

PESQUISA DE PERFIL  
DOS **PARTICIPANTES** DA  
FESTA DE  
**SANT'ANA**  
DE CAICÓ 2023

JULHO DE 2023



## 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 participantes	5
Origem	6
Frequência	7
Motivação	8
Locais visitados	9
Planejamento	9
Hospedagem	10
Gastos	11
Avaliação	12
Aprovação	13
<b>4_ Análise gráfica</b>	<b>15</b>
Perfil dos participantes	15
Origem	18
Frequência	21
Motivação	23
Locais visitados	25
Planejamento	26
Hospedagem	28
Gastos	29
Avaliação	30
Aprovação	30

## 1 Apresentação

Caicó é um município pertencente ao estado do Rio Grande do Norte, principal cidade da região do Seridó, distante 282 km da capital estadual, Natal. Seu território ocupa uma área de 1.228,584 km<sup>2</sup>, o equivalente a 2,33% da superfície estadual, posicionando-o como o quinto município com maior extensão do Rio Grande do Norte. Sua população em 2022, de acordo com o CENSO do IBGE, era de 61.146 habitantes.

A Festa de Sant'Ana de Caicó é uma das comemorações mais importantes do Rio Grande do Norte, atraindo e movimentando milhares de pessoas todos os anos. Neste ano, a festa teve uma grande variedade de atrações culturais que envolveu desde grandes shows com artistas nacionais e vários projetos culturais espalhados pela cidade. Para o comércio e o setor de serviços, o período representa enorme oportunidade de faturamento com a circulação econômica, geração de empregos e vendas de produtos e serviços.

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

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

## 2 Metodologia

O Instituto Fecomércio (IFC) realizou no mês de julho uma pesquisa sobre o Festa de Sant'Ana de Caicó, incluindo entrevistas em diversos dias de realização do evento. Ao todo, foram pesquisadas 555 pessoas de diferentes perfis e hábitos, com o intuito de monitorar o comportamento dos participantes do evento.

A metodologia empregada na coleta de dados seguiu a técnica de observação direta, referente ao método quantitativo, utilizando-se como instrumento de investigação questionário semiestruturado, de acordo com os objetivos e necessidades da pesquisa para entrevistas presenciais individualizadas (face a face). A amostra pesquisada permitiu calcular uma margem de erro de cerca de 3 pontos percentuais e nível de confiança de 95%.

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 participantes

A análise dos dados referentes ao sexo dos participantes da Festa de Sant'Ana de Caicó revela uma variação significativa ao longo dos anos. Em 2022, as mulheres representaram 47,2% dos participantes, enquanto os homens corresponderam a 52,8% do público. Já em 2023, houve uma mudança nessa proporção, com a participação feminina diminuindo para 35,5% e a participação masculina aumentando para 64,5%.

Sobre a faixa etária dos participantes, neste ano, notamos algumas mudanças nas proporções. A faixa de 35 a 59 anos continuou sendo a mais representativa, mas sua participação aumentou para 40,9%. A faixa de 25 a 34 anos também teve um aumento significativo, passando a representar 31,2% do público. Por outro lado, a faixa de 16 a 24 anos teve uma leve diminuição, representando 25,9% do público. A parcela de participantes com 60 anos ou mais sofreu uma queda considerável, passando para 2%. A idade média dos participantes da Festa de Sant'Ana Caicó que era de 35 anos no ano passado neste ano foi para 34,8, sendo que entre os residentes foi de 34,7 e entre os visitantes e turistas de 34,9 anos.

Quanto ao nível de escolaridade, houve uma diminuição na proporção de participantes com ensino superior completo ou mais, que passou de 50,4% em 2022 para 46,8% do público este ano. A parcela de participantes com ensino médio completo também teve uma ligeira queda, de 42,2% para 40,7%. Por outro lado, a proporção de participantes com ensino fundamental completo aumentou, passando de 7,4% para 12,4% do público.

A distribuição de renda se manteve relativamente estável em relação a 2022. A maior parte dos participantes continuou tendo uma renda entre 2 e 5 salários-mínimos, com 47,7% do público. A proporção de participantes com renda de até 1 salário-mínimo aumentou ligeiramente para 21,6%, enquanto a parcela com renda entre 6 e 10 salários-mínimos também apresentou um leve aumento, chegando a 16,6%. A porcentagem de participantes com renda acima de 10 salários-mínimos também aumentou para 11,2%. Na média, a renda mensal familiar dos participantes passou de 4 salários em 2022 para 4,3 em 2023, sendo que entre os residentes foi de 3,8 e entre os visitantes e turista foi de 4,8 salários-mínimos.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Sobre os acompanhantes durante os festejos de Sant'Ana, neste ano, observou-se um aumento no número de participantes que vieram com a família, chegando a 58,6% do público (em 2022 eram 50,4%). A proporção de participantes que vieram com amigos também aumentou, passando de 35,2% para 38,2%. Por outro lado, a parcela de participantes que vieram sozinhos diminuiu consideravelmente, chegando a apenas 2,6% contra 12,2% do ano passado.

## Origem

A análise dos dados sobre o tipo de público presente na Festa de Sant'Ana de Caicó indica que em 2022 e 2023 a proporção entre residentes e visitantes/turistas manteve-se relativamente estável.

Em 2022, 45,8% dos participantes eram residentes, ou seja, pessoas que moram na cidade de Caicó. Enquanto isso, os visitantes e turistas, que são pessoas que vieram de outras cidades ou regiões para participar do evento, representaram 54,2% do público. Neste ano a proporção de residentes aumentou ligeiramente para 46,3%, indicando que houve uma pequena preferência dos moradores locais em relação ao ano anterior. Já os visitantes e turistas representaram 53,7% do público, mostrando uma diminuição igualmente leve em relação ao ano anterior.

A respeito da origem, apurou-se que a maioria dos participantes era nativos, sendo 87,4% de participantes do RN. No entanto, a pesquisa notou a presença de pessoas de 11 diferentes estados, como Paraíba (6,5%), Ceará (2,2%), Pernambuco (1,8%), São Paulo (0,5%), Minas Gerais (0,4%), Alagoas (0,2%), Amapá (0,2%), Bahia (0,2%), Distrito Federal (0,2%) e Rio de Janeiro (0,2%). Além disso, notou-se a presença de estrangeiros (0,4%) na festa. No geral destacaram-se os Estados da região Nordeste.

Quanto aos municípios de residência, observou-se participantes de 72 cidades diferentes, sendo as principais Caicó (46,3%), Natal (16,8%), Jardim de Piranhas (3,2%), Jucurutu (2,9%), Jardim do Seridó (2%), João Pessoa (1,4%), Campina Grande (1,3%), São João do Sabugi (1,3%), Fortaleza (1,3%), Currais Novos (1,1%), Mossoró (1,1%), São Fernando (1,1%), São José do Seridó (1,1%), Ouro Branco (0,9%), Parnamirim (0,9%), São José do Brejo da Cruz (0,9%), Serra Negra (0,9%), Recife (0,9%), Timbaúba dos Batistas (0,9%), Parelhas (0,9%), Ipueira (0,7%), São Bento (0,5%), Acari (0,5%), Santa Cruz (0,5%), São Paulo (0,5%), entre outras.

## Frequência

Uma análise dos dados sobre a frequência de participação dos participantes na Festa de Sant'Ana de Caicó mostra que a maioria das pessoas que compareceram ao evento já o fizeram diversas vezes. Neste ano, a proporção de participantes que já tinham frequentado o evento seis vezes ou mais reduziu de 67,4% em 2022 para 58,7%, porém, ainda é a categoria com maior representatividade. Aqueles que permaneceram presentes de duas a cinco vezes aumentaram de 15,6% para 21,7%, indicando que há um aumento no número de pessoas que se tornam frequentadoras regulares da festa. Os participantes que compareceram pela primeira vez também tiveram um aumento de nível, representando agora 19,6% do público, no ano passado eram 17%.

No entanto, em 2023, houve uma mudança notável no perfil do público. A proporção de visitantes e turistas que foram à festa pela primeira vez aumentou significativamente, atingindo 34,2%. Isso representa um aumento de 7,7 pontos percentuais em relação ao ano anterior (26,5%). Além disso, a proporção daqueles que tinham participado de duas a cinco vezes também aumentou para 29,5%, um aumento de 11,4 pontos percentuais em relação a 2022 (18,1%). Por outro lado, a proporção daqueles que já frequentaram a festa seis vezes ou mais saiu de 55,4% para 36,3%.

Essa análise sugere que a Festa de Santana de Caicó tem um público fiel e cativo, com uma grande proporção de pessoas que retornam ao evento ano após ano. Essa fidelidade pode ser atribuída à tradição cultural do evento, à qualidade das atividades musicais e ao ambiente festivo. Além disso, o aumento na presença de visitantes pela primeira vez pode indicar que os esforços de divulgação e promoção do evento estão sendo bem-sucedidos, atraindo um público mais diversificado e ampliando o alcance da festa.

No que se refere ao número de dias que participou dos eventos, houve uma redução no número médio de dias de participação tanto para os residentes quanto para os visitantes e turistas. Os residentes tiveram uma duração média de participação de 5,6 dias em 2022 para 4,9 dias em 2023, enquanto os visitantes e turistas tiveram uma redução de 4,4 dias em média de 3,8 dias. Essa redução pode ser atribuída a diversos fatores, como mudanças nas atrações e programação da festa, questões motivacionais ou mesmo fatores externos que podem ter afetado a disponibilidade de tempo e recursos dos participantes.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Motivação**

Os dados indicam que quase metade dos participantes (49,9%) menciona a tradição como um motivo importante para participar da festa. Isso sugere que a festa tem um forte apelo cultural e histórico, sendo um evento que faz parte da cultura local e é comemorado por gerações. A oferta de festas gratuitas e atrações musicais (35,9%) atrai um número considerável de participantes. Essa categoria engloba festas abertas ao público, com shows musicais e entretenimento, que se tornam um ponto de encontro para diversão e celebração. A presença de amigos e familiares (31,7%) é um fator relevante para muitos participantes. A festa se torna uma ocasião para reunir-se com pessoas queridas e compartilhar momentos especiais. O aspecto de lazer, animação e diversão (26,8%) é mencionado por um quarto dos participantes, indicando que a festa é vista como um momento para desfrutar de momentos agradáveis e descontraídos. A programação da festa, incluindo as atividades divulgadas e promovidas pelo evento atraiu quase 9,9% dos participantes, demonstrando a importância de uma boa organização e oferta variada de atividades. Um grupo de participantes menciona a organização, estrutura e decoração (8,1%) como um fator relevante para sua presença na festa. Isso ressalta a importância de oferecer um ambiente bem protegido e atrativo para os participantes. Outros (5,8%) mencionam motivos não especificados anteriormente, o que pode incluir questões pessoais e outras motivações individuais.

A maioria dos participantes tomou conhecimento dos eventos da festa de Sant'Ana principalmente por meio da internet e redes sociais, representando 64,1% das respostas. Isso reflete o papel cada vez mais importante das plataformas online na divulgação de eventos culturais e festivos. Outro meio significativo de divulgação é o “boca a boca”, com 22,9% dos participantes informando que souberam da festa por meio de amigos e familiares. Esse tipo de divulgação é importante porque pessoas próximas tendem a influenciar a decisão de participar de um evento, passando informações e impressões pessoais sobre a experiência. O fato de já conhecer o evento foi mencionado por 16,8%. Além disso, a divulgação no próprio local do evento (4,5%) mostra que a festa é promovida no ambiente onde acontece, alcançando aqueles que estão na região. A televisão e o rádio também desempenham um papel na divulgação da festa, porém com menor expressão, com 1,4% e 3,2%, respectivamente; entre outros (1,3%) não especificados.



## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Locais visitados**

Durante a participação na festa de Sant’Ana, os atrativos mais planejados para serem visitados pelos participantes incluem os shows musicais, com um índice de 82,3%. Isso ressalta a importância das atrações musicais como um dos principais motivos de participação na festa, mostrando que a música é um elemento central da celebração e desempenha um papel significativo em atrair o público. Depois, com 45,6%, os restaurantes e bares também são uma atração bastante procurada pelos participantes, mostrando que as opções de entretenimento relacionadas à alimentação são relevantes para a experiência dos participantes durante a festa. A seguir, com 41,8%, as atividades religiosas, como missas e visitas à igreja, também são populares entre os participantes da festa de Sant’Ana, revelando a importância da tradição religiosa e cultural na festividade. As feiras e exposições (40,4%) são bastante apreciadas, indicando que os participantes valorizam a oportunidade de adquirir produtos locais e apreciar a cultura regional. Os participantes também demonstram interesse em ir ao comércio local (35,9%), buscar por produtos e lembranças exclusivas relacionadas à festa, bem como atrativos culturais (23,2%) e supermercados (19,6%).

**Planejamento**

A decisão de ir para o evento revela alguns insights interessantes sobre o planejamento dos participantes. A maioria dos residentes (40,5%) decidiu vir para o evento com mais de um ano de antecedência, indicando que a festa de Sant’Ana é um evento muito aguardado pelos moradores locais, que se programam com antecedência para participar das celebrações. Já entre os visitantes e turistas, a maioria (34,9%) decidiram participar da festa com até 15 dias de antecedência e outros 20,1% fizeram essa escolha entre 16 dias e 1 mês antes do evento. Isso mostra que muitos turistas estão se programando para visitar a cidade especificamente para a festa de Sant’Ana, mas também há uma parcela significativa que pode ter tomado uma decisão de última hora. Um grupo relevante de participantes que decidiu ir ao evento entre 2 e 6 meses de antecedência está dividido entre residentes (16%) e visitantes/turistas (22,8%), revelando que, para alguns, a decisão de participar da festa acontece após uma consideração mais supervisionada, possivelmente levando em conta fatores como disponibilidade, condições financeiras e outras variáveis. Em comparação com os residentes (40,5%), a parcela de visitantes/turistas que decidem com mais de um ano de

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

antecedência é significativamente menor (16,1%). Isso indica que muitos turistas talvez estejam mais ansiosos a tomar a decisão de visitar a festa de Sant'Ana mais próximo à data do evento, possivelmente por serem turistas sazonais ou atraídos por outras circunstâncias como visitar parentes e amigos.

Acerca do transporte utilizado para chegar ao evento, observou-se tanto entre os residentes como entre os visitantes/turistas, o carro próprio é a forma de transporte mais utilizada para chegar ao evento (40,5% e 57,4%, respectivamente), demonstrando que muitas pessoas preferem utilizar seus próprios veículos para ter mais liberdade e comodidade. Cerca de 21,8% dos residentes e 12,8% dos visitantes/turistas declararam ter chegado ao evento a pé. Esse dado pode estar relacionado à proximidade dos locais de residência em relação à festa, o que permite que algumas pessoas optem por caminhar até o local. Entre os residentes, 16% utilizaram motocicletas para chegar ao evento, mostrando que algumas pessoas da região podem optar por esse meio de transporte para se deslocar em distâncias mais curtas ou por questões de mobilidade. O uso de ônibus/van como meio de transporte é mais relevante entre os visitantes/turistas, representando 17,4% desse grupo. Um pequeno percentual de participantes, tanto residentes quanto visitantes/turistas, utilizaram outras formas de transporte.

## Hospedagem

A maioria dos participantes, tanto em 2022 (64,7%) como em 2023 (52,3%), optou por se hospedar em residências de familiares ou amigos, demonstrando que os participantes têm laços familiares ou amizades na cidade, o que facilita sua estadia e pode tornar a experiência mais agradável e econômica. Cerca de 20,6% dos participantes em 2022 e 19,1% em 2023 informaram que não se hospedaram. Essas pessoas residem em localidades próximas e optam por fazer uma visita à festa, retornando para suas casas ao final do evento. Em 2023, 9,5% dos participantes informaram estar hospedados em casa alugada durante o evento. Uma pequena parcela dos participantes (3,3% em 2022 e 5,6% em 2023) optou por outras formas de hospedagem que não foram especificadas.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gastos**

A análise dos gastos médios individuais por dia dos participantes durante a festa de Sant'Ana revela alguns padrões interessantes.

Tanto para os residentes quanto para os visitantes/turistas, houve um aumento significativo nos gastos de 2022 para 2023. Os residentes passaram seus gastos de R\$ 228,44 para R\$ 340,96, enquanto os visitantes/ turistas passaram de R\$ 320,74 para R\$ 348,00. Esse aumento pode ser um reflexo do crescimento dos preços e custos associados à festa de Sant'Ana, além de um maior envolvimento da população na participação do evento.

Em ambos os anos, os residentes gastaram um pouco menos em média durante o evento em comparação com os visitantes e turistas. Essa diferença é explicada pelo fato de que os residentes provavelmente têm custos menores com hospedagem, transporte e outras despesas, já que muitos deles podem aproveitar a festa de Sant'Ana sem precisar de ficar fora de casa.

Em 2023, os visitantes e turistas declararam gastar, em média, um valor próximo aos residentes. Indicando que as despesas dos participantes não variaram muito, independentemente de serem locais ou de outras cidades, haja vista, que muitos visitantes realizam bate e volta ou ficam na casa de parentes e amigos. Por outro lado, os residentes desembolsam valores maiores com compras de itens relacionados à festa.

Os dados sugerem que a festa de Sant'Ana tem um impacto econômico significativo na cidade de Caicó. O aumento nos gastos de ambos os grupos ao longo dos anos pode indicar um crescimento contínuo do evento e sua importância para a economia local.

Entre os residentes, a segmentação dos gastos por segmentos foi direcionada para compras em geral (48,1%); alimentação/bebidas (32,1%); diversão (14,8%) e transporte local (5%). Entre os visitantes e turistas, a estratificação de gastos por atividade ficou distribuída da seguinte forma: 47,5% com alimentação/bebidas; 24,5% com compras; 13,5% com diversão; 8,6% com hospedagem local; e 5,9% com transporte local.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

## Avaliação

Além de identificar o perfil, os hábitos de consumo, as motivações e preferências dos participantes da festa, a pesquisa também quis saber a visão das pessoas sobre o evento, e qual o grau de satisfação e avaliação que eles fizeram da festa realizada na cidade.

A maioria dos participantes avaliou a divulgação do evento como "Ótima" (59,8%) e "Boa" (33,7%). Isso indica que a divulgação foi eficiente em alcançar o público-alvo e comunicar as informações sobre a festa. A baixa porcentagem (5,8%) de respostas negativas ("Regular", "Ruim" e "Péssimo") mostra que a estratégia de divulgação foi bem-sucedida no geral.

A grande maioria dos participantes avaliou as atrações musicais como "Ótimas" (57,7%) e "Boas" (35,5%), indicando que a programação musical foi bem recebida pelo público. Apenas 3,6% avaliaram como "Regular", "Ruim" ou "Péssimo".

A organização do evento foi satisfatória para a maior parte dos participantes, com 48,5% dos entrevistados classificando-a como "Ótima" e 41,3% como "Boa". Esse resultado mostra que os esforços para garantir uma boa organização do evento foram reconhecidos pelos participantes. Menos de 10% avaliaram como "Regular", "Ruim" ou "Péssima".

A maioria dos participantes avaliou positivamente o espaço físico e a estrutura do evento, com 46,7% classificando como "Ótimo" e 44,5% como "Bom". Isso demonstra que a organização do evento conseguiu fornecer uma estrutura adequada para a realização das atividades festivas. Somente 8,1% avaliaram como "Regular", "Ruim" ou "Péssimo".

Quanto ao nível de segurança do evento, percebeu-se que grande parte dos participantes ficaram satisfeitos, com 42,5% dos participantes classificando-a como "Ótima" e 44,5% como "Boa". Essa percepção é essencial para garantir que os participantes se sintam seguros durante a festa. Neste item, 10,1% avaliaram como "Regular", "Ruim" ou "Péssimo".

A avaliação dos locais de alimentação também obteve, em sua maior parcela, avaliações positivas, com 32,6% dos participantes considerando-os "Ótimos" e 49,4% "Bons". Isso sugere que a oferta de opções de alimentação durante o evento atendeu às expectativas do público.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

A limpeza urbana também foi avaliada positivamente, com 24,3% dos participantes considerando-a "Ótima" e 45% "Boa". Enquanto 29% avaliaram como "Regular", "Ruim" ou "Péssimo". Os esforços para manter a cidade limpa durante o evento foram eficazes, porém necessitam de ajustes pontuais.

Sobre o Acesso/trânsito/Transportes/Mobilidade, este item recebeu estimativas mais baixas, com 25,2% dos participantes classificando como "Ótimo" e 41,3% como "Bom". No entanto, uma parcela significativa respondeu "Regular" (20,7%) ou "Ruim" e "Péssimo" (12,3%), revelando que ainda há espaço para melhorias na mobilidade durante o evento, como em questões de trânsito e transporte.

Em referência aos preços cobrados, este foi o item com a menor avaliação positiva, com apenas 6,3% dos participantes classificando os preços cobrados como "Ótimos" e 26,3% como "Bons". A maior parte das respostas foi "Regular" (43,8%), demonstrando que os participantes aceitam os preços cobrados, mas ainda há espaço para melhorias nessa área.

## Aprovação

Os dados mostram que a grande maioria dos participantes pretende voltar aos festejos de Sant'Ana em 2023. Em 2022, 96,8% responderam que pretendiam voltar, e esse número aumentou para 98% em 2023. Isso revela que a maioria dos participantes ficou satisfeita com a experiência do evento e deseja participar novamente no próximo ano. Além disso, a perda daqueles que responderam "Não" ou "Talvez" diminuiu de 3,2% em 2022 para apenas 1,9% em 2023. Isso sugere que, ao longo dos anos, o evento tem conquistado mais participantes, fiéis a retornar, o que é uma indicação positiva do sucesso do evento.

A maioria dos participantes da Festa de Sant'Ana deu uma avaliação muito positiva para o evento em ambos os anos (2022 e 2023). Em 2022, 48,6% dos participantes deram nota máxima de 10, enquanto em 2023, o índice aumentou significativamente para 71,8%.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

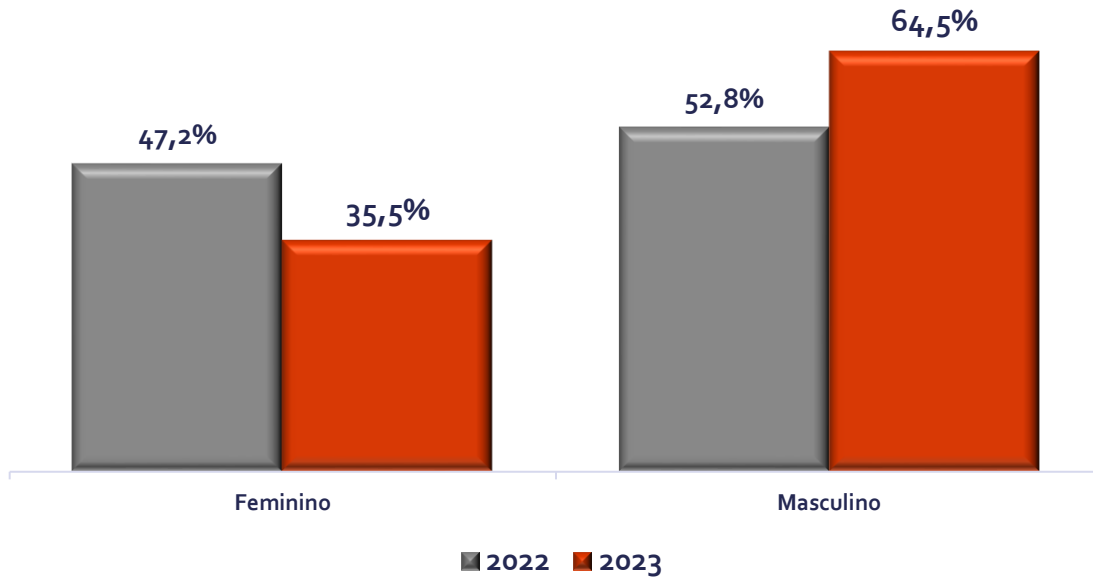
Observou-se, ainda, uma melhoria na nota média do evento de um ano para o outro. Em 2022, a nota média foi de 9,09, já em 2023, a nota média subiu para 9,41. Essa melhoria na nota média reflete a satisfação crescente dos participantes com o evento, indicando que houve um esforço para melhorar a qualidade e a organização da festa.

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

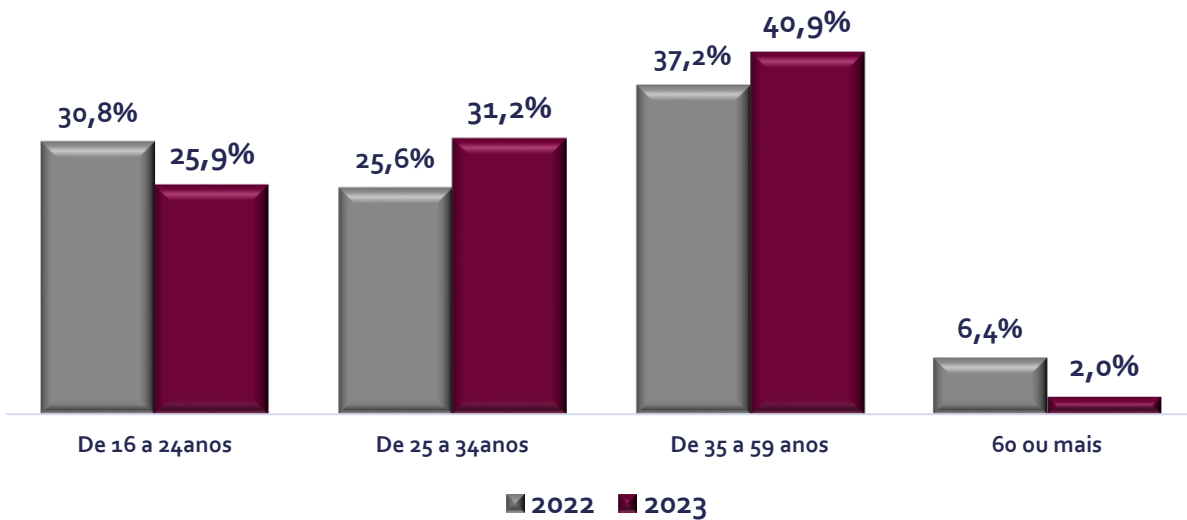
## 4 Análise gráfica

### Perfil dos participantes

**Gráfico 1 – Sexo**  
Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 2 – Faixa etária**  
Fonte: Fecomércio/RN



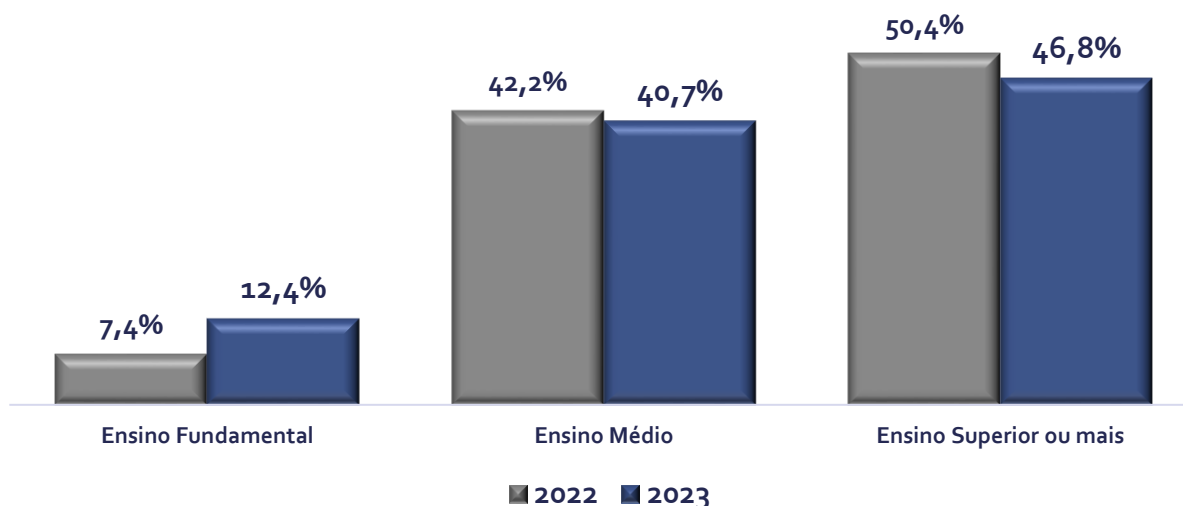
**Tabela 1 – Idade média por ano**  
**Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de linha	2022	2023
Média de idade	35,0	34,8

**Tabela 2 – Idade média por tipo de público**  
**Fonte: Fecomércio/RN**

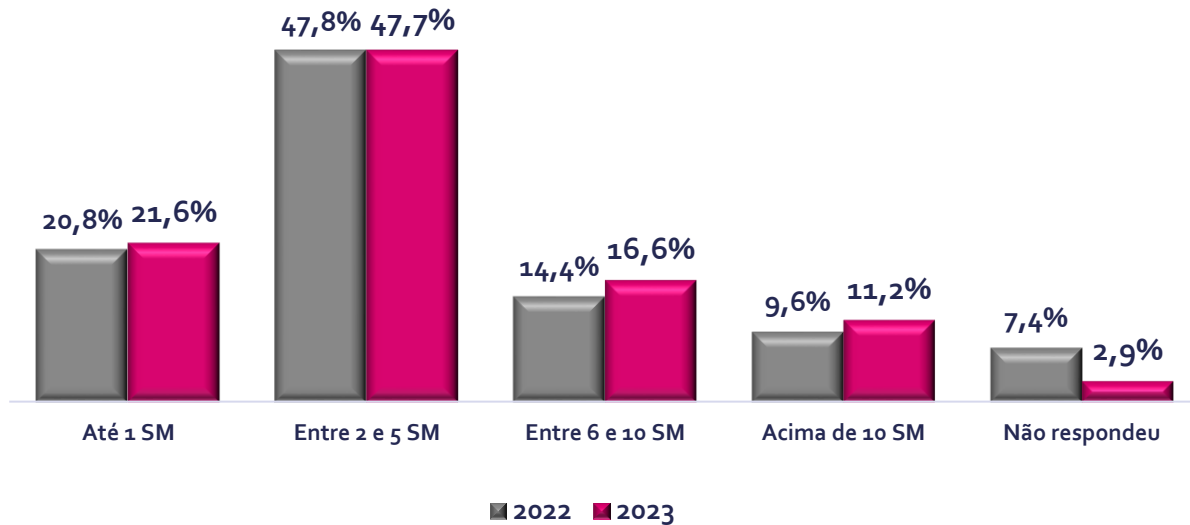
Rótulos de Linha	Residente	Visitantes/Turistas
Média de idade	34,7	34,9

**Gráfico 3 – Escolaridade**  
**Fonte: Fecomércio/RN**





**Gráfico 4– Renda mensal familiar**  
**Fonte: Fecomércio/RN**



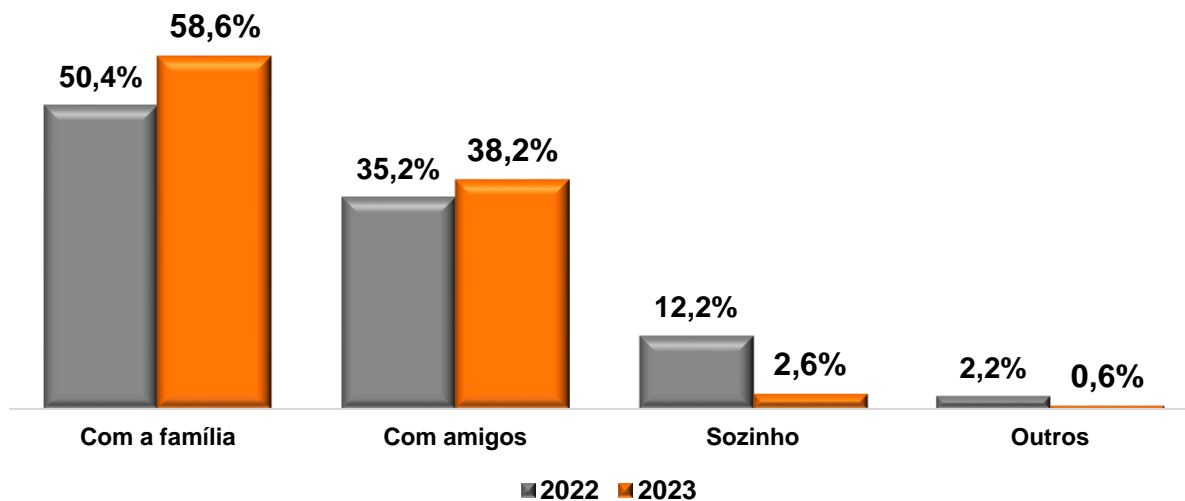
**Tabela 3 – Renda mensal familiar por ano**  
**Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de linha	2022	2023
Média em SM	4,0	4,3

**Tabela 4 – Renda mensal familiar por tipo de público**  
**Fonte: Fecomércio/RN**

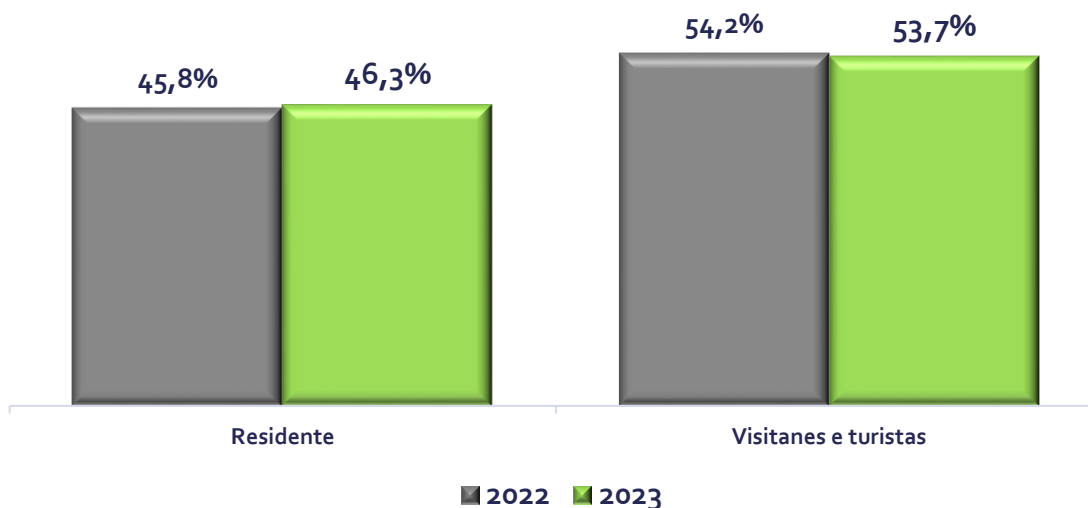
Rótulos de Linha	Residente	Visitantes/Turistas
Renda média em SM	3,8	4,8

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



### Origem

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



**Tabela 5 – País de residência do público participante.**

**Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de Linha	2022	2023
<b>Brasil</b>	<b>100,0%</b>	<b>99,6%</b>
<b>Canadá</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>
<b>Estados Unidos</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>

**Tabela 6 – Estado de residência do público participante.**

**Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de Linha	2022	2023
<b>RN</b>	<b>85,2%</b>	<b>87,4%</b>
<b>PB</b>	<b>7,2%</b>	<b>6,5%</b>
<b>CE</b>	<b>1,2%</b>	<b>2,2%</b>
<b>PE</b>	<b>1,0%</b>	<b>1,8%</b>
<b>SP</b>	<b>2,2%</b>	<b>0,5%</b>
<b>Estrangeiro</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,4%</b>
<b>MG</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,3%</b>
<b>AL</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>
<b>AP</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,2%</b>
<b>DF</b>	<b>0,6%</b>	<b>0,2%</b>
<b>BA</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,2%</b>
<b>RJ</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,2%</b>
<b>GO</b>	<b>0,8%</b>	<b>0,0%</b>
<b>PA</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,0%</b>
<b>PI</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,0%</b>
<b>PR</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,0%</b>
<b>RO</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,0%</b>
<b>SE</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,0%</b>

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Tabela 7 – Cidades dos participantes.**

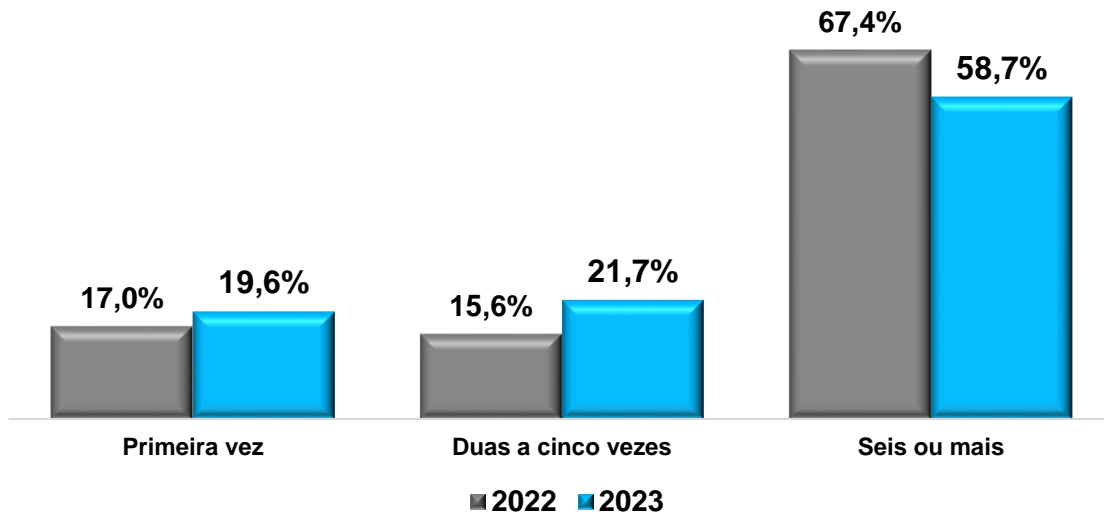
Fonte: Fecomércio/RN

Rótulos de Linha	2022	Rótulos de Linha2	2023
Caicó	45,8%	Caicó	46,3%
Natal	19,2%	Natal	16,8%
Jardim de Piranhas	2,6%	Jardim de Piranhas	3,2%
Mossoró	2,6%	Jucurutu	2,9%
Patos	2,0%	Jardim do Seridó	2,0%
Jucurutu	1,8%	João Pessoa	1,4%
São José do Seridó	1,6%	Campina Grande	1,3%
João Pessoa	1,4%	São João do Sabugi	1,3%
Campina Grande	1,2%	Fortaleza	1,3%
Serra Negra do Norte	1,2%	Currais Novos	1,1%
Jardim do Seridó	0,8%	Mossoró	1,1%
Parnamirim	0,8%	São Fernando	1,1%
São Fernando	0,8%	São José do Seridó	1,1%
Timbaúba dos Batistas	0,8%	Ouro Branco	0,9%
Carnaúba dos Dantas	0,6%	Parnamirim	0,9%
Currais Novos	0,6%	São José do Brejo do Cruz	0,9%
Fortaleza	0,6%	Serra Negra	0,9%
Ouro Branco	0,6%	Recife	0,9%
Parelhas	0,6%	Timbaúba dos Batistas	0,9%
São João do Sabugi	0,6%	Parelhas	0,9%
Angicos	0,4%	Ipueira	0,7%
Assú	0,4%	São Bento	0,5%
Belém do Brejo do Cruz	0,4%	Acarí	0,5%
Coronel Ezequiel	0,4%	Santa Cruz	0,5%
Goiânia	0,4%	São Paulo	0,5%
Juazeiro do Norte	0,4%	Lagoa Nova	0,5%
Lagoa Nova	0,4%	Várzea	0,4%
Paulista	0,4%	Paulista	0,4%
Petrolina	0,4%	Caruaru	0,4%
Recife	0,4%	Juazeiro do Norte	0,4%
Santa Cruz	0,4%	Santa Luzia	0,4%
São Bento	0,4%	Sousa	0,4%
Sorocaba	0,4%	João Câmara	0,4%
São Paulo	0,4%	Pombal	0,2%
São José do Sabugi	0,4%	Assú	0,2%
Brasília	0,4%	Fortim	0,2%
Turvelândia	0,4%	Carnaúbas do Dantas	0,2%
Acarí	0,2%	Camaragibe	0,2%
Bauru	0,2%	Brejinho	0,2%
Belém	0,2%	Apodi	0,2%
Brejinho	0,2%	Albuquerque	0,2%
Campinas	0,2%	Almino Afonso	0,2%
Caraguatatuba	0,2%	Mombaça	0,2%
Castanhal	0,2%	Belém do Brejo do Cruz	0,2%
Catolé do Rocha	0,2%	Monte Alegre	0,2%
Curitiba	0,2%	Picuí	0,2%
Florânia	0,2%	Montreal	0,2%
Guarulhos	0,2%	Pureza	0,2%
Ipanguay	0,2%	Alfonso Bezerra	0,2%
Macaúbas	0,2%	Riachão do Jacuípe	0,2%
Pau dos Ferros	0,2%	Niterói	0,2%
Picuí	0,2%	Santa Cruz de Capibaribe	0,2%
Porto Velho	0,2%	Belo Horizonte	0,2%
São Gonçalo do Amarante	0,2%	Guarabira	0,2%
Sousa	0,2%	Catolé do Rocha	0,2%
Touros	0,2%	São Gonçalo do Amarante	0,2%
Santana do Seridó	0,2%	Conselheiro Lafaiete	0,2%
Diadema	0,2%	Brasília	0,2%
Taguatinga	0,2%	Angicos	0,2%
Itamaraju	0,2%	Olinda	0,2%
São José dos Campos	0,2%	São Paulo do Potengi	0,2%
Portalegre	0,2%	Lucrécia	0,2%
Teresina	0,2%	Serrinha	0,2%
Campo Grande	0,2%	Macaíba	0,2%
Rio de Janeiro	0,2%	Tenente Laurentino Cruz	0,2%
Aracajú	0,2%	Macapá	0,2%
Jaguaribe	0,2%	Upanema	0,2%
Brejo do Cruz	0,2%	Maceió	0,2%
Macau	0,2%	Olho D'água dos Borges	0,2%
Ipanguaçú	0,2%	Santana do Seridó	0,2%
Cuité	0,2%	Messias Targino	0,2%
São Bernardo do Campos	0,2%	Maranguape	0,2%

## Frequência

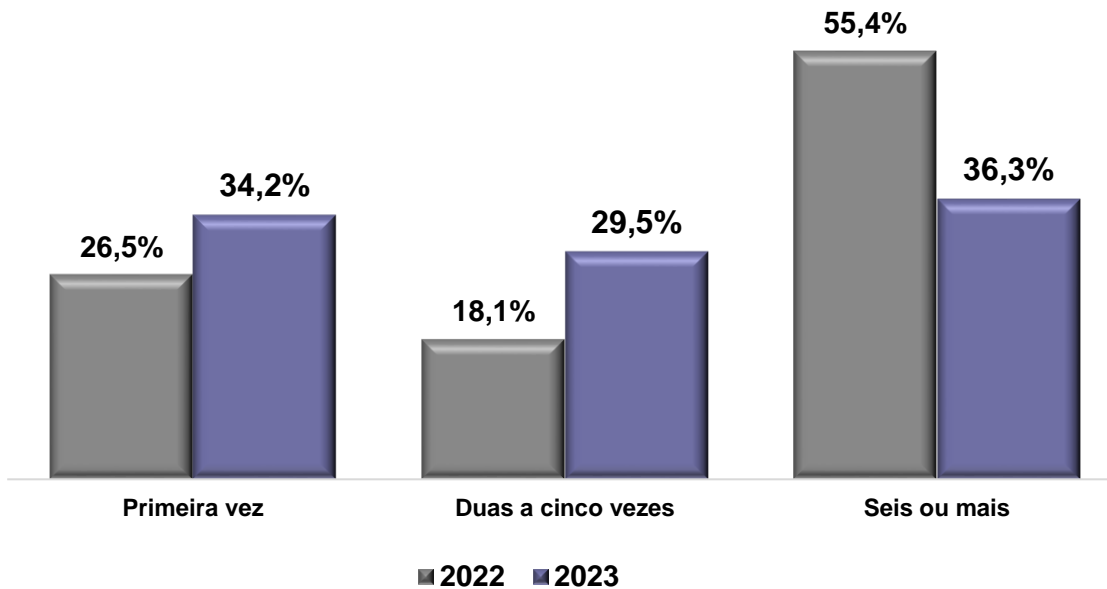
**Gráfico 7 – Quantas vezes já participou da Festa de Sant’Ana de Caicó?**

Fonte: Fecomércio/RN



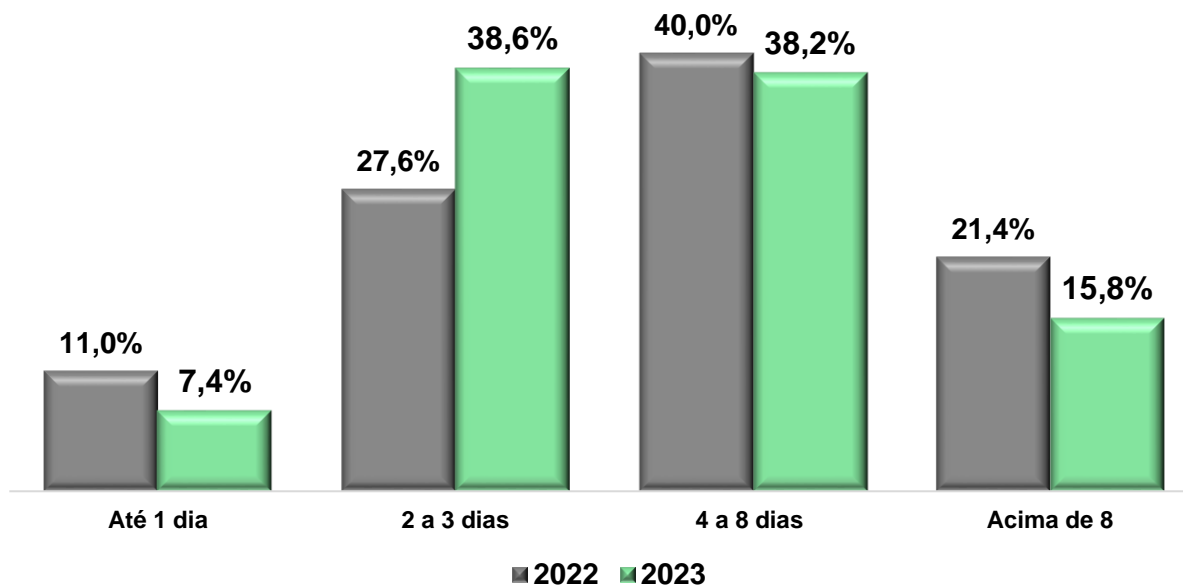
**Gráfico 8 – Número de vezes que participou, entre os visitantes e turistas.**

Fonte: Fecomércio/RN



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

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 8 – Média de dias que participou dos eventos por tipo de público.**

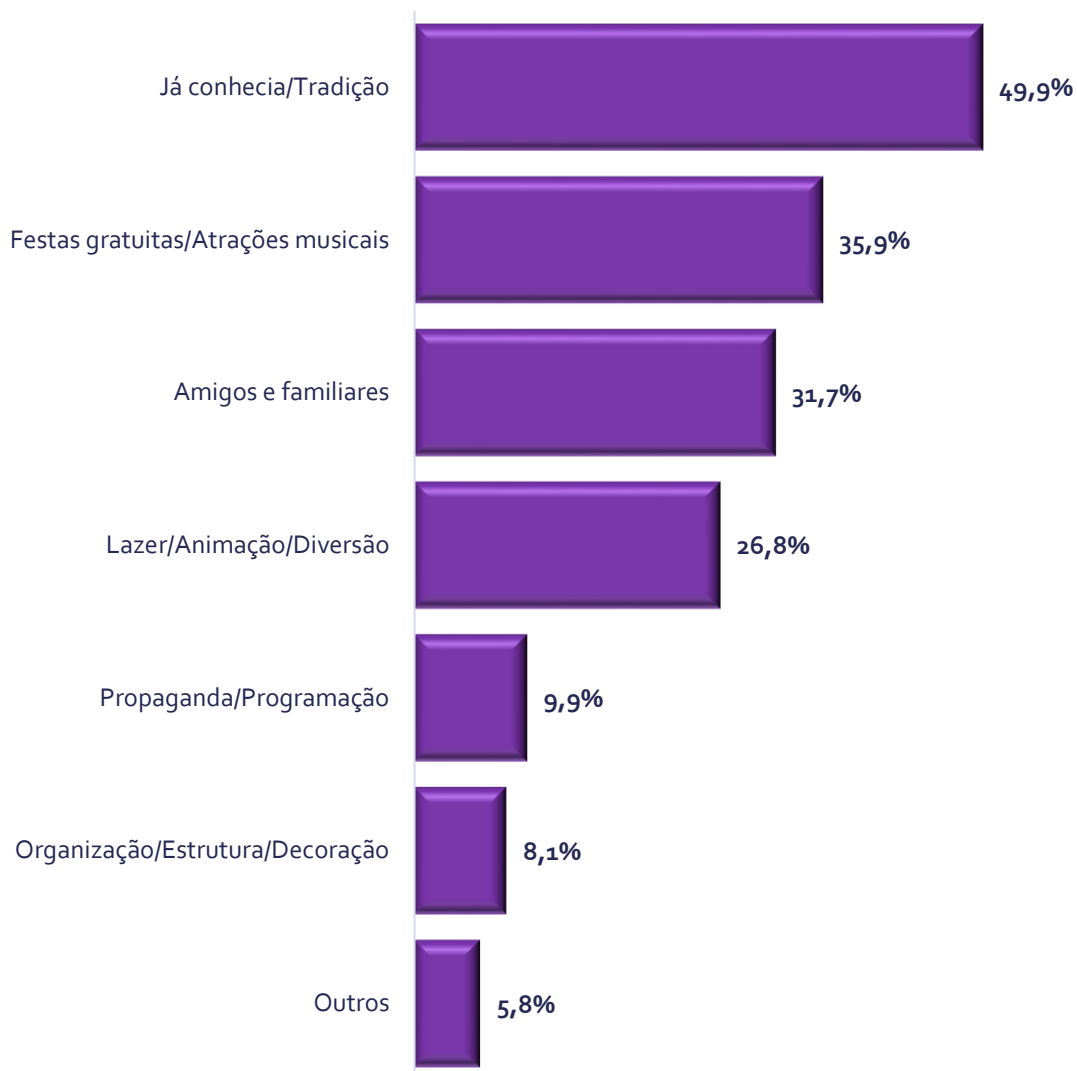
Fonte: Fecomércio/RN

Ano	Residente	Visitantes e Turistas
2022	5,6	4,4
2023	4,9	3,8

## Motivação

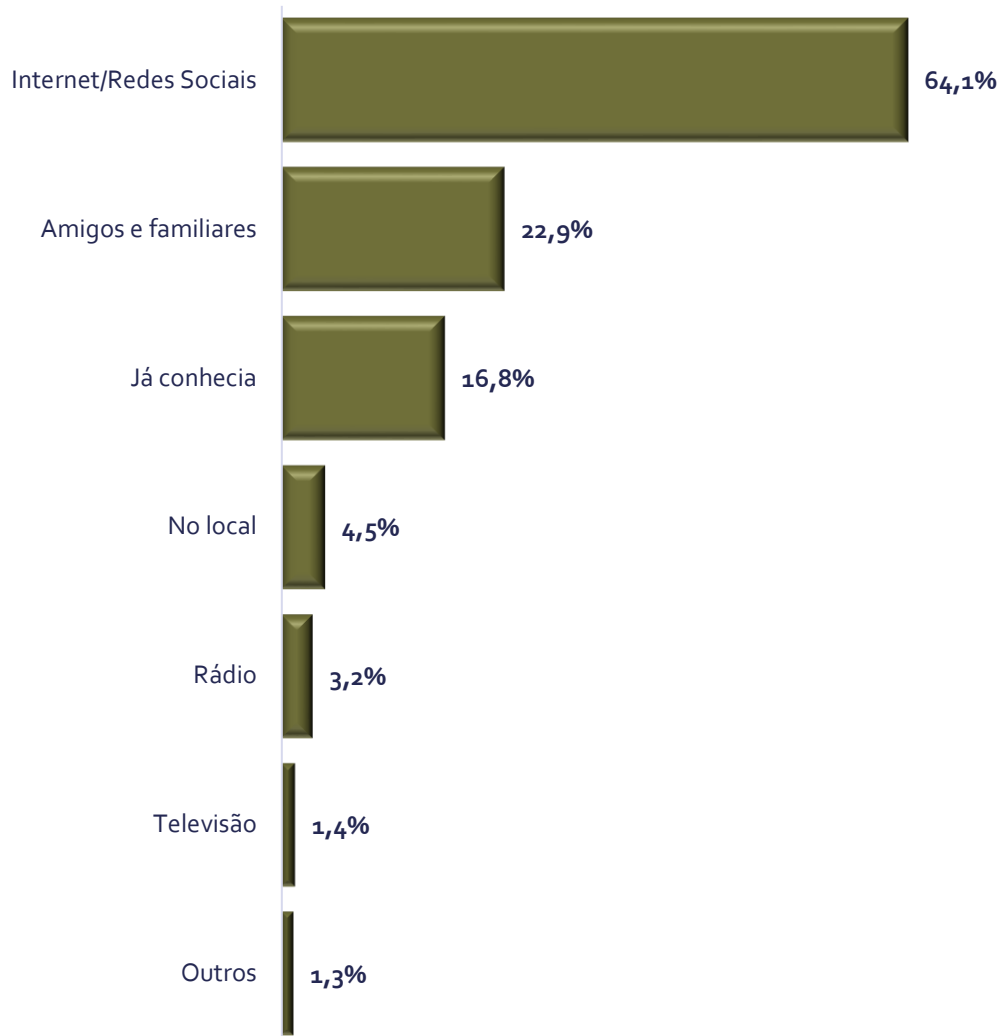
**Gráfico 10 – Porque escolheu Caicó para passar a festa de Sant’Ana? (Múltiplas respostas)**

**Fonte: Fecomércio/RN**



**Gráfico 11 – Como o (a) sr. (a) tomou conhecimento da Festa de Sant’Ana de Caicó deste ano? (Múltiplas respostas)**

**Fonte: Fecomércio/RN**

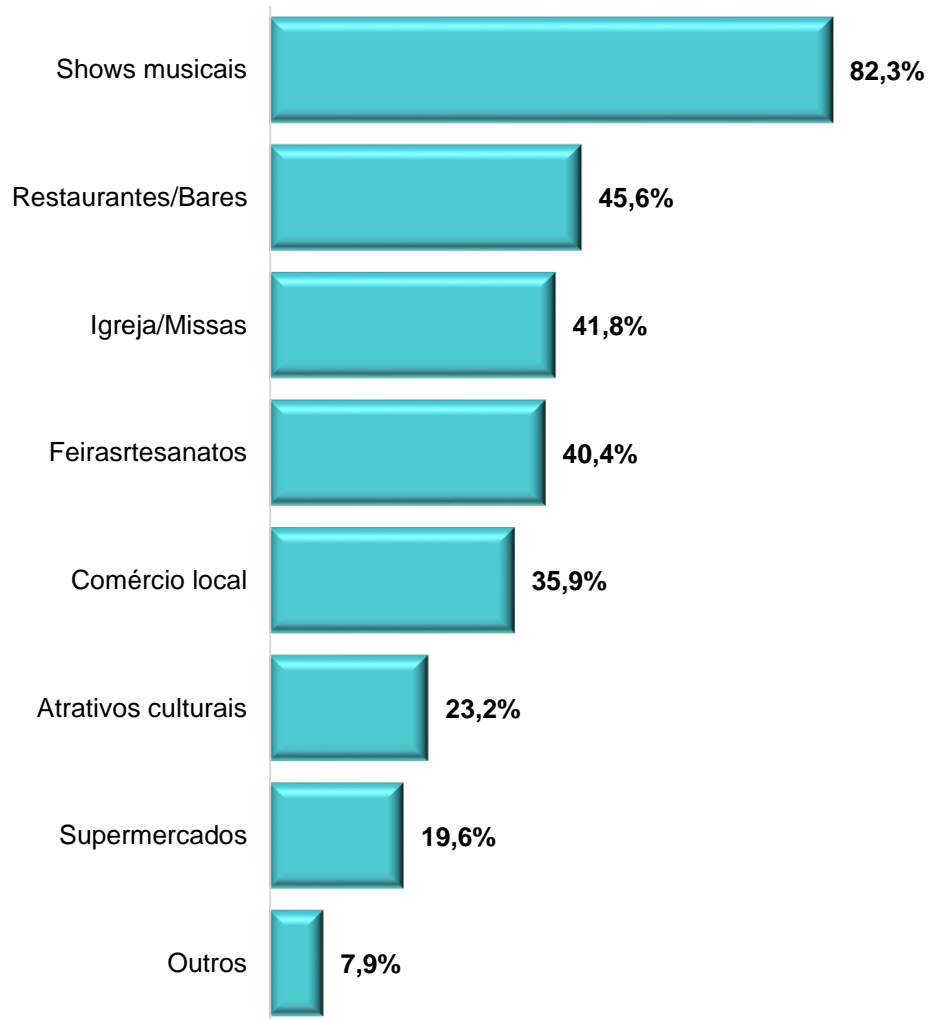




## Locais visitados

**Gráfico 12 – Em quais locais se fez/fará presente na Festa de Sant’Ana de Caicó?  
(Múltiplas respostas)**

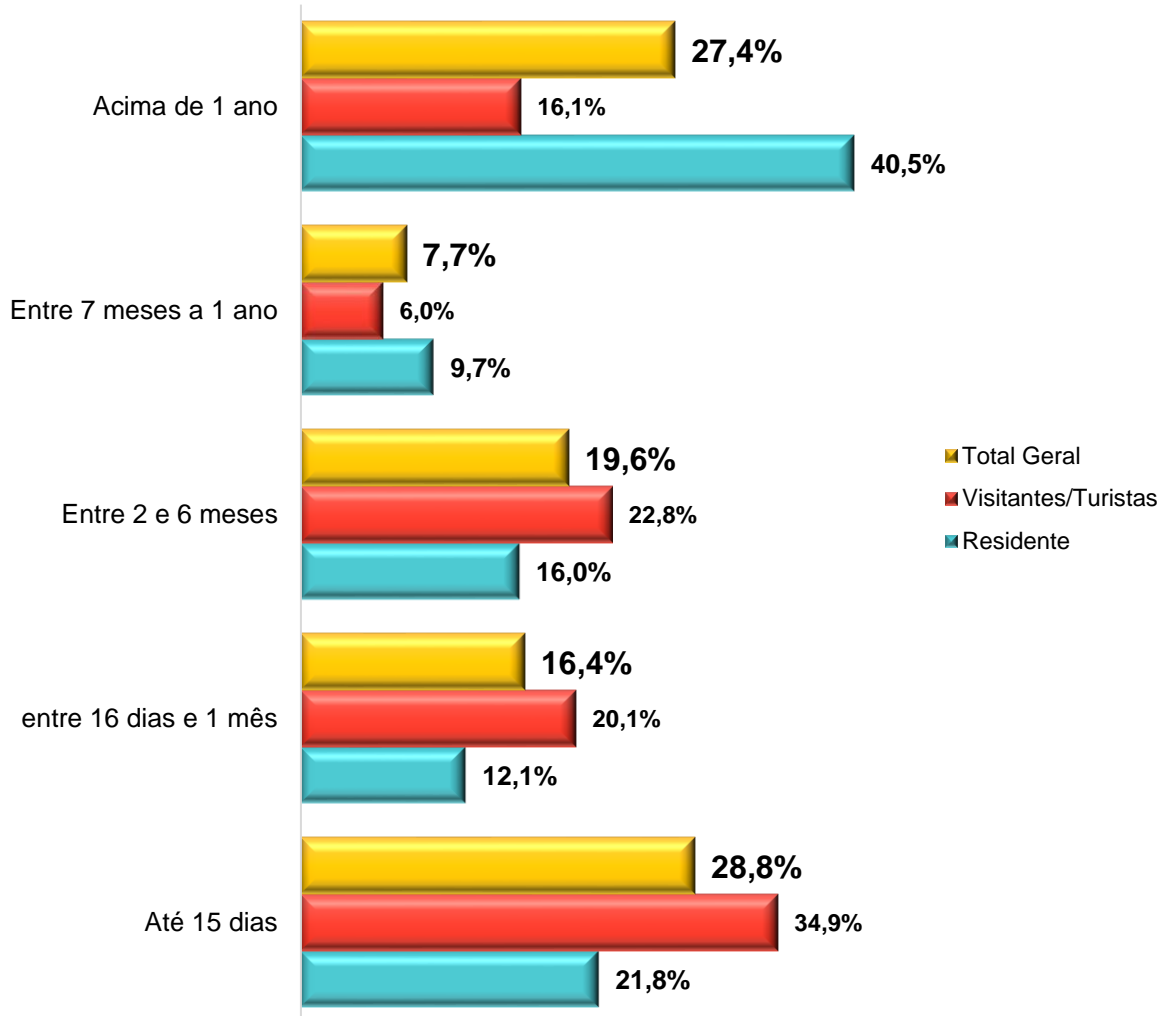
**Fonte: Fecomércio/RN**



Planejamento

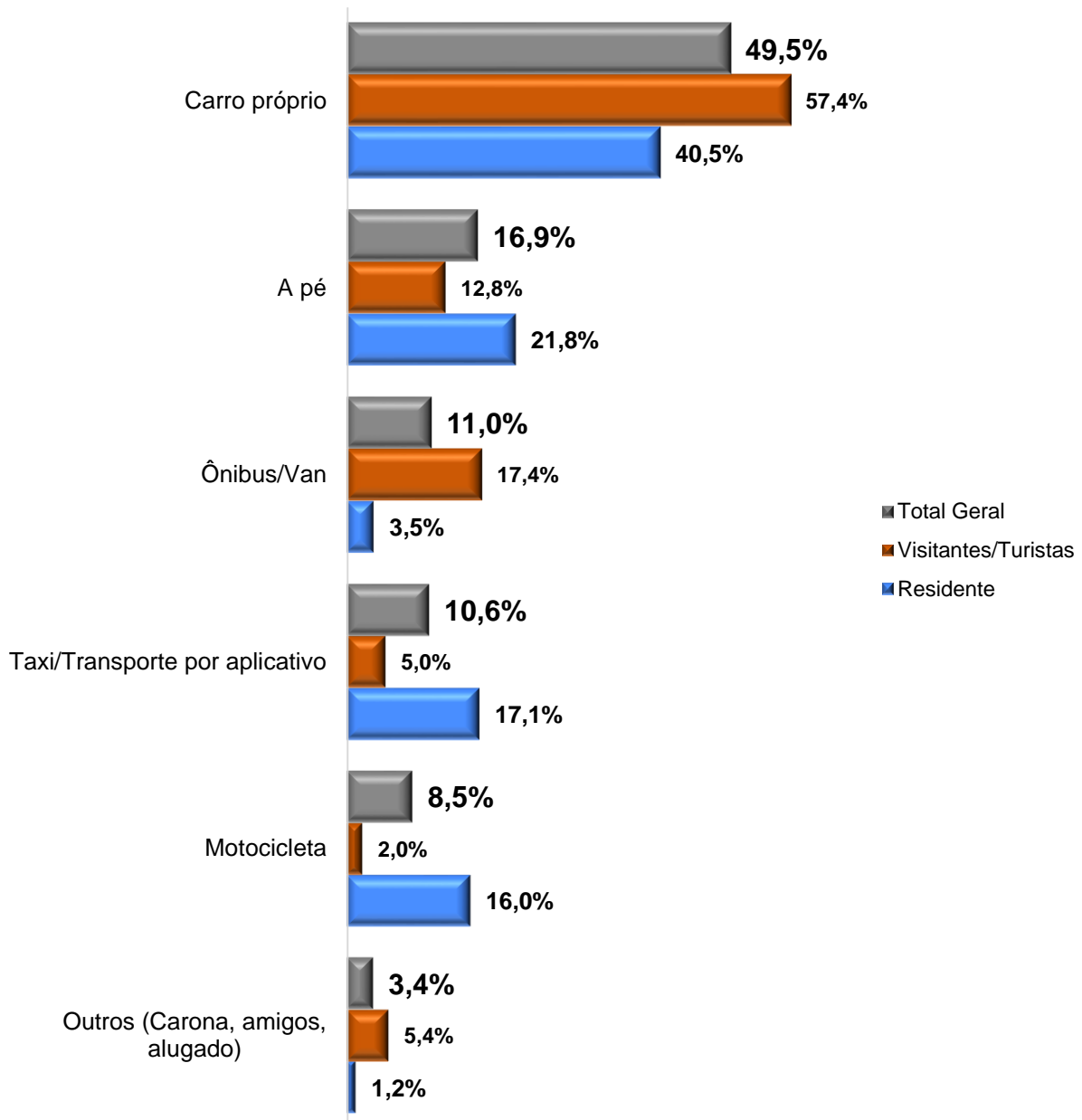
Gráfico 13 – Quando ocorreu a decisão de vir para o evento?

Fonte: Fecomércio/RN



**Gráfico 14 – Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?**

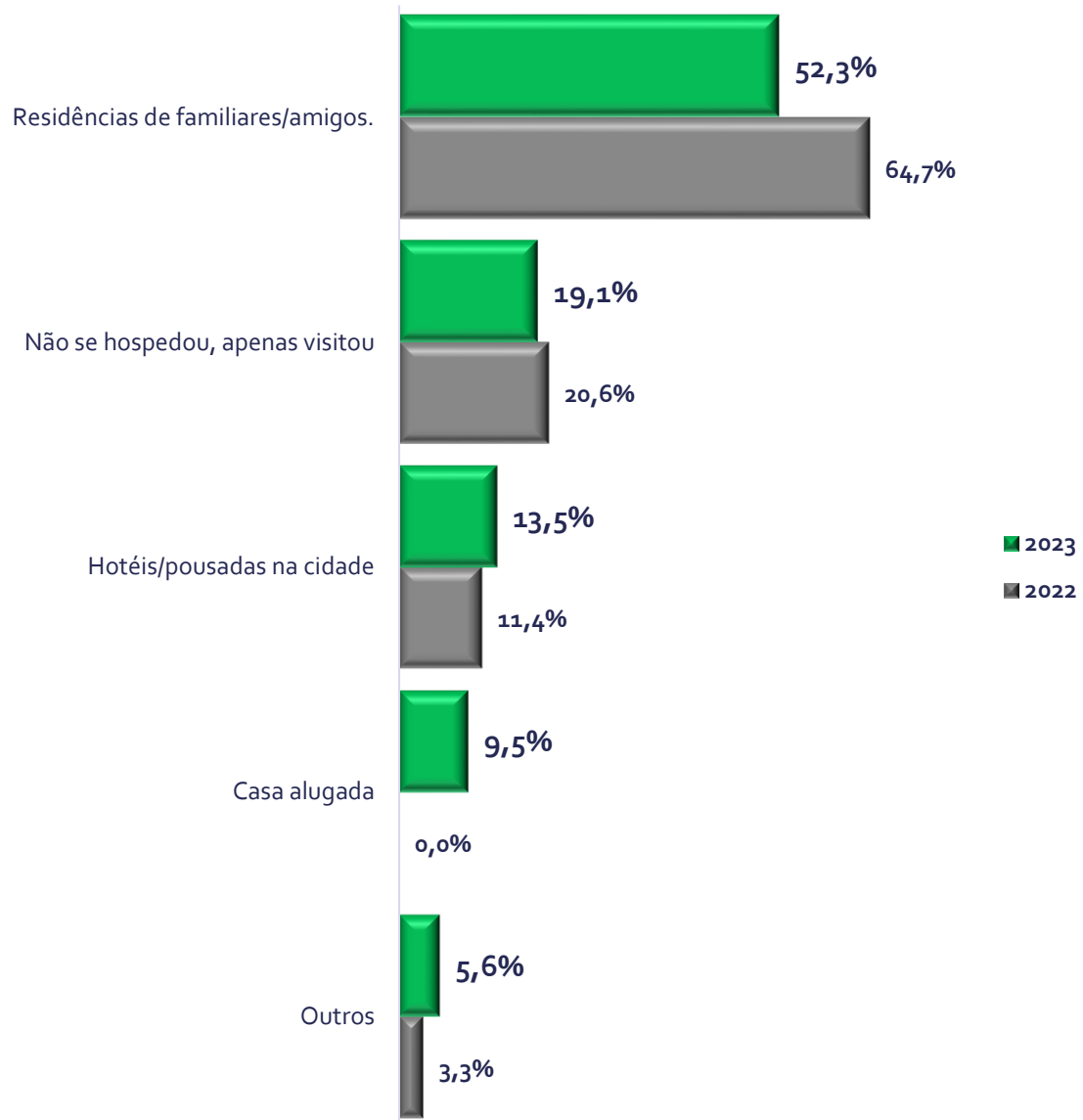
Fonte: Fecomércio/RN



## Hospedagem

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

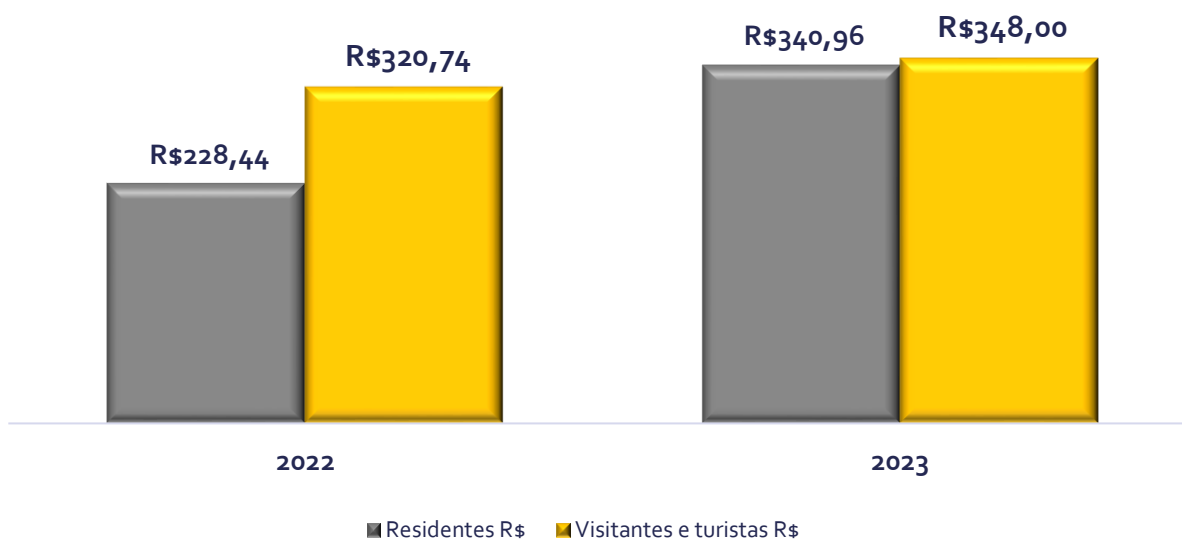
Fonte: Fecomércio/RN



## Gastos

**Gráfico 16 - Gasto médio individual do público que participou da Festa de Sant'Ana de Caicó.**

Fonte: Fecomércio/RN



**Tabela 9 – Distribuição dos gastos por atividade.**

Fonte: Fecomércio/RN

Item	Residentes	Visitantes/Turistas
Hospedagem	0,0%	8,6%
Alimentação	32,1%	47,5%
Transporte	5,0%	5,9%
Diversão	14,8%	13,5%
Compras	48,1%	24,5%

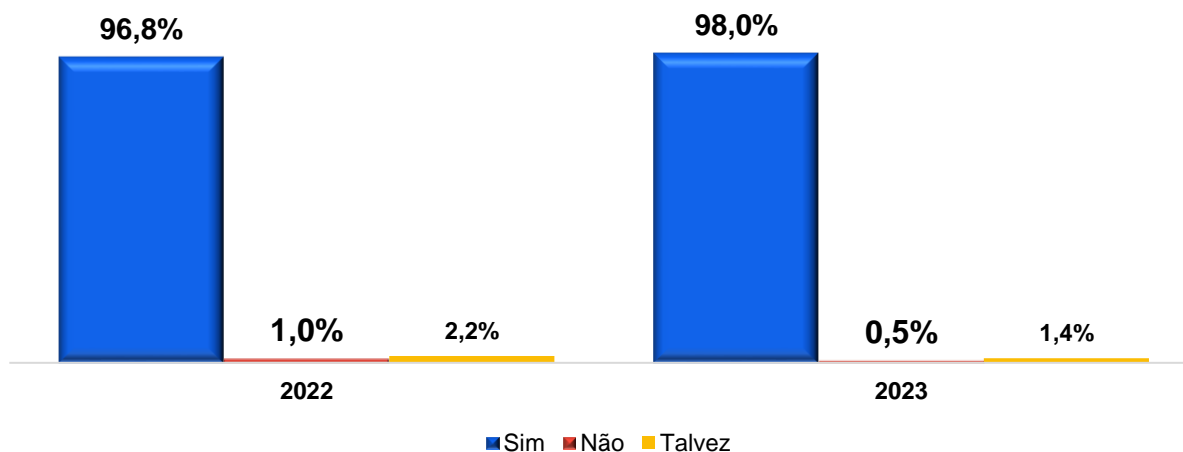
## Avaliação

**Tabela 10 – Avaliação dos itens abaixo.  
Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de Linha	Divulgação do evento	Acesso/trânsito/Transportes/Mobilidade	Espaço físico/Estrutura do evento	Atrações musicais	Organização do evento	Locais de Alimentação	Segurança no evento	Limpeza Urbana	Preços cobrados
Ótimo	59,8%	25,2%	46,7%	57,7%	48,5%	32,6%	42,5%	24,3%	6,3%
Bom	33,7%	41,3%	44,5%	35,5%	41,3%	49,4%	44,5%	45,0%	26,3%
Regular	5,4%	20,7%	7,0%	2,9%	7,7%	10,8%	8,8%	22,5%	43,8%
Ruim	0,0%	5,8%	0,7%	0,5%	1,1%	0,9%	1,1%	4,0%	12,6%
Péssimo	0,4%	6,5%	0,4%	0,2%	0,5%	0,2%	0,2%	2,5%	7,2%
Não sabe	0,7%	0,5%	0,7%	3,2%	0,9%	6,1%	2,9%	1,6%	3,8%

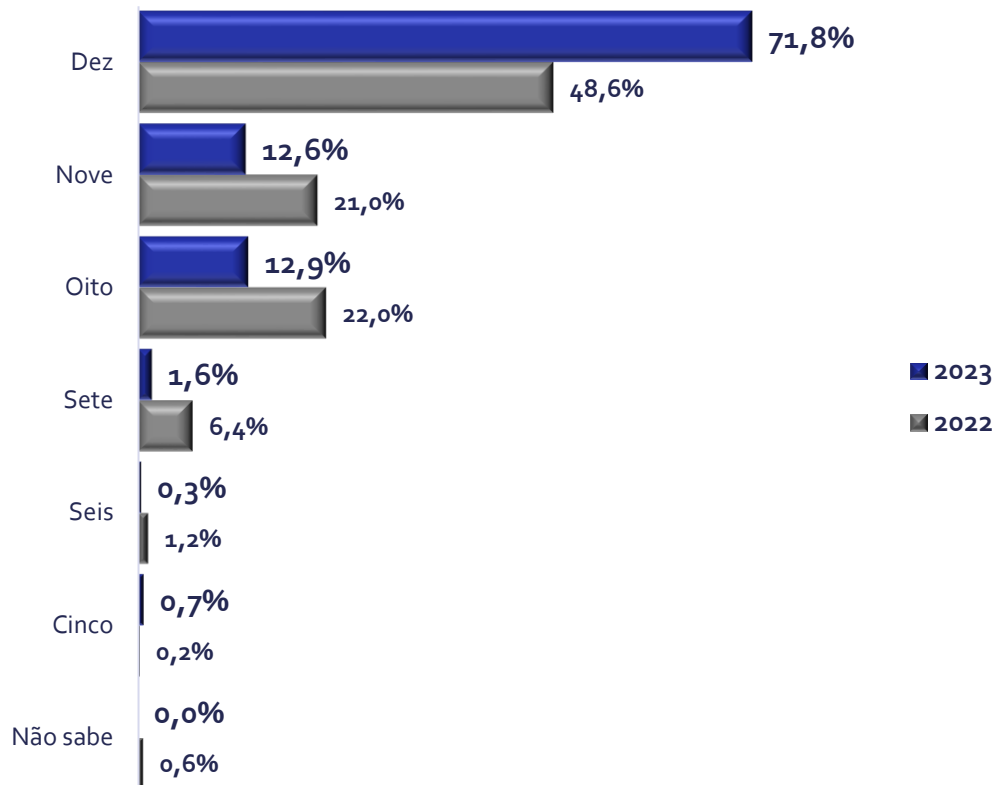
## Aprovação

**Gráfico 17 – O (a) sr. (a) pretende voltar para a Festa de Sant’Ana de Caicó?  
Fonte: Fecomércio/RN**



**Gráfico 18 – Que nota, de 1 a 10, o (a) sr. (a) dá para a Festa de Sant’Ana de Caicó 2023?**

**Fonte: Fecomércio/RN**



**Tabela 11 – Nota média dada para a Festa de Sant’Ana de Caicó 2023?**

**Fonte: Fecomércio/RN**

Rótulos de Linha	Residente	Visitantes e turistas	Média Geral
2022	9,04	9,13	9,09
2023	9,42	9,41	9,41

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

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

Luciano Kleiber

**Diretor**

Lívia Aires

**Coordenadora de Inovação e Competitividade**

Luiz Henrique

**Analista de Negócios**

Ágata Menezes

**Assistente Administrativa**

**EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Humberto Lourenço

Anderson Fernandes

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Max Bezerra

Thales Capistrano

**Pesquisadores**



*ANEXO*

