

Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC

PERFIL DOS
PARTICIPANTES
DO

SÃO JOÃO

DE NATAL

JUNHO 2025





CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

Presidente

Laumir Almeida Barrêto

Diretor Executivo

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 do Nascimento

Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Laumir Almeida Barrêto

Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Jacqueline Aires

Hugo Sergio

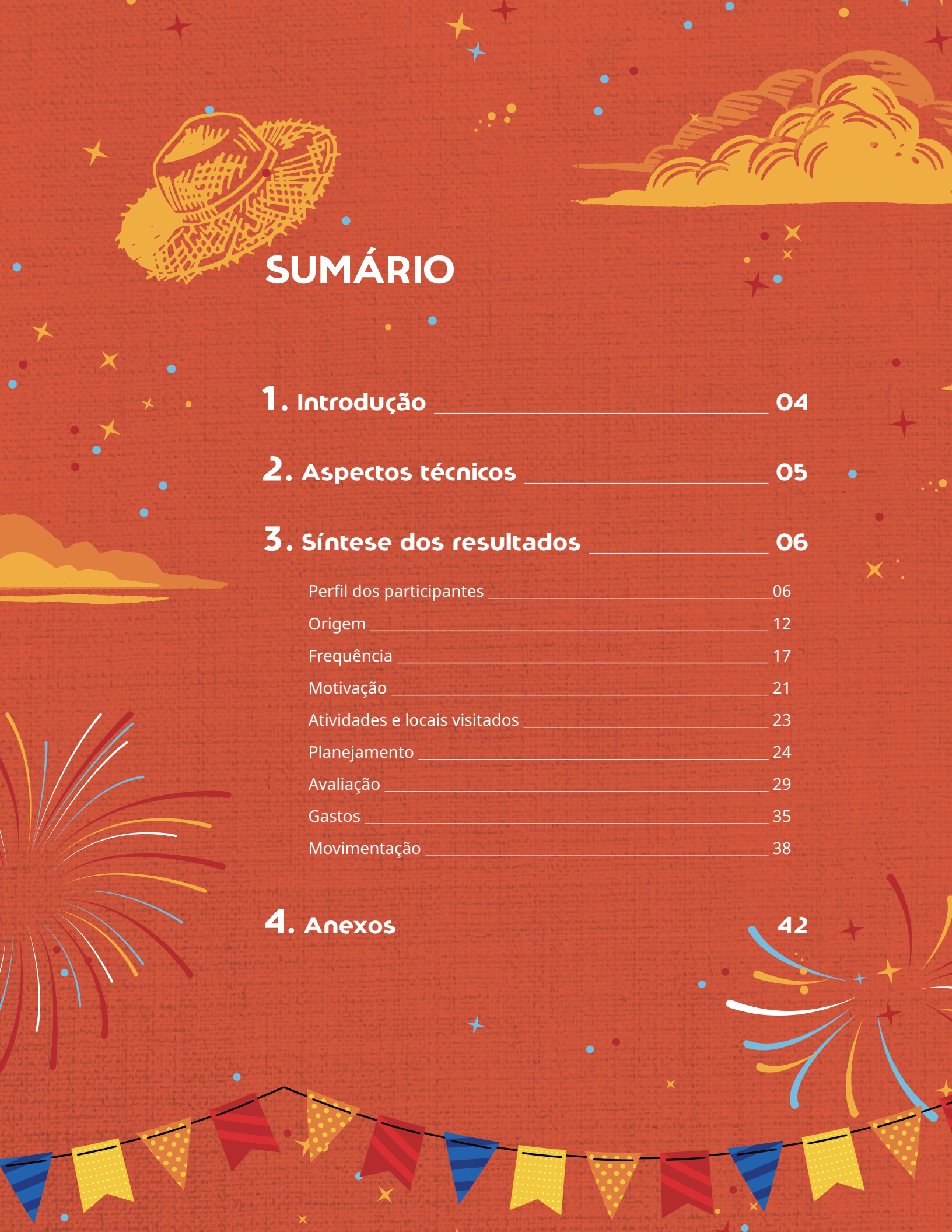
Maria Eduarda

Natalia Pereira

Rogério Antunes

Franciana Karla

Pesquisadores



SUMÁRIO

1. Introdução	04
----------------------	-----------

2. Aspectos técnicos	05
-----------------------------	-----------

3. Síntese dos resultados	06
----------------------------------	-----------

Perfil dos participantes	06
Origem	12
Frequência	17
Motivação	21
Atividades e locais visitados	23
Planejamento	24
Avaliação	29
Gastos	35
Movimentação	38

4. Anexos	42
------------------	-----------

1

Introdução

O São João de Natal tem se firmado como uma das maiores e mais relevantes festas juninas do Rio Grande do Norte, reunindo milhares de pessoas em uma programação que contempla shows de grandes artistas nacionais e locais, festivais de quadrilhas juninas, feiras gastronômicas, manifestações culturais e atividades voltadas para toda a família. Realizado em diversos polos distribuídos pela cidade, o evento tem contribuído significativamente para o fortalecimento da cultura popular e para a promoção da imagem da capital potiguar como um destino festivo e turístico no período junino.

Além de seu valor simbólico e cultural, o São João de Natal exerce um papel estratégico na dinamização da economia local, gerando oportunidades de renda para comerciantes, ambulantes, produtores culturais e empreendedores do setor de serviços e turismo. Com a elevação da demanda por hospedagem, alimentação, transporte e comércio, o evento estimula a geração de empregos temporários e o aquecimento da atividade econômica em diferentes regiões da cidade.

Com o objetivo de compreender melhor o perfil dos participantes e os impactos do evento, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio RN (IFC), tem realizado pesquisas técnicas anuais junto ao público presente nos polos juninos. Os estudos buscam identificar características sociodemográficas dos participantes, avaliar o grau de satisfação, estimar os gastos realizados, mapear a origem dos visitantes e levantar informações que possam contribuir para o aprimoramento da experiência do público e a qualificação das ações de planejamento, tanto do setor público quanto privado.

As pesquisas conduzidas pela Fecomércio RN são amplamente reconhecidas por sua relevância estratégica, sendo utilizadas por empresários, produtores culturais, gestores públicos e entidades representativas como base para decisões fundamentadas. Ao oferecer dados concretos e atualizados, a iniciativa contribui para o fortalecimento do São João de Natal como um evento cada vez mais estruturado, inclusivo e economicamente sustentável, favorecendo sua expansão nos próximos anos e ampliando seu legado para a cidade e para o Estado.

2 Aspectos técnicos

O Instituto Fecomércio RN (IFC) realizou, ao longo do mês de junho, uma pesquisa técnica durante os dias de realização do evento São João de Natal, com o objetivo de monitorar o perfil, o comportamento e a percepção dos participantes. Ao todo, foram entrevistadas 705 pessoas de diferentes faixas etárias, origens e hábitos de consumo, garantindo diversidade e representatividade da amostra.

A pesquisa adotou metodologia quantitativa, com aplicação de questionário padronizado por meio de entrevistas presenciais individualizadas (face a face), utilizando a técnica de observação direta. O instrumento de coleta foi um questionário semiestruturado, composto por perguntas fechadas, abertas e de múltipla escolha, elaborado de forma a atender aos objetivos específicos do estudo. A amostra obtida permite estimar os resultados com margem de erro de aproximadamente 3 pontos percentuais para mais ou para menos, considerando um nível de confiança de 95%.

A coleta de dados foi realizada com o uso de *tablets*, que possibilitaram o registro e georreferenciamento das entrevistas em tempo real. Os pesquisadores de campo eram previamente treinados e experientes, garantindo a qualidade da abordagem e a fidelidade das informações. Todos os questionários passaram por revisão crítica e validação interna, assegurando a consistência e integridade dos dados antes da tabulação e análise.

Cabe ressaltar que os dados referentes a edições anteriores do estudo podem ter passado por revisão metodológica, com ajustes estatísticos e de padronização aplicados com o objetivo de uniformizar escalas, categorias e critérios de análise ao longo das séries históricas. Tais atualizações visam garantir maior robustez e comparabilidade dos resultados.

Os dados coletados foram tabulados em planilhas eletrônicas (*Excel*), e o relatório final foi redigido e diagramado em software de processamento de texto (*Word*). Os resultados apresentados refletem fielmente as respostas espontâneas fornecidas pelos entrevistados.

3

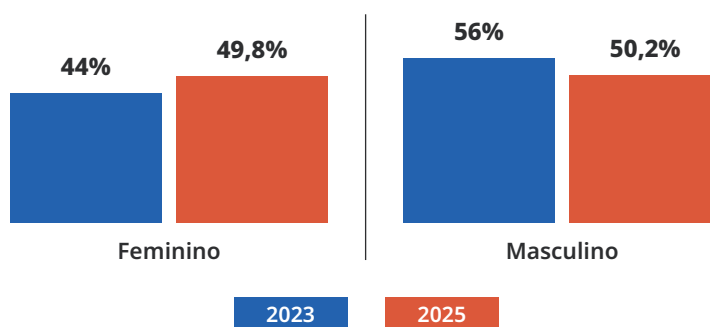
Síntese dos resultados

Perfil dos participantes

Os dados da edição 2025 do São João de Natal revelam uma distribuição equilibrada entre os públicos feminino e masculino, com leve predominância de mulheres. Este ano, 49,8% dos participantes entrevistados se declararam do sexo feminino, enquanto 50,2% do sexo masculino. Esse equilíbrio indica que o evento continua sendo atrativo para todos os públicos, reforçando sua característica de celebração democrática e inclusiva, capaz de mobilizar diferentes perfis da população.

Quando comparamos com os dados de 2023, observa-se um avanço expressivo na participação feminina. Naquele ano, o público feminino representava 44% do total de participantes, o que evidencia um crescimento de quase seis pontos percentuais em 2025. Essa tendência pode estar associada ao fortalecimento da sensação de segurança, à melhoria da infraestrutura e à ampliação das atividades culturais voltadas para toda a família, fatores que contribuem para uma presença mais ativa das mulheres no evento.

Gráfico 1 **Gênero:**



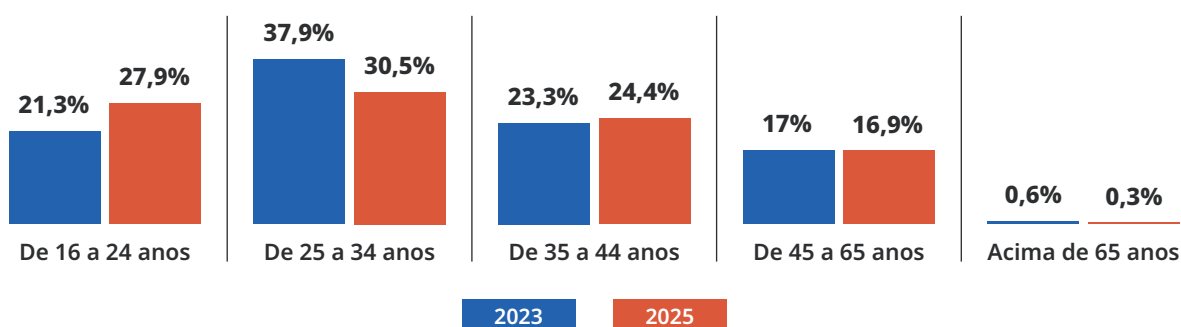
Sobre a idade dos participantes, a faixa entre 16 e 24 anos representou 27,9% dos entrevistados. Esse dado evidencia o fortalecimento da conexão do evento com pessoas jovens, reforçando seu caráter cultural, festivo e atrativo para um público que valoriza experiências coletivas e vive intensamente

as festividades populares. As faixas de 25 a 34 anos (30,5%) e 35 a 44 anos (24,4%) também mantiveram representatividade significativa, demonstrando que o evento segue sendo um espaço multigeracional, que atrai jovens adultos e famílias.

Ao compararmos com os dados de 2023, observa-se uma mudança interessante na composição etária do público. Em 2023, a faixa entre 25 e 34 anos era predominante, com 37,9%, enquanto os mais jovens (16 a 24 anos) somavam apenas 21,3%. O crescimento de mais de seis pontos percentuais da presença jovem em 2025 pode ser interpretado como resultado de uma programação mais alinhada aos interesses desse público, como shows de artistas contemporâneos, maior presença nas redes sociais e infraestrutura voltada à segurança e acessibilidade.

As demais faixas etárias mantiveram estabilidade entre os dois anos analisados. A presença de pessoas entre 35 e 44 anos subiu levemente de 23,3% para 24,4%, enquanto o público entre 45 e 65 anos se manteve praticamente estável (17% em 2023 e 16,9% em 2025). Já a participação do público acima de 65 anos continuou representando uma pequena parcela (0,3% em 2025), indicando que ainda há oportunidades para ampliar a atratividade do evento para esse segmento, especialmente com ações voltadas ao conforto, mobilidade e programação temática.

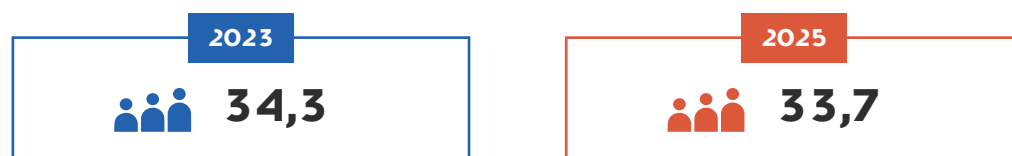
Gráfico 2 Faixa etária:



A idade média dos participantes do São João de Natal apresentou uma leve queda entre 2023 e 2025. Em 2023, a média era de 34,3 anos, passando para 33,7 anos em 2025. Essa pequena variação reforça a tendência de rejuvenescimento do público, já observada no aumento da participação de jovens entre 16 e 24 anos. Embora discreta, essa mudança indica que o evento tem

conseguido atrair uma faixa etária mais jovem, sem perder a presença do público adulto, mantendo assim um perfil equilibrado e diversificado.

Gráfico 3 Idade média anual:



A idade média dos participantes do São João de Natal varia de acordo com a origem do público. Entre os residentes, a média é de 34,8 anos, enquanto entre os turistas e visitantes, a média é menor, de 31,2 anos. Essa diferença sugere que o evento atrai um público mais jovem de fora da cidade, ao passo que os moradores locais tendem a ser, em média, um pouco mais velhos. Essa distinção pode influenciar tanto no comportamento de consumo quanto nas preferências de programação do público.

Gráfico 4 Idade média por tipo de público:



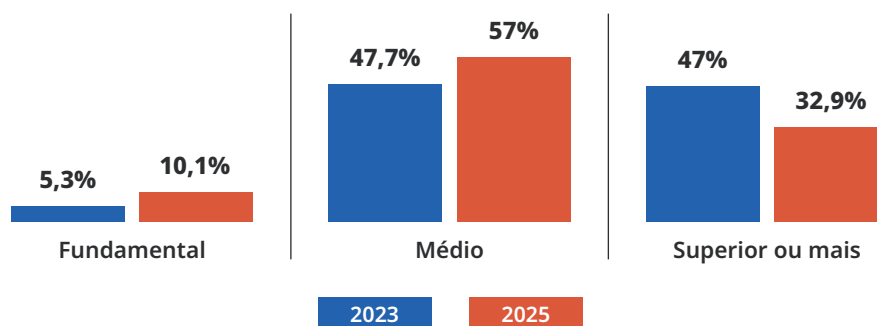
Em 2025, o São João de Natal atraiu um público majoritariamente com ensino médio completo, que representou 57% dos participantes entrevistados. Esse dado revela o amplo alcance do evento entre a população com escolaridade intermediária, que representa uma faixa expressiva da força de trabalho e dos consumidores da capital e da região metropolitana. Além disso, observou-se um crescimento na presença de pessoas com ensino fundamental completo ou incompleto, que passaram de 5,3% em 2023 para 10,1% em 2025, ampliando a diversidade do público presente nos festejos.

Ao comparar com os dados de 2023, destaca-se uma mudança no perfil educacional dos participantes: naquele ano, 47% declaravam ter ensino superior completo ou mais, enquanto em 2025 esse grupo representou 32,9% dos entrevistados. Apesar da redução relativa dessa faixa, o evento continua atraente para um público com níveis educacionais variados, demonstrando

seu caráter acessível e popular. A ampliação da participação de pessoas com ensino médio e fundamental pode estar associada à maior descentralização da festa, à gratuidade da programação e ao fortalecimento do evento como espaço democrático de celebração da cultura local.

Essa mudança também pode indicar uma aproximação ainda maior do São João com os bairros e comunidades da cidade, tornando-o mais inclusivo e acessível para diferentes perfis socioeconômicos. A presença de um público mais heterogêneo em termos de escolaridade reforça o papel do evento como espaço de integração social, valorização das tradições e estímulo à convivência entre diferentes grupos da sociedade.

Gráfico 5 **Escolaridade:**

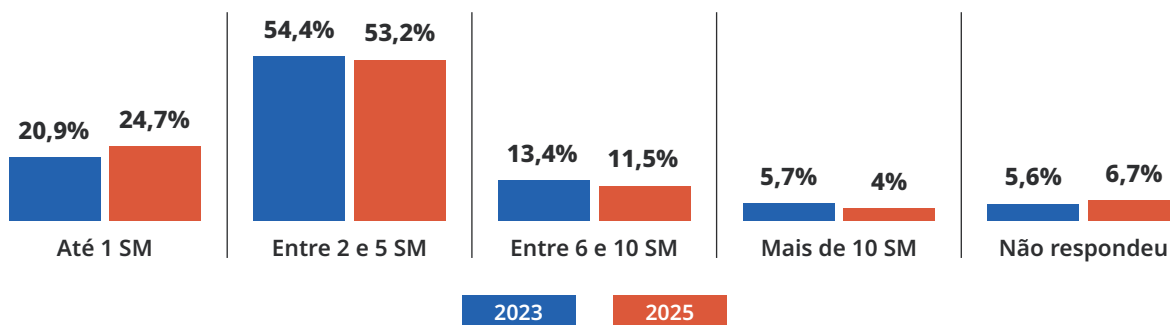


A pesquisa indica que o São João de Natal segue atraindo majoritariamente um público das classes populares e médias, com destaque para os participantes com renda familiar mensal de até 1 salário-mínimo, que representaram 24,7% do total de entrevistados — um crescimento em relação a 2023, quando essa faixa era de 20,9%. Esse resultado reforça o caráter inclusivo do evento, que se mantém como um espaço acessível à população de menor poder aquisitivo, possibilitado pela gratuidade dos shows e das atrações culturais em diversos polos da cidade.

A faixa de renda entre 2 e 5 salários-mínimos, que tradicionalmente concentra a maior parte do público, manteve-se estável e expressiva em 2025, com 53,2%, ante 54,4% em 2023. Isso confirma que o evento continua sendo atrativo para famílias de classe média e trabalhadores formais, que veem no São João de Natal uma opção viável de lazer, cultura e entretenimento em um período festivo bastante valorizado.

Já os participantes com renda familiar mais elevada apresentaram leve retração. Aqueles com renda entre 6 e 10 salários-mínimos caíram de 13,4% para 11,5%, enquanto os com renda superior a 10 salários-mínimos passaram de 5,7% em 2023 para 4% em 2025. Essa redução pode estar relacionada à diversificação do perfil socioeconômico do público, especialmente com o crescimento da presença das faixas de menor renda, o que reforça a função social do evento como promotor de acesso à cultura para todos os segmentos da sociedade.

Gráfico 6 Renda mensal familiar:



A renda média familiar dos participantes do São João de Natal apresentou uma leve redução entre 2023 e 2025. Em 2023, a média registrada foi de 3,8 salários-mínimos, enquanto em 2025 esse valor caiu para 3,4 salários-mínimos. Essa variação pode estar relacionada ao aumento da participação de pessoas com rendimentos mais baixos, conforme observado na distribuição por faixas de renda. O dado reforça o caráter democrático e acessível do evento, que tem atraído um público mais amplo e diversos socialmente.

Gráfico 7 Renda média mensal familiar, em salários-mínimos:



A renda média dos participantes do São João de Natal variou de acordo com a origem do público. Os turistas e visitantes apresentaram uma renda média de 3,6 salários-mínimos, enquanto entre os residentes, a média foi de 3,3

salários-mínimos. Essa diferença sugere que o público de fora tende a ter um poder aquisitivo ligeiramente maior, o que pode influenciar no padrão de consumo durante o evento e reforça a importância dos visitantes para a movimentação econômica gerada pela festa.

Gráfico 8 Renda média mensal familiar, em salários-mínimos, por tipo de público:



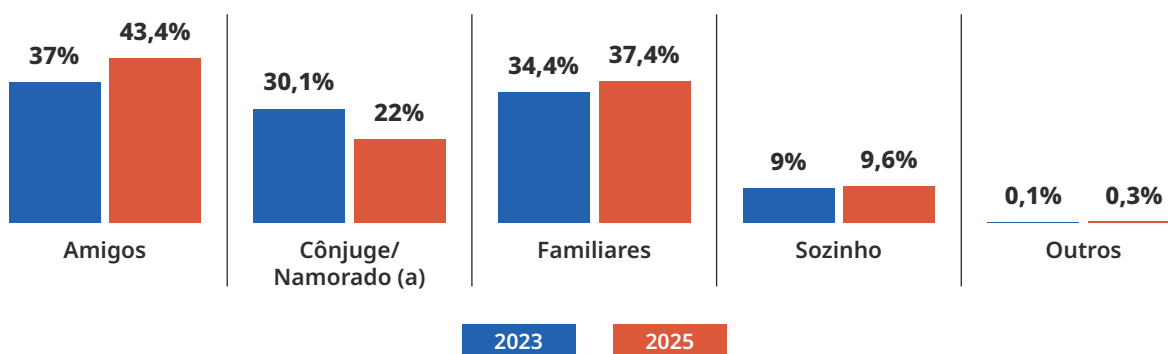
O perfil de companhia dos participantes do São João de Natal também passou por mudanças relevantes entre 2023 e 2025. Houve um aumento na presença de pessoas que compareceram ao evento acompanhadas de amigos, passando de 37% para 43,4%, consolidando essa como a principal forma de participação.

O grupo que foi acompanhado por familiares também cresceu, de 34,4% para 37,4%, indicando que o evento mantém um apelo forte como programa em grupo e em ambiente familiar. Por outro lado, caiu significativamente a participação de pessoas que compareceram com cônjuges ou namorados(as), que representavam 30,1% em 2023 e passaram a 22% em 2025.

A presença de pessoas que foram ao evento sozinhas teve uma leve alta, passando de 9% para 9,6%, enquanto a categoria “outros” seguiu com participação pouco expressiva, subindo discretamente de 0,1% para 0,3%. Esses dados mostram que o São João de Natal tem se firmado como um espaço de convivência coletiva, especialmente entre amigos e famílias.

Gráfico 9 Com quem passou o São João de Natal 2025?

Múltiplas respostas



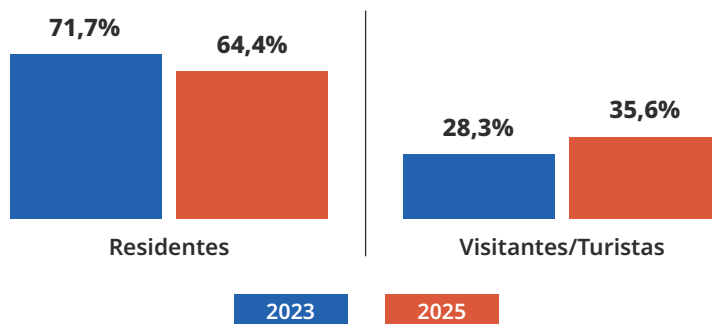
Origem

A edição de 2025 do São João de Natal apresentou um avanço importante na participação de visitantes e turistas, que representaram 35,6% do público total. Esse crescimento de mais de 7 pontos percentuais em relação a 2023, quando a participação dos visitantes e turistas foi de 28,3% do público, reforça o potencial do evento como atrativo turístico e confirma sua consolidação no calendário junino nacional, capaz de movimentar não apenas os moradores locais, mas também atrair pessoas de outras cidades, estados e até mesmo de outros países. O aumento da presença de visitantes contribui diretamente para o aquecimento da economia local, sobretudo nos setores de hospedagem, alimentação, transporte e comércio.

Isso demonstra que os investimentos em estrutura, promoção e programação cultural diversificada têm surtido efeito positivo na projeção do evento como destino festivo. Esse desempenho também pode estar relacionado às ações de divulgação realizadas por órgãos públicos e entidades do trade turístico, além da própria atratividade gerada pela qualidade dos shows e pela valorização das tradições culturais nordestinas.

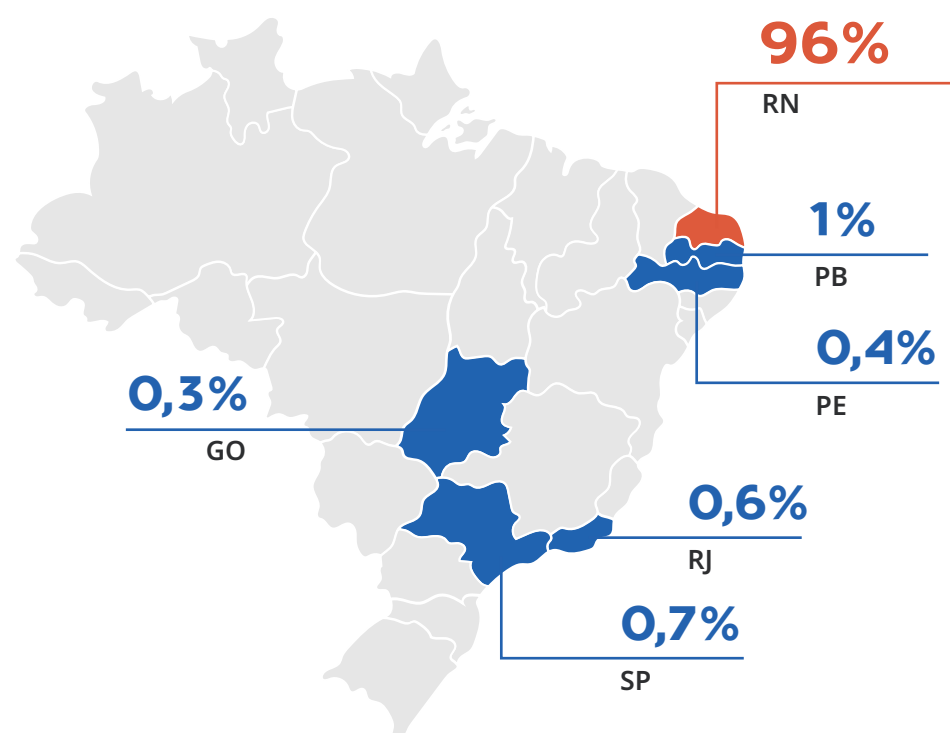
Embora a proporção de residentes tenha diminuído de 71,7% em 2023 para 64,4% em 2025, esse grupo ainda representa a maioria dos participantes, o que mostra que o São João de Natal segue sendo um evento fortemente enraizado no cotidiano da população local. Essa combinação entre presença maciça de moradores e crescimento da participação de visitantes amplia a dimensão sociocultural e econômica da festa, consolidando-a como um importante vetor de integração entre o turismo e a cultura popular.

Gráfico 10 Tipo de público:



Neste ano, no São João de Natal, observou-se um leve crescimento na participação do público residente no próprio estado do Rio Grande do Norte, que passou de 93,9% em 2023 para 96% em 2025. Isso reforça o fortalecimento do evento como uma celebração de identidade regional, que mobiliza não apenas os natalenses, mas também moradores de outras cidades potigüares. A presença consistente desse público local é fundamental para a sustentação do evento, pois estimula o comércio e os serviços em diferentes regiões da cidade.

Gráfico 11 Alguns estados de residência:



Outro aspecto positivo foi a ampliação da diversidade geográfica dos visitantes, ainda que em proporções modestas. Houve crescimento na participação de pessoas oriundas da Paraíba (0,3% para 1%), além de registros inéditos ou ampliados de visitantes de estados como Goiás (0,3%) e do Rio Grande do Sul, Tocantins, Santa Catarina, Amazonas e Pará, estes todos com 0,1% em 2025. Ainda que representem percentuais pequenos, esses dados indicam que o São João de Natal está gradualmente ganhando visibilidade em diferentes regiões do país, incluindo estados das regiões Norte, Sul e Centro-Oeste.

É importante destacar que o evento também manteve uma presença simbólica de público internacional, com 0,3% de estrangeiros em 2023 e 0,1% em

2025. Isso demonstra o potencial de internacionalização do evento, especialmente se houver maior articulação com o setor de turismo receptivo e ações promocionais voltadas ao público estrangeiro, aproveitando o apelo cultural único das festas juninas nordestinas.

Embora a maior parte dos participantes de fora ainda seja oriunda do próprio RN, os dados evidenciam que o São João de Natal tem ampliado seu alcance geográfico de forma gradual, com visitantes vindos de diversos estados brasileiros. Esse movimento abre espaço para estratégias de promoção mais amplas, capazes de consolidar Natal como destino junino nacional, com impactos positivos sobre o turismo, a cultura e a economia local.

Tabela 1

Estados de residência do público participante:

	2023	2025
RN	93,9%	96%
PB	0,3%	1%
SP	0,7%	0,7%
RJ	1,9%	0,6%
PE	0,7%	0,4%
GO	0%	0,3%
RS	0%	0,1%
TO	0%	0,1%
BA	0,1%	0,1%
SC	0%	0,1%
Estrangeiro	0,3%	0,1%
AM	0%	0,1%
PA	0,1%	0,1%
MG	0,4%	0%
CE	0,4%	0%
AP	0,1%	0%
MT	0,4%	0%
PR	0,3%	0%
RO	0,1%	0%
AL	0,1%	0%

Os dados da edição 2025 do São João de Natal mostram que a capital potiguar continua sendo o principal polo de público do evento, com 64,4% dos entrevistados residentes em Natal. Embora esse número represente uma leve redução em relação a 2023 (71,7%), o dado confirma o protagonismo da população local na participação ativa da festa, reforçando o vínculo entre o evento e os moradores da cidade. A diminuição relativa da participação natalense reflete, de forma positiva, o crescimento da presença de visitantes de outros municípios e estados.

Chama atenção o aumento da presença de cidades vizinhas, como São Gonçalo do Amarante (4,8%) e Extremoz (4%), que mais do que dobraram sua participação em relação a 2023 (1,9% e 1,7%, respectivamente). Esse avanço indica que o evento está se expandindo regionalmente, alcançando um público metropolitano mais amplo e consolidando-se como uma referência cultural para além dos limites da capital. Também houve crescimento em cidades do interior potiguar, como João Câmara (1,1%), Ceará-Mirim (1%) e Canguaretama (0,6%), ampliando a representatividade de diferentes regiões do estado.

No recorte nacional, observa-se a presença de participantes oriundos de João Pessoa/PB (1%), São Paulo/SP (0,6%) e Rio de Janeiro/RJ (0,4%), entre outras capitais e cidades de diversos estados brasileiros. Embora representem percentuais menores, esses dados evidenciam o alcance crescente do evento no cenário nacional, com visitantes vindos das regiões Norte, Sul, Sudeste e Centro-Oeste. Há ainda registros pontuais de participação internacional, com menção à cidade de Milão, reforçando o potencial de internacionalização do São João de Natal.

De maneira geral, a edição de 2025 apresenta um público geograficamente mais diversificado, refletindo o fortalecimento do São João de Natal como produto turístico e cultural em expansão. O crescimento da participação de cidades do interior e de fora do estado amplia o impacto econômico do evento e aponta para oportunidades futuras de promoção territorial, integração regional e estímulo ao turismo cultural em Natal e no Rio Grande do Norte.

Tabela 2 Cidades de residência do público participante:

	2023	2025
Natal	71,7%	64,4%
Parnamirim	12,1%	10,1%
São Gonçalo do Amarante	1,9%	4,8%
Extremoz	1,7%	4%
Macaíba	2%	1,7%
João Câmara	0,1%	1,1%
Ceará-Mirim	0,6%	1%
João Pessoa	0,3%	1%
Lajes	0%	0,7%
Canguaretama	0%	0,6%
São José de Mipibu	0,4%	0,6%
São Paulo	0,4%	0,6%
Barcelona	0,1%	0,4%
Georgino Avelino	0%	0,4%

Rio de Janeiro	1,6%	0,4%
São Gonçalo	0%	0,4%
Touros	0,3%	0,4%
Angicos	0%	0,3%
Bom Jesus	0%	0,3%
Currais Novos	0%	0,3%
Goianinha	0,3%	0,3%
Ielmo Marinho	0%	0,3%
Mossoró	0,3%	0,3%
Pendências	0%	0,3%
Recife	0,4%	0,3%
Riachuelo	0%	0,3%
São Paulo do Potengi	0,1%	0,3%
Assú	0%	0,1%
Baía Formosa	0%	0,1%
Boa Saúde	0%	0,1%
Caicó	0,1%	0,1%
Campo Redondo	0%	0,1%
Caxias	0%	0,1%
Cristalina	0%	0,1%
Estrangeiro	0,3%	0,1%
Feira de Santana	0%	0,1%
Goiânia	0%	0,1%
Irópolis	0%	0,1%
Jaraguá do Sul	0%	0,1%
Jandaíra	0,1%	0,1%
Lagoa Nova	0%	0,1%
Lorena	0,1%	0,1%
Macau	0%	0,1%
Manaus	0%	0,1%
Montanha	0%	0,1%
Monte Alegre	0%	0,1%
Nísia Floresta	0,1%	0,1%
Nova Cruz	0%	0,1%
Olinda	0,3%	0,1%
Palmas	0%	0,1%
Pedro Velho	0%	0,1%
Poço Branco	0%	0,1%
Pureza	0,1%	0,1%
São Bento do Norte	0%	0,1%
São Bento do Trairi	0%	0,1%
São Miguel	0%	0,1%
São Pedro	0%	0,1%
Serra Caiada	0%	0,1%
Taipu	0%	0,1%
Belém	0,1%	0%
Belo Horizonte	0,1%	0%
Bento Fernandes	0,1%	0%
Cáceres	0,1%	0%
Caiçara do Norte	0,1%	0%
Campo Grande	0,1%	0%
Cuiabá	0,1%	0%
Curitiba	0,1%	0%
Elói de Souza	0,3%	0%

Espírito Santo	0,1%	0%
Fortaleza	0,3%	0%
Japi	0,1%	0%
Maceió	0,1%	0%
Mangaratiba	0,1%	0%
Mariluz	0,1%	0%
Pedra Grande	0,1%	0%
Porto Velho	0,1%	0%
Ribeirão	0,1%	0%
Salvador	0,1%	0%
Santa Cruz	0,1%	0%
Santana do Matos	0,1%	0%
Serrinha	0,1%	0%
Sinop	0,1%	0%
Sobral	0,1%	0%
Tangará	0,1%	0%
Uberaba	0,1%	0%
Umarizal	0,1%	0%
Urbelândia	0,1%	0%

Frequência

Os dados revelam um dado muito positivo em relação à fidelização do público: houve um crescimento expressivo no percentual de participantes que já frequentaram o evento em edições anteriores. Mais da metade do público deste ano (48,5%) declarou já ter participado do evento ao menos uma vez, sendo que 40,6% estiveram presentes entre duas e cinco vezes, e 7,9% participaram em seis ou mais edições. Esse aumento na recorrência aponta para o fortalecimento da tradição junina na capital potiguar e para o sucesso da experiência oferecida ao público, que volta a prestigiar o evento ano após ano.

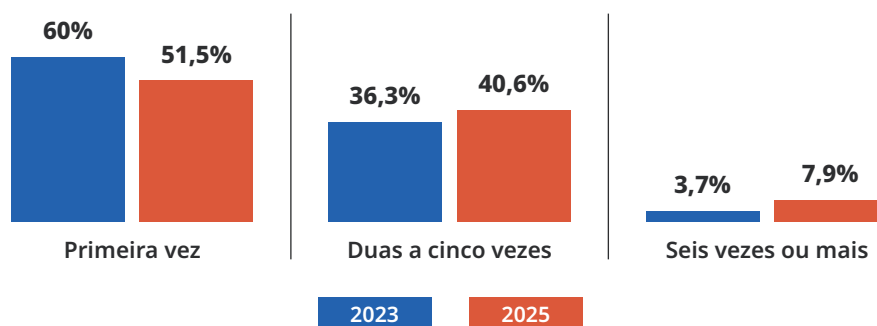
Analisando com os dados de 2023, a participação de estreantes caiu de 60% para 51,5%, ao passo que cresceu a participação dos frequentadores mais assíduos. A faixa de pessoas que compareceram de duas a cinco vezes subiu de 36,3% para 40,6%, enquanto os que participaram seis vezes ou mais do que dobraram, passando de 3,7% para 7,9%. Esses números reforçam o bom desempenho do evento em aspectos como programação cultural, infraestrutura e segurança, que contribuem diretamente para a satisfação do público e o desejo de retorno em novas edições.

O aumento da presença de participantes frequentes também pode indicar que o São João de Natal vem se consolidando como uma tradição esperada anualmente pelas famílias e pelos grupos de amigos, o que fortalece seu

papel enquanto referência cultural e de lazer na cidade. Além disso, esse comportamento de retorno frequente é um sinal positivo para o comércio, o turismo e os serviços locais, que se beneficiam de uma demanda regular e crescente ao longo dos anos.

Em síntese, os dados demonstram que o São João de Natal não apenas atrai novos públicos a cada edição, mas também conquista a fidelidade de seus participantes, consolidando-se como um dos principais eventos culturais do calendário da cidade e do estado. Essa fidelização tende a gerar um impacto cada vez mais consistente na economia criativa e na valorização das tradições juninas potiguares.

Gráfico 12 Quantas vezes já participou do São João de Natal?

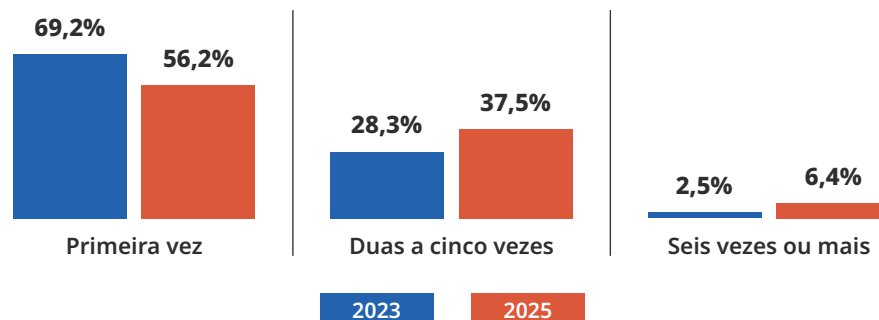


A análise segmentada entre residentes e visitantes/turistas reforça a percepção de que o São João de Natal vem conquistando cada vez mais um público fiel, tanto local quanto de fora da cidade. Em 2025, 56,2% dos visitantes e turistas afirmaram estar participando do evento pela primeira vez, o que mostra que o São João segue atraindo novos públicos e ampliando seu alcance fora da capital. Ainda assim, houve uma queda significativa em relação a 2023, quando 69,2% dos visitantes eram estreantes. Essa redução de mais de 13 pontos percentuais é altamente positiva, pois indica um aumento na taxa de retorno dos turistas ao evento.

Entre os visitantes, também aumentou o número daqueles que já participaram entre duas e cinco vezes (de 28,3% para 37,5%) e os que estiveram presentes em seis ou mais edições (de 2,5% para 6,4%). Esse crescimento mostra que o evento está conseguindo não apenas atrair turistas, mas também transformá-los em frequentadores recorrentes, o que é um forte indicativo

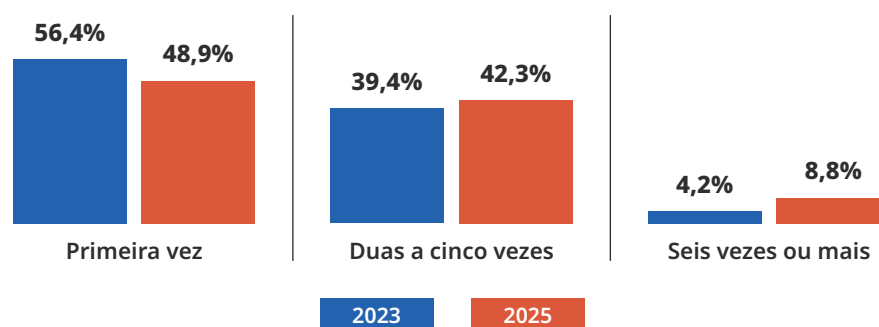
de qualidade da experiência vivenciada e de consolidação do São João de Natal como destino festivo no calendário turístico nacional.

Gráfico 13 Número de participações, entre os visitantes e turistas:



No caso dos residentes, o cenário também é animador: a participação de estreantes caiu de 56,4% em 2023 para 48,9% em 2025, enquanto aumentou a presença de quem já participou de duas a cinco vezes (de 39,4% para 42,3%) e de seis ou mais vezes (de 4,2% para 8,8%). Isso revela que o evento mantém seu forte apelo local e se fortalece como uma tradição entre os natalenses, contribuindo para o senso de pertencimento e para o envolvimento contínuo da população da cidade.

Gráfico 14 Número de participações, entre os residentes:



O São João de Natal mostra um leve, porém significativo, crescimento no número médio de dias em que os participantes frequentaram o evento. Este ano, a média foi de 2,7 dias, superando os 2,5 dias registrados em 2023. Esse aumento, ainda que discreto, é um indicativo importante do maior engajamento do público com a programação e da capacidade de retenção do evento ao longo de sua realização.

Esse resultado positivo pode ser atribuído à diversidade e atratividade da programação distribuída pelos diferentes polos da cidade, o que estimula o retorno do público em mais de uma data. Além disso, fatores como o acesso gratuito, o reforço na segurança, a melhoria da infraestrutura e a oferta de espaços temáticos e atividades culturais variadas têm contribuído para que os visitantes permaneçam mais tempo e desejem vivenciar mais dias do evento.

Gráfico 15 Média de dias de participação:



Os dados de 2025 indicam que tanto os residentes quanto os visitantes e turistas aumentaram o tempo médio de permanência no São João de Natal. Os moradores locais participaram, em média, de 2,8 dias, apresentando um incremento em relação a 2023, quando a média foi de 2,6 dias. Esse aumento reforça o engajamento dos natalenses com a programação e a importância do evento como tradição consolidada na rotina cultural da cidade.

Já o público visitante e turista também ampliou sua presença, passando de uma média de 2,2 dias em 2023 para 2,6 dias em 2025. Esse crescimento é particularmente relevante, pois demonstra maior interesse e aproveitamento do evento por quem vem de fora, refletindo uma experiência positiva e o potencial do São João de Natal em captar e fidelizar turistas por períodos mais longos.

A diferença entre os dois públicos permanece, com residentes frequentando o evento por um número maior de dias, o que é esperado considerando a proximidade e o vínculo local com a festa. Entretanto, o crescimento da média entre visitantes evidencia que o evento está se consolidando como uma atração turística que incentiva estadias prolongadas, com impactos diretos na economia local, especialmente em setores como hospedagem, alimentação e lazer.

Em síntese, o aumento da média de dias de participação para ambos os públicos em 2025 destaca o aprimoramento da programação e infraestrutura do São João de Natal, reforçando sua capacidade de engajamento e satisfação

do público, seja ele local ou visitante. Esse indicador é um importante termômetro da qualidade e do sucesso do evento.

Gráfico 16 Média de dias de participação, por tipo de público:



Motivação

A edição deste ano do São João de Natal destaca a crescente valorização das festas gratuitas e das atrações musicais como principal motivador para a participação, que aumentou de 48,9% em 2023 para 54,2% neste ano. Esse dado reforça a importância da oferta cultural acessível e da qualidade dos shows como fatores decisivos para atrair o público, consolidando o evento como uma opção de lazer democrática e de grande apelo popular.

Outro destaque positivo é o aumento da influência da propaganda e programação, que passou de 33,3% para 37,9%. Isso indica que os investimentos em divulgação, especialmente em canais oficiais, mídia tradicional e digital, têm surtido efeito, ajudando a ampliar o alcance do evento e a informar o público sobre as atrações e novidades da festa.

O crescimento mais expressivo, porém, foi registrado no item lazer, alegria e animação, que saltou de apenas 0,9% em 2023 para 21% em 2025. Esse salto demonstra que, além dos aspectos formais do evento, o público está reconhecendo e valorizando intensamente a experiência emocional, o clima festivo e o ambiente alegre proporcionado pelo São João. Esse é um forte indicativo do sucesso na construção de uma atmosfera acolhedora e envolvente.

Por outro lado, motivações como amizades e familiares, organização/estrutura e tradição/conhecimento prévio apresentaram queda na relevância, o que pode refletir uma diversificação nas razões para participação, com um público que passa a enxergar a festa também sob perspectivas mais amplas, além do círculo social ou do costume familiar.

Em resumo, os dados evidenciam que o São João de Natal vem fortalecendo sua imagem como evento cultural gratuito de alta qualidade, que alia programação musical atrativa e um ambiente de lazer contagiante, fatores fundamentais para ampliar o engajamento e a satisfação dos participantes.

Tabela 3

Porque escolheu participar do São João de Natal?

Múltiplas respostas

	2023	2025
Festas gratuitas/Atrações musicais	48,9%	54,2%
Propaganda/Programação	33,3%	37,9%
Lazer/Alegria/Animação	0,9%	21%
Amigos e familiares	10,3%	6,8%
Organização/Estrutura	7,4%	6,4%
Já conhecia/Tradição	8,3%	5%
Internet/Redes Sociais	3,4%	2,1%
Localização	2,1%	1,4%
Quadrilhas juninas	4,6%	1%
Decoração da cidade	0,7%	0,7%
Segurança	0,6%	0,6%
Trabalho	0,3%	0,3%
Preço/Gasto	0,9%	0,3%
Curiosidade	0,9%	0,1%
Outros	1,9%	1,1%

Os resultados evidenciam a crescente importância da internet e das redes sociais como principal meio pelo qual o público tomou conhecimento da programação do evento. O percentual subiu significativamente, de 68,9% em 2023 para impressionantes 80,9% em 2025. Esse crescimento demonstra a eficácia das estratégias digitais adotadas para divulgação, reforçando o papel das plataformas online como canais essenciais para alcançar e engajar o público, especialmente as gerações mais jovens e conectadas.

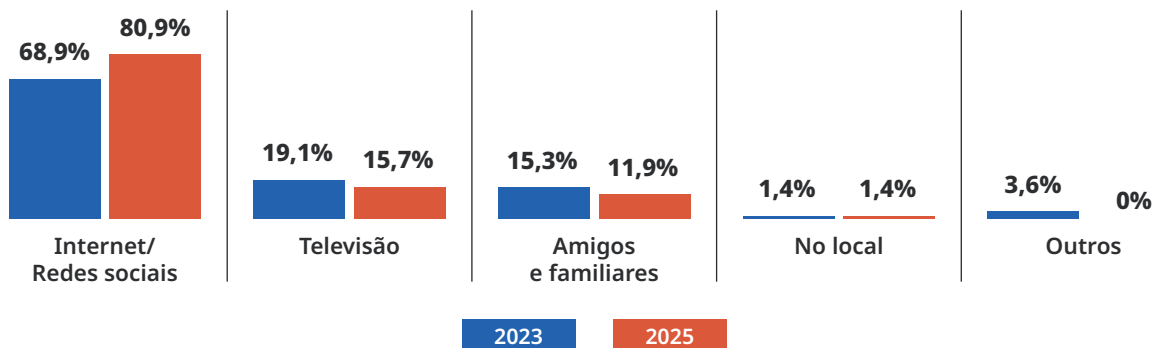
A influência da televisão na divulgação apresentou uma leve redução, passando de 19,1% para 15,7%. Apesar da queda, o meio televisivo continua sendo uma ferramenta relevante, principalmente para alcançar públicos mais amplos e diversificados, complementando as ações de marketing digital.

A importância das recomendações de amigos e familiares também diminuiu, caindo de 15,3% em 2023 para 11,9% em 2025, o que pode estar relacionado ao fortalecimento das fontes oficiais e digitais como principais vetores de informação. Essa mudança reforça a tendência de que as decisões e escolhas dos participantes estão cada vez mais pautadas em informações diretas dos canais institucionais e nas redes sociais, em vez de dependerem do boca a boca.

Em suma, os dados confirmam que o São João de Natal tem acompanhado as tendências de comunicação atuais, priorizando e investindo em canais digitais para ampliar o alcance e a efetividade da divulgação, o que contribui diretamente para o sucesso e a visibilidade do evento.

Gráfico 17 Como tomou conhecimento do São João de Natal?

Múltiplas respostas



Atividades e locais visitados

O São João de Natal apresentou uma clara dispersão geográfica das atrações, com destaque para a Arena das Dunas, que ainda concentrou a maior parte dos visitantes, atingindo 82,4% de participação. Porém, a festa também ganhou força em polos alternativos, como a Redinha, visitada por 28,2% dos participantes, e o Polo Esperança, que atraiu 19,9% do público. Esses dados indicam que o evento expandiu sua presença em diferentes regiões da cidade, promovendo uma programação mais acessível e diversificada.

Outros atrativos que mantiveram alguma representatividade foram a Abertura/Festival Ginga com Tapioca, com 14,8% de visitação, enquanto festivais tradicionais como o de quadrilhas juninas tiveram baixa participação, com apenas 2,1% dos entrevistados frequentando. Os arraiais e pontos como Ponta Negra não registraram visitas relevantes em 2025, sugerindo mudanças na estrutura e na localização das atividades.

Essa configuração mostra um São João de Natal que valoriza a descentralização e a inclusão territorial, facilitando o acesso da população a diferentes polos culturais e fomentando o envolvimento de diversas comunidades na festa. A diversidade de locais visitados também aponta para um evento mais dinâmico e plural, capaz de atender a públicos variados.

Tabela 4

Quais atrativos visitou durante os dias que participou do evento?

Múltiplas respostas

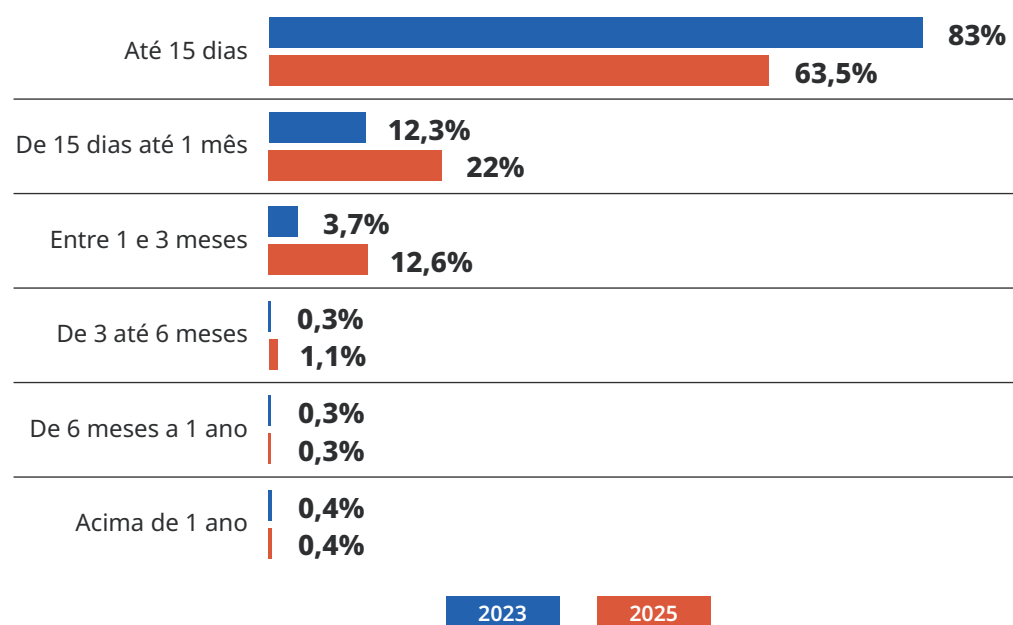
	2023	2025
Arena das Dunas	93%	82,4%
Redinha	0,1%	28,2%
Polo Esperança	0%	19,9%
Abertura/Ginga com Tapioca	9,9%	14,8%
Festival de quadrilhas juninas	26,1%	2,1%
Centro Histórico/Palácio dos Esportes	2,7%	1,4%
Arraiás	5%	0%
Ponta Negra	1,4%	0%
Outros	7,7%	1,1%

Planejamento

Os resultados indicam uma mudança importante no comportamento dos participantes quanto ao momento em que decidiram vir ao São João de Natal. Embora a maior parte ainda tome a decisão em um prazo relativamente curto, o percentual daqueles que decidiram vir até 15 dias antes do evento caiu significativamente, de 83% em 2023 para 63,5% em 2025. Essa redução sugere que o público está planejando sua participação com maior antecedência, o que pode estar associado à melhoria da divulgação e à consolidação do evento como uma atração esperada.

Observa-se um aumento considerável nas decisões tomadas com mais tempo: a faixa entre 15 dias e 1 mês cresceu de 12,3% para 22%, e a decisão com antecedência entre 1 e 3 meses saltou de 3,7% para 12,6%. Esses números indicam que o São João de Natal vem ganhando status de evento fixo no calendário dos participantes, permitindo-lhes organizar melhor seus compromissos e viagens, especialmente para aqueles que vêm de outras cidades ou estados.

A participação daqueles que decidem com muita antecedência, entre 3 meses a 1 ano ou mais, permaneceu baixa, mas estável, representando em conjunto cerca de 1,8% do público. Isso é esperado, dado o caráter festivo e muitas vezes espontâneo das celebrações juninas.

Gráfico 18 Quando ocorreu a decisão de ir para o evento?

Em 2025, tanto residentes quanto visitantes/turistas adotaram um comportamento mais planejado na decisão de participar do São João de Natal, com uma queda significativa na proporção daqueles que decidiram vir até 15 dias antes do evento. Entre os residentes, essa parcela caiu de 84,5% em 2023 para 65% em 2025, enquanto entre visitantes e turistas o recuo foi de 79,3% para 61%. Esse movimento indica uma maior organização e antecipação na preparação para o evento, refletindo sua consolidação como uma data relevante para ambos os públicos.

O percentual dos que decidiram participar com antecedência entre 15 dias e 1 mês aumentou de forma expressiva, chegando a 21,8% entre residentes e 22,3% entre visitantes, valores superiores aos registrados em 2023. Além disso, também houve crescimento na decisão tomada entre 1 e 3 meses antes do evento, com 11,9% dos residentes e 13,9% dos visitantes planejando com essa antecedência, praticamente dobrando em relação ao ano anterior.

Ainda que as decisões com prazo maior, entre 3 meses a mais de 1 ano, permaneçam em percentuais baixos, observa-se um leve aumento, especialmente entre os visitantes e turistas, que passaram a representar até 0,8% nessas faixas de maior antecipação. Isso pode indicar o início de um público mais engajado e comprometido, possivelmente planejando viagens e estadias com mais antecedência.

Os dados demonstram que a antecipação na decisão de participar do São João de Natal vem crescendo entre todos os públicos, o que é um indicador positivo de maturidade do evento e da sua importância no calendário cultural e turístico. Esse comportamento favorece a organização logística e contribui para o aquecimento dos setores relacionados, como turismo, hospedagem e comércio local.

Tabela 5 Decisão de ir para o evento, por tipo de público:

	2023		2025	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Até 15 dias	84,5%	79,3%	65%	61%
De 15 dias até 1 mês	11,2%	15,2%	21,8%	22,3%
Entre 1 e 3 meses	3%	5,6%	11,9%	13,9%
De 3 até 6 meses	0,4%	0%	1,1%	1,2%
De 6 meses a 1 ano	0,4%	0%	0%	0,8%
Acima de 1 ano	0,6%	0%	0,2%	0,8%

A pesquisa mostra variações interessantes no perfil dos meios de transporte utilizados pelos participantes para chegar ao São João de Natal, indicando uma maior diversidade nas formas de deslocamento. O uso de táxi e transporte por aplicativo, embora ainda seja o principal meio, diminuiu de 44,9% em 2023 para 39% em 2025, sugerindo uma leve redução na dependência desses serviços.

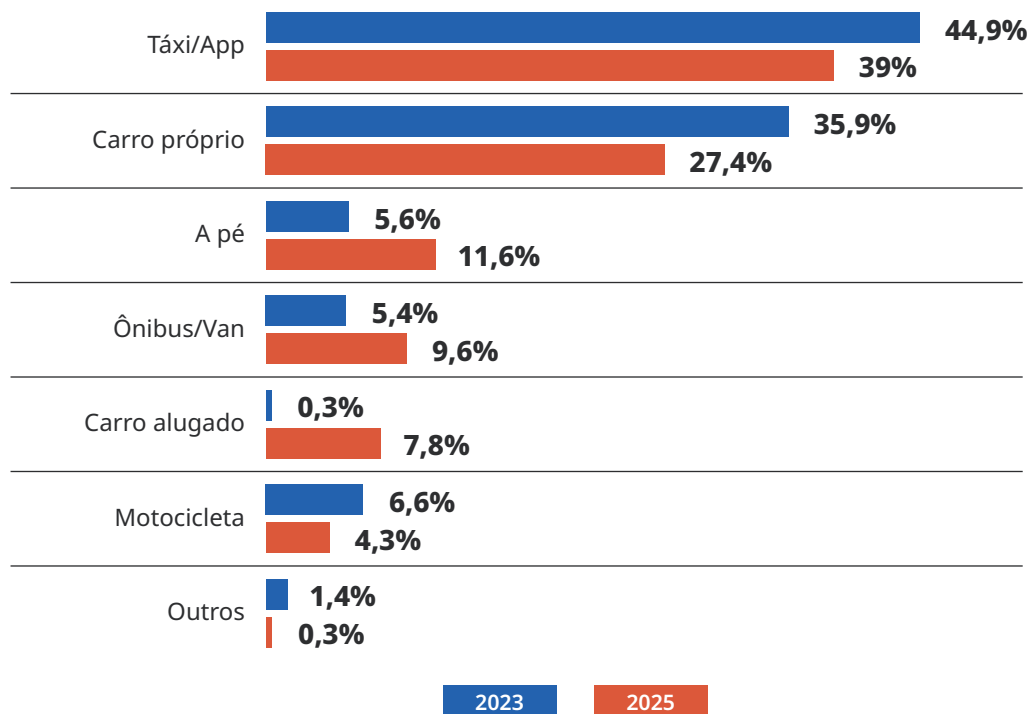
O percentual de participantes que utilizam carro próprio também caiu significativamente, de 35,9% para 27,4%, o que pode estar relacionado a fatores como maior oferta e acesso a transportes alternativos ou restrições de estacionamento nos locais do evento. Já o uso de carro alugado aumentou expressivamente, passando de praticamente insignificante (0,3%) para 7,8%, mostrando que há uma parcela crescente que opta por esse meio, possivelmente turistas que chegam à cidade para a festa.

Os deslocamentos a pé mais do que dobraram, de 5,6% para 11,6%, evidenciando uma maior mobilidade local e possível proximidade dos participantes em relação aos locais do evento, ou ainda um incentivo à circulação a pé devido à estrutura do evento. O uso de ônibus e vans também cresceu, passando de 5,4% para 9,6%, o que pode refletir melhorias no transporte coletivo e campanhas para incentivar o uso desse meio, contribuindo para a mobilidade urbana sustentável durante a festa. O uso de motocicleta apresentou

queda, de 6,6% para 4,3%, e a categoria “outros” quase desapareceu, confirmando uma tendência de concentração em meios mais comuns e organizados de transporte.

A edição de 2025 do São João de Natal revela uma diversificação e uma maior organização na forma como os participantes chegam ao evento, com destaque para o crescimento do transporte coletivo, deslocamentos a pé e aluguel de veículos, o que indica uma maior preocupação com acessibilidade, segurança e sustentabilidade no acesso aos diferentes polos da festa.

Gráfico 19 Qual o meio de transporte utilizado para chegar ao local do evento?



O perfil dos meios de transporte utilizados para chegar ao São João de Natal apresenta diferenças claras entre residentes e visitantes/turistas, refletindo as distintas necessidades e condições de deslocamento de cada grupo.

Entre os residentes, observa-se uma redução expressiva no uso de carro próprio, que caiu de 35,5% em 2023 para 22,9% em 2025, enquanto o uso de táxi e transporte por aplicativo também diminuiu, passando de 46,4% para 41%. Por outro lado, cresceu significativamente a parcela que se desloca a pé, de 5,6% para 17%, o que pode indicar maior proximidade dos moradores aos

locais do evento, bem como incentivo à mobilidade a pé e melhor infraestrutura para circulação local. O uso de ônibus e vans entre residentes também aumentou, chegando a 7,9%, e o uso de carros alugados cresceu de forma moderada para 5,9%.

Já entre os visitantes e turistas, o uso de carro próprio manteve-se estável em torno de 35,5%, enquanto o transporte por aplicativo apresentou uma leve queda, de 40,9% para 35,5%. Destaca-se o aumento no uso de ônibus e vans, que saltou de 7,1% para 12,7%, e o crescimento significativo do uso de carro alugado, que passou de apenas 0,5% para 11,2%, refletindo a necessidade dos turistas em alugar veículos para maior mobilidade na cidade. O deslocamento a pé entre visitantes, porém, caiu de 5,6% para 2%, provavelmente devido à maior distância dos locais do evento em relação à hospedagem.

As informações coletadas mostram que os residentes tendem a optar mais por deslocamentos a pé e transporte coletivo, enquanto os visitantes recorrem mais ao aluguel de veículos e ônibus/vans para se locomover. Essa diferenciação reforça a importância de políticas de mobilidade adaptadas às necessidades específicas de cada público, garantindo acessibilidade, segurança e conforto durante o São João de Natal.

Tabela 6 Meio de transporte utilizado, por tipo de público:

	2023		2025	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Táxi/App	46,4%	40,9%	41%	35,5%
Carro próprio	35,5%	36,9%	22,9%	35,5%
Motocicleta	6,6%	6,6%	5,1%	2,8%
A pé	5,6%	5,6%	17%	2%
Ônibus/Van	4,8%	7,1%	7,9%	12,7%
Carro alugado	0,2%	0,5%	5,9%	11,2%
Outros	1%	2,5%	0,2%	0,4%

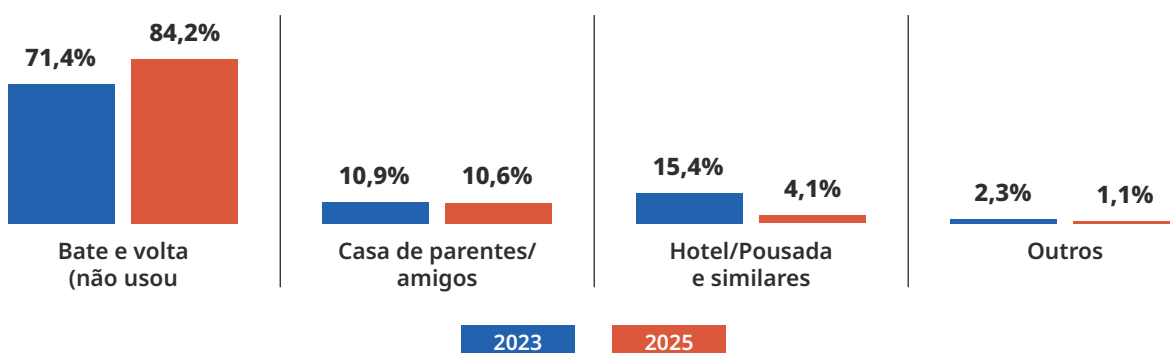
A grande maioria dos visitantes e turistas que participaram do São João de Natal optou pelo modelo de bate e volta, representando 84,2% do total, um aumento significativo em relação aos 71,4% registrados em 2023. Isso indica que o evento atrai um público regional e local que prefere retornar no mesmo dia, refletindo a proximidade geográfica e a praticidade para esses participantes.

A opção por se hospedar em casa de parentes ou amigos manteve-se estável, com uma leve redução de 10,9% para 10,6%, mostrando que essa alternativa continua sendo uma escolha relevante para uma parcela dos visitantes, especialmente para quem busca economizar ou manter laços familiares e sociais durante a estadia.

Houve uma queda expressiva na escolha por hotéis, pousadas e estabelecimentos similares, que passaram de 15,4% em 2023 para apenas 4,1% em 2025. Essa redução pode estar relacionada à predominância do perfil bate e volta, ou a fatores econômicos e logísticos, como disponibilidade, preços ou localização das acomodações.

Os dados mostram que o São João de Natal continua a ser um evento fortemente frequentado por visitantes de curta duração, que optam majoritariamente pelo bate e volta, reforçando a importância de uma boa infraestrutura de transporte e mobilidade para atender a esse perfil, enquanto o menor uso de hospedagens formais aponta para oportunidades de desenvolvimento e atração para estadias mais longas no futuro.

Gráfico 20 (Para visitantes e turistas) Onde se hospedou durante a sua estadia?



Avaliação

Em 2025, a avaliação da divulgação do São João de Natal apresentou melhora em relação a 2023, com um aumento significativo na parcela que considera a divulgação ótima, passando de 54,3% para 63,5%. A soma dos avaliadores que classificaram como “ótimo” ou “bom” chega a 95,4%, reforçando a percepção positiva e a eficácia das estratégias de comunicação. As avaliações negativas e o desconhecimento sobre a divulgação praticamente desapareceram,

mostrando que o evento conseguiu ampliar seu alcance e impacto junto ao público.

Gráfico 21 Avaliação da divulgação do evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 54,3%	 36,4%	 7,4%	 0,6%	 0,1%	 1,1%
2025	 63,5%	 31,9%	 3,8%	 0,4%	 0%	 0,3%

A percepção sobre o acesso, trânsito, transporte e mobilidade melhorou em 2025, com aumento da avaliação somada de “ótimo” + “bom” de 86,6% em 2023 para 90,4% em 2025. Houve redução nas avaliações regulares e negativas, evidenciando avanços na infraestrutura e gestão desses aspectos durante o evento, essenciais para a experiência do público. Essa melhoria reflete esforços positivos em logística e mobilidade urbana, que contribuem para maior satisfação dos participantes.

Gráfico 22 Avaliação do acesso, trânsito, transporte e mobilidade no evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 39%	 47,6%	 8,4%	 2,6%	 2%	 0,4%
2025	 45,2%	 45,2%	 7,5%	 1,1%	 0,7%	 0,1%

A avaliação do espaço físico e da estrutura do evento em 2025 se manteve bastante positiva, com 94,3% considerando ótimo ou bom, ligeiramente abaixo dos 96,3% registrados em 2023. O aumento da avaliação “regular” para 5% indica um pequeno espaço para aprimoramento, mas as avaliações negativas continuam mínimas. A estrutura continua sendo um ponto forte do São João de Natal, suportando a grande demanda do público com qualidade.

Gráfico 23 Avaliação do espaço físico e estrutura do evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 54,9%	 41,4%	 3%	 0,3%	 0,3%	 0,1%
2025	 51,6%	 42,7%	 5%	 0,4%	 0,1%	 0,1%

As atrações musicais tiveram uma melhora expressiva na avaliação, com o percentual “ótimo” saltando de 51% em 2023 para 64,7% em 2025. A soma de “ótimo” e “bom” alcança impressionantes 98%, um indicativo da alta qualidade e diversidade do *line-up* apresentado. As avaliações negativas quase desapareceram, reforçando o destaque das atrações como um dos principais atrativos e fatores de sucesso do evento.

Gráfico 24 Avaliação das atrações musicais no evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 51%	 37,1%	 8,6%	 1,1%	 0,3%	 1,9%
2025	 64,7%	 33,3%	 1,1%	 0%	 0,1%	 0,1%

A organização geral do São João de Natal teve uma avaliação ainda mais positiva em 2025, com aumento da avaliação “ótimo” de 48,7% para 52,9%, mantendo 94,3% da soma entre “ótimo” e “bom”. As avaliações negativas foram praticamente eliminadas. Isso evidencia um aperfeiçoamento no planejamento, coordenação e execução do evento, refletindo profissionalismo e atenção aos detalhes que impactam a experiência dos participantes.

Gráfico 25 Avaliação da organização do evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 48,7%	 45,7%	 4,1%	 0,3%	 0,3%	 0,9%
2025	 52,9%	 41,4%	 5%	 0,1%	 0,3%	 0,3%

Os locais de alimentação tiveram avanços na avaliação positiva, com “ótimo” passando de 32,6% para 40,9% e a soma com “bom” chegando a 86,1% em 2025, contra 76% em 2023. A diminuição dos respondentes que não souberam avaliar (de 17,3% para 7,2%) sugere maior familiaridade e oferta de opções. Embora as avaliações negativas sejam mínimas, a leve elevação no “ruim” merece atenção para contínuos aprimoramentos nesse aspecto essencial.

Gráfico 26 Avaliação dos locais de alimentação no evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 32,6%	 43,4%	 5,7%	 0,6%	 0,4%	 17,3%
2025	 40,9%	 45,2%	 5,5%	 1%	 0,1%	 7,2%

A percepção sobre a segurança manteve-se bastante estável, com 94,2% dos participantes avaliando como “ótimo” ou “bom” em 2025, comparado a 93,9% em 2023. Apesar do ligeiro recuo no “ótimo” (de 51,3% para 48,4%), o aumento de “bom” para 45,8% mostra que a sensação de segurança é positiva e consistente, fator crucial para o sucesso e tranquilidade dos participantes.

Gráfico 27 Avaliação da segurança no evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 51,3%	 42,6%	 4,1%	 0,4%	 0,1%	 1,4%
2025	 48,4%	 45,8%	 3,3%	 1%	 0,6%	 1%

A avaliação da limpeza urbana permaneceu estável, com mais de 89% dos entrevistados considerando ótimo ou bom o serviço em 2025, valor semelhante ao de 2023. Houve um aumento na avaliação “regular” para 8,7%, indicando que pode haver necessidade de reforçar ações específicas, especialmente considerando a grande quantidade de público e resíduos gerados durante o evento.

Gráfico 28 Avaliação da limpeza urbana no evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	 42,1%	 47,3%	 6,1%	 1,9%	 0,3%	 2,3%
2025	 43,1%	 46,7%	 8,7%	 1%	 0,4%	 0,1%

Os preços cobrados durante o São João de Natal ainda apresentam avaliações mais críticas, mas com tendência de melhora. A soma de “ótimo” e “bom” cresceu de 38,8% em 2023 para 48,4% em 2025, com diminuição das avaliações

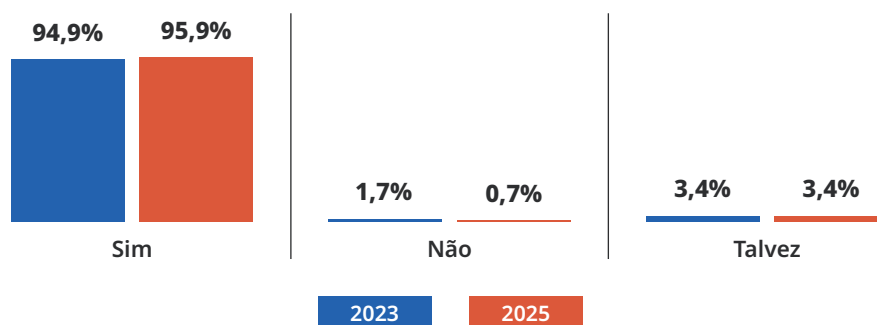
“ruim” e “péssimo”. No entanto, uma parcela considerável permanece insatisfeita ou indiferente (mais de 20% não souberam avaliar), sinalizando que o tema preços ainda é um ponto sensível para os participantes e merece atenção estratégica.

Gráfico 29 Avaliação dos preços cobrados no evento:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	😊 11,1%	😄 27,7%	😐 25,7%	😞 6%	😡 4,1%	😐 25,3%
2025	😊 15,6%	😄 32,8%	😐 23%	😞 4,4%	😡 2%	😐 22,3%

O gráfico abaixo evidencia que a grande maioria dos participantes do São João de Natal demonstra alta fidelidade e satisfação com o evento. Em 2025, 95,9% dos entrevistados afirmaram que pretendem voltar para as próximas edições, um aumento ligeiro, porém significativo, em relação aos 94,9% registrados em 2023. A parcela daqueles que não pretendem retornar diminuiu de 1,7% para 0,7%, reforçando o apelo positivo do evento. Já os que estão em dúvida permaneceram estáveis em 3,4%. Esses dados confirmam que o São João de Natal mantém uma sólida reputação e gera expectativas favoráveis para futuras edições entre seu público.

Gráfico 30 Pretende voltar para o São João de Natal?



A avaliação geral do São João de Natal apresentou uma nota média muito positiva em 2025, atingindo 9,29, um leve, porém relevante, aumento em relação à média de 9,14 registrada em 2023. Esse crescimento na nota média reforça a percepção de melhoria contínua no evento, demonstrando que o público está cada vez mais satisfeito com a experiência oferecida, consolidando o São

João de Natal como uma das principais festas culturais do estado, reconhecida pela qualidade e pelo impacto positivo na cidade.

Gráfico 31 Nota média dada ao evento por ano:



Os dados mostram que tanto residentes quanto visitantes e turistas avaliaram o São João de Natal com notas elevadas em 2025, reforçando a excelência do evento. Entre os residentes, a nota média aumentou de 9,11 em 2023 para 9,22 em 2025, demonstrando uma melhora na satisfação do público local, que vivencia diretamente a festa e seus impactos. Já os visitantes e turistas atribuíram notas ainda mais altas, com um crescimento de 9,20 para 9,42 no mesmo período, evidenciando uma percepção ainda mais positiva por parte daqueles que vêm de fora para prestigiar o evento. Essa diferença indica que o São João de Natal não apenas atende às expectativas locais, mas também impressiona positivamente o público externo, consolidando sua reputação como um evento cultural e turístico de destaque.

Gráfico 32 Nota média dada ao evento, por tipo de público:

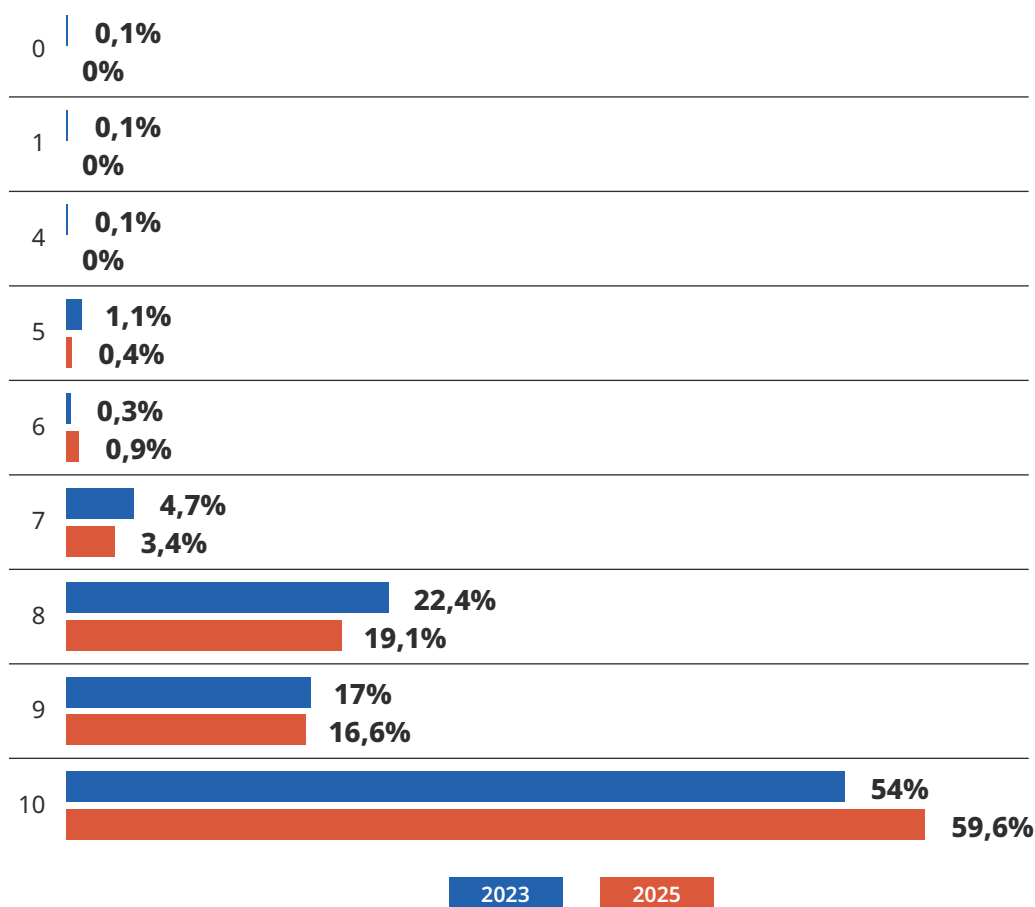


A avaliação do São João de Natal em 2025 evidencia um alto nível de satisfação entre os participantes, refletido nas notas atribuídas ao evento. A maior concentração de notas está entre os valores mais altos, especialmente com 59,6% dos entrevistados atribuindo nota máxima 10, um crescimento significativo em relação aos 54% de 2023. As notas 8 e 9 também tiveram participação relevante, somando mais de 35% dos votos, o que reforça a qualidade e a excelência percebidas no evento.

As notas médias elevadas demonstram um forte reconhecimento da organização, atrações e infraestrutura do São João de Natal. Vale destacar que as avaliações negativas (notas entre 0 e 5) são praticamente insignificantes, representando menos de 2% dos respondentes em ambas as edições, o que indica uma rejeição muito baixa e grande aprovação geral.

Esse panorama reforça que o evento não apenas mantém seu público, mas também consegue superar expectativas, consolidando-se como uma referência cultural e turística no Rio Grande do Norte.

Gráfico 33 Que nota, de 0 a 10, dá para o São João de Natal?



Gastos

Os dados de 2025 indicam um crescimento significativo no gasto médio diário individual (GMDI) de todos os públicos que participaram do São João

de Natal, refletindo o fortalecimento do evento como gerador de renda e impulsionador da economia local.

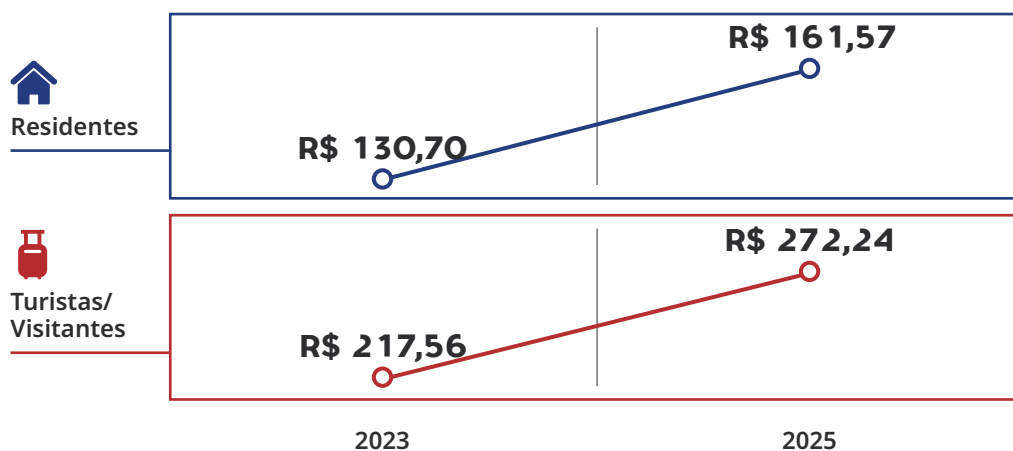
Entre os residentes, o gasto médio passou de R\$ 130,70 em 2023 para R\$ 161,57 em 2025, um aumento de aproximadamente 23,6%. Esse crescimento demonstra maior disposição dos moradores locais em consumir durante os dias do evento, seja em alimentação, entretenimento, transporte ou compras relacionadas à festa.

No caso dos visitantes e turistas, o aumento foi ainda mais expressivo, com o GMDI subindo de R\$ 217,56 para R\$ 272,24, representando uma elevação de quase 25,1%. Esse dado revela que os visitantes estão investindo mais em sua experiência, o que pode estar associado a maior duração da estadia, maior consumo em serviços turísticos e maior aproveitamento das atrações do evento.

A diferença entre os gastos médios dos dois grupos permanece clara, com os turistas apresentando valores superiores, o que é esperado devido ao perfil de consumo e necessidades típicas de quem está em deslocamento, incluindo hospedagem, transporte e lazer.

O aumento do gasto médio diário individual em 2025 é um indicativo positivo do potencial econômico do São João de Natal, evidenciando que o evento não só atrai um público diversificado, mas também contribui de forma crescente para a movimentação financeira dos setores de comércio, serviços e turismo na cidade.

Gráfico 34 Gasto médio diário individual, por tipo de público:



As informações coletadas revelam nuances importantes na forma como residentes e visitantes/turistas distribuem seus gastos durante o São João de Natal, refletindo perfis de consumo distintos e prioridades específicas para cada grupo.

Entre os residentes, a maior parte dos gastos continua concentrada em alimentação, representando 54,4% do total, seguida por compras (23,5%) e transporte (20%). A participação dos gastos com diversão caiu significativamente, de 8,1% para apenas 2%, sugerindo uma redução no consumo em atividades de lazer pagas, possivelmente devido a maior oferta de atrações gratuitas ou mudanças no perfil do público. Como esperado, residentes não registram gastos com hospedagem.

Já os visitantes e turistas apresentam uma distribuição de gastos mais diversificada e com maior peso em segmentos relacionados à estadia e mobilidade. A hospedagem respondeu por 17,8% dos gastos, valor que aumentou em relação a 2023 (15,2%), refletindo maior demanda ou preços médios mais elevados nesse setor. Os gastos com transporte também cresceram, chegando a 17,8%, enquanto os investimentos em compras tiveram um salto expressivo, passando de 8,2% para 20,6%, indicando maior consumo em bens e souvenirs. Por outro lado, o gasto em diversão caiu drasticamente, de 19,3% para apenas 0,8%, o que pode ser explicado pela maior oferta gratuita de entretenimento ou mudanças na forma de usufruir as atrações.

A participação da alimentação entre visitantes e turistas se manteve majoritária, embora tenha diminuído levemente para 42,9%.

Tabela 7 Distribuição dos gastos por segmento e tipo de público:

	2023		2025	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Hospedagem	0%	15,2%	0%	17,8%
Alimentação	57%	45,7%	54,4%	42,9%
Transporte	14,1%	11,5%	20%	17,8%
Diversão	8,1%	19,3%	2%	0,8%
Compras	20,9%	8,2%	23,5%	20,6%

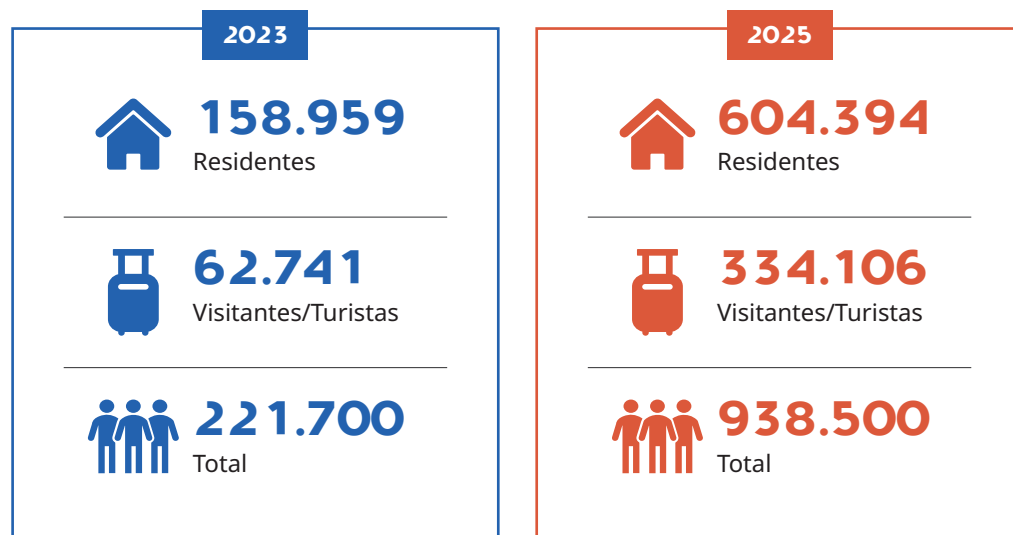
Movimentação

Os dados fornecidos pela Prefeitura de Natal revelam um crescimento expressivo no público total do São João de Natal em 2025. O evento recebeu 938.500 pessoas, mais que quadruplicando em relação a 2023, quando o público somou 221.700 pessoas. Esse salto representa um aumento de aproximadamente 323%, consolidando o evento como uma das maiores festas juninas do estado e destacando seu impacto cultural e econômico.

Entre os visitantes e turistas, o crescimento foi ainda mais impressionante: de 62.741 pessoas em 2023 para 334.106 em 2025, um aumento de mais de 430%. Esse dado evidencia a crescente atratividade do evento fora do público local, posicionando Natal como um destino relevante no calendário junino do Brasil.

Já o público local também cresceu de forma significativa, passando de 158.959 para 604.394 pessoas, o que reforça o engajamento da população da cidade e região metropolitana com a programação do São João. O crescimento em ambos os públicos aponta para uma organização eficaz, programação diversificada e estratégias de divulgação que ampliaram o alcance do evento.

Gráfico 35 Público estimado*:



*Os números de participantes foram estimados pela Prefeitura de Natal.

A estimativa de movimentação econômica do São João de Natal em 2025 revela um crescimento robusto no impacto financeiro do evento, consolidando-o como um dos principais motores da economia criativa da capital

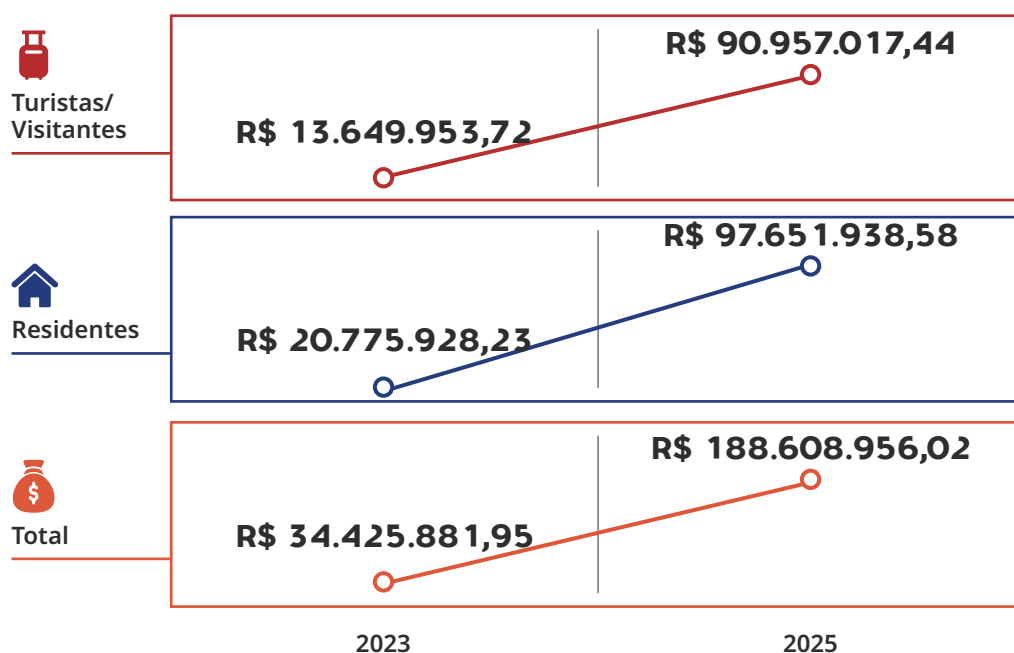
potiguar. De acordo com dados da Fecomércio RN, o evento gerou R\$ 188,6 milhões em 2025, valor quase cinco vezes maior que os R\$ 34,4 milhões registrados em 2023. Esse avanço impressionante reflete o aumento do público, a diversificação das atrações e a expansão das áreas de realização do evento.

Entre os visitantes e turistas, a movimentação saltou de R\$ 13,6 milhões para R\$ 91 milhões, um aumento de mais de 560%, impulsionado pela maior presença de público externo, elevação do gasto médio diário e ampliação da estadia. Esse dado confirma o potencial turístico do evento e sua capacidade de atrair pessoas de outras cidades e estados, movimentando setores como hospedagem, transporte, alimentação e comércio.

No público local, o impacto econômico também cresceu de forma significativa, passando de R\$ 20,7 milhões em 2023 para R\$ 97,6 milhões em 2025, o que representa um crescimento de aproximadamente 370%. Isso demonstra que os moradores da cidade também têm contribuído com maior intensidade para a economia local durante o período junino, seja consumindo nos polos de festa ou aproveitando a programação cultural.

Com base nesses resultados, o São João de Natal reafirma seu papel como evento estratégico para o desenvolvimento econômico da cidade, promovendo geração de renda, criação de empregos temporários e valorização da cultura local.

Gráfico 36 Estimativa de Movimentação econômica do evento:



Os gastos com hospedagem passaram de R\$ 2,08 milhões em 2023 para R\$ 16,19 milhões em 2025, um crescimento significativo, exclusivamente gerado pelos visitantes e turistas. O dado revela o fortalecimento da função turística do evento e maior capacidade de atração de público de fora, resultando em aumento da estadia e da ocupação da rede hoteleira local.

Com R\$ 92,1 milhões movimentados em 2025, os gastos com alimentação mais que quadruplicaram em relação aos R\$ 18,08 milhões de 2023. A maior parte desses recursos veio dos moradores locais (R\$ 53,1 milhões), o que indica intensa participação da população natalense nas festividades e no consumo direto dentro dos polos de evento. Já os visitantes e turistas contribuíram com R\$ 39 milhões, refletindo a importância da gastronomia como atrativo da festa.

Os gastos com compras registraram forte alta, passando de R\$ 5,44 milhões em 2023 para R\$ 41,7 milhões em 2025, o que representa uma valorização de mais de 665%. Os moradores locais foram responsáveis por R\$ 22,9 milhões, enquanto visitantes e turistas gastaram R\$ 18,7 milhões. Isso demonstra o fortalecimento do comércio local e a expansão da festa como oportunidade de negócios, sobretudo em produtos típicos, artesanato e vestuário.

A movimentação em transporte mais que triplicou, saltando de R\$ 4,5 milhões para R\$ 35,7 milhões em 2025, sendo R\$ 19,5 milhões oriundos de residentes e R\$ 16,2 milhões de visitantes. Esse crescimento reforça a mobilidade como componente essencial do evento, reflexo da ampliação dos polos e da maior circulação entre os diferentes locais da festa.

Apesar do crescimento no público, os gastos com “diversão” (como ingressos, brinquedos e atrações pagas) caíram de R\$ 4,3 milhões em 2023 para R\$ 2,8 milhões em 2025. Isso se deve principalmente à redução do gasto por parte dos turistas, que caíram de R\$ 2,6 milhões para apenas R\$ 818 mil, refletindo uma possível maior gratuidade das atrações ou mudança no perfil de consumo. Por outro lado, os gastos dos moradores se mantiveram relativamente estáveis (R\$ 2,05 milhões).

Tabela 8 Estimativa de Movimentação segmentada anual:

2023			
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Total dos itens
Hospedagem	-	R\$ 2.088.442,92	R\$ 2.088.442,92
Alimentos/Bebidas	R\$ 11.842.279,09	R\$ 6.238.028,85	R\$ 18.080.307,94
Compras	R\$ 4.321.393,07	R\$ 1.119.296,20	R\$ 5.440.689,28
Transporte	R\$ 2.929.405,88	R\$ 1.569.744,68	R\$ 4.499.150,56
Diversão	R\$ 1.682.850,19	R\$ 2.634.441,07	R\$ 4.317.291,25
TOTAIS	R\$ 20.775.928,23	R\$ 13.649.953,72	R\$ 34.425.881,95

2025			
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Total dos itens
Hospedagem	-	R\$ 16.190.349,10	R\$ 16.190.349,10
Alimentos/Bebidas	R\$ 53.122.654,59	R\$ 39.020.560,48	R\$ 92.143.215,07
Compras	R\$ 22.948.205,57	R\$ 18.737.145,59	R\$ 41.685.351,16
Transporte	R\$ 19.530.387,72	R\$ 16.190.349,10	R\$ 35.720.736,82
Diversão	R\$ 2.050.690,71	R\$ 818.613,16	R\$ 2.869.303,87
TOTAIS	R\$ 97.651.938,58	R\$ 90.957.017,44	R\$ 188.608.956,02

4

Anexos



The background is a vibrant orange-red color with a textured, slightly grainy appearance. It is decorated with various festive elements: two large, stylized fireworks in the upper half, one on the left and one on the right, with trails of red, blue, and yellow. Numerous small, multi-colored stars (yellow, blue, red) and dots are scattered throughout the scene. In the lower half, there are stylized yellow clouds or hills. A string of colorful bunting flags (red, blue, yellow with patterns) runs diagonally across the bottom. At the very bottom, there are more stylized fireworks or bursts of light in red, blue, and yellow.

Fecomércio RN
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | IFC