

PERFIL DOS
PARTICIPANTES
DO

SÃO JOÃO
DO POVO

MACAÍBA
2023

JULHO DE 2023

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	9
	Aprovação.....	9
4	Análise gráfica	12
	Perfil dos participantes.....	12
	Origem	15
	Frequência.....	18
	Motivação	20
	Atividades	21
	Gastos.....	22
	Avaliação	24
	Aprovação.....	24

1 Apresentação

O São João faz parte do calendário dos grandes eventos do país. As festas juninas desempenham um papel significativo na cultura e na identidade do povo nordestino. Compreender quem são os frequentadores do São João do Povo de Macaíba e suas características nos permitirá melhor atender às suas necessidades e expectativas, bem como direcionar estratégias e ações mais efetivas para a promoção e o desenvolvimento desse evento.

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 o potencial econômico e avaliar a satisfação do público com o evento.

Assim, a pesquisa identificará oportunidades de melhorias em termos de organização, segurança, diversidade de atrações, programação cultural, gastronomia, entre outros aspectos. Trazendo a possibilidade de compreender as preferências e comportamentos dos participantes do São João em relação a produtos e serviços disponíveis durante o evento. Esses *insights* podem ser valiosos para empresários e empreendedores locais, permitindo-lhes adaptar suas ofertas e estratégias de marketing de acordo com as demandas identificadas.

A pesquisa contribuirá ainda para a produção de dados que poderão ser utilizados em estudos futuros sobre a festividade e sua importância econômica, social e cultural. Os resultados obtidos poderão ser compartilhados com instituições governamentais, órgãos de turismo e demais envolvidos na organização do São João, auxiliando-os na tomada de decisões e na alocação de recursos de forma mais eficiente.

Diante disso, apoiar esse tipo de iniciativa certamente trará benefícios tanto para a comunidade como para o sucesso contínuo do São João, enriquecendo o conhecimento sobre o evento e contribuindo para aprimorar essa celebração tão querida por todos.

2 Metodologia

O Instituto Fecomércio (IFC) realizou a pesquisa entre os dias 30 de junho e 08 de julho. Ao todo, foram pesquisadas 500 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

Ao identificar o perfil dos participantes do evento, é possível personalizar e aprimorar a experiência oferecida a eles. Isso envolve desde a seleção das atrações e programações até a organização da infraestrutura, visando garantir que as demandas e preferências do público sejam atendidas de maneira eficiente. As entrevistas mostraram que 54% do público eram do sexo feminino e 46% do sexo masculino.

O levantamento apurou que a faixa etária de 25 a 34 anos apresentou a maior proporção de participantes, resultando em 36% do público. Além disso, 33,4% das pessoas que participaram da festa eram da faixa etária de 16 a 24 anos. A faixa de idade de 35 a 44 anos representou 18,4% do público total e acima de 45 anos foi de 12,2%. A idade média dos participantes foi calculada em 31 anos, sendo que entre os visitantes turistas foi de 30 anos, e entre os residentes de 32 anos.

Constatou-se também que 60,6% do público possuía ensino médio completo, ao passo que 22,8% tinham ensino superior completo ou mais e 16,6% relataram possuir nível fundamental de escolaridade.

Sobre os rendimentos, a maior parcela (52,4%) das pessoas que estiveram na festa possuía renda familiar mensal de 2 a 5 salários-mínimos. Outros 32,4% dos participantes entrevistados declararam rendimentos de até 1 salário; e 15,2% mais de 6 salários-mínimos. A renda média calculada com base nas respostas dos entrevistados ficou em 3,1 salários-mínimos. Os visitantes e turistas que participaram do São João de Macaíba declararam renda média de 3,3 salários, enquanto os macaibenses de 3 salários.

Entre os participantes, 37% estiveram na festa com cônjuge/namorados e 36,4% foram com familiares. Enquanto 32% estavam com amigos. O levantamento da Fecomércio RN também verificou que 6,6% dos participantes do São João do Povo de Macaíba festejaram sozinhos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Origem

Os dados evidenciaram ainda que, entre os que prestigiaram o São João do Povo de Macaíba, 69,6% dos participantes eram macaibenses, enquanto 30,4% das pessoas eram visitantes e turistas.

Quanto à origem, verificou-se que a grande maioria dos participantes eram nativos (97,8%), porém a pesquisa notou a presença de pessoas de outros seis estados brasileiros, como Paraíba (0,8%), Pernambuco (0,4%), Rio de Janeiro (0,4%), Bahia (0,2%), Ceará (0,2%) e Rio Grande do Sul (0,2%). Como pode ser observado, destacaram-se os Estados da região Nordeste (99,4%), porém houve a presença também de participantes do Sudeste (0,4%) e Sul (0,2%) do país.

Entre os locais de residência do público, observou-se participantes de 27 cidades diferentes, sendo as principais Macaíba (69,6%), Natal (14,2%), São Gonçalo do Amarante (6,8%), Parnamirim (2,8%), Taipu (0,8%), Extremoz (0,6%), Lagoa de Velhos (0,4%), Mossoró (0,4%), Recife (0,4%), Sousa (0,4%), Vera Cruz (0,4%), Acari (0,2%), Aparecida (0,2%), Canguaretama (0,2%), Fortaleza (0,2%), Lagoa Salgada (0,2%), Parelhas (0,2%), Riachuelo (0,2%), Rio de Janeiro (0,2%), Salvador (0,2%), São Miguel do Gostoso (0,2%), São Pedro (0,2%), Santo Antônio (0,2%), Baía Formosa (0,2%), Marcação (0,2%), Ceará Mirim (0,2%) e Ielmo Marinho (0,2%).

Frequência

No geral, a pesquisa mostrou que 36,4% dos participantes estavam no São João do Povo de Macaíba pela primeira vez, enquanto 63,6% tinha participado duas ou mais vezes. Entre os visitantes e turistas, 63,8% estavam no evento pela primeira vez. Entre os residentes, 24,4% estavam na festa pela primeira vez, ao passo que 75,6% tinham participado em anos anteriores.

Assim, notou-se que festa tem 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

Os resultados mostraram que 56,2% dos participantes estiveram pelo menos 2 dias nos eventos do São João do Povo de Macaíba 2023; ao passo que 24% estiveram por 3 a 5 dias; e 19,8% foram 6 ou mais dias aos eventos da festa. A média geral de participação foi calculada, em 3 dias, sendo que a média dos visitantes e turistas foi de 2,1 dias, enquanto dos macaibenses foi de 3,4 dias.

Motivação

Com base nas motivações dos participantes, é possível adaptar a oferta de produtos e serviços disponíveis durante a festa. Isso pode incluir opções de alimentação, bebidas, produtos temáticos, atividades extras e outros elementos que estejam alinhados com as expectativas e interesses dos participantes. Ao oferecer o que eles buscam, é mais provável que os participantes se envolvam mais ativamente e tenham uma experiência positiva.

A pesquisa revelou que as festas gratuitas e as atrações musicais oferecidas foram o principal atrativo para os participantes (43,8%). A programação do evento foi a motivação para 18,4% das pessoas que estiveram no São João do Povo de Macaíba deste ano. O fato de conhecer a festa foi citado por 14,8% dos entrevistados. Os comentários de parentes e amigos foram mencionados por 13% dos participantes. Lazer e diversão (10%) e organização (8,6%) também foram indicados, entre outros motivos assinalados.

Em referência à forma como tomaram conhecimento da programação do São João do Povo de Macaíba, o levantamento apurou que 73,6% ficaram sabendo da programação do evento pelas redes sociais. Depois, aparecem como destaque os comentários de amigos e familiares (19,8%), seguido da televisão, com 5,8% das citações. Logo após surgem aqueles que tomaram conhecimento no local, com 5,2% das respostas. Entre outros, que somaram 3,2% das respostas.

Atividades

Os shows musicais foram o principal atrativo do evento, segundo 88,4% dos participantes. Em seguida aparece o festival de quadrilhas com 21,2%. Além disso, o público visitou o comércio local (19,6%), foram a bares e restaurantes (17,4%), participaram dos atrativos culturais (8,8%), entre outros atrativos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Esse tipo de evento desperta nas pessoas a busca por lazer e entretenimento, e 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.

Planejamento

No tocante ao período que tomaram a decisão de participar do evento, a pesquisa verificou que 63,4% decidiram com até 15 dias de antecedência do início da programação. Outros 21% decidiram participar da festa entre 15 dias e 1 mês antes da festa. Além disso, 15,6% decidiram com 2 ou mais meses de antecedência.

Os participantes utilizaram como principal meio de locomoção para chegar ao local do evento o carro próprio (39,8%), seguidos pelo taxi ou transporte por aplicativo (21,2%), a pé (16%), motocicleta (12,4%), ônibus/van (5,4%), carro alugado (3,8%), entre outros (1,4%).

Sobre os meios de hospedagem utilizados, a pesquisa revelou que grande parte dos visitantes e turistas ficou na casa de parentes e amigos (69,8%) ou fizeram o bate e volta (29%). 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 para prestigiar as atrações. Outros meios de hospedagem importantes para o fluxo turístico são os hotéis e pousadas, utilizados por 1% do público. Além disso, foram citados segunda residência (0,2%). O conhecimento dos tipos de hospedagem utilizados permite a identificação da oferta hoteleira predominante nas escolhas dos visitantes e turistas para que se possa oferecer os padrões de hospedagem e serviços mais adequados.

Gastos

Os gastos dos participantes refletem o impacto econômico da festa. Essas informações podem ser utilizadas para avaliar o retorno financeiro do evento, medir seu impacto na economia local e fornecer dados concretos para a análise de investimentos futuros. Além disso, esses dados são valiosos para atrair patrocinadores, parceiros e apoio financeiro, uma vez que demonstram a relevância e o potencial econômico da festa.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A pesquisa 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 São João do Povo de Macaíba, analisando os gastos com hospedagem, alimentação/bebidas, transporte local, diversão e compras no período do evento.

Averiguou-se que os visitantes e turistas foram, em média, 2,1 dias ao São João de Macaíba, totalizando um gasto médio de R\$ 609,47 durante o evento, sendo um gasto médio diário individual de R\$ 290,22. A distribuição dos gastos, desse público, foi direcionada para hospedagem (37%), alimentação/bebidas (32,4%); transporte local (20,8%); diversão (3,5%) e compras (6,3%).

Enquanto os macaibenses foram em média 3,4 dias aos eventos do São João da cidade e apresentaram um gasto médio total de R\$ 455,36, cerca de R\$ 133,93 individualmente por dia. Entre os residentes, a segmentação de gastos por atividade ficou distribuída da seguinte forma: 57,7% especificamente com alimentação e bebidas; 27,1% com compras em geral; 8% com transporte; e 7,2% com diversão.

Levando-se em conta o número de participantes durante o evento e o valor do gasto médio individual por dia, é possível estimar que a festa fez movimentar na economia R\$ 20.430.387,22. Sendo que os residentes fizeram circular em média R\$ 10.496.040,53 e os visitantes e turistas movimentaram R\$ 9.934.346,69.

Avaliação

Avaliar a satisfação dos participantes de um evento é essencial para garantir a melhoria contínua, atender às expectativas do público, identificar oportunidades de melhoria, fidelizar o público, fortalecer a imagem e reputação do evento e embasar a tomada de decisões estratégicas.

A maioria dos participantes avaliou os aspectos do evento como ótimo ou bom, com destaque para organização do evento, divulgação e atrações musicais, que tiveram mais de 90% de avaliações positivas.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A maioria dos participantes avaliaram positivamente a organização do evento, com 53,4% classificando como "ótimo" e 40,4% como "bom". Apenas uma pequena parcela expressou estimativas negativas.

Sobre a divulgação do evento, a maioria dos participantes (60,8%) avaliou como "ótimo", indicando uma comunicação efetiva e promoção do São João de Macaíba. Outros 32,6% avaliaram como "bom". Apenas uma pequena porcentagem (0,8%) não soube opinar sobre a divulgação.

As atrações musicais receberam uma avaliação bastante positiva, com 59,2% considerando como "ótimo" e 33,6% como "bom". Isso indica a satisfação dos participantes com a qualidade das apresentações musicais durante o evento.

A avaliação da estrutura e espaço físico do São João de Macaíba mostrou uma divisão equilibrada entre as respostas "ótimo" (45,2%) e "bom" (44,6%). Apenas uma pequena porcentagem considerou a estrutura como "regular", "ruim" ou "péssimo".

A segurança no evento recebeu uma avaliação positiva, com 51,2% classificando como "ótimo" e 38,2% como "bom". Indicando que os participantes se sentiram seguros durante a festividade.

A avaliação da limpeza urbana apresentou uma distribuição equilibrada entre as categorias, com 42,2% considerando como "ótimo" e 43,4% como "bom". Isso mostra que a maioria dos participantes avalia positivamente a limpeza durante o evento. Apenas uma pequena porcentagem considerou a limpeza urbana como "regular", "ruim" ou "péssimo".

Os locais de alimentação foram apreciados de forma mais diversificada, com uma parcela considerável (44,0%) avaliando como "bom" e uma porcentagem menor (39,4%) avaliando como "ótimo". Uma proporção significativa (11,6%) não soube opinar sobre essa questão.

Sobre o acesso/trânsito/transportes/mobilidade, a maior porcentagem está na faixa de "bom" com 42,4%, seguida por "ótimo" com 34,2%. No entanto, 21,2% avaliaram como "regular", "ruim" ou "Péssimo". Isso indica que há espaço para melhorias nesse quesito.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A avaliação dos preços cobrados revela uma diversidade de opiniões. Apenas uma pequena porcentagem (15,6%) avaliou como "ótimo", enquanto uma proporção considerável (25,4%) avaliou como "bom". Por outro lado, uma parcela significativa (27,6%) considerou os preços como "Não sei".

Aprovação

No geral, o São João de Macaíba 2023 teve aprovação da grande maioria dos participantes. 96% dos entrevistados afirmaram que pretendem retornar ao evento e recomendariam a festa para os parentes e ou amigos.

No que se refere à percepção que as pessoas tiveram do evento deste ano, perguntamos aos participantes sobre a nota, de 0 a 10, que dariam para a festa. 66,3% dos participantes deram nota dez e 30,3% entre oito e nove. A nota média geral de avaliação foi de 9,27. Sendo que os residentes atribuíram nota média igual a 9,22 e os visitantes e turistas 9,38.

Os dados mostraram que os participantes ficaram satisfeitos com o evento. 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 visitantes de todos os lugares, contribuindo significativamente para a economia do Estado.

Assim, os resultados da pesquisa fornecem insights valiosos para aprimorar futuras edições do evento. A compreensão do perfil dos participantes, seus gastos e a avaliação do evento possibilita a tomada de decisões estratégicas que visam melhorar a satisfação e a experiência dos participantes, fortalecendo a imagem e o sucesso do evento como um todo.

4 Análise gráfica

Perfil dos participantes

Gráfico 1 – Sexo
Fonte: Fecomércio/RN

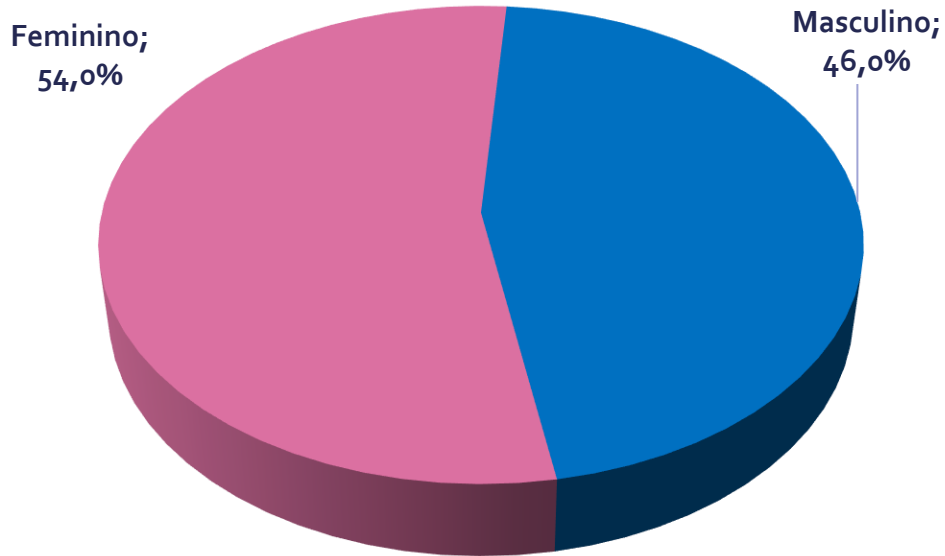


Gráfico 2 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio/RN

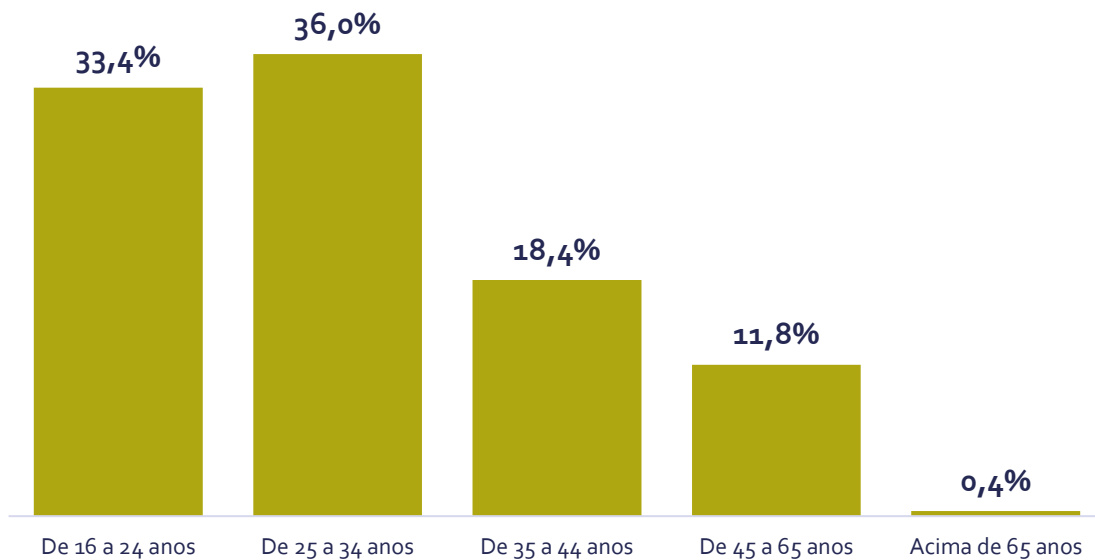
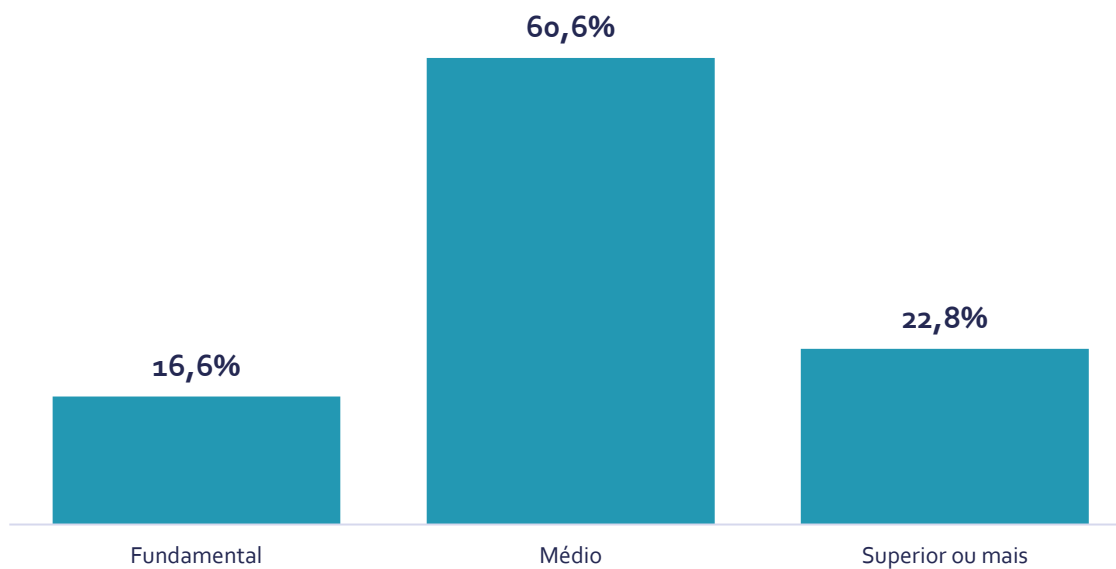


Tabela 1 – Idade média por tipo de público e geral.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas	Geral
Idade média	32	30	31

Gráfico 3 – Escolaridade
Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 4 – Com quem passou o São João de Macaíba?
(Múltiplas respostas)**

Fonte: Fecomércio/RN

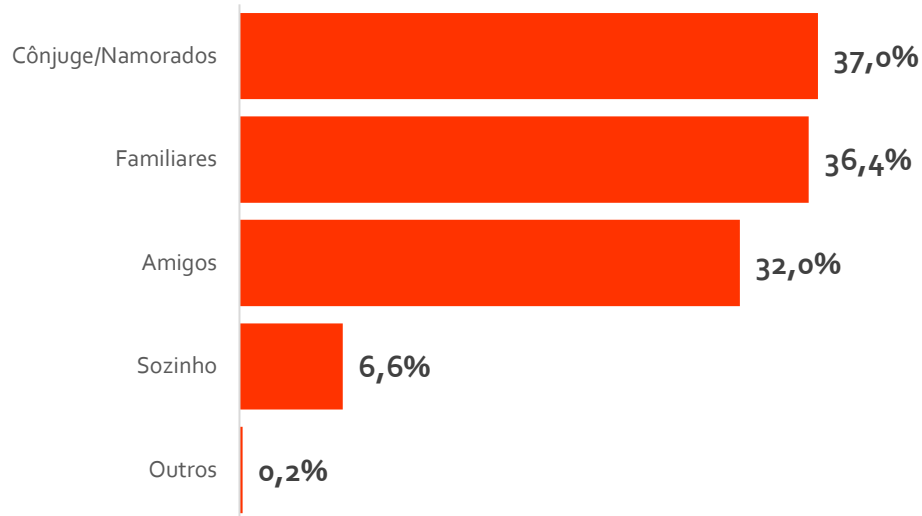


Gráfico 5 – Renda mensal:

Fonte: Fecomércio/RN

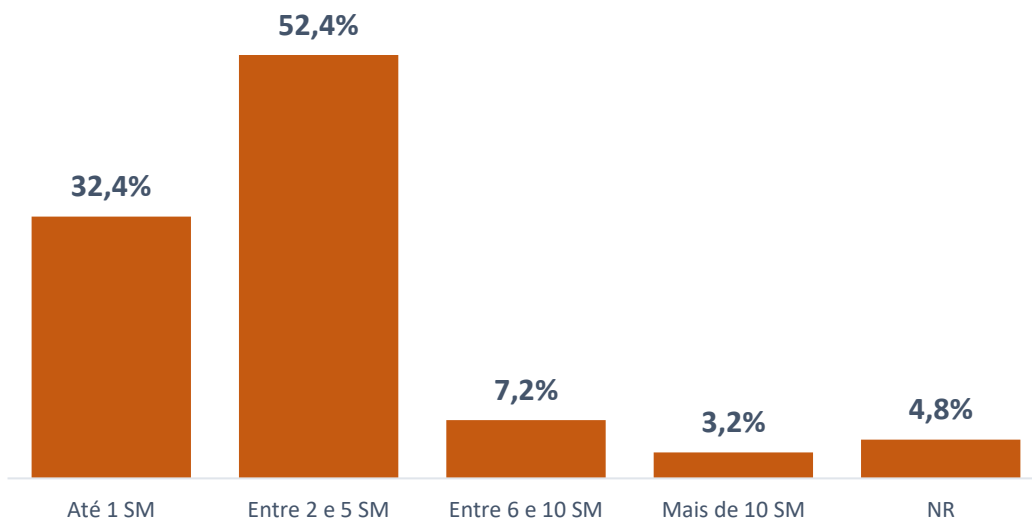


Tabela 2 – Renda média mensal por tipo de público e geral, em salários-mínimos.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas	Total Geral
Renda média	3,0	3,3	3,1

Origem

Gráfico 6 – Tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

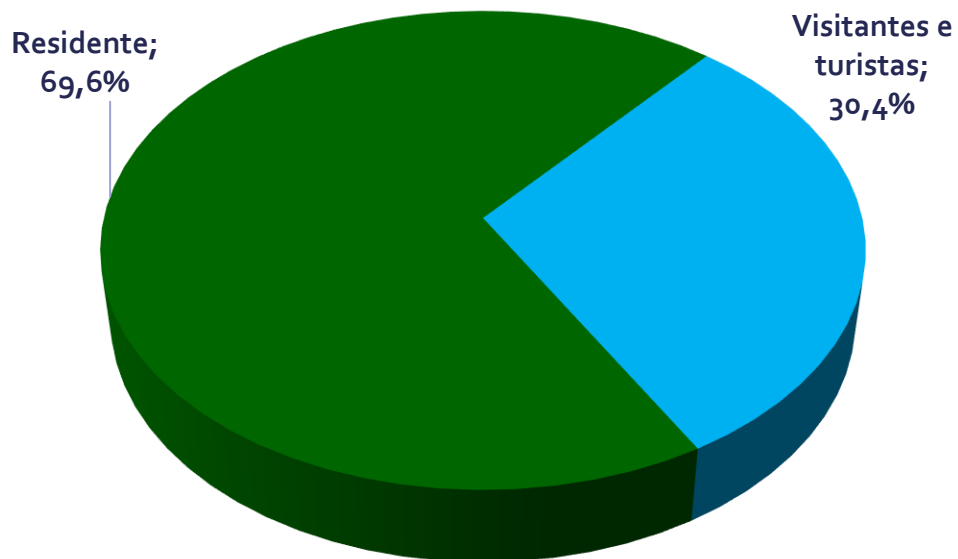


Gráfico 7 – Região de residência do público participante.

Fonte: Fecomércio/RN

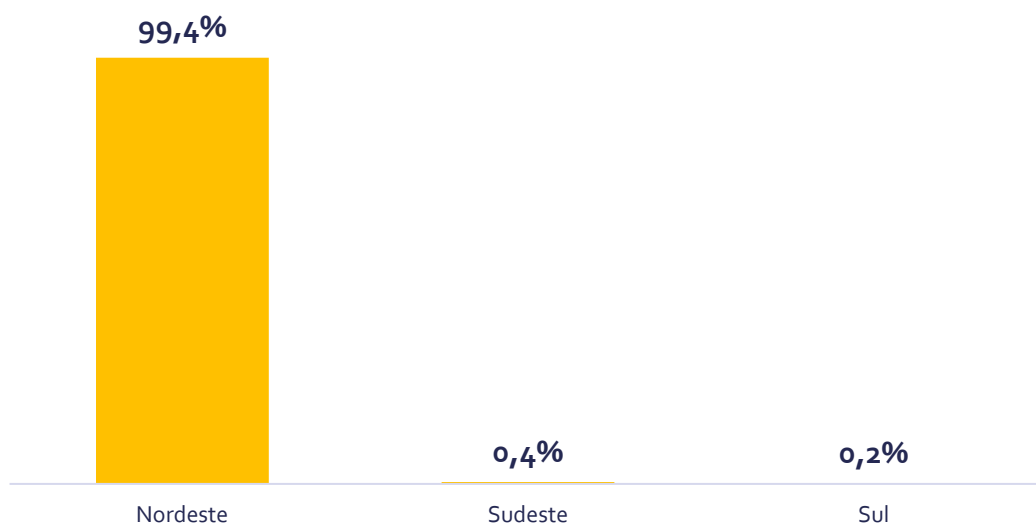


Tabela 3 – Estado de residência do público participante.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
RN	97,8%
PB	0,8%
PE	0,4%
RJ	0,4%
BA	0,2%
CE	0,2%
RS	0,2%

Tabela 4 – Cidades de residência dos participantes.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Macaíba	69,6%
Natal	14,2%
São Gonçalo do Amarante	6,8%
Parnamirim	2,8%
Taipu	0,8%
Extremoz	0,6%
Lagoa de Velhos	0,4%
Mossoró	0,4%
Recife	0,4%
Sousa	0,4%
Vera Cruz	0,4%
Acari	0,2%
Aparecida	0,2%
Canguaretama	0,2%
Fortaleza	0,2%
Lagoa Salgada	0,2%
Parelhas	0,2%
Riachuelo	0,2%
Rio de Janeiro	0,2%
Salvador	0,2%
São Miguel do Gostoso	0,2%
São Pedro	0,2%
Santo Antônio	0,2%
Baia Formosa	0,2%
Marcação	0,2%
Ceará Mirim	0,2%
Ielmo Marinho	0,2%

Frequência

Gráfico 8 – Quantas vezes já participou do São João de Macaíba?
Fonte: Fecomércio/RN

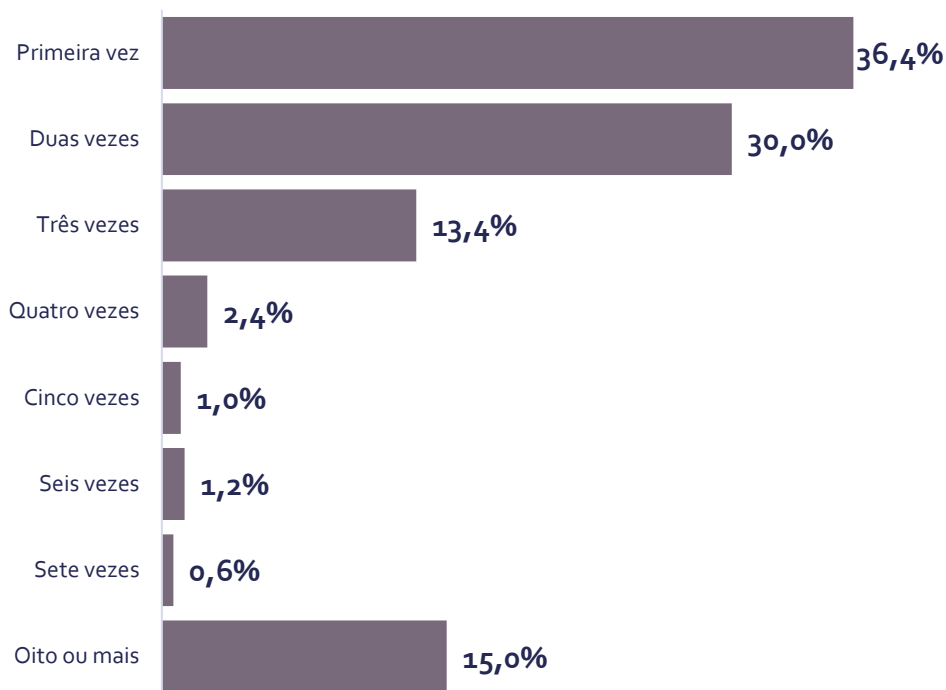


Tabela 5 – Número de vezes que participou, entre os visitantes e turistas.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas
Primeira vez	24,4%	63,8%
Duas vezes	35,9%	16,4%
Três vezes	15,5%	8,6%
Quatro vezes	2,9%	1,3%
Cinco vezes	1,4%	0,0%
Seis vezes	1,1%	1,3%
Sete vezes	0,6%	0,7%
Oito ou mais	18,1%	7,9%

Gráfico 9 – Quantos dias participou do São João de Macaíba deste ano?
Fonte: Fecomércio/RN

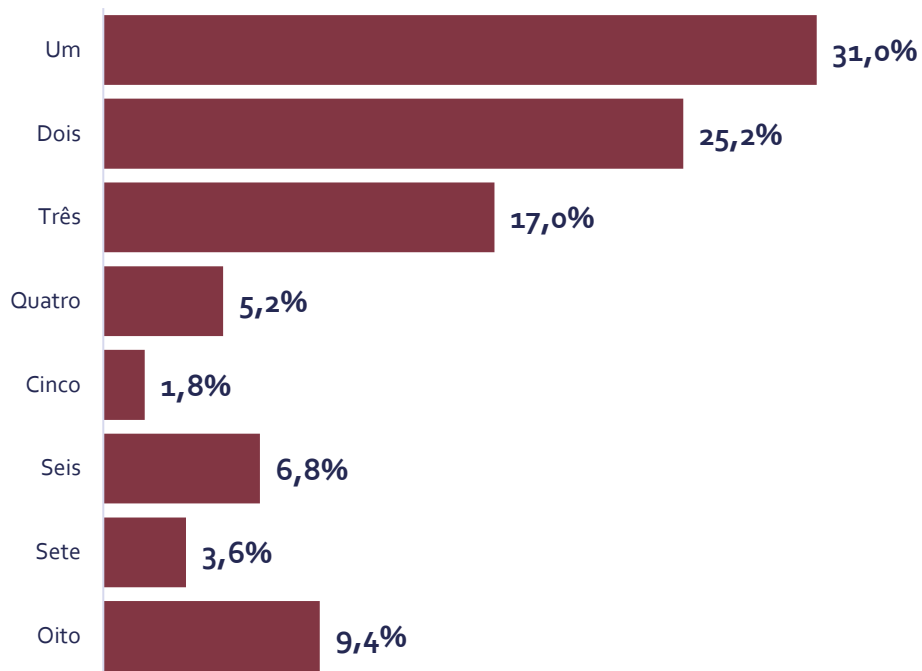


Tabela 6 – Média de dias que participou do evento por tipo de público.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas	Geral
Total Geral	3,4	2,1	3,0

Motivação

Gráfico 10 – Qual a principal motivação para participar do São João de Macaíba deste ano? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

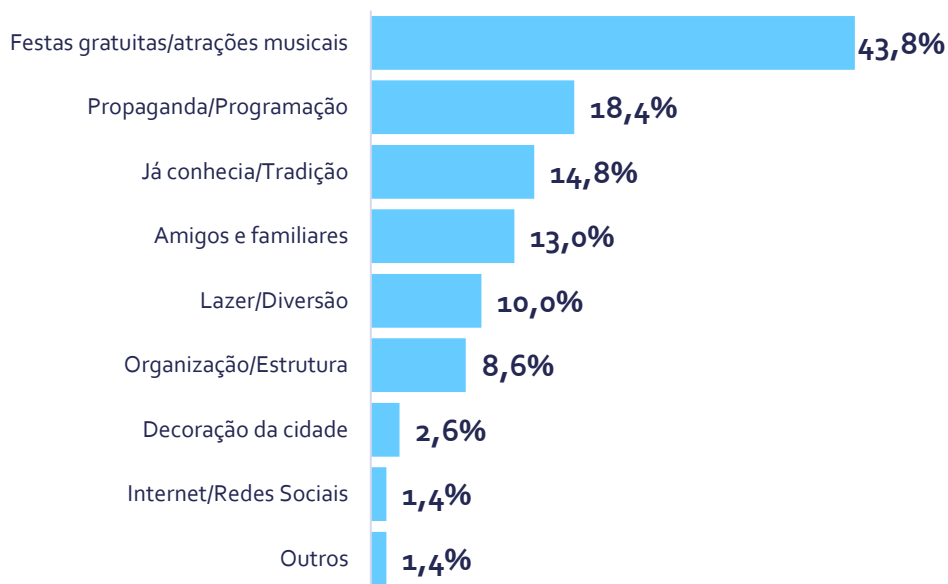
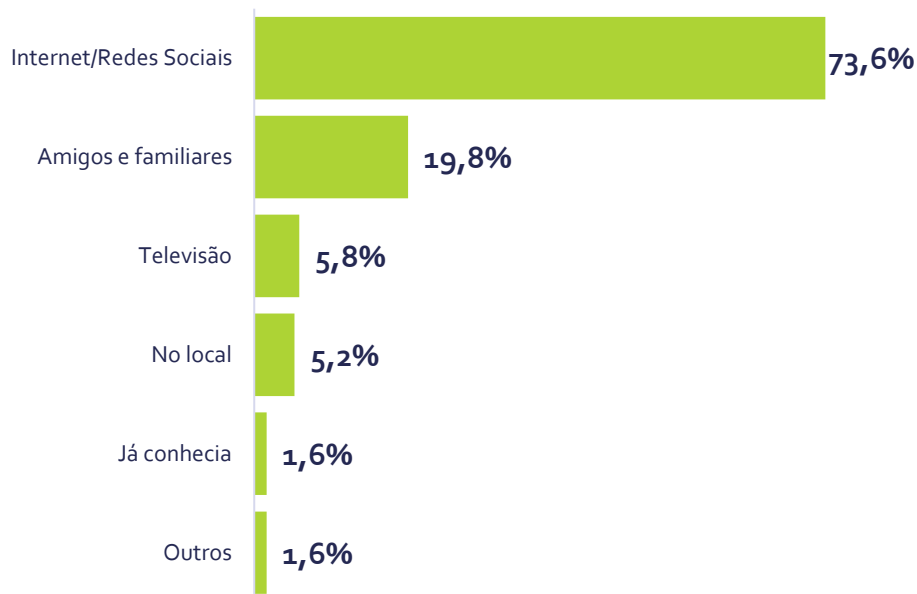


Gráfico 11 – Como o (a) sr. (a) tomou conhecimento do São João de Macaíba deste ano?

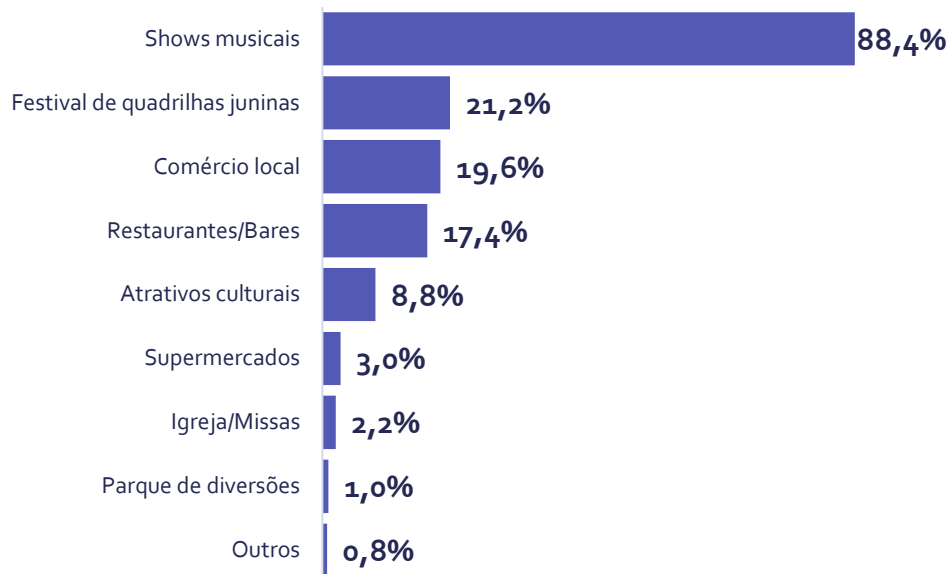
(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN



Atividades

**Gráfico 12 – Em quais locais se fez presente no São João de Macaíba deste ano?
(Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN**



Planejamento

**Gráfico 13 – Quando tomou a decisão de participar do São João de Macaíba deste ano?
Fonte: Fecomércio/RN**

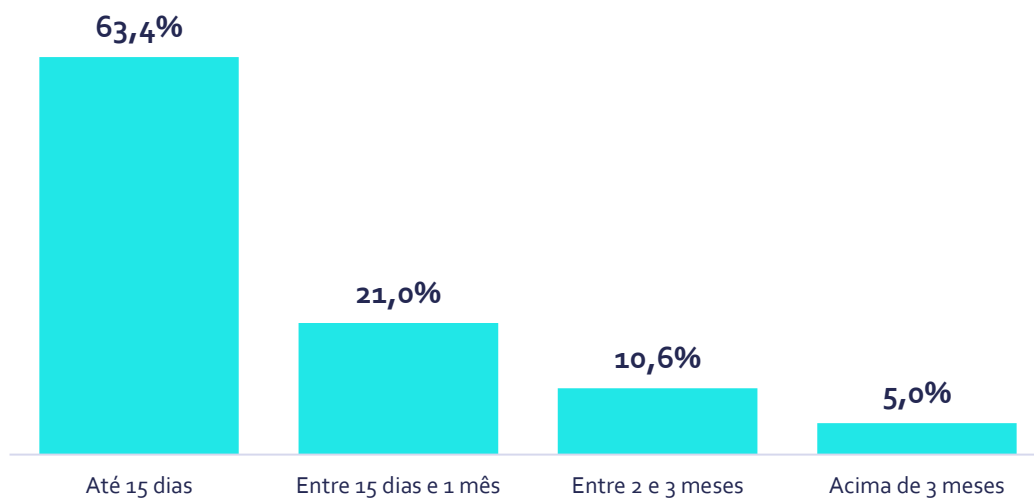


Gráfico 14 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar até o evento?

Fonte: Fecomércio/RN

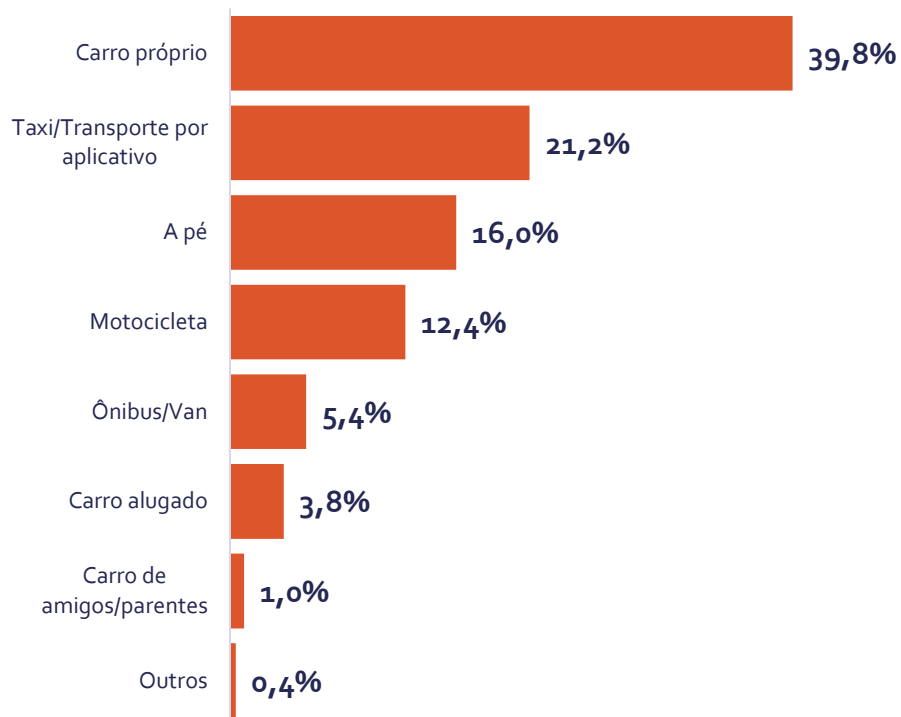
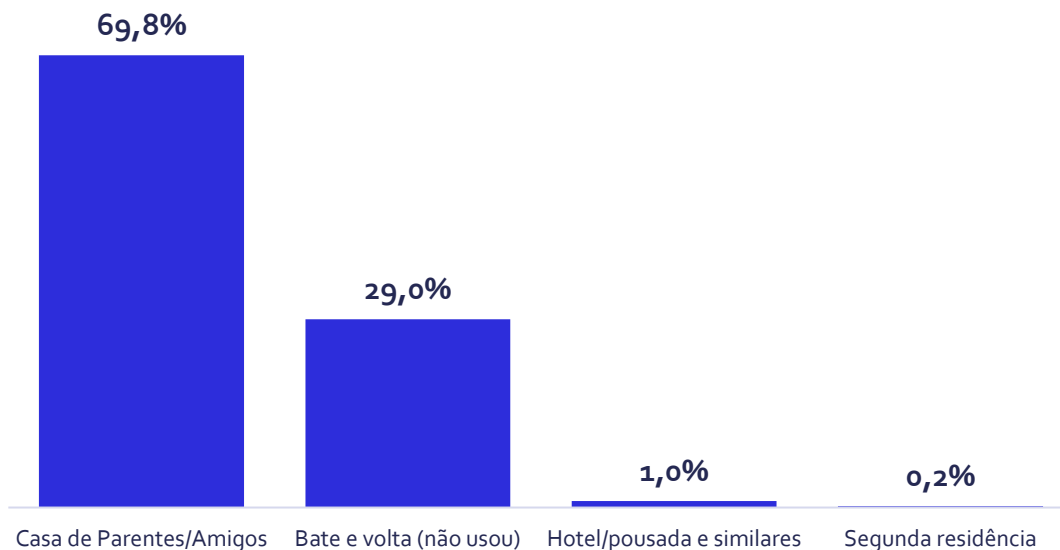


Gráfico 15 – Entre os visitantes e turistas, qual meio de hospedagem utilizado?

Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

Gráfico 16 – Gasto médio diário individual (GMDI) e total do público (GMI) que participou do São João de Macaíba.

Fonte: Fecomércio/RN

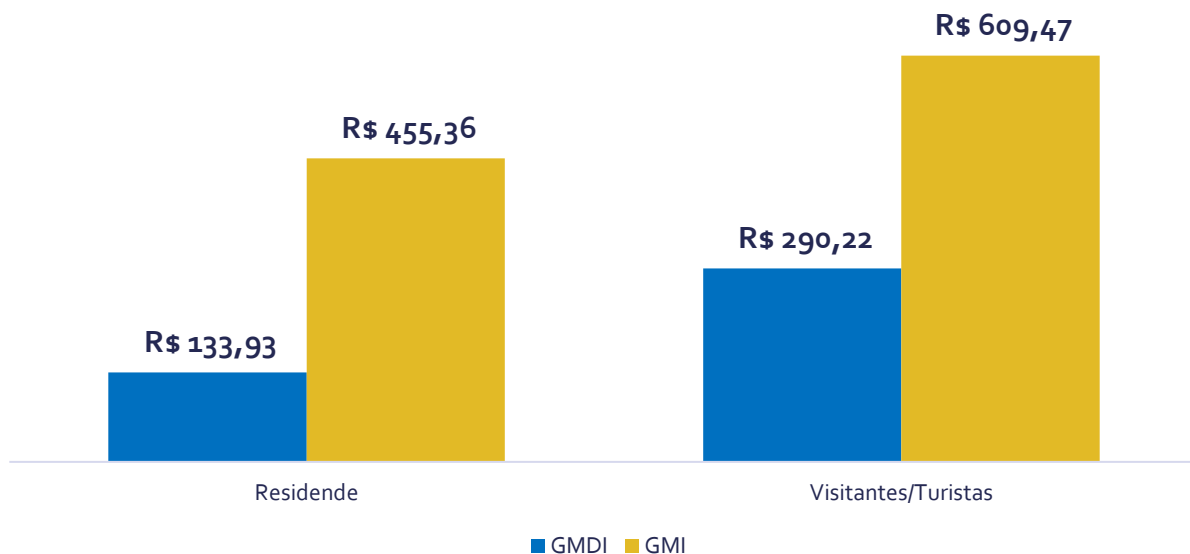


Tabela 7 – Distribuição dos gastos por item.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes/Turistas
Hospedagem	0,0%	37,0%
Alimentação	57,7%	32,4%
Transporte	8,0%	20,8%
Diversão	7,2%	3,5%
Compras	27,1%	6,3%

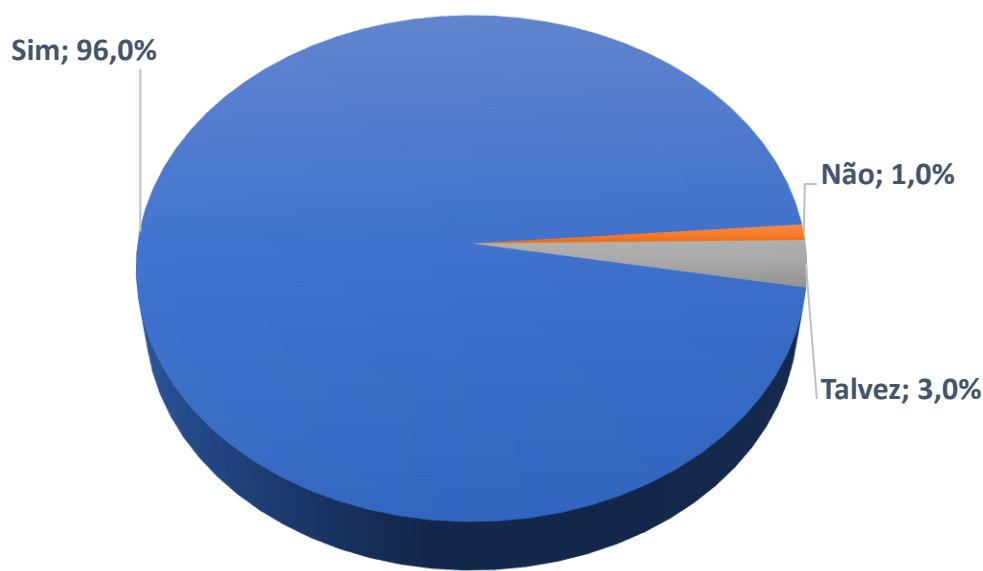
Avaliação

Tabela 8 – Avaliação dos itens
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Divulgação do evento	60,8%	32,6%	5,4%	0,2%	0,2%	0,8%
Acesso/trânsito/Transportes/Mobilidade	34,2%	42,4%	12,0%	5,2%	4,0%	2,2%
Espaço físico/Estrutura do evento	45,2%	44,6%	7,0%	0,4%	0,8%	2,0%
Atrações musicais	59,2%	33,6%	3,4%	0,4%	0,2%	3,2%
Organização do evento	53,4%	40,4%	4,6%	0,6%	0,0%	1,0%
Locais de Alimentação	39,4%	44,0%	4,6%	0,4%	0,0%	11,6%
Segurança no evento	51,2%	38,2%	6,8%	0,8%	0,6%	2,4%
Limpeza Urbana	42,2%	43,4%	9,4%	1,6%	1,2%	2,2%
Preços cobrados	15,6%	25,4%	24,4%	3,6%	3,4%	27,6%

Aprovação

Gráfico 17 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o São João de Macaíba?
Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 18 – Que nota, de 0 a 10, o (a) sr. (a) dá para o São João de Macaíba deste ano?

Fonte: Fecomércio/RN

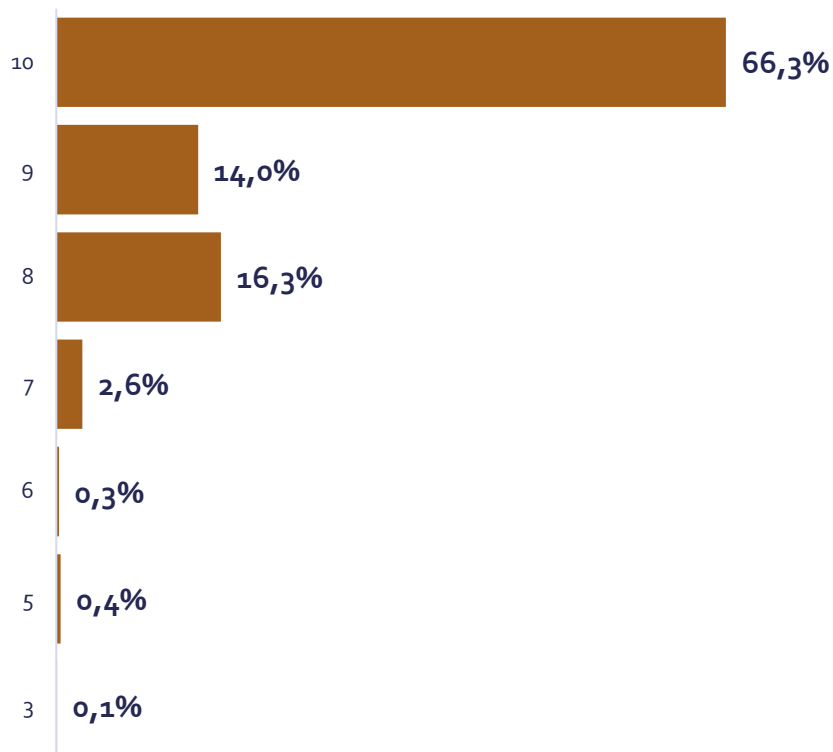


Tabela 9 – Nota média dada para o São João de Macaíba 2023 por tipo de público?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas	Total Geral
Nota média	9,22	9,38	9,27

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 FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Jacqueline Aires

Maria Glória

Natália Pereira

Luiz Eduardo

Pesquisadores

ANEXO

