



PESQUISA Perfil dos Foliões do Carnaval de Natal 2017







Sumário

1	Apresentação	3
	Metodologia	
	Resumo dos dados	
4	Principais resultados	6
	Perfil dos foliões	6
	Aspectos específicos	7
	Gastos	10
	Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal	10
5	Análise gráfica	13
	Perfil do público pesquisado	13
	Caracterização da pesquisa	18
	Gastos durante o Carnaval	22
	Aspectos a melhorar e avaliação dos itens	23





1 Apresentação

O Carnaval é um dos feriados mais esperados do ano no país. Inúmeras cidades e estabelecimentos comerciais lucram bastante no período, visto que, é uma época de diversão para muitas pessoas. Após investimentos da Prefeitura de Natal e de patrocinadores, a capital potiguar conseguiu movimentar diversos setores que antes deixavam de lucrar no Carnaval, que geralmente dura três dias, terminando na Quarta-Feira de Cinzas.

Na gestão, seja esta pública ou privada, as informações de movimentação socioeconômica durante um feriado são fundamentais para um desenvolvimento equilibrado de um destino. Assim, a criação de uma ferramenta capaz de integrar informações de diversos setores possibilita uma compreensão integral do fenômeno.

A pesquisa é um instrumento fundamental, norteador para o planejamento das atividades. Estudo desse tipo é importante para orientação e planejamento, uma vez que, através dela pode-se dimensionar o fluxo, perfil, motivo e a renda gerada pelo evento.

Por este motivo, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), através do seu Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio (IPDC), levantou dados sobre o perfil do folião (origem, sexo, idade), serviços de particulares (hotel, restaurantes, bares etc.), gastos com alimentação, diversão e compras, além da mensuração do grau de satisfação com a festa.

O trabalho serve de termômetro para o mercado potiguar. As pesquisas da Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas. Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.





2 Metodologia

Ao todo, foram realizadas 601 entrevistas, no período de 23 a 28 de fevereiro de 2017, nos circuitos do Carnaval de Natal. Obedecendo a uma margem de erro de 3,8%, com nível de confiança de 95%.

A metodologia empregada na coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, referente ao método quantitativo, utilizando-se como instrumento de investigação questionário semiestruturado, de acordo com os objetivos e necessidades da pesquisa para entrevistas presenciais individualizadas (face a face).

O instrumento de pesquisa foi um questionário padronizado, constando 26 perguntas, divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. As variáveis (questões) que foram tratadas como múltiplas respostas apresentam, na análise gráfica, percentuais totais superiores aos 100%.

A coleta de dados foi primária, realizada por entrevistadores devidamente capacitados e treinados para este tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos são analisados e recebem crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

Os dados registrados neste relatório refletem exatamente as informações concedidas pelos entrevistados. As respostas obtidas foram espontâneas, consideradas como verdadeiras e não tiveram interferência dos pesquisadores nos resultados.

Os dados foram digitados e tabulados em software específico para pesquisas. Os gráficos e as tabelas foram construídos no Excel, sendo que o Relatório Final apresenta-se no Word.





3 Resumo dos dados

Perfil do Entrevistado:

- 81,8% dos foliões eram do RN;
- 58,2% dos foliões eram do sexo masculino;
- 57,1% dos foliões tinham entre 25 e 44 anos;
- 46,9% dos foliões eram solteiros;
- 46,3% eram casados;
- 48,1% dos foliões possuíam renda familiar de até R\$ 3.500,00;
- 59,4% dos participantes tinham ensino superior incompleto ou completo;

Características da pesquisa:

- 68,6% dos entrevistados já conheciam o evento;
- 31,3% estavam na festa pela primeira vez;
- 39,8% passaram o Carnaval em outras cidades no ano passado;
- 4 dias foi a média que os foliões participaram da festa;
- Atrações musicais, festas gratuitas e economia financeira foram atrativos do Carnaval;
- As principais atividades realizadas no Carnaval foram shows, blocos de rua e machinhas;

Expectativas:

- 57,6% dos participantes avaliaram como melhor o Carnaval deste ano;
- 73,4% dos entrevistados pretendem retornar ao Carnaval de Natal em 2018;
- 95,3% dos entrevistados recomendariam o Carnaval de Natal;
- 8,63 foi a nota média dada pelos participantes ao Carnaval de Natal 2017.





4 Principais resultados

Perfil dos foliões

Com o objetivo de traçar o perfil dos moradores de Natal, visitantes e turistas que participaram do Carnaval, a pesquisa analisou, dentre outros aspectos, a motivação que levou o folião a permanecer na capital e que trouxe o folião para participar da festa. Além disso, diagnosticou-se o nível socioeconômico, as expectativas em relação aos produtos e serviços da cidade e a satisfação do público em relação ao evento.

Ao analisarmos os dados socioeconômicos, nota-se um predomínio de pessoas do gênero masculino (58,2%) na festa, mas que a presença de foliões do gênero feminino também foi relevante (41,8%).

A faixa etária entre 25 e 34 anos foi a mais frequente, com 29,1%. A faixa de 35 a 44 anos representou 28% dos participantes do Carnaval. Outros 25,3% dos que estiveram no evento tinham idade na faixa de 45 a 59 anos.

Quanto ao nível de instrução informado, tínhamos 59,4% da amostra com o nível superior incompleto ou completo, 33,3% com ensino médio e 7,3% afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino.

Podemos verificar que a renda familiar informada se concentrou nas faixas medianas. De até R\$ 3.500,00 concentrou-se 48,1% das respostas. Entre R\$ 3.501,00 a R\$ 7.000,00 tivemos 28,3%, enquanto que de R\$ 7.001,00 a R\$ 10.000,00 equivalente a 10,8%. Além disso, 11,3% afirmaram que possuíam renda acima R\$ 10.000,00. Tivemos uma taxa de não-resposta (recusa ou desconhecimento) de 1,5%. Este é um valor considerado baixo para questões desta natureza em procedimentos de pesquisa semelhante.

Em relação ao estado civil, a pesquisa mostrou certo equilíbrio, o maior percentual era de solteiros, com 46,9%. Logo em seguida tínhamos os casados, com 46,3%. Separados, viúvos e união estável completavam o perfil da amostra com: 5,2%, 1,2% e 0,5% respectivamente.





Analisando os aspectos da procedência, observa-se que na edição de 2017, os participantes do Rio Grande do Norte tiveram a maior representatividade (81,8%), sendo a maioria provenientes de Natal e Região Metropolitana, seguidos de outras cidades. No ano passado, 84,8% dos foliões eram potiguares. Neste ano, os residentes de outros estados representaram 18,2% dos entrevistados, em 2016 o percentual era de 17,5%. Neste ano, os turistas presentes no Carnaval de Natal vieram do Pernambuco (5,7%), Rio de Janeiro (2,3%) e São Paulo (2,3%). Outros estados identificados na pesquisa foram Paraíba, Ceará, Minas Gerais e Paraná, com 1,8%, 1%, 0,8% e 0,8%, respectivamente.

Já dentre os entrevistados de procedência internacional (0,8% da amostra), tivemos representantes de cinco países: Argentina, Chile, Paraguai, Uruguai e Espanha.

Como era de se esperar, a maioria dos foliões na cidade eram do RN, entretanto o indicativo de que 18,2% dos participantes eram pessoas de outros estados/país representa um grande avanço.

Pelo fato do Carnaval ter ocorrido em fevereiro, ainda durante a temporada de verão, a maior parte dos turistas destas cidades estavam ali em razão das férias e não especificamente do Carnaval, ou seja, o fato de passarem o Carnaval nas cidades se dá pela coincidência do período de férias ocorrer juntamente com o período de Carnaval. O que não deixa de ser um ponto positivo, pois a maioria deles visitaram os polos do evento.

Devido à pesquisa ter sido realizada em uma data comemorativa de grande movimento familiar, a participação com outros familiares e grupos de amigos já era esperada. Na medição da pesquisa, 53,4% afirmaram estar nos festejos de momo em família, 24,5% afirmou estar com um grupo de amigos (grupo de amigos e/ou excursão), 16% estava acompanhado de seu (sua) companheiro (a) e somente 7,2% afirmou estar sozinho na folia.

Aspectos específicos

No que diz respeito ao número de dias que participaram da festa de momo em Natal, observamos que tanto o potiguar como o turista participou, em média, de quatro dias dos festejos. Este número foi maior do que o registrado ano passado, quando os natalenses e visitantes estiveram em média três dias no evento.





Parte considerável do público participou do Carnaval de Natal pela primeira vez. Quase um terço (31,4%) participavam da folia em Natal pela primeira vez, entretanto a maioria (68,6%) do público presente na festa já havia participado do Carnaval na capital potiguar em outras edições.

A leitura deste número pode ser feita de duas maneiras, ambas positivas. A primeira é que há participantes que retornaram ao evento; e a segunda, é que há um número significativo de novos frequentadores, e que segundo a sua avaliação, avaliam positivamente o evento.

A pesquisa constatou que o Carnaval de Natal deste ano atraiu pessoas que passaram os festejos de Momo de 2016 em outros destinos, que por algum motivo especial desejaram passar o Carnaval deste ano na capital potiguar. Com relação ao ano passado, 39,8% estiveram em outras cidades durante o Carnaval, enquanto 60,2% estiveram em Natal no ano passado.

Dados coletados mostraram que, 77,9% dos participantes dos festejos de momo na capital potiguar não pretendiam ir para outra cidade durante o Carnaval, apenas 22,1% 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.

Quando abordados sobre o motivo da escolha pelo Carnaval de Natal, nota-se que as atrações musicais oferecidas pelo evento foram responsáveis por 24,2% das respostas. As festas gratuitas nas ruas (19,8%) e a economia de recursos financeiros (15,3%) também aparecem como fatores determinantes pela preferência por Natal. As praias da capital são determinantes para 13,2% das pessoas, assim como a alegria/animação/folia (11,3%), organização/infraestrutura (8%), comodidade (7,5%), família e amigos (5,2%) e o fato de morar na cidade (4,3%) também foi considerado fator importante por ter escolhido Natal para passar o Carnaval, além de outros.

Na apreciação por tipo de público, observou-se 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 as atrações do Carnaval de Natal.





Na pergunta sobre a forma de como se locomoveu durante o Carnaval de Natal, procurou saber dos foliões os meios de transporte utilizados durante os dias que foram ao Carnaval. A maioria dos foliões (52,8%) foi ao evento de carro próprio, em seguida aparece como destaque a utilização do Uber, com 21% das respostas. Depois aparece ônibus (16,8%), taxi (6,2%) e a pé (3,8%).

No que concerne a forma de como tomaram conhecimento do Carnaval de Natal, podemos afirmar que 30,1% dos entrevistados já conhecia o Carnaval da cidade e estava retornando para a nova edição. Em seguida aparece como destaque a propaganda na TV, com 26,5% das citações. Destacamos a importância da comunicação digital no processo, Redes Sociais (20,6%), e portais, blogs, outros canais da internet (13,1%) também aparecem com relevância na obtenção de informações sobre a festa. Foram importante para a divulgação do evento as conversas entre amigos e parentes, com 19% das menções. Estes indicadores demonstra a importância do trabalho voltado ao planejamento e divulgação do evento.

Sobre as principais atividades desenvolvidas durante os festejos carnavalescos, devido a maior concentração da coleta e do fluxo de pessoas se concentrar nas atrações, a atividade mais citada pelos entrevistados foi "shows musicais" com 82,7% do total de citações. Os foliões também festejaram o Carnaval desfilando em blocos de rua (33,3%), participando de marchinhas (11,1%), assistindo a desfiles das escolas de samba (7%) e, ainda, se divertindo em casa (4,8%) e em festas privadas (4,3%). Destacamos que esta pergunta permitia múltiplas respostas.

Os atrativos da cidade mais frequentados pelos foliões durante o Carnaval foram os locais de apresentação das atrações musicais e eventos (81,8%). As praias/lagoas ficaram na segunda posição, com 62,3% das respostas. Os bares/restaurantes/lanchonetes surgem, em seguida, com 26,2% das citações. O percentual de shoppings/comércios visitados foi de 17,2%; seguido pelas lojas de artesanato, com 10,5%; dos supermercados, com 5,7%; e outros. Cumpre frisar que esta questão permitiu ao entrevistado optar por mais de uma resposta.





Gastos

A pesquisa possibilitou a coleta de informações também sobre os gastos dos foliões durante os dias que participaram da festa carnavalesca. Nesse tópico, as entrevistas com foliões tiveram como foco os hábitos de consumo dos foliões durante o Carnaval.

Com relação ao gasto médio dos foliões na cidade, o relatório evidencia a média de gastos daqueles foliões que efetivamente tiveram despesas com alimentação, transporte local, lazer e compras. Vale ressaltar que 9,7% dos entrevistados disseram que não tiveram gastos no Carnaval.

Para os que declararam gastos, na primeira parte é relatado o gasto médio individual por dia dos natalenses e visitantes, na segunda parte é mostrado o gasto médio individual por dia dos turistas.

A pesquisa apontou que o gasto médio diário individual do folião natalense e visitante foi de R\$ 61,52 por dia para cada pessoa que esteve no evento. Ao olharmos para a variação em relação ao último ano, o gasto dos foliões no Carnaval de Natal teve aumento de 2,1%. Na análise por segmento, os percentuais de gastos individuais diários dos foliões locais ficaram da seguinte forma: alimentação (38,1%), transporte (14%), diversão (24,4%) e compras (23,5%).

Cada turista que participou dos festejos de momo em Natal neste ano gastou uma média de R\$ 213,20 por dia na cidade. Na distribuição por atividade econômica, verificou-se que o percentual de gasto médio individual diário foi de 48,6% com hospedagem; 18,5% com alimentação; 6,1% com transporte local; 17,3% com diversão na cidade; e 9,5% com compras no comércio.

Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal

Na pesquisa aqui realizada com os foliões durante o Carnaval 2017, foi dada a oportunidade para esses avaliarem diversos elementos do evento. Essa avaliação é de extrema relevância, pois a partir das informações apontadas, é possível procurar elementos a serem melhorados e identificar os acertos a serem repetidos. As avaliações da festa são bastante boas, de uma maneira geral.





A pesquisa 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, Atendimento nos Polos, Segurança, Limpeza Urbana, Acesso e Transporte, Atrativos Históricos E Culturais, Comércio e Diversão na Cidade.

A avaliação que os foliões fizeram dos serviços durante o Carnaval de Natal foi bastante boa, com exceção de alguns itens, a exemplo da Segurança, da Limpeza Urbana, das Informações Turísticas no evento e do Acesso e Transporte ao 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 foliões, o item Hospitalidade do povo, avaliado pelos turistas, foi o melhor avaliado, com média 8,88. Hospedagem veio logo depois, ficando com a média 8,77, seguida da Diversão na Cidade, com 8,65. As Atrações Musicais também foram bem avaliadas, com média 8,45. Em seguida, vêm à Organização das Atrações (8,41), o Atendimento nos Polos (8,38) e o Comércio, com média 8,23. Já a Segurança Pública (7,45), a Limpeza Urbana/Pública (7,67), Informações Turísticas (7,85) e o Acesso e Transporte Local (7,92) foram os itens que apresentaram média de avaliação abaixo dos 8 pontos.

Perguntados sobre a intenção de retorno ao evento do próximo ano, 73,4% dos respondentes afirmaram pretender retornar ao Carnaval de 2018. Os 26,6% remanescentes se dividiram entre os 17,1% que afirmaram que talvez possam vir a passar o Carnaval em Natal no próximo ano e os 9,5% que responderam simplesmente "não" a esta pergunta.

A afirmação de que recomendaria – ou não – o Carnaval em Natal é um bom indicador para aferir o nível de satisfação do público presente na edição de 2017. Podemos ver, por esta questão, que o Carnaval 2017 foi aprovado, uma vez que, neste ano, 95,3% dos foliões recomendariam a festa de momo na capital potiguar a outras pessoas, enquanto que somente 4,7% não indicariam. No ano passado (2016), 94,6% dos participantes do evento indicariam a festa.





Sabe-se que a recomendação de um evento está diretamente ligada à satisfação gerada durante a visita. Embora as festividades associadas ao Carnaval em Natal ainda não sejam consideradas referência nacional, o percentual de 95% dos participantes que recomendariam a festa é bastante significativo. 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.

Questionados em relação a como avaliam o Carnaval deste ano, a maioria (57,6%) dos foliões confirmou que o Carnaval de 2017 foi melhor, em comparação ao do ano anterior. 33,8% dos foliões entrevistados consideraram o Carnaval deste ano igual ao do ano passado e apenas 8,6% acharam que foi pior o Carnaval deste ano.

O Carnaval de Natal 2017 foi aprovado pela grande maioria do público que esteve presente nos diversos polos do evento, dando nota média 8,63 de satisfação. No ano de 2016, a nota média dada ao evento tinha sido de 8,50. 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.





5 Análise gráfica

Perfil do público pesquisado

*Gráfico 1 – Sexo*Fonte: Fecomércio/RN

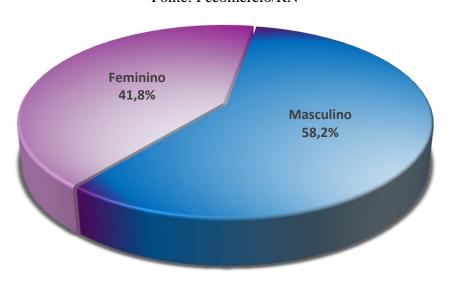


Gráfico 2 – Faixa etária Fonte: Fecomércio/RN

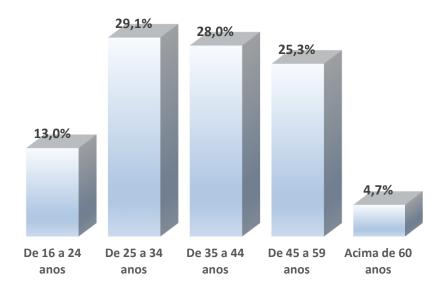






Gráfico 3 – Estado civil Fonte: *Fecomércio*/RN

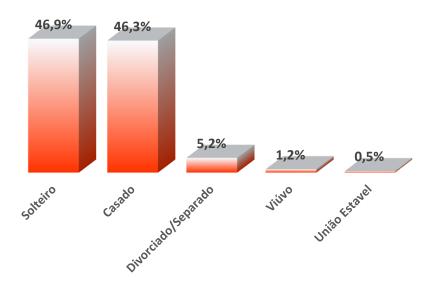


Gráfico 4 – Escolaridade Fonte: Fecomércio/RN

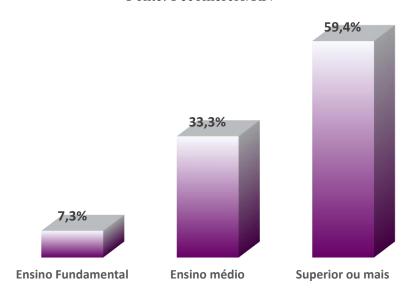






Gráfico 5– Renda mensal individual

Fonte: Fecomércio/RN

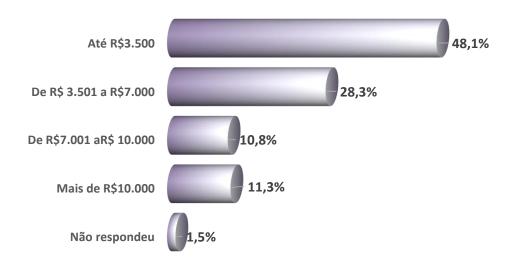
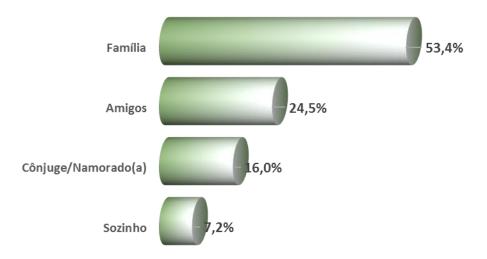


Gráfico 6 – Com quem passou o Carnaval?

Fonte: Fecomércio/RN







*Gráfico 7 – Nacionalidade*Fonte: Fecomércio/RN

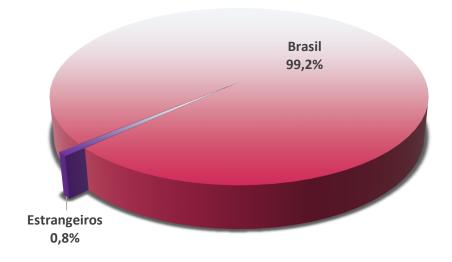


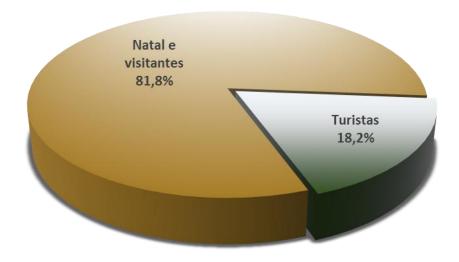
Tabela 1 – Estado de origem dos participantesFonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
RN	81,8%
PE	5,7%
RJ	2,3%
SP	2,3%
PB	1,8%
CE	1,0%
MG	0,8%
PR	0,8%
AL	0,5%
AM	0,3%
BA	0,3%
SE	0,3%
AC	0,2%
DF	0,2%
GO	0,2%
MS	0,2%
MT	0,2%
PA	0,2%
PI	0,2%





*Gráfico 8 – Tipo de participante*Fonte: Fecomércio/RN



*Tabela 2 – Cidade dos participantes*Fonte: Fecomércio/RN

Dátulos do Liebo	0/
Rótulos de Linha	%
Natal	74,6%
Parnamirim	5,3%
Recife	3,8%
Rio de Janeiro	1,7%
Fortaleza	1,0%
São Paulo	1,0%
João Pessoa	0,7%
São Gonçalo do Amarante	0,7%
Afogados da Ingazeira	0,5%
Belo Horizonte	0,5%
Curitiba	0,5%
Mossoró	0,5%
Aracaju	0,3%
Belo Jardim	0,3%
Campina Grande	0,3%
Londrina	0,3%
Maceió	0,3%
Paulínia	0,3%
Rio Claro	0,3%
Salvador	0,3%

Santos	0,3%
Arapiraca	0,2%
Araruna	0,2%
Belém	0,2%
Bocaina	0,2%
Brasília	0,2%
Cabo de Santo	0.20/
Agostino	0,2%
Campinas	0,2%
Campo Grande	0,2%
Cippoleti	0,2%
Cuiabá	0,2%
Currais Novos	0,2%
Extremoz	0,2%
Goiânia	0,2%
Itaúna	0,2%
Juazeiro do Norte	0,2%
Manaus	0,2%
Mangabeira	0,2%
Osasco	0,2%
Pium	0,2%
Rio Branco	0,2%
Rio Grande do Sul	0,2%

Rosário	0,2%
Rui Barbosa	0,2%
Santa Cruz	0,2%
Santiago	0,2%
São Bento	0,2%
São José do Rio Preto	0,2%
Sertânia	0,2%
Solânea	0,2%
Sossego	0,2%
Teresina	0,2%
Toritama	0,2%
Uberlândia	0,2%
Vassouras	0,2%
Vertentes	0,2%
Vitória de Santo	0.20/
Antão	0,2%
Volta Redonda	0,2%
-	

INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte





Caracterização da pesquisa

Gráfico 9 – É a primeira vez que passa o Carnaval em Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

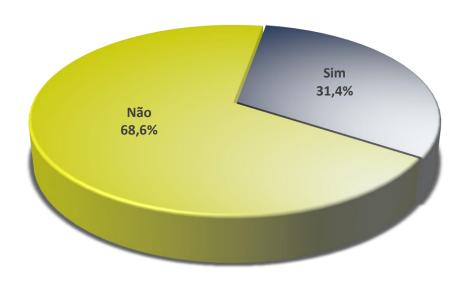


Tabela 3 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende participar do carnaval de Natal? Nº Dias Fonte: Fecomércio/RN

Variável	Mínimo	Média	Máximo
Número de dias	01	04	06





Gráfico 10 – Em 2016, onde o (a) sr. (a) passou o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

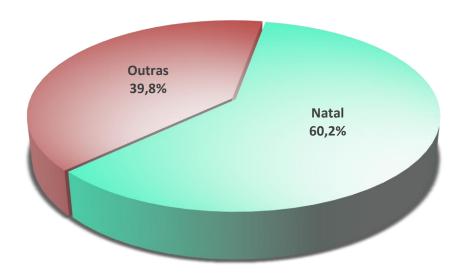


Gráfico 11 – Além de Natal, o (a) sr. (a) visitou/pretende outro lugar durante o Carnaval?

Fonte: Fecomércio/RN

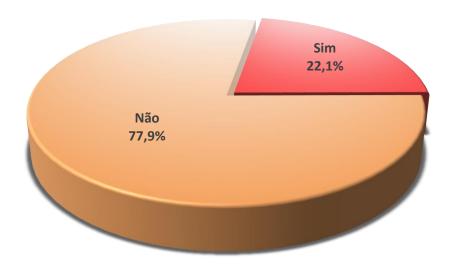




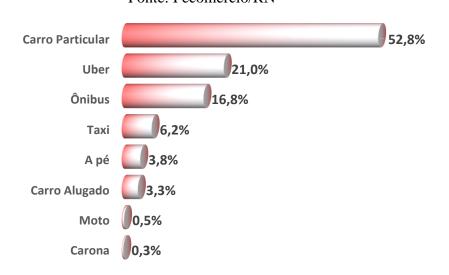


Tabela 4 – Porque escolheu Natal para passar o Carnaval? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Atrações Musicais	24,2%
Festas gratuitas nas ruas	19,8%
Economia	15,3%
Praias	13,2%
Alegria/Animação/Folia	11,3%
Organização/Infraestrutura do evento	8,0%
Comodidade	7,5%
Família/Amigos	5,2%
Mora na cidade	4,3%
Tranquilidade	4,3%
Localização	4,3%
Trabalho	4,2%
Curiosidade	1,7%
Falta de opção	1,5%
Tradição	1,3%
Segurança	1,2%
Descansar/Passeio	1,0%
Não quis viajar	0,3%
Hospitalidade do povo	0,2%
Clima	0,2%
Conveniência	0,2%
Prestigiar o evento	0,2%
Não sabe	0,2%

Gráfico 12 – Como vai se deslocar na cidade? Fonte: Fecomércio/RN



INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO





Tabela 5 – Como o(a) sr. (a) tomou conhecimento do Carnaval de Natal? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Forma	%
Já conhece o evento	30,1%
TV	26,5%
Redes sociais	20,6%
Amigos e familiares	19,0%
Internet	13,1%
Rádio	0,8%
Passou pelo evento	0,7%
Hotel	0,5%
Panfletos	0,5%
Jornal	0,3%
Agente de viagem	0,2%
Mora próximo	0,2%
Na praia	0,2%
Outros	0,2%

Tabela 6 – Em quais atividades se fez/fará presente no Carnaval de Natal?

Fonte: Fecomércio/RN

Atividades	%
Shows Musicais	82,7%
Blocos	33,3%
Marchinhas	11,1%
Desfile das escolas de samba	7,0%
Casa	4,8%
Festas privadas	4,3%
Praias	1,2%
Desfile das Quengas	0,7%
Grandes Carnavais	0,2%
Passeios	0,2%
Retiro Religioso	0,2%





Tabela 7 – Dos atrativos da cidade, qual (is) o (a) sr. (a) visitou ou irá visitar?

(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Atrações musicais/Eventos	81,8%
Praias/Lagoas	62,3%
Bares/Restaurantes/Lanchonete	26,2%
Shopping	17,2%
Artesanatos	10,5%
Supermercados	5,7%
Atrativos históricos culturais	4,3%
Casas noturnas	2,8%
Eventos extras	0,3%
Retiro Religioso	0,2%

Gastos durante o Carnaval

Tabela 8 – Gasto médio individual por dia dos natalenses e visitantes no Carnaval?

Fonte: Fecomércio/RN

Gasto Médio Individual por Dia	Média
Valor R\$	R\$ 61,52

Tabela 9 – Gasto médio individual por dia do turista no Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

Gasto Médio Individual por Dia	Média
Valor R\$	R\$ 213,20

TEL + 55 84 3026 9400 | fecomerciorn @fecomerciorn.com.br | www.fecomerciorn.com.br





Aspectos a melhorar e avaliação dos itens

Tabela 10 – Que nota de 1 a 10 você daria para os seguintes quesitos? Fonte: Fecomércio/RN

Item	Nota Média
Hospitalidade	8,88
Locais de Alimentação	8,10
Hospedagem	8,77
Informações Turísticas	7,85
Infraestrutura	8,07
Atrações Musicais	8,45
Organização das Atrações	8,41
Atendimento nos Polos	8,38
Segurança	7,45
Limpeza Urbana	7,67
Acesso e Transporte	7,92
Atrativos Históricos Culturais	8,09
Comércio	8,23
Diversão na cidade	8,65

Gráfico 13 – Como relação ao ano anterior como o (a) Sr. (a) avalia o Carnaval de Natal 2017?

Fonte: Fecomércio/RN

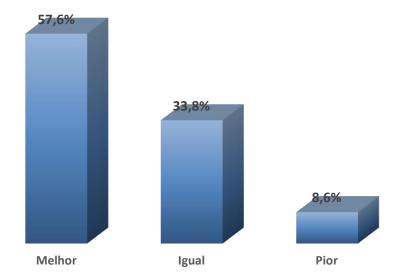






Gráfico 14 – O (a) sr. (a) pretende voltar para Natal no Carnaval de 2017?

Fonte: Fecomércio/RN

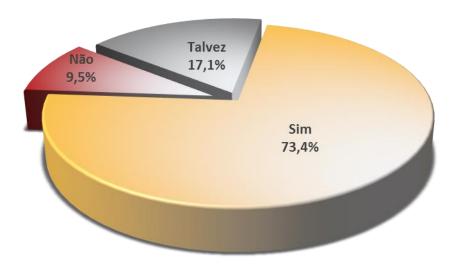


Gráfico 15 – O (a) sr. (a) recomendaria o Carnaval de Natal? Fonte: Fecomércio/RN

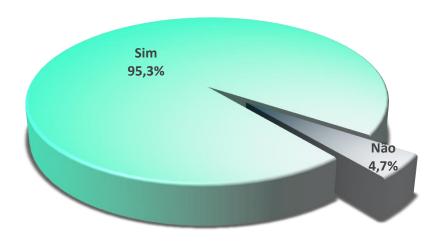


Tabela 11– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) daria para o Carnaval de Natal? Fonte: Fecomércio/RN

Variável	Média
Nota	8,63





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**

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon **Estatístico**

Hugo Sérgio Nivaldo Gonçalves Elizabeth Pontes Daniela Lourena Maria Isabel **Pesquisadores**

Natália Carvalho Estagiária