

Intenções de  
Compras para o

CAR



NA

VAL

2023

Mossoró

## Sumário

<b>1. APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS TÉCNICOS .....</b>	<b>4</b>
<b>3. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>5</b>
Intenção de consumo.....	5
Produtos e serviços .....	5
Gastos.....	6
Formas de pagamento .....	6
Local de compra.....	7
Comemorações.....	7
Pretensões de viagem.....	7
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS.....</b>	<b>9</b>
Intenções de Compras .....	9
Produtos e serviços .....	10
Gastos.....	11
Formas de pagamento .....	13
Local de compra.....	14
Comemoração .....	14
Pretensões de viagem.....	15

## **1. APRESENTAÇÃO**

O carnaval é uma das maiores festas populares do nosso calendário e o país inteiro se prepara para o longo feriado coletivo. Além disso, a indústria do turismo e as empresas do comércio e serviços comemoram e se preparam para atender a uma demanda de consumo elevada.

Com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor em relação a esta data, bem como suas intenções de compras, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do seu Instituto Fecomércio (IFC), realizou a pesquisa “Intenções de Compras para o Carnaval 2023”. Além de avaliar a intenção de consumo, a pesquisa busca identificar os gastos com compras e comemorações, os elementos levados em consideração perante a compra, os principais locais para a realização dessas compras, bem como as pretensões de viagem.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, empresários têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas servem de monitoramento do mercado potiguar.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender ao desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

## **2. ASPECTOS TÉCNICOS**

A pesquisa ocorreu entre os dias 13 e 22 de janeiro de 2023. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação e análise dos dados e para a divulgação dos mesmos com antecedência em relação ao carnaval.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas pessoais, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. O universo escolhido foi o da população de consumidores de Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa foram entrevistadas 500 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 3 pontos percentuais para mais ou para menos.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 22 perguntas, constituídas em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consistiu na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que auxiliam a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

### 3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

#### **Intenção de consumo**

Em Mossoró, 45,20% dos consumidores pretendem comprar algum produto ou contratar algum serviço visando o carnaval deste ano. Por outro lado, 54,80% não têm pretensões de compras neste período.

Segmentando os dados, nota-se que a pretensão de consumo dos mossoroenses para o carnaval 2023 é maior entre os consumidores do gênero masculino (50,44%); solteiros (57,05%); de 25 a 34 anos (57,35%); graduados (56,48%) e com renda familiar entre 6 e 10 salários (74,51%).

Entre os que não vão comprar, o fato de não gostar da data (63,02%) é principal justificativa, assim como fatores econômicos e financeiros, e outras prioridades.

#### **Produtos e serviços**

Para os mossoroenses que vão comprar algum produto ou serviço para o carnaval, os itens mais citados foram alimentos e bebidas (85,84%); transporte (53,54%); vestuário (26,55%); viagem/hospedagem (25,22%); entre outros (11,95%).

Devido ao feriado prolongado, a preparação para o carnaval envolve diversos fatores. Algumas pessoas preferem aproveitar o feriado para descansar e relaxar em casa com familiares, outras aproveitam o feriado para viajar e celebrar o carnaval em outras cidades, e uma boa parte busca se divertir e comemorar com amigos e familiares, geralmente com música e dança.

Em relação aos fatores determinantes para escolha do item, por sua vez, os principais são preço (48,66%); qualidade (20,98%); variedade (15,18%); localização (6,25%); conforto (4,02%); atendimento (1,79%) e outros.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gastos**

Sobre às pretensões de gastos com produtos e/ou serviços nas comemorações do carnaval, verificou-se que 25,66% dos consumidores mossoroenses pretendem desembolsar entre R\$ 101,00 e R\$ 300,00. Outros 21,24% esperam gastar entre R\$ 301,00 e R\$ 500,00; 11,50% afirmaram que vão gastar de R\$ 501,00 a R\$ 1.000,00; e 12,39% acima de R\$ 1.000,00 com as compras do carnaval. Assim, com base nos dados, calculou-se que no geral cada consumidor pretende desembolsar, em média, R\$ 354,87 com compras para o carnaval deste ano.

No que se refere às despesas, a maior parte (60,34%) dos consumidores disse que pretende gastar mais nesse carnaval do que no ano passado. Outros 26,72% planejam desembolsar a mesma quantia e 12,93% planejam gastar menos.

Os resultados da pesquisa também mostram que os gastos dos mossoroenses variam conforme o perfil dos consumidores. Nota-se que as maiores cifras serão desembolsadas pelos homens (média de R\$ 393,04); casados (média de R\$ 402,99); graduados (R\$ 422,94) e com rendimentos acima de 10 salários (média de R\$ 788,89).

**Formas de pagamento**

A respeito das formas de pagamento das despesas com o carnaval, a pesquisa indica que a maioria tem intenção de pagar no cartão de crédito (48,46%). Enquanto 25,99% vão optar pelo uso do dinheiro; 20,26% preferirão o cartão de débito e 4,85% vão utilizar o Pix/Transferências.

A pretensão por comprar no dinheiro foi mais relevante entre as pessoas com ensino fundamental (40%) e entre os consumidores com rendimentos de até 2 salários mínimos (43,75%). Enquanto a intenção de uso do cartão de crédito sobe para 50% entre os graduados e é de 57,89% entre as pessoas com renda familiar de 6 a 10 salários.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Local de compra**

Quanto ao local de compra dos produtos e/ou serviços para o período, os mais mencionados foram comércio de rua (51,56%), shopping (11,56%), internet (1,78%), entre outros.

Os estabelecimentos de rua concentram a maioria dos hipermercados e supermercados, onde são vendidos boa parte dos itens de alimentos e bebidas procurados pelos consumidores. Além disso, as lojas de rua geralmente oferecem uma variedade maior de itens, incluindo trajes de carnaval, adereços e maquiagem, o que permite que os clientes escolham o que melhor se adequa ao seu gosto e orçamento.

**Comemorações**

Por se tratar de um feriado longo do calendário anual, o carnaval costuma atrair muitas famílias a viajar para aproveitar a folia, descansar, conhecer outros lugares, visitar amigos e familiares.

Acerca do que pretende fazer durante o período, 13,20% disseram que vão viajar a lazer; 13% vão a praias locais; 8% vão visitar parentes e ou amigos; 5,60% vão se reunir com os amigos; entre outros. Em contrapartida, 60% declararam que pretendem ficar em casa durante o período.

As companhias mais mencionadas para passar o carnaval, por sua vez, são a família (80,94%) e os amigos (17,73%).

**Pretensões de viagem**

Para os mossoroenses que desejam viajar, 50,68% mencionaram que vão para o litoral do RN (aumentando para 56,94% na classe de quem ganha de 3 a 5 salários); 33,56% planejam fazer uma viagem ao interior do estado, principalmente as pessoas com rendimentos de até 2 salários (60%); 15,07% querem ir para outro estado (crescendo para 62,50% entre os que possuem renda acima de 10 salários); e 0,68% vão fazer uma viagem internacional.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Já os locais de hospedagem pretendidos são a casa de familiares e amigos (67,83%); hotéis/pousadas/similares (20,28%), sobretudo quem possui renda acima de 10 salários (71,43%); e casas, apartamentos ou sítios alugados (8,39%).

Sobre o meio de transporte utilizado para a viagem, a maioria dos foliões vai pegar a estrada para chegar ao destino da festa. 88,73% vão optar pela viagem de carro; 8,45% escolherão o ônibus (principalmente entre aqueles com 16 e 24 anos, 50%; e com rendimento de até 2 salários, 31,58%). Outros 2,11% irão se locomover durante o carnaval de transporte aéreo (sobretudo os que possuem rendimentos acima de 10 salários mínimos, 12,50%).

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

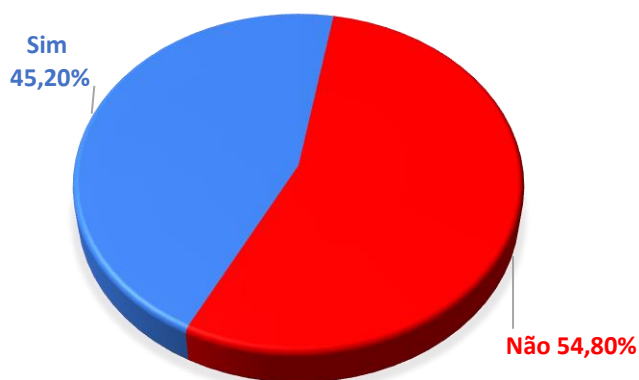


## 4. GRÁFICOS E TABELAS

### Intenções de Compras

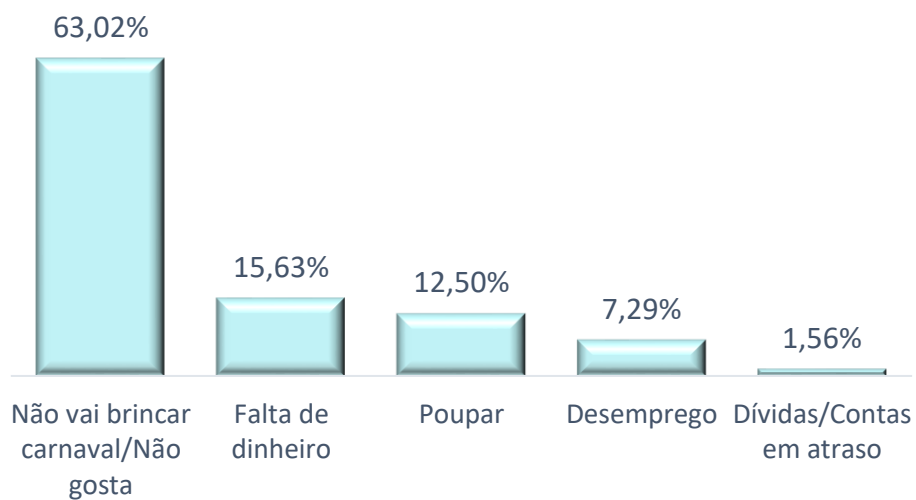
*Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende realizar compras de produtos ou serviços visando o carnaval deste ano?*

Fonte: Fecomércio RN



*Gráfico 2 – Principais motivos para não comprar.*

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 1 – Intenção de comprar pelo perfil dos entrevistados.

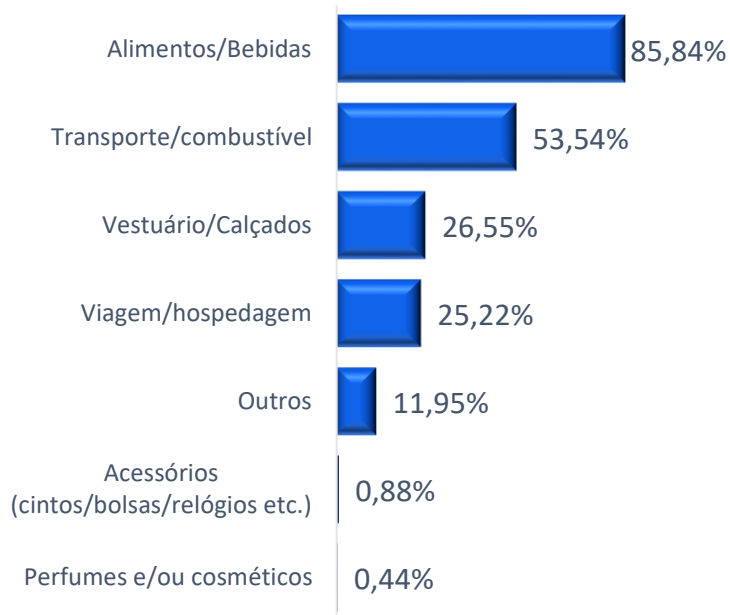
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	40,81%	59,19%
Masculino	50,44%	49,56%
Casado	40,61%	59,39%
Solteiro	57,05%	42,95%
Outros	33,33%	66,67%
16 - 24	55,56%	44,44%
25 - 34	57,35%	42,65%
35 - 44	54,72%	45,28%
45 - 65	29,19%	70,81%
65+	15,38%	84,62%
Fundamental	10,64%	89,36%
Médio	43,08%	56,92%
Superior ou mais	56,48%	43,52%
Até 2 salários	26,82%	73,18%
Entre 3 e 5 salários	54,87%	45,13%
Entre 6 e 10 salários	74,51%	25,49%
Acima de 10 salários	64,29%	35,71%

Produtos e serviços

Gráfico 3 – (Para quem vai comprar) Que tipo de produto (s) o (a) Sr (a) pretende comprar para o carnaval deste ano? (Múltipla resposta)

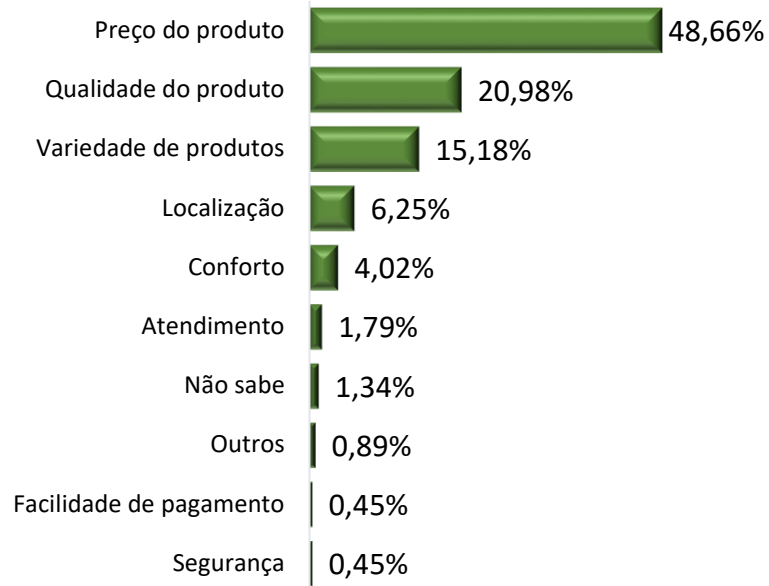
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gráfico 4 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do item comprado?**

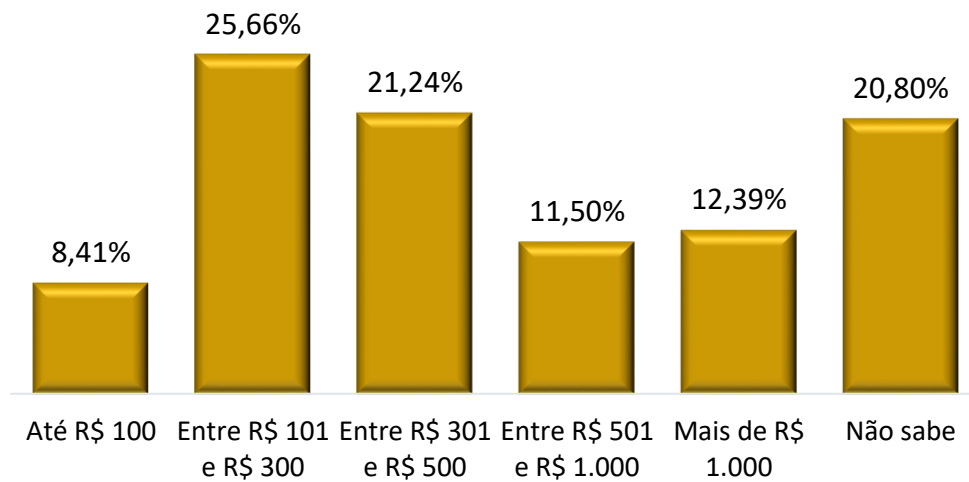
Fonte: Fecomércio RN



**Gastos**

**Gráfico 5 – Quanto pretende gastar com produtos e serviços no período do carnaval?**

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

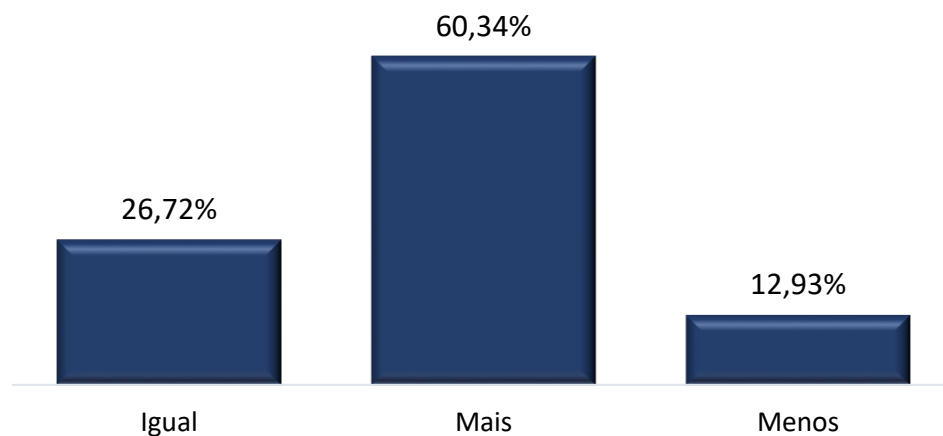
*Tabela 2 – Pretensão de gastos pelo perfil dos entrevistados.*

Fonte: Fecomércio RN

Perfil	Média
Feminino	R\$ 315,32
Masculino	R\$ 393,04
Casado	R\$ 402,99
Solteiro	R\$ 282,35
Outros	R\$ 314,29
16 - 24	R\$ 185,00
25 - 34	R\$ 348,72
35 - 44	R\$ 366,09
45 - 65	R\$ 357,45
65+	R\$ 625,00
Fundamental	R\$ 340,00
Médio	R\$ 289,29
Superior ou mais	R\$ 422,94
Até 2 salários	R\$ 239,58
Entre 3 e 5 salários	R\$ 314,02
Entre 6 e 10 salários	R\$ 503,95
Acima de 10 salários	R\$ 788,89

*Gráfico 6 – Comparando ao ano passado, nesse Carnaval, o (a) Sr. (a) pretende gastar: (Múltipla resposta)*

Fonte: Fecomércio RN

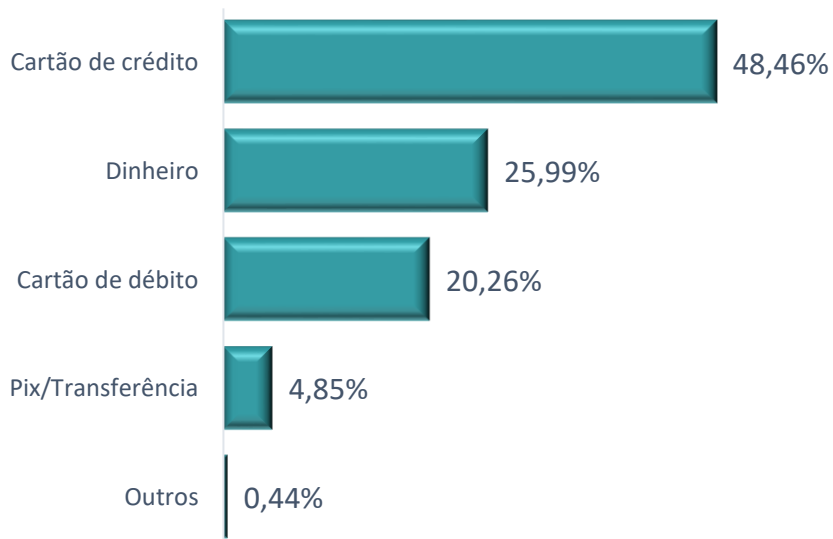


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Formas de pagamento**

*Gráfico 7 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?*

Fonte: Fecomércio RN



*Tabela 3 – Forma de pagamento pelo perfil dos entrevistados.*

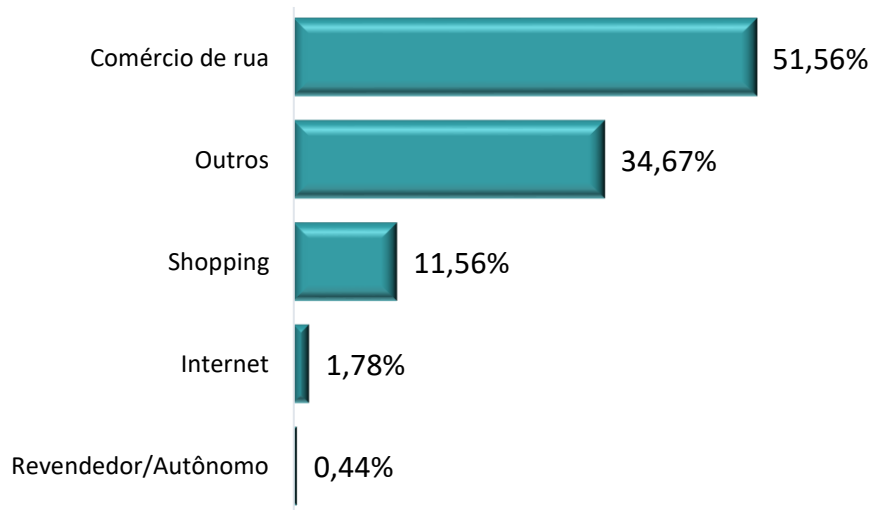
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Cartão de crédito	Cartão de débito	Pix/Transferência	Dinheiro	Outros
<b>Feminino</b>	45,54%	25,00%	3,57%	25,00%	0,89%
<b>Masculino</b>	51,30%	15,65%	6,09%	26,96%	0,00%
<b>Casado</b>	51,49%	17,91%	4,48%	25,37%	0,75%
<b>Solteiro</b>	44,19%	22,09%	5,81%	27,91%	0,00%
<b>Outros</b>	42,86%	42,86%	0,00%	14,29%	0,00%
<b>16 - 24</b>	40,00%	10,00%	20,00%	30,00%	0,00%
<b>25 - 34</b>	48,10%	26,58%	5,06%	20,25%	0,00%
<b>35 - 44</b>	51,72%	16,09%	4,60%	26,44%	1,15%
<b>45 - 65</b>	46,81%	17,02%	2,13%	34,04%	0,00%
<b>65+</b>	25,00%	50,00%	0,00%	25,00%	0,00%
<b>Fundamental</b>	40,00%	20,00%	0,00%	40,00%	0,00%
<b>Médio</b>	47,32%	13,39%	4,46%	33,93%	0,89%
<b>Superior ou mais</b>	50,00%	27,27%	5,45%	17,27%	0,00%
<b>Até 2 salários</b>	33,33%	16,67%	6,25%	43,75%	0,00%
<b>Entre 3 e 5 salários</b>	48,60%	26,17%	5,61%	18,69%	0,93%
<b>Entre 6 e 10 salários</b>	57,89%	15,79%	0,00%	26,32%	0,00%
<b>Acima de 10 salários</b>	44,44%	33,33%	0,00%	22,22%	0,00%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Local de compra**

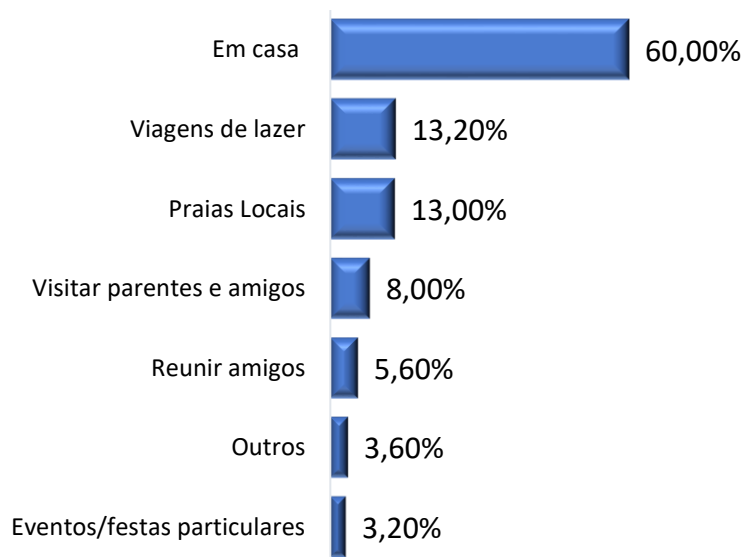
*Gráfico 8 – Onde irá comprar?*  
 Fonte: Fecomércio RN



**Comemoração**

*Gráfico 9 - O que o (a) Sr. (a) pretende fazer no carnaval?*  
 (múltipla resposta)

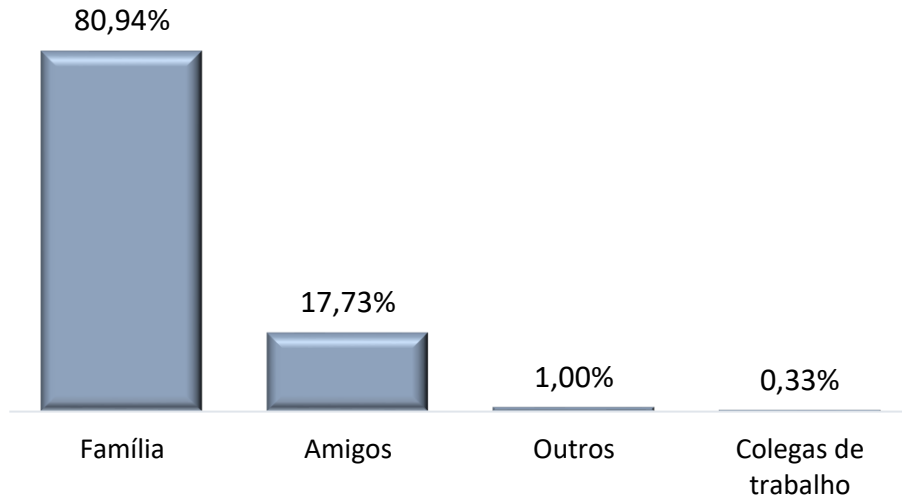
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 10 - Quais serão as companhias do carnaval?

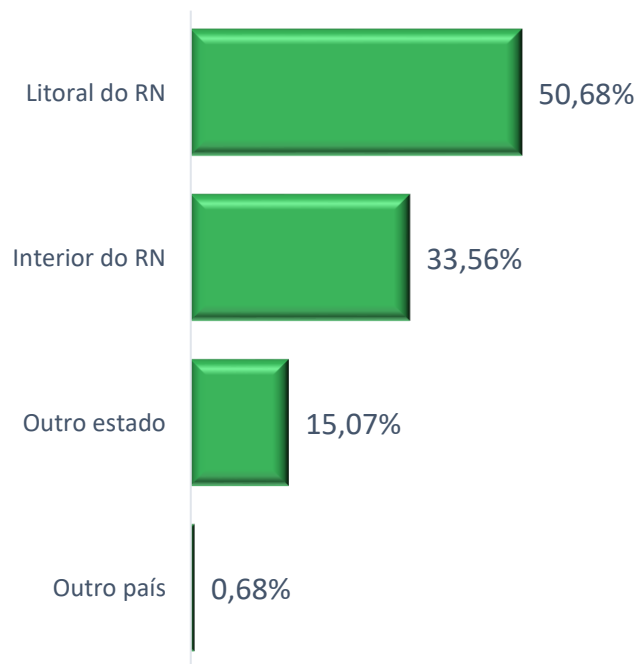
Fonte: Fecomércio RN



Pretensões de viagem

Gráfico 11 – O (a) Sr. (a) pretende viajar nesse carnaval para:

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

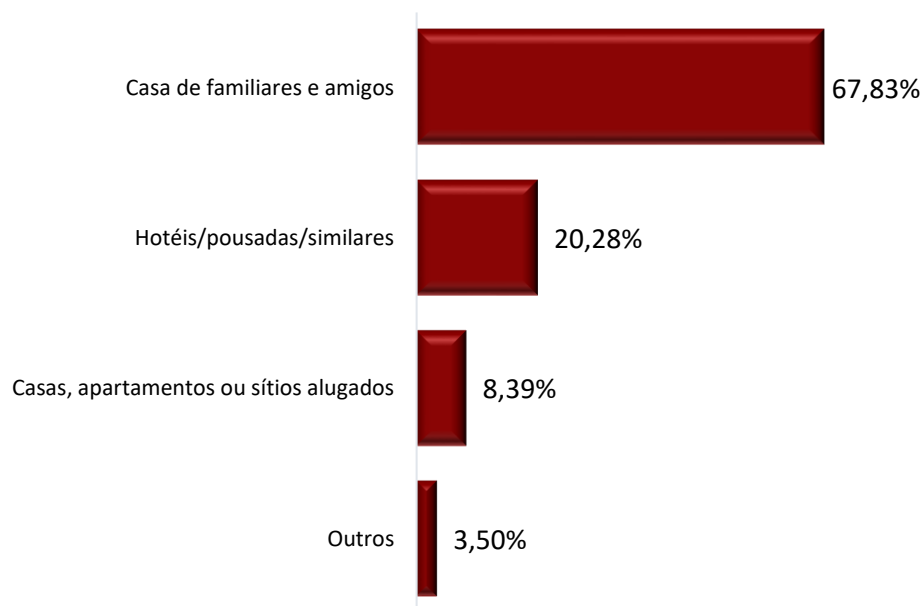
*Tabela 4 – Destino da viagem pelo perfil dos entrevistados.*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Interior do RN	Litoral do RN	Outro estado	Outro país
<b>Feminino</b>	<b>38,36%</b>	<b>46,58%</b>	<b>15,07%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Masculino</b>	<b>28,77%</b>	<b>54,79%</b>	<b>15,07%</b>	<b>1,37%</b>
<b>Casado</b>	<b>31,00%</b>	<b>55,00%</b>	<b>13,00%</b>	<b>1,00%</b>
<b>Solteiro</b>	<b>43,90%</b>	<b>41,46%</b>	<b>14,63%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Outros</b>	<b>0,00%</b>	<b>40,00%</b>	<b>60,00%</b>	<b>0,00%</b>
<b>16 - 24</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>
<b>25 - 34</b>	<b>34,09%</b>	<b>45,45%</b>	<b>20,45%</b>	<b>0,00%</b>
<b>35 - 44</b>	<b>38,71%</b>	<b>53,23%</b>	<b>8,06%</b>	<b>0,00%</b>
<b>45 - 65</b>	<b>25,71%</b>	<b>54,29%</b>	<b>17,14%</b>	<b>2,86%</b>
<b>65+</b>	<b>0,00%</b>	<b>33,33%</b>	<b>66,67%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Fundamental</b>	<b>80,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>20,00%</b>
<b>Médio</b>	<b>41,38%</b>	<b>53,45%</b>	<b>5,17%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Superior ou mais</b>	<b>25,30%</b>	<b>51,81%</b>	<b>22,89%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Até 2 salários</b>	<b>60,00%</b>	<b>30,00%</b>	<b>10,00%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Entre 3 e 5 salários</b>	<b>31,94%</b>	<b>56,94%</b>	<b>9,72%</b>	<b>1,39%</b>
<b>Entre 6 e 10 salários</b>	<b>25,93%</b>	<b>51,85%</b>	<b>22,22%</b>	<b>0,00%</b>
<b>Acima de 10 salários</b>	<b>0,00%</b>	<b>37,50%</b>	<b>62,50%</b>	<b>0,00%</b>

*Gráfico 12 – (Para quem vai viajar), onde irá se hospedar?*

Fonte: Fecomércio RN



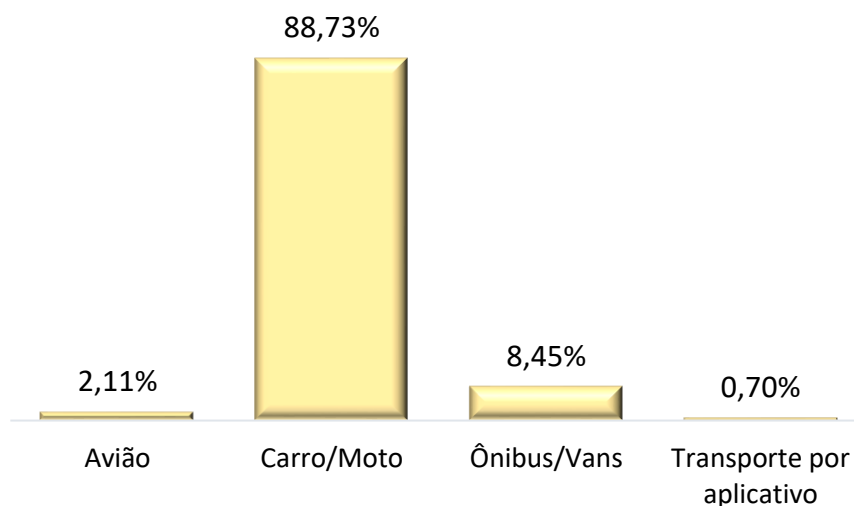


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

*Tabela 5 – Local de hospedagem pelo perfil dos entrevistados.*  
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Casa de familiares e amigos	Casas, apartamentos ou sítios alugados	Hotéis/pousadas/similares	Outros
Feminino	75,71%	5,71%	15,71%	2,86%
Masculino	60,27%	10,96%	24,66%	4,11%
Casado	68,00%	7,00%	20,00%	5,00%
Solteiro	67,50%	12,50%	20,00%	0,00%
Outros	66,67%	0,00%	33,33%	0,00%
16 - 24	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%
25 - 34	67,44%	11,63%	18,60%	2,33%
35 - 44	69,84%	9,52%	14,29%	6,35%
45 - 65	68,75%	3,13%	28,13%	0,00%
65+	33,33%	0,00%	66,67%	0,00%
Fundamental	75,00%	0,00%	25,00%	0,00%
Médio	73,68%	7,02%	14,04%	5,26%
Superior ou mais	63,41%	9,76%	24,39%	2,44%
Até 2 salários	73,68%	10,53%	10,53%	5,26%
Entre 3 e 5 salários	71,83%	11,27%	12,68%	4,23%
Entre 6 e 10 salários	62,96%	3,70%	33,33%	0,00%
Acima de 10 salários	28,57%	0,00%	71,43%	0,00%

*Gráfico 13 – (Para quem vai viajar), qual será o meio de transporte da viagem para o carnaval?*  
Fonte: Fecomércio RN



*Tabela 6 – Meio de transporte pelo perfil dos entrevistados.*  
Fonte: Fecomércio RN

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Rótulos de Linha	Carro/Moto	Ônibus/Vans	Transporte por aplicativo	Avião	Outros
<b>Feminino</b>	82,86%	14,29%	0,00%	2,86%	0,00%
<b>Masculino</b>	94,44%	2,78%	1,39%	1,39%	0,00%
<b>Casado</b>	94,95%	5,05%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Solteiro</b>	75,00%	15,00%	2,50%	7,50%	0,00%
<b>Outros</b>	66,67%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>16 - 24</b>	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>25 - 34</b>	81,40%	11,63%	2,33%	4,65%	0,00%
<b>35 - 44</b>	91,80%	6,56%	0,00%	1,64%	0,00%
<b>45 - 65</b>	93,94%	6,06%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>65+</b>	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Fundamental</b>	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Médio</b>	91,23%	8,77%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Superior ou mais</b>	87,65%	7,41%	1,23%	3,70%	0,00%
<b>Até 2 salários</b>	63,16%	31,58%	5,26%	0,00%	0,00%
<b>Entre 3 a 5 salários</b>	92,86%	5,71%	0,00%	1,43%	0,00%
<b>Entre 6 a 10 salários</b>	92,31%	3,85%	0,00%	3,85%	0,00%
<b>Acima de 10 salários</b>	87,50%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO RIO  
GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz

**DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN**

Luciano Kleiber

**Diretor**

Lívia Aires

**Coordenadora de Inteligência de Negócios**

Luiz Henrique

**Analista de Negócios**

**EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Anna Thereza

Celmo Hudson

Débora Nascimento

Lidiane Silva

João Soares

Luiz Eduardo

Hugo Sergio

Maria Glória

Nivaldo Gonçalves

Josiel Soares

Maria do Socorro

Rogério Antunes

**Pesquisadores**