



PESQUISA
**Perfil do público do
Natal em Natal 2019**

NATAL, DEZEMBRO DE 2019

Sumário

1	Introdução	3
2	Aspectos Técnicos	4
3	Descrição dos Resultados	5
	Perfil dos participantes	5
	Aspectos específicos	7
	Gastos e despesas	8
	Aspectos avaliativos do evento	10
4	Gráficos e Tabelas	11
	Perfil do público pesquisado	11
	Aspectos específicos	15
	Gastos no Natal em Natal	18
	Opinião sobre o Natal em Natal e Avaliação dos itens	19

1 Introdução

A realização do Natal em Natal vem ocorrendo anualmente na capital potiguar, se tornando um evento de relevância no calendário festivo de Natal, atraindo um considerável quantitativo de pessoas para as comemorações, contribuindo com o comércio da capital, gerando emprego e renda.

A programação do Natal em Natal 2019 começou oficialmente no mês de novembro e seguiu até janeiro de 2020, contou com atrações musicais de artistas potiguares e nacionais, além de diversos projetos culturais, religiosos, audiovisual, patrimônio histórico, movimento sinfônico, entre outros.

Considerando a importância do evento, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN) realizou pesquisa durante a edição 2019 do Natal em Natal para mapear o perfil das pessoas que frequentaram o evento e o impacto da festa para a economia do município.

Assim como nos levantamentos anteriores, 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, para realizar avaliações e adotar decisões estratégicas. Destacamos também que os levantamentos têm possibilitado a aproximação da população, empresários, gestores e imprensa, da dinâmica econômica local nas datas que movimentam o comércio.

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, pois os resultados servem para a construção de indicadores que poderão auxiliar no processo de planejamento nas próximas edições do evento, no sentido de fazer com que o Natal em Natal se profissionalize a cada ano e que apresente estrutura e programação, tornando-o competitivo entre os eventos do Nordeste e do Brasil.

2 Aspectos Técnicos

O Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES) da Fecomércio RN realizou a pesquisa com o objetivo de avaliar a percepção dos participantes em relação ao Natal em Natal 2019, levantando dados sobre o perfil (origem, sexo, idade, etc.), as razões que os levaram a participar do evento, os gastos, além da mensuração do nível de satisfação com os serviços públicos utilizados e oferecidos durante o evento.

A metodologia empregada na coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, referente ao método quantitativo, utilizando-se como instrumento de investigação um questionário semiestruturado de acordo com os objetivos e necessidades da pesquisa para entrevistas individualizadas realizadas nos principais polos do Natal em Natal.

O período amostral da coleta dos dados ocorreu entre os dias 15 de dezembro e 04 de janeiro, nos eventos de maior relevância do Natal em Natal, seguindo critérios técnicos estatísticos de pesquisa. Foram entrevistadas 1.007 pessoas que participaram dos eventos oferecidos pela festa. A pesquisa possui margem de erro de 3,2 pontos percentuais para mais ou para menos e nível de confiabilidade de 95% de confiança.

Cada questionário padronizado constava de 22 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%.

Os pesquisadores envolvidos na realização desta pesquisa receberam treinamento especializado e instruções específicas de abordagem. As entrevistas foram feitas por pessoas treinadas e capacitadas para este serviço, acostumadas com este tipo de trabalho e são totalmente imparciais, como exige a função. Toda a coleta foi feita através de aparelhos eletrônicos (tabletes) e monitoradas via GPS, que mostra local, dia e hora da entrevista. Além disso, para efeito da checagem das entrevistas realizadas, foram coletados nome e telefone dos entrevistados.

3 Descrição dos Resultados

Perfil dos participantes

Um dos principais objetivos da pesquisa consistiu em determinar o perfil das pessoas que participaram do Natal em Natal 2019. Para tal, o questionário incluiu variáveis como o sexo, a idade, o estado civil, a escolaridade, a renda familiar e o local de residência.

Os resultados apurados na pesquisa revelam um perfil bastante equilibrado, quanto ao gênero do público de entrevistados, 51% eram do gênero masculino e 49% do gênero feminino.

Acerca da idade dos participantes analisou-se os números em forma de intervalos por faixa etária, compreendidas da seguinte forma: pessoas de 25 a 34 anos, apresentou-se como a de maior incidência, com 30,2%; de 35 a 44 representou a parcela de 26,8%; e de 45 a 59 anos, com 23,5%. A leitura dos dados coletados mostra que a grande maioria do público da festa está na faixa etária de 25 a 59 anos.

Sobre o estado civil, apurou-se que 51,2% dos participantes eram solteiros, enquanto 42,9% eram casados.

A pesquisa investigou acerca do grau de instrução dos participantes, e pode-se notar que 47% dos entrevistados possuíam educação superior; 44,8% possuíam ensino médio completo; 7,8% revelaram possuir apenas ensino fundamental; e 0,4% sem instrução alguma. Pela interpretação dos dados coletados, o perfil educacional da maioria dos participantes é entre nível superior e médio.

O levantamento analisou o comportamento dos participantes, tendo objetivo de verificar se as pessoas vieram sozinhas, acompanhadas ou com um grupo organizado. Tal questão registrou uma amostra de 90,2% de pessoas que compareceram ao Natal em Natal acompanhados. Investigando sobre quem foi esse acompanhante: 49,5% eram familiares; 21,1% amigos; e 19,7% companheiros (as). Apenas 9,7% dos participantes estavam sozinhos. Pode-se então inferir que o público do Natal em Natal foi predominantemente familiar. As pessoas foram em média 3 dias à programação do Natal em Natal.

A renda mensal individual declarada demonstrou que 68,7% dos entrevistados recebem até R\$ 3.500; seguido daqueles que possuem rendimentos de R\$ 3.500 a R\$ 7.000 (16%) e de R\$ 7.000 a R\$ 10.000 (4,7%). Os entrevistados com provimentos acima de R\$ 10.000 foram 3,9% do público e 6,8% não responderam sobre os rendimentos.

A pesquisa também avaliou a origem dos participantes, mostrando que 79,7% das pessoas que frequentaram as festas do Natal em Natal 2019 eram potiguares, comportamento recorrente desde o início da apuração.

Pode-se notar também, assim como nos anos anteriores, a participação de pessoas de outros estados na festa. Neste ano, o índice foi de 20,3% do público total, sendo 19,4% de outros estados brasileiros e 0,9% de estrangeiros. Os maiores índices de visitantes eram do estado de São Paulo com visitação de 5,2%; em seguida Pernambuco com 2,1%; Paraíba contou com a visitação de 2,1%, pertencentes ao Rio de Janeiro 1,9%; o estado de Minas Gerais foi observado na amostra com 1,1%, os municípios pertencentes ao interior do Ceará contabilizaram 0,9%, pessoas do Distrito Federal (0,5%), Bahia (0,5%) e Goiás (0,2%) também visitaram o Natal em Natal 2019.

Ao analisar a cidade de moradia dos participantes do evento, verificou-se que os principais municípios emissores de pessoas para a festa foram Natal (64,3%), Parnamirim (8,1%), São Paulo (3,3%), São Gonçalo do Amarante (2,1%), João Pessoa (1,2%), Recife (1,2%), Macaíba (1,1%), Fortaleza (0,9%), Extremoz (0,8%), Rio de Janeiro (0,8%), Brasília (0,5%), São José de Mipibu (0,5%), Mossoró (0,4%), Campo Grande - RN (0,3%), Curitiba (0,3%), Limeira (0,3%), Niterói (0,3%), Patos (0,3%), Abaré (0,2%), Belém (0,2%), Belo Horizonte (0,2%), Campina Grande (0,2%), Caruaru (0,2%) e Ceará Mirim (0,2%).

Aspectos específicos

Sobre os hábitos dos participantes, os dados coletados na pesquisa indicam que as pessoas que vieram pela primeira vez ao Natal em Natal somaram um total de 39,3% do público, e os que já participaram em outras edições perfazem 60,7% dos resultados. Aos que vieram em anos anteriores, a pesquisa questionou quantas vezes participaram do evento e a maior parcela dos que retornaram, o fizeram por dois anos, representando 28,9% dos inquiridos; 25% participaram dos últimos três anos; 10,7% nos últimos quatro anos; e 27,1% por cinco anos ou mais.

Analisando as motivações para participar do Natal em Natal, a pesquisa revelou que a principal motivação para ir ao evento vem em grande parte das atrações musicais, 57,8% da amostra, ou seja, a maior parte das pessoas saem do seu local de residência para visitar o Natal em Natal por conta dos shows musicais. Este motivo, de certa forma, justifica o número maior de pessoas que visitaram os polos de atrações. A questão ainda apontou que a segunda motivação que mais atraiu o público foi o espírito natalino da festa, 25,6% das respostas. As festas gratuitas nas ruas compreenderam a 20,2% das respostas, já 18,1% dos dados recolhidos apontaram que as pessoas foram por conta da alegria e animação que a festa proporciona. Além disso, 11,6% frequentaram o evento devido à organização/infraestrutura; 3,3% por causa das praias; 2,2% para reunir os amigos e parentes; 2% por curiosidade; 1,1% por conta da localização da festa; e 1,1% lazer/férias. Como o entrevistado pode ter mais de um motivo, a pergunta foi múltipla, ou seja, os percentuais superam os 100%.

O estudo também pretendeu saber como as pessoas se informaram sobre o evento e suas atrações, antes de realizar a visita. Trouxe como resposta mais recorrente as redes sociais ou internet, no qual 53,1% das pessoas recorreram a essa alternativa para se informar sobre o Natal em Natal 2019. A buscar por informações na televisão foi de 30,1%. Através de amigos e familiares correspondeu a 18,9% das indicações. Pessoas que não precisavam se informar, pois já conheciam o Natal em Natal somaram 9,3%; ainda 2,3% das pessoas não se informaram, pois passavam no evento casualmente e entraram; 1,5% das pessoas ouviram informações do evento pelo rádio; e 5,5% em outros locais.

Com relação às principais atividades desenvolvidas pelo público durante o Natal em Natal 2019, destaque para a presença nos eventos da Árvore de Mirassol, com 64,6% das citações; seguida das atrações de Ponta Negra, com 50% das menções. Outro ponto bastante frequentado pelos participantes foram as atrações do Polo Deodoro (40,9%). Além desses, o público frequentou as atrações do Nélio Dias (7,4%), eventos do Beco da Lama (2,3%), Show pirotécnico de réveillon (2,1%), Natal Fest Goumert (1,2%), Festival Gastronômico (0,6%), Presente de Natal no Arena (0,2%), entre outros. Como uma pessoa pode ter participado de mais de um evento, a pergunta foi múltipla, ou seja, os percentuais superam os 100%.

Gastos e Despesas

Os gastos no evento são um dos aspectos fundamentais coletados na pesquisa. Para obtenção da média total de gastos por dia no Natal em Natal 2019, foi importante separar as despesas por categorias e dividir pelo número médio de dias que frequentou o evento. O resultado desses valores por categoria resultou no gasto médio diário do participante, conforme os dados a seguir.

No que se refere aos potiguares que participaram do Natal em Natal 2019, os dados da pesquisa revelaram que o gasto médio individual por dia foi de R\$ 24,55. Sendo distribuídos entre alimentação/bebidas (61,2%), transporte local (29,4%), diversão (5,4%) e compras (4,1%).

Relativo aos turistas que estiveram no evento deste ano, o gasto médio diário individual foi de R\$ 49,65. Na segmentação por atividade, verificou-se que 59,2% foi com alimentação/bebidas; 22,7% com transporte local; 10% com compras; e 8,1% com diversão.

Aspectos avaliativos do evento

Para que o Natal em Natal 2019 tenha dados sobre a satisfação dos participantes, levando em conta as perspectivas do público, tornou-se relevante incluir as questões para avaliar a percepção das pessoas em relação ao evento, e assim, criar estratégias no tocante ao grau de aprovação, experiência dos participantes, organização e infraestrutura disponibilizada para as pessoas durante as atrações.

Considerando o Natal em Natal dos anos passados, a maioria (56,1%) dos participantes avaliou como melhor a edição de 2019. Outros 8,4% acharam que foi igual e apenas 2,4% consideraram o evento deste ano pior do que o do ano passado, e 33,1% não souberam responder.

A pesquisa questionou os participantes do evento sobre os investimentos no Natal em Natal 2019, e a grande maioria (84,3%) é favorável a aplicação de dinheiro público na festa, aprovando os investimentos da Prefeitura no evento, enquanto somente 10,4% desaprovam e 5,3% não tem opinião formada.

Ao serem perguntados sobre o que mais agradou na festa, a maioria respondeu as atrações musicais (50,1%). Em seguida aparece o espírito natalino e decoração da cidade com 30,9% das citações. A organização dos eventos (29,3%) também agradou os participantes, assim como a estrutura (24,9%), segurança (17,1%), atrativos históricos da festa (5,6%), comércio (3%), hospitalidade (2,9%), limpeza pública (2,7%) e o atendimento (1%). Esses foram os dez itens que os participantes mais gostaram no Natal em Natal.

Sobre os pontos que necessitam de melhorias e que desagradaram os participantes da festa, o transporte/trânsito/estacionamento nos locais dos eventos foram os pontos que apresentaram o maior número de sugestões de melhorias, 9,8%. Outro item mencionado foi a necessidade de uma melhor estrutura do espaço físico local para comportar o grande público (8,1%). Foram citados ainda: segurança (6,1%), limpeza pública (3,8%), preços cobrados (3,1%), decoração da cidade (1,2%), organização das atrações (1,2%), atrações musicais (1%), poucas atrações locais (1%), investimento alto com atrações (0,8%), banheiros (0,6%), comércio (0,6%) entre outros.

No entanto, vale destacar que 54,6% dos entrevistados disseram que nada os desagradaram durante o Natal em Natal 2019.

A pesquisa apurou que a intenção de retornar ao Natal em Natal 2020 é bastante expressiva, 88,2% dos participantes declararam que pretendem voltar ao evento no próximo ano.

A grande maioria (97,9%) dos participantes do Natal em Natal indicaria o evento para amigos e parentes. O que demonstra um alto grau de satisfação com relação à experiência durante a participação na festa.

Ao analisar a edição atual do evento, percebeu-se que o Natal em Natal 2019 foi bem avaliado pelo público participante, numa escala de 1 a 10, recebeu nota média 8,69 das pessoas. O que demonstra que a cidade passou uma imagem positiva ao público que aproveitou e conheceu o evento.

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

4 Gráficos e Tabelas

Perfil do público pesquisado

Gráfico 1 – Sexo

Fonte: Fecomércio/RN

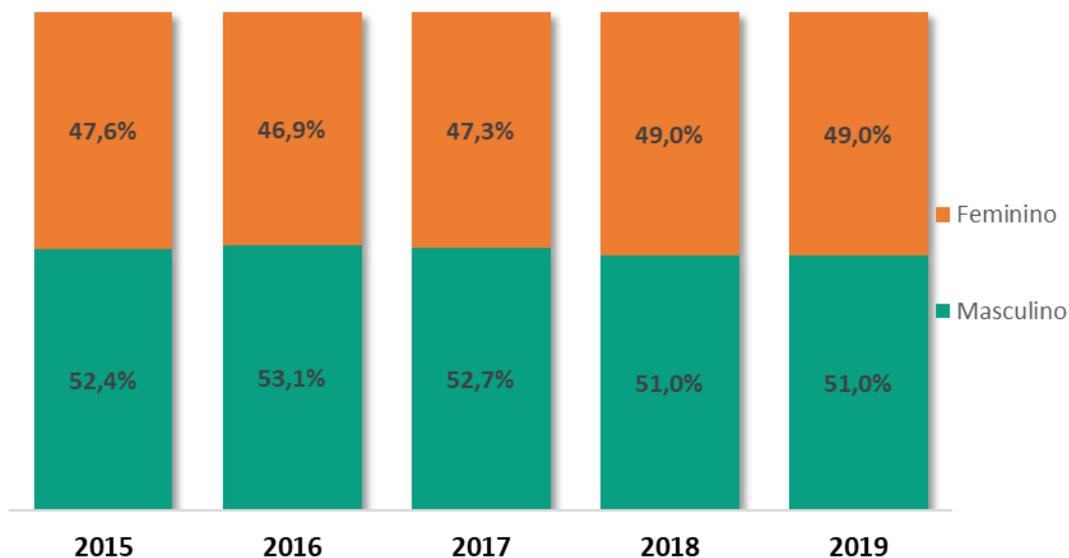


Gráfico 2 – Faixa etária

Fonte: Fecomércio/RN

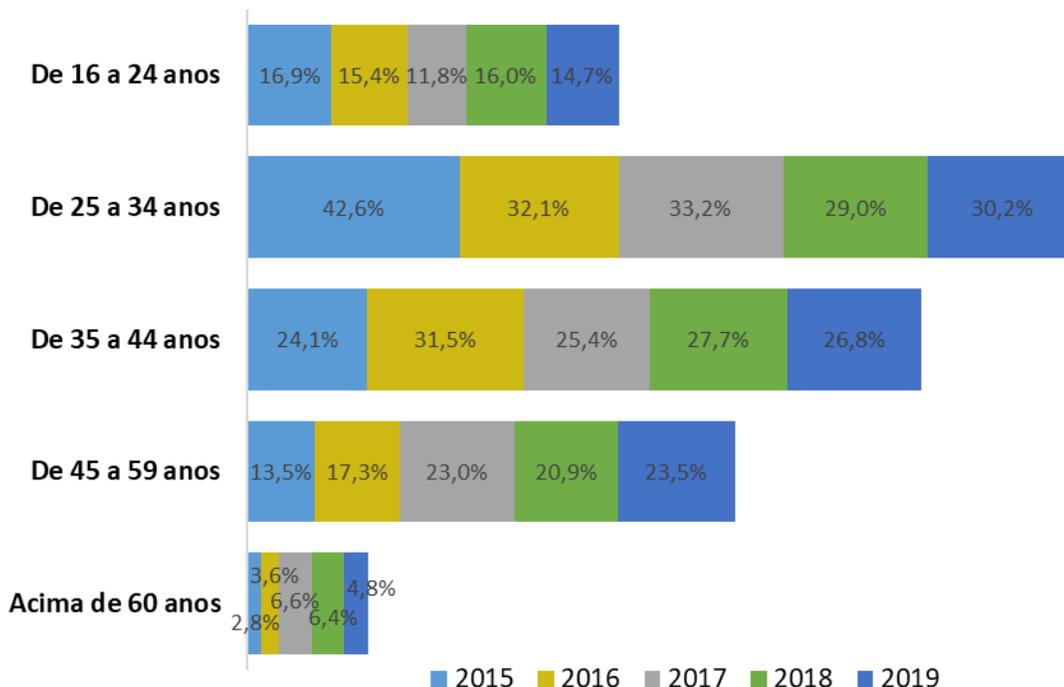


Gráfico 3 – Estado civil

Fonte: Fecomércio/RN

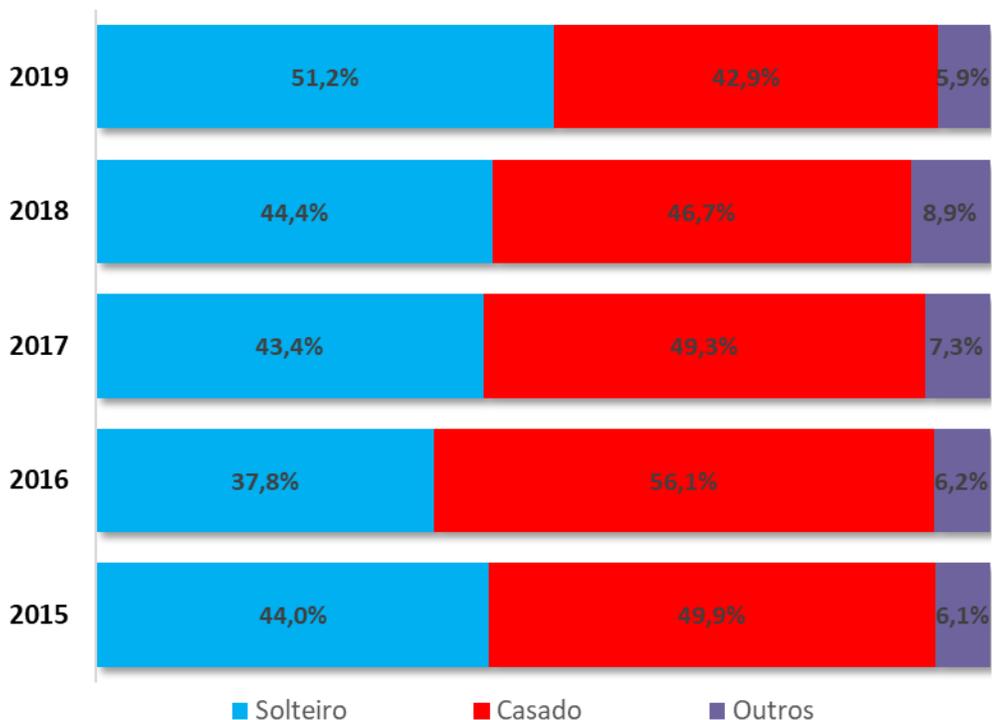


Gráfico 4 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio/RN

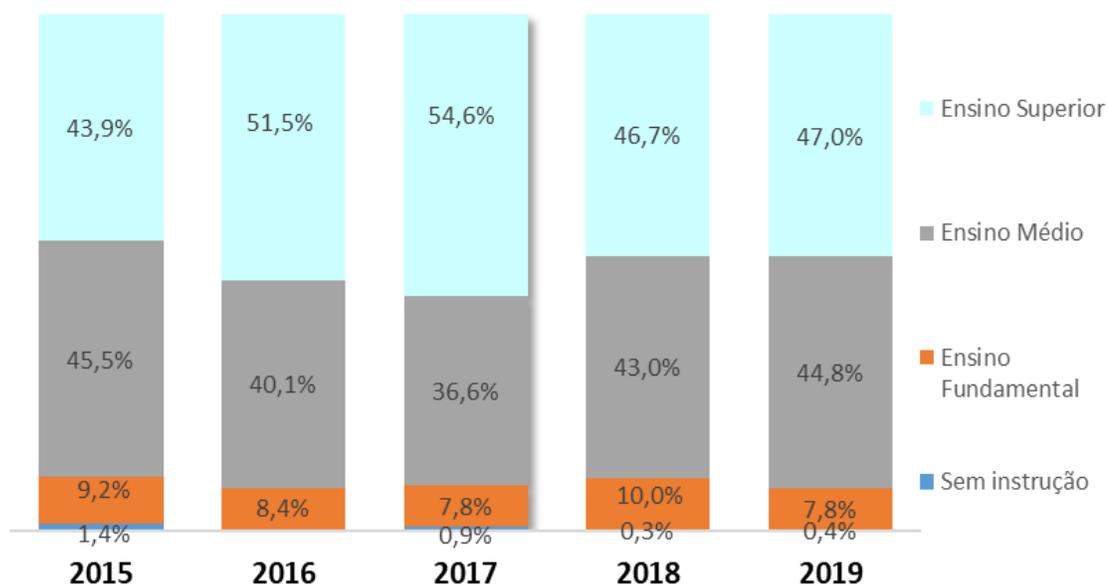


Gráfico 5 – Renda mensal familiar

Fonte: Fecomércio/RN

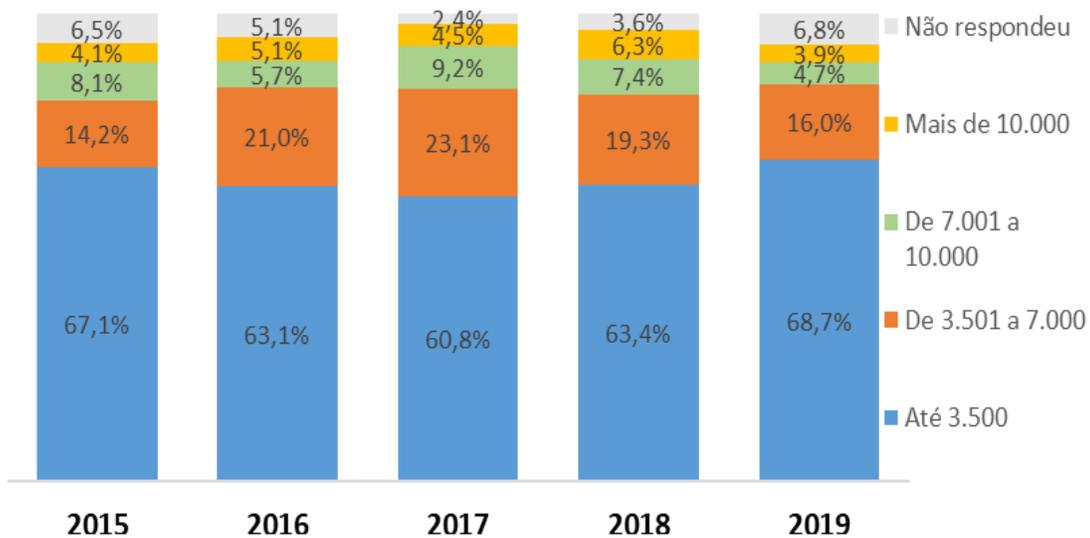


Gráfico 6 – Com quem participou do Natal em Natal?

Fonte: Fecomércio/RN

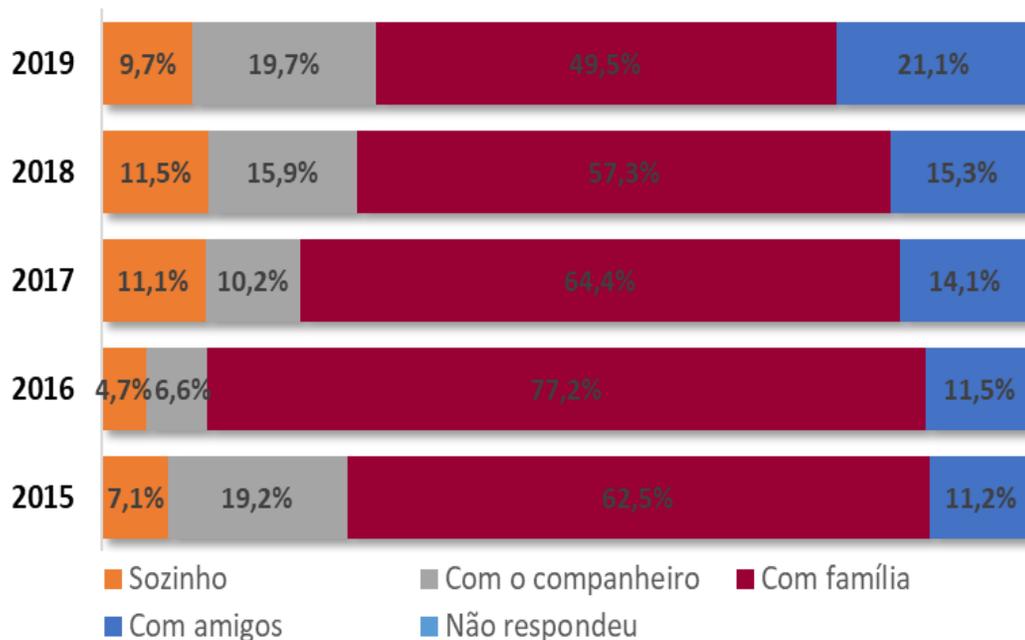


Tabela 1 – País de origem dos participantes do Natal em Natal 2019

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Brasil	99,1%
Itália	0,2%
Alemanha	0,1%
Argentina	0,1%
Bolívia	0,1%
Colômbia	0,1%
França	0,1%
Holanda	0,1%
Suíça	0,1%

Gráfico 7 – Região de origem dos participantes do Natal em Natal 2019

Fonte: Fecomércio/RN

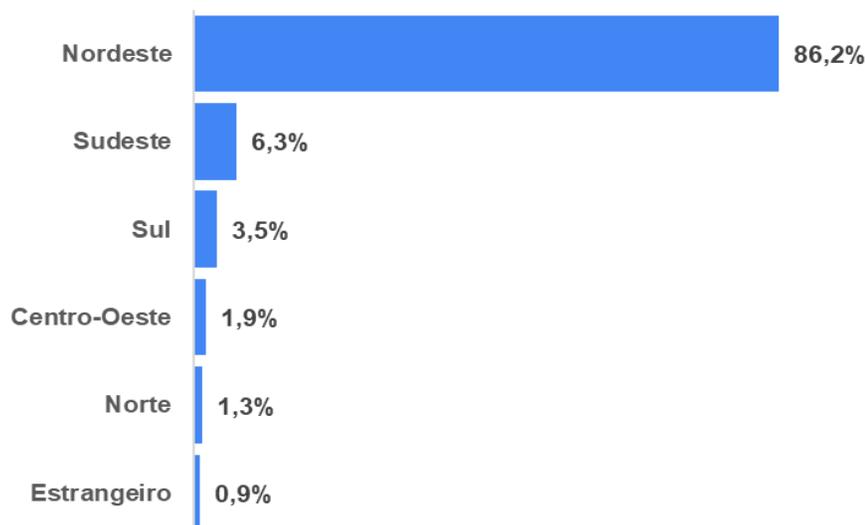


Tabela 2 – Principais estados dos participantes do Natal em Natal

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2015	2016	2017	2018	2019
RN	85,5%	79,6%	83,6%	78,1%	79,7%
SP	1,8%	3,0%	3,9%	5,0%	5,2%
PE	1,3%	2,6%	1,8%	2,4%	2,1%
PB	1,5%	1,3%	1,2%	0,3%	2,1%
RJ	1,6%	1,4%	0,8%	2,6%	1,9%
MG	0,6%	0,6%	0,8%	0,9%	1,1%
CE	1,6%	3,3%	0,7%	1,7%	0,9%
DF	1,7%	1,7%	0,7%	0,7%	0,5%
BA	0,4%	1,0%	0,7%	1,4%	0,5%
GO	0,4%	1,4%	0,4%	1,7%	0,2%
Outros	3,6%	3,7%	3,8%	4,1%	5,0%

Aspectos específicos

Gráfico 8 – É a primeira vez que participa do Natal em Natal?

Fonte: Fecomércio/RN



Tabela 3 – Se já veio mais vezes, quantas edições do Natal em Natal o (a) Sr. (a) já participou em anos anteriores?

Fonte: Fecomércio/RN

Número de Participações	2015	2016	2017	2018	2019
Uma	4,5%	46,8%	6,1%	3,9%	8,2%
Duas	36,8%	29,7%	19,7%	12,9%	28,9%
Três	23,4%	11,0%	23,4%	14,4%	25,0%
Quatro	13,9%	3,6%	12,8%	11,0%	10,7%
Cinco ou mais	20,3%	8,4%	37,8%	24,1%	27,1%
Não lembra	1,1%	0,6%	0,2%	2,1%	0,0%

Gráfico 9 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende visitar os eventos do Natal em Natal?

Fonte: Fecomércio/RN



Tabela 4 – Porque escolheu participar do evento Natal em Natal? (Múltipla Resposta)

Fonte: Fecomércio/RN

Motivo de participar do Natal em Natal	2015	2016	2017	2018	2019
Atrações musicais	42,9%	8,6%	16,9%	32,3%	57,8%
Espírito natalino/Decoração da cidade	22,9%	44,9%	24,3%	29,3%	25,6%
Festas gratuitas nas ruas	15,3%	13,3%	14,9%	12,9%	20,2%
Alegria/Animação	18,3%	15,7%	19,1%	23,4%	18,1%
Organização/Infraestrutura do evento	12,5%	10,4%	11,5%	8,1%	11,6%
Praias	1,6%	6,6%	7,2%	11,7%	3,3%
Reunir parentes e amigos	0,3%	3,1%	6,4%	4,3%	2,2%
Curiosidade	0,0%	2,4%	1,5%	1,6%	2,0%
Localização	1,3%	1,9%	2,4%	3,6%	1,1%
Lazer/Férias	0,0%	3,0%	3,6%	1,6%	1,1%
Gastronomia	1,3%	3,1%	4,3%	1,9%	0,8%
Compras	0,1%	0,9%	1,2%	0,9%	0,8%
Tradição/Cultura	0,0%	0,9%	5,5%	2,3%	0,5%
Opção	0,1%	0,7%	1,2%	0,7%	0,4%
Trabalho	0,0%	1,0%	0,1%	1,4%	0,1%
Outros	1,8%	6,7%	7,8%	5,1%	11,0%

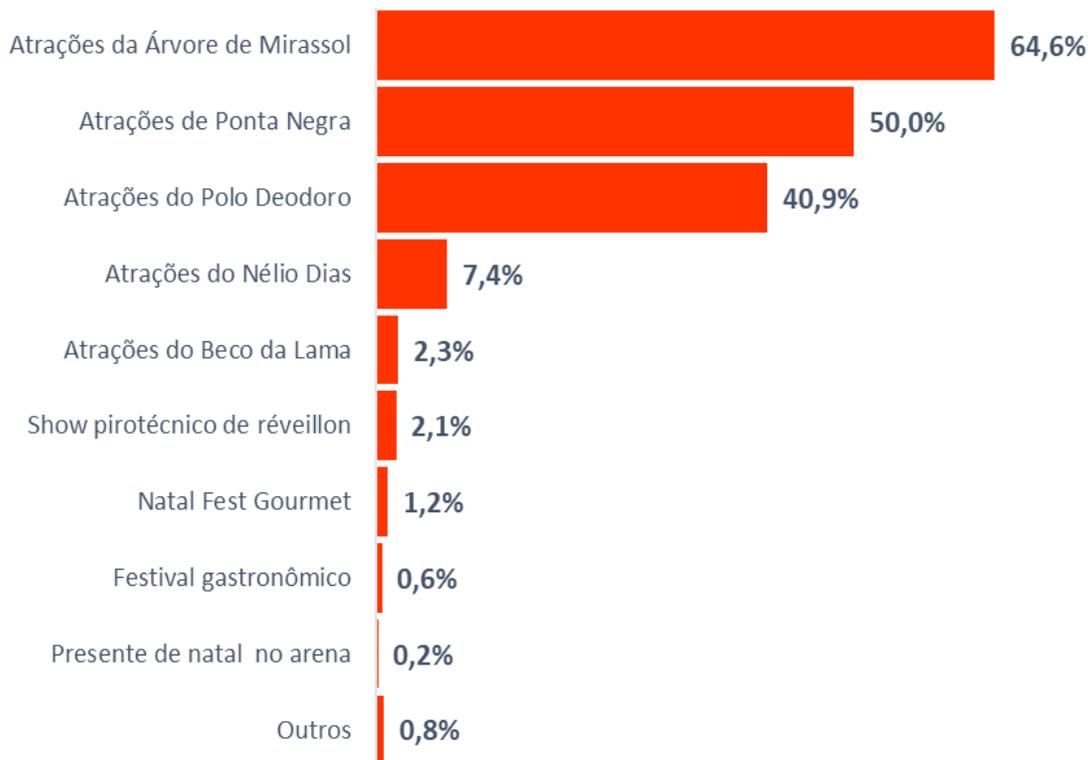
**Tabela 5 – Como o (a) Sr. (a) tomou conhecimento do evento Natal em Natal deste ano?
(Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

Como ficou sabendo	2015	2016	2017	2018	2019
Redes sociais/Internet	17,2%	10,4%	16,9%	23,9%	53,1%
Televisão	34,2%	19,7%	18,1%	21,3%	30,1%
Amigos e familiares	24,3%	20,5%	26,2%	26,4%	18,9%
Já conhece o evento	25,6%	48,5%	39,9%	29,6%	9,3%
Outros	0,0%	0,5%	5,2%	3,0%	5,5%
Passou próximo	2,4%	6,1%	1,9%	3,0%	2,3%
Rádio	1,3%	0,1%	0,9%	0,7%	1,5%

Gráfico 10 – Dos atrativos do Natal em Natal deste ano, qual (is) o (a) Sr. (a) visitou ou irá visitar? (Múltipla Resposta)

Fonte: Fecomércio/RN



Gastos no Natal em Natal

Tabela 6 – Gasto médio individual por dia dos participantes do Natal em Natal 2019

Fonte: Fecomércio/RN

Tipo	Nativos	Turistas
Gasto Médio Individual por dia	R\$ 24,55	R\$ 49,65

Tabela 7 – Distribuição dos gastos no Natal em Natal 2019 por atividade.

Fonte: Fecomércio/RN

Segmento	Nativos	Turistas
Alimentação/Bebidas	61,2%	59,2%
Compras	4,1%	10,0%
Diversão/Passeio	5,4%	8,1%
Transporte local	29,4%	22,7%

Opinião sobre o Natal em Natal e Avaliação dos itens

Gráfico 11 – Com relação aos anos anteriores, o Natal em Natal deste ano será:

Fonte: Fecomércio/RN

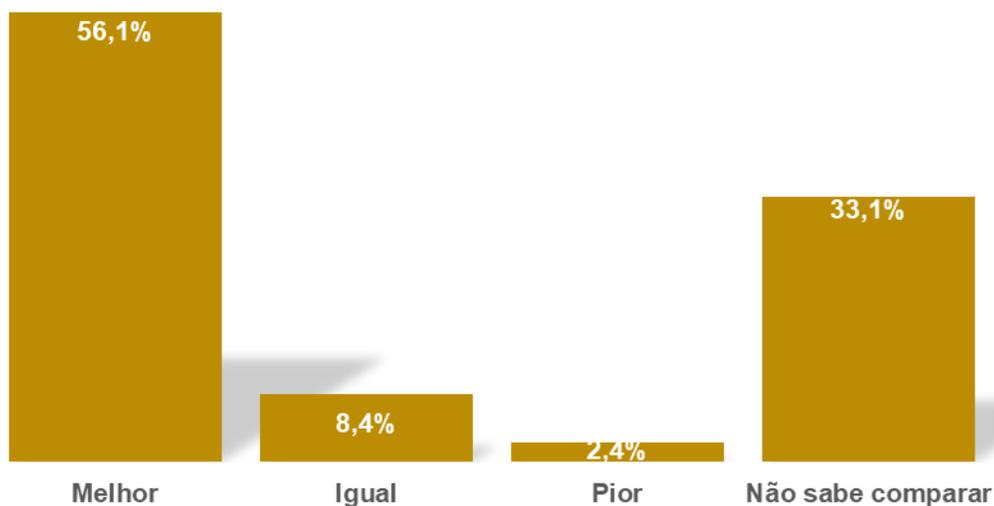
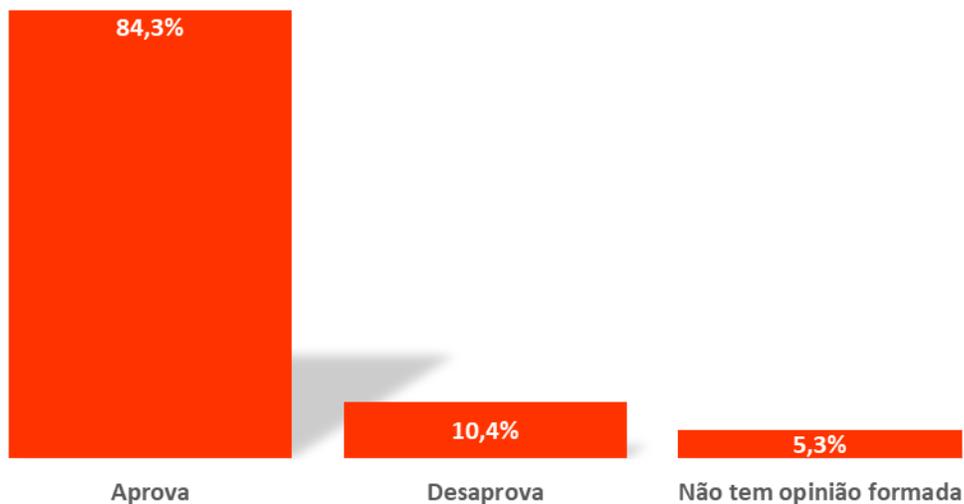


Gráfico 12 – O (a) Sr. (a) aprova ou desaprova o investimento da prefeitura no Natal em Natal?

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 8 – O que mais lhe agradou durante o Natal em Natal?
(Espontânea) (Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

O que mais agradou no evento	2015	2016	2017	2018	2019
Atrações musicais	12,9%	7,6%	10,8%	21,3%	50,1%
Espírito natalino/Decoração da cidade	33,8%	44,5%	22,2%	38,3%	30,9%
Organização das atrações	34,8%	21,5%	25,8%	21,3%	29,3%
Estrutura do evento	25,1%	16,3%	15,9%	25,0%	24,9%
Segurança	6,8%	2,6%	3,4%	5,3%	17,1%
Atrativos históricos culturais	8,4%	7,4%	16,2%	13,4%	5,6%
Comércio	2,4%	11,3%	8,8%	4,1%	3,0%
Hospitalidade	0,1%	1,1%	1,5%	1,7%	2,9%
Limpeza pública	2,7%	2,6%	5,0%	3,9%	2,7%
Atendimento	0,7%	2,1%	2,4%	1,1%	1,0%
Informações turísticas	0,6%	0,4%	0,1%	0,6%	0,9%
Culinária/Gastronomia	0,7%	1,4%	2,7%	1,6%	0,8%
Preços cobrados	1,8%	1,1%	1,8%	1,4%	0,8%
Atrativos naturais/Clima	1,8%	2,5%	5,9%	8,7%	0,1%
Tranquilidade	0,0%	0,1%	0,4%	0,6%	0,0%
Outros	2,5%	0,4%	7,9%	6,7%	6,3%
Não sabe	2,3%	1,9%	3,8%	0,7%	3,0%
Nenhum	0,3%	1,6%	2,6%	0,0%	0,6%

**Tabela 9 – O que mais lhe desagradou durante o Natal em Natal deste ano?
(Espontânea) (Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Transporte/Trânsito/Estacionamento	9,8%
Estrutura/Espaço físico/Local	8,1%
Segurança	6,1%
Limpeza pública	3,8%
Preços cobrados	3,1%
Decoração da cidade	1,2%
Organização das atrações	1,2%
Atrações musicais	1,0%
Poucas atrações locais	1,0%
Investimento alto com atrações	0,8%
Horário reduzido do evento	0,7%
Banheiros	0,6%
Comércio	0,6%
Atrativos históricos culturais	0,5%
Informações	0,5%
Ambulantes	0,4%
Poucas atrações musicais	0,4%
Mais investimento na Zona Norte	0,4%
Acessibilidade	0,3%
Estacionamento	0,2%
Hospitalidade	0,2%
Pessoal protestando contra o prefeito	0,2%
Tudo	0,2%
Divulgação	0,2%
Falta investimentos em artistas locais	0,2%
Fluxo de pessoas muito grande	0,2%
Investir em outros bairros de Natal	0,2%
Achou fraco	0,1%
Ausência de telões	0,1%
As obras	0,1%
Bebida quente	0,1%
Cancelamento de shows	0,1%
Conflito dos dias das atrações	0,1%
Desigualdade social	0,1%
Distância dos polos	0,1%
Falta de dinheiro	0,1%
Falta de ponto de táxi - acessibilidade	0,1%
Meios de hospedagem	0,1%
Não teve programação gospel	0,1%
Necessidade das pessoas	0,1%
O Arena deveria ser um polo principal	0,1%
Os flanelinhas	0,1%
Permissão para os ambulantes trabalharem	0,1%
Praias	0,1%
Qualidade do som	0,1%
Redução do artesanato	0,1%
Revistar o pessoal na entrada	0,1%
Não sabe	5,1%
Nada	54,6%

Gráfico 13 – Como o (a) Sr. (a) avalia os preços cobrados no Natal em Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

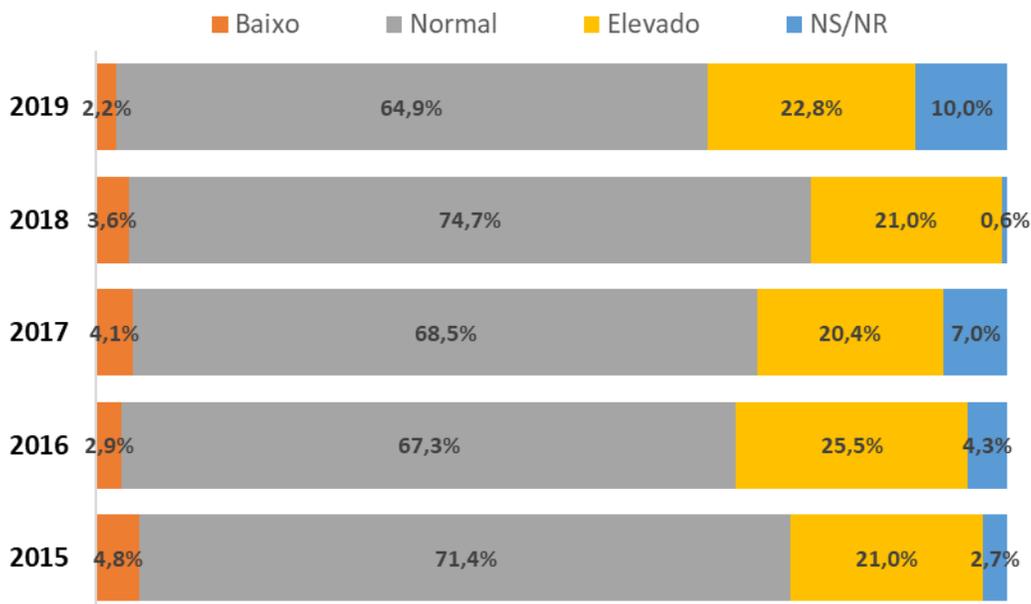


Gráfico 14 – O (a) Sr. (a) pretende voltar ao Natal em Natal?
Fonte: Fecomércio/RN

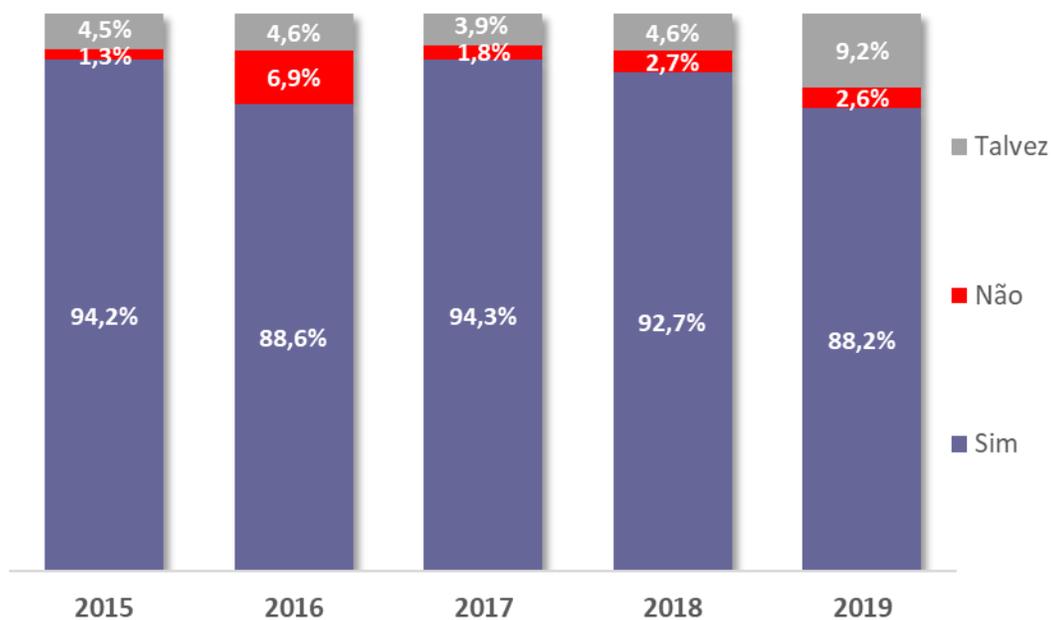


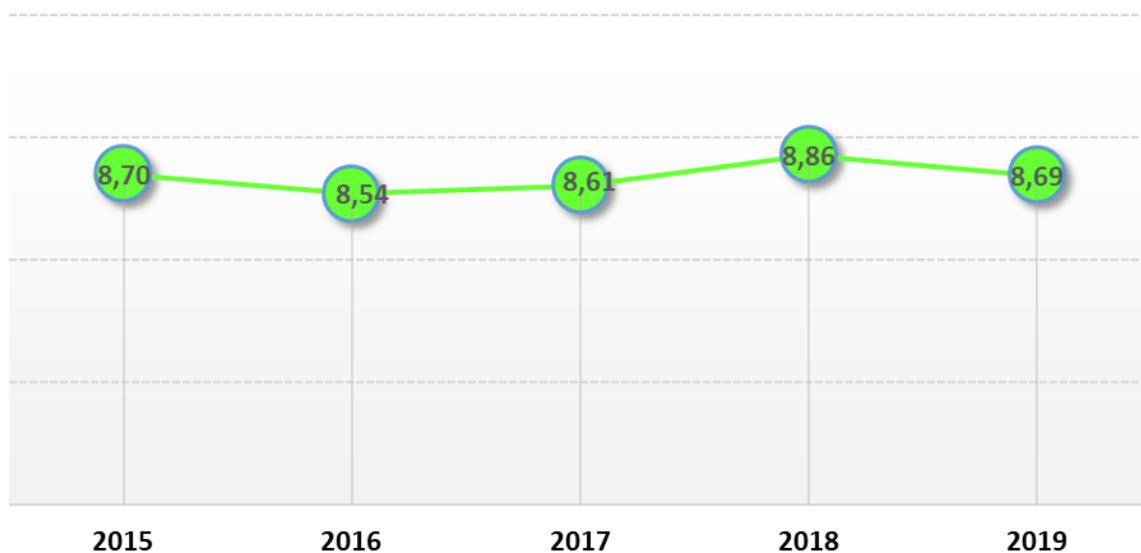
Gráfico 15 – O (a) Sr. (a) recomendaria o Natal em Natal?

Fonte: Fecomércio/RN



Gráfico 16 – Que nota, de 1 a 10, o (a) Sr. (a) daria para o evento Natal em Natal?

Fonte: Fecomércio/RN



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

DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Jaime Mariz de Faria Júnior
Diretor Executivo

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Hugo Sergio
Nivaldo Gonçalves
Daniela Lourena
Irismar Alves
João Soares
Pesquisadores