

PERCEPÇÃO DOS EMPRESÁRIOS SOBRE A

FESTA DE
SANT'ANA

CURRAIS NOVOS - JULHO DE 2023



SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS.....	5
PERCEPÇÃO GERAL	5
INVESTIMENTO	5
MÃO DE OBRA	6
MOVIMENTAÇÃO	6
FATURAMENTO	6
FUNCIONAMENTO	7
CLIENTES	7
ESTRATÉGIA DE VENDAS.....	8
MELHORIAS	8
PERFIL DOS NEGÓCIOS.....	8
4. GRÁFICOS E TABELAS	10
PERCEPÇÃO GERAL	10
INVESTIMENTO	11
MÃO DE OBRA	12
MOVIMENTAÇÃO	13
FATURAMENTO	14
FUNCIONAMENTO	16
CLIENTES	17
ESTRATÉGIA DE VENDAS.....	18
MELHORIAS	18
PERFIL DOS NEGÓCIOS.....	19

1. APRESENTAÇÃO

A Festa de Sant’Ana, em homenagem à padroeira de Currais Novos, além dos aspectos religioso e sociocultural, movimentam a economia da cidade e fazem circular renda. Pode-se considerar que a Festa de Sant’Ana é o principal evento do turismo religioso de Currais Novos e um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades interferem diretamente na vida da comunidade local, influenciando não só na economia e geração de renda, mas nos hábitos, costumes, crenças e no aguçamento do sentimento religioso das pessoas.

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

Buscando compreender as peculiaridades e características deste evento para o estado, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa técnica para avaliar o impacto da Festa de Sant’Ana de Currais Novos sob o ponto de vista dos empreendedores locais.

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

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

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este relatório corresponde ao produto final obtido de pesquisa técnica realizada em Currais Novos (RN), entre os dias 15 e 25 de julho de 2023, onde foram entrevistados 151 empreendedores 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 instrumento de pesquisa foi um questionário padronizado, constando de perguntas fechadas, abertas e de múltiplas respostas. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

O diagnóstico foi quantitativo e a coleta de dados foi primária, realizada presencialmente, através de tablets, 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, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade das informações coletadas. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

Os resultados compõem os tópicos a seguir, destacando-se um panorama geral da pesquisa.

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Percepção geral

A pesquisa analisou o sentimento dos empreendedores sobre a influência da festa da padroeira nos negócios de Currais Novos (RN). A percepção geral foi boa: 76,8% dos empresários do município avaliaram como positivo o período da Festa de Sant'Ana para os setores de Comércio e Serviços locais. Apenas uma parcela de 9,3% avaliou como negativo. Outros 13,9% consideraram que a data é indiferente para seus negócios.

Notou-se uma percepção de positividade unânime (100%) entre os segmentos de calçados, joias e bijuterias, perfumaria e cosméticos, distribuidora de bebidas, conveniências, supermercados, salão de beleza e barbearia, lanchonetes e meios de hospedagem.

Investimento

Questionados sobre os investimentos realizados no negócio para impulsionar as vendas no período, os principais foram com ampliação de estoque/compra de produtos (49%); aumento da variedade de itens (40,4%); contratação de funcionários (19,9%); estrutura/reforma/estacionamento (10%); divulgação/publicidade (4%) e treinamento de equipe (2,6%). Outros investimentos representaram 2,7% das respostas. Já 30,5% revelaram que não precisaram fazer investimentos para a festa.

Dentre os que investiram, em termos de valores, a pesquisa observou que 13,3% dos setores de comércio e serviços investiram até R\$ 1.000,00; 47,6% investiram entre R\$ 1.001,00 e R\$ 10.000,00; 33,3% investiram entre R\$ 10.001,00 e R\$ 50.000,00; e 5,7% dos estabelecimentos confirmaram que investiram acima de 50.001,00 visando o período de festas.

Neste ano, o investimento médio calculado foi de R\$ 15.609,52 por estabelecimento, enquanto em 2022 havia sido de R\$ 14.294,12. Sendo o menor investimento entre os informais (R\$ 5.040,00) e o maior entre as empresas de pequeno porte (R\$ 25.100,00).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Mão de obra

Sobre as contratações visando o período, cerca de um em cada quatro (24,5%) afirmaram que precisaram contratar funcionários extras para os festejos de Sant'Ana de Currais Novos. Número maior do que o registrado no ano passado, quando 20,7% almejavam contratar para o evento. Outros 75,5% revelaram que o número de colaboradores atuais suportou a demanda.

Ainda sobre as contratações, percebeu-se que a necessidade entre os setores de serviços (35%) foi maior que entre os do comércio (17,6%), sendo mais relevante entre os informais (35,7%) e microempresas (27,5%).

Movimentação

Na avaliação da maioria dos empresários locais o movimento superou as expectativas. A parcela de opiniões positivas somou 76,2%, distribuídas em movimento muito bom (32,5%) e bom (43,7%). 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. Por porte, observou-se que a soma bom e muito bom foi mais significativa entre os informais (89,3%) e microempreendedores individuais (76,5%).

Faturamento

O valor faturado por cada negócio durante o período é um importante indicador de desempenho porque ajuda a mensurar o resultado final. A pesquisa avaliou que 23,8% dos negócios faturaram até R\$ 500,00 por dia no período; 16,6% entre R\$ 501,00 e R\$ 1.000,00; 40,4% entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00; 10,6% entre R\$ 5.001,00 e R\$ 10.000,00; e 6% acima de R\$ 10.001,00 por dia durante os festejos de Sant'Ana.

No geral, o valor médio faturado estimado, por dia e por estabelecimento, com base nas respostas dos empreendedores, foi de R\$ 2.846,03, maior do que o registrado em 2022 que foi de R\$ 2.558,33.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Analisando por setor verificou-se que as empresas dos segmentos de comércio declararam o faturamento maior por dia (em média, R\$ 3.219,78), ao passo que entre as empresas do ramo de serviços a média foi calculada em R\$ 2.279,17.

Além disso, o faturamento médio por dia foi de 1.681,37 entre os microempreendedores individuais e atingiu R\$ 6.365,38 entre as médias e grandes empresas, durante os festejos de Sant'Ana de Currais Novos em 2023.

De acordo com 55% dos empreendedores ouvidos, as vendas nos festejos de Sant'Ana deste ano foram maiores do que no ano anterior, para 27,8% foram iguais, e para apenas 17,2% o faturamento foi menor.

A percepção de vendas maiores ou iguais este em ano em comparação ao ano passado foi respondida por 84,6% entre as empresas do comércio e de 80% entre as empresas dos serviços. Sendo que entre os informais o número chega a 85,7%.

Funcionamento

No que se refere ao número de dias que funcionou durante os festejos, 27,8% dos gestores relataram que abriram seus negócios por até 3 dias de evento; 45% funcionaram entre 4 e 8 dias; e 27,2% acima de 8 dias. Sendo que a média de dias de funcionamento foi calculada em 6,5 dias. Já em 2022 foi de 9,3 dias.

Clientes

Segundo os empreendedores entrevistados, 62,3% dos estabelecimentos declararam que tiveram visitas de até 50 clientes por dia durante o período da festa; para 17,9% das empresas o número de clientes por dia variou de 51 a 100 pessoas; 16,6% receberam entre 101 e 500 pessoas por dia; e 3,3% tiveram visitas de mais 501 de pessoas por dia. A média por estabelecimento foi de 111 clientes por dia, maior do que os 84 registrados no ano passado. Sendo que este ano, as empresas de serviços tiveram visitas de 138 pessoas em média, enquanto que nas empresas do comércio a média foi de 93 pessoas.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Estratégia de vendas

Com relação às ações/serviços que os comerciantes realizaram para atrair consumidores nesse período, notou-se que 72,8% dos estabelecimentos investiram na divulgação; 25,2% disseram que investiram nos preços baixos dos produtos e serviços; 23,2% investiram na facilidade de pagamento; 21,2% investiram no atendimento personalizado aos clientes; entre outros (15,3%). Já 11,3% afirmaram não ter realizado ações/serviços voltados para o período da festa.

Melhorias

Com relação às sugestões de melhorias para os eventos, os empreendedores reivindicaram aprimoramento na infraestrutura da cidade (14%); trânsito/mobilidade (13,4%), estacionamento (12,1%); atrações musicais (10,4%); investimento público (10,4%); mais atrativos turísticos (10,1%); banheiros públicos (7,5%); aumentar divulgação (7,5%); entre outros.

Perfil dos Negócios

Quanto ao setor de atuação, 60,3% das empresas respondiam por comércio, enquanto 39,7% correspondiam ao segmento de serviços.

No que se refere ao porte, 33,8% relataram ser Microempresas (ME); 33,8% afirmaram ser microempreendedores individuais (MEI); 5,3% disseram ser empresas de pequeno porte (EPP); 8,6% confirmaram ser empresa média ou grande; e 18,5% afirmaram ser de outros portes, como informais.

Sobre o tempo de atuação, a maioria (53%) dos estabelecimentos possuem mais de 10 anos de atuação, enquanto 31,1% possuíam de 3 a 10 anos e 15,9% até 2 anos no mercado.

No geral, 46,4% das empresas visitadas disseram que possuíam até 2 colaboradores; 37,7% afirmaram que possuíam de 3 a 5 funcionários; e 15,9% contavam com mais de 5 colaboradores para atender a demanda da festa.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Com relação às atividades, notou-se uma grande variedade de segmentos pesquisados. Entre os mais representativos estão os de vestuário (13,2%); lanchonete (9,3%); eletrodomésticos/móveis/eletrônicos (7,3%); bares/restaurantes (6,6%); ambulantes (6%); vendas de variedades (4,6%); material de construção (4,6%); assistência técnica (4%); óticas (4%); acessórios/bolsas/calçados/cintos (3,3%); padaria e confeitaria (3,3%); artigos automotivos (2,6%); salão de beleza/barbearia (2,6%); farmácias/drogarias (2,6%); perfumaria/cosméticos (2,6%); hotéis/pousadas (2%); sorveterias (2%); conveniência (2%); mercadinho/supermercados (1,3%); aluguel de roupas (1,3%); gráfica e papelaria (1,3%); entre outras.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Percepção geral

Gráfico 1 – Em relação à Festa de Sant’Ana, a data afeta o seu negócio de que forma?
Fonte: Fecomércio/RN

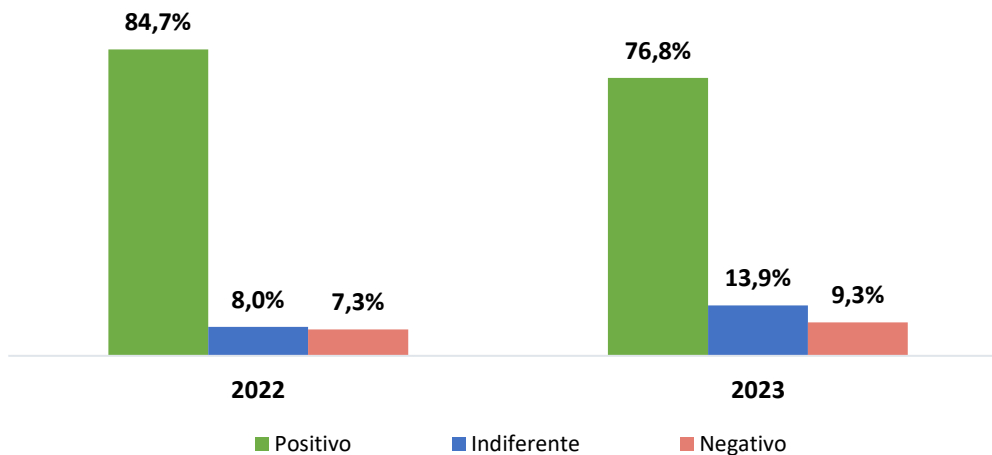


Tabela 1 – Percepção por ramo de atuação.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	Positivo	Indiferente	Negativo
Calçados	100,0%	0,0%	0,0%
Joias e Bijuterias	100,0%	0,0%	0,0%
Perfumaria e cosméticos	100,0%	0,0%	0,0%
Distribuidoras de bebidas	100,0%	0,0%	0,0%
Conveniências	100,0%	0,0%	0,0%
Supermercados	100,0%	0,0%	0,0%
Salão de beleza e barbearia	100,0%	0,0%	0,0%
Lanchonetes	100,0%	0,0%	0,0%
Hospedagem	100,0%	0,0%	0,0%
Ambulantes	100,0%	0,0%	0,0%
Padaria e Confeitaria	100,0%	0,0%	0,0%
Artigos esportivos	100,0%	0,0%	0,0%
Confeitaria e bomboniere	100,0%	0,0%	0,0%
Entretenimento	100,0%	0,0%	0,0%
Brinquedos	100,0%	0,0%	0,0%
Vestuário	89,5%	10,5%	0,0%
Bares/Restaurantes	80,0%	10,0%	10,0%
Material de Construção	66,7%	33,3%	0,0%
Farmácias	50,0%	0,0%	50,0%
Ótica	40,0%	20,0%	40,0%
Assistência técnica	0,0%	66,7%	33,3%
Academia	0,0%	100,0%	0,0%
Móveis e decoração	0,0%	0,0%	100,0%
Oficina mecânica	0,0%	100,0%	0,0%
Outros	96,0%	0,6%	3,4%

Investimento

Tabela 2 – Que tipo de investimento o (a) Sr. (a) fez visando a festa de Sant’Ana?

Fonte: Fecomércio/RN

Investimento para festa	2022	2023
Ampliando estoque	78,0%	49,0%
Aumentando a variedade de produtos	42,7%	40,4%
Contratando mais funcionários	18,7%	19,9%
Estrutura/Reforma/Estacionamento	1,3%	10,0%
Divulgação/Publicidade	0,7%	4,0%
Treinamento de equipe	8,0%	2,6%
Outros	0,0%	2,7%
Não precisou investir	12,0%	30,5%

Gráfico 2 – Quanto o (a) Sr. (a) investiu no seu negócio visando a festa de Sant’Ana?

Fonte: Fecomércio/RN

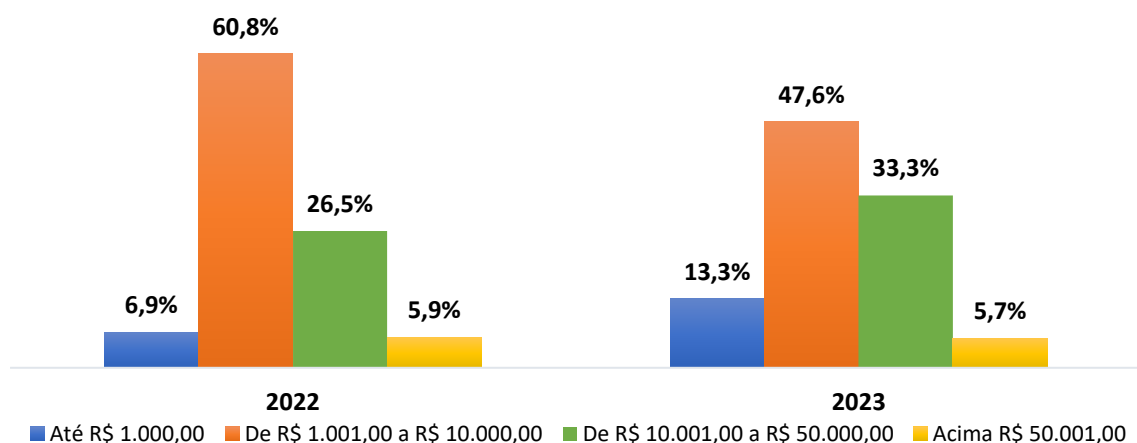


Tabela 3 – Investimento médio por ano.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2022	2023
Média	R\$ 14.294,12	R\$ 15.609,52

Tabela 4 – Investimento médio por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Comércio	Serviços
Média	R\$ 17.380,28	R\$ 11.911,76

Tabela 5 – Investimento médio por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Outros	Empresa Média/Grande	EPP	ME	MEI
Média	R\$ 5.040,00	R\$ 22.357,14	R\$ 25.100,00	R\$ 23.308,82	R\$ 12.897,06

Mão de obra

Gráfico 3 – O (a) Sr. (a) contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?
 Fonte: Fecomércio/RN

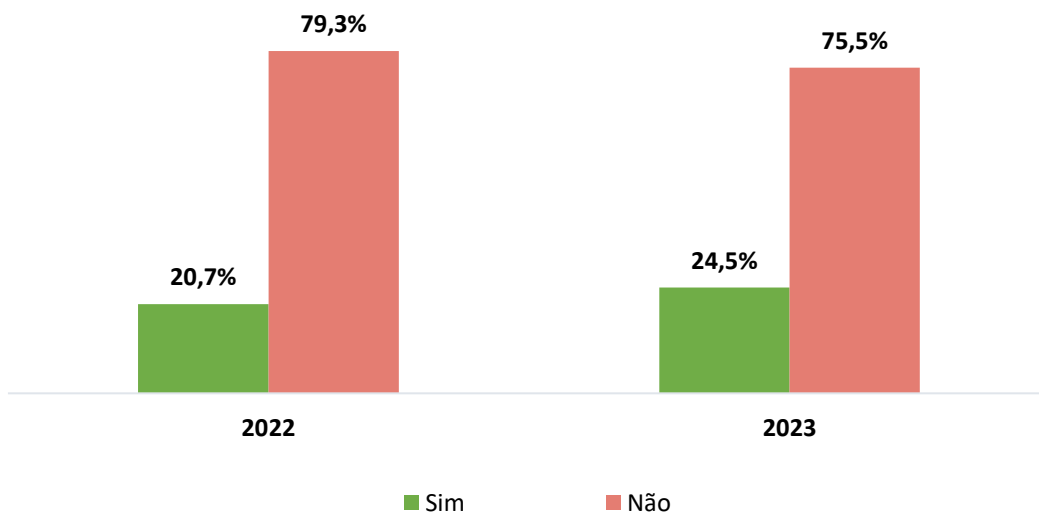


Tabela 6 – Contratação por setor
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Comércio	17,6%	82,4%
Serviços	35,0%	65,0%

Tabela 7 – Contratação por porte
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Empresa Média/Grande	15,4%	84,6%
EPP	12,5%	87,5%
ME	27,5%	72,5%
MEI	19,6%	80,4%
Outros	35,7%	64,3%

Movimentação

Gráfico 4 – Qual a sua expectativa para o movimento durante a festa desse ano?

Fonte: Fecomércio/RN

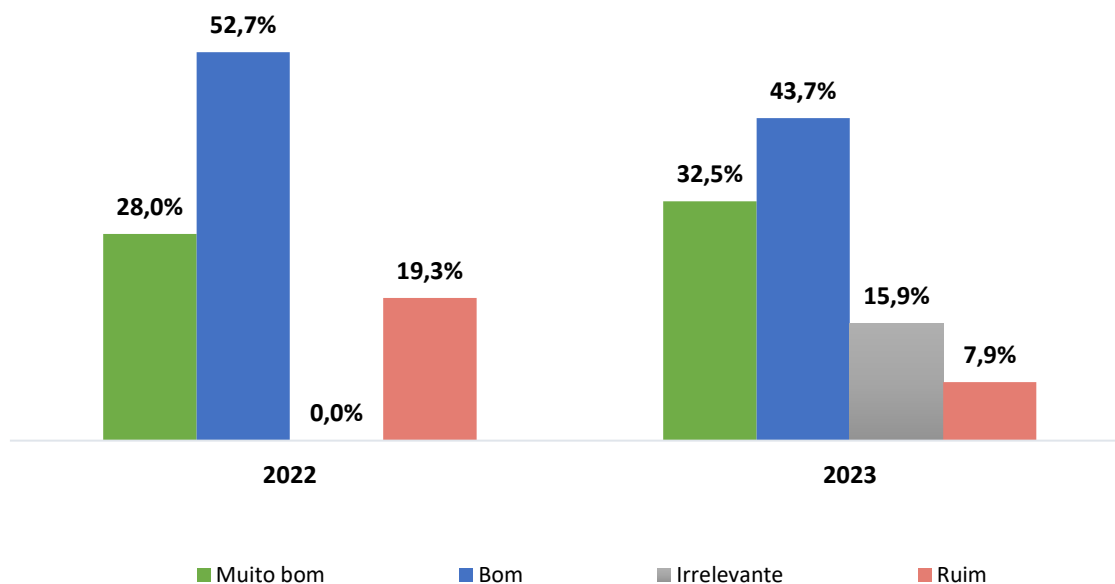


Tabela 8 – Expectativa de movimento pelo porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Muito bom	Bom	Irrelevante	Ruim
Empresa Média/Grande	38,5%	30,8%	23,1%	7,7%
EPP	37,5%	37,5%	25,0%	0,0%
ME	35,3%	35,3%	17,6%	11,8%
MEI	25,5%	51,0%	17,6%	5,9%
Outros	35,7%	53,6%	3,6%	7,1%

Faturamento

Gráfico 5 – Quanto, em média, o seu negócio espera faturar por dia na festa?

Fonte: Fecomércio/RN

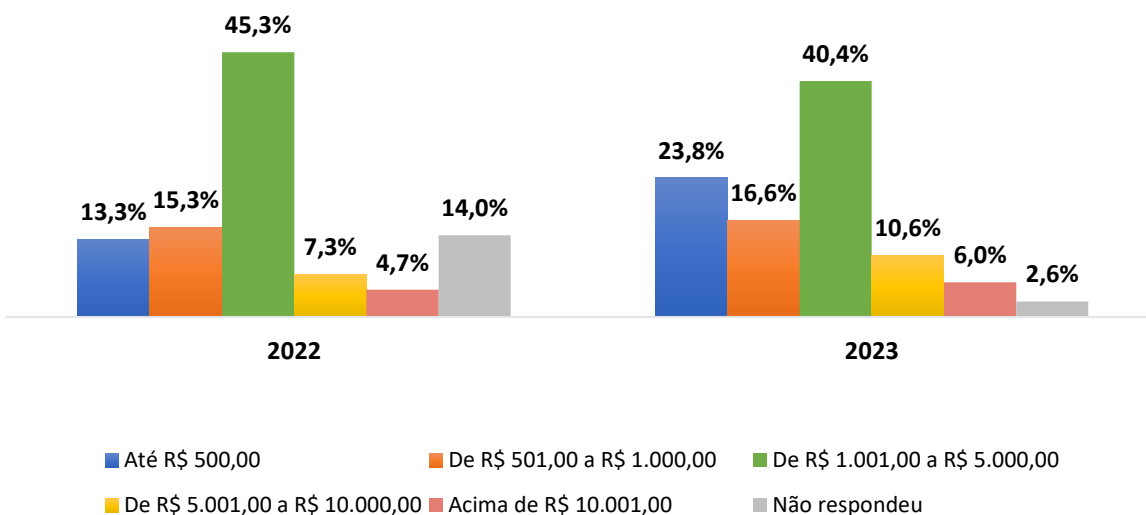


Tabela 9 – Faturamento médio por dia, por ano.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	R\$
2022	R\$ 2.558,33
2023	R\$ 2.846,03

Tabela 10 – Faturamento médio por dia, por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	R\$
Comércio	R\$ 3.219,78
Serviços	R\$ 2.279,17

Tabela 11 – Faturamento médio por dia, por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	R\$
Empresa Média/Grande	R\$ 6.365,38
EPP	R\$ 5.312,50
ME	R\$ 3.171,57
MEI	R\$ 1.681,37
Outros	R\$ 2.035,71

Gráfico 6 – Percepção de faturamento comparando com o ano passado. Espera faturar:
Fonte: Fecomércio/RN

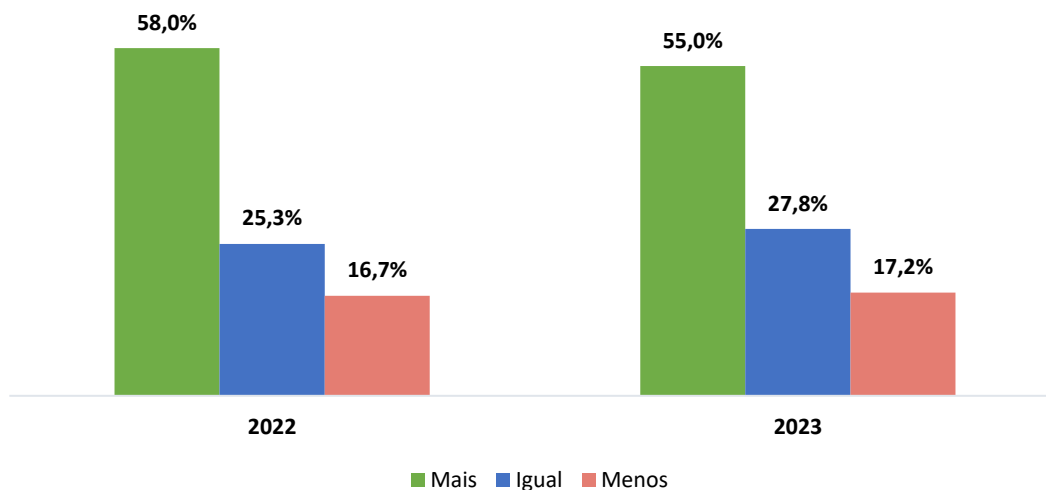


Tabela 12 – Percepção de faturamento comparando com o ano passado por setor:
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Mais	Igual	Menos
Comércio	58,2%	26,4%	15,4%
Serviços	50,0%	30,0%	20,0%

Tabela 13 – Percepção de faturamento comparando com o ano passado por porte:
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Mais	Igual	Menos
Empresa Média/Grande	38,5%	46,2%	15,4%
EPP	50,0%	37,5%	12,5%
ME	52,9%	31,4%	15,7%
MEI	49,0%	29,4%	21,6%
Outros	78,6%	7,1%	14,3%

Funcionamento

Gráfico 7 – Quantos dias o seu negócio funcionou durante os festejos de Sant’Ana 2023?

Fonte: Fecomércio/RN

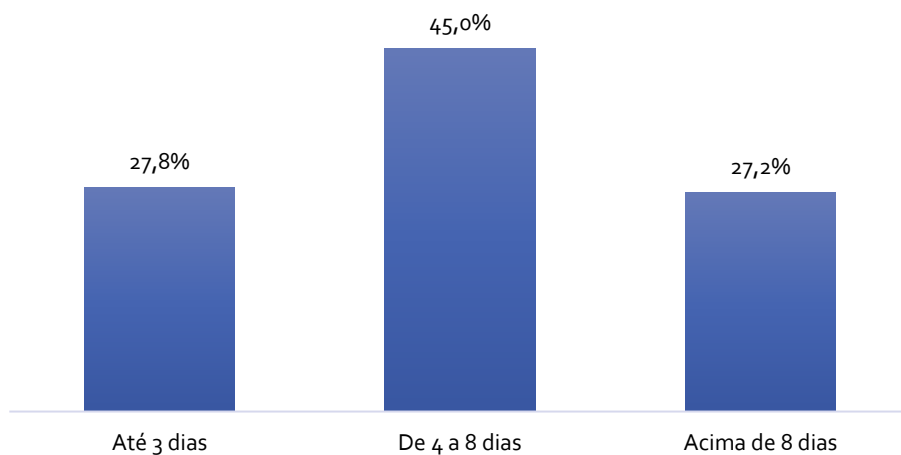


Tabela 14 – Média de dias de funcionamento durante os festejos de Sant’Ana por ano.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Coluna	2022	2023
Média de dias	9,3	6,5

Cientes

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

Fonte: Fecomércio/RN

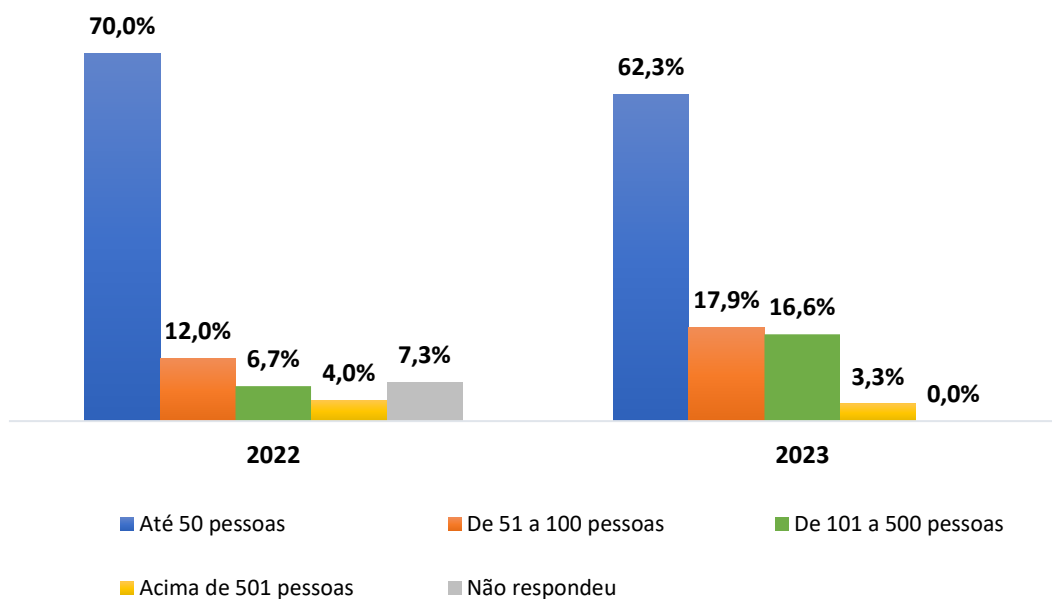


Tabela 15 – Média de clientes por ano.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
2022	84
2023	111

Tabela 16 – Média de clientes por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	93
Serviços	138

Estratégia de vendas

Tabela 17 – Qual ação/serviço utilizou para atrair clientes durante o evento?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Divulgação em geral	72,8%
Preço baixo/Promoções	25,2%
Facilidade na forma de pagamento	23,2%
Atendimento Personalizado	21,2%
Sorteio de Prêmio e/ou Brindes	5,3%
Banheiro para cliente	2,0%
Outros	8,0%
Não fez	11,3%

Melhorias

Tabela 18 – Sugestões de melhorias para o turismo e eventos.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Infraestrutura/Estradas	14,0%
Trânsito/Mobilidade urbana	13,4%
Estacionamento	12,1%
Atrações musicais	10,4%
Investimento público	10,4%
Mais Atrativos Turísticos/Culturais	10,1%
Banheiro público	7,5%
Aumentar Divulgação	7,5%
Capacitação empreendedores/colaboradores	3,9%
Ampliar local do evento/Menos mesas	1,6%
Mudar local do evento	1,6%
Melhores preços	1,3%
Segurança	1,0%
Melhorar a organização	0,7%
Outros	2,3%
Não respondeu	2,3%

Perfil dos Negócios

Gráfico 9 – Classificação das empresas:
Fonte: Fecomércio/RN

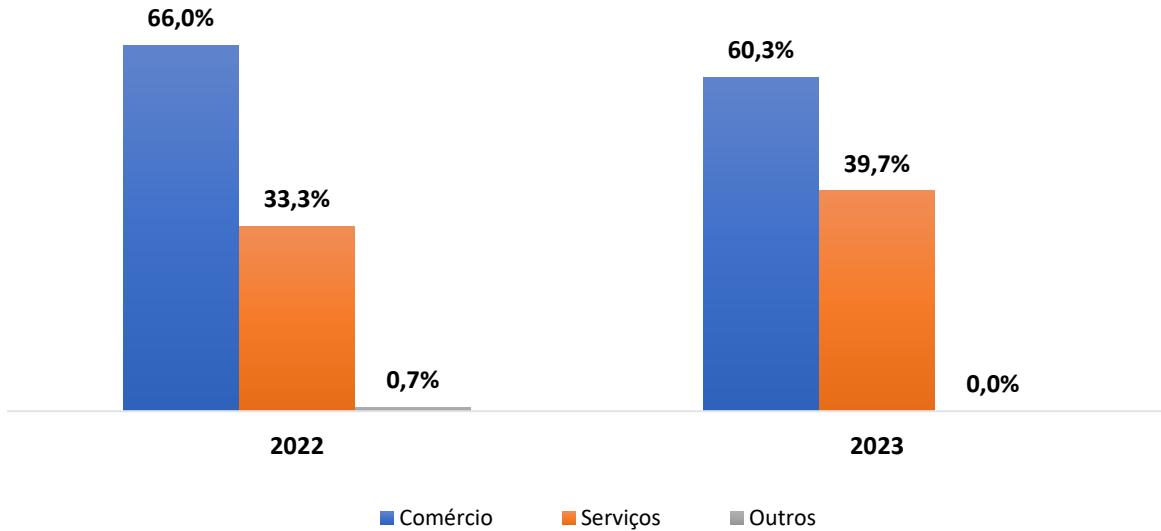


Gráfico 10 – Porte do negócio:
Fonte: Fecomércio/RN

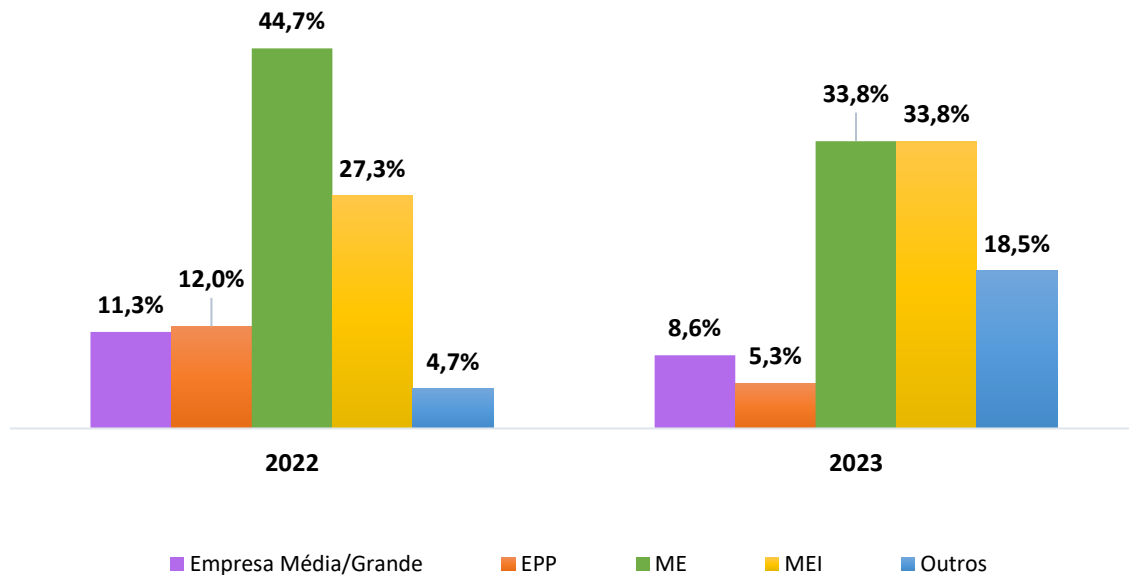


Gráfico 11 – Tempo de atuação.
Fonte: Fecomércio/RN

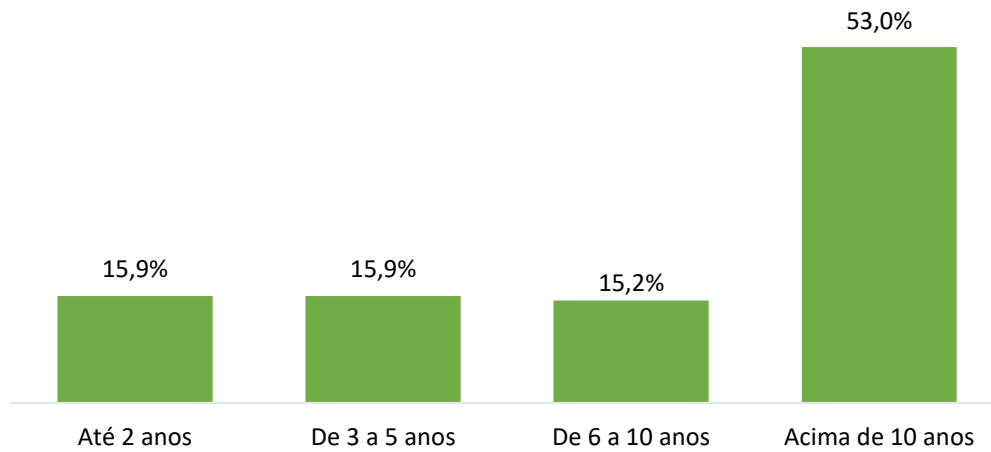


Tabela 19 – Número de trabalhadores.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	2022	2023
Até 2 funcionários	41,3%	46,4%
De 3 a 5 funcionários	34,0%	37,7%
Acima de 5 funcionários	24,7%	15,9%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 20 – Ramo de atividade.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	13,2%
Lanchonetes	9,3%
Eletrodomésticos/Móveis/Eletrônicos	7,3%
Bares/Restaurantes	6,6%
Ambulante	6,0%
Vendas de Variedades	4,6%
Material de Construção	4,6%
Assistência técnica	4,0%
Óticas	4,0%
Acessórios/bolsas/calçados/cintos	3,3%
Padaria e Confeitaria	3,3%
Artigos automotivo	2,6%
Salão de beleza/Barbearia	2,6%
Farmácias/Drogarias	2,6%
Perfumaria/Cosméticos	2,6%
Hotéis/Pousadas	2,0%
Sorveterias	2,0%
Conveniência	2,0%
Mercadinho/Supermercados	1,3%
Aluguel de roupas	1,3%
Gráfica e Papelaria	1,3%
Xerox e impressão	1,3%
Distribuidora de bebidas	1,3%
Produtos/cuidados veterinários	1,3%
Agências de viagens	1,3%
Academia/Pilates	1,3%
Artesanatos/Artigos religiosos	1,3%
Artigos esportivos	1,3%
Entretenimento	0,7%
Empréstimos consignados	0,7%
Clínica médica	0,7%
Tecidos	0,7%
Venda Botijão de Gás	0,7%
Joias/bijuterias	0,7%
Produtos Naturais	0,0%
Clínica odontologia	0,0%
Saúde	0,0%
Combustíveis e Lubrificantes	0,0%
Decoração de casa	0,0%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique

Analista de Negócios

Ágata Menezes

Assistente Administrativa

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Humberto Lourenço

Anderson Fernandes

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Max Bezerra

Thales Capistrano

Pesquisadores

ANEXO

