



PESQUISA FECOMÉRCIO DE TURISMO – Oktoberfest 2015

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

PESQUISA FECOMÉRCIO DE TURISMO – Oktoberfest 2015

32^a edição da Oktoberfest de Blumenau

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC
Novembro de 2015

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	2
PESQUISA COM OS EMPRESÁRIOS.....	3
Segmentação	3
Mercado de trabalho	4
Movimento de consumidores	6
Percepção do Faturamento	8
Setor de hotelaria.....	10
CONCLUSÃO	11

INTRODUÇÃO

A Oktoberfest Blumenau tem como inspiração a Oktoberfest Munique, maior festival de cerveja do mundo. A Festa extrapola o conceito de um festival de cerveja, reúne folclore, memória e tradição.

Realizada desde 1984 é considerada a maior festa alemã das Américas e em três décadas sagrou-se uma das mais populares festas do Brasil, atraindo em sua 32º edição um público de quase meio milhão de participantes em seus 18 dias de festa.

A festividade reinventa-se em toda edição, sem que perca os laços com as tradições germânicas, fundamentos do evento. Com esse caráter o evento tornou-se indispensável no calendário turístico de Santa Catarina, movimentando o turismo e a economia da região. Considerando a importância da Festa, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina (Fecomércio SC), apresenta a verão da pesquisa de 2015, resgatando a série histórica desde 2012, com o intuito de retratar o impacto da Oktoberfest de Blumenau para os empresários do município e da região.

A 32º edição da Oktoberfest Blumenau foi realizada entre os dias 7 a 25 de outubro, e segundo a organização do evento, reuniu um público total de 473.196 pessoas, número 3,2% maior do que o apurado na edição de 2014. Com uma média de 26.289 pessoas por dia, durante os 18 dias de festa.

Neste ano a coleta de dados ocorreu entre os dias 26 e 27 de outubro de 2015 e foram entrevistados 284 empresários/gestores de estabelecimentos comerciais em Blumenau. O grau de confiabilidade da pesquisa é de 95%, e a margem de erro é de 5,2%.

PESQUISA COM OS EMPRESÁRIOS

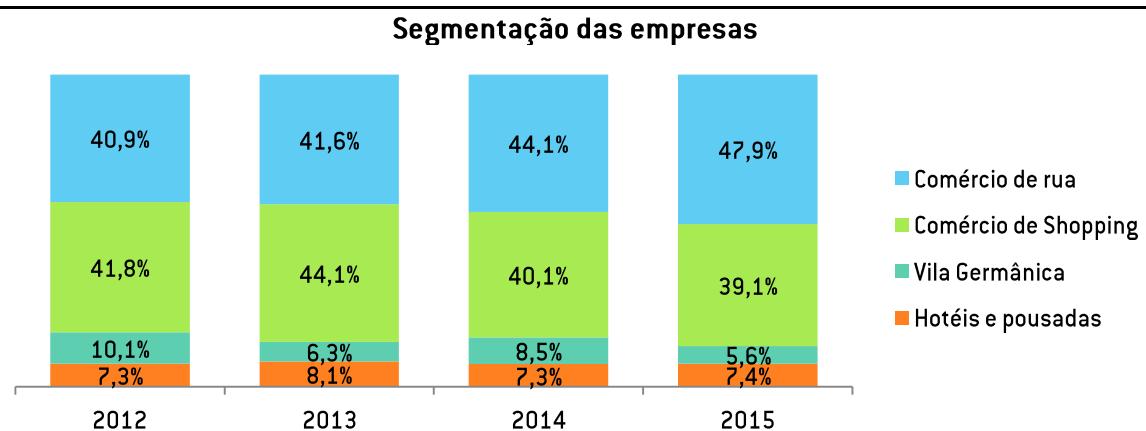
Segmentação

A pesquisa com os empresários de Blumenau tem como objetivo captar o efeito econômico da Oktoberfest para as empresas e para a economia da cidade. No ano de 2015 foram realizadas 284 entrevistas com empresários entre os dias 26 e 27 de outubro. As atividades econômicas das empresas representadas na amostra seguem na figura abaixo:

Distribuição das entrevistas por segmento de atividade econômica				
Atividade econômica	2012	2013	2014	2015
Vestuário	27,7%	31,6%	27,1%	33,8%
Restaurantes, bares e choperias.	22,3%	19,7%	22,5%	17,3%
Artesanato e souvenires	9,5%	8,1%	10,6%	8,5%
Padarias, confeitarias e chocolatarias.	7,3%	8,1%	8,5%	7,7%
Hotéis e pousadas	7,3%	8,1%	7,3%	7,4%
Calçados	10,4%	9,4%	9,1%	6,3%
Postos de combustíveis	4,6%	4,7%	4,9%	6,0%
Farmácias, perfumarias e cosméticos.	6,7%	6,9%	6,7%	6,0%
Acessórios e bijuterias	1,2%	0,3%	0,3%	3,9%
Mercados e hipermercados	3,0%	3,1%	3,0%	2,8%
Outros				0,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Para refinar a compreensão os dados apresentam-se a seguir a segmentação por Comércio de rua, Comércio de Shopping, Vila Germânica e Hotéis e Pousadas. Tal disposição leva em conta as similaridades de localização e tipologia de negócios. A distribuição das entrevistas ao longo dos anos de pesquisa está representada na figura que segue:



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Mercado de trabalho

Com a finalidade de observar os efeitos da festa no mercado de trabalho local, foi averiguado o número médio de empregados nas empresas, que este ano foi de 12,7 pessoas, um número que se manteve regular, exceto pela quantidade média de pessoas empregadas nos estabelecimentos localizados na Vila Germânica no ano de 2013.

Além da quantidade de pessoas empregadas, o estudo da Fecomércio SC explorou outras variáveis relevantes para o mercado de trabalho, a contratação e de mão de obra extra para atender a demanda do período e a efetivação.

Evolução do número médio de empregados nas empresas, por segmento.

Segmento	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	18,0	17,2	16,0	17,6
Comércio de Shopping	5,9	7,6	7,6	5,5
Vila Germânica	6,4	47,6	14,0	8,3
Hotéis e pousadas	13,4	18,3	12,4	21,4
Total Geral	11,7	14,9	12,2	12,7

Evolução do percentual de empresas que realizaram novas contratações para atender a demanda extra no período da Oktoberfest, por segmento.

Segmento	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	8,2%	12,0%	13,1%	7,4%
Comércio de Shopping	1,5%	2,8%	1,5%	1,8%
Vila Germânica	84,8%	80,0%	92,6%	81,3%
Hotéis e pousadas	25,0%	36,0%	29,2%	42,9%
Total Geral	14,3%	14,1%	16,2%	12,0%

Evolução do numero médio de novos contratados para o período da Oktoberfest, por segmento.

Segmento	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	3,3	9,1	15,5	5,3
Comércio de Shopping	3,0	2,0	1,0	2,0
Vila Germânica	11,7	40,6	17,8	24,2
Hotéis e pousadas	3,0	2,7	1,9	2,4
Total Geral	8,2	18,4	14,2	11,6

Evolução do percentual médio de efetivação, por segmento.

Segmento	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	0,6%	1,3%	44,0%	1,3%
Comércio de Shopping	0,5%	34,0%	0,0%	2,0%
Vila Germânica	2,1%	2,0%	14,1%	4,3%
Hotéis e pousadas	0,0%	1,0%	1,5%	2,0%
Total Geral	1,4%	9,8%	18,4%	2,8%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Quanto ao percentual de empresas que realizaram novas contratações para atender a demanda extra no período da Oktoberfest, percebe-se que:

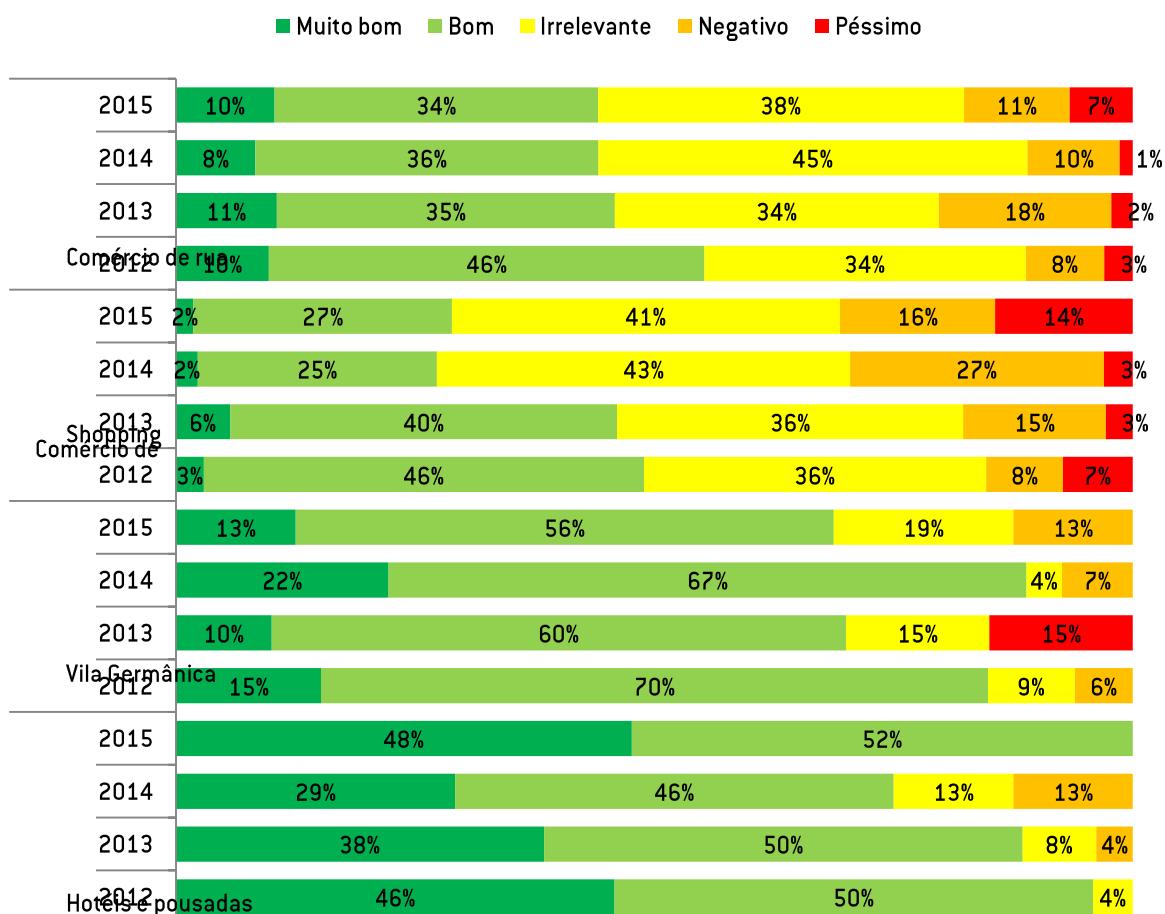
- As empresas do tradicional comércio de rua mantém um volume de empregados bastante elevado, 17 empregados por estabelecimento na média geral dos últimos anos, mesmo assim, para esta 32ª edição da Festa, um percentual de 7,4% dos entrevistados afirmou que realizou contratações extras. A média de novos contratados foi de 5,3 empregados por estabelecimento, em 2015, número médio muito inferior aos anos anteriores. O percentual de efetivação deste segmento foi de apenas 1,3%.
- No comércio de Shopping, com características bem particulares como quantidade enxuta de empregados, são 5,5 contratados por estabelecimento na média geral de 2015. Este tipo de comércio vem realizando poucas admissões para o período da Oktoberfest nos últimos anos. Em 2015, apenas 1,8% dos estabelecimentos entrevistados precisaram de reforço, foram 2 contratados por estabelecimento em média e apenas 2% destes foram efetivados.
- Dos comércios instalados dentro do Parque Vila Germânica os segmentos entrevistados foram restaurantes, bares e choperias e lojas de artesanato e souvenires. Estabelecimentos com 8,3 pessoas empregadas, em média no ano de 2015. Por se tratar de evento sazonal, a contratação de mão de obra extra, torna-se imperativa, em 2015, a quantidade de novos empregados para o período da Festa superou o ano anterior, foram, em média, 24,2 novos contratados em 81,3% dos estabelecimentos instalados no Parque. O percentual de efetivação foi de 4,3%.
- O setor de hotelaria mantém o maior volume de empregados por estabelecimento, são 21,4 pessoas, em média, contratadas por estabelecimento. Para atender a demanda da Festa, 42,9% dos estabelecimentos realizaram novas contratações para o período, mas a quantidade média de 2,4 pessoas por estabelecimento foi bem reduzida, esse número pode indicar a maturidade do segmento.

Movimento de consumidores

Referente às opiniões dos empresários/gestores com relação ao movimento de nos estabelecimentos durante a Oktoberfest foram, em sua maioria positivas, o que demonstra que o evento beneficia diferentes empreendimentos blumenauenses.

No entanto, na percepção dos empresários o movimento de consumidores durante o período da Festa vem reduzindo sutilmente nos últimos anos. O comércio localizado em Shopping foi o que mais percebeu a retração, já na perspectiva do segmento de hotéis e pousadas o movimento de clientes aumentou nos últimos anos.

Evolução da avaliação do movimento dos estabelecimentos durante o período da Oktoberfest, por segmento.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Ainda sobre o movimento de consumidores, na percepção de 16,5% dos empresários/gestores houve aumento no movimento do estabelecimento em relação ao ano de 2014. Este percentual ficou reduzido, se comparado à faixa dos 26 a 28% dos anos anteriores.

Evolução do movimento durante a Oktoberfest
(se houve aumento no movimento do estabelecimento em relação ao ano anterior)

Segmento	Aumento no movimento	2012	2013	2014	2015
		2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	Não	70,1%	78,2%	72,7%	80,9%
	Sim	29,9%	21,8%	27,3%	19,1%
Comércio de Shopping	Não	78,8%	68,8%	74,8%	89,2%
	Sim	21,2%	31,2%	25,2%	10,8%
Vila Germânica	Não	69,7%	90,0%	63,0%	81,3%
	Sim	30,3%	10,0%	37,0%	18,8%
Hotéis e pousadas	Não	70,8%	42,3%	62,5%	71,4%
	Sim	29,2%	57,7%	37,5%	28,6%
Total Geral	Não	73,8%	71,9%	72,0%	83,5%
	Sim	26,2%	28,1%	28,0%	16,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Percepção do Faturamento

Outra questão importante para a compreensão do impacto do evento nas empresas de Blumenau refere-se à percepção dos empresários/gestores quanto à variação do faturamento em relação ao período imediatamente anterior à Festa e em relação ao evento do ano anterior.

Na primeira comparação a ideia do impacto da festa foi avaliado positivamente, a média de aumento no faturamento neste ano foi de 12,5%, em relação ao período imediatamente anterior ao evento. O maior crescimento percebido no faturamento apresentou-se nos hotéis e pousadas, 28,7% e em seguida nos estabelecimentos da Vila Germânica, 27,8%.

Evolução do faturamento em relação ao período imediatamente anterior a Oktoberfest, por segmento.

Segmento	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	5,0%	9,4%	6,5%	8,7%
Comércio de Shopping	3,4%	5,3%	2,0%	12,0%
Vila Germânica	52,4%	22,1%	14,4%	27,8%
Hotéis e pousadas	51,1%	39,8%	52,8%	28,7%
Total Geral	12,5%	10,7%	8,8%	12,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na comparação do faturamento em relação a Oktoberfest do ano anterior, o setor de hotelaria também auferiu maior crescimento, 37,6%. No Comércio de Shopping, foi percebido um aumento no faturamento de 3,8% e para os lojistas do Comércio de rua, manteve-se estável. O comércio estabelecido na Vila Germânica, por sua vez, observou queda no faturamento.

Evolução do faturamento em relação à Oktoberfest do ano anterior, por segmento.

Segmento	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	0,4%	0,0%	-0,4%	0,1%
Comércio de Shopping	-2,1%	3,0%	-1,1%	3,8%
Vila Germânica	3,6%	-15,9%	10,3%	-4,7%
Hotéis e pousadas	2,8%	7,9%	-1,5%	37,6%
Total Geral	-0,1%	0,9%	0,1%	4,1%

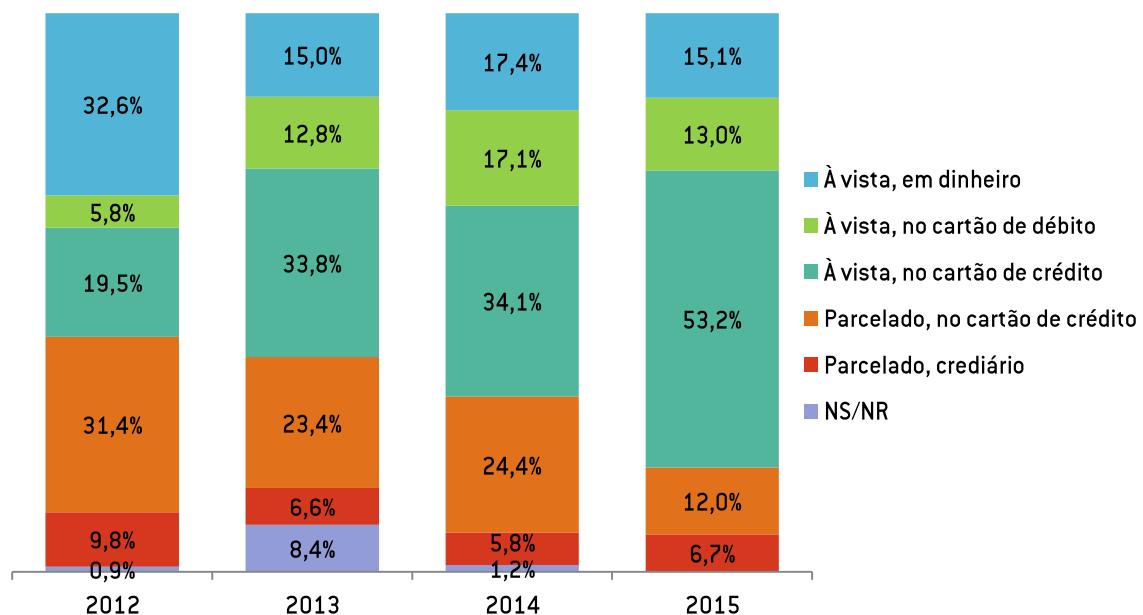
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A forma como os consumidores realizam os pagamentos pode indicar uma tendência de comportamento. Cada vez mais, os consumidores fazem o uso dos cartões de crédito para realizar pagamentos.

Nos estabelecimentos da Vila Germânica, o pagamento em dinheiro vem sendo substituído pelos cartões de crédito (principalmente) e de débito, sempre na forma à vista.

Para os hotéis e pousadas o uso de cartões de crédito, parcelado e à vista, superam as outras formas de pagamento.

Evolução do faturamento em relação à Oktoberfest do ano anterior, por segmento.



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O gasto médio dos visitantes que frequentaram a 32º edição da Oktoberfest de Blumenau gastou, de acordo com os empresários/gestores entrevistados, em torno de R\$ 110,57 por pessoa no comércio de Blumenau. As diferenças deste gasto médio por localização do estabelecimento e a comparação com os anos anteriores estão descritas no quadro abaixo:

Evolução da média de gastos por cliente nos estabelecimentos durante a Oktoberfest

Média de gastos	2012	2013	2014	2015
Comércio de rua	R\$ 47,24	R\$ 89,04	R\$ 67,47	R\$ 93,71
Comércio de Shopping	R\$ 139,34	R\$ 201,28	R\$ 143,21	R\$ 125,47
Vila Germânica	R\$ 121,33	R\$ 23,35	R\$ 47,48	R\$ 69,56
Hotéis e pousadas	R\$ 192,78	R\$ 372,20	R\$ 300,88	R\$ 173,00
Total Geral	R\$ 103,54	R\$ 156,86	R\$ 113,43	R\$ 110,57

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Setor de hotelaria

Para os hotéis e pousadas outras variáveis são importantes para mensurar o resultado da Oktoberfest. A média de dias de permanência dos hóspedes tem se mantido estável segundo a série histórica apurada, entre 2,2 e 2,5 dias de permanência dos hóspedes.

Evolução da média de dias de permanência dos hóspedes (de hotéis e pousadas), durante a Oktoberfest.

Média de permanência dos hóspedes	2012	2013	2014	2015
Média(em dias)	2,2	2,5	2,3	2,5

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O percentual de ocupação dos leitos dá mostras do êxito da Oktoberfest de 2015, a taxa de ocupação de 88,3%, durante os finais de semana, já representa um número elevado para o setor, mas os 70,4% durante os dias de semana, supera as expectativas.

Evolução da média do percentual de ocupação (de hotéis e pousadas), durante a Oktoberfest.

Ocupação dos leitos durante a Oktoberfest	2012	2013	2014	2015
Média dos finais de semana	58,7%	39,8%	92,6%	88,3%
Média de meio das semanas	51,9%	52,6%	47,7%	70,4%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

CONCLUSÃO

A 32º edição Oktoberfest Blumenau, sagrada como a maior festa alemã das Américas, repetiu o sucesso nos anos anteriores, com aumento no número de visitantes no ano de 2015.

A pesquisa apurou que o percentual de empresas que realizaram novas contratações para atender a demanda extra no período da Oktoberfest de 2015 foi de 12%, número inferior aos anos anteriores. Também, o número médio e pessoas contratadas para este período ficou abaixo dos anos de 2013 e 2014, superando apenas a quantidade revelada em 2012.

Acompanhando esta visão para os empresários e gestores entrevistados o movimento de consumidores durante o período da Festa vem reduzindo sutilmente nos últimos anos, apenas 16,5% constataram aumento no movimento de consumidores nos estabelecimentos.

A média de aumento no faturamento neste ano foi de 12,5%, em relação ao período imediatamente anterior ao evento. O maior crescimento percebido no faturamento apresentou-se nos hotéis e pousadas, 28,7% e em seguida nos estabelecimentos da Vila Germânica, 27,8%.

Na comparação do faturamento em relação a Oktoberfest do ano anterior, o setor de hotelaria também auferiu maior crescimento, 37,6%. No geral, o aumento no faturamento de 4,1% em relação ao ano anterior, comparado com a série histórica, que não ultrapassava 1%, dá indícios do êxito e da importância da Festa para a movimentação da economia local.

Mesmo no contexto do agravamento do quadro econômico Nacional, com inflação em alta e desemprego em ascensão, queda no nível de renda das famílias e consequente queda no consumo a realização da Oktoberfest vem como um impulso para a economia de Blumenau, movimentando o mercado de trabalho, gerando empregos, mesmo que temporariamente, e principalmente cumprindo um dos propósitos histórico da Festa explorar a economia e elevar a moral dos habitantes da cidade.