

PESQUISA DE PERCEPÇÃO
DOS **EMPRESÁRIOS** SOBRE A

FESTA DE
SANT'ANA
DE CAICÓ 2023

JULHO 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 dos Negócios.....	8
4. GRÁFICOS E TABELAS.....	9
Percepção geral	9
Investimento.....	9
Faturamento	12
Estratégia de vendas.....	16
Melhorias	16
Perfil das empresas	17

1. APRESENTAÇÃO

A Festa de Sant'Ana, em homenagem à padroeira de Caicó, além dos aspectos religioso e sociocultural, movimenta a economia da cidade e faz circular renda. Pode-se considerar que a comemoração é o principal evento do turismo religioso de Caicó e um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades religiosas 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.

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 Caicó 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 Caicó/RN, entre os dias 25 e 31 de julho de 2023, onde foram entrevistados 205 empreendedores formais 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.

A coleta de dados foi primária, realizada através de tablets por entrevistadores devidamente capacitados e experientes neste tipo de trabalho.

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 da padroeira tem para os negócios de Caicó (RN). O resultado mostra que 78,5% dos gestores avaliaram como positivo o período da Festa de Sant'Ana para os setores de comércio e serviços do município, ou seja, mais de sete em cada dez afirmaram que a festa afeta de modo favorável o negócio local. Somente uma parcela de 11,2% avaliou como negativo. Outros 10,2% consideraram que a data é indiferente para seus negócios.

A percepção positiva da festa atingiu a média de 84,8% entre as empresas do comércio e foi de 72% entre as do segmento de serviços.

Investimento

Procurou saber também quais foram os investimentos realizados pelos empreendedores visando impulsionar os negócios no período de festas, e os principais foram com ampliação de estoque (56,6%); aumento da variedade de itens (46,8%); contratação de funcionários (14,1%); estrutura/reforma/estacionamento (7,8%); treinamento de equipe (3,9%); e divulgação (2,4%). Neste ano, 22% informaram que não precisaram fazer investimento.

Dentre os que investiram visando a festa, os dados mostraram que 10,4% dos empreendimentos dos setores de comércio e serviços investiram até R\$ 1.000,00; enquanto 36,8% investiram entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00; outros 25,7% investiram entre R\$ 5.001,00 e R\$ 10.000,00; 18,1% investiram entre R\$ 10.001,00 e R\$ 50.000,00; e 9,1% acima de R\$ 50.000,00 visando o período de festas. O investimento médio calculado foi de R\$ 16.017,36 por estabelecimento, maior que o registrado ano passado que foi de R\$ 13.450,00.

Estratificando os dados, observou-se que as empresas do comércio investiram uma média de R\$ 19.085,37, ao passo que entre as empresas do segmento de serviços, o investimento médio ficou na casa dos R\$ 11.959,68.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Por porte, o investimento médio foi de R\$ 7.812,50 entre os informais e atingiu a média de R\$ 29.055,56 entre as empresas médias ou grandes.

Mão de obra

Mais de duas em cada dez empresas (22%) precisaram realizar contratações extras de funcionários para o período de festas. Enquanto 78% revelaram que o número de colaboradores atuais suportou a demanda. A média dos que necessitaram contratar colaboradores extras aumenta para 30,1% entre os microempreendedores individuais e foi de 22,2% entre as empresas de pequeno porte.

Na opinião da maioria dos gestores entrevistados, o movimento de pessoas nos estabelecimentos foi satisfatório. A parcela de opiniões positivas somou 73,7%, distribuídas em muito bom (28,3%) e bom (45,4%). 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 28,3% dos negócios faturaram até R\$ 500,00 por dia no período; 15,6% tiveram ganhos diários que variaram de R\$ 501,00 e R\$ 1.000,00; 35,1% dos negócios faturaram de R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00; e 15,7% acima de R\$ 5.001,00 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\$ 2.726,83. No ano passado havia sido de R\$ 2.613,07.

Na análise por setor, observou-se que as empresas do comércio declararam faturamento médio diário de R\$ 3.442,86, enquanto entre as do segmento de serviços, média foi de R\$ 1.975,00.

Em relação ao porte, os microempreendedores individuais revelaram ganhos médio por dia de R\$ 1.750,00, já entre as médias e grandes empresas, o faturamento médio foi de R\$ 6.464,29.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Segundo, 50,2% dos empreendedores ouvidos, as vendas nos festejos de Sant'Ana deste ano foram maiores do que o ano passado, para 28,3% foram iguais, e para 21,5%, as vendas foram menores.

Acerca do número de dias que funcionou durante os festejos, 50,2% dos gestores relataram que abriram seus negócios por até 7 dias de evento; 22,9% entre 8 e 9 dias; e 26,8% por mais de 10 dias. Sendo a média calculada em 7,5 dias.

Para 56,6% dos empresários entrevistados, a média de clientes que visitou os estabelecimentos foi de até 50 pessoas por dia durante o período da festa; para 16,6% das empresas o número de clientes por dia variou de 51 a 100 pessoas; ao passo que 23,9% receberam acima de 101 pessoas por dia. A média por estabelecimento foi de 118 clientes por dia, maior que a computada em 2022 que tinha sido de 71 pessoas.

Por setor, verificou-se que a média de clientes por estabelecimento e por dia foi de 112 entre as empresas do setor de comércio e de 125 entre as empresas do segmento de serviços.

Estratégia de vendas

Com relação às ações/serviços para atrair consumidores, 71,2% relataram investir em divulgação em geral; em seguida aparecem preços baixos/promoções (26,8%), atendimento personalizado (21,5%), facilidade na forma de pagamento (16,1%), sorteio de prêmios e/ou brindes (5,4%) e banheiro para clientes (4,4%). Já 10,7% dos entrevistados não investiram em nenhuma ação para o evento.

Melhorias

Com relação às sugestões de melhorias para os eventos, os empreendedores reivindicaram aprimoramento na questão dos estacionamento para o veículos (19,2%); trânsito/mobilidade (16,4%); infraestrutura/estradas (10,9%); maior investimento público (9,5%); aumentar o número de banheiros público (8,1%); mais atrativos turísticos (7,2%); aumentar divulgação (6,9%); atrações musicais (6,7%); entre outros.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Perfil dos Negócios

Em relação ao setor de atuação, 51,2% das empresas respondiam por comércio, enquanto 48,8% eram do segmento de serviços.

Sobre o porte das empresas, 40,5% relataram ser microempreendedores individuais (MEI); 24,4% afirmaram ser Microempresas (ME); 6,8% disseram serem médias ou grandes empresas; 4,4% empresas de pequeno porte (EPP); e 23,9% confirmaram ser de outros, entre eles informais.

No tocante ao número de funcionários por estabelecimento, 64,9% das empresas visitadas disseram que possuíam até 3 colaboradores; 19,5% afirmaram que possuíam de 4 a 5 funcionários; 8,3% tinham entre 6 e 9 empregados; e 7,3% contavam com mais de 10 colaboradores para atender a demanda da festa.

Sobre o tempo de atuação, a maior parte (42,4%) dos estabelecimentos possuíam mais de 10 anos de atuação, enquanto 35,6% possuíam de 3 a 10 anos e 22% até 2 anos no mercado.

A pesquisa coletou informações de diversos segmentos empresariais do município de Caicó. Entre os mais representativos estão vestuário (14,1%); lanchonete (12,7%); ambulante (7,3%); bares/restaurantes (6,8%); beleza e cuidados pessoais (6,3%); assistência técnica (4,9%); artesanatos (3,9%); calçados (2,9%); sorveteria/doceria (2,9%); variedades (2,4%); farmácias/drogarias (2,4%); conveniência/distribuidora de bebidas (2,4%); eletrodomésticos/móveis/eletrônicos (2%); óticas (2%); perfumaria/cosméticos (1,5%); acessórios/bolsas/cintos (1,5%); gráfica (1,5%); cama, mesa e banho (utilidades para casa) (1,5%); serviços de chaveiro e relógios (1%); serviço de internet (1%); embalagens e descartáveis (1%); entre outros.

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

4. GRÁFICOS E TABELAS

Percepção geral

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

Fonte: Fecomércio/RN

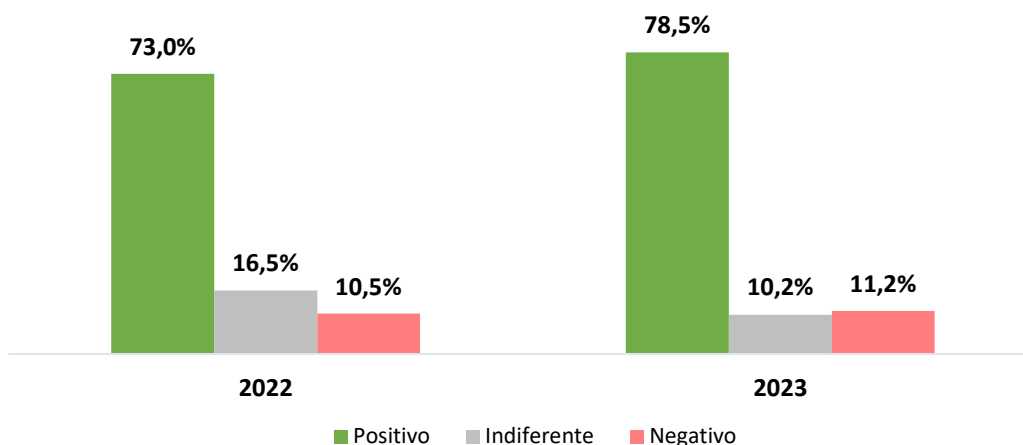


Tabela 1 – Percepção em relação à festa por setor de atividade.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Positiva	Indiferente	Negativa
Comércio	84,8%	4,8%	10,5%
Serviços	72,0%	16,0%	12,0%

Investimento

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

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2022	2023
Ampliando estoque	67,0%	56,6%
Aumentando a variedade de produtos	44,5%	46,8%
Brindes	0,0%	0,5%
Contratando funcionários	18,0%	14,1%
Divulgação	0,0%	2,4%
Estrutura/Reforma/Estacionamento	0,0%	7,8%
Patrocínio	0,5%	1,0%
Propaganda e divulgação	0,5%	2,0%
Reforma	4,0%	1,0%
Treinamento de equipe	7,5%	3,9%
Outros	3,0%	1,5%
Não sabe	0,0%	0,5%
Não investiu	16,0%	22,0%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio/RN

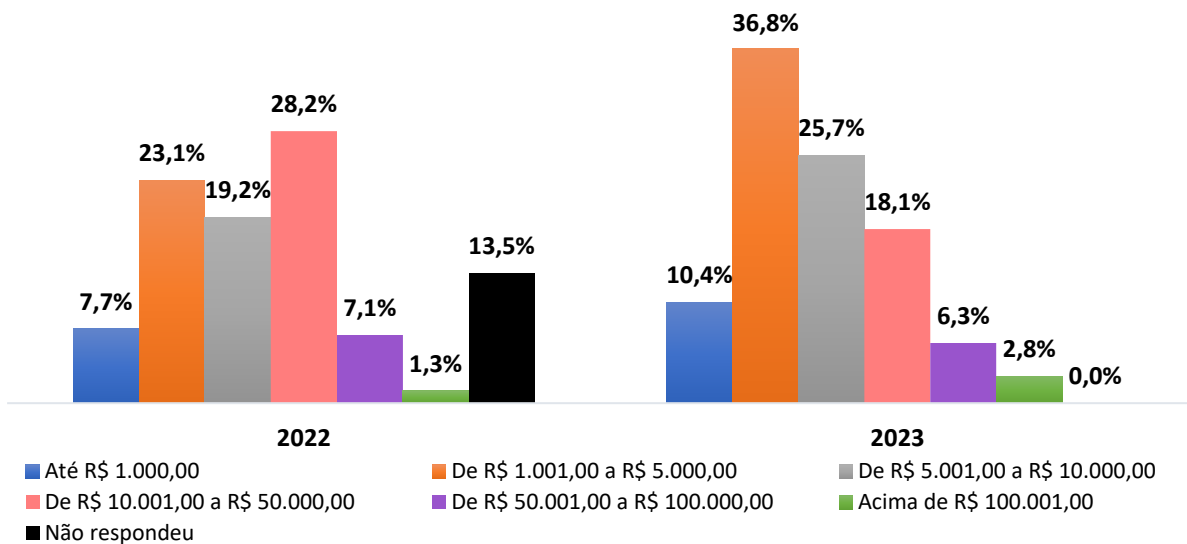


Tabela 3 – Investimento por ano.

Fonte: Fecomércio/RN

Ano	Média
2022	R\$ 13.450,00
2023	R\$ 16.017,36

Tabela 4 – Investimento por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	R\$ 19.085,37
Serviços	R\$ 11.959,68

Tabela 5 – Investimento por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Empresa Média/Grande	R\$ 29.055,56
EPP	R\$ 19.250,00
ME	R\$ 25.766,67
MEI	R\$ 14.305,08
Outros	R\$ 7.812,50

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

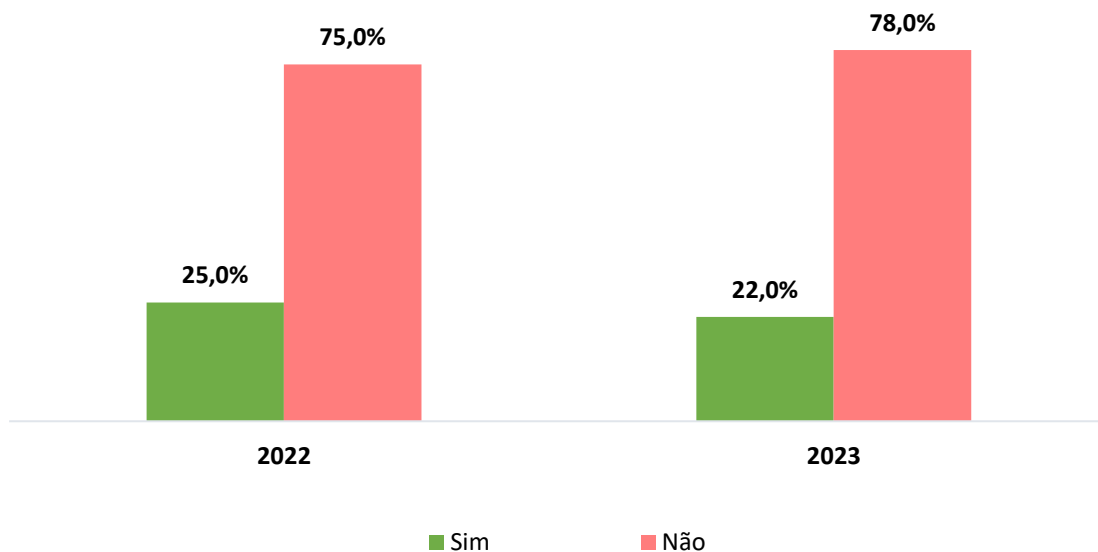


Tabela 6 – Necessidade de contratação extra em relação ao porte.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Empresa Média/Grande	14,3%	85,7%
EPP	22,2%	77,8%
ME	16,0%	84,0%
MEI	30,1%	69,9%
Outros	16,3%	83,7%

Faturamento

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

Fonte: Fecomércio/RN

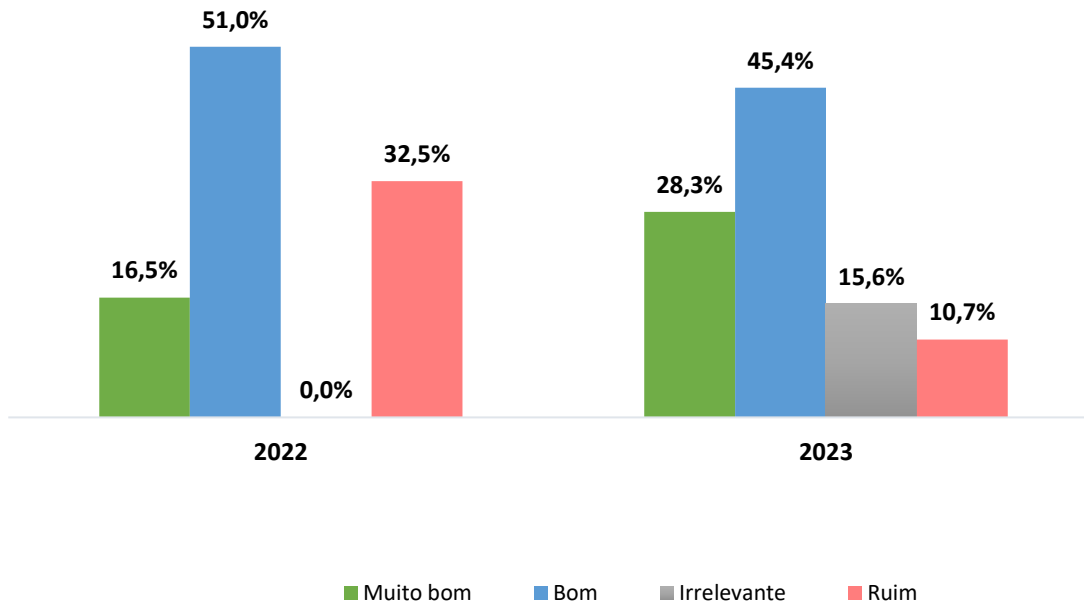


Gráfico 5 – Comparando com o ano passado, espera faturar:

Fonte: Fecomércio/RN

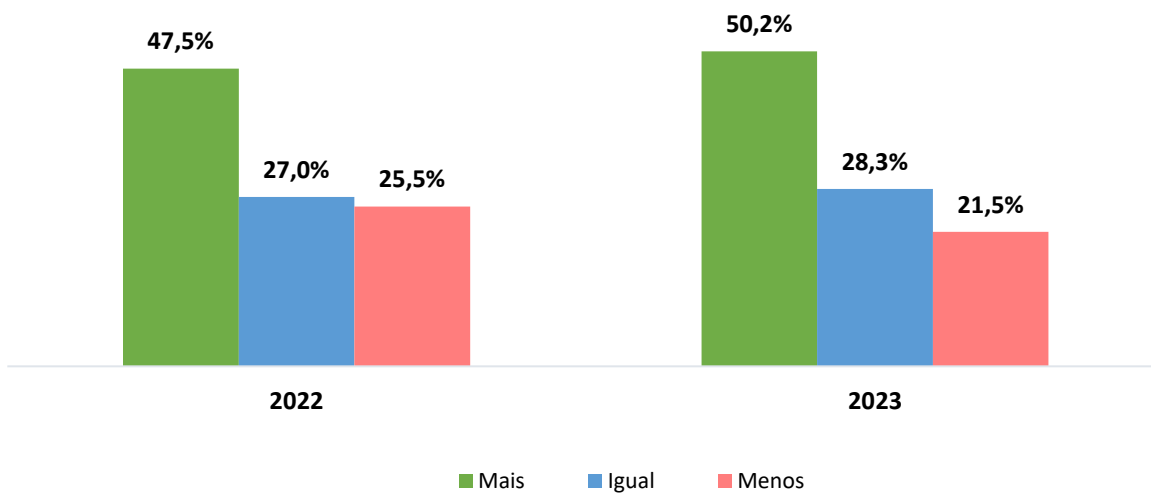


Gráfico 6 – Quanto, em média, o seu negócio espera faturar por dia na festa?
Fonte: Fecomércio/RN

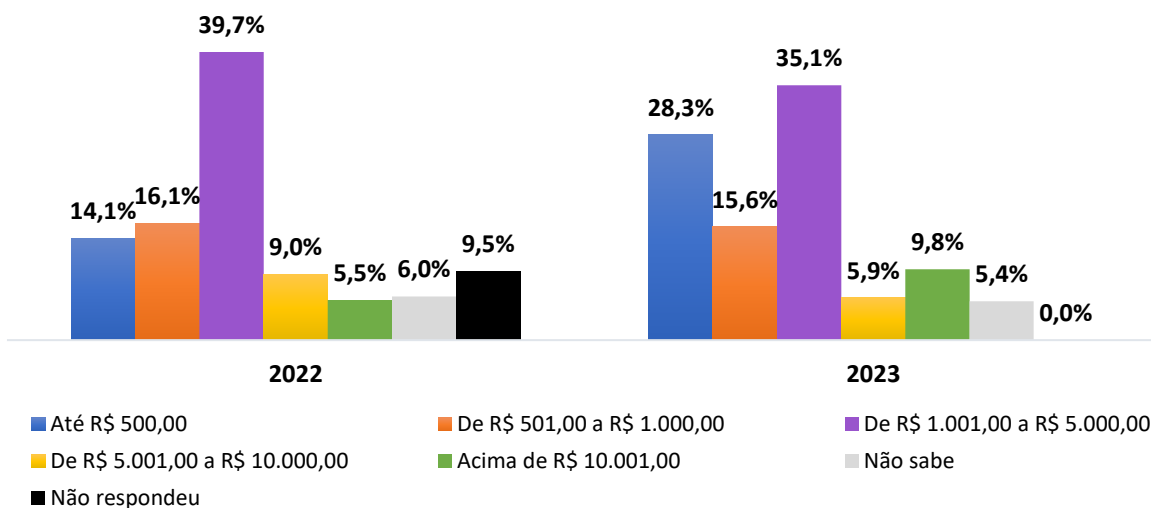


Tabela 7 – Faturamento médio/dia por ano
Fonte: Fecomércio/RN

Ano	Média
2022	R\$ 2.613,07
2023	R\$ 2.726,83

Tabela 8 – Faturamento médio/dia por setor
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	R\$ 3.442,86
Serviços	R\$ 1.975,00

Tabela 9 – Faturamento médio/dia por porte
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Empresa Média/Grande	R\$ 6.464,29
EPP	R\$ 2.861,11
ME	R\$ 3.740,00
MEI	R\$ 1.750,00
Outros	R\$ 2.255,10

Tabela 10 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante os festejos de Sant’Ana 2023?

Fonte: Fecomércio/RN

Dias	%
1	1,5%
2	0,0%
4	10,2%
5	6,8%
6	3,9%
7	27,8%
8	20,0%
9	2,9%
Acima de 10	26,8%

Tabela 11 – Dias de funcionamento por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	7,0
Serviços	8,0
Total	7,5

Gráfico 7 – Qual a média de clientes recebeu/espera receber por dia durante os festejos?
 Fonte: Fecomércio/RN

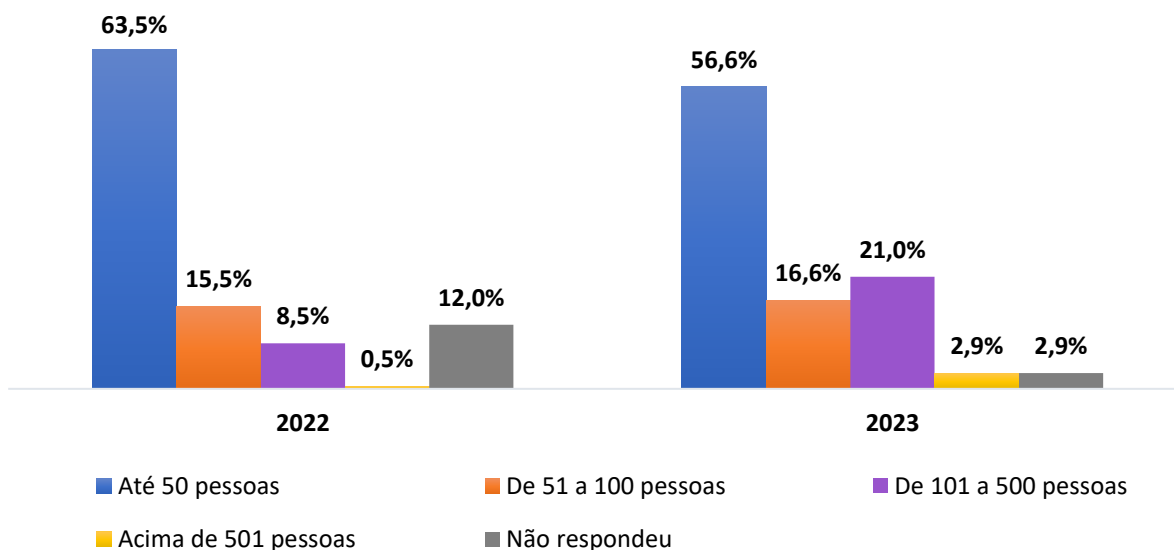


Tabela 12 – Média de clientes por estabelecimento/dia em relação ao ano.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
2022	71
2023	118

Tabela 13 – Média de clientes por estabelecimento/dia em relação ao setor.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	112
Serviços	125

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Estratégia de vendas

Tabela 14 – Qual ação/serviço utilizou para atrair clientes durante a Festa?

Fonte: Fecomércio/RN

Ação/Serviço	2023
Divulgação em geral	71,2%
Preço baixo/Promoções	26,8%
Atendimento Personalizado	21,5%
Facilidade na forma de pagamento	16,1%
Sorteio de Prêmio e/ou Brindes	5,4%
Banheiro para cliente	4,4%
Qualidade dos produtos/serviços	2,4%
Variedades de produtos	1,5%
Estacionamento	1,5%
Redes sociais	1,5%
Tradição	1,0%
Música ao vivo	1,0%
Delivery	0,5%
Outros	2,0%
Nenhuma	10,7%

Melhorias

Tabela 15 – Sugestões de melhoria:

Fonte: Fecomércio/RN

Sugestão de melhoria	2023
Estacionamentos	19,2%
Trânsito/Mobilidade urbana	16,4%
Infraestrutura/Estradas	10,9%
Investimento público	9,5%
Banheiros públicos	8,1%
Mais Atrativos Turísticos/Culturais	7,2%
Aumentar Divulgação	6,9%
Atrações musicais	6,7%
Capacitação empreendedores/colaboradores	4,4%
Melhorar os preços em geral	2,5%
Segurança	0,9%
Organização	0,7%
Mudanças na Ilha	0,7%
Mais hospedagem	0,7%
Limpezas pública	0,7%
Alta taxa dos ambulantes e muita burocracia	0,2%
Mais dias de festa	0,2%
Não respondeu	0,7%
Nenhuma sugestão	3,5%

Perfil das empresas

Gráfico 8 – Porte dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN

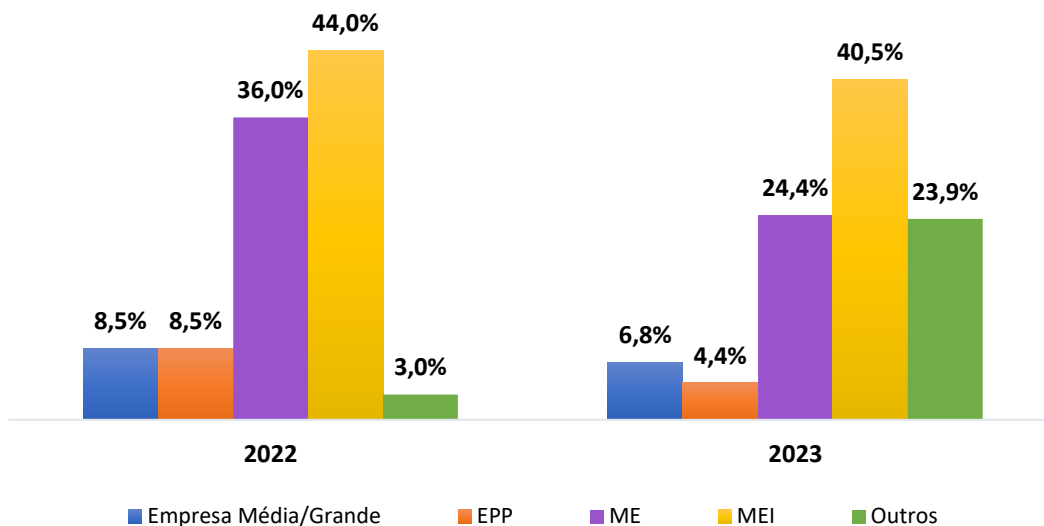
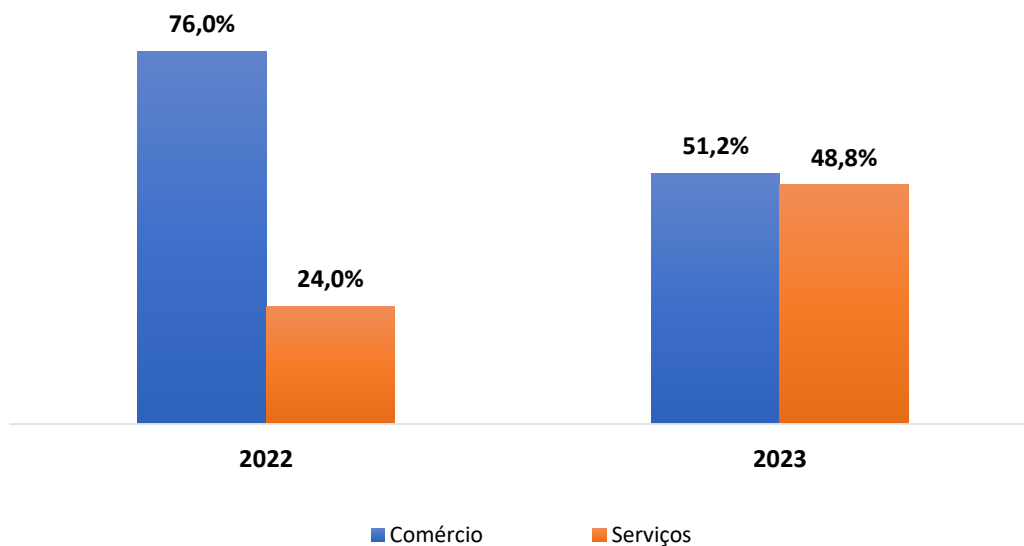


Gráfico 9 – Setor da empresa:

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 10 – Tempo de atuação:
Fonte: Fecomércio/RN

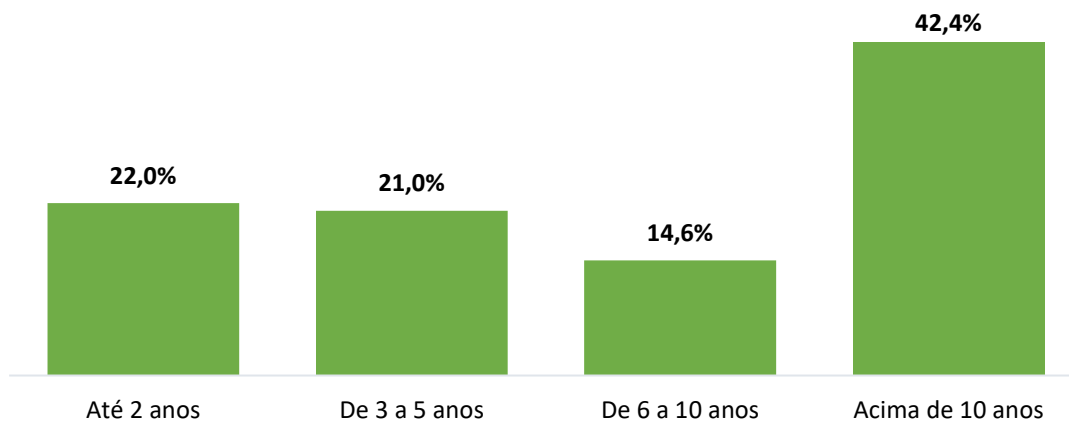


Tabela 16 - Número de colaboradores.
Fonte: Fecomércio/RN

Número de colaboradores	2022	2023
0	2,0%	0,0%
1	12,5%	16,6%
2	21,0%	33,7%
3	17,0%	14,6%
4	14,0%	11,2%
5	8,0%	8,3%
6	10,0%	5,4%
7	2,5%	2,0%
8	2,5%	0,5%
9	0,5%	0,5%
10 ou mais	10,0%	7,3%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 17 – Segmento das empresas:
Fonte: Fecomércio/RN

Segmento da empresa	2023
Vestuários	14,1%
Lanchonetes	12,7%
Ambulante	7,3%
Bares/Restaurantes	6,8%
Beleza e Cuidados pessoais	6,3%
Assistência técnica	4,9%
Artesanatos	3,9%
Calçados	2,9%
Sorveteria/Docerias	2,9%
Variedades	2,4%
Farmácias/Drogarias	2,4%
Conveniência/Distribuidora de bebidas	2,4%
Eletrodomésticos/Móveis/Eletrônicos	2,0%
Óticas	2,0%
Perfumaria/Cosméticos	1,5%
Acessórios/bolsas/cintos	1,5%
Gráfica	1,5%
Cama, Mesa e banho (utilidades para o lar)	1,5%
Serviços de relógios e chaves	1,0%
Serviço de Internet	1,0%
Embalagens e descartáveis	1,0%
Bordados	1,0%
Combustíveis e Lubrificantes	1,0%
Venda de Suplementos	0,5%
Serviço Refrigeração	0,5%
Queijeira	0,5%
Locação de Veículos	0,5%
Artigos Personalizados	0,5%
Material de construção	0,5%
Vidraçaria	0,5%
Mercadinho/Supermercados	0,5%
Copiadora	0,5%
Aviamentos	0,5%
Energia solar	0,5%
Artigos e Serviços de Veterinária	0,5%
Venda de peças de Refrigeração	0,5%
Frutaria	0,5%
Brinquedos	0,5%
Produtos infantis	0,5%
Aluguel de itens para festas	0,5%
Produtos naturais	0,5%
Conserto de Bicicleta	0,5%
Decoração	0,5%
Padaria e Confeitaria	0,5%
Imobiliária	0,5%
Outros	5,4%

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

