



Pesquisa Fecomércio de Turismo
OKTOBERFEST 2018

 **Fecomércio SC**
Sesc | Senac

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

Pesquisa Fecomércio de Turismo: Festas de Outubro em Santa Catarina

O impacto econômico das Festas de Outubro de 2018 em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC - NPE
Novembro de 2018

SUMÁRIO

Apresentação	4
Características das empresas.....	7
Avaliação do impacto das Festas na percepção dos empresários	8
Impacto econômico das Festas para as cidades.....	16
Considerações finais	18

APRESENTAÇÃO

No mês de outubro Santa Catarina ganha destaque no calendário turístico nacional com a realização de eventos em diferentes regiões do estado, festas típicas que resgatam as tradições herdadas dos imigrantes alemães, italianos, portugueses, açorianos, austríacos, entre outras etnias, que formaram a base de seu povo.

Com o intuito de mapear o impacto das festas de outubro para os empresários das regiões, neste ano foi realizada a pesquisa *Festas de Outubro em Santa Catarina*, em substituição à tradicional pesquisa realizada na Oktoberfest de Blumenau. O objetivo é ampliar a abrangência da pesquisa em dez cidades e assim mobilizar empresários de diferentes regiões do estado. O critério de escolha das Festas foi baseado no calendário das Festas de Outubro da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte (SOL), limitadas às festas que ocorreram durante o mês de outubro e confirmadas até a data de 24/09/2018.

A pesquisa deixa de contemplar a visão dos turistas, perfil e opiniões sobre os eventos, e passa a focar na visão dos empresários. Os dados apurados refletem o ponto de vista de empresários e gestores sobre o impacto das Festas no resultado das empresas e municípios.

A pesquisa tem significância estadual e a amostra foi distribuída por cotas proporcionais à quantidade de estabelecimentos afetados pelo turismo, tipo de evento, porte e período (duração do evento em dias), totalizando 423 entrevistas. O erro amostral calculado é de 5% e nível de confiança de 95%.

As festas contempladas na pesquisa foram:

- Bierville, Joinville

Em sua quarta edição, a Bierville- Festa da Cerveja de Joinville trouxe uma programação com variedade de cervejas, apresentações musicais e gastronomia típica germânica. Neste ano contou ainda com o desfile típico e o concurso de cerveja artesanal. Foi realizada no Centro de Convenções Expoville, entre os dias 11 e 14 de outubro.

- Oktoberfest, Itapiranga

A Festa, que celebra a dança, o folclore e a gastronomia típica alemã, é realizada desde 1978. A primeira foi realizada na Linha Becker e a partir de 1989 passou a acontecer também no centro da cidade. Com a construção do Complexo Oktober, situado no bairro Alto Jardim, Bela Vista, a festa ganhou local fixo sem deixar de acontecer pelo menos dois dias no lugar de origem. Nesta edição ocorreu entre os dias 10 e 14 de outubro.

- Marejada, Itajaí

Considerada a maior festa do pescado do Brasil, a Marejada está na 32ª edição em uma programação gratuita com mais de 110 atrações culturais, variedades gastronômicas em 11 restaurantes, novidades e decoração primorosa. Neste ano, a Marejada voltou ao calendário das Festas de Outubro e foi realizada entre os dias 4 e 14.

- Festival do Camarão, Porto Belo.

O Festival do Camarão realizou a 5ª edição durante os festejos do aniversário de 185 anos da cidade, entre os dias 11 e 14 de outubro. O evento levou gastronomia típica para a Praça da Bandeira, Centro da cidade, com vários pratos à base do fruto do mar, em combinações que enobrecem ainda mais o sabor. O evento surgiu como um diferencial das demais festas de outubro, que são caracterizadas por suas tradições germânicas, apresentando a cultura portuguesa.

- Oktoberfest, Criciúma

A segunda edição da Festa contou com ampla praça de alimentação, variedade de chopes, loja de suvenirs, diversas atrações musicais e competições, mas a protagonista foi mesmo a cerveja. Ao todo foram nove cervejarias da região, tudo para agradar o paladar dos amantes de uma boa cerveja artesanal. O evento ocorreu de 11 a 14 de outubro no Parque das Nações.

- Festa do Produto Colonial, São Martinho.

A Festa do Produto Colonial surgiu no ano de 1993 com o intuito de preservar e cultivar a tradição alemã, promovendo a integração entre as comunidades, a divulgação do município dos produtos de seus agricultores. Em São Martinho o produto colonial é tradição e vem se perpetuando de geração em geração. Neste ano a festa ocorreu entre os dias 19 e 21 de outubro.

- Tirolerfest, Treze Tílias

A Tirolerfest- Festa da Imigração Austríaca evidencia a história de uma colonização bem sucedida que fez com que a cidade tornar-se reconhecida mundialmente. Foi realizada pela primeira vez em outubro de 1934 e a cada novo ano ganha mais destaque na mídia regional, estadual e nacional. Os costumes, a língua, a arquitetura, a gastronomia e as manifestações artísticas estiveram reunidos na festa, que ocorreu entre os dias 11 a 16 de outubro.

- Oktoberfest, Blumenau

A Oktoberfest de Blumenau é considerada a maior festa alemã das Américas e também a Oktoberfest mais antiga fora da Alemanha. Realizada desde 1984, a Oktoberfest Blumenau consolidou-se como uma das mais populares festas do Brasil. A 35º edição ocorreu entre os dias 3 a 21 de outubro.

- Fenarreco, Brusque

Realizada desde 1986, a Fenarreco é a maior festa de Brusque e uma das maiores festas de outubro de Santa Catarina. Os principais atrativos são os pratos à base de marreco, como o marreco com repolho roxo, o “Ente mit Rotkohl”, além do chope gelado e apresentações de grupos folclóricos e bandas alemãs. No pavilhão principal, a animação fica por conta das bandas típicas regionais, numa mistura de polcas e ritmos brasileiros. A vila gastronômica serve pratos da culinária alemã como o Eisbein (joelho de porco), Kassler (chuleta de porco) e o Bockwurst (salsicha). No piso térreo do pavilhão Maria Celina Inhof, local da festa, funciona o Mark Platz (praça do mercado), comum nas cidades europeias onde as pessoas podem

comprar os mais variados produtos têxteis da região e lembranças como bonés, tiaras de flores, trajes típicos, canecos, chapéus e camisetas. O evento ocorreu entre 4 e 14 de outubro.

- Festa do Imigrante, Timbó.

A Festa do Imigrante de Timbó já vem sendo realizada há 24 anos. Criada para resgatar e preservar as tradições dos habitantes da cidade oferece durante quatro dias a oportunidade de contato com as mais autênticas expressões da herança dos imigrantes, como a música, a dança, o folclore, a gastronomia típica alemã, italiana e brasileira e o chope. A Festa do Imigrante é realizada em comemoração ao Aniversário do Município, fundando em 12 de outubro de 1869, valorizando as necessidades de lazer da comunidade e oferecendo diversão e alegria aos visitantes. Foram três dias de festa entre os dias 11 a 14 de outubro.

CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS

Para avaliar o impacto das Festas de Outubro foram realizadas entrevistas telefônicas com empresários ou com gestores/responsáveis pelos estabelecimentos de diferentes setores, impactados direta ou indiretamente pelo aumento do fluxo de pessoas e visitantes durante as festividades. Foram hotéis, bares e restaurantes, lojas de produtos típicos e presentes, vestuário e calçados, mercados e farmácias, padarias e confeitarias, além de postos de combustíveis, distribuídos entre as dez cidades das festas. A distribuição das entrevistas figura no quadro abaixo:

Distribuição das entrevistas por cidade e por setor

Setores	Joinville	Itapiranga	Itajaí	Porto Belo	Criciúma	São Martinho	Treze Tílias	Blumenau	Brusque	Timbó	Total
Hotéis e pousadas	4,5%	0,5%	3,8%	1,9%	2,1%	1,7%	1,2%	3,3%	1,7%	1,2%	21,7%
Postos de combustíveis	1,9%	0,7%	1,4%	1,4%	1,9%	0,7%	0,5%	1,7%	1,4%	0,7%	12,3%
Bares e restaurantes	2,6%	0,9%	3,5%	0,9%	1,9%	0,5%	0,7%	4,7%	4,3%	0,5%	20,6%
Padarias e confeitarias	0,9%	0,7%	1,9%	0,9%	1,2%	0,5%	0,5%	1,4%	1,9%	0,7%	10,6%
Presentes/souvenir/produtos típicos	0,9%	0,5%	0,7%	0,9%	0,5%	0,5%	0,7%	0,5%	0,7%	0,5%	6,4%
Farmácias	0,9%	0,5%	0,7%	0,9%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,7%	0,5%	6,1%
Mercados/supermercados/mercearias	0,5%	0,5%	0,7%	0,9%	0,5%	0,5%	0,7%	0,5%	0,7%	0,5%	5,9%
Vestuário e calçados	2,1%	0,7%	2,4%	0,9%	1,4%	0,5%	0,2%	3,5%	3,8%	0,5%	16,1%
Outro	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Total	14,4%	5,0%	15,1%	9,2%	9,9%	5,2%	5,0%	16,1%	15,1%	5,0%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

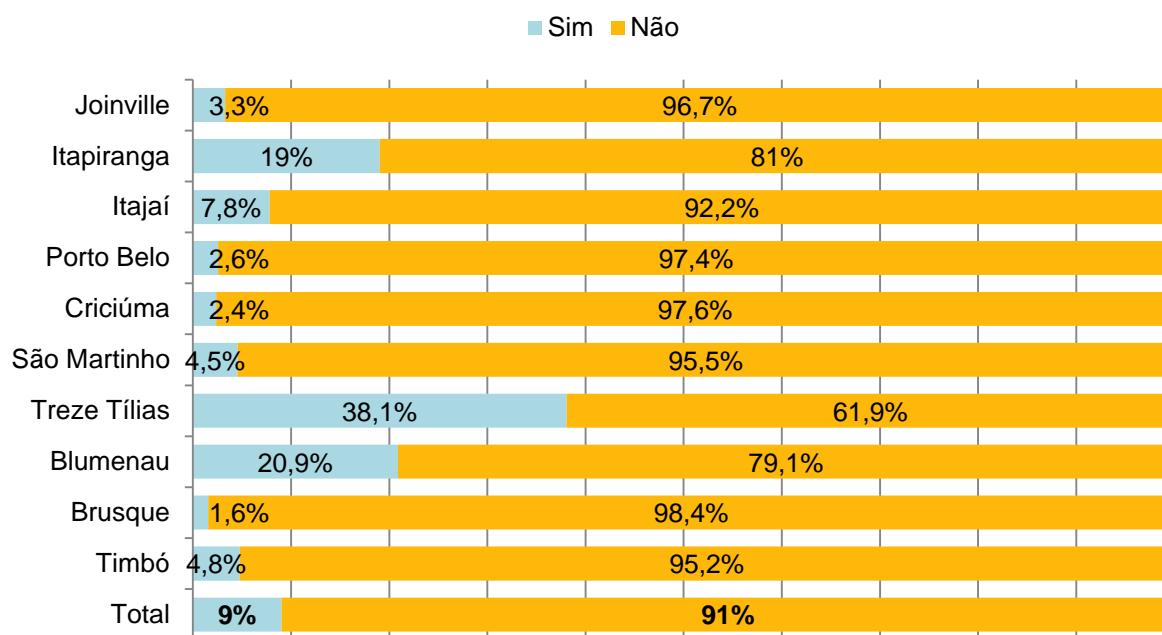
AVALIAÇÃO DO IMPACTO DAS FESTAS NA PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS

As Festas de Outubro que ocorrem em diversas cidades do Estado são manifestações da cultura e tradição de cada local, que promovem a integração das comunidades, cultura, lazer e entretenimento. Estas celebrações também proporcionam visibilidade aos municípios e estimulam o turismo, impactando na dinâmica das empresas.

No período de festas há o aumento no número de visitantes e, para atender a essa demanda, alguns estabelecimentos realizam a contratação de mão de obra (MO) extra. Neste ano, em geral, apenas 9% dos estabelecimentos realizaram contratação extra para o período das festas. O percentual é maior no município de Treze Tílias (38,1%), em Blumenau (20,9%) e Itapiranga (19%).

A média de contratados foi de 3,1 pessoas por estabelecimento. Nos hotéis e pousadas a média foi de 1,6 pessoas e nos bares e restaurantes a média foi de 6,5 pessoas por estabelecimento.

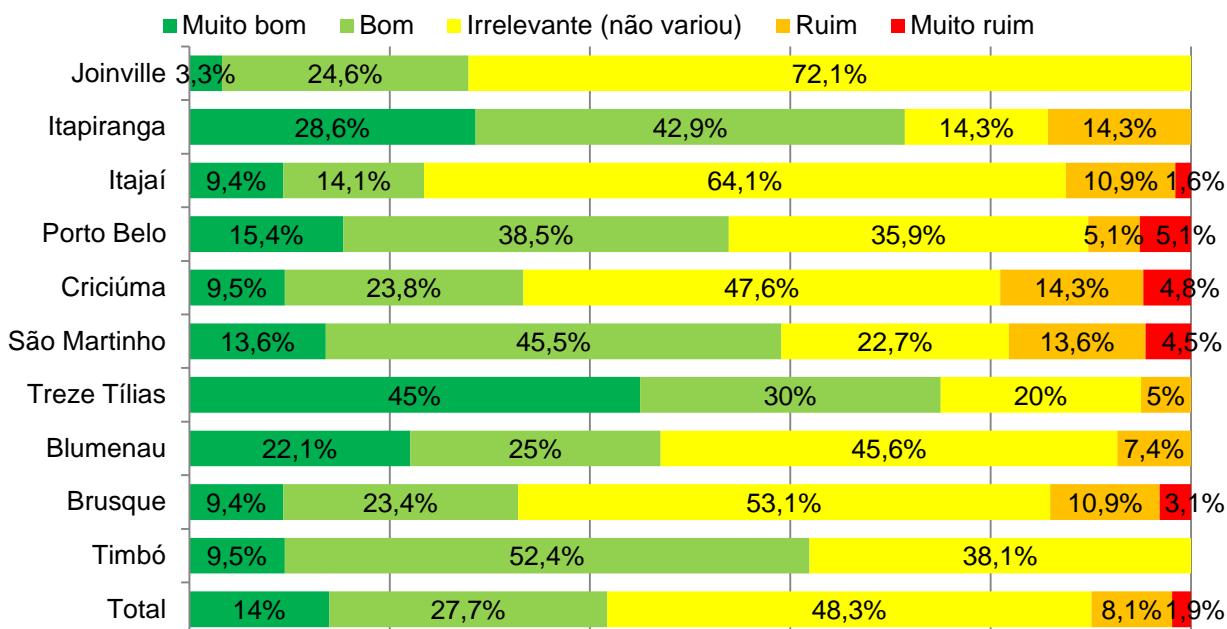
Distribuição das contratações de MO extra por cidade



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também analisou a percepção dos empresários e gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento de clientes durante o período das festas. A percepção geral foi de neutra a positiva: uma fatia de 14% dos entrevistados avaliou como “muito bom” e, somada a fatia de 27,7% de avaliações “boas”, resulta numa parcela de 41,7% de avaliações positivas. Outros 48,3% consideraram que o movimento foi “irrelevante”, ou seja, quase a metade dos entrevistados afirmou que o movimento de consumidores não foi afetado pelas festas, outra parcela de 8,1% rotulou o movimento como “negativo” e 1,9% como “péssimo”.

Distribuição das avaliações do movimento por cidade



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

As análises do movimento de clientes segmentadas por setor de atuação mostram que o hoteleiro computa as melhores avaliações, 65,2% das percepções estão classificadas em “muito bom” e “bom”. Em contraponto, no setor de bares e restaurantes foram apuradas as piores avaliações, 20,9% de avaliações negativas. Esta visão dos empresários é justificada, pois a gastronomia e a oferta de bebidas são importantes atrativos das Festas de Outubro.

Distribuição das avaliações do movimento de clientes por setor

Setor	Muito bom	Bom	Irrelevante (não variou)	Ruim	Muito ruim	Total
Hotéis e pousadas	32,6%	32,6%	30,4%	3,3%	1,1%	100%
Postos de combustíveis	1,9%	44,2%	51,9%	0%	1,9%	100%
Bares e restaurantes	9,3%	20,9%	48,8%	18,6%	2,3%	100%
Padarias e confeitarias	15,6%	26,7%	53,3%	4,4%	0%	100%
Presentes/souvenir/produtos típicos	22,2%	22,2%	44,4%	7,4%	3,7%	100%
Farmácias	3,8%	34,6%	53,8%	3,8%	3,8%	100%
Mercados/supermercados/mercearias	12%	24%	48%	16%	0%	100%
Vestuário e calçados	4,4%	19,1%	64,7%	8,8%	2,9%	100%
Total	14%	27,7%	48,3%	8,1%	1,9%	100%

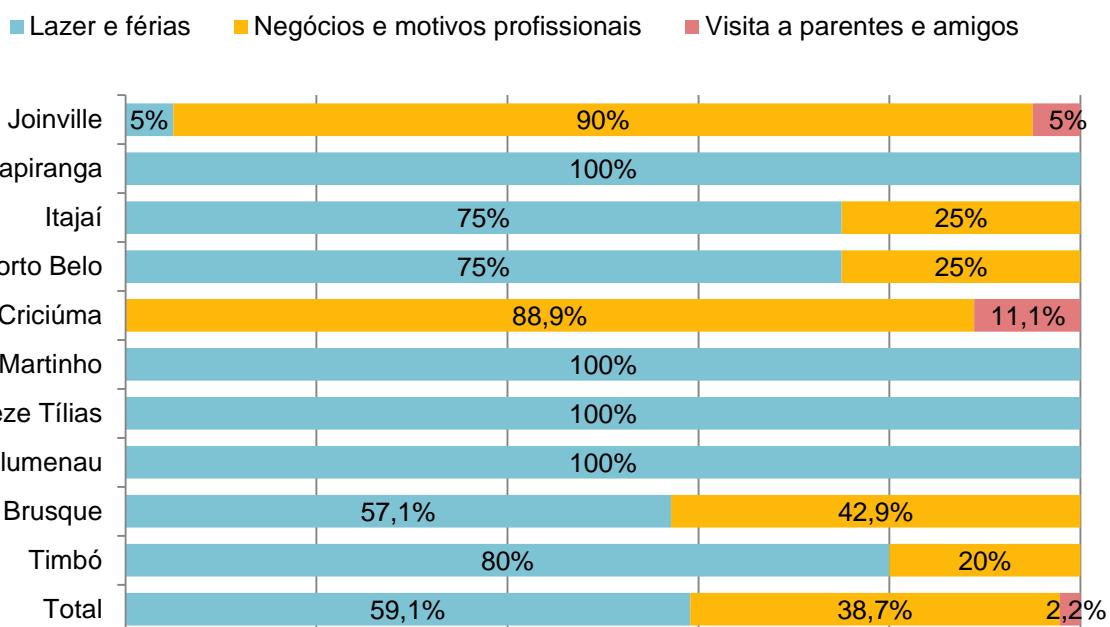
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A boa avaliação do movimento de hóspedes fica evidente no percentual de ocupação dos leitos durante o período das Festas, cuja média apurada foi de 72,5%. Neste indicador o destaque fica para os hotéis e pousadas de Blumenau, onde a taxa de ocupação dos leitos foi de 90,7% e Itajaí, com taxa de 79,9%.

Outro indicador que reflete os bons resultados do setor é a média de dias de permanência dos hóspedes, que chegou a três dias este ano, tempo superior ao tradicional período de final de semana (dois dias).

Neste modelo de pesquisa utilizou-se a visão do setor hoteleiro como recurso para obter uma noção sobre a identificação dos turistas. Com a pergunta “Qual a principal motivação da visita dos hóspedes durante o período da Festa?” foi possível identificar que cerca de 60% dos turistas hospedados em hotéis e pousadas vieram a passeio e desfrutar das Festas, exceto por Joinville e Criciúma, onde cerca de 90% dos hóspedes vieram a negócios e por motivos profissionais.

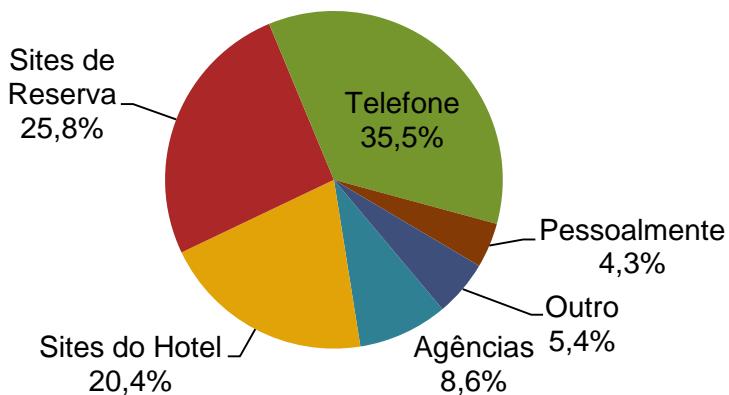
Distribuição da principal motivação da visita dos hóspedes durante o período da Festa por cidade



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Também foi apurada a forma predominante das reservas para o período das festas. As reservas em sites somaram 46,2%, sendo que deste montante, 25,8% foram em sites de reservas coletivos e outros 20,4% em sites próprios dos hotéis. As reservas por telefone representaram 35,5% das opções.

Distribuição da forma de reserva para o período das festas nos hotéis e pousadas



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O Ticket Médio¹¹ de vendas - o valor médio gasto pelos clientes de um estabelecimento comercial - é um importante indicador de desempenho porque ajuda a mensurar o resultado da empresa. Na percepção dos entrevistados, o ticket médio dispendido pelos clientes durante o período das festas foi de R\$ 202,50, valor médio dos setores de comércio e serviços. Os valores médios gastos nos setores foram: R\$ 394,49 em hotéis e pousadas; R\$ 264,26 em vestuário e calçados; R\$ 248,85 no comércio de presentes, souvenir e produtos típicos. No caso das farmácias, bares e restaurantes, padarias e confeitarias, mercados e mercearias, e postos de combustíveis o ticket médio foi inferior a média, mas em acordo com o tipo de negócio.

Distribuição do ticket médio por setor



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

¹¹ O ticket médio é o valor médio que cada cliente compra em um estabelecimento, e o gasto médio é a média de todos os gastos dos visitantes na temporada.

A forma de pagamento mais utilizada pode ser analisada na figura seguinte, na qual fica evidente a predominância do pagamento à vista, principalmente nos cartões de crédito (31,9%). Destaca-se também a significância na forma de pagamento por setores: o pagamento à vista com cartões de crédito em hotéis e pousadas (59,8%), à vista com cartões de débito em bares e restaurantes (47,1%), à vista em dinheiro nas padarias e confeitarias (55,6%) e os pagamentos parcelados em lojas de presentes, souvenir e produtos típicos (40,7%) e em lojas de vestuário e calçados (57,4%).

Distribuição da principal forma de pagamento por setor

Setor	À vista, dinheiro	À vista, cartão de débito	À vista, cartão de crédito	Parcelamento, cartão de crédito	Parcelamento, crediário	Outro	Total
Hotéis e pousadas	18,5%	16,3%	59,8%	3,3%		2,2%	100%
Postos de combustíveis	19,2%	32,7%	44,2%	3,8%			100%
Bares e restaurantes	23,0%	47,1%	29,9%				100%
Padarias e confeitarias	55,6%	40,0%	4,4%				100%
Presentes/souvenir/produtos típicos	22,2%	25,9%	11,1%	29,6%	11,1%		100%
Farmácias	38,5%	23,1%	26,9%	7,7%		3,8%	100%
Mercados/supermercados/mercearias	24,0%	32,0%	36,0%		4,0%	4,0%	100%
Vestuário e calçados	16,2%	10,3%	14,7%	44,1%	13,2%	1,5%	100%
Total	24,8%	28,1%	31,9%	10,9%	3,1%	1,2%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A avaliação dos empresários quanto ao percentual de variação do faturamento das empresas em relação ao mesmo período do ano anterior foi de 0,3%, indicando uma estabilidade. Por outro lado, a percepção da expansão no faturamento das empresas em relação aos meses comuns do mesmo ano foi de 8,0%. Na relação por setor de atividade, percebe-se que o setor de hotelaria apurou variação positiva no faturamento, tanto em relação ao mesmo período do ano anterior (4,1%), quanto em relação aos meses comuns do mesmo ano (19,1%). Para os comerciantes de presentes e souvenir e de produtos típicos a avaliação foi muito semelhante, 18,8% de aumento no faturamento em relação aos outros meses e de 3,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. Por outro lado, os bares e restaurantes tiveram as piores avaliações, com retração no faturamento tanto na comparação anual quanto mensal.

Distribuição da variação do faturamento por setor

Setor	Variação faturamento	
	Em relação ao ano anterior	Em relação aos meses anteriores
Hotéis e pousadas	4,1%	19,1%
Postos de combustíveis	0,2%	3,4%
Bares e restaurantes	-5,8%	-0,3%
Padarias e confeitorias	7,1%	6,1%
Presentes/souvenir/produtos típicos	3,0%	18,8%
Farmácias	-0,5%	2,0%
Mercados/supermercados/mercearias	2,0%	5,5%
Vestuário e calçados	-2,6%	7,6%
Total	0,3%	8,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Esta relação está em consonância com as avaliações do movimento de clientes. O setor de hotelaria obteve a melhor avaliação do movimento de clientes e o setor de bares e restaurantes a pior avaliação. Em um cruzamento de informações obteve-se significância na relação 'quanto maior a classificação do movimento de cliente maior a variação do faturamento'.

Distribuição da variação do faturamento por avaliação do movimento

Setor	Variação faturamento	
	Em relação ao ano anterior	Em relação aos meses anteriores
Muito bom	11,3%	30,7%
Bom	3,8%	12,9%
Irrelevante (não variou)	-2,2%	1,6%
Ruim	-8,9%	-3,5%
Muito ruim	-25,0%	-15,3%
Total	0,3%	8,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A variação do faturamento por cidade mostrou-se relevante apenas em relação aos meses anteriores- em todas as praças a média das avaliações dos empresários foi positiva. Os destaques foram as cidades de Blumenau (20,7%), Treze Tílias (19,3%) e Timbó (11%).

Distribuição da variação do faturamento em relação aos meses anteriores por cidade

Cidade	Variação faturamento em relação aos meses anteriores
Joinville	5,9%
Itapiranga	6,2%
Itajaí	5,6%
Porto Belo	5,2%
Criciúma	0,3%
São Martinho	5,9%
Treze Tílias	19,3%
Blumenau	20,7%
Brusque	2,5%
Timbó	11,0%
Total	8,0%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Nesta pesquisa, a Fecomércio SC abriu espaço para que os empresários entrevistados expressassem opinião indicando os fatores relevantes que influenciaram o desempenho dos negócios.

Com a pergunta “O que pode melhorar na Festa para impactar positivamente seu negócio?”, os empresários manifestaram opinião sobre as principais sugestões para atingir o sucesso nos negócios. A maior parte dos empresários não fez considerações sobre o assunto, mas a opinião de 42,8% dos entrevistados convergiu para cinco temas: marketing, programação, preços, infraestrutura e alimentação.

Distribuição das sugestões dos empresários por cidade

Município	Marketing	Programação	Preço	Infraestrutura	Alimentação	Outras	Total
Joinville	68,4%	10,5%		18,4%		2,6%	100%
Itapiranga	36,8%	36,8%	5,3%			21,1%	100%
Itajaí	27,9%	48,8%	14,0%	4,7%	2,3%	2,3%	100%
Porto Belo	64,0%		4,0%	28,0%	4,0%		100%
Criciúma	62,5%	18,8%	6,3%	6,3%		6,3%	100%
São Martinho				25,0%		75,0%	100%
Treze Tílias		55,6%	11,1%	27,8%	5,6%	0,0%	100%
Blumenau	31,6%	26,3%	26,3%	10,5%		5,3%	100%
Brusque	38,2%	11,8%	38,2%			11,8%	100%
Timbó	34,6%	50,0%		11,5%		3,8%	100%
Total	40,9%	27,7%	12,0%	11,6%	1,2%	6,6%	100%

Nota: percentual sobre o total de sugestões por cidade e geral

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Itajaí, Joinville e Brusque foram as cidades em que os empresários fizeram o maior número de sugestões- também nestas cidades as avaliações do movimento foram pouco favoráveis.

A parcela de 48,8% das sugestões dos empresários de Itajaí ficou concentrada no tema relacionado à programação do evento, 20,9% destes recomendando mais dias de Festa, 16,3%

mais atrações e 7% atrações mais famosas. Outra parcela (27,9%) sugeriu mais divulgação, sugestão categorizada como marketing, e mais 14% sugeriu preços mais acessíveis.

Em Joinville a maioria das sugestões (68,4%) foi relacionada à ações de marketing, sendo que desta parcela, 57,9% visando mais divulgação. 18,4% das sugestões de infraestrutura pediram a mudança do local da festa e 7,9% mais dias de festa.

A maior parte das sugestões dos empresários de Brusque se concentrou em tópicos de marketing, mais divulgação e preços mais acessíveis, ambos com 38,2% de citações.

- Timbó: mais dias de festa, melhorias na programação e mais divulgação;
- Porto Belo: mais divulgação e questões gerais de infraestrutura da festa e dos acessos;
- Itapiranga: divulgar mais o evento para que mais pessoas circulem no comércio local, envolver mais o comércio local, descentralizar as atividades do complexo onde ocorre a festa;
- Blumenau: preços acessíveis e estratégias de divulgação integrada com as empresas locais;
- Treze Tílias: opções de atrações culturais, mais tempo de festa;
- Criciúma: mais divulgação.

IMPACTO ECONÔMICO DAS FESTAS PARA AS CIDADES

De acordo com Ferreira², o turismo pode trazer uma série de benefícios para uma localidade. Dentre eles, destaca-se a geração de empregos diretos e indiretos em setores como hotelaria, restaurantes, bares e similares, transportes, agências de viagens, financeiro, de atividades culturais e esportivas, comércio varejista e departamental, etc. Outro benefício diz respeito ao efeito multiplicador dos gastos diretos e indiretos dos turistas, o que proporciona uma grande movimentação na economia da localidade. Um terceiro benefício a ser destacado advém das receitas dos impostos gerados pelos turistas e cobrados pelos governos. Soma-se ainda o fato do turista também incentivar a exportação dos produtos locais.

Com o objetivo de avaliar o impacto das Festas de Outubro para as cidades na visão dos empresários em uma questão de múltipla escolha foram enunciados impactos positivos e negativos de forma desordenada para que este público escolhesse, dentre as opções, a forma como a Festa impactou a economia do município. Ainda foi dada a opção de resposta livre. Na tabulação as respostas foram organizadas e demonstradas no quadro a seguir:

Distribuição dos impactos das Festas para as cidades

	Impactos	Joinville	Itapiranga	Itajaí	Porto Belo	Criciúma	São Martinho	Treze Tílias	Blumenau	Brusque	Timbó	Total Geral
Impactos negativos	Aumento da economia informal	19,7%		7,8%	20,5%	16,7%	13,6%	9,5%	5,9%	10,9%		11,3%
	Aumento dos gastos da Prefeitura		28,6%	7,8%	2,6%	16,7%	18,2%		1,5%	10,9%		7,3%
	Especulação imobiliária	1,6%	4,8%	1,6%							4,8%	0,9%
Impactos positivos	Geração de renda	37,7%	33,3%	21,9%	28,2%	26,2%	31,8%	19,0%	42,6%	6,3%	14,3%	26,7%
	Melhor desenvolvimento do comércio e serviços	26,2%	19,0%	15,6%	25,6%	9,5%	18,2%	52,4%	11,8%	25,0%	4,8%	19,9%
	Aumento na oferta de empregos	6,6%		18,8%	10,3%	9,5%	4,5%		26,5%	17,2%	23,8%	13,9%
	Aumento na arrecadação de impostos	3,3%		20,3%	5,1%	9,5%	9,1%	19,0%	10,3%	28,1%	33,3%	13,9%
	Criação e desenvolvimento de empresas					9,5%	4,5%		1,5%	1,6%		1,7%
	Fomenta o turismo			6,3%							9,5%	1,4%
	Divulgação do município		14,3%		5,1%							1,2%
	Não impactou	4,9%			2,6%	2,4%					9,5%	1,7%
	Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

² Ferreira, Sidney Geraldo. Os impactos do turismo nas pequenas cidades: um estudo em Itapecerica - MG / Sidney Geraldo Ferreira. - Lavras : UFLA, 2005.

Na avaliação geral, 85,8% das citações girou em torno de cinco atributos: geração de renda (26,7%), melhor desenvolvimento do comércio e serviços (19,9%), aumento na oferta de empregos (13,9%), aumento na arrecadação de impostos (13,9%) e aumento da economia informal (11,3%), sendo que apenas o último se refere a um impacto negativo.

Na visão por cidade, destaca-se em Itapiranga o ponto de vista de 28,6% dos empresários de que a Festa traz como impacto o aumento dos gastos do município. Por outro lado, 14,3% acreditam que o evento aumenta a divulgação do município. Em uma citação bastante ponderada um empresário do setor de vestuário e/ou calçados resume bem este ponto de vista:

“Fomenta apenas ramos específicos, pois a circulação de pessoas é pequena; no geral, como a festa é fora do centro da cidade acaba não trazendo o público para circular no comércio; apesar disso traz reconhecimento do município em nível nacional.”

Em Criciúma, os temas mais relevantes fizeram referência ao aumento dos gastos da prefeitura (16,7%), aumento da economia informal (16,7%) e geração de renda (26,2%). Uma relação importante faz compreender a opinião dos empresários: praticamente todos os que citaram o aumento da economia informal também qualificaram o movimento de consumidores como “ruim” ou “muito ruim” durante o período do evento.

Mais de 90% dos empresários de Blumenau indicaram impactos econômicos positivos para a cidade como resultado da Festa. Os mais citados foram a geração de renda (42,6%) e o aumento na oferta de empregos (26,5%), além disso foi a praça que computou a maior variação de faturamento mensal- aumento de 20,7% no faturamento em relação aos demais meses do ano.

Em Brusque o aumento na arrecadação de impostos foi o impacto econômico mais citado pelos empresários, atingindo 28,1%.

A Festa realizada em Treze Tílias agradou os empresários: 52,4% afirmou que o evento melhora o desenvolvimento do comércio e serviços. Este parecer está de acordo com as avaliações do movimento e do faturamento, visto que foi o grupo que teve o maior percentual de avaliações positivas do movimento de clientes durante a Festa (75% entre “muito bom” e “bom”) e o segundo melhor percentual de variação do faturamento em relação aos meses comuns do mesmo ano (19,3% de aumento no faturamento).

Os empresários de Joinville, Itajaí e São Martinho citaram a geração de renda como principal aspecto positivo das Festas para a cidade. E por fim os empresários de Timbó, que citaram aumento na arrecadação de impostos como principal impacto para a cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo impacta de forma direta e indireta em diferentes setores da economia local, repercutindo no produto interno bruto (PIB) da cidade ou região. Os recursos movimentados por turistas e visitantes provocam um efeito multiplicador, incrementam o orçamento local e proporcionam maior giro de capital, o que se traduz em benefícios para a comunidade. As Festas de Outubro têm essa capacidade de girar a economia das diversas localidades e de forma muito concentrada, logo o impacto pode se percebido com mais intensidade, diferente do efeito de uma temporada, por exemplo, que por vezes se confunde com os impactos do consumo local.

A pesquisa da Fecomércio SC realizada em dez festas do estado trouxe essa percepção dos empresários. A avaliação do movimento de consumidores nos estabelecimento durante o período das Festas ficou concentrada entre neutra e positiva para 90% dos empresários entrevistados: 48,3% afirmaram que o movimento de consumidores não foi afetado pelas festas e 41,7% que foi afetado positivamente. A avaliação dos empresários sobre a variação no faturamento das empresas (0,3%) em relação ao mesmo período do ano anterior indica estabilidade. Por outro lado, a percepção da expansão no faturamento das empresas, em relação aos meses comuns do mesmo ano, foi de 8,0%.

Nesta pesquisa a Fecomércio SC abriu espaço para que os empresários entrevistados expressassem sua opinião indicando os fatores relevantes que influenciaram o desempenho dos negócios. Com avaliações do movimento pouco favoráveis, Itajaí, Joinville e Brusque foram as cidades em que os empresários fizeram o maior número de sugestões. As sugestões dos empresários de Itajaí ficaram concentradas no tema relacionado à programação do evento; em Joinville a maioria das sugestões foi relacionada as ações de marketing visando, principalmente, mais divulgação; e a maior parte das sugestões dos empresários de Brusque se concentrou em tópicos de marketing, mais divulgação, e preços.

Com o objetivo de avaliar o reflexo das Festas de Outubro para as cidades foi proposta uma questão de múltipla escolha onde foram enunciados impactos positivos e negativos. Na avaliação geral, 85,8% das citações girou em torno de cinco atributos: geração de renda, melhor desenvolvimento do comércio e serviços, aumento na oferta de empregos, aumento na arrecadação de impostos e aumento da economia informal, sendo que apenas o último se refere a um impacto negativo.

A análise dos dados traduz a percepção dos empresários acerca dos impactos das Festas de Outubro, considerado moderado no que se refere a movimentação de consumidores e mais expressivo no que se refere ao aumento do faturamento do dia a dia. Mas quando o assunto é o impacto para o município, a grande maioria reconhece que as Festas contribuem diretamente para a economia das cidades.

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.