

PERFIL DOS PARTICIPANTES DA
FESTA DE
SANT'ANA
CURRAIS NOVOS - JULHO DE 2023



Sumário

1_ Apresentação	3
2_ Metodologia	4
3_ Principais resultados	5
Perfil dos participantes	5
Origem	6
Frequência	7
Motivação	8
Locais visitados	8
Planejamento	9
Hospedagem	10
Gastos	11
Avaliação	12
Aprovação	13
4_ Análise gráfica	14
Perfil dos participantes	14
Origem	17
Frequência	20
Motivação	22
Locais visitados	24
Planejamento	25
Hospedagem	27
Gastos	28
Avaliação	29
Aprovação	29

1 Apresentação

Currais Novos (frequentemente referida simplesmente como Currais, ou ainda pela sigla CN) é um município brasileiro no interior do estado do Rio Grande do Norte. Localiza-se na região do Seridó, na divisa com o estado da Paraíba, distante 172 km da capital estadual, Natal. De acordo com o Censo 2022, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), sua população é de 41.318 habitantes.

A Festa de Sant'Ana de Currais Novos é uma das comemorações mais importantes do Rio Grande do Norte, atraindo milhares de pessoas todos os anos. Neste ano, a festa teve uma grande variedade de atrações que envolveu desde grandes shows com artistas nacionais, até missas, novenas, procissão 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), por meio 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 entre os dias 16 e 25 de julho uma pesquisa sobre a Festa de Sant’Ana de Currais Novos, incluindo entrevistas em diversos dias de realização do evento. Ao todo, foram pesquisadas 501 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 com o auxílio 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 das informações coletadas. 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 às 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

Analisando os dados da pesquisa sobre o perfil dos participantes da festa de Sant'Ana de Currais Novos, podemos observar algumas tendências interessantes.

A distribuição por sexo mostra uma pequena predominância masculina, com aproximadamente 57% em 2022 e 55,5% em 2023. O público feminino também é significativo, representando cerca de 43% e 44,5% nos dois anos, respectivamente.

Em relação à faixa etária dos participantes, houve uma mudança notável em 2023. O grupo mais jovem, de 16 a 24 anos, apresentou uma queda significativa, passando de 39,4% para 24,2%. Por outro lado, a faixa de 35 a 59 anos registrou um aumento considerável, indo de 23,5% para 43,5%. A idade média dos participantes da festa aumentou de 30 anos em 2022 para 34,8 anos em 2023. Entre os residentes a média foi de 33,8 anos e entre os visitantes e turistas foi de 36 anos.

Quanto à escolaridade, a maioria dos participantes possui formação no Ensino Médio, com uma pequena variação de 51,2% em 2022 para 50,7% em 2023. O grupo com Ensino Superior ou mais também é significativo, representando 43,6% em 2022 e 39,1% em 2023. Além disso, houve um aumento na porcentagem de participantes com Ensino Fundamental, indo de 5,2% para 10,2% em 2023.

Observamos um aumento geral na renda dos participantes em 2023 em comparação com 2022. O percentual de participantes com renda entre 2 e 5 salários-mínimos aumentou de 47,8% para 51,9%. Além disso, houve um aumento de 5% para 7% no grupo com renda acima de 10 salários-mínimos. Por outro lado, a porcentagem de participantes com renda de até 1 salário-mínimo diminuiu ligeiramente, de 29,5% para 27,1%. A renda média dos participantes da festa aumentou de 3,1 salários-mínimos em 2022 para 3,7 salários-mínimos em 2023. Além disso, em 2023, a renda média dos residentes foi de 3,3 salários-mínimos, enquanto a dos visitantes e turistas foi de 4,1 salários-mínimos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A maioria dos participantes da festa de Sant'Ana de Currais Novos optou por ir com amigos (as) ou namorados (as), com 54,2% das respostas em 2022 e 56,3% em 2023. A companhia da família também é significativa, representando em torno de 37,6% e 38,9% nos dois anos, respectivamente. É interessante notar que houve uma leve queda de participantes que foram sozinhos, caindo de 6,8% em 2022 para 3,5% em 2023.

Origem

A análise dos dados sobre o tipo de público da festa de Sant'Ana de Currais Novos revela uma mudança na proporção entre residentes e visitantes/turistas nos últimos dois anos. Em 2022, a maioria dos participantes (58,8%) era composta por visitantes e turistas, enquanto os residentes representavam 41,2% do público total. Porém, em 2023, houve uma inversão dessa proporção. Os residentes passaram a ser a maioria, representando 52,7% dos participantes, e os visitantes e turistas registraram 47,3% do público total.

O aumento na presença de residentes pode indicar uma maior identificação e engajamento da comunidade local com o evento, enquanto a redução na participação de visitantes e turistas pode ser influenciada por fatores externos, como questões econômicas ou de segurança. Essas informações podem ser valiosas para o planejamento e promoção futura da festa, buscando garantir a atratividade para ambos os públicos e o sucesso contínuo do evento.

Sobre a origem apurou-se que a maioria dos participantes eram nativos, sendo 90,8% de participantes do RN, porém a pesquisa notou a presença de pessoas de 12 diferentes estados, como Paraíba (4%), Goiás (1%), Distrito Federal (0,8%), Pernambuco (0,8%), Minas Gerais (0,8%), São Paulo (0,6%), Ceará (0,4%), Piauí (0,2%), Maranhão (0,2%), Bahia (0,2%) e Paraná (0,2%). Como pode ser observado, destacaram-se os Estados da região Nordeste.

Dentre os locais de residência do público, observou-se participantes de 57 cidades diferentes, sendo as principais Currais Novos (52,7%), Natal (12,8%), Lagoa Nova (5,2%), Acari (3%), Campo Redondo (2,8%), Santa Cruz (2,2%), Frei Martinho (2%), Cerro Corá (2%), Mossoró (1,2%), São Vicente (1%), Brasília (0,8%), Recife (0,8%), Parnamirim (0,8%), Areia Branca

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

(0,6%), Cruzeta (0,6%), Caicó (0,6%), Carnaúba dos Dantas (0,6%), João Pessoa (0,6%), Tenente Laurentino (0,6%), Florânia (0,6%), entre outras.

Frequência

Em relação à participação geral, em 2022, cerca de 26,9% dos entrevistados estavam participando pela primeira vez, enquanto 22,1% haviam participado de duas a cinco vezes e a maioria (51%), já tinha participado seis ou mais vezes. Em 2023, houve uma diminuição na proporção de participantes que estavam na festa pela primeira vez, caindo para 20,6%. Por outro lado, aumentou a proporção dos que haviam participado de duas a cinco vezes, chegando a 26,7%. A maior parcela ainda continua sendo de pessoas que participaram seis ou mais vezes, representando 52,7%.

Entre os visitantes e turistas, em 2022, 39% dos visitantes e turistas estavam participando pela primeira vez, enquanto 24,4% haviam participado de duas a cinco vezes e 36,6% já tinham participado seis ou mais vezes. Em 2023, a proporção de visitantes que estavam na festa pela primeira vez diminuiu para 35,3%. Houve um aumento na parcela dos que haviam participado de duas a cinco vezes, chegando a 34,5%, enquanto a proporção dos que já haviam participado seis ou mais vezes diminuiu para 30,2%.

No geral, os dados da pesquisa mostraram que os participantes foram, em média, 3,5 dias aos eventos da Festa de Sant'Ana de Currais Novos deste ano. Em 2022, havia sido de 3,4 dias.

Por tipo de público, verificou-se que, no ano passado, os residentes tiveram uma média de participação de aproximadamente 3,6 dias na festa. Os visitantes e turistas, por outro lado, tiveram uma média de participação um pouco menor, com cerca de 3,2 dias. Já neste ano, observou-se um aumento na média de dias de participação para os residentes, chegando a aproximadamente 4,4 dias. Já para os visitantes e turistas, a média diminuiu para cerca de 2,5 dias.

Esses dados são relevantes para o planejamento da festa e podem auxiliar na elaboração de estratégias para atrair e manter a participação de visitantes e turistas por mais tempo, bem como para manter o interesse e engajamento dos residentes locais. Além disso, essas informações podem

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

ajudar a compreender as preferências e necessidades de diferentes grupos de participantes, auxiliando no aprimoramento do evento ao longo do tempo.

Motivação

Ao analisar os motivos para a participação nos festejos de Sant'Ana deste ano, podemos observar que a maior parte dos participantes (46,7%) afirmou que já conhecia o evento e que sua participação está baseada na tradição. Em seguida, temos 37,5% dos participantes que mencionaram as festas gratuitas e atrações musicais como motivo para participar dos festejos. A presença de amigos e familiares foi apontada por 26,5% dos participantes como um motivo para participar do evento. O lazer, animação e diversão foram mencionados por 17,4% dos participantes como um dos principais motivos para a participação nos festejos de Sant'Ana. A propaganda e programação do evento foram citadas por 12,2% dos participantes como fator que os atraiu para participar. A organização e estrutura do evento também foram apontadas como motivo para a participação por 3,6% dos participantes. Demais motivos mencionados incluem religiosidade e cultura (2%), decoração da cidade (1,8%), internet/redes sociais (1,6%) e outros (1,2%).

Quanto aos meios utilizados para tomar conhecimento dos eventos da festa de Sant'Ana deste ano, a internet e as redes sociais foram apontadas como o principal meio de divulgação, mencionadas por 60,3% dos participantes. Amigos e familiares também desempenharam um papel importante na divulgação do evento, mencionados por 21,6% dos participantes. Outros meios mencionados incluem televisão (9,6%), já conhecia a festa (15,8%), rádio (4,2%), e outros (1,4%).

Locais visitados

Sobre os locais visitados pelos participantes durante os dias de participação no evento, os shows musicais/eventos gratuitos foram os locais mais visitados, mencionados por 89,8% dos entrevistados. Restaurantes/bares (43,1%), missas/igreja (36,3%), comércio local (34,7%), feiras/artesanatos (22,8%), atrativos culturais (22,8%), supermercados (17%), e outros locais (4%) também foram citados. Esses dados fornecem informações valiosas sobre o perfil dos participantes dos festejos de Sant'Ana e seus interesses, o que pode ser útil para os organizadores do evento, comerciantes locais e autoridades públicas para o planejamento e aprimoramento dos festejos nos

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

próximos anos, buscando atender às expectativas e necessidades do público e promover o desenvolvimento do turismo e comércio local.

Planejamento

A maior parcela dos participantes (40,5%) tomou a decisão de vir para o evento com até 15 dias de antecedência. Isso indica que uma grande parte dos participantes pode ter sido atraída para a festa de Sant'Ana de Currais Novos de forma mais espontânea ou em um curto período antes do evento. Cerca de 21,8% dos participantes tomaram a decisão de vir com mais de 1 ano de antecedência. Esse grupo pode ser composto por pessoas que têm um interesse especial na festa de Sant'Ana e planejam sua participação com bastante antecedência, talvez por serem visitantes frequentes ou terem alguma relação tradicional com o evento. Outros 18,4% dos participantes tomaram a decisão de vir entre 16 dias e 1 mês antes do evento. Esse período revela um tempo intermediário de planejamento, onde ainda há espaço para que os participantes se organizem para a festividade. Cerca de 8,6% dos participantes decidiram vir entre 2 e 3 meses antes do evento, período que pode ser considerado como um prazo médio de planejamento, onde os participantes já estão mais cientes do evento e têm tempo para se preparar. A parcela dos participantes que tomaram a decisão de vir entre 4 e 6 meses antes do evento é de aproximadamente 3,6%, e entre 7 meses e 1 ano antes é de cerca de 7,2%.

Entre os residentes, a maior parcela (34,6%) planejou sua participação com mais de 1 ano de antecedência. Isso indica um interesse significativo dos residentes na festa de Sant'Ana e sugere que muitos deles têm a tradição de participar do evento regularmente e planejam com bastante antecedência. Cerca de 31,2% dos residentes tomaram a decisão de participar até 15 dias antes do evento, o que mostra uma parcela considerável de decisões mais espontâneas ou de última hora. Já entre os visitantes e turistas, o percentual dos que tomaram a decisão de participar do evento com até 15 dias de antecedência atingiu 50,8%, revelando que muitos visitantes têm uma abordagem mais flexível em relação à sua participação e podem decidir participar da festa de forma mais imediata, talvez atraídos pelas atrações disponíveis ou outros fatores.

Os dados sobre o meio de transporte utilizado pelos participantes para chegar ao local do evento são os seguintes: 51,1% dos participantes utilizaram o carro próprio como meio de

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

transporte para chegar ao local do evento, o que indica uma alta preferência pelo uso de veículo particular. 19,8% dos participantes chegaram ao evento a pé, o que pode sugerir que muitos deles residem próximo ao local da festa ou preferem caminhar para evitar problemas de estacionamento ou congestionamento. 12% utilizaram motocicletas, o que também pode ser uma escolha comum para locomoção em eventos desse tipo. 7,2% optaram por ônibus ou vans, indicando que uma parcela significativa dos participantes pode ter vindo de outras localidades ou de pontos mais distantes da cidade. 6% utilizaram serviços de táxi ou transporte por aplicativo, uma opção de transporte mais conveniente para aqueles que não possuem veículo próprio. 2,6% alugaram carros, o que pode ser uma escolha feita por visitantes/turistas que vieram de outras cidades ou estados para o evento. Apenas 0,8% utilizaram carros de trabalho, parentes ou amigos, e 0,6% utilizaram outros meios de transporte não especificados.

Hospedagem

Neste ano, 35,2% dos participantes se hospedaram em residências de familiares/amigos, uma redução em relação ao ano anterior (53,4%), demonstrando uma diminuição do número de participantes com vínculos locais ou uma maior oferta de outras opções de hospedagem. 34,4% não se hospedaram e apenas visitaram o evento, o que se mantém como uma parcela significativa dos participantes, que em 2022 eram 20%. Além disso, 19,3% utilizaram hotéis, pousadas ou similares na própria cidade, indicando um aumento em relação ao ano passado (13,4%), revelando uma maior oferta ou preferência por esse tipo de hospedagem. 11,1% utilizaram outros meios de hospedagem, como casas alugadas, segunda residência ou hospedagem em outras cidades, destacando que uma parcela menor dos participantes pode ser de visitantes ou turistas que precisaram encontrar alternativas de acomodação.

Esses dados mostram que a maioria dos participantes preferiu se hospedar em residências de familiares/amigos, mostrando que o evento é uma oportunidade para reencontrar entes queridos ou para receber visitantes. Além do mais, uma parte significativa dos participantes apenas visitou o evento, o que pode ser explicado pelo fato de muitos dos turistas serem moradores de cidades próximas.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gastos

A análise dos dados sobre os gastos dos residentes e dos visitantes/turistas durante a Festa de Sant'Ana de Currais Novos nos anos de 2022 e 2023 revela algumas informações importantes sobre o comportamento econômico dos participantes.

Em ambos os grupos pesquisados (residentes e visitantes/turistas), houve um aumento significativo nos gastos médios diários individuais de um ano para o outro. Em 2023, os residentes gastaram em média R\$ 310,99, em comparação com R\$ 215,17 em 2022. Já os visitantes/turistas gastaram em média R\$ 332,53 em 2023, enquanto em 2022 gastaram R\$ 329,81. Esse aumento pode indicar uma maior disposição das pessoas em gastar durante o evento, seja por conta de uma melhoria na economia local, mudanças nas atrações oferecidas ou outros fatores.

Vale destacar que nos dois anos pesquisados, os residentes apresentaram um gasto médio menor em comparação com os visitantes/turistas. Isso pode ser explicado pelo fato de que os residentes já têm maior conhecimento da cidade e sabem como aproveitar o evento de forma mais econômica, enquanto os visitantes e turistas podem estar mais dispostos a gastar em atividades turísticas e de lazer, além de possivelmente terem despesas adicionais, como hospedagem.

O aumento dos gastos médios tanto dos residentes quanto dos visitantes/turistas sugere um potencial econômico significativo da Festa de Sant'Ana de Currais Novos. Eventos culturais e festas populares podem impulsionar a economia local, gerando receitas para o comércio, hotelaria, restaurantes e outros serviços relacionados ao turismo.

Entre os residentes, a distribuição dos gastos por segmento foi direcionada para compras em geral (45,6%); alimentação/bebidas (34,8%); diversão (13,8%) e transporte local (5,7%). Entre os visitantes e turistas, a segmentação de gastos por atividade ficou distribuída da seguinte forma: 40,2% com alimentação/bebidas; 28,5% com compras; 12,5% com hospedagem; 10,9% com diversão; e 7,9% com transporte local.

Avaliação

Tão importante quanto diagnosticar as características do público dos festejos de Sant'Ana em Currais Novos, 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.

A maioria dos participantes avaliou positivamente a divulgação do evento, com 47,3% considerando-a "Ótima" e 44,5% considerando-a "Boa", sendo este o item com maior aprovação (91,8%). Apenas 6% classificou como "Regular", indicando que a maioria ficou satisfeita com a divulgação do evento.

A categoria atrações musicais também obteve uma alta avaliação positiva, com 48,5% dos participantes classificando-a como "Ótima" e 41,1% como "Boa", uma aprovação de 89,6%. Apenas 5,8% avaliaram como "Regular".

Os locais de alimentação ficaram na terceira posição no ranking da aprovação total (ótimo + bom), com 87,2%, sendo 35,3% considerando-a "Ótima", 51,9% como "Boa". Outros 8,4% avaliaram como "Regular".

A organização do evento recebeu uma avaliação positiva da maioria dos participantes. 34,5% a classificaram como "Ótima" e 50,3% como "Boa", tendo uma aprovação de 84,8%. Apenas 10,2% avaliaram como "Regular". A organização do evento bateu 84,8% de aprovação.

A limpeza urbana recebeu avaliações variadas, com 29,7% dos participantes considerando-a "Ótima", 54,3% como "Boa", e 11,8% como "Regular". Este item teve 84% de aprovação total.

A maioria dos participantes deu uma avaliação positiva para segurança no evento, com 31,9% classificando-a como "Ótima" e 50,9% como "Boa". A segurança ficou na sexta posição entre os itens mais bem avaliados, com 82,8% de aprovação ótimas mais boas.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

O acesso/trânsito/Transportes/Mobilidade apresentou uma distribuição mais equilibrada entre as respostas. 25,0% avaliaram como "Ótimo", enquanto 56,7% classificaram como "Bom". Apenas 13,2% consideraram como "Regular". Este atingiu 81,7% de aprovação ficando na sétima posição entre os nove analisados.

Cerca de 27,9% dos participantes avaliaram a estrutura do evento como "Ótima", e 43,5% a consideraram "Boa". A avaliação "Regular" foi dada por 19,0% dos participantes. Esses resultados mostram que os participantes tiveram uma percepção positiva da estrutura do evento, porém a aprovação total (71,4%) foi apenas a oitava dos nove itens avaliados.

Os preços cobrados durante o evento receberam avaliações mistas, com 10% considerando-os "Ótimos", 37,9% como "Bons", e 36,9% como "Regular". Vale destacar que este item foi o que apresentou o menor índice de aprovação total (ótima + boa), somando apenas 47,9%.

Aprovação

A Festa de Sant'Ana de Currais Novos 2023 teve aprovação da grande maioria dos participantes. A intenção de voltar para o evento se manteve alta e praticamente inalterada entre os anos de 2022 e 2023. Em ambos os anos, a grande maioria dos participantes afirmou que pretende voltar, representando 96,6% em 2022 e 96,2% em 2023. Além disso, a proporção dos que afirmaram "Talvez" também apresentou uma variação pequena, passando de 2,4% para 2,8%.

A avaliação dos participantes em relação à Festa de Sant'Ana deste ano foi bastante positiva. Novamente, a maioria absoluta dos participantes deu a nota máxima de 10 (65%), e as notas 9 (15,1%) e 8 (16%) também foram atribuídas por uma parcela considerável de participantes.

A média geral das estimativas de avaliação do evento aumentou de 9,15 em 2022 para 9,30 este ano, com os residentes atribuindo em média a nota 9,22 e os visitantes/turistas dando em média a nota 9,39. Esses resultados refletem a alta satisfação dos participantes com a qualidade do evento. A média geral acima de 9,0 indica que a maioria dos participantes considerou a Festa de Sant'Ana como excelente ou quase excelente, o que reforça a importância e o prestígio do evento.

4 Análise gráfica

Perfil dos participantes

Gráfico 1 – Sexo
Fonte: Fecomércio/RN

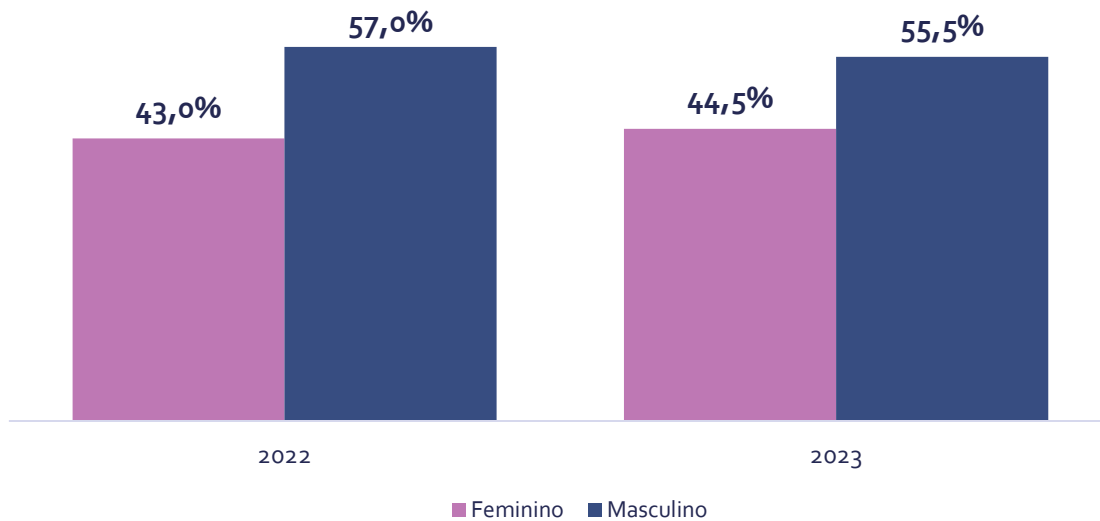


Gráfico 2 – Faixa etária
Fonte: Fecomércio/RN

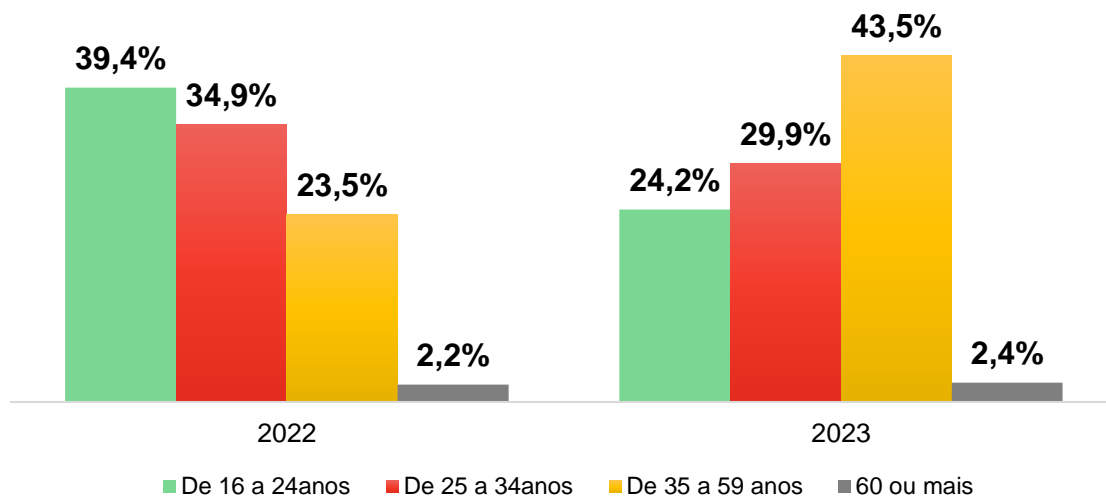


Tabela 1 – Idade média por ano.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2022	2023
Idade média	30,0	34,8

Tabela 2 – Idade média por tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas
Idade média	33,8	36,0

Gráfico 3 – Escolaridade

Fonte: Fecomércio/RN

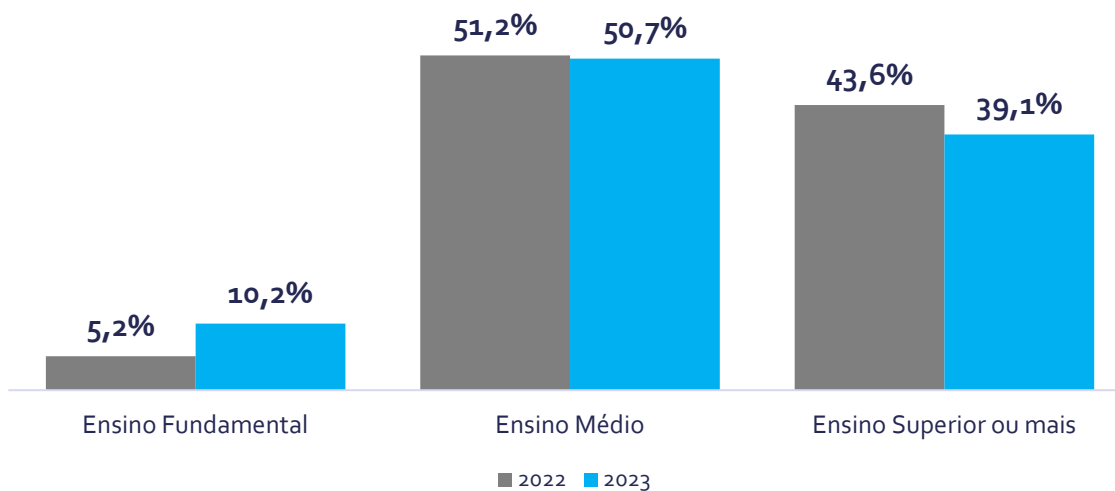


Gráfico 4– Renda mensal familiar

Fonte: Fecomércio/RN

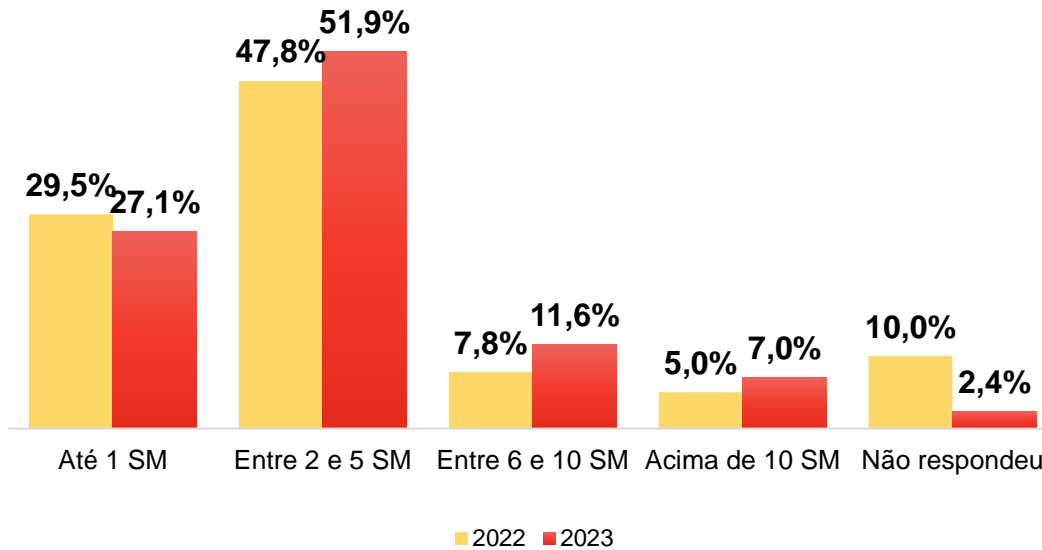


Tabela 3– Renda mensal familiar em salários-mínimos.

Fonte: Fecomércio/RN

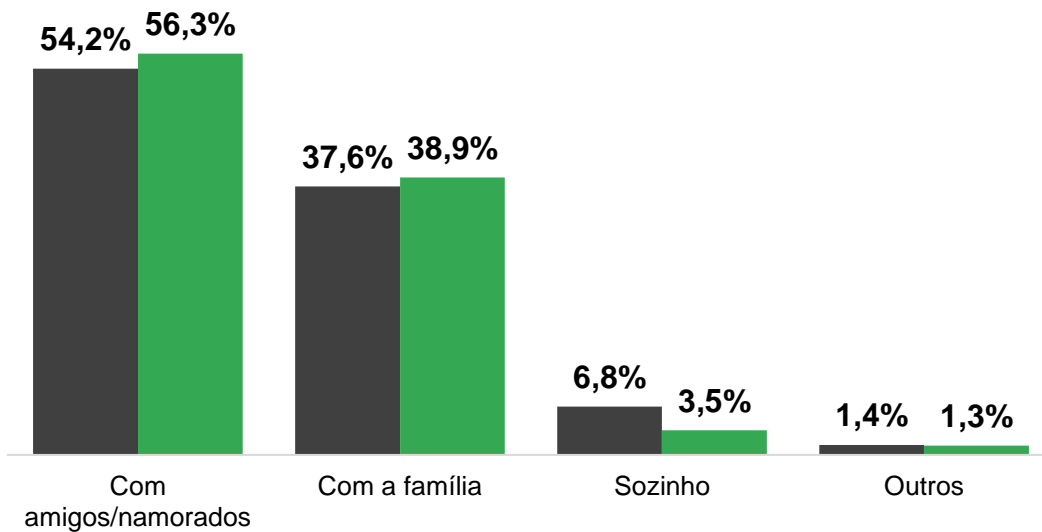
Rótulos de Linha	2022	2023
Renda média em SM	3,1	3,7

Tabela 4– Renda mensal familiar em salários-mínimos por tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas
Renda média em SM	3,3	4,1

Gráfico 5 – Com quem passou a Festa de Sant’Ana de Currais Novos?
Fonte: Fecomércio/RN



Origem

Gráfico 6 – Tipo de público.
Fonte: Fecomércio/RN

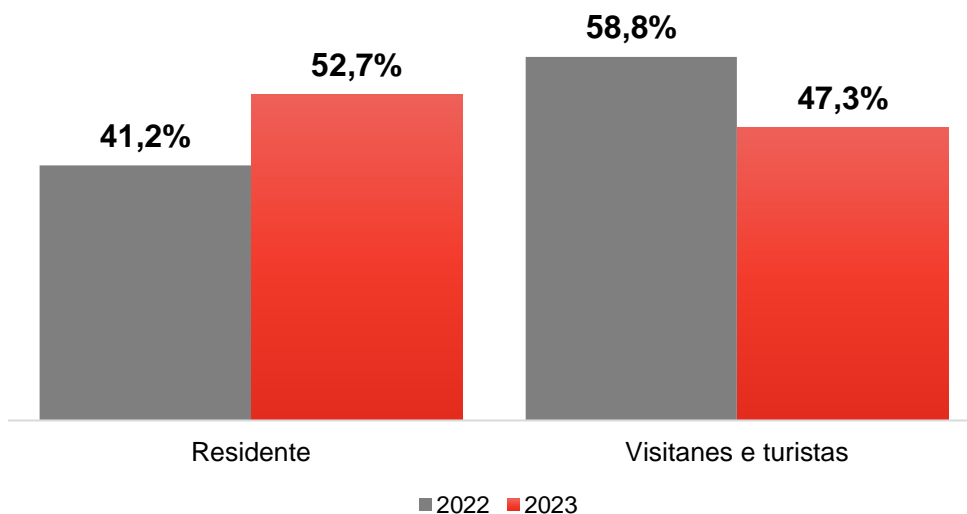


Tabela 5 – Estado de residência do público participante.
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2022	2023
RN	87,8%	90,8%
PB	5,4%	4,0%
GO	0,2%	1,0%
DF	0,0%	0,8%
PE	0,8%	0,8%
MG	0,4%	0,8%
SP	0,8%	0,6%
CE	1,8%	0,4%
PI	0,0%	0,2%
MA	0,0%	0,2%
BA	0,8%	0,2%
PR	0,2%	0,2%
AL	0,4%	0,0%
ES	0,4%	0,0%
MT	0,4%	0,0%
RJ	0,2%	0,0%
SE	0,2%	0,0%
TO	0,2%	0,0%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 6 – Cidades de residência dos participantes.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2022	Rótulos de Linha2	2023
Currais Novos	41,2%	Currais Novos	52,7%
Natal	16,9%	Natal	12,8%
Caicó	4,4%	Lagoa Nova	5,2%
Lagoa Nova	4,2%	Acari	3,0%
Parelhas	2,6%	Campo Redondo	2,8%
Acari	2,0%	Santa Cruz	2,2%
João Pessoa	1,8%	Frei Martinho	2,0%
Mossoró	1,8%	Cerro Corá	2,0%
Fortaleza	1,4%	Mossoró	1,2%
Santa Cruz	1,4%	São Vicente	1,0%
Tenente Laurentino	1,4%	Brasília	0,8%
Campo Redondo	1,2%	Recife	0,8%
Florânia	1,2%	Parnamirim	0,8%
Campina Grande	1,0%	Areia Branca	0,6%
Jardim do Seridó	1,0%	Cruzeta	0,6%
Parnamirim	0,8%	Caicó	0,6%
São Vicente	0,8%	Carnaúba dos Dantas	0,6%
Cruzeta	0,6%	João Pessoa	0,6%
São Bento	0,6%	Tenente Laurentino	0,6%
Soledade	0,6%	Florânia	0,6%
Macaíba	0,6%	Bom Jesus	0,4%
Cerro Corá	0,4%	Belo Horizonte	0,4%
Cuiabá	0,4%	Parelhas	0,4%
Maceió	0,4%	Macaíba	0,4%
Recife	0,4%	Rio Verde	0,4%
Salvador	0,4%	Uberlândia	0,4%
Assú	0,4%	Caraubas	0,2%
Solânea	0,4%	Santo André	0,2%
Frei Martins	0,4%	Fortaleza	0,2%
Belo Horizonte	0,4%	Teresina	0,2%
Lajes	0,4%	Icapui	0,2%
São José do Mipibu	0,4%	Ipanguaçu	0,2%
Angelim	0,2%	Picuí	0,2%
Cuité	0,2%	Aparecida de Goiânia	0,2%
Curaçá	0,2%	Campina Grande	0,2%
Goianinha	0,2%	Itumbiara	0,2%
Miracema	0,2%	Goiânia	0,2%
Passa e Fica	0,2%	Campinas	0,2%
Pedra Preta	0,2%	Feira de Sant'Ana	0,2%
Petrolina	0,2%	Jucurutu	0,2%
Picuí	0,2%	Passa e Fica	0,2%
Russas	0,2%	Bodó	0,2%
Salto	0,2%	Pombal	0,2%
São Gonçalo do Amarante	0,2%	Lajes Pintadas	0,2%
São João do Cariri	0,2%	Foz do Iguaçu	0,2%
São José do Campestre	0,2%	Cubati	0,2%
Serra Caiada	0,2%	Santa Luzia	0,2%
Vila Velha	0,2%	Santo Antônio	0,2%
Santana do Matos	0,2%	Canguaretama	0,2%
Varzea Paulista	0,2%	Goianinha	0,2%
São José do Seridó	0,2%	Nova Floresta	0,2%
Curitiba	0,2%	Nova Palmeira	0,2%
Goiânia	0,2%	Imperatriz	0,2%
São Pedro	0,2%	Jardim de Piranhas	0,2%
São Martins	0,2%	Jardim do Seridó	0,2%
Potengi	0,2%	Itu	0,2%
São Tomé	0,2%	Itaú	0,2%
Montanha	0,2%		
João Câmara	0,2%		
Nova Cruz	0,2%		
Jaguariúna	0,2%		
Niterói	0,2%		
Caetité	0,2%		
Caruaru	0,2%		
São Paulo do Potengi	0,2%		
Carnaúbas dos Dantas	0,2%		
Ipueira	0,2%		
Carapicuíba	0,2%		
Juazeiro do Norte	0,2%		
Vitória	0,2%		
Boa Saúde	0,2%		
Aracaju	0,2%		
Campo Grande	0,2%		

Frequência

Gráfico 7 – Quantas vezes já participou da Festa de Sant’Ana de Currais Novos?
Fonte: Fecomércio/RN

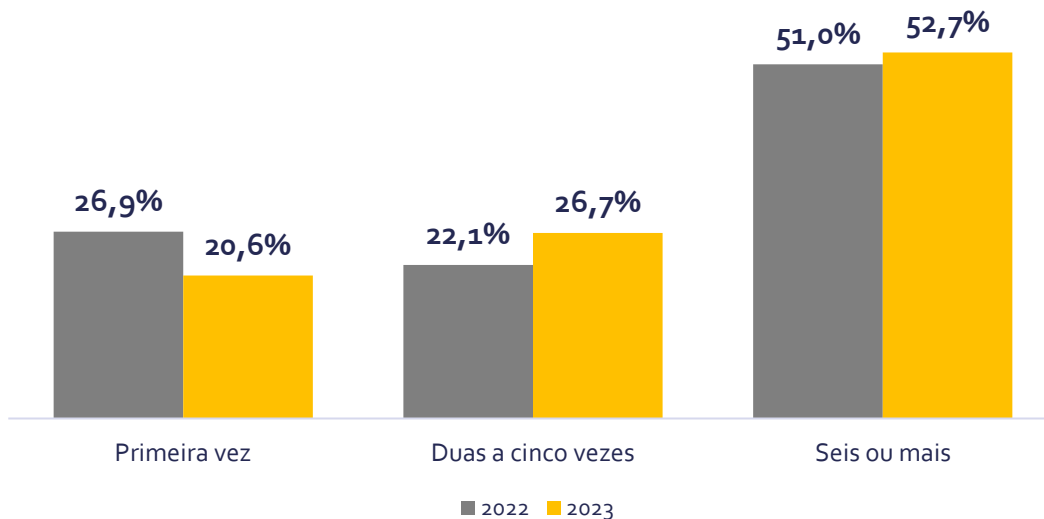
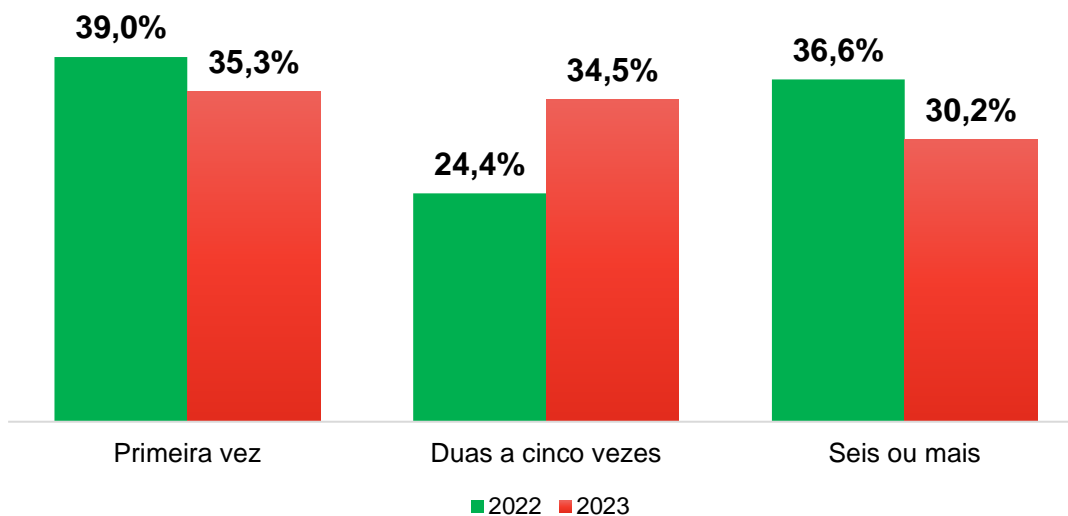


Gráfico 8 – Número de vezes que participou, entre os visitantes e turistas.
Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 9 – Quantos dias pretende participar do Festa de Sant’Ana de Currais
Novos deste ano?**

Fonte: Fecomércio/RN

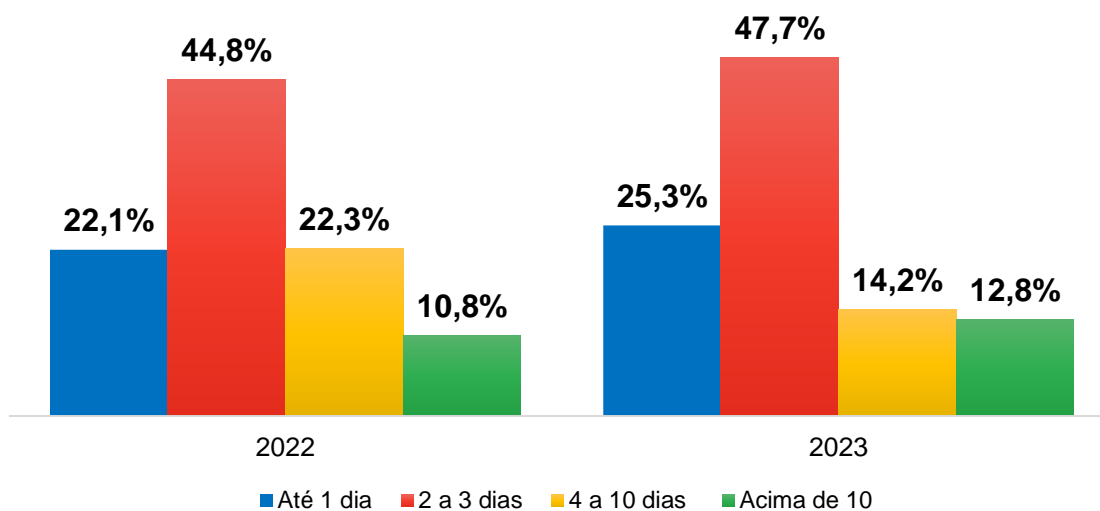


Tabela 7 – Média de dias que participou dos eventos por tipo de público.

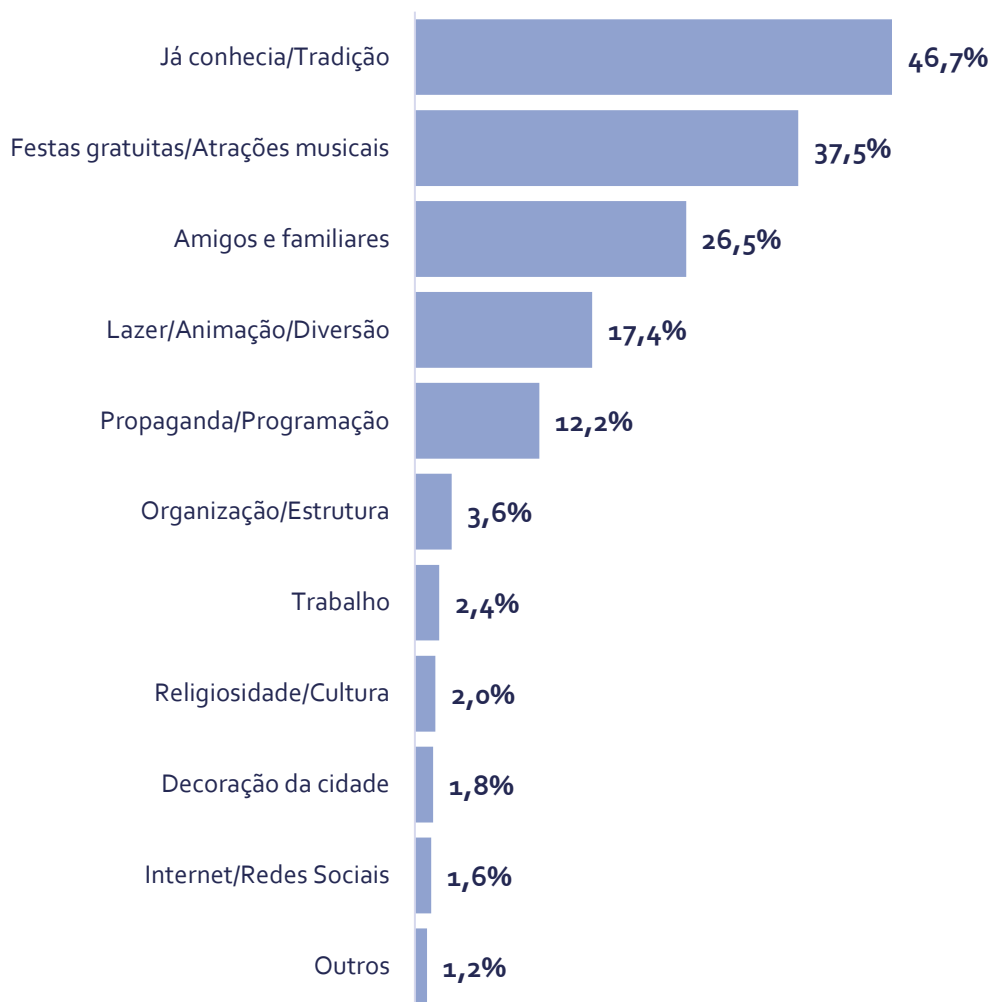
Fonte: Fecomércio/RN

Nº Dias	Residente	Visitantes e Turistas	Total
2022	3,6	3,2	3,4
2023	4,4	2,5	3,5

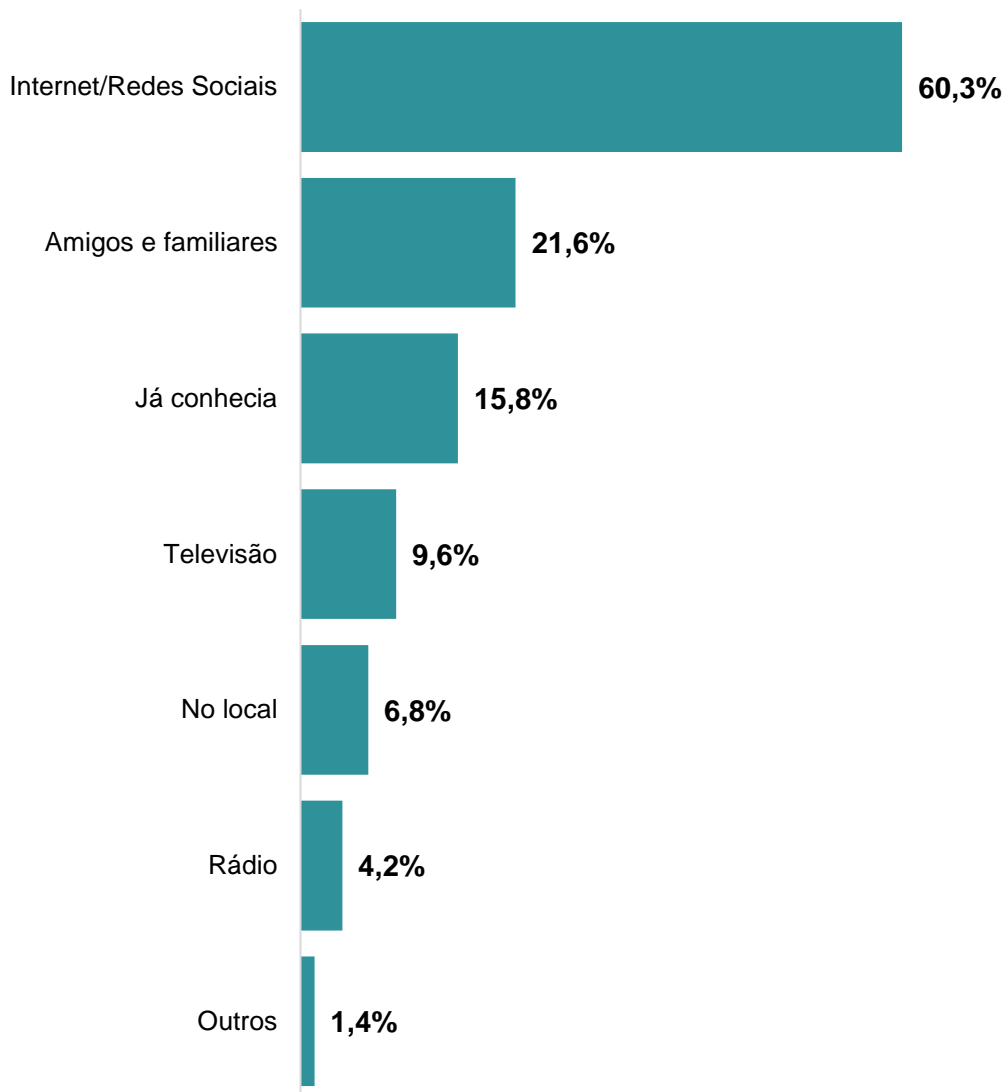
Motivação

**Gráfico 10 – Porque escolheu Currrais Novos para passar a festa de Sant’Ana?
(Múltiplas respostas)**

Fonte: Fecomércio/RN

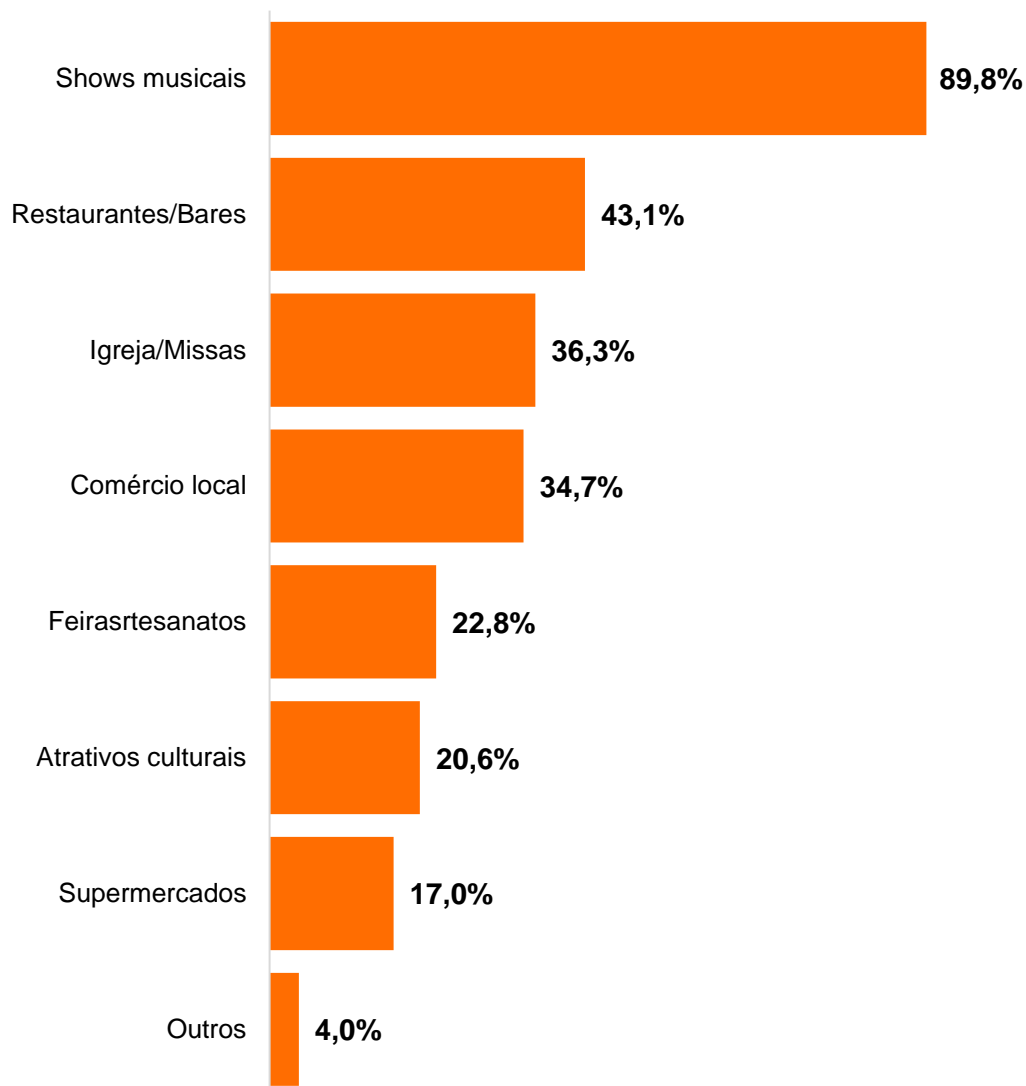


**Gráfico 11 – Como o (a) sr. (a) tomou conhecimento da programação da Festa de Sant’Ana de Currais Novos deste ano?
(Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN**



Locais visitados

Gráfico 12 – Em quais locais se fez/fará presente na Festa de Sant’Ana de Currais Novos? (Múltiplas respostas)
Fonte: Fecomércio/RN



Planejamento

Gráfico 13 – Quando ocorreu a decisão de vir para o evento?

Fonte: Fecomércio/RN

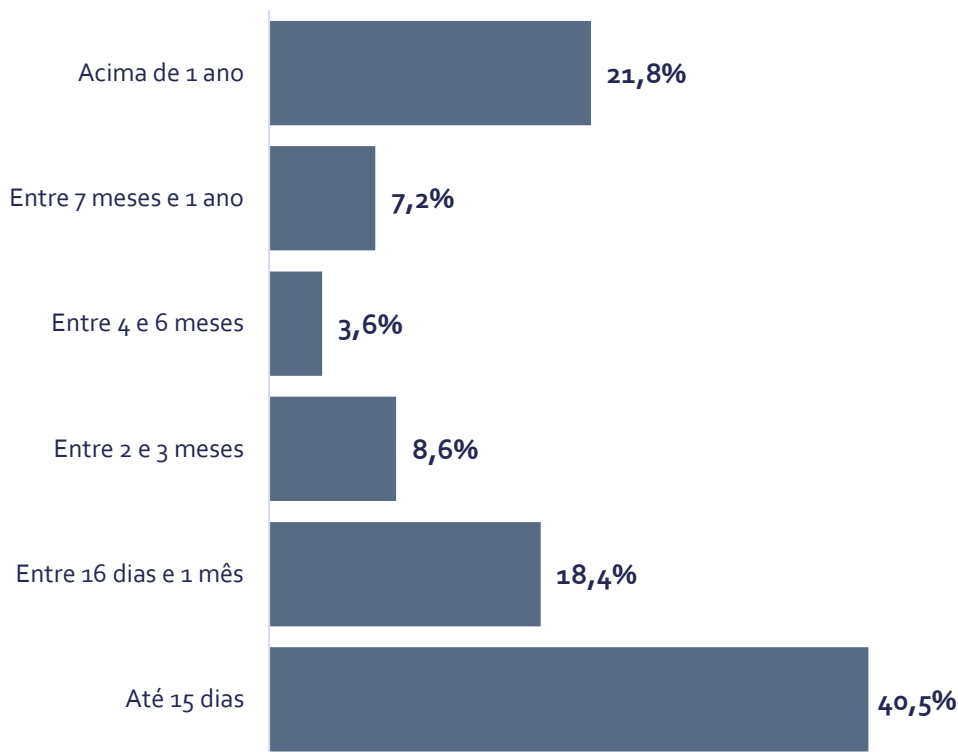


Tabela 8 – Tempo que decidiu participar do evento, por tipo de público

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de linha	Residente	Visitantes e turistas
Até 15 dias	31,2%	50,8%
Entre 16 dias e 1 mês	12,9%	24,4%
Entre 2 e 3 meses	8,7%	8,4%
Entre 4 e 6 meses	3,0%	4,2%
Entre 7 meses e 1 ano	9,5%	4,6%
Acima de 1 ano	34,6%	7,6%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 14 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?
Fonte: Fecomércio/RN

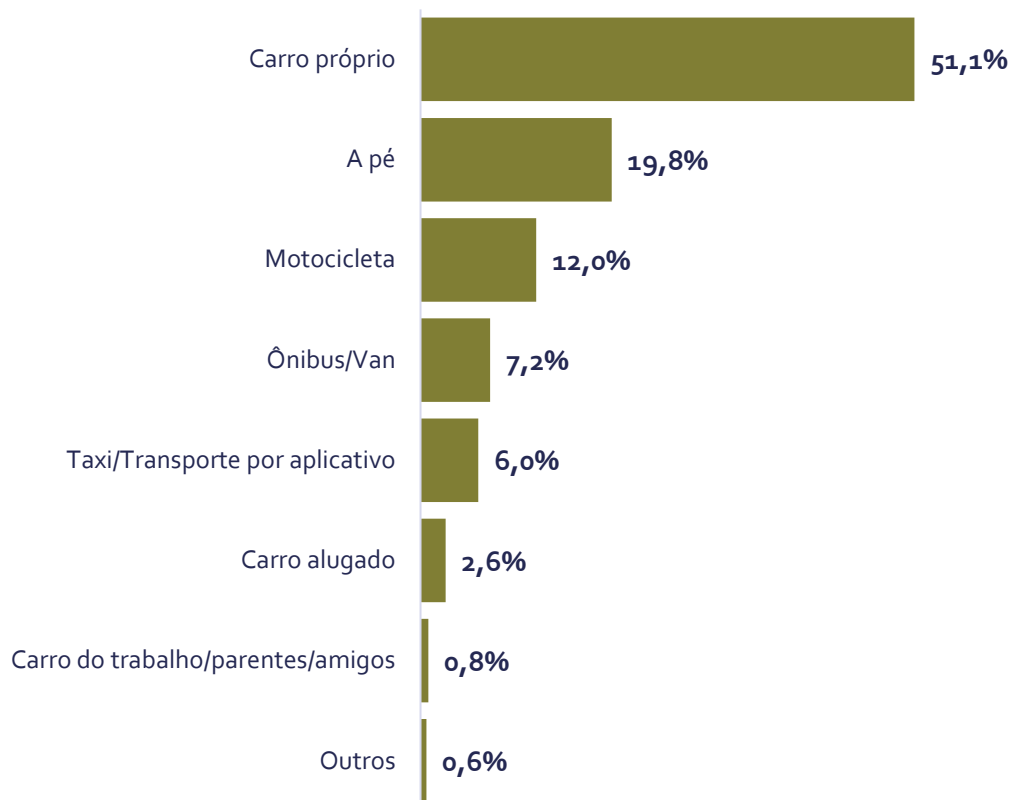


Tabela 9 – Meio de transporte utilizado para chegar ao evento por tipo de público.

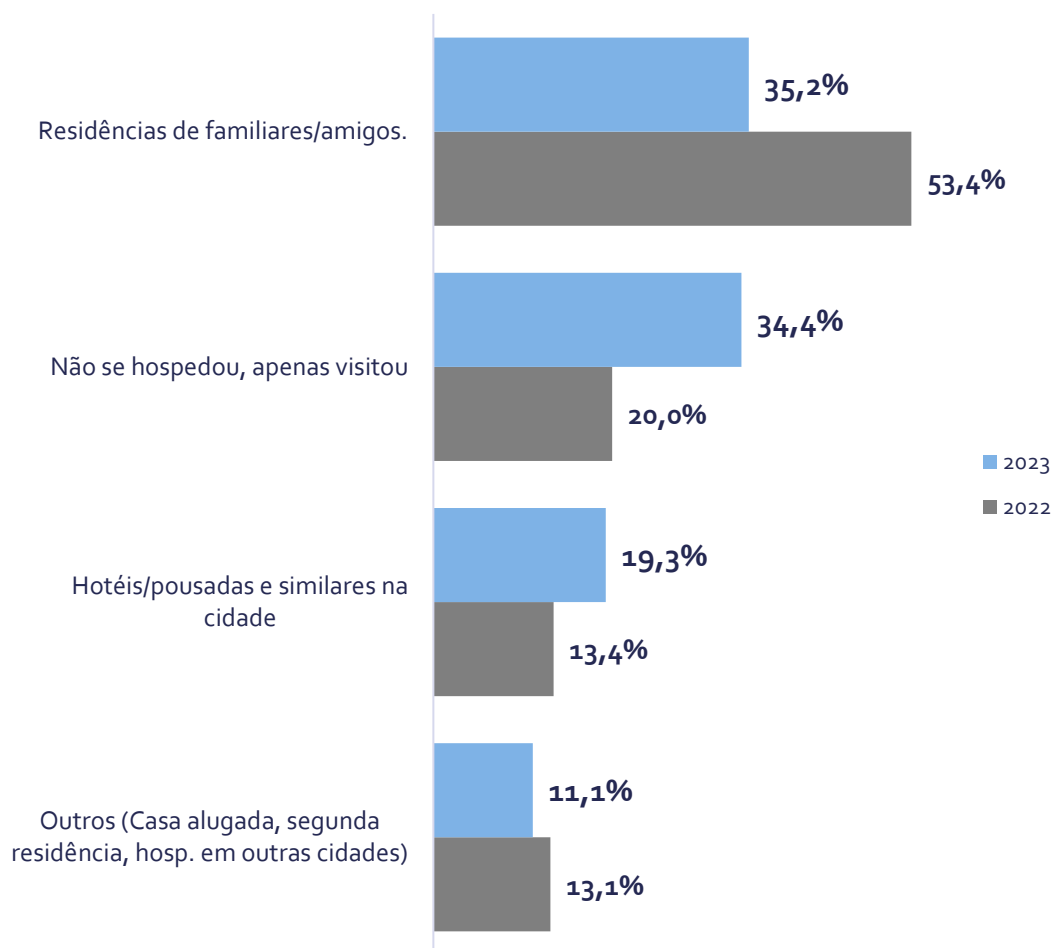
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas
Carro próprio	47,1%	55,5%
Ônibus/Van	0,0%	15,1%
A pé	28,5%	10,1%
Motocicleta	17,5%	5,9%
Taxi/Transporte por aplicativo	6,5%	5,5%
Carro alugado	0,4%	5,0%
Carro do trabalho/parentes/amigos	0,0%	1,7%
Outros	0,0%	1,3%

Hospedagem

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

Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

Gráfico 16 – Gasto médio individual por dia do público que participou da Festa de Sant’Ana de Currais Novos.

Fonte: Fecomércio/RN

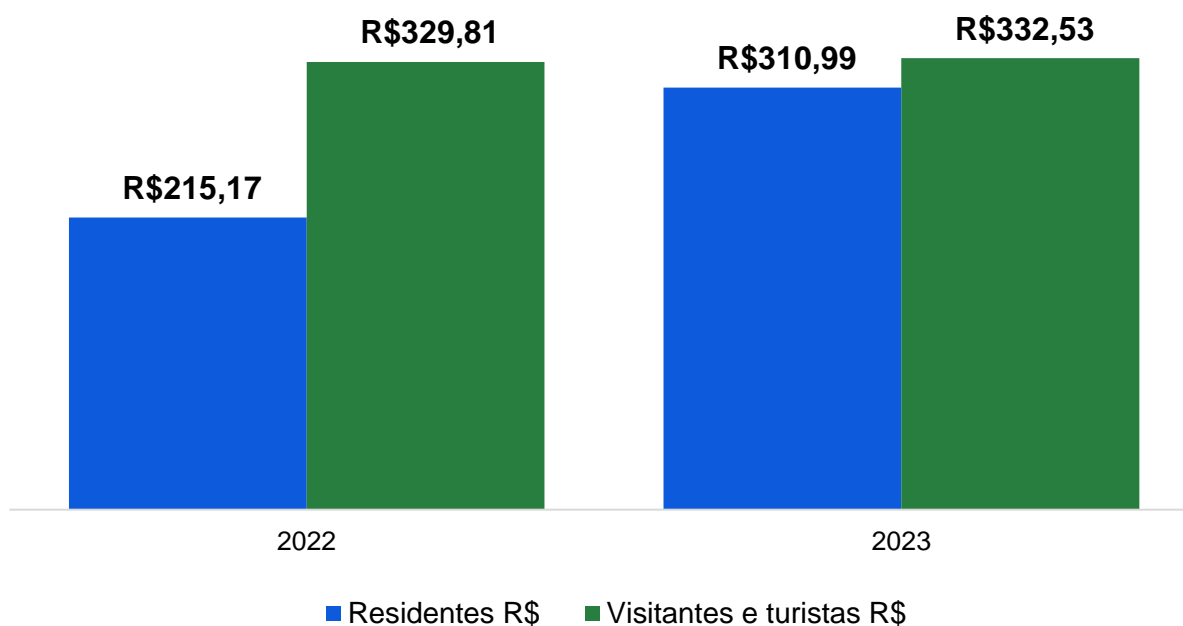


Tabela 10 – Distribuição dos gastos por atividade e tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Itens	Residentes	Visitantes/Turistas
Hospedagem	0,0%	12,5%
Alimentação/Bebidas	34,8%	40,2%
Transportes	5,7%	7,9%
Diversão	13,8%	10,9%
Compras	45,6%	28,5%

Avaliação

**Tabela 11 – Avaliação dos itens abaixo:
Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de Linha	Divulgação do evento	Acesso/trânsito/Transportes/Mobilidade	Espaço físico/Estrutura do evento	Atrações musicais	Organização do evento	Locais de Alimentação	Segurança no evento	Limpeza Urbana	Preços cobrados
Ótimo	47,3%	25,0%	27,9%	48,5%	34,5%	35,3%	31,9%	29,7%	10,0%
Bom	44,5%	56,7%	43,5%	41,1%	50,3%	51,9%	50,9%	54,3%	37,9%
Regular	6,0%	13,2%	19,0%	5,8%	10,2%	8,4%	7,6%	11,8%	36,9%
Ruim	1,0%	1,4%	5,6%	0,4%	1,6%	0,4%	0,8%	1,6%	4,2%
Péssimo	0,4%	1,0%	1,8%	0,4%	1,0%	0,0%	0,6%	0,0%	1,4%
Não sabe	0,8%	2,8%	2,2%	3,8%	2,4%	4,0%	8,2%	2,6%	9,6%

Aprovação

Gráfico 17 – O (a) sr. (a) pretende voltar para a Festa de Sant’Ana de Currais Novos?

Fonte: Fecomércio/RN

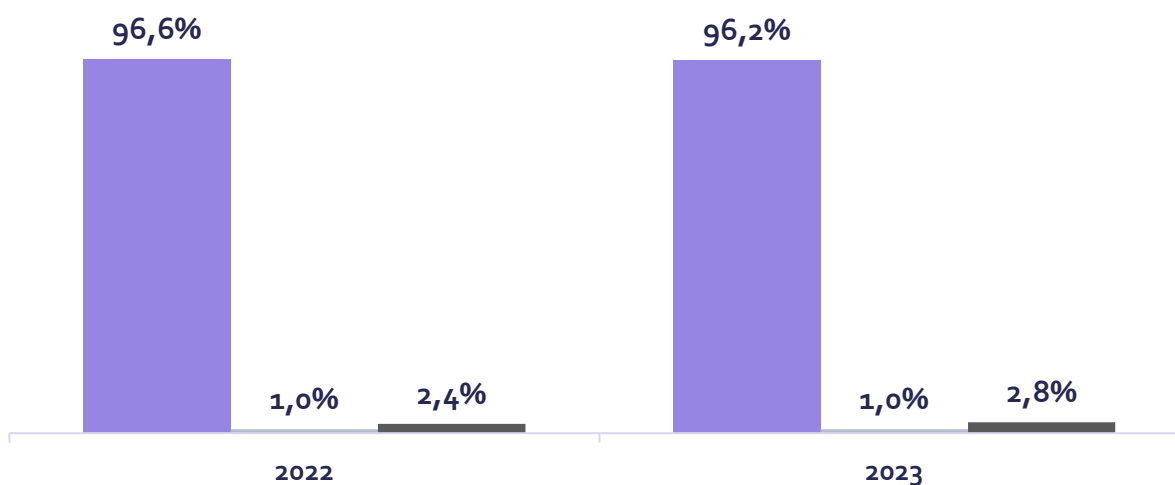


Gráfico 18– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para a Festa de Sant’Ana de Currais Novos?

Fonte: Fecomércio/RN

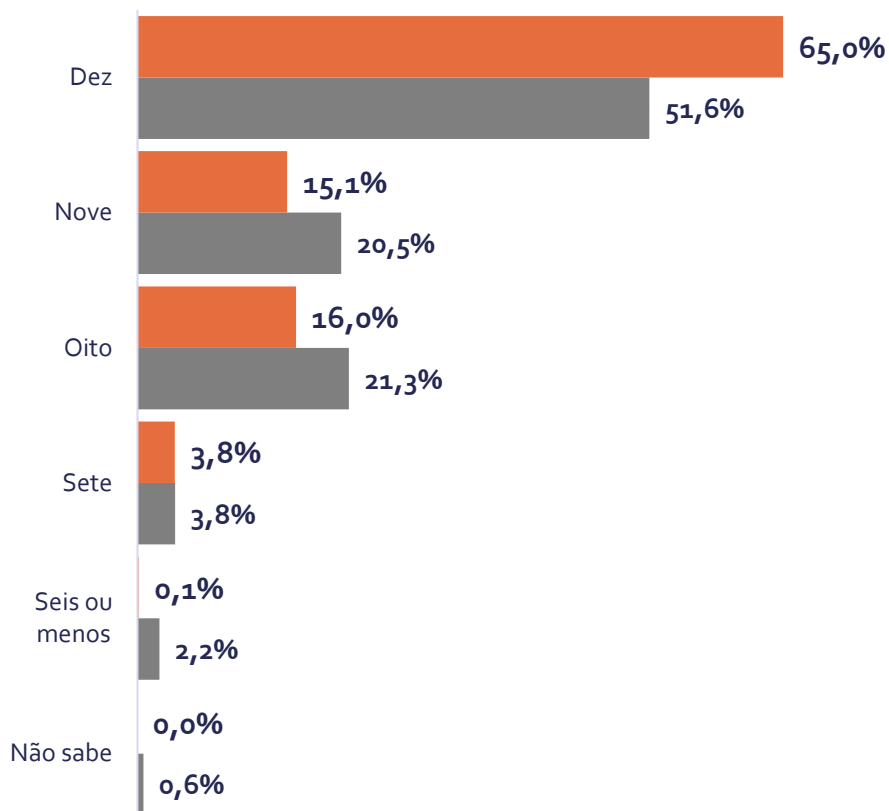


Tabela 12 – Nota média dada para a Festa de Sant’Ana de Currais Novos.

Fonte: Fecomércio/RN

Ano	Residentes	Visitantes e turistas	Total
2022	9,04	9,23	9,15
2023	9,22	9,39	9,30

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

Humberto Lourenço

Anderson Fernandes

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Max Bezerra

Thales Capistrano

Pesquisadores

ANEXO

