Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC

Percepção dos Empresários sobre o São João do Assú

Junho 2025

Fecomércio RN
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

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

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Laumir Almeida Barrêto
Diretor Executivo

DIVISÃO DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber
Diretor

Lívia Aires
Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique Martins
Analista de Negócios

Eriadne Teixeira do Nascimento
Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Laumir Almeida Barrêto
Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Nivaldo Gonçalves
Maria do Socorro
Maria Wislene
Arlindo Neto
Yuri Sptizer
Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução 04

2. Aspectos técnicos 05

3. Síntese dos resultados 06

- Percepção geral 06
- Investimento 07
- Faturamento 12
- Estratégia de vendas 16
- Melhorias 17
- Perfil das empresas 18

4. Anexos 23

1 Introdução

Considerado o São João mais antigo do mundo, o evento sociocultural realizado no município do Assú (RN) é uma força motriz para a economia local, promovendo a circulação de renda e atraindo visitantes de diversas regiões. Este evento é não apenas o principal acontecimento turístico de Assú, mas também um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades impactam significativamente a vida das pessoas, influenciando a economia, a geração de renda, e moldando os hábitos e costumes do público participante.

O São João do Assú é uma celebração da tradição que promove a integração entre as pessoas. É uma oportunidade para impulsionar a economia local, beneficiando comerciantes e atraindo turistas. Além de proporcionar diversão e alegria, o evento contribui para o desenvolvimento econômico e cultural da região, fortalecendo a identidade e as tradições locais.

Para compreender as peculiaridades e características deste evento, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa técnica para avaliar o impacto do São João do Assú do ponto de vista dos empreendedores locais. Este trabalho serve como um monitoramento do mercado potiguar. As pesquisas da Fecomércio RN têm sido bem recebidas pelos comerciantes e produtores, que reconhecem a necessidade de entender o comportamento do mercado e dos consumidores, realizar avaliações e tomar decisões estratégicas.

Com a divulgação das pesquisas, espera-se atender às necessidades da classe empresarial, associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores. A abrangência e profundidade dos dados fornecem uma valiosa oportunidade de disseminação do conhecimento, ajudando a todos os envolvidos a se prepararem melhor e aproveitarem as oportunidades proporcionadas pelo São João do Assú.

2 Aspectos técnicos

Este relatório apresenta os resultados de uma pesquisa técnica realizada pelo Instituto Fecomércio RN no município de Assú (RN), durante o mês de junho de 2025. O estudo teve como foco captar a percepção de 180 empreendedores — formais e informais — dos setores de Comércio e Serviços locais quanto aos impactos gerados pelo São João do Assú em seus negócios. A amostra garante representatividade estatística, com margem de erro de aproximadamente 3 pontos percentuais e nível de confiança de 95%.

A pesquisa adotou uma abordagem quantitativa, com coleta de dados primários realizada por meio de entrevistas presenciais. A equipe de campo foi composta por entrevistadores treinados e experientes, seguindo protocolos técnicos para garantir a padronização do levantamento. Os dados foram coletados in loco, em diferentes regiões da cidade com concentração de atividades comerciais, especialmente nas proximidades das áreas de maior movimentação durante os festejos juninos.

Todos os questionários preenchidos passaram por um rigoroso processo de validação e verificação interna. A consistência dos dados foi analisada por meio de testes estatísticos, checagens lógicas, avaliação do conteúdo e, em casos específicos, por confirmação via contato telefônico. Esses procedimentos são fundamentais para assegurar a confiabilidade das informações e a qualidade analítica dos resultados apresentados no relatório.

Cabe destacar que alguns dados referentes a edições anteriores desta pesquisa passaram por revisão metodológica, resultando em atualizações pontuais. Tais ajustes estatísticos e de padronização visaram alinhar escalas de resposta, categorias analíticas e critérios de segmentação, de forma a garantir maior coerência comparativa entre os anos avaliados.

Os principais achados da pesquisa estão apresentados a seguir, oferecendo um panorama objetivo das percepções dos empresários e subsidiando estratégias de planejamento e desenvolvimento local.

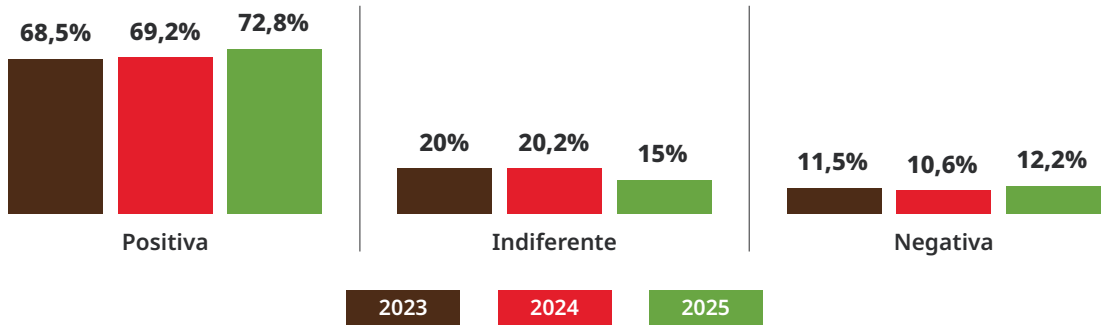
3 Síntese dos resultados

Percepção geral

A pesquisa apresentada avalia a percepção dos empresários em relação ao São João do Assú. Os resultados indicam que 72,8% dos empresários tiveram uma percepção positiva sobre o evento, demonstrando uma clara maioria satisfeita. A percepção indiferente foi de 15%, indicando que uma parte dos empresários teve uma opinião regular sobre o evento deste ano. Já a percepção negativa foi de 12,2%, mostrando que uma minoria ficou insatisfeita com o evento.

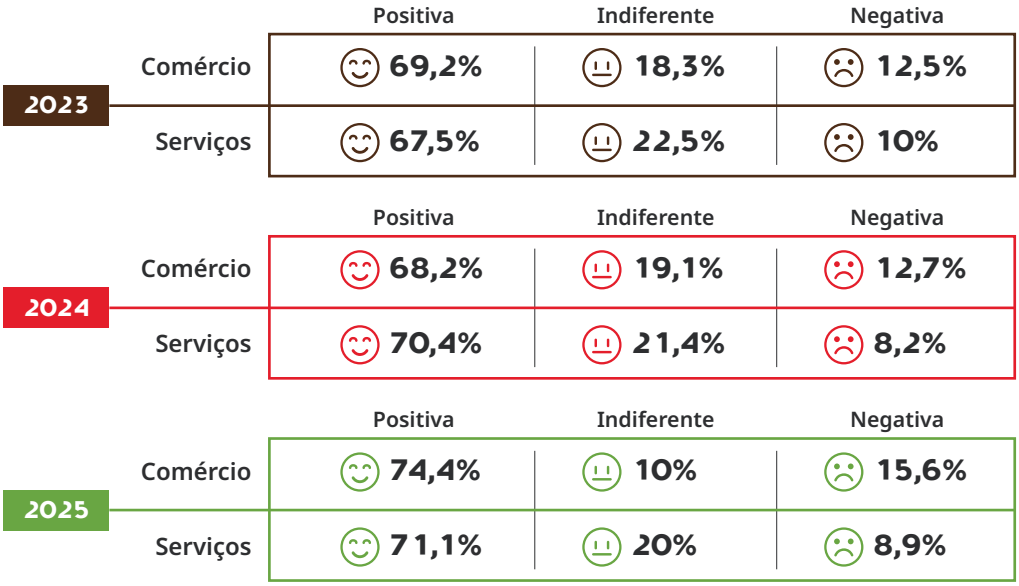
Comparando com o ano de 2024, observamos de maneira geral uma estabilidade nos números. A percepção positiva era de 69,2% e passou para 72,8%. A percepção indiferente teve uma variação de 20,2% para 15%. A percepção negativa teve um leve aumento de 10,6% para 12,2%. Esses dados mostram uma constância na percepção geral do evento.

Gráfico 1 **O São João do Assú afeta o seu negócio de que forma?**



A percepção dos empreendedores do comércio em 2025 manteve-se amplamente positiva, com 74,4% das empresas avaliando os efeitos do evento de forma favorável, 10% avaliando de forma indiferente e 15,6% de forma negativa. Ainda que o setor de serviços tenha registrado um índice positivo um pouco menor (71,1%), segue representando uma parcela relevante do otimismo local. A baixa presença de avaliações negativas (8,9%) reafirma o impacto positivo do evento para o comércio de Assú.

Gráfico 2 **Percepção, por setor:**



Investimento

Os dados sobre os tipos de investimentos feitos pelas empresas visando a festa de São João do Assú mostram que 60% dos negócios ampliaram seu estoque, enquanto 27,2% contrataram funcionários ou realizaram treinamento da equipe. Aumentar a variedade de produtos foi a estratégia adotada por 24,4% das empresas, e 7,8% investiram em estrutura, reforma e estacionamento. Divulgação, *marketing* e publicidade foram priorizados por 1,7% dos negócios. Além disso, 0,6% dos entrevistados indicaram outros tipos de investimento, e 16,7% afirmaram não ter feito nenhum investimento específico para a festa.

Comparando com 2024, observou-se algumas variações nos padrões de investimento. No ano anterior, 40,4% das empresas ampliaram seu estoque e 14,9% aumentaram o número de funcionários e investiram em treinamento, valores menores do que o ano atual. O aumento de variedade de produtos foi feito por 35,1% dos negócios, e 7,7% investiram em estrutura, reforma ou estacionamento. Divulgação, marketing e publicidade foram estratégias para 2,4% das empresas. Outros tipos de investimento foram menos comuns, com 1,9%, enquanto 32,7% não realizaram nenhum investimento.

Esses números mostram uma consistência nas estratégias de investimento dos empresários de um ano para o outro, refletindo uma abordagem cada vez maior em investimentos consolidados nos anos anteriores para o São João do Assú.

Tabela 1 **Que tipo de investimento fez no seu negócio visando a festa?**

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025
Ampliação estoque	46,5%	40,4%	60%
Contratação funcionários/Treinamento equipe	20,5%	14,9%	27,2%
Aumento da variedade de produtos	49%	35,1%	24,4%
Estrutura/Reforma/Estacionamento	13,5%	7,7%	7,8%
Marketing	5%	2,4%	1,7%
Outros	1,5%	1,9%	0,6%
Não Investiu	31%	32,7%	16,7%
Não respondeu	0%	2,4%	7,8%

Em relação ao valor investido pelos empresários em seus negócios para a festa de São João do Assú em 2025, a pesquisa revela algumas mudanças significativas nas faixas de investimento. Em 2025, a maioria dos empresários (28,9%) investiu de R$ 10.001 a R$ 50.000, diferente de 2024 quando a maioria (35,6%) havia investido até R$ 500. Essa faixa de investimento foi seguida por aqueles que investiram até R$ 500,00, representando 26,7% dos entrevistados. Uma parcela de 25,6% dos empresários investiu entre R$ 501 a R$ 5.000. Os que investiram de R$ 5.001 a R$ 10.000 constituíram 11,7% do total, e apenas 7,2% investiram acima de R$ 50.000,00.

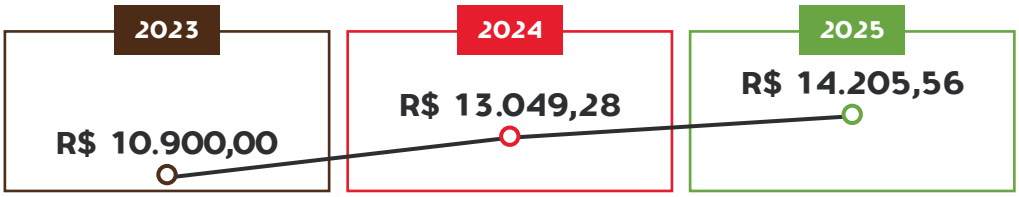
Tabela 2 **Quanto investiu no seu negócio visando a festa?**

	2023	2024	2025
Até R$ 500	38%	35,6%	26,7%
De R$ 501 a R$ 5.000	24%	23,6%	25,6%
De R$ 5.001 a R$ 10.000	14%	13%	11,7%
De R$ 10.001 a R$ 50.000	15%	13,5%	28,9%
Acima de R$ 50.000	9%	14,4%	7,2%

A pesquisa da Fecomércio RN revela dados importantes sobre o investimento médio por empresa para a festa de São João do Assú. Neste ano, o investimento médio registrado foi de R$ 14.205,56, mostrando um aumento em relação ao ano anterior, quando o investimento médio foi de R$ 13.049,28.

Comparando os dados de 2025 com os de 2024, observa-se um crescimento de aproximadamente 8,9% no investimento médio por empresa. Essa tendência de aumento no investimento reflete a percepção de que a festa de São João do Assú é um evento importante para o comércio local, com potencial para gerar maior retorno financeiro. O incremento no investimento médio também pode ser um indicativo de que os empresários estão se preparando melhor e com mais antecedência para o evento, buscando maximizar as oportunidades de lucro.

Gráfico 3 **Investimento médio anual:**



O setor de comércio apresentou um investimento médio de R$ 16.361,11 e setor de serviços registrou um investimento médio de R$ 12.050,00, valores que refletem não apenas a confiança dos empreendedores locais na visibilidade proporcionada pelo evento, mas também o fortalecimento dos setores diante do aumento da circulação de pessoas.

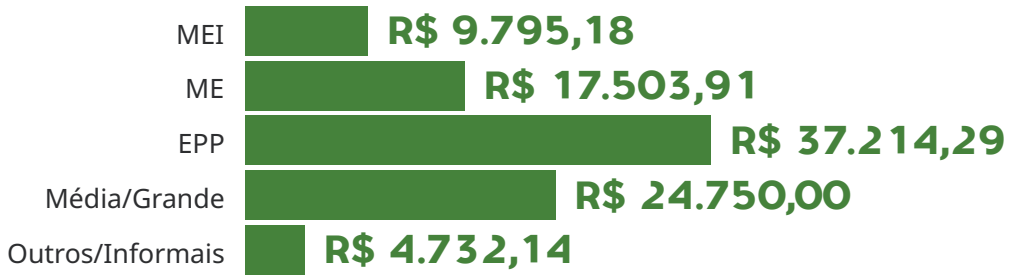
Gráfico 4 **Investimento médio, por setor:**

Sobre o investimento médio pelo porte das empresas para o São João do Assú, os dados oferecem uma visão detalhada sobre como diferentes categorias de empresas alocam recursos para aproveitar as oportunidades do evento.

Empreendedores Individuais (MEI) investiram, em média, R$ 9.795,18 em seus negócios. Microempresas (ME) destinaram um valor significativamente maior, com um investimento médio de R$ 17.503,91. Empresas de Pequeno Porte (EPP) fizeram os maiores investimentos, com uma média de R$ 37.214,29, demonstrando um forte compromisso em maximizar o retorno do evento. Empresas de Médio e Grande Porte também investiram bastante sendo uma média de R$ 24.750,00. Por fim, os empresários informais ou de categorias não especificadas investiram uma média de R$ 4.732,14, indicando um menor nível de recursos disponíveis ou uma abordagem mais cautelosa em relação ao evento.

O investimento médio varia consideravelmente conforme o porte da empresa, com as EPPs e as empresas de médio e grande porte liderando os investimentos, seguidas pelas microempresas e MEIs. Os empresários informais ou de outras categorias investiram menos, o que pode refletir diferenças na capacidade financeira, percepção de risco ou expectativa de retorno do evento. Essas variações indicam que, enquanto as empresas maiores estão dispostas a investir mais para aproveitar as oportunidades econômicas proporcionadas pelo São João do Assú, as empresas menores e informais tendem a ser mais conservadoras em seus investimentos.

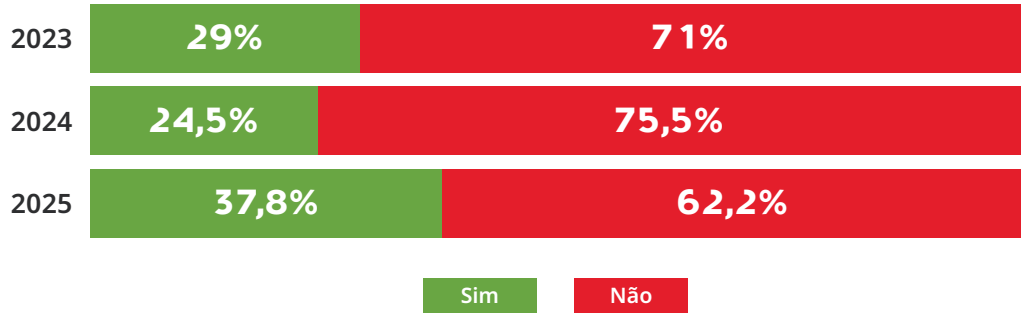
Gráfico 5 **Investimento médio, por porte:**



A pesquisa da Fecomércio RN avaliou a contratação de trabalhadores temporários para o período da festa de São João do Assú. Os dados mostram que houve um aumento nas tendências de contratação. Em 2025, 37,8% dos empresários contrataram trabalhadores temporários, mais do que os 24,5% que informaram ter contratado em 2024. Em contrapartida, 75,5% dos empresários não contrataram ninguém em 2024, porcentagem que diminuiu para 62,2% em 2025. Essa comparação sugere um aumento no interesse em

contratar mão de obra, e uma redução no interesse de não investir em mão de obra para atuar durante o evento.

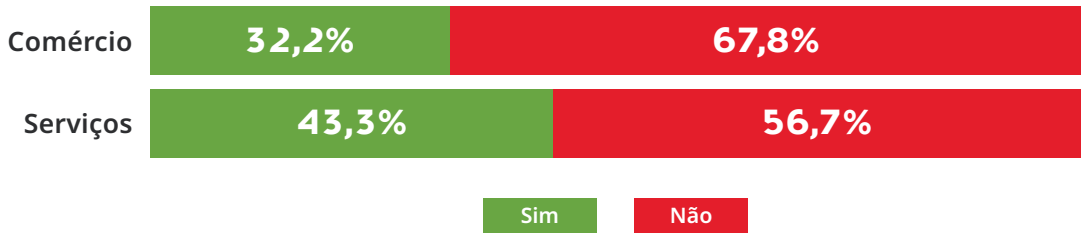
Gráfico 6 **Contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?**



A tabela a seguir reflete as intenções de contratação dos empresários do comércio e serviços durante o São João do Assú 2025. Nos dados do setor de comércio, observa-se que apenas 32,2% dos empresários necessitaram contratar, enquanto a maioria, 67,8%, não precisaram aumentar sua equipe durante o evento.

Por outro lado, no setor de serviços, a disposição para contratação é mais evidente que a média geral, com 43,3% dos empresários indicando que contrataram no período. Ainda assim, uma parcela significativa de 56,7% não contratou, o que mostra uma divisão na percepção das oportunidades de negócio durante o São João. Esses dados são importantes para entender como diferentes segmentos empresariais se preparam e respondem às demandas de um evento local como o São João do Assú, influenciando estratégias de contratação e expectativas de mercado.

Gráfico 7 **Necessidade de contratação, por setor:**



Faturamento

Sobre o movimento durante o São João do Assú em 2025, a pesquisa mostrou que 32,8% dos empresários esperavam que o movimento fosse “muito bom”, refletindo um aumento significativo no otimismo em comparação aos anos anteriores. Além disso, 47,8% dos empresários consideraram o movimento “bom”, consolidando uma visão amplamente positiva do evento. Cerca de 13,9% dos empresários avaliaram o movimento irrelevante para os seus negócios, e apenas 5,6% disseram que o movimento foi “ruim”. Esses dados demonstram que a maioria dos empresários aprovaram o movimento durante o evento, tendo um impacto favorável em suas atividades comerciais.

Comparando os dados de 2025 com os de 2024, observou-se uma tendência de melhoria. Em 2024, 20,2% esperavam um movimento “muito bom”, enquanto em 2025 esse número aumentou para 32,8%. A expectativa de um movimento “bom” também se manteve alta, com um aumento de 43,8% em 2024 para 47,8% em 2025. A porcentagem de empresários que consideraram o movimento irrelevante diminuiu de 23,1% em 2024 para 13,9% em 2025, indicando uma menor indiferença em relação ao evento. Além disso, foi registrada uma redução de um movimento “ruim” de 13% em 2024 para 5,6% em 2025. O aumento nas expectativas positivas sugere que, de maneira geral, os empresários ficaram satisfeitos com o impacto da festa em seus negócios este ano.

Gráfico 8 **Movimento durante o São João do Assú:**

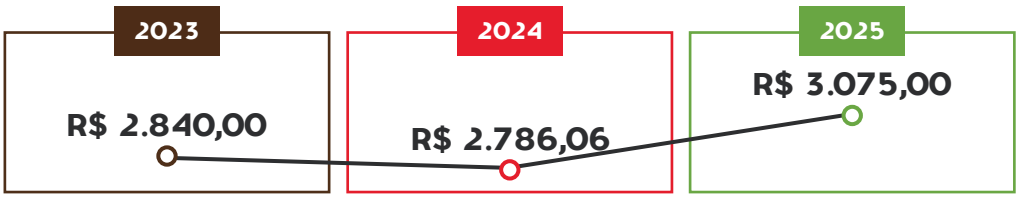
	Muito bom	Bom	Irrelevante	Ruim
2023	22%	46%	25%	7%
2024	20,2%	43,8%	23,1%	13%
2025	32,8%	47,8%	13,9%	5,6%

Gráfico 9 **Movimento durante o São João do Assú, por setor:**

	Muito bom	Bom	Irrelevante	Ruim
Comércio	35,6%	45,6%	12,2%	6,7%
Serviços	30%	50%	15,6%	4,4%

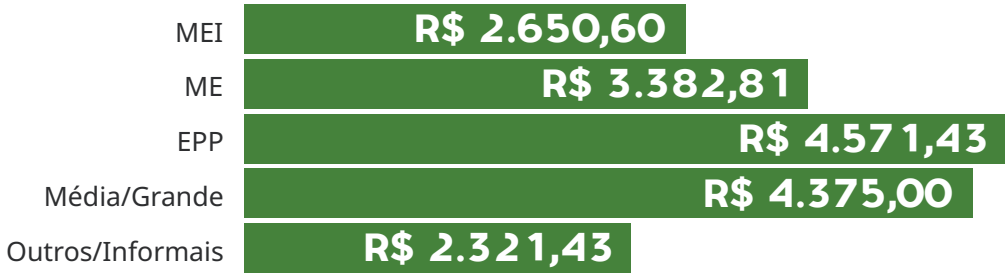
O faturamento médio por dia das empresas durante o São João do Assú apresentou um aumento em 2025. Neste ano, o faturamento médio diário foi de R$ 3.075,00 refletindo um crescimento em relação ao ano anterior, quando o faturamento médio diário foi de R$ 2.786,06. Esse aumento de aproximadamente 10,4% indica um impacto econômico positivo da festa para os empresários locais, sugerindo um maior fluxo de clientes e uma maior disposição de gasto por parte dos consumidores.

Gráfico 10 **Faturamento médio diário, por ano:**



Segmentando por porte, observou-se que as Empresas de Pequeno Porte (EPP) tiveram o maior faturamento médio diário, alcançando R$ 4.571,43. Em seguida vieram as empresas de médio e grande portes (R$ 4.375,00); as Microempresas (ME), que tiveram um faturamento médio de R$ 3.382,81; e por último, com faturamentos médios menores, os Microempreendedores Individuais (MEI), com R$ 2.650,60, e empresas de outras categorias, incluindo os informais, que faturaram R$ 2.321,43.

Gráfico 11 **Faturamento médio diário, por porte:**



Analisando por setor, a pesquisa notou que nos serviços, o faturamento médio diário foi de R$ 2.933,33, indicando uma demanda dos consumidores durante o evento. Este setor abrange uma ampla variedade de serviços, como salões

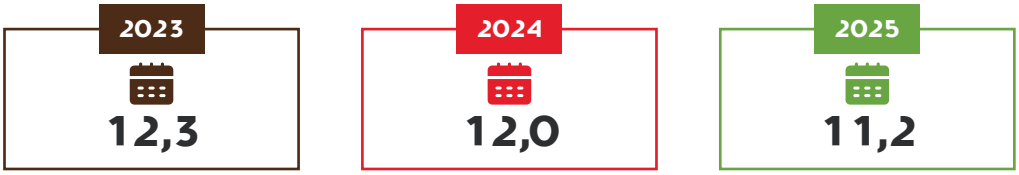
de beleza, barbearias, bares, restaurantes, pousadas, hotéis e outros, que se beneficiam do aumento de clientes durante o evento.

No setor de comércio, o faturamento médio diário foi de R$ 3.216,67, sendo maior que o setor de serviços, demonstrando um aumento do interesse das pessoas de comprar produtos durante os festejos juninos.

Gráfico 12 **Faturamento médio diário, por setor:**

A análise dos dados sobre o número de dias de funcionamento dos negócios durante os festejos de São João do Assú em 2025 mostra pouca diferença em comparação ao ano anterior. No total geral, os negócios funcionaram em média 11,2 dias em 2025, comparado a 12,2 dias em 2024. Essa pequena variação indica que os empresários continuam comprometidos em manter suas operações durante quase todo o período de festejos, demonstrando uma continuidade e confiança na atratividade do evento.

Gráfico 13 **Média de dias de funcionamento:**



Por setor, observamos que o de Serviços registrou uma média 10,3 dias de funcionamento em 2025, contra de 12,2 dias de funcionamento em 2024. No comércio, a média de funcionamento foi de 12,2 dias em 2025 e 11,9 dias em 2024.

Gráfico 14 **Dias de funcionamento, por setor:**

A análise dos dados sobre a média de clientes recebidos por dia durante os festejos de São João do Assú revela uma tendência positiva. Neste ano, os negócios receberam em média 90 clientes por dia, comparado a uma média de 83 clientes por dia em 2024. O aumento no fluxo de clientes é essencial para manter o dinamismo e a vitalidade econômica durante os festejos.

Gráfico 15 **Média de clientes por dia:**

Observando por setor, verificou-se que no comércio, a média de clientes por dia foi de 64, o que demonstra, diante do leve aumento em relação a 2024, quando o movimento foi de 62 clientes por dia, um fluxo constante e significativo de consumidores, indicando que os estabelecimentos comerciais, como lojas de vestuário, calçados e conveniências, atraíram uma base sólida de clientes diários durante o evento.

No setor de serviços, a média de clientes por dia foi mais alta, alcançando 116, também um aumento em relação ao ano anterior (108 clientes). Este dado reflete a alta demanda por serviços como salões de beleza, barbearias, bares,

restaurantes e outros, durante o período do evento. A diferença substancial em relação ao setor de Comércio sugere que os serviços, especialmente aqueles diretamente relacionados ao bem-estar e entretenimento dos visitantes, experimentaram um procura particularmente forte durante os festejos.

Gráfico 16 **Média diária de clientes, por setor:**

Estratégia de vendas

A análise das estratégias de vendas utilizadas pelos empresários durante o São João do Assú em 2025 mostra uma diversidade de abordagens para atrair clientes. Neste ano, a estratégia mais comum foi a divulgação em geral, utilizada por 79,4% dos entrevistados, refletindo a importância de se comunicar com o público e promover os negócios durante o evento. Atendimento personalizado vem logo em seguida com 36,7% das respostas. Preço baixo/promoções também foi uma estratégia destacada, adotada por 23,9% dos empresários, indicando um esforço para oferecer uma experiência única e diferenciada aos clientes. A facilidade na forma de pagamento foi mencionada por 9,4% dos empresários, facilitando as compras e atraindo mais clientes. Outros serviços, como banheiro para cliente (4,4%), sorteio de prêmio e/ou brindes (1,7%) e variedade de produtos (1,1%), também foram utilizados, embora em menor escala.

Comparando os dados de 2025 com os de 2024, observamos uma continuidade e algumas variações interessantes. Em 2024, divulgação em geral foi utilizada por 49% dos empresários, uma porcentagem significativamente menor do que em 2025. Isso pode indicar uma consolidação na ênfase das

estratégias de comunicação e uma maior diversificação das táticas de marketing. O atendimento personalizado também teve uma ligeira alta, de 36,5% em 2024 para 36,7% em 2025, mostrando a consistência na importância de um serviço diferenciado. Preço baixo/promoções reduziu de 39% em 2024 para 23,9% em 2025, sugerindo uma queda na competitividade nas ofertas para atrair clientes.

Tabela 3 **Qual ação ou serviço utilizou para atrair clientes durante o São João do Assú?** Múltiplas respostas

	2023	2024	2025
Divulgação em geral	62,5%	49%	79,4%
Atendimento personalizado	35%	36,5%	36,7%
Preço baixo/promoções	31%	39%	23,9%
Facilidade na forma de pagamento	30,5%	34,5%	9,4%
Banheiro para cliente	7%	5%	4,4%
Sorteio de prêmio e/ou brindes	5%	4,5%	1,7%
Variedade de produtos	4%	0,5%	1,1%
Estacionamento	2,5%	0%	0%
Qualidade nos serviços	0,5%	2%	0%
Outros	2%	0,5%	0,6%
Nenhum(a)	13%	14,5%	1,1%

Melhorias

Os dados de 2025 sobre sugestões de melhoria para o São João do Assú revelam um panorama detalhado das áreas percebidas como prioritárias pelos participantes da pesquisa. A preocupação com infraestrutura e mobilidade urbana é uma das principais, com 40,6%, indicando a necessidade de oferecer infraestrutura adequada para facilitar o acesso e o conforto dos visitantes. Em seguida as atrações musicais tiveram um maior destaque, com 38,3%, e a necessidade de estacionamento aparece logo em seguida, com 19,4%. A necessidade de mais atrativos turísticos e culturais se destaca com 13,9% demonstrando a necessidade de ampliar esse tipo de lazer para o público da festa. Apenas 5% dos entrevistados acabaram por não ver necessidade de melhorias.

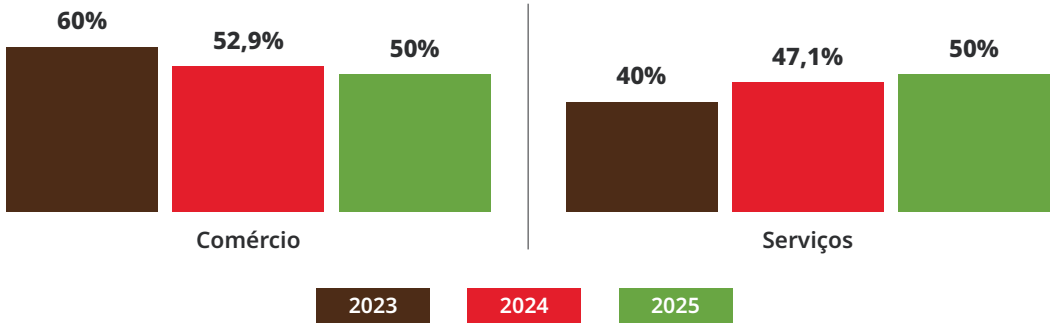
Gráfico 17 **Sugestões de melhorias:**

Múltiplas respostas

Perfil das empresas

O perfil dos negócios participantes da pesquisa indica poucas variações na representação setorial. Do total de respondentes, 50% são do setor de Comércio, enquanto 50% são do setor de Serviços. Isso mostra um equilíbrio nos setores para atender todo o tipo de consumo.

Gráfico 18 **Setor dos negócios:**

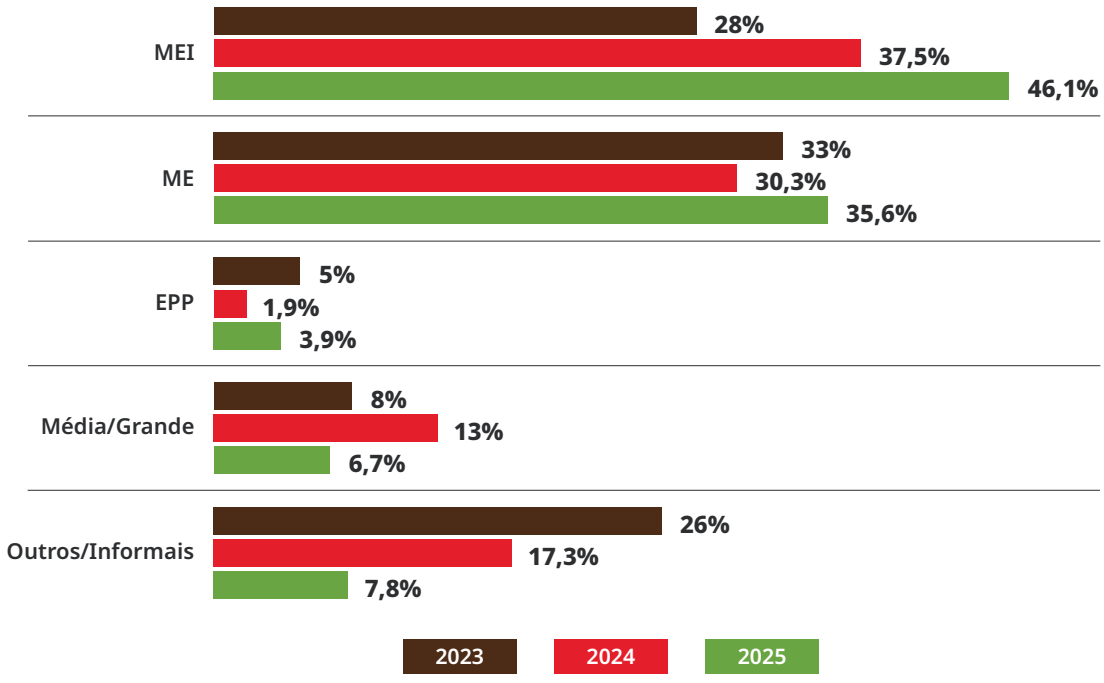


A análise dos dados sobre o porte das empresas participantes da pesquisa revela uma distribuição variada dentro do cenário empresarial local. Os Microempreendedores Individuais (MEI) são a categoria predominante, representando 46,1% do total de respondentes. Isso destaca um forte envolvimento dos pequenos empreendedores individuais na economia local e no evento do São João do Assú, refletindo um cenário onde esses negócios têm papel significativo na dinâmica econômica do evento.

Os Microempresários (ME) compreendem 35,6% dos participantes, mostrando uma presença considerável, embora ligeiramente menor em comparação com os MEI. Empresas de Pequeno Porte (EPP) representam 3,9%, indicando uma participação mais limitada nesse segmento específico. Por outro lado, Empresas Médias/Grandes constituem 6,7% dos respondentes, refletindo uma presença significativa de empresas de porte maior interessadas no contexto do São João.

Além disso, 7,8% dos respondentes são categorizados como "Outros/Informais", uma categoria que abrange uma variedade de estruturas empresariais que não se enquadram nas categorias anteriores, mostrando a diversidade e a adaptação dos negócios locais ao contexto do evento.

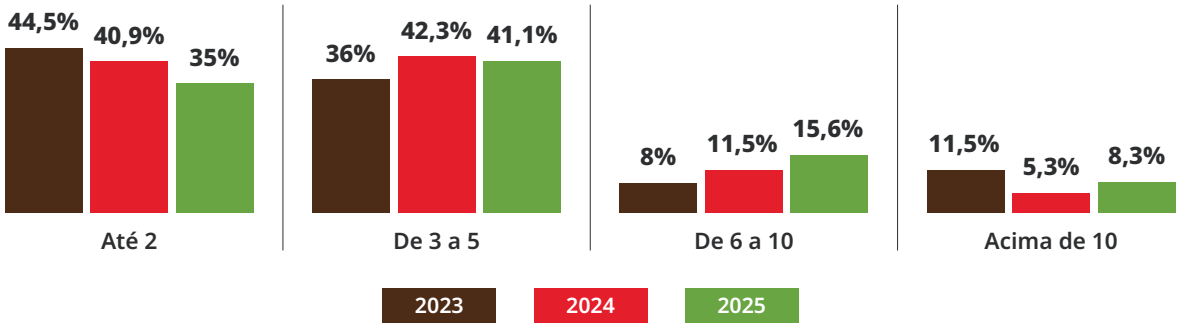
Gráfico 19 **Porte das empresas:**



No tocante ao número de colaboradores nas empresas participantes, a pesquisa revela uma distribuição variada. A faixa mais representativa é a de empresas que possuem entre 3 e 5 colaboradores, com 41,1%, seguida das com até 2 colaboradores, totalizando 35% dos respondentes, mostrando uma concentração significativa de pequenos negócios no São João do Assú. A faixa de empresas com 6 a 10 colaboradores tem representação de 15,6% e as com 10 ou mais colaboradores também se mostram significativas, com 8,3%.

Comparativamente, em 2024, os dados mostram uma distribuição similar. Naquele ano, empresas com 3 a 5 colaboradores também eram maioria, com 42,3%, seguidas por empresas com até 2 colaboradores, com 40,9%. A presença de empresas com 6 a 10 colaboradores era de 11,5% e com 10 ou mais colaboradores era de 5,3%. Embora haja algumas variações nas porcentagens entre os anos, a estrutura geral de preferência em relação ao número de colaboradores parece consistente ao longo do tempo. Isso sugere uma estabilidade nas características e na composição das empresas que participam da pesquisa, indicando uma continuidade nas dinâmicas econômicas e nas estratégias de emprego dentro do contexto do São João do Assú.

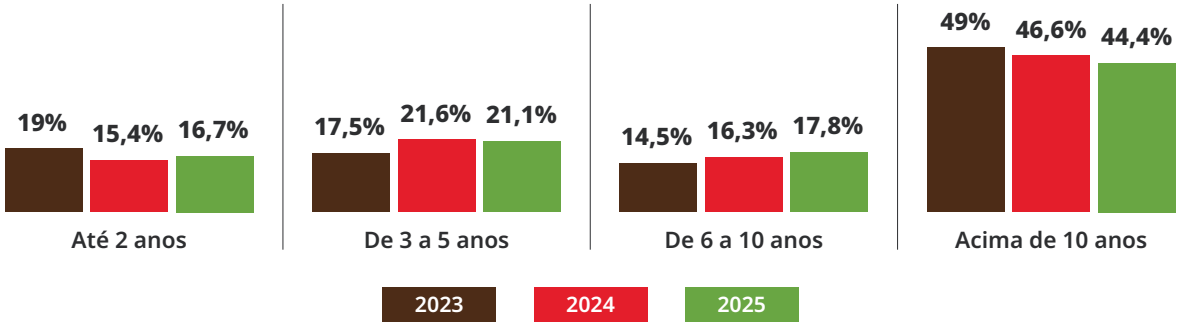
Gráfico 20 **Número de colaboradores:**



Quanto ao tempo de existência das empresas participantes da pesquisa, os dados indicam uma distribuição variada. A maioria das empresas tem uma longevidade significativa, com 44,4% delas existindo há mais de 10 anos, destacando uma presença consolidada no mercado local durante o período do São João do Assú. Empresas com 3 a 5 anos de existência representam 21,1%, indicando uma presença robusta de negócios relativamente jovens, porém já estabelecidos.

Comparativamente, em 2024, os dados mostram uma distribuição parecida. Naquele ano, a maioria das empresas também tinha mais de 10 anos de existência, com 46,6%. Empresas com 3 a 5 anos representavam 21,6%, e com 6 a 10 anos, 16,3%. Embora haja variações nas porcentagens entre os anos, a estrutura geral de tempo de existência das empresas parece bastante consistente ao longo do tempo.

Gráfico 21 **Tempo de atuação:**



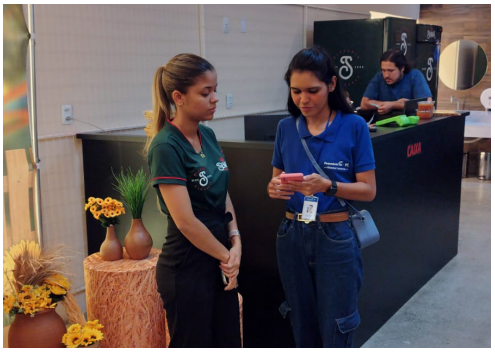
Os dados sobre os segmentos das empresas participantes da pesquisa mostram uma diversidade significativa de áreas de atuação. Bares e Restaurantes são o segmento mais representado, com 26,1% das empresas, refletindo a importância deste setor no evento São João do Assú. Lojas de vestuários/calçados eram 25% dos participantes, seguidas por lanchonetes e cafeterias, com 7,2%. Outros segmentos notáveis incluem salão de beleza/barbearia (7,2%), variedades (3,9%) e hotéis/pousadas (3,3%). Além disso, segmentos como sorveterias (3,3%), supermercados/mercado (2,8%) e ambulantes (2,2%) também têm uma presença considerável.

Tabela 4 **Segmento das empresas:**

	2023	2024	2025
Bares/Restaurantes	7,5%	6,7%	26,1%
Vestuário/Calçados	14,5%	16,8%	25%
Lanchonetes/Cafeteria	8%	9,6%	7,2%
Salão de beleza/Barbearia	5,5%	1,9%	7,2%
Variedades	6%	5,8%	3,9%
Hotéis/Pousadas	3%	2,4%	3,3%
Sorveterias	1,5%	0,5%	3,3%
Supermercados/Mercado	2,5%	1%	2,8%
Ambulante	7%	10,1%	2,2%

Conveniência	0%	1,4%	2,2%
Perfumaria	0,5%	1%	2,2%
Eletrônicos/eletrodomésticos/móveis	5,5%	2,9%	2,2%
Ótica	2%	4,3%	1,7%
Bebidas	4,5%	2,4%	1,7%
Telecomunicações	1%	1,4%	1,1%
Posto de Combustíveis	1%	0%	1,1%
Plásticos/Descartáveis	0%	1,4%	0,6%
Padaria e confeitaria	0%	2,4%	0,6%
Farmácias	2%	0%	0,6%
Autopeças/Serviços automotivos	5,5%	6,3%	0%
Assistência técnica	4%	3,8%	0%
Loja/Serviços para animais	3,5%	3,3%	0%
Borracharia	0%	2,4%	0%
Material de construção	2%	1,4%	0%
Bijuterias/Joias	3%	1%	0%
Cama, mesa e banho	1,5%	1%	0%
Produtos naturais e Suplementos	1%	1%	0%
Serviços de segurança eletrônica	0,5%	0,5%	0%
Produto de limpeza	0,5%	0,5%	0%
Ferragens	0,5%	0,5%	0%
Gráfica	2,5%	0%	0%
Vidraçaria	1%	0%	0%
Outros	2,5%	6,4%	5%

4 Anexos



Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC