

Janeiro 2024

Intenções de  
**COMPRAS**  
para o

# Carnaval

Mossoró

Fecomércio RN · IFC

Sistema Comércio

## 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
Fatores determinantes .....	6
Gastos.....	6
Movimentação econômica .....	6
Formas de pagamento .....	7
Local de compra.....	7
Atividades .....	8
Destinos da viagem .....	9
Meios de hospedagem.....	9
Transporte .....	9
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS.....</b>	<b>10</b>
Intenções de Compras .....	10
Produtos e serviços .....	11
Fatores determinantes .....	12
Gastos.....	12
Movimentação econômica .....	14
Formas de pagamento .....	14
Local de compra.....	15
Atividades .....	15
Destinos da viagem .....	16
Meios de hospedagem.....	17
Transporte .....	17

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**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 2024”. 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.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**2. ASPECTOS TÉCNICOS**

A pesquisa ocorreu entre os dias 10 e 21 de janeiro de 2024. 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 502 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**

A pesquisa da Fecomércio sobre a intenção de consumo para o carnaval revela que 51,7% dos consumidores mossoroenses pretendem realizar compras para o período festivo. Aumento em comparação com os dados de 2023, onde 45,2% indicaram a mesma intenção.

Segmentando os dados, nota-se que a pretensão de consumo para o carnaval deste ano é maior entre os consumidores entre pessoas de 16 a 24 anos (61,3%); graduados (64%) e com renda familiar entre 6 e 10 salários (74,5%).

Entre os que não vão comprar, o fato de não gostar da data (55,4%) é principal justificativa, em seguida os fatores econômicos e financeiros, além de outras prioridades somaram 44,5%.

**Produtos e serviços**

Para os que vão às compras durante o carnaval, os alimentos e bebidas serão os produtos mais adquiridos, representando 91,9% das compras, um aumento em relação aos 85,8% registrados em 2023. Mostrando uma priorização ainda maior dos consumidores em itens relacionados à alimentação durante o período do Carnaval.

No entanto, houve uma redução na porcentagem de consumidores que gastaram em transporte/combustível, caindo de 53,5% em 2023 para 42,9% em 2024. Isso pode revelar uma mudança no comportamento dos consumidores em relação à mobilidade durante o Carnaval.

O setor de vestuário/calçados apresentou um aumento significativo, passando de 26,5% em 2023 para 37,5% em 2024. Indicando uma maior disposição dos consumidores em investir em roupas e calçados específicos para as celebrações carnavalescas.

Outras categorias, como viagem/hospedagem, acessórios (cintos/bolsas/relógios etc.), perfumes e/ou cosméticos, móveis/decoração/cama/mesa e banho, e outros produtos, mostraram variações, mas em geral, a tendência aponta para um redirecionamento dos gastos dos consumidores.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Fatores determinantes**

Os fatores determinantes para as escolhas de compra evidenciam que o preço do produto (40%), a qualidade do produto (31,5%) e a variedade dos produtos (14,2%) são os elementos mais relevantes para os consumidores mossoroenses.

**Gastos**

Quanto aos valores gastos, a maioria dos entrevistados (28,8%) planeja gastar entre R\$ 101 e R\$ 300, seguido por faixas como R\$ 301 a R\$ 500 (28,5%) e entre R\$ 501 e R\$ 1.000 (14,6%).

Assim, com base nos dados, calculou-se que no geral cada consumidor pretende desembolsar, em média, R\$ 386,54 com compras para o carnaval deste ano, maior que o registrado no ano passado que havia sido de R\$ 354,87.

Quanto às despesas, a pesquisa destaca que 44,0% dos consumidores planejam gastar mais, indicando uma disposição para investir mais no Carnaval em comparação com o ano passado. Outros 27,5% disseram que vão desembolsar valores iguais ao ano passado e 28,5% afirmaram que vão desembolsar valores menores que 2023.

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\$ 429,13); graduados (R\$ 483,48) e com rendimentos acima de 10 salários (média de R\$ 1.000,00).

**Movimentação econômica**

Com referência nos dados da pesquisa, estima-se que em Mossoró deva circular na economia um volume de cerca de R\$ 38 milhões com compras relacionadas ao carnaval deste ano. O montante é maior que o registrado em 2023, quando a projeção calculada havia sido de R\$ 30 milhões. No Rio Grande do Norte a estimativa é que o Carnaval faça circular algo em torno de R\$ 501 milhões, neste ano, na economia, valor nominalmente maior que o calculado em 2023, que havia sido de R\$ 467 milhões.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Formas de pagamento**

As formas de pagamento mais comuns incluem o cartão de crédito, seguido pelo cartão de débito, dinheiro e Pix/Transferência.

Na comparação com o ano passado, houve uma diminuição na preferência pelo cartão de crédito, que passou de 48,5% em 2023 para 40,2% este ano. Por outro lado, o cartão de débito registrou um aumento, passando de 20,3% em 2023 para 28,0% em 2024. A utilização de dinheiro diminuiu ligeiramente de 26,0% em 2023 para 24,1% em 2024. O uso de Pix/Transferência apresentou um aumento, subindo de 4,8% em 2023 para 7,7% em 2024. Isso pode indicar uma crescente adoção de métodos de pagamento eletrônico durante o Carnaval.

**Local de compra**

Quanto ao local de compra dos produtos e/ou serviços para o período, os mais mencionados foram comércio de rua, shopping, internet, revendedores 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.

O comércio de rua continua sendo o local preferido de compra, correspondendo a 65,4% das escolhas dos consumidores, em comparação com os 51,6% registrados em 2023. Revelando uma crescente preferência por compras em estabelecimentos de rua durante o Carnaval. Os shoppings, apesar de terem uma leve queda de 11,6% em 2023 para 10,4% em 2024, ainda mantiveram uma parcela significativa das preferências de compra dos consumidores durante o Carnaval. A internet mostrou um aumento modesto, indo de 1,8% em 2023 para 3,8% em 2024. Os revendedores/autônomos também registraram um aumento, passando de 0,4% em 2023 para 3,8% em 2024.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Atividades**

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.

A análise das atividades planejadas pelos moradores de Mossoró para o Carnaval de 2024 mostra que a maioria dos consumidores planejam ficar em casa durante o período carnavalesco. Por outro lado, uma boa parte dos entrevistados pretendem fazer alguma atividade durante o período.

A maioria dos entrevistados (53,8%) expressou a intenção de passar o carnaval em casa, representando uma diminuição em relação aos 60,0% registrados em 2023. Mostrando uma maior disposição para explorar outras opções de entretenimento ou uma mudança nas preferências dos moradores em relação à celebração em casa.

A opção de passar o Carnaval em praias locais registrou um aumento de 16,8% em 2024, comparado a 13,0% em 2023. Viagens de lazer também mostraram um aumento, passando de 13,2% em 2023 para 15,4% em 2024. Visitar parentes e amigos manteve-se relativamente estável, com uma pequena variação de 8,2% em 2024 em comparação com 8,0% em 2023. Reunir amigos (4,6%) e eventos/festas particulares (4,0%) tiveram variações mínimas entre 2023 e 2024, indicando uma relativa estabilidade nessas escolhas.

Quanto às companhias para celebrar o Carnaval, a família (71,2%) continua sendo a principal escolha, seguida por amigos (23,7%). A presença de colegas de trabalho (2,1%) e outras companhias (3,0%) é menos comum, indicando uma preferência predominante por interações familiares durante o período festivo.



## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Destinos da viagem**

A análise das preferências de viagem dos moradores de Mossoró para o Carnaval de 2024 mostra um aumento daqueles que pretendem fazer alguma viagem para o litoral do RN. Neste ano, observou-se um crescimento na preferência por destinos no Litoral do RN, com 55,4% dos entrevistados indicando essa escolha, em comparação com os 50,7% registrados em 2023.

O interior do RN também registrou uma redução, passando de 33,6% em 2023 para 28,5% em 2024. Embora a variação seja relativamente pequena, ela indica uma continuidade na preferência por destinos no próprio estado. Outros destinos, como viajar para outro estado, mostraram uma queda de 14,5% em 2024 em comparação com 15,1% em 2023. Enquanto, a opção de viajar para outro país teve um leve aumento de 1,6% em 2024, comparado a 0,7% em 2023.

**Meios de hospedagem**

Quanto aos meios de hospedagem utilizados, a opção mais popular para hospedagem foi "Casa de familiares e amigos", representando 72,8% das escolhas, um aumento em relação aos 67,8% registrados em 2023. Casas, apartamentos ou sítios alugados tiveram um aumento modesto de 10,3% em 2024, em comparação com 8,4% em 2023. Por outro lado, a escolha de "Hotéis/pousadas/similares" apresentou uma redução de 12,0% em 2024, comparada a 20,3% em 2023. Essa diminuição pode refletir uma mudança nas preferências em direção a opções de hospedagem mais familiares e personalizadas.

**Transporte**

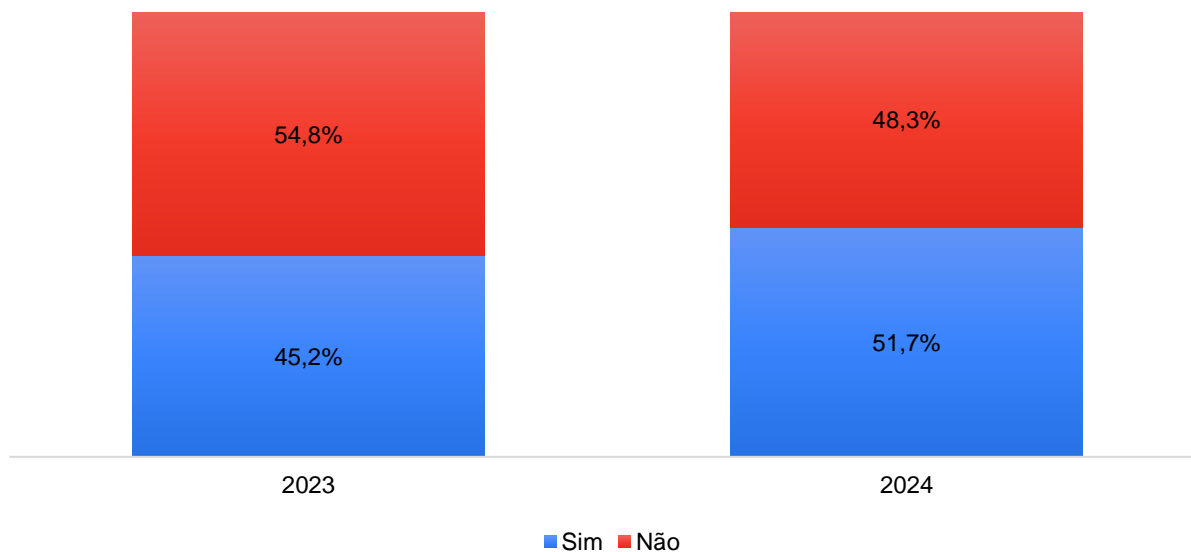
Sobre os meios de transportes mais utilizados, a opção mais prevalente foi o "Carro/Moto", representando 82,7% das escolhas, embora tenha havido uma redução em relação aos 88,7% registrados em 2023. Isso sugere que, apesar de uma diminuição na preferência, a maioria dos moradores ainda opta pelo transporte privado para se deslocar durante o Carnaval. Os "Ônibus/Vans" apresentaram um aumento de 13,0% em 2024, comparado a 8,5% em 2023. Esse crescimento pode indicar uma maior consideração por opções de transporte coletivo. A opção de "Avião" também registrou um aumento, passando de 2,1% em 2023 para 4,3% em 2024.

## 4. GRÁFICOS E TABELAS

### Intenções de Compras

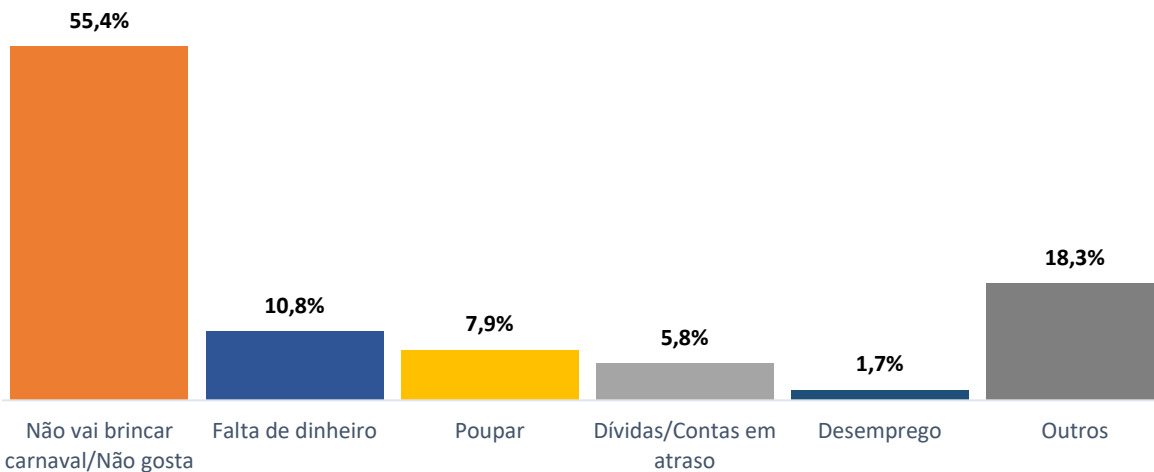
*Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende realizar compras de produtos ou serviços visando o carnaval deste ano?*

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	51,9%	48,1%
Masculino	51,4%	48,6%
16 - 24	61,3%	38,7%
25 - 34	59,0%	41,0%
35 - 44	50,0%	50,0%
45 - 65	50,0%	50,0%
65+	19,2%	80,8%
Fundamental	22,2%	77,8%
Médio	47,7%	52,3%
Superior ou mais	64,0%	36,0%
Até 2 salários	39,0%	61,0%
Entre 3 a 5 salários	64,9%	35,1%
Entre 6 a 10 salários	74,5%	25,5%
Acima de 10 salários	71,4%	28,6%

**Produtos e serviços**

*Tabela 2 – (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

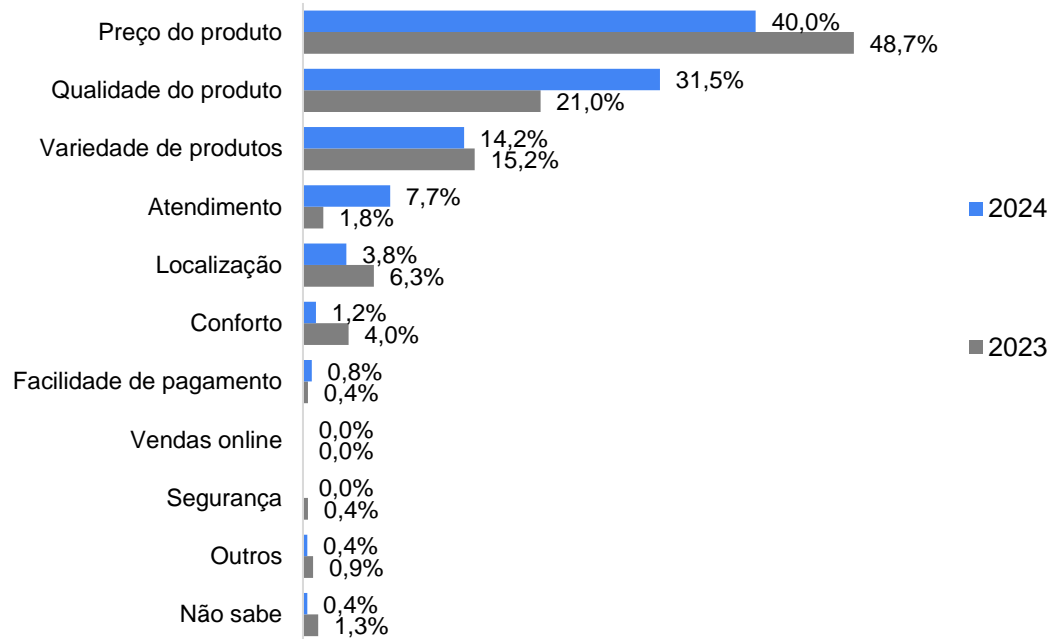
Rótulos de Linha	2023	2024
Alimentos/Bebidas	85,8%	91,9%
Transporte/combustível	53,5%	42,9%
Vestuário/Calçados	26,5%	37,5%
Viagem/hospedagem	25,2%	17,4%
Acessórios (cintos/bolsas/relógios etc.)	0,9%	6,2%
Perfumes e/ou cosméticos	0,4%	2,7%
Móveis/decoração/Cama/Mesa e banho	0,0%	1,9%
Outros	11,9%	3,1%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Fatores determinantes

Gráfico 3 – Qual o principal fator que vai determinar a escolha do item comprado?

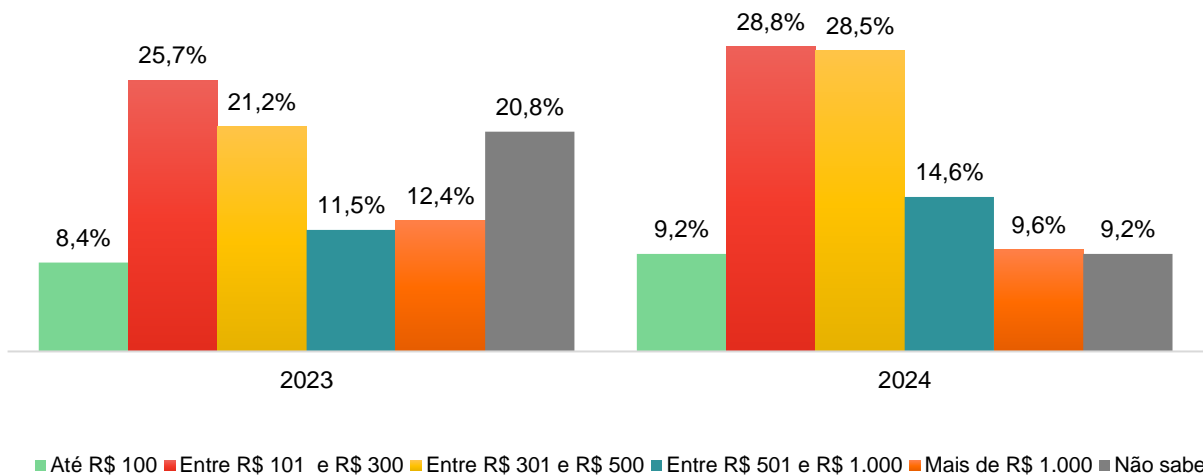
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 4 – Quanto pretende gastar com produtos e serviços no período do carnaval?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

*Tabela 3 – Pretensão de gasto médio por ano.*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2023	2024
Gasto Médio R\$	R\$ 354,87	R\$ 386,54

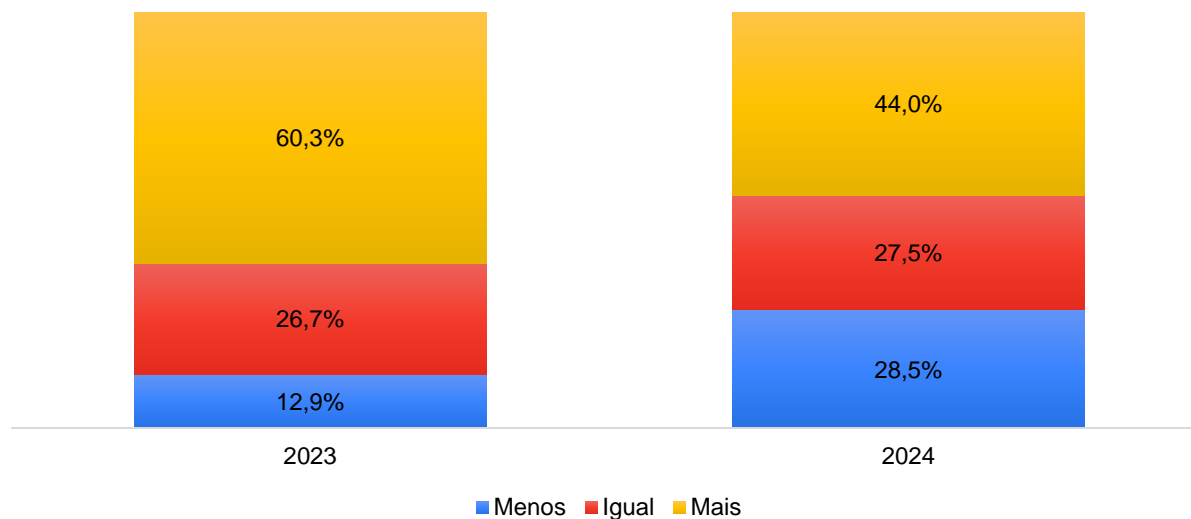
*Tabela 4 – Pretensão de gasto médio pelo perfil*

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Média R\$
Feminino	R\$ 345,86
Masculino	R\$ 429,13
16 - 24	R\$ 257,89
25 - 34	R\$ 341,76
35 - 44	R\$ 455,33
45 - 65	R\$ 380,92
65+	R\$ 690,00
Fundamental	R\$ 225,00
Médio	R\$ 314,60
Superior ou mais	R\$ 483,48
Até 2 salários	R\$ 271,21
Entre 3 a 5 salários	R\$ 406,25
Entre 6 a 10 salários	R\$ 552,78
Acima de 10 salários	R\$ 1.000,00

*Gráfico 5 – Comparando ao ano passado, nesse Carnaval, o (a) Sr. (a) pretende gastar:*

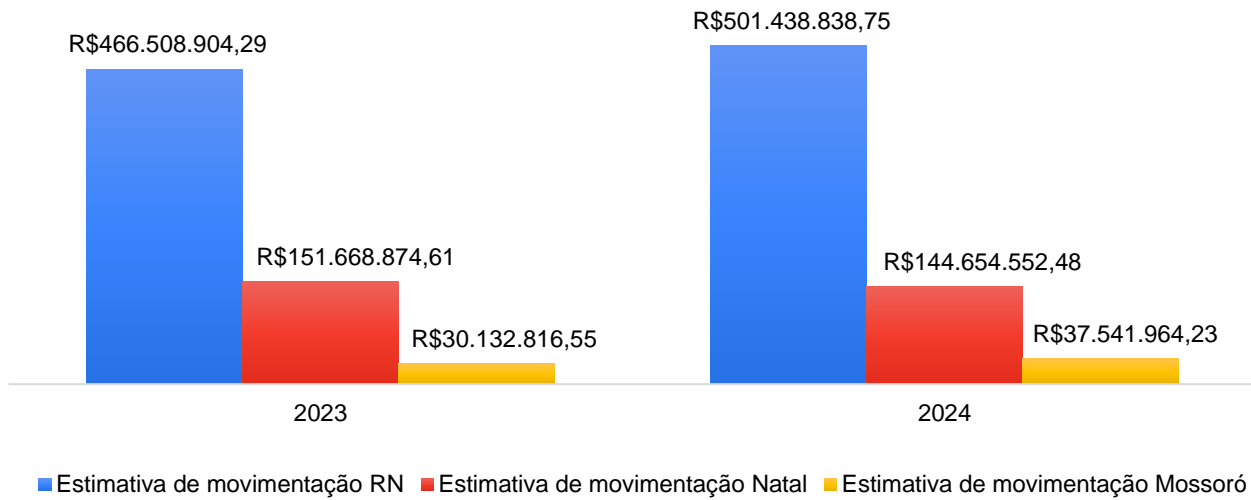
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

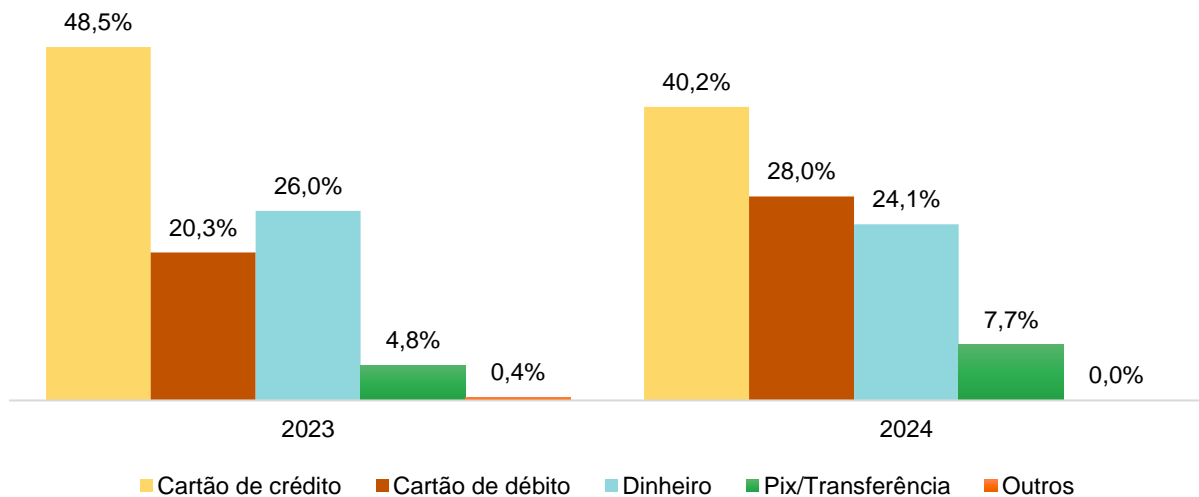
**Movimentação econômica**

*Gráfico 6 – Estimativa de movimentação econômica.*  
Fonte: Fecomércio RN



**Formas de pagamento**

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

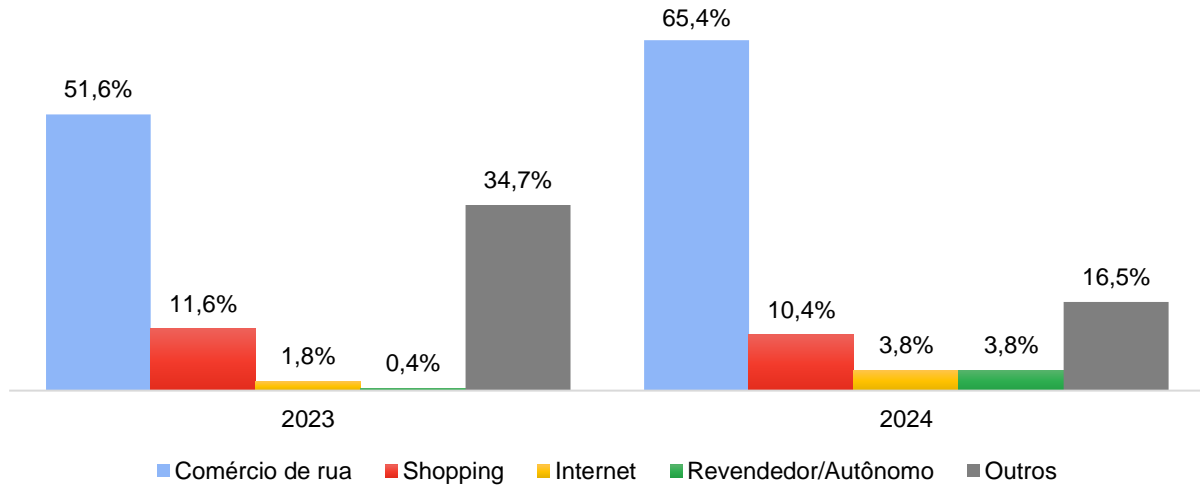


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Local de compra**

*Gráfico 8 – Onde irá comprar?*

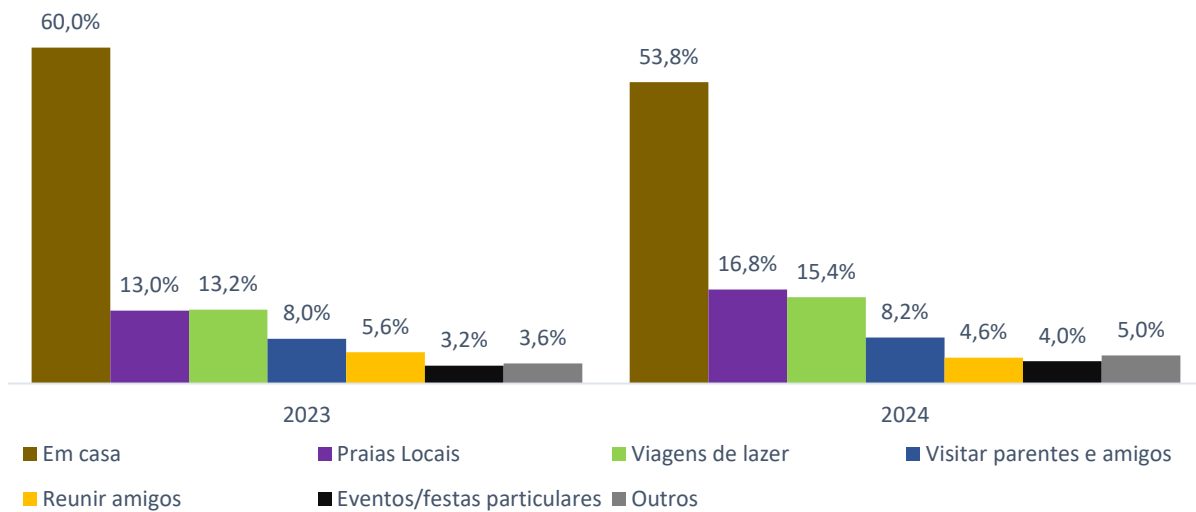
Fonte: Fecomércio RN



**Atividades**

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

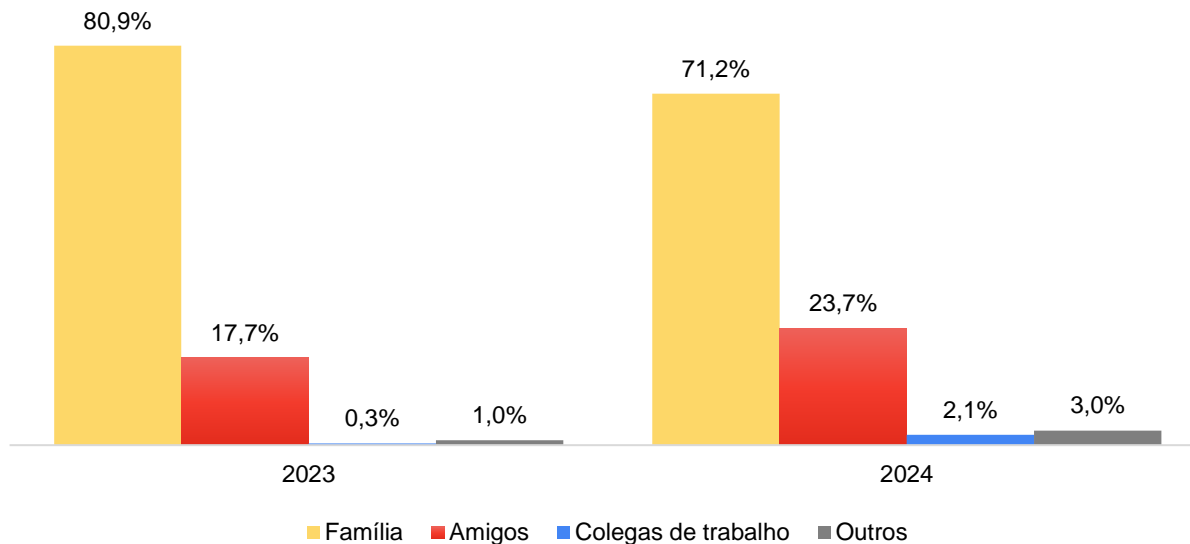
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gráfico 10 - Quais serão as companhias do carnaval?**

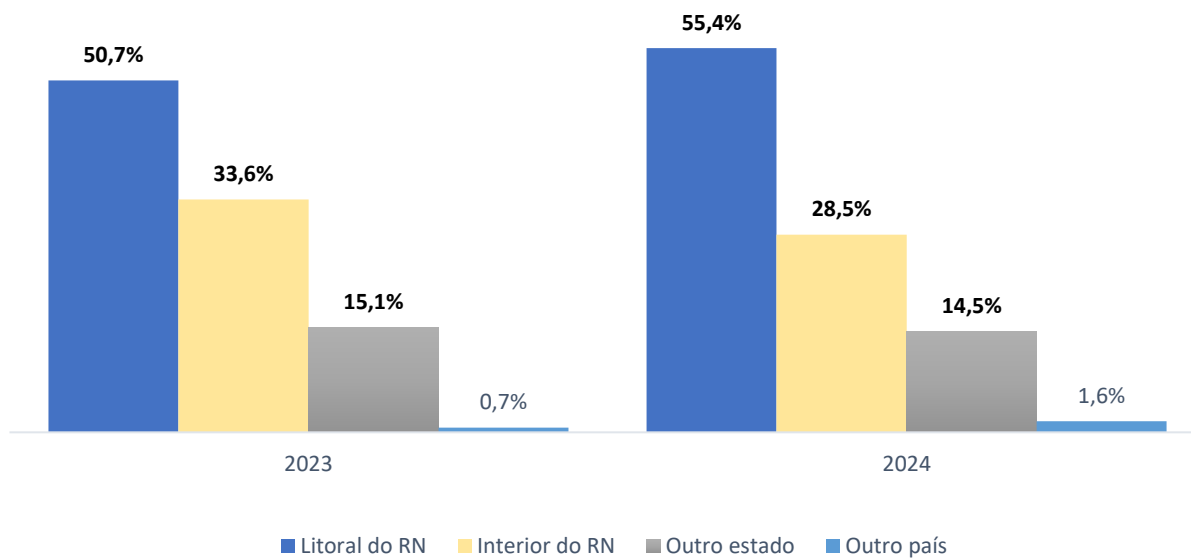
Fonte: Fecomércio RN



**Destinos da viagem**

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

Fonte: Fecomércio RN



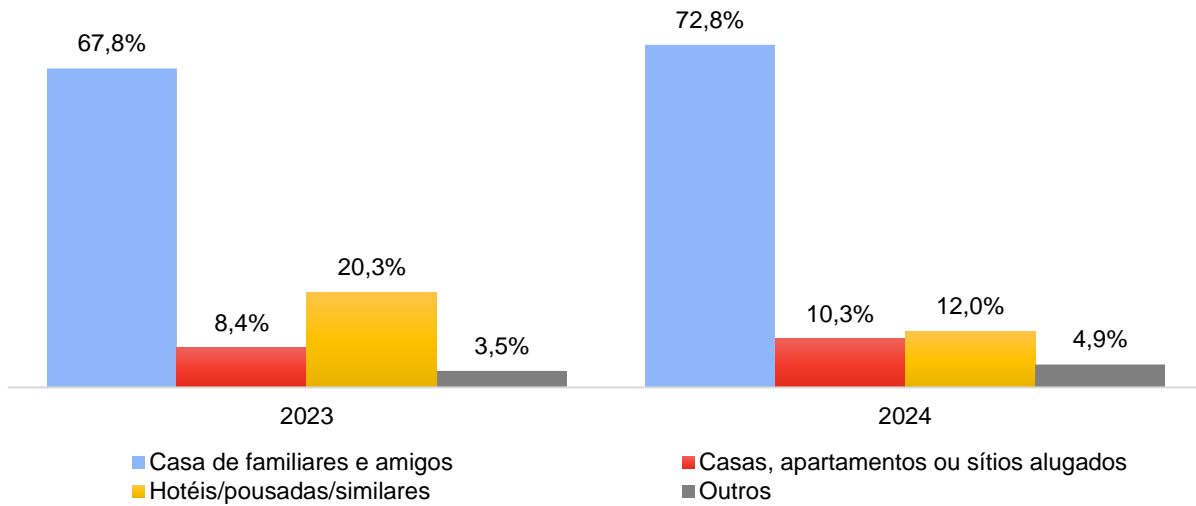


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Meios de hospedagem

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

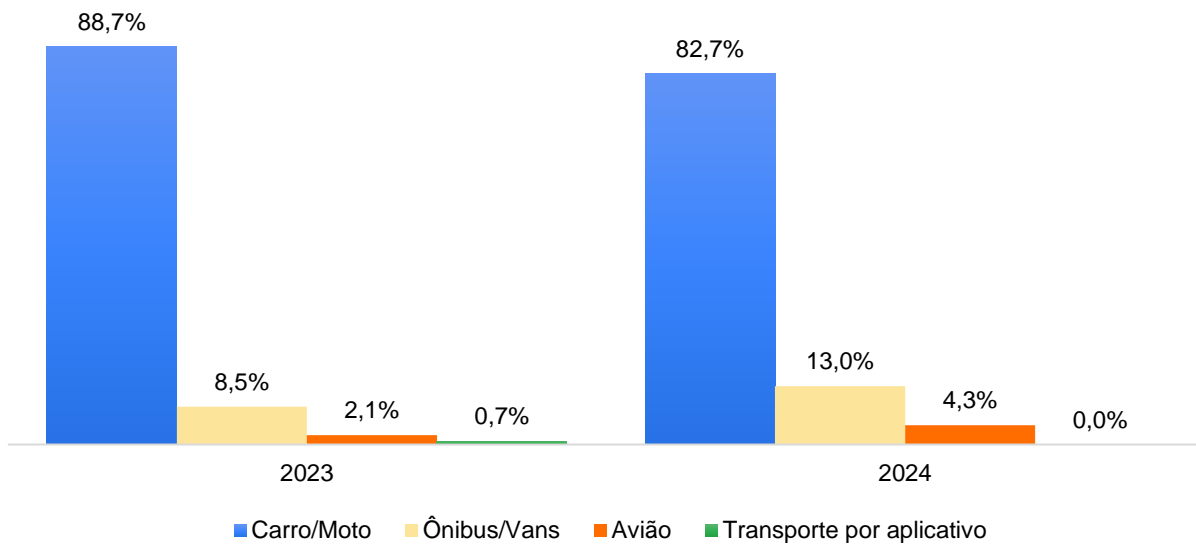
Fonte: Fecomércio RN



Transporte

Gráfico 13 – Para quem vai viajar, qual será o meio de transporte da viagem para o carnaval?

Fonte: Fecomércio RN



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

Simone Soares

Débora Nascimento

João Soares

Josiel da Costa

Maria Eduarda

Hugo Sergio

Maria Glória

Jacqueline Aires

Natália Pereira

Rogério Antunes

**Pesquisadores**