

Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

**PERCEÇÃO DOS
EMPRESÁRIOS SOBRE O**

SANTO ANTÔNIO DO POVO

de Ceará-Mirim

**junho
2025**



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

Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Laumir Almeida Barrêto

Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Dave Maclean

Nayara Gabriele

Najara Alves

Lídia Ângela

Jeane Barbosa

Pesquisadores



SUMÁRIO

1. Introdução _____ **04**

2. Aspectos técnicos _____ **05**

3. Síntese dos resultados _____ **06**

Percepção geral _____ 06

Investimento _____ 09

Contratação _____ 12

Faturamento _____ 17

Estratégia de vendas _____ 25

Sugestões _____ 27

Perfil das empresas _____ 30

4. Anexos _____ **35**



1

Introdução

A realização de grandes eventos culturais, como o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim, não apenas movimentam o calendário festivo da cidade, mas também exerce impacto direto sobre a economia local, especialmente nos setores de Comércio, Serviços e Turismo. Neste contexto, compreender a percepção dos empresários sobre a festa é essencial para avaliar os efeitos gerados nas atividades econômicas do município, identificar oportunidades de melhoria e orientar políticas públicas e ações estratégicas voltadas ao fortalecimento do ambiente de negócios.

Com esse propósito, o Instituto Fecomércio RN realizou uma pesquisa voltada aos empreendedores locais, especialmente aqueles com atuação nas áreas mais impactadas durante o período dos festejos juninos. O estudo buscou captar a opinião dos empresários sobre aspectos como o impacto nas vendas, o volume de clientes, os preparativos para a festa, a organização do evento, e as expectativas para as próximas edições.

Além de fornecer uma visão qualificada da repercussão econômica do evento no comércio local, os dados apresentados neste relatório também subsidiam o planejamento de futuras edições do Santo Antônio do Povo, oferecendo um panorama sobre os pontos fortes e os aspectos que ainda podem ser aprimorados a partir da ótica do setor produtivo. Trata-se, portanto, de um instrumento importante para o desenvolvimento de uma gestão mais integrada entre poder público, organizadores e a iniciativa privada, promovendo um ciclo virtuoso entre cultura, economia e geração de oportunidades.

Por meio da divulgação dos resultados, busca-se atender às expectativas da classe empresarial, das associações comerciais, gestores públicos, lojistas e produtores, fortalecendo o diálogo entre os diferentes atores econômicos. A riqueza dos dados coletados oferece uma oportunidade única para disseminação do conhecimento, promovendo o desenvolvimento sustentável do comércio e do turismo em Ceará-Mirim.

2

Aspectos técnicos

Este relatório apresenta os resultados da pesquisa técnica realizada em Ceará-Mirim (RN), entre os dias 14 e 15 de junho de 2025. O estudo envolveu a entrevista de 159 empreendedores, englobando tanto aqueles formalizados quanto os informais, atuantes nos setores de Comércio e Serviços do município. A pesquisa foi conduzida com uma margem de erro estimada em 3 pontos percentuais e um nível de confiança de 95%, assegurando a representatividade dos resultados obtidos.

A metodologia adotada teve um enfoque quantitativo, utilizando questionários estruturados como instrumento de coleta de dados. Esses questionários foram aplicados por uma equipe de pesquisadores devidamente identificados, capacitados e supervisionados em campo por um coordenador. O acompanhamento em tempo real garantiu a correta execução dos procedimentos metodológicos, reforçando a credibilidade do levantamento.

Para a coleta das informações, foram empregados *tablets* equipados com *software* especializado, permitindo o registro imediato das respostas e a georreferenciação dos pontos de aplicação. Esse recurso tecnológico proporcionou maior segurança ao processo, facilitando o controle e a validação dos dados coletados. Além disso, as informações passaram por um rigoroso processo de revisão, análise estatística e verificação de consistência.

Os principais resultados e análises extraídos desse estudo são apresentados no próximo tópico, oferecendo um panorama claro e detalhado das percepções dos empreendedores em relação ao impacto do Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim na economia local.

3

Síntese dos resultados

Percepção geral

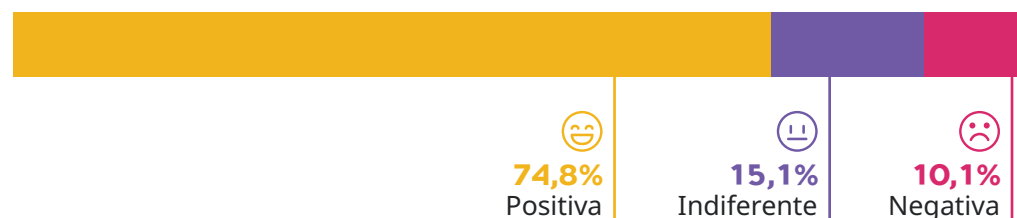
A pesquisa evidencia que o Santo Antônio do Povo tem um impacto amplamente positivo para os empreendedores de Ceará-Mirim, com 74,8% dos entrevistados afirmando que a data afeta seus negócios de forma favorável. Esse resultado sinaliza que a festa exerce papel relevante como indutora da economia local, gerando aumento nas vendas, maior circulação de pessoas e oportunidade de divulgação das marcas e serviços durante o período.

A percepção indiferente, expressa por 15,1% dos empresários, pode estar relacionada a setores menos diretamente impactados pelo fluxo gerado pelo evento ou à localização de seus estabelecimentos fora das áreas de maior movimentação. Já os 10,1% que consideraram o impacto negativo são minoria, mas apontam para possíveis desconfortos causados pelo evento, como dificuldades logísticas, concorrência com vendedores informais ou mudanças no padrão de consumo habitual.

De modo geral, os dados demonstram que a festa é percebida como uma oportunidade de crescimento e dinamismo para o comércio local, fortalecendo sua importância não apenas como manifestação cultural, mas também como estratégia de desenvolvimento econômico. Essa percepção positiva é um ativo valioso para o município, que pode investir ainda mais na qualificação do evento e no apoio aos empreendedores para ampliar os benefícios em futuras edições.

Gráfico 1

Em relação ao Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim, a data afeta o seu negócio de que forma?



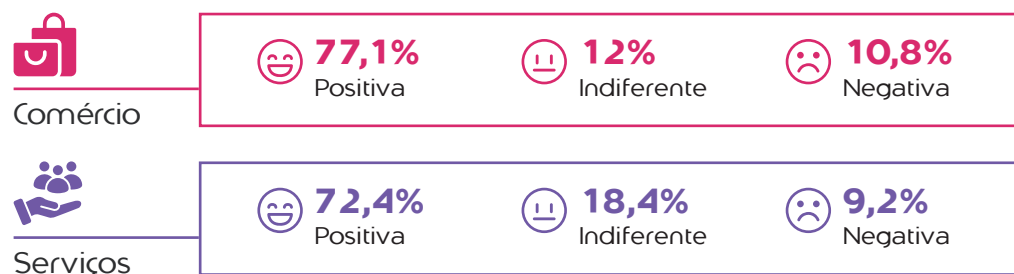
Ao segmentar os resultados por setor de atividade econômica, os dados revelam que tanto o Comércio quanto os Serviços percebem a festa de forma predominantemente positiva, mas com destaque ligeiramente superior entre os comerciantes: 77,1% dos estabelecimentos do setor comercial avaliaram o evento como benéfico para seus negócios, frente a 72,4% no setor de Serviços.

Essa diferença pode estar associada ao comportamento de consumo típico durante grandes eventos, nos quais há um aumento expressivo na venda de produtos como alimentos, bebidas, vestuário e artigos juninos — segmentos fortemente representados no comércio local. Já no setor de Serviços, a percepção positiva também é ampla, mas a taxa de indiferença (18,4%) é maior, indicando que uma parte considerável desse grupo pode não ser diretamente beneficiada ou perceber os efeitos de forma menos intensa, especialmente em atividades menos relacionadas ao turismo ou entretenimento.

Interessante notar ainda que a percepção negativa é mais equilibrada entre os setores, com 10,8% no Comércio e 9,2% nos Serviços, sugerindo que os desafios enfrentados por alguns empresários — como concorrência informal, impactos no tráfego local ou mudanças na rotina — afetam ambos os grupos de forma semelhante.

Esses resultados reforçam a importância de políticas públicas e estratégias de apoio específicas para maximizar os efeitos positivos do evento sobre os diversos segmentos da economia local, sobretudo por meio de ações de planejamento urbano, qualificação da infraestrutura comercial e estímulo à formalização de empreendedores que atuam durante os festejos.

Gráfico 2 Percepção por setor:



A percepção por porte das empresas revela nuances importantes sobre como diferentes perfis empresariais percebem os efeitos do Santo Antônio do Povo

em seus negócios. De maneira geral, a percepção positiva prevalece em todos os portes, com destaque para os empreendedores informais ou classificados como “Outros “ (82,9%), as Microempresas Individuais (MEIs – 78,6%) e as Empresas de Pequeno Porte (EPPs – 80%). Esse cenário evidencia que a festa é especialmente vantajosa para os pequenos negócios, que frequentemente atuam de forma direta no evento, aproveitando o aumento do fluxo de pessoas e da demanda por bens e serviços de consumo imediato.

As microempresas (MEs) também demonstram uma percepção majoritariamente positiva (72,2%), embora apresentem uma taxa de avaliação negativa mais elevada (11,1%) do que os MEIs e EPPs, o que pode indicar desafios operacionais ou concorrência mais acirrada para esse grupo.

Entre as empresas de médio e grande porte, a percepção positiva é significativamente menor (53,8%), enquanto a indiferença (26,9%) e a percepção negativa (19,2%) são mais expressivas. Isso indica que esse perfil empresarial tende a ter uma operação mais estruturada e menos dependente de eventos pontuais como este, ou que sua atuação esteja menos integrada à dinâmica da festa.

O destaque positivo entre os informais e pequenos empreendedores reforça o papel do evento como uma plataforma de geração de renda, inclusão produtiva e estímulo ao empreendedorismo local. Ao mesmo tempo, os dados indicam a necessidade de estratégias específicas para aproximar empresas maiores do potencial econômico do evento, seja por meio de parcerias, patrocínios ou incentivos à atuação durante os festejos.

Gráfico 3 Percepção por porte:

MEI	 78,6% Positiva	 15,7% Indiferente	 5,7% Negativa
ME	 72,2% Positiva	 16,7% Indiferente	 11,1% Negativa
EPP	 80% Positiva	 10% Indiferente	 10% Negativa
Média Grande	 53,8% Positiva	 26,9% Indiferente	 19,2% Negativa
Outros/Informais	 82,9% Positiva	 5,7% Indiferente	 11,4% Negativa

Investimento

Os resultados demonstram que a maioria dos empreendedores de Ceará-Mirim se preparou ativamente para aproveitar as oportunidades geradas pelo Santo Antônio do Povo, especialmente por meio de ajustes operacionais no próprio negócio. O principal tipo de investimento citado foi a ampliação de estoque, mencionada por 68,6% dos entrevistados — uma medida típica em períodos de alta demanda, que revela a expectativa positiva dos empresários com o aumento do consumo durante o evento.

Além disso, 31,4% afirmaram ter aumentado a variedade de produtos, o que indica uma preocupação em atender melhor o perfil diversificado do público que frequenta a festa. Embora em proporções menores, alguns também fizeram contratações de funcionários (12,6%), evidenciando um movimento de geração de empregos temporários associados ao evento, e investimentos em infraestrutura (4,4%), como reformas ou ajustes no espaço físico, estacionamento e estrutura de atendimento.

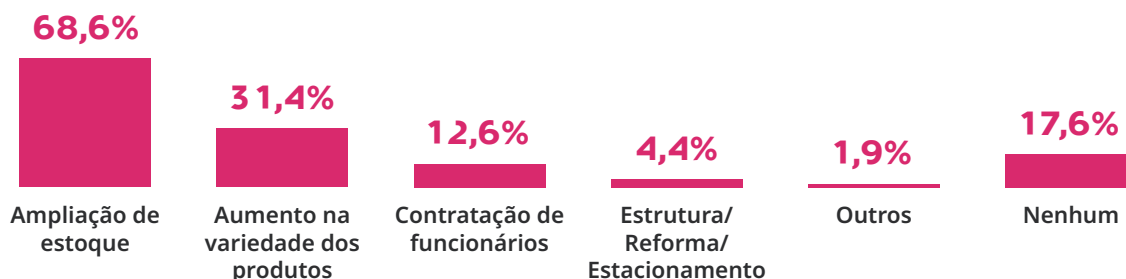
Por outro lado, 17,6% dos empreendedores não realizaram nenhum tipo de investimento, o que pode estar relacionado à limitação de recursos, menor expectativa de retorno ou ao fato de não perceberem a festa como relevante para seus negócios.

Em síntese, os dados reforçam o papel da festa como um impulsionador de movimentação econômica para os pequenos negócios locais, estimulando a preparação comercial e incentivando melhorias na oferta de produtos e serviços. Para edições futuras, vale considerar ações que incentivem ainda mais esses investimentos — como microcrédito, capacitação e consultoria — especialmente junto aos empreendedores que ainda não conseguiram se beneficiar plenamente do evento.

Gráfico 4

Que tipo de investimento fez no seu negócio visando o Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim?

Múltiplas respostas

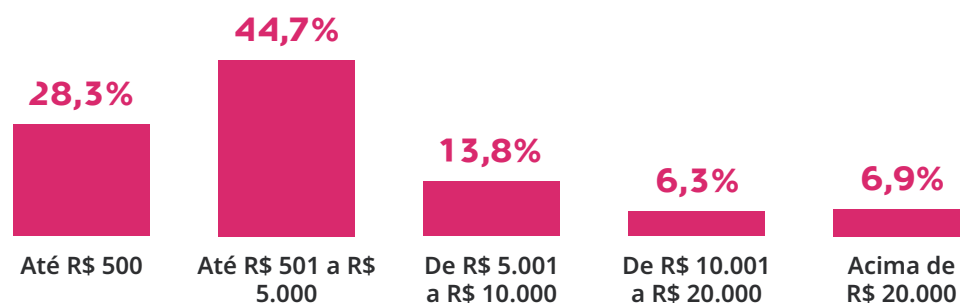


A maioria dos empreendedores realizou investimentos de pequeno a médio porte em seus negócios para aproveitar o movimento gerado pelo Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim. Cerca de 73% dos empresários investiram até R\$ 5 mil, sendo 44,7% na faixa entre R\$ 501 e R\$ 5.000 e 28,3% com aportes mais modestos, de até R\$ 500. Esse comportamento é típico de pequenos empreendedores, como MEIs e informais, que representam grande parte da base econômica local e ajustam suas operações com foco em estoque e produtos de giro rápido.

Ainda assim, é relevante destacar que uma parcela significativa dos negócios realizou investimentos mais robustos: 13,8% aplicaram entre R\$ 5.001 e R\$ 10.000, enquanto 13,2% investiram acima de R\$ 10.000, o que demonstra confiança no retorno financeiro proporcionado pelo evento. Esses valores mais elevados provavelmente refletem empreendimentos mais estruturados ou que atuaram de forma direta na festa, como bares, restaurantes e lojas especializadas, que demandam logística, contratação de pessoal e estrutura física reforçada.

Esse cenário evidencia que o Santo Antônio do Povo não apenas movimenta o comércio local de forma expressiva, como também gera dinamismo no ambiente de negócios, estimulando investimentos que, além de temporários, podem deixar legados duradouros nas empresas participantes. Estratégias de apoio a esse perfil de empreendedor — como acesso facilitado a crédito, planejamento financeiro e capacitação — podem ampliar ainda mais o impacto positivo do evento na economia local.

Gráfico 5 Quanto investiu no seu negócio visando a festa?



O investimento médio por estabelecimento evidencia diferenças relevantes no comportamento de investimento entre os setores do Comércio e de Serviços

durante o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim. Os dados mostram que os empreendimentos do setor Comercial investiram, em média, R\$ 6.045,18, valor significativamente superior à média registrada entre os negócios de Serviços, que foi de R\$ 3.302,63. No geral, o investimento médio entre todos os entrevistados ficou em R\$ 4.734,28.

Essa diferença pode ser explicada pelo tipo de preparo exigido em cada segmento. O Comércio, especialmente o varejista, tende a demandar maior volume de recursos para reposição de estoque, aquisição de novos produtos e ajustes logísticos, visando atender a um público numeroso em curto período de tempo. Já o setor de Serviços, que inclui desde alimentação até atividades de apoio, costuma trabalhar com margens operacionais mais enxutas, recorrendo a investimentos pontuais e adaptáveis.

Os resultados indicam que, além de impulsionar o faturamento, o evento também estimula decisões estratégicas por parte dos empresários locais, que reconhecem o potencial de retorno da festa e ajustam seus recursos conforme o perfil de atuação. O acompanhamento contínuo desse tipo de indicador pode ajudar o poder público e as entidades de classe a planejarem ações de incentivo sob medida para cada setor, otimizando os impactos econômicos positivos da festa sobre a economia local.

Gráfico 6 Investimento médio, por setor:



O investimento por porte mostra que o valor médio investido pelas empresas durante o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim variou significativamente conforme o porte dos empreendimentos, revelando perfis distintos de atuação e expectativa de retorno.

Os microempreendedores individuais (MEI) apresentaram um investimento médio de R\$ 5.728,57, valor expressivo para esse segmento, que geralmente opera com estrutura enxuta. Isso indica forte engajamento e confiança desses pequenos negócios no potencial de movimentação da festa. Já

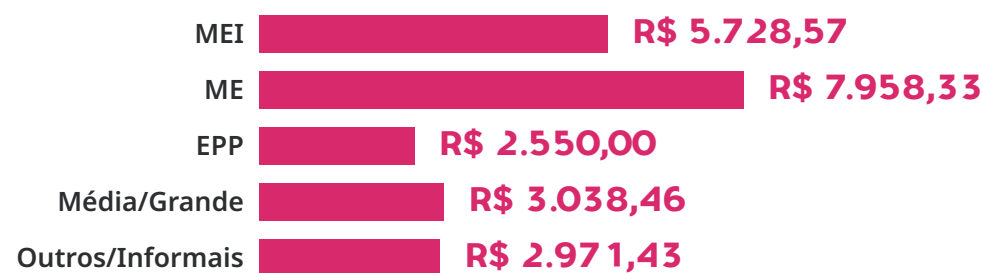
as microempresas (ME) lideraram o *ranking* de investimento médio, com R\$ 7.958,33, refletindo uma postura mais arrojada e estruturada para aproveitar a demanda gerada pelo evento.

Em contraste, as empresas de pequeno porte (EPP) investiram em média R\$ 2.550,00, valor inferior ao esperado para negócios de maior porte, o que pode indicar um perfil mais cauteloso ou atuação em segmentos com menor relação direta com o evento. O mesmo ocorre com as empresas médias e grandes, cujo investimento médio foi de R\$ 3.038,46, possivelmente por já disporem de estrutura consolidada, sem necessidade de grandes ajustes.

Os empreendedores informais ou classificados como “outros” investiram em média R\$ 2.971,43, o que, apesar de mais modesto, revela um esforço relevante para atender ao aumento de demanda, mesmo sem a formalização empresarial.

Essa diversidade nos valores médios mostra que, independentemente do porte, os empresários reconhecem a importância do Santo Antônio do Povo como oportunidade de geração de receita, mas investem de forma proporcional à sua capacidade e estratégia de atuação. Esse tipo de informação pode orientar políticas públicas de apoio, especialmente voltadas à capacitação e acesso a microcrédito para MEIs e informais, ampliando ainda mais o impacto positivo do evento sobre a economia local.

Gráfico 7 Investimento médio, por porte:



Contratação

Os dados mostram que pouco mais de um quarto dos empresários entrevistados (27%) realizou contratações temporárias para o período do Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim, enquanto a grande maioria (73%) manteve seu quadro de pessoal inalterado durante o evento.

Esse resultado indica que, embora o evento tenha impulsionado o movimento comercial e estimulado investimentos em estoque e estrutura, ainda há uma predominância de negócios de pequeno porte, que geralmente operam com equipes reduzidas e têm limitações para ampliar sua folha de pagamento, mesmo temporariamente. Além disso, parte desses empreendimentos pode ter recorrido ao apoio informal de familiares ou optado por aumentar a carga horária da equipe existente.

A contratação temporária por quase 1 em cada 4 empreendedores revela que a festa contribui também para a geração de oportunidades de trabalho, mesmo que pontuais, reforçando o papel do evento como indutor de atividade econômica e renda no município. Em futuras edições, ações como parcerias com instituições de qualificação profissional ou bancos de talentos locais podem estimular um aumento desse tipo de contratação, gerando ainda mais impacto positivo no mercado de trabalho local.

Gráfico 8

Contratou alguém para trabalhar somente no período da festa?

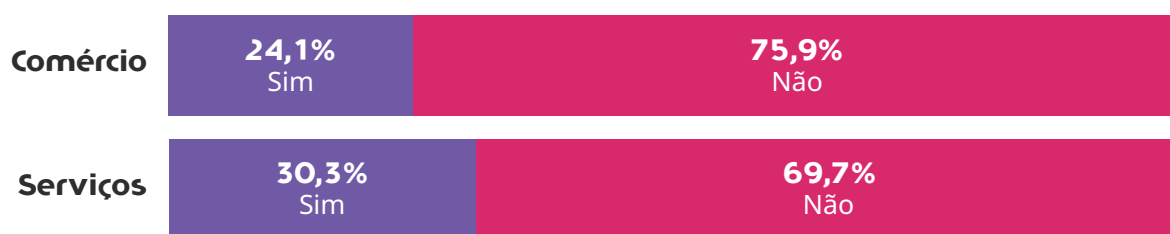
A contratação de colaboradores por setor revela que o setor de Serviços foi proporcionalmente mais ativo na geração de empregos temporários durante o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim: 30,3% das empresas desse segmento contrataram colaboradores exclusivamente para o período da festa, contra 24,1% no setor do Comércio.

Esse comportamento pode estar ligado às características específicas do setor de Serviços, como alimentação, eventos e hospitalidade, que costumam demandar reforço de pessoal diante de um aumento repentino de público. Restaurantes, bares, lanchonetes e prestadores de serviços ligados ao entretenimento frequentemente precisam de atendentes, auxiliares de cozinha e apoio logístico para manter o nível de atendimento durante o evento.

Já no setor comercial, ainda que haja um aumento de fluxo, muitos negócios podem ter optado por reorganizar suas equipes ou ampliar jornadas, sem necessidade de contratação adicional — especialmente entre microempreendedores que atuam com estrutura familiar ou reduzida.

Os dados mostram que a festa não só aquece as vendas, mas também impulsiona a geração de empregos temporários, especialmente nos Serviços, e evidenciam a importância de políticas locais de capacitação e apoio a contratações sazonais como estratégia para maximizar os benefícios econômicos e sociais do evento.

Gráfico 9 Necessidade de contratação, por setor:



A contratação de colaboradores por porte apresenta um panorama interessante sobre o comportamento dos diferentes tamanhos de empresas em relação à contratação temporária para o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim.

As microempresas (ME) se destacam com uma proporção significativa de contratações temporárias, onde 50% delas contrataram colaboradores para o período da festa. Esse dado indica que, dentro dos pequenos negócios, as MEs contam com uma estrutura suficientemente flexível e capacidade financeira para ampliar o quadro de pessoal diante do aumento da demanda.

Gráfico 10 Necessidade de contratação - Microempresas:



Já os microempreendedores individuais (MEI) tiveram uma taxa de contratação temporária de 25,7%, mostrando que, embora sejam negócios menores e muitas vezes familiares, ainda assim uma parcela relevante precisou reforçar a equipe para atender ao evento.

Gráfico 11 Necessidade de contratação - **Microempreendedores individuais:**

As empresas de pequeno porte (EPP) e as empresas médias e grandes apresentaram índices menores de contratação, com 20% e 15,4% respectivamente. Isso pode indicar que essas empresas contam com equipes já estruturadas, ou ainda optam por estratégias alternativas, como redistribuição de funções entre os funcionários regulares ou contratação informal, para lidar com a demanda da festa.

Gráfico 12 Necessidade de contratação - **Empresas de Pequeno Porte:****Gráfico 13** Necessidade de contratação - **Empresas Média/Grande:**

Os empreendedores classificados como “outros/informais” tiveram uma taxa de contratação de 28,6%, sugerindo um esforço relativamente expressivo mesmo sem formalização plena.

Os números refletem a diversidade de perfis empresariais presentes em Ceará-Mirim e ressaltam a importância do Santo Antônio do Povo como evento que estimula contratações temporárias, especialmente em micro e pequenas empresas, contribuindo para a geração de emprego e renda no município.

Gráfico 14 Necessidade de contratação - **Outros/Informais:**

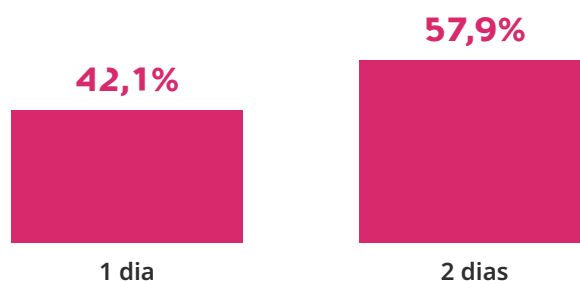
Funcionamento

O gráfico abaixo mostra que a maioria dos empreendedores em Ceará-Mirim manteve seus negócios abertos por dois dias durante o Santo Antônio do Povo 2025, com 57,9% dos entrevistados indicando essa opção. Por outro lado, uma parcela significativa de 42,1% opta por funcionar apenas um dia durante o evento.

Essa distribuição reflete a flexibilidade e o planejamento estratégico dos empresários diante da dinâmica da festa. Manter o negócio aberto por dois dias sugere uma expectativa de maior movimento e oportunidade de vendas, indicando que o evento representa um momento importante para alavancar o faturamento.

Já os que optam por abrir apenas um dia podem estar considerando fatores como custo operacional, disponibilidade de pessoal ou análise prévia do fluxo de público esperado em dias específicos, priorizando os períodos de maior concentração de participantes.

Em síntese, a operação durante a festa é majoritariamente planejada para cobrir o período completo do evento, mostrando o comprometimento dos empreendedores com o aproveitamento das oportunidades comerciais proporcionadas pelo Santo Antônio do Povo.

Gráfico 15**Quantos dias o seu negócio vai funcionar durante o Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim 2025?**

Sobre os dias de funcionamento por setor, a pesquisa destaca diferenças claras na estratégia de operação durante o Santo Antônio do Povo entre os setores de Comércio e Serviços em Ceará-Mirim.

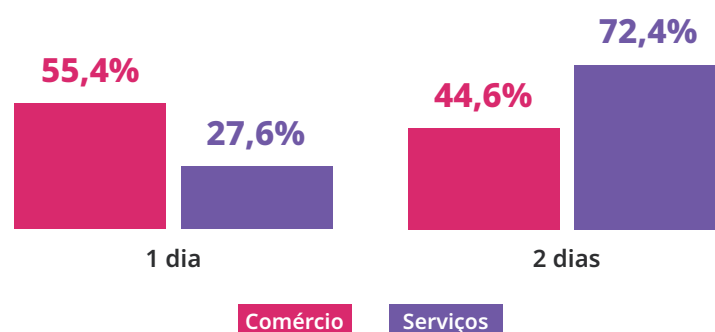
No setor Comercial, a maioria dos empreendedores, 55,4%, opta por funcionar apenas um dia durante a festa, enquanto 44,6% permanecem abertos por

dois dias. Isso pode indicar que muitos negócios do comércio aproveitam os dias de maior movimento ou concentram suas atividades no período em que esperam maior fluxo de clientes, buscando otimizar custos e esforços.

Já no setor de Serviços, a tendência é inversa, com 72,4% dos estabelecimentos funcionando pelos dois dias do evento e apenas 27,6% abrindo um único dia. Isso reflete a natureza do setor, que inclui atividades como alimentação, entretenimento e turismo, que dependem de presença constante para atender à demanda ao longo de toda a festa.

Essas diferenças demonstram como os setores se adaptam às particularidades do evento, com o Comércio focando em estratégias pontuais e os Serviços garantindo operação contínua, maximizando as oportunidades que o Santo Antônio do Povo oferece para o aquecimento da economia local.

Gráfico 16 Dias de funcionamento, por setor:



Faturamento

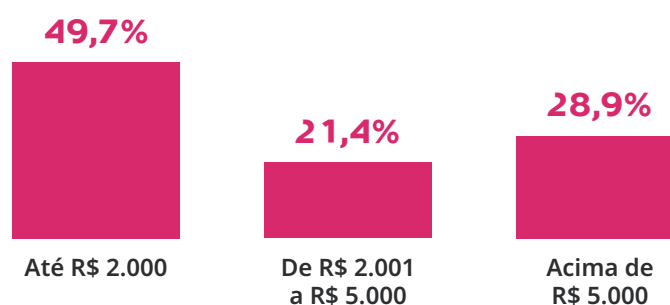
Sobre o faturamento diário dos empreendedores durante o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim, quase metade dos empresários, 49,7%, estimaram um faturamento de até R\$ 2.000 por dia, indicando que grande parte dos negócios participantes é de pequeno porte ou que trabalham com margens mais modestas durante o evento.

Entretanto, uma parcela significativa, de 28,9%, disse faturar acima de R\$ 5.000 por dia, mostrando que há empreendimentos com maior capacidade de vendas e estrutura para aproveitar intensamente as oportunidades geradas pela festa. Já 21,4% dos entrevistados estimam faturar entre R\$ 2.001 e

R\$ 5.000, representando um grupo intermediário que pode ter um volume razoável de clientes e operação ampliada para o período.

Esses dados indicam uma diversidade econômica entre os empresários que participam do evento, com expectativas ajustadas ao porte e à capacidade de cada negócio, mas que, em conjunto, demonstram o potencial da festa para movimentar a economia local e gerar receita significativa para os empreendedores.

Gráfico 17 Quanto, em média, pretende faturar por dia na festa?



A pesquisa apresenta o faturamento médio diário esperado por setor durante o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim, revelando algumas particularidades importantes.

O setor comercial lidera com um faturamento médio diário de aproximadamente R\$ 3.427,71, o que indica que as empresas deste segmento possuem uma expectativa de vendas um pouco superior em relação aos Serviços. Isso pode estar relacionado à diversidade e volume de produtos comercializados, além da movimentação impulsionada pelo aumento do consumo durante a festa.

Por sua vez, o setor de Serviços estimou um faturamento médio diário de cerca de R\$ 2.927,63, valor significativo que reforça a importância das atividades de alimentação, entretenimento e outros serviços diretamente ligados ao evento, apesar de um valor médio ligeiramente inferior ao Comércio.

No geral, o faturamento médio diário de todos os negócios participantes soma R\$ 3.188,68, destacando a relevância econômica do Santo Antônio do Povo para os empresários locais. Esses números confirmam que o evento é uma oportunidade concreta para alavancar as vendas e gerar receita relevante para os negócios, fortalecendo a economia do município.

Gráfico 18 Faturamento médio diário, por setor:

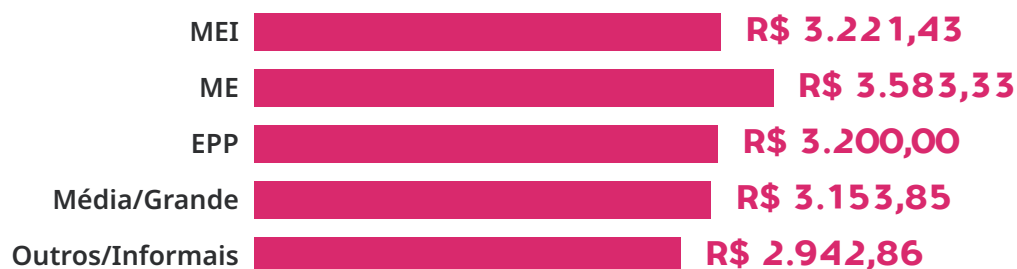
O faturamento médio diário por porte das empresas durante o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim traz resultados importantes sobre o desempenho esperado segundo o tamanho do negócio.

Empresas de porte ME (Microempresa) destacam-se com a maior média de faturamento diário, de aproximadamente R\$ 3.583,33, indicando que este segmento possui uma capacidade mais robusta de vendas, possivelmente por conta de maior estrutura e variedade de oferta.

Os MEIs (Microempreendedores Individuais) e as EPPs (Empresas de Pequeno Porte) apresentam faturamentos médios muito próximos, com R\$ 3.221,43 e R\$ 3.200,00, respectivamente, sinalizando que, apesar das diferenças de porte, ambos os grupos estão alinhados em termos de expectativa de receita diária durante a festa.

Empresas de porte médio/grande e o grupo classificado como outros/informais apresentam médias de faturamento um pouco inferiores, com R\$ 3.153,85 e R\$ 2.942,86, respectivamente. Isso pode refletir características específicas desses grupos, como menor participação ou atuação mais segmentada no evento.

Em suma, os dados revelam que, independentemente do porte, os empreendimentos veem o Santo Antônio do Povo como uma oportunidade significativa para gerar receita, com uma variação relativamente pequena entre os diferentes tamanhos, o que demonstra a amplitude e o impacto econômico da festa para o comércio local.

Gráfico 19 Faturamento médio diário, por porte:

O gráfico a seguir que apresenta a média diária de clientes atendidos pelos negócios durante os festejos do Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim oferece um panorama interessante sobre o fluxo e a movimentação do público nos estabelecimentos.

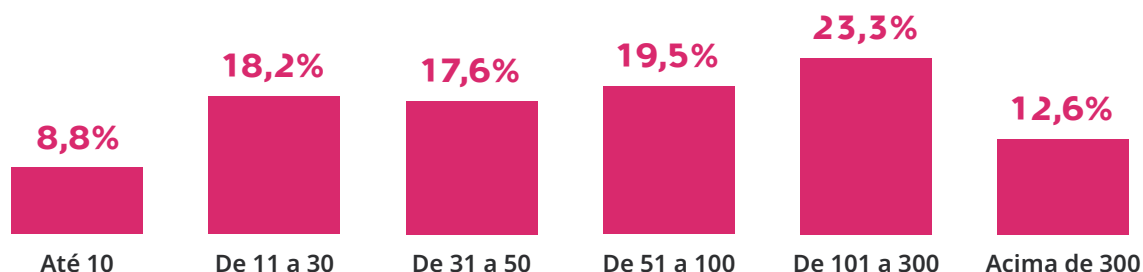
Observa-se que a maior parcela dos empreendedores (23,3%) espera atender entre 101 e 300 clientes por dia, indicando um fluxo considerável que reflete a intensa atividade comercial e de serviços no período do evento. Esse dado evidencia a capacidade da festa de atrair público em volume suficiente para gerar impacto positivo nos negócios.

Além disso, um percentual relevante (19,5%) espera receber entre 51 e 100 clientes diariamente, enquanto 17,6% projetam um movimento entre 31 e 50 clientes, mostrando que a maioria das empresas trabalha com expectativas moderadas a altas de atendimento.

Vale destacar que 12,6% dos entrevistados esperam um fluxo expressivo, com mais de 300 clientes por dia, o que demonstra que alguns negócios de maior porte ou com maior capacidade operacional esperam alta demanda.

Em contrapartida, uma parcela menor, somando 27% (8,8% até 10 clientes e 18,2% entre 11 e 30), projeta um movimento mais modesto, provavelmente por atuar em nichos específicos ou com menor capacidade de atendimento.

De forma geral, os dados indicam uma expectativa bastante positiva em relação ao volume de clientes durante a festa, consolidando o Santo Antônio do Povo como um evento capaz de gerar grande fluxo de consumidores para o Comércio e Serviços locais.

Gráfico 20 Qual a média de clientes recebeu/espera por dia durante os festejos?

A visão do número médio de clientes por estabelecimento durante o período do Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim, diferencia os setores de Comércio e Serviços.

Os estabelecimentos do setor de Serviços apresentam uma média de 153 clientes por dia, o que demonstra um fluxo significativamente maior se comparado ao Comércio, que tem uma média de 72 clientes diários. Essa diferença pode estar relacionada ao tipo de atendimento e à natureza das atividades oferecidas: serviços frequentemente envolvem maior rotatividade ou atendimentos mais rápidos, atraindo mais clientes em menor tempo.

No total geral, a média diária de clientes por estabelecimento fica em 110, confirmando que a maioria dos negócios experimenta um fluxo relevante durante os festejos, consolidando o evento como um importante gerador de movimento comercial e econômico para Ceará-Mirim.

Esse dado reforça a percepção de impacto positivo do evento no varejo local, especialmente no segmento de Serviços, que parece ser o mais beneficiado em termos de atendimento a clientes, contribuindo para o fortalecimento da economia regional durante o período festivo.

Gráfico 21 Média de clientes, por dia:

A pesquisa apresenta o número médio de clientes por estabelecimento durante o Santo Antônio do Povo, agora analisado segundo o porte das empresas.

Observa-se que os Microempreendedores Individuais (MEI) recebem em média 85 clientes por dia, número expressivo para negócios de menor porte. Já as Microempresas (ME) e as Empresas de Pequeno Porte (EPP) apresentam médias próximas, com 145 e 143 clientes diários, respectivamente, indicando um fluxo mais robusto, provavelmente devido à maior capacidade de atendimento e diversidade de produtos ou serviços.

As empresas médias e grandes recebem uma média de 87 clientes, valor inferior ao das ME e EPP, o que pode refletir o perfil de atendimento ou o modelo de negócio que não depende exclusivamente do fluxo intenso para gerar receita.

O grupo dos outros/informais registra a maior média, com 152 clientes diários, sugerindo que esses estabelecimentos, possivelmente mais flexíveis ou focados em atendimentos rápidos, conseguem atrair um volume expressivo de consumidores durante os festejos.

Os resultados indicam que o porte da empresa influencia diretamente o fluxo de clientes, e que micro e pequenos negócios aproveitam intensamente o evento para captar público, refletindo o potencial econômico do Santo Antônio do Povo para diversos perfis empresariais.

Gráfico 22 Média de clientes, por porte:



A pesquisa revela a percepção dos empreendedores sobre o movimento durante o Santo Antônio do Povo em 2025, demonstrando um cenário bastante positivo para a maioria dos negócios.

Mais de três quartos dos respondentes, somando 34,6% que classificaram o movimento como “Muito bom” e 43,4% como “Bom”, indicam que o fluxo de clientes durante o evento foi favorável, gerando oportunidades concretas de vendas e fortalecimento do comércio local.

À medida que, uma parcela menor de empresários (16,4%) avaliou o movimento como “Irrelevante”, sinalizando que, para esses negócios, o impacto do evento foi pouco significativo, seja por características específicas do setor ou local de atuação.

Apenas 5,7% consideraram o movimento ruim, o que é um indicativo positivo da satisfação geral com o desempenho comercial durante a festa.

Esses números reforçam o papel do Santo Antônio do Povo como um importante propulsor da economia local, beneficiando principalmente o Comércio e os Serviços, e mostrando-se como uma oportunidade valiosa para os empreendedores ampliarem sua visibilidade e faturamento no período junino.

Gráfico 23 Avaliação do movimento durante o Santo Antônio do Povo 2025:



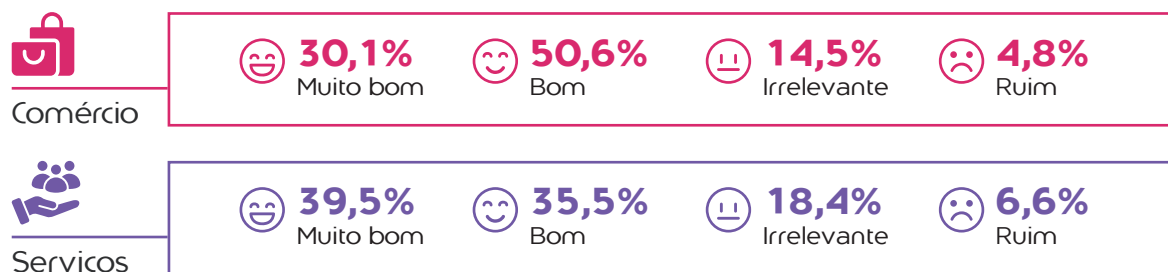
Estratificando por setor, no Comércio, a maior parte dos empresários classificou o movimento como “Bom” (50,6%), seguida por 30,1% que o consideraram “Muito bom”. Isso demonstra que o comércio teve um desempenho sólido, com cerca de 81% avaliando positivamente o fluxo de clientes, indicando um impacto favorável para as vendas durante a festa. Apenas 14,5% consideraram o movimento irrelevante, e uma parcela pequena de 4,8% o avaliou como ruim.

Já no setor de Serviços, a avaliação tende a ser um pouco mais positiva no quesito “Muito bom”, com 39,5% dos respondentes, um percentual maior que no Comércio. Contudo, 35,5% apontaram o movimento como “Bom”, somando um total de 75% de avaliações positivas. A fatia que considera o movimento irrelevante é maior no setor de Serviços (18,4%) e também um pouco mais elevada a avaliação ruim (6,6%), o que pode indicar desafios específicos, como sazonalidade ou menor fluxo de clientes em determinados serviços durante o evento.

De modo geral, ambos os setores reconhecem a importância do Santo Antônio do Povo para alavancar o movimento comercial, mas o Comércio apresenta uma avaliação ligeiramente mais homogênea e menos crítica, enquanto os Serviços demonstram maior variação nas percepções, sugerindo que

investimentos e estratégias diferenciadas podem ser necessárias para maximizar o aproveitamento do evento neste segmento.

Gráfico 24 Avaliação do movimento durante o Santo Antônio do Povo 2025, por setor:



Em relação ao faturamento durante o Santo Antônio do Povo 2025, quando comparada ao ano anterior, a pesquisa destaca uma perspectiva predominantemente otimista dos empreendedores. Quase metade dos entrevistados (49,7%) informaram que o faturamento foi superior ao registrado em 2024, o que demonstra confiança no crescimento da movimentação econômica proporcionada pelo evento neste ano.

Enquanto, 26,4% dos empreendedores indicaram um resultado igual ao do ano passado, o que sugere estabilidade para uma parcela relevante dos negócios locais. Já 23,9% dos entrevistados demonstraram faturar menos, um dado que merece atenção, pois evidencia que cerca de um quarto dos empresários pode estar enfrentando desafios, seja por fatores estruturais, posicionamento no evento ou comportamento do consumidor.

Esses resultados mostram que, embora o cenário geral seja positivo, com predominância da expectativa de crescimento, ainda há uma parcela significativa de empreendedores que não projeta melhora – o que reforça a importância de iniciativas que ampliem a visibilidade, o acesso e a qualificação das empresas locais para que mais negócios possam se beneficiar plenamente do potencial da festa.

Gráfico 25 Na comparação com o ano passado, seu negócio deve faturar:



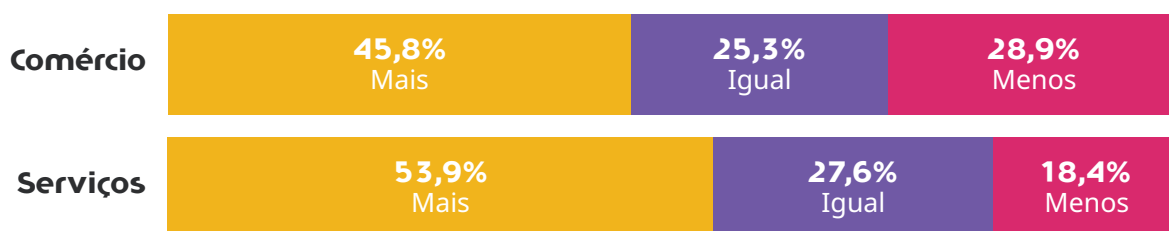
Ao analisar a comparação do faturamento por setor durante o Santo Antônio do Povo de 2025, observa-se que o setor de Serviços se destaca com 53,9% dos empresários indicando faturamento superior ao do ano passado, evidenciando um cenário acima da média geral e indicando que os empreendimentos dessa área — como alimentação, transporte e lazer — devem ter se beneficiado diretamente do aumento no fluxo de pessoas e na permanência no evento. Apenas 18,4% esperam faturar menos, o menor percentual negativo entre os grupos analisados.

Já no Comércio, embora o cenário também seja positivo, o otimismo é um pouco mais contido: 45,8% demonstraram faturar mais, enquanto 28,9% acreditam que o desempenho foi inferior ao de 2024. Esse resultado indica que parte dos comerciantes pode ter enfrentado maior concorrência, menor *ticket* médio por cliente ou outros desafios operacionais.

Em ambos os setores, a proporção de empresários que indicou faturar o mesmo se mantém relativamente próxima (25,3% no Comércio e 27,6% nos Serviços), apontando para uma estabilidade em parte do mercado.

Essa comparação evidencia que, embora os dois setores estejam confiantes, os Serviços demonstram maior potencial de crescimento em 2025, talvez impulsionados pela dinâmica do evento, que favorece gastos imediatos e experiências no local.

Gráfico 26 Comparação do faturamento, por setor:



Estratégia de vendas

Em referência às estratégias utilizadas pelos empresários durante o Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim, a pesquisa destaca um perfil de atuação com foco em visibilidade e competitividade de preços, aliado a práticas de relacionamento com o cliente.

A divulgação em geral foi a ação mais adotada, mencionada por 47,2% dos empreendedores, o que mostra a preocupação em tornar o negócio visível durante o evento, aproveitando o aumento no fluxo de pessoas. Essa estratégia, em muitos casos, pode ter envolvido mídias sociais, placas, faixas e outras formas acessíveis de comunicação local.

Logo em seguida, 45,3% apostaram em preços baixos e promoções, confirmando o apelo tradicional do desconto como meio eficaz de atrair consumidores, sobretudo em eventos populares. Já 32,7% destacaram o atendimento personalizado, o que aponta para uma atenção à qualidade do serviço prestado — diferencial que pode contribuir para fidelização e retorno em futuras edições.

Outras estratégias mais pontuais também aparecem, como facilidade na forma de pagamento (11,9%), panfletagem (6,9%) e itens estruturais como ambiente ou banheiro para clientes, com percentuais menores, mas que indicam atenção a detalhes que impactam a experiência do consumidor.

Um dado que chama atenção é que apenas 3,8% dos empresários afirmaram não ter adotado nenhuma ação, sugerindo que a grande maioria compreende a importância de estratégias ativas para se destacar durante o evento. A baixa adesão a sorteios ou brindes (1,3%) mostra que essas práticas promocionais, embora conhecidas, não foram amplamente utilizadas, possivelmente por exigirem mais organização ou recursos.

De modo geral, os resultados apontam para um empreendedor local engajado, buscando atrair clientes principalmente por meios acessíveis de comunicação e políticas comerciais atrativas, combinadas com um atendimento mais próximo.

Gráfico 27

Qual ação ou serviço utilizou para atrair clientes durante o Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim?

Múltiplas respostas

**Sugestões**

As sugestões de melhorias indicadas pelos empresários para o Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim revelam uma combinação de demandas ligadas tanto à programação artística quanto à estrutura urbana e logística do evento. A principal demanda recai sobre as atrações musicais, apontadas por 44% dos entrevistados. Isso demonstra que os empresários compreendem o impacto direto que a qualidade e o apelo das atrações exercem sobre o fluxo de público e, consequentemente, sobre as vendas.

Em segundo plano, mas ainda com forte incidência, aparecem melhorias relacionadas à infraestrutura e acesso, como estradas (22,6%), estacionamentos (20,8%) e trânsito/mobilidade urbana (17,6%). Esses itens sugerem que, apesar do evento atrair um bom número de participantes, há gargalos no deslocamento e na acomodação de veículos, o que pode afetar tanto visitantes quanto empreendedores locais.

A divulgação do evento é outro aspecto relevante, sendo mencionada por 15,1% como algo a ser ampliado — reforçando a ideia de que maior visibilidade pode atrair mais público de fora do município. Além disso, 12,6% pedem mais investimento público e atrativos turísticos/culturais, indicando uma expectativa de maior envolvimento do poder público e uma preocupação com o fortalecimento do evento como produto turístico e cultural.

Demandas como a instalação de banheiros públicos (11,3%), ampliação dos dias de festa (5,7%), capacitação de empreendedores e colaboradores (5%) e segurança (4,4%) mostram um olhar atento para a experiência do visitante e a qualificação dos serviços locais. Embora com menor percentual, essas ações são estratégicas para a sustentabilidade e profissionalização do evento.

Chama a atenção o baixo número de empresários que consideram que nenhuma mudança é necessária (3,8%), reforçando que há uma percepção coletiva de que o evento ainda pode ser aprimorado em diversos aspectos.

Em resumo, as sugestões demonstram um conjunto de percepções equilibradas entre o entendimento do evento como uma vitrine cultural e comercial e a necessidade de melhorias práticas na infraestrutura, gestão e promoção, refletindo maturidade e engajamento do setor empresarial com o sucesso da festa.

Gráfico 28 Sugestões de melhorias:

Múltiplas respostas



A avaliação geral dada pelos empresários ao Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim em 2025 mostra uma percepção predominantemente positiva, embora com pontuais sinais de crítica. A maior concentração de respostas encontra-se nas notas mais altas, especialmente nota 10, atribuída por 34% dos entrevistados, e nota 8, com 27,7%, o que demonstra alto grau de satisfação com o evento.

Considerando também as notas 9 (10,1%) e 7 (8,8%), observa-se que mais de 80% dos empresários que opinaram deram nota igual ou superior a 7, o que reforça a percepção de que a festa teve repercussão positiva para os negócios locais.

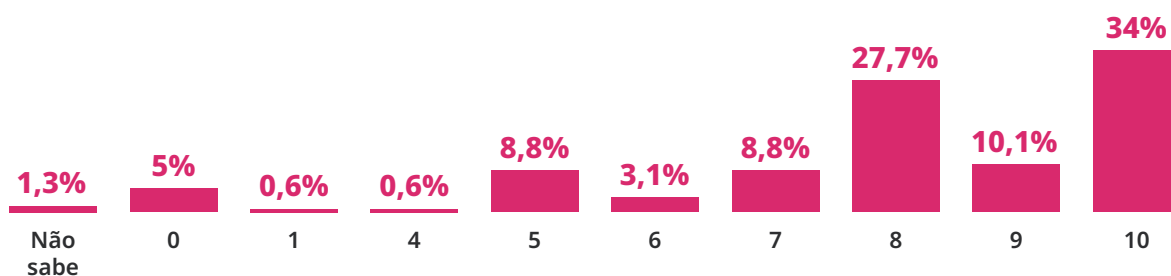
Há uma pequena parcela insatisfeita: 5% deram nota zero e 8,8% atribuíram nota 5, indicando que, apesar do saldo geral ser favorável, ainda existem pontos de melhoria percebidos por uma minoria significativa. As notas baixas podem estar relacionadas a problemas estruturais, limitações de mobilidade ou menor desempenho nas vendas, conforme sinalizado em outras questões da pesquisa.

É importante destacar que apenas 1,3% não soube avaliar, o que sugere que a maioria dos empresários se sentiu à vontade para emitir uma opinião clara sobre o impacto e a qualidade do evento.

Em síntese, os dados mostram que o evento é bem avaliado pela maioria dos empreendedores, sendo percebido como uma oportunidade importante para o Comércio e os Serviços locais, mas que ainda requer atenção a críticas específicas para garantir uma experiência cada vez mais positiva e inclusiva.

Gráfico 29

De 0 a 10, qual nota você dá para o Santo Antônio do Povo de Ceará-Mirim 2025?



A nota média geral atribuída ao Santo Antônio do Povo pelos empresários foi de 7,89, revelando uma avaliação positiva, mas moderada, especialmente quando comparada ao entusiasmo observado entre o público participante.

Ao segmentar por setor, a média do Comércio (7,93) foi ligeiramente superior à do setor de Serviços (7,85), o que pode indicar que os comerciantes sentiram maior impacto positivo nas vendas ou aproveitaram melhor o fluxo de consumidores durante o evento. Já os prestadores de serviços, embora também tenham apresentado avaliação favorável, podem ter enfrentado algumas limitações operacionais ou menor volume de demanda em comparação ao varejo.

Esses números sugerem que, embora a festa tenha sido, de forma geral, bem recebida pelo empresariado, há margem para avanços em ações voltadas à melhoria da infraestrutura de apoio ao setor produtivo, o que pode contribuir para aumentar ainda mais o nível de satisfação nos próximos anos.

Gráfico 30 Nota média, por setor:



Perfil das empresas

O perfil dos empreendimentos entrevistados na pesquisa sobre o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim está bem equilibrado entre os principais segmentos da economia local. Conforme mostra o próximo gráfico, 52,2% das empresas participantes pertencem ao setor do Comércio, enquanto 47,8% são do setor de Serviços.

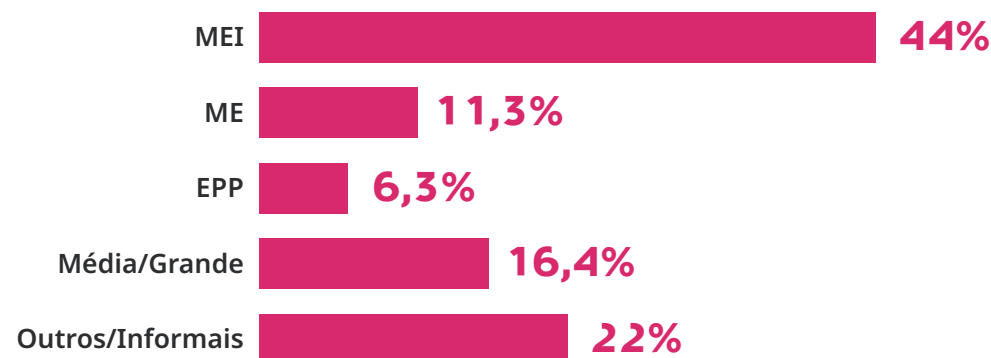
Esse equilíbrio revela que tanto o Comércio quanto os Serviços têm participação ativa na dinâmica econômica gerada pelo evento, o que reforça a importância de pensar políticas e ações que contemplem ambos os segmentos de forma integrada — desde melhorias na estrutura urbana até estratégias de capacitação e promoção voltadas ao aumento do faturamento e da qualidade do atendimento durante o período festivo.

Gráfico 31 Setor:

A maior parte dos empreendimentos participantes da pesquisa é formada por Microempreendedores Individuais (MEI), que representam 44% do total. Essa predominância reforça o papel central dos pequenos negócios na economia local e na movimentação gerada pelo Santo Antônio do Povo.

Empresas de porte médio e grande também tiveram participação relevante (16,4%), indicando que o evento também alcança empreendimentos com maior estrutura e capacidade de operação. Além disso, 22% foram classificados como “outros” ou informais, o que aponta para uma presença expressiva de negócios fora da formalização tradicional — característica comum em eventos populares.

Já as microempresas (ME) corresponderam a 11,3% e as empresas de pequeno porte (EPP) a 6,3%, completando o panorama da diversidade de perfis empresariais impactados pela festa. Esses dados são fundamentais para orientar ações de apoio e fomento que considerem as necessidades específicas de cada porte de negócio, especialmente no que diz respeito à formalização, crédito, qualificação e infraestrutura.

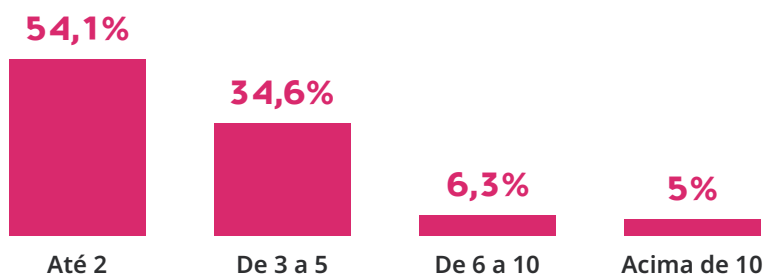
Gráfico 32 Porte dos negócios:

O gráfico abaixo demonstra que a maioria dos empreendimentos locais envolvidos com o Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim opera com estruturas enxutas de pessoal. Aproximadamente 54,1% das empresas contam com até 2 colaboradores, o que reforça o predomínio de microempreendimentos e negócios familiares no contexto do evento.

Além disso, 34,6% possuem entre 3 e 5 colaboradores, o que ainda indica uma operação de pequeno porte, mas com alguma ampliação da capacidade de atendimento. Já os estabelecimentos com mais de 5 funcionários são minoria: apenas 6,3% possuem entre 6 e 10 funcionários, enquanto 5% contam com mais de 10 colaboradores.

Esses dados são coerentes com o perfil empresarial previamente identificado, marcado por um grande número de MEIs e informais, e ajudam a dimensionar o impacto da festa sobre o emprego direto temporário e a necessidade de apoio aos pequenos negócios, principalmente em períodos de alta demanda como os grandes eventos populares.

Gráfico 33 Número de colaboradores:

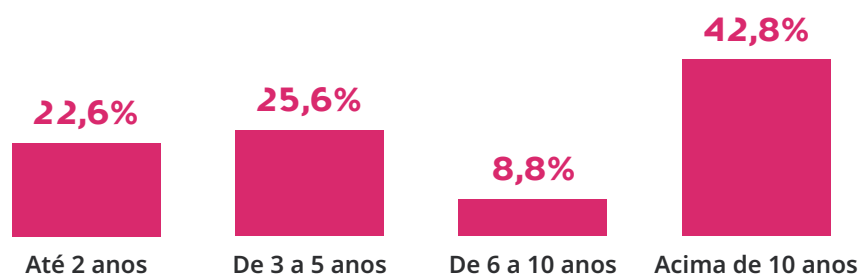


A pesquisa revela um cenário empresarial misto no município de Ceará-Mirim, com destaque para a presença consolidada de negócios mais antigos. Cerca de 42,8% dos empreendimentos atuam há mais de 10 anos, evidenciando a maturidade e a estabilidade de uma parcela significativa dos estabelecimentos impactados pelo Santo Antônio do Povo.

À proporção que observa-se uma renovação empreendedora importante, já que 22,6% dos negócios possuem até 2 anos de atuação e outros 25,6% estão no mercado há entre 3 e 5 anos. Isso significa que quase metade dos empreendedores (48,2%) ainda se encontram em uma fase inicial ou intermediária de desenvolvimento.

Essa distribuição revela que o evento atinge tanto empresas tradicionais quanto novos empreendedores, o que reforça a importância de políticas públicas e ações institucionais que estimulem o fortalecimento dos negócios iniciantes, sem deixar de valorizar os que já contribuem há mais tempo com a economia local.

Gráfico 34 Tempo de atuação:



O levantamento evidencia a ampla diversidade de segmentos empresariais impactados pelo Santo Antônio do Povo em Ceará-Mirim, reforçando o caráter plural da atividade econômica local durante o evento. Os setores com maior representatividade foram o vestuário (25,2%) e os bares e restaurantes (21,4%), apontando a forte ligação da festa com o comércio de moda e com o setor de alimentação, ambos impulsionados pela demanda de participantes e visitantes.

Outros segmentos relevantes incluem lanchonetes (9,4%), distribuidoras de bebidas (5%) e conveniências (4,4%), também associados ao consumo durante o período festivo. Além disso, há a presença de nichos específicos como fantasias e adereços (3,8%), perfumaria (3,1%), salões de beleza/barbearias (2,5%), e ambulantes (1,9%), que indicam uma cadeia produtiva ampla, com oportunidades para pequenos empreendedores e setores informais.

Chama atenção ainda a inclusão de serviços turísticos e culturais, como passeios (1,2%) e artesanatos (1,3%), além de estabelecimentos com menor participação, mas que complementam o ecossistema do evento, como supermercados, óticas, farmácias, sorveterias e técnicos de celular, entre outros.

Essa diversidade demonstra que o Santo Antônio do Povo exerce influência econômica em múltiplos ramos, gerando oportunidades não apenas para os setores diretamente ligados ao entretenimento e à alimentação, mas também para atividades comerciais diversas, fortalecendo o comércio local como um todo.

Tabela 1 Segmento das empresas:

Vestuário	25,2%
Bares/Restaurantes	21,4%
Lanchonetes	9,4%
Distribuidora de bebidas	5%
Conveniência	4,4%
Fantasia e adereços	3,8%
Perfumaria	3,1%
Salão de beleza/Barbearia	2,5%
Farmácias	2,5%
Ambulante	1,9%
Eletrônicos	1,9%
Acessórios	1,9%
Óticas	1,9%
Supermercados	1,3%
Móveis e eletrodomésticos	1,3%
Variedades em geral	1,3%
Artesanatos	1,3%
Calçados	1,3%
Sorveterias	1,3%
Passeios	1,2%
Engenho de bebidas	0,6%
Bijuterias	0,6%
Atacado e varejo	0,6%
Hotéis/Pousadas	0,6%
Material de construção	0,6%
Embalagens	0,6%
Frutas	0,6%
Técnico celular	0,6%
Padaria e Confeitaria	0,6%
Maquiagem	0,6%

4

Anexo





Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio