Fecomércio RN · IFC

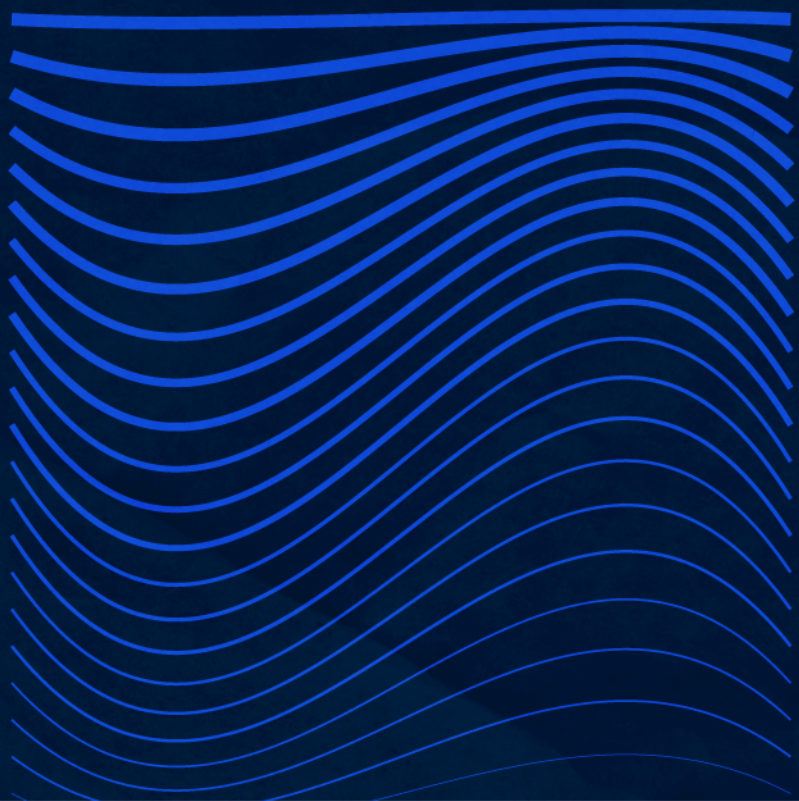
Sistema Comércio

Intenções de compras para a

Black Friday

Outubro 2026

Natal · Mossoró · Parnamirim



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

Beatriz Silva Melo
Débora Soares da Cruz
Fernanda Lobato de Araújo
Franciana Karla de Souza Lima
Gessica Rafaela da Silva Alves
Hugo Sérgio Zacarias Ribeiro
Jacqueline Aires C. Paiva
Josiel Soares da Costa
Luanna Shirlley 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

Motivos para não comprar 10

Itens de interesse e motivação para comprar 12

Estratégias para as compras 14

Gastos 22

1 Introdução

A Black Friday é uma data tradicional dos Estados Unidos, celebrada na última sexta-feira do mês de novembro, em que o comércio costuma oferecer grandes descontos. Também 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. As estratégias da data favorecem o consumo pela oportunidade, atraindo 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 participar da Black Friday 2026, com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor, 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 coleta das informações ocorreu no período de 25 e 31 de outubro. 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 Black Friday. 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 entrevistados 1.602 consumidores das cidades de Natal (600), Mossoró (500) e Parnamirim (502), distribuídos proporcionalmente por regiões 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.

Em conformidade com as boas práticas estatísticas e os princípios de melhoria contínua adotados pelo Instituto Fecomércio RN, a metodologia das pesquisas é revisada periodicamente, contemplando aperfeiçoamentos nos procedimentos de coleta, tratamento e análise dos dados. Essas atualizações metodológicas podem ocasionar variações em alguns indicadores históricos, sempre dentro dos limites estatisticamente aceitáveis, sem comprometer a comparabilidade e a consistência das séries temporais.

3 Síntese dos resultados

Intenções de compras

Em Natal, 64,8% dos consumidores pretendem comprar na Black Friday de 2026, enquanto 35,2% não têm essa intenção. O índice dos consumidores que irão às compras é o maior da série histórica, avança 1,7 ponto percentual em relação a 2025 e acumula crescimento de 7,7 pontos desde 2022, o que mostra ampliação gradual da intenção de compras na data.

Tabela 1. Natal - Intenção de comprar na Black Friday:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	57,1%	59,3%	61%	63,1%	64,8%
Não	42,9%	40,7%	39%	36,9%	35,2%

Mossoró registra 52,4% dos consumidores que pretendem aproveitar a Black Friday de 2026. O percentual fica 0,5 ponto abaixo dos 52,9% registrados em 2025 e permanece 10,1 pontos acima do resultado de 2022. Mais da metade do público mantém planos de compra, em um patamar próximo ao observado no ano anterior.

Tabela 2. Mossoró - Intenção de comprar na Black Friday:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	42,3%	43%	51,6%	52,9%	52,4%
Não	57,7%	57%	48,4%	47,1%	47,6%

Em Parnamirim, município que entra pela primeira vez na pesquisa, 55,2% dos consumidores pretendem comprar na Black Friday, enquanto 44,8% não planejam participar. A intenção de compras supera a de Mossoró em 2,8 pontos percentuais e fica 9,6 pontos abaixo da de Natal. O resultado indica adesão de mais da metade dos entrevistados à data promocional.

Tabela 3. Parnamirim - Intenção de comprar na Black Friday:

	2026
Sim	55,2%
Não	44,8%

A intenção de compras na Black Friday 2026 em Natal é próxima entre homens (65,3%) e mulheres (64,4%). A diferença de 0,9 ponto percentual mostra participação bem semelhante entre os dois grupos no planejamento do período promocional, com aproximadamente dois terços dos entrevistados afirmando que pretendem realizar compras.

Tabela 4. Natal - Intenção de comprar na Black Friday por gênero:

	Sim	Não
Feminino	64,4%	35,6%
Masculino	65,3%	34,7%

Por faixa etária, os consumidores de 18 a 24 anos apresentam a maior intenção de compras em Natal, com 69,8%. A participação é de 64,9% entre os que têm de 25 a 34 anos, 63,7% entre os acima de 45 anos e 61,3% na faixa de 35 a 44 anos. Os planos de compra alcançam a maioria em todas as faixas pesquisadas.

Tabela 5. Natal - Intenção de comprar na Black Friday por faixa etária:

	Sim	Não
18 a 24 anos	69,8%	30,2%
25 a 34 anos	64,9%	35,1%
35 a 44 anos	61,3%	38,7%
Acima de 45 anos	63,7%	36,3%

No caso da escolaridade, a intenção de comprar dos natalenses é de 65,7% entre os consumidores com ensino superior ou mais, 64,2% entre aqueles com ensino médio e 63% entre os de ensino fundamental. A diferença de 2,7 pontos percentuais entre os extremos mostra resultados próximos, com participação majoritária nas três categorias de escolaridade.

Tabela 6. Natal - Intenção de comprar na Black Friday por escolaridade:

	Sim	Não
Ensino fundamental	63%	37%
Ensino médio	64,2%	35,8%
Ensino superior ou mais	65,7%	34,3%

A intenção de compras em Natal cresce entre as faixas de renda mensal familiar informadas: passa de 60,9% entre os consumidores com renda de até dois salários-mínimos para 72,5% entre aqueles com renda acima de dez salários-mínimos. As faixas de dois a cinco salários-mínimos e de cinco a dez salários-mínimos registram 66,8% e 70,4%. Entre os que não informaram renda, a intenção de compras é de 57,8%.

Tabela 7. Natal - Intenção de comprar na Black Friday por renda mensal familiar:

	Sim	Não
Até 2 SM	60,9%	39,1%
De 2 a 5 SM	66,8%	33,2%
De 5 a 10 SM	70,4%	29,6%
Acima de 10 SM	72,5%	27,5%
Não sabe/Não respondeu	57,8%	42,2%

Em Mossoró, 57,1% das mulheres pretendem comprar na Black Friday 2026, frente a 46,4% dos homens. A diferença é de 10,7 pontos percentuais. Enquanto a intenção de compra reúne a maioria do público feminino, entre os homens predomina a resposta de que não pretendem comprar, com 53,6%.

Tabela 8. Mossoró - Intenção de comprar na Black Friday por gênero:

	Sim	Não
Feminino	57,1%	42,9%
Masculino	46,4%	53,6%

A faixa etária de 18 a 24 anos apresenta a maior intenção de compras em Mossoró, com 61,9%. Na sequência estão os consumidores de 35 a 44 anos, com 53,8%, e os acima de 45 anos, com 51,4%. Entre os que têm de 25 a 34 anos, a intenção é de 49%, o menor percentual entre as faixas pesquisadas.

Tabela 9. Mossoró - Intenção de comprar na Black Friday por faixa etária:

	Sim	Não
18 a 24 anos	61,9%	38,1%
25 a 34 anos	49%	51%
35 a 44 anos	53,8%	46,2%
Acima de 45 anos	51,4%	48,6%

Em Mossoró, a intenção de compra varia de 31,7% entre os consumidores com ensino fundamental a 59,2% entre aqueles com ensino superior ou mais. O ensino médio registra 50,2%. A distância de 27,5 pontos percentuais entre os extremos evidencia diferenças na participação planejada entre os grupos de escolaridade.

Tabela 10. Mossoró - Intenção de comprar na Black Friday por escolaridade:

	Sim	Não
Ensino fundamental	31,7%	68,3%
Ensino médio	50,2%	49,8%
Ensino superior ou mais	59,2%	40,8%

Os consumidores com renda mensal familiar acima de dez salários-mínimos apresentam a maior intenção de compra em Mossoró, com 71,4% das respostas, seguidos pelas faixas de cinco a dez salários-mínimos (64,3%) e de dois a cinco salários-mínimos (63,3%). Entre aqueles com renda de até dois salários-mínimos, a intenção é de 41,9%. A parcela que não informou renda registra 37,5%.

Tabela 11. Mossoró - Intenção de comprar na Black Friday por renda mensal familiar:

	Sim	Não
Até 2 SM	41,9%	58,1%
De 2 a 5 SM	63,3%	36,7%
De 5 a 10 SM	64,3%	35,7%
Acima de 10 SM	71,4%	28,6%
Não sabe/Não respondeu	37,5%	62,5%

A intenção de compras em Parnamirim é de 55,5% entre os homens e 54,9% entre as mulheres. A diferença de 0,6 ponto percentual indica resultados próximos. Nos dois grupos, a maioria pretende participar da Black Friday, com proporções semelhantes às observadas no conjunto dos consumidores do município.

Tabela 12. Parnamirim - Intenção de comprar na Black Friday por gênero:

	Sim	Não
Feminino	54,9%	45,1%
Masculino	55,5%	44,5%

Em Parnamirim, a intenção de compras é mais elevada entre os consumidores de 18 a 24 anos, com 59,7%, e diminui nas faixas seguintes: 56,1% entre 25 e 34 anos, 53,9% entre 35 e 44 anos e 53,1% entre os acima de 45 anos. Todas as faixas apresentam maioria com planos de compra.

Tabela 13. Parnamirim - Intenção de comprar na Black Friday por faixa etária:

	Sim	Não
18 a 24 anos	59,7%	40,3%
25 a 34 anos	56,1%	43,9%
35 a 44 anos	53,9%	46,1%
Acima de 45 anos	53,1%	46,9%

Os consumidores com ensino superior ou mais registram a maior intenção de compras na Black Friday em Parnamirim, com 59,3%. Entre os de ensino

médio, o percentual é de 52,2%, e entre os de ensino fundamental, de 51,5%. A participação planejada é majoritária nas três categorias, com diferença de 7,8 pontos percentuais entre os extremos.

Tabela 14. Parnamirim - Intenção de comprar na Black Friday por escolaridade:

	Sim	Não
Ensino fundamental	51,5%	48,5%
Ensino médio	52,2%	47,8%
Ensino superior ou mais	59,3%	40,7%

Por renda mensal familiar, a intenção de comprar aumenta à medida que as faixas sobem: 52,5% de intenções entre aqueles que ganham até dois salários-mínimos, 53,9% entre os de dois a cinco salários-mínimos, 60,6% de cinco a dez salários-mínimos e 62,8% acima de dez salários-mínimos. Entre os consumidores que não informaram a renda, o percentual é de 38,5%.

Tabela 15. Parnamirim - Intenção de comprar na Black Friday por renda mensal familiar:

	Sim	Não
Até 2 SM	52,5%	47,5%
De 2 a 5 SM	53,9%	46,1%
De 5 a 10 SM	60,6%	39,4%
Acima de 10 SM	62,8%	37,2%
Não sabe/Não respondeu	38,5%	61,5%

Motivos para não comprar

Entre os consumidores de Natal que não pretendem comprar, a falta de dinheiro e a decisão de não fazer compras por impulso lideram os motivos, ambas com 28,9% das respostas. Aqueles que não irão comprar porque vão poupar aparecem com 13,7% das respostas, e a desconfiança nas ofertas da Black Friday, com 9,5%. Esta última menção recua em relação aos 21,8% de 2025, enquanto aqueles que dizem que os preços nunca são o que esperam recua de 9,3% para 6,6%.

Tabela 16. Natal - Motivos para não comprar: Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Falta de dinheiro	18,8%	21,7%	18,1%	24,4%	28,9%
Não faz compras por impulso	19,2%	19%	34,9%	29,8%	28,9%
Poupar	9,2%	11,6%	10,1%	18,7%	13,7%
Não acredita nas ofertas da Black Friday	21,5%	17,4%	28,2%	21,8%	9,5%
Os preços nunca são o que esperam	7,7%	11,6%	11,3%	9,3%	6,6%
Dívidas/Contas em atraso	4,2%	5,4%	10,1%	4,4%	5,2%
Desemprego	7,3%	2,7%	4,6%	2,2%	2,8%
Outros	12,7%	13,6%	5,5%	6,2%	14,2%

A falta de dinheiro é o principal motivo apontado pelos consumidores para não comprar na Black Friday em Mossoró, com 27,7% das respostas, seguida pela desconfiança nas ofertas (20,6%) e pela decisão de não comprar por impulso (16,8%). Os dois primeiros motivos apresentam percentuais menores do que em 2025. O desemprego, por sua vez, passa de 7,6% para 10,5%, mostrando maior presença entre as justificativas.

Tabela 17. Mossoró - Motivos para não comprar: Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Falta de dinheiro	28,4%	27,7%	28,1%	39,8%	27,7%
Não acredita nas ofertas da Black Friday	20,8%	28,1%	41,3%	33,1%	20,6%
Não faz compras por impulso	14,5%	14,7%	12,8%	14,8%	16,8%
Os preços nunca são o que esperam	13,1%	9,1%	16,5%	19,9%	12,6%
Poupar	20,1%	14%	6,2%	6,4%	12,2%
Desemprego	7,3%	4,9%	7,9%	7,6%	10,5%
Dívidas/Contas em atraso	17%	13,3%	5,4%	9,7%	7,6%
Outros	33,6%	12,6%	6,2%	10,6%	1,3%

Em Parnamirim, a falta de dinheiro (32%) e a decisão de não fazer compras por impulso (31,6%) são os motivos mais citados pelos consumidores sem intenção de comprar. A preferência por poupar representa 15,6%, e a desconfiança nas ofertas, 10,2%. As respostas destacam tanto restrições financeiras quanto escolhas de planejamento do orçamento.

Tabela 18. Parnamirim - Motivos para não comprar: Múltiplas respostas

	2026
Falta de dinheiro	32%
Não faz compras por impulso	31,6%
Poupar	15,6%
Não acredita nas ofertas da Black Friday	10,2%
Os preços nunca são o que esperam	4%
Desemprego	1,8%
Dívidas/Contas em atraso	1,8%
Outros	5,8%

Itens de interesse e motivação para comprar

Os eletrodomésticos lideram o interesse entre os produtos que os consumidores de Natal pretendem comprar, com 40,4% das respostas, ante 33,9% em 2025. Roupas e acessórios aparecem com 21,3%, seguidos por móveis e decoração, com 19,5%. Eletrônicos representam 12,6%, calçados, 11,3%, celulares, smartphones e tablets, 10%, e perfumes e cosméticos, 9,3%.

Tabela 19. Natal - Produtos que pretende comprar: Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Eletrodomésticos	37,4%	41%	38,4%	33,9%	40,4%
Roupas e acessórios	19,5%	14,4%	24,2%	24,5%	21,3%
Móveis e decoração	9,5%	11,7%	17,2%	16,4%	19,5%
Eletrônicos (TV, som, computador etc.)	22,7%	18,6%	20,7%	19%	12,6%
Calçados	8,3%	5,9%	9,4%	13,3%	11,3%
Celular/Smartphone/Tablet	10,6%	13,3%	8,6%	10,4%	10%
Perfumes e/ou cosméticos	3,7%	4,5%	7,3%	10,9%	9,3%
Outros	8,9%	9%	9,7%	12,2%	10%

Em Mossoró, os eletrodomésticos passam a liderar os produtos que os consumidores mais têm intenção de comprar, com 35,1%, acima dos 27,2% de 2025. Roupas e acessórios representam 30,9%, seguidos por eletrônicos (20,2%) e móveis e decoração (13,7%). Celulares, smartphones e tablets registram 11,8%, e perfumes e cosméticos, 11,1%. As preferências combinam bens duráveis e produtos de uso pessoal.

Tabela 20. Mossoró - Produtos que pretende comprar: Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Eletrodomésticos	27,4%	27%	23,6%	27,2%	35,1%
Roupas e acessórios	21,2%	21,4%	32,2%	34%	30,9%
Eletrônicos (TV, som, computador etc.)	22,2%	17,7%	14%	18,9%	20,2%
Móveis e decoração	9,4%	7%	10,9%	15,5%	13,7%
Celular/Smartphone/Tablet	18,9%	18,1%	9,7%	6%	11,8%
Perfumes e/ou cosméticos	9,9%	12,6%	20,5%	12,5%	11,1%
Calçados	8%	7%	12,4%	11,3%	6,1%
Outros	32,5%	30,7%	29,1%	23,4%	15,6%

Os eletrodomésticos são a categoria mais citada em Parnamirim, com 43,7%, o maior percentual para esse grupo de produtos entre os três municípios. Móveis e decoração representam 23,1%, e roupas e acessórios, 22%. Eletrônicos aparecem com 13,4%. Os resultados destacam a presença de produtos para o lar nas intenções de compra do município.

Tabela 21. Parnamirim - Produtos que pretende comprar: Múltiplas respostas

	2026
Eletrodomésticos	43,7%
Móveis e decoração	23,1%
Roupas e acessórios	22%
Eletrônicos (TV, som, computador etc.)	13,4%
Celular/Smartphone/Tablet	7,2%
Perfumes e/ou cosméticos	6,1%
Calçados	5,1%
Outros	8,7%

Em Natal, a compra de um item no período da Black Friday é a intenção mais frequente, com 33,4%, seguida por aqueles que irão comprar dois itens, com 28,8%. Juntas, essas categorias representam 62,2% dos compradores. A previsão de cinco ou mais itens reúne 15,4%, abaixo dos 18% de 2025. O planejamento concentra-se, portanto, em compras com menor quantidade de produtos.

Tabela 22. Natal - Quantidade de itens que pretende comprar:

	2022	2023	2024	2025	2026
Um	42%	53,4%	42,9%	36,2%	33,4%
Dois	28,2%	20,1%	24,8%	22,4%	28,8%
Três	12,4%	11,5%	14,3%	16,1%	15,9%
Quatro	6%	4,8%	7,8%	7,3%	6,4%
Cinco ou mais	11,5%	10,2%	10,2%	18%	15,4%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	0%

Em Mossoró, 32,8% dos compradores pretendem adquirir um item, e 27,5%, dois itens. Essas categorias reúnem 60,3% das respostas. A intenção de comprar cinco ou mais produtos chega a 17,2%, frente a 10,6% em 2025. O município combina predominância de compras de até dois itens com maior participação dos planos de compras mais numerosas.

Tabela 23. Mossoró - Quantidade de itens que pretende comprar:

	2022	2023	2024	2025	2026
Um	45%	42,1%	36,2%	30,6%	32,8%
Dois	22,3%	25,7%	22,6%	25,7%	27,5%
Três	15,2%	18,7%	17,1%	20,4%	15,3%
Quatro	5,7%	4,2%	12,8%	12,8%	7,3%
Cinco ou mais	11,8%	9,3%	11,3%	10,6%	17,2%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	0%

Em Parnamirim, 37,2% dos compradores pretendem adquirir um item, e 28,5%, dois itens, totalizando 65,7% das respostas. Três itens representam 16,2%, quatro itens, 6,5%, e cinco ou mais, 11,6%. A concentração em até dois produtos é a mais elevada entre os três municípios pesquisados.

Tabela 24. Parnamirim - Quantidade de itens que pretende comprar:

	2026
Um	37,2%
Dois	28,5%
Três	16,2%
Quatro	6,5%
Cinco ou mais	11,6%

Estratégias para as compras

A semana da Black Friday concentra 80,2% das intenções de compra em Natal, abaixo dos 87% de 2025. A previsão de comprar quinze dias antes aumenta de 5,2% para 9%, e a de comprar depois da data passa de 2,6% para 5,9%. A semana promocional permanece central, com maior participação de compras planejadas para outros momentos.

Tabela 25. Natal - Período da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Na semana da Black Friday	87,9%	88,6%	84,7%	87%	80,2%
Quinze dias antes	4%	3,7%	6,2%	5,2%	9%
Já comprou	0%	0,8%	3%	3,9%	2,6%
Depois da Black Friday	5,5%	1,9%	2,4%	2,6%	5,9%
Não sabe/Não respondeu	2,6%	5,1%	3,8%	1,3%	2,3%

Em Mossoró, 80,5% dos compradores pretendem concentrar as compras na semana da Black Friday. A antecedência de quinze dias representa 12,2%, acima dos 8,3% de 2025. Outros 1,9% já haviam comprado, e 2,7% pretendem comprar depois da data. A distribuição reforça a importância de preparar as ações comerciais também para o período anterior à semana principal.

Tabela 26. Mossoró - Período da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Na semana da Black Friday	82,5%	77,7%	94,9%	85,7%	80,5%
Quinze dias antes	7,5%	14,9%	0,8%	8,3%	12,2%
Já comprou	0%	4,2%	0%	1,9%	1,9%
Depois da Black Friday	1,9%	2,8%	4,3%	1,5%	2,7%
Não sabe/Não respondeu	8%	0,5%	0%	2,6%	2,7%

Em Parnamirim, 80,9% dos compradores pretendem realizar as compras na semana da Black Friday. A antecedência de quinze dias reúne 11,2%, enquanto 3,6% já haviam comprado. A intenção de comprar depois da data e a indefinição sobre o período representam 2,2% cada. A concentração na semana promocional é semelhante à observada nos demais municípios.

Tabela 27. Parnamirim - Período da compra:

	2026
Na semana da Black Friday	80,9%
Quinze dias antes	11,2%
Já comprou	3,6%
Depois da Black Friday	2,2%
Não sabe/Não respondeu	2,2%

A internet é o canal individual mais citado pelos compradores de Natal nesta Black Friday, com 33,4% das intenções, seguida por shopping (31,9%) e comércio de rua (26,2%). Shopping e comércio de rua somam 58,1% das preferências. A distribuição mostra a importância das compras presenciais e a presença dos canais digitais na organização das vendas da Black Friday.

Tabela 28. Natal - Local da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Internet	31,9%	32%	32,5%	34,6%	33,4%
Shopping	36,5%	32,8%	35,2%	33,9%	31,9%
Comércio de rua	20,1%	28%	23,4%	29,7%	26,2%
Autônomo/Revendedor	0%	0%	0%	0%	0,3%
Outro	0%	0%	0%	0%	1,8%
Não sabe/Não respondeu	11,5%	7,2%	8,9%	1,8%	6,4%

Em Mossoró, a internet também lidera os locais de compra pretendidos, com 36,6% das respostas, seguida por comércio de rua (28,2%) e shopping (24,8%). Em relação a 2025, a participação do shopping aumenta 10,1 pontos percentuais, enquanto a do comércio de rua diminui 13,7 pontos. As respostas mostram uma composição diferente das preferências entre os canais de compra.

Tabela 29. Mossoró - Local da compra:

	2022	2023	2024	2025	2026
Internet	35,8%	31,6%	40,9%	37,7%	36,6%
Comércio de rua	17%	36,3%	38,9%	41,9%	28,2%
Shopping	21,2%	14,9%	17,5%	14,7%	24,8%
Autônomo/Revendedor	0%	0%	0%	0%	3,1%
Outro	0,9%	0,9%	0%	0,4%	0,4%
Não sabe/Não respondeu	25%	16,3%	2,7%	5,3%	6,9%

A internet concentra 45,1% das preferências de compra em Parnamirim, o maior percentual desse canal entre os três municípios. O comércio de rua representa 35,4%, e o shopping, 15,9%. A distribuição destaca a relevância do atendimento digital, das condições de entrega e da presença dos estabelecimentos em diferentes canais de venda.

Tabela 30. Parnamirim - Local da compra:

	2026
Internet	45,1%
Comércio de rua	35,4%
Shopping	15,9%
Autônomo/Revendedor	0,4%
Outro	1,1%
Não sabe	2,2%

O frete grátis é o fator mais citado na escolha do local de compra em Natal, com 51,2%, mantendo o percentual de 2025. Credibilidade e segurança do

site ou aplicativo representam 27%, enquanto confiança e prazo de entrega registram 21,6% cada. As respostas destacam o custo da entrega e a segurança da compra entre os critérios de escolha.

Tabela 31. Natal - Fatores que vão determinar o local das compras: Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Frete grátis	53%	57,7%	56,4%	51,2%	51,2%
Credibilidade e segurança do site ou aplicativo	32%	32,6%	25,1%	34,8%	27%
Confiança	14,7%	14,4%	23,4%	18,5%	21,6%
Prazo de entrega	21,7%	20,7%	27,8%	25,9%	21,6%
Comentários	0%	0%	5,6%	14,5%	9,5%
Conforto	4,3%	8,8%	10,2%	9,2%	9,3%
Cashback	11,3%	3,4%	5,3%	6,1%	8,2%
Outros	19%	23,2%	20,2%	17,2%	13,9%

Em Mossoró, frete grátis (56,5%) e credibilidade e segurança do site ou aplicativo (45%) lideram os fatores de escolha do local das compras. A credibilidade avança em relação aos 37% de 2025. O prazo de entrega aparece com 18,3%, a oferta de cashback, com 13%, e a facilidade no pagamento, com 10,3%. Os critérios combinam economia, segurança e condições de realização da compra.

Tabela 32. Mossoró - Fatores que vão determinar o local das compras: Múltiplas respostas

	2022	2023	2024	2025	2026
Frete grátis	69,4%	55,1%	77,7%	59,2%	56,5%
Credibilidade e segurança do site ou aplicativo	45,5%	58,4%	40,6%	37%	45%
Prazo de entrega	39,2%	47,7%	45,3%	34%	18,3%
Cashback	13,9%	15%	12,9%	11,7%	13%
Facilidade no pagamento	12,4%	11,2%	12,1%	7,5%	10,3%
Confiança	44%	19,6%	21,5%	27,2%	9,9%
Comentários	0%	0%	3,5%	21,1%	9,5%
Outros	37,8%	33,2%	16,4%	20%	11,1%

Em Parnamirim, os fatores mais citados são frete grátis (47,3%), credibilidade e segurança do site ou aplicativo (38,3%) e prazo de entrega (26,7%). Confiança representa 10,1%, e comentários de outros consumidores, 9,7%. O resultado ressalta a importância das condições de entrega e da segurança percebida na escolha do local de compra.

Tabela 33. Parnamirim - Fatores que vão determinar o local das compras:

Múltiplas respostas

	2026
Frete grátis	47,3%
Credibilidade e segurança do site ou aplicativo	38,3%
Prazo de entrega	26,7%
Confiança	10,1%
Comentários	9,7%
Cashback	6,1%
Conforto	6,1%
Outros	9,7%

Em Natal, as formas de pagamento informadas pelos consumidores apresentam equilíbrio: 48,1% dos compradores pretendem parcelar, e 47,8%, pagar à vista. O parcelamento recua 3,7 pontos percentuais em relação a 2025, quando representava 51,8%. A proximidade entre as duas modalidades indica espaço para ofertas com desconto à vista e condições de pagamento a prazo.

Tabela 34. Natal - Formas de pagamento:

	2022	2023	2024	2025	2026
Parcelado	56,6%	59,7%	63,7%	51,8%	48,1%
À vista	39,9%	37,6%	33,6%	47,9%	47,8%
Outras	0%	0%	0%	0%	1,3%
Não sabe/Não respondeu	3,4%	2,7%	2,7%	0,3%	2,8%

Ao longo dos anos o parcelamento permanece como a principal forma de pagamento em Mossoró, com 67,2% das respostas em 2026, embora recue em relação aos 69,4% de 2025. O pagamento à vista passa de 25,3% para 32,1%.

Tabela 35. Mossoró - Formas de pagamento:

	2022	2023	2024	2025	2026
Parcelado	75%	68,4%	74,7%	69,4%	67,2%
À vista	16,5%	28,4%	22,2%	25,3%	32,1%
Outras	0%	0%	0%	0%	0%
Não sabe/Não respondeu	8,5%	3,3%	3,1%	5,3%	0,8%

Em Parnamirim, 56% dos compradores pretendem parcelar as compras, enquanto 43,7% planejam pagar à vista. A preferência pelo parcelamento fica acima da registrada em Natal e abaixo da observada em Mossoró. As duas modalidades concentram praticamente todas as respostas sobre a forma de pagamento pretendida.

Tabela 36. Parnamirim - Formas de pagamento:

	2026
Parcelado	56%
À vista	43,7%
Outras	0,4%
Não sabe/Não respondeu	0%

Em Natal, 38,7% dos consumidores têm a percepção que os preços estão mais caros do que no ano anterior. Os que acham que os preços estão iguais são 34,5% e os que acham mais baratos são 26,8%. A percepção de preços mais altos é a mais frequente, sem reunir a maioria das respostas.

Tabela 37. Natal - Percepção sobre os preços em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Mais baratos	26,4%	41,5%	32,1%	36,2%	26,8%
Iguais	28,4%	27%	28,3%	23,6%	34,5%
Mais caros	45,1%	31,5%	39,6%	40,2%	38,7%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	0%

Em Mossoró, 54,8% dos entrevistados percebem os preços mais altos, enquanto 25% os consideram iguais e 20,2%, mais baixos. A percepção de preços elevados reúne a maioria e apresenta a maior participação entre os três municípios. Nesse contexto, a clareza das ofertas e das condições de pagamento ganha relevância para a comunicação com o consumidor.

Tabela 38. Mossoró - Percepção sobre os preços em relação ao ano anterior:

	2022	2023	2024	2025	2026
Mais baratos	17,9%	13,6%	26,6%	18,8%	20,2%
Iguais	20,3%	31,8%	25%	33,8%	25%
Mais caros	61,8%	54,7%	48,4%	47,4%	54,8%
Não sabe/Não respondeu	0%	0%	0%	0%	0%

Em Parnamirim, a percepção de preços mais caros (38%) é próxima à de preços iguais (37,3%). A diferença de apenas 0,7 ponto percentual entre as duas respostas mais frequentes mostra opiniões divididas entre aumento e estabilidade dos preços. A avaliação de preços mais baratos representa 24,7%.

Tabela 39. Parnamirim - Percepção sobre os preços em relação ao ano anterior:

	2026
Mais baratos	24,7%
Iguais	37,3%
Mais caros	38%

Entre os consumidores de Natal que pretendem pesquisar preços, a confirmação dos descontos é o principal objetivo da pesquisa, mencionada por 77,1% dos compradores, frente a 72,4% em 2025. A comparação entre lojas representa 11,3%, e 11,6% não pretendem pesquisar. O resultado destaca o interesse em verificar se a promoção oferece redução efetiva de preço.

Tabela 40. Natal - Intenção de pesquisar preços:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim, para confirmar os descontos	66,7%	74,4%	62,6%	72,4%	77,1%
Sim, para comparar as lojas	26,7%	15,7%	26,3%	19,8%	11,3%
Não	6,6%	9,9%	11%	7,8%	11,6%

Em Mossoró, 71,8% dos compradores irão pesquisar preços para confirmar os descontos, acima dos 58,9% de 2025. A comparação entre lojas representa 23,7%, enquanto 4,6% não realizam pesquisa. A predominância das respostas afirmativas evidencia a importância de apresentar preços e condições comerciais de forma clara e comparável.

Tabela 41. Mossoró – Intenção de pesquisar preços:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim, para confirmar os descontos	62,3%	64%	60,1%	58,9%	71,8%
Sim, para comparar as lojas	24,5%	29%	33,3%	37,4%	23,7%
Não	13,2%	7%	6,6%	3,8%	4,6%

Em Parnamirim, 71,8% dos compradores pesquisam preços para confirmar os descontos, e 23,1%, para comparar lojas. Apenas 5,1% não realizam pesquisa. A ampla participação desse comportamento mostra que a busca de informações integra o planejamento das compras e valoriza a transparência das ofertas.

Tabela 42. Parnamirim - Intenção de pesquisar preços:

	2026
Sim, para confirmar os descontos	71,8%
Sim, para comparar as lojas	23,1%
Não	5,1%

Na questão sobre compra de itens não planejados, 67% dos entrevistados de Natal responderam sim, e 33%, não. A predominância da resposta afirmativa destaca a presença de decisões que podem ampliar a seleção inicial de produtos. Ofertas de itens complementares e boa apresentação do sortimento podem ser consideradas nas ações comerciais.

Tabela 43. Natal - Possibilidade de compra de itens não planejados:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	70,5%	74,1%	69,6%	70,2%	67%
Não	29,5%	25,9%	30,4%	29,8%	33%

Em Mossoró, 62% dos entrevistados responderam afirmativamente à questão sobre compra de itens não planejados, enquanto 38% responderam não. A resposta positiva reúne aproximadamente seis em cada dez consumidores. O indicador mostra a relevância de acompanhar tanto as compras previamente definidas quanto a possibilidade de inclusão de outros produtos.

Tabela 44. Mossoró - Possibilidade de compra de itens não planejados:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	66,2%	55,1%	49%	62,4%	62%
Não	33,8%	44,9%	51%	37,6%	38%

Em Parnamirim, a resposta afirmativa à compra de itens não planejados alcança 70,9%, frente a 29,1% de respostas negativas. É o maior percentual afirmativo entre os três municípios pesquisados. O resultado destaca a importância da apresentação de produtos e de ofertas complementares ao planejamento inicial do consumidor.

Tabela 45. Parnamirim - Possibilidade de compra de itens não planejados:

	2026
Sim	70,9%
Não	29,1%

Na capital, 65,8% dos compradores pretendem antecipar as compras de Natal durante a Black Friday, acima dos 62% registrados em 2025 e maior índice da série histórica. A parcela que não pretende antecipar é de 34,2%. A data promocional participa do planejamento das compras natalinas e amplia a relevância de ações voltadas a presentes e produtos associados ao período de fim de ano.

Tabela 46. Natal - Intenção de antecipar as compras de Natal:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	54,2%	56,3%	58%	62%	65,8%
Não	45,8%	43,7%	42%	38%	34,2%

A porcentagem dos consumidores de Mossoró que pretendem antecipar as compras de Natal durante a Black Friday 2026 (55%) também é maior do

que no ano passado (53,2%) e a maior da série. Outros 45% não planejam antecipar. A Black Friday aparece, assim, como oportunidade de organizar parte das compras de fim de ano para mais da metade do público com planos de compra.

Tabela 47. Mossoró - Intenção de antecipar as compras de Natal:

	2022	2023	2024	2025	2026
Sim	22,6%	39,5%	32,3%	53,2%	55%
Não	77,4%	60,5%	67,7%	46,8%	45%

Em Parnamirim, 61% dos compradores pretendem antecipar as compras de Natal, enquanto 39% não têm esse plano. O percentual fica entre os resultados de Natal e Mossoró. A participação majoritária da antecipação indica espaço para ações que relacionem as ofertas da Black Friday ao planejamento das compras natalinas.

Tabela 48. Parnamirim - Intenção de antecipar as compras de Natal:

	2026
Sim	61%
Não	39%

Gastos

Em Natal, a maioria dos consumidores (54,2%) pretende gastar mais de R$ 1.000, frente a 52,3% em 2025. As faixas de R$ 201 a R$ 500 e de R$ 501 a R$ 1.000 representam 17,5% das respostas cada. Quem vai gastar até R$ 200 corresponde a 8,7%, e 2,1% não souberam estimar. A distribuição mostra maior participação dos planos de compra na faixa superior.

Tabela 49. Natal - Faixas de gastos:

	2022	2023	2024	2025	2026
Até R$ 200	18,4%	10,7%	12,9%	12,5%	8,7%
Entre R$ 201 e R$ 500	20,7%	18,7%	18,5%	20,6%	17,5%
Entre R$ 501 e R$ 1.000	15,8%	17,1%	15,6%	14,3%	17,5%
Mais de R$ 1.000	44,3%	51,7%	51,1%	52,3%	54,2%
Não sabe/Não respondeu	0,9%	1,9%	1,9%	0,3%	2,1%

Em Mossoró, o gasto acima de R$ 1.000 representa 32,1% das intenções, seguido por gastos de até R$ 200, com 28,2%. As faixas de gastos de R$ 201 a R$ 500 e de R$ 501 a R$ 1.000 reúnem 19,8% e 16,8%, respectivamente. Em relação a 2025, aumenta a participação das duas faixas intermediárias, enquanto diminuem as parcelas nas faixas de até R$ 200 e acima de R$ 1.000.

Tabela 50. Mossoró - Faixas de gastos:

	2022	2023	2024	2025	2026
Até R$ 200	24,5%	26,2%	16%	40%	28,2%
Entre R$ 201 e R$ 500	19,3%	10,7%	32%	10,2%	19,8%
Entre R$ 501 e R$ 1.000	15,1%	18,2%	30,5%	8,7%	16,8%
Mais de R$ 1.000	20,8%	39,3%	12,5%	36,2%	32,1%
Não sabe/Não respondeu	20,3%	5,6%	9%	4,9%	3,1%

Em Parnamirim, 33,6% dos compradores pretendem gastar mais de R$ 1.000, e 30,7%, até R$ 200. As faixas de R$ 201 a R$ 500 e de R$ 501 a R$ 1.000 representam 22,7% e 13%, respectivamente. A distribuição evidencia diversidade de orçamentos, com participação relevante tanto de compras de menor valor quanto de planos na faixa superior.

Tabela 51. Parnamirim - Faixas de gastos:

	2026
Até R$ 200	30,7%
Entre R$ 201 e R$ 500	22,7%
Entre R$ 501 e R$ 1.000	13%
Mais de R$ 1.000	33,6%
Não sabe/Não respondeu	0%

O gasto médio estimado com as compras da Black Friday 2026 em Natal é de R$ 768,16. O valor é R$ 49,57 acima do valor estimado com as compras em 2025, o equivalente a um crescimento nominal de 6,9%. Trata-se da maior média entre os três municípios e do maior valor da série apresentada para Natal.

Tabela 52. Natal - Gasto médio durante a Black Friday:

2022	2023	2024	2025	2026
R$ 676,27	R$ 746,11	R$ 732,37	R$ 718,59	R$ 768,16

Em Mossoró, o gasto médio estimado é de R$ 590,74, frente a R$ 542,29 em 2025. O aumento de R$ 48,45 corresponde a crescimento nominal de 8,9%. O resultado também supera os R$ 547,12 de 2024, embora permaneça abaixo do patamar registrado em 2023, de R$ 656,09.

Tabela 53. Mossoró - Gasto médio durante a Black Friday:

2022	2023	2024	2025	2026
R$ 549,03	R$ 656,09	R$ 547,12	R$ 542,29	R$ 590,74

O gasto médio estimado com as compras em Parnamirim é de R$ 574,37. O valor fica R$ 16,37 abaixo da média de Mossoró e R$ 193,79 abaixo da de Natal. A estimativa resume as faixas de gasto declaradas pelos consumidores que pretendem participar da Black Friday no município.

Tabela 54. Parnamirim - Gasto médio durante a Black Friday:

2026
R$ 574,37

Entre os compradores de Natal, o gasto médio estimado dos homens é de R$ 804,47, enquanto o das mulheres é de R$ 733,52, diferença de R$ 70,95. Os dois grupos apresentam intenção de compra próxima, acompanhada de valores médios de gasto diferentes entre aqueles que planejam comprar.

Tabela 55. Natal - Gasto médio durante a Black Friday por gênero:

Feminino	R$ 733,52
Masculino	R$ 804,47

Por faixa etária, o gasto médio estimado aumenta à medida que as faixas crescem: R$ 726,60 de 18 a 24 anos, R$ 773,74 de 25 a 34, R$ 780,18 de 35 a 44 e R$ 791,85 acima de 45 anos. O público mais jovem apresenta a maior intenção de compra, enquanto os grupos de maior idade registram valores médios superiores.

Tabela 56. Natal - Gasto médio durante a Black Friday por faixa etária:

18 a 24 anos	R$ 726,60
25 a 34 anos	R$ 773,74
35 a 44 anos	R$ 780,18
Acima de 45 anos	R$ 791,85

Os compradores de Natal com ensino superior ou mais apresentam gasto médio estimado de R$ 798,18, seguidos pelos de ensino médio, com R$ 746,98, e de ensino fundamental, com R$ 688,53. A diferença entre os extremos é de R$ 109,65. Os resultados descrevem valores médios maiores nas categorias de escolaridade mais elevada.

Tabela 57. Natal - Gasto médio durante a Black Friday por escolaridade:

Ensino fundamental	**R$ 688,53**
Ensino médio	**R$ 746,98**
Ensino superior ou mais	**R$ 798,18**

Em Natal, o gasto médio estimado é de R$ 677,93 na faixa de renda mensal familiar de até dois salários-mínimos e chega a R$ 991,40 na faixa acima de dez salários-mínimos. As faixas intermediárias registram R$ 769,18 e R$ 905,37. A diferença entre os extremos é de R$ 313,47, acompanhando a maior intenção de compra nas faixas superiores de renda.

Tabela 58. Natal - Gasto médio durante a Black Friday por renda mensal familiar:

Até 2 SM	**R$ 677,93**
De 2 a 5 SM	**R$ 769,18**
De 5 a 10 SM	**R$ 905,37**
Acima de 10 SM	**R$ 991,40**
Não sabe/Não respondeu	**R$ 650,28**

Em Mossoró, o gasto médio estimado dos homens é de R$ 633,67, e o das mulheres, de R$ 562,87, diferença de R$ 70,80. O público feminino apresenta maior intenção de participar da Black Friday, enquanto os homens que planejam comprar registram gasto médio estimado mais elevado.

Tabela 59. Mossoró - Gasto médio durante a Black Friday por gênero:

Feminino	**R$ 562,87**
Masculino	**R$ 633,67**

Os compradores de 35 a 44 anos apresentam o maior gasto médio estimado em Mossoró, com R$ 620,73, seguidos pelos de 25 a 34 anos, com R$ 611,77. A média é de R$ 574,12 entre as pessoas com idade acima de 45 anos e de R$ 475,25 entre os 18 e 24 anos. Os maiores valores concentram-se nas faixas de 25 a 44 anos.

Tabela 60. Mossoró - Gasto médio durante a Black Friday por faixa etária:

18 a 24 anos	**R$ 475,25**
25 a 34 anos	**R$ 611,77**
35 a 44 anos	**R$ 620,73**
Acima de 45 anos	**R$ 574,12**

Em Mossoró, o gasto médio estimado é de R$ 763,61 entre os compradores com ensino superior ou mais, frente a R$ 441,20 no ensino médio e R$ 411,73

no ensino fundamental. A categoria de maior escolaridade também apresenta maior intenção de compra no município, reunindo participação planejada e gasto médio superiores.

Tabela 61. Mossoró - Gasto médio durante a Black Friday por escolaridade:

Ensino fundamental	**R$ 411,73**
Ensino médio	**R$ 441,20**
Ensino superior ou mais	**R$ 763,61**

O gasto médio estimado com as compras da Black Friday 2026 em Mossoró vai de R$ 344,28 entre compradores com renda familiar de até dois salários-mínimos até R$ 887,63 entre aqueles com renda acima de dez salários-mínimos. As faixas de dois a cinco e de cinco a dez salários-mínimos registram R$ 694,13 e R$ 766,87. Entre os que não informaram a renda, a média é de R$ 855,67.

Tabela 62. Mossoró - Gasto médio durante a Black Friday por renda mensal familiar:

Até 2 SM	**R$ 344,28**
De 2 a 5 SM	**R$ 694,13**
De 5 a 10 SM	**R$ 766,87**
Acima de 10 SM	**R$ 887,63**
Não sabe/Não respondeu	**R$ 855,67**

Em Parnamirim, os homens que pretendem comprar apresentam gasto médio estimado de R$ 588,38, e as mulheres, de R$ 560,85. A diferença é de R$ 27,53. A intenção de compra é semelhante entre os dois grupos, acompanhada de uma distância menor entre suas médias de gasto do que a observada em Natal e Mossoró.

Tabela 63. Parnamirim - Gasto médio durante a Black Friday por gênero:

Feminino	**R$ 560,85**
Masculino	**R$ 588,38**

A maior média de gasto estimado em Parnamirim ocorre entre os compradores de 35 a 44 anos, com R$ 622,75. Os valores são de R$ 589,80 entre aqueles com idade entre 25 e 34 anos, de R$ 567,85 entre aqueles com idade acima de 45 anos e de R$ 452,68 entre aqueles com idade entre 18 e 24 anos. A diferença entre a maior e a menor média é de R$ 170,07.

Tabela 64. Parnamirim - Gasto médio durante a Black Friday por faixa etária:

18 a 24 anos	**R$ 452,68**
25 a 34 anos	**R$ 589,80**
35 a 44 anos	**R$ 622,75**
Acima de 45 anos	**R$ 567,85**

Em Parnamirim, o gasto médio estimado é de R$ 750,96 entre os compradores com ensino superior ou mais, R$ 443,05 entre os de ensino médio e R$ 282,47 entre os de ensino fundamental. Os resultados mostram diferenças de orçamento entre as categorias de escolaridade, com distância de R$ 468,49 entre os extremos.

Tabela 65. Parnamirim - Gasto médio durante a Black Friday por escolaridade:

Ensino fundamental	**R$ 282,47**
Ensino médio	**R$ 443,05**
Ensino superior ou mais	**R$ 750,96**

Os compradores de Parnamirim com renda familiar acima de dez salários-mínimos apresentam gasto médio estimado de R$ 903,78. A média é de R$ 745,40 entre cinco e dez salários-mínimos, R$ 604,14 entre dois e cinco SM e R$ 336,74 até dois SM. Os participantes que não informaram renda registram média de R$ 530,30.

Tabela 66. Parnamirim - Gasto médio durante a Black Friday por renda mensal familiar:

Até 2 SM	**R$ 336,74**
De 2 a 5 SM	**R$ 604,14**
De 5 a 10 SM	**R$ 745,40**
Acima de 10 SM	**R$ 903,78**
Não sabe/Não respondeu	**R$ 530,30**

Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio