

Fecomércio RN · IFC
— Sistema Comércio —



JANEIRO
2026

INTENÇÕES DE COMPRAS PARA O CARNAVAL



MOSSORÓ





Fecomércio RN

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 Barreto

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 Barreto

Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Débora Nascimento

Ozilma Mendonça

Josiel da Costa

Maria Eduarda

Hugo Sergio

Maria Glória

Jacqueline Aires

Natália Pereira

Rogério Antunes

Lídia Farias

Fernanda Lobato

Pesquisadores





SUMÁRIO

1. Introdução _____ 04

2. Aspectos técnicos _____ 05

3. Síntese dos resultados _____ 06

Intenções de compras _____ 06

Produtos e serviços _____ 09

Fatores determinantes _____ 10

Formas de pagamento _____ 12

Local de compra _____ 13

Atividades _____ 14

Destinos durante o carnaval _____ 15

Meios de hospedagem _____ 16

Transporte _____ 17

Gastos _____ 18

Movimentação econômica _____ 22

1

Introdução

O Carnaval é uma das maiores e mais representativas manifestações culturais do Brasil, reunindo milhões de pessoas em todo o território nacional durante o feriado prolongado. Para além do seu valor simbólico e cultural, a festividade exerce um papel estratégico na economia, especialmente nos setores de turismo, comércio e serviços, ao estimular o consumo, gerar empregos temporários e ampliar a circulação de renda. Nesse contexto, o período carnavalesco se consolida como um dos mais relevantes do calendário econômico anual, exigindo das empresas planejamento antecipado, adequação de estoques, reforço nas equipes de atendimento e definição de estratégias comerciais compatíveis com o aumento da demanda e com o perfil do público consumidor.

Com o objetivo de compreender de forma aprofundada o comportamento do consumidor potiguar 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 2026”. O levantamento analisa não apenas a intenção de compra da população, mas também os valores médios estimados de gastos, os fatores que influenciam as decisões de consumo, os principais canais e locais de compra, bem como as pretensões de viagem durante o feriado. Essas informações permitem traçar um panorama detalhado do mercado, oferecendo subsídios relevantes para que empresas ajustem suas estratégias de vendas, marketing e atendimento ao cliente, maximizando oportunidades e reduzindo riscos.

Os empresários do Rio Grande do Norte têm reconhecido, de forma crescente, a importância das pesquisas desenvolvidas pela Fecomércio RN como uma ferramenta essencial de acompanhamento e monitoramento do mercado local. Os dados coletados possibilitam uma leitura precisa das tendências de consumo e do perfil dos consumidores, contribuindo diretamente para a tomada de decisões estratégicas mais seguras e eficientes. Além disso, a ampla divulgação dos resultados amplia o alcance da pesquisa, atendendo não apenas ao setor empresarial, mas também a associações comerciais, gestores públicos e demais agentes econômicos. Dessa forma, o estudo contribui para um planejamento integrado e mais assertivo, fortalecendo o ambiente de negócios e o desenvolvimento econômico do estado durante o período carnavalesco.

2 Aspectos técnicos

A pesquisa foi realizada entre os dias 13 e 25 de janeiro de 2026, período estrategicamente definido para assegurar tempo hábil para a tabulação, análise crítica e ampla divulgação dos resultados antes do Carnaval, permitindo que empresários e gestores utilizem as informações de forma tempestiva em seus planejamentos. O estudo adotou abordagem quantitativa, aplicadas com o auxílio de um questionário estruturado, padronizado e previamente testado, o que garantiu maior consistência e comparabilidade dos dados. A amostra foi representativa da população consumidora do município de Mossoró, e os dados coletados são de natureza primária, analisados sob uma perspectiva descritiva, com caráter exploratório, possibilitando identificar tendências, padrões de comportamento e intenções de consumo no período carnavalesco.

A definição da amostra seguiu critérios estatísticos rigorosos, assegurando elevado grau de confiabilidade aos resultados obtidos. Ao todo, foram entrevistadas 505 pessoas, distribuídas de forma proporcional entre as regiões administrativas do município, respeitando características demográficas e socioeconômicas da população local. O levantamento apresenta nível de confiança de 95% e margem de erro aproximada de 3 pontos percentuais, para mais ou para menos. O instrumento de coleta foi composto por 22 questões, predominantemente fechadas, incluindo perguntas de múltipla resposta, o que pode resultar em percentuais superiores a 100% em determinados itens, além de pequenas variações decorrentes de arredondamentos estatísticos.

A coleta de dados foi realizada por uma equipe de entrevistadores capacitados e experientes, submetidos a orientações técnicas padronizadas e acompanhamento contínuo durante todo o trabalho de campo, garantindo a qualidade, a uniformidade e a confiabilidade das informações. Após a coleta, os questionários passaram por um processo rigoroso de checagem, validação e crítica dos dados, assegurando a aderência aos critérios amostrais estabelecidos. A análise final foi conduzida de forma descritiva e analítica, com a utilização de tabelas e gráficos que facilitam a leitura e interpretação dos resultados, permitindo a geração de insights estratégicos sobre o comportamento do consumidor e as perspectivas de consumo no período do Carnaval.

3

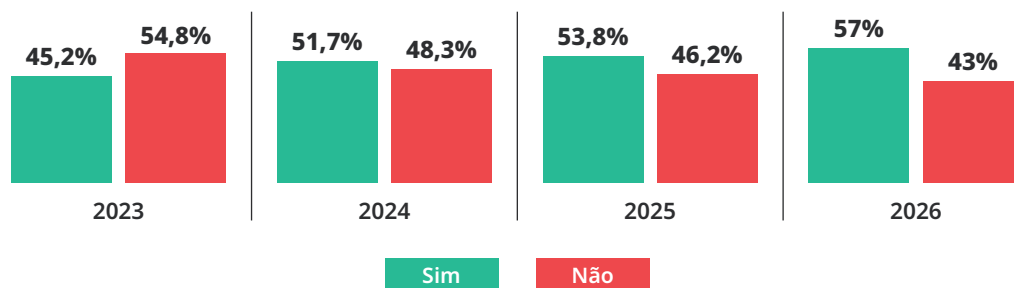
Síntese dos resultados

Intenções de compras

Os resultados para Mossoró indicam um ambiente mais favorável ao consumo no período carnavalesco. A maioria dos entrevistados (57%) declarou que pretende realizar compras de produtos ou serviços visando o Carnaval, enquanto 43% afirmaram que não têm essa intenção. Esse resultado revela uma predominância clara do comportamento comprador, sinalizando maior disposição de consumo por parte da população mossoroense, o que tende a gerar impactos positivos para o comércio e o setor de serviços locais durante o evento.

Em 2023, apenas 45,2% dos entrevistados afirmavam intenção de consumir no Carnaval, percentual que sobe para 51,7% em 2024 e avança para 53,8% em 2025, até alcançar o pico em 2026. Paralelamente, a parcela que declarou não pretender comprar apresentou queda progressiva ao longo do período, passando de 54,8% em 2023 para 43% em 2026. Esse movimento evidencia uma retomada gradual da confiança do consumidor, reforçando a importância do Carnaval como um momento estratégico para a dinamização da economia local em Mossoró.

Gráfico 1 Pretende realizar compras de produtos ou serviços visando o carnaval deste ano?



Os dados de Mossoró mostram que o principal motivo para não realizar compras no Carnaval está fortemente associado ao comportamento e à preferência pessoal, e não apenas a restrições econômicas. A razão mais citada

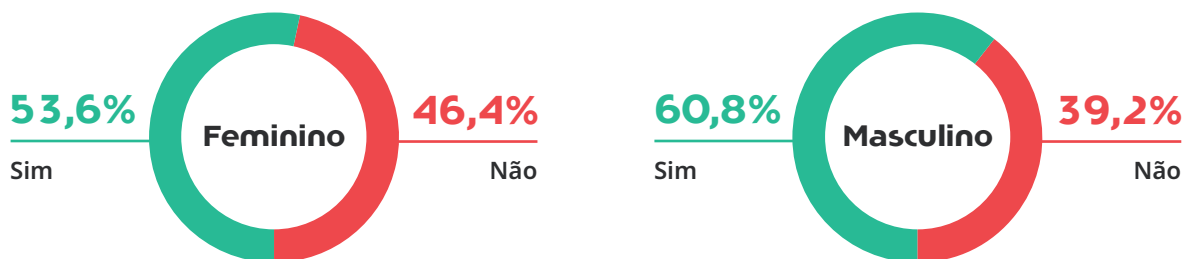
foi “não vai brincar carnaval/não gosta”, com 64,2%, evidenciando que uma parcela significativa da população opta por não participar das festividades e, conseqüentemente, não vê necessidade de consumir nesse período. Em seguida, aparece a falta de dinheiro (13,7%), indicando que, embora relevante, a limitação financeira não é o fator predominante. Outros motivos somaram 12,7%, enquanto razões como dívidas/contas em atraso e poupar ficaram em patamares mais baixos (3,9% cada), e o desemprego apresentou impacto residual (1,5%).

Observa-se um crescimento do fator comportamental como justificativa para não comprar. Em 2023, esse motivo representava 46%, passando para patamares acima de 55% entre 2024 e 2025, até atingir o maior nível em 2026. Por outro lado, razões ligadas à cautela financeira, como “poupar” e “outros motivos”, apresentaram queda consistente ao longo do período, sugerindo menor pressão preventiva sobre o orçamento das famílias. O desemprego também perdeu relevância de forma contínua, reforçando sinais de melhora relativa do mercado de trabalho. Já a falta de dinheiro mostrou leve oscilação, mantendo-se como um fator estrutural, porém secundário. Em conjunto, os dados indicam que, em Mossoró, a decisão de não consumir no Carnaval em 2026 está cada vez mais ligada ao estilo de vida e às escolhas individuais, e menos a restrições econômicas severas.

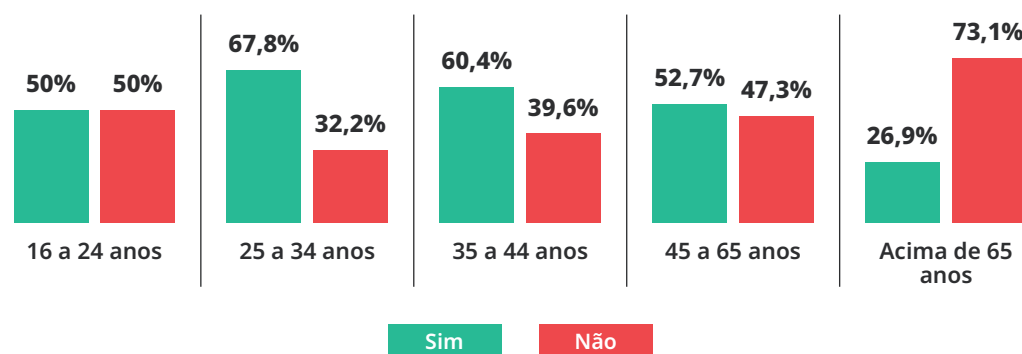
Gráfico 2 Principal motivo para não comprar:

	2023	2024	2025	2026
Não vai brincar carnaval/Não gosta	46%	55,4%	55%	64,2%
Falta de dinheiro	11,4%	10,8%	12,5%	13,7%
Dívidas/Contas em atraso	1,1%	5,8%	4%	3,9%
Poupar	9,1%	7,9%	6,5%	3,9%
Desemprego	5,3%	1,7%	2%	1,5%
Outros	27%	18,3%	20%	12,7%

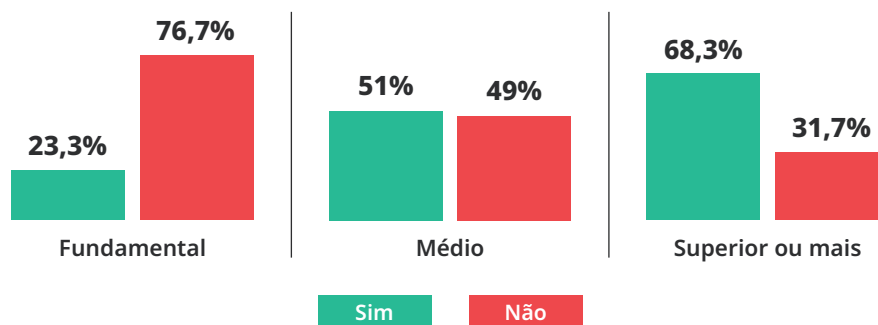
Os resultados de 2026 evidenciam que a intenção de compra varia de forma significativa conforme o perfil socioeconômico dos entrevistados. Entre os gêneros, os homens apresentam maior propensão a consumir no Carnaval (60,8%) do que as mulheres (53,6%).

Gráfico 3 Intenção de consumo, por gênero:

Por faixa etária, destaca-se o público de 25 a 34 anos, com a maior intenção de compra (67,8%), seguido pelo grupo de 35 a 44 anos (60,4%). Em contraste, a população com 65 anos ou mais demonstra comportamento mais conservador, com apenas 26,9% declarando intenção de comprar.

Gráfico 4 Intenção de consumo, por faixa etária:

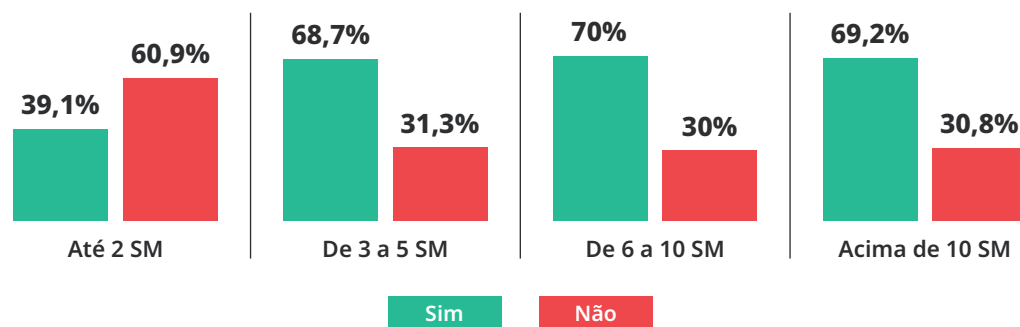
No recorte educacional, observa-se uma relação direta entre escolaridade e consumo: enquanto apenas 23,3% dos entrevistados com ensino fundamental pretendem comprar, esse percentual sobe para 51% entre os que possuem ensino médio e alcança 68,3% entre aqueles com ensino superior ou mais.

Gráfico 5 Intenção de consumo, por escolaridade:

A mesma lógica se aplica à renda: consumidores com até dois salários-mínimos apresentam menor intenção de compra (39,1%), ao passo que os grupos com renda a partir de três salários-mínimos registram percentuais elevados, todos próximos ou acima de 68%.

Ao analisar esses dados entre os diferentes perfis, fica claro que renda, escolaridade e faixa etária são os principais determinantes da intenção de consumo para o Carnaval. Os resultados indicam que o consumo está concentrado nos públicos economicamente ativos, com maior poder aquisitivo e maior inserção no mercado de trabalho, especialmente jovens adultos e pessoas de meia-idade. Em contrapartida, perfis mais vulneráveis do ponto de vista econômico — como indivíduos de menor renda, menor escolaridade e idosos — tendem a adotar uma postura mais cautelosa, priorizando a não realização de compras. Esse comportamento reforça a importância de estratégias diferenciadas por parte do comércio, que pode direcionar ofertas e ações promocionais específicas para os segmentos com maior propensão ao consumo, sem deixar de considerar políticas de preços e facilidades de pagamento para atrair os públicos mais sensíveis ao orçamento.

Gráfico 6 Intenção de consumo, por renda:



Produtos e serviços

Alimentos e Bebidas seguem como o principal item de compra para o Carnaval, alcançando 91% dos entrevistados, o que reforça o caráter doméstico e de confraternização do período. Em seguida, aparecem Transporte/combustível (39,6%), indicando uma parcela relevante de consumidores que pretende se deslocar, seja dentro do município ou para outras localidades.

Vestuário e calçados mantêm participação significativa (34,4%), associados tanto ao uso cotidiano quanto às festividades. Destaca-se ainda o avanço de Viagem e hospedagem, que atinge 26,7%, sinalizando maior disposição para viagens no Carnaval de 2026. Os demais itens — como acessórios, perfumes e cosméticos e outros produtos — apresentam percentuais menores, mas ajudam a compor um perfil de consumo diversificado, ainda que concentrado em categorias essenciais.

Nota-se estabilidade elevada em Alimentos/Bebidas, que permanecem acima de 85% em toda a série, confirmando sua centralidade no consumo carnavalesco. Já Transporte/combustível apresenta tendência de queda entre 2023 e 2025, com leve recuperação em 2026, o que pode refletir maior controle de gastos ou mudanças nos padrões de deslocamento. Vestuário/Calçados, após forte crescimento em 2024, estabiliza-se em patamar próximo a 34% nos dois últimos anos. O destaque positivo do comparativo é Viagem/hospedagem, que, após retração em 2024 e 2025, cresce de forma expressiva em 2026, superando inclusive o nível de 2023, indicando retomada do interesse por viagens. Por fim, itens considerados secundários apresentam oscilações ao longo do período, sugerindo um consumo mais seletivo e cauteloso, alinhado a um comportamento de priorização dos gastos essenciais e das experiências mais valorizadas pelo consumidor.

Tabela 1

Que tipos de produtos pretende comprar?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025	2026
Alimentos/Bebidas	85,8%	91,9%	90,8%	91%
Transporte/Combustível	53,5%	42,9%	35,7%	39,6%
Vestuário/Calçados	26,5%	37,5%	34,6%	34,4%
Viagem/hospedagem	25,2%	17,4%	17,3%	26,7%
Acessórios (cintos/bolsas/relógios, etc.)	0,9%	6,2%	13,2%	5,2%
Perfumes e/ou cosméticos	0,4%	2,7%	3,7%	2,8%
Móveis/Decoração/Cama, mesa e banho	0%	1,9%	1,8%	0%
Celular/Smartphone/Tablet	0%	0%	0,4%	0%
Outros	11,9%	3,1%	2,2%	9,7%

Fatores determinantes

A decisão de compra dos consumidores de Mossoró é fortemente influenciada pelo preço do produto, que aparece como o principal fator para 56,8% dos

entrevistados. Esse resultado evidencia um comportamento mais cauteloso e sensível ao valor final pago, típico de períodos em que o consumidor busca maximizar o custo-benefício das aquisições para o Carnaval. A qualidade do produto surge em segundo lugar (24,4%), indicando que, embora o preço seja determinante, há uma parcela relevante que ainda prioriza atributos qualitativos. Fatores como variedade de produtos (8%) e atendimento (2,4%) tiveram menor peso na decisão, enquanto aspectos como facilidade de pagamento, localização e conforto apresentaram participação residual. Chama atenção também o aumento do percentual de entrevistados que não souberam informar o principal fator (5,9%), sugerindo decisões mais imediatas ou pouco planejadas.

Após uma queda contínua da importância do preço entre 2023 e 2025, quando a qualidade e a variedade ganharam maior espaço, em 2026 o preço volta a assumir protagonismo absoluto, alcançando o maior patamar da série. Em contrapartida, a variedade de produtos, que havia crescido significativamente em 2025 (21%), recuou de forma acentuada. A qualidade, embora permaneça relevante, apresentou leve retração frente aos anos anteriores. Esses movimentos indicam que o consumidor mossoroense, em 2026, demonstra um comportamento mais pragmático e racional, priorizando o controle do gasto e reforçando a importância de estratégias comerciais focadas em preços competitivos e ofertas claras, especialmente no período carnavalesco.

Tabela 2 Principal fator que vai determinar a escolha do produto:

	2023	2024	2025	2026
Preço do produto	48,7%	40%	37,6%	56,8%
Qualidade do produto	21%	31,5%	27,3%	24,4%
Variedade de produtos	15,2%	14,2%	21%	8%
Atendimento	1,8%	7,7%	5,9%	2,4%
Facilidade de pagamento	0,4%	0,8%	3,7%	1%
Conforto	4%	1,2%	2,2%	0,3%
Localização	6,3%	3,8%	0%	0,3%
Segurança	0,4%	0%	0%	0%
Vendas online	0%	0%	0,4%	0%
Outros	0,9%	0,4%	0,4%	0,7%
Não sabe	1,3%	0,4%	1,5%	5,9%

Formas de pagamento

Em Mossoró o cartão de crédito permanece como a principal forma de pagamento utilizada pelos consumidores de Mossoró, com 46,2% das intenções, evidenciando a preferência por meios que possibilitam maior flexibilidade financeira e parcelamento das compras. Na sequência, o Pix/transferência aparece com 28,8%, consolidando-se como um dos instrumentos mais relevantes no período, reflexo da praticidade, rapidez e ampla aceitação desse meio de pagamento. O dinheiro representa 14,9%, indicando que, embora ainda presente, seu uso segue em patamar inferior aos meios eletrônicos. Já o cartão de débito, com 10,1%, apresenta participação mais discreta, reforçando a predominância de formas de pagamento associadas ao crédito e às transações instantâneas.

No comparativo com os anos anteriores, o comportamento evidencia mudanças importantes nos hábitos de pagamento. Em 2023, o cartão de crédito já liderava com 48,5%, mas o Pix tinha participação residual (4,8%), enquanto o dinheiro (26%) e o débito (20,3%) tinham maior relevância. Em 2024, nota-se uma leve redução do crédito e crescimento do débito, mas é a partir de 2025 que ocorre uma virada estrutural, com forte expansão do Pix (26,7%) e redução expressiva do uso de dinheiro. Em 2026, essa tendência se consolida: o Pix continua avançando e o dinheiro, apesar de recuperar parte da participação em relação a 2025, permanece bem abaixo dos níveis de 2023 e 2024. Esse movimento indica uma digitalização crescente das transações em Mossoró, com impactos diretos na forma como o comércio deve se estruturar para atender às preferências dos consumidores durante o Carnaval.

Tabela 3 Forma de pagamento utilizada:

	2023	2024	2025	2026
Cartão de crédito	48,5%	40,2%	55,3%	46,2%
Pix/Transferência	4,8%	7,7%	26,7%	28,8%
Dinheiro	26%	24,1%	6,6%	14,9%
Cartão de débito	20,3%	28%	11,4%	10,1%
Outros	0,4%	0%	0%	0%

Local de compra

O comércio de rua consolida-se como o principal local de compras dos consumidores de Mossoró, concentrando 72% das intenções. Esse resultado reforça a forte centralidade do comércio tradicional no período do Carnaval, associado à proximidade, variedade de ofertas e maior circulação de consumidores. A categoria “Outros”, com 18,6%, ganha relevância em relação ao ano anterior, indicando uma diversificação dos canais utilizados, possivelmente incluindo compras informais, feiras temporárias ou estabelecimentos não convencionais. Os shoppings centers aparecem com 5%, participação mais modesta, enquanto revendedores/autônomos (2,9%) e a internet (1,4%) mantêm presença residual, demonstrando que, para este período festivo, o consumo segue majoritariamente presencial e concentrado nos pontos comerciais tradicionais da cidade.

Na análise temporal, observa-se uma mudança expressiva ao longo dos anos. Em 2023, o comércio de rua já era o principal canal (51,6%), porém com participação significativamente menor do que nos anos seguintes, enquanto a categoria “Outros” tinha peso elevado (34,7%). Em 2024, o comércio de rua avança de forma consistente (65,4%) e os “Outros” recuam, sinalizando maior organização e direcionamento das compras. O pico ocorre em 2025, quando o comércio de rua atinge 78,3%, acompanhado de uma forte redução das demais opções. Em 2026, embora haja uma leve retração em relação a 2025, o patamar permanece elevado, confirmando a preferência estrutural pelo comércio de rua em Mossoró. Por outro lado, tanto os shoppings quanto o comércio online não conseguem ampliar participação de forma significativa, indicando que, no contexto do Carnaval, o consumidor prioriza a compra imediata, presencial e de fácil acesso.

Tabela 4 Onde irá realizar as compras:

	2023	2024	2025	2026
Comércio de rua	51,6%	65,4%	78,3%	72%
Shopping	11,6%	10,4%	9,6%	5%
Revendedor/Autônomo	0,4%	3,8%	6,6%	2,9%
Internet	1,8%	3,8%	3,3%	1,4%
Outras	34,7%	16,5%	2,2%	18,6%

Atividades

Os resultados revelam que permanecer em casa segue como a principal opção dos entrevistados durante o Carnaval, com 45,3%, embora em um patamar significativamente menor do que em anos anteriores. Entre os que irão sair de casa durante o período, chama atenção o fortalecimento das viagens de lazer, que alcançam 25%, consolidando-se como a segunda principal atividade no período. As praias locais aparecem em seguida, com 14,7%, mantendo relevância como alternativa de lazer regional. Atividades sociais, como reunir amigos (8,7%) e visitar parentes e amigos (6,1%), também têm presença expressiva, enquanto eventos ou festas particulares (3%) e outras atividades (4,2%) aparecem de forma mais pontual. O conjunto dos dados sugere um Carnaval mais diversificado, com maior equilíbrio entre descanso em casa e deslocamentos para lazer.

Em relação aos anos anteriores observa-se uma tendência clara de redução da opção “ficar em casa”, que caiu de 60% em 2023 para 45,3% em 2026, evidenciando uma retomada gradual da mobilidade e das atividades externas. Em contrapartida, as viagens de lazer apresentam crescimento contínuo ao longo da série, quase dobrando sua participação entre 2023 e 2026. As praias locais, apesar de oscilações, mantêm participação relativamente estável, reforçando sua importância no contexto regional. Já atividades como reunir amigos e eventos particulares ganharam força em 2025, mas recuam levemente em 2026, indicando um ajuste no comportamento do público. De forma geral, os dados apontam para um Carnaval progressivamente mais ativo e plural, com maior disposição para viagens e experiências fora do ambiente doméstico.

Tabela 5 O que pretende fazer no carnaval?

Múltiplas respostas

	2023	2024	2025	2026
Ficar em casa	60%	53,7%	46,4%	45,3%
Viagens de lazer	13,2%	15,4%	23,7%	25%
Praias Locais	13%	16,8%	15,6%	14,7%
Reunir amigos	5,6%	4,6%	10,1%	8,7%
Visitar parentes e amigos	8%	8,2%	10,9%	6,1%
Eventos/festas particulares	3,2%	4%	7,1%	3%
Outros	3,6%	5%	7,1%	4,2%

A pesquisa indica que o Carnaval em Mossoró tende a ser vivenciado majoritariamente em um ambiente familiar, já que 67,4% dos entrevistados afirmaram que irão passar o período com a família. Ainda que esse grupo

permaneça como o principal, chama atenção o crescimento da participação de quem pretende curtir o Carnaval com amigos, que alcança 29,9%, evidenciando uma diversificação das companhias e um perfil mais social e coletivo da festa. As opções de comemoração com colegas de trabalho (0,7%) e outros grupos (2%) permanecem residuais, reforçando que o período carnavalesco é percebido sobretudo como um momento de convivência pessoal, voltado ao círculo íntimo.

Ao longo dos anos, nota-se uma tendência clara de redução da centralidade da família ao longo do tempo. Em 2023, o percentual era significativamente mais elevado (80,9%), caindo para 71,2% em 2024 e 69,6% em 2025, até atingir o patamar atual em 2026. Em sentido oposto, a participação dos amigos apresenta crescimento contínuo, passando de 17,7% em 2023 para quase 30% em 2026, o que sinaliza uma mudança gradual no comportamento do consumidor e na forma de vivenciar o Carnaval. Esse movimento sugere um evento cada vez mais associado à socialização entre pares, especialmente entre públicos mais jovens e economicamente ativos, sem, contudo, descaracterizar o forte vínculo familiar que ainda predomina na cidade.

Tabela 6 Com quem irá comemorar o carnaval?

	2023	2024	2025	2026
Família	80,9%	71,2%	69,6%	67,4%
Amigos	17,7%	23,7%	28%	29,9%
Colegas de trabalho	0,3%	2,1%	1,7%	0,7%
Outros	1%	3%	0,7%	2%

Destinos durante o carnaval

Os dados mostram uma mudança relevante no padrão dos destinos informados pelos mossoroenses durante o Carnaval. O principal destaque é o forte crescimento das viagens para outro estado, que alcançam 29%, tornando-se o destino mais expressivo do período. Esse resultado indica uma ampliação do raio de deslocamento dos consumidores, sugerindo maior disposição para viagens mais longas e, possivelmente, associadas a experiências diferenciadas fora do Rio Grande do Norte. O litoral do RN, tradicionalmente o destino mais procurado, aparece com 41,1%, enquanto o interior do estado registra 28,6%. As viagens internacionais seguem sendo pouco representativas, com apenas 1,3%, o que reforça o caráter predominantemente nacional das escolhas.

Em 2023 e 2024, mais da metade dos entrevistados pretendia viajar para o litoral do RN (50,7% e 55,4%, respectivamente), percentual que se mantém elevado em 2025 (50%), mas recua de forma significativa em 2026. O interior do RN apresenta oscilações ao longo da série, sem tendência clara de crescimento, mantendo-se em patamares próximos a 30%. Em contrapartida, o salto nas viagens para outros estados em 2026 rompe a estabilidade observada entre 2023 e 2025, quando esse destino girava em torno de 14% a 15%. Esse movimento pode refletir maior planejamento financeiro, diversificação das preferências de lazer e uma busca crescente por destinos consolidados em outros estados.

Tabela 7 Para quem irá sair de casa, qual será o destino?

	2023	2024	2025	2026
Litoral do RN	50,7%	55,4%	50%	41,1%
Interior do RN	33,6%	28,5%	35%	28,6%
Outro estado	15,1%	14,5%	14,5%	29%
Outro país	0,7%	1,6%	0,5%	1,3%

Meios de hospedagem

O levantamento revela que a principal forma de hospedagem dos entrevistados de Mossoró durante o Carnaval continua sendo a casa de familiares e amigos, com 57,7% das respostas. Apesar de seguir como a opção majoritária, esse percentual revela uma redução gradual, abrindo espaço para outras modalidades. Os hotéis, pousadas e similares aparecem em segundo lugar, com 19,8%, mantendo relevância no período e sinalizando a importância do setor hoteleiro na dinâmica do Carnaval. Um destaque importante é o crescimento das casas, apartamentos ou sítios alugados, que atingem 16,7%, demonstrando maior adesão a alternativas de hospedagem mais flexíveis, voltadas a grupos familiares ou de amigos. A categoria “outros” permanece residual, com 5,7%.

No comparativo com os anos anteriores, observa-se uma tendência clara de diversificação das formas de hospedagem. Em 2023 e 2024, mais de dois terços dos viajantes optavam por ficar em casas de familiares e amigos (67,8% e 72,8%), percentual que já recua em 2025 (61,3%) e cai novamente em 2026. Paralelamente, o uso de imóveis alugados cresce de forma consistente, quase

dobrando em relação a 2023, o que pode estar associado à expansão das plataformas de aluguel por temporada e à busca por maior autonomia e conforto. Já a hotelaria apresenta oscilações ao longo da série, mas mantém participação estável em torno de 20%, reforçando seu papel estratégico no período carnavalesco, mesmo diante da ampliação das alternativas de hospedagem.

Tabela 8 Para quem irá sair de casa, hospedagem utilizada:

	2023	2024	2025	2026
Casa de familiares e amigos	67,8%	72,8%	61,3%	57,7%
Hotéis/pousadas/similares	20,3%	12%	20,3%	19,8%
Casas, apartamentos ou sítios alugados	8,4%	10,3%	9,4%	16,7%
Outras	3,5%	4,9%	9%	5,7%

Transporte

Os dados destacam que o carro ou moto seguem como o principal meio de transporte utilizado pelos entrevistados de Mossoró no Carnaval, com 76,4% das menções. Apesar de permanecer na liderança, observa-se uma redução relevante dessa participação, indicando uma mudança gradual no padrão de deslocamento. Em contrapartida, o uso de ônibus e vans ganha destaque, alcançando 14%, o que sugere maior procura por alternativas coletivas, possivelmente associadas ao custo, à comodidade ou à oferta de transporte fretado. Outro ponto relevante é o crescimento do avião, que chega a 7,4%, sinalizando maior interesse por destinos mais distantes. O transporte por aplicativo e outras modalidades aparecem de forma residual, reforçando que ainda têm papel complementar nesse tipo de viagem.

Em relação aos anos anteriores, percebe-se que o transporte individual sempre predominou, com percentuais elevados em 2023 (88,7%) e 2025 (87,8%), mas apresenta queda mais acentuada em 2026. Paralelamente, ônibus e vans, que oscilaram ao longo do período, atingem em 2026 o maior patamar da série, superando inclusive 2024. O avião, embora historicamente com participação reduzida, mostra um avanço expressivo em relação aos anos anteriores, indicando maior disposição dos consumidores para viagens interestaduais ou de maior distância. Esse movimento, em conjunto, aponta para uma diversificação dos meios de transporte, refletindo mudanças no perfil das viagens e no comportamento dos foliões mossoroenses ao longo do tempo.

Tabela 9 Para quem irá sair de casa, meio de transporte utilizado:

	2023	2024	2025	2026
Carro/Moto	88,7%	82,7%	87,8%	76,4%
Ônibus/Vans	8,5%	13%	7%	14%
Avião	2,1%	4,3%	1,9%	7,4%
App	0,7%	0%	3,3%	1,3%
Outros	0%	0%	0%	0,9%

Gastos

O padrão de gastos dos consumidores de Mossoró para o Carnaval revela uma forte concentração na faixa intermediária de consumo, com destaque para os que pretendem gastar entre R\$ 101 e R\$ 300, percentual que alcança 50,3% dos entrevistados. Esse resultado indica um comportamento mais cauteloso, com planejamento financeiro mais definido e foco em despesas moderadas. Observa-se também uma redução expressiva dos gastos de menor valor, já que apenas 2,8% afirmaram intenção de gastar até R\$ 100. Por outro lado, chama atenção a presença de 13,9% que pretendem gastar mais de R\$ 1.000, evidenciando a coexistência de um público com maior poder de consumo, ainda que minoritário. A baixa proporção de indecisos (4,9%) reforça que, em 2026, o consumidor chega ao período carnavalesco com decisões mais claras sobre quanto pretende desembolsar.

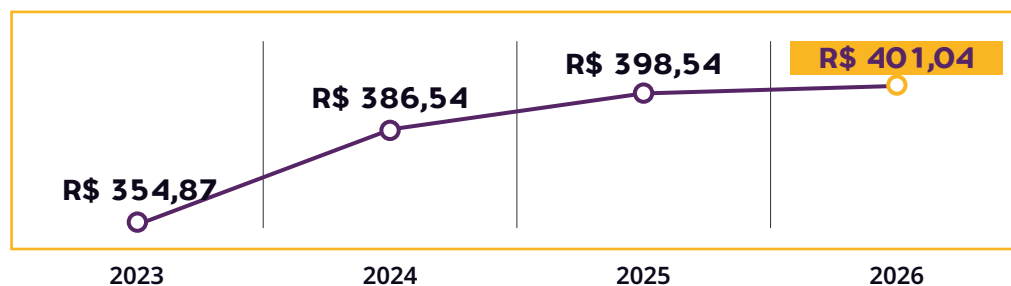
Ao comparar com os anos anteriores, percebe-se uma mudança relevante na estrutura dos gastos. Entre 2023 e 2025, houve crescimento gradual das faixas entre R\$ 301 e R\$ 500 e R\$ 501 e R\$ 1.000, refletindo uma tendência de elevação do ticket médio. Em 2026, entretanto, essa dinâmica se altera: a faixa de R\$ 301 a R\$ 500 sofre forte retração, enquanto a de R\$ 101 a R\$ 300 assume papel central, sugerindo uma readequação do orçamento das famílias diante de um contexto econômico mais desafiador. Ao mesmo tempo, o aumento do percentual que pretende gastar mais de R\$ 1.000, após dois anos de queda, indica uma polarização do consumo, com parte da população reduzindo gastos e outra mantendo — ou retomando — níveis mais elevados de despesa. Esse cenário reforça a necessidade de estratégias comerciais segmentadas, capazes de atender tanto o consumidor mais sensível a preço quanto aquele disposto a gastar mais no período carnavalesco.

Tabela 10 Quanto pretende gastar com compras neste carnaval?

	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 100	8,4%	9,2%	7,3%	2,8%
Entre R\$ 101 e R\$ 300	25,7%	28,8%	34,3%	50,3%
Entre R\$ 301 e R\$ 500	21,2%	28,5%	35%	14,9%
Entre R\$ 501 e R\$ 1.000	11,5%	14,6%	16,1%	13,2%
Mais de R\$ 1.000	12,4%	9,6%	6,2%	13,9%
Não sabe	20,8%	9,2%	1,1%	4,9%

A pretensão de gasto médio dos consumidores de Mossoró para o Carnaval alcança R\$ 401,04, consolidando-se acima da marca dos R\$ 400 pela primeira vez na série histórica analisada. Esse resultado indica um nível de consumo mais elevado e estável, sugerindo maior disposição para gastos no período carnavalesco, mesmo em um contexto de maior cautela observado em parte do comportamento dos consumidores. O valor reflete não apenas despesas com itens essenciais ao Carnaval, como alimentação e bebidas, mas também gastos com transporte, lazer e experiências associadas ao período festivo, reforçando a importância econômica da data para o comércio local.

Entre 2023 e 2024, houve um aumento, passando de R\$ 354,87 para R\$ 386,54, variação que sinaliza retomada do consumo após um período mais contido. Já entre 2024 e 2025, o crescimento se manteve, porém em ritmo mais moderado, alcançando R\$ 398,54. Em 2026, embora o avanço em relação a 2025 seja mais discreto, o dado confirma a manutenção de um patamar elevado de gastos, indicando maturidade no comportamento de consumo e maior previsibilidade para o planejamento do setor produtivo. Esse movimento contínuo reforça a relevância do Carnaval como vetor de dinamização da economia mossoroense, especialmente para os segmentos de comércio e serviços.

Gráfico 7 Gasto médio, por ano:

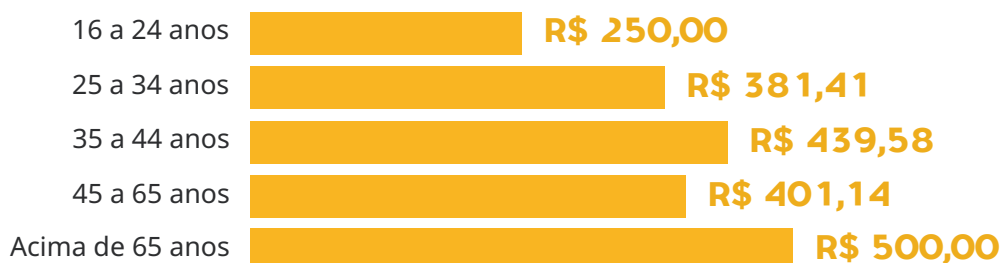
Os dados deste ano revelam diferenças expressivas na pretensão de gasto médio conforme o perfil dos consumidores, reforçando a influência direta de fatores socioeconômicos no volume de recursos destinados ao Carnaval. Entre os gêneros, os homens apresentam gasto médio significativamente superior (R\$ 486,99) em relação às mulheres (R\$ 312,68).

Gráfico 8 Gasto médio, por gênero:



Por faixa etária, observa-se uma evolução progressiva dos valores à medida que aumenta a idade e a estabilidade financeira: os jovens de 16 a 24 anos registram o menor gasto médio (R\$ 250,00), enquanto os grupos de 35 a 44 anos (R\$ 439,58) e 45 a 65 anos (R\$ 401,14) apresentam patamares mais elevados. O maior valor médio aparece entre os idosos (65+), com R\$ 500,00, indicando um consumo mais seletivo, porém com maior desembolso individual.

Gráfico 9 Gasto médio, por faixa etária:



No recorte educacional, o contraste é ainda mais evidente: entrevistados com ensino superior ou mais declaram gasto médio de R\$ 545,42, bem acima daqueles com ensino médio (R\$ 237,89) e fundamental (R\$ 228,57).

Gráfico 10 Gasto médio, por escolaridade:

A renda confirma esse padrão, com forte escalonamento do gasto: consumidores com até dois salários-mínimos pretendem gastar, em média, R\$ 215,00, enquanto os grupos com 6 a 10 salários-mínimos (R\$ 798,81) e acima de 10 salários-mínimos (R\$ 805,56) concentram os maiores valores.

A análise do perfil de gastos evidencia que o Carnaval de 2026 tende a ser impulsionado principalmente pelos segmentos de maior renda e escolaridade, que, embora não representem a maioria da população, exercem forte impacto sobre a movimentação econômica total. Esses consumidores apresentam maior capacidade de consumo e maior disposição para gastos elevados, especialmente em itens ligados a lazer, viagens e experiências. Por outro lado, os grupos de menor renda e escolaridade demonstram comportamento mais cauteloso, com gastos médios significativamente inferiores, refletindo restrições orçamentárias e maior sensibilidade aos preços. Para o comércio e o setor de serviços, os resultados indicam a importância de estratégias segmentadas, combinando ofertas acessíveis para o público de menor poder aquisitivo com produtos e serviços de maior valor agregado voltados aos consumidores de renda mais elevada, potencializando assim o desempenho econômico no período carnavalesco.

Gráfico 11 Gasto médio, por renda:

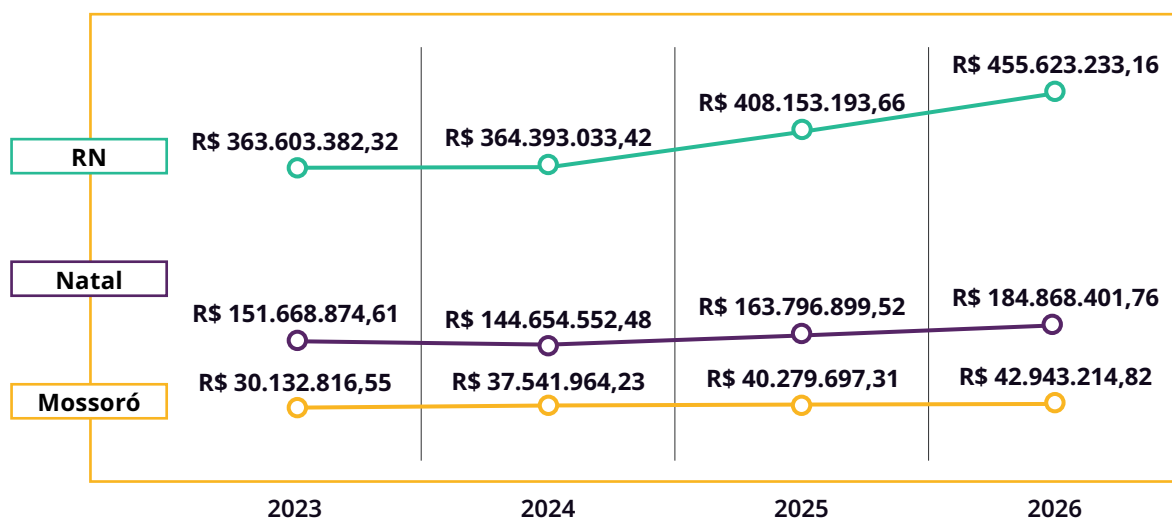
Movimentação econômica

No Rio Grande do Norte, a estimativa de movimentação econômica do Carnaval evidencia uma trajetória consistente de crescimento ao longo da série histórica. Em 2023, o volume movimentado foi de aproximadamente R\$ 363,6 milhões, avançando para R\$ 364,4 milhões em 2024 e alcançando R\$ 408,2 milhões em 2025. Para 2026, a projeção sobe para R\$ 455,6 milhões, consolidando um aumento acumulado expressivo no período. Esse desempenho reflete a ampliação gradual das intenções de consumo, maior circulação de pessoas e fortalecimento das atividades ligadas ao turismo, comércio e serviços, reforçando a relevância do Carnaval como vetor econômico para o estado.

Em Natal, capital e principal polo urbano do RN, a movimentação apresenta um comportamento de oscilação seguida de retomada e crescimento. Após movimentar R\$ 151,7 milhões em 2023, observa-se uma retração em 2024, quando o montante cai para R\$ 144,7 milhões, possivelmente associada a fatores conjunturais ou ajustes no perfil de consumo. Contudo, em 2025 ocorre uma recuperação significativa, com a movimentação atingindo R\$ 163,8 milhões, e, em 2026, a estimativa chega a R\$ 184,9 milhões, o maior valor da série. Esse resultado indica o fortalecimento do Carnaval na capital, impulsionado pela retomada da confiança do consumidor e pelo aumento dos gastos médios no período.

Já em Mossoró, a movimentação econômica do Carnaval demonstra um crescimento contínuo e sustentado ao longo dos anos analisados. O volume estimado passa de R\$ 30,1 milhões em 2023 para R\$ 37,5 milhões em 2024, avançando para R\$ 40,3 milhões em 2025 e atingindo R\$ 42,9 milhões em 2026. Embora em valores absolutos seja inferior ao da capital, o desempenho evidencia a consolidação do evento como um importante indutor da economia local, com impactos positivos para o comércio, serviços e setores ligados ao lazer e à hospitalidade, reforçando o papel de Mossoró no cenário econômico regional durante o período carnavalesco.

Gráfico 12 Projeção de movimentação econômica:





Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC