



**CLIPPING E CURADORIA DE NOTÍCIAS
21.03.2025**

ÍNDICE

1. [RELATÓRIO](#)

Notícias Sistema Fecomércio RN:

2. [Turismo faz alerta sobre perda de voos para o RN](#)
 3. [Turismo faz alerta sobre perda de voos para o RN](#)
 4. [TANGARAENSE - ICMS sobe para 20% hoje no RN](#)
 5. [Festa de São Sebastião em Caraúbas gera R\\$ 32 milhões e impulsiona turismo local](#)
 6. [Festa de padroeiro de Caraúbas movimentou mais de R\\$ 32 milhões em 2025](#)
 7. [Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\\$ 32 milhões em 2025](#)
 8. [Festa de São Sebastião de Caraúbas \(RN\) movimentou mais de R\\$ 32 milhões em 2025](#)
 9. [Com R\\$ 32,5 milhões injetados na economia, Festa de São Sebastião em Caraúbas se torna um dos maiores eventos sociorreligiosos do RN.](#)
 10. [Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\\$ 32 milhões em 2025](#)
 11. [Festa do padroeiro movimenta mais de R\\$ 32 milhões em Caraúbas, RN; segundo relatório da Fecomércio \(veja vídeo e fotos](#)
 12. [Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\\$ 32 milhões em 2025, aponta Fecomércio RN](#)
 13. [Intenção de Consumo das Famílias natalenses soma quatro meses em alta consecutiva](#)
 14. [Mensalidades acessíveis: Balé do Sesc está com inscrições abertas para todas as idades](#)
 15. [Balé do Sesc RN oferece turmas para todas as idades por valores de mensalidades acessíveis.](#)
 16. [Circuito Sesc](#)
 17. [Restaurante Navarro relança menu executivo com inovações; confira](#)
- Notícias de Interesse:
18. [Aumento do ICMS começa a valer a partir desta quinta \(20\) no RN](#)

19. [Encontro da Abrasel deve injetar R\\$ 5,3 mi na economia de Natal](#)
20. [Encontro da Abrasel deve injetar R\\$ 5,3 mi na economia de Natal](#)
21. [Encontro da Abrasel deve injetar R\\$ 5,3 mi na economia de Natal](#)
22. [Potengi](#)
23. [Potengi](#)
24. [Abrasil aponta queda de 4,25% no consumo de brasileiros em fevereiro](#)
25. [Abrasil aponta queda de 4,25% no consumo de brasileiros em fevereiro](#)
26. [Conta de luz ficará mais cara a partir de maio, estima entidade](#)
27. [Com alta de 3%, Aeroporto de Natal contabiliza 670.4 mil passageiros na alta estação](#)
28. [Setor de eventos teme baixas com fim do Perse](#)
29. [Fim de incentivos ameaça empregos no setor de eventos](#)
30. [Setor de eventos teme baixas com fim do Perse](#)
31. [Abrasil: Consumo nos lares cai 4,25% em fevereiro](#)
32. [Abrasil: Consumo nos lares cai 4,25% em fevereiro](#)
33. [Capas de Jornais](#)
34. [GRÁFICOS](#)

RELATÓRIO

Entidades representativas do turismo e do comércio do potiguar se reuniram em audiência na Assembleia Legislativa nesta quinta-feira (20) para debater sobre a perda de voos para o Estado, especialmente para Mossoró. Os impactos sobre os dois setores ainda não são conhecidos em números, mas há uma preocupação em relação aos próximos meses, tendo em vista a realização de grandes eventos, como o Mossoró Cidade Junina. Fernando Virgílio, assessor de Relações Institucionais da **Fecomércio**, diz que existe apreensão com a possibilidade de perda para a economia do RN frente ao cenário de suspensão de voos.

A alíquota modal do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) no Rio Grande do Norte sobe de 18% para 20% a partir desta quinta-feira (20), conforme previsto no Decreto nº 34.284, de dezembro de 2024. O reajuste deve impactar o custo de bens e serviços, afetando principalmente setores como energia elétrica e combustíveis. A **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio-RN)** manifestou preocupação com os efeitos da mudança.

A 18ª edição da Festa de São Sebastião, um evento tradicional em Caraúbas (RN), movimentou impressionantes R\$ 32 milhões em 2025, conforme revelou uma pesquisa do **Instituto Fecomércio RN (IFC)**. A pesquisa, apresentada nesta quarta-feira (19) na Câmara Municipal de Caraúbas, destacou que 86% dos empresários entrevistados percebem a festividade, que engloba manifestações religiosas, culturais e turísticas, como um fator positivo para os negócios locais.

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) natalenses alcançou 87,5 pontos em março, registrando um aumento de quase 20 pontos em relação ao mesmo mês do ano passado. O indicador natalense também apresentou crescimento em relação a fevereiro, com um aumento de 1,6 ponto. Esse é o quarto mês consecutivo de alta, de acordo com a pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). O **presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz**, afirma "O crescimento contínuo da intenção de consumo sinaliza que as condições econômicas mais favoráveis vêm se mantendo, especialmente para as famílias de menor renda."

O **Serviço Social do Comércio do Rio Grande do Norte (Sesc RN), entidade do Sistema Fecomércio RN**, está com inscrições abertas para as turmas de Balé 2025. As matrículas podem ser feitas até o dia 9 de maio nas unidades Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte. As mensalidades têm valores a partir de R\$ 39 para trabalhadores do comércio e seus dependentes.

O **Restaurante Navarro, do Hotel Escola Senac Barreira Roxa**, está com um menu executivo que promete surpreender os paladares dos clientes. Sob a direção do chef Jonatã Canela, a casa apresenta uma proposta gastronômica diferenciada, com pratos

renovados semanalmente. O menu executivo estará disponível de segunda a sexta-feira, no horário de 12h às 15h, ao valor de R\$ 79,00.

Começou a valer, a partir desta quinta-feira (20), o novo reajuste do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) no Rio Grande do Norte. O projeto de elevação na alíquota modal de 18% para 20% foi aprovado pela Assembleia Legislativa do RN em dezembro de 2024 e gerou vários debates entre as bancadas do Governo. A nova tributação, que deverá impactar o bolso dos consumidores, foi desaprovada por setores produtivos, como **Fecomércio RN**, FIERN e CDL. Segundo esses setores, o reajuste no imposto pode desacelerar a economia e prejudicar a competitividade do estado.

A capital potiguar é palco, até esta quinta-feira (20), do 42º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), evento que reúne no Centro de Convenções de Natal profissionais e empresários do setor de alimentação de todo o País. A estimativa leva em consideração dados da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (Fecomércio-RN)** e do Natal Convention Bureau, com base em um gasto médio de R\$ 895 por pessoa durante os dias de evento.

Foi aberto ontem e vai até sábado o 3º Encontro do Fórum Potengi, no Complexo Cultural Rampa, iniciativa de revitalização do rio sob a coordenação da **Fecomércio** e UFRN e com apoio da Prefeitura e Consulado da Alemanha.

O consumo nos lares brasileiros, medido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abrasa), caiu 4,25% em fevereiro deste ano na comparação com o mês anterior. Em relação a fevereiro do ano passado, porém, houve aumento de 2,25%. No acumulado do primeiro bimestre, a alta é de 2,24%. O resultado abrange os formatos de loja atacarejo, supermercado convencional, loja de vizinhança, hipermercado, minimercado e e-commerce.

As tarifas de energia elétrica vão subir a partir de maio caso haja a ativação da bandeira amarela pela Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica). O cenário permaneceria em junho, com a possibilidade de adoção da bandeira vermelha nos patamares 1 e 2 entre julho e dezembro.

A alta temporada de verão no Rio Grande do Norte, de dezembro de 2024 a fevereiro de 2025, contabilizou 670.4 mil passageiros no aeroporto de Natal, apontando um crescimento de 3% em relação ao mesmo período do ano passado e mostrando o melhor desempenho desde o início de 2020, sendo a segunda melhor alta temporada já registrada. Os números foram divulgados pelo Governo do Estado, através da Empresa Potiguar de Promoção Turística (Emprotur).

A possível extinção do Programa Emergencial para Retomada do Setor de Eventos (Perse) preocupa empresários do Rio Grande do Norte, especialmente nos segmentos de turismo, hotelaria, bares e restaurantes. A Receita Federal informou à Comissão

Mista de Orçamento do Senado, no dia 12 de março, que o teto de R\$ 15 bilhões em benefícios fiscais será atingido ainda neste mês, o que, conforme prevê a legislação, levaria ao encerramento dos incentivos já em abril. O setor, no entanto, contava com o benefício até dezembro de 2026 e aponta distorções na aplicação dos recursos.

Turismo faz alerta sobre perda de voos para o RN

Link	https://tribunadonorte.com.br/economia/turismo-faz-alerta-sobre-perda-de-voos-para-o-rn/
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	POSITIVO

Turismo faz alerta sobre perda de voos para o RN



Trade fala em prejuízos para Mossoró, que tem 45 eventos turísticos confirmados para 2025 | Foto: Adriano Abreu

PUBLICIDADE

Entidades representativas do turismo e do comércio do potiguar se reuniram em audiência na Assembleia Legislativa nesta quinta-feira (20) para debater sobre a perda de voos para o Estado, especialmente para Mossoró. Os impactos sobre os dois setores ainda não são conhecidos em números, mas há uma preocupação em relação aos próximos meses, tendo em vista a realização de grandes eventos, como o Mossoró

Cidade Junina. Desde o ano passado, o Aeroporto Dix-Sept Rosado, no município do Oeste potiguar, sofre com a redução de conexões. No início deste mês, a Azul Linhas Aéreas suspendeu as operações para o terminal.

Stênio Max, vice-presidente da FCDL Mossoró, chama atenção para a necessidade de investimentos no aeroporto, que atualmente passa por uma reforma para tornar o equipamento apto a receber aviões a jato. Atualmente, somente os modelos ATR são autorizados a pousar no terminal. “O Aeroporto de Mossoró tem uma invasão na pista lateral que impede, tecnicamente, a operação de voos regulares. Então nós temos um desafio grande em relação ao equipamento. A preocupação aumenta se levarmos em conta que a cidade possui 45 eventos turísticos para 2025”, afirma.

Play Video

“A VoePass, que suspendeu a rota para Mossoró em outubro do ano passado. Tinha dois voos diários, quatro vezes por semana, com 62 assentos cada um. Daí é possível ter ideia de quantas pessoas deixam de chegar ao Município”, completa Max.

O secretário de Desenvolvimento Econômico de Mossoró, Pedro Fernandes, disse que tem conversado com a Infraero, administradora do aeroporto, sobre a situação. “Temos conversado bastante sobre a necessidade de o equipamento receber voos de maior porte”, disse.

Roger Lara, representante da Infraero em Mossoró comentou na audiência que há um planejamento de R\$ 75 milhões para as obras no aeroporto, dos quais R\$ 30 milhões já foram executados.

PUBLICIDADE

Edmar Gadelha, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do RN (ABIH-RN), afirmou que a perda de voos no RN acende um alerta. “Temos uma rede hoteleira robusta e uma procura pelo nosso destino que é orgânica, mas isso nem sempre se converte em vendas do destino. O gargalo está justamente na baixa conectividade”, pontua.

Fernando Virgílio, assessor de Relações Institucionais da Fecomércio, diz que existe apreensão com a possibilidade de perda para a economia do RN frente ao cenário de suspensão de voos. “A parte turística em Mossoró pode ser afetada, mas também outros setores como petróleo e fruticultura irrigada” disse.

O diretor-presidente da Emprotur, Raoni Fernandes, espera que, com a reforma, seja possível ampliar a conexão do destino com o País. “Por conta das obras, olhamos para o aeroporto com otimismo, já que se espera conectá-lo com Garulhos, Galeão, Brasília e Salvador”, afirma.

Habib Chalita, da Diretoria de Planejamento Estratégico da Secretaria de Turismo de Natal, afirma que a discussão promovida pelo deputado Ubaldo Fernandes reforçara a

necessidade de conectividade para fortalecer o turismo. “Não somente de Natal, mas de outras cidades, como Mossoró e Pau dos Ferros que necessitam dessa conexão”, disse Chalita.

PUBLICIDADE

Ao contrário de Mossoró, no aeroporto de São Gonçalo do Amarante a alta temporada (de dezembro de 2024 a fevereiro de 2025) trouxe bons números, com um fluxo de 670.4 mil passageiros, um crescimento de 3% em relação ao ano passado. O dado aponta para o melhor desempenho desde o início de 2020, sendo a segunda melhor alta temporada já registrada. Os números são do Governo do RN. No segundo semestre do ano passado, o RN retomou os índices pré-pandemia, com destaque para setembro (melhor mês desde 2014), outubro (melhor dos últimos nove anos) e novembro (alta de 19,1% em relação a 2023).

TANGARAENSE - ICMS sobe para 20% hoje no RN

Link	https://tangaraacontece.blogspot.com/2025/03/tangaraense-icms-sobe-para-20-hoje-no-rn.html
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG TANGARÁ ACONTECE
Classificação	POSITIVO

TANGARAENSE - ICMS sobe para 20% hoje no RN



A alíquota modal do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) no Rio Grande do Norte sobe de 18% para 20% a partir desta quinta-feira (20), conforme previsto no Decreto nº 34.284, de dezembro de 2024. O reajuste deve impactar o custo de bens e serviços, afetando principalmente setores como energia elétrica e combustíveis.

A **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio-RN)** manifestou preocupação com os efeitos da mudança. “Sabemos que a elevação da carga tributária pode exercer uma pressão ainda maior para a elevação dos preços de vários itens, se somando ao atual quadro

inflacionário. Considerando ainda o cenário de juros elevados observados hoje, esse processo poderá ter repercussões negativas para a atividade econômica do estado”, afirmou a entidade em nota.

Setores como energia elétrica e combustíveis, que representam grande parte da arrecadação estadual, serão diretamente afetados, uma vez que não há incentivos fiscais para esses segmentos, segundo o economista Thales Penha. No caso dos combustíveis, além do aumento do imposto, os preços também podem sofrer variações conforme a política de preços da Petrobras.

Com a elevação de dois pontos percentuais na alíquota modal, o Governo do Estado projeta arrecadar R\$ 7,4 bilhões em 2025 com o ICMS, representando 32,35% da receita própria estadual. Desse total, 25% será destinado aos municípios potiguares.

Festa de São Sebastião em Caraúbas gera R\$ 32 milhões e impulsiona turismo local

Link	https://opoti.com.br/festa-de-sao-sebastiao-em-caraubas-gera-r-32-milhoes-e-impulsiona-turismo-local/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG O POTI
Classificação	POSITIVO

Festa de São Sebastião em Caraúbas gera R\$ 32 milhões e impulsiona turismo local

Pesquisa do Instituto Fecomércio destacou que 86% dos empresários entrevistados percebem a festividade como um fator positivo



Resultados da pesquisa do Instituto Fecomércio RN apontam otimismo entre empresários e fortalecimento do setor comercial e de serviços. Foto: Divulgação

A 18ª edição da Festa de São Sebastião, um evento tradicional em Caraúbas (RN), movimentou impressionantes R\$ 32 milhões em 2025, conforme revelou uma pesquisa do Instituto Fecomércio RN (IFC). A pesquisa, apresentada nesta quarta-feira (19) na Câmara Municipal de Caraúbas, destacou que 86% dos empresários entrevistados percebem a

festividade, que engloba manifestações religiosas, culturais e turísticas, como um fator positivo para os negócios locais.

Os dados foram apresentados à Prefeitura por representantes da Diretoria de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN. Além do impacto econômico, a pesquisa indicou que a festa não apenas aumenta as vendas, mas também estimula a criação de empregos temporários, com 36% dos empresários admitindo profissionais extras para atender à demanda elevada durante o evento.

A satisfação dos participantes é outro ponto relevante, com uma nota média de 9,21 atribuída ao evento, evidenciando a visão favorável sobre o desempenho comercial durante as festividades.

“Diante da relevância da Festa de São Sebastião, a Fecomércio RN realizou esta pesquisa para compreender o perfil dos participantes, contribuindo para o planejamento de ações estratégicas que fortaleçam o comércio, a cultura e o turismo do município”, comentou Marcelo Queiroz, presidente do Sistema Fecomércio RN.

Outro aspecto que merece destaque é o alto percentual de visitantes, com 59,9% dos participantes sendo turistas, enquanto 40,1% são residentes da cidade. “Essa dinâmica potencializa o fluxo de consumidores e amplia o alcance do evento para além dos limites do município, contribuindo para o fortalecimento do setor de turismo e comércio na região”, explicou Luciano Kleiber, diretor de Inovação e Competitividade, ao apresentar os dados.

Além do benefício direto ao comércio local, a pesquisa sugere que o evento atrai pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas variadas atividades culturais e de lazer, gerando um impacto significativo no setor de Comércio e Serviços, particularmente em hospedagens, restaurantes e outros empreendimentos da região.

Festa de padroeiro de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025

Link	https://defato.com/estado/120069/festa-de-padroeiro-de-carabas-movimentou-mais-de-r-32-milhes-em-2025
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	PORTAL DE FATO
Classificação	POSITIVO

Festa de padroeiro de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025

Crédito da foto: Divulgação



Instituto Fecomércio RN (IFC) apresenta resultado de pesquisa

A Festa de São Sebastião, tradicional evento de Caraúbas (RN), movimentou R\$ 32 milhões em 2025, segundo pesquisa do Instituto Fecomércio RN (IFC). Além disso, para 86% dos empresários ouvidos pela pesquisa, o evento – que reúne manifestações religiosas, culturais e turísticas – traz impacto positivo para os negócios, reforçando o papel estratégico da festa no dinamismo econômico local.

Os números foram apresentados na quarta-feira (19), na Câmara Municipal de Caraúbas, a representantes da Prefeitura, pela equipe da Diretoria de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN. Além dos

resultados financeiros, o levantamento aponta que a festa não só impulsiona as vendas, mas também contribui para a geração de emprego, com 36% dos empresários tendo contratado profissionais temporários para atender ao pico de demanda.

Outro ponto de destaque é o elevado índice de satisfação, com a nota média atribuída ao evento de 9,21, reforçando a percepção positiva sobre o desempenho dos negócios durante a celebração.

“Diante da relevância da Festa de São Sebastião, a Fecomércio RN realizou esta pesquisa para compreender o perfil dos participantes, contribuindo para o planejamento de ações estratégicas que fortaleçam o comércio, a cultura e o turismo do município”, afirma o presidente do Sistema Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Alto índice de visitantes aponta para potencial de desenvolvimento do turismo

A pesquisa também analisou o perfil dos participantes. Um dos destaques é que, do ponto de vista turístico, os resultados revelam que 59,9% dos participantes são visitantes ou turistas, enquanto 40,1% são moradores locais.

“Essa dinâmica potencializa o fluxo de consumidores e amplia o alcance do evento para além dos limites do município, contribuindo para o fortalecimento do setor de turismo e comércio na região”, explica o diretor de Inovação e Competitividade, Luciano Kleiber, que apresentou os dados.

Ainda segundo análise do IFC, a alta proporção de visitantes ou turistas sugere que o evento possui um alcance que transcende os limites municipais, atraindo pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas atividades culturais e de lazer oferecidas. Além disso, o fluxo de visitantes gera impacto direto no setor de Comércio e Serviços, movimentando hospedagens, restaurantes e outros negócios locais.

Para acessar os relatórios completos da pesquisa, acesse:
fecomerciorn.com.br/pesquisas

Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025

Link	https://natalemfoco.com.br/cidades/festa-de-sao-sebastiao-de-caraubas-movimentou-mais-de-r-32-milhoes-em-2025/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG NATAL EM FOCO
Classificação	POSITIVO

Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025



Compartilhar

Resultados da pesquisa do Instituto Fecomércio RN apontam otimismo entre empresários e fortalecimento do setor comercial e de serviços

A 18ª Festa de São Sebastião, tradicional evento de Caraúbas (RN), movimentou R\$ 32 milhões em 2025, segundo pesquisa do Instituto Fecomércio RN (IFC). Além disso, para 86% dos empresários ouvidos pela

pesquisa, o evento – que reúne manifestações religiosas, culturais e turísticas – traz impacto positivo para os negócios, reforçando o papel estratégico da festa no dinamismo econômico local.

Os números foram apresentados na quarta-feira (19), na Câmara Municipal de Caraúbas, a representantes da Prefeitura, pela equipe da Diretoria de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN. Além dos resultados financeiros, o levantamento aponta que a festa não só impulsiona as vendas, mas também contribui para a geração de emprego, com 36% dos empresários tendo contratado profissionais temporários para atender ao pico de demanda.

Outro ponto de destaque é o elevado índice de satisfação, com a nota média atribuída ao evento de 9,21, reforçando a percepção positiva sobre o desempenho dos negócios durante a celebração.

“Diante da relevância da Festa de São Sebastião, a Fecomércio RN realizou esta pesquisa para compreender o perfil dos participantes, contribuindo para o planejamento de ações estratégicas que fortaleçam o comércio, a cultura e o turismo do município”, afirma o presidente do Sistema Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Alto índice de visitantes aponta para potencial de desenvolvimento do turismo

A pesquisa também analisou o perfil dos participantes. Um dos destaques é que, do ponto de vista turístico, os resultados revelam que 59,9% dos participantes são visitantes ou turistas, enquanto 40,1% são moradores locais.

“Essa dinâmica potencializa o fluxo de consumidores e amplia o alcance do evento para além dos limites do município, contribuindo para o fortalecimento do setor de turismo e comércio na região”, explica o diretor de Inovação e Competitividade, Luciano Kleiber, que apresentou os dados.

Ainda segundo análise do IFC, a alta proporção de visitantes ou turistas sugere que o evento possui um alcance que transcende os limites municipais, atraindo pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas atividades culturais e de lazer oferecidas. Além disso, o fluxo

de visitantes gera impacto direto no setor de [Comércio](#) e Serviços, movimentando hospedagens, restaurantes e outros negócios locais.

Ascom.

Festa de São Sebastião de Caraúbas (RN) movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025

Link	https://marcosdantas.com/festa-de-sao-sebastiao-de-caraubas-rn-movimentou-mais-de-r-32-milhoes-em-2025/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG MARCOS DANTAS
Classificação	POSITIVO

Festa de São Sebastião de Caraúbas (RN) movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025



A 18ª Festa de São Sebastião, tradicional evento de Caraúbas (RN), movimentou R\$ 32 milhões em 2025, segundo pesquisa do Instituto Fecomércio RN (IFC). Além disso, para 86% dos empresários ouvidos pela pesquisa, o evento – que reúne manifestações religiosas, culturais e turísticas – traz impacto positivo para os negócios, reforçando o papel estratégico da festa no dinamismo econômico local.

Os números foram apresentados na quarta-feira (19), na Câmara Municipal de Caraúbas, a representantes da Prefeitura, pela equipe da Diretoria de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN. Além dos resultados financeiros, o levantamento aponta que a festa não só

impulsiona as vendas, mas também contribui para a geração de emprego, com 36% dos empresários tendo contratado profissionais temporários para atender ao pico de demanda.

Outro ponto de destaque é o elevado índice de satisfação, com a nota média atribuída ao evento de 9,21, reforçando a percepção positiva sobre o desempenho dos negócios durante a celebração.

“Diante da relevância da Festa de São Sebastião, a Fecomércio RN realizou esta pesquisa para compreender o perfil dos participantes, contribuindo para o planejamento de ações estratégicas que fortaleçam o comércio, a cultura e o turismo do município”, afirma o presidente do Sistema Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Alto índice de visitantes aponta para potencial de desenvolvimento do turismo

A pesquisa também analisou o perfil dos participantes. Um dos destaques é que, do ponto de vista turístico, os resultados revelam que 59,9% dos participantes são visitantes ou turistas, enquanto 40,1% são moradores locais.

“Essa dinâmica potencializa o fluxo de consumidores e amplia o alcance do evento para além dos limites do município, contribuindo para o fortalecimento do setor de turismo e comércio na região”, explica o diretor de Inovação e Competitividade, Luciano Kleiber, que apresentou os dados.

Ainda segundo análise do IFC, a alta proporção de visitantes ou turistas sugere que o evento possui um alcance que transcende os limites municipais, atraindo pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas atividades culturais e de lazer oferecidas. Além disso, o fluxo de visitantes gera impacto direto no setor de Comércio e Serviços, movimentando hospedagens, restaurantes e outros negócios locais.

Para acessar os relatórios completos da pesquisa, acesse:
fecomerciorn.com.br/pesquisas

Com R\$ 32,5 milhões injetados na economia, Festa de São Sebastião em Caraúbas se torna um dos maiores eventos sociorreligiosos do RN.

Link	https://www.caraubas.rn.gov.br/com-r-325-milhoes-injetados-na-economia-festa-de-sao-sebastiao-em-caraubas-se-torna-um-dos-maiores-eventos-sociorreligiosos-do-rn/
Data da publicação	19/03/2025
Veículo	SITE PREFEITURA DE CARAÚBAS
Classificação	POSITIVO

Com R\$ 32,5 milhões injetados na economia, Festa de São Sebastião em Caraúbas se torna um dos maiores eventos sociorreligiosos do RN.



Na manhã dessa quarta-feira (19/03), foi apresentado no auditório da Câmara de Vereadores de Caraúbas, um estudo detalhado, encomendado pela gestão d

Na manhã dessa quarta-feira (19/03), foi apresentado no auditório da Câmara de Vereadores de Caraúbas, um estudo detalhado, encomendado pela gestão do Prefeito Givago Barreto, sobre o impacto financeiro que a Festa de São Sebastião, tradicional evento social e religioso que acontece anualmente de 10 a 11 de janeiro, gera para o município.

O estudo foi realizado pela Fecomércio (Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte), que através de pesquisa de campo, apresentou um verdadeiro “raio-x” sobre os detalhes do evento, que em 2025 foi considerado como o maior já realizado. Entre os pontos abordados por Lucinado Kleiber, representante da entidade, destaca-se o retorno financeiro para o município. Segundo os dados da pesquisa, a cada R\$ 1,00 investido pela prefeitura, R\$ 5,56 voltou para o município, ou seja, quase seis vezes a mais em retorno financeiro.

A partir desse cálculo, chegou – se ao número de R\$ 32,5 milhões injetados na economia, algo nunca visto na história do município. Ainda segundo a Fecomércio, as justificativas para esse número englobam muitas variáveis, que entre as mais importantes estão: presença de grandes nomes da música nacional, pois as atrações musicais motivaram 56,3% dos entrevistados a estarem no evento. A qualidade da festa no âmbito geral, pois para 95,4% dos entrevistados disseram que querem voltar ano que vem, e especificamente 73,2% atribuíram nota 10, a maior nota possível para a qualidade do evento.

O prefeito Givago Barreto destacou que os números mostram a grandiosidade da festa, e que o investimento valeu a pena.

“Particularmente não conheço nenhuma cidade em nosso estado, do porte de Caraúbas, que realize um evento que provoque um impacto econômico desse tamanho. Com esses números temos agora uma base sólida, para trabalhar antecipadamente possíveis parcerias que podem ampliar o tamanho da Festa de São Sebastião em 2026”, afirmou o prefeito.

O evento também contou com larga aprovação dos empresários locais, alcançando um número positivo de aprovação que chegou a 86%. Ao final das onze noites, Caraúbas recebeu turistas de 12 estados diferentes do Brasil. Em primeiro estão os potiguares, seguidos de cearenses e

paraibanos. Mas o alcance desse ano contou até com turistas gaúchos, presentes na festa.

Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025

Link	https://opotengi.com.br/festa-de-sao-sebastiao-de-caraubas-movimentou-mais-de-r-32-milhoes-em-2025/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG O POTENGI
Classificação	POSITIVO

Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025



A 18ª Festa de São Sebastião, tradicional evento de Caraúbas, no médio oeste do RN, movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025, segundo pesquisa do Instituto Fecomércio RN (IFC). Além disso, para 86% dos empresários ouvidos pela pesquisa, o evento – que reúne manifestações religiosas, culturais e turísticas – traz impacto positivo para os negócios, reforçando o papel estratégico da festa no dinamismo econômico local.

Os números foram apresentados na quarta-feira (19), na Câmara Municipal de Caraúbas, a representantes da Prefeitura, pela equipe da Diretoria de Inovação e Competitividade da Fecomércio RN.

Além dos resultados financeiros, o levantamento aponta que a festa não só impulsiona as vendas, mas também contribui para a geração de

emprego, com 36% dos empresários tendo contratado profissionais temporários para atender ao pico de demanda.

Outro ponto de destaque é o elevado índice de satisfação, com a nota média atribuída ao evento de 9,21, reforçando a percepção positiva sobre o desempenho dos negócios durante a celebração.

“Diante da relevância da Festa de São Sebastião, a Fecomércio RN realizou esta pesquisa para compreender o perfil dos participantes, contribuindo para o planejamento de ações estratégicas que fortaleçam o comércio, a cultura e o turismo do município”, afirma o presidente do Sistema Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Alto índice de visitantes aponta para potencial de desenvolvimento do turismo

A pesquisa também analisou o perfil dos participantes. Um dos destaques é que, do ponto de vista turístico, os resultados revelam que 59,9% dos participantes são visitantes ou turistas, enquanto 40,1% são moradores locais.

“Essa dinâmica potencializa o fluxo de consumidores e amplia o alcance do evento para além dos limites do município, contribuindo para o fortalecimento do setor de turismo e comércio na região”, explica o diretor de Inovação e Competitividade, Luciano Kleiber, que apresentou os dados.

Ainda segundo análise do IFC, a alta proporção de visitantes ou turistas sugere que o evento possui um alcance que transcende os limites municipais, atraindo pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas atividades culturais e de lazer oferecidas. Além disso, o fluxo de visitantes gera impacto direto no setor de Comércio e Serviços, movimentando hospedagens, restaurantes e outros negócios locais.

Festa do padroeiro movimenta mais de R\$ 32 milhões em Caraúbas, RN; segundo relatório da Fecomércio (veja vídeo e fotos)

Link	https://www.icemcaraubas.com.br/2025/03/festa-do-padroeiro-movimenta-mais-de-r.html
Data da publicação	19/03/2025
Veículo	BLOG ICEM CARAÚBAS
Classificação	POSITIVO

Festa do padroeiro movimenta mais de R\$ 32 milhões em Caraúbas, RN; segundo relatório da Fecomércio (veja vídeo e fotos)





Aconteceu na manhã desta quarta-feira (19), no auditório da Câmara Municipal de Vereadores, a apresentação do relatório de impacto econômico da Festa de São Sebastião 2025, elaborado pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio - RN), onde detalhou os aspectos financeiros e econômicos, gerados pelo evento em nosso município.

Veja Vídeo

Foi um momento de grande importância, em que foi avaliado o impacto do evento na economia local, e o quanto este contribui para o desenvolvimento de Caraúbas e região.

De acordo com Luciano Kleiber representante da Fecomércio a realização de um grande evento é sempre muito impactante para todos os envolvidos, sejam eles organizadores, expositores ou visitantes. Afinal, movimentam muito dinheiro, demandam grandes estruturas, aquece o comércio de bebidas, lanches, lojas de roupas e sapatarias.

Todos números comprovam o grande sucesso, que movimentou o comércio, promovendo um retorno quase seis vezes maior do que o investimento realizado, e com aprovação superior a 95% dos participantes.

Ao final foi apresentado a movimentação econômica e seu público específico R\$ 11.742.031,88 (residentes na cidade) e R\$ 20.963.620,50 (visitantes/turistas) somando um grande montante no valor de R\$ 32.705.652,38

Confira a pesquisa

Os resultados desta pesquisa têm grande relevância para a formulação de políticas públicas voltadas ao fortalecimento da festa e ao apoio aos empresários locais. Ao entender melhor as necessidades, preocupações

e expectativas do setor empresarial, será possível planejar ações que incentivem a cooperação entre as diferentes partes envolvidas e garantam o crescimento sustentável da festa, ampliando seus benefícios econômicos e culturais para Caraúbas e seus habitantes.

Aspectos técnicos

A pesquisa sobre a percepção dos empresários de Caraúbas em relação à Festa de São Sebastião 2025 foi realizada pelo Instituto Fecomércio RN, reconhecido por sua ampla experiência em estudos voltados para os setores de Comércio, Serviços e Turismo. O levantamento ocorreu durante o período da festa, cobrindo a área empresarial de todo o município.

A amostra foi composta por 150 empresários de diferentes segmentos econômicos, selecionados de forma estratificada para garantir representatividade em relação ao perfil do setor empresarial local. Com uma margem de erro de 3 pontos percentuais para um intervalo de confiança de 95%, os resultados refletem com precisão as percepções e opiniões do universo pesquisado.

A equipe responsável pela coleta de dados foi composta por pesquisadores experientes e devidamente treinados, com expertise em abordagens quantitativas. A metodologia seguiu rigorosos padrões éticos e técnicos, assegurando a qualidade e a confiabilidade das informações obtidas.

Para a coleta de dados, foi utilizada tecnologia de ponta, com aplicação de questionários digitais por meio de dispositivos móveis conectados a uma plataforma de pesquisa em tempo real. Esse sistema permitiu maior agilidade no registro das respostas e minimizou a possibilidade de erros, garantindo a integridade e a segurança dos dados coletados.

Percepção geral

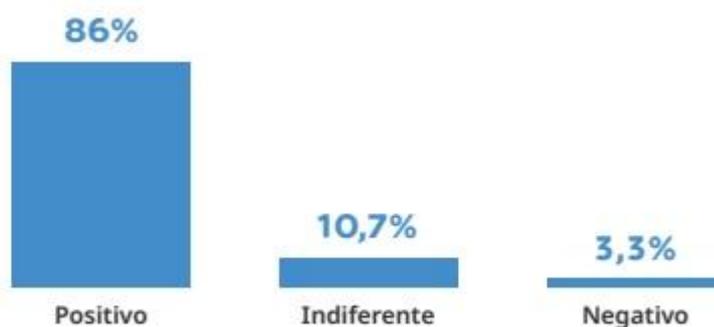
Os resultados revelam uma percepção amplamente positiva dos empresários de Caraúbas em relação ao impacto da data da Festa de São Sebastião 2025 em seus negócios. De acordo com a pesquisa, 86% dos entrevistados consideram que a data do evento tem um efeito positivo em suas atividades comerciais. Refletindo a relevância da festa como um

importante motor econômico para a cidade, gerando aumento na movimentação de clientes e, conseqüentemente, no faturamento dos empreendimentos locais.

Ao passo que, 10,7% dos empresários indicaram que a data do evento é indiferente para seus negócios. Esse grupo possivelmente representa setores que não são diretamente influenciados pela festa ou cujas vendas não sofrem alterações significativas durante o período do evento. Ainda assim, a baixa representatividade desse segmento reforça o papel central da festa como uma oportunidade econômica para a maioria dos negócios.

Apenas 3,3% dos respondentes percebem a data do evento como um impacto negativo em suas operações. Esse percentual reduzido pode estar relacionado a desafios específicos, como aumento de custos operacionais, dificuldades logísticas ou concorrência elevada durante a realização da festa. Apesar de ser um dado minoritário, ele indica a importância de ações que possam mitigar os obstáculos enfrentados por esses empresários, garantindo que todos os setores possam se beneficiar do evento.

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



Apenas 3,3% dos respondentes percebem a data do evento como um impacto negativo em suas operações. Esse percentual reduzido pode estar relacionado a desafios específicos, como aumento de custos operacionais, dificuldades logísticas ou concorrência elevada durante a realização da festa. Apesar de ser um dado minoritário, ele indica a importância de ações que possam mitigar os obstáculos enfrentados por

esses empresários, garantindo que todos os setores possam se beneficiar do evento.

Por outro lado, o percentual de empresários que consideram a festa indiferente varia ligeiramente entre os segmentos. No Comércio, 12% dos entrevistados afirmaram que o evento não afeta seus negócios, enquanto nos Serviços o índice foi de 9,3%. Essa diferença pode estar associada à natureza dos serviços oferecidos, muitos dos quais podem ter uma demanda mais direta durante o período festivo, como alimentação, hospedagem e transporte.

A percepção negativa foi mínima em ambos os segmentos, com 2,7% no Comércio e 4% nos Serviços. Embora seja um percentual reduzido, ele indica a necessidade de atenção a possíveis desafios específicos enfrentados por uma pequena parcela dos empresários, como questões operacionais ou de concorrência que podem surgir durante o evento.

Gráfico 2 Percepção por setor:



A pesquisa mostra que a maioria dos empresários de Caraúbas realizou algum tipo de investimento em seus negócios visando à Festa de São Sebastião 2025, reforçando a importância econômica do evento para o setor local. O principal investimento relatado foi a ampliação do estoque, mencionada por 67,3% dos entrevistados. Esse dado reflete a expectativa de aumento na demanda durante o período festivo, com os

empresários se preparando para atender ao maior fluxo de consumidores atraídos pela festa.

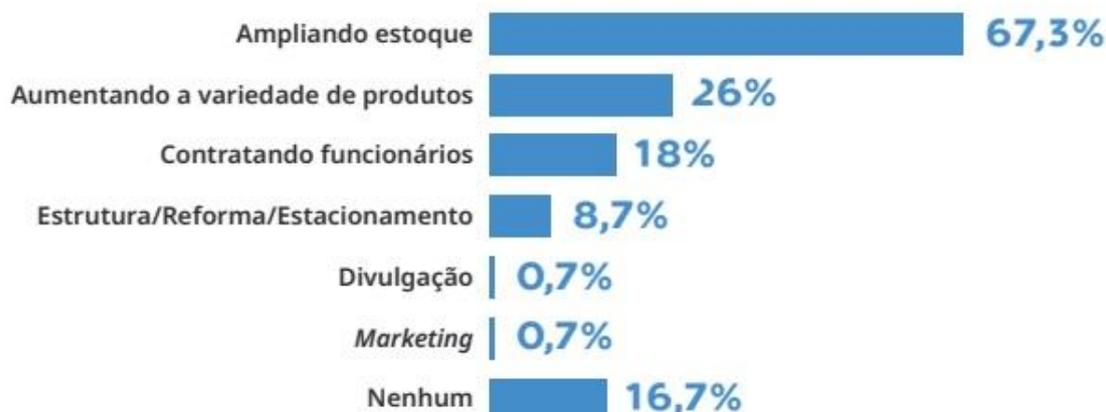
Outro destaque foi o investimento na variedade de produtos, citado por 26% dos participantes. Essa estratégia busca diversificar as opções disponíveis para os clientes, aproveitando o aumento no movimento comercial para atrair diferentes perfis de consumidores. Além disso, 18% dos empresários declararam ter contratado funcionários para atender à demanda adicional, o que também demonstra o impacto da festa na geração de empregos temporários e no fortalecimento do mercado de trabalho local.

Investimentos em estrutura, reformas ou estacionamento foram realizados por 8,7% dos respondentes, o que indica um esforço de alguns empresários para melhorar a experiência dos clientes durante o evento. Já as iniciativas relacionadas a divulgação e marketing foram menos frequentes, registrando apenas 0,7% cada, possivelmente por limitações orçamentárias ou por uma maior confiança em estratégias tradicionais, como o boca a boca e a visibilidade espontânea durante o evento.

Enquanto, 16,7% dos empresários afirmaram não ter realizado nenhum investimento relacionado à festa, o que pode ser atribuído à percepção de que seus negócios não seriam diretamente impactados ou à falta de recursos disponíveis.

Gráfico 2 Que tipo de investimento fez no seu negócio visando a festa?

Múltiplas respostas



Investimento

Os valores médios de investimento realizados pelos empresários de Caraúbas em preparação para a Festa de São Sebastião 2025 demonstram um comprometimento financeiro significativo em função do evento. No geral, a média de investimento considerando ambos os segmentos foi de R\$ 8.350,00.

No setor de Comércio, o investimento médio foi de R\$ 9.522,67, o maior entre os segmentos analisados. Esse valor reflete o foco dos comerciantes em estratégias como ampliação de estoque e aumento da variedade de produtos, evidenciando a relevância do evento para impulsionar o consumo e maximizar as vendas.

Já no setor de Serviços, o investimento médio foi de R\$ 7.177,33, um pouco menor, mas ainda expressivo. Esse segmento frequentemente realiza investimentos em contratação de funcionários, melhorias na estrutura física e, em menor escala, ações de marketing e divulgação. A diferença entre os valores médios dos dois setores pode estar relacionada ao perfil das atividades: enquanto o Comércio tende a

priorizar a aquisição de produtos, os Serviços podem focar em aprimorar a experiência dos clientes durante o evento.

Gráfico 3 Quanto investiu no seu negócio visando o evento?



Estratificada por porte, o nível médio de investimento realizado pelos empresários de Caraúbas em função da Festa de São Sebastião 2025 revela que empresas de maior porte, como as classificadas como médias e grandes, destacaram-se com o maior investimento médio, de R\$ 20.923,08. Evidenciando que a maior capacidade financeira dessas empresas, permitindo investimentos mais robustos em áreas como estrutura, estoque e marketing para aproveitar o potencial econômico do evento.

As microempresas (ME) também apresentaram um investimento médio significativo, de R\$ 10.555,00, indicando um esforço considerável para se posicionar competitivamente durante a festa. Já os Microempreendedores Individuais (MEI) investiram, em média, R\$ 5.913,89, enquanto as empresas de pequeno porte (EPP) registraram o menor investimento médio entre os grupos analisados, com R\$ 4.555,56. Esse dado pode refletir restrições financeiras ou o fato de essas empresas, muitas vezes, priorizarem estratégias de baixo custo para atender à demanda do evento.

O grupo classificado como “outros”, que inclui empresários não formalizados ou pertencentes a categorias distintas das anteriores, apresentou um investimento médio de R\$ 5.718,75, próximo ao registrado pelos MEIs. Esses empresários podem ter adotado uma

abordagem mais conservadora, investindo de forma moderada devido a limitações estruturais ou à natureza de suas atividades.

Gráfico 4 Investimento médio por porte:



Os resultados do Gráfico 5 mostram que a maioria dos empresários de Caraúbas, 64%, não contratou funcionários temporários para o período da Festa de São Sebastião 2025. Isso mostra a estrutura mais enxuta de muitos negócios locais, especialmente entre micro e pequenas empresas, que podem priorizar a utilização de sua equipe fixa para atender à demanda adicional gerada pelo evento.

Por outro lado, 36% dos empresários relataram a contratação de profissionais temporários para o período da festa, evidenciando que o evento tem potencial para gerar oportunidades de emprego, ainda que concentradas em uma parcela menor dos negócios. Essa prática é mais comum em segmentos que enfrentam picos sazonais de demanda, como alimentação, hospedagem e comércio de bens diretamente associados aos festejos.

Gráfico 5 Contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?

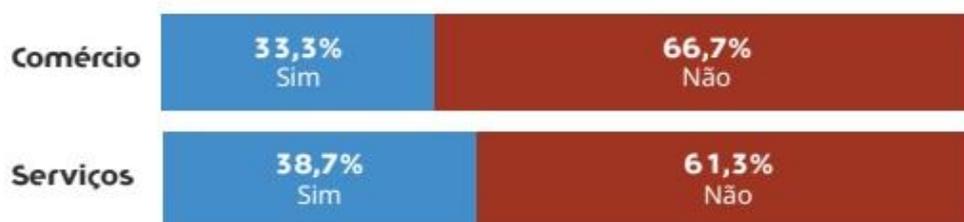


Os dados de contratação temporária por setor revelam* que o setor de Serviços apresentou uma maior proporção de contratações durante a Festa de São Sebastião 2025, com 38,7% dos empresários relatando terem contratado funcionários temporários. Esse dado reflete a natureza do setor, que frequentemente requer mão de obra adicional para atender ao aumento na demanda por atividades como alimentação, transporte, hospedagem e entretenimento durante eventos de grande porte.

No setor de Comércio, o percentual de empresários que realizaram contratações foi ligeiramente menor, 33,3%. Esse resultado pode estar relacionado à maior dependência de estoques e produtos, que demandam menos mão de obra adicional, ou à tendência de utilizar equipes já existentes para gerenciar o aumento de vendas durante o evento.

A maioria dos empresários de ambos os setores não realizou contratações temporárias, com 61,3% no setor de Serviços e 66,7% no Comércio. Esses números sugerem que, apesar do impacto econômico positivo da festa, muitos negócios operam com estruturas fixas e não expandem sua equipe para lidar com a demanda sazonal.

Gráfico 6 Necessidade de contratação por setor:



Faturamento

Os resultados da pesquisa indicam médias de faturamento diário dos empresários de Caraúbas durante a Festa de São Sebastião 2025. De forma geral, a média combinada entre os dois setores é de R\$ 4.041,33, o que reforça a relevância da festa como um motor econômico para os negócios locais. Esses números demonstram o otimismo dos empresários em relação ao impacto financeiro do evento, evidenciando que ele representa uma oportunidade significativa de crescimento e lucratividade.

O setor de Comércio apresenta a maior movimentação, com um faturamento médio diário projetado em R\$ 5.366,00. Esse número reflete o impacto direto do evento no consumo de bens, especialmente em categorias como alimentação, vestuário e calçados, que tendem a ter maior demanda durante os festejos.

No setor de Serviços, a média de faturamento diário é menor, totalizando R\$ 2.716,67. Embora o setor também seja beneficiado pelo evento, atividades como hospedagem, transporte e alimentação fora do lar possuem limites de capacidade operacional que podem restringir o volume de receita gerado por dia.

Gráfico 7 Faturamento médio diário:

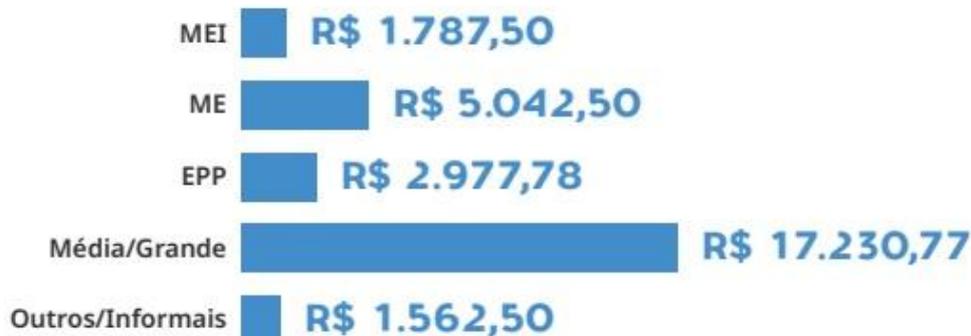


O faturamento médio diário dos negócios de Caraúbas, durante a Festa de São Sebastião 2025, distribuído por porte empresarial, revela uma correlação clara entre o tamanho das empresas e suas expectativas de faturamento, com destaque para as empresas médias e grandes, que projetaram o maior faturamento diário, de R\$ 17.230,77. Esse valor reflete sua maior capacidade operacional, oferta diversificada de produtos e serviços, e maior participação de mercado durante o evento.

Entre as microempresas (ME), o faturamento médio esperado foi de R\$ 5.042,50, posicionando-se como o segundo maior entre os portes analisados. Esse valor indica que esse grupo consegue se beneficiar de forma significativa do aumento na demanda gerado pela festa, mesmo com recursos operacionais menores que as empresas maiores.

As empresas de pequeno porte (EPP), por sua vez, projetaram um faturamento médio diário de R\$ 2.977,78, enquanto os Microempreendedores Individuais (MEI) apresentaram uma expectativa mais modesta, de R\$ 1.787,50. Esses números podem ser explicados pelas limitações de infraestrutura e estoque desses negócios, além do foco em nichos de mercado específicos. O grupo classificado como “outros”, composto por empresários não formalizados ou de categorias distintas, teve a menor projeção de faturamento diário, de R\$ 1.562,50, o que reflete, em parte, a informalidade ou menor escala de operação.

Gráfico 8 Faturamento médio diário, por porte:

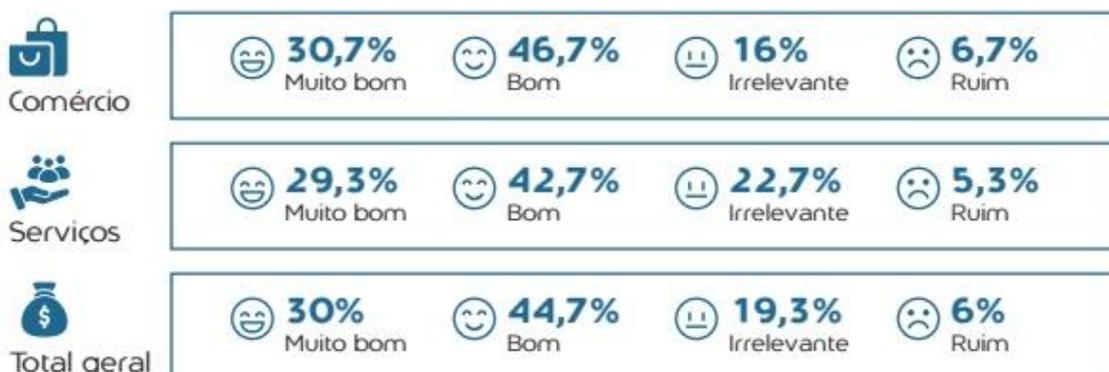


Os resultados demonstram a avaliação dos empresários de Caraúbas sobre o movimento de seus negócios durante a Festa de São Sebastião 2025. No geral, somando os setores de Comércio e Serviços, a avaliação predominante é igualmente positiva, com 44,7% dos empresários considerando o movimento bom e 30% avaliando-o como muito bom. A combinação desses resultados mostra que a Festa de São Sebastião continua sendo um evento importante para os negócios locais, embora com variações de desempenho entre os setores, com alguns experimentando desafios maiores em termos de demanda.

No Comércio, a maioria dos empresários (46,7%) avaliou o movimento como bom, com 30,7% considerando-o muito bom. Esse dado reflete a alta demanda que o comércio geralmente experimenta durante grandes eventos, especialmente no setor de bens como alimentação, roupas e lembranças, que são altamente procurados durante festividades. Apenas 16% consideraram o movimento irrelevante e 6,7% o consideraram ruim, sugerindo que, em geral, os resultados foram positivos para o setor.

O setor de Serviços, embora também tenha uma maior parte de avaliações positivas, apresentou uma ligeira diferença. 42,7% consideraram o movimento bom, e 29,3% o consideraram muito bom. Contudo, 22,7% dos empresários de serviços avaliaram o movimento como irrelevante, uma porcentagem considerável, possivelmente refletindo limitações operacionais ou a dependência de certos serviços específicos, que podem não ter sido tão demandados durante a festa. Apenas 5,3% classificaram o movimento como ruim, o que é um dado positivo, mas ainda aponta que uma parte do setor não teve o desempenho esperado.

Gráfico 9 Expectativa de movimento durante a festa:



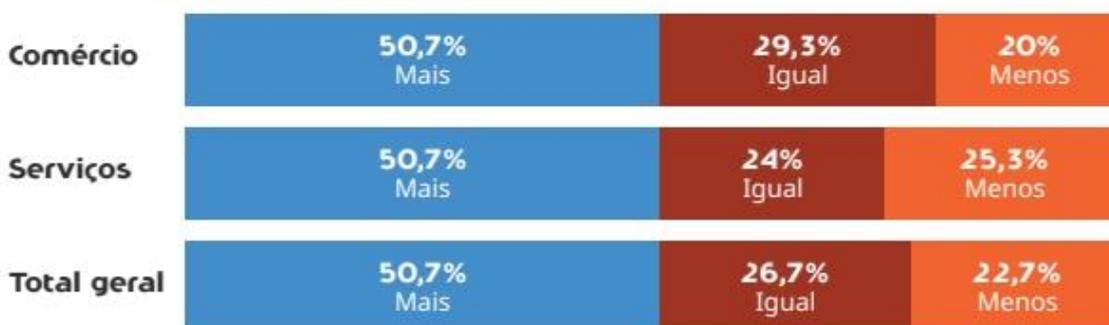
Ao comparar com o ano anterior, no geral, 50,7% dos empresários de Caraúbas, divididos entre os setores de Comércio e Serviços, revelaram um aumento no faturamento, enquanto 26,7% acreditam que o faturamento será igual e 22,7% temem uma queda.

No Comércio, 50,7% disseram que iriam faturar mais que o ano passado, 29,3% dos empresários esperariam um faturamento igual ao do ano passado, enquanto 20% acreditavam que o faturamento seria menor.

No setor de Serviços, 50,7% declararam que iriam faturar mais que o ano passado, 24% relataram resultados iguais ao do ano anterior, e 25,3% indicaram um faturamento menor.

Os resultados revelam uma confiança ampla no impacto positivo da festa para os negócios locais, mas também indicam que nem todos os segmentos estão igualmente preparados para maximizar seu potencial de vendas, sugerindo a necessidade de ajustes estratégicos para aqueles que enxergam um desempenho baixo.

Gráfico 10 Na comparação com este mesmo período do ano passado, seu negócio deve faturar:



Sobre o número médio de dias que os empresários de Caraúbas operaram durante a Festa de São Sebastião 2025, no geral, a média de dias de funcionamento para os dois setores é de 9,0 dias, indicando que a maioria dos empresários esteve disposta a operar durante quase toda a duração do evento, buscando aproveitar ao máximo o aumento do fluxo de consumidores e visitantes. Esse dado reforça a importância econômica da festa, com os empresários se preparando para maximizar

seus lucros ao estender o tempo de operação e atender à crescente demanda durante os dias de festividade.

Em média, o Comércio funcionou por 8,8 dias durante o evento, enquanto o setor de Serviços teve uma média ligeiramente maior, com 9,3 dias de funcionamento. A diferença pode ser explicada pelo fato de que os serviços, especialmente os relacionados à hospedagem e alimentação, tendem a manter uma operação mais constante e duradoura, adaptando-se ao aumento da demanda ao longo de vários dias de festa.

Gráfico 11 Quantos dias, em média, o seu negócio vai funcionar durante o evento?



Em relação à média de clientes que os empresários de Caraúbas receberam por dia durante os festejos da Festa de São Sebastião 2025, no geral, a média de 124 clientes por dia reflete a junção dos dois setores, com um número que destaca a relevância da festa para os negócios locais. Este dado também mostra que a festa impacta significativamente a economia local, com um fluxo expressivo de pessoas frequentando os estabelecimentos de Caraúbas.

O Comércio estimou, em média, 100 clientes por dia, um número significativo que indica a alta demanda esperada por produtos e bens típicos de festas, como alimentos, bebidas, roupas, e etc. Este volume de clientes evidencia o papel central do comércio no evento, atraindo tanto os moradores locais quanto os visitantes da festa.

O setor de Serviços, por sua vez, projetou uma média de 147 clientes por dia, o que pode ser atribuído à natureza do setor, que inclui atividades como alimentação, hospedagem e transporte, que tendem a receber um fluxo maior de consumidores durante grandes eventos. A maior projeção de clientes para o setor de Serviços mostra que os empresários desse segmento se prepararam para uma demanda mais constante e intensa, dada a natureza das necessidades durante os dias de festa.

Gráfico 12 Qual a média de clientes espera por dia durante os festejos?



Estratégia de vendas

O setor de Serviços, por sua vez, projetou uma média de 147 clientes por dia, o que pode ser atribuído à natureza do setor, que inclui atividades como alimentação, hospedagem e transporte, que tendem a receber um fluxo maior de consumidores durante grandes eventos. A maior projeção de clientes para o setor de Serviços mostra que os empresários desse segmento se prepararam para uma demanda mais constante e intensa, dada a natureza das necessidades durante os dias de festa.

A ação mais comum foi divulgação em geral, com 68% dos empresários utilizando essa estratégia para atrair clientes. A divulgação pode envolver ações de marketing, como anúncios em mídias locais, redes sociais e outros meios de comunicação, reforçando a importância de

tornar os consumidores cientes das ofertas e atrações especiais durante o evento.

Preço baixo/Promoções foi a segunda ação mais escolhida, com 28% dos empresários apostando em estratégias de preços atrativos e promoções para atrair mais clientes. Essa prática é bastante comum em eventos festivos, quando os consumidores estão em busca de ofertas especiais e descontos.

Atendimento personalizado (26%) e facilidade na forma de pagamento (24,7%) foram outras estratégias relevantes adotadas pelos empresários. Essas ações mostram uma tentativa de fidelizar os clientes, oferecendo um atendimento diferenciado e condições de pagamento mais acessíveis, características importantes para garantir a satisfação do consumidor e aumentar a conversão de vendas.

Ações como sorteio de prêmio e/ou brindes (6,7%) e banheiro para cliente (6%) são exemplos de estratégias adicionais utilizadas, embora com menor frequência. Outras ações como panfletagem (2,7%) e outras iniciativas (4%) também foram citadas, indicando que, apesar de menos comuns, existem alternativas complementares para atrair e engajar o público durante as festividades. Apenas, 3,3% dos empresários indicaram que não adotaram nenhuma dessas ações, o que pode sugerir uma abordagem mais conservadora ou a falta de recursos para investir em estratégias de atração durante o evento.

Gráfico 13

Qual ação/serviço utilizou para atrair clientes durante a festa?

Múltiplas respostas



Melhorias

As sugestões de melhoria para o evento apresentam uma diversidade de opiniões que refletem tanto aspectos estruturais quanto estratégicos para aprimorar futuras edições. A principal demanda, mencionada por 18% dos participantes, foi o aumento da divulgação, destacando a importância de ampliar a comunicação para atrair mais público e fortalecer a visibilidade do evento. Em seguida, aparecem sugestões voltadas à capacitação de empreendedores e colaboradores (14,7%) e melhorias na estrutura e espaço do evento (14,7%), sinalizando preocupações com a qualificação dos serviços e o conforto oferecido aos participantes.

Outras demandas significativas incluem a inclusão de mais atrações musicais (13,3%), evidenciando o desejo por uma programação cultural mais diversificada, e a ampliação de estacionamentos (10%), que reflete

a necessidade de facilitar o acesso ao local. Além disso, mais atrativos turísticos e culturais (8,7%) e melhorias no trânsito e mobilidade urbana (8%) também foram citados, apontando para oportunidades de integrar o evento ao turismo regional e melhorar a experiência de deslocamento dos participantes.

Aspectos como investimento público (6,7%), segurança (4%), e a oferta de banheiros públicos (2%) foram mencionados em menor escala, mas ainda indicam áreas importantes para o planejamento. Já itens como ampliação do parque, atrações infantis, feiras de artesanato, gastronomia e programação diurna, entre outros, foram apontados por uma parcela menor de respondentes (menos de 1%), destacando ideias específicas para enriquecer o evento.

Interessantemente, 17,3% afirmaram não ter sugestões, o que pode ser interpretado como um indicativo de satisfação geral com o evento, enquanto 2% não souberam opinar. Essa combinação de sugestões e ausência de críticas em alguns casos reforça o potencial do evento em atender às expectativas gerais, ao mesmo tempo em que evidencia oportunidades claras de melhoria para ampliar sua atratividade e impacto nas próximas edições.

Tabela 1 Sugestões de melhorias:

Múltiplas respostas

Aumentar Divulgação	18%
Capacitação empreendedores/colaboradores	14,7%
Estrutura/Espaço do evento	14,7%
Mais atrações musicais	13,3%
Estacionamentos	10%
Mais Atrativos Turísticos/Culturais	8,7%
Trânsito/Mobilidade urbana	8%
Investimento público	6,7%
Segurança	4%
Renda/emprego	2,7%
Banheiros públicos	2%
Organização	1,3%
Ampliar o parque	0,7%
Atrações infantis, feiras de artesanato, gastronomia	0,7%
Começar mais cedo	0,7%
Hospedagem	0,7%
Melhores patrocinadores	0,7%
Novo <i>mix</i> de produtos	0,7%
Parceria público privada	0,7%
Programação diurna	0,7%
Abastecimento de água	0,7%
Não sabe	2%
Nenhuma	17,3%

Os resultados abaixo apresentam a nota média atribuída pelos empresários de Caraúbas ao evento da Festa de São Sebastião, com a distribuição entre os setores de Comércio e Serviços. A nota média geral dada ao evento foi de 9,21, indicando uma percepção amplamente positiva dos empresários sobre o impacto da festa nos seus negócios.

O Comércio avaliou o evento com uma média de 9,28, ligeiramente superior à do setor de Serviços, que deu uma média de 9,15. Essa diferença pode refletir o impacto direto e imediato da festa no comércio, que costuma registrar um aumento substancial nas vendas durante as festividades. A alta nota indica que os empresários do comércio estão

bastante satisfeitos com os resultados que a festa proporciona a seus negócios.

Já o setor de Serviços, com uma nota média de 9,15, também demonstra uma avaliação positiva, mas um pouco mais cautelosa, possivelmente devido à natureza do segmento, que pode depender de uma demanda mais constante ao longo dos dias da festa. Embora a festa traga um aumento no número de visitantes e, conseqüentemente, de consumidores, os serviços podem ser mais afetados por fatores como a capacidade de atendimento e custos operacionais.

Gráfico 14 Nota média dada ao evento:

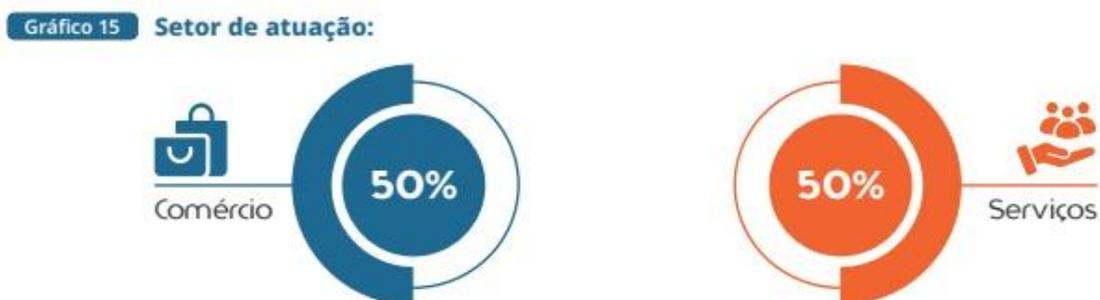


Perfil das empresas

A distribuição das empresas visitadas durante a pesquisa no município de Caraúbas evidencia uma divisão igualitária entre os setores de Comércio e Serviços, com 50% de empresários em cada um dos segmentos.

Essa distribuição equilibrada mostra que tanto o Comércio quanto os Serviços desempenham papéis importantes na economia local, com ambos os setores reconhecendo a relevância da Festa de São Sebastião para o incremento dos seus negócios. A igualdade entre os setores

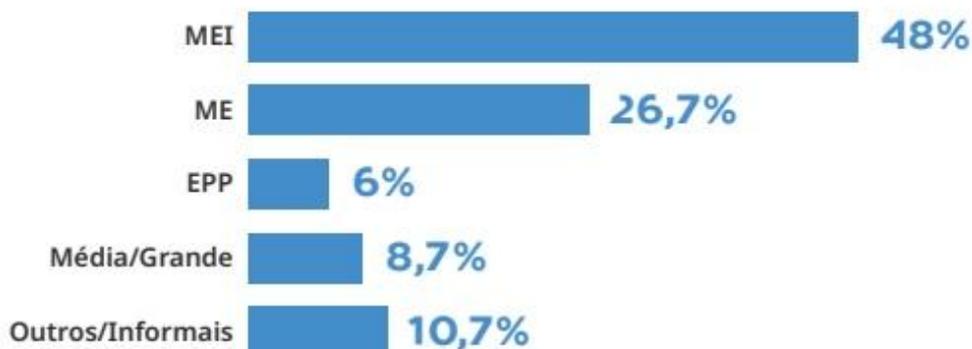
também pode indicar uma complementaridade entre as atividades, onde o Comércio oferece produtos e bens, enquanto os Serviços (como alimentação, hospedagem e transporte) atendem às necessidades dos participantes do evento.



Sobre o porte dos negócios entrevistados, a maior parte dos empresários pertence ao MEI (Microempreendedor Individual), com 48% dos participantes, o que destaca a importância desse segmento para a economia local, especialmente em eventos como a festa, onde o fluxo de consumidores pode representar uma boa oportunidade de crescimento para os pequenos empreendedores.

As ME (Microempresas) representam 26,7%, enquanto as EPP (Empresas de Pequeno Porte) estão em 6%. Esses segmentos têm uma presença considerável, mas são superados pelos MEIs. As empresas de médio e grande porte representam 8,7%, e o grupo denominado outros (provavelmente classificações menos comuns de empresas) soma 10,7%.

Gráfico 16 Porte dos negócios:



Quanto ao número de colaboradores das empresas, a maior parte dos negócios na cidade conta com até 5 colaboradores, com 38% das empresas empregando até 2 pessoas e 40% contratando de 3 a 5 funcionários. Esse dado sugere que a maioria dos empreendedores de Caraúbas está lidando com operações de menor escala, onde a força de trabalho é mais enxuta, e a gestão dos negócios tende a ser mais próxima e pessoal.

As empresas com 6 a 10 colaboradores representam 18%, evidenciando que há uma parcela significativa de negócios que já possuem um porte médio, com uma equipe um pouco maior para lidar com as demandas geradas por eventos como a festa. Essas empresas podem oferecer um atendimento mais especializado ou lidar com maior volume de clientes.

Apenas 4% das empresas possuem mais de 10 colaboradores, o que indica que o número de grandes empresas é mais restrito. Esses negócios, por sua escala, provavelmente operam de forma mais estruturada, com maior capacidade de investimento e talvez um foco em uma gama mais ampla de serviços e produtos durante o evento.

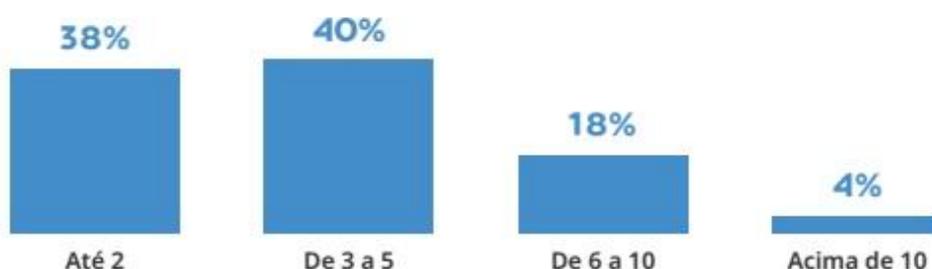
Os dados revelam uma predominância de negócios com mais de 10 anos de operação, com 40,7% dos empresários sendo veteranos no mercado.

Esse grupo tende a ter uma experiência consolidada, o que pode indicar uma maior capacidade de adaptação a eventos como a Festa de São Sebastião e uma percepção mais robusta sobre os impactos desses acontecimentos em seus negócios.

A faixa de 2 a 5 anos de atuação soma 44% do total (21,3% para até 2 anos e 22,7% para de 3 a 5 anos), o que demonstra uma representatividade significativa de empresários relativamente novos no mercado, que podem estar em processo de estabilização e fortalecimento de suas marcas. Esses empresários podem estar mais inclinados a investir em eventos como a festa para criar ou expandir sua base de clientes.

Outros, 15,3% dos empresários estão no mercado há 6 a 10 anos, o que representa uma fase intermediária de maturação dos negócios. Esses empresários provavelmente já possuem um conhecimento razoável sobre o mercado local e os benefícios de eventos sazonais, embora ainda não tenham o mesmo grau de estabilidade das empresas com mais de 10 anos de atuação.

Gráfico 17 Número de colaboradores:



A pesquisa evidencia a diversidade de setores envolvidos no evento. O segmento de vestuário lidera com 19,3%, indicando que muitas

empresas aproveitaram o evento para comercializar roupas, acessórios e produtos típicos.

Os bares e restaurantes representam 16,7%, demonstrando que a gastronomia local tem uma forte presença durante a festa, fornecendo alimentação e bebidas para os participantes. Outros segmentos do ramo de alimentação, como lanchonetes (5,3%), também fazem parte da composição, refletindo o apetite dos consumidores por opções rápidas e práticas.

Além desses, há a presença de salões de beleza/barbearias, farmácias, perfumarias e conveniência, que somam 9,3% dos negócios. Esses segmentos podem estar aproveitando o aumento do fluxo de pessoas na cidade para oferecer serviços relacionados ao cuidado pessoal, saúde e conveniência, essenciais em grandes eventos.

Os dados revelam ainda que existem diversos outros segmentos, incluindo ambulantes, distribuidoras de bebidas, supermercados, padarias, calçados, entre outros, com presença menor, mas ainda assim representativa. Esses segmentos menores podem estar captando nichos de mercado específicos ou oferecendo produtos e serviços complementares à experiência do evento.

Gráfico 18 Tempo de atuação:



Tabela 2 Segmento das empresas:

Vestuário	19,3%
Bares/Restaurantes	16,7%
Lanchonetes	5,3%
Salão de beleza/Barbearia	4%
Farmácias	4%
Perfumaria	3,3%
Conveniência	3,3%
Supermercados	3,3%

Variedades	3,3%
Ambulantes	3,3%
Distribuidora de bebidas	2,7%
Frigorífico	2,7%
Padaria e Confeitaria	2%
Calçados	2%
Celular	2%
Ótica	2%
Assistência	1,3%
Cama, mesa e banho	1,3%
Sorveterias	1,3%
Hotéis/Pousadas	1,3%
Material de construção	1,3%
Posto de gasolina	1,3%
Centro automotivo	0,7%
Comércio varejista	0,7%
Ciclismo	0,7%
Eletrônica	0,7%
Auto Peças	0,7%
Personalizados	0,7%
Artesanatos	0,7%
Pizzaria	0,7%
Tapiocaria	0,7%
Cafeteira	0,7%
Gelo	0,7%
Gráfica	0,7%
Móveis	0,7%
Gravação de mídia	0,7%
Peças	0,7%
Fantasia e adereços	0,7%
Bomboniere	0,7%
Presentes e papelaria	0,7%
Produtos pet e agrícola	0,7%

Síntese dos resultados

Perfil dos participantes

Os dados referentes à distribuição por gênero dos participantes dos festejos de São Sebastião em Caraúbas indicam uma ligeira predominância masculina, com 51,9% do público identificado como homens, enquanto as mulheres representaram 48,1%. Essa divisão quase equilibrada reflete a natureza inclusiva e ampla do evento, que atrai participantes de ambos os gêneros de forma significativa.

Gráfico 1 Gênero:



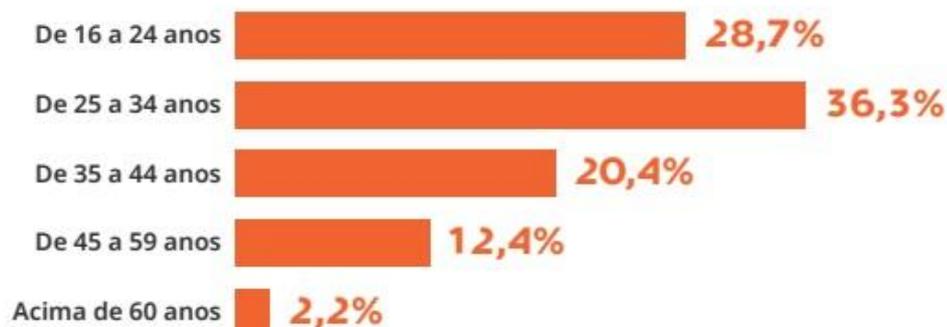
As informações da pesquisa sobre a faixa etária dos participantes da festa de São Sebastião em Caraúbas evidenciam a predominância de um público jovem-adulto. A maior parcela está na faixa de 25 a 34 anos, representando 36,3% do total, seguida pela faixa de 16 a 24 anos, com 28,7%. Juntas, essas duas faixas etárias somam 65% dos participantes, demonstrando que o evento tem grande apelo entre os mais jovens e aqueles em início da vida adulta.

A faixa de 35 a 44 anos, que corresponde a 20,4% do público, também apresenta uma participação relevante, indicando que o evento atrai pessoas em diferentes estágios da vida. A presença significativa desse grupo sugere que a programação contempla atividades que vão além do entretenimento juvenil, alcançando também indivíduos mais maduros com interesses variados.

Por outro lado, as faixas de 45 a 59 anos e acima de 60 anos somam, juntas, 14,6% dos participantes. Essa menor participação de pessoas com mais idade pode estar relacionada a fatores como a dinâmica do evento, que pode exigir maior disposição física, ou a preferência desses grupos por atividades religiosas mais específicas ou em horários diferenciados.

que pode exigir maior disposição física, ou a preferência desses grupos por atividades religiosas mais específicas ou em horários diferenciados.

Gráfico 2 Faixa etária:



A análise da idade média dos participantes segmentada por tipo de público, revela diferenças significativas entre moradores locais e visitantes/turistas. A idade média dos moradores locais foi de 34,4 anos, enquanto a dos visitantes ou turistas alcançou 30,8 anos, resultando em uma média geral de 32,3 anos para o evento.

A menor idade média observada entre os visitantes/turistas pode estar relacionada ao perfil de pessoas que viajam para eventos dessa natureza, geralmente em busca de experiências culturais, religiosas e sociais. Esse público tende a incluir adultos que possuem maior autonomia financeira, o que facilita o deslocamento para participar de eventos em outras localidades. A idade média mais alta entre os moradores locais indica que o evento também exerce um forte apelo junto à juventude da cidade, o que pode ser atribuído à proximidade geográfica e à facilidade de acesso às atividades. O dado reforça o caráter comunitário da festa, que atrai o engajamento da população local e fortalece o sentimento de pertencimento.

A idade média mais alta entre os moradores locais indica que o evento também exerce um forte apelo junto à juventude da cidade, o que pode ser atribuído à proximidade geográfica e à facilidade de acesso às atividades. O dado reforça o caráter comunitário da festa, que atrai o engajamento da população local e fortalece o sentimento de pertencimento.

Gráfico 3 Idade média:

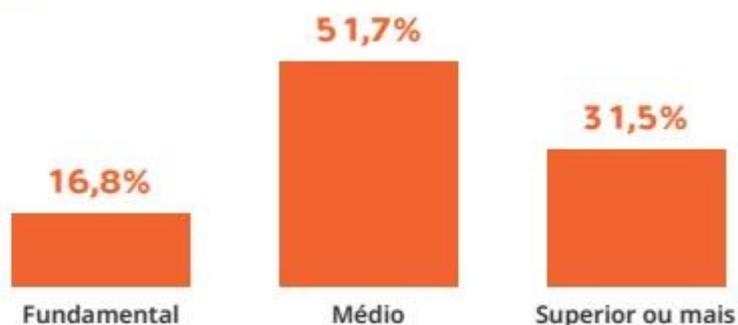


Os dados sobre o nível de escolaridade dos participantes dos festejos de São Sebastião em Caraúbas revelam que a maioria possui Ensino Médio completo, representando 51,7% do total. O resultado indica que o evento atrai predominantemente pessoas com nível educacional intermediário, refletindo, em parte, o perfil educacional da população em geral na região.

A segunda maior parcela corresponde a participantes com Ensino Superior completo ou mais, totalizando 31,5%. Esse dado mostra que o evento também exerce um apelo significativo entre pessoas com maior nível de instrução, o que pode estar associado ao interesse por aspectos culturais e turísticos do festejo. A presença expressiva desse público qualificado é um indicativo positivo, pois contribui para elevar o potencial de consumo e o impacto econômico local.

Outros, 16,8% dos participantes possuem apenas o Ensino Fundamental completo. Essa representatividade demonstra que o evento é inclusivo e acessível, abrangendo diferentes perfis educacionais e garantindo que todos possam participar das celebrações, independentemente de sua escolaridade.

Gráfico 4 Escolaridade:

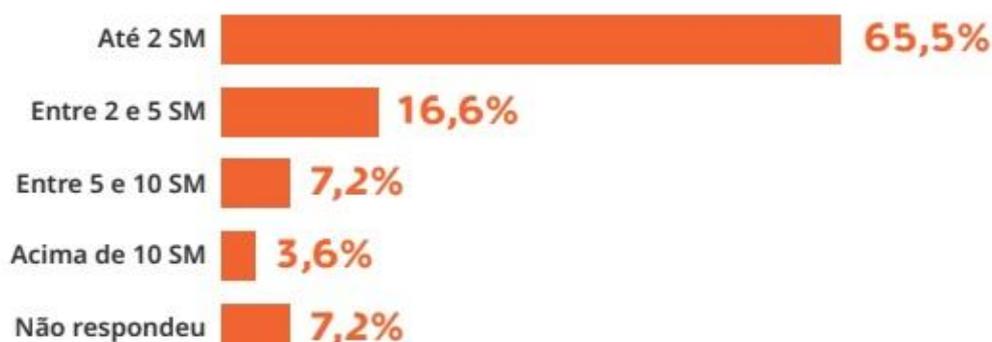


Os dados sobre a renda mensal familiar dos participantes dos festejos de São Sebastião em Caraúbas revelam que a maioria (65,5%) possui renda de até 2 salários-mínimos, refletindo o perfil econômico predominante da região e o caráter popular do evento. A expressiva participação de famílias de menor renda destaca a acessibilidade das festividades e sua importância como espaço de lazer inclusivo para a população local.

O segundo maior grupo, com 16,6%, corresponde a participantes cuja renda está entre 2 e 5 salários-mínimos, seguido por 7,2% com renda entre 5 e 10 salários-mínimos. Esses dados apontam que o evento também atrai um público com maior poder aquisitivo, ainda que em menor proporção. A presença é relevante para o setor comercial, pois pode estar associada a um aumento no consumo de produtos e serviços durante os festejos.

Apenas 3,6% dos participantes possuem renda acima de 10 salários-mínimos, reforçando que o público predominante pertence às faixas de menor renda. Além disso, 7,2% optaram por não responder a essa questão, o que pode ser atribuído a fatores como desconforto em divulgar informações financeiras ou a preferência por manter esse dado em sigilo.

Gráfico 5 Renda mensal familiar:



A análise da renda média mensal familiar em salários-mínimos dos participantes dos festejos de São Sebastião em Caraúbas revela uma diferença discreta entre moradores locais e visitantes/turistas. Enquanto a renda média dos moradores locais é de 2,6 salários-mínimos, a dos

visitantes ou turistas alcança 2,9 salários-mínimos, resultando em uma média geral de 2,8 salários-mínimos para o evento.

Essa ligeira diferença pode ser explicada pela maior capacidade financeira de parte dos visitantes, que tendem a planejar seus deslocamentos e despesas para participar do evento, incluindo gastos com transporte, hospedagem e alimentação. Essa informação reforça o impacto econômico positivo que os turistas trazem ao município, especialmente em setores como comércio, serviços e turismo.

Gráfico 6 Renda média familiar, em salários-mínimos:



Os dados relacionados à companhia dos participantes durante da Festa de São Sebastião em Caraúbas mostram que o evento tem forte caráter social e familiar. A maior parcela, 36,5%, participou acompanhada da família, reforçando o apelo do evento como um momento de convivência e celebração coletiva, especialmente entre os moradores locais.

Os amigos também desempenharam um papel significativo, com 35,9% dos entrevistados afirmando que participaram do evento em grupo de amigos. A participação reflete o caráter descontraído e festivo das celebrações, atraindo especialmente jovens e grupos que valorizam a interação social em ambientes animados.

Enquanto, 22,8% dos participantes estiveram acompanhados de seus companheiros, o que sugere que o evento também funciona como um espaço para momentos mais íntimos e de lazer entre casais. Além disso, apenas 4,8% dos entrevistados participaram sozinhos, indicando que, embora o evento seja acessível a todos, ele é predominantemente vivido como uma experiência compartilhada.

Gráfico 7 Com quem participou do evento?



Origem

A origem dos participantes dos festejos de São Sebastião em Caraúbas indica uma predominância de visitantes ou turistas, que representam 59,9% do público total. O dado reforça a capacidade do evento de atrair pessoas de fora do município, evidenciando seu potencial como motor de desenvolvimento turístico e econômico para a região.

Por outro lado, os moradores locais correspondem a 40,1% dos participantes, o que demonstra a relevância do evento para a comunidade de Caraúbas. A expressiva presença de locais reflete a conexão cultural e religiosa que a população mantém com a festa, além de sua importância como espaço de integração e celebração coletiva.

A alta proporção de visitantes ou turistas sugere que o evento possui um alcance que transcende os limites municipais, atraindo pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas atividades culturais e de lazer oferecidas. O fluxo de visitantes gera impacto direto no setor de Comércio e Serviços, movimentando hospedagens, restaurantes e outros negócios locais.

Gráfico 8 Tipo de público:



Em relação ao estado de residência dos participantes, a pesquisa mostra que a esmagadora maioria (94,8%) é proveniente do próprio Rio Grande do Norte. Esse resultado reforça o forte vínculo cultural e religioso do evento com a população do estado, consolidando-o como uma celebração de destaque no calendário regional.

Embora em menor proporção, os estados vizinhos Paraíba (1,4%) e Ceará (1,2%) aparecem com participação relevante. A presença reflete a capacidade do evento de atrair público das áreas limítrofes, provavelmente motivados pela proximidade geográfica e pelo interesse na experiência cultural e religiosa proporcionada pela festividade.

A participação de estados mais distantes, como São Paulo, Maranhão, Distrito Federal, entre outros que aparecem com percentuais individuais de 0,4% ou menos, sugere que o evento possui um alcance nacional, ainda que em pequena escala. Isto pode indicar visitantes que viajaram motivados por conexões familiares ou curiosidade em relação ao evento.

Gráfico 9 Alguns estados de origem dos participantes:

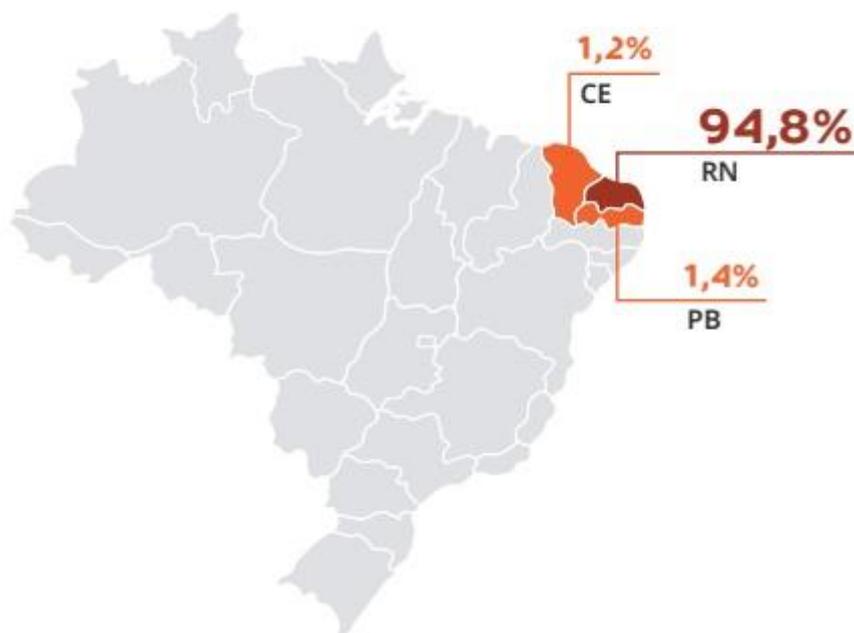


Tabela 1 Estados de origem dos participantes do público participante:

Rio Grande do Norte	94,8%
Paraíba	1,4%
Ceará	1,2%
São Paulo	0,4%
Maranhão	0,4%
Distrito Federal	0,4%
Rondônia	0,2%
Pará	0,2%
Roraima	0,2%
Sergipe	0,2%
Rio Grande do Sul	0,2%
Amapá	0,2%
Pernambuco	0,2%

Os dados sobre a cidade de residência dos participantes dos festejos de São Sebastião em Caraúbas revelam que o evento tem uma predominância de público local, com 40,1% dos entrevistados residindo em Caraúbas. Isso reflete a forte conexão da população com a festividade, que é uma celebração cultural e religiosa central para a cidade.

Mossoró, o principal município da região, aparece como a segunda maior origem dos participantes, representando 15% do público. A proximidade geográfica e a importância econômica de Mossoró podem explicar esse número expressivo, seguido por Apodi (8,2%) e Governador Dix-Sept Rosado (6,4%), municípios localizados no entorno de Caraúbas e que também participam ativamente das celebrações.

Outras cidades da região, como Patu (5,2%), Umarizal (2,4%), e Janduís (1,6%), complementam o público, reforçando o alcance regional do evento. Além disso, Natal, a capital do estado, também se destaca com 3,4%, indicando que as festividades atraem público da principal metrópole potiguar, consolidando o evento como um atrativo estadual.

Embora a maior parte do público seja da região, a tabela também registra participações pontuais de cidades distantes, como Fortaleza, Recife, João Pessoa, e até mesmo localidades como São Bernardo do Campo e Brasília. Esses percentuais menores mostram que o evento alcança diferentes públicos, seja por motivos de turismo, visitas

familiares ou conexões culturais. Esse panorama reforça o caráter abrangente da festividade, que se mantém enraizada na comunidade local, mas com um potencial significativo de expansão para públicos de outras regiões.

Tabela 2 Cidades de origem do público participante:

Caraúbas	40,1%
Mossoró	15%
Apodi	8,2%
Governador Dix-Sept Rosado	6,4%
Patu	5,2%
Natal	3,4%
Umarizal	2,4%
Janduís	1,6%
Messias Targino	1,6%

Olho-d'Água do Borges	1,4%
Catolé do Rocha	1,4%
Campo Grande	1,2%
Caicó	1%
Upanema	0,8%
Areia Branca	0,8%
Lucrécia	0,8%
Felipe Guerra	0,6%
Fortaleza	0,6%
Jucurutu	0,6%
Severiano Melo	0,4%
Rafael Godeiro	0,4%
Bernardo do Mearim	0,4%
Almino Afonso	0,4%
Parnamirim	0,4%
Serra do Mel	0,2%
Cachoeira	0,2%
Currais Novos	0,2%
Aracaju	0,2%
Rodolfo Fernandes	0,2%
Martins	0,2%
Sobradinho	0,2%
Camocim	0,2%
Boa Vista	0,2%
Campinas	0,2%

Assu	0,2%
São Bernardo do Campo	0,2%
Oiapoque	0,2%
Juazeiro do Norte	0,2%
Belém	0,2%
Tenente Ananias	0,2%
Governador Jorge Teixeira	0,2%
Frutuoso Gomes	0,2%
Itaú	0,2%
Brasília	0,2%
Pau dos Ferros	0,2%
João Pessoa	0,2%
Belém do Brejo do Cruz	0,2%
Limoeiro do Norte	0,2%

Frequência

A análise sobre a frequência de participação no evento de São Sebastião em Caraúbas, com base nas novas informações, reforça a ideia de que o evento tem uma forte base de público fiel. A maior parte dos participantes (42,3%) declarou que já participou do evento em oito ou mais edições, o que destaca a natureza tradicional e consolidada da festa. Os participantes são, provavelmente, figuras recorrentes na celebração, contribuindo para a manutenção do evento ao longo dos anos.

Além disso, 34,3% dos participantes afirmaram que participaram do evento entre duas e sete vezes. Esse grupo representa uma participação considerável, o que indica que muitos frequentam a festa regularmente, embora não com a mesma constância dos que participam de forma mais assídua. O fato de um público significativo estar nesta faixa também reflete o apelo do evento como uma celebração de longa data e de importância contínua.

Aqueles que estão participando pela primeira vez somam 23,4% do público, o que é um indicativo positivo de que o evento continua atraindo novos visitantes, seja pelo aspecto religioso, cultural ou pelo turismo. A presença de novos participantes também é essencial para

garantir a sustentabilidade do evento a longo prazo, além de expandir sua visibilidade e alcance.

Na comparação entre locais e visitantes/turistas, a frequência de participação no evento de São Sebastião revela diferenças marcantes no padrão de envolvimento com a festividade. Entre os locais, 73,6% dos participantes afirmam que já participaram do evento em oito ou mais edições, demonstrando uma forte lealdade e tradição associada à festa. Para os moradores de Caraúbas, o evento representa um ponto alto do calendário cultural e religioso, e muitos já fazem parte da celebração há muitos anos.

Os visitantes e turistas apresentam um padrão de participação distinto. Apenas 21,3% afirmam ter participado do evento em oito ou mais edições, refletindo que para esse público, a participação no evento é mais esporádica e está geralmente relacionada a uma experiência pontual. Este dado também pode sugerir que os turistas veem o evento como uma oportunidade única ou ocasional de vivenciar a cultura local, ao contrário dos moradores, que têm uma ligação mais permanente com a festa.

No que diz respeito àqueles que participaram de duas a sete edições, 41,7% dos turistas e visitantes se enquadram nessa faixa, o que indica que, apesar de não serem tão frequentes quanto os locais, esse público também demonstra um certo grau de fidelidade ao evento. Para os locais, a porcentagem nesta faixa é de 23,4%, um número bem menor, o que reforça a ideia de que, enquanto os turistas podem retornar com mais regularidade em diferentes anos, os moradores tendem a participar de forma mais contínua.

Enquanto, 37% dos visitantes e turistas participam pela primeira vez do evento, um percentual bem mais elevado do que os 3% registrados entre os locais. Esse dado é importante, pois sugere que o evento de São Sebastião é um atrativo crescente para turistas, indicando que as ações de promoção e a visibilidade do evento estão conseguindo atrair um público novo e interessado, ampliando sua relevância fora da esfera local.

Gráfico 11 Número de vezes que participou, por tipo de público:



A quantidade de dias que os participantes frequentaram a festa de São Sebastião no município de Caraúbas revela uma diferença significativa entre os locais e os visitantes/turistas. Para os locais, a média de dias de participação é de 5 dias, o que indica que os moradores de Caraúbas têm uma maior disposição para se envolver ao longo de toda a festividade, aproveitando ao máximo os dias de celebração. Esse comportamento reflete o caráter tradicional e cultural do evento para a comunidade local, que tende a aproveitar mais dias da festa em razão de sua importância religiosa e social.

Já para os visitantes e turistas, a média de dias de participação é de 3, o que sugere uma participação mais pontual e focada nos dias de maior atração ou conveniência, possivelmente devido às limitações de tempo ou planejamento. Este padrão é comum entre os visitantes, que podem planejar uma visita mais curta em função da logística ou disponibilidade de tempo.

A média geral de dias de participação, levando em conta tanto locais quanto visitantes, é de 4 dias. Este valor intermediário reflete a combinação de uma forte participação local com a presença de turistas que, apesar de mais esporádicos, ainda assim contribuem de forma significativa para o número de dias de evento frequentados.

Gráfico 12 Média de dias de participação no evento:



Motivação

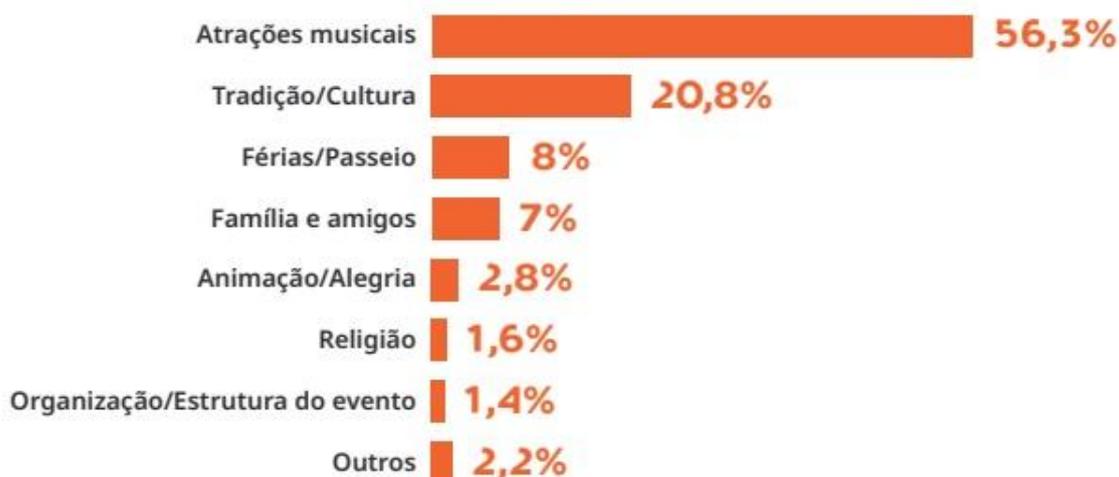
As motivações para participar do evento revelam que a atração musical é, de longe, o principal fator que leva os participantes a se envolverem na festividade, com 56,3% dos entrevistados indicando esse fator como sua principal motivação. Este dado demonstra a grande importância que as apresentações musicais têm no evento, provavelmente associadas à oferta de shows e performances que atraem tanto os locais quanto os turistas, tornando a festividade uma experiência vibrante e diversificada. A música, além de ser um atrativo cultural, é também um ponto de encontro social, o que explica sua popularidade.

A tradição e a cultura aparecem em segundo lugar, com 20,8% dos participantes mencionando esses aspectos como sua principal motivação. Esse resultado evidencia o caráter profundamente enraizado do evento na vida dos habitantes de Caraúbas, especialmente entre os locais, que veem a festa como uma manifestação cultural de grande significado histórico e comunitário. Para esses participantes, o evento é uma oportunidade de celebrar a identidade local e manter vivas as tradições.

Outros fatores, como férias e passeio (8%), e a presença de familiares e amigos (7%), também aparecem como motivações significativas. Os números indicam que, além dos aspectos religiosos e culturais, muitos participantes veem o evento como uma oportunidade de lazer, aproveitando a ocasião para se reunir com entes queridos ou para descansar, aproveitando a atmosfera festiva.

Outras motivações menores, como animação e alegria (2,8%), religião (1,6%) e organização/estrutura do evento (1,4%), refletem aspectos mais específicos do evento, mas que ainda assim têm importância para uma parcela do público.

Gráfico 13 Principal motivação para participar do evento:



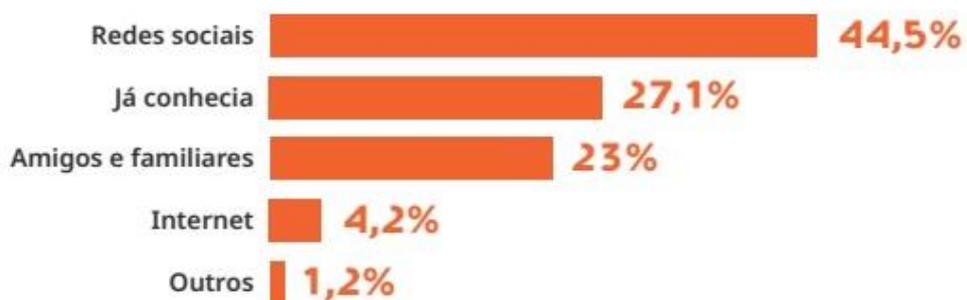
O gráfico sobre os meios pelos quais os participantes tomaram conhecimento do evento indica que as redes sociais desempenham um papel preponderante na divulgação do evento, com 44,5% dos entrevistados apontando essa plataforma como o principal canal de informação. Esse resultado reflete a crescente influência das redes sociais na disseminação de eventos culturais e sociais, especialmente entre os públicos mais jovens e conectados digitalmente. As redes sociais, com suas diversas formas de interação e segmentação, são fundamentais para promover o evento de maneira dinâmica e engajada.

Em segundo lugar, 27,1% dos participantes afirmaram já conhecer o evento, o que indica que uma parte significativa do público possui uma relação de familiaridade com a festa. Isso é esperado, dado o caráter tradicional do evento em Caraúbas, que atrai muitos participantes de edições passadas. Essa familiaridade mostra uma base sólida de público fiel, que contribui para o caráter contínuo e consolidado da festa.

A informação por meio de amigos e familiares foi apontada por 23% dos entrevistados, evidenciando o papel do boca a boca na promoção do evento. Esse canal de comunicação informal é particularmente eficaz em comunidades locais e pode ser um fator importante para a atração de novos participantes, além de reforçar o senso de comunidade e pertencimento.

Outros meios, como internet (4,2%) e outros canais (1,2%), têm um peso menor, mas ainda assim indicam que as estratégias de divulgação digitais além das redes sociais, como sites e portais especializados, também contribuem para a conscientização sobre o evento, embora de forma mais nichada.

Gráfico 14 Como tomou conhecimento do evento?



Planejamento

A análise sobre o momento em que os participantes decidiram comparecer ao evento de São Sebastião revela padrões distintos entre os públicos local e visitante/turista. Para os moradores de Caraúbas, a maior parte (50,2%) tomou a decisão de participar com mais de um ano de antecedência, o que reflete uma relação de continuidade e tradição com o evento. Este público tende a planejar sua participação com bastante antecedência, dada a importância cultural e social do evento na cidade.

Já para os visitantes e turistas, a decisão de participação foi muito mais recente, com 71,3% deles decidindo vir para o evento em menos de um mês. Esse dado sugere que o evento atraiu muitas pessoas que tomaram a decisão de última hora, possivelmente atraídas pelas atrações musicais e culturais, ou pela possibilidade de aproveitar as férias e o turismo em Caraúbas. Esse padrão de decisão de última hora é comum entre turistas, que muitas vezes ajustam seus planos de viagem conforme ofertas ou atrações.

A quantidade de pessoas que decide participar entre dois e três meses antes do evento (9,4% no total geral) também reflete um comportamento de planejamento moderado, mais comum entre quem

já tem alguma familiaridade com o evento, seja pela tradição ou pela experiência de anos anteriores. Para uma parcela menor, as decisões podem ter ocorrido entre quatro e seis meses (2,6%) ou até um ano antes (3,4%), indicando que embora a grande maioria dos participantes tenha decidido relativamente tarde, uma minoria ainda se organiza com antecedência para o evento.

Tabela 3 Quando ocorreu a decisão de vir ao evento?

	Residentes	Visitantes/ Turistas	Total geral
Menos de 1 mês	30,8%	71,3%	55,1%
Entre 2 e 3 meses	10,9%	8,3%	9,4%
Entre 4 e 6 meses	3,5%	2%	2,6%
Entre 7 meses e 1 ano	4,5%	2,7%	3,4%
Acima de 1 ano	50,2%	15,7%	29,5%

O meio de transporte mais utilizado pelos participantes para chegar ao evento de São Sebastião foi o carro próprio, representando 48,5% do total geral. Este dado reflete uma tendência significativa de autossuficiência no deslocamento, com muitas pessoas preferindo a conveniência e o conforto de usar seu próprio veículo para participar do evento. A motocicleta também é um meio de transporte popular, especialmente entre os locais, com 37,3% dos participantes locais optando por este meio, o que pode estar relacionado à praticidade e facilidade de acesso, especialmente para quem mora nas proximidades.

Outro ponto de destaque é o uso de ônibus/van, que foi mais comum entre os visitantes e turistas, com 16,7% dos turistas utilizando esse meio de transporte, o que pode sugerir a organização de transporte coletivo para facilitar o acesso ao evento. A pé, que também é uma opção significativa para os locais (26,4%), indica que o evento é bem localizado, permitindo que uma parte do público local se desloque facilmente para o local, sem a necessidade de veículos.

Os participantes locais mostraram uma preferência mais equilibrada entre os meios de transporte, com uma maior adesão à motocicleta (37,3%) e ao deslocamento a pé (26,4%). Esses dados indicam que os locais aproveitam a proximidade do evento e a infraestrutura da cidade,

usando meios mais acessíveis e rápidos para chegar ao local. O carro próprio também foi uma escolha de 32,8% dos participantes locais, refletindo uma facilidade de acesso, embora em menor escala quando comparado ao público visitante. A utilização de transporte público, como ônibus/van, foi mínima entre os locais, com apenas 0,5% fazendo uso desse meio.

Já os turistas têm uma tendência bem mais marcada de utilizar o carro próprio, representando 59% dos visitantes, o que é típico de turistas que buscam mais liberdade e flexibilidade no deslocamento. O uso de ônibus/van (16,7%) é também uma característica mais forte entre os turistas, sugerindo a possibilidade de transporte organizado para grupos de pessoas, como pacotes turísticos ou transporte coletivo. A motocicleta foi a escolha de apenas 9,3% dos turistas, o que reflete uma diferença no comportamento em relação aos locais, já que a maioria dos turistas não opta por meios de transporte individuais mais rápidos e ágeis, como a moto.

Tabela 4 Meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento:

	Residentes	Visitantes/ Turistas	Total geral
Carro próprio	32,8%	59%	48,5%
Moto	37,3%	9,3%	20,6%
A pé	26,4%	4,3%	13,2%
Ônibus/Van	0,5%	16,7%	10,2%
Carona/Carro de amigo	2,5%	6%	4,6%
Taxi/App	0,5%	3%	2%
Carro alugado	0%	1,7%	1%

Gastos

Os dados de gasto médio diário individual dos participantes do evento revelam importantes diferenças entre os locais e os visitantes/turistas, refletindo suas necessidades e comportamentos distintos. A análise do gasto médio diário individual deve considerar a diferença no número de dias que cada tipo de público, residentes e visitantes, participou do evento. De acordo com os dados fornecidos, os residentes (locais)

participaram do evento, em média, por 5 dias, enquanto os visitantes participaram por 3 dias.

Para os residentes, o gasto médio diário individual foi de R\$ 287,50. Esse valor reflete uma despesa mais moderada, uma vez que os residentes não enfrentam custos com hospedagem e transporte de longa distância, o que geralmente representa as maiores despesas para os turistas.

Já para os visitantes, o gasto médio diário individual foi de R\$ 343,62. Esse valor é substancialmente mais alto, o que é esperado, pois os visitantes geralmente têm custos adicionais com hospedagem, transporte e alimentação fora de casa, o que aumenta seu gasto diário comparado ao público local.

Essa diferença de gasto médio diário entre os dois grupos destaca o impacto econômico dos visitantes no evento. Embora o número de vezes que os residentes foram ao evento seja maior, os visitantes geram um volume financeiro significativamente maior por dia de participação, contribuindo de forma crucial para o sucesso econômico do evento. A estratégia de atrair visitantes, que têm um perfil de gasto mais alto, mostra-se importante para a sustentabilidade financeira e o crescimento do evento nos próximos anos.

Gráfico 15 Gasto médio diário individual por tipo público:



A análise dos percentuais de gasto médio por item revela comportamentos distintos entre os locais e os visitantes/turistas. Para os locais, a maior parte dos gastos foi concentrada em compras (45,2%), o que pode indicar uma preferência por adquirir produtos e lembranças do evento ou da região. Alimentação e bebidas representaram 32,9% do total gasto pelos locais, o que sugere que o evento é uma oportunidade para desfrutar da culinária local. Já os gastos com diversão (15,3%) e transporte (6,5%) foram relativamente baixos, o que é esperado, considerando que os locais provavelmente já possuem acesso mais facilitado ao evento e utilizam menos transporte.

Os visitantes/turistas tiveram um padrão de gastos um pouco diferente. Embora também tenham investido a maior parte em alimentação e bebidas (30,1%), tiveram uma parcela considerável de gastos com hospedagem (22,5%), refletindo o custo extra de pernoitar na cidade, o que não se aplica aos locais. Os gastos com transporte (11,1%) também são mais altos para os turistas, indicando a necessidade de locomoção adicional devido à distância percorrida para chegar ao evento. A diversão (12,8%) e as compras (23,6%) aparecem em menor proporção, sugerindo que, para os turistas, o foco de gasto está principalmente em hospedagem e alimentação, com as compras assumindo uma posição secundária em relação ao que os locais gastam.

Gráfico 16 Porcentagem por item do gasto médio diário individual:



Movimentação

A estimativa de movimentação de público e econômica evidencia a relevância do evento tanto pela expressiva participação popular quanto pelo impacto financeiro gerado. Segundo dados da organização, a festa reuniu um total de 105.000 pessoas, sendo 62.895 visitantes e 42.105 residentes locais ao longo dos dias de realização. Essa predominância de visitantes, que representam cerca de 60% do público total, destaca o forte apelo do evento para o público externo, o que é fundamental para impulsionar a economia da região.

Em termos financeiros, o evento movimentou aproximadamente R\$ 32,7 milhões, com os visitantes contribuindo com R\$ 20,96 milhões, enquanto os residentes locais foram responsáveis por R\$ 11,74 milhões. A diferença expressiva entre os valores reflete o comportamento esperado: visitantes, por estarem fora de seu local de origem, realizam

gastos adicionais com produtos e serviços. Esses gastos, mesmo que alguns turistas optem por viagens bate e volta, reforçam o impacto econômico na cidade e nos municípios próximos.

A análise reforça que o evento não apenas mobiliza a comunidade local, mas também desempenha um papel estratégico no fortalecimento dos setores de comércio e serviços, abrangendo alimentação, transporte, hospedagem e produtos em geral. O impacto financeiro transcende Caraúbas, beneficiando toda a cadeia econômica da região. Os dados evidenciam que, embora os residentes locais formem uma base sólida de público, são os visitantes que impulsionam a maior parte da movimentação financeira, consolidando o evento como uma alavanca para o desenvolvimento econômico e a promoção turística da cidade.

Gráfico 17 Estimativa da movimentação econômica:

Residentes	 42.105 Público*	 R\$ 11.742.031,88 Movimentação
Visitantes/ Turistas	 62.895 Público*	 R\$ 20.963.620,50 Movimentação
Total	 105.000 Público*	 R\$ 32.705.652,38 Movimentação

* Público estimado pela organização do evento.

Avaliação

A avaliação geral dos itens relacionados ao evento apresenta índices extremamente positivos, com as médias variando entre 7,8 e 9,6. O item mais bem avaliado foi “Atrações musicais do evento”, com uma média de 9,6, destacando a relevância e a satisfação com as apresentações musicais. Em seguida, “Organização do evento” e “Divulgação” receberam médias de 9,5, indicando que os participantes estão muito satisfeitos com a forma como o evento foi organizado e divulgado.

O “Espaço físico” também teve uma excelente avaliação, com média de 9,4, o que sugere que a infraestrutura foi adequada para receber o público. Itens como “Segurança no evento” e “Limpeza” também se destacaram positivamente, com médias de 9,2 e 9,3, respectivamente,

demonstrando que as preocupações com a segurança e a limpeza foram atendidas de forma eficaz.

O item “Preço cobrados” recebeu a menor avaliação, com uma média de 7,8. Isso indica que, embora o evento tenha sido amplamente positivo, há uma percepção de que o custo envolvido para participar ou consumir durante o evento pode ter sido um ponto de insatisfação para alguns participantes.

Tabela 3 Avaliação dos itens, de 0 a 10:

Atrações musicais do evento	9,6
Divulgação	9,5
Organização do evento	9,5
Espaço físico	9,4
Limpeza	9,3
Segurança no evento	9,2
Acesso ao local do evento	9,1
Transportes	9,1
Locais de Alimentação	9,1
Preço cobrados	7,8

A intenção de retorno para o evento em 2026 é extremamente positiva, com 95,4% dos participantes afirmando que pretendem voltar. Esse dado indica um alto nível de satisfação com a experiência do evento, refletindo que a maioria dos participantes ficou contente com o que foi oferecido e, portanto, está disposta a retornar no futuro.

A porcentagem de 4,2% de participantes que responderam “Talvez” sugere que há uma pequena parcela de pessoas que ainda não têm certeza de sua participação futura, o que pode estar relacionado a fatores como programação, disponibilidade ou preço.

A porcentagem de 0,4% de pessoas que afirmaram “Não” indica que a grande maioria dos participantes teve uma experiência positiva, com apenas uma pequena fração expressando a intenção de não retornar.

Gráfico 18 Pretende voltar para o evento?



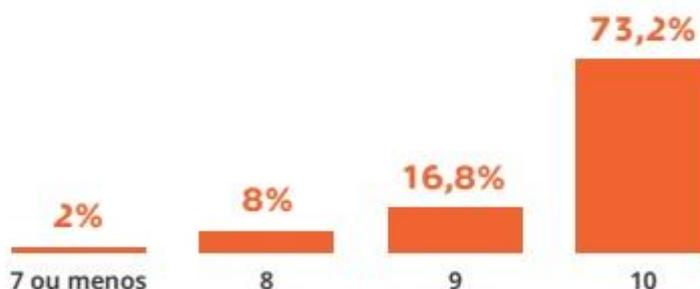
O evento recebeu uma avaliação muito positiva, com 73,2% dos participantes atribuindo a nota 10, a maior possível, o que indica um nível de satisfação excepcional. Essa nota reflete uma experiência altamente satisfatória para a maioria do público, revelando que os aspectos do evento atendem ou até superam as expectativas dos participantes.

Além disso, 16,8% dos participantes deram a nota 9, o que ainda é uma avaliação muito positiva, apenas um pouco abaixo do máximo. Esses números somados indicam que uma vasta maioria, 90%, ficou muito satisfeita com o evento, com apenas uma pequena parcela manifestando avaliações menores.

Nota 8 foi dada por 8% dos participantes, o que ainda é uma avaliação bastante boa, evidenciando que a grande maioria do público reconhece a qualidade do evento, mesmo que haja alguns aspectos que poderiam ser melhorados.

Apenas 2% dos participantes atribuíram nota 7 ou menos, representando uma pequena minoria insatisfeita.

Gráfico 19 Que nota, de 0 a 10, você dá para o evento?



Os resultados da pesquisa indicam uma avaliação excepcional do evento, com uma nota média geral de 9,60, o que demonstra uma forte satisfação entre os participantes. Essa avaliação é corroborada pela alta

porcentagem de participantes que atribuíram notas 9 (16,8%) e 10 (73,2%), o que indica que a maioria dos entrevistados teve uma experiência marcante e positiva durante o evento.

Quando analisados os dados por tipo de público, observa-se uma diferença muito pequena nas médias: locais deram uma avaliação média de 9,64, ligeiramente superior aos visitantes/turistas, que atribuíram 9,58. Esse pequeno desvio pode ser explicado por uma maior familiaridade dos locais com o evento, possivelmente considerando aspectos de continuidade e a relação com a comunidade. Já os turistas podem valorizar mais aspectos de infraestrutura e atrações, que, de modo geral, também receberam notas elevadas.

O fato de que 95,4% dos participantes afirmaram que pretendem voltar para o evento em 2026 é um forte indicativo de sucesso. Isso mostra não apenas a satisfação com a edição atual, mas também o potencial de fidelização de público, tanto local quanto externo. A intenção de retorno é um bom reflexo da qualidade da experiência oferecida, além de evidenciar a eficácia da organização do evento em manter altos níveis de satisfação.

Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025, aponta Fecomércio RN

Link	https://diariopolitico.com.br/2025/03/20/festa-de-sao-sebastiao-de-caraubas-movimentou-mais-de-r-32-milhoes-em-2025-aponta-fecomercio-rn/#google_vignette
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG DIÁRIO POLÍTICO
Classificação	POSITIVO

Festa de São Sebastião de Caraúbas movimentou mais de R\$ 32 milhões em 2025, aponta Fecomércio RN

Resultados da pesquisa do Instituto Fecomércio RN apontam otimismo entre empresários e fortalecimento do setor comercial e de serviços



Pesquisa São Sebastião Caraúbas - foto: Fecomércio RN

A 18ª Festa de São Sebastião, tradicional evento de Caraúbas (RN), movimentou R\$ 32 milhões em 2025, segundo pesquisa do Instituto Fecomércio RN (IFC). Além disso, para 86% dos empresários ouvidos pela pesquisa, o evento – que reúne manifestações religiosas, culturais e turísticas – traz impacto positivo para os negócios, reforçando o papel estratégico da festa no dinamismo econômico local.

Os números foram apresentados na quarta-feira (19), na Câmara Municipal de Caraúbas, a representantes da Prefeitura, pela equipe da Diretoria de Inovação e

Competitividade da Fecomércio RN. Além dos resultados financeiros, o levantamento aponta que a festa não só impulsiona as vendas, mas também contribui para a geração de emprego, com 36% dos empresários tendo contratado profissionais temporários para atender ao pico de demanda.

Outro ponto de destaque é o elevado índice de satisfação, com a nota média atribuída ao evento de 9,21, reforçando a percepção positiva sobre o desempenho dos negócios durante a celebração.

“Diante da relevância da Festa de São Sebastião, a Fecomércio RN realizou esta pesquisa para compreender o perfil dos participantes, contribuindo para o planejamento de ações estratégicas que fortaleçam o comércio, a cultura e o turismo do município”, afirma o presidente do Sistema Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Alto índice de visitantes aponta para potencial de desenvolvimento do turismo

A pesquisa também analisou o perfil dos participantes. Um dos destaques é que, do ponto de vista turístico, os resultados revelam que 59,9% dos participantes são visitantes ou turistas, enquanto 40,1% são moradores locais.

“Essa dinâmica potencializa o fluxo de consumidores e amplia o alcance do evento para além dos limites do município, contribuindo para o fortalecimento do setor de turismo e comércio na região”, explica o diretor de Inovação e Competitividade, Luciano Kleiber, que apresentou os dados.

Ainda segundo análise do IFC, a alta proporção de visitantes ou turistas sugere que o evento possui um alcance que transcende os limites municipais, atraindo pessoas motivadas tanto pelo aspecto religioso quanto pelas atividades culturais e de lazer oferecidas. Além disso, o fluxo de visitantes gera impacto direto no setor de Comércio e Serviços, movimentando hospedagens, restaurantes e outros negócios locais.

Para acessar os relatórios completos da pesquisa, acesse: fecomerciorn.com.br/pesquisas



Pesquisa São Sebastião Caraúbas – foto: Fecomércio RN

Intenção de Consumo das Famílias natalenses soma quatro meses em alta consecutiva

Link	https://blogdeassis.com.br/2025/intencao-de-consumo-das-familias-natalenses-soma-quatro-meses-em-alta-consecutiva/382072/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG DE ASSIS
Classificação	POSITIVO

Intenção de Consumo das Famílias natalenses soma quatro meses em alta consecutiva



Imagem: Divulgação

A Intenção de Consumo das Famílias (ICF) natalenses alcançou 87,5 pontos em março, registrando um aumento de quase 20 pontos em relação ao mesmo mês do ano passado. O indicador natalense também apresentou

crescimento em relação a fevereiro, com um aumento de 1,6 ponto. Esse é o quarto mês consecutivo de alta, de acordo com a pesquisa realizada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC).

Ainda de acordo com a análise, o indicador da capital potiguar está 15,2 pontos abaixo da média nacional (102,5), onde ainda se registra leve grau de satisfação, pois indicadores abaixo de 100 pontos sinalizam a insatisfação das famílias com sua capacidade de consumo, emprego e renda. A alta da inflação é o indicador econômico que tem mais peso para essa perspectiva negativa.

Quando analisada a faixa de renda, as famílias natalenses que ganham até 10 salários-mínimos registraram uma intenção de consumo de 84,5 pontos, o que puxou o indicador geral para o campo da insatisfação.

Por outro lado, as famílias que ganham acima de 10 salários-mínimos registraram uma intenção de consumo de 120,7 pontos, o que representa elevado grau de satisfação, acima até da média nacional para esse substrato da população (116,9). Esse cenário traduz o maior peso da inflação para a população de menor renda e a grande desigualdade social do estado.

“O crescimento contínuo da intenção de consumo sinaliza que as condições econômicas mais favoráveis vêm se mantendo, especialmente para as famílias de menor renda. Entretanto, a inflação crescente continua retirando poder de compra dessa população, o que deve impactar os futuros indicadores do comércio. Daí a importância de políticas que estimulem os investimentos e a geração de emprego e renda no estado para retomar a confiança do consumidor”, afirma o presidente da Fecomércio RN, Marcelo Queiroz.

Os sete indicadores que compõem a ICF também registraram avanço na comparação entre março de 2024 e março de 2025: Emprego atual; Perspectiva profissional; Renda atual; Acesso ao crédito; Nível de consumo atual; Perspectiva de consumo; e Momento para Duráveis.

Em nível nacional, o índice manteve o processo de queda dos últimos seis meses e reduziu 1,4% em março diante do mesmo mês de 2024. “Os

resultados deixam claros os efeitos adversos que a economia brasileira vem apresentando. As famílias estão se sentindo cada vez mais cautelosas com os seus gastos e preocupadas com o futuro”, afirma o presidente do Sistema CNC-Sesc-Senac, José Roberto Tadros.

Fonte: [Fecomércio RN](#)

Mensalidades acessíveis: Balé do Sesc está com inscrições abertas para todas as idades

Link	https://opoti.com.br/mensalidades-acessiveis-bale-do-sesc-esta-com-inscricoes-abertas-para-todas-as-idades/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG O POTI
Classificação	POSITIVO

Mensalidades acessíveis: Balé do Sesc está com inscrições abertas para todas as idades

Matrículas podem ser feitas até o dia 9 de maio nas unidades Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte



Matrículas podem ser feitas até o dia 9 de maio nas unidades Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte. Foto: [Freepik](#).

O Serviço Social do Comércio do Rio Grande do Norte (Sesc RN), entidade do Sistema Fecomércio RN, está com inscrições abertas para as turmas de Balé 2025. As matrículas podem ser feitas até o dia 9 de maio nas

unidades Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte. As mensalidades têm valores a partir de R\$ 39 para trabalhadores do comércio e seus dependentes.

As turmas são organizadas conforme a faixa etária, abrangendo crianças a partir de 4 anos até idosos, além do nível de experiência, avaliado pelos professores. As aulas são oferecidas nos três turnos, permitindo maior flexibilidade para os alunos.

Para se matricular, é necessário comparecer à Central de Relacionamento da unidade desejada, apresentar a credencial Sesc e um atestado de aptidão física. Quem ainda não possui a credencial pode emití-la no local, gratuitamente, caso seja trabalhador ou empreendedor do comércio e seus dependentes. Conveniados e o público em geral também podem obter o documento.

Com mais de três décadas de tradição, o Balé do Sesc é referência no incentivo à dança no estado. As salas são equipadas com piso linóleo, barras e espelhos, e as professoras seguem a metodologia russa Vaganova, que desenvolve gradualmente a consciência corporal dos alunos.

O projeto recebe alunos de todas as idades e, ao fim do ano, promove um espetáculo exclusivo para amigos e familiares, celebrando a dedicação dos participantes. Para Elinava Cordeiro, aluna da turma adulta, a experiência é a realização de um sonho. “Sempre foi meu sonho fazer balé e hoje eu consigo realizar isso, mesmo depois de adulta. Então eu sou muito agradecida pelo Sesc ter esse projeto com adultos, porque nunca é tarde para você realizar um sonho e nunca é tarde para você ser uma bailarina”, afirmou.

Serviço:

O que: Turmas de Balé do Sesc 2025

Quando: Matrículas abertas até 9 de maio

Onde: Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte

Como se inscrever:

- Comparecer à Central de Relacionamento da unidade desejada
- Apresentar atestado de aptidão física

- Apresentar credencial Sesc

Mensalidade: A partir de R\$ 39 para trabalhadores do comércio e dependentes

Horários das turmas:

Sesc Cidade Alta

- Infantil (4 a 7 anos e 11 meses): terça e quinta, 10h às 10h50
- Baby Class (4 a 5 anos e 11 meses): terça e quinta, 15h30 às 16h20
- Preparatório (6 a 7 anos e 11 meses): segunda e quarta, 15h30 às 16h20
- 1º e 2º ano (Turmas A e B): horários em definição
- 3º ano (+8 anos): segunda a quinta, 16h30 às 18h
- Adulto 1 (+18 anos): segunda e quarta, 18h às 19h
- Adulto 2 (+18 anos): terça e quinta, 18h às 19h

Sesc Zona Norte

- Infantil (4 a 7 anos e 11 meses): terça e quinta, 9h30 às 10h20
- Baby Class (4 a 5 anos e 11 meses): terça e quinta, 15h30 às 16h20
- Preparatório (6 a 7 anos e 11 meses): segunda e quarta, 15h30 às 16h20
- 1º e 2º ano (Turma A): segunda e quarta, 8h30 às 9h30
- 1º e 2º ano (Turma B): segunda e quarta, 14h às 15h
- 3º ano (Turma A): segunda a quinta, 10h20 às 11h50
- 3º ano (Turma B): segunda a quinta, 16h30 às 18h
- Ballet Adulto: terça e quinta, 18h às 19h

Balé do Sesc RN oferece turmas para todas as idades por valores de mensalidades acessíveis.

Link	https://eliasjornalista.com/bale-do-sesc-rn-oferece-turmas-para-todas-as-idades-por-valores-de-mensalidades-acessiveis/
Data da publicação	19/03/2025
Veículo	BLOG ELIAS MEDEIROS
Classificação	POSITIVO

[Balé do Sesc RN oferece turmas para todas as idades por valores de mensalidades acessíveis.](#)



As turmas acontecem nas unidades da Cidade Alta e Zona Norte, a partir de R\$ 39,00 para trabalhadores do comércio

O Serviço Social do Comércio do Rio Grande do Norte (Sesc RN), entidade do Sistema Fecomércio RN, está com matrículas abertas para as turmas de

Balé para o ano de 2025, até o dia 09 de maio. As mensalidades são muito acessíveis: a partir de R\$ 39,00 para trabalhadores do comércio e seus dependentes.

Com vagas limitadas distribuídas entre as unidades Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte, as turmas variam de acordo com a faixa etária, de crianças a partir de 4 anos até idosos, e de acordo com a experiência na dança, que será avaliada pelos professores. O Sesc oferece aulas nos três turnos, permitindo que os alunos se encaixem no que for mais conveniente para sua rotina.

Para realizar a matrícula, é preciso se dirigir à Central de Relacionamento da unidade em que se deseja ter aula e apresentar a credencial Sesc e um atestado de aptidão física de qualquer especialidade médica. Se o cliente ainda não possuir a credencial Sesc, é possível fazer na hora. A credencial é gratuita para trabalhadores e empreendedores do comércio, além de seus dependentes. Conveniados e público em geral também conseguem realizar o documento.

Com mais de 30 anos de tradição, o Balé do Sesc é referência em desenvolvimento, fomento e incentivo no segmento da dança no RN. As salas de aula são climatizadas e contam com estrutura exigida para a prática, com piso linóleo, barras e espelhamento. As professoras têm graduação e especialização na área, e realizam as aulas seguindo a metodologia russa Vaganova, que visa o desenvolvimento gradual dos alunos, com ênfase na consciência corporal, abrangendo todos os corpos.

O Balé é uma modalidade democrática, atraindo um público variado, desde as mais jovens às mais maduras, e continua causando encantamento. Todos os anos, para celebrar a conquista de cada uma e o fechamento de um ano de dedicação, é realizado um espetáculo fechado para amigos e familiares, um momento emocionante para todos.

Na experiência de Elinava Cordeiro, aluna da turma adulta, foi um sonho realizado. “Sempre foi meu sonho fazer Balé e hoje eu consigo realizar isso, mesmo depois de adulta. Então eu sou muito agradecida pelo Sesc ter esse projeto com adultos, porque nunca é tarde para você realizar um sonho e nunca é tarde para você ser uma bailarina”, afirmou.

Serviço:

O que: Turmas de Balé do Sesc 2025

Quando: Matrículas abertas até 09 de maio

Onde: Sesc Cidade Alta e Sesc Zona Norte

Como realizar a inscrição:

- Ir até a Central de Relacionamento da unidade em que se deseja ter aula
- Apresentar atestado de aptidão física
- Apresentar credencial Sesc (gratuita para trabalhadores e empreendedores do comércio, além de seus dependentes)

Valor da mensalidade: A partir de R\$ 39,00 (para trabalhadores do comércio e dependentes)

Turmas oferecidas – Sesc Cidade Alta:

- Infantil (de 4 anos a 7 anos e 11 meses): terça e quinta, das 10h às 10h50
- Baby Class (4 anos a 5 anos e 11 meses): terça e quinta, das 15h30 às 16h20
- Preparatório (6 anos a 7 anos e 11 meses): segunda e quarta, das 15h30 às 16h20
- 1º e 2º ano (Turma A): horário em definição
- 1º e 2º ano (Turma B): horário em definição
- 3º ano (+8 anos): segunda a quinta, das 16h30 às 18h
- Adulto 1 (+18 anos): segunda e quarta, das 18h às 19h

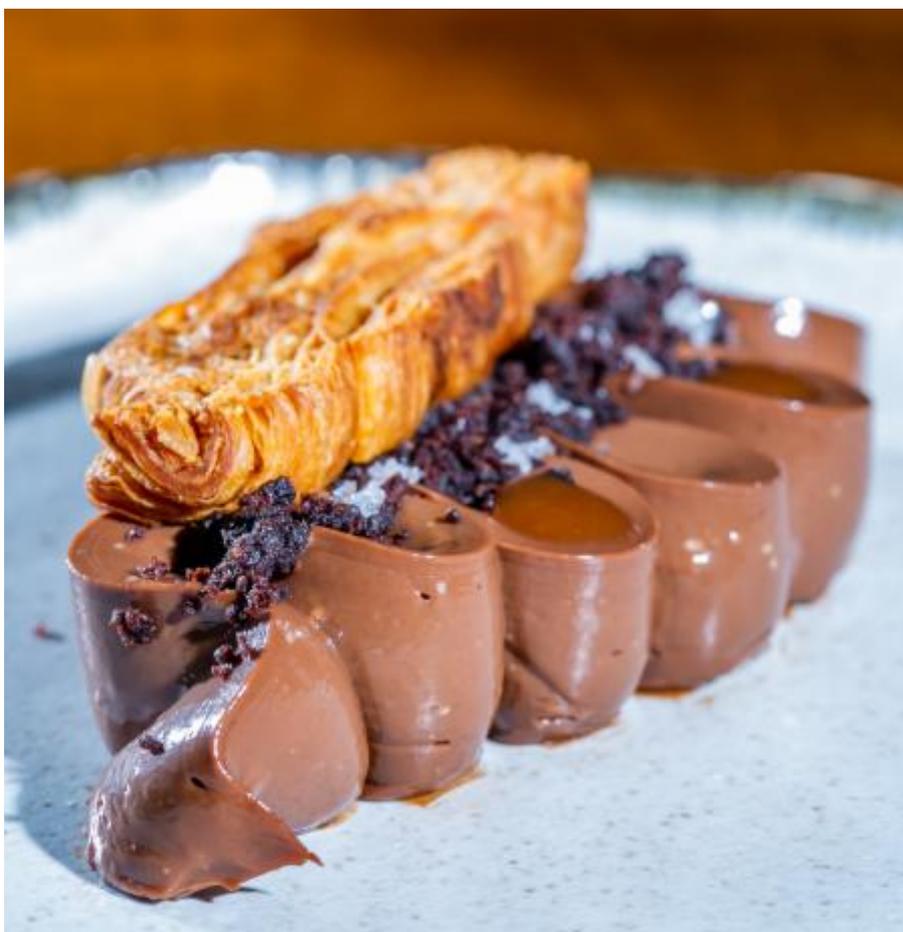
- Adulto 2 (+18 anos): terça e quinta, das 18h às 19h
- Turmas oferecidas – Sesc Zona Norte:
- Infantil (de 4 anos a 7 anos e 11 meses): terça e quinta, das 9h30 às 10h20
- Baby Class (4 anos a 5 anos e 11 meses): terça e quinta, das 15h30 às 16h20
- Preparatório (6 anos a 7 anos e 11 meses): segunda e quarta, das 15h30 às 16h20
- 1º e 2º ano (Turma A): segunda e quarta, das 8h30 às 9h30
- 1º e 2º ano (Turma B): segunda e quarta, das 14h às 15h
- 3º ano (Turma A): segunda a quinta, das 10h20 às 11h50
- 3º ano (Turma B): segunda a quinta, das 16h30 às 18h
- Ballet Adulto: terça e quinta, das 18h às 19h

Restaurante Navarro relança menu executivo com inovações; confira

Link	https://opoti.com.br/restaurante-navarro-relanca-menu-executivo-com-inovacoes-nesta-semana-confira/
Data da publicação	19/03/2025
Veículo	BLOG O POTI
Classificação	POSITIVO

Restaurante Navarro relança menu executivo com inovações; confira

Dumpling de barriga de porco com chilli crunch e rapadura e Polpetone de cordeiro na brasa com mousseline de batata-doce e pão sírio podem ser degustados até sexta-feira (21)



Mousse de chocolate. Foto: Divulgação

O Restaurante Navarro, do Hotel Escola Senac Barreira Roxa, está com um menu executivo que promete surpreender os paladares dos clientes. Sob a direção do chef Jonatã Canela, a casa apresenta uma proposta gastronômica diferenciada, com pratos renovados semanalmente.

O menu executivo estará disponível de segunda a sexta-feira, no horário de 12h às 15h, ao valor de R\$ 79,00. Os clientes poderão escolher duas opções de entrada, um prato principal e uma sobremesa, todos com novidades a cada semana. As bebidas não estão incluídas no valor.

Para esta semana – até a sexta-feira (21) –, os destaques do menu incluem:

Entradas:

- Atum com burrata e salsa crua
- Dumpling de barriga de porco com chilli crunch e rapadura

Pratos principais:

- Polpetone de cordeiro na brasa com mousseline de batata-doce e pão sírio
- Dourado na brasa com vatapá e arroz de coco queimado

Sobremesas:

- Capim-santo com chocolate branco e maçã verde
- Mousse de chocolate

O Restaurante Navarro presta homenagem a Newton Navarro, um ícone da cultura potiguar, reconhecido por sua contribuição nas artes como dramaturgo, poeta, desenhista e pintor. Com capacidade para cerca de 120 pessoas, o local é aberto ao público e proporciona uma experiência gastronômica memorável em um ambiente acolhedor, contando com a excelência dos profissionais formados pelo Senac RN.

Aumento do ICMS começa a valer a partir desta quinta (20) no RN

Link	https://tcmnoticia.com.br/estado/aumento-do-icms-comeca-a-valer-a-partir-desta-quinta-20-no-rn/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	TCM NOTÍCIAS
Classificação	NEUTRO

Aumento do ICMS começa a valer a partir desta quinta (20) no RN

A nova tributação, que deverá impactar o bolso dos consumidores, foi desaprovada por setores produtivos, como Fecomércio RN, FIERN e CDL

Começou a valer, a partir desta quinta-feira (20), o novo reajuste do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) no Rio Grande do Norte.

[O projeto de elevação na alíquota modal de 18% para 20% foi aprovado pela Assembleia Legislativa do RN em dezembro de 2024 e gerou vários debates entre as bancadas do Governo.](#)

A nova tributação, que deverá impactar o bolso dos consumidores, [foi desaprovada por setores produtivos, como Fecomércio RN, FIERN e CDL.](#) Segundo esses setores, o reajuste no imposto pode desacelerar a economia e prejudicar a competitividade do estado.

À época do envio da proposta à Assembleia, o secretário da Fazenda do Estado, Carlos Eduardo Xavier, justificou a adoção da medida.

“Esse pacote tem a intenção de recompor as receitas do Estado. A gente nunca, desde 2019, teve a pauta de aumento de imposto”, afirmou.

A nova alíquota do ICMS entra em vigor respeitando o intervalo mínimo de 90 dias entre a publicação da lei e a vigência do aumento do imposto.

Encontro da Abrasel deve injetar R\$ 5,3 mi na economia de Natal

Link	https://grandeponto.com.br/noticia/encontro-da-abrasel-deve-injetar-r-53-mi-na-economia-de-natal
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	PORTAL GRANDE PONTO
Classificação	NEUTRO

Encontro da Abrasel deve injetar R\$ 5,3 mi na economia de Natal



Créditos: Sandro Menezes/Assecom Governo do RN

A capital potiguar é palco, até esta quinta-feira (20), do 42º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), evento que reúne no Centro de Convenções de Natal profissionais e empresários do setor de alimentação de todo o País. O encontro, que começou na terça-feira (18), conta com exposição de produtos e serviços, workshops, painéis e imersões para proporcionar conhecimento aos participantes de forma interativa. A Abrasel espera uma movimentação de R\$ 5,3 milhões na economia da cidade, sendo a maior parte desse montante destinada aos segmentos de hospedagem e alimentação.

A estimativa leva em consideração dados da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (Fecomércio-RN)** e do Natal Convention Bureau, com base em um gasto médio de R\$ 895 por pessoa durante os dias de evento. A maior parte dos recursos será destinada à hospedagem (30%) e alimentação (25%). O otimismo vem dos dados referentes à participação no encontro – são mais de 5 mil inscritos. O palco de palestras está entre as principais atrações. Ao todo, são 140 horas de conteúdo simultâneo no formato de palestras silenciosas (nesse tipo de palestra, não há divisórias, os participantes usam receptores sem fio e fones de ouvido e podem escolher o conteúdo de preferência).

Além das palestras, o evento conta com a Cozinha Show, onde chefs renomados preparam receitas ao vivo e apresentam as principais tendências da gastronomia. Paolo Passariello, presidente da Abrasel no Rio Grande do Norte, avalia que o evento mostra a força do setor de bares e restaurantes no Estado e no País. “Desde o volume de faturamento, passando pela relação empresa/fornecedor, ou geração de empregos, tudo aponta para a importância do setor e desse evento, por consequência”, disse.

“Conseguimos reunir todos do segmento em um único evento para discutir uma diversidade de temas, como liderança, venda, marketing e presença digital, contato com o cliente e gestão”, ressaltou Paolo Passariello. O presidente da Abrasel no RN destacou também as oportunidades de negócios que podem ser geradas com o evento. “Muitos empreendimentos compram de uma determinada empresa, mas não sabem o que está por trás dela, então, agora eles têm a chance de estreitar os laços, além de novos negócios que estão sendo fechados aqui”, disse Passariello.

Célio Salles, do Conselho Nacional de Administração da Abrasel, que ministrou a palestra “Apertem os cintos, o funcionário sumiu”, comentou sobre a importância do evento para auxiliar os negócios a obterem melhores resultados. “O encontro é uma forte contribuição, especialmente para a qualificação dos empresários, que estão ávidos por conhecimento, por buscar novos fornecedores e por trocar informação e

networking, ao mesmo tempo em que é possível fechar novos negócios”, pontua Salles.

Os expositores avaliam que o encontro é um momento importante para mostrar a qualidade dos próprios produtos, trocar experiências e atrair negócios. Eduardo Melo, sócio diretor do frigorífico Corte 84, diz que o evento coroa um trabalho em equipe da Abrasel que mostra para o País inteiro o diferencial do setor. O frigorífico possui uma processadora em Macaíba, na Grande Natal, com atuação na produção, engorda do animal, abate, processamento comercialização e distribuição.

“O encontro é um canal de exposição para atrair novos clientes, e clientes indicam outros clientes, então é fundamental estarmos aqui”, pontua Eduardo Melo. Uma equipe da Voxel, empresa especializada em gestão financeira que atende exclusivamente bares e restaurantes, veio de Brasília para participar do evento. João Breno Fernandes, um dos sócios, diz que pela grandiosidade do encontro vale muito a pena participar.

A Voxel possui como cliente três restaurantes em Natal e viu na realização do 42º Encontro Nacional a chance de buscar ampliar a cartela de parceiros na região. “Enxergamos uma importante oportunidade de expandir. O Nordeste é muito grande e ao mesmo tempo carente de gestão. Estamos trazendo soluções de BPO financeiro [serviço de terceirização de processos que envolvem as finanças de uma empresa] para um ramo forte por aqui, com um público-alvo significativo”, descreve João Breno Fernandes.

O 42º Encontro Nacional da Abrasel conta com diversos patrocinadores, dentre eles a Federação das Indústrias do RN (Fiern). Danielle Mafra, superintendente regional do Serviço Social da Indústria (Sesi), que integra a Fiern, sublinha que o evento conecta os negócios locais a tendências mais abrangentes, capazes de trazer modernização ao setor. “A gente observa que essa é uma oportunidade muito significativa para que o segmento possa, aqui no RN, resgatar a própria motivação para pensar os negócios de forma mais abrangente, se conectando a tendências globais. Do mesmo modo, é o momento de desenvolver o segmento de bares e restaurantes para potencializar o turismo e, conseqüentemente, favorecer o Estado”, declara.

Fonte: Tribuna do Norte

Encontro da Abrasel deve injetar R\$ 5,3 mi na economia de Natal

Link	https://blogdopassaro.com.br/encontro-da-abrasel-deve-injetar-r-53-mi-na-economia-de-natal/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	BLOG DO PÁSSARO
Classificação	NEUTRO

Encontro da Abrasel deve injetar R\$ 5,3 mi na economia de Natal



A capital potiguar é palco, até esta quinta-feira (20), do 42º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), evento que reúne no Centro de Convenções de Natal profissionais e empresários do setor de alimentação de todo o País. O encontro, que começou na terça-feira (18), conta com exposição de produtos e serviços, workshops, painéis e imersões para proporcionar conhecimento aos participantes de forma interativa. A Abrasel espera uma movimentação de

R\$ 5,3 milhões na economia da cidade, sendo a maior parte desse montante destinada aos segmentos de hospedagem e alimentação.

A estimativa leva em consideração dados da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (Fecomércio-RN)** e do Natal Convention Bureau, com base em um gasto médio de R\$ 895 por pessoa durante os dias de evento. A maior parte dos recursos será destinada à hospedagem (30%) e alimentação (25%). O otimismo vem dos dados referentes à participação no encontro – são mais de 5 mil inscritos. O palco de palestras está entre as principais atrações. Ao todo, são 140 horas de conteúdo simultâneo no formato de palestras silenciosas (nesse tipo de palestra, não há divisórias, os participantes usam receptores sem fio e fones de ouvido e podem escolher o conteúdo de preferência).

Além das palestras, o evento conta com a Cozinha Show, onde chefs renomados preparam receitas ao vivo e apresentam as principais tendências da gastronomia. Paolo Passariello, presidente da Abrasel no Rio Grande do Norte, avalia que o evento mostra a força do setor de bares e restaurantes no Estado e no País. “Desde o volume de faturamento, passando pela relação empresa/fornecedor, ou geração de empregos, tudo aponta para a importância do setor e desse evento, por consequência”, disse.

“Conseguimos reunir todos do segmento em um único evento para discutir uma diversidade de temas, como liderança, venda, marketing e presença digital, contato com o cliente e gestão”, ressaltou Paolo Passariello. O presidente da Abrasel no RN destacou também as oportunidades de negócios que podem ser geradas com o evento. “Muitos empreendimentos compram de uma determinada empresa, mas não sabem o que está por trás dela, então, agora eles têm a chance de estreitar os laços, além de novos negócios que estão sendo fechados aqui”, disse Passariello.

Célio Salles, do Conselho Nacional de Administração da Abrasel, que ministrou a palestra “Apertem os cintos, o funcionário sumiu”, comentou sobre a importância do evento para auxiliar os negócios a obterem melhores resultados. “O encontro é uma forte contribuição, especialmente para a qualificação dos empresários, que estão ávidos por

conhecimento, por buscar novos fornecedores e por trocar informação e networking, ao mesmo tempo em que é possível fechar novos negócios”, pontua Salles.

Os expositores avaliam que o encontro é um momento importante para mostrar a qualidade dos próprios produtos, trocar experiências e atrair negócios. Eduardo Melo, sócio diretor do frigorífico Corte 84, diz que o evento coroa um trabalho em equipe da Abrasel que mostra para o País inteiro o diferencial do setor. O frigorífico possui uma processadora em Macaíba, na Grande Natal, com atuação na produção, engorda do animal, abate, processamento comercialização e distribuição.

“O encontro é um canal de exposição para atrair novos clientes, e clientes indicam outros clientes, então é fundamental estarmos aqui”, pontua Eduardo Melo. Uma equipe da Voxel, empresa especializada em gestão financeira que atende exclusivamente bares e restaurantes, veio de Brasília para participar do evento. João Breno Fernandes, um dos sócios, diz que pela grandiosidade do encontro vale muito a pena participar.

A Voxel possui como cliente três restaurantes em Natal e viu na realização do 42º Encontro Nacional a chance de buscar ampliar a cartela de parceiros na região. “Enxergamos uma importante oportunidade de expandir. O Nordeste é muito grande e ao mesmo tempo carente de gestão. Estamos trazendo soluções de BPO financeiro [serviço de terceirização de processos que envolvem as finanças de uma empresa] para um ramo forte por aqui, com um público-alvo significativo”, descreve João Breno Fernandes.

O 42º Encontro Nacional da Abrasel conta com diversos patrocinadores, dentre eles a Federação das Indústrias do RN (Fiern). Danielle Mafra, superintendente regional do Serviço Social da Indústria (Sesi), que integra a Fiern, sublinha que o evento conecta os negócios locais a tendências mais abrangentes, capazes de trazer modernização ao setor. “A gente observa que essa é uma oportunidade muito significativa para que o segmento possa, aqui no RN, resgatar a própria motivação para pensar os negócios de forma mais abrangente, se conectando a tendências globais. Do mesmo modo, é o momento de desenvolver o segmento de bares e

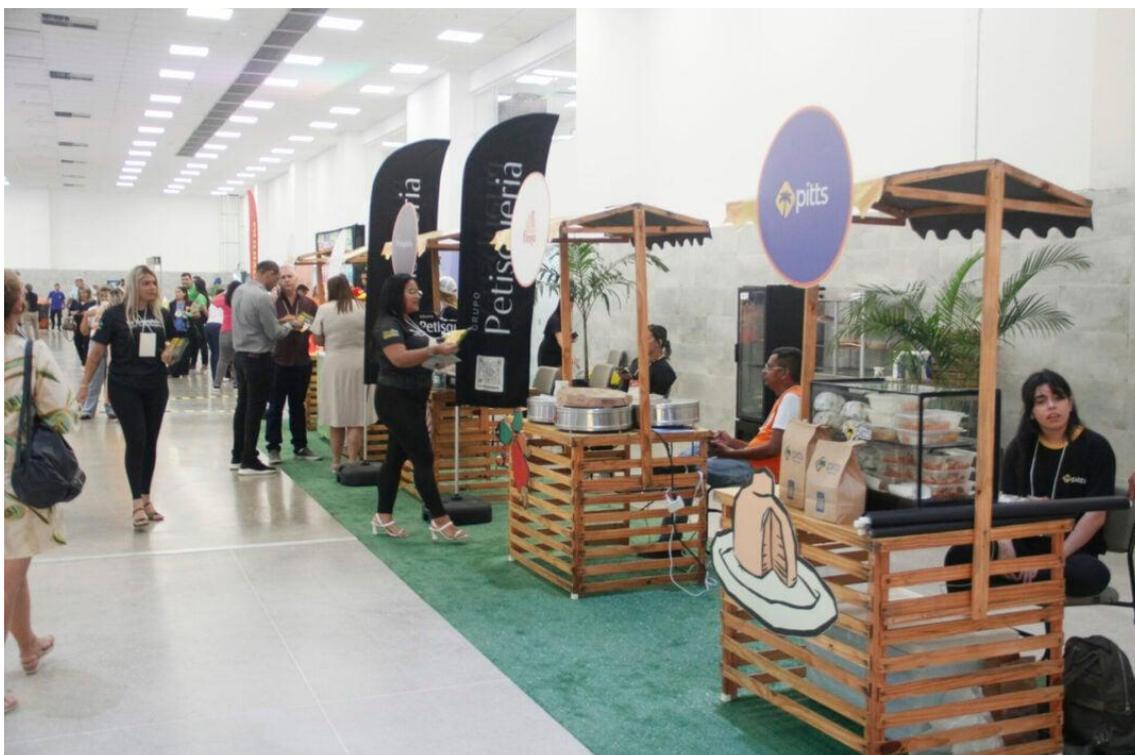
restaurantes para potencializar o turismo e, conseqüentemente, favorecer o Estado”, declara.

Tribuna do Norte

Encontro da Abrasel deve injetar R\$ 5,3 mi na economia de Natal

Link	https://tribunadonorte.com.br/economia/encontro-da-abrasel-deve-injetar-r-53-mi-na-economia-de-natal/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NEUTRO

Encontro da Abrasel deve injetar R\$ 5,3 mi na economia de Natal



Evento da Abrasel reúne, no Centro de Convenções de Natal, profissionais e empresários do setor de alimentação de todo o País | Foto: ANDERSON RÉGIS

PUBLICIDADE

A capital potiguar é palco, até esta quinta-feira (20), do 42º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), evento que reúne no Centro de Convenções de Natal profissionais e empresários do setor de alimentação de todo o País. O encontro, que começou na terça-feira (18), conta com exposição de produtos e serviços,

workshops, painéis e imersões para proporcionar conhecimento aos participantes de forma interativa. A Abrasel espera uma movimentação de R\$ 5,3 milhões na economia da cidade, sendo a maior parte desse montante destinada aos segmentos de hospedagem e alimentação.

A estimativa leva em consideração dados da **Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do RN (Fecomércio-RN)** e do Natal Convention Bureau, com base em um gasto médio de R\$ 895 por pessoa durante os dias de evento. A maior parte dos recursos será destinada à hospedagem (30%) e alimentação (25%). O otimismo vem dos dados referentes à participação no encontro – são mais de 5 mil inscritos. O palco de palestras está entre as principais atrações. Ao todo, são 140 horas de conteúdo simultâneo no formato de palestras silenciosas (nesse tipo de palestra, não há divisórias, os participantes usam receptores sem fio e fones de ouvido e podem escolher o conteúdo de preferência).

Play Video

Além das palestras, o evento conta com a Cozinha Show, onde chefs renomados preparam receitas ao vivo e apresentam as principais tendências da gastronomia. Paolo Passariello, presidente da Abrasel no Rio Grande do Norte, avalia que o evento mostra a força do setor de bares e restaurantes no Estado e no País. “Desde o volume de faturamento, passando pela relação empresa/fornecedor, ou geração de empregos, tudo aponta para a importância do setor e desse evento, por consequência”, disse.

“Conseguimos reunir todos do segmento em um único evento para discutir uma diversidade de temas, como liderança, venda, marketing e presença digital, contato com o cliente e gestão”, ressaltou Paolo Passariello. O presidente da Abrasel no RN destacou também as oportunidades de negócios que podem ser geradas com o evento. “Muitos empreendimentos compram de uma determinada empresa, mas não sabem o que está por trás dela, então, agora eles têm a chance de

estreitar os laços, além de novos negócios que estão sendo fechados aqui”, disse Passariello.

PUBLICIDADE

Célio Salles, do Conselho Nacional de Administração da Abrasel, que ministrou a palestra “Apertem os cintos, o funcionário sumiu”, comentou sobre a importância do evento para auxiliar os negócios a obterem melhores resultados. “O encontro é uma forte contribuição, especialmente para a qualificação dos empresários, que estão ávidos por conhecimento, por buscar novos fornecedores e por trocar informação e networking, ao mesmo tempo em que é possível fechar novos negócios”, pontua Salles.

Os expositores avaliam que o encontro é um momento importante para mostrar a qualidade dos próprios produtos, trocar experiências e atrair negócios. Eduardo Melo, sócio diretor do frigorífico Corte 84, diz que o evento coroa um trabalho em equipe da Abrasel que mostra para o País inteiro o diferencial do setor. O frigorífico possui uma processadora em Macaíba, na Grande Natal, com atuação na produção, engorda do animal, abate, processamento comercialização e distribuição.

“O encontro é um canal de exposição para atrair novos clientes, e clientes indicam outros clientes, então é fundamental estarmos aqui”, pontua Eduardo Melo. Uma equipe da Voxel, empresa especializada em gestão financeira que atende exclusivamente bares e restaurantes, veio de Brasília para participar do evento. João Breno Fernandes, um dos sócios, diz que pela grandiosidade do encontro vale muito a pena participar.

PUBLICIDADE

A Voxel possui como cliente três restaurantes em Natal e viu na realização do 42º Encontro Nacional a chance de buscar ampliar a cartela de parceiros na região. “Enxergamos uma importante oportunidade de expandir. O Nordeste é muito grande e ao mesmo tempo carente de

gestão. Estamos trazendo soluções de BPO financeiro [serviço de terceirização de processos que envolvem as finanças de uma empresa] para um ramo forte por aqui, com um público-alvo significativo”, descreve João Breno Fernandes.

O 42º Encontro Nacional da Abrasel conta com diversos patrocinadores, dentre eles a Federação das Indústrias do RN (Fiern). Danielle Mafra, superintendente regional do Serviço Social da Indústria (Sesi), que integra a Fiern, sublinha que o evento conecta os negócios locais a tendências mais abrangentes, capazes de trazer modernização ao setor. “A gente observa que essa é uma oportunidade muito significativa para que o segmento possa, aqui no RN, resgatar a própria motivação para pensar os negócios de forma mais abrangente, se conectando a tendências globais. Do mesmo modo, é o momento de desenvolver o segmento de bares e restaurantes para potencializar o turismo e, conseqüentemente, favorecer o Estado”, declara.

Potengi

Link	https://tribunadonorte.com.br/colunas/alex-medeiros/sobre-os-ataques-a-lei-da-ficha-limpa/
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NEUTRO

Potengi Foi aberto ontem e vai até sábado o 3º Encontro do Fórum Potengi, no Complexo Cultural Rampa, iniciativa de revitalização do rio sob a coordenação da **Fecomércio** e UFRN e com apoio da Prefeitura e Consulado da Alemanha.

Abras aponta queda de 4,25% no consumo de brasileiros em fevereiro

Link	https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2025-03/abras-aponta-queda-de-425-no-consumo-de-brasileiros-em-fevereiro
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	AGÊNCIA BRASIL
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Abras aponta queda de 4,25% no consumo de brasileiros em fevereiro

Supermercados esperam melhor desempenho no fechamento do trimestre

O consumo nos lares brasileiros, medido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras), caiu 4,25% em fevereiro deste ano na comparação com o mês anterior. Em relação a fevereiro do ano passado, porém, houve aumento de 2,25%.

No acumulado do primeiro bimestre, a alta é de 2,24%. O resultado abrange os formatos de loja atacarejo, supermercado convencional, loja de vizinhança, hipermercado, minimercado e *e-commerce*. Todos os indicadores são deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Segundo a Abras, o desempenho de fevereiro foi influenciado pelo fato de que, nos dois primeiros meses do ano, o orçamento das famílias é pressionado por despesas obrigatórias, como reajustes das mensalidades escolares, transporte e tributos.

“Assim, há priorização de gastos fixos, com conseqüente redução do consumo de outros itens no período”, diz a Abras. Além desses fatores, o mês mais curto e a realização do carnaval em março também influenciaram o desempenho mensal.

O vice-presidente da Abras, Marcio Milan, afirmou ainda que os programas de transferência de renda direta, o reajuste do salário mínimo, os pagamentos do PIS/Pasep e do lote residual do Imposto de Renda, as

requisições de pequeno valor (RPVs) do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), contribuíram para o resultado.

“Com esses recursos extras e a continuidade das políticas de transferência de renda, projetamos um desempenho mais favorável para o consumo até o fechamento do primeiro trimestre. A pressão inflacionária sobre os alimentos persiste, mas esses estímulos devem contribuir para sustentar o poder de compra das famílias”, acrescentou Milan.

De acordo com a Abras, o valor da cesta de 35 produtos de largo consumo (alimentos, bebidas, carnes, produtos de limpeza, itens de higiene e beleza) aumentou 0,73%, passando de R\$ 800,75 para R\$ 806,61 na média nacional. O destaque do mês foi a elevação expressiva nos preços dos ovos (+15,39%), observado desde a segunda quinzena de janeiro, fazendo com que o produto fosse o item com maior variação de janeiro para fevereiro. As maiores altas ocorreram na Região Sul (+23,24%), seguida do Centro-Oeste (+20,76%), Norte (+18,38%), Nordeste (+16,67%) e Sudeste (+15,12%). Em seguida aparece o café torrado e moído (+10,77%) que manteve a tendência de alta. No acumulado do ano, o avanço supera +20,25%, e em 12 meses atinge +66,19%.

No sentido contrário, tiveram redução de preço feijão (-3,33%), óleo de soja (-1,98%), arroz (-1,61%), farinha de mandioca (-1,61%), leite longa vida (-1,04%), açúcar refinado (-0,28%) e massa sêmola de espaguete (-0,16%). Entre as proteínas, caíram os preços da carne bovina – corte do traseiro (-0,14%) e do pernil (-0,41%). Houve alta no corte dianteiro de carne bovina (+1,17%) e no frango congelado (+0,37%). Em hortifrúti, a batata (-4,10%) e a cebola (-1,77%) apresentaram retração, enquanto o tomate subiu +3,74%, acumulando alta no ano de +24,77%.

Entre os itens de limpeza, aumentaram os preços do desinfetante (+0,96%), sabão em pó (+0,91%), detergente líquido para louças (+0,90%) e água sanitária (+0,41%). Com a valorização do dólar no ano passado, encarecendo insumos e matérias-primas usados pela indústria, a Abras havia antecipado, em dezembro, que os repasses seriam feitos ao final dos estoques, com impacto direto nos preços ao consumidor já em janeiro. No acumulado do bimestre, os reajustes mais expressivos foram os de desinfetante (+1,78%), água sanitária (+1,44%), detergente líquido para

louça (+1,21%) e sabão em pó (+0,65%).

No segmento de higiene e beleza, os preços do sabonete (-0,49%) e do xampu (-0,13%) recuaram em fevereiro, enquanto os do creme dental (+0,81%) e do papel higiênico (+0,08%) tiveram leve alta.

Expectativa para a Páscoa

Ovos de chocolate estão 14% mais caros - Arquivo/Agência Brasil

Mesmo com alta de 12,5% no preço de produtos típicos de Páscoa na comparação com o ano passado, o setor de supermercados estima que o consumo pode crescer entre 8% e 12% no período.

“Apesar da pressão inflacionária observada nos itens sazonais, o cenário aponta para uma Páscoa de consumo aquecido. O equilíbrio entre renda disponível e ações comerciais bem estruturadas deve garantir o bom desempenho do período, reafirmando a data como uma das mais relevantes para o consumo das famílias”, disse Milan.

Segundo a Abras, os preços dos ovos de chocolate e produtos relacionados (bombons, miniovos, coelhos e barras) tiveram aumento médio de 14%, e as colombas ficaram 5% mais caras.

Entre os produtos importados, a elevação foi, em média, de 20%, com destaque para o azeite (+18%), o bacalhau (+10%) e vinhos importados (+7,5%). Nas bebidas, também foram observadas altas nos preços da cerveja (+5%), refrigerantes (+6%) e vinhos nacionais (+7%).

Abras aponta queda de 4,25% no consumo de brasileiros em fevereiro

Link	https://tribunadonorte.com.br/economia/abras-aponta-queda-de-425-no-consumo-de-brasileiros-em-fevereiro/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Abras aponta queda de 4,25% no consumo de brasileiros em fevereiro

Consumo nos lares brasileiros cai 4,35% | Foto: FERNANDO FRAZÃO/AGÊNCIA BRASIL

PUBLICIDADE

O consumo nos lares brasileiros, medido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras), caiu 4,25% em fevereiro deste ano na comparação com o mês anterior. Em relação a fevereiro do ano passado, porém, houve aumento de 2,25%.

No acumulado do primeiro bimestre, a alta é de 2,24%. O resultado abrange os formatos de loja atacarejo, supermercado convencional, loja de vizinhança, hipermercado, minimercado e e-commerce. Todos os indicadores são deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Play Video

Segundo a Abras, o desempenho de fevereiro foi influenciado pelo fato de que, nos dois primeiros meses do ano, o orçamento das famílias é pressionado por despesas obrigatórias, como reajustes das mensalidades escolares, transporte e tributos.

“Assim, há priorização de gastos fixos, com conseqüente redução do consumo de outros itens no período”, diz a Abras. Além desses fatores, o mês mais curto e a realização do carnaval em março também influenciaram o desempenho mensal.

O vice-presidente da Abras, Marcio Milan, afirmou ainda que os programas de transferência de renda direta, o reajuste do salário mínimo, os pagamentos do PIS/Pasep e do lote residual do Imposto de Renda, as requisições de pequeno valor (RPVs) do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), contribuíram para o resultado.

PUBLICIDADE

“Com esses recursos extras e a continuidade das políticas de transferência de renda, projetamos um desempenho mais favorável para o consumo até o fechamento do primeiro trimestre. A pressão inflacionária sobre os alimentos persiste, mas esses

estímulos devem contribuir para sustentar o poder de compra das famílias”, acrescentou Milan.

De acordo com a Abras, o valor da cesta de 35 produtos de largo consumo (alimentos, bebidas, carnes, produtos de limpeza, itens de higiene e beleza) aumentou 0,73%, passando de R\$ 800,75 para R\$ 806,61 na média nacional. O destaque do mês foi a elevação expressiva nos preços dos ovos (+15,39%), observado desde a segunda quinzena de janeiro, fazendo com que o produto fosse o item com maior variação de janeiro para fevereiro. As maiores altas ocorreram na Região Sul (+23,24%), seguida do Centro-Oeste (+20,76%), Norte (+18,38%), Nordeste (+16,67%) e Sudeste (+15,12%). Em seguida aparece o café torrado e moído (+10,77%) que manteve a tendência de alta. No acumulado do ano, o avanço supera +20,25%, e em 12 meses atinge +66,19%.

No sentido contrário, tiveram redução de preço feijão (-3,33%), óleo de soja (-1,98%), arroz (-1,61%), farinha de mandioca (-1,61%), leite longa vida (-1,04%), açúcar refinado (-0,28%) e massa sêmola de espaguete (-0,16%). Entre as proteínas, caíram os preços da carne bovina – corte do traseiro (-0,14%) e do pernil (-0,41%). Houve alta no corte dianteiro de carne bovina (+1,17%) e no frango congelado (+0,37%). Em hortifrúti, a batata (-4,10%) e a cebola (-1,77%) apresentaram retração, enquanto o tomate subiu +3,74%, acumulando alta no ano de +24,77%.

PUBLICIDADE

Entre os itens de limpeza, aumentaram os preços do desinfetante (+0,96%), sabão em pó (+0,91%), detergente líquido para louças (+0,90%) e água sanitária (+0,41%). Com a valorização do dólar no ano passado, encarecendo insumos e matérias-primas usados pela indústria, a Abras havia antecipado, em dezembro, que os repasses seriam feitos ao final dos estoques, com impacto direto nos preços ao consumidor já em janeiro. No acumulado do bimestre, os reajustes mais expressivos foram os de desinfetante (+1,78%), água sanitária (+1,44%), detergente líquido para louça (+1,21%) e sabão em pó (+0,65%).

No segmento de higiene e beleza, os preços do sabonete (-0,49%) e do xampu (-0,13%) recuaram em fevereiro, enquanto os do creme dental (+0,81%) e do papel higiênico (+0,08%) tiveram leve alta.

Expectativa para a Páscoa

Mesmo com alta de 12,5% no preço de produtos típicos de Páscoa na comparação com o ano passado, o setor de supermercados estima que o consumo pode crescer entre 8% e 12% no período.

PUBLICIDADE

Ovos de

chocolate estão 14% mais caros | Foto: arquivo/Agência Brasil

“Apesar da pressão inflacionária observada nos itens sazonais, o cenário aponta para uma Páscoa de consumo aquecido. O equilíbrio entre renda disponível e ações comerciais bem estruturadas deve garantir o bom desempenho do período, reafirmando a data como uma das mais relevantes para o consumo das famílias”, disse Milan.

Segundo a Abras, os preços dos ovos de chocolate e produtos relacionados (bombons, miniovos, coelhos e barras) tiveram aumento médio de 14%, e as colombas ficaram 5% mais caras.

Entre os produtos importados, a elevação foi, em média, de 20%, com destaque para o azeite (+18%), o bacalhau (+10%) e vinhos importados (+7,5%). Nas bebidas, também foram observadas altas nos preços da cerveja (+5%), refrigerantes (+6%) e vinhos nacionais (+7%).

Agência Brasil

Conta de luz ficará mais cara a partir de maio, estima entidade

Link	https://www.poder360.com.br/poder-energia/conta-de-luz-ficara-mais-cara-a-partir-de-maio-estima-entidade/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	PODER360
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Conta de luz ficará mais cara a partir de maio, estima entidade

Relatório da Câmara de Comercialização de Energia Elétrica analisou 4 possíveis cenários de precipitação nos reservatórios do país



Foram analisadas projeções de chuvas para 2025 e anos anteriores

As tarifas de energia elétrica vão subir a partir de maio caso haja a ativação da bandeira amarela pela [Aneel](#) (Agência Nacional de Energia Elétrica). O cenário permaneceria em junho, com a possibilidade de adoção da bandeira vermelha nos patamares 1 e 2 entre julho e dezembro.

A análise é da [CCEE](#) (Câmara de Comercialização de Energia Elétrica). Eis a [Íntegra](#) (PDF – 8 MB).

A bandeira verde está em vigor desde dezembro de 2024, sem cobranças adicionais na conta de luz.

A definição das bandeiras tarifárias leva em conta fatores como o nível de armazenamento dos reservatórios das hidrelétricas e a oferta de energia no país. O relatório da CCEE mostra um cenário de queda nos níveis de armazenamento em importantes reservatórios do Sudeste e Centro-Oeste, o que pode pressionar os custos da geração elétrica.

A bandeira tarifária é um indicador importante para a economia. O valor da tarifa de energia elétrica é um dos principais componentes que pressionam a inflação. Uma conta de luz mais baixa representa um custo menor tanto para as famílias quanto para o comércio e a indústria.

[compartilhe esta imagem](#)

ENTENDA OS VALORES E REGRAS DAS BANDEIRAS TARIFÁRIAS

mecanismo indica se haverá ou não cobrança adicional nas contas de luz



bandeira verde

condições favoráveis de geração de energia

SEM COBRANÇA



bandeira amarela

condições menos favoráveis de geração de energia

R\$ 1,885 a cada 100 kWh



bandeira vermelha 1

condições difíceis de geração de energia;
acionamento de usinas mais caras

R\$ 4,463 a cada 100 kWh



bandeira vermelha 2

condições mais complicadas de geração de energia;
acionamento de usinas mais caras

R\$ 7,877 a cada 100 kWh

obs.: kWh é quilowatt-hora
fonte: Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica)
© Poder360 - 2025 - todos os direitos reservados

28.fev.2025

CENÁRIOS

A CCEE montou 4 cenários que levam em consideração simulações de precipitação de chuvas. Por exemplo, o cenário 1 leva em consideração a precipitação observada de janeiro a junho de 2018, enquanto o cenário 2 considera as chuvas de 2021. Os cenários 3 e 4 avaliam as projeções para este ano.

O cenário de bandeira amarela em maio se confirma em 3 dos 4 cenários analisados. Já o acionamento da bandeira vermelha em junho é confirmado em duas das 4 hipóteses, enquanto a bandeira vermelha em julho consta em 3 dos 4 cenários.

Com alta de 3%, Aeroporto de Natal contabiliza 670.4 mil passageiros na alta estação

Link	https://tribunadonorte.com.br/economia/com-alta-de-3-aeroporto-de-natal-contabiliza-670-4-mil-passageiros-na-alta-estacao/
Data da publicação	20/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Com alta de 3%, Aeroporto de Natal contabiliza 670.4 mil passageiros na alta estação



Fluxo de passageiros aumentou no segundo semestre do ano passado -
Foto: Divulgação/Emprotur

PUBLICIDADE

A alta temporada de verão no Rio Grande do Norte, de dezembro de 2024 a fevereiro de 2025, contabilizou 670.4 mil passageiros no aeroporto de Natal, apontando um crescimento de 3% em relação ao mesmo período do ano passado e mostrando o melhor desempenho desde o início de 2020, sendo a segunda melhor alta temporada já registrada. Os números foram divulgados pelo Governo do Estado, através da Empresa Potiguar de Promoção Turística (Emprotur).

Segundo o Governo, no segundo semestre do ano passado, o estado retomou os índices turísticos de antes da pandemia, chegando a recordes, como em setembro, considerado o melhor mês já registrado desde 2014, e outubro, o melhor dos últimos 9 anos. Além disso, encerrou novembro de 2024 com o melhor desempenho no setor de Turismo do Brasil, registrando um crescimento expressivo de 19,1% em relação ao mesmo mês de 2023.

Play Video

“Esses números reforçam a importância dos investimentos contínuos feito pelo Governo do Estado em infraestrutura, segurança e promoção turística. Nós temos hoje um dos estados mais seguros do país, com boas estradas e estamos sempre observando as melhores oportunidades para divulgar nossas belezas e potencialidades econômicas”, comemorou a governadora Fátima Bezerra.

Para o diretor-presidente da Emprotur, Raoni Fernandes, os resultados alcançados mostram que a opção pelo desenvolvimento de um turismo mais qualificado, com multicanais, dentro de um ambiente tático, focado na inteligência comercial é o caminho certo. “Análise de mercados e parcerias estratégicas. Essa é a receita que vem dando certo e que vamos continuar a usar. Aliado a isso, temos investido fortemente na capacitação de agentes de viagem, mostrando diretamente para quem vende pacotes turísticos quais são nossas belezas e diferenciais, destacando nossa sustentabilidade – com 100% de energia limpa e principais atrativos turísticos em Unidades de Conservação -, colocando o Rio Grande do Norte como o destino verde que é e despertando o interesse dos turistas em conhecer nossas atrações e viver experiências únicas que oferecemos”, explica.

PUBLICIDADE

A secretária estadual de turismo, Marina Marinho, diz que o turismo é uma das indústrias mais importantes do nosso estado e responsável por uma imensa cadeia de empregos e serviços. “Então, quando a atividade turística cresce, aumenta a circulação de dinheiro e o desenvolvimento econômico para o nosso povo. E esse é nosso objetivo: melhorar a qualidade de vida dos potiguares”.

Setor de eventos teme baixas com fim do Perse

Link	https://tribunadonorte.com.br/economia/setor-de-eventos-teme-baixas-com-fim-do-perse/
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Setor de eventos teme baixas com fim do Perse



Setor diz que suspensão pode provocar um efeito cascata, prejudicando o caixa das empresas | Foto: Adriano Abreu

PUBLICIDADE

A possível extinção do Programa Emergencial para Retomada do Setor de Eventos (Perse) preocupa empresários do Rio Grande do Norte, especialmente nos segmentos de turismo, hotelaria, bares e restaurantes. A Receita Federal informou à Comissão Mista de Orçamento do Senado, no dia 12 de março, que o teto de R\$ 15 bilhões em benefícios fiscais será atingido ainda neste mês, o que, conforme prevê a legislação,

levaria ao encerramento dos incentivos já em abril. O setor, no entanto, contava com o benefício até dezembro de 2026 e aponta distorções na aplicação dos recursos.

Para a presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do RN (SHRBS-RN), Grace Gosson, a suspensão do programa pode levar a um efeito cascata, prejudicando o caixa das empresas e resultando em demissões. “Se a partir de abril essas empresas não tiverem mais os benefícios tributários, elas não vão conseguir honrar os parcelamentos de tributos ainda da pandemia. Isso pode gerar desemprego e desestabilizar as finanças de muitos negócios”, afirma.

Play Video

Criado em 2022 para mitigar os impactos da pandemia da Covid-19, o Perse concede alíquota zero para PIS/Pasep, Cofins, CSLL e IRPJ a empresas do setor de eventos. O programa recebeu reformulações em 2024 para ser extinto somente em dezembro de 2026, mas com a imposição do teto de R\$ 15 bilhões.

Ainda segundo a representante do segmento no Rio Grande do Norte, a inclusão de grandes empresas – via judicialização – na lista de beneficiárias do Perse acelerou o esgotamento dos recursos. “Quando analisamos a lista de empresas que receberam a redução tributária, vemos que há uma estimativa de pelo menos seis milhões em empresas irregulares. Precisamos que o governo reveja isso para que o programa tenha a sobrevida esperada”, alerta Grace.

PUBLICIDADE

A contestação ocorre porque, segundo a dirigente, o Perse foi estruturado para garantir a recuperação de empresas de eventos e hotelaria. Apesar disso, ele beneficiou negócios que não se enquadram nesse perfil, como plataformas de delivery e locação, enquanto pousadas, casas de espetáculo e bares ainda lutam para quitar dívidas do período pandêmico.

A crítica é reiterada por Paolo Passariello, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes no RN (Abrasel-RN). “Empresas gigantes sugaram uma fatia muito grande, em especial aquelas que durante a pandemia foram as que mais lucraram. É preciso que tenha alguma ação para reverter isso”, afirma. A revisão da lista de beneficiários e uma maior transparência na destinação dos incentivos são demandas prioritárias do setor.

No Rio Grande do Norte, o setor de turismo, hotelaria, alimentação e eventos teve uma recuperação gradual após a pandemia, mas ainda carrega dívidas acumuladas. O presidente da Abrasel-RN enfatiza que a manutenção do Perse é essencial para evitar a falência de empresas que ainda estão pagando parcelamentos de tributos. “É preciso que seja colocado um planejamento fechado, para que empresas que se programaram para um ano pagando zero, não tenham que voltar a pagar tudo de novo sem estarem preparadas”, defende Paolo.

PUBLICIDADE

Caso o programa perca a vigência, de acordo com Grace Gosson, os empresários precisarão rever despesas e buscar alternativas para honrar compromissos financeiros. “Será necessário reavaliar as despesas internas de cada empresa para viabilizar o pagamento dos tributos e parcelamentos. Há um risco real de que algumas empresas não consigam honrar seus compromissos, o que pode resultar em falências”, alerta.

Diante da situação, o setor se mobiliza para reverter a decisão, buscando diálogo com o governo federal. Uma reunião foi solicitada para o dia 27 de abril, com participação da Receita Federal, para discutir a continuidade do programa. O pleito conta com o apoio de cerca de 300 parlamentares. O objetivo é garantir que o Perse continue até 2026, conforme estabelecido na renegociação de maio de 2024.

Abras: Consumo nos lares cai 4,25% em fevereiro

Link	https://tribunadonorte.com.br/economia/abras-consumo-nos-lares-cai-425-em-fevereiro/
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Abras: Consumo nos lares cai 4,25% em fevereiro



Aperto no orçamento familiar influenciou resultado negativo | Foto: Valter Campanato/Agência Brasil

PUBLICIDADE

O consumo nos lares brasileiros, medido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abras), caiu 4,25% em fevereiro deste ano na comparação com o mês anterior. Em relação a fevereiro do ano passado, porém, houve aumento de 2,25%.

No acumulado do primeiro bimestre, a alta é de 2,24%. O resultado abrange os formatos de loja atacarejo, supermercado convencional, loja de vizinhança, hipermercado, minimercado e e-commerce. Todos os indicadores são deflacionados

pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Play Video

Segundo a Abras, o desempenho de fevereiro foi influenciado pelo fato de que, nos dois primeiros meses do ano, o orçamento das famílias é pressionado por despesas obrigatórias, como reajustes das mensalidades escolares, transporte e tributos.

“Assim, há priorização de gastos fixos, com conseqüente redução do consumo de outros itens no período”, diz a Abras. Além desses fatores, o mês mais curto e a realização do carnaval em março também influenciaram o desempenho mensal.

O vice-presidente da Abras, Marcio Milan, afirmou ainda que os programas de transferência de renda direta, o reajuste do salário mínimo, os pagamentos do PIS/Pasep e do lote residual do Imposto de Renda, as requisições de pequeno valor (RPVs) do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), contribuíram para o resultado.

PUBLICIDADE

“Com esses recursos extras e a continuidade das políticas de transferência de renda, projetamos um desempenho mais favorável para o consumo até o fechamento do primeiro trimestre. A pressão inflacionária sobre os alimentos persiste, mas esses estímulos devem contribuir para sustentar o poder de compra das famílias”, acrescentou Milan.

De acordo com a Abras, o valor da cesta de 35 produtos de largo consumo (alimentos, bebidas, carnes, produtos de limpeza, itens de higiene e beleza) aumentou 0,73%, passando de R\$ 800,75 para R\$ 806,61 na média nacional. O destaque do mês foi a elevação expressiva nos preços dos ovos (+15,39%), observado desde a segunda quinzena de janeiro, fazendo com que o produto fosse o item com maior variação de janeiro para fevereiro. As maiores altas ocorreram na Região Sul (+23,24%), seguida do Centro-Oeste (+20,76%), Norte (+18,38%), Nordeste (+16,67%) e Sudeste (+15,12%). Em seguida aparece o café torrado e moído (+10,77%) que manteve a tendência de alta. No acumulado do ano, o avanço supera +20,25%, e em 12 meses atinge +66,19%.

No sentido contrário, tiveram redução de preço feijão (-3,33%), óleo de soja (-1,98%), arroz (-1,61%), farinha de mandioca (-1,61%), leite longa vida (-1,04%), açúcar refinado (-0,28%) e massa sêmola de espaguete (-0,16%). Entre as proteínas, caíram os preços da carne bovina – corte do traseiro (-0,14%) e do pernil (-0,41%). Houve alta no corte dianteiro de carne bovina (+1,17%) e no frango congelado (+0,37%). Em hortifrúti, a batata (-4,10%) e a cebola (-1,77%) apresentaram retração, enquanto o tomate subiu +3,74%, acumulando alta no ano de +24,77%.

PUBLICIDADE

Entre os itens de limpeza, aumentaram os preços do desinfetante (+0,96%), sabão em pó (+0,91%), detergente líquido para louças (+0,90%) e água sanitária (+0,41%). Com a valorização do dólar no ano passado, encarecendo insumos e matérias-primas usados pela indústria, a Abras havia antecipado, em dezembro, que os repasses seriam feitos ao final dos estoques, com impacto direto nos preços ao consumidor já em janeiro. No acumulado do bimestre, os reajustes mais expressivos foram os de desinfetante (+1,78%), água sanitária (+1,44%), detergente líquido para louça (+1,21%) e sabão em pó (+0,65%).

No segmento de higiene e beleza, os preços do sabonete (-0,49%) e do xampu (-0,13%) recuaram em fevereiro, enquanto os do creme dental (+0,81%) e do papel higiênico (+0,08%) tiveram leve alta.

Turismo faz alerta sobre perda de voos para o RN

Link	file:///C:/Users//Downloads/20250321.pdf
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	POSITIVO

MOSSORÓ

Turismo faz alerta sobre perda de voos para o RN

Trade fala em prejuízos para Mossoró, que tem 45 eventos turísticos confirmados para 2025

Entidades representativas do turismo e do comércio do potiguar se reuniram em audiência na Assembleia Legislativa nesta quinta-feira (20) para debater sobre a perda de voos para o Estado, especialmente para Mossoró. Os impactos sobre os dois setores ainda não são conhecidos em números, mas há uma preocupação em relação aos próximos meses, tendo em vista a realização de grandes eventos, como o Mossoró Cidade Jurina. Desde o ano passado, o Aeroporto Dix-Sept Rosado, no município do Oeste potiguar, sofre com a redução de conexões. No início deste mês, a Azul Linhas Aéreas suspendeu as operações para o terminal.

Stênio Max, vice-presidente da FCDL Mossoró, chama atenção para a necessidade de investimentos no aeroporto, que atualmente passa por uma reforma para tomar o equipamento apto a receber aviões a jato. Atualmente, somente os modelos ATR são autorizados a pousar no terminal. "O Aeroporto de Mossoró tem uma invasão na pista lateral que impede, tecnicamente, a operação de voos regulares. Então nós temos um desafio grande em relação ao equipamento. A preocupação aumenta se levarmos em conta que a cidade possui 45 eventos turísticos para 2025", afirma.

"A VoePass, que suspendeu a rota para Mossoró em outubro do ano passado. Tinha dois voos diários, quatro voos por semana, com 62 assentos cada um. Daí é possível ter ideia de quantas pessoas deixam de chegar ao Município", completa Max.

O secretário de Desenvolvimento Econômico de Mossoró, Pedro Fernandes, disse que tem conversado com a Infraero, administradora do aeroporto, sobre a situação. "Temos conversado bastante sobre a necessidade de o equipamento receber voos de maior porte", disse.

Roger Lara, representante da Infraero em Mossoró comentou na audiência que há um pla-

nejamento de R\$ 75 milhões para as obras no aeroporto, dos quais R\$ 30 milhões já foram executados.

Elmar Gadelha, da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do RN (ABIH-RN), afirmou que a perda de voos no RN acende um alerta. "Temos uma rede hoteleira robusta e uma procura pelo nosso destino que é orgânica, mas isso nem sempre se converte em vendas do destino. O gargalo está justamente na baixa conectividade", pontua.

Fernando Virgílio, assessor de Relações Institucionais da Fecomércio, diz que existe apreensão com a possibilidade de perda para a economia do RN frente ao cenário de suspensão de voos. "A parieturística em Mossoró pode ser afetada, mas também outros setores como petróleo e fruticultura irrigada", disse.

O diretor-presidente da Entropar, Raoni Fernandes, espera que, com a reforma, seja possível ampliar a conexão do destino com o País. "Por conta das obras, olhamos para o aeroporto com otimismo, segue se espera conectá-lo com Garanhuns, Galeão, Brasília e Salvador", afirma.

Habib Chalita, da Diretoria de Planejamento Estratégico da Secretaria de Turismo de Natal, afirma que a discussão promovida pelo deputado Ubaldino Fernandes reforça a necessidade de conectividade para fortalecer o turismo. "Não somente de Natal, mas de outras cidades, como Mossoró e Pau dos Ferros que necessitam dessa conexão", disse Chalita.

As contridões de Mossoró, no aeroporto de São Gonçalo do Amarante a alta temporada (de dezembro de 2024 a fevereiro de 2025) trouxe bons números, com um fluxo de 670,4 mil passageiros, um crescimento de 3% em relação ao ano passado. O dado aponta para o melhor desempenho desde o início de 2020, sendo a segunda melhor alta temporada já registrada. Os números do Governo do RN. No segundo semestre do ano passado, o RN retomou os índices pré-pandemia, com destaque para setembro (melhor mês desde 2014), outubro (melhor dos últimos nove anos) e novembro (alta de 10,1% em relação a 2023).

Circuito Sesc

Link	file:///C:/Users//Downloads/Coluna%20Liege%20Barbalho%2021-03.pdf
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	LIEGE BARBALHO
Classificação	POSITIVO

Circuito Sesc

O Sesc-RN, dando continuidade ao calendário de treinos gratuitos voltados para quem está em preparação para a etapa “Natal do Circuito Sesc de Corridas”, realizará neste domingo, a partir das 07h, o quarto aula da modalidade esportiva. Este ano, o treino dará acesso ao “Domingo Recreativo do Sesc Zona Norte”. Não há necessidade de inscrição prévia, basta o interessado comparecer ao local no horário indicado.

Potengi

Link	file:///C:/Users//Downloads/20250321.pdf
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NEUTRO

Potengi Foi aberto ontem e vai até sábado o 3º Encontro do Fórum Potengi, no Complexo Cultural Rampa, iniciativa de revitalização do rio sob a coordenação da Fecomércio e UFRN e com apoio da Prefeitura e Consulado da Alemanha.

Fim de incentivos ameaça empregos no setor de eventos

Link	file:///C:/Users//Downloads/20250321.pdf
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Fim de incentivos ameaça empregos no setor de eventos

« PERSE » Empresários do turismo, hotelaria, bares e restaurantes no RN alertam que a extinção do Programa Emergencial para Retomada do Setor de Eventos (Perse), prevista para abril, pode afetar o caixa das empresas e gerar demissões. O setor contava com o benefício até dezembro de 2026, mas a Receita informou que o teto de R\$ 15 bilhões será atingido ainda neste mês, levando ao fim dos incentivos. « PÁGINA 6 »

Setor de eventos teme baixas com fim do Perse

Link	file:///C:/Users//Downloads/20250321.pdf
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

Setor de eventos teme baixas com fim do Perse

RISCO Segmentos de turismo, hotelaria, bares e restaurantes podem ser afetados; teto de R\$ 15 bi em benefícios será atingido ainda este mês

A possível extinção do Programa Emergencial para Retomada do Setor de Eventos (Perse) preocupa empresários do Rio Grande do Norte, especialmente nos segmentos de turismo, hotelaria, bares e restaurantes. A Receita Federal informou à Comissão Mista de Orçamento do Senado, no dia 12 de março, que o teto de R\$ 15 bilhões em benefícios fiscais será atingido ainda neste mês, o que, conforme prevê a legislação, levaria ao encerramento dos incentivos já em abril. O setor, no entanto, contava como benefício até dezembro de 2026 e aponta distorções na aplicação dos recursos.

Para a presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares do RN (SHRBS-RN), Grace Gosson, a suspensão do programa pode levar a um efeito cascata, prejudicando o caixa das empresas e resultando em demissões. "Se a partir de abril essas empresas não tiverem mais os benefícios tributários, elas não vão conseguir honrar os parcelamentos de tributos ainda da pandemia. Isso pode gerar desemprego e desestabilizar as finanças de muitos negócios", afirma.

Criado em 2022 para mitigar os impactos da pandemia da Covid-19, o Perse concede alíquota zero para PIS/Pasep, Cofins, CSLL e IRPJ a empresas do setor de eventos. O programa recebeu reformulações em 2024 para ser extinto somente em dezembro de 2026, mas com a imposição do teto de R\$ 15 bilhões.

Ainda segundo a representante do segmento no Rio Grande do Norte, a inclusão de grandes empresas - via judicialização - na lista de beneficiárias do Perse acelerou o esgotamento dos recursos. "Quando analisamos a lista de empresas que receberam a redução tributária, vemos que há uma estimativa de pelo menos seis milhões em empresas irregulares. Precisamos que o governo reveja isso para que o programa tenha a sobrevivência es-



ADERNO ADELU

Setor diz que suspensão pode provocar um efeito cascata, prejudicando o caixa das empresas

Há um risco real de que algumas empresas não consigam honrar seus compromissos."

GRACE GOSSON
Presidente do SHRBS-RN

perada", alerta Grace.

A contestação ocorre porque, segundo a dirigente, o Perse foi estruturado para garantir a recuperação de empresas de eventos e hotelaria. Apesar disso, ele beneficiou negócios que não se enquadram nesse perfil, como plataformas de delivery e locação, enquanto pousadas, casas de espetáculo e bares ainda lutam para quitar dívidas do período pandêmico.

A crítica é reiterada por Paulo Passariello, presidente da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes no RN (Abrasel-RN). "Empresas gigantes sagaram uma fatia muito grande, em especial aquelas que durante a pandemia foram as que mais lucraram. É preciso que tenha alguma ação para reverter isso", afirma. A revisão da lista de beneficiários e uma maior transparência na destinação dos incentivos são demandas prioritárias do setor.

No Rio Grande do Norte, o setor de turismo, hotelaria, alimentação e eventos teve uma recuperação gradual após a pandemia, mas ainda carrega dívidas acumuladas. O presidente da Abrasel-RN enfatiza que a manutenção do Perse é essencial para evitar a falência de empresas que ainda estão pagando parcelamentos de tributos. "É preciso que seja colocado um planejamento fechado, para que empresas que se programaram para um ano pagando zero, não

tenham que voltar a pagar tudo de novo sem estarem preparadas", defende Paulo.

Caso o programa perca a vigência, de acordo com Grace Gosson, os empresários precisarão rever despesas e buscar alternativas para honrar compromissos financeiros. "Será necessário reavaliar as despesas internas de cada empresa para viabilizar o pagamento dos tributos e parcelamentos. Há um risco real de que algumas empresas não consigam honrar seus compromissos, o que pode resultar em falências", alerta.

Diante da situação, o setor se mobiliza para reverter a decisão, buscando diálogo com o governo federal. Uma reunião foi solicitada para o dia 27 de abril, com participação da Receita Federal, para discutir a continuidade do programa. O pleito conta com o apoio de cerca de 300 parlamentares. O objetivo é garantir que o Perse continue até 2026, conforme estabelecido na renegociação de maio de 2024.

Abras: Consumo nos lares cai 4,25% em fevereiro

Link	file:///C:/Users//Downloads/20250321.pdf
Data da publicação	21/03/2025
Veículo	TRIBUNA DO NORTE
Classificação	NOTÍCIA DE INTERESSE

SUPERMERCADOS

Abras: Consumo nos lares cai 4,25% em fevereiro

Apesar do resultado negativo, houve um aumento de 2,25% em relação ao ano passado

O consumo nos lares brasileiros, medido pela Associação Brasileira de Supermercados (Abra), caiu 4,25% em fevereiro deste ano na comparação com o mês anterior. Em relação a fevereiro do ano passado, porém, houve aumento de 2,25%.

No acumulado do primeiro bimestre, a alta foi de 0,4%. O resultado abrange os formatos de loja atacarejo, supermercado convencional, loja de vizinhança, hipermercado, minimercado e e-commerce. Todos os indicadores são deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), medido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Segundo Abra, o desempenho de fevereiro foi influenciado pelo fato de que, nos dois primeiros meses do ano, o consumo de todas as famílias pressionado por despesas de igelias, com o reajuste das mensalidades escolares, transporte e trilhões.

"Assim, há priorização de gastos fixos, com consequente redução do consumo de outros itens no período", diz a Abra. Além desses fatores, o mês mais quente e a redução de carnal em março também influenciaram o desempenho mensal.

O vice-presidente da Abra, Márcio Milán, afirmou ainda que os programas de transferência de renda direta, o reajuste do salário mínimo, o pagamento do PIS/Pasego do IIR e o resultado do imposto de renda, as reduções de pagar o valor (RPA) do Instituto Nacional de Seguro Social (INSS), contribuíram para o resultado.

"Com essas ações e outras de continuidade das políticas de transferência de renda, projetamos um desempenho mais favorável para o consumo até o fechamento do primeiro trimestre. A prioridade continuará ser os alimentos perecíveis, mas esses itens não devem contribuir para sustentar o poder de compra das famílias", acrescenta Milán.

De acordo com a Abra, o valor da cesta de 35 produtos de lar-

geconômico (alimentos, bebidas, carnes, produtos de limpeza, itens de higiene e beleza) no mês foi de R\$ 806,75, passando de R\$ 806,61 na média nacional. O destaque do mês foi a elevação expressiva nos preços dos ovos (+43,33%), observado desde a segunda quinzena de janeiro, fazendo com que o produto fosse o item com maior variação de janeiro para fevereiro. As maiores altas ocorreram na Região Sul (+23,24%), seguida do Centro-Oeste (+20,76%), Norte (+18,98%), Nordeste (+16,69%) e Sudeste (+13,12%). Em seguida apareceu o café torrado e moído (+10,77%) que manteve a tendência de alta. No acumulado do ano, o avanço supera +20,25%, e em 12 meses atinge +66,09%.

No sentido contrário, fevereiro reduziu os preços de feijão (-2,33%), óleo de soja (-1,68%), arroz (-1,63%), farinha de mandioca (-1,66%), leite longa vida (-0,64%), açúcar refinado (-0,28%) e massa sem glúten empacada (-0,26%). Entre as proteínas, carnes e o preço da carne bovina - corte de frango (-0,14%) e de peru (-0,41%). Houve alta nos produtos de carne leve (+1,27%) e no frango congelado (+0,37%). Em hortifruti, a batata (-4,40%) e a cebola (-4,77%) apresentaram retração, enquanto o tomate inteiro +5,74%, acurram lanchonete no ano de +24,77%.

Entre os itens de limpeza, aumentaram os preços do desinfetante (+0,09%), sabão em pó (+0,02%), detergente líquido para louças (+0,02%) e água sanitária (+0,41%). Com a valorização do dólar no ano passado, ocorreram dois aumentos e reduções - produtos de limpeza e higienização - produtos de limpeza e higienização (+1,24%) e sabão em pó (+0,02%).

No segmento de higiene e beleza, os preços do sabonete (-0,46%) e o cosmético (-0,13%) recuaram em fevereiro, enquanto os do creme dental (+0,33%) e do papel higiênico (+0,68%) tiveram leve alta.



Aperto no orçamento familiar influencia resultado negativo

CAPAS DOS JORNAIS

CONGRESSO APROVA ORÇAMENTO DE R\$ 5,9 TRI PARA 2025 • PÁGINA 5

TRIBUNA DO NORTE

FUNDADOR: ASSÍSIO ARAÚJO - 1921 - 2006 **75** Anos Nº - Número 260 - Sexta-Feira, 21 de março de 2025

Decisão começa sábado na Arena



► **CAMPIONATO ESTADUAL** ► O América, comandado pelo técnico Piosir Júnior, tem o mando de campo, neste sábado (22) no primeiro jogo de decisão. O AEL, de Roberto Piza, vai jogar a segunda partida no Frasqueiro. Os dois treinadores não adiantaram os times titulares nessa final com cara de "jogo de xadrez". ► **PÁGINA 12** ►

Fazenda descarta prejuízos a estados e municípios com isenção de IR

Conselheiro da Fazenda, Fernando Haddad, afirmou que o aumento da taxa de isenção do IRRF para quem ganha até R\$ 3 mil não afetará a arrecadação dos estados e municípios, pois haverá compensação. ► **PÁGINA 11** ►

Fim de incentivos ameaça empregos no setor de eventos

► **PERSE** ► Empresários do turismo, hotelaria, bares e restaurantes no RN alertam que a extinção do Programa Emergencial para Retomada do Setor de Eventos (Perse), prevista para abril, pode afetar o caixa das empresas e gerar demissões. O setor contava com o benefício até dezembro de 2026, mas a Receita informou que o teto de R\$ 15 bilhões será atingido ainda neste mês, levando ao fim dos incentivos. ► **PÁGINA 10** ►



ESPECIAL: NOVO CSU AMPLIA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Grupo Guararapes cresce 45%, reverte prejuízo e fecha ano com lucro

Dados divulgados nesta quinta (20) apontam um EBITDA consolidado de R\$ 1,2 bilhão no ano. Grupo cita que peças produzidas pelo Póli-Sertão tiveram produtividade e custos reduzidos. ► **PÁGINA 11** ►

CEO Kisty Coventry é eleita a primeira presidente mulher.

REGIÕES LEMOS FILHO

O último bicampeonato do América no Estadual foi em 1989. ► **PÁGINA 11** ►

Famílias T21 comemoram avanços



► **DOWN** ► No Dia Internacional do Síndrome de Down, celebrado hoje, destaca-se o fato por inclusão e a busca por uma vida mais independente. Larissa Almeida coordena o Galinho de Mãos T21. ► **PÁGINA 12** ►

Superintendente da TRIBUNA fala sobre comunicação na hospitalidade

O superintendente do Sistema Tribuna, Fernando Ferraz, apresenta palestras sobre a importância da comunicação e de atendimento no setor de hospitalidade durante o 4º Encontro Nacional de Atendimento. ► **PÁGINA 9** ►

Especialistas alertam para risco de leptospirose durante chuvas

Além dos transtornos, os alagamentos trazem risco à saúde, com aumento na transmissão da leptospirose. A doença tem como principal vetor os ratos, que eliminam o agente infeccioso pela urina. ► **PÁGINA 9** ►



GRUPO CLOWNS SE APRESENTA NO TAM

Espetáculo "Focinho" fará sua estreia no dia 21 de março no TAM. ► **PÁGINA 10** ►

NOTAS & COMENTÁRIOS

Tribuna do RN teve desempenho recorde no mês 2024/2025. ► **PÁGINA 10** ►

CENA URBANA

Fernando Monteiro, um dos maiores estadistas do cinema no Brasil. ► **PÁGINA 10** ►

ALEX MEDEIROS

CNSB divulga nota sobre os ataques à Lei da Ficha Limpa. ► **PÁGINA 10** ►

MEY GOPES

Neste 22 de março se comemora o Dia Mundial da Água. ► **PÁGINA 10** ►

POLÊMICA. Secretário rebate Francisco do PT após críticas e cobra repasse do ICMS Educação para Natal: "Interceda junto à governadora" ...PÁG. 7

www.agoram.com.br

AGORARN

JORNALISMO PROFISSIONAL E APARTIDÁRIO

NATAL, SEXTA-FEIRA, 21 DE MARÇO DE 2025 | EDIÇÃO Nº 2.940 | ANO 9 | 7.500 EXEMPLARES

DIRETOR DE REDAÇÃO: ALEX VIANA-alexviana@agoram.com.br



José Agripino vai seguir no comando do União Brasil após federação com PP

Ex-senador (centro) continua na presidência do partido, enquanto federação terá à frente Benes Leocádio ou Paulinho Freire ...PÁG. 2

Finanças públicas ...PÁG. 12

Congresso aprova Orçamento com superávit inflado e R\$ 50 bi de emendas

Texto, que vai à sanção presidencial, prevê saldo positivo de R\$ 15 bi nas contas em 2025

O Congresso Nacional aprovou nesta quinta-feira 21 o Orçamento de 2025, com três meses de atraso – o esperado era que a peça orçamentária fosse votada antes do Natal. No texto aprovado pelos parlamentares, que vai à sanção presidencial, há a previsão de um saldo positivo

de R\$ 15 bilhões nas contas públicas – que ignora o aumento de despesas e a projeção menor de arrecadação feita por especialistas e por técnicos do próprio Legislativo. Além disso, os congressistas usaram parte da economia do pacote fiscal aprovado no ano passado para aumentar o

valor de emendas parlamentares, que somarão R\$ 50 bilhões.

O Congresso optou por restituir a arrecadação federal para cima em R\$ 22,5 bilhões neste ano, enquanto técnicos recomendavam uma abordagem mais conservadora devido à dinâmica da economia neste ano.

Programas sociais têm modificações

A pedido do governo, relator cortou R\$ 7 bilhões do Bolsa Família, remanejou verba para o Pê-de-Meia e alocou dinheiro para o Auxílio Gás.

Justiça ...PÁG. 14

STF rejeita tirar Dino, Moraes e Zanin do julgamento do caso da tentativa de golpe

Apesar o ministro André Mendonça divergir, votando pelo impedimento de Dino e Moraes, mas livrando Zanin.

Turismo ...PÁG. 5

Com mais de 30 mil leitos, hotéis de Natal apostam em acomodações de luxo

Hotelaria da capital potiguar tem mais que o dobro de leitos em relação a João Pessoa (PB), que está crescendo como destino.

Mobilidade ...PÁG. 8

Fetronor fará seminário para debater futuro do transporte público

Entidade que representa empresas de ônibus completou 50 anos e fará evento para discutir impactos como aumento do ICMS.

Política ...PÁG. 7

MP defende cassação do prefeito e vice de Lajes por nomeação de cargos em massa

Felipe Menezes (MDB) é acusado de praticar abuso de poder durante as eleições de 2024, em que derrotou Ana (União).



Preparação ...PÁG. 15

Clássico entre América e ABC vai ter segurança com 500 policiais

Primeiro jogo da final do Campeonato Estadual acontece neste fim de semana na Arena das Dunas, em Natal.

Consumo ...PÁG. 11



Preço médio do botijão de gás de cozinha atinge R\$ 100 em Natal, aponta Procon

Assistência ...PÁG. 15

Natal realiza mutirão para recadastramento do CadÚnico

Ações buscam redução da fila de mais de 30 mil pessoas que aguardam acesso a programas sociais.

Opinião ...PÁG. 2

Carla Dickson está para sair do Urutú Brasil para o PL ou Republicanos

Luiz Almir ...PÁG. 10

Posse de Erika Jacome na Focam será na próxima semana

Pedro Neto ...PÁG. 15

CBF empurra jogo de América na Copinha Nordeste para junho

ATENDIMENTO: 84 3027.1690 | REDAÇÃO: paula@agoram.com.br | REDAÇÃO: 84 981175384 | COMERCIAL: publica@agoram.com.br | COMERCIAL: 84 981171718 | 16

SERÁ QUE MUDA?

Lula pede que Walter Alves repense e seja o candidato a governador do grupo governista

Vice-governador confirmou ao Diário do RN a conversa com o presidente e disse qual foi sua resposta sobre 2026

PÁGINA 1

PANCADA

'TAVEIRAS' SÃO CONDENADOS POR ENRIQUECIMENTO ILÍCITO

Sentença judicial aponta para a contratação de uma parte da família Taveira na Câmara de Parnamirim, que foi considerada 'fantasma': ganhava sem trabalhar



"DEZ MULHERES POTIGUARES"

Cordéis e xilogravuras exaltam, em exposição, a força feminina do RN

PÁGINA 6



MARÇO LILÁS

Especialista alerta para a importância da vacinação contra o HPV

PÁGINA 5

Eliana Pittman: Perto dos 80, cantora fala sobre trajetória única e histórias da vida, que celebra com biografia, novo disco e show

SEGUNDO CADERNO

O GLOBO 100

Irineu Marinho (1876-1925) — (1904-2003) Roberto Marinho

RIO DE JANEIRO, SEXTA-FEIRA, 21 DE MARÇO DE 2025 ANO C - Nº 33.064 - PREÇO DESTA EXEMPLAR NO R\$ - R\$ 6,00



Ameno, outono já mostra a que veio

O verão com recorde de estiagem e calor se despediu ontem. Chuva e uma temperatura mais baixa deram as boas-vindas ao outono, cuja previsão é de ser mais seco que o normal e com grande variação térmica. PÁGINA 26

CONTAS PÚBLICAS

Congresso aprova Orçamento com valor recorde de emendas e superávit de R\$ 15 bi

Parlamentares definirão destino de R\$ 50 bilhões, verba maior que a de 32 ministérios. Para analistas, previsão de arrecadação está superestimada

O Congresso aprovou o Orçamento de 2025, reservando um valor recorde de R\$ 50,4 bilhões em emendas parlamentares. Os recursos que terão destino definido por deputados e senadores, 80% deles de execução obrigatória pelo governo, são maiores do que o orçamento de 32 dos 38 ministérios da Esplanada. Os congressistas fizeram alterações na proposta do governo. Perderam verba, por exemplo, Educação e Ciência e Tecnologia, enquanto pastas con-

troladas pelo Centrário, como Esporte e Turismo, tiveram a dotação aumentada. No geral, o Orçamento prevê um superávit de R\$ 15 bilhões, o que permitiria ao governo evitar contingenciamentos e cumprir a meta do arcabouço fiscal. Economistas, porém, avaliam que as projeções de receita estão superestimadas. Um exemplo é a de arrecadar R\$ 28 bilhões no Carf, o tribunal da Receita que arbitra disputas do governo com devedores do Fisco. PÁGINAS 4 e 15

VERA MAGALHÃES

Isenção de IR tem potencial de ajudar Lula em 2026 PÁGINA 2

FLÁVIA OLIVEIRA

Governo encara o privilégio tributário dos muito ricos PÁGINA 3

BERNARDO MELLO FRANCO

Cláudio Lembo foi conservador que incomodou a elite PÁGINA 3

JANAÍNA FIGUEIREDO

Milei cria problemas para si mesmo com seu estilo PÁGINA 20

Entreouvindo Lula



— Fim de semana, vamos botar os palácios para descansar!

ENTREVISTAS

PHILIP FEARNSIDE

'Lula não está escutando a ciência' sobre a Amazônia

Crítico da atuação ambiental do governo, biólogo americano do Inpa avalia que política de legalização de terras e grandes obras na região são risco para o clima no país. PÁGINA 13

CIRO NOGUEIRA

'Federação PP-União será o maior player em 2026'

Otimista em fechar "superfederação" com União Brasil, senador vê vitória da centro-direita em 2026. "Candidato sem apoio de Bolsonaro ou Lula não é viável." PÁGINA 10

Lula ajusta discurso mirando diálogo com conservadores

Em atos públicos recentes, presidente rezou pai-nosso, fez fala dura na área de segurança e citou "prosperidade". PÁGINA 6

Depois da carne e do café, a inflação do ovo de Páscoa

Com a alta dos alimentos apontada como vilã da perda de popularidade do governo, o Planalto já se preocupa com o chocolate: preço do cacau subiu 190% em dois anos e vai impactar os ovos de Páscoa. PÁGINA 18

Punição de veículo de imprensa por fala de entrevistado exige comprovação de má-fé, diz STF

Ministros definiram circunstâncias em que veículo pode ser responsabilizado por falsas acusações de entrevistados. PÁGINA 11

Trump inicia desmonte do Departamento de Educação

Presidente assinou decreto que desmantela o órgão e afirmou que meta é eliminação. Maioria da população é contra. PÁGINA 19

RUTH DE AQUINO

Não bastam eleições para um governo ser classificado de democrata SEGUNDO CADERNO

Copiloto da polícia é baleado na cabeça em voo sobre favela

Felipe Monteiro ficou em estado gravíssimo após ataque a voo em operação na Vila Aliança. Polícia Civil culpou ADPF das Favelas, que voltará à pauta do STF. PÁGINA 23

Fla é único ausente em manifesto contra racismo

Clube não assinou nota conjunta da Libra contra chefe da Conmebol. Já CBF recuou de posição assinada por seu presidente. PÁGINA 29

Artifício contraindicado antes do treinamento

Em voga nas academias, uso de substâncias como ibuprofeno para melhorar a atividade física é criticado por médicos. PÁGINA 21



O Rio que cai de podre

Depois de desabamento de casarão na Lapa, ontem um sobrado na Rua Senador Pompeu, perto da Central, veio abaixo. Homem em carro morreu. Vistoria constatou "acelerado estado de degradação". Prefeitura se exime e responsabilizará dono. PÁGINA 26

O ESTADO DE S. PAULO

FUNDADO EM 1875 • JULIO MESQUITA (1882—1927)  150 ANOS Sexta-feira 21 de MARÇO de 2025 • R\$ 7,00 • Ano 146 • Nº 48002 | estadao.com.br

Sextou!
GUIA SEMANAL

Dicas de cinema, shows, gastronomia e lazer em SP

PEDRO KIRILOS/ESTADÃO



Teatro ... C1 e C2

Othon Bastos, aos 91 anos, não se entrega, não

Ator relembra personagens, entre eles o cangaceiro Corisco, em monólogo em cartaz no Sesc 14 Bis

A fundo ... C10 e C11

Dubladores defendem suas vozes contra a IA

Amazon testa tecnologia de dublagem em inglês e espanhol e gera protesto de profissionais da área.

Paladar ... C4



Confeiteiros indicam os melhores tiramisús

Cinema ... C5

Estreia versão de 'Branca de Neve' sem príncipe e anões

Divirta-se ... C6

Meio século da arte de Carlos Zilio ganha exposição

Privilégios ... A8

CNJ cria limite a penduricalhos de juiz, com teto de R\$ 46,3 mil

Pela 1.ª vez, órgão estabelece regra para pagamento de adicionais

Em resposta a um questionamento do Tribunal de Justiça de Sergipe, a Corregedoria do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) definiu que os penduricalhos pagos pelas Cortes a magistrados podem chegar ao limite de R\$ 46,3 mil mensais — o valor corresponde à remuneração dos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), o teto sala-

R\$ 92,6 mil é o valor máximo que poderá ser pago a magistrados por mês pela regra estabelecida pelo CNJ

rial do serviço público. É a primeira vez que o CNJ estabelece um limite para os extras que engordam contracheques de ju-

zes e desembargadores. Em nota, o CNJ informou que a decisão não tem “efeitos vinculantes”, mas deve “inspirar a adoção de providências idênticas por todos os tribunais”. Na prática, a decisão abre caminho para que os tribunais brasileiros adotem um teto de R\$ 92,6 mil mensais para a remuneração total dos magistrados.

Responsabilização da imprensa é definida

STF decidiu como a Justiça deve analisar declarações falsas de entrevistados. Só haverá punição em caso de má-fé ou negligência do veículo, esclareceu a Corte. ... A10

Ministério da Justiça ... A16

Crítica de ministro à polícia reacende disputa em torno de 'prende e solta'

Pala de Ricardo Lewandowski, de que “a polícia prende mal e o Judiciário é obrigado a soltar”, foi repudiada por policiais.

Crime organizado ... A18

PF faz operação contra bando que mandou 2 mil fuzis dos EUA para o Rio

Polícia Federal cumpriu 14 mandados de busca e apreensão e Justiça bloqueou R\$ 50 milhões em bens e ativos.

E&N Contas públicas ... B1 e B2

Orçamento é aprovado com um superávit inflado e mais emendas

Com 3 meses de atraso, o Congresso aprovou o Orçamento deste ano com a previsão de um saldo positivo de R\$ 15 bilhões, ignorando as projeções de aumento de gastos e menor arrecadação feitas por técnicos do Legislativo. A verba destinada para indicações de parlamentares passou de R\$ 39,4 bilhões para R\$ 50 bilhões.

Eliminatórias da Copa ... A22



Brasil vence a Colômbia com gol de Vini Jr no fim

Oriente Médio ... A13

Hamas lança foguetes e Israel amplia ação na Faixa de Gaza

Deep fake ... A17

Senado aumenta pena para quem alterar foto de mulheres

E&N Imposto de Renda ... B4

Majoria do STF vota a favor de limitar dedução com educação

Notas e Informações ... A3

A república bananeira de Trump

Celso Ming ... B2

O café, da revolução e da paz

Lusa Silvestre ... C3

E se a Enel fosse personagem de filme?

Edição de hoje

5 CADERNOS - 64 páginas



Caderno A. Opinião, Política, Internacional, Metrópole, Saúde, Esportes. Para fechar... E&N. Destacar Economia & Negócios



C2. Cultura & Contemporâneo. A fundo

Tempo em SP

20" Min. 23" Máx.

ISSN - 1516-293-1



FOLHA DE S.PAULO

DESDE 1921 ★★ ★ UM JORNAL EM DEFESA DA ENERGIA LIMPA

ANO 105 * Nº 35.051

SEXTA-FEIRA, 21 DE MARÇO DE 2025

R\$ 7,90

ilustrada



O ator Owen Cooper em 'Adolescência' Divulgação/Netflix

Congresso aprova Orçamento de 2025 com R\$ 15 bi de superávit

Previsão é positiva pois R\$ 44 bi para precatórios ficam fora do teto; R\$ 50 bi são para emendas

O Congresso Nacional aprovou ontem o projeto de lei que estipula o Orçamento do governo federal em 2025. O texto, que vai à sanção do presidente Lula (PT), prevê superávit de R\$ 15 bilhões, superior aos R\$ 3,7 bilhões previstos pelo governo inicialmente.

O senador Ângelo Coronel (PSD-BA), relator da proposta, disse que a sobra se deve ao ajuste da inflação aplicado ao teto de gastos. O resultado só é positivo porque, com aval do STF, R\$ 44 bilhões para precatórios ficaram fora do limite de despesas.

O projeto destina R\$ 18,1 bilhões à nova faixa de renda do Minha Casa, Minha Vida e R\$ 1 bilhão ao Pé-de-Meia, quando o gasto total estimado é de R\$ 12 bilhões. A gestão petista vai enviar em 60 dias novo texto com valor para custear o programa.

O Orçamento também considera R\$ 50,3 bilhões em emendas parlamentares, ante R\$ 53 bilhões em 2024. No entanto, aumentou o volume das que o Executivo é obrigado a pagar: de R\$ 26,3 bilhões para R\$ 39 bilhões, na mesma comparação. Mercado A15e A16

'ADOLESCÊNCIA' COMOVE AO EXPOR RAIZ DE RADICALIZAÇÃO

Fenômeno de público, minissérie parte de crime para investigar avanço da misoginia entre jovens B6

guiafolha

COMEÇA A TEMPORADA DOS MUSICAIS

São Paulo e Rio terão 34 espetáculos no ano, entre adaptações da Broadway e produções brasileiras C14 e C22

Andre Marcondes

A essência de Rita Lee em espetáculo

Musical é celebração vibrante da vida e da obra de ícone da música brasileira C4

O colunista passa a escrever a cada duas semanas.

guiafolha

Gratuita, piscina do Pacaembu é reaberta com alvará temporário C13

EDITORIAIS A2

Em meio à incerteza, BC faz opção pela segurança. Acerca de indicação de mais aumento dos juros.

Parceria privada pode melhorar escola pública. Sobre participação de empresas nas obras em SP.

Haddad ainda culpa Campos Neto, fora do cargo, por juros

O ministro Fernando Haddad (Fazenda) isentou o presidente do BC, Gabriel Galpoldo, pela alta da Selic e disse que a nova cúpula tem de administrar herança de Roberto Campos Neto. Para ele, é obrigação do BC fazer a inflação cair. Mercado A17

Imprensa será punida por entrevista se falsidade for comprovada, define STF

O STF (Supremo Tribunal Federal) definiu que veículos de imprensa só serão responsabilizados por declarações dadas por terceiros se ficar comprovado conhecimento prévio da falsidade da afirmação. Em regra geral, a empresa não será responsável por falas de entrevistados.

A corte julgou recurso a ação decidida em 2023. A alegação era que redação da decisão abria brecha para violação da liberdade de imprensa. Política A13

Entidades repudiam perseguição e exposição de dados de jornalista do UOL A13

Trump 'começa a eliminar' órgão federal de educação

O presidente Donald Trump assinou decreto e orientou o governo a "começar a eliminar" o Departamento de Educação dos EUA. O objetivo é brechar financiamento a políticas de diversidade. Congresso precisa aprovar medida. Mundo A36

Proteção a negócios leva Jeff Bezos a apoiar republicano A22



Preços variavam de acordo com modelo dos telefones Reprodução

Chefe de quadrilha pagava até R\$ 2.200 por celular roubado

Inquérito diz que suspeita de liderar quadrilha envolvida em latrocínios em São Paulo tinha tabela de valores para celulares roubados. Segundo a polícia, ela fornecia armas, motos, capacetes e mochilas de entregador a assaltantes. Cotidiano A40

Silveira sobe tom com Ibama sobre a Foz do Amazonas

O ministro Alexandre Silveira (Minas e Energia) diz que tenta se reunir com o chefe do Ibama, Rodrigo Agostinho. Para ele, Agostinho não tem coragem de falar sua opinião sobre a exploração na Foz do Amazonas. A45



Frequentador na piscina do Pacaembu, em São Paulo, reaberta após obras realizadas por concessionária; por enquanto, não é preciso apresentar carteirinha nem exame médico para utilizá-la Zanone Fraissat/Folhapress

GRÁFICOS

