



Pesquisa de
Perfil dos
Participantes do

CAR NA VAL

★
DE NATAL
2026

Fevereiro





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 Barreto
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
Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Laumir Almeida Barreto
Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Hugo Sergio Zacarias Ribeiro
Rogério Mateus Antunes De Carvalho
Franciana Karla de Souza Lima
Naftaly Alves Cunha
Najara Oliveira da Silva
Luanna Shirley de Medeiros Cunha
Maria Aparecida Pinto de Aguiar Paixão
Maria Glória Pinto Aguiar
Laila Cibeli Muniz Pinto
Pesquisadores



SUMÁRIO

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

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

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

Origem	06
--------	----

Perfil dos participantes	13
--------------------------	----

Perfil dos participantes por polo	19
-----------------------------------	----

Frequência	22
------------	----

Motivação	26
-----------	----

Atividades realizadas	28
-----------------------	----

Planejamento	29
--------------	----

Satisfação	33
------------	----

Aprovação	37
-----------	----

Gastos	40
--------	----

4. Anexos	47
------------------	-----------

1

Introdução

O Carnaval é um dos períodos mais relevantes do calendário festivo brasileiro, exercendo papel estratégico na dinamização da economia, especialmente nos setores de turismo, comércio e serviços. Em Natal, a festa tem se consolidado como um evento de grande porte, caracterizado por uma programação ampla e diversificada, que envolve blocos de rua, polos descentralizados, bailes, festas temáticas e apresentações culturais e musicais. Essa diversidade de atrações amplia o alcance do evento, estimula a participação de públicos distintos e fortalece a identidade cultural da cidade.

Diante da importância econômica, social e turística do Carnaval de Natal, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou a pesquisa “Perfil dos Participantes do Carnaval de Natal 2026”. O estudo teve como objetivo principal caracterizar o público participante, identificando aspectos sociodemográficos, padrões de consumo, comportamento durante o evento e a avaliação da experiência vivenciada pelos foliões ao longo do período carnavalesco.

Os resultados obtidos permitem a construção de indicadores técnicos e econômicos fundamentais para o planejamento e a qualificação das próximas edições do evento. A análise sistemática dessas informações oferece subsídios tanto para o setor empresarial quanto para o poder público, contribuindo para decisões mais assertivas relacionadas à organização, infraestrutura, segurança, programação e estratégias de fomento ao turismo e ao comércio local.

As pesquisas desenvolvidas pela Fecomércio RN têm se consolidado como instrumentos essenciais de apoio à tomada de decisão, sendo amplamente reconhecidas por empresários, gestores públicos e organizadores de eventos. Ao disponibilizar dados consistentes, abrangentes e tecnicamente fundamentados, este estudo contribui para o fortalecimento do Carnaval de Natal como um evento sustentável, atrativo e cada vez mais alinhado às expectativas da sociedade e às demandas do desenvolvimento econômico local.

2 Aspectos técnicos

Este relatório apresenta os resultados da pesquisa de opinião realizada pelo Instituto Fecomércio (IFC), da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), com foco na avaliação do perfil e da percepção dos participantes do Carnaval de Natal 2026. O levantamento contemplou entrevistas presenciais com foliões distribuídos nos diversos polos oficiais do evento, abrangendo os principais pontos de concentração das atrações carnavalescas. Ao todo, foram realizadas 708 entrevistas durante a realização das festividades do Carnaval de Natal.

A pesquisa adotou abordagem quantitativa, com utilização da técnica de observação direta, tendo como instrumento de coleta um questionário semiestruturado, desenvolvido de acordo com os objetivos do estudo e aplicado por meio de entrevistas presenciais individualizadas (face a face). Esse procedimento metodológico permitiu maior proximidade com o público-alvo e maior confiabilidade nas respostas obtidas. Considerando o tamanho da amostra, o estudo apresenta margem de erro aproximada de 3 pontos percentuais, para mais ou para menos, e nível de confiança de 95%, parâmetros amplamente aceitos em pesquisas de opinião.

O trabalho de campo foi executado por uma equipe de pesquisadores devidamente capacitados e experientes na realização de pesquisas em eventos de grande porte, seguindo protocolos padronizados de abordagem e registro das informações. Para a coleta dos dados, foram utilizados dispositivos eletrônicos, o que contribuiu para maior agilidade, redução de erros de digitação e maior precisão no armazenamento das respostas. Em determinadas perguntas, foi permitida a indicação de múltiplas alternativas, razão pela qual a soma dos percentuais dessas variáveis pode ultrapassar 100%.

Após a etapa de campo, todas as informações coletadas passaram por um processo rigoroso de crítica, validação e consistência, visando assegurar a qualidade e a fidedignidade dos dados. A tabulação e o tratamento estatístico foram realizados em software especializado para pesquisas, enquanto os gráficos e tabelas foram elaborados no Excel. O relatório final foi consolidado em formato digital, garantindo organização, clareza na apresentação dos resultados e adequada padronização visual para fins institucionais e técnicos.

3

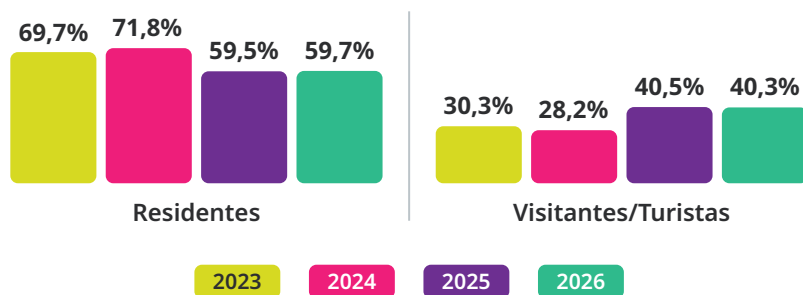
Síntese dos resultados

Origem

O perfil do público do Carnaval de Natal manteve-se equilibrado entre moradores e visitantes, com 59,7% de residentes e 40,3% de visitantes e turistas. Esses números confirmam a forte participação da população local, ao mesmo tempo em que evidenciam a consolidação do evento como um relevante atrativo turístico. A presença de mais de 40% de público externo demonstra a capacidade do carnaval de mobilizar fluxos significativos de visitantes, ampliando o alcance econômico e fortalecendo o posicionamento da cidade no calendário festivo nacional.

Em 2025 os residentes representaram 59,5% e os visitantes 40,5%, indicando manutenção do patamar alcançado no último ano. Em 2023 e 2024, a participação de moradores era mais elevada (69,7% e 71,8%, respectivamente), com menor presença proporcional de turistas. O crescimento do público visitante a partir de 2025 e sua consolidação em 2026 demonstram um avanço consistente na atratividade do evento, sem comprometer o protagonismo dos natalenses. A pesquisa revela um cenário equilibrado, no qual o Carnaval de Natal mantém sua identidade local enquanto amplia sua relevância turística.

Gráfico 1 Tipo de público:



O Rio Grande do Norte concentrou 86,3% dos participantes do Carnaval de Natal, reforçando o forte protagonismo do público estadual na composição do evento. Entre os demais estados, destacam-se a Paraíba (3,2%), Pernambuco (2,7%), São Paulo (2,4%), além do Rio de Janeiro (1%) e Minas Gerais (1%).

Estados como Ceará (0,6%), Santa Catarina (0,4%), Rio Grande do Sul (0,3%), Bahia (0,3%), Acre (0,3%) e Paraná (0,3%) também registraram participação. Outras unidades da federação, como Maranhão (0,1%), Tocantins (0,1%), Mato Grosso (0,1%), Pará (0,1%), Sergipe (0,1%), Amapá (0,1%) e Goiás (0,1%), aparecem com presença pontual. A participação de estrangeiros foi de 0,3%, enquanto alguns estados não registraram participação em 2026. O cenário confirma predominância regional, mas com alcance nacional diversificado.

Destaca-se a manutenção da forte base potiguar, que variou entre 82,7% e 85,8% de 2023 a 2025, alcançando o maior percentual da série em 2026 (86,3%). A presença da Paraíba e de Pernambuco mantém-se relativamente estável ao longo do período, reforçando a integração regional. Estados como São Paulo e Rio de Janeiro seguem contribuindo com participação consistente, demonstrando capacidade do evento de atrair público de grandes centros emissores. De modo geral, os dados revelam consolidação do carnaval como evento de forte identidade local, mas com alcance interestadual contínuo e coerente ao longo da série histórica.

Gráfico 2 Alguns estados de residência do público participante:

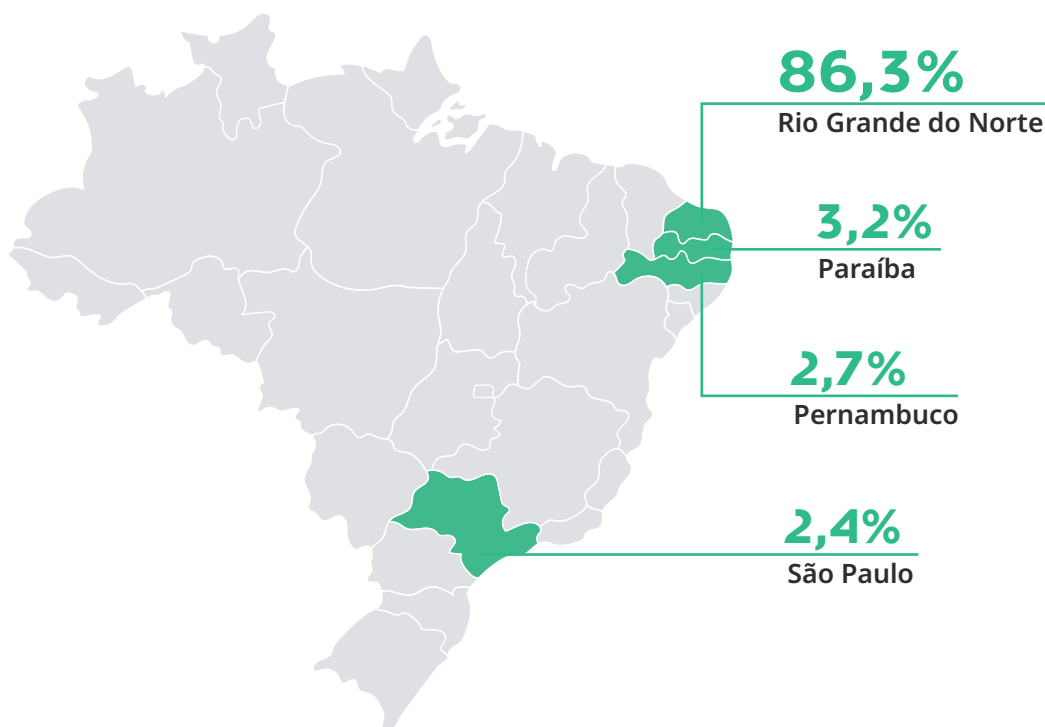


Tabela 1 Estados de residência do público participante:

	2023	2024	2025	2026
Rio Grande do Norte	82,7%	85,8%	82,7%	86,3%
Paraíba	1,9%	1,4%	3,2%	3,2%
Pernambuco	2,3%	2%	2,8%	2,7%
São Paulo	2,9%	2,8%	1,8%	2,4%
Rio de Janeiro	1%	0,5%	1,8%	1%
Minas Gerais	1,4%	1,2%	1%	1%
Ceará	1,1%	0,8%	0,5%	0,6%
Santa Catarina	0,3%	0,2%	0%	0,4%
Estrangeiro	1%	1,5%	1,3%	0,3%
Rio Grande do Sul	0,9%	0,3%	0,8%	0,3%
Bahia	1,6%	0,9%	1,5%	0,3%
Acre	0,3%	0%	0%	0,3%
Paraná	0,6%	0,2%	0,3%	0,3%
Maranhão	0%	0,3%	0%	0,1%
Tocantins	0%	0%	0,2%	0,1%
Mato Grosso	0,1%	0,2%	0%	0,1%
Pará	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%
Sergipe	0%	0%	0,2%	0,1%
Amapá	0%	0%	0%	0,1%
Goiás	0,3%	0,2%	0%	0,1%
Amazonas	0,3%	0,3%	0,7%	0%
Mato Grosso do Sul	0%	0,2%	0%	0%
Alagoas	0,3%	0,3%	0,2%	0%
Distrito Federal	0,7%	0,5%	0,5%	0%
Piauí	0%	0,3%	0,2%	0%
Rondônia	0%	0,2%	0%	0%
Espírito Santo	0,1%	0%	0%	0%
Roraima	0,1%	0%	0%	0%

A cidade de Natal concentrou 59,7% dos participantes do Carnaval, mantendo-se como principal origem do público. Destacam-se, na Região Metropolitana, São Gonçalo do Amarante (7,6%), Parnamirim (7,2%) e Extremoz (6,8%), evidenciando forte integração metropolitana no evento. Entre as capitais e grandes centros emissores, aparecem João Pessoa (2%), São Paulo (1,7%), Recife (1,6%) e Rio de Janeiro (1%), além de participações pontuais de diversas cidades do interior do RN e de outros estados. A distribuição revela predominância local e regional, mas com alcance interestadual diversificado, reforçando o caráter híbrido do carnaval — fortemente potiguar, porém com capacidade de atração externa.

Percebe-se estabilidade da participação de Natal, que vinha de 59,5% em 2025, após patamares mais elevados em 2023 (69,7%) e 2024 (71,8%), refletindo ampliação da presença de moradores da Região Metropolitana ao longo do tempo. O crescimento expressivo de municípios como São Gonçalo do Amarante e Extremoz em 2026 indica fortalecimento do alcance metropolitano do evento. Parnamirim, que havia atingido 13,3% em 2025, mantém participação relevante, ainda que em nível mais equilibrado em 2026. A presença constante de cidades como João Pessoa, Recife e São Paulo ao longo da série reforça a consolidação do Carnaval de Natal como evento com capacidade de atrair público de diferentes regiões. Os resultados demonstram ampliação territorial do alcance do carnaval, com diversificação da origem dos participantes e integração crescente entre capital, região metropolitana e outros estados.

Tabela 2 Cidades de residência do público participante:

	2023	2024	2025	2026
Natal	69,7%	71,8%	59,5%	59,7%
São Gonçalo do Amarante	1%	2,2%	2%	7,6%
Parnamirim	8,3%	7,7%	13,3%	7,2%
Extremoz	0,6%	1,2%	1,3%	6,8%
João Pessoa	1,1%	0,8%	1,2%	2%
São Paulo	1,3%	1,8%	1,2%	1,7%
Recife	1,4%	1,5%	1,2%	1,6%
Rio de Janeiro	1%	0,5%	1,8%	1%
Fortaleza	0,9%	0,8%	0,3%	0,7%
Macaíba	0,4%	0,6%	1,5%	0,7%
Santa Cruz	0,1%	0,2%	0,3%	0,4%
Campina Grande	0,3%	0,3%	1%	0,4%
Caruaru	0%	0%	0,3%	0,3%
Manaus	0,3%	0,3%	0,7%	0,3%
Salvador	1,1%	0,9%	1%	0,3%
Mossoró	0,7%	0,5%	0,7%	0,3%
Ceará-Mirim	0%	0,2%	0,2%	0,3%
Currais Novos	0%	0%	0,2%	0,3%
Jaraguá do Sul	0%	0%	0%	0,3%
Belo Horizonte	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%
São Bento	0,3%	0%	0,2%	0,3%
Estrangeiro	1%	1,5%	1,3%	0,3%
Picuí	0%	0%	0,3%	0,1%
Surubim	0%	0%	0%	0,1%
Belém	0%	0,2%	0,3%	0,1%

Mirassol	0%	0%	0%	0,1%
Afonso Bezerra	0%	0%	0%	0,1%
Touros	0%	0%	0%	0,1%
Parelhas	0,1%	0%	0%	0,1%
Muriaé	0%	0%	0%	0,1%
Florânia	0%	0%	0%	0,1%
Ielmo Marinho	0%	0%	0%	0,1%
Patos	0%	0%	0%	0,1%
Aracaju	0%	0%	0,2%	0,1%
Pau dos Ferros	0%	0%	0%	0,1%
Currais Novos	0%	0%	0%	0,1%
Porto Alegre	0,4%	0,3%	0,2%	0,1%
Bauru	0%	0%	0%	0,1%
Campinas	0,1%	0%	0%	0,1%
Balneário Camboriú	0%	0%	0%	0,1%
Imperatriz	0%	0,3%	0%	0,1%
Monte Alegre	0%	0%	0%	0,1%
Caraúbas	0%	0%	0%	0,1%
Macau	0%	0%	0%	0,1%
Goianinha	0%	0%	0%	0,1%
Palmas	0%	0%	0,2%	0,1%
Goioerê	0%	0%	0%	0,1%
Sumaré	0%	0%	0%	0,1%
Sorriso	0%	0%	0%	0,1%
Brusque	0%	0%	0%	0,1%
Manhumirim	0%	0%	0%	0,1%
Garanhuns	0%	0%	0%	0,1%
Assú	0,1%	0%	0,5%	0,1%
Itaúna	0%	0%	0%	0,1%
São Paulo do Potengi	0%	0%	0%	0,1%
Goiânia	0%	0%	0%	0,1%
Sousa	0%	0%	0%	0,1%
Belo Jardim	0%	0%	0%	0,1%
Taipu	0,1%	0%	0%	0,1%
Caicó	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%
Tangará	0%	0%	0,2%	0,1%
São Geraldo	0%	0%	0%	0,1%
São José de Campestre	0,1%	0%	0,2%	0,1%
Carpina	0%	0%	0%	0,1%
Serra Talhada	0%	0%	0%	0,1%
Cruzeiro do Sul	0%	0%	0%	0,1%
Paranavaí	0%	0%	0%	0,1%
Vitória de Santo Antão	0%	0%	0%	0,1%
Angicos	0%	0%	0%	0,1%
Caiçara do Rio do Vento	0%	0%	0%	0,1%

Dona Inês	0%	0%	0%	0,1%
São José do Sabugi	0%	0%	0%	0,1%
João Monlevade	0%	0%	0%	0,1%
Caxias do Sul	0%	0%	0,2%	0%
Candeias	0%	0%	0,2%	0%
Céu Azul	0,1%	0%	0%	0%
Boa Vista	0,1%	0%	0%	0%
Pé de Serra	0%	0%	0,2%	0%
Feira de Santana	0,3%	0%	0%	0%
Avaré	0%	0,2%	0%	0%
Santa Maria	0%	0,2%	0%	0%
Porto Velho	0%	0,2%	0%	0%
Santana da Ilha	0,1%	0%	0%	0%
Valinhos	0%	0%	0,2%	0%
Santo André	0%	0%	0,2%	0%
Areia	0%	0%	0,2%	0%
Santo Antônio	0%	0,2%	0,2%	0%
Gramado	0%	0%	0,2%	0%
Felipe Guerra	0%	0%	0,2%	0%
Oliveira	0,1%	0%	0%	0%
Boa Vista da Aparecida	0,1%	0%	0%	0%
Curitiba	0%	0,2%	0,3%	0%
Acari	0%	0,2%	0%	0%
Formosa	0,1%	0%	0%	0%
Lajeados	0%	0%	0,2%	0%
São José de Mipibu	0,1%	0,3%	0,3%	0%
São José do Egito	0%	0%	0,5%	0%
São José do Rio Preto	0%	0,2%	0%	0%
Sete Lagoas	0%	0%	0,2%	0%
Bom Jesus	0,1%	0%	0,2%	0%
Maceió	0,3%	0,3%	0,2%	0%
São José dos Pinhais	0,1%	0%	0%	0%
São Bento do Norte	0%	0%	0,2%	0%
Frei Martinho	0,1%	0%	0%	0%
Monteiro	0%	0%	0,2%	0%
Holambra	0,1%	0%	0%	0%
Nísia Floresta	0%	0,2%	0%	0%
São Tomé	0,1%	0%	0,2%	0%
Palmital	0,1%	0%	0%	0%
Sertãozinho	0,3%	0%	0%	0%
Pato Branco	0,1%	0%	0%	0%
Sorocaba	0%	0,2%	0%	0%
Ponta Porã	0%	0,2%	0%	0%
Brasília	0,9%	0,5%	0,5%	0%
Ribeirão Preto	0,6%	0%	0%	0%

Surubim	0,1%	0%	0%	0%
Lagoa de Pedras	0,1%	0%	0%	0%
Tacima	0%	0,2%	0%	0%
Araguari	0%	0,2%	0%	0%
Jaraguá	0%	0,2%	0%	0%
Montanhas	0%	0%	0,2%	0%
João Câmara	0,1%	0%	0,3%	0%
Solânea	0%	0%	0,2%	0%
Teresina	0%	0,3%	0,2%	0%
Jaboatão dos Guararapes	0%	0%	0,2%	0%
Tibau do Sul	0,1%	0,2%	0,2%	0%
Guaratinguetá	0%	0%	0,2%	0%
Toritama	0,1%	0%	0,2%	0%
Barra Bonita	0%	0%	0,2%	0%
Uberaba	0,1%	0,2%	0%	0%
Alto do Rodrigues	0%	0,2%	0%	0%
Uberlândia	0,1%	0,2%	0,5%	0%
Conceição do Jacuípe	0%	0%	0,2%	0%
Várzea	0%	0%	0,2%	0%
Canguaretama	0,1%	0%	0,2%	0%
Votorantim	0,1%	0%	0%	0%
Canoas	0,1%	0%	0%	0%
Divinópolis	0,3%	0%	0%	0%
Monte das Gameleiras	0,1%	0,2%	0%	0%
São Gabriel	0,1%	0%	0%	0%
Montes Claros	0%	0,3%	0%	0%
Ijuí	0,1%	0%	0%	0%
Apodi	0%	0%	0,3%	0%
Joinville	0,1%	0%	0%	0%
Olinda	0%	0,3%	0,3%	0%
Caeté	0%	0,2%	0%	0%
Osasco	0,1%	0,2%	0%	0%
São Luís de Montes Belos	0,1%	0%	0%	0%
Parauapebas	0,1%	0%	0%	0%
Ilha de Itamaracá	0,1%	0%	0%	0%
Contagem	0,1%	0%	0%	0%
Jaguaribe	0,1%	0%	0%	0%
Cuiabá	0,1%	0,2%	0%	0%
São Bernardo dos Campos	0%	0,3%	0%	0%
Paulista	0,3%	0%	0,2%	0%
Carnaúba dos Dantas	0%	0,2%	0,3%	0%
Aracruz	0,1%	0%	0%	0%
Juazeiro do Norte	0,1%	0%	0%	0%
Equador	0,1%	0%	0%	0%
Janduís	0%	0%	0,2%	0%

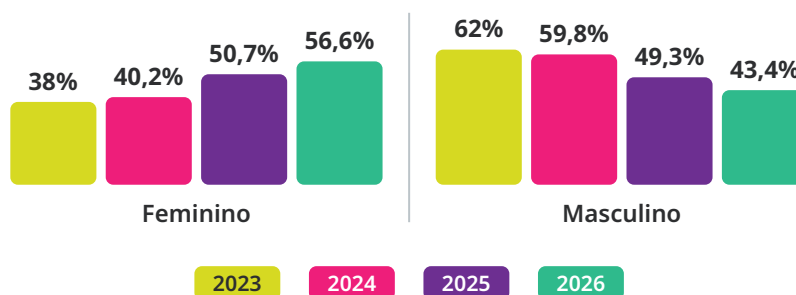
Rio Branco	0,3%	0%	0%	0%
Cuité	0%	0,2%	0%	0%
Rio Piracicaba	0,1%	0%	0%	0%
Patos de Minas	0%	0,2%	0%	0%
São Bento do Sul	0,1%	0%	0%	0%
São Carlos	0%	0,2%	0%	0%

Perfil dos participantes

O perfil dos participantes do Carnaval de Natal apresentou predominância feminina, com 56,6% do público composto por mulheres, enquanto os homens representaram 43,4%. Esse resultado evidencia uma participação expressiva do público feminino na festa, reforçando o caráter inclusivo e plural do evento. A maior presença de mulheres pode estar associada ao fortalecimento da programação cultural diversificada, à ampliação dos polos carnavalescos e à consolidação do carnaval como um ambiente cada vez mais democrático, seguro e voltado para diferentes perfis de público.

Em 2023, as mulheres representavam 38% do público, passando para 40,2% em 2024 e alcançando 50,7% em 2025, até chegar ao patamar de 56,6% em 2026. Paralelamente, a participação masculina apresentou redução proporcional, mas mantendo equilíbrio ao longo da série histórica. Essa evolução demonstra uma tendência consistente de maior engajamento feminino, sem romper com a característica diversa do evento. O Carnaval de Natal segue, portanto, mantendo um perfil equilibrado, com participação significativa de ambos os sexos, refletindo sua consolidação como uma celebração ampla, acessível e representativa da sociedade.

Gráfico 3 Gênero:



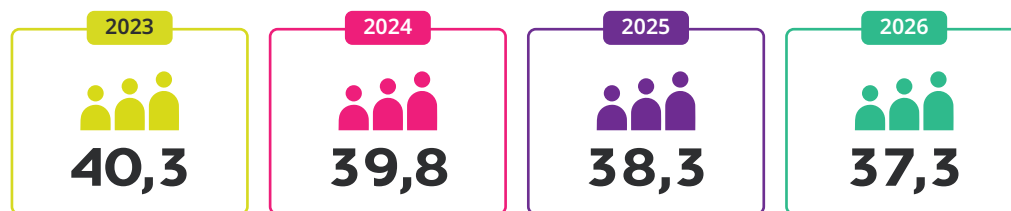
O Carnaval de Natal apresentou um perfil etário predominantemente adulto jovem, com destaque para as faixas de 25 a 34 anos (30,9%) e 35 a 44 anos (31,5%), que juntas concentraram mais de 62% do público. A participação dos jovens de 16 a 24 anos também ganhou maior representatividade, alcançando 14,4%, o maior percentual da série analisada. Já o grupo de 45 a 65 anos correspondeu a 22,2%, enquanto os participantes acima de 65 anos representaram 1% do total. Esses dados demonstram um carnaval marcado por forte presença de adultos economicamente ativos, além de um crescimento consistente da participação do público mais jovem, reforçando a renovação geracional do evento.

As faixas de 25 a 44 anos mantêm-se como predominantes desde 2023, sempre concentrando a maior parcela dos foliões, o que revela estabilidade no perfil central do público. O crescimento gradual da faixa de 16 a 24 anos — que saiu de 10,1% em 2023 para 14,4% em 2026 — indica uma ampliação do interesse das novas gerações pela festa. Por outro lado, a faixa de 45 a 65 anos apresentou leve redução ao longo dos anos, acompanhando naturalmente o avanço das faixas mais jovens, sem, contudo, deixar de representar parcela relevante do público. De modo geral, os dados apontam que o Carnaval de Natal continua como um evento que dialoga com diferentes gerações, mantendo sua diversidade e dinamismo ao longo do tempo.

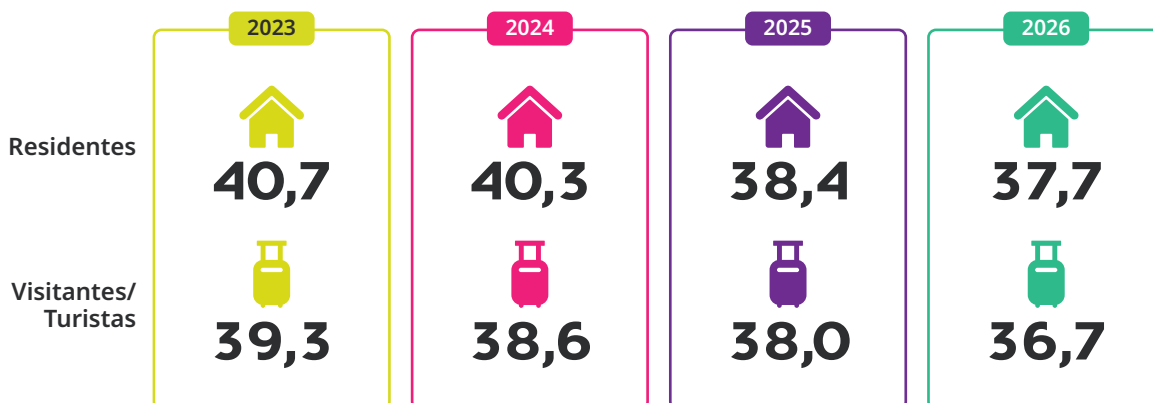
Tabela 3 Faixa etária:

	2023	2024	2025	2026
De 16 a 24 anos	10,1%	10,5%	11,8%	14,4%
De 25 a 34 anos	26,9%	27,7%	30,2%	30,9%
De 35 a 44 anos	30,1%	30,4%	32,9%	31,5%
De 45 a 65 anos	29,4%	28,5%	23,1%	22,2%
Acima de 65 anos	3,4%	2,9%	2%	1%

A idade média geral dos participantes do Carnaval de Natal foi de 37,3 anos, confirmando a tendência de rejuvenescimento gradual do público observada nos últimos anos. Entre os residentes, a média foi de 37,7 anos, enquanto entre os visitantes e turistas a média ficou ainda um pouco menor, em 36,7 anos. Esses dados indicam que o evento segue atraindo um público predominantemente adulto jovem, economicamente ativo e com forte potencial de consumo, ao mesmo tempo em que mantém diversidade etária.

Gráfico 4 Idade média, em anos:

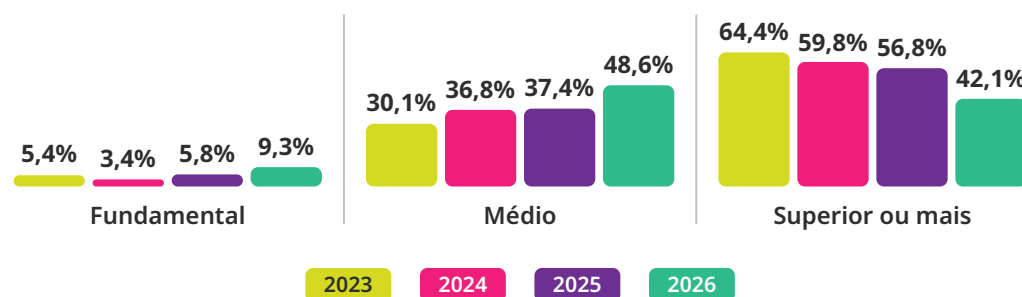
Em 2023, a média geral era de 40,3 anos, passando para 39,8 anos em 2024, 38,3 anos em 2025 e alcançando 37,3 anos em 2026. Entre os residentes, a queda foi de 40,7 para 37,7 anos no período, enquanto entre os visitantes a média reduziu de 39,3 para 36,7 anos. Esse comportamento acompanha o crescimento das faixas etárias mais jovens identificado anteriormente, demonstrando coerência entre os indicadores. O Carnaval de Natal, portanto, mantém seu perfil adulto consolidado, mas com renovação progressiva do público, reforçando sua capacidade de dialogar com novas gerações sem perder sua base tradicional de participantes.

Gráfico 5 Idade média, em anos, por tipo de público:

O perfil educacional dos participantes do Carnaval de Natal apresentou maior concentração no ensino médio, que passou a representar 48,6% do público. Os foliões com nível superior ou mais corresponderam a 42,1%, enquanto aqueles com ensino fundamental somaram 9,3%. Os dados indicam um público com bom nível de escolaridade, com predominância de pessoas que concluíram ao menos o ensino médio, mantendo o padrão de qualificação observado nos últimos anos, embora com maior distribuição entre os níveis.

No início da série, os participantes com nível superior representavam 64,4%, percentual que foi gradualmente reduzido para 59,8% em 2024, 56,8% em 2025 e 42,1% em 2026. Paralelamente, o ensino médio apresentou crescimento consistente, saindo de 30,1% em 2023 para 48,6% em 2026, evidenciando uma ampliação do alcance social do evento. O ensino fundamental, embora tenha aumentado para 9,3% em 2026, permanece com participação menor dentro do conjunto. Essa evolução demonstra que o Carnaval de Natal vem ampliando seu público de forma equilibrada, tornando-se cada vez mais inclusivo, sem perder o perfil de participantes com nível educacional elevado.

Gráfico 6 Escolaridade:



O perfil de renda mensal familiar dos participantes do Carnaval de Natal apresentou maior concentração na faixa de até 2 salários-mínimos, que representou 43,2% do público. Em seguida, aparecem os foliões com renda entre 3 e 5 salários-mínimos (31,2%), enquanto aqueles com renda entre 6 e 10 salários-mínimos corresponderam a 15,3%. Já os participantes com renda acima de 10 salários-mínimos somaram 6,9%, e 3,4% preferiram não informar. Esse cenário evidencia uma ampliação da participação de públicos de menor renda, reforçando o caráter popular e democrático do evento, ao mesmo tempo em que mantém presença relevante de faixas intermediárias, que seguem representando parcela expressiva do público.

Na comparação com os anos anteriores, observa-se um movimento gradual de redistribuição nas faixas de renda. Em 2023 e 2024, predominavam os participantes com renda entre 3 e 5 salários-mínimos, enquanto em 2025 já se percebia crescimento na faixa de até 2 salários-mínimos (30,2%). Em 2026, essa tendência se consolidou com a elevação para 43,2%, indicando maior alcance social do carnaval. Paralelamente, as faixas de renda mais elevadas apresentaram redução proporcional — acima de 10 salários-mínimos passou

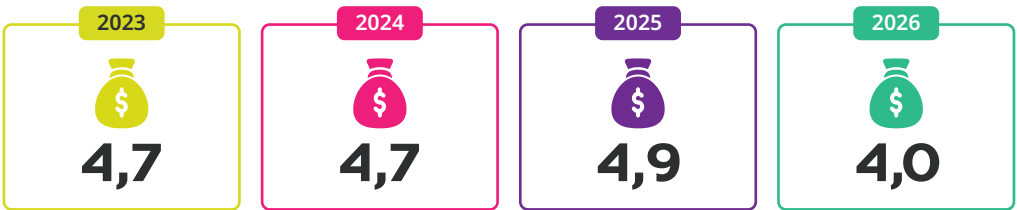
de 12,1% em 2023 para 6,9% em 2026 — o que não representa perda de perfil, mas sim ampliação da base de participantes. Os dados mostram que o Carnaval de Natal mantém diversidade socioeconômica, fortalecendo sua identidade como evento acessível, inclusivo e representativo de diferentes segmentos da população.

Tabela 4 Renda mensal familiar, em salários-mínimos:

	2023	2024	2025	2026
Até 2 SM	27%	22,8%	30,2%	43,2%
Entre 3 e 5 SM	32,9%	37,8%	32,6%	31,2%
Entre 6 e 10 SM	20,4%	19,9%	22,3%	15,3%
Mais de 10 SM	12,1%	11,7%	11,8%	6,9%
Não respondeu	7,6%	7,9%	3,2%	3,4%

A renda média mensal familiar dos participantes do Carnaval de Natal foi de 4,0 salários-mínimos, indicando um público com renda intermediária e coerente com o perfil socioeconômico observado nas demais variáveis. Entre os residentes, a média foi de 4,0 salários-mínimos, enquanto entre os visitantes e turistas ficou levemente superior, em 4,1 salários-mínimos. Os dados mostram um cenário de maior equilíbrio entre os públicos, com aproximação das médias de renda entre moradores e visitantes, refletindo um evento cada vez mais acessível e abrangente.

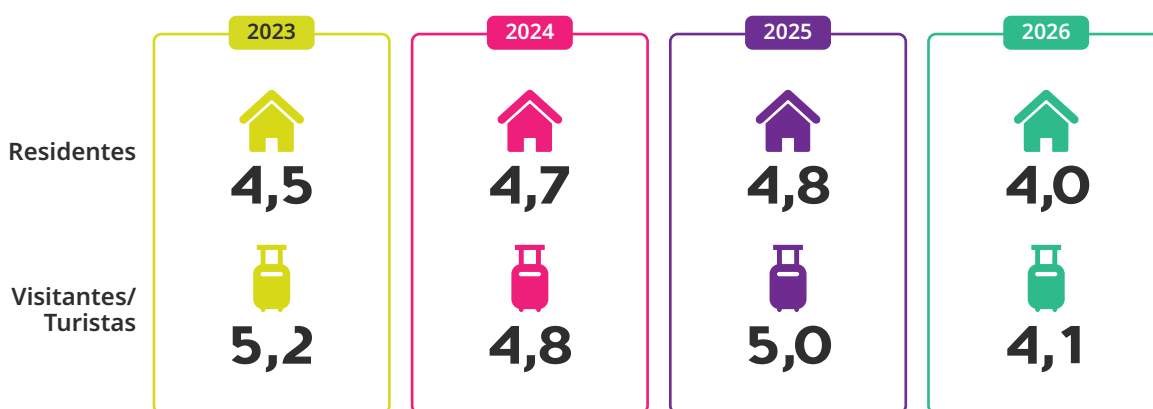
Gráfico 7 Renda média mensal familiar, em salários-mínimos:



Ao longo dos anos, a renda média vinha se mantendo relativamente estável entre 2023 e 2025, variando entre 4,7 e 4,9 salários-mínimos na média geral. Em 2026, houve uma redução para 4,0 salários-mínimos, acompanhando o aumento da participação das faixas de renda até 2 salários-mínimos verificado anteriormente. Entre os residentes, a média passou de 4,5 em 2023 para 4,8 em 2025, recuando para 4,0 em 2026. Já entre os visitantes, a média variou

entre 5,2 e 5,0 salários-mínimos nos anos anteriores, ajustando-se para 4,1 em 2026. Esse movimento não representa perda de dinamismo econômico, mas sim ampliação do alcance social do evento, que passa a envolver um público mais diverso, mantendo equilíbrio entre poder de consumo e inclusão, o que reforça o caráter democrático do Carnaval de Natal.

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



O perfil de convivência durante o Carnaval de Natal revela predominância de experiências compartilhadas. 36,2% dos participantes passaram a festa com familiares, 29,1% com cônjuge ou namorado(a) e 27,4% com amigos, demonstrando que o evento mantém forte caráter coletivo e social. Apenas 7,3% afirmaram ter participado sozinhos, enquanto a categoria “outros” não apresentou registro significativo. Os dados indicam que o carnaval continua sendo vivenciado majoritariamente em grupo, fortalecendo sua dimensão de integração social e convivência.

A participação com familiares permanece em patamar elevado (35,3% em 2023, 33,5% em 2024, 39,8% em 2025 e 36,2% em 2026), enquanto a presença com cônjuge ou namorados apresenta leve crescimento em 2026, atingindo o maior percentual da série (29,1%). O grupo de amigos mantém estabilidade próxima a 27%–30% ao longo dos anos. Já a participação individual, embora tenha variado pontualmente, permanece minoritária. Os resultados demonstram continuidade no comportamento social dos foliões, consolidando o Carnaval de Natal como um evento essencialmente coletivo e familiar.

Tabela 5 Com quem passou o Carnaval de Natal?

	2023	2024	2025	2026
Familiares	35,3%	33,5%	39,8%	36,2%
Cônjuge/Namorados	25,9%	25,3%	27,5%	29,1%
Amigos	30,6%	30%	27%	27,4%
Sozinho	8,2%	10,4%	4,9%	7,3%
Outros	0%	0,7%	0,8%	0%

Perfil dos participantes por polo

O perfil dos participantes por polo carnavalesco revela diferenças interessantes na forma de vivenciar o evento. A distribuição do tipo de público por polo carnavalesco apresenta padrão bastante homogêneo. Em Ponta Negra (59,7%), Avenida da Alegria (59,9%), Nélío Dias (59,5%) e outros polos (59,7%), predomina o público residente, enquanto os visitantes e turistas representam aproximadamente 40% em todos os polos. Esse equilíbrio demonstra que o carnaval mantém forte participação local, ao mesmo tempo em que consolida significativa atração turística distribuída de forma relativamente uniforme pelos diferentes espaços da festa.

Tabela 6 Tipo de público, por polo:

	Ponta Negra	Avenida da Alegria	Nélío Dias	Outros
Residentes	59,7%	59,9%	59,5%	59,7%
Visitantes/Turistas	40,3%	40,1%	40,5%	40,3%

Quanto à composição por gênero, há variações entre os polos. Em Ponta Negra, observa-se equilíbrio praticamente absoluto, com 49,8% feminino e 50,2% masculino. Já na Avenida da Alegria e no Nélío Dias, há predominância feminina, com 62% de mulheres em ambos os polos e 38% de homens. Nos outros polos, o público feminino também é maioria (56,6%), enquanto o masculino representa 43,4%. Esses dados demonstram que, embora exista equilíbrio em determinados espaços, o carnaval de 2026 apresenta presença feminina predominante na maior parte dos polos, reforçando o caráter inclusivo e plural do evento.

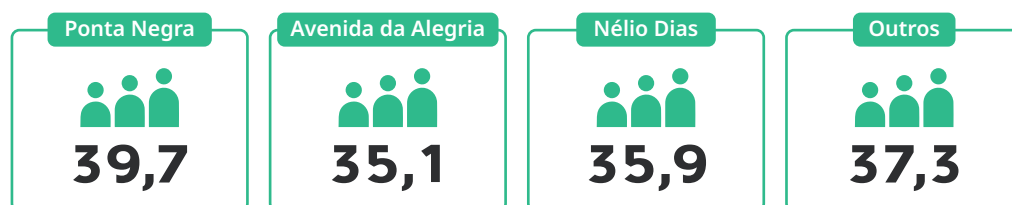
Tabela 7 Gênero, por polo:

	Ponta Negra	Avenida da Alegria	Nélio Dias	Outros
Feminino	49,8%	62%	62%	56,6%
Masculino	50,2%	38%	38%	43,4%

No que se refere à faixa etária, observa-se que Ponta Negra apresenta perfil mais maduro, com maior concentração entre 35 e 44 anos (33,5%) e 45 a 65 anos (28,4%), resultando em idade média de 39,7 anos, a mais elevada entre os polos. Já a Avenida da Alegria e o Nélio Dias concentram público mais jovem, com destaque para as faixas de 25 a 34 anos (34,2% e 36,1%, respectivamente) e presença relevante de jovens de 16 a 24 anos (16,9% e 18,4%), refletindo idades médias menores (35,1 e 35,9 anos). Os “Outros polos” apresentam perfil intermediário, com idade média de 37,3 anos, indicando diversidade geracional ao longo da programação.

Tabela 8 Faixa etária, por polo:

	Ponta Negra	Avenida da Alegria	Nélio Dias	Outros
De 16 a 24 anos	10,5%	16,9%	18,4%	14,4%
De 25 a 34 anos	25,9%	34,2%	36,1%	30,9%
De 35 a 44 anos	33,5%	34,2%	23,4%	31,5%
De 45 a 65 anos	28,4%	14,8%	20,9%	22,2%
Acima de 65 anos	1,6%	0%	1,3%	1%

Gráfico 9 Idade média, em anos, por polo:

Em relação à escolaridade, Ponta Negra se destaca pelo maior percentual de participantes com nível superior ou mais (62,9%), enquanto na Avenida da Alegria e no Nélio Dias prevalece o ensino médio (57,8% e 62,7%, respectivamente). O grupo “Outros” apresenta distribuição mais equilibrada, com 42,1% de nível superior e 48,6% de ensino médio. Esses dados evidenciam

diferenças socioeducacionais entre os polos, sugerindo que determinados espaços atraem públicos com perfis distintos, seja pela programação, localização ou estrutura.

Tabela 9 Escolaridade, por polo:

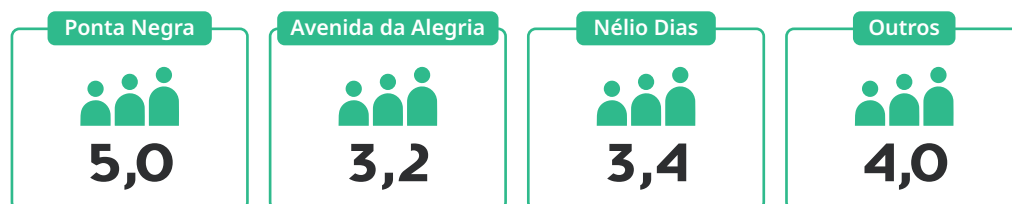
	Ponta Negra	Avenida da Alegria	Nélio Dias	Outros
Fundamental	2,6%	15,2%	13,9%	9,3%
Médio	34,5%	57,8%	62,7%	48,6%
Superior ou mais	62,9%	27%	23,4%	42,1%

O mesmo padrão se repete na renda mensal familiar. Em Ponta Negra, apenas 24,9% possuem renda de até 2 salários-mínimos, enquanto 35,7% concentram-se nas faixas acima de 6 salários-mínimos, resultando em renda média de 5,0 salários-mínimos, a mais elevada entre os polos. Na Avenida da Alegria, o público é majoritariamente de menor renda, com 61,2% até 2 salários mínimos e renda média de 3,2 salários-mínimos. O Nélio Dias apresenta perfil semelhante, com 52,5% até 2 salários-mínimos e renda média de 3,4 salários-mínimos. Já os “Outros polos” mantêm padrão intermediário, com 43,2% até 2 salários mínimos e renda média de 4,0 salários-mínimos.

Tabela 10 Renda mensal familiar, em salários-mínimos, por polo:

	Ponta Negra	Avenida da Alegria	Nélio Dias	Outros
Até 2 SM	24,9%	61,2%	52,5%	43,2%
Entre 3 e 5 SM	33,5%	26,6%	33,5%	31,2%
Entre 6 e 10 SM	22%	10,5%	8,9%	15,3%
Mais de 10 SM	13,7%	0,8%	2,5%	6,9%
Não respondeu	5,8%	0,8%	2,5%	3,4%

Gráfico 10 Renda média mensal familiar, em salários-mínimos, por polo:



Em Ponta Negra, predominam aqueles que passaram o carnaval com cônjuge/namorado(a) (37,1%), seguidos por familiares (33,2%) e amigos (21,2%), com 8,5% participando sozinhos. Já na Avenida da Alegria, o destaque é para a presença com familiares (34,9%) e amigos (32,2%), enquanto 27,3% estiveram com cônjuge/namorado(a) e 5,5% sozinhos. No Nélio Dias, observa-se perfil mais familiar, com 43,8% acompanhados de familiares, além de 32,4% com amigos, 16,2% com cônjuge/namorado(a) e 7,6% sozinhos. Nos outros polos, a distribuição é equilibrada: 36,2% com familiares, 29,1% com cônjuge/namorado(a), 27,4% com amigos e 7,3% sozinhos. O cenário evidencia que, independentemente do polo, a experiência carnavalesca é majoritariamente coletiva e social.

De forma geral, os dados revelam que o Carnaval de Natal 2026 apresenta diversidade socioeconômica entre os polos, combinando espaços com maior poder aquisitivo e escolaridade mais elevada com polos de perfil mais popular e jovem. Essa segmentação reforça a capacidade do evento de atingir diferentes públicos, ampliando seu alcance social e econômico e consolidando o carnaval como uma festa plural e inclusiva.

Tabela 11 Com quem passou o Carnaval de Natal, por polo:

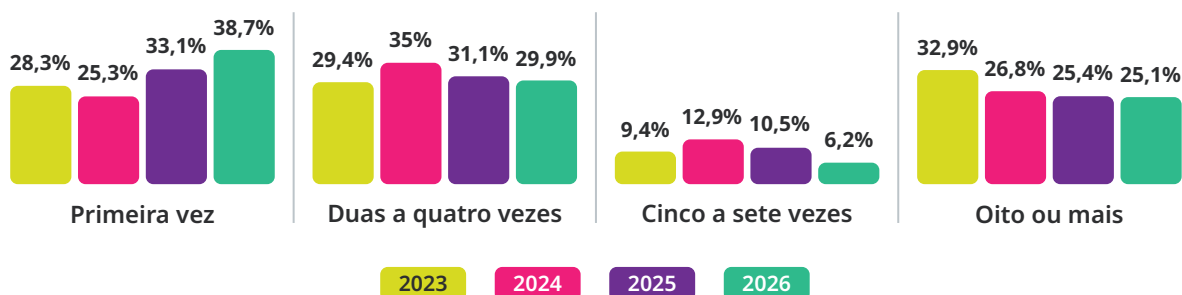
	Ponta Negra	Avenida da Alegria	Nélio Dias	Outros
Familiares	33,2%	34,9%	43,8%	36,2%
Cônjuge/Namorados	37,1%	27,3%	16,2%	29,1%
Amigos	21,2%	32,2%	32,4%	27,4%
Sozinho	8,5%	5,5%	7,6%	7,3%

Frequência

O Carnaval de Natal apresentou um cenário marcado por forte renovação do público, com 38,7% dos participantes declarando estar no evento pela primeira vez, o maior percentual da série histórica analisada. Aqueles que participaram duas a quatro vezes representaram 29,9%, enquanto os foliões com cinco a sete participações corresponderam a 6,2%. Já o grupo mais fiel, com oito ou mais participações, manteve presença expressiva, somando 25,1% do público. Esses dados revelam um equilíbrio interessante entre renovação e fidelização, indicando que o carnaval segue atraindo novos participantes sem perder sua base tradicional.

Historicamente os participantes de primeira viagem representavam 28,3% em 2023, passando para 25,3% em 2024, 33,1% em 2025 e alcançando 38,7% em 2026, demonstrando ampliação do alcance do evento. Ao mesmo tempo, a parcela daqueles que participaram oito ou mais vezes, embora tenha reduzido de 32,9% em 2023 para 25,1% em 2026, permanece significativa, evidenciando manutenção da fidelidade de parte do público. As faixas intermediárias mantiveram comportamento relativamente estável ao longo dos anos. O levantamento indica que o Carnaval de Natal combina tradição e renovação, fortalecendo sua capacidade de atrair novos foliões ao mesmo tempo em que preserva seu público recorrente.

Gráfico 11 Quantas vezes participou do Carnaval de Natal?



Ao analisar a frequência de participação por tipo de público, observa-se comportamentos distintos e complementares entre residentes e visitantes. Entre os residentes, 32,4% participaram pela primeira vez, percentual igual ao daqueles que estiveram no evento entre duas e quatro vezes (32,4%), indicando renovação relevante dentro do próprio público local. Os que participaram cinco a sete vezes corresponderam a 6,1%, enquanto 29,1% declararam já ter participado oito ou mais vezes, evidenciando a manutenção de um núcleo fiel de moradores. Já entre os visitantes e turistas, a maior parte esteve no evento pela primeira vez (48,1%), reforçando o caráter de atração turística do carnaval. Outros 26,3% participaram entre duas e quatro vezes, 6,3% entre cinco e sete vezes e 19,3% já haviam participado oito ou mais vezes, mostrando que parte dos turistas também se consolida como público recorrente.

Entre os residentes, o percentual de estreantes vem crescendo gradualmente — de 17,8% em 2023 para 32,4% em 2026 — ao mesmo tempo em que a parcela dos mais frequentes (oito ou mais vezes) reduziu de 42,2% para 29,1%, sem perder relevância. Isso indica renovação dentro da própria base local,

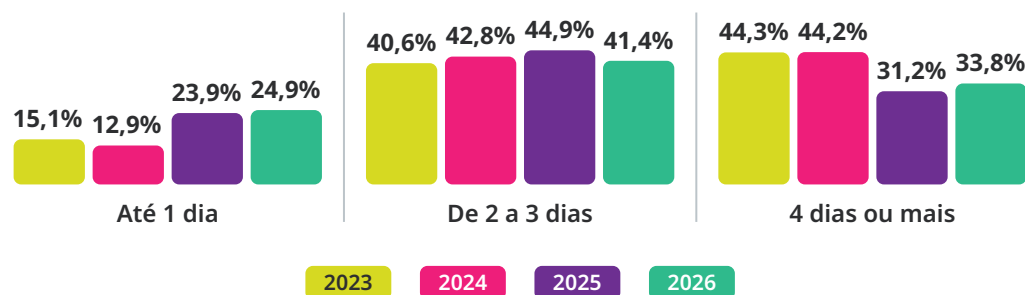
mantendo tradição e fidelidade. Entre os visitantes, a participação de primeira vez sempre foi predominante, variando entre 46% e 52% ao longo dos anos, e mantendo-se elevada em 2026. Destaca-se também o crescimento consistente dos turistas que participaram oito ou mais vezes, passando de 11,3% em 2023 para 19,3% em 2026, sinalizando aumento da fidelização desse público externo. Assim, os dados revelam um carnaval que consegue, simultaneamente, atrair novos participantes e consolidar recorrência, fortalecendo sua sustentabilidade e continuidade ao longo do tempo.

Tabela 12 Quantidade vezes que participou dos eventos do Carnaval de Natal, por tipo de público:

	2023		2024		2025		2026	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Primeira vez	17,8%	52,4%	17%	46,4%	24,3%	45,9%	32,4%	48,1%
Duas a quatro vezes	30,1%	27,8%	37,3%	29%	31,3%	30,7%	32,4%	26,3%
Cinco a sete vezes	9,8%	8,5%	13,9%	10,4%	14,2%	4,9%	6,1%	6,3%
Oito ou mais	42,2%	11,3%	31,8%	14,2%	30,2%	18,4%	29,1%	19,3%

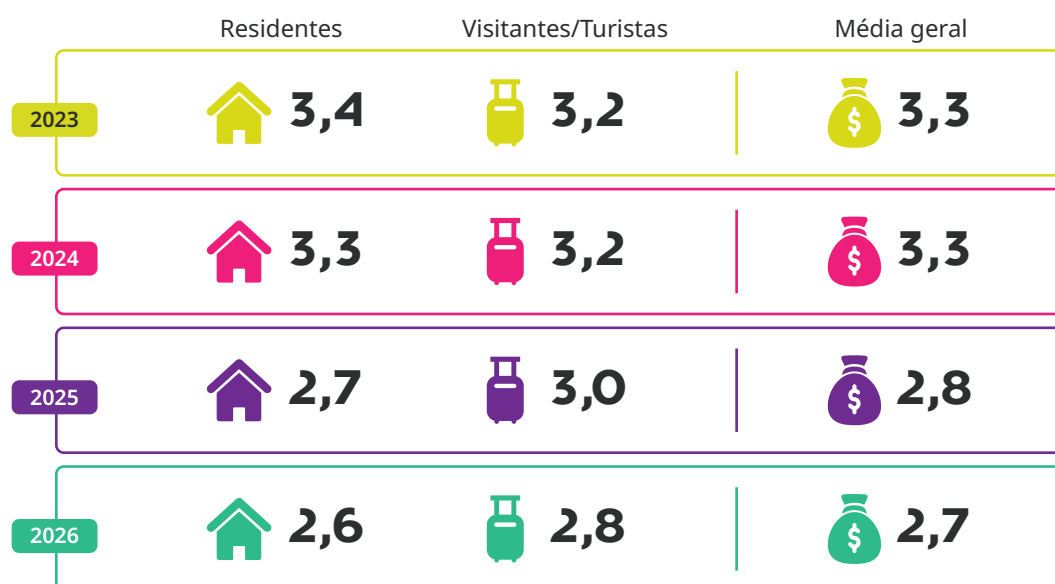
O padrão de permanência no Carnaval de Natal demonstrou forte envolvimento do público ao longo dos dias de programação. A maior parcela dos participantes declarou intenção de permanecer de 2 a 3 dias (41,4%), seguida por aqueles que pretendem participar 4 dias ou mais (33,8%). Já 24,9% afirmaram que participariam até 1 dia. Esses dados indicam que mais de 75% do público planeja vivenciar o evento por dois dias ou mais, reforçando o nível de engajamento e o potencial de impacto econômico gerado pela permanência prolongada dos foliões.

A faixa de 2 a 3 dias mantém-se como predominante desde 2023, variando entre 40% e 45%, demonstrando consistência no padrão de participação. O grupo que permanece 4 dias ou mais, embora tenha registrado redução em 2025, apresentou leve recuperação em 2026 (33,8%), mantendo-se em patamar expressivo. Já a participação de até 1 dia aumentou a partir de 2025 e permaneceu próxima em 2026, o que pode estar associado à ampliação do público visitante ou à maior flexibilidade no planejamento dos foliões. Os dados evidenciam equilíbrio na distribuição dos dias de participação, mantendo o carnaval com forte presença ao longo de toda a programação e assegurando continuidade no fluxo de público durante o evento.

Gráfico 12 Quantos dias pretende participar do Carnaval de Natal?

A média de dias de participação no Carnaval de Natal foi de 2,7 dias, indicando que os foliões permaneceram, em média, quase três dias aproveitando a programação do evento. Entre os residentes, a média foi de 2,6 dias, enquanto entre os visitantes e turistas ficou ligeiramente superior, em 2,8 dias, demonstrando que o público externo tende a permanecer por um período um pouco maior na cidade. Esses números reforçam o engajamento do público ao longo da programação e evidenciam o potencial de geração de consumo distribuído durante vários dias de festa.

Em 2023 e 2024, a média geral era de 3,3 dias, reduzindo para 2,8 dias em 2025 e para 2,7 dias em 2026. Entre os residentes, a média passou de 3,4 dias em 2023 para 2,6 dias em 2026, enquanto entre os visitantes a redução foi mais moderada, de 3,2 dias para 2,8 dias no mesmo período. Essa diminuição ocorre de forma equilibrada e coerente com o aumento da participação de novos foliões e do público de primeira vez, que tendem a concentrar sua presença em menos dias. Ainda assim, a permanência média próxima de três dias mantém o Carnaval de Natal com forte dinamismo econômico e fluxo contínuo de público ao longo do evento.

Gráfico 13 Média de dias de participação, por tipo de público:

Motivação

As atrações musicais consolidaram-se como o principal fator de escolha para passar o Carnaval em Natal, sendo mencionadas por 57,3% dos participantes — o maior percentual de toda a série. Em seguida aparecem as festas gratuitas nas ruas (19,1%), o fato de já conhecer o local (18,5%), a localização/proximidade (16,1%) e a busca por alegria/animação/folia (14,3%). Outros motivos citados incluem amigos e familiares (10,3%), segurança/tranquilidade (7,3%), organização/estrutura (6,4%), praias (5,2%), curiosidade/conhecer (3,8%), férias/passeio (3,5%) e outros fatores (11,2%). Como se trata de questão de múltipla resposta, os percentuais ultrapassam 100%, refletindo a combinação de fatores que influenciam a decisão dos foliões. O destaque das atrações artísticas reforça o peso da programação cultural como elemento central de atração do público.

Ao longo dos anos, observa-se crescimento consistente da importância das atrações musicais, que passaram de 35% em 2023 para 48,8% em 2024, 46,7% em 2025 e atingiram 57,3% em 2026, evidenciando fortalecimento da grade artística como diferencial competitivo do evento. A motivação relacionada à localização/proximidade também se mantém relevante, especialmente após avanço observado em 2025. Já fatores como segurança, organização e

estrutura apresentam estabilidade ao longo da série, demonstrando que o evento vem mantendo padrão consistente nesses aspectos. De forma geral, a pesquisa indica amadurecimento do carnaval como produto turístico-cultural, cada vez mais reconhecido pela qualidade das atrações e pela experiência proporcionada aos participantes.

Tabela 13 Por que escolheu participar do evento?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025	2026
Atrações musicais	35%	48,8%	46,7%	57,3%
Festas gratuitas nas ruas	29,6%	15,4%	22,1%	19,1%
Já conheciam o local	17,6%	12,8%	13%	18,5%
Localização/Proximidade	10,6%	3,1%	18,1%	16,1%
Alegria/Animação/Folia	1,4%	17,7%	13,5%	14,3%
Amigos e familiares	16,1%	14,8%	11,8%	10,3%
Segurança/Tranquilidade	3,4%	4,9%	11,3%	7,3%
Organização/Estrutura	6,7%	8,8%	8,5%	6,4%
Praias	10%	5,9%	5,1%	5,2%
Curiosidade/Conhecer	0,3%	0,3%	1,8%	3,8%
Férias/Passeio	1,7%	0,2%	4,2%	3,5%
Outros	15,1%	14,3%	16,3%	11,2%

A internet e as redes sociais consolidaram-se como o principal canal de divulgação do Carnaval de Natal, sendo mencionadas por 75,7% dos participantes — o maior percentual da série histórica. Em seguida aparecem amigos e familiares (14,7%), a televisão (9,2%), o conhecimento obtido no local (4,5%), a opção “já conhecia” (1%) e outros meios (1%). Como se trata de questão de múltipla resposta, os percentuais ultrapassam 100%, evidenciando que muitos foliões tiveram contato com mais de um canal de informação. O resultado demonstra forte predominância dos meios digitais como principal ferramenta de alcance e engajamento do público.

A internet/redes sociais passaram de 58,1% em 2023 para 61% em 2024, avançaram significativamente para 74,6% em 2025 e atingiram 75,7% em 2026, confirmando consolidação desse meio como principal estratégia de comunicação do evento. Por outro lado, a televisão apresenta tendência gradual de redução, caindo de 18,4% em 2023 para 9,2% em 2026, enquanto a indicação por amigos e familiares mantém participação relativamente estável ao longo do período. Os resultados revelam amadurecimento da estratégia digital de divulgação, ampliando o alcance do carnaval e reforçando sua presença no ambiente online.

Tabela 14 Como tomou conhecimento do evento?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025	2026
Internet/Redes Sociais	58,1%	61%	74,6%	75,7%
Amigos e familiares	19,3%	17,6%	13,3%	14,7%
Televisão	18,4%	17,1%	11,8%	9,2%
No local	4%	5,4%	5,3%	4,5%
Já conheciam	5,6%	5,7%	2,7%	1%
Outros	4,4%	2,5%	1,7%	1%

Atividades realizadas

Os shows musicais consolidaram-se como a principal atividade realizada durante o Carnaval de Natal, com 84,9% dos participantes afirmando presença nesse tipo de programação, reforçando o protagonismo das atrações artísticas na dinâmica do evento. Em seguida, destacam-se os arrastões/trio elétrico (13,3%), que apresentaram crescimento expressivo, além da frequência às praias (10,6%) e aos blocos de rua (9,9%). Outras atividades citadas foram casas de praia (1,8%), marchinhas (1,7%), festas privadas (1,1%), pré-vias (0,8%) e outros (1,6%). Por se tratar de questão de múltiplas respostas, os percentuais superam 100%, indicando que muitos foliões participaram de mais de uma atividade ao longo do período festivo. O cenário demonstra concentração da experiência carnavalesca nos grandes shows e eventos de massa, ao mesmo tempo em que mantém diversidade de opções complementares.

Historicamente, nota-se fortalecimento contínuo dos shows musicais, que passaram de 66,9% em 2023 para 82,6% em 2024, 79,6% em 2025 e atingiram o maior patamar em 2026 (84,9%). O destaque de 2026 também é o avanço dos arrastões/trios elétricos, que praticamente não tinham participação relevante em 2023 e 2024 e ganharam maior adesão no último ano, sinalizando diversificação da programação. As atividades ligadas às praias e blocos de rua mantêm presença estável, embora com oscilações naturais ao longo da série. Os dados indicam consolidação do carnaval como evento fortemente centrado nas atrações musicais, mas com portfólio variado de experiências, ampliando o alcance e a atratividade da festa.

Tabela 15 Quais atrativos visitou durante os dias que participou dos eventos?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025	2026
Shows musicais	66,9%	82,6%	79,6%	84,9%
Arrastões/Trio elétrico	0%	0%	1,7%	13,3%
Praias	17,1%	7,2%	9,8%	10,6%
Blocos de rua	21,6%	14,6%	15,6%	9,9%
Casas de praia	2,6%	1,7%	0,8%	1,8%
Marchinhas	7,7%	6%	4,5%	1,7%
Festas privadas	2,6%	1,8%	1,5%	1,1%
Prévias	8,1%	3,9%	1,5%	0,8%
Outros	4,9%	3,1%	3%	1,6%

Planejamento

A decisão de passar o Carnaval em Natal ocorreu majoritariamente de forma mais próxima ao período do evento. 58,6% dos participantes afirmaram que decidiram até 15 dias antes, enquanto 12,7% tomaram a decisão entre 15 dias e 1 mês de antecedência. Outros 11,2% planejaram entre 1 e 3 meses, 5,6% entre 3 e 6 meses, 3,1% entre 6 meses e 1 ano, e 8,8% decidiram com mais de 1 ano de antecedência. Os dados indicam que, embora a maioria ainda concentre sua decisão nas semanas que antecedem o carnaval, existe uma parcela relevante que realiza planejamento antecipado, o que demonstra maturidade crescente na organização da participação, especialmente entre visitantes.

Desde 2023, a decisão até 15 dias antes permanece predominante, sempre próxima ou acima de 59%, mantendo-se consistente ao longo da série histórica. Ao mesmo tempo, percebe-se leve crescimento da decisão com maior antecedência, sobretudo na faixa de acima de 1 ano, que passou de 3,6% em 2023 para 8,8% em 2026, indicando fortalecimento do planejamento antecipado. As demais faixas mantiveram variações moderadas, sem oscilações abruptas. De modo geral, os resultados revelam equilíbrio entre decisões de última hora e planejamento prévio, reforçando a consolidação do Carnaval de Natal tanto como tradição espontânea quanto como evento programado no calendário de muitos foliões.

Tabela 16 Antecedência da decisão de ir para o evento:

	2023	2024	2025	2026
Até 15 dias	61,9%	59,3%	62,6%	58,6%
De 15 dias até 1 mês	16,6%	16,6%	11,3%	12,7%
Entre 1 e 3 meses	10,9%	7,9%	11,8%	11,2%
De 3 até 6 meses	3,4%	4%	3,5%	5,6%
De 6 meses a 1 ano	3,7%	4,3%	3,2%	3,1%
Acima de 1 ano	3,6%	7,9%	7,6%	8,8%

Ao analisar o tempo de decisão por tipo de público, observa-se que tanto residentes quanto visitantes mantiveram comportamento relativamente concentrado nas decisões mais próximas ao período do evento. Entre os residentes, 60,3% decidiram participar do carnaval até 15 dias antes, enquanto 13,7% tomaram a decisão entre 15 dias e 1 mês, e 9,5% entre 1 e 3 meses. As decisões com maior antecedência também apresentaram participação relevante: 5% entre 3 e 6 meses, 2,8% entre 6 meses e 1 ano e 8,7% com mais de 1 ano de antecedência. Já entre os visitantes e turistas, 56,1% decidiram até 15 dias antes, 11,2% entre 15 dias e 1 mês, e 13,7% entre 1 e 3 meses. As decisões de médio prazo representaram 6,7% (3 a 6 meses) e 3,5% (6 meses a 1 ano), enquanto 8,8% afirmaram ter decidido com mais de 1 ano de antecedência. Esses números indicam que, embora a espontaneidade continue predominante, há uma parcela significativa de planejamento antecipado, especialmente entre visitantes.

Entre os residentes, a decisão até 15 dias antes sempre foi majoritária desde 2023, variando entre 62% e 66%, mantendo-se em patamar semelhante em 2026. Entre os visitantes, essa faixa também se mantém predominante, com percentuais entre 50% e 59% ao longo dos anos. Destaca-se o crescimento gradual da decisão com maior antecedência, especialmente na categoria acima de 1 ano, que entre os visitantes passou de 0,9% em 2023 para 8,8% em 2026, e entre residentes manteve-se em torno de 8% nos últimos anos. Esse movimento indica maior consolidação do Carnaval de Natal no planejamento anual dos foliões, combinando tradição, espontaneidade e organização prévia, o que reforça a maturidade e o fortalecimento do evento no calendário turístico e cultural.

Tabela 17 Antecedência da decisão de ir para o evento, por tipo de público:

	2023		2024		2025		2026	
	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas	Residentes	Visitantes/ Turistas
Até 15 dias	66,2%	51,9%	62,9%	50,3%	65,4%	58,6%	60,3%	56,1%
De 15 dias até 1 mês	14,8%	20,8%	17,2%	15,3%	11,2%	11,5%	13,7%	11,2%
Entre 1 e 3 meses	9,4%	14,2%	5,8%	13,1%	9,5%	15,2%	9,5%	13,7%
De 3 até 6 meses	1,6%	7,5%	2,1%	8,7%	2,8%	4,5%	5%	6,7%
De 6 meses a 1 ano	3,3%	4,7%	3,2%	7,1%	2,5%	4,1%	2,8%	3,5%
Acima de 1 ano	4,7%	0,9%	8,8%	5,5%	8,7%	6,1%	8,7%	8,8%

O principal meio de transporte utilizado para chegar aos polos do Carnaval de Natal foi táxi ou transporte por aplicativo (35,7%), seguido de carro próprio (33,2%), evidenciando que mais de dois terços do público optaram por deslocamentos individuais motorizados. O uso de ônibus ou van representou 8,6%, demonstrando participação relevante do transporte coletivo, enquanto 12% dos foliões chegaram a pé, percentual que reflete a descentralização dos polos e a proximidade de parte do público. A motocicleta (4,8%) e o carro alugado (4%) também ganharam destaque em 2026, indicando diversificação nas formas de deslocamento. Os demais meios, como bicicleta (0,3%), carona (0,1%) e outros (1,3%), mantiveram participação mais discreta. O conjunto dos dados aponta para equilíbrio entre praticidade, mobilidade urbana e alternativas de transporte.

O transporte por aplicativo permanece como a alternativa mais utilizada desde 2023, variando entre 33% e 38%, mantendo-se em patamar semelhante em 2026. O carro próprio, que havia atingido pico em 2025 (40,4%), retornou a um nível próximo ao observado em 2023 e 2024, reforçando equilíbrio na preferência dos foliões. O transporte coletivo apresentou leve crescimento em 2026 em relação a 2025, o que pode indicar maior organização ou ampliação da oferta. Já motocicleta e carro alugado demonstram tendência gradual de crescimento ao longo da série, especialmente em 2026. A pesquisa revela um padrão de mobilidade, com predominância de soluções individuais, mas com presença diversificada de alternativas, acompanhando a dinâmica urbana e o perfil variado do público do evento.

Tabela 18 Meio de transporte utilizado:

	2023	2024	2025	2026
Táxi/App	37,9%	36,2%	33,4%	35,7%
Carro próprio	33,4%	35%	40,4%	33,2%
A pé	16,3%	17,9%	12,5%	12%
Ônibus/Van	6,9%	6%	5,6%	8,6%
Motocicleta	2,1%	2,5%	3,3%	4,8%
Carro alugado	2,4%	1,5%	2,8%	4%
Bicicleta	0,4%	0,6%	0,7%	0,3%
Carona	0,1%	0,2%	1,2%	0,1%
Outros	0,4%	0,2%	0,2%	1,3%

Entre os visitantes e turistas, o principal formato de permanência no município foi o bate e volta (39,2%), indicando que uma parcela significativa optou por não pernoitar em Natal. Entre aqueles que utilizaram hospedagem, o hotel/pousada e similares representaram 24,2%, seguidos por casa de parentes ou amigos (17,8%) e casa alugada (17,5%), demonstrando distribuição relativamente equilibrada entre as modalidades. As opções outros (1%) e segunda residência (0,3%) tiveram participação mais discreta. O cenário de 2026 sugere maior presença de visitantes regionais, que realizam deslocamentos de curta duração, ao mesmo tempo em que mantém diversidade nas formas de hospedagem utilizadas.

Em 2023 e 2024, predominavam as modalidades formais e de maior permanência, como casa alugada (37,6% em 2023) e hotel/pousada (43,5% em 2024). Em 2025 já se percebia crescimento expressivo do bate e volta (27,5%), tendência que se consolidou em 2026 com 39,2%. Paralelamente, a participação dos hotéis, que chegou a superar 40% em 2024, ajustou-se para 24,2% em 2026, mantendo ainda representatividade relevante. A modalidade de casa alugada, após queda significativa em 2025, voltou a crescer em 2026, enquanto a hospedagem em casa de parentes/amigos manteve-se estável ao longo da série. De forma coerente, os dados indicam adaptação do perfil turístico ao longo dos anos, com maior presença de visitantes de proximidade e maior flexibilidade nas escolhas de permanência, sem descaracterizar a importância do setor hoteleiro e das demais modalidades de hospedagem.

Tabela 19 (Para visitantes e turistas) Hospedagem utilizada:

	2023	2024	2025	2026
Bate e volta (não usou)	11,3%	8,4%	27,5%	39,2%
Hotel/pousada e similares	34,6%	43,5%	38,6%	24,2%
Casa de parentes/amigos	13,2%	20,8%	22,2%	17,8%
Casa alugada	37,6%	26%	10,6%	17,5%
Segunda residência	1,9%	0,6%	1,1%	0,3%
Outras	1,5%	0,6%	0%	1%

Satisfação

Em 2026, a divulgação do Carnaval de Natal apresentou avaliação amplamente positiva, com 55,9% classificando como ótima e 34,9% como boa, totalizando 90,8% de aprovação (ótima + boa). As avaliações intermediárias e negativas foram reduzidas: 6,9% regular, 0,7% ruim e 0,6% péssima, além de 1% que não soube avaliar. Em comparação com 2025, quando a aprovação foi de 80,2%, observa-se avanço significativo na percepção da comunicação do evento, evidenciando maior eficiência nas estratégias de divulgação.

Gráfico 14 Avaliação da divulgação do evento:

	Ótima + Boa	Ótima	Boa	Regular	Ruim	Péssima	Não sabe
2023	81,5%	36,4%	45,1%	10,4%	3,1%	0,9%	4%
2024	89,1%	45,3%	43,8%	7,1%	0,9%	0,5%	2,5%
2025	80,2%	36%	44,2%	11,3%	4,3%	1,7%	2,5%
2026	90,8%	55,9%	34,9%	6,9%	0,7%	0,6%	1%

O acesso foi avaliado como ótimo por 46,9% e bom por 45,9%, somando 92,8% de avaliação positiva em 2026. Apenas 5,2% consideraram regular, 1,1% ruim e 0,7% péssimo, com 0,1% sem opinião. Em relação a 2025 (94% de aprovação), o indicador mantém patamar elevado e estável, demonstrando consistência na logística e mobilidade dos polos.

Gráfico 15 Avaliação do acesso ao local do evento:

	Ótimo + Bom	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	93,5%	42,9%	50,6%	5,4%	0,9%	0,3%	0%
2024	94,3%	46,2%	48,1%	4,8%	0,5%	0,3%	0,2%
2025	94%	38,4%	55,6%	3,3%	2,2%	0,2%	0,3%
2026	92,8%	46,9%	45,9%	5,2%	1,1%	0,7%	0,1%

A estrutura recebeu 56,1% de ótima e 41,5% de boa, alcançando 97,6% de aprovação, um dos melhores resultados da série. As avaliações negativas foram mínimas: 1,6% regular, 0,4% ruim e 0,3% péssimo, com 0,1% não sabe. Em comparação com 2025 (94,1%), houve crescimento na avaliação máxima, indicando melhoria perceptível na organização dos espaços.

Gráfico 16 Avaliação do espaço físico e estrutura do evento:

	Ótimo + Bom	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	92,7%	39,6%	53,1%	5,9%	1%	0,3%	0,1%
2024	95,2%	45,6%	49,6%	4,5%	0,3%	0%	0%
2025	94,1%	41,9%	52,2%	4,8%	1%	0%	0,2%
2026	97,6%	56,1%	41,5%	1,6%	0,4%	0,3%	0,1%

Sobre as atrações musicais em 2026, 49,4% avaliaram como ótimas e 40% como boas, totalizando 89,4% de aprovação. As avaliações foram 7,9% regular, 1,1% ruim, 0,1% péssimo e 1,4% não sabe. Frente a 2025 (82,2% de aprovação), observa-se avanço significativo, refletindo maior alinhamento da programação musical às expectativas do público.

Gráfico 17 Avaliação das atrações musicais do evento:

	Ótima + Boa	Ótima	Boa	Regular	Ruim	Péssima	Não sabe
2023	78,5%	28,4%	50,1%	12,4%	2,3%	0,7%	6%
2024	88,3%	37,9%	50,4%	8,8%	1,5%	0,3%	1,1%
2025	82,2%	33,4%	48,8%	9,3%	3%	0,8%	4,7%
2026	89,4%	49,4%	40%	7,9%	1,1%	0,1%	1,4%

A organização alcançou 48,9% de ótima e 46,3% de boa, somando 95,2% de avaliação positiva. Apenas 3,8% consideraram regular, 0,3% ruim, 0,3% péssimo e 0,4% não souberam responder. Em relação a 2025 (94,1%), o indicador mantém-se elevado, com leve crescimento na avaliação máxima.

Gráfico 18 Avaliação da organização do evento:

	Ótima + Boa	Ótima	Boa	Regular	Ruim	Péssima	Não sabe
2023	92,8%	35,4%	57,4%	5,1%	0,9%	0%	1,1%
2024	96,6%	41,4%	55,2%	1,8%	0,8%	0%	0,8%
2025	94,1%	38,5%	55,6%	3,3%	0,7%	0,3%	1,5%
2026	95,2%	48,9%	46,3%	3,8%	0,3%	0,3%	0,4%

Os locais de alimentação foram avaliados como ótimos por 32,2% e bons por 52,5%, resultando em 84,7% de aprovação. As avaliações foram 8,5% regulares, 1,3% ruins, 0% péssimas e 5,5% não sabem. Comparado a 2025 (86%), há leve estabilidade, mantendo boa percepção quanto à oferta gastronômica.

Gráfico 19 Avaliação dos locais de alimentação no evento:

	Ótimo + Bom	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	81%	24,4%	56,6%	9,7%	1,9%	0,9%	6,6%
2024	83,8%	28%	55,8%	10%	1,2%	0,2%	4,8%
2025	86%	29,4%	56,6%	6,1%	0,8%	0%	7%
2026	84,7%	32,2%	52,5%	8,5%	1,3%	0%	5,5%

A segurança registrou 48,7% de ótima e 47,3% de boa, totalizando 96% de aprovação. Apenas 3% avaliaram como regular, sem registros relevantes de ruim ou péssimo (0%), e 1% não soube opinar. Em relação a 2025 (92,7%), observa-se melhora expressiva, reforçando confiança do público.

Gráfico 20 Avaliação da segurança no evento:

	Ótima + Boa	Ótima	Boa	Regular	Ruim	Péssima	Não sabe
2023	92,6%	45%	47,6%	4%	0,6%	0,4%	2,4%
2024	94,1%	44,2%	49,9%	3,7%	0,6%	0,8%	0,8%
2025	92,7%	38,7%	54%	4,3%	1%	0%	2%
2026	96%	48,7%	47,3%	3%	0%	0%	1%

Sobre os transportes, 17,2% avaliaram como ótimos e 42,1% como bom, somando 59,3% de aprovação. As demais avaliações foram 7,9% regular, 1,6% ruim, 0,3% péssimo e 30,9% não sabe. Comparado a 2025 (41,7% de aprovação), houve avanço relevante, com redução expressiva da parcela que não soube avaliar, indicando maior visibilidade e percepção do serviço.

Gráfico 21 Avaliação dos transportes no evento:

	Ótimo + Bom	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	52,9%	15,9%	37%	8,7%	4,1%	3,1%	31,1%
2024	36,3%	7,9%	28,4%	8,2%	4%	1,8%	49,8%
2025	41,7%	10,8%	30,9%	3,3%	2,2%	0,7%	52,2%
2026	59,3%	17,2%	42,1%	7,9%	1,6%	0,3%	30,9%

A limpeza urbana foi avaliada como ótima por 26,4% e boa por 61,6%, alcançando 88% de aprovação. As avaliações negativas foram baixas: 8,2% regular, 1,7% ruim, 0,6% péssimo e 1,6% não sabe. Em comparação com 2025 (86,2%), observa-se leve crescimento, evidenciando continuidade na eficiência do serviço.

Gráfico 22 Avaliação da limpeza urbana no evento:

	Ótima + Boa	Ótima	Boa	Regular	Ruim	Péssima	Não sabe
2023	78,9%	23%	55,9%	14,7%	3,1%	1,1%	2,1%
2024	82,1%	24,2%	57,9%	12,2%	2,5%	0,9%	2,3%
2025	86,2%	25,4%	60,8%	9,5%	3,2%	0%	1,2%
2026	88%	26,4%	61,6%	8,2%	1,7%	0,6%	1,6%

Os preços foram avaliados como ótimos por 7,5% e bons por 38,6%, totalizando 46,1% de aprovação. As demais avaliações foram 25,3% regulares, 9,6% ruins, 2,1% péssimas e 16,9% não sabem. Em relação a 2025 (49,1%), o indicador mantém estabilidade dentro do padrão histórico, demonstrando que, embora seja o item mais sensível, a percepção permanece equilibrada e coerente com eventos de grande porte.

Gráfico 23 Avaliação dos preços cobrados no evento:

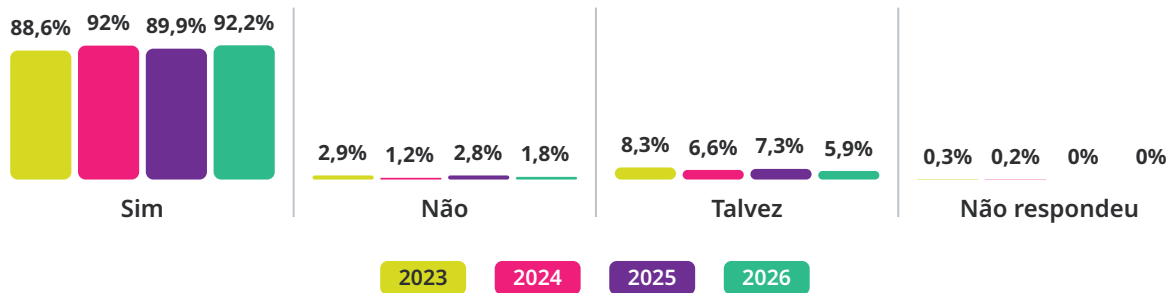
	Ótimo + Bom	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	Não sabe
2023	49%	7,4%	41,6%	26,4%	8,6%	4,3%	11,7%
2024	56,6%	7,9%	48,7%	28,2%	5,1%	1,5%	8,6%
2025	49,1%	8,6%	40,5%	28,1%	7,5%	2,7%	12,6%
2026	46,1%	7,5%	38,6%	25,3%	9,6%	2,1%	16,9%

Aprovação

O índice de aprovação e intenção de retorno ao Carnaval de Natal manteve-se em patamar elevado. 92,2% dos participantes afirmaram que pretendem voltar na próxima edição, enquanto apenas 1,8% declararam que não retornariam e 5,9% responderam talvez. Não houve registros de não resposta. O resultado evidencia alto grau de satisfação geral com o evento, demonstrando fidelização do público e forte potencial de continuidade no fluxo de participantes para as próximas edições.

Em 2025, a intenção de retorno foi de 89,9%, já elevada, e em 2024 atingiu 92%, percentual muito próximo ao registrado em 2026. Em 2023, o índice foi de 88,6%, igualmente alto. A leve redução na categoria “talvez” ao longo do tempo — de 8,3% em 2023 para 5,9% em 2026 — indica maior convicção dos participantes quanto à decisão de retornar. Da mesma forma, o percentual de respostas negativas permanece baixo em toda a série histórica. Os dados revelam uma consistência na percepção positiva do evento, consolidando o Carnaval de Natal como uma experiência bem avaliada e com forte capacidade de retenção de público.

Gráfico 24 Pretende voltar ao Carnaval de Natal?



A probabilidade de indicação do Carnaval de Natal apresentou resultado bastante expressivo. A nota 10 foi atribuída por 57,9% dos participantes, representando o maior percentual da série histórica. As notas 9 (16,1%) e 8 (19,1%) também tiveram participação relevante, de modo que 93,1% dos entrevistados atribuíram notas entre 8 e 10, indicando elevado nível de recomendação do evento. As notas intermediárias foram pouco representativas — 7 (4,5%), 6 (1,4%), 5 (0,7%) — e as avaliações mais baixas (0 a 4) somaram percentuais residuais, todos inferiores a 0,2% individualmente. O cenário demonstra forte satisfação e elevado potencial de recomendação espontânea.

A nota 10, que já apresentava percentual elevado em 2023 (42%), manteve-se estável em 2024 (42,8%) e 2025 (41,9%), até alcançar crescimento significativo em 2026 (57,9%). Paralelamente, as notas intermediárias, como 7 e 8, reduziram proporcionalmente, indicando migração para avaliações máximas. As notas baixas permanecem praticamente inexistentes ao longo de toda a série histórica, reforçando a estabilidade positiva do evento. Assim, a pesquisa evidencia o fortalecimento da imagem do Carnaval de Natal, com aumento expressivo do nível de promotores e consolidação do evento como experiência altamente recomendável.

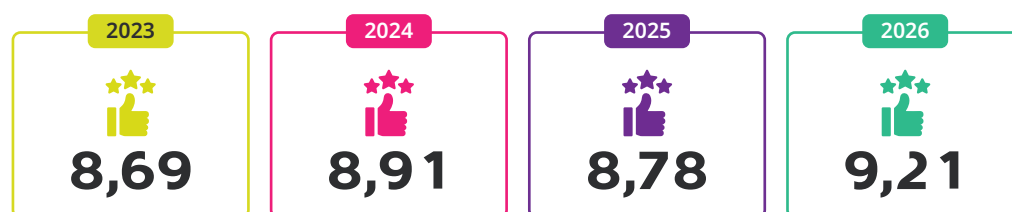
Tabela 20 De 0 a 10, indicaria o Carnaval de Natal?

	2023	2024	2025	2026
0	0,4%	0%	0,3%	0%
1	0%	0,2%	0%	0,1%
2	0,4%	0,6%	0,2%	0%
3	0,6%	0,3%	0%	0%
4	0,4%	0,3%	0,7%	0,1%
5	2%	0,8%	1,5%	0,7%
6	2,1%	1,4%	2,7%	1,4%
7	10%	5,4%	8,3%	4,5%
8	26,2%	25,1%	25,9%	19,1%
9	15,8%	23,1%	18,6%	16,1%
10	42%	42,8%	41,9%	57,9%

A nota média geral de avaliação do Carnaval de Natal atingiu 9,21, representando o melhor desempenho de toda a série histórica analisada. O resultado confirma o elevado nível de satisfação dos participantes, refletindo a consolidação do evento como uma experiência altamente positiva para o público. A média acima de 9 pontos reforça a percepção de qualidade na organização, estrutura, programação e serviços ofertados durante a festividade.

Em 2023, a média foi de 8,69, evoluindo para 8,91 em 2024, ajustando-se levemente para 8,78 em 2025, e alcançando crescimento significativo em 2026. O avanço para 9,21 indica não apenas recuperação, mas superação dos patamares anteriores, demonstrando amadurecimento do evento e alinhamento cada vez maior às expectativas do público. Deste modo, os demais indicadores de aprovação e intenção de retorno, a elevação da nota média consolida o Carnaval de Natal como um dos eventos mais bem avaliados do calendário festivo regional.

Gráfico 25 Nota média:

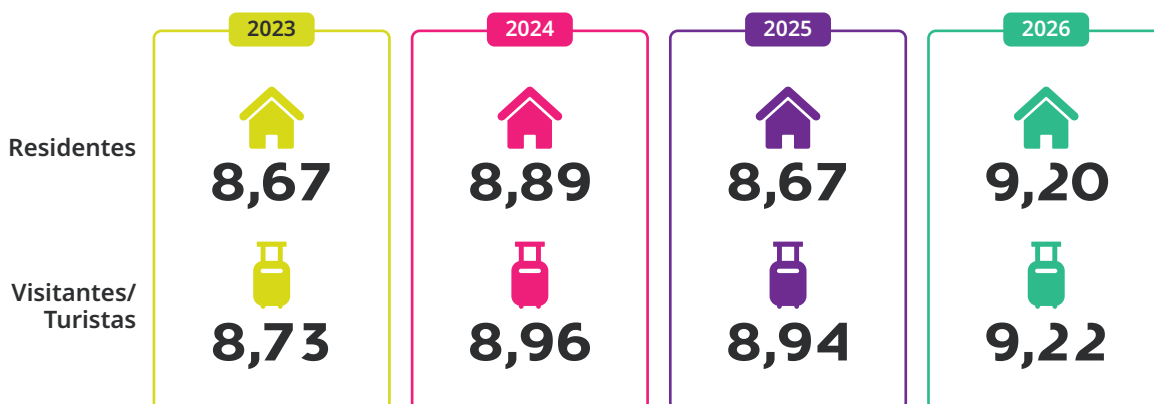


A nota média de indicação do Carnaval de Natal atingiu patamar elevado tanto entre residentes quanto entre visitantes e turistas. Os residentes atribuíram média 9,20, enquanto os visitantes/turistas registraram média 9,22, evidenciando percepção extremamente positiva do evento em ambos os públicos. Os resultados demonstram alto nível de satisfação e forte propensão à recomendação, consolidando o carnaval como experiência bem avaliada independentemente da origem do participante.

Entre os residentes, a nota média passou de 8,67 para 9,20, representando crescimento consistente na percepção positiva. Entre os visitantes e turistas, o indicador evoluiu de 8,94 para 9,22, reforçando ainda mais o reconhecimento externo da qualidade do evento. Considerando a série histórica desde 2023, percebe-se trajetória ascendente, especialmente em 2026, quando ambas as

médias ultrapassam a marca de 9 pontos. O resultado evidencia consolidação do Carnaval de Natal como evento de alta recomendação, com avaliação convergente entre público local e visitante.

Gráfico 26 Nota média, por tipo de público:



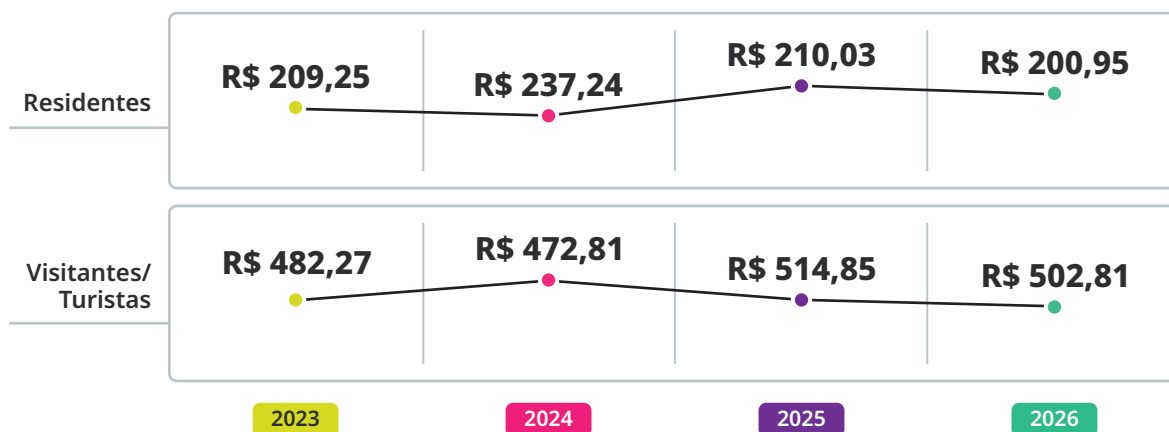
Gastos

O Gasto Médio Diário Individual (GMDI) dos participantes do Carnaval de Natal foi de R\$ 200,95 entre os residentes e R\$ 502,81 entre os visitantes e turistas. O dado confirma a diferença estrutural entre os dois públicos, uma vez que o visitante apresenta despesas mais amplas, especialmente por incluir hospedagem, maior consumo em alimentação e deslocamentos. Ainda assim, o gasto do morador permanece expressivo, refletindo engajamento no evento e participação ativa na programação carnavalesca.

Entre os residentes, o gasto havia sido de R\$ 209,25 em 2023, subindo para R\$ 237,24 em 2024, retornando para R\$ 210,03 em 2025 e ajustando-se para R\$ 200,95 em 2026. A leve redução recente acompanha o aumento da participação de públicos de menor renda, mantendo coerência com o perfil socioeconômico identificado. Já entre os visitantes, o GMDI permanece elevado ao longo de toda a série histórica: R\$ 482,27 em 2023, R\$ 472,81 em 2024, atingindo pico de R\$ 514,85 em 2025 e mantendo patamar alto em R\$ 502,81 em 2026. Mesmo com pequeno ajuste em relação ao ano anterior, o valor atual continua superior aos registrados em 2023 e 2024.

O levantamento revela um padrão de gastos ao longo dos anos, com manutenção do forte impacto econômico gerado pelo público visitante e estabilidade no consumo dos residentes, reforçando o Carnaval de Natal como evento de significativa relevância econômica para o município.

Gráfico 27 Gasto médio diário individual, por tipo de público:



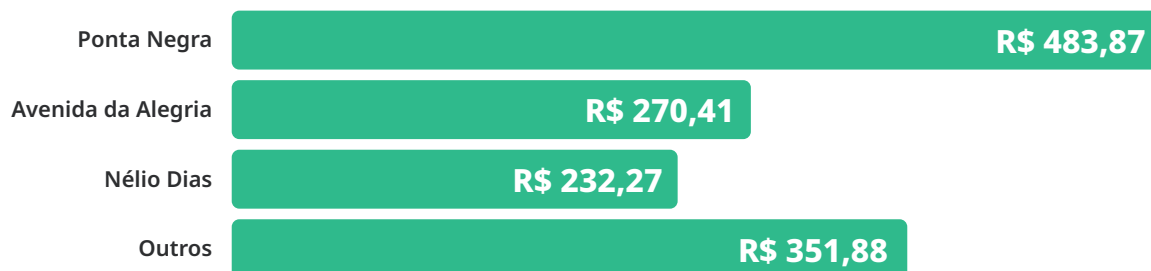
O gasto médio individual por polo carnavalesco evidencia diferenças significativas no padrão de consumo entre os espaços da festa. Ponta Negra apresenta o maior valor, com R\$ 483,87 por pessoa, destacando-se como o polo de maior potencial econômico individual. Em seguida aparecem os Outros polos, com R\$ 351,88, enquanto a Avenida da Alegria registra R\$ 270,41 e o Nélio Dias, R\$ 232,27, representando os menores níveis médios de gasto.

Os resultados estão diretamente associados ao perfil socioeconômico identificado anteriormente. Ponta Negra concentra maior proporção de público com nível superior (62,9%), maior presença de rendas acima de 6 salários-mínimos e renda média de 5,0 salários-mínimos, o que explica o maior ticket médio. Já a Avenida da Alegria e o Nélio Dias, que apresentam predominância de público com ensino médio e maior concentração nas faixas de até 2 salários-mínimos, registram naturalmente valores médios de gasto mais moderados. Os “Outros polos” mantêm comportamento intermediário, coerente com seu perfil de renda média também intermediária.

Assim, os dados demonstram que o Carnaval de Natal possui dinâmica econômica diferenciada por território, com polos que operam como âncoras de maior movimentação financeira individual e outros com perfil mais popular,

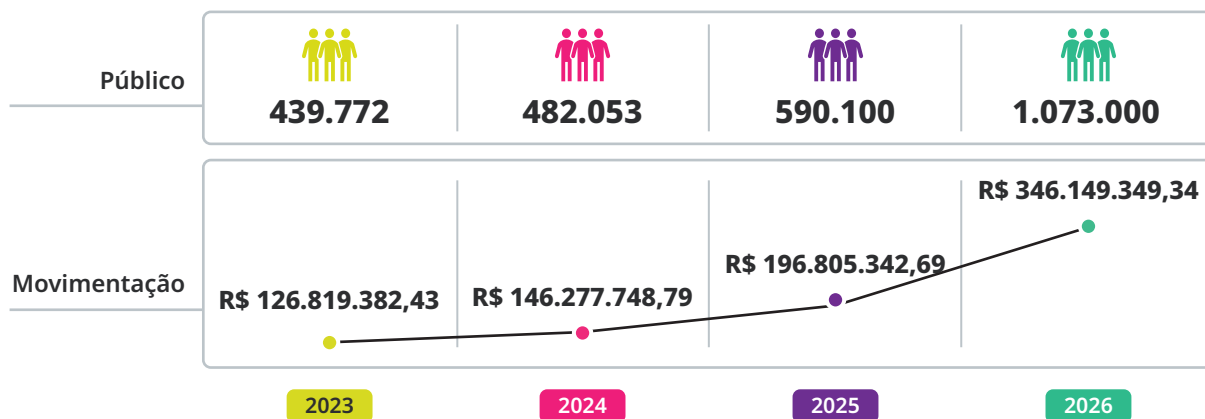
ampliando o alcance social da festa. Essa segmentação reforça a importância estratégica de cada polo na composição do impacto econômico global do evento.

Gráfico 28 Gasto médio diário individual, por polo:



Em 2026, o Carnaval de Natal alcançou seu maior patamar histórico, reunindo 1.073.000 participantes e gerando uma movimentação econômica de R\$ 346.149.349,34. O resultado consolida o evento como um dos principais vetores econômicos do município, com forte impacto sobre comércio, serviços e turismo. Em comparação com 2025, quando foram registrados 590.100 participantes e R\$ 196.805.342,69 em movimentação, observa-se crescimento extremamente expressivo tanto no fluxo de público quanto no volume financeiro, praticamente dobrando o número de participantes e ampliando significativamente a circulação de recursos na economia local.

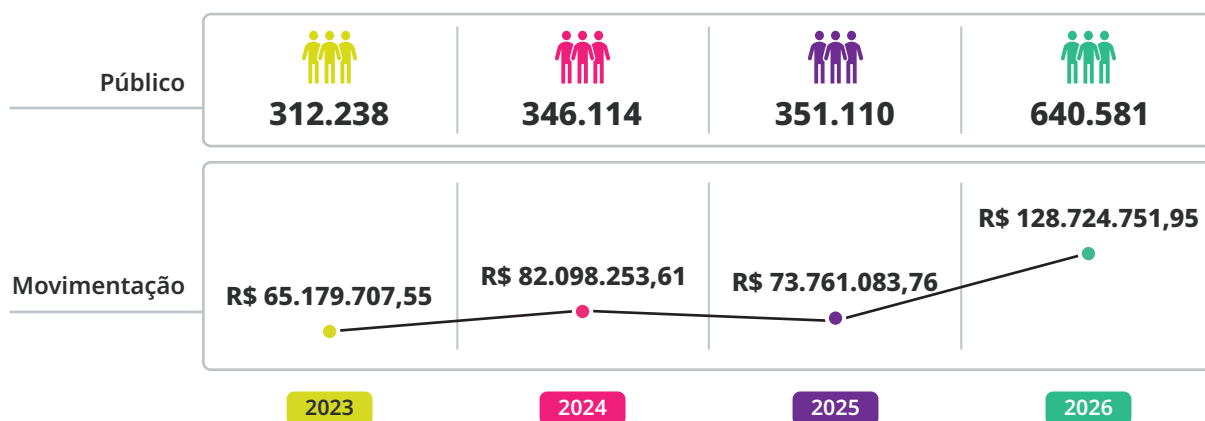
Gráfico 29 Público estimado e movimentação econômica geral*:



*Público total informado pela Prefeitura de Natal.

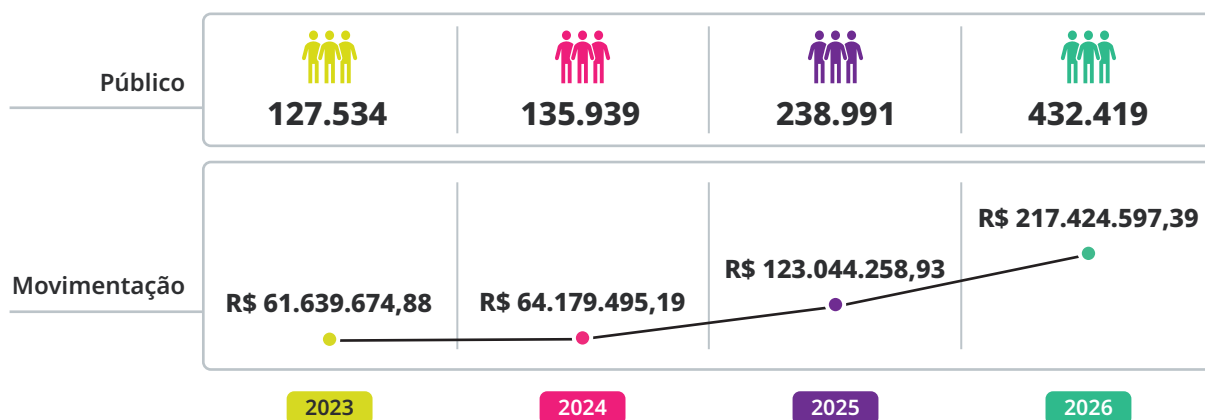
Entre os residentes, 2026 contabilizou 640.581 pessoas, responsáveis por uma movimentação estimada em R\$ 128.724.751,95. O dado evidencia forte engajamento da população local e ampliação do consumo interno durante o período festivo. Em relação a 2025, quando haviam sido registrados 351.110 residentes e R\$ 73.761.083,76 em movimentação, verifica-se aumento substancial tanto no público quanto no impacto financeiro gerado pelos natalenses, reforçando o fortalecimento da economia urbana e da participação da população no evento.

Gráfico 30 Público estimado e movimentação econômica geral dos residentes*:



*Público total informado pela Prefeitura de Natal.

No caso dos visitantes e turistas, o desempenho de 2026 também foi determinante para o resultado global. Foram 432.419 visitantes, gerando R\$ 217.424.597,39 em movimentação econômica — valor que supera com folga os 238.991 visitantes e os R\$ 123.044.258,93 registrados em 2025. O crescimento do público externo foi decisivo para a expansão do impacto econômico total, evidenciando o fortalecimento do Carnaval de Natal como produto turístico competitivo e cada vez mais atrativo em âmbito regional e nacional.

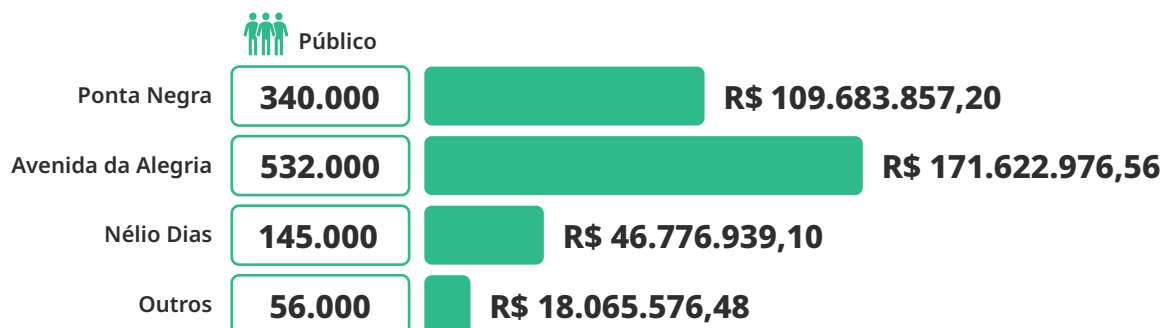
Gráfico 31 Público estimado e movimentação econômica geral dos visitantes e turistas*:

*Público total informado pela Prefeitura de Natal.

A distribuição da movimentação econômica por polo carnavalesco evidencia forte concentração nos principais eixos da festa. A Avenida da Alegria liderou em público, com 532.000 participantes, gerando R\$ 171.622.976,56, o que representa aproximadamente metade de toda a circulação financeira do carnaval. Em seguida, Ponta Negra registrou 340.000 pessoas e R\$ 109.683.857,20 em movimentação, consolidando-se como segundo maior polo em impacto econômico. O Nélio Dias reuniu 145.000 foliões, com R\$ 46.776.939,10 em circulação, enquanto os Outros polos somaram 56.000 participantes e R\$ 18.065.576,48. No total, o evento alcançou 1.073.000 pessoas e R\$ 346.149.349,34 em movimentação, demonstrando forte capilaridade territorial.

Os dados revelam grande volume de público e geração de receita, indicando que os polos com maior concentração de foliões também são responsáveis pelos maiores impactos econômicos. Avenida da Alegria e Ponta Negra, juntas, concentraram mais de 80% da circulação financeira do evento, funcionando como verdadeiros polos âncora do carnaval. Ao mesmo tempo, Nélio Dias e os demais polos desempenham papel estratégico na descentralização da festa, ampliando o alcance geográfico e distribuindo os benefícios econômicos para diferentes regiões da cidade.

De forma geral, a movimentação por polo confirma a dimensão do Carnaval de Natal em 2026, com estrutura consolidada, forte atração de público e geração significativa de renda. A diversificação dos polos permite equilibrar grande concentração de público em áreas estratégicas com expansão territorial, fortalecendo tanto o dinamismo econômico quanto a organização do evento.

Gráfico 32 Público estimado e movimentação econômica por polo:

A movimentação econômica do Carnaval de Natal totalizou R\$ 346.149.349,34, distribuída de forma estratégica entre os principais segmentos de consumo. O maior volume concentrou-se em Alimentos e Bebidas, que alcançou R\$ 157.264.403,07, confirmando o protagonismo de bares, restaurantes e comércio alimentício durante o evento. Em seguida aparecem Hospedagem, com R\$ 67.184.200,59, e Compras, com R\$ 54.716.521,56, evidenciando impacto significativo tanto na rede hoteleira quanto no varejo. O setor de Transporte movimentou R\$ 41.103.072,73, enquanto Diversão somou R\$ 25.881.151,39, completando a composição do impacto financeiro da festa.

Entre os turistas, a movimentação atingiu R\$ 217.424.597,39, com destaque para Alimentos e Bebidas (R\$ 81.316.799,42) e Hospedagem (R\$ 67.184.200,59), que juntos representam parcela substancial do orçamento do visitante. Também se sobressaem os gastos com Compras (R\$ 26.525.800,88) e Transporte (R\$ 25.656.102,49), além de Diversão (R\$ 16.741.694,00). O perfil confirma que o público externo é determinante para o desempenho da hotelaria e contribui de forma expressiva para os demais setores.

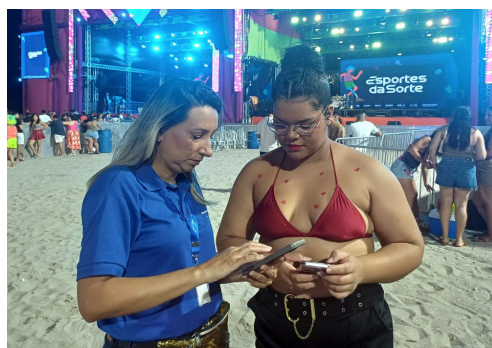
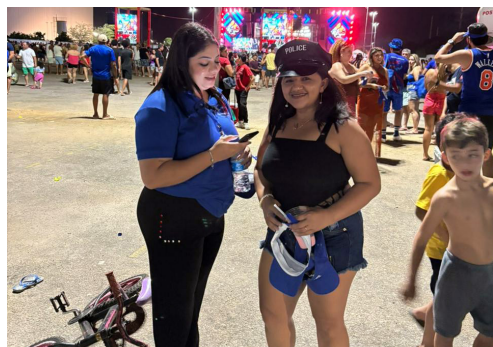
Já entre os residentes, a movimentação totalizou R\$ 128.724.751,95, concentrando-se principalmente em Alimentos e Bebidas (R\$ 75.947.603,65) e Compras (R\$ 28.190.720,68). Os gastos com Transporte (R\$ 15.446.970,23) e Diversão (R\$ 9.139.457,39) também contribuíram para o resultado, enquanto não houve impacto relevante em hospedagem, como esperado para o público local. De forma geral, os dados evidenciam complementaridade entre o consumo de residentes e turistas, demonstrando que o crescimento do carnaval fortalece simultaneamente setores ligados ao turismo e ao comércio urbano, ampliando o efeito multiplicador na economia municipal.

Tabela 21 Movimentação econômica por segmento e tipo de público:

	Hospedagem	Alimentos/ Bebidas	Compras	Transporte	Diversão
Residentes	-	R\$ 75.947.603,65	R\$ 28.190.720,68	R\$ 15.446.970,23	R\$ 9.139.457,39
Visitantes/ Turistas	R\$ 67.184.200,59	R\$ 81.316.799,42	R\$ 26.525.800,88	R\$ 25.656.102,49	R\$ 16.741.694,00
TOTAL	R\$ 67.184.200,59	R\$ 157.264.403,07	R\$ 54.716.521,56	R\$ 41.103.072,73	R\$ 25.881.151,39

4

Anexo





Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio