

PERCEPÇÃO DOS COMERCIANTES



Carnaval de **Natal** 2023

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS	5
Percepção geral	5
Investimento	5
Faturamento.....	6
Estratégia de vendas	6
Perfil dos Negócios	7
4. GRÁFICOS E TABELAS	8
Percepção geral	8
Investimento	9
Faturamento.....	11
Estratégia de vendas	14
Perfil das empresas.....	15

1. APRESENTAÇÃO

O Carnaval de Natal, além dos aspectos socioculturais, movimenta a economia da cidade e faz circular renda. O evento tem um enorme potencial e vem sendo um dos maiores carnavais do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades interferem diretamente na vida das pessoas, influenciando não só na economia e geração de renda, mas nos hábitos, costumes e sentimento de alegria das pessoas.

Os festejos mobilizam a população local, visitantes e turistas, com o envolvimento na realização da festa, com a participação em shows musicais, blocos de rua, desfiles, orquestras e vários atrativos.

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), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa técnica para avaliar o impacto do Carnaval de Natal 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

Este relatório corresponde ao produto final obtido de pesquisa técnica realizada em Natal, capital do RN, entre os dias 16 e 22 de fevereiro de 2023, onde foram entrevistados 300 gestores formais e informais de empresas dos segmentos do comércio e serviços do município, preferencialmente localizadas no entorno dos polos onde havia programação do Carnaval em Natal 2023.

O diagnóstico foi quantitativo e a coleta de dados foi primária, realizada presencialmente por entrevistadores experientes e devidamente capacitados para este tipo de trabalho.

A pesquisa possui margem de erro aproximada de 3 pontos percentuais e nível de confiança de 95%. Isso significa dizer que se a mesma pesquisa for realizada 100 vezes, em 95 vezes os resultados, por quesito, irão variar 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

O instrumento de pesquisa foi um questionário padronizado eletrônico, aplicado por meio de tablets, constando de perguntas fechadas, abertas e de múltiplas respostas. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

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 georreferenciamento e gravação da entrevista.

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

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Percepção geral

Inicialmente a pesquisa mediu o grau de influência que o Carnaval tem para os negócios de Natal. O resultado mostra que 73,3% dos gestores avaliaram como positivo o período do Carnaval de Natal para os setores de comércio e serviços do município, ou seja, mais de sete em cada dez afirmaram que a festa afeta de modo favorável o negócio local. Somente uma parcela de 14% avaliou como negativo. Outros 12,7% consideraram que a data é indiferente para seus negócios.

Procurou saber também quais foram os investimentos realizados pelos empreendedores visando impulsionar os negócios no período de festas, e os principais foram com ampliação de estoque/compra de produtos (66,3%); aumento da variedade de itens (33,3%); contratação de funcionários (19%); estrutura/reforma/estacionamento (6%); treinamento de equipe (4,3%); entre outros (3,3%). 15,7% informaram que não fizeram investimento.

Investimento

Quanto aos valores, os dados mostraram que 62,7% dos comerciantes investiram até R\$ 2.000,00; outros 30% investiram entre R\$ 2.001,00 e R\$ 10.000,00; e 7,3% dos estabelecimentos confirmaram que investiram acima de 10.000,00 visando o período de festas. O investimento médio calculado foi de R\$ 5.301,00 por negócio. Por porte, observou-se que os informais e as MEIs investiram cerca de R\$ 2.225,40 e R\$ 3.543,97, respectivamente. Enquanto as MEs e as Médias/grandes superaram a média geral, com investimentos do R\$ 5.563,38 e R\$ 18.967,74 respectivamente.

Objetivando atender à demanda gerada pelo período de festas, três em cada dez dos comerciantes afirmaram que contrataram funcionários extras no período (31%), enquanto 69% revelaram que o número de colaboradores atuais suportava a demanda gerada pelos eventos.

Na opinião da maioria dos gestores entrevistados, o movimento de pessoas nos estabelecimentos foi satisfatório. A parcela de opiniões positivas somou 77,3%, distribuídas em movimento bom (46%) e muito bom (31,3%). Isso significa que o fluxo de clientes proporcionado

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

pelo período das festas agradou aos empreendedores locais, o que contribuiu de forma positiva para o aumento das vendas nesse período.

Faturamento

Analisar o valor médio arrecadado por cada negócio durante o período é um importante indicador de desempenho.

A pesquisa identificou que 35,7% dos negócios faturaram até R\$ 500 por dia no período; 49,4% tiveram ganhos diários que variaram de R\$ 501 a R\$ 5.000; e 15% acima de R\$ 5.000 por dia durante o Carnaval de Natal. No geral, o valor médio faturado estimado, por dia e por estabelecimento, com base nas respostas dos empreendedores, foi de R\$ 5.764,15. Analisando por porte, verificou-se as seguintes médias de faturamento diários: Informais (R\$ 943,65); MEI (R\$ 1.594,70); ME (R\$ 5.367,75); EPP (R\$ 12.705,26); e médias ou grandes (R\$ 27.816,13).

Acerca do número de dias que funcionou durante os festejos, 58,7% dos gestores relataram que abriram seus negócios por 5 ou mais dias de evento; 32,3% entre 2 e 4 dias; e somente 9% funcionaram por até 1 dia. Sendo a média calculada em 4 dias de funcionamento.

Para 33,7% dos empresários entrevistados, a média de clientes que visitou os estabelecimentos foi de até 30 pessoas por dia durante o período da festa; para 33% das empresas, o número de clientes por dia foi de 31 a 100 clientes; ao passo que 21% receberam entre 101 e 300 pessoas por dia; e 12,3% venderam para mais de 300 clientes. A média por estabelecimento foi de 111 clientes por dia. Sendo que entre os MEIs o número médio foi de 83 clientes; e entre as médias ou grandes empresas atingiu 137 clientes.

Estratégia de vendas

No que diz respeito às ações para atrair clientes, a mais citada foi a divulgação dos produtos e serviços oferecidos, com 46% dos estabelecimentos informando que investiram na propaganda. 26,3% disseram que promoveram preços baixos e promoções para atrair mais clientes; e 24% se dedicaram ao atendimento personalizado. Disponibilização de serviços pela internet, facilidade de pagamento e banheiros para clientes juntos somaram 20,1% das menções; enquanto panfletagem,

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

estacionamento e divulgação boca a boca somaram 10,3% das citações. Outros foram 6% e cerca de 18,7% não fizeram nenhuma ação para atrair clientes no período.

Perfil dos Negócios

Em Natal, a pesquisa coletou informações de diversos segmentos empresariais do município de Natal. Entre os mais representativos estão bares e restaurantes (23,7%); vestuário (16,3%); lanchonetes (11,7%); fantasias e adereços (7,3%); artesanatos (6,3%); ambulantes em geral (5,7%); conveniências (4,7%); distribuidoras de bebidas e alimentos (4,7%); salão de beleza e barbearias (3,7%); padarias e confeitarias (2,7%); farmácias (2%); sorveterias (1,7%); calçados (1,3%); agências de viagens (1%); perfumarias (1%); pizzarias (1%); variedades (1%); entre outros segmentos como passeios, peixarias, hospedagens, supermercados, acessórios em geral, artigos em geral e hortifrúti, que juntos somaram 4,3%.

Sobre o porte das empresas, 38,7% relataram ser microempreendedores individuais (MEI); 23,7% afirmaram ser microempresas (ME); 6,3% disseram ser empresas de pequeno porte (EPP); 10,3% confirmaram ser empresa média ou grande; outras ou informais foram 21%.

No tocante ao número de colaboradores por negócio, 47,3% das empresas visitadas disseram que possuíam até 2 pessoas trabalhando; 34,7% afirmaram que possuíam de 3 a 5 funcionários; e 18% contavam com 6 ou mais colaboradores para atender à demanda da festa.

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

4. GRÁFICOS E TABELAS

Percepção geral

Gráfico 1 – Em relação ao Carnaval de Natal, a data afeta o seu negócio de que forma?
Fonte: Fecomércio/RN

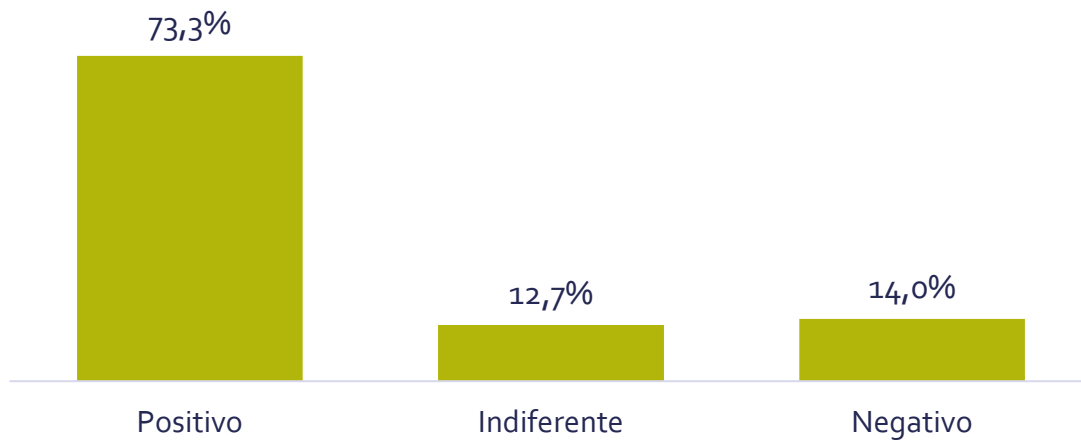
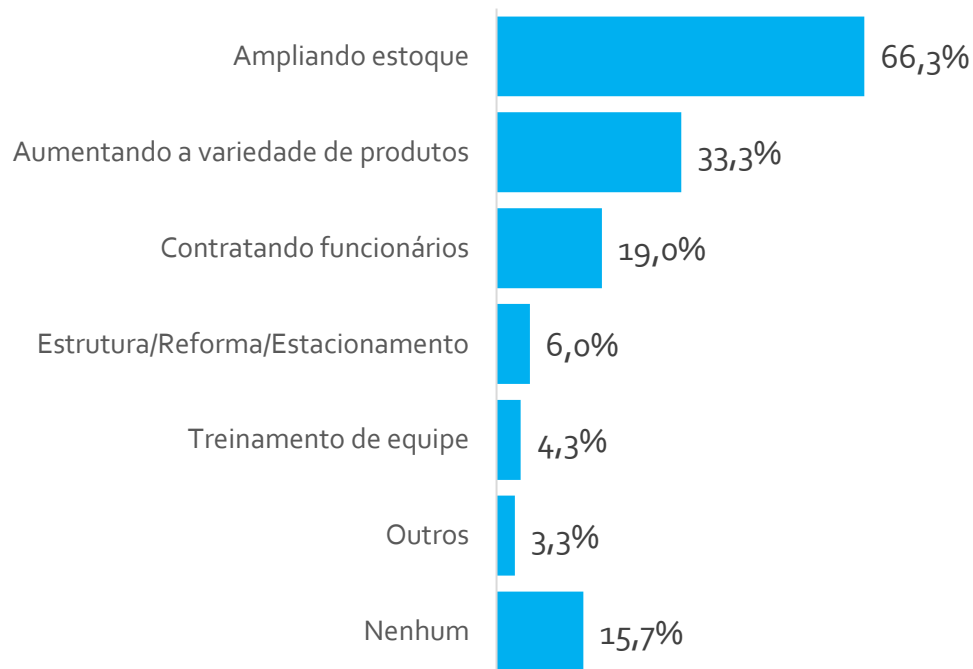


Gráfico 2 – Que tipo de investimento o (a) Sr. (a) fez no seu negócio visando o Carnaval de Natal?

Fonte: Fecomércio/RN



Investimento

Gráfico 3 – Quanto o (a) Sr. (a) investiu no seu negócio visando o Carnaval de Natal?
 Fonte: Fecomércio/RN

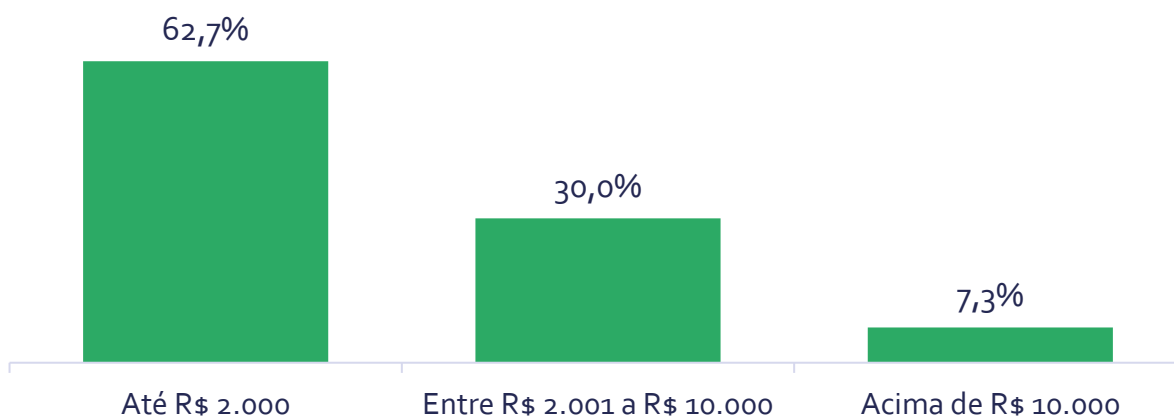


Tabela 1 – Investimento por porte.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Valor Médio
Informais/Outros	R\$ 2.225,40
MEI	R\$ 3.543,97
ME	R\$ 5.563,38
EPP	R\$ 2.947,37
Empresa Média/Grande	R\$ 18.967,74
Total médio	R\$ 5.301,00

Gráfico 4 – O (a) Sr. (a) contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?

Fonte: Fecomércio/RN

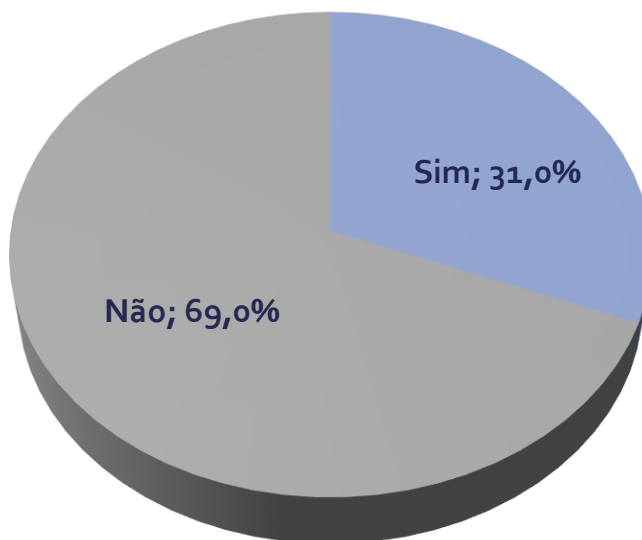


Tabela 2 – Contração de colaboradores por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Informais/Outros	31,7%	68,2%
MEI	28,4%	71,6%
ME	33,8%	66,2%
EPP	21,1%	78,9%
Empresa Média/Grande	38,7%	61,3%

Faturamento

Gráfico 5 – Qual a sua expectativa para o movimento durante o Carnaval?

Fonte: Fecomércio/RN

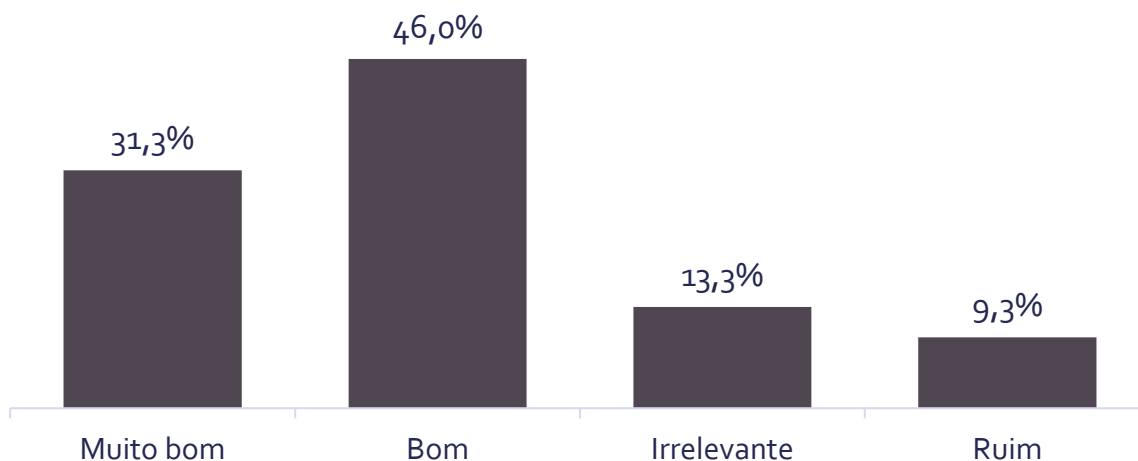


Gráfico 6 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante o Carnaval de Natal 2023?

Fonte: Fecomércio/RN

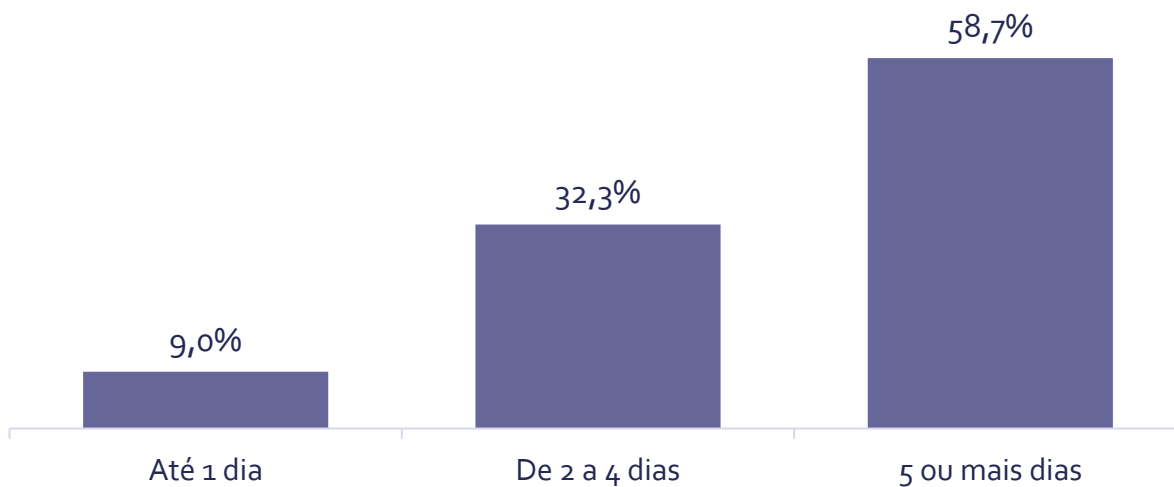


Gráfico 7 – Quanto em média o seu negócio espera faturar por dia na festa?

Fonte: Fecomércio/RN

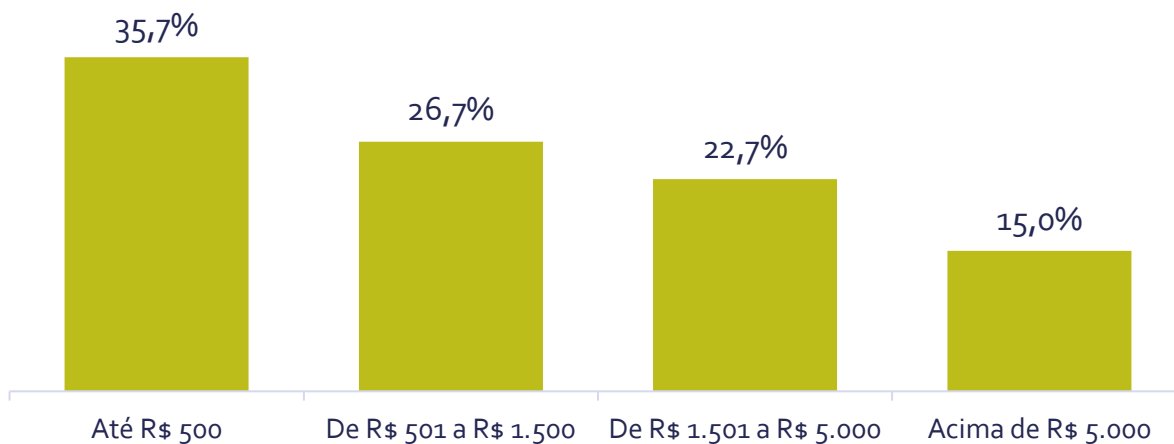


Tabela 3 – Faturamento médio por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Porte	Valor Médio
Informais/Outros	R\$ 943,65
MEI	R\$ 1.594,70
ME	R\$ 5.367,75
EPP	R\$ 12.705,26
Empresa Média/Grande	R\$ 27.816,13
Média Geral	R\$ 5.764,15

Gráfico 8 – Qual a média de clientes recebeu/espera receber por dia durante os festejos?

Fonte: Fecomércio/RN

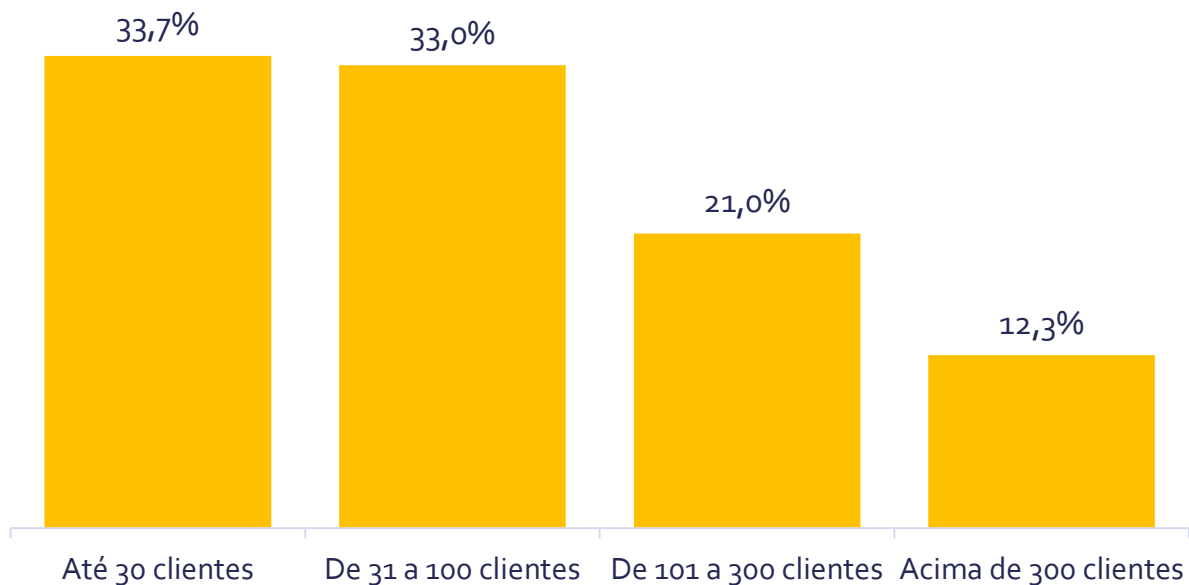


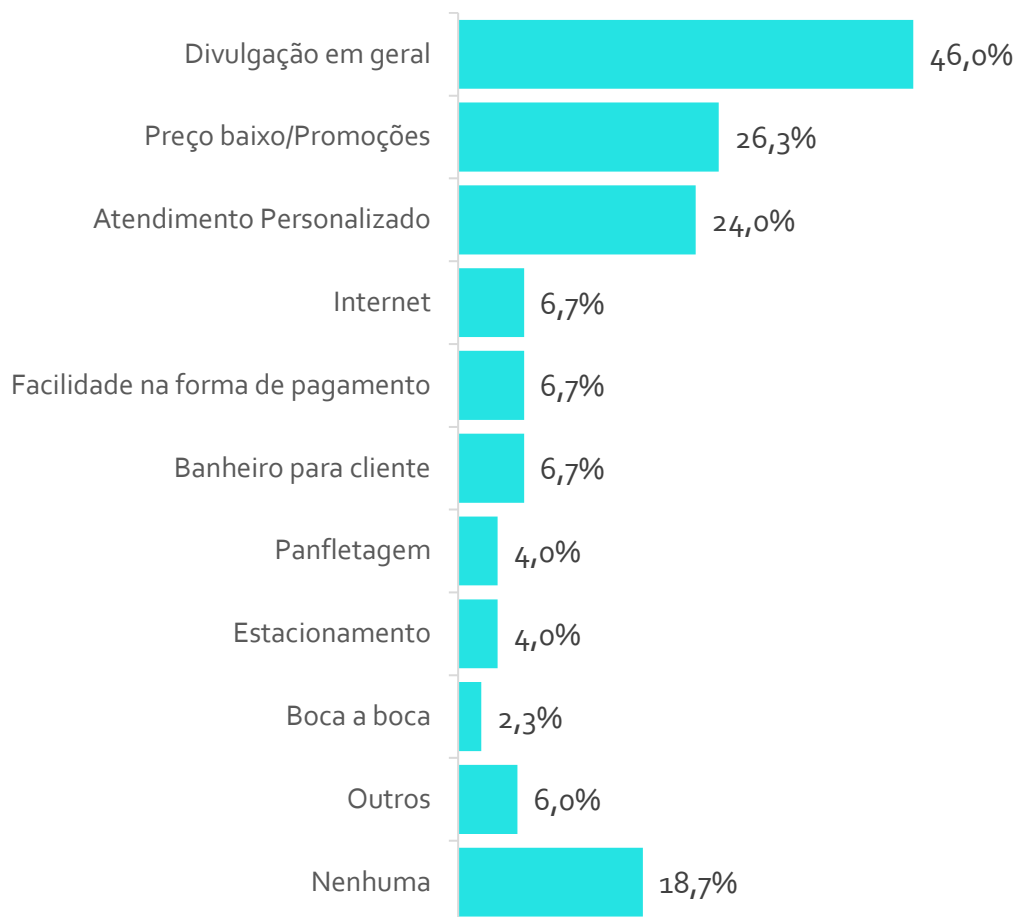
Tabela 4 – Número médio de clientes por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Porte	Nº médio
MEI	83
ME	118
EPP	118
Empresa Média/Grande	137
Informais/Outros	108
Média geral	111

Estratégia de vendas

Gráfico 9 – Qual ação ou serviço utilizou para atrair clientes durante o Carnaval de Natal?
Fonte: Fecomércio/RN



Perfil das empresas

Gráfico 10 – Porte dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN

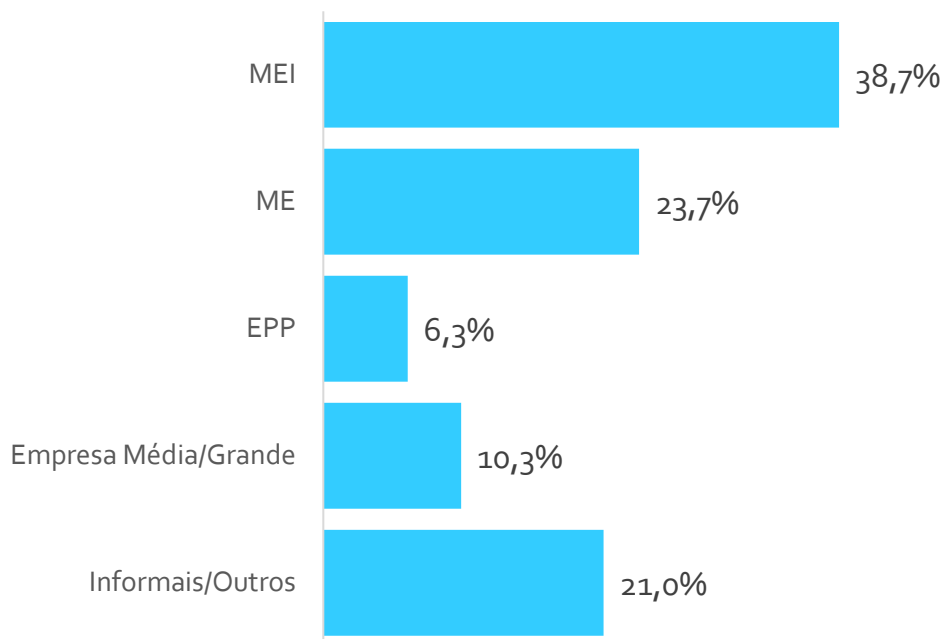


Gráfico 11 - Número de colaboradores.

Fonte: Fecomércio/RN

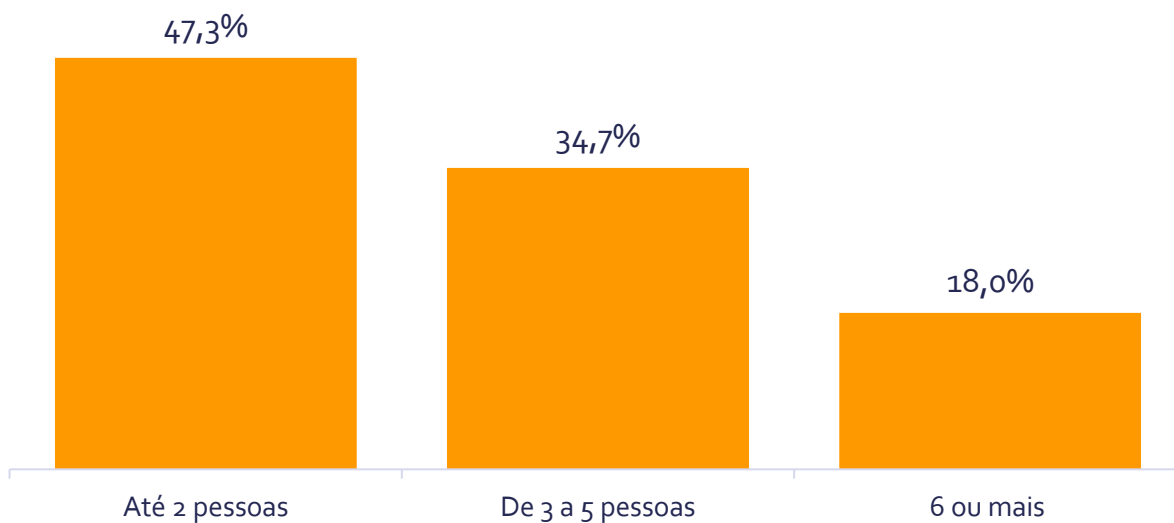


Tabela 5 – Segmento das empresas:
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Bares/Restaurantes	23,7%
Vestuário	16,3%
Lanchonetes	11,7%
Fantasia e adereços	7,3%
Artesanatos	6,3%
Ambulantes em geral	5,7%
Conveniência	4,7%
Distribuidora	4,7%
Salão de beleza/Barbearia	3,7%
Padaria e Confeitaria	2,7%
Farmácias	2,0%
Sorveterias	1,7%
Calçados	1,3%
Agências de viagens	1,0%
Perfumaria	1,0%
Pizzaria	1,0%
Variedades	1,0%
Passeios	0,7%
Peixaria	0,7%
Hotéis/Pousadas	0,3%
Supermercados	0,3%
Acessórios em geral	0,3%
Artigos em geral	0,3%
Hortifrúti - frutas e verduras	0,3%
Outros	1,3%

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

Coordenadora de Inteligência de Negócios

Luiz Henrique

Analista de Negócios

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Hugo Sergio

Maria do Socorro

Thales Capistrano

João Soares

Lidiane Silva

Rogério Antunes

Pesquisadores