

PERFIL DOS FOLIÕES

Carnaval de Natal 2016



Sumário

1 Aspectos técnicos da pesquisa.....	3
2 Principais resultados	4
2.1 Perfil dos foliões.....	4
2.2 Aspectos específicos	5
2.3 Gastos	7
2.4 Opinião sobre o Carnaval de Natal	7
2.5 Avaliação dos serviços e infraestrutura.....	8
3 Análise gráfica	10
3.1 Perfil do público pesquisado.....	10
3.2 Caracterização da pesquisa.....	15
3.3 Gastos durante o Carnaval.....	21
3.4 Aspectos a melhorar e avaliação dos itens.....	22

1 Aspectos Técnicos da Pesquisa

O Carnaval é a principal festa popular brasileira, período em que muitas pessoas aproveitam o feriado para descansar, se divertir e curtir a folia. Conhecidas por seus festejos carnavalescos, algumas cidades do Brasil atraem turistas nacionais e estrangeiros. Natal, já lembrada por sua famosa micareta, vem a cada ano expandindo e consolidando a festa do Rei Momo.

Por este motivo, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), tem realizado pesquisas que mapeiam a movimentação econômica decorrente de eventos como o Carnaval. O trabalho visa contribuir para que haja ações de desenvolvimento da atividade turística planejadas a curto, médio e longo prazo, de modo que sejam efetivadas melhorias em infraestrutura, atendimento, segurança, saúde pública, etc., para os moradores do estado, e turistas e visitantes que têm como destino o Rio Grande do Norte.

Essa é a segunda vez que o IPDC/Fecomércio-RN realiza pesquisa durante os festejos carnavalescos. As ações do Instituto nos eventos do calendário festivo têm o objetivo de conhecer o perfil do público, suas principais procedências, bem como outros dados que sirvam de diretrizes para guiar a promoção do turismo potiguar. Para tanto, foram aplicados 653 questionários durante os dias do evento – 04 a 10 de fevereiro de 2016 –, obedecendo a uma margem de erro de 3,8%, com nível de confiança de 95%.

O IPDC adotou a metodologia quantitativa lançando mão da aplicação de questionário estruturado contendo questões abertas e fechadas. As entrevistas foram realizadas em pontos de circulação, concentração do público alvo, e nos polos oficiais do Carnaval de Natal. Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe técnica devidamente qualificada. A supervisão e crítica para análise da consistência dos dados foram realizadas em 100% da amostra, com verificação no momento e local de realização das entrevistas.

A análise dos dados apurados foi feita de forma descritiva e analítica, sendo a equipe técnica da instituição responsável pela organização e análise do material.

2 Principais resultados

2.1 Perfil dos foliões

Buscando compreender como se comporta o público que prestigia o Carnaval de Natal, foram lançadas perguntas iniciais que auxiliaram no conhecimento das características socioeconômicas dos participantes do evento.

Durante o Carnaval, a participação do gênero masculino foi de 55,9%, enquanto que o feminino representou 44,1% dos entrevistados, mostrando certo equilíbrio entre os gêneros e ratificando que o Carnaval é uma festa que atrai pessoas de ambos os sexos. O folião é predominantemente jovem: a faixa etária entre 16 e 34 anos corresponde a 48,1% dos entrevistados. Observamos que a participação da faixa etária que vai dos 35 aos 44 anos apresenta uma redução em relação à faixa anterior, e assim sucessivamente, uma vez que os participantes de mais de 60 anos que brincaram o Carnaval correspondem a apenas 4% do total.

Exatamente 52,2% dos participantes do Carnaval de Natal têm formação escolar de nível superior (completo ou incompleto); 33,7% contam com ensino médio; 7,5% possuem nível fundamental; 6,6% são especialistas ou pós-graduados em nível de mestrado ou mais elevado.

Dos entrevistados, 49,4% possuem renda mensal familiar de até R\$3.500,00; 27,3%, de R\$ 3.501,00 a R\$ 7.000,00; 12,6%, de R\$ 7.001,00 a R\$ 10.000,00; 5,2%, de R\$ 10.000,00 a R\$ 15.000,00; e, 5,3% contam com renda acima de R\$ 15.000,00. O perfil da amostra revela que o Carnaval é um evento que atrai públicos com diferentes patamares de remuneração.

No que diz respeito ao estado civil dos foliões, os dados fornecidos pela pesquisa mostram que o Carnaval de Natal é uma festa democrática, da qual participam diferentes públicos. 52,2% dos foliões eram solteiros, mas isso não significa que participou do evento sozinho. O percentual de casados ou que vive conjugalmente com alguém, entretanto, também foi relevante, correspondendo a 42% dos entrevistados. Um aspecto que merece destaque é o fato de que a grande maioria dos participantes do Carnaval de Natal frequentou o evento acompanhado de familiares (57,4%) ou amigos (33,8%).

Em relação à origem dos participantes do Carnaval de Natal, verificamos que há predominância dos nativos e turistas regionais – estes, provenientes de estados próximos. Cerca de 84,8% dos foliões abordados eram do RN – 78,1% de Natal e 6,7% da Região Metropolitana de Natal e interior do Estado –, indicando presença maciça de potiguares. 15,2% dos frequentadores da festa vieram de outros estados brasileiros, entre eles, destacaram-se São Paulo, Pernambuco, Rio de Janeiro, Bahia, Ceará, Paraíba, Minas Gerais, e Distrito Federal.

2.2 Aspectos específicos

Sobre o número de dias em que os entrevistados participaram das atividades carnavalescas na cidade, a pesquisa levantou que foliões natalenses e turistas frequentaram, em média, respectivamente, 3 (três) e 5 (cinco) dias de programação do Carnaval de Natal, acompanhados, geralmente, de 01 (uma) pessoa, sendo essa pessoa um familiar, amigo (a) ou companheiro (a) de relacionamento.

Outra informação relevante é se os foliões estavam participando da festa do Rei Momo na capital potiguar pela primeira vez, visto que pessoas que vêm, nestas condições, a um evento, tendem a gastar mais que reincidentes. A pesquisa aponta que 68% dos entrevistados já estiveram em Natal em outras edições do Carnaval, enquanto que 32% foi o percentual de novos foliões. Entre os natalenses, a grande maioria (74%) já havia participado dos festejos carnavalescos na cidade, enquanto 26% afirmaram que estavam no evento pela primeira vez. No que diz respeito aos turistas, o índice se inverte, e a maioria (65,3%) disse que o Carnaval 2016 era o primeiro que haviam desfrutado em Natal.

O levantamento verificou que o Carnaval de Natal atraiu pessoas que passaram os festejos de Momo de 2015 em outros destinos que não especificamente a capital potiguar, a exemplo de praias/municípios localizados no nosso estado – como Macau, Pirangi, Caicó, Touros, Maxaranguape, Búzios, Nísia Floresta, Parnamirim –, e outros municípios/estados do país – a exemplo de Recife (PE), Olinda (PE), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Fortaleza (CE), Salvador (BA), Belém (PA), Belo Horizonte (MG), Brasília (DF) e João Pessoa (PB).

A pesquisa buscou ainda avaliar se os participantes do Carnaval de Natal pretendiam visitar, também, outras cidades. Dados coletados mostraram que, além de Natal, 24,6% dos foliões

entrevistados desejavam frequentar outras localidades durante o período de festas; tendo sido apontado, em média, ao menos um destino diferente, com destaque para municípios e praias do Rio Grande do Norte.

Dentre os principais fatores que motivaram foliões a participar do Carnaval de Natal estão as atrações musicais, com 40% das respostas; festas gratuitas nas ruas, com 18,1% das citações; praias da capital, com 10,7%; alegria/animação/folia da cidade, com 7,7%; organização/infraestrutura do evento, com 7,2%; localização dos eventos, com 6,4%; família e amigos, com 5,5%; tranquilidade e morar na cidade, ambos, com 5,1%; e condições financeiras, com 4,4% das respostas. Na análise por tipo de público, verificamos que os natalenses preferiram ficar em Natal, ao invés de procurar outros destinos; isso se deveu, principalmente, ao fato de estarem próximos de casa, gastando menos (economia) e aproveitando a festa com atrações gratuitas. Já entre os turistas que frequentaram o evento, constatamos que a maioria veio a passeio, e na ocasião aproveitaram e prestigiaram atrações do Carnaval de Natal.

No questionamento sobre como tomaram conhecimento do Carnaval de Natal, 33,2% dos entrevistados afirmaram que foi por meio da televisão; 22,4% por conversas entre amigos e familiares (boca a boca); 17,8% disseram que foi através da internet; 17% já conheciam o evento; 11,8% pelas redes sociais; 0,9% no local; 0,6% por meio de jornais impressos; e 0,6% pela comunicação com a agência de turismo ou conversas com guia turístico. Este indicador demonstra a importância do trabalho voltado ao planejamento e divulgação do evento.

Com relação às atividades dos entrevistados durante o Carnaval, 69,5% responderam que participaram das festas realizadas nos polos onde se apresentaram atrações musicais locais e nacionais. Além dos shows, foliões festejaram o Carnaval desfilando em blocos de rua (43%), participando de marchinhas (12,7%), assistindo a desfiles das escolas de samba (6,1%) e, ainda, se divertindo em festas privadas (6%). Cumpre frisar que esta questão permitiu ao entrevistado optar por mais de uma resposta.

Os atrativos da cidade mais frequentados pelos foliões durante o Carnaval foram os locais de apresentação das atrações musicais e eventos (89,6%). As praias ficaram na segunda posição, com 60,6% das respostas. Os bares/restaurantes surgem, em seguida, com 18,5% das citações. O

percentual de shoppings/comércios visitados foi de 8,6%, seguido pelas lojas de artesanato, com 7,8%, e dos atrativos históricos e culturais, com 7,7%.

2.3 *Gastos*

O Carnaval é uma das festas mais esperadas do ano no país, o que leva muitas cidades e estabelecimentos a lucrarem com o evento. Por se tratar de um feriado prolongado, o período carnavalesco costuma ser regado a diversão, viagens e descanso. Este ano, Natal contou com a presença de diversos tipos de públicos para a celebração do Carnaval, entre eles natalenses, visitantes e turistas. Além de aproveitar as belezas naturais e o verão potiguar, o folião também festejou a data com a programação gratuita oferecida em vários pontos da cidade. O evento movimentou a economia local e muitos segmentos foram beneficiados, a exemplo dos hotéis e pousadas, setores de vendas de alimentos e bebidas, comércios, bares e restaurantes.

Dados da pesquisa mostraram que o gasto médio dos turistas que participaram do Carnaval de Natal, excluindo o valor da passagem e considerando hospedagem, alimentação, transporte e compras, foi em torno de R\$ 2.852,65 (dois mil oitocentos e cinquenta e dois reais e sessenta e cinco centavos). Tendo em vista que os turistas curtiram, em média, 05 (cinco) dias de festejos carnavalescos, acompanhados de, em média, 01 (uma) pessoa, verificamos que o gasto médio diário individual de cada um deles somou R\$ 285,26 (duzentos e oitenta e cinco reais e vinte e seis centavos).

No grupo dos natalenses e visitantes, o valor médio dos gastos ficou em R\$ 361,37 (trezentos e sessenta e um reais e trinta e sete centavos), para cada grupo de 02 (duas) pessoas que prestigiaram 03 (três) dias de folia. Com base nesses dados, podemos estimar que cada um deles gastou, em média, R\$ 60,23 (sessenta reais e vinte e três centavos) por dia de festa. O gasto médio dos natalenses e visitantes, que não utilizaram serviços de hospedagem, foram basicamente com alimentação, transporte e compras.

2.4 *Opinião sobre o Carnaval de Natal*

Dentre os principais aspectos que desagradaram aos foliões no período carnavalesco, e que, logo, precisam ser melhorados para os próximos eventos, destacou-se a segurança, opinião de 7%

dos entrevistados. Outros pontos citados como sendo passíveis de melhorias são: organização das atrações (5,4%); infraestrutura (5,1%); limpeza pública e falta de banheiros (ambos 3,2%); preços praticados (2%); atrações musicais e trânsito da cidade (ambos 1,4%); falta de estacionamentos (1,2%); e atendimento nos estabelecimentos (1,1%). É importante frisar que para 64,2% dos foliões nada desagradou.

A afirmação de que voltaria – ou não – a participar do Carnaval em Natal é um bom indicador para aferir o nível de satisfação do público presente na edição de 2016 do evento. Podemos ver, por esta questão, que o Carnaval 2016 foi aprovado, uma vez que 74,6% dos foliões voltariam a participar do evento em 2017, enquanto que somente 9,2% desejam passar o próximo Carnaval em outra cidade, e 15,8% ficaram na dúvida.

Outro dado que corrobora com a aprovação do evento é que 94,6% dos foliões que curtiram a festa do Rei Momo na capital potiguar afirmaram que recomendariam o Carnaval de Natal a seus amigos e familiares. Apenas 5,1% responderam negativamente, e 0,3% não responderam. Os entrevistados confirmaram que o Carnaval traz diversos benefícios para a cidade, principalmente o aumento do fluxo turístico, geração de emprego e desenvolvimento do comércio local.

2.5 Avaliação dos serviços e infraestrutura.

A partir da indicação de pontos positivos e negativos feita por natalenses e turistas acerca do Carnaval em Natal, é possível identificar tanto elementos que precisam ser melhorados, quanto acertos a serem repetidos nos próximos eventos. A sondagem dimensionou a apreciação do público que participou do festejo carnavalesco nos seguintes itens: hospitalidade (turistas), locais de alimentação, meios de hospedagem (turistas), informações turísticas (turistas), infraestrutura/organização, atrações musicais, qualidade dos serviços, segurança, limpeza urbana, acesso e transporte, atrativos históricos e culturais, e diversão na cidade.

A avaliação que os foliões fizeram dos serviços durante o Carnaval de Natal foi satisfatória, com exceção de alguns itens, a exemplo da segurança, da limpeza urbana, dos locais de alimentação no evento e do acesso e transporte local, que apresentaram as menores notas médias numa escala que varia de 1,0 (um) a 10,0 (dez) – sendo 1,0 (um) a pior avaliação e 10 (dez) a melhor.

Na concepção dos turistas que nos visitaram, o item meios de hospedagem foi o melhor avaliado, com média 8,99. A hospitalidade das pessoas veio logo depois, ficando com a média 8,83, seguida das atrações musicais, com 8,58. A diversão na cidade aparece na quarta posição, com média 8,44. Em seguida, vêm à organização/infraestruturas dos eventos (8,35), os atrativos históricos e culturais (8,06) e as informações turísticas, com média 8,01. Já a segurança pública (7,53), a limpeza urbana/pública (7,73), locais de alimentação (7,82), qualidade dos serviços (7,89) e o acesso e transporte local (7,93) foram os itens que apresentaram média de avaliação abaixo dos 8 pontos.

De maneira geral, o Carnaval de Natal 2016 surpreendeu as expectativas dos foliões e foi bem avaliado pelo público presente, obtendo nota média 8,50 de satisfação. Esse indicador demonstra que a organização está no caminho certo, todavia, ainda são necessários novos esforços em ações conjuntas e coordenadas que irão, gradativamente, garantir melhorias ao evento.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

3 Análise gráfica

3.1 Perfil do público pesquisado

Gráfico 1 – Sexo.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

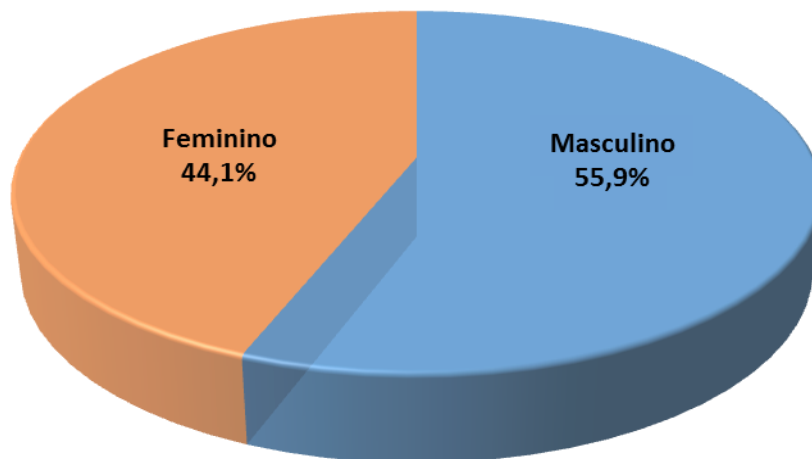


Gráfico 2 – Faixa etária.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

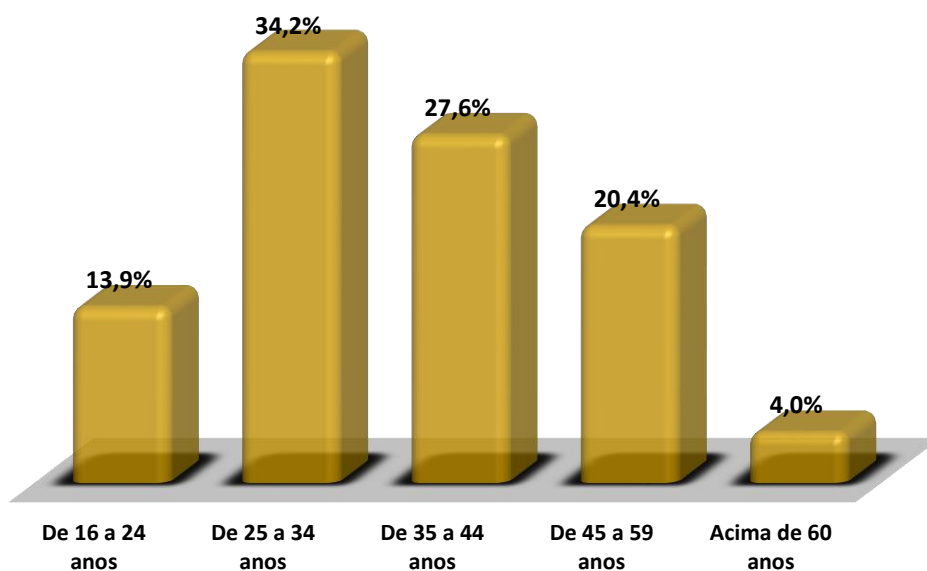


Gráfico 3 – Estado civil.
Fonte: FECOMÉRCIO/RN

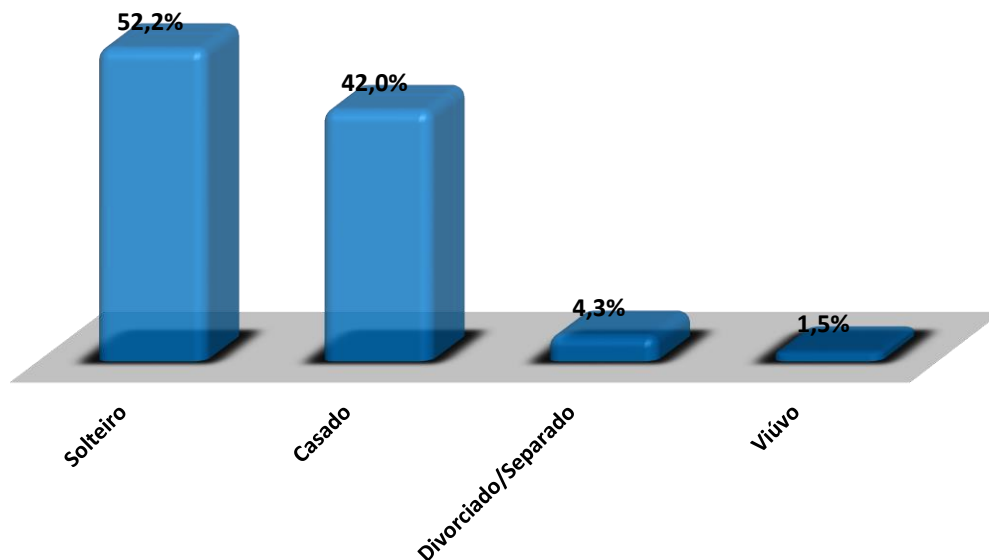


Gráfico 4 – Escolaridade.
Fonte: FECOMÉRCIO/RN

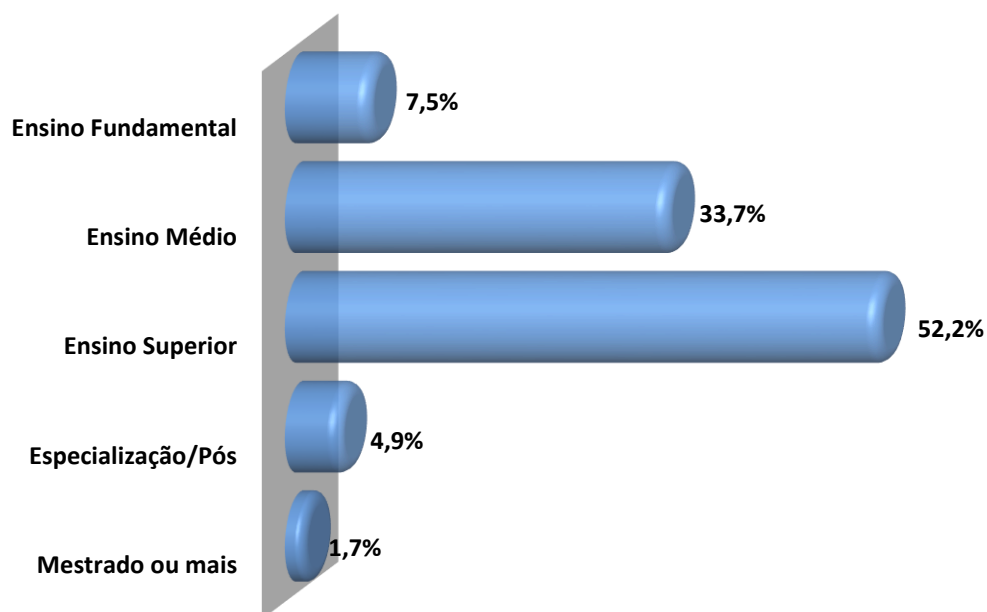


Gráfico 5– Renda mensal individual.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

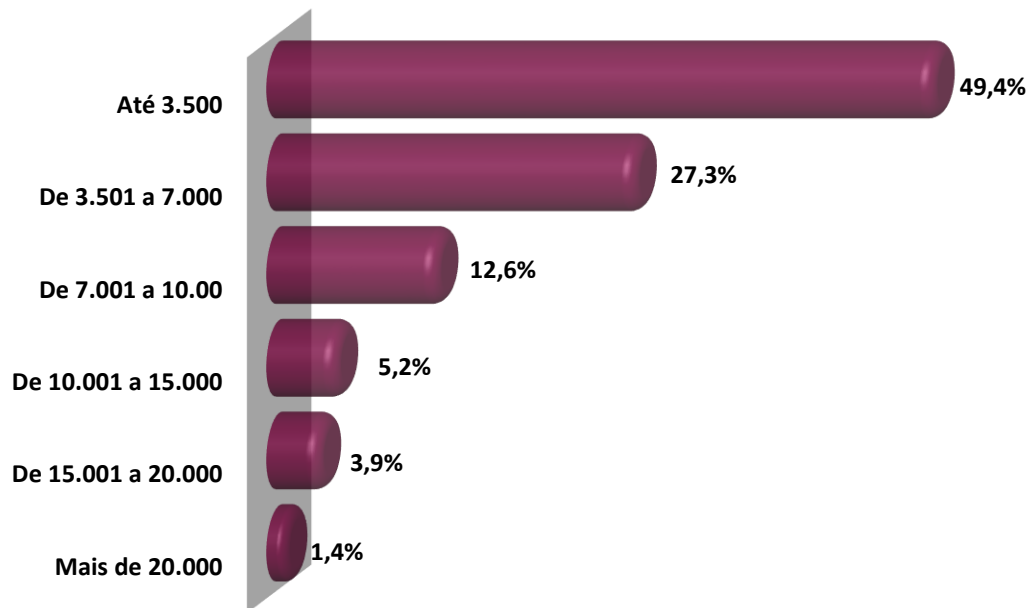


Gráfico 6 – Nacionalidade.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

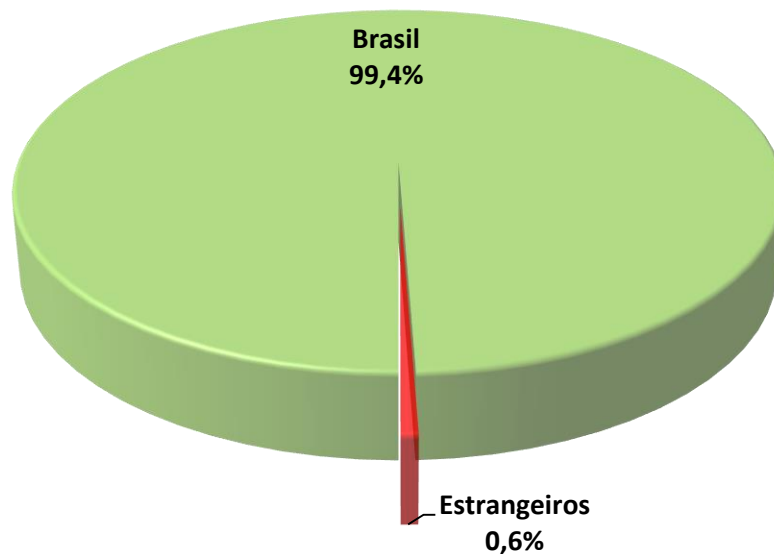


Tabela 1 – Estado de origem dos participantes.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Estado	%
RN	84,8%
SP	2,9%
PE	2,0%
RJ	1,8%
BA	1,5%
CE	1,2%
PB	1,2%
MG	0,9%
DF	0,6%
PA	0,5%
PR	0,5%
RS	0,5%
AC	0,3%
AL	0,2%
MA	0,2%
MS	0,2%
SC	0,2%

Gráfico 7 – Tipo de participante.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

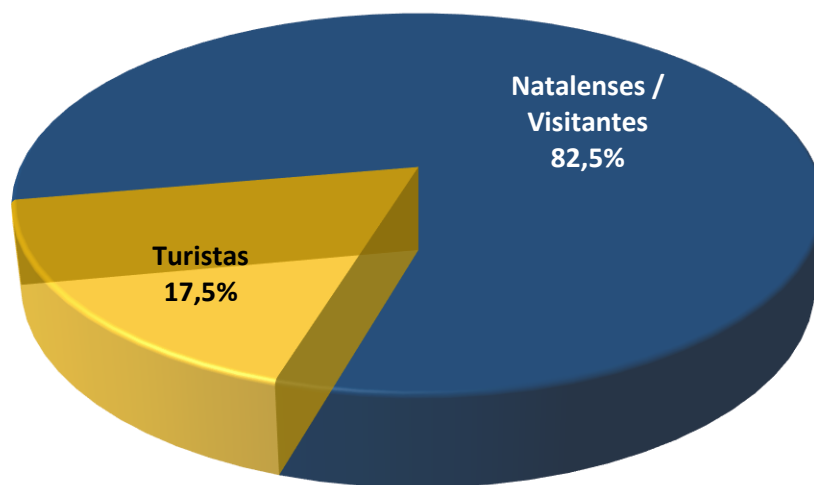


Tabela 2 – Cidade dos participantes.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Cidade	%
Natal/RN	78,1%
Parnamirim/RN	3,7%
São Paulo/SP	1,8%
Rio de Janeiro/RJ	1,5%
São Gonçalo do Amarante/RN	1,4%
Salvador/BA	1,1%
Fortaleza/CE	0,9%
Recife/PE	0,9%
Brasília/DF	0,6%
Caruaru/CE	0,6%
João Pessoa/PB	0,6%
Belo Horizonte/MG	0,5%
Mossoró/RN	0,5%
Campina Grande/PB	0,3%
Campinas/SP	0,3%
Ielmo Marinho/RN	0,3%
Juazeiro/CE	0,3%
Rio Branco/AC	0,3%
Santa Cruz/RN	0,3%
Altamira/PA	0,2%
Areia/PB	0,2%
Assu/RN	0,2%
Belém/PA	0,2%
Bergen/Noruega	0,2%
Camaçari/BA	0,2%
Campo Grande/MS	0,2%
Canaã dos Carajás/PA	0,2%
Carapicuíba/SP	0,2%

Curitiba/PR	0,2%
Currais Novos/RN	0,2%
Florianópolis/SC	0,2%
Garanhuns/PE	0,2%
Gravatá/PE	0,2%
Guarulhos/SP	0,2%
Jaguarari/BA	0,2%
Juiz de Fora/MG	0,2%
Jundiaí/SP	0,2%
Laranjeiras do Sul/PR	0,2%
Lisboa/Portugal	0,2%
Londrina/PR	0,2%
Maceió/AL	0,2%
Nísia Floresta/RN	0,2%
Nova Lima/MG	0,2%
Osório/RS	0,2%
Pau dos Ferros/RN	0,2%
Pelotas/RS	0,2%
Porto/Portugal	0,2%
Quixadá/CE	0,2%
Santa Cruz do Sul/RS	0,2%
Santa Luzia/MG	0,2%
Santos/SP	0,2%
São José do Egito/PE	0,2%
São Luís/MA	0,2%
São Paulo do Potengi/RN	0,2%
Solânea/PB	0,2%
Tatuapé/SP	0,2%
Tibau do Sul/RN	0,2%
Vertentes/PE	0,2%

3.2 Caracterização da pesquisa

Gráfico 8 – É a primeira vez que passa o Carnaval em Natal?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

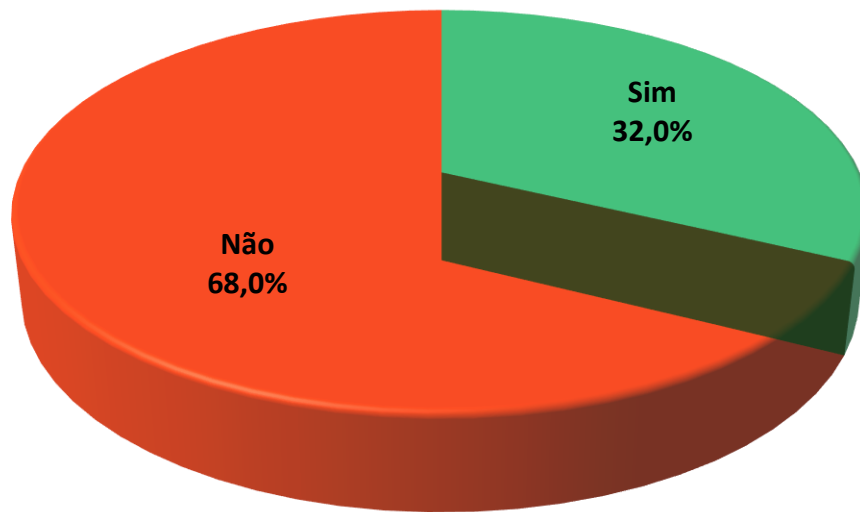


Gráfico 9 – É a primeira vez que passa o Carnaval em Natal? (por tipo de público)

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

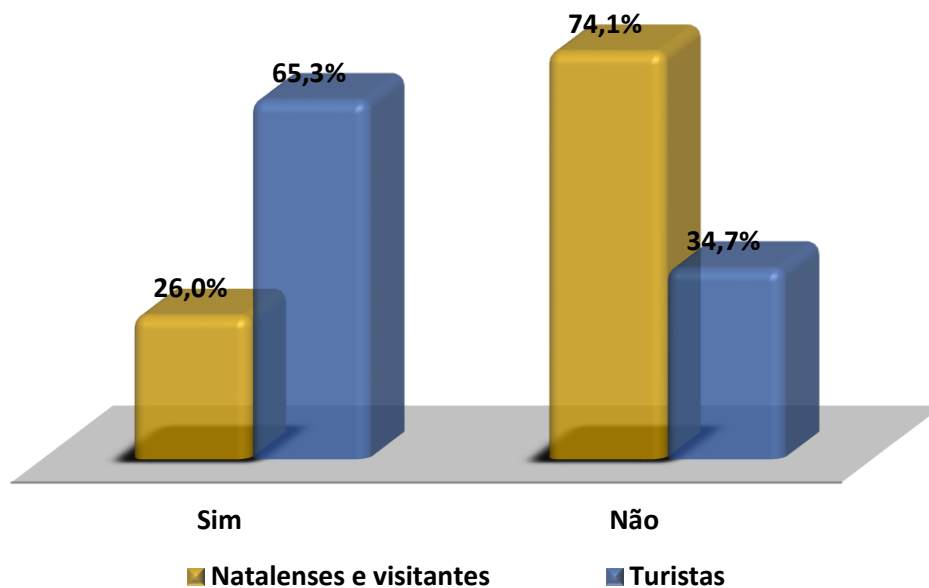


Tabela 3 – Em 2015, onde o (a) sr. (a) passou o Carnaval?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Lugar	%
Natal/RN	56,0%
Macau/RN	5,9%
Recife/PE	3,2%
Olinda/PE	2,6%
Pirangi/RN	2,5%
Rio de Janeiro/RJ	2,3%
Caicó/RN	2,0%
São Paulo/SP	1,9%
Fortaleza/CE	1,7%
Salvador/BA	1,4%
Touros/RN	1,2%
Maxaranguape/RN	1,1%
Búzios/RN	0,9%
Nísia Floresta/RN	0,9%
Parnamirim/RN	0,9%
Belém/PA	0,6%
Belo Horizonte/MG	0,6%
Brasília/DF	0,6%
João Pessoa/PB	0,6%
Jacumã/RN	0,5%
Mossoró/RN	0,5%
Muriú/RN	0,5%
Tibau do Sul/RN	0,5%
Portugal	0,4%
Barreta/RN	0,3%
Extremoz/RN	0,3%
Lagoa Salgada/RN	0,3%
Miami/EUA	0,3%
Pipa/RN	0,3%
São José de Mipibu/RN	0,3%
Tamandaré/PE	0,3%
Agrestina/PE	0,2%
Apodi/RN	0,2%
Aracajú/SE	0,2%
Aracati/CE	0,2%
Arraial do Cabo/RJ	0,2%
Arez/RN	0,2%
Assu/RN	0,2%
Bahia	0,2%
Bergen/Noruega	0,2%
Campinas/SP	0,2%
Caribe/América Central	0,2%
Ceará	0,2%
Chile	0,2%
Cotovelo/RN	0,2%
Currais Novos/RN	0,2%
Dourados/MS	0,2%
França	0,2%
Galinhas/RN	0,2%
Genipabu/RN	0,2%
Goiânia/GO	0,2%
Graçandu/RN	0,2%
Grossos/RN	0,2%
Guamaré/RN	0,2%
Guaratuba/PR	0,2%
Itália	0,2%
Itapirubá/SC	0,2%
Jaçanã/RN	0,2%
Janduís/RN	0,2%
Jardim de Piranhas/RN	0,2%
Jundiá/SP	0,2%
Lagoa de Pedras/RN	0,2%
Líbano	0,2%
Maceió/AL	0,2%
Marília/SP	0,2%
Martins/RN	0,2%
Monte Verde/MG	0,2%
Nova Lima/MG	0,2%
Paracuru/CE	0,2%
Paraíba	0,2%
Parelhas/RN	0,2%
Paulista/PE	0,2%
Pelotas/RS	0,2%
Pendências/RN	0,2%
Pitangui/RN	0,2%
Porto Seguro/BA	0,2%
Quixeramobim/CE	0,2%
Rio Branco/AC	0,2%
Santa Cruz do Sul/RS	0,2%
Santa Luzia/PB	0,2%
Santa Rita/RN	0,2%
Santos/SP	0,2%
São Luís/MA	0,2%
São Miguel do Gostoso	0,2%
São Paulo do Potengi/RN	0,2%
Serra Gameleira/RN	0,2%
Solânea/PB	0,2%

Gráfico 10 – Além de Natal, o (a) sr. (a) visitou outro lugar durante o Carnaval?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

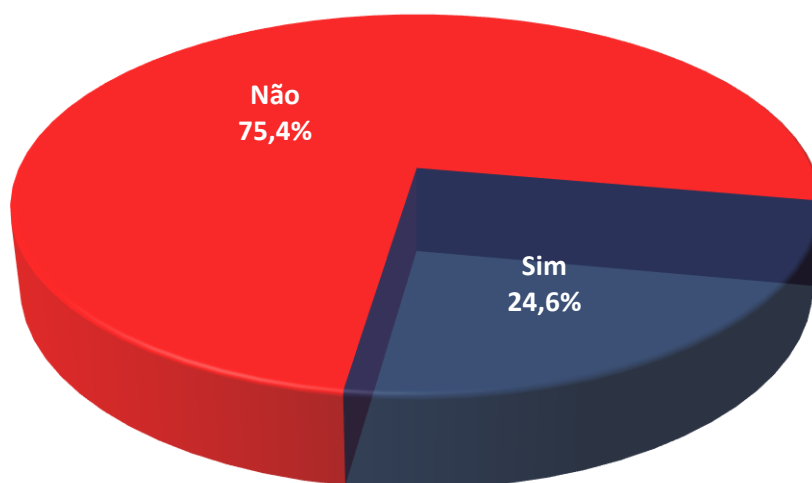


Tabela 4 – Se responderam “sim” quais?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Local	%
Pirangi/RN	20,1%
Pipa/RN	10,8%
Touros/RN	7,9%
Caicó/RN	6,5%
Extremoz/RN	5,8%
Nísia Floresta/RN	3,6%
Parnamirim/RN	3,6%
Baia Formosa/RN	2,9%
Barreta/RN	2,9%
Búzios/RN	2,9%
Genipabu/RN	2,9%
Maracajaú/RN	2,9%
Tibau do Sul/RN	2,9%
Barra de Maxaranguape/RN	2,2%
Muriú/RN	2,2%
Pitangui/RN	2,2%
São Miguel do Gostoso/RN	2,2%
Macau/RN	1,4%
Mossoró/RN	1,4%
São Paulo do Potengi/RN	1,4%
Acari/RN	0,7%
Apodi/RN	0,7%
Barra de Cunhaú/RN	0,7%
Caiçara do Norte/RN	0,7%
Guamaré/RN	0,7%
Jundiá/SP	0,7%
Lagoa do Bonfim/RN	0,7%
Litoral Sul/RN	0,7%
Monte Alegre/RN	0,7%
Pititinga/RN	0,7%
São Gonçalo do Amarante/RN	0,7%
Tabatinga/RN	0,7%
Taipu/RN	0,7%
Tangará/RN	0,7%
Tibau do Norte/RN	0,7%
Zumbi/RN	0,7%

Tabela 5 – Porque escolheu Natal para passar o Carnaval? (Múltiplas respostas)

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Motivo	%
Atrações musicais	40,0%
Festas gratuitas nas ruas	18,1%
Praias	10,7%
Alegria/Animação/Folia	7,7%
Organização/infraestrutura do evento	7,2%
Próximo de casa/Localização	6,4%
Família/Amigos	5,5%
Tranquilidade	5,1%
Mora na cidade	5,1%
Condições financeiras/Economia	4,4%
Falta de opção	4,0%
Comodidade	1,4%
Passeio	1,4%
Tradição	1,2%
Curiosidade	0,9%
Segurança	0,6%
Já conhece o evento	0,6%
Praticidade	0,6%
Descanso	0,5%
Não pode se ausentar	0,5%
Divulgação	0,3%
Trabalho	0,3%
Não gosta de Viajar	0,2%

Tabela 6 – Como o(a) sr. (a) tomou conhecimento do Carnaval de Natal? (múltiplas respostas)

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Forma de Conhecimento	%
Televisão	33,2%
Amigos e familiares	22,4%
Internet	17,8%
Já conhece o evento	17,0%
Redes sociais	11,8%
No local	0,9%
Jornais	0,6%
Guia Turístico/Agência de turismo	0,6%
Mora próximo	0,5%
Rádio	0,2%
Folders	0,2%
Funcart	0,2%
Trabalho	0,2%

Tabela 7 – Natalenses e visitantes: quantos dias pretende curtir o Carnaval de Natal?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
01	02	04	03	04	07

Tabela 8 – Turistas: quantos dias frequentou o Carnaval de Natal?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
01	04	05	05	06	07

**Tabela 9 – Dos atrativos citados, qual (is) o (a) sr. (a) visitou ou irá visitar?
(múltiplas respostas)**

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Atrativos	%
Atrações musicais/eventos	89,6%
Praias	60,6%
Restaurantes/Bares	18,5%
Shoppings	8,6%
Artesanatos	7,8%
Atrativos históricos culturais	7,7%
Supermercados	3,7%
Casas noturnas	1,4%
Parque da Cidade	0,2%
Bloco das Quengas	0,2%
Aquário	0,2%
Conhecer a Cidade	0,2%
Cinema	0,2%
Outra cidade	0,2%

Tabela 10 – Atrativos específicos que visitou ou irá visitar? (múltiplas respostas)

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Atrativos Específicos	%		%
Ponta Negra	12,4%	Artesanato	0,3%
Shows	11,5%	Bloco dos perturbados	0,3%
Monobloco	9,8%	Baia Formosa/RN	0,3%
Alceu Valença	9,0%	Balanço do morro	0,3%
Praias	7,0%	Galinhas/RN	0,3%
Elba Ramalho	6,9%	Punaú/RN	0,3%
Bloco das Quengas	6,3%	Jacumã/RN	0,3%
Pipa/RN	5,7%	Macau/RN	0,3%
Margareth Meneses	4,1%	Nara Costa	0,3%
Morais Moreira	3,5%	Muriú/RN	0,3%
Pirangi/RN	2,9%	Praia do Meio/RN	0,3%
Blocos de rua	2,9%	Praia de Santa Rita/RN	0,3%
Centro histórico	2,8%	Shopping	0,3%
Banda Grafith	2,6%	Ribeira/RN	0,3%
Praia de Redinha/RN	2,1%	Bloco poetas carecas	0,3%
Escolas de samba	2,0%	Praia de Camurupim	0,3%
Baby Brasil	2,0%	Lagoas	0,3%
Baile de mascaras	2,0%	Arena das dunas	0,2%
Genipabu/RN	1,8%	Aquário de Natal	0,2%
Maracajaú/RN	1,4%	Artistas Locais	0,2%
Cavaleiros do Forró	1,4%	Aviões do forró	0,2%
Largo do Atheneu	1,2%	Pepeu	0,2%
Rocas/RN	1,2%	Banda do siri	0,2%
Marchinhas	1,2%	Barra de Maxaranguape	0,2%
Forte dos Reis Magos	0,9%	Barreta/RN	0,2%
Atrativos Culturais	0,8%	Belezas naturais	0,2%
Banda de frevo	0,8%	Isac Galvão	0,2%
Praia de Búzios/RN	0,8%	Lagoa do Carcará	0,2%
Touros /RN	0,8%	Museu	0,2%
Cristal	0,6%	Parque da Cidade	0,2%
Caicó/RN	0,6%	Passeio de buggy	0,2%
Tibau do Sul/RN	0,6%	Parnamirim/RN	0,2%
Neguinho da beija flor	0,6%	Lagoa de Arituba/RN	0,2%
Todos os polos	0,6%	Polos Culturais	0,2%
Armandinho	0,5%	Ribeira/RN	0,2%
Barra do Cunhaú/RN	0,5%	Praia de Cotovelo/RN	0,2%
Pitangui/RN	0,5%	Praia de Miami	0,2%
Bloco dos Cão	0,5%	Mercado de Petrópolis	0,2%
Cajueiro de Pirangi/RN	0,5%	Bloco dos garis	0,2%
Morro do careca	0,5%	Praia de Tabatinga/RN	0,2%
Dunas	0,5%	Desfile dos índios	0,2%
Casas Noturnas	0,4%	Diversão	0,2%
Spock do Frevo	0,3%	Baiacu na vara	0,2%
		Velhos Carnavais	0,2%
		Bares e Restaurantes	0,2%

3.3 Gastos durante o Carnaval

Tabela 11 – Gasto total dos natalenses e visitantes durante os dias que participaram do Carnaval? R\$.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
R\$ 0,00	R\$ 100,00	R\$ 200,00	R\$ 361,37	R\$ 500,00	R\$ 3.000,00

*Para um grupo médio de duas pessoas, com presença média de três dias no Carnaval.

Tabela 12 – Gasto total dos turistas durante os dias que participaram do Carnaval? R\$.

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
R\$ 50,00	R\$ 448,75	R\$ 2.000,00	R\$ 2.852,65	R\$ 5.000,00	R\$ 12.000,00

*Para um grupo médio de duas pessoas que visitaram, em média, cinco dias o Carnaval.

3.4 Aspectos a melhorar e avaliação dos itens

Tabela 13 – O que mais lhe desagradou na cidade? (múltiplas respostas)

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Quesito	%
Segurança	7,0%
Organização das atrações	5,4%
Infraestrutura	5,1%
Limpeza pública	3,2%
Falta de banheiros públicos	3,2%
Preços cobrados	2,0%
Atrações musicais	1,4%
Trânsito	1,4%
Estacionamento	1,2%
Atendimento	1,1%
Ambulantes	0,9%
Transporte público	0,8%
Informações turísticas (turista)	0,6%
Acesso e distância do aeroporto (turista)	0,5%
Atraso dos Shows	0,5%
Falta de atrações nas rocas	0,5%
Brigas	0,3%
Iluminação pública	0,3%
Comércio	0,2%
Falta de respeito ao artista local	0,2%
Poucas atrações	0,2%
Não pode entrar com bebida	0,2%
Lei Seca	0,2%
Chuva	0,2%
Estabelecimento não aceita cartão de crédito	0,2%
Falta de lixeira	0,2%
Falta de opções de bebidas	0,2%
Falta de polo no Alecrim	0,2%
Falta cantor	0,2%
Lojas Fechadas	0,2%
Opções de atrações em Petrópolis	0,2%
Organização geral	0,2%
Pouca divulgação	0,2%
Praia cheia	0,2%
Preço do táxi	0,2%
Som baixo	0,2%
Horário dos shows	0,2%
Nada	64,2%
Não sabe dizer	2,8%

Tabela 14 – Que nota de 1 a 10 você daria para os seguintes quesitos?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Item	Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
Hospitalidade (turistas)	03	08	10	8,83	10	10
Locais de Alimentação	01	07	08	7,82	09	10
Meios de hospedagem (turistas)	06	08	09	8,99	10	10
Informações turísticas (turistas)	01	07	08	8,01	10	10
Infraestrutura/organização	01	08	08	8,35	10	10
Atrações musicais	01	08	09	8,58	10	10
Qualidade dos Serviços	01	07	08	7,89	09	10
Segurança	01	06	08	7,53	10	10
Limpeza Urbana	01	07	08	7,73	09	10
Acesso e transporte	01	07	08	7,93	10	10
Atrativos históricos culturais	01	07	08	8,06	09	10
Diversão na cidade	01	08	09	8,44	10	10

Tabela 15– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) daria para o Carnaval de Natal?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

Mínimo	25%	50%	Média	75%	Máximo
01	08	8,5	8,5	10	10

Gráfico 11 – Como o (a) sr. (a) avalia os preços cobrados em Natal neste Carnaval?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

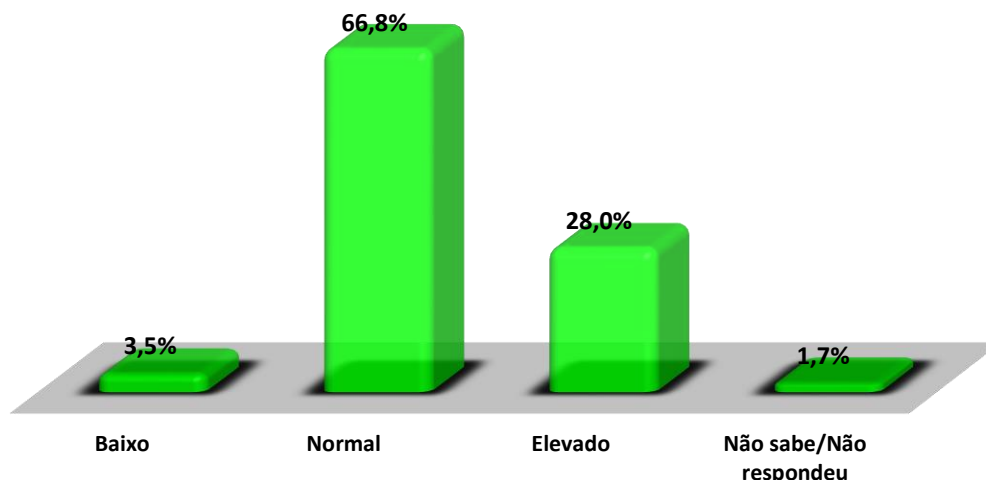


Gráfico 12 – O (a) sr. (a) pretende voltar para Natal no Carnaval de 2017?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN

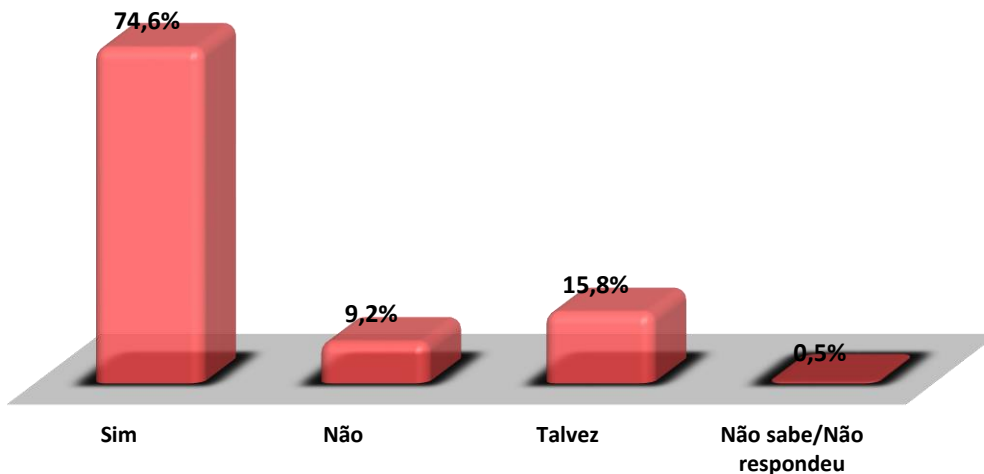
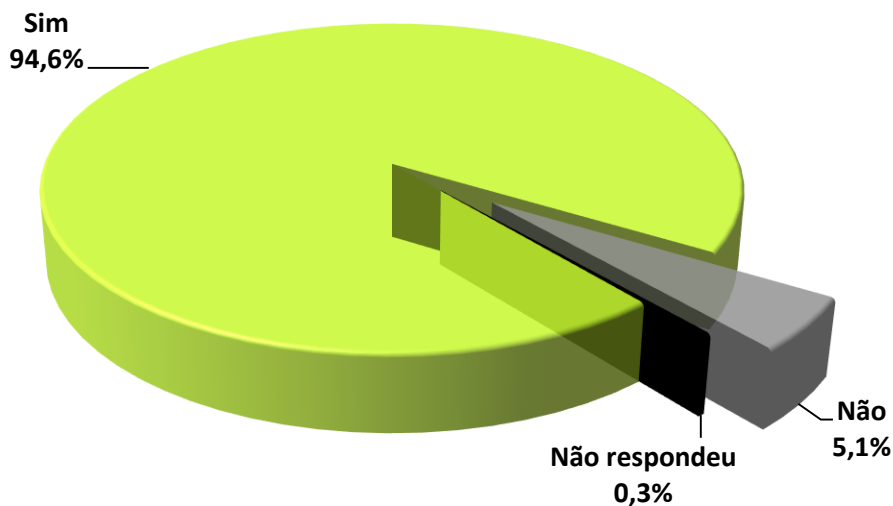


Gráfico 13 – O (a) sr. (a) recomendaria o Carnaval de Natal?

Fonte: FECOMÉRCIO/RN



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

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE.**

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Tiago Chacon
Estatístico