

# PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS

— SOBRE A FESTA DE —

# SANTA RITA DE CÁSSIA

SANTA CRUZ/RN - MAIO DE 2023

**SUMÁRIO**

<b>1. APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>4</b>
<b>3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS .....</b>	<b>5</b>
PERCEPÇÃO GERAL .....	5
INVESTIMENTO .....	5
FATURAMENTO .....	6
ESTRATÉGIA DE VENDAS .....	7
MELHORIAS .....	7
PERFIL DOS NEGÓCIOS .....	7
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS .....</b>	<b>9</b>
PERCEPÇÃO GERAL .....	9
INVESTIMENTO .....	9
FATURAMENTO .....	13
ESTRATÉGIA DE VENDAS .....	17
MELHORIAS .....	18
PERFIL DAS EMPRESAS .....	19

## 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. 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 dos munícipes, 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), por meio 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 16 e 22 de maio de 2023, onde foram entrevistados 150 empreendedores formais e informais 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**

Sobre a opinião dos empreendedores locais em relação à influência da festa da padroeira nos negócios de Santa Cruz (RN), a percepção geral foi boa. 65,3 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, a festa afeta de modo favorável o negócio local. Somente uma parcela de 9,3% avaliaram como negativo. Outros 25,3% consideraram que a data é indiferente para os seus negócios.

Quanto aos investimentos realizados no negócio para impulsionar as vendas no período, os principais foram com ampliação de estoque/compra de produtos (52%); aumento da variedade de itens (34%); contratação de funcionários (12%); treinamento de equipe (10%); reforma na estrutura (8,7%); entre outros.

#### **Investimento**

A pesquisa mostrou que seis em cada dez (62%) dos empreendedores fizeram algum tipo de investimento no negócio visando o evento, ao passo que 38% disseram que não foi necessário. No ano passado, 66,7% fizeram investimentos, enquanto 33,3% não.

Sobre os valores investidos, 18,4% dos empreendedores dos setores de comércio e serviços investiram até R\$ 2.000,00; 34,5% investiram entre R\$ 2.001,00 e R\$ 5.000,00; 19,5% de R\$ 5.000 a R\$ 10.000 e 27,6% acima de 10.000,00. O investimento médio calculado foi de R\$ 4.203,33 por estabelecimento. No ano passado havia sido calculado em R\$ 3.830,00.

Por porte, observou-se que os informais e as MEIs investiram, em média, R\$ 3.333,33 e R\$ 3.994,19, respectivamente. Enquanto as MEs e as EPPs superaram a média geral, com investimentos de R\$ 4.621,95 e R\$ 4.850,00, respectivamente. Observou-se também que as empresas do comércio investiram em média R\$ 4.663,37, enquanto as dos serviços, R\$ 3.255,10.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Com relação à necessidade por colaboradores, dois em cada dez dos gestores afirmaram que contrataram funcionários extras no período (20%). Outros 80% revelaram que o número de colaboradores atuais suportou a demanda.

Observou-se que a necessidade de mão de obra para o período foi mais relevante para as empresas de serviços (30,6%) do que para as de comércio (14,9%), sendo maiores que a média geral também entre as empresas de pequeno porte (30%) e médias/grandes (28,6%).

Na opinião da maioria dos empresários locais o movimento gerado pela festa superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 66,7%, distribuídas em movimento bom (46,7%) e muito bom (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. Cerca de 20,7% consideraram irrelevante.

**Faturamento**

Acerca das vendas durante o período da festa deste ano, a pesquisa identificou que 38% dos negócios faturaram até R\$ 500 por dia no período; 42% entre R\$ 501 e R\$ 3.000; e 20% 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\$ 1.421,67. Média superior à registrada no ano passado, quando a pesquisa havia apurado faturamento médio diário por estabelecimento de R\$ 1.116,67.

Estratificando por porte, averiguou-se as seguintes médias de faturamento diários durante os dias de festa deste ano: Informais (R\$ 750,00); MEI (R\$ 1.188,95); ME (R\$ 1.701,22); EPP (R\$ 1.825,00); e médias ou grandes (R\$ 2.642,86).

No tocante ao número de dias que funcionou durante os festejos, 60,7% dos gestores relataram que funcionaram por mais de 8 dias de evento; 28,6% entre 7 e 8 dias; e somente 10,7% funcionaram por até 6 dias. Sendo a média deste ano calculada em 7 dias de funcionamento, a mesma registrada no ano passado.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Para 65,3% dos empreendedores entrevistados, a média de clientes que visitou os estabelecimentos foi de até 30 pessoas por dia durante o período da festa; para 23,6% das empresas, o número de clientes por dia foi de 31 a 100 clientes; ao passo que 11,1% receberam acima de 100 pessoas por dia. A média por estabelecimento foi de 34 clientes por dia, número próximo ao computado no ano anterior que foi de 38.

Estratificando, entre os MEIs o número médio foi de 30 clientes; e entre as médias ou grandes empresas atingiu uma média de 47 clientes por estabelecimento dia.

**Estratégia de vendas**

Os resultados da pesquisa mostraram ainda que os comerciantes realizaram diversas ações visando atrair mais clientes durante o período da festa. Notou-se que 63,3% dos estabelecimentos realizaram divulgação para atrair clientes; 30% disseram que ofereceram preços baixos dos produtos e serviços; 28,7% disponibilizaram várias opções de pagamento; 28% deram atendimento personalizado aos clientes; 11,3% fizeram sorteio de prêmios e/ou brindes; 9,3% disponibilizaram banheiros para clientes; 2% estacionamento gratuito, entre outros.

**Melhorias**

Sugestões de aprimoramento do turismo local também foram objeto de estudo. Os empreendedores reivindicaram a conclusão do teleférico (31,3%); aumentar os atrativos (28%); oferecer mais estacionamentos (28%); melhoras no trânsito, mobilidade urbana da cidade (27,3%); investimento público (23,3%); infraestrutura (23,3%); atrações musicais (21,3%); aumentar divulgação (13,3%); capacitação de empreendedores (10,7%); disponibilizar banheiros públicos (10,7%); entre outros.

**Perfil dos Negócios**

Sobre os setores participantes da pesquisa, observou-se que 67,3% eram do comércio e 32,7% eram empreendedores dos serviços.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Quanto ao porte dos estabelecimentos, 57,3% relataram ser microempreendedores individuais (MEI); 27,3% afirmaram ser microempresas (ME); 6,7% disseram ser empresas de pequeno porte (EPP); 4,7% confirmaram ser empresa média ou grande; e 4% outros.

No geral, 50,7% das empresas visitadas disseram que possuíam até 2 colaboradores; 35,3% tinham entre 3 e 5 funcionários; e 14% acima de 6 funcionários.

Sobre as atividades, notou-se uma grande variedade de segmentos pesquisados. Entre os mais representativos estão vestuário (25,4%); bares e restaurantes (8%); calçados (6%); beleza e cuidados pessoais (4,7%); eletrônicos (3,3%); acessórios (3,3%); assistência técnica (2,7%); gráfica/papelaria (2,7%); variedades (2,7%); farmácias (2,7%); perfumaria (2,7%); hotéis e pousadas (2%); lanchonetes (2%); artesanatos (1,4%); celulares e acessórios (1,3%); lojas de embalagens e plásticos (1,3%), mercado de frutas (1,3%), entre outros.

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

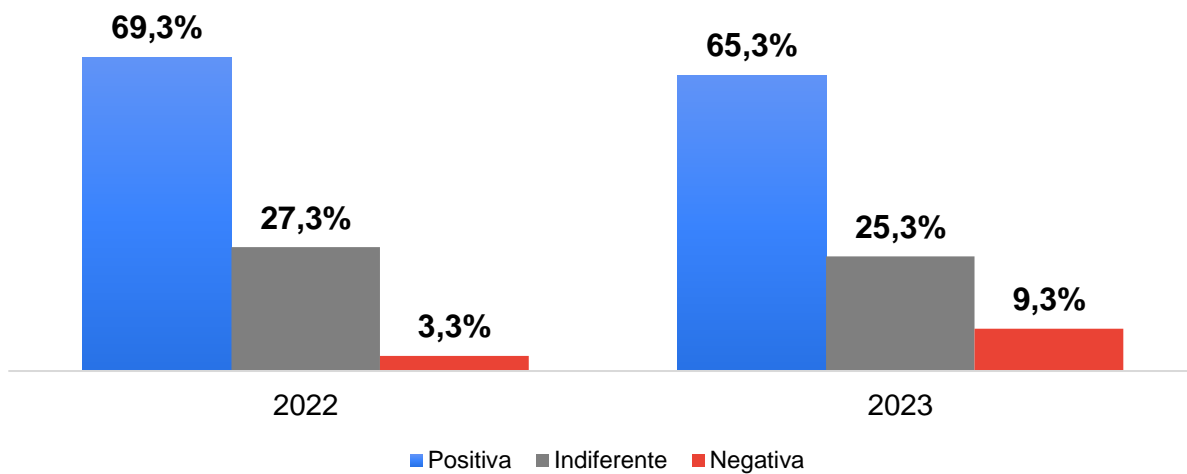


#### 4. GRÁFICOS E TABELAS

##### Percepção geral

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

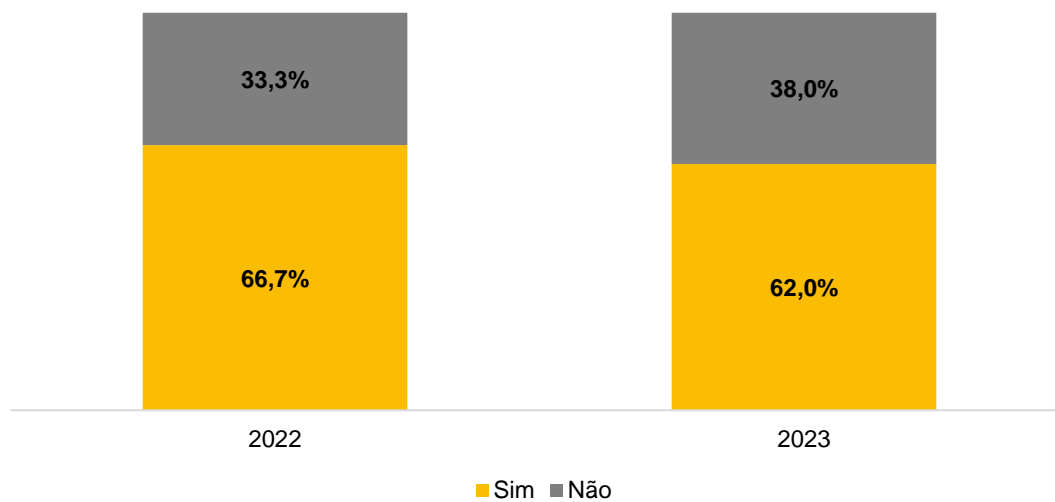
Fonte: Fecomércio/RN



##### Investimento

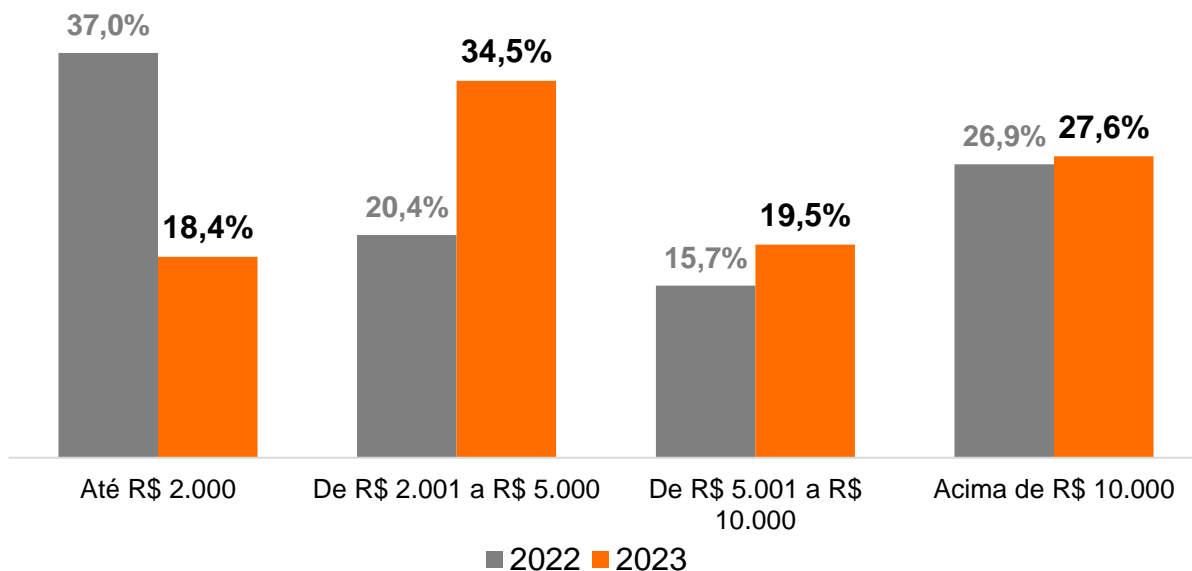
**Gráfico 2 – Investiu no negócio visando a festa?**

Fonte: Fecomércio/RN

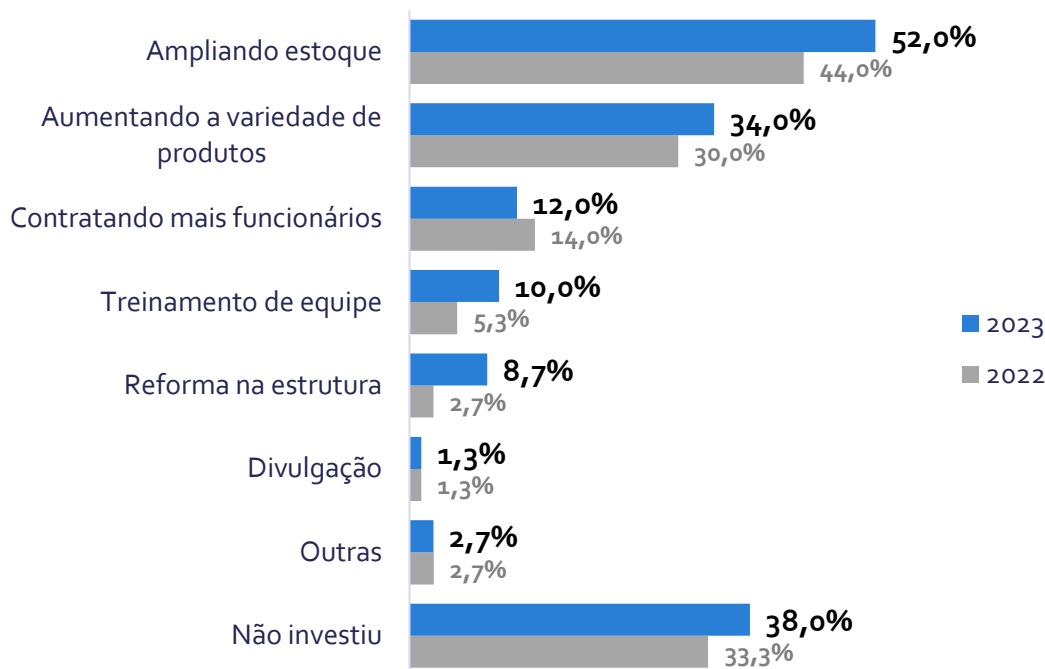


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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



**Gráfico 4 – Que tipo de investimento o (a) Sr. (a) fez no seu negócio visando a Festa da Padroeira?**  
 Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 1 – Investimento médio por estabelecimento.**

Fonte: Fecomércio/RN

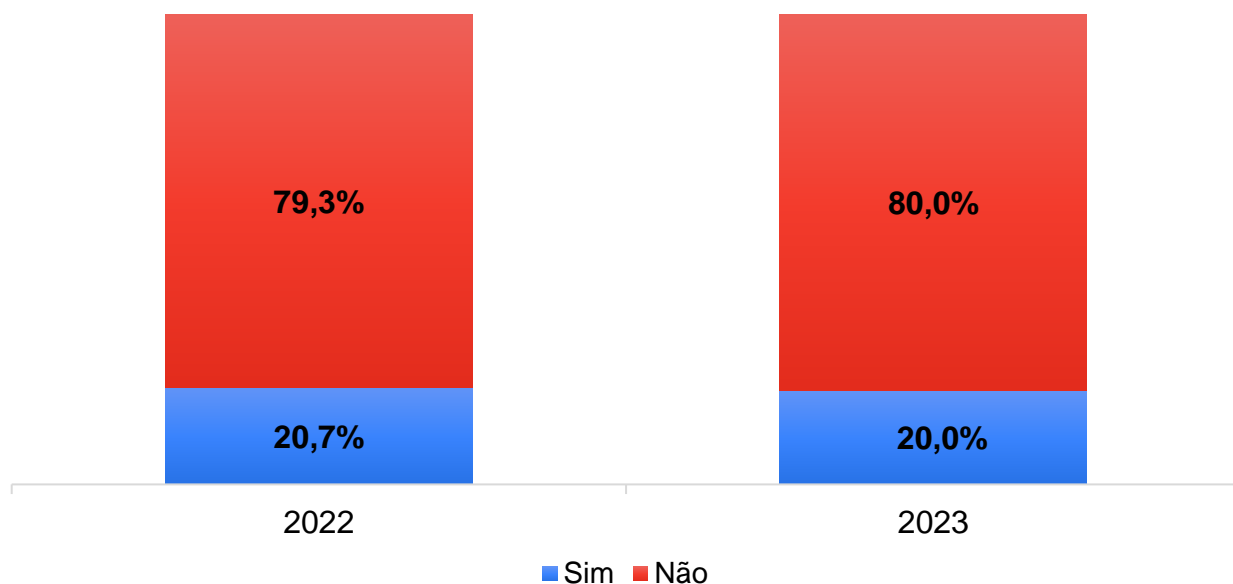
Investimento médio	2022	2023
R\$	R\$ 3.830,00	R\$ 4.203,33

**Tabela 2 - Investimento pelo perfil das empresas.**

Fonte: Fecomércio/RN

Perfil	Valor médio
Comércio	R\$ 4.663,37
Serviços	R\$ 3.255,10
MEI	R\$ 3.994,19
ME	R\$ 4.621,95
EPP	R\$ 4.850,00
Empresa Média/Grande	R\$ 4.142,86
Outros/Informais	R\$ 3.333,33
Até 2 anos	R\$ 4.013,51
De 3 a 5 anos	R\$ 4.660,00
De 6 a 10 anos	R\$ 4.000,00
Acima de 10 anos	R\$ 4.293,48

**Gráfico 5 – O (a) Sr. (a) contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?**  
 Fonte: Fecomércio/RN



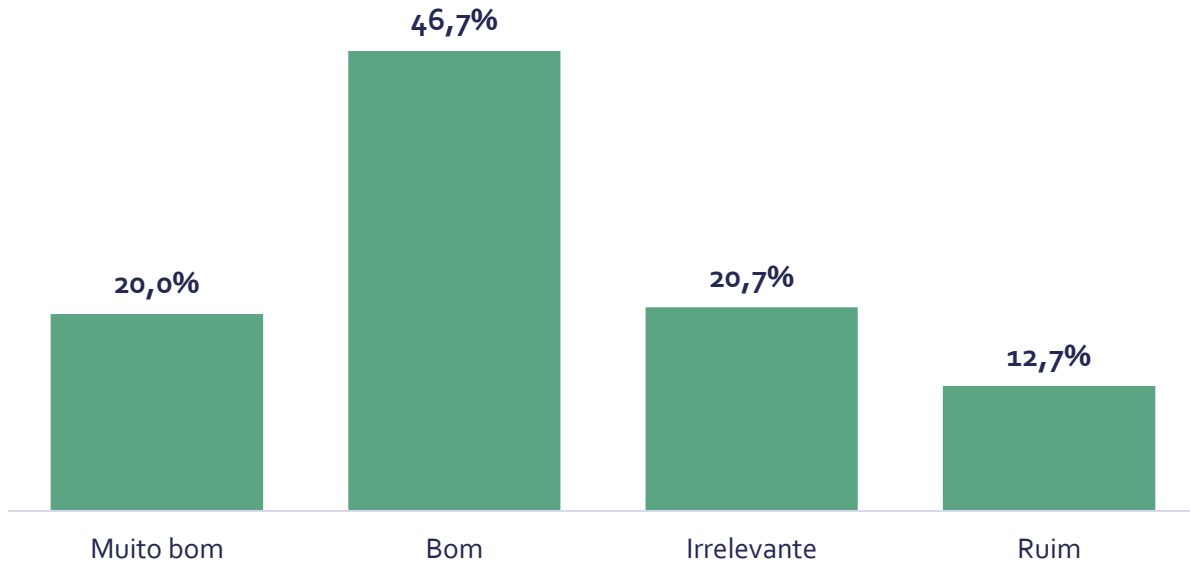
**Tabela 3 – Contratação pelo perfil das empresas:**  
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Não	Sim
Comércio	85,1%	14,9%
Serviços	69,4%	30,6%
MEI	82,6%	17,4%
ME	75,6%	24,4%
EPP	70,0%	30,0%
Empresa Média/Grande	71,4%	28,6%
Outros/Informais	100,0%	0,0%
Até 2 anos	73,0%	27,0%
De 3 a 5 anos	84,0%	16,0%
De 6 a 10 anos	78,6%	21,4%
Acima de 10 anos	84,8%	15,2%

**Faturamento**

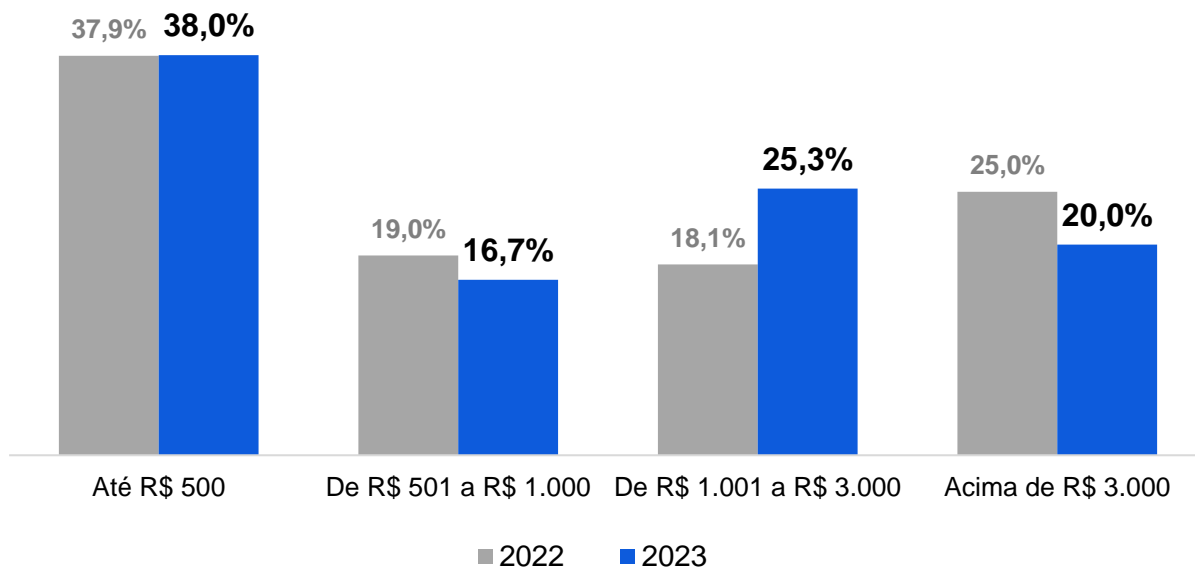
**Gráfico 6 – Como avalia as vendas durante a realização dos eventos?**

Fonte: Fecomércio/RN



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

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Tabela 4 – Faturamento médio por dia, por estabelecimento (ano).**  
Fonte: Fecomércio/RN

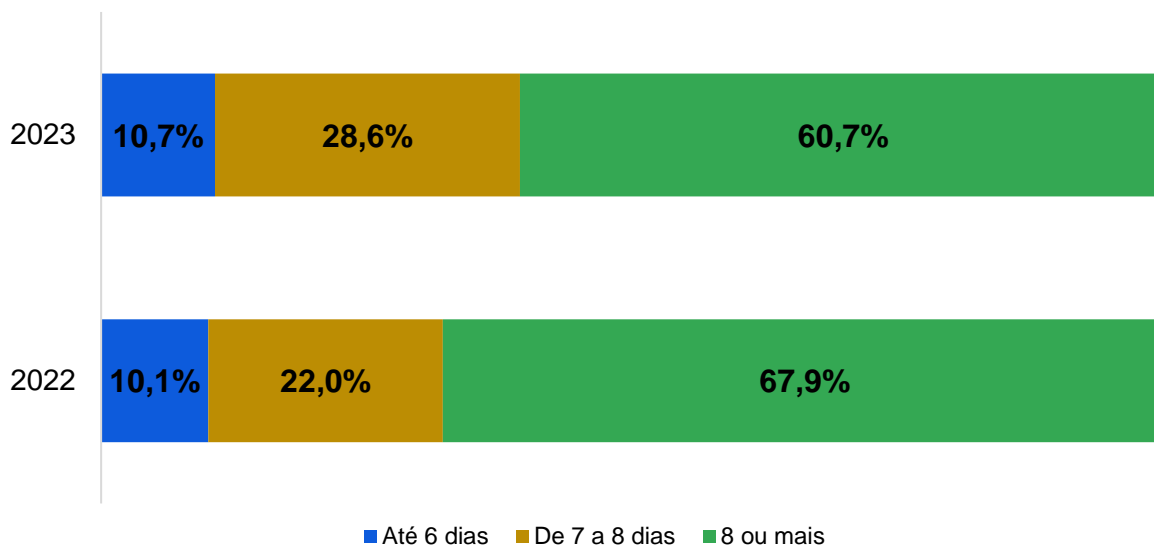
Faturamento médio	2022	2023
R\$	R\$ 1.116,67	R\$ 1.421,67

**Tabela 5 – Faturamento médio por dia, por estabelecimento pelo perfil das empresas.**  
Fonte: Fecomércio/RN

Perfil	Valor R\$
Comércio	R\$ 1.492,57
Serviços	R\$ 1.275,51
MEI	R\$ 1.188,95
ME	R\$ 1.701,22
EPP	R\$ 1.825,00
Empresa Média/Grande	R\$ 2.642,86
Outros/Informais	R\$ 750,00
Até 2 anos	R\$ 1.304,05
De 3 a 5 anos	R\$ 1.420,00
De 6 a 10 anos	R\$ 1.482,14
Acima de 10 anos	R\$ 1.461,96

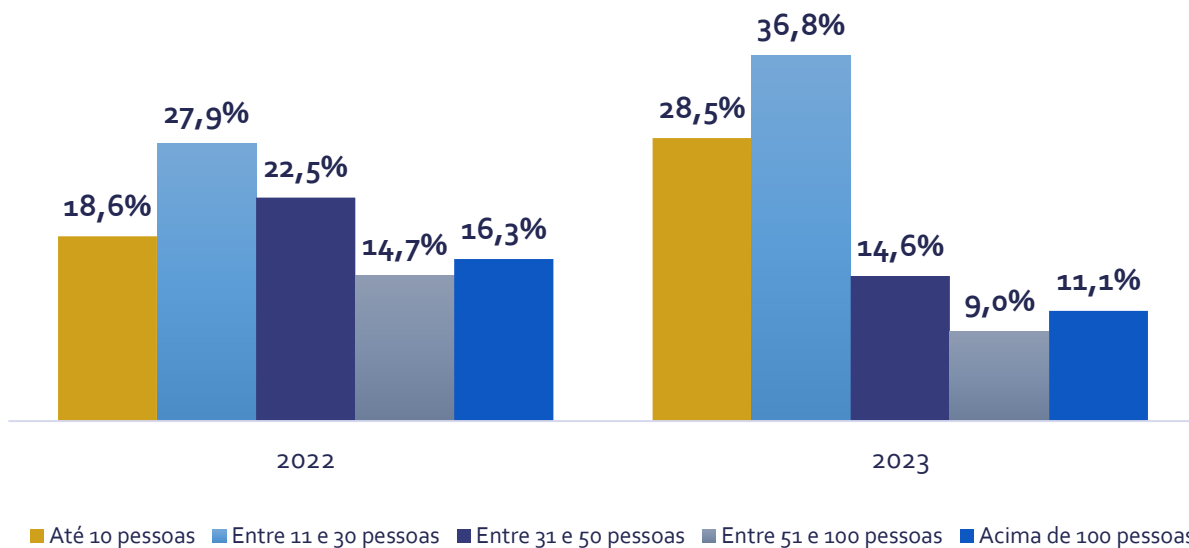
**Gráfico 8 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante os festejos de Santa Rita de Cassia 2022?**

Fonte: Fecomércio/RN



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

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 6– Qual a média de clientes espera por dia durante os festejos?**

Fonte: Fecomércio/RN

Item	2022	2023
<b>Média</b>	<b>38</b>	<b>34</b>

**Tabela 7 – Média de clientes por dia e estabelecimento.**

Fonte: Fecomércio/RN

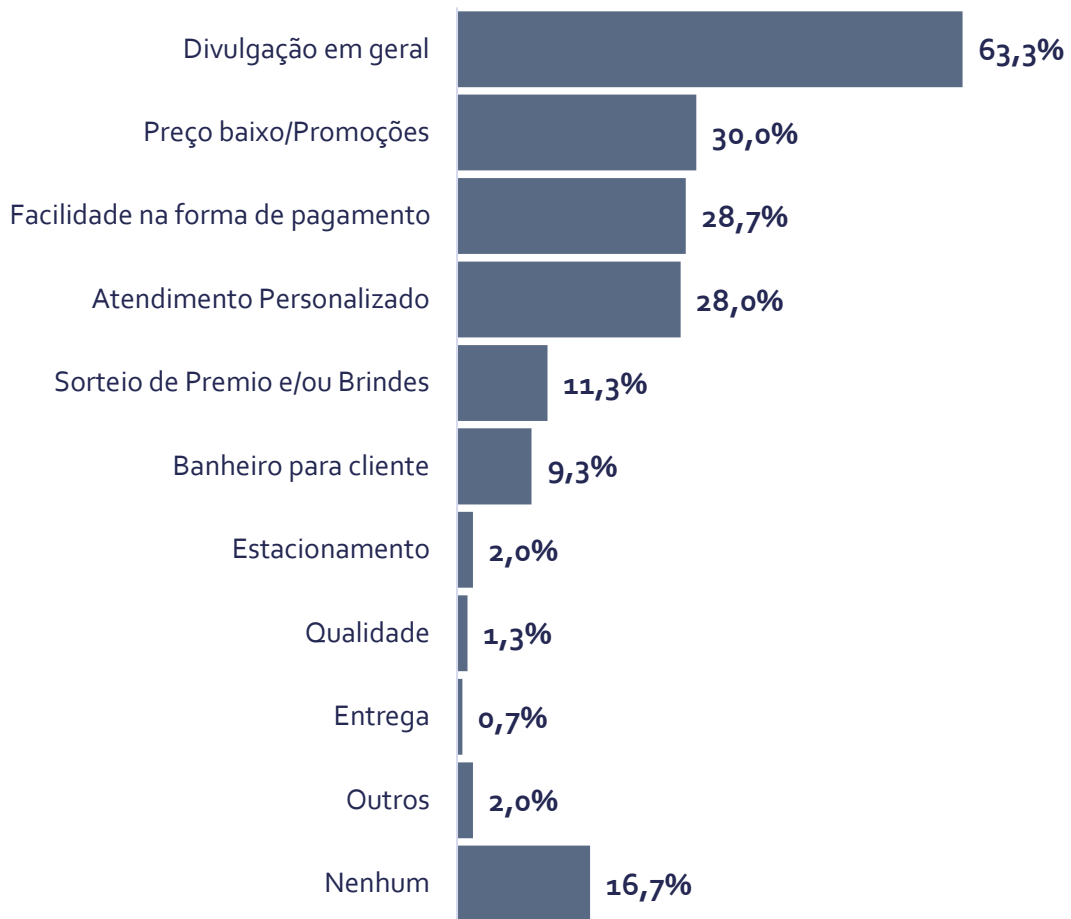
Perfil	Média
<b>Comércio</b>	<b>31</b>
<b>Serviços</b>	<b>39</b>
<b>MEI</b>	<b>30</b>
<b>ME</b>	<b>38</b>
<b>EPP</b>	<b>45</b>
<b>Empresa Média/Grande</b>	<b>47</b>
<b>Outros/Informais</b>	<b>18</b>
<b>Até 2 anos</b>	<b>33</b>
<b>De 3 a 5 anos</b>	<b>34</b>
<b>De 6 a 10 anos</b>	<b>36</b>
<b>Acima de 10 anos</b>	<b>31</b>



**Estratégia de vendas**

**Gráfico 10 – Qual ação utilizou para atrair clientes durante o evento?**

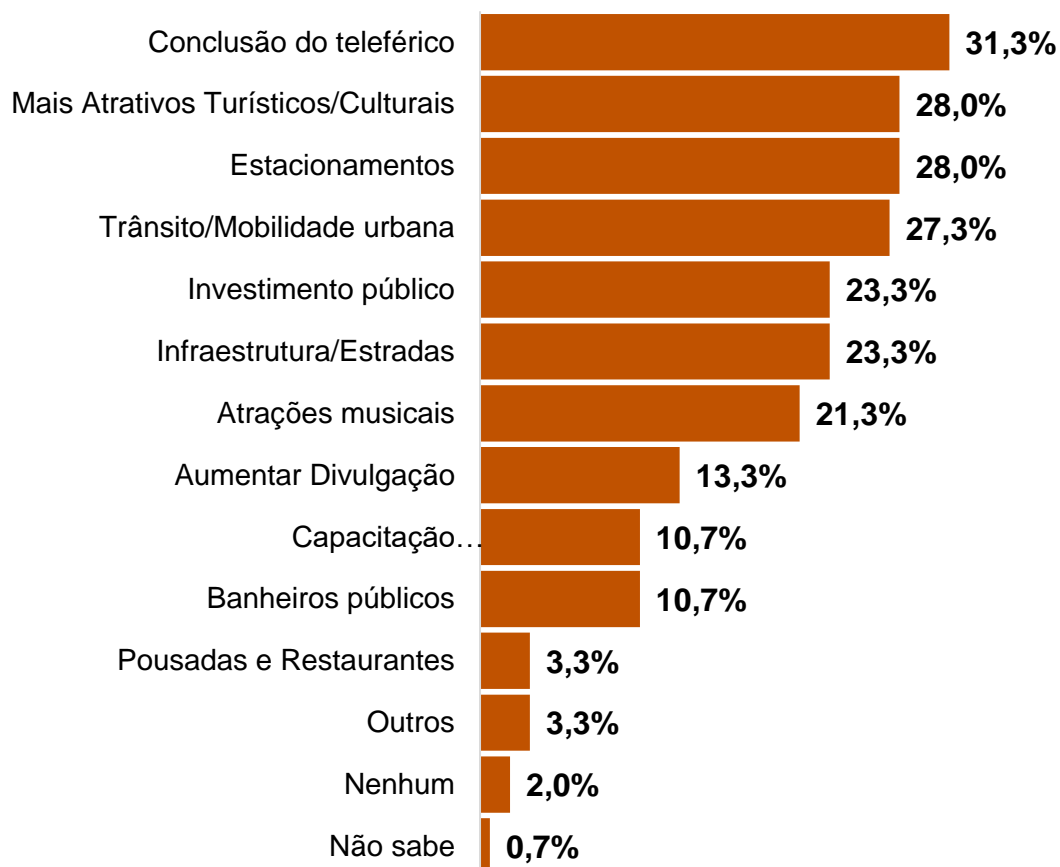
Fonte: Fecomércio/RN



**Melhorias**

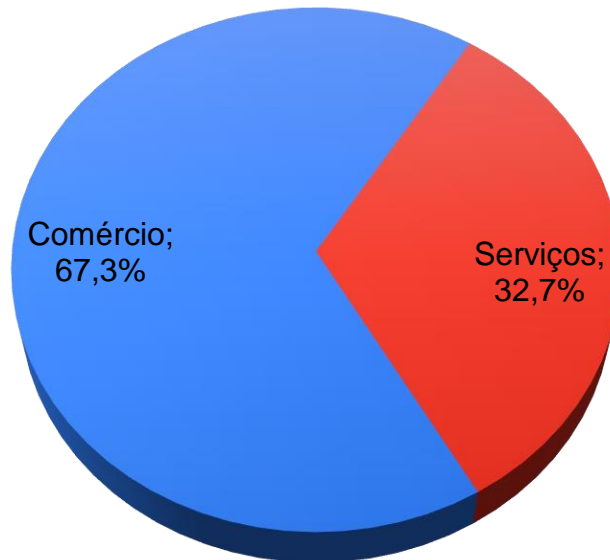
**Gráfico 11 – Sugestões de melhorias para o turismo de Santa Cruz.**

Fonte: Fecomércio/RN

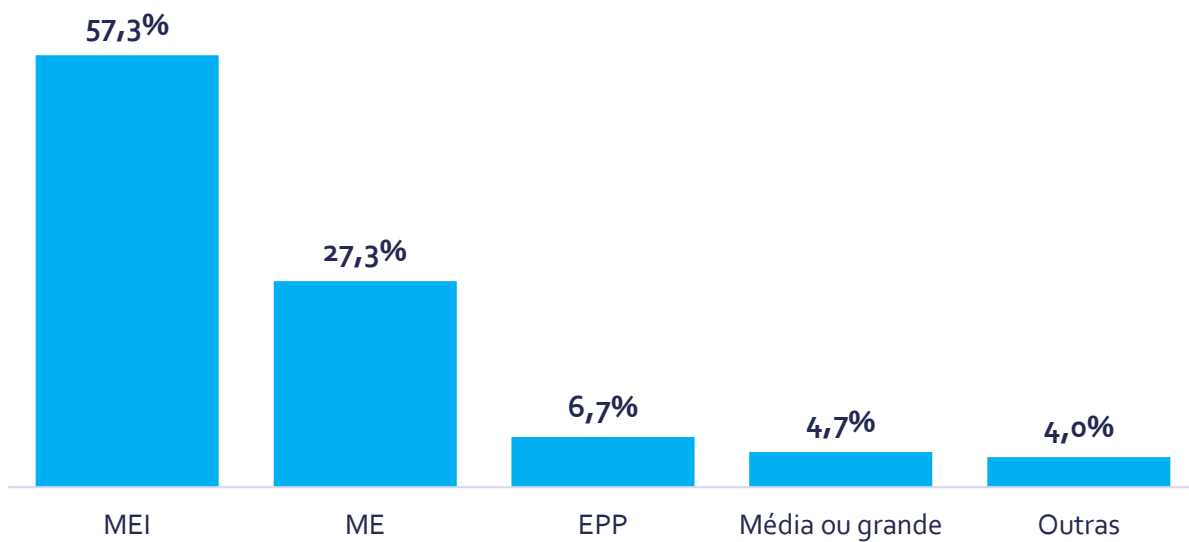


**Perfil das empresas**

**Tabela 12 – Setor:**  
Fonte: Fecomércio/RN



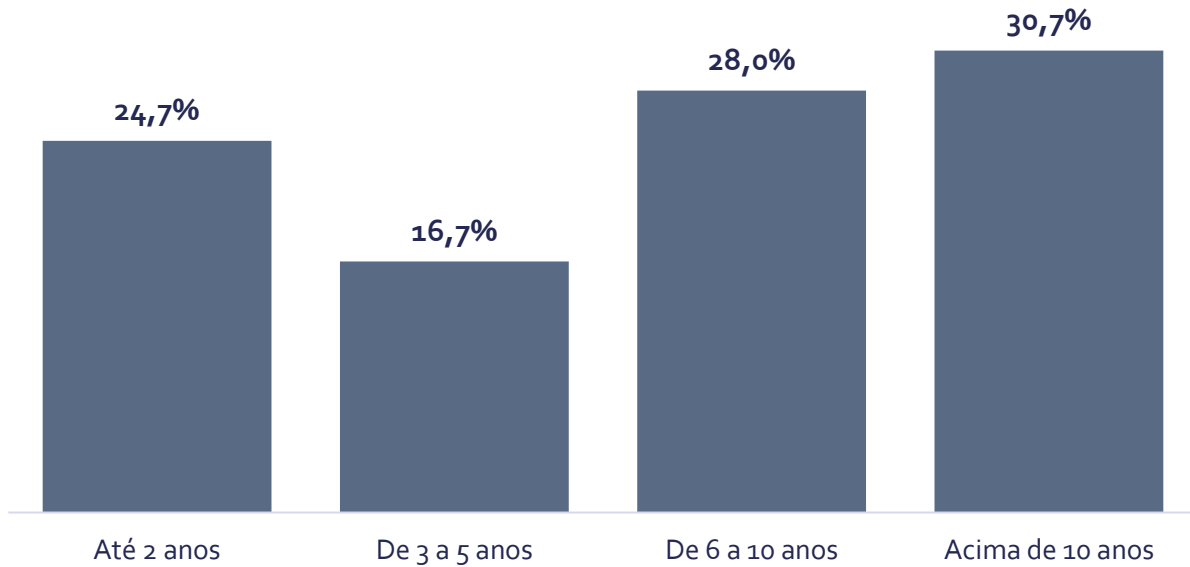
**Gráfico 13 – Porte:**  
Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

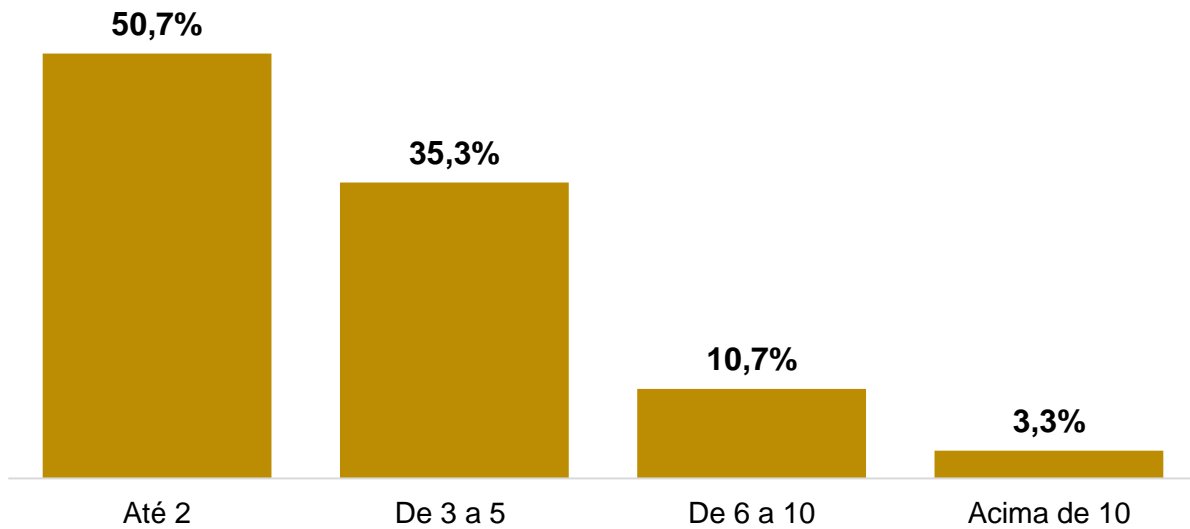
**Gráfico 14 – Tempo de atuação:**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 15 – Número de colaboradores:**

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Tabela 8 – Segmento:**  
Fonte: Fecomércio/RN

<b>Rótulos de Linha</b>	<b>%</b>
Vestuário	25,4%
Bares/Restaurantes	8,0%
Calçados	6,0%
Salão de beleza/Barbearia	4,7%
Eletrônicos	3,3%
Acessórios	3,3%
Assistência técnica	2,7%
Gráfica/Papelaria	2,7%
Variedades	2,7%
Farmácias	2,7%
Perfumaria	2,7%
Hotéis/Pousadas	2,0%
Lanchonetes	2,0%
Artesanatos	1,4%
Celulares e acessórios	1,3%
Loja de Embalagens e plásticos	1,3%
Mercado de Frutas	1,3%
Peças para Motos	1,3%
Pet shop	1,3%
Distribuidora de bebidas	1,3%
Joalheria	1,3%
Sorveterias	1,3%
Agências de viagens	0,7%
Agropecuária	0,7%
Antiquidades entretenimento	0,7%
Artigos para Festas	0,7%
Estética	0,7%
Estúdio Fotográfico	0,7%
Fantasia e adereços	0,7%
Informática	0,7%
Loja de Estofados	0,7%
Loja de Suplementos	0,7%
Loja de utensílios domésticos	0,7%
Lojas de Bike e acessórios	0,7%
Motores e Serviços elétricos	0,7%
Oficina de automóveis	0,7%
Padaria e Confeitaria	0,7%
Academia	0,7%
Provedor de internet	0,7%
Veterinária	0,7%
Outros	8,0%

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 Inovação e Competitividade**

Luiz Henrique

**Analista de Negócios**

Ágata Menezes

**Assistente administrativa**

**EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Nivaldo Gonçalves

Max Bezerra

Maria do Socorro

Thales Capistrano

Maria Wislene

**Pesquisadores**