PESQUISA

Perfil dos Foliões do Carnaval de Natal 2018

Natal, fevereiro de 2018

Sumário

1 Apresentação 3

2 Metodologia 4

3 Principais resultados 5

Perfil dos foliões 5

Aspectos específicos 7

Gastos 9

Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal 10

4 Análise gráfica 12

Perfil do público pesquisado 12

Caracterização da pesquisa 17

Gastos durante o Carnaval 21

Aspectos a melhorar e avaliação dos itens 23

1 Apresentação

A folia momesca na cidade de Natal vem se consolidando a cada ano. Conhecida pela sua tradicional micareta, a cidade ganha cada vez mais espaço e fama durante o Carnaval. A proposta do Carnaval da capital potiguar permaneceu a mesma: com a intenção de espalhar folia em diferentes pontos da cidade e para todos públicos, ofereceu muitos shows, blocos de rua, apresentações locais e até escolas de samba. Neste ano, a folia oficial contou com shows entre os dias 08 e 14 de fevereiro. Tradicionalmente, toda a folia de Natal acontece em cinco polos já conhecidos – Ribeira, Redinha, Ponta Negra, Centro Histórico e Rocas – e no último festejo contou com o acréscimo de mais um polo, o da Praia dos Artistas, totalizando assim 6 polos de folia durante o Carnaval.

Nesse sentido, 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), na qualidade de entidade representativa dos empresários, cumprindo sua missão, vem organizando anualmente uma pesquisa para traçar o perfil dos participantes da festa, como também mensurar os gastos desse público. Por isso, a pesquisa insere-se como instrumento de planejamento para o setor público e privado se orientarem quanto aos investimentos. Sendo assim os resultados produzidos orientam vários setores: o poder público no que diz respeito ao grau de satisfação, o setor privado para orientar seus investimentos, devido a diversidade dos resultados.

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.

INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO
Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte
Av. Alexandrino de Alencar, 562 – Alecrim – CEP 59030-350 – Natal/RN
TEL + 55 84 3026 9400 | fecomerciorn @fecomerciorn.com.br | www.fecomerciorn.com.br

2 Metodologia

O IPDC, Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio, realizou em fevereiro mais uma ampla pesquisa sobre o Carnaval de Natal, incluindo entrevistas com foliões nos circuitos, em diversos polos espalhados pela cidade. Ao todo, foram realizadas 702 entrevistas, no período de 08 a 14 de fevereiro de 2018, nos locais de atrações do Carnaval de Natal.

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). A pesquisa possui uma margem de erro em torno de 4 pontos percentuais para mais ou para menos, com nível de confiança de 95%.

O instrumento de pesquisa foi um questionário padronizado, constando 24 perguntas, divididas entre fechadas, abertas e de múltiplas respostas. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e, em função das perguntas de múltipla resposta.

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.

INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO
Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte
Av. Alexandrino de Alencar, 562 – Alecrim – CEP 59030-350 – Natal/RN
TEL + 55 84 3026 9400 | fecomerciorn @fecomerciorn.com.br | www.fecomerciorn.com.br

3 Principais resultados

Perfil dos foliões

A pesquisa realizada no Carnaval de Rua da Cidade de Natal possibilitou a coleta de informações importantes sobre o perfil do folião que participou das atrações e eventos carnavalescos espalhados por toda a cidade. O perfil predominante do folião pode ser definido pelas características a seguir:

Em primeiro lugar, identificou-se equilíbrio entre o sexo do público participante, com 50,4% das pessoas do sexo masculino e 49,6% do sexo feminino. Na comparação com os anos anteriores observa-se que este comportamento já ocorria nos anos passados, tendo apresentado um aumento dos entrevistados do público feminino em relação às edições de 2015 a 2017.

Do total de entrevistas com o público do carnaval de Natal, 27,9% são pessoas com idades entre 35 e 44 anos, 27,1% com idade entre 25 e 34 anos, 22,8% está entre 45 e 59 anos, 17,4% entre 16 e 24 anos e apenas 4,8% com idade acima de 60 anos. Os dados deste ano apresentaram uma similaridade muito grande com os dos anos anteriores, se comparados aos dados de 2017, pequenas diferenças na presença de jovens de 16 a 24 anos (em 2018, a parcela deste público foi cerca de 4,4 p.p. mais presente).

Quanto ao nível de instrução informado pelos participantes do carnaval de Natal, temos 59,4% da amostra com o nível superior incompleto ou completo, 33,8% com ensino médio e 7% afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino.

A maior concentração da faixa de renda média familiar, dos que estiveram no Carnaval de Natal, está até R$ 3.500,00, com 42,6% dos entrevistados. Outros 30,9% dos turistas entrevistados declararam renda média familiar entre R$ 3.501,00 e R$ 7.000,00; 14,2% de R$ 7.001,00 a R$ 10.000,00; e 11% mais de R$ 10.00,00. Configuração semelhante à pesquisa do ano anterior. Historicamente, mais de 60% do público que participa da Festa declaram estar na 1ª e 2ª faixa de renda, o que configura um público majoritariamente de classes baixa e média.

Na questão acerca do estado civil dos participantes entrevistados em 2018, a maioria (52,1%) afirmou ser solteiro; 40,3% se declaram casados; 6,3% divorciados ou separados e 1,3% outros. Conferindo com a distribuição dos anos anteriores, destaque para o aumento de 5,2 p.p. na proporção de solteiros em relação ao ano passado.

Outra informação importante desta pesquisa é a identificação da parcela de visitantes da região e da parcela dos turistas que chegam a cidade para passar férias e acabam visitando o evento. São considerados como visitantes locais aqueles provenientes do Estado. Ao longo dos anos vem se constatando que a grande maioria dos foliões do carnaval de Natal é potiguar (78,3%), destes 71,2% do público que esteve na festa eram natalenses. Os outros norte-rio-grandenses vieram de Parnamirim, Mossoró, São Gonçalo do Amarante, Ceará Mirim, Extremoz, Caicó, Macaíba, Macau, Assú, Goianinha, Ipanguaçu, Lajes etc.

Além disso, a pesquisa deste ano verificou uma porcentagem de 21,7% de turistas oriundos de outros Estados que estavam na cidade e visitaram a festa, em 2017 o percentual tinha sido de 18,2%. Neste ano, os turistas que visitaram o Carnaval de Natal vieram principalmente do Pernambuco (4,4%), São Paulo (3,1%), Rio de Janeiro (2,4%), Paraíba (1,9%), Ceará (1,3%), Minas Gerais (1,3%), Rio Grande do Sul (1,3%) e Distrito Federal (1,1%).

Com referência à nacionalidade, 99,1% dos entrevistados foram brasileiros e 0,9% de procedência internacional, destes tivemos representantes de três países: Argentina, Itália e México.

Os dados mostram que o evento tem caráter eminentemente estadual, porém pelo fato do Carnaval ter ocorrido em fevereiro, ainda durante a temporada de verão, a maior parte dos turistas que foram ao carnaval estavam ali em razão das férias e não especificamente do Carnaval, ou seja, o fato de passarem o Carnaval na cidade 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 boa parcela deles visitaram os polos do evento.

Questionados sobre com quem foram aos eventos, os grupos de pessoas mais frequente foram formados por família (45,4%), seguidos pelos amigos (31,8%) e casais (18,7%). Na comparação com a edição anterior, o destaque fica por conta do aumento dos participantes que vieram com amigos (7,3 p.p.).

Aspectos específicos

Para captar a relação do participante com o carnaval de Natal, a Fecomércio RN fez outra série de questionamentos.

Sobre o número de dias que participaram do carnaval de Natal, em média, o público foi aos locais dos eventos, no geral, quatro dias. Valor igual ao registrado no ano passado.

Ao serem perguntados se era a primeira participação no carnaval de Natal, a maioria (65,4%) respondeu "não" e 34,6% responderam "sim". Este comportamento vem se repetindo ao longo das últimas edições da Festa, expondo a fidelização dos frequentadores e confirmando o seu sucesso. 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.

Dados coletados mostraram que 73,8% dos participantes dos festejos de momo na capital potiguar não pretendiam ir para outra cidade durante o Carnaval 2018, enquanto 26,1% 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.

Para a maior parte (32,3%) dos foliões do carnaval de Natal 2018, os shows musicais foram o principal atrativo da Festa. A alegria/animação/folia foi citada por 18,1% dos entrevistados. As festas gratuitas nas ruas foram outras opções bastante citadas, 16,7% das respostas. A situação financeira (15,7%) e as praias da cidade (14%) também aparecem como fatores determinantes pela preferência por Natal, assim como, a organização e estrutura do evento são fundamentais para 12,7% do público ouvido; comodidade (5%), família/amigos (5%), proximidade/localização (3,7%) e a tranquilidade (2,7%) também foram considerados fatores importantes por ter escolhido Natal para passar o Carnaval. Nas investigações dos anos anteriores, tanto as proporções como a ordenação foram pouco diferentes, no entanto, as atrações musicais permanecem sendo o principal atrativo da Festa de momo da capital potiguar.

Na análise 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.

As características de locomoção mostram que o meio de transporte mais utilizado pelos participantes para chegar à Festa foram os carros próprios, uma participação que gira em torno dos 41,5%. Em segundo lugar aparece o transporte privado por aplicativo (35%). Com relação ao ano passado, houve uma diminuição de 11,3 p.p. das pessoas que utilizaram carro próprio para ir à festa, por outro lado, houve um aumento de 14 p.p. do púbico que utilizou o transporte privado por aplicativo. Outros meios de transporte utilizados foram ônibus (17,5%), a pé (4%) e taxi (3,1%).

Sobre como tomaram conhecimento do Carnaval de Natal, a pesquisa verificou que 26,9% dos entrevistados ficaram sabendo da festa através de comentários de parentes e amigos. Em seguida aparece como destaque a televisão, com 24,6% das citações. Destaque também para a importância da comunicação digital no processo, como redes sociais que aparece com 23,4% e canais de internet com 19,5% das indicações. Além disso, 18,7% do público disseram que já conheciam o evento. Estes indicadores demonstra a importância do trabalho voltado ao planejamento e divulgação do evento. Na comparação com os anos anteriores, evidência para o aumento das proporções de pessoas que tomaram conhecimento através de parentes/amigos, redes sociais e canais de internet.

Por suas características que oferecem opções de programação em todas as regiões da cidade, o Carnaval de Natal atraiu parcela significativa de foliões em todos os polos de atrações. Quanto às atividades praticadas pelos foliões durante as festividades do carnaval 2018, a mais frequentada foram os shows musicais, citados por 83,6% dos entrevistados; os blocos de rua foram citados por 31,1% das pessoas e as praias da cidade por 21,9%. Os foliões também festejaram o Carnaval participando de marchinhas (9,4%), assistindo a desfiles das escolas de samba (6%) e, ainda, se divertindo em festas privadas (3%) e em casas (2,8%). Nota-se que o somatório das citações supera os 100%, isso porque muitos foliões confirmaram a participação em mais de um evento.

Os pontos da cidade mais visitados pelos foliões durante o Carnaval 2018 foram os locais de apresentação das atrações musicais e eventos (81,6%). As praias ficaram na segunda posição, com 65,1% das respostas. Os bares/restaurantes/lanchonetes surgem, em seguida, com 33,2% das citações. O percentual de shoppings/comércios visitados foi de 20,8%; seguido pelas lojas de artesanato, com 16,7%; dos supermercados, com 14,8%; e outros. Cumpre frisar que esta questão permitiu ao entrevistado optar por mais de uma resposta.

Gastos

Outro conjunto de informações determinantes para compreender a relação do participante com o evento e sua presença no Carnaval são os gastos que os mesmos realizaram durante os dias que frequentaram a festa. No que se refere ao gasto médio dos foliões na cidade, o relatório evidencia a média de gastos daqueles foliões que tiveram despesas com alimentação, transporte local, diversão e compras durante os festejos.

Conforme apurado, o gasto médio dos natalenses e visitantes no carnaval de Natal 2018 foi de R$ 65,17. No ano passado o valor calculado tinha sido de R$ 61,52. Na estratificação por segmento, os percentuais de gastos individuais diários dos foliões locais foram divididos entre alimentação/bebidas (59,7%), transporte (18,6%), diversão (8,3%) e compras (13,4%).

No tocante aos turistas, que foram aos eventos do carnaval de Natal, o gasto médio individual diário foi de R$ 118,73. Na separação por atividade econômica, verificou-se que a proporção de gasto médio individual diário foi de 41,5% com alimentação/bebidas; 14% com transporte local; 26% com diversão; e 18,5% com compras. O valor médio gasto dos turistas no evento exclui os relativos à hospedagem.

Vale ressaltar que cada participante do carnaval de Natal 2018, foi ao evento em média quatro dias e esteve acompanhado de em média mais uma pessoa.

Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal

Na pesquisa aqui realizada com os foliões durante o Carnaval 2018, 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 do evento, Atrações Musicais, Atendimento nos Polos, Segurança pública, Limpeza Urbana, Acesso e Transporte, Atrativos 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 pública e da Limpeza Urbana 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 que obteve a melhor nota média (8,92). Os meios de hospedagem, avaliado somente pelos turistas, vêm logo depois, com nota média 8,79. Em seguida aparecem as atrações musicais e a organização dos eventos, ambos, com nota média 8,60. Também foram bem avaliados os itens diversão na cidade (8,48), informações turísticas (8,35) e atendimento nos polos (8,31). Já a Limpeza urbana (7,70) e segurança pública (7,19) foram os itens que apresentaram média de avaliação abaixo dos 8 pontos.

Quanto à intenção de retorno ao evento do próximo ano, 76,6% dos respondentes afirmaram pretender retornar ao Carnaval de 2019. Os 23,4% remanescentes se dividiram entre os 13,2% que afirmaram que talvez possam vir a passar o Carnaval em Natal no próximo ano e os 10,2% que responderam simplesmente “não” a esta pergunta. Importante ressaltar que o interesse em retornar para o carnaval do próximo ano é 3,2 p.p. maior do que o registrado na pesquisa de 2017.

Sobre a indicação do carnaval de Natal para outras pessoas, 95,6% responderam que sim. Apenas 4% do público que esteve na festa não recomendariam e 0,4% não responderam à essa questão. No ano passado (2017), 95,3% dos participantes do evento indicariam o carnaval de Natal.

Essa pergunta foi colocada com o objetivo de mensurar o nível de satisfação do público em relação ao carnaval. Pois é de senso comum que o participante recomendaria o evento somente se considerasse que esse evento lhe proporcionasse momentos bons. 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 movimentação econômica, geração de emprego e desenvolvimento do comércio local.

Avaliando o Carnaval de Natal 2018, os participantes atribuíram nota média de 8,65 aos festejos de momo da cidade. No ano de 2017, a nota média dada ao evento tinha sido de 8,63. Demonstrando um aumento na satisfação do público em relação a festa, 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.

4 Análise gráfica

Perfil do público pesquisado

Gráfico 1 – Sexo.
Fonte: Fecomércio/RN

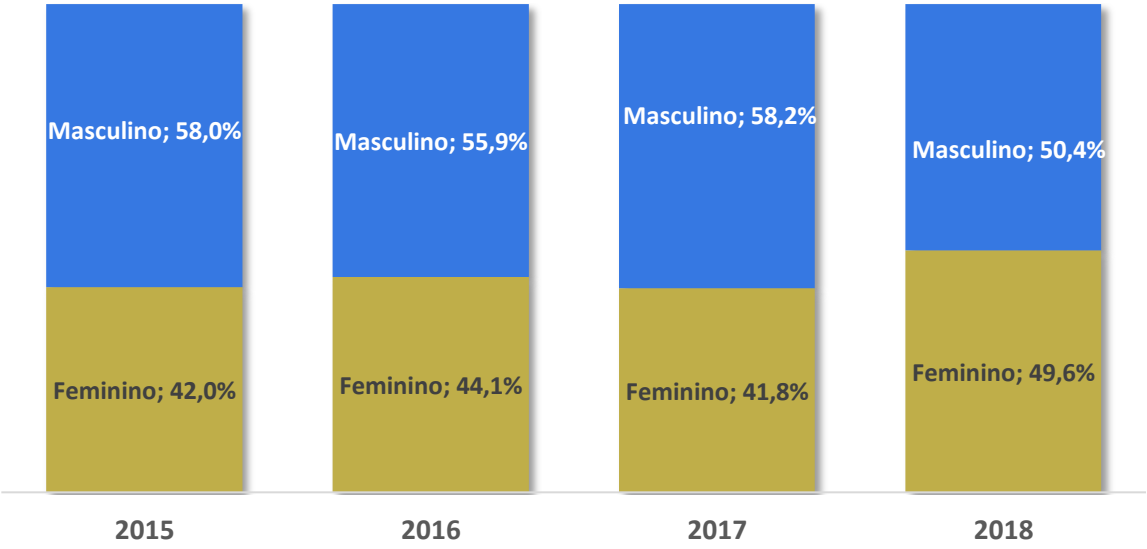


Gráfico 2 – Faixa etária.
Fonte: Fecomércio/RN

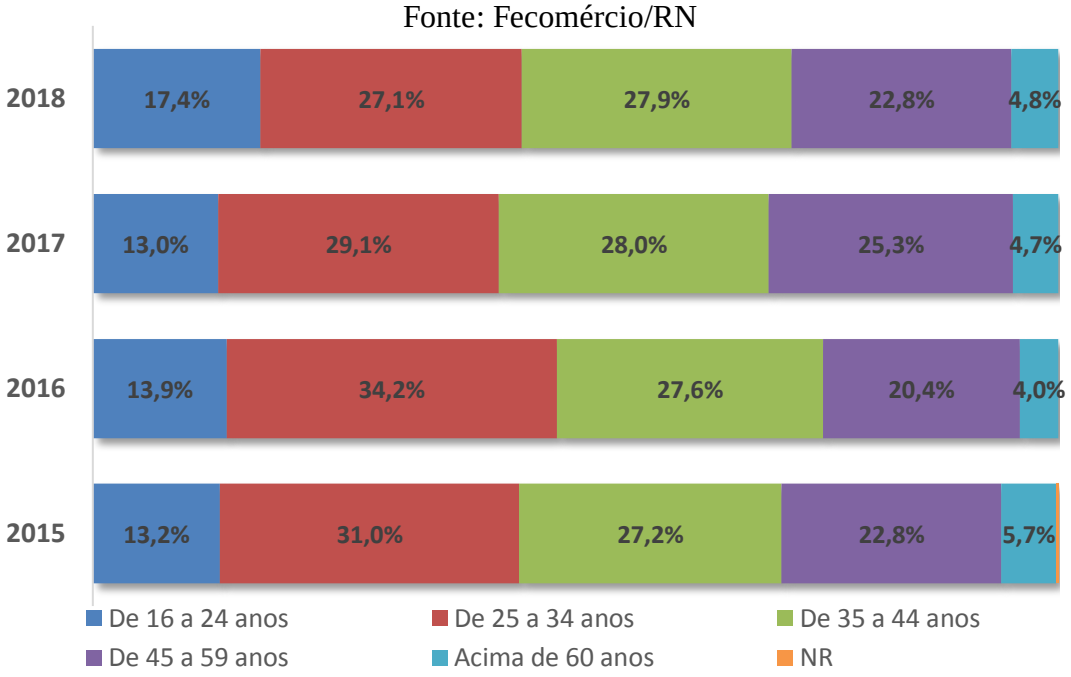


Gráfico 3 – Estado civil.
Fonte: *Fecomércio*/RN

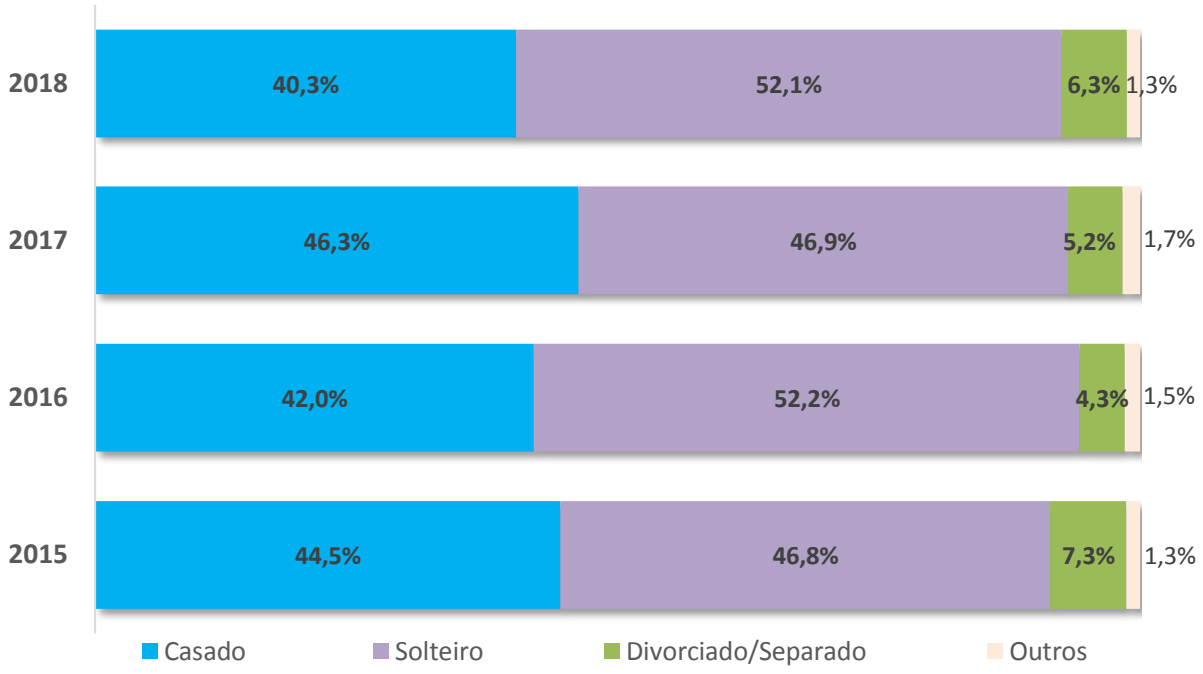


Gráfico 4 – Escolaridade.
Fonte: Fecomércio/RN

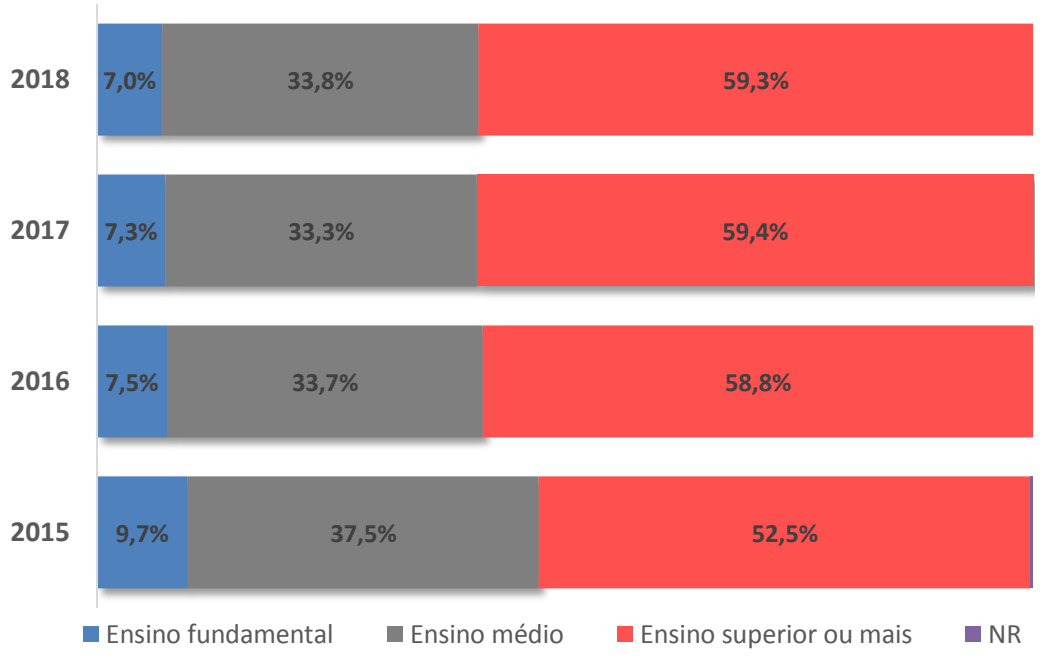


Gráfico 5– Renda mensal familiar.
Fonte: Fecomércio/RN

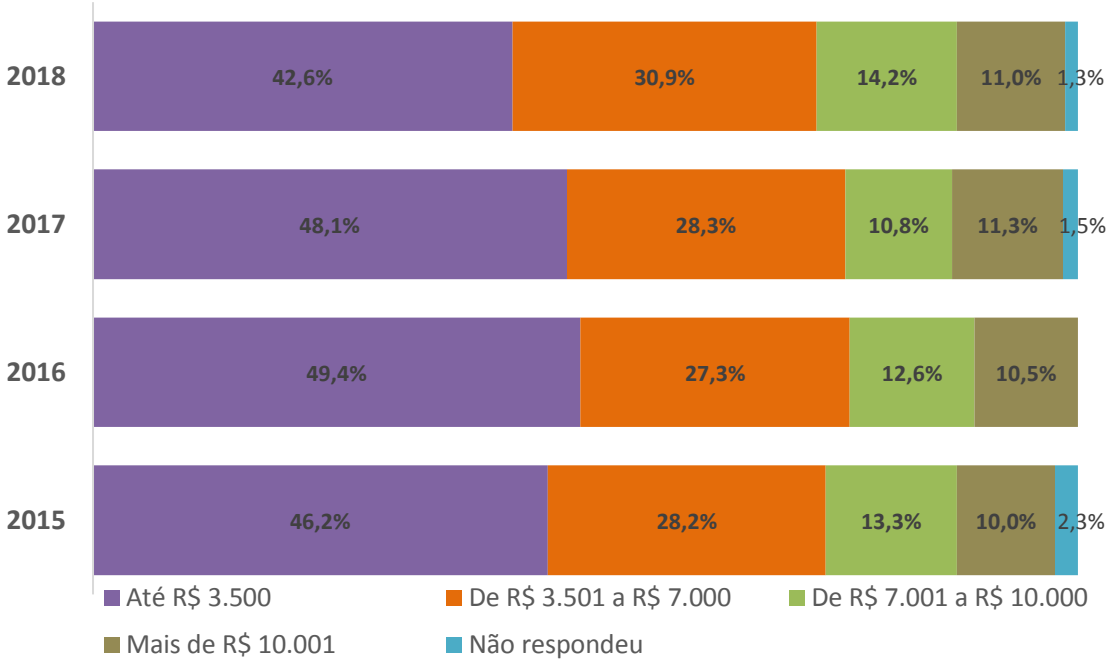


Gráfico 6 – Com quem passou o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

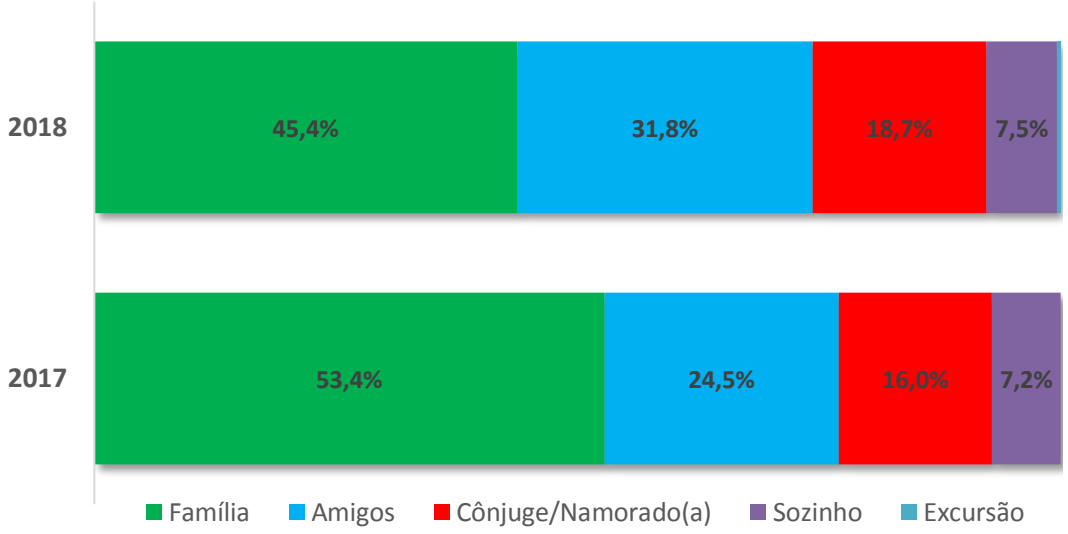


Gráfico 7 – Tipo de público.
Fonte: Fecomércio/RN

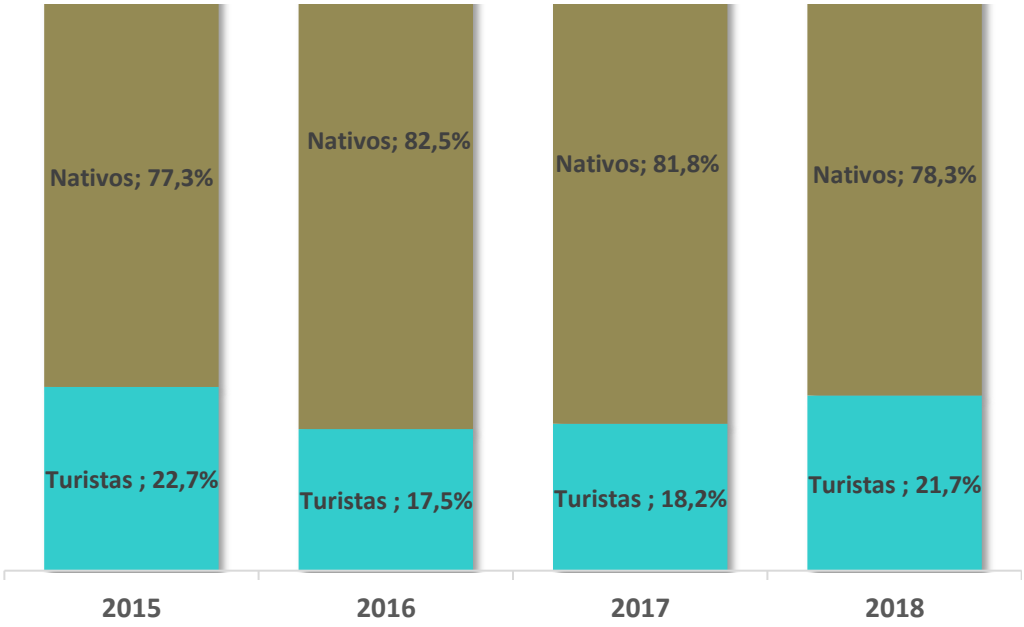


Gráfico 8 – Nacionalidade.
Fonte: Fecomércio/RN

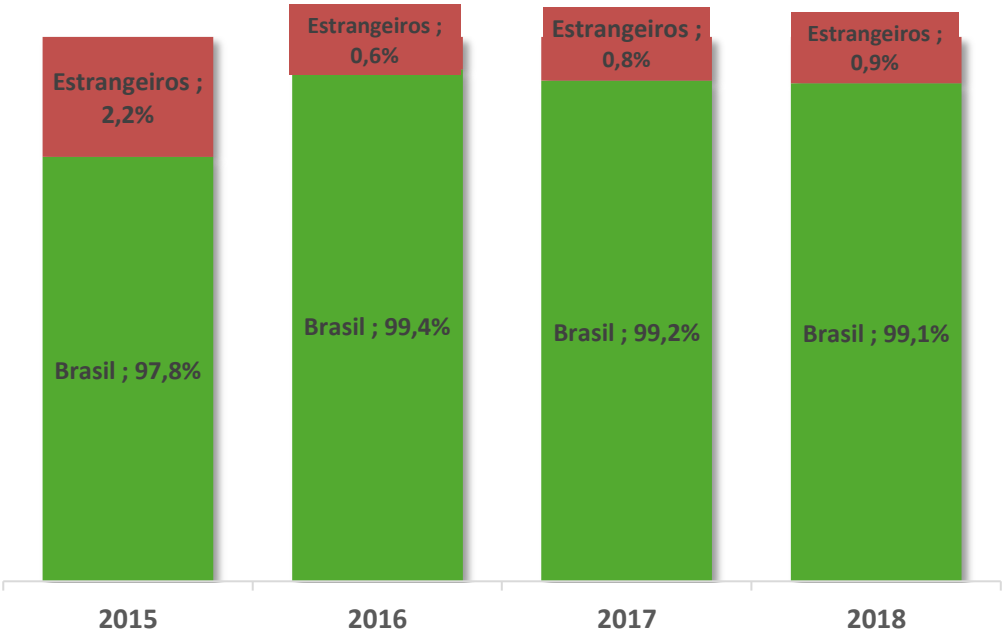


Tabela 1 – Estado de origem.
Fonte: Fecomércio/RN

Estado	2015	2016	2017	2018
RN	77,3%	84,8%	81,7%	78,3%
PE	3,7%	2,0%	5,7%	4,4%
RJ	3,5%	1,8%	2,3%	2,4%
SP	3,5%	2,9%	2,3%	3,1%
CE	1,8%	1,2%	1,0%	1,3%
MG	1,5%	0,9%	0,8%	1,3%
PB	1,5%	1,2%	1,8%	1,9%
PR	0,2%	0,5%	0,8%	0,6%
BA	1,3%	1,5%	0,3%	0,7%
RS	1,0%	0,5%	0,0%	1,3%
DF	0,5%	0,6%	0,2%	1,1%
PA	0,5%	0,5%	0,2%	0,3%
GO	0,2%	0,0%	0,2%	0,6%
PI	0,0%	0,0%	0,2%	0,4%
SE	0,0%	0,0%	0,3%	0,4%
AL	0,3%	0,2%	0,5%	0,1%
AM	0,3%	0,0%	0,3%	0,3%
MS	0,0%	0,2%	0,2%	0,1%
Estrangeiros	2,2%	0,6%	0,8%	0,9%
Outros	1,5%	0,6%	0,4%	0,4%

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

Cidade	2015	2016	2017	2018
Natal	70,2%	78,1%	74,6%	71,2%
Parnamirim	3,3%	3,7%	5,3%	2,8%
Recife	2,0%	0,9%	3,8%	2,1%
Rio de Janeiro	3,0%	1,5%	1,7%	2,0%
Salvador	0,7%	1,1%	0,3%	0,4%
Fortaleza	1,5%	0,9%	1,0%	0,9%
São Paulo	2,2%	1,8%	1,0%	2,4%
João Pessoa	0,2%	0,6%	0,7%	0,7%
Brasília	0,5%	0,6%	0,2%	1,1%
São Gonçalo do Amarante	0,2%	1,4%	0,7%	0,7%
Belo Horizonte	0,8%	0,5%	0,5%	0,7%
Mossoró	0,8%	0,5%	0,5%	0,7%
Campina Grande	0,3%	0,3%	0,3%	0,7%
Porto Alegre	0,5%	0,0%	0,2%	0,6%
Macaíba	0,2%	0,0%	0,2%	0,1%
Extremoz	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Ceará Mirim	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Outros	13,7%	8,1%	9,0%	11,7%

Caracterização da pesquisa

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

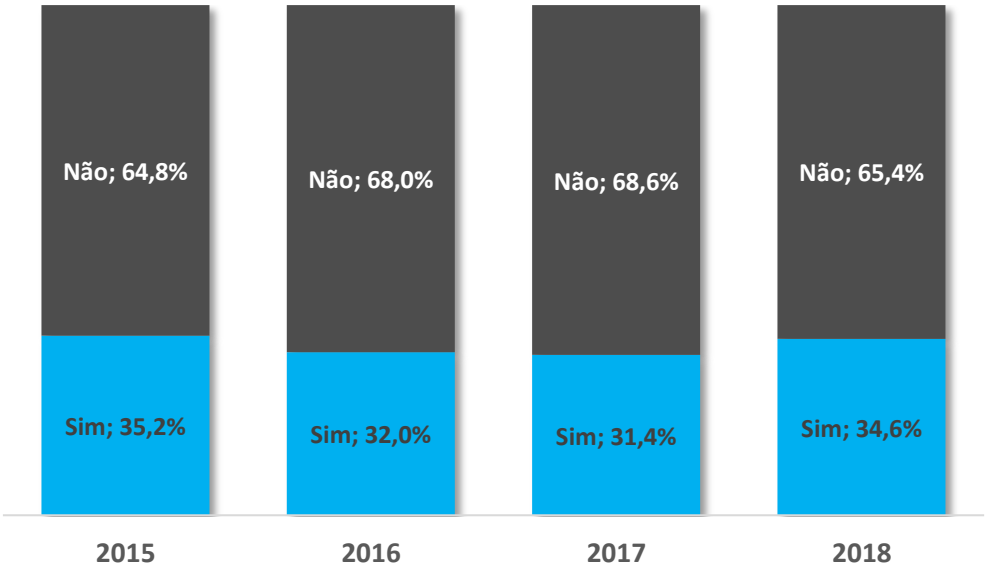


Gráfico 10 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende participar do carnaval de Natal? Nº Dias
Fonte: Fecomércio/RN

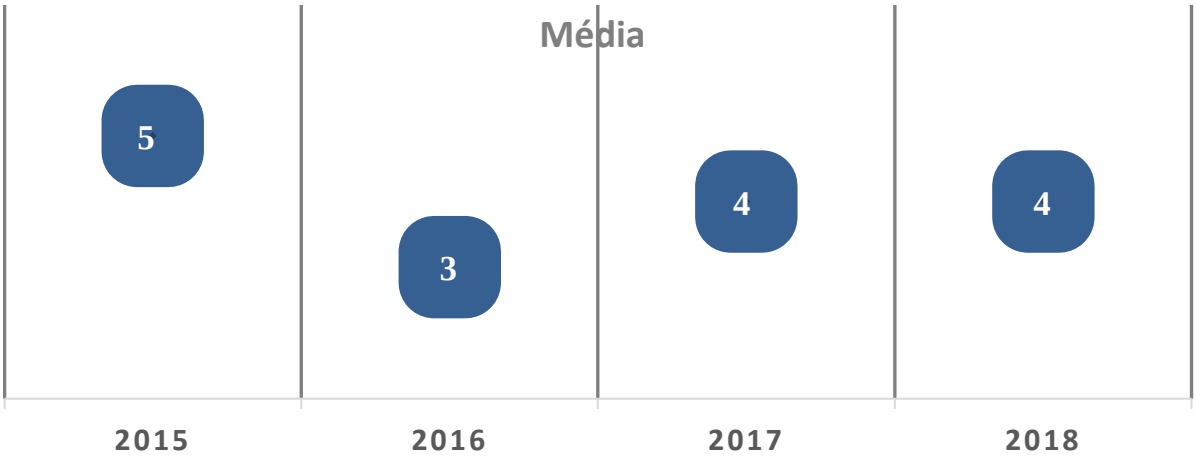


Gráfico 11 – Em 2017, onde o (a) sr. (a) passou o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

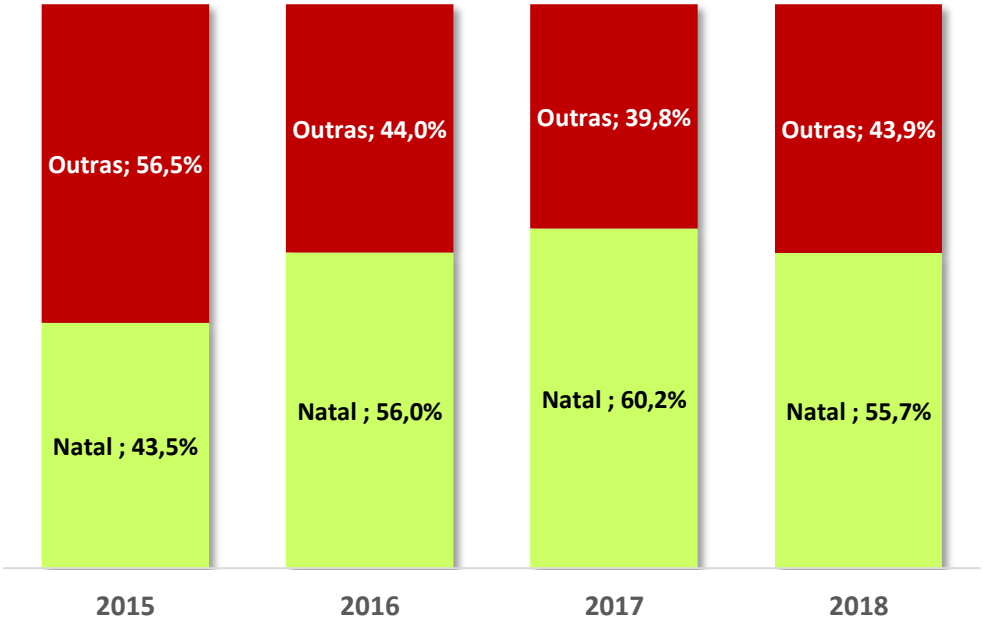


Gráfico 12 – Além de Natal, o (a) sr. (a) visitou/pretende outro lugar durante o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

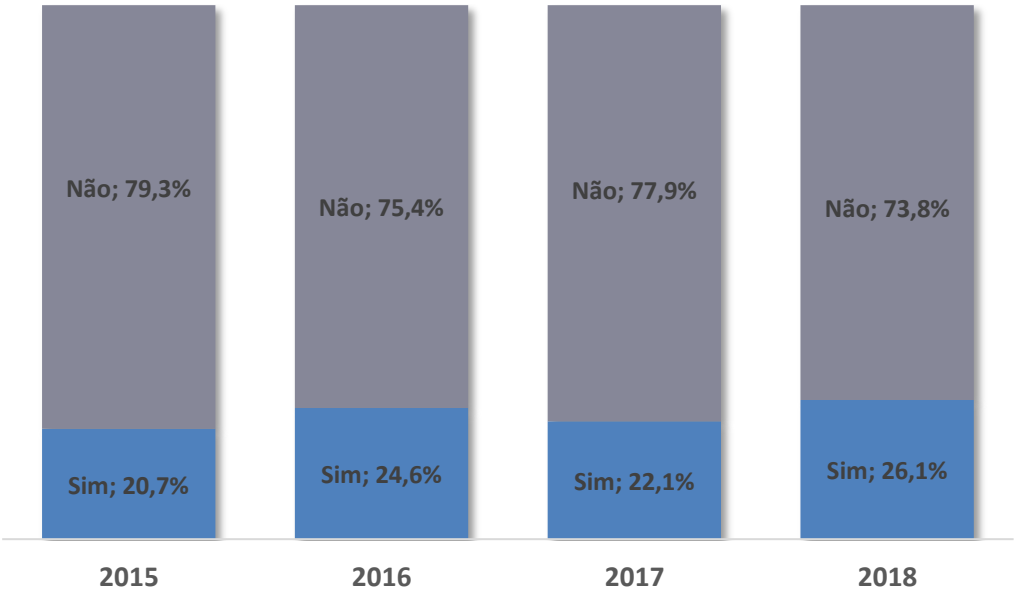


Tabela 3 – Porque escolheu Natal para passar o Carnaval? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN

Motivo	2015	2016	2017	2018
Atrações musicais	40,0%	40,0%	24,2%	32,3%
Festas gratuitas nas ruas	21,0%	18,1%	19,8%	16,7%
Praias	23,0%	10,7%	13,2%	14,0%
Alegria/Animação/Folia	3,3%	7,7%	11,3%	18,1%
Organização/infraestrutura do evento	6,5%	7,2%	8,0%	12,7%
Situação Financeira/Economizar/Falta de dinheiro	8,7%	4,4%	15,3%	15,7%
Comodidade	2,3%	1,4%	7,5%	5,0%
Proximidade/Localização	5,7%	11,5%	8,6%	3,7%
Família/Amigos	9,2%	5,5%	5,2%	5,0%
Tranquilidade	4,3%	5,1%	4,3%	2,7%
Outros	18,7%	11,1%	12,0%	13,8%

Gráfico 13 – Como vai se deslocar durante o carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

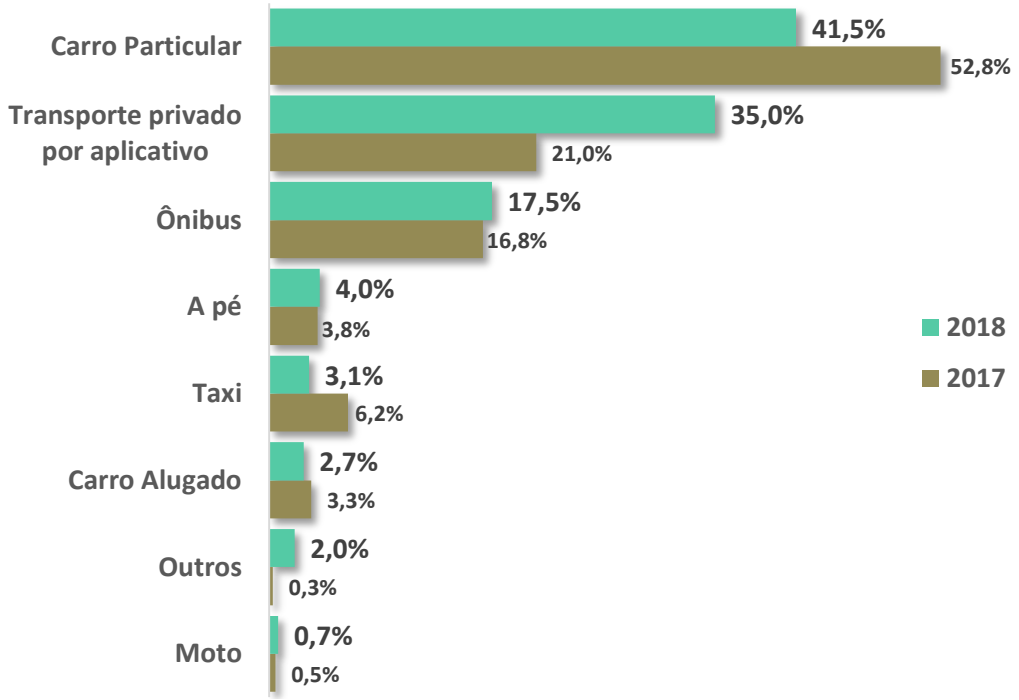


Tabela 4 – Como o(a) sr. (a) tomou conhecimento do Carnaval de Natal? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018
Televisão	46,2%	33,2%	26,5%	24,6%
Amigos e familiares	23,5%	22,4%	19,0%	26,9%
Internet	26,0%	17,8%	13,1%	19,5%
Já conhece o evento	6,5%	17,0%	30,1%	18,7%
Redes sociais	11,3%	11,8%	20,6%	23,4%
Rádio	0,8%	0,2%	0,8%	0,7%
No local	0,3%	0,9%	0,7%	0,9%
Jornais	0,8%	0,6%	0,3%	0,7%
Hotel	1,8%	0,0%	0,5%	2,1%
Outros	8,2%	1,2%	1,2%	3,4%

Tabela 5 – Em quais atividades se fez/fará presente no Carnaval de Natal? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	2016	2017	2018
Shows musicais	75,7%	82,7%	83,6%
Blocos	46,8%	33,3%	31,1%
Marchinhas	13,8%	11,1%	9,4%
Desfile das escolas de samba	6,7%	7,0%	6,0%
Festas privadas	6,5%	4,3%	3,0%
Casa	0,0%	4,8%	2,8%
Praias	0,0%	1,2%	21,9%
Outros	0,0%	1,3%	0,3%

Tabela 6 – Dos atrativos, qual (is) o (a) sr. (a) visitou ou irá visitar durante o carnaval? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN

Atrativos	2015	2016	2017	2018
Atrações musicais/eventos	79,2%	89,6%	81,8%	81,6%
Praias	68,5%	60,6%	62,3%	65,1%
Restaurantes/Bares	27,2%	18,5%	26,2%	33,2%
Shoppings	14,0%	8,6%	17,2%	20,8%
Artesanatos	12,2%	7,8%	10,5%	16,7%
Atrativos culturais	6,8%	7,7%	4,3%	8,1%
Supermercado	7,2%	3,7%	5,7%	14,8%
Outros	4,5%	2,6%	3,3%	4,4%

Gastos durante o Carnaval

Gráfico 14 – Gasto médio individual por dia dos natalenses e visitantes no Carnaval.
Fonte: Fecomércio/RN

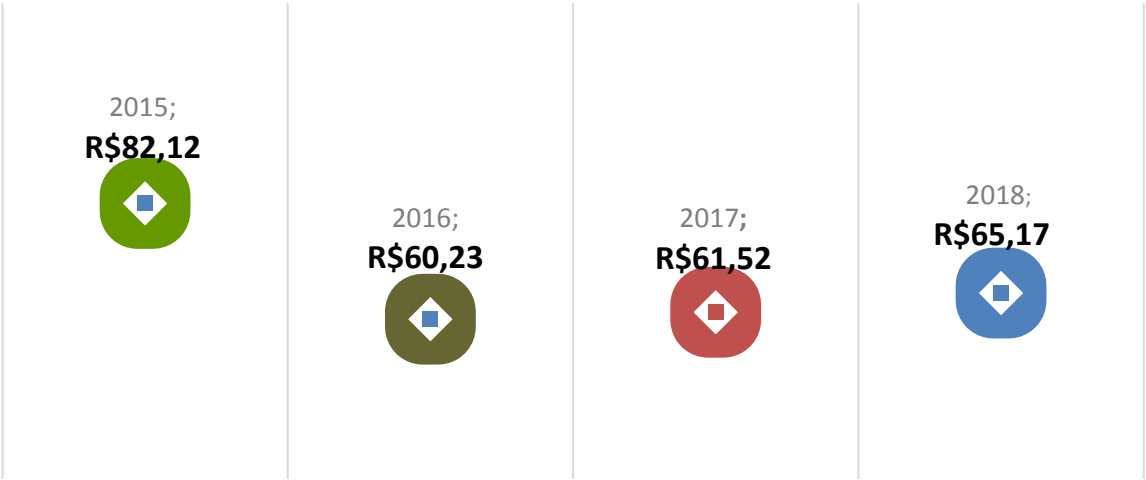


Tabela 7 – Distribuição dos gastos dos natalenses e visitantes por atividade.
Fonte: Fecomércio/RN

Segmento	2015	2016	2017	2018
Alimentação/Bebidas	34,1%	27,3%	38,1%	59,7%
Transporte local	11,5%	11,5%	14,0%	18,6%
Diversão	28,3%	39,0%	24,4%	8,3%
Compras	26,1%	22,2%	23,6%	13,4%

Gráfico 15 – Gasto médio individual por dia do turista que participou do Carnaval de Natal. (Excluindo hospedagem)
Fonte: Fecomércio/RN

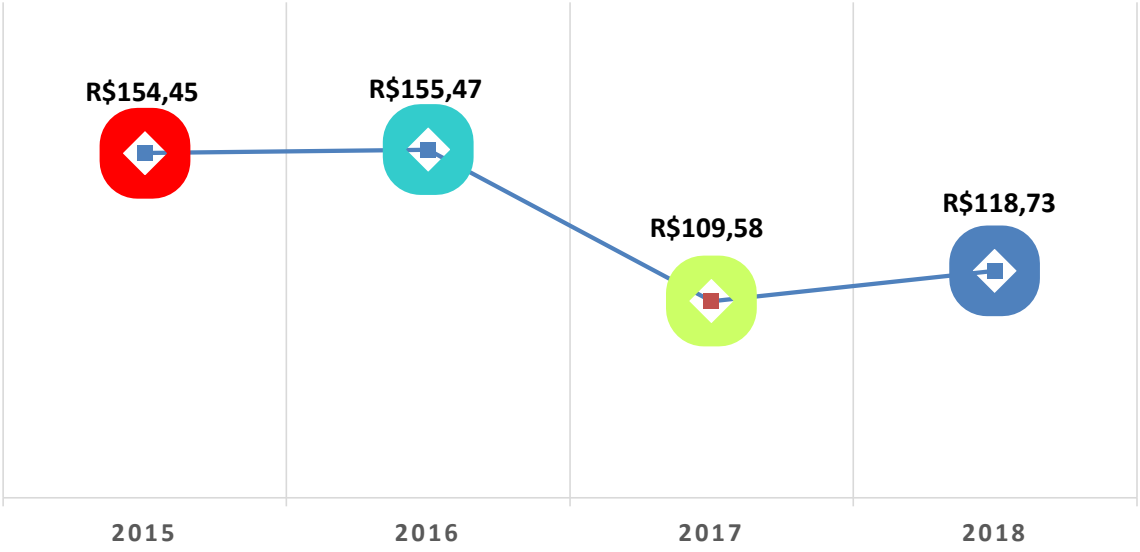


Tabela 8 – Distribuição dos gastos dos turistas no carnaval de Natal por atividade.
Fonte: Fecomércio/RN

Segmento	2015	2016	2017	2018
Alimentação	44,8%	38,2%	36,0%	41,5%
Transporte local	11,4%	14,5%	11,9%	14,0%
Diversão	26,0%	27,0%	33,7%	26,0%
Compras	17,9%	20,4%	18,5%	18,5%

Aspectos a melhorar e avaliação dos itens

Tabela 9 – Que nota de 1 a 10 você daria para os seguintes quesitos?
Fonte: Fecomércio/RN

Item	2015	2016	2017	2018
Hospitalidade (turistas)	8,84	8,83	8,88	8,92
Locais de Alimentação	7,83	7,82	8,10	8,05
Meios de hospedagem (turistas)	9,02	8,99	8,77	8,79
Informações turísticas (turistas)	7,75	8,01	7,85	8,35
Infraestrutura	7,75	8,35	8,07	8,20
Atrações musicais	8,58	8,58	8,45	8,60
Segurança	7,12	7,53	7,45	7,19
Limpeza Urbana	7,07	7,73	7,67	7,70
Acesso e transporte	7,13	7,93	7,92	8,03
Atrativos culturais	7,74	8,06	8,09	8,23
Diversão na cidade	8,22	8,44	8,65	8,48
Atendimento nos polos	-	-	8,38	8,31
Organização das atrações	-	-	8,41	8,60
Comércio	-	-	8,23	8,00

Gráfico 16– O (a) sr. (a) pretende voltar para o carnaval de Natal em 2019?
Fonte: Fecomércio/RN

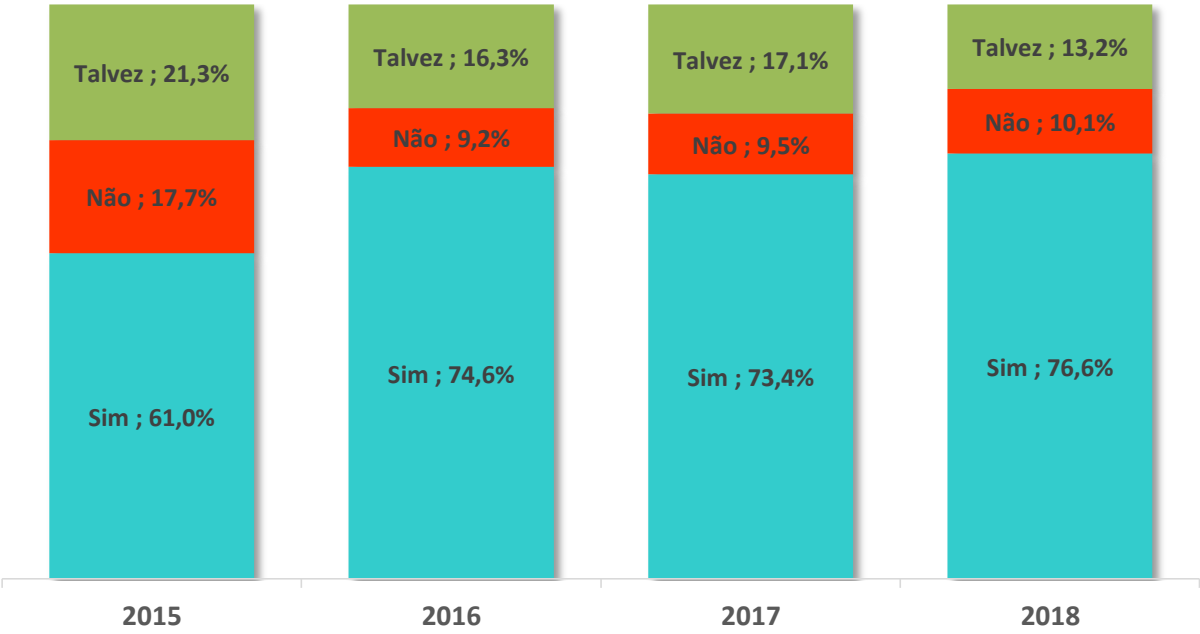


Gráfico 17 – O (a) sr. (a) recomendaria o Carnaval de Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

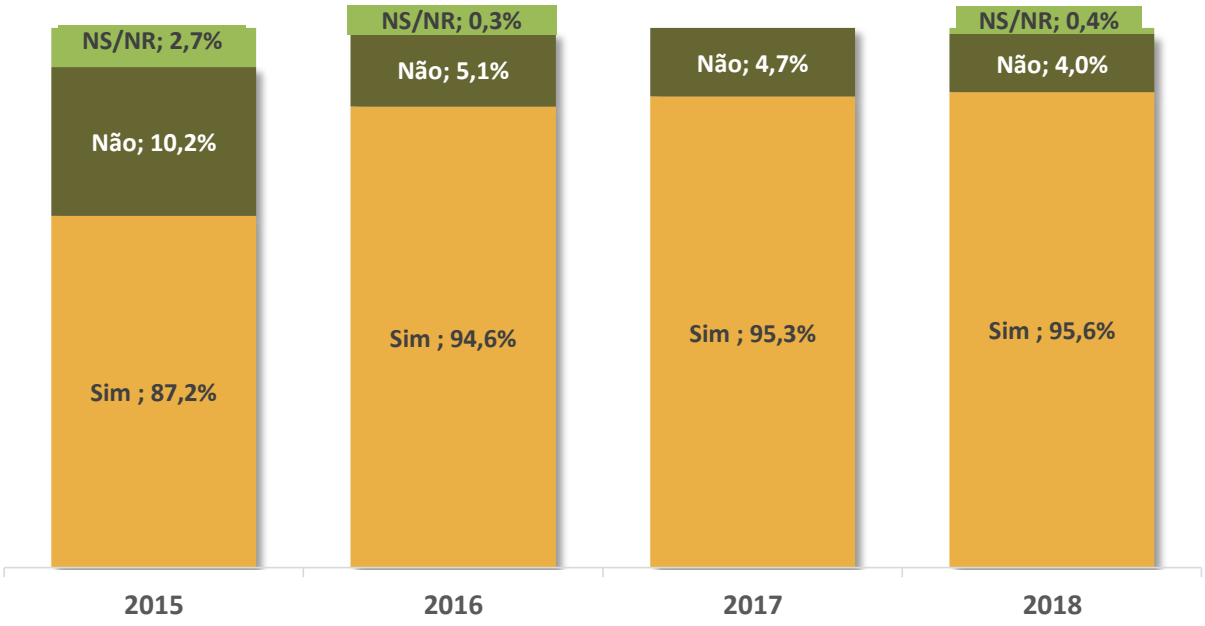
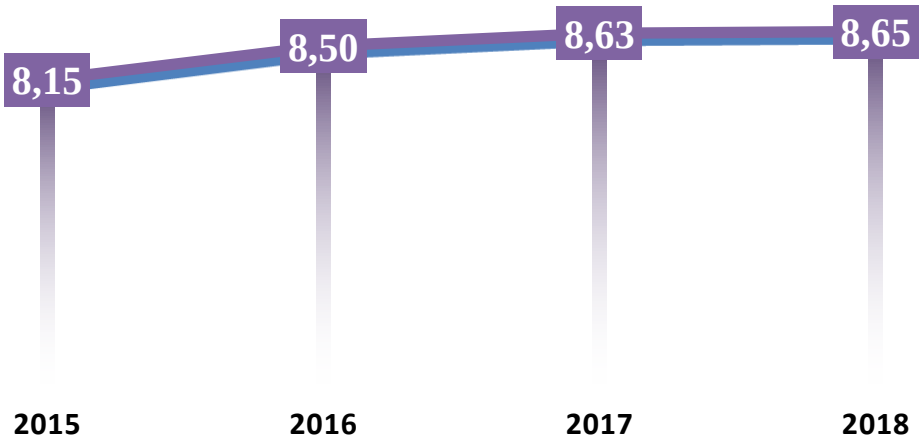


Gráfico 18– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para o Carnaval de Natal 2018?
Fonte: Fecomércio/RN



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

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Hugo Sérgio
Nivaldo Gonçalves
Elizabeth Pontes
Daniela Lourena
Irismar Alves
Pesquisadores

João Maria Soares
Estagiário