

Percepção dos Empresários sobre o

CARNAVAL Assú 2024

Fevereiro 2024

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS	5
PERCEPÇÃO GERAL	5
INVESTIMENTO	5
CONTRATAÇÃO	6
FATURAMENTO.....	7
FUNCIONAMENTO.....	7
CLIENTES	8
MELHORIAS SUGERIDAS	9
AVALIAÇÃO	10
PERFIL DOS NEGÓCIOS	10
4. GRÁFICOS E TABELAS.....	12
PERCEPÇÃO GERAL	12
INVESTIMENTO	13
CONTRATAÇÃO	15
FUNCIONAMENTO.....	16
FATURAMENTO.....	17
ESTRATÉGIA DE VENDAS	19
SUGESTÕES	20
PERFIL DAS EMPRESAS.....	22

1. APRESENTAÇÃO

Assú, município situado no oeste potiguar, protagonizou um grande carnaval no Estado do Rio Grande do Norte neste ano, atraindo muitas pessoas e impactando positivamente a economia local. O evento, que contou com a participação ativa de comerciantes, pequenos negócios, hotéis, pousadas, bares e restaurantes, proporcionou um incremento significativo na renda desses setores. Com a presença de atrações locais e nacionais, o carnaval de Assú abrangeu uma diversidade de públicos e dinamizou diversos pontos do município.

Com o intuito de aprofundar a compreensão sobre as características do 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), conduziu uma pesquisa técnica. Essa pesquisa visa avaliar o impacto do período do carnaval de Assú sob a perspectiva dos empreendedores nos setores diretamente afetados durante essa época festiva.

Este trabalho não apenas serve como um monitoramento do mercado potiguar, mas também responde à demanda dos comerciantes e produtores por uma compreensão mais profunda do comportamento do mercado e dos consumidores. As pesquisas da Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas, destacando-se como instrumentos valiosos para embasar decisões estratégicas.

Com a divulgação dessas pesquisas, pretende-se atender às expectativas da classe empresarial, das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores. A amplitude e abrangência dos dados coletados oferecem uma oportunidade única para disseminação do conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento e aprimoramento contínuo do cenário comercial e turístico em Assú.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Este relatório representa o desfecho da pesquisa técnica conduzida em Assú (RN), durante o período de 09 a 13 de fevereiro de 2024. Ao longo desse intervalo, foram entrevistados 150 empreendedores, tanto formais quanto informais, pertencentes aos setores de comércio e serviços do município. Cabe ressaltar que a pesquisa apresenta uma margem de erro aproximada de 3 pontos percentuais, com um nível de confiança de 95%.

A abordagem adotada na pesquisa foi quantitativa, empregando questionários estruturados para coletar informações. Esses questionários foram administrados por uma equipe de pesquisadores devidamente identificados, treinados e especializados para a tarefa. Durante a coleta de dados, os pesquisadores foram supervisionados em campo por um coordenador, encarregado de assegurar a aplicação rigorosa dos questionários, conforme os critérios metodológicos estabelecidos.

A execução do trabalho foi viabilizada por meio de tablets e software dedicado, que não apenas gravou as entrevistas, mas também georreferenciou os locais de aplicação, proporcionando um controle mais efetivo e validação dos dados coletados. Posteriormente, as informações foram compiladas, analisadas e validadas, garantindo a consistência da amostra pesquisada e a qualidade dos resultados obtidos.

Os principais desdobramentos da pesquisa são apresentados no tópico subsequente, proporcionando um panorama abrangente das descobertas.

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Percepção geral

Os resultados da pesquisa revelam uma forte influência do carnaval nos negócios do município de Assú, localizado no Rio Grande do Norte. De acordo com os dados coletados, a maioria dos empreendedores (70%) expressou uma visão positiva em relação ao impacto do período carnavalesco nos setores de comércio e serviços da região. Em outras palavras, sete em cada dez empreendedores acreditam que o carnaval tem um efeito favorável em seus negócios locais.

Apenas uma parcela reduzida, representando 10% dos participantes da pesquisa, avaliou a influência do carnaval de forma negativa. Esse grupo parece perceber desafios ou impactos adversos em seus empreendimentos durante o período festivo. Por outro lado, outro contingente igual a 20% considerou a data como sendo indiferente para os negócios, sugerindo que, para essa porção dos empreendedores, o carnaval não exerce uma influência notável em suas atividades.

Investimento

No que diz respeito aos investimentos empreendidos pelos empresários para impulsionar as vendas durante o período de folia, a pesquisa destaca que as estratégias mais adotadas foram o aumento do estoque, mencionado por expressivos 60% dos entrevistados, e a variedade de itens, que foi mencionada por 39,3%. Essas iniciativas sugerem uma tendência clara de adaptação do mix de produtos para atender às demandas específicas do carnaval, indicando uma busca por diversificação e maior disponibilidade de produtos durante a festividade. Além dessas práticas, outros investimentos foram apontados pelos empreendedores, evidenciando a variedade de abordagens adotadas para aproveitar o potencial de negócios durante o carnaval. A contratação de funcionários foi mencionada por 12,7% dos participantes, destacando a importância de contar com uma equipe adicional para lidar com o aumento da demanda. Outros investimentos relatados incluíram reformas na estrutura e no estacionamento, mencionados por 6,7% dos entrevistados, indicando uma atenção para proporcionar um ambiente mais atraente e funcional durante o carnaval. Além disso, 1,4% dos empreendedores mencionaram investimentos outras atividades.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

É relevante notar que 21,3% dos empresários entrevistados afirmaram não ter realizado nenhum investimento específico para o período carnavalesco. Essa informação sugere que uma parcela significativa dos empreendedores pode estar confiante na capacidade de seus negócios de lidar com o aumento sazonal nas atividades sem a necessidade de investimentos adicionais.

No que tange aos investimentos realizados para impulsionar as vendas durante o período de Carnaval, a pesquisa destaca uma distribuição variada de valores entre os setores de comércio e serviços. A maior parte, representando 36%, optou por investir montantes de até R\$ 1.000,00, sugerindo uma estratégia de baixo aporte financeiro por parte desses empreendedores. Outros 28% dos gestores optaram por um investimento mais substancial, situando-se na faixa entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00; e 22% informaram que investiram de R\$ 5.001,00 a R\$ 15.000,00. Essas categorias de investidores buscam potencializar suas operações durante o Carnaval por meio de aportes financeiros mais significativos. Surpreendentemente, uma parcela equivalente de 14% dos gestores revelou ter realizado investimentos acima de R\$ 15.000,00. Esse grupo, com uma abordagem mais robusta em termos financeiros, sinaliza uma disposição para explorar oportunidades mais amplas de lucratividade durante o período festivo.

Ao calcular o investimento médio por estabelecimento, os resultados apontam para uma média geral de R\$ 5.500,00. Contudo, é interessante observar as diferenças entre os setores informais e formais de pequeno porte. Nos estabelecimentos informais, a média de investimento foi de R\$ 2.970,59, indicando uma propensão para estratégias mais econômicas ou adaptadas à natureza dos negócios informais. Já nas empresas formais de médio e grande porte, o investimento foi mais elevado, atingindo R\$ 9.500,00, sugerindo uma maior capacidade financeira ou a percepção de maior potencial de retorno para essas empresas.

Contratação

A pesquisa revela que uma parcela significativa dos negócios, correspondendo a dois em cada dez estabelecimentos (exatos 22,7%), optou por contratar funcionários extras durante esse período específico. Essa estratégia reflete uma abordagem proativa adotada por uma parte considerável dos empreendedores, visando aprimorar a capacidade de atendimento diante da demanda sazonal associada ao Carnaval.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Faturamento

O levantamento não apenas investigou a percepção dos comerciantes em relação ao movimento de pessoas durante o Carnaval de Assú, mas também analisou os resultados financeiros obtidos por cada negócio durante esse período, fornecendo um indicador crucial de desempenho.

Quase metade (48,7%) relatou um faturamento diário de até R\$ 1.000 durante o Carnaval, indicando uma parcela significativa que experimentou um retorno mais modesto nesse período. Por outro lado, 37,3% registraram resultados na faixa entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000,00 por dia. Outros 10% dos comerciantes obtiveram faturamentos diários entre R\$ 5.001,00 e R\$ 10.000,00, enquanto 4% superaram a marca de R\$ 10.000,00 por dia durante o Carnaval do município, evidenciando um grupo substancial que alcançou resultados mais expressivos. Esse conjunto de resultados reflete uma variedade notável nas performances financeiras dos estabelecimentos durante o evento.

A análise do valor médio faturado por dia, com base nas respostas dos empreendedores, revela uma média geral de R\$ 2.756,67. Contudo, ao segmentar os dados, percebemos que os empreendedores informais e os Microempreendedores Individuais (MEIs) apresentaram médias diárias mais modestas, de R\$ 1.529,41 e R\$ 2.105,77, respectivamente. Nas Empresas de Pequeno Porte (EPP), esse valor aumentou para R\$ 3.750,00, alcançando seu ponto mais alto entre as grandes empresas, que registraram uma média de R\$ 8.333,33 por dia durante o Carnaval de Assú.

Funcionamento

Ao indagar aos gestores sobre o número de dias de funcionamento durante os festejos carnavalescos, os resultados da pesquisa revelam uma distribuição diversificada nas práticas comerciais adotadas pelos estabelecimentos de Assú. A maioria dos gestores, equivalente a 60%, optou por manter seus negócios abertos por um período de 3 a 4 dias durante os eventos carnavalescos. Outros 20,7% dos estabelecimentos estenderam sua operação por 4 dias ou mais, indicando uma abordagem mais ampla em relação ao período de funcionamento durante o Carnaval. Por outro lado, uma parcela menor de 19,3% dos estabelecimentos optou por abrir por apenas 2 dias durante os eventos carnavalescos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A média geral de dias de funcionamento, calculada com base nas respostas dos gestores, foi de 3,5 dias. Sendo que entre as atividades do comércio, a média foi de 3,3, à medida que entre os setores de serviços a média foi de 3,8. Esse valor médio reflete a diversidade de práticas adotadas pelos estabelecimentos em relação à extensão de suas operações durante o Carnaval.

Cientes

Ao investigar a média de clientes que visitaram os negócios durante o Carnaval, os resultados da pesquisa destacam que pouco mais da metade dos gestores, correspondendo a 52%, relatou uma média de até 50 clientes por dia. Para 14% dos negócios, a média diária de clientes variou entre 51 e 100 pessoas, indicando uma faixa intermediária de movimentação durante o período festivo. Outros 28% dos gestores relataram receber entre 101 e 500 pessoas por dia, ao passo que 6% tiveram movimentação de mais de 500 pessoas em seus negócios, indicando uma presença considerável e um aumento substancial no movimento de clientes durante o Carnaval. Essa parcela dos estabelecimentos pode ter experimentado um impacto particularmente positivo no volume de vendas e na visibilidade da marca durante esse período.

A média geral de clientes por estabelecimento, calculada a partir das respostas dos gestores, foi de 151 clientes por dia. No entanto, ao analisar essa média de acordo com o porte dos negócios, observamos variações significativas. Os estabelecimentos informais registraram uma média de 184 clientes por dia, enquanto os Microempreendedores Individuais (MEIs) apresentaram uma média de 160 clientes por dia. As Médias/Grandes Empresas registraram a média mais alta, alcançando 254 clientes por dia.

A pesquisa revela que a maioria dos negócios em Assú expressa uma aprovação significativa em relação ao movimento de pessoas durante o período de Carnaval nos estabelecimentos. Um expressivo percentual de 74,6% dos participantes demonstrou opiniões positivas, divididas entre aqueles que consideraram o movimento como "muito bom" (27,3%) e "bom" (47,3%). Esses resultados apontam para uma percepção generalizada de que o elevado fluxo de clientes proporcionado pelo evento contribuiu de forma favorável para os negócios, resultando em um aumento nas vendas durante esse período específico.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Estratégia de vendas

A análise das ações e serviços oferecidos pelos comerciantes de Assú para atrair consumidores durante o período carnavalesco revela uma variedade de estratégias adotadas para cativar a clientela. Os resultados indicam que a maioria dos estabelecimentos, equivalente a 40%, investiu na divulgação de produtos e serviços como parte de suas estratégias de atração de clientes. Esse foco na divulgação ressalta a importância da visibilidade e comunicação eficaz para atrair a atenção dos consumidores durante o Carnaval. Além disso, 31,3% dos estabelecimentos optaram por investir em promoções e preços baixos, indicando uma estratégia centrada em atrair clientes por meio de ofertas atrativas. Outras estratégias incluíram o oferecimento de atendimento personalizado, mencionado por 31,3% dos estabelecimentos, destacando a importância de proporcionar uma experiência individualizada aos clientes. A disponibilização de facilidades na forma de pagamento foi mencionada por 20%, indicando a percepção de que opções flexíveis de pagamento podem ser um diferencial para atrair consumidores. Algumas iniciativas menos comuns incluíram banheiros para os clientes (6%), panfletagem (1,3%), entre outras.

Melhorias sugeridas

A análise dos dados revela diversas percepções e sugestões dos participantes em relação ao Carnaval em Assú. Em destaque, a maioria expressa a importância das atrações e atividades oferecidas durante o evento, representando 36% das respostas, indicando a necessidade de diversidade e qualidade no entretenimento. Além disso, há uma considerável demanda por melhorias na divulgação (22%), apontando para oportunidades de aumentar a visibilidade do Carnaval. A estrutura e o espaço do evento (18%) também emergem como áreas que merecem atenção, destacando a importância de garantir condições adequadas para uma experiência mais confortável e segura. A diversificação e atratividade da programação (15,3%) são ressaltadas, assim como a necessidade de investimentos, tanto públicos quanto privados (8%), para promover a realização e aprimoramento contínuo do Carnaval em Assú. Outras sugestões, com menores percentuais, mas não menos importantes, foram melhorias na mobilidade (5,3%), banheiros públicos (4,7%), estacionamento (4%), segurança (0,7%), organização (0,7%), limpeza (0,7%) entre outros. 22% dos entrevistados não sugeriram nenhuma melhoria.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Avaliação

Na avaliação atribuída pelos empresários ao Carnaval de Assú, destaca-se a predominância de notas elevadas, evidenciando uma percepção positiva em relação ao evento. A maior parcela dos empresários atribuiu as notas 8, 9 e 10, representando 25,3%, 9,3% e 28,7%, respectivamente, somando 63,3%. Esses resultados indicam uma satisfação expressiva por parte dos empresários em relação à festividade. Por outro lado, a minoria atribuiu notas mais baixas, como 0, 1 e 2, que somaram 4%, 0% e 0,7%, sugerindo uma baixa insatisfação entre esse grupo específico. As notas intermediárias entre 5 e 7 foram distribuídas de maneira relativamente equilibrada, com 11,3%, 4,7% e 11,3%, respectivamente. Essa análise reforça a tendência positiva geral, indicando uma aprovação expressiva por parte dos empresários em relação ao Carnaval de Assú.

A avaliação média geral atribuída pelos empresários ao Carnaval de Assú foi positiva, alcançando uma média de 7,63. Esse resultado reflete uma percepção global satisfatória em relação ao evento.

Ao analisar por setores, o comércio obteve uma média de 7,74, indicando uma avaliação um pouco mais elevada em comparação com a média geral. Isso sugere que os empresários do setor comercial avaliaram de maneira mais positiva os impactos e benefícios do Carnaval em suas atividades. Já o setor de serviços apresentou uma média de 7,53, ainda mantendo uma avaliação positiva, embora ligeiramente inferior à média geral.

Perfil dos Negócios

Em relação ao setor de atuação, os dados revelam uma distribuição significativa entre os participantes da pesquisa. A maioria, representando 50,7%, indicou que está inserida no setor de serviços. Enquanto isso, a outra parcela de 49,3% afirmou estar envolvida no setor de comércio.

Ao detalhar o perfil dos negócios participantes da pesquisa, observou-se que uma parcela de 36% declararam ser Micro Empresas (MEs), enquanto 34,7% afirmaram ser Microempreendedores individuais (MEIs). Adicionalmente, 2,7% identificaram-se como Empresas de Pequeno Porte (EPP), e 4% confirmaram ser empresas de porte médio ou grande. Além disso, 22,7% dos comerciantes e empresários identificaram-se como Informais.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

No que diz respeito ao número de colaboradores, nota-se que 65,3% dos negócios avaliados possuíam uma equipe de até 3 funcionários, evidenciando a predominância de pequenos empreendimentos na amostra. Em contrapartida, para 22% dos estabelecimentos, o quadro de funcionários variava entre 4 e 5 empregados, apontando uma presença significativa de empresas de porte intermediário. Além disso, 12,7% dos negócios possuíam uma equipe mais extensa, com mais de 5 colaboradores.

Ao analisar o histórico de atuação das empresas participantes, identificou-se que 40,7% delas têm uma experiência consolidada no mercado, com mais de 10 anos de atuação. Outras 35% encontram-se na faixa de tempo entre 3 e 10 anos de atividade, refletindo um perfil diversificado. Além disso, 24,4% das empresas têm uma trajetória mais recente, com até 2 anos de experiência. Essa distribuição temporal proporciona uma visão abrangente da diversidade de empresas participantes, incluindo desde aquelas com uma presença sólida e estabelecida até aquelas que estão nos estágios iniciais de sua jornada empresarial.

A pesquisa coletou dados de diversos segmentos empresariais do município de Assú. Entre os mais representativos foram lanchonetes (16,7%), bares e restaurantes (11,3%), vestuários (11,3%), ambulantes (7,3%), conveniência (5,3%), farmácias (4,7%), distribuidoras de bebida (4%), supermercados (3,3%), material de construção (2,7%), salão de beleza/barbearia (2,7%), ração (2,7%), calçados (2%), oficina (2%), autopeças (1,3%), borracharia (1,3%), eletrônicos (1,3%), óticas (1,3%), padaria e confeitaria (1,3%), sorveteria (1,3%), variedades em geral (1,3%), acessórios em geral (1,3%); entre outros.

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

4. GRÁFICOS E TABELAS

Percepção geral

Gráfico 1 – Em relação ao Carnaval de Assú, a data afeta o seu negócio de que forma?

Fonte: Fecomércio/RN

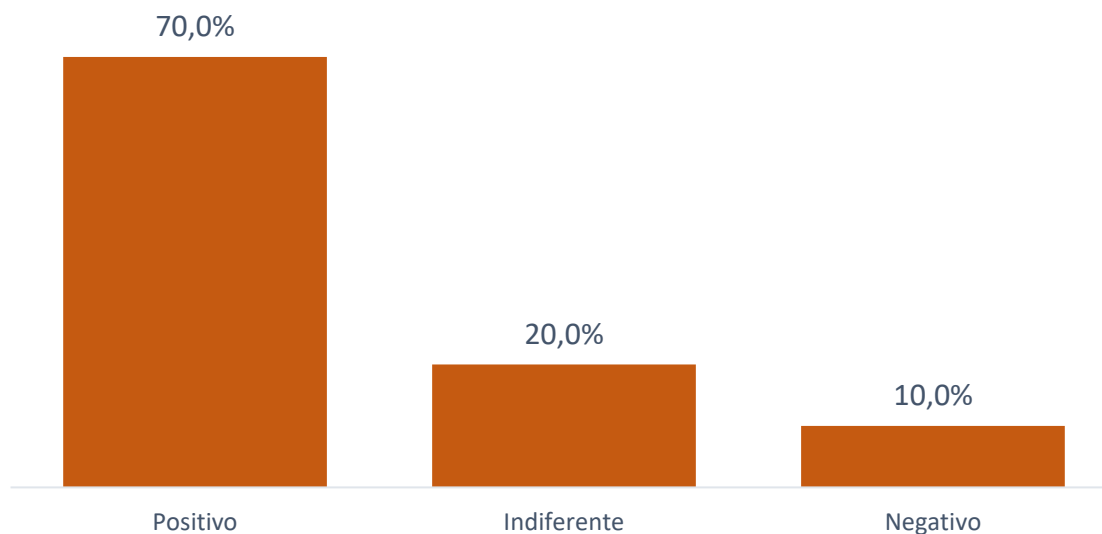


Tabela 1 – Percepção por setor e porte das empresas.

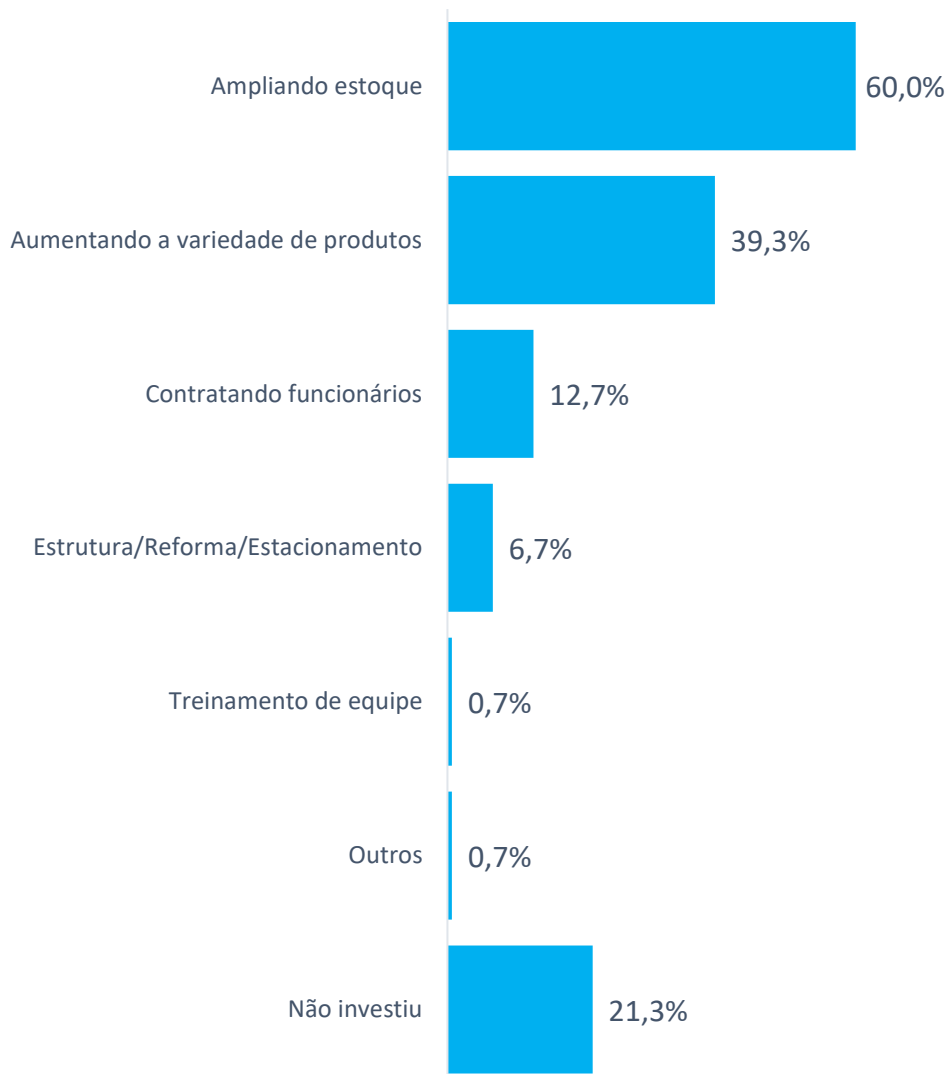
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Positivo	Indiferente	Negativo
Comércio	68,9%	24,3%	6,8%
Serviços	71,1%	15,8%	13,2%
MEI	76,9%	9,6%	13,5%
ME	59,3%	33,3%	7,4%
EPP	25,0%	50,0%	25,0%
Empresa Média/Grande	83,3%	0,0%	16,7%
Outros/Informais	79,4%	14,7%	5,9%

Investimento

Gráfico 2 – Que tipo de investimento o (a) Sr. (a) fez no seu negócio visando o Carnaval de Assú? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio/RN

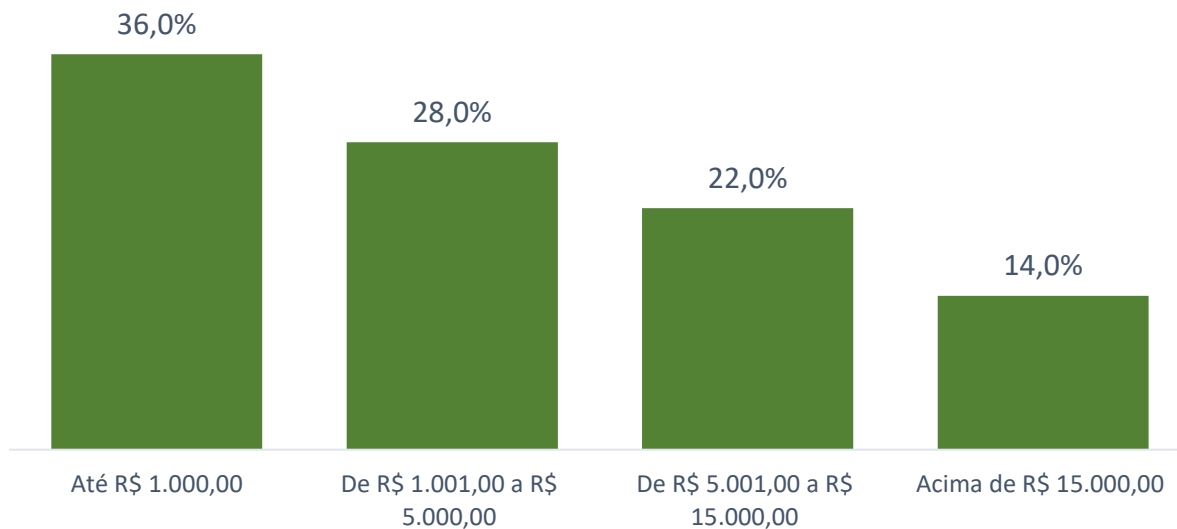


Tabela 2 – Investimento por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	R\$ 6.621,62
Serviços	R\$ 4.407,89
Média geral	R\$ 5.500,00

Tabela 3 – Investimento por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Porte	Média
MEI	R\$ 5.423,08
ME	R\$ 6.537,04
EPP	R\$ 8.000,00
Empresa Média/Grande	R\$ 9.500,00
Outros/Informais	R\$ 2.970,59

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Contratação

Gráfico 4 – O (a) Sr. (a) contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?

Fonte: Fecomércio/RN

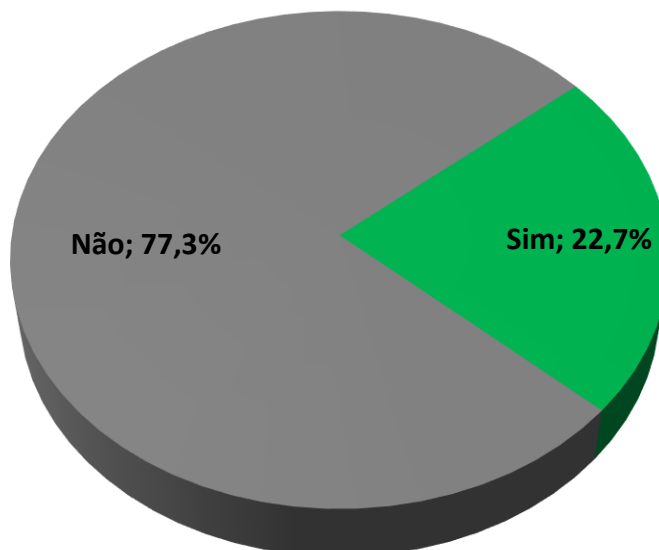


Tabela 4 – Contração de colaboradores por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Comércio	13,5%	86,5%
Serviços	31,6%	68,4%

Tabela 5 – Contração de colaboradores por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
MEI	26,9%	73,1%
ME	14,8%	85,2%
EPP	0,0%	100,0%
Empresa Média/Grande	16,7%	83,3%
Outros	32,4%	67,6%

Funcionamento

Gráfico 5 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante o Carnaval de Assú 2024?

Fonte: Fecomércio/RN

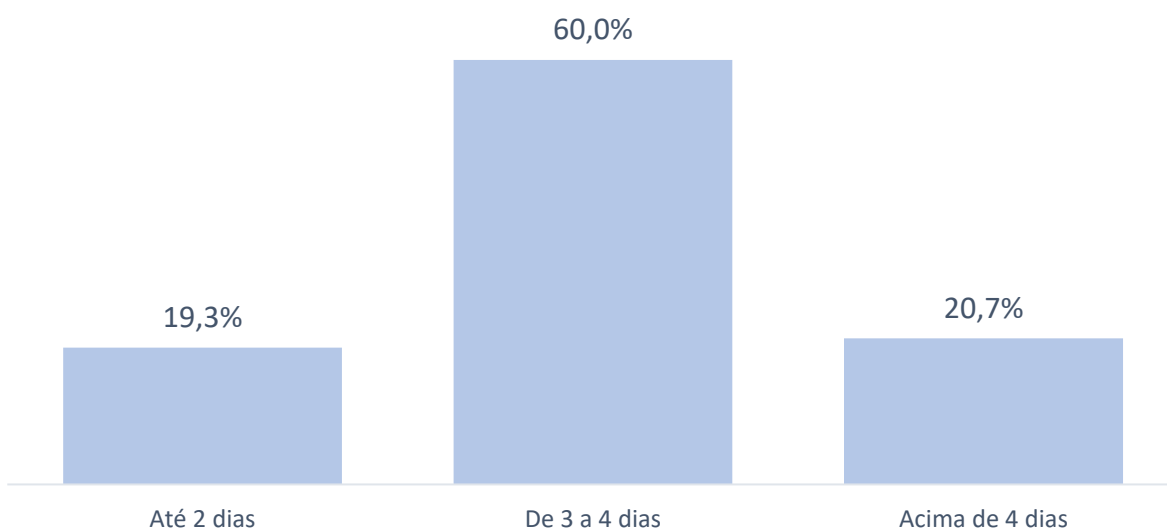


Tabela 6 – Média de dias de funcionamento.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	3,3
Serviços	3,8
Total Geral	3,5

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Faturamento

Gráfico 6 – Quanto, em média, o seu negócio espera faturar por dia na festa?

Fonte: Fecomércio/RN

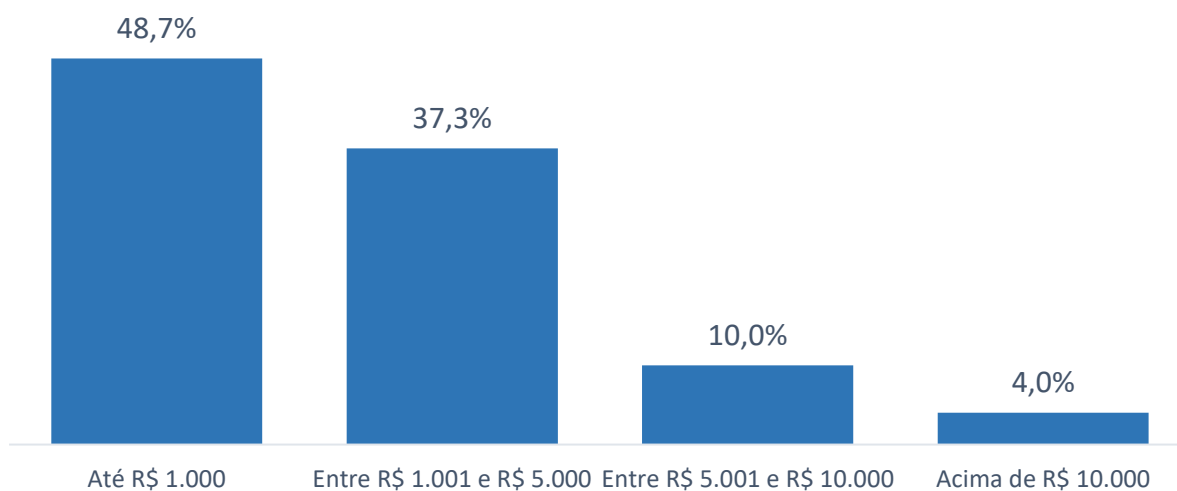


Tabela 7 – Faturamento médio por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	R\$ 3.229,73
Serviços	R\$ 2.296,05
Média geral	R\$ 2.756,67

Tabela 8 – Faturamento médio por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
MEI	R\$ 2.105,77
ME	R\$ 3.462,96
EPP	R\$ 3.750,00
Empresa Média/Grande	R\$ 8.333,33
Outros/Informais	R\$ 1.529,41

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio/RN

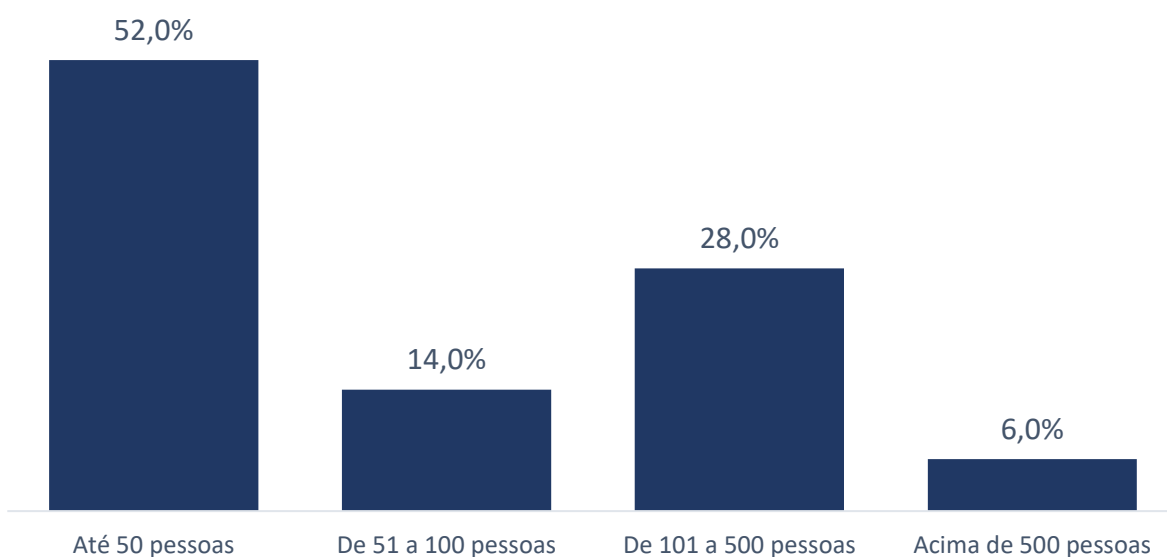


Tabela 9 – Número médio de clientes por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	122
Serviços	178
Média geral	151

Tabela 10 – Número médio de clientes por porte.

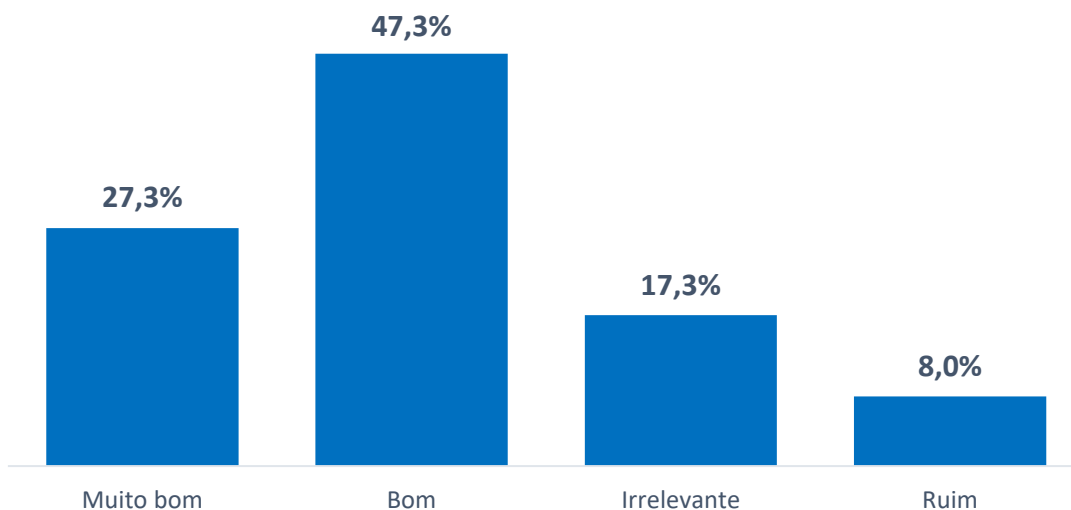
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
MEI	160
ME	116
EPP	50
Empresa Média/Grande	254
Outros/Informais	184

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 8 – Qual a sua expectativa para o movimento durante o Carnaval?

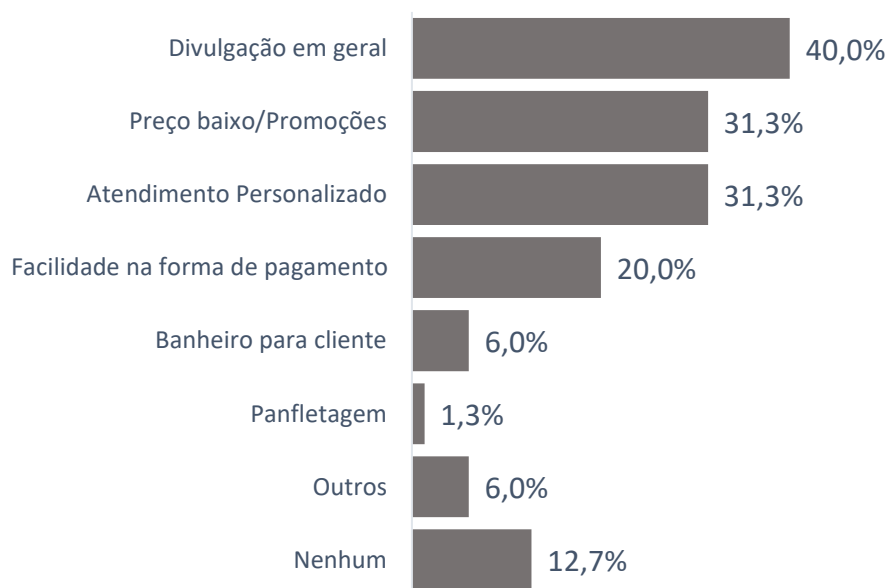
Fonte: Fecomércio/RN



Estratégia de vendas

Gráfico 9 – Qual ação ou serviço utilizou para atrair clientes durante o Carnaval de Assú? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



Sugestões

Gráfico 10 – Sugestões de melhorias.

(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 11 – De 0 a 10, qual nota você dá para o Carnaval deste município 2024?

Fonte: Fecomércio/RN

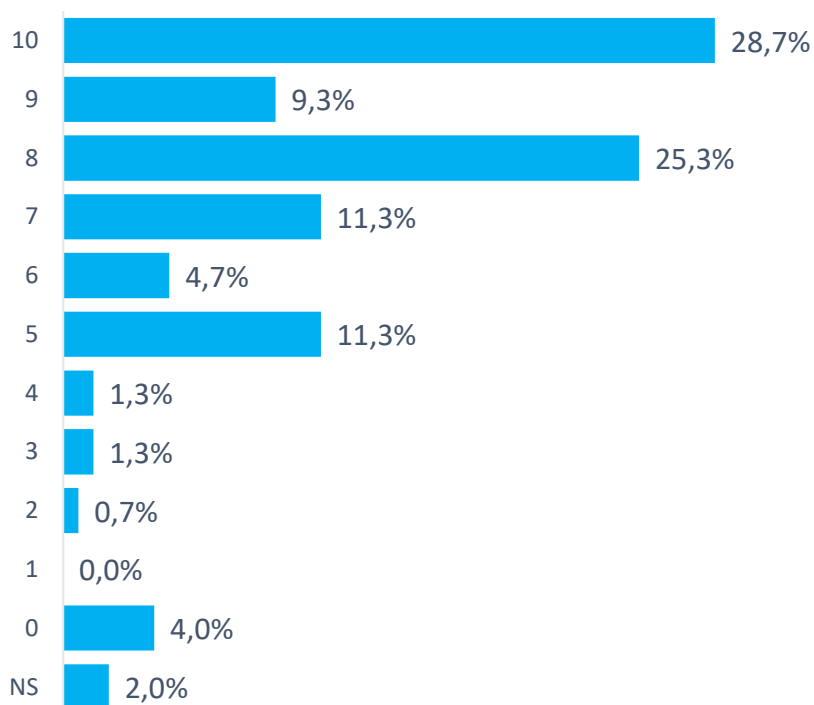


Tabela 11 – Nota média por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	7,74
Serviços	7,53
Média geral	7,63

Perfil das empresas

Gráfico 12 – Setor dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN

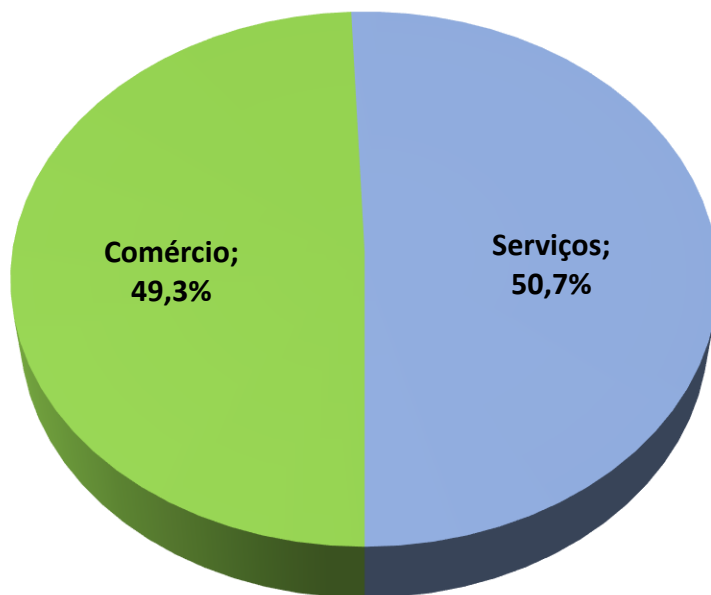
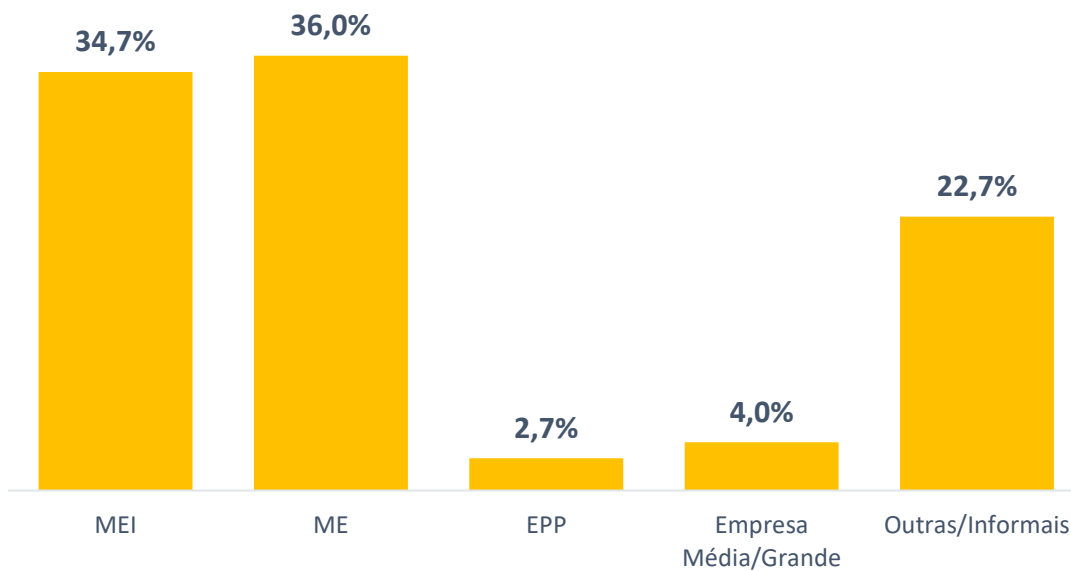


Gráfico 13 – Porte dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 14 - Número de colaboradores.

Fonte: Fecomércio/RN

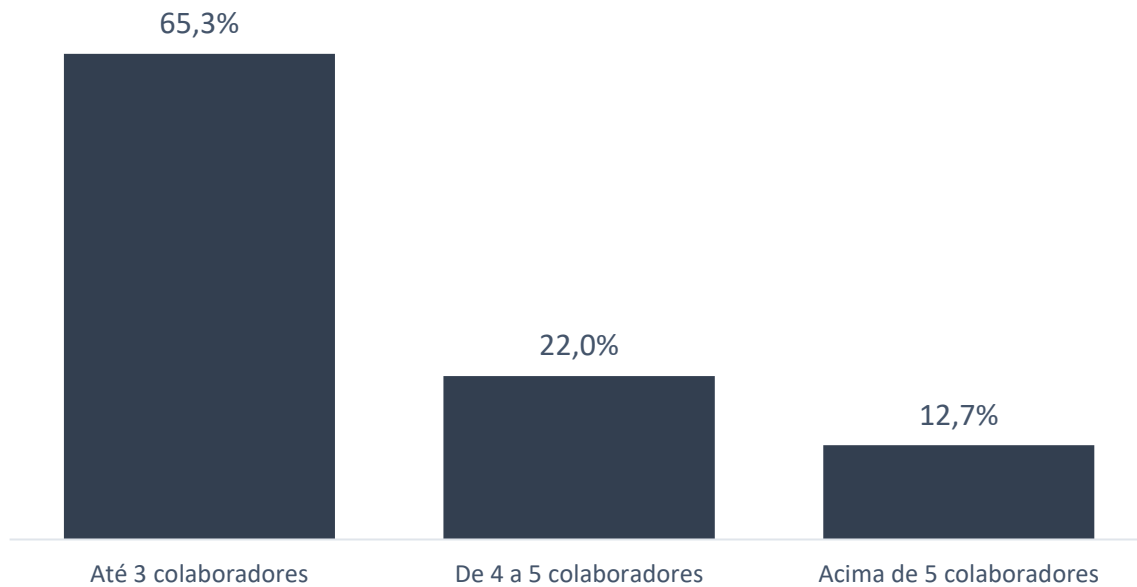
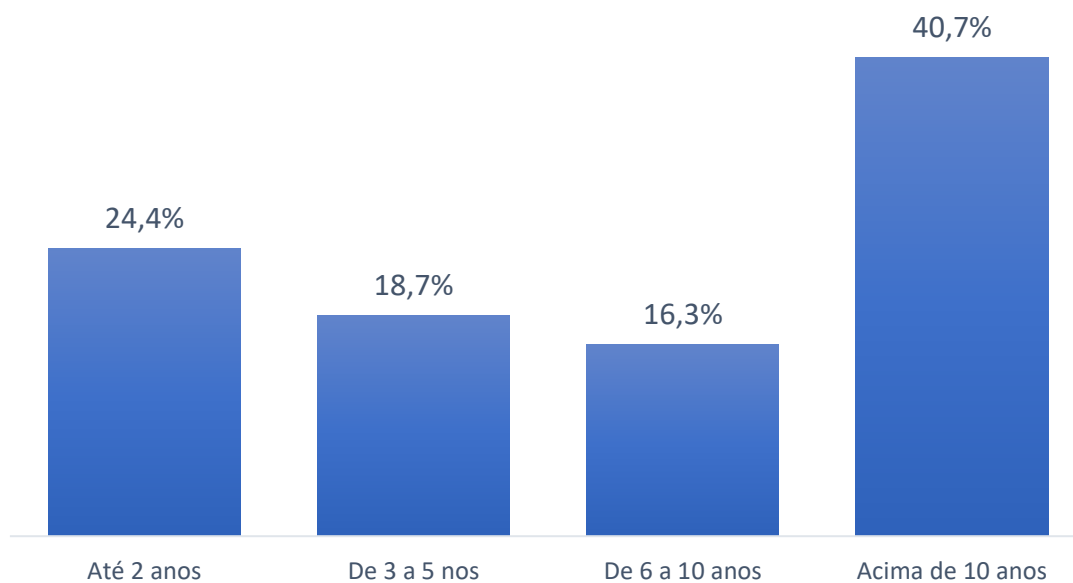


Gráfico 15 – Tempo de atuação:

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 12 – Segmento das empresas:

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Lanchonetes	16,7%
Bares/Restaurantes	11,3%
Vestuário	11,3%
Ambulantes	7,3%
Conveniência	5,3%
Farmácias	4,7%
Distribuidora de Bebidas	4,0%
Supermercados	3,3%
Material de construção	2,7%
Salão de beleza/Barbearia	2,7%
Ração	2,7%
Calçados	2,0%
Oficina	2,0%
Autopeças	1,3%
Borracharia	1,3%
Eletrônicos	1,3%
Óticas	1,3%
Padaria e Confeitaria	1,3%
Sorveterias	1,3%
Variedades	1,3%
Acessórios em geral	1,3%
Acessórios para celular	1,3%
Artesanatos	0,7%
Assistência técnica	0,7%
Capotaria	0,7%
Celulares e acessórios	0,7%
Comércio, prestação de serviços para eletrodomésticos	0,7%
Embalagem e descartáveis	0,7%
Empresa de produtos hospitalares	0,7%
Importados	0,7%
Loja de variedades	0,7%
Pastelaria	0,7%
Pet Shop	0,7%
Prestadora de serviço	0,7%
Retiradas de alimentos	0,7%
Telefonia móvel	0,7%
Utensílios em geral	0,7%
Varejista	0,7%
Alimentos	0,7%
Armarinho	0,7%

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

Eriadne Teixeira

Designer gráfico

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Najara Oliveira

Maria Wislene

Ana Claudia

Pesquisadores

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

ANEXO

