

Expectativa para a Black Friday

Opinião do empresário - 2021



Black Friday

A Black Friday é reconhecidamente uma das ações anuais de vendas mais expressivas nos Estados Unidos, onde lojas físicas e virtuais propagam promoções com descontos agressivos. No Brasil, a data ficou famosa a partir de 2010, mas, desde então, é muito criticada pelos casos de "maquiagem de preços" e promessas não cumpridas aos consumidores.

As ações da data movimentam milhões no mercado on-line, mas têm ganhado espaço no comércio tradicional, tornando-se uma oportunidade para o empresário conquistar clientes e aumentar as vendas no período.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de conhecer a adesão das empresas varejistas às ações da Black Friday em Minas Gerais.

Neste ano, 29,9% das lojas físicas do comércio varejista de Minas Gerais pretendem realizar ações para a

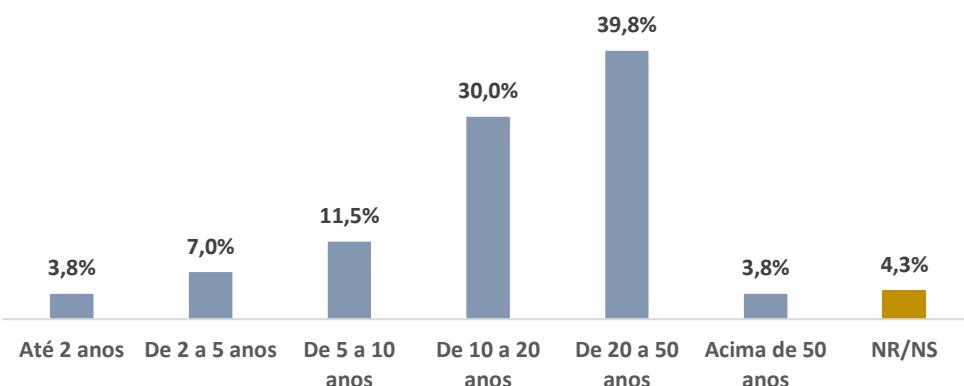


Em 2020, 30,1% das empresas do comércio varejista do estado realizou ações para a Black Friday; para 18,1% dessas empresas, os descontos oferecidos ultrapassaram 50%.

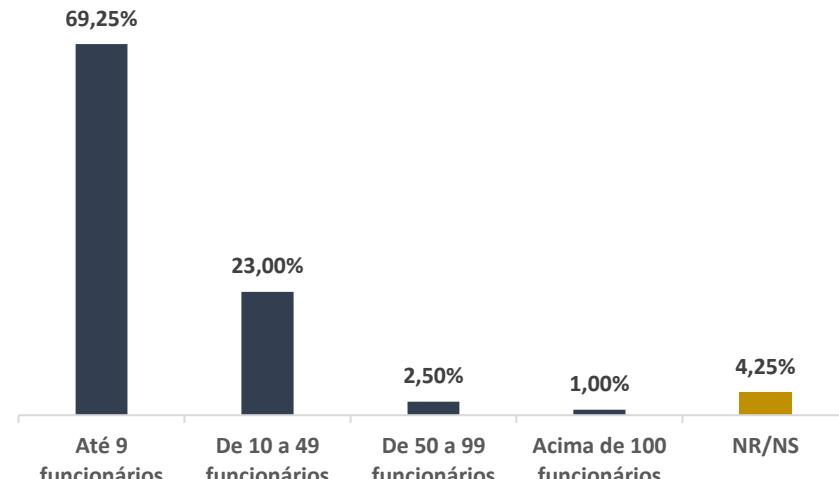
Neste ano, 29,0% das empresas já planejaram suas ações; 17,5% oferecerão descontos superiores a 50%; e, 45,2% esperam um impacto no volume de vendas superior a 25%.

Perfil das empresas

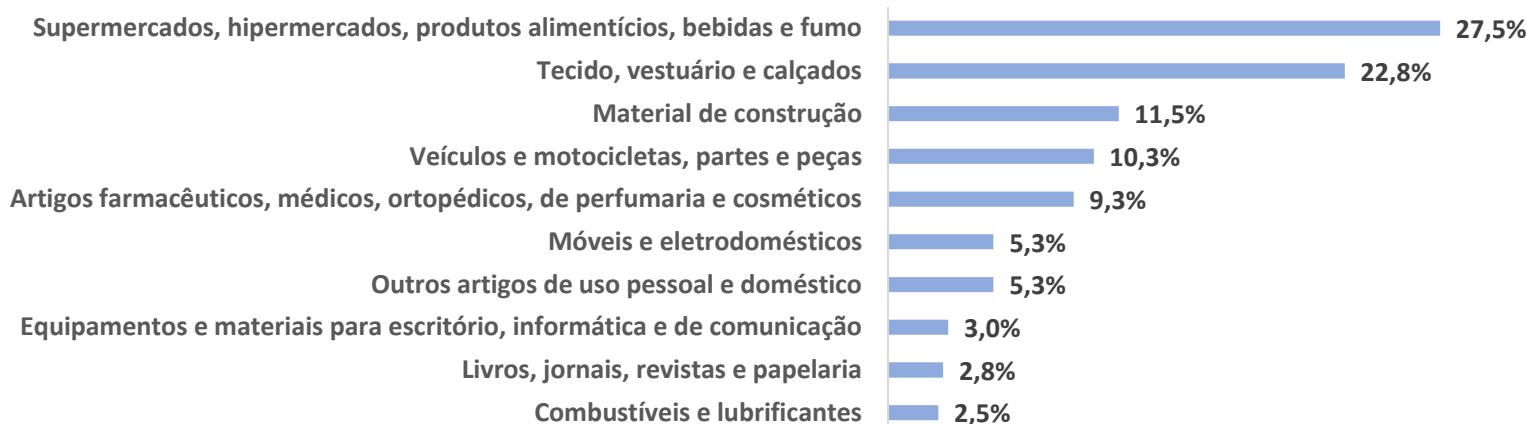
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários

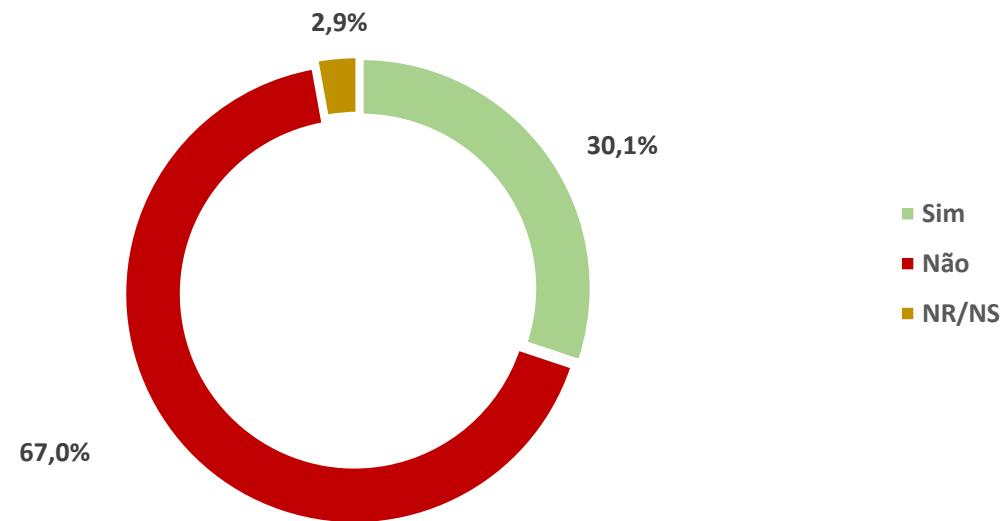


Segmento de atuação da empresa



Ações da Black Friday em 2020

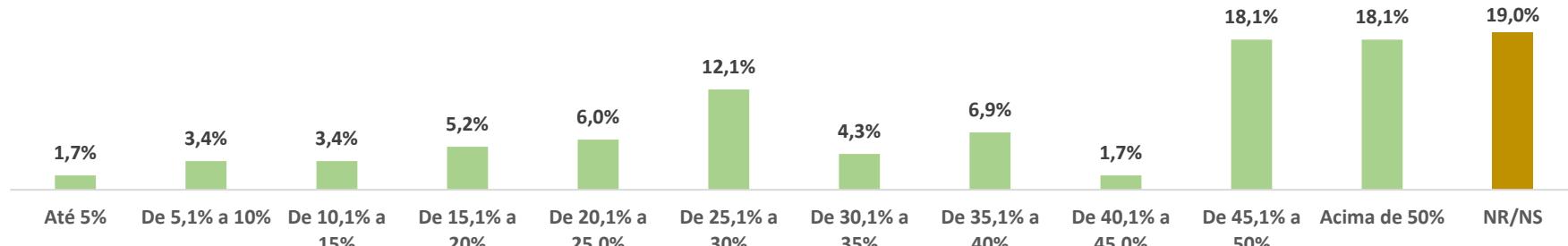
Realizou ações na Black Friday no ano passado?



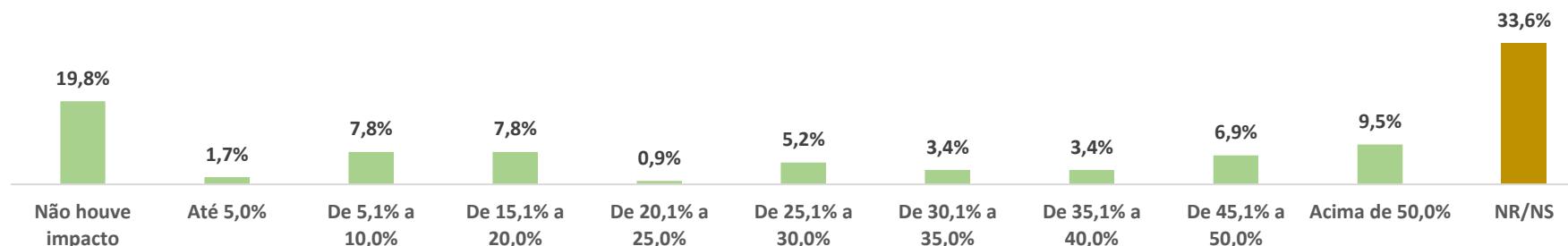
No ano passado, 30,1% do comércio varejista de Minas Gerais realizou alguma iniciativa para a Black Friday.

Ações da Black Friday em 2020

Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período

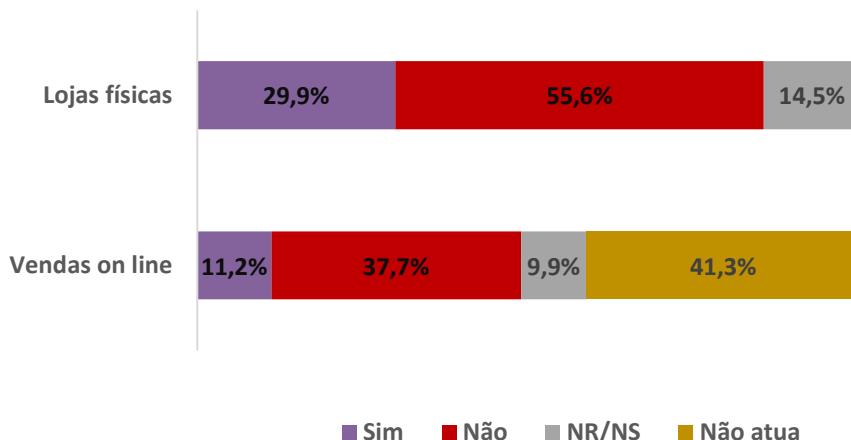


Todas as empresas que aderiram à data ofereceram descontos em produtos. Para 18,1% desses estabelecimentos, os descontos nos valores de alguns produtos foram superiores a 50%.

Ao todo, 19,8% das empresas não notaram impacto no volume de vendas com as ações adotadas para a data. Contudo, 28,4% registraram um aumento de 25% ou mais no volume de vendas devido às ações.

Expectativa Black Friday 2021

Realizará ações de Black Friday neste ano?



Ações do período passado e deste período

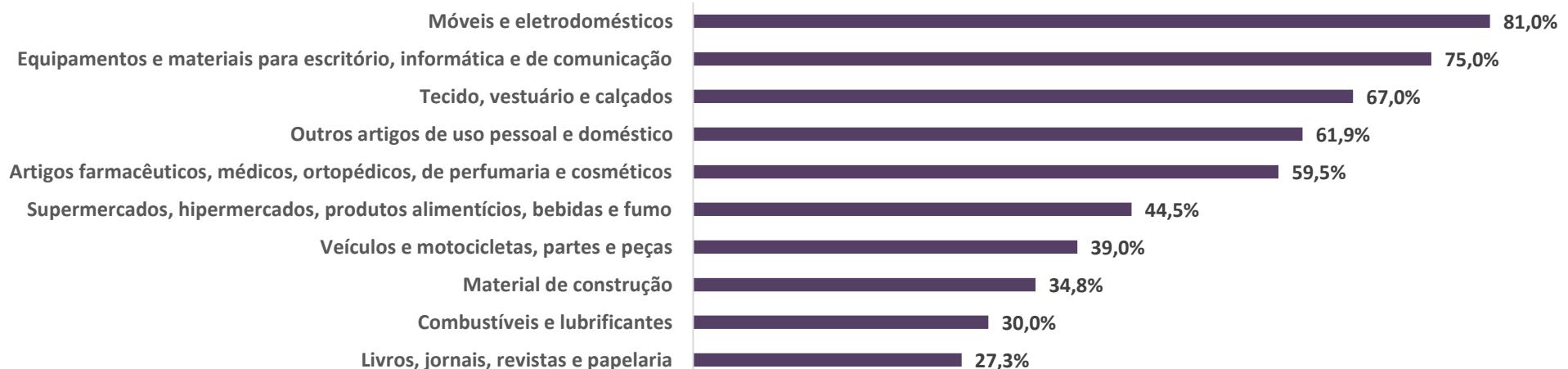


A data é conhecida por 96,3% dos empresários do comércio varejista, e neste ano, ao menos 29,0% do comércio varejista de Minas Gerais fará ações para atrair clientes durante a Black Friday. Dessa forma, 29,9% dos empresários realizarão o evento em lojas físicas e 11,2% via comércio eletrônico. Este número pode ser maior, considerando aqueles que não se planejaram ainda, além dos que não conheciam a data.

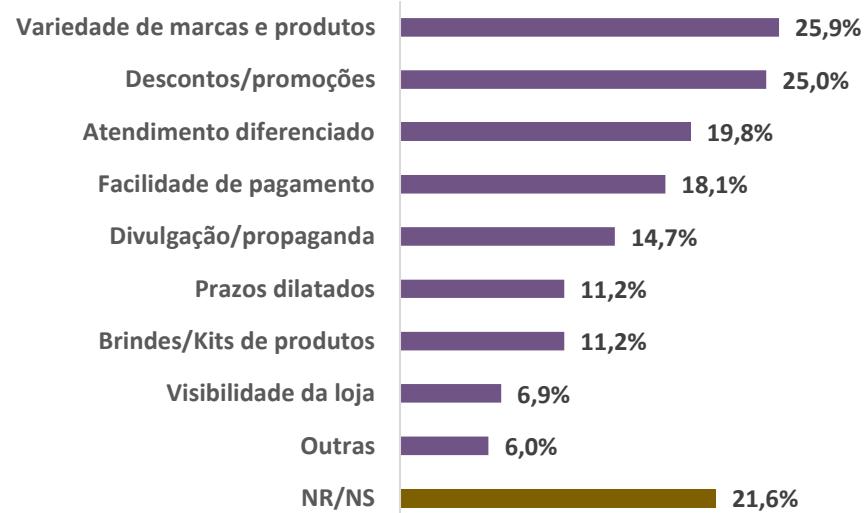
Das empresas que realizaram ações na data no ano passado, 12,9% não responderam se realizarão novamente neste ano, 13,8% não farão e 73,3% realizarão novamente. Já entre as empresas que não promoveram ações da Black Friday no ano passado, 8,9% irão realizar em 2021.

Expectativa Black Friday 2021

Percentual dos segmentos que realizarão ações



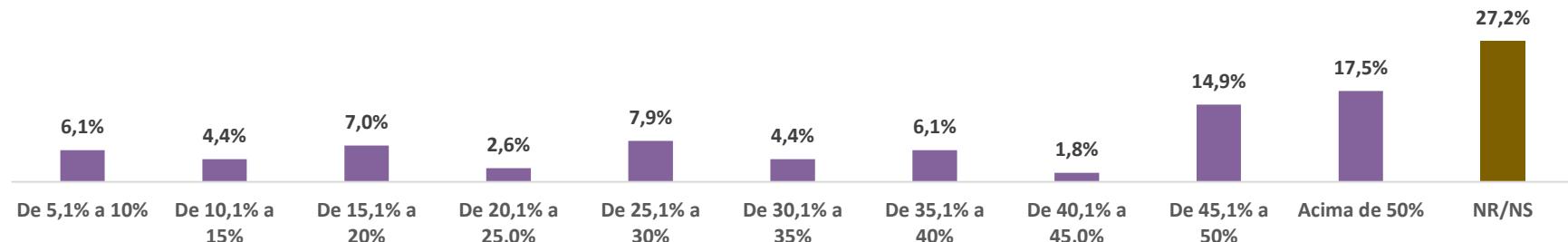
Quais ações realizará na data?



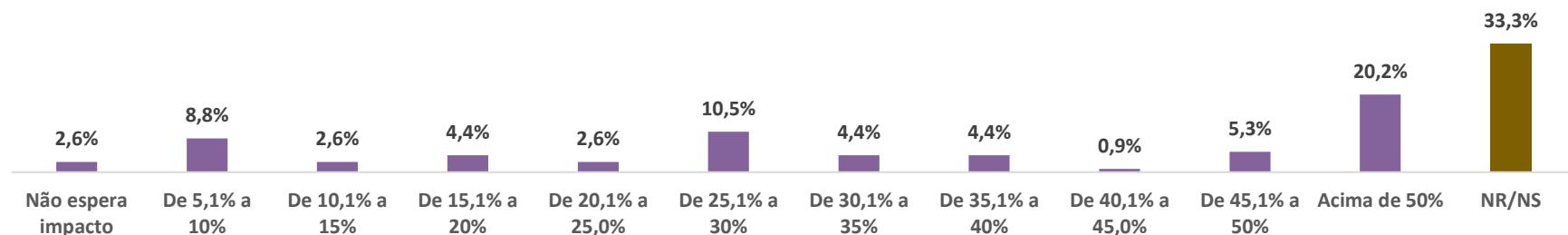
As ações irão ocorrer, principalmente, nos segmentos de móveis e eletrodomésticos (81,0%) e equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação (75,0%). As iniciativas mais empregadas para atrair o consumidor serão: oferecer variedade de marcas e produtos; e descontos/promoções.

Expectativa Black Friday 2021

Desconto máximo que será oferecido nas ações da data neste ano



Impacto esperado das ações da data no volume de vendas deste período

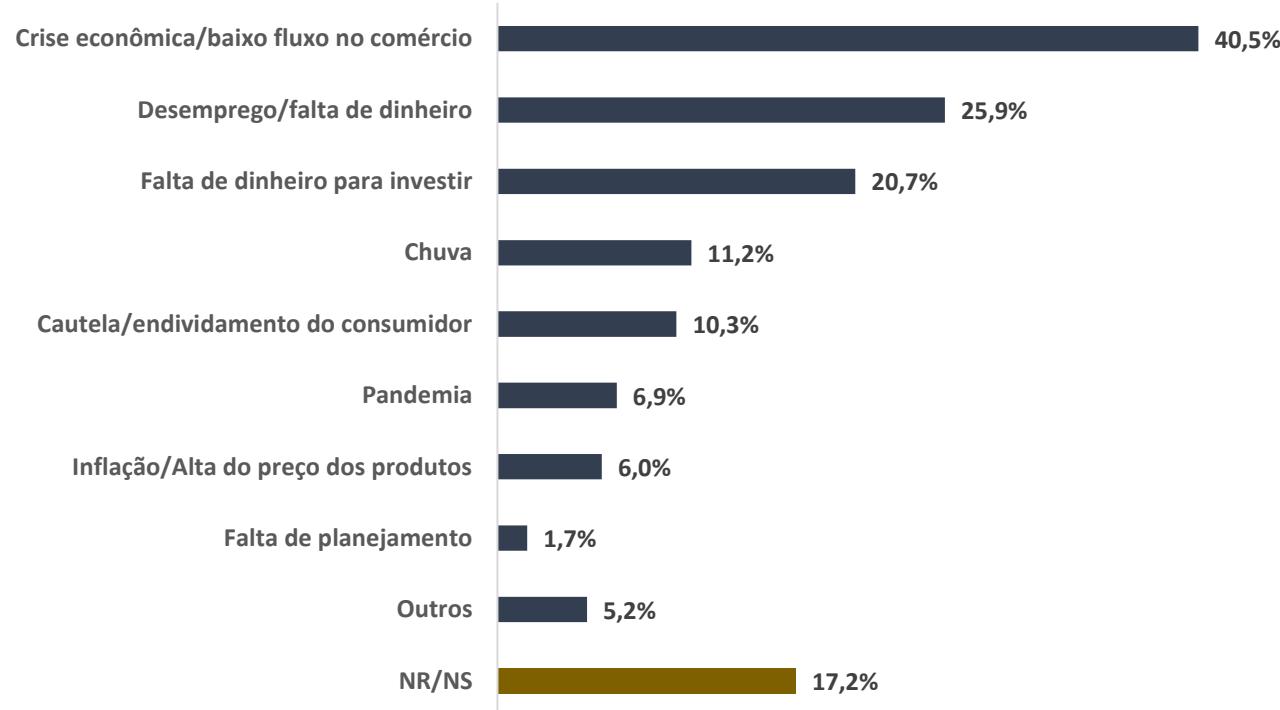


Para 32,4% dos estabelecimentos que irão realizar ações na Black Friday, os descontos ofertados serão superiores a 45% do valor dos produtos.

Um aumento de mais de 25% no volume de vendas é esperado por 45,6% dos empresários devido à data.

Expectativa Black Friday 2021

O que poderá atrapalhar as vendas no período?



Segundo os empresários, muitos fatores podem atrapalhar as vendas nesse período. Para 40,5%, a crise econômica/baixo fluxo no comércio é apontada como um desses fatores. O desemprego e a falta de dinheiro é apontado por 25,9%, enquanto 20,7% apontaram ainda a falta de dinheiro para investir. Outros motivos apresentados por 5,2% das empresas foram: concorrência, falta do auxílio emergencial, e-commerce e falta de mercadorias.

METODOLOGIA

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 19 a 27 de outubro de 2021. Foram avaliadas 400 empresas, sendo pelo menos 37 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). 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 - Estudos Econômicos

Responsável:

Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida

Assistente de economia:

Gabriela Felipe Martins

Analista de inteligência de mercado:

Juliana Peixoto Chaves Gomes

Analista de pesquisa:

Devid Lima da Silva

Pesquisadores:

Filipe do Nascimento Souza, Joyce do Nascimento Silva, Jhenifer Grejeanski da Silva

**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@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br

Fecomércio MG
CNC Sesc Senac
e Sindicatos Empresariais