

Perfil dos Participantes

CARNAVAL Assú 2024

Fevereiro 2024

Sumário

1	Apresentação	3
2	Metodologia	4
3	Principais resultados	5
	Perfil dos foliões	5
	Origem	6
	Frequência	7
	Motivação	7
	Atividades realizadas	8
	Planejamento	9
	Gastos	9
	Satisfação	10
	Aprovação	11
4	Análise gráfica	12
	Perfil dos foliões	12
	Origem	14
	Frequência	16
	Motivação	18
	Atividades realizadas	19
	Planejamento	19
	Gastos	22
	Satisfação	23
	Aprovação	23

1 Apresentação

O Carnaval é um dos mais impactantes feriados do país. A festa popular é responsável por movimentar a economia em setores como turismo, comércio e serviços.

O município de Assú realizou neste um grande carnaval, reunindo uma variedade de atividades divertidas e animadas para as pessoas que participaram. Neste ano, houve diversas atrações, blocos de rua, bailes e festas temáticas. Além de eventos culturais e apresentações musicais.

Deste modo, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do seu Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa para traçar o perfil dos participantes da festa, como também mensurar os gastos do público e avaliação do evento. Assim, os resultados da presente pesquisa servem para a construção de indicadores que poderão auxiliar no processo de planejamento para as próximas edições dos eventos, no sentido de fazer com que o Carnaval de Assú melhore a cada ano.

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

Este relatório apresenta os resultados de pesquisa de opinião realizada pelo IFC da Fecomércio RN sobre o Carnaval de Assú, incluindo entrevistas com foliões nos variados polos espalhados pela cidade. Ao todo, foram pesquisadas 501 pessoas, no período de 09 a 13 de fevereiro de 2024, nos locais de atrações do Carnaval do município.

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 pesquisa possui uma margem de erro aproximada de 3 pontos percentuais para mais ou para menos, com nível de confiança de 95%.

O levantamento das informações foi realizado por meio de instrumentos de coleta de dados, ou seja, questionários devidamente estruturados contendo (em sua maioria) questões fechadas. Também foi garantido espaço para questões que permitiram aos entrevistados manifestar suas opiniões de forma espontânea. É importante ressaltar que, em algumas questões, os entrevistados poderiam indicar mais de uma alternativa como resposta. Logo, a soma dos percentuais das respostas para questões desse tipo não permitia totalização, já que ultrapassava 100%. Essas questões tinham como objetivo abranger um maior número de respostas de modo a possibilitar uma visão ampla dos participantes sobre os itens indagados.

A coleta de dados foi primária, realizada por entrevistadores devidamente capacitados e treinados para este tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos foram analisados e receberam crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados.

Os dados foram digitados e tabulados 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 foliões

Em relação à composição de gênero dos participantes do Carnaval de Assú, constatou-se que a maioria expressiva, representando 54,1%, era composta por indivíduos do sexo masculino, ao passo que 45,9% eram do sexo feminino. Essa análise oferece uma visão detalhada sobre a participação diversificada, evidenciando as dinâmicas de gênero presentes no contexto do evento carnavalesco na cidade de Assú, RN.

Quanto à faixa etária, identificou-se que 18,6% dos participantes estavam na faixa dos 16 a 24 anos, seguidos por 27,5% entre 25 e 34 anos, 32,3% entre 35 e 44 anos, e 20% na faixa de 45 a 65 anos. Os participantes com 65 anos ou mais representaram apenas 1,6% do total, sendo o grupo etário menos numeroso. Dessa forma, a análise revela que a faixa etária até 34 anos abarcou 46,1% do público participante na festividade. A média geral de idade foi de 36,6 anos, sendo que entre os residentes foi de 36,8, enquanto entre os visitantes e turistas foi de 36,2.

No que diz respeito ao nível de instrução dos participantes do Carnaval de Assú, destaca-se que a composição educacional apresentou uma distribuição notável. Cerca de 20,2% dos foliões possuíam formação no nível superior, enquanto 51,5% haviam concluído o ensino médio e 28,3% possuíam formação no ensino fundamental. Essa análise revela um perfil participativo caracterizado por uma significativa presença de indivíduos com formação acadêmica mais elevada, proporcionando insights importantes sobre a diversidade educacional entre os participantes do evento carnavalesco em Assú.

Ao serem indagados sobre suas companhias durante o Carnaval de Assú, observou-se que 42,5% dos participantes optaram por celebrar a festividade na companhia da família. Além disso, 28,4% afirmaram ter compartilhado o momento festivo com amigos, enquanto 22,6% escolheram estar acompanhados de cônjuge ou namorado(a). Notavelmente, 6,5% optaram por vivenciar a celebração de forma individual, sem companhia.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

No que concerne à renda familiar dos foliões durante o Carnaval de Assú, destaca-se que a faixa mais expressiva compreendeu aqueles com renda média mensal familiar de até dois salários-mínimos, representando 63,7% do total. Em seguida, a classe que auferiu entre três e cinco salários-mínimos correspondeu a 26,1% dos participantes. Adicionalmente, 5,6% indicaram ter rendimentos familiares entre seis e dez salários-mínimos, enquanto 2,2% afirmaram possuir renda superior a 10 salários-mínimos.

A renda média calculada com base nas informações fornecidas pelos entrevistados atingiu a marca de 3,0 salários-mínimos. Quando analisada por perfil, os visitantes e turistas que integraram o Carnaval de Assú apresentaram uma média de renda de 3,1 salários-mínimos, à medida que os residentes locais, registraram rendimentos médios de 2,9 salários-mínimos.

Origem

No que diz respeito à origem dos participantes do Carnaval de Assú, a pesquisa revelou um equilíbrio notável entre os locais e os visitantes. 77,8% dos entrevistados eram residentes de Assú, enquanto 22,2% eram turistas, provenientes de diversas localidades, tanto dentro do Rio Grande do Norte quanto de outros estados.

Analisando a procedência estadual, constatou-se que 98,2% dos participantes eram do Rio Grande do Norte. Dentre os 1,8% restantes, destacaram-se visitantes de estados como Ceará (0,4%), Paraíba (0,2%), São Paulo (0,2%), Piauí (0,2%), Amapá (0,2%), Rio de Janeiro (0,2%), Mato Grosso (0,2%), além de uma pequena representação de estrangeiros (0,2%).

Aprofundando a análise entre os participantes do Rio Grande do Norte, 77,8% eram oriundos de Assú, enquanto 6,2% provinham da capital, Natal. Outras cidades também estiveram representadas, incluindo Mossoró (3,4%), Ipanguaçu (2,6%), Itajá (1%), Alto do Rodrigues (0,8%), Afonso Bezerra (0,8%), Macau (0,6%), Fortaleza (0,4%), Carnaubais (0,4%), Caicó (0,4%), Parnamirim (0,4%), entre outras. Essa distribuição diversificada de origens ressalta a atratividade do Carnaval de Assú tanto para a comunidade local quanto para visitantes de diversas regiões.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Frequência

Ao indagar sobre a frequência no Carnaval de Assú, constatou-se que expressivos 61,1% dos entrevistados já participaram do evento oito vezes ou mais, evidenciando uma forte fidelidade entre os foliões. Por outro lado, 14% dos participantes afirmaram estar experimentando a festividade pela primeira vez. Vale destacar que entre os visitantes e turistas, o percentual dos que estavam curtindo o carnaval de Assú pela primeira vez foi de quase 40% (exatos 39,2%). Essa dinâmica ressalta não apenas a satisfação contínua dos veteranos, mas também um influxo positivo de novos foliões, contribuindo para a vitalidade e diversidade do público.

O tempo médio de participação no Carnaval foi de 3,2 dias, sendo que os residentes locais se destacaram com uma média de 3,3 dias, enquanto os turistas apresentaram uma média de 3,0 dias. Essa diferença sugere a necessidade de uma programação diversificada, oferecendo opções de entretenimento de alta qualidade para que os foliões possam desfrutar plenamente de sua estadia na cidade e aproveitar os produtos e serviços disponíveis. Essa abordagem pode potencializar a experiência do Carnaval de Assú, promovendo a satisfação a atração de visitantes.

Motivação

Os motivos que impulsionaram os foliões a participar do Carnaval de Assú revelam insights valiosos sobre as preferências e atrações que contribuem para o sucesso do evento. Em destaque, 32,3% das citações indicaram que a familiaridade com a cidade e a tradição do festejo foram os principais motivadores, ressaltando a importância da conexão emocional e histórica dos participantes com o local. A presença de amigos e familiares foi um fator significativo para 29,5% dos participantes, realçando a dimensão social e afetiva que influencia a decisão de participar no Carnaval. As atrações musicais foram o terceiro motivo mais citado, alcançando 27,5%, sugerindo uma oportunidade considerável para a expansão desses eventos como estratégia para atrair e envolver o público. Outros fatores de motivação incluíram as festas gratuitas (11,8%), a alegria/animação/folia (10,2%), preço/gasto (6,2%), comodidade (5%), organização (3,2%), entre outros. Compreender a principal motivação dos participantes torna-se crucial para garantir a fidelidade do público, estimulando o desenvolvimento de novos atrativos e renovando o interesse no Carnaval da cidade.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Os resultados da pesquisa reforçaram que a divulgação do Carnaval de Assú tem forte presença no meio digital, com expressivos 70,1% dos participantes conhecendo o evento por meio da internet e redes sociais. Notável também é a relevância da propaganda entre amigos e familiares, contribuindo com significativos 17,2% das menções. Outros 6% souberam por meio do rádio, enquanto 5,6% dos entrevistados já conheciam; 5,2% ficaram sabendo quando chegaram no local e 3% por meio da televisão. Esses indicadores ressaltam a importância estratégica do planejamento e da divulgação do evento, principalmente no meio digital, que se destacou como o canal de maior alcance direto junto ao público.

É relevante notar que 70,1% dos foliões tomaram conhecimento do carnaval em Assú através da internet/redes sociais. Esse item simboliza um ponto positivo para a divulgação no meio virtual do evento, simbolizando a melhor forma de atrair foliões.

Atividades realizadas

Quando questionados sobre as atividades em que pretendiam participar durante o Carnaval de Assú, as respostas indicaram uma preferência diversificada. Destacam-se os shows musicais, escolhidos por expressivos 72,1% dos entrevistados, seguidos pelos blocos de rua, com uma participação de 36,5%, e pelas tradicionais marchinhas, que atraíram 7,4% dos foliões.

Além dessas atividades principais, observou-se uma participação em festas privadas (5,2%), abertura/prévias (1,4%), entre outros. Importante ressaltar que, devido à possibilidade de participação em múltiplos eventos, a análise de respostas múltiplas revelou um total que supera os 100%, indicando que muitos foliões optaram por engajar-se em mais de uma atividade durante o período carnavalesco. Essa variedade de escolhas destaca a riqueza da programação e a diversidade de opções oferecidas durante o Carnaval de Assú, atendendo a diferentes preferências e proporcionando uma experiência festiva abrangente.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Planejamento

No que diz respeito à decisão de participar do Carnaval de Assú, os dados revelam uma diversidade no tempo de planejamento por parte dos foliões. Cerca de 32,3% tomaram a decisão em um prazo mais curto, até 15 dias antes do carnaval. Outros 27,5% anteciparam a decisão, planejando sua participação há mais de um ano. Ainda, 21,4% decidiram entre 15 dias e 1 mês antes, enquanto 9% escolheram participar entre 1 e 3 meses antes do evento. Uma parcela menor, representada por 7%, planejou sua participação entre 6 meses e 1 ano, enquanto 2,8% estavam planejando passar o carnaval em Assú com uma antecedência de 3 a 6 meses.

Quanto à dinâmica de deslocamento dos foliões para os eventos, o meio de transporte mais utilizado foi o carro próprio, escolhido por expressivos 53,3% dos participantes. Outras opções incluíram motocicleta (21,2%), a pé (15,4%), taxi/transporte por aplicativo (4,2%), e aluguel de carro (2,8%). Essa variedade de meios de transporte reflete a diversidade de perfis de participantes e suas escolhas individuais para aproveitar o Carnaval de Assú.

Gastos

A pesquisa analisou os padrões de consumo dos participantes durante o Carnaval de Assú, detalhando os gastos em categorias como hospedagem, alimentação/bebidas, transporte local, diversão e compras durante o evento.

Os visitantes e turistas, que em média participaram por 3,0 dias do carnaval na cidade, apresentaram um gasto médio total de R\$ 605,37 durante todo o evento. Esse valor se traduz em um gasto médio diário individual de R\$ 201,79. A distribuição desses gastos foi predominantemente direcionada para diversão, representando 28,1% do total. Em seguida, alimentação e bebidas teve uma parcela de 27,9%, seguido por compras (21,3%), transporte (13,5%) e hospedagem (9,2%).

Por outro lado, os residentes, que participaram em média por 3,3 dias dos eventos do Carnaval, apresentaram um gasto médio total de R\$ 545,66, aproximadamente R\$ 165,35 individualmente por dia. Entre os residentes, a segmentação de gastos por atividade ficou

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

distribuída da seguinte forma: 41,3% destinados especialmente para compras em geral, 36,1% para alimentação e bebidas, 15,4% para diversão e 7,2% para transporte.

Essa análise proporciona uma compreensão mais profunda dos hábitos de consumo, permitindo ajustes estratégicos nas ofertas de serviços e produtos para atender às expectativas e preferências dos participantes do Carnaval de Assú.

Satisfação

A pesquisa dedicou-se a avaliar a percepção de qualidade entre os foliões que participaram ativamente do Carnaval de Assú. As informações colhidas buscaram compreender a apreciação dos participantes em relação aos atrativos e serviços oferecidos durante o evento, visando identificar áreas de melhoria para futuras edições. A avaliação abrangeu diversos aspectos, incluindo divulgação, acesso ao local do evento, espaço físico, atrações musicais, organização dos eventos, locais de alimentação, segurança, transporte, limpeza urbana e preços cobrados.

Os resultados revelaram altos índices de aprovação em alguns aspectos, destacando-se o espaço físico e estrutura do evento, com 90,4% de avaliação positiva, além disso o acesso ao local do evento também foi muito bem avaliado pelos participantes, com 90% de classificação entre boas ou ótimas.

Itens que alcançaram uma avaliação entre 80% e 90% foram segurança pública (87,8%), divulgação do evento (85,6%), organização do evento (85,4%), locais de alimentação (85,2%), locais de alimentação (83,1%) e limpeza urbana (80,6%).

Já itens com aprovação inferior a 80% foram atrações musicais (71,2%), transporte (58,9%) e preços cobrados (47,3%). É importante destacar que o item transporte obteve uma porcentagem de aprovação mais baixa devido à não utilização por parte de alguns participantes.

Essa análise detalhada proporciona uma visão abrangente das percepções dos foliões, permitindo uma abordagem estratégica para aprimorar áreas específicas e garantir uma experiência ainda mais positiva nos próximos eventos carnavalescos em Assú.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Aprovação

A pesquisa também abordou a intenção de retorno dos participantes ao Carnaval de Assú, revelando que 89,6% dos entrevistados expressaram o desejo de voltar à cidade para o evento de 2025. Uma parcela de 6,8% indicou a possibilidade de retorno no próximo carnaval, enquanto 3,2% afirmaram não ter intenção de participar do evento seguinte. Esses dados indicam uma alta taxa de satisfação e fidelidade entre os foliões, mostrando uma recepção positiva em relação ao Carnaval de Assú e a propensão dos participantes a retornarem nas próximas edições.

Ao avaliar os dados coletados, observa-se que a maior parte dos participantes (51,9%) concedeu a pontuação máxima de 10, destacando a alta satisfação geral. Outro grupo significativo, correspondendo a 28,4%, atribuíram notas entre 9 e 8, ressaltando uma avaliação bastante positiva. Além disso, 11,4% deram pontuação que variou entre 7 e 6. No entanto, é válido mencionar que uma parcela menor (8,4%) atribuiu a nota 5 ou inferior, revelando uma presença minoritária de avaliações médias ou abaixo da média, sugerindo uma consistência geral nas respostas com uma inclinação positiva, contribuindo para a percepção global positiva do evento.

Quanto à avaliação geral do evento, em uma escala de um a dez pontos, a nota média de indicação atingiu o valor significativo de 8,64 pontos, refletindo a satisfação do público que participou ativamente do Carnaval de Assú. Ao segmentar a análise por tipo de público, observou-se uma elevada avaliação média de 8,56 pontos na opinião dos residentes de Assú. Os visitantes e turistas, por sua vez, também expressaram uma avaliação muito positiva, alcançando 8,87 pontos em média, o que evidencia o impacto positivo do evento não apenas para a comunidade local, mas também para aqueles que visitaram a cidade durante o período carnavalesco.

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4 Análise gráfica

Perfil dos foliões

Gráfico 1 – Sexo.

Fonte: Fecomércio/RN

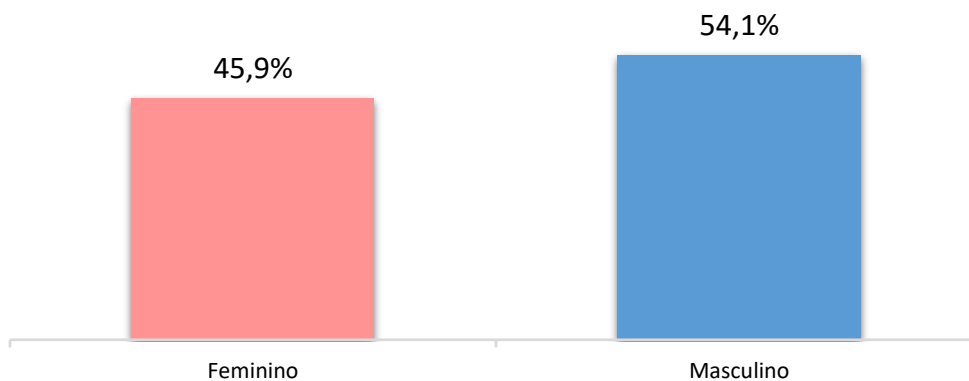


Gráfico 2 – Faixa etária.

Fonte: Fecomércio/RN

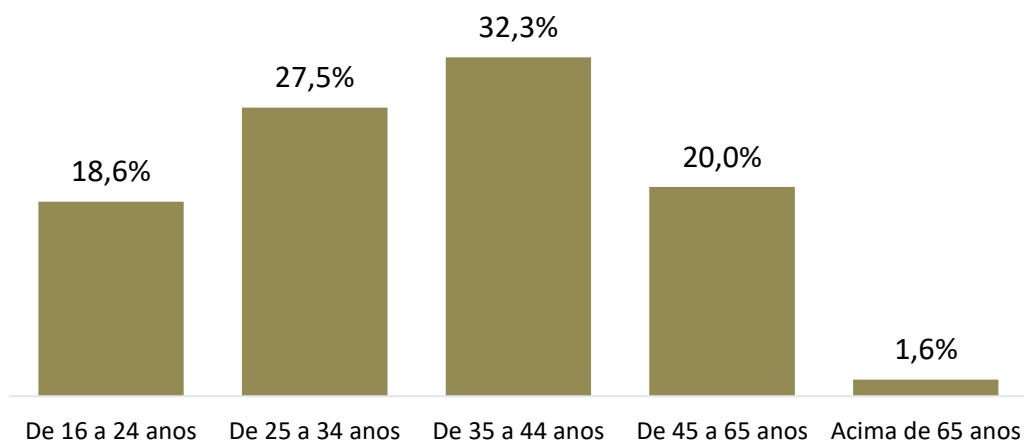


Tabela 1 – Idade média.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes/turistas	Média geral
Idade média	36,8	36,2	36,6

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – Escolaridade.

Fonte: Fecomércio/RN

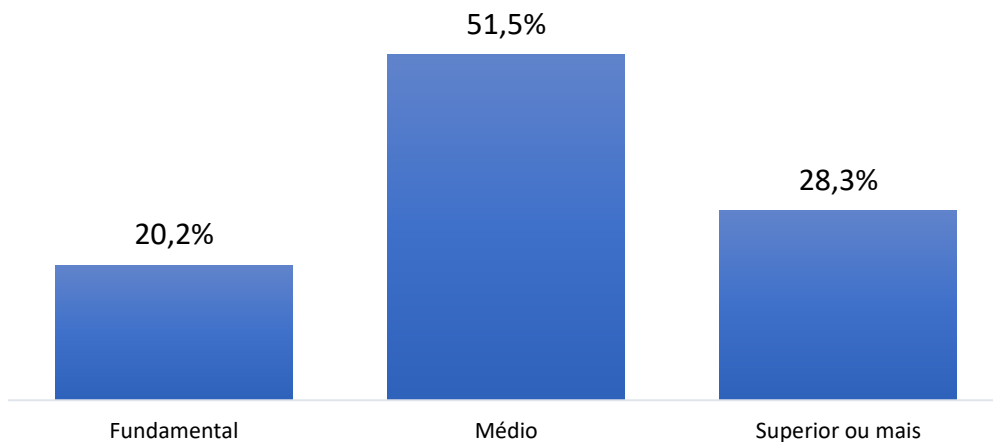


Gráfico 4 – Renda mensal familiar.

Fonte: Fecomércio/RN

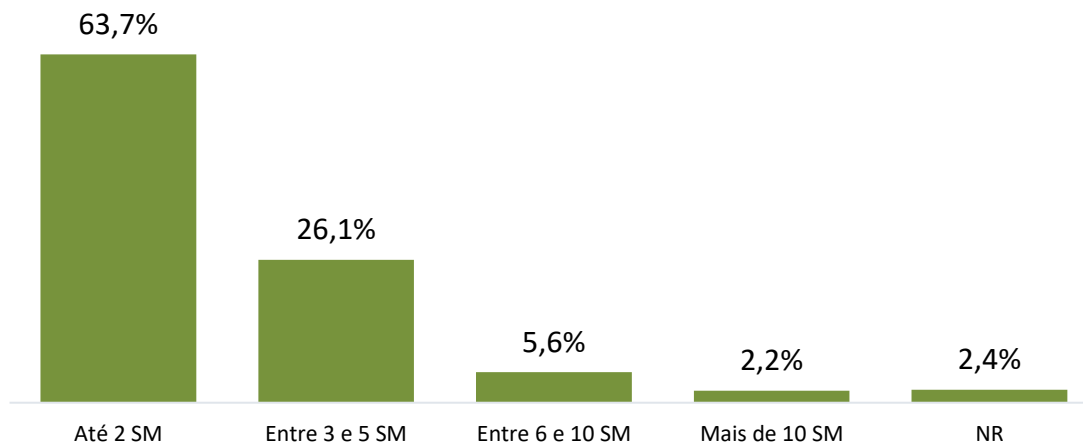


Tabela 2 – Renda mensal média familiar em salários-mínimos.

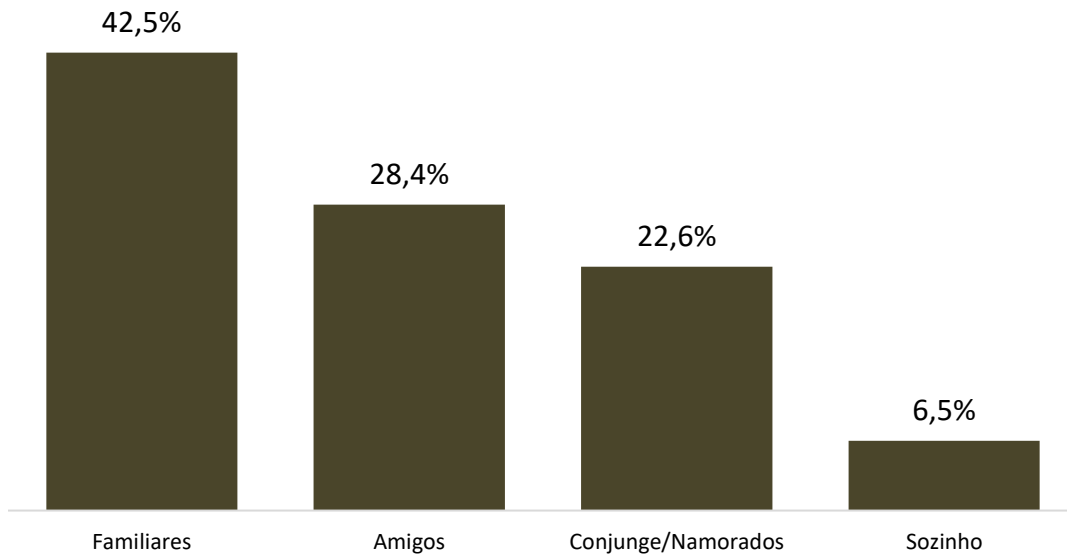
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residentes	Visitantes/Turistas	Média geral
Renda média	2,9	3,1	3,0

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 5 – Com quem passou o Carnaval?

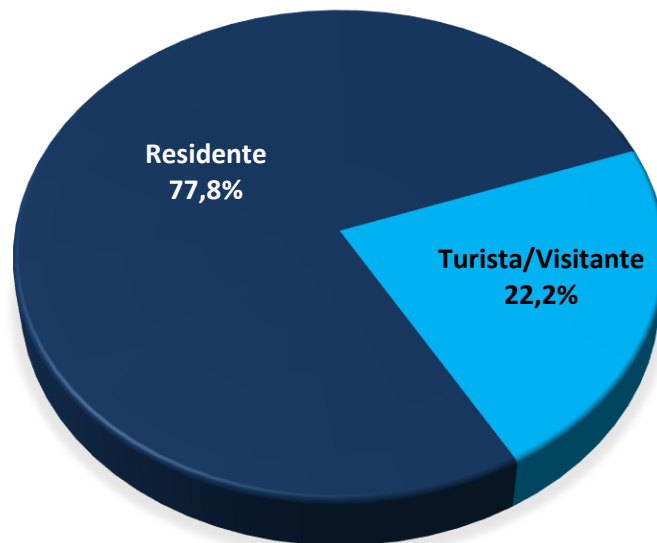
Fonte: Fecomércio/RN



Origem

Gráfico 6 – Tipo de público

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 3 – Local de origem.

Fonte: Fecomércio/RN

Estado	%
Rio Grande do Norte (RN)	98,2%
Ceará (CE)	0,4%
Paraíba (PB)	0,2%
São Paulo (SP)	0,2%
Piauí (PI)	0,2%
Amapá (AP)	0,2%
Rio de Janeiro (RJ)	0,2%
Estrangeiro	0,2%
Mato Grosso (MT)	0,2%

Tabela 4 – Cidade dos participantes.

Fonte: Fecomércio/RN

Cidades	%
Assú	77,8%
Natal	6,2%
Mossoró	3,4%
Ipanguaçu	2,6%
Itajá	1,0%
Alto do Rodrigues	0,8%
Afonso bezerra	0,8%
Macau	0,6%
Fortaleza	0,4%
Carnaubais	0,4%
Caicó	0,4%
Parnamirim	0,4%
Santo André	0,2%
Pendências	0,2%
Tenente Laurentino	0,2%
Grossos	0,2%
Paraú	0,2%
Guamaré	0,2%
Portalegre	0,2%
Angicos	0,2%
São Rafael	0,2%
Baraúna	0,2%
Nova Cruz	0,2%
Jandaíra	0,2%
Pacajus	0,2%
Juazeirinho	0,2%
Upanema	0,2%
Ponta do Mel	0,2%
Lajes	0,2%
Rio de Janeiro	0,2%
Macapá	0,2%
São João do Piauí	0,2%
Caragatatuba	0,2%
Tenente Laurentino	0,2%
Cuiabá	0,2%
Estrangeiro	0,2%
Campo Grande	0,2%
Jucurutu	0,2%

Frequência

Gráfico 7 – Quantas vezes já participou do carnaval neste município?

Fonte: Fecomércio/RN

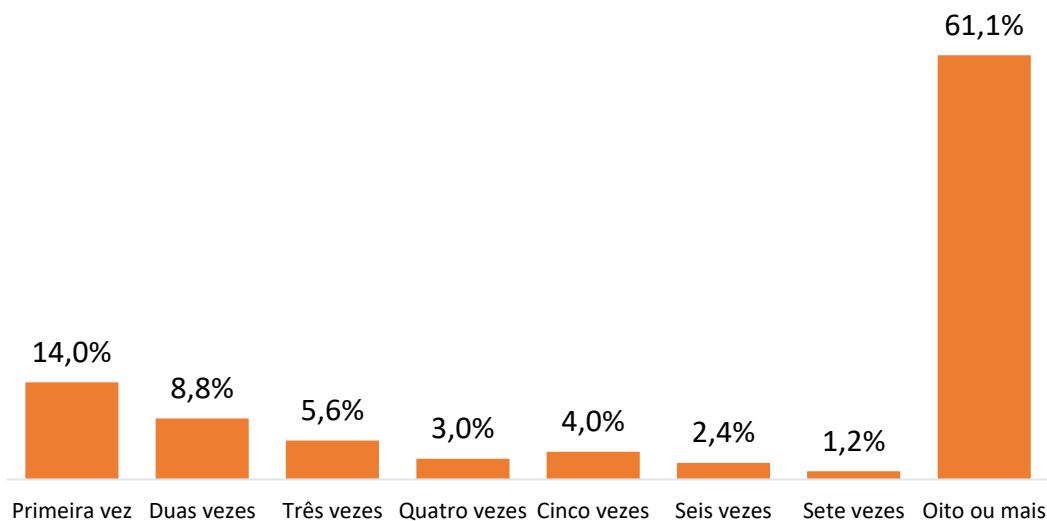


Tabela 5 - Quantas vezes participou do carnaval de Assú por tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Turista/Visitante
Primeira vez	6,0%	39,2%
Duas ou mais	94,0%	60,8%

Gráfico 8 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende ficar em Assú no período do carnaval?
 Fonte: Fecomércio/RN

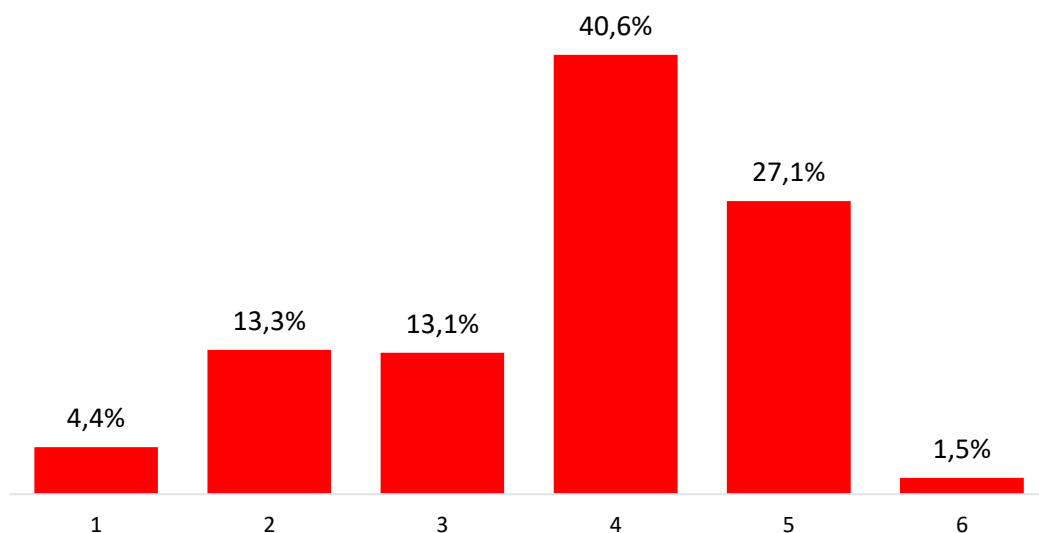


Tabela 6 – Média de dias de participação no Carnaval de Assú por tipo de público.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Turista/Visitante	Média geral
Média de dias	3,3	3,0	3,2

Motivação

Tabela 7 – Porque escolheu passar o carnaval neste município? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Porque escolheu o município	%
Já conhecia/Tradição	32,3%
Amigos e familiares	29,5%
Atrações musicais	27,5%
Festas gratuitas nas ruas	11,8%
Alegria/Animação/Folia	10,2%
Preço/Gasto	6,2%
Comodidade/Mora próximo da festa	5,0%
Organização/Estrutura	3,2%
Trabalho	1,6%
Propaganda	1,4%
Tranquilidade	1,4%
Outros	1,6%

Tabela 8 – Como o(a) sr. (a) tomou conhecimento do Carnaval de Assú? (Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Como tomou conhecimento	%
Internet/Redes Sociais	70,1%
Amigos e familiares	17,2%
Rádio	6,0%
Já conhecia	5,6%
No local	5,2%
Televisão	3,0%
Outros	1,0%

Atividades realizadas

Tabela 9 – Em quais atividades se fez/fará presente durante o carnaval deste município?
(Múltiplas respostas)

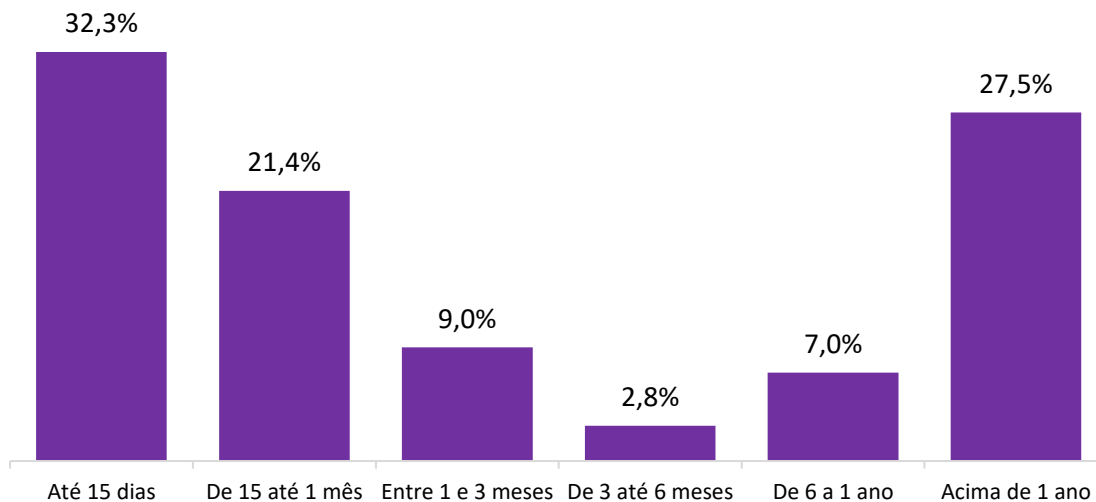
Fonte: Fecomércio/RN

Atividades	%
Shows musicais	72,1%
Blocos de rua	36,5%
Marchinhas	7,4%
Festas privadas	5,2%
Prévias/Abertura	1,4%
Outras	5,8%

Planejamento

Gráfico 9 – Quando ocorreu a decisão de passar o carnaval em Assú?

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 10 – Tempo de decisão por tipo de público
 Fonte: Fecomércio/RN

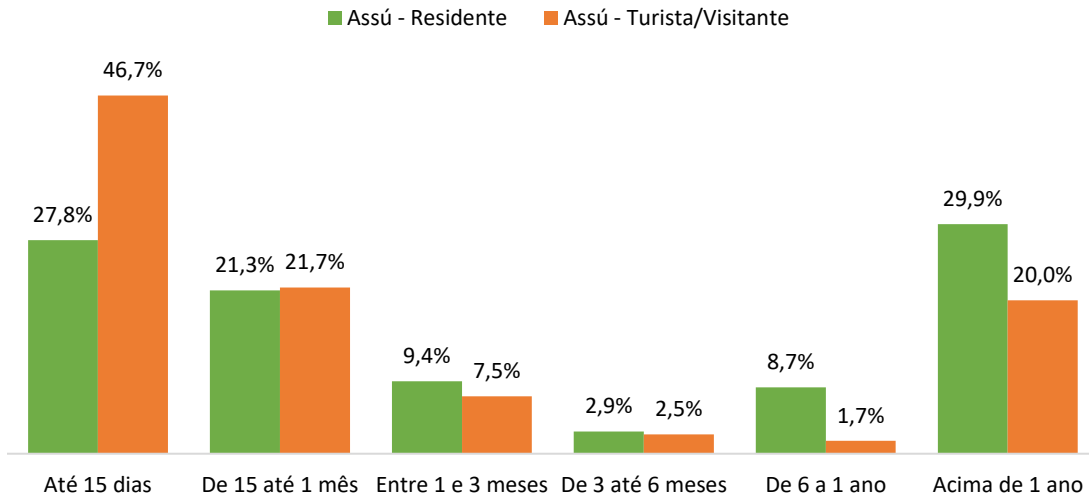


Gráfico 11 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?
 Fonte: Fecomércio/RN

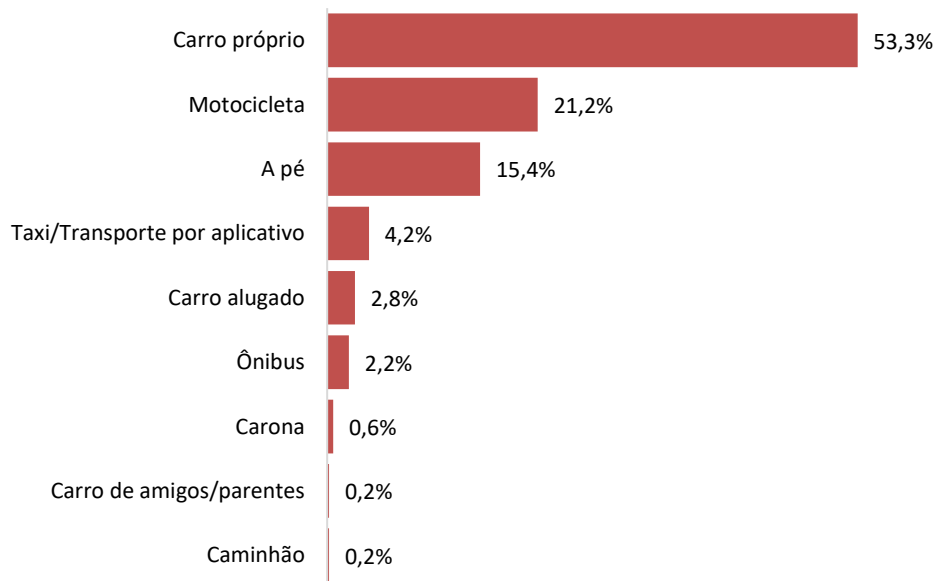
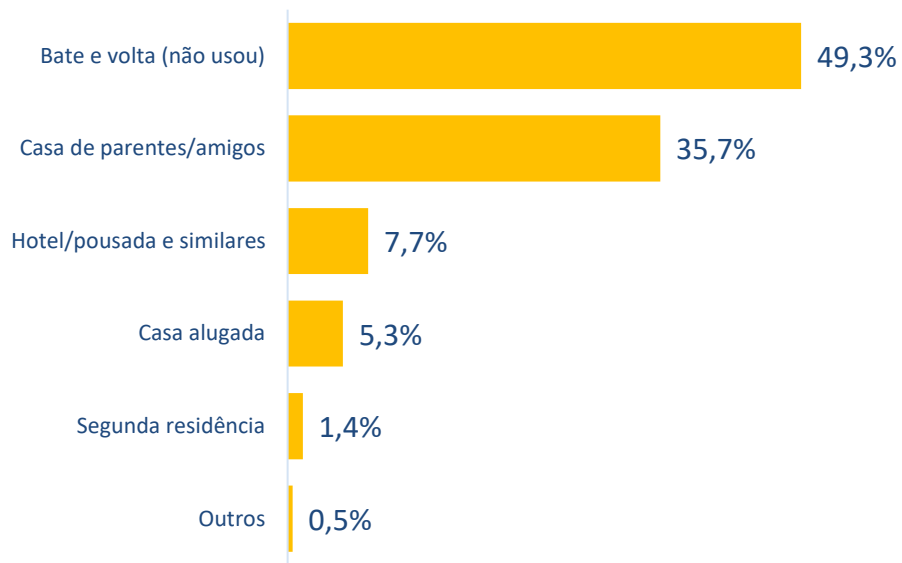
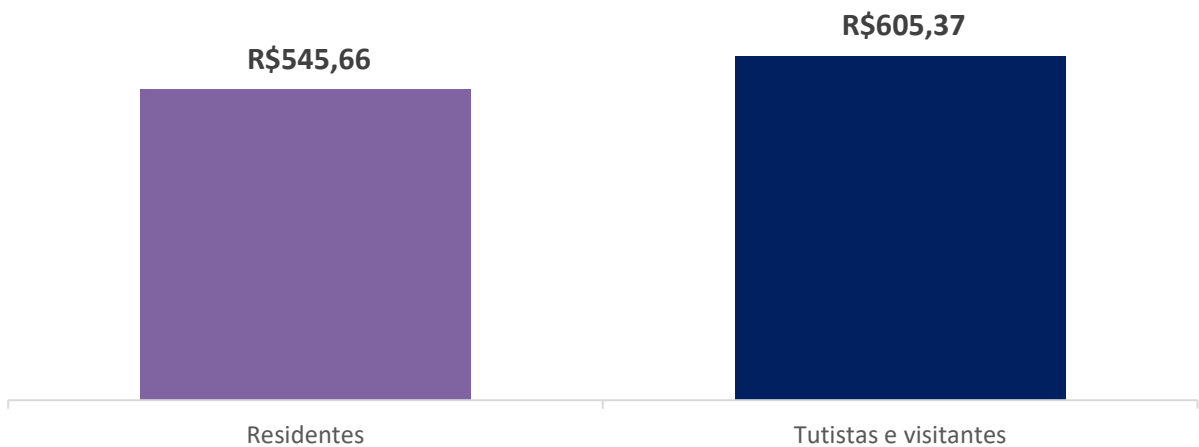


Gráfico 12 – Entre os visitantes e turistas, qual o tipo de hospedagem utilizada no município?
 Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

Gráfico 13 – Gasto médio individual dos participantes durante o carnaval.
 Fonte: Fecomércio/RN



Gastos

Gráfico 14 – Gasto médio individual por dia dos participantes.

Fonte: Fecomércio/RN

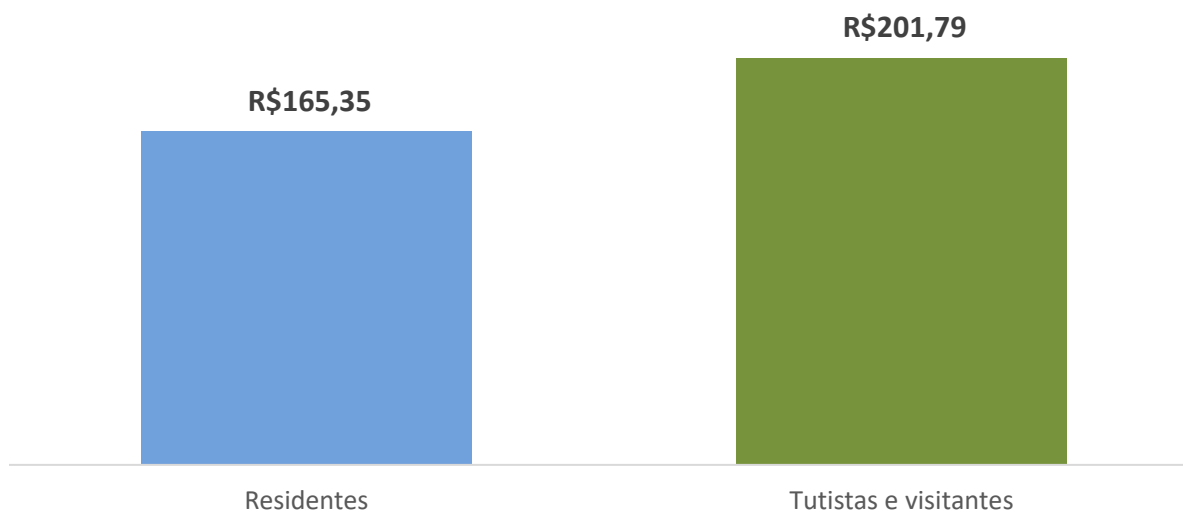


Tabela 10 – Distribuição dos gastos por atividade.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residentes	Visitantes e Turistas
Hospedagem	0,0%	9,2%
Alimentação/Bebidas	36,1%	27,9%
Transporte	7,2%	13,5%
Diversão	15,4%	28,1%
Compras	41,3%	21,3%

Tabela 11 – Estimativa de movimentação econômica.

Fonte: Fecomércio/RN

Tipo	Público*	Movimentação
Residentes	45.902	R\$ 7.589.895,70
Visitantes e turistas	13.098	R\$ 2.643.045,42
Total	59.000	R\$ 10.232.941,12

*Público informado pela prefeitura municipal de Assú.

Satisfação

Tabela 12 – Avaliação dos itens analisados:

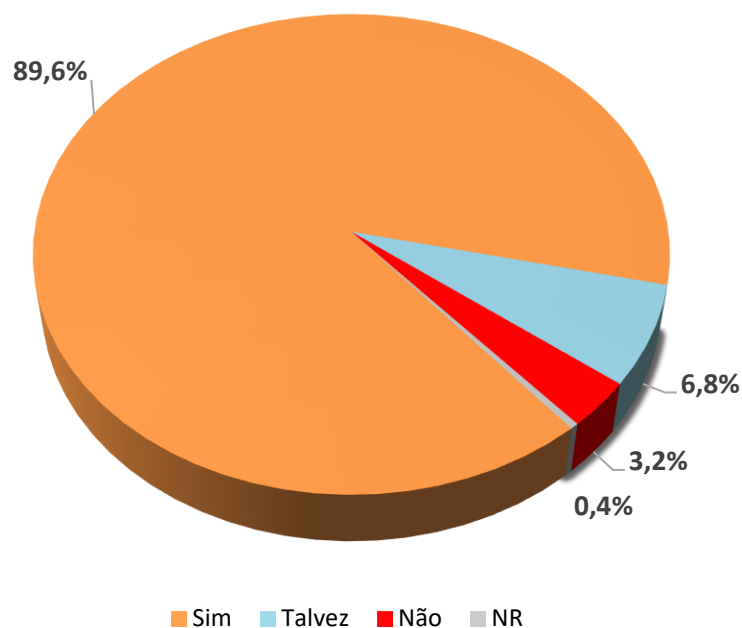
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Divulgação	37,1%	48,5%	9,2%	1,0%	2,8%	1,4%
Acesso	38,7%	51,3%	7,0%	1,4%	1,0%	0,6%
Espaço físico/Estrutura	33,9%	56,5%	7,2%	1,0%	1,2%	0,2%
Atrações musicais	31,3%	39,9%	19,8%	3,2%	3,8%	2,0%
Organização do evento	35,7%	49,7%	10,0%	1,8%	1,2%	1,6%
Locais de alimentação	30,1%	55,1%	9,8%	1,4%	1,4%	2,2%
Segurança	39,3%	48,5%	6,0%	0,6%	1,6%	4,0%
Transporte	17,2%	41,7%	8,8%	1,6%	0,4%	30,3%
Limpeza urbana	31,5%	49,1%	14,0%	2,6%	2,0%	0,8%
Preços cobrados	12,0%	35,3%	37,5%	5,6%	1,2%	8,4%

Aprovação

Gráfico 15 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o carnaval de Assú em 2025?

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 16 – Qual a chance, de 0 a 10, de (a) sr. (a) indicar Carnaval de Assú?
 Fonte: Fecomércio/RN

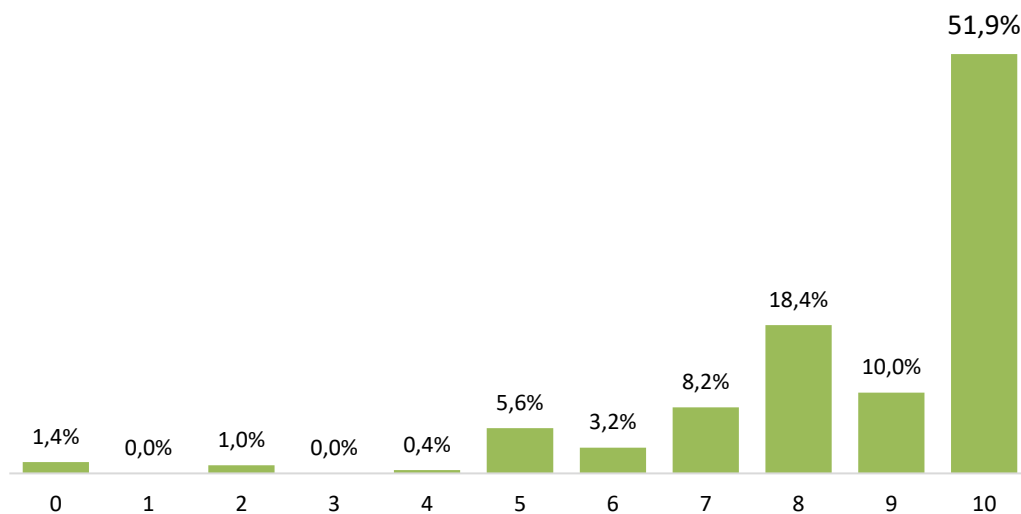


Tabela 13 – Nota média de indicação por tipo de público.

Rótulos de Linha	Residentes	Visitantes e turistas	Média geral
Nota média	8,56	8,87	8,64

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

Eriadne Teixeira

Designer gráfico

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Najara Oliveira

Maria Wislene

Ana Claudia

Pesquisadores

ANEXO

