

## LondriNatal como indutor de turismo e permanência na cidade



12/2025

Uma realização:

**CODEL**

**ACIL**  
ASSOCIAÇÃO CÍRCULO E INDUSTRIA DE LONDRINA

**UTFPR**  
UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

## INTRODUÇÃO

Neste levantamento, o foco foi mensurar em que medida o LondriNatal pode se consolidar como produto turístico, isto é, um evento capaz de atrair visitantes de fora do município, ampliar o tempo de permanência, induzir gastos em hospedagem, alimentação, comércio e serviços, e fortalecer a imagem de Londrina como destino no calendário regional.

A experiência brasileira demonstra que eventos bem estruturados podem se tornar vetores de fluxo turístico, mesmo quando a atratividade não decorre de um grande “ativo natural”, mas da combinação entre programação, ambientação, identidade temática, qualidade de serviços e capacidade operacional. Iniciativas como a Expoflora (Holambra), a Oktoberfest de Blumenau e o Festival de Parintins ilustram como a experiência ofertada e a governança do evento podem induzir deslocamentos, permanência e consumo associado.

A realização desta pesquisa se justifica pela necessidade de qualificar o processo decisório sobre o LondriNatal com base em evidências empíricas, reduzindo assimetrias informacionais e ampliando a precisão no direcionamento de recursos. Para que um evento evolua de atração predominantemente local para produto turístico, é essencial compreender a origem do público, suas motivações de visita, os padrões de deslocamento, o tempo de permanência, a estrutura e magnitude do gasto, bem como os fatores que potencializam ou restringem a atratividade e a experiência do visitante. Esses indicadores subsidiam a definição de prioridades de investimento, a qualificação de logística e serviços, o aprimoramento de estratégias de comunicação e posicionamento, e a estruturação de parcerias com o trade turístico (hospedagem, alimentação, transporte e comércio), com vistas a maximizar os efeitos econômicos e reputacionais do evento para o município.

Nesse sentido, o levantamento busca produzir evidências objetivas para apoiar a gestão do LondriNatal, avaliando sua capacidade de conversão em permanência e gasto, bem como seu potencial de retorno e recomendação, fornecendo base técnica para ajustes de estratégia e para a consolidação do evento como produto turístico de alcance regional.

### 1.1 Procedimentos metodológicos

O presente levantamento caracteriza-se como estudo descritivo, de corte transversal, conduzido por meio de survey aplicado a visitantes em espaços públicos vinculados ao projeto LondriNatal. Adotou-se um plano de amostragem por interceptação sistemática em campo, com seleção de respondentes elegíveis segundo regra padronizada de abordagem (por exemplo, convite a cada k-ésimo transeunte que cruza um ponto de interceptação), de modo a reduzir a interferência

do entrevistador na escolha dos participantes e aumentar a comparabilidade entre turnos e locais de coleta.

A população de interesse foi definida como os visitantes dos logradouros e atrações que receberam decoração natalina no âmbito do LondriNatal. Para fins de dimensionamento amostral, os visitantes foram tratados como população infinita, em razão do fluxo contínuo, ausência de cadastro completo e elevada rotatividade. Considerando margem de erro de 5% e nível de confiança de 95% ( $z \approx 2$ ), estabeleceu-se como meta amostral 370 questionários válidos para o subgrupo de interesse (turistas/não residentes)

A elegibilidade foi verificada no momento da abordagem por pergunta-filtro (residente em Londrina vs. visitante de fora). Com base em evidência prévia de que aproximadamente 1 em cada 7 visitantes é não residente ( $\approx 14,3\%$ ), estima-se a necessidade de realizar cerca de 2.590 abordagens (triagens) para completar 370 entrevistas com turistas, desconsideradas perdas por recusa ou invalidação.

O instrumento adotado consiste em um questionário estruturado voltado a caracterizar o visitante e mensurar indicadores diretamente associados ao potencial turístico do LondriNatal, incluindo decisão de viagem, permanência e consumo de serviços locais.

O instrumento adotado é um questionário estruturado voltado a mensurar o potencial turístico do LondriNatal, captando a origem do visitante e o histórico de visita (residente vs. não residente; primeira vez/reincidência), além do motivo da vinda a Londrina.

Na sequência, registra tempo de permanência, influência do evento nas datas/duração da estadia, uso de serviços turísticos (hospedagem, alimentação, transporte, comércio e lazer) e estimativas de gasto diário por pessoa, incluindo a parcela atribuída ao LondriNatal.

Por fim, identifica os locais visitados/pretendidos, aplica avaliação em escala 1–10 (experiência, organização, retorno e recomendação) e encerra com questão aberta para sugestões.

A coleta foi realizada por aplicação direta do questionário aos respondentes elegíveis, com registro padronizado das respostas. A base foi submetida a checagem, consistência e codificação, com tratamento específico das respostas abertas por categorização temática.

A análise contemplou estatísticas descritivas (frequências e proporções para variáveis categóricas; medidas de tendência central e dispersão para escalas 1–10), além de recortes por perfil e padrões de visitação, quando pertinente.

## 2. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Foram obtidos 302 questionários válidos, aplicados entre 22 e 24 de dezembro no Aterro do Lago Igapó (Vila de Natal) e no entorno do Lago Igapó II, no Calçadão de Londrina e na Av. Saul Elkind, e adotando nível de confiança de 95% ( $z = 1,96$ ), estimou-se margem de erro máxima de aproximadamente  $\pm 5,5$  pontos percentuais para proporções, assumindo população infinita e máxima variabilidade ( $p=0,5$ ).

Para atingir o contingente de respondentes não residentes, foram realizadas 2.750 abordagens nos logradouros pesquisados, o que implica uma razão de triagem de aproximadamente 9,2 visitantes abordados para cada 1 não morador de Londrina identificado ( $\approx 10,9\%$  do fluxo interceptado).

Essa razão de triagem é relevante por estabelecer uma linha de base comparável que permitirá, em edições futuras e sob critérios de coleta equivalentes, verificar objetivamente a variação da afluência de turistas no LondriNatal. No presente estudo, o termo “LondriNatal” designa o período oficial de realização do evento, no qual a visita à cidade ocorre no âmbito do circuito de decoração e iluminação temática, bem como das atrações e intervenções em espaços públicos associadas ao projeto.

A seguir, apresentam-se os resultados do levantamento realizado com os turistas em visita aos espaços públicos contemplados pela decoração natalina do projeto LondriNatal. Esta seção tem como finalidade organizar e descrever as evidências empíricas produzidas a partir do instrumento aplicado, oferecendo uma leitura objetiva sobre a origem e caracterização do visitante, os padrões de deslocamento e permanência, bem como a avaliação da experiência, a intenção de retorno e recomendação e os indicadores de consumo/gasto associados ao evento.

A apresentação dos achados prioriza análises descritivas, com a exposição de frequências, proporções e medidas de tendência central e dispersão, de modo a evidenciar a distribuição das percepções e identificar pontos de maior convergência ou divergência entre os respondentes. Sempre que pertinente, os resultados são interpretados à luz do propósito do estudo, destacando aspectos com potencial de orientar decisões de aprimoramento na concepção, na operação e na priorização de investimentos para edições futuras do LondriNatal.

Por fim, as contribuições registradas na questão aberta são sintetizadas por categorias temáticas, complementando os indicadores quantitativos com elementos qualitativos que ajudam a compreender as razões subjacentes às avaliações e a indicar oportunidades concretas de melhoria.

## 2.1 Perfil do visitante não residente

Esta subseção apresenta a caracterização dos respondentes a partir das variáveis previstas no instrumento de coleta, com ênfase na origem do visitante (residente em Londrina ou procedente de outros municípios/estados) e no histórico de visita (primeira visita a Londrina e/ou primeira visita no período do LondriNatal). Esses elementos permitem qualificar o público quanto ao seu grau de vínculo com a cidade e diferenciar, quando aplicável, visitantes locais de potenciais turistas.

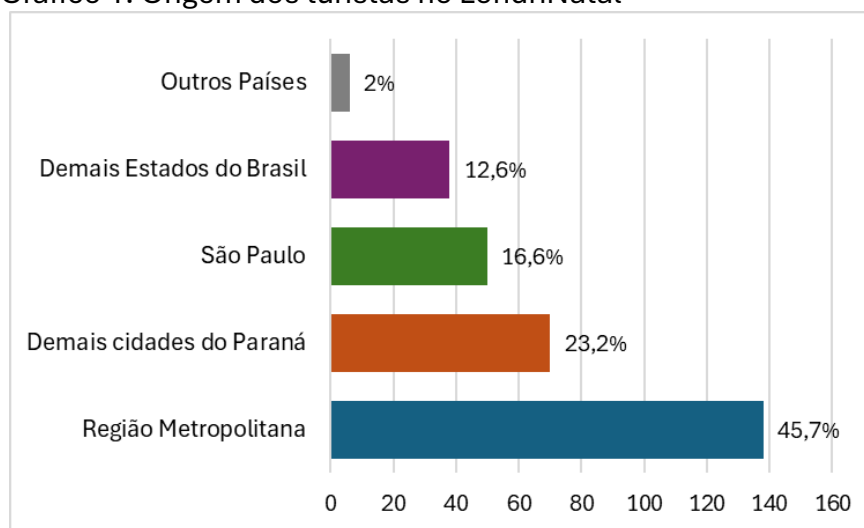
Em complemento, descrevem-se os aspectos diretamente associados ao potencial turístico do evento, incluindo o motivo principal da vinda a Londrina, o tempo de permanência e a percepção sobre se o LondriNatal influenciou a data da viagem ou a duração da estadia. Esse conjunto de informações contextualiza as análises subsequentes, ao indicar em que medida o evento atua como fator de atração, retenção e ampliação de permanência, orientando leituras comparativas entre perfis de visitantes e implicações para o planejamento e a gestão do LondriNatal como produto turístico.

### 2.1.1 Origem e recorrência de visitas dos turistas

Os dados de origem dos turistas indicam predominância de um fluxo regional, com maior concentração na Região Metropolitana, que respondeu por 45,7% (n=138) dos visitantes. Em seguida, destacam-se as demais cidades do Paraná, com 23,2% (n=70), reforçando o caráter de atração intraestadual do evento.

Ainda assim, observa-se participação relevante de público interestadual, especialmente de São Paulo, que representou 16,6% (n=50), além de 12,6% (n=38) provenientes de outros estados brasileiros, abrangendo 8 unidades federativas distintas. A presença de visitantes internacionais foi residual, com 2,0% (n=6), distribuídos em 5 países.

Gráfico 1: Origem dos turistas no LondriNatal

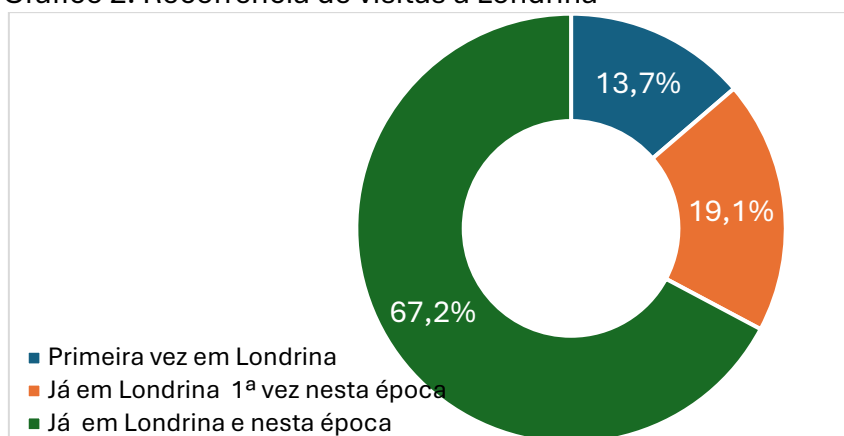


Fonte: os autores

Em relação ao histórico de visita a Londrina, os dados mostram que **86,3%** já conheciam Londrina, e, dentro desse grupo, a maioria (**67,2%**) já tinha visitado a cidade no período do Natal, sugerindo que o evento já opera com um componente relevante de fidelização/recorrência sazonal.

Ao mesmo tempo, 19,1% representam um público que já visitava Londrina, mas estreou no período do LondriNatal, o que sinaliza capacidade do evento de reposicionar a cidade como destino também na época natalina. Por fim, os 13,7% de primeira visita indicam um contingente menor — porém estratégico — de atração de novos visitantes, relevante para expansão do alcance turístico.

Gráfico 2: Recorrência de visitas a Londrina



Fonte: os autores

### 2.2.2 Motivação e tempo de permanência

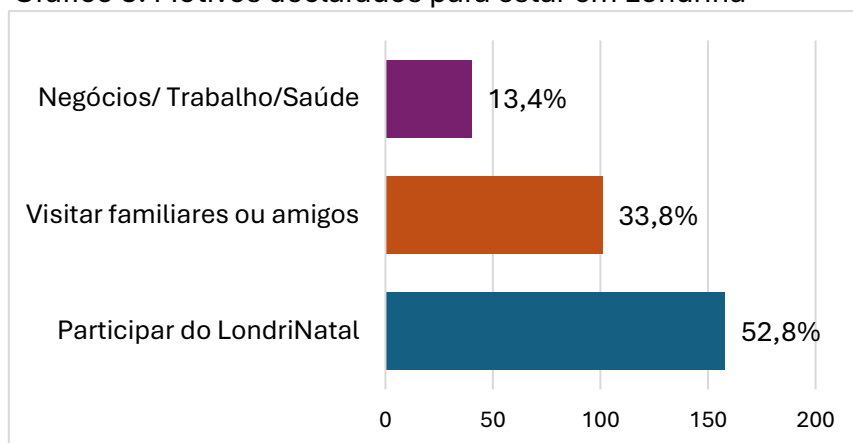
Os dados sobre o motivo principal da visita a Londrina neste período indicam que o LondriNatal exerce papel central como indutor de deslocamento: 158 turistas apontaram “Participar do LondriNatal” como razão principal, superando as visitas motivadas por familiares/amigos (101) e por negócios/trabalho/saúde (40).

Para a pesquisa de potencial turístico, esse resultado é particularmente relevante porque sugere que o evento não atua apenas como “atividade complementar” para quem já estaria na cidade, mas como motivador direto para uma parcela expressiva do fluxo turístico.

Ao mesmo tempo, o volume de visitantes que veio por familiares/amigos sinaliza uma oportunidade de conversão: mesmo quando a viagem tem motivo não turístico, o LondriNatal pode funcionar como elemento de valorização da estadia, estimulando circulação, permanência e consumo em serviços locais.

Já o grupo associado a negócios/trabalho/saúde tende a ter agenda mais restrita, mas representa público com potencial de consumo e que pode ser impactado por estratégias específicas de comunicação e facilitação de acesso (programação em horários, logística e informação).

Gráfico 3: Motivos declarados para estar em Londrina

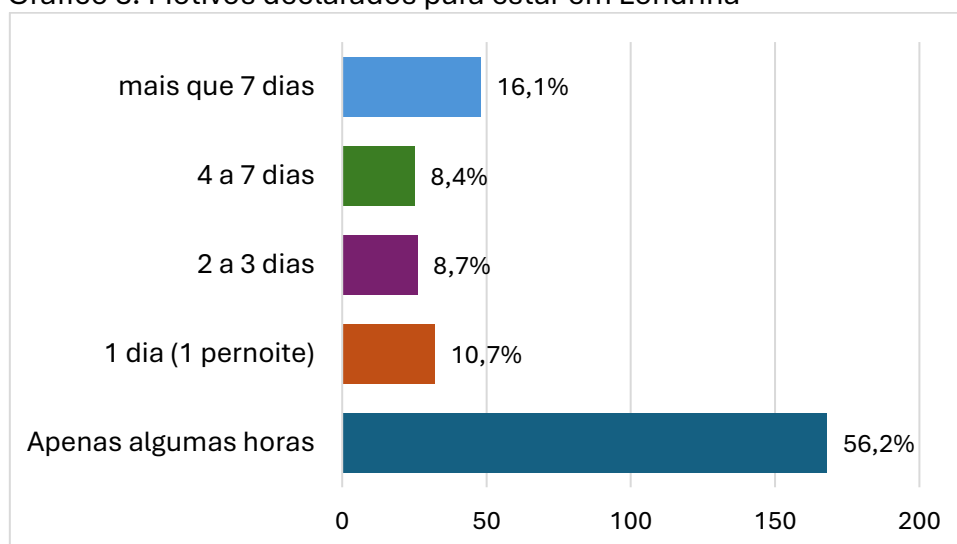


Fonte: os autores

Em termos de tempo de permanência o perfil é predominantemente de visita curta, mas com uma parcela relevante de estadias mais longas. Em termos agregados, 56,2% dos turistas se enquadram como excursionistas/bate-volta, enquanto 43,8% indicam permanência com ao menos um pernoite (131 turistas).

Destaca-se ainda que 33,1% permanecem dois dias ou mais (2–3, 4–7 ou >7 dias), sinalizando um contingente com maior probabilidade de consumo em hospedagem e serviços e, portanto, relevante para a avaliação do potencial turístico do evento e de sua capacidade de retenção.

Gráfico 3: Motivos declarados para estar em Londrina



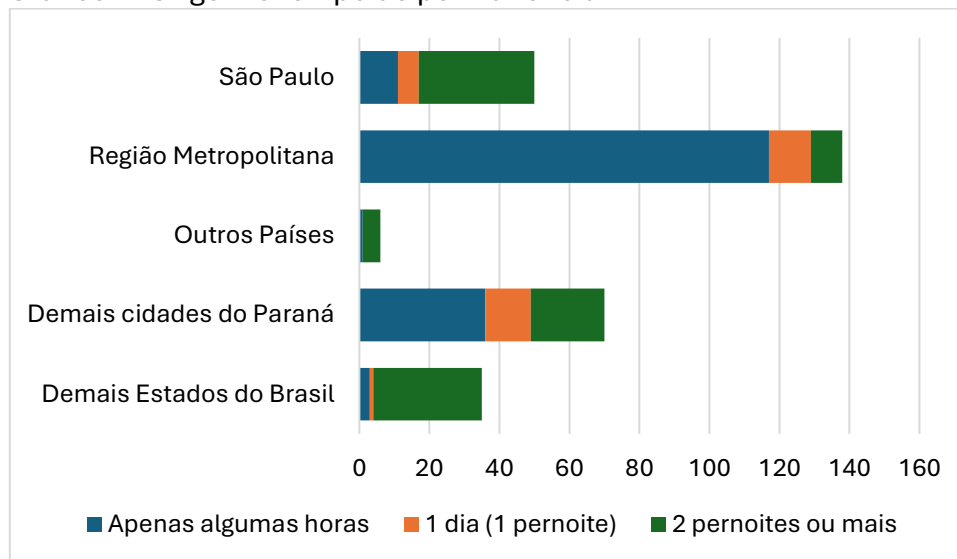
Fonte: os autores

Uma análise de associação entre local de origem e tempo de permanência, valendo-se de um teste qui-quadrado, aponta para uma forte associação entre as variáveis, indicando que a duração da estadia em Londrina varia de forma sistemática conforme a procedência do visitante.



Em termos substantivos, observa-se que o público da Região Metropolitana apresenta perfil predominantemente de excursionismo (bate-volta), com 84,8% permanecendo apenas algumas horas. À medida que a origem se distancia, cresce a probabilidade de pernoite e de estadias mais longas: entre os visitantes das demais cidades do Paraná, 48,6% indicam ao menos um pernoite, enquanto entre os provenientes de São Paulo e de outros estados predomina fortemente a permanência com pernoite (78,0% e 91,4%, respectivamente), com elevada participação de estadias de 4 dias ou mais (50,0% e 71,4%).

Gráfico 4: Origem e tempo de permanência



Fonte: os autores

Esses achados reforçam que o potencial turístico do LondriNatal se manifesta de forma diferenciada por mercado de origem, sendo mais associado à retenção e permanência prolongada nos fluxos interestaduais, enquanto o público metropolitano tende a visitas de curta duração.

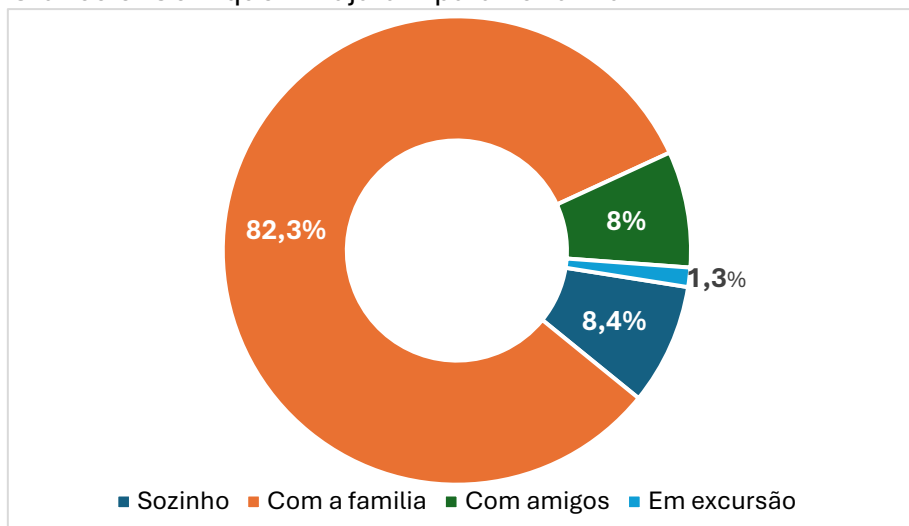
### 2.2.3 Perfil de companhia na viagem para Londrina

Sob o aspecto de composição do grupo dos não residentes os dados indicam que ocorre predominantemente em contexto familiar: 246 turistas relataram estar com a família, o que caracteriza o LondriNatal como uma experiência majoritariamente voltada à convivência e ao lazer familiar.

Em proporções bem menores aparecem os visitantes sozinhos (25) e com amigos (24), enquanto a participação por excursão é residual (4).



Gráfico 5: Com quem viajaram para Londrina



Fonte: os autores

Em termos interpretativos, esse perfil sugere que a atratividade do evento, para o público de fora, está fortemente associada a programas de família, o que tem implicações para a priorização de serviços e infraestrutura (conforto, segurança percebida, facilidades para crianças e idosos) e para estratégias de comunicação orientadas a grupos familiares.

## 2.2 No que gastam e o que visitam

Este capítulo apresenta a caracterização do comportamento de consumo e deslocamento dos turistas durante sua permanência em Londrina no período do LondriNatal. São analisados os logradouros e atrações efetivamente visitados, bem como os principais componentes de gasto associados à viagem — incluindo hospedagem/acomodações, alimentação (restaurantes), comércio, lazer e outros serviços.

Além de identificar a intenção de gasto diário por pessoa em cada categoria, a análise também estima a parcela desses desembolsos atribuída diretamente ao LondriNatal, permitindo distinguir o que decorre do evento daquilo que ocorreria independentemente dele. Em conjunto, os resultados fornecem insumos para avaliar a capacidade do LondriNatal de induzir consumo turístico, orientar prioridades de infraestrutura e programação e apoiar estratégias de articulação com o trade local.

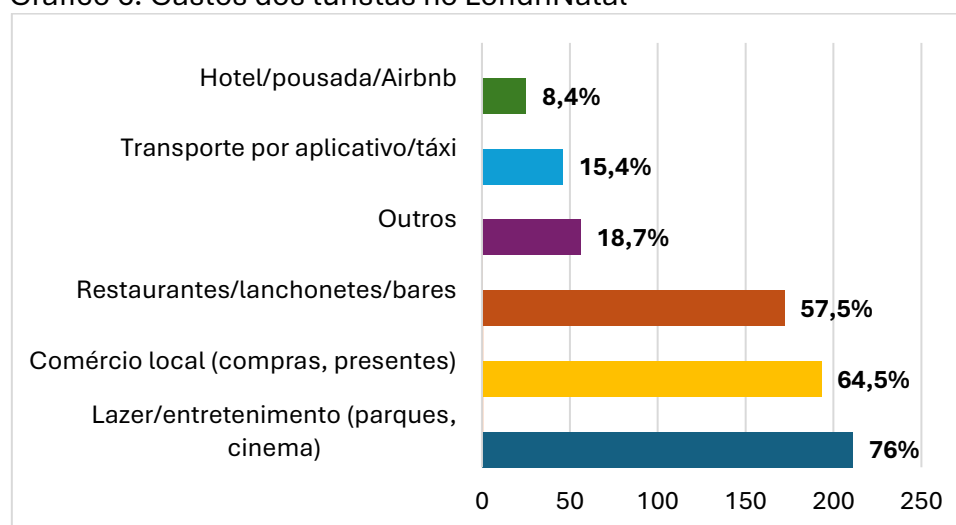
### 2.2.1 Perfil de gastos por categoria de serviço

No componente “no que gastam”, analisa-se a estrutura de consumo declarada pelos turistas durante a permanência em Londrina no período do LondriNatal, a partir dos serviços efetivamente utilizados ou pretendidos na visita (resposta múltipla).

Os resultados evidenciam predominância de gastos vinculados a lazer/entretenimento, comércio local (compras e presentes) e alimentação fora do domicílio (restaurantes, lanchonetes e bares), indicando que o fluxo turístico tende a mobilizar diretamente esses segmentos da economia urbana.

Em menor intensidade aparecem despesas com transporte por aplicativo/táxi e com hospedagem (hotel/pousada/Airbnb), sugerindo que parte expressiva do público opera em padrão de visita de curta duração e/ou utiliza hospedagem não comercial (por exemplo, em residência de familiares/amigos).

Gráfico 6: Gastos dos turistas no LondriNatal



Fonte: os autores

Por se tratar de questão com múltiplas marcações, os indicadores devem ser interpretados como proporção de turistas que acionaram cada categoria, refletindo a composição do gasto turístico no período e subsidiando a avaliação do potencial de indução econômica associado ao LondriNatal.

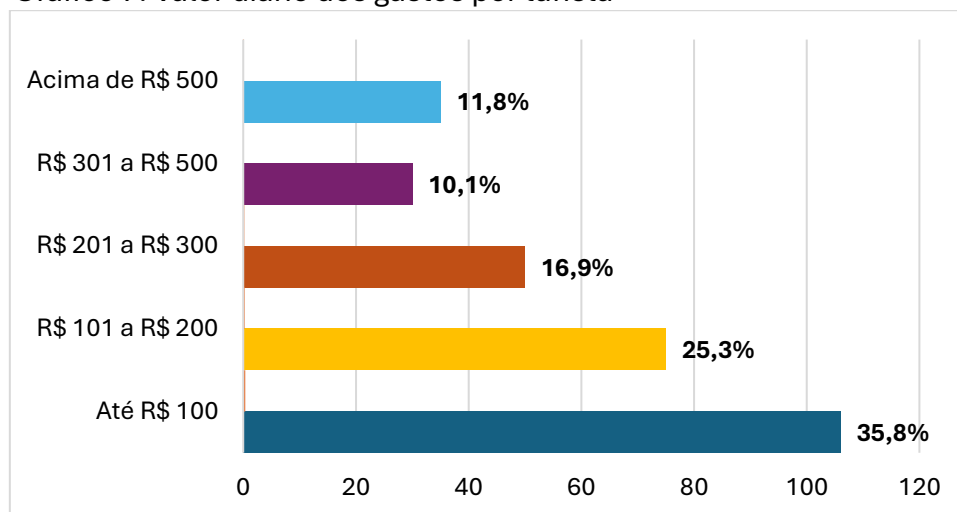
### 2.2.2 Gastos diários do turista e a comparação com o residente

Na estimativa de gasto diário por pessoa durante a estadia em Londrina (desconsiderando os custos de deslocamento), registraram-se 296 respostas válidas.

Observa-se predominância de faixas de gasto baixo a moderado: 35,8% (n=106) indicaram gasto até R\$ 100/dia, 25,3% (n=75) entre R\$ 101 e R\$ 200/dia e 16,9% (n=50) entre R\$ 201 e R\$ 300/dia. As faixas superiores concentraram menor proporção, porém relevante: 10,1% (n=30) estimaram R\$ 301 a R\$ 500/dia e 11,8% (n=35) declararam acima de R\$ 500/dia.

Em termos agregados, 61,1% dos turistas estimam gasto de até R\$ 200/dia e 78,0% de até R\$ 300/dia, enquanto 22,0% projetam desembolsos superiores a R\$ 300/dia, indicando a presença de um segmento de maior capacidade de consumo.

Gráfico 7: Valor diário dos gastos por turista



Fonte: os autores

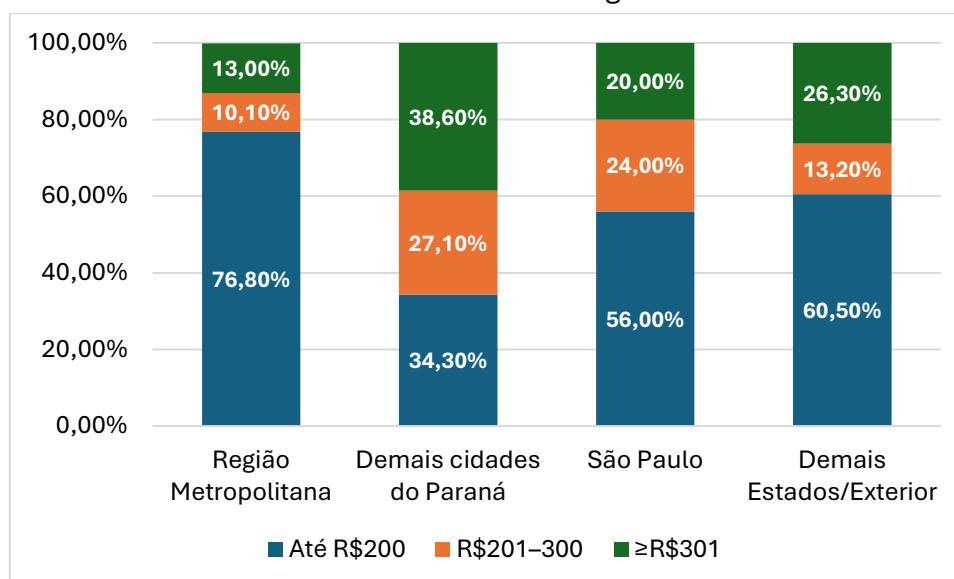
Utilizando os dados da origem dos turistas e a intenção de gastos diário foi analisada esta relação com o objetivo de verificar se o volume de gastos varia sistematicamente conforme o mercado emissor. Para assegurar robustez estatística (devido a categorias com baixa frequência), as origens “Demais Estados do Brasil” e “Outros Países” foram agregadas em “Demais Estados/Exterior”, e o gasto diário foi reagrupado em três níveis: até R\$ 200, R\$ 201–300 e  $\geq$  R\$ 301.

O teste qui-quadrado indicou associação estatisticamente significativa entre origem e gasto ( $\chi^2(6)=38,11$ ;  $p<0,001$ ), com tamanho de efeito moderado, sugerindo que o padrão de gasto não é homogêneo entre as origens.

Em termos descritivos, turistas da Região Metropolitana concentram-se fortemente nas faixas mais baixas (76,8% até R\$ 200; 13,0%  $\geq$  R\$ 301), compatível com um perfil de visita de menor desembolso. Já as demais cidades do Paraná apresentam maior participação nas faixas superiores (38,6%  $\geq$  R\$ 301) e menor concentração até R\$ 200 (34,3%), indicando perfil relativamente mais intensivo em gastos.

São Paulo e Demais Estados/Exterior exibem distribuição intermediária (até R\$ 200: 56,0% e 60,5%;  $\geq$  R\$ 301: 20,0% e 26,3%, respectivamente).

Gráfico 8: Gastos diários relacionados à origem do turista



Fonte: os autores

Para a estimativa de valor médio dos gastos diários de um turista, a média foi estimada mediante a atribuição de valores representativos a cada faixa (pontos médios) e um valor de referência para a faixa aberta “acima de R\$ 500”, permitindo aproximar o gasto diário em termos monetários.

Considerando 296 respostas válidas, obteve-se um gasto médio diário estimado de aproximadamente R\$ 210 por pessoa, com mediana situada na faixa R\$ 101 a R\$ 200, refletindo predominância de gasto baixo a moderado, mas com participação relevante em faixas superiores.

Em 2023, pesquisa levada a cabo por Santos, Rambalducci (2024)<sup>1</sup>, estimou-se um gasto médio de R\$ 35,07 por pessoa entre os frequentadores dos logradouros que receberam decoração natalina em Londrina, sem distinção entre residentes e turistas. Ao atualizar esse valor para preços correntes pelo INPC, conforme parâmetro informado, obtém-se um equivalente de R\$ 38,40 por pessoa.

A partir da estimativa com base nos dados levantados nesta pesquisa, de que o turista gasta em média R\$ 210, isso significa um patamar substancialmente superior ao valor atualizado de 2023 (aprox. 5,5 vezes maior).

Contudo, a comparação deve ser interpretada com cautela por duas limitações centrais: (i) o indicador de 2023 reflete o público geral (mistura de residentes e turistas), o que tende a elevar a média; e (ii) trata-se de uma medida associada à frequência aos logradouros (gasto por pessoa no contexto da visita), enquanto o

<sup>1</sup> SANTOS, A. R. ; RAMBALDUCCI, M. J. G. . O IMPACTO ECONÔMICO DOS INVESTIMENTOS MUNICIPAIS EM DECORAÇÃO NATALINA: UMA ANÁLISE DO GIRO FINANCEIRO EM LONDRINA EM 2023. SODEBRÁS, v. 19, p. 07-14, 2024.

indicador atual mensura gasto diário durante a estadia, incorporando componentes típicos do consumo turístico (alimentação, compras, lazer e, quando aplicável, hospedagem).

Ainda assim, o contraste reforça a evidência de que o público turístico apresenta maior capacidade de dispêndio e, portanto, maior potencial de indução econômica por visitante. Nesse sentido, os resultados reforçam a relevância estratégica do LondriNatal como instrumento de atração turística, pois cada turista representa, em média, um potencial de gasto significativamente maior na cidade, ampliando os efeitos econômicos do evento para além da fruição local.

## **2.3 Avaliação da experiência turística e recomendações de aprimoramento**

Este capítulo apresenta a avaliação do LondriNatal sob a ótica do visitante não residente, a partir das notas atribuídas à experiência geral, à estrutura/organização do evento e à intenção de recomendação da viagem a Londrina no período do LondriNatal. A análise descritiva das escalas de avaliação permite identificar o nível de satisfação, o grau de consenso entre respondentes e os aspectos com maior potencial de fortalecimento da atratividade turística do evento.

Na sequência, são examinadas as respostas abertas, sistematizadas por temas recorrentes, com o objetivo de apontar oportunidades prioritárias de melhoria percebidas pelo público turístico. Em conjunto, os resultados oferecem subsídios para orientar ajustes operacionais, qualificação da experiência e estratégias de posicionamento do LondriNatal como produto turístico.

### **2.3.1 Percepção do turista sobre o LondriNatal**

Nesta etapa, analisam-se as notas (escala 1–10) atribuídas pelos turistas a três dimensões: (i) organização/estrutura do evento (sinalização, limpeza, horários e estrutura geral), (ii) chance de retornar a Londrina em outro ano por causa do LondriNatal e (iii) chance de recomendar o evento/viagem a outras pessoas.

De modo geral, os resultados mostram avaliação muito elevada, com forte concentração no topo da escala. A organização do evento apresentou média 8,99 (mediana = 10), com 69,9% das respostas em 9–10 e apenas 0,7% em 1–4, indicando percepção amplamente positiva da estrutura operacional.

A chance de voltar a Londrina por causa do LondriNatal registrou média 8,92 (mediana = 10) e 75,5% em 9–10; embora permaneça muito alta, essa variável exibiu maior dispersão (parcela de 5,4% em 1–4), sugerindo que a decisão de retorno pode ser mais sensível a fatores individuais (agenda, distância, custo, motivações).

Já a chance de recomendação obteve o melhor desempenho, com média 9,21 (mediana = 10) e 77,4% das avaliações em 9–10, reforçando um padrão consistente de alto potencial de recomendabilidade do LondriNatal como experiência turística.

Quadro 1: notas atribuídas pelos turistas em relação ao LondriNatal

Indicador	n válido	média	mediana	desvio-padrão	% 9–10	% 7–10	% 1–4
Organização do evento	299	8,99	10	1,47	69,9	92,3	0,7
Chance de voltar	298	8,92	10	2,15	75,5	89,6	5,4
Chance de recomendar	297	9,21	10	1,59	77,4	94,3	2

Fonte: os autores

Não há diferença estatística relevante nas notas atribuídas em relação à origem do turista. A avaliação é alta em todas as origens, e a única variação estatisticamente detectável aparece na nota de organização, com turistas da Região Metropolitana atribuindo notas ligeiramente menores; já retorno e recomendação permanecem estatisticamente homogêneos entre origens (considerando 5%).

### 2.3.2 Nota geral atribuída pelo turista ao LondriNatal

A nota geral média atribuída pelos turistas ao LondriNatal foi de 8,82 (escala de 1 a 10), indicando avaliação global elevada da experiência. A mediana igual a 10 reforça a concentração das respostas no topo da escala, sugerindo alto nível de satisfação e percepção positiva do evento pelo público não residente.

Tabela 1: Distribuição das notas atribuídas pelos turistas ao LondriNatal

Nota	n	%
1	2	0,70%
2	0	0,00%
3	2	0,70%
4	2	0,70%
5	6	2,00%
6	8	2,70%
7	37	12,40%
8	49	16,40%
9	37	12,40%
10	156	52,20%

Fonte: os autores

Para testar diferença entre grupos (escala ordinal 1–10, com forte concentração em notas altas), foi aplicado Kruskal–Wallis, que indicou diferença estatisticamente significativa por origem ( $H = 11,41$ ;  $p = 0,022$ ), porém com magnitude pequena ( $\epsilon^2 \approx 0,025$ ).

Em termos substantivos, turistas de São Paulo e de demais estados apresentaram médias mais altas, enquanto Região Metropolitana e demais cidades do Paraná concentraram avaliações ligeiramente inferiores; a categoria Outros Países deve ser interpretada com cautela pelo n reduzido.

Tabela 2: distribuição das notas por origem do turista

Origem	n	Média	Mediana
Região Metropolitana	138	8,59	9
Demais cidades do Paraná	70	8,66	9
São Paulo	50	9,28	10
Demais Estados do Brasil	35	9,4	10
Outros Países	6	9	9

Fonte: os autores

Portanto, a avaliação geral dos turistas foi muito alta (média 8,82; mediana 10), com diferenças por origem estatisticamente significativas, porém pequenas: visitantes de São Paulo e de outros estados atribuíram notas ligeiramente maiores que os da Região Metropolitana e do interior do Paraná.

### 2.3.3 Recomendações de aprimoramento segundo os turistas

Este tópico sintetiza as sugestões de melhoria registradas pelos turistas na questão aberta do questionário. As respostas foram padronizadas e agrupadas por categorias temáticas, permitindo identificar, de forma objetiva, as prioridades percebidas pelo público não residente para qualificar a experiência e fortalecer o LondriNatal como produto turístico.

Na questão aberta sobre o que deve ser melhorado para qualificar o LondriNatal na perspectiva do turista, 149 respondentes (49,8% do total; n=299) registraram sugestões, totalizando 217 menções (respostas com múltiplos apontamentos foram desagregadas e padronizadas para fins de consolidação).

Os resultados se concentram em dois eixos principais: mobilidade e acessos (mencionada por 46,3% dos que responderam; 69 registros) e infraestrutura/serviços de apoio à permanência (34,9%; 52), indicando que os principais gargalos percebidos estão ligados à chegada, circulação e conforto operacional do visitante.



Tabela 3: Recomendações de melhoria ao LondriNatal

<b>Categoria (agrupamento)</b>	<b>Respondentes (n)</b>	<b>% entre os que responderam (n=149)</b>	<b>Menções (n)</b>	<b>% das menções (n=217)</b>
<b>Mobilidade e acessos</b> (estacionamento/passarela/transportes)	69	46,30%	69	31,80%
<b>Infraestrutura e serviços de apoio</b> (conforto, alimentação e limpeza)	51	34,20%	70	32,30%
<b>Decoração e ambientação</b> (iluminação/cenografia)	29	19,50%	30	13,80%
<b>Programação e atrações</b> (cultura, temas e duração)	22	14,80%	25	11,50%
<b>Segurança e ordenamento</b>	12	8,10%	12	5,50%
<b>Informação, divulgação e acolhimento</b>	9	6,00%	9	4,10%

Fonte: os autores

Em nível mais específico, os itens mais recorrentes foram estacionamento (37 menções; 24,8% dos respondentes que sugeriram melhorias) e passarela/conexões entre pontos do evento (31; 20,8%), seguidos por solicitações de reforço na decoração/iluminação (29; 19,5%) e de ampliação/qualificação da programação e atrações (23; 15,4%). A passarela a que a maioria fez referência é aquela sobre o lago que atravessava a árvore de natal ‘ligando’ o ano presente ao ano futuro.

Também apareceram com frequência demandas por áreas de descanso (21; 14,1%), banheiros (19; 12,8%) e bebedouros (14; 9,4%), além de menções a segurança (12; 8,1%) e a aspectos de informação/comunicação (ex.: sinalização, mapa e divulgação; 8; 5,4%). Em conjunto, os apontamentos sinalizam que, para o público turístico, o ganho de qualidade do evento depende principalmente de melhorias de infraestrutura de suporte, acessibilidade/circulação e conexão entre atrativos, complementadas por ajustes de programação e ambientação.

## CONCLUSÃO

Os resultados evidenciam que o LondriNatal já opera como indutor de fluxo turístico predominantemente regional, com concentração na Região Metropolitana (45,7%) e nas demais cidades do Paraná (23,2%), mas com participação interestadual relevante (São Paulo: 16,6%; outros estados: 12,6%).

A maior parte dos visitantes não residentes já conhecia Londrina (86,3%) e, dentro desse grupo, predominam os que já vieram no período natalino (67,2%), indicando componente de recorrência sazonal, ao lado de um contingente de “estreantes no período” (19,1%) e de primeira visita à cidade (13,7%).

Do ponto de vista de motivação, o evento se mostra central: “Participar do LondriNatal” foi o principal motivo declarado (158 respostas), superando a visita a familiares/amigos (101) e negócios/trabalho/saúde (40), o que sugere capacidade real de induzir deslocamento e não apenas complementar viagens já planejadas.

Em permanência, predomina visita curta (56,2% excursionistas), porém há parcela expressiva com pernoite (43,8%) e permanências de dois dias ou mais (33,1%), sobretudo entre origens mais distantes, com associação estatisticamente significativa entre procedência e duração da estadia.

No consumo, o gasto médio diário estimado foi de aproximadamente R\$ 210 por pessoa, com associação significativa entre origem e volume de gasto, indicando padrões de dispêndio distintos por mercado emissor. Em termos comparativos, ainda que com limitações metodológicas, o patamar estimado para turistas é substancialmente superior ao gasto médio histórico do público geral (valor atualizado), reforçando a relevância estratégica de ampliar a participação de não residentes para maximizar impactos econômicos locais.

Por fim, a avaliação do evento pelo público turístico é muito elevada (nota geral média 8,82; mediana 10), com alta intenção de retorno e recomendação (médias acima de 8,9; recomendação 9,21), e diferenças por origem estatisticamente detectáveis, porém de pequena magnitude.

Em conjunto, os achados sustentam que o LondriNatal possui base concreta para consolidação como produto turístico regional, com potencial de aprofundamento em mercados interestaduais, condicionada sobretudo à qualificação de acessos, circulação e infraestrutura de apoio — principais eixos apontados nas sugestões abertas.

As sugestões de melhoria apresentadas pelos turistas convergem para a qualificação da infraestrutura de apoio, da mobilidade e do conforto operacional do evento. Em primeiro lugar, destaca-se a necessidade de ampliação e organização de estacionamentos, com melhor gestão do fluxo de veículos e facilidades de

acesso aos principais pontos do circuito. Em complemento, foi recorrente a demanda por melhorias nas conexões entre os atrativos, especialmente por meio de passarelas e travessias mais seguras e funcionais, reduzindo barreiras de circulação e integrando melhor os polos do evento.

No campo da ambientação, os respondentes apontaram a importância de expandir e intensificar a decoração e a iluminação temática, reforçando o impacto visual e a identidade do LondriNatal. Também apareceu a expectativa de maior diversidade e densidade de atrações, com programação cultural mais robusta (por exemplo, shows e apresentações), distribuída ao longo dos dias e locais para sustentar o interesse do visitante.

Quanto à permanência, surgiram apontamentos voltados ao conforto: implantação e/ou ampliação de áreas de descanso, com assentos e pontos de apoio, e aumento da quantidade de banheiros, com manutenção adequada e distribuição estratégica no circuito. De forma similar, foi sugerido o aumento de bebedouros e pontos de hidratação, especialmente em áreas de maior concentração de público.

Em segurança, os turistas indicaram a necessidade de reforço do policiamento e da sensação de segurança, com presença mais visível, apoio em pontos críticos e ordenamento do fluxo. Por fim, foram mencionadas melhorias em informação e comunicação ao visitante, como sinalização mais clara, mapas do circuito, orientações de acesso e divulgação integrada, facilitando a experiência de quem não conhece a cidade e reduzindo incertezas durante a visita.