

INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O

CARNAVAL



MOSSORÓ

JANEIRO
2025

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

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

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

Luciano Kleiber
Diretor

Lívia Aires
Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique Martins
Analista de Negócios

Eriadne Teixeira
Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Débora Nascimento

Kéren Heloísa

Josiel da Costa

Maria Eduarda

Hugo Sergio

Maria Glória

Jacqueline Aires

Natália Pereira

Rogério Antunes

Nivaldo Gonçalves

Maria do Socorro

Pesquisadores



SUMÁRIO

1. Apresentação	4
2. Aspectos técnicos	5
3. Síntese dos resultados	6
Intenção de consumo	6
Produtos e serviços	9
Fatores determinantes	10
Gastos	12
Movimentação econômica	16
Formas de pagamento	17
Local de compra	18
Atividades	19
Destinos da viagem	21
Meios de hospedagem	22
Transporte	23

1

APRESENTAÇÃO

O Carnaval é uma das maiores festas populares do Brasil, movimentando milhões de pessoas em todo o país durante o feriado prolongado. Além do impacto cultural, a data representa uma oportunidade significativa para os setores de turismo, comércio e serviços, que se preparam para atender a um aumento expressivo na demanda de consumo. Empresas desses segmentos ajustam seus estoques, estratégias e equipes para acompanhar o ritmo do período carnavalesco.

Com o objetivo de compreender o comportamento do consumidor nesse período, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio (IFC), realizou a pesquisa “Intenções de Compras para o Carnaval 2025”. O levantamento investiga não apenas as intenções de compra, mas também os valores estimados de gastos, os fatores que influenciam as decisões de consumo, os principais locais de compra e as pretensões de viagem da população. Essas informações são fundamentais para auxiliar empresas na adaptação de suas estratégias de vendas e atendimento ao cliente.

Empresários têm reconhecido a importância das pesquisas realizadas pela Fecomércio RN como uma ferramenta valiosa para monitoramento do mercado potiguar. Os dados levantados permitem uma análise detalhada do comportamento do consumidor, auxiliando na tomada de decisões estratégicas para otimizar vendas e investimentos. Com a ampla disseminação dessas informações, a pesquisa atende não apenas ao setor empresarial, mas também a associações comerciais, gestores públicos e demais agentes do mercado, contribuindo para um planejamento mais assertivo e eficaz.

2

Aspectos técnicos

A pesquisa foi realizada entre os dias 29 de janeiro e 05 de fevereiro, período escolhido para garantir tempo hábil para a tabulação, análise e divulgação dos resultados antes do Carnaval. O estudo adotou o método quantitativo, por meio de entrevistas pessoais, utilizando um questionário estruturado e padronizado. A amostra foi representativa da população de consumidores de Mossoró, e os dados coletados são primários, analisados sob uma abordagem descritiva com caráter exploratório.

A definição da amostra seguiu critérios estatísticos, assegurando a maior fidelidade possível aos resultados. No total, foram entrevistadas 506 pessoas, distribuídas proporcionalmente entre as regiões administrativas do município. A pesquisa foi conduzida com um nível de confiança de 95% e uma margem de erro de aproximadamente 3 pontos percentuais para mais ou para menos. O questionário continha 22 perguntas, majoritariamente fechadas, com algumas permitindo múltiplas respostas. Em razão disso, alguns resultados podem não totalizar exatamente 100%, devido a arredondamentos e ao formato das questões.

A coleta de dados foi conduzida por uma equipe de entrevistadores experientes, com acompanhamento rigoroso para garantir a qualidade das informações. Os questionários passaram por um processo de checagem individual, assegurando a adequação das respostas aos parâmetros amostrais. A análise dos dados foi realizada de forma descritiva e analítica, utilizando gráficos e tabelas para interpretar as intenções da população e fornecer insights relevantes sobre o comportamento dos consumidores no período carnavalesco.

3

Síntese dos resultados

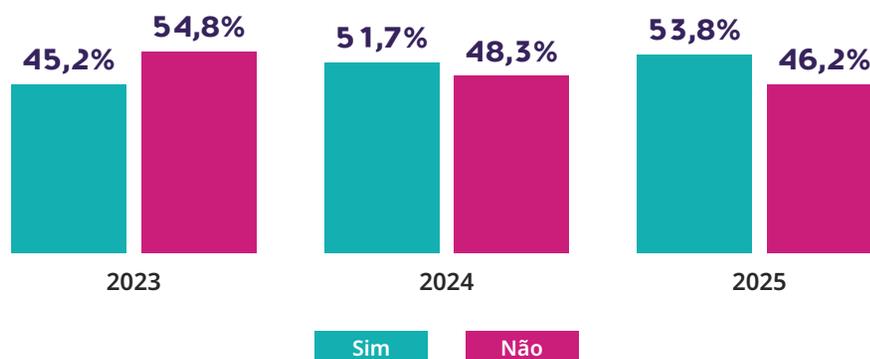
Intenções de Compras

A pesquisa realizada pelo Instituto Fecomércio RN aponta que 53,8% dos consumidores de Mossoró pretendem fazer compras de produtos ou serviços para o Carnaval, enquanto 46,2% não possuem essa intenção. O resultado demonstra que mais da metade dos entrevistados estão dispostos a investir na festividade, refletindo um cenário positivo para o comércio local.

Ao longo dos anos, nota-se um aumento na intenção de compras, mas com menor intensidade. Em 2023, 45,2% dos consumidores manifestaram interesse em adquirir produtos ou serviços para o período, número que subiu para 51,7% em 2024 e agora chega a 53,8% em 2025. Apesar da evolução, o crescimento entre 2024 e 2025 (2,1 pontos percentuais) foi inferior ao avanço registrado entre 2023 e 2024 (6,5 pontos percentuais). Esse cenário indica uma desaceleração na tendência de alta, o que pode indicar uma postura mais cautelosa dos consumidores diante do atual contexto econômico.

Gráfico 1

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

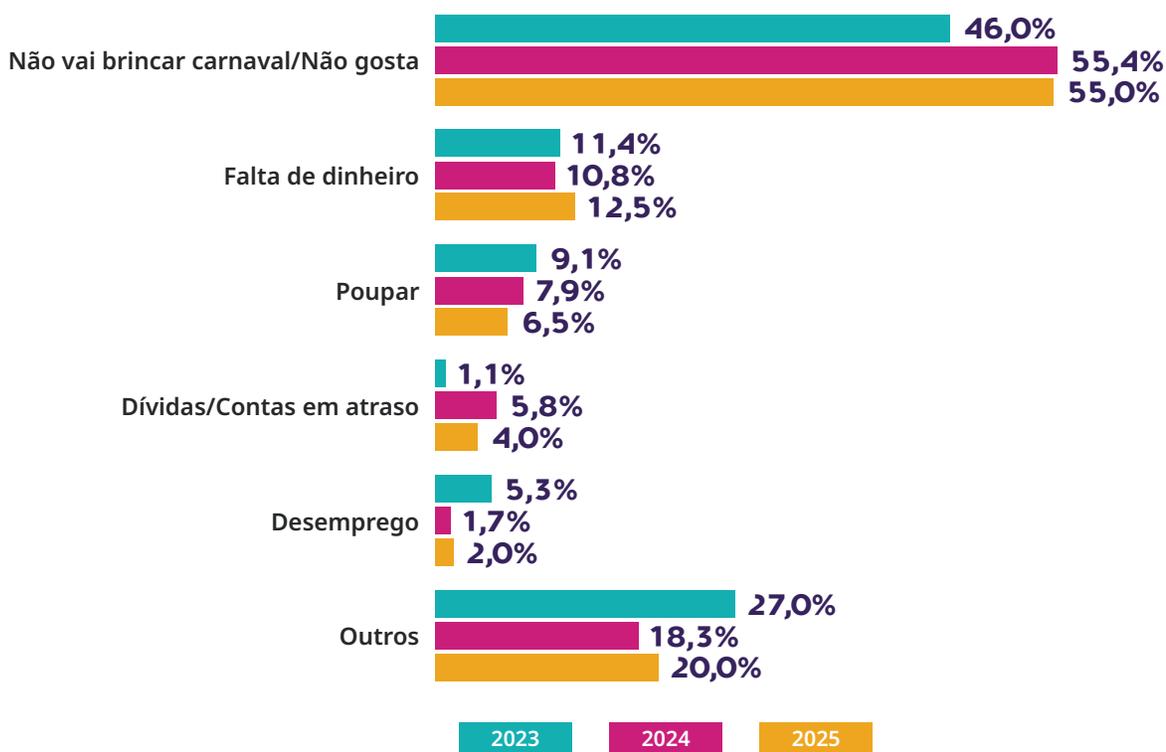


Para quem não vai as compras, os principais motivos apontados pelos consumidores de Mossoró para não realizarem compras no período carnavalesco foram, em sua maioria, a falta de interesse na festa (55,0%) e questões

financeiras, como falta de dinheiro (12,5%), necessidade de poupança (6,5%) e dívidas ou contas em atraso (4,0%). Além disso, 2,0% mencionaram o desemprego como fator impeditivo, enquanto 20,0% citaram outros motivos.

A parcela de consumidores que não pretende comprar por não brincar o Carnaval cresceu significativamente de 46,0% em 2023 para 55,4% em 2024, mantendo-se em 55,0% em 2025. Já a falta de dinheiro, que havia reduzido levemente entre 2023 (11,4%) e 2024 (10,8%), voltou a subir para 12,5% em 2025. O percentual daqueles que alegam dívidas caiu de 5,8% em 2024 para 4,0% em 2025, enquanto o impacto do desemprego, que chegou a 5,3% em 2023, caiu para 1,7% em 2024 e se manteve baixo em 2025 (2,0%). O aumento do desinteresse pela folia pode indicar mudanças no perfil dos consumidores, enquanto as razões econômicas reforçam uma cautela no consumo, refletindo possíveis ajustes no orçamento das famílias.

Gráfico 2 Principais motivos para não comprar.



A intenção de compra para o Carnaval entre os consumidores de Mossoró

apresenta variações significativas conforme o perfil dos entrevistados. Em termos de gênero, os homens (56,6%) demonstram maior intenção de consumo em comparação às mulheres (50,8%). Já no estado civil, os solteiros (61,6%) são os mais propensos a comprar, enquanto os casados (49,0%) registram menor intenção. Na faixa etária, o grupo de 25 a 34 anos se destaca com a maior intenção de compras (64,0%), enquanto os consumidores com 65 anos ou mais apresentam a menor propensão ao consumo (28,6%).

A análise por nível de escolaridade e renda evidencia que a intenção de compra cresce conforme aumenta o grau de instrução e a renda familiar. Entre os que possuem ensino superior ou mais, 62,2% pretendem comprar, bem acima dos 38,7% observados entre os entrevistados com ensino fundamental. No recorte por renda, o consumo é maior entre aqueles que recebem acima de 10 salários mínimos (81,5%), enquanto apenas 43,5% dos que ganham até dois salários pretendem comprar. Esse comportamento reforça que o poder aquisitivo é um fator determinante na decisão de consumo para o Carnaval, com os grupos de maior renda demonstrando maior propensão a gastos.

Tabela 1 Intenção de consumo pelo perfil dos entrevistados.

	Sim	Não
Feminino	50,8%	49,2%
Masculino	56,6%	43,4%
Casado	49,0%	51,0%
Solteiro	61,6%	38,4%
Outros	59,4%	40,6%
16 - 24	55,3%	44,7%
25 - 34	64,0%	36,0%
35 - 44	47,2%	52,8%
45 - 65	51,7%	48,3%
65+	28,6%	71,4%
Fundamental	38,7%	61,3%
Médio	49,8%	50,2%
Superior ou mais	62,2%	37,8%
Até 2 salários	43,5%	56,5%
Entre 3 a 5 salários	53,6%	46,4%
Entre 6 a 10 salários	68,8%	31,3%
Acima de 10 salários	81,5%	18,5%

Produtos e serviços

A intenção de compra para o Carnaval de 2025 mantém o consumo de alimentos e bebidas como prioridade entre os consumidores de Mossoró, representando 90,8% das respostas, percentual próximo ao do ano passado (91,9%) e superior ao registrado em 2023 (85,8%). O transporte e combustível, por outro lado, segue em queda contínua, passando de 53,5% em 2023 para 42,9% em 2024 e chegando a 35,7% neste ano, possivelmente refletindo mudanças nos hábitos de deslocamento ou maior preocupação com os custos.

As compras de vestuário e calçados (34,6%) tiveram uma leve redução em relação ao ano passado (37,5%), mas seguem acima do patamar de 2023 (26,5%), sugerindo um interesse ainda elevado na composição do visual para as festividades. Já os gastos com viagem e hospedagem se mantiveram estáveis em torno de 17%, após a queda registrada entre 2023 (25,2%) e 2024 (17,4%).

Dentre os produtos menos tradicionais para o período, o destaque fica para acessórios, que vêm ganhando espaço ano a ano: saíram de apenas 0,9% em 2023 para 6,2% em 2024 e agora alcançam 13,2% das intenções de compra, indicando um maior interesse por itens complementares ao vestuário. Perfumes e cosméticos também cresceram, passando de 0,4% em 2023 para 3,7% neste ano, enquanto itens para o lar, como móveis e decoração, seguem em um patamar baixo, abaixo de 2%.

Tabela 2

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

Múltipla resposta

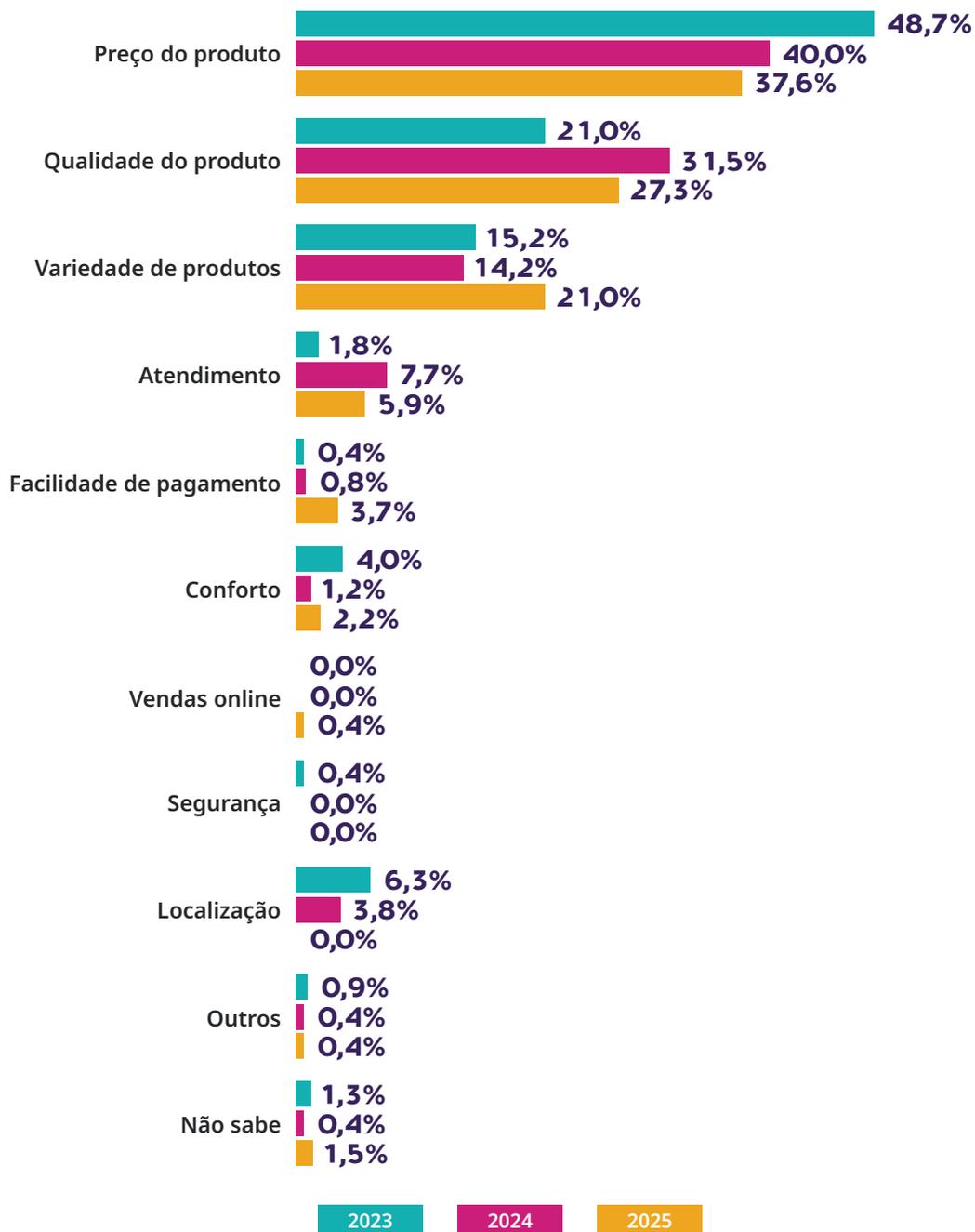
	2023	2024	2025
Alimentos/Bebidas	85,8%	91,9%	90,8%
Transporte/combustível	53,5%	42,9%	35,7%
Vestuário/Calçados	26,5%	37,5%	34,6%
Viagem/hospedagem	25,2%	17,4%	17,3%
Acessórios (cintos/bolsas/relógios etc.)	0,9%	6,2%	13,2%
Perfumes e/ou cosméticos	0,4%	2,7%	3,7%
Móveis/decoração/Cama/Mesa e banho	0,0%	1,9%	1,8%
Outros	11,9%	3,1%	2,6%

Fatores determinantes

Os consumidores de Mossoró destacam o preço do produto como o principal fator na escolha do item a ser comprado, mencionado por 37,6% dos entrevistados. A qualidade do produto aparece como o segundo critério mais relevante, com 27,3% das respostas, seguida pela variedade de produtos (21,0%). Outros fatores como atendimento (5,9%), facilidade de pagamento (3,7%) e conforto (2,2%) tiveram menor impacto na decisão de compra. A venda online foi citada por uma pequena parcela (0,4%).

Ao comparar 2025 com os demais anos, percebe-se uma redução da influência do preço na decisão de compra, passando de 48,7% em 2023 para 40,0% em 2024 e chegando a 37,6% em 2025. Por outro lado, a qualidade do produto ganhou mais relevância no processo de escolha, subindo de 21,0% em 2023 para 31,5% em 2024, antes de recuar para 27,3% em 2025. A variedade de produtos também apresentou crescimento, alcançando seu maior percentual em 2025 (21,0%). Esse movimento indica uma possível mudança no comportamento dos consumidores, que, embora ainda sensíveis ao preço, demonstram maior interesse em qualidade e diversidade, fatores que podem estar associados a uma busca por melhor custo-benefício. No entanto, vale destacar que o crescimento da relevância desses fatores de 2024 para 2025 foi inferior ao observado entre 2023 e 2024, sugerindo um cenário de maior cautela na decisão de compra.

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



Gastos

A maioria dos consumidores de Mossoró que pretendem gastar com o Carnaval planeja desembolsar neste ano valores entre R\$ 101 e R\$ 500, com 34,3% declarando intenção de gastar entre R\$ 101 e R\$ 300, e 35,0% prevendo despesas entre R\$ 301 e R\$ 500. Gastos mais elevados, entre R\$ 501 e R\$ 1.000, foram mencionados por 16,1% dos entrevistados, enquanto apenas 6,2% planejam investir mais de R\$ 1.000. Já os consumidores que pretendem gastar até R\$ 100 representam 7,3% da amostra, e a parcela dos que ainda não sabem quanto irão gastar caiu para 1,1%, demonstrando um maior planejamento financeiro para o período.

Em relação aos anos, observa-se uma tendência de aumento na intenção de gastos na faixa intermediária. Em 2023, 25,7% dos consumidores pretendiam gastar entre R\$ 101 e R\$ 300, percentual que subiu para 28,8% em 2024 e chegou a 34,3% em 2025. O mesmo ocorreu com a faixa de R\$ 301 a R\$ 500, que saltou de 21,2% em 2023 para 28,5% em 2024, atingindo 35,0% em 2025. No entanto, a intenção de gastos acima de R\$ 1.000 caiu gradualmente, passando de 12,4% em 2023 para 9,6% em 2024 e chegando a apenas 6,2% em 2025, o que sugere um comportamento mais moderado entre os consumidores. O crescimento na intenção de gastos de 2024 para 2025, embora positivo, foi menos expressivo que o avanço registrado entre 2023 e 2024, indicando uma possível maior cautela no consumo em comparação ao ano anterior.

A média de gastos planejados pelos consumidores de Mossoró para o período do Carnaval foi de R\$ 398,54, evidenciando um aumento em relação ao ano anterior. Esse crescimento demonstra uma continuidade na tendência de ampliação dos investimentos dos consumidores em produtos e serviços voltados para a data, reforçando a importância econômica do Carnaval para o comércio local.

Ao comparar os dados com os anos anteriores, observa-se que a média de gastos subiu de R\$ 354,87 em 2023 para R\$ 386,54 em 2024, um crescimento de 8,9%. No entanto, entre 2024 e 2025, o aumento foi mais modesto, de 3,1%, indicando uma desaceleração no ritmo de crescimento. Esse comportamento pode estar relacionado a uma maior cautela financeira dos consumidores, possivelmente influenciada por fatores econômicos como inflação

e estabilidade da renda, o que sugere um planejamento mais conservador para os gastos carnavalescos.

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

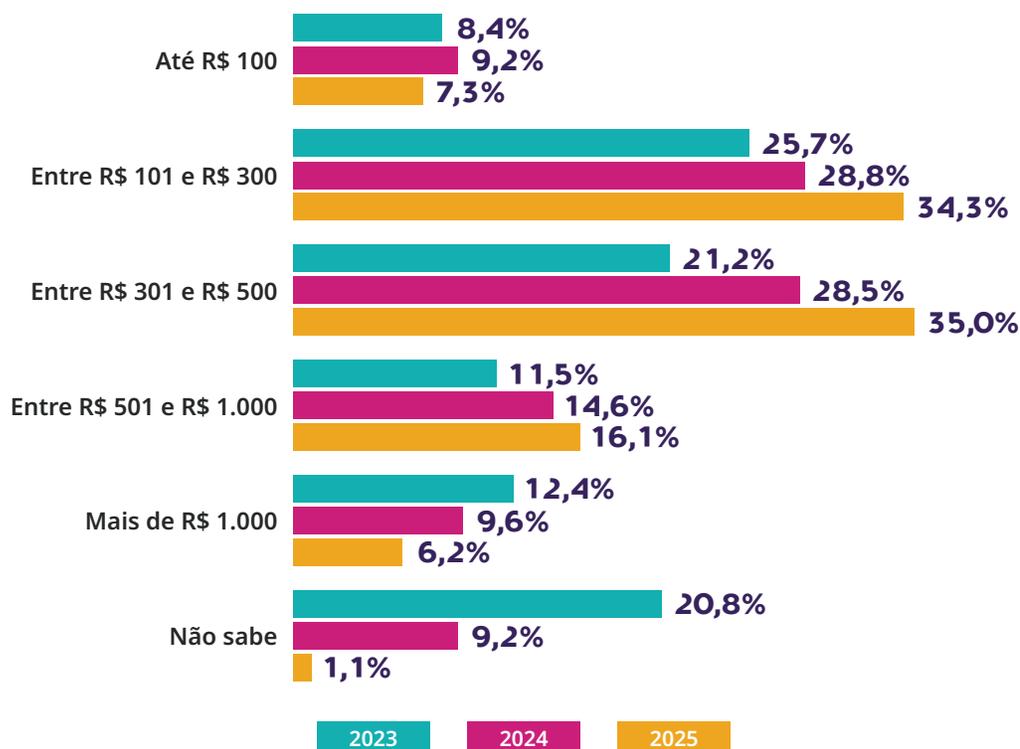


Tabela 3 Média de gastos anual:



Os dados da pesquisa revelam diferenças significativas na pretensão de gasto médio para o Carnaval entre diferentes perfis de consumidores em Mossoró. Homens apresentam um valor médio de gasto superior (R\$ 437,67) em comparação às mulheres (R\$ 353,91). Entre os estados civis, os casados têm a maior intenção de gasto (R\$ 423,70), enquanto os solteiros planejam desembolsar R\$ 376,24, e aqueles classificados em “outros” registram a menor média (R\$ 313,16).

A análise por faixa etária mostra que os consumidores com 65 anos ou mais têm a maior média de gasto (R\$ 537,50), seguidos pelo grupo de 35 a 44 anos (R\$ 448,55). Já os mais jovens, entre 16 e 24 anos, apresentam a menor intenção de gasto, com média de R\$ 278,85. Em relação ao nível de escolaridade, pessoas com ensino superior ou mais demonstram maior poder de compra (R\$ 465,81), contrastando com aqueles que possuem ensino médio (R\$ 347,93).

A distribuição por renda confirma a tendência de que quanto maior o rendimento, maior a disposição para gastar no Carnaval. Consumidores com renda superior a 10 salários mínimos lideram com uma média de R\$ 625,00, enquanto aqueles que ganham até 2 salários mínimos registram um gasto médio de R\$ 291,25. Essa variação demonstra a influência direta do poder aquisitivo nas intenções de consumo para o período carnavalesco.

Tabela 4 Pretensão de gasto médio pelo perfil

 R\$ 353,91 Feminino	 R\$ 437,67 Masculino
---	--

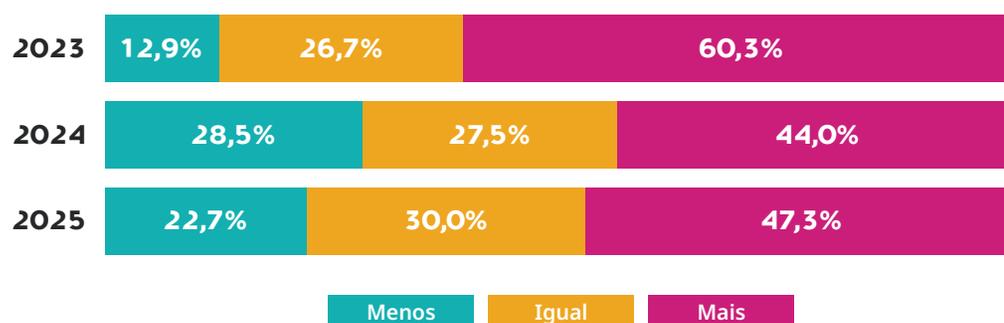
Estado civil		Média
	Casado	R\$423,70
	Solteiro	R\$376,24
	Outros	R\$313,16
Faixa etária		Média
	16 - 24	R\$278,85
	25 - 34	R\$388,54
	35 - 44	R\$448,55
	45 - 65	R\$399,37
	65+	R\$537,50
Escolaridade		Média
	Fundamental	R\$354,17
	Médio	R\$347,93
	Superior ou mais	R\$465,81
Renda		Média
	Até 2 salários	R\$291,25
	Entre 3 a 5 salários	R\$396,25
	Entre 6 a 10 salários	R\$508,89
	Acima de 10 salários	R\$625,00

Os dados da pesquisa mostram que, para o Carnaval deste ano, 47,3% dos consumidores de Mossoró pretendem gastar mais do que no ano anterior; enquanto 30,0% planejam manter os mesmos níveis de despesa e 22,7% afirmam que irão reduzir os gastos. Os números indicam um equilíbrio entre os consumidores que desejam aumentar seus investimentos na festividade e aqueles que demonstram maior cautela financeira.

Na comparação com os anos passados, observa-se que o crescimento na intenção de gastar mais foi menos expressivo de 2024 para 2025 do que havia sido entre 2023 e 2024. Em 2023, 60,3% dos consumidores previam gastar

mais, proporção que caiu para 44,0% em 2024 e, agora, apresenta uma leve recuperação para 47,3% em 2025. Ao mesmo tempo, o percentual dos que afirmam que irão gastar menos aumentou consideravelmente de 12,9% em 2023 para 28,5% em 2024, e agora recua para 22,7% em 2025. Esse cenário sugere um comportamento de maior prudência entre os consumidores, ainda que parte deles demonstre disposição para investir no período carnavalesco.

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



Movimentação econômica

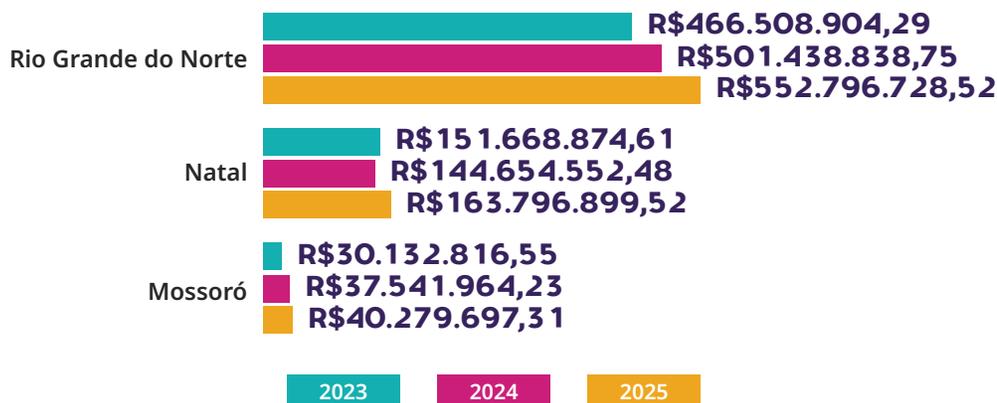
No Rio Grande do Norte, a movimentação econômica estimada para o Carnaval de 2025 atingiu R\$ 552,8 milhões, representando um crescimento de 10,2% em relação a 2024, quando o montante foi de R\$ 501,4 milhões. O aumento contínuo da movimentação econômica reforça a relevância da festividade para o comércio e os serviços do estado, refletindo tanto o volume de consumo quanto a importância do evento para o turismo e a economia local.

Em Mossoró, as compras para o carnaval deste ano devem movimentar aproximadamente R\$ 40,3 milhões, o que representa um aumento nominal de 7,3% em relação a 2024, quando o total foi de R\$ 37,5 milhões. Em 2023, a movimentação havia sido de R\$ 30,1 milhões.

Na capital, o Carnaval de 2025 injetará R\$ 163,8 milhões, apresentando um aumento de 13,2% em relação a 2024, quando o total ficou em R\$ 144,7 milhões. Essa alta representa uma recuperação da capital, que havia registrado uma queda de 4,6% no ano anterior em comparação com 2023.

Esses números reforçam a importância do Carnaval para a economia local, impulsionando setores como comércio, turismo e serviços nas cidades.

Gráfico 6 Estimativa de movimentação econômica

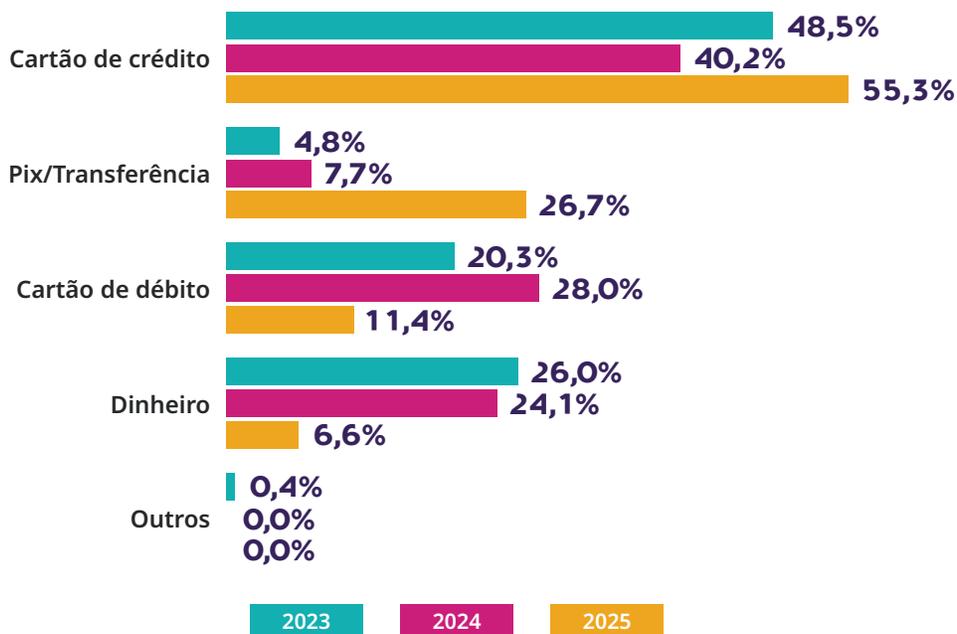


Formas de pagamento

A forma de pagamento mais mencionada pelos consumidores de Mossoró foi o cartão de crédito, escolhido por 55,3% dos entrevistados. O Pix/transferência aparece como a segunda opção mais utilizada, com 26,7%, seguido pelo cartão de débito, com 11,4%, e pelo dinheiro, citado por 6,6% dos entrevistados. Esse cenário reflete uma forte preferência por meios digitais e parcelamentos para viabilizar as compras no período festivo.

Ao longo dos anos houve uma mudança significativa no comportamento dos consumidores. O uso do cartão de crédito, que havia diminuído de 48,5% em 2023 para 40,2% em 2024, voltou a crescer expressivamente em 2025. O Pix, que já mostrava uma tendência de alta, avançou de 7,7% em 2024 para 26,7% em 2025, consolidando-se como uma opção cada vez mais presente no comércio. Em contrapartida, o dinheiro perdeu espaço, passando de 26,0% em 2023 para 24,1% em 2024 e atingindo apenas 6,6% neste ano. O cartão de débito, que havia crescido para 28,0% em 2024, caiu para 11,4% em 2025. Essas mudanças indicam uma adaptação dos consumidores às facilidades oferecidas pelos pagamentos digitais, com maior adesão ao crédito e às transferências instantâneas.

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

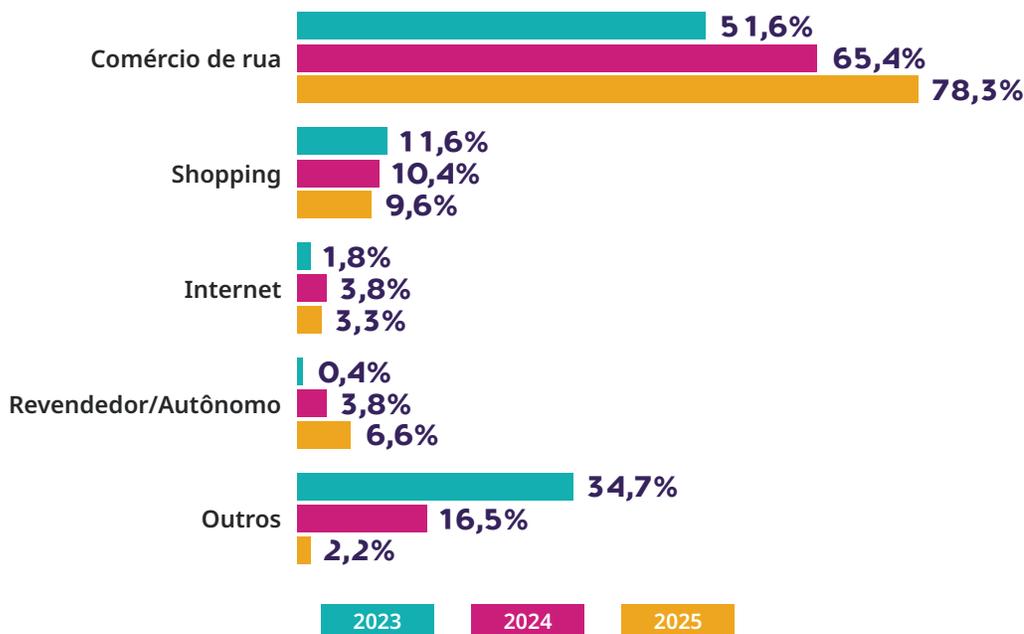


Local de compra

Para o Carnaval deste ano, a maioria dos consumidores de Mossoró pretende realizar suas compras no comércio de rua, opção mencionada por 78,3% dos entrevistados. Em seguida, aparecem os shoppings, com 9,6%, e as compras pela internet, citadas por 3,3% dos consumidores. Além disso, 6,6% afirmaram que vão adquirir produtos por meio de revendedores autônomos, enquanto 2,2% indicaram outras formas de compra.

A série temporal mostra um crescimento da preferência pelo comércio de rua, que passou de 51,6% em 2023 para 65,4% em 2024 e chegou a 78,3% em 2025. Esse avanço sugere uma valorização dos estabelecimentos locais, possivelmente impulsionada por fatores como praticidade, proximidade e maior diversidade de produtos. Em contrapartida, a participação dos shoppings e do comércio online permaneceu relativamente estável ao longo dos anos, sem grandes variações. Já a compra com revendedores autônomos apresentou um crescimento gradual, indicando uma maior procura por alternativas personalizadas e informais.

Gráfico 8 Onde irá comprar?



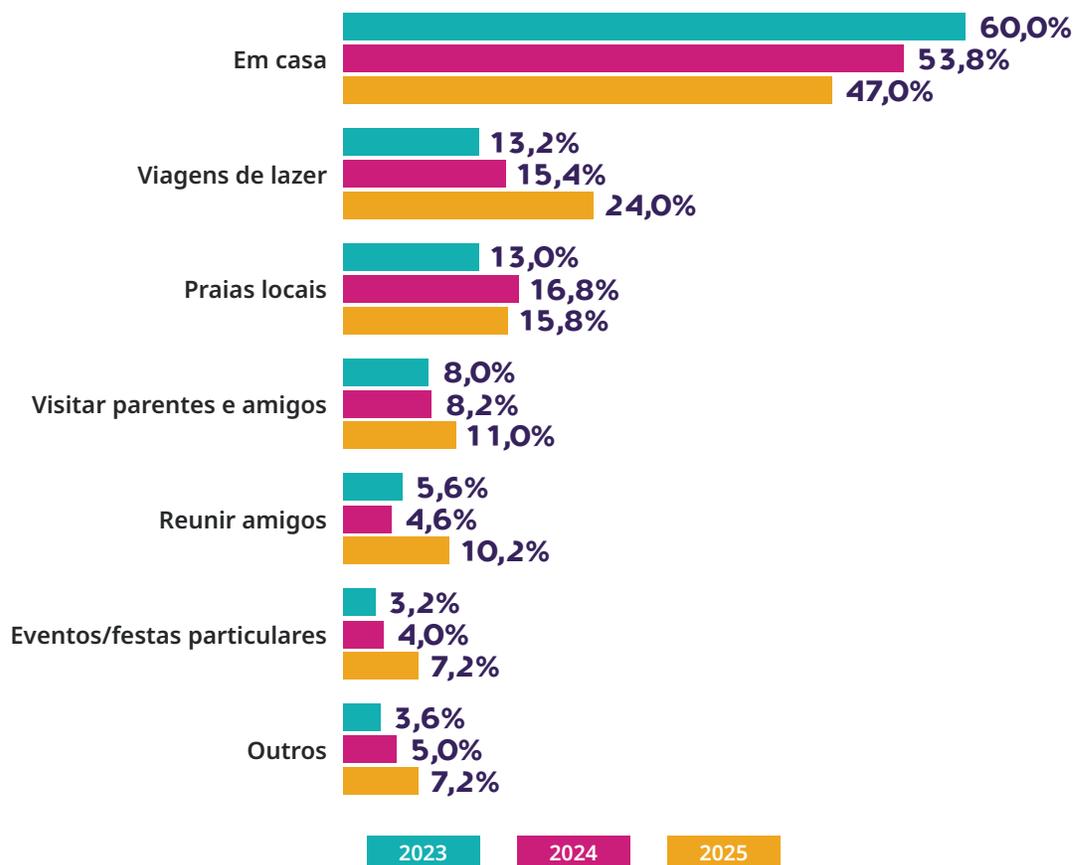
Atividades

A maior parte dos entrevistados pretende passar o Carnaval em casa (47,0%), mas essa opção vem perdendo força nos últimos anos. As viagens de lazer aparecem como a segunda atividade mais citada (24,0%), seguidas das idas às praias locais (15,8%). Outras formas de celebração também ganham destaque, como visitar parentes e amigos (11,0%), reunir amigos (10,2%) e participar de eventos e festas particulares (7,2%). Além disso, 7,2% dos entrevistados mencionaram outras atividades.

Ao analisar as atividades por ano, verifica-se uma tendência de maior engajamento em atividades externas. A intenção de permanecer em casa caiu de 60,0% em 2023 para 53,8% em 2024 e agora atinge 47,0% em 2025. Paralelamente, as viagens de lazer cresceram de 13,2% para 15,4% e agora alcançam 24,0%. O hábito de reunir amigos também registrou aumento expressivo, passando de 5,6% em 2023 para 10,2% em 2025, assim como a participação em festas particulares, que mais que dobrou nesse período. Esses dados reforçam uma mudança de comportamento, com os foliões demonstrando maior disposição para experiências sociais e lazer fora de casa.

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

Múltipla resposta

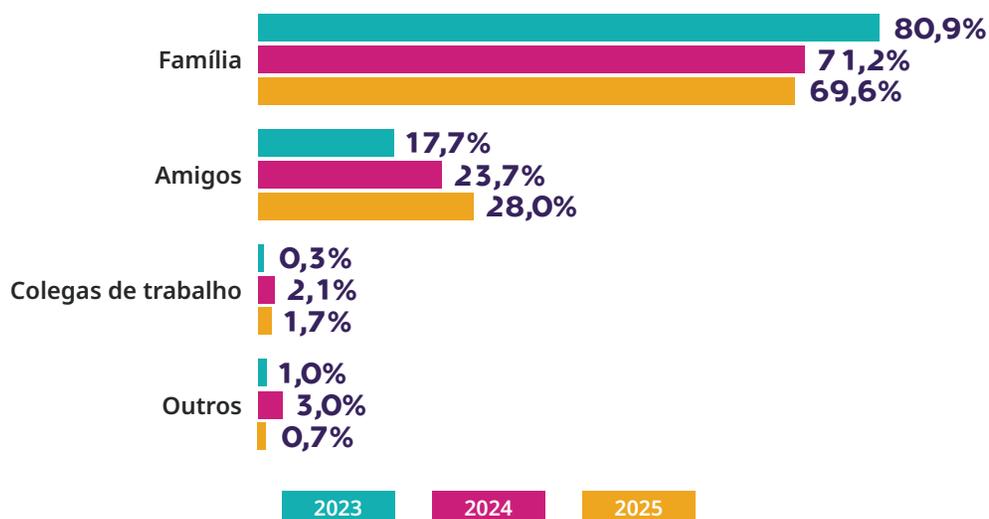


Para o Carnaval deste ano, a maioria dos consumidores de Mossoró afirmou que pretende aproveitar a festa ao lado da família, opção mencionada por 69,6% dos entrevistados. Em seguida, 28,0% indicaram que estarão acompanhados de amigos, enquanto 1,7% citaram colegas de trabalho e 0,7% mencionaram outras companhias.

Na comparação com os anos anteriores, nota-se uma redução da presença familiar no período carnavalesco, passando de 80,9% em 2023 para 71,2% em 2024 e chegando a 69,6% em 2025. Esse movimento pode indicar uma maior diversificação na forma como os consumidores aproveitam a festividade. Paralelamente, a participação de amigos como principais companhias tem crescido de forma contínua, saltando de 17,7% em 2023 para 28,0% em 2025, o que sugere um Carnaval mais voltado à socialização entre amigos.

Já a presença de colegas de trabalho e outras companhias manteve-se relativamente estável, sem grandes variações ao longo dos anos.

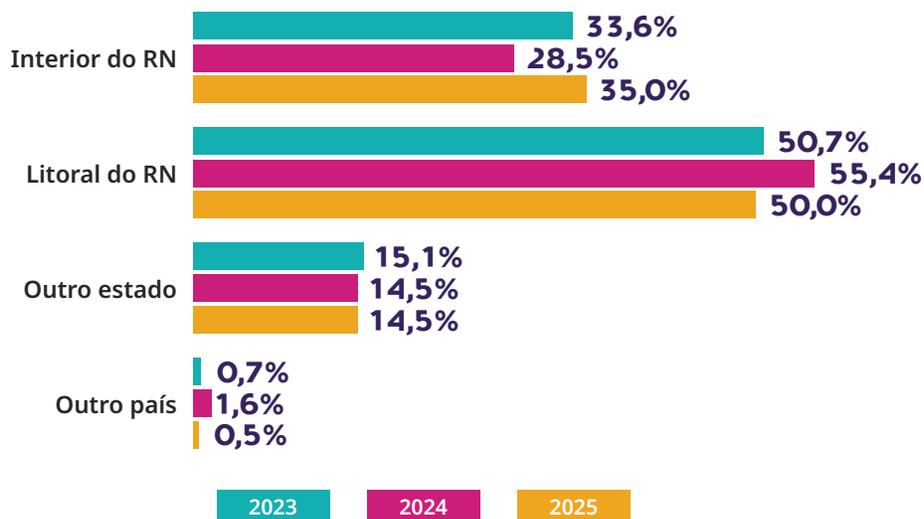
Gráfico 10 Quais serão as companhias do carnaval?



Destinos de viagem

Entre os consumidores de Mossoró que pretendem viajar, 50,0% indicaram o litoral do Rio Grande do Norte como destino preferido, enquanto 35,0% afirmaram que irão para o interior do estado. Outros 14,5% mencionaram que viajarão para outro estado e uma parcela menor, de 0,5%, pretende ir para outro país.

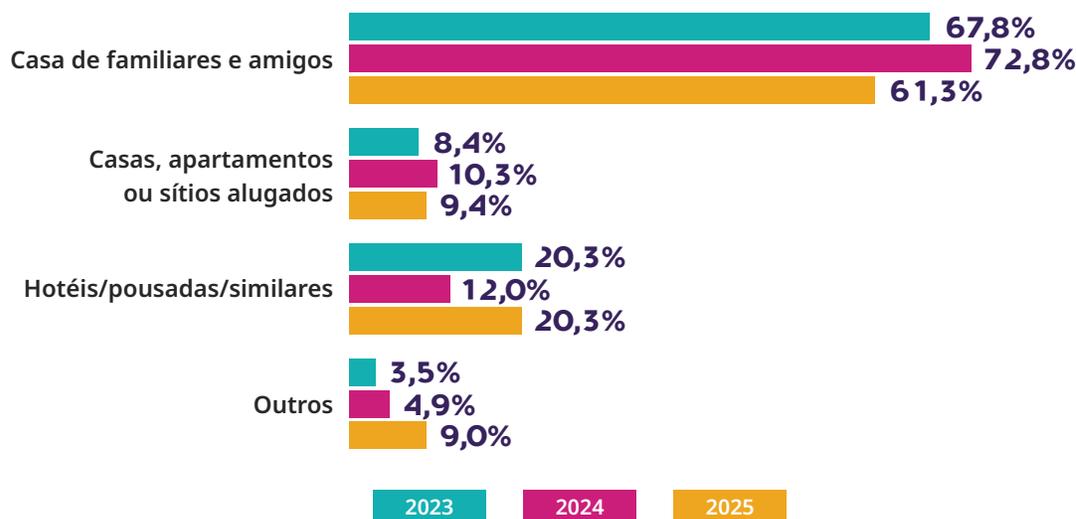
Em relação aos anos anteriores, observa-se uma leve oscilação nas preferências de destino. O litoral do RN, que registrou alta de 50,7% em 2023 para 55,4% em 2024, sofreu uma leve redução para 50,0% em 2025. Já o interior do estado, que havia caído para 28,5% no ano passado, voltou a crescer, alcançando 35,0% neste ano. As viagens para outros estados mantiveram-se praticamente estáveis, enquanto a intenção de viajar para fora do país, que teve um aumento pontual em 2024 (1,6%), retornou a um patamar ainda mais baixo em 2025 (0,5%). Esse cenário aponta para um Carnaval ainda predominantemente local, com pequenas variações nas escolhas dos viajantes.

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

Meios de hospedagem

Para os que vão viajar neste Carnaval, a maioria (61,3%) optará por se hospedar na casa de familiares e amigos, consolidando essa como a opção mais popular. A hospedagem em hotéis, pousadas ou similares aparece em seguida, representando 20,3% dos entrevistados, mesmo percentual registrado em 2023 e superior ao observado no ano passado (12,0%). Já o aluguel de casas, apartamentos ou sítios se mantém relativamente estável, passando de 10,3% em 2024 para 9,4% em 2025. Por fim, a categoria “Outros” registrou crescimento, chegando a 9,0% neste ano, em comparação com os 4,9% do ano anterior.

A intenção de se hospedar em casas de familiares e amigos, que havia subido para 72,8% em 2024, mas recuou para 61,3% em 2025. Essa queda pode estar associada ao crescimento da busca por outras formas de hospedagem, como hotéis e pousadas, que voltaram ao patamar de 2023, além do aumento na categoria “Outros”, que pode refletir a procura por alternativas menos convencionais, como campings ou motorhomes.

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

Transporte

Entre os consumidores de Mossoró que pretendem viajar neste Carnaval, o carro ou moto segue como o principal meio de transporte, representando 87,8% das escolhas. Esse percentual se aproxima do registrado em 2023 (88,7%) e supera o observado no ano passado (82,7%), indicando uma retomada do uso do transporte individual. O ônibus ou vans, por outro lado, tiveram uma redução na participação, caindo de 13,0% em 2024 para 7,0% neste ano, retornando ao patamar de 2023 (8,5%). O uso de transporte por aplicativo, que não foi mencionado no ano passado, apareceu como opção para 3,3% dos entrevistados, possivelmente refletindo maior adesão a essa modalidade para deslocamentos mais longos. Já o avião teve uma leve oscilação, reduzindo-se de 4,3% em 2024 para 1,9% neste ano, mantendo-se próximo aos 2,1% registrados em 2023.

O cenário aponta para uma tendência de preferência pelo transporte particular, que se manteve acima de 80% nos três anos analisados, ao mesmo tempo em que o transporte coletivo teve uma oscilação na participação. A queda no uso de ônibus e vans pode indicar mudanças no perfil dos viajantes ou até variações na disponibilidade de rotas e preços.

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

