

# PESQUISA

**Percepção dos Empresários de Assú 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 .....	8
Demanda .....	9
Perfil dos estabelecimentos .....	10
<b>4 Gráficos e Tabelas.....</b>	<b>12</b>
Associativismo .....	12
Conhecimento .....	13
Serviços utilizados .....	18
Defesa de interesses .....	19
Demanda .....	20
Relacionamento e comunicação .....	21
Perfil dos estabelecimentos .....	24

## 1 Apresentação

Avaliar a percepção e conhecer as expectativas dos empresários quanto à atuação dos sindicatos patronais. Esse é o objetivo da pesquisa com os comerciantes realizada no município de Assú. A realização de pesquisa no segmento empresarial é de grande importância, pois traz subsídios por meio de dados confiáveis, para embasar as decisões estratégicas do setor.

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.

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 Sindicatos 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. Essa pesquisa procurou identificar as reais necessidades dos filiados e não filiados, a visão dos empresários em relação às entidades, aspectos que são considerados prioritários e os pontos fortes e fracos, buscando assim um relacionamento mais próximo com a entidade.

Através da pesquisa, além de identificar como é o relacionamento entre as empresas e seu sindicato, 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 utilizada na coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, referente ao método quantitativo, utilizando-se como instrumento de investigação um questionário semiestruturado, de acordo com os objetivos e necessidades da pesquisa, para entrevistas presenciais individualizadas em estabelecimentos (empresas) do setor.

As entrevistas foram realizadas no período de 26 a 30 de agosto, seguindo critérios técnicos estatísticos. Os resultados se referem a uma amostra de 250 empresas situadas no município de Assú 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 aproximadamente 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.

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.

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 apresenta-se no Word.

### 3 Descrição dos resultados

#### **Associativismo**

Após ouvir os empresários do ramo de Comércio de Bens, Serviços e Turismo da cidade de Assú, tendo a grande maioria larga experiência empresarial e anos de atuação no mercado formal, a pesquisa constatou que 62,4% dos entrevistados não estão filiados a nenhum sindicato patronal que representa o setor. Neste aspecto, 37,6% dos empresários entrevistados no município relataram que as empresas estão associadas ao sindicato da classe.

Quando questionados a respeito do motivo pelo qual não são filiados ao Sindicato patronal, 29,5% mencionaram que a empresa não conhece o Sindicato que representa o setor; 28,4% citaram que a empresa nunca recebeu convite do Sindicato para se tornar associado; 26,7% dos pesquisados responderam que a razão para não se associar ao Sindicato patronal do setor é o desconhecimento dos benefícios ofertados pela filiação ao Sindicato; 10,2% alegaram impossibilidade de assumir o custo da associação; 3,4% disseram que a empresa já é associada a outra entidade de representação do setor; e 1,7% não soube responder.

#### **Conhecimento**

Além de saber o grau de associativismo dos empresários de Assú com o Sindicato patronal, o levantamento também investigou o nível de conhecimento dos empresários quanto ao Sindicato representativo da categoria. Logo, 76,9% dos empresários entrevistados informaram saber que todo setor empresarial possui um Sindicato patronal. Não obstante, 23,1% dos empresários participantes da pesquisa contaram não ter o conhecimento sobre qual Sindicato patronal que representa a categoria.

Outro dado importante para estudo mostra que seis em cada 10 (58,4%) dos empresários assuenses têm conhecimento da filiação do Sindicato do Comércio Varejista ao Sistema Fecomércio, Sesc e Senac. Em contrapartida, dois quintos (41,6%) disseram que nunca tinham ouvido falar que o Sindicato ao qual representa fazia parte do Sistema Fecomércio RN.

53,2% dos empresários entrevistados na cidade de Assú disseram ter conhecimento das ações desenvolvidas pelo Sistema Fecomércio, Sesc e Senac em benefício dos empresários dos segmentos de Comércio, Serviços e Turismo do RN. No entanto, 46,8% revelaram desconhecimento sobre a atuação da entidade.

Com base nos dados da pesquisa pudemos verificar quais atividades desenvolvidas pelo Sindicato e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac são mais conhecidas pelos empresários de Assú. Dessa forma, verificamos que 46% dos empresários entrevistados sabem das Capacitações e Treinamentos oferecidas por meio do Senac; 31,2% conhecem a atuação do Sesc nas atividades de Esporte e Lazer; 30,4% têm conhecimento das Atividades Culturais desenvolvidas pelo Sesc; 26,4% sabem do oferecimento de serviços direcionado para a Saúde; 26,4% sabem das atividades ligadas à Educação; 22% sabem dos Convênios do Sistema Fecomércio com diversas instituições; 22% conhecem os Eventos Setoriais desenvolvidos pela Fecomércio; 15,2% deles sabem dos serviços de Certificação Digital da Fecomércio; 14,8% já ouviram falar das Pesquisas realizadas; e 10,4% têm conhecimento da negociação da Convenção Coletiva. Somado a esses, foram citados outros serviços é o caso de Representações em órgãos (9,6%), Banco de Oportunidades do Senac (9,6%), Assessoria Jurídica (6%), Atuação no Legislativo (4,8%), Atuação no Executivo (4%) e ações sociais (1,2%).

Ainda sobre o nível de conhecimento dos empresários, agora acerca da origem dos recursos provenientes do Sindicato e Sistema Fecomércio, Sesc e Senac. Mais de 60% dos entrevistados indicaram não saber de onde vem os recursos das instituições, entretanto 37,2% revelaram conhecer a origem dos recursos que mantêm o Sindicato e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac.

Dentre os empresários que afirmam saber da origem dos recursos do Sindicato e Sistema Fecomércio, Sesc e Senac, percebe-se que a maior parte disse que vem das Empresas (30,5%) e do Governo Federal (23,2%). Na sequência, surgem Contribuições em geral (14,7%), Associados (7,4%), Contribuição dos trabalhadores (6,3%), Contribuição empresarial (6,3%), Impostos (3,2%), Sindicatos (2,1%), Sistema S (2,1%), Contribuição sindical (1,1%) e de outros impostos.

Na concepção da maioria dos empresários de Assú, o imposto sindical anual ajuda a fortalecer o Sindicato e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac. A pesquisa mostra que 54,4% concordam que o imposto sindical anual contribui para o fortalecimento do Sistema Fecomércio, Sesc e Senac. Em posição oposta, 38,8% não acham que o imposto sindical anual colabora para o Sistema mais forte. 6,8% não souberam responder à pergunta.

Para os entrevistados, o Sindicato precisa realizar ações que permitam um relacionamento mais próximo com as empresas do município, a exemplo, divulgação dos serviços atividades realizadas, bem como trocar mais informações com o setor.

### **Serviços utilizados**

Outro aspecto interessante da pesquisa, diz respeito aos serviços utilizados pelos empresários oferecidos pelo Sindicato do Comércio Varejista de Assú. Pelos números, verificou-se que 82,8% dos empresários entrevistados jamais aproveitaram algum serviço oferecido pelo Sindicato. Apesar desse percentual elevado, 17,2% disseram já terem usado, em algum momento, os serviços prestados pelo Sindicato do Comércio Varejista.

No grupo de empresários que afirmam ter conhecimento ou já utilizaram alguma vez os serviços prestados pelo sindicato, os serviços/atividades mais usados foram: Capacitação e Treinamentos; Participação em eventos setoriais; Assessoria Jurídica; Estudos e pesquisas; Locação ou empréstimos de salas; Negociação da convenção coletiva; Certificações Digitais; Homologação; Representações em órgãos; Convênios com instituições; Convênios com planos de saúde; Banco de oportunidades; e Palestras.

## **Defesa de interesses**

De maneira geral, solicitou-se aos empresários assuenses que eles avaliassem os produtos e serviços oferecidos pelo Sindicato do Comércio Varejista local. 80,3% dos consultados classificaram como neutro (nem satisfeito, nem insatisfeito) os serviços oferecidos pelo Sindicato patronal; 11,6% qualificaram como satisfatório os serviços disponibilizados pelo Sindicato, indicando satisfeito (10,9%) ou muito satisfeito (0,7%); e 6,6% avaliaram como insatisfatória a prestação de serviços do Sindicato. Compreende-se que a maioria dos entrevistados apontaram neutralidade por não saber das ações desenvolvidas pelo Sindicato.

Com relação à atuação do Sindicato do Comércio Varejista na defesa dos interesses dos empresários do setor. Conforme a pesquisa, 38,1% dos empresários entrevistados classificaram como pouco atuante, a performance do Sindicato na defesa dos interesses do setor; 15,2% avaliaram como nada atuante; e 13,5% como muito pouco atuante. Outros 13,5% julgaram como atuante e 4% analisaram muito atuante. Ênfase para 15,7% dos empresários participantes da pesquisa que não souberam classificar a atuação do Sindicato na defesa dos interesses do setor.

Na opinião dos empresários assuenses, o Sindicato local poderia investir em estratégias que melhore a atuação junto as empresas do município. Para isso, 55,1% dos entrevistados queria que o Sindicato ouvisse mais as necessidades das empresas do setor; 42% prezaria por uma melhor comunicação e mobilização das empresas para a defesa do setor; 34,6% deles gostariam que o Sindicato atue mais para influenciar as decisões dos órgãos públicos sobre temas que impactam o setor; 25,4% esperam que seja aplicada medidas efetivas para atender as necessidades do setor; e 12,2% almejam melhorias no monitoramento dos temas de interesse do setor.

## **Relacionamento e comunicação**

Perguntados sobre como avaliam o relacionamento com o Sindicato do Comércio Varejista de Assú, 2,8% estão muito insatisfeitos com o relacionamento (empresa x sindicato); 12,4% insatisfeitos; 72,8% neutro (nem satisfeito, nem insatisfeito); 9,2% encontram-se satisfeitos; 0,8% muito satisfeito; e 2% não souberam avaliar. A imensa maioria dos empresários

acreditam ser fundamental ter uma boa relação com as entidades representativas para fomentar os interesses da classe.

Segundo a pesquisa, as ferramentas de comunicação mais acessíveis em que os empresários de Assú gostariam de receber informações do Sindicato são: o e-mail (49,2%), o Whatsapp (27,6%), Convites para participação (19,2%), Redes sociais (16,4%) e Convites para eventos (12,8%). Além disso, os empresários gostariam de ver anúncios em Jornais e revistas (5,2%), na Televisão (5,2%), em Panfletos (3,2%), Propagandas em geral (2,8%), Carro de som (2,4%), SMS (2%), Boletim eletrônico (1,6%), Rádio (1,2%) e Visitas as empresas (0,4%).

### **Demanda**

Foram sugeridas pelos empresários de Assú como medidas para ajudar as empresas do município: Oferecer capacitação e treinamentos (8,4%), Divulgar os serviços (4%), Palestras (3,6%), Presença no comércio (3,2%), Reuniões periódicas (2,8%), Mais atuante (2,4%), Orientação empresarial (2,4%), Participação ativa (1,6%), Visitar o comércio (1,6%), Diminuir impostos (1,2%), Mais apoio (1,2%), Ouvir as empresas (1,2%), Mais ações no comércio (0,8%), Melhor atenção aos empresários (0,8%), Parcerias com os empresários (0,8%), entre outras.

Ainda de acordo com o estudo, os empresários citaram os fatores mais importantes para aproximar as empresas do Sindicato. Dentre eles, 18,8% dos entrevistados consideram a realização de reuniões para discutir assuntos de interesse do setor como principal, em seguida, aparece a realização de visitas contínuas as empresas (11,2%) para ouvir as necessidades dos empresários, assim como divulgar mais os serviços e benefícios (10,4%) que também são encarados como formas de aproximação.

Melhorar a comunicação (4,6%) com os empresários é outro fator considerado importante para a melhoria do relacionamento, assim como promover palestras para participação dos empresários (4,2%), emissão de convites para os empresários participar mais dos eventos (3,1%), mais diálogo com os empresários (3,1%), ser mais presente no comércio (3,1%), ser mais atuante (2,7%) etc.

Para 38,4% dos empresários entrevistado em Assú, o tema de palestra mais interessante na visão deles é sobre Marketing Comercial, com esse tema os empresários esperam compreender estratégias de como melhorar sua imagem, ampliar sua rede de relacionamentos e trabalhar a comunicação com clientes, parceiros e fornecedores.

Em seguida, aparece a Reforma Trabalhista, 36,4%, depois vem Educação Financeira, Planejamento Estratégico e Inovação Empresarial, com 34,4%, 26,4% e 24%, respectivamente, das intenções de participar dessas apresentações. A seguir surgem os Temas Cenário Econômico (22%), Reforma Previdenciária (17,6%) e Legislação Tributária (16,4%).

### **Perfil dos estabelecimentos**

No que diz respeito à ocupação dos entrevistados, predomina a entrevista feita com o proprietário do estabelecimento (75,2%), os gerentes (representante legal da empresa na ausência do proprietário) estão em segundo lugar, com 20,8%, e os supervisores aparecem com o menor percentual dentre os informados (3,2%).

Em referência ao tempo de atuação das empresas, a maior parte das empresas tem mais de oito anos de atuação no comércio local (50,4%), seguida das empresas que têm até dois anos de existência (21,2%). De dois a cinco anos representam 17,2% das empresas e de cinco a oito anos somam 11,2%.

Sobre o capital social das empresas, 24,4% disseram que estão na categoria que varia de R\$ 53.758,51 a R\$ 537.585,00; 20,8% declararam que se concentram na faixa de R\$ 26.879,26 a R\$ 53.758,50; 20,4% afirmaram que possuem capital social de R\$ 0,01 a 26.879,25. Outras 12% disseram que pertencem a faixa de R\$ 537.585,01 a R\$ 53.758.500,00; e 3,2% acima de R\$ 53.758.500,00. Nessa pergunta, 19,2% dos empresários consultados se recusaram a responder.

Acerca do número de colaboradores nas empresas participantes da pesquisa, apurou-se que os estabelecimentos possuem em média quatro empregados cada um deles, tendo estabelecimento que não possui nenhum funcionário e outro que possui até 50 empregados.

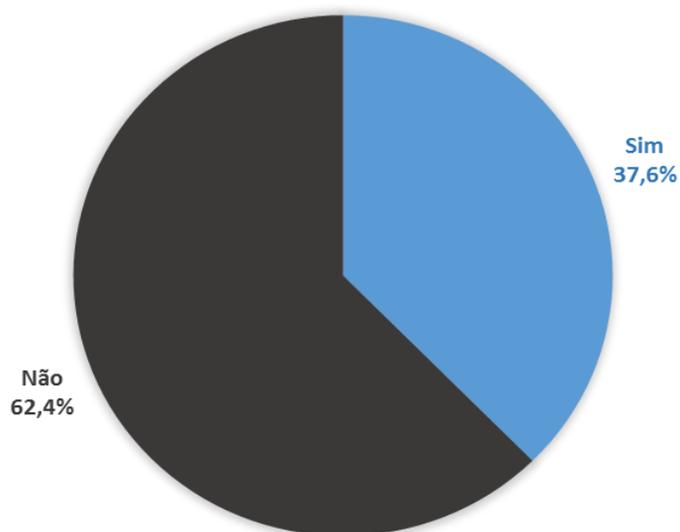
Em alusão ao tipo de empresa, a maioria (65,6%) são de estabelecimentos que se enquadram como Microempresas (ME); 19,2% são Microempreendedores Individuais (MEI); 10,8% se tratam de Empresas de Pequeno Porte (EPP). Outras, 1,2% dos empresários afirmaram que os estabelecimentos são média empresa e 1,6% grande empresa. Outros 1,6% não responderam.

## 4 Gráficos e Tabelas

### Associativismo

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

Fonte: Fecomércio/RN



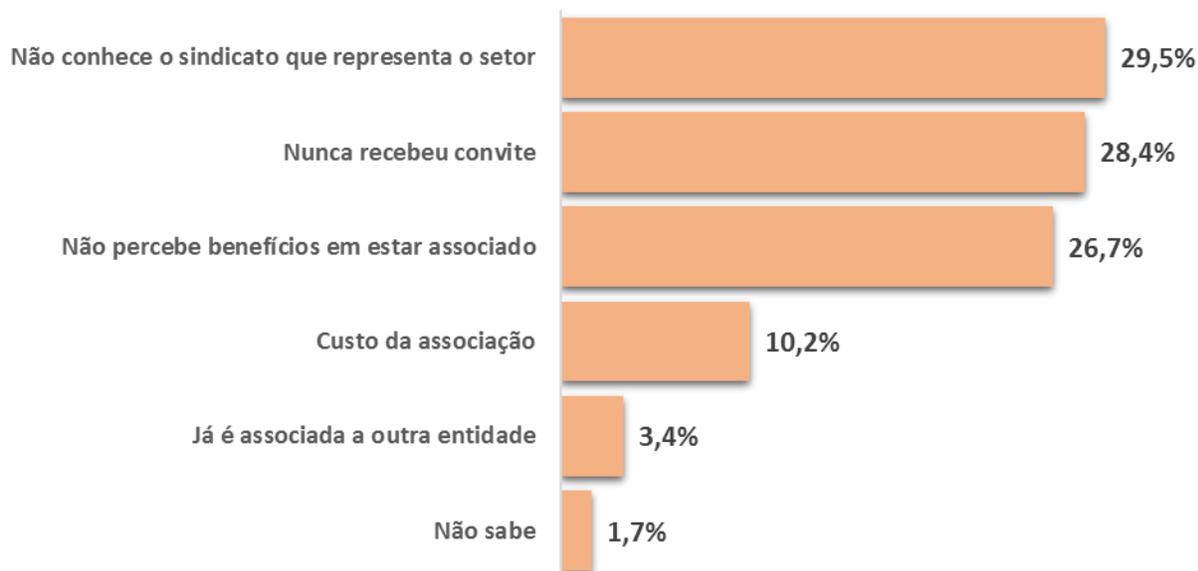
**Tabela 1 – Se respondeu “Sim” na anterior, qual?**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Sindicato do Comércio Varejista	57,4%
Não lembra	16,0%
Sindicato Trabalhadores	7,4%
Sindicato Farmácias	4,3%
Sindicato Hoteleiros	3,2%
CDL	2,1%
Sindicato Panificação	2,1%
Sindicfc RN	2,1%
Astec RN	1,1%
Sincon	1,1%
Sindicato Graf. RN	1,1%
Sindicato Metalúrgico	1,1%
Sindicato Proprietários de laboratórios	1,1%

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

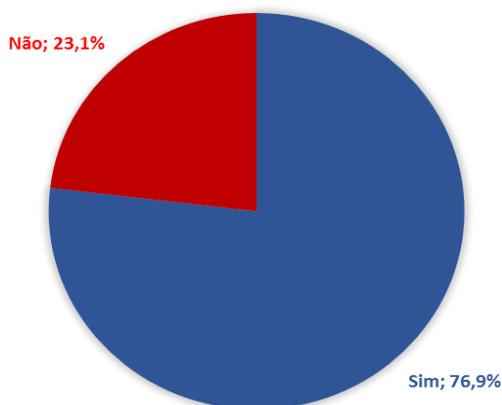
Fonte: Fecomércio/RN



## Conhecimento

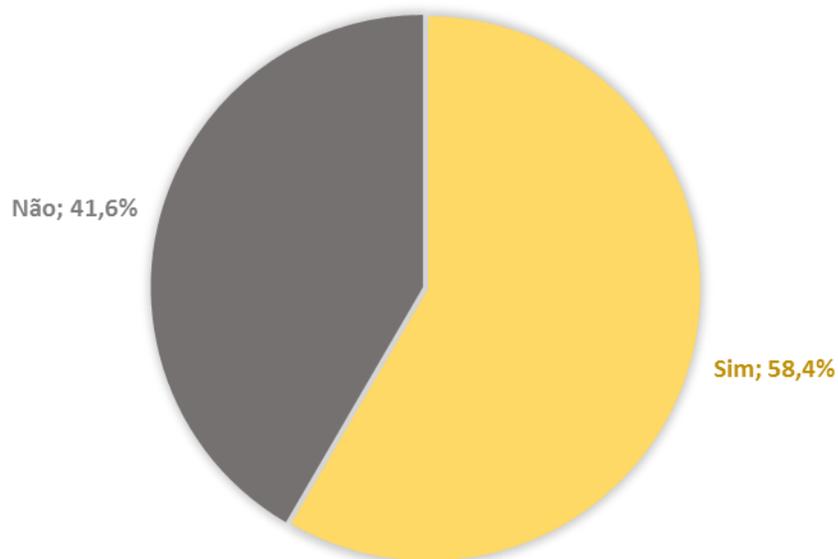
**Gráfico 3 – Você tem conhecimento que todo segmento empresarial tem um sindicato que representa o setor?**

Fonte: Fecomércio/RN



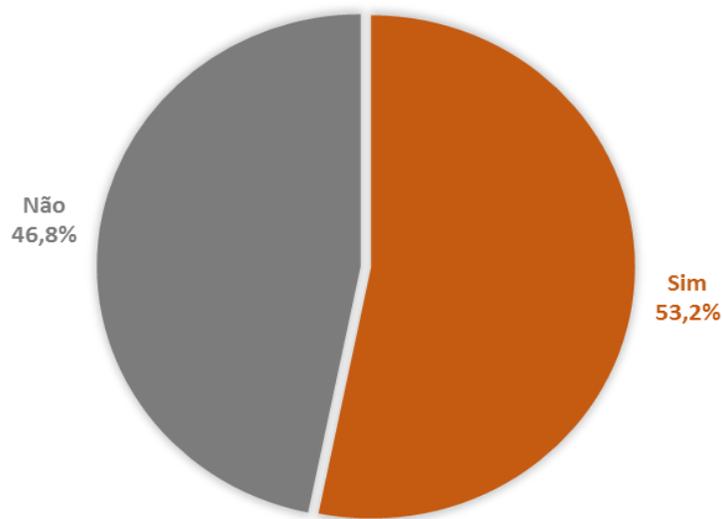
**Gráfico 4 – Tem conhecimento que o Sindicato é filiado ao Sistema Fecomércio, Sesc e Senac?**

*Fonte: Fecomércio/RN*



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

*Fonte: Fecomércio/RN*



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

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Comentários	19,6%
Empresas	18,1%
Mídia	8,0%
Senac	7,2%
TV	7,2%
Sindicato	5,1%
Passou em frente	5,1%
Internet	2,9%
Propaganda	2,9%
Rádio	2,9%
Ações sociais	2,2%
Evento	2,2%
Palestras	2,2%
Redes sociais	2,2%
Sebrae	2,2%
Panfletos	1,4%
Reuniões	1,4%
Revista	1,4%
Através de ligações	0,7%
Blog	0,7%
CDL	0,7%
Convites para participar de cursos	0,7%
E-mail	0,7%
Faculdade	0,7%
Farmácia	0,7%
Fecomércio	0,7%
Participação	0,7%
Sesi	0,7%
Visitas	0,7%

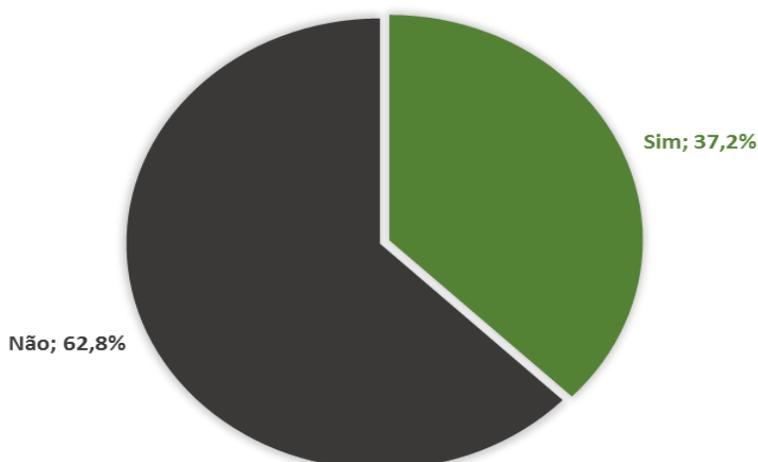
**Tabela 3 – Das atividades que o Sindicato e o Sistema Fecomércio, Sesc e Senac desenvolve, quais você tem conhecimento?**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Capacitação e treinamento	46,0%
Atividades de esportes e lazer	31,2%
Atividades culturais	30,4%
Atividades ligadas a saúde	26,4%
Atividades ligadas a educação	26,4%
Convênios com diversas instituições	22,0%
Eventos setoriais (promove e estimula a participação em feiras, missões, rodadas de negócio)	22,0%
Certificação digital	15,2%
Realização de pesquisas mercadológicas	14,8%
Negociação da convenção coletiva	10,4%
Representações em órgãos e entidades	9,6%
Banco de currículos	9,6%
Assessoria jurídica	6,0%
Atuação no legislativo (câmaras de vereadores)	4,8%
Atuação no executivo (prefeituras)	4,0%
Ações sociais	1,2%
Hotelaria	0,4%
Nenhum	23,2%
Não sabe	0,4%

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

Fonte: Fecomércio/RN



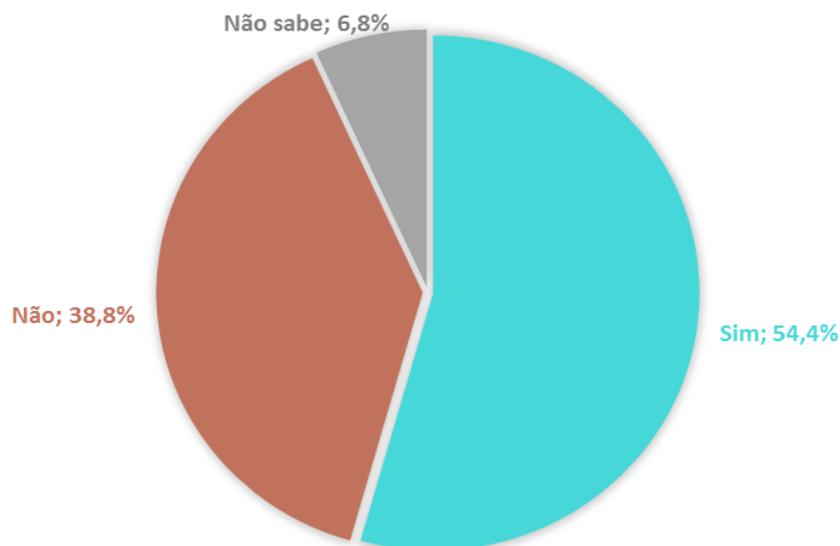
**Gráfico 7 – Se respondeu “Sim” na anterior, de onde?**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Empresas	30,5%
Governo Federal	23,2%
Contribuições	14,7%
Associados	7,4%
Contribuição dos trabalhadores	6,3%
Contribuição empresarial	6,3%
Impostos	3,2%
Sindicatos	2,1%
Sistema S	2,1%
Contribuições sindicais	1,1%
Fecomércio	1,1%
INSS	1,1%
Parceria	1,1%

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

Fonte: Fecomércio/RN



## Serviços utilizados

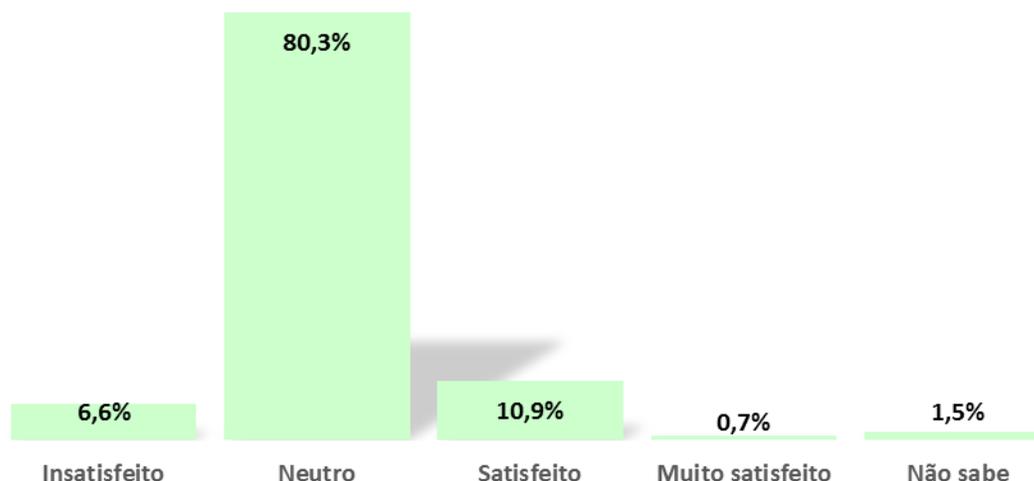
**Tabela 4 – Tem conhecimento ou já utilizou algum serviço oferecido pelo Sindicato?**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Capacitação e treinamento	7,2%
Eventos setoriais	3,6%
Assessoria jurídica	3,6%
Estudos e pesquisas sobre o setor	2,8%
Locação ou empréstimo de salas	2,8%
Negociação da convenção coletiva	2,4%
Certificações	2,0%
Homologação	2,0%
Representações em órgãos e entidades	1,6%
Convênio com instituições de ensino	1,6%
Convênio com planos de saúde e/ou odontológicos	1,6%
Banco de Currículos	1,2%
Palestras	0,4%
Sigat	0,4%
Nenhum	82,8%

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

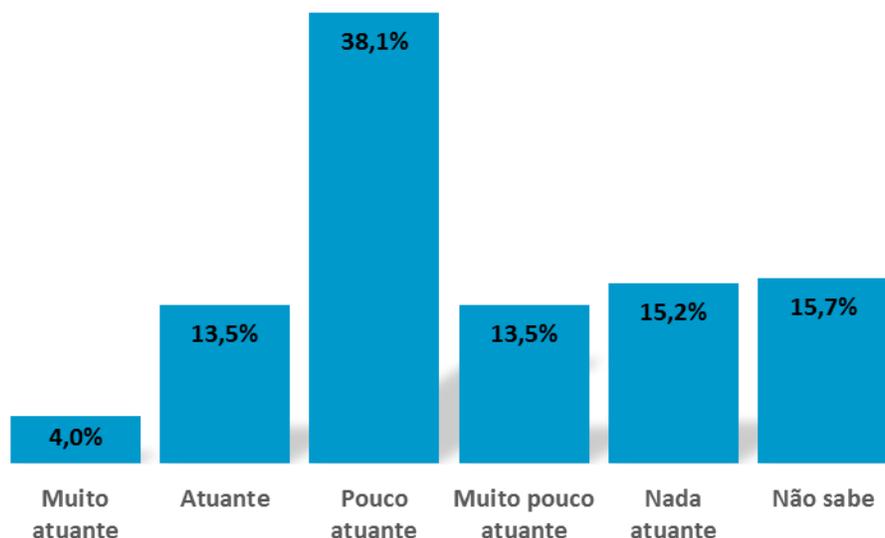
Fonte: Fecomércio/RN



## Defesa de interesses

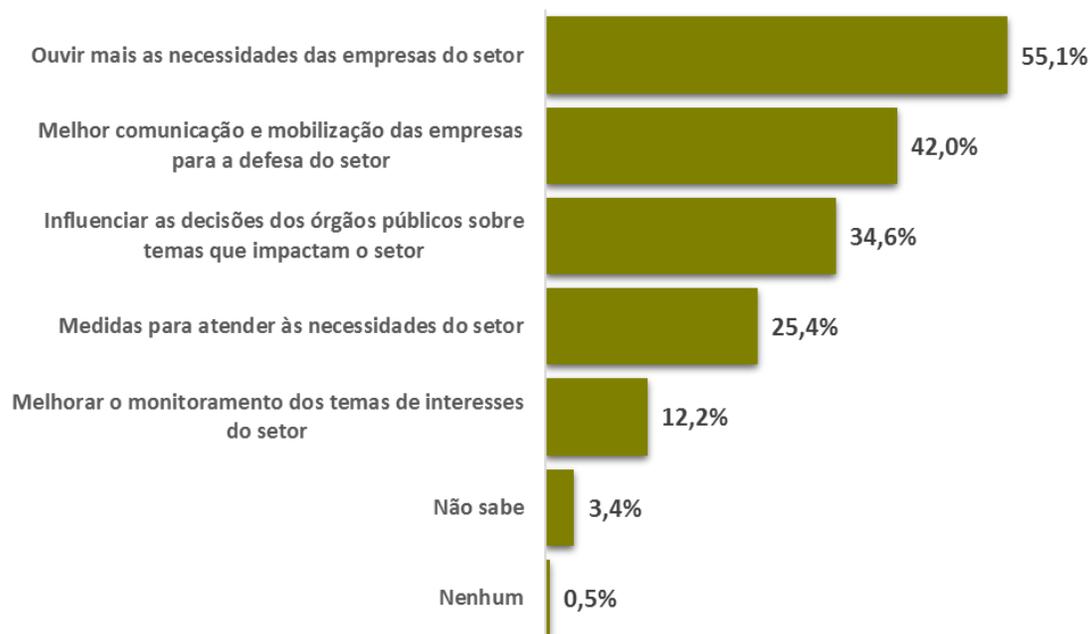
**Gráfico 10 – Na sua opinião, qual o nível de atuação do seu Sindicato na defesa dos interesses do setor?**

Fonte: Fecomércio/RN



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

Fonte: Fecomércio/RN



## Demanda

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

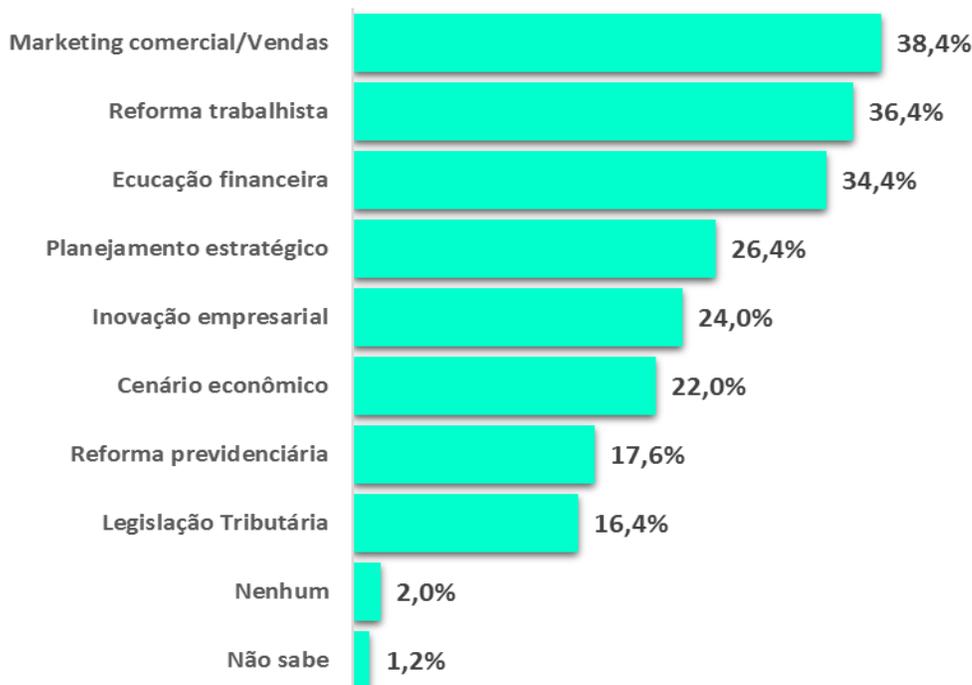
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Mais capacitação e treinamentos	8,4%
Divulgar os serviços	4,0%
Palestras	3,6%
Ser mais presente no comércio	3,2%
Reuniões periódicas	2,8%
Mais atuante	2,4%
Orientação empresarial	2,4%
Mais participação	1,6%
Visitar mais o comércio	1,6%
Diminuir impostos	1,2%
Mais apoio	1,2%
Ouvir mais as empresas	1,2%
Mais ações no comércio	0,8%
Melhor atenção para os empresários do interior	0,8%
Parcerias com os empresários	0,8%
Trabalho pelos empresários	0,8%
Empréstimos	0,8%
Assessoria empresarial	0,4%
Ações em parceria com órgãos públicos	0,4%
Ações para movimentar as vendas	0,4%
Acompanhamento	0,4%
Agir com imparcialidade	0,4%
Ajuda a trazer o Sesc para Assú	0,4%
Ajuda o comércio a sair da crise	0,4%
Apoiar mais os empresários	0,4%
Assessoria jurídica	0,4%
Associar o cliente ao público	0,4%
Atendimento médico	0,4%
Descentralizar as reuniões	0,4%
Estacionamento	0,4%
Fazer as empresas mais presentes	0,4%
Incentivar o governo a baixar impostos	0,4%
Incentivos fiscais	0,4%
Influenciar mais os órgãos públicos para	0,4%

reduzir os impostos	
Influenciar o governo para trazer mais benefícios	0,4%
Informação sobre serviços	0,4%
Interesse pelos empresários	0,4%
Intermediador	0,4%
Levando mais conhecimento das leis trabalhistas	0,4%
Linha de crédito com juros baixos	0,4%
Mais comunicação	0,4%
Mais empréstimos	0,4%
Mais eventos	0,4%
Encontros	0,4%
Mais parceria	0,4%
Melhorar a convivência	0,4%
Melhorar o marketing do comércio local	0,4%
Melhoras	0,4%
Melhorias do comércio junto aos órgãos públicos	0,4%
Mostrar os serviços	0,4%
Oferecer alternativas para empréstimos	0,4%
Oferecer os mesmos benefícios	0,4%
Oferecer propostas	0,4%
Custo Benefício	0,4%
Passar informação	0,4%
Promover redução de impostos	0,4%
Qualificar os funcionários	0,4%
Reduzir as cargas tributárias	0,4%
Salas para reuniões	0,4%
Segurança, Impostos	0,4%
Suporte de conhecimento	0,4%
Ter mais parcerias	0,4%
Trazer mais recursos para a cidade	0,4%
Nenhum	4,0%
Não sabe/Não respondeu	40,0%

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

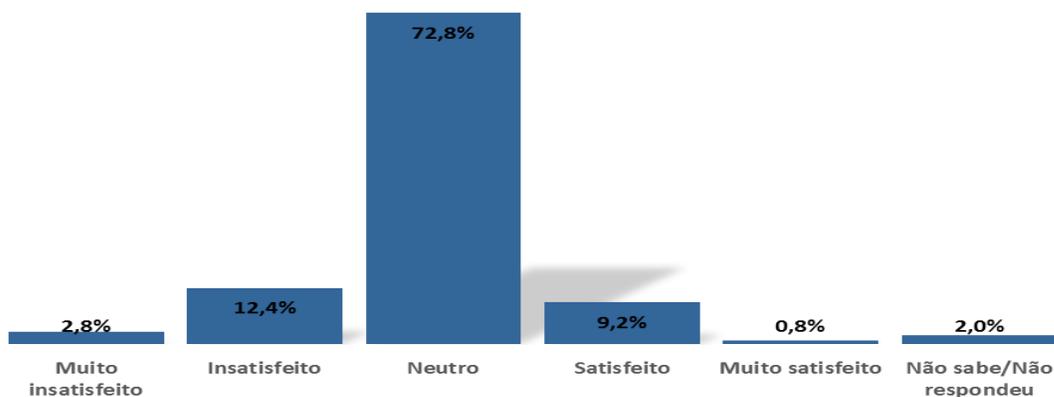
Fonte: Fecomércio/RN



### Relacionamento e comunicação

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

Fonte: Fecomércio/RN



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

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
E-mail	49,2%
WhatsApp	27,6%
Convites para participação em reuniões	19,2%
Rede Sociais	16,4%
Convites para eventos promovidos pelo Sindicato	12,8%
Jornal/revistas impresso	5,2%
TV	5,2%
Panfleto	3,2%
Propagandas sobre serviços prestados pelo Sindicato patronal	2,8%
Carro de som	2,4%
SMS	2,0%
Boletim eletrônico (newsletter)	1,6%
Rádio	1,2%
Visitas ao comércio	0,4%
Nenhum	0,8%
Não sabe	0,4%

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

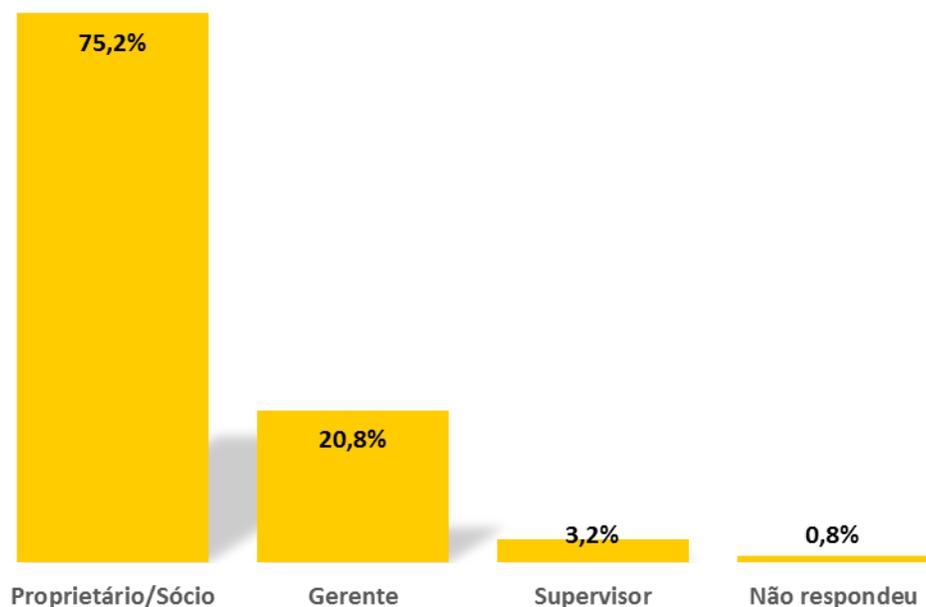
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%		%
Reuniões	18,8%	Atividades objetivas	0,4%
Visitas ao comércio	11,2%	Estar mais presente	0,4%
Divulgar os serviços	10,4%	Eventos	0,4%
Melhorar a comunicação	4,6%	Expor os objetivos	0,4%
Palestras	4,2%	Facilitar empréstimos	0,4%
Convites	3,1%	Junção da CDL e Fecomércio	0,4%
Mais diálogos	3,1%	Maior apoio aos empresários do interior	0,4%
Ser mais presente	3,1%	Mais interação no comércio	0,4%
Atuante	2,7%	Melhorar a informação	0,4%
Uma aproximação	1,5%	Ouvir os empresários	0,4%
Mais eventos	1,2%	Reduzir custos	0,4%
Mais incentivo ao setor	0,8%	Regra para empregado e empregador	0,4%
Mais informações	0,8%	Trabalhar mais pelo comércio	0,4%
Mais orientações	0,8%	Trazer inovações	0,4%
Mostrar os benefícios	0,8%	Nenhum	2,7%
Treinamentos e Capacitação	0,8%	Não sabe/Não respondeu	23,8%
Apoiar o empresário	0,4%		

## Perfil dos estabelecimentos

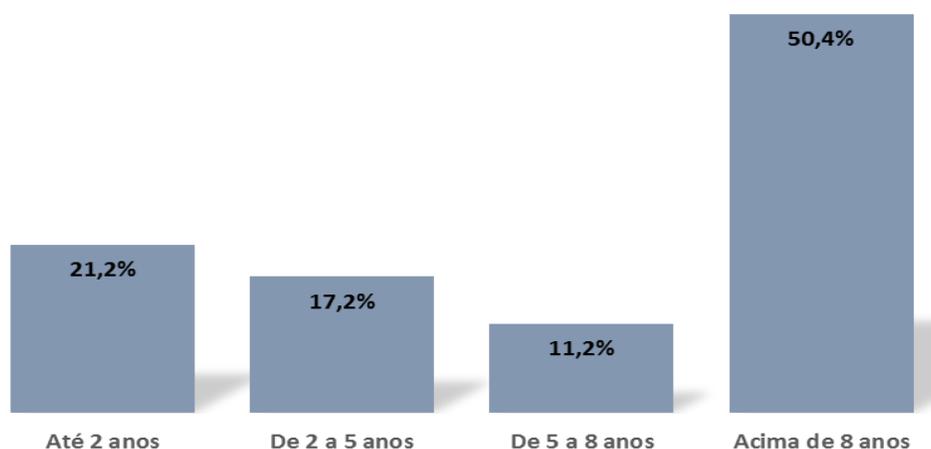
*Gráfico 14 – Cargo do entrevistado*

*Fonte: Fecomércio/RN*

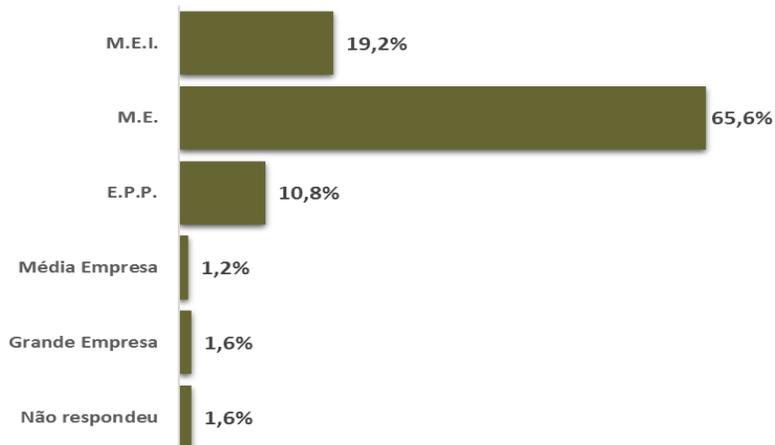


*Gráfico 15 – Há quanto tempo sua empresa está no mercado?*

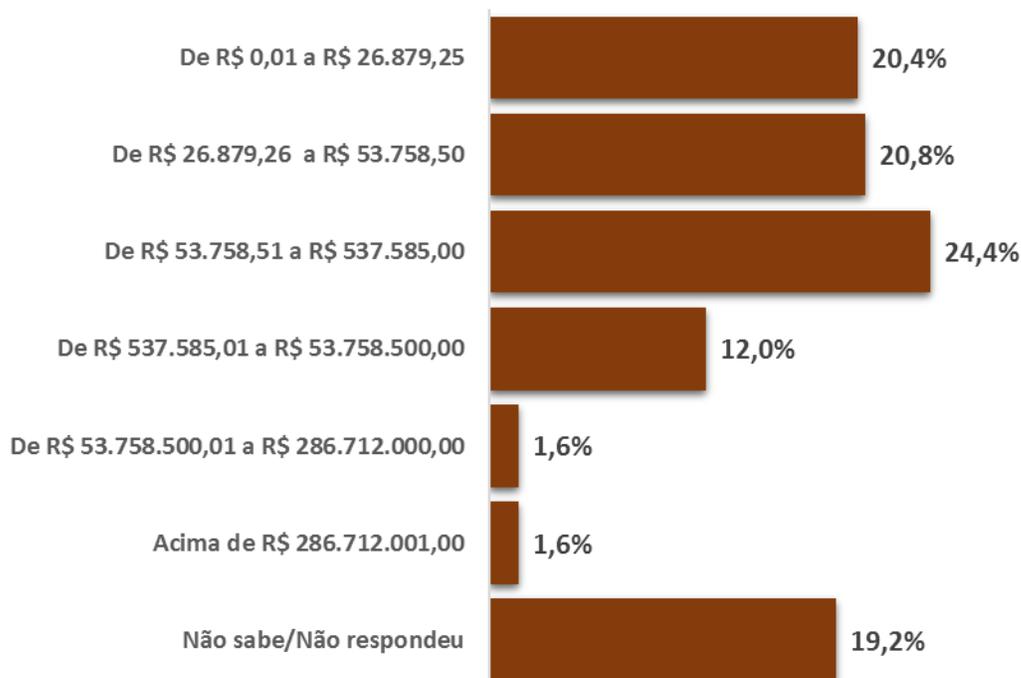
*Fonte: Fecomércio/RN*



**Gráfico 16 – Classificação da empresa**  
Fonte: Fecomércio/RN



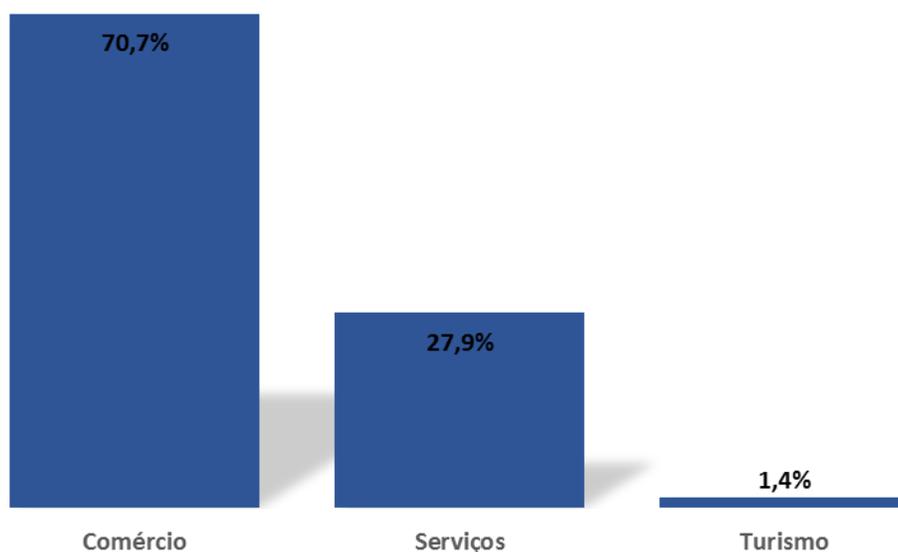
**Gráfico 17 – Capital social da empresa por faixa**  
Fonte: Fecomércio/RN



*Tabela 8 – Número de empregados*  
*Fonte: Fecomércio/RN*

Mínimo	Média	Máximo
0	4	50

*Gráfico 18 – Segmento das empresas*  
*Fonte: Fecomércio/RN*



**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*  
*Irismar Alves*  
*Jaqueline Aires*  
**Pesquisadores**