

Black Friday 2022



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.

O Núcleo 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.

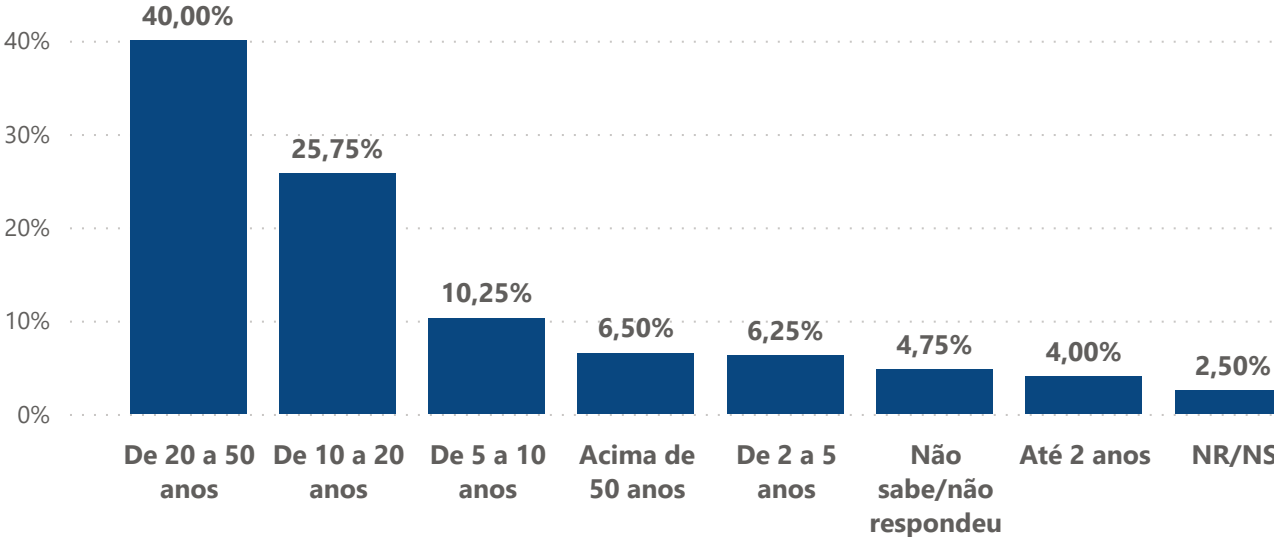
Neste ano, 27,5% das lojas físicas do comércio varejista de Minas Gerais pretendem realizar ações para a Black Friday

A data é conhecida por 96,00% das empresas do Comércio Varejista. Nesse ano, 27,5% irão adotar ações no período para atrair o consumidor na expectativa de aumentar o volume de vendas. Das ações adotadas, os descontos, sendo a alma da Black Friday, serão aplicados por 71,93% dos estabelecimentos na data.

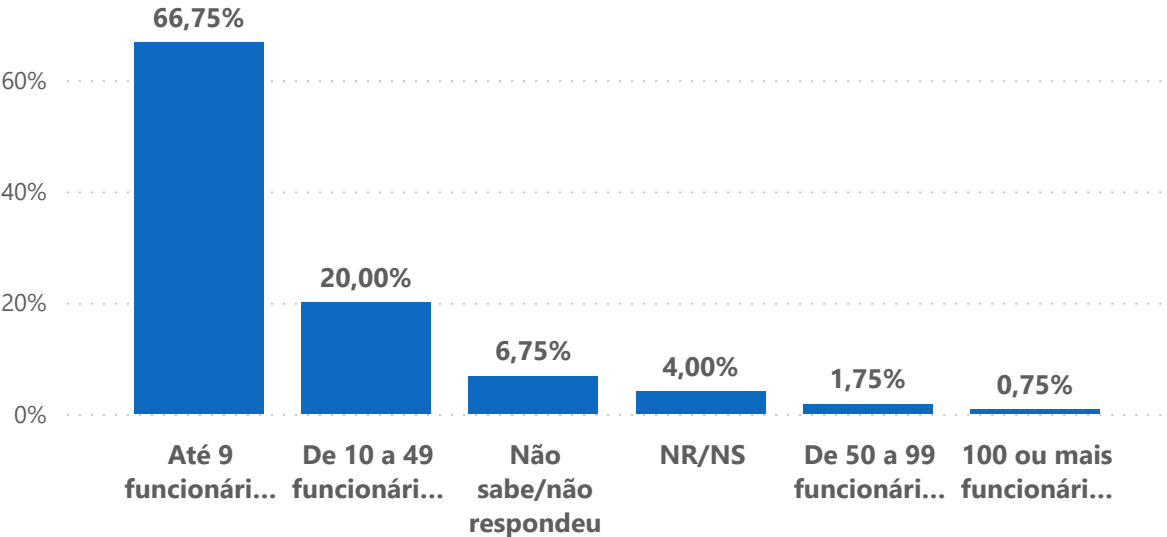
Desses estabelecimentos, 27,35% aplicarão descontos superiores a 45,00% do valor dos produtos. A expectativa, para 15,65%, é de que com essas ações haja aumento superior a 50% no volume de vendas. No entanto, ano passado, o aumento acima de 50,00% foi observado por 5,45% dos empresários, enquanto 20,91% aplicaram descontos acima de 50%, na época.

Perfil das empresas

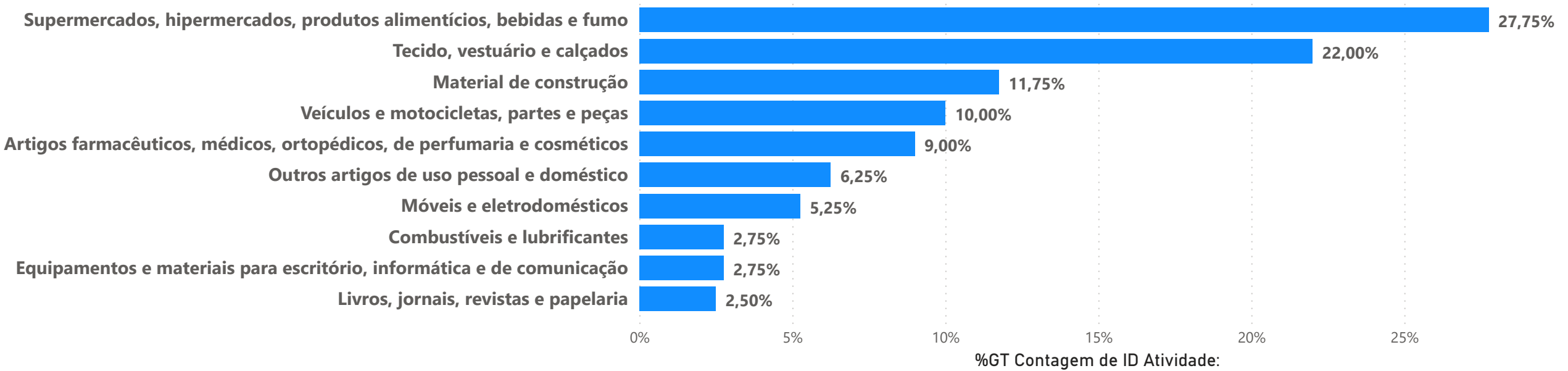
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários

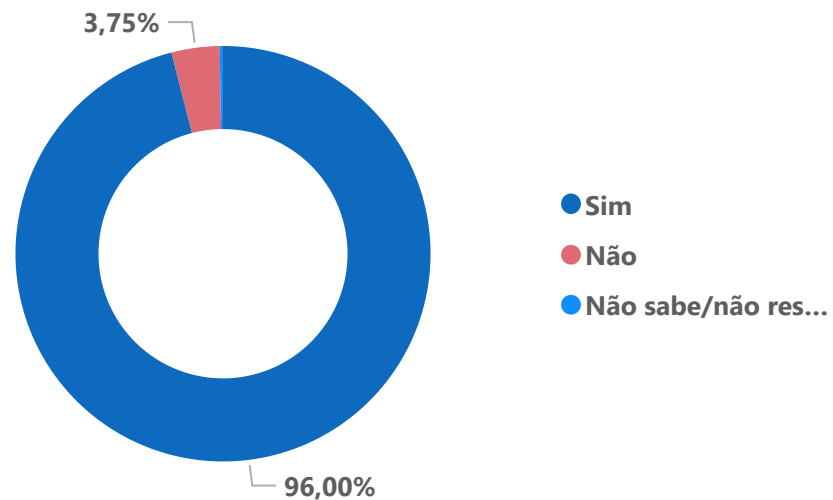


Segmento

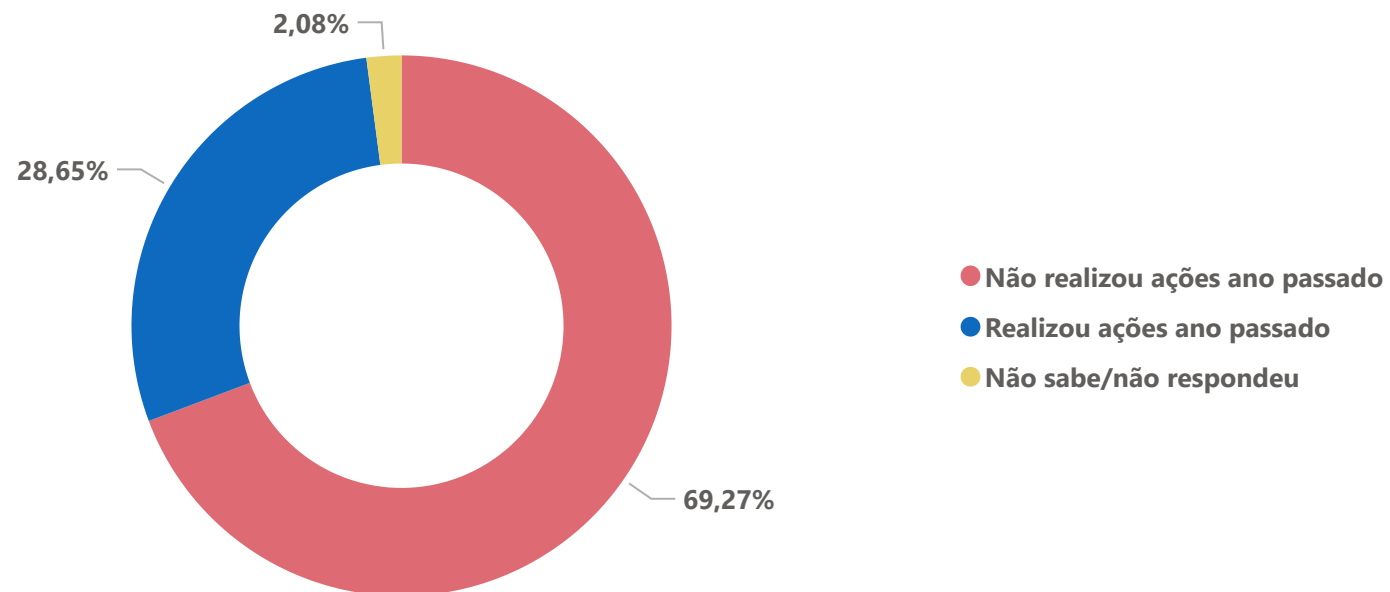


Ações Black Friday ano anterior

Conhece a Black Friday?



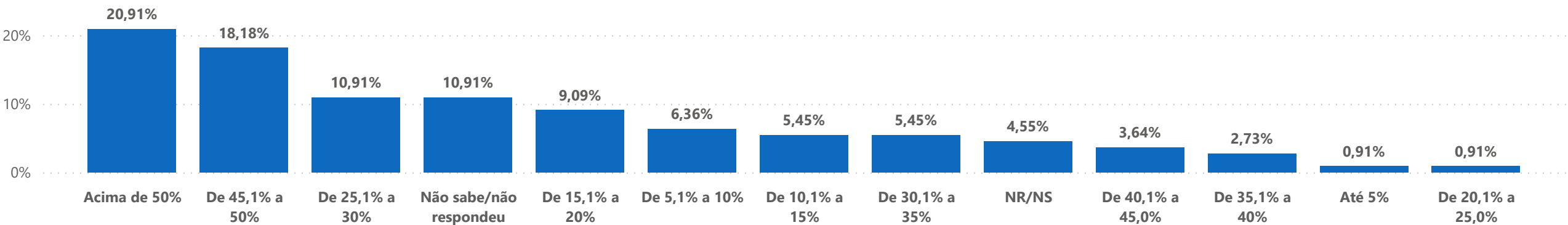
Realizou ações da Black Friday no ano passado?



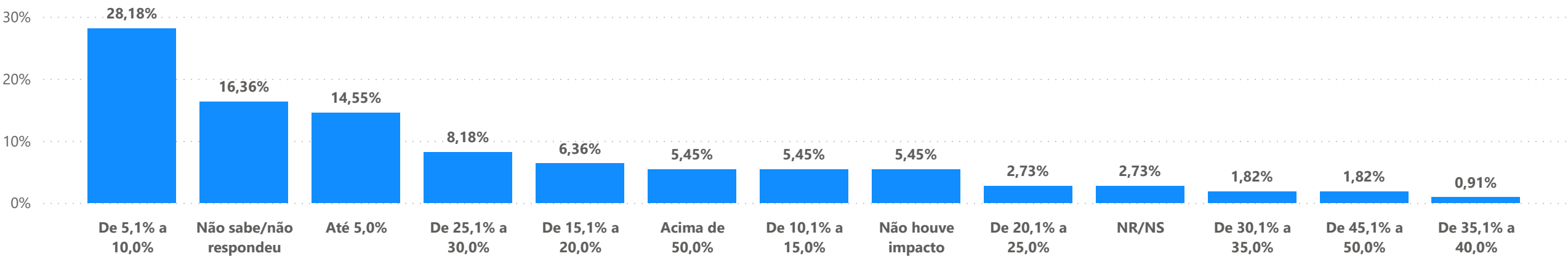
96% do comércio varejista conhece a Black Friday e, no ano passado, aproximadamente 29% realizaram ações da data, enquanto pouco mais de 69% não participaram.

Ações Black Friday ano anterior

Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período

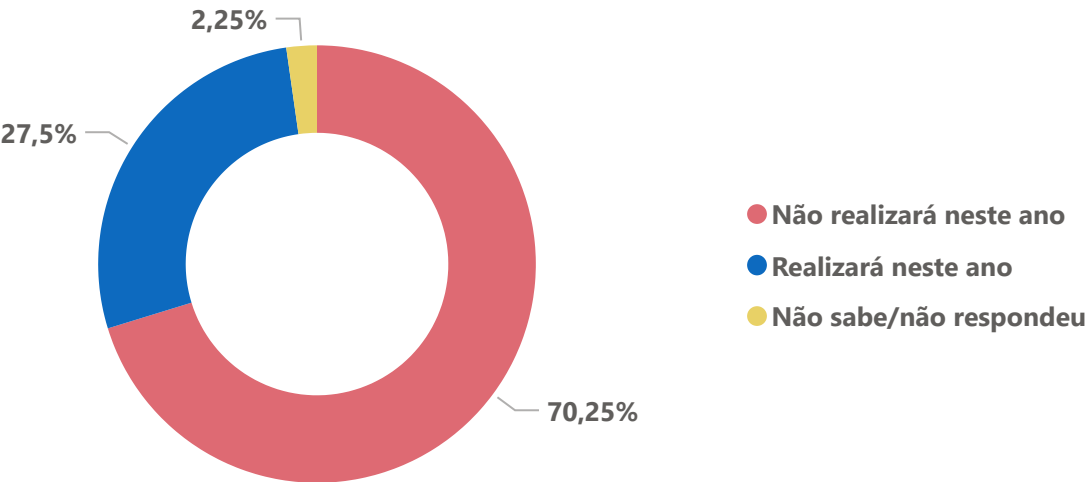


Aproximadamente, 89,00% das empresas que aderiram à data ofereceram descontos em produtos. Para 20,91%% desses estabelecimentos, os descontos nos valores de alguns produtos foram superiores a 50,00%.

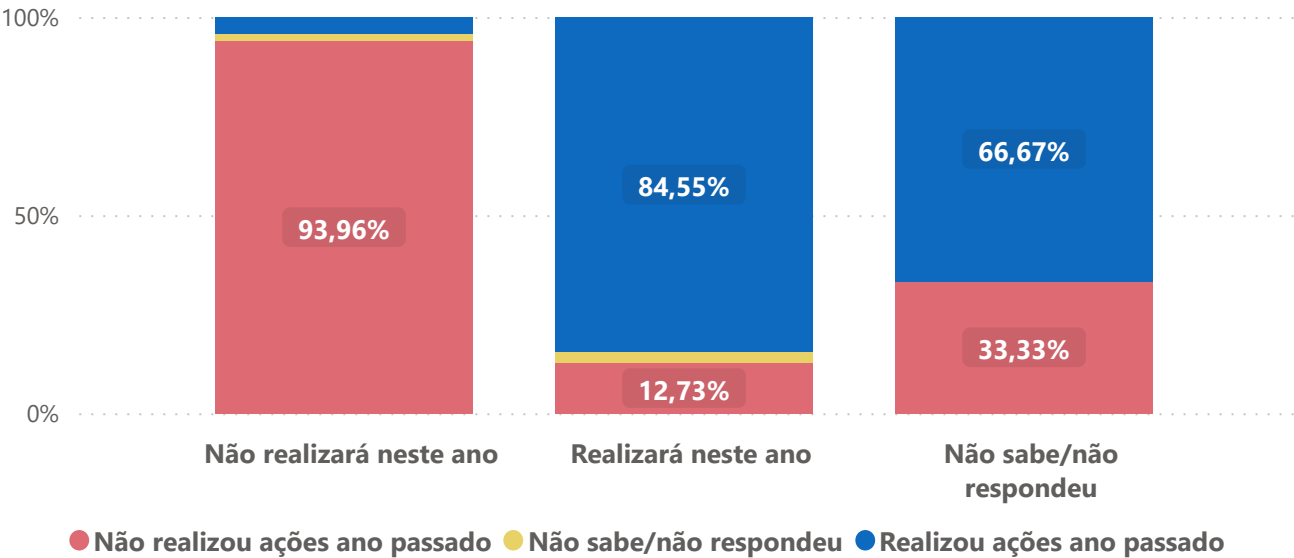
Para 54,54% houve um aumento de 5,10% a 20,00% no volume de vendas devido às ações. Enquanto isso, apenas 5,45% das empresas não notaram impacto no volume de vendas com as ações adotadas para a data.

Expectativa Black Friday para este ano

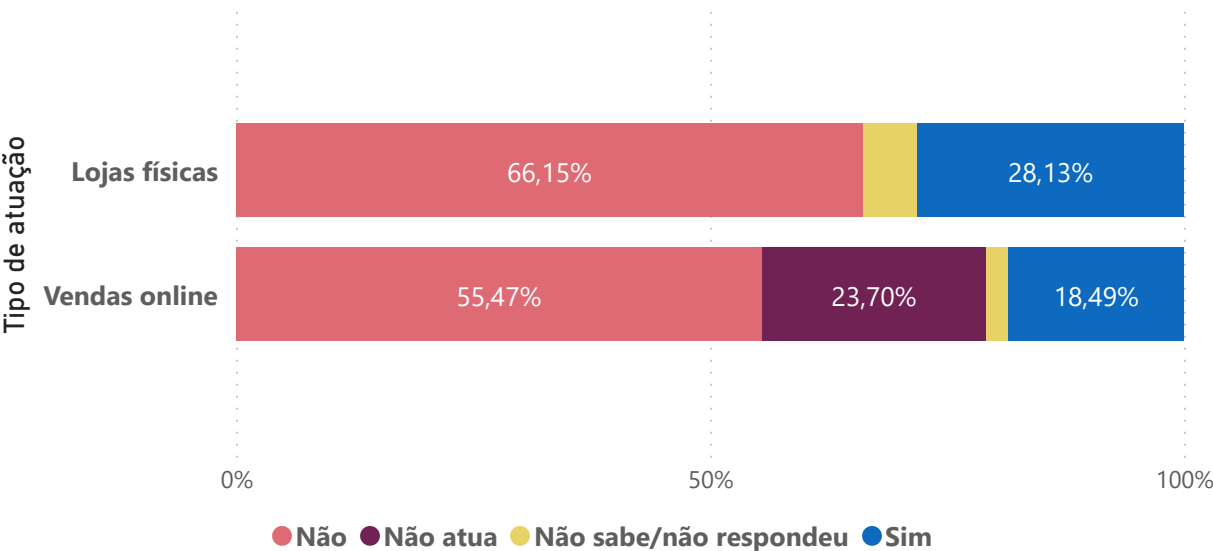
Realizará a Black Friday em seu estabelecimento este ano?



Black Friday no período passado e neste período



Realizará a Black Friday este ano?

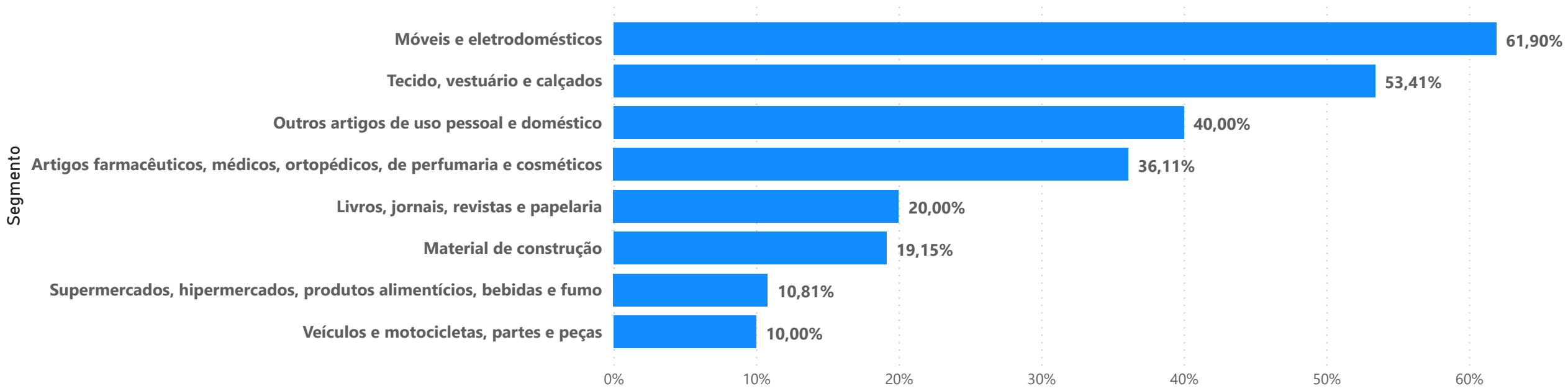


Nesse ano, 27,5% das empresas que aderem à Black Friday irão realizar ações da data. Dessas, 84,55% haviam realizado ações no ano passado, 12,73% não haviam e 2,72% não souberam responder.

Ao avaliar a participação das empresas na Black Friday se por loja física e/ou loja on-line, observa-se que nas 28,13% das lojas físicas atuarão na data. Já 23,70% das empresas não atuam de forma on-line, 55,47% não irão realizar ações em suas lojas virtuais, enquanto 18,49% irão realizar.

Expectativa Black Friday para este ano

Percentual dos entrevistados que realizarão ações da Black Friday por segmento

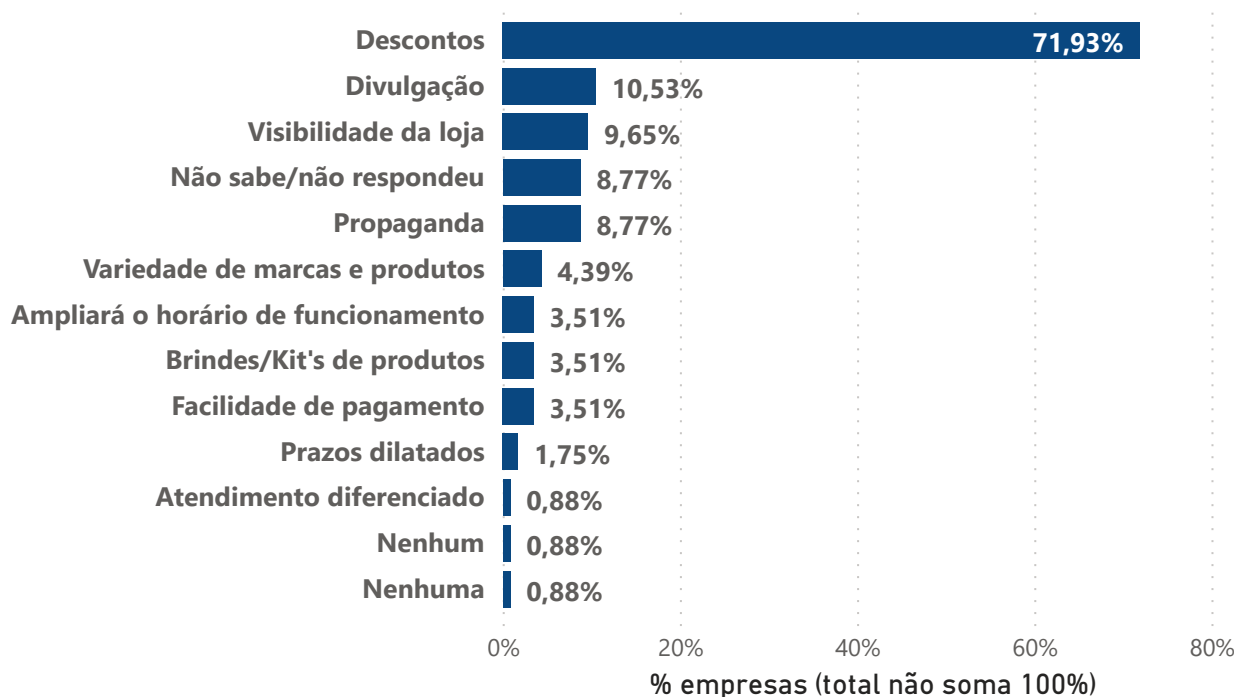


Considerando os segmentos das empresas pesquisadas, oito deles indicaram que irão participar das ações da Black Friday, oferecendo diversas vantagens aos seus clientes. Apenas dois segmentos ficaram de fora: combustíveis e lubrificantes e equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação.

Os segmentos com maior percentual de participação das ações, de acordo com os entrevistados, são: móveis e eletrodomésticos (61,90%), tecido, vestuário e calçados (53,41%) e outros artigos de uso pessoal e doméstico (40,00%).

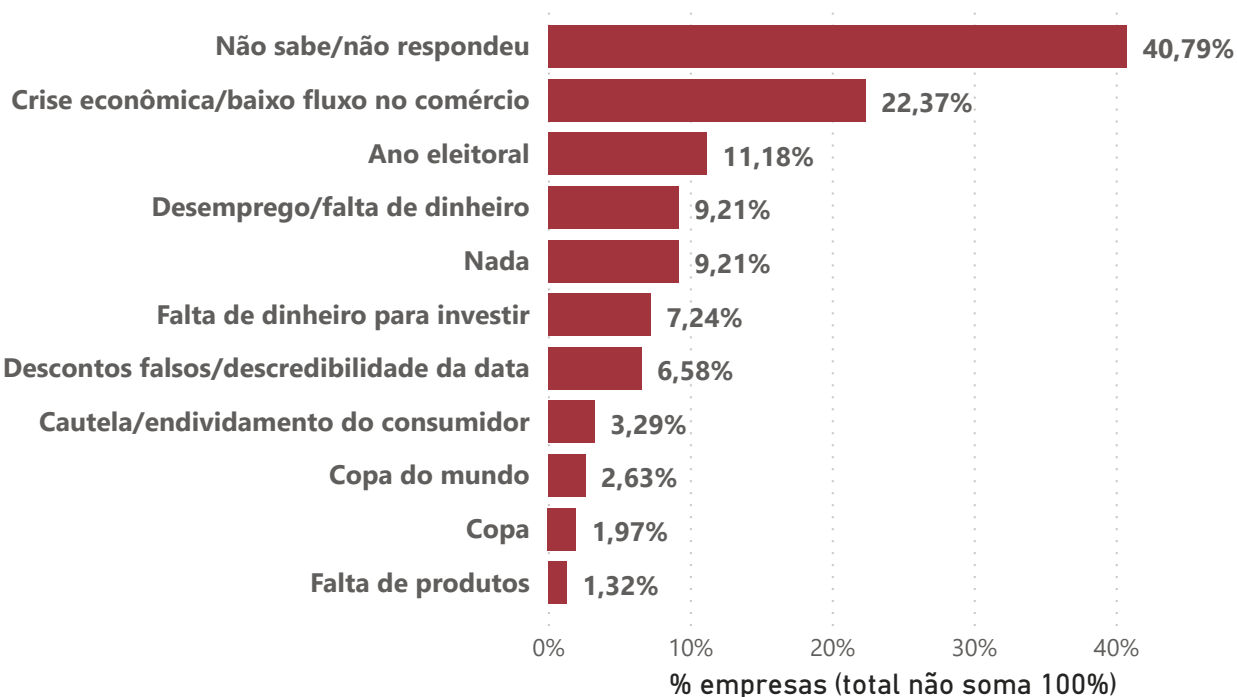
Expectativa Black Friday para este ano

Quais ações realizará na data?



Os descontos, que são a alma na proposta da data, são as ações com maior percentual de participação das empresas do comércio (71,93%). Também irão realizar divulgação (10,53%) e investir na visibilidade da loja (9,65%) para atrair os clientes.

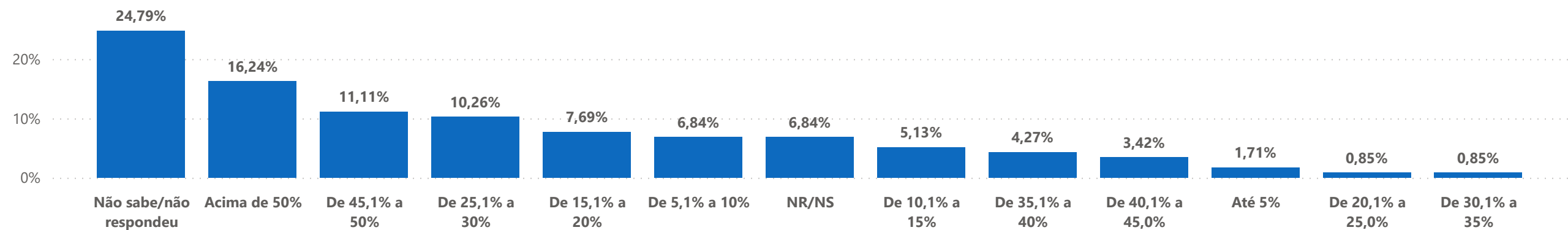
O que poderá atrapalhar as vendas no período?



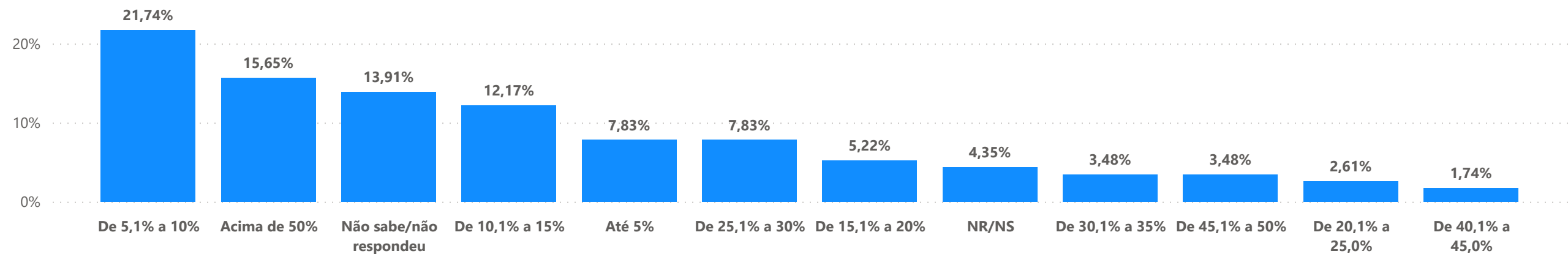
Apesar de muitos não saberem ou não quiserem responder o que poderá atrapalhar as vendas no período, para 22,37% das empresas um dos motivos é a crise econômica/baixo fluxo no comércio. Motivos como ano eleitoral, desemprego/falta de dinheiro também foram apontados por 11,18% e 9,21% das empresas, respectivamente. Ainda, houveram 9,21% que responderam que nada irá atrapalhar as vendas no período.

Expectativa Black Friday para este ano

Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período



Apesar de 24,79% não saberem ou não responderem qual o desconto máximo que pretendem oferecer, 27,35% dos estabelecimentos que irão realizar ações na Black Friday, disponibilizarão descontos superiores a 45% do valor dos produtos.

Um aumento no volume de vendas acima de 5,00%, podendo chegar a 10,00%, é esperado por 21,74% dos estabelecimentos. Enquanto isso, 15,65% esperam aumento de mais de 50,00% no volume de vendas.

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 21 a 31 de outubro de 2022. Foram avaliadas 400 empresas, sendo pelo menos 38 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

Núcleo de Estudos Econômicos

Responsável: Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Filipe do Nascimento Souza, Jhenifer Grejeanski da Silva e Rafael Rei de Oliveira

Núcleo de Mercado e consumo:

Responsável: Marcelo de Oliveira Nunes da Silveira

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.fecomercomg.org.br



Sistema Comércio