

Relatório NATAL DE CURITIBA 2025





Sumário

02

Apresentação

03

Perfil do público

04

Origem dos espectadores

09

Perfil do visitante

14

Comportamento e opinião em relação ao natal de Curitiba

20

Comparativo com edições anteriores do natal de Curitiba

30

Ficha técnica

32

Infográfico





APRESENTAÇÃO

Com o tema “Juntos, o inesquecível acontece”, o Natal de Curitiba 2025 alcançou um público recorde estimado de 3.090.788 espectadores, consolidando-se como uma das maiores edições já realizadas.

A programação contou com mais de 150 atrações gratuitas, distribuídas em diferentes espaços públicos e privados da cidade, englobando espetáculos artísticos, feiras, oficinas, intervenções decorativas e outras atividades voltadas a públicos diversos.

Para fins metodológicos, a pesquisa concentrou-se nas maiores e mais representativas atrações do Natal de Curitiba 2025, selecionadas por sua relevância cultural, simbólica e pelo elevado fluxo de visitantes, abrangendo os seguintes locais: Largo da Ordem, Catedral da Luz, UFPR / Teatro Guaíra – Praça Santos Andrade, Palácio Avenida, Bosque Alemão, Praça Oswaldo Cruz, Ruínas de São Francisco, Parque Barigui (incluindo o cinema e o espetáculo Disney), Restaurante Madalosso, Passeio Público, Jardim Botânico, Rua XV de Novembro e Parque Tanguá.

Com a finalidade de compreender o perfil dos espectadores do Natal 2025, bem como seus hábitos, avaliações e percepções, e de subsidiar o planejamento das próximas edições do evento, foi realizada, ao longo da programação, a 14ª Pesquisa de Natal. O levantamento utilizou uma amostra de 904 questionários, assegurando nível de confiança de 95% e margem de erro de 3%.

A aplicação da pesquisa ocorreu junto aos espectadores nas principais atrações da programação natalina, no período de 3 de novembro a 23 de dezembro de 2025.

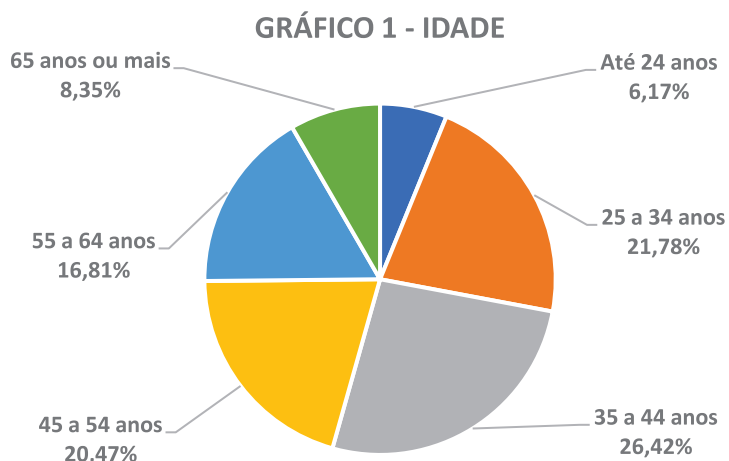
Entre os principais resultados apurados, destaca-se que 15,2% do público era composto por visitantes, enquanto 84,8% correspondia a moradores de Curitiba e da Região Metropolitana. Estima-se que os 469.799 visitantes que participaram das atrações do Natal tenham movimentado aproximadamente R\$ 722,6 milhões na economia local, considerando gastos com hospedagem, alimentação, transporte, passeios e compras em geral.

Este relatório apresenta, de forma detalhada, os resultados obtidos na pesquisa, contemplando o perfil, o comportamento e a percepção dos espectadores do Natal de Curitiba 2025, contribuindo para uma análise abrangente do impacto do evento.

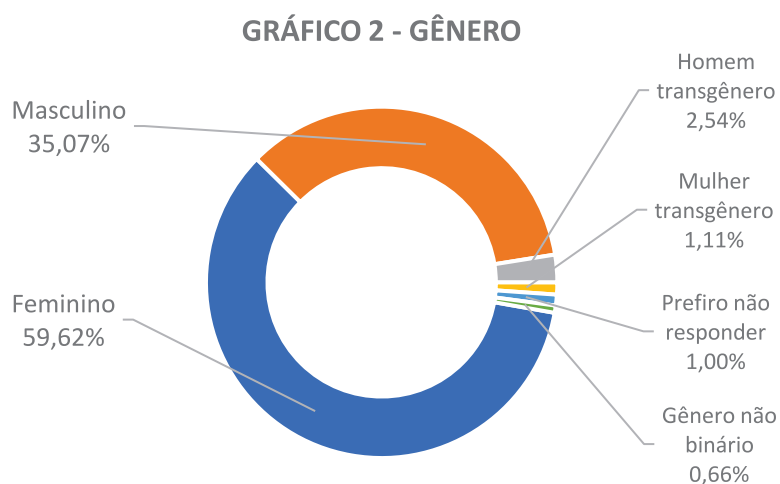


PERFIL DO PÚBLICO

Em relação ao perfil do público que participou das atrações natalinas de Curitiba, o gráfico a seguir (GRÁFICO 1) mostra a distribuição etária. O principal público foi na faixa dos 35 aos 44, representando 26,42% do total. Na sequência, destaque para o público de 25 a 34 anos e de 45 a 54 anos, representando 21,78% e 20,47% do total, respectivamente.



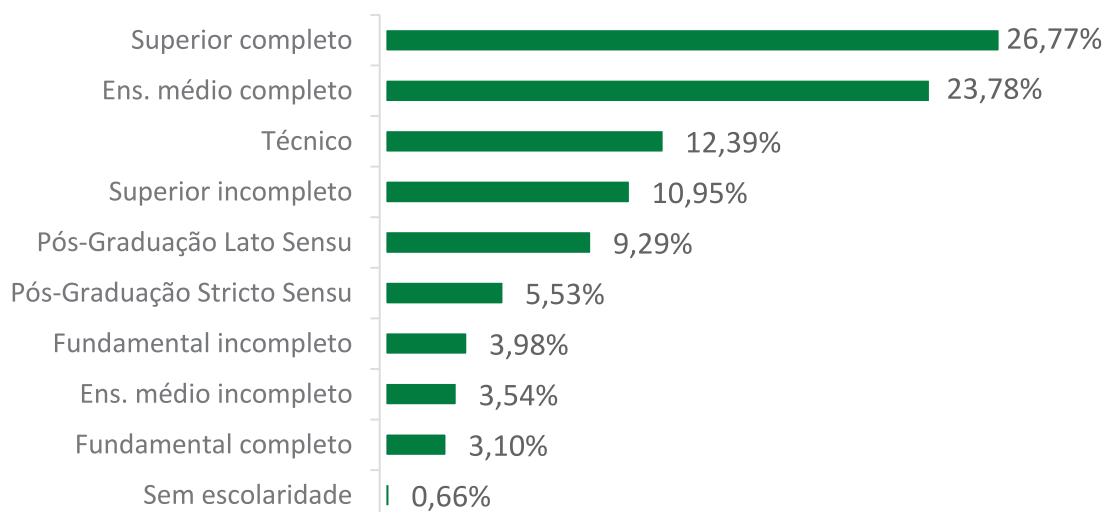
O GRÁFICO 2, apresentado a seguir, detalha o gênero com o qual os espectadores se identificaram. O público feminino foi a maioria, representando 59,62% do total.





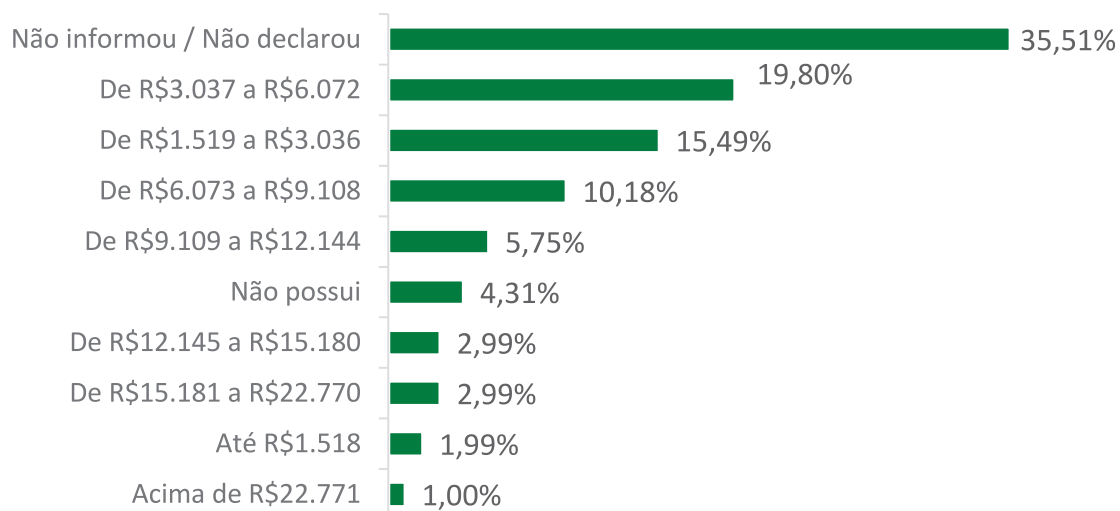
A respeito da escolaridade dos espectadores, é possível verificar no GRÁFICO 3 que 41,59% possui Ensino Superior completo e/ou Pós-Graduação.

GRÁFICO 3 - ESCOLARIDADE



Quanto à renda bruta mensal dos espectadores, cerca de 35,5% dos respondentes da pesquisa preferiram não informar. Entre os que informaram, a faixa salarial mais frequente foi de R\$3.037 a R\$6.072, apontada por 35,51%.

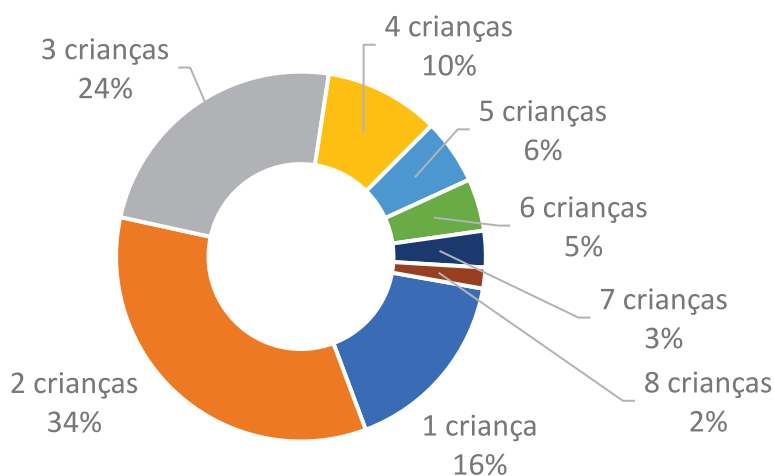
GRÁFICO 4 - RENDA BRUTA MENSAL





No GRÁFICO 5, observa-se o perfil dos espectadores que compareceram às atrações acompanhados de crianças, respondida por 32,19% dos participantes da pesquisa. Entre esses respondentes, verifica-se a predominância de grupos familiares com duas crianças, que representam 34,12%, seguidos por aqueles acompanhados de três crianças (23,99%) e uma criança (16,53%). Grupos com quatro crianças correspondem a 10,05%, enquanto aqueles com cinco crianças somam 5,71%. As participações de grupos maiores apresentam menor representatividade, com seis crianças (4,57%), sete crianças (3,20%) e oito crianças (1,83%). Esses dados evidenciam o caráter familiar do evento, com maior concentração de público composto por núcleos familiares de pequeno e médio porte, reforçando o Natal de Curitiba como uma programação especialmente atrativa para famílias com crianças.

GRÁFICO 5 - NÚMERO DE CRIANÇAS ACOMPANHANDO OS ESPECTADORES





ORIGEM DOS ESPECTADORES

Em relação à origem dos espectadores, a pesquisa apontou que 84,8% dos mesmos eram moradores de Curitiba ou de municípios da Região Metropolitana. Os demais 15,2% eram turistas em visita a Curitiba, vindos de diversos estados brasileiros e inclusive de outros países. Observou-se ainda um aumento expressivo de 60,22% no número absoluto de turistas como espectadores, passando de 292.789 em 2024 para 468.563 em 2025, o que reforça o crescimento da atratividade do evento para visitantes de fora da cidade.

GRÁFICO 6 - MORADOR DE CURITIBA E RMC

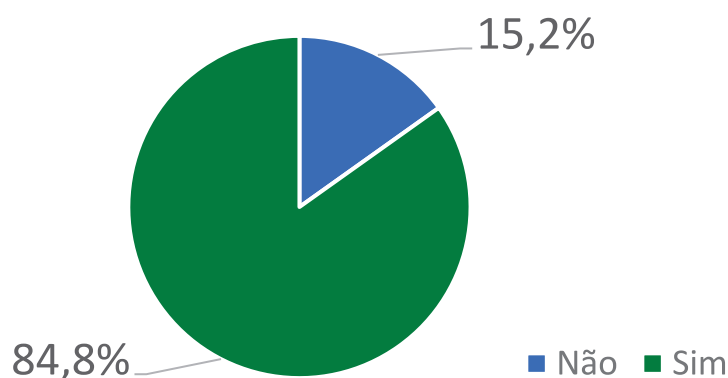
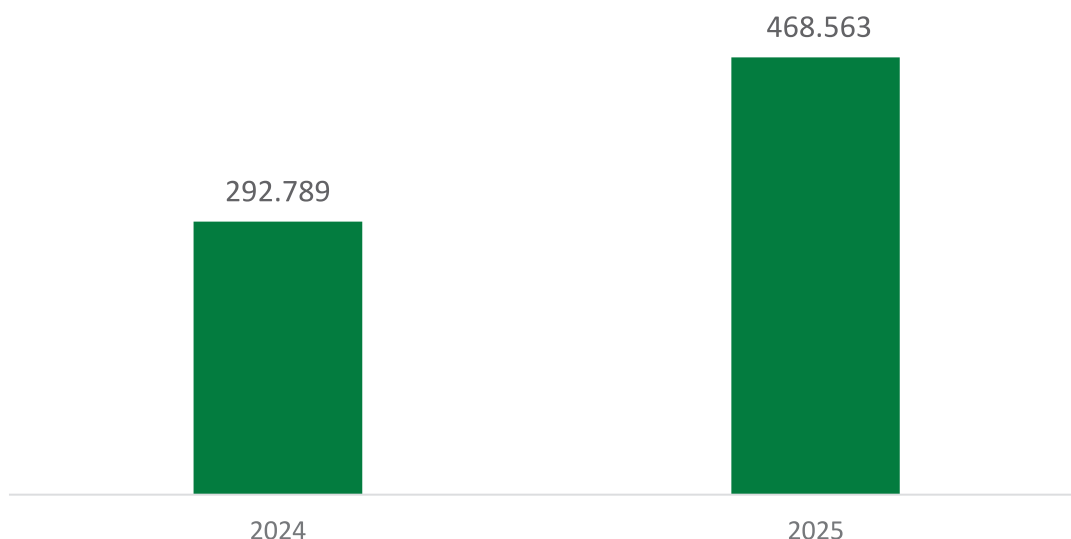


GRÁFICO 7 - NÚMERO ESTIMADO DE TURISTAS ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA

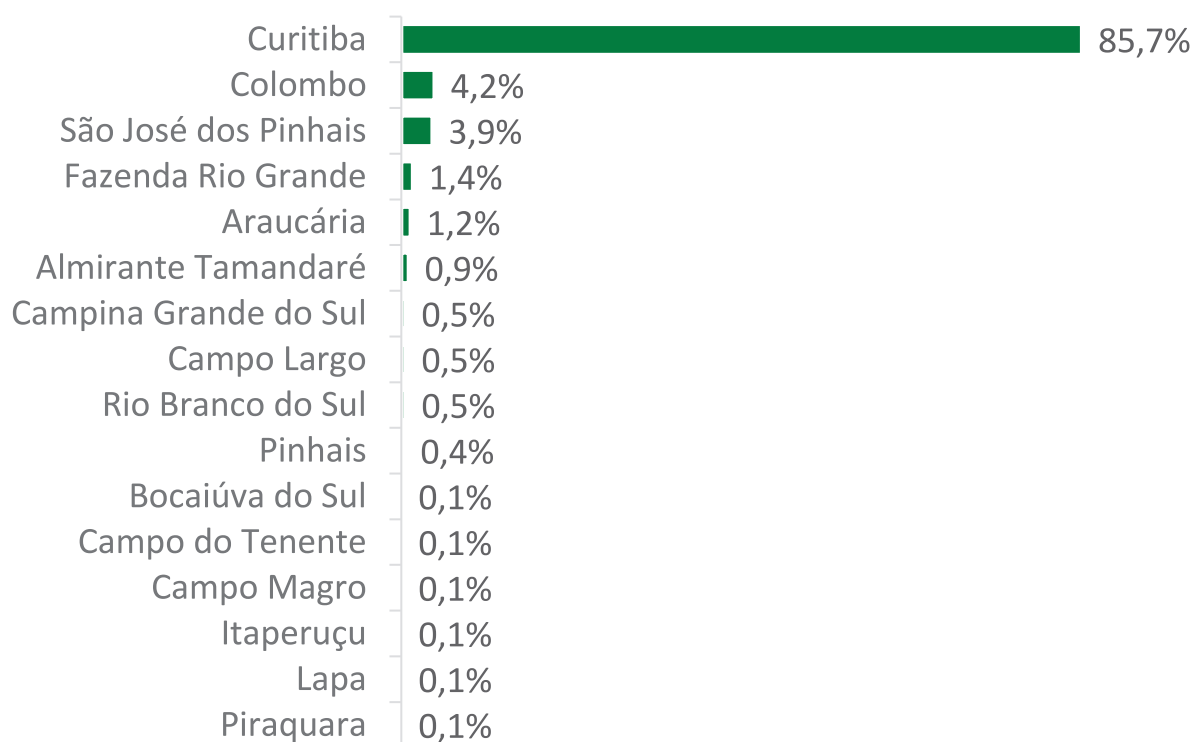


Aumento de 60%



O GRÁFICO 8 detalha a origem dos moradores, evidenciando que 85,7% moravam na própria capital, enquanto os demais vieram de municípios da região metropolitana, principalmente de Colombo, São José dos Pinhais e Fazenda Rio Grande.

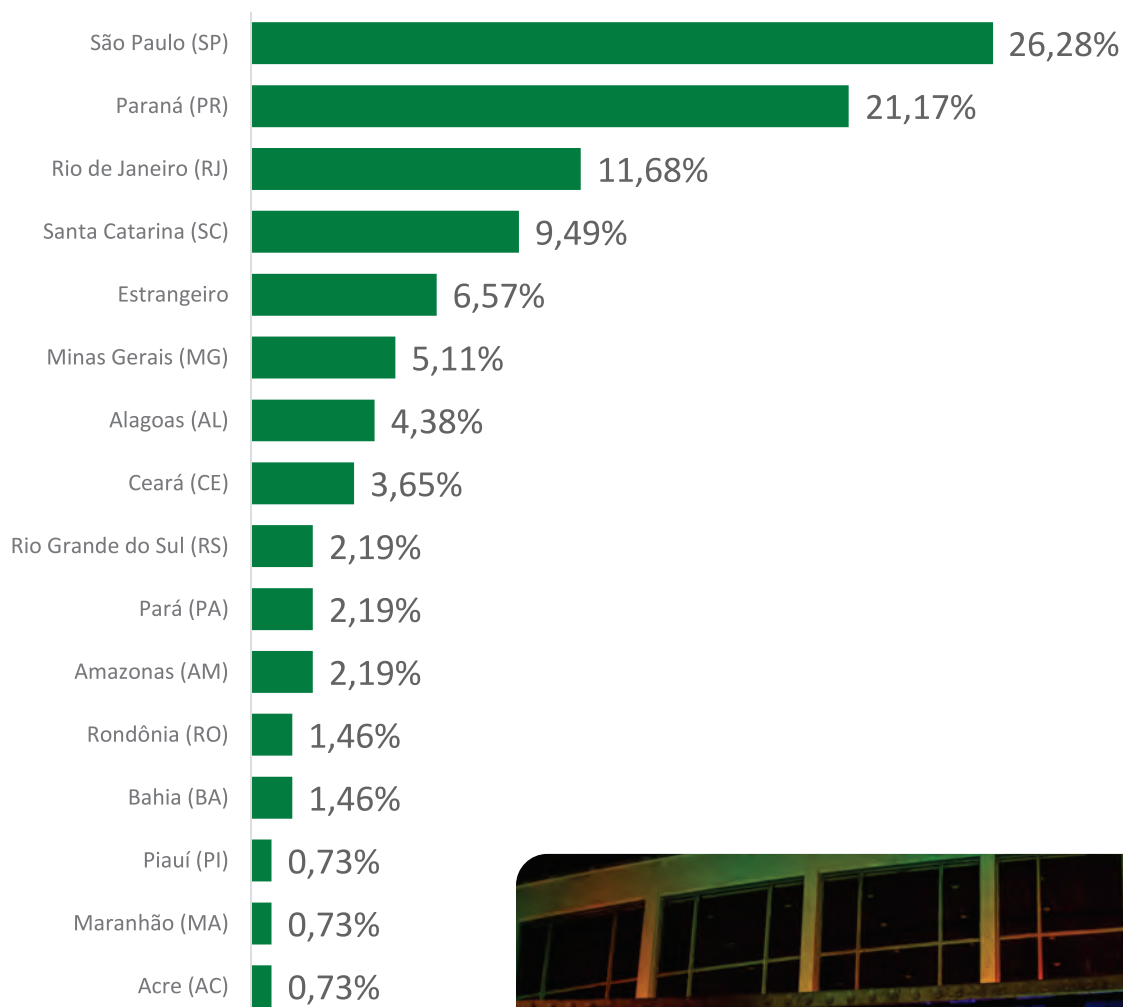
GRÁFICO 8 - ORIGEM DOS MORADORES DE CURITIBA E RMC



O GRÁFICO 9, apresentado abaixo, mostra a origem dos espectadores que eram turistas em Curitiba, ou seja, que realizaram pernoite na cidade. Nele, destacamos o público que veio da região sudeste do país, em especial do estado de São Paulo, representando 26,28% dos visitantes, seguido dos estados de Paraná e Rio de Janeiro, representando 21,17% e 11,68%, respectivamente.



GRÁFICO 9 - ORIGEM DOS TURISTAS

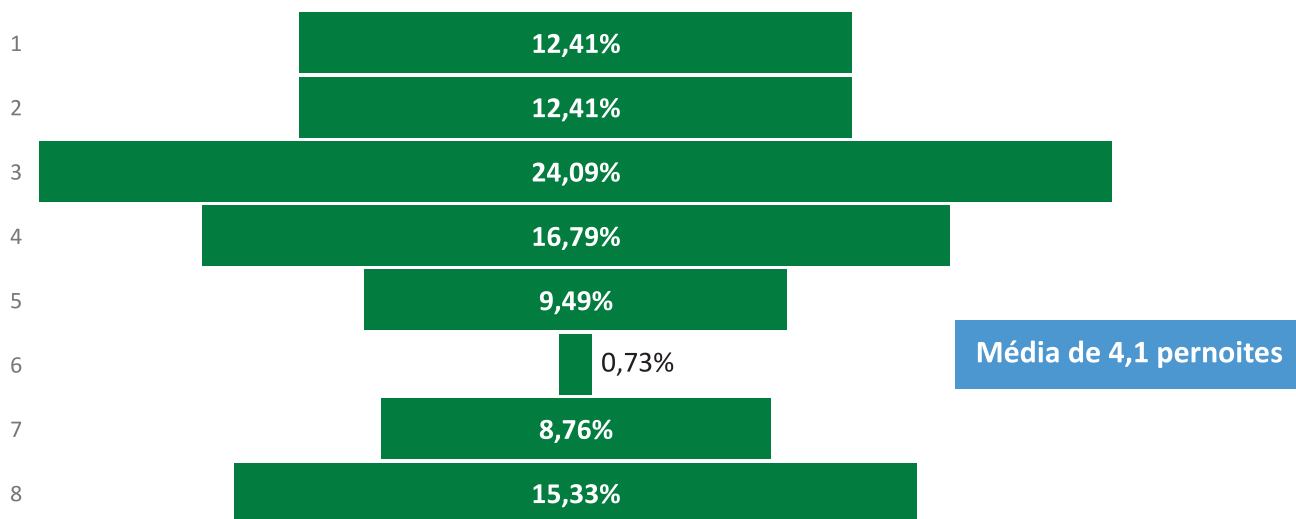




PERFIL DO VISITANTE

Verificando o perfil específico dos visitantes que vieram a Curitiba e participaram das atrações natalinas, o GRÁFICO 10 apresenta informações relativas ao tempo de permanência dos mesmos na cidade. Com base na pesquisa realizada neste ano, a partir de uma amostra de 904 questionários válidos, observa-se que não foram identificados excursionistas entre os respondentes, ou seja, todos os participantes da pesquisa realizaram ao menos um pernoite na cidade. Destaca-se que esse resultado se refere exclusivamente ao universo pesquisado, não permitindo afirmar a inexistência de excursionistas no total de visitantes do período analisado. A maior incidência de permanência foi de 3 pernoites, por 24,09% dos turistas, e a média de permanência foi de 4,1 pernoites.

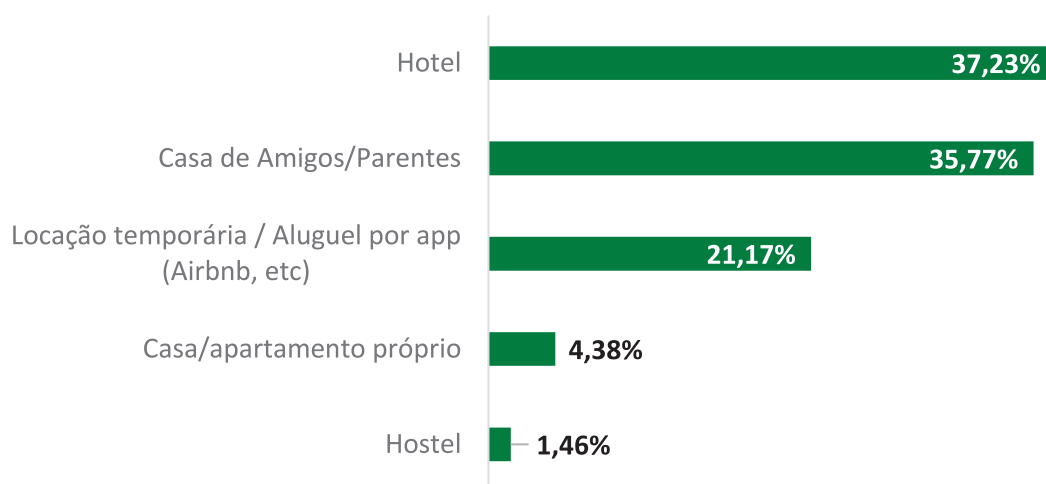
GRÁFICO 10 - PERNOITES REALIZADOS EM CURITIBA



Em relação ao meio de hospedagem utilizado pelos turistas na cidade durante sua permanência, o GRÁFICO 11 destaca a escolha de 37,23% em hotéis, seguida pela permanência na casa de amigos/parentes, que foi opção de 35,77% dos turistas.

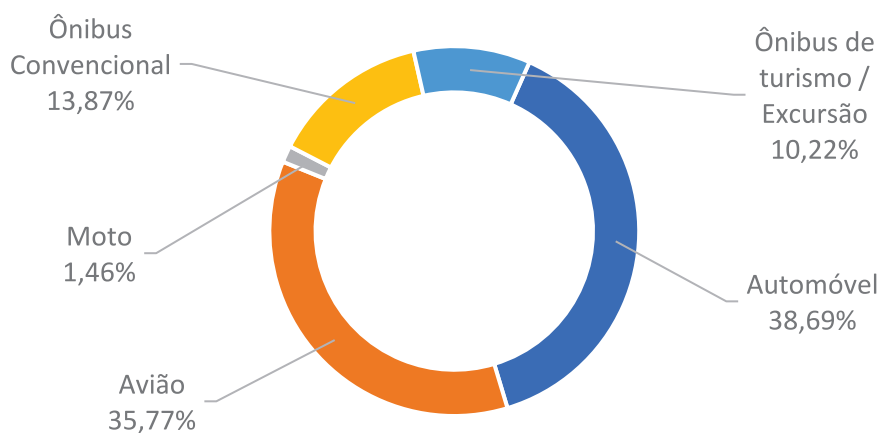


GRÁFICO 11 - MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO



Para chegar até a cidade, GRÁFICO 12, a principal escolha de meio de transporte foi o automóvel, utilizado por 38,69% dos visitantes. Na sequência foi o avião, escolha de 35,77% dos visitantes, e os ônibus convencionais, que trouxeram 13,87% dos mesmos.

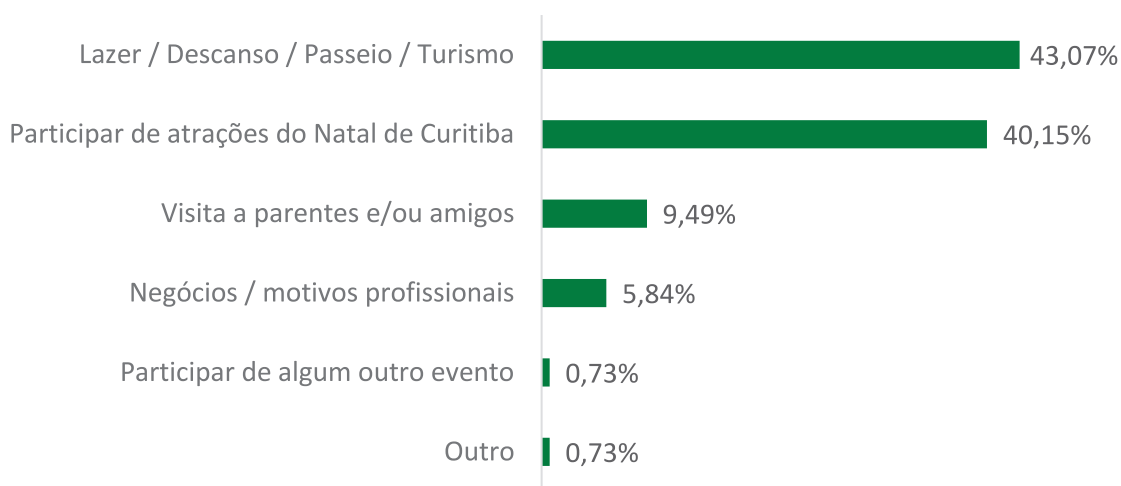
GRÁFICO 12 - MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA CHEGAR EM CURITIBA





O GRÁFICO 13, apresentado abaixo, evidencia a principal motivação dos visitantes em virem para Curitiba. Lazer e turismo foi a principal resposta, totalizando 43,07%, seguida da participação nas atrações de Natal, que foi a resposta de 40,15% dos visitantes.

GRÁFICO 13 - MOTIVAÇÃO DA VIAGEM



Com relação à companhia de viagem à Curitiba, o GRÁFICO 14 mostra que 51,9% dos visitantes estavam na cidade com a família, enquanto outros 27,01% dos visitantes estavam na companhia do cônjuge ou namorado(a). Já o GRÁFICO 15 apresenta informações levantadas em relação ao número de pessoas que faziam parte do grupo de viagem. A média de pessoas foi de 3 por grupo, sendo que a maioria viajava em 2 pessoas (38,69%) ou 3 pessoas (14,60%).

GRÁFICO 14 - COMPANHIA DE VIAGEM

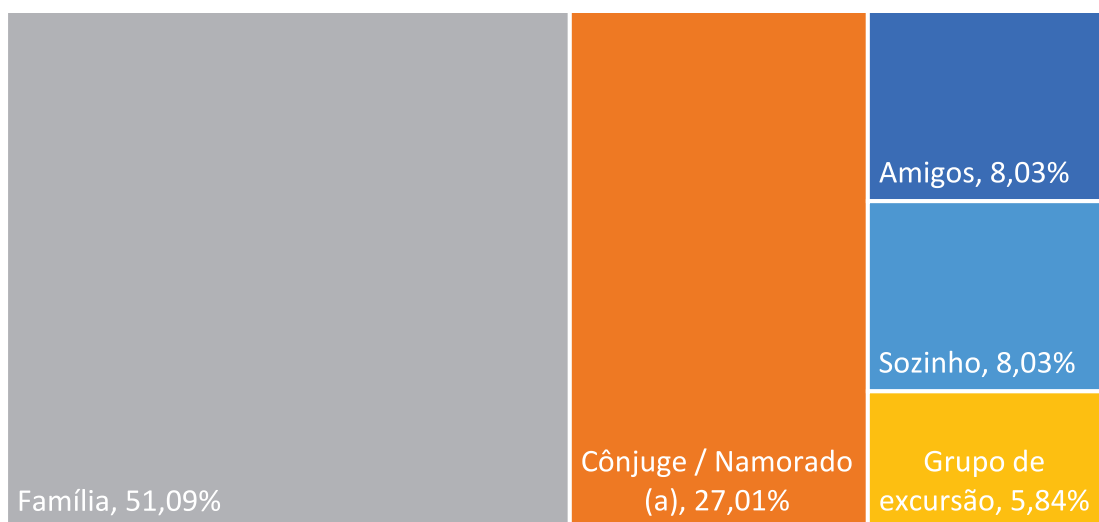
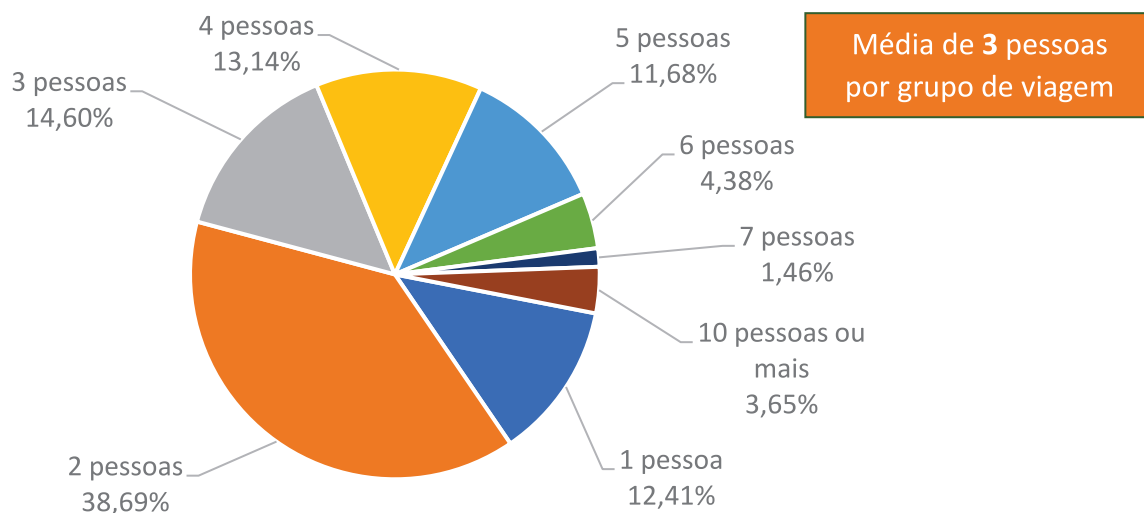


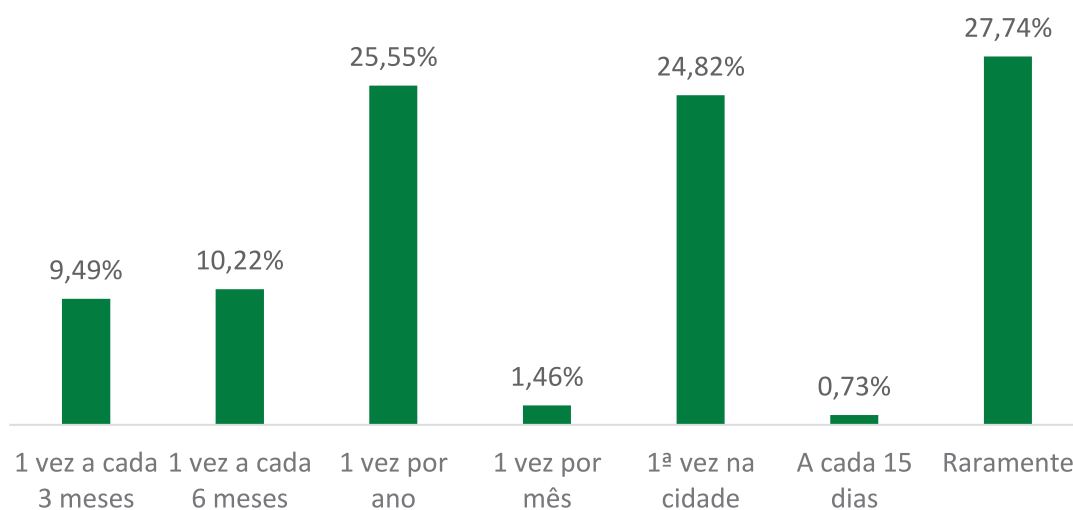


GRÁFICO 15 - EM QUANTAS PESSOAS VIERAM



O GRÁFICO 16 apresenta os dados em relação à frequência com que os visitantes vêm a cidade de Curitiba. A maior incidência de respostas foi de que vem raramente à cidade (27,74%), seguido de pessoas que costumam vir uma vez por ano à Curitiba (25,55%) ou que estavam pela primeira vez na cidade (24,82%).

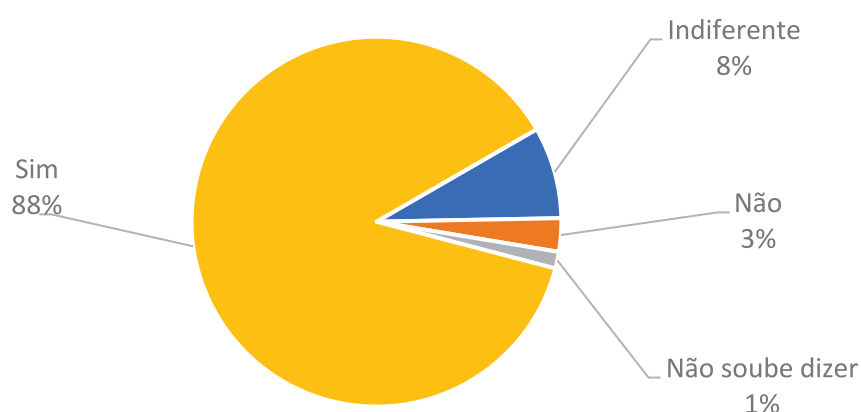
GRÁFICO 16 - FREQUÊNCIA DE VISITAS À CURITIBA





Questionados em relação ao impacto da participação nas atrações de natal na experiência turística da cidade, o GRÁFICO 17 mostra que 88% afirmaram que enriqueceu a experiência, evidenciando o potencial do Natal de Curitiba.

GRÁFICO 17 - PARTICIPAÇÃO NO NATAL ENRIQUECEU A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA NA CIDADE



Com relação aos gastos dos visitantes na cidade, a pesquisa mostrou que os turistas que utilizaram meios de hospedagem pagos (como hotéis, hostels ou locação temporária) tiveram um gasto médio de R\$440,70 por dia em Curitiba, enquanto aqueles que se hospedaram na casa de parentes e/ou amigos ou que utilizaram residências próprias gastaram R\$280,08.

GASTO MÉDIO DIÁRIO POR PESSOA EM CURITIBA

Turistas que utilizaram hospedagem paga (hotel, hostel ou locação temporária) – R\$440,70

Turistas que se hospedaram em residência própria ou de parentes/amigos – R\$280,08

Os dados apresentados anteriormente, juntamente com demais dados coletados pela pesquisa, nos permitiram estimar que os turistas e excursionistas que participaram das atrações natalinas da cidade gastaram aproximadamente 722,6 milhões de reais na cidade, gerando considerável benefício econômico para a mesma. Para chegar a este número, são utilizados os dados de gasto médio diário, tempo de permanência na cidade e projeção de visitantes, baseada no total de espectadores do Natal de Curitiba.



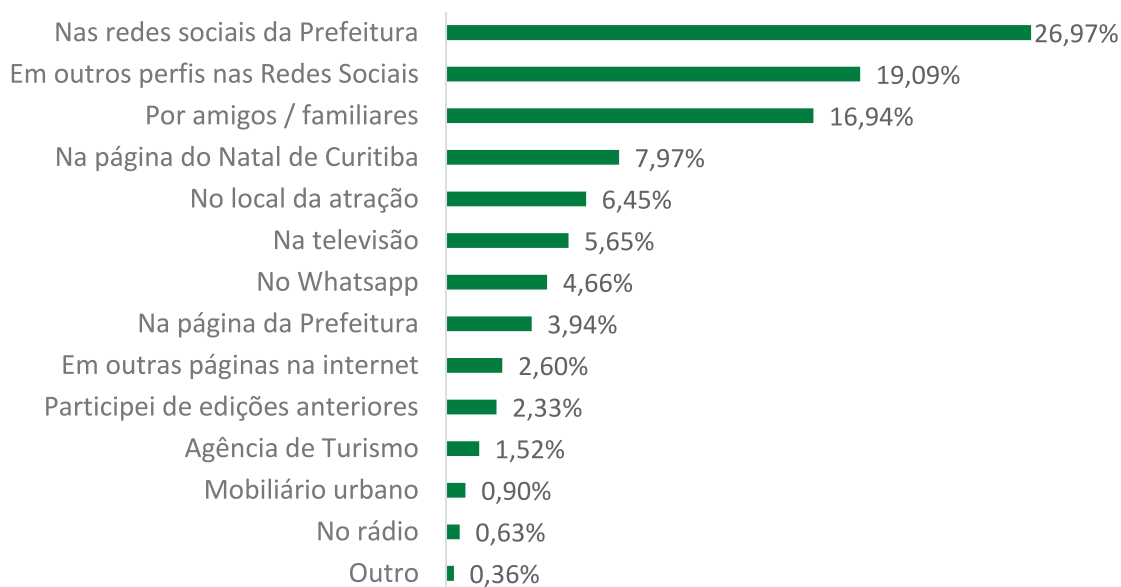
ESTIMATIVA DE GASTOS DOS TURISTAS E EXCURSIONISTAS ESPECTADORES DO NATAL NA CIDADE

722,6 milhões de reais

COMPORTAMENTO E OPINIÃO EM RELAÇÃO AO NATAL DE CURITIBA

Os gráficos a seguir tratam a respeito do comportamento e da opinião dos espectadores em relação ao Natal de Curitiba. O primeiro deles, o GRÁFICO 18, mostra de que forma os espectadores obtiveram informações sobre o Natal de Curitiba e sua programação. Nessa pergunta, os espectadores puderam informar mais de uma resposta, caso coubesse. Através do gráfico, é possível verificar que 26,97% dos espectadores se informaram por meio das Redes Sociais da Prefeitura de Curitiba (perfil da própria Prefeitura e do Partiu Curitiba). Destacam-se também como fontes de informação outros perfis nas redes sociais (19,09%) e por amigos e familiares (16,94%).

**GRÁFICO 18 - OBTEVE INFORMAÇÕES SOBRE O NATAL DE
CURITIBA**





Os GRÁFICOS 19 a 26 apresentam a percepção dos espectadores em relação aos eventos nos quais foram abordados pela pesquisa, nos aspectos de local, horário, cenário e decoração e a atração como um todo. As notas poderiam ser entre 1 e 5, sendo 1 - péssimo e 5 - ótimo. As avaliações em geral evidenciam o sucesso do Natal de Curitiba, uma vez que nenhuma avaliação ficou com nota média abaixo de 4,5. Como média geral, considerando todos os eventos, as notas por critério foram: Local – 4,8, Horário das atrações – 4,8, cenário e decoração das atrações – 4,8, atrações – 4,8, mobilidade e entorno da atração – 4,6, informações sobre a atração – 4,7, segurança da atração – 4,7, infraestrutura de apoio – 4,5.

GRÁFICO 19 - AVALIAÇÃO DO LOCAL DA ATRAÇÃO

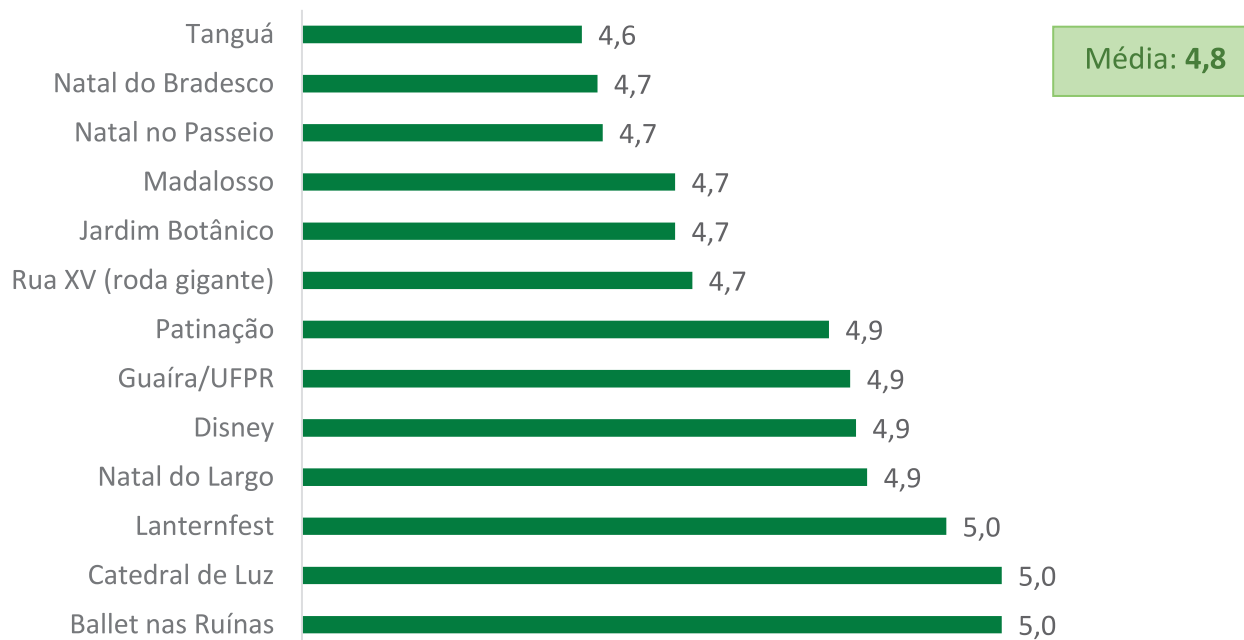




GRÁFICO 20 - AVALIAÇÃO DO HORÁRIO DA ATRAÇÃO

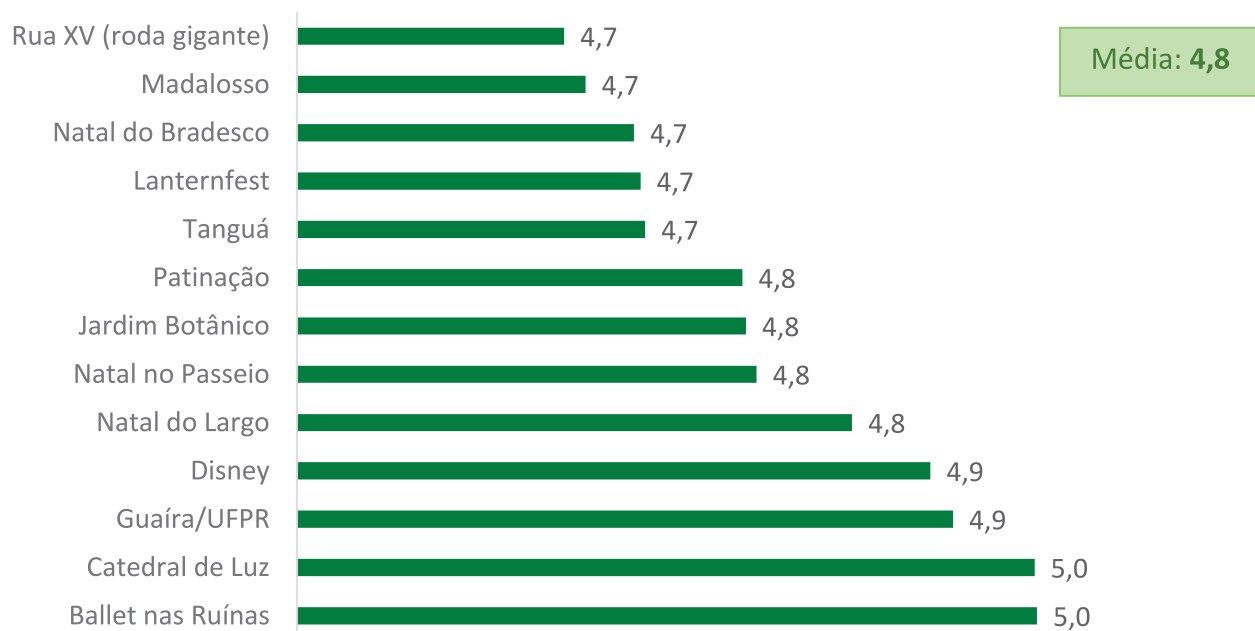


GRÁFICO 21 - AVALIAÇÃO DO CENÁRIO E DECORAÇÃO DA ATRAÇÃO

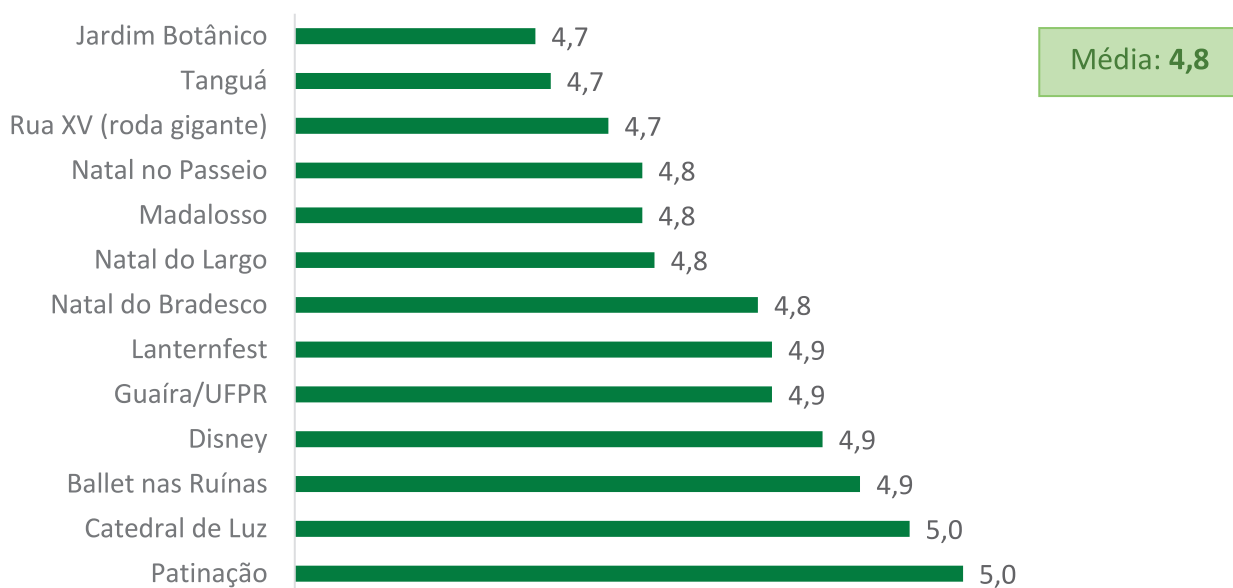




GRÁFICO 22 - AVALIAÇÃO DA ATRAÇÃO

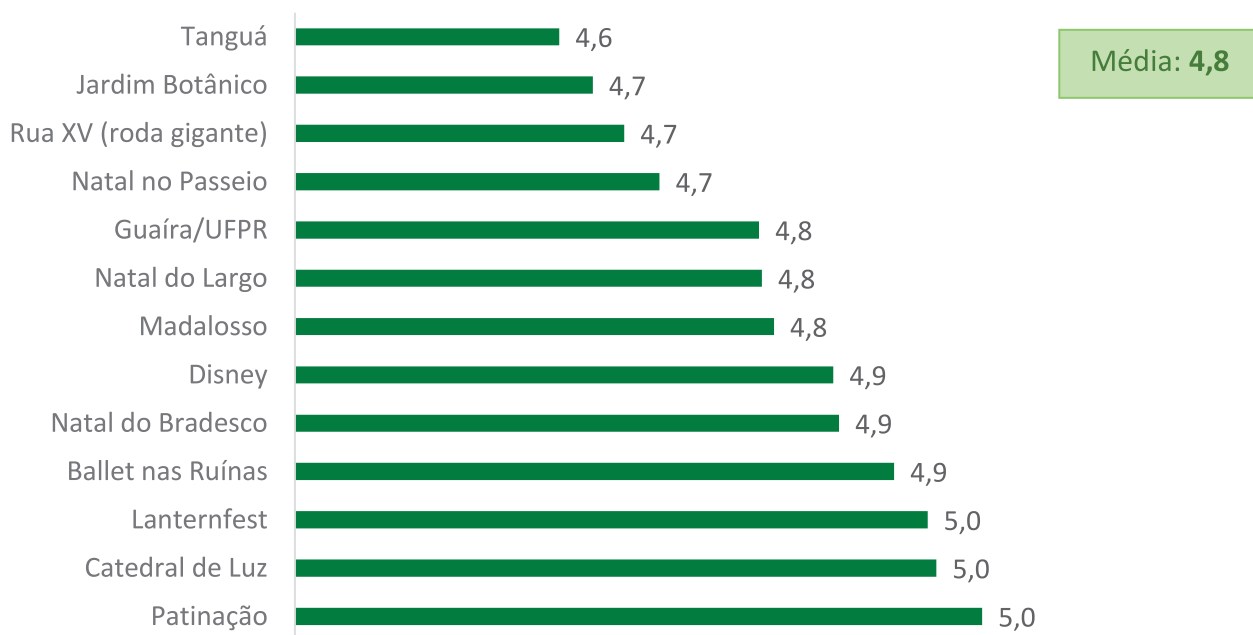
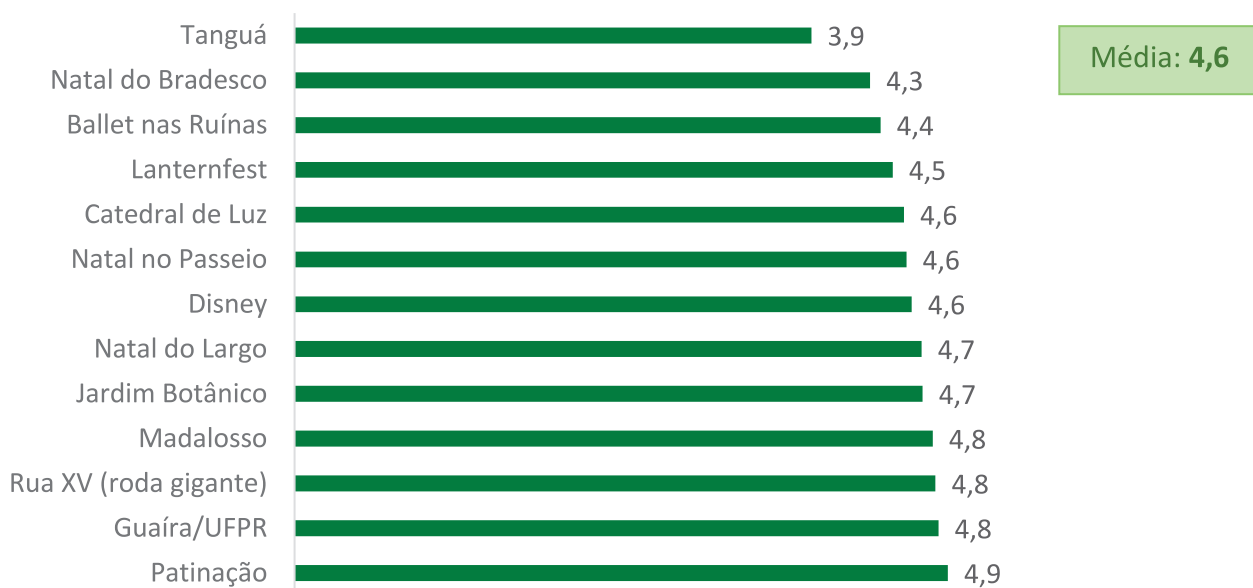


GRÁFICO 23 - AVALIAÇÃO DA MOBILIDADE DO ENTORNO DA ATRAÇÃO





**GRÁFICO 24 - AVALIAÇÃO DAS INFORMAÇÕES
DISPONÍVEIS SOBRE DA ATRAÇÃO**

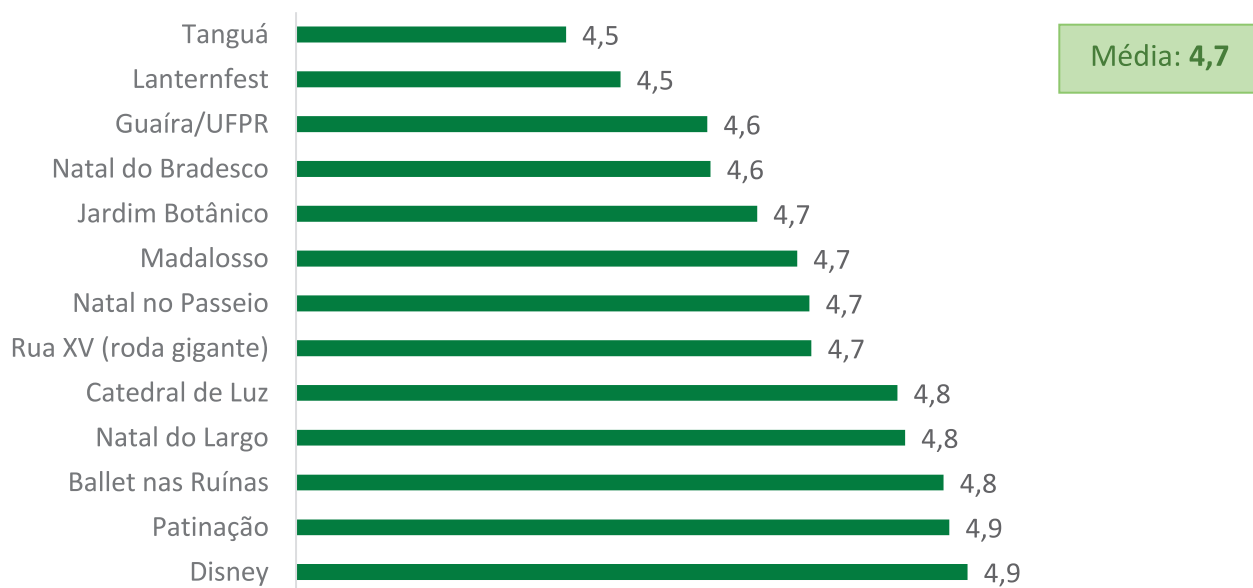


GRÁFICO 25 - AVALIAÇÃO DA SEGURANÇA DA ATRAÇÃO

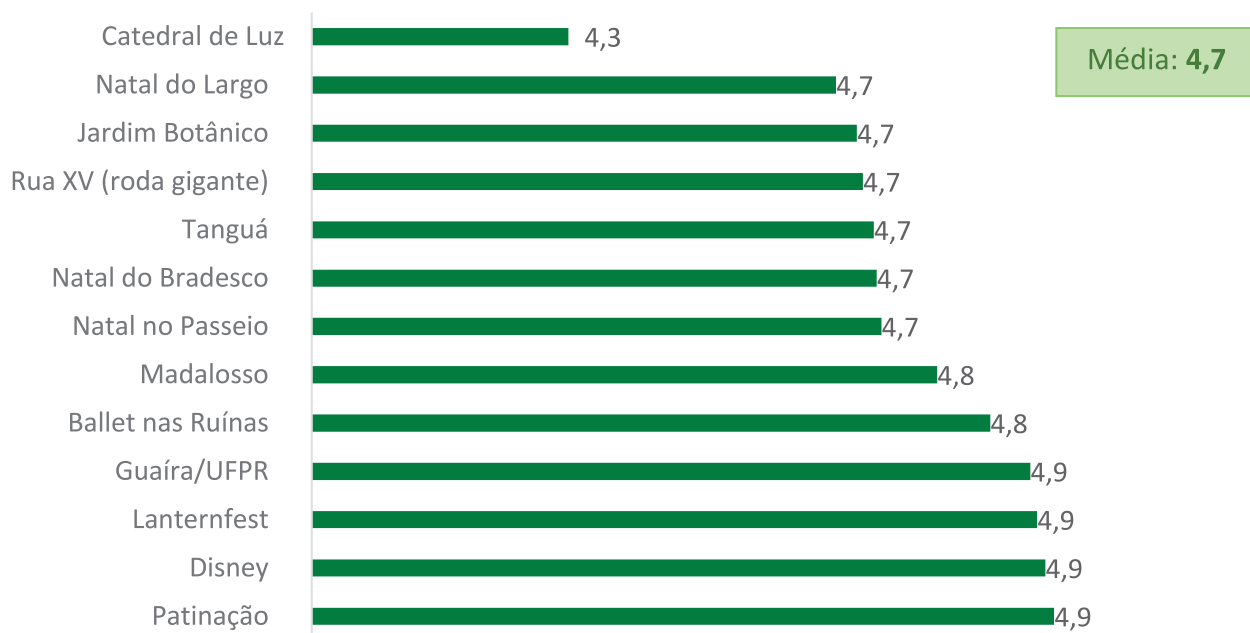
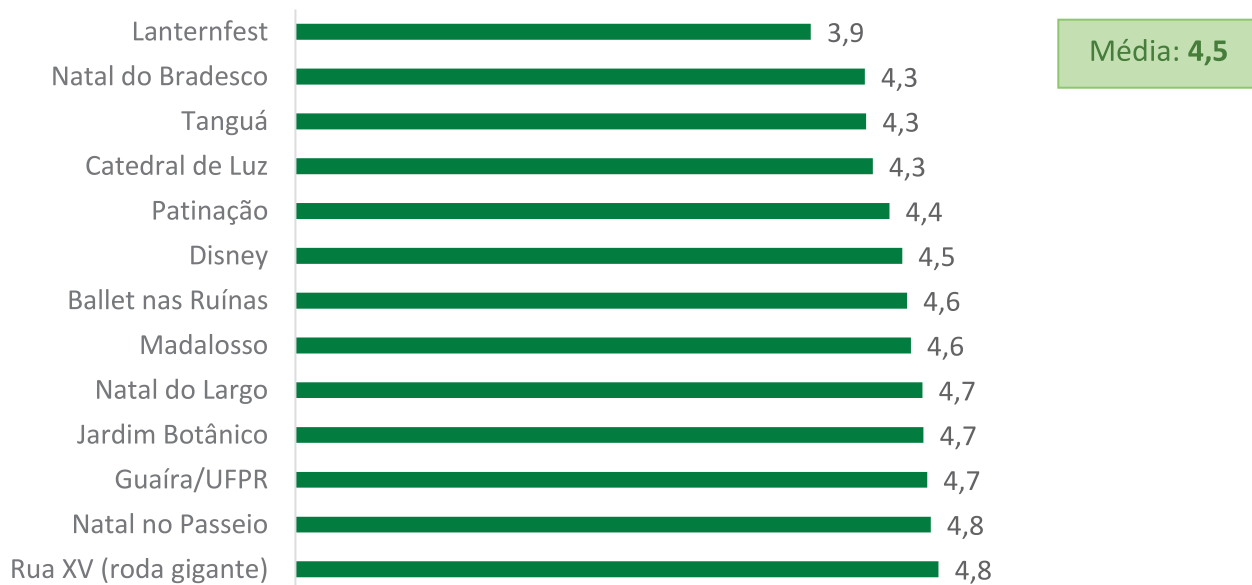


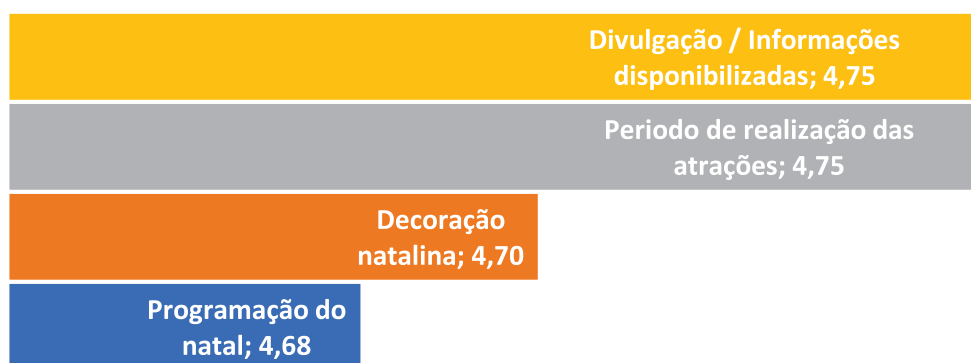


GRÁFICO 26 - AVALIAÇÃO DA INFRAESTRUTURA DE APOIO DA ATRAÇÃO



Em relação à percepção dos espectadores sobre o Natal de Curitiba de maneira mais geral, o GRÁFICO 27 apresenta a avaliação em relação à divulgação, o período de realização das atrações, a decoração da cidade e a programação do Natal. A avaliação contou com notas entre 1 e 5, sendo 1 – péssimo e 5 – ótimo. As melhores médias foram em divulgação e informações e período de realização das atrações, ambos com 4,75, seguida da decoração natalina com 4,70 e a programação do natal com uma média de 4,68.

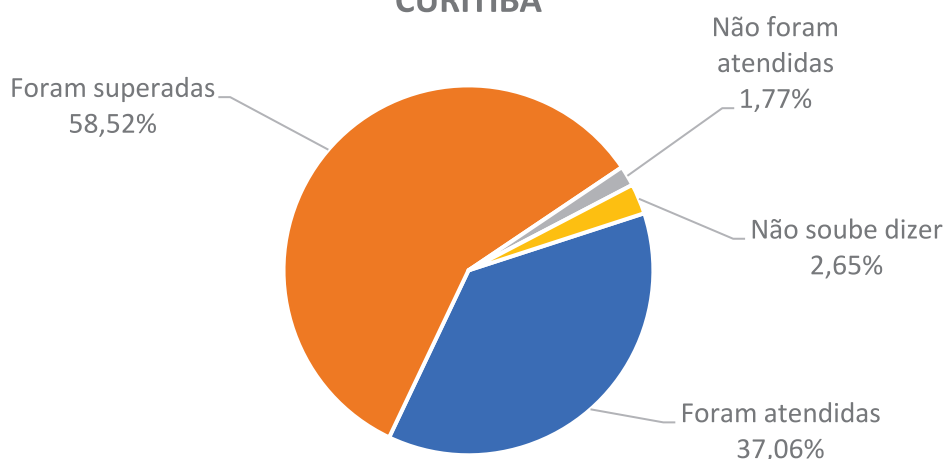
GRÁFICO 27 - AVALIAÇÃO DO NATAL DE CURITIBA





Os espectadores foram questionados também sobre suas expectativas em relação ao Natal de Curitiba. Como resultado, o GRÁFICO 28 mostra que 37% afirmou que o Natal atendeu suas expectativas, enquanto 58% afirmou que o Natal superou suas expectativas, sendo assim, entende-se que 95,58% dos espectadores ficaram satisfeitos com o Natal da cidade.

GRÁFICO 28 - EXPECTATIVAS EM RELAÇÃO AO NATAL DE CURITIBA



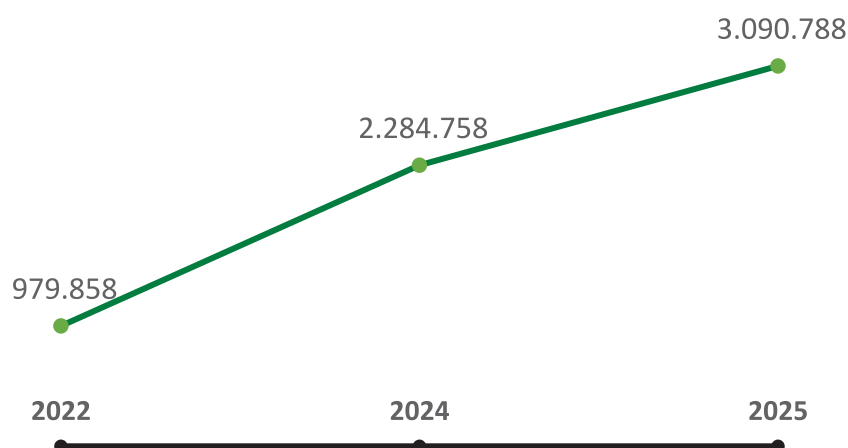
COMPARATIVO COM EDIÇÕES ANTERIORES DO NATAL DE CURITIBA

A seguir, os gráficos apresentarão um comparativo dos resultados da Pesquisa de Natal de 2025 com duas edições anteriores, a realizada em 2024 e a realizada em 2022. Importante pontuar o cenário em que cada uma foi aplicada, o que impacta em seus resultados. Em 2022 estávamos em um cenário pós-pandemia, com o turismo recuperando seus resultados.

O GRÁFICO 29 apresenta a evolução no número de espectadores do Natal de Curitiba considerando as edições de 2022, 2024 e 2025. Em 2022, em um cenário pós-pandemia e de retomada do turismo, o evento registrou 979.858 espectadores. Em 2024, o público mais que dobrou em relação a 2022, alcançando 2.284.758 espectadores, o que representa um crescimento de 133,2%. Já em 2025, o número de espectadores chegou a 3.090.788, correspondendo a um aumento de 35,3% em relação a 2024. Esse crescimento contínuo está relacionado tanto à expansão da programação quanto ao fortalecimento das ações de divulgação do Natal.

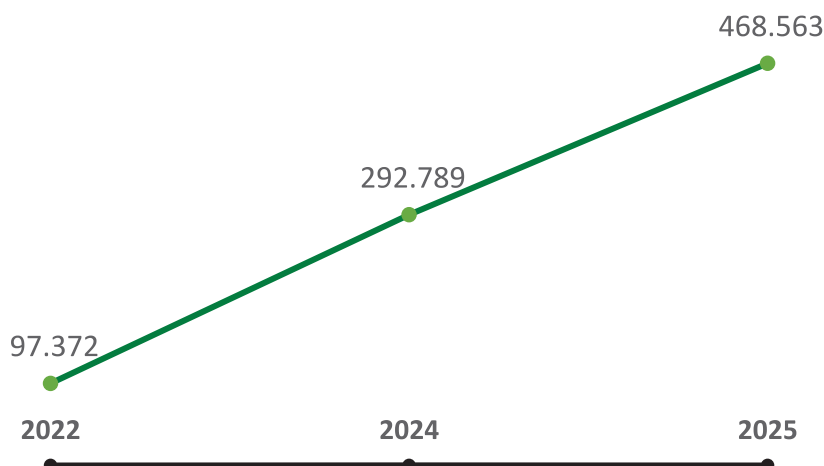


GRÁFICO 29 - EVOLUÇÃO DOS ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA



O GRÁFICO 30 apresenta o recorte do número de espectadores que eram visitantes na cidade, sejam turistas ou excursionistas, considerando as edições de 2022, 2024 e 2025. Em 2022, ainda sob reflexos do período pós-pandemia e da retomada gradual das viagens e eventos, foram registrados 97.372 visitantes. Em 2024, observou-se um crescimento expressivo, com o número de visitantes praticamente triplicando em relação a 2022, alcançando 292.789, o que representa um aumento de 200,7%. Já em 2025, o total de turistas e excursionistas chegou a 468.563, correspondendo a um crescimento adicional de 60,0% em relação a 2024, evidenciando o fortalecimento do Natal de Curitiba como atrativo turístico.

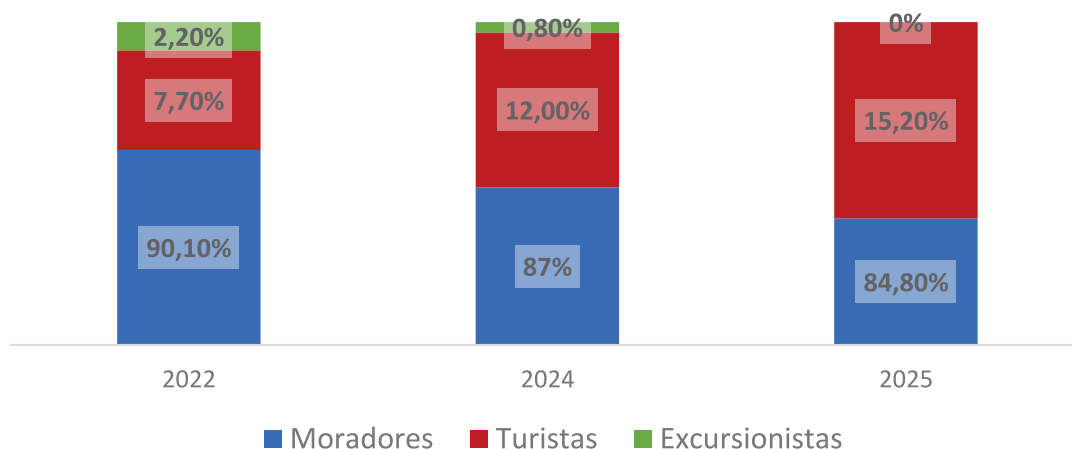
GRÁFICO 30 - EVOLUÇÃO DOS ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA





Em relação à porcentagem de participação de moradores de Curitiba e da Região Metropolitana, percebe-se que apesar do crescimento contínuo da participação de turistas nas atrações do Natal de Curitiba ao longo das edições analisadas, o público permanece majoritariamente composto por moradores da cidade e da Região Metropolitana. Observa-se, contudo, uma tendência clara de aumento do percentual de visitantes, ainda que de forma gradual, constante e moderada. Em 2022, a presença local foi predominante, com 90,1% do público formado por moradores. Em 2024, nota-se uma maior diversificação da origem dos espectadores, com 87,2% de moradores, 12,0% de turistas e 0,8% de excursionistas, configurando o maior percentual de turistas até então. Já em 2025, essa tendência se intensifica, com os moradores representando 84,8% do público e os turistas 15,2%, evidenciando uma redução proporcional da participação local e o fortalecimento progressivo do evento como atrativo turístico, sem que isso descaracterize seu perfil predominantemente voltado à população residente.

GRÁFICO 31 - EVOLUÇÃO DO PERFIL DOS ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA





No GRÁFICO 32, apresentado abaixo, observa-se um panorama da origem dos espectadores visitantes ao longo dos anos analisados. Em 2022, período imediatamente pós-pandemia, nota-se uma forte concentração de público proveniente de regiões geograficamente mais próximas, com predominância das regiões Sul (47,8%) e Sudeste (38,7%), indicando um perfil majoritariamente regional.

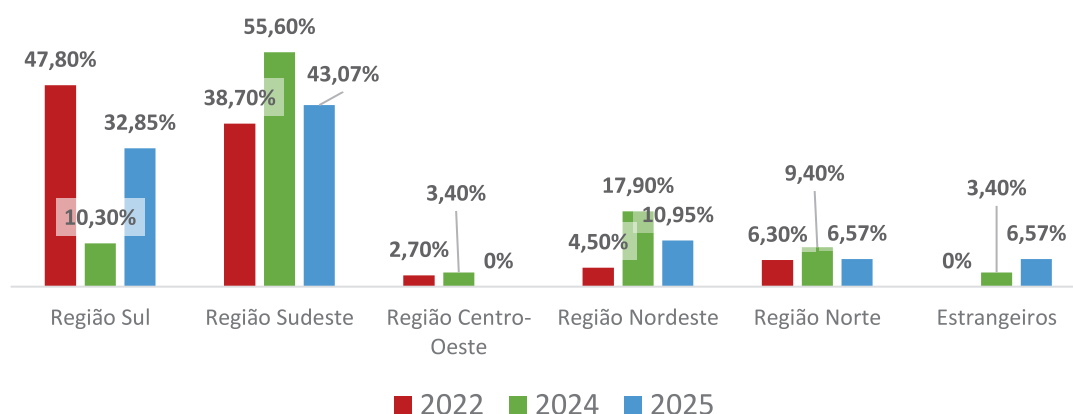
Já em 2024, verifica-se uma mudança significativa nesse padrão, com o público deixando de ser prioritariamente regional e passando a apresentar maior diversificação de origens. Destaca-se o expressivo crescimento da Região Sudeste (55,6%), bem como o aumento da participação das regiões Nordeste (17,9%) e Norte (9,4%), além do retorno da presença de estrangeiros (3,4%). Esse movimento deve ser analisado também à luz do contexto enfrentado pela Região Sul em 2024, especialmente no Rio Grande do Sul, que sofreu impactos severos decorrentes de eventos climáticos extremos, como enchentes e deslizamentos de terra, os quais afetaram a mobilidade, a capacidade de deslocamento e as condições socioeconômicas da população, contribuindo para a redução proporcional de visitantes oriundos dessa região naquele ano.

Em 2025, observa-se uma recomposição parcial do público da Região Sul (32,85%), ainda que o Sudeste (43,07%) siga como principal emissor de visitantes. Destaca-se também o aumento da participação de estrangeiros (6,7%), além da manutenção de fluxos relevantes das regiões Nordeste (10,95%) e Norte (6,57%), reforçando a consolidação do evento como atrativo de alcance nacional e internacional.



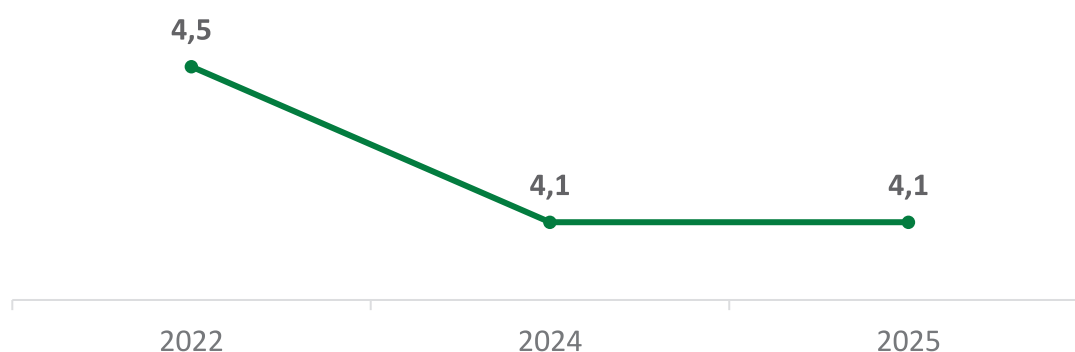


**GRÁFICO 32 - EVOLUÇÃO DA ORIGEM DOS VISITANTES
ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA**



Em relação à permanência dos turistas que participaram das atrações de Natal de Curitiba, observa-se que em 2022 a média de permanência foi de 4,5 pernoites. Em 2024, esse indicador apresentou uma leve redução, alcançando 4,1 pernoites, patamar que se manteve estável em 2025, também com média de 4,1 pernoites, indicando a consolidação do tempo de permanência dos visitantes no período analisado.

**GRÁFICO 33 - EVOLUÇÃO DA PERMANÊNCIA DOS
TURISTAS ESPECTADORES DO NATAL NA CIDADE**
(em número de pernoites)

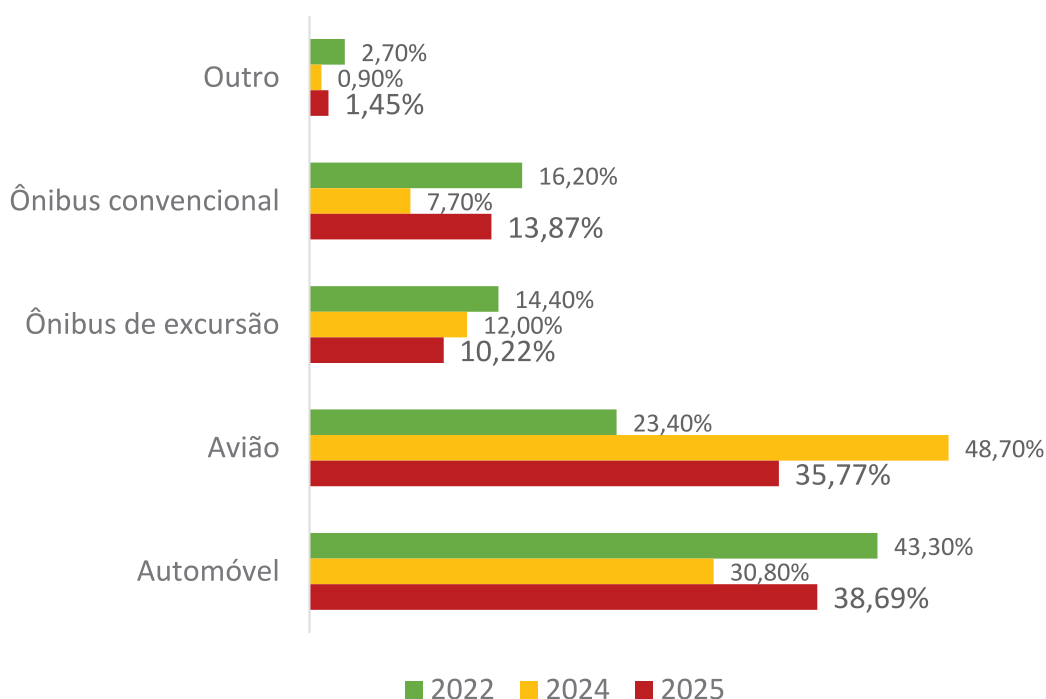




O GRÁFICO 34 apresenta os dados referentes ao meio de transporte utilizado pelos visitantes que participaram das atrações do Natal para chegarem a Curitiba. Em 2022, o automóvel foi o meio de transporte escolhido pela maioria dos visitantes, refletindo o perfil predominantemente regional do público naquele ano. Já em 2024, observa-se um crescimento significativo da utilização do avião, que passou a ser o principal meio de deslocamento, acompanhando o aumento de visitantes oriundos de regiões mais distantes do país, para os quais a praticidade e a rapidez do transporte aéreo se tornam determinantes.

Em 2025, verifica-se um equilíbrio maior entre os principais meios de transporte, com 38,69% dos visitantes utilizando automóvel e 35,77% optando pelo avião. Esse comportamento está diretamente relacionado ao elevado número de visitantes provenientes do Paraná, o que contribui para a maior utilização do automóvel, considerando a proximidade geográfica e a facilidade de deslocamento terrestre.

GRÁFICO 34 - EVOLUÇÃO DO MEIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PELOS VISITANTES PARA VIR AO NATAL DE CURITIBA

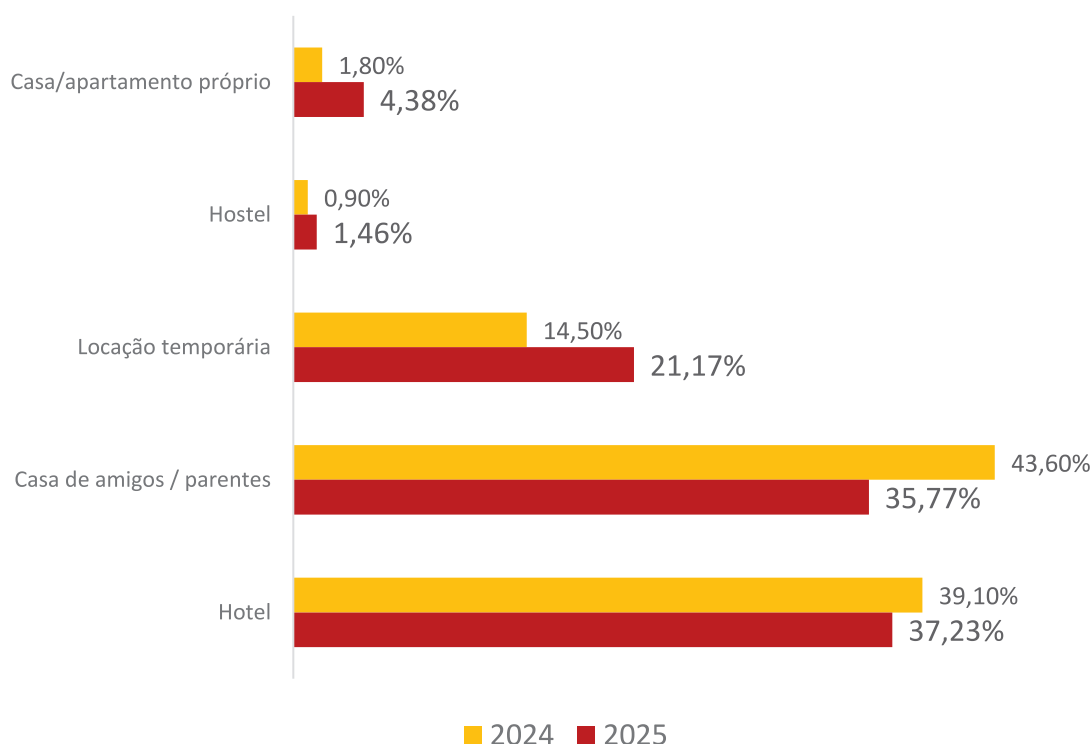




Na sequência, o GRÁFICO 35 apresenta os dados referentes à escolha do meio de hospedagem pelos turistas que participaram das atrações de Natal da cidade, considerando para esta análise comparativa apenas os anos de 2024 e 2025. Observa-se que, em 2025, os hotéis voltam a ocupar a primeira posição como principal meio de hospedagem, com 37,23%, embora em patamar inferior ao registrado em 2024 (39,1%). Em contrapartida, a casa de amigos e/ou parentes apresentou leve redução em 2025 (35,77%), após ter sido a opção mais representativa em 2024 (43,6%), configurando a principal mudança no perfil de hospedagem entre os dois anos.

Destaca-se ainda a locação temporária e aluguel por aplicativos, que manteve crescimento relevante, atingindo 21,17% em 2025, consolidando-se como uma alternativa importante de hospedagem. As demais modalidades apresentaram participação mais restrita, com casa ou apartamento próprio (4,38%) e hostels (1,46%), sem impacto significativo na composição geral do público hospedado.

GRÁFICO 35 - EVOLUÇÃO DO MEIO DE HOSPEDAGEM UTILIZADO PELOS VISITANTES DO NATAL DE CURITIBA





O GRÁFICO 36 retrata a evolução da motivação principal dos visitantes que participaram do Natal de Curitiba ao longo dos anos analisados. Em 2022, observa-se uma distribuição mais equilibrada entre as motivações, com destaque para lazer, descanso e passeio (36,1%) e para a participação nas atrações do Natal de Curitiba (32,4%), indicando que o evento já exercia papel relevante na decisão de viagem.

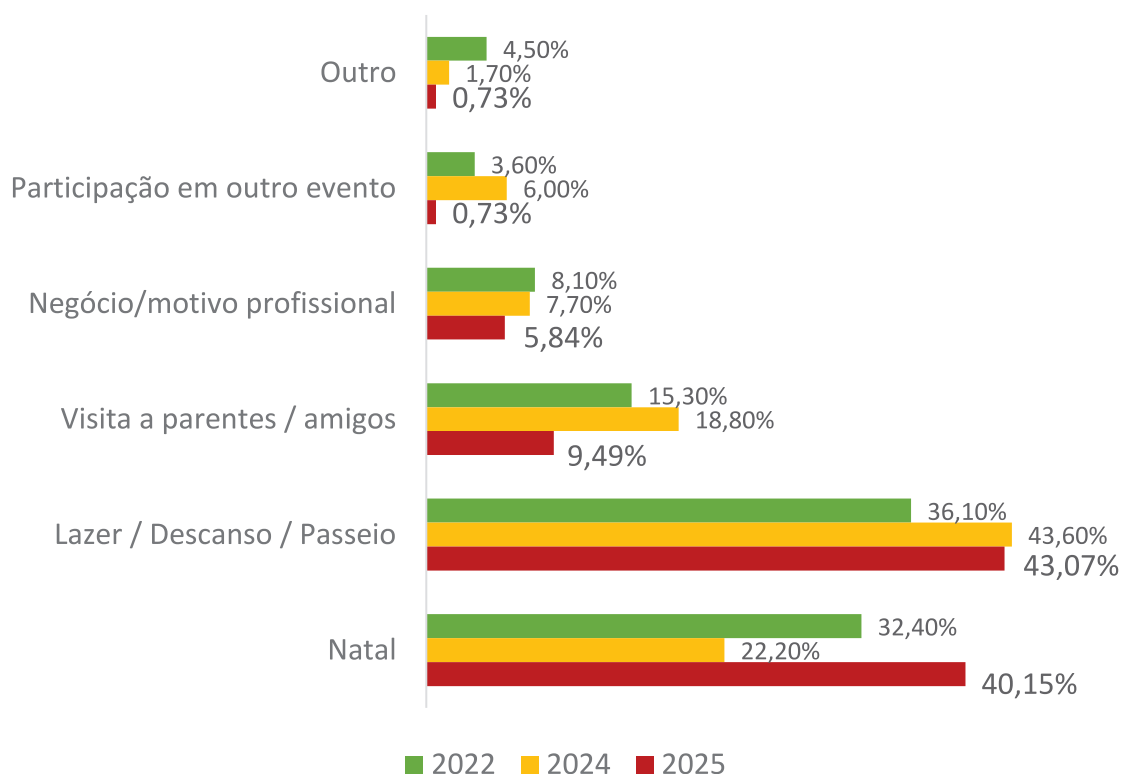
Em 2024, o lazer, descanso e passeio mantém-se como principal motivação (43,6%), porém verifica-se uma redução expressiva da participação das atrações natalinas como motivo principal (22,2%), acompanhada por um aumento significativo das visitas a amigos e parentes (18,8%) e da participação em outros eventos (6,0%), sugerindo um perfil de viagem mais diversificado naquele ano.

Já em 2025, observa-se uma mudança relevante no padrão de motivação, com forte crescimento da participação nas atrações do Natal de Curitiba, que passa a representar 40,15% dos visitantes, aproximando-se do lazer, descanso e passeio, que permanece estável (43,07%). Esse movimento indica o fortalecimento do Natal de Curitiba como principal indutor de viagens à cidade. Paralelamente, nota-se redução nas motivações relacionadas a visitas a amigos e parentes (9,49%), negócios ou motivos profissionais (5,84%) e outros eventos (0,73%), reforçando a centralidade do evento natalino na escolha do destino em 2025.





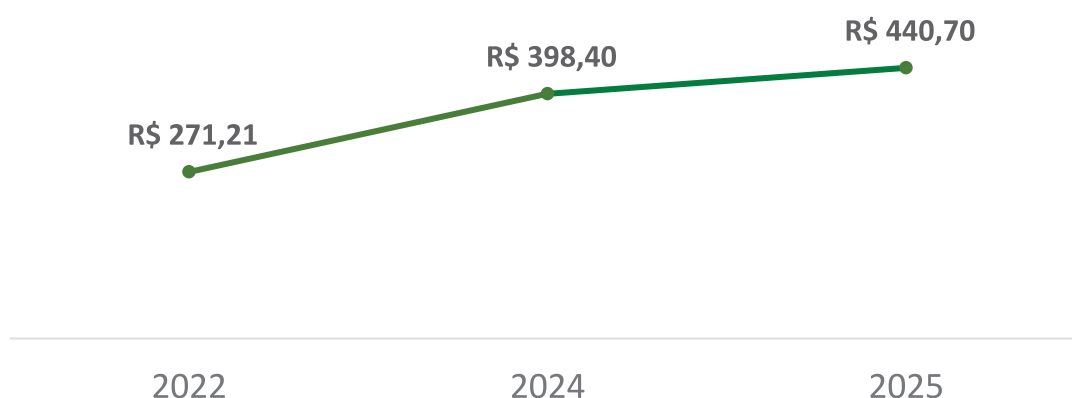
GRÁFICO 36 - EVOLUÇÃO DA PRINCIPAL MOTIVAÇÃO DE VIAGEM DOS VISITANTES ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA



Por fim, os GRÁFICOS 37 e 38 destacam a evolução em termos econômicos. No GRÁFICO 36, observam-se os dados de gasto médio diário dos turistas que utilizaram hospedagem paga. Entre 2022 e 2024, houve um aumento expressivo no gasto médio diário, que passou de R\$ 271,21 para R\$ 398,40, representando um crescimento nominal significativo. Já em 2025, esse indicador voltou a apresentar elevação, atingindo R\$ 440,70, o que evidencia a continuidade da tendência de aumento do consumo diário dos visitantes ao longo do período analisado.



**GRÁFICO 37 - EVOLUÇÃO DO GASTO DOS TURISTAS
ESPECTADORES DO NATAL DE CURITIBA**



O GRÁFICO 38, inserido abaixo, evidencia o impacto positivo e significativo do Natal na economia da cidade. Em 2024, impulsionado pelo aumento do gasto médio diário e pelo crescimento do volume de visitantes, o evento injetou aproximadamente R\$ 399,9 milhões na economia local. Em 2025, esse impacto econômico foi ainda mais expressivo, alcançando R\$ 722,6 milhões, refletindo de forma direta a ampliação do fluxo turístico e o fortalecimento do Natal de Curitiba como importante vetor de geração de receita para o município.

**GRÁFICO 38 - EVOLUÇÃO DA ESTIMATIVA DE GASTO DOS
VIVITANTES ESPECTADORES DO NATAL NA CIDADE**
(em milhões de reais)





FICHA TÉCNICA

Equipe - Instituto Municipal de Turismo - CURITIBA TURISMO

Presidente

Rodrigo Dalla Bona Swinka

Superintendente

Edle Tatiana Lessnau de Figueiredo Neves

Diretoria de Turismo

Paula de Castro Tavares

Gerente de Planejamento e Desenvolvimento Turístico

Janaina Moraes Reatti

Assessoria para o Natal

Elaine Rodrigues Leal

Coordenação da Pesquisa

Carla Mannich

Marcos Macedo Pereira

Apoio Técnico

Daniela Del Puente

Jéssica Elisa da Rosa

Wellington Rafael Medeiros

Diagramação

Thanani Bastos Gomes



Equipe - P2A Processamento de Dados

Coordenação

Andrea Patricia Daura

Supervisão

Paulo Alves Dos Santos

Entrevistadores

Andrea Patricia Daura

Débora Maira Rodrigues da Silva Petelak

Douglas Augusto Tozzi Machado

Nadyne Bertanoli

Paulo Alves dos Santos

Paulo de Oliveira

Sandra Paula Daura

Viviane Iacobacci

Walary Fernanda Rodrigues Tozzi Machado



REALIZAÇÃO 24/11/25 A 06/01/26

TOTAL DE ESPECTADORES ESTIMADOS: 3.090.788

↑ 35,28% *

95% DE SATISFAÇÃO COM O NATAL DE CURITIBA

+150 ATRAÇÕES

PESQUISA 2025 | PERFIL DO VISITANTE

Quem assistiu os espetáculos natalinos?



84,8%
Morador de Curitiba
e Região Metropolitana



15,2%
Turistas
468.563

Aumento de 60%
no número absoluto
de turistas espectadores! *

Com quem viajavam?



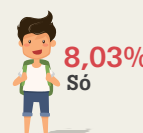
51,9%
Família



27,01%
Cônjuge/
Namorado(a)



8,03%
Amigos

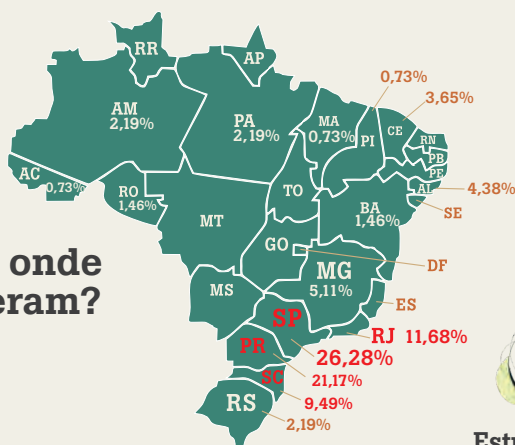


8,03%
Só



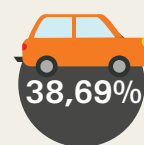
5,84%
Grupo de
excursão

De onde vieram?



Estrangeiros **6,57%**

Como chegaram a Curitiba?



38,69%

Automóvel



35,77%

Avião



13,87%

**Ônibus
convencional**



10,22%

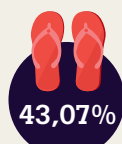
**Ônibus de turismo/
excursão**



1,46%

Motocicleta

Qual a principal motivação da viagem?



43,07%

**Lazer/descanso/
passeio**



40,15%

**Participar de atrações
do Natal de Curitiba**



9,49%

**Visita a
amigos/
parentes**



5,84%

**Negócios/
Motivos profissionais**



1,46%

Outra

Onde eles se hospedam?



37,23%
Hotel



35,77%
**Casa de
amigos/parentes**



21,17%
**Locação
temporária**



4,38%
**Casa/
Apartamento
próprio**



1,46%
Hostel

Quanto tempo permaneceram?



Média

4,1 dias

Quanto gastaram na cidade?



**cerca de
R\$ 722,6 milhões**

↑ 80,70 % *

