



PESQUISA
PERFIL DOS PARTICIPANTES



MOSSORÓ
CIDADE JUNINA
2022



JUNHO 2022

Sumário

1	Apresentação	3
2	Metodologia.....	4
3	Principais resultados.....	5
	Perfil dos participantes.....	5
	Origem	6
	Frequência.....	6
	Motivação	7
	Atividades e locais visitados.....	7
	Hospedagem.....	8
	Gastos.....	8
	Avaliação	9
4	Análise gráfica	11
	Perfil dos participantes.....	11
	Origem	14
	Frequência.....	16
	Motivação	18
	Atividades e locais visitados.....	19
	Hospedagem.....	20
	Gastos.....	20
	Avaliação	21

1 Apresentação

Mossoró, situado na região Oeste do Rio Grande do Norte, ocupa uma área de aproximadamente 2.100 km², sendo o maior município do estado em área, estando distante 281 quilômetros da capital estadual, Natal. Com mais de 300 mil habitantes, é o segundo mais populoso do Rio Grande do Norte, depois da capital, o mais populoso do interior do estado e o 95º do Brasil.

O Mossoró Cidade Junina é uma das comemorações mais importantes do Rio Grande do Norte, atraindo e movimentando milhares de pessoas todos os anos. Neste ano, a festa teve uma grande variedade de atrações culturais que envolveu desde grandes shows com artistas nacionais, festival de quadrilhas juninas e vários projetos culturais espalhados pela cidade. Para o comércio e o setor de serviços, o período representa enorme oportunidade de faturamento com a circulação econômica, geração de empregos e vendas de produtos e serviços.

Neste contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), através do Instituto Fecomércio RN (IFC), 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, a pesquisa insere-se como instrumento de planejamento para os setores público e privado se orientarem quanto aos futuros investimentos.

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

2 Metodologia

O Instituto Fecomércio (IFC) realizou no mês de junho uma pesquisa sobre o Mossoró Cidade Junina, incluindo entrevistas em diversos dias de realização do evento. Ao todo, foram pesquisadas 705 pessoas de diferentes perfis e hábitos com o intuito de monitorar o comportamento dos participantes do evento.

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 amostra pesquisada permitiu calcular uma margem de erro de cerca de 3% e nível de confiança de 95%. Isso significa dizer que se a mesma pesquisa for realizada 100 vezes, em 95 vezes os resultados, irão variar, por quesito, 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

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 através de tablets por entrevistadores devidamente capacitados e experientes neste tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos foram checados e receberam 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, registradas eletronicamente em software específico para pesquisas. Os gráficos e as tabelas foram construídos no Excel, sendo que o Relatório Final apresenta-se no Word.

3 Principais resultados

Perfil dos participantes

O trabalho buscou informações sobre o perfil das pessoas que participaram do Mossoró Cidade Junina. A pesquisa apurou que 53,5% do público era do gênero masculino e 46,5% do gênero feminino.

Notou-se no levantamento que a faixa etária de 25 a 59 anos apresentou a maior proporção de participantes, resultando em 72,4% do público. Cerca de 36,5% das pessoas que participaram da festa eram da faixa etária de 25 a 34 anos e 35,9% tinham idade entre 35 e 59 anos. A faixa de idade de 16 a 24 anos representou 21,4% do público, enquanto as pessoas com mais de 60 anos foram 6,2% do total.

No item nível de instrução dos participantes do Mossoró Cidade Junina, notou-se que 48,4% do público possuía nível médio completo, 45,8% com ensino superior ou mais e 5,8% afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino.

Os resultados da pesquisa mostraram que a maior parcela (50,9%) das pessoas que estiveram na festa possuía renda familiar de 2 a 5 salários mínimos. Outros 16,3% dos participantes entrevistados declararam renda média familiar de até 1 salário mínimo; 14,5% revelaram possuir rendimentos familiares entre 6 e 10 salários mínimos; e 7,4% mais de 10 salários mínimos. A renda média familiar calculada com base nas respostas dos entrevistados ficou em 3,8 salários mínimos.

O levantamento da Fecomércio RN também verificou que 47,7% dos participantes do Mossoró Cidade Junina festejaram com familiares, 31,5% com amigos, 10,6% em excursão e 10,2% sozinhos.

Origem

A coleta das informações revelou que, entre os que prestigiaram o Mossoró Cidade Junina, 54% dos participantes eram visitantes e turistas na cidade, enquanto 46% das pessoas eram mossoroenses.

Na caracterização da origem dos participantes, verificou-se que a maioria do público era nativo, sendo 67,1% de participantes do RN. Porém a pesquisa notou a presença de pessoas de 17 diferentes estados, como Ceará (18,7%), Pernambuco (5,1%), Paraíba (4%), São Paulo (1,4%), Alagoas (0,9%), Goiás (0,6%), Rio de Janeiro (0,6%), Maranhão (0,3%), Santa Catarina (0,3%), Bahia (0,1%), Distrito Federal (0,1%), Espírito Santo (0,1%), Pará (0,1%), Piauí (0,1%), Paraná (0,1%), Rio Grande do Sul (0,1%), e Sergipe (0,1%). Como pode ser observado, destacaram-se os Estados da região Nordeste, porém houve a presença também de participantes do Sudeste, Centro-Oeste, Sul e Norte do país.

Dentre os locais de residência do público, observou-se participantes de 93 cidades diferentes, sendo as principais: Mossoró (46%), Natal (11,1%), Fortaleza (6,7%), Recife (4,7%), Limoeiro do Norte (1,7%), Russas (1,6%), Campina Grande (1,4%), Tibau do Norte (1,3%), Umirim (1,3%), Icó (1,1%), Jaguaretama (1,1%), Apodi (1%), Quixeré (1%), Maceió (0,9%), Pau dos Ferros (0,7%), São Gonçalo do Amarante (0,7%), Souza (0,7%), Baraúna (0,6%), Goiânia (0,6%), Jaboatão do Guararapes (0,6%), João Pessoa (0,6%), São Paulo (0,6%), entre outros.

Frequência

No geral, cerca de 3 em cada 10 entrevistados (31,9%) estavam nos festejos do Mossoró Cidade Junina pela primeira vez. 23,1% já tinham participado da festa de 2 a 5 edições anteriores, ao mesmo tempo que 45% haviam participado do evento em 6 ou mais anos. Entre os visitantes e turistas cerca de 5 em cada 10 (53%) participavam dos festejos pela primeira vez. Percebe-se que festa tem um público fiel e, também, potencial para atrair a cada ano novos participantes. Diante disso, é preciso uma série de cuidados para manter a frequência das pessoas que já vieram, fazer com que novas pessoas participem da festa, como também os que visitam repercutam de maneira agradável.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

As informações averiguadas na pesquisa da Fecomércio RN indicaram que os mossoroenses foram, em média, 5 dias aos eventos do Mossoró Cidade Junina deste ano, enquanto que os visitantes e turistas foram, em média, 4 dias aos festejos juninos da cidade.

Motivação

A pesquisa constatou que os participantes do Mossoró Cidade Junina gostaram da programação variada do evento. Os dados revelaram que os shows musicais foram a principal motivação para a presença na festa, respondido por 26,4% dos entrevistados que escolheram passar o São João em Mossoró. A alegria e animação de participar da festa ficaram em segundo lugar com 18,9% das citações. As festas gratuitas foram determinantes para 17,4% dos participantes. O Lazer e turismo (17,2%) também aparecem como fatores fundamentais na preferência pelo Mossoró Cidade Junina.

Sobre a forma como tomaram conhecimento do Mossoró Cidade Junina, o levantamento apurou que 43,5% dos participantes já conheciam o evento por terem marcado presença em edições passadas. Em seguida aparece como destaque informações através das redes sociais, com 25,5% das citações. Logo após surgem os comentários de parentes e amigos, com 21,6% das respostas. Seguidos por internet em geral, com 6% das indicações. Televisão e rádio somaram 1,9% das respostas.

Atividades e locais visitados

No Mossoró Cidade Junina 2022, a principal atividade praticada pelos participantes foi a participação nos atrativos históricos e culturais da festa, opção apontada por 83,4% dos entrevistados. Em segundo lugar, os atrativos musicais foram citados pelos participantes da festa, conforme indicado por 74,3% dos respondentes, seguida da utilização dos bares e restaurantes locais (47,9%). Já a visita ao comércio local foi significativa, com 37,4% das pessoas afirmando que foram aos estabelecimentos. Os participantes também informaram que durante o Mossoró Cidade Junina visitaram supermercados (13,2%), feiras e artesanatos (12,2%), entre outros locais. Nota-se que o somatório das citações supera os 100%, isso porque muitos participantes praticaram mais de uma atividade durante o Mossoró Cidade Junina de Mossoró.

Hospedagem

Sobre os meios de hospedagem utilizados pelos visitantes e turistas, a pesquisa revela que hotéis e pousada foram a principal forma de hospedagem desse público, representando 45,6% dos casos. Cerca de 27,2% dos visitantes e turistas não se hospedaram na cidade, fizeram apenas bate e volta. Uma parcela significativa do público, 25,3%, se hospedou na casa de parentes e amigos. Isso se explica pelo fato de a cidade acolher muitas pessoas que por algum motivo não moram lá, mas que no período da festa se faz presente como uma forma de seguir a tradição. Outros tipos de hospedagem como, por exemplo, em cidades vizinhas, apresentaram 1,9% das citações. O conhecimento dos tipos de hospedagem utilizados permite a identificação da escolha predominante dos turistas para que se possa oferecer os padrões de hospedagem e serviços mais adequados.

O Mossoró Cidade Junina desperta nas pessoas a busca por lazer e entretenimento e acaba por contribuir com o desenvolvimento da economia local, uma vez que gera 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.

Gastos

A pesquisa possibilitou a coleta de informações também sobre os gastos dos participantes durante os dias que foram à festa. Nesse tópico, as entrevistas tiveram como foco os hábitos de consumo dos participantes durante o Mossoró Cidade Junina, analisando os gastos com alimentação/bebidas, transporte local, diversão e compras no evento.

Os visitantes e turistas participaram, em média, de quatro dias do Mossoró Cidade Junina, totalizando um gasto médio de R\$ 949,15 durante todo o evento, sendo um gasto médio diário individual de R\$ 237,29. Já os mossoronses foram em média cinco dias aos eventos do Mossoró Cidade Junina e apresentaram um gasto médio total nos eventos de R\$ 645,70, aproximadamente R\$ 129,14 individualmente por dia.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Entre os residentes, a distribuição dos gastos por segmentos foi direcionada para alimentação/bebidas (53,8%); compras em geral (30,8%); transporte local (10,1%); entre outros (5,3%). Entre os visitantes e turistas, a segmentação de gastos por atividade ficou distribuída da seguinte forma: 45,5% com alimentação/bebidas; 28,6% com hospedagem; 14,3% com compras em geral; 6% com transporte local; e 5,6% com outros itens.

Avaliação

Tão importante quanto diagnosticar as características do público dos festejos juninos em Mossoró, 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.

Quanto aos pontos que mais agradaram as pessoas durante a participação no Mossoró Cidade Junina 2022, dentre os mais citados, a organização da festa apareceu com o maior percentual (38,7%). O segundo item mais citado foram as atrações musicais (29,8%), e depois surgem a estrutura do evento (23,4%); segurança no evento (23,1%); decoração da cidade (20,3%); quadrilhas juninas (12,6%); atrativos históricos (10,8%); hospitalidade (6,8%) e limpeza pública (5,7%). Vale salientar que neste quesito o entrevistado poderia citar mais de uma opção como resposta, o que torna a soma dos resultados superior a 100%.

Buscando melhorar os serviços prestados aos participantes, procurou-se conhecer as opiniões dos visitantes sobre os pontos negativos ou algumas falhas que desagradaram os participantes. Dentre os pontos de reclamação, a estrutura da festa foi a mais citada, com 4% das respostas. Em seguida aparecem “banheiros públicos” (3,1%); “limpeza pública” (2,9%); “organização da festa” (2,7%); “preços cobrados” (2,6%); “estacionamento” (1,7%); “segurança pública” (1,6%); “locais de alimentação” (1,6%); “atrações musicais” (1,6%). Importante ressaltar que a maioria do público (52,6%) afirmou que nada desagradou durante o evento.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

O Mossoró Cidade Junina 2022 teve aprovação da grande maioria dos participantes. 92,9% dos entrevistados afirmaram que pretendem retornar aos festejos e 99,1% recomendariam o evento para os parentes e ou amigos.

No que diz respeito à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, perguntamos aos participantes sobre a nota, de 0 a 10, que daria para os festejos. 56,7% dos participantes deram nota dez e 39,5% entre oito e nove. A nota média geral de avaliação foi de 9,34.

O levantamento constatou que o público ficou satisfeito com a festa. Este trabalho subsidiará ações estratégicas com vistas ao fortalecimento do evento e da atividade turística, além do aprimoramento dos serviços. É uma festa que atrai o público local e os turistas de todos os lugares à cidade, contribuindo significativamente para a economia.

4 Análise gráfica

Perfil dos participantes

Gráfico 1 – Sexo
Fonte: Fecomércio/RN

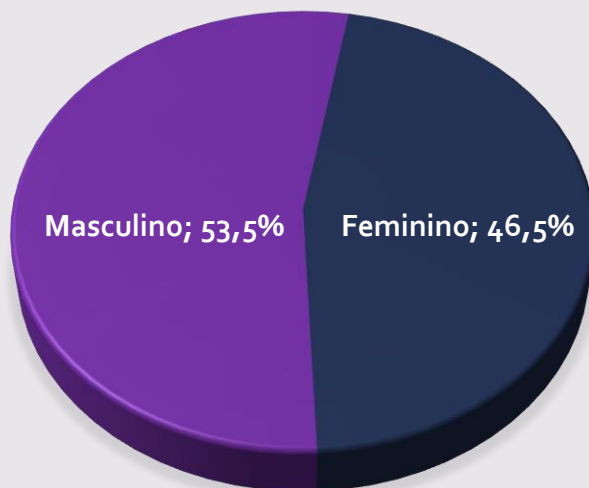


Gráfico 2 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio/RN

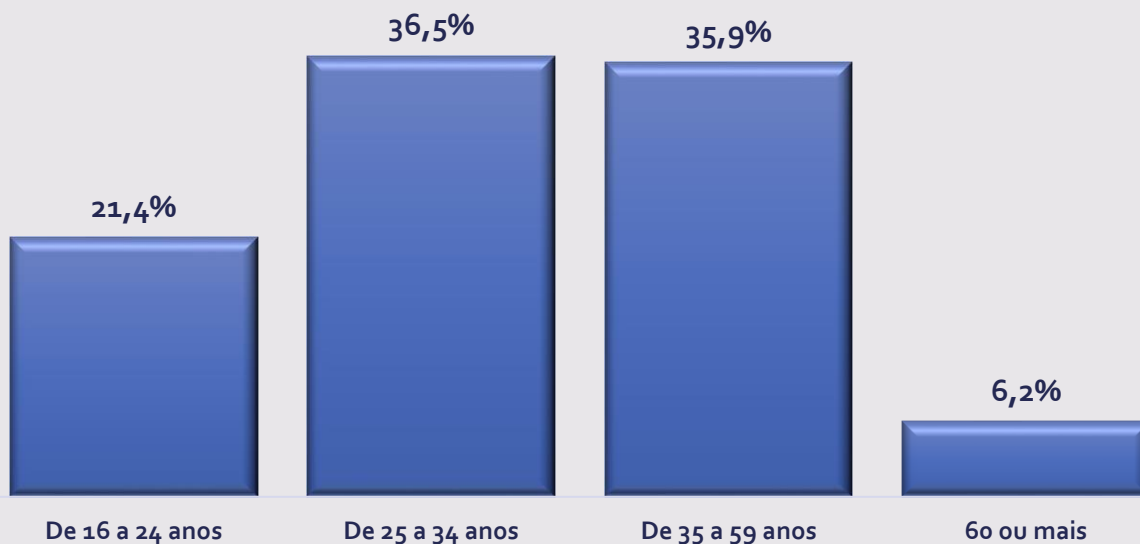


Gráfico 3 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio/RN

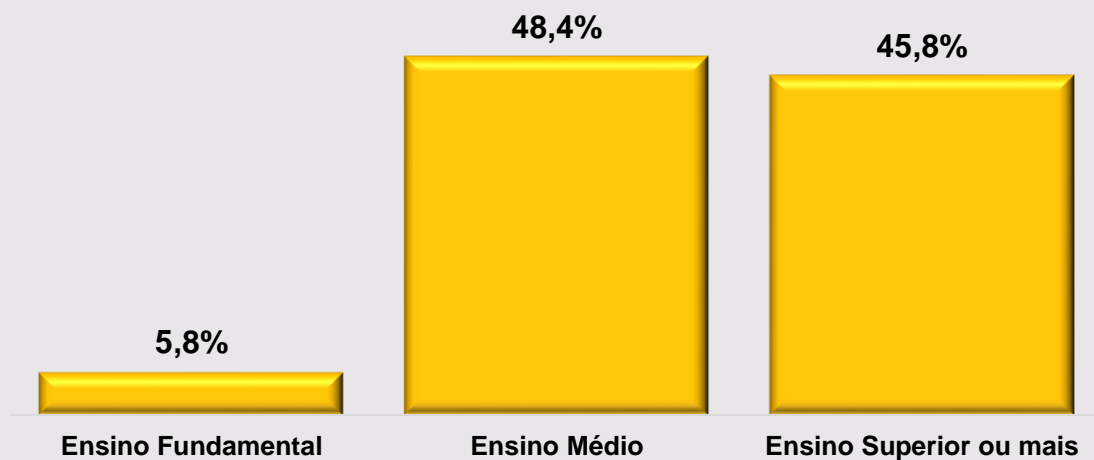


Gráfico 4 – Renda mensal familiar

Fonte: Fecomércio/RN

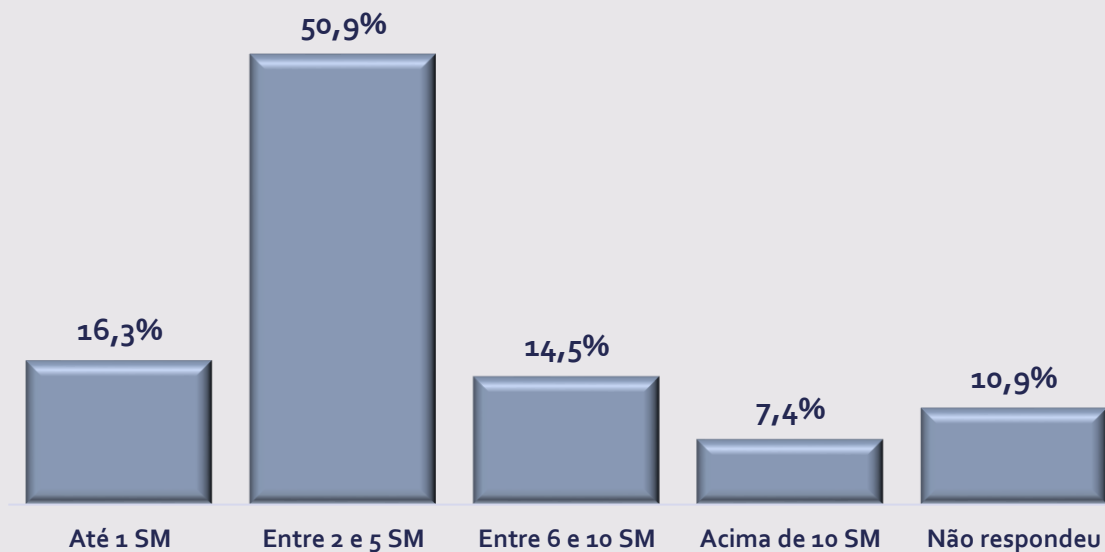


Gráfico 5 – Com quem passou o Mossoró Cidade Junina?

Fonte: Fecomércio/RN

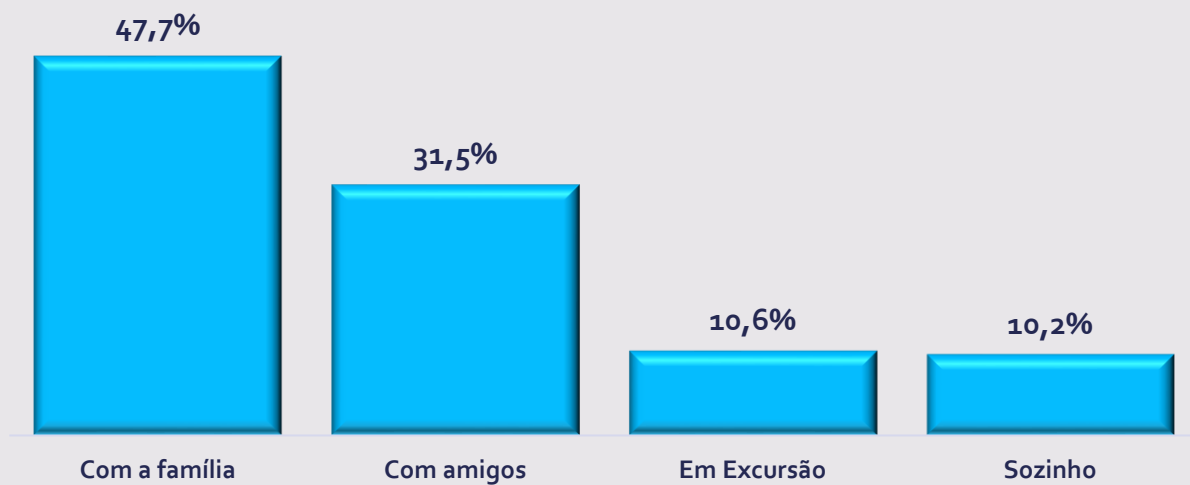
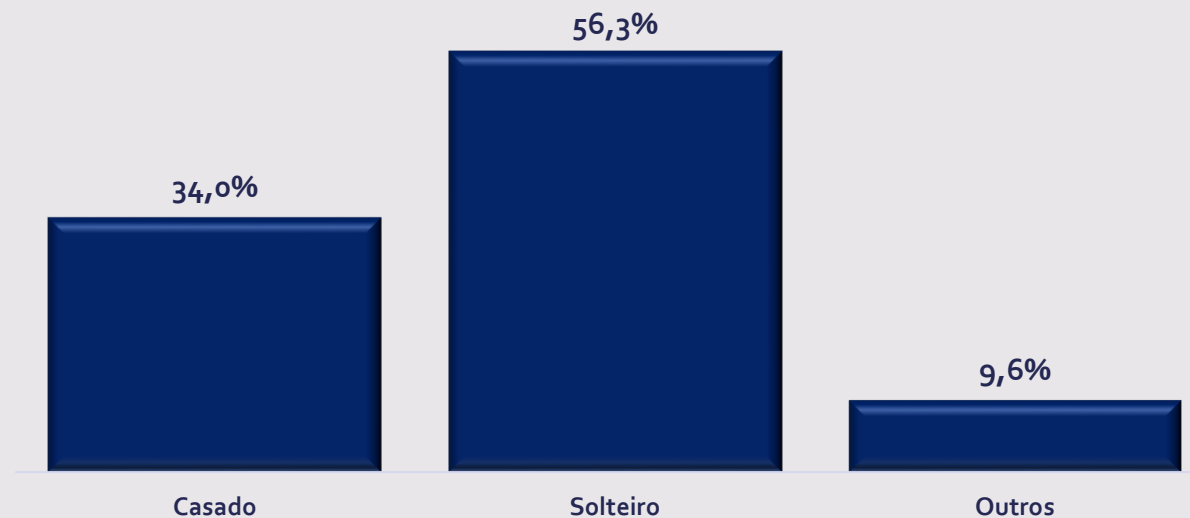


Gráfico 6 – Estado Civil:

Fonte: Fecomércio/RN



Origem

Gráfico 7 – Tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

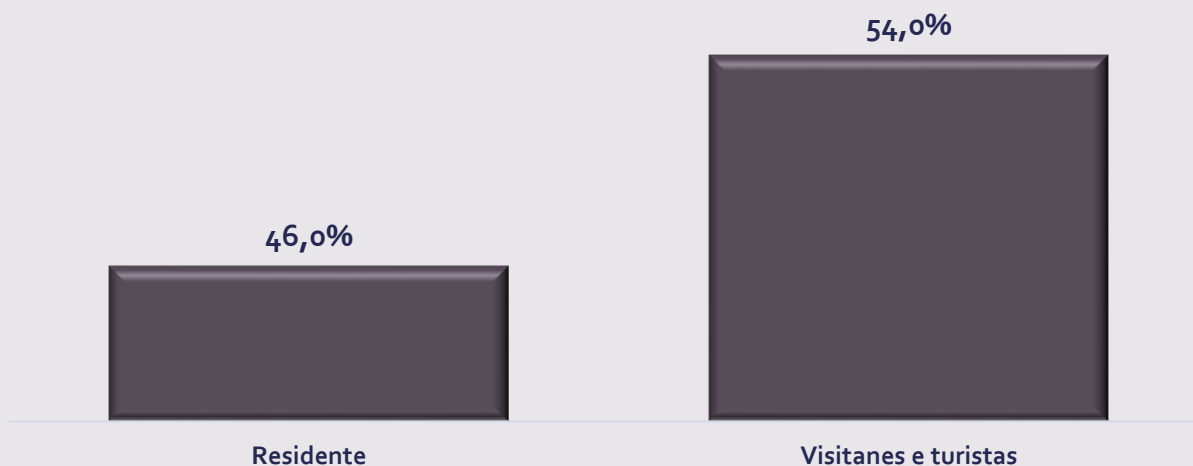


Tabela 1 – Estado de residência do público participante.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
RN	67,1%
CE	18,7%
PE	5,1%
PB	4,0%
SP	1,4%
AL	0,9%
GO	0,6%
RJ	0,6%
MA	0,3%
SC	0,3%
BA	0,1%
DF	0,1%
ES	0,1%
PA	0,1%
PI	0,1%
PR	0,1%
RS	0,1%
SE	0,1%

Tabela 2 – Cidades dos participantes.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%		%
Mossoró	46,0%	Alexandria	0,1%
Natal	11,1%	Almino Afonso	0,1%
Fortaleza	6,7%	Assú	0,1%
Recife	4,7%	Belém do Pará	0,1%
Limoeiro do Norte	1,7%	Brasília	0,1%
Russas	1,6%	Brejo dos Santo	0,1%
Campina Grande	1,4%	Cafelândia	0,1%
Tibau do Norte	1,3%	Cajazeiras	0,1%
Umirim	1,3%	Camaragibe	0,1%
Icó	1,1%	Campinas	0,1%
Jaguaretama	1,1%	Caraúbas	0,1%
Apodi	1,0%	Carmópolis	0,1%
Quixeré	1,0%	Currais Novos	0,1%
Maceió	0,9%	Felipe Guerra	0,1%
Pau dos Ferros	0,7%	Fernandópolis	0,1%
São Gonçalo do Amarante	0,7%	Icapui	0,1%
Souza	0,7%	Igarassu	0,1%
Baraúna	0,6%	Iguatu	0,1%
Goiânia	0,6%	Itaja	0,1%
Jaboatão dos Guararapes	0,6%	Itapecuru	0,1%
João Pessoa	0,6%	Itapipoca	0,1%
São Paulo	0,6%	Jaguaruana	0,1%
Gov Dix Dept Rosado	0,6%	Juazeiro do Norte	0,1%
Beberibe	0,4%	Macau	0,1%
Blumenau	0,4%	Major Sales	0,1%
Maracanaú	0,4%	Maranguape	0,1%
Rio de Janeiro	0,4%	Morrinhos	0,1%
Ceará-Mirim	0,4%	Parnaíba	0,1%
João Câmara	0,4%	Pedro Velho	0,1%
Alto do Rodrigues	0,3%	Pindoretama	0,1%
Aracati	0,3%	Pombal	0,1%
Areia Branca	0,3%	Resende	0,1%
Areia Branca	0,3%	Salvador	0,1%
Birigui	0,3%	Santa Cruz	0,1%
Cabo de Santo Agostinho	0,3%	São Bento	0,1%
Cumirim	0,3%	São Bernardo	0,1%
Grossos	0,3%	São José do Rio Preto	0,1%
Iracema	0,3%	São Luís	0,1%
Itaú	0,3%	Serra do Mel	0,1%
Parnamirim	0,3%	Sobral	0,1%
Patu	0,3%	Tabuleiro do Norte	0,1%
Umarizal	0,3%	Vila Velha	0,1%
Upanema	0,3%	Olho D'água dos Borges	0,1%
Outras	0,3%	Milagres	0,1%
Acarati	0,1%	Florânia	0,1%
		Solonópole	0,1%
		Ererê	0,1%
		Catolé do Rocha	0,1%

Frequência

Gráfico 8 – Quantas vezes já participou do Mossoró Cidade Junina?

Fonte: Fecomércio/RN

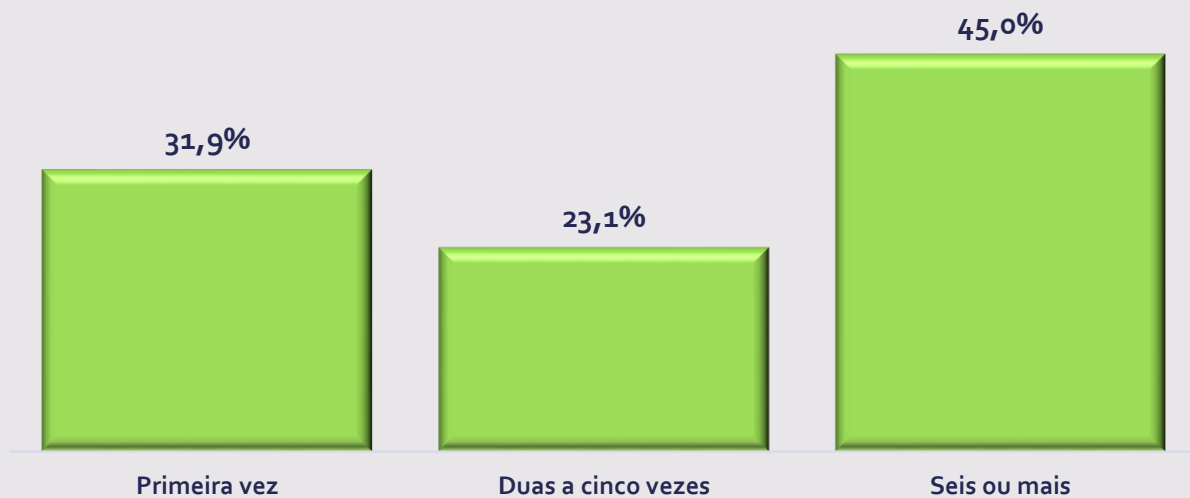


Gráfico 9 – Número de vezes que participou, entre os visitantes e turistas.

Fonte: Fecomércio/RN

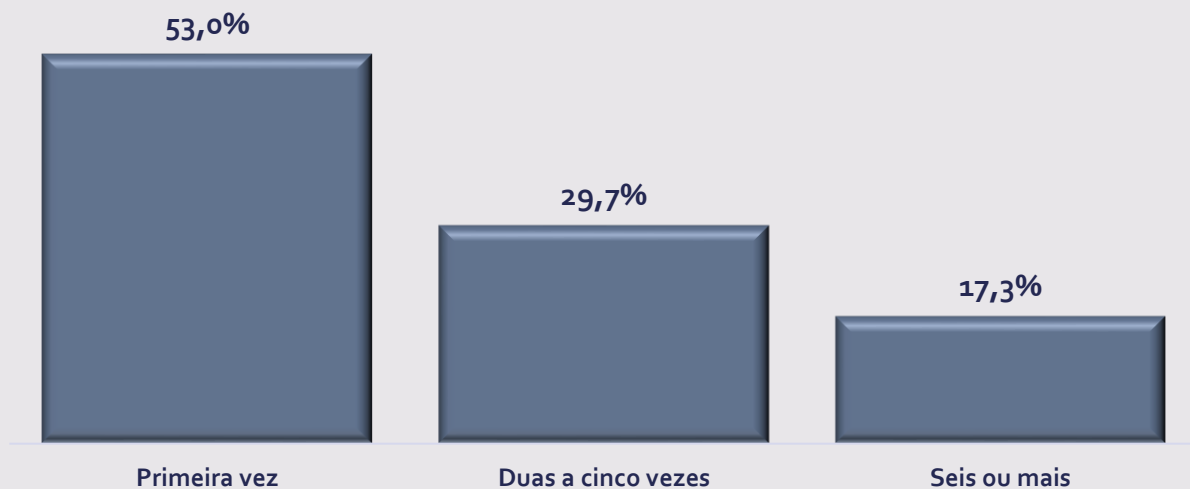


Gráfico 10 – Quantos dias pretende participar do Mossoró Cidade Junina deste ano?

Fonte: Fecomércio/RN

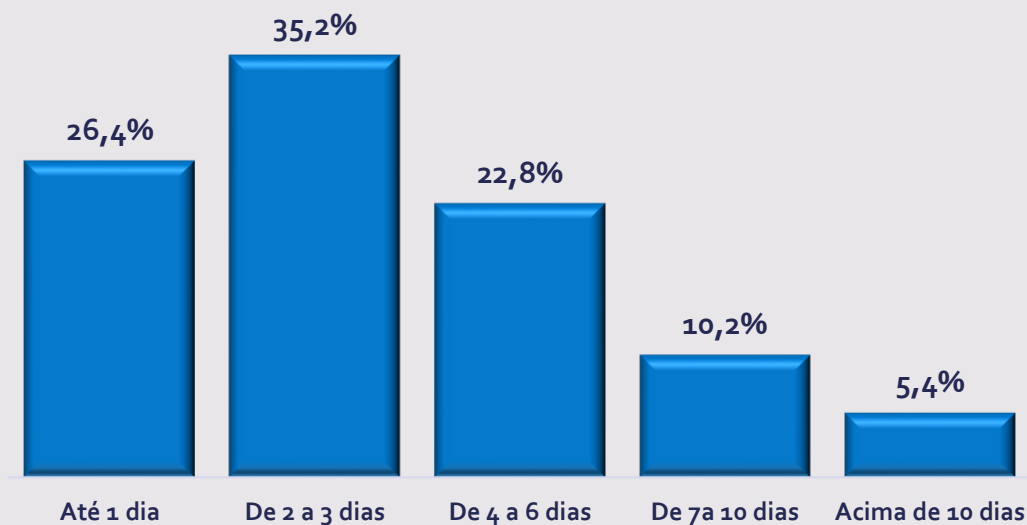


Tabela 3 – Média de dias que participou dos eventos por tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Variável	Residente	Visitantes e Turistas
Nº médio de dias	05	04

Motivação

Gráfico 11 – Porque escolheu Mossoró para passar o São João? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

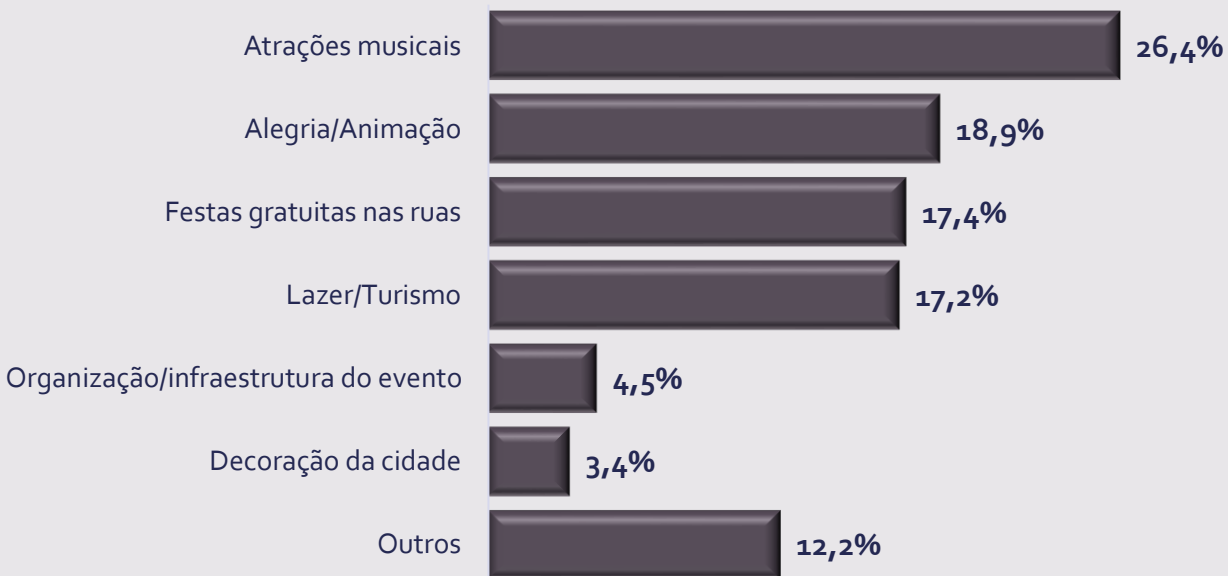
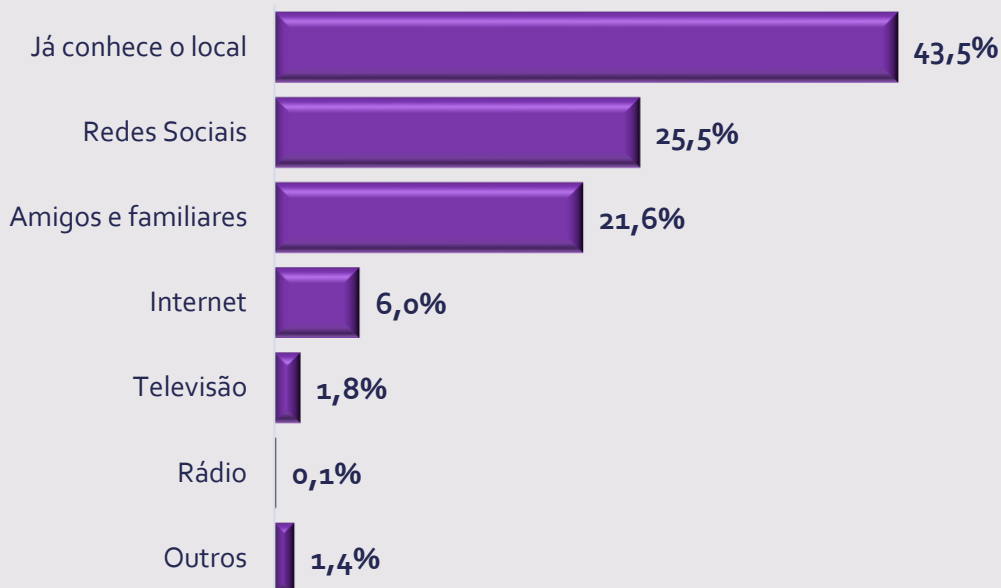


Gráfico 12 – Como o (a) sr. (a) tomou conhecimento do Mossoró Cidade Junina deste ano? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



Atividades e locais visitados

Gráfico 13 – Qual dos atrativos o (a) Sr. (a) visitou ou vai visitar durante os dias que participa do evento? (Múltipla Resposta)

Fonte: Fecomércio/RN

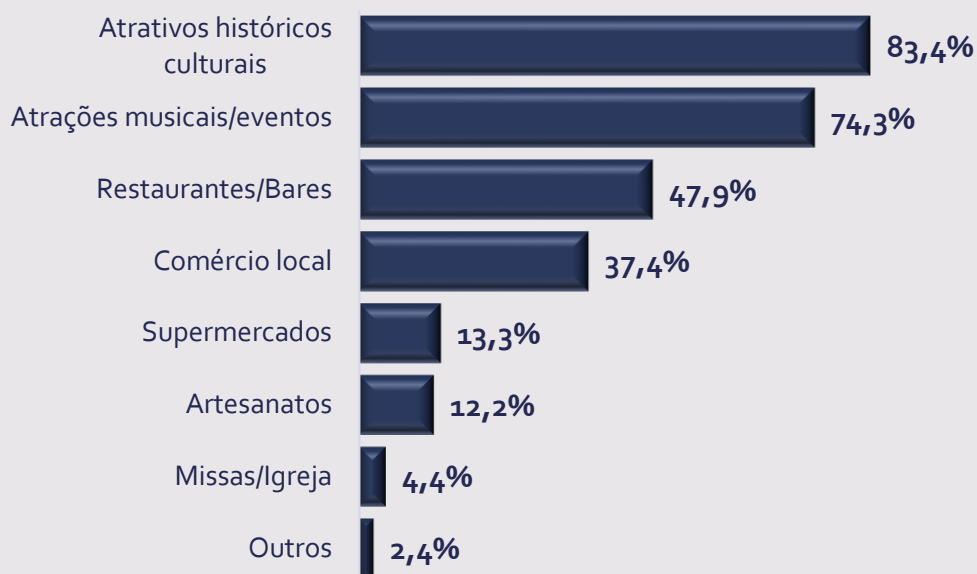
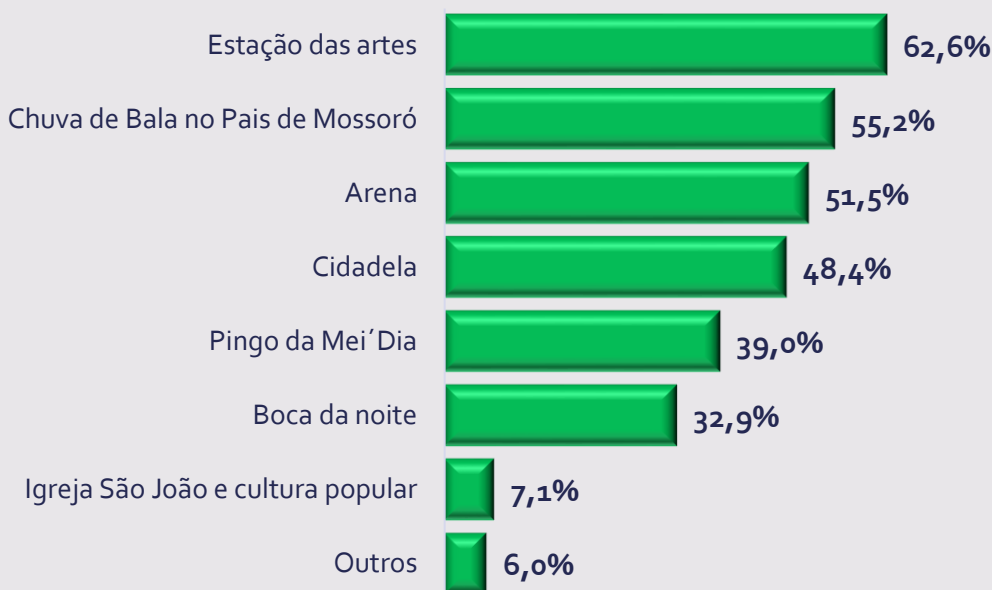


Gráfico 14 – Em quais atividades se fez/fará presente no Mossoró Cidade Junina? (Múltiplas respostas)

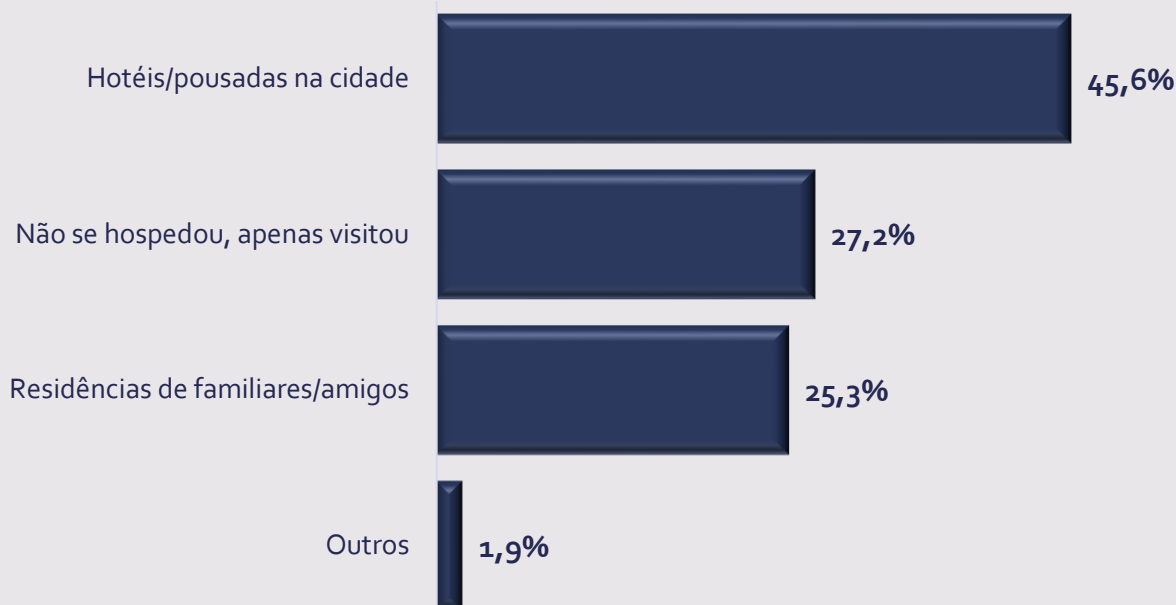
Fonte: Fecomércio/RN



Hospedagem

Gráfico 15 – (Para visitantes e turistas) Onde está hospedado, ou pretende se hospedar durante a sua estadia?

Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

Tabela 4 – Gasto médio individual do público que participou do Mossoró Cidade Junina.

Fonte: Fecomércio/RN

Gastos	Residentes R\$	Visitantes e turistas R\$	Média geral R\$
Hospedagem	R\$ -	R\$ 271,20	R\$ 146,45
Alimentação/Bebidas	R\$ 347,34	R\$ 432,21	R\$ 392,86
Compras	R\$ 198,80	R\$ 135,95	R\$ 165,26
Transporte	R\$ 65,41	R\$ 56,50	R\$ 60,60
Diversão	R\$ 34,14	R\$ 53,29	R\$ 44,46
Gasto Médio Individual	R\$ 645,70	R\$ 949,15	R\$ 809,64
Gasto Médio Individual por dia	R\$ 129,14	R\$ 237,29	R\$ 179,92

Avaliação

**Gráfico 16 – O que mais agradou durante o Mossoró Cidade Junina deste ano?
(Espontânea) (Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 17 – O que mais desagradou durante o Mossoró Cidade Junina deste ano?
(Espontânea) (Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

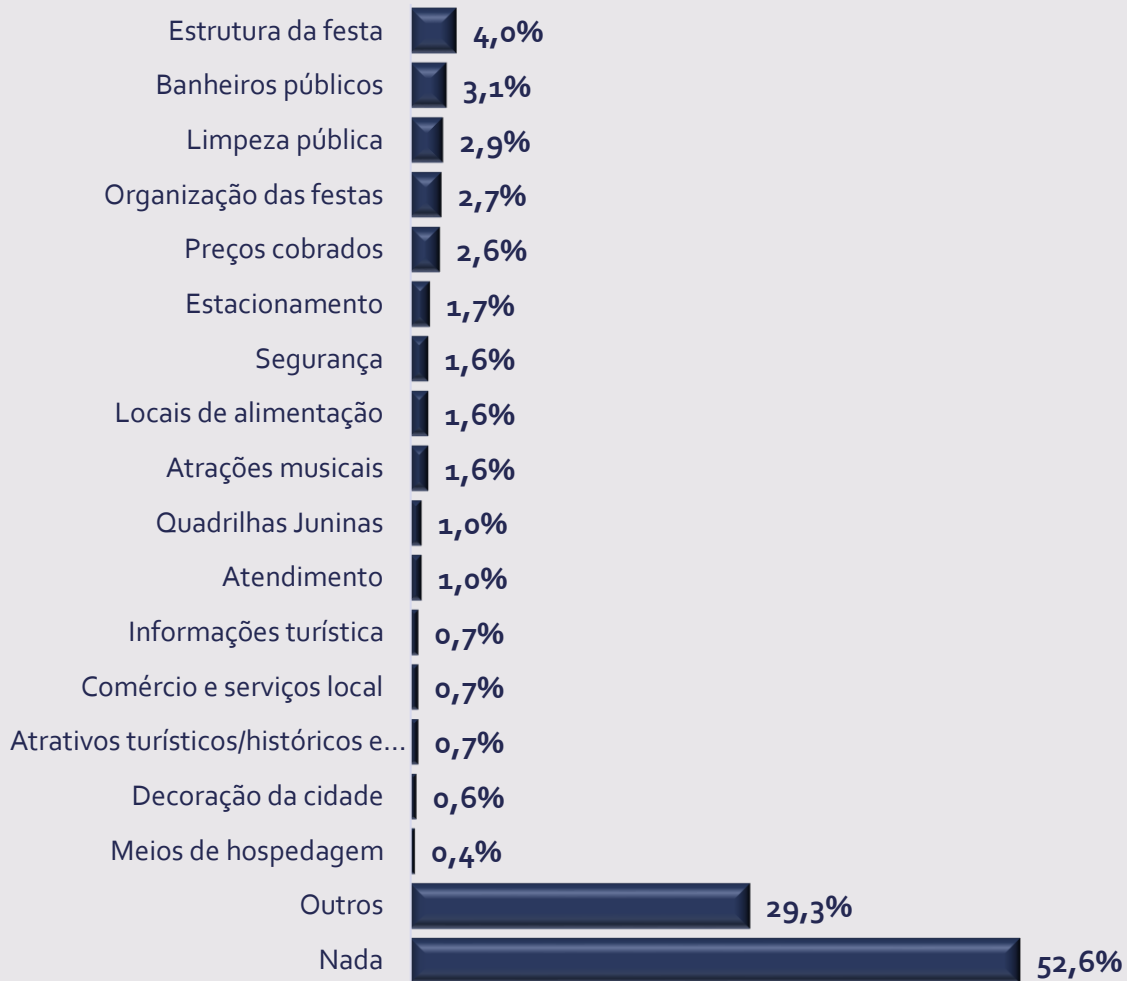


Gráfico 18 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o Mossoró Cidade Junina?
Fonte: Fecomércio/RN

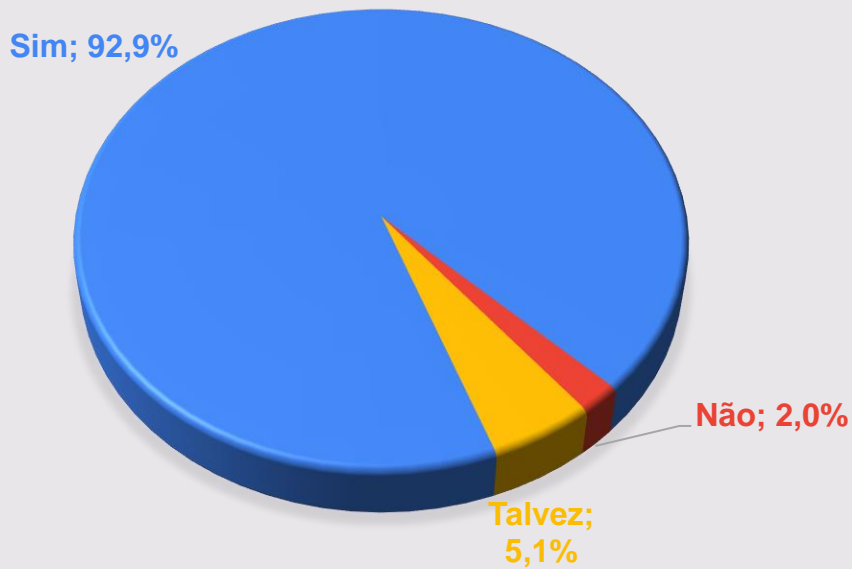


Gráfico 19 – O (a) sr. (a) recomendaria o Mossoró Cidade Junina?
Fonte: Fecomércio/RN

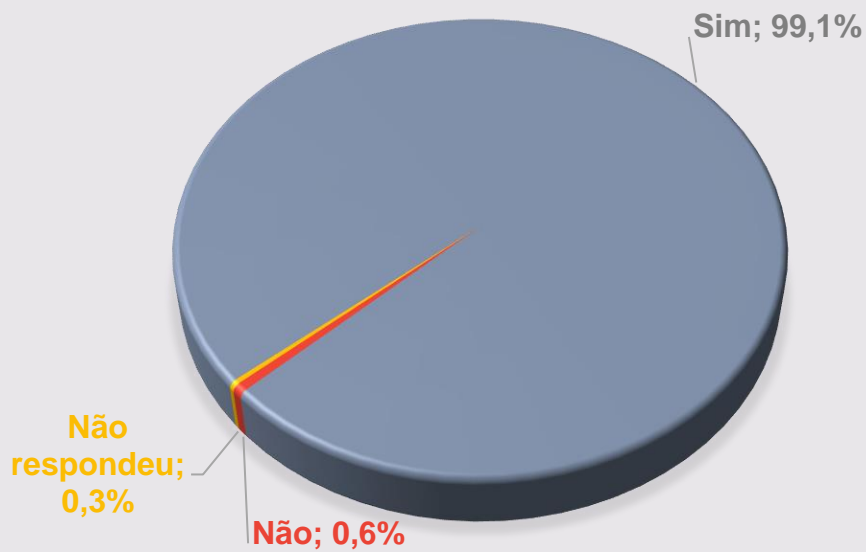


Gráfico 20– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para o Mossoró Cidade Junina 2022?

Fonte: Fecomércio/RN

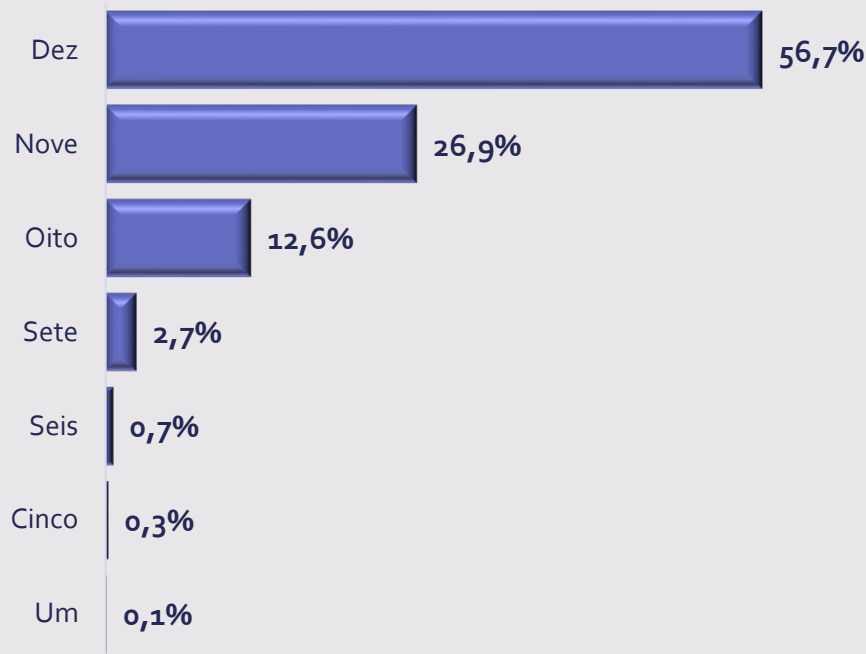


Tabela 5 – Nota média dada para o Mossoró Cidade Junina 2022?

Fonte: Fecomércio/RN

Variável	Residentes	Visitantes e turistas	Geral
Nota média	9,30	9,38	9,34

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E
TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Assessora Técnica

Ágata Menezes

Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Julio Cezar

Breno Fernandes

Jessica Silva

Pesquisadores