

Perfil dos Participantes

CARNAVAL

Apodi
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	10
	Avaliação	11
	Aprovação	11
4	Análise gráfica	13
	Perfil dos foliões	13
	Origem	15
	Frequência	17
	Motivação	19
	Atividades realizadas	20
	Planejamento	20
	Gastos	22
	Avaliação	24
	Aprovação	24

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 Carnaval de Apodi é uma das festas mais tradicionais do estado, reúne 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 Apodi 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 Apodi, incluindo entrevistas com foliões nos variados polos espalhados pela cidade. Ao todo, foram pesquisadas 504 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

Na análise do perfil dos participantes do Carnaval de Apodi, destacam-se algumas tendências demográficas interessantes. Em relação ao sexo, constatou-se que a maioria era do sexo feminino, representando 50,1%, enquanto as participantes do sexo masculino totalizavam 49,9%.

A faixa etária de 25 a 34 anos foi a mais representativa, compreendendo 36,3% dos participantes. Em seguida, 24,2% pertenciam à faixa de 35 a 44 anos, 22,2% situavam-se entre 16 e 24 anos, e 16,6% encontravam-se na faixa etária de 45 a 65 anos. Surpreendentemente, a participação de indivíduos com 65 anos ou mais foi relativamente baixa, correspondendo a apenas 0,8% do total, caracterizando-se como o grupo etário menos expressivo. Constata-se que aqueles com até 34 anos são significativamente predominantes, representando 58,5% do público participante do Carnaval apodiense. A idade média dos participantes foi de 34,3 anos, sendo que dos visitantes e turistas foi de 31,9 anos e dos residentes foi de 37,8 anos.

Quanto à escolaridade dos participantes do Carnaval de Apodi, é notável uma distribuição diversificada nos níveis de instrução. A maioria expressiva da amostra, representando 49,9%, possui formação no nível médio. Em seguida, 35,7% dos participantes têm concluído o ensino superior ou mais, enquanto 14,4% possuem apenas o ensino fundamental. Essa variedade de níveis de instrução entre os foliões mostra uma participação ativa de pessoas com diferentes graus de formação educacional, contribuindo para a riqueza e diversidade do público envolvido no evento.

Ao indagarmos aos participantes sobre a companhia com a qual compartilharam o Carnaval, 42,5%, relatou ter desfrutado da festividade na companhia de amigos, ressaltando a dimensão social e coletiva do evento. Em seguida, 32,6% afirmaram ter celebrado o Carnaval ao lado de familiares, evidenciando a importância dos laços familiares na participação festiva. Notavelmente, 22% dos entrevistados optaram por vivenciar o período carnavalesco com cônjuge ou namorado(a), enfatizando a celebração da festa como uma experiência compartilhada entre casais. Por outro lado, 2,5% dos participantes escolheram vivenciar a festividade de forma mais independente, comparecendo sozinhos.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Ao pesquisarmos a renda familiar dos foliões que participaram do Carnaval de Apodi, percebemos uma diversidade de perfis econômicos. A faixa mais representativa revelou-se aquela composta por indivíduos com uma renda média familiar mensal de até dois salários-mínimos, abrangendo significativos 56,5% dos participantes. Em seguida, a classe que recebe entre três e cinco salários-mínimos apresentou uma participação considerável, alcançando 27,5%. Além disso, observou-se que 7,6% dos participantes relataram possuir rendimentos familiares na faixa entre seis e dez salários-mínimos, destacando uma porção significativa da população com uma condição econômica intermediária. Por fim, 4,6% dos foliões declararam ter uma renda familiar superior a 10 salários-mínimos, indicando a presença de uma parcela que desfruta de um nível econômico mais elevado. A renda média familiar mensal calculada ficou em 3,3 salários-mínimos. Os visitantes e turistas que participaram do Carnaval de Apodi possuíam renda média de 3,6 salários, já entre os apodienses a média foi de 2,9 salários.

Origem

No que diz respeito à procedência dos participantes do Carnaval de Apodi, a pesquisa revelou uma mistura interessante entre moradores locais e turistas. Cerca de 40,7% dos entrevistados eram oriundos de Apodi, evidenciando uma forte participação da comunidade local, enquanto 59,3% eram turistas, provenientes de diversas localidades, tanto dentro quanto fora do estado do Rio Grande do Norte.

Analisando a origem estadual dos participantes, notou-se que a grande maioria, representando 92%, era composta por residentes do Rio Grande do Norte. Os 8% restantes incluíam visitantes de outros estados, tais como Ceará (4,4%), Paraíba (1,8%) Bahia (0,4%), São Paulo (0,2%), Rio Grande do Sul (0,2%), Rondônia (0,2%), Acre (0,2%), Alagoas (0,2%), Goiás (0,2%) e Distrito Federal (0,2%).

Dentro do contingente de participantes, 40,7% eram naturais de Apodi, indicando uma forte representação da população local. Adicionalmente, 22,6% provinham da capital do oeste, Mossoró. Outras cidades também marcaram presença, como Caraúbas (5%), Pau dos Ferros (3,4%), Natal (3,4%), Felipe Guerra (2%), Baraúnas (1,6%), Umarizal (1,6%), Assú (1,4%), Fortaleza (1,4%), Severiano Melo (1,4%), São Miguel (1,2%), entre outras.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Frequência

Ao indagar sobre a frequência de participação no Carnaval de Apodi, constatou-se que 41,7% dos entrevistados já vivenciaram o evento oito vezes ou mais, indicando uma forte fidelidade e apreciação pelo festejo. Por outro lado, 20,6% revelaram estar participando pela primeira vez, evidenciando um fluxo positivo de novos foliões. Entre os visitantes e turistas, o índice dos que estavam participando da festa pelo primeiro ano foi de 31,1%. Essa conjunção de veteranos e estreantes sugere um atrativo duradouro do Carnaval de Apodi, conquistando tanto a lealdade de participantes regulares quanto a adesão de novos públicos.

A média de participação dos foliões foi de 3,3 dias, sendo que os residentes locais foram, em média, por 3,9 dias aos eventos, enquanto os turistas usufruíram do evento por aproximadamente 2,9 dias. Essa diferença destaca a importância de uma programação diversificada e de alta qualidade, capaz de entreter os foliões ao longo de sua estadia na cidade. A necessidade de opções atrativas visa não apenas proporcionar uma experiência rica aos participantes, mas também incentivar o consumo de produtos e serviços locais.

Motivação

Os foliões revelaram diversas motivações que impulsionaram sua participação no Carnaval de Apodi. A principal razão, citada por 45,7% dos entrevistados, foram as atrações musicais ofertada pelo evento. Em segundo lugar, o conhecimento prévio da cidade e a tradição consolidada do festejo mencionada por 33,9% do público. A presença de amigos e familiares foi um fator influente para 17% dos participantes, destacando a dimensão social e afetiva do evento. A alegria e animação que a festa proporciona surgiram a seguir com 13,4% dos entrevistados. Esse dado ressalta a importância de eventos abertos ao público, indicando uma oportunidade significativa para o crescimento do Carnaval de Apodi. Em seguida, as festas gratuitas exerceram influência sobre 9,8% dos participantes, seguidas pela localização, citada por 6,2%. Outros fatores mencionados foram organização (5,8%), tradição (4%), segurança (2,8%) e propaganda (1,2%).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Os resultados da pesquisa reforçaram a relevância das estratégias de divulgação do Carnaval de Apodi, revelando que 79,4% dos participantes entrevistados tomaram conhecimento do evento por meio da internet e redes sociais. Destaca-se ainda a influência significativa da propaganda entre os círculos de amigos e familiares, mencionada por 11,8% dos respondentes. A rádio também desempenhou um papel notável, sendo responsável por 3% das menções como fonte de informação sobre o evento, entre outros meios citados. Surpreendentemente, 2,4% do público ficou ciente do Carnaval ao chegar ao município, indicando uma descoberta local durante a estadia. A televisão foi citada por 1,8% do público. Esses indicadores sublinham a importância do planejamento e da divulgação eficaz do Carnaval, com ênfase especial nas plataformas digitais, que demonstraram ser o canal de comunicação mais direto e abrangente junto ao público.

Vale ressaltar que 7% dos foliões já possuíam conhecimento prévio do Carnaval de Apodi. Essa familiaridade, aliada aos esforços de divulgação, contribuiu para o sucesso continuado do evento, garantindo que o público em geral esteja plenamente informado sobre as festividades.

Atividades realizadas

Ao serem indagados sobre as atividades nas quais participariam durante o Carnaval de Apodi, os foliões demonstraram uma variedade de interesses. A grande maioria, representando 83,8%, prestigiou os shows musicais, ressaltando a popularidade desses eventos. Em segundo lugar, 34,7% dos participantes foram aos bloquinhos de rua, indicando a importância das atrações espontâneas e populares que acontecem nas ruas da cidade. As marchinhas também conquistaram seu espaço, com 16,8% dos foliões informando que participaram dessa tradicional manifestação cultural. Além disso, uma porcentagem significativa dos entrevistados celebrou o Carnaval nos arrastões (14,8%), festa privada (1,2%), entre outros. É importante observar que, devido à possibilidade de os foliões participarem de múltiplos eventos, a análise de respostas múltiplas revelou que o total ultrapassou os 100%. Isso sugere que muitos participantes se envolveram em várias atividades ao longo do período carnavalesco, evidenciando a diversidade de opções oferecidas pelo Carnaval de Apodi.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Planejamento

Quanto à decisão de participar do Carnaval de Apodi. Um significativo contingente de 31,5% dos participantes optou por prestigiar o evento com até 15 dias de antecedência, indicando um planejamento a curto prazo. Por outro lado, 32,9% decidiram participar em um prazo mais longo, planejando acima de 1 ano antes do Carnaval, evidenciando um planejamento em relação à escolha de participar da festividade. As demais parcelas da amostra distribuíram-se da seguinte maneira: 23,2% decidiram entre 15 dias e 3 meses antes do Carnaval; e 12,4% entre 3 meses e 1 ano.

No que diz respeito à locomoção dos foliões para participar dos eventos, a pesquisa ressaltou que a opção mais frequente foi o uso do carro próprio, representando 53,5% das respostas. Isso indica que mais da metade dos participantes optou por utilizar veículos particulares para se deslocar até os locais de celebração. Outros meios de deslocamento foram identificados, sendo a locomoção a pé uma escolha significativa para 22,4% dos entrevistados. Além disso, a utilização de motocicleta foi mencionada por 11,6% dos participantes, seguida pelo uso de ônibus, que registrou 6,2% das respostas. A opção de carro alugado também foi mencionada por 3,6% dos foliões.

Ao analisar os meios de hospedagem utilizados pelos visitantes e turistas durante o Carnaval de Apodi, é possível observar uma preferência significativa pela opção "Bate e volta (não usou)", que representa 41,5% das respostas. Este resultado indica que uma parcela expressiva dos participantes optou por não utilizar hospedagem, retornando no mesmo dia do evento. Outra opção frequente foi "Casa de parentes/amigos", com uma participação de 30%, sugerindo que uma parte considerável dos visitantes escolheu hospedar-se na residência de familiares ou amigos. A opção "Casa alugada" também se destaca, com 23,2%, indicando uma demanda por aluguel temporário. Por outro lado, as opções "Hotel/pousada e similares" e "Segunda residência" apresentam percentuais menores, com 4,6% e 0,6%, respectivamente. O dado "Outros" não registrou participação significativa.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gastos

A pesquisa dedicou especial atenção aos hábitos de consumo dos participantes durante o Carnaval de Apodi, detalhando os gastos com hospedagem, alimentação/bebidas, transporte local, diversão e compras durante o evento.

Os visitantes e turistas, que permaneceram, em média, por 2,9 dias durante o carnaval no município, apresentaram um gasto médio total de R\$ 653,74 ao longo de todo o evento, resultando em um gasto médio individual diário de R\$ 225,43. A análise da distribuição desses gastos revela que a maior parcela foi destinada à categoria de diversão, representando 31,1% do total. Em seguida, as despesas com alimentação/bebidas foram responsáveis por 28,5% dos gastos, enquanto as compras representaram 17,7%. A hospedagem também desempenhou um papel significativo, absorvendo 13,4% dos gastos, e o transporte contribuiu com 9,3%.

Por outro lado, os residentes, que estiveram presentes, em média, por 3,9 dias nos eventos do Carnaval, registraram um gasto médio total de R\$ 585,76, representando aproximadamente R\$ 150,19 por dia, por indivíduo. A análise mais detalhada dos gastos dos residentes revela que a maior fatia, correspondendo a 44%, foi direcionada especialmente para compras. Dentre os demais segmentos, 27,5% foram alocados para atividades de diversão, enquanto 21,6% foram destinados a alimentação e bebidas. O transporte, por sua vez, absorveu 6,9% dos gastos dos residentes durante o período festivo.

Ao analisar os valores, torna-se evidente que os visitantes/turistas têm gastos médios diários mais elevados do que os residentes, sugerindo que os visitantes/turistas tendem a investir mais nas atividades diárias do evento. Por outro lado, os residentes apresentam gastos médios individuais mais baixos. Essa distinção nos padrões de gastos proporciona resultados importantes para o planejamento estratégico do evento e para a promoção de iniciativas que atendam às diferentes necessidades desses dois grupos distintos de participantes.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Avaliação

A pesquisa abordou a percepção de qualidade dos foliões que participaram do Carnaval de Apodi, buscando avaliações sobre diversos aspectos dos atrativos e serviços oferecidos durante o evento. A análise desses resultados é fundamental para identificar áreas de melhoria e aprimorar futuros eventos. Os participantes foram convidados a avaliar diferentes aspectos do Carnaval, 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 itens que receberam 90% ou mais de aprovação (ótimo + bom), destacando-se como pontos fortes na percepção dos participantes, foram divulgação do evento (94,4%), segurança no evento (92,8%) e acesso ao local do evento (90%).

Itens com aprovação entre 80% e 90% incluíram organização do evento (89%), atrações musicais (87,8%), espaço físico/estrutura do evento (86,2%) e locais de alimentação (81%).

Entretanto, alguns itens apresentaram aprovação inferior a 80%. A limpeza urbana recebeu uma avaliação de 70,6%, indicando uma área potencial para melhorias. Os preços cobrados foram aprovados por 44,9% dos participantes, sugerindo que aspectos relacionados à política de preços podem ser reconsiderados. E os transportes foram avaliados positivamente por 22,8% dos entrevistados.

Aprovação

A pesquisa abordou a intenção dos entrevistados em retornar ao Carnaval de Apodi, revelando um cenário bastante positivo em relação à fidelidade do público ao evento. Impressionantes 93,8% dos participantes afirmaram que pretendem retornar à cidade para o Carnaval de 2025, sinalizando um alto índice de satisfação e interesse contínuo na celebração carnavalesca do município. Uma parcela adicional de 5% indicou que talvez considerem retornar ao próximo Carnaval, refletindo uma pequena margem de indecisão ou avaliação futura. Apenas 1,2% dos entrevistados afirmaram que não têm a intenção de voltar para o evento seguinte.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

As notas atribuídas pelos entrevistados ao evento revelam uma alta aprovação e satisfação geral. A esmagadora maioria, expressiva com 66,1%, deu a nota máxima, 10, indicando uma experiência muito positiva durante o Carnaval. A segunda maior parcela, representando 14,2%, atribuiu a nota 8, seguida por 12% que deram a nota 9. Isso reflete um consenso positivo entre os participantes, indicando que a grande maioria teve uma experiência extremamente agradável e satisfatória durante os eventos carnavalescos. As notas mais baixas (7, 6, 5 e 4 ou menos) somam apenas 7,8%, evidenciando uma baixa insatisfação entre os entrevistados.

A nota média de indicação alcançou um impressionante 9,30 pontos, demonstrando uma avaliação bastante positiva da qualidade e do sucesso do evento.

Ao analisar a avaliação por tipo de público, os apodienses atribuíram uma nota média de 9,38 pontos, indicando um altíssimo grau de satisfação por parte dos residentes locais. Por sua vez, os visitantes e turistas conferiram uma nota média de 9,25 pontos, o que evidencia uma experiência igualmente positiva e atrativa para aqueles que se deslocaram para participar do Carnaval de Apodi.

Essa avaliação robusta por parte de ambos os públicos reforça a excelência do evento em diversos aspectos, desde a organização até a diversidade de atrações, contribuindo para a consolidação do Carnaval de Apodi como uma celebração de grande sucesso e apreço tanto para a comunidade local quanto para os visitantes que contribuem para o colorido e animação do evento.

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

4 Análise gráfica

Perfil dos foliões

Gráfico 1 – Sexo.

Fonte: Fecomércio/RN

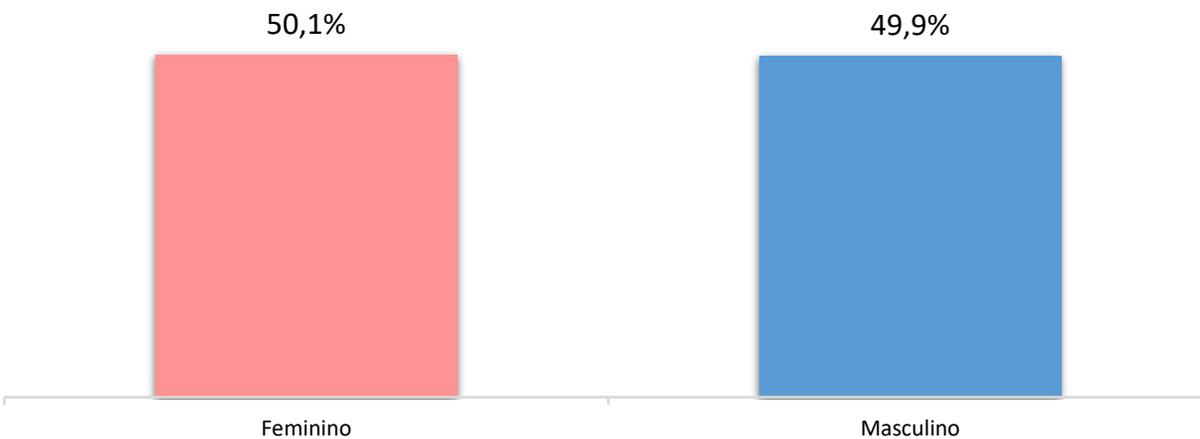


Gráfico 2 – Faixa etária.

Fonte: Fecomércio/RN

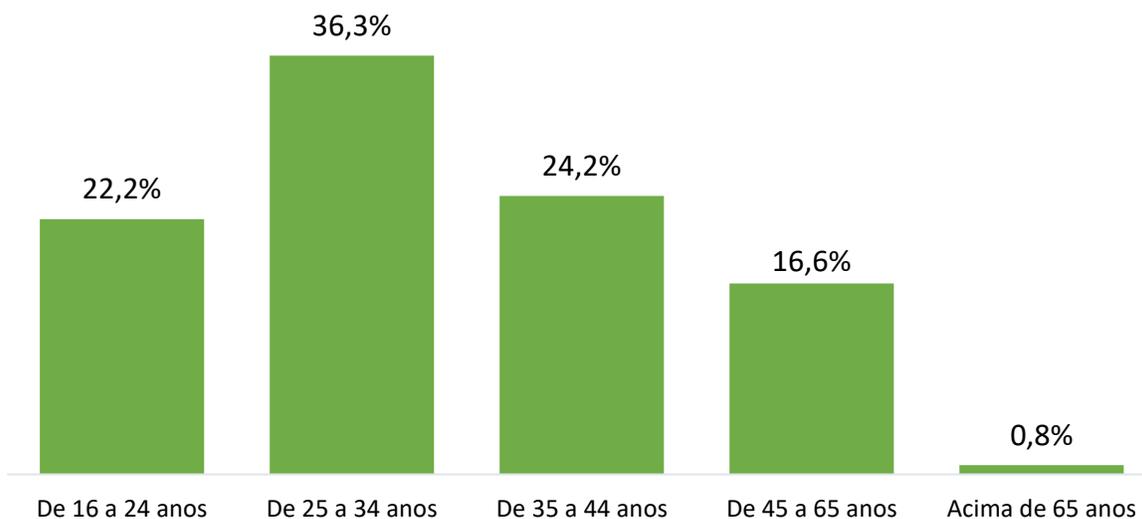


Tabela 1 – Idade média

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes/turistas	Média geral
Idade média	37,8	31,9	34,3

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – Escolaridade.

Fonte: Fecomércio/RN

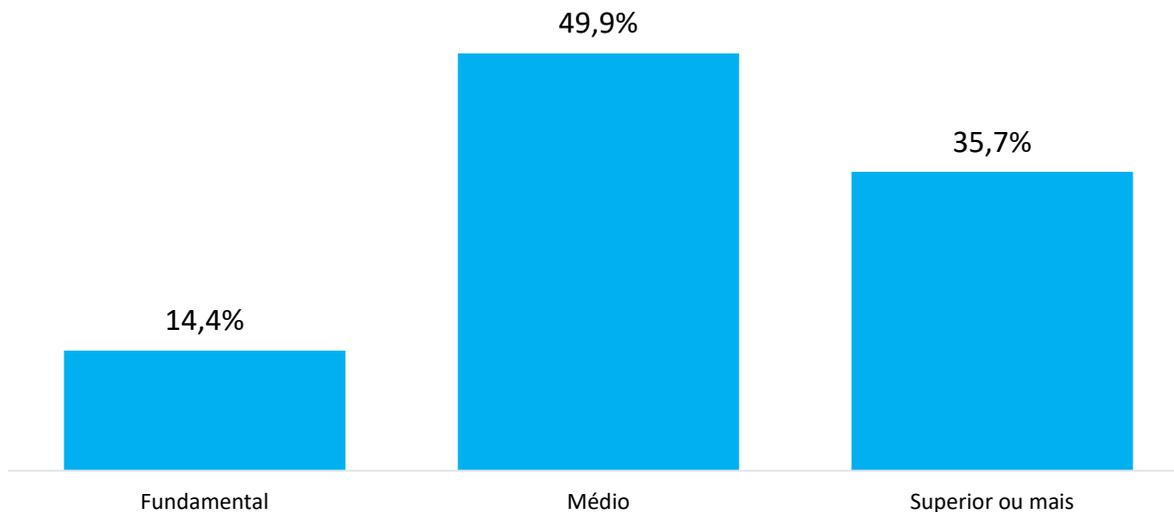


Gráfico 4 – Renda mensal familiar.

Fonte: Fecomércio/RN

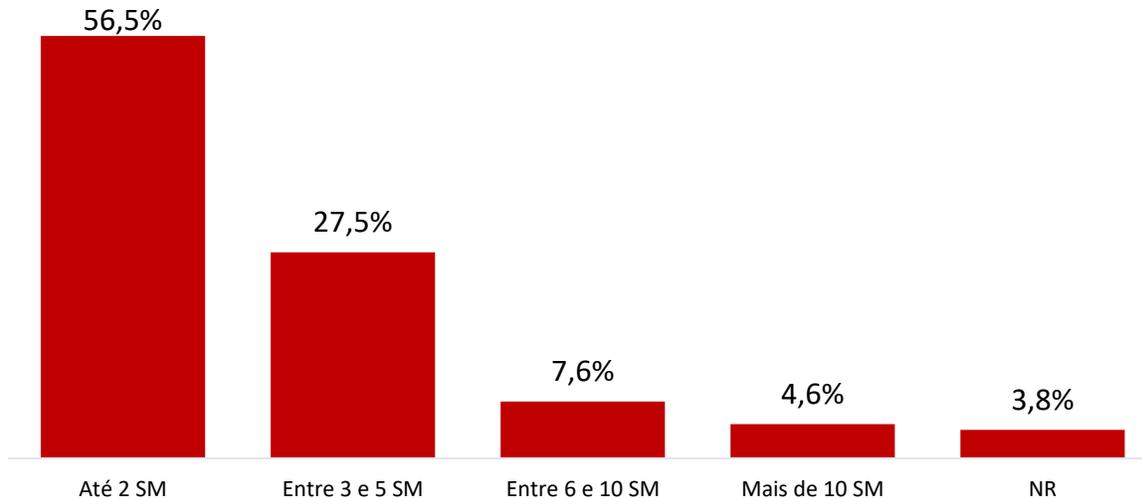


Tabela 2 – Renda mensal média familiar em salários-mínimos.

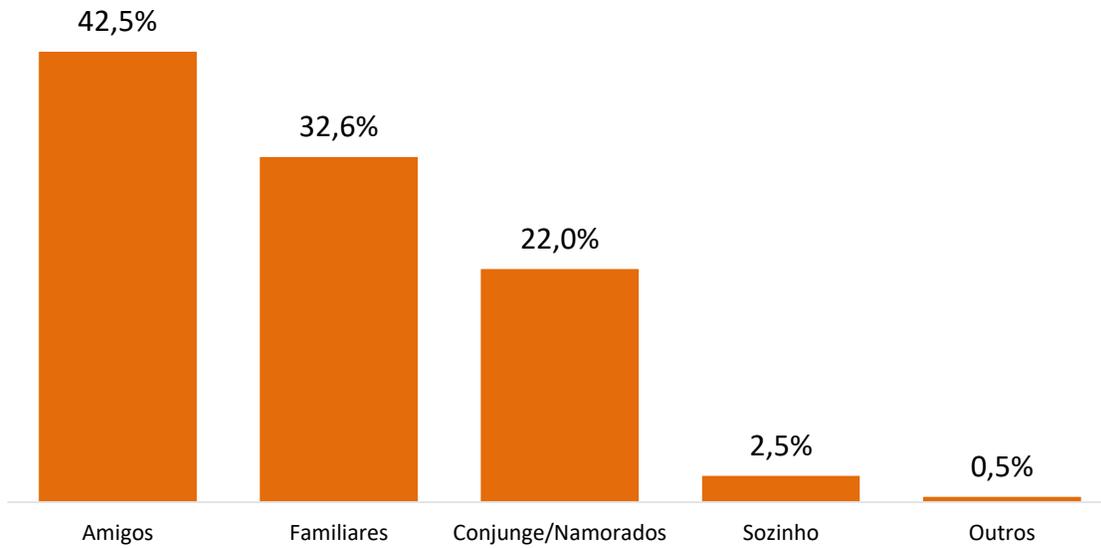
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residentes	Visitantes/Turistas	Média geral
Renda média	2,9	3,6	3,3

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 5 – Com quem passou o Carnaval?

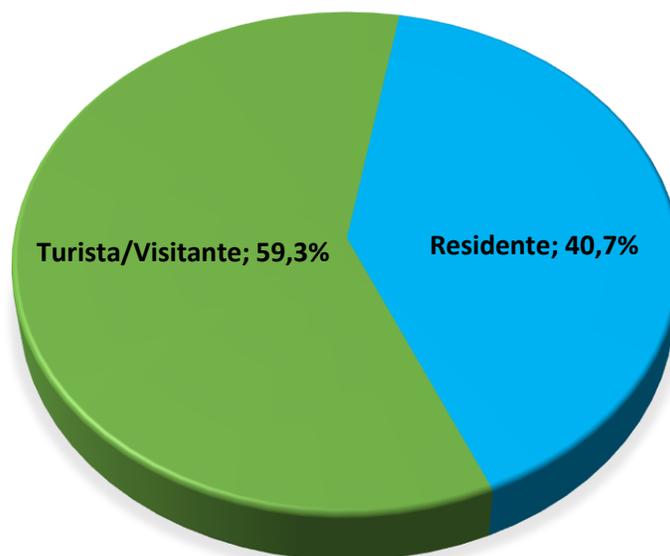
Fonte: Fecomércio/RN



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)	92,0%
Ceará (CE)	4,4%
Paraíba (PB)	1,8%
Bahia (BA)	0,4%
Rio Grande do Sul (RS)	0,2%
Alagoas (AL)	0,2%
Goiás (GO)	0,2%
Rondônia (RO)	0,2%
São Paulo (SP)	0,2%
Distrito Federal (DF)	0,2%
Acre (AC)	0,2%

Tabela 4 – Cidade dos participantes.

Fonte: Fecomércio/RN

Cidades	%
Apodi	40,7%
Mossoró	22,6%
Caraúbas	5,0%
Pau dos Ferros	3,4%
Natal	3,4%
Felipe Guerra	2,0%
Baraúnas	1,6%
Umarizal	1,6%
Assú	1,4%
Fortaleza	1,4%
Severiano Melo	1,4%
São Miguel	1,2%
Rafael Fernandes	0,8%
Itaú	0,8%
Tabuleiro do Norte	0,8%
Catolé do Rocha	0,6%
Limoeiro do Norte	0,6%
Parnamirim	0,6%
Patu	0,6%
Viçosa	0,4%
Campo Grande	0,4%
Potiretama	0,4%
Marcelino Vieira	0,4%
Upanema	0,4%
Martins	0,4%
Dr. Severiano Gomes	0,4%
Portalegre	0,4%
Rodolfo Fernandes	0,4%

São Bento	0,4%
Iracema	0,2%
Brejo Santo	0,2%
José da Penha	0,2%
Encanto	0,2%
Quixeré	0,2%
Brasília	0,2%
João Pessoa	0,2%
Jucurutu	0,2%
Anápolis	0,2%
Cajazeiras	0,2%
Espigão D'Oeste	0,2%
Rio Branco	0,2%
Ipueira	0,2%
Antônio Martins	0,2%
Maceió	0,2%
Salvador	0,2%
Vacaria	0,2%
Janduis	0,2%
Alto Santo	0,2%
São Francisco do Oeste	0,2%
Uiraúna	0,2%
São Gonçalo do Amarante	0,2%
Água Fria	0,2%
São João do Rio do Peixe	0,2%
Olho D'água dos Borges	0,2%
Gov Dix Rosado	0,2%
Beberibe	0,2%
São Paulo	0,2%

Frequência

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

Fonte: Fecomércio/RN

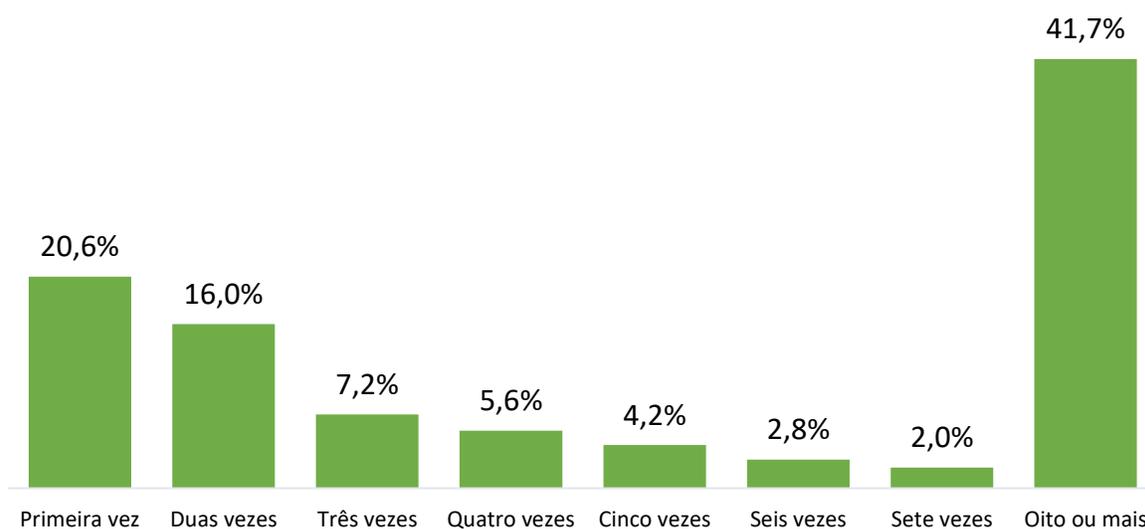


Tabela 5 – Quantidade de vezes que participou do carnaval de Apodi por tipo de público.

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Turista/Visitante
Primeira vez	5,4%	31,1%
Duas ou mais	94,6%	68,9%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 8 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende ficar em Apodi no período do carnaval?

Fonte: Fecomércio/RN

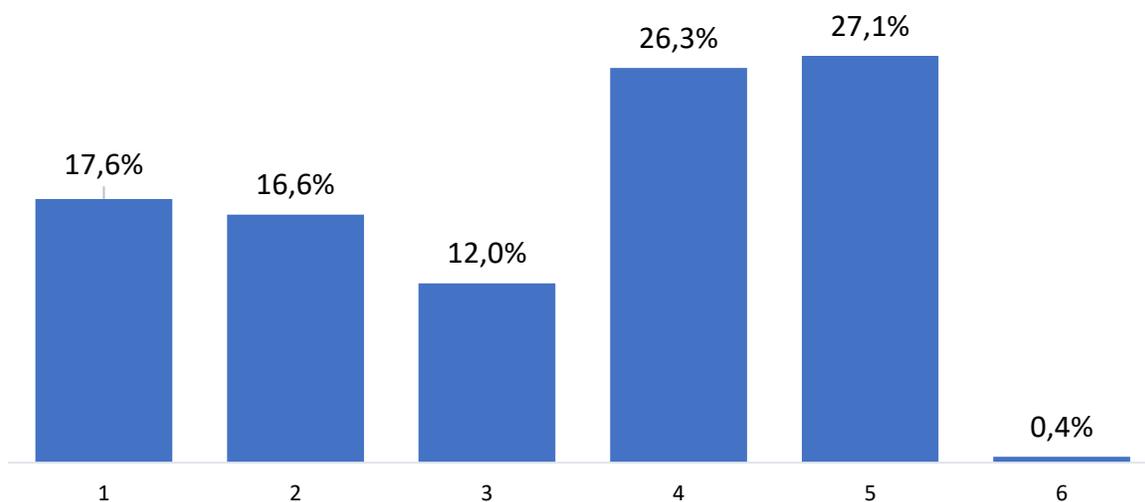


Tabela 6 – Quantos dias o (a) Sr. (a) pretende participar do carnaval de Apodi por tipo de público?

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residente	Turista/Visitante	Média geral
Média de dias	3,9	2,9	3,3

Motivação

Tabela 7 – Porque escolheu passar o carnaval neste município?

(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Atrações musicais	45,7%
Já conhecia o local	33,9%
Amigos e familiares	17,0%
Alegria/animação/Folia	13,4%
Festas gratuitas nas ruas	9,8%
Comodidade/Mora próximo da festa	6,2%
Organização/Estrutura	5,8%
Tradição	4,0%
Segurança	2,8%
Propaganda	1,2%
Preço/Gasto	0,8%
Outros	3,8%

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

(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Internet/Redes Sociais	79,4%
Amigos e familiares	11,8%
Já conhecia	7,0%
Rádio	3,0%
No local	2,4%
Televisão	1,8%
Pela organização do evento	0,2%
Trabalho	0,2%
Outros	0,6%

Atividades realizadas

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

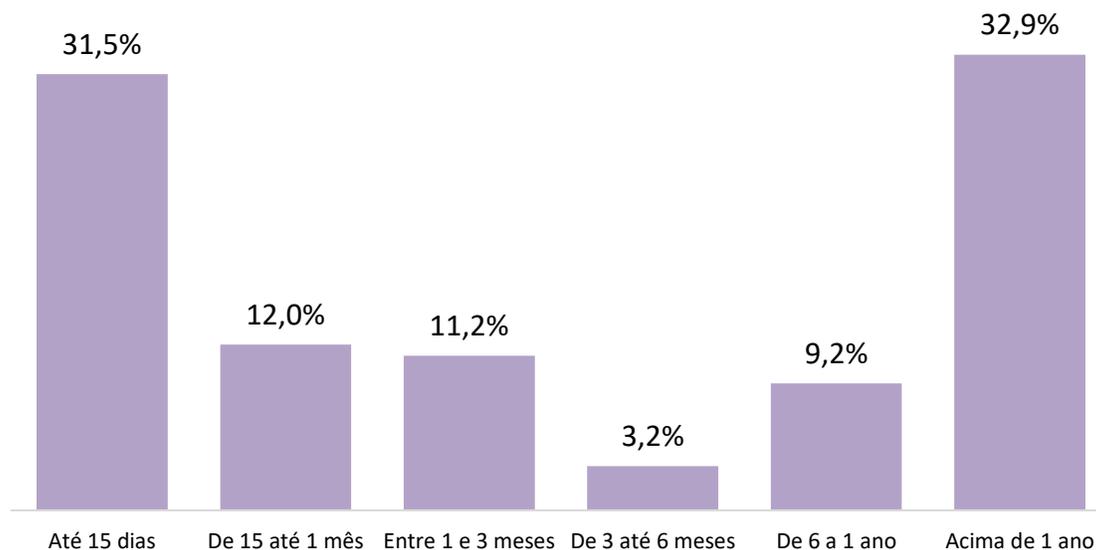
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	%
Shows musicais	83,8%
Blocos de rua	34,7%
Marchinhas	16,8%
Arrastões	14,8%
Festas privadas	1,2%
Nenhum	1,0%
Praias	0,4%
Prévias	0,2%
Abertura	0,2%
Paredões	0,2%

Planejamento

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

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

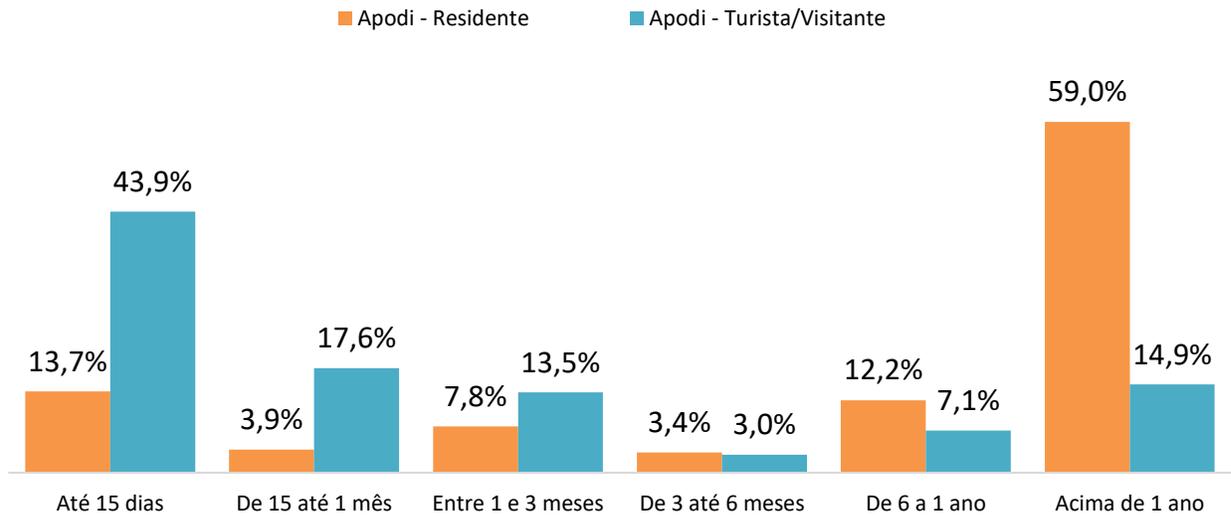
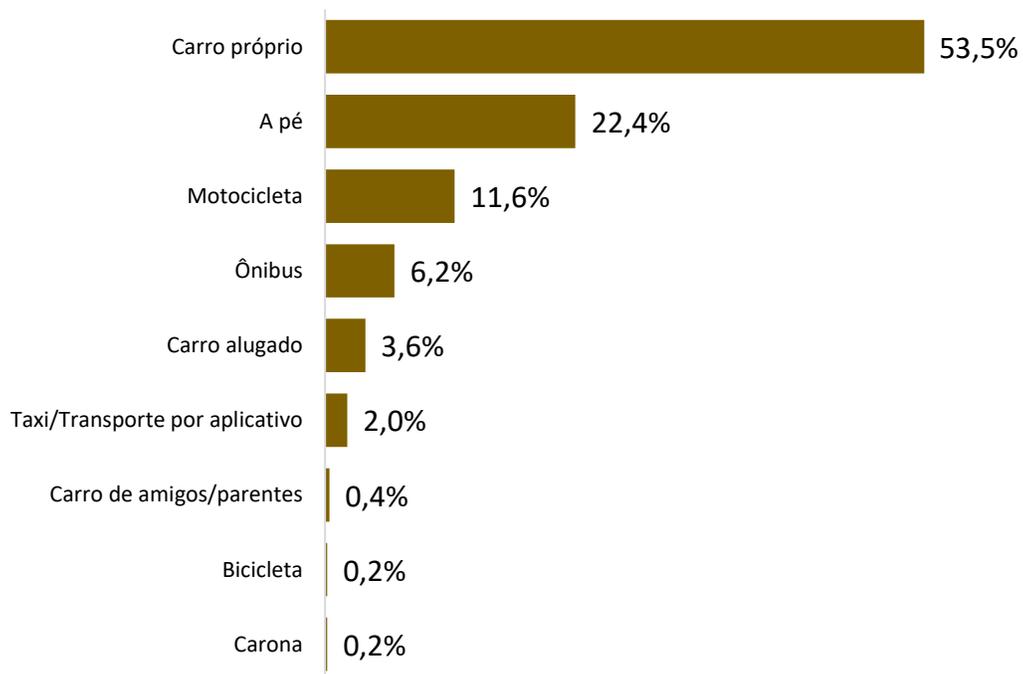
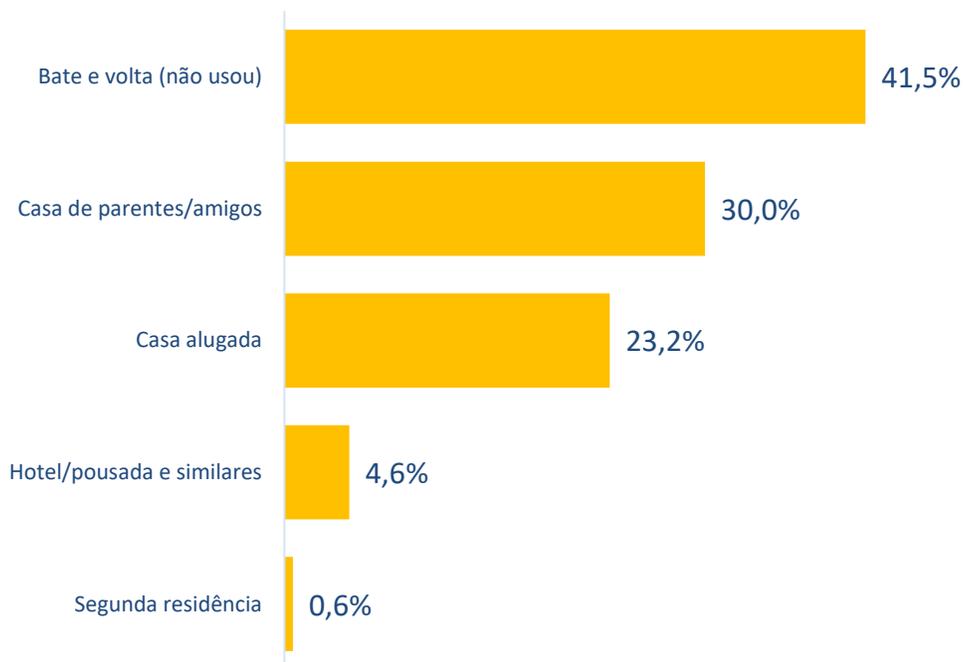


Gráfico 11 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?
 Fonte: Fecomércio/RN



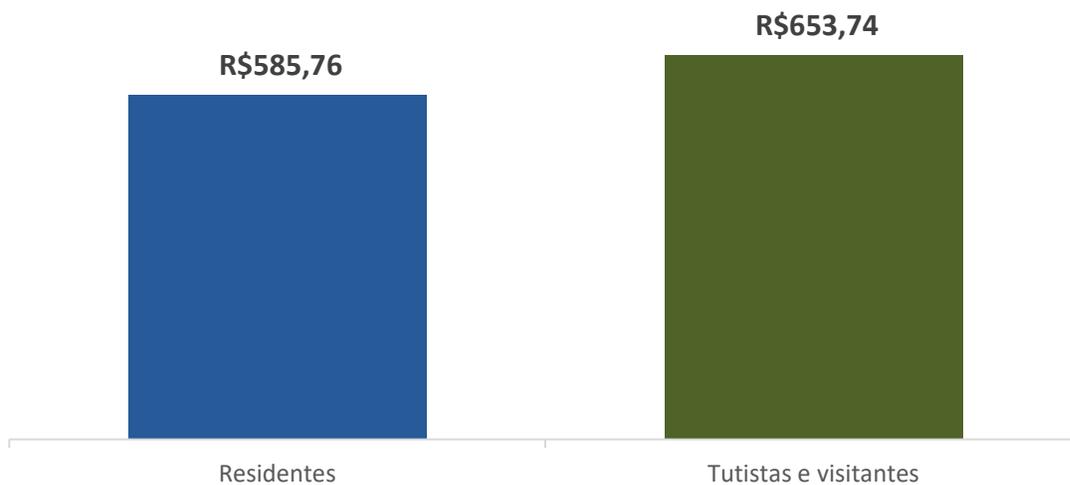
DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 14 – Gasto médio individual por dia dos participantes.
 Fonte: Fecomércio/RN

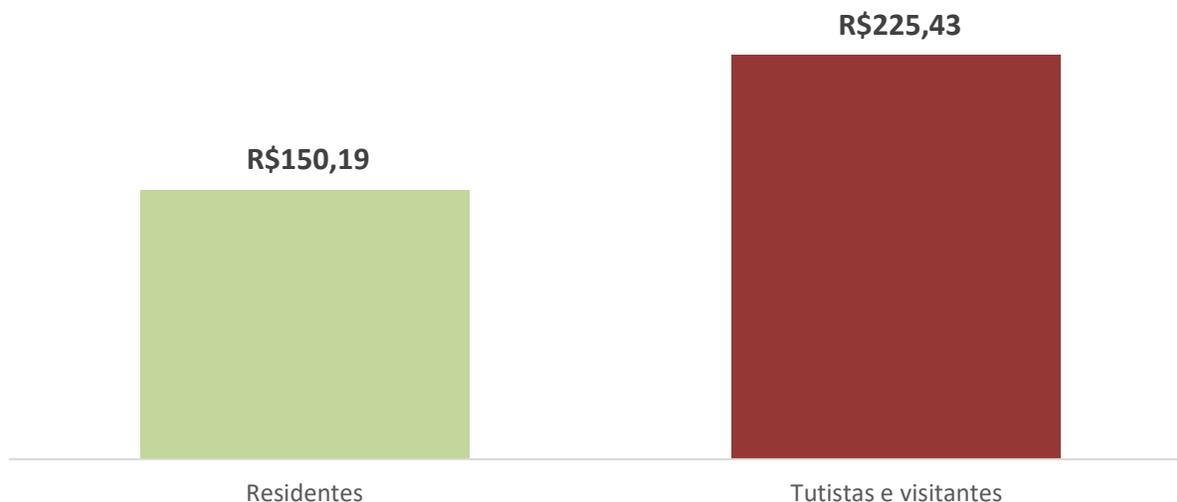


Gráfico 15 – Estimativa de circulação financeira.
 Fonte: Fecomércio/RN



Tabela 10 – Distribuição dos gastos por atividade.
 Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Residentes	Turistas e visitantes
Hospedagem	0,0%	13,4%
Alimentação/Bebidas	21,6%	28,5%
Transporte	6,9%	9,3%
Diversão	27,5%	31,1%
Compras	44,0%	17,7%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Avaliação

Tabela 11 – Avaliação dos itens analisados:

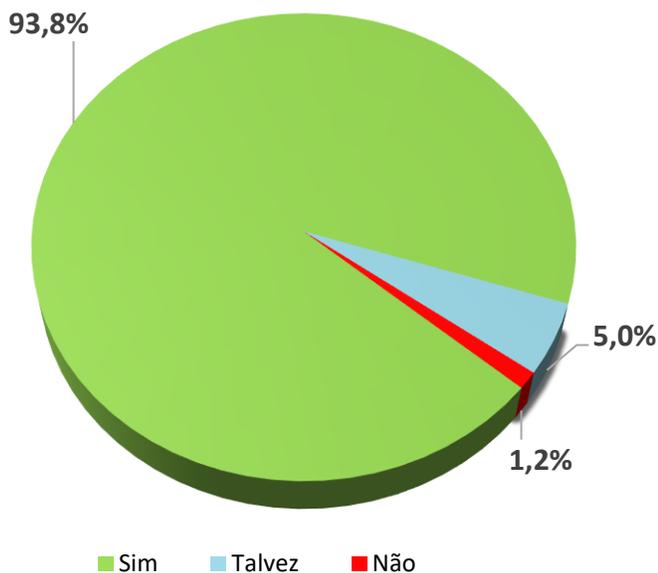
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
Divulgação	60,9%	33,5%	4,4%	0,0%	0,6%	0,6%
Acesso ao local do evento	38,5%	51,5%	7,6%	1,2%	1,0%	0,2%
Espaço físico/Estrutura do evento	43,3%	42,9%	9,0%	2,6%	1,0%	1,2%
Atrações musicais	53,5%	34,3%	10,4%	0,6%	0,6%	0,6%
Organização do evento	46,7%	42,3%	6,2%	1,6%	1,4%	1,8%
Locais de Alimentação	28,9%	52,1%	8,0%	2,6%	1,4%	7,0%
Segurança no evento	49,9%	42,9%	5,0%	0,4%	0,8%	1,0%
Transporte	6,2%	16,6%	1,8%	0,8%	0,0%	74,7%
Limpeza Urbana	25,9%	44,7%	21,2%	4,0%	3,4%	0,8%
Preços cobrados	9,8%	35,1%	29,7%	9,2%	6,2%	10,0%

Aprovação

Gráfico 16 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o carnaval de Apodi em 2024?

Fonte: Fecomércio/RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 17 – Qual a chance, de 0 a 10, de (a) sr. (a) indicar Carnaval de Apodi?
 Fonte: Fecomércio/RN

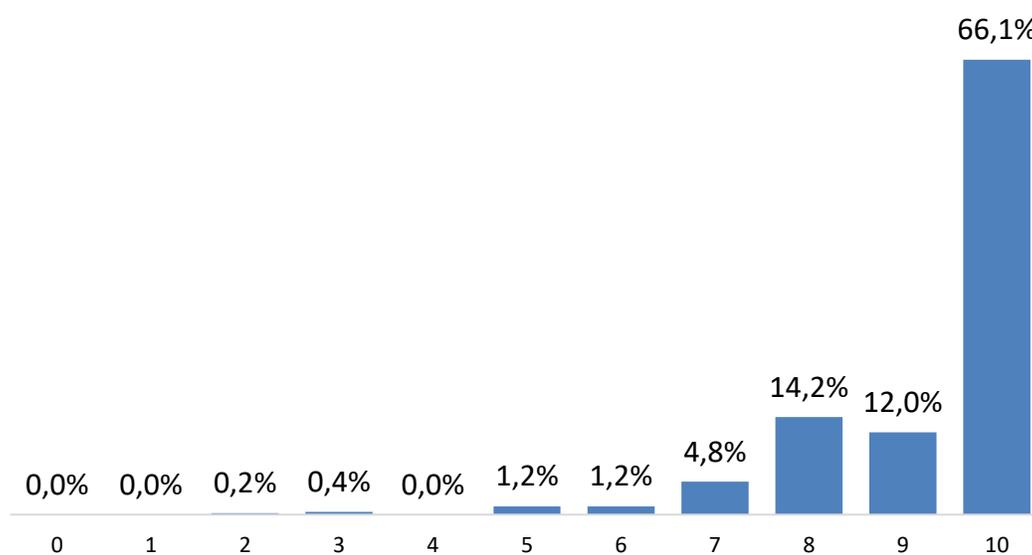


Tabela 12 – Nota média de indicação por tipo de público.

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes/Turistas	Média geral
Média	9,38	9,25	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

Eriadne Teixeira

Designer gráfico

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Max Bezerra

Elizangela Salviano

Maria Glória

Jefferson Sousa

Luiz Eduardo

Pesquisadores

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

ANEXO

