PESQUISA
Perfil dos Foliões do Carnaval de Natal
2019

Natal, março de 2019

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 9

4 Análise gráfica 11

Perfil do público pesquisado 11

Caracterização da pesquisa 17

Gastos durante o Carnaval 22

Aspectos a melhorar e avaliação dos itens 24

1 Apresentação

O carnaval é uma festa popular mundialmente conhecida e celebrada em todo o Brasil, reunindo milhares de pessoas. O carnaval de rua de Natal tem se expandido a cada ano e se fixado como uma das grandes opções para quem quer festejar sem sair da cidade. Em 2019, além das atividades durante os dias de carnaval, a cidade teve uma ampla programação de prévias ainda durante o mês de fevereiro.

Os festejos do carnaval em Natal, mais uma vez, foram marcados por muita alegria, com programação gratuita em polos, com shows, blocos e dezenas de atrações, tanto nacionais quanto locais, que foram prestigiadas por uma multidão de foliões. O evento oficial contou com atrações entre os dias 28 de fevereiro e 05 de março, mas as prévias carnavalescas começaram ainda no mês de fevereiro. Em 2019, com o intuito de contemplar todas as regiões da cidade, a organização do evento distribuiu a festa em 6 polos: Ribeira, Ponta Negra, Petrópolis, Redinha, Centro Histórico e Zona Oeste (Bairro Nazaré).

Desta forma, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do 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 e avaliar a satisfação do público com o evento. Por isso, o resultado da pesquisa insere-se como instrumento para planejamento de investimentos e avaliação do grau de satisfação dos participantes, tanto para o setor público quanto para o privado.

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 da Fecomércio RN realizou em fevereiro e março mais uma ampla pesquisa sobre o Carnaval de Natal, incluindo entrevistas com foliões nas prévias carnavalescas e nos polos espalhados pela cidade durante o carnaval. Ao todo, foram pesquisadas 800 pessoas entre os dias 15 de fevereiro e 05 de março de 2019.

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 3,5 pontos percentuais para mais ou para menos, com nível de confiança de 95%.

O instrumento de pesquisa foi um questionário padronizado, constando de perguntas 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, digitadas e tabuladas 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

Sobre o perfil dos participantes do carnaval de Natal 2019, a pesquisa constatou que, neste ano, 50,5% dos foliões eram do sexo masculino e 49,5% do sexo feminino, comportamento semelhante às outras edições.

Com relação à faixa etária dos foliões, 27,1% eram pessoas com idades entre 25 e 34 anos; 26,1% com idade entre 45 e 59 anos; 24% entre 34 e 44 anos; 14,8% entre 16 e 24 anos; e 8% com idade acima de 60 anos. Os dados deste ano apresentaram uma similaridade com os dos anos anteriores. Se comparados aos dados de 2018, pequenas diferenças na presença de pessoas nas faixas de 45 a 59 anos e acima de 60 anos, com aumentos de 3,3 pontos percentuais e 3,1 pontos percentuais, respectivamente.

Acerca do nível de instrução informado pelos participantes do carnaval de Natal 2019, temos 55,1% da amostra com o nível superior incompleto ou completo; 38,4% com ensino médio; e 6,5% dos entrevistados que afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino.

A maior parte (40,2%) das pessoas que estiveram na festa possuía renda familiar de até R$ 3.500,00. Outros 29,6% dos participantes entrevistados declararam renda média familiar entre R$ 3.501,00 e R$ 7.000,00; 13,6% entre R$ 7.001,00 e R$ 10.000,00; e 15,3% com renda de mais de R$ 10.00,00. Historicamente, mais de 60% do público que participa da festa declara estar nas duas primeiras faixas de renda. Vale ressaltar que o percentual de pessoas presentes na festa com rendimentos familiares acima de R$ 10 mil foi de 11%, em 2018; e 15,3%, em 2019.

Em referência ao estado civil dos participantes entrevistados em 2019, a maioria (49,1%) afirmou ser solteiro; 41% se declaram casados; 7,8% divorciados ou separados e 2% declararam ter outros tipos de estado civil. 41,8% dos entrevistaram passaram o carnaval com familiares; 29,6% com amigos; 19,7% em casais; e 9,3% estavam sozinhos. Configuração semelhante à pesquisa do ano anterior.

Mais um resultado importante desta pesquisa é a identificação da parcela dos participantes nativos e dos turistas que estiveram no carnaval de Natal. São considerados como nativos os natalenses e visitantes locais provenientes do Estado, e ao longo dos anos, observa-se que a grande maioria dos foliões do carnaval de Natal é potiguar. Em 2019, 78,4% dos participantes foram do estado, destes 70,4% era de Natal. Os demais norte-riograndenses vieram de Parnamirim, São Gonçalo do Amarante, Mossoró, Macaíba, Monte Alegre, Bom Jesus, Ceará Mirim, Currais Novos, Nova Cruz, Macau e outros.

O percentual de turistas que prestigiaram o carnaval foi de 21,6% do total do público, semelhante ao que foi visto em 2018 (21,7%). Neste ano, os turistas que visitaram o Carnaval de Natal vieram principalmente do Pernambuco (8%); São Paulo (3,2%); Rio de Janeiro (1,9%); Ceará (1,6%); Paraíba (1,5%); Bahia (1,4%); Minas Gerais (0,6%); Rio Grande do Sul (1,3%); Distrito Federal (1,1%); Sergipe (0,5%) e Alagoas (0,4%). Destaque para os estados da Região Nordeste, que correspondeu a 13,3% do total de turistas presentes.

Ainda sobre a origem, 99,8% dos entrevistados eram brasileiros e 0,2% de procedência internacional, com representantes de dois países, principalmente: Argentina e Portugal.

Na pesquisa deste ano, foi questionado somente aos turistas qual a influência que a programação do evento teve na tomada de decisão de vir para Natal no período. 27,7% disseram que a programação influenciou muito; 17,5% declararam que influenciou pouco; e 54,8% relataram que a programação do carnaval não influenciou nada na vinda para Natal nesse período.

Além disso, verificou-se que entre os fatores mais importantes na escolha de Natal como destino turístico nessa época do ano estão: atrativos naturais (68,4%); indicação de parentes e amigos (19,2%); programação do carnaval (10,2%); e o preço (7,9%). Esses dados reforçam a tese de que a maioria dos turistas que participa do Carnaval de Natal vem a passeio, e na ocasião, aproveita e prestigia as atrações do evento.

Aspectos específicos

Outro elemento importante para o planejamento do evento nos próximos anos é a quantidade de dias que as pessoas festejam o carnaval. Os dados apurados revelaram que os participantes, tanto nativos quanto turistas, apresentaram pretensão de brincar, em média, três dias o carnaval de Natal.

Questionados se estavam no carnaval de Natal pela primeira vez, quase três em cada dez (29%) afirmaram que sim, e 71% disseram que não, ou seja, a maioria já havia participado de outras edições do evento. Observa-se que há participantes que retornaram ao evento; e que há um número significativo de novos foliões, e que avaliam positivamente a festa.

Dados coletados mostraram que 76,1% dos participantes dos festejos de momo na capital potiguar não pretendiam ir para outra cidade durante o Carnaval 2019, enquanto 23,9% dos foliões entrevistados desejavam frequentar outras localidades durante o período de festas. Entre os turistas, o índice dos que pretendiam visitar outras cidades durante o carnaval aumenta para 32,8%.

Sobre os atrativos, 35,1% dos entrevistados responderam que escolheram passar o Carnaval em Natal por conta das atrações musicais. A alegria/animação/folia na cidade foi citada por 22,8% dos entrevistados. As praias da capital foram outras opções bastante mencionadas, com 18% das respostas. A economia/situação financeira (13,4%) e a organização do evento (11,9%) também aparecem como fatores determinantes pela preferência por Natal, assim como, as festas gratuitas nas ruas (11,8%); comodidade (4,5%); localização (3,9%); família/amigos (2,9%); tranquilidade (2,6%); entre outros fatores motivadores.

Como principal meio para chegar ao evento, as pessoas usaram o transporte privado por aplicativo (41,2%). Em seguida aparece o uso de carro particular (34,8%); ônibus (14,1%); deslocamento a pé (10%); o táxi (2,6%); carros alugados (1,9%); e outros (1,7%). Na comparação com 2018, o aumento foi maior entre os que optaram por se deslocar em transporte privado por aplicativo, com 6,1 pontos percentuais.

A pesquisa apurou ainda que 28,5% dos participantes entrevistados ficaram sabendo do Carnaval de Natal por meio das redes sociais. Em seguida aparece como destaque a televisão, com 20,5% das citações. Logo após surgem os comentários de parentes e amigos, com 19,2% das respostas. Seguidos por canais de internet, com 15,7% das indicações. 14,2% do público declararam que já conheciam o evento. Na comparação com os anos anteriores, evidência para o aumento das proporções de pessoas que tomaram conhecimento através das redes sociais.

As atrações mais frequentadas foram os shows musicais, que foram citados por 86,7% dos entrevistados. Os blocos de rua foram citados por 39,7% das pessoas e as praias da cidade por 23,6%. Os foliões também festejaram o Carnaval participando de marchinhas/orquestras de frevo (4,6%); se divertindo em festas privadas (3,7%); assistindo a desfiles das escolas de samba (3,2%); e, ainda, e em casas (1,5%). Nota-se que o somatório das citações supera os 100%, isso porque muitos foliões confirmaram a participação em mais de um evento. Destaque para o aumento de 8,6 pontos percentuais na proporção de pessoas que participaram de blocos de rua em relação à pesquisa do ano passado.

Assim como em 2018, os polos de apresentação das atrações musicais e eventos (90%) foram os pontos mais visitados pelos participantes durante o carnaval de Natal. As praias ficaram na segunda posição, com 59,1% das respostas. Os bares/restaurantes/lanchonetes surgem, em seguida, com 38,1% das citações. Após aparecem o comércio de artesanato (15,5%); os supermercados (14,1%); e os shoppings/comércio (8,1%). Cumpre frisar que esta questão permitiu ao entrevistado mencionar mais de uma resposta.

Gastos

Com relação ao gasto médio dos foliões no carnaval, o relatório evidencia a média de custos daqueles participantes que declararam algum tipo de despesa na festa, seja ela com alimentação, transporte local, diversão ou compras.

De acordo com os dados verificados na pesquisa, o gasto médio individual por dia dos nativos, no carnaval de Natal 2019, foi de R$ 68,56. Em 2018, o valor calculado tinha sido de R$ 65,17. Na divisão por segmento, os percentuais de gastos individuais diários dos foliões locais foram direcionados para alimentação/bebidas (55,3%); transporte (16,5%); diversão (10,2%) e compras (18%).

No que diz respeito aos turistas, o gasto médio individual diário foi de R$ 120,64. Na segmentação por atividade econômica, constatou-se que a proporção de gasto médio individual diário foi de 53,9% com alimentação/bebidas; 11,9% com transporte local; 13,8% com diversão; e 20,3% com compras.

Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal

Este tópico visa apresentar os principais resultados coletados sobre a avaliação que os foliões fizeram dos diversos fatores 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.

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.

Sobre a avaliação, todos os itens relacionados tiveram avaliações predominantemente positivas, numa escala que varia de 1,0 (um) a 10,0 (dez) – sendo 1,0 (um) a pior avaliação e 10 (dez) a melhor.

Entre os aspectos que mais agradaram os participantes do Carnaval de Natal estão a hospitalidade do povo que foi avaliada pelos turistas em 8,97 pontos. A diversão na cidade durante os festejos do carnaval foi o segundo item melhor avaliado pelo público, com média 8,73. As atrações musicais do carnaval de Natal receberam nota média 8,71 do público que esteve presente nos eventos. Quem foi para hotel ou pousada (meios de hospedagem) deu nota média 8,71 para os empreendimentos. A organização dos eventos foi avaliada com nota média 8,68, seguida pelas informações turísticas (8,61). Outros itens avaliados foram atrativos culturais (8,57); atendimentos nos polos (8,54); infraestrutura (8,44); comércio (8,38); locais de alimentação (8,32); acesso e transporte (8,26); segurança pública (8,25) e limpeza urbana (8,19).

75,7% dos entrevistados pretendem participar de uma próxima edição do evento em Natal. Entre os nativos, o percentual de retorno sobe para 83% dos entrevistados que desejam retornar ao próximo carnaval.

A grande maioria (95,6%) dos foliões indicaria o carnaval de Natal a parentes e ou amigos. Índice semelhante ao da mesma pesquisa realizada no ano passado.

A pesquisa analisou também o grau de satisfação dos entrevistados com o carnaval. A avaliação geral do evento, em uma escala de um a dez pontos, alcançou o valor de 8,81 pontos na opinião do público de 2019. Avaliação superior à registrada no ano passado, que havia sido de 8,65.

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

4 Análise gráfica

Perfil do público pesquisado

Gráfico 1 – Sexo.
Fonte: Fecomércio/RN

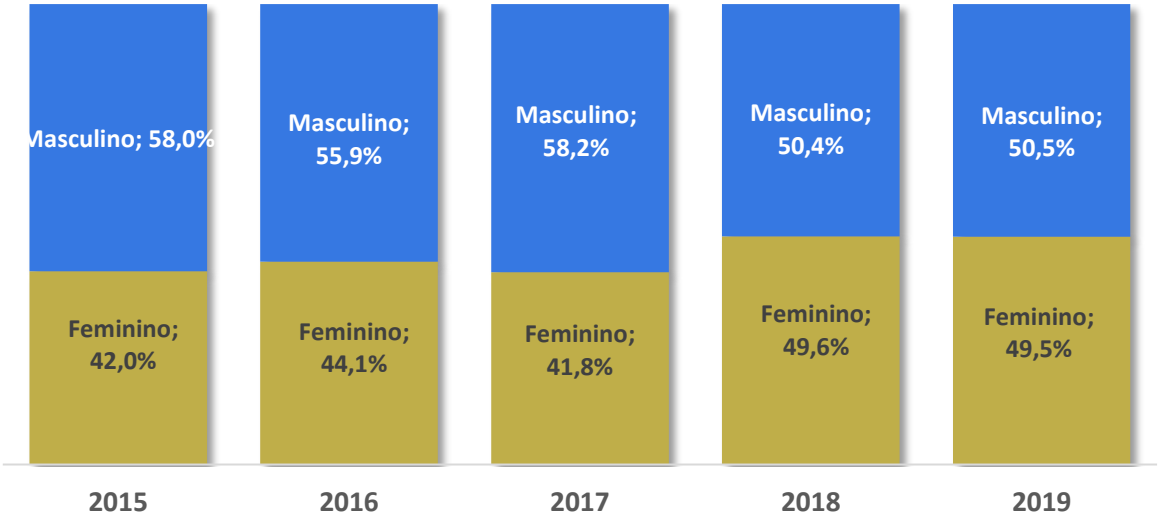


Gráfico 2 – Faixa etária.
Fonte: Fecomércio/RN

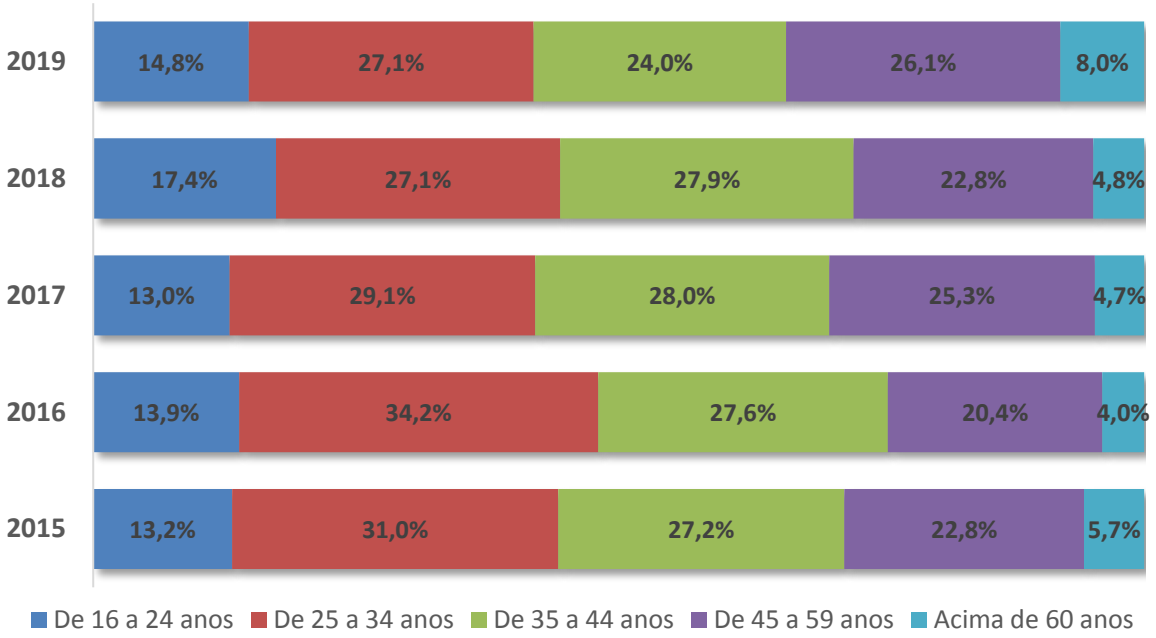


Gráfico 3 – Estado civil.
Fonte: *Fecomércio*/RN

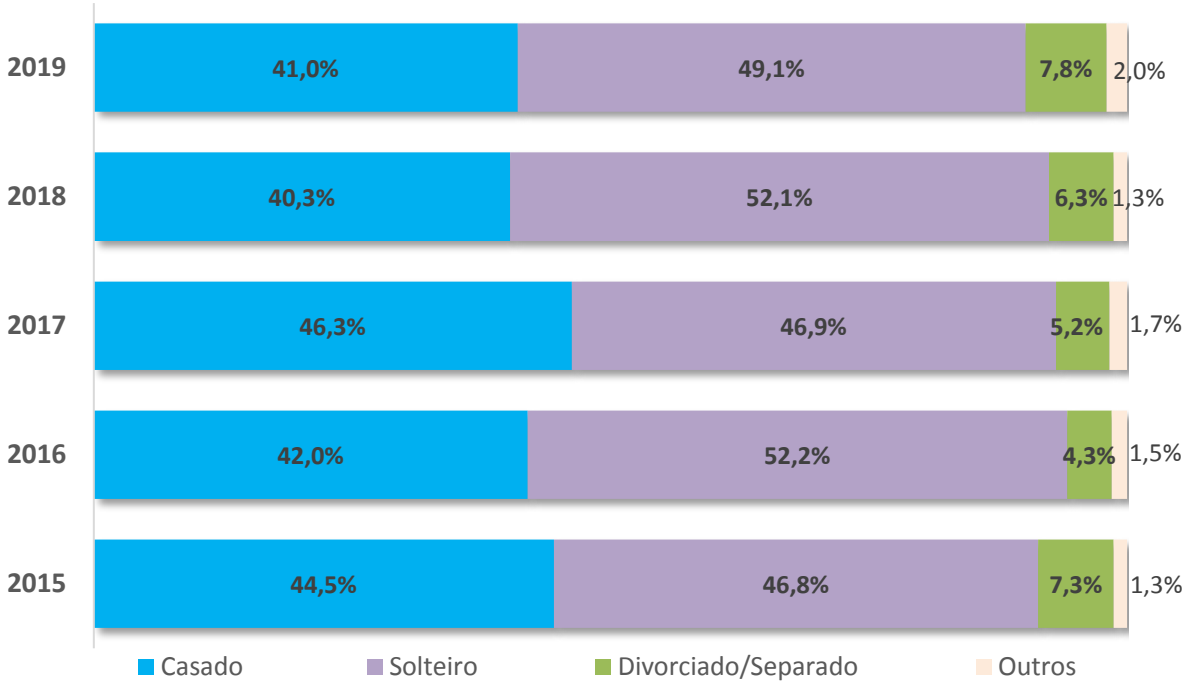


Gráfico 4 – Escolaridade.
Fonte: Fecomércio/RN

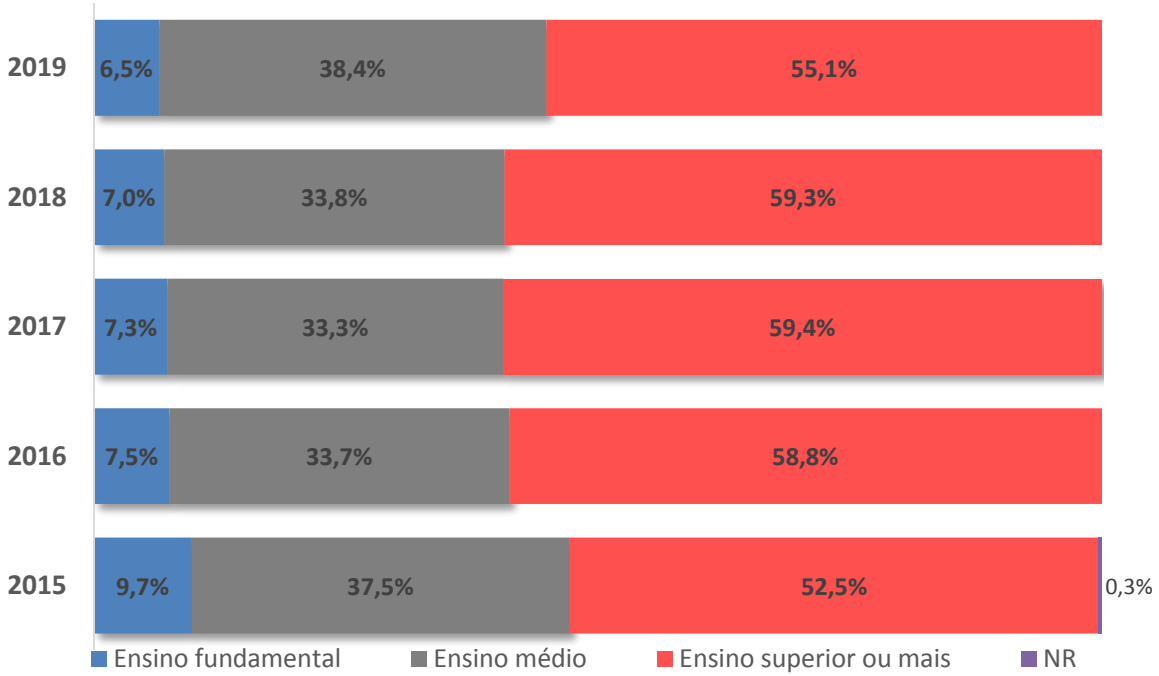


Gráfico 5– Renda mensal familiar.
Fonte: Fecomércio/RN

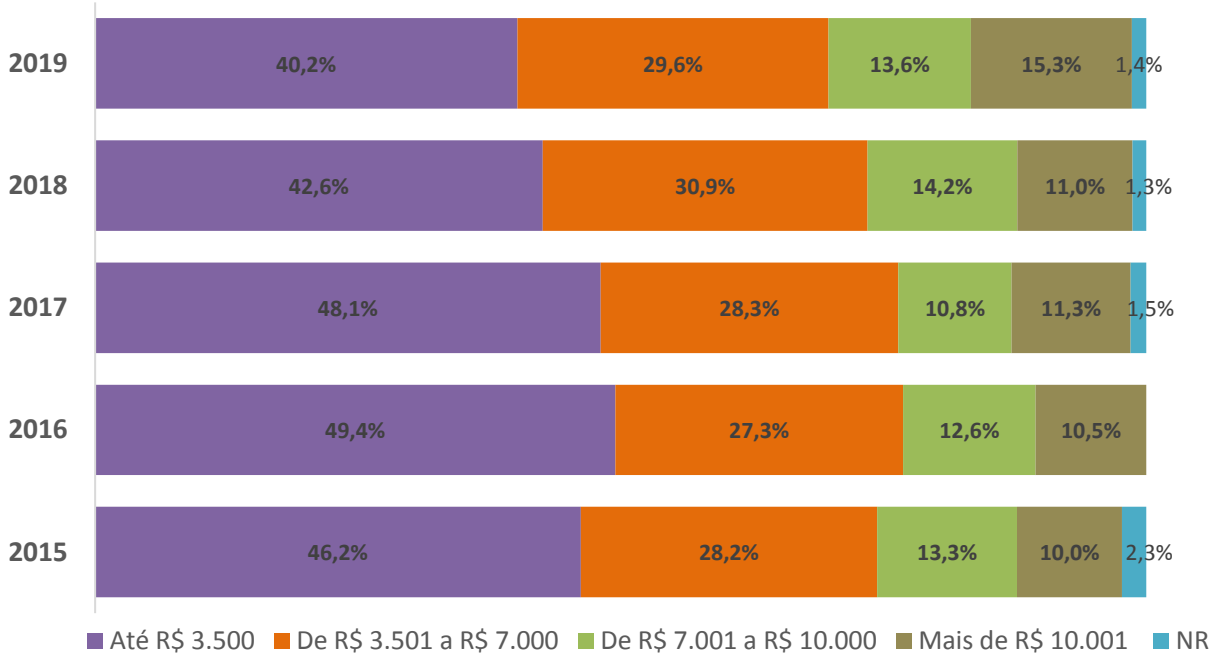


Gráfico 6 – Com quem passou o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

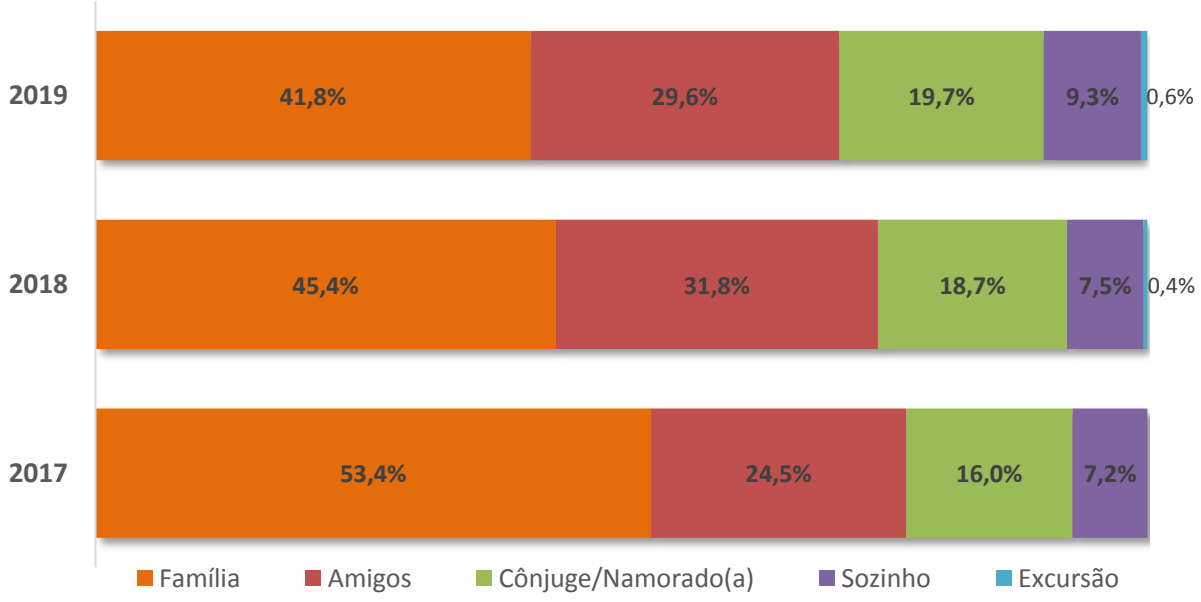


Gráfico 7 – Tipo de público.
Fonte: Fecomércio/RN

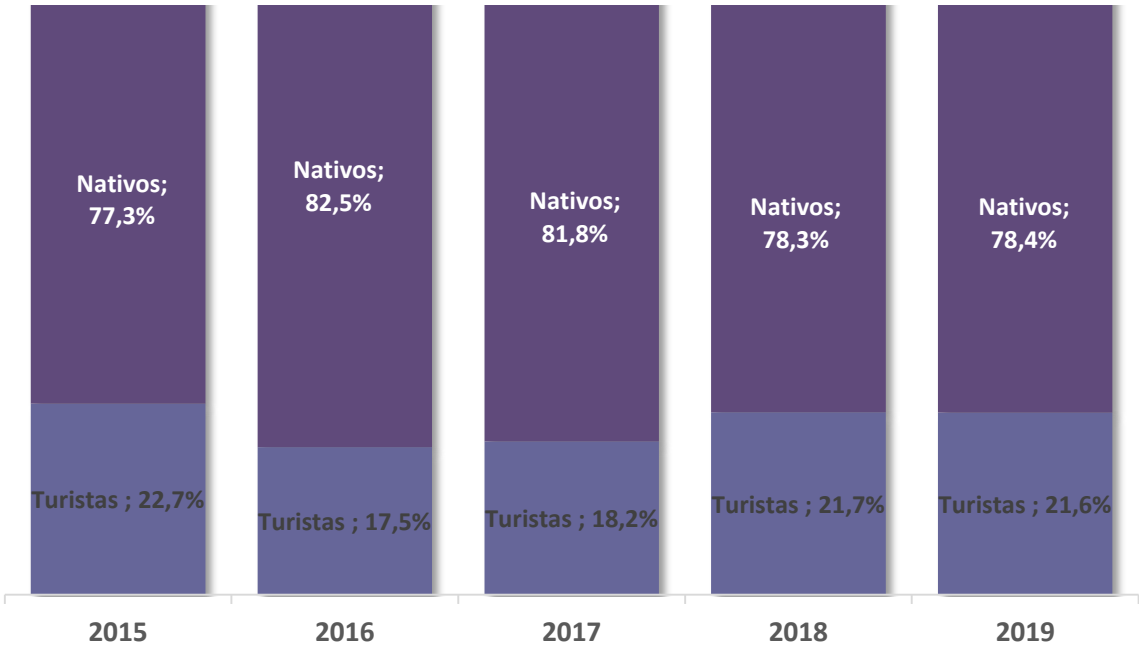


Gráfico 8 – localidade dos turistas.
Fonte: Fecomércio/RN

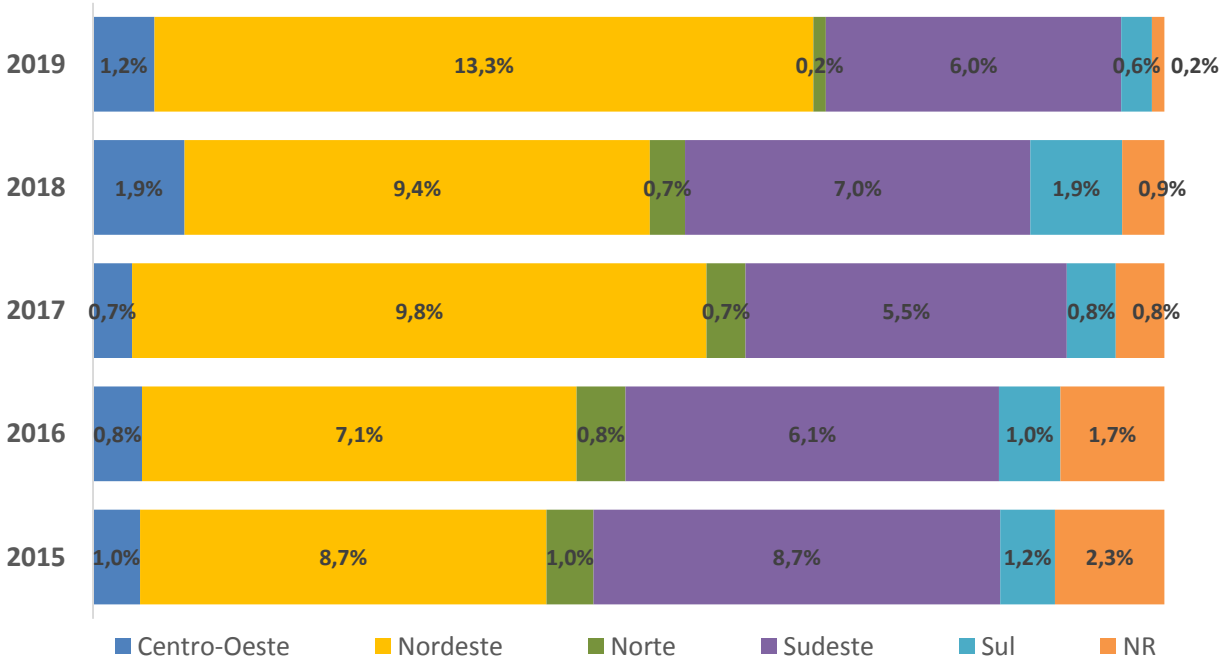


Gráfico 9 – Nacionalidade.
Fonte: Fecomércio/RN

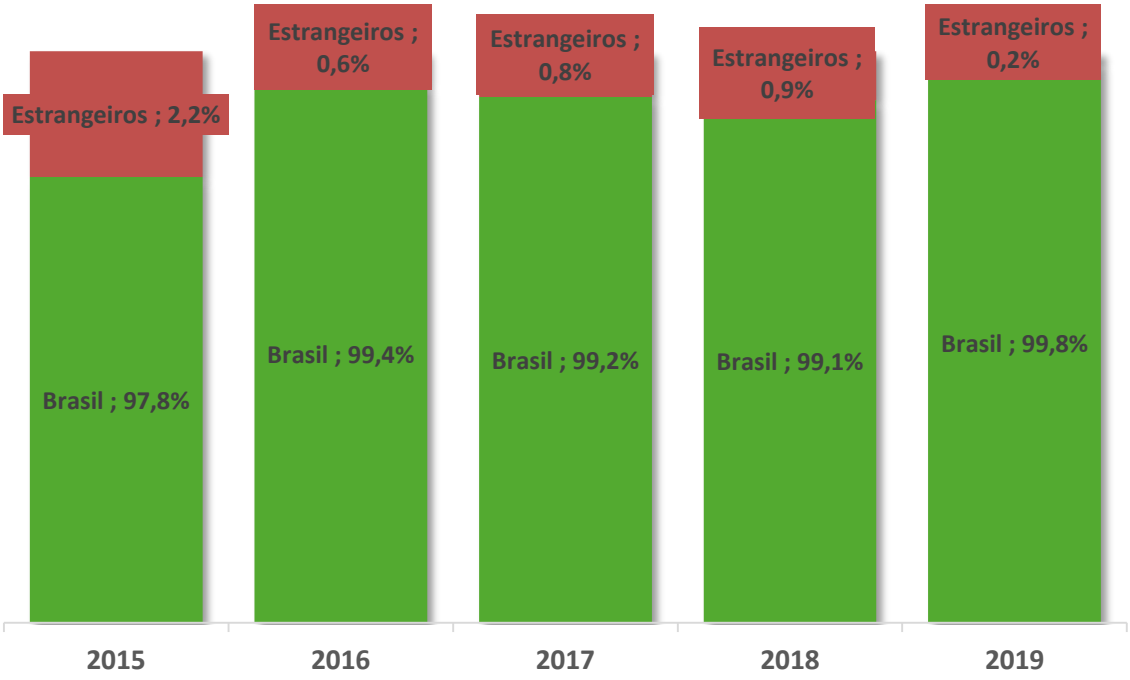


Tabela 1 – Estado de origem dos foliões.
Fonte: Fecomércio/RN

Origem	2015	2016	2017	2018	2019
RN	77,3%	84,8%	81,7%	78,3%	78,4%
PE	3,7%	2,0%	5,7%	4,4%	8,0%
RJ	3,5%	1,8%	2,3%	2,4%	1,9%
SP	3,5%	2,9%	2,3%	3,1%	3,2%
CE	1,8%	1,2%	1,0%	1,3%	1,6%
MG	1,5%	0,9%	0,8%	1,3%	0,6%
PB	1,5%	1,2%	1,8%	1,9%	1,5%
PR	0,2%	0,5%	0,8%	0,6%	0,1%
BA	1,3%	1,5%	0,3%	0,7%	1,4%
RS	1,0%	0,5%	-	1,3%	0,4%
DF	0,5%	0,6%	0,2%	1,1%	0,5%
GO	0,2%	-	0,2%	0,6%	0,2%
SE	-	-	0,3%	0,4%	0,5%
AL	0,3%	0,2%	0,5%	0,1%	0,4%
AM	0,3%	-	0,3%	0,3%	0,1%
MS	-	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%
Estrangeiros	2,2%	0,6%	0,8%	0,9%	0,2%
Outros	2,0%	1,1%	0,8%	1,1%	0,9%

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

Cidade	2015	2016	2017	2018	2019
Natal	70,2%	78,1%	74,6%	71,2%	70,4%
Parnamirim	3,3%	3,7%	5,3%	2,8%	3,6%
Recife	2,0%	0,9%	3,8%	2,1%	4,5%
Rio de Janeiro	3,0%	1,5%	1,7%	2,0%	1,5%
Salvador	0,7%	1,1%	0,3%	0,4%	0,5%
Fortaleza	1,5%	0,9%	1,0%	0,9%	1,1%
São Paulo	2,2%	1,8%	1,0%	2,4%	1,5%
João Pessoa	0,2%	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%
Brasília	0,5%	0,6%	0,2%	1,1%	0,5%
São Gonçalo do Amarante	0,2%	1,4%	0,7%	0,7%	0,7%
Belo Horizonte	0,8%	0,5%	0,5%	0,7%	0,1%
Mossoró	0,8%	0,5%	0,5%	0,7%	0,6%
Campina Grande	0,3%	0,3%	0,3%	0,7%	0,4%
Porto Alegre	0,5%	0,0%	0,2%	0,6%	0,2%
Macaíba	0,2%	0,0%	0,2%	0,1%	0,5%
Extremoz	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	0,5%
Ceará Mirim	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,1%
Outras	13,7%	8,1%	9,0%	11,7%	12,5%

Caracterização da pesquisa

Gráfico 10 – É a primeira vez que passa o Carnaval em Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

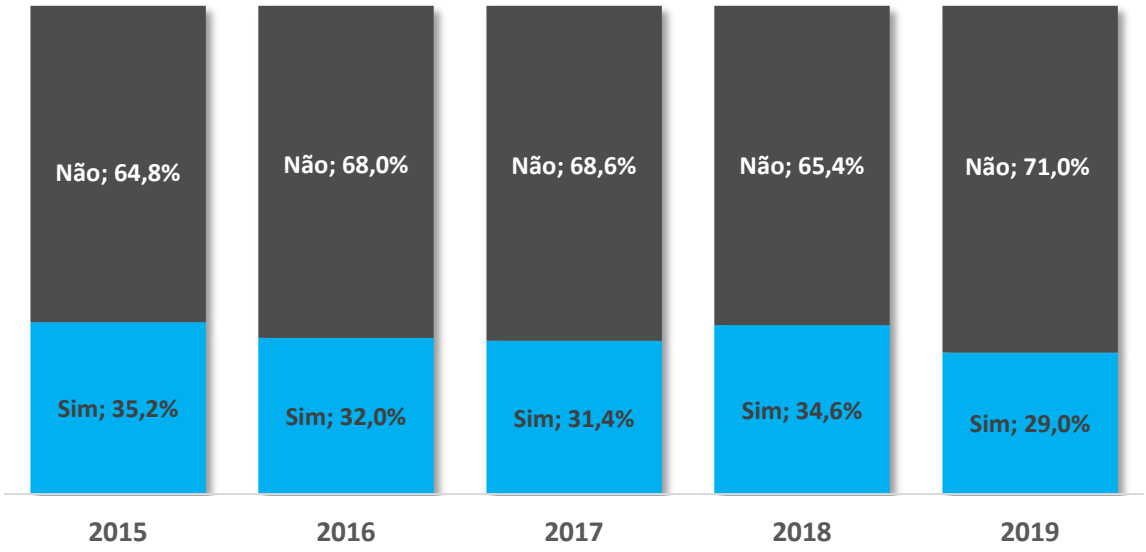


Gráfico 11 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende participar do carnaval de Natal? Nº Dias
Fonte: Fecomércio/RN

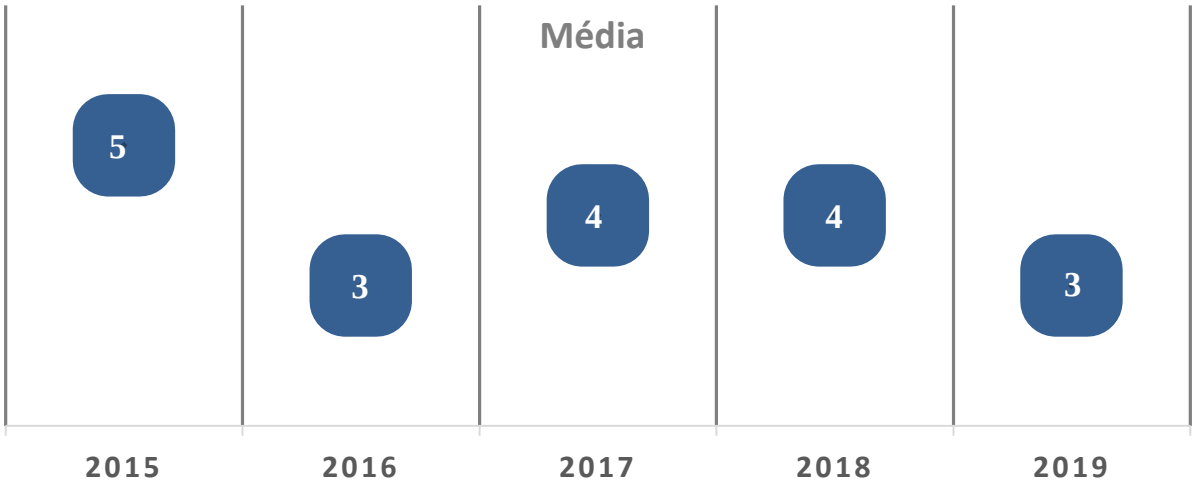


Gráfico 12 – Em 2018, onde o (a) sr. (a) passou o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

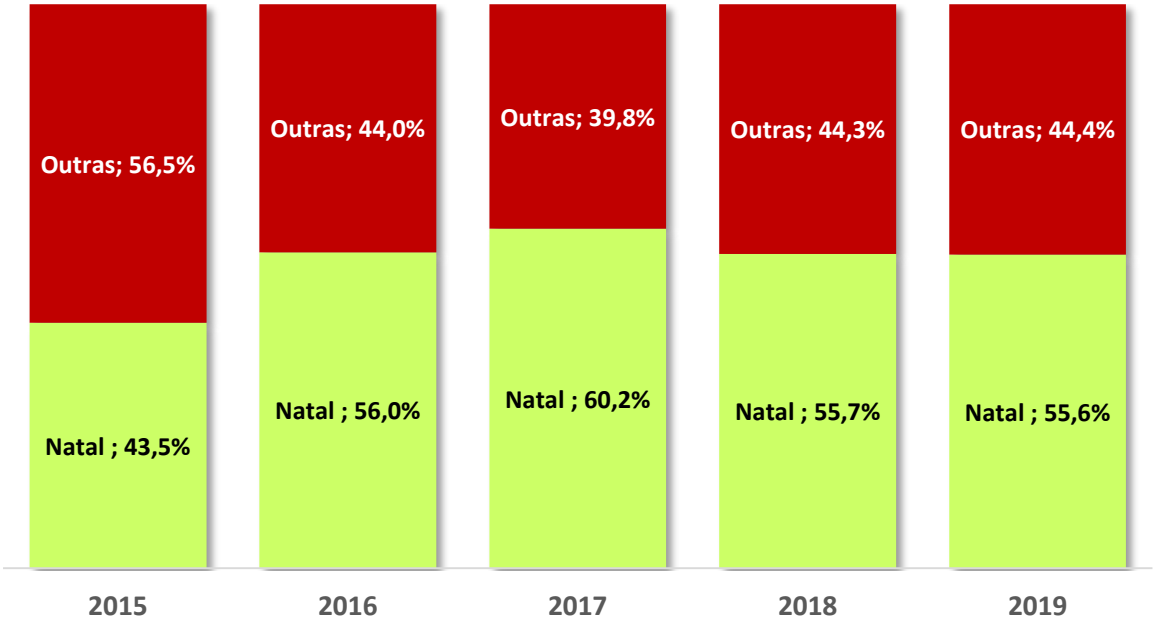


Gráfico 13 – Além de Natal, o (a) sr. (a) visitou/pretende outro lugar durante o Carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

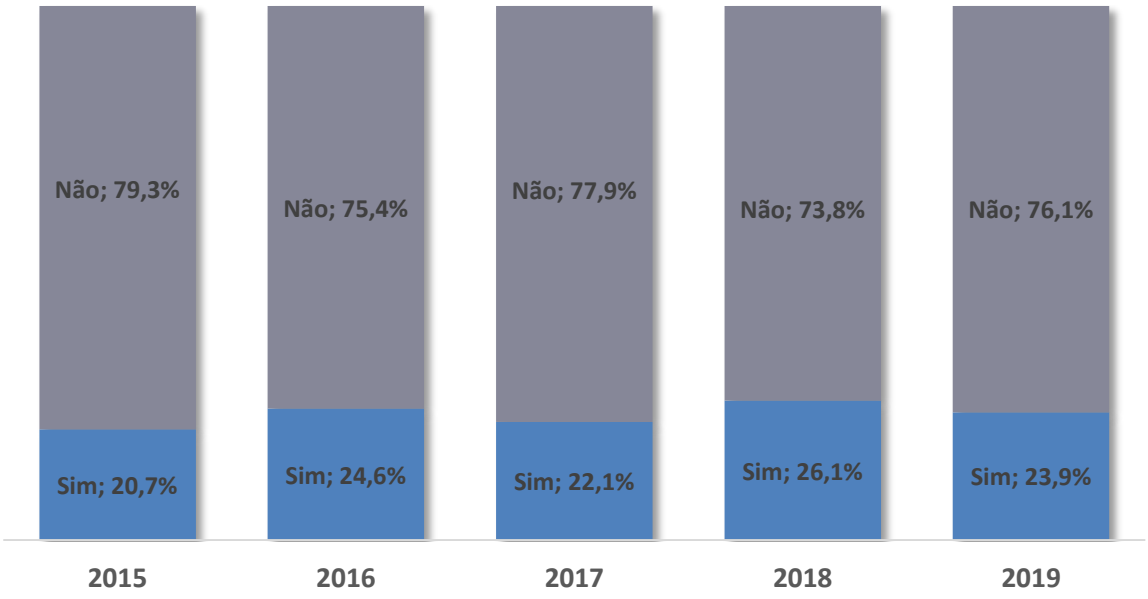


Tabela 3 – Porque escolheu Natal para passar o Carnaval? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN

Motivo	2015	2016	2017	2018	2019
Atrações musicais	40,0%	40,0%	24,2%	32,3%	35,1%
Alegria/Animação/Folia	3,3%	7,7%	11,3%	18,1%	22,8%
Praias	23,0%	10,7%	13,2%	14,0%	18,0%
Economia	8,7%	4,4%	15,3%	15,7%	13,4%
Organização/infraestrutura do evento	6,5%	7,2%	8,0%	12,7%	11,9%
Festas gratuitas nas ruas	21,0%	18,1%	19,8%	16,7%	11,8%
Comodidade	2,3%	1,4%	7,5%	5,0%	4,5%
Proximidade/Localização	5,7%	11,5%	8,6%	3,7%	3,9%
Família/Amigos	9,2%	5,5%	5,2%	5,0%	2,9%
Tranquilidade	4,3%	5,1%	4,3%	2,7%	2,6%
Outros	18,7%	11,1%	12,0%	13,8%	8,2%

Gráfico 14 – Como vai se deslocar durante o carnaval?
Fonte: Fecomércio/RN

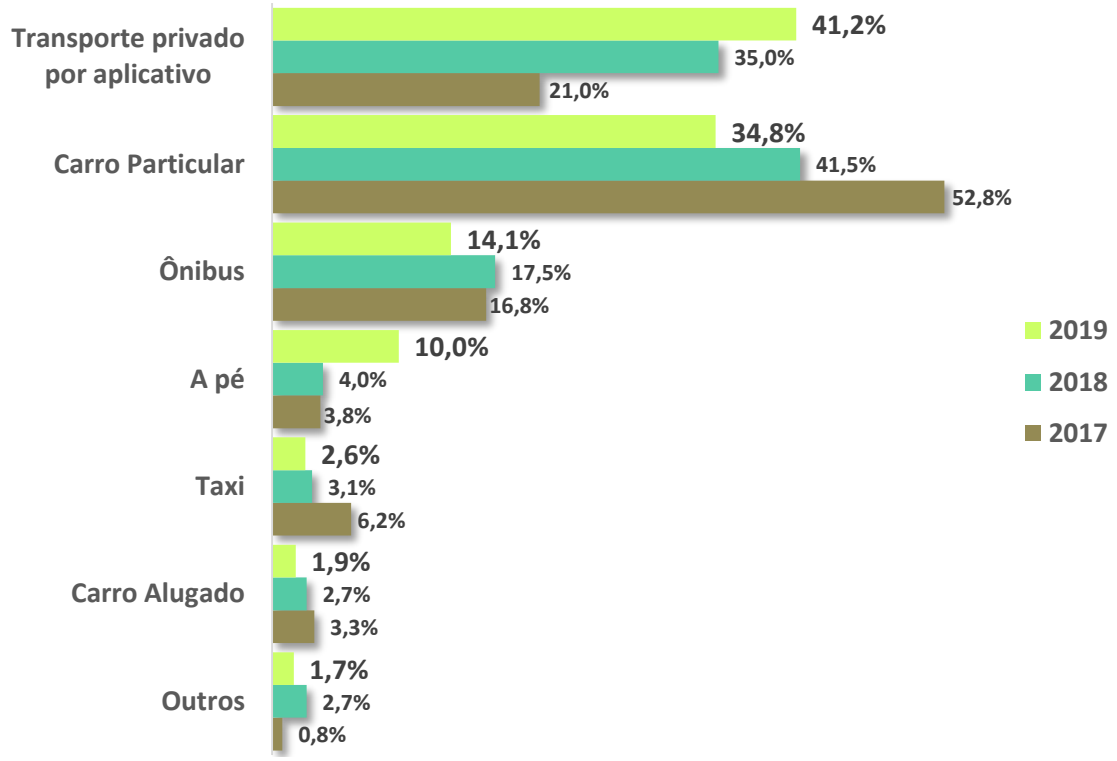


Tabela 4 – Como o(a) sr. (a) tomou conhecimento do Carnaval de Natal? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	2015	2016	2017	2018	2019
Redes sociais	11,3%	11,8%	20,6%	23,4%	28,5%
Televisão	46,2%	33,2%	26,5%	24,6%	20,5%
Amigos e familiares	23,5%	22,4%	19,0%	26,9%	19,2%
Internet	26,0%	17,8%	13,1%	19,5%	15,7%
Já conhece o evento	6,5%	17,0%	30,1%	18,7%	14,2%
No local	2,1%	0,9%	1,2%	3,0%	8,8%
Rádio	0,8%	0,2%	0,8%	0,7%	1,1%
Outros	9,0%	1,8%	1,5%	4,1%	2,0%

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

Rótulos de linha	2016	2017	2018	2019
Shows musicais	75,7%	82,7%	83,6%	86,7%
Blocos	46,8%	33,3%	31,1%	39,7%
Praias	-	1,2%	21,9%	23,6%
Marchinhas	13,8%	11,1%	9,4%	4,6%
Festas privadas	6,5%	4,3%	3,0%	3,7%
Desfile das escolas de samba	6,7%	7,0%	6,0%	3,2%
Casa	-	4,8%	2,8%	1,5%
Outros	-	1,3%	0,3%	0,4%

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	2019
Atrações musicais/eventos	79,2%	89,6%	81,8%	81,6%	90,0%
Praias	68,5%	60,6%	62,3%	65,1%	59,1%
Restaurantes/Bares	27,2%	18,5%	26,2%	33,2%	38,1%
Artesanatos	12,2%	7,8%	10,5%	16,7%	15,5%
Supermercado	7,2%	3,7%	5,7%	14,8%	14,1%
Shoppings	14,0%	8,6%	17,2%	20,8%	8,1%
Atrativos culturais	6,8%	7,7%	4,3%	8,1%	2,7%
Outros	4,5%	2,6%	3,3%	4,4%	2,9%

Gráfico 15 – (Se turista) Em qual medida a programação de carnaval promovida pela prefeitura de Natal influenciou na sua decisão de vir para Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

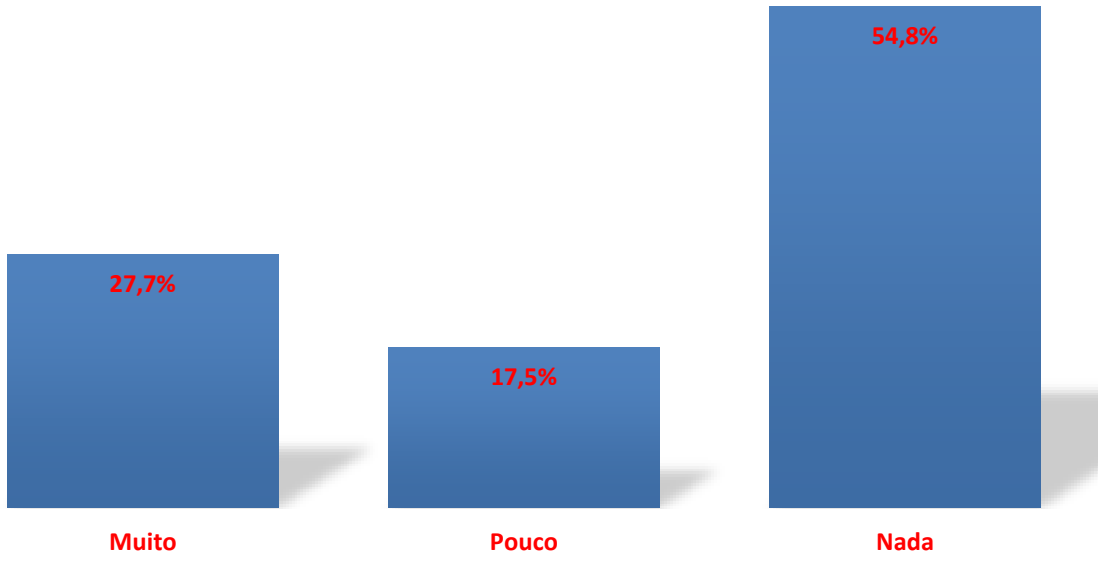
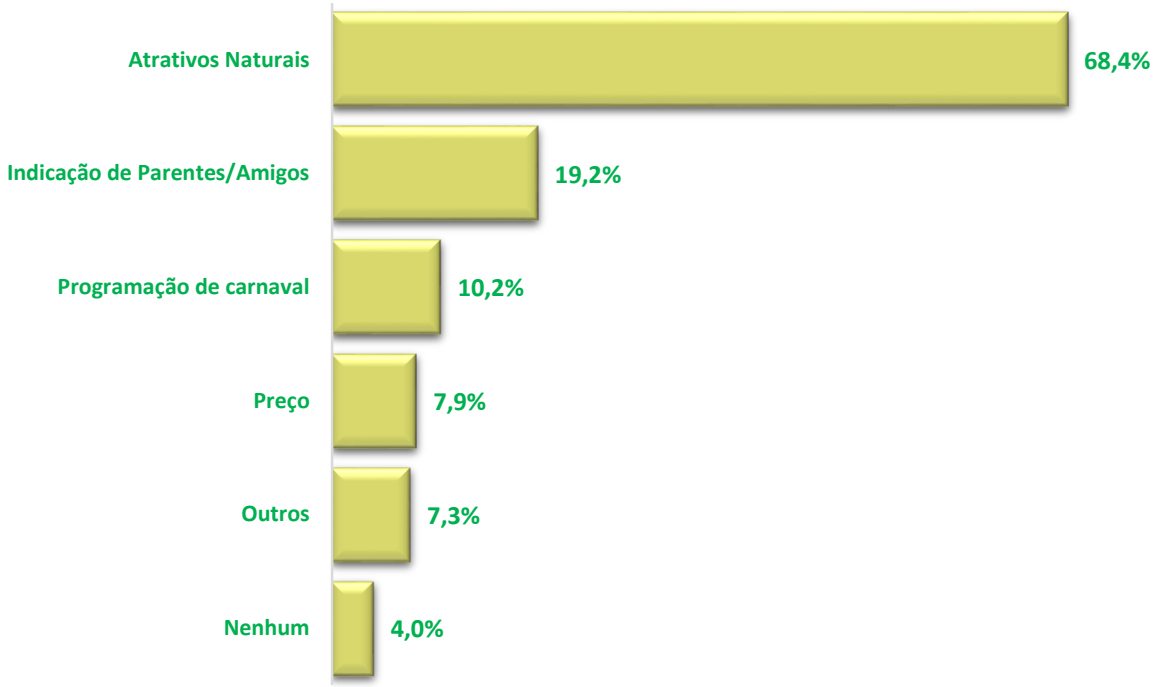


Gráfico 16 – (Se turista) Dos itens abaixo, indique qual (is) o (s) mais importante (s) para a escolha de Natal como o destino de viagem nesse período?
Fonte: Fecomércio/RN



Gastos durante o Carnaval

Gráfico 17 – Gasto médio individual por dia dos natalenses e visitantes (nativos) no Carnaval.
Fonte: Fecomércio/RN

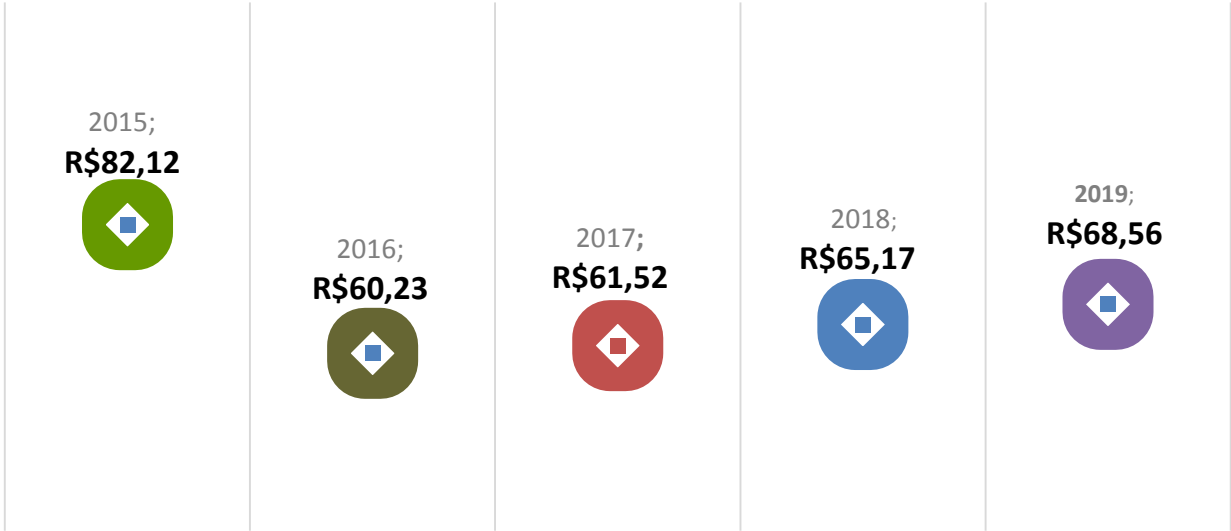


Tabela 7 – Distribuição dos gastos dos natalenses e visitantes(nativos) por atividade.
Fonte: Fecomércio/RN

Segmento	2015	2016	2017	2018	2019
Alimentação	34,1%	27,3%	38,1%	59,7%	55,3%
Transporte local	11,5%	11,5%	14,0%	18,6%	16,5%
Diversão	28,3%	39,0%	24,4%	8,3%	10,2%
Compras	26,1%	22,2%	23,6%	13,4%	18,0%

Gráfico 18 – Gasto médio individual por dia do turista que participou do Carnaval de Natal. (Excluindo hospedagem)
Fonte: Fecomércio/RN

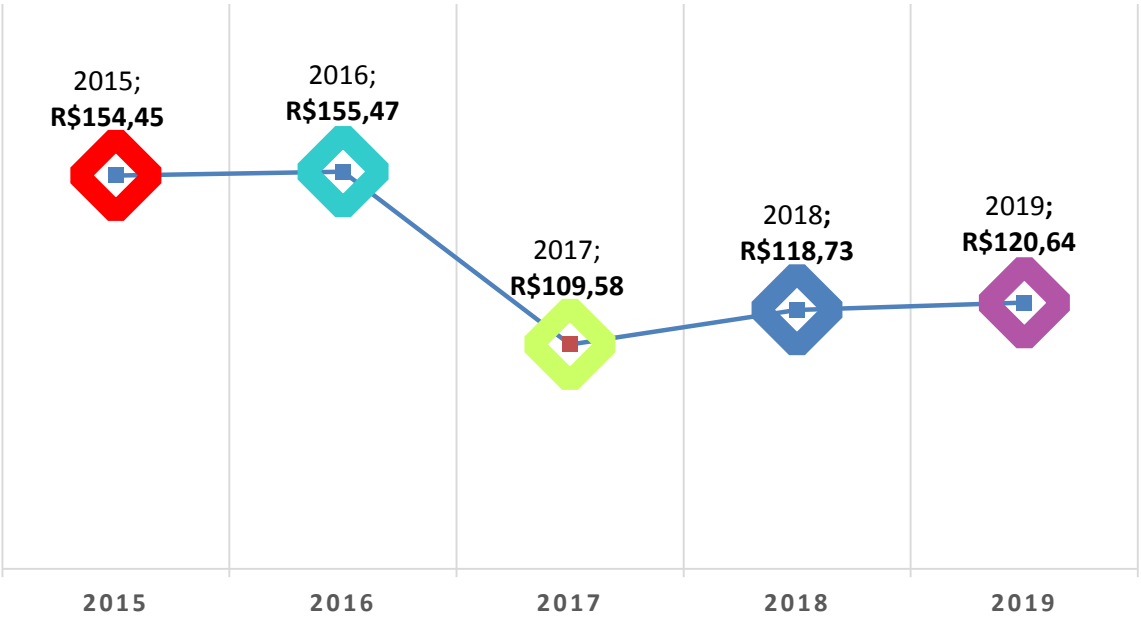


Tabela 8 – Distribuição dos gastos dos turistas no carnaval de Natal por atividade.
Fonte: Fecomércio/RN

Segmento	2015	2016	2017	2018	2019
Alimentação	44,8%	38,2%	36,0%	41,5%	53,9%
Transporte local	11,4%	14,5%	11,9%	14,0%	11,9%
Diversão	26,0%	27,0%	33,7%	26,0%	13,8%
Compras	17,9%	20,4%	18,5%	18,5%	20,3%

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	2019
Hospitalidade (turistas)	8,84	8,83	8,88	8,92	8,97
Locais de Alimentação	7,83	7,82	8,10	8,05	8,32
Meios de hospedagem (turistas)	9,02	8,99	8,77	8,79	8,71
Informações turísticas (turistas)	7,75	8,01	7,85	8,35	8,61
Infraestrutura	7,75	8,35	8,07	8,20	8,44
Atrações musicais	8,58	8,58	8,45	8,60	8,71
Segurança	7,12	7,53	7,45	7,19	8,25
Limpeza Urbana	7,07	7,73	7,67	7,70	8,19
Acesso e transporte	7,13	7,93	7,92	8,03	8,26
Atrativos culturais	7,74	8,06	8,09	8,23	8,57
Diversão na cidade	8,22	8,44	8,65	8,48	8,73
Atendimento nos polos	-	-	8,38	8,31	8,54
Organização das atrações	-	-	8,41	8,60	8,68
Comércio	-	-	8,23	8,00	8,38

Gráfico 19 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o carnaval de Natal em 2019?
Fonte: Fecomércio/RN

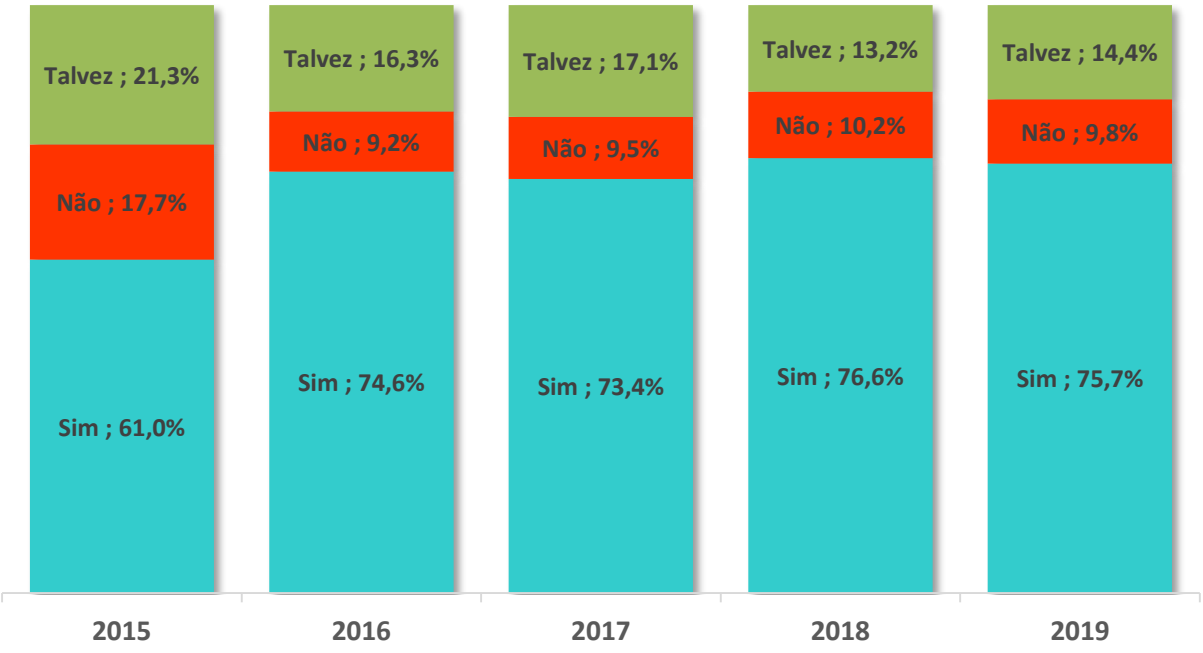


Gráfico 20 – O (a) sr. (a) recomendaria o Carnaval de Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

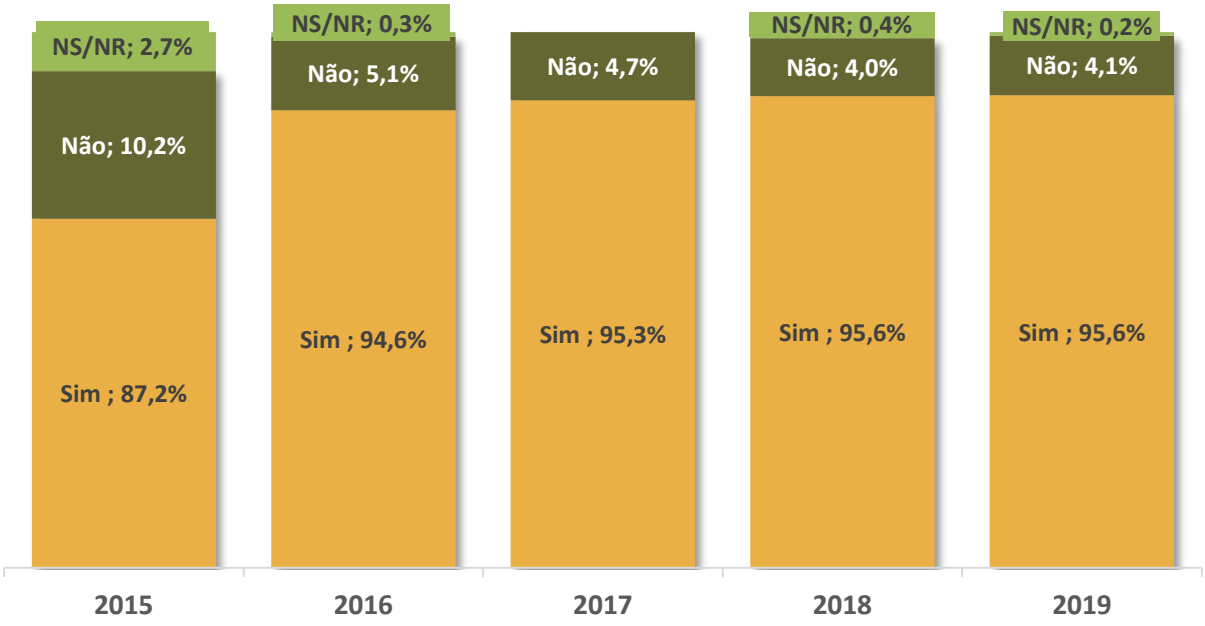
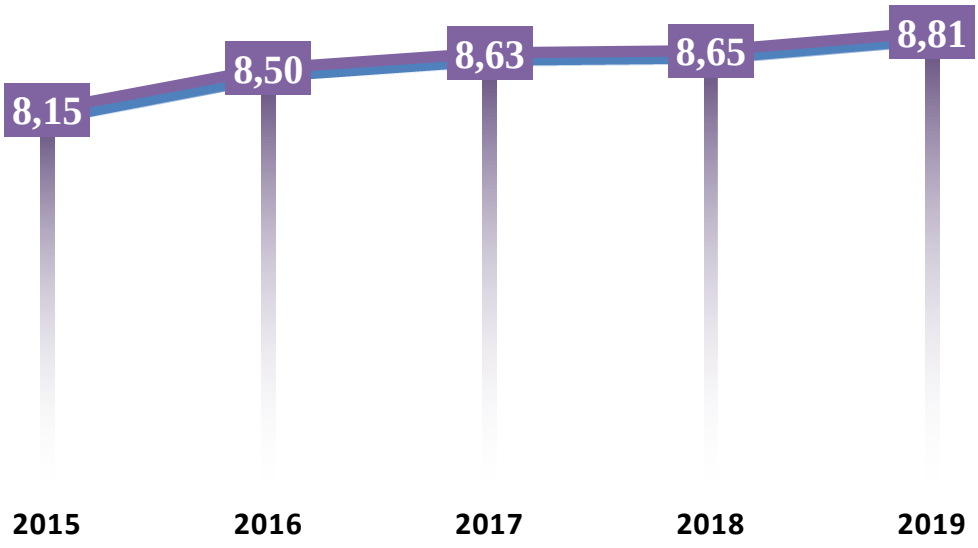


Gráfico 21– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para o Carnaval de Natal 2019?
Fonte: Fecomércio/RN



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

ANEXO