

Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC

PERCEÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS sobre o

MOSSORÓ
CIDADE
JUNINA

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

Samuel Marques

Carlos Emanuel

Pesquisadores



SUMÁRIO

1. Introdução	04
2. Aspectos técnicos	05
3. Síntese dos resultados	06
Percepção geral	06
Investimento	07
Faturamento	13
Estratégia de vendas	20
Melhorias	21
Perfil das empresas	22
4. Anexos	28

1

Introdução

O Mossoró Cidade Junina, além dos aspectos junino e sociocultural, movimenta a economia da cidade e faz circular renda. É considerado o principal evento do turismo de Mossoró e um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As tradicionais festividades interferem diretamente na vida da comunidade local, influenciando não só na economia e geração de renda, mas nos hábitos e costumes do sentimento junino das pessoas.

Os festejos mobilizam a população local, visitantes e turistas, com o envolvimento na realização da festa, participação em shows de artistas nacionais e regionais, apresentações culturais, festivais de quadrilha, exposições, shows de humor, teatro de bonecos, festival de sanfoneiros, além do tradicional espetáculo Chuva de Bala no País de Mossoró. Ademais, tem o investimento que as pessoas vindas de outras cidades e até de Estados diferentes fazem ou deixam para o Município, já que se tornam consumidores do comércio e da prestação de serviços, com retorno de renda para a cidade e região.

Buscando compreender as peculiaridades e características deste evento para o Estado, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa técnica para avaliar o impacto da festa sob o ponto de vista dos empreendedores locais.

O trabalho serve de monitoramento do mercado potiguar. As pesquisas da Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado e dos consumidores, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.



2

Aspectos técnicos

Este relatório apresenta os resultados da pesquisa técnica realizada pelo Instituto Fecomércio RN (IFC) em Mossoró RN, durante o mês de junho de 2025, no contexto do evento Mossoró Cidade Junina. O estudo teve como objetivo captar as percepções, experiências e avaliações de 200 empreendedores formais dos segmentos de comércio e serviços locais, buscando compreender os impactos gerados pelo evento sobre a atividade econômica do município.

A amostra foi estruturada com rigor técnico, visando garantir a representatividade dos diferentes perfis empresariais da cidade. Com base nesse desenho amostral, foi possível estimar uma margem de erro de aproximadamente 3 pontos percentuais e um nível de confiança de 95%. Isso significa que, se o levantamento fosse repetido diversas vezes, os resultados obtidos tenderiam a oscilar dentro desse intervalo estatístico na grande maioria das aplicações.

A pesquisa adotou abordagem quantitativa, com coleta de dados primários realizada por entrevistadores treinados, por meio de entrevistas presenciais e aplicação de questionário padronizado. Para assegurar a consistência e a qualidade das informações, todo o material foi submetido a uma checagem criteriosa, que incluiu testes estatísticos de consistência, validações lógicas internas e, quando necessário, confirmação de dados por telefone.

Cabe destacar que alguns dados referentes a edições anteriores da pesquisa podem ter passado por revisão metodológica, resultando em atualizações pontuais nos resultados. Tais ajustes estatísticos e de padronização foram aplicados com o objetivo de alinhar escalas, categorias e critérios de análise, assegurando maior consistência comparativa entre os anos estudados. Essa uniformização permite uma leitura mais precisa da evolução do evento ao longo do tempo e reforça a confiabilidade das comparações apresentadas neste relatório.

Os resultados a seguir oferecem um diagnóstico detalhado das percepções dos empresários sobre o evento, contribuindo com subsídios relevantes para o planejamento de futuras edições do Mossoró Cidade Junina, além de orientar ações estratégicas dos setores público e privado voltadas ao fortalecimento da economia local durante o período festivo.

3 Síntese dos resultados

Percepção geral

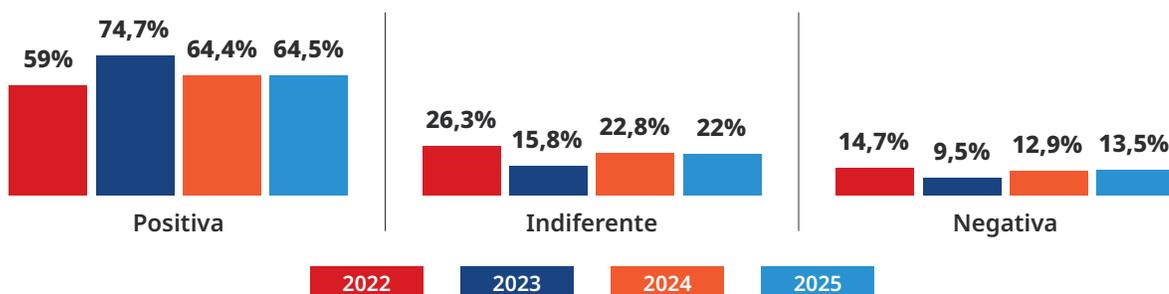
A percepção dos empresários de Mossoró em relação ao Mossoró Cidade Junina manteve-se praticamente estável em comparação ao ano anterior. O índice de avaliações positivas seguiu alto, passando de 64,4% em 2024 para 64,5% neste ano, sinalizando que o evento continua sendo visto como uma oportunidade relevante para o comércio local, especialmente nos setores de serviços, alimentação e turismo.

O número de empresários indiferentes teve uma leve queda, de 22,8% para 22%, o que pode indicar uma pequena conversão desse público para uma percepção mais favorável, embora o entusiasmo não tenha crescido de forma significativa.

Por outro lado, a proporção de avaliações negativas subiu de 12,9% em 2024 para 13,5% em 2025. Ainda que o aumento seja discreto, ele aponta para a necessidade de atenção por parte dos organizadores, especialmente quanto a aspectos logísticos, concorrência desleal, ou dificuldades enfrentadas por alguns segmentos do comércio que não sentiram os efeitos positivos esperados.

Em resumo, o Mossoró Cidade Junina 2025 manteve o patamar de aprovação entre os empresários da cidade, reforçando sua importância para a economia local. No entanto, a leve elevação do olhar crítico e a estagnação do otimismo acendem um alerta para ajustes que podem ampliar os benefícios do evento nos próximos anos.

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



Ao analisar os setores separadamente, o comércio demonstrou um avanço no otimismo: 70% dos comerciantes avaliaram o evento positivamente, superando os 67% registrados em 2024. Esse crescimento pode estar relacionado ao aumento do fluxo de consumidores nos estabelecimentos físicos durante o período junino, assim como à realização de ações promocionais associadas ao evento.

Por outro lado, o setor de serviços apresentou uma queda na percepção positiva, passando de 61,6% em 2024 para 59% em 2025. Além disso, houve um aumento no percentual de avaliações indiferentes (de 22,2% para 25%) e uma leve redução no sentimento negativo (de 16,16% para 16%).

Gráfico 2 Percepção por setor:

		Positiva	Indiferente	Negativa
2022	Comércio	 60,8%	 25,8%	 13,4%
	Serviços	 54,9%	 27,5%	 17,6%
2023	Comércio	 69,3%	 18,9%	 11,8%
	Serviços	 80,2%	 12,7%	 7,1%
2024	Comércio	 67%	 23,3%	 9,7%
	Serviços	 61,6%	 22,2%	 16,2%
2025	Comércio	 70%	 19%	 11%
	Serviços	 59%	 25%	 16%

Investimento

Os empresários de Mossoró demonstraram maior disposição para investir durante o Mossoró Cidade Junina, embora o cenário ainda mostre cautela em alguns aspectos. O percentual dos que não realizaram nenhum investimento

caiu de forma significativa, passando de 32,6% em 2024 para 24,5% em 2025. Essa redução de 8 pontos percentuais indica uma retomada da confiança em relação ao retorno financeiro gerado pelo evento.

O destaque de 2025 foi, mais uma vez, o investimento em ampliação de estoque, que saltou de 34,2% para 45,5%, atingindo o maior patamar da série histórica. O dado evidencia que muitos empresários esperavam um aumento na demanda de clientes durante o evento e se prepararam para aproveitar esse movimento.

A contratação de funcionários também avançou de forma relevante, passando de 14,4% em 2024 para 19,5% em 2025. Esse crescimento reforça a importância do evento como um gerador de empregos temporários e como uma oportunidade concreta de expansão operacional durante o período junino.

O investimento em variedade de produtos permaneceu praticamente estável, com ligeira queda de 32,2% para 32%, indicando que a diversificação do portfólio de vendas já vinha sendo uma estratégia consolidada nos anos anteriores e foi mantida em 2025.

Outras áreas também apresentaram evolução moderada. Os investimentos em estrutura, reforma e estacionamento cresceram de 7,9% para 9%, refletindo melhorias em espaços físicos para atender melhor o público. Por outro lado, houve redução em áreas estratégicas como treinamento de equipe (de 2,5% para 2%) e propaganda/*marketing* (de 2,5% para apenas 1%). Essa retração pode indicar que, embora os empresários tenham investido mais em operação e estoque, houve menor preocupação com a comunicação e com a qualificação da equipe pontos que podem comprometer a experiência do consumidor e a competitividade no médio prazo.

Tabela 1

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

Múltiplas respostas

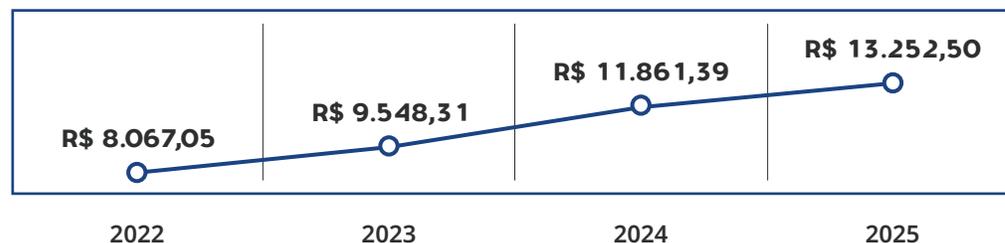
	2022	2023	2024	2025
Ampliando estoque	34,7%	34,5%	34,2%	45,5%
Aumentando a variedade de produtos	20,1%	24,8%	32,2%	32%
Contratando funcionários	8,4%	8,8%	14,4%	19,5%
Estrutura/Reforma/Estacionamento	0%	6,6%	7,9%	9%
Treinamento de equipe	3,5%	1,6%	2,5%	2%
Propaganda/Marketing	2,3%	2,2%	2,5%	1%
Outros	2,5%	1,5%	0,5%	1%
Não fez investimentos	28,3%	20,1%	32,6%	24,5%

O investimento médio realizado pelos empresários de Mossoró durante o Mossoró Cidade Junina tem crescido de forma consistente nos últimos quatro anos, chegando a R\$ 13.252,50 em 2025. O dado representa não apenas um novo recorde na série histórica, mas também reforça o fortalecimento do evento como um vetor de dinamismo econômico para o setor produtivo local.

Em relação a 2024, o valor médio investido aumentou em mais de R\$ 1.390,00, um avanço de 11,7%. Esse crescimento, embora expressivo, mantém a tendência verificada desde 2022, quando o investimento era de R\$ 8.067,05. Desde então, a média por empresário acumula uma alta de quase 64% em apenas três anos.

Mais do que números, esse movimento traduz a confiança cada vez maior do empresariado local no retorno proporcionado pelo evento. Além disso, a elevação dos valores acompanha uma mudança no perfil dos investimentos, com maior foco em ações de impacto direto, como ampliação de estoques e contratações, setores que naturalmente demandam mais recursos.

Gráfico 3 Investimento médio anual:

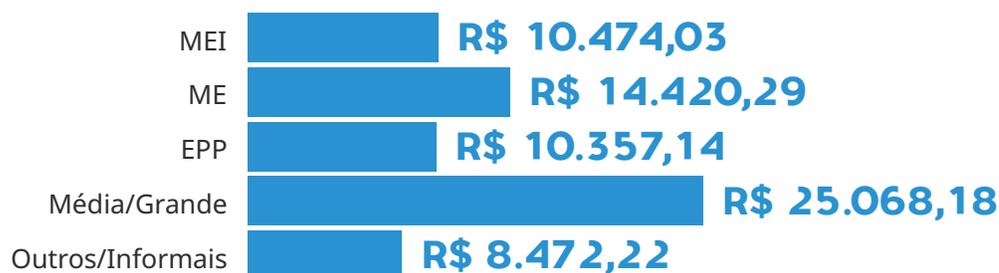


As empresas de médio e grande portes lideraram o ranking de investimento, com um valor médio de R\$ 25.068,18, demonstrando maior capacidade de aporte e, possivelmente, um envolvimento mais robusto em termos de estrutura e presença no evento.

As microempresas (ME) investiram, em média, R\$ 14.420,29, valor superior ao destinado pelos microempreendedores individuais (MEI), que apresentaram uma média de R\$ 10.474,03. Já as empresas de pequeno porte (EPP) mantiveram um patamar semelhante ao dos MEIs, com uma média de R\$ 10.357,14 investidos, o que pode indicar limitação de recursos ou estratégias mais modestas de participação.

O grupo classificado como “Outros”, que pode englobar associações, cooperativas ou empreendimentos informais, apresentou o menor valor médio de investimento, R\$ 8.472,22, reforçando a diversidade de perfis presentes na festa e a importância de considerar políticas de apoio e incentivo para a manutenção de uma participação ampla e representativa.

Gráfico 4 Investimento médio, por porte:



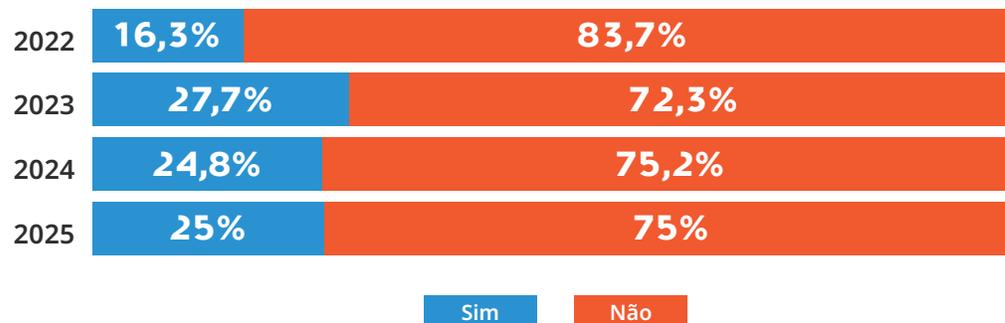
O setor de comércio apresentou um investimento médio de R\$ 17.365,00, o mais elevado de toda a série histórica recente, consolidando sua posição como o principal agente econômico do evento. Esse valor reflete não apenas a confiança do comércio local na visibilidade proporcionada pelo evento, mas também o fortalecimento do setor diante do aumento da circulação de pessoas e do potencial de vendas durante os festejos.

Em contraste, o setor de serviços registrou um investimento médio de R\$ 9.140,00 em 2025, valor inferior ao do ano anterior (R\$ 9.954,55), sinalizando uma leve retração. Embora ainda represente uma parcela significativa dos negócios envolvidos na festa, essa redução pode indicar cautela por parte dos prestadores de serviços ou mudanças nas estratégias adotadas para atuar no evento.

Gráfico 5 Investimento médio, por setor:

A contratação de trabalhadores exclusivamente para o período do Mossoró Cidade Junina manteve-se praticamente estável em 2025, com 25% dos empresários afirmando que reforçaram suas equipes temporariamente para atender à demanda gerada pelo evento. O percentual é muito próximo ao de 2024 (24,8%) e mostra uma consolidação desse comportamento entre os empreendedores locais.

Comparado ao pico observado em 2023, quando 27,7% realizaram contratações específicas para o período, o dado de 2025 aponta para um leve recuo, mas ainda superior ao nível registrado em 2022 (16,3%). Ou seja, embora não tenha crescido em relação ao ano anterior, o número revela um novo patamar de contratação temporária, mais elevado que o cenário prévio à retomada das atividades em maior escala.

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

Sim

Não

A análise por porte empresarial, no entanto, revela um cenário bastante heterogêneo. As microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP) apresentaram os menores percentuais de contratação temporária, com 21,7% e 21,4%, respectivamente. Apesar da expectativa de movimento intenso no período junino, esses segmentos demonstraram cautela na ampliação das equipes, o que pode estar relacionado a limitações orçamentárias, informalidade nas relações de trabalho ou preferência por jornadas estendidas da equipe fixa.

Entre os MEIs, o percentual de contratação foi de 26%, uma leve alta em relação a 2024 (24,1%), mas ainda distante do pico registrado em 2023 (27,6%). Mesmo sendo um público com estruturas enxutas, parte significativa dos microempreendedores mostrou disposição para reforçar suas operações durante o evento.

Nas empresas médias e grandes, 27,3% declararam ter feito contratações temporárias — um índice que, embora inferior ao registrado em 2024 (50%), revela consistência com a média geral do mercado. Essas empresas, por sua estrutura e capacidade de operação, tendem a formalizar com mais frequência esse tipo de vínculo.

Curiosamente, o grupo classificado como “Outros”, que inclui negócios de difícil categorização, teve o maior percentual de contratação em 2025 (33,3%), embora represente uma fatia menor do universo empresarial. Isso pode refletir experiências específicas em segmentos altamente sazonais ou de forte dependência do calendário junino.

No geral, a manutenção do patamar de 25% de contratações temporárias reforça o papel do Mossoró Cidade Junina como gerador de oportunidades de trabalho. No entanto, a diferença entre os portes empresariais aponta para a importância de estratégias segmentadas de estímulo à formalização e à capacitação, especialmente para os micro e pequenos negócios.

Tabela 2 Contratação, por porte:

	2022		2023		2024		2025	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
MEI	8,5%	91,5%	27,6%	72,4%	24,1%	75,9%	26%	74%
ME	16,8%	83,2%	24,3%	75,7%	18,2%	81,8%	21,7%	78,3%
EPP	29,2%	70,8%	28,6%	71,4%	33,3%	66,7%	21,4%	78,6%
Média/Grande	27,3%	72,7%	16%	84%	50%	50%	27,3%	72,7%
Outros/Informais	16,7%	83,3%	37,7%	62,3%	9,1%	90,9%	33,3%	66,7%

Em 2025, a contratação de funcionários exclusivamente para o período do Mossoró Cidade Junina apresentou comportamentos distintos entre os setores de comércio e serviço, revelando dinâmicas diferentes no impacto do evento sobre a força de trabalho temporária.

No setor de serviços, 38% dos empresários afirmaram ter contratado colaboradores apenas para o período da festa, um crescimento em relação a 2024 (29,3%) e um dos percentuais mais altos da série. Esse aumento reforça o papel do segmento na absorção de mão de obra durante grandes eventos, especialmente em áreas como alimentação fora do lar, hospedagem e eventos, que naturalmente demandam reforço nas equipes durante períodos de alta circulação.

O comércio apresentou uma redução significativa: apenas 12% dos empresários do setor afirmaram ter contratado funcionários temporários em 2025, frente aos 20,4% no ano anterior. Esse recuo pode refletir uma opção por reorganizar equipes já existentes, apostar em jornadas estendidas, ou até mesmo manter a operação com o quadro fixo diante de incertezas sobre o retorno do investimento em pessoal.

Tabela 3 Contratação, por setor:

	2022		2023		2024		2025	
	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Não
Comércio	16,3%	83,7%	11,8%	88,2%	20,4%	79,6%	12%	88%
Serviços	16,5%	83,5%	43,7%	56,3%	29,3%	70,7%	38%	62%

Faturamento

A percepção em relação ao volume de vendas durante o Mossoró Cidade Junina foi amplamente positiva. Mais da metade (61,5%) afirmou ter vendido mais do que no ano anterior, o maior índice de toda a série analisada (2022–2025). Esse avanço significativo em relação a 2024 (quando o percentual foi de 53%) demonstra uma retomada da força comercial do evento e reflete, possivelmente, o aumento no fluxo de público, no *ticket* médio ou na preparação mais estratégica dos empreendedores para o período.

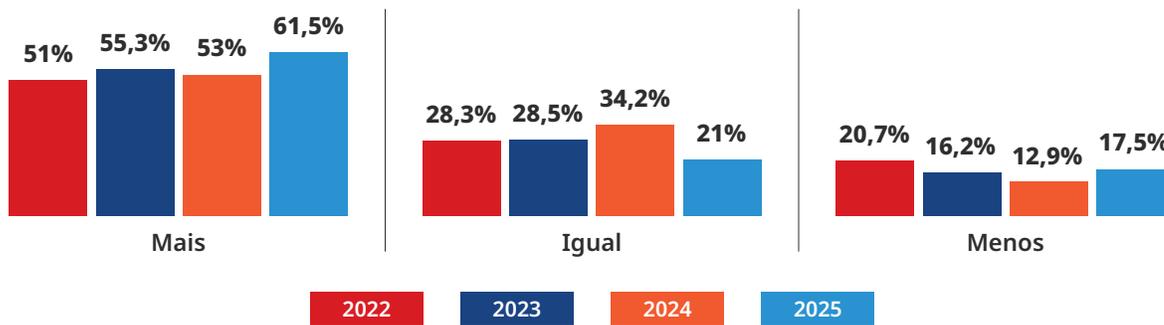
Por outro lado, caiu o número de empresários que relataram desempenho estável: somente 21% disseram ter vendido o mesmo que em 2024, frente a

34,2% no ano anterior. Esse movimento reforça a percepção de crescimento para a maioria, indicando que menos empresas permaneceram estagnadas.

Já os que afirmaram ter vendido menos que no ano anterior representaram 17,5% do total — uma leve alta em comparação a 2024 (12,9%), mas ainda dentro de um patamar relativamente baixo. Embora minoritária, essa parcela evidencia que nem todos os setores ou pontos de venda conseguiram capitalizar o potencial econômico do evento, possivelmente por localização, tipo de produto ou estratégias menos eficazes.

O cenário de 2025 confirma o Mossoró Cidade Junina como um catalisador importante para o comércio local, com mais empresários colhendo resultados positivos. A tendência ascendente nas vendas, acompanhada do crescimento dos investimentos em estoque e contratações, sugere uma sinergia positiva entre planejamento, estrutura e público consumidor.

Gráfico 7 Na comparação com o ano passado, seu negócio faturou:



A percepção sobre o desempenho nas vendas durante o Mossoró Cidade Junina de 2025 foi majoritariamente positiva entre os diferentes perfis de empresas. O maior destaque ficou com as Empresas de Pequeno Porte (EPP), das quais 78,6% relataram crescimento nas vendas em comparação ao ano anterior — o maior índice entre todos os grupos. Trata-se de uma mudança de cenário significativa, já que esse mesmo grupo havia registrado altos percentuais de estabilidade ou queda nas edições anteriores. Esse salto pode indicar que, em 2025, as EPPs conseguiram alinhar melhor estrutura, estoque e visibilidade, beneficiando-se mais plenamente da movimentação gerada pelo evento.

As empresas médias e grandes também mantiveram desempenho sólido: 68,2% venderam mais, mantendo o alto patamar dos anos anteriores. Esses resultados confirmam que, quanto maior a capacidade de operação, maior o potencial de capitalizar sobre o fluxo intenso do evento, com destaque para segmentos de alimentação, entretenimento e serviços turísticos.

Entre os MEIs, 53,2% afirmaram ter vendido mais em 2025, percentual praticamente estável em relação a 2024 (54,4%), indicando que mesmo os negócios menores continuam encontrando espaço para crescer. Porém, o número dos que disseram ter vendido menos também subiu ligeiramente (de 13,9% para 16,9%), apontando para desafios pontuais enfrentados por esse perfil, como dificuldade de estrutura, informalidade ou menor acesso a pontos privilegiados de venda.

Já nas microempresas (ME), 65,2% reportaram crescimento nas vendas, uma recuperação em relação a 2024 (48,1%), o que sinaliza uma melhora importante. Porém, 18,8% ainda afirmaram ter vendido menos, o que exige atenção: mesmo com bons resultados médios, há uma parcela do segmento que não conseguiu acompanhar o ritmo de expansão.

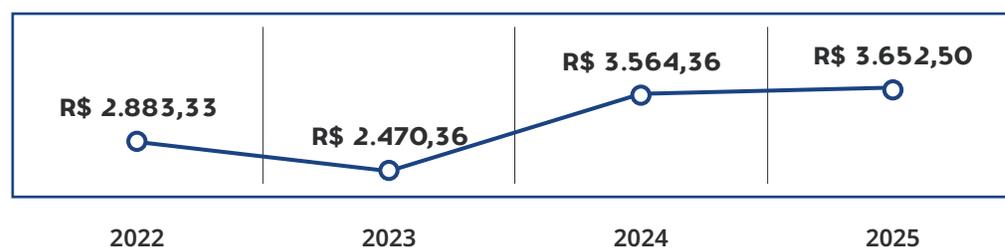
Tabela 4 Percepção de faturamento, em relação aos anos anteriores, por porte:

		2022		
		Mais	Igual	Menos
MEI		44,7%	33%	22,3%
ME		52,4%	28,7%	18,9%
EPP		50%	20,8%	29,2%
Média/Grande		63,6%	18,2%	18,2%
Outros/Informais		50%	33,3%	16,7%
		2023		
		Mais	Igual	Menos
MEI		50%	33,7%	16,3%
ME		68,6%	20%	11,4%
EPP		14,3%	85,7%	0%
Média/Grande		72%	20%	8%
Outros/Informais		45,3%	26,4%	28,3%
		2024		
		Mais	Igual	Menos
MEI		54,4%	31,6%	13,9%
ME		48,1%	39%	13%
EPP		44,4%	22,2%	33,3%
Média/Grande		65,4%	26,9%	7,7%
Outros/Informais		54,5%	45,5%	0%
		2025		
		Mais	Igual	Menos
MEI		53,2%	29,9%	16,9%
ME		65,2%	15,9%	18,8%
EPP		78,6%	7,1%	14,3%
Média/Grande		68,2%	18,2%	13,6%
Outros/Informais		61,1%	13,6%	22,2%

O faturamento médio diário das empresas durante o Mossoró Cidade Junina de 2025 alcançou R\$ 3.652,50, representando o maior valor da série histórica. Embora o crescimento em relação a 2024 tenha sido modesto o dado consolida uma tendência de recuperação e estabilidade em alto patamar, após oscilações nos anos anteriores.

Em 2022, o faturamento médio diário era de R\$ 2.883,33, valor que caiu para R\$ 2.470,36 em 2023, no ponto mais baixo do período analisado. A partir de então, houve uma virada positiva em 2024, com salto para R\$ 3.564,36, impulsionado por maiores investimentos, crescimento do público e fortalecimento da estrutura do evento. O leve avanço registrado em 2025 reforça essa fase de maturidade, em que o evento já se consolidou como uma oportunidade comercial relevante e previsível para o empresariado local.

Gráfico 8 Quanto, em média, o seu negócio faturou por dia na festa?



Os dados de faturamento médio diário por porte empresarial durante o Mossoró Cidade Junina 2025 evidenciam a diversidade no desempenho econômico entre os diferentes perfis de empresas participantes. As empresas de médio e grande portes apresentaram o maior faturamento médio diário, com R\$ 6.795,45, refletindo sua maior capacidade operacional, maior estrutura e, possivelmente, uma presença mais estratégica em áreas de maior fluxo do evento.

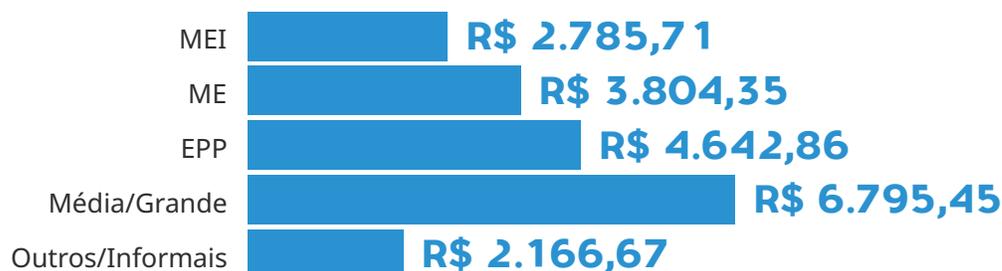
Entre os pequenos negócios, o destaque ficou com as empresas de pequeno porte (EPP), que registraram um faturamento médio diário de R\$ 4.642,86, seguidas pelas microempresas (ME) com R\$ 3.804,35. Esses números apontam para uma atuação sólida e relevante dos pequenos empreendedores na economia do evento, mostrando que, mesmo com estruturas menores, conseguem alcançar resultados expressivos.

Os microempreendedores individuais (MEI) tiveram um faturamento médio diário de R\$ 2.785,71, demonstrando desempenho razoável dentro de suas

possibilidades, ainda que com limitações operacionais e logísticas. Já o grupo classificado como “Outros” – que pode englobar vendedores informais, coletivos ou associações – apresentou o menor faturamento médio diário, R\$ 2.166,67, o que pode indicar menor acesso a espaços privilegiados ou restrições em termos de visibilidade e recursos.

Esses dados reforçam a importância de políticas de apoio e qualificação para os empreendimentos de menor porte, especialmente os informais, de forma a garantir maior equidade no aproveitamento das oportunidades econômicas geradas pelo evento. Além disso, os resultados comprovam o impacto positivo do Mossoró Cidade Junina no comércio local, funcionando como uma plataforma relevante de geração de renda diária para empreendedores de diferentes perfis.

Gráfico 9 Faturamento médio diário, por porte:



O faturamento diário médio por setor durante o Mossoró Cidade Junina 2025 revela um desempenho superior do comércio em relação ao setor de serviço. Enquanto os empreendimentos comerciais faturaram, em média, R\$ 4.225,00 por dia, o setor de serviço registrou um valor médio de R\$ 3.080,00.

Essa diferença de mais de R\$ 1.100,00 por dia evidencia a maior capacidade de geração de receita direta por parte dos estabelecimentos comerciais, especialmente aqueles voltados ao consumo imediato como alimentação, bebidas e venda de produtos típicos. O ambiente de festa, aliado ao alto fluxo de visitantes, favorece o impulso de consumo, beneficiando diretamente o comércio local.

Gráfico 10 Faturamento médio diário, por setor:

O Mossoró Cidade Junina manteve um impacto positivo sobre o comércio local, conforme percepção dos empresários entrevistados. Mais da metade (50,5%) avaliou o movimento como “bom”, o maior percentual registrado nessa categoria desde o início da série histórica, o que demonstra uma maior regularidade e consistência no fluxo de clientes ao longo dos dias de evento. Somando as respostas “muito bom” e “bom”, chega-se a 73% de avaliações favoráveis, evidenciando que a maioria dos empreendedores viu o evento como uma oportunidade de fortalecimento dos negócios.

Em comparação com os anos anteriores, observa-se uma trajetória de consolidação positiva. Em 2023, 77,1% dos empresários avaliaram o movimento como “muito bom” ou “bom”, índice próximo ao observado em 2025. Já em 2024, esse percentual havia recuado para 64,8%, o que mostra que a edição atual conseguiu retomar e ampliar a confiança do empresariado. Além disso, o índice de respostas negativas (“ruim”) caiu de 30% em 2022 para apenas 9,5% em 2025, sinalizando uma melhora contínua na experiência dos empreendedores com o evento ao longo dos anos. Esses resultados reforçam o papel do Mossoró Cidade Junina como um importante vetor de dinamismo econômico e atratividade para o setor de comércio e serviços da cidade.

Gráfico 11 Como avalia o movimento durante a realização dos eventos?

	Muito bom	Bom	Irrelevante	Ruim
2022	 23,7%	 25,3%	 21%	 30%
2023	 34,8%	 42,3%	 17,8%	 5,1%
2024	 26,2%	 38,6%	 24,8%	 10,4%
2025	 22,5%	 50,5%	 17,5%	 9,5%

A análise do gráfico a seguir, que apresenta a média de dias de funcionamento dos estabelecimentos durante o Mossoró Cidade Junina, revela um cenário de relativa estabilidade ao longo dos últimos quatro anos. Em 2025, a média registrada foi de 21,4 dias, número bastante próximo dos 22,1 dias observados em 2022 e dos 19,3 dias de 2023, indicando um comportamento consistente dos empresários em manter suas atividades ativas ao longo do evento.

Apesar da variação pontual em 2024, quando a média alcançou 24,6 dias, esse resultado pode ser interpretado como um pico isolado, possivelmente influenciado por estratégias específicas adotadas naquele ano. Ainda assim, o padrão geral mostra que os estabelecimentos comerciais e de serviços têm mantido um ritmo regular de funcionamento durante o período festivo, o que reforça a consolidação do Mossoró Cidade Junina como um importante impulsionador da atividade econômica local.

Gráfico 12 Média de dias de funcionamento:



As empresas participantes do Mossoró Cidade Junina atenderam, em média, 106,8 clientes por dia este ano, o maior número registrado nos últimos quatro anos. O dado representa um crescimento expressivo em relação a 2024, quando a média havia caído para 69,4, e também ultrapassa os níveis de 2022 (103,3) e 2023 (94,8).

O salto de uma média de mais de 37 clientes diários em relação ao ano anterior é especialmente relevante, considerando que também houve melhora nos indicadores de faturamento e percepção positiva sobre o evento. Isso sugere uma experiência mais fluida para o consumidor e mais rentável para o empresário, favorecendo a sustentabilidade econômica da festa.

Gráfico 13 Média de clientes por dia:



Os dados de 2025 mostram uma diferença expressiva no volume de atendimento entre os setores. Enquanto os empreendimentos do setor de serviços atenderam, em média, 137,7 clientes por dia, os do comércio registraram uma média de 75,9 clientes.

Gráfico 14 Média de clientes por dia, por setor:



Estratégia de vendas

As ações adotadas pelos empresários durante o Mossoró Cidade Junina revelam um perfil cada vez mais voltado à visibilidade e competitividade, com destaque para a consolidação da divulgação como principal estratégia.

A ação mais adotada foi novamente a divulgação em geral, praticada por 76% dos respondentes — o maior índice dos últimos três anos. O dado confirma que, à medida que o evento cresce em público e concorrência, os empresários estão priorizando maior exposição de seus produtos e serviços, seja por meio de redes sociais, parcerias locais ou publicidade tradicional.

O uso de promoções e preços atrativos também seguiu relevante, com 30% das empresas adotando a prática em 2025. Apesar da leve queda em relação a 2023 (35,2%) e 2024 (32,7%), o número mostra que a estratégia de competir por preço ainda é considerada eficaz, especialmente no comércio de bens de consumo imediato.

Já o atendimento personalizado, que vinha em crescimento, alcançou 30% em 2025, igualando-se às promoções e superando a facilidade de pagamento. Isso sugere um esforço dos empresários em oferecer um contato mais próximo e qualificado, mesmo diante de um público maior.

A facilidade na forma de pagamento, embora tenha tido destaque em 2024 (34,2%), sofreu forte queda em 2025, atingindo apenas 11%. Essa retração pode indicar uma menor ênfase em soluções tecnológicas ou condições especiais no momento da compra.

Por outro lado, ações de menor custo-benefício direto para o empresário, como banheiro para cliente, sorteios de prêmios/brindes e estacionamento,

mantiveram baixa adesão e apresentaram retração em 2025. Embora valorizadas pelo público, essas iniciativas parecem não estar entre as prioridades estratégicas do empresariado local, possivelmente por demandarem mais estrutura ou investimento.

Por fim, chama atenção a redução expressiva de empresas que não adotaram nenhuma ação: de 9,9% em 2023 para apenas 1% em 2025. Isso demonstra maior engajamento e preparo por parte dos empreendedores, independentemente do porte, refletindo uma postura mais ativa frente às oportunidades geradas pelo evento.

Tabela 5 Quais ações utilizou para atrair clientes?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025
Divulgação em geral	68,4%	72,8%	76%
Preço baixo/Promoções	35,2%	32,7%	30%
Atendimento Personalizado	25,3%	26,7%	30%
Facilidade na forma de pagamento	28,5%	34,2%	11%
Banheiro para cliente	5,1%	7,4%	3%
Sorteio de Premio e/ou Brindes	5,5%	5%	2%
Estacionamento	2,4%	1,5%	1,5%
Outros	8,7%	4,5%	2,5%
Nenhum	9,9%	5,9%	1%

Melhorias

Com relação ao que pode ser aprimorado no evento, a necessidade de melhorias nos estacionamentos foi citada por 32,5% dos empreendedores. Logo em seguida, trânsito e mobilidade urbana apareceram com 31,5%, revelando um sentimento geral de insatisfação com o deslocamento até o local e a circulação ao redor do evento.

A infraestrutura e as estradas também foram destaque, apontadas por 18%, o que reforça a percepção de que há gargalos físicos que impactam a experiência do público e dos empreendedores.

Entre as sugestões de cunho mais estratégico, 10% pedem mais atrativos turísticos e culturais, demonstrando interesse em expandir o caráter turístico do evento para além da programação principal. 8,5% dos participantes sugerem ampliar a divulgação, enquanto 8% afirmaram não ter nenhuma sugestão, o que indica uma satisfação considerável de uma parte do público.

Outros pontos mencionados incluem investimento público (7%), atrações musicais (6,5%) e banheiros públicos (4,5%) — este último ainda aparecendo como um ponto de atenção na estrutura oferecida. A capacitação de empreendedores e colaboradores, embora com menor destaque (2,5%), evidencia o reconhecimento de que atendimento e preparo também influenciam a qualidade da experiência.

Sugestões mais pontuais, como melhorias na hospedagem (1%), mais dias de evento (0,5%), redução de ambulantes (0,5%), melhor organização (0,5%) e incentivos ao turismo aéreo (0,5%) foram registradas com menor frequência, mas ainda assim relevam preocupações específicas de nichos do público.

Tabela 6 Melhorias sugeridas:

Múltiplas respostas

Estacionamentos	32,5%
Trânsito/Mobilidade urbana	31,5%
Infraestrutura/Estradas	18%
Mais Atrativos Turísticos/Culturais	10%
Aumentar Divulgação	8,5%
Investimento público	7%
Atrações musicais	6,5%
Banheiros públicos	4,5%
Capacitação empreendedores/colaboradores	2,5%
Segurança	1%
Hospedagem	1%
Mais dias	0,5%
Diminuir ambulantes	0,5%
Organização do evento	0,5%
Incentivo para o turismo aéreo	0,5%
Não Respondeu	3%
Nenhum	8%

Perfil das empresas

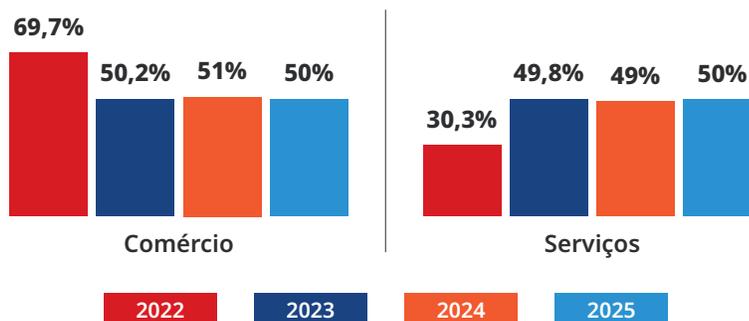
Observa-se um equilíbrio exato entre os setores de comércio e serviços, com cada um representando 50% dos empreendimentos participantes do evento. Essa paridade marca uma mudança importante em relação ao perfil mais comercial registrado em 2022, quando o comércio correspondia a 69,7% e os serviços apenas a 30,3%.

Ao longo dos anos, nota-se uma tendência de crescimento progressivo do setor de serviço, que ultrapassou a marca dos 49% em 2023 e 2024, até igualar-se

ao comércio em 2025. Essa transição indica que o evento tem se tornado cada vez mais atrativo para negócios voltados à prestação de serviços, como salões de beleza, hospedagem, alimentação, assistência técnica, entre outros.

A semelhança registrada em 2025 pode ser interpretada como um sinal de diversificação e amadurecimento da atividade econômica relacionada ao evento, refletindo um público consumidor mais exigente e uma oferta mais variada de experiências e soluções. Essa diversidade tende a qualificar o ambiente de negócios e a estender o impacto econômico para além das vendas diretas, incorporando também serviços agregados de valor.

Gráfico 15 Tipo de negócio:



Em 2025, o perfil dos empreendimentos participantes do evento segue marcado por uma forte presença de microempreendedores individuais (MEIs), que representam 38,5% do total. Embora essa fatia tenha recuado ligeiramente em relação a 2024 (39,1%), os MEIs ainda são o grupo mais representativo, confirmando a relevância do evento como espaço de oportunidade para pequenos negócios e empreendedores individuais.

As microempresas (ME) aparecem em seguida, com 34,5%, recuperando parte da participação que haviam perdido em 2023 (27,7%). Essa retomada pode indicar uma reorganização ou regularização de pequenos empreendimentos, sinalizando avanços em termos de formalização ou crescimento.

As empresas de pequeno porte (EPP) correspondem a 7% dos participantes — um avanço em relação aos dois anos anteriores e uma aproximação do patamar de 2022 (8%). Já as empresas médias e grandes mantêm estabilidade, com 11% em 2025, mesma participação de 2022, o que indica que o evento continua atraindo negócios de maior porte, ainda que em menor número.

O grupo classificado como “Outros” representa 9%, o que pode incluir empreendimento informais, negócios sem CNPJ identificado, ou modelos alternativos de organização. Após um pico atípico em 2023 (20,9%), essa categoria volta a níveis mais regulares, o que pode refletir uma melhoria nos cadastros ou no acompanhamento dos tipos de empresas presentes.

Tabela 7 **Porte:**

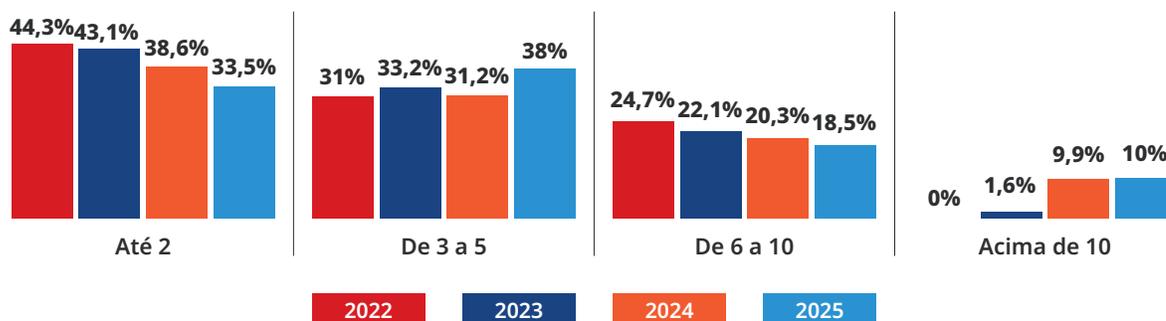
	2022	2023	2024	2025
MEI	31,3%	38,7%	39,1%	38,5%
ME	47,7%	27,7%	38,1%	34,5%
EPP	8%	2,8%	4,5%	7%
Média/Grande	11%	9,9%	12,9%	11%
Outros/Informais	2%	20,9%	5,4%	9%

Em 2025, o perfil das empresas participantes do Mossoró Cidade Junina apresentou mudanças importantes em relação aos anos anteriores, revelando uma tendência de crescimento estrutural e maior organização.

O número de empresas com até dois colaboradores, que representava 44,3% em 2022, caiu para 33,5%, indicando uma diminuição contínua da participação empreendimentos muito enxutos. Por outro lado, as empresas com três a cinco colaboradores se tornaram maioria em 2025, alcançando 38%, o maior percentual da série histórica, frente aos 31% registrados em 2022.

Também chama atenção o avanço das empresas com mais de dez colaboradores: em 2022, elas não estavam presentes no evento, mas passaram a representar 10% em 2025, evidenciando a presença de negócios de maior porte e com operações mais estruturadas. Esses dados sugerem um fortalecimento da profissionalização das empresas que atuam durante o evento.

Gráfico 16 **Número de colaboradores:**



Em 2025, os empreendimentos participantes do evento registraram uma média de 4,7 colaboradores por estabelecimento, a maior da série histórica. O número vem crescendo desde 2023, quando se mantinha em 4,1, subindo para 4,6 em 2024, e atingindo o pico este ano.

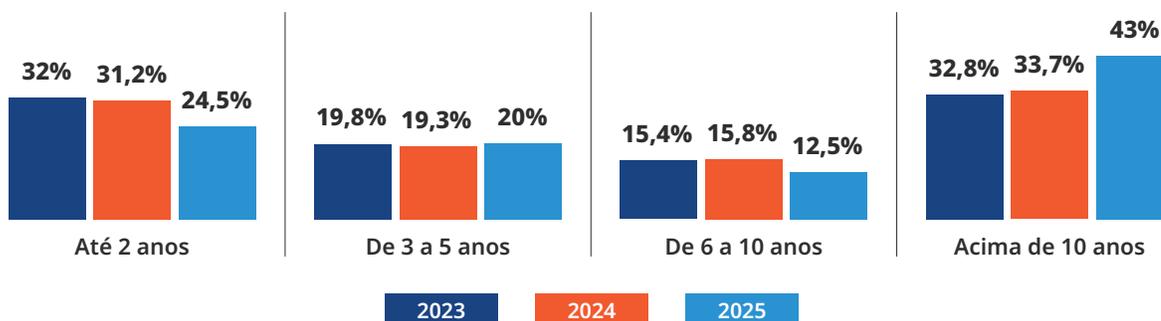
Gráfico 17 Número médio de colaboradores:



Em 2025, observa-se um aumento expressivo na participação de empresas com mais de 10 anos de atuação, que passaram a representar 43% do total, frente aos 33,7% em 2024 e 32,8% em 2023. Essa tendência indica uma maior presença de empreendimentos consolidados no evento, o que pode refletir maior confiança no retorno comercial da participação e também uma capacidade organizacional mais madura.

Ao mesmo tempo, nota-se uma redução na presença de empresas mais jovens, especialmente as com até 2 anos de atividade, que caíram de 31,2% para 24,5% em um ano. Essa queda pode indicar maiores barreiras de entrada para novos negócios, seja por custos, concorrência ou necessidade de estrutura, ou até mesmo uma seletividade maior por parte da organização do evento.

Gráfico 18 Tempo de atuação:



Percebe-se uma forte predominância do setor de Vestuário, que concentra 26% de todos os participantes, consolidando-se com o principal ramo de atividade no evento. Esse crescimento vem se intensificando ao longo dos anos

e indica uma consolidação da moda como um dos grandes pilares comerciais da festividade, seja pela alta demanda por roupas típicas ou pela atratividade visual que esse tipo de comércio proporciona em grandes eventos.

O setor de Bares e Restaurantes também manteve trajetória de crescimento, representando 18,5% em 2025. A presença consolidada desse segmento reforça a importância do setor alimentício, não apenas como espaço de consumo, mas como parte da experiência do visitante, sendo um dos grandes motores da movimentação comercial no evento.

Outro destaque em 2025 foi a recuperação das Lanchonetes, que após uma queda significativa em 2024 (4%), retornaram com força, alcançando 13,5% de participação. Essa retomada pode estar relacionada a uma reorganização ou maior formalização dos pontos de venda desse tipo, que oferecem alimentos de consumo rápido e prático ao público em circulação.

Ainda no setor alimentício, as Sorveterias mantiveram presença relevante com 6,5%, representando uma opção bastante buscada no contexto do clima e do perfil das festividades. A área de Óticas, com 3,5%, e os segmentos de Perfumaria/Cosméticos, Calçados e Salão de beleza/Barbearia, todos com valores entre 2,5% e 3,5%, apontam para um fortalecimento do consumo voltado ao cuidado pessoal e à estética — possivelmente impulsionado pelo desejo de se apresentar bem durante os festejos.

Tabela 8 Segmento:

	2023	2024	2025
Vestuário	15,8%	19,8%	26%
Bares/Restaurantes	13,8%	15,8%	18,5%
Lanchonetes	17%	4%	13,5%
Sorveterias	3,2%	2%	6,5%
Ótica	2,4%	3,5%	3,5%
Perfumaria/Cosméticos	2%	2%	3,5%
Calçados	1,2%	3,5%	3,5%
Salão de beleza/Barbearia	2,8%	4%	2,5%
Farmácias	0%	0%	2,5%
Esmalteria/Cosméticos	0%	0%	2%
Hotéis/Pousadas	0,8%	1,5%	2%
Pizzaria	0%	0%	1,5%
Padaria e Confeitaria	0,4%	0%	1,5%
Posto de gasolina	0%	0%	1%
Cafeteria	0,4%	0%	1%
Conveniência	0,8%	0%	1%

Eletrodomésticos/Móveis/Eletrônicos	1,6%	2%	1%
Ambulante	5,5%	3,5%	1%
Variedades	2,4%	1%	1%
Batata frita e churros	0%	0%	0,5%
Bordados	0%	0%	0,5%
Maquiagem	0%	0%	0,5%
Estética a laser	0%	0%	0,5%
Suplementos	0,4%	0%	0,5%
Fantasia e adereços	1,6%	0%	0,5%
Cestas e presentes	0%	0%	0,5%
Acessórios e variedades	0%	0,5%	0,5%
Bolsas e acessórios	0%	0%	0,5%
Agência de viagens	0,4%	0%	0,5%
Cama, mesa e banho	0%	0,5%	0,5%
Importados e variedades em geral	0%	0%	0,5%
Jóias	0%	0%	0,5%
Tecnologia	0%	0%	0,5%
Outros	27,7%	36,6%	0%

4

Anexos





Fecomércio RN
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFC