



Fecomércio **AM**  
CNC Sesc Senac

**IFPEAM**  
Instituto Fecomércio de Pesquisas  
Empresariais do Amazonas

Pesquisa  
**BLACK FRIDAY**  
**2025**

Pesquisa de Intenção de Compras do Consumidor  
para a Black Friday 2025

Pesquisa realizada com 1.024 consumidores do  
Comércio Varejista de Manaus, nos dias 02 e 03 de  
outubro de 2025

A Fecomércio AM, através do Instituto Fecomércio de Pesquisas Empresariais do Amazonas (Ifpeam), realizou em outubro de 2025 a Pesquisa de Intenção de Compra do Consumidor para a Black Friday 2025.

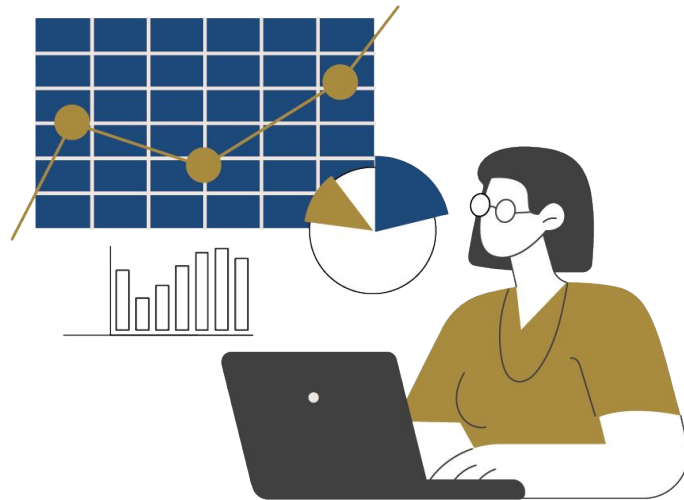
- **Mais uma vez o IFPEAM apresenta insights valiosos sobre o comportamento do consumidor durante a Black Friday.**

Neste levantamento realizado pelo IFPEAM, nove em cada dez entrevistados planejam ir às compras na Black Friday 2025.

Para a **Black Friday 2025**, com base nos dados, **47%** dos consumidores entrevistados pretendem realizar a compra **Na semana da Black Friday**. Seguido de **22%** dos entrevistados que pretendem realizar a compra **apenas no dia exato da Black Friday**.

1. **Canais de compras para a Black Friday:** Em 2025 os consumidores continuam optando majoritariamente pelos canais de compras **presenciais (81%)**, e **(10%)** optam por **Ambiente Digital**, e **9% não responderam**.
2. **Quanto as pessoas pretendem gastar na Black Friday:** **54%** dos consumidores pretendem gastar acima de R\$ 250,00
3. **O que as pessoas pretendem comprar na Black Friday:** **Eletrônicos, Moda e Vestuário, Eletrodomésticos, Beleza e Perfumaria, Celulares, Supermercados, Casa e Decoração** e até **Brinquedos ou Jogos**, totalizando (85%) das intenções.
4. **O que é mais importante na Black Friday:** **Preço, Promoções e ofertas**, e **Qualidade dos produtos** lideram entre os critérios de decisão. **Critérios como:** Condições especiais de Frete, A Climatização do Ambiente, Poder comprar parcelado, também aparecem como critérios de decisão.
5. **Comportamento antes da decisão de compra:** Antes de decidir por uma compra, **78%** dos consumidores avaliam a **reputação da empresa**, opiniões de outros clientes e a confiabilidade da loja — tanto no **digital** quanto no **físico**.
6. **Como pretende pagar as compras:** Para **46%** dos consumidores o **Cartão de Crédito** continua sendo uma das principais formas de pagamentos. Em seguida vem o pagamento via **PIX 38%**, sendo um dos meios mais populares devido à sua praticidade e rapidez para pagamentos à vista

# Metodologia



## **Público Alvo**

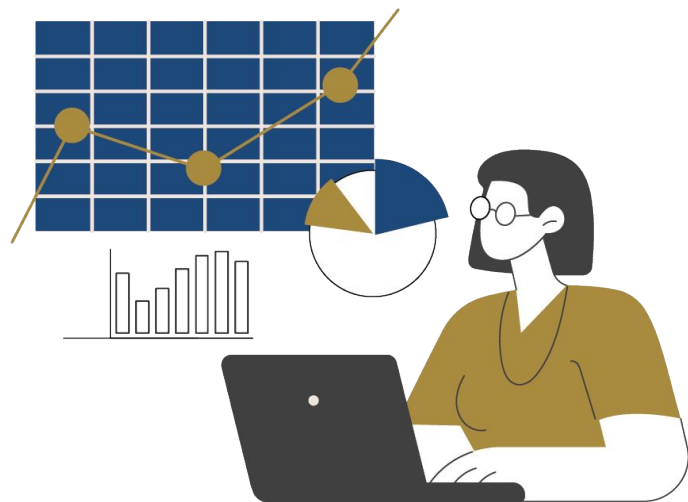
Consumidores do comércio varejista, homens e mulheres com idade igual ou maior que 18 anos de todas as classes econômicas, residentes em Manaus.

## **Método de Coleta**

Pesquisa realizada por meio de entrevistas pessoais presenciais com apoio de formulário eletrônico em formato Google Forms.

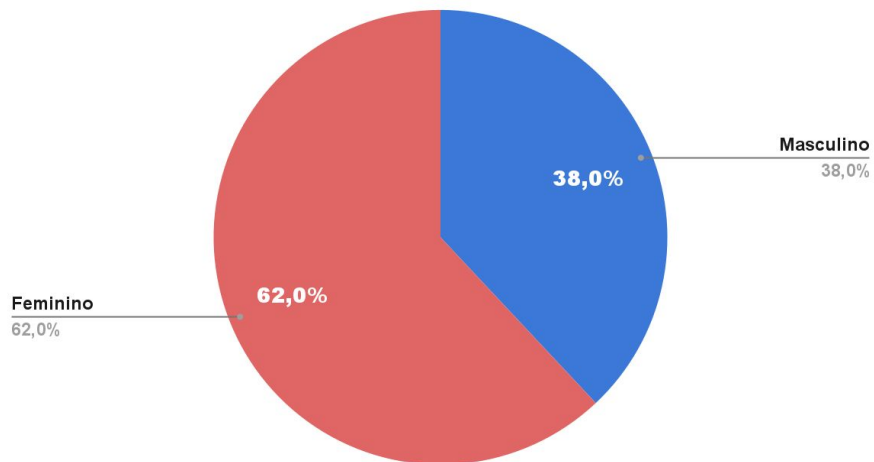
## **Tamanho Amostral da Pesquisa**

Num universo de 1.024 consumidores consultados em todas as zonas de Manaus.

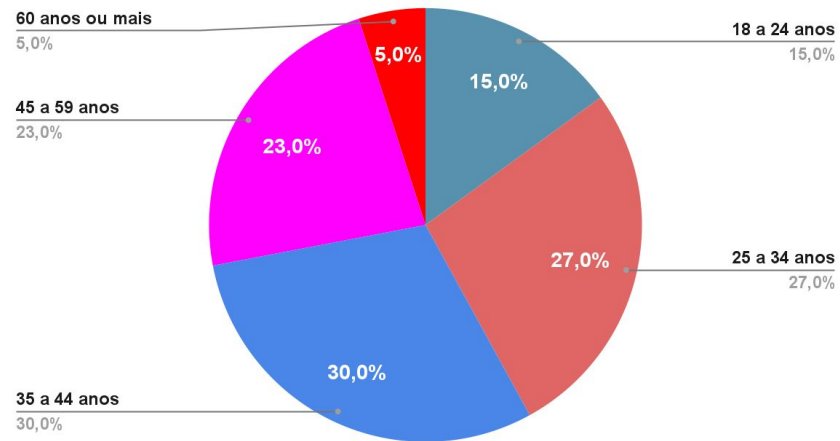


# Perfil das pessoas Entrevistadas

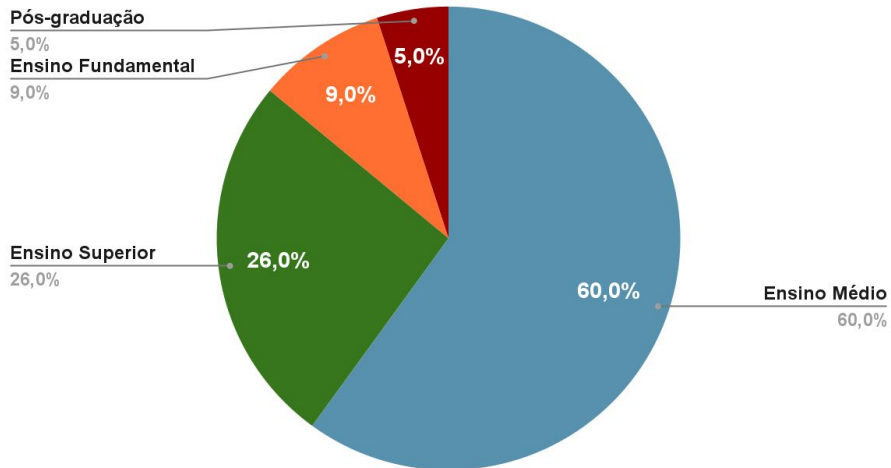
## GÊNERO



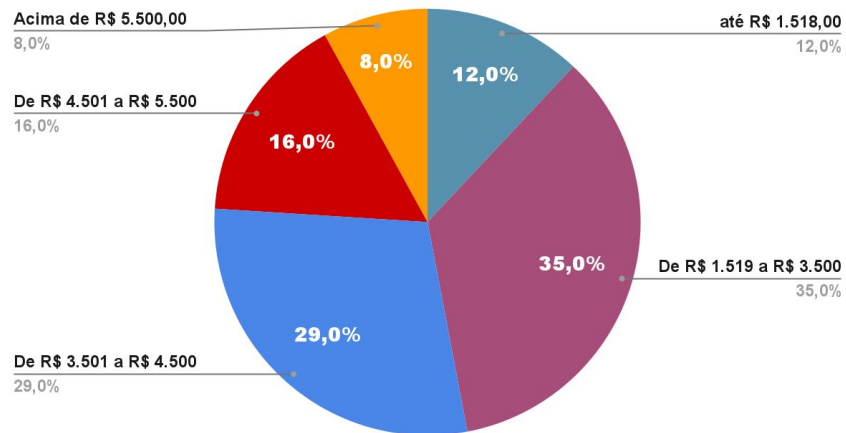
## FAIXA ETÁRIA



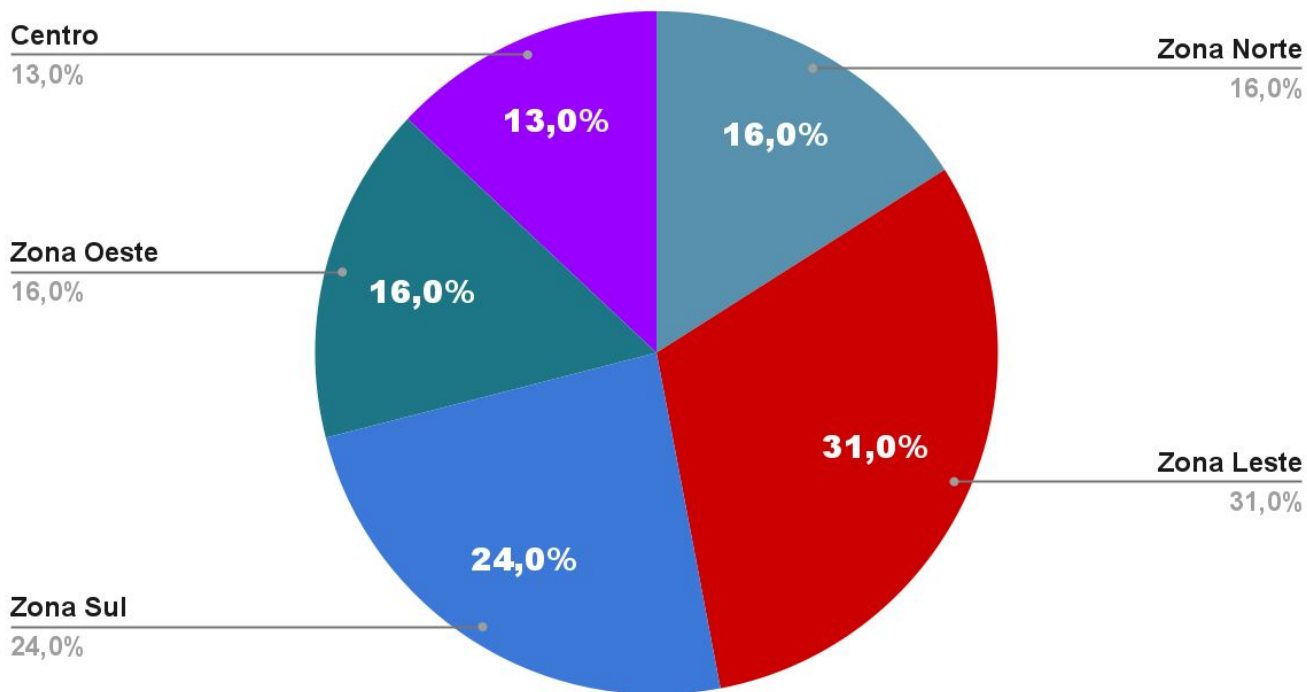
## ESCOLARIDADE



## RENDA FAMILIAR

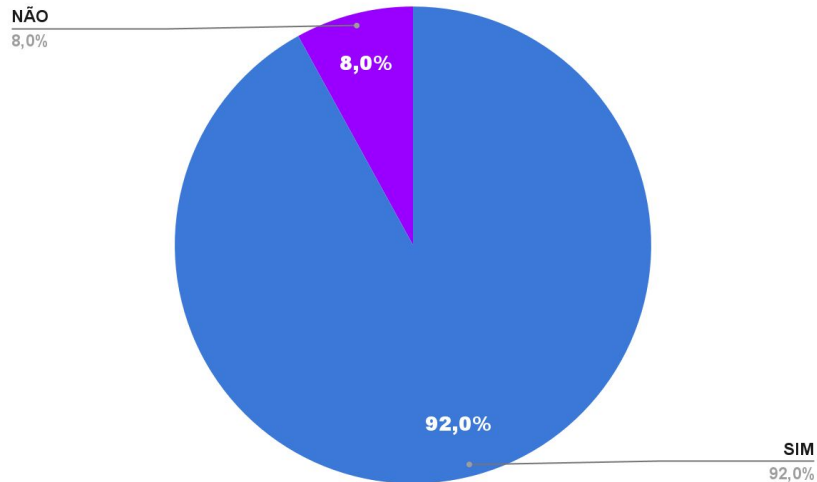


## ZONAS DA CIDADE



# VOCÊ VAI ÀS COMPRAS NA BLACK FRIDAY DESTE ANO?

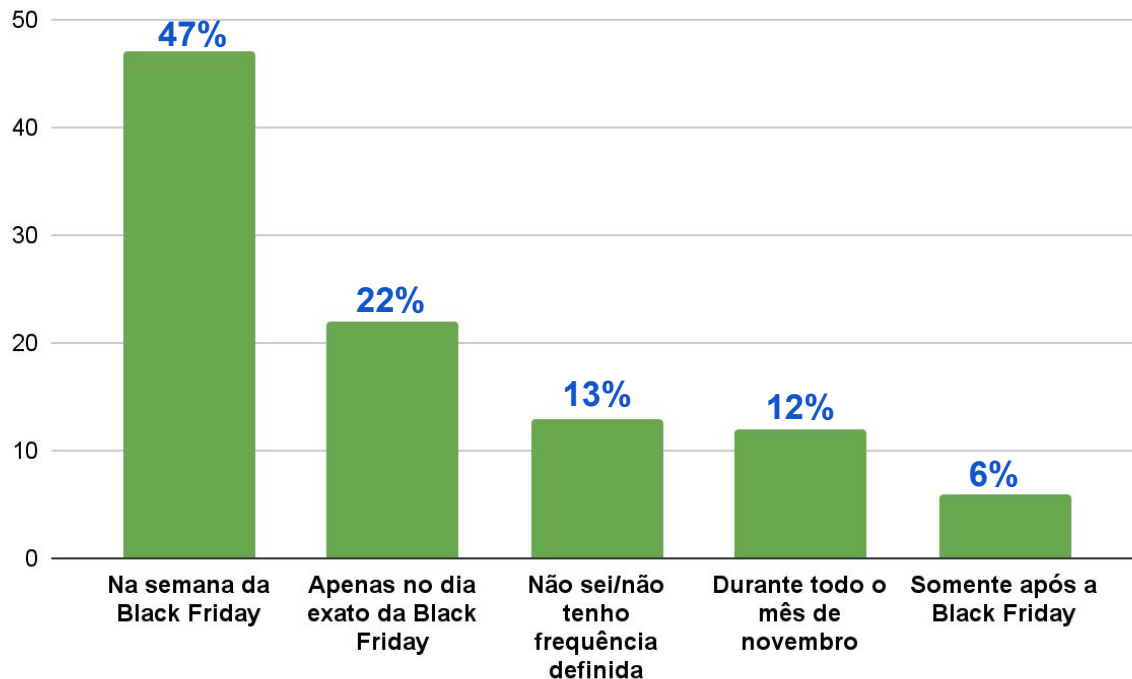
De acordo com a pesquisa do Ifpeam, os dados já indicam um cenário positivo. Mesmo com a coleta feita em outubro, **92%** (1.024 consumidores) já afirmam que pretendem comprar na Black Friday deste ano. Outros **8%** (92 consumidores) não pretendem comprar.



# QUANDO PRETENDE REALIZAR A COMPRA?

DOS QUE RESPONDERAM QUE VÃO ÀS COMPRAS ...

**Tendência observada.** O estudo revelou que a Black Friday se consolida cada vez mais como um **período prolongado de compras**, e não apenas uma data isolada.



# QUANTO AS PESSOAS PRETENDEM GASTAR NA BLACK FRIDAY?

## Faixa de Gasto:

Mais de R\$ 400,00 **(34%)**

Entre R\$ 251,00 a R\$ 400,00 **(20%)**

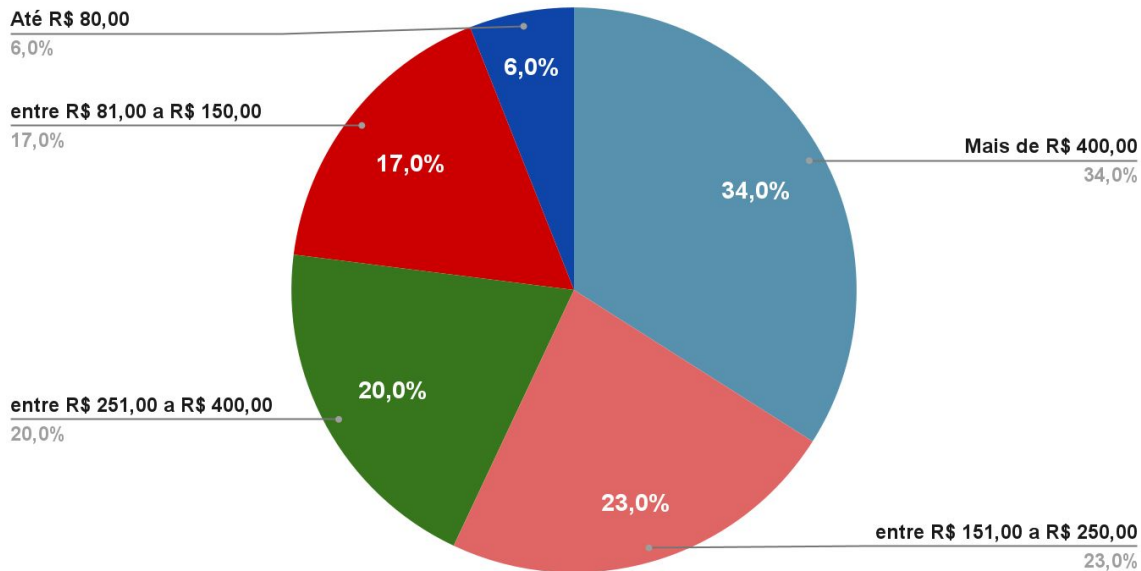
Entre R\$ 151,00 a R\$ 250,00 **(23%)**

Entre R\$ 81,00 a R\$ 150,00 **(17%)**

Até R\$ 80,00 **(6%)**

Quando somamos as faixas de maior valor, o resultado é expressivo:

- **54%** dos entrevistados (a soma de 34% e 20%) planejam gastar **acima de R\$ 250,00**.



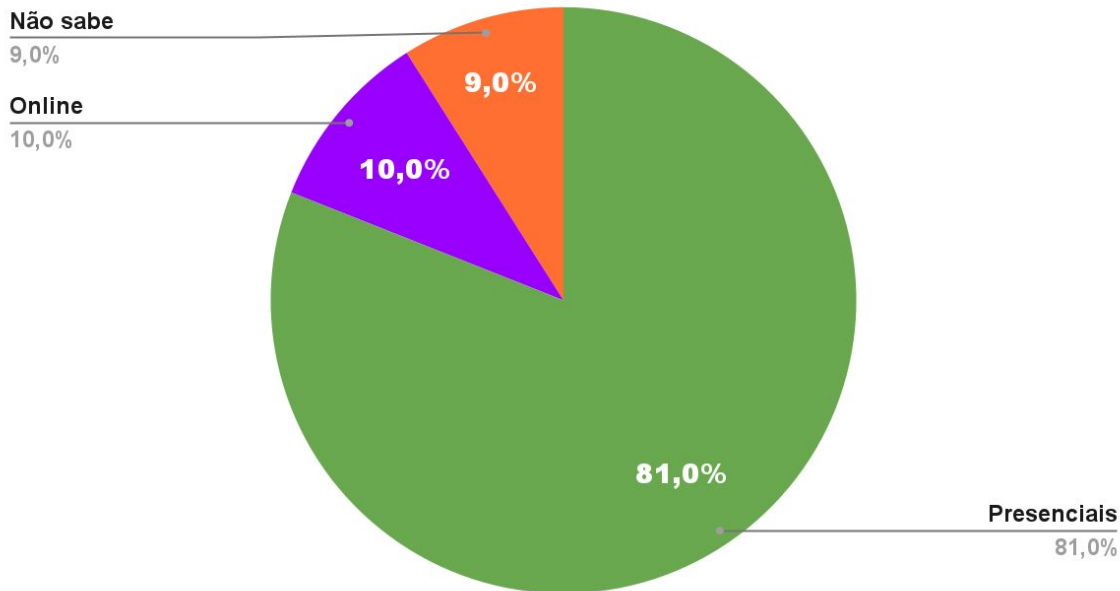
**Nota:** Padrão repetido de consumo dá mais segurança para o planejamento do varejo.

# CANAIS DE COMPRAS PARA A BLACK FRIDAY

Em 2025 os consumidores continuam optando majoritariamente pelos canais de compras **presenciais**:

- **81%** dos consumidores optam por **lojas físicas**. Isso evidencia a importância de estratégias bem integradas.
- **10%** optam por **Ambiente Digital**, apesar da participação tímida, surge como uma oportunidade de engajamento e diferenciação.
- **9%** dos entrevistados não responderam a esta pergunta.

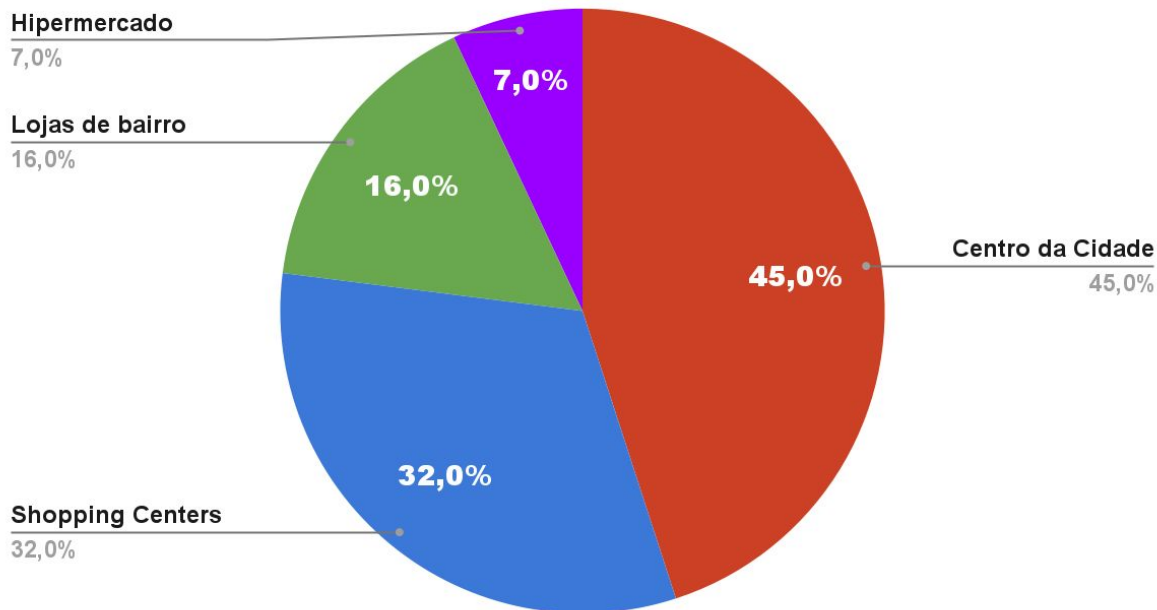
## COMPRAS RESENCIAIS X COMPRAS ONLINE



# PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE ONDE REALIZAR AS COMPRAS PRESENCIAIS?

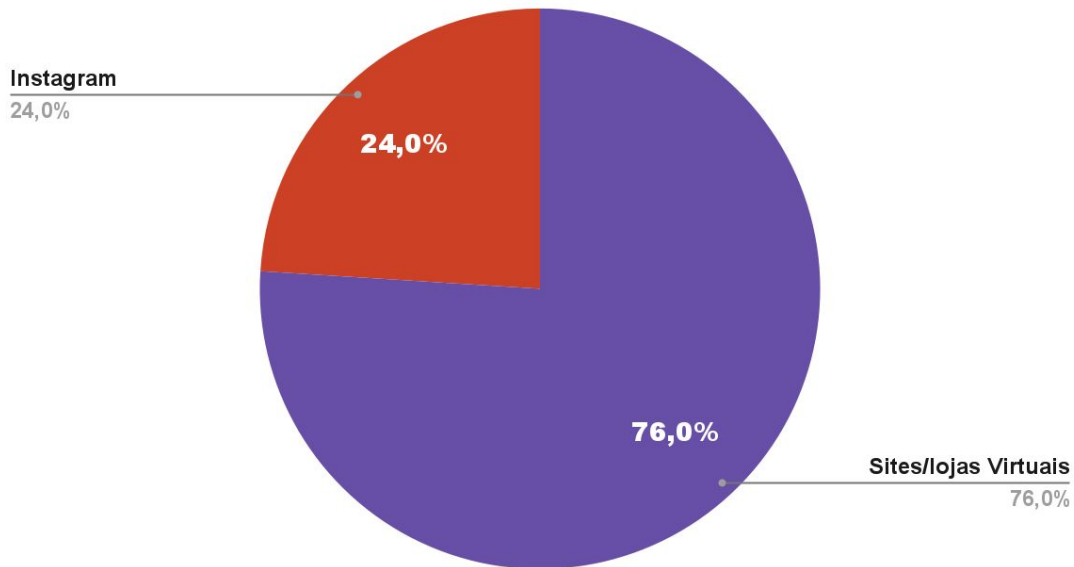
No Comércio presencial, **45%** dos consumidores preferem ir ao Centro da Cidade, **32%** preferem ir ao Shopping Centers, e **16%** Lojas de bairro. Os Hipermercados tem **7%** das preferências dos consumidores entrevistados nessa pesquisa.

## COMÉRCIO PRESENCIAL



# PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR SOBRE ONDE REALIZAR AS COMPRAS ONLINE?

## COMPRAS ONLINE

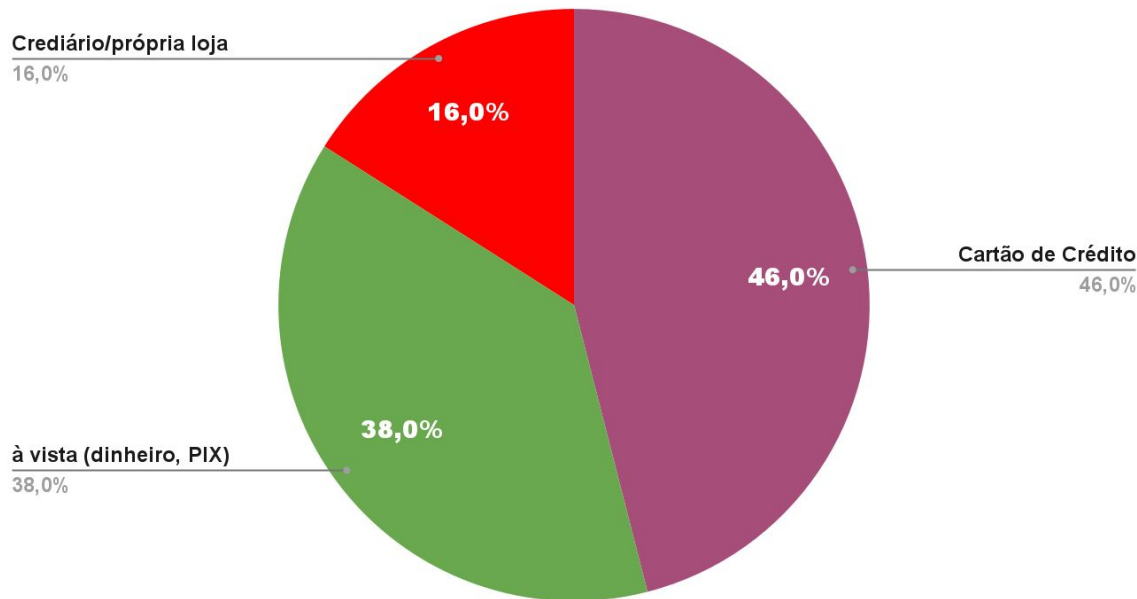


## COMO PRETENDE PAGAR AS COMPRAS

Para **46%** dos consumidores o **Cartão de Crédito** continua sendo uma das principais, com muitos consumidores optando pelo parcelamento para dividir os custos.

em seguida vem o pagamento com **Pix (38%)** sendo um dos meios mais populares devido à sua praticidade e rapidez para pagamentos à vista.

Crediário/Cartão da Própria loja, com **16%** das preferências dos consumidores.

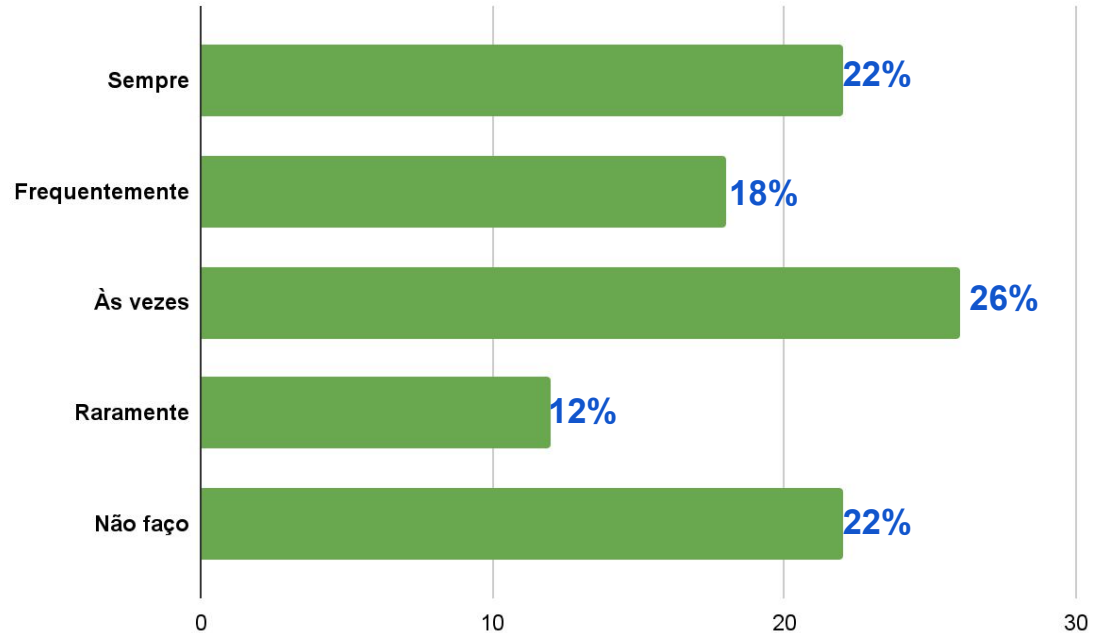


# COMPORTAMENTO ANTES DA DECISÃO DE COMPRA:

## Jornada investigativa do consumidor amazonense

Antes de decidir por uma compra, o consumidor passa por um processo cada vez mais investigativo. Mais do que buscar o menor preço, ele avalia **reputação da empresa**, opiniões de outros clientes e a confiabilidade da loja — tanto no **digital** quanto no **físico**.

### Pesquisa a reputação da empresa antes de comprar:

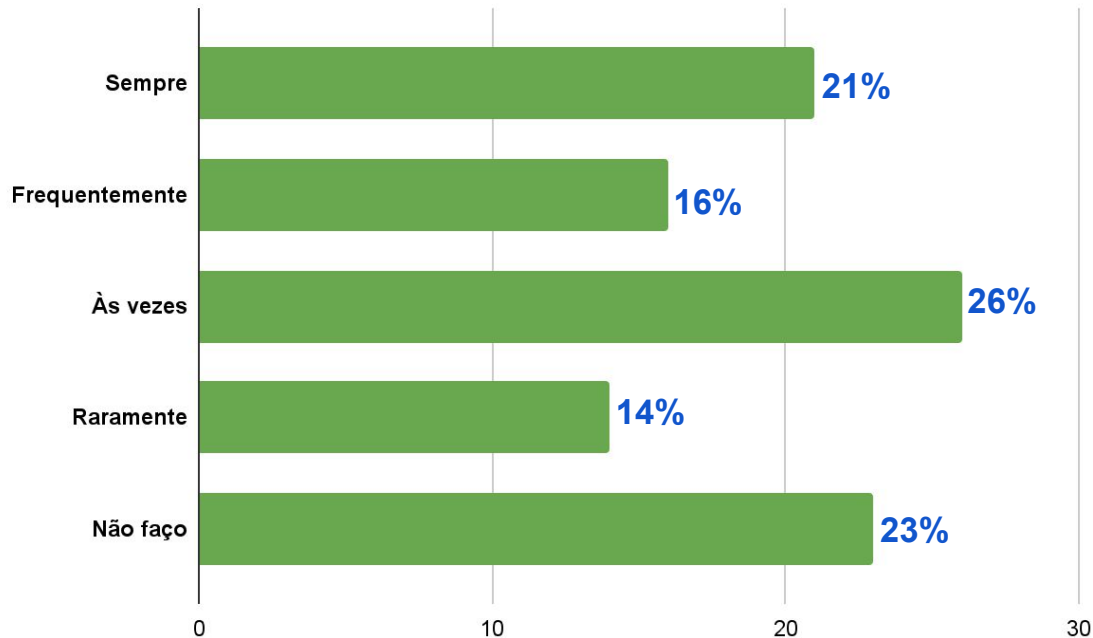


# COMPORTAMENTO ANTES DA DECISÃO DE COMPRA:

## Jornada investigativa do consumidor amazonense

Sim, a grande maioria dos clientes, mais de **70%** (de acordo com o gráfico), **lêem as avaliações de produtos** antes de finalizar uma compra, usando-as como um fator decisivo e um meio de prova social para reduzir incertezas e aumentar a confiança no produto e na loja.

### Lê as avaliações do produto no site/loja:



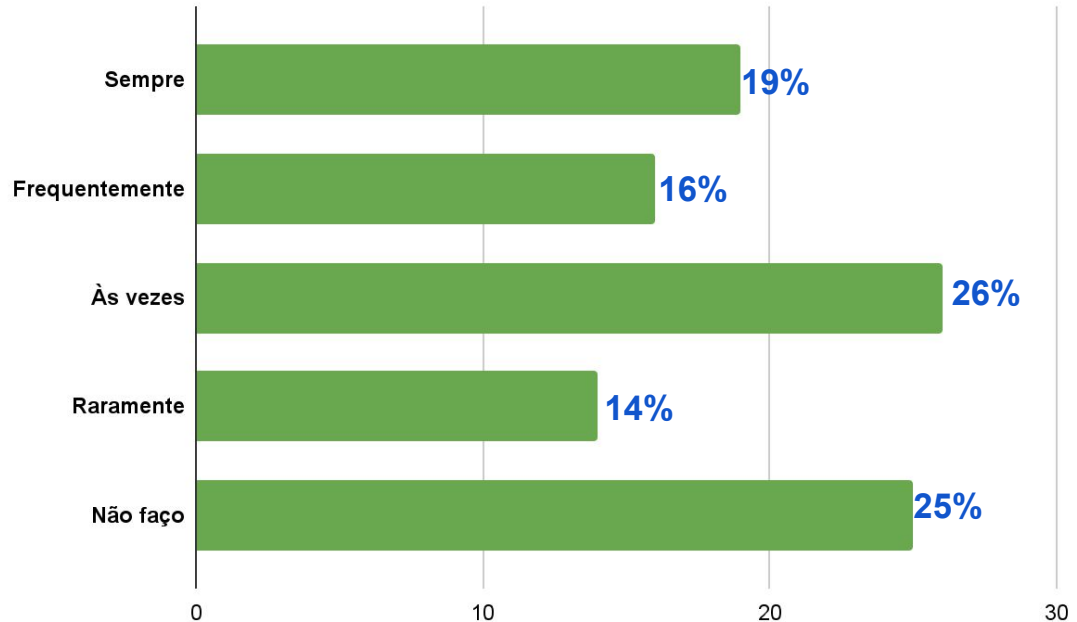
# COMPORTAMENTO ANTES DA DECISÃO DE COMPRA:

## Jornada investigativa do consumidor amazonense

Estar presente com avaliações positivas, conteúdo relevante e ofertas personalizadas é essencial para conquistar esse consumidor mais exigente.

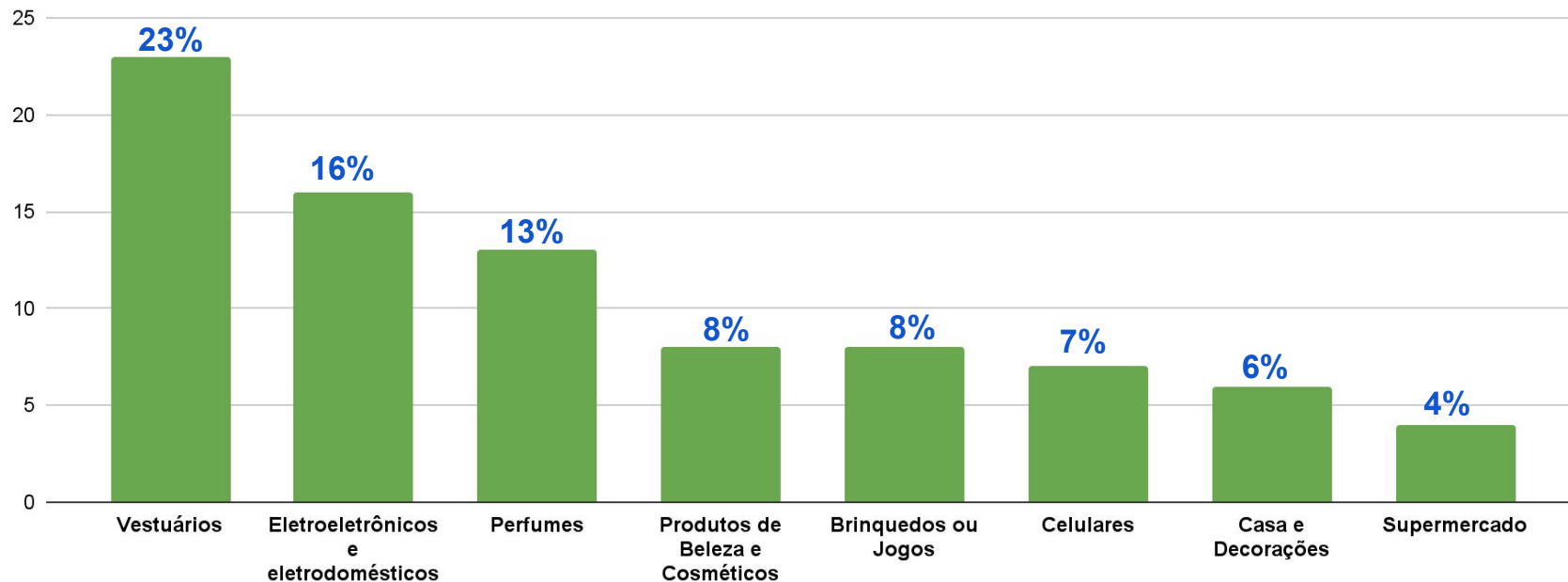
**Mais de 70% procuram avaliações das marcas** em sites e lojas antes de finalizar a compra.

### Procura avaliação das marcas nas redes sociais:



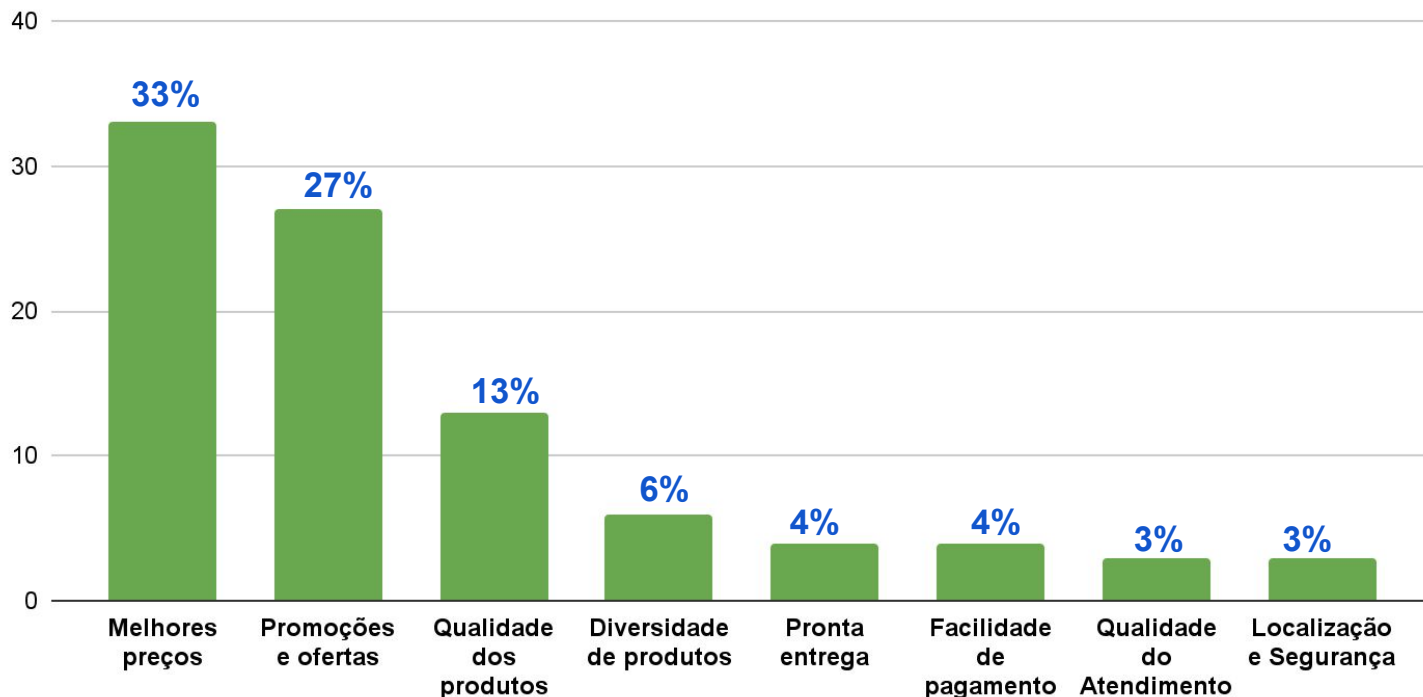
# O QUE OS CONSUMIDORES PRETENDEM COMPRAR NA BLACK FRIDAY?

Na **Black Friday**, os consumidores amazonenses mais interessados em comprar são os que buscam por **Eletrônicos, Vestuários, Eletrodomésticos, Beleza e Perfumaria, Brinquedos, Celulares, Casa e Decoração e Supermercado** somando (85%) das intenções. Além de renovar o guarda-roupa, comprar itens para o lar e atualizar aparelhos tecnológicos, os consumidores também estão mais abertos a descontos em **Artigos esportivos, Alimentos e Bebidas, Bolsas e/ou Acessórios, Passeios e Viagens**, e até em **Pet Shop**, totalizando (15%) das intenções.



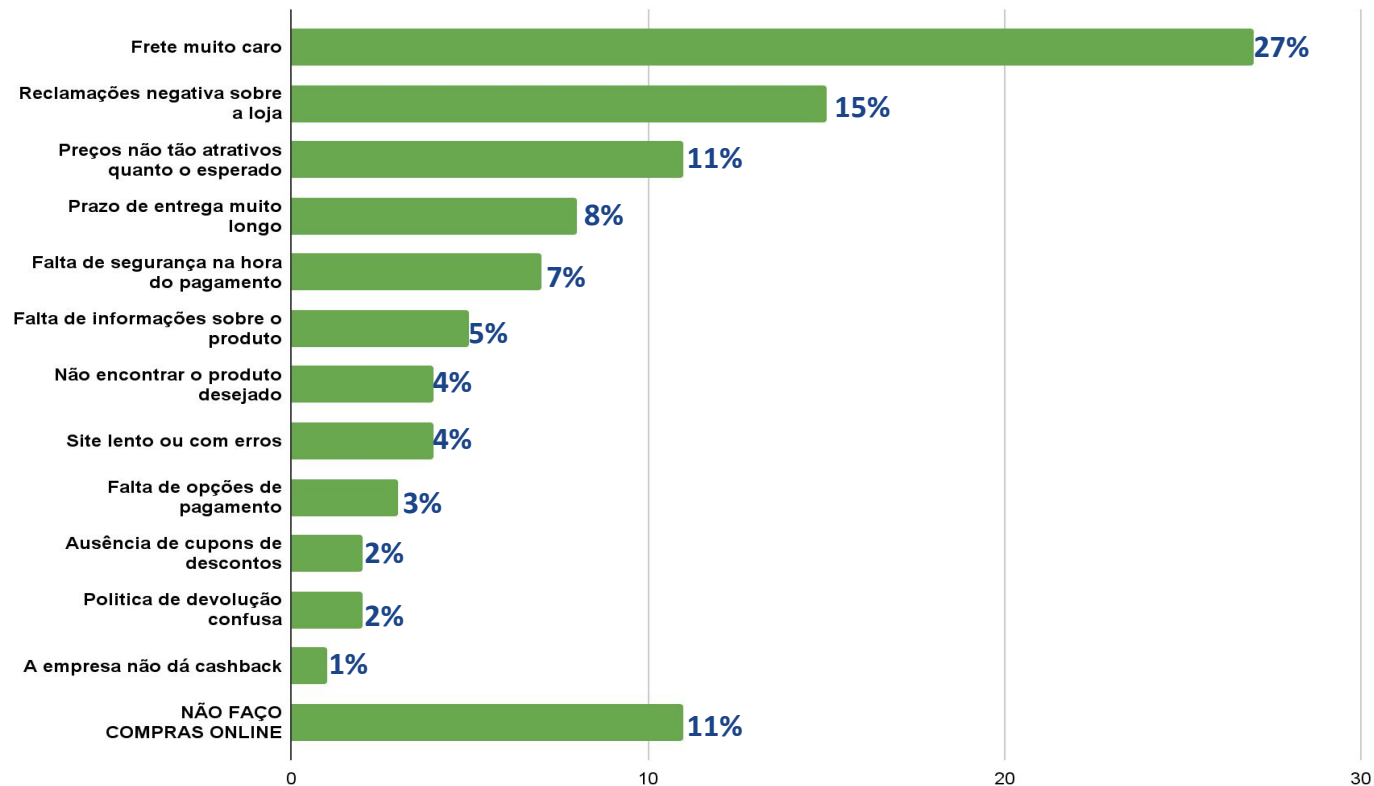
# O QUE É MAIS IMPORTANTE NA BLACK FRIDAY?

Quando perguntados sobre o que mais valorizam na hora de comprar na Black Friday, os consumidores foram diretos: **Preço, Promoções e ofertas, e Qualidade dos produtos** lideram entre os critérios de decisão. Seguido de Diversidade de produtos, Pronta entrega, Facilidade de pagamento, Qualidade do atendimento e Localização e Segurança somando **83%** das respostas. **Critérios como:** Condições especiais de Frete, A Climatização do ambiente, Poder comprar parcelado, também aparecem na pesquisa, juntos somam **7%** das respostas.

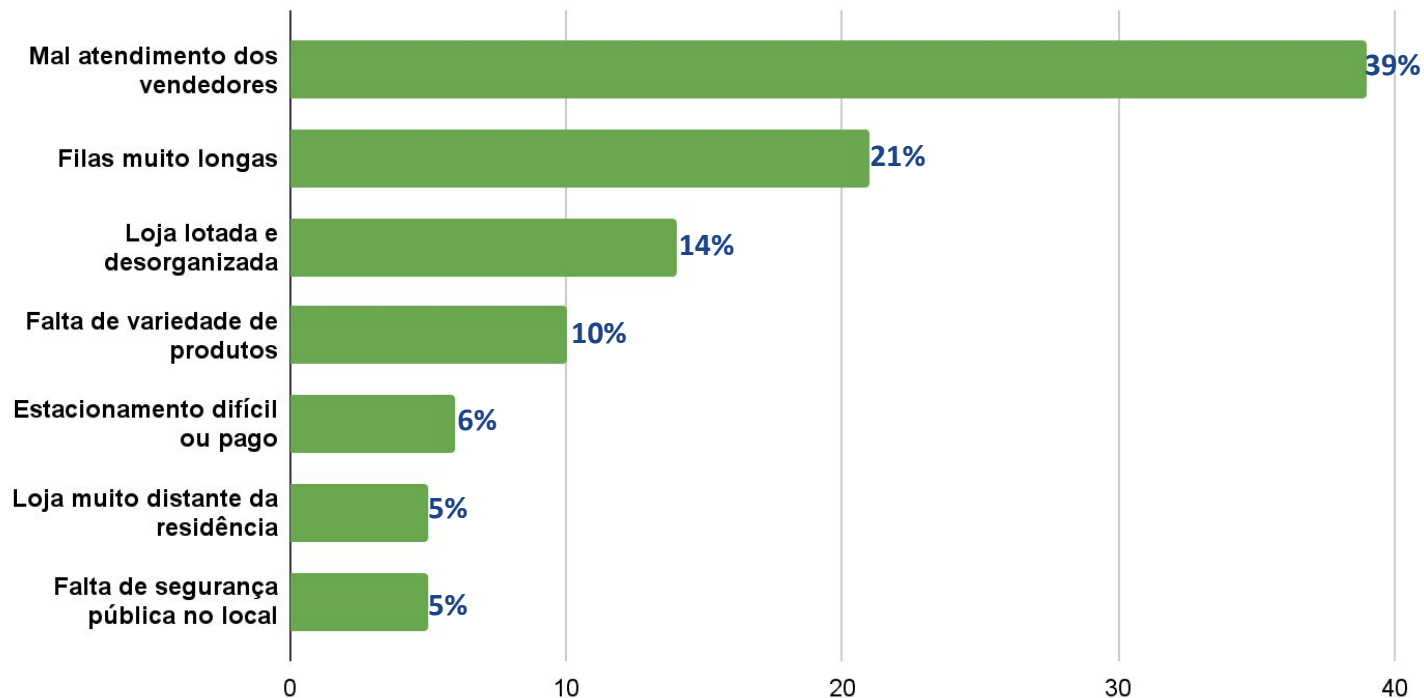


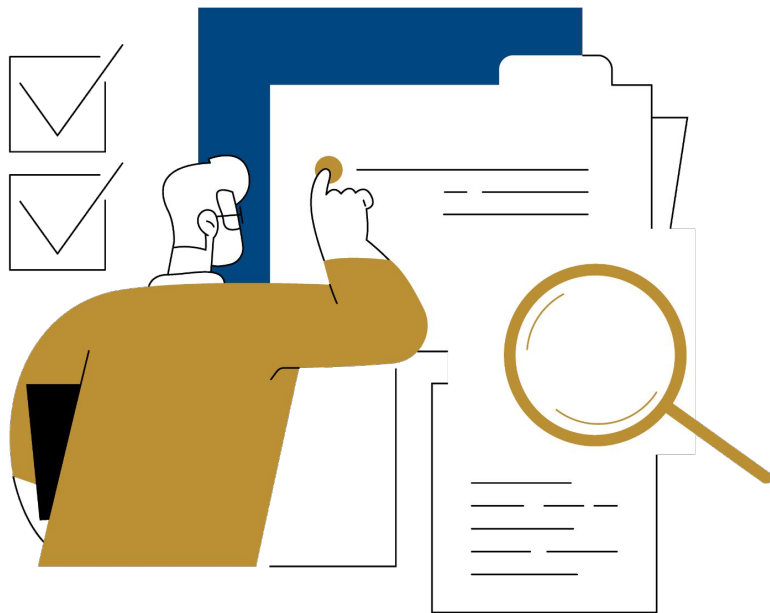
# PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM O CLIENTE DESISTIR DE UMA COMPRA ONLINE?

Entender os motivos que fazem o consumidor desistir de uma compra é tão importante quanto saber o que o leva a comprar.



## PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM O CLIENTE DESISTIR DE UMA COMPRA PRESENCIAL?





Fecomércio **AM**  
CNC Sesc Senac

**IFPEAM**  
Instituto Fecomércio de Pesquisas  
Empresariais do Amazonas

**Obrigado!**