

PERCEPEÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS SOBRE O

SÃO JOÃO
DO
ASSÚ
2023

JUNHO DE 2023

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS.....	5
PERCEPÇÃO GERAL.....	5
INVESTIMENTO	5
FATURAMENTO	6
ESTRATÉGIA DE VENDAS	7
MELHORIAS	7
PERFIL DAS EMPRESAS.....	7
4. GRÁFICOS E TABELAS	9
PERCEPÇÃO GERAL.....	9
INVESTIMENTO.....	10
FATURAMENTO	11
ESTRATÉGIA DE VENDAS	14
MELHORIAS	15
PERFIL DAS EMPRESAS.....	16

1. APRESENTAÇÃO

Considerado o São João mais antigo do mundo, o evento sociocultural realizado no município de Assú (RN) movimenta a economia da cidade e faz circular renda. Pode-se considerar que a Festa é o principal evento do turismo de Assú e um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades interferem diretamente na vida das pessoas, influenciando não só na economia e geração de renda, mas nos hábitos e costumes do público participante.

Nesse sentido, o São João é uma oportunidade para celebrar a tradição e promover a integração entre as pessoas. Além disso, é uma forma de fomentar a economia local, movimentando recursos para os comerciantes e atraindo turistas para a região.

Dessa forma, um evento de São João pode não só proporcionar momentos de diversão e alegria, mas como também contribuir para o desenvolvimento econômico e cultural de uma região, além de fortalecer a identidade e as tradições locais.

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

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

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

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Assú é um município do interior do Rio Grande do Norte, situado na região oeste do estado, distante cerca de 210 km da capital potiguar. Ocupa uma área de pouco mais de 1.300 quilômetros quadrados, sendo o quarto maior município potiguar em território, e sua população no ano de 2022 era de 56.502 habitantes, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, sendo então o oitavo mais populoso do estado.

O município possui cerca de 3.772 empresas, sendo 1.597 do segmento de Serviços; 1.590 do Comércio; 536 indústrias; 44 empresas do agronegócio; e 5 do governo.

Este relatório corresponde ao produto final obtido de pesquisa técnica realizada em Assú (RN), entre os dias 25 e 31 de julho de 2023, onde foram entrevistados 200 empreendedores formais e informais, dos segmentos de comércio e serviços do município. A pesquisa possui margem de erro aproximada de 3 pontos percentuais e nível de confiança de 95%.

O diagnóstico foi quantitativo e a coleta de dados foi primária, realizada presencialmente por entrevistadores experientes e devidamente capacitados para este tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos foram analisados e receberam crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

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

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Percepção geral

Inicialmente a pesquisa mediu o grau de influência que a festa tem para os negócios de Assú (RN). O resultado mostra que 68,5% dos gestores avaliaram como positivo o período do São João do Assú para os setores de comércio e serviços do município, ou seja, quase sete em cada dez afirmaram que a festa afeta de modo favorável o negócio local. Somente uma parcela de 11,5% avaliou como negativo. Outros 20% consideraram que a data é indiferente para seus negócios.

A percepção positiva do evento atinge os maiores percentuais, entre empresas dos segmentos de hospedagem (100%), vestuário (95,7%), bares e restaurante (92,9%) e salões de beleza (90,9%).

Procurou saber também quais foram os investimentos realizados pelos empreendedores visando impulsionar os negócios no período de festa, e os principais foram aumentar a variedade de produtos (49%); ampliar o estoque (46,5%); contratar funcionários (20%); estrutura/reforma/estacionamento (13,5%); entre outros. 31,5% não realizaram investimentos.

Investimento

Quanto aos valores, os dados mostraram que 37,5% dos empreendimentos dos setores de comércio e serviços investiram até R\$ 500,00; outros 24,5% investiram entre R\$ 501,00 e R\$ 5.000,00; 14% investiram entre R\$ 5.001,00 e R\$ 10.000,00; e 24% acima de R\$ 10.000,00. O investimento médio calculado foi de R\$ 8.911,25 por estabelecimento.

Por porte, observou-se que os informais e os MEIs investiram cerca de R\$ 4.706,73 e R\$ 7.750,00, respectivamente. Enquanto as EPPs e as médias/grandes superaram a média geral, com investimentos do R\$ 30.800,00 e R\$ 21.640,63, respectivamente.

Objetivando atender à demanda gerada pelo período de festas, uma em cada três das empresas afirmaram que contrataram funcionários extras no período (29%). Enquanto 71% revelaram que o número de colaboradores atuais suportou a demanda.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Observou-se que a necessidade de mão de obra para o período foi mais relevante para as empresas de serviços (35%), sobretudo os hotéis e pousadas (83,3%) e lanchonetes (69,2%).

Na opinião da maioria dos gestores entrevistados, o movimento de pessoas nos estabelecimentos foi satisfatório. A parcela de opiniões positivas somou 68%, distribuídas em movimento muito bom (22%) e bom (46%). Isso significa que o fluxo de clientes proporcionado pelo período das festas agradou aos empreendedores locais, o que contribuiu de forma positiva para o aumento das vendas nesse período.

Faturamento

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

A pesquisa identificou que 32% dos negócios faturaram até R\$ 1.000,00 por dia no período; 54% tiveram ganhos diários que variaram de R\$ 1.001,00 a R\$ 5.000,00; e para 14% as vendas superaram os R\$ 5.000,00 por dia durante os festejos do São João do Assú. No geral, o valor médio faturado estimado, por dia e por estabelecimento, com base nas respostas dos empreendedores, foi de R\$ 2.640,00.

Estratificando por porte, averiguou-se as seguintes médias de faturamento diários: Informais (R\$ 2.192,31); MEI (R\$ 2.285,71); ME (R\$ 2.909,09); EPP (R\$ 3.400,00); e médias ou grandes (R\$ 3.750,00).

Ainda sobre o faturamento, de acordo com 50% dos empreendedores pesquisados, os valores foram superiores aos registrados no ano passado, 28% disseram que foram iguais e 22% relataram que foram menores do que em 2022.

Analisando por porte, entre as médias e grandes empresas do município, 62,5% disseram que aumentaram as vendas. O percentual também foi alto entre as empresas de pequeno porte (70%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Acerca do número de dias que funcionou durante os festejos, 40% dos gestores relataram que abriram seus negócios por até 10 dias de evento; 49% entre 11 e 15 dias; e 11% acima de 15 dias. Sendo a média calculada em 12 dias.

Para 36% dos empreendedores entrevistados, a média de clientes que visitou os estabelecimentos foi de até 20 pessoas por dia durante o período da festa; para 38,6% das empresas, o número de clientes por dia variou de 21 a 100 pessoas; ao passo que 25,4% receberam acima de 100 pessoas por dia. A média por estabelecimento foi de 106 clientes por dia.

Estratégia de vendas

No que diz respeito às ações e serviços que os comerciantes realizaram para atrair consumidores nesse período, a divulgação foi a principal, com 62,5% dos estabelecimentos informando que investiram na propaganda; atendimento personalizado (35%); preço baixo/promoções (31%); facilidade na forma de pagamento (30,5%); não fez investimento (13%); entre outros.

Melhorias

Acerca das sugestões de aprimoramento da festa, os empreendedores reivindicaram melhoras na infraestrutura/estradas (29%); estacionamentos (27,5%); trânsito/mobilidade urbana (26%); investimento público (16,5%); banheiros públicos (15,5%); atrações musicais (13,5%); mais atrativos turísticos/culturais (12,5%); aumentar divulgação (12%), entre outros.

Perfil dos Negócios

Sobre o setor de atuação das empresas participantes da pesquisa, verificou-se que 60% pertenciam ao ramo de comércio e 40% ao âmbito de serviços e turismo.

Acerca do porte das empresas, 33% relataram ser Microempresas (ME); 28% afirmaram ser microempreendedores individuais (MEI); e 8% confirmaram ser empresa média ou grande; 5% disseram ser empresas de pequeno porte (EPP); e 26% outros tipos, entre eles informais.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

No tocante ao número de funcionários por estabelecimento, 62,5% das empresas visitadas disseram que possuíam até 3 colaboradores; 18% afirmaram que possuíam de 4 a 5 funcionários; 7,5% tinham entre 6 e 7 empregados; e 12% contavam com mais de 8 colaboradores para atender a demanda da festa.

A pesquisa coletou informações de diversos segmentos empresariais do município de Assú. Entre os mais representativos estão vestuários (14,5%); Lanchonetes/Cafeteria (8%); Bares/Restaurantes (7,5%); Ambulante (7%); Variedades (6%); Salão de beleza/Barbearia (5,5%); Autopeças/Serviços automotivos (5,5%); Loja de eletrônicos/eletrodomésticos/móveis (5,5%); Bebidas (4,5%); Assistência técnica (4%); Loja/Serviços para animais (3,5%); Bijuterias/Joias (3%); Hotéis/Pousadas (3%); Gráfica (2,5%); Supermercados/Mercado (2,5%); Farmácias (2%); Ótica (2%); Material de construção e variedades (2%); sorveterias (1,5%); cama, mesa e banho (1%); produtos naturais e suplementos (1%); vidraçaria (1%); telecomunicações (1%); posto de combustíveis (1%); entre outros.

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

4. GRÁFICOS E TABELAS

Percepção geral

Gráfico 1 – Em relação a Festa do São João do Assú, a data afeta o seu negócio de que forma?

Fonte: Fecomércio/RN

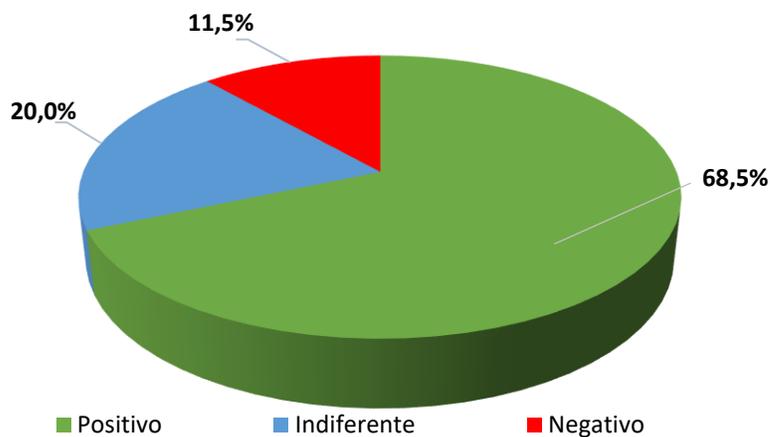


Tabela 1 – Percepção da festa por segmento.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Hotéis/Pousadas	Bares/Restaurantes	Vestuário	Salão de beleza/Barbearia
Positivo	100,0%	92,9%	95,7%	90,9%
Indiferente	0,0%	7,1%	4,3%	9,1%
Negativo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Gráfico 2 – Que tipo de investimento o (a) Sr. (a) fez no seu negócio visando a festa? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio/RN



Investimento

Gráfico 3 – Quanto o (a) Sr. (a) investiu no seu negócio visando a festa?

Fonte: Fecomércio/RN

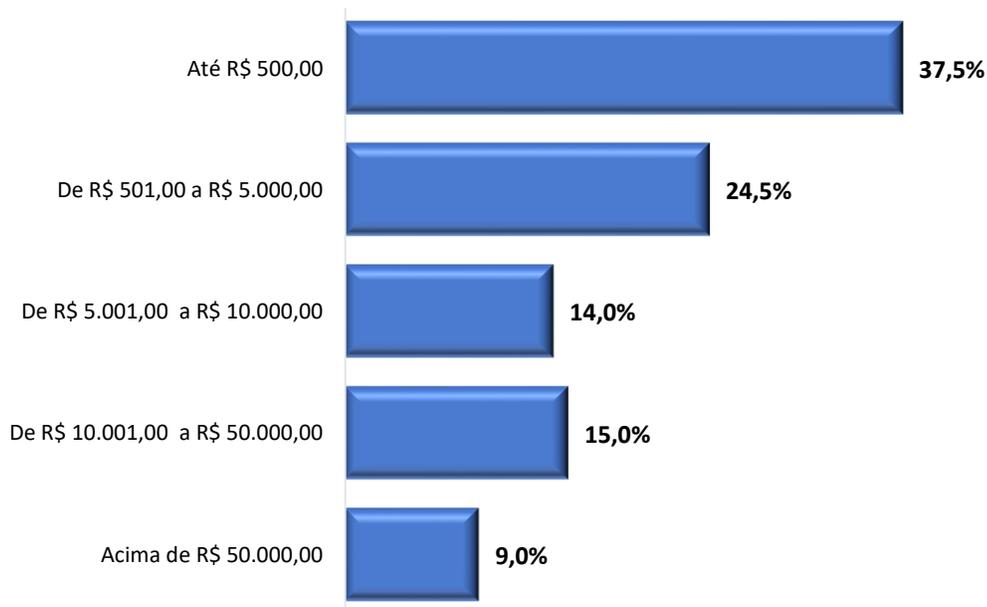


Tabela 2 – Investimento pelo porte da empresa.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	R\$ Média Investido
Empresa Média/Grande	R\$ 21.640,63
EPP	R\$ 30.800,00
ME	R\$ 12.867,42
MEI	R\$ 7.750,00
Outros	R\$ 4.706,73
Total médio	R\$ 8.911,25

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

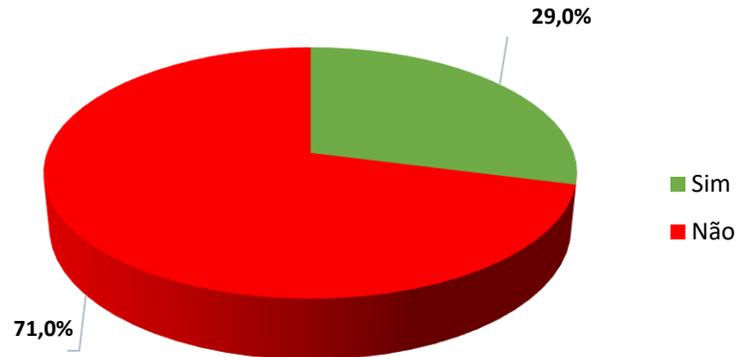
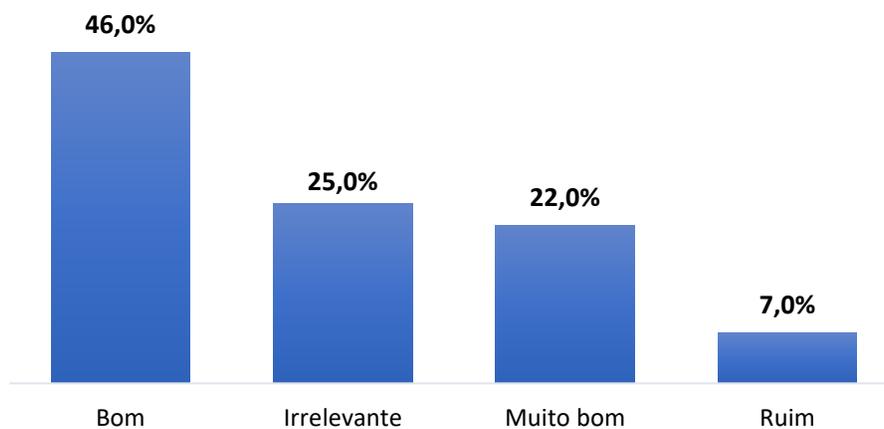


Tabela 3 – Contratação por setor e segmento.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Comércio	Serviços	Hotéis/Pousadas	Lanchonetes
Sim	25,0%	35,0%	83,3%	69,2%
Não	75,0%	65,0%	16,7%	30,8%

Faturamento

Gráfico 5 – Qual a sua expectativa para o movimento durante a festa desse ano?
 Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 6 – Na comparação com o ano passado, seu negócio deve faturar:
Fonte: Fecomércio/RN

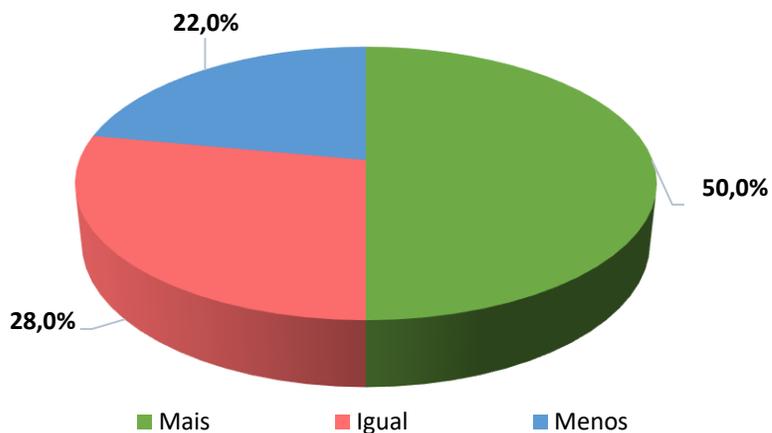


Tabela 4 – Comparação das vendas com o ano passado pelo porte:
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Empresa Média/Grande	EPP	ME	MEI	Outros
Mais	62,5%	70,0%	51,5%	39,3%	51,9%
Igual	18,8%	20,0%	34,8%	32,1%	19,2%
Menos	18,8%	10,0%	13,6%	28,6%	28,8%

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

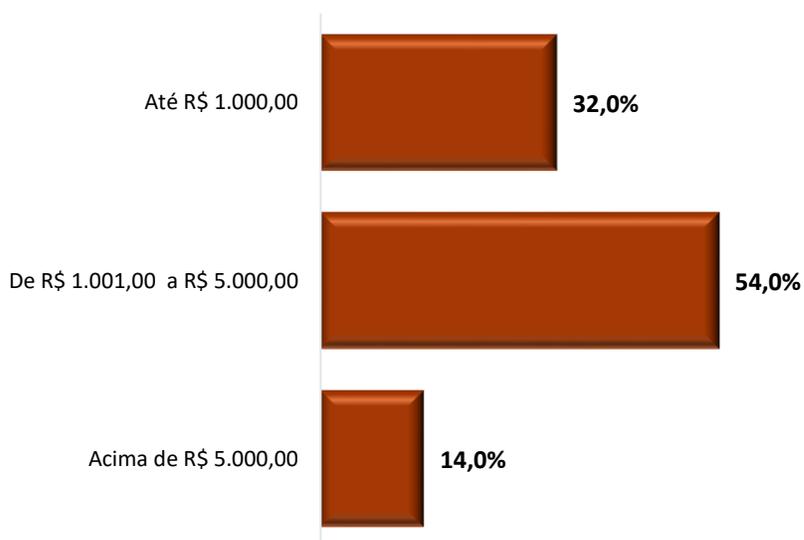


Tabela 5 – Faturamento médio por dia por porte

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	R\$ média
Empresa Média/Grande	R\$ 3.750,00
EPP	R\$ 3.400,00
ME	R\$ 2.909,09
MEI	R\$ 2.285,71
Outros	R\$ 2.192,31
Total Médio	R\$ 2.640,00

Gráfico 8 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante os festejos do São João do Assú 2022?

Fonte: Fecomércio/RN

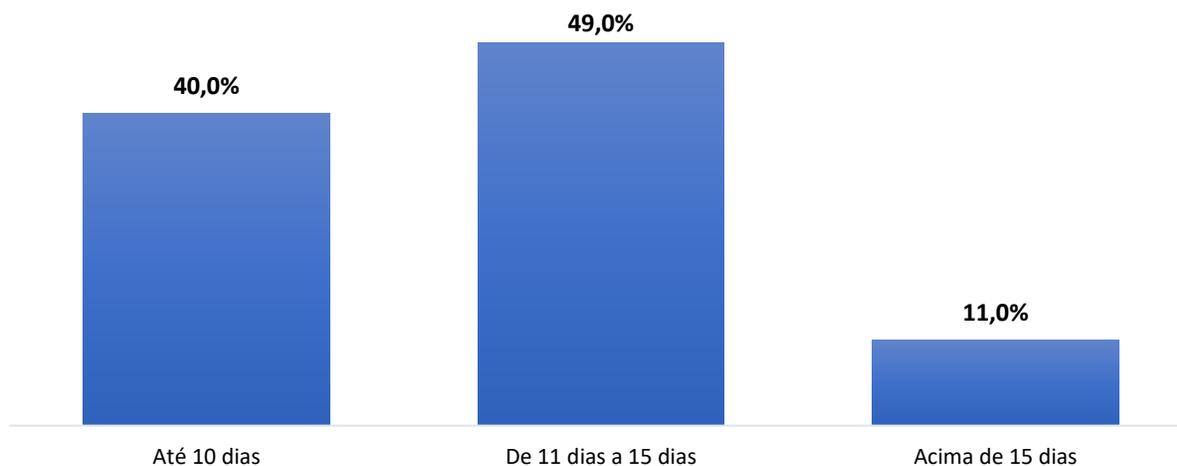
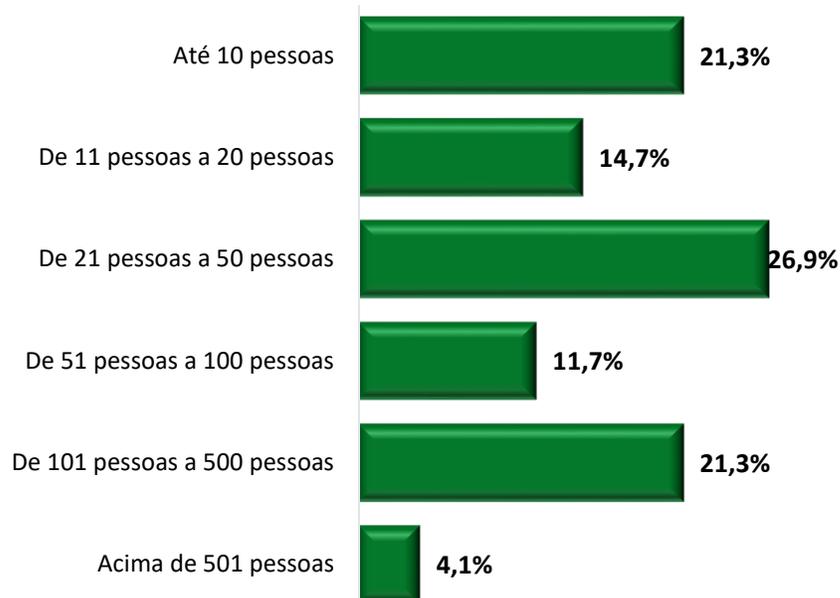


Gráfico 9 – Qual a média de clientes recebeu/espera por dia durante os festejos?

Fonte: Fecomércio/RN



Estratégia de vendas

Tabela 6 – Qual ação/serviços utilizou para atrair clientes durante o São João?

(Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio/RN

Tipo de Investimento	%
Divulgação em geral	62,5%
Atendimento Personalizado	35,0%
Preço baixo/Promoções	31,0%
Facilidade na forma de pagamento	30,5%
Banheiro para cliente	7,0%
Sorteio de Prêmio e/ou Brindes	5,0%
Investiu em Mercadoria	4,0%
Estacionamento	2,5%
Coffee break	0,5%
Ação	0,5%
Contratação de artistas	0,5%
Qualidade nos serviços	0,5%
Reforma	0,5%
Não faz	13,0%

Melhorias**Tabela 7 – Sugestão de melhoria:
(Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Infraestrutura/Estradas	29,0%
Estacionamentos	27,5%
Trânsito/Mobilidade urbana	26,0%
Investimento público	16,5%
Banheiros públicos	15,5%
Atrações musicais	13,5%
Mais Atrativos Turísticos/Culturais	12,5%
Aumentar Divulgação	12,0%
Capacitação empreendedores/colaboradores	7,0%
Organização do evento	2,5%
Mais locais de hospedagem	2,5%
Proibir entrada de bebidas/garrafas de vidro	2,0%
Segurança	1,0%
Aumentar o horário de vendas	0,5%
Guia de turismo	0,5%
Mais dias de festa	0,5%
Nenhuma sugestão	7,0%
Não respondeu	1,5%

Perfil das empresas

Gráfico 10 – Setor de atuação?

Fonte: Fecomércio/RN

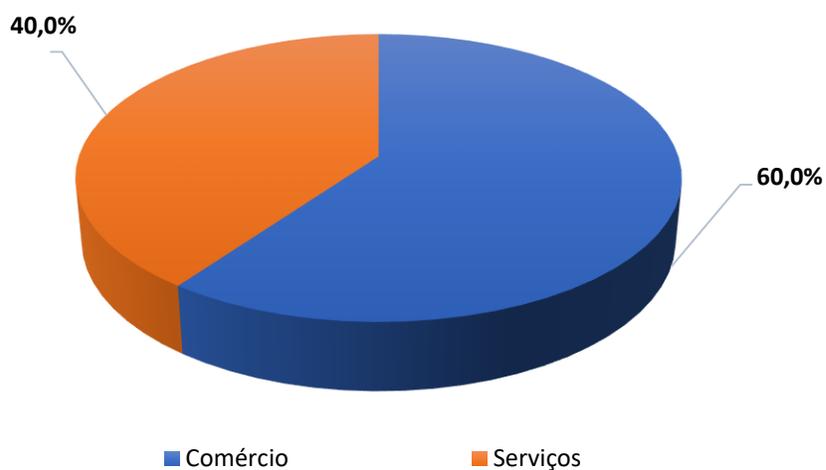


Gráfico 11 – Porte dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN

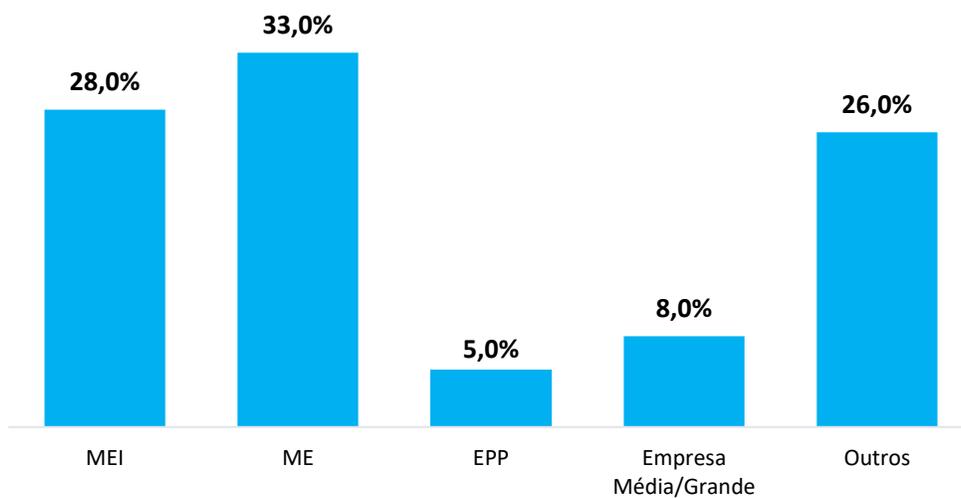
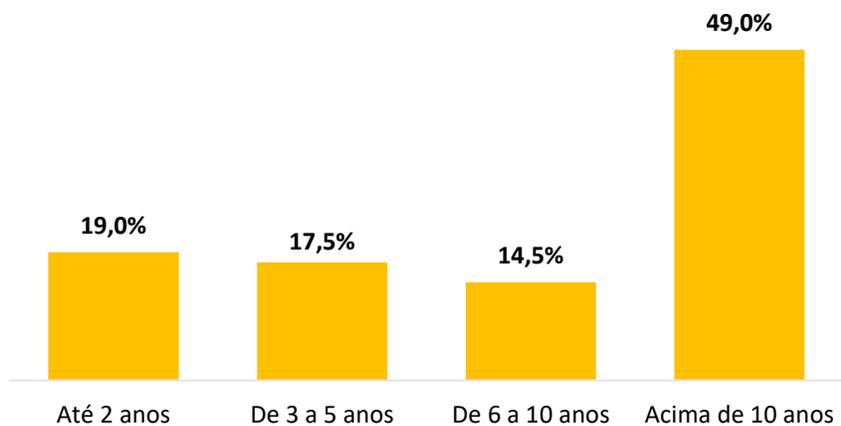


Tabela 8 - Número de colaboradores.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
1	14,5%
2	30,0%
3	18,0%
4	9,5%
5	8,5%
6	4,5%
7	3,0%
8 ou mais	12,0%

Gráfico 12 – Tempo de atuação:
Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 9 – Segmento das empresas:
Fonte: Fecomércio/RN

Segmento da empresa	Valor
Vestuário	14,5%
Lanchonetes/Cafeteria	8,0%
Bares/Restaurantes	7,5%
Ambulante	7,0%
Variedades	6,0%
Salão de beleza/Barbearia	5,5%
Autopeças/Serviços automotivos	5,5%
Loja de eletrônicos/eletrodomésticos/móveis	5,5%
Bebidas	4,5%
Assistência técnica	4,0%
Loja/Serviços para animais	3,5%
Bijuterias/Joias	3,0%
Hotéis/Pousadas	3,0%
Gráfica	2,5%
Supermercados/Mercado	2,5%
Farmácias	2,0%
Ótica	2,0%
Material de construção e variedades	2,0%
Sorveterias	1,5%
Cama, mesa e banho	1,0%
Produtos naturais e Suplementos	1,0%
Vidraçaria	1,0%
Telecomunicações	1,0%
Posto de Combustíveis	1,0%
Clínica dentária	0,5%
Perfumaria	0,5%
Serviços funerários	0,5%
Comércio varejistas de Colchões	0,5%
Ferragens e fogos de artifícios	0,5%
Barraca de tiro ao alvo	0,5%
Venda de produtos e equipamentos hospitalar	0,5%
Serviços de segurança eletrônica	0,5%
Academia	0,5%
Produto de limpeza	0,5%

ANEXO



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique

Analista de Negócios

Ágata Menezes

Assistente Administrativa

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Maria Wislene

Max Bezerra

Thales Capistrano

Pesquisadores