

PESQUISA DE

PERFIL DOS
PARTICIPANTES DO

SÃO JOÃO DE NATAL

JUNHO
2026



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

Beatriz Silva Melo

Hugo Sergio Zacarias Ribeiro

Jacqueline Aires C. Paiva

Katyuscia Wanessa Silva dos Santos

Luanna Shirley de Medeiros Cunha

Maria Glória Pinto Aguiar

Maria Eduarda Aires Paiva Leal

Rogério Mateus Antunes de Carvalho

Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução	04
2. Aspectos técnicos	05
3. Síntese dos resultados	06
Perfil dos participantes	06
Origem	08
Comportamento	10
Planejamento	13
Logística	14
Avaliação e lealdade	15
NPS	20
Sugestões de melhorias	21
Gastos	22
Movimentação econômica	23
4. Anexos	25

1

Introdução

O São João de Natal consolidou-se como uma das principais celebrações juninas do calendário cultural e turístico do Rio Grande do Norte, reunindo moradores, visitantes e turistas em torno de uma programação marcada por atrações musicais, tradição popular, lazer, convivência social e valorização da cultura nordestina. Além de sua relevância simbólica e cultural, o evento também exerce papel importante na movimentação econômica local, ao estimular o consumo em segmentos como alimentação, bebidas, transporte, hospedagem, compras e serviços associados à experiência festiva.

Com o objetivo de compreender o perfil dos participantes, seus hábitos de participação, padrões de deslocamento, formas de hospedagem, gastos médios, percepção sobre a estrutura oferecida e nível de satisfação com o evento, a pesquisa foi conduzida pelo Instituto Fecomércio RN durante a edição 2026 do São João de Natal. O levantamento permite identificar não apenas as características do público presente, mas também os principais fatores que influenciam sua participação, sua avaliação sobre os serviços disponíveis e os pontos que podem contribuir para o aprimoramento das próximas edições.

Este relatório apresenta os principais resultados da pesquisa, contemplando indicadores sociodemográficos, origem dos participantes, frequência de participação, decisão de comparecimento, meios de transporte, distribuição dos gastos, avaliação de diferentes aspectos do evento, intenção de retorno, nota média, NPS e sugestões de melhoria. Sempre que possível, os dados de 2026 são analisados em comparação com o ano anterior, oferecendo subsídios técnicos para gestores públicos, organizadores, entidades empresariais e demais agentes envolvidos no fortalecimento do São João de Natal como produto cultural, turístico e econômico.

2

Aspectos técnicos

A pesquisa sobre o perfil dos participantes do São João de Natal 2026 é de natureza quantitativa, com caráter descritivo, realizada por meio de entrevistas presenciais com aplicação de questionário estruturado junto ao público participante do evento. O levantamento foi realizado durante o período junino do município, contemplando residentes, visitantes e turistas presentes nos espaços de realização da festa, com o objetivo de identificar o perfil sociodemográfico dos participantes, seus hábitos de participação, formas de deslocamento e hospedagem, padrões de gasto, avaliação dos serviços e estruturas, além dos níveis de satisfação, recomendação e intenção de retorno.

Ao todo, foram realizadas 703 entrevistas, distribuídas de forma a captar diferentes perfis de público e momentos de participação no evento. Considerando os parâmetros estatísticos adotados, a pesquisa apresenta margem de erro de 4 pontos percentuais, para mais ou para menos, e nível de confiança de 95%. A coleta foi conduzida por uma equipe treinada e experiente, orientada quanto aos procedimentos de abordagem, aplicação do instrumento, padronização das respostas e controle de qualidade das informações levantadas em campo.

Após a coleta, os dados foram submetidos a processos de crítica, consistência, tratamento e tabulação, garantindo maior confiabilidade à base analítica utilizada no estudo. Os resultados são apresentados em percentuais, médias e indicadores sintéticos, permitindo a leitura do comportamento do público, a comparação com edições anteriores e a identificação de pontos fortes e oportunidades de melhoria.

Em conformidade com as boas práticas estatísticas e os princípios de melhoria contínua adotados pelo Instituto Fecomércio RN, a metodologia das pesquisas é revisada periodicamente, contemplando aperfeiçoamentos nos procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados. Essas atualizações metodológicas podem ocasionar variações em alguns indicadores históricos, sempre dentro dos limites estatisticamente aceitáveis, sem comprometer a comparabilidade e a consistência das séries temporais. A partir do próximo tópico, são apresentados os principais resultados da pesquisa.

3

Síntese dos resultados

Perfil dos participantes

O São João de Natal manteve predominância do público residente, que correspondeu a 62,9% dos participantes, enquanto visitantes e turistas representaram 37,1%. Embora os moradores da capital ainda sejam maioria, os dados mostram que o evento vem ampliando gradualmente sua capacidade de atrair pessoas de fora. Em comparação com 2025, a participação dos residentes recuou de 64,4% para 62,9%, enquanto o grupo de visitantes e turistas avançou de 35,6% para 37,1%.

Tabela 1. Tipo de público:

	2023	2025	2026
Residentes	71,7%	64,4%	62,9%
Visitantes e turistas	28,3%	35,6%	37,1%

O público do São João de Natal apresentou composição praticamente equilibrada por gênero, com leve maioria feminina, que correspondeu a 50,7% dos participantes, enquanto o público masculino representou 49,3%. Em relação a 2025, houve pequena ampliação da presença feminina, que passou de 49,8% para 50,7%, crescimento de 0,9 ponto percentual. Já a participação masculina recuou de 50,2% para 49,3%.

Tabela 2. Gênero:

	2023	2025	2026
Feminino	44%	49,8%	50,7%
Masculino	56%	50,2%	49,3%

A distribuição etária dos participantes do São João de Natal mostrou maior presença do público jovem, com destaque para a faixa de 16 a 24 anos, que chegou a 30,8% e se tornou o principal grupo do evento. Em comparação com 2025, essa faixa cresceu 2,9 pontos percentuais, saindo de 27,9% para 30,8%, enquanto o grupo de 25 a 34 anos teve queda expressiva, passando de 30,5% para 23,6%. A faixa de 35 a 44 anos permaneceu praticamente estável, com leve recuo de 24,4% para 24,1%, ao passo que os participantes de 45 a 65 anos aumentaram de 16,9% para 20,7%, indicando maior presença

de adultos maduros. Já o público acima de 65 anos seguiu residual, embora tenha passado de 0,3% para 0,7%.

Tabela 3. Faixa etária:

	2023	2025	2026
De 16 a 24 anos	21,3%	27,9%	30,8%
De 25 a 34 anos	37,9%	30,5%	23,6%
De 35 a 44 anos	23,3%	24,4%	24,1%
De 45 a 65 anos	17%	16,9%	20,7%
Acima de 65 anos	0,6%	0,3%	0,7%

A idade média geral dos participantes foi de 34,6 anos, indicando um público predominantemente adulto, mas ainda com forte presença de jovens e adultos jovens. Em comparação com 2025, houve aumento de 0,9 ano na média geral, que passou de 33,7 para 34,6 anos. Entre os residentes, ocorreu leve redução, de 34,8 para 34,1 anos, sugerindo um público local um pouco mais jovem em 2026. Já entre visitantes e turistas, a média subiu de forma mais expressiva, passando de 31,2 para 35,3 anos.

Tabela 4. Idade média por tipo de público:

	2023	2025	2026
Residentes	34,1	34,8	34,1
Visitantes e turistas	35	31,2	35,3
Geral	34,3	33,7	34,6

O público do São João de Natal apresentou maior concentração entre participantes com ensino médio, que representaram 59,4% do total, seguido por superior ou mais, com 30,4%, e fundamental, com 10,2%. Na comparação com 2025, observa-se estabilidade na faixa de ensino fundamental, que passou de 10,1% para 10,2%, e leve crescimento do ensino médio, de 57% para 59,4%. Em sentido contrário, a participação de pessoas com ensino superior ou mais recuou de 32,9% para 30,4%.

Tabela 5. Escolaridade:

	2023	2025	2026
Fundamental	5,3%	10,1%	10,2%
Médio	47,7%	57%	59,4%
Superior ou mais	47%	32,9%	30,4%

A renda mensal familiar dos participantes ficou mais concentrada nas faixas de menor renda, com 31,4% declarando renda de até 1 salário-mínimo e

47,3% entre 2 e 5 salários-mínimos. Juntas, essas duas faixas somam 78,7% do público, evidenciando o caráter popular do evento. Em relação a 2025, houve crescimento expressivo da faixa de até 1 salário-mínimo, que passou de 24,7% para 31,4%, enquanto o grupo de 2 a 5 salários-mínimos recuou de 53,2% para 47,3%. Também houve pequenas reduções nas faixas de maior renda: de 11,5% para 10,7% entre 6 e 10 salários-mínimos e de 4% para 3,4% entre aqueles com mais de 10 salários-mínimos.

Tabela 6. Renda mensal familiar:

	2023	2025	2026
Até 1 SM	20,9%	24,7%	31,4%
Entre 2 e 5 SM	54,4%	53,2%	47,3%
Entre 6 e 10 SM	13,4%	11,5%	10,7%
Mais de 10 SM	5,7%	4%	3,4%
NR	5,6%	6,7%	7,2%

A renda média familiar dos participantes do São João de Natal foi estimada em 3,1 salários-mínimos, confirmando um perfil econômico mais popular na edição mais recente. Na comparação com 2025, houve redução da média geral, que passou de 3,4 para 3,1 salários-mínimos. Entre os residentes, a renda média caiu de 3,3 para 3 salários-mínimos, enquanto entre visitantes e turistas houve leve recuo de 3,6 para 3,5 salários-mínimos. Apesar da queda nos dois grupos, o público de fora manteve renda média superior à dos moradores locais, com diferença de 0,5 salário-mínimo em 2026.

Tabela 7. Renda média mensal familiar em salários-mínimos:

	2023	2025	2026
Residentes	3,7	3,3	3
Visitantes e turistas	3,8	3,6	3,5
Geral	3,8	3,4	3,1

Origem

O público do São João de Natal permaneceu fortemente concentrado no Rio Grande do Norte, que respondeu por 95,6% dos participantes, confirmando o caráter predominantemente potiguar do evento. Em comparação com 2025, houve leve redução da presença de residentes no RN, de 96% para 95,6%, variação pequena que não altera o padrão geral de origem do público. Entre

os demais estados, as participações foram pontuais, com destaque para São Paulo, que passou de 0,7% para 1%, e Paraná, que apareceu em 2026 com 0,7%. A presença da Paraíba recuou de 1% para 0,4%, enquanto o Rio de Janeiro permaneceu estável em 0,6%.

Tabela 8. Estados de residência do público participante:

	2023	2025	2026
Rio Grande do Norte	93,9%	96%	95,6%
São Paulo	0,7%	0,7%	1%
Paraná	0,3%	0%	0,7%
Rio de Janeiro	1,9%	0,6%	0,6%
Paraíba	0,3%	1%	0,4%
Ceará	0,4%	0%	0,3%
Acre	0%	0%	0,3%
Rio Grande do Sul	0%	0,1%	0,3%
Amazonas	0%	0,1%	0,1%
Distrito Federal	0%	0%	0,1%
Minas Gerais	0,4%	0%	0,1%
Rondônia	0,1%	0%	0,1%
Outras respostas	2%	1,4%	0,3%

A origem municipal dos participantes do São João de Natal permaneceu concentrada na própria capital, com 62,9% dos entrevistados residentes em Natal, embora esse percentual tenha recuado em relação a 2025, quando era de 64,4%. Entre os municípios do entorno, Parnamirim aparece como o principal emissor, avançando de 10,1% para 12,4%, seguido por São Gonçalo do Amarante, que cresceu de 4,8% para 7,1%, e Extremoz, que passou de 3,8% para 4%. Esses movimentos indicam maior participação de moradores da Região Metropolitana na edição de 2026, reforçando o alcance regional do evento. Por outro lado, a categoria outras respostas caiu de 14,6% para 7,5%, sugerindo menor dispersão entre municípios de menor participação individual.

Tabela 9. Cidades de residência do público participante:

	2023	2025	2026
Natal	71,7%	64,4%	62,9%
Parnamirim	12,1%	10,1%	12,4%
São Gonçalo do Amarante	1,9%	4,8%	7,1%
Extremoz	1,7%	3,8%	4%
Curitiba	0,1%	0%	0,7%
São Paulo	0,3%	0,6%	0,7%
São José de Mipibu	0,4%	0%	0,7%
Santa Cruz	0,1%	0%	0,7%
Macaíba	2%	1,6%	0,7%
Rio de Janeiro	1,4%	0,1%	0,6%
Não informado	0%	0%	0,4%
Nísia Floresta	0,1%	0%	0,4%
Ceará-Mirim	0%	0%	0,4%
Vera Cruz	0%	0%	0,4%
Assú	0%	0%	0,3%
Outras respostas	8%	14,6%	7,5%

Comportamento

A participação no evento ocorreu principalmente na companhia de amigos, citados por 43% dos entrevistados, seguida por familiares, com 36,1%, e cônjuge ou namorado(a), com 23,9%. A presença de participantes que foram sozinhos representou 7,5%, enquanto outras formas de companhia foram residuais. Na comparação com 2025, o padrão geral permaneceu bastante estável: a participação com amigos teve leve recuo, de 43,4% para 43%, e com familiares caiu de 37,4% para 36,1%. Por outro lado, houve pequeno crescimento entre os que participaram com cônjuge ou namorado(a), de 22% para 23,9%, enquanto a participação individual diminuiu de 9,6% para 7,5%.

Tabela 10. Com quem passou o São João de Natal?

Múltiplas respostas

	2023	2025	2026
Amigos	37%	43,4%	43%
Familiares	34,4%	37,4%	36,1%
Cônjuge/Namorado(a)	30,1%	22%	23,9%
Sozinho	9%	9,6%	7,5%
Outros	0,1%	0,3%	0,1%

A frequência de participação nos festejos juninos de Natal mostrou uma mudança importante no perfil do público, com predominância de participantes que já haviam ido ao evento de duas a cinco vezes, grupo que alcançou 65,1%. Os estreantes representaram 27%, enquanto aqueles com seis participações ou mais somaram 8%. Em comparação com 2025, houve forte redução dos participantes de primeira vez, que passaram de 51,5% para 27%, ao mesmo tempo em que cresceu expressivamente o grupo de duas a cinco participações, de 40,6% para 65,1%. Já os participantes mais recorrentes permaneceram praticamente estáveis, passando de 7,9% para 8%.

Tabela 11. Quantas vezes já participou do São João de Natal?

	2023	2025	2026
Primeira vez	60%	51,5%	27%
Duas a cinco vezes	36,3%	40,6%	65,1%
Seis ou mais	3,7%	7,9%	8%

A frequência de participação variou de forma clara entre residentes e visitantes/turistas. Entre os residentes, predominam os participantes que já foram ao evento de duas a cinco vezes, com 71,1%, enquanto 19,9% estavam participando pela primeira vez e 9% já haviam ido seis vezes ou mais. Entre visitantes e turistas, também prevalece o grupo de duas a cinco participações, com 54,8%, mas a presença de estreantes é bem mais elevada, chegando a 39,1%.

Tabela 12. Quantidade de vezes de participação por tipo de público:

	Residentes	Visitantes e turistas
Primeira vez	19,9%	39,1%
Duas a cinco vezes	71,1%	54,8%
Seis ou mais	9%	6,1%

A média de participação no São João de Natal foi de 3,2 dias, indicando uma permanência mais prolongada ao longo da programação. Por tipo de público, a participação foi ligeiramente maior entre os residentes, em média 3,4 dias, enquanto visitantes e turistas registraram média de 3 dias.

Na comparação com 2025, houve crescimento em todos os recortes: a média geral passou de 2,7 para 3,2 dias; a participação entre os residentes aumentou de 2,8 para 3,4 dias e, entre visitantes e turistas, subiu de 2,6 para 3 dias.

Tabela 13. Média de dias de participação por tipo de público:

	2023	2025	2026
Residentes	2,6	2,8	3,4
Visitantes e turistas	2,2	2,6	3
Geral	2,5	2,7	3,2

O principal motivo de participação no evento foi a combinação entre festas gratuitas e atrações musicais, citada por 58,4% dos participantes, reforçando que a gratuidade do evento e a programação artística seguem como os maiores fatores de mobilização do público. Em relação a 2025, esse motivo ganhou ainda mais força, avançando de 54,2% para 58,4%. Por outro lado, a influência de propaganda/programação caiu de 37,9% para 24,7%, indicando menor peso relativo da comunicação formal na decisão de participação, apesar de continuar sendo o segundo fator mais citado. As menções a lazer, alegria e animação também recuaram, de 21% para 18,8%, enquanto já conhecia/tradição cresceu de 5% para 12,4%.

Tabela 14. Porque escolheu participar do São João de Natal? Múltiplas respostas

	2023	2025	2026
Festas gratuitas/atrações musicais	48,6%	54,2%	58,4%
Propaganda/Programação	33,4%	37,9%	24,7%
Lazer/alegria/animação	0%	21%	18,8%
Já conhecia/Tradição	8,3%	5%	12,4%
Amigos e familiares	9,9%	6,8%	8,4%
Organização/Estrutura	7,4%	6,4%	4,1%
Internet/Redes Sociais	3,4%	2,1%	3%
Localização/Perto de casa	1,6%	1,1%	0,6%
Outros	3,3%	0,7%	0,4%

A internet e as redes sociais se consolidaram como o principal canal de divulgação do São João de Natal, sendo citadas por 81,4% dos participantes. Na comparação com 2025, houve leve avanço em relação aos 80,9% registrados no ano anterior, mantendo os meios digitais como eixo central de comunicação do evento. A televisão apareceu em segundo lugar, com 13,6%, mas apresentou recuo frente a 2025, quando marcava 15,7%. Já a divulgação por amigos e familiares permaneceu praticamente estável, passando de 11,9% para 11,8%, reforçando a presença do boca a boca como apoio complementar à comunicação institucional. Os demais canais tiveram baixa representatividade, como divulgação no local (1,3%), já conhecia (0,7%) e rádio (0,6%).

Tabela 15. Como tomou conhecimento do São João de Natal? Múltiplas respostas

	2023	2025	2026
Internet/Redes Sociais	68,9%	80,9%	81,4%
Televisão	19,1%	15,7%	13,6%
Amigos e familiares	15,3%	11,9%	11,8%
No local	1,6%	1,4%	1,3%
Rádio	1%	1%	0,6%
Já conhecia	1,1%	0%	0,7%
Outros	0,9%	0%	0%

Planejamento

A decisão de participar dos festejos juninos de Natal continuou concentrada no curto prazo, com 61,1% dos participantes afirmando ter decidido ir ao evento com até 15 dias de antecedência. Em relação a 2025, esse percentual apresentou leve queda, passando de 63,5% para 61,1%, mas ainda confirma que a presença no evento é fortemente influenciada pela comunicação recente, pela programação divulgada nas semanas finais e pela mobilização de amigos e familiares. Também houve redução nas decisões tomadas entre 15 dias e 1 mês, de 22% para 19,9%, e entre 1 e 3 meses, de 12,6% para 8,1%. Em contrapartida, cresceram as decisões com maior antecedência: de 3 a 6 meses, de 1,1% para 5,4%; de 6 meses a 1 ano, de 0,3% para 3,6%; e acima de 1 ano, de 0,4% para 2%.

Tabela 16. Antecedência da decisão de ir para o evento:

	2023	2025	2026
Até 15 dias	83%	63,5%	61,1%
De 15 dias a 1 mês	12,3%	22%	19,9%
De 1 a 3 meses	3,7%	12,6%	8,1%
De 3 a 6 meses	0,3%	1,1%	5,4%
De 6 meses a 1 ano	0,3%	0,3%	3,6%
Acima de 1 ano	0,4%	0,4%	2%

A decisão de vir ao São João de Natal foi tomada majoritariamente no curto prazo tanto por residentes quanto por visitantes e turistas, mas com maior intensidade entre o público de fora. Entre os visitantes e turistas, 64,8% decidiram participar com até 15 dias de antecedência, percentual superior ao registrado entre os residentes, com 58,9%. Já os moradores apresentaram

maior concentração na faixa de 15 dias até 1 mês, com 21,9%, contra 16,5% entre visitantes, indicando um planejamento um pouco mais distribuído no curto prazo. Nas decisões de médio prazo, os percentuais ficaram próximos, como em 1 a 3 meses e 3 a 6 meses, enquanto os residentes tiveram leve vantagem na faixa de 6 meses a 1 ano.

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

	Residentes	Visitantes e turistas
Até 15 dias	58,9%	64,8%
De 15 dias a 1 mês	21,9%	16,5%
De 1 a 3 meses	8,4%	7,7%
De 3 a 6 meses	5%	6,1%
De 6 meses a 1 ano	4,1%	2,7%
Acima de 1 ano	1,8%	2,3%

Logística

O táxi/transporte por aplicativo foi o principal meio de deslocamento utilizado pelos participantes do São João de Natal, alcançando 44,6%, praticamente retomando o patamar de 2023 e avançando em relação a 2025, quando registrava 39%. O carro próprio aparece em segundo lugar, com 29,8%, também em crescimento frente aos 27,4% do ano anterior. O uso de ônibus/van passou de 9,6% para 10,5%, indicando leve ampliação do transporte coletivo ou compartilhado. Por outro lado, os deslocamentos a pé recuaram de 11,6% para 6%, assim como o uso de carro alugado, de 7,8% para 5,4%, e motocicleta, de 4,3% para 3,3%.

Tabela 18. Meio de transporte utilizado:

	2023	2025	2026
Táxi/App	44,9%	39%	44,6%
Carro próprio	35,9%	27,4%	29,8%
Ônibus/Van	5,4%	9,6%	10,5%
A pé	5,6%	11,6%	6%
Carro alugado	0,3%	7,8%	5,4%
Motocicleta	6,6%	4,3%	3,3%
Outros	1,4%	0,3%	0,4%

O perfil de hospedagem dos participantes do São João de Natal reforça o caráter predominantemente regional do evento, com o bate e volta permanecendo

como a principal modalidade de permanência, utilizada por 66,9% dos entrevistados. Entre aqueles que optaram por permanecer na cidade, destacaram-se a casa de parentes e amigos (11,4%), a casa alugada (10,3%) e os hotéis e pousadas (8,1%), além do surgimento da utilização de segunda residência (3,3%). Em comparação com 2025, observa-se redução expressiva da participação do bate e volta, acompanhada pelo aumento da utilização de praticamente todas as modalidades de hospedagem, especialmente hotéis e pousadas e casas alugadas.

Tabela 19. (Para visitantes e turistas) Hospedagem utilizada:

	2023	2025	2026
Bate e volta	66,7%	78,2%	66,9%
Casa de parentes/amigos	5,1%	9,9%	11,4%
Casa alugada	19,8%	7,1%	10,3%
Hotel/pousada e similares	7,3%	3,8%	8,1%
Segunda residência	0%	0%	3,3%
Outras	1,1%	1%	0%

Avaliação e lealdade

A divulgação do São João de Natal foi avaliada de forma bastante favorável, com 57,1% dos participantes classificando como ótima e 35,5% como boa, totalizando 92,6% de avaliações positivas. Em comparação com 2025, houve redução na avaliação máxima, já que o percentual de “ótimo” caiu de 63,5% para 57,1%, mas parte dessa queda foi compensada pelo crescimento da categoria “bom”, que passou de 31,9% para 35,5%. As avaliações regulares também aumentaram levemente, de 3,8% para 5,3%, enquanto as menções negativas permaneceram baixas, somando 1,3% em 2026.

Tabela 20. Avaliação da divulgação do evento:

	2023	2025	2026
Ótima	54,3%	63,5%	57,1%
Boa	36,4%	31,9%	35,5%
Regular	7,4%	3,8%	5,3%
Ruim	0,6%	0,4%	0,9%
Péssima	0,1%	0%	0,4%
Não sabe	1,1%	0,3%	0,9%

A avaliação de acesso, trânsito, transporte e mobilidade no evento permaneceu amplamente positiva, com 42,6% dos participantes classificando o item como ótimo e 44,9% como bom, totalizando 87,5% de aprovação. Em relação a 2025, houve pequena redução na avaliação máxima, de 45,2% para 42,6%, e leve recuo na soma positiva, que era de 90,4% no ano anterior. Ao mesmo tempo, as avaliações regulares subiram de 7,5% para 8,5%, e as menções negativas também cresceram discretamente, com “ruim” passando de 1,1% para 2% e “péssimo” de 0,7% para 1,3%.

Tabela 21. Avaliação do acesso, trânsito e mobilidade do evento:

	2023	2025	2026
Ótimo	39%	45,2%	42,6%
Bom	47,6%	45,2%	44,9%
Regular	8,4%	7,5%	8,5%
Ruim	2,6%	1,1%	2%
Péssimo	2%	0,7%	1,3%
Não sabe	0,4%	0,1%	0,7%

A avaliação do espaço físico e da estrutura do São João de Natal manteve desempenho muito positivo, com 52,4% dos participantes classificando o item como ótimo e 42,6% como bom, totalizando 95% de aprovação. Em relação a 2025, observa-se leve melhora na avaliação máxima, que passou de 51,6% para 52,4%, enquanto a categoria “bom” ficou praticamente estável, variando de 42,7% para 42,6%. As avaliações regulares recuaram de 5% para 3,8%, e as menções negativas permaneceram residuais, com apenas 0,1% para “ruim” e 0,1% para “péssimo”.

Tabela 22. Avaliação do espaço físico e estrutura do evento:

	2023	2025	2026
Ótimo	54,9%	51,6%	52,4%
Bom	41,4%	42,7%	42,6%
Regular	3%	5%	3,8%
Ruim	0,3%	0,4%	0,1%
Péssimo	0,3%	0,1%	0,1%
Não sabe	0,1%	0,1%	0,9%

As atrações musicais do São João de Natal foram muito bem avaliadas pelo público, com 61,2% classificando o item como ótimo e 31,5% como bom, totalizando 92,7% de avaliações positivas. Na comparação com 2025, houve redução na avaliação máxima, que passou de 64,7% para 61,2%, e também leve recuo na categoria “bom”, de 33,3% para 31,5%. Ao mesmo tempo, as

avaliações regulares cresceram de 1,1% para 6,4%, indicando que parte dos participantes adotou uma percepção mais moderada sobre a programação musical em 2026. Apesar disso, as menções negativas permaneceram praticamente inexistentes, com 0% de “ruim” e apenas 0,1% de “péssimo”.

Tabela 23. Avaliação das atrações musicais do evento:

	2023	2025	2026
Ótima	51%	64,7%	61,2%
Boa	37,1%	33,3%	31,5%
Regular	8,6%	1,1%	6,4%
Ruim	1,1%	0%	0%
Péssima	0,3%	0,1%	0,1%
Não sabe	1,9%	0,7%	0,7%

A organização dos festejos juninos de Natal recebeu avaliação bastante favorável dos participantes, com 52,3% classificando o item como ótimo e 41,3% como bom, totalizando 93,6% de aprovação. Frente a 2025, o resultado ficou praticamente estável, com leve recuo tanto na avaliação “ótimo”, de 52,9% para 52,3%, quanto em “bom”, de 41,4% para 41,3%. As avaliações regulares permaneceram no mesmo patamar, com 5%, enquanto as menções negativas continuaram residuais: “ruim” passou de 0,1% para 0,3% e “péssimo” caiu de 0,3% para 0%.

Tabela 24. Avaliação da organização do evento:

	2023	2025	2026
Ótima	48,7%	52,9%	52,3%
Boa	45,7%	41,4%	41,3%
Regular	4,1%	5%	5%
Ruim	0,3%	0,1%	0,3%
Péssima	0,3%	0,3%	0%
Não sabe	0,9%	0,3%	1,1%

Os locais de alimentação do São João de Natal foram avaliados de forma positiva pela maioria dos participantes, com 40,5% classificando o item como ótimo e 42,2% como bom, totalizando 82,7% de aprovação. Em comparação com 2025, houve leve redução tanto na avaliação “ótimo”, que passou de 40,9% para 40,5%, quanto na categoria “bom”, de 45,2% para 42,2%, indicando pequena perda no índice positivo geral. As avaliações regulares também recuaram, de 5,5% para 4,5%, e as menções negativas permaneceram baixas, com 0,7% de “ruim” e 0,1% de “péssimo”. O ponto de atenção está no aumento dos que não souberam avaliar, de 7,2% para 11,9%.

Tabela 25. Avaliação dos locais de alimentação do evento:

	2023	2025	2026
Ótimo	32,6%	40,9%	40,5%
Bom	43,4%	45,2%	42,2%
Regular	5,7%	5,5%	4,5%
Ruim	0,6%	1%	0,7%
Péssimo	0,4%	0,1%	0,1%
Não sabe	17,3%	7,2%	11,9%

A segurança do evento manteve avaliação amplamente favorável, com 47,6% dos participantes classificando o item como ótimo e 45,3% como bom, somando 92,9% de aprovação. Na comparação com 2025, houve leve redução na avaliação máxima, que passou de 48,4% para 47,6%, e pequeno recuo também na categoria “bom”, de 45,8% para 45,3%. As avaliações regulares subiram discretamente, de 3,3% para 3,7%, enquanto as menções negativas permaneceram baixas, com “ruim” caindo de 1% para 0,7% e “péssimo” de 0,6% para 0,3%. O aumento dos que não souberam avaliar, de 1% para 2,4%, não compromete o resultado geral.

Tabela 26. Avaliação da segurança do evento:

	2023	2025	2026
Ótima	51,3%	48,4%	47,6%
Boa	42,6%	45,8%	45,3%
Regular	4,1%	3,3%	3,7%
Ruim	0,4%	1%	0,7%
Péssima	0,1%	0,6%	0,3%
Não sabe	1,4%	1%	2,4%

A limpeza urbana do São João de Natal recebeu avaliação positiva da maioria dos participantes, com 40,6% classificando o item como ótimo e 42,8% como bom, totalizando 83,4% de aprovação. Em relação a 2025, houve recuo no desempenho positivo, já que a soma de “ótimo” e “bom” caiu de 89,8% para 83,4%. A avaliação “ótimo” passou de 43,1% para 40,6%, enquanto “bom” reduziu de 46,7% para 42,8%. Ao mesmo tempo, cresceram as avaliações regulares, de 8,7% para 11,6%, e as menções negativas, com “ruim” subindo de 1% para 2,1% e “péssimo” de 0,4% para 1%.

Tabela 27. Avaliação da limpeza urbana do evento:

	2023	2025	2026
Ótima	42,1%	43,1%	40,6%
Boa	47,3%	46,7%	42,8%
Regular	6,1%	8,7%	11,6%
Ruim	1,9%	1%	2,1%
Péssima	0,3%	0,4%	1%
Não sabe	2,3%	0,1%	1,8%

A avaliação dos preços cobrados foi o indicador com percepção mais moderada em 2026, com apenas 9,7% de avaliações “ótimo” e 24,7% de “bom”, somando 34,4% de aprovação. Na comparação com 2025, houve queda relevante na percepção positiva, já que o índice de “ótimo” caiu de 15,6% para 9,7% e o de “bom” recuou de 32,8% para 24,7%. Em sentido oposto, a avaliação regular passou de 23% para 29,1%, tornando-se a categoria mais citada em 2026, enquanto as menções negativas também aumentaram, com “ruim” subindo de 4,4% para 5,8% e “péssimo” de 2% para 3,4%. Além disso, o percentual de não sabe cresceu de 22,3% para 27,3%.

Tabela 28. Avaliação dos preços cobrados no evento:

	2023	2025	2026
Ótimo	11,1%	15,6%	9,7%
Bom	27,7%	32,8%	24,7%
Regular	25,7%	23%	29,1%
Ruim	6%	4,4%	5,8%
Péssimo	4,1%	2%	3,4%
Não sabe	25,3%	22,3%	27,3%

A intenção de retorno ao São João de Natal permaneceu em patamar muito elevado, com 94,9% dos participantes afirmando que pretendem voltar ao evento. Embora esse percentual represente leve recuo em relação a 2025, quando havia alcançado 95,9%, o resultado segue praticamente no mesmo nível de excelência observado na série. A categoria “talvez” aumentou de 3,4% para 4,7%, indicando pequena ampliação de um público ainda indeciso, enquanto a rejeição direta ao retorno caiu de 0,7% para 0,4%, mantendo-se residual.

Tabela 29. Pretende voltar para o São João de Natal?

	2023	2025	2026
Sim	94,9%	95,9%	94,9%
Talvez	3,4%	3,4%	4,7%
Não	1,7%	0,7%	0,4%

A nota média geral do evento em 2026 permaneceu em nível muito elevado, alcançando 9,27, praticamente estável em relação a 2025, quando havia sido 9,29. Entre os residentes, houve leve avanço, de 9,22 para 9,24, indicando manutenção de uma percepção bastante positiva do público local. Já entre visitantes e turistas, a nota continuou superior à dos residentes, com 9,33, embora tenha recuado em relação aos 9,42 registrados em 2025.

Tabela 30. Nota média por tipo de público:

	2023	2025	2026
Residentes	9,11	9,22	9,24
Visitantes e turistas	9,2	9,42	9,33
Geral	9,14	9,29	9,27

NPS

O NPS geral do São João de Natal alcançou 74,8 pontos, praticamente estável em relação a 2025, quando registrou 74,9, mantendo o evento em um patamar de forte recomendação pelos participantes. Entre os residentes, houve avanço de 72 para 73,4, indicando melhora na disposição do público local em recomendar a festa. Já entre visitantes e turistas, o NPS permaneceu mais elevado, com 77,3 pontos, embora tenha recuado frente aos 80,1 observados em 2025.

Tabela 31. NPS por tipo de público:

	2023	2025	2026
Residentes	68,3	72	73,4
Visitantes e turistas	71,2	80,1	77,3
Geral	69,1	74,9	74,8

A distribuição da nota de recomendação em 2026 reforça o alto grau de satisfação do público com o São João de Natal, com forte concentração nas notas mais elevadas. A nota 10 foi atribuída por 61,4% dos participantes, superando o resultado de 2025, quando havia sido 59,6%, o que demonstra aumento da parcela de público plenamente disposta a recomendar o evento. As notas 9 e 8 apresentaram recuo, passando de 16,6% para 15,5% e de 19,1% para 16,8%, respectivamente, indicando uma migração parcial de avaliações positivas para a nota máxima. As notas intermediárias e baixas permaneceram pouco

expressivas, embora a nota 5 tenha subido de 0,4 % para 1,1% e a nota 7 de 3,4% para 4,1%.

Tabela 32. Que nota, de 0 a 10, dá para o São João de Natal?

	2023	2025	2026
0	0,1%	0%	0,1%
1	0,1%	0%	0%
2	0%	0%	0%
3	0%	0%	0,1%
4	0,1%	0%	0,1%
5	1,1%	0,4%	1,1%
6	0,3%	0,9%	0,6%
7	4,7%	3,4%	4,1%
8	22,4%	19,1%	16,8%
9	17%	16,6%	15,5%
10	54%	59,6%	61,4%

Sugestões de melhorias

As sugestões de melhoria reforçam a avaliação positiva do público sobre o São João de Natal, uma vez que 35,5% dos participantes afirmaram não ter nenhuma sugestão, percentual superior ao registrado em 2025, quando era 28,6%. Entre as demandas específicas, o principal ponto de atenção foi a melhoria dos banheiros públicos, que passou de 7,8% para 13,4%, indicando maior sensibilidade do público quanto à disponibilidade, manutenção e qualidade desse serviço. Também aparecem como sugestões relevantes acesso e transporte/trânsito/mobilidade (9,7%) e melhores atrações (9,4%), embora a mobilidade tenha recuado em relação a 2025, quando era 10,9%, enquanto a demanda por atrações cresceu de forma expressiva, saindo de 2,7% para 9,4%. Por outro lado, houve queda nas menções à infraestrutura/organização, de 8,5% para 3,7%, e à segurança, de 6,1% para 3%, sugerindo melhora percebida nesses aspectos.

Tabela 33. Sugestões de melhorias:

	2023	2025	2026
Banheiros públicos	6,1%	7,8%	13,4%
Acesso e transporte/trânsito/mobilidade	12%	10,9%	9,7%
Melhores atrações	11,3%	2,7%	9,4%
Infraestrutura/Organização	6%	8,5%	3,7%
Segurança	3,4%	6,1%	3%
Informações/Sinalização	2,6%	1,7%	2,6%
Limpeza pública	1,9%	1,3%	2,6%
Aumentar investimento no evento	5,3%	2,6%	2,3%
Urbanização/Calçamento/Iluminação	0,4%	0,1%	1,1%
Preços	0,6%	1%	1%
Outras respostas	40%	28,8%	16,1%
Nenhuma	10,4%	28,6%	35,5%

Gastos

O gasto médio diário individual dos participantes do São João de Natal alcançou R\$ 222,70, registrando crescimento em relação a 2025, quando havia sido de R\$ 200,97. A variação representa um aumento de R\$ 21,73 por pessoa ao dia, equivalente a aproximadamente 10,8%.

Tabela 34. Gasto médio diário individual:

2023	2025	2026
R\$ 155,27	R\$ 200,97	R\$ 222,70

O gasto médio diário individual cresceu tanto entre residentes quanto entre visitantes e turistas, reforçando o impacto econômico do São João de Natal. Entre os residentes, o gasto passou de R\$ 161,57 em 2025 para R\$ 182,43 em 2026, aumento de R\$ 20,86, equivalente a cerca de 12,9%. Já entre visitantes e turistas, o valor subiu de R\$ 272,24 para R\$ 291,06, acréscimo de R\$ 18,82, ou aproximadamente 6,9%.

Tabela 35. Gasto médio diário individual por tipo de público:

	2023	2025	2026
Residentes	R\$ 130,70	R\$ 161,57	R\$ 182,43
Visitantes e turistas	R\$ 217,56	R\$ 272,24	R\$ 291,06

A distribuição dos gastos por categoria e tipo de público mostra uma mudança importante no padrão de consumo dos participantes do São João de Natal, com maior peso das compras no orçamento diário. Entre os residentes, as compras passaram de 23,5% em 2025 para 40,5% em 2026, praticamente empatando com alimentação e bebidas, que recuaram de 54,4% para 41,1%.

Já entre visitantes e turistas, as compras assumiram a liderança, subindo de 20,6% para 41,2%, enquanto alimentação e bebidas caíram de 42,9% para 35%. O gasto com transporte no local também diminuiu nos dois grupos, passando de 20% para 16,5% entre residentes e de 17,8% para 14% entre visitantes. No caso dos visitantes, chama atenção ainda a queda da participação da hospedagem, de 17,8% para 7,7%

Tabela 36. Distribuição dos gastos por segmento e tipo de público:

		2023	2025	2026
Residentes	Hospedagem	0%	0%	0%
	Alimentação/bebidas	57%	54,4%	41,1%
	Transporte no local	14,1%	20%	16,5%
	Diversão	8,1%	2,1%	2%
	Compras	20,8%	23,5%	40,5%
Visitantes e turistas	Hospedagem	15,3%	17,8%	7,7%
	Alimentação/bebidas	45,7%	42,9%	35%
	Transporte no local	11,5%	17,8%	14%
	Diversão	19,3%	0,9%	2,1%
	Compras	8,2%	20,6%	41,2%

Movimentação Econômica

O São João de Natal alcançou público estimado de 945 mil pessoas, mantendo-se em patamar semelhante ao registrado em 2025. Os moradores da capital representaram a maior parcela, com 594.405 participantes, equivalentes a 62,9% do total, enquanto visitantes e turistas somaram 350.595 pessoas, ou 37,1%. Em comparação com o ano anterior, houve crescimento de 4,9% entre visitantes e turistas, ao mesmo tempo em que o público local recuou 1,7%, resultando em aumento discreto de 0,7% no público total.

Tabela 37. Público*:

	2023	2025	2026
Residentes	158.959	604.394	594.405
Visitantes e turistas	62.741	334.106	350.595
Total	221.700	938.500	945.000

*Informações fornecidas pela Prefeitura de Natal

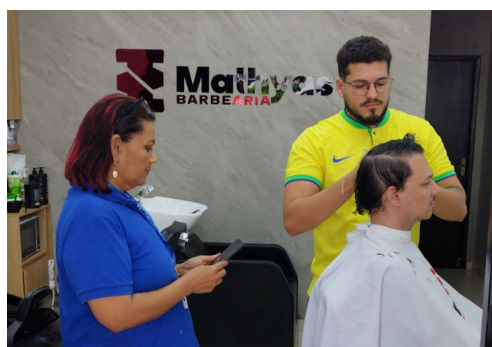
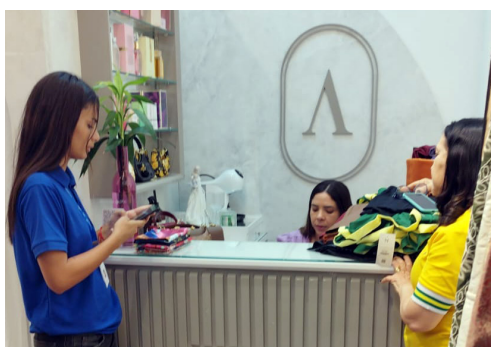
A movimentação econômica estimada do São João de Natal alcançou R\$ 210,5 milhões, evidenciando a elevada capacidade do evento de dinamizar o comércio, os serviços, a alimentação, o transporte e demais atividades ligadas ao turismo e ao consumo local. Os residentes responderam por aproximadamente R\$ 108,4 milhões, equivalentes a 51,5% do total, enquanto visitantes e turistas movimentaram cerca de R\$ 102 milhões, ou 48,5%, demonstrando contribuição bastante equilibrada entre o público local e externo. Em comparação com 2025, a movimentação total cresceu 11,6%, com avanço de 12,2% entre visitantes e turistas e de 11% entre residentes.

Tabela 38. Estimativa de movimentação econômica do São João de Natal:

	2023	2025	2026
Residentes	R\$ 20.775.928,23	R\$ 97.651.938,58	R\$ 108.437.304,15
Visitantes e turistas	R\$ 13.649.953,72	R\$ 90.957.017,44	R\$ 102.044.180,70
Total	R\$ 34.425.881,95	R\$ 188.608.956,02	R\$ 210.481.484,85

4

Anexo





Sindicatos Empresariais | IFC