# PESQUISA
## Perfil dos Participantes do São João de Assú 2018

Natal, julho de 2018

# Sumário


*1* **Introdução** ..... **3**

*2* **Aspectos Técnicos** ..... **4**

*3* **Descrição Geral dos Resultados** ..... **5**

Perfil do público ..... 5

Aspectos específicos ..... 6

Gastos durante os festejos ..... 9

Aspectos avaliativos da festa ..... 9

Opinião sobre o São João de Assú ..... 10

**4 Análise Gráfica** ..... **12**

Perfil do público pesquisado ..... 12

Aspectos específicos ..... 16

Gastos durante os festejos ..... 20

Aspectos avaliativos da festa ..... 21

Opinião sobre o São João de Assú ..... 21

# 1 Introdução

O São João da cidade de Assú, na região Oeste potiguar, distante 213,7 km de Natal, é uma festa junina tradicionalmente conhecida em todo estado. Completados 292 anos de festa, é também conhecido como o São João mais antigo do mundo. Um evento que une os festejos juninos à cultura local, já que no mês de junho também se celebra o padroeiro da cidade, São João Batista.

O São João de Assú agrupa em sua estrutura uma variedade de atrações culturais que envolve desde grandes shows com artistas nacionais, concentrando entre 40 e 50 mil pessoas em um único dia, como também festival de quadrilhas juninas e vários projetos culturais espalhados pela cidade.

Assim, o Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (IPDC/Fecomércio RN), realizou uma pesquisa com o objetivo de conhecer o público participante do São João de Assú e avaliar a percepção das pessoas que participaram do evento em 2018.

Para tanto, foram levantados dados sobre perfil (origem, sexo, idade, etc.) e as razões que levaram a participar da festa, bem como informações sobre gastos com hospedagem (no caso dos turistas), alimentação e compras, além da mensuração do grau de satisfação com os serviços utilizados durante o evento.

Saber as potencialidades de um evento de grande porte como esse é fundamental para a economia local. No entanto, poucos são os municípios que investem nessa estratégia de planejamento, e raros são aqueles que de fato conhecem o perfil das pessoas que participam desses grandes eventos.

## 2 Aspectos Técnicos

Para alcançar os objetivos da pesquisa foi utilizada uma amostra aleatória de 500 pessoas entrevistadas, selecionadas conforme critérios estatísticos de pesquisa. No trabalho de campo foram considerados como unidades elementares da amostra: o turista (aquele que esteve no São João de Assú e efetuou pelo menos um pernoite na cidade durante o evento); o visitante (aquele que permaneceu na cidade menos de 24h para participar de alguma atividade da festa); e os moradores da cidade, cuja principal finalidade foi de captar as percepções sobre os festejos do São João de Assú. Essas pessoas participaram do evento e frequentaram a festa por algum dos seguintes fatores: tradição, lazer, diversão, férias, negócios, família, etc.

Nesta pesquisa, a metodologia quantitativa foi a adotada pelo IPDC/Fecomércio RN, com aplicação de questionário estruturado. O questionário foi a principal ferramenta de investigação, com o qual conseguimos obter os resultados mensuráveis almejados. Sua elaboração foi embasada por uma pesquisa bibliográfica da qual foram extraídos subsídios para identificação de questões que culminariam em resultados pertinentes a este estudo.

O instrumento de pesquisa foi constituído por 20 perguntas (abertas, fechadas e de múltiplas respostas), na intenção de se captar melhor as intenções e opiniões importantes dos entrevistados. Em seguida, os dados foram tabulados e analisados para chegarmos as conclusões do estudo. As entrevistas foram realizadas em pontos estratégicos da festa e ocorreram entre os dias 21 e 24 de junho de 2018.

Para a realização deste trabalho, o IPDC contou com uma equipe de entrevistadores devidamente treinada e com experiências em pesquisas similares. Todos os questionários preenchidos recebem crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade das informações. A consistência dos dados é verificada por meio de testes estatísticos, avaliação do conteúdo, lógica e/ou via telefone.

# 3 Descrição Geral dos Resultados

## *Perfil do público*

Conhecer o perfil das pessoas que frequenta o São João de Assú, através de pesquisa, serve para que o município possa executar e/ou planejar os próximos eventos com mais eficiência. Todo o esforço em conhecer os participantes acontece em razão de promover o desenvolvimento da festa através de um planejamento organizado, eficiente, baseado em resultados e satisfação do público.

Dessa forma, os resultados apurados na pesquisa revelam um perfil bastante diversificado quanto ao gênero do público, cerca de 53,2% dos participantes foram homens, enquanto 46,8% eram mulheres. As pessoas que frequentaram a festa situam-se, predominantemente, na idade entre 25 e 34 anos, com 32,2% das respostas. A faixa de 35 a 44 anos aparece com 25,2%, seguida pelas faixas de 16 a 24 anos (23,4%), de 45 a 59 anos (16,4%) e acima de 60 anos (2,8%). 57,4% dos participantes da festa têm idade na faixa de 25 a 44 anos.

A identificação das pessoas que frequentaram o São João de Assú mostra ainda que, em sua maior parte, possuem nível Médio (46,4%) de escolaridade. Outra parcela de 37,2% tem ensino Superior ou mais. O restante dos entrevistados possui ensino Fundamental (15,2%) ou não tem instrução alguma (1,2%).

Com relação à renda, 35,7% possuem renda individual mensal de 1 a 3 salários mínimos. Na faixa até 1 salário mínimo, o percentual foi de 28,9%. Uma porcentagem de 14,2% dos pesquisados declarou ter renda de 3 a 5 salários mínimos. Os que apresentam renda acima de 7 salários mínimos correspondem a 9,4% dos participantes da festa. 6% afirmaram possuir renda mensal individual entre 5 e 7 salários mínimos. Mesmo a pesquisa constituindo-se da total voluntariedade dos entrevistados, 5,8% optou por não informar o valor da renda.

O levantamento revela que a festa abrangeu vários tipos de públicos, entre eles: casados (48%) e solteiros (45,2%). E que estiveram comemorando os festejos juninos na companhia da família (65,6%), dos amigos (16,2%), ao lado do companheiro (a) (8,2%) ou até mesmo sozinhos (8%).

No que se refere ao local de origem das pessoas que participaram das comemorações juninas em Assú, os dados da pesquisa mostram que o público participante da festa era predominantemente do Rio Grande do Norte (94,6%).

Embora a imensa maioria ser de participantes potiguares, a pesquisa notou a presença de pessoas oriundas de outros estados como Ceará (1,6%), Paraíba (1%), Pernambuco (0,6%), Distrito Federal (0,4%), Santa Catarina (0,4%), São Paulo (0,4%), Bahia (0,2%), Maranhão (0,2%), Minas Gerais (0,2%), Mato Grosso (0,2%) e Rio de Janeiro (0,2%).

A pesquisa revelou ainda que 60,8% dos participantes do São João de Assú eram pessoas que residiam na própria cidade, todavia a presença de turistas e visitantes (39,2%) foi bem significativa, sendo estes moradores de Natal, Mossoró, Itajá, Ipanguaçu, Fortaleza, Alto do Rodrigues, Caicó, Carnaubais, Macau, Parnamirim, Lajes, Pendências, Recife, Afonso Bezerra, Apodi, Brasília, Florianópolis, João Pessoa, Pau dos Ferros, São Rafael, Angicos Areia Branca, Currais Novos etc., que foram a festa com vários propósitos, entre eles: visitar, conhecer a cidade e participar dos festejos.

## *Aspectos específicos*

Conhecer o motivo pelos quais as pessoas participam da festa se constitui num importante indicador para compor a análise do perfil dos participantes, no qual essas informações são subsídios para o planejamento do evento visando o desenvolvimento da festa, para a produção de campanhas publicitárias e veículos de comunicação a serem utilizados na divulgação do São João de Assú como atrativo turístico.

A grande maioria (87,2%) do público participante da festa já havia participado das comemorações juninas em anos anteriores, isto demonstra o apego do público com o evento. Apesar disso, um número importante de pessoas (12,8%) relatou que estava no São João de Assú pela primeira vez, entre os turistas e visitantes o percentual dos que estavam pela primeira vez na festa foi de 26,4%. Isso demonstra que os festejos têm potencial para atrair pessoas que nunca estiveram no evento. Numa visão econômica, isto implica em um efeito multiplicador, pois além de seu retorno, o participante torna-se um espontâneo divulgador da festa, indicando-a para outras pessoas.

Outro elemento fundamental para o planejamento e desenvolvimento da festa é a quantidade de dias que frequentou o evento, visto que a partir desse indicador, pode-se dimensionar a oferta dos serviços tais como: hospedagem, alimentação, entretenimento, entre outros.

Sobre o número de dias que foram as atrações da festa, a pesquisa analisou que o público local esteve no evento, em média, 4 dias, enquanto que os visitantes e turistas foram, em média, 03 dias aos festejos do São João em Assú. Em percentuais, os que foram a festa entre 1 e 4 dias, representou 71% do público participante dos festejos.

A quantidade de dias participando da festa, somado ao tempo de permanência no município, pode ser uma interessante fonte de receitas para cidade. Além disso, contribui para uma análise mais ampla do público em relação à base material e econômica e aos serviços prestados na cidade.

A análise dos dados sobre os meios de hospedagem utilizados pelos turistas entrevistados revela a preferência pelas casas de parentes e amigos como a principal forma de hospedagem, representando 70,8% dos casos. Outro meio de hospedagem importante para o fluxo turístico presente no evento são os hotéis e pousadas utilizados por 21,6% dos pesquisados, e casas alugadas (0,6%).

Esse tipo de evento desperta nas pessoas a busca por lazer e entretenimento, acabam por contribuir com o desenvolvimento da economia local, uma vez que geram demanda por hotéis, pousadas, restaurantes, bares, comércio local e tantos outros serviços, o que resulta em mais emprego e renda para a população do município.

Outro fator essencial para compor a análise do desempenho da festa foi levantar o que mais motivou as pessoas a participarem do São João de Assú. Os resultados gerais mostram que 51% dos entrevistados responderam que a Alegria/Animação/Diversão foi o principal motivo da presença no São João de Assú; 41% dos participantes da pesquisa afirmaram que as Atrações Musicais também foram fundamentais para marcarem presença nos festejos. Os Atrativos Gratuitos do evento aparecem logo a seguir, com 23,8% das respostas. O Lazer/Turismo motivou 21% dos entrevistados. Observou-se ainda que 16% foram influenciados pela Decoração da Cidade. Além disso, também foram essenciais, a influência de Amigos/Família,

Organização/Infraestrutura, Festejos Religiosos, Tradição/Cultura, Parque de Diversão, Conhecer a Festa, Trabalho, etc.

Com o objetivo de saber como os participantes tomaram conhecimento dos festejos juninos de Assú e assim entender melhor de que forma a festa foi divulgada, questionamos as pessoas sobre o modo como elas foram informadas do evento. Os resultados expostos revelam que mais da metade (59,8%) dos entrevistados já conhecia a festa, por ter participado em anos anteriores. Os comentários entre Amigos e Parentes aparecem com 24,6% das citações. A Internet e Redes Sociais vêm logo após, como um dos meios mais usados para busca de informações sobre o evento, com 20,8% das respostas, seguidas de Folder/Folhetos/Panfletos, com 3%, e Rádio, com 1,8%. Outros meios mencionados, com menor frequência, foram Televisão (1,4%) e Feira (1%).

Ademais a pesquisa questionou dos entrevistados que participaram da festa, quais atrativos eles frequentaram durante sua visitação ao evento. Com isso verificamos que as pessoas que estiveram na festa frequentaram vários locais da cidade, no decorrer da realização do evento, especialmente aqueles ligados a entretenimento, cultura e consumo. Entre as mais indicadas estão as Atrações Musicais, com 43,2% das citações, e as Quadrilhas Juninas, com 30,8% das menções. Outros pontos bastante frequentados pelos participantes da festa junina de Assú foram Bares/ Restaurantes (20,6%), Feiras/Artesanatos (19%), Comércio Local (18,8%), Supermercados (13,4%), Atrativos Culturais (9,4%), Parque de Diversão (2%) e Igreja/Novenas/Procissão (1%).

A história da cidade, seus objetos, tradições que constroem a identidade e cultura do local, são os atrativos para o público geral. Essas potencialidades têm que ser aproveitadas, entendidas e divulgadas como elementos essenciais para a atividade das pessoas que participam da festa.

## *Gastos durante os festejos*

Para ações planejadas e coordenadas, se faz essencial saber quais são e para onde se destinam os gastos dos participantes durante os dias que estiverem na cidade. Em referência ao gasto médio desse público, foram analisados os itens: Hospedagem, Alimentação, Transporte, Diversão e Compras. O valor médio foi feito com base nas respostas dos próprios entrevistados que falavam quanto acreditavam ter gasto por dia em cada um dos segmentos apresentados.

Desse modo, a presente pesquisa detectou que o gasto médio por dia de cada assuense que participou da festa foi de R$ 54,11. Estratificando por segmento, foi gasto, em média, por dia, R$ 18,27 com Alimentação; R$ 4,23 com Transporte; R$ 11,12 com Diversão; e R$ 20,49 com Compras.

Relativamente aos visitantes e turistas que participaram do São João de Assú, o gasto médio diário individual foi de R$ 119,20. Na segmentação por atividade econômica, verificou-se que cada um deles desembolsou em média R$ 50,39 com Hospedagem; R$ 23,80 com Alimentação; R$ 8,27 com Transporte; R$ 14,68 com Diversão; e R$ 22,06 com Compras.

No período das festas juninas, Assú vive uma grande movimentação cultural, com reflexos importantes no turismo e na economia da cidade.

## *Aspectos avaliativos da festa*

Tão importante quanto diagnosticar as características do público dos festejos juninos em Assú, as razões que o motiva a estar presente no evento e seus hábitos e preferências enquanto esteve por lá, é compreender a visão que as pessoas têm da festa, qual avaliação eles fazem do evento realizado na cidade.

A partir desta informação, é possível procurar elementos a serem melhorados e identificar acertos a serem repetidos nos próximos eventos. Para tal, os seguintes aspectos avaliados foram: Divulgação, Locais de Alimentação, Meios de Hospedagem, Estrutura, Organização do Evento, Decoração da Cidade, Atrações Musicais, Acesso ao local do evento, Transportes, Limpeza Urbana, Segurança e Atrativos Culturais. Os itens foram apreciados numa escala que varia de 1,0 a 5,0, sendo 1,0 a pior avaliação (Péssima) e 5 a melhor (Excelente).

Observou-se uma percepção positiva da maioria dos pesquisados, em todos os quesitos, uma vez que a grande maioria do público dimensionou avaliações entre Boas e Excelentes, considerando satisfatórios os serviços utilizados durante o evento. Em contrapartida, alguns itens apresentaram índices que merecem atenção, foi o caso do item Transporte, Limpeza Pública, Divulgação e Acesso ao local da festa, que apesar de ter sido avaliado como Bom pela maior parte das pessoas, apresentaram índices inferiores aos demais quesitos analisados.

A respeito dos itens que receberam boas avaliações, destaque para os Meios de Hospedagem que obteve 97,3% de avaliações Excelente ou Boa dos turistas entrevistados. A Estrutura do Evento aparece logo a seguir com 91,8% de avaliações Excelente ou Boa, seguida pela Decoração da Cidade (91,3%) e pela Organização da Festa (90,9%). Os Atrativos Culturais também foram bem avaliados por 90,8% do público que participou dos festejos, índices próximos aos registrados pelas Atrações Musicais, com 89,1% de aprovação (Excelente ou Boa) dos participantes do evento.

Mais especificamente acerca dos itens avaliados que receberam um número considerável de avaliações que inspiram cuidado e ação específica. O primeiro foi o Transporte Público, com 28,3% de citações Regular, Ruim ou Péssima; em seguida aparece a Limpeza Pública com 15,1% de respostas Regular, Ruim ou Péssima; a Divulgação da Festa, que com menor número de citações, ainda precisa ser monitorada, pois foi mencionada por 14,8% dos entrevistados como Regular, Ruim ou Péssima.

## *Opinião sobre o São João de Assú*

No que se refere a questão da satisfação do público com o São João de Assú, questionamos dos participantes o desejo de estarem presente no evento em 2019 e 97,2% apontaram que têm a intenção de retornar para a festa.

A grande maioria 98,8% do público que participou do São João de Assú 2018 indicaria o evento junina para amigos e parentes. As pessoas gostaram da festa, manifestaram vontade de participar no próximo ano e veem os festejos juninos da cidade com um potencial econômico enorme.

No contexto geral, os festejos do São João de Assú foram bem avaliado pelo público participante, numa escala de 1 a 10, obtendo nota média 8,64 das pessoas que estiveram presentes nas atrações promovidas pelo 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

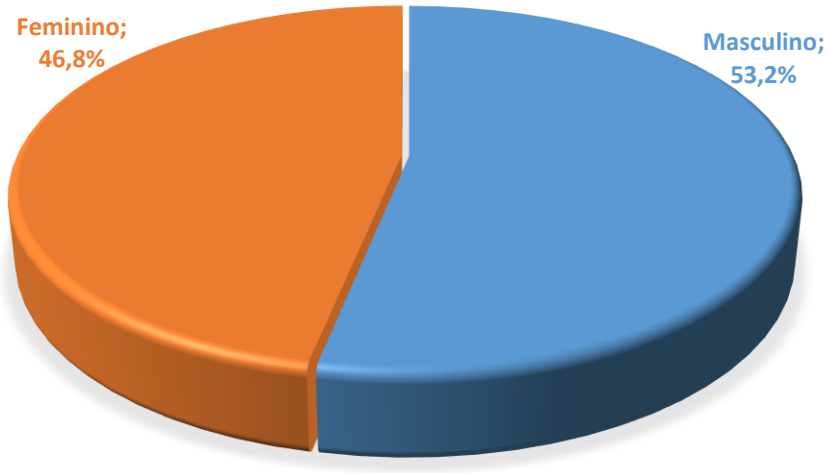
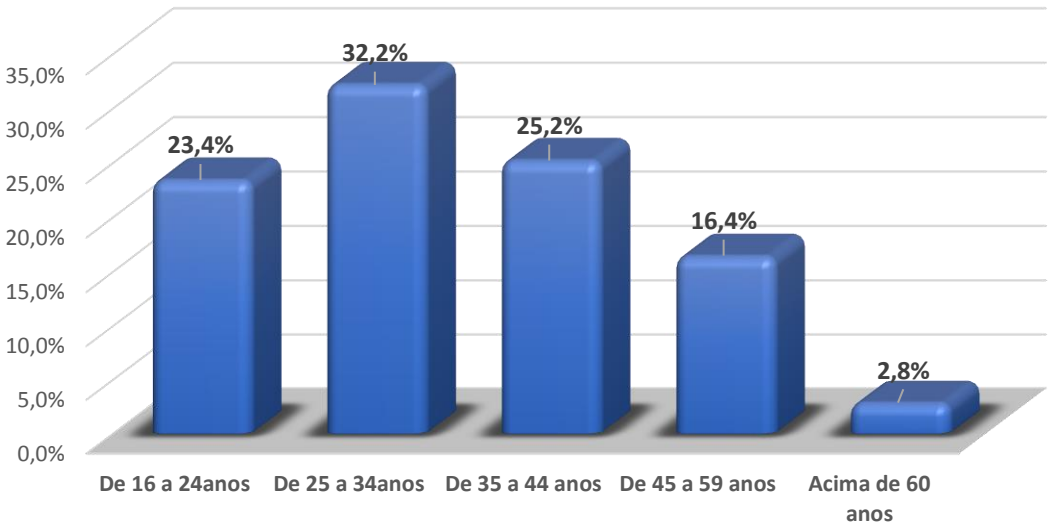



***Gráfico 2 – Faixa etária***
Fonte: Fecomércio RN






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

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

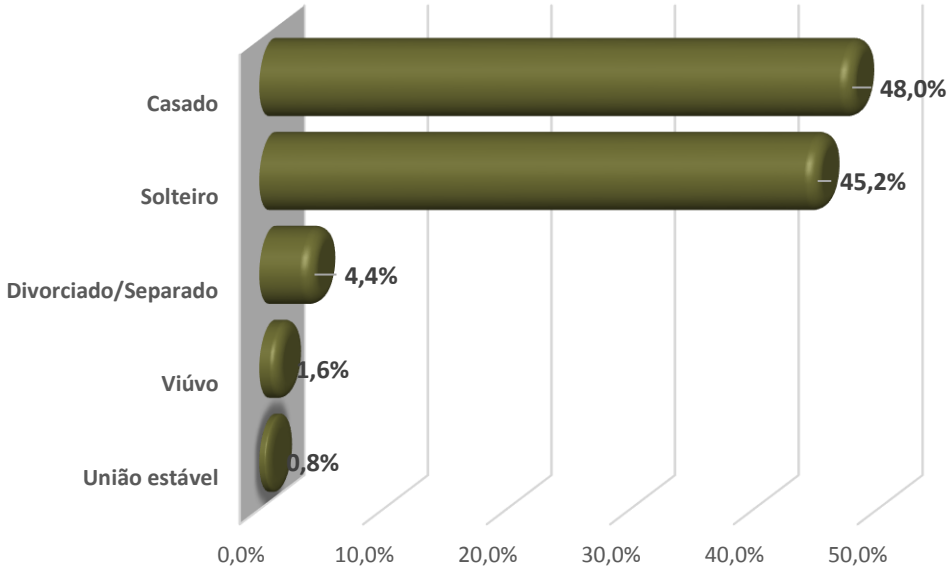
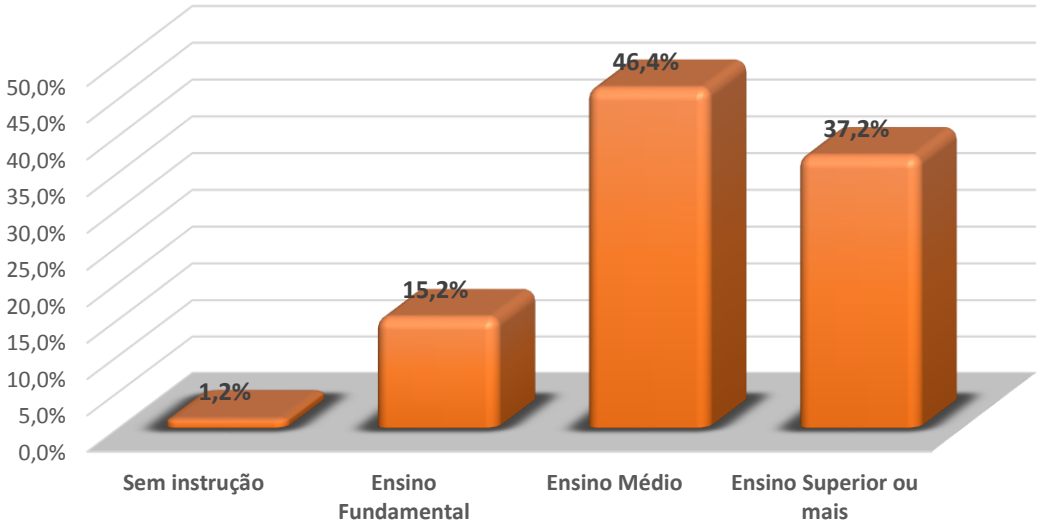



***Gráfico 4 – Escolaridade***
Fonte: Fecomércio RN






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

***Gráfico 5 – O (a) Sr. (a) veio:***
Fonte: Fecomércio RN

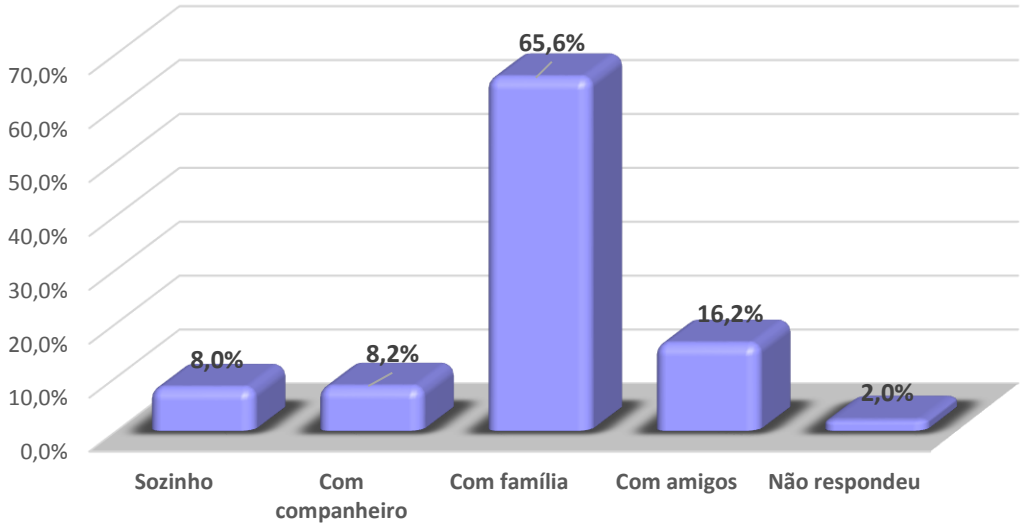
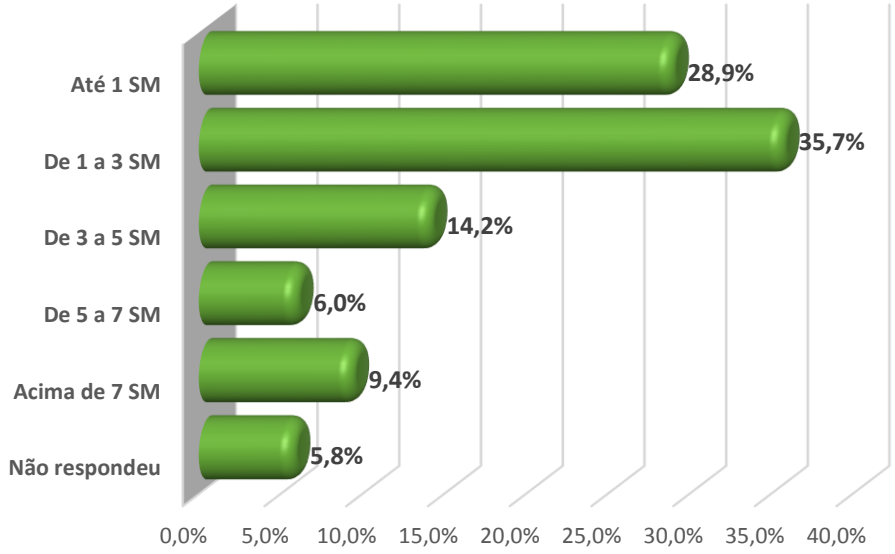



***Gráfico 6– Renda mensal individual***
Fonte: Fecomércio RN






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

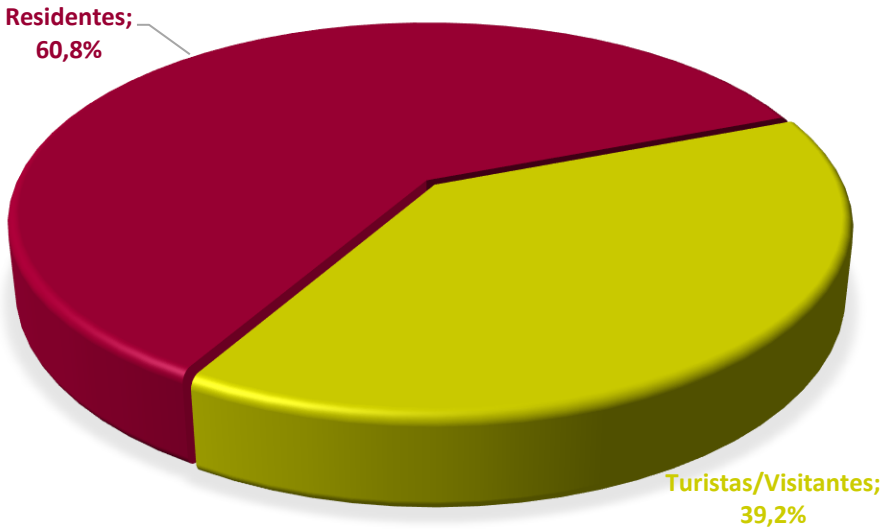
*Tabela 1 – Cidade de origem dos participantes do São João de Assú*
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | % |
|---|---|
| Assú - RN | 60,8% |
| Natal - RN | 15,4% |
| Mossoró - RN | 2,4% |
| Itajá - RN | 2,2% |
| Ipanguaçu - RN | 2,0% |
| Fortaleza - CE | 1,4% |
| Alto do Rodrigues - RN | 1,2% |
| Caicó - RN | 1,0% |
| Carnaubais - RN | 1,0% |
| Macau - RN | 1,0% |
| Parnamirim - RN | 1,0% |
| Lajes - RN | 0,8% |
| Pendências - RN | 0,8% |
| Recife - PE | 0,6% |
| Afonso Bezerra - RN | 0,4% |
| Apodi - RN | 0,4% |
| Brasília - DF | 0,4% |
| Florianópolis - SC | 0,4% |
| João Pessoa - PB | 0,4% |
| Pau dos Ferros - RN | 0,4% |
| São Rafael - RN | 0,4% |
| Angicos - RN | 0,2% |
| Areia Branca - RN | 0,2% |
| Barra de Santa Rosa - PB | 0,2% |
| Currais Novos - RN | 0,2% |
| Estreito - MA | 0,2% |
| Guamaré - RN | 0,2% |
| Jucurutu - RN | 0,2% |
| Macaíba - RN | 0,2% |
| Niterói - RJ | 0,2% |
| Parazinho - RN | 0,2% |
| Patos - PB | 0,2% |
| Patu - RN | 0,2% |
| Pedro Avelino - RN | 0,4% |
| Poconé - MT | 0,2% |
| Salvador - BA | 0,2% |
| Santana do Matos - RN | 0,2% |
| Santo Antônio - RN | 0,2% |
| Santos - SP | 0,2% |
| São Gonçalo do Amarante - RN | 0,2% |
| São José do Rio Preto - SP | 0,2% |
| São Vicente -SP | 0,2% |
| Sobral - CE | 0,2% |
| Tibau - RN | 0,2% |
| Três Marias - MG | 0,2% |
| Umarizal - RN | 0,2% |
| Upanema - RN | 0,2% |
| Não respondeu | 0,2% |

*Tabela 2 – Estado de origem dos participantes do São João de Assú*
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | % |
|---|---|
| RN | 94,6% |
| CE | 1,6% |
| PB | 1,0% |
| PE | 0,6% |
| DF | 0,4% |
| SC | 0,4% |
| SP | 0,4% |
| BA | 0,2% |
| MA | 0,2% |
| MG | 0,2% |
| MT | 0,2% |
| RJ | 0,2% |

***Gráfico 7 – Tipo de público participante do São João de Assú***
Fonte: Fecomércio RN




## *Aspectos específicos*

***Gráfico 8 – É a primeira vez que participa do São João de Assú?***
Fonte: Fecomércio RN

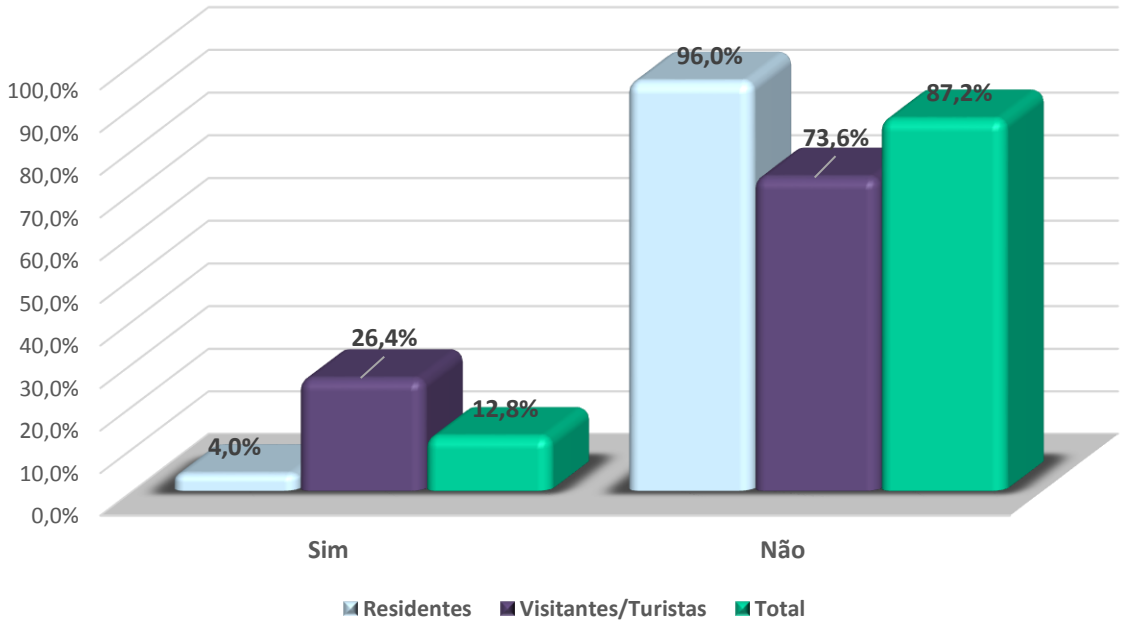


*Tabela 3 – Se já veio mais vezes, quantas edições do São João de Assú participou?*
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | % |
|---|---|
| 1 vez | 0,5% |
| 2 vezes | 6,7% |
| 3 vezes | 6,9% |
| 4 vezes | 5,7% |
| 5 vezes | 10,1% |
| 6 vezes | 2,1% |
| 7 vezes | 1,1% |
| 8 vezes | 1,8% |
| 9 vezes | 0,7% |
| 10 ou mais vezes | 63,1% |
| Não sabe/Não respondeu | 1,4% |

*Tabela 4 – Quantos dias pretende participar da festa?*
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de linha | Residentes | Visitantes e Turistas |
|---|---|---|
| Média Dias | 04 | 03 |

*Tabela 5 – É a primeira vez que participa da festa em relação ao tipo de público?*
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | % |
|---|---|
| 1 dia | 14,0% |
| 2 dias | 25,4% |
| 3 dias | 20,2% |
| 4 dias | 11,4% |
| 5 dias | 8,8% |
| 6 dias | 3,8% |
| 7 dias | 5,0% |
| 8 dias | 3,6% |
| 9 dias | 1,0% |
| 10 ou mais dias | 6,8% |

***Tabela 6 – Qual o motivo de participar dos festejos do São João de Assú? (Múltipla resposta)***

Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | % |
|---|---|
| Alegria/Animação/Diversão | 51,0% |
| Atrações Musicais | 41,0% |
| Festas Gratuitas nas ruas | 23,8% |
| Lazer/Turismo | 21,0% |
| Decoração da Cidade | 16,0% |
| Amigos e Família | 6,6% |
| Organização/Infraestrutura do Evento | 6,0% |
| Festejos Religioso | 4,2% |
| Tradição/Cultura | 3,6% |
| Parque de Diversão | 1,6% |
| Conhecer | 1,2% |
| Trabalho | 1,0% |
| Segurança | 0,8% |
| Culinária | 0,6% |
| Atendimento Geral | 0,4% |
| Prestigiar o evento | 0,4% |
| Compras | 0,2% |

***Gráfico 9 – Como o (a) Sr. (a) tomou conhecimento do São João de Assú? (Múltipla resposta)***

Fonte: Fecomércio RN

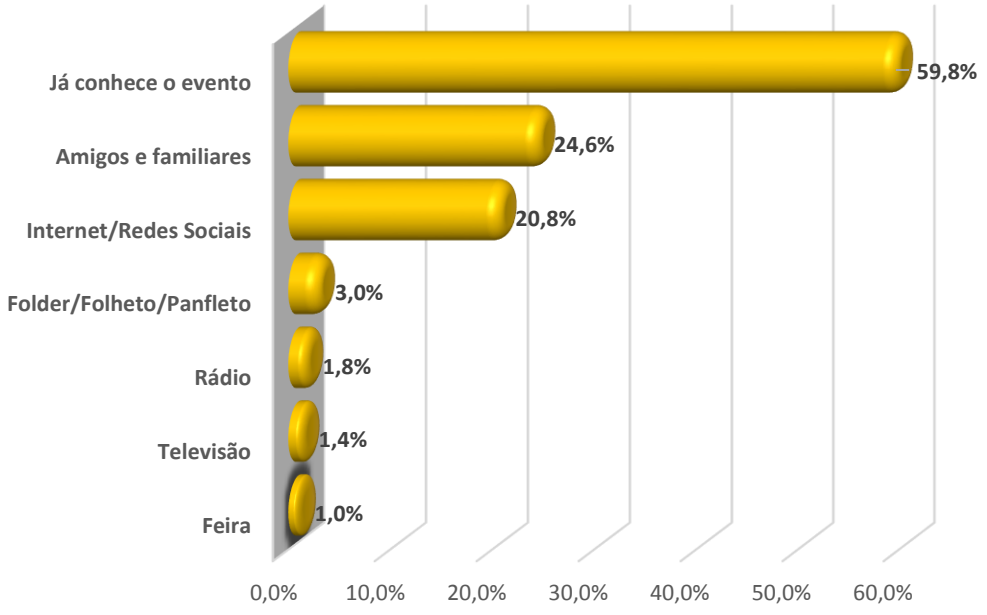
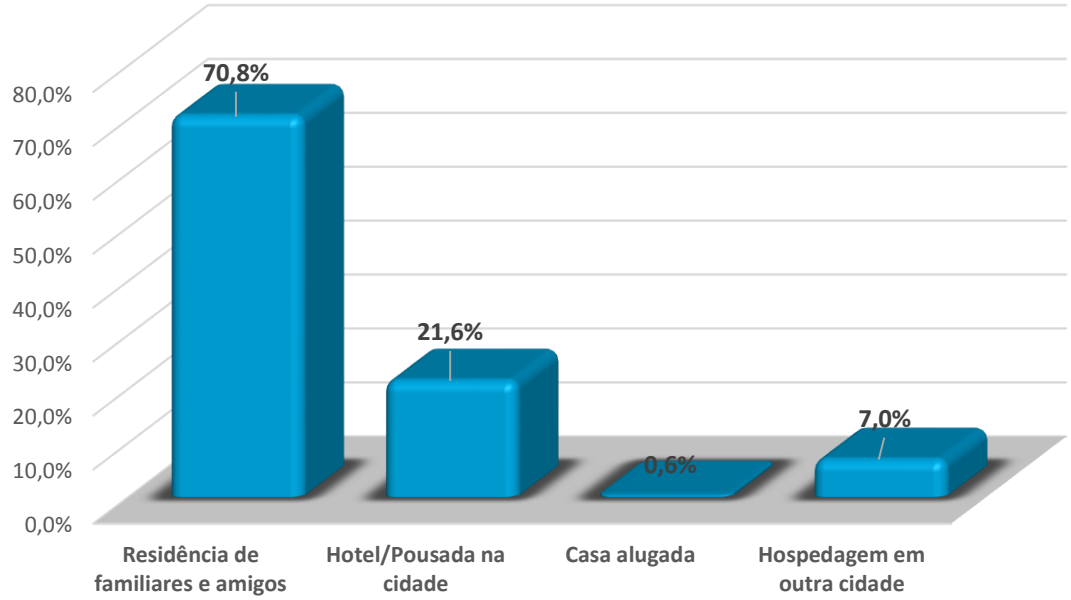


*Tabela 7 – Qual (is) do (s) atrativo (s) visitou durante a festa? (Múltipla resposta)*
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de Linha | % |
|---|---|
| Atrações Musicais | 43,2% |
| Festival de Quadrilhas Juninas | 30,8% |
| Restaurantes/Bares | 20,6% |
| Feiras/Artesanatos | 19,2% |
| Comércio local | 18,8% |
| Supermercados | 13,4% |
| Atrativos Culturais | 9,4% |
| Parque de Diversão | 2,0% |
| Barragem de Assú | 1,0% |
| Igreja/Novenas/Procissão | 1,0% |
| Arraiá do Jegue | 0,2% |
| Balneário | 0,2% |
| Lagoa | 0,2% |
| Outra Cidade | 0,2% |
| Nenhum | 9,2% |

*Gráfico 10 – Onde está hospedado, ou pretende se hospedar durante a sua estadia? (Para turistas)*
Fonte: Fecomércio RN



## *Gastos durante os festejos*

***Tabela 8 – Gasto médio diário individual dos assuenses durante os festejos juninos***
Fonte: Fecomércio RN

| Itens | Gasto médio individual por dia | |
|---|---|---|
| **Alimentação** | **R$** | **18,27** |
| **Transporte** | **R$** | **4,23** |
| **Diversão** | **R$** | **11,12** |
| **Compras (comércio/artesanato/feiras/etc.)** | **R$** | **20,49** |
| **Total** | **R$** | **54,11** |

***Tabela 9 – Gasto médio diário individual dos turistas e visitantes durante os festejos juninos***
Fonte: Fecomércio RN

| Itens | Gasto médio individual por dia | |
|---|---|---|
| **Hospedagem** | **R$** | **50,39** |
| **Alimentação** | **R$** | **23,80** |
| **Transporte** | **R$** | **8,27** |
| **Diversão** | **R$** | **14,68** |
| **Compras (comércio/artesanato/feiras/etc.)** | **R$** | **22,06** |
| **Total** | **R$** | **119,20** |

## *Aspectos avaliativos da festa*

***Tabela 10 – Avaliação dos itens a seguir:***
Fonte: Fecomércio RN

| Itens | Excelente | Bom | Regular | Ruim | Péssimo |
|---|---|---|---|---|---|
| Divulgação | 31,8% | 53,4% | 13,0% | 1,6% | 0,2% |
| Acesso ao local do evento | 28,1% | 57,2% | 11,0% | 2,8% | 0,8% |
| Estrutura | 34,1% | 57,7% | 6,8% | 1,4% | 0,0% |
| Atrações Musicais | 40,4% | 48,8% | 9,4% | 1,2% | 0,2% |
| Transportes | 15,9% | 55,8% | 21,9% | 4,8% | 1,6% |
| Organização do Evento | 33,0% | 57,9% | 8,9% | 0,2% | 0,0% |
| Decoração da Cidade | 45,1% | 46,3% | 7,6% | 0,6% | 0,4% |
| Locais de Alimentação | 28,1% | 62,1% | 9,1% | 0,4% | 0,2% |
| Hospedagem (turistas) | 48,6% | 48,6% | 2,7% | 0,0% | 0,0% |
| Segurança | 29,6% | 56,4% | 12,3% | 1,0% | 0,6% |
| Limpeza Urbana | 29,6% | 55,2% | 12,3% | 2,6% | 0,2% |
| Atrativos Culturais | 25,6% | 65,2% | 8,1% | 0,8% | 0,2% |
| Avaliação geral do evento | 54,8% | 40,9% | 4,1% | 0,2% | 0,0% |

## *Opinião sobre o São João de Assú*

***Gráfico 11 – O (a) Sr. (a) pretende participar do São João de Assú 2019?***
Fonte: Fecomércio RN

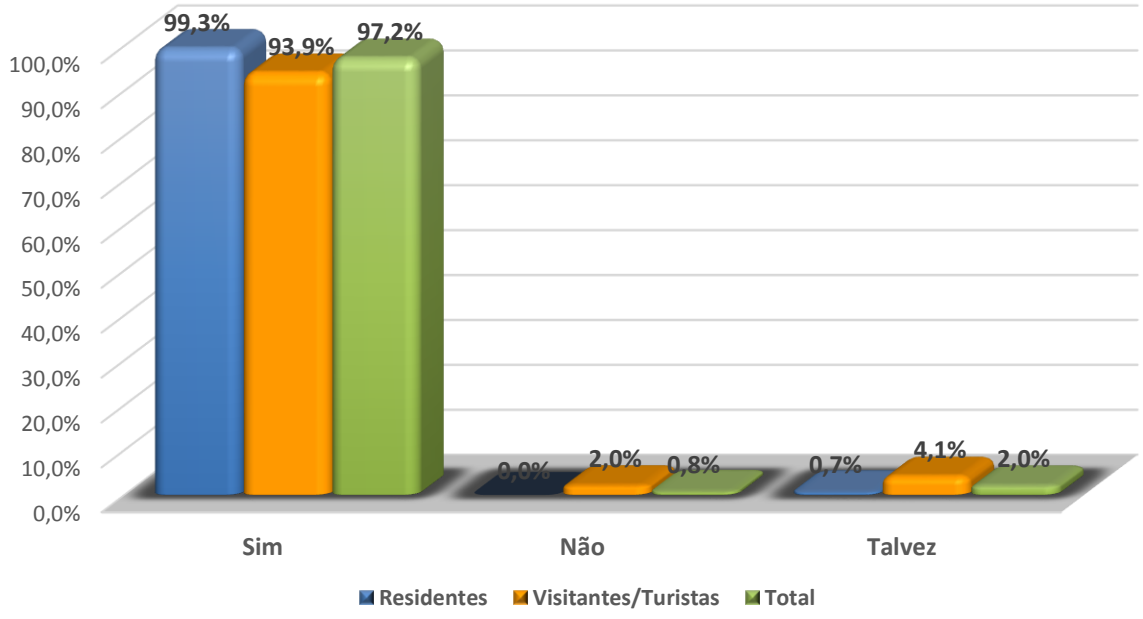


***Gráfico 12 – O (a) Sr. (a) recomendaria o São João de Assú?***
Fonte: Fecomércio RN

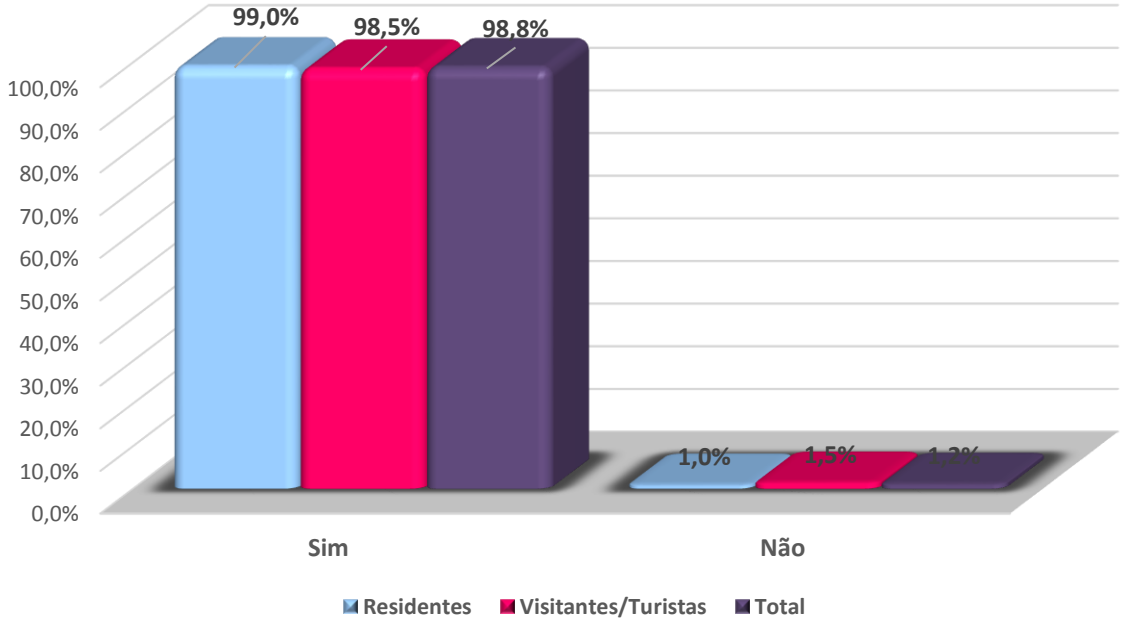



***Tabela 11 – Que nota, de 1 a 10, o (a) Sr. (a) daria para o São João de Assú 2018?***
Fonte: Fecomércio RN

| Rótulos de linha | Mínimo | Média | Máximo |
|---|---|---|---|
| **Nota** | **02** | **8,64** | **10** |

**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**

*Luiz Antonio Beserra Lacerda*
**Presidente em exercício**

*Jaime Mariz de Faria Júnior*
**Diretor Executivo**

EQUIPE DE PESQUISA

*Tiago Chacon Fontoura*
**Estatístico**

*Hugo Sergio*
*Nivaldo Gonçalves*
*Irismar Alves*
*Elizabeth Pontes*
**Pesquisadores**

*João Maria Soares*
**Estagiário**