

Janeiro 2024

Intenções de
COMPRAS
para o

Carnaval

Natal

Sumário

1. APRESENTAÇÃO.....	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	5
Intenção de consumo.....	5
Produtos e serviços	5
Fatores determinantes	6
Gastos.....	6
Movimentação econômica	7
Formas de pagamento	7
Local de compra.....	8
Atividades	8
Destinos da viagem	9
Meios de hospedagem.....	9
Transporte	9
4. GRÁFICOS E TABELAS.....	10
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 Natal. 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 610 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 26 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 Natal, mais da metade dos consumidores pretende comprar algum produto para o carnaval deste ano. Apesar do número considerável, em 2024, a intenção de consumo teve uma redução, com 51% dos entrevistados manifestando a intenção de comprar para o Carnaval, em comparação com os 62,2% registrados em 2023. Essa diminuição indica modificação nas preferências dos consumidores, mostrando que uma parcela menor da população natalense planeja realizar compras específicas para o período carnavalesco.

Na estratificação dos dados, percebe-se que a pretensão de consumo para o carnaval 2024 é maior entre os consumidores do gênero masculino (57%); pessoas de 35 a 44 anos (57,9%); pessoas de nível superior (59,4%) e com renda superior a dez salários mínimos (83,3%).

Entre os que não desejam consumir, o fato de não gostar ou não querer curtir o carnaval aparecem como principais motivos (52,5%), em seguida surgem os fatores econômicos como falta de dinheiro, poupar, dívidas e desemprego que somam 28,6% das justificativas.

Produtos e serviços

Para os que vão às compras, os itens mais citados foram alimentos e bebidas; vestuário e calçados; acessórios; transportes/combustível; viagens/hospedagem; e perfumes e cosméticos.

Neste ano, a categoria "Alimentos/Bebidas", representou 84,5% das intenções de compra. Embora ainda seja a escolha mais comum, houve uma leve redução em comparação com 2023, quando essa categoria representou 90,5%. Uma mudança significativa ocorreu na categoria "Vestuário/Calçados", que experimentou um aumento de 26,2% em 2023 para 37,5% em 2024. A categoria de "Acessórios (cintos/bolsas/relógios etc.)" registrou um aumento notável, indo de 7,9% em 2023 para 20,2% em 2024. Outras categorias, como "Transporte/combustível" e "Viagem/hospedagem", apresentaram aumentos moderados, indicando uma maior propensão dos consumidores a adquirir produtos relacionados a essas categorias durante o Carnaval de 2024 em comparação com 2023.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Em contrapartida, as categorias de "Perfumes e/ou cosméticos," "Celular/Smartphone/Tablet," "Móveis/decoração/Cama/Mesa e banho," e "Outros" mantiveram variações mínimas entre os dois anos, indicando uma relativa estabilidade nas preferências.

Fatores determinantes

O fator mais relevante para os consumidores continuar sendo o "Preço do produto," representando 58,6% das decisões de compra. Essa tendência se manteve consistente com o ano anterior, quando também foi o fator predominante, obtendo 54,8%. A "Qualidade do produto" foi o segundo fator mais importante em 2024, com 29,9% das respostas. Houve uma ligeira queda em comparação com 2023, quando essa categoria representou 33,1%. As categorias "Atendimento" e "Variedade de produtos" foram mencionada por 3,6% dos consumidores em 2024, uma leve diminuição em relação aos 4,5% registrados em 2023. Outros fatores, como "Conforto" e "Localização," tiveram variações mínimas entre os dois anos, indicando uma relativa estabilidade nessas considerações.

Gastos

No que se refere às pretensões de gastos com produtos e/ou serviços durante o carnaval, observou-se que 55,4% dos consumidores natalenses pretendem desembolsar até R\$ 300,00. Outros 21,2% esperam gastar entre R\$ 301,00 e R\$ 500,00; e 21,05% afirmaram que têm intenção de gastar acima de R\$ 501,00 com as compras do carnaval.

Neste ano, calculou-se que cada consumidor pretende desembolsar em média R\$ 367,27 com compras para o carnaval deste ano. O valor é nominalmente maior que o registrado em 2023, quando o ticket médio havia sido de R\$ 315,74.

Os dados da pesquisa também mostram que os gastos variam conforme o perfil dos consumidores. Nota-se que as maiores cifras serão desembolsadas pelos homens (média de R\$ 444,22); indivíduos com ensino superior (R\$ 420,90) e rendimentos acima de 10 salários (média de R\$ 635,00).

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Com relação às despesas, a pesquisa mostra que 45% dos consumidores planejam gastar mais, indicando uma disposição para investir mais no Carnaval em comparação com o ano passado. Outros 23,5% disseram que vão desembolsar valores iguais ao ano passado e 31,4% afirmaram que vão desembolsar valores menores que 2023.

Movimentação econômica

Com base nos dados da pesquisa, é possível estimar que em Natal deve movimentar na economia aproximadamente R\$ 145 milhões durante o período do carnaval. Esse valor representa o montante gasto pelos consumidores natalenses com compras relacionadas a data. Apesar do alto volume, o valor será menor em relação a 2023, quando a projeção observada havia sido de R\$ 152 milhões. Contudo no Rio Grande do Norte a estimativa é de alta, passando de R\$ 467 milhões em 2023 para R\$ 501 milhões neste ano.

Formas de pagamento

O método de pagamento mais utilizado será o "Cartão de crédito," informado por 33,1% dos entrevistados. Apesar de ser uma diminuição em relação a 2023, quando esse método foi escolhido por 35,3% dos consumidores, permaneceu como a opção mais popular. Destacando que o cartão de crédito continua sendo uma escolha predominante para os consumidores durante o Carnaval. A categoria "Dinheiro" registrou uma diminuição mais expressiva, indo de 28,1% em 2023 para 23,7% em 2024. Essa variação indica uma mudança nas preferências, com uma menor proporção de consumidores optando por essa forma de pagamento em 2024. A utilização de "Pix/Transferência" como forma de pagamento aumentou de 21,5% em 2023 para 24,8% em 2024. A opção "Cartão de debito" registrou um aumento notável, indo de 15,1% em 2023 para 18,0% em 2024. Indicando uma crescente aceitação e adoção desse método de pagamento pelos consumidores durante o período festivo.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Local de compra

Sobre o local de compra a opção mais citada foi o "Comércio de rua," recebendo 75,3% das escolhas de compra. Apesar de uma leve queda em relação a 2023, quando essa opção foi mencionada por 79,6% dos consumidores, o comércio de rua permanece como a principal escolha para a aquisição de produtos durante o Carnaval. A categoria "Shopping" registrou um aumento, indo de 11,6% em 2023 para 16,1% em 2024. A utilização da "Internet" como local de compra teve uma queda, indo de 6,6% em 2023 para 4,7% em 2024. A opção "Revendedor/Autônomo" manteve-se relativamente estável, com uma representação mínima de 1,1% em ambos os anos.

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.

Atividades

Perguntados sobre o que vai fazer durante o carnaval, a opção mais mencionada pelos participantes foi "Em casa," sinalizada por 44,3% dos entrevistados. Houve uma leve redução em relação a 2023, quando essa opção foi citada por 46,8% dos entrevistados. Embora permaneça uma escolha significativa, houve uma diminuição na preferência por ficar em casa durante o Carnaval de 2024. A escolha "Viagens de lazer" registrou uma queda mais expressiva, indo de 26,7% em 2023 para 21,7% em 2024. A opção "Praias Locais" manteve-se praticamente estável, com uma pequena variação de 14,7% em 2023 para 14,8% em 2024. A atividade "Reunir amigos" registrou um aumento, indo de 7,5% em 2023 para 9,2% em 2024. A categoria "Visitar parentes e amigos" teve um aumento leve, indo de 4,5% em 2023 para 5,5% em 2024. A opção "Eventos/festas particulares" teve uma variação mínima, indo de 3,7% em 2023 para 3,8% em 2024.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE**Destinos da viagem**

Entre os que vão viajar durante o período, a escolha mais desejada pelos participantes foi o "Litoral do RN," equivalente a 64,4% das respostas. Houve um aumento em relação a 2023, quando essa opção foi escolhida por 57,9% dos entrevistados. Revelando um aumento na preferência dos moradores de Natal por passar o Carnaval no litoral do Rio Grande do Norte durante o ano de 2024. A viagem para o "Interior do RN" registrou uma diminuição, indo de 29,8% em 2023 para 26,4% em 2024. Outros estados também registrou uma diminuição, indo de 11,6% em 2023 para 7,9% em 2024. Enquanto "Outro País" teve um aumento, indo de 0,8% em 2023 para 1,3% em 2024.

Meios de hospedagem

Sobre os locais de estadia, a alternativa mais escolhida pelos entrevistados foi a casa de familiares e amigos, representando 74,3% das respostas. Houve um aumento em relação a 2023, quando essa opção foi escolhida por 68,9% dos entrevistados. Mostrando a preferência dos viajantes por hospedagem em locais conhecidos e junto a familiares e amigos durante o Carnaval de 2024. A preferência "Casas, apartamentos ou sítios alugados" registrou uma variação mínima, indo de 9,1% em 2023 para 10,0% em 2024. A opção "Hotéis/pousadas/similares" teve uma diminuição, indo de 15,4% em 2023 para 8,3% em 2024. A categoria "Outros tipos de hospedagem" registrou um aumento, indo de 6,6% em 2023 para 7,5% em 2024.

Transporte

Com relação aos meios de transporte para viagem, a opção mais mencionada foi "Carro/Moto," correspondendo a 78,7% das respostas. Houve um aumento em relação a 2023, quando essa opção foi escolhida por 74,4% dos consumidores. O uso de "Ônibus/Vans" registrou uma diminuição, indo de 19,4% em 2023 para 13,0% em 2024. A opção "Avião" teve um aumento, indo de 1,7% em 2023 para 3,3% em 2024. A preferência por "Transporte por aplicativo" teve um aumento, indo de 1,2% em 2023 para 2,1% em 2024. Outros meios registrou uma diminuição, indo de 3,3% em 2023 para 2,9% em 2024.

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

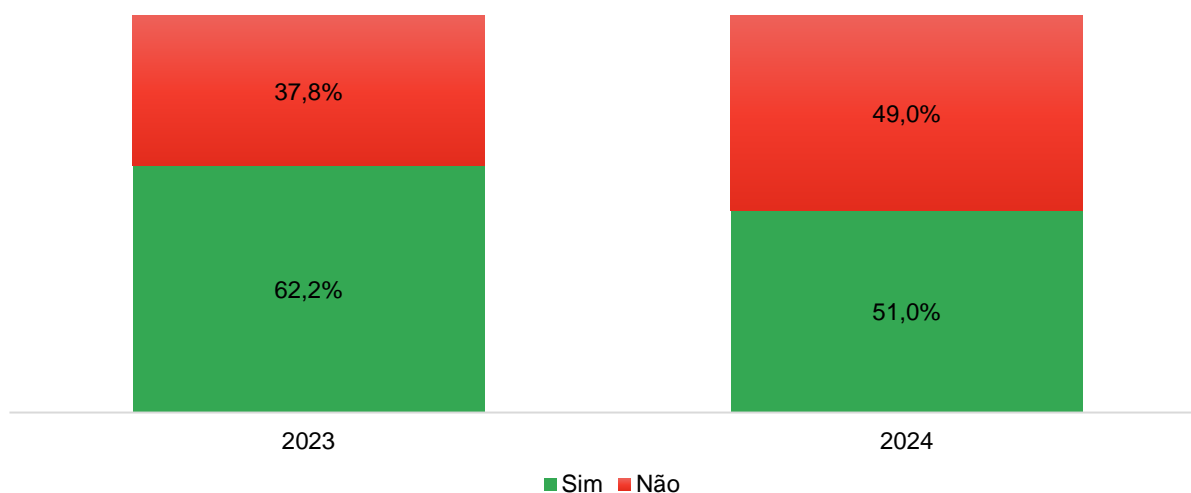
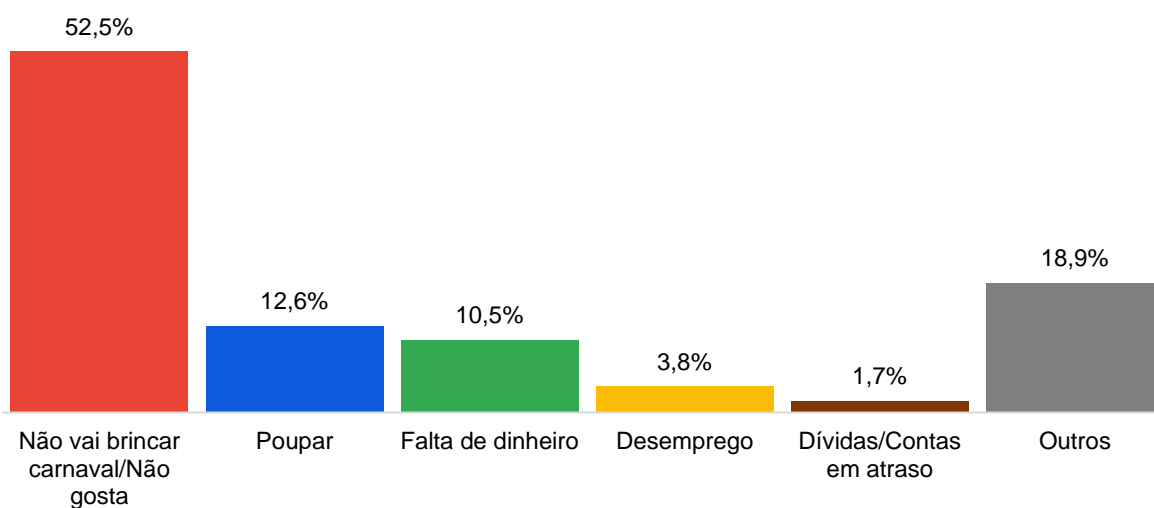


Gráfico 2 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende comprar?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 1 – Intenção de consumo pelo perfil dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Sim	Não
Feminino	45,5%	54,5%
Masculino	57,0%	43,0%
16 - 24	50,8%	49,2%
25 - 34	49,7%	50,3%
35 - 44	57,9%	42,1%
45 - 65	44,8%	55,2%
65+	40,0%	60,0%
Fundamental	37,8%	62,2%
Médio	47,0%	53,0%
Superior ou mais	59,4%	40,6%
Até 2 salários	41,1%	58,9%
Entre 3 a 5 salários	57,3%	42,7%
Entre 6 a 10 salários	57,1%	42,9%
Acima de 10 salários	83,3%	16,7%

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

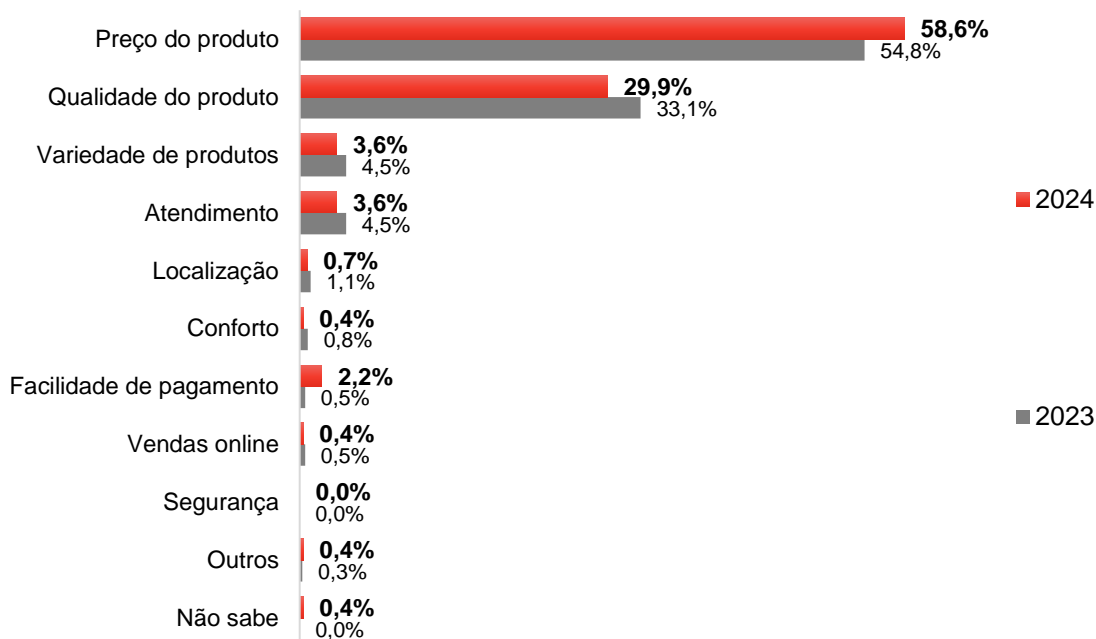
Rótulos de Linha	2023	2024
Alimentos/Bebidas	90,5%	84,5%
Vestuário/Calçados	26,2%	37,5%
Acessórios (cintos/bolsas/relógios etc.)	7,9%	20,2%
Transporte/combustível	6,1%	11,6%
Viagem/hospedagem	7,4%	8,3%
Perfumes e/ou cosméticos	1,9%	4,3%
Celular/Smartphone/Tablet	0,3%	1,4%
Móveis/decoração/Cama/Mesa e banho	0,0%	1,4%
Outros	1,1%	1,4%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Fatores determinantes

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

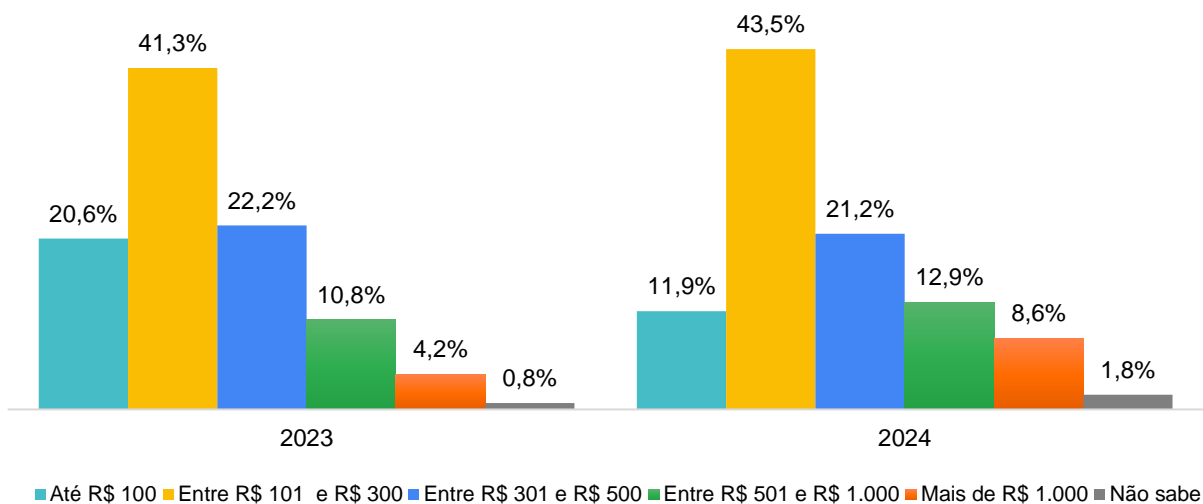
Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 4 – Quanto pretende gastar com produtos e serviços para o período do carnaval?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 3 – Média de gastos anual.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2023	2024
Gasto Médio R\$	R\$ 315,74	R\$ 367,27

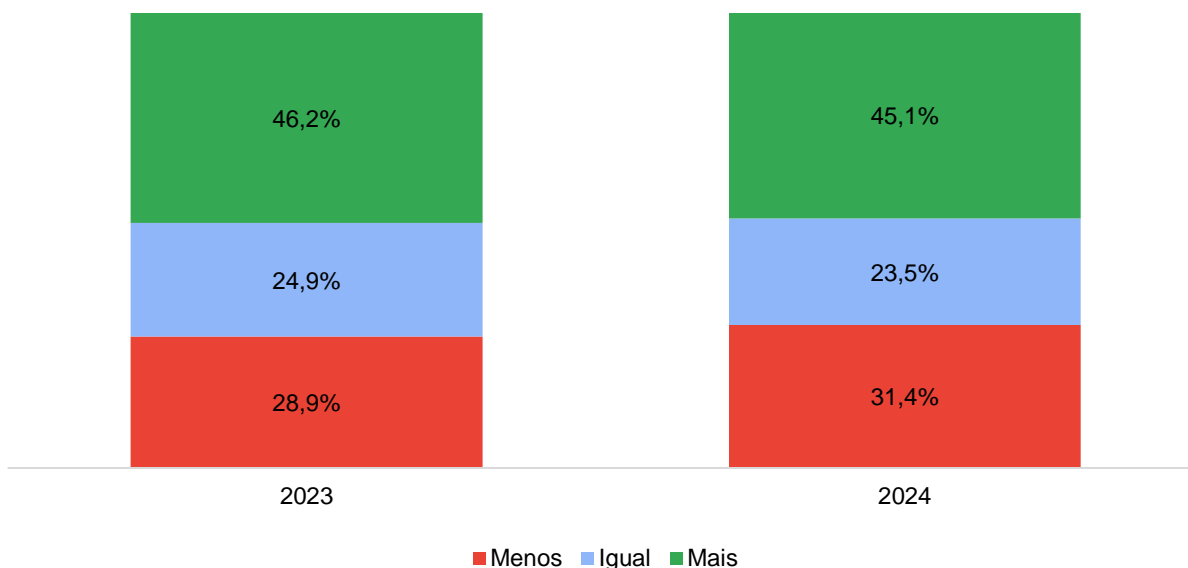
Tabela 4 – Média de gastos pelo perfil dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Média R\$
Feminino	R\$ 280,92
Masculino	R\$ 444,22
16 - 24	R\$ 270,89
25 - 34	R\$ 315,12
35 - 44	R\$ 437,32
45 - 65	R\$ 526,25
65+	R\$ 750,00
Fundamental	R\$ 261,76
Médio	R\$ 333,09
Superior ou mais	R\$ 420,90
Até 2 salários	R\$ 284,72
Entre 3 a 5 salários	R\$ 374,02
Entre 6 a 10 salários	R\$ 444,05
Acima de 10 salários	R\$ 635,00

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

Fonte: Fecomércio RN

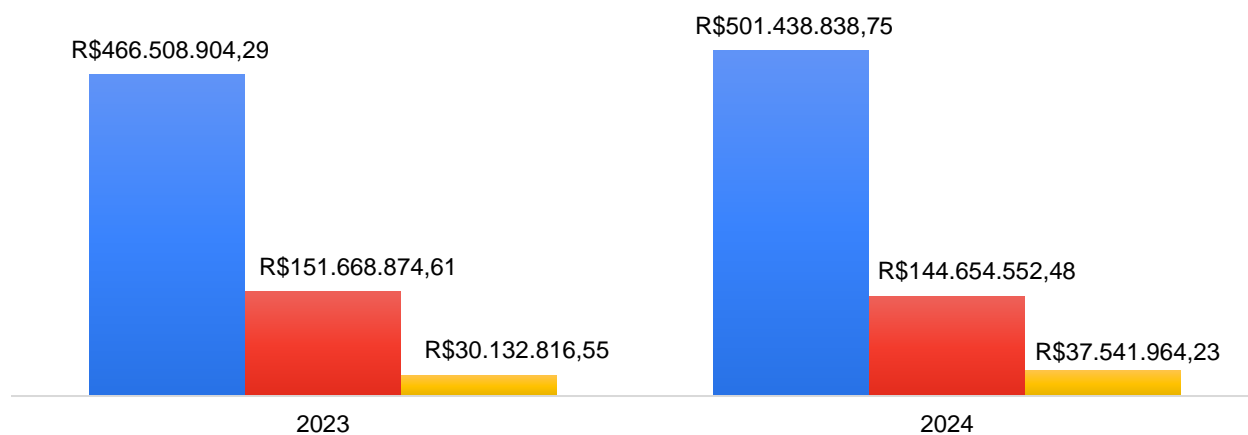


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Movimentação econômica

Gráfico 6 – Estimativa de movimentação econômica

Fonte: Fecomércio RN

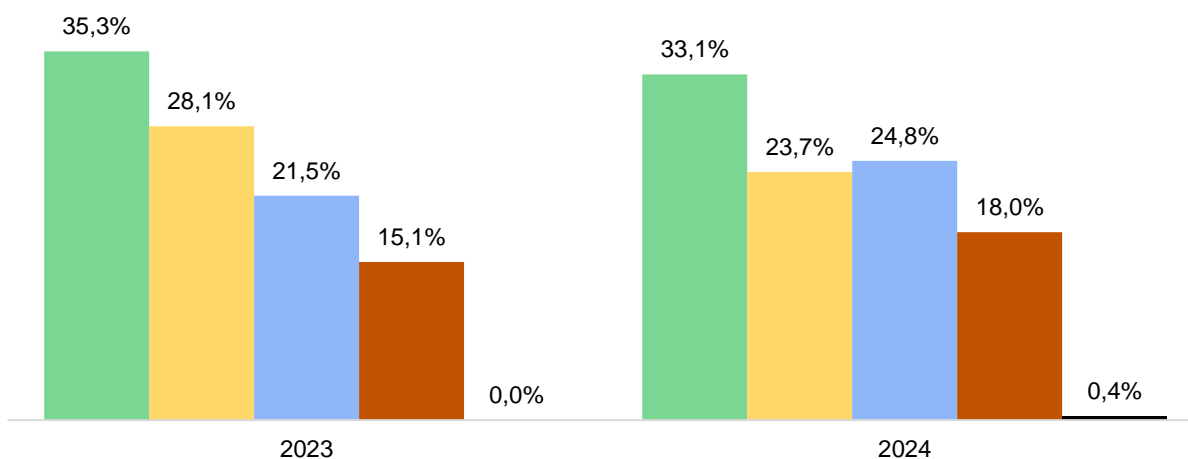


■ Estimativa de movimentação RN ■ Estimativa de movimentação Natal ■ Estimativa de movimentação Mossoró

Formas de pagamento

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

Fonte: Fecomércio RN



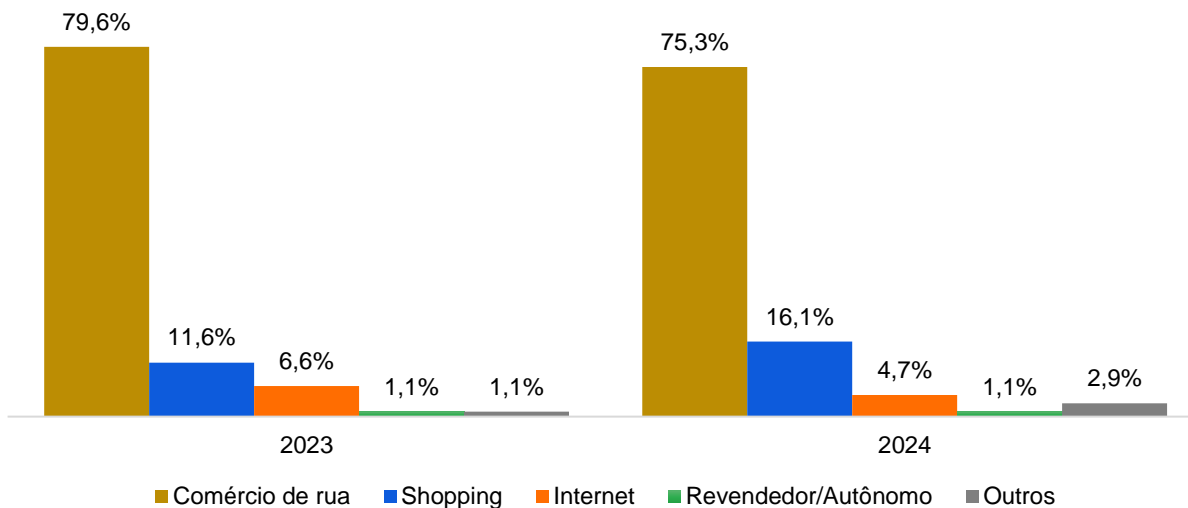
■ Cartão de crédito ■ Dinheiro ■ Pix/Transferência ■ Cartão de débito ■ Outros

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Local de compra

Gráfico 8 – Onde irá comprar?

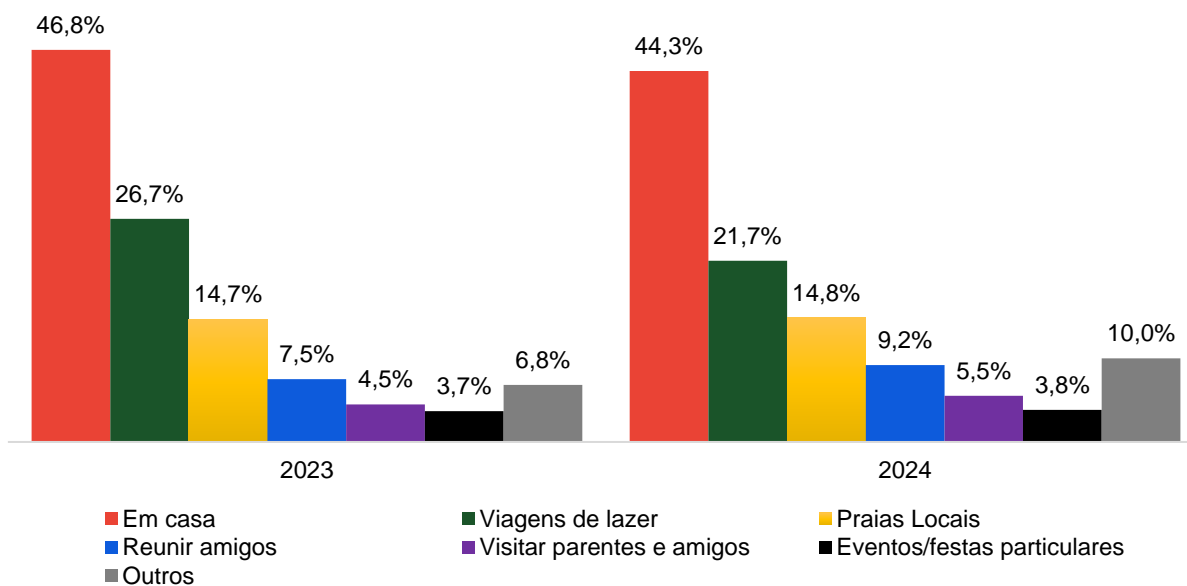
Fonte: Fecomércio RN



Atividades

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

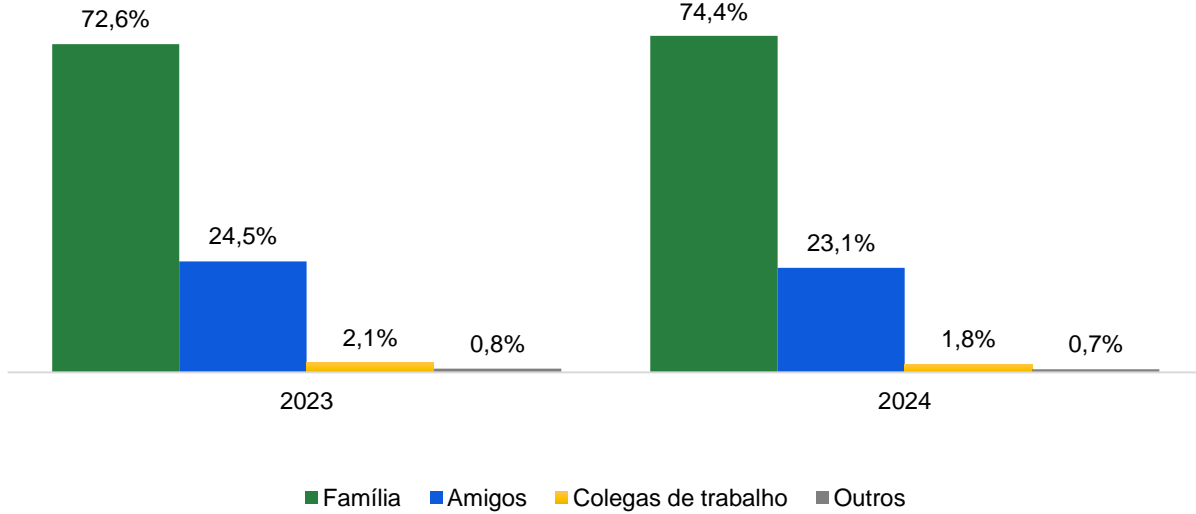
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

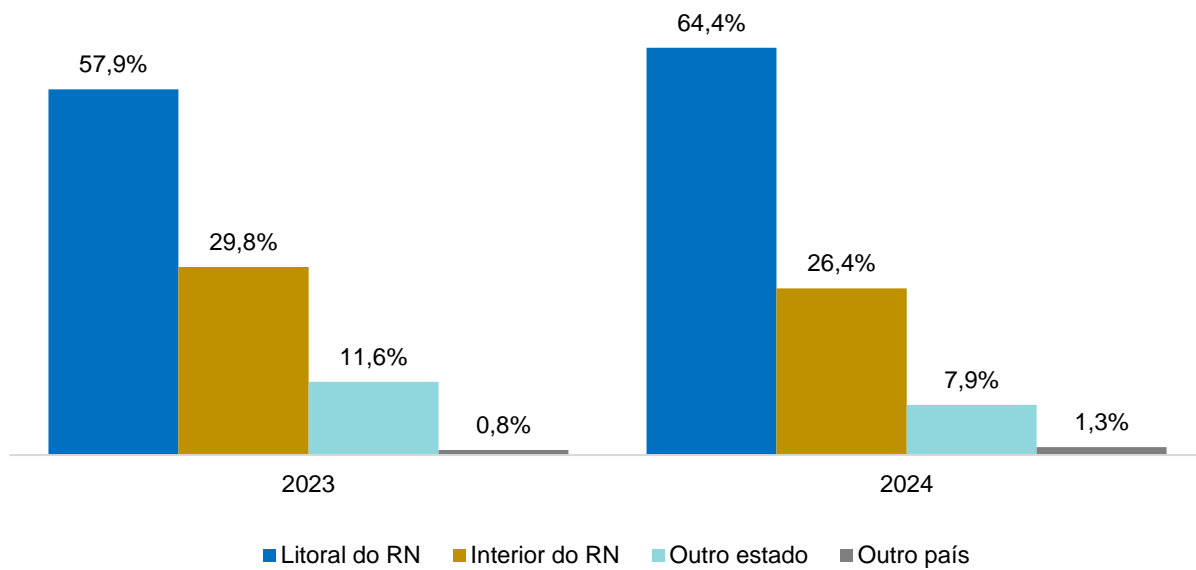
Fonte: Fecomércio RN



Destinos da viagem

Gráfico 11 – *Para quem pretende viajar, qual será o destino nesse carnaval:*

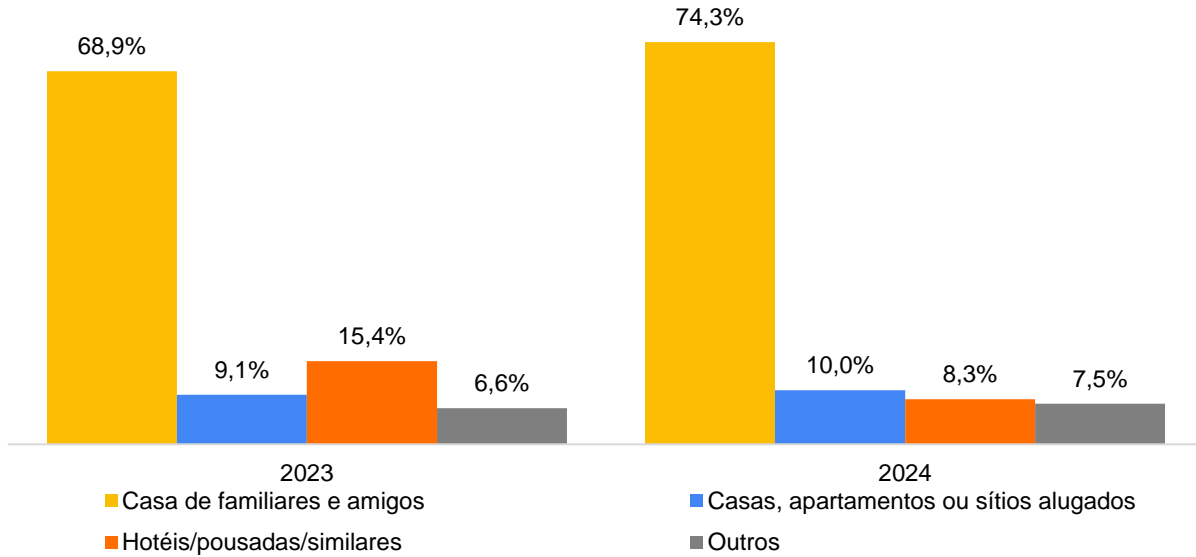
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

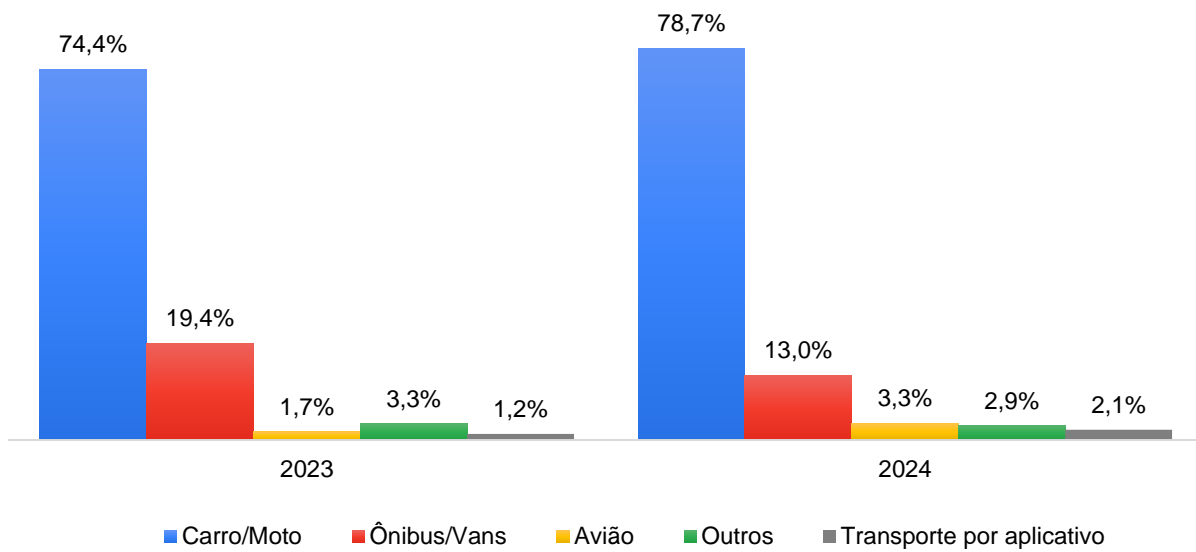
Meios de hospedagem

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 Martins

Analista de Negócios

EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMERCIO RN

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Anna Thereza

Simone Soares

Débora Nascimento

João Sobrinho

Natália Pereira

Hugo Sergio

Maria Glória

Jacqueline Aires

Josiel Soares

Maria Eduarda

Rogério Antunes

Pesquisadores