



Pesquisa Fecomércio de Turismo 2019  
**FESTAS DE OUTUBRO - SANTA CATARINA**

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 2019 em  
Santa Catarina

## **APRESENTAÇÃO**

No mês de outubro, Santa Catarina ganha destaque no calendário turístico nacional com a realização de festas 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. As festas também cumprem o papel de desenvolvimento dos destinos turísticos, contribuindo para a divulgação turística, gerando um mercado crescente de empregos, produtos e serviços.

Com o intuito de mapear o impacto das festas de outubro para os empresários das regiões, a Federação do Comércio, Serviços e Turismo de Santa Catarina realiza a pesquisa – Festas de Outubro em Santa Catarina. Os dados apurados mostram o ponto de vista de empresários e gestores sobre o reflexo 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 380 entrevistas. O erro amostral calculado é de 5% e nível de confiança de 95%.

As festas contempladas nesta edição da pesquisa foram:

- **Bierville, Joinville**

Em sua quinta edição, a Bierville a Festa da Cerveja de Joinville, trouxe uma programação com apresentações folclóricas, bandas, expositores de cerveja, gastronomia e espaço para as crianças. Uma novidade desta edição foi a utilização do copo retornável, um cuidado dos organizadores do evento com a sustentabilidade. A festa foi realizada no Centro de Convenções Expoville, entre os dias 11 e 13 de outubro.

- **Oktoberfest, Itapiranga**

A Festa cultiva a tradição alemã especialmente no aspecto folclórico, cultural e gastronômico. Este ano celebra sua 41ª edição com o tradicional desfile de carros alegóricos, apresentação de shows culturais com os grupos folclóricos, chope em metro, tiro ao alvo, entre outras atrações. Realizada por dois dias no local original, a Linha Becker, e entre os dias 10 a 13 de outubro no Complexo Oktober, situado no bairro Alto Jardim, Bela Vista.

- **Marejada, Itajaí**

A 33ª Marejada de Itajaí reforça sua identidade peixeira com destaque à gastronomia típica e mais de 100 atrações musicais da região. Neste ano, também apostou na sustentabilidade, com a redução do consumo de plásticos e ações de conscientização, além de entretenimento gratuito e estrutura totalmente acessível, tradutor de Libras e

cardápios com audiodescrição. O evento ocorreu de 8 a 20 de outubro com entrada gratuita, caracterizando-se como uma festa familiar, inclusiva e sustentável.

- Festival do Camarão, Porto Belo.

A 6ª edição do Festival do Camarão, contou com variedade de shows, nacionais e regionais, gastronomia e entretenimento para toda a família. Seguindo a tendência das ações sustentáveis, foram recolhidos copos descartáveis, lacres de latas de alumínio, óleo de cozinha dos restaurantes participantes do evento, além da instalação das "bituqueiras". O Festival ocorreu entre os dias 10 e 13 de outubro deste ano na Praça da Bandeira, Centro da cidade.

- Festa do Produto Colonial, São Martinho.

A 26ª Festa do Produto Colonial, contou com um festival gastronômico de culinária típica alemã. Foram três dias prestigiando cultura, música, dança e gastronomia típica alemã. Neste ano a festa ocorreu entre os dias 25 e 27 de outubro.

- Tirolerfest, Treze Tílias.

A Tirolerfest a Festa da Imigração Austríaca é o evento mais tradicional de Treze Tílias, neste ano, celebra 86 anos da imigração austríaca em Santa Catarina. Realizado de 10 a 13 de outubro no Parque de Exposições Johann Otto Kung e nas ruas da cidade, contou com desfiles, apresentações artísticas, exposição e venda de produtos artesanais e artísticos. O destaque da festa são a cultura, música, gastronomia e a hospitalidade do povo que mantém viva as tradições austríacas em Santa Catarina.

- 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. Em sua 36ª edição, ocorreu entre os dias 9 a 27 de outubro.

- Fenarreco, Brusque

A 34ª Fenarreco, a festa Nacional do Marreco, nasceu com o objetivo de divulgar o pato recheado, prato típico da cozinha tradicional alemã. Neste ano, contou com 30 bandas, divididas em três palcos, e uma ampla área de gastronomia, com o restaurante principal e mais 14 food trucks. A grande novidade desta edição foi o uso de copos biodegradáveis que foram recolhidos durante a festa para serem vendidos posteriormente, e a arrecadação revertida para uma entidade beneficente. A festa de Brusque ocorreu entre os dias 10 e 20 de outubro no Pavilhão Maria Celina Vidotto Imhof, conhecido popularmente como o Pavilhão da Fenarreco.

- **Festa do Imigrante, Timbó.**

A 29ª Festa do Imigrante comemorou os 150 anos de aniversário de fundação de Timbó, celebrando as culturas Alemãs e Italianas juntas. A Festa contou diversas apresentações culturais, danças folclóricas, bailes, competição do chope em metro, desfiles e apresentações musicais, esportivas e recreativas. Além disso, diversas bandas fizeram a animação da festa que teve ainda gastronomia típica, venda e exposição de artesanatos e produtos típicos, parque de diversões. E para comemorar o aniversário da cidade a festa ainda contou com bolo e show pirotécnico. Foram dois finais de semana de comemorações, de 4 a 6 e 10 a 13 de outubro, no Parque Henry Paul.

- **Heimatfest, Forquilha**

A Heimatfest, Festa das Origens, resgata as origens dos colonizadores, os costumes trazidos por alemães, italianos, poloneses, portugueses, japoneses e afrodescendentes, é um evento para valorizar e preservar tradições culturais, a gastronomia e o acervo histórico dos colonizadores responsáveis pela formação do município de Forquilha. Realizada a cada dois anos, esta foi a 9ª edição da Festa que contou com shows nacionais, exposição, desfile histórico, gastronomia, Festival de Danças Folclóricas, entre outras atividades. O evento ocorreu de 10 a 13 de outubro em diversos pontos da cidade como a Rua Coberta, o Salão Paroquial e Arena de Shows Heimatfest.

- **Kerbfest, Cunha Porã**

A Kerbfest, uma festa típica de origem germânica, para valorizar a cultura e tradição. A comunidade do município de Cunha Porã comemorou a 24ª edição da Festa com comida típica, muito chope, desfile pelas ruas da cidade, apresentações artísticas, escolha das soberanas e bailes. Foram três dias de celebração, de 11 a 13 de outubro, no Pavilhão Evangélico e em diversos pontos da cidade.

## CARACTERÍSTICAS DAS EMPRESAS

Para avaliar o impacto das Festas de Outubro das diversas cidades onde as festas aconteceram foram realizadas entrevistas telefônicas com empresários ou com os gestores e 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 onze cidades das festas. A distribuição das entrevistas figura no quadro abaixo:

### DISTRIBUIÇÃO DAS ENTREVISTAS POR SETOR E POR CIDADE

Setor	Joinville	Itapiranga	Itajaí	Porto Belo	São Martinho	Treze Tílias	Blumenau	Brusque	Timbó	Forquilha	Cunha Porã	Total
Hotéis e pousadas	5,3%	0,5%	5,3%	1,8%	0,8%	1,6%	5,5%	2,1%	1,1%	0,3%	0,3%	24,5%
Postos de combustíveis	1,6%	0,3%	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%	1,1%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	7,1%
Bares e restaurantes	4,2%	0,5%	4,2%	1,3%	1,3%	1,1%	5,0%	3,2%	1,1%	1,3%	0,5%	23,7%
Padarias e confeitarias	2,1%	0,3%	1,3%	0,3%	0,5%	0,5%	1,1%	0,5%	0,8%	0,5%	0,3%	8,2%
Presentes e souvenir, produtos típicos.	1,3%	0,3%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	1,1%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	6,6%
Farmácias	1,6%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	0,5%	1,1%	0,5%	0,5%	0,5%	0,3%	6,8%
Mercados, supermercados e mercearias.	0,8%	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	1,1%	0,5%	1,1%	0,5%	0,3%	7,1%
Vestuário e calçados	2,9%	1,1%	2,4%	1,1%	0,3%	0,5%	2,9%	2,4%	1,3%	0,8%	0,5%	16,1%
Total	19,7%	4,2%	15,5%	6,6%	4,7%	5,8%	18,7%	10,3%	6,8%	5,0%	2,6%	100%

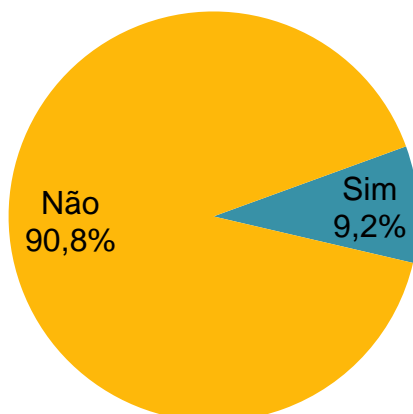
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## 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 comunidade envolvida e são acima de tudo eventos que promovem integração das comunidades, cultura, lazer e entretenimento. Mas estas celebrações também proporcionam visibilidade aos municípios e promovem o turismo. Os impactos das festas podem ser percebidos na dinâmica das empresas.

Nesse período de festas há o aumento no número de pessoas circulando nas cidades e, para atender a essa demanda, alguns estabelecimentos realizam a contratação de mão de obra (MO) extra. Neste ano, no geral, apenas 9,2% dos estabelecimentos realizaram contratação extra para o período das festas, sendo que a média de contratados foi de 2,8 pessoas por estabelecimento que realizou a ação, em 2018 a média foi de 3,1 pessoas.

### CONTRATAÇÃO DE COLABORADORES EXTRA PARA O PERÍODO DA FESTA

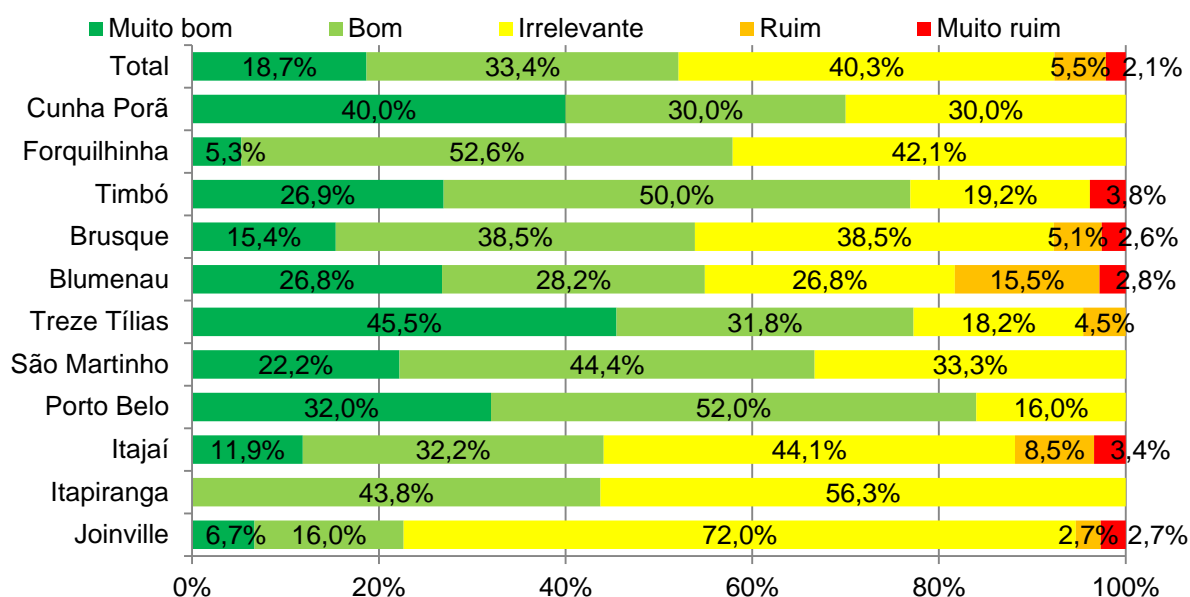


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A pesquisa também analisou a percepção dos empresários e gestores dos estabelecimentos pesquisados sobre o movimento durante o período das festas. A percepção geral foi de neutra a positiva, uma fatia de 18,7% dos entrevistados avaliou como “muito bom” o movimento de clientes e, somada a fatia de 33,4% de avaliações “boas”, resulta numa parcela de 52,1% de avaliações positivas. Outros 40,3% 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 5,5% rotulou o movimento como “negativo” e 2,1% como “péssimo”. Em 2018, foram 41,7% de avaliações positivas, 48,3% de “irrelevante”, e 10% de avaliações negativas, na comparação entre as temporadas, nota-se a melhora deste indicador.

Na avaliação por cidades, a ênfase fica por conta das avaliações em Treze Tílias onde 45,5% dos entrevistados avaliaram o movimento de clientes durante o período da Festa como “muito bom”, das avaliações “irrelevante” em Joinville (72%) e “ruim” em Blumenau (15,5%). Estes três pontos mostraram-se significativamente distintos da avaliação geral.

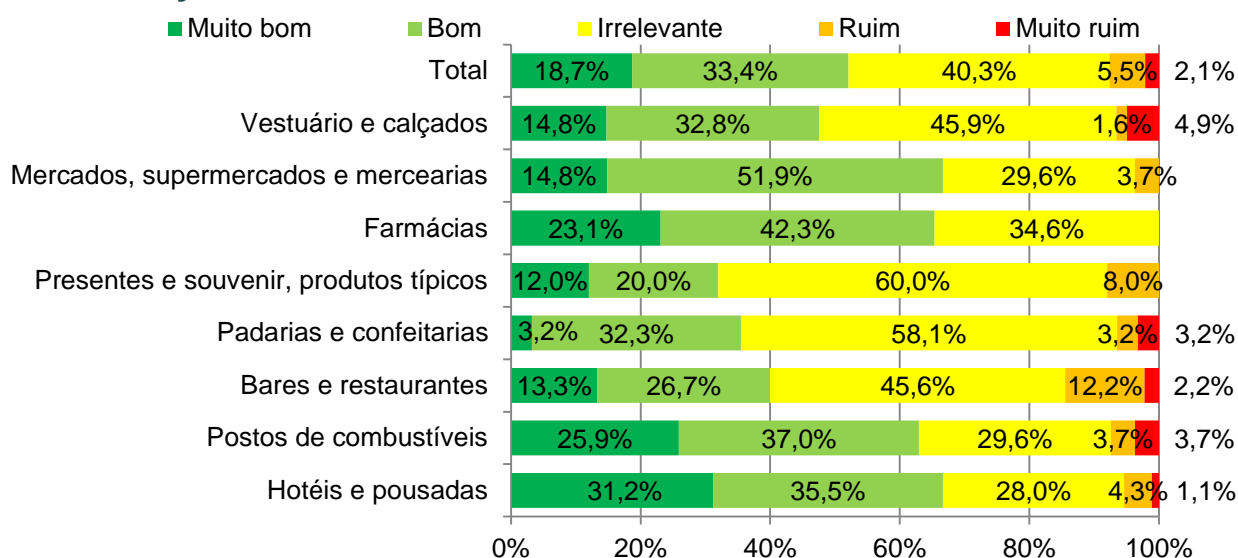
## AValiação DO MOVIMENTO DE CLIENTES NOS ESTABELECIMENTOS POR CIDADE



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

As análises do movimento de clientes segmentadas por setor de atuação mostram que o setor hoteleiro computa as melhores avaliações: 66,7% das percepções são de um movimento “muito bom” e “bom”. Em contraponto, no setor de bares e restaurantes foram apuradas as piores avaliações, com 14,4% de avaliações negativas. Esta visão dos empresários é justificada, pois a gastronomia e a oferta de bebidas são importantes atrativos das Festas de Outubro. As avaliações dos empresários do setor de padarias e confeitarias chamaram a atenção, pois 58,1% afirmaram que o impacto no movimento de clientes foi “irrelevante” no período das Festas. Da mesma forma foram as avaliações do setor de presentes e souvenir, produtos típicos, com 60% dos entrevistados declarando que o movimento de clientes foi irrelevante.

## AValiação DO MOVIMENTO DE CLIENTES NOS ESTABELECIMENTOS POR SETOR



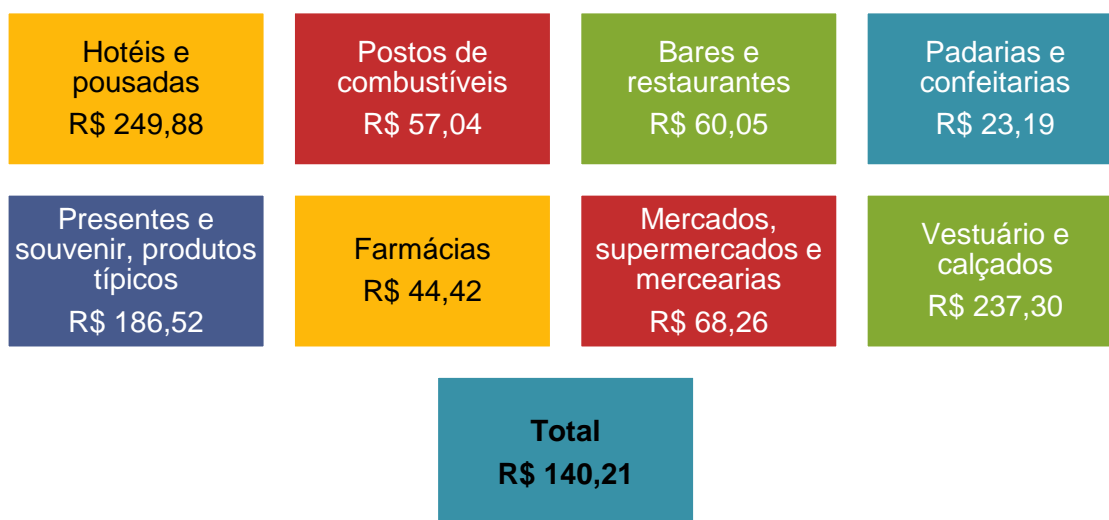
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## Pesquisa Fecomércio de Turismo | Festas de Outubro em SC 2019

O Ticket Médio 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\$ 140,21, valor médio dos setores de comércio, serviços e hotelaria. Os valores médios gastos nos setores foram: R\$ 249,88 em hotéis e pousadas; R\$ 237,3 em vestuário e calçados; R\$ 186,52 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 registraram ticket médio inferior à média, mas em acordo com o tipo de negócio.

Na comparação com os dados apurados na pesquisa do ano anterior, verificou-se uma redução de 31% do ticket médio, o número apurado em 2018 foi de R\$ 202,50. Esta redução foi identificada em setores fortemente impactados pelo turismo: queda de 37% para os hotéis e pousadas, o número apurado em 2018 foi de R\$ 394,49; e queda de 25% no comércio de presentes, souvenir e produtos típicos, em 2018 foi R\$ 248,85. Situação semelhante ocorreu na pesquisa Turismo de Inverno na Serra de Santa Catarina deste ano. O ticket foi de R\$ 111,69, enquanto o valor de 2018 foi de R\$ 134,15. Neste caso, nos hotéis e pousadas a queda foi de 17%, enquanto no comércio de presentes, souvenir e produtos típicos, a queda foi de 36%.

### TICKET MÉDIO POR SETOR NO PERÍODO DA FESTA



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Outra informação que ajuda a compreender tendências e o comportamento do consumidor diz respeito à forma de pagamento escolhida pelo cliente durante o período da Festa. O uso dos cartões já se tornou um ato corriqueiro entre os consumidores, sempre superando 50% das respostas. No último ano, esta opção atingiu a parcela de 73,9% dos consumidores considerando as compras com cartões de débito (32,1%), com cartões de crédito à vista (38,9%) e parcelamento nos cartões de crédito (2,9%), a parcela de usuários de cartões supera os 70,9% apurados em 2018. Mas o surpreendeu foi a redução na fatia de parcelamento com cartões de crédito, de 10,9% em 2018 para 2,9% neste ano.

Contudo, independente do uso de cartões ou dinheiro, o pagamento à vista foi a opção da maioria dos consumidores, foi a opção de 94,5% em 2019.

A principal forma de pagamento no período da Festa na perspectiva por cidades mostra que em Cunha Porã e São Martinho a opção da maioria foi o pagamento em dinheiro, 70% e 50%, respectivamente.

#### FORMA DE PAGAMENTO PREPONDERANTE NO PERÍODO DA FESTA POR CIDADE

Cidade	À vista, dinheiro.	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento Crediário	Outro	Total
Joinville	10,7%	37,3%	45,3%	0,0%	0,0%	6,7%	100%
Itapiranga	18,8%	12,5%	62,5%	0,0%	6,3%	0,0%	100%
Itajaí	23,7%	42,4%	30,5%	1,7%	1,7%	0,0%	100%
Porto Belo	20,0%	20,0%	56,0%	0,0%	4,0%	0,0%	100%
São Martinho	50,0%	33,3%	11,1%	5,6%	0,0%	0,0%	100%
Treze Tílias	18,2%	45,5%	36,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Blumenau	19,7%	33,8%	40,8%	5,6%	0,0%	0,0%	100%
Brusque	20,5%	20,5%	48,7%	7,7%	2,6%	0,0%	100%
Timbó	34,6%	23,1%	30,8%	7,7%	3,8%	0,0%	100%
Forquilha	42,1%	36,8%	21,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Cunha Porã	70,0%	10,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>23,4%</b>	<b>32,1%</b>	<b>38,9%</b>	<b>2,9%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,3%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

O comportamento do consumidor quanto a principal forma de pagamento utilizada também mostrou diferenças significativas por setor ou segmento de atividade. No comércio de vestuário e calçados o que se destacou foram os pagamentos parcelados, com cartões de crédito (14,8%) e crediário (6,6%), um montante superior aos outros setores. Nas farmácias a maioria dos pagamentos foi à vista com cartões de débito, 57,7%, e nos mercados, supermercados e mercearias a parcela de pagamentos à vista em dinheiro superou os demais setores (44,4%).

#### FORMA DE PAGAMENTO PREPONDERANTE NO PERÍODO DA FESTA 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	22,6%	26,9%	47,3%	1,1%	0,0%	2,2%	100%
Postos de combustíveis	18,5%	48,1%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Bares e restaurantes	25,6%	34,4%	35,6%	0,0%	1,1%	3,3%	100%
Padarias e confeitarias	38,7%	32,3%	25,8%	3,2%	0,0%	0,0%	100%

Setor (continuação)	À vista, dinheiro.	À vista, cartão de débito.	À vista, cartão de crédito.	Parcelamento, cartão de crédito.	Parcelamento Credciário	Outro	Total
Presentes e souvenir, produtos típicos.	20,0%	28,0%	52,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Farmácias	19,2%	57,7%	23,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Mercados, supermercados e mercearias.	44,4%	29,6%	25,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
Vestuário e calçados	9,8%	21,3%	47,5%	14,8%	6,6%	0,0%	100%
<b>Total</b>	<b>23,4%</b>	<b>32,1%</b>	<b>38,9%</b>	<b>2,9%</b>	<b>1,3%</b>	<b>1,3%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A relação entre as principais formas de pagamento e o ticket médio se mostrou significativa para pagamentos:

- À vista, em dinheiro: R\$ 82,51;
- À vista, cartão de débito: R\$ 146,64;
- À vista, cartão de crédito: R\$ 151,49;
- Parcelamento, cartão de crédito: R\$ 346,82.

Percebe-se que quanto maior o valor do ticket médio maior o prazo de pagamento utilizado pelo cliente. No geral, o ticket médio dos pagamentos parcelados foi mais que o dobro dos pagamentos à vista (2,4 vezes).

Outra questão relevante para compreender o impacto da festa entre os empresários é a análise de suas percepções sobre a variação do faturamento.

A primeira avaliação refere-se à variação do faturamento em relação ao mesmo período do ano anterior. Neste ano a percepção dos empresários foi tímida: na opinião destes entrevistados o faturamento de 2019, no período da Festa, foi 1,6% mais alto do que o de 2018. Esta verificação é importante, pois demonstra uma pequena recuperação no mercado em relação ao ano anterior. Sobre o período anterior a Festa, a percepção dos empresários ou responsáveis pelas lojas foi de um faturamento 7,8% maior do que nos meses comuns que antecedem do mesmo ano.

A percepção dos empresários de Porto Belo e de Cunha Porã foram as mais otimistas, com as maiores variações de faturamento, tanto em relação ao ano anterior quanto em relação aos demais meses do ano. Em contraponto, os empresários de Joinville avaliaram negativamente o impacto da Festa no faturamento de seus estabelecimentos, -4,9% em relação ao ano anterior e -0,5% em relação aos meses anteriores.

### VARIAÇÃO DO FATURAMENTO POR CIDADE

Cidade	Variação faturamento	
	em relação ao ano anterior	em relação aos meses anteriores
Joinville	-4,9%	-0,5%
Itapiranga	1,3%	18,3%
Itajaí	0,7%	5,1%
Porto Belo	17,2%	14,0%
São Martinho	3,8%	6,7%
Treze Tílias	2,5%	5,0%
Blumenau	1,5%	8,9%
Brusque	0,9%	12,6%
Timbó	3,3%	14,2%
Forquilha	*	6,1%
Cunha Porã	11,5%	21,5%
Total	1,6%	7,8%

\*sem padrão de comparação, pois o evento é bianual.

Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

A segmentação das entrevistas por setor de atuação das empresas não mostrou diferenças significativas, logo a média geral pode ser atribuída a todos.

No entanto, como era esperado existe uma relação muito forte entre a avaliação do movimento e a variação do faturamento, quanto melhor o movimento de clientes maior o faturamento. Para aqueles que avaliaram o movimento positivamente, muito bom e bom, a variação do faturamento em relação aos meses anteriores ao evento foi de 14,2%, e a variação do faturamento em relação ao mesmo período do ano anterior foi de 9,5%. Na concepção daqueles que não foram afetados pelas Festas, consideraram o movimento irrelevante, o faturamento variou 3% no mês e -4,9% em relação ao ano anterior. E para os empresários que consideraram o movimento negativo a queda no faturamento foi de -11,2% em relação aos meses anteriores e de -16,4% em relação ao período da festa, mas estes representam a opinião de apenas 7,6% dos entrevistados.

## SETOR HOTELEIRO

Competem ao setor hoteleiro alguns indicadores específicos e de grande importância para o monitoramento do impacto dos eventos e festa na economia das cidades. A média geral de permanência dos hóspedes durante o período das festas foi de 2,8 dias sendo menor que a média em Joinville (2,3 dias) e maior que a média em Itajaí (3,4 dias) e em Blumenau (3,5 dias). O percentual de ocupação apurado foi de 73,6% dos leitos.

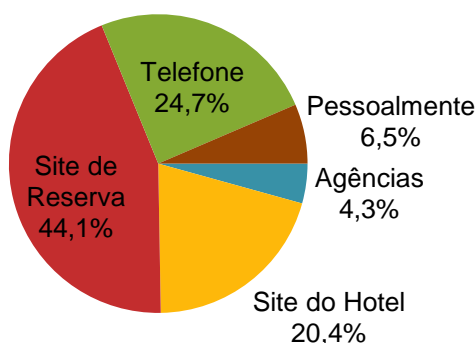
Com a finalidade de identificar algumas características dos turistas e sua interação com os meios de hospedagem, pelo olhar dos hoteleiros, duas questões foram investigadas: a forma de reserva e a motivação da viagem.

### Reservas

Tradicionalmente, a maior parte das solicitações de reserva era feita via telefone e nesta ação é sempre importante a presença de um intermediário no processo, como agentes de viagem e operadores turísticos que desempenham o papel fundamental no processo de venda do produto hoteleiro, realizando o contato direto entre hóspedes e meios de alojamento. Com o surgimento e a popularização da Internet, em todos os setores da sociedade, inclusive como ferramenta de comércio eletrônico, a função do intermediário vem perdendo volume, pois as novas ferramentas possibilitam uma redução do preço final do produto hoteleiro, os custos operacionais do processo de venda direta são muito menores, pois o hotel se desobriga do pagamento de comissões sobre vendas, além de, a partir da racionalização interna dos processos de reservas, poderem reduzir seus custos internos.

Os dados da pesquisa demonstram esta realidade no mercado das reserva do setor hoteleiro nas cidades onde ocorreram algumas das principais festas de outubro do estado. Mais da metade dos hotéis investigados, ou 64,1%, afirmaram que os sites foram a principal forma de reserva dos hóspedes para o período das Festas, deste montante, a menor parte por meio de sites próprios (20,4%). Em relação às cidades a ênfase ficou por conta de Brusque, onde 25% dos hoteleiros atestaram que a maioria das reservas foi realizada por agências e em Itapiranga, onde 50% das informações dão conta de reservas realizadas pessoalmente.

### FORMA DE RESERVA PREDOMINANTE PARA O PERÍODO DA FESTA

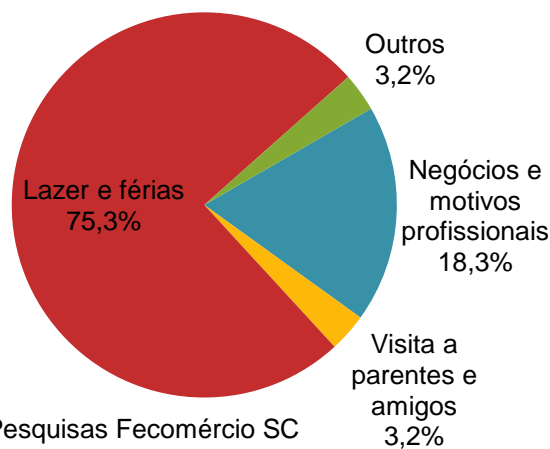


Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

### ***Motivação da viagem***

Segundo as informações prestadas pelos hoteleiros, o lazer foi a maior motivação para as viagens das Festas de Outubro em 2019. A segunda maior motivação são os negócios e propósitos profissionais. No cruzamento por cidades, apenas Joinville demonstrou diferenças significativas nesta distribuição, sendo que 40% dos visitantes hospedaram-se por motivos profissionais e negócios, 40% por lazer, 15% para visitas a parentes e amigos e 5% por outros motivos.

#### **PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DA HOSPEDAGEM DURANTE O PERÍODO DA FESTA**



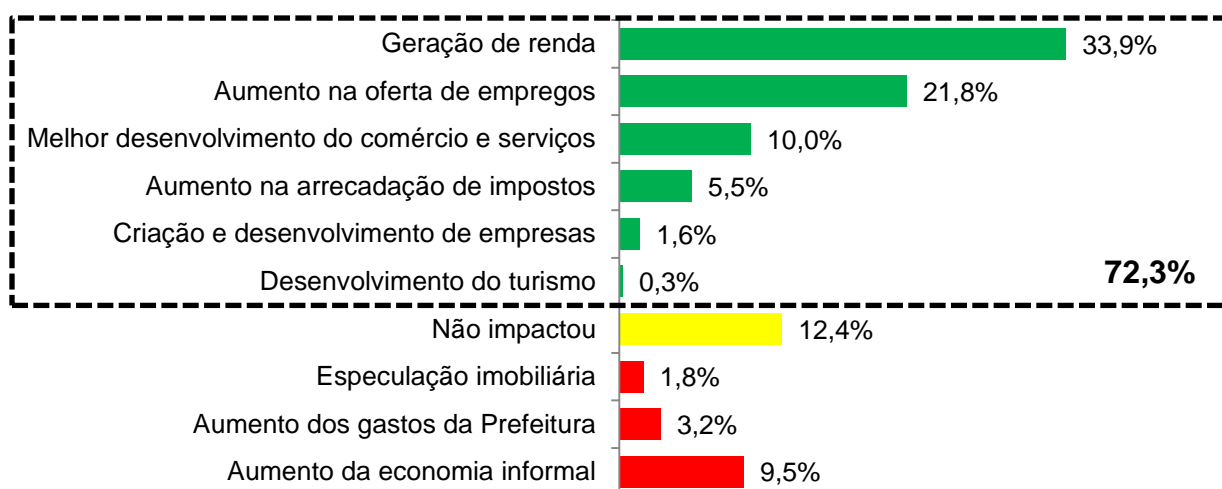
Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

## IMPACTO ECONÔMICO DAS FESTAS PARA AS CIDADES

As festas contribuem para a afirmação da identidade das comunidades locais, reforçando a diversidade cultural e atraindo expressivo número de turistas, gerando impactos econômicos em diversos setores empresariais e, além disso, impactos econômicos para as cidades como um todo.

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 da cidade, e ainda, foi dada a opção de resposta livre. Na tabulação as respostas foram organizadas e demonstradas na figura a seguir, onde a maioria das citações dizem respeito a impactos positivos, mais de 70%.

### IMPACTOS NA ECONOMIA DAS CIDADES



Fonte: Núcleo de Pesquisas Fecomércio SC

Na avaliação segmentada por local a percepção dos empresários com relação ao impacto das Festas na economia de cada cidade apresenta algumas particularidades, mas no geral a avaliação é predominantemente positiva e o consenso é que as Festas de outubro no estado fomentam a geração de renda nas cidades.

- Joinville
  - Geração de renda 18,7%
  - Aumento na oferta de empregos 20,0%
  - Não impactou 53,3%
  - Aumento da economia informal 8,0%
- Itapiranga
  - Geração de renda 87,5%
  - Aumento na oferta de empregos 6,3%
  - Não impactou 6,3%

## **Pesquisa Fecomércio de Turismo | Festas de Outubro em SC 2019**

- Itajaí
  - Geração de renda 11,9%
  - Aumento na oferta de empregos 44,1%
  - Melhor desenvolvimento do comércio e serviços 27,1%
  - Aumento na arrecadação de impostos 3,4%
  - Criação e desenvolvimento de empresas 1,7%
  - Não impactou 1,7%
  - Aumento dos gastos da Prefeitura 3,4%
  - Aumento da economia informal 6,8%
- Porto Belo
  - Geração de renda 56,0%
  - Aumento na oferta de empregos 36,0%
  - Melhor desenvolvimento do comércio e serviços 4,0%
  - Aumento da economia informal 4,0%
- São Martinho
  - Geração de renda 44,4%
  - Aumento na oferta de empregos 22,2%
  - Desenvolvimento do turismo 5,6%
  - Não impactou 5,6%
  - Aumento dos gastos da Prefeitura 5,6%
  - Aumento da economia informal 16,7%
- Treze Tílias
  - Geração de renda 72,7%
  - Especulação imobiliária 27,3%
- Blumenau
  - Geração de renda 25,4%
  - Aumento na oferta de empregos 28,2%
  - Melhor desenvolvimento do comércio e serviços 9,9%
  - Aumento na arrecadação de impostos 8,5%
  - Criação e desenvolvimento de empresas 5,6%
  - Especulação imobiliária 1,4%
  - Aumento dos gastos da Prefeitura 4,2%
  - Aumento da economia informal 16,9%
- Brusque
  - Geração de renda 43,6%
  - Aumento na oferta de empregos 12,8%
  - Melhor desenvolvimento do comércio e serviços 12,8%
  - Aumento na arrecadação de impostos 15,4%
  - Criação e desenvolvimento de empresas 2,6%
  - Aumento dos gastos da Prefeitura 2,6%
  - Aumento da economia informal 10,3%

## **Pesquisa Fecomércio de Turismo | Festas de Outubro em SC 2019**

- **Timbó**
  - Geração de renda 34,6%
  - Aumento na oferta de empregos 7,7%
  - Melhor desenvolvimento do comércio e serviços 23,1%
  - Aumento na arrecadação de impostos 23,1%
  - Aumento dos gastos da Prefeitura 7,7%
  - Aumento da economia informal 3,8%
  
- **Forquilha**
  - Geração de renda 47,4%
  - Aumento na arrecadação de impostos 5,3%
  - Não impactou 21,1%
  - Aumento dos gastos da Prefeitura 15,8%
  - Aumento da economia informal 10,5%
  
- **Cunha Porã**
  - Geração de renda 30,0%
  - Aumento na oferta de empregos 10,0%
  - Melhor desenvolvimento do comércio e serviços 30,0%
  - Aumento da economia informal 30,0%

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A atividade turística tem ampliado consideravelmente sua participação na economia nacional, segundo os dados divulgados em março pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC). Em 2017 o turismo respondia por 7,9% das riquezas nacionais e em 2018 fala-se em 8,1% do PIB e 6,9 milhões de empregos, ou seja, 7,5% do total dos postos de trabalho do país. O turismo, nos dias de hoje, pode ser considerado como fomentador de desenvolvimento e geração de empregos e é um dos pontos mais importantes para a sustentabilidade socioeconômica de uma cidade ou região. Seu crescimento tem sido extraordinário em todas as partes do mundo, possibilitando a expansão do trabalho, gerando empregos e melhorando a distribuição da renda local.

No entanto, a sazonalidade, com picos de alta e baixa temporada, cria uma ociosidade muito difícil de ser gerida. Os investimentos estruturais e humanos tendem a não ser tão atrativos visto que outras atividades podem apresentar maior retorno e mais constante e isso pode contribuir para a dificuldade de profissionalização do turismo.

Neste sentido, o turismo de festas e eventos torna-se uma alternativa para mitigar o problema de sazonalidade, pois é responsável pela ocupação de grande parte da capacidade instalada dos hotéis, dos serviços de alimentação, das estruturas de entretenimento, dos meios de transportes, etc. As festas de outubro em Santa Catarina já se tornaram um produto cada vez mais atraente sob o ponto de vista do turismo, gerando um mercado crescente de empregos, produtos e serviços. As festas, ao atrair pessoas de outras cidades, incentivam a economia e enriquecem a vida cultural da cidade onde são realizadas, contribuindo para revitalização e dando condições de manutenção dessas expressões culturais. Além disso, cada Festa traz grande retorno de imagem para o destino turístico, que ganha exposição na mídia regional ou até mesmo nacional. A imagem da cidade é difundida também pelo turista, que passa a ser um divulgador potencial em seu ponto de origem, ou até mesmo em outras cidades. Traz também um enriquecimento cultural da população local, através do intercâmbio promovido pelos participantes e pela inserção de novas tendências e tecnologias.

Para as cidades que possuem uma ociosidade no setor hoteleiro, o turismo de festas vem ao encontro da necessidade de se aumentar a taxa ocupacional dos hotéis. Na verdade, durante o período de realização de eventos, não só a rede hoteleira se beneficia, mas todo o comércio local. As cidades, portanto, encontram na promoção das festas uma grande oportunidade de aquecer sua economia e se desenvolver. Ou seja, as festas de outubro contribuem para o desenvolvimento econômico e social das cidades e do estado de Santa Catarina.

*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.*