

PERFIL DOS  
PARTICIPANTES do

**MOSSORÓ**

**CIDADE**

**JUNINA**

**Junho  
2024**





**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO  
DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

**Presidente**

**DIVISÃO DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN**

Luciano Kleiber

**Diretor**

Lívia Aires

**Coordenadora de Inovação e Competitividade**

Luiz Henrique Martins

**Analista de Negócios**

Eriadne Teixeira

**Designer gráfico**

**INSTITUTO FECOMÉRCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Arlindo Neto

Maria Wislene

Yuri Sptizer

**Pesquisadores**



# SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b>	<b>04</b>
<b>2. Aspectos técnicos</b>	<b>05</b>
<b>3. Síntese dos resultados</b>	<b>06</b>
Perfil dos participantes	06
Origem	13
Frequência	20
Motivação	24
Atividades e locais visitados	29
Planejamento	32
Gastos	35
Movimentação	36
Avaliação	38
<b>4. Anexos</b>	<b>44</b>

# 1

## Introdução

Mossoró, localizada na região Oeste do Rio Grande do Norte, abrange uma área de aproximadamente 2.100 km<sup>2</sup>, sendo o maior município do estado em extensão territorial e situando-se a 281 quilômetros da capital, Natal. Com 264.577 mil habitantes, de acordo com dados do IBGE, é a segunda cidade mais populosa do Rio Grande do Norte, ficando atrás apenas da capital, e a mais populosa do interior do estado.

O Mossoró Cidade Junina é uma das celebrações mais significativas do Rio Grande do Norte, atraindo e movimentando milhares de pessoas anualmente. Este ano, o evento contou com uma vasta gama de atrações culturais, incluindo shows de grandes artistas nacionais, festival de quadrilhas juninas e diversos projetos culturais espalhados pela cidade. Para o comércio e o setor de serviços, esse período representa uma grande oportunidade de faturamento, com o aumento da circulação econômica, a geração de empregos e o crescimento nas vendas de produtos e serviços.

Nesse contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), através do Instituto Fecomércio RN (IFC), na sua função de representar os empresários, tem realizado anualmente uma pesquisa com o objetivo de traçar o perfil dos participantes da festa, mensurar os gastos e avaliar a satisfação do público com o evento. Essa pesquisa se torna, assim, um importante instrumento de planejamento tanto para os setores público quanto privado, orientando futuros investimentos.

As pesquisas da Fecomércio RN têm sido altamente valorizadas por comerciantes e produtores, devido à necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações precisas e adotar decisões estratégicas. Espera-se que, com a divulgação dos resultados dessas pesquisas, sejam atendidas as expectativas da classe empresarial, bem como de associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a abrangência e a riqueza dos dados coletados, além da oportunidade de disseminação do conhecimento.



# 2

## Aspectos técnicos

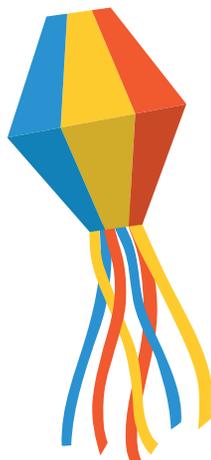
O Instituto Fecomércio (IFC) realizou, durante o mês de junho, uma pesquisa detalhada sobre o evento Mossoró Cidade Junina, incluindo entrevistas em vários dias da celebração. No total, foram entrevistadas 700 pessoas de diferentes perfis e hábitos, com o objetivo de monitorar o comportamento dos participantes do evento.

A metodologia utilizada para a coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, alinhada ao método quantitativo, empregando como instrumento de investigação um questionário semiestruturado, adaptado aos objetivos e necessidades da pesquisa para entrevistas presenciais individualizadas (face a face). A amostra pesquisada permitiu calcular uma margem de erro de aproximadamente 3 pontos percentuais e um nível de confiança de 95%. Isso significa que, se a mesma pesquisa for realizada 100 vezes, em 95 dessas vezes os resultados variarão, por quesito, dentro de uma faixa de 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

O instrumento de pesquisa consistiu em um questionário padronizado, composto por perguntas fechadas, abertas e de múltipla escolha. Alguns resultados podem não totalizar 100% devido aos arredondamentos e ao formato das perguntas de múltipla escolha.

A coleta de dados foi realizada de forma primária, utilizando *tablets* que registravam e georreferenciavam as entrevistas. Os pesquisadores envolvidos eram devidamente capacitados e experientes neste tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos passaram por uma checagem rigorosa e crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, uma medida sempre adotada para garantir a qualidade e fidelidade das informações.

Os dados apresentados neste relatório refletem fielmente as informações fornecidas pelos entrevistados. As respostas foram espontâneas, registradas eletronicamente em um *software* específico para pesquisas. Os gráficos e tabelas foram elaborados no *Excel*, e o Relatório Final foi formatado no *Word*.



## 3

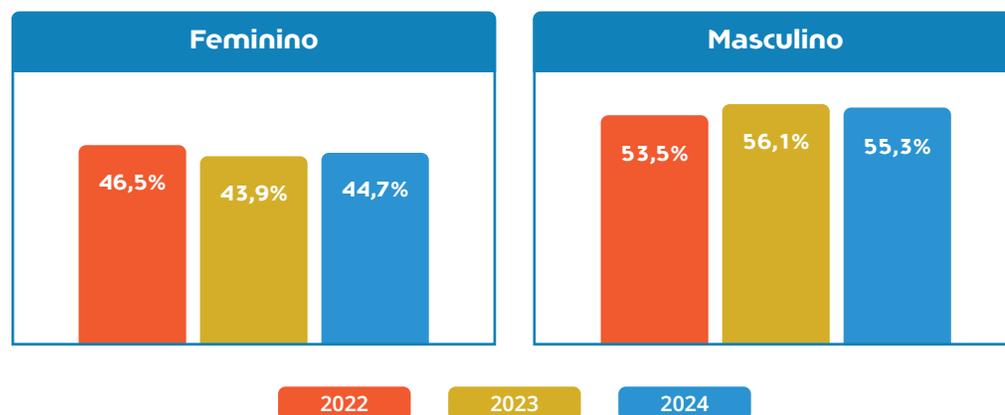
## Síntese dos resultados

### Perfil dos participantes

Em 2024, a composição dos participantes do Mossoró Cidade Junina continuou a mostrar uma predominância do público masculino, representando 55,3% dos presentes, enquanto o público feminino foi de 44,7%. Comparando com o ano anterior, houve uma leve recuperação na participação feminina, que subiu de 43,9% em 2023 para 44,7% em 2024. Apesar desse aumento, a proporção de mulheres no evento ainda é menor do que a observada em 2022, quando 46,5% dos participantes eram do sexo feminino.

Por outro lado, a participação masculina, que havia aumentado de 53,5% em 2022 para 56,1% em 2023, apresentou uma pequena redução em 2024, ficando em 55,3%. Essa análise indica que, embora haja uma ligeira tendência de reequilíbrio entre os gêneros, o público masculino ainda predomina no evento.

Gráfico 1 Sexo:



A análise da faixa etária dos participantes do Mossoró Cidade Junina mostra algumas variações em comparação aos anos anteriores. A faixa etária de 16 a 24 anos teve um aumento, representando 35% dos participantes, em contraste com 21,3% em 2023 e 21,4% em 2022. Este aumento notável indica que o evento tem atraído um público mais jovem de forma crescente.

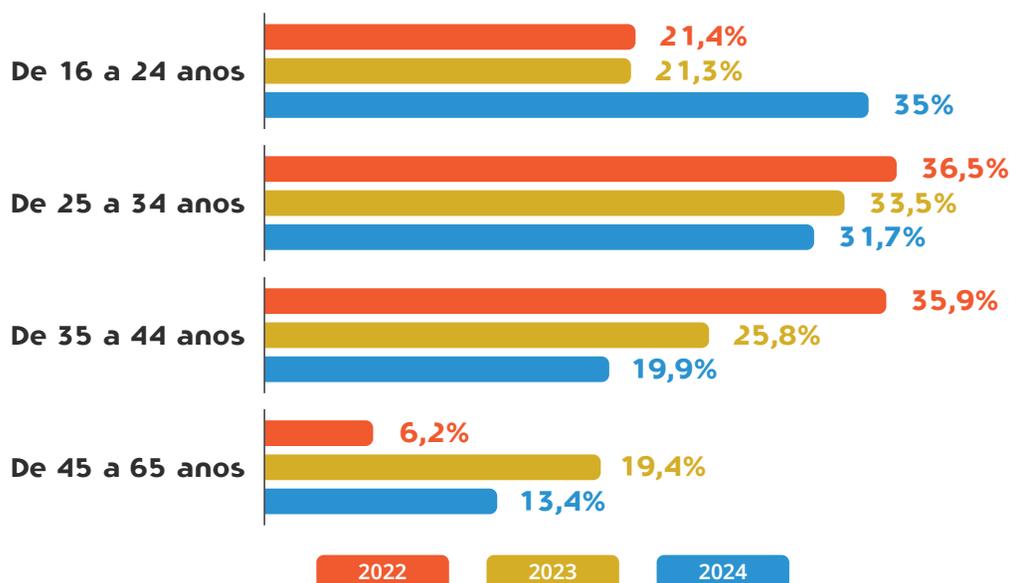
A faixa etária de 25 a 34 anos, que anteriormente era a maioria em 2022 com 36,5% e em 2023 com 33,5%, caiu para 31,7% em 2024. Embora ainda significativa, essa queda sugere uma leve diminuição no interesse ou disponibilidade dessa faixa etária para participar do evento.

A participação dos indivíduos de 35 a 44 anos apresentou uma queda contínua, passando de 35,9% em 2022 para 25,8% em 2023 e 19,9% em 2024. Essa tendência decrescente pode indicar que essa faixa etária está menos presente no evento, talvez devido a mudanças nas preferências ou outras obrigações.

Por fim, a faixa etária de 45 a 65 anos, que teve um aumento considerável em 2023, chegando a 19,4%, caiu para 13,4% em 2024. Apesar dessa redução, essa faixa etária ainda representa uma parcela significativa do público, especialmente considerando o aumento observado em 2023 em relação a 2022, quando era apenas 6,2%.

Esses dados destacam uma dinâmica interessante na composição etária do público do Mossoró Cidade Junina, com um aumento na participação jovem e uma diminuição nas faixas etárias mais velhas. Compreender essas mudanças é crucial para os organizadores do evento, permitindo-lhes adaptar suas estratégias de marketing e programação para atender melhor às preferências e expectativas dos diferentes grupos etários, garantindo assim um evento mais inclusivo e diversificado.

**Gráfico 2** Faixa etária:



A idade média dos participantes do Mossoró Cidade Junina foi de 31,6 anos, este ano, indicando um público ligeiramente mais jovem em comparação aos anos anteriores. Em 2023, a idade média era de 35,7 anos, e em 2022, 35,6 anos. Essa redução na idade média sugere que o evento está atraindo uma geração mais jovem, possivelmente devido à inclusão de atrações e atividades que ressoam mais com essa faixa etária.

**Tabela 1** Idade média anual:

2022	2023	2024
35,6	35,7	31,6

Analisando a idade média por tipo de público em 2024, os residentes têm uma idade média de 31,1 anos, enquanto os turistas/visitantes apresentam uma idade média ligeiramente superior, de 32,1 anos. Esses valores estão em consonância com a média geral de 31,6 anos, demonstrando que tanto os habitantes locais quanto os visitantes apresentam perfis etários semelhantes.

**Gráfico 3** Idade média por tipo de público:



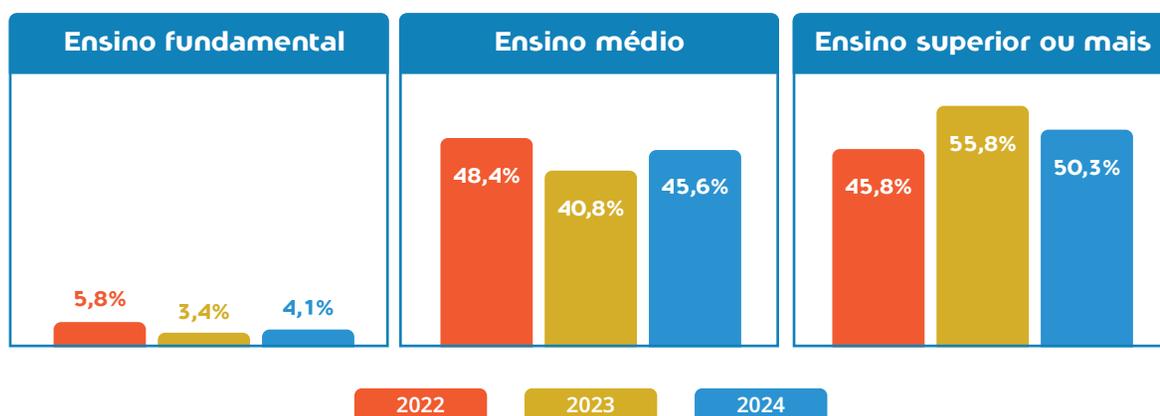
Neste ano, a escolaridade dos participantes do Mossoró Cidade Junina mostrou uma predominância de pessoas com ensino médio e superior. A maior parte dos participantes, 50,3%, têm ensino superior ou mais, enquanto 45,6%, possui ensino médio. Apenas 4,1% dos entrevistados possuem ensino fundamental.

Comparando com os anos anteriores, observa-se que em 2023, a participação de pessoas com ensino médio foi de 40,8, um pouco menor que em 2024. A porcentagem de participantes com ensino superior ou mais foi maior em 2023, com 55,8%, indicando uma leve diminuição em 2024. Em 2022, a participação de pessoas com ensino médio era de 48,4%, um pouco maior do que em 2024, enquanto aqueles com ensino superior ou mais representavam 45,8%, menor do que nos dois anos subsequentes.

A participação de pessoas com ensino fundamental foi a menor em todos os anos, com 5,8% em 2022, caindo para 3,4% em 2023 e subindo ligeiramente para 4,1% em 2024.

Deste modo, embora a maioria dos participantes continue a ter níveis educacionais médios e superiores, há uma leve flutuação ano a ano. O aumento na participação de pessoas com ensino médio em 2024, após uma queda em 2023, e a ligeira diminuição daqueles com ensino superior ou mais, sugerem mudanças nas dinâmicas de público, que podem ser úteis para os organizadores ajustarem suas estratégias de comunicação e programação, visando atrair e engajar de maneira mais eficaz diferentes grupos educacionais.

Gráfico 4 **Escolaridade:**



Sobre a renda dos participantes do Mossoró Cidade Junina, a pesquisa revelou uma distribuição variada, com destaque para aqueles que ganham de 2 a 5 salários-mínimos (SM), que representaram 50,4% do total. Enquanto 22,3% possuem uma renda de até 1 salário-mínimo, indicando que o evento atrai predominantemente uma classe média. Aqueles com rendas entre 6 e 10 salários-mínimos representaram 16,4% dos participantes, enquanto apenas 7,4% ganham mais de 10 salários-mínimos. O percentual de não respondentes (NR) foi de 3,4%.

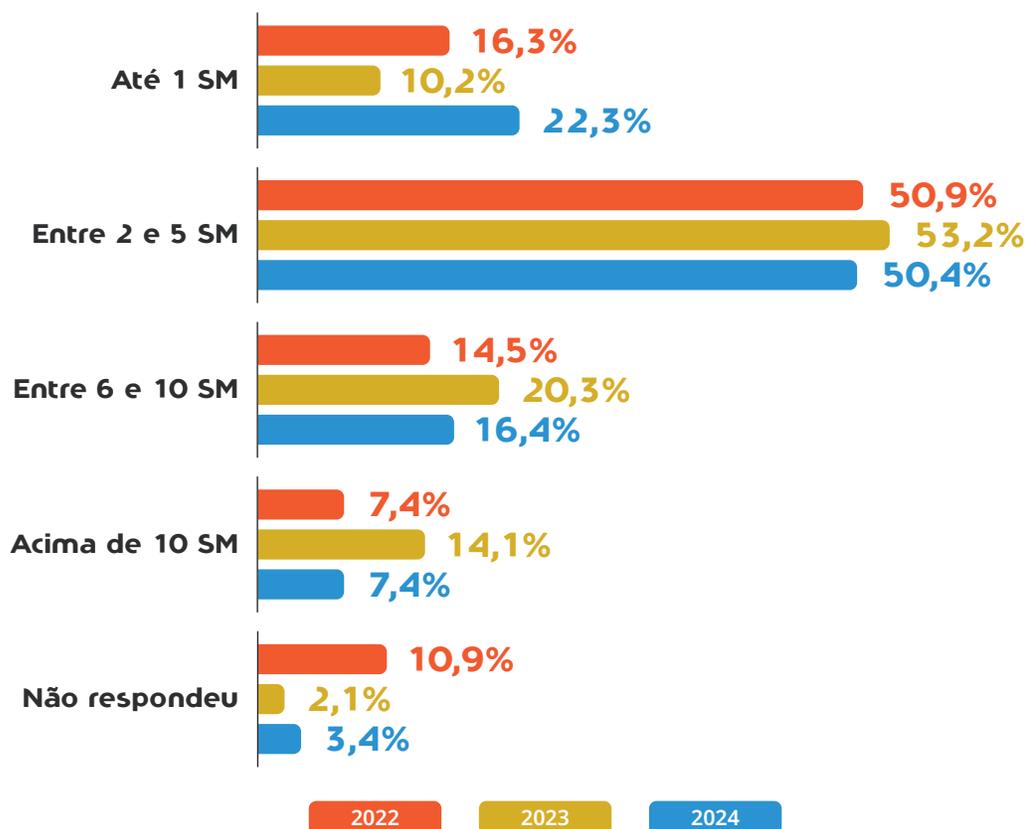
Comparando com os anos anteriores, observa-se que a participação de pessoas com renda até um salário-mínimo aumentou significativamente em 2024, passando de 10,2% em 2023 para 22,3%. Em 2022, essa faixa representava 16,3% dos participantes. A proporção de pessoas com renda entre

2 e 5 salários-mínimos permaneceu relativamente estável, com 50,9% em 2022, 53,2% em 2023, e 50,4% em 2024, consolidando-se como a maior faixa de renda entre os participantes.

A participação daqueles com renda entre 6 e 10 salários-mínimos, que foi de 14,5% em 2022 e subiu para 20,3% em 2023, diminuiu para 16,4% em 2024. Da mesma forma, a proporção de participantes com renda superior a 10 salários-mínimos, que teve um aumento significativo de 7,4% em 2022 para 14,1% em 2023, voltou a 7,4% em 2024. O percentual de não respondentes (NR) foi mais alto em 2022, com 10,9%, mas diminuiu para 2,1% em 2023 e 3,4% em 2024.

Assim, percebeu-se que, em 2024, houve uma maior participação de pessoas com rendas mais baixas (até um salário-mínimo) e uma estabilização na faixa de renda média (2 a 5 salários-mínimos). As flutuações nas faixas de renda mais alta (entre 6 e 10 SM e mais de 10 SM) indicam possíveis variações na composição socioeconômica dos participantes.

Gráfico 5 Renda mensal familiar:



Em 2024, a renda média familiar dos participantes do Mossoró Cidade Junina foi de 4 salários-mínimos, mostrando um pequeno aumento em relação a 2022, que teve uma renda média de 3,8 SM, mas uma queda em comparação a 2023, que apresentou uma renda média de 4,9 SM. Este declínio em 2024 pode indicar uma maior diversidade socioeconômica entre os participantes, atraindo tanto pessoas de rendas mais baixas quanto mais altas.

**Tabela 2** Renda mensal familiar, em salários-mínimos, anual dos participantes em geral:

2022	2023	2024
3,8	4,9	4

Analisando a renda média por tipo de público em 2024, os residentes possuem uma renda média de 3,6 SM, enquanto os turistas/visitantes têm uma renda média de 4,5 SM. Isso resulta em uma renda média geral de 4 SM. A diferença entre a renda dos residentes e dos turistas/visitantes é significativa, sugerindo que os turistas tendem a ter uma capacidade financeira um pouco maior, o que pode influenciar seus padrões de consumo e estadia durante o evento.

**Gráfico 6** Renda média mensal familiar, em salários-mínimos, por tipo de público:



Com relação à companhia durante os eventos, a maioria dos participantes do Mossoró Cidade Junina preferiu passar o evento com amigos, de amigos, com 49,1% dos entrevistados indicando essa opção. Esta categoria representou um aumento significativo em relação a 2023, quando 39,8% dos participantes estiveram com amigos. A presença de familiares caiu de 38,2% em 2023 para 34,6% em 2024, mostrando uma leve diminuição na participação de grupos familiares.

A participação de casais, incluindo cônjuges e namorados, manteve-se praticamente estável, com uma ligeira variação de 27,1% em 2023 para 27,3% em 2024. Já o número de pessoas que participaram do evento sozinhas diminuiu significativamente, de 8% em 2023 para 4,9% em 2024. Por fim, a categoria “Outros”, que inclui aqueles que passaram o evento com pessoas não especificadas nas outras categorias, também diminuiu, de 2,9% em 2023 para 1,6% em 2024.

Comparando os dados de 2024 com os de 2023, observa-se uma mudança notável no perfil de companhia dos participantes. O aumento da participação de amigos pode indicar uma tendência de socialização maior entre grupos de amigos no evento. A leve redução na participação familiar e a estabilidade entre casais sugerem que o evento continua a ser uma opção popular tanto para grupos familiares quanto para casais, mas com uma preferência crescente por encontros entre amigos.

A diminuição do número de participantes sozinhos e da categoria “Outros” pode indicar que o evento está se tornando mais voltado para grupos, sejam eles de amigos, familiares ou casais, reforçando o caráter social e coletivo do Mossoró Cidade Junina. Essas informações são valiosas para os organizadores, permitindo-lhes adaptar e melhorar a experiência do evento para atender melhor às preferências dos diferentes tipos de público.

Gráfico 7

**Com quem passou o Mossoró Cidade Junina?**

Múltiplas respostas



## Origem

O Mossoró Cidade Junina contou com uma distribuição equilibrada entre residentes e visitantes/turistas, com 50,7% do público composto por moradores locais e 49,3% por pessoas de fora. Esse equilíbrio demonstra a capacidade do evento de atrair tanto a comunidade local quanto visitantes de outras regiões, refletindo seu crescente apelo e popularidade.

Comparando com 2023, a distribuição de público permaneceu praticamente constante, com 50,8% de residentes e 49,2% de visitantes/turistas. Essa estabilidade indica que o evento continua a ser uma atração significativa tanto para os habitantes de Mossoró quanto para turistas. Em 2022, a proporção era um pouco diferente, com 46% de residentes e 54% de visitantes/turistas, mas a mudança ao longo dos anos mostra uma tendência positiva de engajamento local crescente.

Os resultados positivos indicam que o Mossoró Cidade Junina está conseguindo manter um forte envolvimento da comunidade local enquanto continua a atrair um número substancial de turistas. Isso reforça a importância do evento na promoção cultural e no fortalecimento da economia local, sendo um fator de orgulho para os moradores e um grande atrativo para visitantes.

Gráfico 8 Tipo de público:



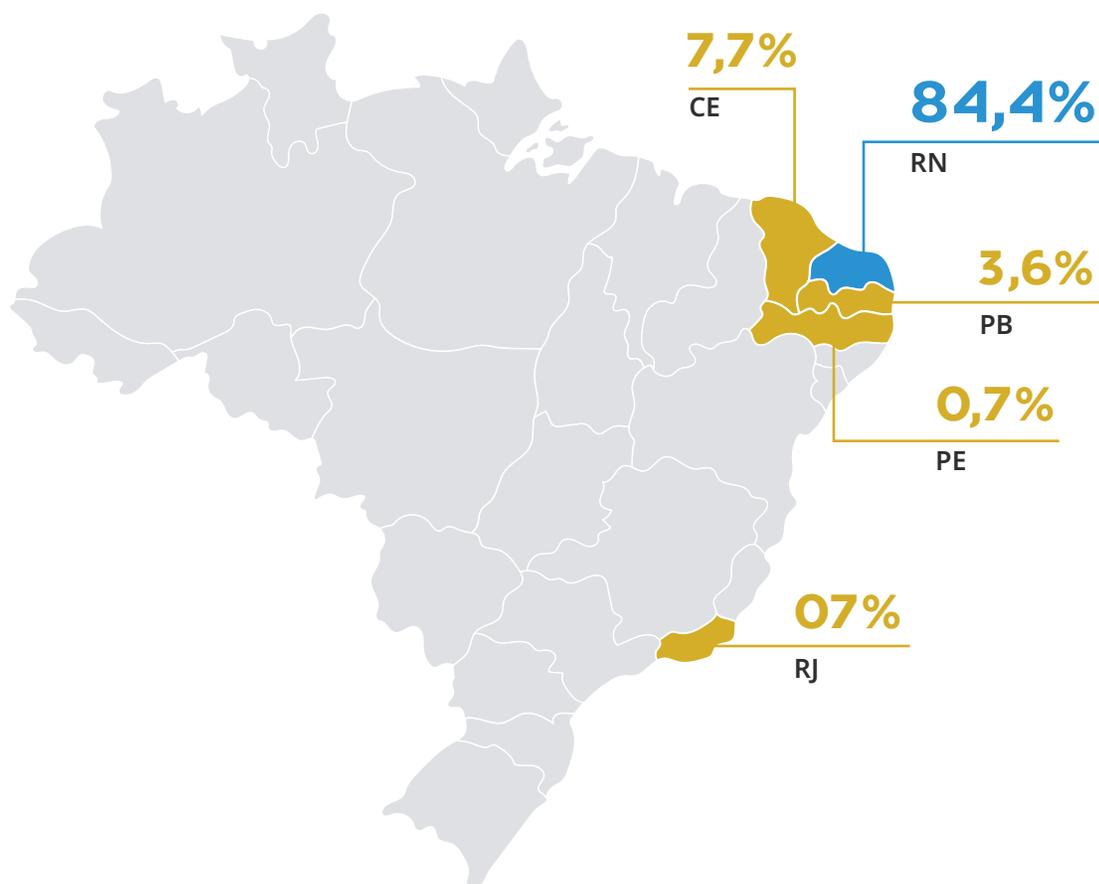
A maioria dos participantes do Mossoró Cidade Junina residia no Rio Grande do Norte, representando 84,4% do total. Isso mostra um aumento significativo em relação aos anos anteriores, quando a participação de residentes do RN foi de 68% em 2022 e 74,1% em 2023. O aumento contínuo indica um fortalecimento do evento entre a população local, tornando-se cada vez mais uma celebração regional.

Apesar da redução em relação ao ano anterior, o Ceará continua sendo o segundo estado mais representado com 7,7% do total, em comparação com 19,4% em 2022 e 19,7% em 2023.

Paraíba manteve uma participação relativamente estável, com 3,6% em 2024, ligeiramente acima de 1,9% em 2023, mas abaixo dos 4,1% de 2022. Pernambuco apresentou uma tendência decrescente, com 0,7% em 2024, caindo de 5,4% em 2022 e 0,9% em 2023.

Outros estados, como Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Rio Grande do Sul, e Sergipe, tiveram uma participação menor e relativamente estável. O evento também registrou uma pequena presença de estrangeiros, aumentando de 0,5% em 2023 para 0,6% em 2024, o que sugere um interesse crescente internacional, mesmo que ainda em pequena escala.

Os dados mostram uma crescente preferência pelo evento entre os residentes do Rio Grande do Norte, enquanto a participação de outros estados variou pouco no geral, especialmente para estados vizinhos como o Ceará. A crescente localidade do público pode ser vista como positiva, reforçando o evento como uma importante celebração cultural regional.

**Gráfico 9 Principais estados de residência:****Tabela 3 Estado de residência do público:**

Estados	2022	2023	2024
Rio Grande do Norte (RN)	68%	74,1%	84,4%
Ceará (CE)	19,4%	19,7%	7,7%
Paraíba (PB)	4,1%	1,9%	3,6%
Pernambuco (PE)	5,4%	0,9%	0,7%
Rio de Janeiro (RJ)	0,6%	0,6%	0,7%
Estrangeiro	0%	0,5%	0,6%
São Paulo (SP)	1,4%	0,9%	0,6%
Bahia (BA)	0,1%	1,1%	0,6%
Rio Grande do Sul (RS)	0,1%	0%	0,4%
Sergipe (SE)	0,1%	0,2%	0,1%
Pará (PA)	0,1%	0,2%	0,1%
Tocantins (TO)	0%	0%	0,1%
Amapá (AP)	0%	0%	0,1%
Goiás (GO)	0,6%	0%	0,1%

Em 2024, os dados revelam que a cidade de Mossoró continua a ser a principal fonte de participantes do evento, representando 50,7% do total, uma leve redução em comparação com 50,8% em 2023. Natal também mostra uma leve alta na participação, subindo de 12,4% em 2023 para 12,6% em 2024. Isso reflete uma forte presença local e regional, reforçando a importância do evento para essas cidades.

Comparando com 2023, observa-se que a participação de Fortaleza caiu de 16,7% para 3% em 2024. No entanto, outras cidades como Areia Branca e Apodi apresentaram um aumento significativo na participação, subindo de 0,9% e 0,3% para 2%, respectivamente. Assú também teve um aumento considerável, passando de 0,2% em 2023 para 2,9% em 2024. Esses aumentos destacam um maior envolvimento de cidades próximas a Mossoró, fortalecendo o caráter regional do evento.

Além disso, cidades como Pau dos Ferros e Limoeiro do Norte, que tinham 0,5% e 0% de participação em 2023, subiram para 1% em 2024, mostrando uma expansão da base de participantes para além dos centros urbanos tradicionais. Esse crescimento regional é um sinal positivo de que o evento está atraindo um público mais amplo.

Em suma, os dados de 2024 indicam um quadro positivo, a participação continua a ser majoritariamente local e regional, com um aumento notável na participação de cidades do interior, o que indica um fortalecimento do envolvimento comunitário e a relevância do evento na região.

**Tabela 4** Cidades dos participantes:

Cidades	2022	2023	2024
Mossoró	46%	50,8%	50,7%
Natal	11,1%	12,4%	12,6%
Fortaleza	6,7%	16,7%	3,0%
Assú	0,1%	0,2%	2,9%
Apodi	1%	0,3%	2%
Areia Branca	0,6%	0,9%	2%
Campina Grande	1,4%	0,2%	1,1%
Limoeiro do norte	1,7%	0%	1%
Pau dos ferros	0,7%	0,5%	1%
Felipe Guerra	0,1%	0%	0,9%
Icapuí	0,1%	0,2%	0,9%
Rio de Janeiro	0,4%	0,5%	0,7%
Baraúna	0,6%	1,4%	0,6%

Caicó	0%	0,2%	0,6%
Ceará Mirim	0,4%	0,6%	0,6%
João Pessoa	0,6%	0,9%	0,6%
Tenente Ananias	0%	0%	0,6%
Tibau	1,3%	0,2%	0,6%
Umarizal	0,3%	0,6%	0,6%
Aracati	0,3%	0,6%	0,4%
Brejo dos Santos	0,1%	0%	0,4%
Catolé do Rocha	0,1%	0%	0,4%
Dix Sept-Rosado	0,6%	0,2%	0,4%
Parnamirim	0,3%	0,8%	0,4%
Quixeré	1%	0%	0,4%
Rafael Fernandes	0%	0%	0,4%
Recife	4,7%	0,5%	0,4%
Russas	1,6%	0,3%	0,4%
Sousa	0,7%	0%	0,4%
Almino Afonso	0,1%	0,2%	0,3%
Alto Santo	0%	0%	0,3%
Campo Grande	0%	0%	0,3%
Frutuoso Gomes	0%	0%	0,3%
Grossos	0,3%	0%	0,3%
Guamaré	0%	0,2%	0,3%
Ipanguaçu	0%	0,2%	0,3%
Jaguaruana	0,1%	0,5%	0,3%
João Câmara	0,4%	0%	0,3%
Jucurutu	0%	0%	0,3%
Macaíba	0%	0,2%	0,3%
Patú	0,3%	0%	0,3%
Paulista	0%	0%	0,3%
Pendências	0%	0%	0,3%
Porto Alegre	0%	0%	0,3%
São Gonçalo do Amarante	0,7%	0,2%	0,3%
Severiano Melo	0%	0%	0,3%
Tibau do Sul	0%	0%	0,3%
Acari	0%	0,2%	0,1%
Alto do Rodrigues	0,3%	0%	0,1%
Alvorada	0%	0%	0,1%
Anápolis	0%	0%	0,1%
Angicos	0%	0%	0,1%
Aracaju	0%	0,2%	0,1%
Belém	0,1%	0%	0,1%
Bodó	0%	0%	0,1%
Brasília	0,1%	0,3%	0,1%
Canindé	0%	0%	0,1%
Caraúbas	0,1%	0%	0,1%
Carnaúba Dos Dantas	0%	0%	0,1%
Carnaubais	0%	0%	0,1%
Catú	0%	0%	0,1%
Caucaia	0%	0,3%	0,1%
Ereré	0,1%	0%	0,1%
Estrangeiro	0%	0%	0,1%

Florânia	0,1%	0%	0,1%
Flórida	0%	0%	0,1%
Goiânia	0,6%	0%	0,1%
Ibiara	0%	0%	0,1%
Ilhéus	0%	0%	0,1%
Itajá	0,1%	0%	0,1%
Itapipoca	0,1%	0%	0,1%
Jacaraú	0%	0%	0,1%
Jacobina	0%	0%	0,1%
Jandaira	0%	0%	0,1%
Jardim do Seridó	0%	0,2%	0,1%
João Dias	0%	0%	0,1%
Luxemburgo	0%	0%	0,1%
Macapá	0%	0%	0,1%
Macau	0,1%	0,2%	0,1%
Martins	0%	0,2%	0,1%
Mateiros	0%	0%	0,1%
Maxaranguape	0%	0%	0,1%
Messias Targino	0%	0%	0,1%
Morada Nova	0%	0,2%	0,1%
Nova Cruz	0%	0,2%	0,1%
Parelhas	0%	0%	0,1%
Patos	0%	0%	0,1%
Quixadá	0%	0%	0,1%
Rafael Godeiro	0%	0%	0,1%
Riachuelo	0%	0,2%	0,1%
Salvador	0,1%	0,6%	0,1%
Santana dos Matos	0%	0%	0,1%
Santiago	0%	0%	0,1%
Santos	0%	0%	0,1%
São João do Rio do Peixe	0%	0%	0,1%
São Paulo	0,6%	0,2%	0,1%
São Paulo do Potengi	0%	0%	0,1%
Serra do Mel	0,1%	0,2%	0,1%
Solonópole	0,1%	0%	0,1%
Tabuleiro Grande	0%	0%	0,1%
Tacaratu	0%	0%	0,1%
Tenente Laurentino	0%	0%	0,1%
Carnaúba Dos Dantas	0%	0%	0,1%
Carnaubais	0%	0%	0,1%
Acarati	0,1%	0%	0%
Alexandria	0,1%	0%	0%
Beberibe	0,4%	0%	0%
Belém do Brejo do Cruz	0%	0,2%	0%
Belo Horizonte	0%	0,2%	0%
Birigui	0,3%	0%	0%
Blumenau	0,4%	0%	0%
Bragança	0%	0,2%	0%
Cabo de Santo Agostinho	0,3%	0%	0%
Cafelândia	0,1%	0%	0%
Caiçara do Norte	0%	0,2%	0%

Cajazeiras	0,1%	0%	0%
Camaragibe	0,1%	0%	0%
Campinas	0,1%	0,2%	0%
Carmópolis	0,1%	0%	0%
Cumirim	0,3%	0%	0%
Curitiba	0%	0,3%	0%
Currais Novos	0,1%	0%	0%
Fernandópolis	0,1%	0%	0%
Fortim	0%	0,2%	0%
Icó	1,1%	0%	0%
Igarassu	0,1%	0%	0%
Iguatu	0,1%	0%	0%
Iracema	0,3%	0%	0%
Itapecuru	0,1%	0%	0%
Itaú	0,3%	0,3%	0%
Jaboatão dos Guararapes	0,6%	0,2%	0%
Jaguaretama	1,1%	0%	0%
Jericó	0%	0,3%	0%
Joinville	0%	0,2%	0%
José da Penha	0%	0,2%	0%
Juazeiro do Norte	0,1%	0%	0%
Jundiá	0%	0,2%	0%
Lauro de Freitas	0%	0,2%	0%
Limoeiro	0%	0,2%	0%
Maceió	0,9%	0%	0%
Major Sales	0,1%	0%	0%
Manaus	0%	0,2%	0%
Maracanaú	0,4%	0%	0%
Maranguape	0,1%	0,2%	0%
Mataraca	0%	0,2%	0%
Milagres	0,1%	0%	0%
Morrinhos	0,1%	0%	0%
Olho D'água dos Borges	0,1%	0%	0%
Olinda	0%	0,2%	0%
Outras	0,3%	0%	0%
Paraú	0%	0,2%	0%
Parnaíba	0,1%	0%	0%
Pedro Velho	0,1%	0%	0%
Petrolina	0%	0,2%	0%
Picos	0%	0,2%	0%
Pindoretama	0,1%	0%	0%
Pombal	0,1%	0%	0%
Porto	0%	0,2%	0%
Porto do Mangue	0%	0,2%	0%
Resende	0,1%	0%	0%
Ribeirão Preto	0%	0,2%	0%
Santa Cruz	0,1%	0,2%	0%
Santa Cruz Dell Sierra	0%	0,2%	0%
São Bento	0,1%	0%	0%
São Bernardo	0,1%	0%	0%
São Francisco do Sul	0%	0,2%	0%

São José do Rio Preto	0,1%	0%	0%
São Luís	0,1%	0,2%	0%
São Mateus	0%	0,2%	0%
São Miguel do Gostoso	0%	0,2%	0%
São Sebastião do Paraíso	0%	0,2%	0%
Sobral	0,1%	0,3%	0%
Sorocaba	0%	0,3%	0%
Tabuleiro do Norte	0,1%	0,2%	0%
Tarragona	0%	0,2%	0%
Triunfo Potiguar	0%	0,2%	0%
Uberlândia	0%	0,2%	0%
Umirim	1,3%	0%	0%
Upanema	0,3%	0,2%	0%
Várzea	0%	0,2%	0%
Vila Velha	0,1%	0%	0%
Vilhena	0%	0,2%	0%
Vitória da Conquista	0%	0,3%	0%
Volta Redonda	0%	0,2%	0%
Volta Redonda	0%	0,2%	0%
Lauro de Freitas	0%	0,2%	0%
Acarati	0,1%	0%	0%
Limoeiro	0%	0,2%	0%

## Frequência

Neste ano, a participação no Mossoró Cidade Junina apresentou uma variação interessante no perfil dos frequentadores em relação ao número de vezes que participaram do evento. A porcentagem de pessoas que participaram pela primeira vez diminuiu para 26,6%, indicando um ligeiro declínio em comparação aos anos anteriores. A proporção de participantes que estiveram no evento duas vezes aumentou para 17%, mostrando um crescimento significativo. A participação de pessoas que estiveram no evento três vezes subiu para 11,9%, e a de quatro vezes aumentou para 7,4%. Por outro lado, a participação de pessoas que frequentaram o evento cinco vezes caiu para 3,7%. Finalmente, a maior categoria, daqueles que já participaram seis ou mais vezes, diminuiu para 33,4%.

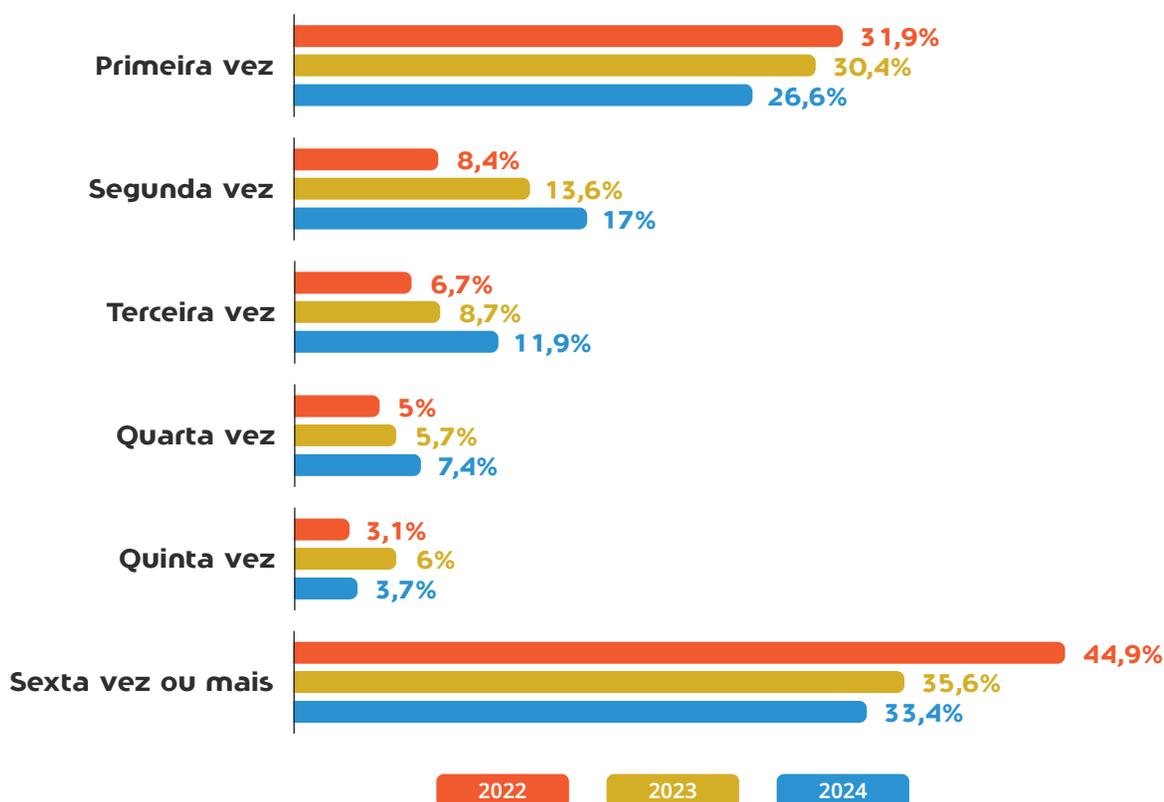
Comparando os dados de 2024 com os anos anteriores, observa-se que, em 2023, 30,4% dos participantes estavam no evento pela primeira vez, uma ligeira diminuição em comparação com 2022, que tinha 31,9%. Em 2024, essa porcentagem caiu ainda mais para 26,6%, indicando que o evento está atraindo um público mais recorrente.

A participação de pessoas que estiveram no evento duas vezes aumentou de 8,4% em 2022 para 13,6% em 2023 e chegou a 17% em 2024, mostrando um crescimento contínuo. Para aqueles que participaram três vezes, a porcentagem também aumentou de 6,7% em 2022 para 8,7% em 2023 e 11,9% em 2024. A participação de pessoas que estiveram no evento quatro vezes subiu de 5% em 2022 para 5,7% em 2023 e 7,4% em 2024.

A categoria de participantes que estiveram no evento cinco vezes mostrou uma variação diferente, com um aumento de 3,1% em 2022 para 6% em 2023, mas caindo para 3,7% em 2024. Por fim, a participação de frequentadores que já estiveram no evento seis ou mais vezes diminuiu de 44,9% em 2022 para 35,6% em 2023 e 33,4% em 2024.

Os resultados revelam uma tendência de aumento na fidelização dos participantes do Mossoró Cidade Junina, com mais pessoas voltando ao evento após suas primeiras experiências. Embora a proporção de novos participantes tenha diminuído, o crescimento nas categorias de duas, três e quatro vezes sugere que o evento está conseguindo manter e atrair novamente seu público.

Gráfico 10 Quantas vezes já participou do Mossoró Cidade Junina?



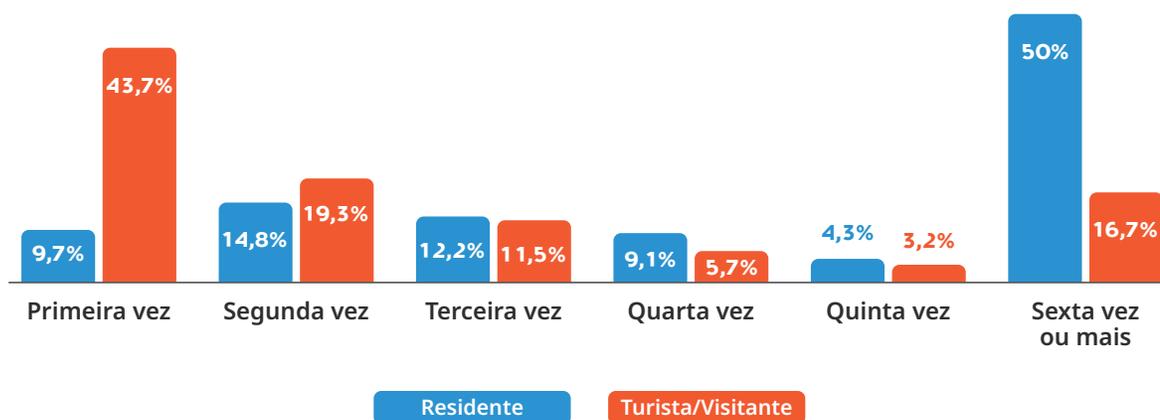
Os dados sobre a participação no evento Mossoró Cidade Junina revelam diferenças significativas entre residentes e turistas/visitantes. Entre os residentes, a maioria já participou do evento várias vezes: 50% relataram ter participado seis ou mais vezes, indicando uma forte tradição local. Apenas 9,7% dos residentes estavam participando pela primeira vez.

Por outro lado, os turistas e visitantes mostram uma tendência oposta, com 43,7% participando pela primeira vez. Um número menor de turistas/visitantes tem um histórico extenso de participação, com apenas 16,7% relatando ter participado seis ou mais vezes.

A participação intermediária também varia entre os dois grupos. Para residentes, 14,8% participaram duas vezes, 12,2% três vezes, 9,1% quatro vezes, e 4,3% cinco vezes. Entre turistas/visitantes, 19,3% participaram duas vezes, 11,5% três vezes, 5,7% quatro vezes, e 3,2% cinco vezes.

Essas informações indicam que enquanto o evento tem uma base sólida de frequentadores assíduos entre os residentes, ele também continua a atrair um grande número de novos visitantes a cada ano, demonstrando sua crescente popularidade e alcance.

**Gráfico 10** Número de vezes que participou, entre residentes e entre visitantes e turistas:



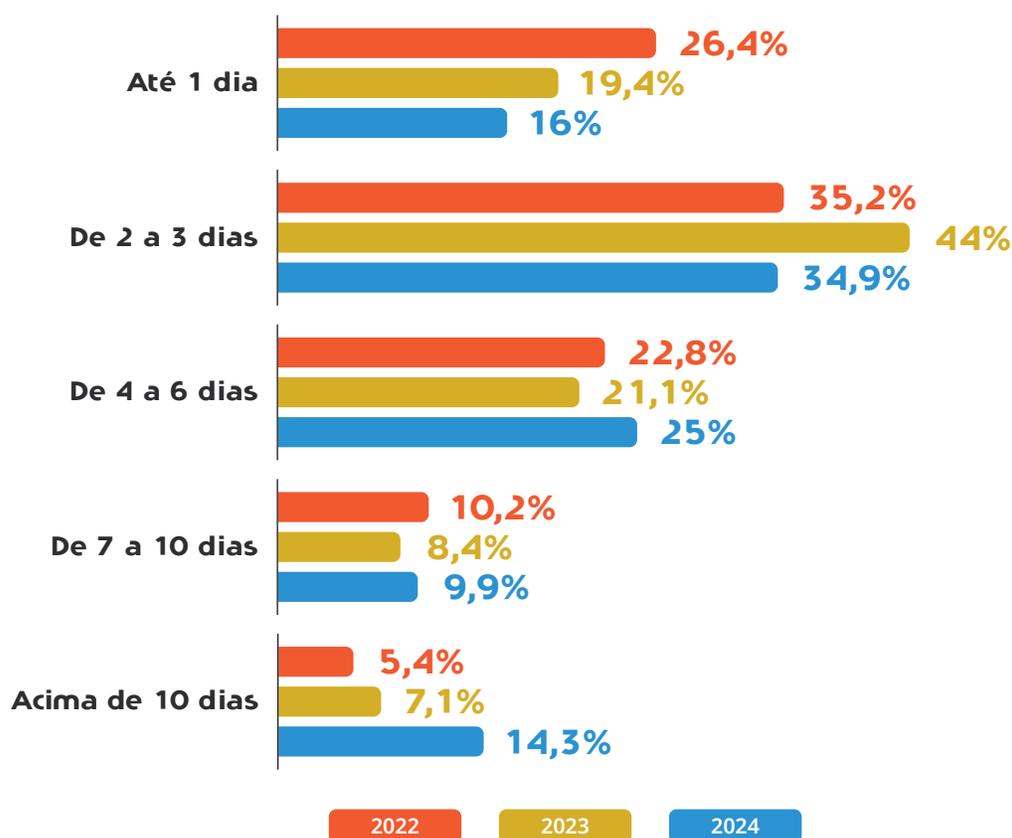
A participação no Mossoró Cidade Junina mostrou um padrão de maior envolvimento ao longo dos dias do evento. Houve uma redução na participação de um único dia, com apenas 16% dos participantes presentes por até um dia, em comparação com 19,4% em 2023 e 26,4% em 2022. Este ano, um número

significativo de pessoas se envolveu por mais de 10 dias, com 14,3% dos participantes, o que representa um aumento substancial em relação aos 7,1% de 2023 e 5,4% de 2022.

Quando comparamos com os anos anteriores, vemos que a participação de 2 a 3 dias caiu para 34,9% em 2024, em contraste com 44% em 2023, mas ainda é próxima dos 35,2% em 2022. Por outro lado, houve um aumento na participação de 4 a 6 dias, subindo para 25% em 2024, frente a 21,1% em 2023 e 22,8% em 2022, indicando um interesse mais prolongado pelo evento.

A participação de 7 a 10 dias mostrou uma leve recuperação em 2024, com 9,9%, após uma queda para 8,4% em 2023, mas ainda abaixo dos 10,2% registrados em 2022. No geral, a tendência em 2024 reflete um maior engajamento e uma permanência mais longa dos participantes no Mossoró Cidade Junina, apontando para um evento que continua a atrair e reter seu público de forma crescente e diversificada.

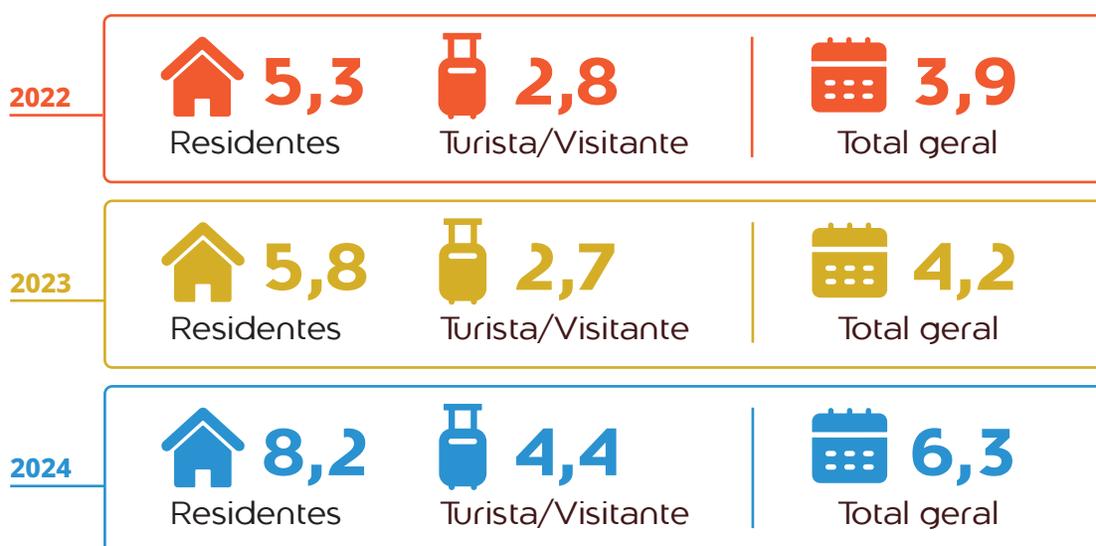
**Gráfico 11** Quantos dias participou do Mossoró Cidade Junina deste ano?



A média geral de dias que os participantes estiveram presentes no Mossoró Cidade Junina foi de 6,3 dias, mostrando um aumento significativo em comparação com os anos anteriores. Em 2023, a média geral foi de 4,2 dias, e em 2022, foi de 3,9 dias. Esse aumento indica um maior engajamento dos participantes com o evento em 2024.

Analisando por tipo de público, os residentes participaram em média de 8,2 dias em 2024, um crescimento considerável em relação aos 5,8 dias de 2023 e os 5,3 dias de 2022. Já os visitantes e turistas tiveram uma média de 4,4 dias de participação em 2024, também superior aos 2,7 dias registrados em 2023 e aos 2,8 dias em 2022. Essa elevação na média de dias de participação tanto para residentes quanto para visitantes e turistas sugere uma maior atratividade e adesão ao evento em 2024.

**Gráfico 12** Média de dias que participou dos eventos por tipo de público:



## Motivação

A principal razão para os participantes escolherem o Mossoró Cidade Junina foi as festas gratuitas e as atrações musicais, com 34,6% dos entrevistados destacando esse motivo. Em seguida, 17,9% mencionaram que já conheciam o evento ou participaram devido à tradição. Amigos e familiares foram o motivo para 12,4% dos participantes, enquanto a propaganda e a programação atraíram 11,3%. O lazer, alegria e animação foram citados por 10,1%

dos participantes, e a organização e estrutura do evento foram importantes para 6,3%. A decoração da cidade atraiu 2,6%, e a influência da internet e redes sociais foi mencionada por 1,6%. Participar devido ao trabalho representou 1,3%, e tanto o preço/gasto quanto a segurança foram mencionados por 0,7% dos entrevistados. Apenas 0,5% citaram outros motivos.

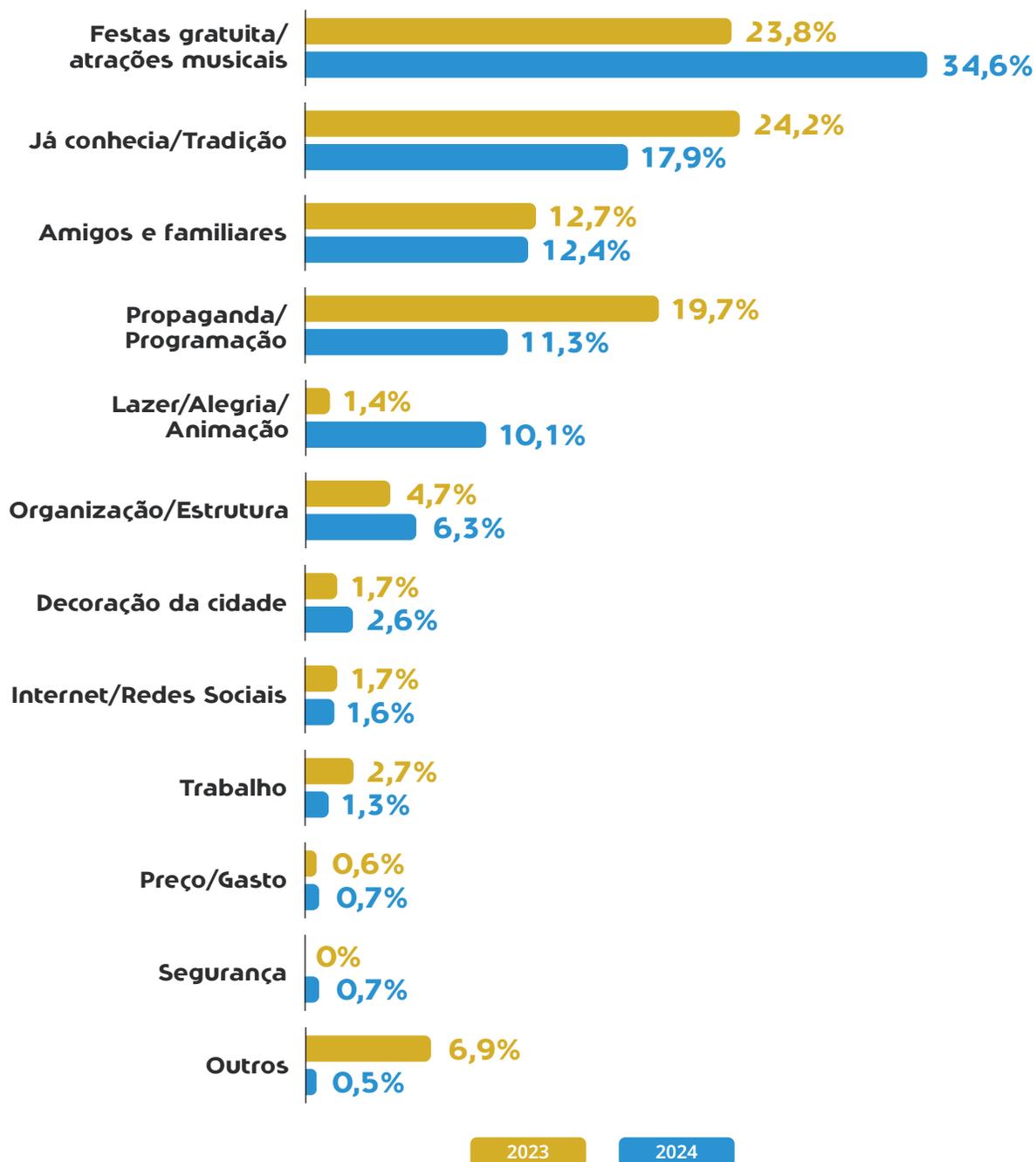
Comparando com 2023, nota-se que o aumento significativo na escolha devido às festas gratuitas e atrações musicais, que passou de 23,8% para 34,6% em 2024. Este crescimento destaca a crescente importância das atrações musicais e a gratuidade das festas como fatores decisivos para a participação no evento. Em contraste, a proporção de participantes que escolheram o evento por já conhecerem ou pela tradição diminuiu de 24,2% em 2023 para 17,9% em 2024, indicando uma leve queda na influência da tradição.

Os amigos e familiares como motivo para participar se mantiveram praticamente estáveis, com uma pequena variação de 12,7% em 2023 para 12,4% em 2024. A propaganda e a programação tiveram uma queda significativa, de 19,7% em 2023 para 11,3% em 2024, mostrando uma redução na influência desses fatores na decisão dos participantes. Por outro lado, o lazer, alegria e animação, que eram mencionados por apenas 1,4% dos participantes em 2023, aumentaram para 10,1% em 2024, indicando uma crescente valorização desses aspectos. A importância da organização e estrutura do evento aumentou ligeiramente de 4,7% em 2023 para 6,3% em 2024. A decoração da cidade também teve um leve aumento na sua influência, de 1,7% para 2,6%.

Esses dados mostram uma semelhança na estabilidade de alguns motivos, como a influência de amigos e familiares, enquanto outros motivos, como as festas gratuitas e atrações musicais, aumentaram em importância. A queda na influência da propaganda e programação, e a valorização crescente do lazer e animação, refletem mudanças nas motivações dos participantes, importantes para direcionar futuras estratégias de marketing e planejamento do evento.

**Gráfico 13** Porque escolheu participar do Mossoró Cidade Junina?

Múltiplas respostas



Neste ano, a maioria dos participantes do Mossoró Cidade Junina tomou conhecimento da programação do evento principalmente através da internet e redes sociais, representando 60,8% dos entrevistados. Amigos e familiares foram mencionados por 15,5% dos participantes como fonte de informação, seguidos por aqueles que já conheciam o evento, com 11,9%. A televisão foi mencionada por 6,2% dos entrevistados, enquanto descobriram a programação no local 2,5% dos participantes. Rádio e outros meios contribuíram com 1,2% e 1%, respectivamente, enquanto o trabalho como fonte de informação foi mencionado por 1% dos participantes.

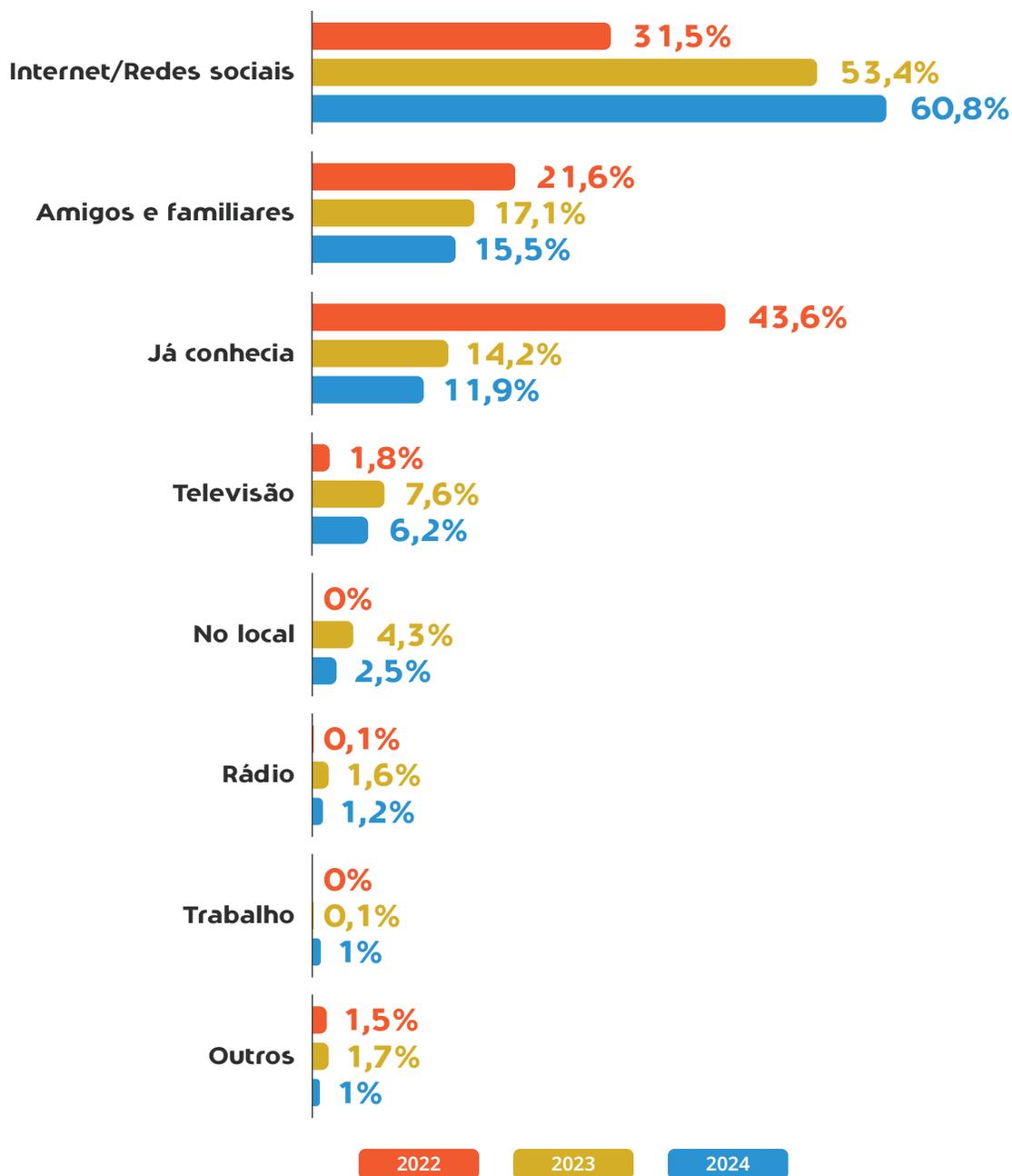
Comparando com 2023, houve um aumento significativo na influência da internet e redes sociais como fonte de informação sobre o evento, subindo de 53,4% para 60,8% em 2024. Amigos e familiares diminuíram ligeiramente sua influência, de 17,1% para 15,5%, enquanto a proporção daqueles que já conheciam o evento também diminuiu, de 14,2% para 11,9%. A televisão teve uma queda marginal, de 7,6% para 6,2%, e a descoberta da programação no local diminuiu de 4,3% para 2,5%.

Rádio e outros meios mantiveram uma influência estável, com variações menores de 1,6% para 1,2% e 1,7% para 1%, respectivamente. A influência do trabalho como fonte de informação aumentou ligeiramente, de 0,1% para 1%.

Observou-se uma continuidade na tendência de crescimento do uso de plataformas digitais para divulgação e acesso à informação sobre o Mossoró Cidade Junina, refletindo uma mudança significativa nos hábitos de consumo de mídia e informação entre os participantes. Esta informação é crucial para os organizadores do evento, pois destaca a importância de investir em estratégias de marketing digital e presença online para alcançar efetivamente seu público-alvo.

**Gráfico 14** Como tomou conhecimento da programação do Mossoró Cidade Junina deste ano?

Múltiplas respostas



## Atividades e locais visitados

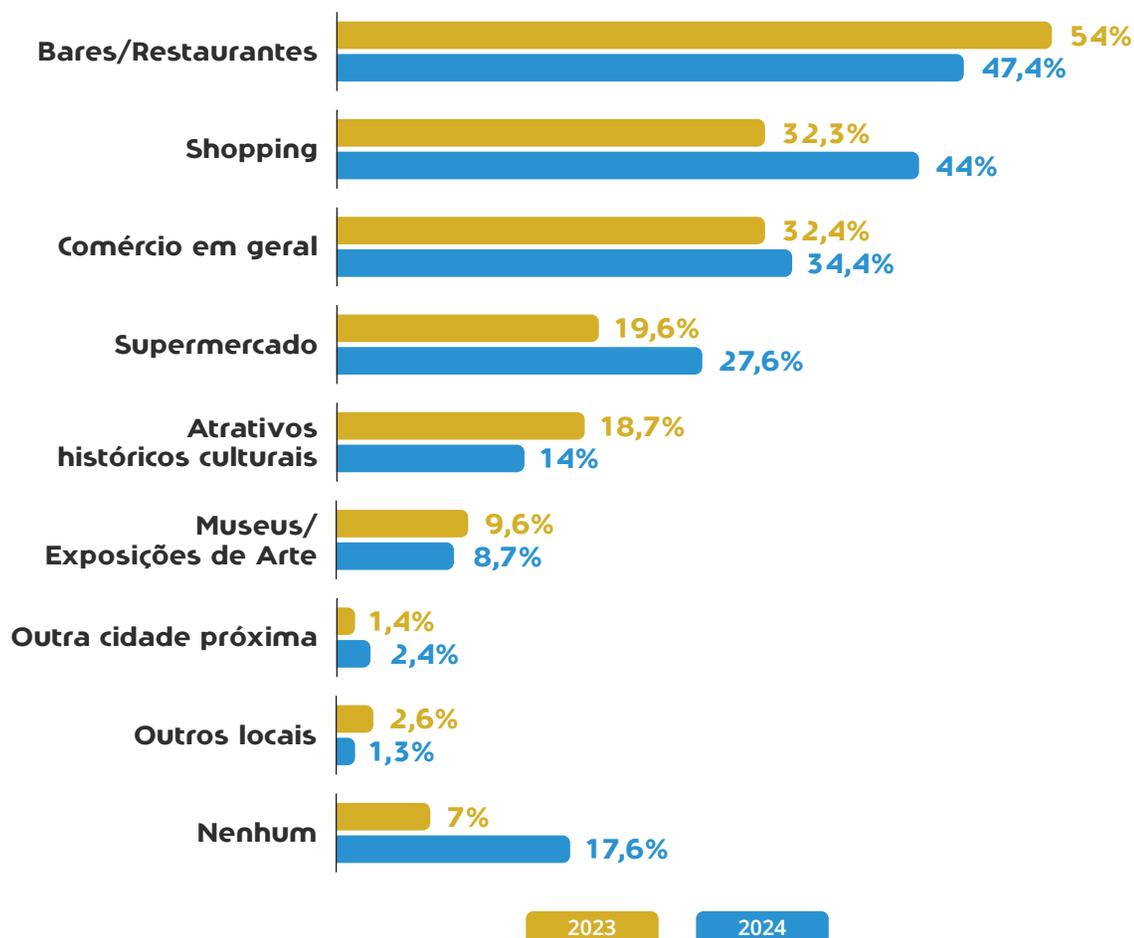
Os participantes do Mossoró Cidade Junina visitaram diversos locais durante os dias do evento, conforme registrado pela pesquisa da Fecomércio RN. Bares e restaurantes foram os estabelecimentos mais visitados, com 47,4% dos participantes indicando sua presença nesses estabelecimentos. Em seguida, os shopping centers foram mencionados por 44% dos participantes, seguidos pelo comércio em geral com 34,4%. Supermercados foram visitados por 27,6% dos participantes, atrativos históricos e culturais, por 14%, enquanto os museus foram visitados por 8,7%, e outros locais foram mencionados por 1,3% dos participantes. A opção de não visitar nenhum outro local durante o evento subiu para 17,6%. Museus ou exposições de arte receberam a visita de 8,7% dos participantes, e outros locais foram mencionados por 1,3% dos participantes.

Comparando com 2023, houve uma mudança notável nos locais visitados pelos participantes. Bares e restaurantes continuam sendo o principal destino, mas com uma ligeira redução de 54% em 2023 para 47,4% em 2024. Por outro lado, os shopping centers registraram um aumento significativo de 32,3% em 2023 para 44% em 2024, mostrando uma preferência crescente por esses locais durante o evento. O comércio em geral também teve um leve aumento, de 32,4% para 34,4%, enquanto supermercados tiveram um aumento mais expressivo, de 19,6% para 27,6%. A visita a atrativos históricos e culturais também teve uma redução, de 18,7% para 14%, enquanto museus ou exposições de arte mantiveram uma frequência estável em torno de 8,7%.

Essas variações nos locais visitados pelos participantes do Mossoró Cidade Junina fornecem resultados importantes sobre os hábitos de consumo e preferências durante o evento, informando decisões estratégicas para a promoção de atividades econômicas complementares e melhorias na experiência geral dos participantes.

**Gráfico 15** Quais dos atrativos o (a) Sr. (a) visitou durante os dias que participou do evento?

Múltiplas respostas



Os participantes do Mossoró Cidade Junina se envolveram em várias atividades durante o evento, de acordo com os dados da pesquisa da Fecomércio RN. A atividade mais frequente foi a Estação das Artes, com uma participação significativa de 86% dos entrevistados. A Boca da Noite também atraiu muitos participantes, com 51,1% marcando presença, seguida pela Cidadela, com 50,1%.

O Pingo da Mei Dia também teve uma participação expressiva, com 47,1% dos participantes presentes. O Chuva de Bala no País de Mossoró também é uma das atividades mais populares com 26,3%. A Arena das Quadrilhas Juninas teve 24,1% de participação.

O Polo Poeta Antônio Francisco/Memorial da Resistência foi visitado por 16,4% dos participantes, enquanto o Polo Arraiá do Povo/Parque de Exposições teve uma presença de 11,9%. O Circo do Forró atraiu 7,9% dos participantes, e a Igreja São João e cultura popular foi frequentada por 6,4% dos participantes. Outros locais tiveram uma participação menor, com 1% dos participantes mencionando outras atividades.

Comparando com 2023, observamos algumas variações nas atividades frequentadas. A Estação das Artes teve um aumento significativo de 73,1% para 86%, indicando um maior interesse nessa atividade cultural. A Boca da Noite também teve um aumento expressivo, subindo de 23,7% para 51,1%, refletindo uma maior participação nas atividades noturnas do evento.

Por outro lado, atividades como a Chuva de Bala no País de Mossoró e a Arena das Quadrilhas Juninas registraram reduções em suas participações, passando de 48,9% para 26,3% e de 29,5% para 24,1%, respectivamente. O Polo Arraiá do Povo/Parque de Exposições e o Circo do Forró também mostraram diminuições em suas frequências, enquanto outras atividades mantiveram uma participação relativamente estável.

**Tabela 4** Em quais atividades se fez presente no Mossoró Cidade Junina?

	2023	2024
Estação das Artes	73,1%	86%
Boca da Noite	23,7%	51,1%
Cidadela	54,7%	50,1%
Pingo da Mei dia	36,1%	47,1%
Chuva de Bala no País de Mossoró	48,9%	26,3%
Arena das Quadrilhas Juninas	29,5%	24,1%
Polo Poeta Antônio Francisco/Memorial da Resistência	13,6%	16,4%
Polo Arraiá do Povo/Parque de Exposições	15,4%	11,9%
Circo do Forró	11,9%	7,9%
Igreja São João e Cultura Popular	8,3%	6,4%
Outros	2,4%	1%

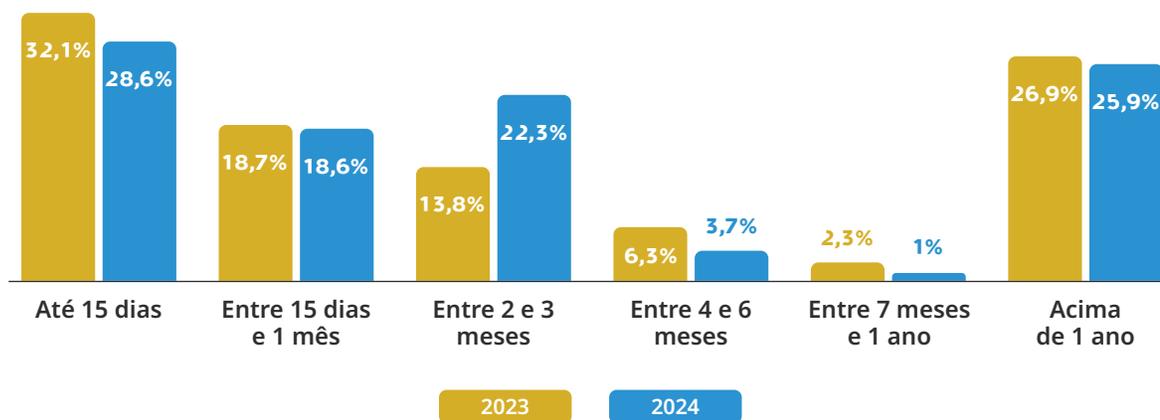
## Planejamento

A decisão de participar do Mossoró Cidade Junina foi predominantemente tomada com antecedência, conforme indicado pela pesquisa da Fecomércio RN. Cerca de 28,6% dos participantes decidiram vir para o evento até 15 dias antes. Outros 18,6% decidiram entre 15 dias e 1 mês antes, enquanto 22,3% planejaram sua participação entre 2 e 3 meses antes. A decisão antecipada com mais de 1 ano representou 25,9% dos participantes, indicando um planejamento considerável para o evento.

Comparativamente, em 2023, a distribuição das decisões foi ligeiramente diferente. A decisão até 15 dias antes foi um pouco maior, com 32,1%, enquanto a decisão entre 2 e 3 meses antes foi menor, com 13,8%. A decisão com mais de 1 ano também foi significativamente maior em 2023, com 26,9%.

As informações coletadas destacam a tendência dos participantes em planejar com antecedência sua participação no Mossoró Cidade Junina, o que pode influenciar estratégias de marketing e promoção para capturar e manter o interesse do público ao longo do tempo.

**Gráfico 16** Quando ocorreu a decisão de vir para o evento?



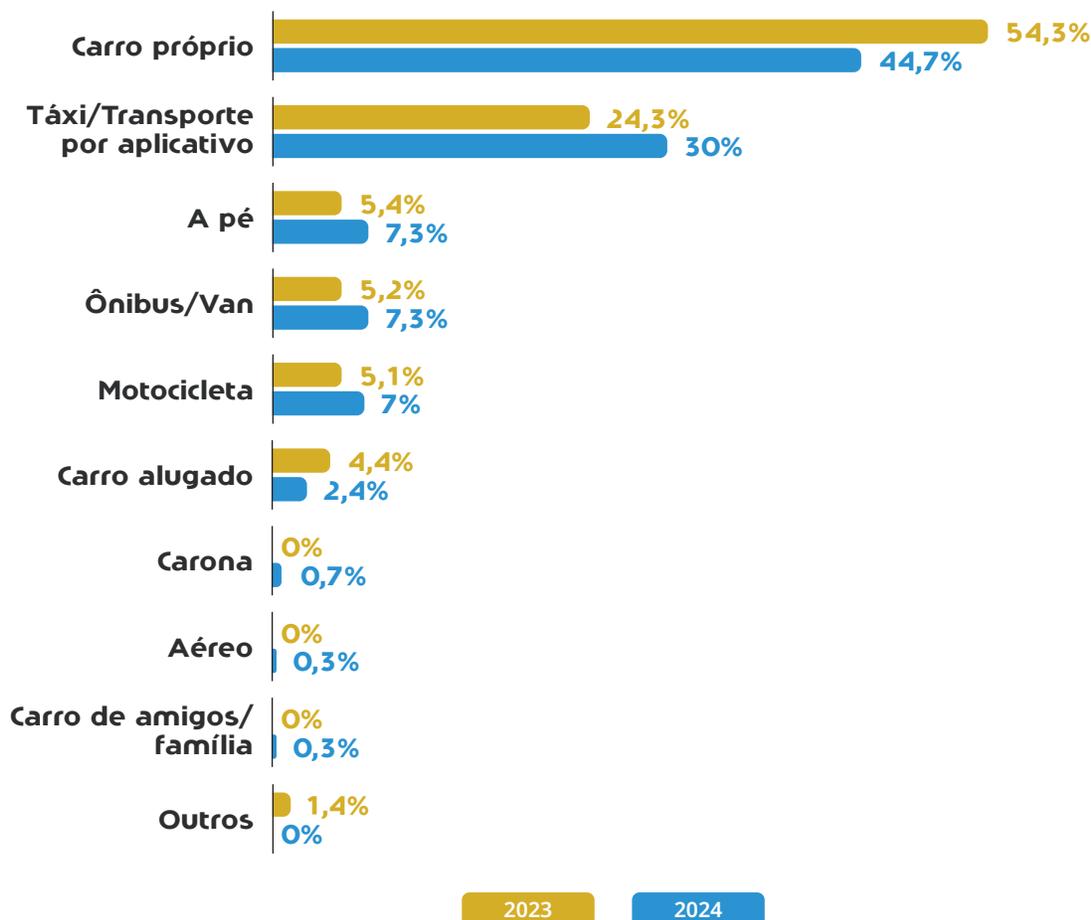
Os participantes do Mossoró Cidade Junina utilizaram diversos meios de transporte para chegar ao local do evento, de acordo com os dados da pesquisa da Fecomércio RN. O meio mais comum foi o carro próprio, utilizado por 44,7% dos participantes. Táxi ou transporte por aplicativo foi a segunda opção mais utilizada, com 30% dos participantes optando por esse meio.

A pé e ônibus/van foram escolhidos por 7,3% dos participantes cada, enquanto motocicletas foram utilizadas por 7%. Carros alugados representaram 2,4% das escolhas, e carona, transporte aéreo, e carro de amigos ou familiares foram menos utilizados, cada um com menos de 1% de participação.

Comparativamente, em 2023, o carro próprio também foi o meio de transporte mais utilizado, com 54,3%, enquanto táxi ou transporte por aplicativo foi escolhido por 24,3% dos participantes naquele ano. Houve um aumento na utilização de motocicletas e ônibus/van em 2024 em comparação a 2023, enquanto o uso de carros alugados diminuiu.

Notou-se uma diversidade de meios de transporte utilizados pelos participantes para chegar ao Mossoró Cidade Junina, refletindo diferentes preferências e acessibilidade de transporte, o que pode ser relevante para planejamento logístico e estratégias de infraestrutura para eventos futuros.

**Gráfico 17** Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?



Os visitantes e turistas que participaram do Mossoró Cidade Junina optaram por diversas formas de hospedagem durante sua estadia, conforme revelado pela pesquisa da Fecomércio RN. A maioria dos participantes (49,6%) escolheu hospedar-se em residências próprias ou de familiares, indicando uma preferência por acomodações que proporcionem maior conforto e familiaridade durante o evento.

Hotéis, pousadas e similares foram utilizados por 20,4% dos participantes em 2024, mostrando uma redução significativa em comparação aos 39,8% registrados em 2023. Casa de parentes ou amigos foi uma opção para 16,9% dos participantes, enquanto casas alugadas foram escolhidas por 6,4%. Uma parcela menor optou por bate e volta (não utilizando hospedagem local), representando 5,9% dos participantes.

Comparativamente, em 2023, a preferência por hotéis, pousadas e similares foi maior, com 39,8% dos participantes escolhendo essa forma de hospedagem, enquanto residências próprias ou de familiares correspondiam a 45,6%. A escolha por casa de parentes ou amigos também aumentou de 5,5% em 2023 para 16,9% em 2024.

Essas informações refletem as preferências variadas dos participantes quanto às opções de hospedagem durante o Mossoró Cidade Junina, destacando a importância de diferentes tipos de acomodação para atender às necessidades e expectativas dos visitantes durante o evento.

**Tabela 5 (Para visitantes e turistas) Onde se hospedou durante a sua estadia?**

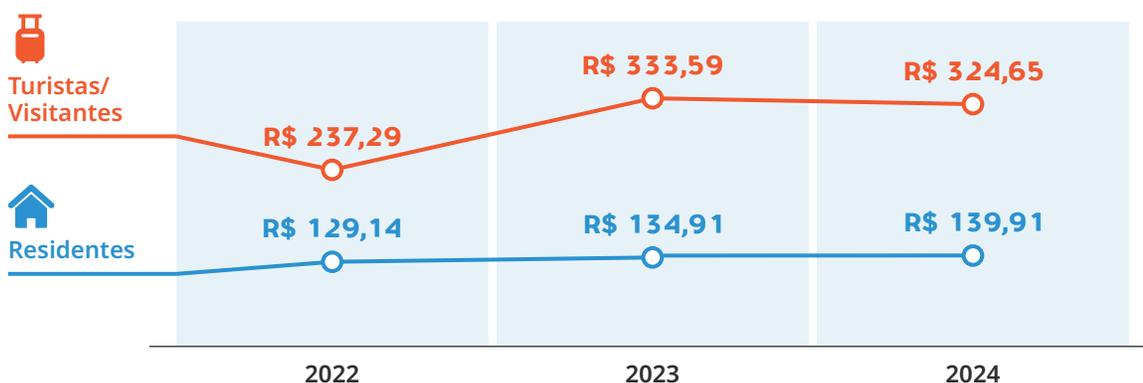
	2022	2023	2024
Residente/Casa própria	46,8%	45,6%	49,6%
Hotel/pousada e similares	24,3%	39,8%	20,4%
Casa de parentes/amigos	13,5%	5,5%	16,9%
Casa alugada	0%	3,1%	6,4%
Bate e volta (não usou)	14,5%	4,4%	5,9%
Segunda residência	0%	1,4%	0,7%
Outros	1%	0,3%	0,1%

## Gastos

Quanto ao gasto médio diário individual dos participantes do Mossoró Cidade Junina, a pesquisa mostra tendências interessantes. Os residentes apresentaram um gasto médio diário de R\$ 139,91, um leve aumento em relação aos R\$ 134,91 registrados em 2023. Essa elevação, embora modesta, demonstra um contínuo engajamento dos residentes, refletindo um interesse crescente e disposição para gastar mais a cada ano.

Os visitantes e turistas, por outro lado, apesar da diminuição no gasto médio diário individual, passando de R\$ 333,59 em 2023 para R\$ 324,65 em 2024, gastam em média por dia mais que o dobro dos residentes, sendo um valor significativamente superior ao gasto diário dos residentes, indicando que turistas continuam a investir consideravelmente durante sua participação no evento.

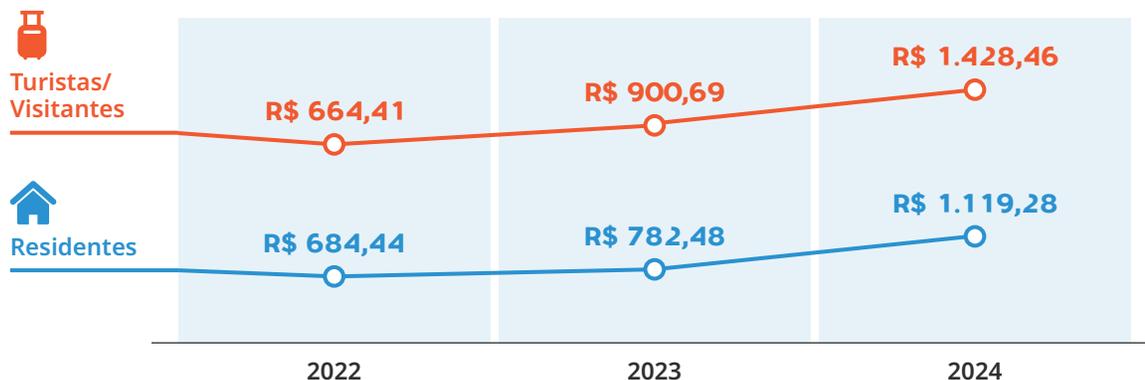
Gráfico 18 Gasto médio diário individual do público que participou do MCJ:



Os resultados revelam um aumento significativo no gasto médio total do público, considerando o número médio de dias de participação. Os residentes gastaram em média R\$ 1.119,28, um aumento expressivo em comparação com os R\$ 782,48 registrados em 2023. Esse crescimento destaca um maior engajamento e disposição dos residentes em investir no evento.

Da mesma forma, os visitantes e turistas apresentaram um aumento ainda mais acentuado no gasto médio, passando de R\$ 900,69 em 2023 para R\$ 1.428,46 em 2024. Esses resultados indicam que o evento não só atraiu turistas, mas também que esses visitantes estão dispostos a gastar mais durante sua estadia, beneficiando a economia local.

**Gráfico 19** Gasto médio total do público, considerando o número médio de dias de participação:



## Movimentação

Em 2024, de acordo com a Prefeitura de Mossoró, o Mossoró Cidade Junina atraiu um público estimado de 1.600.000 pessoas, consolidando-se como um dos maiores eventos do Brasil. Este aumento significativo no número de visitantes demonstra o crescente apelo e sucesso do evento, que em 2023 já havia registrado uma estimativa de 1.293.000 participantes. Comparando com 2022, quando o público foi de 788.400 pessoas, a evolução é impressionante, refletindo a eficácia das estratégias de promoção e a atratividade das atrações oferecidas.

**Gráfico 20** Estimativa do total de público\*:

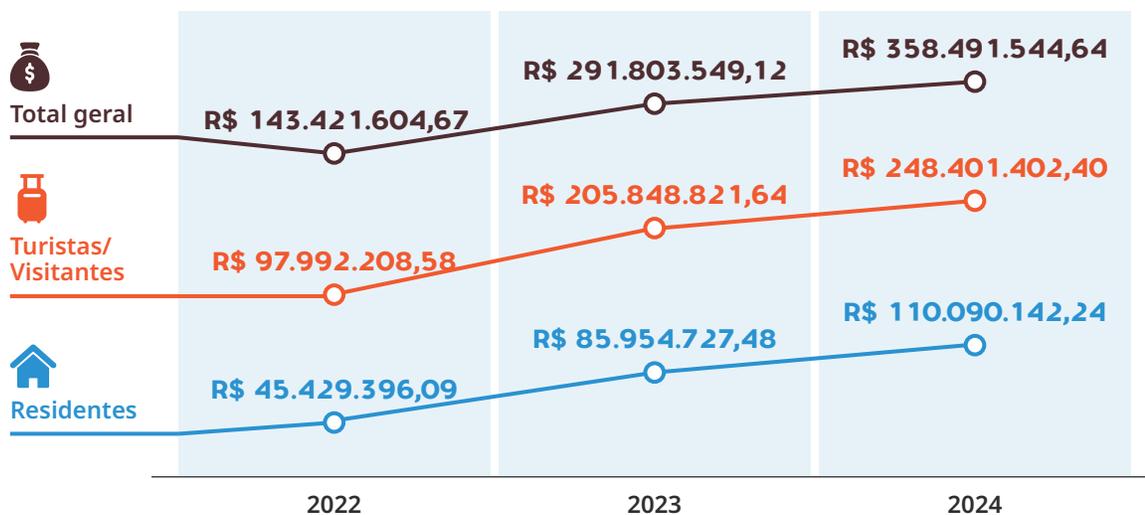
2022	<b>788.400</b>
2023	<b>1.293.000</b>
2024	<b>1.600.000</b>

\*Informações enviadas pela prefeitura de Mossoró.

A análise do impacto econômico do Mossoró Cidade Junina revela um crescimento contínuo na movimentação financeira gerada pelo evento. Em 2024, o total movimentado pelos visitantes atingiu R\$ 248.401.402,40, enquanto os locais contribuíram com R\$ 110.090.142,24, resultando em um total de R\$ 358.491.544,64. Este desempenho supera os resultados de 2023, quando os visitantes e locais movimentaram, respectivamente, R\$ 205.848.821,64

e R\$ 85.954.727,48, totalizando R\$ 291.803.549,12. Em 2022, os números foram mais modestos, com um total de R\$ 143.421.604,67 (R\$ 97.992.208,58 dos visitantes e R\$ 45.429.396,09 dos locais).

Gráfico 20 Estimativa de movimentação:



A análise dos dados sobre a distribuição dos gastos por segmento e tipo de público do Mossoró Cidade Junina em 2024 revela diferenças significativas entre os padrões de consumo de residentes e visitantes/turistas.

Os residentes destinam a maior parte de seus gastos (54%) para compras, o que mostra um interesse em adquirir produtos e lembranças durante o evento. Além disso, eles também investem consideravelmente em alimentação (19,5%) e diversão (19,1%), refletindo a importância das atividades e da culinária local. Os gastos com transporte representam apenas 7,4% do total, indicando que muitos residentes utilizam meios de transporte próprios ou acessíveis.

Por outro lado, os visitantes e turistas apresentam um padrão de gastos mais equilibrado, com uma parte significativa destinada à hospedagem (29,3%), destacando a importância do setor hoteleiro durante o evento. Os gastos com compras também são elevados (29,7%), sugerindo um interesse em adquirir produtos locais. Alimentação e diversão representam 17,4% e 16,7% dos gastos, respectivamente, indicando que os visitantes e turistas aproveitam as opções de alimentação e atividades recreativas disponíveis. Os gastos com

transporte no local são relativamente baixos (6,9%). Esses dados destacam a importância de um planejamento estratégico para atender às necessidades distintas de residentes e turistas, a fim de maximizar o impacto econômico do evento.

**Tabela 6** Distribuição dos gastos por segmento e tipo de público:

	 Residentes	 Turistas/Visitantes
Hospedagem	0%	29,3%
Alimentação	19,5%	17,4%
Transporte	7,4%	6,9%
Diversão	19,1%	16,7%
Compras	54%	29,7%

## Avaliação

Os diversos aspectos relacionados ao Mossoró Cidade Junina foram avaliados de forma positiva, com um aumento significativo na proporção de respostas classificadas como “Ótimo” e “Bom” em comparação com 2023. A divulgação do evento, por exemplo, teve uma melhoria substancial, com 96,2% dos participantes dando notas positivas, em contraste com 94,8% no ano anterior. O acesso e trânsito também foram melhor avaliados, subindo de 66,4% para 71,4%, refletindo esforços para melhorar a logística do evento e facilitar a mobilidade dos visitantes.

**Tabela 7** Avaliação da divulgação do evento pelos participantes:

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Divulgação	2023	60,7%	34,1%	2,4%	0,6%	0%	2,1%
	2024	69,6%	26,6%	2,9%	0,1%	0,1%	0,7%

**Tabela 8 Avaliação do acesso e trânsito do evento pelos participantes:**

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Acesso/Transportes/ Trânsito	2023	26,3%	40,1%	19%	5%	4,6%	5%
	2024	29,4%	42%	19%	3,4%	4,1%	2%

Ao analisar por cada aspecto específico, a avaliação de “Ótimo” ou “Bom” para o espaço físico/estrutura foi de 82% em 2023 e aumentou para 89,3% em 2024. Em 2023, 89,6% deram avaliações positivas (Ótimo/Bom) para as atrações, enquanto em 2024 esse percentual foi de 96,3%. Em 2023, 84,4% consideraram a organização do evento como “Ótimo” ou “Bom”, e em 2024 esse número foi de 93,8%.

**Tabela 9 Avaliação do espaço físico/estrutura do evento pelos participantes:**

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Espaço físico/Estrutura	2023	42,2%	39,8%	6,6%	0,6%	1,2%	9,6%
	2024	53%	36,3%	6,7%	0,3%	0,7%	3%

**Tabela 10 Avaliação das atrações do evento pelos participantes:**

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Atrações	2023	52,3%	37,3%	4,6%	0,6%	0,2%	5%
	2024	74,4%	21,9%	2,6%	0,6%	0,1%	0,4%

**Tabela 11** Avaliação da organização do evento pelos participantes:

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Organização	2023	46,3%	38,1%	6,3%	0,5%	0,2%	8,7%
	2024	60,1%	33,7%	3,3%	0,3%	0,3%	2,3%

Os locais de alimentação receberam avaliação positiva (Ótimo/Bom) de 81,6% em 2023 e 86% em 2024. A segurança foi bem avaliada com 82,4% em 2023 e 90,1% em 2024, considerando “Ótimo” ou “Bom”.

**Tabela 12** Avaliação dos locais de alimentação do evento pelos participantes:

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Locais de alimentação	2023	35,6%	46%	7,5%	1,1%	0,3%	9,5%
	2024	42,4%	43,6%	8,1%	0,3%	0,3%	5,3%

**Tabela 12** Avaliação da segurança do evento pelos participantes:

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Segurança	2023	41%	41,4%	6,1%	0,6%	0,9%	9,9%
	2024	58,7%	31,4%	4,9%	0,6%	0,1%	4,3%

A limpeza urbana teve 80,3% de avaliações positivas em 2023 e 85,6% em 2024. A avaliação de “Ótimo” ou “Bom” para o preço cobrado foi de 42,7% em 2023 e 45% em 2024.

**Tabela 13 Avaliação da limpeza urbana do evento pelos participantes:**

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Limpeza urbana	2023	32,7%	47,6%	12,5%	2,1%	0,8%	4,3%
	2024	47%	38,6%	9,6%	2,4%	0,3%	2,1%

**Tabela 14 Avaliação dos preço cobrado no evento pelos participantes:**

		 Ótimo	 Bom	 Regular	 Ruim	 Péssimo	Não sabe
Preço cobrado	2023	11,8%	30,9%	38,2%	7%	4,7%	7,3%
	2024	10,6%	34,4%	38,3%	7,7%	5,4%	3,6%

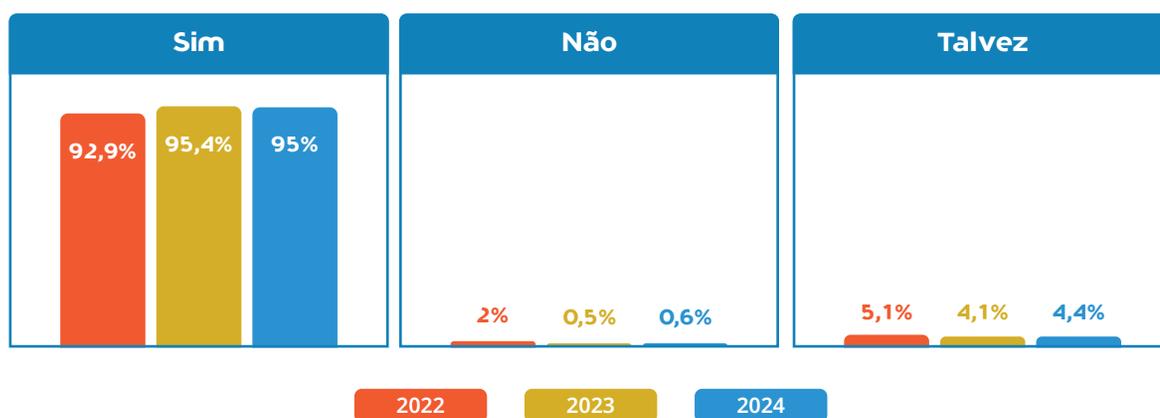
No geral, houve uma melhoria ou manutenção das avaliações positivas em quase todos os aspectos do evento de 2023 para 2024. Notavelmente, houve um aumento significativo na avaliação de espaços físicos/estrutura, atrações e segurança. Embora alguns itens tenham mostrado variações mínimas ou ligeiras reduções, como locais de alimentação e preço cobrado, a tendência geral indica uma alta satisfação dos participantes em relação ao Mossoró Cidade Junina.

A intenção de retornar ao Mossoró Cidade Junina permaneceu alta entre os participantes, conforme revelado pela pesquisa da Fecomércio RN. Cerca de 95% dos entrevistados afirmaram que pretendem voltar ao evento, indicando uma forte fidelidade e satisfação com a experiência proporcionada.

Comparativamente, em 2023, a intenção de retorno ficou estável, com 95,4% dos participantes manifestando desejo de voltar. Em anos anteriores, como em 2022, essa intenção também foi elevada, com 92,9% dos participantes expressando a intenção de retornar.

As informações destacam a consistência na atratividade e na qualidade percebida do Mossoró Cidade Junina ao longo dos anos, sugerindo um evento que não apenas mantém, mas fortalece seu apelo junto aos participantes. A alta taxa de retorno planejado também pode influenciar estratégias de marketing e de retenção de público para as próximas edições do evento.

**Gráfico 20** Pretende voltar para o Mossoró Cidade Junina?



A análise das notas atribuídas ao Mossoró Cidade Junina em 2024 revela uma alta satisfação geral entre os participantes, tanto residentes quanto turistas/visitantes. A maioria esmagadora atribuiu as notas mais altas (9 e 10) ao evento, somando impressionantes 83,4% do total geral, respectivamente. Isso indica uma forte aprovação e reconhecimento positivo da qualidade e do impacto positivo do evento. As notas intermediárias (7 e 8) também foram significativas, refletindo uma boa experiência para uma parcela considerável dos participantes. Por outro lado, as notas mais baixas (1 a 6) foram atribuídas por uma minoria, indicando que a insatisfação foi pouco expressiva.

Esses resultados reforçam o Mossoró Cidade Junina como um evento de grande sucesso e aceitação tanto localmente quanto entre os visitantes.

**Tabela 15** Notas dada para o Mossoró Cidade Junina por tipo de público:

	 Residentes	 Turistas/Visitantes	Total geral
Um	0,3%	0,3%	0,3%
Três	0%	0,3%	0,1%
Quatro	0%	0,3%	0,1%
Cinco	0,3%	1,1%	0,7%
Seis	0,9%	1,4%	1,1%
Sete	2%	3,4%	2,7%
Oito	8,2%	13,5%	10,9%
Nove	13,4%	15,5%	14,4%
Dez	75%	62,9%	69%
Não sabe	0%	1,1%	0,6%

A nota média geral atribuída ao Mossoró Cidade Junina foi de 9,37, indicando uma alta satisfação geral entre todos os participantes. Quando analisamos por tipo de público, os residentes deram uma nota média de 9,57, enquanto os turistas/visitantes atribuíram uma média de 9,18 em 2024. Este resultado reflete uma avaliação muito positiva do evento, com a maioria dos participantes atribuindo notas altas, demonstrando uma experiência muito satisfatória.

Comparando com anos anteriores, observamos uma consistência na alta nota média atribuída ao Mossoró Cidade Junina. Em 2023, a nota média foi de 9,39 e em 2022 foi de 9,34, mostrando que a qualidade percebida do evento se mantém alta ao longo do tempo. Os residentes e turistas/visitantes continuam a atribuir notas muito elevadas, o que indica uma continuidade na excelência e na satisfação geral com o evento ao longo dos anos. Essa consistência reforça a reputação positiva e a popularidade duradoura do Mossoró Cidade Junina como um evento culturalmente significativo e bem-sucedido.

**Tabela 16** Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para o Mossoró Cidade Junina?

	2022	2023	2024
Residentes	9,30	9,42	9,57
Turistas/Visitantes	9,38	9,36	9,18
<b>Total</b>	<b>9,34</b>	<b>9,39</b>	<b>9,37</b>

# 4

## Anexos

