

Federação do Comércio de Bens, Serviços Turismo de Santa Catarina

# 12ª Pesquisa de Inverno na Serra Catarinense

Pesquisa Fecomércio SC de Turismo – Temporada de Inverno na Serra  
Catarinense 2023

## 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 desse 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, Paineira, 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, a coleta de dados ocorreu nos meses de julho e agosto de 2023. Os empresários ou representantes dos estabelecimentos são entrevistados por telefone no período final da alta temporada.

Foram entrevistados 401 visitantes e 325 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 2023.

### Origem de turistas e visitantes

A pesquisa mostrou que a maioria do público na Serra Catarinense é formada por brasileiros, sendo 72,1% do próprio estado de Santa Catarina, 11,0% do Rio Grande do Sul, 7,0% do Paraná. Dentre os municípios do Estado, Florianópolis teve a maior frequência, com parcela de 11,5%, e dentre os demais estados aparecem com destaque Curitiba (3,2%), Porto Alegre (2,7%), São Paulo (2,5%) e Rio de Janeiro (2,0%).

Origem de turistas e visitantes	Ano					
	2017	2018	2019	2021	2022	2023
<b>Brasil</b>	99,4%	99,6%	99,8%	100,0%	99,7%	100,0%
<b>Santa Catarina</b>	62,5%	65,8%	68,3%	65,0%	62,6%	72,1%
Florianópolis	12,2%	14,4%	13,1%	8,8%	12,3%	11,5%
Palhoça	3,0%	3,3%	1,69%	1,25%	2,01%	9,7%
Brusque	2,1%	2,5%	2,11%	1,25%	1,26%	9,0%
Blumenau	5,7%	3,9%	2,5%	4,8%	3,5%	5,0%
Joinville	3,9%	5,4%	3,4%	4,3%	5,0%	4,0%
São José	1,8%	2,1%	1,3%	3,0%	3,8%	3,2%
Outros	33,9%	34,0%	44,2%	41,8%	34,7%	29,7%
Rio Grande do Sul	7,1%	7,2%	9,5%	11,3%	5,5%	11,0%
Paraná	10,1%	8,6%	5,1%	6,8%	8,8%	7,0%
São Paulo	11,0%	10,9%	8,5%	9,8%	11,6%	5,0%
Rio de Janeiro	2,1%	1,8%	3,0%	1,5%	3,3%	2,7%
Outros Estados	6,5%	5,4%	5,5%	5,8%	8,0%	2,2%
<b>Outros países</b>	0,6%	0,4%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%

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: Minas Gerais, Amazonas, Goiás e outros tantos com grandes distâncias percorridas.

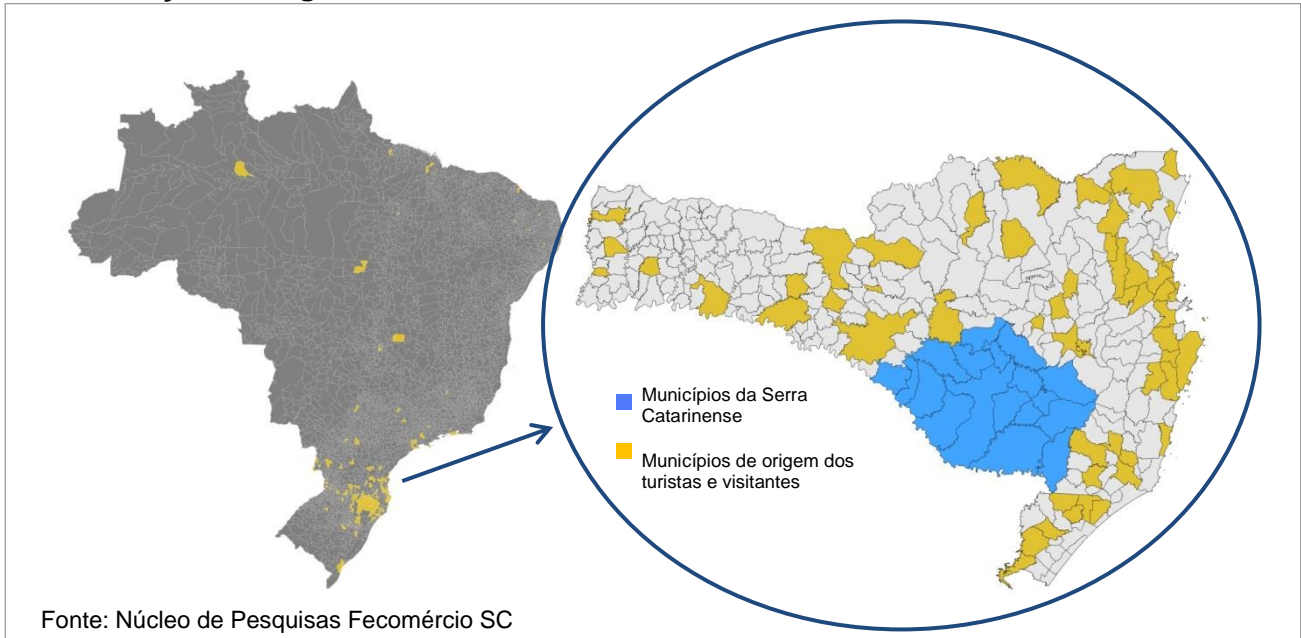
### Distância percorrida

A distância percorrida pelos viajantes para chegar aos destinos turísticos da Serra Catarinense foi, em média, 367 km. Considerando as particularidades das viagens temos que:

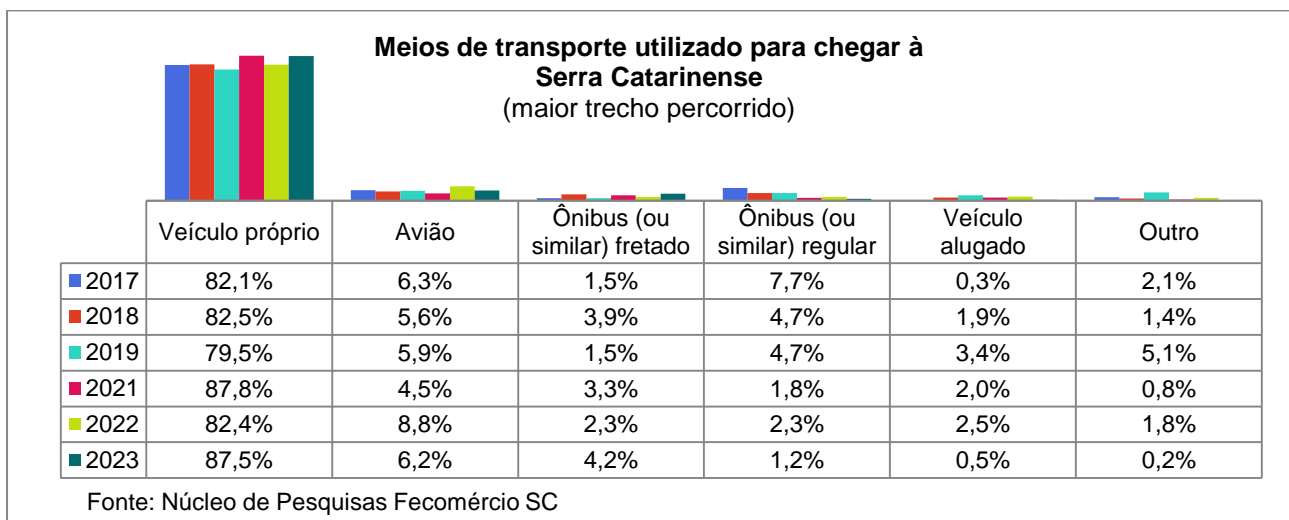
- ✓ Os visitantes que não pernoveram percorreram em média 197 km, com viagens estimadas em 2h44min;
- ✓ Os turistas que pernoveram percorreram em média 399 km;
- ✓ Turistas que viajaram de avião percorreram em média 1.038 km (distância em linha reta);
- ✓ Turistas que viajaram de ônibus (regular ou fretado) percorreram em média 406 km (distância por estradas); e
- ✓ Turistas que viajaram com veículos (próprios ou alugados) percorreram em média 311 km.

Na comparação com a temporada de 2022 a distância percorrida pelos turistas reduziu cerca de 40%, variação influenciada principalmente pelo aumento na participação dos turistas do próprio estado de Santa Catarina e do vizinho Rio Grande do Sul. 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 2023, 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. Nesta temporada, o principal meio de transporte utilizado permaneceu o veículo próprio (87,5%), destes, 67,3% foram turistas do próprio estado, 10,5% do Rio Grande do Sul e 6,2% do Paraná. Da parcela de 4,2% de turistas que fez uso de ônibus fretado (ou similar), a maior parcela (3,7%) foi de viagens dentro do próprio estado. A origem dos 6,2% turistas que vieram de avião ficou dispersa entre diversos estados como São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Amazonas, Goiás, Pará, Pernambuco e também o Distrito Federal.



Para traçar o perfil socioeconômico dos frequentadores, a pesquisa inicialmente averiguou informações como 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 33,9% dos turistas, e entre 41 a 50 anos, com 30,9% de participação. A idade média foi de 42,4 anos (desvio-padrão=11,3 e mediana=41). Com relação à renda média familiar mensal, a faixa mais frequente foi a de viajantes com renda entre R\$ 2.469 a R\$ 6.171, com 20,2% de participação, seguida pela faixa de R\$ 6.172 a R\$ 9.872, com 19,7% da parcela. A tendência observada na série histórica é de aumento da frequência das faixas de renda mais elevadas, com destaque para os visitantes cuja renda média mensal familiar ultrapassa os R\$ 18.512.

Perfil socioeconômico dos visitantes		Ano					
Variável	Categoria	2017	2018	2019	2021	2022	2023
Sexo	Masculino	51,6%	56,2%	56,2%	78,1%	56,8%	63,1%
	Feminino	48,4%	43,8%	43,8%	21,9%	43,2%	36,9%
Faixa Etária	De 18 a 25 anos	17,7%	15,8%	25,2%	6,8%	9,5%	7,0%
	De 26 a 30 anos	13,8%	11,7%	16,9%	9,5%	10,1%	6,7%
	De 31 a 40 anos	25,5%	27,8%	24,5%	29,0%	27,9%	33,9%
	De 41 a 50 anos	23,7%	22,4%	16,5%	26,0%	24,9%	30,9%
	De 51 a 60 anos	15,0%	16,0%	10,8%	21,0%	17,1%	12,5%
	Acima de 60 anos	4,2%	6,4%	6,1%	7,8%	10,6%	9,0%
Renda média familiar mensal	Faixa 1	3,0%	1,2%	3,6%	2,0%	1,8%	0,7%
	Faixa 2	10,7%	10,5%	11,2%	9,0%	6,3%	6,0%
	Faixa 3	25,0%	29,4%	31,5%	34,3%	27,4%	20,2%
	Faixa 4	18,2%	26,1%	25,2%	23,5%	17,6%	19,7%
	Faixa 5	10,7%	10,9%	10,8%	10,0%	12,8%	14,5%
	Faixa 6	10,7%	11,9%	6,3%	7,8%	10,3%	10,5%
	Faixa 7	7,4%	8,0%	3,8%	8,8%	9,0%	10,5%
	Recusa	14,3%	2,1%	7,6%	4,8%	14,8%	18,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

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

Faixa 1: R\$ 1.235 ou menos

Faixa 2: R\$ 1.236 a R\$ 2.468

Faixa 3: R\$ 2.469 a R\$ 6.171

Faixa 4: R\$ 6.172 a R\$ 9.872

Faixa 5: R\$ 9.873 a R\$ 12.340

Faixa 6: R\$ 12.341 a R\$ 18.511

Faixa 7: R\$ 18.512 ou mais

No tocante à forma de hospedagem, a maior porcentagem de turistas utilizou a hotelaria (60,1%), seguida por aqueles que ficaram em imóveis de parentes ou amigos (11,0%). Comparando os resultados da temporada 2023 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, retornou ao nível da série histórica de 16%. A tabela a seguir ilustra as informações:

**Distribuição por tipo de hospedagem**

Tipo de hospedagem	Ano					
	2017	2018	2019	2021	2022	2023
Hotéis e similares	53,9%	54,7%	46,3%	57,8%	62,6%	60,1%
Imóvel de parentes e amigos	22,9%	21,2%	19,0%	11,5%	15,1%	11,0%
Imóvel alugado	4,5%	1,4%	6,8%	6,0%	10,3%	9,7%
Camping	1,2%		0,6%	1,0%	0,8%	1,0%
Imóvel próprio	1,5%	0,4%	1,9%	0,3%	1,8%	1,0%
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%	1,2%
Nenhum, não irá pernoitar	10,7%	18,7%	19,2%	21,0%	9,3%	16,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Dos turistas que optaram pela hospedagem em hotéis e similares, 56% realizaram as reservas por sites ou agências de viagens online e 41,1% direto com os estabelecimentos. As negociações de imóveis alugados foram:

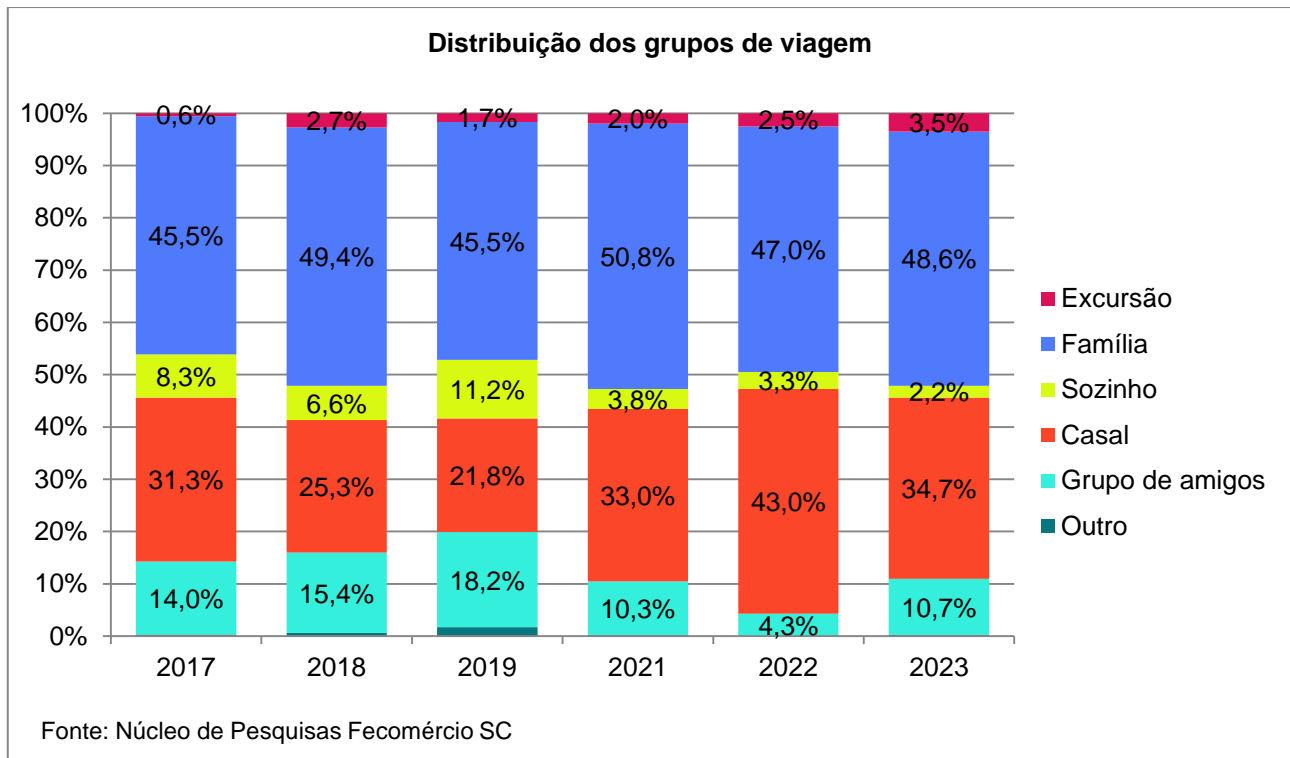
- ✓ 59,0% Serviço online de reservas;
- ✓ 23,0% Direto com o proprietário ou intermediário;
- ✓ 10,3% Portal de imóveis ou site;
- ✓ 7,7% Imobiliária ou corretor de imóveis.

Na comparação com a temporada do ano anterior ocorreu aumento na parcela de turistas realizando reservas diretamente com o estabelecimento, no caso da hotelaria, e com o proprietário, na locação de imóveis. Este comportamento está relacionado ao aumento na parcela de turistas locais, do próprio estado, além disso, a locação de imóveis por imobiliárias (7,7%) está totalmente relacionada a este público.

Os municípios mais citados como local de hospedagem foram Lages (33,2%), Urubici (32,6%), São Joaquim (16,6%), Urupema (12,2%), Bom Jardim da Serra (2,7%), Rio Rufino (1,5%), Grão-Pará, Lauro Muller e Alfredo Wagner. Neste tema destaca-se o tipo de hospedagem mais relevante em cada destino:

- ✓ A ênfase em Grão-Pará ficou por conta dos campings que, apesar da pequena parcela de citações (0,6%), fazem parte dos atrativos turísticos locais;
- ✓ Em Lages a maior parte dos turistas se hospedou na rede hoteleira do município (22,3%) ou em imóveis de parentes e amigos (9,2%). O município de Lages é o que tem a maior oferta de hotéis e similares da região;
- ✓ Urubici também teve uma grande parcela de hospedagens em hotéis e similares (24%), mas o grande destaque foram os imóveis alugados como opção de hospedagem (7,7%);
- ✓ Rio Rufino foi o segundo destino com mais escolha de imóveis alugados, 1,2% do total de turistas;
- ✓ Urupema reuniu 0,6% dos turistas em imóveis próprios.

Com relação ao grupo de viagem as famílias foram os mais expressivos, e permaneceram nesta temporada na faixa da média histórica de 48% de participação. Já a parcela de casais aumentou mais de 10%. Juntos esses dois grupos somam cerca de 80% do volume de turistas, o que configura um perfil de turismo familiar.



O tamanho dos grupos não apresentou grandes variações em relação às temporadas anteriores. O número médio de 4,5 pessoas, nesta temporada, não difere muito do apurado em 2022. O tamanho dos grupos formados por amigos aumentou sutilmente, impactando a média geral.

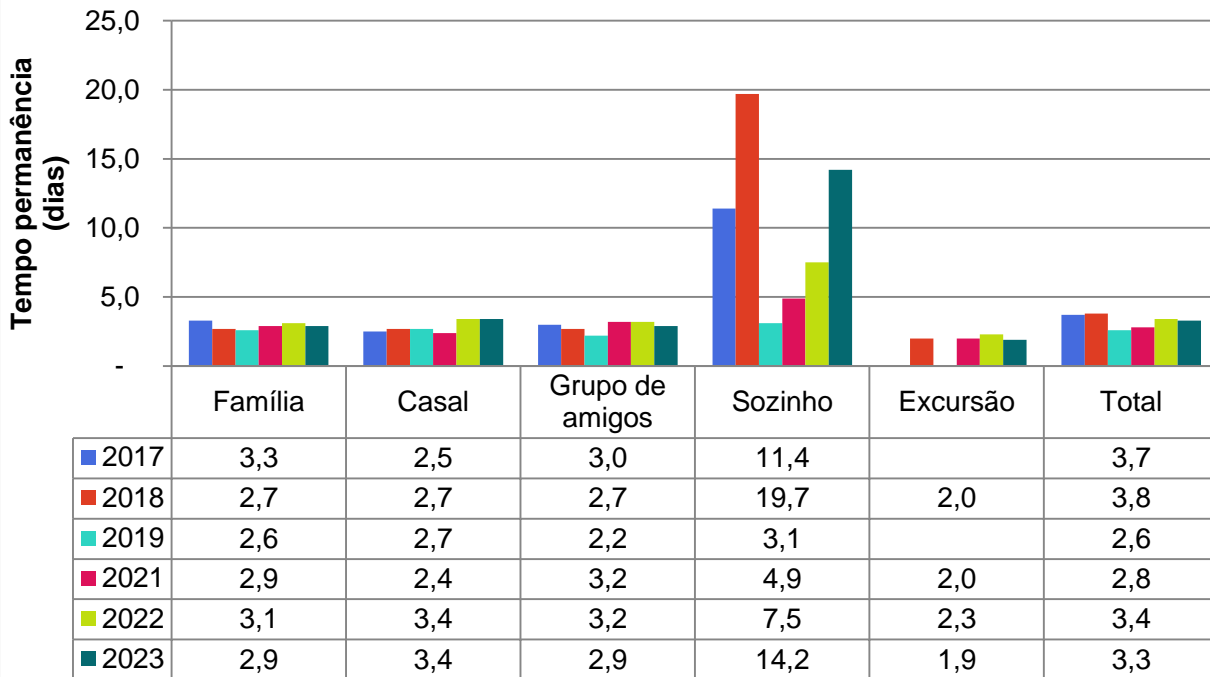
**Tamanho dos grupos de viagem por tipo (quantidade de pessoas)**

Grupo	Ano					
	2017	2018	2019	2021	2022	2023
Família	4,3	4,6	4,5	4,4	4,8	4,3
Casal	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0
Grupo de amigos	5,6	6,3	5,3	5,1	6,4	6,6
Sozinho	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Excursão	37,0	53,0	*	34,9	39,1	29,4
<b>Total</b>	<b>3,7</b>	<b>5,3</b>	<b>4,0</b>	<b>4,2</b>	<b>4,4</b>	<b>4,5</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O tempo médio de permanência dos turistas na Serra Catarinense nesta temporada de inverno foi de 3,3 dias, em linha com a média histórica. No geral, os grupos mantiveram o tempo de permanência e cabe destacar que o grupo dos casais, nas últimas duas temporadas, aumentou o tempo de permanência para mais de 3 dias.

### Tempo de permanência na Serra Catarinense por grupo de viagem



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

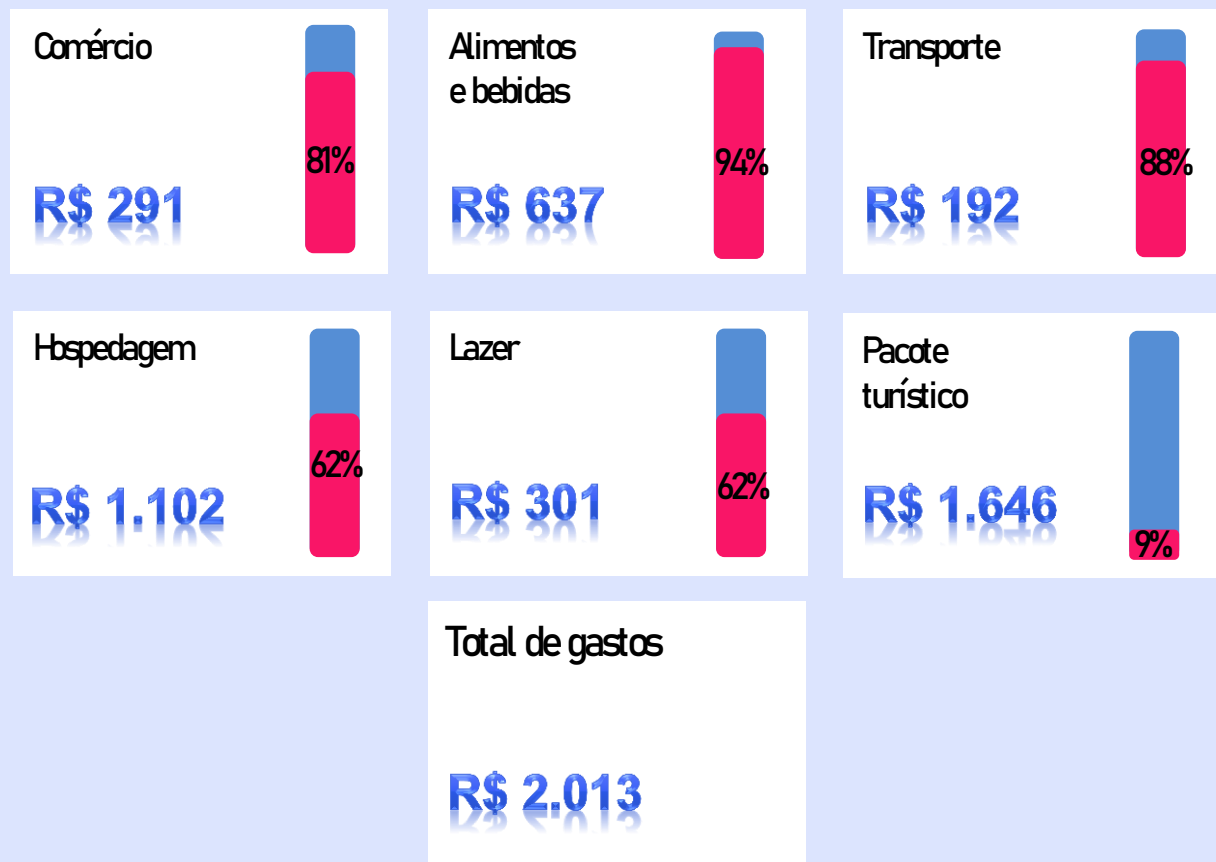
Na relação do tempo de permanência com o tipo de hospedagem temos que os hóspedes de hotéis e similares permaneceram em média 3,2 dias e os que locaram imóveis 5,1 dias.

## Gastos e despesas

Os gastos médios dos viajantes que frequentaram a Serra Catarinense na temporada de inverno 2023 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 (2023)

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



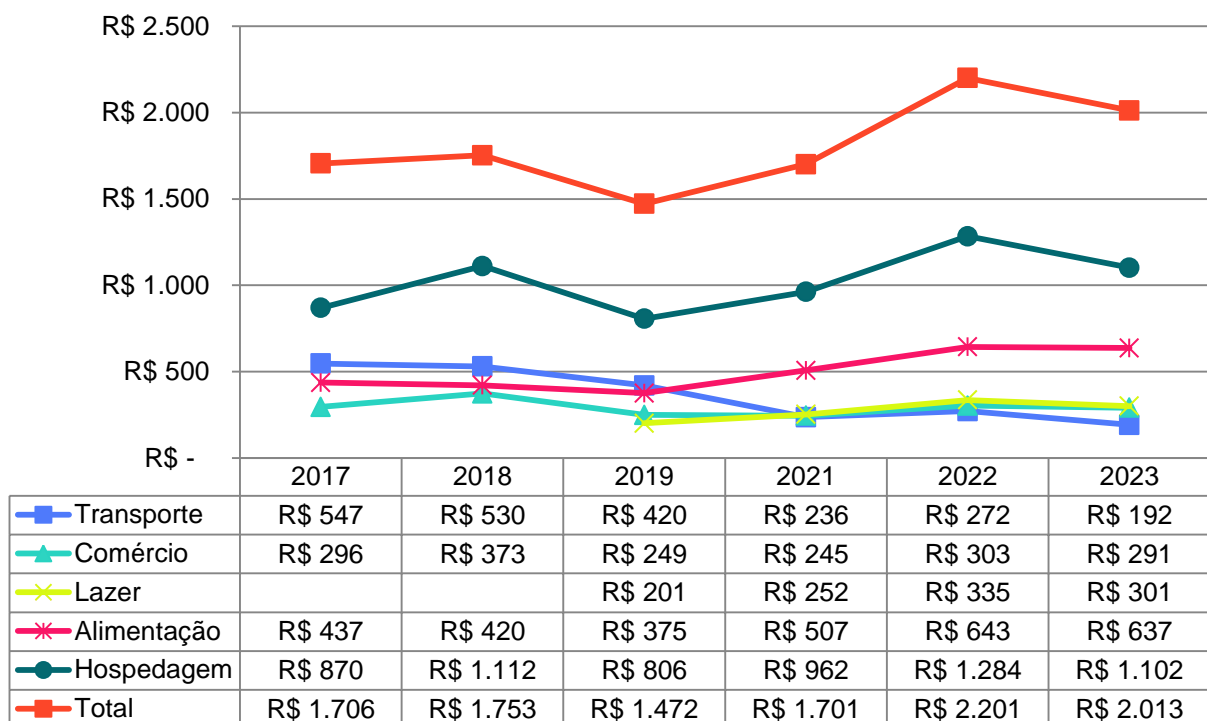
Nesta temporada, a média geral dos gastos foi de R\$ 2.013, sendo que os gastos com hospedagem foram os mais expressivos. Cada grupo de turista gastou, em média, R\$ 1.102 com hospedagem e R\$ 637 com alimentos e bebidas. Os gastos com transporte e os gastos com compras no comércio foram na monta de R\$ 192 e R\$ 291. Outra informação relevante deste tema é o percentual de pessoas que realizaram os gastos: 81% dos viajantes entrevistados realizaram compras no comércio local, 94% gastaram com alimentação, 88% com transporte e 62% com hospedagem.

Os gastos realizados por turistas e visitantes estão diretamente relacionado ao perfil de grupos de viajantes, agrupamentos de indivíduos com base na similaridade de comportamentos e características de consumo.

- ✓ Os visitantes, que não pernoveram, gastaram, em média, R\$ 575, e os turistas em visitas familiares gastaram R\$ 597, o segundo grupo permaneceu 3,2 dias, e a diferença entre os valores de gastos totais dos demais turistas decorre principalmente dos itens de hospedagem, que não são atribuídos a esses dois grupos.
- ✓ Os turistas que viajam em excursão, outro grupo característico, realizaram gasto médio de R\$ 1.094 e permanência de 2 dias.
- ✓ Os viajantes que vieram de avião (maior trecho percorrido) representam parcela de apenas 6% no entanto foram os que realizaram os maiores gastos R\$ 4.411, com permanência média de 4,4 dias. Destes turistas, 74% ficaram hospedados em hotéis e similares e outros 26% em imóveis alugados. São grupos formados por 4 pessoas, em média, e cada indivíduo do grupo gastou, por dia, entre R\$ 249 e R\$ 327.
- ✓ Os demais turistas efetuaram gastos de R\$ 2.425, permanência de 3,8 dias em grupos de 3,5 pessoas.

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, percebemos que os gastos dos turistas aumentaram 17% em relação a média histórica e caíram 9% em relação à temporada do ano anterior, ainda assim mantendo tendência de crescimento. Tendência que é levada principalmente pelos gastos com hospedagem e alimentação: Os gastos com hospedagem respondem por mais de 50% da composição do gasto total e cresceram 12% e os gastos com alimentos e bebidas respondem por cerca de 30% na composição e cresceram 37% em relação à média histórica.

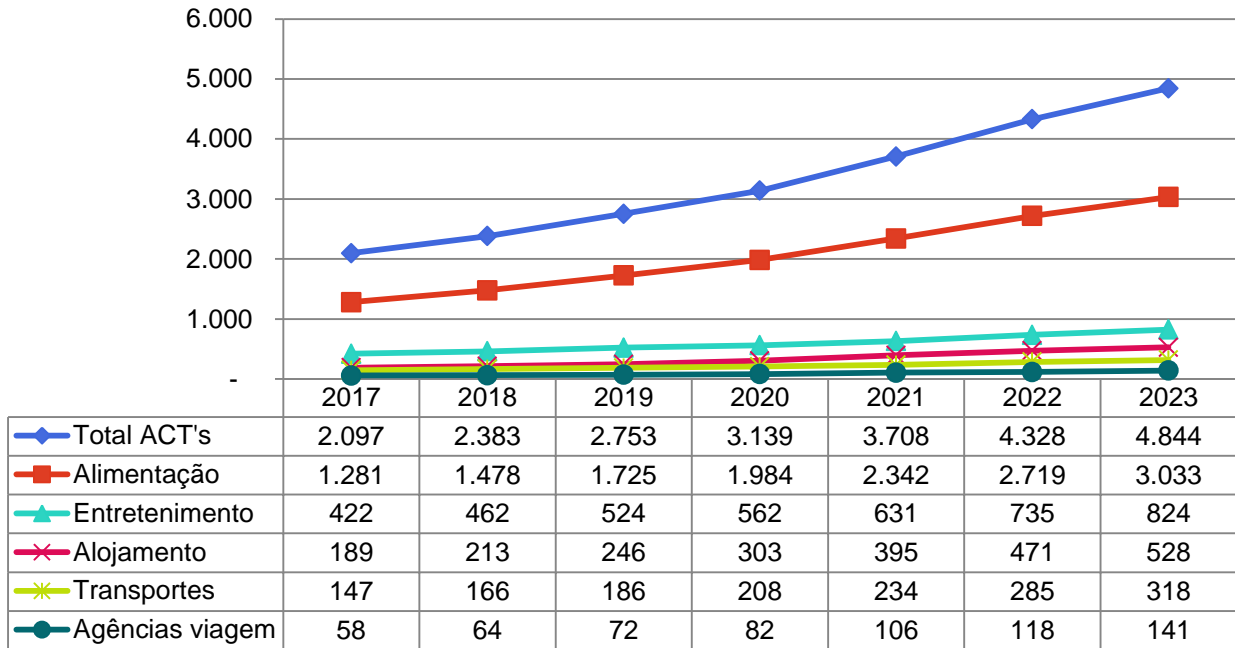
**Evolução dos gastos dos visitantes ou turistas por tipo**  
(série corrigida)



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A evolução dos gastos com lazer, 14% em relação à média histórica, destaca outro ponto – a oferta de equipamentos turísticos e estabelecimentos voltados ao lazer e entretenimento. Segundo dados divulgados pela Receita Federal do Brasil e categorizados pela Fecomércio SC por Atividades Características do Turismo (ACT's), a quantidade de estabelecimentos ativos voltados ao turismo, na mesorregião Serrana saiu de 422 no ano de 2017 para 824 até julho de 2023, quase o dobro. Mas apesar do crescimento visível na série histórica, neste último ano houve uma desaceleração na quantidade de novos de estabelecimentos das ACT's em relação ao ano anterior.

**Evolução dos estabelecimentos ativos das ACT's na mesorregião Serrana - SC**



Fonte: RFB/Fecomércio SC

## 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 (69,6% das citações), seguido pelo turismo de lazer, com 17,5%. Já as viagens motivadas por visita de parentes e amigos vêm perdendo espaço (dentre as razões de viagem) em consonância com outra variável apurada na pesquisa, a escolha da hospedagem – a opção por imóveis de parentes e amigos caiu 39% em relação à média histórica. Por outro lado o turismo de lazer e o enoturismo têm sido citados com maior frequência.

### Evolução das motivações da viagem

Motivo da viagem	Ano					
	2017	2018	2019	2021	2022	2023
Turismo de inverno	60,8%	52,1%	64,6%	91,3%	77,1%	69,6%
Turismo de lazer					9,5%	17,5%
Visita a parentes e amigos	15,8%	12,6%	14,6%	7,0%	11,8%	8,2%
Turismo de negócios e eventos	8,6%	3,7%	5,8%	1,3%	1,3%	2,5%
Ecoturismo	3,4%	10,8%	2,7%	0,3%		1,2%
Enoturismo					0,3%	0,5%
Turismo de aventura	2,9%	8,2%	3,7%			0,5%
Turismo cultural	6,8%	4,4%	5,6%			
Turismo gastronômico	1,3%	5,3%	2,5%			
Turismo de esportes	0,5%	2,9%	0,5%	0,3%		
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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 (72,6%), locais tradicionais como a Cascata do Avenal, o Morro da Igreja e o Morro da Cruz (Lages), 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 cascatas e paredões, voo de parapente, trekking até o topo de seus altos morros, e tirolesa e arborismo 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, as Praças João Ribeiro (São Joaquim) e Manoel Pinto de Arruda (Urupema) e o Parque Jonas Ramos em Lages. Os **pontos religiosos** foram citados por 5,8% 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 7% das citações de pontos visitados.

Outro destaque desta temporada foi o **Ecoturismo** com a visita 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 Cânion do Espraiado e Cânion da Ronda.

Na avaliação geral os 10 locais mais citados em 2023 somaram 66,4% das citações sendo a Cascata do Avenal de longe o mais lembrado.

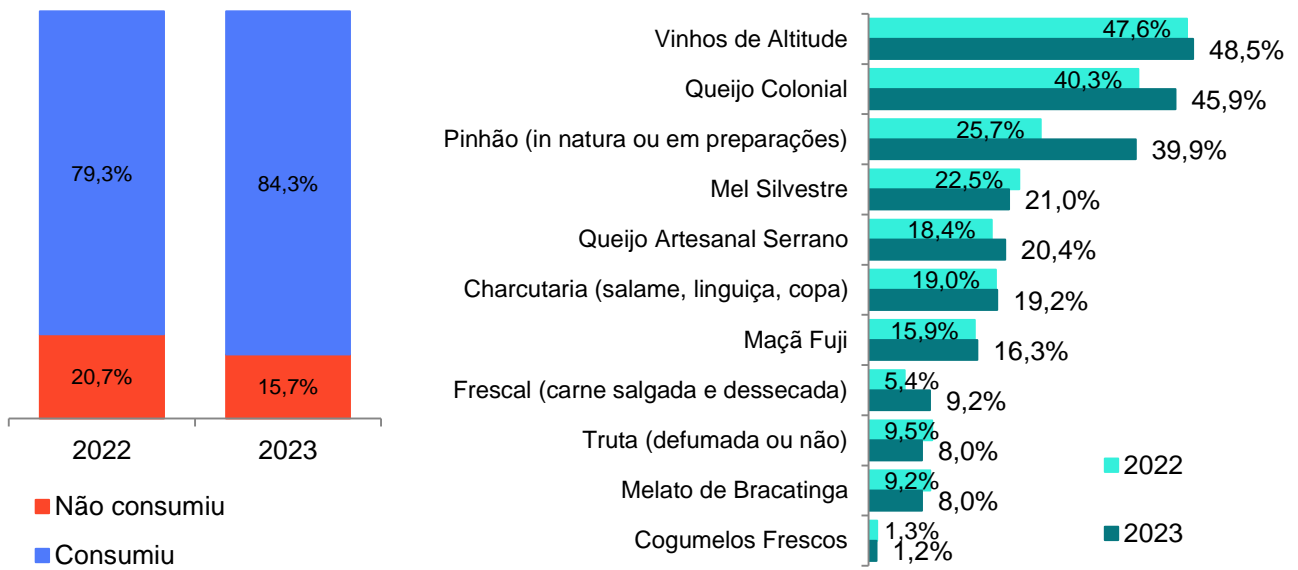
#### Locais e pontos turísticos mais citados em 2023

Ponto turístico	% citações
Cascata do Avenal (Urubici)	31,4%
Morro da Igreja	5,1%
Morro da Cruz (Lages)	4,7%
Serra do Corvo Branco	4,6%
Pousada Rural Sesc (Lages)	4,6%
Serra do Rio do Rastro	4,6%
Morro do Campestre (Urubici)	4,0%
Pedra Furada	2,8%
Cascata Véu de Noiva (Urubici)	2,4%
Catedral de Lages	2,2%

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 as vinícolas, aumentam de repertório cultural enriquecem e dão maior sentido à experiência da viagem. O tradicional binômio contemplação-descanso do turismo de lazer ainda se mantém como prioritário na escolha dos destinos da Serra Catarinense, no entanto a visita a adegas, vinhas, produtores de alimentos, festivais gastronômicos, 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, neste ano, ultrapassou os 84% e os vinhos de altitude e o queijo colonial foram os mais citados. Além disso, nesta temporada a apreciação do Pinhão aumentou ainda mais.

### Intenção de consumir produtos típicos da gastronomia da Serra Catarinense



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## 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	24,6%
Urubici	13,8%
São Joaquim	12,9%
Bom Retiro	9,2%
Correia Pinto	7,4%
Bom Jardim da Serra	7,1%
São José do Cerrito	6,5%
Urupema	5,2%
Campo Belo do Sul	4,3%
Rio Rufino	4,0%
Bocaina do Sul	2,8%
Painel	2,2%
<b>Total Geral</b>	<b>100,0%</b>

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

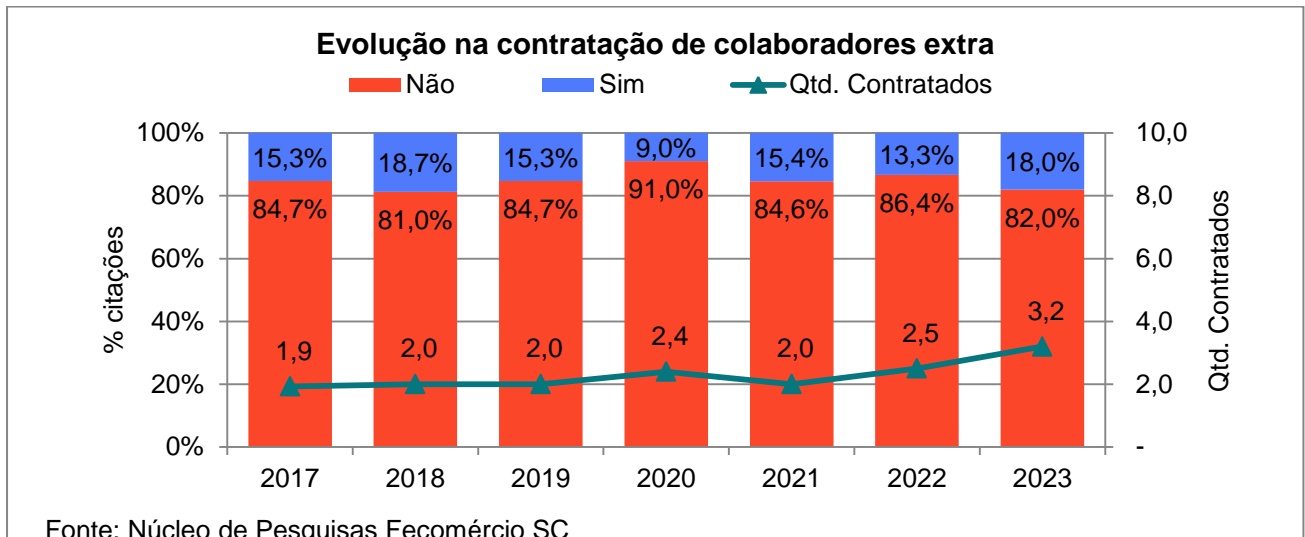
Setor	%
Bares e restaurantes	23,7%
Hotéis e pousadas	20,6%
Vestuário e calçados	12,3%
Mercados, supermercados e mercearias.	11,1%
Farmácias	9,5%
Padarias e confeitarias	8,9%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	7,4%
Postos de combustíveis	6,5%
<b>Total Geral</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Impactos da temporada de inverno

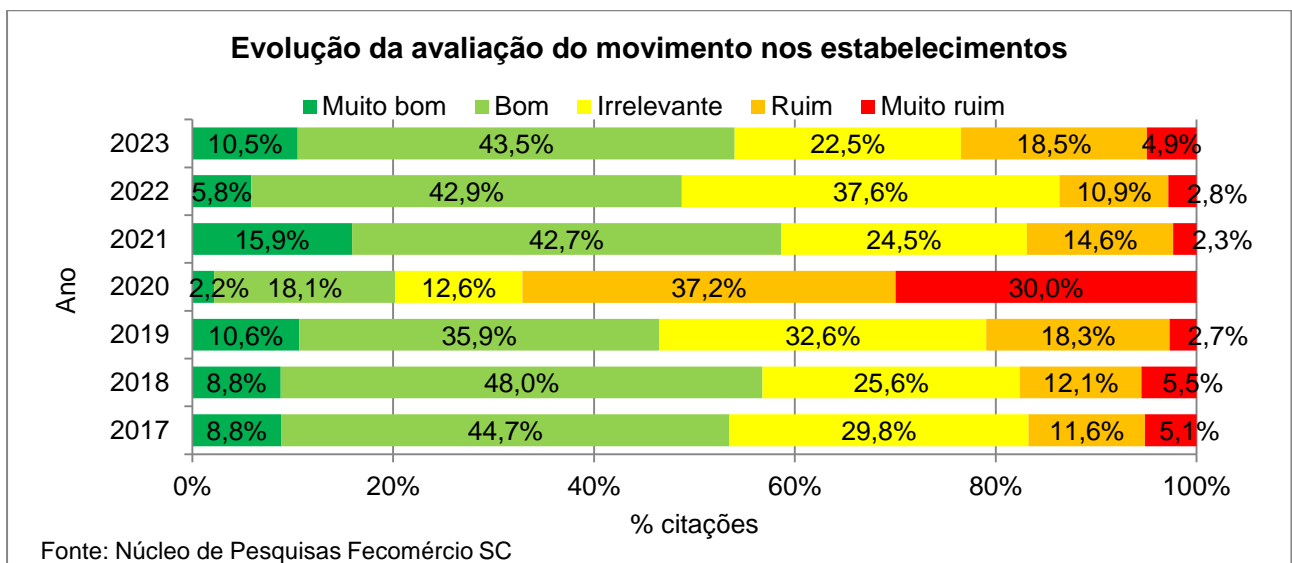
### Mercado de trabalho

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 10,5% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, uma fatia de 43,9% de avaliações “boas”, outros 22,5% consideraram que o movimento foi “irrelevante ou não variou”, uma parcela de 18,5% rotulou o movimento como “ruim” e apenas 4,9% como “muito ruim”.



## Ticket médio

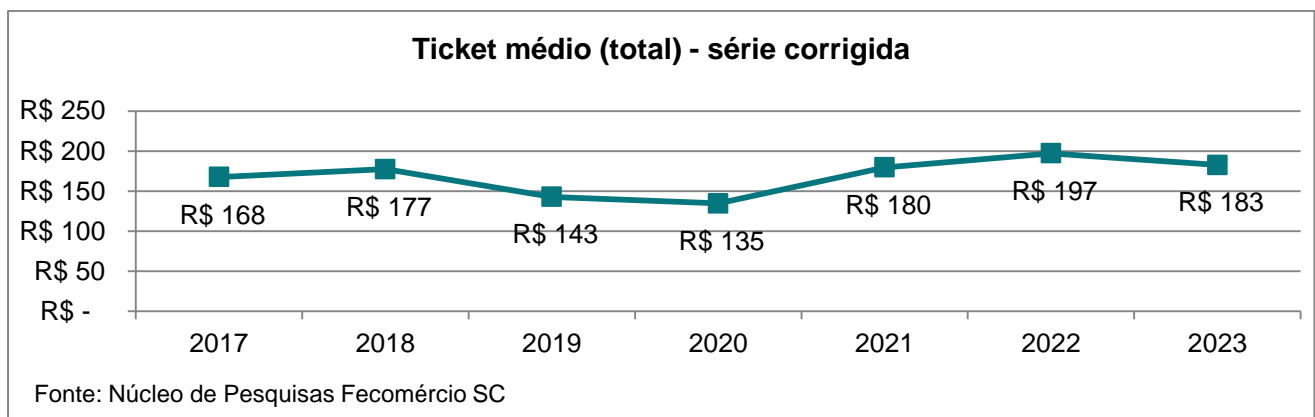
Tão importante quanto a avaliação do movimento de consumidores é a apuração das vendas realizadas no período de alta temporada. O Ticket Médio de vendas - o valor médio gasto pelos clientes de um estabelecimento comercial - é um importante indicador de desempenho porque ajuda a determinar a produtividade da empresa. Na percepção dos entrevistados, o ticket médio dispendido pelos clientes durante esta temporada de inverno foi de R\$ 183, valor médio dos setores de comércio e serviços. Os valores médios gastos por setores foram: R\$ 413 em hotéis e pousadas; R\$ 252 em vestuário e calçados; R\$ 89 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 2023

Setor	Ticket médio
Hotéis e pousadas	R\$ 413
Vestuário e calçados	R\$ 252
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos.	R\$ 89
Postos de combustíveis	R\$ 101
Mercados, supermercados e mercearias.	R\$ 181
Farmácias	R\$ 94
Bares e restaurantes	R\$ 79
Padarias e confeitarias	R\$ 62
Total	R\$ 183

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, 91,1% dos pagamentos foram à vista, distribuídos entre cartões de crédito, débito, o pagamento em dinheiro e pagamentos digitais. Uma parcela menor de clientes, 3,7%, utilizou o pagamento parcelado pelos cartões de crédito, a redução na fatia desta forma de pagamento, queda de 63%, pode decorrer das altas taxas praticadas pelas operadoras de crédito, tema abordado no início de agosto, na quinta reunião do ano do Comitê de Política Monetária (Copom).

Confira o relatório completo >>>[04.2023 Agosto Relatório Efeitos da taxas de juros COPOM](#)

### Evolução da principal forma de pagamento na temporada de inverno

Principal forma de pagamento	Ano						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
À vista, dinheiro.	32,1%	30,0%	27,2%	20,1%	12,0%	13,9%	11,1%
À vista, pagamentos digitais.					5,4%	17,8%	18,2%
À vista, cartão de débito.	17,7%	16,0%	20,6%	27,7%	36,5%	20,0%	23,4%
À vista, cartão de crédito.	36,7%	40,0%	39,9%	39,1%	35,1%	36,4%	38,5%
Parcelamento, cartão de crédito.	8,4%	9,0%	7,3%	5,1%	10,0%	10,0%	3,7%
Parcelamento, crediário	5,1%	1,0%	4,3%	5,5%	0,0%	1,1%	4,3%
Outro	0,0%	4,0%	0,7%	2,6%	1,0%	0,8%	0,9%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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 2023 os setores de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos e postos de combustíveis também apresentaram destaque para os pagamentos digitais.

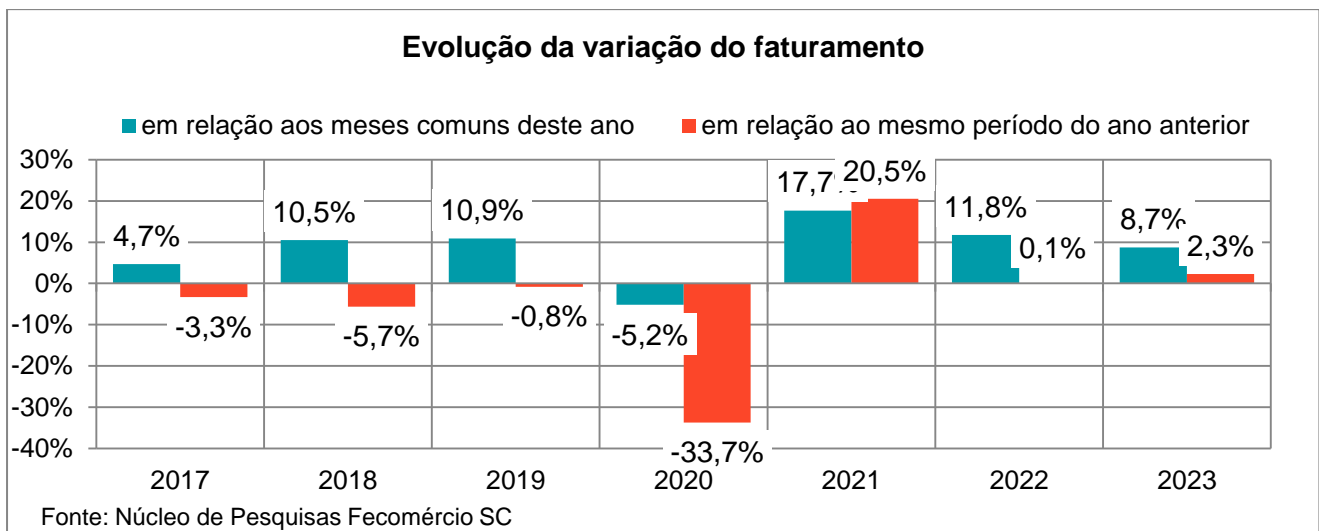
**Principal forma de pagamento por setor (2023)**

Setor	Principal forma de pagamento							Total
	À vista, dinheiro.	À vista, pagamento digital	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento, crediário	Outro	
Vestuário e calçados	5,0%	17,5%	17,5%	15,0%	15,0%	30,0%	0,0%	100,0%
Bares e restaurantes	18,2%	11,7%	24,7%	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Mercados, supermercados e mercearias	16,7%	16,7%	22,2%	36,1%	2,8%	2,8%	2,8%	100,0%
Hotéis e pousadas	3,0%	29,9%	17,9%	40,3%	4,5%	1,5%	3,0%	100,0%
Padarias e confeitarias	17,2%	13,8%	31,0%	37,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos	12,5%	25,0%	16,7%	41,7%	4,2%	0,0%	0,0%	100,0%
Farmácias	12,9%	9,7%	32,3%	45,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Postos de combustíveis	0,0%	19,0%	33,3%	42,9%	4,8%	0,0%	0,0%	100,0%
<b>Total</b>	<b>11,1%</b>	<b>18,2%</b>	<b>23,4%</b>	<b>38,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>4,3%</b>	<b>0,9%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

**Varição do faturamento**

A pesquisa também apurou a opinião dos empresários sobre a variação do faturamento das empresas, tanto em relação ao período da temporada de inverno 2022 quanto em relação aos demais meses do ano. A série histórica expressa retomada da economia, porém em ritmo menor, nesta temporada a percepção na variação do faturamento registrou acréscimos de 2,3% em relação ao mesmo período do ano anterior e de 8,7% na comparação com os meses comuns do mesmo ano. As atividades associadas ao turismo foram beneficiadas pelo fim das restrições à circulação de pessoas, no pós-pandemia, e registraram um pico de faturamento na temporada de 2021, no entanto a desaceleração em 2023 era prevista, devido ao efeito restritivo da inflação e dos juros altos, mas ainda assim em uma escala menor se comparadas aos demais setores como o comércio e a indústria.



Na interpretação do faturamento, os efeitos da inflação não podem ser descartados, e afetam em magnitude diferente cada setor de atividade, diante disso, a variação do faturamento na comparação entre temporadas (mesmo período do ano anterior) a percepção positiva foi destaque para os setores de presentes e souvenir, produtos típicos, coloniais e vinhos e de farmácias. Na avaliação dos empresários do comércio de combustíveis o faturamento nesta temporada foi inferior ao ano anterior, uma justificativa para essa redução pode estar no perfil dos visitantes, que não pernoveram, e percorreram, em média, 197 km conferindo autonomia para abastecer no início da viagem, diferente do ano anterior cuja distância média foi de 323 km. Para o setor hoteleiro, fica evidente o impacto da temporada com o aumento de 18,9% no faturamento em relação aos meses comuns do ano, já o aumento de 5% em relação à temporada anterior aponta para um mercado estável.

### Varição do faturamento por setor (2023)

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

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 64,1% e o tempo de permanência dos hóspedes nesta temporada foi de 2,3 dias em média, configuração semelhante ao ano passado. No entanto o ticket médio caiu, retornando ao patamar de 2021, melhor resultado pós-pandemia, o que indica que os hóspedes tiveram menores gastos 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	2023
Ocupação dos leitos	62,6%	72,8%	67,5%	26,3%	70,0%	60,4%	64,1%
Média de dias de permanência	2,0	2,4	2,1	1,6	3,2	2,6	2,3
Ticket médio (valor corrigido pelo IPCA)	R\$ 292	R\$ 330	R\$ 266	R\$ 263	R\$ 428	R\$ 608	R\$ 413

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

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Considerações finais

O turismo da Serra Catarinense já está consolidado e dá sinais de segurança e estabilidade para o trade.

A configuração dos grupos de viagem apresentou, nesta temporada, poucas mudanças, entre elas a mais impactante foi o aumento na participação de turistas do próprio estado e com isso a distância percorrida para chegar ao destino reduziu cerca de 40%. O principal meio de transporte utilizado permaneceu o veículo próprio (87,5%). Com relação ao grupo de viagem as famílias foram os mais expressivos, com 48% de participação mantendo a faixa da média histórica, além disso, a parcela de casais aumentou mais de 10%. Juntos estes dois grupos somam cerca de 80% do volume de turistas. O grupo dos casais, nas últimas duas temporadas, aumentou o tempo de permanência para mais de 3 dias.

No que diz respeito à hospedagem a maior porcentagem de turistas utilizou a rede hoteleira (60,1%), e cada grupo de turista gastou, em média, R\$ 1.102 com hospedagem que a categoria mais expressiva, perdendo apenas para as despesas com alimentos e bebidas (R\$ 637). A média geral dos gastos foi de R\$ 2.013 por grupo, valores que representaram aumento de 17% em relação a média histórica e redução de 9% em relação à temporada do ano anterior. Apesar disso a tendência observada na série histórica é de aumento da frequência de viajantes das faixas de renda mais elevadas, com destaque para os visitantes cuja renda média mensal familiar ultrapassa os R\$ 18.512.

A percepção dos empresários em relação à temporada segue a mesma direção. Na opinião dos empresários o movimento de clientes foi muito semelhante ao mesmo período do ano anterior, já a variação do faturamento foi sutilmente melhor, 2,3% maior, se comparada ao mesmo período do ano anterior e 8,7% maior que nos meses fora da temporada - a série histórica confirma que temporada o turismo da Serra Catarinense impulsiona a economia local. O ticket médio seguiu a mesma linha dos gastos e despesas dos turistas durante a viagem, redução em relação à temporada anterior de 11,6%, valor puxado para baixo principalmente pelos setores hoteleiro, postos de combustíveis e do comércio de presentes e produtos típicos.

Por fim as informações apuradas na Pesquisa da Temporada de Inverno na Serra apontam para a consolidação 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.