Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

PERFIL DOS PARTICIPANTES E MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA ESTIMADA NO CARNATAL 2022

DEZEMBRO 2022

Sumário

1 Apresentação 3
2 Metodologia 4
3 Principais resultados 5
Perfil dos participantes 5
Origem 6
Frequência 6
Motivação 7
Atividades 7
Gastos 8
Avaliação 8
Aprovação 9
4 Análise gráfica 10
Perfil dos participantes 10
Origem 13
Frequência 16
Motivação 18
Atividades 19
Gastos 19
Avaliação 21
Aprovação 22

1 Apresentação

O Carnatal faz parte do calendário dos grandes eventos do país. Há 31 anos, a micareta atrai foliões e turistas de todos os lugares do Brasil. A cada edição são incrementadas novidades e melhorias no evento.

A ocupação hoteleira melhora significativamente durante o mês do evento. O turista se diverte, consome os mais diversos serviços e produtos, bem como movimenta os bares, restaurantes, transportes, agências e toda cadeia do turismo que é muito ampla, indo desde a companhia aérea ao combustível, o que gera imposto para o estado e para o município.

O folião, além do evento, pode conhecer as belezas naturais do estado, provar da gastronomia local e conhecer as opções de entretenimento que existem no local. Deste modo, para o comércio e serviços, o período representa uma enorme oportunidade de faturamento com a circulação econômica, geração de empregos e renda.

Neste contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio RN (IFC), na qualidade de entidade representativa dos empresários, cumprindo sua missão, realizou uma pesquisa para traçar o perfil dos participantes da festa, como também para 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, entre os dias 09 e 11 de dezembro, uma pesquisa para avaliar o perfil dos participantes do Carnatal. Ao todo, foram pesquisadas 785 pessoas de diferentes perfis e hábitos, com o intuito de identificar 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 pontos percentuais e nível de confiança de 95%. Isso significa dizer que se a mesma pesquisa for realizada 100 vezes, em 95 vezes os resultados, por quesito, irão variar 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 por meio de tablets que gravavam e georreferenciavam as entrevistas, por pesquisadores 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 das informações coletadas.

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

A pesquisa possibilitou a coleta de informações sobre o perfil das pessoas que participaram do Carnatal deste ano. As entrevistas mostraram que 62,72% do público eram do sexo masculino e 37,28% do sexo feminino.

Percebeu-se no levantamento que a faixa etária de 25 a 34 anos apresentou a maior proporção de participantes, resultando em 44,40% do público. 30,28% das pessoas que participaram da festa eram da faixa etária de 35 a 44 anos. A faixa de idade acima de 45 anos representou 9,92% do público total. A idade média dos participantes foi calculada em 33 anos, sendo que entre os turistas foi de 35 anos, e entre os norterio-grandenses de 32 anos.

A pesquisa apurou também que a maioria dos foliões da micareta possuíam ensino superior (68,45%), ao passo que 28,63% possuíam ensino médio e apenas 2,93% tinham nível fundamental de escolaridade.

De acordo com os resultados do estudo, a maior parcela (33,72%) das pessoas que estiveram na festa possuía renda de 3 a 5 salários mínimos. Outros 29,52% dos participantes entrevistados declararam rendimentos de até 2 salários; 20,74% entre 6 e 10 salários; e 12,60% mais de 10 salários mínimos. A renda média calculada com base nas respostas dos entrevistados ficou em 4,6 salários mínimos. Os turistas que participaram do Carnatal possuíam renda média de 6,1 salários, enquanto os potiguares de 3,8 salários.

Entre os participantes, 69,08% eram solteiros e 23,92% eram casados. O levantamento da Fecomércio RN também verificou que 39,82% dos participantes do Carnatal festejaram com amigos; 35,11% com companheiros (as); 15,65% com a família; e 9,41% sozinhos.

Origem

A pesquisa mostrou ainda que, entre os que prestigiaram o Carnatal deste ano, 66,54% dos participantes eram norterio-grandenses, enquanto 33,46% das pessoas eram turistas.

Na identificação da origem, verificou-se que a maioria dos participantes eram nativos, porém a pesquisa notou a presença de foliões de outros 21 estados brasileiros, como Pernambuco (8,65%), Paraíba (5,73%), Ceará (4,33%), Bahia (3,31%), Rio de Janeiro (2,67%), São Paulo (1,53%), Goiás (1,27%), Minas Gerais (1,27%), Distrito Federal (0,76%), Alagoas (0,51%), Espírito Santo (0,51%), Sergipe (0,51%), Paraná (0,38%), Amazonas (0,25%), Pará (0,25%), Piauí (0,25%), Rondônia (0,25%), Acre (0,13%), Maranhão (0,13%), Mato Grosso (0,13%) e Rio Grande do Sul (0,13%). 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.

Entre os locais de residência do público, observou-se participantes de 97 cidades diferentes, sendo as principais Natal (51,02%), Parnamirim (7%), Recife (7%), Fortaleza (3,69%), João Pessoa (2,93%), Salvador (2,67%), Rio de Janeiro (1,78%), Campina Grande (1,40%), Mossoró (1,40%), São Paulo (1,15%), Macaíba (1,02%), Goiânia (0,89%), Brasília (0,76%), Extremoz (0,76%), São Gonçalo do Amarante (0,64%), Belo Horizonte (0,51%), Maceió (0,51%), Vitória (0,51%), Caruaru (0,38%), João Câmara (0,38%), Juiz de Fora (0,38%), Macau (0,38%), Olinda (0,38%), Caicó (0,38%), Guamaré (0,38%), Vitória da Conquista (0,38%), Aracajú (0,25%), Assú (0,25%), Canguaretama (0,25%), Iguatu (0,25%), Manaus (0,25%), entre outras .

Frequência

Cerca de 1 em cada 4 – 26,46% – estavam no Carnatal pela primeira vez. Entre os visitantes e turistas, 4 em cada 10 (41,44%) participavam da micareta pela primeira vez. No geral, 42,49% já tinham participado da festa de 2 a 7 edições anteriores, ao mesmo tempo que 31,04% haviam participado do evento em 8 ou mais anos. Deste modo, 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.

As informações averiguadas na pesquisa da Fecomércio RN indicaram que 34,10% dos foliões participaram um dia do evento; 33,33% estiveram no Carnatal por dois dias; enquanto 32,57% dos foliões foram aos atrativos por três dias. A média geral de participação foi calculada, em 2 dias, sendo que a média dos turistas foi de 2,3 dias, ao passo que dos locais foi de 1,8 dia.

Motivação

Os dados revelaram que as atrações musicais oferecidas pelos blocos foram o principal atrativo para os foliões (47,96%). A animação e alegria proporcionada pelo evento foi a motivação para 25,57% das pessoas que estiveram no Carnatal deste ano. A tradição de participar do evento foi citada por 14,76% dos participantes. Férias, organização e estrutura do evento somaram 5,22% das respostas, enquanto outros motivos foram mencionados por 6,49%.

Sobre a forma como tomaram conhecimento do Carnatal, o levantamento apurou que 32,06% dos participantes já conheciam a micareta. Em seguida, aparece como destaque, as informações em redes sociais, com 30,41% das citações. Logo após surgem aqueles que tomaram conhecimento através de amigos e parentes, com 25,06% das respostas. Seguidos por internet em geral, com 8,52% das indicações, entre outros, que somaram 3,94% das respostas.

Atividades

Na opinião dos foliões, a programação disponibilizada pelos blocos e camarotes foi o principal atrativo do evento. Sendo que 52,16% mencionaram que participaram dos blocos e 43% foram aos camarotes da micareta. Festa na Arena, Arquibancada, entre outros atrativos foram indicados por 10,18% dos foliões.

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.

Gastos

A pesquisa também detalhou 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 Carnatal, analisando os gastos com alimentação/bebidas, transporte local, diversão e compras no período do evento.

O público do RN que participou do Carnatal deste ano gastou, em média individual por dia, R$ 596,40 no evento, valor distribuído entre diversão (33,96%), compras (32,59%), alimentação/bebidas (25,75%) e transporte (7,70%).

Os turistas que foram ao Carnatal gastaram individualmente por dia R$ 1.323,05 direcionados para diversão (28,05%); alimentação/bebidas (23,05%); compras (22,65%), hospedagem (16,12%) e transporte local (10,13%).

Levando-se em conta o número de foliões presentes no evento durante os três dias de Carnatal e o valor do gasto médio individual por dia, é possível estimar que o evento fez movimentar na economia do estado R$ 60.846.565,00. Sendo que os turistas fizeram circular em média R$ 41.940.685,00 e os foliões potiguares movimentaram R$18.905.880,00.

Avaliação

Com o objetivo de apurar o nível de satisfação dos foliões a respeito dos atrativos e qualidade dos serviços prestados, foi solicitado que eles avaliassem alguns aspectos fundamentais para o evento. Importante destacar que os índices de “não sabe” foram desconsiderados para os cálculos dos percentuais, pois revelam impossibilidade de julgamento ou que esses serviços não foram utilizados pelos participantes.

Numa escala de 0 a 10, o espaço para realização do evento foi o item mais elogiado pelos participantes do Carnatal, obtendo uma média de 9,25. Desses, 80,13% avaliaram com notas entre 09 e 10. Apenas 5,16% dos entrevistados atribuíram conceito abaixo de 7 pontos nesse quesito.

A limpeza em toda área do evento foi outro item que agradou aos foliões. 72,24% dos participantes avaliaram com notas entre 9 e 10, sendo que 61,97% atribuíram conceito 10 e 10,26% nota 9. Outros 6,45% avaliaram com notas inferiores a 7, atingindo uma média 9,09 pontos.

No ranking das principais avaliações, o acesso ao local do evento aparece na terceira posição, alcançando aprovação média de 9 pontos. Esse item foi classificado com notas 9 ou 10 por 71,76% dos participantes.

Abaixo da média nove aparecem, na ordem, os seguintes itens: segurança (8,87), atrativos do evento (8,79), divulgação da festa (8,71), organização do evento (8,70), transportes para deslocamento (8,51) e locais de alimentação (8,43).

Os preços cobrados foram o item que obteve a menor nota de avaliação, atingindo a média de 6,72 pontos. Desses, 40,80% dos entrevistados atribuíram notas abaixo de 6; 33,24% deram notas que variam de 7 a 8; e apenas 25,96% avaliaram com notas entre 9 e 10.

Aprovação

No geral, o Carnatal 2022 teve aprovação da grande maioria dos participantes. 88,93% dos entrevistados afirmaram que pretendem retornar à micareta e 96,2% recomendariam o evento para os parentes e ou amigos.

Ainda em referência à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, perguntamos aos participantes sobre a nota, de 0 a 10, que dariam para o evento. 65,80% dos participantes deram notas entre nove e dez e 30,82% entre oito e seis. A nota média geral de avaliação foi de 8,81. Sendo que os residentes atribuíram nota média igual a 8,87 e os turistas 8,71.

A pesquisa mostrou que os foliões ficaram satisfeitos com a micareta. Este trabalho subsidiará ações estratégicas de 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, contribuindo significativamente para a economia do Estado.

4 Análise gráfica

Perfil dos participantes

Gráfico 1 – Sexo
Fonte: Fecomércio/RN

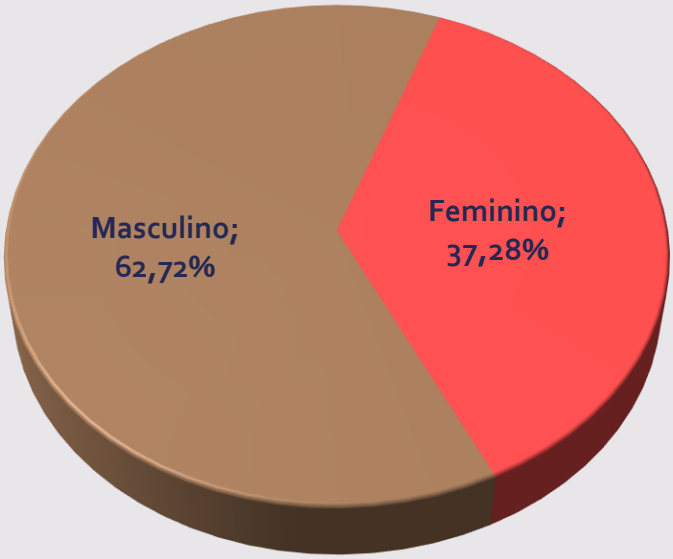


Gráfico 2 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio/RN

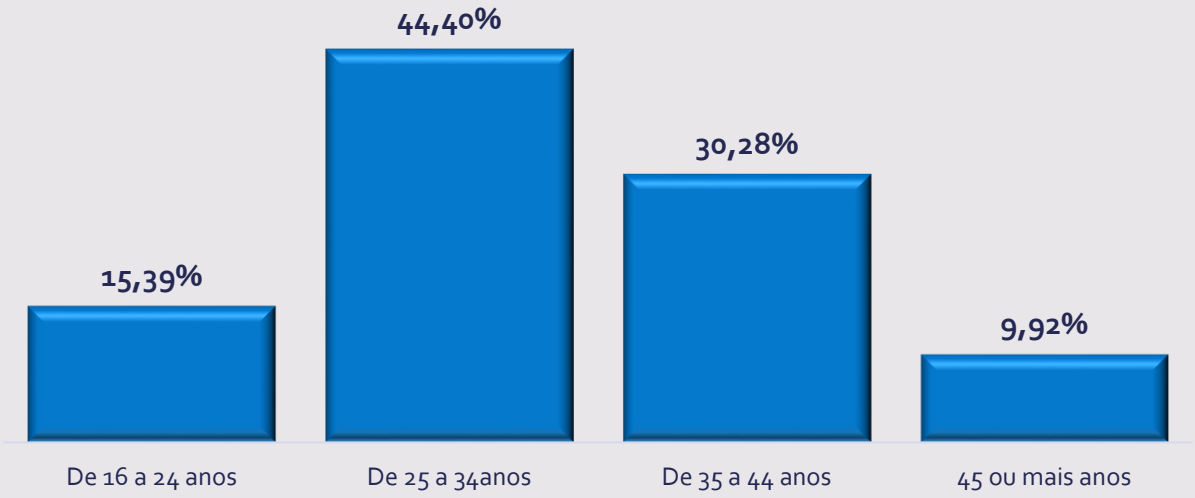


Tabela 1 – Idade média dos participantes, em anos.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Local	Turista	Total Geral
Idade Média	32	35	33

Gráfico 3 – Escolaridade
Fonte: Fecomércio/RN

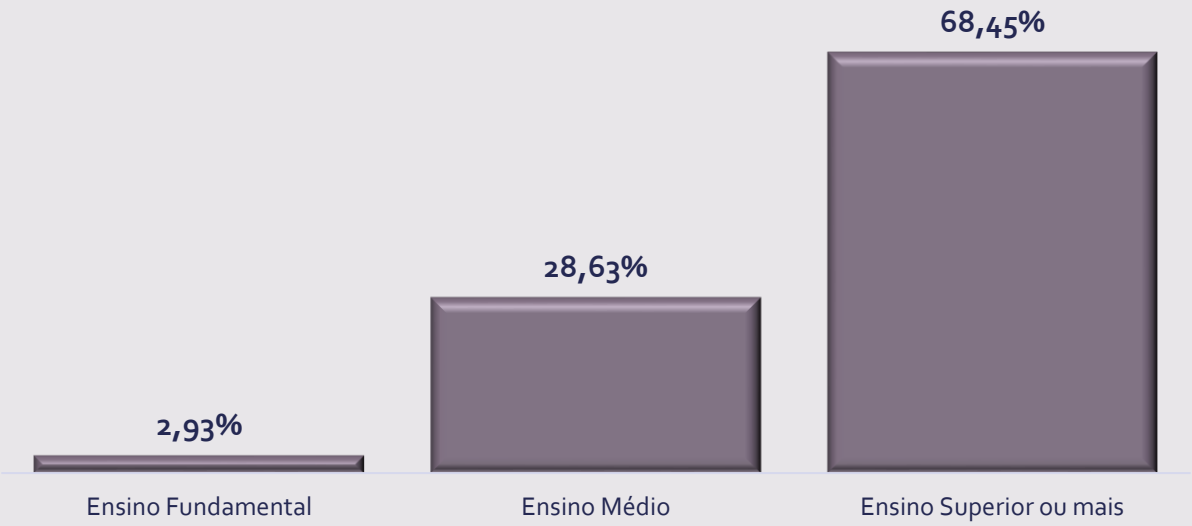


Gráfico 4 – Com quem passou o Carnatal?
Fonte: Fecomércio/RN

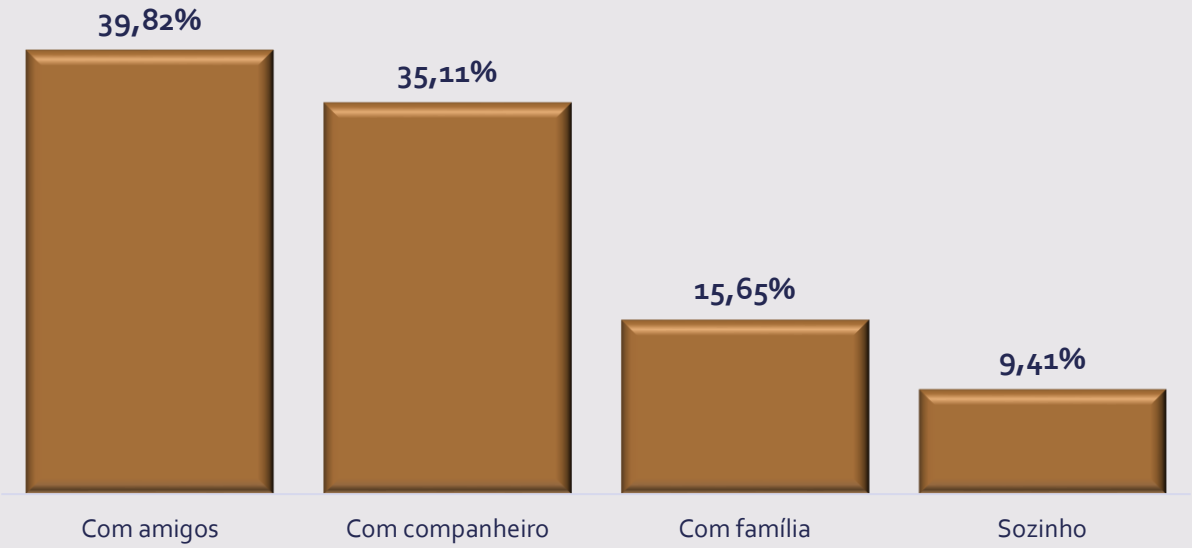


Gráfico 5 – Estado Civil:
Fonte: Fecomércio/RN

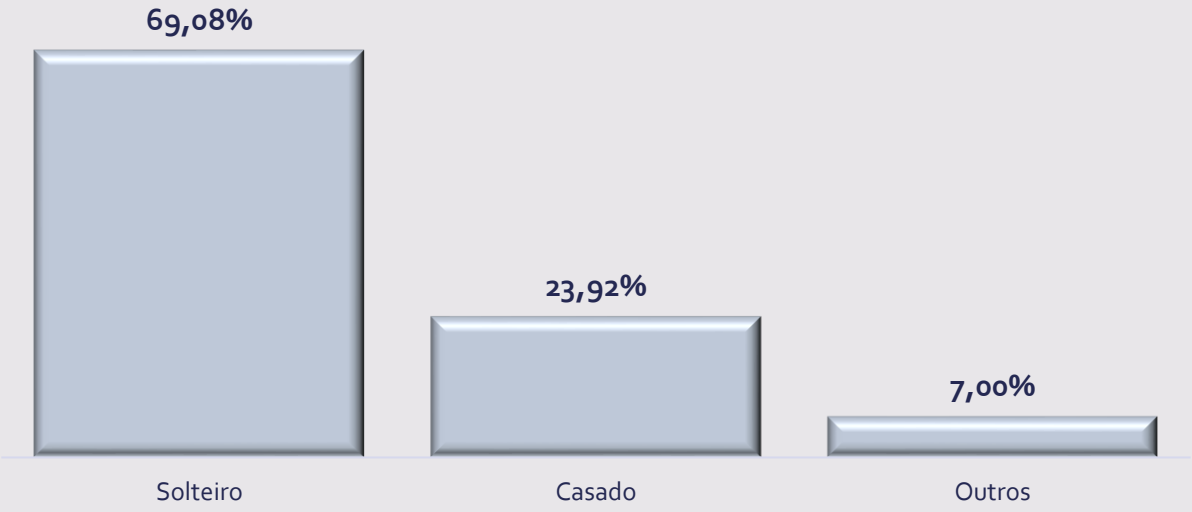


Gráfico 6– Renda mensal individual:
Fonte: Fecomércio/RN

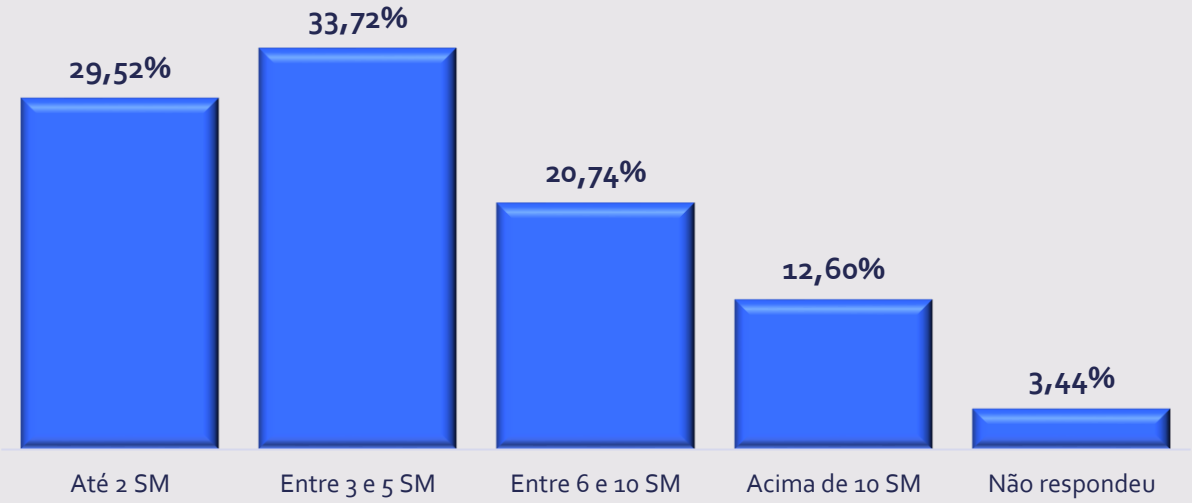


Tabela 2 – Renda média mensal individual por tipo de público e geral, em salários mínimos.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Local	Turista	Total Geral
Renda Média em Salários Mínimos	3,8	6,1	4,6

Origem

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

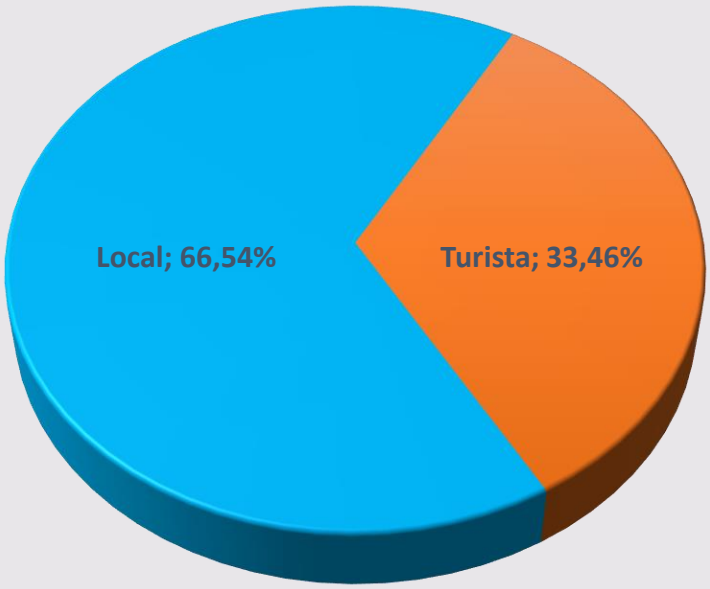


Tabela 3 – País de residência do público participante.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Brasil	99,49%
Canadá	0,13%
Itália	0,13%
Portugal	0,13%
Alemanha	0,13%
Total Geral	100,00%

Tabela 4 – Estado de residência do público participante.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Rio Grande do Norte	66,54%
Pernambuco	8,65%
Paraíba	5,73%
Ceará	4,33%
Bahia	3,31%
Rio de Janeiro	2,67%
São Paulo	1,53%
Goiás	1,27%
Minas Gerais	1,27%
Distrito Federal	0,76%
Alagoas	0,51%
Espírito Santo	0,51%
Estrangeiro	0,51%
Sergipe	0,51%
Paraná	0,38%
Amazonas	0,25%
Pará	0,25%
Piauí	0,25%
Rondônia	0,25%
Acre	0,13%
Maranhão	0,13%
Mato Grosso	0,13%
Rio Grande do Sul	0,13%

Tabela 5 – Cidades dos participantes.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Natal	51,02%
Parnamirim	7,00%
Recife	7,00%
Fortaleza	3,69%
João Pessoa	2,93%
Salvador	2,67%
Rio de Janeiro	1,78%
Campina Grande	1,40%
Mossoró	1,40%
São Paulo	1,15%
Macaíba	1,02%
Goiânia	0,89%
Brasília	0,76%
Extremoz	0,76%
São Gonçalo do Amarante	0,64%
Belo Horizonte	0,51%
Estrangeiro	0,51%
Maceió	0,51%
Vitória	0,51%
Caruaru	0,38%
João Câmara	0,38%
Juiz de Fora	0,38%
Macau	0,38%
Olinda	0,38%
Caicó	0,38%
Guamaré	0,38%
Vitória da Conquista	0,38%
Aracajú	0,25%
Assú	0,25%
Canguaretama	0,25%
Iguatu	0,25%
Manaus	0,25%
Messias Targino	0,25%
Nova Cruz	0,25%
Patos	0,25%
Porto Velho	0,25%
São Bento	0,25%
Barbacena	0,25%
Belém	0,25%
Campos dos Goytacazes	0,25%
Tibau do Sul	0,25%
Angra	0,13%
Araruama	0,13%
Ares	0,13%
Baía da Traição	0,13%
Brejinho	0,13%
Brejo do Cruz	0,13%
Cajazeiras	0,13%
Caldas Novas	0,13%
Campo Grande	0,13%
Carnaubais	0,13%
Ceara Mirim	0,13%
Cuité	0,13%
Curitiba	0,13%
Currais Novos	0,13%
Curvelo	0,13%
Feira de Santana	0,13%
Foz do Iguaçu	0,13%
Garanhuns	0,13%
Goianinha	0,13%
Gravatá	0,13%
Icó	0,13%
Ipueira	0,13%
Itabaiana	0,13%
Itajá	0,13%
Itapissuma	0,13%
Jaguariúna	0,13%
Juazeiro	0,13%
Lagoa de Velhos	0,13%
Lagarto	0,13%
Macaé	0,13%
Mamanguape	0,13%
Mauá	0,13%
Maxaranguape	0,13%
Niterói	0,13%
Nova Veneza	0,13%
Novas Vegas	0,13%
Palmares	0,13%
Parazinho	0,13%
Parnaíba	0,13%
Paulista	0,13%
Paulo Afonso	0,13%
Pendências	0,13%
Pindamonhangaba	0,13%
Pontes e Lacerda	0,13%
Porto Alegre	0,13%
Rio Branco	0,13%
Rio Tinto	0,13%
São José de Campestre	0,13%
São Luiz	0,13%
São Miguel do Gostoso	0,13%
São Paulo Potengi	0,13%
Severiano Melo	0,13%
Surubim	0,13%
Teresina	0,13%
Toritama	0,13%
Umuarama	0,13%
Viçosa do Ceará	0,13%

Frequência

Gráfico 8 – Quantas vezes já participou do Carnatal ?
Fonte: Fecomércio/RN

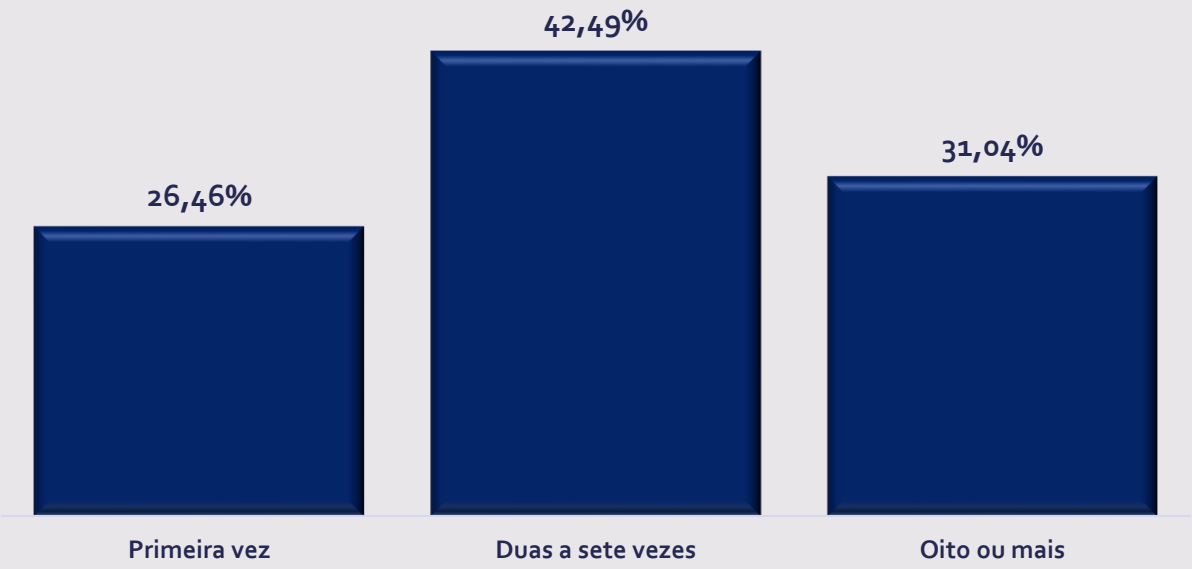


Tabela 6 – Número de vezes que participou, entre os visitantes e turistas.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Local	Turista	Total Geral
Primeira vez	18,93%	41,44%	26,46%
Duas a sete vezes	40,92%	45,63%	42,49%
Oito ou mais	40,15%	12,93%	31,04%
Total Geral	100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 9 – Quantos dias pretende participar do Carnatal deste ano?
Fonte: Fecomércio/RN

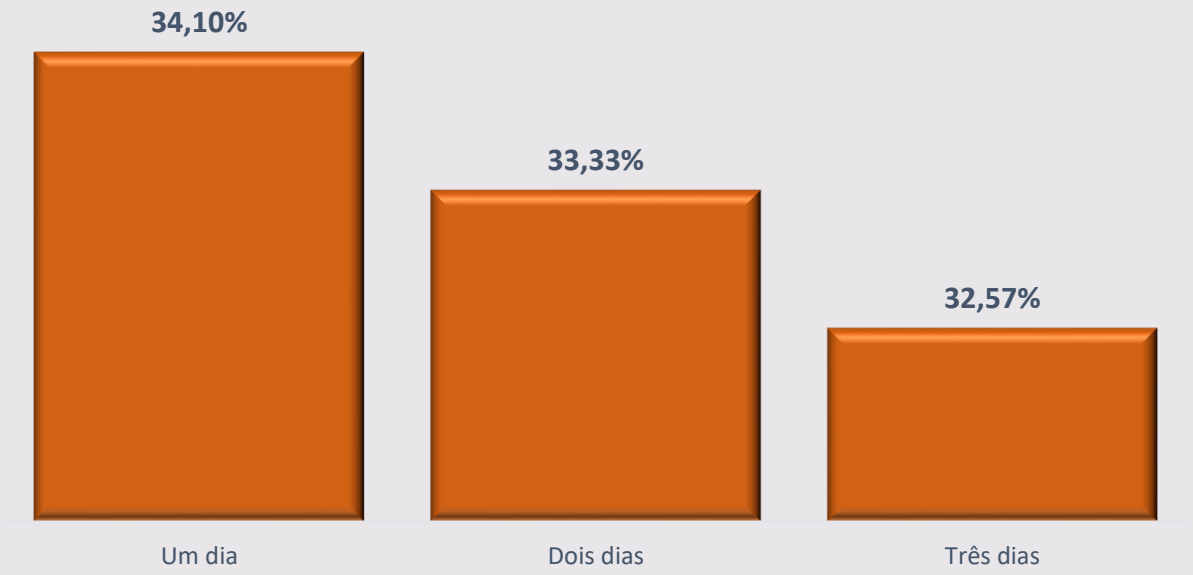
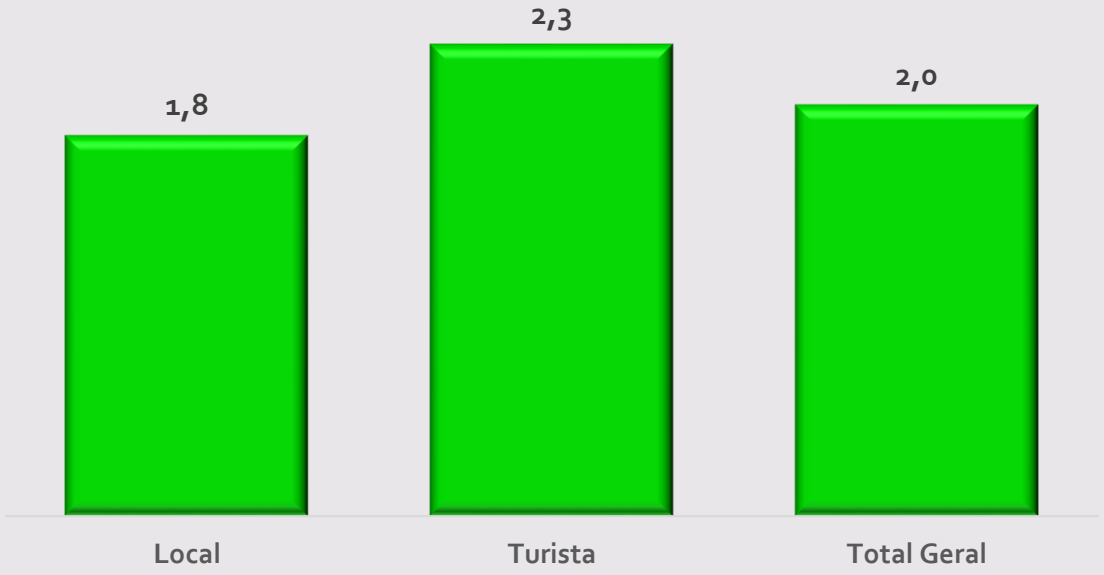


Gráfico 10 – Média de dias que participou do evento por tipo de público.
Fonte: Fecomércio/RN



Motivação

Gráfico 11 – Qual a principal motivação para participar do Carnatal deste ano?
Fonte: Fecomércio/RN

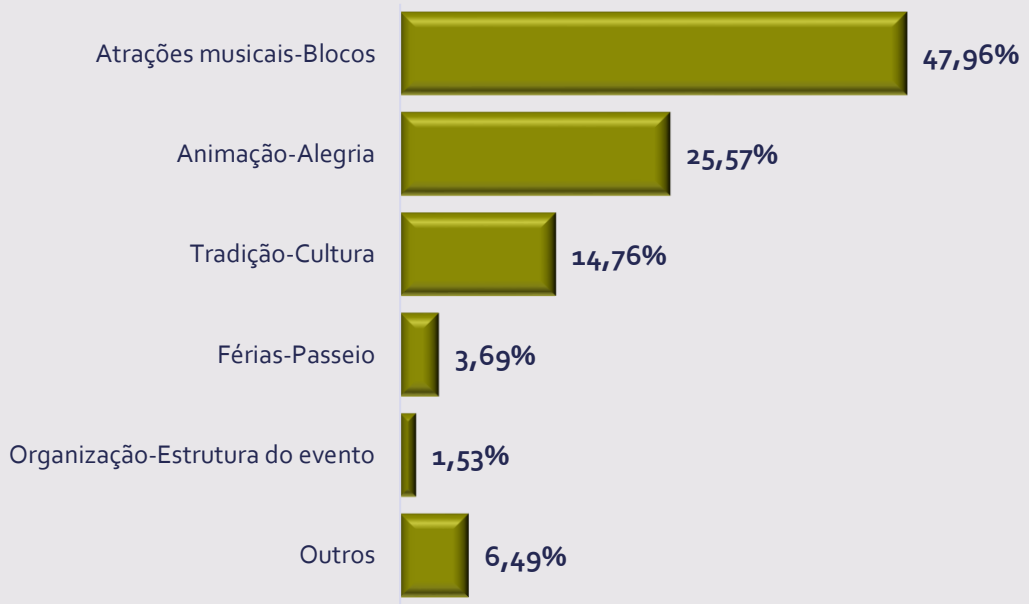
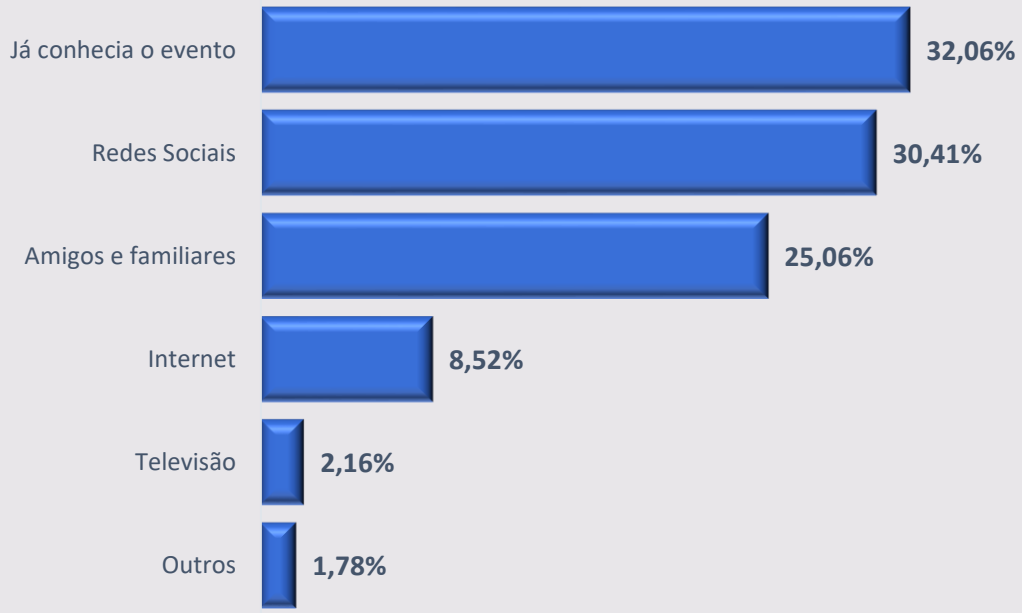
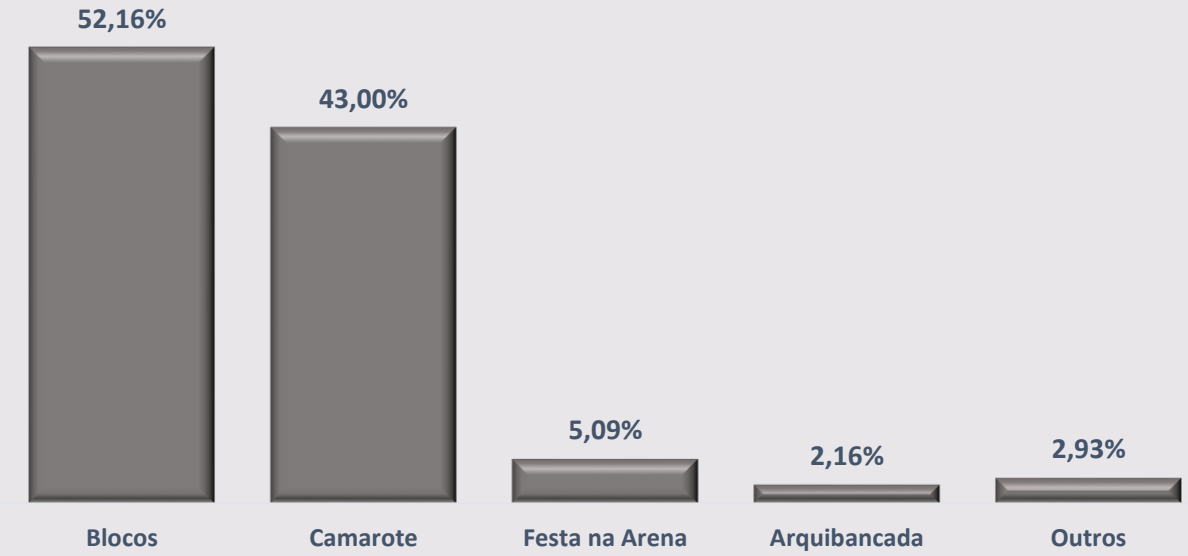


Gráfico 12 – Como o (a) sr. (a) tomou conhecimento do Carnatal deste ano? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN



Atividades

Gráfico 13 – Em quais locais se fez/fará presente no Carnatal deste ano? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

Tabela 7 – Gasto médio diário individual do público que participou do Carnatal.
Fonte: Fecomércio/RN

Itens	Residentes do RN	Turistas
Hospedagem	R$ 0,00	R$ 213,33
Alimentação/Bebidas	R$ 153,57	R$ 304,93
Diversão/Passeio	R$ 202,55	R$ 371,12
Compras/Comércio	R$ 194,38	R$ 299,62
Transporte/Combustível	R$ 45,90	R$ 134,05
Gasto Médio Individual por dia	R$ 596,40	R$ 1.323,05

Tabela 8 – Percentual de cada item no total gasto.

Itens	Residentes do RN	Turistas
Hospedagem	0,00%	16,12%
Alimentação/Bebidas	25,75%	23,05%
Diversão/Passeio	33,96%	28,05%
Compras/Comércio	32,59%	22,65%
Transporte/Combustível	7,70%	10,13%
Total	100,00%	100,00%

Tabela 9 – Movimentação estratificada por segmento.

ESTRATIFICAÇÃO POR SEGMENTO	Residentes do RN	Turistas	TOTAIS
HOSPEDAGEM	-	R$ 6.760.838,42	R$ 6.760.838,42
ALIMENTOS/BEBIDAS	R$ 4.868.264,10	R$ 9.667.327,89	R$ 14.535.591,99
COMPRAS	R$ 6.161.426,29	R$ 9.499.565,15	R$ 15.660.991,44
TRANSPORTE	R$ 1.455.752,76	R$ 4.248.591,39	R$ 5.704.344,15
DIVERSÃO	R$ 6.420.436,85	R$ 11.764.362,14	R$ 18.184.798,99
TOTAIS	R$ 18.905.880,00	R$ 41.940.685,00	R$ 60.846.565,00

Avaliação

Tabela 10 – Que nota, de 0 a 10, você daria para os seguintes quesitos referentes ao evento?
Fonte: Fecomércio/RN

Nota	Divulgação	Acesso ao local do evento	Espaço físico	Atrativos do evento	Organização do evento	Locais de Alimentação	Segurança	Transportes	Limpeza	Preços cobrados
0	0,77%	0,38%	0,52%	0,26%	1,29%	0,75%	1,20%	1,44%	0,00%	4,26%
1	0,00%	0,25%	0,13%	0,38%	0,00%	0,15%	0,27%	0,43%	0,26%	1,51%
2	0,64%	0,51%	0,26%	0,90%	0,77%	1,04%	0,13%	0,57%	0,26%	3,57%
3	1,28%	0,51%	0,39%	0,64%	0,77%	1,34%	0,53%	0,29%	0,53%	3,16%
4	1,41%	0,13%	0,52%	0,51%	0,64%	1,04%	0,53%	0,72%	0,39%	3,30%
5	3,97%	3,31%	1,94%	3,71%	3,60%	6,41%	3,59%	6,61%	3,16%	15,52%
6	1,66%	2,29%	1,42%	2,56%	3,22%	4,17%	2,52%	3,16%	1,84%	9,48%
7	7,81%	4,96%	3,87%	9,59%	7,85%	9,24%	5,58%	7,33%	4,74%	12,50%
8	17,54%	15,90%	10,84%	15,22%	16,99%	18,93%	17,66%	20,40%	16,58%	20,74%
9	14,08%	12,85%	11,74%	12,53%	13,64%	9,99%	10,62%	10,92%	10,26%	6,59%
10	50,83%	58,91%	68,39%	53,71%	51,22%	46,94%	57,37%	48,13%	61,97%	19,37%

Gráfico 14 – Avaliação média por item analisado.
Fonte: Fecomércio/RN

Aprovação

Gráfico 15 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o Carnatal?
Fonte: Fecomércio/RN

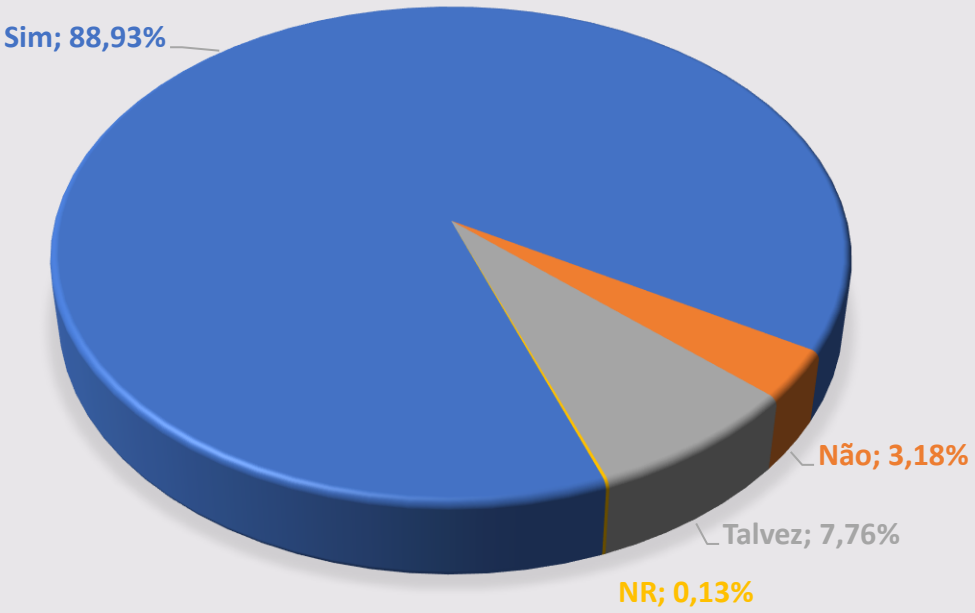


Gráfico 16 – O (a) sr. (a) recomendaria o Carnatal?
Fonte: Fecomércio/RN

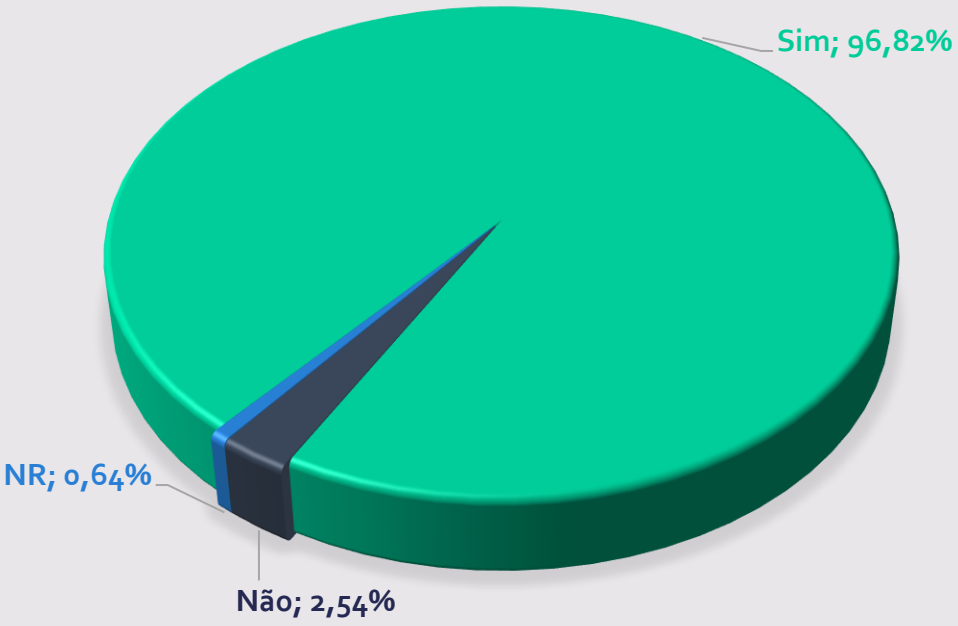
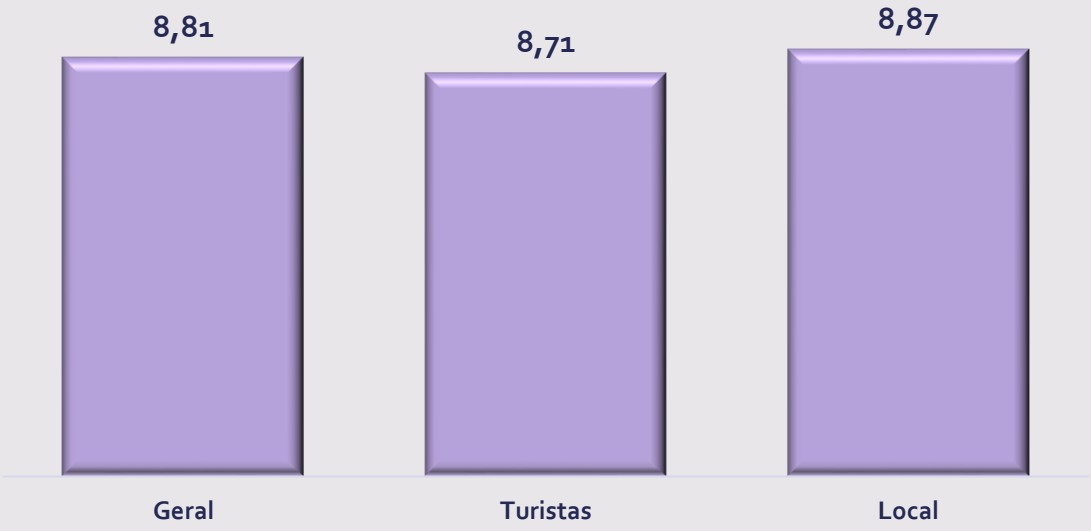


Tabela 11 – Que nota, de 0 a 10, o (a) sr. (a) dá para o Carnatal deste ano?
Fonte: Fecomércio/RN

Nota	Geral	Turistas	Local
0	0,26%	0,39%	0,19%
1	0,13%	0,39%	0,00%
2	0,65%	0,78%	0,58%
3	0,13%	0,39%	0,00%
4	0,65%	0,78%	0,58%
5	1,56%	0,78%	1,95%
6	2,34%	1,95%	2,53%
7	7,28%	7,81%	7,02%
8	21,20%	23,44%	20,08%
9	23,54%	26,17%	22,22%
10	42,26%	37,11%	44,83%
Total Geral	100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 17 – Nota média dada para o Carnatal 2022 por tipo de público?
Fonte: Fecomércio/RN



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
Coordenadora de Inteligência de Mercado
Luiz Henrique
Analista de Negócios
Ágata Menezes
Estagiária

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Nivaldo Gonçalves
Maria do Socorro
Jacqueline Aires
Maria Eduarda
Maria Glória
Matheus Gomes
Natália Pereira
Hugo Sergio
Pesquisadores

ANEXO

PRAÇA D
ACESSO AO GRAMADO
BEATS
SAÍDA
CAMARO
PARTICULAR
BRAHMA
IDOSO