

Intenções de compras para o

Dia das Crianças

Mossoró





CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

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

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

Laumir Almeida Barrêto
Diretor Executivo

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

Laumir Almeida Barrêto
Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Nivaldo Gonçalves
Maria do Socorro
Josiel Soares
Hugo Sergio
Maria Glória
Natália Pereira
Rogério Antunes
Jacqueline Aires
Maria Eduarda
Pesquisadores



SUMÁRIO

1. Introdução	04
----------------------	-----------

2. Aspectos técnicos	05
-----------------------------	-----------

3. Síntese dos resultados	06
----------------------------------	-----------

Intenções de compras	06
----------------------	----

Perfil	07
--------	----

Momento econômico	08
-------------------	----

Presenteados	11
--------------	----

Produtos	13
----------	----

Formas de pagamento	16
---------------------	----

Local e período de compra	19
---------------------------	----

Gastos com presentes	22
----------------------	----

Comemoração	27
-------------	----

Movimentação financeira	30
-------------------------	----

1

Introdução

O Dia das Crianças, comemorado em 12 de outubro, é uma das datas mais relevantes para o comércio, gerando expectativas significativas para o fluxo de vendas do período natalino. Tradicional no calendário de compras, o evento destaca-se pelo forte apelo emocional e pela capacidade de movimentar de forma expressiva o varejo, refletindo diretamente nas estratégias comerciais da temporada.

Seguindo a linha dos levantamentos anteriores, o trabalho da Divisão de Inovação e Competitividade (Dicom) da Fecomércio RN atua como um termômetro do mercado varejista potiguar, oferecendo uma visão clara sobre o comportamento do consumidor nos dias que antecedem a data. Dessa forma, a pesquisa fornece informações estratégicas que permitem a analistas de mercado, comerciantes, empreendedores e veículos de comunicação identificar tendências, necessidades e expectativas do público-alvo, contribuindo para decisões mais assertivas no comércio local.

As pesquisas de intenção de compras realizadas pela Fecomércio RN ao longo dos anos têm sido bem recebidas por comerciantes e produtores, uma vez que auxiliam na compreensão do comportamento do mercado, na avaliação de oportunidades e na definição de estratégias de vendas. Além disso, os levantamentos favorecem a aproximação entre população, classe empresarial, gestores públicos e imprensa, promovendo maior compreensão da dinâmica econômica regional nas datas de maior movimentação comercial.

Com a divulgação dos resultados, espera-se atender às demandas da classe empresarial, associações comerciais, administradores de shoppings, lojistas, produtores e gestores públicos, oferecendo dados amplos e confiáveis, além de contribuir para a disseminação de conhecimento sobre o mercado e seus comportamentos durante o período do Dia das Crianças.

2 Aspectos técnicos

A coleta de dados foi realizada entre os dias 02 e 12 de setembro de 2025, período estrategicamente definido para permitir tempo hábil de tabulação, análise e divulgação das informações antes do Dia das Crianças.

A pesquisa adotou metodologia quantitativa, utilizando questionário estruturado e padronizado aplicado a uma amostra representativa da população-alvo, composta pelos consumidores do município de Natal, garantindo a obtenção de dados primários e confiáveis. A abordagem da pesquisa foi descritiva com caráter exploratório, possibilitando compreender o comportamento e as intenções de consumo da população em relação à data comemorativa.

A amostra foi definida com base em critérios estatísticos rigorosos, visando assegurar elevada fidedignidade aos resultados. No caso da pesquisa realizada em Mossoró, foram entrevistadas 505 pessoas, distribuídas entre os residentes do município, com um erro máximo admissível de aproximadamente 4 pontos percentuais e um nível de confiança de 95%. O questionário contemplou perguntas fechadas, abertas e de múltipla resposta, sendo que alguns resultados podem não somar exatamente 100% devido a arredondamentos ou à natureza das respostas múltiplas.

A coleta foi conduzida por uma equipe de entrevistadores experientes, sob supervisão direta, garantindo a verificação individual das respostas e a conformidade com os parâmetros amostrais estabelecidos. A análise dos dados foi realizada de forma descritiva e analítica, com interpretação detalhada de gráficos e tabelas, permitindo extrair conclusões confiáveis sobre as intenções e comportamentos de compra da população em relação ao Dia das Crianças..

3

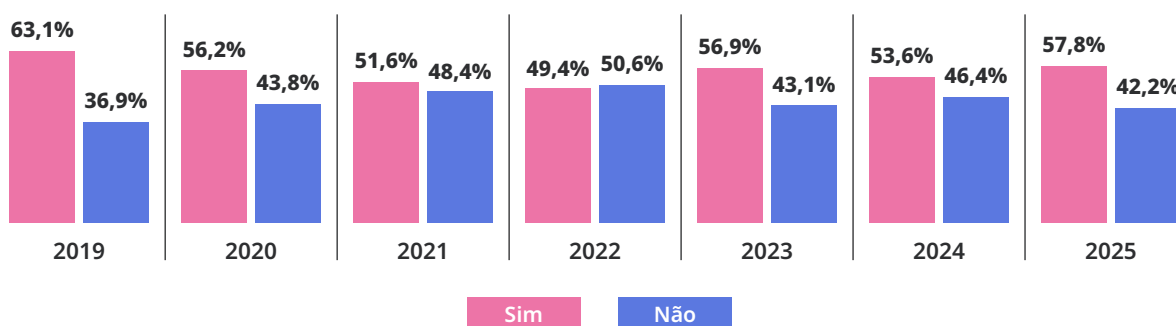
Síntese dos resultados

Intenções de compras

A pesquisa realizada em Mossoró aponta que a maioria dos consumidores pretende presentear no Dia das Crianças, mantendo a data como um dos marcos mais relevantes do calendário varejista local. Segundo os dados, 57,8% dos entrevistados afirmaram que irão comprar presentes, contra 42,2% que não pretendem realizar esse tipo de gasto. Esse resultado evidencia um cenário favorável para o comércio, já que o percentual de intenção de compras se encontra acima da média observada nos últimos anos, reforçando o caráter afetivo e tradicional da data, além de indicar que, mesmo diante de oscilações econômicas, os mossoroenses continuam priorizando o consumo voltado ao público infantil.

O desempenho de 2025 mostra um avanço em relação a 2024, quando 53,6% declararam intenção de presentear e 46,4% não planejavam compras. Esse crescimento recupera parte do otimismo observado em 2023, quando a taxa de intenção havia sido de 56,9%, e reforça a consolidação da data como oportunidade para o setor de comércio e serviços. Ao olhar para a série histórica, percebe-se que o menor índice ocorreu em 2022, com apenas 49,4% de intenção de compras, o que representava um cenário de maior cautela do consumidor. Já em 2019, antes das oscilações geradas pela pandemia, o percentual atingia 63,1%, o maior da série. Portanto, o dado de 2025 sinaliza uma recuperação consistente e estável do poder de compra dos mossoroenses, consolidando novamente a relevância econômica do Dia das Crianças para o mercado local.

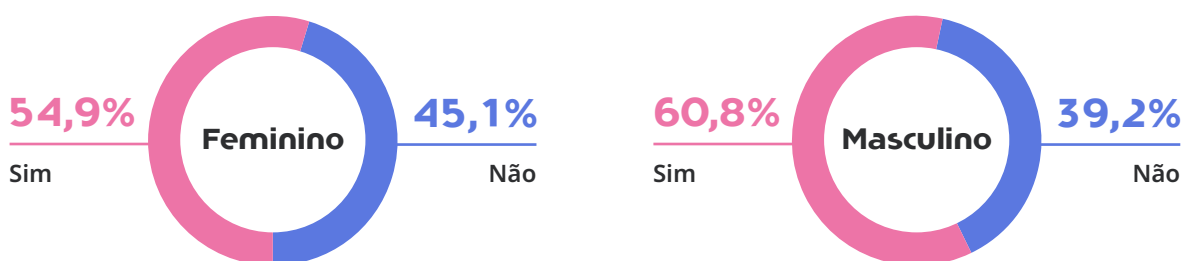
Gráfico 1 Intenção de presentear durante o Dia das Crianças:



Perfil

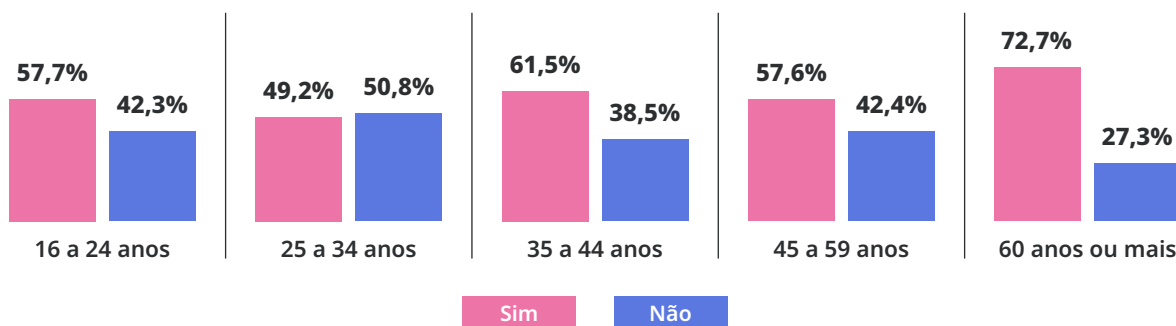
Entre os homens, a intenção de presentear é mais elevada (60,8%) em comparação às mulheres (54,9%), o que reforça que, neste ano, o público masculino se mostra ligeiramente mais engajado com a data.

Gráfico 2 Gênero:

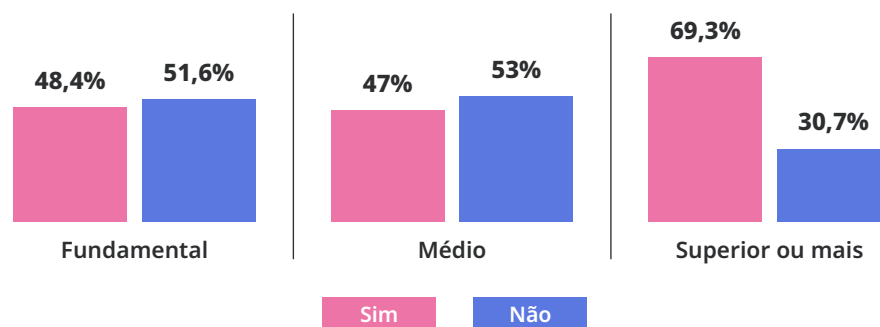


Quando se observa a faixa etária, destaca-se o grupo de 60 anos ou mais, com impressionantes 72,7% afirmando que irão comprar presentes, seguido dos de 35 a 44 anos (61,5%) e 16 a 24 anos (57,7%). Isso evidencia que tanto os mais jovens, em início de vida adulta, quanto os mais experientes, possivelmente avós, mantêm forte vínculo com a tradição da data.

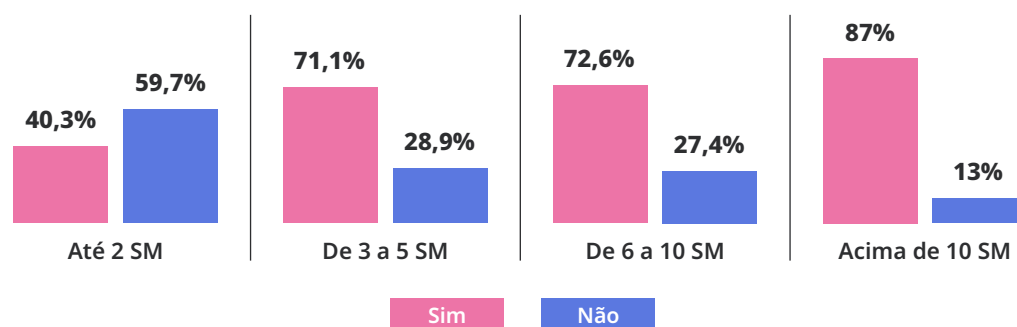
Gráfico 3 Faixa etária:



No recorte por escolaridade, nota-se uma clara diferença de comportamento: enquanto apenas 47% e 48,4% dos que possuem ensino médio e fundamental, respectivamente, pretendem comprar presentes, esse percentual sobe para 69,3% entre aqueles com ensino superior ou mais, reforçando o peso da instrução formal no poder de decisão de consumo.

Gráfico 4 **Escolaridade:**

Essa tendência também se repete na renda: consumidores com até 2 salários-mínimos apresentam a menor intenção de compras (40,3%), mas a proporção cresce significativamente conforme aumenta o rendimento, chegando a 71,1% entre os que ganham de 3 a 5 salários, 72,6% entre os de 6 a 10 salários, e alcançando o ápice de 87% entre os que recebem acima de 10 salários-mínimos. Esse resultado confirma que, embora o Dia das Crianças seja uma data democrática em termos de lembrança, o nível de renda e escolaridade exercem papel decisivo na efetivação das compras, sendo fatores determinantes para o volume de consumo esperado em Mossoró em 2025.

Gráfico 5 **Renda:**

Momento econômico

A percepção sobre o momento econômico para a compra de produtos entre os mossoroenses apresenta sinais de otimismo moderado. 8,7% dos entrevistados classificam a situação como ótima e 34,7% como boa, totalizando 43,4% com avaliação positiva. O grupo que considera o momento regular também é

significativo (34,7%), indicando cautela, enquanto 19,2% avaliam como ruim e apenas 2,8% como péssimo, mostrando que a percepção negativa é limitada. Esses dados sugerem que, apesar das incertezas econômicas, a confiança para realizar compras na data comemorativa mantém-se relativamente sólida.

Ao longo do tempo, percebe-se uma evolução positiva na percepção econômica. Entre 2019 e 2021, os percentuais de avaliação positiva (ótimo + bom) variavam entre 20% e 20%, com destaque para a predominância de avaliações regulares e ruins. Em 2022 e 2023, houve leve melhora, com cerca de 25% a 27% de avaliações positivas, mas ainda predominando o “regular” (49,6% em 2022 e 52,9% em 2023). Em 2024, observa-se um salto no otimismo, com 41,2% classificando como bom, seguido de uma manutenção em 2025, que combina 8,7% de ótimo e 34,7% de bom, reforçando uma percepção mais favorável do atual momento econômico, ainda que os consumidores continuem atentos aos preços e à disponibilidade de ofertas.

Gráfico 6 Avaliação do atual momento para compra de produtos:

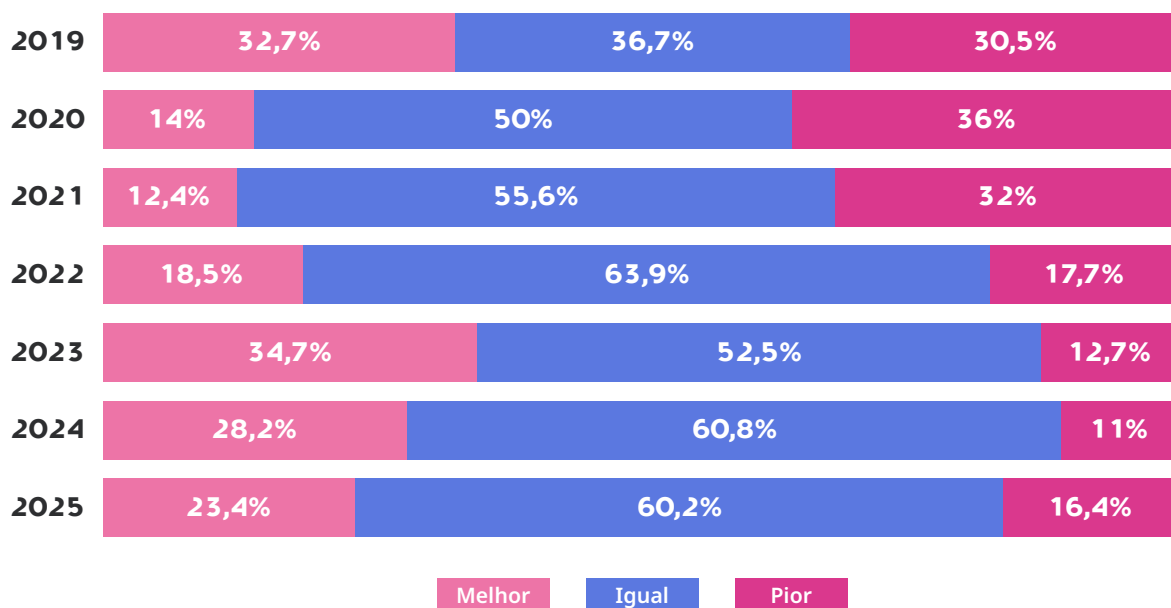
	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo
2019	 1,6%	 19,4%	 49,6%	 17,4%	 12%
2020	 1,2%	 25,2%	 41,8%	 21,8%	 10%
2021	 1,8%	 18,2%	 37%	 28,2%	 14,8%
2022	 0,6%	 22,6%	 49,6%	 21,8%	 5,4%
2023	 2,4%	 22,9%	 52,9%	 16,6%	 5,2%
2024	 0%	 41,2%	 45%	 13%	 0,8%
2025	 8,7%	 34,7%	 34,7%	 19,2%	 2,8%

A percepção dos mossoroenses sobre a situação financeira de suas famílias em relação ao ano anterior apresenta um quadro de estabilidade predominante. 60,2% afirmam que sua condição financeira está igual, enquanto 23,4% indicam que está melhor e 16,4% apontam estar pior. Esses números refletem uma confiança moderada, com a maior parte das famílias mantendo sua

capacidade de consumo, mas ainda com parcela considerável apresentando algum impacto econômico.

Nota-se que 2025 mantém um padrão semelhante ao observado em 2024, quando 60,8% declararam situação financeira igual e 28,2% melhor. Em anos anteriores, como 2020 e 2021, os índices de piora financeira foram mais elevados (36% e 32%, respectivamente), refletindo os efeitos econômicos mais severos da época. Já de 2022 em diante, houve recuperação gradual, com aumento do percentual que se sente estável e redução dos que percebem piora, demonstrando uma trajetória de estabilização econômica entre as famílias mossoroenses.

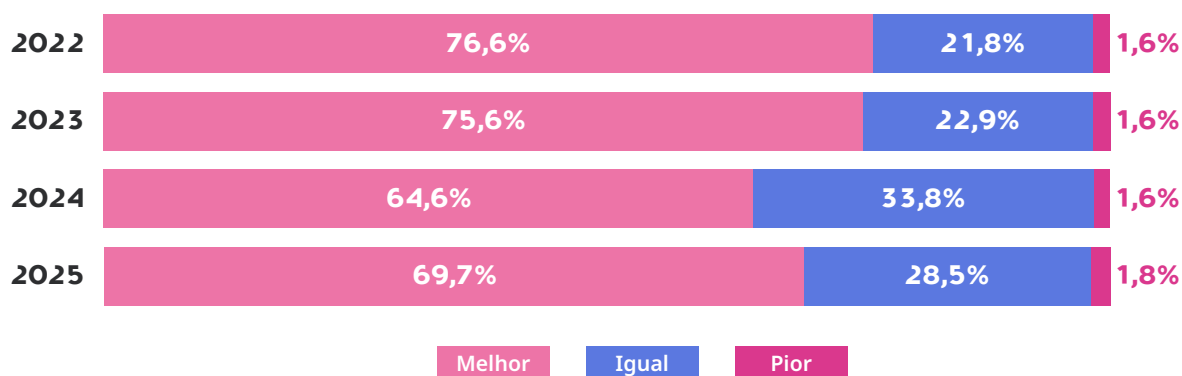
Gráfico 7 Pensando na situação atual, como está financeiramente sua família em relação a um ano?



A perspectiva dos mossoroenses em relação à situação financeira de suas famílias para o próximo ano revela um otimismo expressivo. 69,7% dos entrevistados acreditam que a situação estará melhor, 28,5% preveem que a situação permanecerá igual e apenas 1,8% estimam um cenário pior. Esses dados indicam confiança no crescimento ou na manutenção da estabilidade financeira familiar, refletindo expectativas positivas para o consumo e para o planejamento de despesas futuras.

Quando comparamos com anos anteriores, observa-se que o otimismo em 2025 permanece consistente, embora ligeiramente abaixo dos níveis de 2022 (76,6% melhor) e 2023 (75,6% melhor). Já em 2024, houve um recuo do percentual de otimistas para 64,6%, com aumento daqueles que acreditavam que a situação ficaria igual (33,8%), possivelmente refletindo incertezas econômicas momentâneas. A leitura geral demonstra que, mesmo com variações ao longo dos anos, a expectativa dos mossoroenses mantém-se majoritariamente positiva, sinalizando confiança na estabilidade e melhoria das condições financeiras familiares.

Gráfico 8 Pensando na situação atual e olhando para o futuro, como você acredita que daqui a um ano estará sua família financeiramente?



Presenteados

Os dados mostram que os filhos seguem sendo o principal foco das compras para o Dia das Crianças em Mossoró, representando 55,1% das intenções de presente, mantendo-se como o núcleo central da celebração. Em seguida, chama atenção o crescimento expressivo da intenção de presentear sobrinhos, que alcançou 37,7%, o maior patamar da série histórica, sinalizando um fortalecimento do vínculo familiar ampliado na data. Outro destaque é a alta na lembrança dos afilhados, que passaram de apenas 6% em 2024 para 15,8% em 2025, mostrando um resgate do papel dos laços de compadrio na tradição de presentear. Já os netos mantêm participação relevante, com 19,2%, indicando que a data também é valorizada pelos avós. Embora com menor peso, há um leve aumento na lembrança dos enteados, que atingiram 2,7%, o maior nível da série.

Quando analisada a série histórica, percebe-se uma relativa estabilidade na centralidade dos filhos, oscilando pouco ao longo do tempo. O destaque de 2025 está no avanço das categorias “sobrinho” e “afilhado”, que superaram suas médias históricas e ampliaram a abrangência dos perfis lembrados para a comemoração. Por outro lado, observa-se queda em menções a irmãos (1,4%) e outros (0,7%), categorias que já vinham apresentando tendência de retração desde 2021. O caso dos filhos de amigos também chama atenção: após um pico em 2024 (5,2%), voltou a um patamar residual (0,3%) em 2025. Dessa forma, o cenário atual evidencia não apenas a manutenção dos laços mais próximos como prioridade, mas também a ampliação do círculo de presentes em alguns segmentos familiares, reforçando o caráter afetivo e social da data.

Tabela 1

Quem serão os presenteados nesta data?

Múltiplas respostas

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Filho (a)	50%	46,3%	58,1%	57%	54,3%	55,2%	55,1%
Sobrinho (a)	32,3%	32,7%	28,7%	24,1%	30,4%	30,6%	37,7%
Neto (a)	13,9%	16%	15,1%	20,9%	17,8%	19%	19,2%
Afilhado (a)	12,3%	10%	5,8%	6%	12,3%	6%	15,8%
Enteado (a)	0,6%	2,1%	0,8%	0,8%	1,8%	1,1%	2,7%
Irmão (ã)	5,4%	3,2%	4,3%	1,2%	2,5%	1,1%	1,4%
Filho (a) de amigos	0,3%	0,4%	3,1%	1,2%	0,9%	5,2%	0,3%
Outros (as)	5,1%	7,5%	5,8%	2,8%	2,8%	1,9%	0,7%

Neste ano, observa-se uma mudança significativa no padrão de intenção de compras em Mossoró: a maior parte dos consumidores declarou que pretende adquirir dois presentes (40,6%), superando pela primeira vez, em toda a série analisada, a opção de comprar apenas um presente, que ficou em 34%. Esse movimento sugere uma ampliação no número de pessoas contempladas ou no desejo de diversificar os presentes. As opções de três presentes (14,9%) e quatro ou mais (10,4%) mantêm participação menor, mas ainda relevantes, indicando que parte do público projeta gastos mais elevados com a celebração.

Comparando com anos anteriores, nota-se que até 2024 prevalecia a tendência de compra de um único presente, com índices variando entre 36,8% em 2020 e 49,2% em 2022. O crescimento da categoria “dois presentes” em 2025, que atingiu o maior valor da série (40,6%), representa uma virada importante em relação a 2024, quando esse grupo estava em 35,4%. Já a compra de três

presentes mostra estabilidade em relação ao ano anterior (14,2% em 2024 para 14,9% em 2025), enquanto a aquisição de quatro ou mais presentes apresentou leve recuperação (de 9,3% em 2024 para 10,4% em 2025), mas ainda distante dos picos observados em 2019 (17,7%) e 2020 (19%). Assim, o cenário atual aponta para um comportamento mais distribuído, com redução da concentração em um único presente e fortalecimento da disposição em ampliar o número de lembranças.

Tabela 2 Quantos presentes serão comprados?

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Um	43,4%	36,8%	48,4%	49,2%	40,6%	41%	34%
Dois	27,5%	29,7%	28,9%	26,8%	28,3%	35,4%	40,6%
Três	11,4%	14,5%	10,2%	14,4%	16,9%	14,2%	14,9%
Quatro ou mais	17,7%	19%	12,5%	9,6%	14,2%	9,3%	10,4%

Produtos

As intenções de compra dos mossoroenses para o Dia das Crianças destacam um fortalecimento do consumo em categorias tradicionais, mas também a abertura para novos segmentos. Os brinquedos permanecem na liderança absoluta, alcançando 69,5% das citações, o maior índice de toda a série, sinalizando a centralidade desse item na data comemorativa. O vestuário aparece em segundo lugar, com 42,8%, registrando crescimento expressivo em relação ao ano anterior (28,7% em 2024), o que pode indicar maior disposição para complementar o presente com roupas.

Outro dado relevante é a ascensão dos eletrônicos (13,4%), que atingem o maior patamar já observado, sugerindo que itens tecnológicos, antes restritos, começam a ganhar maior espaço no consumo das famílias. Além disso, os calçados (12%) se consolidam como alternativa secundária, enquanto os jogos educativos (4,8%) mantêm presença moderada, reforçando a busca por presentes com caráter pedagógico. O percentual de indecisos (2,1%) atinge o menor nível já registrado, reforçando a maior clareza dos consumidores sobre o que pretendem adquirir.

Os brinquedos, embora sempre tenham ocupado posição de destaque, apresentavam oscilações, como em 2021 (51,2%) e 2022 (57,8%), mas ganharam fôlego a partir de 2023, atingindo agora o pico da série. O vestuário mostra um

salto relevante em 2025, superando o patamar médio observado desde 2019, quando variava entre 29,9% e 37%, e aproximando-se de uma consolidação como segunda principal escolha. Já os eletrônicos, que nunca ultrapassaram 8,5% até 2020, cresceram de forma marcante nos últimos anos, especialmente a partir de 2024 (2,6%) até atingir 13,4% em 2025, refletindo mudanças de comportamento ligadas à digitalização das brincadeiras infantis.

Os calçados, que em 2019 tinham participação tímida (6,6%), mostram crescimento gradual, reforçando-se como opção complementar. Em contrapartida, itens como livros (0,3% em 2025), alimentação (0,7%) e artigos esportivos (0,7%) perdem espaço, indicando preferência concentrada em presentes de maior impacto simbólico ou utilitário. Esse conjunto de resultados evidencia que, em 2025, o mercado infantil em Mossoró se torna mais diversificado e tecnológico, sem abrir mão das categorias tradicionais que continuam sendo as mais valorizadas.

Tabela 3

Que tipo de produto está interessado em presentear no Dia das Crianças?

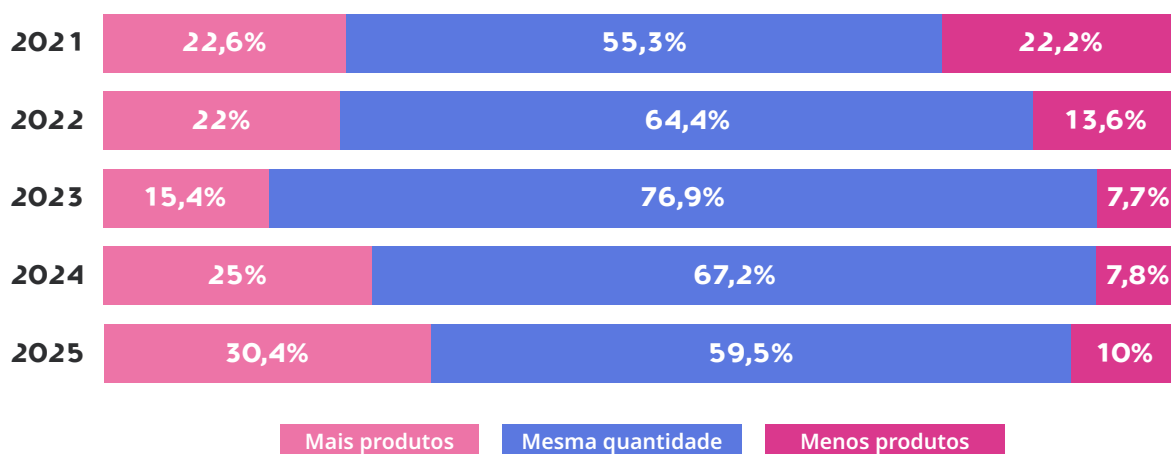
Múltiplas respostas

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Brinquedos	61,1%	63%	51,2%	57,8%	59,8%	61,6%	69,5%
Vestuário	37%	29,9%	30,6%	33,3%	36,8%	28,7%	42,8%
Eletrônicos (tablets, celulares, vídeo game, etc.)	4,4%	8,5%	2,3%	4,4%	2,1%	2,6%	13,4%
Calçados	6,6%	6%	8,5%	6,8%	13,2%	9%	12%
Jogos educativos	0,9%	0%	5,8%	2,8%	4,9%	3%	4,8%
Perfume/Cosmético	0%	0,7%	3,5%	0,4%	0,6%	3,4%	2,4%
Alimentação (doces, balas e chocolates)	0,3%	0,7%	1,6%	0,4%	4,6%	3,7%	0,7%
Artigos esportivos	1,3%	0%	3,9%	2,8%	1,5%	3,7%	0,7%
Livros	0,6%	1,1%	2,3%	1,2%	0,6%	0,4%	0,3%
Outros	1,3%	3,2%	1,6%	0,8%	1,2%	0,4%	0,7%
NS	4,4%	8,2%	11,6%	12,9%	8%	5,2%	2,1%

O percentual dos que pretendem adquirir mais produtos do que no ano passado chegou a 30,4%, o maior patamar de toda a série analisada, evidenciando um aquecimento do consumo e um movimento de maior valorização da data no planejamento familiar. A mesma quantidade de produtos aparece como a resposta predominante, com 59,5%, o que reforça certa estabilidade no padrão de consumo, ainda que em menor nível do que em anos anteriores. Já a parcela dos que afirmam que irão comprar menos produtos ficou em 10%, apresentando uma ligeira elevação em relação a 2024, mas ainda abaixo de períodos de maior restrição, como 2021 (22,2%).

Em 2023, a maioria absoluta (76,9%) declarou manter a mesma quantidade de compras, enquanto apenas 15,4% planejavam aumentar. Já em 2024, houve uma melhora expressiva, com 25% indicando intenção de ampliar o número de produtos e apenas 7,8% reduzindo. Esse movimento ganha ainda mais força em 2025, quando o grupo que pretende comprar mais praticamente dobra em relação a 2023, mostrando um comportamento de consumo mais otimista e dinâmico. Ao mesmo tempo, a redução na fatia que pretende comprar menos, se comparada a 2021 (22,2%) e 2022 (13,6%), confirma que os consumidores estão menos contidos e mais dispostos a investir na celebração. Esse cenário reforça a percepção de que o Dia das Crianças em Mossoró vem se consolidando como uma data de peso para o comércio, com tendência de crescimento tanto no número de consumidores quanto na quantidade de produtos adquiridos.

Gráfico 9 Comparando com o Dia das Crianças do ano passado, pretende comprar:



A oferta e as promoções continuam sendo o principal fator de decisão na escolha do presente, apontado por 60,4% dos consumidores mossoroenses. Esse dado reforça a forte sensibilidade do público em relação ao preço e à percepção de oportunidade, confirmando a relevância das estratégias promocionais no comércio durante o Dia das Crianças. Outro aspecto que chama a atenção neste ano é o crescimento da indicação de amigos ou parentes, que saltou para 13,5%, consolidando-se como o segundo fator mais importante na decisão de compra. Esse resultado mostra que a confiança e a influência social estão desempenhando um papel crescente no processo de escolha. A marca do produto aparece em terceiro lugar, com 16,3%, mantendo relevância, mas

sem superar o peso das promoções. Já critérios como localização da loja (4,2%), propaganda (1%), brindes (1%) e formas de pagamento (0,3%) ficaram em segundo plano, com influência mais restrita na decisão final.

Percebe-se uma estabilidade no protagonismo das promoções, que variaram entre 52% (2022) e 64,5% (2021), sempre liderando com folga. Em 2023 e 2024, esse fator já havia se mantido acima de 60%, confirmando uma tendência estrutural do consumidor mossoroense de priorizar preço e vantagem financeira. A novidade em 2025 é o destaque da indicação de amigos ou parentes, que em anos anteriores tinha um peso muito menor — apenas 3,1% em 2021, 2,8% em 2022 e 4,6% em 2023. O salto de mais de 10 pontos percentuais em dois anos sugere que o boca a boca, as redes sociais e a experiência compartilhada passaram a ter maior influência. Já a marca do produto, que teve pico em 2023 (22,2%), mostra em 2025 uma presença intermediária, mas ainda significativa. Esses resultados evidenciam que, embora o preço continue sendo o grande determinante, o processo de escolha está cada vez mais multifacetado, combinando aspectos econômicos, reputacionais e sociais.

Tabela 4

Fatores determinantes para a escolha dos presentes:

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024	2025
Ofertas e promoções	64,5%	52%	60,3%	63,2%	60,4%
Marca do produto	14,5%	12,8%	22,2%	14,1%	16,3%
Indicação de amigos os parentes	3,1%	2,8%	4,6%	3,3%	13,5%
Localização da loja	3,9%	8%	4,3%	4,5%	4,2%
Brindes	3,9%	4,8%	0,3%	1,9%	1%
Propaganda	2,3%	2,4%	1,5%	1,5%	1%
Formas de pagamento	5,1%	4,4%	3,1%	5,6%	0,3%
Nome da loja	1,2%	0,8%	0,3%	3%	0,3%
Outros	1,6%	12%	3,4%	3%	2,8%

Formas de pagamento

A pesquisa mostra que 45,4% dos mossoroenses pretendem pagar as compras do Dia das Crianças à vista, enquanto a maioria, 54,6%, optará pelo pagamento parcelado, indicando uma leve preferência pelo crédito e flexibilidade financeira na aquisição dos presentes. Não houve registro de indecisos ou não resposta neste ano, reforçando a clareza da intenção de compra.

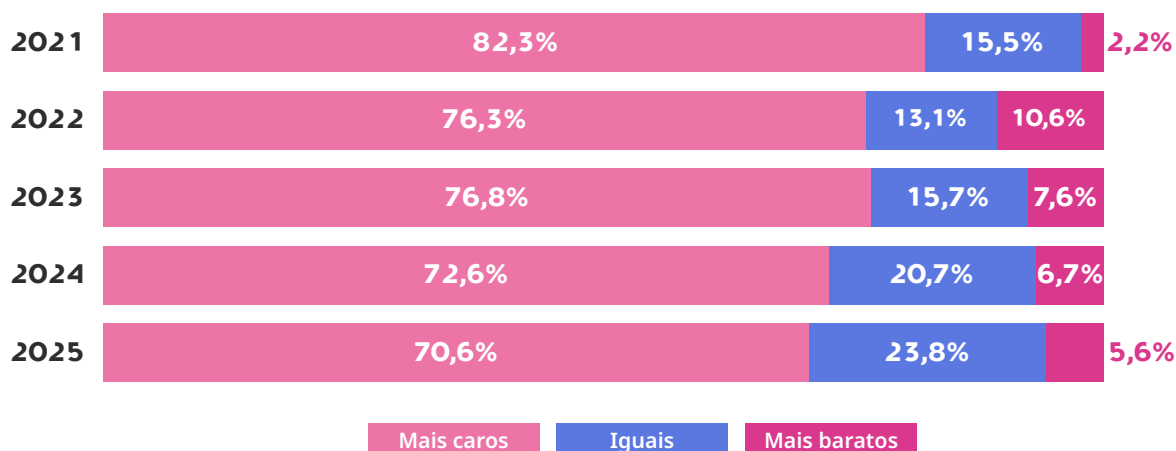
A preferência pelo parcelamento vem se mantendo consistente desde 2021, quando 55,4% dos entrevistados já optavam por essa modalidade. Entre 2019 e 2020, o pagamento à vista predominava (58,4% e 51,8%, respectivamente), mas a partir de 2021 houve inversão, com o parcelamento assumindo maior participação, variando entre 48,1% e 56% nos anos seguintes. Em 2025, o cenário se mantém semelhante a 2024, com uma leve oscilação: à vista caiu de 51,9% para 45,4%, enquanto parcelado subiu de 48,1% para 54,6%, reforçando a tendência de os consumidores mossoroenses buscarem maior conveniência financeira nesta data comemorativa.

Tabela 5 Formas de pagamento mais utilizadas:

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Parcelado	40,4%	37,6%	55,4%	56%	48,1%	48,1%	54,6%
À vista	58,4%	51,8%	44,6%	44%	51,9%	51,9%	45,4%
NS/NR	1,3%	10,6%	0%	0%	0%	0%	0%

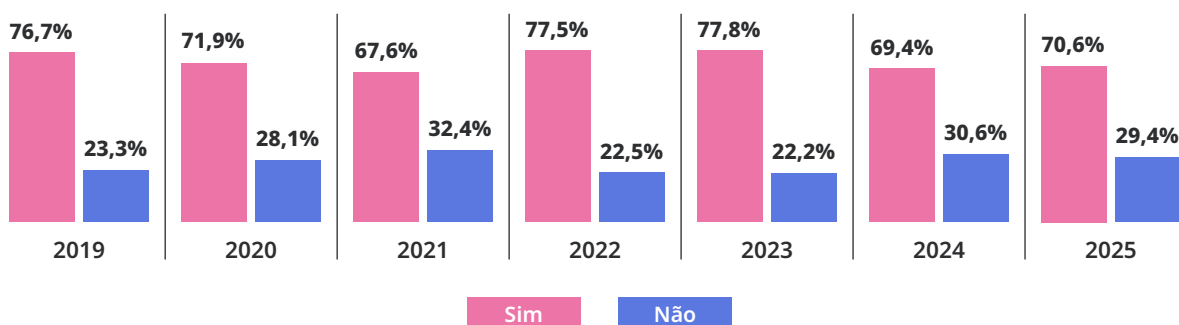
A percepção dos mossoroenses sobre os preços dos produtos para o Dia das Crianças indica que a maioria acredita que estarão mais caros, representando 70,6% dos entrevistados. Aqueles que esperam preços iguais somam 23,8%, enquanto uma parcela menor, 5,6%, acredita que os produtos estarão mais baratos. Esses dados refletem uma expectativa de contenção de preços em relação aos aumentos, mas ainda com predominância da percepção de elevação.

O sentimento de produtos mais caros vem diminuindo gradualmente: em 2021, 82,3% dos mossoroenses já acreditavam em aumento de preços, caindo para 76,3% em 2022 e 76,8% em 2023, chegando a 72,6% em 2024. Por outro lado, a expectativa de preços iguais tem aumentado ano a ano, passando de 15,5% em 2021 para 23,8% em 2025, demonstrando uma maior confiança na estabilidade de preços. A parcela que acredita em preços mais baratos permanece pequena, variando entre 2,2% e 10,6% nos últimos anos, evidenciando que a percepção de redução de preços continua pouco expressiva.

Gráfico 10 Como acha que estarão os preços dos produtos durante o Dia das Crianças desse ano?

A maior parte dos mossoroenses pretende realizar pesquisa de preço antes de efetuar a compra de presentes para o Dia das Crianças, representando 70,6% dos entrevistados, enquanto 29,4% não farão pesquisa. Esses dados indicam que a prática de comparar preços continua sendo um comportamento consolidado entre os consumidores, refletindo cautela e planejamento nas compras.

Ao comparar com anos anteriores, observa-se certa oscilação nesse hábito. Em 2019, 76,7% dos entrevistados declaravam que fariam pesquisa, diminuindo para 67,6% em 2021. Nos anos seguintes, houve recuperação, atingindo 77,8% em 2023, antes de reduzir novamente para 70,6% em 2025. A parcela que não realiza pesquisa manteve-se relativamente estável, com pequenas variações entre 22% e 32%, mostrando que, mesmo com flutuações, a tendência de consultar preços permanece relevante para os mossoroenses ao planejar as compras do Dia das Crianças.

Gráfico 11 Pretende fazer pesquisa de preço?

Local e período de compra

A maior parte dos mossoroenses pretende adquirir os presentes na semana que antecede o Dia das Crianças, com 78,9% declarando essa intenção. Uma parcela menor planeja comprar quinze dias antes (18%), enquanto 1,7% já pretende comprar um mês antes, e 1% afirma já ter adquirido o presente. Apenas 0,3% comprará após a data comemorativa, demonstrando que a preparação para a data concentra-se principalmente nos dias que antecedem o evento, evidenciando comportamento de compra planejado e próximo à data.

A tendência de concentrar as compras na semana anterior ao Dia das Crianças se mantém consistente, embora com pequenas variações. Em 2019, 70,3% compraram nesse período, aumentando para 81,2% em 2022, e estabilizando em 71,3% em 2024. A intenção de comprar quinze dias antes apresentou maior oscilação, atingindo pico de 36,9% em 2023, mas retornando a 18% em 2025. Compras antecipadas de um mês antes ou já realizadas continuam a representar uma parcela muito pequena, mostrando que os mossoroenses preferem esperar até mais próximo da data para efetivar as compras do Dia das Crianças.

Tabela 6 Quando irá comprar:

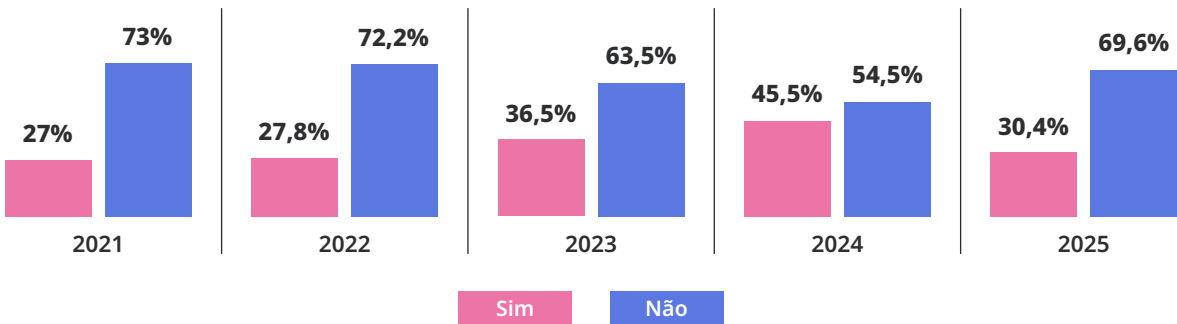
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Na semana que antecede ao dia das crianças	70,3%	65,5%	71,1%	81,2%	56%	71,3%	78,9%
Quinze dias antes	21,8%	23,1%	20,3%	16,8%	36,9%	25,7%	18%
Um mês antes	6,3%	4,3%	7,4%	1,6%	5,5%	2,6%	1,7%
Já comprou	0%	0%	0%	0%	1,5%	0%	1%
Depois do período do dia das crianças	0,6%	0,7%	1,2%	0,4%	0%	0,4%	0,3%
NS	0,9%	6,4%	0%	0%	0%	0%	0%

Apenas 30,4% dos mossoroenses pretendem comprar nas mesmas lojas em que adquiriram presentes no ano anterior, enquanto a maioria, 69,6%, opta por buscar novos estabelecimentos. Esse dado evidencia que, apesar de existir certa fidelidade a lojas conhecidas, a maior parte dos consumidores ainda explora alternativas e compara opções, demonstrando comportamento dinâmico e busca por melhores oportunidades ou novidades na oferta de produtos.

A proporção de consumidores que repetem as compras nas mesmas lojas variou ao longo do tempo. Em 2021, apenas 27% repetiram o local de compra,

mantendo-se quase estável em 2022 (27,8%). Houve um pico em 2024, quando 45,5% dos entrevistados escolheram comprar nos mesmos estabelecimentos, indicando maior fidelidade naquele ano. Em 2025, entretanto, essa tendência de repetição diminuiu novamente para 30,4%, aproximando-se mais dos níveis de 2021 e 2022, mostrando que a busca por novas lojas continua sendo predominante entre os mossoroenses.

Gráfico 12 Pretende comprar nas mesmas lojas que comprou no ano passado?



A principal opção de compra dos mossoroenses será nos comércios de rua, com 45,2% dos entrevistados apontando esse local. Em seguida, 36,6% ainda escolherão os shoppings, e 16,6% optarão pelas lojas pela internet, mostrando um crescimento significativo do *e-commerce* em relação aos anos anteriores. A presença de lojas autônomas ou outros locais continua marginal, com 0% e 1,7%, respectivamente.

Enquanto em 2024 o comércio de rua liderava com 66,8%, em 2025 ele recuou para 45,2%, e os shoppings ganharam protagonismo (36,6% vs 24,6% em 2024). As compras pela internet também registraram avanço, passando de 8,2% em 2024 para 16,6% em 2025, consolidando a tendência de digitalização das compras e a diversificação dos canais escolhidos pelos consumidores mossoroenses.

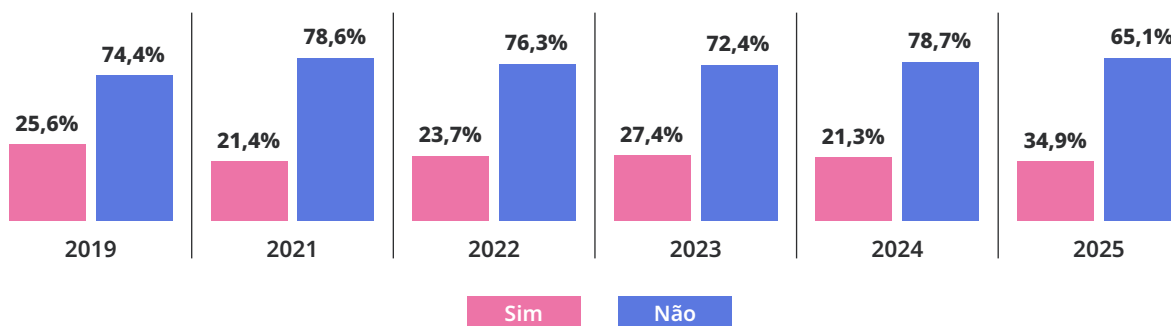
Tabela 7 Onde pretende realizar as compras?

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Comércio de rua	64,6%	51,6%	55,7%	55%	51,9%	66,8%	45,2%
Shopping	25%	21,7%	27,5%	30,5%	31,5%	24,6%	36,6%
Internet	3,5%	12,8%	10,2%	9,6%	12,7%	8,2%	16,6%
Autônomo	0,6%	1,1%	4,7%	3,6%	2,5%	0,4%	0%
Outros	0%	0%	2%	1,2%	1,5%	0%	1,7%
NS/NR	6,3%	12,8%	0%	0%	0%	0%	0%

Em 2025, observa-se um aumento significativo na participação das crianças durante a compra dos presentes em Mossoró, com 34,9% dos entrevistados indicando que os filhos irão acompanhá-los, enquanto 65,1% afirmaram que não. Esse dado evidencia um maior envolvimento das crianças no processo de escolha e aquisição dos presentes neste ano.

Ao comparar com anos anteriores, nota-se que, entre 2019 e 2024, a presença das crianças permaneceu relativamente baixa, variando entre 21,3% e 27,4%, com destaque para 2024, quando apenas 21,3% indicaram a participação dos filhos. Portanto, o salto para 34,9% em 2025 representa uma mudança marcante no comportamento familiar, mostrando que mais pais estão permitindo que seus filhos acompanhem a experiência de compra, possivelmente refletindo uma valorização maior do envolvimento das crianças e da experiência lúdica da data.

Gráfico 13 As crianças irão lhe acompanhar durante a compra?



A escolha do local de compra para o Dia das Crianças em Mossoró é predominantemente influenciada pelo nível de preços, apontado por 31,8% dos entrevistados como o fator determinante. Outros aspectos importantes incluem a variedade de produtos (19%), a localização da loja (12,8%) e o atendimento (9,7%), enquanto fatores como conforto/comodidade (6,6%) e desejo da criança (5,9%) também influenciam, mas em menor proporção. Observa-se que itens como vendas online, entrega e segurança têm relevância menor, demonstrando que a experiência física de compra ainda domina o comportamento dos consumidores locais.

O nível de preços sempre foi o principal determinante, mas em 2024 havia alcançado 48,1%, sendo o valor de 2025 (31,8%) menor, indicando uma diversificação dos critérios de escolha. A localização ganhou destaque, crescendo

de apenas 7,8% em 2024 para 12,8% em 2025, assim como o atendimento, que passou de 6,7% para 9,7%, evidenciando que, além do preço, fatores ligados à conveniência e à experiência de compra estão se tornando mais relevantes. Já o desejo da criança e a qualidade dos produtos perderam importância em relação aos anos anteriores, reforçando a tendência de que a decisão é mais orientada pelo custo-benefício e praticidade do que pelo capricho individual da criança.

Tabela 8 Fatores que vão determinar a escolha do local de compra:

	2021	2022	2023	2024	2025
Nível de preços	38%	38,8%	40,6%	48,1%	31,8%
Variedade de produtos	21,3%	24,4%	31,1%	18,7%	19%
Localização	3,5%	4,4%	3,4%	7,8%	12,8%
Atendimento	3,1%	3,2%	6,8%	6,7%	9,7%
Conforto/Comodidade	4,3%	4,8%	4%	1,1%	6,6%
Desejo da criança	14,3%	12%	4,6%	6,7%	5,9%
Qualidade dos produtos	10,5%	7,6%	5,2%	8,2%	5,5%
Segurança	0,8%	0%	0,6%	1,1%	2,8%
Vendas online	0,4%	0,4%	1,2%	0%	2,4%
Entrega	1,2%	0%	0,6%	0%	2,1%
Facilidade de pagamento	1,6%	2%	1,2%	1,5%	0,3%
Outros	0%	1,6%	0,6%	0%	0%
NS	1,2%	0,8%	0%	0%	1%

Gastos com presentes

O gasto planejado pelos mossoroenses para os presentes do Dia das Crianças demonstra um movimento claro em direção a faixas de investimento mais elevadas. A maioria dos consumidores (40,5%) pretende gastar entre R\$ 101 e R\$ 200, configurando essa faixa como a principal referência de consumo. Em seguida, 34,6% afirmam que devem investir entre R\$ 51 e R\$ 100, enquanto 11,1% planejam valores acima de R\$ 300, mostrando um público de maior poder aquisitivo disposto a elevar o tíquete médio. Já a faixa de R\$ 201 a R\$ 300 reúne 9% dos entrevistados, consolidando-se como uma parcela significativa, embora menor. Por outro lado, apenas 1,7% declararam intenção de gastar até R\$ 50, o que reforça a tendência de redução no consumo de baixo valor. Além disso, o percentual de indecisos (3,1%) foi o menor da série, indicando um planejamento mais definido das compras neste ano.

Na análise evolutiva, observa-se que os valores destinados às compras vêm sofrendo um processo de readequação ao longo dos anos. Enquanto em 2019 ainda havia 20,2% dos consumidores dispostos a gastar até R\$ 50, essa fatia caiu gradualmente até atingir o menor patamar em 2025. O fortalecimento da faixa entre R\$ 101 e R\$ 200 é notório: em 2019 ela representava 33,8%, passando para 29,2% em 2023 e, finalmente, alcançando os atuais 40,5%, o maior percentual registrado. Também merece destaque o crescimento da faixa acima de R\$ 300, que vinha oscilando entre 4,2% em 2021 e 10,8% em 2023, atingindo agora 11,1%, o maior valor da série histórica. Já a faixa de R\$ 201 a R\$ 300, que chegou a 13,1% em 2024, recuou levemente em 2025. Esses dados indicam um consumidor mais propenso a investir em presentes de maior valor agregado, refletindo tanto maior poder de compra de parte da população quanto uma valorização maior da data comemorativa.

Tabela 9 Quanto pretende investir na compra do(s) presente(s)?

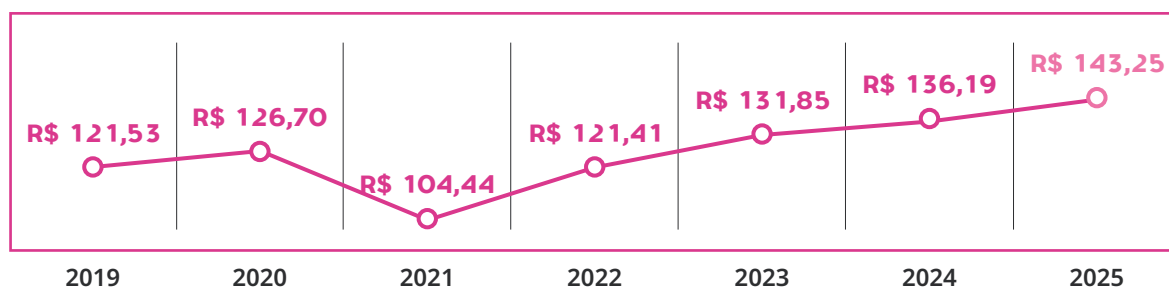
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Até R\$ 50	20,2%	15%	12,7%	10,4%	7,1%	5,6%	1,7%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	31,9%	26,8%	39,4%	27,5%	32,6%	29,9%	34,6%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	33,8%	22,5%	24,3%	27,9%	29,2%	32,8%	40,5%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	5,7%	8,6%	7,7%	9,6%	11,1%	13,1%	9%
Mais de R\$ 300	7,6%	14,6%	4,2%	10%	10,8%	9,7%	11,1%
NS/NR	0,9%	12,5%	11,6%	14,7%	9,2%	9%	3,1%

A análise do gasto médio anual com presentes para o Dia das Crianças revela uma trajetória consistente de crescimento nos últimos anos, consolidando uma tendência positiva no mercado consumidor. Em 2025, o valor médio atingiu R\$ 143,25, o maior já registrado na série histórica, superando em 5,2% o montante de 2024 (R\$ 136,19) e em 8,6% o valor de 2023 (R\$ 131,85). Esse desempenho indica não apenas um aquecimento do consumo, mas também uma maior disposição das famílias em investir em presentes, refletindo confiança econômica e valorização da data.

O patamar atual está bem acima do registrado em 2022 (R\$ 121,41) e praticamente 40% superior ao observado em 2021, quando o valor médio caiu para R\$ 104,44, possivelmente em razão dos impactos da pandemia. Desde então, o crescimento tem sido contínuo, com destaque para o avanço consistente a partir de 2023, consolidando uma recuperação vigorosa.

Esse resultado reforça a importância estratégica do Dia das Crianças para o varejo, não apenas pelo volume de vendas, mas também pelo tíquete médio cada vez mais elevado. A evolução mostra que, além de um aumento no número de consumidores que pretendem comprar, há um movimento de qualificação do consumo, com famílias investindo em presentes de maior valor agregado, o que abre oportunidades para setores como brinquedos tecnológicos, eletrônicos e moda infantil. Trata-se de um sinal claro de fortalecimento do mercado, que segue em expansão e demonstra resiliência mesmo em cenários de oscilação econômica.

Gráfico 14 Gasto médio com presentes, por ano:



A análise do gasto médio por perfil dos entrevistados evidencia diferenças importantes no comportamento de consumo, revelando perfis mais propensos a investir valores mais altos na compra de presentes para o Dia das Crianças. Do ponto de vista de gênero, os homens apresentam um tíquete médio superior (R\$ 151,99) em relação às mulheres (R\$ 133,70), indicando uma disposição maior em investir no ato da compra.

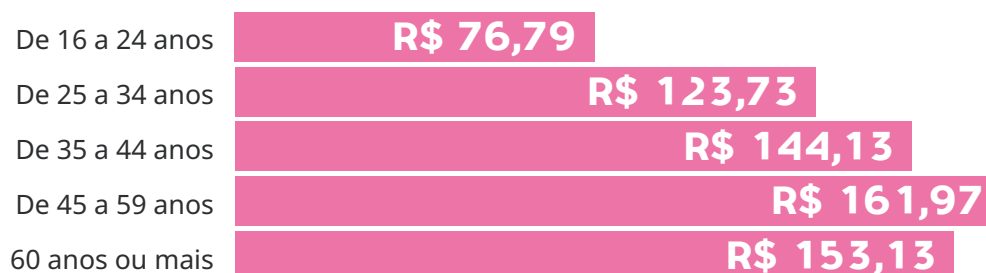
Gráfico 15 Gasto médio com presentes, por gênero:



Quando observamos a faixa etária, o destaque recai sobre os consumidores de 45 a 59 anos, que lideram com R\$ 161,97, seguidos pelos de 60 anos ou mais (R\$ 153,13). Esses grupos, tradicionalmente mais estáveis financeiramente, tendem a assumir o papel de provedores, contribuindo para elevar o gasto

médio. Em contrapartida, os mais jovens (16 a 24 anos) apresentam um gasto bastante reduzido (R\$ 76,79), reflexo de menor renda disponível e possível priorização de presentes de menor valor.

Gráfico 16 Gasto médio com presentes, por faixa etária:

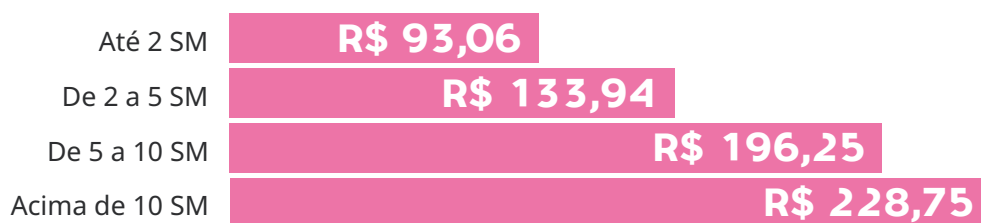


O recorte educacional confirma uma correlação direta entre escolaridade e capacidade de consumo. Indivíduos com ensino superior ou mais apresentam um gasto médio de R\$ 172,14, praticamente o dobro do registrado entre aqueles com ensino fundamental (R\$ 85,00). Essa diferença evidencia que o nível educacional, ao estar associado a melhores condições de inserção no mercado de trabalho, amplia a margem para gastos mais elevados.

Gráfico 17 Gasto médio com presentes, por escolaridade:

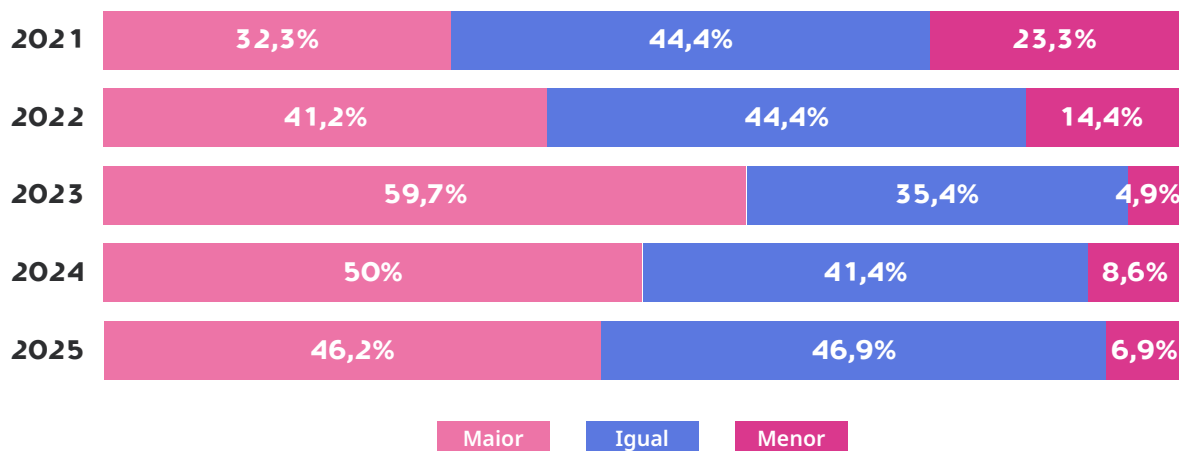


Já a análise por faixa de renda mostra uma progressão clara e proporcional: consumidores com renda até 2 salários-mínimos registram gasto médio de R\$ 93,06, enquanto aqueles que recebem acima de 10 salários chegam a investir, em média, R\$ 228,75 — quase duas vezes e meia mais. Esse resultado reforça que o poder aquisitivo é determinante para a definição do valor despendido, abrindo espaço para estratégias de segmentação do varejo que contemplem desde ofertas mais acessíveis até produtos *premium*.

Gráfico 18 Gasto médio com presentes, por renda:

O comportamento dos mossoroenses em relação ao gasto com as compras do Dia das Crianças em 2025 evidencia que 46,2% pretendem gastar mais do que no ano anterior, enquanto 46,9% manterão o mesmo nível de investimento e apenas 6,9% planejam gastar menos. Esses dados indicam um cenário positivo, com quase metade dos consumidores ampliando seus gastos e praticamente metade mantendo o consumo estável, demonstrando confiança no momento econômico e continuidade do hábito de presentear.

A disposição em gastar mais atingiu seu ápice em 2023, quando 59,7% declararam intenção de aumentar os gastos. Em 2024, essa proporção caiu para 50%, mostrando uma leve redução, e em 2025 se manteve sólida em 46,2%, ainda acima de 2021 (32,3%) e 2022 (41,2%). A parcela que pretende manter o mesmo gasto tem apresentado uma tendência de crescimento constante, passando de 44,4% em 2021 e 2022 para 46,9% em 2025. Já os que pretendem gastar menos diminuíram significativamente ao longo dos anos, de 23,3% em 2021 para apenas 6,9% em 2025, consolidando a percepção de estabilidade e confiança do consumidor mossoroense na data comemorativa.

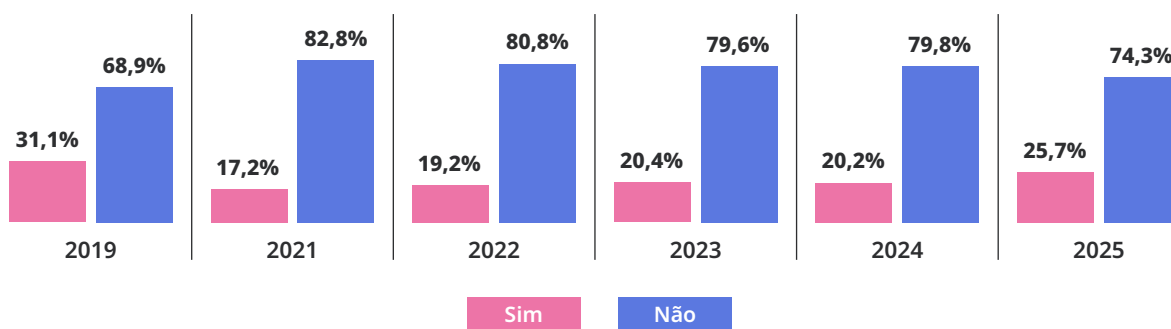
Gráfico 19 Em relação ao ano passado, seu gasto com presentes para o Dia das Crianças neste ano será:

Comemoração

A pesquisa aponta que 25,7% dos mossoroenses pretendem levar seus filhos a algum passeio no Dia das Crianças, enquanto a maioria, 74,3%, não planeja essa atividade. Esse dado revela uma tendência de retomada gradual de passeios familiares, indicando que um quarto da população está disposta a investir em experiências fora de casa, complementando a comemoração com momentos de lazer e convivência em família.

A proporção de mossoroenses que planejavam passeios era significativamente menor: 20,2% em 2024, 20,4% em 2023, 19,2% em 2022 e apenas 17,2% em 2021. Esse crescimento gradual, chegando a 25,7% em 2025, evidencia uma recuperação consistente no interesse por atividades externas com crianças, possivelmente impulsionada por maior segurança percebida, maior oferta de locais de lazer e retomada das rotinas familiares. Comparativamente, ainda que a maioria não pretenda realizar passeios, o aumento progressivo ao longo dos anos demonstra uma tendência positiva e reforça a importância de considerar essas experiências no planejamento de ações comerciais e de entretenimento voltadas ao Dia das Crianças em Mossoró.

Gráfico 20 Vai levar as crianças a algum passeio?



A maioria dos consumidores mossoroenses que planejam levar os filhos a passeios pretendem gastar até R\$ 100, somando 50,4%; enquanto 40,5% pretendem gastar entre R\$ 100 e R\$ 300. Apenas 9,1% optam por gastar acima de R\$ 300.

Comparando com os anos anteriores, nota-se um movimento de aumento nos gastos médios, que passaram de 25,7% que planejavam gastar entre R\$ 100 e R\$ 300 em 2021 até chegar aos atuais 40,5%. Já a proporção de famílias que gastam até R\$ 100 vem diminuindo ao longo do tempo (70% em 2021, 61,2% em 2023, 56,5% em 2024).

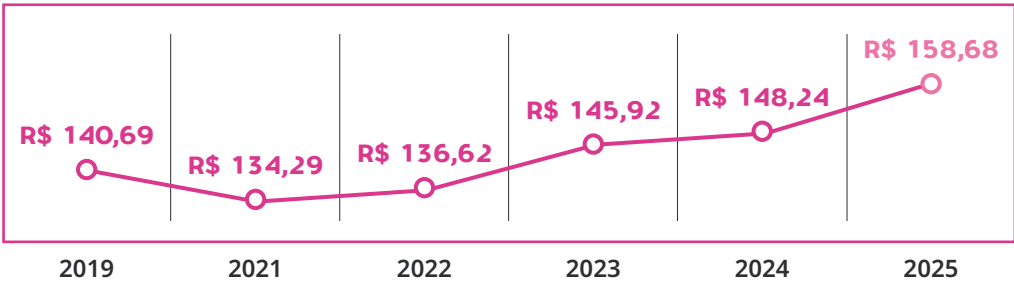
Tabela 10 Quanto pretende gastar nesse passeio?

	2021	2022	2023	2024	2025
Até R\$ 100	70%	67,6%	61,2%	56,5%	50,4%
De R\$ 100 a R\$ 300	25,7%	28,2%	31,6%	38,8%	40,5%
Acima de R\$ 300	4,3%	4,2%	7,1%	4,7%	9,1%

O gasto médio dos mossoroenses com passeios para o Dia das Crianças foi de R\$ 158,68, mostrando um aumento relevante em relação ao ano anterior (R\$ 148,24 em 2024). Esse valor indica que as famílias estão mais dispostas a investir em experiências de lazer com seus filhos, priorizando momentos de diversão e convivência, mesmo diante de um cenário econômico que exige planejamento. O crescimento do gasto médio reforça a tendência de valorização de passeios e atividades de entretenimento como parte da comemoração do Dia das Crianças em Mossoró.

Observa-se uma evolução consistente no gasto médio: R\$ 145,92 em 2023, R\$ 136,62 em 2022, R\$ 134,29 em 2021 e R\$ 140,69 em 2019. Essa trajetória ascendente, apesar de pequenas oscilações, evidencia uma valorização progressiva das experiências familiares ao longo do tempo, com aumento significativo em 2025, reforçando a importância desse segmento para o comércio e serviços voltados ao público infantil na cidade.

Gráfico 21 Gasto médio com passeios, por ano:



O principal determinante para a escolha do local para passeios com as crianças em Mossoró continua sendo a Diversão/Lazer, apontada por 50,4% dos entrevistados, reforçando a prioridade das famílias em proporcionar momentos de entretenimento e experiência recreativa. O Lugar que o filho escolheu ou tem desejo de conhecer também se destaca, com 17,6%, evidenciando a influência das preferências infantis na decisão final. Outros fatores relevantes incluem Preço (13%), Conveniência para familiares comparecerem (12,2%) e Atendimento (6,1%), indicando que a escolha do local também considera praticidade e custo-benefício, embora de forma secundária.

A predominância da Diversão/Lazer se mantém constante, ainda que tenha oscilado ao longo do período: 38,2% em 2021, 68,4% em 2022, 59,8% em 2023 e 47,1% em 2024. O peso do desejo da criança também tem crescido gradualmente, de 7,9% em 2021 para 17,6% em 2025, indicando uma valorização crescente das escolhas infantis. Já fatores como preço e conveniência apresentaram variações menores, mostrando que, embora importantes, são complementares à experiência de lazer que as famílias buscam proporcionar durante a comemoração do Dia das Crianças.

Tabela 11 Características para escolha do local para passeios:

	2021	2022	2023	2024	2025
Diversão/Lazer	38,2%	68,4%	59,8%	47,1%	50,4%
Lugar que criança escolheu, ou tem desejo de conhecer	7,9%	10,2%	15%	14,4%	17,6%
Preço	24,7%	6,1%	6,3%	13,5%	13%
Conveniência para familiares comparecerem	23,6%	9,2%	11,8%	13,5%	12,2%
Atendimento	3,4%	0%	3,9%	6,7%	6,1%
Lugar que a pai escolheu, ou tem desejo de conhecer	1,1%	0%	0%	0%	0%
Outros	1,1%	6,1%	3,1%	4,8%	0,8%

A tendência de comemoração do Dia das Crianças em Mossoró apresenta maior diversidade nos locais escolhidos pelas famílias. A opção por comemorar em casa é apontada por 14,5% dos entrevistados, mostrando uma redução em relação a alguns anos anteriores, enquanto Shopping (29,6%) e Clube/Parque (17,8%) aparecem como alternativas bastante populares, refletindo o interesse em experiências externas que combinam lazer e conveniência. Praia/Lagoa (17,1%) também se mantém como escolha relevante, seguida por cinema, restaurante, viagem e outros, que juntos representam percentuais menores, mas indicam a busca por diferentes formas de celebração.

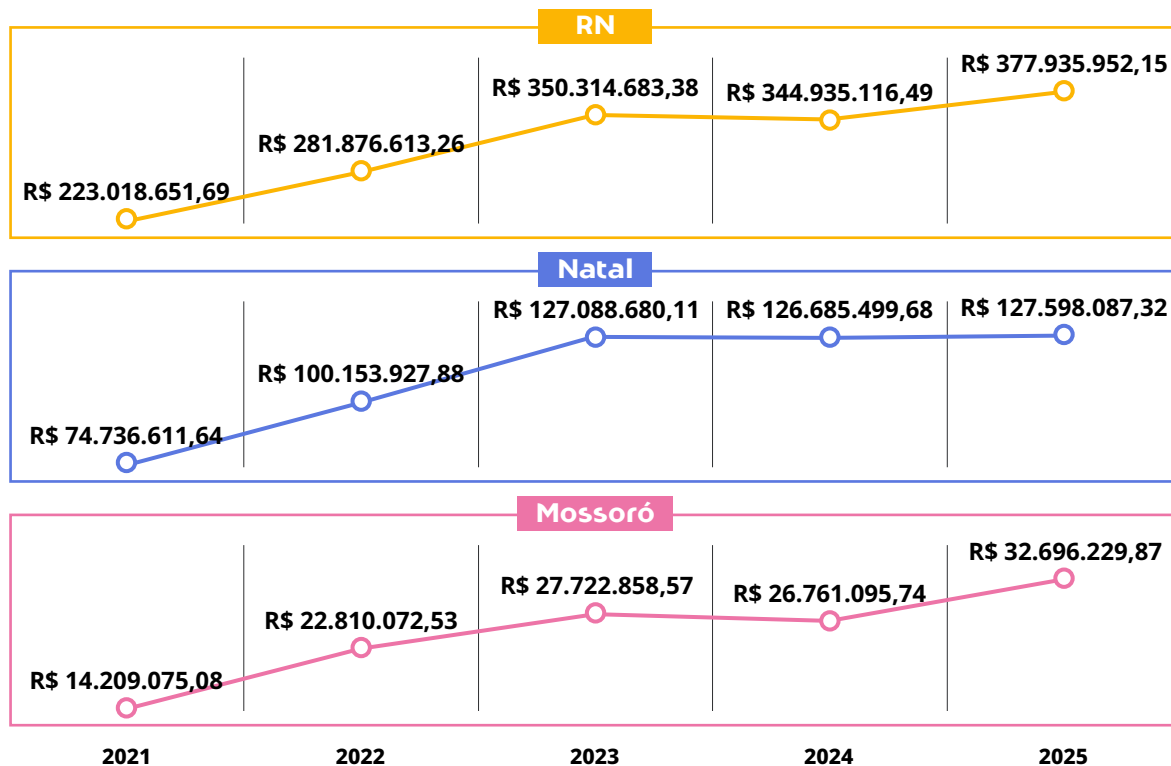
A preferência pelo ambiente doméstico variou significativamente: foi mais elevada em 2021 (33,7%) e 2024 (21,7%), mas em 2025 apresenta um percentual intermediário, sugerindo maior abertura para comemorações externas. O Shopping mantém consistência como local de escolha, com percentuais próximos entre 2022 (25,8%), 2024 (30,2%) e 2025 (29,6%), reforçando a relevância deste tipo de espaço para lazer e compras. A Praia/Lagoa, que teve pico em 2023 (35,7%), volta a apresentar percentual mais moderado (17,1%), indicando uma alternância entre opções de lazer ao ar livre e locais estruturados. No geral, o cenário evidencia a diversidade nas preferências, com equilíbrio entre momentos em casa e experiências externas para celebrar a data.

Tabela 12 Onde pretendem comemorar?

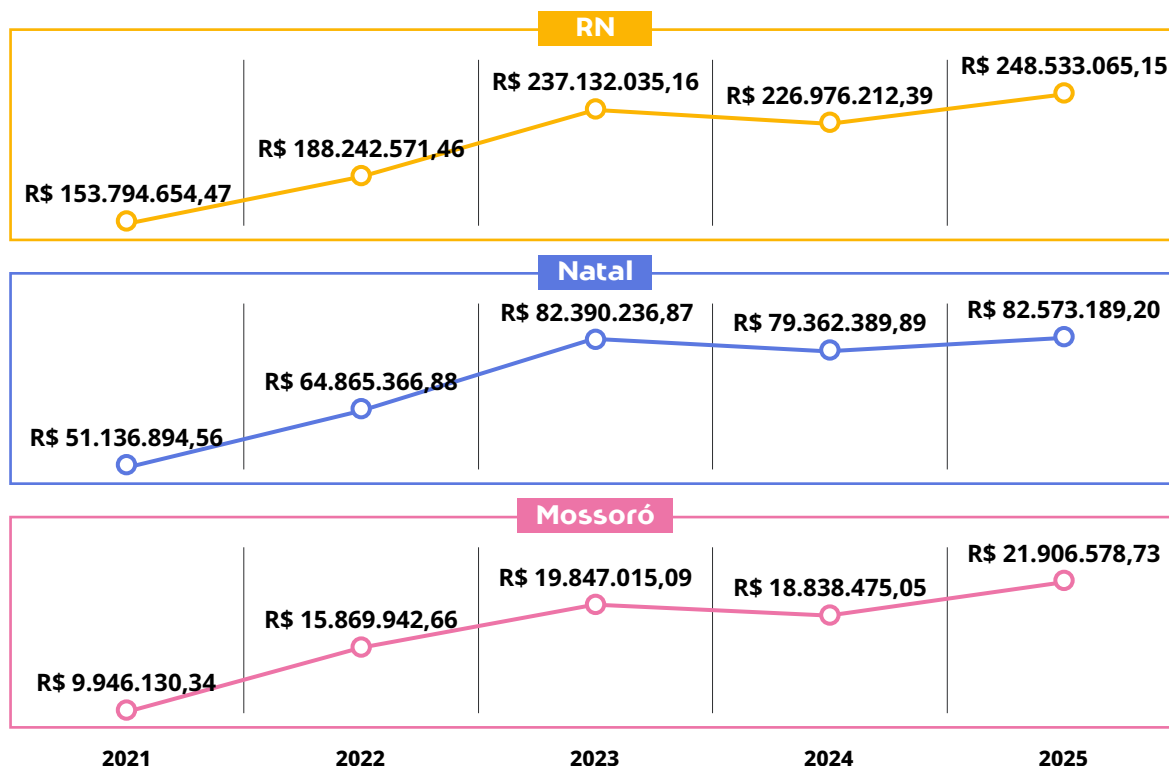
	2021	2022	2023	2024	2025
Shopping	23,3%	25,8%	21,4%	30,2%	29,6%
Em casa	33,7%	8,2%	6,3%	21,7%	14,5%
Clube/Parque	15,1%	18,6%	23%	12,3%	17,8%
Praia/Lagoa	15,1%	21,6%	35,7%	17,9%	17,1%
Viagem	9,3%	5,2%	2,4%	4,7%	9,2%
Cinema	3,5%	5,2%	1,6%	5,7%	5,3%
Restaurante	0%	8,2%	4,8%	4,7%	3,9%
Outros	0%	7,2%	4,8%	2,8%	2,6%

Movimentação financeira

Em 2025, o total estimado de movimentação financeira para o Dia das Crianças no Rio Grande do Norte alcança R\$ 377,9 milhões, representando um crescimento de 9,6% em relação a 2024, quando o valor foi de R\$ 344,9 milhões. Em Natal, a movimentação estimada chega a R\$ 127,6 milhões, com leve aumento de 0,7% sobre 2024 (R\$ 126,7 milhões), mostrando estabilidade e consolidação do poder de compra na capital. Já Mossoró registra R\$ 32,7 milhões, um crescimento de 22,2% em relação a 2024 (R\$ 26,8 milhões), destacando o dinamismo econômico da cidade.

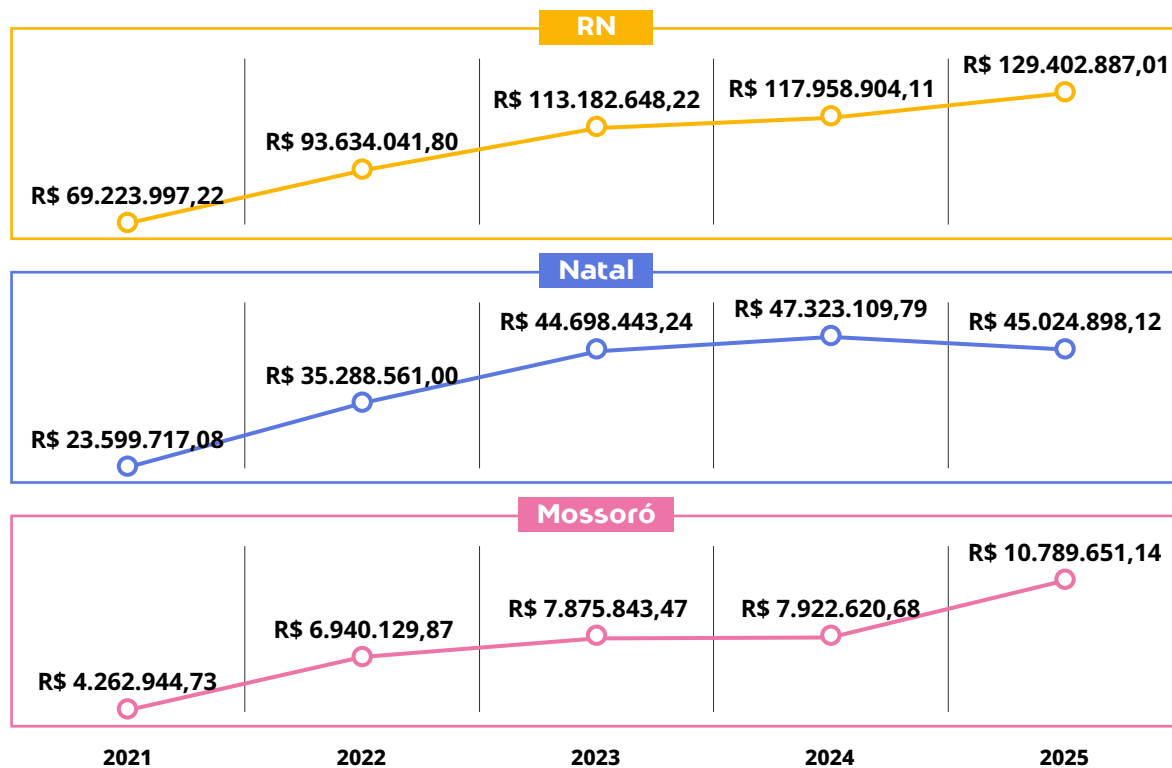
Gráfico 22 Estimativa de movimentação econômica geral:

No que diz respeito aos gastos com presentes, o RN deve movimentar R\$ 248,5 milhões, representando aumento de 9,5% em relação a 2024 (R\$ 227 milhões). Em Natal, os gastos com presentes somam R\$ 82,6 milhões, com crescimento de 4% sobre 2024 (R\$ 79,4 milhões), enquanto Mossoró chega a R\$ 21,9 milhões, avançando 16,3% em relação ao ano anterior (R\$ 18,8 milhões). Esses dados evidenciam que os consumidores estão cada vez mais engajados em presentear, com destaque para Mossoró, que mantém trajetória de crescimento consistente.

Gráfico 23 Estimativa de movimentação econômica com presentes:

No segmento de comemorações e passeios, o RN movimenta R\$ 129,4 milhões, o que representa alta de 9,7% sobre 2024 (R\$ 118 milhões). Em Natal, o valor chega a R\$ 45 milhões, com pequena redução de 4,9% em relação a 2024 (R\$ 47,3 milhões), mantendo-se estável em termos de representatividade, enquanto Mossoró apresenta significativo avanço de 36,2% comparado a 2024 (R\$ 7,9 milhões), alcançando R\$ 10,8 milhões, reforçando o fortalecimento do setor de lazer e entretenimento na cidade.

Gráfico 24 Estimativa de movimentação econômica com passeios:





Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio