temporada, a consolidação do **Enoturismo** na Serra Catarinense, com diversas vinícolas e vinhedos promovendo passeios e experiências diferenciadas a turistas e visitantes, foram 8% das citações de pontos visitados superando a frequência do ano anterior (6,7%).

O destaque desta temporada foi o **Ecoturismo** com a visitação aos cânions da Serra Catarinense, com passeios mistos entre off-road e caminhadas, visitas a belas cachoeiras e a penhascos verticais de grande altura. Tudo organizado a fim de promover grandes experiências com segurança para os visitantes. Os passeios mais citados foram Cachoeira Papuã Eco Parque, Cânion do Espraiado e Cânion das Laranjeiras.

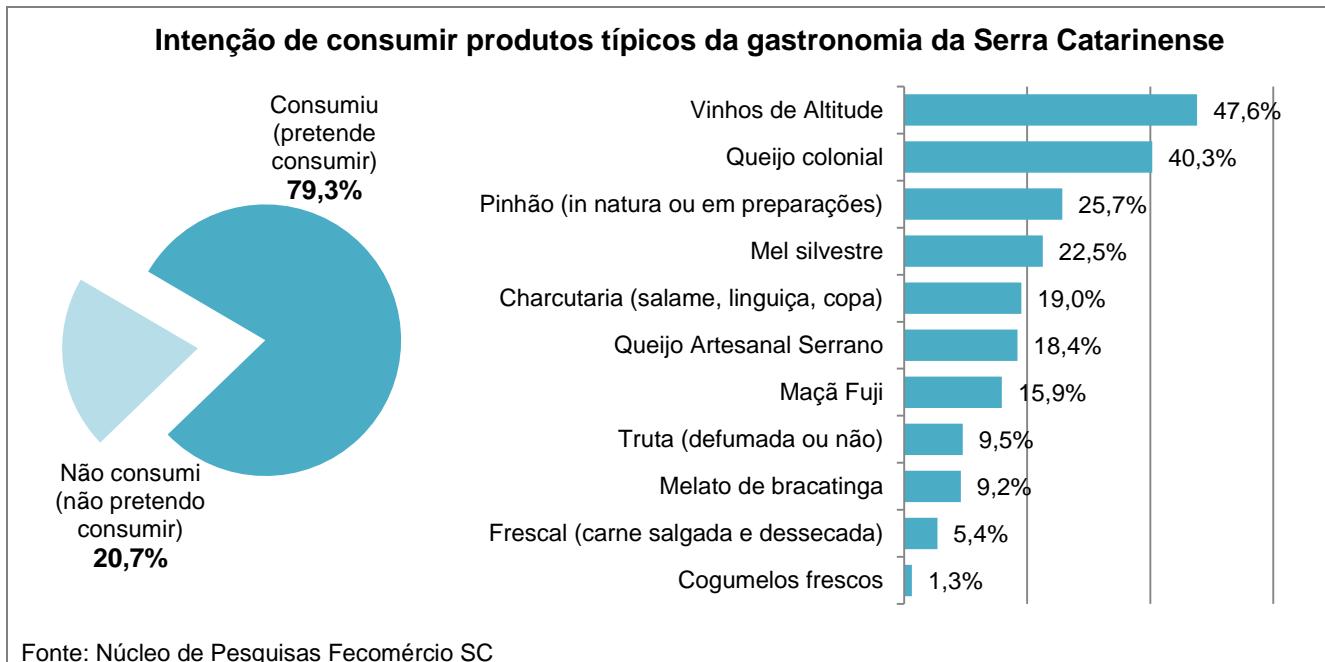
Locais e pontos turísticos mais visitados em 2022



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O turismo gastronômico e o enoturismo são dois produtos turísticos que estão cada vez mais presentes na Serra Catarinense. São formas de conhecer a cultura local, mais do que conhecer bons restaurantes e os vinícolas, aumentam de repertório cultural enriquecem e dão maior sentido à experiência da viagem. O tradicional binômio contemplação-descanso do turismo de laser ainda se mantém como prioritário na escolha dos destinos da Serra catarinense, no entanto a visita a adegas, vinhos, produtores de alimentos, festivais gastronómicos, restaurantes e locais

específicos, aonde a degustação de alimentos e bebidas, e toda a experiência inerente a estas atividades, vem crescendo no gosto dos turistas e visitantes. Tanto que a parcela de viajantes com a intenção de consumir ou que já haviam consumido os produtos típicos chegou próximo aos 80% e os vinhos de altitude e o queijo colonial foram os mais citados.



Grupos característicos dos viajantes da Serra Catarinense em 2022

Nesta edição da pesquisa foi possível identificar grupos característicos de viajantes, agrupamentos de indivíduos com base na similaridade de comportamentos e características, e também nas diferenças entre eles. Além disso, a comparação com o ano anterior mostra a frequência de

O grupo dos **visitantes** viajou dentro do próprio estado, percorrendo, em média, 323 km em um tempo de viagem estimado em 4h e 30min. Vieram em seus próprios veículos em grupos familiares de três pessoas. Grupos com renda média familiar mensal entre R\$ 2.441 a R\$ 6.101, que gastaram R\$ 366 entre transporte, alimentação, passeios e compras. Foi atraído pelas belezas naturais e pelo turismo de inverno, o ponto turístico mais visitado por este grupo foi o Mirante da Serra do Rio do Rasto.

O próximo grupo, caracterizado como **família local**, é formado por turistas de Santa Catarina que viajaram em seus próprios veículos percorrendo distâncias de 244 km, ficou hospedada em hotéis e similares e também em casa de parentes e amigos com tempo de permanência de 2 a 3 dias. Os grupos de famílias entre 5,3 pessoas em média, visitaram os tradicionais pontos turísticos, como cascatas e mirantes e, em grande volume, equipamentos turísticos de entretenimento. Com renda média entre R\$ 2.441 a R\$ 6.101 esse grupo gastou, em média, R\$ 1.490 nessa viagem.

Com características semelhantes é o grupo dos **viajantes**, também com turista de diversos estados que gostam de viajar para lugares variados, demonstraram intenção de viajar nas próximas férias (temporada de verão) de qualquer maneira, principalmente para o litoral brasileiro. Na Serra, foi o grupo que mais explorou o enoturismo visitando muitas vinícolas da região. Percorreram cerca de 670 km na maioria com veículos próprios, mas também de avião. Viajam em grupos familiares de 4 pessoas e ficaram hospedados em hotéis e similares. A renda média desse grupo fica concentrada na faixa dos R\$ 5.510 a R\$ 8.812 e o gasto médio foi de R\$ 1.232.

O grupo identificado como **casal local**, formado por casais, turistas de Santa Catarina com grande interesse em visita às vinícolas e todas as experiências por elas proporcionadas. Percorreram pequenas distâncias, 235 km em média, com veículos próprios, ficaram em média 3 dias, e optaram pela hospedagem em hotéis (maior parte) e em imóveis alugados. São turistas conectados, pesquisaram e realizaram as reservas serviço online e portais de imóveis. Com gasto médio de R\$ 1.917, foi o grupo que proporcionalmente mais investiu em hospedagem, alimentação e bebidas.

A configuração dos grupos não mudou muito da temporada de 2021 para a de 2022, mas algumas características individuais dos grupos podem ser destacadas:

- O grupo dos visitantes reduziu de tamanho e aumentou a distância percorrida;
- As famílias locais, além de hotéis, nesta temporada também ficaram hospedadas na casa de parentes e amigos, mudança que pode ser atribuída ao controle da pandemia e retomada da normalidade;
- Aumento na participação do grupo de casal local

Pesquisa com os empresários

Perfil e distribuição das entrevistas

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

Distribuição das entrevistas por município da empresa

Município	%
Lages	20,3%
Urubici	11,1%
São Joaquim	11,1%
Correia Pinto	9,2%
Bom Retiro	8,9%
São José do Cerrito	6,7%
Bom Jardim da Serra	6,7%
Campo Belo do Sul	6,4%
Urupema	5,8%
Bocaina do Sul	5,3%
Painel	4,4%
Rio Rufino	4,2%
Total Geral	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os setores entrevistados foram distribuídos na seguinte proporção:

Distribuição das entrevistas por setor ou ramo de atuação da empresa

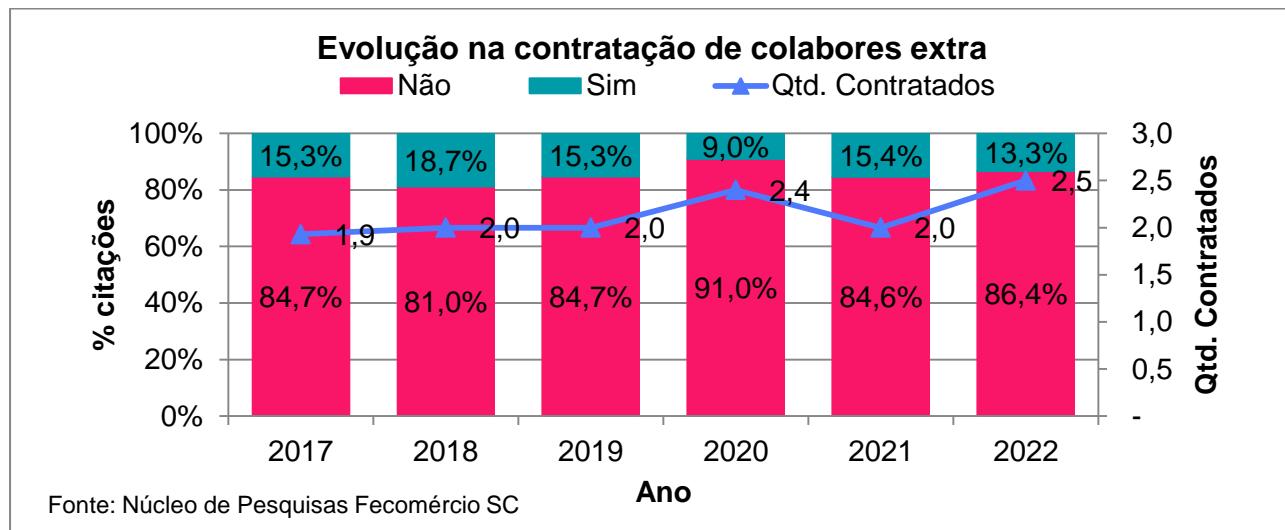
Setor	%
Vestuário e calçados	17,2%
Bares e restaurantes	15,6%
Mercados, supermercados e mercearias.	15,0%
Hotéis e pousadas	11,9%
Padarias e confeitarias	11,9%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	11,4%
Farmácias	10,0%
Postos de combustíveis	6,7%
Outro	0,3%
Total Geral	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Impactos da temporada de inverno

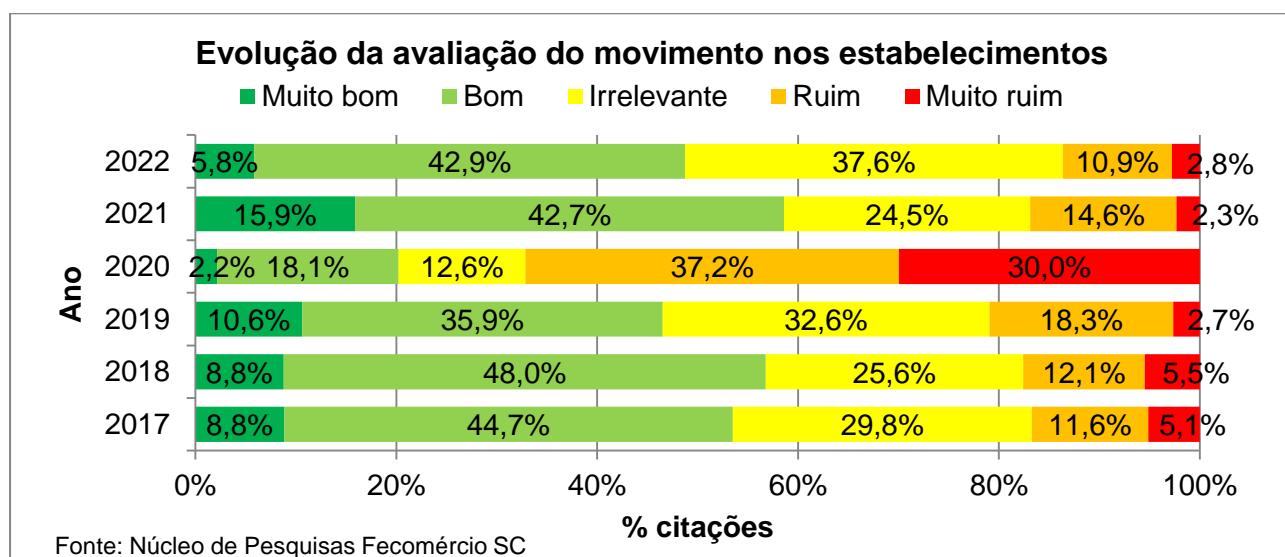
Mercado de trabalho

Dada a importância destes setores para os empregos e renda do grupo de municípios, a primeira questão específica para as empresas dos setores de comércio e serviços buscou identificar o efeito da temporada no mercado de trabalho da região. A pesquisa registrou um percentual de 13,3% de empresas que realizaram contratação de colaboradores extra para o período da temporada de inverno de 2022 e a quantidade média foi de 2,5 pessoas contratadas por estabelecimento (considerando os estabelecimentos que realizaram contratações).



Avaliação do movimento de clientes

A pesquisa também analisou a percepção de empresários e gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento de consumidores durante a temporada. A percepção geral foi muito positiva, melhor até que as temporadas dos anos de 2017 e 2018. Uma fatia de 15,9% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, uma fatia de 42,7% de avaliações “boas”, outros 24,5% consideraram que o movimento foi “irrelevante ou não variou”, uma parcela de 14,6% rotulou o movimento como “ruim” e apenas 2,3% como “muito ruim”.



Ticket médio

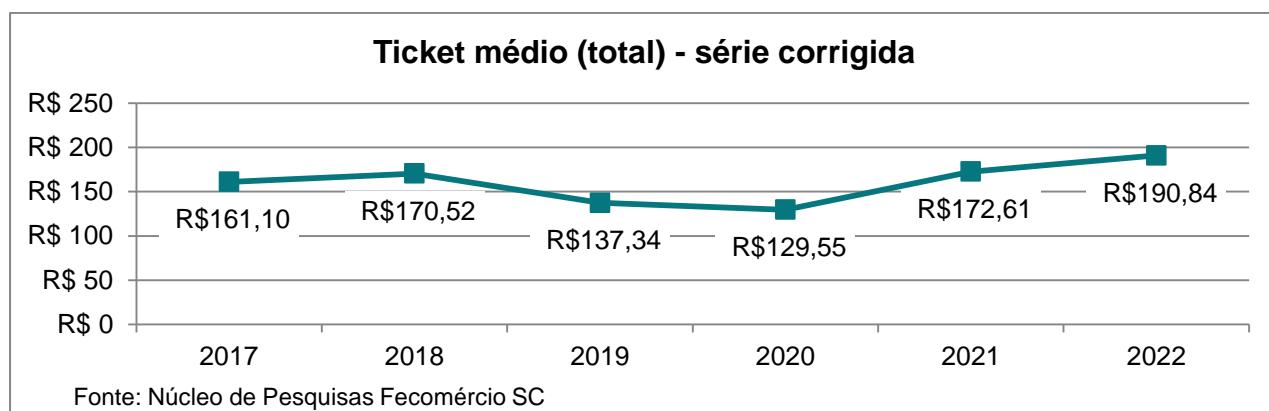
Tão importante quanto a avaliação do movimento de consumidores é a apuração das vendas realizadas no período de alta temporada. O Ticket Médio de vendas - o valor médio gasto pelos clientes de um estabelecimento comercial- é um importante indicador de desempenho porque ajuda a determinar a produtividade da empresa. Na percepção dos entrevistados, o ticket médio dispendido pelos clientes durante esta temporada de inverno foi de R\$ 190,84, valor médio dos setores de comércio e serviços. Os valores médios gastos por setores foram: R\$ 607,56 em hotéis e pousadas; R\$261,45 em vestuário e calçados; R\$ 172,20 no comércio de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos. No caso dos mercados, mercearias, farmácias, postos de combustíveis, bares, restaurantes, padarias e confeitarias registraram ticket médio em acordo com o tipo de negócio.

Ticket médio por setor na temporada de inverno 2022

Setor	Ticket médio
Hotéis e pousadas	R\$ 607,56
Vestuário e calçados	R\$ 261,45
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	R\$ 172,20
Postos de combustíveis	R\$ 123,80
Mercados, supermercados e mercearias.	R\$ 129,79
Farmácias	R\$ 65,48
Bares e restaurantes	R\$ 70,92
Padarias e confeitarias	R\$ 48,51
Total	R\$ 190,84

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra visão importante em relação ao ticket médio diz respeito à evolução da série histórica. Para que uma análise de tendência possa ser realizada foi aplicada a correção dos valores pelo IPCA acumulado de julho, opção que permitiu transformar valores nominais em valores reais e, com isso, visualizar a tendência. A avaliação que fica visível no gráfico a seguir mostra, apesar das oscilações, uma tendência de aumento, com crescimento de 11% em relação ao ano anterior e o maior valor da série histórica.



Forma de pagamento

No mercado atual, além de uma empresa pensar em produtos com qualidade e um bom atendimento para oferecer aos seus clientes, ela deve considerar as melhores formas de pagamento. Oferecer várias formas de pagamento aos clientes é uma maneira de proporcionar conveniência e atrair públicos diversos para o negócio, principalmente quando se trata de turistas, é fundamental proporcionar diversos formatos de pagamento, ágeis e seguros.

Percebe-se que os empresários entrevistados estão alinhados com estes conceitos e oferecem múltiplas oportunidades aos clientes. O tipo de pagamento mais utilizado pelos clientes nesses estabelecimentos entrevistados foi o pagamento à vista em suas diversas formas. Segundo a percepção dos empresários entrevistados, durante o período que se estendeu a temporada de inverno na Serra Catarinense, 88,1% dos clientes utilizaram prioritariamente o pagamento à vista, distribuídos entre cartões de crédito, débito, o pagamento em dinheiro e pagamentos digitais. Uma parcela menor de clientes, 10%, utilizou o pagamento parcelado pelos cartões de crédito. A principal alteração em relação ao ano anterior foi o aumento de pagamentos por pagamentos digitais frente à redução de pagamentos com cartão de débito, que representa uma tendência.

Evolução da principal forma de pagamento na temporada de inverno

Principal forma de pagamento	Ano					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
À vista, dinheiro.	32,1%	30,0%	27,2%	20,1%	12,0%	13,9%
À vista, pagamentos digitais.					5,4%	17,8%
À vista, cartão de débito.	17,7%	16,0%	20,6%	27,7%	36,5%	20,0%
À vista, cartão de crédito.	36,7%	40,0%	39,9%	39,1%	35,1%	36,4%
Parcelamento, cartão de crédito.	8,4%	9,0%	7,3%	5,1%	10,0%	10,0%
Parcelamento, crediário	5,1%	1,0%	4,3%	5,5%	0,0%	1,1%
Outro	0,0%	4,0%	0,7%	2,6%	1,0%	0,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Pagamentos digitais – transferência on-line, transferência comum e Pix.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Os pagamentos digitais – transferência on-line, transferência comum e Pix – vem tomando espaço no mercado consumidor, nas pesquisas da Fecomércio SC, em temporadas anteriores, esta forma de pagamento ficava concentrada no setor hoteleiro, mas nesta última edição fica claro que essa mudança perpassa esse setor. Na temporada de inverno de 2022 os setores de bares e restaurantes e de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos também apresentaram destaque para os pagamentos digitais.

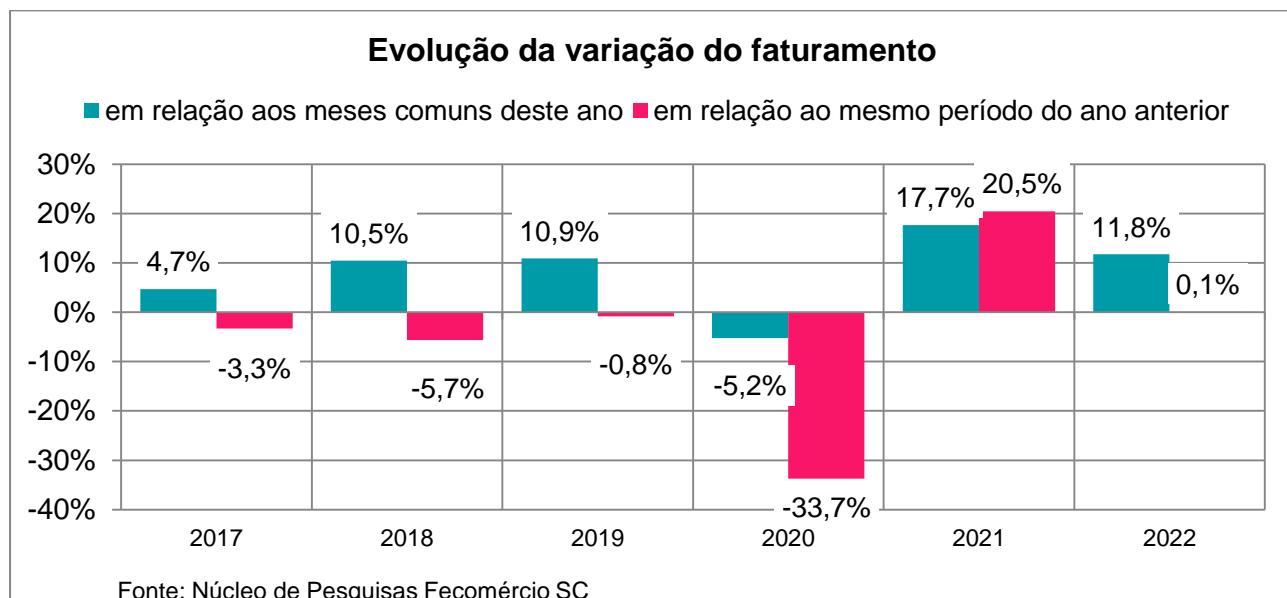
Principal forma de pagamento por setor (2022)

Setor	Principal forma de pagamento								Total
	À vista, dinheiro.	À vista, pagamentos digitais	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento, crediário	Outro		
Vestuário e calçados	9,7%	14,5%	8,1%	17,7%	45,2%	4,8%	0,0%	100,0%	
Bares e restaurantes	17,9%	17,9%	21,4%	41,1%	1,8%	0,0%	0,0%	100,0%	
Mercados, supermercados e mercearias.	22,2%	3,7%	31,5%	42,6%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Hotéis e pousadas	9,3%	41,9%	16,3%	30,2%	2,3%	0,0%	0,0%	100,0%	
Padarias e confeitarias	16,3%	11,6%	25,6%	41,9%	2,3%	0,0%	2,3%	100,0%	
Presentes e produtos típicos	12,2%	34,1%	17,1%	26,8%	9,8%	0,0%	0,0%	100,0%	
Farmácias	13,9%	13,9%	19,4%	44,4%	0,0%	2,8%	5,6%	100,0%	
Postos de combustíveis	0,0%	4,2%	25,0%	66,7%	4,2%	0,0%	0,0%	100,0%	
Outros	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
Total	13,9%	17,8%	20,0%	36,4%	10,0%	1,1%	0,8%	100,0%	

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Variação do faturamento

A avaliação dos empresários quanto ao percentual de variação de faturamento das empresas em relação à temporada de inverno do ano anterior foi de 0,1% e a percepção da variação no faturamento das empresas, em relação aos meses comuns do mesmo ano, que foi de 11,8%.



A percepção positiva da variação do faturamento em relação aos meses comuns foi geral demonstrando o impacto da temporada turística nos negócios. Na comparação com a temporada de 2021 a percepção positiva foi destaque para os setores de bares e restaurantes e farmácias.

Variação do faturamento por setor (2022)

Setor	Variação do faturamento	
	Em relação aos meses comuns	Em relação ao mesmo período do ano anterior
Vestuário e calçados	13,1%	0,1%
Bares e restaurantes	14,3%	7,1%
Mercados, supermercados e mercearias.	11,4%	-0,7%
Hotéis e pousadas	18,1%	-2,7%
Padarias e confeitarias	14,0%	-0,6%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	4,4%	-6,7%
Farmácias	7,4%	5,3%
Postos de combustíveis	7,9%	-4,8%
Outros	*	*
Total	11,8%	0,1%

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 60,4% e o tempo de permanência dos hóspedes nesta temporada foi de 2,6 dias em média, estes dois indicadores reduziram, no entanto o ticket médio do setor aumentou em 42%, o que indica que os hóspedes tiveram gastos mais elevados com este tipo de hospedagem e isso converge com a informação dos próprios turistas.

Indicadores do setor hoteleiro durante a temporada de inverno

Indicadores	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ocupação dos leitos	62,6%	72,8%	67,5%	26,3%	70,0%	60,4%
Média dias de permanência	2	2,4	2,1	1,6	3,2	2,6
Ticket médio (valor corrigido pelo IPCA)	R\$ 292,09	R\$ 329,60	R\$ 266,19	R\$ 262,97	R\$ 428,42	R\$ 607,56

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Considerações finais

Nessa temporada o turismo da Serra Catarinense impulsionou a recuperação econômica e no volume de serviços, após os efeitos altamente negativos da pandemia. Os serviços têm se beneficiado do bônus da retomada do lazer fora de casa, das viagens, e um dos fatores que apoiaram o bom resultado de julho e agosto foram as férias escolares.

A configuração dos grupos e viagem, nesta temporada, tem tudo a ver com a pandemia, o aumento da participação de pequenos grupos familiares e de casais, mostra que as pessoas estão convivendo no âmbito de seus lares. A tendência de viagens entre grupos de amigos, que vinha numa crescente entre os anos de 2017 a 2019 caiu abruptamente em 2021. Além disso, o aumento de pessoas hospedadas em hotéis e similares frente à redução dos hospedados em imóveis de parentes e amigos também corrobora os cuidados com o distanciamento social. Essas pequenas mudanças no perfil dos viajantes podem estar relacionadas aos impactos da pandemia, mas podem também indicar uma mudança no comportamento de viagem.

Nesta edição da pesquisa foi possível tipificar agrupamentos de indivíduos com base na similaridade de comportamentos e características, e também nas diferenças entre eles. Foram 5 clusters identificados, os visitantes, as famílias locais, os exploradores, os viajantes e os casais locais, cada grupo com suas características e peculiaridades. Estas informações são importantes fontes para definições estratégicas do turismo, pois podem configurar tendências.

Outra tendência identificadas na pesquisa diz respeito a percepção dos empresários quanto ao comportamento do consumidor: o aumento de pagamentos com cartão de débito frente a redução de pagamentos em dinheiro e os pagamentos digitais que perpassaram o setor hoteleiro.

Por fim as informações apuradas na pesquisa da temporada de inverno na serra apontam para a retomada do setor turístico de Santa Catarina. Os dados mostram que o nível de atividade retornou ao patamar anterior a crise financeira e a pandemia. Os indicadores de nível de contratações, avaliação do movimento de clientes, ticket médio, variação do faturamento e os indicadores específicos da hotelaria revelam números semelhantes e até superiores se comparados aos anos de 2017 e 2018.