

★ Perfil dos  
Participantes  
do

# CAR NA VAL

**Natal  
2025**

Março

**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**

Hugo Sergio  
Rogério Antunes

João Soares

Laila Cibeli

Maria Glória

Luanna Shirley

**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	12
Frequência	18
Motivação	21
Atividades realizadas	23
Planejamento	24
Gastos	28
Movimentação	31
Satisfação	32
Aprovação	37
<b>4. Anexos</b>	<b>40</b>

# 1

## Introdução

O Carnaval é um dos períodos mais importantes para a economia brasileira, movimentando setores como turismo, comércio e serviços. Em Natal, a festa tem se destacado pela diversidade de atrações, com blocos de rua, bailes, festas temáticas e apresentações culturais, oferecendo entretenimento para moradores e visitantes. A programação vibrante contribui para a valorização da cultura local e para a geração de oportunidades econômicas.

Reconhecendo a relevância do evento, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou uma pesquisa para traçar o perfil dos participantes do Carnaval de Natal. Além de identificar características do público, o estudo buscou mensurar os gastos durante a festividade e avaliar a percepção geral sobre a experiência dos foliões.

Os resultados obtidos auxiliam na construção de indicadores estratégicos, fornecendo subsídios para aprimorar futuras edições do evento. A análise das informações permite um planejamento mais eficaz, beneficiando tanto o setor empresarial quanto o poder público na organização da festa, de modo a garantir um Carnaval cada vez mais estruturado e atrativo.

As pesquisas conduzidas pela Fecomércio RN têm sido reconhecidas como ferramentas essenciais para empresários, gestores e organizadores, auxiliando na tomada de decisões estratégicas. Ao disponibilizar dados amplos e aprofundados sobre o evento, o estudo contribui para o fortalecimento do comércio, do turismo e da economia local, atendendo às expectativas da classe empresarial e da sociedade em geral.

# 2 Aspectos técnicos

Este relatório apresenta os resultados da pesquisa de opinião conduzida pelo Instituto Fecomércio RN (IFC RN) sobre o Carnaval de Natal. O estudo envolveu entrevistas presenciais com foliões nos diversos polos festivos da cidade. Ao todo, foram entrevistadas 602 pessoas entre os dias 28 de fevereiro e 4 de março de 2025, nos locais das principais atrações do evento.

A coleta de dados foi realizada com base na técnica de observação direta, dentro do método quantitativo, utilizando um questionário semiestruturado elaborado conforme os objetivos do estudo. As entrevistas foram aplicadas individualmente (face a face), garantindo a abordagem direta do público-alvo. A pesquisa apresenta uma margem de erro de aproximadamente 3 pontos percentuais para mais ou para menos, com um nível de confiança de 95%.

O levantamento das informações foi conduzido por uma equipe de pesquisadores experientes e treinados para aplicação de pesquisas de campo em eventos de grande porte. Foram utilizados dispositivos eletrônicos para registro das respostas, assegurando maior agilidade e precisão na coleta de dados. O questionário continha, em sua maioria, questões fechadas, mas também contemplava espaços para manifestações espontâneas dos participantes. Em algumas perguntas, os entrevistados puderam selecionar múltiplas respostas, o que faz com que a soma dos percentuais ultrapasse 100%, ampliando a compreensão sobre as percepções dos foliões.

Após a coleta, os dados passaram por um rigoroso processo de verificação para garantir a qualidade e consistência das informações. O processamento das respostas foi realizado em *software* especializado para tabulação estatística, e a apresentação dos resultados ocorreu por meio de gráficos e tabelas elaborados no *Excel*, com a consolidação final do texto no *Word* e o projeto gráfico e diagramação do Relatório Final formatado nos programas *Adobe Illustrator* e *Adobe Indesign*.

# 3

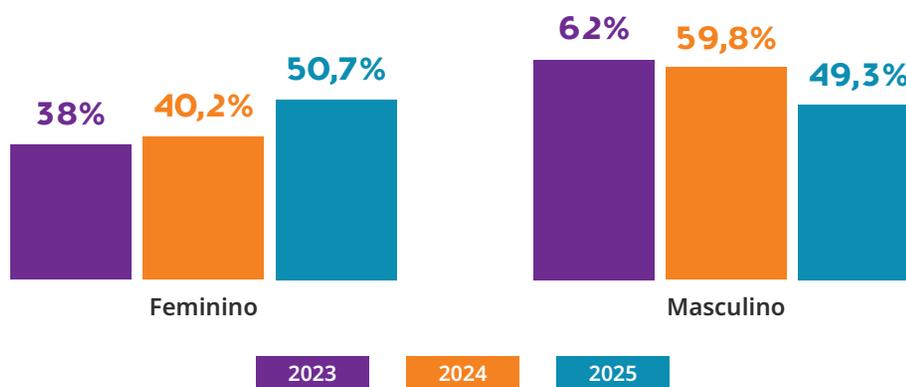
## Síntese dos resultados

### Perfil dos participantes

Neste ano, o Carnaval de Natal contou com uma participação equilibrada entre os gêneros, sendo 50,7% do público feminino e 49,3% masculino. Esses números refletem a diversidade dos foliões e indicam que a festa continua atraindo um público amplo e variado, reforçando sua relevância como um evento inclusivo e representativo.

Comparando com os anos anteriores, observa-se uma tendência de crescimento na presença feminina ao longo do tempo. Em 2023, as mulheres representavam 38% dos participantes, número que subiu para 40,2% em 2024, alcançando 50,7% em 2025. Por outro lado, a participação masculina, que era predominante em 2023 (62%) e 2024 (59,8%), ajustou-se para 49,3% neste ano, refletindo uma distribuição mais igualitária. Esse movimento positivo reforça a atratividade do evento para diferentes perfis, consolidando o Carnaval de Natal como uma celebração plural, capaz de envolver toda a comunidade.

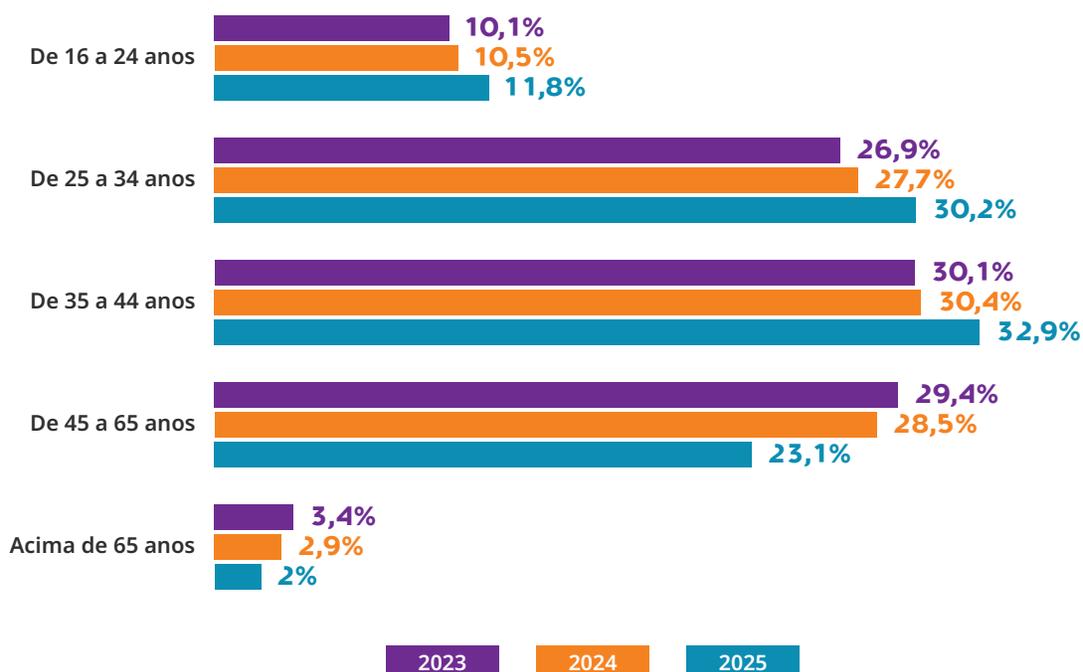
Gráfico 1 Gênero:



Em 2025, o Carnaval de Natal atraiu, em sua maioria, um público jovem e de meia-idade, com destaque para a faixa etária de 35 a 44 anos, que representou 32,9% dos participantes. O grupo de 25 a 34 anos também teve uma presença expressiva, somando 30,2%, enquanto os foliões de 16 a 24 anos corresponderam a 11,8%. Já as faixas de 45 a 65 anos participaram com 23,1%, e aqueles acima de 65 anos marcaram presença em 2% do público total. Esses números demonstram que o evento continua sendo amplamente frequentado por diferentes gerações, reforçando seu caráter democrático e inclusivo.

Ao longo dos anos, nota-se uma leve, porém consistente, ampliação da presença dos públicos mais jovens. A faixa de 16 a 24 anos passou de 10,1% em 2023 para 10,5% em 2024, chegando a 11,8% em 2025, enquanto o grupo de 25 a 34 anos evoluiu de 26,9% para 27,7% e, agora, 30,2%. A participação dos foliões de 35 a 44 anos também cresceu ao longo dos anos, saindo de 30,1% em 2023 para 32,9% em 2025. Em contrapartida, houve um ajuste na faixa de 45 a 65 anos, que recuou de 29,4% para 23,1%, assim como entre aqueles acima de 65 anos, que representavam 3,4% em 2023 e agora somam 2%. Essas variações refletem a renovação gradual do público, ao mesmo tempo em que mantêm uma diversidade etária, consolidando o Carnaval de Natal como um evento que dialoga tanto com a tradição quanto com as novas gerações.

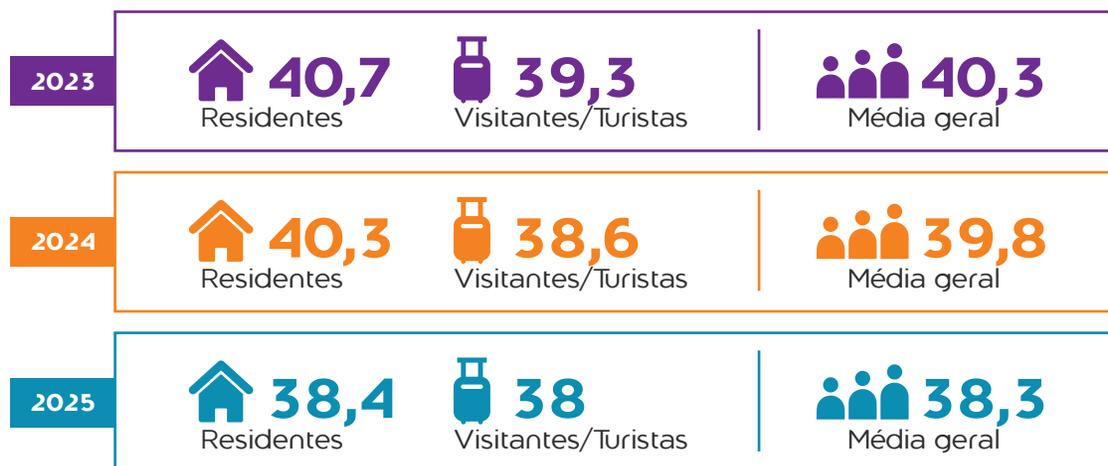
Gráfico 2 Faixa etária:



A idade média dos foliões do Carnaval de Natal deste ano foi de 38,3 anos, indicando um público predominantemente adulto. Ao detalhar os grupos, os residentes apresentaram uma média de idade de 38,4 anos, enquanto entre os visitantes e turistas essa média foi ligeiramente menor, de 38,0 anos. Esses dados evidenciam que o evento continua atraindo tanto a população local quanto viajantes de diferentes perfis, mantendo sua relevância no calendário turístico da cidade.

Observando o histórico, percebe-se uma leve diminuição na idade média, o que sugere uma crescente participação de públicos mais jovens. A média geral, que era de 40,3 anos em 2023 e 39,8 em 2024, caiu para 38,3 em 2025. Entre os residentes, a idade média também seguiu essa tendência, reduzindo de 40,7 anos em 2023 para 38,4 anos em 2025. Já entre os turistas, houve um movimento semelhante, passando de 39,3 anos para 38,0 no mesmo período. Esse cenário aponta para uma renovação gradual do público, com o Carnaval de Natal se consolidando como uma festa que atrai tanto aqueles que já têm tradição em participar do evento quanto novas gerações de foliões.

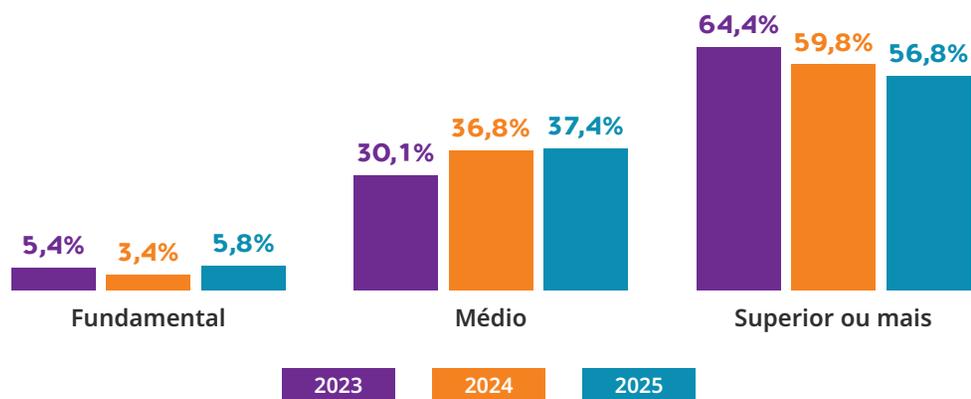
**Gráfico 3** Idade média dos participantes:



O Carnaval de Natal deste ano contou com um público diversificado em termos de escolaridade, com a maioria dos participantes possuindo ensino médio completo (37,4%) e um expressivo grupo com nível superior ou mais (56,8%). A parcela de foliões com ensino fundamental representou 5,8%, reforçando que o evento atrai pessoas de diferentes níveis educacionais, mantendo seu caráter democrático e acessível.

O Carnaval de Natal deste ano contou com um público diversificado em termos de escolaridade, com a maioria dos participantes possuindo ensino superior ou mais (56,8%) e um expressivo grupo com ensino médio completo (37,4%). A parcela de foliões com ensino fundamental representou 5,8%, reforçando que o evento atrai pessoas de diferentes níveis educacionais, mantendo seu caráter democrático e acessível.

Gráfico 4 **Escolaridade:**

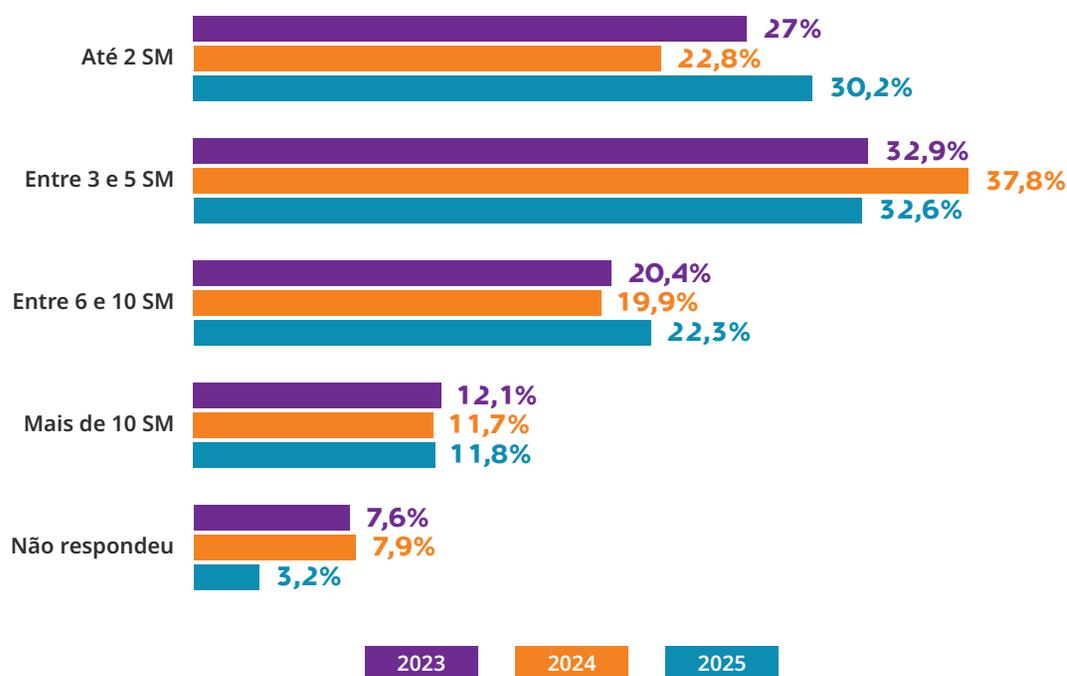


O perfil econômico dos foliões do Carnaval de Natal destacou uma maior participação de pessoas com renda familiar mensal entre 3 e 5 salários mínimos que correspondeu a 32,6% - a faixa mais expressiva entre os entrevistados. O grupo com renda de até 2 salários-mínimos representou 30,2% do público, enquanto 22,3% declararam receber entre 6 e 10 salários mínimos. Já os foliões com renda superior a 10 salários-mínimos somaram 11,8%, e apenas 3,2% optaram por não informar seus rendimentos. Esses resultados refletem a diversidade econômica dos participantes, reforçando o caráter democrático da festa.

No decorrer dos anos, percebe-se um aumento significativo na presença de foliões com renda de até 2 salários-mínimos, passando de 22,8% em 2024 para 30,2% em 2025, evidenciando um Carnaval cada vez mais acessível. A faixa de 3 a 5 salários-mínimos, que liderava em 2024 com 37,8%, registrou leve redução para 32,6%, mantendo-se como um dos grupos mais representativos.

A renda entre 6 e 10 salários-mínimos cresceu de 19,9% para 22,3%, enquanto o público com ganhos acima de 10 salários-mínimos manteve estabilidade, variando de 11,7% para 11,8%. Destaca-se também a diminuição considerável no número de respostas não registradas, de 7,9% em 2024 para 3,2% em 2025, reforçando a qualidade das informações coletadas. Esses dados demonstram que o Carnaval de Natal continua expandindo sua inclusão social, atraindo públicos diversos e consolidando sua posição como um evento para todos.

**Gráfico 5 Renda mensal familiar:**



Em 2025, a renda média mensal familiar dos foliões do Carnaval de Natal alcançou 4,9 salários-mínimos, refletindo um leve crescimento em comparação ao ano anterior. Ao analisar os grupos separadamente, os residentes da cidade registraram uma renda média de 4,8 salários-mínimos, enquanto os visitantes e turistas apresentaram uma média ligeiramente superior, de 5,0 salários-mínimos. Esses números reforçam a diversidade socioeconômica dos participantes, indicando a presença tanto do público local quanto de turistas com capacidade de consumo relevante, fator importante para impulsionar a economia durante o evento.

Confrontando com os anos anteriores, a renda média geral avançou de 4,7 salários mínimos em 2024 para 4,9 em 2025, demonstrando um aumento

consistente. Entre os residentes, houve um crescimento de 4,7 para 4,8, enquanto a renda média dos visitantes passou de 4,8 para 5,0, mantendo-se em um patamar elevado. Esse avanço reforça o potencial econômico do Carnaval de Natal, evidenciando sua capacidade de atrair um público que movimenta os setores de comércio, turismo e serviços. O evento, portanto, continua sendo uma oportunidade estratégica para empreendedores e comerciantes, estimulando o planejamento de ações específicas para maximizar os resultados nas próximas edições.

**Gráfico 6 Renda média mensal familiar, em salários-mínimos:**

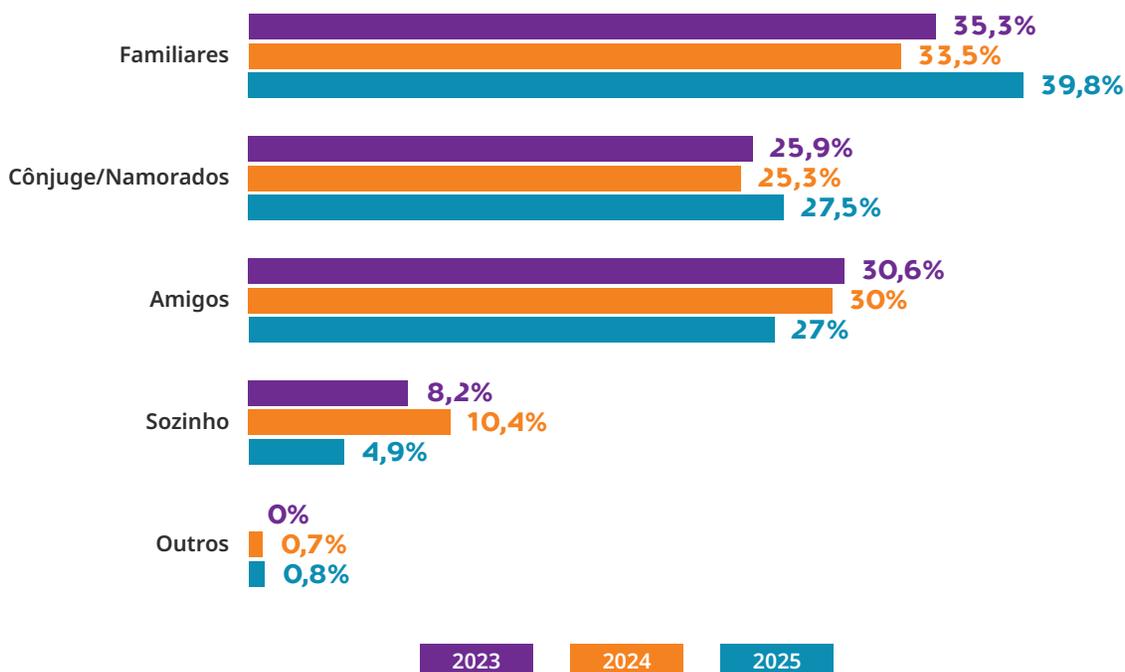


A maioria dos foliões do Carnaval de Natal compartilhou a festa ao lado de familiares, representando 39,8% dos participantes, reforçando o caráter acolhedor e familiar do evento. Logo em seguida, 27,5% aproveitaram a folia ao lado de seus cônjuges ou namorados, enquanto 27% curtiram a festa com amigos. Já aqueles que participaram sozinhos somaram 4,9%, e 0,8% relataram estar acompanhados de outros grupos ou pessoas fora dessas categorias. Esses dados evidenciam o aspecto coletivo da celebração, onde a interação social e o espírito de confraternização permanecem em destaque.

Houve um aumento significativo na participação em família, passando de 33,5% em 2024 para 39,8% em 2025 - a maior porcentagem registrada nos últimos três anos. A presença de casais também cresceu, de 25,3% para 27,5%, enquanto a participação com amigos apresentou uma leve redução, de 30% para 27%. Um ponto positivo foi a queda no número de foliões que participaram sozinhos, de 10,4% em 2024 para 4,9% em 2025, reforçando a forte

essência social do Carnaval de Natal. Esses resultados refletem a consolidação do evento como um espaço de convivência para grupos familiares, casais e amigos, ampliando sua atratividade para diferentes públicos e promovendo experiências coletivas enriquecedoras.

**Gráfico 7 Com quem passou o Carnaval?**



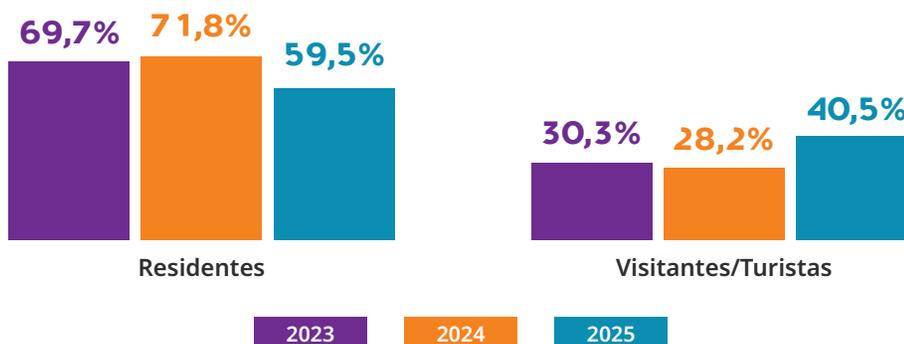
## Origem

O Carnaval de Natal registrou uma expressiva participação de visitantes e turistas, que representaram 40,5% do público presente nos polos da festa. Por outro lado, os residentes corresponderam a 59,5% dos foliões. Esses números destacam não apenas o envolvimento da população local, mas também o crescente interesse de turistas pela festividade, consolidando o evento como um atrativo turístico de relevância para a cidade.

Considerando os anos passados, percebe-se um aumento considerável na presença de visitantes e turistas, passando de 28,2% em 2024 para 40,5% em 2025 — um avanço expressivo que reforça o potencial do Carnaval de Natal como um motor de atração para o turismo. Já a participação dos residentes, embora tenha recuado de 71,8% para 59,5%, mantém-se como a parcela majoritária

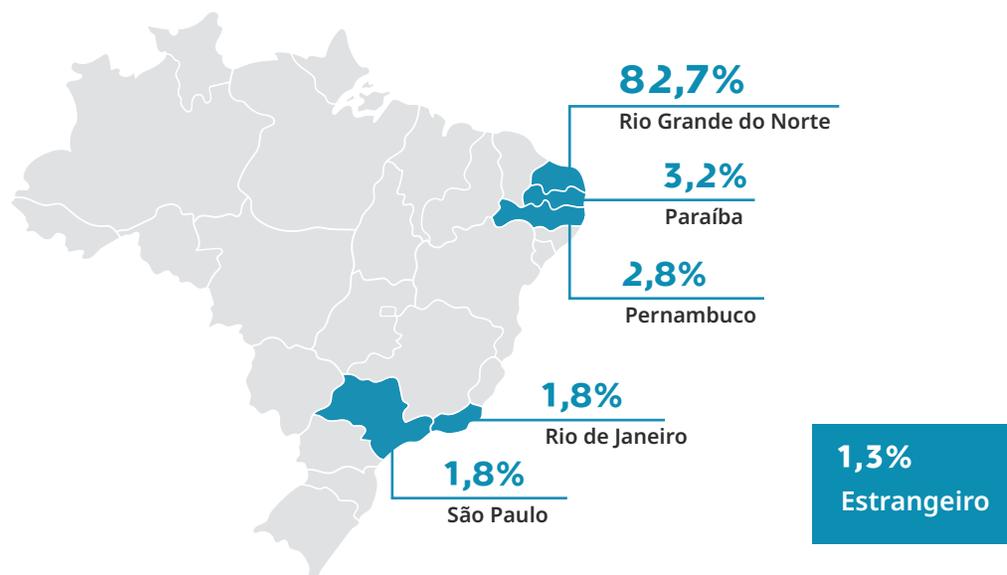
do público, evidenciando que a festa continua sendo um importante ponto de encontro para a comunidade local. Esse equilíbrio entre moradores e turistas fortalece a dinâmica do evento, unindo tradição e hospitalidade, e amplia as oportunidades econômicas para o município.

**Gráfico 8 Tipo de público:**



O Carnaval de Natal contou com a presença de 82,7% de foliões originários do Rio Grande do Norte, mantendo-se como o maior público local. Enquanto, 17,3% dos participantes eram turistas de outros estados, uma significativa proporção que reforça a atratividade do evento para pessoas de outras regiões. Destacaram-se visitantes da Paraíba (3,2%), Pernambuco (2,8%) e outros estados do Brasil, como Rio de Janeiro (1,8%) e São Paulo (1,8%). A presença de turistas internacionais também se manteve presente, embora em menor escala (1,3%).

**Gráfico 9 Alguns estados de residência do público participante:**



Analisando em relação a 2023 e 2024, o público de residentes do Rio Grande do Norte foi ligeiramente superior (82,7% e 85,8%, respectivamente), refletindo uma predominância de foliões locais. Porém, o crescimento da participação de turistas é notável, especialmente entre os visitantes de outros estados nordestinos, como a Paraíba, que aumentou sua representatividade em 2025, em comparação com os 1,4% do ano anterior. Também se observou uma leve diminuição na participação de turistas do Rio de Janeiro e São Paulo, mas o número geral de turistas subiu de 28,2% em 2024 para 40,5% em 2025, demonstrando o crescente apelo do Carnaval de Natal para um público externo.

**Tabela 1 Estados dos participantes:**

	2023	2024	2025
Rio Grande do Norte	82,7%	85,8%	82,7%
Paraíba	1,9%	1,4%	3,2%
Pernambuco	2,3%	2%	2,8%
Rio de Janeiro	1%	0,5%	1,8%
São Paulo	2,9%	2,8%	1,8%
Bahia	1,6%	0,9%	1,5%
Estrangeiro	1%	1,5%	1,3%
Minas Gerais	1,4%	1,2%	1%
Rio Grande do Sul	0,9%	0,3%	0,8%
Amazonas	0,3%	0,3%	0,7%
Distrito Federal	0,7%	0,5%	0,5%
Ceará	1,1%	0,8%	0,5%
Paraná	0,6%	0,2%	0,3%
Pará	0,1%	0,2%	0,3%
Alagoas	0,3%	0,3%	0,2%
Tocantins	0%	0%	0,2%
Piauí	0%	0,3%	0,2%
Sergipe	0%	0%	0,2%
Mato Grosso	0,1%	0,2%	0%
Santa Catarina	0,3%	0,2%	0%
Roraima	0,1%	0%	0%
Maranhão	0%	0,3%	0%
Acre	0,3%	0%	0%
Goiás	0,3%	0,2%	0%
Rondônia	0%	0,2%	0%
Mato Grosso do Sul	0%	0,2%	0%
Espírito Santo	0,1%	0%	0%

O público de Natal continuou a ser o maior número de participantes do Carnaval, contudo registrou uma redução na participação de seus residentes, passando de 71,8% em 2024 para 59,5% em 2025. Essa queda pode ser atribuída principalmente ao aumento do número de visitantes de outras localidades, que representaram uma fatia maior do público do evento em comparação ao ano passado. De fato, cidades como Parnamirim, que teve um crescimento expressivo, passando de 7,7% em 2024 para 13,3% em 2025, e outras como São Gonçalo do Amarante, Rio de Janeiro e São Paulo, também observaram uma elevação em sua participação.

Além disso, houve um aumento significativo na presença de pessoas de Macaíba (1,5%) e de outras cidades do Rio Grande do Norte, como Extremoz (1,3%) e São Gonçalo do Amarante (2%). A presença de turistas de outros estados e países também se manteve relevante, com destaque para Rio de Janeiro (1,8%) e estrangeiros (1,3%), reforçando o caráter multicultural do evento.

Outro aspecto positivo é a manutenção da participação de turistas de outros estados e países. A presença de foliões do Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e até mesmo de estrangeiros se manteve estável ou cresceu levemente. A inclusão de cidades menores, como Assú e São José do Egito, que apareceram pela primeira vez na pesquisa em 2025, também é um indicativo de que o Carnaval de Natal está ampliando seu alcance e se tornando mais acessível e atrativo para públicos variados.

**Tabela 2** Cidades dos participantes:

	2023	2024	2025
Natal	69,7%	71,8%	59,5%
Parnamirim	8,3%	7,7%	13,3%
São Gonçalo do Amarante	1%	2,2%	2%
Rio de Janeiro	1%	0,5%	1,8%
Macaíba	0,4%	0,6%	1,5%
Estrangeiro	1%	1,5%	1,3%
Extremoz	0,6%	1,2%	1,3%
São Paulo	1,3%	1,8%	1,2%
João Pessoa	1,1%	0,8%	1,2%
Recife	1,4%	1,5%	1,2%
Campina Grande	0,3%	0,3%	1%
Salvador	1,1%	0,9%	1%
Manaus	0,3%	0,3%	0,7%
Mossoró	0,7%	0,5%	0,7%
Uberlândia	0,1%	0,2%	0,5%
Assú	0,1%	0%	0,5%
Brasília	0,9%	0,5%	0,5%

São José do Egito	0%	0%	0,5%
Belo Horizonte	0,3%	0,2%	0,3%
Belém	0%	0,2%	0,3%
Carnaúba dos Dantas	0%	0,2%	0,3%
Curitiba	0%	0,2%	0,3%
São José de Mipibu	0,1%	0,3%	0,3%
Picuí	0%	0%	0,3%
Fortaleza	0,9%	0,8%	0,3%
Caruaru	0%	0%	0,3%
João Câmara	0,1%	0%	0,3%
Apodi	0%	0%	0,3%
Caicó	0,1%	0,2%	0,3%
Olinda	0%	0,3%	0,3%
Santa Cruz	0,1%	0,2%	0,3%
Guaratinguetá	0%	0%	0,2%
Candeias	0%	0%	0,2%
Toritama	0,1%	0%	0,2%
Canguaretama	0,1%	0%	0,2%
Solânea	0%	0%	0,2%
Maceió	0,3%	0,3%	0,2%
Caxias do Sul	0%	0%	0,2%
Monteiro	0%	0%	0,2%
São José de Campestre	0,1%	0%	0,2%
Ceará-Mirim	0%	0,2%	0,2%
Montanhas	0%	0%	0,2%
Areia	0%	0%	0,2%
Jaboatão dos Guararapes	0%	0%	0,2%
Paulista	0,3%	0%	0,2%
Barra Bonita	0%	0%	0,2%
Porto Alegre	0,4%	0,3%	0,2%
Tibau do Sul	0,1%	0,2%	0,2%
Gramado	0%	0%	0,2%
Várzea	0%	0%	0,2%
Bom Jesus	0,1%	0%	0,2%
Janduís	0%	0%	0,2%
Santo André	0%	0%	0,2%
Lajeados	0%	0%	0,2%
Santo Antônio	0%	0,2%	0,2%
Valinhos	0%	0%	0,2%
São Bento	0,3%	0%	0,2%
Felipe Guerra	0%	0%	0,2%
São Bento do Norte	0%	0%	0,2%
Pé de Serra	0%	0%	0,2%
Currais Novos	0%	0%	0,2%
Sete Lagoas	0%	0%	0,2%
São Tomé	0,1%	0%	0,2%
Conceição do Jacuípe	0%	0%	0,2%
Tangará	0%	0%	0,2%
Palmas	0%	0%	0,2%
Teresina	0%	0,3%	0,2%
Aracaju	0%	0%	0,2%
Osasco	0,1%	0,2%	0%
Ponta Porã	0%	0,2%	0%
Patos de Minas	0%	0,2%	0%
Santa Maria	0%	0,2%	0%

Boa Vista	0,1%	0%	0%
Santana da Ilha	0,1%	0%	0%
São Bernardo do Campo	0%	0,3%	0%
Araguari	0%	0,2%	0%
Parelhas	0,1%	0%	0%
Frei Martinho	0,1%	0%	0%
Acari	0%	0,2%	0%
Canoas	0,1%	0%	0%
Ijuí	0,1%	0%	0%
São Bento do Sul	0,1%	0%	0%
Ilha de Itamaracá	0,1%	0%	0%
São Carlos	0%	0,2%	0%
Palmital	0,1%	0%	0%
Cuiabá	0,1%	0,2%	0%
Parauapebas	0,1%	0%	0%
Monte das Gameleiras	0,1%	0,2%	0%
Pato Branco	0,1%	0%	0%
Formosa	0,1%	0%	0%
Porto Velho	0%	0,2%	0%
São José dos Pinhais	0,1%	0%	0%
Avaré	0%	0,2%	0%
Holambra	0,1%	0%	0%
São Gabriel	0,1%	0%	0%
Montes Claros	0%	0,3%	0%
Joinville	0,1%	0%	0%
Sertãozinho	0,3%	0%	0%
São Luís de Montes Belos	0,1%	0%	0%
Sorocaba	0%	0,2%	0%
Jaguaribe	0,1%	0%	0%
Surubim	0,1%	0%	0%
Alto do Rodrigues	0%	0,2%	0%
Tacima	0%	0,2%	0%
Cuité	0%	0,2%	0%
Taipú	0,1%	0%	0%
Boa Vista da Aparecida	0,1%	0%	0%
Imperatriz	0%	0,3%	0%
Feira de Santana	0,3%	0%	0%
Jaraguá	0%	0,2%	0%
Contagem	0,1%	0%	0%
Nísia Floresta	0%	0,2%	0%
Campinas	0,1%	0%	0%
Céu Azul	0,1%	0%	0%
Aracruz	0,1%	0%	0%
Uberaba	0,1%	0,2%	0%
Juazeiro do Norte	0,1%	0%	0%
Equador	0,1%	0%	0%
Rio Branco	0,3%	0%	0%
Oliveira	0,1%	0%	0%
Rio Piracicaba	0,1%	0%	0%
Votorantim	0,1%	0%	0%
Lagoa de Pedras	0,1%	0%	0%
Divinópolis	0,3%	0%	0%
Caeté	0%	0,2%	0%
São José do Rio Preto	0%	0,2%	0%
Ribeirão Preto	0,6%	0%	0%

## Frequência

O Carnaval de Natal registrou um aumento significativo no percentual de participantes que estavam pela primeira vez no evento, atingindo 33,1% do público total. Por outro lado, o percentual de participantes mais antigos (que estiveram oito ou mais vezes) no Carnaval diminuiu para 25,4%, sugerindo uma renovação no perfil do público. Além disso, os participantes que estiveram duas a cinco vezes no evento representaram 37,7% do total, mostrando que, mesmo com a entrada de novos foliões, uma parcela significativa do público continua retornando ao Carnaval de Natal.

Ao comparar os dados de 2025 com os anos anteriores, percebe-se uma evolução positiva na dinâmica de participação. Em 2023, 28,3% dos foliões estavam pela primeira vez no Carnaval de Natal, percentual que subiu para 25,3% em 2024 e atingiu 33,1% em 2025.

À medida que, o percentual de participantes mais antigos (que estiveram oito ou mais vezes) diminuiu gradualmente, passando de 32,9% em 2023 para 26,8% em 2024 e 25,4% em 2025. Essa redução não deve ser vista como um ponto negativo, mas sim como um reflexo da diversificação e renovação do público.

Outro aspecto positivo é a estabilidade nos percentuais de participantes que estiveram duas a cinco vezes no Carnaval. Em 2023, esses grupos representavam 34,5% do público, percentual que subiu para 42,6% em 2024 e se manteve em 37,7% em 2025. Essa consistência indica que, mesmo com a renovação do público, uma parcela significativa de foliões continua retornando ao evento, demonstrando fidelidade e satisfação com a experiência oferecida.

**Tabela 3** Quantas vezes já participou do Carnaval de Natal?

	2023	2024	2025
Primeira vez	28,3%	25,3%	33,1%
Duas vezes	11,4%	14,8%	13%
Três vezes	12,6%	12,2%	11,5%
Quatro vezes	5,4%	8%	6,6%
Cinco vezes	5,1%	7,6%	6,6%
Seis vezes	2,9%	3,7%	2,7%
Sete vezes	1,4%	1,7%	1,2%
Oito ou mais	32,9%	26,8%	25,4%

O perfil de participação no Carnaval de Natal mostrou diferenças significativas entre residentes e visitantes/turistas. Entre os residentes, 24,3% estavam pela primeira vez no evento, enquanto 30,2% participaram oito ou mais vezes. Já entre os visitantes/turistas, 45,9% eram estreantes, e 18,4% participaram oito ou mais vezes. Esses números indicam uma maior renovação do público local, com mais residentes estreantes, e uma crescente fidelização dos turistas, com um aumento na participação frequente desse grupo.

Entre os residentes, o percentual de estreantes subiu de 17,8% em 2023 para 24,3% em 2025, enquanto o de participantes mais antigos (oito ou mais vezes) caiu de 42,2% em 2023 para 30,2% em 2025. Já entre os visitantes/turistas, o percentual de estreantes diminuiu levemente (de 52,4% em 2023 para 45,9% em 2025), enquanto o de participantes frequentes (oito ou mais vezes) aumentou de 11,3% em 2023 para 18,4% em 2025. Esses dados mostram uma renovação do público local e uma maior fidelização dos turistas, reforçando o apelo do Carnaval de Natal tanto para novos públicos quanto para quem já conhece o evento.

**Tabela 4** Vezes que já participou do Carnaval de Natal, por tipo de público:

	2023		2024		2025	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Primeira vez	17,8%	52,4%	17%	46,4%	24,3%	45,9%
Duas vezes	11,9%	10,4%	13,7%	17,5%	13,7%	11,9%
Três vezes	12,9%	11,8%	14,4%	6,6%	9,5%	14,3%
Quatro vezes	5,3%	5,7%	9,2%	4,9%	8,1%	4,5%
Cinco vezes	5,3%	4,7%	8,6%	4,9%	8,9%	3,3%
Seis vezes	2,9%	2,8%	3,2%	4,9%	3,6%	1,2%
Sete vezes	1,6%	0,9%	2,1%	0,5%	1,7%	0,4%
Oito ou mais	42,2%	11,3%	31,8%	14,2%	30,2%	18,4%

A pesquisa mostra que 23,8% dos foliões pretendem participar do Carnaval de Natal por apenas 1 dia, enquanto 26% planejam ficar por 2 dias. A participação por 3 dias manteve-se estável, com 19%, e por 5 dias atingiu 21%. Ao passo que, a intenção de participar por 4 dias caiu para 10%, e não houve registros de participação para 6 dias ou mais, indicando uma preferência por períodos mais curtos de participação.

Entre 2023 e 2025, a intenção de participar por 1 dia cresceu significativamente, de 15,1% para 23,8%, assim como a participação por 2 dias, que subiu de 21,7% para 26%. Já a participação por 4 dias caiu pela metade, de 17,4% em 2023 e 2024 para 10% em 2025. A participação por 5 dias manteve-se estável, variando entre 17,4% e 21%. A ausência de respostas para 6 dias ou mais em 2025 sugere uma tendência de encurtamento no período de participação, possivelmente refletindo mudanças nos hábitos dos foliões ou na programação do evento. Esses dados indicam que o Carnaval de Natal está atraindo mais pessoas para períodos mais curtos, mas mantendo o interesse por uma experiência mais prolongada em parte do público.

**Tabela 5** Quantos dias pretende participar do Carnaval de Natal?

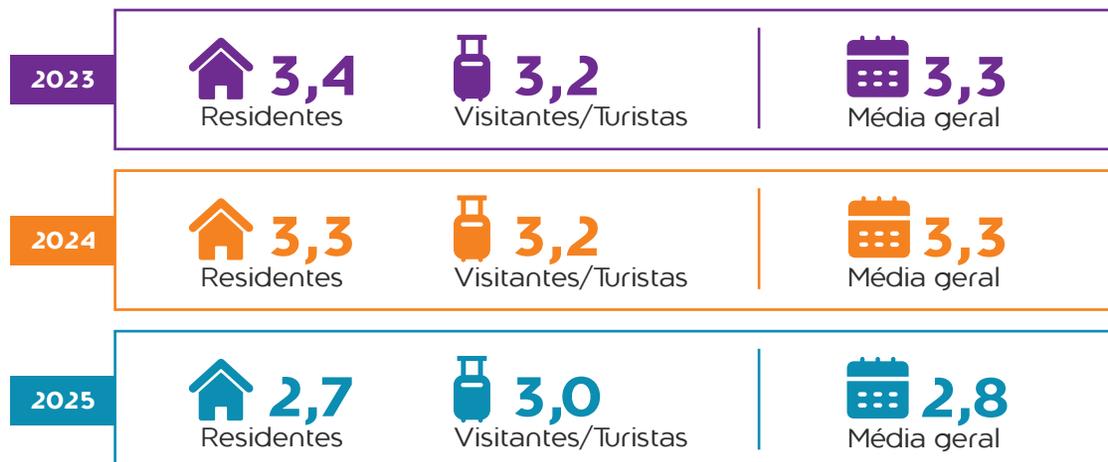
	2023	2024	2025
1	15,1%	12,9%	23,8%
2	21,7%	24%	26%
3	18,9%	18,8%	19%
4	17,4%	17,4%	10%
5	17,4%	19,1%	21%
6	6,3%	6,9%	0%
7	2,4%	0,5%	0,3%
8	0,3%	0,2%	0%
10	0,4%	0,2%	0%

A média de dias de participação no Carnaval de Natal foi de 2,7 dias para os residentes e 3,0 dias para os visitantes/turistas, resultando em uma média geral de 2,8 dias. Esses números mostram uma redução no tempo de participação dos residentes em relação aos anos anteriores, enquanto os visitantes/turistas mantiveram uma média próxima à histórica, ainda que ligeiramente menor.

Analisando entre 2023 e 2025, a média de dias de participação dos residentes caiu de 3,4 para 2,7 dias, enquanto a dos visitantes/turistas diminuiu de 3,2 para 3,0 dias. A média geral também apresentou queda, passando de 3,3 dias em 2023 e 2024 para 2,8 dias em 2025. Essa redução reflete uma tendência de encurtamento no período de participação, possivelmente influenciada por mudanças nos hábitos dos foliões, na programação do evento ou em

fatores externos, como logística e custos. Apesar disso, os visitantes/turistas continuam participando, reforçando o papel do Carnaval de Natal como um atrativo turístico de relevância.

**Gráfico 10** Média de dias de participação no Carnaval, por tipo de público:



## Motivação

As principais razões para escolher o Carnaval de Natal foram as atrações musicais, com 46,7% das respostas, seguida pelas festas gratuitas nas ruas (22,1%) e pela localização/proximidade (18,1%). Outros motivos relevantes foram a alegria/animação/folia (13,5%), o fato de já conhecer o local (13%) e a segurança/tranquilidade (11,3%). Esses dados destacam a importância da programação cultural e da acessibilidade do evento, além de fatores como segurança e familiaridade com o local.

Considerando entre 2023 e 2025, as atrações musicais mantiveram-se como o principal motivo, crescendo de 35% para 46,7%. As festas gratuitas nas ruas tiveram uma recuperação em 2025 (22,1%), após uma queda em 2024 (15,4%). A localização/proximidade ganhou destaque em 2025 (18,1%), após uma queda acentuada em 2024 (2,9%). A alegria/animação/folia também se consolidou como um fator relevante, subindo de 1% em 2023 para 13,5% em 2025. Já a segurança/tranquilidade cresceu consistentemente, de 3,6% em 2023 para 11,3% em 2025, refletindo uma maior valorização desse aspecto. Outros motivos, como já conhecer o local e amigos e familiares, mantiveram-se estáveis ou com pequenas variações. Esses dados mostram que o Carnaval de

Natal tem fortalecido sua atratividade por meio de uma programação cultural diversificada, aliada a fatores como segurança, acessibilidade e experiência positiva dos participantes.

**Tabela 6** Porque escolheu passar o Carnaval em Natal?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025
Atrações musicais	35%	48,8%	46,7%
Festas gratuitas nas ruas	29,6%	15,4%	22,1%
Localização/Proximidade	9,7%	2,9%	18,1%
Alegria/Animação/Folia	1%	17,7%	13,5%
Já conhecia o local	17,6%	12,8%	13%
Amigos e familiares	16,1%	14,8%	11,8%
Segurança/Tranquilidade	3,6%	4,9%	11,3%
Organização/Estrutura	6,7%	8,8%	8,5%
Preço/Gasto	7%	4,9%	5,3%
Praias	10%	5,9%	5,1%
Férias/Passeio	1,7%	0,2%	4,2%
Trabalho	1,7%	2,2%	4,2%
Propaganda	1,6%	2,2%	3,5%
Curiosidade/Conhecer	0,3%	0,3%	1,8%
Internet/Redes Sociais	0,7%	2%	1%
Tradição	0,4%	0%	0%
Culinária	0,1%	0%	0%
Comodidade	0,6%	0,3%	0%
Outros	4,3%	3,1%	2,3%

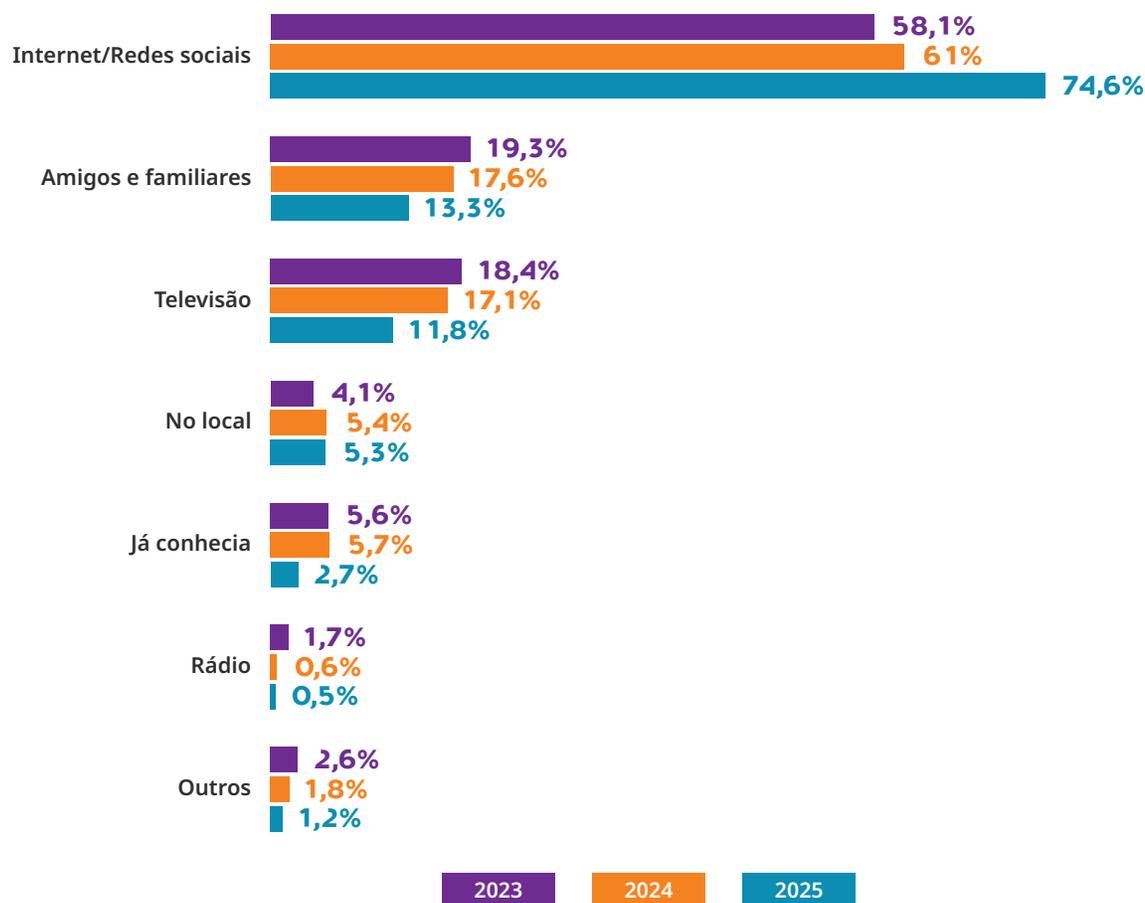
A principal forma de conhecimento do Carnaval de Natal foi por meio da internet/redes sociais, com 74,6% das respostas, consolidando-se como o canal mais relevante. Outras formas, como indicação de amigos e familiares (13,3%) e televisão (11,8%), tiveram participação menor, mas ainda significativa. O conhecimento no local representou 5,3%, enquanto outras fontes, como rádio e outros meios, tiveram participação marginal, com menos de 1% cada.

Ao longo dos anos, o uso da internet/redes sociais como principal meio de conhecimento do evento cresceu consistentemente, de 58,1% para 74,6%. Em contraste, a indicação de amigos e familiares caiu de 19,3% para 13,3%, e a televisão diminuiu de 18,4% para 11,8%. O conhecimento no local manteve-se estável, variando entre 4,1% e 5,4%, enquanto outras fontes, como rádio e

outros meios, perderam relevância, com quedas significativas. Esses dados reforçam a crescente importância das plataformas digitais na divulgação do Carnaval de Natal, enquanto meios tradicionais, como televisão e rádio, perdem espaço. A indicação pessoal também diminuiu, sugerindo que as redes sociais estão se tornando o principal canal de descoberta e engajamento para o evento.

**Gráfico 11** Como tomou conhecimento do Carnaval de Natal?

Múltiplas respostas



## Atividades realizadas

Os shows musicais continuaram sendo a principal atividade durante o Carnaval de Natal, com 86,9% das respostas. Os blocos de rua também mantiveram relevância, com 34,1%, seguidos pelas praias (16,6%). Outras atividades, como marchinhas (6,5%), arrastões/trio elétrico (2,3%) e festas privadas (1,7%),

tiveram participação menor, mas ainda expressiva. Atividades como prévias, desfile das escolas de samba e casas de praia tiveram participação abaixo de 2%, indicando menor interesse nesses eventos.

Observando entre 2023 e 2025, os shows musicais mantiveram-se como a atividade mais popular, com um crescimento expressivo de 78,6% para 86,9%. Já os blocos de rua tiveram uma leve recuperação em 2025 (34,1%), após uma queda em 2024 (33,6%). As praias também apresentaram um pequeno aumento (16,6% em 2025, ante 15,9% em 2024), mas ainda abaixo do percentual de 2023 (28%). Atividades como marchinhas e prévias perderam participação ao longo dos anos, enquanto os arrastões/trio elétrico surgiram como uma nova opção em 2025, com 2,3%. Esses dados mostram que os shows musicais continuam sendo o grande destaque do Carnaval de Natal, enquanto outras atividades tradicionais, como blocos de rua e praias, mantêm-se relevantes, mas com menor expressão. O surgimento de novas atividades, como arrastões, indica uma diversificação na programação do evento.

Tabela 7

### Em quais atividades se fez/fará presente durante o Carnaval de Natal?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025
Shows musicais	78,6%	89,1%	86,9%
Blocos de rua	45,4%	33,6%	34,1%
Praias	28%	15,9%	16,6%
Marchinhas	11,1%	9,9%	6,5%
Arrastões/Trio elétrico	0%	0%	2,3%
Prévias	9,6%	5,4%	1,8%
Festas privadas	3,9%	2,3%	1,7%
Desfile das escolas de samba	1,7%	2%	0,8%
Casas de praia	3,3%	2,3%	0,8%
Abertura	1,4%	1,4%	0,5%
Outros	2,1%	0,3%	2%

## Planejamento

A maioria dos foliões decidiu passar o Carnaval em Natal até 15 dias antes do evento, com 62,6% das respostas. A decisão entre 1 e 3 meses antes representou 11,8%, enquanto de 15 dias até 1 mês foi escolhida por 11,3%. Decisões com mais antecedência, como de 3 a 6 meses (3,5%), de 6 meses a 1 ano (3,2%) e acima de 1 ano (7,6%), tiveram participação menor, mas ainda relevante.

Esses dados mostram que a maioria dos participantes toma a decisão de forma mais espontânea, próximo à data do evento.

Ao comparar com anos anteriores, a decisão de passar o Carnaval em Natal até 15 dias antes manteve-se estável, variando entre 59,3% e 62,6%. Já a decisão entre 1 e 3 meses apresentou uma leve recuperação em 2025 (11,8%), após uma queda em 2024 (7,9%). A decisão de 15 dias até 1 mês caiu de 16,6% em 2023 e 2024 para 11,3% em 2025. Decisões com mais antecedência, como acima de 1 ano, mantiveram-se estáveis, com 7,6% em 2025, próximo aos 7,9% de 2024. Esses dados reforçam que a maioria dos foliões opta por Natal como destino de Carnaval de forma mais espontânea, mas também há um público que planeja com maior antecedência, especialmente entre turistas e visitantes.

**Tabela 8** Quando ocorreu a decisão de passar o carnaval em Natal?

	2023	2024	2025
Até 15 dias	61,9%	59,3%	62,6%
De 15 dias até 1 mês	16,6%	16,6%	11,3%
Entre 1 e 3 meses	10,9%	7,9%	11,8%
De 3 até 6 meses	3,4%	4%	3,5%
De 6 meses a 1 ano	3,7%	4,3%	3,2%
Acima de 1 ano	3,6%	7,9%	7,6%

Neste ano, a maioria dos residentes decidiu passar o Carnaval em Natal até 15 dias antes do evento, com 65,4% das respostas. Entre os visitantes/turistas, 58,6% também tomaram a decisão nesse período. A decisão entre 1 e 3 meses antes foi mais relevante para os visitantes/turistas (15,2%) do que para os residentes (9,5%). Já a decisão acima de 1 ano foi mais expressiva entre os residentes (8,7%) do que entre os visitantes/turistas (6,1%). Esses dados mostram que, embora a maioria dos participantes decida de forma espontânea, os residentes tendem a planejar com mais antecedência do que os turistas.

Entre 2023 e 2025, a decisão até 15 dias antes manteve-se estável tanto para residentes (66,2% em 2023 para 65,4% em 2025) quanto para visitantes/turistas (51,9% em 2023 para 58,6% em 2025). A decisão entre 1 e 3 meses

aumentou entre os visitantes/turistas (de 14,2% em 2023 para 15,2% em 2025), enquanto entre os residentes houve uma recuperação em 2025 (9,5%), após uma queda em 2024 (5,8%). A decisão acima de 1 ano cresceu entre os residentes (de 4,7% em 2023 para 8,7% em 2025) e visitantes/turistas (de 0,9% em 2023 para 6,1% em 2025), indicando um aumento no planejamento de longo prazo, especialmente entre os moradores locais. Esses dados reforçam que, embora a maioria dos foliões decida de forma mais espontânea, há um crescimento no planejamento antecipado, especialmente entre os residentes.

**Tabela 9** Tempo de decisão, por tipo de público:

	2023		2024		2025	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Até 15 dias	66,2%	51,9%	62,9%	50,3%	65,4%	58,6%
De 15 até 1 mês	14,8%	20,8%	17,2%	15,3%	11,2%	11,5%
Entre 1 e 3 meses	9,4%	14,2%	5,8%	13,1%	9,5%	15,2%
De 3 até 6 meses	1,6%	7,5%	2,1%	8,7%	2,8%	4,5%
De 6 a 1 ano	3,3%	4,7%	3,2%	7,1%	2,5%	4,1%
Acima de 1 ano	4,7%	0,9%	8,8%	5,5%	8,7%	6,1%

O carro próprio foi o meio de transporte mais utilizado para chegar ao Carnaval de Natal deste ano, com 40,4% das respostas. Em segundo lugar, táxi/transporte por aplicativo representou 33,4%, seguido por a pé (12,5%) e ônibus/van (5,6%). Outros meios, como motocicleta (3,3%), carro alugado (2,8%) e carona (1,2%), tiveram participação menor. O uso de bicicleta e outros meios foi marginal, com menos de 1% cada.

Historicamente, o uso do carro próprio cresceu consistentemente, de 33,4% em 2023 para 40,4% em 2025, enquanto o táxi/transporte por aplicativo diminuiu de 37,9% em 2023 para 33,4% em 2025. O deslocamento a pé também caiu, de 16,3% em 2023 para 12,5% em 2025. O uso de ônibus/van surgiu em 2025, com 5,6%, após apresentar 6,9% em 2023 e 6% em 2024. Outros meios, como motocicleta e carro alugado, mantiveram-se estáveis ou com pequenas variações. Esses dados mostram uma preferência crescente pelo carro próprio,

possivelmente devido à comodidade e segurança, enquanto o táxi/transporte por aplicativo perdeu espaço, mas ainda é relevante. O surgimento do ônibus/van como opção indica uma diversificação nas formas de acesso ao evento.

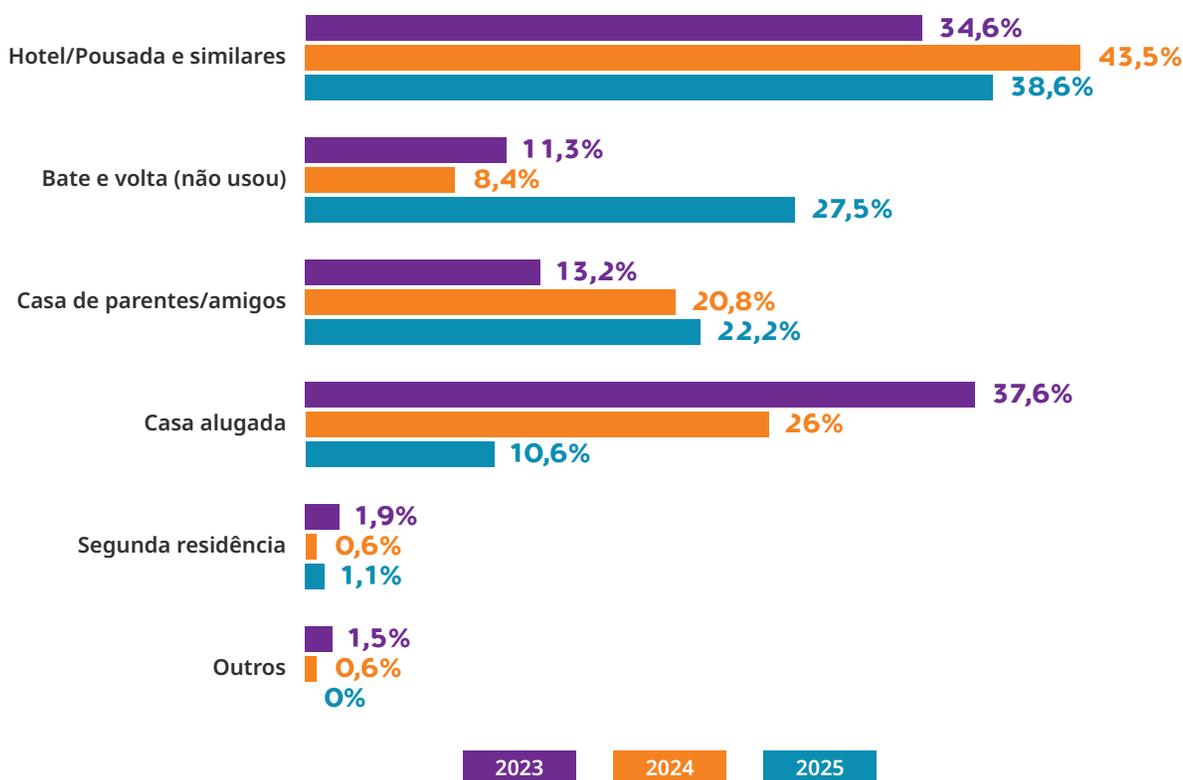
**Tabela 10** Meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento:

	2023	2024	2025
Carro próprio	33,4%	35%	40,4%
Taxi/App	37,9%	36,2%	33,4%
A pé	16,3%	17,9%	12,5%
Ônibus/Van	6,9%	6%	5,6%
Motocicleta	2,1%	2,5%	3,3%
Carro alugado	2,4%	1,5%	2,8%
Carona	0,1%	0,2%	1,2%
Bicicleta	0,4%	0,6%	0,7%
Outros	0,4%	0,2%	0,2%

O tipo de hospedagem mais utilizado pelos visitantes e turistas no Carnaval de Natal foi o hotel/pousada e similares, com 38,6%. Em segundo lugar, o bate e volta (não usou hospedagem), com 27,5% das respostas, seguido por casa de parentes/amigos (22,2%). O uso de casa alugada caiu significativamente, para 10,6%, enquanto segunda residência e outros tiveram participação marginal, com 1,1% e 0%, respectivamente. Esses dados mostram uma mudança no perfil de hospedagem, com mais turistas optando por não pernoitar no município ou escolhendo opções mais acessíveis, como casas de conhecidos.

Entre 2023 e 2025, o bate e volta cresceu expressivamente, de 11,3% para 27,5%, enquanto o uso de casa alugada caiu drasticamente, de 37,6% para 10,6%. A hospedagem em hotel/pousada e similares manteve-se estável, variando entre 34,6% e 43,5%, e a opção por casa de parentes/amigos aumentou de 13,2% para 22,2%. Essas mudanças refletem uma tendência de redução nos custos de hospedagem, com mais turistas optando por não pernoitar ou escolhendo opções mais econômicas, como a estadia em casas de conhecidos. O aumento do bate e volta também pode estar relacionado à maior proximidade geográfica dos visitantes ou à melhoria na infraestrutura de transporte, permitindo deslocamentos mais rápidos.

**Gráfico 12** Qual o tipo de hospedagem utilizada?



## Gastos

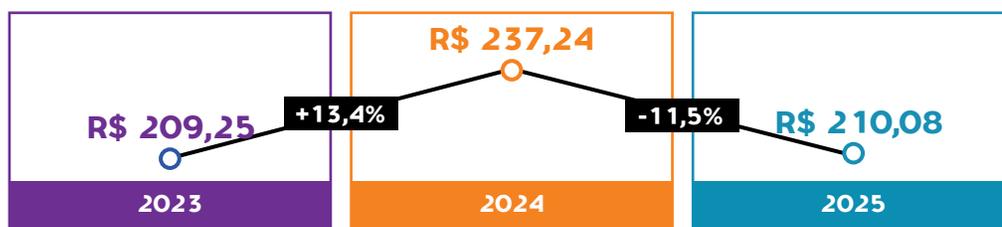
A média geral de gasto dos participantes apresentou um crescimento contínuo. Em 2023, o gasto médio foi de R\$ 345,76, subindo para R\$ 355,03 em 2024 e, em 2025, alcançando R\$ 362,47. Isso indica uma consistente elevação no gasto médio, com uma variação de +2,7% de 2023 para 2024 e +2,1% de 2024 para 2025. Esse crescimento é um sinal positivo, pois demonstra que, mesmo com a variação nos perfis dos participantes, a economia do evento continuou a se fortalecer.

**Gráfico 13** Gasto médio diário individual do público que participou do Carnaval de Natal:



O gasto médio dos residentes foi de R\$ 209,25 em 2023, passando para R\$ 237,24 em 2024, com um crescimento de +13,4%. Contudo, houve uma redução para R\$ 210,08 em 2025, o que representa uma diminuição de -11,5%. Essa redução pode ser atribuída ao aumento significativo dos visitantes, que tenderam a ter um gasto maior. Apesar disso, os residentes mantiveram um gasto médio considerável, o que continua a ser um reflexo positivo da participação deles no evento.

**Gráfico 14** Gasto médio diário individual dos residentes:



Os visitantes, contudo, apresentaram um padrão de crescimento constante e robusto. Em 2023, o gasto médio foi de R\$ 482,27, caiu para R\$ 472,81 em 2024 (-2%) e, em 2025, subiu para R\$ 514,85 (+8,9%). Esse aumento significativo de 2024 para 2025 reflete o maior poder de compra dos turistas e o impacto positivo que o evento teve sobre esse público. Isso é extremamente benéfico para o comércio e para a economia local, já que um aumento no gasto dos visitantes pode significar maior consumo em diversos setores.

**Gráfico 15** Gasto médio diário individual dos visitantes/turistas:



Em 2025, a distribuição dos gastos por atividade revela algumas tendências interessantes entre os residentes de Natal e os visitantes/turistas. Para os residentes, a maior parte dos gastos foi alocada em Alimentos/Bebidas (47,4%), mostrando que os participantes locais priorizaram essa categoria, talvez devido à variedade de opções de alimentação oferecidas durante o evento. A categoria de Transporte obteve 11,8% das respostas, o que mostra que muitos participantes optaram por utilizar transporte público ou alternativas

para se deslocar entre os pontos do evento. Já os gastos com Diversão (11,9%) e Compras (28,9%) representaram uma fatia considerável do orçamento dos residentes. Para os visitantes/turistas, a maior parte de seus gastos foi destinada a Hospedagem (55,3%), refletindo a necessidade de alojamento durante sua estadia, o que é esperado em eventos que atraem participantes de outras localidades. Alimentos/Bebidas representaram 23,3%, uma proporção mais baixa do que a dos residentes, o que pode indicar que os turistas gastaram mais com alimentação fora do evento ou em locais específicos. Em comparação com os residentes, os turistas gastaram menos com Transporte local (5,5%) e Diversão (6,8%), mas alocaram um pouco mais para Compras (9,1%) durante o Carnaval.

Quando comparamos aos anos de 2023, 2024 e 2025, observamos que os residentes de Natal, em 2025, mantiveram uma tendência de priorizar os gastos com Alimentos/Bebidas (47,4%), embora esse valor tenha aumentado em relação a 2024 (44,7%). No entanto, o gasto com Compras diminuiu significativamente, de 35,9% em 2024 para 28,9% em 2025, o que pode indicar uma mudança no perfil de consumo, possivelmente em função da diminuição de investimentos locais ou mudança no tipo de produto ofertado. Por outro lado, os visitantes/turistas aumentaram ligeiramente seus gastos com Hospedagem em 2025 (55,3%), se mantendo estáveis com relação a 2024. O gasto com Diversão subiu de 4,6% em 2024 para 6,8% em 2025, sugerindo uma leve recuperação da procura por entretenimento, enquanto os gastos com Compras também cresceram de 6,5% para 9,1%, o que pode ser um reflexo do aumento da disponibilidade de produtos para os turistas. Em termos de Transporte, tanto os residentes quanto os visitantes mantiveram um padrão de gasto semelhante nos três anos, com pequenas variações, o que indica que essa categoria de despesa se manteve relativamente estável ao longo dos anos.

**Tabela 11** Distribuição dos gastos por atividade:

	2023		2024		2025	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Hospedagem	0%	50%	0%	55,3%	0%	55,3%
Alimentos/Bebidas	44,9%	24,8%	44,7%	28,5%	47,4%	23,3%
Transporte	14,3%	7,3%	10,5%	5%	11,8%	5,5%
Diversão	19%	10,4%	8,9%	4,6%	11,9%	6,8%
Compras	21,8%	7,5%	35,9%	6,5%	28,9%	9,1%

## Movimentação

A Estimativa de Movimentação Econômica do Carnaval de Natal em 2025 destacou um crescimento expressivo, tanto em público quanto em impacto financeiro. Neste ano, o evento reuniu 590,1 mil participantes, sendo 351,1 mil residentes (59,5%) e 239 mil visitantes e turistas (40,5%). A movimentação econômica alcançou aproximadamente R\$ 197 milhões, evidenciando a relevância do Carnaval para a economia local.

Os residentes geraram uma movimentação de cerca de R\$ 74 milhões, representando 37,5% do total. Já os visitantes e turistas movimentaram R\$ 123 milhões, o que corresponde a 62,5% da arrecadação, reforçando o papel estratégico do turismo para o fortalecimento financeiro do evento. O número de turistas aumentou de 135,9 mil em 2024 para 239 mil em 2025 — um salto de 75,8% —, impulsionando significativamente a economia local e consolidando o evento como um atrativo turístico relevante.

Comparando com anos anteriores, houve um crescimento contínuo: o público total passou de 439,8 mil em 2023 para 482,1 mil em 2024 e 590,1 mil em 2025. A movimentação econômica acompanhou essa evolução, saltando de aproximadamente R\$ 127 milhões em 2023 para R\$ 146 milhões em 2024 e atingindo R\$ 197 milhões em 2025.

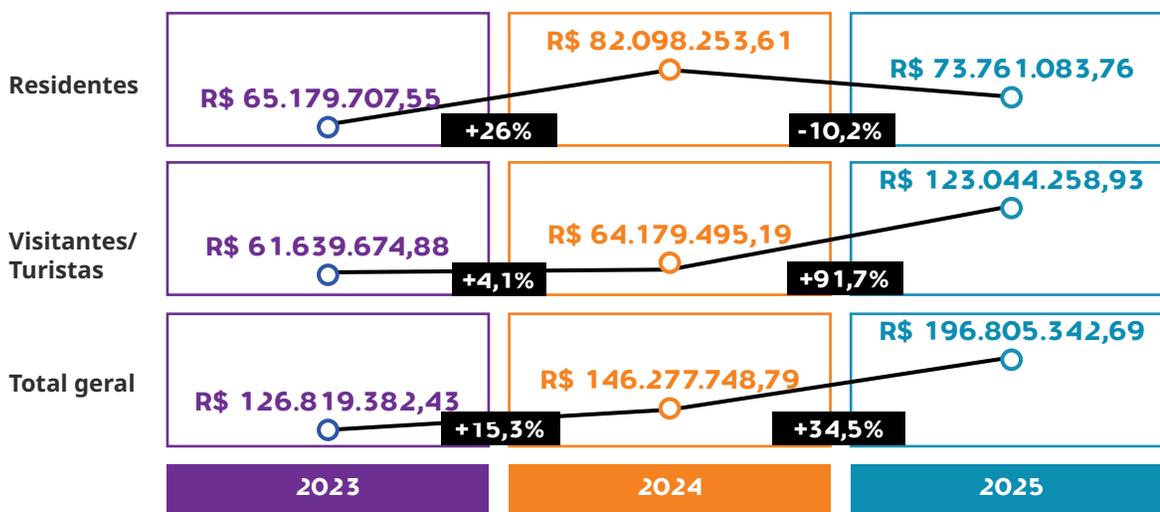
Esses resultados reforçam o impacto positivo do Carnaval de Natal não apenas como uma celebração cultural, mas também como um motor econômico, beneficiando setores como hospedagem, alimentação, transporte e comércio, além de fortalecer a posição de Natal como um destino turístico de destaque no calendário festivo brasileiro.

Gráfico 16 Público total participante:\*

		Residentes	Visitantes/Turistas	Total
	2023	312.238	127.534	439.772
	2024	346.114	135.939	482.053
	2025	351.110	238.991	590.100

\*Público informado pela Prefeitura de Natal.

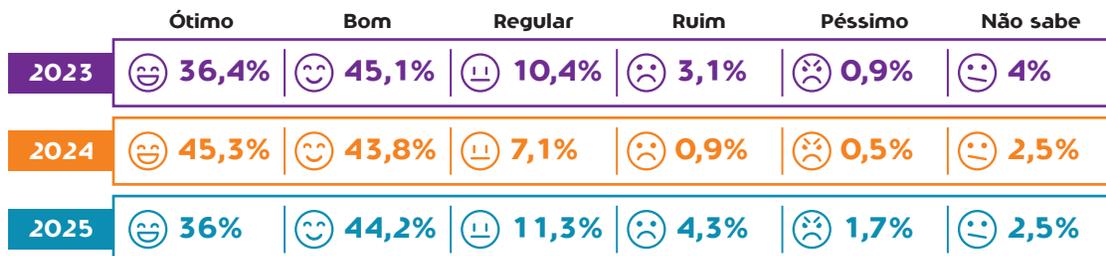
**Gráfico 17** Movimentação gerada pelo evento:



## Satisfação

Em 2025, a Divulgação do Evento foi avaliada positivamente por 80,2% dos participantes, com 36% considerando “ótimo” e 44,2% considerando “bom”. A avaliação de “regular” ficou em 11,3%, “ruim” foi 4,3% e 1,7% classificaram como “péssimo”. Apenas 2,5% não souberam responder. Comparado com 2024, houve uma leve queda em relação à avaliação “ótimo”, mas a avaliação geral se manteve elevada, com 80,2% dos participantes dando uma nota positiva para a divulgação.

**Gráfico 18** Avaliação da divulgação do evento:



O Acesso ao Local obteve 94% de avaliação positiva, com 38,4% considerando “ótimo” e 55,6% considerando “bom”. A categoria “regular” ficou em 3,3%, enquanto 2,2% classificaram como “ruim” e 0,2% deram a avaliação “péssimo”. Apenas 0,3% não souberam responder. Em comparação com 2024, a avaliação foi mais favorável, com um aumento significativo em “bom” (de 48,1% para 55,6%), mas houve uma diminuição na avaliação “ótimo”, que caiu de 46,2% para 38,4%.

**Gráfico 19** Avaliação do acesso ao local do evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	42,9%	50,6%	5,4%	0,9%	0,3%	0%
2024	46,2%	48,1%	4,8%	0,5%	0,3%	0,2%
2025	38,4%	55,6%	3,3%	2,2%	0,2%	0,3%

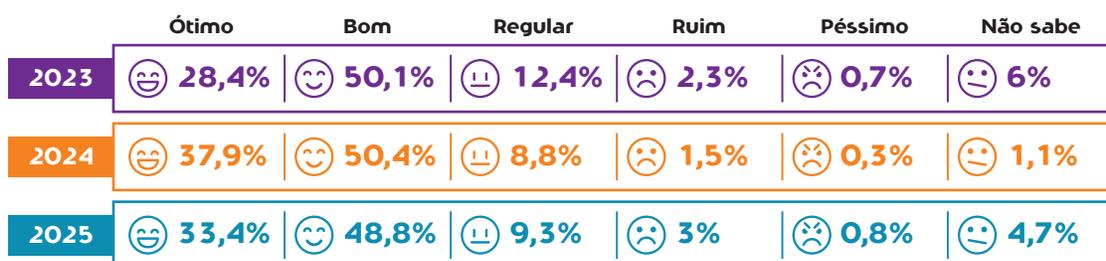
A Estrutura do Evento recebeu uma avaliação de 94,1% entre as categorias “ótimo” e “bom”, com 41,9% dos entrevistados avaliando como “ótimo” e 52,2% como “bom”. A categoria “regular” ficou em 4,8%, “ruim” foi 1% e 0% deram a avaliação “péssimo”. Apenas 0,2% não souberam responder. Em relação a 2024, a satisfação se manteve muito positiva, com uma leve redução de 1,1 ponto percentual nas avaliações “ótimo” e “bom”, refletindo uma estabilidade geral na percepção sobre a estrutura do evento.

**Gráfico 20** Avaliação da espaço físico/estrutura do evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	39,6%	53,1%	5,9%	1%	0,3%	0,1%
2024	45,6%	49,6%	4,5%	0,3%	0%	0%
2025	41,9%	52,2%	4,8%	1%	0%	0,2%

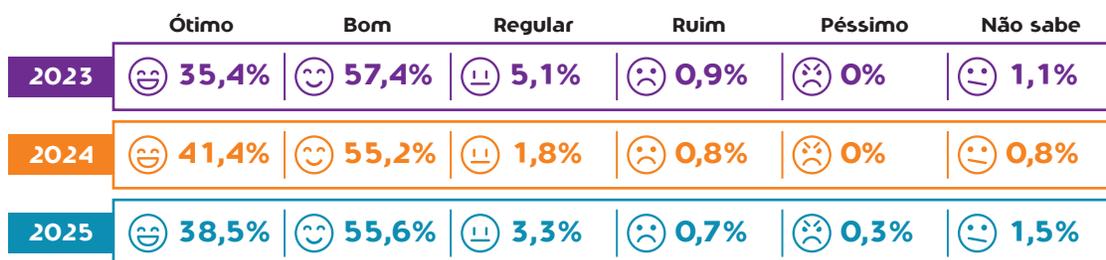
As Atrações Musicais tiveram 82,2% de aprovação combinando as avaliações “ótimo” (33,4%) e “bom” (48,8%). A avaliação “regular” foi de 9,3%, enquanto 3% consideraram “ruim”, 0,8% classificaram como “péssimo”, e 4,7% não souberam responder. Em 2024, o índice de aprovação foi ligeiramente maior, com 88,3% entre “ótimo” e “bom”, mas a diminuição foi pequena e ainda manteve uma ótima avaliação geral.

**Gráfico 21** Avaliação das atrações musicais no evento:



A Organização do Evento foi bem avaliada, com 94,1% de aprovação entre “ótimo” (38,5%) e “bom” (55,6%). A categoria “regular” ficou em 3,3%, “ruim” foi 0,7% e 0,3% consideraram “péssimo”. 1,5% não souberam responder. Quando comparado com 2024, houve uma leve queda de 3% no percentual de avaliações “ótimo”, mas a organização do evento ainda foi altamente positiva, com destaque para a alta aprovação em “bom” (aumentando de 55,2% para 55,6%).

**Gráfico 22** Avaliação da organização do evento:



Os Locais de Alimentação tiveram uma aprovação de 86% combinando “ótimo” (29,4%) e “bom” (56,6%). A categoria “regular” foi de 6,1%, “ruim” foi 0,8% e 0% classificaram como “péssimo”. 7% não souberam responder. Comparado com 2024, a aprovação foi mais favorável, com um pequeno aumento na avaliação “ótimo” (de 28% para 29,4%) e uma manutenção sólida da avaliação “bom” (de 55,8% para 56,6%).

**Gráfico 23 Avaliação dos locais de alimentação no evento:**

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	😊 24,4%	😄 56,6%	😐 9,7%	😞 1,9%	😡 0,9%	😐 6,6%
2024	😊 28%	😄 55,8%	😐 10%	😞 1,2%	😡 0,2%	😐 4,8%
2025	😊 29,4%	😄 56,6%	😐 6,1%	😞 0,8%	😡 0%	😐 7%

A Segurança no Evento teve 92,7% de avaliação positiva entre “ótimo” (38,7%) e “bom” (54%). A categoria “regular” foi de 4,3%, “ruim” foi 1% e 0% deram a avaliação “péssimo”. Apenas 2% não souberam responder. Em 2024, a aprovação foi de 94,1%, com um pequeno decréscimo de 1,4 ponto percentual, mas ainda mantendo uma ótima avaliação no geral.

**Gráfico 24 Avaliação da segurança no evento:**

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	😊 45%	😄 47,6%	😐 4%	😞 0,6%	😡 0,4%	😐 2,4%
2024	😊 44,2%	😄 49,9%	😐 3,7%	😞 0,6%	😡 0,8%	😐 0,8%
2025	😊 38,7%	😄 54%	😐 4,3%	😞 1%	😡 0%	😐 2%

O item Transportes obteve 41,7% de aprovação combinando as avaliações “ótimo” (10,8%) e “bom” (30,9%). A categoria “regular” foi de 3,3%, “ruim” ficou em 2,2%, “péssimo” foi de 0,7% e 52,2% não souberam responder. A avaliação foi mais negativa em relação aos outros itens, mas comparado com 2024 (onde 49,8% não souberam responder e a avaliação de “ótimo” foi de apenas 7,9%), houve uma melhoria no índice de satisfação.

**Gráfico 25 Avaliação dos transportes no evento:**

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	😊 15,9%	😄 37%	😐 8,7%	😞 4,1%	😡 3,1%	😐 31,1%
2024	😊 7,9%	😄 28,4%	😐 8,2%	😞 4%	😡 1,8%	😐 49,8%
2025	😊 10,8%	😄 30,9%	😐 3,3%	😞 2,2%	😡 0,7%	😐 52,2%

A Limpeza Urbana foi bem avaliada, com 86,2% de aprovação entre “ótimo” (25,4%) e “bom” (60,8%). A avaliação “regular” foi de 9,5%, “ruim” foi 3,2% e 0% deram a avaliação “péssimo”. Apenas 1,2% não souberam responder. Em relação a 2024, a avaliação de limpeza urbana aumentou, com uma melhoria significativa nas notas “bom” e “ótimo”, refletindo um esforço bem-sucedido para a manutenção da cidade durante o evento.

**Gráfico 26 Avaliação da limpeza urbana no evento:**

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	😊 23%	😄 55,9%	😐 14,7%	😞 3,1%	😡 1,1%	😐 2,1%
2024	😊 24,2%	😄 57,9%	😐 12,2%	😞 2,5%	😡 0,9%	😐 2,3%
2025	😊 25,4%	😄 60,8%	😐 9,5%	😞 3,2%	😡 0%	😐 1,2%

Os Preços Cobrados tiveram 49,1% de aprovação combinando “ótimo” (8,6%) e “bom” (40,5%). A categoria “regular” foi de 28,1%, “ruim” foi 7,5%, “péssimo” foi 2,7% e 12,6% não souberam responder. Em comparação com 2024, houve uma leve queda na avaliação de preços, com um pequeno aumento na porcentagem de respostas “regular”, mas a avaliação positiva ainda predominou no geral.

**Gráfico 27 Avaliação dos preços cobrados no evento:**

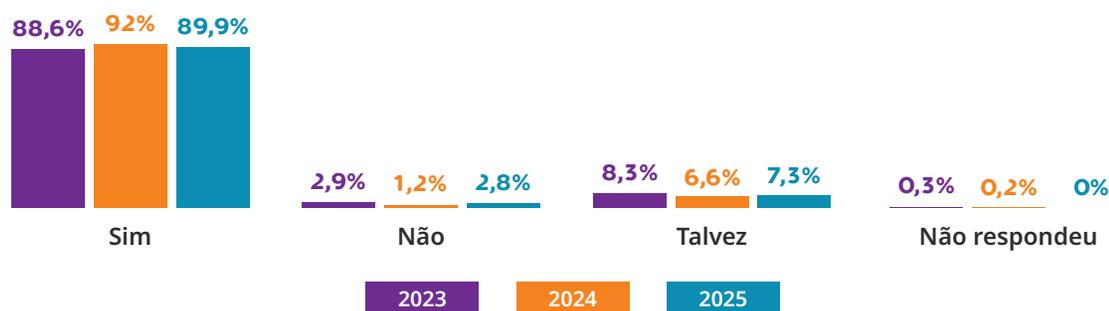
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	😊 7,4%	😄 41,6%	😐 26,4%	😞 8,6%	😡 4,3%	😐 11,7%
2024	😊 7,9%	😄 48,7%	😐 28,2%	😞 5,1%	😡 1,5%	😐 8,6%
2025	😊 8,6%	😄 40,5%	😐 28,1%	😞 7,5%	😡 2,7%	😐 12,6%

## Aprovação

A aprovação do Carnaval de Natal deste ano foi muito positiva, com 89,9% dos participantes afirmando que pretendem voltar para o evento em 2026. Esse alto índice de intenção de retorno demonstra a satisfação geral dos participantes com o evento. Apenas 2,8% indicaram que não pretendem retornar, enquanto 7,3% responderam com “talvez”, sugerindo que há uma margem para aumentar a fidelização dos participantes nos próximos anos. O percentual de respostas “não respondeu” foi praticamente inexistente (0%), refletindo o engajamento dos entrevistados na pesquisa.

Observando entre 2023 e 2024, a intenção de retorno se manteve muito alta, com uma leve diminuição em relação a 2024, que registrou 92%. Essa pequena variação é natural em eventos de grande porte, indicando que, apesar da ligeira queda, a maioria dos participantes permanece entusiasmada com a possibilidade de retornar. Em 2023, o índice era de 88,6%, o que coloca 2025 muito próximo de 2024, mantendo a tendência positiva de aprovação ao longo dos anos. Os percentuais de “não” e “talvez” não variaram muito entre os anos, com um pequeno aumento na opção “não” de 1,2% em 2024 para 2,8% em 2025, mas ainda assim os números gerais de aprovação permanecem elevados, sinalizando que o evento continua cumprindo suas expectativas.

Gráfico 28 Pretende voltar para o Carnaval de Natal em 2026?



A probabilidade de recomendação do Carnaval de Natal se manteve alta, com 41,9% dos participantes atribuindo a nota 10 e 18,6% dando a nota 9, somando juntos 60,5% dos respondentes. Essas notas indicam uma sólida disposição em recomendar o evento. A distribuição das respostas reflete uma aprovação ampla, com 25,9% dos participantes atribuindo a nota 8, o que também demonstra satisfação. As notas mais baixas (0 a 7) continuam

com percentuais pequenos, evidenciando que a maioria dos participantes está muito satisfeita e propensa a recomendar o evento.

Ao analisar com os anos anteriores, a aprovação do evento em 2025 segue muito similar à de 2024, quando 42,8% dos participantes atribuíram a nota 10, e 23,1% deram nota 9. Em 2023, o percentual de participantes dando nota 10 foi 42%, muito próximo de 2024 e 2025. Embora a nota 9 tenha apresentado uma redução de 23,1% em 2024 para 18,6% em 2025, ainda assim a aprovação geral continua bastante alta, com mais de 60% dos participantes recomendando o evento com notas 8 a 10. As notas 0 a 7 permanecem em percentuais baixos, o que reforça a percepção positiva e consistente ao longo dos três anos.

Esse quadro positivo mostra que o Carnaval de Natal segue sendo um evento muito bem avaliado e com forte propensão à recomendação, mantendo uma sólida imagem perante seu público, sem grandes variações entre os anos.

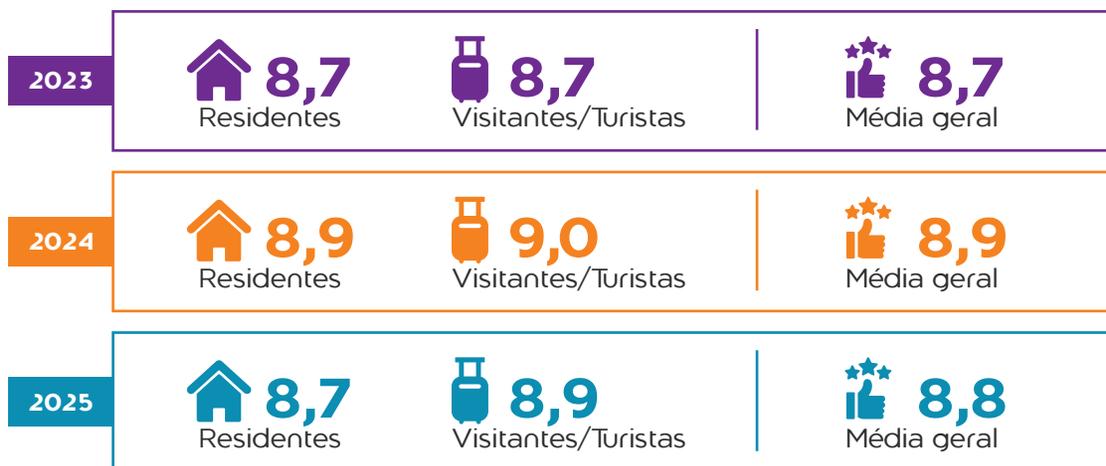
**Tabela 12** Qual a chance, de 0 a 10, de indicar o Carnaval de Natal?

	2023	2024	2025
0	0,4%	0%	0,3%
1	0%	0,2%	0%
2	0,4%	0,6%	0,2%
3	0,6%	0,3%	0%
4	0,4%	0,3%	0,7%
5	2%	0,8%	1,5%
6	2,1%	1,4%	2,7%
7	10%	5,4%	8,3%
8	26,2%	25,1%	25,9%
9	15,8%	23,1%	18,6%
10	42%	42,8%	41,9%

A nota média de indicação do Carnaval de Natal foi extremamente positiva, com uma ligeira diferença entre residentes e visitantes/turistas. Os residentes atribuíram uma média de 8,7 (em uma escala de 0 a 10), enquanto os visitantes/turistas deram uma média de 8,9. Isso demonstra que, embora ambos os grupos tenham apreciado o evento de forma muito semelhante, os turistas e visitantes apresentaram uma ligeira aprovação superior. A média geral em 2025 foi de 8,8, um valor muito bom, que reflete a satisfação de ambos os públicos com o evento, consolidando-o como uma experiência positiva tanto para os nativos quanto para os turistas.

Quando comparamos os dados de 2025 com os anos anteriores, notamos que houve uma leve flutuação nas notas. Em 2024, tanto os residentes quanto os visitantes/turistas deram notas um pouco mais altas: 8,9 para os residentes e 9,0 para os visitantes/turistas. Porém, em 2025, a nota média dos residentes voltou para 8,7, enquanto os turistas mantiveram uma avaliação um pouco mais alta com 8,9. De forma geral, a média geral também sofreu uma pequena redução de 8,9 em 2024 para 8,8 em 2025, mas ainda assim permanece em um patamar muito satisfatório, o que indica que a aprovação do evento se manteve muito consistente ao longo dos anos, com apenas pequenas variações, que não comprometem sua boa imagem.

**Gráfico 29 Nota média de indicação, por tipo de público:**



# 4

## Anexo

