

Percepção dos Empresários sobre o

CARNAVAL

Apodi 2024

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO	3
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	4
3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS	5
PERCEPÇÃO GERAL	5
INVESTIMENTO	5
CONTRATAÇÃO.....	6
FATURAMENTO.....	6
FUNCIONAMENTO	7
ESTRATÉGIA DE VENDAS.....	8
MELHORIAS SUGERIDAS.....	8
AVALIAÇÃO.....	9
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
AVALIAÇÃO.....	21
PERFIL DAS EMPRESAS.....	22

1. APRESENTAÇÃO

Apodi, município da região do Seridó, possui um dos maiores e mais tradicionais carnavais do Estado do Rio Grande do Norte, com potencial para atrair uma multidão de pessoas todos os anos, contribuindo para o aumento da renda dos comerciantes locais, pequenos negócios, hotéis, pousadas, bares, restaurantes, etc. Além disso, o carnaval de Apodi é tradicionalmente conhecido como uma festa que reúne várias atrações para todos os tipos de público, e que movimentava diversos pontos do município.

Buscando compreender as 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 período do carnaval de Apodi sob o ponto de vista dos empreendedores dos setores afetados no período.

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 Apodi (RN), no período de 09 a 13 de fevereiro de 2024, onde foram entrevistados 150 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%.

A pesquisa foi do tipo quantitativa, utilizando-se questionários estruturados para a coleta das informações, aplicados por uma equipe de pesquisadores devidamente identificados, treinados e especialistas na função. Os pesquisadores foram acompanhados em campo por um supervisor, com função de controlar e fiscalizar a aplicação dos questionários, cumprindo-se os critérios metodológicos.

O trabalho foi realizado com a utilização de tablets e software próprio, que grava as entrevistas e georreferencia os locais de aplicação, garantindo maior controle e validação dos dados coletados. As informações foram compiladas, analisadas e validadas no cumprimento da amostra pesquisada, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados.

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

3. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Percepção geral

Os resultados da pesquisa revelam uma influência considerável do carnaval nos negócios do município de Apodi, RN. Um expressivo percentual de 70,7% dos empreendedores destacou de forma positiva o impacto desse período nas atividades comerciais e de serviços da região. Em outras palavras, quase sete em cada dez empresários afirmaram que o evento contribui de maneira favorável para o desenvolvimento do negócio local. Em contrapartida, uma parcela de 13,3% dos participantes da pesquisa avaliou a influência do carnaval de forma negativa. Além disso, outro grupo equivalente, também com 16%, considerou a data como indiferente para os negócios locais.

A percepção positiva foi diferente entre os perfis de empresas. No setor de serviços, a média atingiu 82,5% dos empreendedores, ao passo que entre as empresas do comércio, o índice foi de 63,4%. Esses resultados indicam uma variedade de percepções entre os empreendedores em relação ao carnaval de Apodi, evidenciando a importância de compreender as diferentes nuances dessa festividade para o cenário empresarial da região.

Investimento

Quando se trata dos investimentos destinados a impulsionar as vendas durante o período de folia, as estratégias mais adotadas pelos empreendedores incluíram predominantemente o aumento de estoque, destacado por 58,7% dos participantes, seguido pela expansão da variedade de produtos, mencionada por expressivos 36,7%. Além dessas abordagens, algumas empresas optaram pela contratação de novos funcionários, representando 14,7% das respostas, enquanto a estruturação do estabelecimento foi uma medida adotada por 5,3% dos entrevistados. Outras iniciativas, como treinamento de equipe, foram mencionadas por 1,3%. Há também uma parcela de 6,7% que adotou diferentes estratégias para otimizar suas operações durante o período festivo.

Notavelmente, 21,3% dos empreendedores revelaram não ter realizado investimentos específicos para o Carnaval, indicando uma diversidade de abordagens adotadas diante desse contexto comercial.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

No que diz respeito ao montante investido para impulsionar as vendas durante o período do Carnaval, observou-se que 29,3% dos gestores nos setores de comércio e serviços alocaram até R\$ 1.000,00 em suas iniciativas. Outros 31,3% direcionaram investimentos na faixa de R\$ 1.001,00 a R\$ 5.000,00, enquanto um percentual 19,3% optou por investir quantias que variaram de R\$ 5.001,00 a R\$ 15.000,00; e 20% investiram acima de R\$ 15.000,00.

O investimento médio totalizou R\$ 6.166,67 por estabelecimento. Vale ressaltar que, ao analisar separadamente, a menor média de investimento ficou entre as empresas de pequeno porte, com investimento médio de R\$ 4.000,00, enquanto entre as micro empresas, a média foi superior, atingindo R\$ 8.018,18. Esses números refletem a diversidade de abordagens financeiras adotadas pelos diferentes segmentos empresariais durante o Carnaval, demonstrando a variabilidade nos recursos alocados para potencializar as vendas nesse período festivo.

Contratação

Com o objetivo de lidar com o aumento expressivo no fluxo de clientes durante o Carnaval, uma ação estratégica foi adotada por 22,7% dos estabelecimentos comerciais e de serviços. Nesse sentido, esses empreendimentos optaram por contratar funcionários extras temporariamente para garantir a eficiência operacional diante da demanda sazonal gerada pela festividade. Em contrapartida, a maioria (77,3%) revelou que não houve necessidade de contratar funcionários extras para suprir a demanda do período.

Por setor, notou-se que a necessidade de contratação de mão de obra extra foi maior entre as empresas do segmento de serviços, no qual um terço (33,3%) precisou contratar funcionários, enquanto no setor de comércio foi 16,1%.

Faturamento

O estudo abordou também o valor apurado por cada negócio durante o período de Carnaval, um indicador crucial para mensurar o desempenho global. Os dados coletados revelaram uma variedade de resultados entre os empreendedores.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Mais de um terço dos comerciantes (43,3%) registrou um faturamento diário de até R\$ 1.000,00 durante o Carnaval, enquanto 37,3% alcançaram cifras entre R\$ 1.001,00 e R\$ 5.000 por dia. Outros 13,3% situaram-se na faixa de R\$ 5.001,00 a R\$ 10.000,00, e 6% superaram os R\$ 10.000 diários durante o evento.

O valor médio diário apurado, considerando as respostas dos participantes, foi de R\$ 3.153,33. Essa média apresentou nuances interessantes entre os diferentes tipos de empreendedores. Foi de R\$ 3.118,28 nas empresas do comércio e de R\$ 3.210,53 nas empresas de serviços.

Entre os informais e os Microempreendedores Individuais (MEIs), as médias de faturamento por dia foram de R\$ 2.404,26 e R\$ 2.426,83, respectivamente. No caso das Microempresas (MEs), a média salta para R\$ 4.136,36, alcançando o patamar mais elevado entre as médias e grandes empresas, que chegaram a faturar em média R\$ 5.375,00 por dia durante o Carnaval em Apodi. Essa análise mais detalhada proporciona uma visão abrangente das disparidades de desempenho financeiro entre os diversos segmentos empresariais durante o evento.

Funcionamento

Quando indagados sobre o período de funcionamento durante os festejos, 52% dos gestores revelaram que seus negócios estiveram abertos por mais de 3 dias no período do carnaval. Paralelamente, 48% mantiveram suas operações por até 2 dias.

No geral, considerando todos os setores, a média de dias de funcionamento foi de 3,0 dias. Ao desagregar por setores, nota-se uma diferença significativa. O setor de Comércio apresentou uma média de 2,4 dias de funcionamento, indicando que, em média, os estabelecimentos comerciais abriram por um período mais curto durante o Carnaval. Por outro lado, o setor de Serviços teve uma média mais alta, com 4,0 dias de funcionamento, sugerindo que os estabelecimentos de serviços permaneceram abertos por um período mais prolongado.

No que diz respeito à média de clientes que frequentaram os negócios diariamente, 53,3% dos gestores informaram receber uma média de até 50 pessoas por dia. Para 15,3% dos

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

estabelecimentos, o número de clientes variou entre 51 e 100 por dia, enquanto 25,3% registraram uma afluência de 101 a 500 pessoas diariamente e 6% tiveram a frequência de mais de 500 pessoas.

No geral, a média de clientes foi de 144 por estabelecimento. Ao analisar por setores, observamos que o setor de Serviços teve uma média significativamente maior, com 176 clientes por estabelecimento. Assim os estabelecimentos de Serviços, como bares, restaurantes ou entretenimento, atraíram uma quantidade mais expressiva de clientes durante o Carnaval, possivelmente devido à natureza das atividades oferecidas por esse setor durante o evento. Por outro lado, o setor de Comércio teve uma média mais baixa, com 125 clientes por estabelecimento.

A grande maioria dos estabelecimentos comerciais em Apodi expressou aprovação em relação ao movimento de pessoas durante o período de Carnaval. Um significativo percentual de 68% dos negócios demonstrou opiniões positivas, divididas entre aqueles que consideraram o movimento como "muito bom" (18,7%) e "bom" (49,3%). Esses números refletem a satisfação dos comerciantes em relação ao elevado fluxo de clientes proporcionado pelo evento, indicando que a festividade desempenhou um papel positivo no aumento das vendas nesse período específico. Essa receptividade evidencia a importância do Carnaval como impulsionador do dinamismo econômico local, refletindo-se no agrado dos comerciantes diante da movimentação intensificada de consumidores em seus estabelecimentos.

Estratégia de vendas

Quanto às estratégias e serviços adotados pelos comerciantes para atrair consumidores durante o período em questão, observou-se uma variedade de iniciativas. 56,7% dos estabelecimentos concentraram esforços na divulgação dos produtos e serviços, enquanto 26% optaram por investir em promoções e preços mais acessíveis. Adicionalmente, 19,3% proporcionaram atendimento personalizado, 19,3% ofereceram facilidades na forma de pagamento, 5,3% fizeram panfletagem e 1,3% disponibilizaram banheiros para os clientes. 22,7% disseram que não realizaram nenhuma ação específica para a data. Esses números ilustram a diversidade de abordagens adotadas pelos comerciantes para atrair clientes durante o carnaval.

Melhorias sugeridas

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Os empreendedores de Apodi expressaram diversas sugestões valiosas para aprimorar o Carnaval na cidade. Analisando as respostas, observamos que a maior demanda se concentra em melhorias estruturais e na gestão do evento. Em primeiro lugar, a estrutura e o espaço do evento foram citados por expressivos 28,7% dos participantes, indicando uma necessidade percebida de melhorias nas condições físicas e na disposição do espaço destinado ao Carnaval. Isso sugere uma demanda por investimentos na infraestrutura do local de realização das festividades.

Logo em seguida, com 22,7%, a divulgação surge como uma área crucial para aprimorar, indicando que os empreendedores reconhecem a importância de uma promoção eficiente para atrair mais público e aumentar o impacto econômico do evento. As questões de trânsito e mobilidade urbana, mencionadas por 19,3%, evidenciam uma preocupação com a logística do Carnaval. Isso pode sugerir a necessidade de medidas para facilitar o deslocamento dos participantes e garantir uma experiência mais fluida e acessível.

Outros pontos, como atrações/atrativos (17,3%), estacionamento (12%), programação (11,3%), banheiros públicos (11,3%) e investimento público (8%), indicam a relevância percebida pelos empreendedores em oferecer atrações de qualidade, espaços adequados para estacionamento e uma programação diversificada e atrativa.

Avaliação

A avaliação dos empreendedores sobre o Carnaval de Apodi revela uma satisfação expressiva com o evento, como indicado pelas notas atribuídas. O dado mais significativo é que metade dos participantes, ou seja, 50%, concedeu a nota máxima de 10, destacando uma avaliação extremamente positiva.

As notas que variaram entre 9 e 8, representaram 32,7% das respostas. Essa pontuação, embora menor que a nota máxima, ainda reflete uma avaliação muito positiva por parte dos empreendedores. Notas entre 7 e 6, representaram 9,4% das respostas e notas inferiores a 5 corresponderam a apenas 8% das citações.

A avaliação média dada pelos empreendedores em relação ao Carnaval de Apodi é bastante positiva, com uma média geral de 8,55. Ao analisar por setor, observa-se que o setor de Comércio

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

concedeu uma média de 8,58, enquanto o setor de Serviços concedeu uma média um pouco menor, mas ainda elevada, de 8,49.

Isso sugere que, tanto no setor de Comércio quanto no setor de Serviços, os empreendedores têm uma visão bastante favorável em relação ao impacto do Carnaval de Apodi em seus negócios. As médias elevadas indicam uma percepção positiva generalizada, destacando a importância e o sucesso do evento para ambos os setores econômicos na região.

Perfil dos Negócios

Ao analisar detalhadamente o perfil dos participantes da pesquisa, observou-se que 62% dos empreendedores eram do setor de comércio e 38% se declararam do segmento de serviços.

Dentro da categoria de empreendimentos, 27,3% identificaram-se como microempreendedores individuais (MEI), 36,7% como microempresas (ME), 2% como empresas de pequeno porte (EPP), e 2,7% afirmaram pertencer a empresas de médio ou grande porte. Além disso, 31,3% dos comerciantes e empresários se identificaram como informais, ressaltando a presença significativa desse grupo no contexto estudado. Essa segmentação proporciona uma visão abrangente da composição empresarial na região durante o período em estudo.

Quanto ao dimensionamento das equipes de trabalho, observou-se que 66,7% dos negócios possuíam até 3 funcionários, enquanto 12% contavam com uma equipe de 4 a 5 colaboradores. Adicionalmente, 21,3% dos estabelecimentos apresentavam mais de 5 empregados. Essas nuances contribuem para uma compreensão mais aprofundada do panorama empresarial durante o período analisado.

No que diz respeito à experiência no mercado, constatou-se que 35,4% das empresas possuem uma atuação de até 5 anos, enquanto a maioria expressiva, equivalente a 64,7%, acumula 6 anos ou mais de experiência no mercado. Esses dados destacam a presença significativa de empresas estabelecidas e com uma trajetória mais consolidada, o que pode influenciar diversos aspectos, como a fidelização de clientes, a adaptação a mudanças no ambiente de negócios.

A pesquisa coletou dados de diversos segmentos empresariais do município de Apodi. Entre os mais representativos foram itens de vestuários (16%), seguido por bares e restaurantes

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

(10,7%); salão de beleza e barbearia (4%); perfumes e cosméticos (4%); Material de construção (3,3%); supermercados (3,3%); assistência técnica (2,7%); farmácias (2,7%); hotéis e pousadas (2,7%); auto peças (2%); eletrodomésticos (2%); lanchonetes (2%); calçados (1,3%); celulares e acessórios (1,3%); distribuidoras de bebidas (1,3%); eletrônicos (1,3%); mercadinhos (1,3%); óticas (1,3%); variedades (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 o Carnaval de Apodi, a data afeta o seu negócio de que forma?

Fonte: Fecomércio/RN

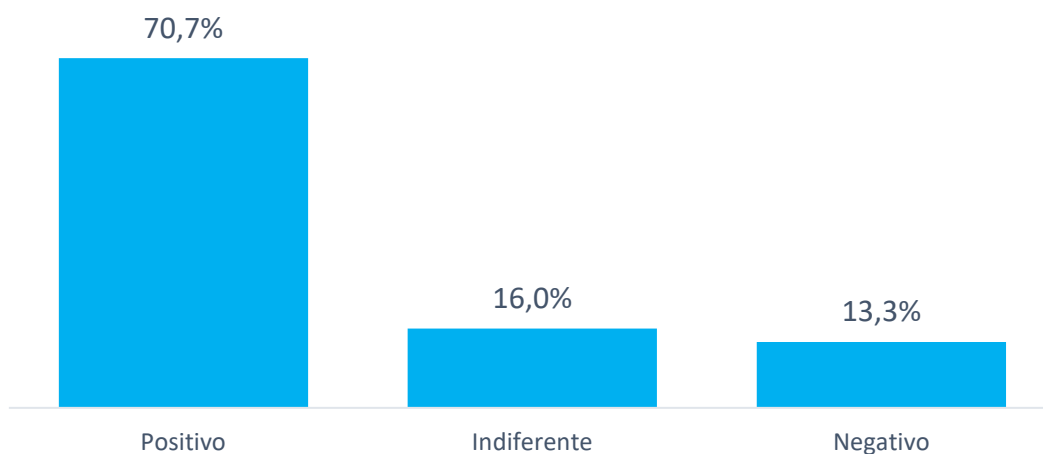


Tabela 1 – Percepção em relação ao setor e porte.

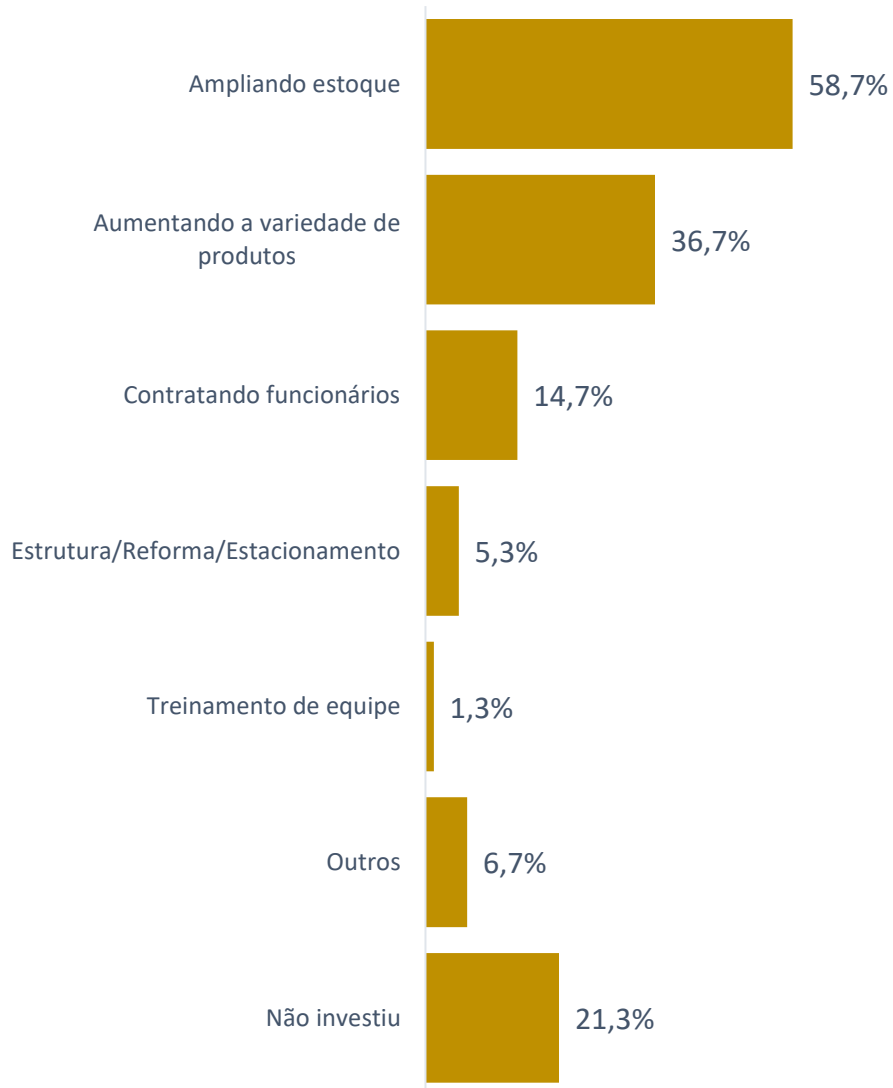
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Positivo	Indiferente	Negativo
Comércio	63,4%	20,4%	16,1%
Serviços	82,5%	8,8%	8,8%
MEI	70,7%	19,5%	9,8%
ME	65,5%	20,0%	14,5%
EPP	66,7%	0,0%	33,3%
Empresa Média/Grande	25,0%	0,0%	75,0%
Outros/Informais	80,9%	10,6%	8,5%

Investimento

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

Fonte: Fecomércio/RN

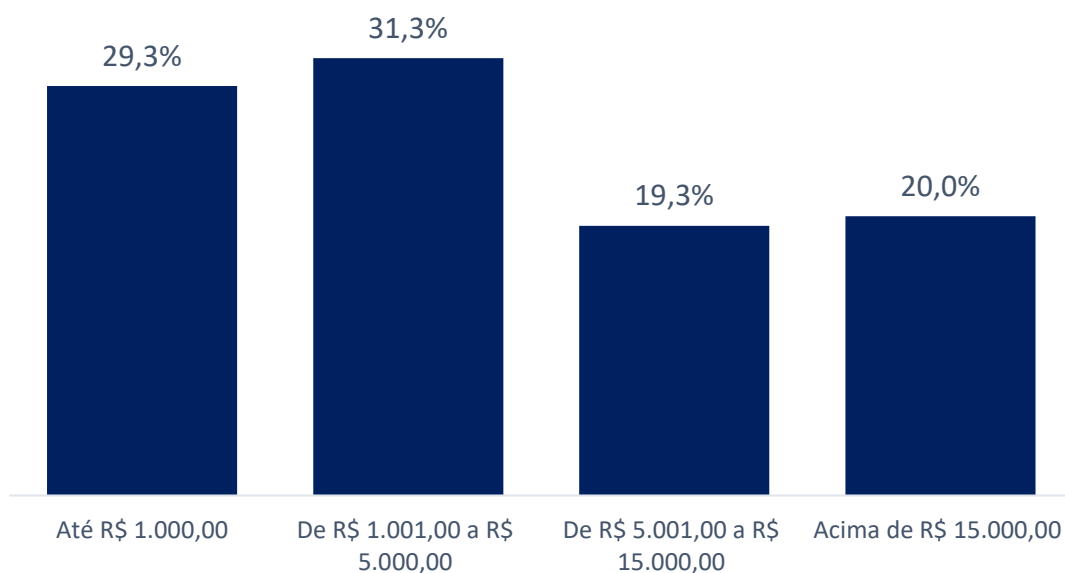


Tabela 1 – Investimento por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	R\$ 6.247,31
Serviços	R\$ 6.035,09
Média geral	R\$ 6.166,67

Tabela 2 – Investimento por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Porte	Média
MEI	R\$ 5.219,51
ME	R\$ 8.018,18
EPP	R\$ 4.000,00
Empresa Média/Grande	R\$ 5.000,00
Outros/Informais	R\$ 5.063,83

Contratação

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

Fonte: Fecomércio/RN

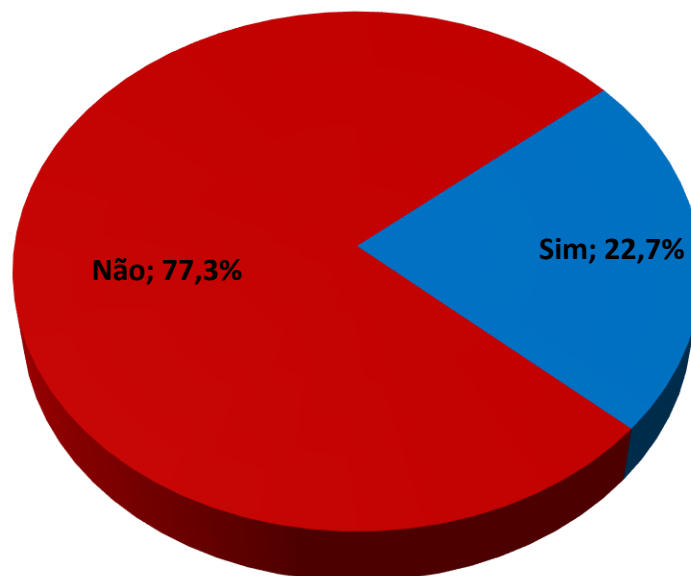


Tabela 3 – Contração de colaboradores por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Comércio	16,1%	83,9%
Serviços	33,3%	66,7%

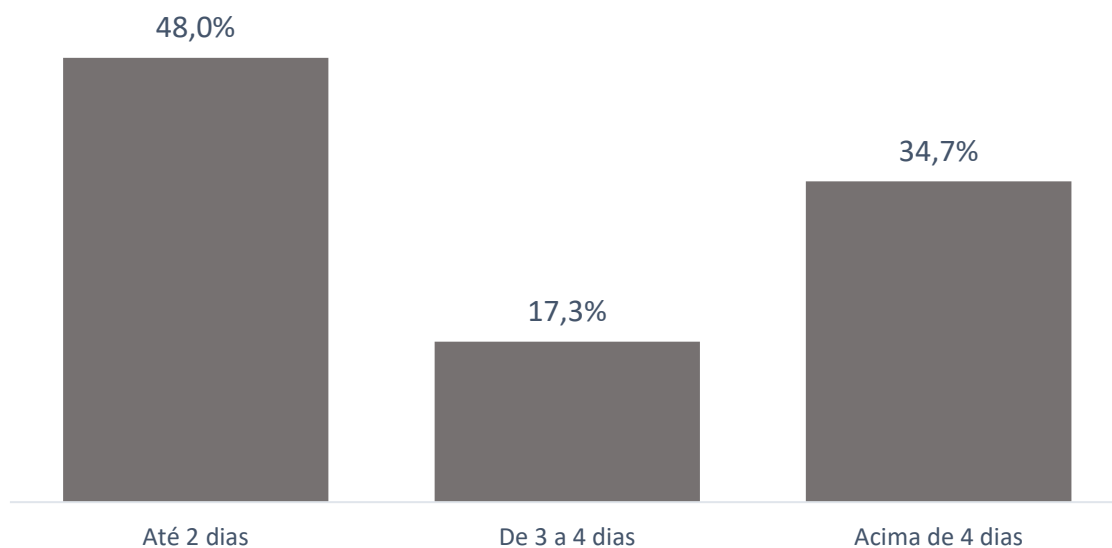
Tabela 4 – Contração de colaboradores por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
MEI	12,2%	87,8%
ME	18,2%	81,8%
EPP	0,0%	100,0%
Empresa Média/Grande	0,0%	100,0%
Outros/Informais	40,4%	59,6%

Funcionamento**Gráfico 5 – Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante o Carnaval de Apodi 2024?**

Fonte: Fecomércio/RN

**Tabela 5 – Média de dias de funcionamento por setor.**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	2,4
Serviços	4,0
Total Geral	3,0

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Faturamento

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

Fonte: Fecomércio/RN

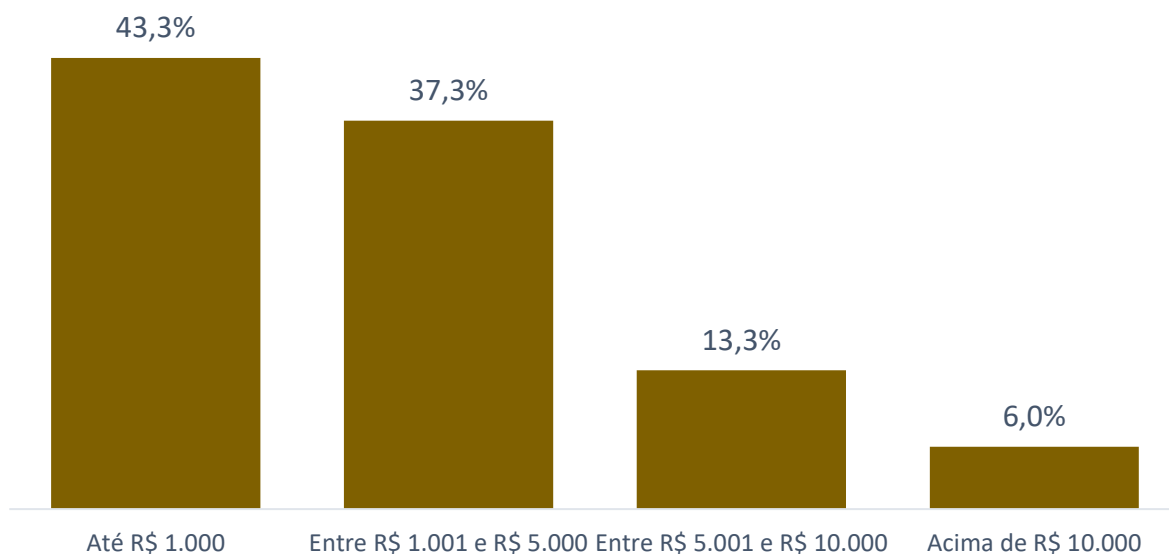


Tabela 6 – Faturamento médio por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	R\$ 3.118,28
Serviços	R\$ 3.210,53
Média geral	R\$ 3.153,33

Tabela 7 – Faturamento médio por porte.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
MEI	R\$ 2.426,83
ME	R\$ 4.136,36
EPP	R\$ 3.833,33
Empresa Média/Grande	R\$ 5.375,00
Outros/Informais	R\$ 2.404,26

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio/RN

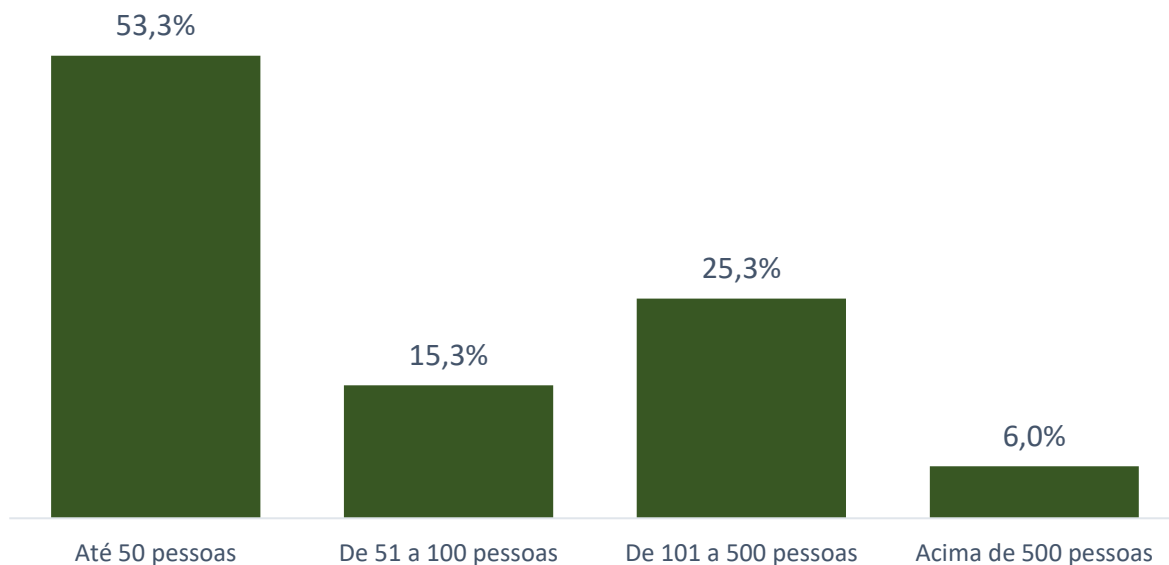


Tabela 8 – Número médio de clientes por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	125
Serviços	176
Média geral	144

Tabela 9 – Número médio de clientes por porte.

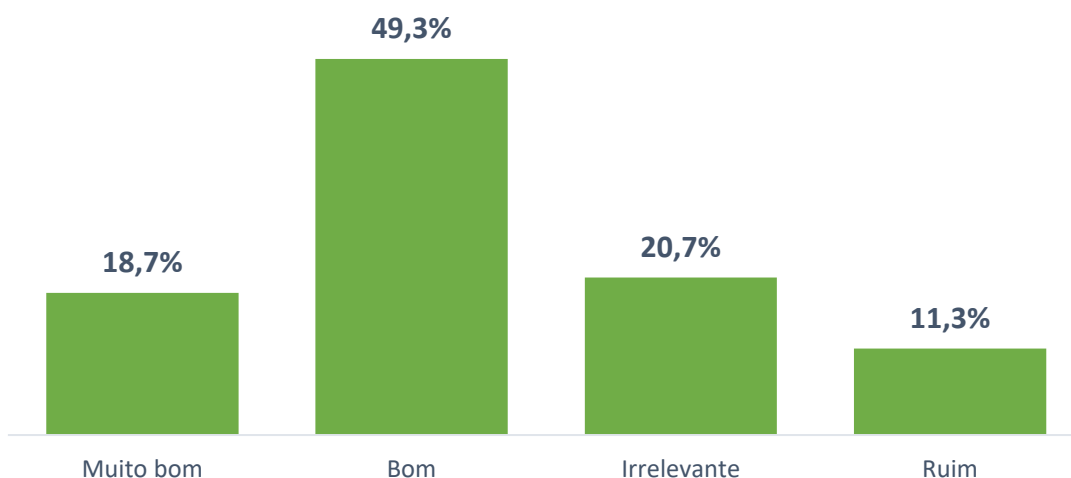
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
MEI	88
ME	138
EPP	50
Empresa Média/Grande	225
Outros/Informais	199

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 Apodi? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



Sugestões

Gráfico 10 – Sugestões de melhorias para os próximos eventos?

(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



Avaliação

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

Fonte: Fecomércio/RN

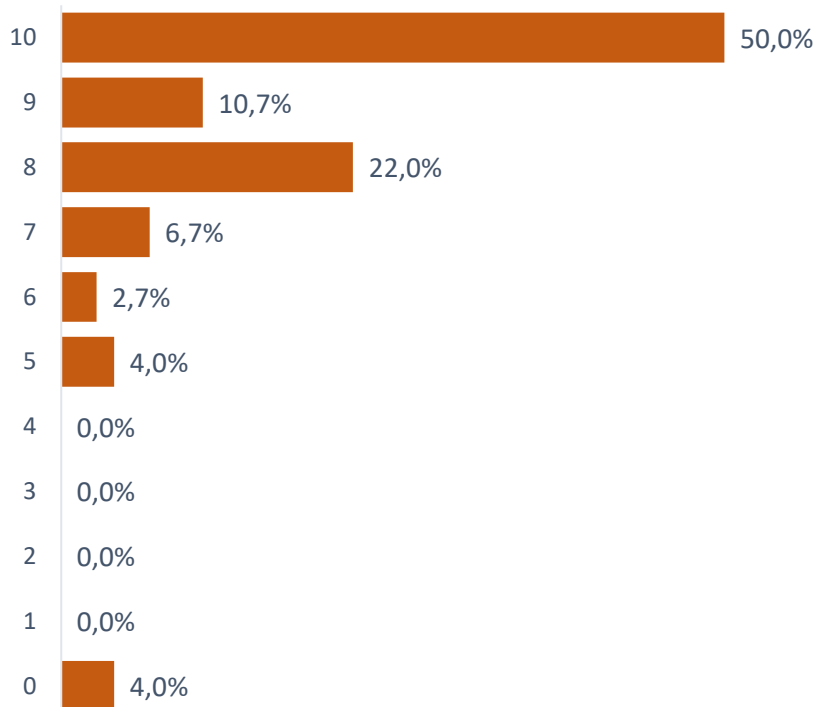


Tabela 10 – Nota média por setor.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Média
Comércio	8,58
Serviços	8,49
Média geral	8,55

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Perfil das empresas

Gráfico 12 – Setor dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN

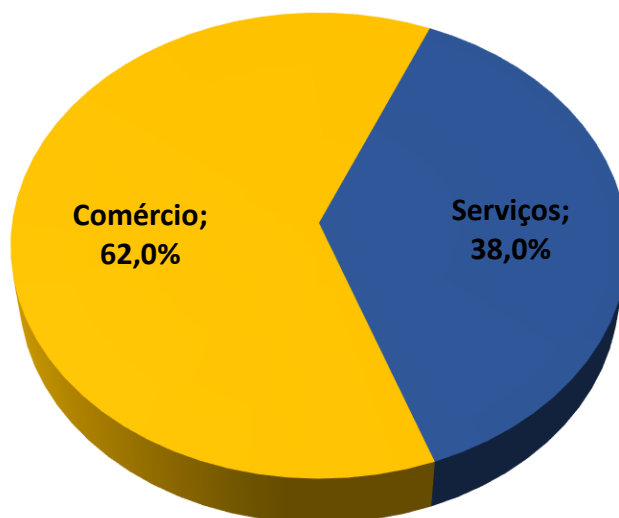
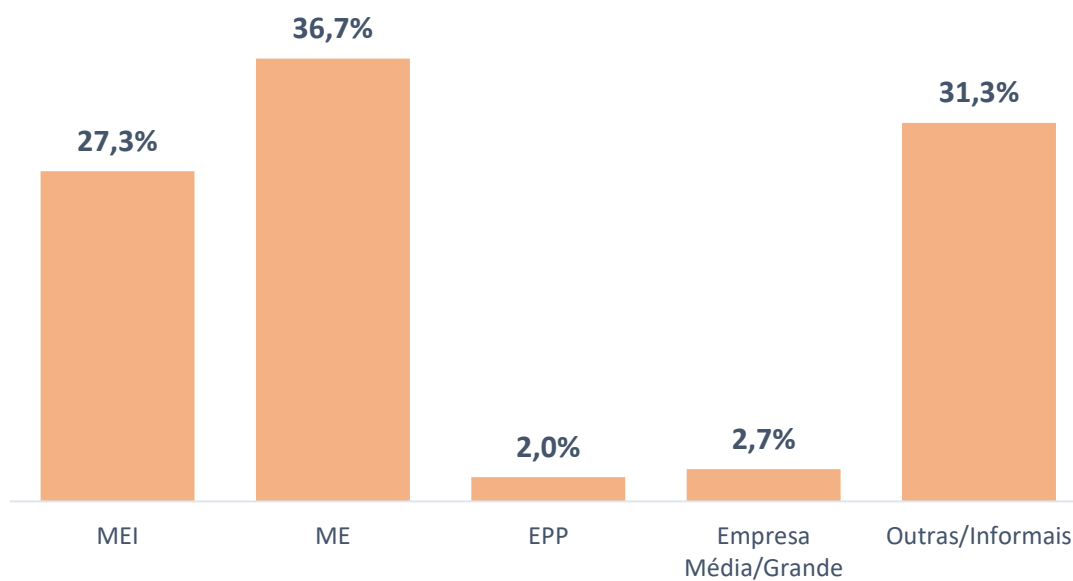


Gráfico 13 – Porte dos negócios:

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 14 - Número de colaboradores.

Fonte: Fecomércio/RN

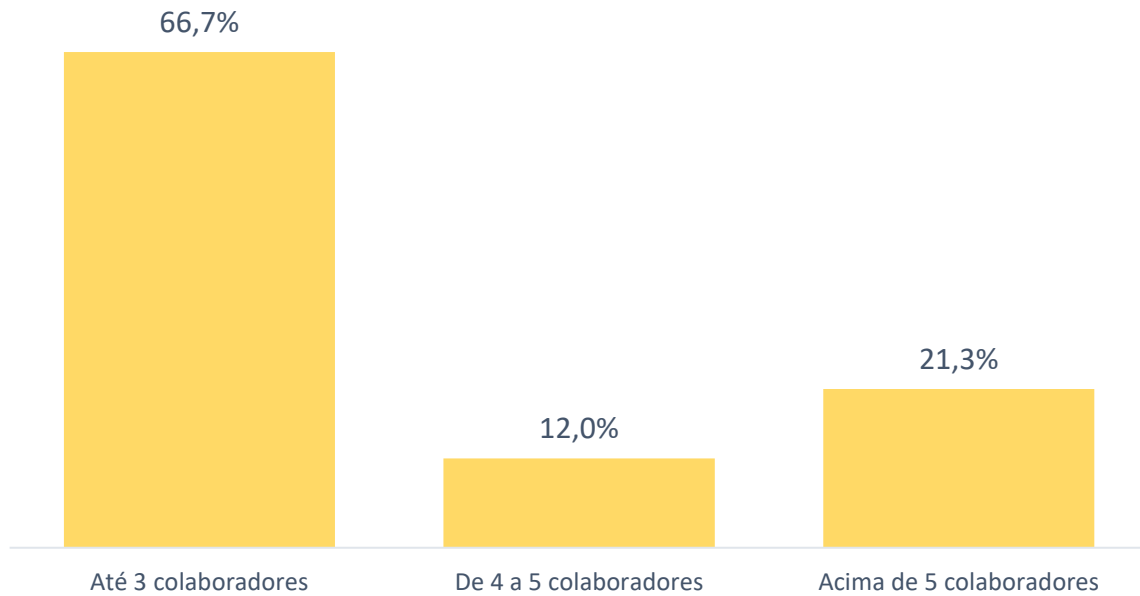
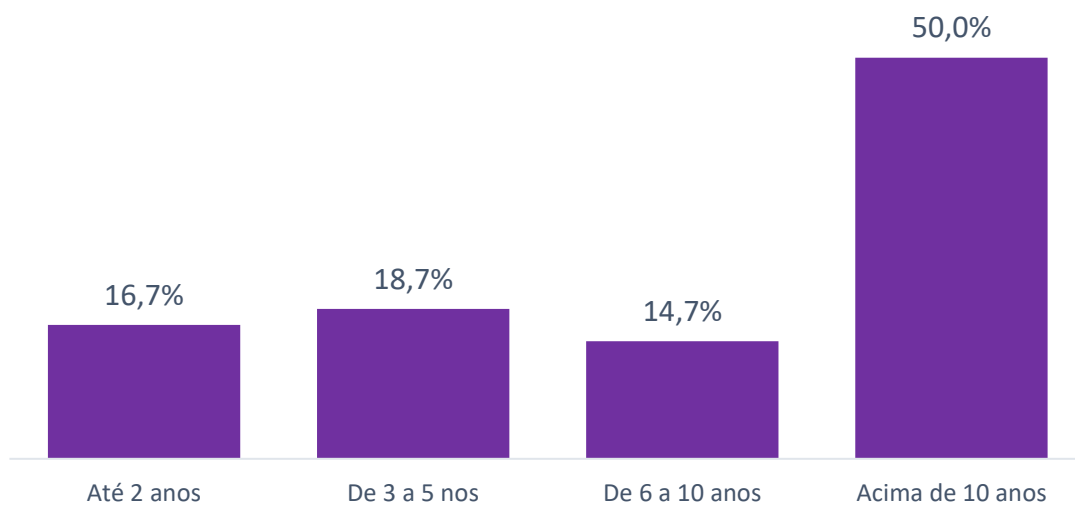


Gráfico 15 – Tempo de atuação:

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 11 – Segmento de atuação.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Vestuário	16,0%
Bares/Restaurantes	10,7%
Salão de beleza/Barbearia	4,0%
Perfumes e cosméticos	4,0%
Material de construção	3,3%
Supermercados	3,3%
Assistência técnica	2,7%
Farmácias	2,7%
Hotéis/Pousadas	2,7%
Auto Peças	2,0%
Eletrodomésticos	2,0%
Lanchonetes	2,0%
Calçados	1,3%
Celulares e acessórios	1,3%
Distribuidora de Bebidas	1,3%
Eletrônicos	1,3%
Mercadinho	1,3%
Óticas	1,3%
Variedades	1,3%
Móveis	1,3%
Agência familiar	0,7%
Artesanatos	0,7%
Artigos de festa	0,7%
Aviamentos	0,7%
Borracharia	0,7%
Comunicação visual	0,7%
Conveniência	0,7%
Lava jato	0,7%
Madeireira	0,7%
Material de irrigação e elétrica	0,7%
Oficina	0,7%
Padaria e Confeitaria	0,7%
Passeios	0,7%
Pet Shop	0,7%
Posto Combustível	0,7%
Produtos Naturais	0,7%
Acessórios em geral	0,7%
Alimentos	0,7%
Acessórios para celular	0,7%
Tecidos	0,7%
Ambulantes	20,7%

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

Pesquisadores

Max Bezerra

Elizangela Salviano

Jefferson Sousa

Maria Glória

Luiz Eduardo

Anexo

