

Pesquisa de
Intenções de
Compras para o

Dia das Crianças

Natal • Mossoró • Parnamirim

Setembro 2026



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

Beatriz Silva Melo

Debora Soares da Cruz

Fernanda Lobato de Araújo

Franciana Karla de Souza Lima

Hugo Sergio Zacarias Ribeiro

Jacqueline Aires C. Paiva

Josiel Soares da Costa

Luanna Shirley de Medeiros Cunha

Maria Eduarda Aires Paiva Leal

Maria Glória Pinto Aguiar

Naftaly Alves Cunha

Ozilma Maria Mendonça

Rogério Mateus Antunes de Carvalho

Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução	04
2. Aspectos técnicos	05
3. Síntese dos resultados	06
Intenções de compras	06
Perfil de quem vai às compras	07
Motivos para não presentear	09
Presenteados	10
Itens de interesse e motivação para comprar	12
Formas de pagamento e características da compra	16
Passeios e comemorações	23
Gastos com presentes	26
Gastos com passeios ou comemorações	30
Movimentação econômica estimada	32
Percepção econômica	32

1

Introdução

O Dia das Crianças figura entre as principais datas comemorativas do segundo semestre e exerce importante influência sobre o comércio varejista, especialmente nos segmentos de brinquedos, vestuário, calçados, eletrônicos e outros produtos voltados ao público infantil. A movimentação no comércio associada à data ocorre em razão do hábito de presentear filhos, sobrinhos, netos, afilhados e outras crianças do convívio familiar ou social, ampliando o potencial de consumo durante o período.

A presente pesquisa tem como objetivo oferecer um direcionamento sobre o comportamento dos consumidores em uma data comemorativa de significativa relevância para o varejo, reunindo informações relacionadas à intenção de presentear, aos produtos mais procurados, às preferências e aos hábitos de compra, ao valor que se pretende gastar, às formas de pagamento, aos locais escolhidos para aquisição dos presentes e à percepção dos consumidores em relação aos preços, entre outros aspectos.

Os dados levantados constituem uma importante fonte de informações sobre o comportamento de compra dos consumidores no período que antecede o Dia das Crianças. Essas informações podem subsidiar o planejamento de ações comerciais, estratégias promocionais, definição de estoques e demais iniciativas adotadas pelos estabelecimentos, além de contribuir para uma melhor compreensão do perfil de consumo esperado para a data.

Diante da necessidade de compreender a dinâmica do mercado, acompanhar as mudanças no comportamento dos consumidores e apoiar a tomada de decisões estratégicas, comerciantes, empresários e demais agentes econômicos têm encontrado nas pesquisas realizadas pela Fecomércio RN uma importante ferramenta de monitoramento do mercado potiguar. Com a divulgação desses estudos, busca-se atender às necessidades de informação dos diversos segmentos empresariais, contribuindo para o planejamento do comércio e para a disseminação de conhecimento sobre o comportamento do consumidor.

2

Aspectos técnicos

A coleta das informações ocorreu no período de 03 a 12 de setembro. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação, análise dos dados e para a divulgação dos mesmos com alguma antecedência em relação à data comemorativa, quando é celebrado o Dia das Crianças. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. A base analisada reúne 1.618 registros de consumidores das cidades de Natal (611), Mossoró (506) e Parnamirim (501), distribuídos proporcionalmente por regiões de cada um dos municípios. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado, foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral aproximado de 4 pontos percentuais.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Nesta situação, as somas dos percentuais das respostas a essas questões, ultrapassariam a cem por cento.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que nos auxiliem a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

3

Síntese dos resultados

Intenções de compras

Em Natal, a intenção de comprar presentes passou de 69,8% em 2025 para 72,7% em 2026, avanço de 2,9 pontos percentuais, e maior percentual da série histórica. A parcela dos que não pretendem presentear, por sua vez, é a menor desde 2022, e recuou para 27,3%.

Tabela 1. Natal — Intenção de presentear no Dia das Crianças:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	63,7%	67,6%	67,9%	69,8%	72,7%
Não	36,3%	32,4%	32,1%	30,2%	27,3%

Em Mossoró, a intenção de comprar presentes também alcançou o maior patamar desde 2022, subindo de 57,8% em 2025 para 60,5% em 2026, aumento de 2,7 pontos percentuais. Os que não pretendem comprar representam 39,5% dos entrevistados.

Tabela 2. Mossoró — Intenção de presentear no Dia das Crianças:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	49,4%	56,9%	53,6%	57,8%	60,5%
Não	50,6%	43,1%	46,4%	42,2%	39,5%

Em Parnamirim, 63,3% dos entrevistados pretendem comprar presentes em 2026. A intenção de presentear predomina, enquanto 36,7% não planejam realizar compras para a data.

Tabela 3. Parnamirim — Intenção de presentear no Dia das Crianças:

	2026
Sim	63,3%
Não	36,7%

Perfil de quem vai às compras

Em 2026, a intenção de presentear em Natal é próxima entre homens (73,1%) e mulheres (72,3%). Entre as faixas etárias, o maior percentual aparece no grupo de 35 a 44 anos (76%), enquanto os jovens de 18 a 24 anos registram 65,5% de intenções. Em relação à escolaridade a predisposição é maior entre aqueles que possuem o ensino fundamental (78,9%), e por renda, quem ganha acima de 10 salários-mínimos (83,3%) é o grupo com maior intenção.

Tabela 4. Natal - Intenção de presentear por gênero:

	Sim	Não
Feminino	72,3%	27,7%
Masculino	73,1%	26,9%

Tabela 5. Natal - Intenção de presentear por faixa etária:

	Sim	Não
18 a 24 anos	65,5%	34,5%
25 a 34 anos	74,6%	25,4%
35 a 44 anos	76%	24%
Acima de 45 anos	72,4%	27,6%

Tabela 6. Natal - Intenção de presentear por escolaridade:

	Sim	Não
Ensino fundamental	78,9%	21,1%
Ensino médio	74%	26%
Ensino superior ou mais	69,9%	30,1%

Tabela 7. Natal - Intenção de presentear por renda mensal familiar:

	Sim	Não
Até 2 SM	71,7%	28,3%
De 2 a 5 SM	74%	26%
De 5 a 10 SM	70,5%	29,5%
Acima de 10 SM	83,3%	16,7%
Não respondeu	66,7%	33,3%

Em Mossoró, as mulheres apresentam maior intenção de presentear (64,4%) do que os homens (55,4%) em 2026. O grupo de 35 a 44 anos se destaca entre as faixas etárias, com 73,1%, assim como aqueles que possuem renda entre 5 a 10 salários-mínimos (77,3%).

Tabela 8. Mossoró - Intenção de presentear por gênero:

	Sim	Não
Feminino	64,4%	35,6%
Masculino	55,4%	44,6%

Tabela 9. Mossoró - Intenção de presentear por faixa etária:

	Sim	Não
18 a 24 anos	49%	51%
25 a 34 anos	56,7%	43,3%
35 a 44 anos	73,1%	26,9%
Acima de 45 anos	57,1%	42,9%

Tabela 10. Mossoró - Intenção de presentear por escolaridade:

	Sim	Não
Ensino fundamental	48,4%	51,6%
Ensino médio	58%	42%
Ensino superior ou mais	64,8%	35,2%

Tabela 11. Mossoró - Intenção de presentear por renda mensal familiar:

	Sim	Não
Até 2 SM	49,5%	50,5%
De 2 a 5 SM	71,6%	28,4%
De 5 a 10 SM	77,3%	22,7%
Acima de 10 SM	60%	40%
Não respondeu	45,9%	54,1%

Em Parnamirim, a intenção de comprar presentes é maior entre as mulheres (67,2%) do que entre os homens (58,8%). Por idade, os grupos de 25 a 34 anos (72,7%) e de 35 a 44 anos (70,6%) apresentam os maiores percentuais em 2026. Quem tem o ensino fundamental (70,1%) e as pessoas com renda mensal familiar na faixa entre 5 e 10 salários-mínimos (68%) são os mais dispostos a presentear na data.

Tabela 12. Parnamirim - Intenção de presentear por gênero:

	Sim	Não
Feminino	67,2%	32,8%
Masculino	58,8%	41,2%

Tabela 13. Parnamirim - Intenção de presentear por faixa etária:

	Sim	Não
18 a 24 anos	51,7%	48,3%
25 a 34 anos	72,7%	27,3%
35 a 44 anos	70,6%	29,4%
Acima de 45 anos	55,8%	44,2%

Tabela 14. Parnamirim - Intenção de presentear por escolaridade:

	Sim	Não
Ensino fundamental	70,1%	29,9%
Ensino médio	61,9%	38,1%
Ensino superior ou mais	62,8%	37,2%

Tabela 15. Parnamirim - Intenção de presentear por renda mensal familiar:

	Sim	Não
Até 2 SM	64,2%	35,8%
De 2 a 5 SM	61,5%	38,5%
De 5 a 10 SM	68%	32%
Acima de 10 SM	66,7%	33,3%
Não respondeu	47,1%	52,9%

Motivos para não presentear

Não ter quem presentear segue como o principal motivo para não comprar em Natal, embora tenha recuado de 65,3% em 2025 para 61% em 2026. A falta de dinheiro passou de 19,1% para 18,4%, enquanto não gostar ou não comemorar a data aumentou de 4,6% para 8,1%.

Tabela 16. Natal — Motivos para não presentear:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Não tem quem presentear	59,2%	60,7%	52,2%	65,3%	61%
Falta de dinheiro	27,7%	21,9%	30,1%	19,1%	18,4%
Não gosta/Não comemora	3,9%	5,1%	5,4%	4,6%	8,1%
Poupar	10,7%	6,7%	8,6%	8,7%	5,9%
Dívidas/Contas em atraso	6,8%	2,8%	3,2%	3,5%	2,9%
Distância das pessoas	5,8%	2,2%	7,5%	4,6%	2,2%
Desemprego	2,4%	2,2%	3,8%	4%	1,5%
Outros	0,5%	0%	0%	0%	4,4%

Em Mossoró, não ter quem presentear aumentou de 46,2% em 2025 para 53,5% em 2026. A falta de dinheiro perdeu participação, passando de 34,2% para 21,5%, mas a menção a dívidas ou contas em atraso cresceu de 5,4% para 9%.

Tabela 17. Mossoró — Motivos para não presentear:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Não tem quem presentear	59,2%	55,9%	74,2%	46,2%	53,5%
Falta de dinheiro	34,7%	24,9%	18,7%	34,2%	21,5%
Dívidas/Contas em atraso	6,5%	7,8%	1,8%	5,4%	9%
Não gosta/Não comemora	5,7%	7,8%	5,8%	4,9%	8,5%
Desemprego	9,8%	4,5%	4,4%	6,5%	6,5%
Distância das pessoas	3,7%	5,7%	2,2%	4,3%	4,5%
Poupar	7,3%	7,8%	2,2%	4,9%	3%
Outros	0%	0%	0%	5,4%	2%

Entre os que não pretendem comprar em Parnamirim, não ter quem presentear é o motivo mais citado (66,5%), seguido pela falta de dinheiro (18,2%). Poupar aparece em terceiro lugar, com 5,3% das respostas válidas em 2026.

Tabela 18. Parnamirim — Motivos para não presentear:

Múltiplas respostas

	2026
Não tem quem presentear	66,5%
Falta de dinheiro	18,2%
Poupar	5,3%
Não gosta/Não comemora	4,7%
Dívidas/Contas em atraso	3,5%
Distância das pessoas	1,2%
Desemprego	0,6%
Outros	2,4%

Presenteados

Os filhos continuam como os principais destinatários dos presentes em Natal, com 47,1% em 2026, ante 47% em 2025. Sobrinhos seguem em segundo lugar, com leve recuo de 32,8% para 32%, e afilhados passaram de 10,9% para 9%.

Tabela 19. Natal - Pessoas a serem presenteadas:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Filho	50,4%	48,2%	49,6%	47%	47,1%
Sobrinho	28,2%	36%	32,3%	32,8%	32%
Neto	16,4%	12,7%	13%	10,5%	10,8%
Afilhado	10,4%	12,7%	9,8%	10,9%	9%
Irmão	5,2%	4,6%	6,6%	8,1%	7,7%
Enteado	2,1%	0,5%	1,2%	1%	1,4%
Filho de amigos	2,1%	2,4%	2%	1,9%	0,9%
Outras	4,2%	5,5%	5,1%	6,2%	7,7%

Em Mossoró, os filhos permanecem à frente entre os presenteados, mas recuaram de 55,6% em 2025 para 49,5% em 2026. Sobrinhos passaram de 38,1% para 36,7%, enquanto afilhados ganharam participação, subindo de 16,1% para 18,5%.

Tabela 20. Mossoró - Pessoas a serem presenteadas:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Filho	56,6%	54,6%	55,2%	55,6%	49,5%
Sobrinho	23,7%	30,6%	30,6%	38,1%	36,7%
Afilhado	6%	12,3%	6%	16,1%	18,5%
Neto	20,9%	17,9%	19%	19,6%	16,4%
Filho de amigos	1,2%	0,9%	5,2%	0,3%	3,2%
Irmão	1,2%	2,5%	1,1%	1,4%	3,2%
Enteado	0,8%	1,9%	1,1%	2,8%	1,1%
Outras	2,8%	2,8%	1,9%	0,7%	2,8%

Em Parnamirim, os filhos são os destinatários mais citados dos presentes em 2026 (52,7%), seguidos pelos sobrinhos (30,3%). Netos (14,2%) e afilhados (12,6%) também aparecem entre os principais grupos mencionados.

Tabela 21. Parnamirim - Pessoas a serem presenteadas:

Múltiplas respostas

	2026
Filho	52,7%
Sobrinho	30,3%
Neto	14,2%
Afilhado	12,6%
Irmão	8,2%
Enteado	1,3%
Filho de amigos	0,9%
Outras	4,7%

Itens de interesse e motivação para comprar

Os brinquedos continuam liderando as intenções de compra em Natal neste Dia das Crianças, mas passaram de 62,2% em 2025 para 59% em 2026. Vestuário também recuou, de 32,8% para 25,9%, enquanto jogos educativos avançaram de 4,3% para 6,1%.

Tabela 22. Natal — Produtos que pretende comprar:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Brinquedos	53,3%	59,2%	58,8%	62,2%	59%
Vestuário	37,6%	32,6%	35,8%	32,8%	25,9%
Calçados	9,7%	10,1%	10,5%	7,4%	6,5%
Jogos educativos	3,7%	1,7%	1%	4,3%	6,1%
Eletrônicos	5,2%	4,8%	3,9%	2,4%	4,7%
Perfume/Cosmético	1,6%	2,4%	2,7%	1,2%	3,4%
Livros	1%	1,7%	1,5%	2,1%	1,4%
Outros	8,9%	7,4%	7,4%	6,7%	7%

Em Mossoró, os brinquedos mantêm a liderança, com 54,8% das intenções em 2026, embora tenham recuado 15,2 pontos percentuais frente a 2025 (70%). Os jogos educativos cresceram de 4,9% para 12,8%, enquanto vestuário passou de 43,2% para 39,5%.

Tabela 23. Mossoró — Produtos que pretende comprar:

Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Brinquedos	57,4%	60,2%	61,6%	70%	54,8%
Vestuário	33,3%	37%	28,7%	43,2%	39,5%
Jogos educativos	2,8%	4,9%	3%	4,9%	12,8%
Calçados	6,8%	13,3%	9%	11,8%	6,4%
Eletrônicos	4,4%	2,2%	2,6%	13,2%	6%
Artigos esportivos	2,8%	1,5%	3,7%	0,7%	3,2%
Alimentação	0,4%	4,6%	3,7%	0,7%	2,8%
Outros	15,3%	10,5%	9,3%	5,6%	6,8%

Os brinquedos (54,3%) e itens de vestuário (39,1%) lideram as intenções de compra de presentes em Parnamirim em 2026. Calçados aparecem em seguida, com 7,3%, e as demais categorias têm participações menores.

Tabela 24. Parnamirim — Produtos que pretende comprar: Múltiplas respostas

	2026
Brinquedos	54,3%
Vestuário	39,1%
Calçados	7,3%
Eletrônicos	2,5%
Perfume/Cosmético	2,5%
Jogos educativos	1,6%
Livros	1,3%
Outros	5,7%

As ofertas e promoções seguem como o principal fator de escolha do presente em Natal, com 58,8% em 2026, ante 63,9% em 2025. A marca do produto como influência para a compra passou de 17,1% para 16,2%, enquanto a propaganda ganhou participação, de 2,6% para 4,9%.

Tabela 25. Natal — Motivador para escolha do presente:

	2022	2023	2024	2025	2026
Ofertas e promoções	60,7%	65,3%	64,4%	63,9%	58,8%
Marca do produto	19,1%	11,8%	19,2%	17,1%	16,2%
Formas de pagamento	5,8%	7,5%	3,9%	5,2%	5,9%
Propaganda	0,5%	1,7%	2,4%	2,6%	4,9%
Indicação de amigos ou parentes	1,6%	3,1%	2%	3,6%	2,9%
Brindes	1,6%	0,2%	1%	0,7%	1,6%
Nome da loja	0,8%	0,5%	0,7%	0,7%	1,1%
Outro	9,9%	9,9%	6,4%	6,2%	8,6%

Em Mossoró, as ofertas e promoções ampliaram sua participação de 60,5% em 2025 para 63% em 2026. A marca do produto caiu de 16,1% para 11,7%, ficando no mesmo patamar das indicações de amigos ou parentes, também com 11,7%.

Tabela 26. Mossoró — Motivador para escolha do presente:

	2022	2023	2024	2025	2026
Ofertas e promoções	51,8%	60,3%	63,4%	60,5%	63%
Marca do produto	12,9%	22,2%	14,2%	16,1%	11,7%
Indicação de amigos ou parentes	2,8%	4,6%	3,3%	13,6%	11,7%
Formas de pagamento	4,4%	3,1%	5,6%	0,4%	2,5%
Localização da loja	8%	4,3%	4,5%	4,2%	1,8%
Brindes	4,8%	0,3%	1,9%	1,1%	1,8%
Propaganda	2,4%	1,5%	1,5%	1%	0,7%
Outro	12,9%	3,7%	5,6%	3,1%	6,8%

Em Parnamirim, as ofertas e promoções orientam a escolha do presente para 66,6% dos respondentes em 2026. A marca do produto vem em segundo lugar, com 15,2%, seguida pelas formas de pagamento, com 4,1%.

Tabela 27. Parnamirim — Motivador para escolha do presente:

	2026
Ofertas e promoções	66,6%
Marca do produto	15,2%
Formas de pagamento	4,1%
Propaganda	2,8%
Brindes	2,5%
Indicação de amigos ou parentes	0,6%
Localização da loja	0,6%
Outro	7,6%

Entre os consumidores de Natal, a compra de dois presentes passou de 35,6% em 2025 para 38,1% em 2026 e tornou-se a opção mais frequente pela primeira vez em toda a série histórica. A intenção de comprar apenas um caiu de 39,2% para 32,4%, enquanto a compra de quatro ou mais presentes subiu de 14% para 16,9%.

Tabela 28. Natal — Quantidade de presentes que pretende comprar:

	2022	2023	2024	2025	2026
Um	45,4%	36,9%	41,1%	39,2%	32,4%
Dois	29,3%	35,8%	32,3%	35,6%	38,1%
Três	10,7%	9,1%	12,4%	11,2%	12,6%
Quatro ou mais	14,6%	18,2%	14,2%	14%	16,9%

Em Mossoró, o destaque é do crescimento da intenção de comprar quatro ou mais presentes, que subiu de 10,1% em 2025 para 20,6% em 2026. A compra de dois presentes ainda constitui a opção mais frequente (32%), apesar do recuo de 8,6 pontos percentuais.

Tabela 29. Mossoró — Quantidade de presentes que pretende comprar:

	2022	2023	2024	2025	2026
Um	49,4%	40,6%	41%	34,3%	29,2%
Dois	26,9%	28,3%	35,5%	40,6%	32%
Três	14,5%	16,9%	14,2%	15%	18,2%
Quatro ou mais	9,2%	14,2%	9,3%	10,1%	20,6%

Em Parnamirim, as intenções de comprar um presente (33,1%) ou dois (33,8%) são praticamente iguais e concentram 66,9% das respostas em 2026. Outros 15,1% planejam comprar três presentes e 18% planejam adquirir quatro ou mais itens.

Tabela 30. Parnamirim — Quantidade de presentes que pretende comprar:

	2026
Um	33,1%
Dois	33,8%
Três	15,1%
Quatro ou mais	18%

A parcela dos consumidores que pretende manter a quantidade de produtos comprada no ano anterior caiu de 62,8% em 2025 para 52% em 2026, mas ainda é a maioria em Natal. A intenção de comprar menos produtos aumentou de 12,7% para 22,1%, enquanto aqueles que querem comprar mais passou de 24,5% para 25,9%.

Tabela 31. Natal — Quantidade de produtos que pretende comprar em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Mesma quantidade	66,5%	57,1%	57,1%	62,8%	52%
Mais produtos	18,6%	25,9%	29,4%	24,5%	25,9%
Menos produtos	14,9%	17%	13,5%	12,7%	22,1%

Em Mossoró, manter a quantidade de produtos comprada no ano anterior passou de 59,6% das respostas em 2025 para 70,5% em 2026. A intenção de comprar mais caiu de 30,3% para 16%, e a de comprar menos subiu de 10,1% para 13,5%.

Tabela 32. Mossoró — Quantidade de produtos que pretende comprar em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Mesma quantidade	64,3%	76,9%	67,2%	59,6%	70,5%
Mais produtos	22,1%	15,4%	25%	30,3%	16%
Menos produtos	13,6%	7,7%	7,8%	10,1%	13,5%

Em Parnamirim, 57,1% dos respondentes de 2026 pretendem comprar a mesma quantidade de produtos do ano anterior. A intenção de comprar mais (25,2%) supera a de comprar menos (17,7%).

Tabela 33. Parnamirim — Quantidade de produtos que pretende comprar em relação ao ano anterior:

	2026
Mesma quantidade	57,1%
Mais produtos	25,2%
Menos produtos	17,7%

Formas de pagamento e características da compra

Em Natal, o cartão de crédito passou de 40,6% em 2025 para 43% em 2026 e segue como a principal forma de pagamento dos presentes. O PIX cresceu de 36,1% para 37,8%, enquanto o dinheiro recuou ao menor patamar da série, de 13,8% para 9,5%.

Tabela 34. Natal — Forma de pagamento pretendida:

	2022	2023	2024	2025	2026
Cartão de crédito	45%	40,6%	44,4%	40,6%	43%
PIX	26,7%	25%	37,5%	36,1%	37,8%
Dinheiro	14,9%	24%	10%	13,8%	9,5%
Cartão de débito	13,4%	9,9%	8,1%	9%	8,6%
Boleto	0%	0,5%	0%	0%	0%
Outra	0%	0%	0%	0,5%	0%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	1,1%

Em Mossoró, o cartão de crédito permanece à frente, com 51,6% em 2026, embora tenha recuado frente aos 53,7% de 2025. O PIX (passou de 24% para 27,4%) e o dinheiro (passou de 10,8% para 12,4%) ampliaram sua participação.

Tabela 35. Mossoró — Forma de pagamento pretendida:

	2022	2023	2024	2025	2026
Cartão de crédito	55,8%	47,4%	48,1%	53,7%	51,6%
PIX	9,6%	16,3%	19%	24%	27,4%
Dinheiro	17,3%	19,7%	20,2%	10,8%	12,4%
Cartão de débito	17,3%	15,7%	12,7%	9,8%	8,2%
Boleto	0%	0,6%	0%	0%	0%
Outra	0%	0,3%	0%	1,7%	0%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	0,4%

Em Parnamirim, o PIX (39,4%) e o cartão de crédito (38,8%) concentram as preferências de pagamento em 2026, com pequena diferença entre eles. O dinheiro aparece em terceiro lugar, com 13,9%.

Tabela 36. Parnamirim — Forma de pagamento pretendida:

	2026
PIX	39,4%
Cartão de crédito	38,8%
Dinheiro	13,9%
Cartão de débito	5,4%
Não sabe/Não respondeu	2,5%

Em Natal, as compras na semana do Dia das Crianças seguem predominando, mas passaram de 70,5% em 2025 para 64,6% em 2026. A parcela que já havia comprado aumentou de 5,2% para 9%, e a compra com quinze dias de antecedência passou de 22,6% para 24,3%.

Tabela 37. Natal — Período da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Na semana do dia das crianças	66,6%	67,5%	70,3%	70,5%	64,6%
Quinze dias antes	27,4%	25,3%	21,6%	22,6%	24,3%
Já comprou	4,7%	5,5%	7,1%	5,2%	9%
Depois do dia das crianças	1,3%	1,7%	1%	1,7%	0,7%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	1,4%

Em Mossoró, 74% pretendem comprar o presente na semana do Dia das Crianças 2026, ante 78,7% em 2025. A compra quinze dias antes ganhou participação, subindo de 18,1% para 19,9%, mas a concentração das compras mais próxima à data permanece elevada.

Tabela 38. Mossoró — Período da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Na semana do dia das crianças	81,1%	56%	71,3%	78,7%	74%
Quinze dias antes	16,9%	36,9%	25,7%	18,1%	19,9%
Já comprou	1,6%	7,1%	2,6%	2,8%	3,2%
Depois do dia das crianças	0,4%	0%	0,4%	0,4%	2,5%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	0,4%

Em Parnamirim, 65,9% pretendem realizar as compras na semana do Dia das Crianças em 2026. Outros 21,2% planejam comprar quinze dias antes, enquanto 10,4% já haviam adquirido os presentes no momento da pesquisa.

Tabela 39. Parnamirim — Período da compra:

	2026
Na semana do dia das crianças	65,9%
Quinze dias antes	21,2%
Já comprou	10,4%
Depois do dia das crianças	0,6%
Não sabe/Não respondeu	1,9%

Em Natal, a compra pela internet cresceu de 19,3% em 2025 para 30% em 2026, aproximando-se do percentual daqueles que irão comprar no shopping (32,2%) e no comércio de rua (31,5%). O shopping registrou recuo de 10,4 pontos percentuais na preferência de compra.

Tabela 40. Natal — Local da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Shopping	39,6%	37,4%	51,7%	42,6%	32,2%
Comércio de rua	41,5%	37,3%	30,4%	33,1%	31,5%
Internet	14,7%	18,8%	12,3%	19,3%	30%
Autônomo/Revendedor	0,3%	2,2%	0,5%	1,7%	0,9%
Outro	3,9%	4,3%	5,1%	3,3%	5,4%

Em Mossoró, o comércio de rua continua liderando a preferência como local de compra dos presentes, com 39,5% em 2026, ante 45% em 2025. A opção de compra pela internet avançou de 16,7% para 20,7%, enquanto o shopping recuou de 36,9% para 32%.

Tabela 41. Mossoró — Local da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Comércio de rua	55,2%	51,8%	66,8%	45%	39,5%
Shopping	30,3%	31,5%	24,6%	36,9%	32%
Internet	9,7%	12,7%	8,2%	16,7%	20,7%
Autônomo/Revendedor	3,6%	2,5%	0,4%	0%	5,3%
Outro	1,2%	1,5%	0%	1,4%	2,5%

Em Parnamirim, o comércio de rua lidera os locais de compra em 2026, com 44,5% das respostas. Internet (25,9%) e shopping (25,5%) aparecem em seguida, com participações próximas.

Tabela 42. Parnamirim — Local da compra:

	2026
Comércio de rua	44,5%
Internet	25,9%
Shopping	25,5%
Autônomo/Revendedor	1,3%
Outro	2,8%

Em Natal, a parcela que pretende levar as crianças às compras caiu de 26,7% em 2025 para 25,7% em 2026. Comprar sem a companhia delas permanece predominante, com 74,3% das respostas.

Tabela 43. Natal — Intenção de levar as crianças no momento das compras:

	2022	2023	2024	2025	2026
Não	70,7%	70,3%	71,6%	73,3%	74,3%
Sim	29,3%	29,7%	28,4%	26,7%	25,7%

Em Mossoró, a intenção de levar as crianças às compras recuou de 35,2% em 2025 para 16,7% em 2026, queda de 18,5 pontos percentuais e menor patamar da série. A parcela que pretende comprar sem elas alcançou 83,3%.

Tabela 44. Mossoró — Intenção de levar as crianças no momento das compras:

	2022	2023	2024	2025	2026
Não	76,2%	72,6%	78,7%	64,8%	83,3%
Sim	23,8%	27,4%	21,3%	35,2%	16,7%

Em Parnamirim, 76,3% pretendem realizar as compras sem a companhia das crianças em 2026. Os que planejam levá-las representam 23,7% das respostas.

Tabela 45. Parnamirim — Intenção de levar as crianças no momento das compras:

	2026
Não	76,3%
Sim	23,7%

Na capital, a intenção de pesquisar preços no período do Dia das Crianças caiu de 75,5% em 2025 para 71,2% em 2026. Apesar do recuo de 4,3 pontos percentuais, a comparação de preços permanece como prática majoritária.

Tabela 46. Natal — Intenção de pesquisar preços:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	74,9%	71,3%	68,1%	75,5%	71,2%
Não	25,1%	28,7%	31,9%	24,5%	28,8%

Em Mossoró, a intenção de pesquisar preços passou de 70,7% em 2025 para 69% em 2026. A parcela que não pretende pesquisar aumentou de 29,3% para 31%.

Tabela 47. Mossoró — Intenção de pesquisar preços:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	77,4%	77,8%	69,4%	70,7%	69%
Não	22,6%	22,2%	30,6%	29,3%	31%

Em Parnamirim, 69,1% pretendem pesquisar preços antes de comprar em 2026. A comparação de valores predomina, enquanto 30,9% não planejam realizar essa pesquisa.

Tabela 48. Parnamirim — Intenção de pesquisar preços:

	2026
Sim	69,1%
Não	30,9%

Em Natal, o nível de preços reforçou sua liderança entre os fatores de atração das lojas, passando de 28,1% em 2025 para 32,7% em 2026. A variedade de produtos recuou de 27,9% para 25,2%, e a localização do estabelecimento das compras permaneceu próxima de 20%.

Tabela 49. Natal — Fatores que vão determinar o local das compras:

	2022	2023	2024	2025	2026
Nível de preços	34,4%	35,1%	30,8%	28,1%	32,7%
Variedade de produtos	26,5%	24,5%	27,4%	27,9%	25,2%
Localização	11%	15,4%	22%	20,2%	20%
Atendimento	5,3%	8,7%	6,6%	7,2%	8,8%
Qualidade dos produtos	9,2%	4,1%	2,9%	3,6%	3,4%
Conforto/Comodidade	2,6%	2,4%	1%	3,3%	2,7%
Facilidade de pagamento	1,8%	1,9%	3,4%	2,1%	2%
Outros	9,2%	7,9%	5,9%	7,6%	5,2%

O nível de preços praticado pelo local onde a compra será feita segue como o principal fator de atração das lojas em Mossoró, com 29,9% das respostas em 2026, ante 31,7% em 2025. A segurança do local, que nem aparecia nas respostas em 2022, ganhou participação, passando de 2,8% em 2025 para 9,3% em 2026, um aumento de 6,5 pontos percentuais.

Tabela 50. Mossoró — Fatores que vão determinar o local das compras:

	2022	2023	2024	2025	2026
Nível de preços	39,1%	40,6%	48,1%	31,7%	29,9%
Variedade de produtos	24,2%	31,1%	18,7%	19,2%	18,1%
Localização	4,4%	3,4%	7,9%	12,9%	13,9%
Segurança	0%	0,6%	1,1%	2,8%	9,3%
Qualidade dos produtos	7,7%	5,2%	8,2%	5,2%	6,4%
Atendimento	3,2%	6,8%	6,7%	9,8%	6,1%
Conforto/Comodidade	4,9%	4%	1,1%	6,6%	6%
Outros	16,5%	8,3%	8,2%	11,8%	10,3%

Em Parnamirim, o nível de preços também é o principal fator de atração das lojas em 2026 (41,6%). Variedade de produtos (20,8%) e localização (15,2%) aparecem em seguida, seguidos do atendimento (10,1%).

Tabela 51. Parnamirim — Fatores que vão determinar o local das compras:

	2026
Nível de preços	41,6%
Variedade de produtos	20,8%
Localização	15,2%
Atendimento	10,1%
Conforto/Comodidade	4,1%
Qualidade dos produtos	4,1%
Facilidade de pagamento	1,6%
Outros	2,5%

Em Natal, a intenção de comprar nas mesmas lojas do ano anterior variou pouco, de 23,1% em 2025 para 23,4% em 2026. A maioria, 76,6%, não pretende repetir os estabelecimentos.

Tabela 52. Natal — Intenção de comprar nas mesmas lojas do ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Não	73,1%	70,7%	77,6%	76,9%	76,6%
Sim	26,9%	29,3%	22,4%	23,1%	23,4%

Em Mossoró, a intenção de comprar nas mesmas lojas caiu de 30,3% em 2025 para 25,6% em 2026. Os que não pretendem repetir os estabelecimentos passaram de 69,7% para 74,4%.

Tabela 53. Mossoró — Intenção de comprar nas mesmas lojas do ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Não	72,5%	63,5%	54,5%	69,7%	74,4%
Sim	27,5%	36,5%	45,5%	30,3%	25,6%

Em Parnamirim, 82% não pretendem comprar nas mesmas lojas em 2026. Apenas 18% indicam intenção de repetir os estabelecimentos.

Tabela 54. Parnamirim — Intenção de comprar nas mesmas lojas do ano anterior:

	2026
Não	82%
Sim	18%

Em Natal, a parcela dos entrevistados que pretendem gastar mais do que no ano anterior recuou de 53,1% em 2025 para 43% em 2026. Aqueles que pretendem manter o mesmo padrão de gastos aumentou de 36,6% para 40,8%, e os que têm a intenção de gastar menos do que no ano anterior passou de 10,3% para 16,2%.

Tabela 55. Natal — Intenção de gastos em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Maior	58%	45,2%	52,1%	53,1%	43%
Igual	28,2%	40,5%	33,8%	36,6%	40,8%
Menor	13,8%	14,3%	14,1%	10,3%	16,2%

Em Mossoró, manter o gasto do ano anterior continua sendo a resposta mais frequente, com 48,8% em 2026, ante 47% em 2025. A intenção de gastar mais caiu de 46,4% para 41,6%, enquanto gastar menos subiu de 6,6% para 9,6%.

Tabela 56. Mossoró — Intenção de gastos em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Igual	44,6%	35,4%	41,4%	47%	48,8%
Maior	41%	59,7%	50%	46,4%	41,6%
Menor	14,4%	4,9%	8,6%	6,6%	9,6%

Em Parnamirim, 43,8% dos respondentes de 2026 pretendem gastar mais do que no ano anterior e 40,1% planejam manter o valor. A intenção de reduzir o gasto reúne 16,1% das respostas.

Tabela 57. Parnamirim — Intenção de gastos em relação ao ano anterior:

	2026
Maior	43,8%
Igual	40,1%
Menor	16,1%

Passeios e comemorações

Em Natal, a intenção de realizar algum passeio ou comemoração com as crianças passou de 33,2% em 2025 para 34,2% em 2026, aumento de 1 ponto percentual. Ainda assim, a maioria dos entrevistados (65,8%) não planeja realizar essas atividades.

Tabela 58. Natal — Intenção de realizar passeios ou comemorações:

	2022	2023	2024	2025	2026
Não	69,2%	65,6%	63,1%	66,8%	65,8%
Sim	30,8%	34,4%	36,9%	33,2%	34,2%

Em Mossoró, a intenção de realizar passeios ou comemorações ficou próxima à do ano anterior, passando de 25,7% em 2025 para 25,5% em 2026. Os que não pretendem passear representam 74,5%.

Tabela 59. Mossoró — Intenção de realizar passeios ou comemorações:

	2022	2023	2024	2025	2026
Não	80,8%	79,6%	79,8%	74,3%	74,5%
Sim	19,2%	20,4%	20,2%	25,7%	25,5%

Em Parnamirim, 30,3% dos entrevistados pretendem realizar passeios em 2026. A maioria, 69,7%, não planeja essa forma de comemoração.

Tabela 60. Parnamirim — Intenção de realizar passeios ou comemorações:

	2026
Não	69,7%
Sim	30,3%

Em Natal, o shopping aumentou sua participação entre as possibilidades de locais de passeio apontadas na pesquisa, passando de 24% em 2025 para 28,2% em 2026. Clubes e parques também avançaram, de 20% para 24,9%, e praia ou lagoa passou de 21% para 21,5%. A ida a restaurantes caiu de 9% em 2025 para 0% das respostas em 2026.

Tabela 61. Natal — Local do passeio ou comemoração:

	2022	2023	2024	2025	2026
Shopping	36,8%	28,1%	36%	24%	28,2%
Clube/Parque	18,4%	23,8%	17,1%	20%	24,9%
Praia/Lagoa	25,9%	19,1%	18,9%	21%	21,5%
Em casa	5,4%	5,2%	6,8%	10,5%	6,7%
Viagem	1,1%	3,3%	3,2%	3,5%	5,7%
Cinema	4,9%	8,6%	7,7%	9%	5,3%
Restaurante	5,9%	6,7%	7,2%	9,5%	0%
Outro	1,6%	5,2%	3,1%	2,5%	7,7%

Em Mossoró, clubes e parques passaram de 20,8% em 2025 para 41,7% das menções em 2026 e assumiram a liderança entre os locais de passeio. O shopping recuou de 34,6% para 26%, ida à praia ou lagoa caiu de 20% para 12,5%, e a ida a restaurantes também ficou em 0%, depois de aparecer com 4,6% das respostas em 2025.

Tabela 62. Mossoró — Local do passeio ou comemoração:

	2022	2023	2024	2025	2026
Clube/Parque	18,8%	23,3%	12,9%	20,8%	41,7%
Shopping	26%	22,4%	31,7%	34,6%	26%
Praia/Lagoa	21,9%	38,8%	18,8%	20%	12,5%
Viagem	5,2%	2,6%	5%	10,8%	9,4%
Em casa	8,3%	3,4%	17,8%	0%	4,2%
Cinema	5,2%	0,9%	5,9%	6,1%	4,1%
Restaurante	8,3%	3,4%	4,9%	4,6%	0%
Outro	6,3%	5,2%	3%	3,1%	2,1%

Em Parnamirim, a opção de praia ou lagoa (28,9%) e shopping (27,6%) são os locais de passeio mais citados em 2026. Clubes e parques aparecem em terceiro lugar, com 19,7%. Mais abaixo, viagem (5,9%) e cinema (4%) também são citados.

Tabela 63. Parnamirim — Local do passeio ou comemoração:

	2026
Praia/Lagoa	28,9%
Shopping	27,6%
Clube/Parque	19,7%
Viagem	5,9%
Em casa	5,3%
Cinema	4%
Outro	8,6%

Em Natal, a escolha ou desejo da criança como determinante de escolha do local do passeio ou comemoração passou de 23,5% em 2025 para 45,5% em 2026, crescimento de 22 pontos percentuais. A conveniência para familiares comparecerem (que passou de 22% para 34%) e o preço (que passou de 5% para 11,5%) também cresceram.

Tabela 64. Natal — Fatores que vão determinar a escolha do local do passeio ou da comemoração:

	2022	2023	2024	2025	2026
Escolha ou desejo da criança	18,7%	30%	31,4%	23,5%	45,5%
Conveniência para familiares comparecerem	7,1%	16,7%	20,9%	22%	34%
Preço	18,7%	8,6%	5,4%	5%	11,5%
Atendimento	6%	6,7%	5,9%	4%	5,7%
Diversão/Lazer	46,2%	37,1%	35,5%	44,5%	0%
Outros	3,3%	0,9%	0,9%	1%	3,3%

Em Mossoró, a escolha ou desejo da criança aumentou de 17,7% em 2025 para 51% em 2026 entre os fatores de escolha do passeio. A conveniência para familiares comparecerem passou de 12,3% para 28,1%. O fator diversão/lazer, que tinha 50,8% das respostas em 2025, não teve nenhuma menção em 2026.

Tabela 65. Mossoró — Fatores que vão determinar a escolha do local do passeio ou da comemoração:

	2022	2023	2024	2025	2026
Escolha ou desejo da criança	10,4%	13,9%	15,2%	17,7%	51%
Conveniência para familiares comparecerem	9,4%	11,3%	13,1%	12,3%	28,1%
Preço	6,2%	4,4%	12,1%	13,1%	11,5%
Atendimento	0%	4,4%	7,1%	6,1%	2,1%
Diversão/Lazer	69,8%	64,3%	49,5%	50,8%	0%
Outros	4,2%	1,7%	3%	0%	4,2%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	3,1%

Em Parnamirim, a escolha ou desejo da criança também lidera os fatores de escolha do passeio em 2026, com 42,8%. A conveniência para familiares comparecerem vem em seguida (31,6%), e o preço representa 15,8%.

Tabela 66. Parnamirim — Fatores que vão determinar a escolha do local do passeio ou da comemoração:

	2026
Escolha ou desejo da criança	42,8%
Conveniência para familiares comparecerem	31,6%
Preço	15,8%
Atendimento	7,2%
Outros	2,6%

Gastos com presentes

Em Natal, a maioria dos consumidores pretendem comprar presentes na faixa de R\$ 101 a R\$ 200, com 33,8% das intenções de gastos em 2026, ante 35,6% em 2025. A intenção de gastar mais de R\$ 300 aumentou de 15,9% para 20,9%, ganho de 5 pontos percentuais.

Tabela 67. Natal — Faixas de gastos com presentes:

	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 50	19,9%	10,8%	9,8%	8,1%	7,4%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	24%	21,3%	27,1%	27,8%	26,1%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	28,2%	36,7%	32,5%	35,6%	33,8%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	9,4%	14,2%	14,4%	12,1%	10,4%
Mais de R\$ 300	9,9%	16,3%	13,7%	15,9%	20,9%
Não sabe/Não respondeu	8,6%	0,7%	2,5%	0,5%	1,4%

Em Mossoró, a faixa de R\$ 51 a R\$ 100 segue à frente, mas caiu de 39,7% em 2025 para 29,2% em 2026. Houve aumento tanto na faixa dos que pretendem gastar até R\$ 50, de 1,4% para 14,6%, quanto nos gastos entre R\$ 201 e R\$ 300, de 10,1% para 16,7%, quanto nos acima de R\$ 300, de 9,4% para 13,2%.

Tabela 68. Mossoró — Faixas de gastos com presentes:

	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 50	28,1%	20,9%	4,5%	1,4%	14,6%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	21,7%	27,7%	41,4%	39,7%	29,2%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	20,5%	22,8%	26,5%	36,3%	25,6%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	6,4%	8,3%	10,8%	10,1%	16,7%
Mais de R\$ 300	8,8%	11,1%	7,8%	9,4%	13,2%
Não sabe/Não respondeu	14,5%	9,2%	9%	3,1%	0,7%

Em Parnamirim, o gasto com presentes entre R\$ 101 e R\$ 200 é o mais frequente em 2026 (32,8%), seguido pela faixa de R\$ 51 a R\$ 100 (28,7%). Gastos acima de R\$ 300 representam 14,5% das respostas.

Tabela 69. Parnamirim — Faixas de gastos com presentes:

	2026
Até R\$ 50	9,8%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	28,7%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	32,8%
Entre R\$ 201 e R\$ 300	13,3%
Mais de R\$ 300	14,5%
Não sabe/Não respondeu	0,9%

O gasto médio estimado com presentes em Natal passou de R\$ 157,48 em 2025 para R\$ 165,31 em 2026, maior valor desde 2022. O aumento é de R\$ 7,83 em um ano, equivalente a uma variação de 5%.

Tabela 70. Natal — Gasto médio estimado com presentes:

2022	2023	2024	2025	2026
R\$ 135,48	R\$ 162,26	R\$ 155,33	R\$ 157,48	R\$ 165,31

Na análise por perfil, em Natal, o gasto médio estimado em 2026 é maior entre os homens (R\$ 172,79) e aumenta ao longo das faixas de renda, de R\$ 148,17 entre quem recebe até 2 salários-mínimos para R\$ 196,34 acima de 10 salários-mínimos. Por idade, o maior valor ocorre no grupo de 35 a 44 anos (R\$ 174,67), e por escolaridade, é maior entre os que possuem ensino médio (R\$ 168,76).

Tabela 71. Natal - Gasto médio estimado com presentes por gênero:

	Gasto médio
Feminino	R\$ 158,10
Masculino	R\$ 172,79

Tabela 72. Natal - Gasto médio estimado com presentes por faixa etária:

	Gasto médio
18 a 24 anos	R\$ 138,54
25 a 34 anos	R\$ 169,95
35 a 44 anos	R\$ 174,67
Acima de 45 anos	R\$ 167,94

Tabela 73. Natal - Gasto médio estimado com presentes por escolaridade:

	Gasto médio
Ensino fundamental	R\$ 160,35
Ensino médio	R\$ 168,76
Ensino superior ou mais	R\$ 161,31

Tabela 74. Natal - Gasto médio estimado com presentes por renda mensal familiar:

	Gasto médio
Até 2 SM	R\$ 148,17
De 2 a 5 SM	R\$ 174,57
De 5 a 10 SM	R\$ 187,85
Acima de 10 SM	R\$ 196,34
Não respondeu	R\$ 151,74

Em Mossoró, o gasto médio estimado com presentes também atingiu seu maior patamar da série, subindo de R\$ 143,25 em 2025 para R\$ 150,36 este ano. A diferença de R\$ 7,11 representa crescimento nominal de 4,9%.

Tabela 75. Mossoró — Gasto médio estimado com presentes:

2022	2023	2024	2025	2026
R\$ 121,41	R\$ 131,85	R\$ 136,19	R\$ 143,25	R\$ 150,36

Em Mossoró, o gasto médio estimado é maior entre os homens (R\$ 157,22) do que entre as mulheres (R\$ 145,96). Entre as faixas de idade o maior gasto deve ser feito por aqueles com idades entre 25 e 34 anos (R\$ 159,33), e entre os níveis de escolaridade, o maior valor está no grupo com ensino superior ou mais (R\$ 163,55). Por renda, vai de R\$ 119,35 na faixa de até 2 salários-mínimos a R\$ 193,00 nos que ganham acima de 10 salários-mínimos.

Tabela 76. Mossoró - Gasto médio estimado com presentes por gênero:

	Gasto médio
Feminino	R\$ 145,96
Masculino	R\$ 157,22

Tabela 77. Mossoró - Gasto médio estimado com presentes por faixa etária:

	Gasto médio
18 a 24 anos	R\$ 125,38
25 a 34 anos	R\$ 159,33
35 a 44 anos	R\$ 146,60
Acima de 45 anos	R\$ 153,44

Tabela 78. Mossoró - Gasto médio estimado com presentes por escolaridade:

	Gasto médio
Ensino fundamental	R\$ 144,50
Ensino médio	R\$ 135,88
Ensino superior ou mais	R\$ 163,55

Tabela 79. Mossoró - Gasto médio estimado com presentes por renda mensal familiar:

	Gasto médio
Até 2 SM	R\$ 119,35
De 2 a 5 SM	R\$ 158,27
De 5 a 10 SM	R\$ 181,44
Acima de 10 SM	R\$ 193,00
Não respondeu	R\$ 137,82

Em Parnamirim, o gasto médio estimado com presentes é de R\$ 154,12 em 2026. O indicador resume os valores representativos das faixas de gasto informadas por quem pretende comprar e declarou uma faixa válida.

Tabela 80. Parnamirim — Gasto médio estimado com presentes:

2026
R\$ 154,12

Na análise dos gastos por perfil dos consumidores de Parnamirim, o gasto médio estimado em 2026 é maior entre os homens, que devem gastar R\$ 159,14, e entre aqueles da faixa etária de 35 a 44 anos (R\$ 170,04), ou com ensino superior ou mais de escolaridade (R\$ 160,69). Além disso, varia de R\$ 131,82 na faixa dos que ganham até 2 salários-mínimos até R\$ 219,93 nos que recebem acima de 10 salários-mínimos.

Tabela 81. Parnamirim - Gasto médio estimado com presentes por gênero:

	Gasto médio
Feminino	R\$ 150,38
Masculino	R\$ 159,14

Tabela 82. Parnamirim - Gasto médio estimado com presentes por faixa etária:

	Gasto médio
18 a 24 anos	R\$ 143,14
25 a 34 anos	R\$ 149,08
35 a 44 anos	R\$ 170,04
Acima de 45 anos	R\$ 148,89

Tabela 83. Parnamirim - Gasto médio estimado com presentes por escolaridade:

	Gasto médio
Ensino fundamental	R\$ 138,39
Ensino médio	R\$ 154,44
Ensino superior ou mais	R\$ 160,69

Tabela 84. Parnamirim - Gasto médio estimado com presentes por renda mensal familiar:

	Gasto médio
Até 2 SM	R\$ 131,82
De 2 a 5 SM	R\$ 164,28
De 5 a 10 SM	R\$ 170,41
Acima de 10 SM	R\$ 219,93
Não respondeu	R\$ 146,93

Gastos com passeios ou comemorações

Em Natal, a maior parte dos entrevistados (59,3%) pretende gastar entre R\$ 101 e R\$ 300 com passeios ou comemorações, apresentando um aumento em relação a 2025 (54,5%). A participação de pessoas que informaram gastos acima de R\$ 300 também aumentou, de 11,5% para 14,8%, enquanto a faixa de até R\$ 100 recuou de 30,5% para 23,5%.

Tabela 85. Natal — Faixas de gastos com passeios ou comemorações:

	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 100	44,3%	37,1%	39,8%	30,5%	23,5%
De R\$ 101 a R\$ 300	38,2%	48,6%	45,7%	54,5%	59,3%
Acima de R\$ 300	3,3%	11%	11,3%	11,5%	14,8%
Não sabe	14,2%	3,3%	3,2%	3,5%	2,4%

Em Mossoró, os gastos com passeios ou comemorações de até R\$ 100 ainda são os mais frequentes, embora tenha caído de 47,3% em 2025 para 41,7% em 2026. A faixa acima de R\$ 300 aumentou de 8,5% para 13,5%, e a de R\$ 101 a R\$ 300 ficou em 38,5%.

Tabela 86. Mossoró — Faixas de gastos com passeios ou comemorações:

	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 100	50,5%	47,8%	48%	47,3%	41,7%
De R\$ 101 a R\$ 300	21%	26,1%	33%	38%	38,5%
Acima de R\$ 300	3,2%	5,2%	4%	8,5%	13,5%
Não sabe	25,3%	20,9%	15%	6,2%	6,3%

Em Parnamirim, 61,8% dos que informaram a previsão de gasto com passeios ou comemorações em 2026 escolheram a faixa de R\$ 101 a R\$ 300. Gastos de até R\$ 100 representam 31,6%, e valores acima de R\$ 300, outros 5,3%.

Tabela 87. Parnamirim — Faixas de gastos com passeios ou comemorações:

	2026
Até R\$ 100	31,6%
De R\$ 101 a R\$ 300	61,8%
Acima de R\$ 300	5,3%
Não sabe	1,3%

O gasto médio estimado com passeios ou comemorações em Natal subiu de R\$ 180,59 em 2025 para R\$ 191,48 em 2026. O acréscimo de R\$ 10,89 corresponde a uma variação nominal de 6%.

Tabela 88. Natal — Gasto médio estimado com passeios ou comemorações:

2022	2023	2024	2025	2026
R\$ 152,45	R\$ 173,16	R\$ 170,80	R\$ 180,59	R\$ 191,48

Em Mossoró, o gasto médio estimado com passeios ou comemorações passou de R\$ 158,88 em 2025 para R\$ 170,21 em 2026. O aumento de R\$ 11,33 representa crescimento nominal de 7,1%.

Tabela 89. Mossoró — Gasto médio estimado com passeios ou comemorações:

2022	2023	2024	2025	2026
R\$ 136,76	R\$ 146,32	R\$ 148,43	R\$ 158,88	R\$ 170,21

Em Parnamirim, o gasto médio estimado com passeio é de R\$ 173,65 em 2026. O valor é calculado a partir das faixas declaradas pelos respondentes que pretendem passear e informaram uma faixa válida de gasto.

Tabela 90. Parnamirim — Gasto médio estimado com passeios ou comemorações:

2026
R\$ 173,65

Movimentação econômica estimada

A estimativa de movimentação econômica para o Dia das crianças 2026 chega a R\$ 125,88 milhões em Natal e R\$ 35,55 milhões em Mossoró, altas nominais de 9,3% e 8,7% frente a 2025, respectivamente. Em Parnamirim, a estimativa é de R\$ 33,17 milhões, dos quais R\$ 21,55 milhões em presentes e R\$ 11,62 milhões em comemorações.

Tabela 91. Natal — Movimentação econômica estimada:

	Presentes	Comemorações	Total
2024	R\$ 71.508.029,46	R\$ 42.706.067,40	R\$ 114.214.096,86
2025	R\$ 74.526.465,12	R\$ 40.632.078,96	R\$ 115.158.544,08
2026	R\$ 81.482.290,86	R\$ 44.399.616,48	R\$ 125.881.907,34

Tabela 92. Mossoró — Movimentação econômica estimada:

	Presentes	Comemorações	Total
2024	R\$ 19.313.549,51	R\$ 7.922.620,68	R\$ 27.236.170,19
2025	R\$ 21.906.578,73	R\$ 10.789.651,14	R\$ 32.696.229,87
2026	R\$ 24.067.987,62	R\$ 11.483.581,05	R\$ 35.551.568,67

Tabela 93. Parnamirim — Movimentação econômica estimada:

	Presentes	Comemorações	Total
2026	R\$ 21.545.968,14	R\$ 11.620.390,41	R\$ 33.166.358,55

A movimentação econômica estimada para o Rio Grande do Norte passa de R\$ 295,71 milhões em 2025 para R\$ 322,87 milhões em 2026, crescimento nominal de 9,2%.

Tabela 94. Movimentação econômica estimada no Rio Grande do Norte:

2024	2025	2026
R\$ 282.900.534,10	R\$ 295.709.547,90	R\$ 322.866.952,02

Percepção econômica

Em Natal, a avaliação regular do momento para compras recuou de 46,3% em 2025 para 42,1% em 2026, mas segue como a mais frequente. As avaliações ruim e péssimo somadas aumentaram de 17,4% para 21,4%, enquanto ótimo e bom ficaram próximas de 36% nos dois anos.

Tabela 95. Natal — Avaliação do momento atual para compras:

	2022	2023	2024	2025	2026
Ótimo	2,3%	7%	8,8%	5%	8%
Bom	27,5%	28,7%	29,9%	31,3%	28,5%
Regular	44,9%	47,3%	44,2%	46,3%	42,1%
Ruim	13,1%	7,6%	9,3%	10,6%	10,6%
Péssimo	12,2%	9,4%	7,8%	6,8%	10,8%

Em Mossoró, as avaliações ótimo e bom somadas caíram de 43,4% em 2025 para 20,4% em 2026. A avaliação regular passou de 34,6% para 45,6%, e ruim ou péssimo aumentou de 22% para 34%.

Tabela 96. Mossoró — Avaliação do momento atual para compras:

	2022	2023	2024	2025	2026
Ótimo	0,6%	2,4%	0%	8,7%	3,8%
Bom	22,6%	22,9%	41,2%	34,7%	16,6%
Regular	49,6%	52,9%	45%	34,6%	45,6%
Ruim	21,8%	16,6%	13%	19,2%	22,9%
Péssimo	5,4%	5,2%	0,8%	2,8%	11,1%

Em Parnamirim, a avaliação regular do momento para compras predomina em 2026 (45,5%). As avaliações ruim e péssimo somam 28%, frente a 26,5% de ótimo e bom.

Tabela 97. Parnamirim — Avaliação do momento atual para compras:

	2026
Ótimo	4,8%
Bom	21,7%
Regular	45,5%
Ruim	15,8%
Péssimo	12,2%

Em Natal, a parcela que considera a situação financeira atual melhor que a do ano anterior caiu de 42,6% em 2025 para 38,3% em 2026. A percepção de piora aumentou de 18,4% para 23,2%, enquanto a de estabilidade ficou em 38,5%.

Tabela 98. Natal — Percepção da situação financeira atual em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Igual	39,1%	39,4%	43,7%	39%	38,5%
Melhor	29%	41,5%	39,7%	42,6%	38,3%
Pior	31,9%	19,1%	16,6%	18,4%	23,2%

Em Mossoró, a percepção de situação financeira igual à do ano anterior recuou de 60,2% em 2025 para 55,5% em 2026, mas permanece majoritária. A avaliação de melhora passou de 23,4% para 24,7%, e a de piora aumentou de 16,4% para 19,8%.

Tabela 99. Mossoró — Percepção da situação financeira atual em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Igual	63,9%	52,5%	60,8%	60,2%	55,5%
Melhor	18,4%	34,7%	28,2%	23,4%	24,7%
Pior	17,7%	12,8%	11%	16,4%	19,8%

Em Parnamirim, 41,9% avaliam sua situação financeira em 2026 como igual à do ano anterior. A percepção de melhora (32,5%) supera a de piora (25,6%).

Tabela 100. Parnamirim — Percepção da situação financeira atual em relação ao ano anterior:

	2026
Igual	41,9%
Melhor	32,5%
Pior	25,6%

Em Natal, a expectativa de melhora financeira para o ano seguinte permaneceu em 73,3% nas pesquisas de 2025 e 2026. A expectativa de estabilidade passou de 15,4% para 15,7%, e a de piora recuou de 11,3% para 11%.

Tabela 101. Natal — Expectativa da situação financeira para os próximos 12 meses:

	2022	2023	2024	2025	2026
Melhor	79,9%	76%	78,1%	73,3%	73,3%
Igual	15%	12%	15,4%	15,4%	15,7%
Pior	5,1%	12%	6,5%	11,3%	11%

Em Mossoró, a expectativa de melhora financeira para o ano seguinte passou de 69,7% em 2025 para 70,2% em 2026. Ao mesmo tempo, a expectativa

de piora aumentou de 1,8% para 6,7%, enquanto a de estabilidade caiu de 28,5% para 23,1%.

Tabela 102. Mossoró — Expectativa da situação financeira para os próximos 12 meses:

	2022	2023	2024	2025	2026
Melhor	76,6%	75,6%	64,6%	69,7%	70,2%
Igual	21,8%	22,8%	33,8%	28,5%	23,1%
Pior	1,6%	1,6%	1,6%	1,8%	6,7%

Em Parnamirim, 67,3% esperam uma situação financeira melhor no próximo ano. A expectativa de estabilidade reúne 17,7% das respostas de 2026, e a de piora, 15%.

Tabela 103. Parnamirim — Expectativa da situação financeira para os próximos 12 meses:

	2026
Melhor	67,3%
Igual	17,7%
Pior	15%

Em Natal, a expectativa de preços mais caros passou de 73,2% em 2025 para 74% em 2026. A parcela que espera preços iguais cresceu de 15,1% para 18,2%, enquanto a expectativa de preços mais baratos caiu de 11,7% para 7,8%.

Tabela 104. Natal — Expectativa sobre os preços:

	2022	2023	2024	2025	2026
Mais caros	88,3%	76,4%	74,0%	73,2%	74%
Iguais	8,5%	12,6%	16,6%	15,1%	18,2%
Mais baratos	3,2%	11%	9,4%	11,7%	7,8%

Em Mossoró, a expectativa de preços mais caros aumentou de 70,6% em 2025 para 80,2% em 2026, avanço de 9,6 pontos percentuais. A expectativa de preços iguais recuou de 23,8% para 15%, e a de preços mais baratos ficou em 4,8%.

Tabela 105. Mossoró — Expectativa sobre os preços:

	2022	2023	2024	2025	2026
Mais caros	76,3%	76,7%	72,6%	70,6%	80,2%
Iguais	13,1%	15,7%	20,7%	23,8%	15%
Mais baratos	10,6%	7,6%	6,7%	5,6%	4,8%

Em Parnamirim, 74,4% esperam preços mais caros em 2026. A expectativa de preços iguais representa 18,6%, enquanto apenas 7% preveem preços mais baratos.

Tabela 106. Parnamirim — Expectativa sobre os preços:

	2026
Mais caros	74,4%
Iguais	18,6%
Mais baratos	7%



Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC