

ANÁLISE DO PERFIL DO VISITANTE DO EVENTO 'NATAL EM NATAL

Analysis of the Visitor Profile of 'Natal em Natal

Sidcley D`Sordi Alves Alegrini da Silva¹

sidcleyalegrini@uern.br

<https://orcid.org/0000-0001-7786-0998>

Isabelle Cristina Tenório Barbosa²

Isabelle20230010838@alu.uern.br

<https://orcid.org/0009-0004-4312-4377>

FERNANDES, Antonio Jânio³

janiofernandes@uern.br

ORCID: 0000-0002-9624-9278

Palavras-chave: Turismo, perfil do turista, Natal/RN, Árvore de Mirassol, comportamento do visitante.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo tem como objetivo geral analisar o perfil do visitante do evento Natal em Natal. A pesquisa que está na sua primeira edição ocorreu no período compreendido de 18 a 23 de dezembro de 2024, sendo realizada pelo Observatório Potiguar de Inovação e Turismo (Opotur). O referido Projeto de pesquisa e extensão compõe o leque de produções de pesquisa desenvolvido pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), através do Curso de bacharelado em Turismo, do campos de Natal.

A pesquisa contou com a participação de 10 bolsistas que foram responsáveis pela coleta de dados, pela tabulação e pela análise dos resultados. Neste viés foi utilizada a ferramenta Google Formulários (Forms), com perguntas múltipla escolha, em um total de 300 respondentes consolidados.

¹ Possui Doutorado em Turismo Integral, Interculturalidade e Desenvolvimento Sustentável - ULPGC, mestrado Internacional em Turismo - Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - ULPGC e graduação em Turismo pela Universidade Potiguar (2003). Atualmente é professor da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN.

² Isabelle Cristina Tenório Barbosa, discente do curso de turismo da UERN- Universidade do Estado do Rio Grande do Norte.

³ Doutor em Geociências/UNICAMP/SP. Prof. Curso de Turismo da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. CV: <https://lattes.cnpq.br/4136479808014274/>

O enfoque espacial desta pesquisa ocorreu em Natal, capital do RN. Consagrado destino turístico de grande relevância no Brasil que tem atraindo visitantes de diversas regiões do país e do exterior. O turismo na cidade tem impacto direto na economia local, estimulando setores como hospedagem, alimentação e transporte. Neste sentido, entender o perfil do visitante é essencial para o planejamento estratégico do turismo e para a melhoria da experiência turística. Com base nisso, este estudo analisa as características dos turistas que visitam Natal, suas motivações, comportamento e percepções sobre a cidade e seus eventos. O objetivo deste estudo é identificar o perfil dos turistas que frequentam a Árvore de Mirassol, analisando suas características demográficas, comportamento de viagem e percepção sobre a cidade.

A Árvore de Mirassol, localizada na Zona Sul de Natal, é um dos ícones do evento "Natal em Natal". Este monumento possui 110 metros de altura, sendo uma das maiores estruturas natalinas do Brasil. Além de sua iluminação sincronizada, o espaço ao redor da árvore oferece atrações como feiras gastronômicas e de artesanato, apresentações musicais e uma vila natalina, tornando-se um ponto de grande fluxo turístico durante as festividades de fim de ano. O turismo ao se constituir um fenômeno sociocultural e econômico se manifesta por meio do deslocamento de indivíduos para diferentes destinos com variadas finalidades (HALL, 2005). Conforme apontam Boullón (2002) e Beni (2012), compreender o comportamento dos turistas auxilia na formulação de políticas públicas e no desenvolvimento sustentável da atividade.

Assim, este estudo busca contribuir com o conhecimento sobre o turismo em Natal.

O estudo do perfil do turista é um elemento essencial para compreender o desenvolvimento turístico de um destino. Segundo Beni (2012), a análise do comportamento do visitante permite a adaptação da oferta turística às demandas do público, garantindo maior satisfação e retorno ao destino. Cooper et al. (2008) ressaltam que, para um destino ser competitivo, é necessário identificar os desejos e necessidades do turista, promovendo experiências alinhadas às expectativas do visitante.

No contexto de Natal, eventos sazonais, como o "Natal em Natal", representam uma oportunidade para avaliar a atratividade da cidade e os impactos no fluxo turístico. Estudos sobre turismo cultural de Hall (2005) indicam que eventos temáticos podem fortalecer a identidade local e gerar maior engajamento dos visitantes com o destino.

Além disso, a experiência turística está fortemente relacionada à infraestrutura e serviços oferecidos. Segundo Buhalis (2000), destinos que investem na qualidade dos serviços turísticos

conseguem reter e atrair novos visitantes. Estudos recentes indicam que a hospitalidade e a qualidade das atrações turísticas impactam diretamente a intenção de retorno dos turistas (GOMES & TEIXEIRA, 2019).

Outro fator relevante é a mobilidade urbana. Conforme apontam Gehl (2010) e Page (2014), a acessibilidade é um dos elementos-chave para garantir uma experiência positiva aos turistas. Destinos que enfrentam desafios na mobilidade podem ter sua competitividade reduzida, impactando a satisfação dos visitantes.

2. METODOLOGIA

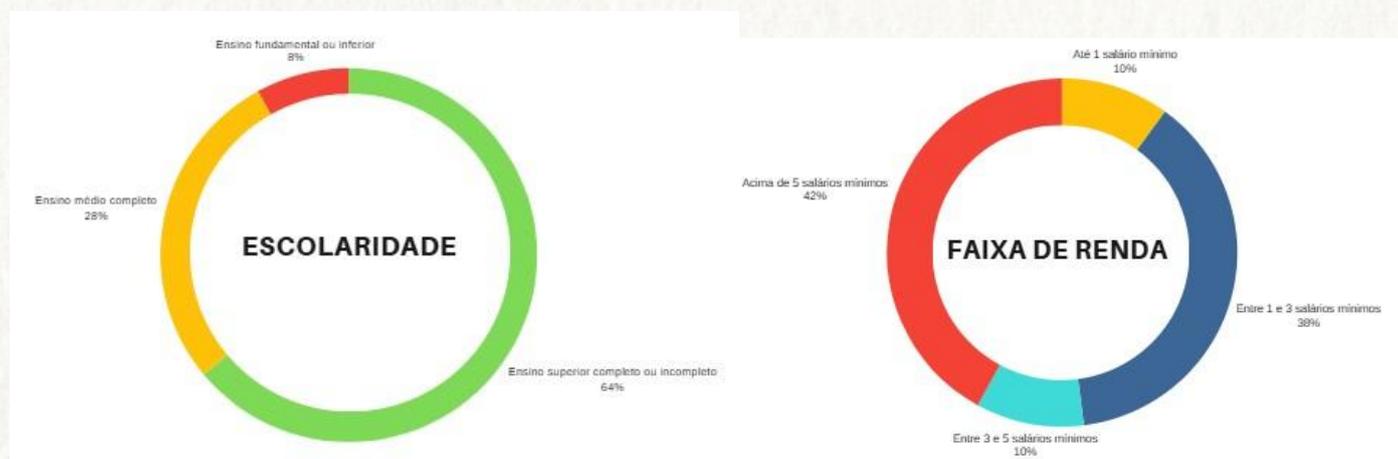
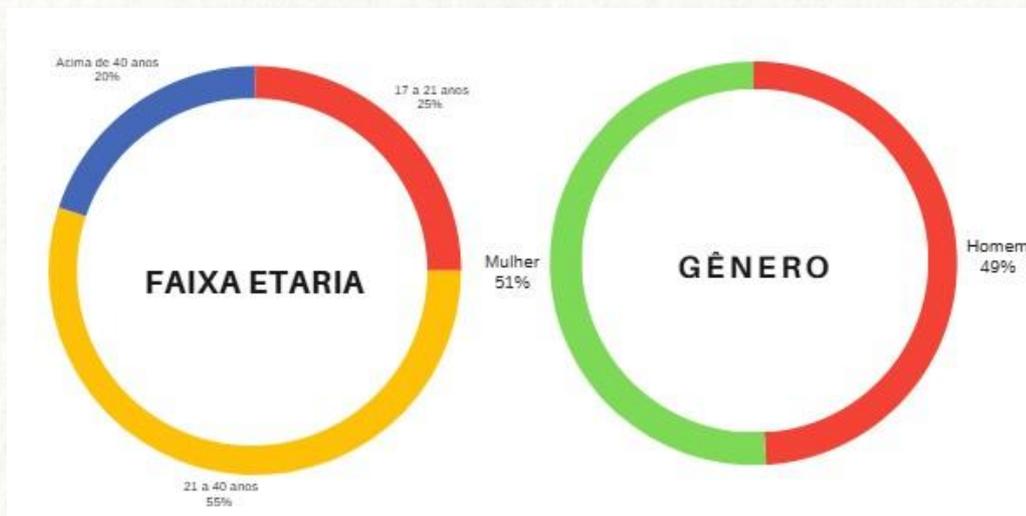
A pesquisa foi conduzida por meio de um levantamento descritivo, caracterizado pelo uso de questionários estruturados aplicados de maneira aleatória a 300 visitantes que se fizeram presentes a Árvore de Mirassol, um dos principais pontos turísticos do evento "Natal em Natal". Segundo Gil (2008), a pesquisa descritiva visa retratar com precisão as características de um fenômeno ou de um grupo. A amostragem utilizada foi não probabilística, com abordagem aleatória de participantes no local.

Os dados foram coletados a partir de um formulário estruturado contendo questões fechadas e abertas sobre fatores como: características demográficas, meios de transporte utilizados, tipos de hospedagem, avaliações sobre a cidade e participação em eventos. Após a coleta, os dados foram analisados quantitativamente no software Excel, utilizando estatísticas descritivas, como distribuição de frequência e percentuais.

Além do levantamento de campo, o estudo contou com uma revisão de literatura sobre turismo urbano e eventos culturais, fundamentando a análise dos resultados. A produção do relatório e a escrita do ensaio de pesquisa foram realizadas considerando a triangulação entre os dados coletados, o referencial teórico e a análise crítica dos resultados.

3. RESULTADOS E DISCURSÕES

GRÁFICO 1 – CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS E SOCIOECONÔMICAS



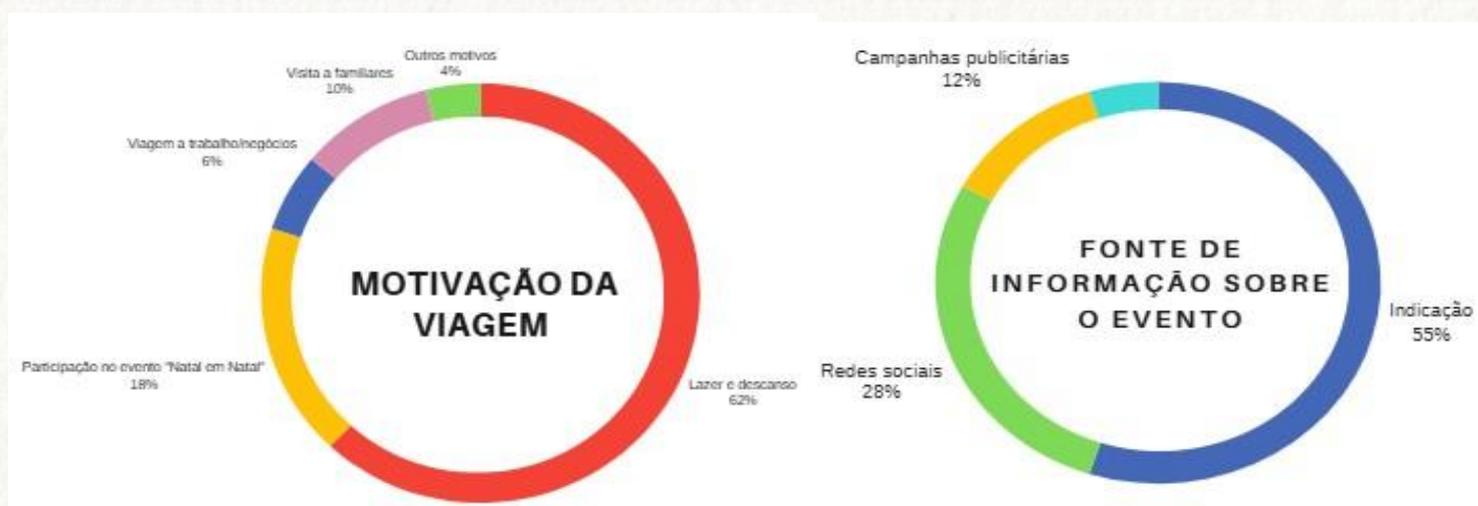
Fonte: OPOTUR 2024

A pesquisa revelou que a maioria dos visitantes se encontra na faixa etária de 21 a 40 anos (55%), seguida pelo grupo de 17 a 20 anos (25%). O público acima de 40 anos representa uma menor parcela dos turistas (20%). Em relação ao gênero, a distribuição foi equilibrada entre homens (49%) e mulheres (51%). Além disso, 12% dos entrevistados se identificaram como pertencentes à comunidade LGBTQIAPN+.

Quanto à escolaridade, 64% dos entrevistados possuem ensino superior completo ou incompleto, evidenciando um público com nível educacional elevado. A renda familiar dos turistas variou amplamente, com 38% dos respondentes situando-se entre 1 e 3 salários mínimos, enquanto 42% declararam renda superior a 5 salários mínimos.

A predominância de um público jovem e escolarizado pode indicar que Natal é um destino atrativo para viajantes com perfil cultural e acadêmico, que buscam não apenas lazer, mas também conhecimento e experiências enriquecedoras durante a viagem.

GRÁFICO 2 - MOTIVAÇÃO DA VIAGEM



Fonte: OPOTUR 2024

A pesquisa revelou que a principal motivação dos visitantes para estarem em Natal durante o evento "Natal em Natal" foi o lazer (58%), seguido pela visita a familiares e amigos (25%).

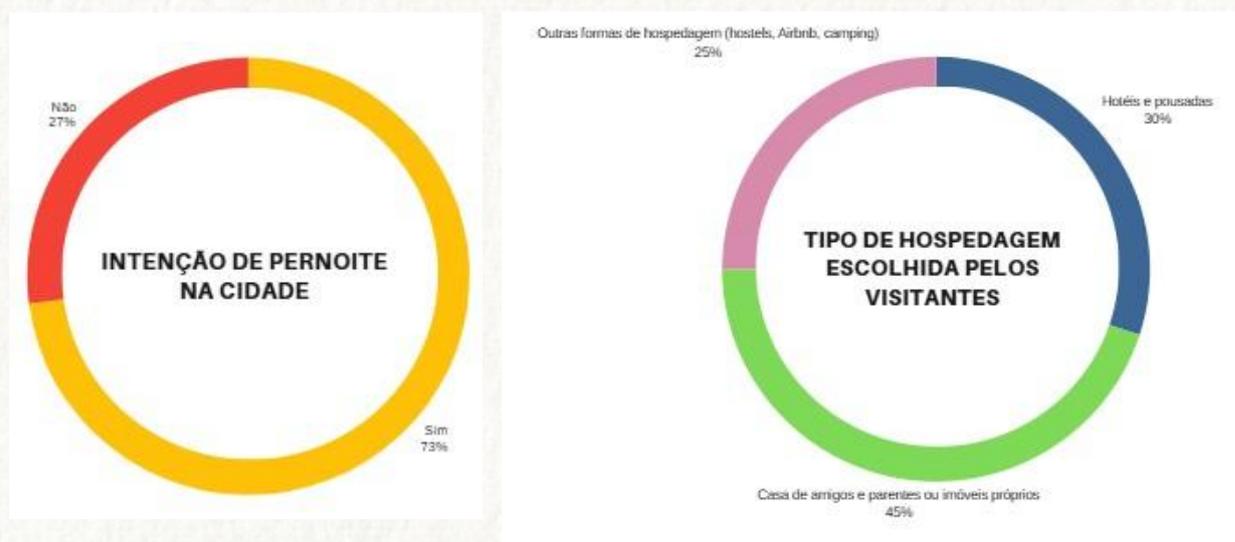
Outros 12% dos entrevistados afirmaram que estavam na cidade a trabalho ou negócios e apenas 5% vieram exclusivamente para participar do evento.

Esses dados indicam que o evento "Natal em Natal" funciona como um atrativo complementar dentro da experiência turística na cidade, mas não é o único fator determinante para a visita. O alto percentual de turistas que vêm a lazer reforça o papel de Natal como um destino consolidado para turismo de férias, enquanto a presença de visitantes a negócios evidencia a relevância da cidade como polo econômico e administrativo.

Outro dado relevante é a forma como os turistas descobriram o evento e a cidade. A maioria (47%) afirmou que recebeu indicação de amigos ou familiares, 30% tomou conhecimento por

meio de redes sociais, 15% por sites especializados e apenas 8% mencionaram agências de turismo ou operadoras como fonte de informação. Esses números reforçam a importância do marketing digital e das recomendações informais na atração de visitantes, sugerindo que estratégias de promoção online podem ser ainda mais exploradas.

GRÁFICO 3 – COMPORTAMENTO DOS VISITANTES



Fonte: OPOTUR 2024

A pesquisa revela que 73% dos visitantes optaram por pernoitar em Natal, o que demonstra uma forte conexão entre o evento "Natal em Natal" e a permanência dos turistas na cidade. Esse dado sugere que eventos culturais e festividades desempenham um papel importante na decisão de estadia, aumentando a ocupação hoteleira e o consumo em setores como alimentação e transporte. A permanência prolongada dos visitantes gera impactos positivos na economia local, fortalecendo o setor turístico e incentivando investimentos na infraestrutura de hospedagem. Por outro lado, os 27% que não permaneceram na cidade podem indicar a presença de turistas excursionistas, que realizam visitas de curta duração, ou de residentes de municípios próximos que retornam para suas casas no mesmo dia.

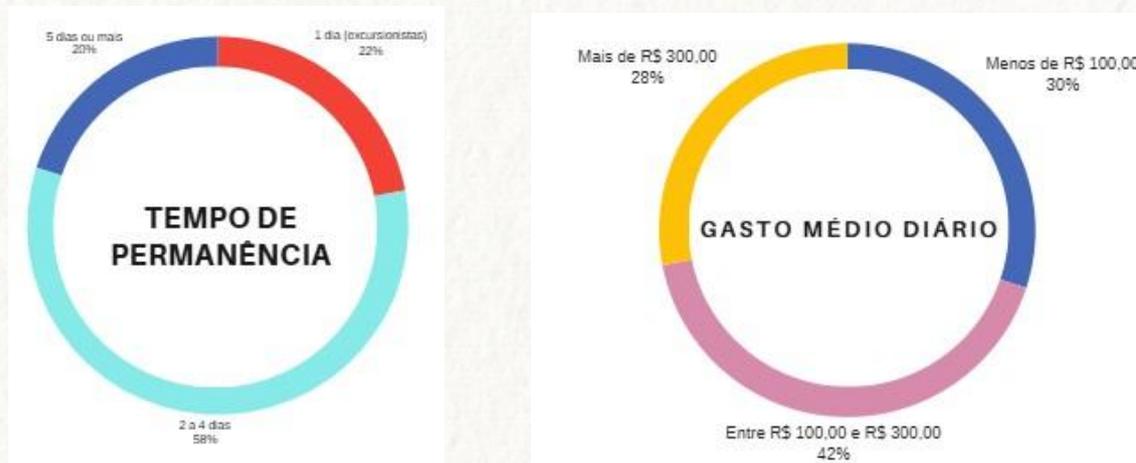
TIPO DE HOSPEDAGEM ESCOLHIDA

Os dados apontam que a maioria dos turistas (45%) se hospedou na casa de amigos, parentes ou em imóveis próprios, enquanto 30% optaram por hotéis e pousadas e 25% buscaram alternativas como hostels, Airbnb ou camping.

O alto percentual de turistas que ficam em acomodações particulares sugere um forte apelo do turismo de visita a familiares e amigos, algo comum em períodos festivos. Esse comportamento reduz o impacto direto no setor hoteleiro, mas gera demanda por outros serviços turísticos, como alimentação e transporte.

Já a participação de 30% dos turistas em hotéis e pousadas demonstra que o evento "Natal em Natal" tem potencial para impulsionar a ocupação do setor de hospedagem. A busca por outras formas de acomodação (25%), como hostels e Airbnb, evidencia a diversificação da demanda, com turistas buscando opções mais acessíveis e flexíveis. Esse fenômeno pode indicar uma tendência de turismo econômico ou a preferência por experiências personalizadas, que envolvem maior contato com moradores locais.

GRÁFICO 4 - GASTO MÉDIO E TEMPO DE PERMANÊNCIA



Fonte: OPOTUR 2024

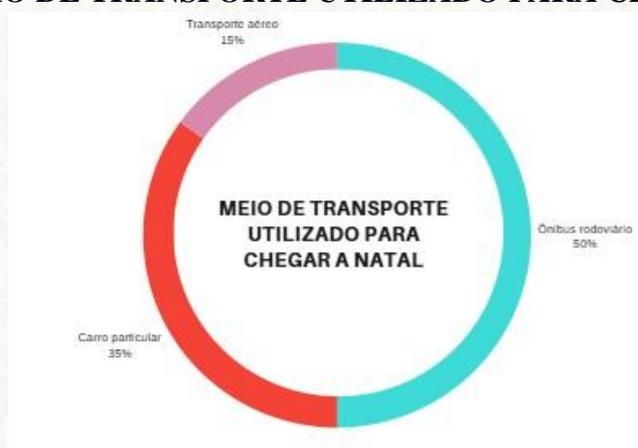
Os dados indicam que a maior parte dos visitantes (58%) permaneceu na cidade por um período de 2 a 4 dias, enquanto 22% ficaram apenas um dia e 20% prolongaram a estadia para mais de 5 dias. A média de permanência registrada foi de 3,5 dias, evidenciando que o evento contribuiu para a retenção dos turistas na cidade.

Em relação aos gastos, observou-se que 42% dos visitantes gastaram entre R\$ 100 e R\$ 300 por dia, enquanto 30% declararam um gasto diário inferior a R\$ 100 e 28% ultrapassaram os R\$ 300 diários. O ticket médio de gastos durante toda a estadia ficou em torno de R\$ 900 por visitante, considerando todas as despesas com hospedagem, alimentação, transporte e lazer.

Esses números demonstram que, apesar de haver um público com perfil econômico mais restrito, há também uma parcela significativa de turistas dispostos a investir em experiências

mais sofisticadas. O gasto médio relativamente elevado indica que o evento "Natal em Natal" tem um impacto positivo na economia local, movimentando setores como hotelaria, gastronomia e transporte.

GRÁFICO 3 – MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR A NATAL



Fonte: OPOTUR 2024

A maioria dos visitantes (50%) chegou à cidade de ônibus rodoviário, enquanto 35% utilizaram carro particular e apenas 15% vieram de transporte aéreo.

O grande volume de turistas que utilizam ônibus rodoviário pode indicar um fluxo significativo de visitantes provenientes de estados vizinhos ou do próprio interior do Rio Grande do Norte. Isso reforça a importância do turismo regional e da acessibilidade terrestre para a movimentação de turistas.

O percentual expressivo de turistas que viajaram em carro particular (35%) evidencia a preferência por meios de transporte próprios, que oferecem maior flexibilidade de deslocamento. Esse comportamento destaca a necessidade de melhorias na malha viária, estacionamento e sinalização turística para garantir uma experiência satisfatória.

O transporte aéreo, utilizado por apenas 15% dos visitantes, indica uma baixa representatividade de turistas vindos de outras regiões do país ou do exterior. Isso pode estar relacionado a fatores como custo das passagens aéreas, falta de voos diretos ou menor apelo do evento para turistas de longa distância. Estratégias de promoção do evento em mercados emissores estratégicos e parcerias com companhias aéreas poderiam aumentar essa participação.

GRÁFICO 3 - ATIVIDADES REALIZADAS E LOCAIS VISITADOS



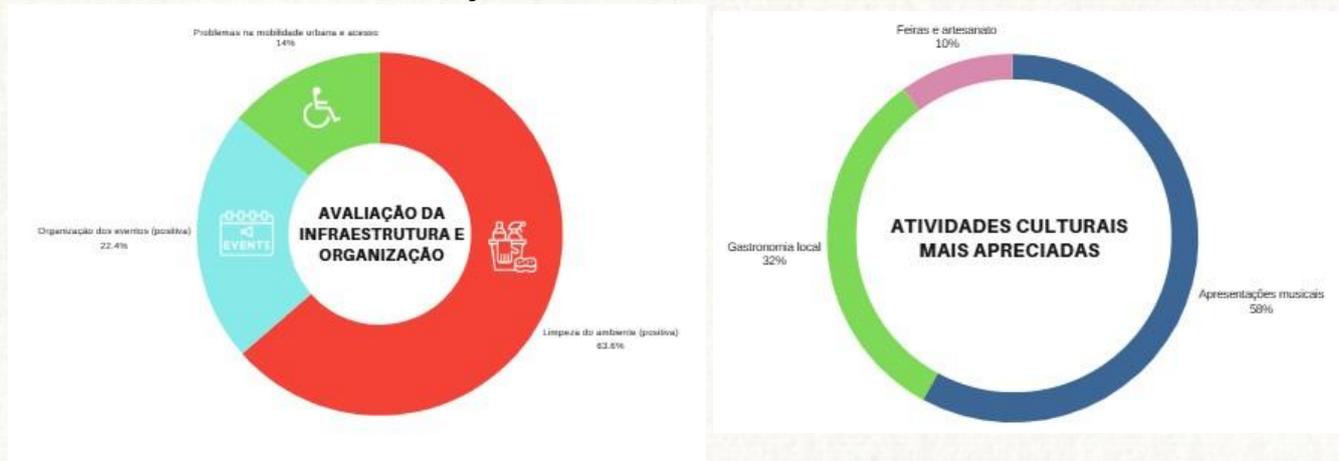
Fonte: OPOTUR 2024

Durante sua estadia, os turistas realizaram diversas atividades na cidade, com destaque para a visitação a praias, mencionada por 82% dos entrevistados. Entre os pontos mais frequentados, Ponta Negra foi o local mais visitado (70%), seguido pela Praia dos Artistas (18%) e Genipabu (12%).

No que diz respeito às atividades culturais e gastronômicas, 68% dos turistas afirmaram ter experimentado a culinária local, com destaque para pratos como ginga com tapioca e carne de sol com macaxeira. Além disso, 41% dos visitantes participaram de passeios turísticos organizados, como o tradicional tour de buggy pelas dunas.

A predominância da busca por praias como principal atração sugere que, apesar do "Natal em Natal" ser um evento cultural significativo, a principal motivação dos turistas continua sendo a experiência litorânea. No entanto, a presença expressiva de visitantes nos pontos históricos e gastronômicos da cidade demonstra que há um interesse diversificado, que pode ser ainda mais explorado por meio de ações integradas de turismo cultural.

GRÁFICO 3 – PERCEPÇÃO DA CIDADE E DOS EVENTOS



Fonte: OPOTUR 2024

A percepção dos visitantes sobre a infraestrutura e organização do evento "Natal em Natal" foi predominantemente positiva. 68% avaliaram bem a limpeza do ambiente, um fator importante para a experiência turística, pois influencia a satisfação e a intenção de retorno ao destino. A boa avaliação pode ser reflexo de um esforço da administração municipal na manutenção da área, mas também destaca a importância da conscientização ambiental entre os visitantes. Já a organização dos eventos recebeu uma avaliação positiva de apenas 24%, o que sugere desafios na logística, sinalização, distribuição de atrações ou fluxo de público. Isso pode indicar a necessidade de melhorias na estrutura do evento, como horários bem definidos, ampliação dos espaços para apresentações e maior controle do número de visitantes em determinados horários. Por outro lado, 15% dos turistas relataram dificuldades na mobilidade urbana e no acesso ao evento. Esse problema pode estar relacionado a congestionamentos, falta de transporte público eficiente ou dificuldades para estacionar. Esse dado reforça a necessidade de planejamento urbano voltado para eventos de grande porte, garantindo transporte acessível e eficiente para visitantes.

Atividades Culturais Mais Apreciadas

Entre as atividades culturais oferecidas durante o evento, as apresentações musicais foram as mais apreciadas (58%), seguidas pela gastronomia local (32%) e pelas feiras de artesanato (10%).

O destaque para a música reforça a importância da identidade cultural potiguar na experiência turística. O sucesso dessas atrações indica que investimentos contínuos na programação musical podem atrair um público ainda maior e diversificado.

A gastronomia local foi apreciada por 32% dos visitantes, o que evidencia o interesse dos turistas pela culinária regional. Esse resultado sugere que o evento pode ampliar a oferta gastronômica, promovendo pratos típicos e incentivando pequenos empreendedores do setor alimentício.

Por fim, a baixa participação (10%) das feiras de artesanato sugere que essa atividade pode ser melhor promovida ou que a disposição dos estandes pode estar afastada dos pontos de maior fluxo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do perfil dos visitantes da Árvore de Mirassol revelou que Natal recebe predominantemente um público jovem e escolarizado, com forte participação do turismo interno e uma significativa rede de acolhimento familiar. A escolha da cidade como destino reflete não apenas sua atratividade natural e cultural, mas também a relevância dos eventos sazonais na dinâmica turística local.

Os dados apontam que a infraestrutura turística e a programação do evento são bem avaliadas, reforçando o potencial de Natal para ampliar sua competitividade no setor. No entanto, desafios como a mobilidade urbana e o acesso a pontos turísticos ainda representam barreiras para uma experiência mais satisfatória. Assim, compreender o comportamento dos turistas é essencial para embasar políticas públicas e estratégias privadas que otimizem a oferta turística e incentivem o retorno dos visitantes.

REFERÊNCIAS:

- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 14. ed. São Paulo: SENAC, 2012.
- BOULLÓN, R. C. **Planejamento do espaço turístico**. São Paulo: Editora Manole, 2002.
- BUHALIS, D. **Marketing the competitive destination of the future**. *Tourism Management*, v. 21, n. 1, p. 97-116, 2000.
- COOPER, C. et al. **Turismo: princípios e práticas**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- GEHL, J. **Cidades para pessoas**. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, L.; TEIXEIRA, M. A influência da hospitalidade na intenção de retorno de turistas.
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 13, n. 2, p. 45-61, 2019.

HALL, C. M. **Tourism: Rethinking the social science of mobility**. Essex: Pearson, 2005.

PAGE, S. **Tourism management**. 5. ed. London: Routledge, 2014.