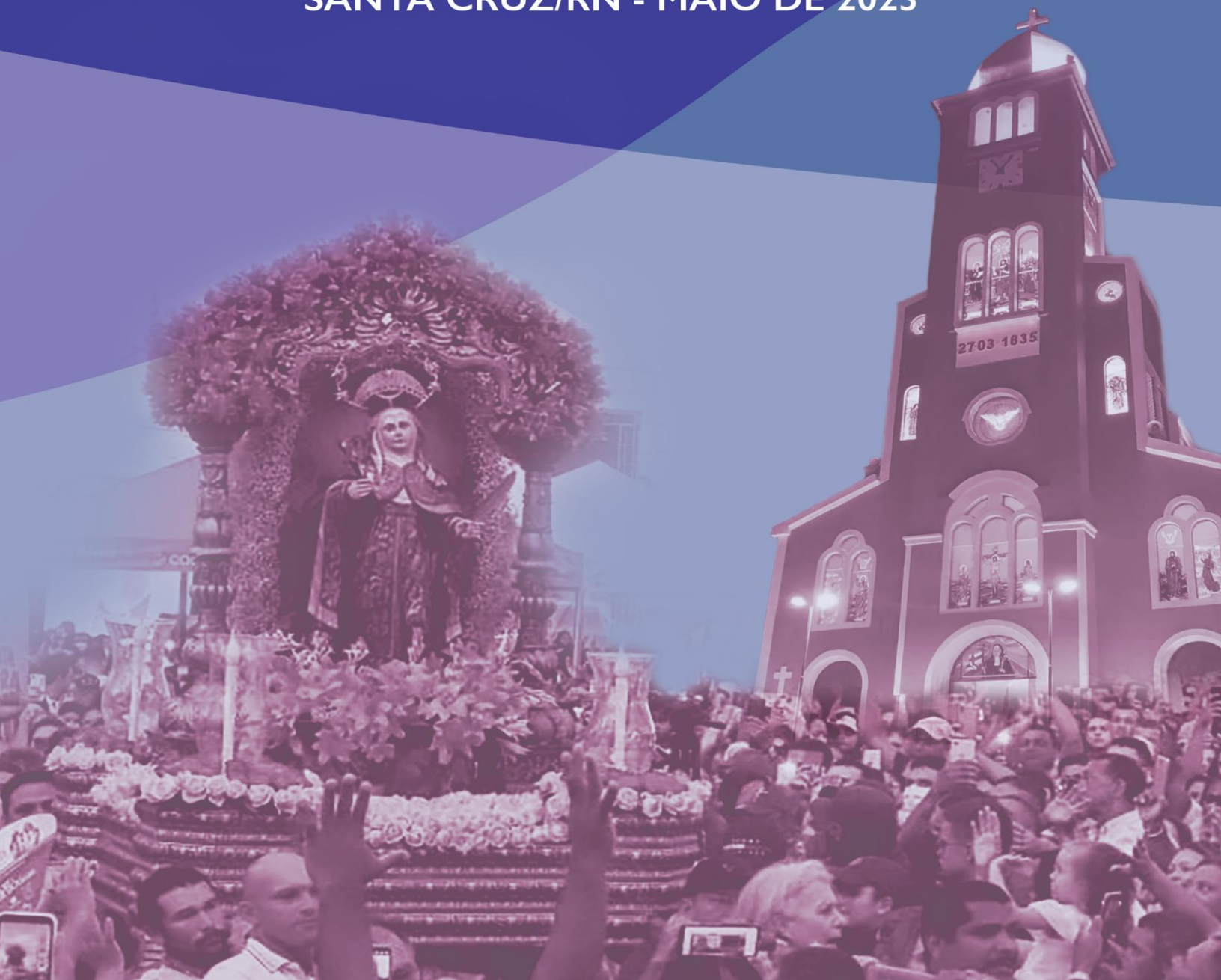


PERFIL DOS PARTICIPANTES DA FESTA DE SANTA RITA DE CÁSSIA

SANTA CRUZ/RN - MAIO DE 2023



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
	Planejamento.....	8
	Gastos.....	8
	Avaliação	9
4	Análise gráfica	12
	Perfil dos participantes.....	12
	Origem	15
	Frequência.....	19
	Motivação	20
	Planejamento.....	21
	Atividades e locais visitados.....	23
	Gastos.....	23
	Avaliação	24

1 Apresentação

A festa de Santa Rita de Cássia, padroeira de Santa Cruz, além dos aspectos religioso e sociocultural, movimentam a economia da cidade e faz circular renda. É o principal evento do turismo religioso de Santa Cruz e um dos maiores do Estado do Rio Grande do Norte. As festividades religiosas interferem diretamente na vida dos munícipes, influenciando não só na economia e geração de renda, mas nos hábitos, costumes, crenças e no aguçamento do sentimento religioso das pessoas.

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 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 o setor 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 RN (IFC), realizou, entre os dias 16 e 22 de maio, pesquisa sobre a Festa da Padroeira de Santa Cruz, incluindo entrevistas em todos os locais da cidade. Ao todo, foram pesquisadas 504 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 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 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 se apresenta no Word.

3 Principais resultados

Perfil dos participantes

Pesquisar o perfil dos participantes do evento é importante porque ajuda a entender melhor o público que está frequentando o evento. Essas informações podem ser usadas pelos organizadores para ajustar a programação, o marketing e outras áreas para melhor atender às necessidades e interesses dos participantes. Assim os organizadores podem criar uma imagem mais completa do público que está participando do evento.

Inicialmente, a pesquisa mostrou que 52,6% do público era do sexo masculino (em 2022 era 45,4%). Já as mulheres, que no ano passado eram 54,6% do público, este ano foram 47,4%.

No que se refere à faixa etária, a maior proporção de participantes foi de pessoas de 35 a 59 anos, resultando em 40,3% do público. Outros 27% dos participantes da festa eram da faixa etária de 25 a 34 anos. Os dados deste ano seguiram o mesmo padrão da última pesquisa, com destaques para o crescimento das faixas de 16 a 24 anos (passou de 12,4% em 2022 para 19,6% este ano) e da faixa de 25 a 34 anos (passou de 22,3% em 2022 para 27% em 2023). A idade média dos participantes deste ano foi de 38,7 anos, sendo que em 2022 havia sido de 41,5 anos.

Quanto ao nível de instrução das pessoas que participam da Festa da Padroeira de Santa Cruz, notou-se um aumento de participantes com nível superior ou mais, passando de 29,1% em 2022 para 33,3% em 2023; à medida que houve uma queda no número de participantes com nível fundamental, passando de 23,1% em 2022 para 17,5% em 2023; assim como uma oscilação nos participantes de ensino médio, que em 2022 eram 47,8% e em 2023 foram 49,2% do público.

A maior parcela (44,4%) das pessoas que esteve na festa possuía renda familiar de 2 a 5 salários-mínimos. 37,9% dos participantes declararam renda de até 1 salário-mínimo; rendimentos familiares de 6 ou mais foram respondidos por 14,9% das pessoas. Na média, a renda familiar dos participantes da festa passou de 3,2 salários mínimos, em 2022, para 2,9 salários mínimos em 2023. Entre os turistas e visitantes foi de 3 salários, enquanto dos residentes foi de 2,8 salários.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

No quesito companhia durante os eventos, o levantamento verificou que 66,6% dos participantes da Festa da Padroeira de Santa Cruz participaram dos eventos com os familiares; 22,6% com amigos; e 7,8% sozinhos. Números semelhantes aos de 2022, quando predominou a companhia da família, seguida de amigos.

Origem

Os resultados também demonstraram que a maioria (61,1%) do público total que prestigiou a Festa da Padroeira de Santa Cruz eram visitantes e turistas e 38,9% eram residentes de Santa Cruz. A participação maciça de visitantes durante os festejos é uma característica marcante da festa, que além de visitar o santuário, participam de diversos atrativos oferecidos pelo evento.

Regionalmente, verificou-se que a maioria do público é do Estado, sendo 81,7% dos participantes do RN. No entanto, a pesquisa observou a presença de 18,3% de pessoas de outros estados, sendo doze diferentes UFs. Eram pessoas residentes em Paraíba (8,3%); Pernambuco (5,8%); Ceará (1,4%); Minas Gerais (0,6%); Rio de Janeiro (0,4%); São Paulo (0,4%); Piauí (0,4%); Bahia (0,2%); Distrito Federal (0,2%); Mato Grosso (0,2%); Rio Grande do Sul (0,2%) e Santa Catarina (0,2%). Como pode ser observado, destacaram-se os Estados da região Nordeste, porém houve a presença também de participantes de outras regiões do país.

Além de Santa Cruz, a pesquisa verificou a presença de pessoas de 97 cidades diferentes no município durante os festejos de Santa Rita de Cássia. Os locais com maiores frequências dos participantes foram Santa Cruz (38,9%); Natal (14,7%); Monte Alegre (2,2%); João Pessoa (1,8%); Recife (1,8%); Campina Grande (1,4%); Lajes Pintadas (1,4%); Bom Jesus (1,2%); Campo Redondo (1,2%); Currais Novos (1,2%); Parnamirim (1,2%); Taipu (1,2%); Touros (1,2%); Macaíba (1%); Nísia Floresta (1%); São Bento do Trairi (1%); entre outras cidades.

Frequência

Além disso, a pesquisa revelou que a presença nos festejos de Santa Rita de Cassia é um hábito recorrente de 74,6% das pessoas que estiveram nos eventos deste ano, uma vez que já haviam participado de outras edições do evento.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Contudo o evento também tem potencial para atrair pessoas que nunca estiveram nas comemorações, uma vez que 1 em cada 4 (25,4%) estavam na Festa da Padroeira pela primeira vez, percentual maior que o computado na pesquisa de 2022, quando 21,3% estavam participando dos festejos pela primeira vez. Entre os turistas e visitantes, o número dos que estavam visitando a cidade pela primeira vez aumenta para 39,3%.

Motivação

Entender as motivações do público-alvo é crucial para os organizadores do evento, pois isso permite que eles possam criar uma programação atraente e adaptada às expectativas dos participantes. Por isso, é importante que os organizadores sejam capazes de identificar e entender o que motiva as pessoas a participarem do evento e desenvolver estratégias para atender a essas expectativas, proporcionando assim uma experiência agradável e satisfatória aos participantes.

Assim, a pesquisa verificou que a fé foi o principal estímulo para 66,2% dos entrevistados. Outros fatores citados foram tradição (24,4%), amigos e familiares (18%), lazer (15,2%) festas gratuitas (15,2%), programação (8,6%), entre outros.

Sobre o modo como tomaram conhecimento da programação da festa, as redes sociais/internet (38,8%) junto dos comentários de parentes e amigos (29,4%) e do fato de já conhecerem o evento (13,6%) foram os mais mencionados. Além desses foram citados no local (9%), rádio (8,2%), televisão (5,2%), igreja (2,2%), agência de viagem (1%) e outros (2,4%).

Atividades e locais visitados

Dentre os atrativos mais visitados durante os festejos, estão o santuário (70,2%) e missas/novenas (69,8%). Os dados revelaram também que o público participou dos shows musicais (36%); procissão (35,2%); feira de artesanato (20,6%); festival gastronômico (20,4%); encerramento (19,6%), cavalgada (13,8%), abertura (13%) e outros (2%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Planejamento

Em relação ao período que tomaram a decisão de participar do evento, a pesquisa verificou que 56,8% decidiram com pelo menos 1 mês de antecedência. Outros 10,3% decidiram entre 1 e 3 meses antes da festa; e 9,2% tomaram a decisão entre 6 meses e 1 ano de antecedência. O percentual de quem decidiu com mais de 1 ano de antecedência foi de 23,8%.

Os participantes utilizaram como principal meio de locomoção para chegar ao local do evento o carro próprio (40,5%), seguidos pelo ônibus/van (24%), deslocamento a pé (16,4%), motocicleta (13,7%), taxi (2,5%), carro alugado (0,8%), carro de parentes (0,6%), carro da empresa (0,6%), bicicleta (0,4%), entre outros (0,6%).

A análise dos dados sobre os meios de hospedagem utilizados revelou que grande parte dos visitantes não se hospedaram na cidade, fizeram o bate e volta (70,5%). A expressividade desse dado, provavelmente, se explica pelo fato de a cidade acolher muitas pessoas que por algum motivo não moram na cidade, mas que no período da festa se fazem presentes como uma forma de seguir a tradição. Outros meios de hospedagem importantes para o fluxo turístico são os hotéis e pousadas, utilizados por 15,3% do público. Cerca de 9% dos visitantes e turistas ficaram na casa de parentes e amigos. Além disso, foram citados segunda residência (2,6%), casa alugada (2%), entre outros (0,6%). O conhecimento dos tipos de hospedagem utilizados permite a identificação da oferta hoteleira predominante nas escolhas dos turistas para que se possa oferecer os padrões de hospedagem e serviços mais adequados.

Gastos

A coleta de informações sobre os gastos durante o evento pode ajudar a quantificar o impacto econômico do evento na região, incluindo os gastos dos participantes em diversos setores como alimentação/bebidas, hospedagem, transporte local, diversão, compras e outras áreas. Essas informações podem ser usadas para demonstrar o potencial econômico do evento para o município.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Detalhando os gastos médios das pessoas por tipo de público, observamos que entre os moradores de Santa Cruz, o gasto médio calculado, com base nas informações fornecidas pelos entrevistados, foi de R\$ 252,09. Em 2022, o gasto médio declarado pelos residentes de Santa Cruz nos eventos de Santa Rita de Cássia havia sido de R\$ 215,67 por participante. Os gastos dos santacruzenses foram distribuídos entre alimentação (27,1%), transportes (3,6%), diversão (12,3%) e compras (56,9%).

Já entre os visitantes e turistas, que estiveram em Santa Cruz durante os festejos da padroeira, o gasto médio declarado foi R\$ 380,30, superior ao registrado no ano passado que foi de R\$ 290,42. Sendo segmentados em hospedagem (37,2%), alimentação (21,5%), transporte (9,6%), diversão (7,1%) e compras (24,6%).

Avaliação

Coletar informações sobre a avaliação do evento é importante para fornecer uma visão mais precisa e detalhada sobre a qualidade e a eficácia do evento em termos de seu objetivo e impacto. Assim, podem ser úteis para ajudar a melhorar a qualidade do evento no futuro, garantindo que os organizadores possam ajustar o planejamento e a execução do evento para atender melhor às necessidades e expectativas do público.

Com relação ao acesso ao local do evento, em 2023, houve um aumento nas avaliações "Ótimo" e "Bom", passando de 25,6% para 36,2% e de 47,2% para 48,9%, respectivamente. Por outro lado, as estimativas "Ruim" e "Péssimo" diminuíram consideravelmente.

Sobre a organização do evento, houve um aumento notável na porcentagem de avaliações "Ótimo" em 2023, passando de 24,6% para 45,0%. Além disso, as estimativas "Regular", "Ruim" e "Péssimo" tiveram uma queda considerável, indicando uma melhora na percepção geral da organização do evento.

No quesito de limpeza urbana, os dados mostram que houve um pequeno aumento na porcentagem de estimativas "Ótimo" em 2023, passando de 28,3% para 30,5%. Porém, as estimativas "Bom" se mantiveram estáveis. Já as estimativas "Regular", "Ruim" e "Péssimo" apresentaram uma leve queda.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Quanto aos locais de Alimentação, neste aspecto, observa-se um aumento na porcentagem de avaliações "Ótimo" em 2023, passando de 23,1% para 36,8%. As estimativas "Bom" tiveram uma queda significativa, de 64,5% para 51,6%. As estimativas negativas, como "Ruim" e "Péssimo", diminuíram consideravelmente.

Outros itens analisados, especificamente neste ano, foram os preços cobrados que indicaram que 43,3% dos participantes consideram os preços cobrados como "Bom", seguidos por apenas 13% que avaliaram como "Ótimo". Por outro lado, 43,7% consideram os preços como "Regular", "Ruim" ou "Péssimo".

Os dados demonstram que as atrações musicais receberam expectativas positivas por parte dos participantes. Cerca de 52,2% dos entrevistados classificaram as atrações como "Bom" e 34,2% como "Ótimo". As avaliações "Regular", "Ruim" e "Péssimo" somaram 13,6%.

A divulgação do evento recebeu avaliações positivas por parte da maioria dos participantes. Cerca de 52,6% classificaram a divulgação como "Ótimo" e 40,2% como "Bom". As porcentagens de "Regular", "Ruim" e "Péssimo" totalizaram 7,1%. Isso sugere que os organizadores tiveram sucesso na comunicação e divulgação do evento.

A maioria dos participantes (57%) avaliou positivamente os transportes relacionados ao evento, classificando-os como "Bom". Além disso, 29,9% consideram os transportes como "Ótimo". As avaliações "Regular", "Ruim" e "Péssimo" somaram 13%.

A avaliação do espaço físico e da estrutura do evento também é predominantemente positiva. Aproximadamente 44% dos participantes avaliaram como "Bom" e 46,2% como "Ótimo". As classificações "Regular", "Ruim" e "Péssimo" somaram 9,8%. Isso indica que o espaço físico e a estrutura do evento atenderam às expectativas da maioria dos participantes.

Desta forma, a Festa da Padroeira teve aprovação da grande maioria dos participantes. 96,4% dos entrevistados afirmaram que pretendem retornar aos festejos de Santa Rita de Cássia no município em outras oportunidades.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Ainda, no tocante 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. A nota média de avaliação foi de 9,42, maior do que a computada na pesquisa de 2022, quando a média obtida havia sido de 9,38.

A pesquisa mostrou que a maioria dos participantes avaliou o evento de maneira positiva. Estas informações são valiosas para os organizadores do evento, que podem usar as previsões para melhorar as futuras edições, bem como para os patrocinadores e empresas locais, que podem aproveitar o potencial do evento para promover seus produtos e serviços.

4 Análise gráfica

Perfil dos participantes

Gráfico 1 – Sexo
Fonte: Fecomércio/RN



Gráfico 2 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio/RN

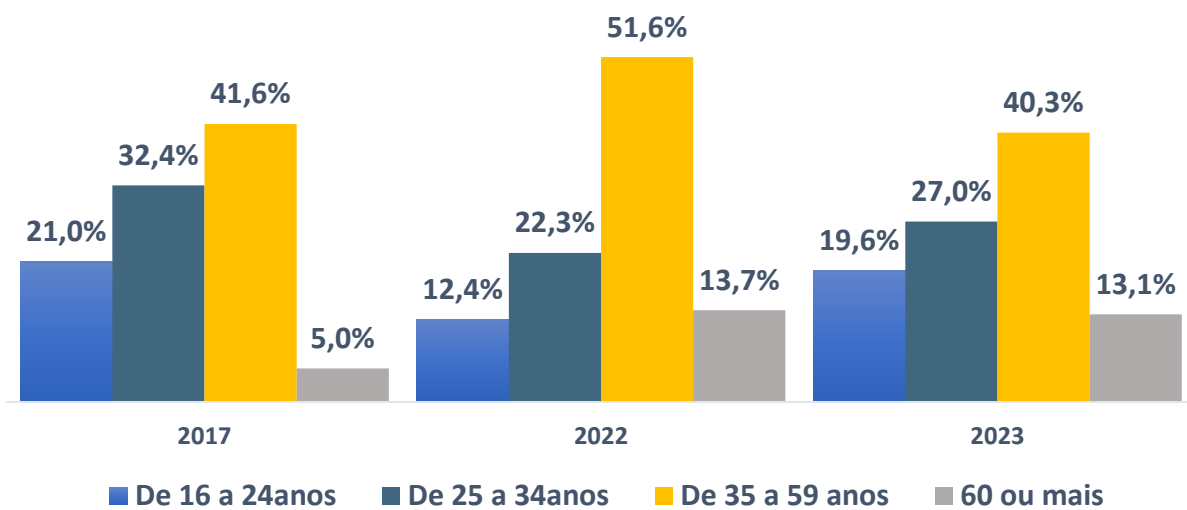


Tabela 1 – Idade média anual

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	2017	2022	2023
Idade Média	36,3	41,5	38,7

Tabela 2 – Idade média por tipo de público

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	Turistas e Visitantes	Moradores
Idade Média	41,4	34,4

Gráfico 3 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio/RN

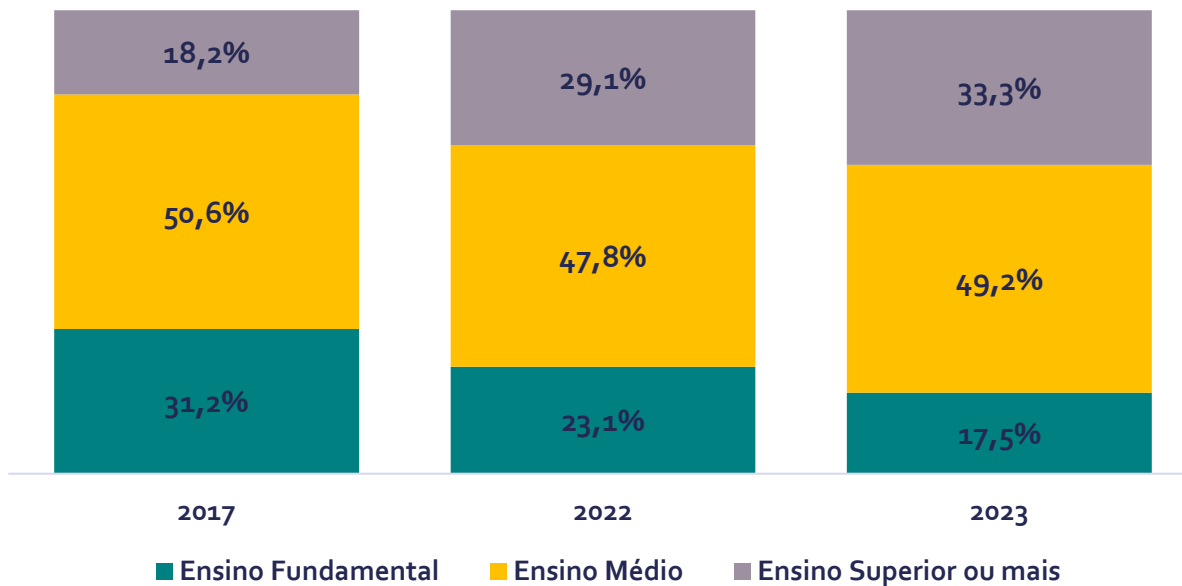


Gráfico 4– Renda mensal familiar em salários-mínimos.
Fonte: Fecomércio/RN

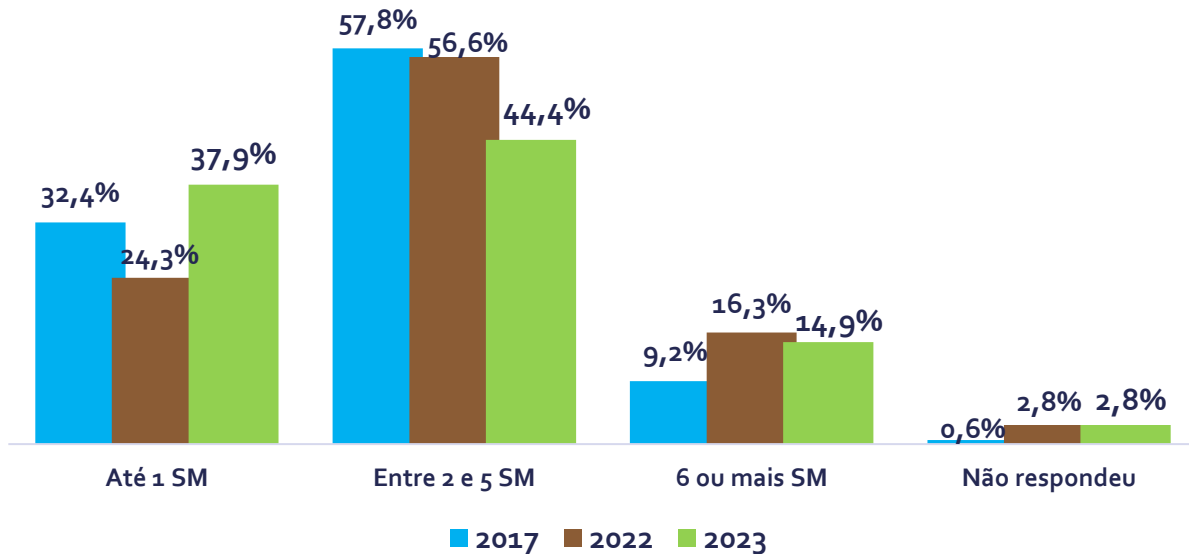


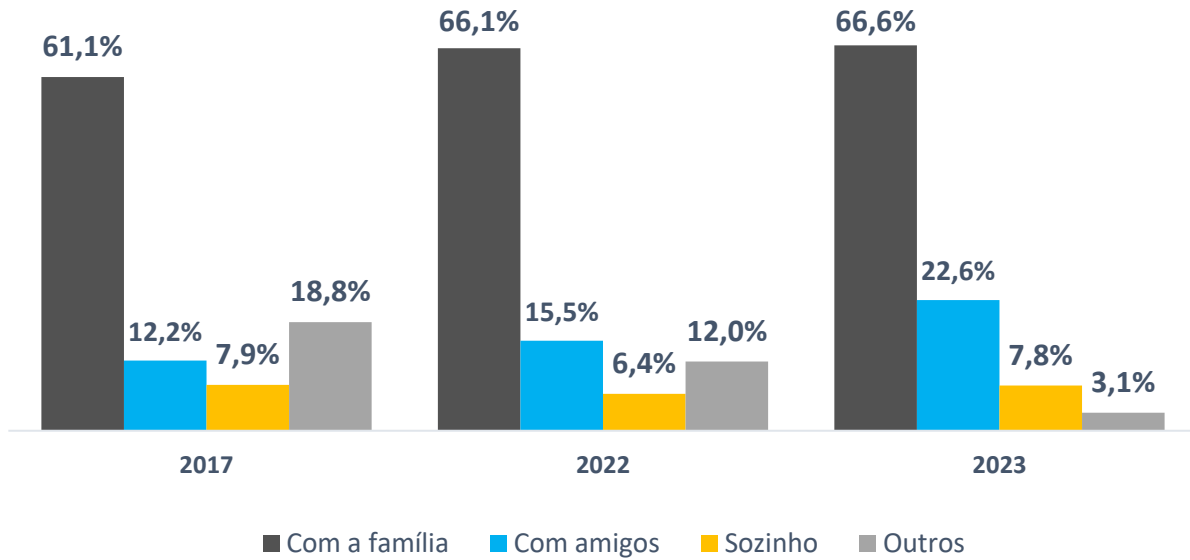
Tabela 3 – Renda mensal familiar, em salários-mínimos, por tipo de público.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	Turistas e Visitantes	Moradores
Renda Média	3,0	2,8

Tabela 4– Renda mensal familiar, em salários-mínimos, anual dos participantes em geral.
Fonte: Fecomércio/RN

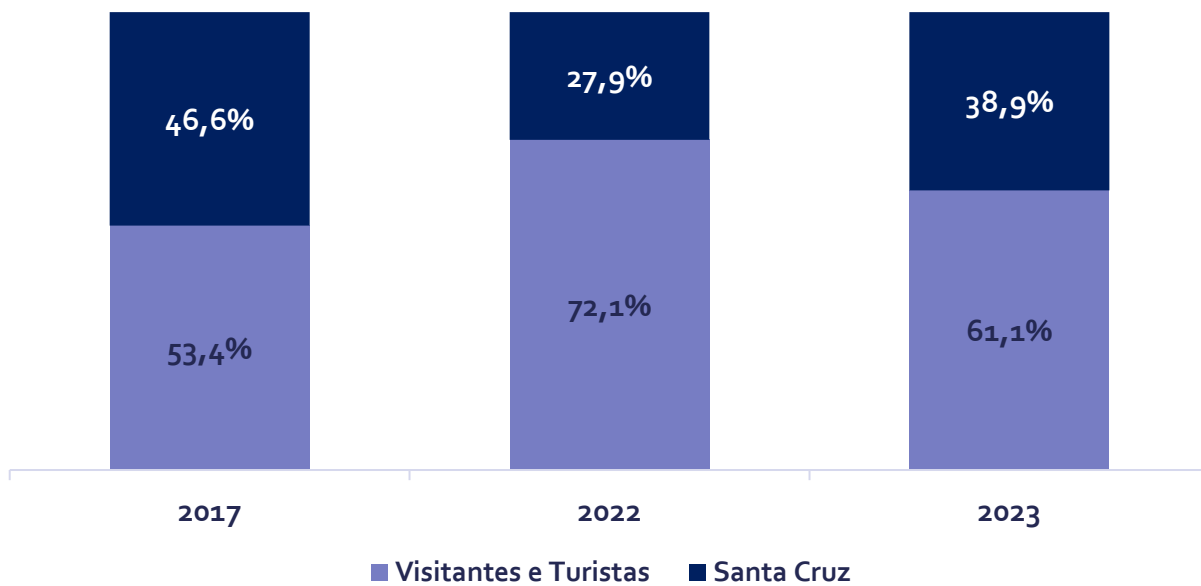
Rótulos de linha	2017	2022	2023
Idade Média	2,8	3,2	2,9

Gráfico 5 – Com quem passou o Festa da Padroeira?
 Fonte: Fecomércio/RN



Origem

Gráfico 6 – Tipo de público
 Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 5 – Estado de residência do público

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2017	2022	2023
RN	85,2%	79,9%	81,7%
PB	11,2%	7,0%	8,3%
PE	2,2%	7,6%	5,8%
CE	0,2%	0,4%	1,4%
MG	0,0%	0,6%	0,6%
RJ	0,0%	0,0%	0,4%
SP	0,2%	1,6%	0,4%
PI	0,0%	0,2%	0,4%
BA	0,0%	0,0%	0,2%
DF	0,0%	0,0%	0,2%
MT	0,0%	0,0%	0,2%
RS	0,0%	0,0%	0,2%
SC	0,0%	0,2%	0,2%
GO	0,0%	0,8%	0,0%
AM	0,0%	0,4%	0,0%
MA	0,0%	0,4%	0,0%
PA	0,0%	0,4%	0,0%
RO	0,0%	0,4%	0,0%
PR	0,0%	0,2%	0,0%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 6 – Municípios dos participantes

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2017 (%)
Santa Cruz	46,6%
Natal	10,8%
Monte Alegre	2,6%
Macaíba	2,0%
Nova Cruz	2,0%
Cabedelo	1,8%
Mossoró	1,8%
Currais Novos	1,4%
João Pessoa	1,4%
São Gonçalo do Amarante	1,4%
Nísia Floresta	1,2%
Parnamirim	1,0%
Remígio	1,0%
Areia	0,8%
Campina Grande	0,8%
Ceara Mirim	0,8%
Pilões	0,8%
São José de Mipibu	0,8%
Açu	0,6%
Caicó	0,6%
Campo Redondo	0,6%
Lagoa Salgada	0,6%
Recife	0,6%
União dos Palmares	0,6%
Alto do Rodrigues	0,4%
Areal	0,4%
Bento Fernandes	0,4%
Canguaretama	0,4%
Ceará Mirim	0,4%
Esperança	0,4%
Guarabira	0,4%
Lagoa Grande	0,4%
Logradouro	0,4%
Mamanguape	0,4%
Parelhas	0,4%
Pilõesinhos	0,4%
São Paulo do Potengi	0,4%
Serra Caiada	0,4%
Serra de São Bento	0,4%
Tangará	0,4%
Timbaúba	0,4%
Vera Cruz	0,4%
Afonso Bezerra	0,4%
Florânia	0,4%
São Pedro	0,4%
Touros	0,4%
Assú	0,2%
Belém	0,2%
Boa Saúde	0,2%
Brejinho	0,2%
Brejinho RN	0,2%
Caiçara do Norte	0,2%
Campo Grande	0,2%
Canindé	0,2%
Carnaúba dos Dantas	0,2%
Carpina	0,2%

Rótulos de Linha	2022 (%)
Santa Cruz	27,9%
Natal	21,9%
Recife	2,8%
Parnamirim	2,6%
João Pessoa	2,4%
Lagoa de Dentro	2,4%
Serra Caiada	2,0%
Guamaré	1,8%
Currais Novos	1,4%
Nísia Floresta	1,4%
Espírito Santo	1,2%
Monte Alegre	1,2%
Passa e Fica	1,2%
São Paulo do Potengi	1,2%
Boa Saúde	1,0%
Ceará Mirim	1,0%
Extremoz	1,0%
São Paulo	1,0%
Tangará	1,0%
São José de Campestre	1,0%
Bom Jesus	0,8%
Campo Redondo	0,8%
Olinda	0,8%
Brejinho	0,6%
Cajazeiras	0,6%
Gravatá	0,6%
Jandaíra	0,6%
Lajes Pintadas	0,6%
Nova Floresta	0,6%
Petrolina	0,6%
Pombos	0,6%
Rio Verde	0,6%
Varzea	0,6%
Baia Formosa	0,6%
Maxaranguape	0,6%
Abreu e Lima	0,4%
Assu	0,4%
Boa vista	0,4%
Camaragibe	0,4%
Campina Grande	0,4%
Catende	0,4%
Feira Nova	0,4%
Londrina	0,4%
Macaíba	0,4%
Manaus	0,4%
Passagem Franca	0,4%
Pombal	0,4%
Sítio Novo	0,4%
João Câmara	0,4%
Pombos	0,2%
Campinas	0,2%
Campo de Santana	0,2%
Campo Grande	0,2%
Cuité	0,2%
Cuitegi	0,2%
Duas estradas	0,2%

Rótulos de Linha	2023 (%)
Santa Cruz	38,9%
Natal	14,7%
Monte Alegre	2,2%
João Pessoa	1,8%
Recife	1,8%
Campina Grande	1,4%
Lajes Pintadas	1,4%
Bom Jesus	1,2%
Campo Redondo	1,2%
Currais Novos	1,2%
Parnamirim	1,2%
Taipu	1,2%
Touros	1,2%
Macaíba	1,0%
Nísia Floresta	1,0%
São Bento do Trairí	1,0%
Ceará Mirim	0,8%
Gravatá	0,8%
Pombos	0,8%
Remígio	0,8%
São Gonçalo do Amarante	0,8%
São José do Mipibú	0,8%
São Tomé	0,8%
Tangará	0,8%
Várzea	0,8%
Angicos	0,6%
Cerro Cora	0,6%
Itapororoca	0,6%
Mossoró	0,6%
Rio do Fogo	0,6%
Solânea	0,6%
Arez	0,6%
Brejinho	0,6%
Caruaru	0,4%
Fortaleza	0,4%
Georgino Avelino	0,4%
Guarabira	0,4%
Jacarauá	0,4%
João Câmara	0,4%
Rio de Janeiro	0,4%
Santo Antônio	0,4%
São Paulo do Potengi	0,4%
São Vicente	0,4%
Sapé	0,4%
Sítio Novo	0,4%
Sobral	0,4%
Surubim	0,4%
Vila Flor	0,4%
Jaboatão dos Guarapes	0,4%
Abreu e Lima	0,2%
Acauã	0,2%
Acopiara	0,2%
Areia	0,2%
Bananeiras	0,2%
Maxaranguape	0,2%
Barra do Rio	0,2%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Cruz do Espírito Santo	0,2%
Duas Estradas	0,2%
Espirito Santo	0,2%
Extremoz	0,2%
Araruna	0,2%
Guamaré	0,2%
Ielmo Marinho	0,2%
Itú	0,2%
Jacarú	0,2%
Lagoa de Pedras	0,2%
Lagoa Nova	0,2%
Lajes Pintadas	0,2%
Limoeiro	0,2%
Maceió	0,2%
Olinda	0,2%
Picuí	0,2%
Pilãozinho	0,2%
Poço Branco	0,2%
Puxinanã	0,2%
Rio de Janeiro	0,2%
Santo Antonio	0,2%
São Bento do Norte	0,2%
São Bento do Trairi	0,2%
São José Campestre	0,2%
São José do Campestre	0,2%
Sapé	0,2%
Solanea	0,2%
Surubim	0,2%
Tangara	0,2%
Tibau do Sul	0,2%
Timbauba	0,2%
Vitória de Santo Antão	0,2%

Guaiatuba	0,2%
Guarujá	0,2%
Japi	0,2%
Joinville	0,2%
Lagoa Danta	0,2%
Macau	0,2%
Passagem	0,2%
Patu	0,2%
Pau dos Ferros	0,2%
Pedra Preta	0,2%
São João do Sabugi	0,2%
Serra da Tapuia	0,2%
Serra de São Bento	0,2%
Serra do Mel	0,2%
Teresina	0,2%
Triunfo Potiguar	0,2%
Uberaba	0,2%
Brasília	0,2%
Tucuruí	0,2%
Belo Horizonte	0,2%
Lajes	0,2%
Caicó	0,2%
Catolé do Rocha	0,2%
Nova Cruz	0,2%
Sao Lourenço da Mata	0,2%
Juazeiro do Norte	0,2%
São Gonçalo do Amarante	0,2%
Cabo de Santo Agostinho	0,2%
Paulista	0,2%
Parelhas	0,2%
Lagoa de Velhos	0,2%

Boa Saúde	0,2%
Brasília	0,2%
Cabo de Santo Agostinho	0,2%
Cachoeirinha	0,2%
Cajazeiras	0,2%
Coronel Ezequiel	0,2%
Cuité	0,2%
Eloi de Souza	0,2%
Extremoz	0,2%
Goianinha	0,2%
Ielmo Marinho	0,2%
Iguatú	0,2%
Itajá	0,2%
Jacumã	0,2%
Lagoa Nova	0,2%
Lagoa Salgada	0,2%
Limoeiro	0,2%
Mato Grosso	0,2%
Monte das Gameleiras	0,2%
Montes Claros	0,2%
Morro do Chapéu	0,2%
Nova Cruz	0,2%
Nova Floresta	0,2%
Parelhas	0,2%
Patos	0,2%
Pereiro	0,2%
Primavera do Leste	0,2%
Pureza	0,2%
Santa Cruz do Capibaribe	0,2%
São Paulo	0,2%
Serra Caiada	0,2%
Serra Redonda	0,2%
Sobrado	0,2%
Teresina	0,2%
Três Marias	0,2%
Chapecó	0,2%
Uberlândia	0,2%
Guamaré	0,2%
Pendências	0,2%
Vitória de Santo Antão	0,2%
Pedro Velho	0,2%
São Vicente do Seridó	0,2%

Frequência

Gráfico 7 – Quantas vezes participou dos festejos de Santa Rita de Cássia em Santa Cruz?
Fonte: Fecomércio/RN

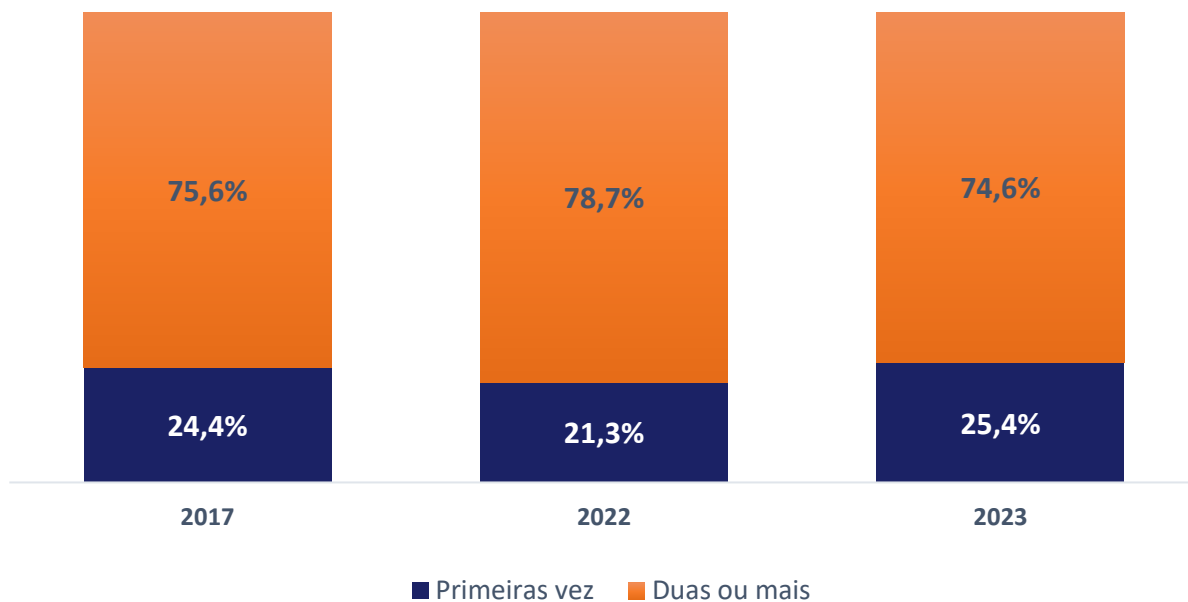


Tabela 7 – Entre os turistas e visitantes, número de vezes que participou dos festejos?
Fonte: Fecomércio/RN

Turistas e Visitantes	2017	2022	2023
Primeira vez	44,6%	29,3%	39,3%
Duas ou mais vezes	55,4%	70,7%	60,7%

Tabela 8 – Média de dias que participou dos festejos deste ano.
Fonte: Fecomércio/RN

Público	2017	2022	2023
Turistas e Visitantes	1,5	2,2	2,0
Santa Cruz	4,8	3,5	5,0

Motivação

Gráfico 8 – Qual o motivo para participar da Festa da Padroeira? (Múltipla escolha)

Fonte: Fecomércio/RN

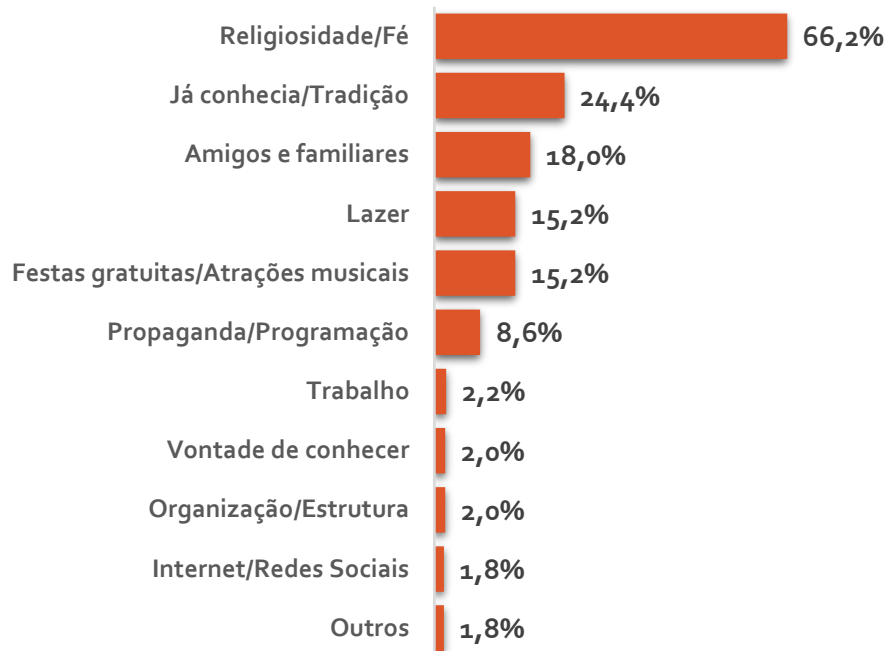
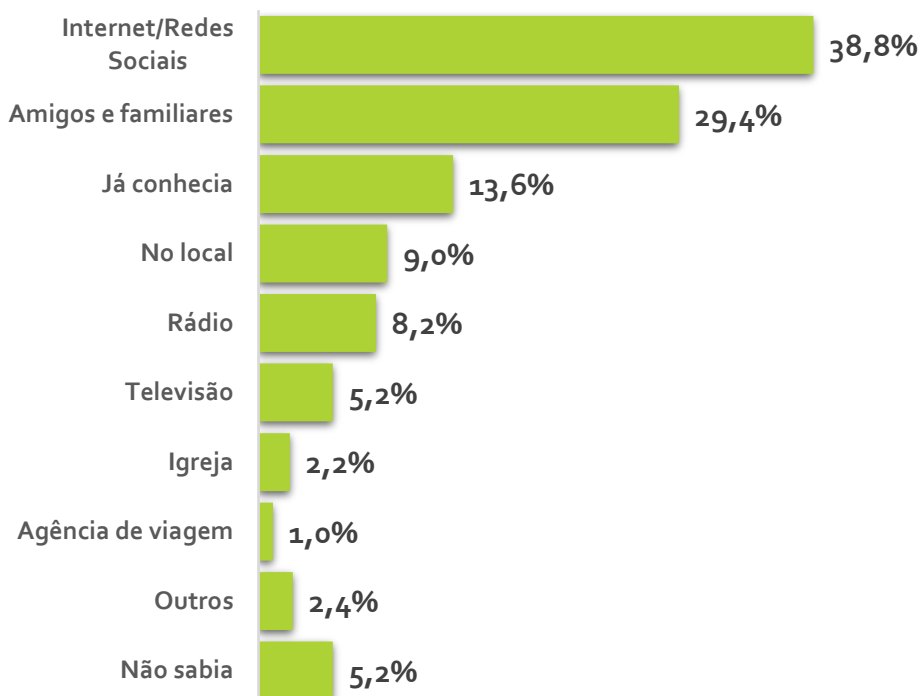


Gráfico 9 – Como o (a) Sr. (a) tomou conhecimento da programação do evento? (Múltipla escolha)

Fonte: Fecomércio/RN



Planejamento

Gráfico 10 – Quando ocorreu a decisão de vir para o evento?

Fonte: Fecomércio/RN

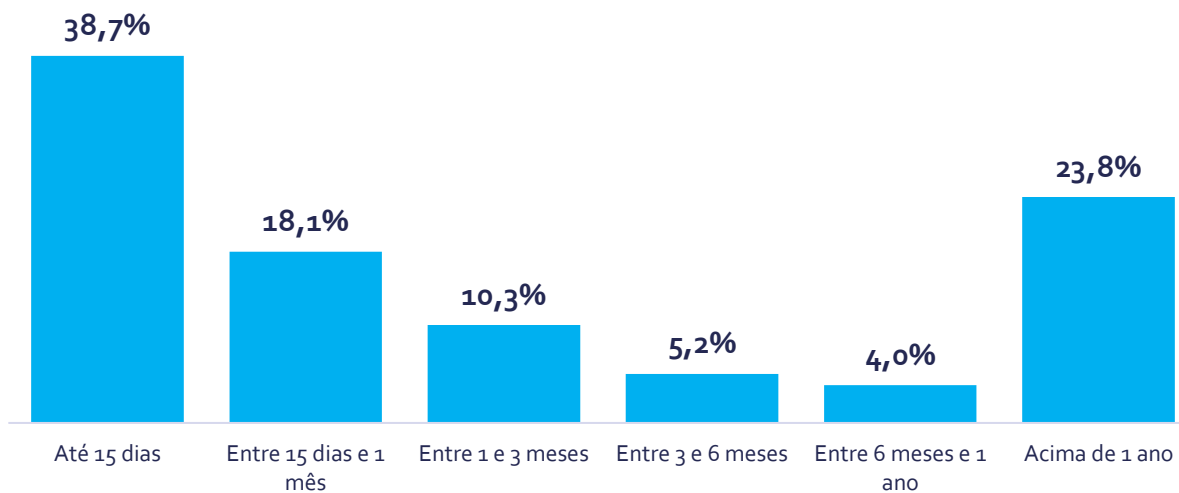


Tabela 9 – Quando ocorreu a decisão de vir para o evento?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Santa Cruz	Turistas e visitantes
Até 15 dias	30,1%	44,2%
Entre 15 dias e 1 mês	12,2%	21,7%
Entre 1 e 3 meses	6,1%	13%
Entre 3 e 6 meses	4,6%	5,5%
Entre 6 a 1 ano	4,6%	3,5%
Acima de 1 ano	42,3%	12%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 11 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?
Fonte: Fecomércio/RN

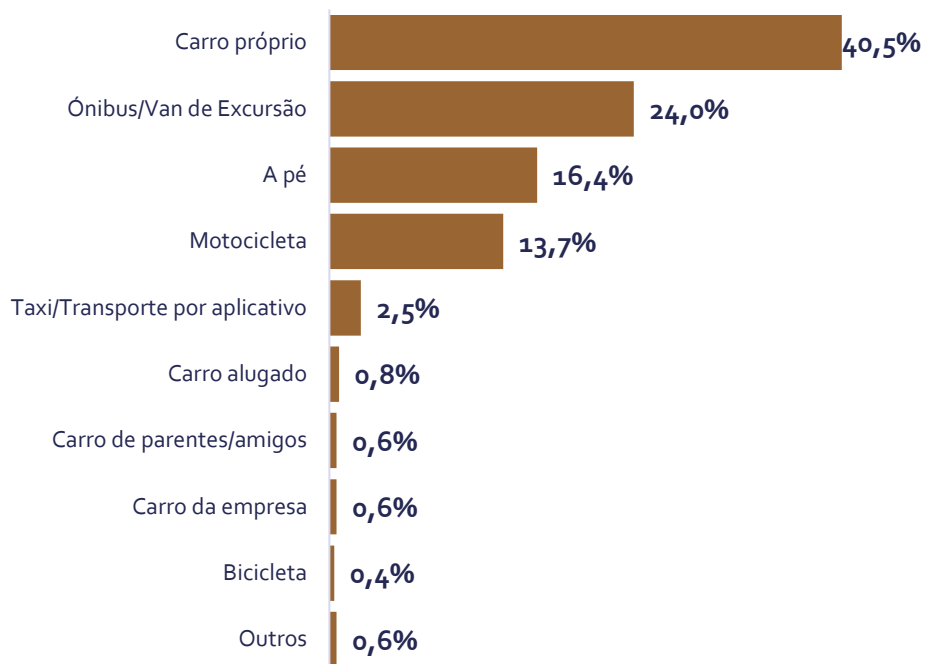
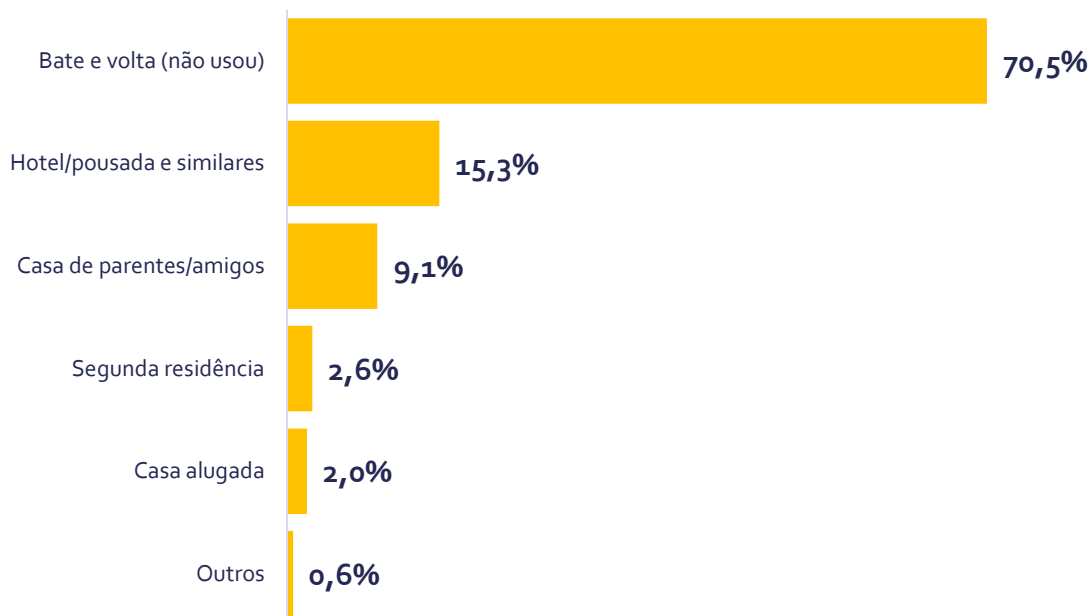


Gráfico 12 – Qual o tipo de hospedagem utilizada no município?
Fonte: Fecomércio/RN

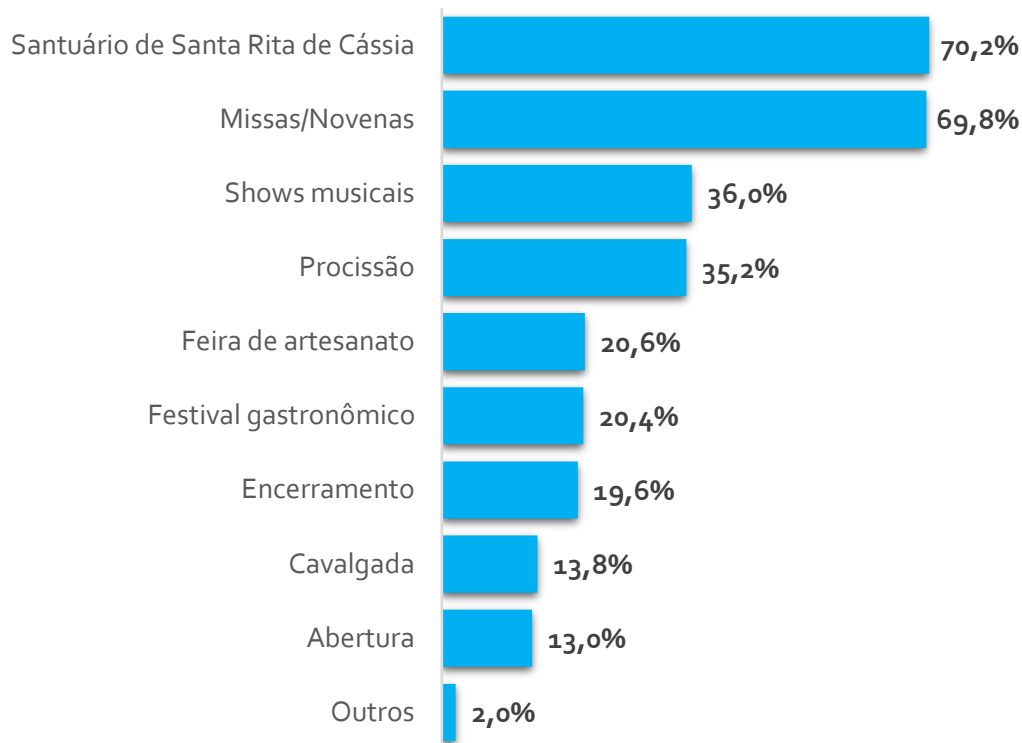


Atividades e locais visitados

Gráfico 13 – Em quais locais/atividades se fez/fará presente durante o evento deste ano?

(Múltipla escolha)

Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

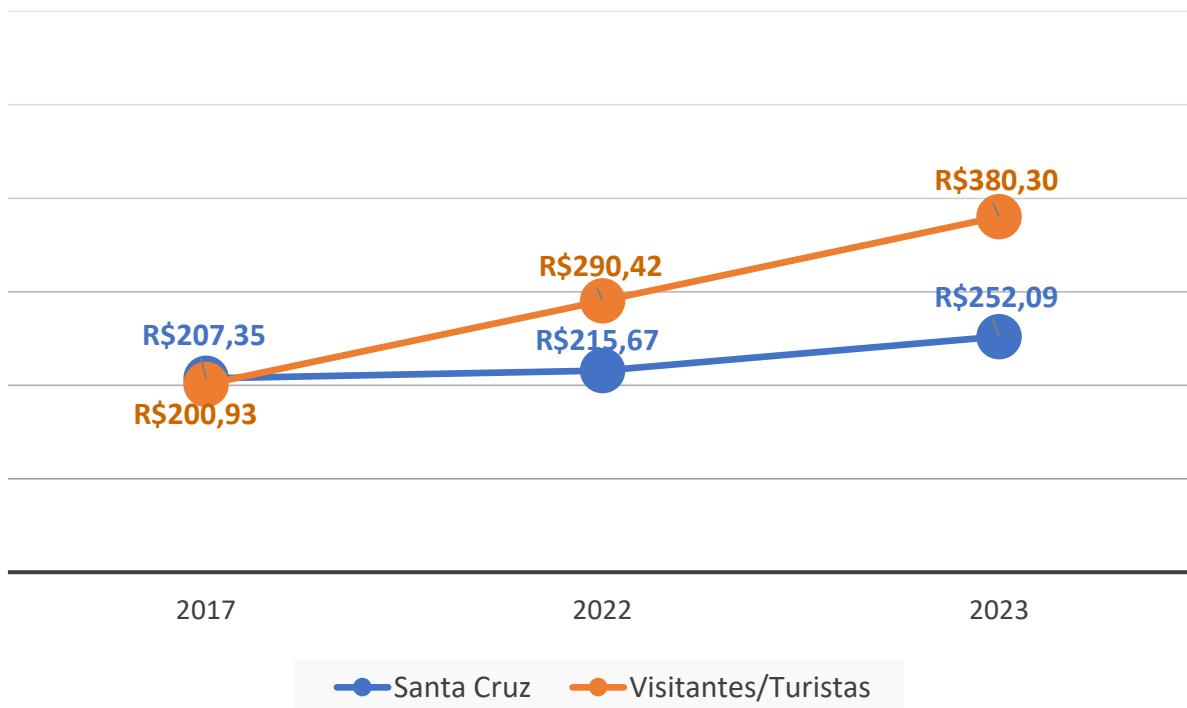
Tabela 10 – Distribuição dos gastos dos participantes no evento por tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Itens	Moradores (%)	Turista/Visitantes (%)
Hospedagem	-	37,2%
Alimentação	27,1%	21,5%
Transporte	3,6%	9,6%
Diversão	12,3%	7,1%
Compras	56,9%	24,6%
Total	100,0%	100,0%

Gráfico 14 – Gastos médio ao longo do tempo, pelo tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN



Avaliação

Tabela 11 – Avaliação dos serviços utilizados pelos participantes nos anos de 2022 e 2023.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Ótimo		Bom		Regular		Ruim		Péssimo	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Acesso ao local do evento	25,6%	36,2%	47,2%	48,9%	21,0%	11,9%	3,7%	1,6%	2,5%	1,4%
Organização do evento	24,6%	45,0%	54,3%	47,8%	19,0%	6,4%	1,4%	0,4%	0,6%	0,4%
Segurança no evento	23,3%	38,7%	51,5%	54,8%	20,9%	5,5%	3,3%	0,8%	1,1%	0,2%
Limpeza Urbana	28,3%	30,5%	53,5%	52,5%	15,0%	14,6%	1,8%	1,2%	1,4%	1,2%
Locais de Alimentação	23,1%	36,8%	64,5%	51,6%	8,8%	10,1%	2,4%	1,3%	1,1%	0,2%

Tabela 12 – Outros serviços avaliados pelos participantes.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
Preços cobrados	13,0%	43,3%	37,0%	4,1%	2,6%
Transportes	29,9%	57,0%	11,7%	1,0%	0,3%
Atrações musicais	34,2%	52,2%	10,8%	0,9%	1,9%
Divulgação do evento	52,6%	40,2%	5,9%	0,4%	0,8%
Espaço físico/Estrutura do evento	46,2%	44,0%	8,2%	1,0%	0,6%

Gráfico 15 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o Festa da Padroeira de Santa Cruz?

Fonte: Fecomércio/RN

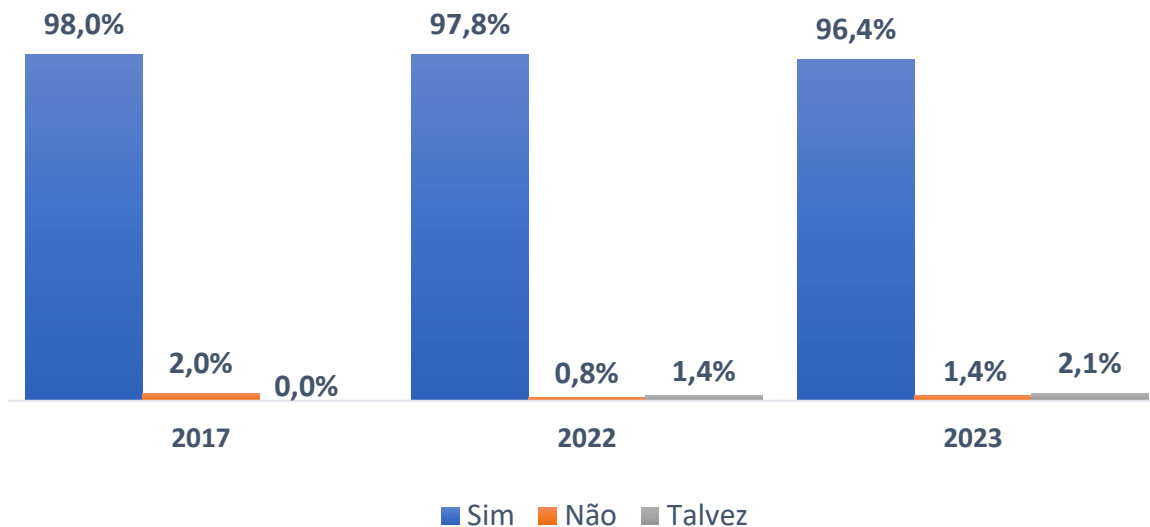


Gráfico 16 – Nota média por ano dada ao evento.
Fonte: Fecomércio/RN

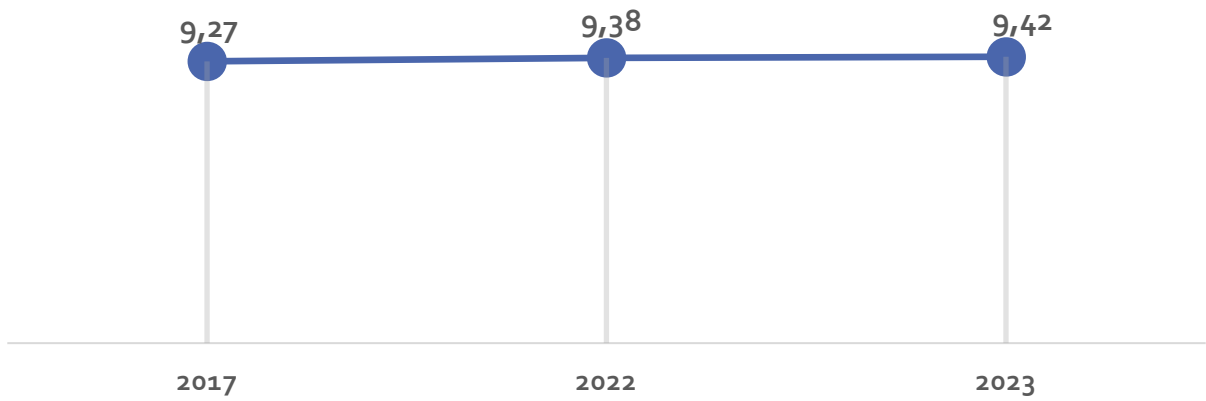


Tabela 13 – Nota média por tipo de público
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	2017	2022	2023
Santa Cruz	8,96	9,23	9,31
Visitantes e Turistas	9,55	9,53	9,54

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

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique

Analista de Negócios

Ágata Menezes

Assistente Administrativa

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Max Bezerra

Maria do Socorro

Maria Wislene

Thales Capistrano

Pesquisadores