

Percepção dos Empresários sobre a Festa da Padroeira de Santa Cruz/RN 2022

Maio de 2022



SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS.....	5
Percepção geral	5
Investimento	5
Faturamento	6
Estratégia de vendas	6
Melhorias	7
Perfil dos Negócios	7
4. GRÁFICOS E TABELAS.....	8
Percepção geral	8
Investimento	9
Faturamento	10
Estratégia de vendas	12
Melhorias	14
Perfil das empresas	15

1. APRESENTAÇÃO

A festa de Santa Rita de Cássia, padroeira de Santa Cruz, além dos aspectos religioso e sociocultural, movimentam a economia da cidade e faz circular renda. Pode-se considerar que a Festa de Santa Rita de Cássia é o principal evento do turismo religioso de Santa Cruz e um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades religiosas interferem diretamente na vida da comunidade local, influenciando não só na economia e geração de renda, mas nos hábitos, costumes, crenças e no aguçamento do sentimento religioso das pessoas.

Os festejos mobilizam a população local, visitantes e turistas, com o envolvimento na realização da festa, com participação em novenas, nas bênçãos, nos leilões, formação de barracas, cavalgadas, missas e na procissão como ato de encerramento. Ademais, tem o investimento que os peregrinos vindos de outras cidades e até de Estados diferentes fazem ou deixam para o Município de Santa Cruz, já que se tornam consumidores de alimentos e de prestação de serviços, com retorno de renda para o município.

Buscando compreender as peculiaridades e características deste evento para o Estado, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), através do Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa técnica para avaliar o impacto da festa Santa Cruz sob o ponto de vista dos empreendedores locais.

O trabalho serve de monitoramento do mercado potiguar. As pesquisas da Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado e dos consumidores, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Santa Cruz, município da mesorregião agreste potiguar, localiza-se a aproximadamente 114 km da capital do estado, Natal. Sua população, conforme estimativas do IBGE de 2021, é de 40.295 habitantes. O município possui cerca de 2.003 empresas dos segmentos de comércio (1.116) e serviços (887).

Este relatório corresponde ao produto final obtido de pesquisa técnica realizada em Santa Cruz RN, entre os dias 17 e 22 de maio de 2022, onde foram entrevistados 150 empreendedores formais dos segmentos de comércio e serviços do município.

O diagnóstico foi quantitativo e a coleta de dados foi primária, realizada presencialmente por entrevistadores experientes e devidamente capacitados para este tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos foram analisados e 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.

Os principais resultados compõem o tópico a seguir, destacando-se um panorama geral da pesquisa.

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Percepção geral

A pesquisa analisou o sentimento dos empreendedores sobre a influência da festa da padroeira nos negócios de Santa Cruz (RN). A percepção geral foi boa: cerca de 70% (exatos 69,3%) dos entrevistados avaliaram como positivo o período de festas de Santa Rita de Cássia para os setores de comércio e serviços do município, ou seja, sete em cada dez afirmaram que a festa afeta de modo favorável o negócio local. Somente uma fatia de 3,3% avaliaram como negativo. Outros 27,3% consideraram que a data é indiferente para seus negócios.

Questionados sobre os investimentos realizados no negócio para impulsionar as vendas no período, os principais foram com ampliação de estoque/compra de produtos (44%); aumento da variedade de itens (30%); contratação de funcionários (14%); treinamento de equipe (5,3%); reforma na estrutura (2,7%) entre outros.

Investimento

Em termos de valores, a pesquisa observou que 26,7% dos setores de comércio e serviços investiram até R\$ 2.000,00; 26% investiram entre R\$ 2.001,00 e R\$ 10.000,00; e 19,3% acima de 10.000,00. 17,3% disseram que não investiram nada e 10,7% não quiseram informar. O investimento médio calculado foi de R\$ 3.830,00 por estabelecimento.

Para atender o aumento do fluxo de clientes devido ao período das festas, dois em cada dez dos gestores afirmaram que contrataram funcionários extras no período (20,7%). Outros 79,3% revelaram que o número de colaboradores atuais suportou a demanda.

Na avaliação dos empresários locais o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 74%, distribuídas em movimento dentro do esperado (54%) e acima do esperado (20%). Isso significa que o fluxo de clientes proporcionado pelo período das festas agradou aos empreendedores locais, o que contribuiu de forma positiva para o aumento das vendas nesse período.

Faturamento

O valor faturado por cada negócio durante o período é um importante indicador de desempenho porque ajuda a mensurar o resultado final. A pesquisa avaliou que 26% dos negócios faturaram até R\$ 500 por dia no período; 28,7% entre R\$ 501 e R\$ 3.000; e 19,3% acima de R\$ 3.000 por dia durante os festejos de Santa Rita de Cássia. No geral, o valor médio faturado estimado, por dia e por estabelecimento, com base nas respostas dos empreendedores, foi de R\$ 1.100.

Segundo 44,7% dos empreendedores ouvidos, as vendas nos festejos de Santa Rita de Cássia deste ano foram maiores do que o período antes da pandemia, para 32% foram iguais, e para apenas 23,3% as vendas foram menores.

Estratégia de vendas

Com relação às ações que os comerciantes realizaram para atrair consumidores nesse período, notou-se que 77,3% dos estabelecimentos investiram na divulgação; 22% disseram que investiram nos preços baixos dos produtos e serviços; 20,7% investiram no atendimento personalizado aos clientes; 10,7% investiram na facilidade de pagamento; 4% em sorteio de prêmios e/ou brindes; 4% em panfletagem; 2% na qualidade dos serviços, entre outros.

Quanto aos serviços disponibilizados, 74,7% relataram que ofereceram aos clientes formas de pagamentos diversificadas; em seguida aparece a disponibilização de banheiros para clientes, com 44%. Outros serviços oferecidos foram estacionamento (12%), ambientes para deficientes (11,3%), qualidade de serviços (4,7%) e entregas (1,3%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Melhorias

Sobre as sugestões de melhorias para o turismo local, os empreendedores reivindicaram melhoras no trânsito, mobilidade urbana e estacionamentos da cidade (11,3%); investimento em diversificar o turismo do município, com mais atrações turísticas e culturais (8%); capacitações para restaurantes e hotéis da cidade (8%); melhorias na infraestrutura da cidade (6,7%); conclusão do teleférico (6,7%); ampliação da divulgação dos eventos (4%); melhores atrações musicais (3,3%); banheiros públicos para os visitantes e turistas (3,3%); investimento geral no turismo da cidade (3,3%); investir na rede hoteleira (3,3%); melhorar abastecimento de água da cidade (2,7%); aumentar os atrativos para o centro cidade (2%); incentivar o empreendedorismo (2%); entre outros. Tabela 1.

Perfil dos Negócios

Com relação às atividades, notou-se uma grande variedade de segmentos pesquisados. Entre os mais representativos estão vestuários, calçados e acessórios (22%); bares e restaurantes (8,7%), lanchonetes (6,7%); beleza e cuidados pessoais (6%); mercadinho, supermercado e panificadoras (6%); material de construção (5,3%); eletrodoméstico, móveis e eletrônicos (4,7%); farmácias e drogarias (4,7%); artesanatos (4%); hotéis e pousadas (4%); combustíveis e lubrificantes (2,7%); perfumaria e cosméticos (2,7%); conveniência (2%); óticas (2%); agência de viagem (1,3%); atacado e varejo (1,3%); gráficas (1,3%); reparo em automóveis (1,3%); sorveterias (1,3%); artigos para festas (0,7%); artigos religiosos (0,7%); assistência técnica (0,7%); rações e pets (0,7%); entre outras.

No que se refere ao porte, 41,3% relataram ser microempreendedores individuais (MEI); 28,7% afirmaram ser microempresas (ME); 12% disseram ser empresas de pequeno porte (EPP); e 14% confirmaram ser empresa média ou grande.

No geral, 42,7% das empresas visitadas disseram que possuíam entre 2 e 3 colaboradores; 20,7% afirmaram que possuíam apenas 1 funcionário; 17,3% tinham entre 4 e 5 empregados; 8,7% entre 6 e 9; e 10,7% contavam com mais de 10 colaboradores para atender a demanda da festa.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Percepção geral

Gráfico 1 – Em relação a festa da padroeira da cidade, a data afeta o seu negócio de que forma?

Fonte: Fecomércio/RN

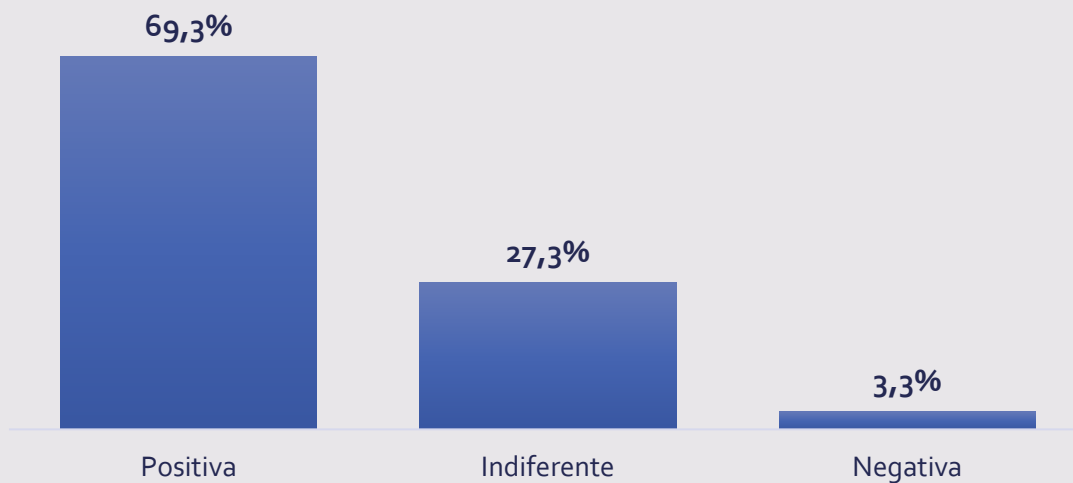
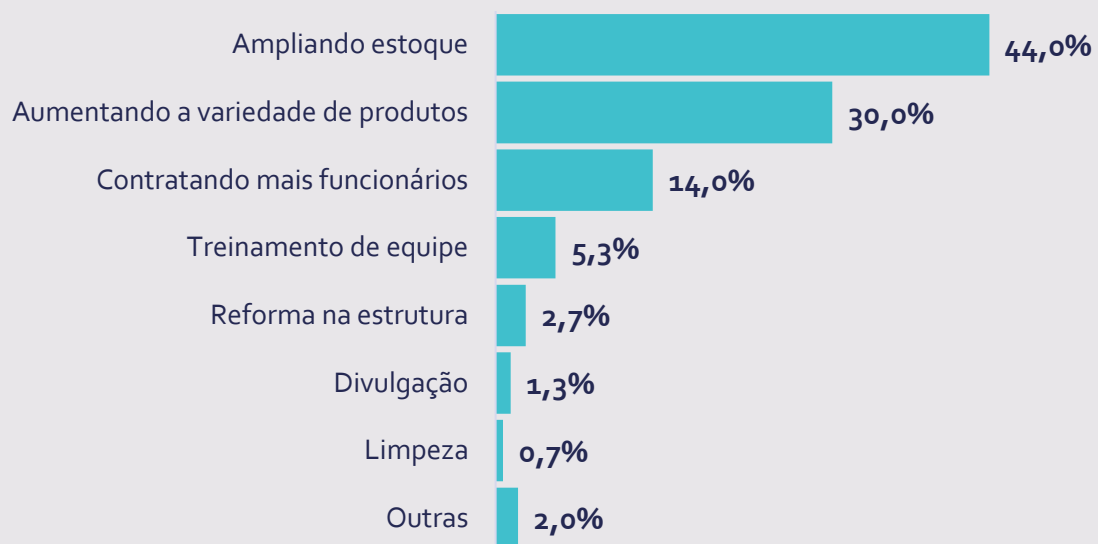


Gráfico 2 – Que tipo de investimento o (a) Sr. (a) fez no seu negócio visando a Festa da Padroeira?

Fonte: Fecomércio/RN



Investimento

Gráfico 3 – Quanto o (a) Sr. (a) investiu no seu negócio visando a festa da padroeira? R\$
 Fonte: Fecomércio/RN

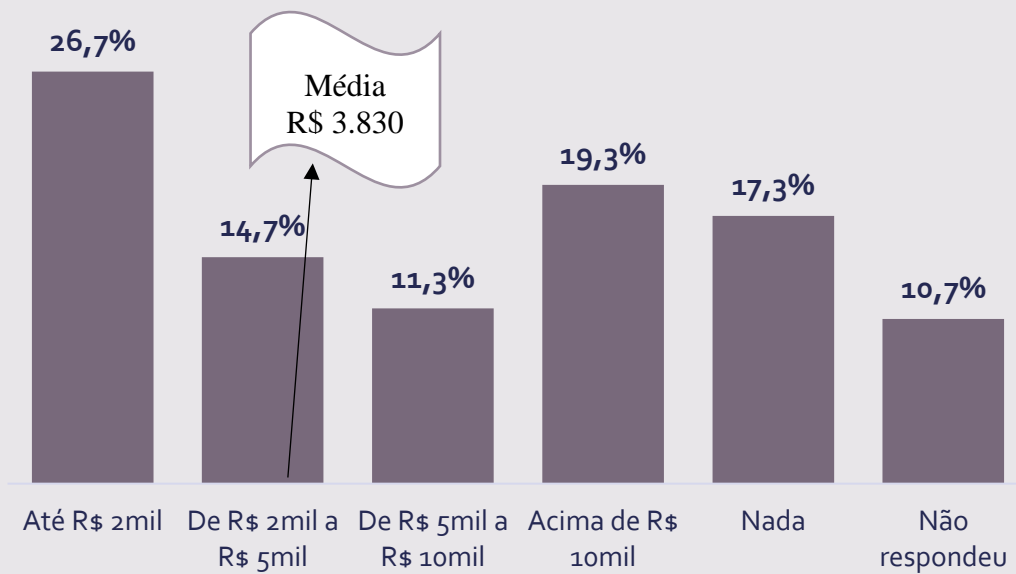
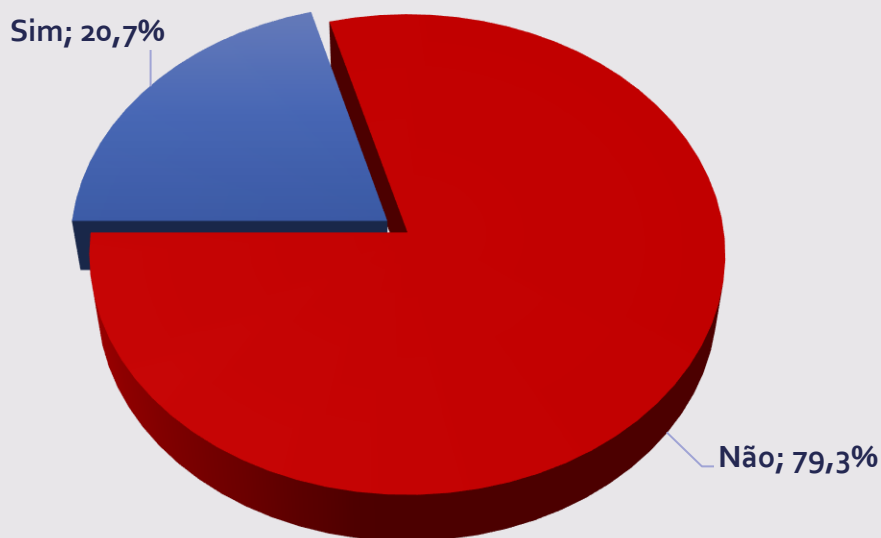


Gráfico 4 – O (a) Sr. (a) contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?
 Fonte: Fecomércio/RN



Faturamento

Gráfico 5 – As vendas durante a realização dos eventos vão atender as expectativas?

Fonte: Fecomércio/RN

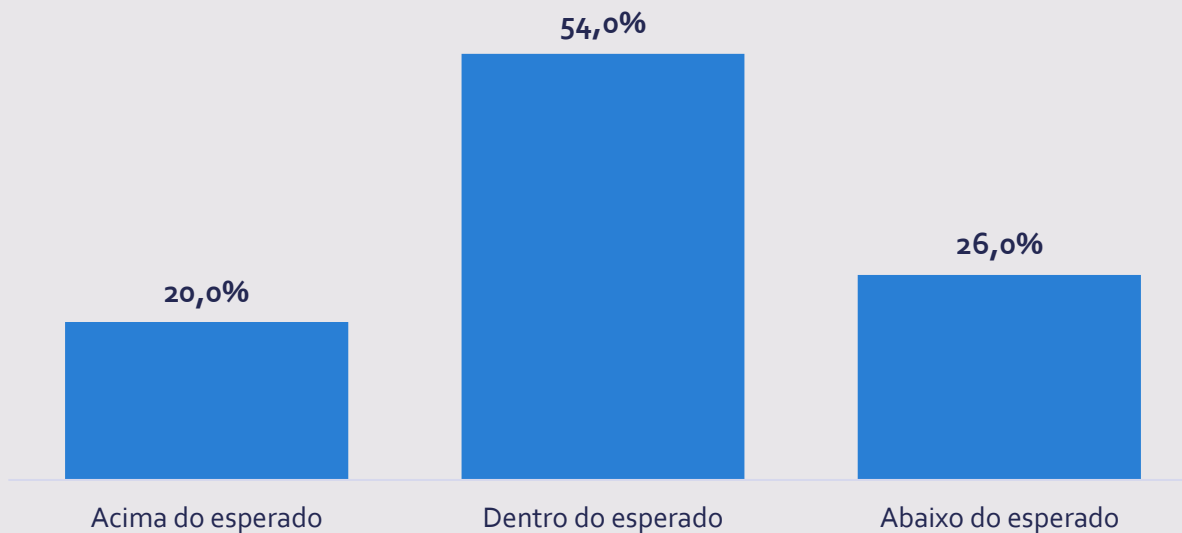


Gráfico 6 – Na comparação com o período antes da pandemia, seu negócio deve faturar:

Fonte: Fecomércio/RN

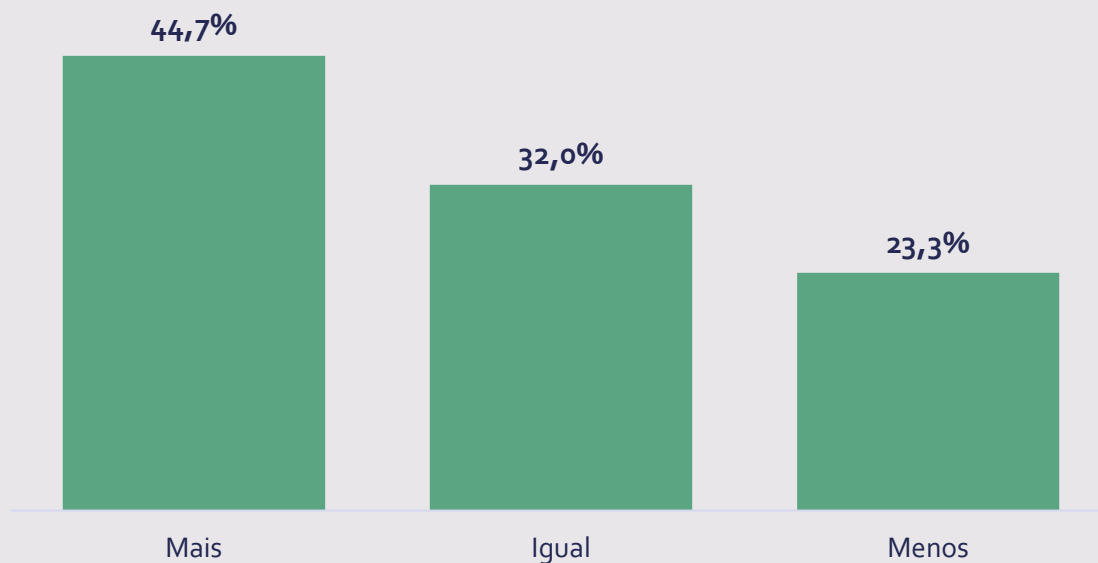


Gráfico 7 – Quanto em média o seu negócio espera faturar por dia na festa? R\$
 Fonte: Fecomércio/RN

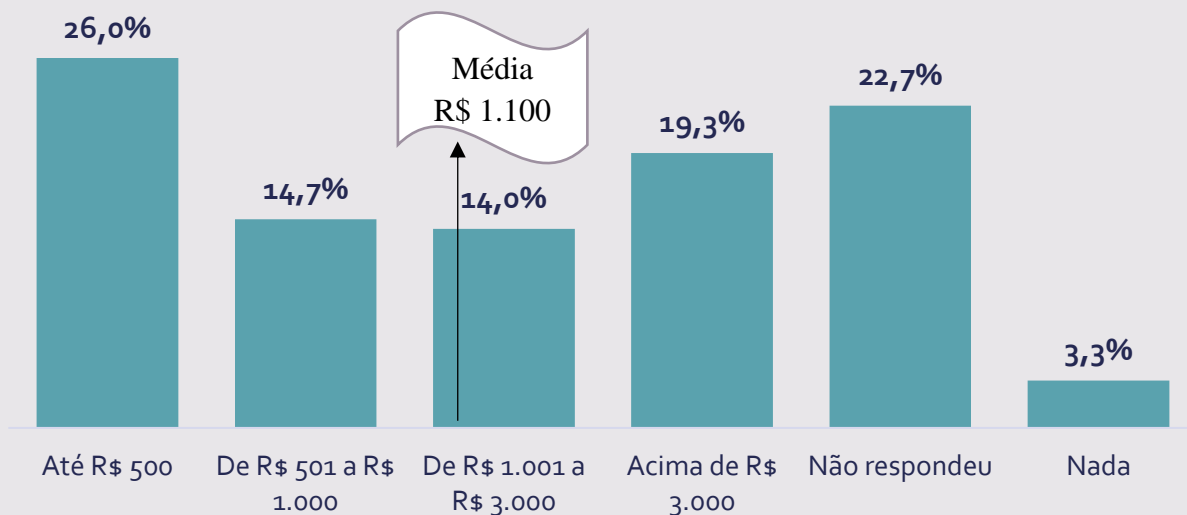


Gráfico 8 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante os festejos de Santa Rita de Cassia 2022?

Fonte: Fecomércio/RN

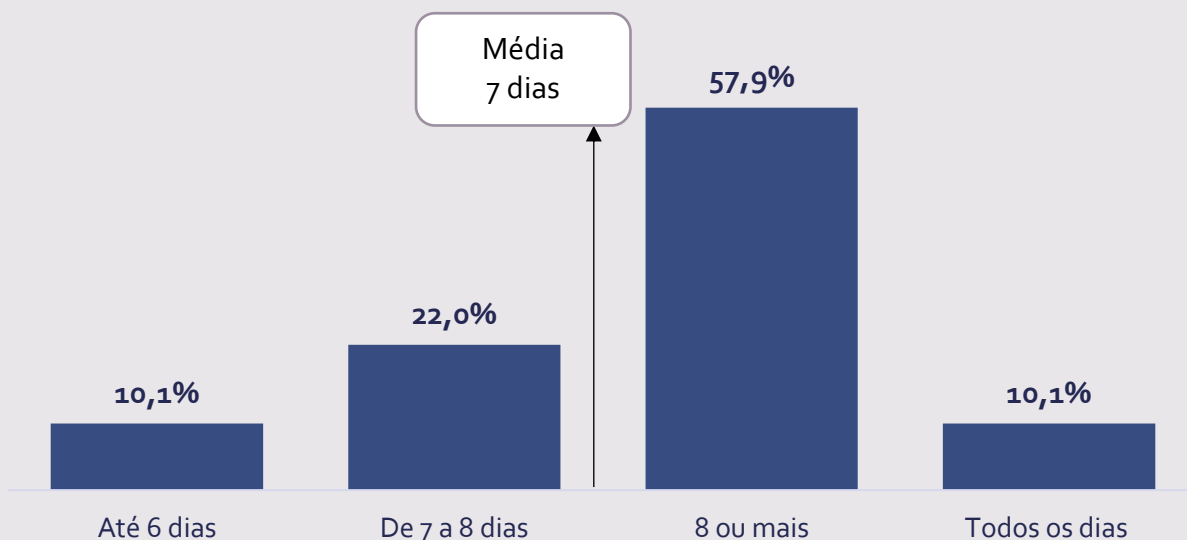
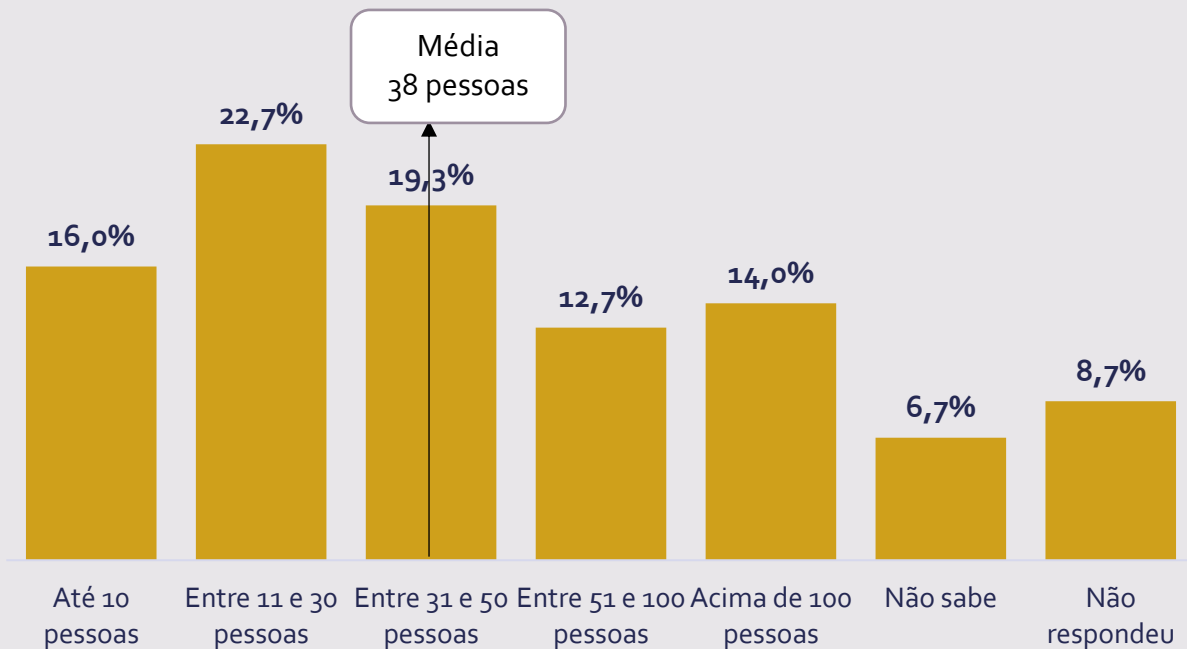


Gráfico 9 – Qual a média de clientes espera por dia durante os festejos? N°

Fonte: Fecomércio/RN



Estratégia de vendas

Gráfico 10 – Qual ação utilizou para atrair clientes durante o Festa da Padroeira?

Fonte: Fecomércio/RN

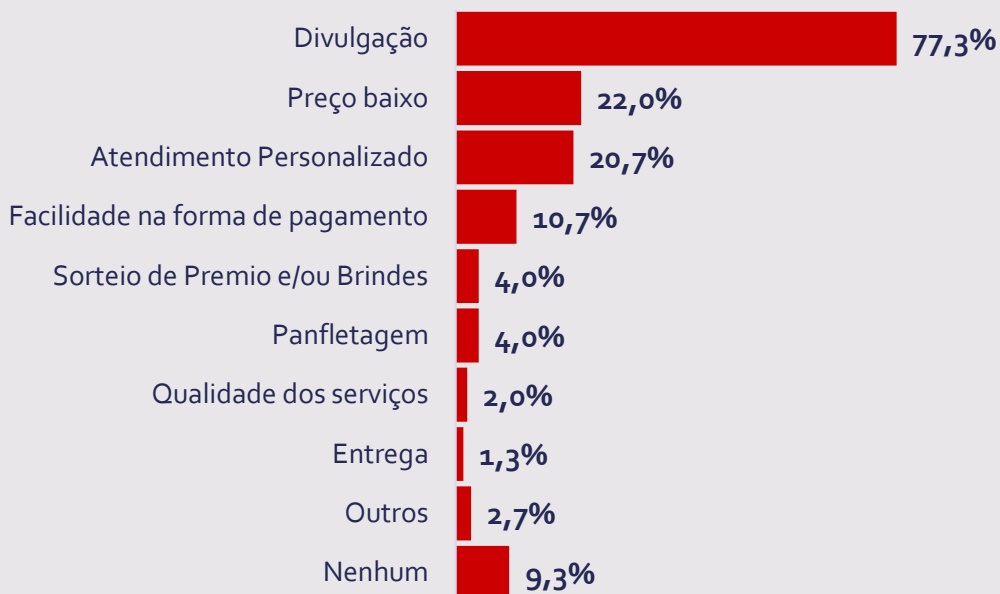
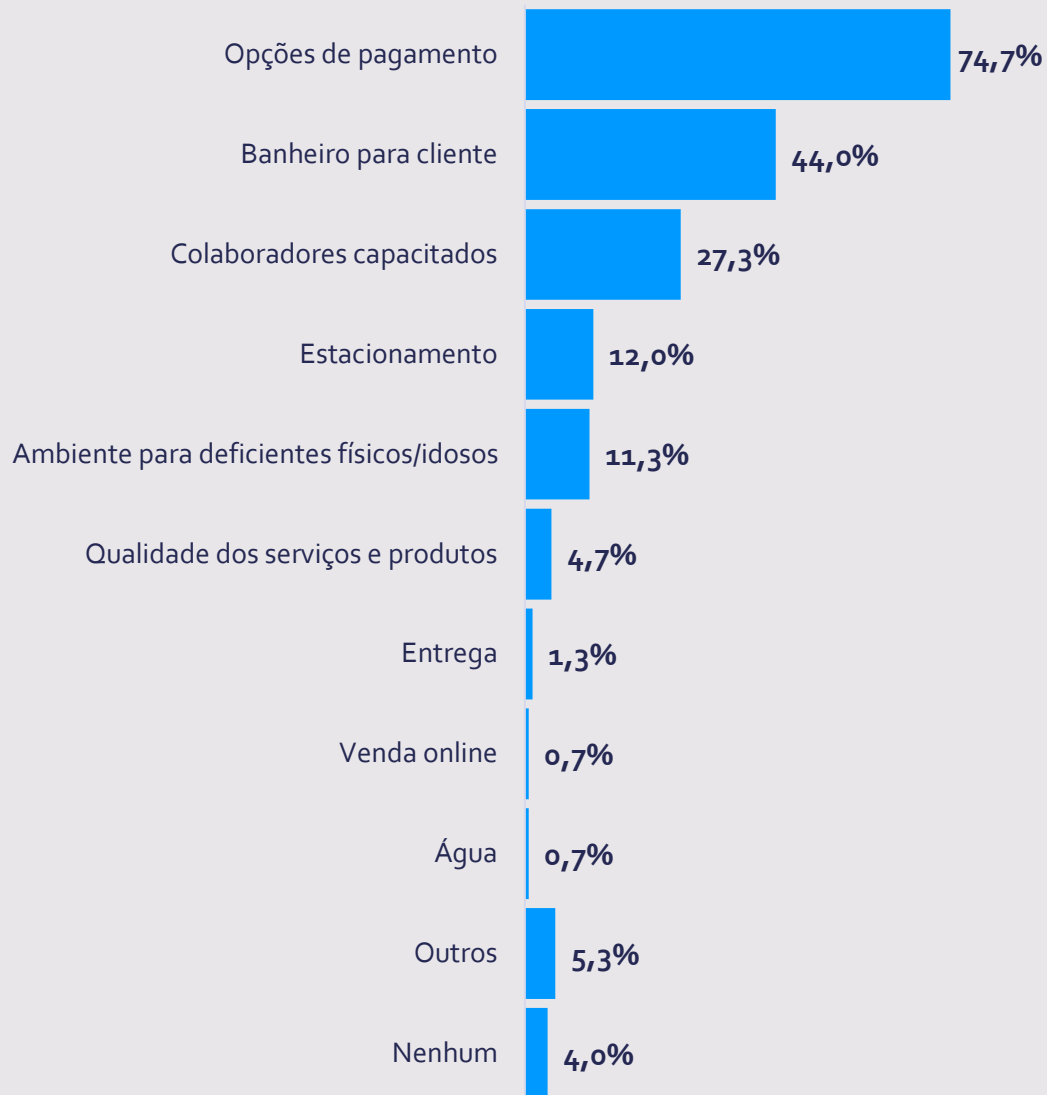


Gráfico 11 – Serviços oferecidos para os clientes durante o Festa da Padroeira?
Fonte: Fecomércio/RN



Melhorias

Tabela 1 – Sugestões de melhorias para o turismo de Santa Cruz.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Trânsito/Mobilidade urbana/Estacionamentos	11,3%
Diversificar o turismo/Mais atrações turísticas e culturais	8,0%
Capacitação para restaurantes e hotéis	8,0%
Infraestrutura da cidade	6,7%
Concluir Teleférico	6,7%
Divulgação dos eventos	4,0%
Atrações musicais	3,3%
Banheiros públicos	3,3%
Investimento na segurança	3,3%
Investimento no turismo	3,3%
Investimento na rede hoteleira	3,3%
Abastecimento de água	2,7%
Atrativos para o centro da cidade	2,0%
Empreendedorismo	2,0%
Funcionamento do comércio final de semana	2,0%
Limpeza da cidade	2,0%
Melhorar atendimento ao visitante	2,0%
Placas de sinalização turísticas	2,0%
Projeto de revitalização da feira livre	2,0%
Acessibilidade	1,3%
Criar eventos paralelos para bares/restaurantes	1,3%
Geração de serviços	1,3%
Outros	1,3%
Mais Bares e restaurantes	1,3%
Organização na cidade	1,3%
Baixar os impostos	0,7%
Capacitação	0,7%
Finalizar obras	0,7%
Guia de turismo	0,7%
Investir mais em datas comemorativas	0,7%
Mais marketing para estatua	0,7%
Melhorar os preços	0,7%
Ponto de apoio ao turista	0,7%
Reforma e preservar o olho d	0,7%
Ter mais acesso com a prefeitura	0,7%
Não sabe	7,3%

Perfil das empresas

Tabela 2 – Tipo de negócio:

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário/Calçados/Acessórios	22,0%
Bares/Restaurantes	8,7%
Lanchonetes	6,7%
Beleza e Cuidados pessoais	6,0%
Mercadinho/Supermercados/Panificadoras	6,0%
Material de construção	5,3%
Eletrodomésticos/Móveis/Eletrônicos	4,7%
Farmácias/Drogarias	4,7%
Artesanatos	4,0%
Hotéis/Pousadas	4,0%
Combustíveis e Lubrificantes	2,7%
Perfumaria/Cosméticos	2,7%
Conveniência	2,0%
Ótica	2,0%
Agência de viagem	1,3%
Ataca e varejo	1,3%
Gráfica	1,3%
Reparos em automóveis	1,3%
Sorveterias	1,3%
Artigo de festas	0,7%
Artigos religiosos	0,7%
Assistência técnica	0,7%
Rações/Pet	0,7%
Estúdio fotográfico	0,7%
Livraria e Papelaria	0,7%
Loja suplementos	0,7%
Variedades	0,7%
Outros	6,7%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 12 – Classificação dos formais:
Fonte: Fecomércio/RN

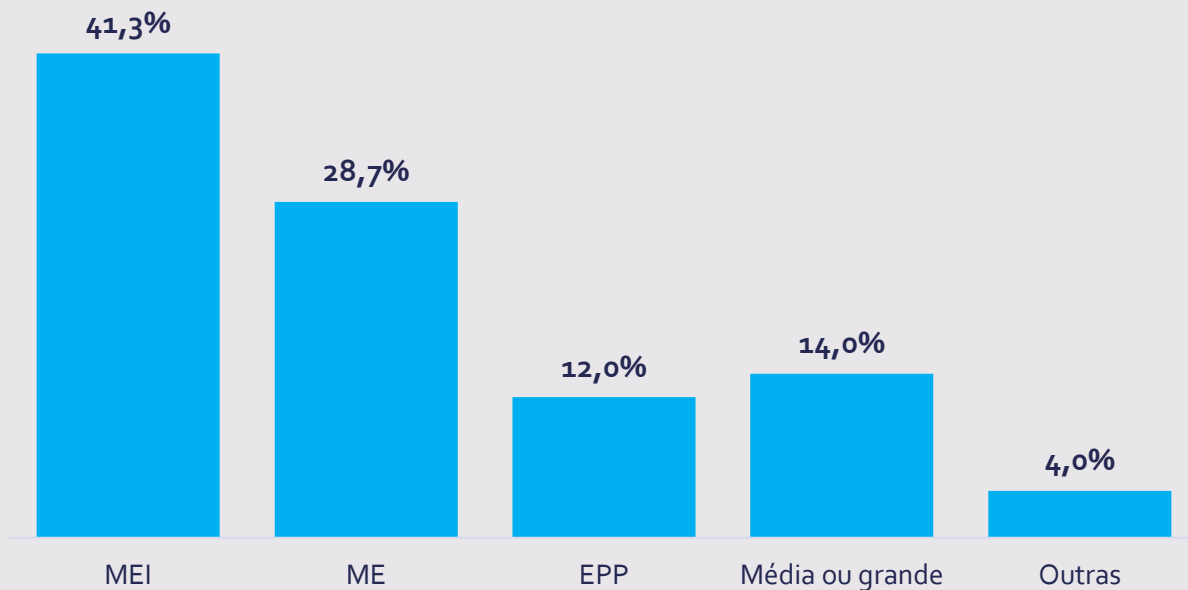
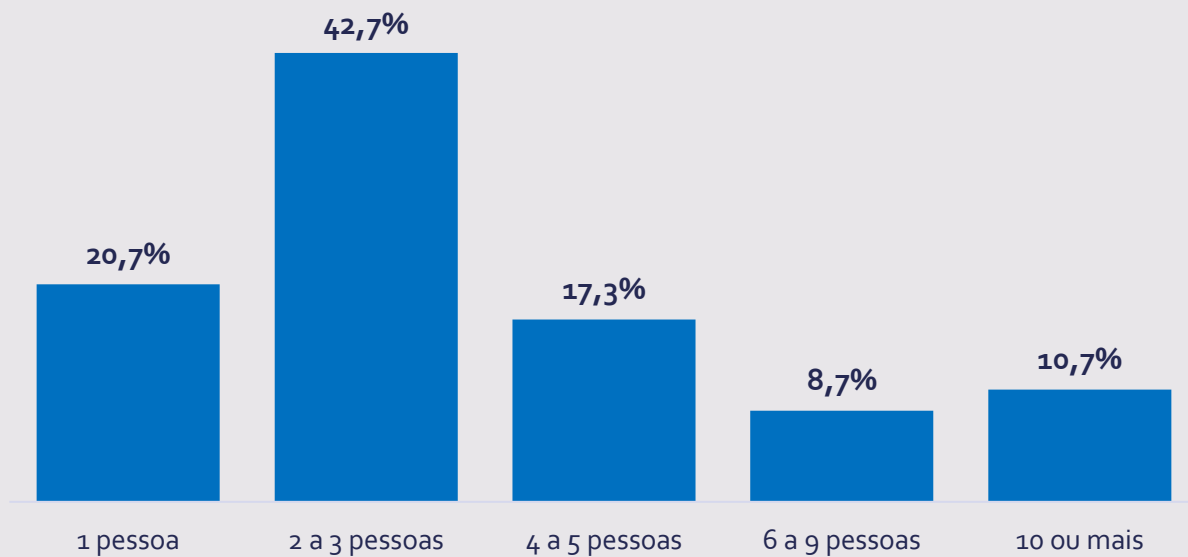


Gráfico 13 - Número de colaboradores.
Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E
TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Assessora Técnica

Ágata Menezes

Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Jacqueline Aires

Maria do Socorro

Marina Xavier

Julio Cezar

Pesquisadores