



Intenções de compras para a

# Black Friday

Outubro 2024 ♦ Mossoró






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

Marcelo Fernandes de Queiroz  
**Presidente**

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



Luciano Kleiber  
**Diretor**

Lívia Aires  
**Coordenadora de Inovação e Competitividade**

Luiz Henrique Martins  
**Analista de Negócios**

Eriadne Teixeira  
**Designer gráfico**



**INSTITUTO FECOMÉRCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura  
**Estatístico**

Josiel Costa  
Lidiane Silva  
Débora Nascimento

João Soares  
Kéren Heloísa  
Hugo Sergio  
Natália Pereira  
Jacqueline Aires  
Maria Eduarda  
Rogério Antunes  
**Pesquisadores**

# SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b>	<b>04</b>
<b>2. Aspectos técnicos</b>	<b>05</b>
<b>3. Síntese dos resultados</b>	<b>06</b>
Intenções de compras	06
Perfil dos compradores	07
Motivos para não comprar	09
Produtos	10
Gastos	11
Forma de pagamento	17
Local de compra	18
Período de compra	19
Estratégias	22

# 1

## Introdução

A *Black Friday* é uma data tradicional de oferta de grandes descontos, tradicionalmente realizada nos Estados Unidos, celebrada na última sexta-feira do mês de novembro, e que este ano cai no dia 29. Se tornou popular entre os consumidores do Brasil e já faz parte do calendário de compras de muitos deles. Esses consumidores esperam as ações promocionais nas lojas *online* e físicas para comprar itens já planejados e até mesmo adiantar as compras para o Natal.

Além das compras planejadas, as ações da data favorecem o consumo pela oportunidade, tornando-se um bom momento para ações do comércio para atrair o consumidor, que, mesmo sem planos de compras, procura por preço e variedade de produtos.

Diante disso, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio RN (IFC), ouviu consumidores sobre sua intenção de consumo durante a *Black Friday*, com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor mossoroense em relação a esta data, bem como suas intenções de compras. Além disso, a pesquisa de “Intenções de Compras para a *Black Friday* 2024” busca verificar os gastos com compras, os elementos levados em consideração no ato da compra, os principais locais para a realização dessas compras, entre outros aspectos.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, empresários têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas servem de monitoramento do mercado potiguar.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender ao desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.



# 2

## Aspectos técnicos

A pesquisa ocorreu entre os dias 16 e 25 de outubro de 2024. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação e análise dos dados e para a divulgação dos mesmos com antecedência em relação à data.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. O universo escolhido foi o da população de consumidores de Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa foram entrevistadas 501 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 4% para mais ou para menos.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 22 perguntas, constituídas em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consistiu na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que auxiliam a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.



# 3

## Síntese dos resultados

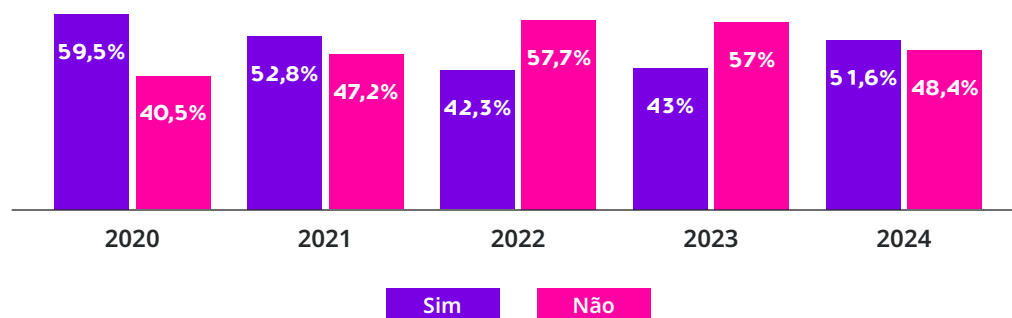
### Intenções de Compras

A pesquisa realizada pela Fecomércio RN em 2024 indica um otimismo significativo entre os mossoroenses em relação à *Black Friday*, com 51,6% dos entrevistados afirmando que pretendem comprar algum produto durante a data. Essa porcentagem demonstra uma recuperação expressiva em comparação aos anos anteriores, sugerindo um aumento na confiança dos consumidores em suas intenções de compras. Além disso, o fato de 48,4% dos participantes não planejarem compras pode ser interpretado como uma oportunidade para os varejistas se conectarem com esse público, apresentando ofertas atrativas que possam convencê-los a participar das promoções.

Analisando os dados dos anos anteriores, é notável que a intenção de compra na *Black Friday* experimentou uma variação interessante. Em 2020, 59,5% dos mossoroenses demonstraram interesse em adquirir produtos, mas essa porcentagem apresentou uma queda gradual nos anos seguintes, atingindo o ponto mais baixo em 2022, com apenas 42,3% de intenção de compra. No entanto, a leve recuperação em 2023, onde 43% dos consumidores indicaram planos de compra, sinalizou um potencial de revitalização. A volta ao crescimento em 2024, com 51,6% de intenção de compra, não apenas reafirma a resiliência do consumidor mossoroense, mas também indica um retorno da confiança e disposição para aproveitar as oportunidades oferecidas durante a *Black Friday*. Essa tendência positiva reflete um cenário promissor para os comerciantes, que podem se beneficiar da nova disposição dos consumidores em investir em suas compras nesta data especial.

Gráfico 1

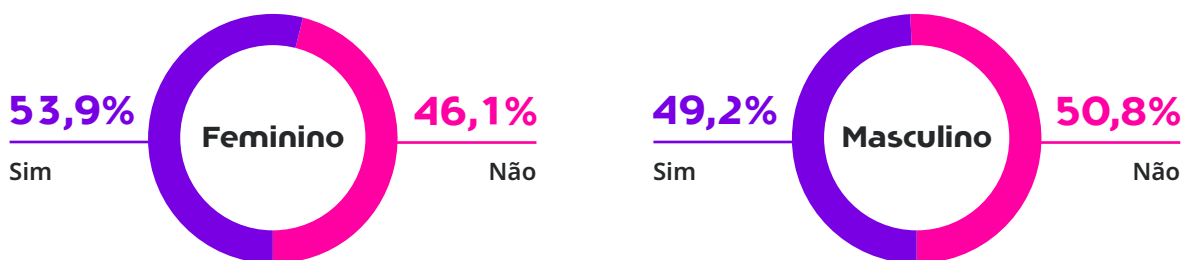
**Pretende comprar algum produto durante a *Black Friday* deste ano?**



## Perfil dos compradores

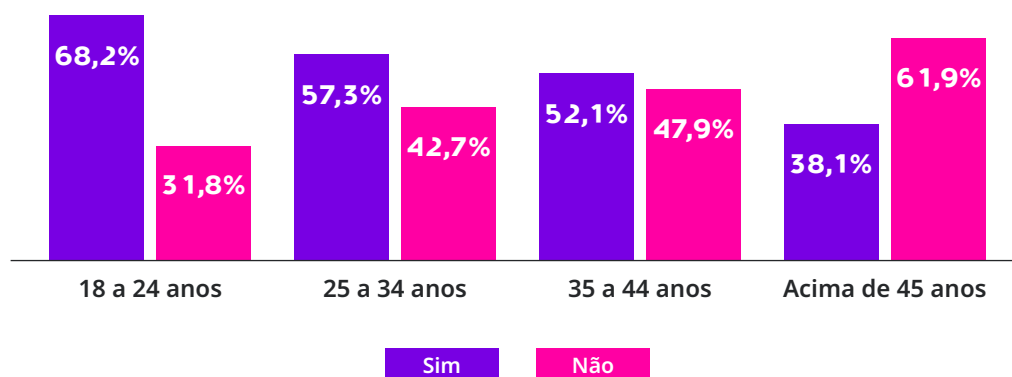
A análise da intenção de compras para a *Black Friday* 2024 em Mossoró, conforme os dados da Fecomércio RN, revela que 53,9% das mulheres manifestaram interesse em comprar, superando a intenção dos homens, que foi de 49,2%.

Gráfico 2 Sexo:



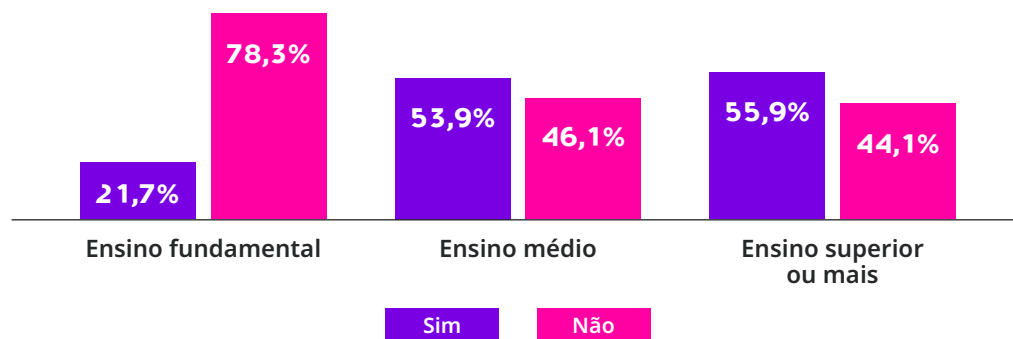
Entre as faixas etárias, os jovens de 18 a 24 anos se destacam com 68,2% de intenção de compra, seguidos por adultos de 25 a 34 anos (57,3%) e 35 a 44 anos (52,1%). Já os consumidores acima de 45 anos demonstraram uma intenção significativamente menor, com apenas 38,1%. Essa distribuição sugere que os varejistas devem adaptar suas estratégias de *marketing* para atrair tanto o público jovem quanto os consumidores mais velhos.

Gráfico 3 Faixa etária:



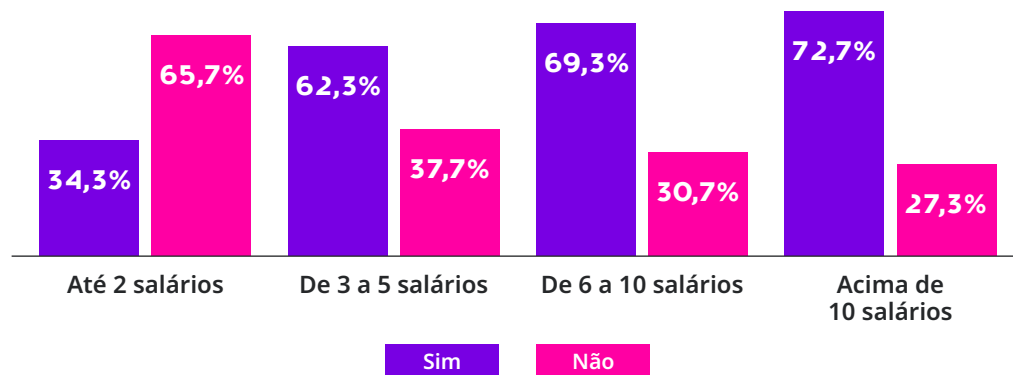
Em relação ao nível de escolaridade e faixa de renda, a intenção de compra também apresenta variações marcantes. Apenas 21,7% dos entrevistados com ensino fundamental demonstraram interesse em adquirir produtos, enquanto essa taxa sobe para 53,9% entre os que têm ensino médio e 55,9% para aqueles com ensino superior.

**Gráfico 4** Escolaridade:



Da mesma forma, a intenção de compra aumenta consideravelmente com a renda: apenas 34,3% dos que recebem até 2 salários-mínimos pretendem comprar, mas essa porcentagem chega a 72,7% entre os que ganham mais de 10 salários. Esses dados destacam a importância de uma abordagem de *marketing* segmentada, visando diferentes perfis de consumidores, para maximizar as vendas durante a *Black Friday*.

**Gráfico 5** Renda:





## Motivos para não comprar

Os dados apresentados pela Fecomércio RN, revelam os motivos pelos quais os mossoroenses não pretendem comprar durante a *Black Friday* em 2024. Um dado significativo é o aumento na desconfiança em relação às ofertas, com 41,3% dos entrevistados afirmando que não acreditam nas promoções da data. Esse aumento em comparação aos anos anteriores reflete uma tendência crescente de ceticismo por parte dos consumidores, que pode ser um desafio para os varejistas. Além disso, a falta de dinheiro continua sendo uma preocupação, com 28,1% dos participantes citando essa razão, embora tenha havido uma leve diminuição em relação a anos anteriores.

Outros motivos, como a percepção de que os preços nunca atendem às expectativas (16,5%) e a preferência por não realizar compras por impulso (13,6%), também merecem destaque. A preocupação com dívidas e contas em atraso caiu para 5,4%, indicando uma leve melhora na situação financeira de parte da população. Por outro lado, a intenção de poupar como justificativa para não comprar caiu drasticamente para 6,2%, o que sugere uma mudança no comportamento dos consumidores, possivelmente devido a uma maior confiança na economia. Essas informações oferecem uma visão valiosa para os varejistas, que podem considerar estratégias para reconquistar a confiança dos consumidores e demonstrar que suas ofertas são realmente vantajosas.

**Tabela 1** Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende comprar?

Múltiplas respostas

	2020	2021	2022	2023	2024
Não acredita nas ofertas da <i>Black Friday</i>	12,6%	25,4%	20,8%	28,1%	41,3%
Falta de dinheiro	40,2%	41,5%	28,4%	27,7%	28,1%
Os preços nunca são o que esperam	11,5%	16,9%	13,1%	9,1%	16,5%
Não faz compras por impulso	21,8%	14,8%	14,5%	14,7%	13,6%
Desemprego	11,5%	7,6%	7,3%	4,9%	7,9%
Poupar	13,2%	20,3%	20,1%	14%	6,2%
Dívidas/Contas em atraso	6,9%	5,9%	17%	13,3%	5,4%
Outros	17,2%	13,6%	33,6%	12,6%	6,2%

## Produtos

A pesquisa revela as categorias de produtos que os mossoroenses estão interessados em adquirir durante a *Black Friday* de 2024. Um destaque positivo é a forte intenção de compra de roupas e acessórios, com 32,2% dos entrevistados manifestando interesse, o que representa um crescimento notável em relação aos 21,4% registrados em 2023. Essa tendência pode indicar uma maior disposição dos consumidores em investir em moda e estilo, o que é promissor para os varejistas desse segmento.

Em contrapartida, algumas categorias de produtos, como eletrodomésticos e eletrônicos, mostraram uma queda na intenção de compra. Apenas 23,6% dos participantes manifestaram interesse em eletrodomésticos, uma diminuição em relação aos anos anteriores. A mesma tendência foi observada em eletrônicos, com 14% de intenção de compra. Por outro lado, a categoria de perfumes e cosméticos apresentou um crescimento expressivo, passando de 12,6% em 2023 para 20,5% em 2024. Isso sugere que os consumidores estão cada vez mais valorizando produtos de cuidados pessoais. Outras categorias, como calçados (12,4%) e móveis e decoração (10,9%), também mantiveram uma participação significativa, revelando um diversificado interesse por parte dos consumidores. Esses dados fornecem *insights* valiosos para os varejistas, permitindo que ajustem suas ofertas e estratégias de *marketing* para atender à demanda específica dos consumidores durante a *Black Friday*.

Tabela 2

**Que tipo de produto (s) o (a) Sr. (a) está interessado (a) em comprar nessa data?**

Múltiplas respostas

Rótulos de Linha	2020	2021	2022	2023	2024
Roupas e acessórios	14,8%	18,6%	21,2%	21,4%	32,2%
Eletrodomésticos	33,6%	25%	27,4%	27%	23,6%
Perfumes e/ou cosméticos	1,6%	5,3%	9,9%	12,6%	20,5%
Eletrônicos (Tv/Som/computador, etc.)	20,7%	26,9%	22,2%	17,7%	14%
Calçados	5,9%	8,7%	8%	7%	12,4%
Móveis e decoração	13,3%	10,2%	9,4%	7%	10,9%
Celular/ <i>Smartphone</i> / <i>Tablet</i>	20,3%	15,9%	18,9%	18,1%	9,7%
Relógios/joias/bijuterias	0,8%	1,5%	6,6%	5,1%	4,3%
Livros	0,4%	1,5%	2,4%	2,8%	3,5%
Alimentos e bebidas	0,8%	3%	3,3%	1,9%	3,1%
Produtos de informática	3,9%	3,4%	4,7%	6,5%	3,1%
Viagem	0,4%	0,8%	1,4%	0,9%	2,7%
Jogos/Vídeo games	0,8%	0,8%	4,2%	2,3%	1,9%
Brinquedos em geral	1,2%	0,8%	0%	1,9%	1,6%
Bicicletas	0%	1,5%	0,9%	0,9%	1,2%
Outros	2,7%	3,4%	4,2%	6%	5,4%
Não sabe	13,3%	5,3%	5,2%	2,3%	2,3%

Os dados do gráfico abaixo, fornecidos pela Fecomércio RN, mostram a quantidade de itens que os mossoroenses pretendem comprar durante a *Black Friday* 2024. Um aspecto a ser destacado é que 36,2% dos entrevistados planejam adquirir apenas um item, evidenciando uma leve diminuição em relação a 2023 (42,1%). Essa tendência pode refletir uma abordagem mais cautelosa dos consumidores em suas compras, possivelmente devido ao aumento da desconfiança nas ofertas, como indicado anteriormente.

Por outro lado, o interesse em comprar dois itens se mantém estável, com 22,6% dos participantes manifestando essa intenção. As compras de três itens apresentaram uma leve diminuição para 17,1%, enquanto a intenção de adquirir quatro itens subiu para 12,8%, sugerindo que um número maior de consumidores está disposto a investir um pouco mais em suas compras. A intenção de adquirir cinco ou mais itens também se manteve razoável, com 11,3% dos entrevistados expressando essa expectativa. O fato de não haver pessoas indecisas sobre quantos itens comprar é uma observação positiva, indicando que os consumidores têm clareza em suas intenções. Esses dados sugerem um comportamento de compra mais focado, com os consumidores ponderando suas escolhas, o que oferece uma oportunidade para os varejistas adaptarem suas estratégias e promoções para estimular compras adicionais.

**Tabela 3** Quantos itens pretendem comprar?

	2019	2020	2021	2022	2023
Um	42,8%	48%	45%	42,1%	36,2%
Dois	21%	21,3%	22,3%	25,7%	22,6%
Três	4,7%	10,2%	15,2%	18,7%	17,1%
Quatro	3,9%	9,8%	5,7%	4,2%	12,8%
Cinco ou mais	6,6%	10,6%	11,8%	9,3%	11,3%
Não sabe	21%	0%	0%	0%	0%

## Gastos

Sobre o consumo, o levantamento ilustra as expectativas de gastos dos mossoroenses durante a *Black Friday* 2024. Um aspecto positivo que se destaca é a continuidade da intenção de gastar mais, com 51,1% dos entrevistados

planejando investir acima de R\$ 1.000. Esse percentual demonstra uma leve queda em relação ao ano anterior (54%), mas ainda assim reflete uma disposição significativa para compras maiores, o que é promissor para os varejistas, pois indica que os consumidores estão dispostos a aproveitar as ofertas e investir em produtos de maior valor.

Por outro lado, os dados mostram uma pequena elevação nas intenções de gastos nas faixas mais baixas. Apenas 1,9% pretendem gastar até R\$ 100, e 8,2% entre R\$ 101 e R\$ 200. A faixa entre R\$ 201 e R\$ 500 mantém-se estável em 18,6%, enquanto 18,1% dos entrevistados planejam gastar entre R\$ 501 e R\$ 1.000, o que também é um resultado positivo, pois indica um leve aumento na disposição de gastar em produtos de maior valor. A baixa porcentagem de indecisos (2,1%) é outro ponto positivo, sugerindo que os consumidores estão cada vez mais decididos sobre seus gastos. Esses *insights* podem ajudar os varejistas a planejar suas ofertas, focando em produtos que atraiam tanto os consumidores que buscam oportunidades econômicas quanto aqueles que desejam fazer investimentos mais significativos.

**Tabela 4** Quanto pretende gastar com produtos no período da *Black Friday*?

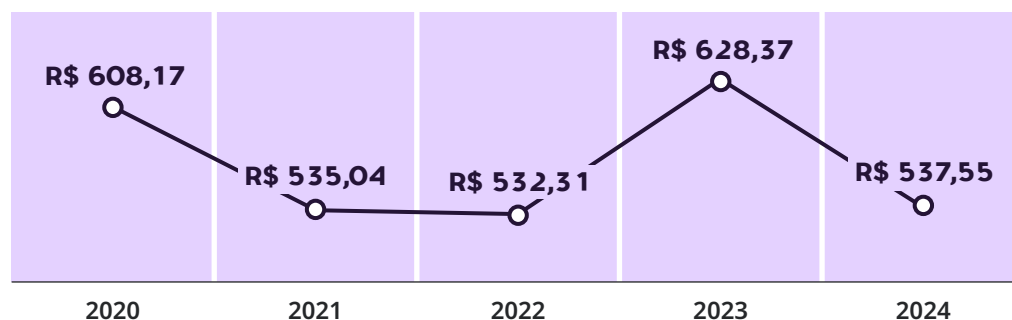
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Até R\$ 100	3,1%	1,2%	5,9%	2,6%	1,1%	1,9%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	9,5%	5,9%	14,9%	13,1%	7,2%	8,2%
Entre R\$ 201 e R\$ 500	18%	13,3%	21,5%	21,3%	18,6%	18,6%
Entre R\$ 501 e R\$ 1.000	24,2%	20,4%	16,8%	17,9%	17%	18,1%
Mais de R\$ 1.000	43,2%	41%	31,4%	44%	54%	51,1%
Não sabe	2,1%	18,2%	9,6%	1,1%	2,1%	2,1%

A análise dos dados demonstra que o gasto médio dos mossoroenses durante a *Black Friday* será de R\$ 537,55. Este valor, embora inferior ao do ano anterior, demonstra uma resiliência do consumidor em um cenário de incertezas econômicas. O gasto médio de 2024 ainda se mantém competitivo, refletindo a disposição dos consumidores em participar do evento de compras, mesmo em um ambiente de maior cautela.

Ao comparar com os anos anteriores, a trajetória do gasto médio revela algumas oscilações significativas. Em 2020, o gasto médio foi de R\$ 608,17, o que

mostra um apetite considerável por compras, seguido por uma queda em 2021 e 2022, onde os gastos médios foram de R\$ 535,04 e R\$ 532,31, respectivamente. Essa diminuição pode ser atribuída a uma combinação de fatores, como a incerteza econômica e a adaptação dos consumidores às novas realidades de consumo. No entanto, em 2023, houve um notável aumento para R\$ 628,37, indicando um retorno do entusiasmo dos consumidores e um ambiente comercial mais dinâmico. Essa recuperação sugere que os consumidores estavam mais dispostos a investir em compras, impulsionados por ofertas atrativas. A ligeira diminuição em 2024 pode ser vista como uma normalização após o pico de 2023, mas ainda aponta para um mercado vibrante e um engajamento contínuo dos consumidores na *Black Friday*.

**Gráfico 6** Gasto médio por ano:



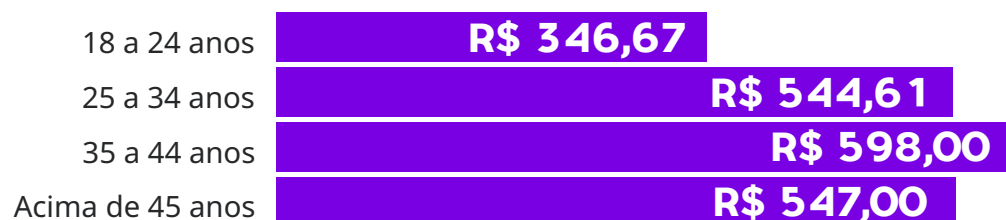
A pesquisa também detalha os gastos médios dos mossoroenses durante a *Black Friday* de 2024, segmentados por diferentes perfis demográficos. A análise revela que as mulheres gastaram, em média, R\$ 538,13, enquanto os homens apresentaram um gasto ligeiramente menor, de R\$ 536,86, evidenciando uma paridade de gastos entre os gêneros. Essa semelhança sugere que ambos os grupos estão igualmente motivados a aproveitar as ofertas, refletindo uma abordagem equilibrada nas compras.

**Gráfico 7** Gasto médio por gênero:



Ao examinar as faixas etárias, os dados mostram que os jovens de 18 a 24 anos têm um gasto médio significativamente mais baixo, de R\$ 346,67. Em contrapartida, os grupos etários mais velhos apresentam valores mais elevados, com a faixa de 35 a 44 anos gastando em média R\$ 598,00, seguida por aqueles com mais de 45 anos, que gastam R\$ 547,00. Isso indica que os consumidores mais velhos tendem a investir mais em suas compras.

**Gráfico 8** Gasto médio por faixa etária:

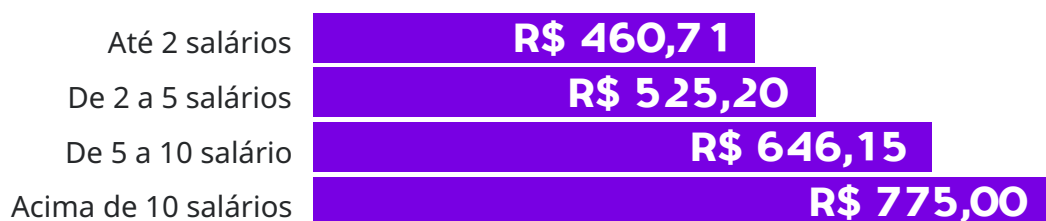


Em termos de escolaridade, aqueles com ensino superior ou mais lideram com um gasto médio de R\$ 629,78, destacando-se como o grupo mais propenso a aproveitar as oportunidades de compra. Além disso, os dados mostram que os consumidores com rendimentos mais altos (acima de 10 salários) gastam em média R\$ 775,00, o que reforça a ideia de que quanto maior o poder aquisitivo, maior a disposição para gastar durante a *Black Friday*. Essas informações são valiosas para os varejistas, pois permitem segmentar campanhas e ofertas de maneira mais eficaz, direcionando-as a grupos específicos com maior potencial de consumo.

**Gráfico 9** Gasto médio por escolaridade:



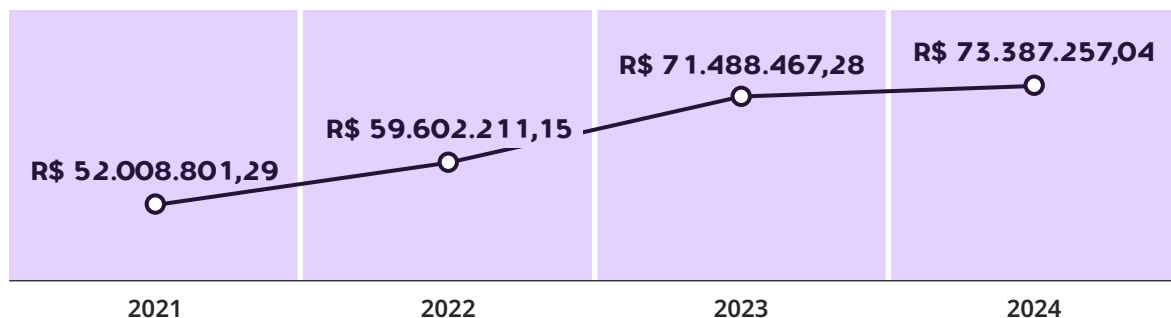
**Gráfico 10** Gasto médio por renda:



As projeções de movimentação financeira durante a *Black Friday* em Mossoró, constatando uma trajetória ascendente ao longo dos anos. Em 2024, a movimentação projetada é de R\$ 73.387.257,04, o que indica um crescimento contínuo em comparação ao ano anterior. Essa expectativa de aumento na movimentação reflete um ambiente de compras otimista, sugerindo que os consumidores estão cada vez mais dispostos a aproveitar as ofertas e promoções durante este evento.

Analisando os anos anteriores, observa-se que em 2021 a movimentação foi de R\$ 52.008.801,29, seguida por um salto significativo em 2022 para R\$ 59.602.211,15. Esse crescimento é indicativo de uma recuperação no interesse dos consumidores e da eficácia das estratégias de *marketing* dos varejistas. Em 2023, a movimentação alcançou R\$ 71.488.467,28, marcando um aumento expressivo que demonstra não apenas a resiliência do comércio, mas também a confiança dos consumidores na data. O incremento projetado para 2024, apesar de mais modesto em relação ao ano anterior, ainda representa um sinal encorajador de que a *Black Friday* se consolidou como um evento essencial para o comércio em Mossoró, com tendências de consumo positivas que podem beneficiar tanto os consumidores quanto os comerciantes.

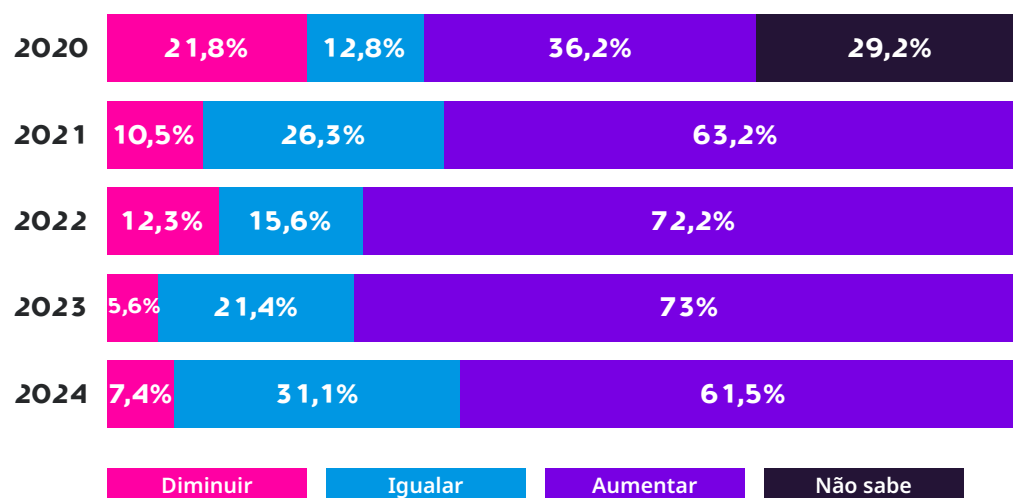
**Gráfico 11** Projeção de movimentação:



A pesquisa também revelou as expectativas dos mossoroenses em relação aos gastos durante a *Black Friday* de 2024 em comparação com o ano anterior. Neste ano, 61,5% dos entrevistados preveem aumentar seus gastos, enquanto 31,1% acreditam que os gastos se manterão iguais e 7,4% indicam uma intenção de gastar menos. Essa distribuição é bastante positiva, sinalizando que a maioria dos consumidores está confiante em sua capacidade de gastar mais, o que pode impulsionar o desempenho do comércio local durante o evento.

Quando olhamos para os dados dos anos passados, percebemos uma evolução significativa nas expectativas de gasto. Em 2020, 36,2% dos consumidores previam um aumento nos gastos, cifra que subiu para 63,2% em 2021, e continuou crescendo para 72,2% em 2022. Em 2023, essa tendência de otimismo foi mantida, com 73% dos entrevistados esperando aumentar os gastos. A leve redução para 61,5% em 2024 pode ser interpretada como uma normalização após um período de forte crescimento. O aumento no percentual de consumidores que esperam manter seus gastos iguais (de 21,4% em 2023 para 31,1% em 2024) também sugere uma maior estabilidade nas intenções de compra. Essa tendência indica que, apesar de um ligeiro recuo nas expectativas de aumento, os consumidores ainda permanecem otimistas, o que é um reflexo positivo para o comércio em Mossoró durante a *Black Friday*.

**Gráfico 12** Gastos comparados com o ano anterior:





## Forma de pagamento

Sobre as preferências de pagamento dos mossoroenses para a *Black Friday* de 2024, neste ano, 72% dos consumidores optam pelo pagamento parcelado no cartão de crédito, refletindo uma tendência crescente ao longo dos anos. A modalidade à vista, que inclui dinheiro, débito e Pix, caiu para 22,2%. Essa mudança indica que os consumidores estão cada vez mais dispostos a parcelar suas compras, possivelmente em busca de maior conforto financeiro e para facilitar a aquisição de produtos durante o evento.

Ao analisar os dados dos anos anteriores, nota-se uma evolução clara nas preferências de pagamento. Em 2020, 45,9% dos entrevistados optaram pelo pagamento parcelado, um número que saltou para 63,7% em 2021 e continuou a subir, alcançando 71,9% em 2022. Embora tenha havido uma ligeira redução para 67,9% em 2023, o retorno a 72% em 2024 reafirma o apelo do pagamento parcelado entre os consumidores. A diminuição no interesse por pagamentos à vista, que caiu de 31,1% em 2021 para 22,2% em 2024, demonstra uma mudança no comportamento do consumidor em busca de flexibilidade e opções de crédito, sugerindo que a estratégia de vendas dos comerciantes pode se alinhar a essa preferência, oferecendo condições vantajosas para compras parceladas durante a *Black Friday*.

**Tabela 5** Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

	2020	2021	2022	2023	2024
Parcelado/Cartão de crédito	45,9%	63,7%	71,9%	67,9%	72%
À vista/Dinheiro/Débito/Pix	30,7%	31,1%	16,6%	28,4%	22,2%
Outros	1,2%	3,7%	3,2%	0,5%	2,7%
Não sabe	22,2%	1,5%	8,3%	3,3%	3,1%

## Local de compra

A Fecomércio RN apresenta as preferências dos mossoroenses sobre os locais de compra para a *Black Friday* de 2024. Neste ano, destaca-se um aumento significativo na intenção de compras pela internet, que alcançou 40,9%. Essa mudança reflete uma adaptação do consumidor à era digital, evidenciando uma tendência crescente de compras *online*, especialmente após a pandemia. O comércio de rua permaneceu relevante, com 38,9% das intenções de compra, enquanto as compras em shoppings apresentaram um aumento modesto, atingindo 17,5%.

Ao comparar dados históricos, percebe-se uma evolução no comportamento de compra dos consumidores. Em 2020, o comércio de rua dominava, com 42,4% das intenções, e a internet correspondia a 30,7%. Com o passar dos anos, o comércio de rua viu sua participação variar, enquanto a internet gradualmente ganhou espaço. Em 2022, as compras *online* atingiram 35,8%, embora tenha havido uma leve queda em 2023, para 31,5%. No entanto, a recuperação em 2024 para 40,9% demonstra uma forte tendência em direção ao *e-commerce*. Essa mudança sugere que, além das opções físicas, os consumidores estão cada vez mais atraídos pela conveniência e pela variedade que a internet oferece, o que pode motivar os comerciantes a investirem mais em suas plataformas *online* e estratégias digitais para capturar esse público crescente.

**Tabela 6** Onde irá comprar?

	2020	2021	2022	2023	2024
Internet	30,7%	26,5%	35,8%	31,5%	40,9%
Comércio de rua	42,4%	44,7%	17%	36,6%	38,9%
No shopping	14,8%	21,2%	21,2%	14,8%	17,5%
Outros	0%	1,1%	0,9%	0,9%	0%
Não sabe	12,1%	6,4%	25%	16,2%	2,7%

## Período de compra

A tabela abaixo revela a distribuição das intenções de compra dos mossoroenses em relação ao tempo das aquisições para a *Black Friday* de 2024. Neste ano, observa-se que 45,9% dos consumidores planejam realizar suas compras no dia da *Black Friday*, enquanto 49% optaram por comprar na semana que antecede o evento. Essa concentração nas compras de última hora e na semana anterior demonstra uma significativa expectativa de ofertas e promoções, refletindo a estratégia tradicional do evento, onde os consumidores aguardam as melhores oportunidades.

Em comparação com anos anteriores, é interessante notar uma evolução no comportamento dos consumidores. Em 2020, 63,8% das compras eram feitas no dia da *Black Friday*, com um percentual considerável (12,8%) na semana anterior. Já em 2021, a antecipação das compras na semana que antecede disparou para 84,6%, indicando uma mudança de comportamento, possivelmente influenciada por estratégias de *marketing* e pela expectativa das ofertas. Embora em 2022 e 2023 tenha havido uma leve desaceleração nesse crescimento, a tendência de antecipação se manteve, com 39,3% e 27,4%, respectivamente. Para 2024, a combinação de 49% de compras na semana que antecede e 45,9% no dia da *Black Friday* sugere que os consumidores ainda estão buscando oportunidades, o que poderá ser uma ótima oportunidade para os varejistas ajustarem suas campanhas promocionais e maximizarem as vendas durante o evento.

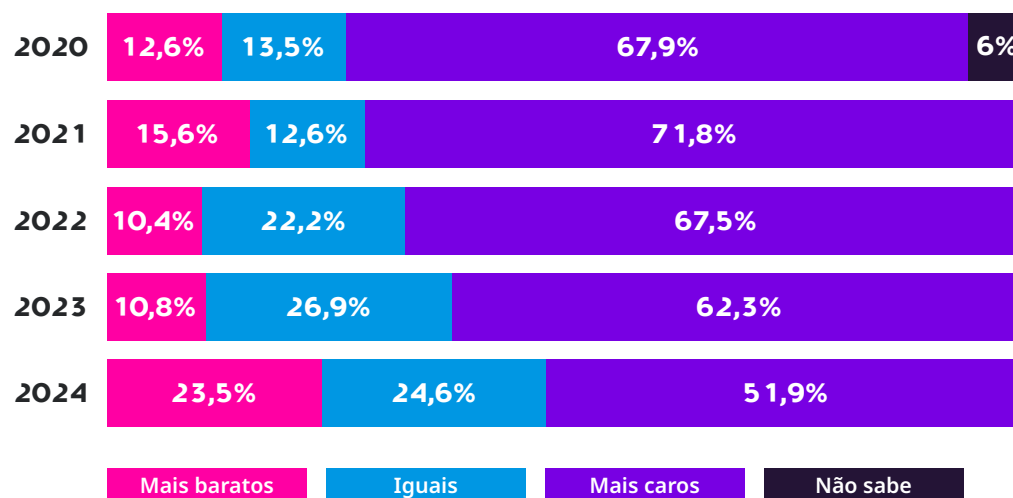
**Tabela 7** Quando comprará?

	2020	2021	2022	2023	2024
Um mês antes	0%	1,9%	0%	4,2%	0%
Quinze dias antes	0%	6,5%	7,5%	14,9%	0,8%
Na semana que antecede a <i>Black Friday</i>	12,8%	84,6%	39,3%	27,4%	49%
No dia da <i>Black Friday</i>	63,8%	0%	43,5%	50,2%	45,9%
Depois da <i>Black Friday</i>	1,6%	2,7%	1,9%	2,8%	4,3%
Não sabe	21,8%	4,2%	7,9%	0,5%	0%

Acerca da percepção dos consumidores sobre os preços dos produtos na *Black Friday* de 2024, 23,5% dos entrevistados acreditam que os preços estarão mais baratos em comparação aos anos anteriores, enquanto 24,6% esperam que os preços sejam iguais aos do ano passado. No entanto, 51,9% dos consumidores ainda acreditam que os preços estarão mais caros, indicando uma certa desconfiança em relação às promoções deste evento.

Em relação aos anos passados, nota-se uma leve tendência de aumento na expectativa de preços mais baixos. Em 2020, apenas 12,6% dos consumidores achavam que os preços seriam mais baratos, aumentando para 15,6% em 2021. Em 2022, essa expectativa caiu para 10,4%, mas em 2023 subiu novamente para 10,8%. Para 2024, o salto significativo para 23,5% indica um otimismo crescente em relação a descontos e ofertas. Por outro lado, a preocupação com preços mais altos também se mantém constante, com uma maioria indicando que ainda espera encontrar produtos mais caros, refletindo uma desconfiança que pode estar ligada a práticas de *marketing* e percepção do mercado. Essa ambivalência entre otimismo e desconfiança poderá influenciar as decisões de compra dos consumidores, mostrando que, apesar das expectativas, muitos ainda estão cautelosos.

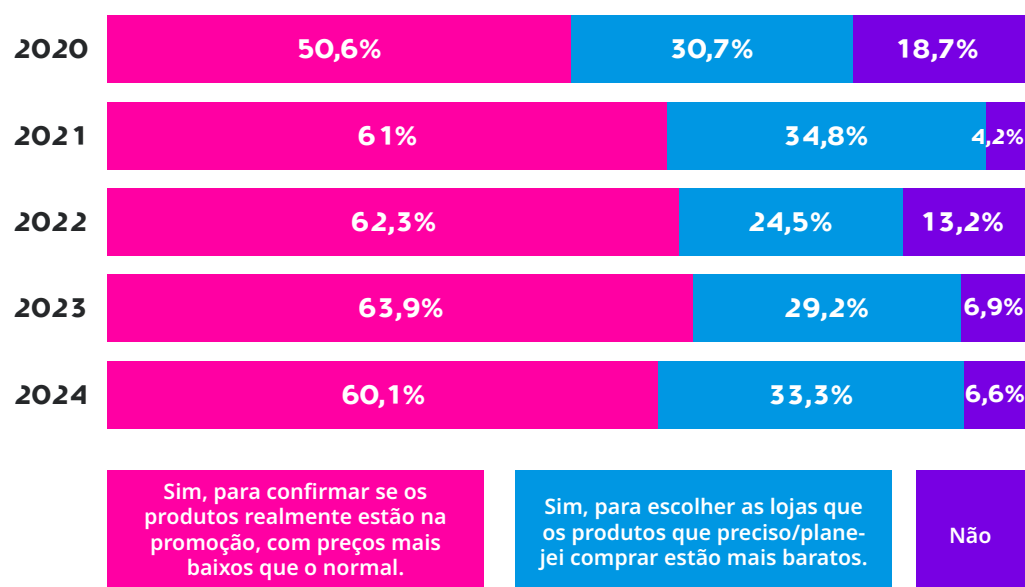
**Gráfico 13** Preço dos produtos nesta *Black Friday*:



Em 2024, 60,1% dos entrevistados afirmaram que irão realizar uma pesquisa de preços para confirmar se os produtos realmente estão em promoção, enquanto 33,3% pretendem escolher as lojas onde encontrarão os melhores preços. A porcentagem de pessoas que não planejam fazer essa pesquisa caiu para 6,6%, indicando um aumento na conscientização sobre a importância de verificar preços.

Observou-se uma tendência de crescente preocupação dos consumidores em garantir que as promoções são legítimas. Em 2020, 50,6% dos entrevistados afirmavam que pesquisariam para confirmar se os preços estavam realmente mais baixos, número que subiu para 61% em 2021. Essa tendência continuou, atingindo 63,9% em 2023. Em 2024, apesar da leve queda para 60,1%, a maioria ainda se dedica a pesquisar, refletindo uma atitude cautelosa em relação às ofertas, impulsionada por experiências passadas que podem não ter correspondido às expectativas. A procura por informações antes da compra reforça a importância da transparência e da confiança nas promoções durante eventos como a *Black Friday*.

**Gráfico 14** Irá fazer pesquisa de preço?

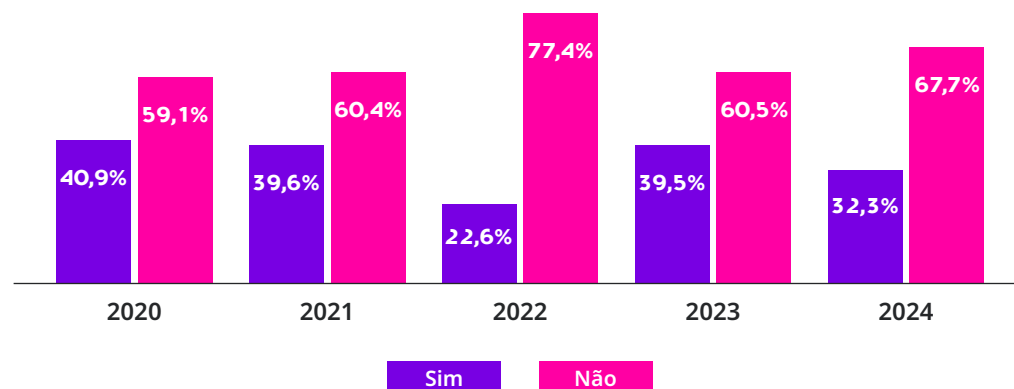


## Estratégias

A pesquisa destaca a intenção dos consumidores em aproveitar as ações da *Black Friday* para realizar compras para o Natal. Neste ano, apenas 32,3% dos entrevistados afirmaram que aproveitarão as promoções da *Black Friday* para as compras natalinas, enquanto 67,7% não planejam fazer isso. Essa tendência de diminuição na intenção de comprar para o Natal durante a *Black Friday* é notável quando se observa o histórico dos anos anteriores.

Comparando com os dados de anos anteriores, em 2020, 40,9% dos consumidores estavam dispostos a utilizar as promoções da *Black Friday* para suas compras de Natal, um número que se manteve relativamente estável em 2021, com 39,6%. Contudo, em 2022, houve uma queda acentuada, com apenas 22,6% dos consumidores afirmando que aproveitarão as ofertas, um reflexo da possível insatisfação ou desconfiança em relação às promoções. Apesar da leve recuperação em 2023, com 39,5% dos entrevistados interessados em realizar compras para o Natal, o número de 2024 mostra um novo declínio, indicando que muitos consumidores podem estar priorizando outras estratégias de compra ou se sentindo mais cautelosos em relação às ofertas da *Black Friday*. Essa mudança sugere uma evolução nas expectativas dos consumidores em relação ao planejamento das compras natalinas e à utilização das promoções de fim de ano.

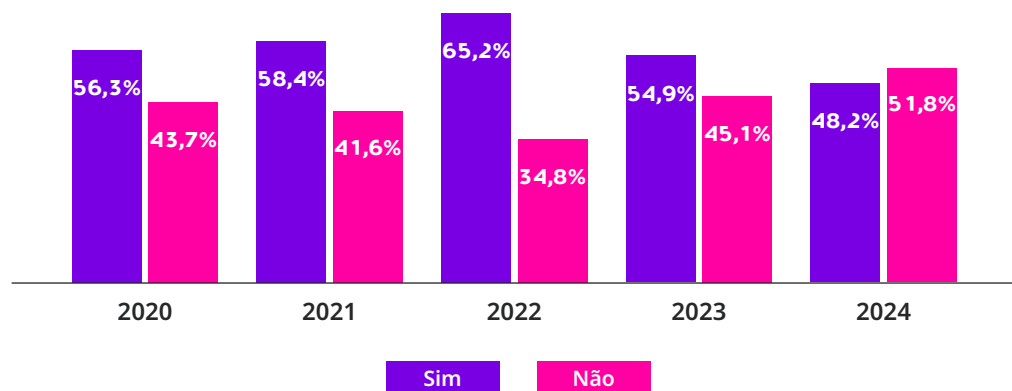
Gráfico 15 Aproveitará as ações para realizar compras para o Natal?



Quanto a intenção dos consumidores em adquirir itens não planejados durante a *Black Friday*, caso os descontos sejam atrativos. Quase metade (48,2%) dos entrevistados afirmou que comprariam produtos não planejados, enquanto 51,8% declararam que não fariam essas aquisições. Essa mudança de comportamento reflete uma tendência de cautela entre os consumidores em relação às compras por impulso, especialmente em um contexto econômico que pode estar afetando a confiança do consumidor.

Analisando os dados ao longo dos anos, em 2020, 56,3% dos consumidores estavam dispostos a adquirir itens não planejados, um número que cresceu para 58,4% em 2021. Em 2022, essa disposição aumentou ainda mais, alcançando 65,2%, indicando que a atração por ofertas na *Black Friday* estava em alta. No entanto, essa tendência começou a inverter em 2023, com a porcentagem caindo para 54,9%, e, em 2024, atingindo um nível inferior a 50%.

**Gráfico 16** **Comprará itens não planejados, caso os descontos sejam atrativos durante a *Black Friday*?**



Quanto à intenção dos consumidores em adquirir itens não planejados durante a *Black Friday*, caso os descontos sejam atrativos, quase metade sendo a principal motivação, com 34,6% dos entrevistados afirmando que essa ação os incentiva a comprar. Embora essa porcentagem tenha diminuído em comparação aos anos anteriores — 55,8% em 2021 e 36,8% em 2022 —, ainda demonstra a relevância das promoções como um atrativo.

Os descontos também mantêm um papel importante, com 33,8% dos consumidores mencionando essa ação em 2024. Essa cifra é superior ao percentual registrado em 2023 (28,6%) e sugere uma recuperação no interesse por ofertas

de desconto, embora ainda abaixo dos índices de 2021 e 2022, que foram de 53,6% e 37%, respectivamente.

Outros fatores que estimulam as compras, como o preço dos produtos, a qualidade e a necessidade, apresentaram uma tendência de queda ao longo dos anos. Em 2024, apenas 15% dos consumidores consideraram o preço dos produtos como um incentivo, uma redução significativa em relação aos 31,8% de 2021. A qualidade do produto, que anteriormente motivou 26,2% dos consumidores em 2021, caiu para 13,4% em 2024.

Em suma, embora promoções e descontos continuem sendo fundamentais para estimular compras durante a *Black Friday*, a diminuição do impacto de outros fatores sugere que os consumidores estão se tornando mais seletivos e conscientes em suas decisões de compra, exigindo que o comércio se adapte a esse novo comportamento.

Tabela 4 – Quais ações do comércio poderá estimulá-lo a realizar compras

Tabela 8

**Quais ações do comércio poderá estimulá-lo (la) a realizar compras durante a Black Friday deste ano?**

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024
Promoções	55,8%	36,8%	31,6%	34,6%
Descontos	53,6%	37%	28,6%	33,8%
Preço dos produtos	31,8%	42%	22%	15%
Qualidade do produto	26,2%	25,6%	16,6%	13,4%
Necessidade	23%	25,2%	7%	12,6%
Variedades de marcas e produtos	12,2%	11,4%	15,2%	12,4%
Facilidade no pagamento	11,4%	3,6%	7,2%	7,2%
Marketing/Divulgação	6,6%	12,4%	5,2%	5,2%
Atendimento diferenciado	10%	4%	6%	4,2%
Nenhuma	7,8%	18,8%	0,2%	1,8%
Outras	8%	3,2%	0,4%	1,6%





**Fecomércio RN · IFC**  
— Sistema Comércio —