



**CLIPPING E CURADORIA DE NOTÍCIAS**  
**21.07.2023**

## ÍNDICE

1. [RELATÓRIO](#)

Notícias Sistema Fecomércio RN:

2. [MCJ é sucesso](#)

3. [MCJ é sucesso](#)

4. [São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio](#)

5. [São João de Assú movimentou R\\$ 84 milhões em 2023, diz Fecomércio](#)

6. [Fecomercio: Mossoró Cidade Junina atraiu público de mais de um milhão e 200 mil pessoas](#)

7. [Pesquisa da Fecomercio revela que Mossoró Cidade Junina movimentou quase 300 milhões de reais](#)

8. [MCJ reuniu cerca de 1,3 milhões de pessoas, afirma pesquisa Fecomércio](#)

9. [São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio](#)

10. [Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\\$ 290 milhões, aponta pesquisa](#)

11. [São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio](#)

12. [Mais de 95% dos participantes do São João de Mossoró e Assú pretendem voltar em 2024](#)

13. [Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou mais de R\\$ 290 milhões](#)

14. [MCJ 2023 movimentou quase R\\$ 300 milhões e mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio](#)

15. ["Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\\$ 290 milhões, aponta Fecomercio](#)

16. [Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\\$ 290 milhões e crescimento acima de 100%, diz pesquisa](#)

17. ["Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\\$ 290 milhões, aponta Fecomercio](#)

18. ["Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\\$ 290 milhões, aponta Fecomercio](#)
19. [Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\\$ 290 milhões, aponta Fecomércio](#)
20. [PESQUISA DA FECOMÉRCIO ATESTA QUE MOSSORÓ CIDADE JUNINA 2023 MOVIMENTOU MAIS DE R\\$ 290 MILHÕES](#)
21. [Pesquisa da Fecomércio atesta que Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou mais de R\\$ 290 milhões](#)
22. [São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio.](#)
23. [São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio](#)
24. [Mossoró Cidade Junina atraiu mais de 1,2 milhão de pessoas e movimentou quase R\\$ 300 milhões](#)
25. [Festas de São João em Assú e Mossoró movimentaram R\\$ 375,8 milhões](#)
26. ["Gostoso Sunset Festival" que começou neste mês de julho segue até setembro](#)
27. [Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis](#)
28. [Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis, inscrições terminam nesta sexta \(21\)](#)
29. [Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis](#)
30. [Senac Idiomas](#)

Notícias de Interesse:

31. [Festa de Sant'Ana de Caicó será aberta oficialmente nesta quinta-feira \(20\)](#)
32. [Jantar de Sant'Ana acontece hoje reunindo divas em show especial: Solange Silva, Aninha Teresa, Cris Fernandes e Fátima Moraes](#)
33. [Jantar de Sant'Ana acontece com música ao vivo de Solange Silva, Aninha Teresa, Cris Fernandes e Fátima Moraes](#)
34. [Pix já é mais usado que dinheiro no Brasil, revela pesquisa](#)
35. [Pix já é mais usado que dinheiro no Brasil, revela pesquisa. Veja perguntas e respostas](#)
36. [Fed lança sistema de pagamento similar ao Pix](#)

37. [Capas de Jornais](#)

38. [GRÁFICOS](#)

## RELATÓRIO

O "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)**. O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

Uma pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)** aponta que R\$ 84 milhões foram movimentados no São João de Assú neste ano, um aumento de 16,2% em relação a 2022. Para 78% dos negócios da cidade, o volume de vendas foi melhor ou igual à última edição das festas juninas.

A pesquisa contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

São Miguel do Gostoso, no litoral Norte do Rio Grande do Norte, é um município privilegiado pelos seus mais de 19 km de praias e uma geografia singular que, em alguns períodos do ano, propicia assistir ao pôr do sol de frente para a praia. Aproveitando que essa temporada gostosense está chegando, empresários de vários segmentos se uniram para criar o "Gostoso Sunset Festival". De acordo com pesquisa do portal Sírio, que reúne dados coletados pela Emprotur e **Sistema Fecomércio**, a maioria dos turistas que visitou a cidade em abril deste ano vem de Natal (36%), seguidos de Recife (8,5%), João Pessoa (7,5) e São Paulo (5%).

Na sexta-feira, 21, encerra o período de inscrição para os interessados no Curso de Valorização Social do **Sesc**, que está com as últimas vagas gratuitas em Natal e Mossoró. As turmas são abertas ao público em geral, com limite de 20 alunos cada e aulas iniciando em agosto deste ano.

A Festa de Sant'Ana de Caicó será aberta oficialmente nesta quinta-feira (20). Logo cedo teve a Alvorada festiva pelas ruas de Caicó (Acorda Caicó). A programação é uma realização da paróquia de Sant'Ana de Caicó, com apoio da ACAF, projeto Letra e Música do **SESC RN**.

Lançado em novembro de 2020 pelo Banco Central, o sistema de pagamento instantâneo Pix hoje já é usado pela maior parte dos consumidores brasileiros e tem substituído as transferências bancárias e já ultrapassou a utilização do dinheiro em pagamentos no país. O dado faz parte de uma pesquisa da consultoria McKinsey.

O Fed (Federal Reserve, o Banco Central dos Estados Unidos) lançou nesta 5ª feira (20.jul.2023) o "FedNow" – sistema de transferência instantânea similar ao Pix do Brasil. Com a ferramenta,

os usuários poderão realizar pagamentos a qualquer momento do dia, 7 dias por semana. O limite de transação é de US\$ 500 mil. Eis a íntegra da declaração (116 KB, em inglês).

### MCJ é sucesso

Link	<a href="http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/notas-e-comenta-rios/568289">http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/notas-e-comenta-rios/568289</a>
Data da publicação	21/07/2023
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	POSITIVO

**MCJ é sucesso** O "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)**. O volume financeiro constatado pelo **Instituto Fecomércio RN** representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

**São João de Assú** O **Instituto Fecomércio (IFC)** aponta que R\$ 84 milhões foram movimentados no São João de Assú neste ano, um aumento de 16,2% em relação a 2022. Para 78% dos negócios da cidade, o volume de vendas foi melhor ou igual à última edição das festas juninas.

São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio

Link	<a href="https://natalemfoco.com.br/cidades/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/">https://natalemfoco.com.br/cidades/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG NATAL EM FOCO
Classificação	POSITIVO

## São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio



A festa junina de Assú movimentou R\$ 84 milhões e Mossoró, R\$ 291,8 milhões



Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João.

Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

São João de Assú

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram

do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do [Rio Grande do Norte](#), principalmente Assú (42,9%) e [Natal](#) (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

### [Mossoró](#) Cidade Junina

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de [Mossoró](#) mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de [Mossoró](#) do que [Natal](#) (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor

registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysso Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas [Mossoró](#), Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

## São João de Assú movimentou R\$ 84 milhões em 2023, diz Fecomércio

Link	<a href="http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/sa-o-joa-o-de-assao-movimentou-r-84-milha-es-em-2023-diz-fecoma-rcio/568246">http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/sa-o-joa-o-de-assao-movimentou-r-84-milha-es-em-2023-diz-fecoma-rcio/568246</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	POSITIVO

## São João de Assú movimentou R\$ 84 milhões em 2023, diz Fecomércio

Uma pesquisa realizada pelo [Instituto Fecomércio \(IFC\)](#) aponta que R\$ 84 milhões foram movimentados no São João de Assú neste ano, um aumento de 16,2% em relação a 2022. Para 78% dos negócios da cidade, o volume de vendas foi melhor ou igual à última edição das festas juninas.

Divulgação



Números de movimentações financeiras em eventos no Rio Grande do Norte

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

O levantamento também constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte. Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

Durante o mês de junho em Assú, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes das festas juninas. O nível de confiança da pesquisa é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

## Fecomercio: Mossoró Cidade Junina atraiu público de mais de um milhão e 200 mil pessoas

<b>Link</b>	<a href="https://www.thaisagalvao.com.br/2023/07/19/pesquisa-da-fecomercio-revela-que-mossoro-cidade-junina-movimentou-quase-300-milhoes-de-reais">https://www.thaisagalvao.com.br/2023/07/19/pesquisa-da-fecomercio-revela-que-mossoro-cidade-junina-movimentou-quase-300-milhoes-de-reais</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG THAISA GALVÃO
<b>Classificação</b>	POSITIVO

*Fecomercio: Mossoró Cidade Junina atraiu público de mais de um milhão e 200 mil pessoas*

Além dos dados financeiros, a **Fecomercio** também levantou números que apontam para o sucesso de público no Mossoró Cidade Junina.

A pesquisa contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses.

O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o Chuva de Bala no País de Mossoró, criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).





Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.



## EMPREENDEDORES

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o Mossoró Cidade Junina. Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a gente destacar que a pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

## APROVAÇÃO

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas



tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

FONTE: [thaisagalvao.com.br](http://thaisagalvao.com.br)

**Pesquisa da Fecomercio revela que Mossoró Cidade Junina movimentou quase 300 milhões de reais**

<b>Link</b>	<a href="https://www.thaisagalvao.com.br/2023/07/19/pesquisa-da-fecomercio-revela-que-mossoro-cidade-junina-movimentou-quase-300-milhoes-de-reais">https://www.thaisagalvao.com.br/2023/07/19/pesquisa-da-fecomercio-revela-que-mossoro-cidade-junina-movimentou-quase-300-milhoes-de-reais</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG THAISA GALVÃO
<b>Classificação</b>	POSITIVO

*Pesquisa da Fecomercio revela que Mossoró Cidade Junina movimentou quase 300 milhões de reais*

O Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Fecomercio RN** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao Mossoró Cidade Junina, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.



“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no estado. Isso mostra uma grandiosidade do Mossoró Cidade Junina”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.



“São números extremamente alvissareiros e que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande, gigantesco é o Mossoró Cidade Junina, que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse Luciano.

“Queremos parabenizar a todos os que fazem a Prefeitura pelo Mossoró Cidade Junina. Os números comprovam que quando bem planejado, quando há parcerias, os resultados são extremamente positivos. A Fecomércio abriu as suas portas, no Sesc Rio Branco,

para o lançamento do evento em Natal, algo inédito, e agora apresentamos esses números que comprovam a grandiosidade desta edição, o retorno que ela trouxe para o município”, comentou Michelson Frota, vice-presidente da Fecomércio RN e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Mossoró (Sindilojas).

**[CLIQUE AQUI PARA CONFERIR TODOS OS DADOS DA PESQUISA](#)**

FONTE: [thaisagalvao.com.br](http://thaisagalvao.com.br)

MCJ reuniu cerca de 1,3 milhões de pessoas, afirma pesquisa Fecomércio

Link	<a href="https://tcmnoticia.com.br/economia/mcj-reuniu-cerca-de-13-milhoes-de-pessoas-afirma-pesquisa-fecomercio/">https://tcmnoticia.com.br/economia/mcj-reuniu-cerca-de-13-milhoes-de-pessoas-afirma-pesquisa-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	TCM NOTÍCIAS
Classificação	POSITIVO

# MCJ reuniu cerca de 1,3 milhões de pessoas, afirma pesquisa Fecomércio

Estudo identificou perfil de participantes do São João mossoroense.



Estação das Artes durante o MCJ. Foto: Jornalismo TCM.

O Mossoró Cidade Junina 2023 atraiu cerca de 1,3 milhões de pessoas durante os dias de festa. Foi o que apontou uma pesquisa realizada pela **Federação do**



**Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte  
(Fecomércio/RN).**



Segundo o estudo, desse número, 49,2% eram visitantes de outros estados ou municípios, e 50,8% dos participantes moram em Mossoró. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

Ainda em relação ao perfil do público que esteve no MCJ, a maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia, um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29.

**São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio**

<b>Link</b>	<a href="https://ibandrn.com.br/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/">https://ibandrn.com.br/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	I BAND RN
<b>Classificação</b>	POSITIVO

# São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio

Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

## São João de Assú

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).



Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

## Mossoró Cidade Junina

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de Mossoró mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysson Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas Mossoró, Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

As pesquisas completas estão disponíveis em: <https://fecomerciorn.com.br/pesquisas/>

## Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta pesquisa

Link	<a href="http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/mossora-cidade-junina-movimentou-mais-de-r-290-milha-es-aponta-pesquisa/568234">http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/mossora-cidade-junina-movimentou-mais-de-r-290-milha-es-aponta-pesquisa/568234</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	POSITIVO

## Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta pesquisa

O "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são **da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Wilson Moreno (Secom/PMM)



Mossoró Cidade Junina teve sucesso de público

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao "Mossoró Cidade Junina", retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no Estado. Isso mostra uma grandiosidade do 'Mossoró Cidade Junina'”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

“São números extremamente alvissareiros, que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande é o 'Mossoró Cidade Junina', que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse o diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio, Luciano Kleiber.

### **Público**

Ainda conforme a pesquisa, o "Mossoró Cidade Junina" contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o 'Chuva de Bala no País de Mossoró', criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

### **Empreendedores**

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o "Mossoró Cidade Junina". Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a gente destacar que a pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

### **Aprovação**

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

**São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio**

<b>Link</b>	<a href="https://www.versatilnews.com.br/2023/07/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/?utm_source=rss&amp;utm_medium=rss&amp;utm_campaign=sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio">https://www.versatilnews.com.br/2023/07/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/?utm_source=rss&amp;utm_medium=rss&amp;utm_campaign=sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG VERSÁTIL NEWS
<b>Classificação</b>	POSITIVO

## São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio

*A festa junina de Assú movimentou R\$ 84 milhões e Mossoró, R\$ 291,8 milhões*

Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.



Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

### **São João de Assú**

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

### **Mossoró Cidade Junina**

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de Mossoró mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysson Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas

Mossoró, Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

As pesquisas completas estão disponíveis em: <https://fecomerciorn.com.br/pesquisas/>

## Mais de 95% dos participantes do São João de Mossoró e Assú pretendem voltar em 2024

Link	<a href="https://defato.com/mossoro/109616/mais-de-95-dos-participantes-do-so-jo-jo-de-mossor-e-ass-pretendem-voltar-em">https://defato.com/mossoro/109616/mais-de-95-dos-participantes-do-so-jo-jo-de-mossor-e-ass-pretendem-voltar-em</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	PORTAL DE FATO
Classificação	POSITIVO

Mais de 95% dos participantes do São João de Mossoró e Assú pretendem voltar em 2024

Crédito da foto: Jornal de Fato



Cantor Bell Marques no Pingo de Mei Dia em Mossoró

Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.



Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

### São João de Assú

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

### Mossoró Cidade Junina

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de Mossoró mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysson Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas Mossoró, Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

## Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões

<b>Link</b>	<a href="https://defato.com/cultura/109610/mossor-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhes">https://defato.com/cultura/109610/mossor-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhes</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	PORTAL DE FATO
<b>Classificação</b>	POSITIVO

## Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões

Crédito da foto: Célio Duarte/PMM



Pesquisa foi apresentada na tarde desta quarta-feira (19)

O Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (FECOMÉRCIO RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao Mossoró Cidade Junina, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de

prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no estado. Isso mostra uma grandiosidade do Mossoró Cidade Junina”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.

“São números extremamente alvissareiros e que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande, gigantesco é o Mossoró Cidade Junina, que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse Luciano.

“Queremos parabenizar a todos os que fazem a Prefeitura pelo Mossoró Cidade Junina. Os números comprovam que quando bem planejado, quando há parcerias, os resultados são extremamente positivos. A Fecomércio abriu as suas portas, no Sesc Rio Branco, para o lançamento do evento em Natal, algo inédito, e agora apresentamos esses números que comprovam a grandiosidade desta edição, o retorno que ela trouxe para o município”, comentou Michelson Frota, vice-presidente da Fecomércio RN e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Mossoró (SINDILOJAS).

## PÚBLICO

Ainda conforme a pesquisa, o Mossoró Cidade Junina contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o Chuva de Bala no País de Mossoró, criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

## EMPREENDEDORES

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o Mossoró Cidade Junina. Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a gente destacar que a pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

## APROVAÇÃO

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a

10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

Confira a pesquisa completa [AQUI](#) e [AQUI](#).



MCJ 2023 movimentou quase R\$ 300 milhões e mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio

Link	<a href="https://portaldoeste.com/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-quase-r-300-milhoes-aponta-pesquisa-fecomercio/">https://portaldoeste.com/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-quase-r-300-milhoes-aponta-pesquisa-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	PORTAL DO OESTE
Classificação	POSITIVO

MCJ 2023 movimentou quase R\$ 300 milhões e mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio



Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram

alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

### **Mossoró Cidade Junina**

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de Mossoró mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).



O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysso Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas Mossoró, Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

### **São João de Assú**

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a

necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

**"Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta Fecomercio**

<b>Link</b>	<a href="https://gustavonegreiros.com.br/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-aponta-fecomercio">https://gustavonegreiros.com.br/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-aponta-fecomercio</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG GUSTAVO NEGREIROS
<b>Classificação</b>	POSITIVO

"Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta Fecomercio



O "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao "Mossoró Cidade Junina", retornaram R\$ 24 para a

economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no Estado. Isso mostra uma grandiosidade do 'Mossoró Cidade Junina'”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.

“São números extremamente alvissareiros, que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande é o 'Mossoró Cidade Junina', que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse Luciano.

“Queremos parabenizar a todos os que fazem a Prefeitura pelo 'Mossoró Cidade Junina'. Os números comprovam que um projeto bem-planejado, quando há parcerias, os resultados são extremamente positivos. A Fecomércio abriu as suas portas, no Sesc Rio Branco, para o lançamento do evento em Natal, algo inédito, e agora apresentamos esses números que comprovam a grandiosidade desta edição, o retorno que ela trouxe para o município”, comentou Michelson Frota, vice-presidente da Fecomércio RN e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Mossoró (SINDILOJAS).

## **PÚBLICO**

Ainda conforme a pesquisa, o "Mossoró Cidade Junina" contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o 'Chuva de Bala no País de Mossoró', criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

## **EMPREENDEDORES**

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o "Mossoró Cidade Junina". Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a gente destacar que a pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

## **APROVAÇÃO**

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

Fonte: Blog do Gustavo Negreiros



**Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\$ 290 milhões e crescimento acima de 100%, diz pesquisa**

Link	<a href="https://www.pontanegranews.com.br/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-e-crescimento-acima-de-100-diz-pesquisa/">https://www.pontanegranews.com.br/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-e-crescimento-acima-de-100-diz-pesquisa/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	PONTA NEGRA NEWS
Classificação	POSITIVO

**Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\$ 290 milhões e crescimento acima de 100%, diz pesquisa**



Foto: Divulgação

O Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões, segundo informações da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (FECOMÉRCIO RN)**. Os dados foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde da quarta-feira (19), onde o volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, O total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao Mossoró Cidade Junina, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância

do São João mais cultural do mundo. Os dados foram apresentados pelo diretor de Inovação e Competividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber.

Ainda conforme a pesquisa, o Mossoró Cidade Junina contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o Mossoró Cidade Junina. Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz

respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

Confira a pesquisa completa [AQUI](#) e [AQUI](#).

“Mossoró Cidade Junina” 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta Fecomercio

Link	<a href="https://oslibertarios.com.br/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-aponta-fecomercio/">https://oslibertarios.com.br/2023/07/20/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-aponta-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG OS LIBERTÁRIOS
Classificação	POSITIVO

## “Mossoró Cidade Junina” 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta Fecomercio



O “Mossoró Cidade Junina” 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao “Mossoró Cidade Junina”, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no Estado. Isso mostra uma grandiosidade do ‘Mossoró Cidade Junina’”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.

Deu no Portal da 96



"Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta Fecomercio

Link	<a href="https://www.96fm.com.br/noticia/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-aponta-fecomercio">https://www.96fm.com.br/noticia/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes-aponta-fecomercio</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	PORTAL 96FM
Classificação	POSITIVO

# "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões, aponta Fecomercio

O "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao "Mossoró Cidade Junina", retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.





“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no Estado. Isso mostra uma grandiosidade do 'Mossoró Cidade Junina'”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.



Luciano Kleiber

“São números extremamente alvissareiros, que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande é o 'Mossoró Cidade Junina', que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse Luciano.

“Queremos parabenizar a todos os que fazem a Prefeitura pelo 'Mossoró Cidade Junina'. Os números comprovam que um projeto bem-planejado, quando há parcerias, os resultados são extremamente positivos. A Fecomércio abriu as suas portas, no Sesc Rio Branco, para o lançamento do evento em Natal, algo inédito, e agora apresentamos esses números que comprovam a grandiosidade desta edição, o

retorno que ela trouxe para o município”, comentou Michelson Frota, vice-presidente da Fecomércio RN e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Mossoró (SINDILOJAS).



Michelson Frota

## PÚBLICO

Ainda conforme a pesquisa, o "Mossoró Cidade Junina" contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o 'Chuva de Bala no País de Mossoró', criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio



Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).



Foto: Arquivo | Wilson Moreno (Secom/PMM)

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

## **EMPREENDEDORES**

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o "Mossoró Cidade Junina". Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a gente destacar que a

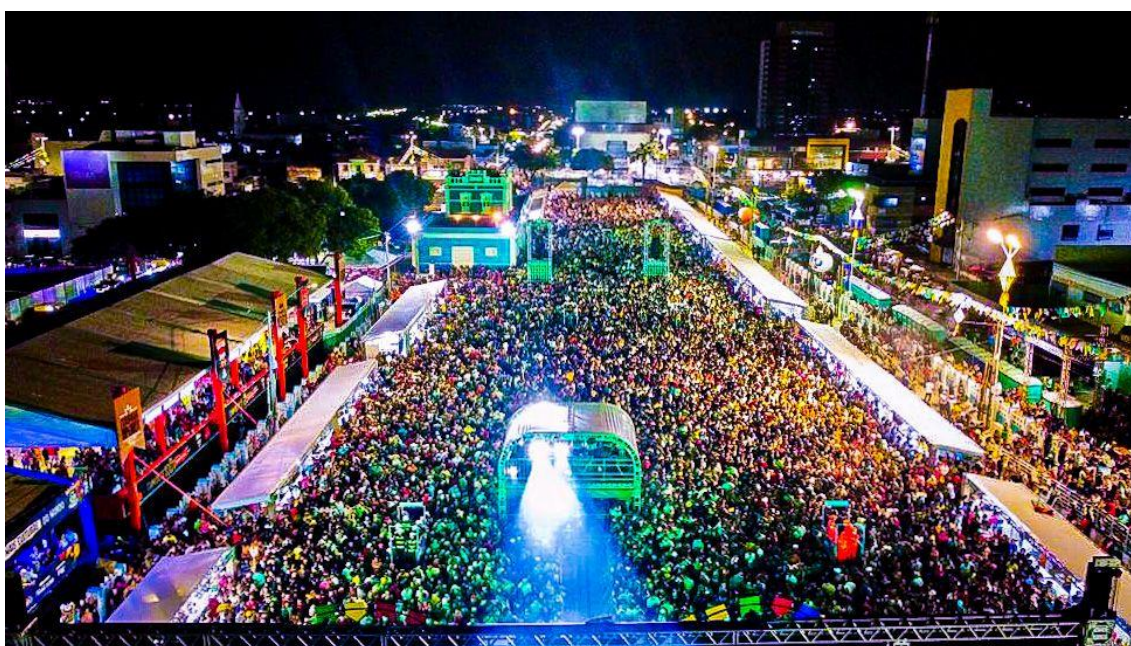


pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

## **APROVAÇÃO**

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

Confira a pesquisa completa [AQUI](#) e [AQUI](#).





Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 290 milhões, aponta Fecomércio

Link	<a href="https://saulovale.com.br/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-r-290-milhoes-aponta-fecomercio/">https://saulovale.com.br/mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-r-290-milhoes-aponta-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG SAULO VALE
Classificação	POSITIVO

# Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 290 milhões, aponta Fecomércio

O Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio-RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao Mossoró Cidade Junina, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo

e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.

## **Público**

Ainda conforme a pesquisa, o Mossoró Cidade Junina contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

## **Empreendedores**

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o Mossoró Cidade Junina. Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%).

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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

## **Aprovação**

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom).

No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no estado. Isso mostra uma grandiosidade do Mossoró Cidade Junina”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra (União Brasil).

Siga-nos no [Instagram](#).

contatosaulovale@gmail.com

PESQUISA DA FECOMÉRCIO ATESTA QUE MOSSORÓ CIDADE JUNINA 2023 MOVIMENTOU  
MAIS DE R\$ 290 MILHÕES

Link	<a href="https://blogtuliolemos.com.br/pesquisa-da-fecomercio-atesta-que-mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes/">https://blogtuliolemos.com.br/pesquisa-da-fecomercio-atesta-que-mossoro-cidade-junina-2023-movimentou-mais-de-r-290-milhoes/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG TULIO LEMOS
Classificação	POSITIVO

# PESQUISA DA FECOMÉRCIO ATESTA QUE MOSSORÓ CIDADE JUNINA 2023 MOVIMENTOU MAIS DE R\$ 290 MILHÕES

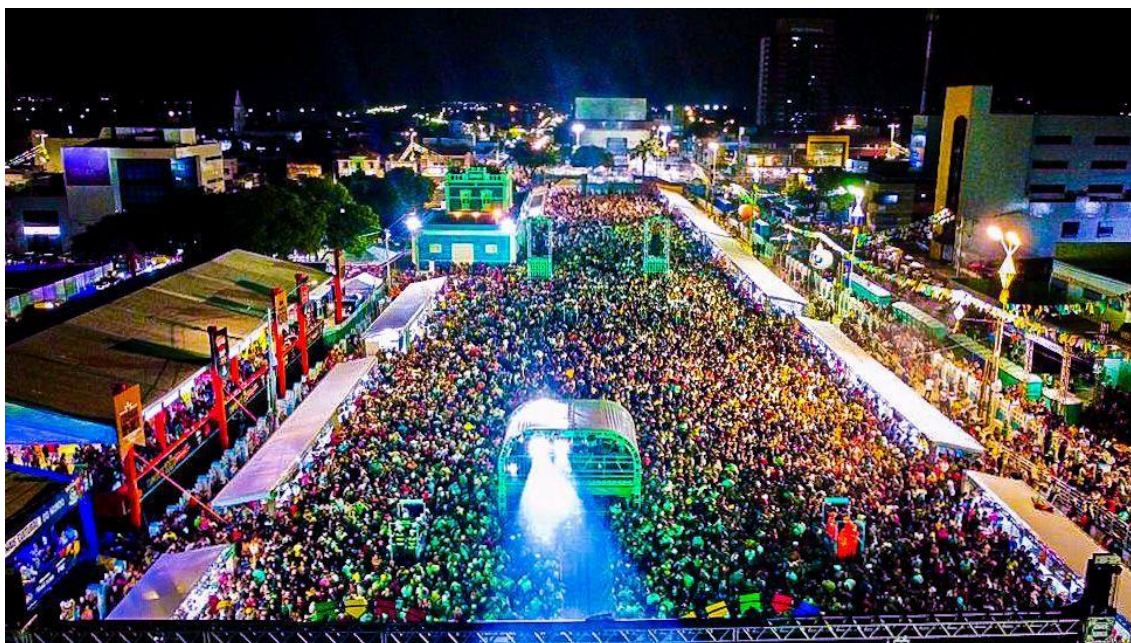


Foto: Arquivo (Secom/PMM)

O Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte**

**(FECOMÉRCIO RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao Mossoró Cidade Junina, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no estado. Isso mostra uma grandiosidade do Mossoró Cidade Junina”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.

“São números extremamente alvissareiros e que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito



felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande, gigantesco é o Mossoró Cidade Junina, que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse Luciano.

“Queremos parabenizar a todos os que fazem a Prefeitura pelo Mossoró Cidade Junina. Os números comprovam que quando bem planejado, quando há parcerias, os resultados são extremamente positivos. A Fecomércio abriu as suas portas, no Sesc Rio Branco, para o lançamento do evento em Natal, algo inédito, e agora apresentamos esses números que comprovam a grandiosidade desta edição, o retorno que ela trouxe para o município”, comentou Michelson Frota, vice-presidente da Fecomércio RN e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Mossoró (SINDILOJAS).

## PÚBLICO

Ainda conforme a pesquisa, o Mossoró Cidade Junina contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como



o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o Chuva de Bala no País de Mossoró, criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

## EMPREENDEDORES

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o Mossoró Cidade Junina. Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a

gente destacar que a pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

## APROVAÇÃO

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

Pesquisa da Fecomércio atesta que Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões

Link	<a href="https://blogdodjbigode.blogspot.com/2023/07/pesquisa-da-fecomercio-atesta-que.html">https://blogdodjbigode.blogspot.com/2023/07/pesquisa-da-fecomercio-atesta-que.html</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG DJ BIGODE
Classificação	POSITIVO

## Pesquisa da Fecomércio atesta que Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou mais de R\$ 290 milhões

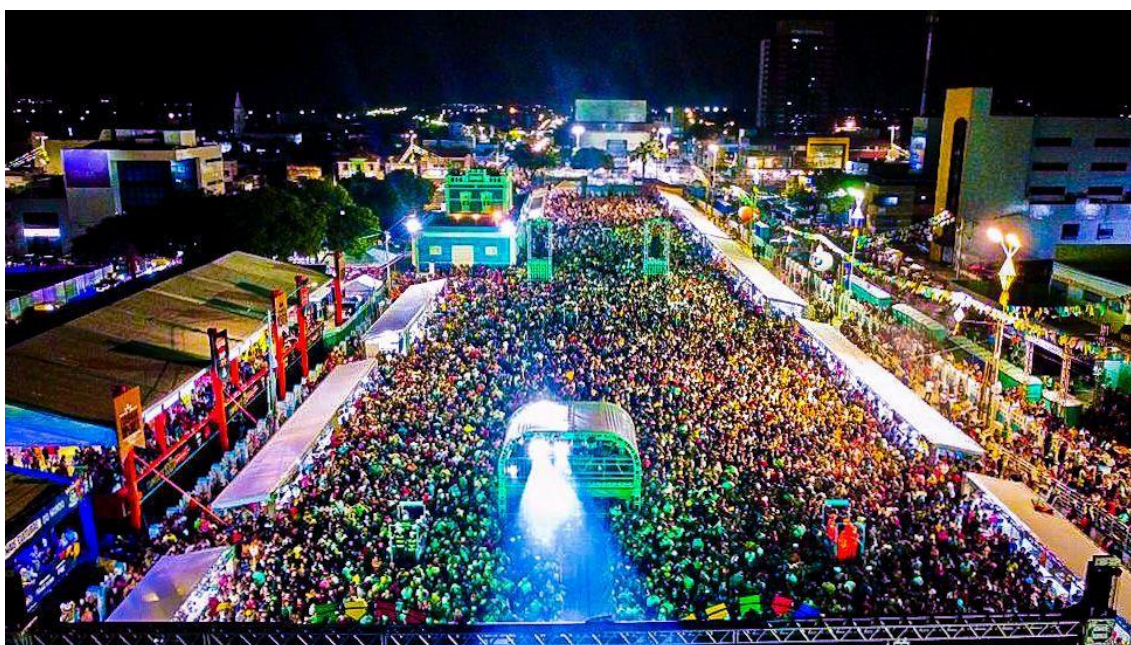


Foto: Arquivo (Secom/PMM)

O Mossoró Cidade Junina 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (FECOMÉRCIO RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao Mossoró Cidade Junina, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no estado. Isso mostra uma grandiosidade do Mossoró Cidade Junina”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra.

A pesquisa foi apresentada pelo diretor de Inovação e Competividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, que ressaltou a importância do estudo e o papel da Federação como indutora do desenvolvimento social e econômico, por meio da geração de ocupação e renda.

“São números extremamente alvissareiros e que deixam o Sistema Fecomércio e o presidente Marcelo Queiroz muito felizes. Os números mostram uma movimentação de mais de R\$ 290 milhões na economia de Mossoró, um incremento de mais de 100% em relação ao ano passado. Esse crescimento se deu muito em face do agigantamento que o evento teve do ano passado para cá, foram mais polos, mais dias, esse crescimento era esperado, mas esses dados ratificam o quão grande, gigantesco é o Mossoró Cidade Junina, que se consolida como o maior evento popular do RN e um dos maiores do Nordeste”, disse Luciano.

“Queremos parabenizar a todos os que fazem a Prefeitura pelo Mossoró Cidade Junina. Os números comprovam que quando bem planejado, quando há parcerias, os resultados são extremamente positivos. A Fecomércio abriu as suas portas, no Sesc Rio Branco, para o lançamento do evento em Natal, algo inédito, e agora apresentamos



esses números que comprovam a grandiosidade desta edição, o retorno que ela trouxe para o município”, comentou Michelson Frota, vice-presidente da Fecomércio RN e presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Mossoró (SINDILOJAS).

## **PÚBLICO**

Ainda conforme a pesquisa, o Mossoró Cidade Junina contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses. O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o Chuva de Bala no País de Mossoró, criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza (16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

## **EMPREENDEDORES**

A pesquisa do Instituto Fecomércio RN também avaliou a percepção dos empresários sobre o Mossoró Cidade Junina. Analisando a influência da festa nos negócios, de acordo com 74,7% dos empreendedores entrevistados, a opinião é de que o MCJ traz benefícios para os setores de comércio e serviços do município. A percepção é que a festa de 2023 foi melhor em relação a de 2022, quando 59% diziam que a festa tinha sido positiva.

Na visão dos empresários locais, o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 94,9%, distribuídas em movimento dentro do esperado (60,1%) e acima do esperado (34,8%). 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. Somente 5,1% considerou movimento abaixo do esperado.

“Nós recebemos com muita satisfação o resultado da pesquisa apresentada pela Fecomércio. É interessante a gente destacar que a pesquisa foi feita com duas análises, com as características, os cenários dos empresários, e também dos participantes, fazendo uma avaliação global do evento, e a gente teve resultados muito positivos, mostrando

cada vez mais a importância desse evento para Mossoró”, afirmou o secretário municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Turismo, Frank Felisardo.

## **APROVAÇÃO**

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

**São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio.**

Link	<a href="https://eliasjornalista.com/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/">https://eliasjornalista.com/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG ELIAS MEDEIROS
Classificação	POSITIVO

## [São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio.](https://eliasjornalista.com/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/)



*Mossoró Cidade Junina movimentou, R\$ 291,8 milhões.  
A festa junina de Assú movimentou R\$ 84 milhões e Mossoró, R\$ 291,8 milhões*

Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.



A festa junina de Assú movimentou R\$ 84 milhões.

### São João de Assú

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários,



mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

### **Mossoró Cidade Junina**

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de Mossoró mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysson Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas Mossoró, Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

As pesquisas completas estão disponíveis em: <https://fecomerciorn.com.br/pesquisas/>

São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio

Link	<a href="https://blogdofm.com.br/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/">https://blogdofm.com.br/sao-joao-em-assu-e-mossoro-mais-de-95-dos-participantes-pretendem-voltar-em-2024-aponta-fecomercio/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG DO FM
Classificação	POSITIVO

## São João em Assú e Mossoró: mais de 95% dos participantes pretendem voltar em 2024, aponta Fecomércio



FOTO: DIVULGAÇÃO

Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem. A informação é resultado de pesquisa realizada pelo **Instituto Fecomércio (IFC)**, que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público.

O movimento gerado pelos eventos também agradou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 78% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima no valor do ano passado.

“Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento dos comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelos eventos relacionados ao São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais, principalmente em estoque, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o **Instituto Fecomércio** entrevistou um total de 200 empreendedores e 550 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empreendedores e 654 participantes foram ouvidos. O nível de confiança de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

São João de Assú

O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram da programação do São João de Assú não é residente do município. Os turistas que participaram do São João mais antigo do mundo viajaram de outras cidades do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (12,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (66,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários da região Oeste, principalmente de setores como hotelaria (100%) e vestuário (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentiram a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se prepararam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (46,5%).

Os números foram apresentadas pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleiber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindivarejo Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

### Mossoró Cidade Junina

Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da programação do São João de Mossoró mora no município (50,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%); e decidiu participar por já conhecer a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 49,8% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (19,3%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,29. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (55%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysson Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Resistência, com a presença do presidente do Sindilojas Mossoró, Michelson Frota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleiber.

Mossoró Cidade Junina atraiu mais de 1,2 milhão de pessoas e movimentou quase R\$ 300 milhões

Link	<a href="https://98fmnatal.com.br/ultimas/mossoro-cidade-junina-atraiu-mais-de-12-milhao-de-pessoas-e-movimentou-quase-r-300-milhoes/">https://98fmnatal.com.br/ultimas/mossoro-cidade-junina-atraiu-mais-de-12-milhao-de-pessoas-e-movimentou-quase-r-300-milhoes/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	PORTAL 98FM
Classificação	POSITIVO

# Mossoró Cidade Junina atraiu mais de 1,2 milhão de pessoas e movimentou quase R\$ 300 milhões

**COMPARTILHE**

Pesquisa aponta que, a cada R\$ 1 investido na festa, retornaram R\$ 24 em movimentação de recursos e realização de negócios - Foto: Wilson Moreno / Secom / PMM

O “Mossoró Cidade Junina” 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN)** e foram apresentados à Prefeitura de Mossoró na tarde desta quarta-feira (19).

O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).



Levando em consideração o valor aportado pela gestão municipal no evento, aproximadamente R\$ 12 milhões, o total de recursos movimentado este ano aponta que, para cada R\$ 1 direcionado ao “Mossoró Cidade Junina”, retornaram R\$ 24 para a economia do município, comprovando o sucesso e a importância do São João mais cultural do mundo.

“São números muito mais impactantes na economia de Mossoró do que mesmo do ano passado, mostrando que a gente conseguiu evoluir, fazer o evento ainda melhor em 2023. A Fecomércio é uma instituição de extrema responsabilidade, credenciada, de prestígio no RN, e está atestando a qualidade do evento, apontando que houve uma movimentação econômica muito superior a todos os eventos realizados no Estado. Isso mostra uma grandiosidade do ‘Mossoró Cidade Junina’”, afirmou o prefeito Allyson Bezerra (Solidariedade).

Público

Ainda conforme a pesquisa, o “Mossoró Cidade Junina” contabilizou um público total de 1,2 milhão de pessoas, sendo uma parcela de 49,2% formada por visitantes e turistas, enquanto 50,8% das pessoas eram mossoroenses.

O crescimento em relação à edição de 2022, quando o público total chegou a 788 mil pessoas, foi expressivo, o que se explica pela criação de novos polos no evento, como o Arraiá do Povo, Poeta Antônio Francisco, e a ampliação de polos já existentes.

“Mais de 1,2 milhão de pessoas passaram pelo evento, e por que esse aumento substancial de público? Porque nós aumentamos os polos, aumentamos a quantidade de dias de outros polos, como o ‘Chuva de Bala no País de Mossoró’, criamos o Arraiá do Povo, o Polo Antônio Francisco, aumentamos a quantidade de dias de shows na Estação das Artes. Um dado que devemos destacar: 95,1% dos turistas falam que pretendem voltar para o evento”, pontuou o prefeito Allyson Bezerra.

*Números foram apresentados pela Fecomércio nesta quarta-feira (19) – Foto: Célio Duarte / Secom / PMM*

Gasto médio

O gasto médio diário individual do público residente em Mossoró foi de R\$ 134,91, um crescimento de 4,5% em relação ao ano passado (R\$ 129,14). Já os turistas gastaram em média, por dia, R\$ 333,59, o que representa um aumento percentual de 40,6% quando comparado com a edição anterior (R\$ 237,29).

Ainda sobre o público, observou-se que a maioria (72,5%) dos participantes foi do Rio Grande do Norte. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 18 diferentes estados, como Ceará (19,3%), Paraíba (1,8%), Bahia (1,1%), Pernambuco (0,9%), São Paulo (0,9%), Rio de Janeiro (0,6%), Distrito Federal (0,3%), Paraná (0,3%), entre outros, além de estrangeiros.

Quanto aos municípios de residência, foram entrevistados participantes de 83 cidades, sendo as principais: Mossoró (50,8%), Fortaleza

(16,7%), Natal (12,4%), Baraúna (1,4%), Areia Branca (0,9%), João Pessoa (0,9%), entre outras.

“Os dados da Fecomércio mostram o quanto a Prefeitura acertou em seu planejamento para 2023. A gente fica também muito feliz com o público mossoroense, porque foi um São João feito para o povo, o povo acreditou e acredita no MCJ e na sua importância. Os números que nos trazem os turistas também são significativos, mostrando o quanto a gente acertou divulgando o evento já em fevereiro, com planejamento, possibilitando que eles pudessem estar aqui”, destacou o secretário municipal de Cultura, Igor Ferradaes.

#### Aprovação

A maioria dos participantes avaliou o evento como ótimo ou bom em todos os aspectos, sendo que a divulgação do evento foi o item mais bem avaliado (94,8% de ótimo ou bom), seguido pelas atrações musicais (89,6% de ótimo ou bom) e pela organização do evento (84,4% de ótimo ou bom). No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, a Fecomércio perguntou sobre a nota, de 0 a 10, que elas dariam para os festejos. 82,1% dos participantes deram notas entre dez e nove ao evento. A nota média geral de avaliação foi de 9,40, maior que a média de 2022 que foi de 9,34.

## “Gostoso Sunset Festival” que começou neste mês de julho segue até setembro

<b>Link</b>	<a href="https://www.premierern.com.br/2023/07/20/gostoso-sunset-festival-que-comecou-em-julho-segue-ate-setembro/">https://www.premierern.com.br/2023/07/20/gostoso-sunset-festival-que-comecou-em-julho-segue-ate-setembro/</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG PREMIERE RN
<b>Classificação</b>	POSITIVO

## “Gostoso Sunset Festival” que começou neste mês de julho segue até setembro

São Miguel do Gostoso, no litoral Norte do Rio Grande do Norte, é um município privilegiado pelos seus mais de 19 km de praias e uma geografia singular que, em alguns períodos do ano, propicia assistir ao pôr do sol de frente para a praia. Aproveitando que essa temporada gostosense está chegando, empresários de vários segmentos se uniram para criar o **“Gostoso Sunset Festival”**. Entre os meses de julho e setembro, uma série de atividades irá movimentar a cidade oferecendo cultura, arte, lazer, esportes e gastronomia, tudo emoldurado pelo entardecer festivo já famoso naquela península.

A programação é idealizada pela AE Gostoso e conta com a adesão de mais de 100 empreendedores de São Miguel do Gostoso. O objetivo é atrair turistas do RN e de outros destinos para aproveitar não só as belezas naturais, mas também a alta gastronomia e o calendário de eventos já consolidado, como os festejos dos 30 anos de Emancipação Política do município e o Fest Bossa & Jazz e o Campeonato Brasileiro de Wing Foil.

Durante os fins de semana (quinta a domingo), as atividades estarão distribuídas em três pólos, onde serão montados decks nas praias da Xêpa, Santo Cristo e Vila do Cavalo Marinho para apreciação do espetáculo do pôr do sol no mar, além de happy hours temáticos nos bares e restaurantes. A promoção conta com o apoio da Emprotur e Senac-RN.

“Gostoso é uma praia acolhedora, com diversas opções gastronômicas e esportes de areia e vela. A ideia do Gostoso Sunset Festival é oferecer mais atrativos para que os visitantes permaneçam mais tempo na praia e curtam esse diferencial do pôr do sol no mar”, comentou o empresário Suzano Motta, diretor da AEGostoso.

### SOL, QUALIDADE DE VIDA E NEGÓCIOS

A mesma geografia que nos presenteia com o espetáculo do pôr do sol de frente para o mar, também favorece a prática dos esportes náuticos. É nesta época que a cidade recebe os turistas em busca dos ventos fortes para prática de kitesurf e vela. O

cenário privilegiado tem permitido um fluxo turístico ao longo de quase todo o ano, e também um fenômeno de busca por novos lugares para viver.

“Notamos que os investimentos imobiliários tem atraindo pessoas em busca de qualidade de vida ou que decidem prolongar as suas estadias na cidade. E isso tem tornado São Miguel um destino também para se fazer investimentos imobiliários”, comenta Suzano.

#### VISITANTES

De acordo com pesquisa do portal Sírio, que reúne dados coletados pela Emprotur e **Sistema Fecomércio**, a maioria dos turistas que visitou a cidade em abril deste ano vem de Natal (36%), seguidos de Recife (8,5%), João Pessoa (7,5) e São Paulo (5%). Os maiores motivadores da visita, de acordo com a pesquisa, são as belezas naturais (66,44%), a distância e localização (14%) e a variedade de atrativos como a gastronomia (5%). O que torna Gostoso ainda mais especial, de acordo com o estudo, é que 23,5% dos turistas entrevistados já visitaram o lugar mais de cinco vezes. Quem vai, sempre volta.



### Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis

<b>Link</b>	<a href="http://www.blogdajuliska.com.br/cursos-gratuitos-do-sesc-estao-com-ultimas-vagas-disponiveis">http://www.blogdajuliska.com.br/cursos-gratuitos-do-sesc-estao-com-ultimas-vagas-disponiveis</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG DA JULISKA
<b>Classificação</b>	POSITIVO

*Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis*

[0] Comentários | [Deixe seu comentário.](#)

Na sexta-feira, 21, encerra o período de inscrição para os interessados no Curso de Valorização Social do **Sesc**, que está com as últimas vagas gratuitas em Natal e Mossoró. As turmas são abertas ao público em geral, com limite de 20 alunos cada e aulas iniciando em agosto deste ano.

O Curso de Valorização Social é uma novidade no **Sesc RN** e é mantido pelo Programa de Comprometimento e Gratuidade, que oferece 100 vagas neste primeiro momento. O projeto é voltado, preferencialmente, para os trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, seus dependentes e aos estudantes da educação básica da rede pública ou qualquer pessoa cuja a renda familiar mensal não ultrapasse o valor de três salários mínimos.

Em Natal, estão abertas duas turmas, no Sesc Cidade Alta: Bordado Livre para Iniciantes e Confecção de Embalagens Decorativas. No Sesc Mossoró, além da Confecção de Embalagens Decorativas, as vagas são para as oficinas de Doces Caseiros e Bolos Tradicionais.

As oficinas possuem 20 horas de carga-horária e consistem em ações destinadas ao desenvolvimento de habilidades e competências de nível básico, que contribuam para a socialização e geração ou complementação da renda individual ou familiar e a entrada no mundo do trabalho.

O edital com documentação necessária e demais informações está disponível no site [sescrn.com.br](http://sescrn.com.br). O documento ainda conta com detalhes sobre as próximas turmas até o fim de 2023, em outras unidades do Sesc do estado.

FONTE: [blogdajuliska.com.br](http://blogdajuliska.com.br)

**Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis, inscrições terminam nesta nesta (21)**

<b>Link</b>	<a href="https://www.premierern.com.br/2023/07/20/cursos-gratuitos-do-sesc-estao-com-ultimas-vagas-disponiveis-inscricoes-terminam-nesta-nesta-21/">https://www.premierern.com.br/2023/07/20/cursos-gratuitos-do-sesc-estao-com-ultimas-vagas-disponiveis-inscricoes-terminam-nesta-nesta-21/</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG PREMIERE RN
<b>Classificação</b>	POSITIVO

## Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis, inscrições terminam nesta nesta (21)

Na sexta-feira, 21, encerra o período de inscrição para os interessados no Curso de Valorização Social do **Sesc**, que está com as últimas vagas gratuitas em Natal e Mossoró. As turmas são abertas ao público em geral, com limite de 20 alunos cada e aulas iniciando em agosto deste ano.

O Curso de Valorização Social é uma novidade no **Sesc RN** e é mantido pelo Programa de Comprometimento e Gratuidade, que oferece 100 vagas neste primeiro momento. O projeto é voltado, preferencialmente, para os trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, seus dependentes e aos estudantes da educação básica da rede pública ou qualquer pessoa cuja a renda familiar mensal não ultrapasse o valor de três salários mínimos.

Em Natal, estão abertas duas turmas, no Sesc Cidade Alta: Bordado Livre para Iniciantes e Confecção de Embalagens Decorativas. No Sesc Mossoró, além da Confecção de Embalagens Decorativas, as vagas são para as oficinas de Doces Caseiros e Bolos Tradicionais.

As oficinas possuem 20 horas de carga-horária e consistem em ações destinadas ao desenvolvimento de habilidades e competências de nível básico, que contribuam para a socialização e geração ou complementação da renda individual ou familiar e a entrada no mundo do trabalho.

O edital com documentação necessária e demais informações está disponível no site [sescrn.com.br](http://sescrn.com.br). O documento ainda conta com detalhes sobre as próximas turmas até o fim de 2023, em outras unidades do Sesc do estado.

## Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis

Link	<a href="https://fatorrh.com.br/2023/07/20/cursos-gratuitos-do-sesc-estao-com-ultimas-vagas-disponiveis/">https://fatorrh.com.br/2023/07/20/cursos-gratuitos-do-sesc-estao-com-ultimas-vagas-disponiveis/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG FATOR RH
Classificação	POSITIVO

# Cursos gratuitos do Sesc estão com últimas vagas disponíveis

As primeiras turmas acontecerão em Natal e Mossoró, totalizando 100 vagas para o público



Na sexta-feira, 21, encerra o período de inscrição para os interessados no Curso de Valorização Social do **Sesc**, que está com as últimas vagas gratuitas em Natal e Mossoró.

As turmas são abertas ao público em geral, com limite de 20 alunos cada e aulas iniciando em agosto deste ano.

O Curso de Valorização Social é uma novidade no **Sesc RN** e é mantido pelo Programa de Comprometimento e Gratuidade, que oferece 100 vagas neste primeiro momento.

O projeto é voltado, preferencialmente, para os trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, seus dependentes e aos estudantes da educação básica da rede pública ou qualquer pessoa cuja a renda familiar mensal não ultrapasse o valor de três salários mínimos.

Em Natal, estão abertas duas turmas, no Sesc Cidade Alta: Bordado Livre para Iniciantes e Confeção de Embalagens Decorativas.

No Sesc Mossoró, além da Confeção de Embalagens Decorativas, as vagas são para as oficinas de Doces Caseiros e Bolos Tradicionais.

As oficinas possuem 20 horas de carga-horária e consistem em ações destinadas ao desenvolvimento de habilidades e competências de nível básico, que contribuam para a socialização e geração ou complementação da renda individual ou familiar e a entrada no mundo do trabalho.

O edital com documentação necessária e demais informações está disponível no site [sescrn.com.br](http://sescrn.com.br).

O documento ainda conta com detalhes sobre as próximas turmas até o fim de 2023, em outras unidades do Sesc do estado.

Fonte e foto: Assessoria

## Festa de Sant'Ana de Caicó será aberta oficialmente nesta quinta-feira (20)

Link	<a href="http://sidneysilva.com.br/2023/07/20/festa-de-santana-de-caico-sera-aberta-oficialmente-nesta-quinta-feira-20/">http://sidneysilva.com.br/2023/07/20/festa-de-santana-de-caico-sera-aberta-oficialmente-nesta-quinta-feira-20/</a>
Data da publicação	20/07/2023
Veículo	BLOG SIDNEY SILVA
Classificação	NEUTRO

## Festa de Sant'Ana de Caicó será aberta oficialmente nesta quinta-feira (20)



*Festa de Sant'Ana 2023*

A Festa de Sant'Ana de Caicó será aberta oficialmente nesta quinta-feira (20). Logo cedo teve a Alvorada festiva pelas ruas de Caicó (Acorda Caicó).

A abertura oficial da festa ocorrerá a partir das 18h, com solene passeata, seguida de hasteamento da bandeira e missa. O itinerário será: Av. Seridó, Rua Renato Dantas, Av. Celso Dantas, Cel. Martiniano e Av. Seridó.

Também haverá o recebimento da Lei sancionada pelo Governo do Estado, reconhecendo a Catedral de Sant'Ana de Caicó, como Patrimônio, Cultural e Religioso do Rio Grande do Norte.

O celebrante será o caicoense, Dom Francisco Agamenilton Dasmaceno, Bispo Diocesano de Rubiataba e Morzalândia (GO).



Na parte social, a partir das 20 horas, haverá o tradicional jantar de Sant'Ana, com Show Musical com Solange Silva, Aninha Teresa, Chirs Fernandes e Fátima Moraes.

A programação é uma realização da paróquia de Sant'Ana de Caicó, com apoio da ACAF, projeto Letra e Música do **SESC RN**, Município de Caicó, Emprotur e Fundação José Augusto. Além disso, conta com o Patrocínio do Café Santa Clara, Casa do Sertanejo, Del Raysa, Eletrocenter, MC Telecom, Ligzarb, Geração XXI, Slup Sorvetes, SeridoPlast, João Paulo Auto Pecas, Júnior Paulino e Vitakero.

**Jantar de Sant'Ana acontece hoje reunindo divas em show especial: Solange Silva, Aninha Teresa , Cris Fernandes e Fátima Morais**

<b>Link</b>	<a href="https://wllanadantas.com.br/jantar-de-santana-acontece-hoje-reunindo-divas-em-show-especial-solange-silva-aninha-teresa-cris-fernandes-e-fatima-morais/">https://wllanadantas.com.br/jantar-de-santana-acontece-hoje-reunindo-divas-em-show-especial-solange-silva-aninha-teresa-cris-fernandes-e-fatima-morais/</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG WLLANA DANTAS
<b>Classificação</b>	NEUTRO

## Jantar de Sant'Ana acontece hoje reunindo divas em show especial: Solange Silva, Aninha Teresa , Cris Fernandes e Fátima Morais

AGÊNCIA Ref

# PAVILHÃO CULTURAL

Palco de shows ao lado da Catedral de Sant'Ana de Caicó

Jantar de Sant'Ana

**Quinta-feira (20) | 20h**  
Solange Silva / Aninha Teresa /  
Cris Fernandes / Fátima Morais

SANTANA de Caicó 2023

PAROQUIA DE SANT'ANA DE CAICÓ  
ACAF  
Empreitas  
Sesc Fecomércio RN  
CAICÓ PREFEITURA

Todos os anos, o dia de abertura da Festa de Sant'Ana de Caicó é marcado pelo tradicional jantar, e claro, esse ano não poderia ser diferente! Hoje (20), logo após a passeata de abertura, hasteamento da bandeira e missa, será realizado o 38º Jantar de Sant'Ana.

No Pavilhão de Sant'Ana, um show especial: o grande encontro das cantoras Solange Silva, Aninha Teresa, Chirs Fernandes e Fátima Moraes. A previsão de início do show é 21 horas.

A programação cultural é uma realização da Paróquia de Sant'Ana de Caicó, com apoio da ACAF, projeto Letra e Música do **SESC RN**, Município de Caicó, Emprotur e Fundação José Augusto. Além disso, conta com o Patrocínio do Café Santa Clara, Casa do Sertanejo, Del Raysa, Eletrocenter, MC Telecom TIM, Ligzarb Supermercado, Geração XXI, Slup Sorvetes, Seridó Plast, João Paulo Auto Peças, Armazém Paulino e Massas Vitakero.

**Jantar de Sant'Ana acontece com música ao vivo de Solange Silva, Aninha Teresa , Cris Fernandes e Fátima Moraes**

<b>Link</b>	<a href="http://sidneysilva.com.br/2023/07/20/jantar-de-santana-acontece-com-musica-ao-vivo-de-solange-silva-aninha-teresa-cris-fernandes-e-fatima-morais/">http://sidneysilva.com.br/2023/07/20/jantar-de-santana-acontece-com-musica-ao-vivo-de-solange-silva-aninha-teresa-cris-fernandes-e-fatima-morais/</a>
<b>Data da publicação</b>	20/07/2023
<b>Veículo</b>	BLOG SIDNEY SILVA
<b>Classificação</b>	NEUTRO

## Jantar de Sant'Ana acontece com música ao vivo de Solange Silva, Aninha Teresa , Cris Fernandes e Fátima Moraes



*Jantar de Sant'Ana terá show com cantoras caicoenses*

Todos os anos, o dia de abertura da Festa de Sant'Ana de Caicó, é marcado pelo tradicional jantar. Nesta quinta-feira (20), logo após a passeata de abertura, hasteamento da bandeira e missa, será realizado o Jantar de Sant'Ana, em sua 38ª edição.

No Pavilhão de Sant'Ana, acontece show especial com as cantoras Solange Silva, Aninha Teresa, Chirs Fernandes e Fátima Moraes. Elas começam por volta das 21 horas.

A programação cultural é uma realização da Paróquia de Sant'Ana de Caicó, com apoio da ACAF, projeto Letra e Música do **SESC RN**, Município de Caicó,

Emprotur e Fundação José Augusto. Além disso, conta com o Patrocínio do Café Santa Clara, Casa do Sertanejo, Del Raysa, Eletrocenter, MC Telecom TIM, Ligarb Supermercado, Geração XXI, Slup Sorvetes, Seridó Plast, João Paulo Auto Peças, Armazém Paulino e Massas Vitakero.



## Pix já é mais usado que dinheiro no Brasil, revela pesquisa

Link	<a href="https://www.blogdobg.com.br/pix-ja-e-mais-usado-que-dinheiro-no-brasil-revela-pesquisa/">https://www.blogdobg.com.br/pix-ja-e-mais-usado-que-dinheiro-no-brasil-revela-pesquisa/</a>
Data da publicação	19/07/2023
Veículo	BLOG DO BG
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

## Pix já é mais usado que dinheiro no Brasil, revela pesquisa



Foto: Adriano Ishibashi/FramePhoto

Lançado em novembro de 2020 pelo Banco Central, o sistema de pagamento instantâneo Pix hoje já é usado pela maior parte dos consumidores brasileiros e tem substituído as transferências bancárias e já ultrapassou a utilização do dinheiro em pagamentos no país. O dado faz parte de uma pesquisa da consultoria McKinsey.

O levantamento da empresa mostra que o Pix já é mais utilizado que o dinheiro na distribuição de gastos entre meios de

pagamento. Enquanto o Pix, ao lado de outras modalidades de transferência bancária (TED e DOC), é usado por 14% dos entrevistados, o dinheiro é empregado por 10%.

Apesar disso, os cartões de débito e de crédito ainda lideram as operações de pagamento, sendo eleitas por 38% e 22% dos consumidores, respectivamente. As transferências (Pix, TED e DOC) aparecem em terceiro lugar como meio de pagamento mais usados, e o dinheiro figura em quarto, na pesquisa.

### **Conveniência e flexibilidade**

De acordo com a pesquisa da McKinsey, 66% dos entrevistados substituíram os pagamentos em dinheiro por pagamentos Pix. O Pix é visto pelos consumidores como um meio de pagamento de alta conveniência e flexibilidade. O meio de pagamento instantâneo está substituindo o cartão de débito e dinheiro devido à facilidade de uso e instabilidade da transação.

Ao todo, 98% dos entrevistados disseram que possuem chave Pix e usaram o meio de pagamento. 59% das pessoas usam Pix pela conveniência da velocidade da transação e capacidade de fazer a qualquer momento.

A consultoria entrevistou mais de 5 mil consumidores e também cerca de 30 bancos e instituições financeiras para chegar aos dados, que dizem respeito ao mercado em 2022.

### **Recorde de transações**

O número diário de transações Pix bateu recorde por dois dias seguidos em julho, segundo informações divulgadas pelo Banco Central. Na quinta-feira (dia 6), foram feitas 129,4 milhões de operações; na sexta-feira (dia 7), novo recorde: 134,8 milhões de transações. Pix é a principal forma de pagamentos no Brasil.

Segundo dados do Banco Central, em junho, foram feitas 2,86 bilhões de transações por Pix – maior número da série histórica,

que começa em novembro de 2020. Atualmente, mais de 405 milhões de contas estão cadastradas.

**Extra**, por Pollyanna Brêtas

**Pix já é mais usado que dinheiro no Brasil, revela pesquisa. Veja perguntas e respostas**

<b>Link</b>	<a href="https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/07/19/pix-ja-e-mais-usado-que-dinheiro-no-brasil-revela-pesquisa-veja-perguntas-e-respostas.ghtml">https://oglobo.globo.com/economia/noticia/2023/07/19/pix-ja-e-mais-usado-que-dinheiro-no-brasil-revela-pesquisa-veja-perguntas-e-respostas.ghtml</a>
<b>Data da publicação</b>	19/07/2023
<b>Veículo</b>	O GLOBO
<b>Classificação</b>	NOTÍCIA DE INTERESSE

## **Pix já é mais usado que dinheiro no Brasil, revela pesquisa. Veja perguntas e respostas**

O Pix já se tornou um dos meios de pagamentos mais usados pelos brasileiros

**Por Pollyanna Brêtas** — Rio de Janeiro

Lançado em novembro de 2020 pelo [Banco Central do Brasil](#), o sistema de pagamento instantâneo Pix hoje já é usado pela maior parte dos consumidores brasileiros e tem substituído as transferências bancárias e já ultrapassou a utilização do dinheiro em pagamentos no país. O dado faz parte de uma pesquisa da consultoria McKinsey.

O levantamento da empresa mostra que o Pix já é mais utilizado que o dinheiro na distribuição de gastos entre meios de pagamento. Enquanto o Pix, ao lado de outras modalidades de transferência bancária (TED e DOC), é usado por 14% dos entrevistados, o dinheiro é empregado por 10%. Apesar disso, os cartões de débito e de crédito ainda lideram as operações de pagamento, sendo eleitas por 38% e 22% dos consumidores, respectivamente. As transferências (Pix, TED e DOC) aparecem em



terceiro lugar como meio de pagamento mais usados, e o dinheiro figura em quarto, na pesquisa.

**Veja os destinos escolhidos por multimilionários para passar as férias**







Cidade do Cabo, Paris e Miami estão na lista de destinos

Conveniência e flexibilidade

De acordo com a pesquisa da McKinsey, 66% dos entrevistados substituíram os pagamentos em dinheiro por pagamentos Pix. O Pix é visto pelos consumidores como um meio de pagamento de alta conveniência e flexibilidade. O meio de pagamento instantâneo está substituindo o cartão de débito e dinheiro devido à facilidade de uso e instabilidade da transação.

- **Biometria no ônibus? [Presidente do INSS diz que pretende usar ferramenta como prova de vida dos beneficiários](#)**

Ao todo, 98% dos entrevistados disseram que possuem chave Pix e usaram o meio de pagamento. 59% das pessoas usam Pix pela conveniência da velocidade da transação e capacidade de fazer a qualquer momento.

A consultoria entrevistou mais de 5 mil consumidores e também cerca de 30 bancos e instituições financeiras para chegar aos dados, que dizem respeito ao mercado em 2022.

Recorde de transações

O número diário de transações Pix bateu recorde por dois dias seguidos em julho, segundo informações divulgadas pelo Banco Central. Na quinta-feira (dia 6), foram feitas 129,4 milhões de operações; na sexta-feira (dia 7), novo recorde: 134,8 milhões de transações. Pix é a principal forma de pagamentos no Brasil. Segundo dados do Banco Central, em junho, foram feitas 2,86 bilhões de transações por Pix – maior número da série histórica, que começa em novembro de 2020. Atualmente, mais de 405 milhões de contas estão cadastradas.

## **Veja perguntas e respostas:**

O que é Pix e como funciona?

É um meio de pagamentos criado pelo Banco Central que permite transferências e pagamentos instantâneos 24 horas por dia e sete dias por semana.

O Pix vai ser cobrado?

O Pix será gratuito para pessoas físicas, incluindo para os MEIs, (microempreendedores individuais), mas em alguns casos os clientes terão que pagar tarifas. Os bancos poderão cobrar taxas para pessoas físicas e empresários individuais quando a transação for de recebimento de recursos resultantes de alguma venda realizada.

Quais os bancos que vão cobrar pelo Pix?

Com isso, para . Os principais bancos do país — Bradesco, Santander, Itaú e Banco do Brasil — aplicam cobrança em transações envolvendo pessoas jurídicas. A Caixa é o único dos cinco maiores bancos do Brasil a não cobrar taxa de Pix para pessoas jurídicas.

É preciso ter conta no banco para ter Pix?

Para realizar uma transferência Pix, basta ter uma conta bancária. Em seguida, é necessário informar a chave Pix do destinatário, que pode ser CPF, e-mail ou telefone, e a quantia a ser transferida.

Qual é o limite de Pix por dia?

O valor máximo passou de R\$ 500 para R\$ 3.000 durante o dia e de R\$ 100 para R\$ 1.000 no período noturno. Porém, existem regras para os clientes solicitarem mudanças nos limites. Os pedidos para diminuição dos valores de operações via Pix devem

ser aceitas pelas instituições financeiras de forma imediata, mas a adaptação ao novo limite pode levar algumas horas.

## Fed lança sistema de pagamento similar ao Pix

<b>Link</b>	<a href="https://www.poder360.com.br/internacional/fed-lanca-sistema-de-pagamento-similar-ao-pix/">https://www.poder360.com.br/internacional/fed-lanca-sistema-de-pagamento-similar-ao-pix/</a>
<b>Data da publicação</b>	19/07/2023
<b>Veículo</b>	PODER360
<b>Classificação</b>	NOTÍCIA DE INTERESSE

## Fed lança sistema de pagamento similar ao Pix

*O “FedNow” permitirá que os usuários realizem transferências instantâneas a qualquer momento; limite de transação é de US\$ 500 mil*



Fachada do Prédio do Federal Reserve, em Washington, EUA

Reprodução/ Wikimedia Commons 13.ago.2008

**PODER360** 20.jul.2023 (quinta-feira) - 18h20



O [Fed](#) (*Federal Reserve*, o Banco Central dos Estados Unidos) lançou nesta 5ª feira (20.jul.2023) o “FedNow” –sistema de transferência instantânea similar ao Pix do Brasil. Com a ferramenta, os usuários poderão realizar pagamentos a qualquer momento do dia, 7 dias por semana. O limite de transação é de US\$ 500 mil. Eis a [íntegra](#) da declaração (116 KB, em inglês).

Em comunicado, a instituição monetária afirmou que, inicialmente, o serviço estará disponível em 35 bancos e cooperativas de créditos participantes. O objetivo é que mais instituições façam parte do sistema até o fim do ano. Eis a [lista](#) de todos os bancos participantes (126 KB, em inglês).  
receba **alertas grátis** do Poder360

*“À medida que mais bancos optarem por usar essa nova ferramenta, os benefícios para indivíduos e empresas incluirão a permissão para que uma pessoa receba imediatamente um cheque de pagamento ou uma empresa acesse fundos instantaneamente quando uma fatura for paga”, afirmou o BC norte-americano.*

O sistema atual permitia que os cidadãos norte-americanos fizessem transferências só de 2ª à 6ª feira, além de não disponibilizar o dinheiro na mesma hora.

O “FedNow” foi anunciado em 2019 e estava em fase de avaliação. Segundo o BC norte-americano, a ferramenta também beneficiará pequenas empresas que poderão gerenciar o fluxo de caixa sem atrasos e com mais eficiência.

O Fed possui uma ferramenta semelhante –chamada de [FedWire](#). No entanto, o serviço é exclusivo para pagamentos corporativos em larga escala e só funciona durante o horário comercial.

## MCJ é sucesso

Link	<a href="http://www.tribunadonorte.com.br/router.php?controller=flip&amp;date=2023-07-21#prj_5b4c9b4057740/tribunadonorte/5004-03-14/2-3">http://www.tribunadonorte.com.br/router.php?controller=flip&amp;date=2023-07-21#prj_5b4c9b4057740/tribunadonorte/5004-03-14/2-3</a>
Data da publicação	21/07/2023
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	POSITIVO

**MCJ é sucesso** O "Mossoró Cidade Junina" 2023 movimentou R\$ 291,8 milhões. Os dados são da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN). O volume financeiro constatado pelo Instituto Fecomércio RN representa um crescimento de 103,5% em relação à movimentação registrada em 2022 (R\$ 143,4 milhões).

**São João de Assú** O Instituto Fecomércio (IFC) aponta que R\$ 84 milhões foram movimentados no São João de Assú neste ano, um aumento de 16,2% em relação a 2022. Para 78% dos negócios da cidade, o volume de vendas foi melhor ou igual à última edição das festas juninas.

Festas de São João em Assú e Mossoró movimentaram R\$ 375,8 milhões

Link	<a href="file:///C:/Users/rafae/Desktop/Agora%20RN_ED%201.630%20[21-07-23].pdf">file:///C:/Users/rafae/Desktop/Agora%20RN_ED%201.630%20[21-07-23].pdf</a>
Data da publicação	21/07/2023
Veículo	AGORA RN
Classificação	POSITIVO

# Festas de São João em Assú e Mossoró movimentaram R\$ 375,8 milhões

*Na capital do oeste, montante cresceu 103,5% em relação ao ano passado; Mais de 95% pretendem voltar às edições das festas*

Festas tradicionais no Rio Grande do Norte, as São João de Assú e Mossoró movimentaram cerca de R\$ 375 milhões neste ano, segundo a Federação de Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do RN (Fecomércio RN). Na capital do oeste, o faturamento mais do que dobrou em relação ao ano passado, enquanto em Assú houve crescimento na casa dos 16%. Outro fator que também foi destacado foi o nível de satisfação. Mais de 95% das pessoas que participaram do São João 2023 nos municípios de Assú e Mossoró pretendem voltar para as edições do ano que vem.

A informação é resultado de pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio (IFC), que mapeou o perfil dos participantes e a percepção dos empresários. De acordo com o estudo, apresentações musicais e atrações gratuitas foram alguns dos aspectos que receberam avaliações positivas do público. O movimento gerado pelas festas também agitou a maior parte dos empresários, que declararam ter faturado mais do que nas edições de 2022. Para 70% dos negócios de Assú, o volume de vendas foi melhor ou igual ao de 2022. Em Mossoró, 74,7% dos empresários afirmaram que o evento junino teve um impacto positivo nos negócios.

Em Assú, foram movimentados R\$ 84 milhões, um aumento de 16,2% em relação a 2022; já na capital do Oeste o montante chegou a R\$ 291,8 milhões, 103,5% acima do valor do ano passado. "Esse saldo positivo também se deve muito ao trabalho de planejamento das comerciantes, que se prepararam bastante para aproveitar o movimento gerado pelas diversas relações do São João. Em Mossoró, por exemplo, os negócios investiram 30% mais,

principalmente em atrações, variedade de itens, funcionários e outras melhorias – em relação ao mesmo período do ano passado”, afirmou o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Em Assú, durante o mês de junho, o Instituto Fecomércio enviou um total de 200 questionários e 531 participantes. No mesmo período, em Mossoró, 253 empresários e 834 participantes foram servidos. O nível de satisfação de ambas as pesquisas é de 95% com margem de erro de três pontos percentuais.

São João de Assú. O levantamento do Instituto Fecomércio (IFC) constatou que mais da metade (57,1%) das pessoas que aproveitaram a programação do São João de Assú são residentes do município. Os turistas que participaram do São João mais antigos do município viajaram de outros estados do Rio Grande do Norte, principalmente Assú (42,9%) e Natal (32,9%). Também foi registrada a presença de visitantes de outros 16 estados.

Além disso, de acordo com a pesquisa, a maior parte das 407 mil pessoas que participaram do São João de Assú se informaram sobre o evento através das redes sociais (86,5%) e decidiram participar por causa da programação de atrações gratuitas (44,5%) – como festas e shows musicais, por exemplo.

O movimento de moradores e turistas teve uma influência positiva para pelo menos 68,5% dos empresários do negócio. Isso, principalmente de setores como hotelaria (100%) e varejista (95,7%). Mais de 70% dos negócios locais não sentirão a necessidade de aumentar o quadro de funcionários, mas se preparam para o evento investindo na variedade de itens oferecidos (49%) e na ampliação do estoque (48,5%).

Os números foram apresentados pelo diretor de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN, Luciano Kleber, ao prefeito Gustavo Soares, com a presença do presidente do Sindicato Assú, Francisco de Assis Barbosa, na terça-feira (18).

Mossoró Cidade Junina. Diferente do que foi apurado em Assú, a maior parte das pessoas que participaram da



Mossoró Cidade Junina movimentou mais de R\$ 290 milhões em junho de 2023. O momento de 2023.

programação do São João de Mossoró mora no município (58,8%). A maioria pertence ao sexo masculino (56,1%), possui ensino superior completo (55,8%), recebe de 2 a 5 salários mínimos por mês (53,2%) e decidiu participar por já reduzir a festa (33,8%) e para aproveitar as atividades gratuitas e atrações musicais (32,4%).

O evento atraiu um total de quase 1,3 milhão de pessoas, das quais 45,0% eram visitantes de outros estados ou municípios. Os turistas saíram principalmente da cidade de Fortaleza (10,2%), que levou mais pessoas para o São João de Mossoró do que Natal (12,4%).

De acordo com os dados do levantamento, os turistas gastaram uma média de R\$ 333,59 por dia – um aumento de 40,6% em relação ao valor registrado no evento de 2022, quando o gasto médio individual foi de R\$ 237,28. Esse aumento também foi percebido no faturamento dos empresários locais, que venderam mais no São João deste ano (30%) e afirmaram que o movimento gerado pela festa atendeu ou superou as expectativas (94,9%).

O prefeito Alysson Bezerra recebeu os números da pesquisa nesta quarta-feira (19), em reunião no Palácio da Residência, com a presença do presidente do Sindicato Mossoró, Michelson Prota. O levantamento também foi apresentado pelo diretor Luciano Kleber. ■

## Senac Idiomas

Link	<a href="file:///C:/Users/rafae/Desktop/Agora%20RN_ED%201.630%20[21-07-23].pdf">file:///C:/Users/rafae/Desktop/Agora%20RN_ED%201.630%20[21-07-23].pdf</a>
Data da publicação	21/07/2023
Veículo	AGORA RN
Classificação	POSITIVO

**Senac Idiomas**

QUEM É FLUENTE,  
FAZ ACONTECER.

Inglês Espanhol Italiano Francês Alemão

Descubra um mundo de possibilidades!

Inglês, Espanhol, Francês, Alemão e Italiano para você que deseja ser fluente. Didática prática e instrutores experientes e certificados internacionalmente.

Use o voucher de desconto:  
**NOVATOIDIOMAS15**  
e garanta 15% off.

Facebook Twitter Instagram WhatsApp [m.senac.br](https://www.m.senac.br)  
☎ 4005.1000

**Senac** Fecomércio Sesc  
Faz acontecer

\*Desconto não cumulativo. Válido até o dia 12/08/2023 para alunos novatos que realizarem matrículas em turmas presenciais ou on-line em 2023.2.



# Capas dos Jornais



## RN tem 7º menor investimento per capita com segurança no país

O RN é o 7º do Brasil com o menor gasto per capita direcionado à segurança pública. No Estado, o investimento por pessoa é de R\$ 421,88 e também fica entre os cinco menores do Nordeste. « PÁGINA 9 »

## Eduardo Leite denuncia Jean Wyllys por homofobia

O governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite, entrou com uma denúncia no Ministério Público contra o ex-deputado Jean Wyllys, que vai compor o Governo Lula, por declarações homofóbicas. « PÁGINA 5 »

## No Vale do Açu, maior vaptoduto do mundo está parado

Estrutura transportava vapor superaquecido, produzido na Termelétrica Vale do Açu, para campos de petróleo da 3R para aumentar produção. Contrato com a Petrobras terminou dia 30 de junho e não foi renovado. « PÁGINA 7 »

## ROSALIE ABRIDA

Barbie promete ser uma das grandes bilheterias deste ano. « PÁGINA 9 »

## AMÉRICA

Para bater a meta na Série C, equipe não pode mais sofrer derrotas. « PÁGINA 10 »

## RUBENS LEMOS FILHO

ABC precisaria de pelo menos 46 pontos para não cair. « PÁGINA 11 »

# Em 2 anos, RN tem R\$ 47,5 mi bloqueados para pagar UTIs

« COBRANÇA » De julho de 2021 até a última quarta-feira (19), a Justiça Federal no RN já bloqueou R\$ 47,5 milhões das contas do Governo do Estado por falta de pagamento para serviços em leitos de UTI, contratados junto a três hospitais particulares em Natal e Mossoró. Ao todo, foram 16 bloqueios em dois anos. A Secretaria de Estado da Saúde Pública não quis comentar o assunto. « PÁGINA 8 »

## Mais uma



« TRANSITO » O DER/RN aguarda a liberação de cerca de R\$ 18 milhões da Caixa para dar andamento a obra da trincheira no cruzamento das Avenidas Prudente de Moraes e Integração. « PÁGINA 8 »

## Ranking dos políticos lista desempenho da bancada do RN

Ranking produzido por organização sem fins lucrativos aponta quais parlamentares do RN têm tido melhor desempenho conforme os critérios estabelecidos pela instituição. « PÁGINA 6 »

## Governo do RN propõe pagar parte de dívida com municípios

O Governo do Estado apresentou nesta quinta-feira (20) uma proposta para pagar parte da dívida que possui com os municípios, referente a repasses de ICMS. Prefeitos pressionam por pagamento total. « PÁGINA 3 »

## CENA URBANA

Ninguém sabe quem será o candidato apoiado por Álvaro Dias. « PÁGINA 3 »

## NOTAS & COMENTÁRIOS

Câmara dos Deputados vai contratar FGV para realizar concurso público. « PÁGINA 2 »

## ALEX MEDEIROS

Na ausência de imagens, caso do quiproquô em Roma é suposição. « PÁGINA 5 »



« COPA » Abertura destaca povos originais da Nova Zelândia e Austrália. Fuso horário preocupa nos jogos do Brasil. « PÁGINA 11 »

## Bancos já limpam nome de mais de 681 mil CPFs

Nesses primeiros dias do programa Desembará Brasil, o C6 Bank já limpou 456 mil CPFs e a Caixa, 225 mil. O banco federal registrou, em dois dias, o dobro da procura por negociação de dívidas em seus canais. « PÁGINA 7 »





## Segurança \_pág. 3

### RN tem duas cidades no ranking das 50 mais violentas

Número de crimes violentos cai 7% no Estado entre 2021 e 2022, mas Mossoró e São Gonçalo do Amarante estão entre as mais violentas do País.

## Política \_pág. 2

### Álvaro Dias quer candidatos a vereador em dois partidos

Prefeito de Natal estuda ter duas nomeações para as eleições de 2024 tanto no PSDB quanto na República. Cada uma pode ter até 30 candidaturas.

## Saúde \_pág. 7

### Conta do Estado é bloqueada para pagar UTIs de hospitais privados

Decisão foi assinada pela juíza Gisela Leite, que afirma prevê os contratos assinados com hospitais Wilson Boschi, Memorial e Rio Grande.

## São João \_pág. 8

### Festas de Assu e Mossoró fizeram circular R\$ 375 mi

Em Mossoró, movimentação financeira mais que dobrou em relação ao ano passado. Mais de 95% pretendem voltar às celebrações das festas.



## Oposição impede votação de isenção de ISS

Projeto que beneficia empresas de dublêis vai ter de transitar normalmente após o mesmo no Colômbia de Natal \_pág. 3

## Sistema prisional \_pág. 5

# Mutirão no RN pode colocar 263 presos nas ruas nos próximos dias

Juizes devem se empenhar para avaliar caso a caso e verificar se ainda existe motivo para prisão

O Ministério Carcerário, projeto desenvolvido pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ) com o objetivo de diminuir

a população carcerária em todo o País, poderá colocar nas ruas, nas próximas semanas, 263 presos só no Rio Grande do Norte.

O ministério para analisar a situação de todos esses detentos, para posteriormente colocá-los em liberdade ou aplicar outras bene-

fícios, começará na próxima segunda-feira (24). A presidente do CNJ, ministra Rosa Weber, virá ao inspecionar os trabalhos.

## Decisão \_pág. 5

### Justiça manda greve do Detran ser encerrada

Desembargador Espedito Ferreira, do TJRN, atendeu a pedido do Governo do Estado e determinou volta dos funcionários ao trabalho, sob pena de multa diária.



## Opinão \_pág. 2

Prefeito Teófilo faz crítica pesada e confiantes os resultados da eleição

## Letícia Nogueira \_pág. 8

Ranking dos Políticos aponta melhores e piores da bancada

## Pedro Neto \_pág. 5

Sem novidade Equipe do ABC é ruim, o tempo é de baixa qualidade

## Simone Silva \_pág. 11

Aos do momento é ruim. O assessor, a Barba

## Economia \_pág. 10

### Bancos alertam para golpes no Desenrola Brasil

Criativistas estão apresentando o programa do governo para negociação de dívidas para aplicar golpes por meio de links falsos e engenharia social.

# FOLHA DE S. PAULO

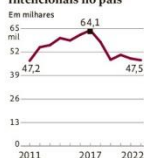
DESDE 1921 ★★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

ANO 103 ★ Nº 34.442

SEXTA-FEIRA, 21 DE JULHO DE 2023

R\$ 6,00

## Mortes violentas intencionais no país\*



## Estados com mais vítimas

BA	6.659
RJ	4.485
SP	3.735
PE	3.423
CE	3.123

\* Categoria reúne homicídio doloso, latrocínio, lesão corporal seguida de morte e mortes decorrentes de intervenções policiais

# Mortes violentas no Brasil caem a menor nível em 12 anos

Relatório aponta 47,5 mil vítimas em 2022; indicador recua desde 2018, mas ritmo desacelerou

As mortes violentas no Brasil chegaram ao patamar mais baixo em 12 anos, mostram dados do 17º Anuário Brasileiro de Segurança Pública divulgados ontem. A queda desacelerou em 2022, mas manteve uma tendência verificada desde 2018.

Foram 47.508 vítimas no conjunto que reúne os crimes de homicídio doloso, latrocínio, lesão corporal seguida de morte e morte por intervenção policial. Em 2021, o indicador caiu 4% ante 2020. Agora, a redução de 2022 sobre 2021 foi de 1,9%.

O estado mais violento é o Amapá, com 50,6 mortes violentas intencionais a cada 100 mil habitantes, mais que o dobro da taxa nacional, de 23,4 (era de 24 em 2021). São Paulo manteve a menor taxa entre todas as unidades da Federação, com 8,4.

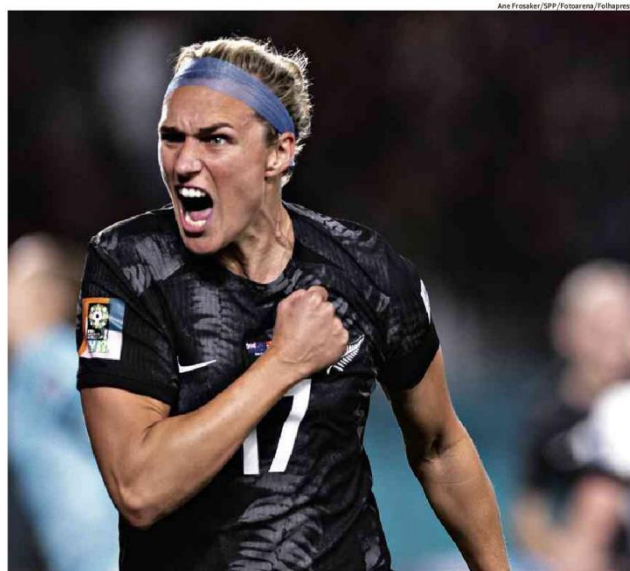
Para o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, que organiza o relatório, a flexibilização do acesso a armas sob Jair Bolsonaro (PL) impediu queda maior dos assassinatos no país. Em 2022, 75% dos homicídios foram cometidos com arma de fogo.

Presidente do fórum, Renato Sérgio de Lima, aponta a hipótese de migração do crime para a diminuição da violência. Roubos caíram, e golpes de estelionato cresceram. Segundo Lima, quadras têm preferido ações de menos risco. **Cotidiano B1**

**País tem recorde de 75 mil estupro registrados em 2022** **B2**

**População carcerária brasileira chega a 832 mil pessoas** **B3**

**Polícia matou 18 por dia; BA e RJ concentram 43% dos casos** **B2**



A neozelandesa Hannah Wilkinson comemora o gol da vitória por 1 a 0 sobre a Noruega em Auckland, zebra que abriu Mundial feminino; partida teve minuto de silêncio por vítimas de ataque na cidade e recorde de público para futebol no país da Oceania

## Crédito imobiliário trava com menos recursos da poupança

O volume de recursos usados em financiamentos imobiliários com dinheiro das cadernetas caiu 28,3% em maio ante o mesmo mês do ano passado. A poupança registrou neste ano cinco meses de saques recordes. Os juros altos também tornam os empréstimos mais caros para os mutuários.

A Caixa afirma que houve um problema com essa linha de crédito, mas diz já tê-lo solucionado. Compradores contestam e relatam espera de meses pela liberação de verba por parte da instituição. O banco federal é responsável por 67% dos financiamentos da casa própria no Brasil. **Mercado A15**

## Juro alto faz busca por crédito ter queda histórica

A demanda dos consumidores por crédito sofreu recuo de 12,5% no primeiro semestre deste ano, de acordo com a Serasa Experian. Analistas atribuem a queda ao alto patamar das taxas de juros e ao aumento da inadimplência — 72 milhões têm dívidas em atraso. **Mercado A16**

## PAINEL Cargo para Wyllys é um sinal contra o respeito, diz Leite

O governador Eduardo Leite (RS) disse que nomear Jean Wyllys para Secretária de Comunicação Social vai contra "caminho do respeito". Wyllys afirmou que Leite tinha "fetiche a uniformes" por manter escola cívico-militar. **A4**

## Centrão quer pastas, e governo acena com Caixa

Na negociação para ampliar sua base no Congresso, Planalto pretende valorizar o passe da Caixa, que tem orçamento elevado e capilaridade. **A4**

## Cracolândia não irá para Bom Retiro, diz Tarcsio

Governador de São Paulo (Republicanos) recuou da ideia anunciada na véspera. "Sou humano. Não tenho problema de corrigir o caminho", disse. **B5**

## copa 2023

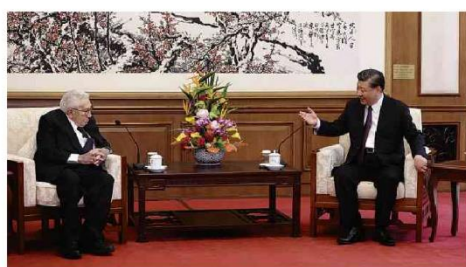
### Bom dia, Vietnã

Estreantes asiáticas pegam EUA em jogo que expõe abismo entre as seleções **B7**

### Ilustrada C1 e C3

### Ilha perdida

Novo álbum do Blur retrata Grã-Bretanha em crise e sombra da extrema direita



## KISSINGER, QUE LEVOU NIXON ATÉ MAO, VISITA XI

Em giro pela China aos 100 anos, decano da diplomacia americana e arquiteto da retomada de relações bilaterais entre os dois países, em 1972, foi recebido pelo líder chinês em Pequim

## ENTREVISTA

### Sergio Jaramillo

### Posição de Lula convence Putin de que ele não está só

Líder dos diálogos de paz entre as Forças Armadas e o governo colombiano e da campanha "Aguenta, Ucrânia!", o negociador, ferido em ataque a alvo civil em Kramatorsk, diz que a posição do Brasil quanto ao conflito ajuda a prolongá-lo. **Mundo A12**

### Crise entre Iraque e Suécia piora com ataque a embaixada

**Mundo A14**



## EDITORIAIS A2

**Ambiente tenso**  
Sobre as negociações entre Lula e a União Europeia.

**Cracolândia ambulante**  
Acerra de confusão sobre o destino de dependentes.

## ATMOSFERA



Fonte: www.climatempo.com.br

Hoje	Amanhã
Rio 18°-25°	13°-27°
Brasília 13°-28°	15°-26°
Ribeirão 13°-29°	13°-30°



# O ESTADO DE S. PAULO

FUNDADO EM 1875  
JULIO MESQUITA (1863-1927)



Sexta-feira 21 de JULHO de 2023 • R\$ 6,00 • Ano 144 • Nº 47383  
estadão.com.br

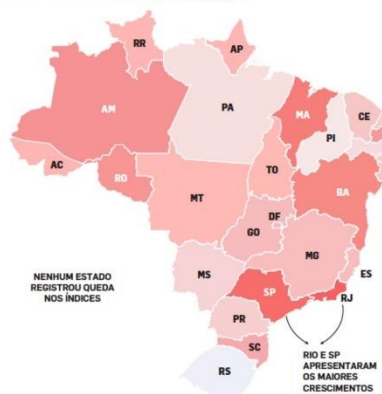
Segurança pública ... A12 a A15

## Crimes virtuais disparam; a cada minuto, 3 brasileiros sofreram golpes em 2022

Casos de estelionato tiveram alta de 37,9% no ano passado;  
quase 1 milhão de celulares foram roubados ou furtados no País

Varição dos registros de estelionato convencional nos Estados entre 2021 e 2022

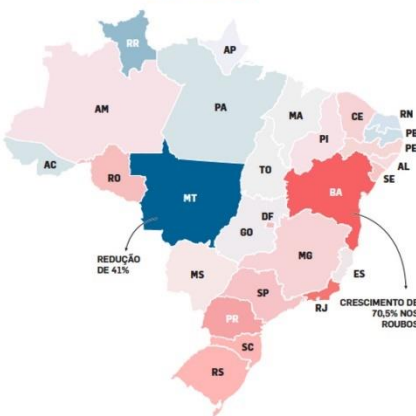
EM PORCENTAGEM 0 100



FONTE: FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA / INFOGRÁFICO: ESTADÃO

Varição de roubos e furtos de celulares nos Estados entre 2021 e 2022

EM PORCENTAGEM -100 0 100



Dados do Anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública apontam que, a cada minuto, pelo menos três pessoas foram vítimas de golpe em 2022, ano em que o País registrou alta de 37,9% nos casos de estelionato. No total, ocorreu 1,82 milhão de registros desse tipo de crime. Proporcionalmente, o maior salto foi o dos golpes por meio eletrônico: mais de 200 mil registros, um

Entrevista ... A13  
**'Polícia envelhecida não resolve roubo moderno'**

**RAFAEL ALCADIPANI**  
Do Fórum Bras. de Seg. Pública  
Para o professor da FGV, poder público investe mal recursos em segurança pública.

aumento de 65,2% ante 2021. A conta não inclui o "golpe do amor" ou parte dos "golpes do Pix", que por vezes são tipifica-

dos como roubo convencional ou sequestro. Também em 2022, quase um milhão de celulares foram roubados ou furtados no Brasil, 16,6% mais que em 2021. Do total, mais de 1/3 dos roubos e furtos ocorreu em SP, mas os maiores crescimentos em termos proporcionais foram registrados na Bahia e no Rio. Segundo o anuário, 999.223 pessoas registraram furto ou roubo de celulares em 2022, quase um caso por minuto.

Homicídios caem pelo 2º ano consecutivo

Embora em patamar ainda elevado, casos de 2022 representam segundo menor número desde 2011.

8 mulheres são estupradas a cada hora no País

Mundial feminino

Poucas empresas do Brasil decidem liberar funcionários

Apenas 10% dos trabalhadores poderão ver a seleção no horário de serviço. Na Austrália (foto), o Mundial empolga. ... A18



'O Rei Leão', ainda inovador

Musical que estreia em São Paulo se mostra atual ao tratar de raça e morte. ... C1 e C8

Festival Primavera Sound ... C5  
The Cure, The Killers e Pet Shop Boys vão tocar em SP



Centro de SP ... A16

Após críticas, Tarcísio desiste de levar Cracolândia ao Bom Retiro

Comerciantes da região e especialistas em segurança criticaram ideia da transferência. Governo de São Paulo disse que "novas possibilidades estão sendo estudadas".

E&N Arrecadação ... B1

Governo planeja tributar recursos mantidos em paraísos fiscais

Proposta integra pacote para taxar contribuintes de alta renda e deverá chegar ao Congresso em agosto.

Eliane Cantanhêde ... A8

Haddad vence; venda de blindados é vetada

E&N eVTOL ... B9

'Carro voador' vai ser fabricado pela Embraer em Taubaté

Cronograma prevê apresentação do protótipo em 2024. Início das operações está previsto para 2026.

Notas e Informações ... A3

O escandaloso jeitinho de tolerar o ilegal

Fernando Gabeira ... A5  
Caminhos para atenuar a polarização

Elena Landau ... B4

Economia verde deveria ser foco da ZF de Manaus

Índia ... A11

Violência contra mulheres provoca revolta popular

Drones e armas modernas ... A10

Guerras fazem 2022 ser o ano mais mortífero em 30 anos

A Fundo ... C6 e C7

País troca um mal por outro ao dar adoçante aos filhos

Edição de hoje  
3 CADERNOS - 40 páginas

Caderno A. Opinião, Política, Internacional, Metrópole, Saúde, Esportes. Para fechar...  
E&N. Destacar Economia & Negócios

C2. Cultura & Comportamento.  
A fundo

Tempo em SP  
13' Min. 22' Máx.

ISSN - 1516-293-1  
0 731616 700119

PresseReader

Fecomércio RN  
Sesc Senac IFC



**Velho amigo:** Tratado como chefe de Estado, Kissinger rouba a cena em viagem de Kerry à China

PÁGINA 15



**Cordialidade:** Kissinger é recebido por Xi em Pequim

# O GLOBO



Trineu Marinho (1876-1925) — (1904-2003) Roberto Marinho

RIO DE JANEIRO, SEXTA-FEIRA, 21 DE JULHO DE 2023 ANO XXVIII - Nº 32.855 - PREÇO DESTE EXEMPLAR NO R\$ 5,30

## ANUÁRIO DA SEGURANÇA PÚBLICA

# Número de mortes violentas é o menor na última década

Ritmo da redução da letalidade diminuiu no ano passado. Crimes como feminicídio, estupro e estelionato cresceram

As estatísticas da violência no país em 2022, divulgadas ontem pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública, confirmam a tendência, desde 2018, de redução do número de mortes violentas no país. Especialistas apontam entre os fatores que explicam a queda um maior investimento e articulação das forças policiais nos estados, e certa acomodação da guerra entre facções do crime organizado, sobretudo ligadas ao narcotráfico. Há a ressalva, contudo, de que o Brasil ainda carece de uma política nacional de segurança pública. No recorte estadual, o Amapá é estado



mais violento, considerada a proporção populacional. Já São Paulo é o que registra menos mortes por cem mil habitantes. Apesar da redução das mortes violentas, outros crimes tiveram crescimento no ano passado em relação a 2021. Foram registrados no país quase 75 mil estupros, um aumento de 8%. Os feminicídios também subiram. O Brasil vive também um boom de estelionato, contabilizando mais de 200 golpes por hora. Outro crescimento expressivo foi o de roubos ou furtos de celulares, que já alcançam mais de 2,7 mil casos diários. PÁGINAS 9 e 10

### EDITORIAL

**GOVERNO PRECISA MANTER CONTROLE DE PASTAS ESTRATÉGICAS** PÁGINA 2

### VERA MAGALHÃES

**Adesismo ao governo cresce e vai de Aras ao Centrão** PÁGINA 2

### FLÁVIA OLIVEIRA

**Agradecimento de Lula em Cabo Verde foi gafe gigantesca** PÁGINA 3

### PEDRO DÓRIA

**Ausência de jornalismo abre caminho para extremistas** PÁGINA 3

## Governo acelera taxaço de fundos e apostas esportivas

Para zerar o déficit público em 2024, meta assumida no arcabouço fiscal, o governo estima precisar de R\$ 120 bilhões em novas receitas e acelerar medidas para um salto de arrecadação. A Fazenda enviará em agosto ao Congresso projetos para ampliar a taxaço dos fundos de alta renda e tributar apostas esportivas. PÁGINA 11

## Juristas veem violação de privacidade em pedido de Aras sobre seguidores de Bolsonaro

Especialistas em Direito e parlamentares criticam a solicitação da PGR para ter acesso a informações pessoais de seguidores do ex-presidente em redes sociais. PÁGINA 6

## PT cede, mas 'vagas' abertas na Esplanada não agradam ao Centrão

Partido não se opõe a sair de alguns ministérios para acomodar PP e Republicanos e ampliar base, mas siglas do Centrão não chegaram a consenso sobre pastas. PÁGINA 4

### CARNAVAL 2024

## Liesa muda regras de camarotes, que veem impacto comercial

A Liesa vai mudar o modelo comercial dos camarotes, assumindo controle da venda de ingressos e limitando parcerias com bancos e cervejarias aos patrocinadores principais dos desfiles. Organizadores dos espaços veem risco de as alterações inviabilizarem sua operação. PÁGINA 20



### SEGUNDO CADERNO

## Falsificação e cópia em estado de arte

O Museu do Prado, em Madri, inaugurou inusitada exposição, onde tudo parece, mas não é. Na coleção "Nos limites da criatividade: cópias, versões, pastiches e falsificações", nada é legítimo. A tela acima é de Juan Bautista del Mazo, espanhol do século XVII especialista em imitar os pintores famosos, como fez à perfeição no clássico "Diana e Acteão", de Ticiano.

### ESPORTES

## A seleção e as favoritas: quais nossas chances?

Apesar dos bons resultados recentes, a renovada seleção brasileira ainda está num patamar abaixo do das favoritas e tenta driblar uma tabela difícil. As arfritãs Nova Zelândia e Austrália estrearam com vitória e público recorde. PÁGINAS 23 e 24



**Festa caseira.** Catley faz o gol da vitória australiana diante de 75 mil espectadores

## Futebol feminino inspira produção cultural

Refletindo aumento de interesse recente, modalidade é tema de filmes, séries e livros — entre esses, obras mostrando como jogos entre mulheres eram populares no Brasil no início do século XX. SEGUNDO CADERNO

### MARTÍN FERNÁNDEZ

**A melhor Copa da História, mas pior que a de 2027**

PÁGINA 23

## Alerj e Câmara do Rio querem criar emendas impositivas

Caso projetos vinguem, deputados e vereadores terão cada um até R\$ 25 milhões por ano para determinar o investimento a ser feito pelo Executivo. PÁGINA 19

### NOVO ESTUDO

## Esquizofrenia autoimune

Caso de mulher que saiu de estado catafônico após tratamento contra lúpus indica que distúrbio pode ter origem autoimune. PÁGINA 17



**'Miltongrafia'**  
O geógrafo e intelectual Milton Santos (1926-2001) ganha mostra no Itaú Cultural EU&



**Música clássica**  
O que tem (ou não) sido feito para acabar com a imagem esnobe e renovar as plateias EU&



**'Soft power'**  
Retomada da questão ambiental recupera a imagem do país, mas só isso não basta, diz Sergio Vale EU&

Sexta-feira, 21 de julho de 2023  
Ano 24 Número 5797 R\$ 6,00  
www.valor.com.br

# Valor

ECONÔMICO

## Maioria das empresas abertas deve mostrar resultados fracos no 2º tri

**Balanços** Exportadoras vão sofrer o impacto da apreciação do real, mas varejo de alta renda, shoppings e setor sucroenergético podem trazer bons números

Felipe Laurence  
De São Paulo

A temporada de balanços do 2º trimestre deve manter o tom dos três primeiros meses do ano, com resultados magros das empresas listadas em bolsa, como reflexo das dificuldades no cenário econômico do período. Pesquisa do Bank of America (BofA) mostra que 65% dos gestores entrevistados consideram que boa parte dos desempenhos fracos já está embutida nos preços das ações.

saúde, com menor pressão de custos, e construção civil, com aumento de lançamentos, como dois segmentos que podem surpreender. Varejo de alta renda e bens de capital também podem ter números fortes, de acordo com avaliação da XP.

Segundo Jennie Li, estrategista da XP, as commodities se manteram com preços praticamente estáveis, mas a valorização do real deve reduzir o ganho das empresas que atuam na exportação, como mineração, siderurgia e papelarias.

Varejo de alta renda — pela capacidade da classe A de consumir — e shoppings devem ter resultados expressivos, assim como o setor sucroenergético. Empresas com alta valorização (ações e bonificações de veículos) devem ter resultados pressionados. Para Li, supermercados também devem sofrer com inflação menor.

## Desempenhos discrepantes entre bancos

Mariana Ribeiro  
De São Paulo

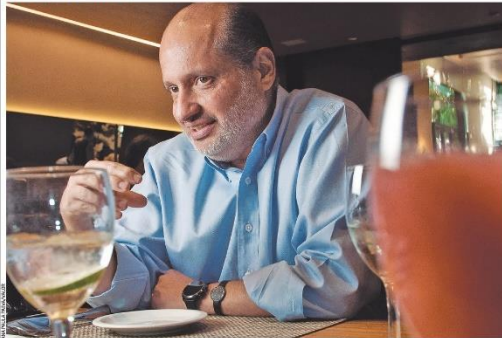
Os balanços dos bancos no 2º trimestre serão novamente marcados por discrepâncias nos resultados das principais instituições de capital aberto. A expectativa de analistas é que Itaú e Banco do Brasil sejam destaques positivos, enquanto Santander e Bradesco devem voltar a exibir resultados fracos. Levantamento do Valor com seis casas mostra que, na média, os quatro bancos devem ter lucro combinado de R\$ 22,95 bilhões, alta de 3% ante o 1º trimestre, mas queda de 10% na comparação com o 2º trimestre de 2022. A maior parte dos bancos terá alta moderada na inadimplência, dizem os analistas do UBS BB. **Página C1**

## Impasses com o Centrão podem atrasar trocas em ministérios

De Brasília

Lideranças do governo e do Centrão intensificaram negociações para a ministralização ministerial, com o objetivo de consolidar a base aliada do Executivo no Congresso Nacional. No entanto, impasses podem atrasar as mudanças na Esplanada, previstas para agosto. O PT, por exemplo, rejeita um Ministério do Desenvolvimento Social esvaziado, sem o Bolsa Família, e neste caso exige espaço com igual relevância. Por sua vez, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, pretende seguir atuando na articulação política e manter a relação próxima que construiu nos últimos meses com o presidente da Câmara, Arthur Lira (PP-AL), consciente da influência do deputado sobre seus pares. **Páginas A8 e A12**

### Novos desafios



O advogado Sergio Spinelli, que participou de contatos dos maiores transações do mercado de capital brasileiro, conta por que decidiu desaccelerar e investir no setor de energia. "O Brasil devia abraçar o real zero como uma política de Estado. É a melhor coisa que pode acontecer". EU& Lira de Soriano

## Transferências pessoais para o exterior são recorde

Anais Fernandes  
De São Paulo

As remessas de dinheiro entre pessoas físicas estão no patamar mais alto da série histórica do Banco Central. De janeiro a maio, foram quase US\$ 909 milhões, um aumento de cerca de US\$ 2 milhões em relação ao mesmo período do ano passado, que já havia sido de recuperação após o cheque da pandemia. Desde fevereiro, os envios mensais têm crescido, chegando a US\$ 193 milhões em maio, último dado informado pelo BC. Tiveram alta no recebimento de transferências pessoais a partir do Brasil: Bolívia (13,4%, para US\$ 33 milhões), Reino Unido (11,7%, para US\$ 65 milhões) e Estados Unidos (7,1%, para US\$ 209 milhões). EUA, Canadá e Portugal são principais destinos, com 56% do total. **Página A3**

### Destaques

**Dados de bolsonaristas nas redes**  
Juristas e parlamentares de diferentes orientações ideológicas criticaram o pedida da Procuradoria-Geral da República (PGR) para que o ministro Alexandre de Moraes, do STJ, solicite às redes sociais a identificação de usuários apoiadores do ex-presidente Bolsonaro. Para eles, há desrespeito à privacidade e afronta a direitos fundamentais. **A7**

**Mortes caem, mas não entre minorias**  
As mortes provocadas por crimes violentos no Brasil em 2022 chegaram ao menor número em 12 anos: 47.508 ocorrências, segundo o anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública. No entanto, aumentaram os casos de feminicídio, crimes sexuais e os relacionados a racismo e homofobia. **A4**

### Indicadores

Dólar	20/07/23	0459	R\$ 20,84
Selo (anual)	20/07/23	1379	vs 10
Selo (taxa média)	20/07/23	1367	vs 10
Índice consumidor (ICP)	20/07/23	4782	vs 100
Índice consumidor (ICP-12)	20/07/23	4813	vs 100
Índice de confiança (IC)	20/07/23	450	vs 100
Índice de confiança (IC-12)	20/07/23	433	vs 100
Emprego formal (emprego)	20/07/23	5.382	vs 100
Emprego formal (emprego)	20/07/23	5.382	vs 100

## Argentina PAE investe R\$ 3 bi em eólicas na BA

Karoly Leal  
De Rio

A Argentina Pan American Energy (PAE) vai investir R\$ 3 bilhões na construção de um complexo eólico em seis municípios da Bahia. Do total, R\$ 1,8 bilhão será em recursos próprios, R\$ 900 milhões devem vir do BNDES e R\$ 300 milhões do Banco do Nordeste. A companhia, controlada por Bridas Corporation e BP, já atua em cinco países da América Latina: Argentina, Bolívia, México, Paraguai e Uruguai. **Página B1**



Duppy, diretor no país, e Lasso, VP internacional: "Brasil é um player global na transição energética". EU& Lira de Soriano

## 'Pix dos EUA', FedNow estreia somente agora

Joshua Franklin  
Financial Times

O Federal Reserve (Fed), o banco central americano, lançou sistema de pagamentos em tempo real, similar ao Pix, o maior avanço em décadas na antiquada rede de transferências de recursos aos EUA. O FedNow permitirá movimento de dinheiro eletronicamente em segundos, passo significativo para um país onde papel moeda e cheques seguem populares, e as transferências bancárias podem demorar dias. Os EUA estavam muito atrasados na implantação de redes de pagamentos instantâneos, usadas no Brasil, Índia, Reino Unido e vários outros países. Alguns críticos chamam o FedNow de "FedYesterday" (FedOntem). **Página C1**

## Minerais estratégicos são desafio

Marcos de Moura e Souza  
De São Paulo

Todos os dias, partem dos portos de Vitória, São Luís e do Rio cangueiros com minério de ferro, que o ocupa o topo da pauta de exportações brasileira. Agora, porém, a corrida mundial está na busca por minerais estratégicos, usados em bat-

terias de carros elétricos, painéis solares, turbinas eólicas e processos ligados à transição energética. Para um país como o Brasil, rico em recursos naturais, há uma janela para atrair investimentos. Mas ampliar a pauta e tornar-se exportador relevante de lítio, cobalto, cobre e níquel exige avanços no mapeamento geológico, considerando subdimensionados.

O governo criou em 2021 política de apoio aos processos de licenciamento de projetos na área, mas só 19 foram habilitados. Sabese, hoje, haver potencial para cobre, lítio, níquel, cobalto, terras raras e grafita. Mas é preciso enfrentar gargalo de financiamento e falta de política para o segmento, diz Raül Jungmann, do Instituto Brasileiro de Mineração. **Página A14**

## Disputas geopolíticas globais chegam aos minerais estratégicos

Geoberto Espírito Santo **A12**



## GRÁFICOS

