

Intenção de Consumo

BLACK FRIDAY

Fecomércio MG · Sesc · Senac · Sindicatos Empresariais

Sistema Comércio

A Black Friday é uma data popular entre os consumidores do Brasil e já faz parte do calendário de compras de uma parcela da população. Esses consumidores esperam as ações promocionais nas lojas on-line 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 que o comércio invista em ações para atrair o consumidor, que, mesmo sem planos de compras, procura por preço e variedade de produtos.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de conhecer a intenção de consumo da população da cidade em relação às ações da Black Friday neste ano.

50,6% dos consumidores que conhecem a data pretendem realizar compras

50,6% dos consumidores que conhecem a data pretendem realizar compras na Black Friday desse ano, com maior interesse em adquirir roupas, calçados e acessórios, eletrônicos, eletrodomésticos e móveis.

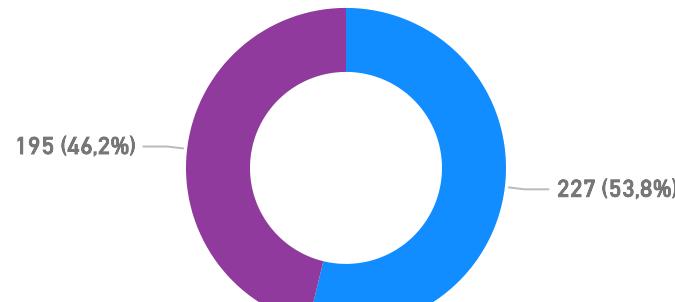
A data também é vista como uma oportunidade de adquirir produtos a melhores preços por 27,9%.

Tanto aqueles que compraram em lojas físicas e/ou em lojas virtuais no ano passado, destacaram que pesquisaram os preços dos produtos no dia, visitando várias lojas.

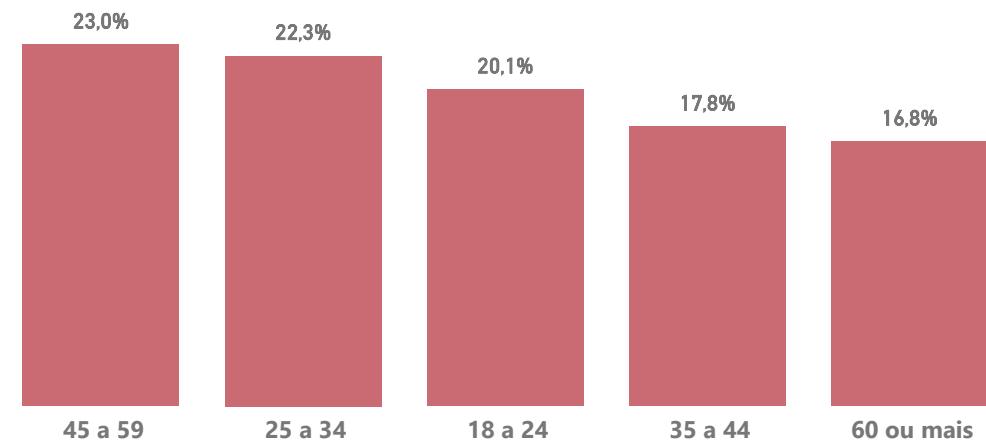
Observa-se que 59,4% podem adquirir itens não planejados caso os descontos sejam realmente atrativos. Além de melhores preços, os consumidores buscam atendimento diferenciado, variedade de marcas e produtos e facilidade de pagamento.

Sexo

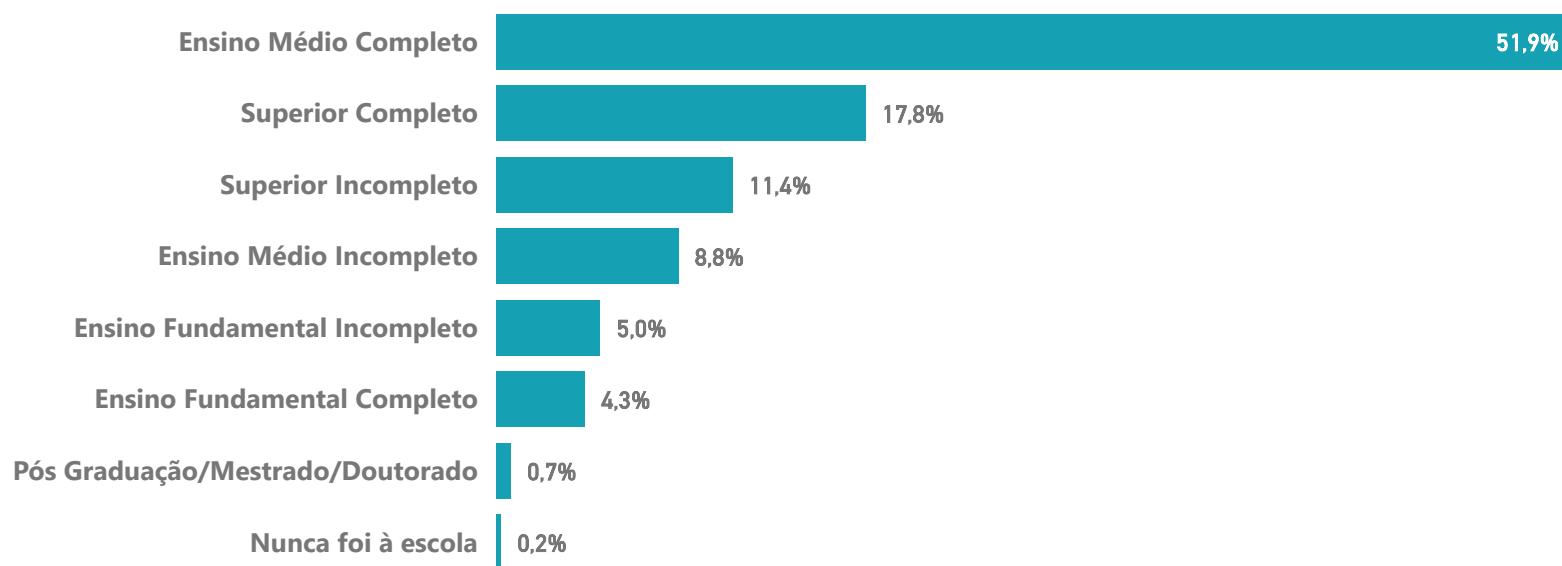
● Feminino ● Masculino



Idade



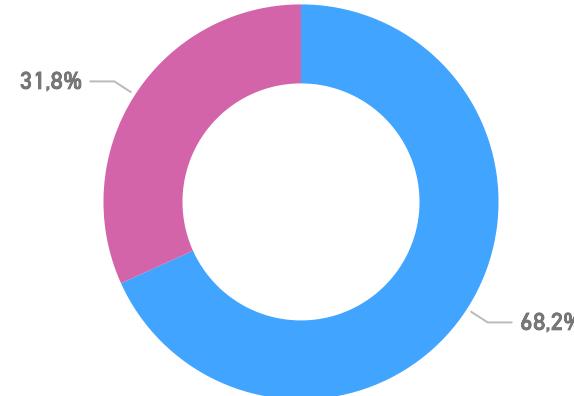
Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



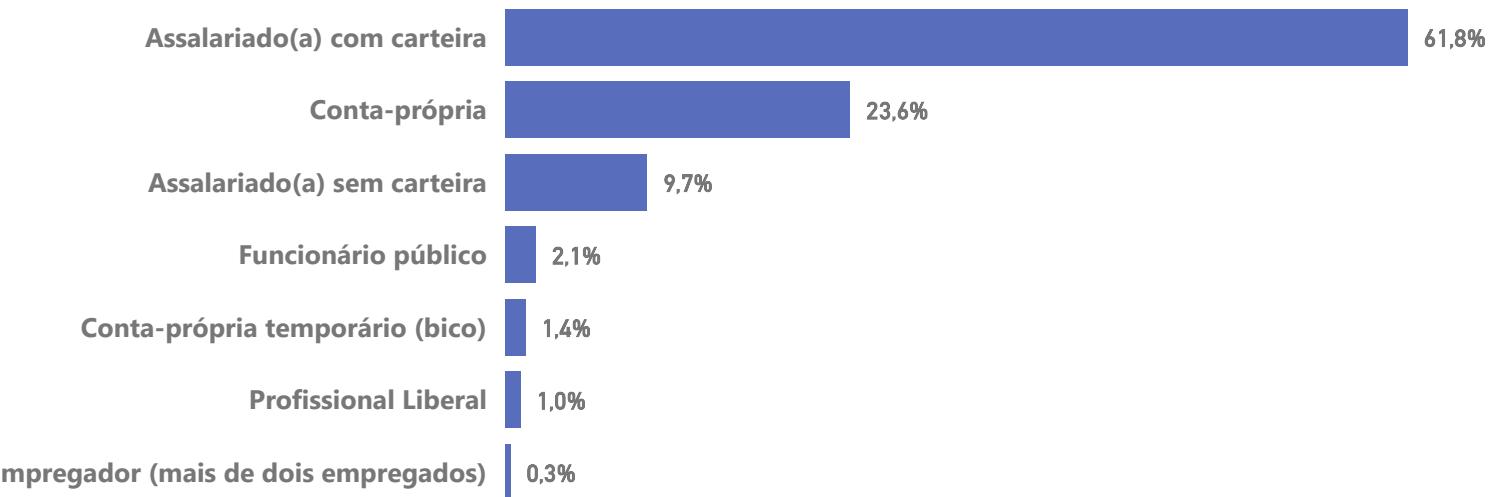
O (A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?

● Sim

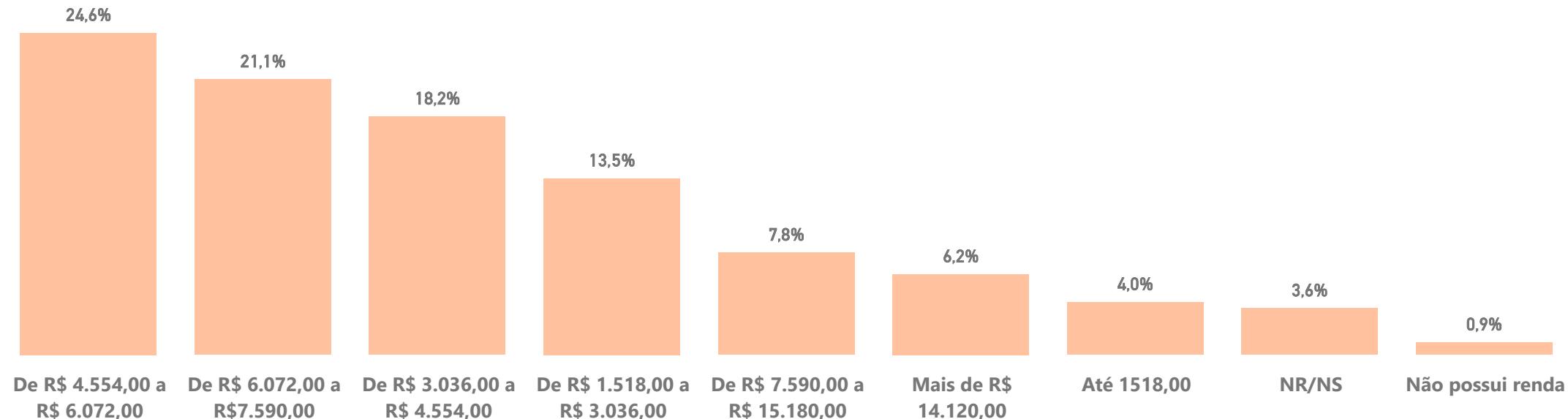
● Não



No seu trabalho o(a) Sr(a). é:

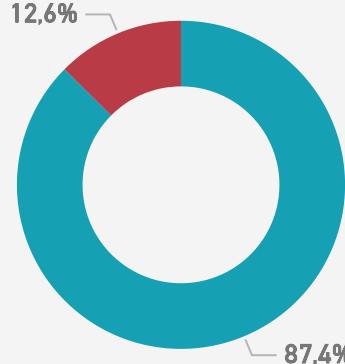


Renda familiar no mês anterior (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):



O(a) Sr(a) conhece a Black Friday, data de ações promocionais que ocorre no final de novembro?

● Sim ● Não



Qual dessas afirmações mais representa a Black Friday para o(a) Sr(a)?

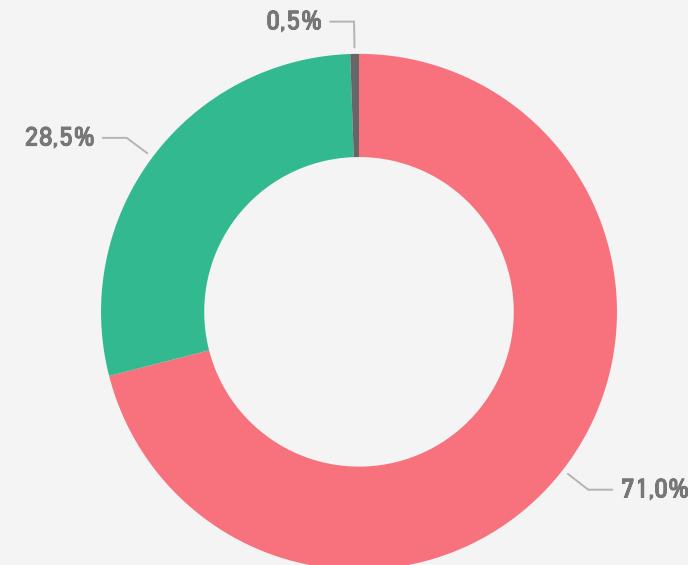


A pesquisa levantou que 87,4% dos consumidores Belorizontinos conhecem a Black Friday.

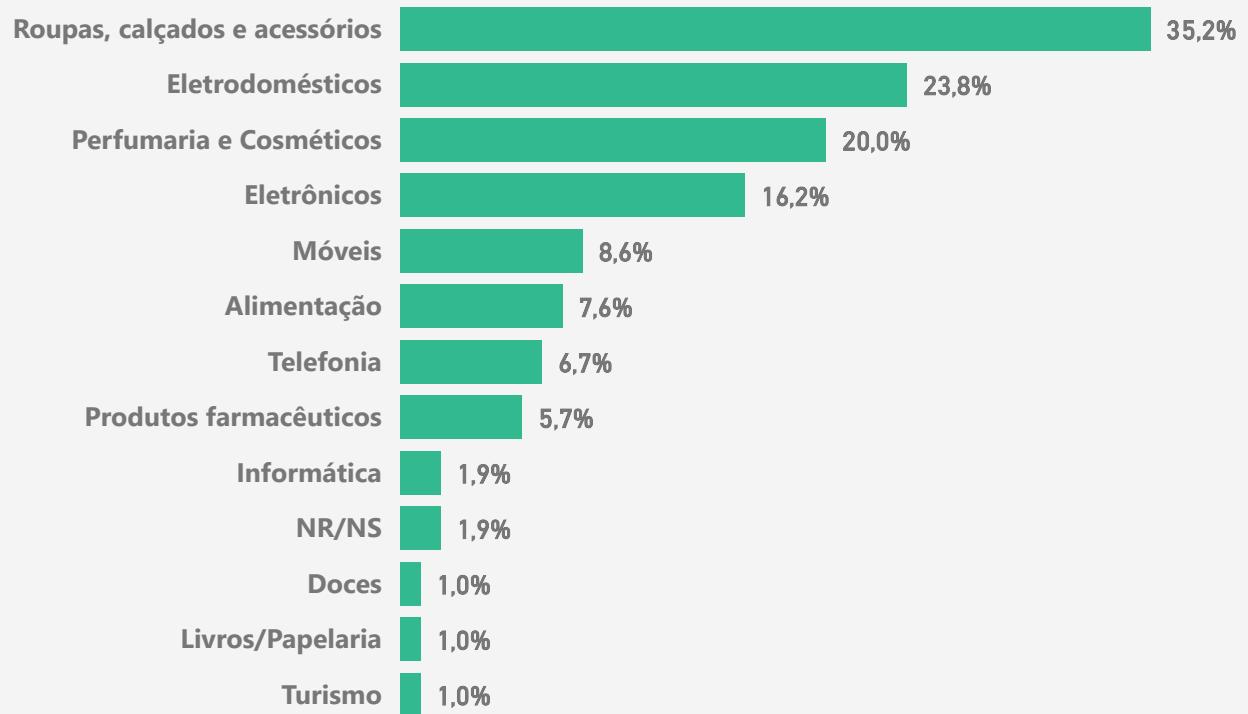
Apesar da maior parcela (33,6%) dizer que acredita que a data representa a maquiagem de preços para vender mais, uma parcela significativa (27,9%) indicou que a data representa a oportunidade para adquirir produtos a melhores preços.

No ano passado, realizou compras em LOJAS FÍSICAS durante as ações da Black Friday?

● Não ● Sim ● NR/NS



Quais grupos de produtos e serviços o(a) Sr(a) consumiu?

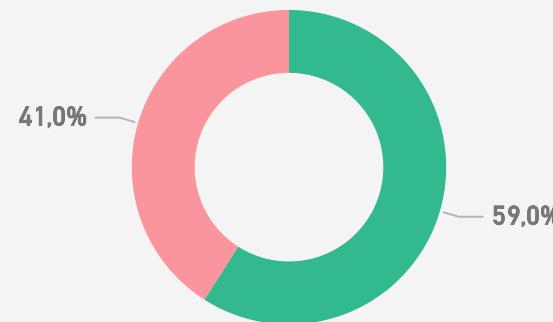


Apesar de a maioria conhecer a data, apenas 28,5% desses, realizaram compras em lojas físicas no ano passado.

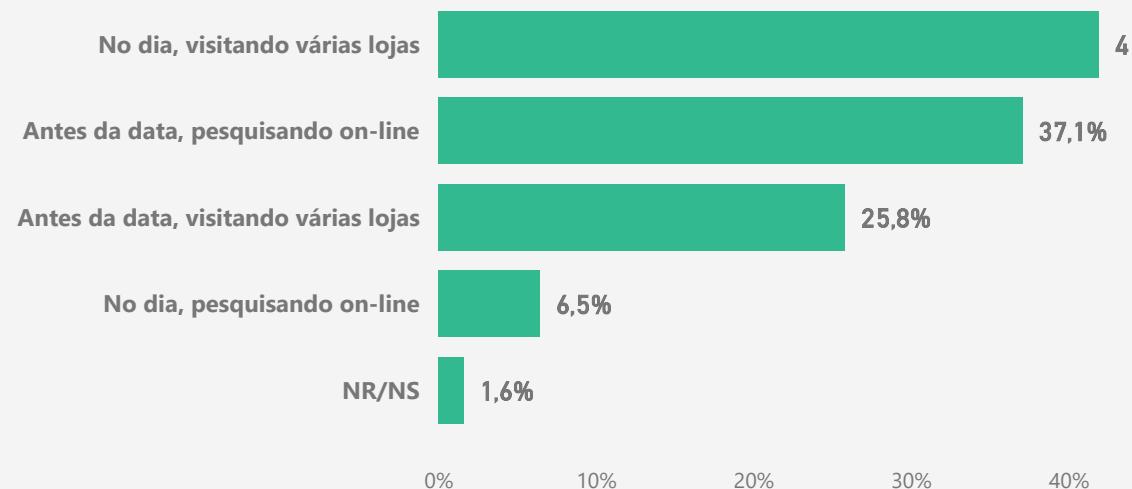
A busca por produtos do segmento de roupas, calçados e acessórios foi a que se destacou, de acordo com 35,2% dos consumidores que compraram nas lojas físicas. Em segundo lugar aparece o segmento de eletrodomésticos, seguido de perfumaria e cosméticos.

O(a) Sr(a) pesquisou preços antes de ir as compras?

● Sim ● Não

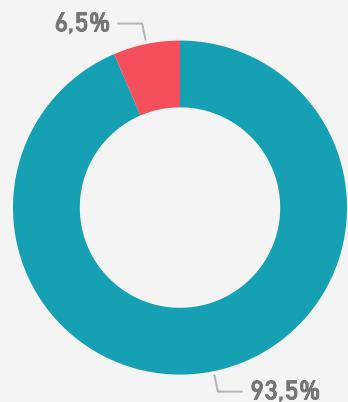


Como se deu a pesquisa de preços?

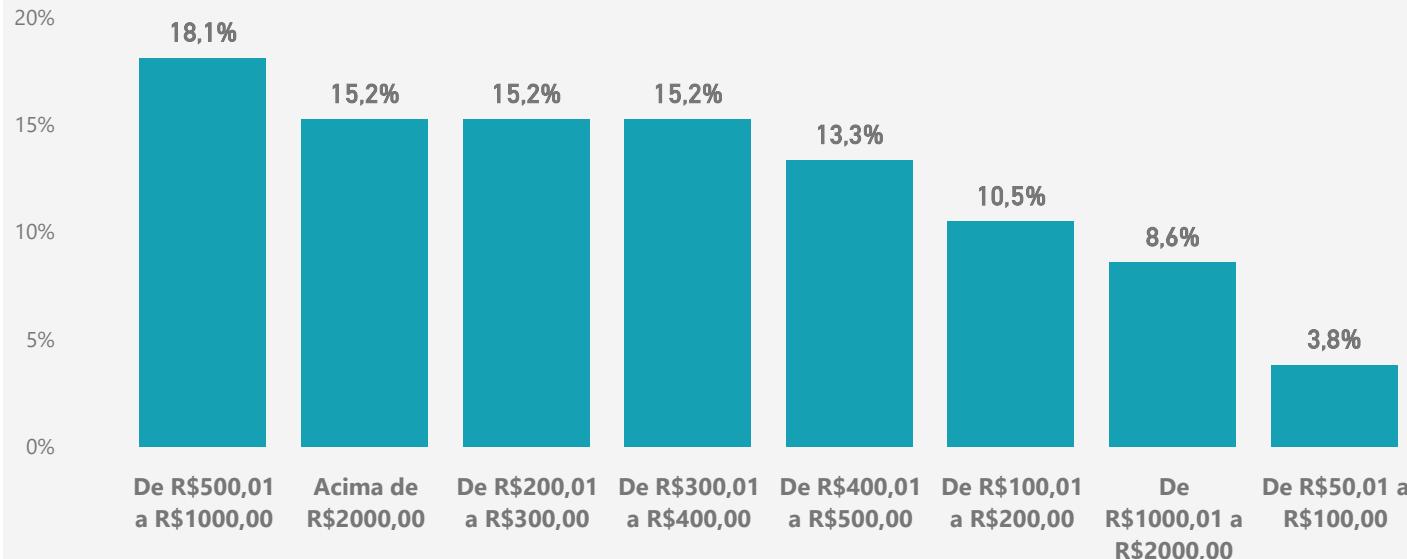


Os descontos foram reais?

● Sim ● Não



Em média, qual foi o valor gasto nas compras da data realizadas em LOJAS FÍSICAS?



A pesquisa de preço ocorreu em 41,0% dos casos.

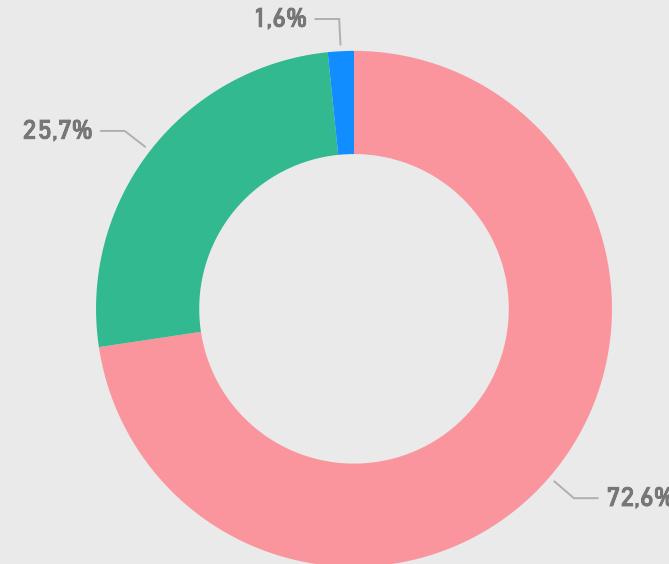
O principal canal de pesquisa de preços foi o presencial, no dia.

Ainda, 93,5% dos consumidores que pesquisaram preços, disseram que os descontos foram reais.

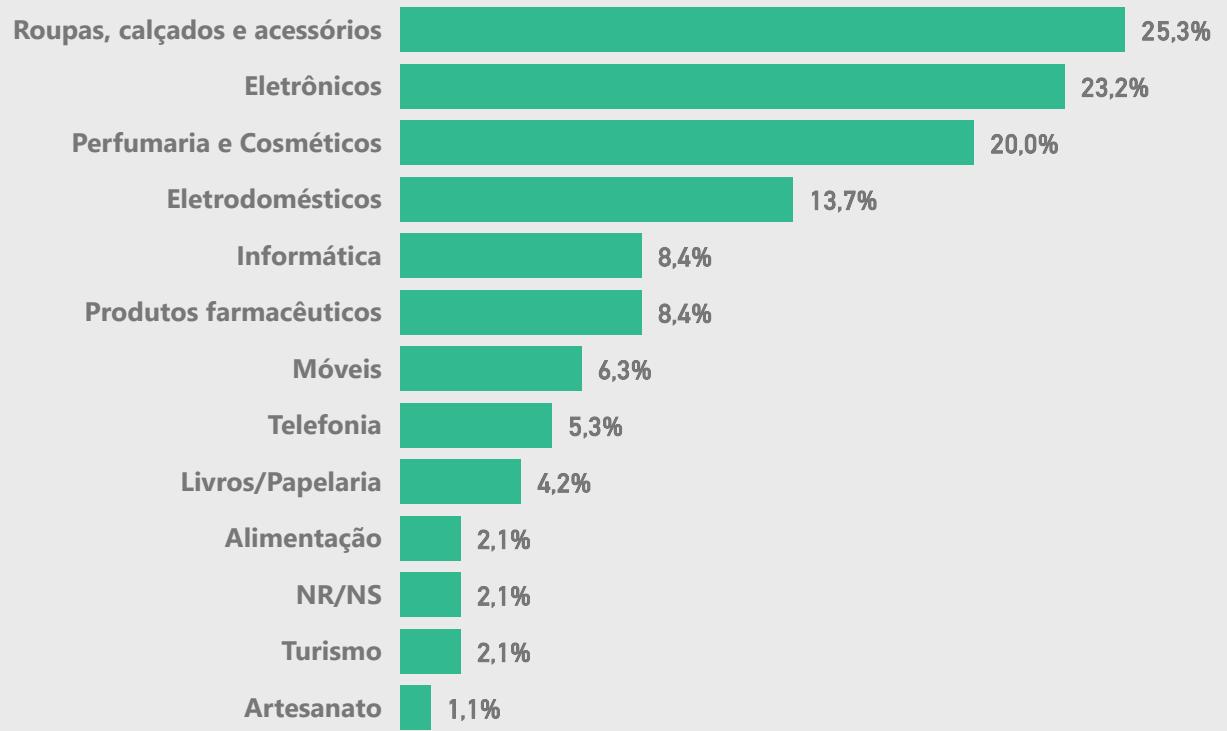
As compras nas lojas físicas tiveram bastante variação na média de gastos, não havendo uma faixa a destacar.

No ano passado, realizou compras EM LOJAS VIRTUAIS (compras pela internet) durante as ações da Black Friday?

● Não ● Sim ● NR/NS



Quais grupos de produtos e serviços o(a) Sr(a) consumiu

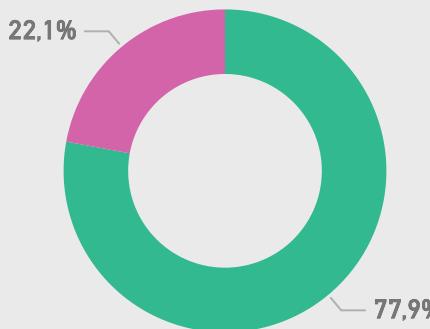


As compras em lojas virtuais atingiram percentual de 25,7% de aderência por parte dos entrevistados.

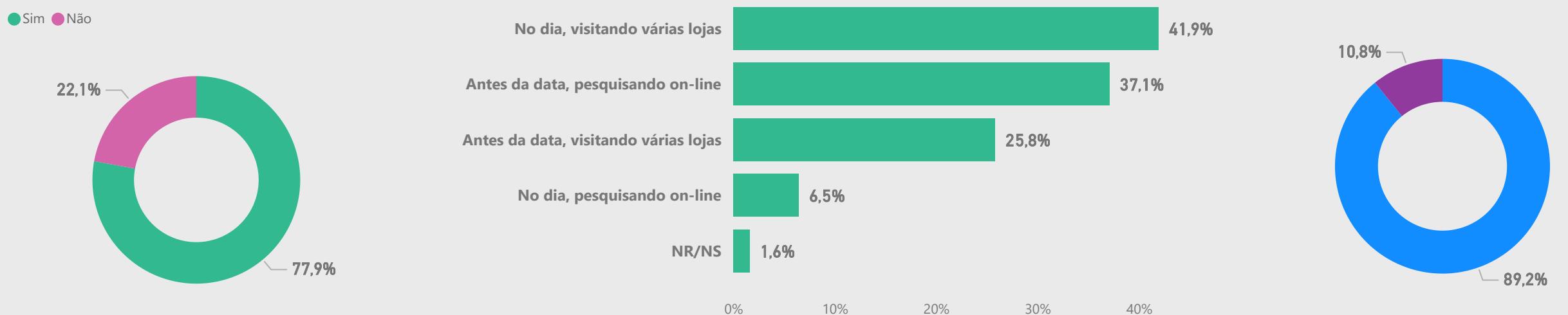
Assim como nas lojas físicas, as compras online tiveram destaque de buscas por produtos como roupas, calçados e acessórios.

O(a) Sr(a) pesquisou preços antes de ir as compras?

● Sim ● Não



Como se deu a pesquisa de preços?



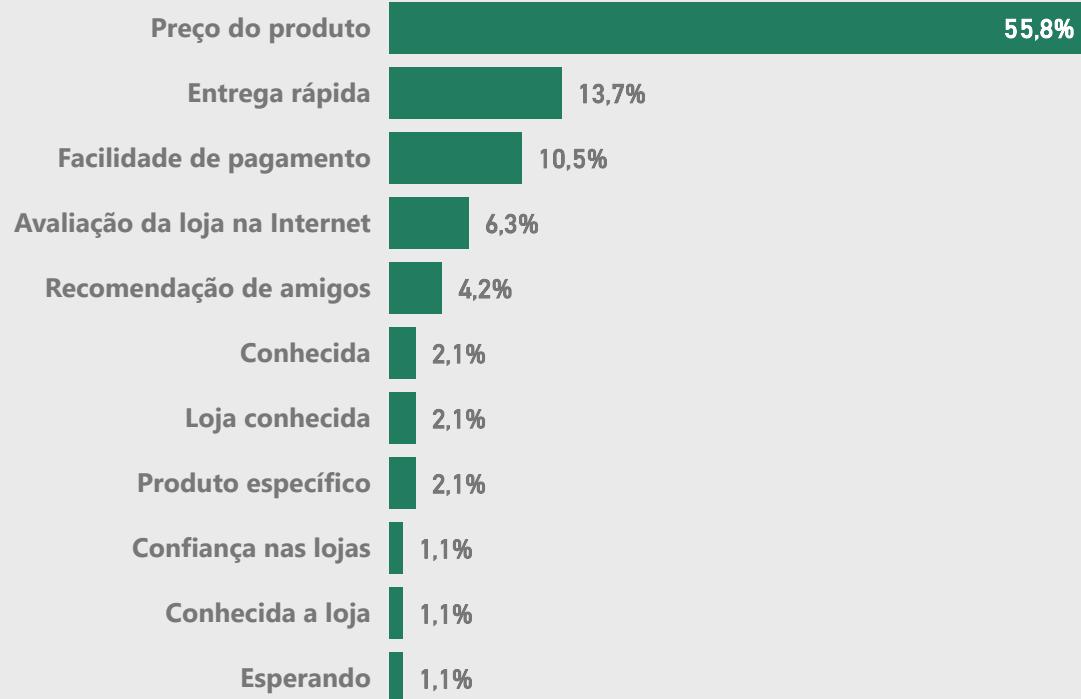
Em média, qual foi o valor gasto nas compras da data realizadas em LOJAS VIRTUAIS?



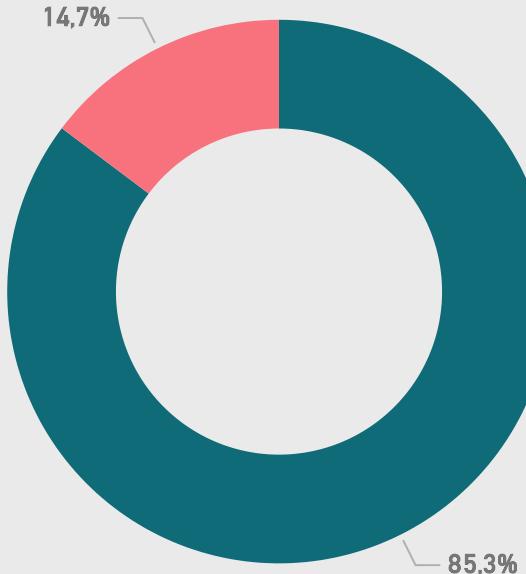
77,9% dos consumidores pesquisaram preços antes de realizar suas compras online, enquanto 22,1% foram influenciados pelos preços atrativos do momento da compra.

Entre os que pesquisaram os preços, 41,9% o fizeram no dia da Black Friday, em lojas físicas.

Os descontos ofertados nas lojas virtuais foram autênticos para 89,2% dos que realizaram a pesquisa de preços.

Qual foi o PRINCIPAL critério utilizado para a escolha da loja virtual?**O(a) Sr(a) verificou a reputação da loja virtual antes de efetuar a compra?**

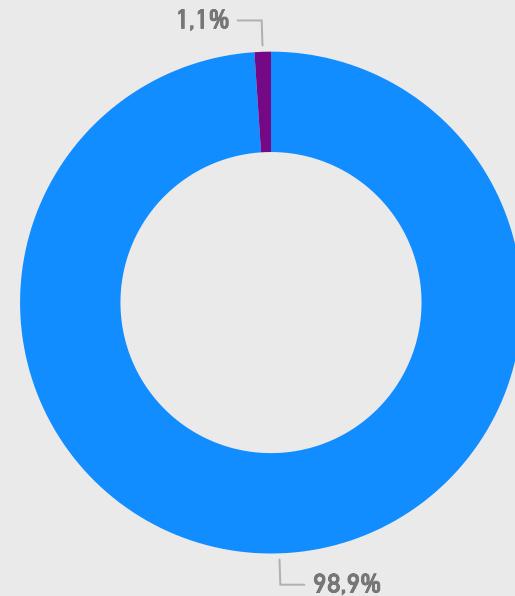
● Sim ● Não



O preço do produto é o critério mais utilizado para a escolha da loja online. No entanto, muitos verificaram a reputação das lojas para prosseguirem com a escolha das mesmas.

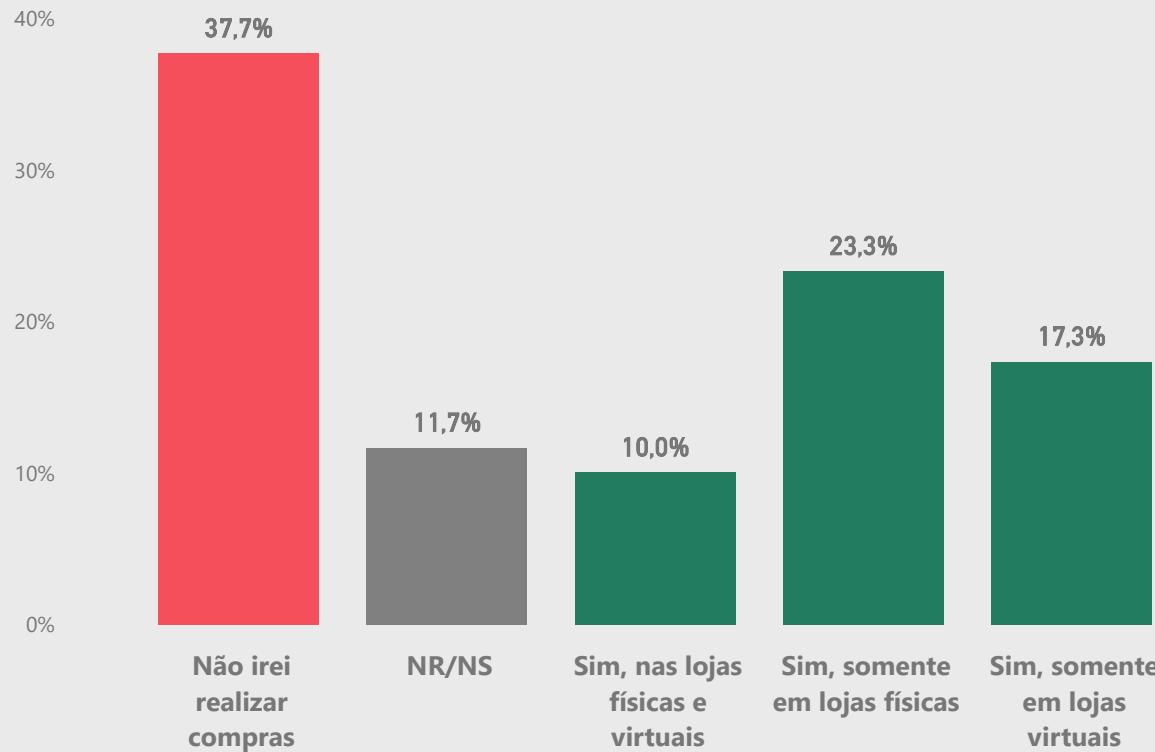
Teve algum problema com a compra online realizada durante as ações da data?

● Não ● Sim

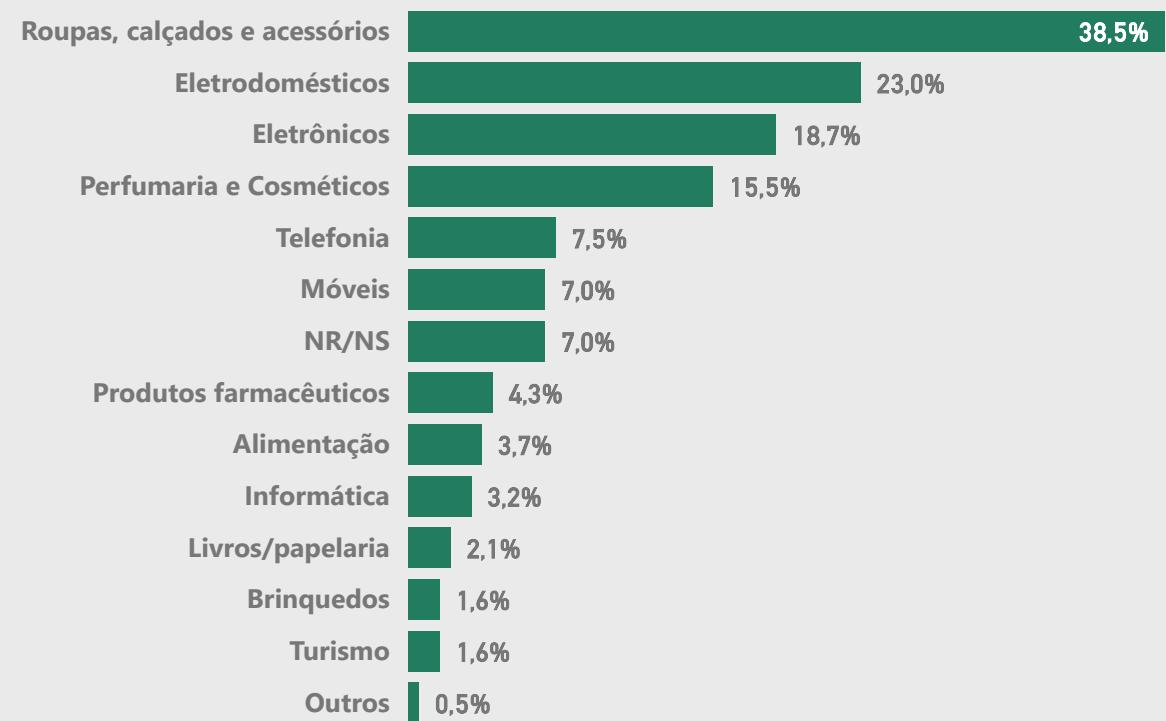


Entre aqueles que compraram online, apenas 1,1% tiveram problemas com suas compras.

O(a) Sr(a) pretende ir às compras durante a Black Friday deste ano?



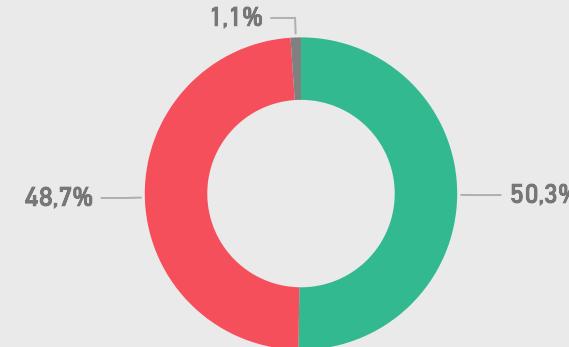
Quais grupos de produtos e serviços o(a) Sr(a) pretende consumir?



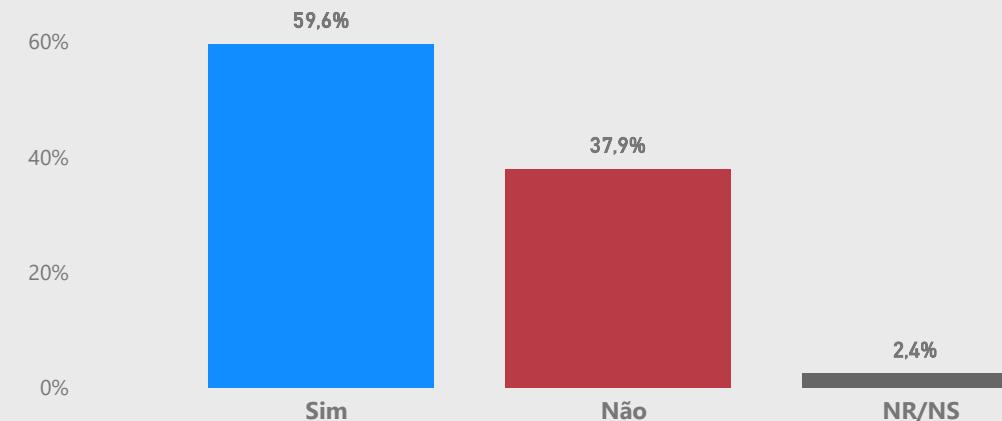
Em relação à Black Friday de 2025, 50,6% dos consumidores que conhecem a data, pretendem ir às compras. Novamente, roupas, calçados e acessórios se destacaram como produtos a serem adquiridos durante o período de ofertas, seguidos de eletrodomésticos e eletrônicos.

Aproveitará as ações para realizar compras para o Natal?

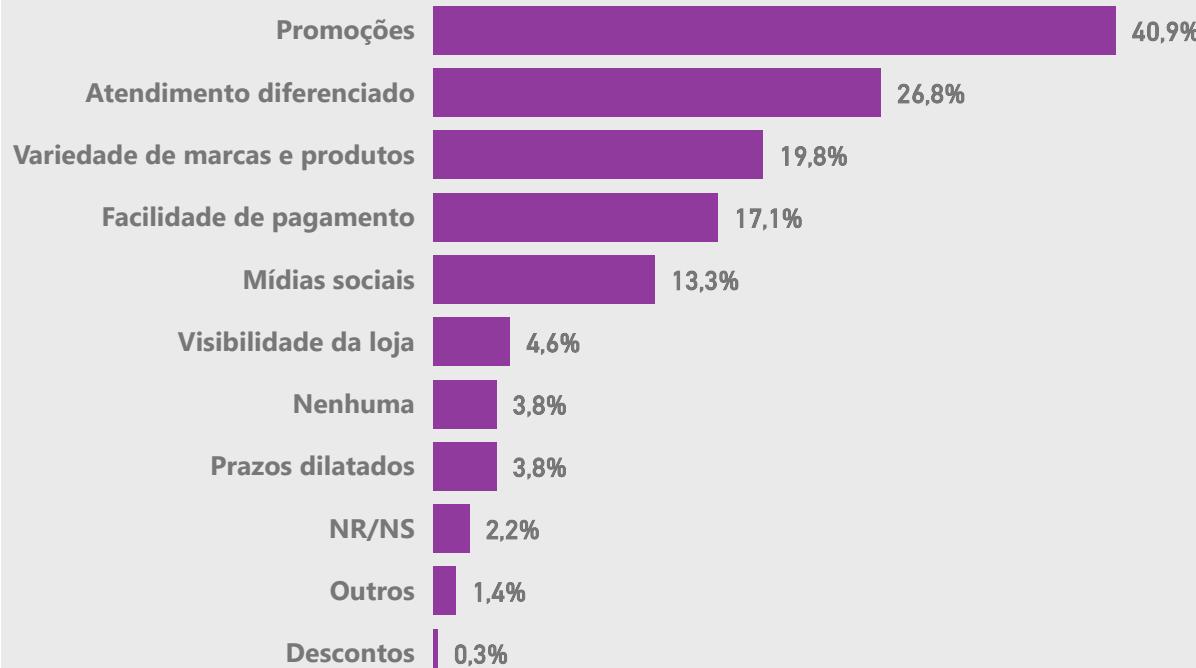
● Sim ● Não ● NR/NS



Comprará itens não planejados, caso os descontos sejam atrativos?



Quais ações do comércio poderão estimulá-lo para as compras do período?



O adiantamento de compras para o Natal deve ocorrer para 50,3% daqueles que pretendem gastar na Black Friday.

59,6% podem se permitir comprar itens não planejados na data, a depender da expressividade dos descontos.

Ações que poderão estimular o consumidor às compras devem ser adotadas para garantir o sucesso da data. Entre os que estão com planos de comprar no período, 40,9% apontou que realizará promoções, 26,8% terão atendimento diferenciado e 19,8% investirão na variedade de marcas e produtos.

Para o levantamento, foram aplicados 422 de questionários de 27 de outubro a 03 de novembro de 2025 com consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais com o município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais com respeito ao sexo e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário, integralmente e a qualquer tempo, pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Supervisor Pesquisa e Inteligência: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Pedro Henrique Mendes Costa e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Isabelli Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomercomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br



Sistema Comércio