



PESQUISA  
**Perfil dos Foliões do  
Carnaval de Natal**

**NATAL, FEVEREIRO DE 2020**

## Sumário

|                                               |           |
|-----------------------------------------------|-----------|
| <b>1 Apresentação</b>                         | <b>3</b>  |
| <b>2 Metodologia</b>                          | <b>4</b>  |
| <b>3 Principais resultados</b>                | <b>5</b>  |
| Perfil dos foliões                            | 5         |
| Aspectos específicos                          | 6         |
| Gastos                                        | 9         |
| Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal | 9         |
| <b>4 Análise gráfica</b>                      | <b>11</b> |
| Perfil do público pesquisado                  | 11        |
| Caracterização da pesquisa                    | 15        |
| Gastos no Carnaval de Natal                   | 22        |
| Aspectos avaliativos do evento                | 24        |

## 1 Apresentação

O Carnaval é uma das comemorações mais importantes para o Brasil, atraindo e movimentando milhares de pessoas todos os anos. Neste ano, o Carnaval de Natal foi realizado em diversos polos e palcos integrados, shows, blocos e muitas atrações que foram prestigiadas pelos foliões. Para o comércio e o setor de serviços, o período representa enorme oportunidade de faturamento com a circulação econômica, geração de empregos e vendas de produtos e serviços.

Neste contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), através do Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES), na qualidade de entidade representativa dos empresários, cumprindo sua missão, vem organizando anualmente uma pesquisa para traçar o perfil dos participantes da festa, como também mensurar os gastos e avaliar a satisfação do público com o evento. Por isso, a pesquisa insere-se como instrumento de planejamento para o setor público e privado se orientarem quanto aos futuros investimentos.

As pesquisas da Fecomércio RN têm recebido avaliações positivas dos comerciantes e produtores, tendo em vista a necessidade destes de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas. Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender o desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como oportunidade de disseminação do conhecimento.

## 2 Metodologia

O DESS, Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos, realizou entre os dias 20 e 25 de fevereiro mais uma pesquisa sobre o Carnaval de Natal, incluindo entrevistas em todos os polos espalhados pela cidade. Ao todo, foram pesquisadas 891 pessoas de diferentes perfis e hábitos com o intuito de monitorar o comportamento dos foliões do Carnaval de Natal.

A metodologia empregada na coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, referente ao método quantitativo, utilizando-se como instrumento de investigação questionário semiestruturado, de acordo com os objetivos e necessidades da pesquisa para entrevistas presenciais individualizadas (face a face). A amostra pesquisada permitiu calcular uma margem de erro de cerca de 3% e nível de confiança de 95%. Isso significa dizer que se a mesma pesquisa for realizada 100 vezes, em 95 vezes os resultados, por quesito, irão variar 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

O instrumento de pesquisa foi um questionário padronizado, constando de perguntas fechadas, abertas e de múltiplas respostas. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

A coleta de dados foi primária, realizada através de tablets por entrevistadores devidamente capacitados e experientes neste tipo de trabalho. Todos os questionários preenchidos foram checados e receberam crítica para avaliação da consistência dos dados coletados, medida sempre adotada e que visa garantir a qualidade e fidelidade dos dados coletados. A consistência dos dados foi verificada por meio de teste estatístico, avaliação do conteúdo, lógica ou via telefone.

Os dados registrados neste relatório refletem exatamente as informações concedidas pelos entrevistados. As respostas obtidas foram espontâneas, registradas eletronicamente em software específico para pesquisas. Os gráficos e as tabelas foram construídos no Excel, sendo que o Relatório Final apresenta-se no Word.

### 3 Principais resultados

#### *Perfil dos foliões*

A pesquisa possibilitou a coleta de informações sobre o perfil do folião que participou do Carnaval de Natal, em todos os polos espalhados por toda a cidade. As entrevistas mostraram que 50,4% do público eram do sexo masculino e 49,6% do sexo feminino. Analisando os anos anteriores, observa-se que este comportamento já vem ocorrendo nos anos passados, tendo uma maior predominância do gênero masculino.

Percebeu-se com a sondagem que a faixa etária de 16 a 44 anos apresentou a maior proporção de foliões, resultando em 74% do público. Cerca de 26% do público que participou da festa eram da faixa etária de 45 anos ou mais. Os dados deste ano seguiram o mesmo padrão dos anos anteriores, destaques para o crescimento da faixa de 16 a 24 anos (passou de 14,8% em 2019 para 18,4% este ano) e da faixa de 25 a 34 anos (passou de 27,1% em 2019 para 31,3% em 2020).

No quesito nível de instrução dos participantes do Carnaval de Natal, notou-se que 59,4% do público possuía nível superior incompleto ou completo, 35,8% com ensino médio e 4,8% afirmaram só possuir o nível fundamental de ensino.

De acordo com os resultados da pesquisa, a maior parcela (55,4%) das pessoas que estiveram na festa possuía renda familiar de até R\$ 3.500,00. Outros 19,9% dos participantes entrevistados declararam renda média familiar entre R\$ 3.501,00 e R\$ 7.000,00; 8% de R\$ 7.001,00 a R\$ 10.000,00; e 6,2% mais de R\$ 10.000,00. No ano passado, os rendimentos de até R\$ 3.500,00 representou 40,2% da amostra e entre R\$ 3.501,00 e R\$ 7.000,00, 29,6%.

O levantamento da Fecomércio RN também verificou que 38,6% dos foliões do Carnaval de Natal participaram da festa com familiares, 31% com amigos, 24,8% em casais e 5,6% sozinhos. Números semelhantes ao do ano passado, que predomina a companhia da família, seguida de amigos e casais.

A pesquisa mostrou que, entre os que prestigiaram o Carnaval de Natal, 68,1% dos participantes eram moradores e 31,9% das pessoas eram de fora da cidade (visitantes ou turistas), sendo o maior índice de não-residentes já registrado no Carnaval da capital potiguar, um aumento de 2,3 p.p. em relação ao ano passado (29,6%).

Na identificação da origem, verificou-se que a maioria dos foliões são nativos, sendo 77,3% dos participantes eram do RN, destes 68,1% eram de Natal. Os outros potiguares eram, principalmente, de Parnamirim (4,4%), São José de Mipibu (0,8%), Mossoró (0,6%), Macaíba (0,4%), São Gonçalo do Amarante (0,4%), Ceará Mirim (0,3%), Santa Cruz (0,2%), Assú (0,2%) e Extremoz (0,1%).

Sobre os participantes oriundos de outros Estados que foram ao Carnaval de Natal neste ano, o percentual foi de 22,7% do total de foliões. Eram pessoas residentes em Pernambuco (3,8%), Rio de Janeiro (3,4%), Paraíba (2,8%), Ceará (1,8%), Bahia (1,6%), São Paulo (1,3%), Alagoas (1%), Minas Gerais (0,9%), Paraná (0,7%), Distrito Federal (0,7%), Goiás (0,6%), Sergipe (0,6%), Rio Grande do Sul (0,3%) e Amazonas (0,2%). Como pode ser observado, destacou-se os Estados da região Nordeste, porém houve a presença também de foliões do Sudeste, Centro-Oeste, Sul e Norte do país.

No tocante à nacionalidade dos foliões, 98,4% eram brasileiros e 1,6% de procedência internacional, destes, tivemos representantes da Argentina, Portugal, Bolívia, Alemanha, Espanha, Holanda e Suécia.

### *Aspectos específicos*

Muitos dos foliões – 35,9% – estiveram no Carnaval de rua natalense pela primeira vez. Ao mesmo tempo que 64,1% afirmaram na pesquisa que já haviam participado de edições anteriores do evento. No grupo dos natalenses, o percentual dos que retornaram à festa foi de 78,4%. Já entre os visitantes/turistas, 66,5% estavam pela primeira vez no evento.

As informações averiguadas na pesquisa da Fecomércio RN indicaram que os natalenses brincaram, em média, três dias o Carnaval, enquanto que os visitantes e turistas foram, em média, quatro dias aos festejos de momo da capital potiguar.

Além disso, os dados do levantamento constataram que 72,7% dos participantes não pretendiam ir a outras cidades durante o Carnaval 2020, à medida que 27,3% dos foliões entrevistados desejavam frequentar outras localidades durante o período de festas. Na análise por tipo de público, verificou-se que 81,9% dos foliões natalenses disseram que não sairiam para outras cidades durante o Carnaval. Já entre os visitantes/turistas, o índice dos que pretendiam ir a outras cidades durante a festa foi de 46,8%.

De acordo com os resultados da pesquisa, os participantes do Carnaval de rua de Natal gostam de curtir uma programação variada. Os dados revelaram que os shows musicais foram o principal atrativo da festa para 45,9% dos entrevistados que escolheram passar o Carnaval em Natal. A alegria/animação/tradição foi citada por 27,2% dos entrevistados. O turismo/férias/praias da capital foi responsável por 19,3% das respostas. As festas gratuitas nas ruas (17,4%) também aparecem como fatores determinantes pela preferência por Natal, bem como, a situação financeira/falta de dinheiro/economia (13,5%); organização da festa (12,9%), família/amigos (8,5%), localização (3,7%), comodidade (1,9%), tranquilidade (1,6%). Nas pesquisas anteriores, tanto as porcentagens como a ordem das respostas apresentaram semelhança, tendo sempre como destaque as atrações musicais.

Os participantes utilizaram como principal meio de locomoção para chegar ao evento, transporte privado por aplicativo (43,4%), seguidos pelo carro particular (34,7%), ônibus público (21,7%), deslocamento a pé (11%), táxi (2,7%), carro alugado (1,8%) e outros (2,4%). Ao longo dos anos, é importante evidenciar a evolução na utilização do transporte por aplicativo. Em 2017, representava 21% das opções, este ano chegou a 43,4%. Na comparação com o ano passado, vale ressaltar, o crescimento do uso do transporte público para ir ao Carnaval, passando de 14,1% em 2019 para 21,7% este ano.

O levantamento concluiu que 36,7% dos participantes ficaram sabendo do Carnaval de Natal deste ano através das redes sociais. Em seguida aparece como destaque a internet em geral, com 31,3% das citações. Logo após surge a televisão, com 21,1% das respostas. Seguidos por amigos e parentes, com 15,2% das indicações. 7% do público declararam que já conheciam o evento, além de 5,5% que ficaram sabendo passando pelo local e outros meios que somaram 2,7% das respostas. Em relação aos anos anteriores, ênfase para o aumento das proporções de pessoas que utilizam as redes sociais e a internet para se informar sobre o Carnaval de Natal.

Perguntou-se qual o nível de influência da programação do evento na decisão de participar do Carnaval de Natal. Entre os moradores, 72,8% disseram que a programação influenciou muito, 19,8% declararam que influenciou pouco e 6,9% relataram que a programação do Carnaval não influenciou em nada a ida ao evento. Já entre os visitantes e turistas, 50,7% consideraram que a programação influenciou muito, 22,9% revelaram que influenciou pouco e 24,6% declararam que nada. No geral, 65,8% dos foliões disseram que a programação organizada pela Prefeitura de Natal influenciou muito na participação no Carnaval.

No Carnaval 2020, assim como em anos passados, a principal atividade praticada pelos foliões foi a participação em shows promovidos pela Prefeitura, opção apontada por 94,5% dos entrevistados. Em segundo lugar, os blocos e festas de rua também tiveram boa adesão, conforme indicado por 38,7% dos respondentes, seguida da ida as praias da capital (12,5%). Já a opção por marchinhas, orquestras foi praticada por 6,7% das pessoas. Os foliões também festejaram o Carnaval participando dos desfiles das escolas de samba (4,7%), se divertindo em festas privadas (3,1%), e, ainda, e em casas de parentes ou amigos (1,5%). Nota-se que o somatório das citações supera os 100%, isso porque muitos foliões praticaram mais de uma atividade durante o Carnaval de Natal.

Os moradores e visitantes que brincaram o Carnaval de Natal disseram que os polos de apresentação das atrações musicais e eventos (81,9%) foram os locais da cidade mais visitados pelos participantes durante a folia de momo. As praias ficaram na segunda posição, com 65,8% das respostas. Os bares/restaurantes/lanchonetes surgem, em seguida, com 33,2% das citações. Após aparecem os shoppings/comércio (18,3%), os artesanatos (14,3%) e os supermercado

(11,6%). Cumpre frisar que esta questão permitiu ao entrevistado mencionar mais de uma opção de resposta.

### ***Gastos***

A pesquisa possibilitou a coleta de informações também sobre os gastos dos foliões durante os dias que participaram da festa carnavalesca. Nesse tópico, as entrevistas tiveram como foco os hábitos de consumo dos foliões durante o Carnaval de Natal, analisando os gastos com alimentação/bebidas, transporte local, diversão e compras no evento.

Os visitantes e turistas participaram, em média, de quatro dias do Carnaval, totalizando um gasto médio de R\$ 520,28 durante todo o evento, sendo um gasto médio diário de R\$ 130,07, um aumento de 7,8% em relação ao ano passado. Já os natalenses foram em média três dias aos eventos do Carnaval e apresentaram um gasto médio total no evento de R\$ 205,02, cerca de R\$ 68,34 individual por dia, valor parecido ao registrado no ano passado (R\$ 68,56).

Na distribuição por segmento, os percentuais de gastos individuais diários dos foliões natalenses foram direcionados para alimentação/bebidas (51,9%), transporte (37,2%), diversão (9,3%) e compras (1,6%). Entre os visitantes e turistas, a segmentação de gastos por atividade ficou distribuída da seguinte forma: 34,2% com alimentação/bebidas; 27,9% com transporte local; 19,3% com compras; e 18,6% com diversão.

### ***Opinião e avaliação sobre o Carnaval de Natal***

Este tópico visa apresentar os principais resultados coletados sobre a avaliação que os foliões fizeram dos diversos fatores do evento. Essa avaliação é de extrema importância, pois a partir das informações apontadas, é possível procurar elementos a serem melhorados e identificar os acertos a serem repetidos.

Foi perguntado aos foliões quais os pontos que mais agradaram e consideravam positivos durante sua participação no Carnaval de Natal. Dentre os mais citados as atrações musicais aparecem com o maior percentual (60%). Como segundo ponto mais citado vem a segurança no evento (29,9%), organização das atrações (27,9%), estrutura do evento (18,5%), blocos de rua (16,9%), programação do evento (14,6%) e os locais dos eventos (10,3%). Vale salientar que neste quesito o entrevistado poderia citar mais de uma opção como resposta, o que torna a soma dos resultados superior a 100%.

Buscando melhorar os serviços prestados aos foliões, procurou-se conhecer as opiniões dos visitantes sobre os pontos negativos ou algumas falhas que desagradaram os participantes. Apesar de ter melhorado, a segurança no evento ainda pode ser aprimorada, com um percentual de 6,3% das respostas. Em seguida aparecem as seguintes avaliações “limpeza pública” (6,1%), “local do evento” (4,8%), “estrutura do evento” (3,3%), “organização das atrações” (2,9%), “preços cobrados nos eventos” (2,9%), “banheiros” (2,6%), “atrações musicais” (2,4%), “trânsito” (2,2%), “transporte público” (2,1%), “horários dos eventos” (1,9%), “atendimento” (0,9%), “estacionamento” (0,9%). Importante ressaltar que a maioria do público (55,8%) afirmou que nada desagradou durante o evento.

O Carnaval de rua tem o apoio da grande maioria dos foliões, quase 90% (exatos 89,6%) dos foliões afirmaram que aprovam os investimentos da Prefeitura de Natal na festa.

A organização do evento foi elogiada: 97,6% dos foliões indicariam o Carnaval de Natal a parentes e ou amigos, índice 2p.p. maior do que o levantamento realizado no ano passado (95,6%). E 82,8% dos entrevistados pretendem participar de uma próxima edição do evento, percentual 7,1p.p. maior do que o registrado na pesquisa de 2019 (75,7%). Entre os natelenses, o percentual dos que almejam retornar sobe para 87,3%.

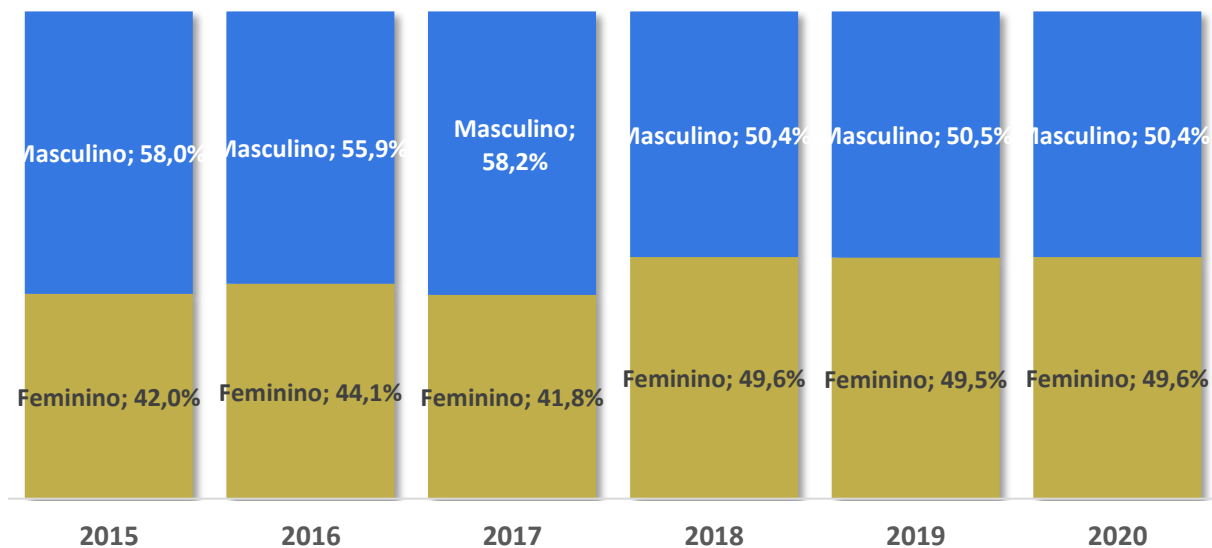
A pesquisa mostrou que o público ficou satisfeito com a festa. Este trabalho subsidiará ações estratégicas com vistas ao fortalecimento do Carnaval de Natal e da atividade turística, além do aprimoramento dos serviços. É uma festa que atrai o público local e os turistas de todos os lugares à cidade, contribuindo significativamente para a economia.

## 4 Análise gráfica

### *Perfil do público pesquisado*

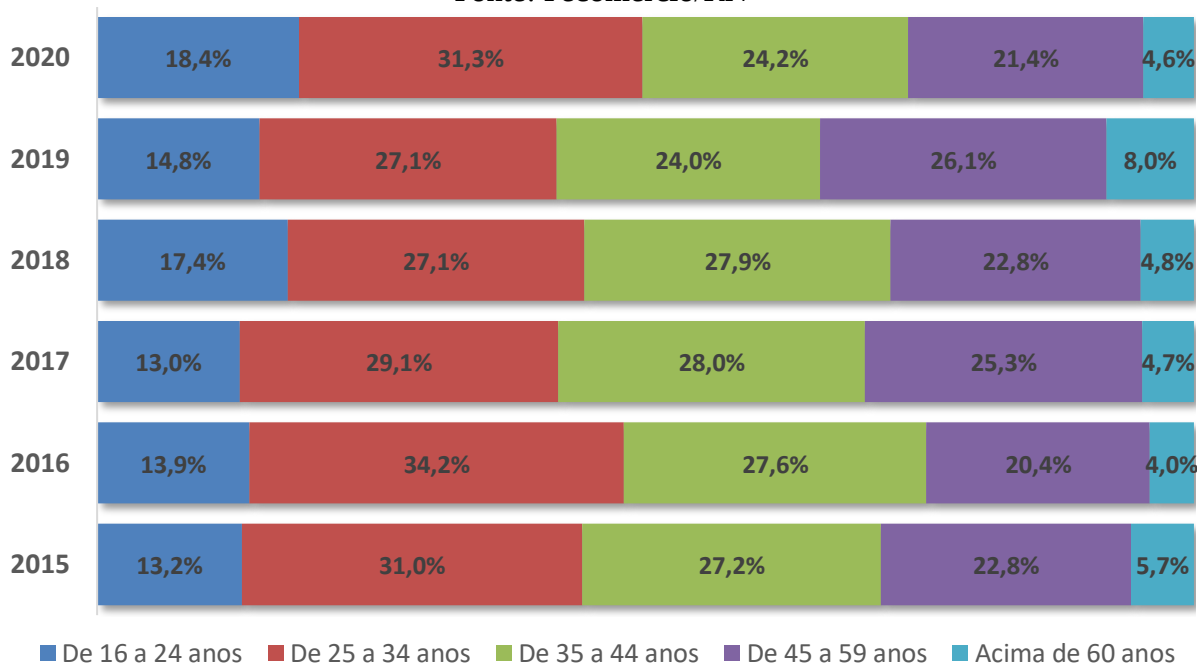
**Gráfico 1 – Sexo**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 2 – Faixa etária**

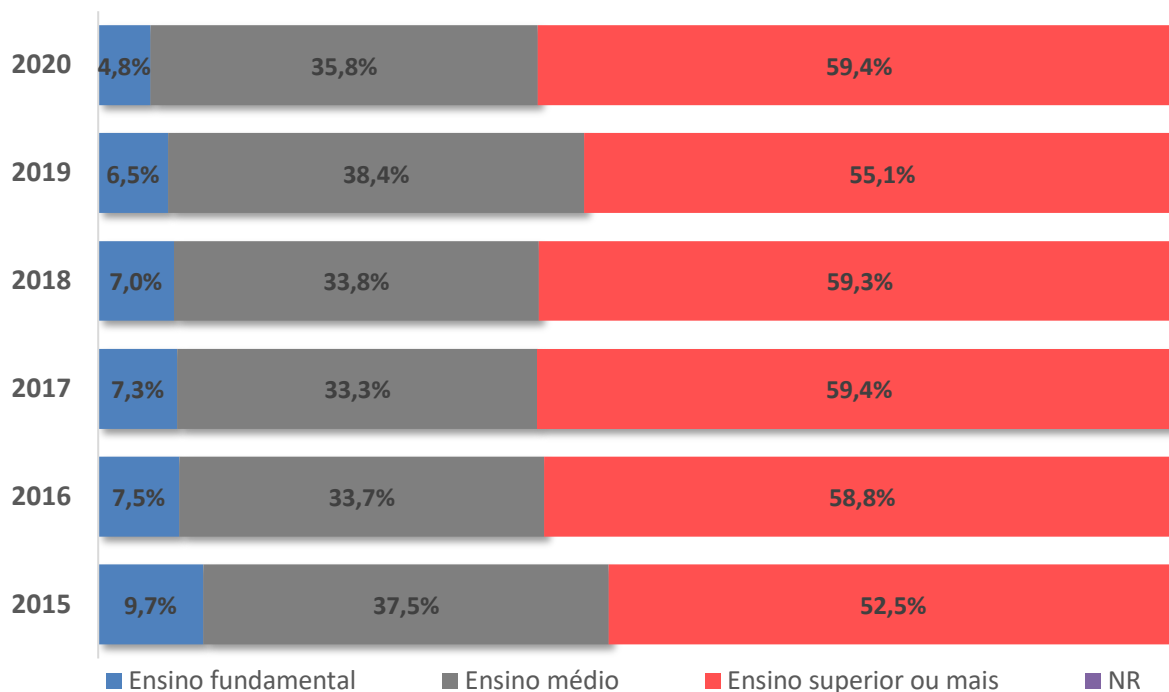
Fonte: Fecomércio/RN



■ De 16 a 24 anos ■ De 25 a 34 anos ■ De 35 a 44 anos ■ De 45 a 59 anos ■ Acima de 60 anos

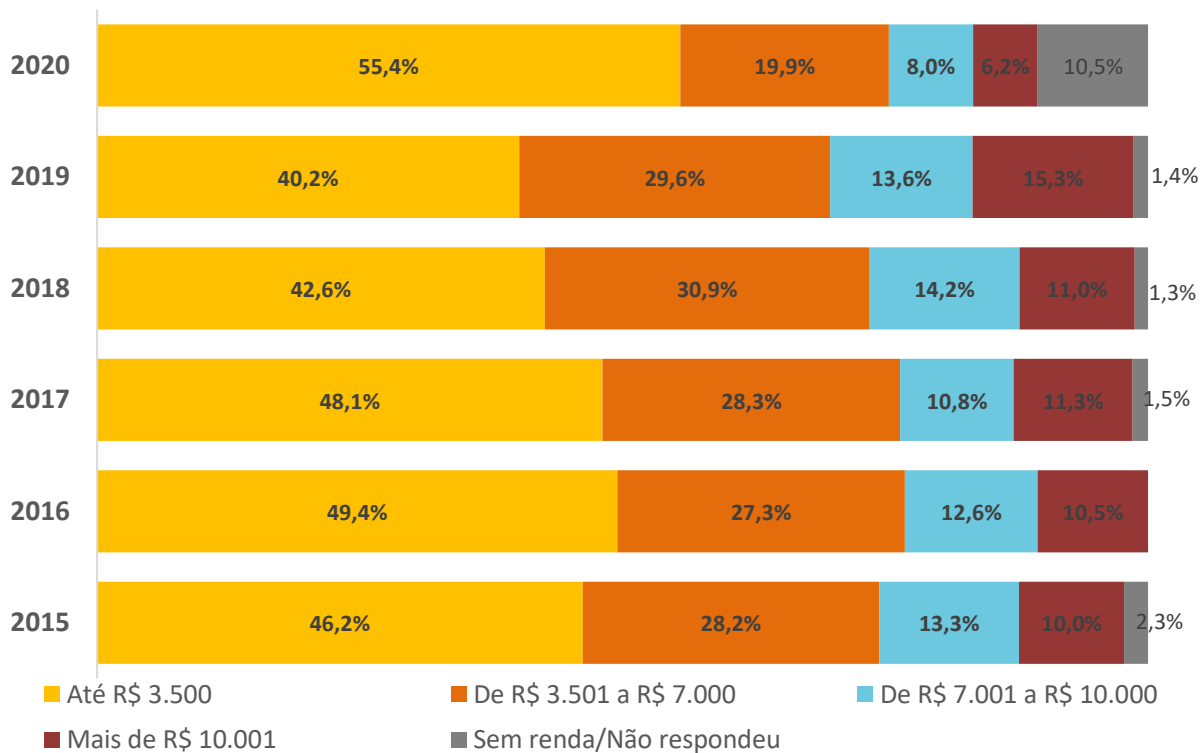
**Gráfico 3 – Escolaridade**

Fonte: Fecomércio/RN



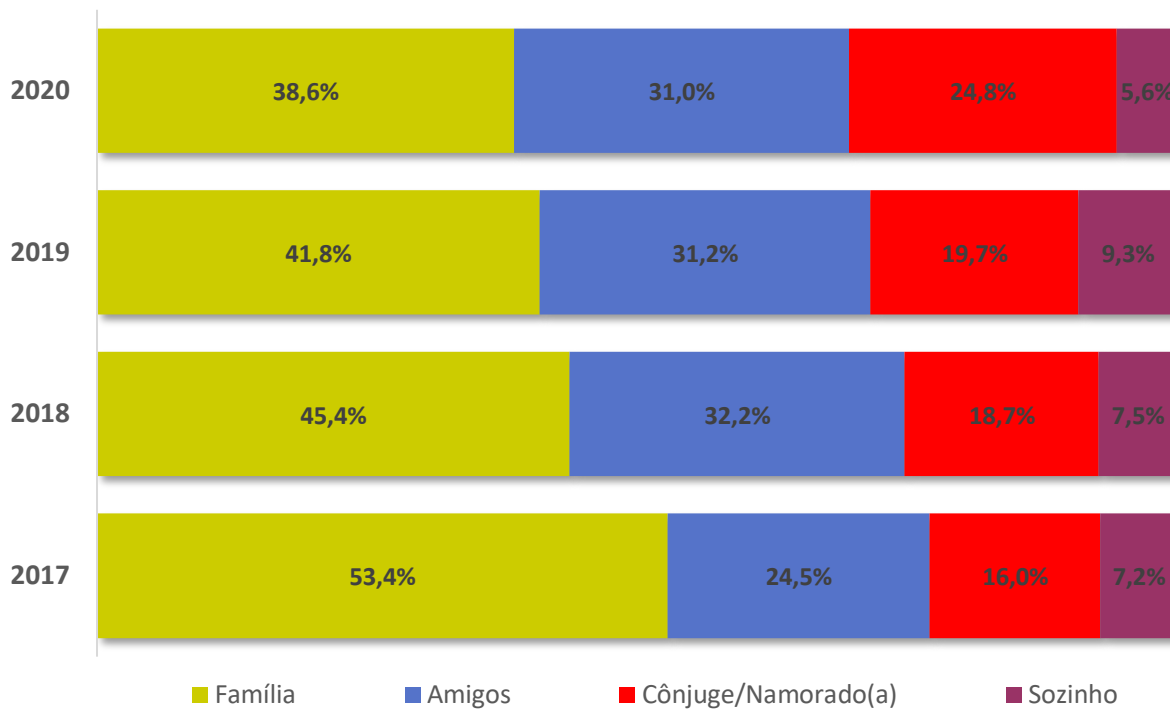
**Gráfico 4 – Renda mensal familiar**

Fonte: Fecomércio/RN



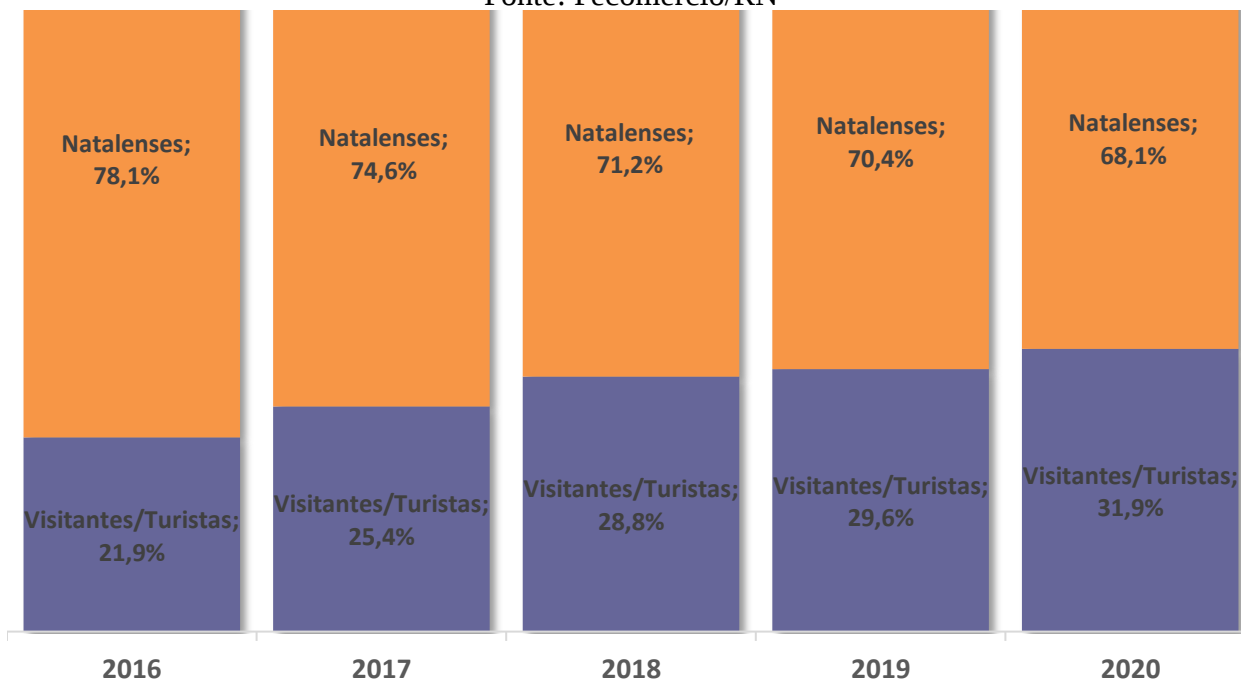
**Gráfico 5 – Com quem passou o Carnaval?**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 6 – Tipo de público**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 7 – Nacionalidade do público**

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 1 – Estado de residência do público**

Fonte: Fecomércio/RN

| Origem       | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| RN           | 77,3% | 84,8% | 81,7% | 78,3% | 78,4% | 77,3% |
| PE           | 3,7%  | 2,0%  | 5,7%  | 4,4%  | 8,0%  | 3,8%  |
| RJ           | 3,5%  | 1,8%  | 2,3%  | 2,4%  | 1,9%  | 3,4%  |
| PB           | 1,5%  | 1,2%  | 1,8%  | 1,9%  | 1,5%  | 2,8%  |
| CE           | 1,8%  | 1,2%  | 1,0%  | 1,3%  | 1,6%  | 1,8%  |
| BA           | 1,3%  | 1,5%  | 0,3%  | 0,7%  | 1,4%  | 1,6%  |
| SP           | 3,5%  | 2,9%  | 2,3%  | 3,1%  | 3,2%  | 1,3%  |
| AL           | 0,3%  | 0,2%  | 0,5%  | 0,1%  | 0,4%  | 1,0%  |
| MG           | 1,5%  | 0,9%  | 0,8%  | 1,3%  | 0,6%  | 0,9%  |
| PR           | 0,2%  | 0,5%  | 0,8%  | 0,6%  | 0,1%  | 0,7%  |
| DF           | 0,5%  | 0,6%  | 0,2%  | 1,1%  | 0,5%  | 0,7%  |
| GO           | 0,2%  | 0,0%  | 0,2%  | 0,6%  | 0,2%  | 0,6%  |
| SE           | 0,0%  | 0,0%  | 0,3%  | 0,4%  | 0,5%  | 0,6%  |
| RS           | 1,0%  | 0,5%  | 0,0%  | 1,3%  | 0,4%  | 0,3%  |
| AM           | 0,3%  | 0,0%  | 0,3%  | 0,3%  | 0,1%  | 0,2%  |
| MS           | 0,0%  | 0,2%  | 0,2%  | 0,1%  | 0,1%  | 0,0%  |
| Estrangeiros | 2,2%  | 0,6%  | 0,8%  | 0,9%  | 0,2%  | 1,6%  |
| Outros       | 2,0%  | 1,1%  | 0,8%  | 1,1%  | 0,9%  | 1,5%  |

**Tabela 2 – Principais cidades dos participantes**

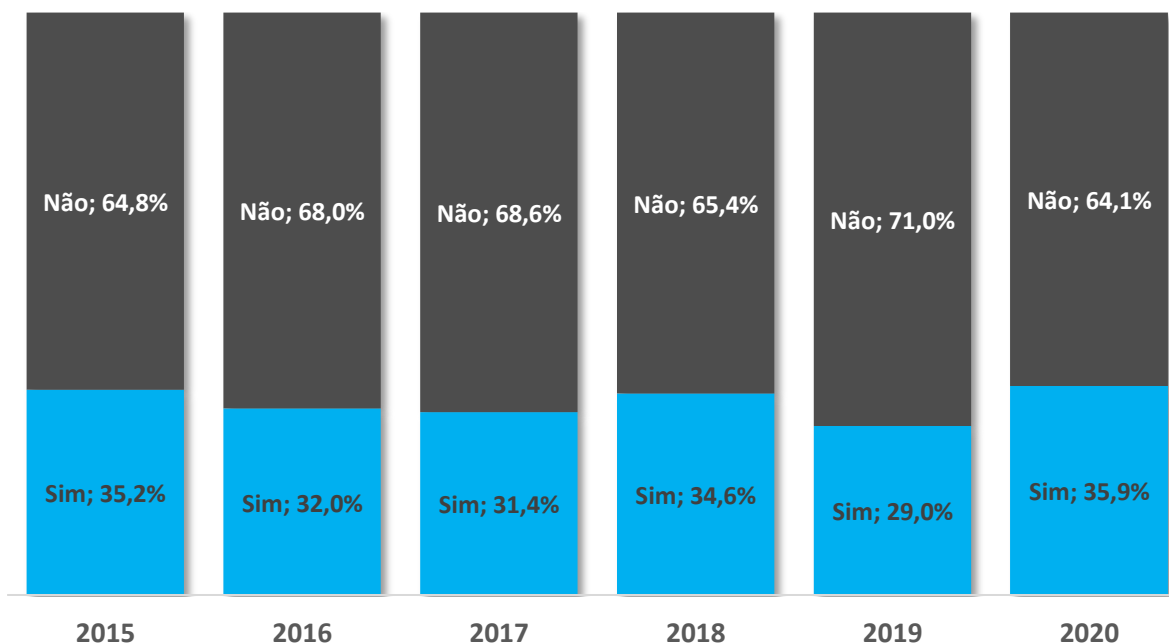
Fonte: Fecomércio/RN

| Cidade                  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Natal                   | 70,2% | 78,1% | 74,6% | 71,2% | 70,4% | 68,1% |
| Parnamirim              | 3,3%  | 3,7%  | 5,3%  | 2,8%  | 3,6%  | 4,4%  |
| Rio de Janeiro          | 3,0%  | 1,5%  | 1,7%  | 2,0%  | 1,5%  | 2,2%  |
| Salvador                | 0,7%  | 1,1%  | 0,3%  | 0,4%  | 0,5%  | 1,2%  |
| Fortaleza               | 1,5%  | 0,9%  | 1,0%  | 0,9%  | 1,1%  | 1,1%  |
| João Pessoa             | 0,2%  | 0,6%  | 0,7%  | 0,7%  | 0,7%  | 1,1%  |
| Recife                  | 2,0%  | 0,9%  | 3,8%  | 2,1%  | 4,5%  | 1,1%  |
| Campina Grande          | 0,3%  | 0,3%  | 0,3%  | 0,7%  | 0,4%  | 0,9%  |
| Brasília                | 0,5%  | 0,6%  | 0,2%  | 1,1%  | 0,5%  | 0,7%  |
| Mossoró                 | 0,8%  | 0,5%  | 0,5%  | 0,7%  | 0,6%  | 0,6%  |
| São Paulo               | 2,2%  | 1,8%  | 1,0%  | 2,4%  | 1,5%  | 0,4%  |
| São Gonçalo do Amarante | 0,2%  | 1,4%  | 0,7%  | 0,7%  | 0,7%  | 0,4%  |
| Macaíba                 | 0,2%  | 0,0%  | 0,2%  | 0,1%  | 0,5%  | 0,4%  |
| Belo Horizonte          | 0,8%  | 0,5%  | 0,5%  | 0,7%  | 0,1%  | 0,3%  |
| Ceará Mirim             | 0,0%  | 0,0%  | 0,0%  | 0,4%  | 0,1%  | 0,3%  |
| Porto Alegre            | 0,5%  | 0,0%  | 0,2%  | 0,6%  | 0,2%  | 0,2%  |
| Extremoz                | 0,0%  | 0,0%  | 0,0%  | 0,6%  | 0,5%  | 0,1%  |
| Outros                  | 13,7% | 8,1%  | 9,0%  | 11,7% | 12,4% | 16,5% |

## Caracterização da pesquisa

**Gráfico 8 – É a primeira vez que passa o Carnaval em Natal?**

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 3 – É a primeira vez que passa o Carnaval em Natal? (por tipo de público)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha | Moradores | Visitantes/Turistas |
|------------------|-----------|---------------------|
| Não              | 78,4%     | 33,5%               |
| Sim              | 21,6%     | 66,5%               |

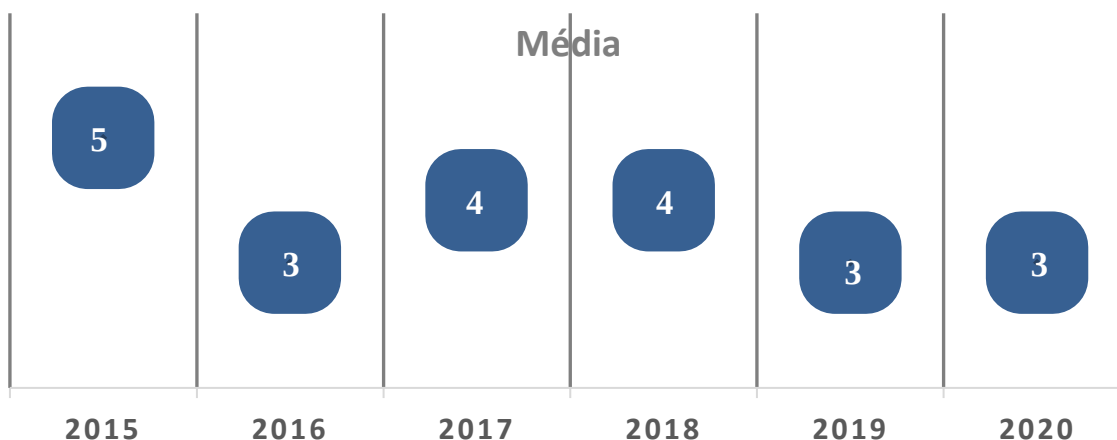
**Tabela 4 – Dos que já participaram do Carnaval em anos anteriores, o número de vezes**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha | Moradores | Visitantes/Turistas | Total Geral |
|------------------|-----------|---------------------|-------------|
| Uma              | 6,7%      | 21,1%               | 9,1%        |
| Duas             | 20,8%     | 31,6%               | 22,6%       |
| Três             | 23,1%     | 20,0%               | 22,6%       |
| Quatro           | 10,1%     | 6,3%                | 9,5%        |
| Cinco            | 8,4%      | 5,3%                | 7,9%        |
| Seis             | 5,3%      | 1,1%                | 4,6%        |
| Sete             | 2,3%      | 4,2%                | 2,6%        |
| Oito ou mais     | 22,5%     | 10,5%               | 20,5%       |
| Não respondeu    | 0,8%      | 0,0%                | 0,7%        |

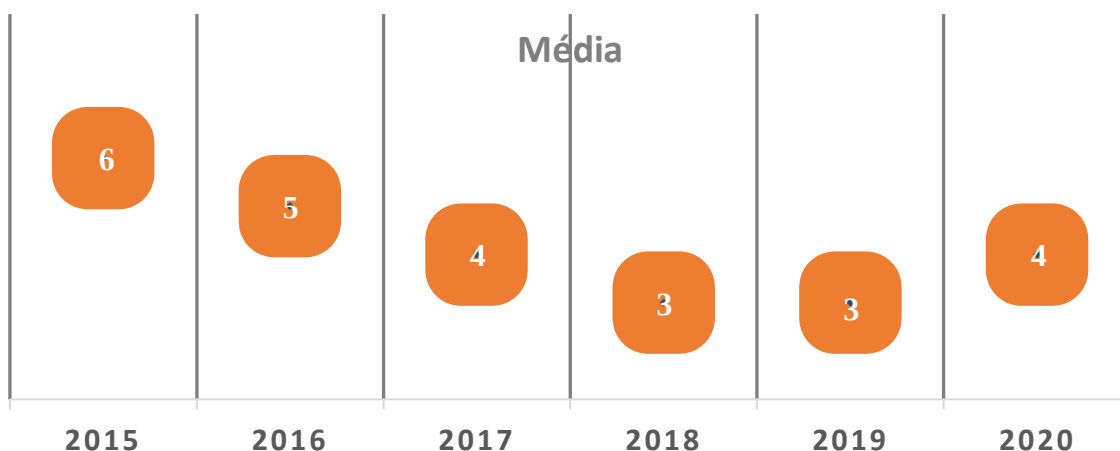
**Gráfico 9 – Quantos dias os natalenses participaram do Carnaval de Natal?**

Fonte: Fecomércio/RN



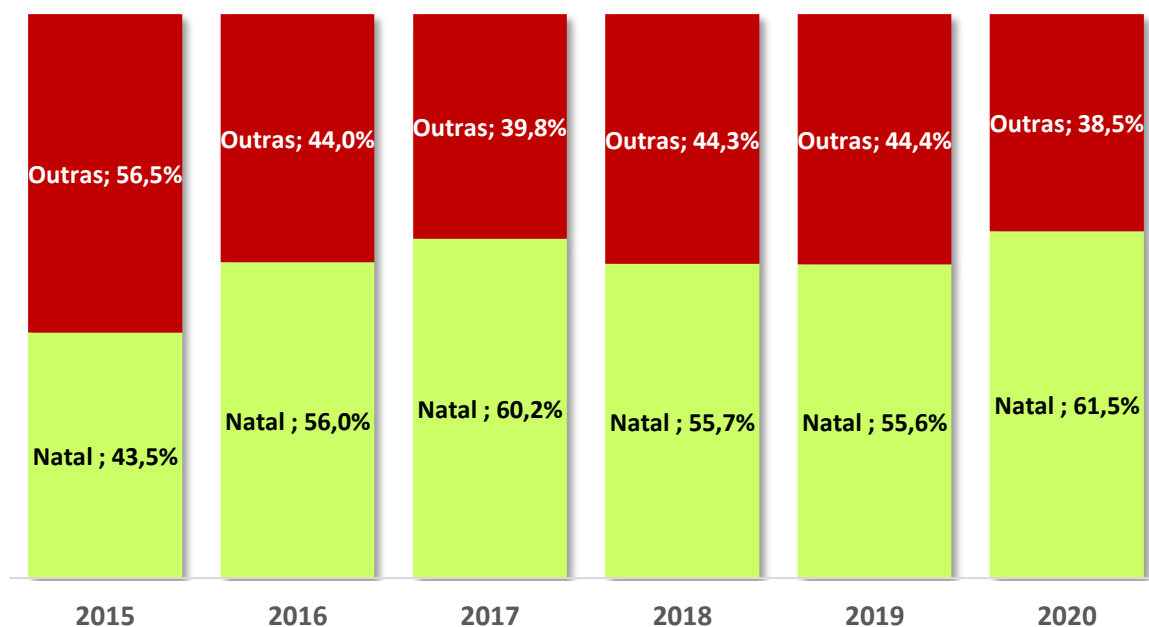
**Gráfico 10 – Quantos dias os visitantes/turistas participaram do Carnaval de Natal?**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 11 – Em 2019, onde o (a) sr. (a) passou o Carnaval?**

Fonte: Fecomércio/RN



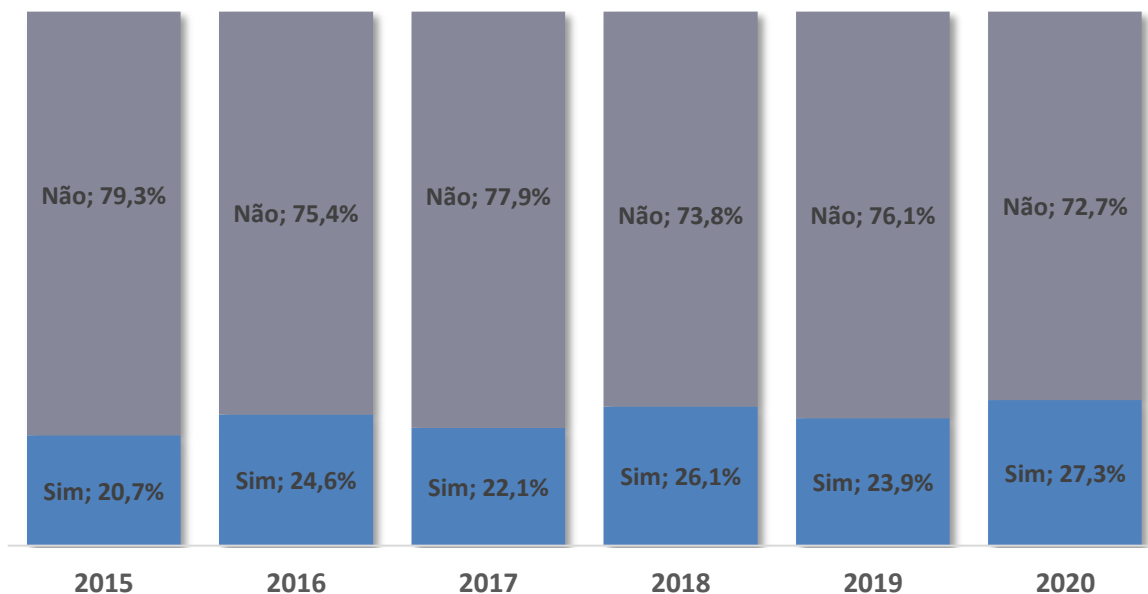
**Tabela 5 – Onde passou o Carnaval? (por tipo de público)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha | Moradores | Visitantes/Turistas |
|------------------|-----------|---------------------|
| Natal            | 77,3%     | 27,8%               |
| Outras           | 22,7%     | 72,2%               |

**Gráfico 12 – Além de Natal, o (a) sr. (a) visitou/pretende outro lugar durante o Carnaval?**

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 6 – Além de Natal, visitou outras cidades durante o Carnaval? (por tipo de público)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha | Moradores | Visitantes/Turistas |
|------------------|-----------|---------------------|
| Não              | 81,9%     | 53,2%               |
| Sim              | 18,1%     | 46,8%               |

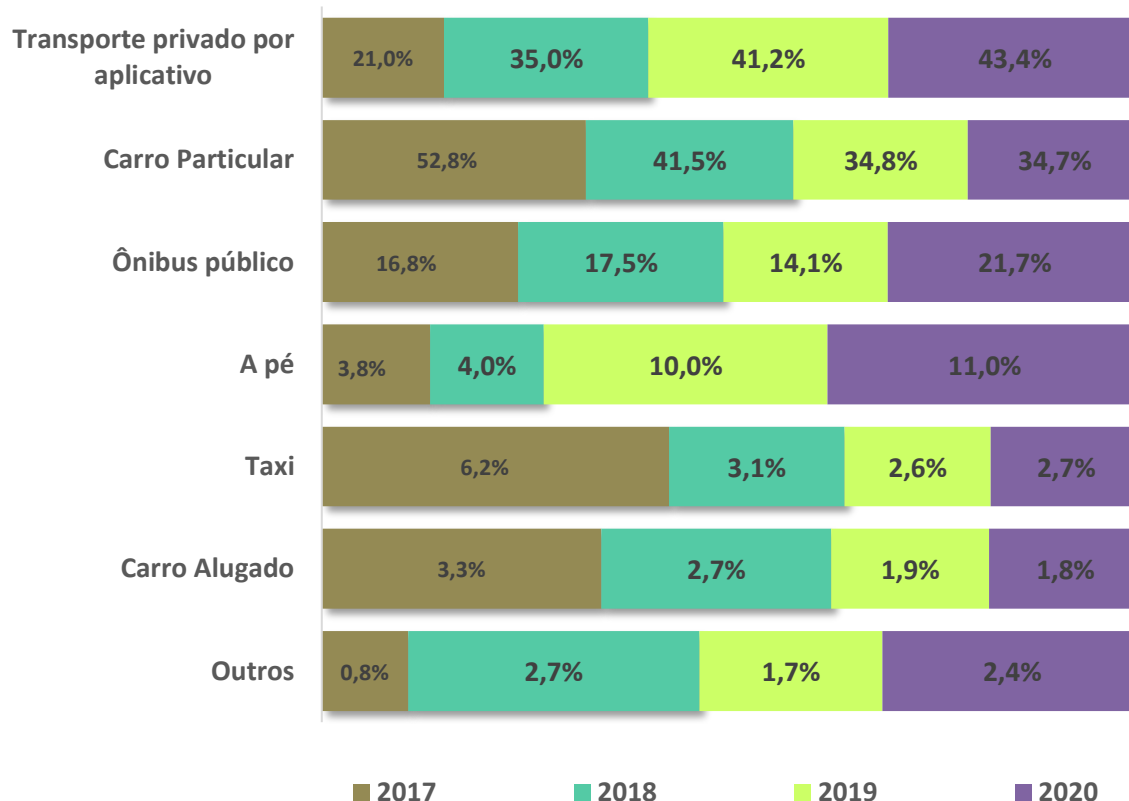
**Tabela 7 – Porque escolheu Natal para passar o Carnaval? (Múltiplas respostas)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Motivo                                           | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|--------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Atrações musicais                                | 40,0% | 40,0% | 24,2% | 32,3% | 35,1% | 45,9% |
| Alegria/Animação/Tradição                        | 3,3%  | 7,7%  | 11,3% | 18,1% | 22,8% | 27,2% |
| Turismo/Férias/Passeio/Praias                    | 23,0% | 10,7% | 13,2% | 14,0% | 18,0% | 19,3% |
| Festas gratuitas nas ruas                        | 21,0% | 18,1% | 19,8% | 16,7% | 11,8% | 17,4% |
| Situação Financeira/Economizar/Falta de dinheiro | 8,7%  | 4,4%  | 15,3% | 15,7% | 13,4% | 13,5% |
| Organização/Infraestrutura do evento             | 6,5%  | 7,2%  | 8,0%  | 12,7% | 11,9% | 12,9% |
| Família/Amigos                                   | 9,2%  | 5,5%  | 5,2%  | 5,0%  | 2,9%  | 8,5%  |
| Proximidade/Localização                          | 5,7%  | 11,5% | 8,6%  | 3,7%  | 3,9%  | 3,7%  |
| Comodidade                                       | 2,3%  | 1,4%  | 7,5%  | 5,0%  | 4,5%  | 1,9%  |
| Tranquilidade                                    | 4,3%  | 5,1%  | 4,3%  | 2,7%  | 2,6%  | 1,6%  |
| Outros                                           | 18,7% | 11,1% | 12,0% | 13,8% | 8,2%  | 6,5%  |

**Gráfico 13 – Como vai se deslocar durante o Carnaval? (Múltipla resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 8 – Como o (a) sr. (a) tomou conhecimento da programação do Carnaval deste ano?**  
(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de linha    | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Redes sociais       | 11,3% | 11,8% | 20,6% | 23,4% | 28,5% | 36,7% |
| Internet            | 26,0% | 17,8% | 13,1% | 19,5% | 15,7% | 31,3% |
| Televisão           | 46,2% | 33,2% | 26,5% | 24,6% | 20,5% | 21,1% |
| Amigos e familiares | 23,5% | 22,4% | 19,0% | 26,9% | 19,2% | 15,2% |
| Já conhece o evento | 6,5%  | 17,0% | 30,1% | 18,7% | 14,2% | 7,0%  |
| No local            | 2,1%  | 0,9%  | 1,2%  | 3,0%  | 8,8%  | 5,5%  |
| Rádio               | 0,8%  | 0,2%  | 0,8%  | 0,7%  | 1,1%  | 0,7%  |
| Outros              | 9,0%  | 1,8%  | 1,5%  | 4,1%  | 2,0%  | 2,0%  |

**Tabela 9 – Em quais atividades se fez/fará presente no Carnaval de Natal?**  
(Múltiplas respostas)

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de linha             | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Shows musicais               | 75,7% | 82,7% | 83,6% | 86,7% | 94,5% |
| Blocos de rua                | 46,8% | 33,3% | 31,1% | 39,7% | 38,7% |
| Praias                       | 0,0%  | 1,2%  | 21,9% | 23,6% | 12,5% |
| Marchinhas                   | 13,8% | 11,1% | 9,4%  | 4,6%  | 6,7%  |
| Desfile das escolas de samba | 6,7%  | 7,0%  | 6,0%  | 3,2%  | 4,7%  |
| Festas privadas              | 6,5%  | 4,3%  | 3,0%  | 3,7%  | 3,1%  |
| Casa                         | 0,0%  | 4,8%  | 2,8%  | 1,5%  | 1,5%  |
| Outros                       | 0,0%  | 1,3%  | 0,3%  | 0,4%  | 0,1%  |

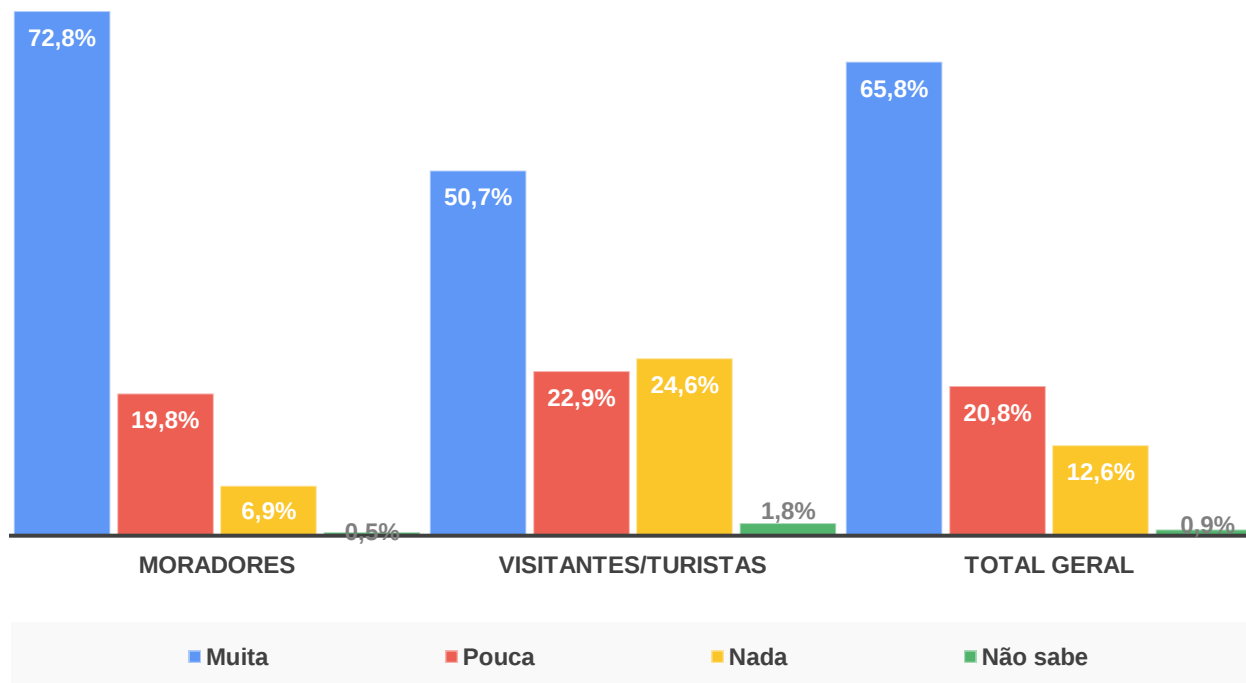
**Tabela 10 – Dos atrativos, qual (is) o (a) sr. (a) visitou ou irá visitar durante o Carnaval?  
(Múltiplas respostas)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Atrativos                 | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Atrações musicais/eventos | 79,2% | 89,6% | 81,8% | 81,6% | 90,0% | 81,9% |
| Praias                    | 68,5% | 60,6% | 62,3% | 65,1% | 59,1% | 65,8% |
| Restaurantes/Bares        | 27,2% | 18,5% | 26,2% | 33,2% | 38,1% | 33,2% |
| Shoppings                 | 14,0% | 8,6%  | 17,2% | 20,8% | 8,1%  | 18,3% |
| Artesanatos               | 12,2% | 7,8%  | 10,5% | 16,7% | 15,5% | 14,3% |
| Supermercado              | 7,2%  | 3,7%  | 5,7%  | 14,8% | 14,1% | 11,6% |
| Atrativos culturais       | 6,8%  | 7,7%  | 4,3%  | 8,1%  | 2,7%  | 6,2%  |
| Outros                    | 4,5%  | 2,6%  | 3,3%  | 4,4%  | 2,9%  | 5,8%  |

**Gráfico 14 – Em qual medida a programação de Carnaval influenciou na sua decisão de vir para Natal?**

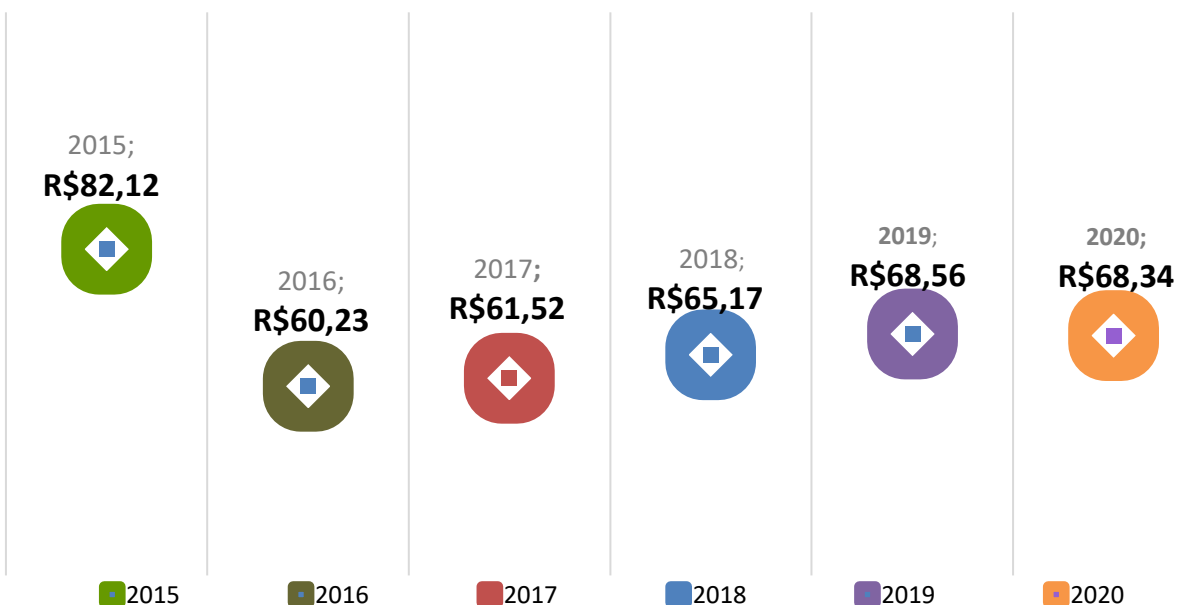
Fonte: Fecomércio/RN



## Gastos no Carnaval de Natal

**Gráfico 15 – Gasto médio individual por dia dos natalenses no Carnaval**

Fonte: Fecomércio/RN



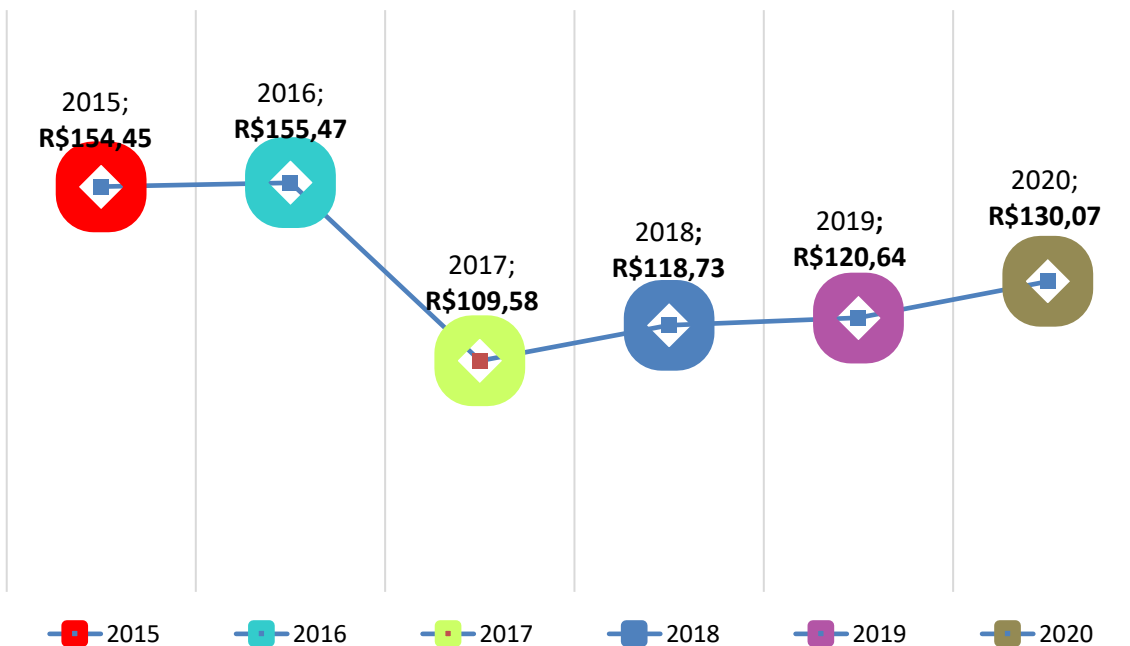
**Tabela 11 – Distribuição dos gastos dos natalenses (por atividade)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Segmento            | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Alimentação/bebidas | 34,1% | 27,3% | 38,1% | 59,7% | 55,3% | 51,9% |
| Transporte local    | 11,5% | 11,5% | 14,0% | 18,6% | 16,5% | 37,2% |
| Diversão            | 28,3% | 39,0% | 24,4% | 8,3%  | 10,2% | 9,3%  |
| Compras             | 26,1% | 22,2% | 23,6% | 13,4% | 18,0% | 1,6%  |

**Gráfico 16 – Gasto médio individual por dia dos visitantes e turistas no Carnaval**

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 12 – Distribuição dos gastos dos visitantes/turistas (por atividade)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Segmento            | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Alimentação/bebidas | 44,8% | 38,2% | 36,0% | 41,5% | 53,9% | 34,2% |
| Transporte local    | 11,4% | 14,5% | 11,9% | 14,0% | 11,9% | 27,9% |
| Diversão            | 26,0% | 27,0% | 33,7% | 26,0% | 13,8% | 18,6% |
| Compras             | 17,9% | 20,4% | 18,5% | 18,5% | 20,3% | 19,3% |

## Aspectos avaliativos do evento

**Tabela 13 – O que mais lhe agradou durante o Carnaval de Natal deste ano?**  
**(Espontânea) (Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha                 | %     |
|----------------------------------|-------|
| Atrações musicais                | 60,0% |
| Segurança                        | 29,9% |
| Organização das atrações         | 27,9% |
| Estrutura do evento              | 18,5% |
| Blocos de rua                    | 16,9% |
| Programação do evento            | 14,6% |
| Local do evento                  | 10,3% |
| Limpeza pública                  | 5,8%  |
| Atendimento                      | 3,4%  |
| Atrativos históricos culturais   | 3,0%  |
| Comércio                         | 1,8%  |
| Hospitalidade                    | 1,8%  |
| Preços cobrados                  | 1,7%  |
| Tranquilidade                    | 1,5%  |
| Praias                           | 1,0%  |
| Informações turística            | 0,8%  |
| Movimento das pessoas            | 0,7%  |
| Turismo                          | 0,7%  |
| Belezas naturais                 | 0,6%  |
| Nada                             | 0,6%  |
| Animação/Alegria                 | 0,4%  |
| Restaurantes/Comidas             | 0,3%  |
| Sinalização/trânsito             | 0,3%  |
| Horários                         | 0,2%  |
| Atrações para todas as idades    | 0,1%  |
| Bem estar                        | 0,1%  |
| Campanhas em apoio a diversidade | 0,1%  |
| Comodidade aos natalenses        | 0,1%  |
| Diversificação                   | 0,1%  |
| Divulgação                       | 0,1%  |
| Opções infantis                  | 0,1%  |
| Pré-carnaval                     | 0,1%  |
| Proximidade                      | 0,1%  |
| Outros                           | 0,1%  |
| Não sabe                         | 1,0%  |

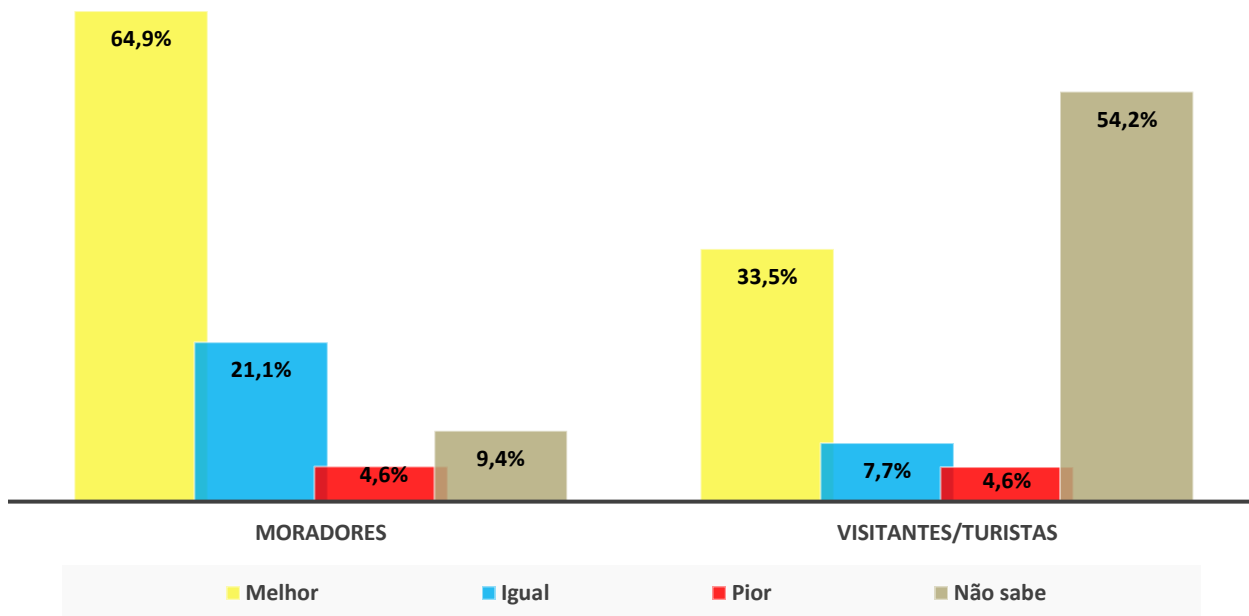
**Tabela 14 – O que mais lhe desagradou durante o Carnaval de Natal deste ano?**  
**(Espontânea) (Múltipla Resposta)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha                                 | %     |
|--------------------------------------------------|-------|
| Segurança                                        | 6,3%  |
| Limpeza pública                                  | 6,1%  |
| Local do evento                                  | 4,8%  |
| Estrutura do evento                              | 3,3%  |
| Organização das atrações                         | 2,9%  |
| Preços cobrados                                  | 2,9%  |
| Banheiros                                        | 2,6%  |
| Atrações musicais                                | 2,4%  |
| Trânsito                                         | 2,2%  |
| Transporte público                               | 2,1%  |
| Horário dos eventos                              | 1,9%  |
| Atendimento                                      | 0,9%  |
| Estacionamento                                   | 0,9%  |
| Programação do evento                            | 0,9%  |
| Informações turísticas                           | 0,8%  |
| Comércio                                         | 0,7%  |
| Atrativos históricos culturais                   | 0,4%  |
| Investimento da prefeitura                       | 0,4%  |
| Mobilidade                                       | 0,4%  |
| Falta mais blocos de rua                         | 0,3%  |
| Mais atrações                                    | 0,3%  |
| Pouca divulgação                                 | 0,3%  |
| Sonorização                                      | 0,3%  |
| Ambulantes                                       | 0,2%  |
| Desvalorização do artista nativo                 | 0,2%  |
| Polo da Zona Norte - o local do evento           | 0,2%  |
| Repetição de atrações                            | 0,2%  |
| A população não valoriza o carnaval              | 0,1%  |
| Barulho                                          | 0,1%  |
| Chuva                                            | 0,1%  |
| Desfile das escolas samba da Ribeira             | 0,1%  |
| Distância entre os polos                         | 0,1%  |
| Falta de consciência das pessoas                 | 0,1%  |
| Falta de iluminação                              | 0,1%  |
| Fumante no meio da festa                         | 0,1%  |
| Infraestrutura                                   | 0,1%  |
| Não pode entrar com bebida de garrafa            | 0,1%  |
| No intervalo entre um show e outro não há música | 0,1%  |
| Os melhores shows vão para Ponta Negra           | 0,1%  |
| Os polos são em lugares diferentes               | 0,1%  |
| Polo das Rocas                                   | 0,1%  |
| Salva-vidas na praia                             | 0,1%  |
| Serviço do hotel                                 | 0,1%  |
| Sinalização                                      | 0,1%  |
| Outros                                           | 0,4%  |
| Não sabe                                         | 4,4%  |
| Nada                                             | 55,8% |

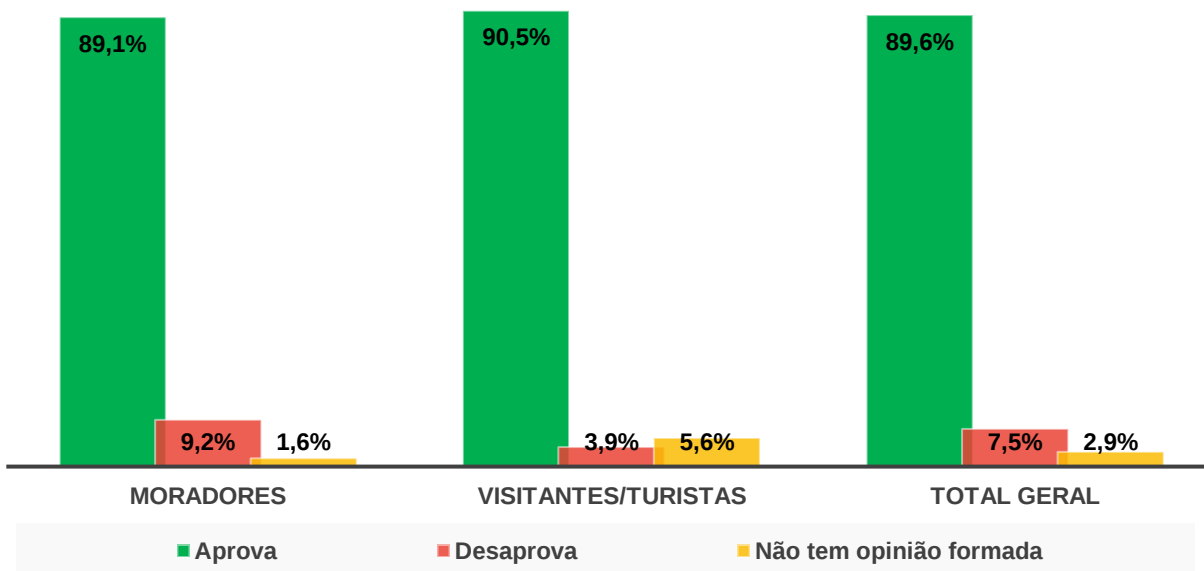
**Gráfico 17 – Com relação aos anos anteriores, o Carnaval deste ano será:**

Fonte: Fecomércio/RN



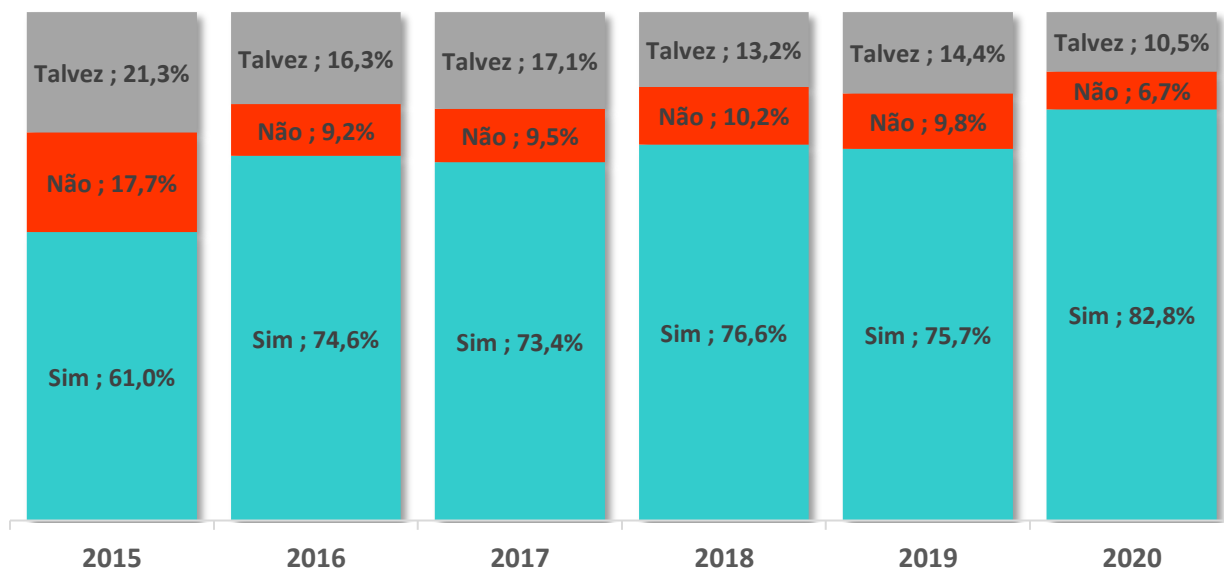
**Gráfico 18 – O (a) Sr. (a) aprova ou desaprova o investimento da Prefeitura no Carnaval?**

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 19 – O (a) sr. (a) pretende voltar para o Carnaval de Natal?**

Fonte: Fecomércio/RN



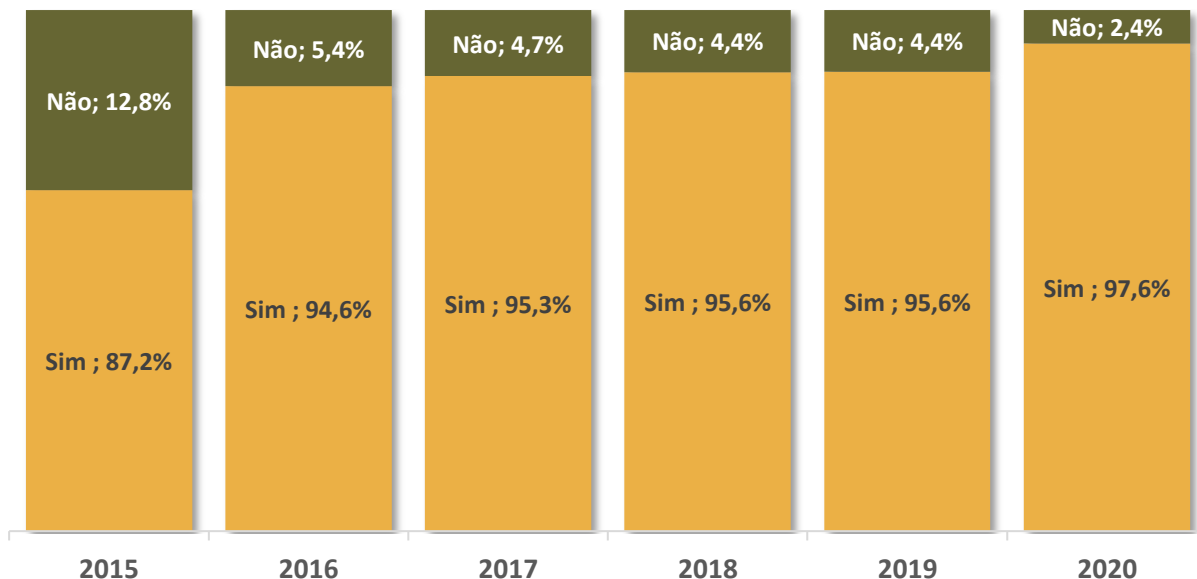
**Tabela 15 – Pretensão de voltar ao Carnaval de Natal (por tipo de público)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha | Moradores | Visitantes/Turistas |
|------------------|-----------|---------------------|
| Sim              | 87,3%     | 73,2%               |
| Não              | 4,6%      | 11,3%               |
| Talvez           | 8,1%      | 15,5%               |

**Gráfico 20 – O (a) sr. (a) recomendaria o Carnaval de Natal?**

Fonte: Fecomércio/RN



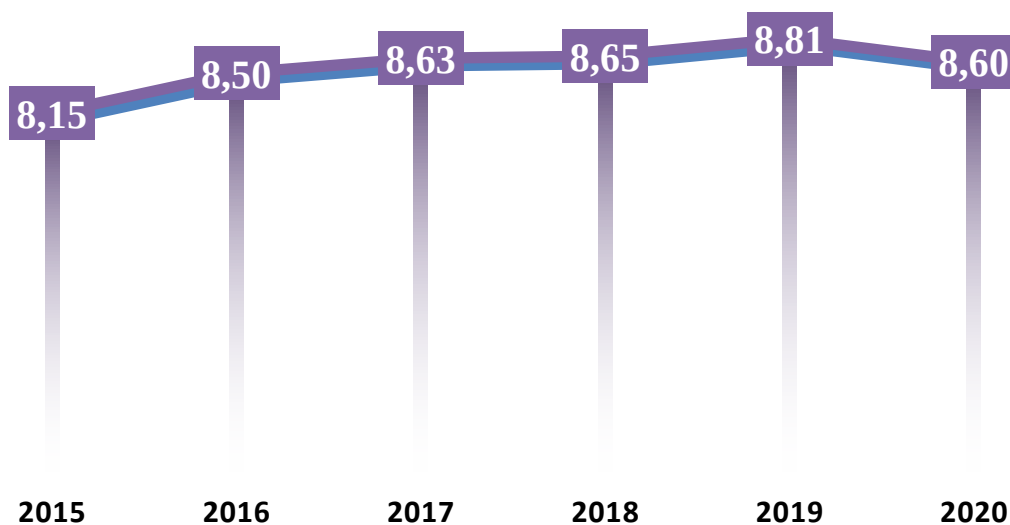
**Tabela 16 – Recomendação ao Carnaval de Natal (por tipo de público)**

Fonte: Fecomércio/RN

| Rótulos de Linha | Moradores | Visitantes/Turistas |
|------------------|-----------|---------------------|
| Sim              | 97,7%     | 97,5%               |
| Não              | 2,3%      | 2,5%                |

**Gráfico 21– Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para o Carnaval de Natal 2020?**

Fonte: Fecomércio/RN



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

**DEPARTAMENTO DE ESTATÍSTICAS E ESTUDOS SOCIOECONOMICOS**

*Marcelo Fernandes de Queiroz*  
**Presidente**

*Jaime Mariz de Faria Júnior*  
**Diretor Executivo**

**EQUIPE DE PESQUISA**

*Tiago Chacon Fontoura*  
**Estatístico**

*Hugo Sérgio*  
*Marco Antônio*  
*Elizabeth Pontes*  
*Daniela Lourena*  
*Irismar Alves*  
**Pesquisadores**