

PESQUISA DE PERCEPÇÃO
DOS EMPRESÁRIOS SOBRE A

MEIA MARATONA DO SOL

SETEMBRO
2026



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 Barreto

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 Barreto

Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Lidiane de Souza Santana

Najara Oliveira da Silva

Nivaldo Gonçalves da Silva Filho

Maria do Socorro da Silva

Rogério Mateus Antunes de Carvalho

Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução	04
2. Aspectos técnicos	05
3. Síntese dos resultados	06
Perfil dos negócios	06
Investimentos para a meia Maratona do Sol	09
Desempenho e faturamento durante a Meia do Sol	13
Impactos e avaliação da participação	16
Participação na próxima edição e sugestões de melhorias	21
4. Anexos	23

1

Introdução

A Meia Maratona do Sol consolidou-se como um dos principais eventos esportivos do Rio Grande do Norte, reunindo milhares de participantes em dois dias de corrida e contribuindo para a integração entre esporte, saúde, lazer, turismo e desenvolvimento econômico. Além de estimular a prática esportiva, também gera reflexos econômicos positivos, com a realização da Expo Meia do Sol, que além de ser o local onde os atletas inscritos retiram seus kits, é uma feira de negócios onde as empresas parceiras expõem e comercializam seus produtos, como artigos esportivos, suplementos, serviços de saúde, academias, entre outros.

Diante da relevância da Meia Maratona do Sol para a dinâmica esportiva, turística e econômica da cidade, o Instituto Fecomércio RN desenvolveu a Pesquisa de Percepção dos Empresários sobre a Meia Maratona do Sol 2026, com o objetivo de compreender os efeitos do evento sobre os negócios envolvidos e avaliar sua capacidade de gerar oportunidades.

O levantamento buscou identificar o perfil dos empreendimentos, mensurar os investimentos realizados para participação no evento, saber mais sobre a contratação de mão de obra, avaliou o movimento percebido pelos empresários, o faturamento diário estimado, como também fez o levantamento de sugestões para o aprimoramento das próximas edições.

Os resultados apresentados neste relatório constituem uma importante fonte de informações para organizadores, entidades, empresários e demais agentes envolvidos com o evento, permitindo avaliar sua abrangência como um espaço de visibilidade empresarial, geração de negócios e fortalecimento de marcas, oferecendo subsídios para avaliar os resultados da edição de 2026 e orientar ações que potencializem os impactos econômicos e empresariais das futuras edições.

2

Aspectos técnicos

A Pesquisa de Percepção dos Empresários sobre a Meia Maratona do Sol 2026 foi desenvolvida com o objetivo de identificar os principais efeitos do evento sobre as atividades econômicas locais, considerando aspectos como movimentação de clientes, desempenho das vendas e impactos percebidos pelos estabelecimentos comerciais e de serviços.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 17 e 20 de setembro de 2026, por meio de pesquisa quantitativa presencial in loco, com aplicação de questionário estruturado diretamente junto aos empreendedores. O trabalho de campo foi conduzido por uma equipe experiente na realização de pesquisas dessa natureza, seguindo procedimentos padronizados de abordagem e registro das informações.

Ao todo, foram realizadas 171 entrevistas, constituindo a base utilizada para a elaboração das análises. Para os resultados gerais, considera-se margem de erro de 4 pontos percentuais, para mais ou para menos, e nível de confiança de 95%, parâmetros utilizados para a interpretação estatística dos dados obtidos.

Após a coleta, as informações passaram por processos de organização, tratamento, consistência e consolidação. Os resultados apresentados a seguir neste relatório sintetizam a percepção dos empreendedores sobre a Meia Maratona do Sol 2026, permitindo avaliar seus reflexos sobre a dinâmica econômica local e subsidiar o planejamento e o aprimoramento de futuras edições do evento.

3

Síntese dos resultados

Perfil dos negócios

O levantamento revela que a composição dos negócios envolvidos e afetados pela Meia Maratona do Sol e na Expo Meia 2026 reúne, além dos expositores (20,5%), prestadores de serviço (4,7%) e patrocinadores do evento (1,8%), principalmente estabelecimentos que atuam nas proximidades do evento (73,1%). Vale ressaltar que esta última categoria foi incluída na pesquisa para permitir uma amostra representativa, que garantisse a manutenção da margem de erro e nível de confiança especificados nos Aspectos Técnicos.

Tabela 1. Relação do negócio com a Meia Maratona do Sol:

Empresa do entorno	73,1%
Expositor/estande	20,5%
Prestador de serviço	4,7%
Patrocinador do evento	1,8%

Sobre a participação em outras edições da Meia do Sol e da Expo Meia, a maioria das empresas entrevistadas já esteve em quatro ou mais edições (48,5%). Outros 22,2% dos estabelecimentos informaram a participação em duas ou três edições, enquanto 29,2% responderam que era a primeira vez. As categorias com duas ou mais participações somam 70,7%, mostrando a predominância de negócios com presença recorrente no evento.

Tabela 2. Frequência de participação na Meia do Sol:

Primeira vez	29,2%
2 a 3 vezes	22,2%
4 vezes ou mais	48,5%

Na estratificação por setor, a participação em quatro ou mais edições é mais frequente nos serviços (50%) do que no comércio (47,1%). A presença em duas ou três edições alcança 25,3% das empresas do comércio e 19% das empresas dos serviços. As que participaram a primeira vez, reúnem 27,6% e 31%, dos estabelecimentos do comércio e serviços, respectivamente.

Tabela 3. Frequência de participação na Meia do Sol por setor:

	Comércio	Serviços
Primeira vez	27,6%	31%
2 a 3 vezes	25,3%	19%
4 vezes ou mais	47,1%	50%

Os negócios de médio ou grande portes formam o grupo mais frequente (43,9%), seguidos pelas microempresas (31,6%). Entre os menores portes, os MEIs representam 14,6%, superando a participação das EPPs, com 9,9%. Microempresas e negócios de médio ou grande porte concentram 75,5% das respostas, enquanto MEIs e empresas de pequeno porte representam, juntos, 24,5% da amostra.

Tabela 4. Porte:

MEI	14,6%
ME	31,6%
EPP	9,9%
Média ou Grande	43,9%

O comércio representa 50,9% dos negócios pesquisados, enquanto os serviços correspondem a 49,1%. A diferença entre os setores é de 1,8 ponto percentual, com participação ligeiramente maior do comércio. Os dois grupos reúnem proporções próximas de estabelecimentos, compondo uma distribuição equilibrada entre as atividades comerciais e de serviços presentes no levantamento.

Tabela 5. Setor de atividade:

Comércio	50,9%
Serviços	49,1%

O segmento de alimentação e bebidas lidera os segmentos citados (32,2%) pelas empresas envolvidas na Meia do Sol 2026, seguido pelo comércio em geral (22,2%). Serviços de saúde (13,5%) e material esportivo (11,1%) também se destacam. Beleza e cuidados pessoais (5,8%) e serviços em geral (5,3%) aparecem em seguida, entre as atividades mais mencionadas pelos estabelecimentos.

Tabela 6. Segmentos:

Múltiplas respostas

Alimentação e bebidas	32,2%
Comércio em geral	22,2%
Serviços de Saúde	13,5%
Material esportivo	11,1%
Beleza e cuidados pessoais	5,8%
Serviços em geral	5,3%
Vestuário, calçados e acessórios	4,7%
Turismo e viagens	1,8%
Eletrônicos e acessórios	1,2%
Hospedagem	0,6%
Outros	2,9%

Os negócios com mais de dez anos de atuação representam 45,6% das entrevistas. Os estabelecimentos com até dois anos somam 20,5%, indicando a presença tanto de empresas mais antigas quanto de negócios recentes. Os negócios com três a cinco anos de atuação representam 16,4%, e aqueles com seis a dez anos, outros 17,5%. Somados aos estabelecimentos com mais de dez anos, os negócios com trajetória superior a cinco anos concentram 63,1% da amostra.

Tabela 7. Tempo de atuação:

Até 2 anos	20,5%
De 3 a 5 anos	16,4%
De 6 a 10 anos	17,5%
Acima de 10 anos	45,6%

Equipes de dez ou mais pessoas são as mais frequentes (39,2%) nas empresas pesquisadas, seguidas pelas equipes de duas a quatro pessoas (31,6%). Os negócios com apenas uma pessoa representam 2,9%. Os dois grupos mais frequentes somam 70,8% dos negócios. As equipes de cinco a nove pessoas representam 26,3%, de modo que os estabelecimentos com cinco ou mais integrantes reúnem 65,5% das respostas.

Tabela 8. Número de colaboradores:

1	2,9%
2 a 4	31,6%
5 a 9	26,3%
10 ou mais	39,2%

A equipe média estimada é de 6,74 pessoas por negócio. O indicador é maior nas empresas do setor de serviços (6,95) do que nas empresas do comércio (6,53), e varia entre 4,16 nos MEIs e 7,99 nos negócios de médio ou grande porte. As EPPs apresentam média de 7,53 colaboradores, e as microempresas, de 5,94. A diferença entre os extremos por porte é de 3,83 pessoas, enquanto a distância entre serviços e comércio é de 0,42 pessoa.

Tabela 9. Número médio de colaboradores:

Geral	6,74
Comércio	6,53
Serviços	6,95
MEI	4,16
ME	5,94
EPP	7,53
Média ou Grande	7,99

Investimentos para a Meia Maratona do Sol

Mais da metade dos negócios informou não ter realizado investimentos (53,2%) para participar da Meia Maratona do Sol e Expo Meia do Sol. Entre as áreas mencionadas, estoque (32,7%) e estrutura ou equipamentos (24,6%) foram as mais frequentes, com uma diferença de 8,1 pontos percentuais entre as duas opções. Divulgação aparece em 18,7% das respostas e contratação de colaboradores, em 12,3%.

Tabela 10. Tipos de investimentos:

Múltiplas respostas

Estoque	32,7%
Estrutura/equipamentos	24,6%
Divulgação	18,7%
Contratação de funcionários	12,3%
Outros	1,8%
Nenhum	53,2%

Na separação por setor, 49,4% das empresas do comércio e 57,1% das empresas dos serviços informaram que não fizeram nenhum investimento para a participação na Meia do Sol 2026. O investimento em estoque foi mais citado no comércio (42,5%) do que nos serviços (22,6%), uma diferença de 19,9 pontos percentuais. Os investimentos em estrutura e equipamentos também têm

maior participação no comércio (27,6%) do que nos serviços (21,4%). Ainda entre as áreas de investimentos mencionadas, a mesma relação aparece na divulgação, com 21,8% e 15,5%, respectivamente.

Tabela 11. Tipos de investimentos por setor:

Múltiplas respostas

	Comércio	Serviços
Estoque	42,5%	22,6%
Estrutura/equipamentos	27,6%	21,4%
Divulgação	21,8%	15,5%
Contratação de funcionários	17,2%	7,1%
Outros	2,3%	1,2%
Nenhum	49,4%	57,1%

As empresas que responderam que não fizeram nenhum tipo de investimento também são maioria na separação por porte. Da mesma forma, o estoque lidera as áreas de investimento em todos os portes: 36% entre MEIs, 33,3% entre microempresas, 41,2% entre as empresas de pequeno porte e 29,3% entre negócios de médio ou grande porte. Podemos destacar ainda o investimento em estrutura e equipamentos entre as EPPs (35,3%) e MEs (25,9%) e em contratação de colaboradores entre os MEIs (12%).

Tabela 12. Tipos de investimentos por porte:

Múltiplas respostas

	MEI	ME	EPP	Média ou Grande
Estoque	36%	33,3%	41,2%	29,3%
Estrutura/equipamentos	24%	25,9%	35,3%	21,3%
Divulgação	16%	20,4%	17,6%	18,7%
Contratação de funcionários	12%	14,8%	5,9%	12%
Outros	4%	1,9%	0%	1,3%
Nenhum	48%	55,6%	58,8%	52%

As contratações temporárias foram realizadas por 18,7% dos negócios. A maioria (81,3%) não recorreu a esse tipo de contratação para o evento. A diferença entre as duas situações é de 62,6 pontos percentuais. Os estabelecimentos que não contrataram temporariamente para a Meia do Sol 2026 representam mais de quatro vezes a parcela dos que realizaram contratações, mostrando a predominância da ausência desse tipo de reforço de pessoal entre os negócios pesquisados.

Tabela 13. Contratações temporárias:

Não	81,3%
Sim	18,7%

O comércio registrou maior frequência de contratações temporárias (26,4%) do que os serviços (10,7%), uma diferença de 15,7 pontos percentuais que evidencia maior adoção dessa medida no comércio. Nos dois setores, entretanto, predominam os negócios que não fizeram contratações, percentual que alcança 73,6% no comércio e 89,3% nos serviços. Assim, o comércio reúne uma proporção de negócios com contratações temporárias superior ao dobro da observada no setor de serviços.

Tabela 14. Contratações temporárias por setor:

	Comércio	Serviços
Não	73,6%	89,3%
Sim	26,4%	10,7%

Quando questionados sobre a preparação da equipe para participar da Meia do Sol e Expo Meia 2026, a maioria dos negócios não realizou capacitação de seus colaboradores (73,7%), enquanto 24% informaram ter realizado essa preparação. A categoria “Não respondeu” representa 2,3% das respostas. A ausência dessa preparação supera sua realização em 49,7 pontos percentuais, predominando entre os negócios pesquisados.

Tabela 15. Capacitação de colaboradores:

Não	73,7%
Sim	24%
Não sabe/Não respondeu	2,3%

A capacitação de colaboradores foi mais frequente nos estabelecimentos do comércio (27,6%) do que nos estabelecimentos dos serviços (20,2%), diferença de 7,4 pontos percentuais entre os setores. A ausência de capacitação predominou sobretudo nos serviços (78,6%). No comércio, 69% dos negócios não realizaram capacitação, percentual 9,6 pontos abaixo do registrado nos serviços. As empresas que optaram por não responder representam 3,4% no comércio e 1,2% nos serviços.

Tabela 16. Capacitação de colaboradores por setor:

	Comércio	Serviços
Não	69%	78,6%
Sim	27,6%	20,2%
Não sabe/Não respondeu	3,4%	1,2%

Entre as ações realizadas pelas empresas para atrair os seus clientes durante a participação na Meia do Sol 2026, a divulgação digital foi a mais citada (43,9%), seguida pelas promoções (28,7%), uma diferença de 15,2 pontos percentuais entre as mais citadas. Também foram mencionados a disponibilização de cardápio ou serviço especial (11,1%) e cartazes ou sinalização (5,3%). A parcela que não promoveu nenhuma ação de atração de clientes foi de 33,9% das respostas.

Tabela 17. Ações para atrair clientes:

Múltiplas respostas

Divulgação digital	43,9%
Promoções	28,7%
Cardápio/serviço especial	11,1%
Cartazes/sinalização	5,3%
Outras	6,4%
Nenhuma	33,9%

Por setor, a divulgação digital também foi a ação mais frequente e teve presença percentual semelhante no comércio (43,7%) e nos serviços (44%). As promoções foram mais frequentes no comércio (36,8%), ante 20,2% nos serviços. A utilização de cartazes e sinalização no comércio (6,9%) foi quase o dobro do que nos serviços (3,6%). Também é próximo o percentual de empresas do comércio (32,2%) e dos serviços (35,7%) que não utilizaram nenhuma ação de divulgação para atrair clientes aos seus negócios.

Tabela 18. Ações para atrair clientes por setor:

Múltiplas respostas

	Comércio	Serviços
Divulgação digital	43,7%	44%
Promoções	36,8%	20,2%
Cardápio/serviço especial	10,3%	11,9%
Cartazes/sinalização	6,9%	3,6%
Outras	6,9%	6%
Nenhuma	32,2%	35,7%

Desempenho e faturamento durante a Meia do Sol

Na comparação com a edição anterior, 48,5% dos negócios relataram aumento das vendas, enquanto 40,9% apontaram manutenção e 10,5% informaram queda. As respostas de aumento e estabilidade somam 89,4%, predominando entre os estabelecimentos pesquisados. A percepção de crescimento supera a de redução em 38 pontos percentuais, com saldo favorável na avaliação dos empreendedores sobre o desempenho das vendas.

Tabela 19. Desempenho das vendas em comparação com a edição anterior:

Maior	48,5%
Igual	40,9%
Menor	10,5%

O aumento das vendas frente à edição anterior foi mais citado nos serviços (51,2%) do que no comércio (46%). A queda das vendas foi mais frequente no comércio (14,9%) ante 6% nos serviços, enquanto a estabilidade foi maior nos serviços (42,9%).

Tabela 20. Desempenho das vendas em comparação com a edição anterior por setor:

	Comércio	Serviços
Maior	46%	51,2%
Igual	39,1%	42,9%
Menor	14,9%	6%

A maioria das empresas (42,7%) informou ter atendido até 50 clientes por dia durante sua participação na Meia do Sol 2026. Em seguida aparecem as faixas de 101 a 300 clientes (23,4%), de 51 a 100 clientes (11,1%), de 301 a 500 clientes (8,8%), e por último as faixas de 501 a 1.000 e acima de 1.000 clientes, com 5,8% de respostas cada. A categoria “Não respondeu” representa 2,3% na tabela. As empresas que atenderam até 100 clientes somam 53,8% das respostas. Os negócios com mais de 300 clientes atendidos por dia representam 20,4%, distribuídos entre as três faixas de maior movimento.

Tabela 21. Quantidade de clientes atendidos por dia:

Até 50	42,7%
De 51 a 100	11,1%
De 101 a 300	23,4%
De 301 a 500	8,8%
De 501 a 1.000	5,8%
Acima de 1.000	5,8%
Não sabe/Não respondeu	2,3%

A média estimada de clientes atendidos por dia é de 203,22. O comércio apresenta estimativa de 243,68 clientes atendidos por dia, superior à média geral e também à média dos serviços (161,31). Por porte, a maior média ficou com os negócios de médio ou grande portes, com 280,00 clientes por dia. Em seguida as MEs, com 154,63 clientes; as EPPs com 152,94 clientes; e os MEIs que apresentam a menor estimativa, de 112,00 clientes por dia.

Tabela 22. Média estimada de clientes por dia:

Geral	203,22
Comércio	243,68
Serviços	161,31
MEI	112,00
ME	154,63
EPP	152,94
Média ou Grande	280,00

Entre os produtos e serviços mais procurados pelo público que foi à Meia Maratona do Sol, alimentação e bebidas foram os mais citados (35,1%). Itens de vestuário e acessórios (15,2%), calçados e artigos esportivos (13,5%), saúde e serviços esportivos (10,5%) e beleza e cuidados pessoais (9,9%) aparecem na sequência. Suplementos e nutrição (2,9%), ótica (2,3%) e eletrônicos e acessórios de celular (1,8%) também foram citados entre o que o público procura entre os expositores.

Tabela 23. Produtos e serviços de maior procura pelo público:

Alimentação e bebidas	35,1%
Vestuário e acessórios	15,2%
Calçados e artigos esportivos	13,5%
Saúde e serviços esportivos	10,5%
Beleza e cuidados pessoais	9,9%
Suplementos e nutrição	2,9%
Ótica	2,3%
Eletrônicos e acessórios de celular	1,8%
Turismo e transporte	1,8%
Outros	3,5%
Nenhum	1,8%
Não sabe/Não respondeu	1,8%

Entre as empresas participantes da Meia do Sol 2026, a maior parte (24,6%) informou faturamento diário entre R\$ 1.001 e R\$ 3.000. Em seguida são as que faturaram entre R\$ 5.001 e R\$ 10.000, com 17,5% das respostas. Outras 11,7% informaram um faturamento diário de até R\$ 1.000; enquanto 14% declararam faturamento diário entre R\$ 3.001 e R\$ 5.000. Negócios sem faturamento representam 9,9%, e 4,7% informaram valores acima de R\$ 50 mil. Somadas, as faixas com faturamento positivo de até R\$ 5 mil representam 50,3% das respostas. A faixa que vai de R\$ 5.001 até R\$ 10 mil reúne 17,5%, enquanto as categorias acima de R\$ 10 mil totalizam 22,3%.

Tabela 24. Faixas de faturamento diário:

Até R\$ 1.000	11,7%
De R\$ 1.001 a R\$ 3.000	24,6%
De R\$ 3.001 a R\$ 5.000	14%
De R\$ 5.001 a R\$ 10.000	17,5%
De R\$ 10.001 a R\$ 20.000	8,2%
De R\$ 20.001 a R\$ 50.000	9,4%
Acima de R\$ 50.000	4,7%
Sem faturamento	9,9%

O faturamento médio diário estimado de todas as empresas é de R\$ 9.269,01. O comércio apresenta valor superior (R\$ 11.764,37) ao dos serviços (R\$ 6.684,52), e os negócios de médio ou grande porte registram a maior estimativa por porte (R\$ 12.800,00). A diferença estimada entre comércio e serviços é de R\$ 5.079,85. Entre os portes, as EPPs registram R\$ 9.088,24, os MEIs, R\$ 6.060,00, e as microempresas, R\$ 5.907,41, mantendo-se a liderança dos negócios de médio ou grande portes.

Tabela 25. Faturamento médio diário estimado:

Geral	R\$ 9.269,01
Comércio	R\$ 11.764,37
Serviços	R\$ 6.684,52
MEI	R\$ 6.060,00
ME	R\$ 5.907,41
EPP	R\$ 9.088,24
Média ou Grande	R\$ 12.800,00

Impactos e avaliação da participação

Perguntados sobre quais as principais dificuldades enfrentadas por ocasião da participação de sua empresas na Meia do Sol e Expo Meia 2026, a maioria (51,5%) relatou a ausência de obstáculos que pudessem comprometer a experiência. Entre os problemas apontados, destacam-se o fluxo abaixo do esperado (16,4%) e dificuldades no acesso ou mobilidade (12,9%). Praça de alimentação (8,8%) e divulgação (7,6%) aparecem na sequência. Preços, organização e infraestrutura foram mencionados por 2,3% cada, enquanto energia elétrica registrou o menor percentual, de 0,6%, entre as dificuldades listadas.

Tabela 26. Principais dificuldades enfrentadas ao participar do evento: Múltiplas respostas

Fluxo abaixo do esperado	16,4%
Acesso/mobilidade	12,9%
Praça de alimentação	8,8%
Divulgação	7,6%
Preços cobrados	2,3%
Organização	2,3%
Infraestrutura	2,3%
Pessoal	1,2%
Banheiros	1,2%
Energia elétrica	0,6%
Outras	1,2%
Nenhuma	51,5%

Na separação por setor, a ausência de dificuldades também superou os problemas efetivamente apontados pelos empreendedores, ficando em percentuais próximos entre comércio (50,6%) e serviços (52,4%). No comércio, o fluxo

abaixo do esperado (19,5%) foi maior do que nos serviços (13,1%). Outros motivos citados pelos comerciantes foram acesso/mobilidade (12,6%), praça de alimentação (10,3%) e divulgação (9,2%), e também pelos prestadores de serviços, com 13,1%, 7,1% e 6%, respectivamente.

Tabela 27. Principais dificuldades enfrentadas ao participar do evento por setor: Múltiplas respostas

	Comércio	Serviços
Fluxo abaixo do esperado	19,5%	13,1%
Acesso/mobilidade	12,6%	13,1%
Praça de alimentação	10,3%	7,1%
Divulgação	9,2%	6%
Preços cobrados	1,1%	3,6%
Organização	1,1%	3,6%
Infraestrutura	1,1%	3,6%
Pessoal	0%	2,4%
Banheiros	0%	2,4%
Energia elétrica	0%	1,2%
Outras	2,3%	0%
Nenhuma	50,6%	52,4%

Com relação ao fluxo de clientes, as avaliações feitas pelos empreendedores são em sua maioria positivas (66,7%), resultado da soma entre os conceitos ótimo (24,6%) e bom (42,1%). A avaliação regular representa 24,6%, enquanto 7,6% classificaram esse aspecto como ruim. A parcela que não soube avaliar representa 1,2%.

Tabela 28. Avaliação do fluxo de clientes:

Ótimo	24,6%
Bom	42,1%
Regular	24,6%
Ruim	7,6%
Não sabe/Não respondeu	1,2%

No caso do acesso e da mobilidade, predominam os conceitos ótimo (29,2%) e bom (56,7%), totalizando 85,9% de percepção positiva para este item. A avaliação regular representa 7%, enquanto 5,8% classificaram esse aspecto como ruim. A percepção positiva é ampla e supera com folga as avaliações regulares ou ruins, enquanto apenas 1,2% dos negócios não souberam avaliar o acesso e a mobilidade.

Tabela 29. Avaliação do acesso e mobilidade:

Ótimo	29,2%
Bom	56,7%
Regular	7%
Ruim	5,8%
Não sabe/Não respondeu	1,2%

Para a segurança, os conceitos ótimo (36,3%) e bom (53,8%) somam 90,1%. A avaliação regular representa 7,6%, enquanto 1,8% classificaram esse aspecto como ruim. A segurança se destaca pela ampla predominância de avaliações positivas e pela baixa frequência de respostas ruins. O resultado sugere uma experiência favorável para a maior parte dos negócios entrevistados nesse aspecto.

Tabela 30. Avaliação da segurança:

Ótimo	36,3%
Bom	53,8%
Regular	7,6%
Ruim	1,8%
Não sabe/Não respondeu	0,6%

As avaliações positivas (conceito ótimo + bom) somam 82,4% para a comunicação e a sinalização. A avaliação regular representa 11,7%, enquanto 3,5% classificaram esse aspecto como ruim. O conceito bom lidera com 49,7% das respostas, seguido por ótimo, com 32,7%. A parcela que não soube avaliar representa 2,3%. As respostas positivas superaram em 67,2 pontos percentuais a soma das avaliações regulares e ruins, que é de 15,2%.

Tabela 31. Avaliação da comunicação e sinalização:

Ótimo	32,7%
Bom	49,7%
Regular	11,7%
Ruim	3,5%
Não sabe/Não respondeu	2,3%

Na questão das oportunidades comerciais geradas pela participação das empresas na Meia do Sol e na Expo Meia 2026, a percepção positiva foi 79,5%, com 46,2% atribuindo o conceito bom e 33,3% atribuindo o conceito ótimo. A avaliação regular representa 18,1%, enquanto 1,8% classificaram esse aspecto como ruim. A parcela que não soube avaliar corresponde a 0,6%. As

avaliações positivas superaram amplamente a classificação ruim, com diferença de 77,7 pontos percentuais.

Tabela 32. Avaliação da oportunidade comercial:

Ótimo	33,3%
Bom	46,2%
Regular	18,1%
Ruim	1,8%
Não sabe/Não respondeu	0,6%

Nas notas atribuídas à Meia do Sol e à Expo Meia 2026, a 10 concentra 57,9% das avaliações, seguida pela nota 8 (17%) e pela nota 9 (12,9%). A distribuição mostra concentração nas notas mais altas da escala, com 87,8% das respostas concentradas entre 8 e 10, reforçando a predominância de avaliações favoráveis. Apenas 9,9% atribuíram notas entre 5 e 7; e 2,3% na soma das notas mais baixas.

Tabela 33. Notas atribuídas ao evento:

0	1,2%
1	0%
2	0%
3	0,6%
4	0,6%
5	2,9%
6	2,3%
7	4,7%
8	17%
9	12,9%
10	57,9%

A nota média da Meia do Sol 2026 foi de 8,96, com resultados próximos no comércio (8,95) e nos serviços (8,96). Entre os portes, a maior média aparece nos negócios de médio ou grande porte (9,16). Os MEIs registram média de 8,92, as EPPs, de 8,82, e as microempresas, de 8,74. Todos os portes apresentam notas acima de 8,7, com distância de 0,42 ponto entre a maior e a menor média.

Tabela 34. Nota média:

Geral	8,96
Comércio	8,95
Serviços	8,96
MEI	8,92
ME	8,74
EPP	8,82
Média ou Grande	9,16

O NPS (Net Promoter Score) do evento é de 63,16 pontos. Os promotores, que atribuíram notas 9 e 10, representam 70,8% das respostas, enquanto os detratores, com notas de 0 a 6, correspondem a 7,6%. Os neutros, com notas 7 e 8, somam 21,6%. A distribuição apresenta predominância de promotores e baixa participação de detratores.

Tabela 35. NPS do evento:

	Geral
Promotores (9 e 10)	70,8%
Neutros (7 e 8)	21,6%
Detratores (0 a 6)	7,6%
NPS (em pontos)	63,16

O NPS é maior nos serviços (65,48 pontos) do que no comércio (60,92 pontos). Os serviços apresentam menor participação de detratores (6%), frente aos 9,2% no comércio. Os promotores representam 71,4% nos serviços e 70,1% no comércio. Os neutros somam 22,6% e 20,7%, respectivamente. A avaliação dos dois setores apresenta predominância de promotores, com menor concentração de detratores nos serviços.

Tabela 36. NPS do evento por setor:

	Comércio	Serviços
Promotores (9 e 10)	70,1%	71,4%
Neutros (7 e 8)	20,7%	22,6%
Detratores (0 a 6)	9,2%	6%
NPS (em pontos)	60,92	65,48

Participação na próxima edição e sugestões de melhorias

A intenção de participar da próxima edição da Meia do Sol e Expo Meia alcança 93% dos negócios entrevistados. Os que não pretendem retornar representam 7%, indicando ampla disposição de continuidade entre os respondentes. A diferença entre as intenções de retornar e de não retornar é de 86 pontos percentuais, com mais de nove em cada dez respondentes manifestando interesse em voltar ao evento.

Tabela 37. Intenção de participar em 2027:

Sim	93%
Não	7%

A intenção de participar do evento em 2027 é elevada nos negócios dos dois setores: 94,3% no comércio e 91,7% nos serviços. O comércio apresenta o maior percentual de retorno declarado. A diferença de 2,6 pontos percentuais mostra que a disposição de continuidade é semelhante. A parcela que não pretende retornar corresponde a 5,7% no comércio e 8,3% nos serviços. Em ambos os setores, mais de nove em cada dez negócios manifestam intenção de participar novamente.

Tabela 38. Intenção de participar em 2027 por setor:

	Comércio	Serviços
Sim	94,3%	91,7%
Não	5,7%	8,3%

Para a próxima edição do evento, 40,9% dos negócios pesquisados pretendem participar ou investir mais, enquanto 39,2% pretendem manter a participação semelhante a esta edição. Os que não pretendem participar representam 9,9%. Outros 7,6% ainda não decidiram como será o nível de participação, enquanto 2,3% pretendem participar ou investir menos.

Tabela 39. Planejamento para a próxima edição:

Participar/investir mais	40,9%
Manter participação	39,2%
Não pretende	9,9%
Ainda não decidiu	7,6%
Participar/investir menos	2,3%

Por setor, a intenção de ampliar a participação ou o investimento é a intenção mais frequente no comércio (44,8%). Nos serviços, predomina a intenção de manutenção da participação (46,4%) da forma que foi este ano, seguida pela intenção de ampliar (36,9%). A intenção de não participar registra 10,3% no comércio e 9,5% nos serviços. A redução da participação ou do investimento aparece em 3,4% e 1,2%, respectivamente, com menor frequência nos dois setores.

Tabela 40. Planejamento para a próxima edição por setor:

	Comércio	Serviços
Participar/investir mais	44,8%	36,9%
Manter participação	32,2%	46,4%
Não pretende	10,3%	9,5%
Ainda não decidiu	9,2%	6%
Participar/investir menos	3,4%	1,2%

Entre as melhorias sugeridas para a próxima edição, a principal foi o aperfeiçoamento da divulgação e comunicação (26,3%), seguido por parcerias e participação dos shoppings (11,7%). Ações anteriores ao evento aparecem em 8,2% das respostas, e melhorar espaço e participação no evento, em 6,4%. Acesso e circulação (4,7%), alimentação e água (4,1%), infraestrutura e conforto (2,9%), preços e custos (2,9%), a entrega de kits (2,3%) também foram mencionados. Outros 25,7% não apresentaram sugestões.

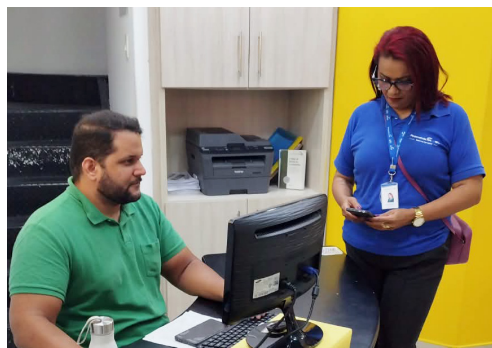
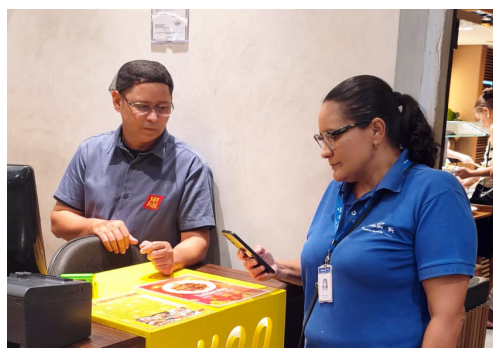
Tabela 41. Melhorias sugeridas:

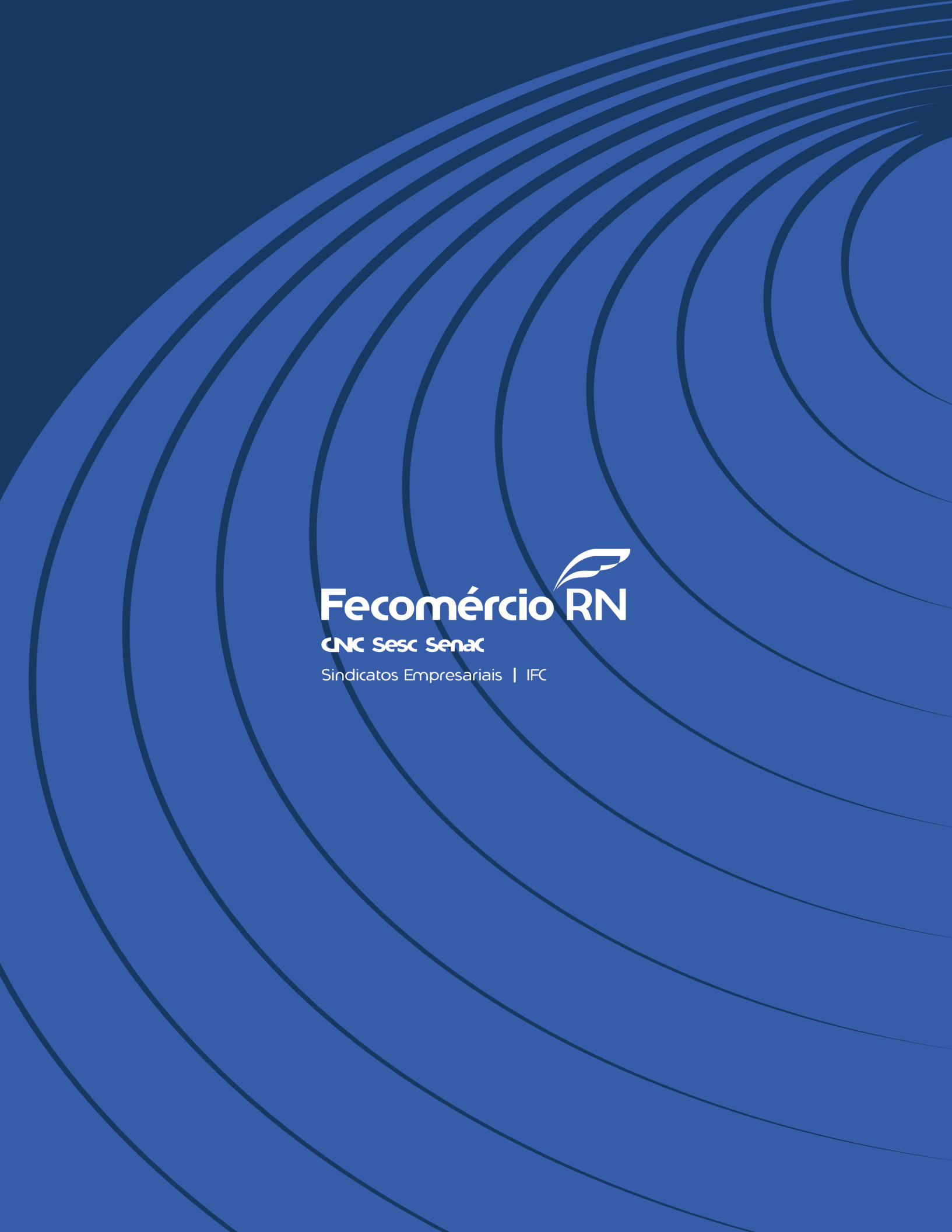
Múltiplas respostas

Divulgação e comunicação	26,3%
Parcerias e participação dos shoppings	11,7%
Ações anteriores ao evento	8,2%
Espaço e participação no evento	6,4%
Acesso e circulação	4,7%
Alimentação e água	4,1%
Infraestrutura e conforto	2,9%
Preços e custos	2,9%
Entrega de kits	2,3%
Equipe e pessoal	1,8%
Produtos e oferta de serviços	1,8%
Banheiros	1,2%
Promoções e ações comerciais	1,2%
Atendimento ao público feminino	0,6%
Nenhuma	25,7%
Não sabe/Não respondeu	7,6%

4

Anexos





Fecomércio RN
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFC