

# PESQUISA

**Percepção dos Empresários de Nova Cruz sobre o Sindicato do Comércio Varejista e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac.**



## Sumário

<b>1 Apresentação .....</b>	<b>3</b>
<b>2 Aspectos técnicos.....</b>	<b>4</b>
<b>3 Descrição geral dos resultados .....</b>	<b>5</b>
Associativismo .....	5
Conhecimento .....	5
Serviços utilizados .....	7
Defesa de interesses .....	8
Relacionamento e comunicação .....	9
Demanda .....	10
Perfil dos estabelecimentos .....	11
<b>4 Gráficos e Tabelas.....</b>	<b>12</b>
Associativismo .....	12
Conhecimento .....	13
Serviços utilizados .....	17
Defesa de interesses .....	18
Demanda .....	19
Relacionamento e comunicação .....	20
Perfil dos estabelecimentos .....	22

## 1 Apresentação

A realização de pesquisa no segmento empresarial é de grande importância, pois fornece subsídios, por meio de dados confiáveis, para embasar as decisões estratégicas do setor.

Diante disso, o Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (IPDC/Fecomércio RN), realiza pesquisas com empresários e que têm o objetivo de avaliar a percepção e conhecer suas expectativas quanto à atuação dos Sindicatos patronais.

A modernização dos Sindicatos e a promoção do associativismo são extremamente relevantes. É dever das organizações que compõem o Sistema como um todo – Sindicatos, Federações e Confederação – não só dar continuidade a projetos e ações com esse fim, como também reforçá-los.

São claras as oportunidades abertas por esse tipo de trabalho. Ao saber a opinião de empresários, associados ou não, os Sindicatos podem aprimorar a defesa da competitividade dos setores que representam. A pesquisa permite que a Federação e os Sindicatos filiados aperfeiçoem seus mecanismos de informação e de mobilização da base empresarial.

Na pesquisa foram avaliados uma série de itens reunidos nos tópicos: conhecimento e comunicação; produtos e serviços; critérios gerais; representatividade; avaliação geral; participação da empresa; expectativas e a empresa propriamente dita. Essa pesquisa procurou identificar as reais necessidades dos filiados e não filiados; a visão dos empresários em relação às entidades; os aspectos que são considerados prioritários; como também os pontos fortes e fracos, buscando assim um relacionamento mais próximo com a entidade.

Por meio da pesquisa, além de identificar como é o relacionamento entre as empresas e seus Sindicatos, também foi possível medir o grau de entendimento que os empresários da pesquisa têm em relação à importância da contribuição sindical como ferramenta a ser utilizada por eles para a otimização e fortalecimento do Sistema.

## 2 Aspectos técnicos

A metodologia empregada na coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, referente ao método quantitativo, utilizando-se como instrumento de investigação questionário semiestruturado, de acordo com os objetivos e necessidades da pesquisa, para entrevistas presenciais individualizadas em estabelecimentos (empresas) do setor.

A coleta de dados foi primária, realizada por entrevistadores devidamente capacitados e treinados para este tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos receberam crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone. As entrevistas foram aplicadas face a face junto aos representantes legais dos estabelecimentos.

As entrevistas foram realizadas no período de 27/03/2017 a 31/03/2017, seguindo critérios técnicos estatísticos. Os resultados se referem a uma amostra de 200 empresas comerciais do município de Nova Cruz (RN) que fizeram parte da pesquisa. Cada estabelecimento foi visitado somente uma vez pelos entrevistadores, sendo aplicado em cada um deles um questionário padronizado, constando 26 perguntas, divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. As variáveis (questões) que foram tratadas como múltiplas respostas apresentam, na análise gráfica, percentuais totais superiores aos 100%.

A pesquisa conta com uma margem de erro de 3,5 pontos percentuais para mais ou para menos, e grau de confiança de 95% (noventa e cinco por cento), isto levando em consideração o universo utilizado para os cálculos amostrais.

Os dados registrados neste relatório refletem exatamente as informações concedidas pelos entrevistados. As respostas obtidas foram espontâneas, consideradas como verdadeiras e não tiveram interferência dos pesquisadores nos resultados.

Os dados foram digitados e tabulados em software específico para pesquisas. Os gráficos e as tabelas foram construídos no Excel, sendo que o Relatório Final, no Word.

### 3 Descrição dos resultados

#### **Associativismo**

Inicialmente, os empresários da cidade de Nova Cruz foram questionados em relação à filiação de suas respectivas empresas ao Sindicato do Comércio Varejista. Nesta pergunta, 8% dos empresários entrevistados do município disseram que as empresas estão associadas ao sindicato, ao passo que 92% das empresas pesquisadas não têm vínculo algum com o Sindicato que as representa.

A pesquisa também quis saber os motivos que os levam a não se associarem ao Sindicato representante, e as respostas foram variadas. 41,2% disseram que a empresa não conhece o sindicato que representa o setor; 33% argumentaram que a empresa nunca recebeu convite do sindicato para se tornar associada; 25,8% responderam que o principal motivo é desconhecimento acerca dos benefícios proporcionados pela associação ao sindicato; 8,8% citaram a impossibilidade de assumir o custo da associação; 2,7% falaram que a empresa já é associada a outra entidade de representação do setor; e 1,6% não tem interesse algum.

Oferecer um serviço de qualidade aos empresários é tarefa importante do Sindicato. Para isso, é necessário desenvolver ações que viabilizem o surgimento da qualidade, fato que garante uma melhor perspectiva para todos que fazem parte do grupo associativo.

#### **Conhecimento**

Também foi perguntado se as empresas tinham conhecimentos de que todo segmento empresarial tem um sindicato patronal que os representa. Os dados levantados mostram que 67,5% dos empresários entrevistados em Nova Cruz têm o conhecimento que todo segmento empresarial possui um sindicato que representa o setor; e outros 32,5% dos pesquisados afirmaram desconhecer a existência de um sindicato representante.

Perguntados sobre o conhecimento da filiação do sindicato do comércio varejista ao sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN, 49,5% dos empresários ouvidos afirmaram que sabem dessa ligação. Ao contrário dos 50,5% que disseram que nunca tinham ouvido falar que o sindicato ao qual representa fazia parte do Sistema Fecomércio RN.

Uma importante vantagem de se associar é poder tomar conhecimento das ações produzidas pelas instituições. Empresas filiadas têm acesso aos produtos e serviços tanto pelo sindicato quanto pelo Sistema. Por isso, o associativismo dá mais possibilidades para as empresas. No item em que perguntava aos empresários o conhecimento das ações desenvolvidas pelo sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN em prol da classe, verificou-se que 68,5% dos empresários entrevistados em Nova Cruz desconhecem da atuação do Sistema em favorecimento da categoria. Ao mesmo tempo que 31,5% sabem das ações desenvolvidas por essas instituições.

Acerca das atividades que o Sindicato e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN desenvolvem, 27,5% dos empresários entrevistados sabem das capacitações e treinamentos oferecidas por meio do Senac; 22,5% deles conhecem sobre os serviços de certificação digital; 22% sabem da atuação do sistema nas atividades de esporte e lazer; 22% conhecem as atividades ligadas à educação; 21% têm conhecimento das atividades culturais desenvolvidas pelo Sesc; 19,5% sabem do oferecimento de serviços ligados à saúde do Sesc; 18,5% conhecem os eventos setoriais desenvolvidos pela Fecomércio; 8% já ouviram falar das pesquisas realizadas; e 6,5% têm o conhecimento da atuação do sistema no Executivo. Além desses, foram relacionados outros serviços, com menores citações de conhecimento, como é o caso de representações em órgãos e entidades (5,5%); convênios com instituições (5,5%); Banco de Oportunidades do Senac (5,5%); negociação em convenção coletiva (5%); assessoria jurídica (5%); e atuação no legislativo (4,5%).

A respeito do conhecimento dos empresários de Nova Cruz sobre a origem dos recursos oriundos do Sindicato e do Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN, a maioria (72,5%) dos entrevistados disseram não saber de onde vem os recursos das instituições; e 27,5% relataram conhecer a natureza dos recursos que mantêm os Sindicatos e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN.

Para aqueles que afirmaram conhecer a origem dos recursos do Sindicato e Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN, 40% deles disseram que provêm dos empresários; 27,3% falaram que vêm do comércio e das empresas; 10,9% expuseram que é de origem do governo federal; 9,1% indicaram que a origem é das contribuições sindicais; 7,3% que vêm exclusivamente dos associados; 3,6% disseram que originam-se através do imposto pago pelos trabalhadores; 1,8% falaram que são de órgão federais e imposto pago pela empresa, respectivamente.

Para se obter um dado mais claro quanto ao nível de entendimento dos empresários sobre os recursos dos Sindicatos e do Sistema, foi feita, a seguir, a pergunta: “Você acredita que o imposto sindical anual ajuda a fortalecer o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN?”. Esse dado é interessante não apenas para se obter informações mais precisas a respeito daqueles que desconhecem do assunto, mas também para saber o nível de desinteresse da classe quanto ao tema. O dado obtido mostra que apesar da maioria dos empresários entrevistados em Nova Cruz desconhecer a origem dos recursos, 61% deles declararam saber que o imposto sindical anual contribui para o fortalecimento do Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN. Outros 37,5% disseram não concordar com essa informação.

Desse modo, é importante que o Sindicato execute ações estratégicas que possibilitem uma maior proximidade com as empresas do município, como por exemplo, a troca de informações e a realização de visitas dos gestores sindicais às empresas, com a finalidade de identificar as intenções intrínsecas das mesmas. Outra ação é a adoção de uma gestão profissionalizada, com a obtenção de assessoramento de técnicos com conhecimentos diferenciados, com o propósito de não manter uma postura intuitiva.

### **Serviços utilizados**

Saber se o empresário de Nova Cruz já utilizou algum serviço prestado pelo sindicato do comércio varejista é muito importante para o diagnóstico, pois é mais um aspecto que revela o nível de envolvimento entre a empresa e o sindicato. Constatou-se que o número de empresários que nunca utilizou serviços do sindicato em Nova Cruz é muito maior do que os que já utilizaram. Cerca de 91,5% dos empresários ouvidos no município afirmaram jamais ter usufruído de algum serviço oferecido pelo sindicato. Contudo, uma parcela de 8,5% já usou em algum momento os serviços prestados pelo sindicato do comércio varejista da cidade.

Entre os 8,5% que citaram ter usado alguma vez os serviços prestados pelo sindicato, as atividades mais mencionadas foram capacitação e treinamentos; representações em órgãos; convênio com planos de saúde e/ou odontológicos; certificações; eventos setoriais; assessoria jurídica; convênio com instituições de ensino e palestras.

### **Defesa de interesses**

A seguir foi avaliada a satisfação dos empresários de Nova Cruz no que se refere aos produtos e serviços ofertados pelo sindicato do comércio varejista. E verificou-se que 56,3% dos respondentes avaliaram como neutro (nem satisfeito, nem insatisfeito) os serviços prestados pelo sindicato patronal; 21,9% avaliam como satisfatório os serviços ofertados pelo sindicato; 3,1% dos entrevistados disseram que a prestação de serviços é insatisfatória apontando que os serviços prestados são insuficientes para o bom andamento das atividades. Vale ressaltar que 18,8% dos empresários não responderam essa pergunta por falta de conhecimento para avaliar os serviços prestados pelo sindicato. Pudemos perceber que a maioria dos entrevistados apontaram neutralidade, até mesmo por desconhecimento.

Quanto à atuação do sindicato do comércio varejista na defesa dos interesses do setor, 39% dos empresários entrevistados em Nova Cruz disseram ser pouca a atuação do sindicato; 18,2% consideram nada atuante; 12,6% avaliam como atuante; 10,1% acham muito pouco atuante; e, apenas, 0,6% analisam como muito atuante. Quase 20% dos empresários ouvidos na cidade não souberam avaliar a atuação do sindicato na defesa dos interesses do setor.

Como maneira de averiguar a importância das ações desenvolvidas para melhorar a atuação do sindicato nos interesses do setor, os empresários foram perguntados quais ações o sindicato poderia fazer, além do que já é feito atualmente. Os resultados revelaram que, assim como em diagnósticos anteriores, a maior parte (56,5%) dos empresários gostariam que o sindicato ouvisse mais as necessidades das empresas do setor; 38% querem uma melhor comunicação e mobilização das empresas para a defesa do setor; 19,5% desejam que sejam aplicadas medidas efetivas para atender as necessidades do setor; 18% deles afirmaram querer que o sindicato atue mais para influenciar as decisões dos órgãos públicos sobre temas que impactam o setor; e 10% esperam melhorias no monitoramento dos temas de interesse do setor.

Além disso, percebeu-se que a imagem do sindicato do Município de Nova Cruz, precisa ser melhorada, para deixar de ser visto apenas como uma obrigação da empresa fazer a contribuição sindical, e sim tomar conhecimento dos serviços que são desempenhados pelo Sindicato e Sistema Fecomércio, Sesc e Senac RN em proveito da categoria.

### **Relacionamento e comunicação**

Os empresários tiveram a oportunidade de avaliar o nível de satisfação no que diz respeito ao relacionamento com o sindicato do comércio varejista. Nesse item, foi averiguado que dos empresários nova-cruzenses entrevistados, 0,5% estão muito satisfeitos com o relacionamento entre empresa e sindicato; 6% estão satisfeitos; 63% se mostraram neutros (nem satisfeito, nem insatisfeito); 10,5% avaliaram como insatisfeita a relação; e, 1% estão muito insatisfeitos com o grau de relacionamento entre a empresa e o sindicato. A maioria dos empresários considera fundamental uma boa relação entre as entidades para que possa prevalecer os interesses da classe.

Na sequência, os empreendedores foram questionados sobre a melhor forma de contato para receber informações importantes do Sindicato, e percebeu-se que as duas principais respostas são ligadas ao meio eletrônico. 30% dos entrevistados falaram que preferem ser contatados por e-mail; 20,5% por WhatsApp; 20% por meio de convites para participações em reuniões; 14% pelas redes sociais; 13,5% gostariam de receber convites para eventos promovidos pelo sindicato; e 10% declararam querer receber informações por meio de anúncio em carro de som.

Outros tipos de comunicação que as empresas gostariam de receber do sindicato são: pela TV (9%); panfletos (8%); propagandas sobre serviços prestados pelo sindicato patronal (5,5%); boletim eletrônico (newsletter) (4,5%); jornal/revistas impresso (4%); clipping (1%); telefonema (1%); visitas individuais (1%); SMS (0,5%); anúncios em faixas (0,5%); pessoalmente (boca a boca) (0,5%); e rádio (0,5%).

Apesar do empenho do Sindicato, foi verificado que é necessária uma maior integração entre empresa e sindicato para que haja uma melhor comunicação entre as partes, por meio da realização de ações e oferta de serviços, e assim estimulando a fidelização dos associadas e atração de novas empresas, ampliando sua base de representação.

## **Demanda**

Perguntados ainda sobre como o sindicato poderia ajudar a sua empresa, as repostas mais citadas pelos empresários de um modo geral foram: divulgação dos serviços (10%); fazer visitas (8,5%); ofertar cursos e capacitações (6,5%); comunicação/orientação para os empresários (6%); incentivar o comércio (3,5%); promover palestras (3,5%); promover integração entre o Sindicato e a empresa (3%); redução de impostos (2,5%); incentivar a participação dos empresários (2%); promover parcerias (2%); ministrar treinamentos (2%); estar mais presente/atual (2%); fornecer ajuda financeira (1,5%); atender às necessidades do setor (1,5%); entre outras.

Na opinião de 23% dos empresários entrevistados, fazer visitas às empresas para saber das necessidades e divulgar os serviços disponíveis pelo sindicato seria uma boa forma de aproximar as empresas ao sindicato. Uma maior divulgação dos produtos e serviços (13%), assim como convites para participação em reuniões e assembleias (12,5%), também são encarados como formas de aproximação. Uma boa comunicação com as empresas (8%) para os empresários é outro fator considerado importante para a melhoria do relacionamento, bem como o convite para participação em congressos/eventos/palestras (6%); contato direto/conhecer as demandas/ouvir as empresas (3%); mandar mais convites (2,5%); mais orientações/apoio às empresas (2%), etc. Os fatores apontados abrem um grande leque de possibilidades a ser trabalhado pelo sindicato.

Relativamente ao tipo de palestra que os empresários de Nova Cruz gostariam que fosse oferecida pelo sindicato do comércio varejista, a mais solicitada, conforme 36,5% dos empresários ouvidos, foi sobre marketing comercial. Com este tema, os empresários de Nova Cruz gostariam de compreender estratégias de como melhorar sua imagem, ampliar sua rede de relacionamentos e melhorar a comunicação com clientes, parceiros e fornecedores. Em seguida aparece a sugestão de promoção de palestras sobre educação financeira (31,5%), para orientações sobre como administrar o dinheiro da empresa da melhor maneira possível. O terceiro, quarto e quinto tipos de palestras mais citadas pelos empresários foram sobre planejamento estratégico, reforma tributária e inovação empresarial, com 23,5%, 17,5% e 17,5%, respectivamente. A seguir surgem como temas o atual cenário econômico (12%); reforma trabalhista (16,5%); e reforma previdenciária (15%).

## **Perfil dos estabelecimentos**

Todas empresas participantes da possuam constituição jurídica. Quanto aos cargos dos entrevistados, 87% dos entrevistados afirmaram ser proprietários ou sócios dos estabelecimentos; 11,5% disseram exercer a função de gerentes nas empresas; e 1% eram supervisores.

Sobre o questionamento relacionado ao tempo de existência do empreendimento, percebeu-se que 41,5% das empresas possuem mais de oito anos de atuação no mercado; 22,5% possuem até dois anos; 20% possuem de dois a cinco anos; e uma parcela equivalente a 15,5% têm entre cinco e oito anos de existência.

Quanto ao capital social das empresas, 32,5% responderam que se concentram na faixa de R\$ 26.879,26 a R\$ 53.758,50; 29,5% expuseram que estão entre R\$ 0,01 a R\$ 26.879,25; 27,5% afirmaram que possuem capital social entre R\$ 53.758,51 a R\$ 537.585,00. Outras 3,5% disseram que pertencem à faixa de R\$ 537.585,01 a R\$ 53.758.500,00; e apenas 1,5% acima de R\$286.712.001,00. Nessa pergunta, 5,5% dos empresários consultados se recusaram a responder.

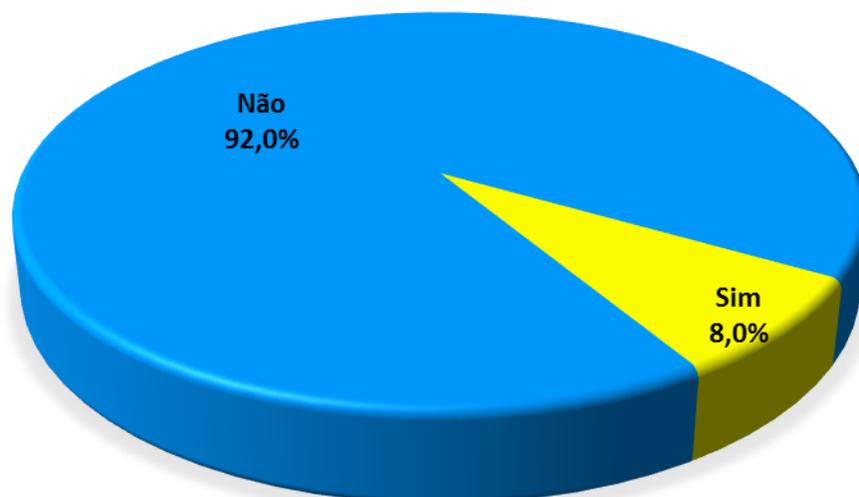
Acerca do número de funcionários, nas empresas comerciais de Nova Cruz, verificou-se que os estabelecimentos possuem em média três empregados cada um deles, tendo estabelecimento que não possui nenhum funcionário e outro que possui até 80 empregados.

Com relação ao tipo de empresa, a maioria (52,5%) dos entrevistados disse que o estabelecimento se enquadra como microempreendedor; 40,5% são microempreendedor individual; 4,5% se tratam de empresas de pequeno porte. Além disso, 1,5% dos entrevistados afirmaram que os estabelecimentos são média empresa; e 1% se encaixam como grande empresa.

## 4 Gráficos e Tabelas

### Associativismo

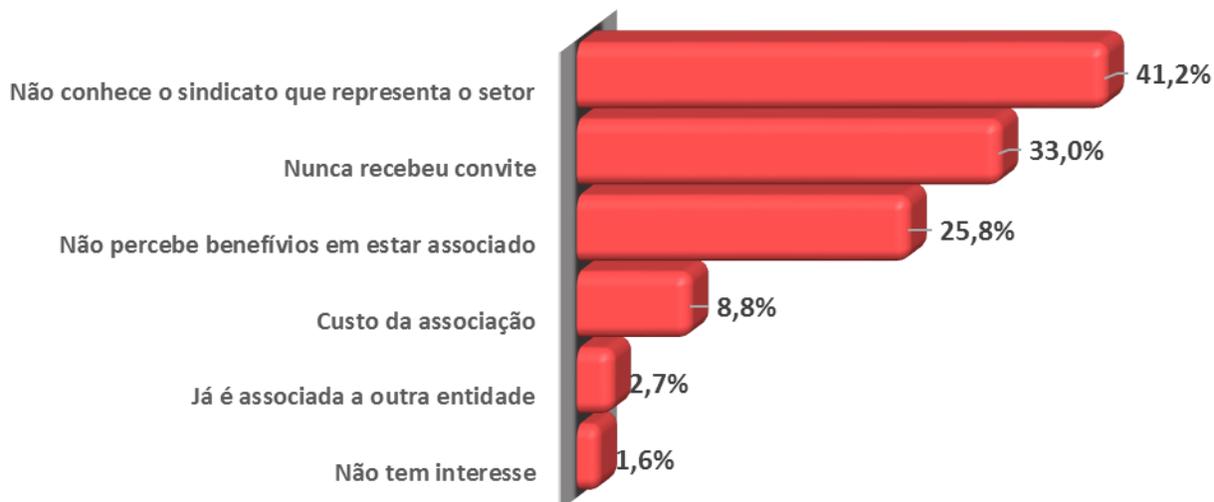
*Gráfico 1 – A empresa está associada a algum sindicato patronal?*



*Tabela 1 – Se respondeu “Sim” na anterior, qual?*

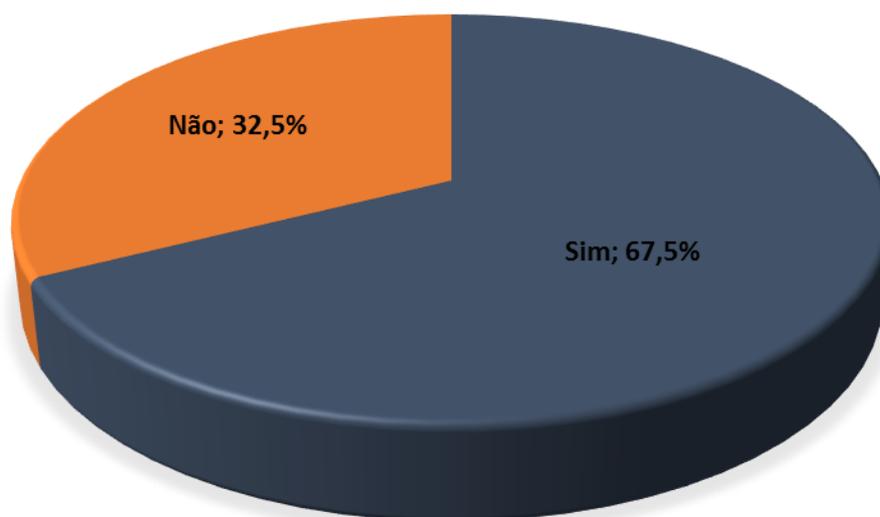
Rótulos de Linha	%
Sindicato do Comércio Varejista	42,9%
Sindicato Farmacêutico	14,3%
CDL	6,3%
Sindicato dos Hoteleiros	7,1%
Sindicato dos gráficos -SINGRAF	7,1%
Sindicato urbano patronal	7,1%
Outros	14,3%

*Gráfico 2 – Principais motivos para não se associar ao sindicato representativo?*

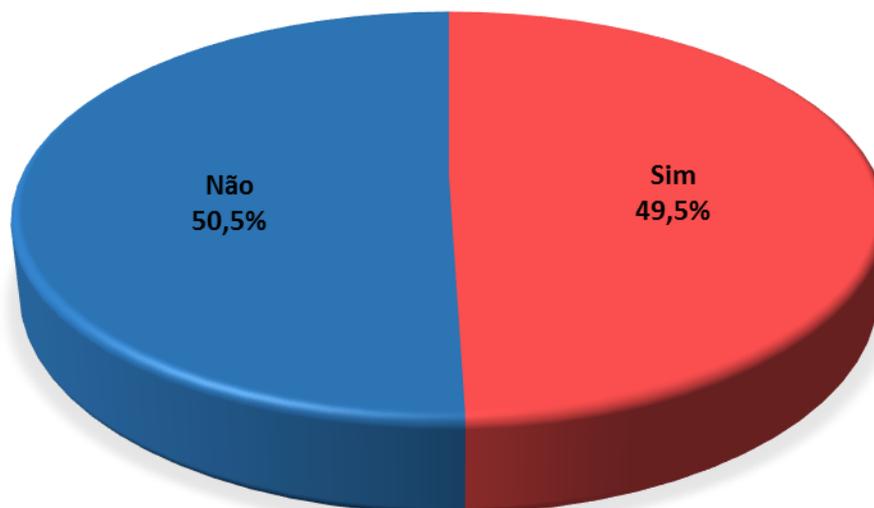


### Conhecimento

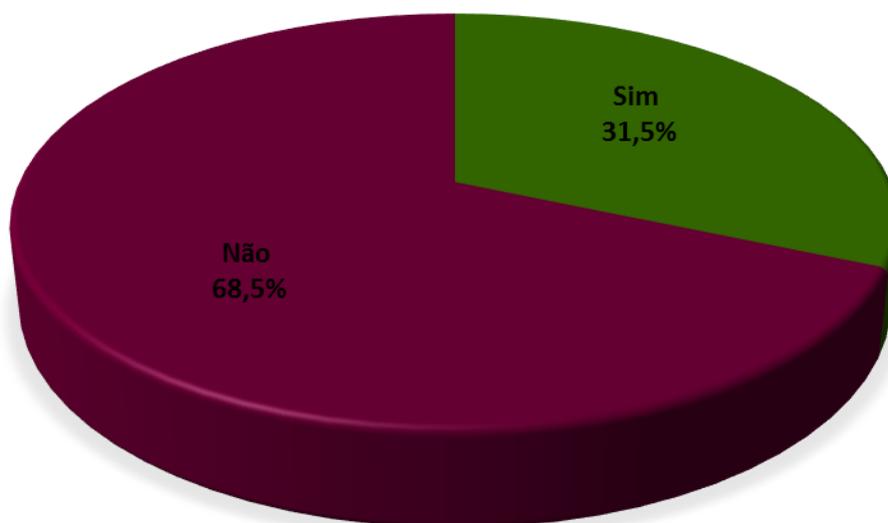
*Gráfico 3 – Você tem conhecimento que todo segmento empresarial tem um sindicato que representa o setor?*



*Gráfico 4 – Tem conhecimento que o sindicato é filiado ao Sistema Fecomércio, Sesc e Senac?*



*Gráfico 5 – Tem conhecimento das ações desenvolvidas pelo Sistema Fecomércio, Sesc e Senac em prol dos empresários?*



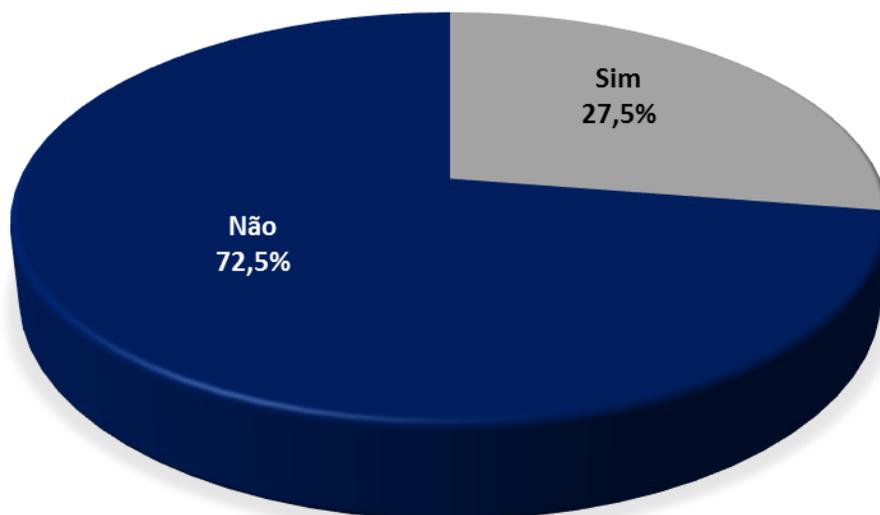
*Tabela 2 – Se respondeu “Sim” na anterior, por onde ficou sabendo?*

Rótulos de Linha	%
Palestras/Eventos	13,2%
Mídias (Tv,Rádio)	11,8%
Amigos/parentes	11,8%
Rede Sociais	10,3%
Já participou de reuniões	8,8%
Sesc	7,4%
Carro de Som	5,9%
Fecomércio	5,9%
Sebrae	4,4%
Empresa que trabalha	2,9%
Propaganda	2,9%
Folhetos	1,5%
CDL	1,5%
Contador	1,5%
Convites	1,5%
Cursos	1,5%
Diretor	1,5%
Em Natal	1,5%
Não justificou	1,5%
Prefeitura	1,5%
Visitas	1,5%

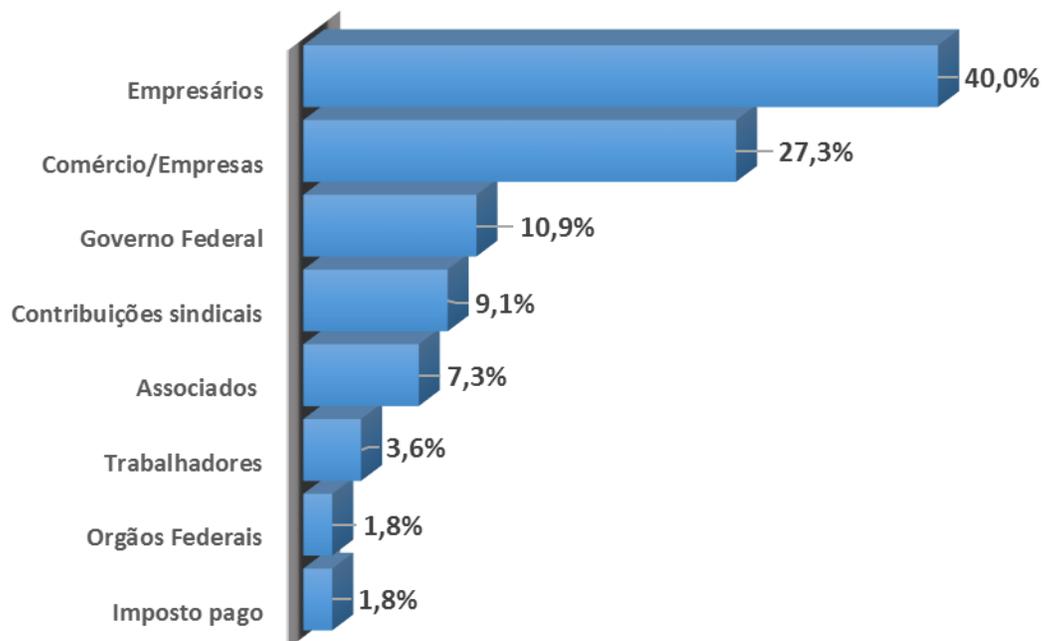
*Tabela 3 – Das atividades que o sindicato e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac desenvolve, quais você tem conhecimento?*

Rótulos de Linha	%
Capacitação e treinamento	27,5%
Certificação digital	22,5%
Atividades de esporte e lazer	22,0%
Atividades ligadas à educação	22,0%
Atividades Culturais	21,0%
Atividades ligadas à saúde	19,5%
Eventos setoriais	18,5%
Realização de pesquisas mercadológicas	8,0%
Atuação no executivo	6,5%
Representações em órgãos e entidades	5,5%
Convênios com diversas instituições	5,5%
Banco de currículos	5,5%
Negociação da convenção coletiva	5,0%
Assessoria Jurídica	5,0%
Atuação no legislativo	4,5%

*Gráfico 6 – Você sabe de onde originam-se os recursos dos sindicatos e Sistema Fecomércio, Sesc e Senac?*



*Gráfico 7 – Se respondeu “Sim” na anterior, de onde?*



**Gráfico 8 – Você acredita que o imposto sindical anual ajuda a fortalecer o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac?**

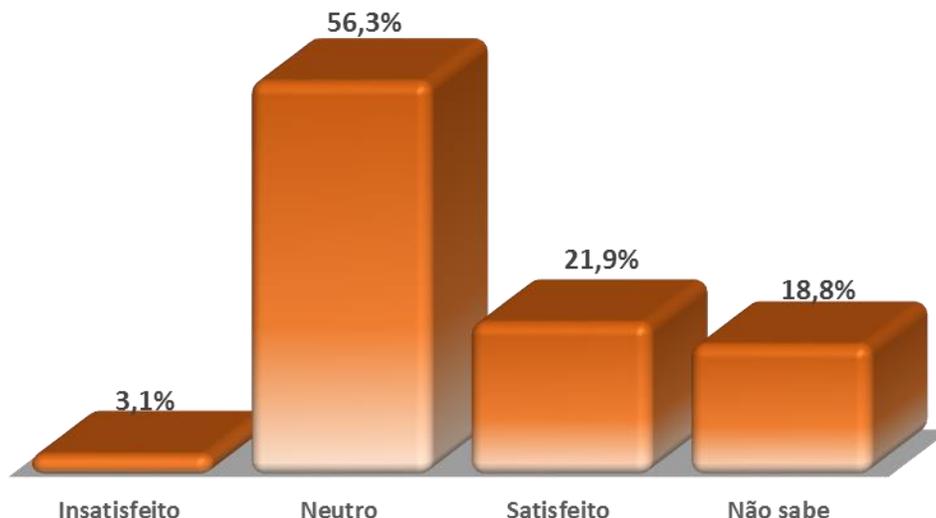


### Serviços utilizados

**Tabela 4 – Tem conhecimento ou já utilizou algum serviço oferecido pelo sindicato?**

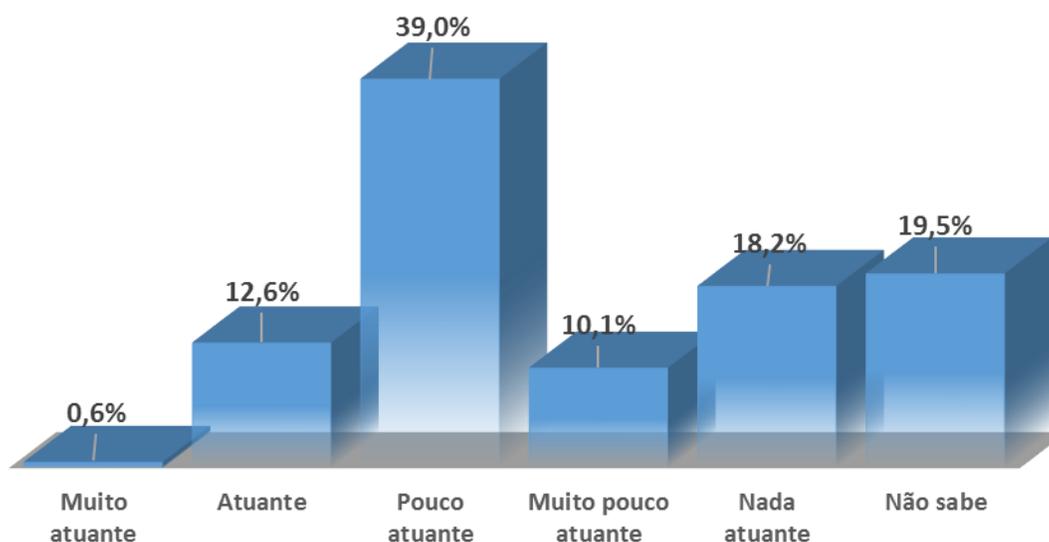
Rótulos de Linha	%
Nenhum	91,5%
Capacitação e treinamento	3,5%
Representações em órgãos e entidades	1,5%
Convênio com planos de saúde e/ou odontológicos	1,5%
Certificações	1,5%
Eventos setoriais	0,5%
Assessoria jurídica	0,5%
Convênio com instituições de ensino	0,5%
Palestras	0,5%

*Gráfico 9 – Qual o seu nível de satisfação quanto aos produtos e serviços ofertados pelo sindicato patronal?*

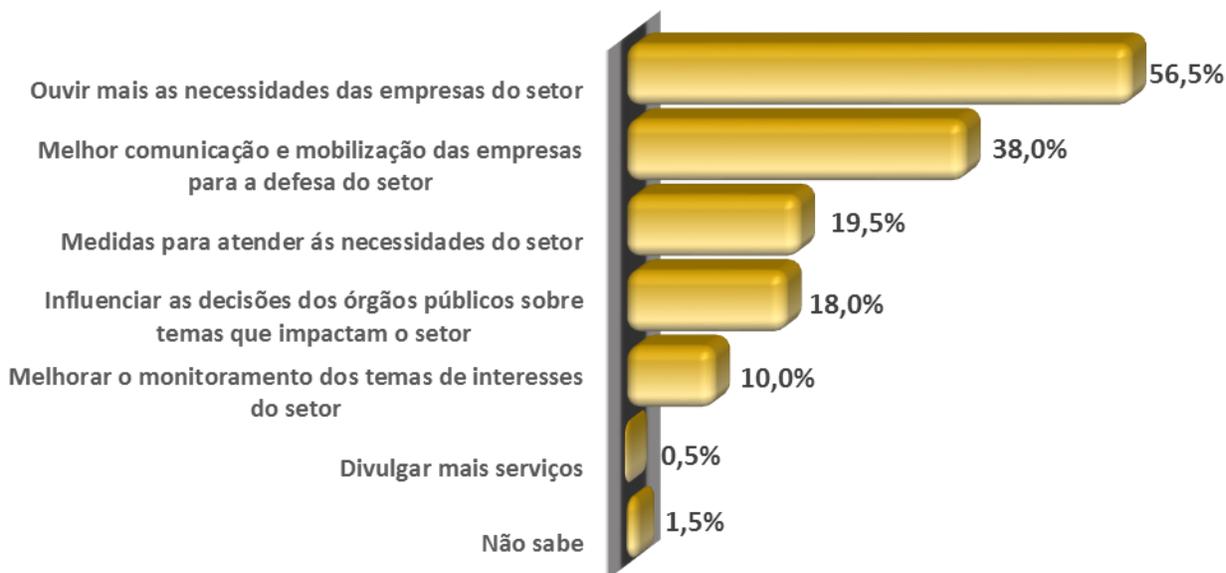


**Defesa de interesses**

*Gráfico 10 – Na sua opinião, qual o nível de atuação do seu sindicato na defesa dos interesses do setor?*



**Gráfico 11 – Quais as principais ações que os sindicatos devem realizar para melhorar a sua atuação na defesa de interesses do setor? (Múltipla resposta)**



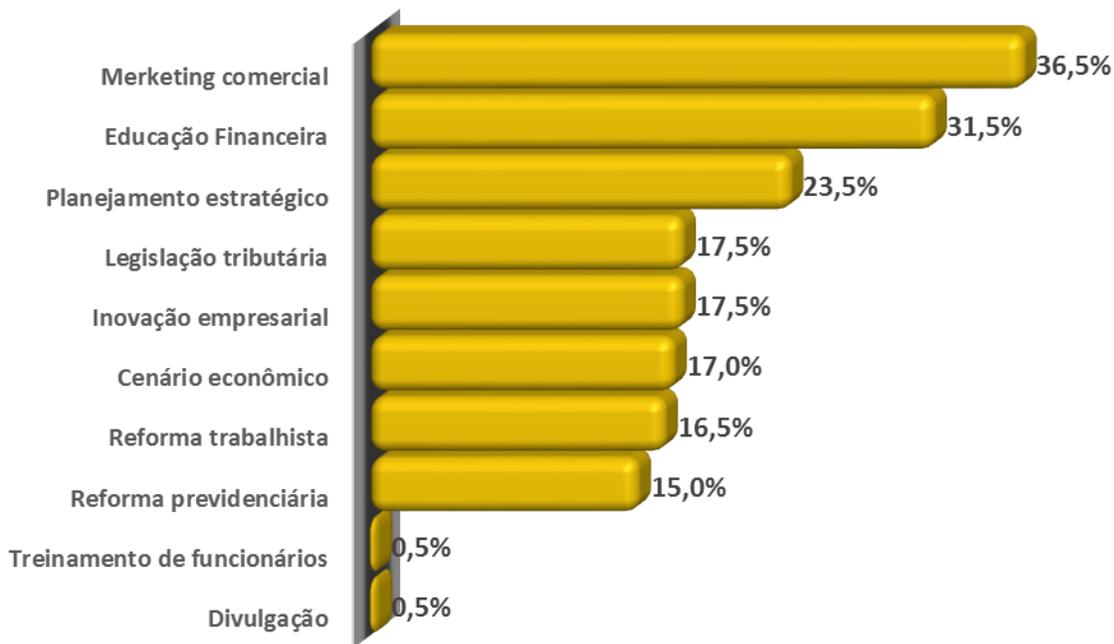
## Demanda

**Tabela 5 – Como o sindicato patronal poderia ajudar mais a sua empresa?**

Rótulos de Linha	%
Divulgação dos serviços	10,0%
Visitas	8,5%
Curso e Capacitação	6,5%
Comunicação/Orientação para os empresários	6,0%
Incentivar o comércio	3,5%
Palestras	3,5%
Promover integração entre os sindicatos e a empresa	3,0%
Redução dos impostos	2,5%
Incentivar a participação dos empresários	2,0%
Parcerias	2,0%
Treinamento	2,0%
Mais presente/Mais atuante	2,0%
Ajuda financeira	1,5%
Atender as necessidades do setor	1,5%
De jeito nenhum	1,5%

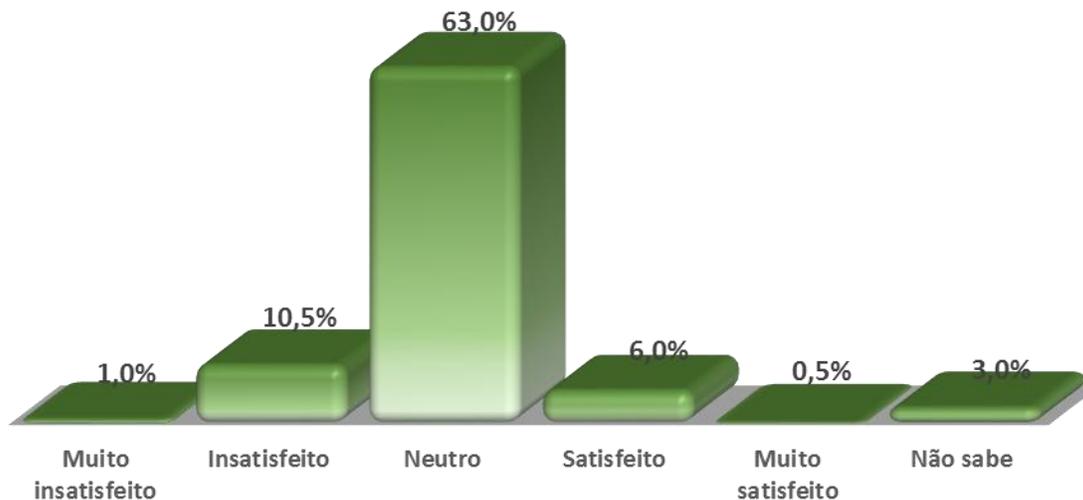
Eventos	1,5%
Mais apoio	1,0%
Publicidade	1,0%
Reunião	1,0%
Trazer Melhorias para o Setor	1,0%
Conhecer as propostas dos empresários	1,0%
Abrir crédito para as empresas	0,5%
Ajuda a superar a crise	0,5%
Assessorar as empresas	0,5%
Dar atenção ao microempreendedor	0,5%
Fazer o liquida Nova Cruz	0,5%
Projetos	0,5%
Prorrogar créditos para o MEI	0,5%
Não Sabe	40,0%

*Gráfico 12 – Na sua opinião, qual tema de palestra o sindicato poderia oferecer?*



### Relacionamento e comunicação

*Gráfico 13 – Qual o nível de satisfação da sua empresa quanto ao relacionamento com o seu sindicato patronal?*



*Tabela 6 – Que tipo de comunicação gostaria que sua empresa recebesse do sindicato?*

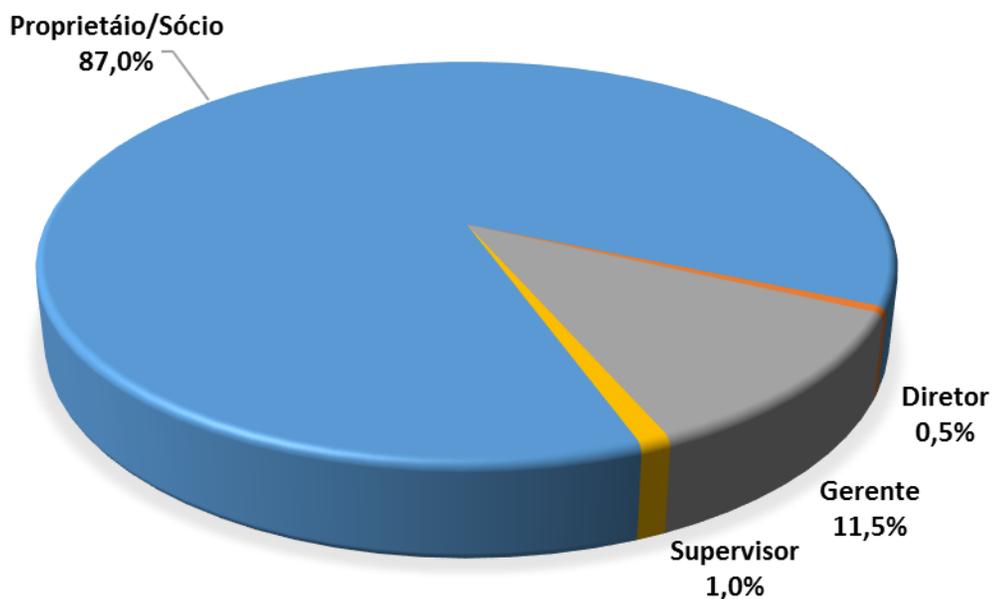
Rótulos de Linha	%
E-mail	30,0%
WhatsApp	20,5%
Convites para participação em reuniões	20,0%
Rede sociais	14,0%
Convites para eventos promovidos pelo sindicato	13,5%
Carro de som	10,0%
TV	9,0%
Panfletos	8,0%
Propagandas sobre serviços prestados pelo sindicato patronal	5,5%
Boletim eletrônico (newsletter)	4,5%
Jornal/Revistas impresso	4,0%
Clipping	1,0%
Telefone/Celular	1,0%
Visitas individuais	1,0%
SMS	0,5%
Faixas	0,5%
Boca a Boca	0,5%
Rádio	0,5%

*Tabela 7 – O que poderia ser feito para aproximar o sindicato do empresário?*

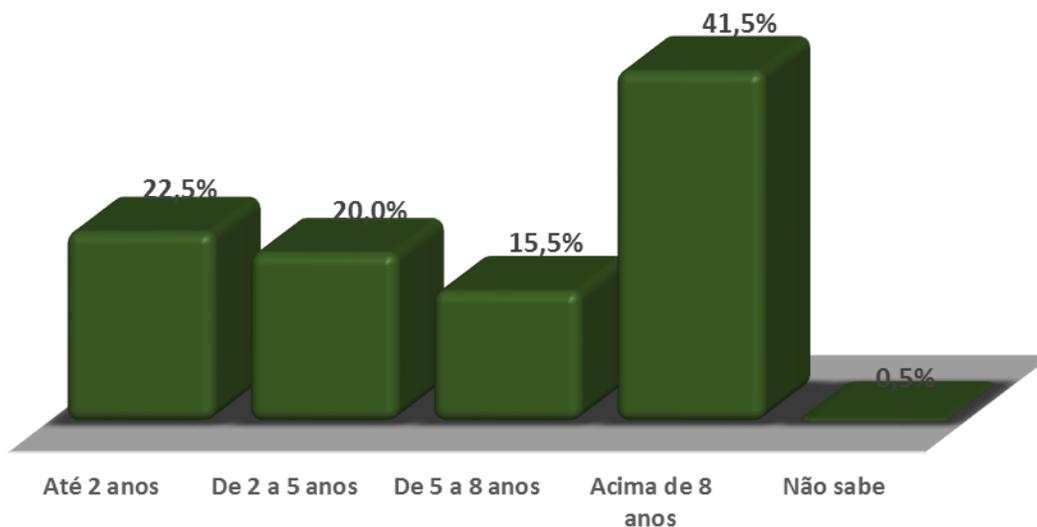
Rótulos de Linha	%
Visitas nas empresas	23,0%
Maior Divulgação de serviços	13,0%
Reuniões/Assembleias	12,5%
Melhor comunicação com as empresas	8,0%
Congressos/eventos/palestras	6,0%
Contato direto/Conhecer as demandas/Ouvir as empresas	3,0%
Mandar mais convites	2,5%
Mais orientações/Apoio às empresas	2,0%
Mídias sociais	1,0%
Não cobrar taxas/Reduzir o imposto	1,0%
Atividades recreativas para os empresários	0,5%
Banco de dados	0,5%
Convenções	0,5%
Convocação dos comerciários	0,5%
E-mail explicativos	0,5%
Envio de convites	0,5%
Intervir com o governo em defesa do empresário	0,5%
Motivar o comércio	0,5%
Oferecer cursos	0,5%
Promover eventos mensais	0,5%
Não sabe	28,0%

**Perfil dos estabelecimentos**

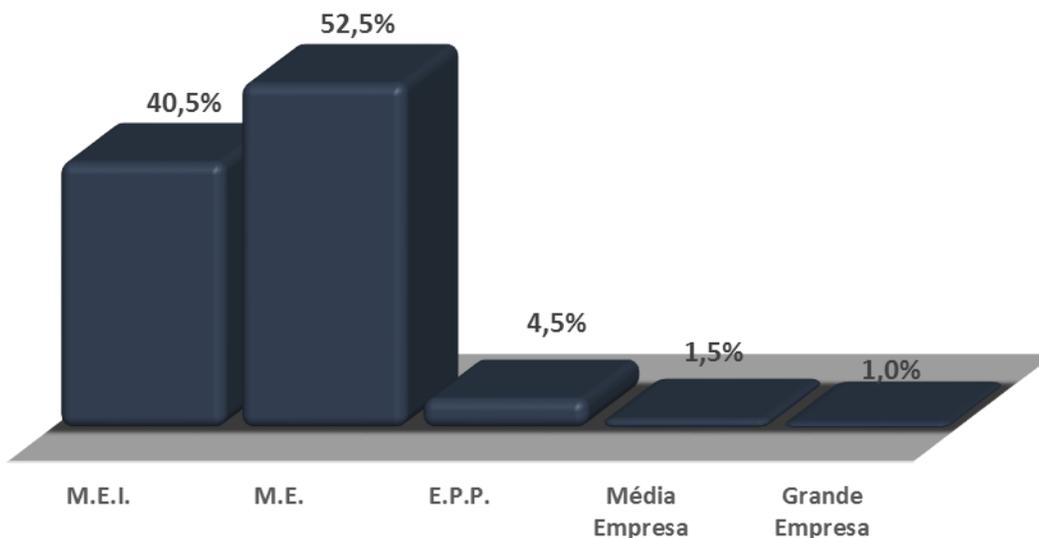
*Gráfico 14 – Cargo do entrevistado:*



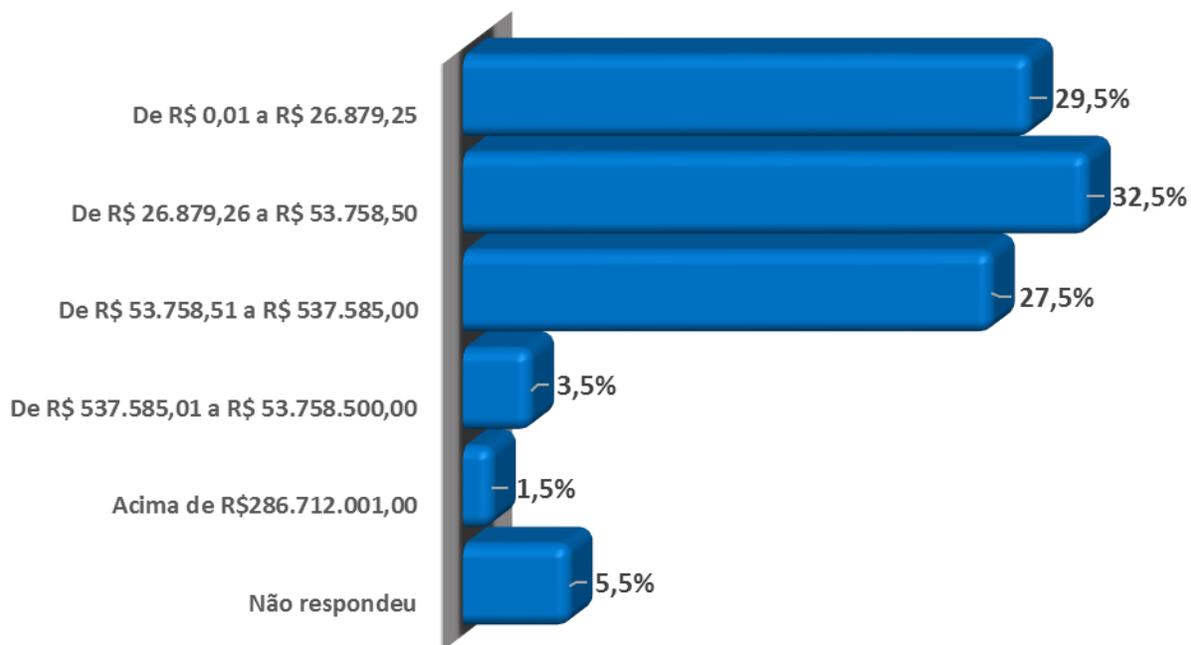
*Gráfico 15 – Há quanto tempo sua empresa está no mercado?*



*Gráfico 16 – Classificação da empresa:*



*Gráfico 17 – Capital social da empresa por faixa:*



*Tabela 8 – Número de empregados:*

Mínimo	Média	Máximo
0	03	80

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO  
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,  
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Jaime Mariz de Faria Júnior*  
**Diretor Executivo**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon*  
**Estatístico**

*Hugo Sérgio*  
*Nivaldo Gonçalves*  
*Elizabeth Pontes*  
*Daniela Lourena*  
*Jaqueline Aires*  
**Pesquisadores**

*Natália Carvalho*  
**Estagiária**