

Intenção de Consumo

Black Friday
2023



Perfil dos Consumidores

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.

**8 em cada 10 dos
consumidores
conhecem a data**

53,0% dos consumidores que conhecem a data, pretendem realizar compras na Black Friday desse ano, com maior interesse em adquirir roupas, calçados e acessórios, eletrodomésticos, eletrônicos e telefonia. Ainda, para 25,2%, o período é visto como dias de promoções online.

A data também é vista como uma oportunidade de antecipação de compras para o Natal, para 33,5%.

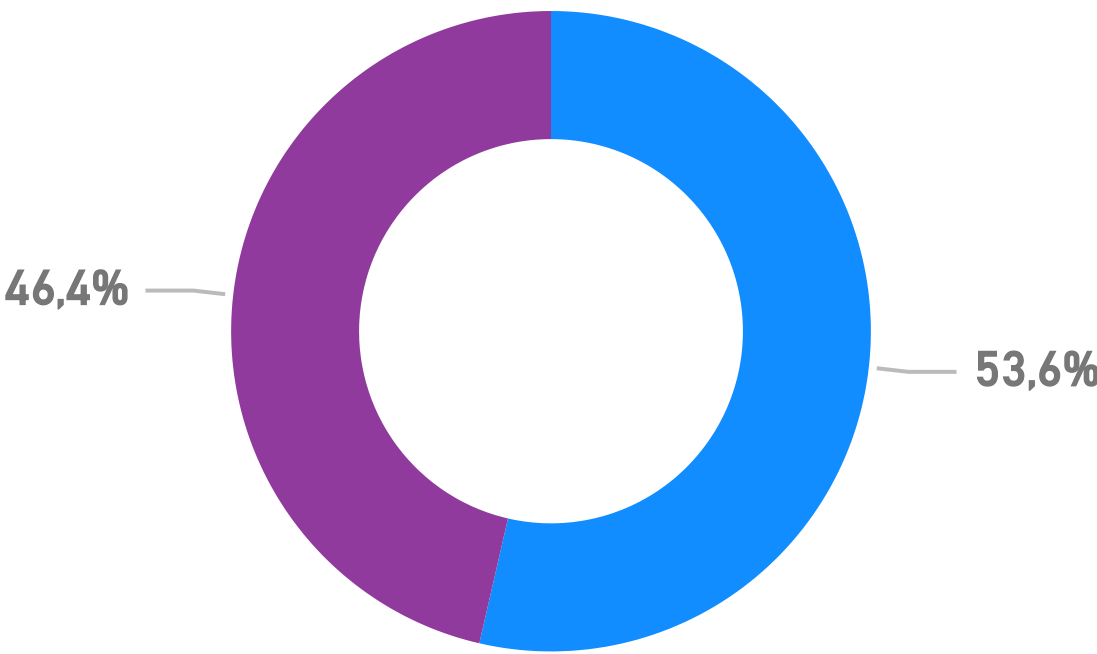
Tanto aqueles que compraram em lojas físicas e/ou virtual no ano passado, destacaram que pesquisaram os preços dos produtos com antecedência para comparar na data.

Na pesquisa observa-se que 56,4% podem adquirir itens não planejados caso os descontos sejam realmente atrativos. Além de melhores preços, os consumidores buscam facilidade de pagamento, variedade de marcas e produtos e atendimento de qualidade.

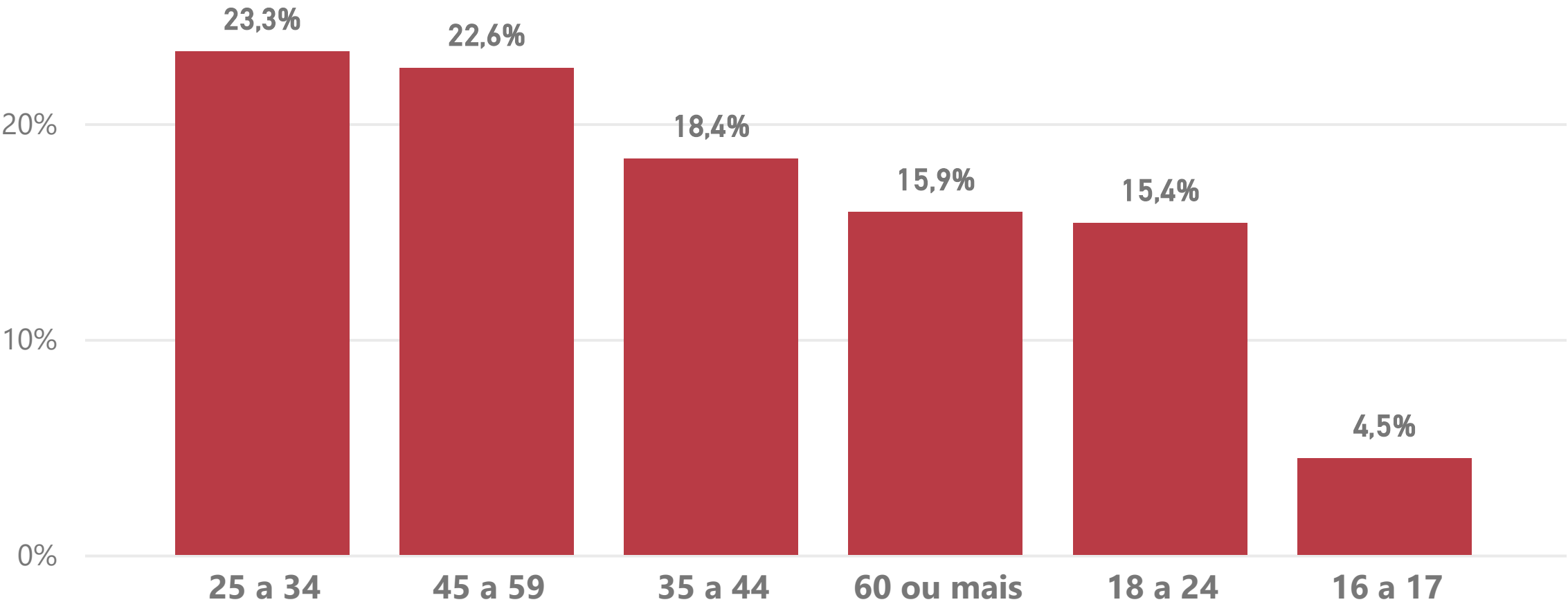
Perfil dos Consumidores

Sexo

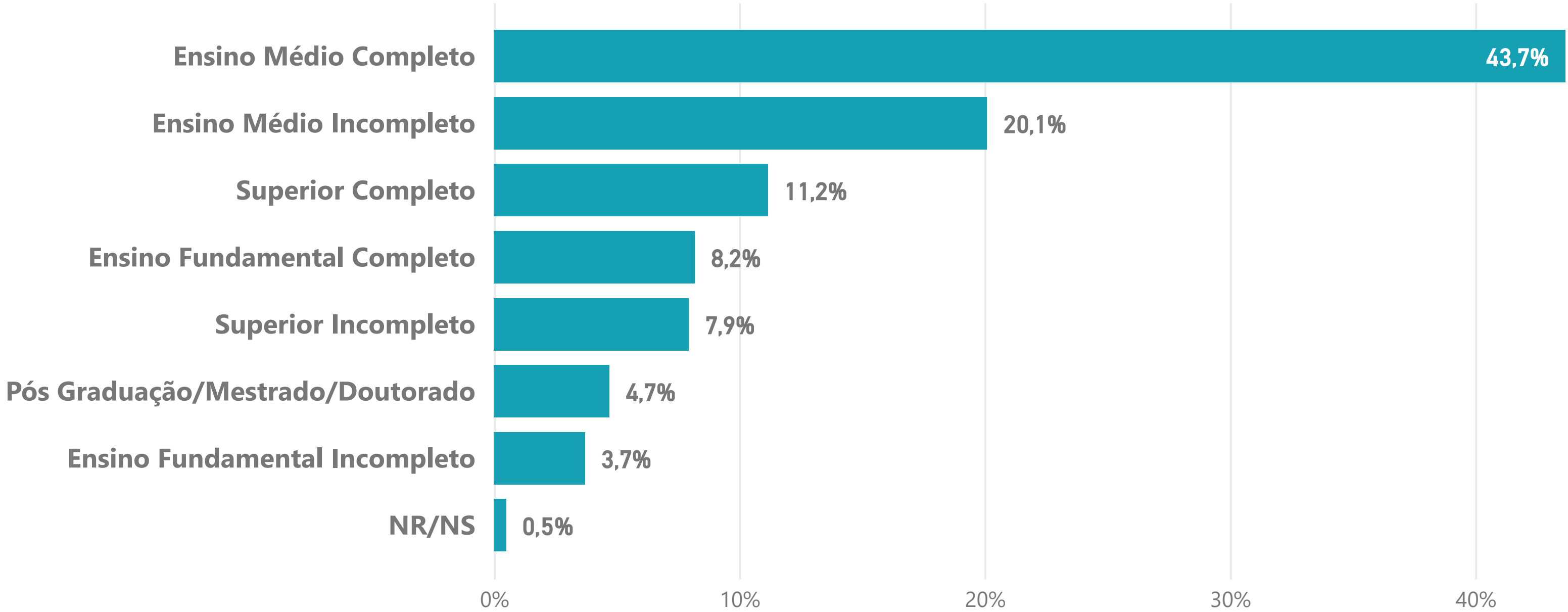
Feminino Masculino



Idade



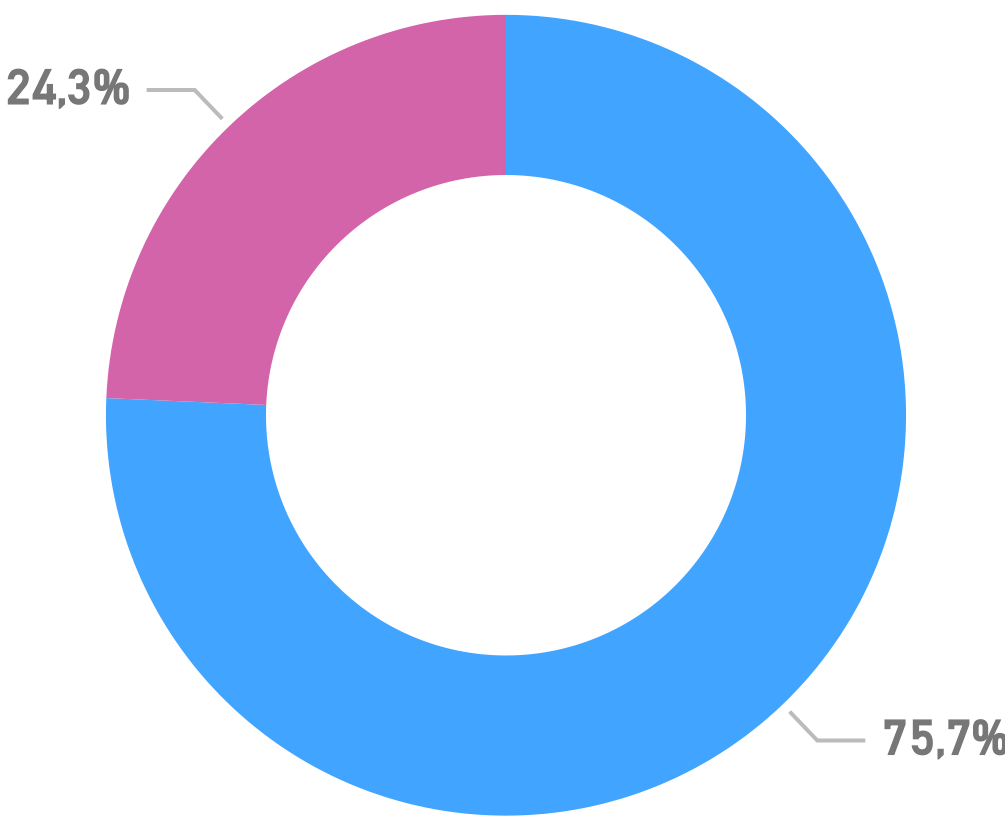
Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



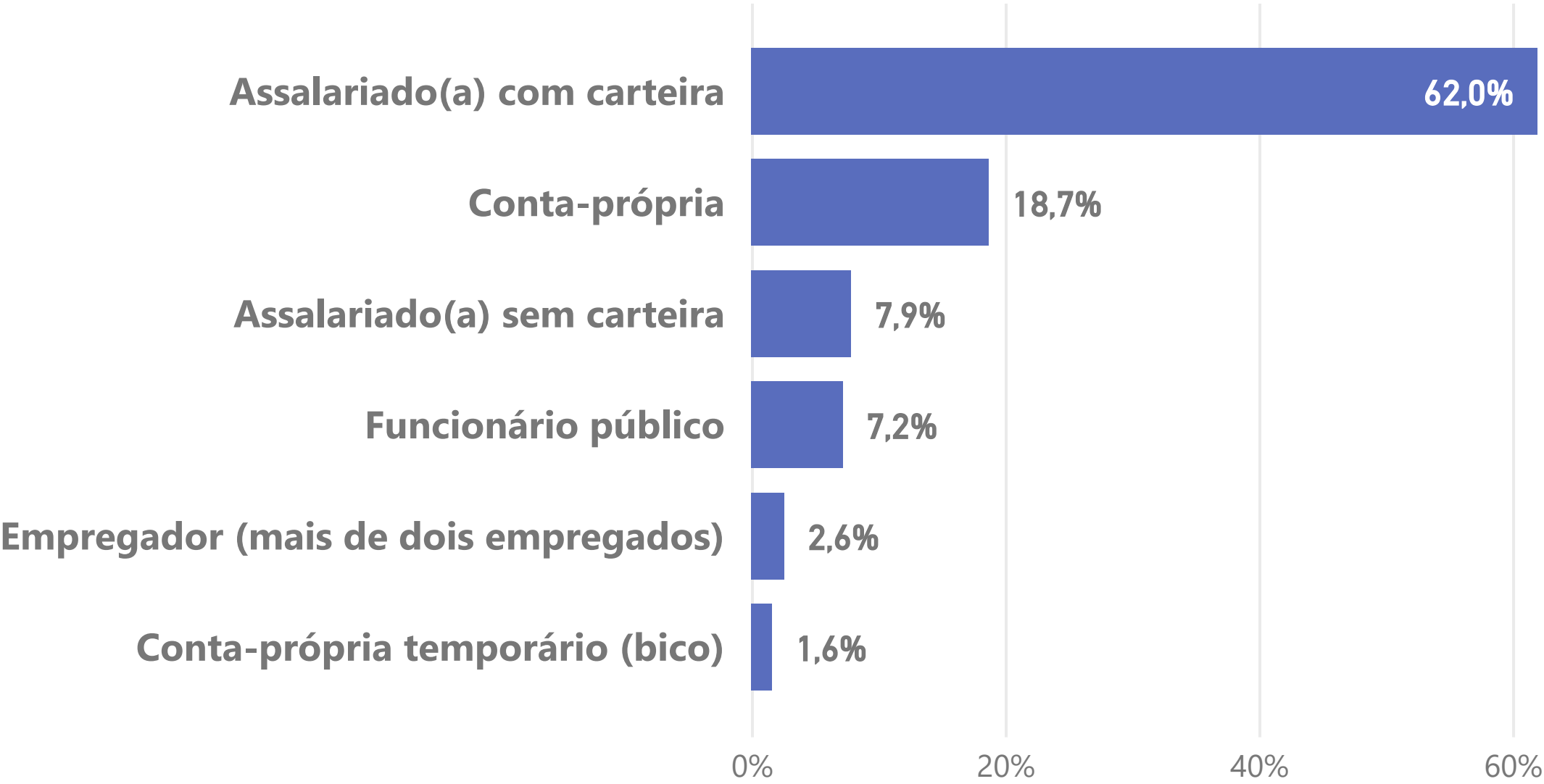
Perfil dos Consumidores

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

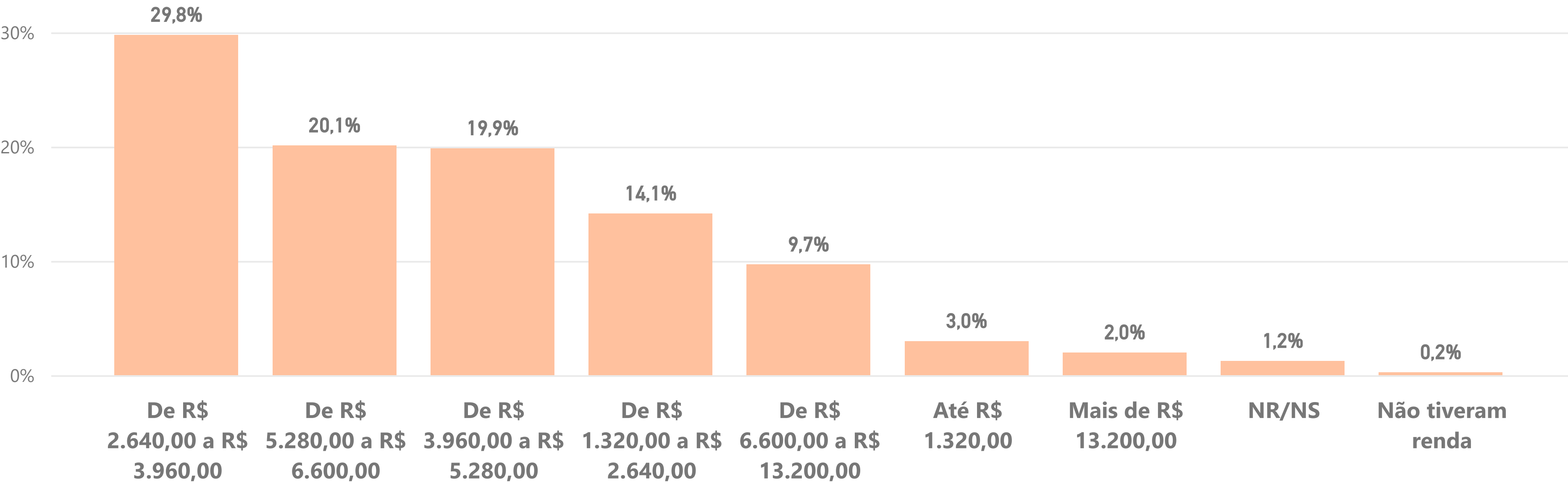
● Sim ● Não



No seu trabalho o(a) Sr(a). é:



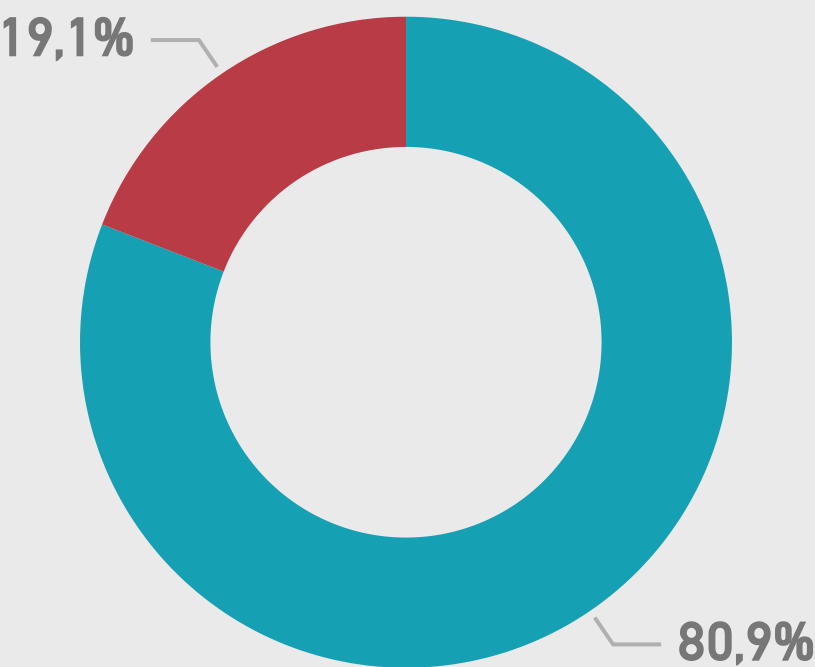
Renda familiar no mês de março (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):



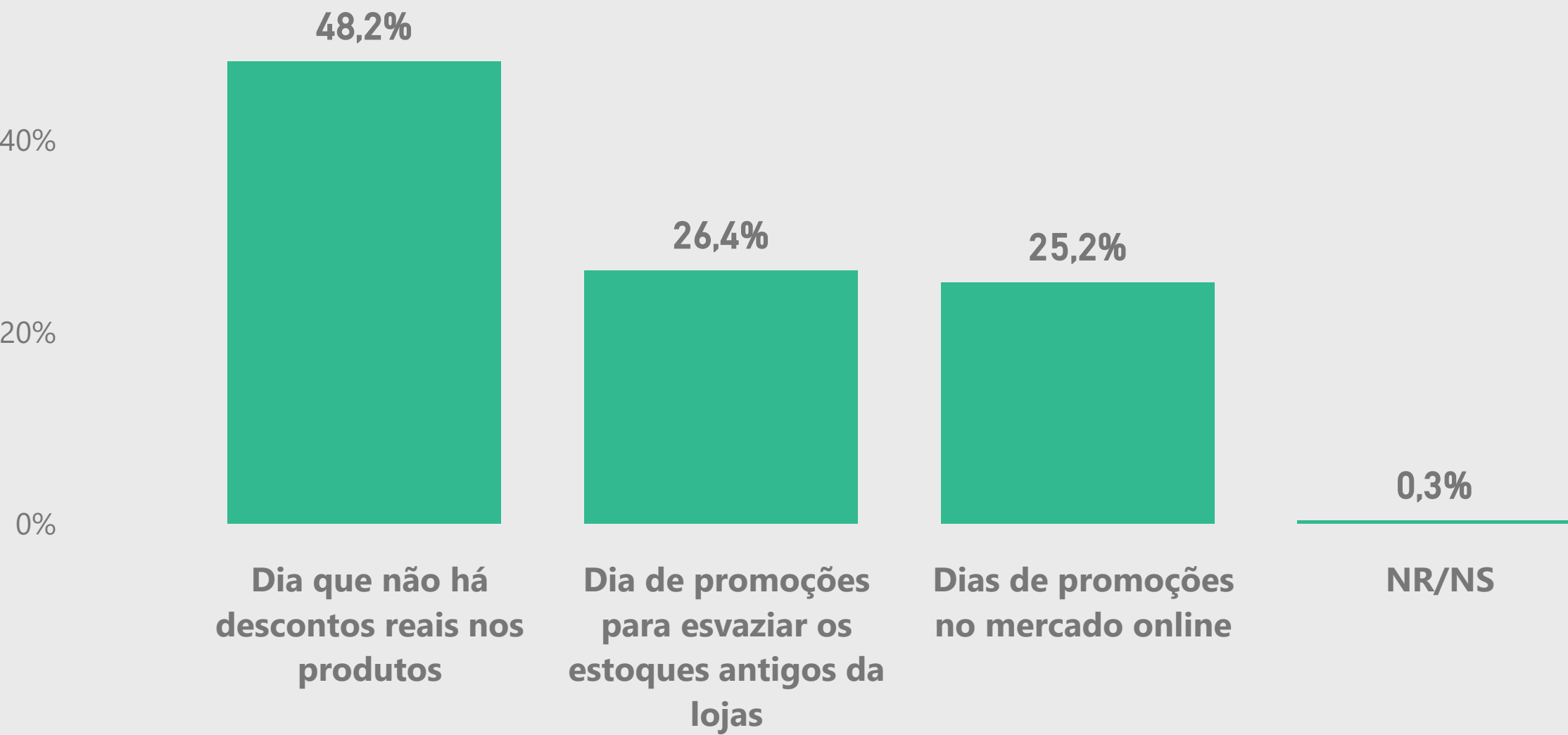
Black Friday - Lojas Físicas

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)?



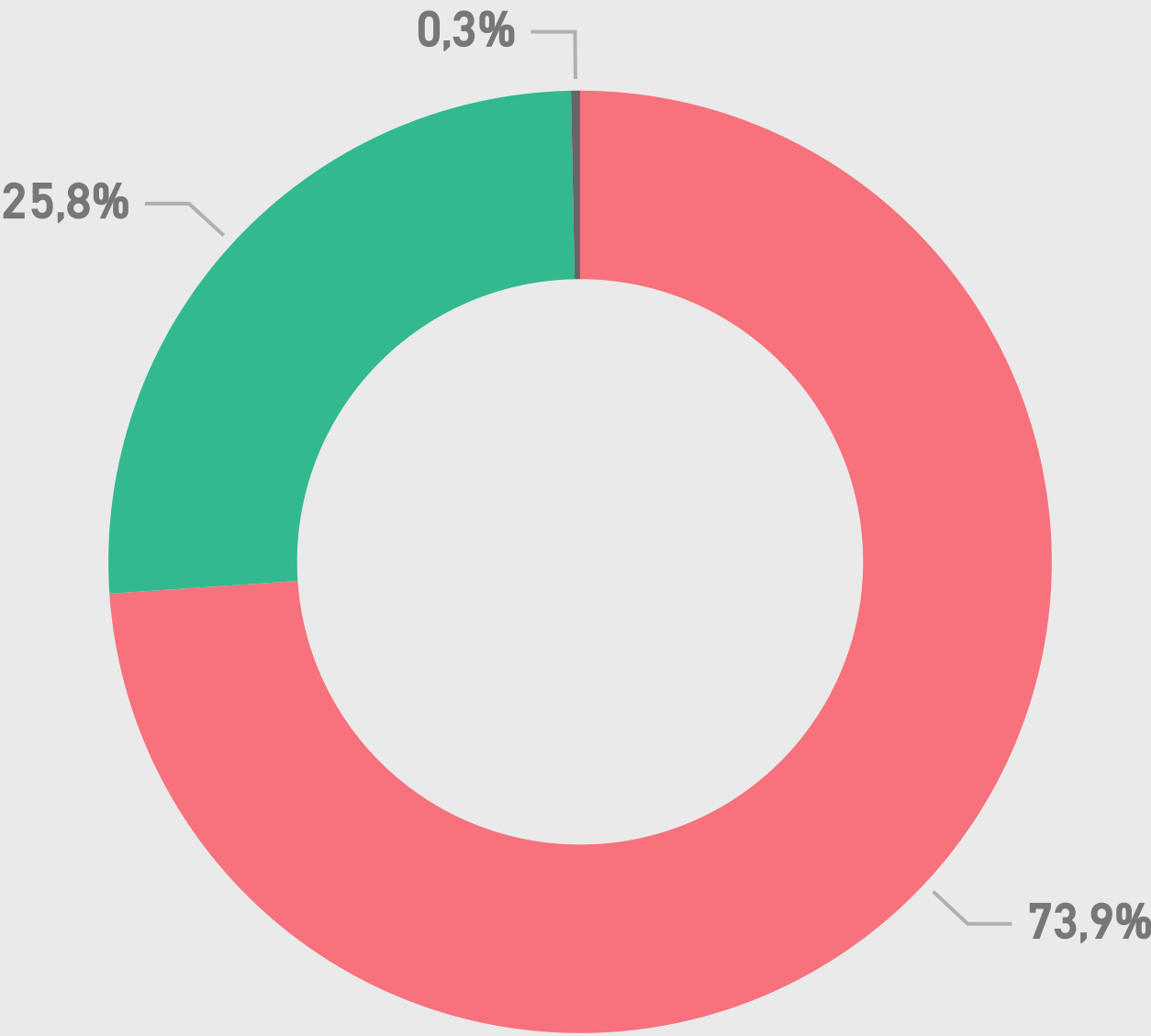
A pesquisa levantou que 80,9% dos consumidores Belorizontinos conhece a Black Friday.

Para quase metade, a data é conhecida por não ofertar descontos reais, apesar de ser um período para as lojas aumentares suas vendas.

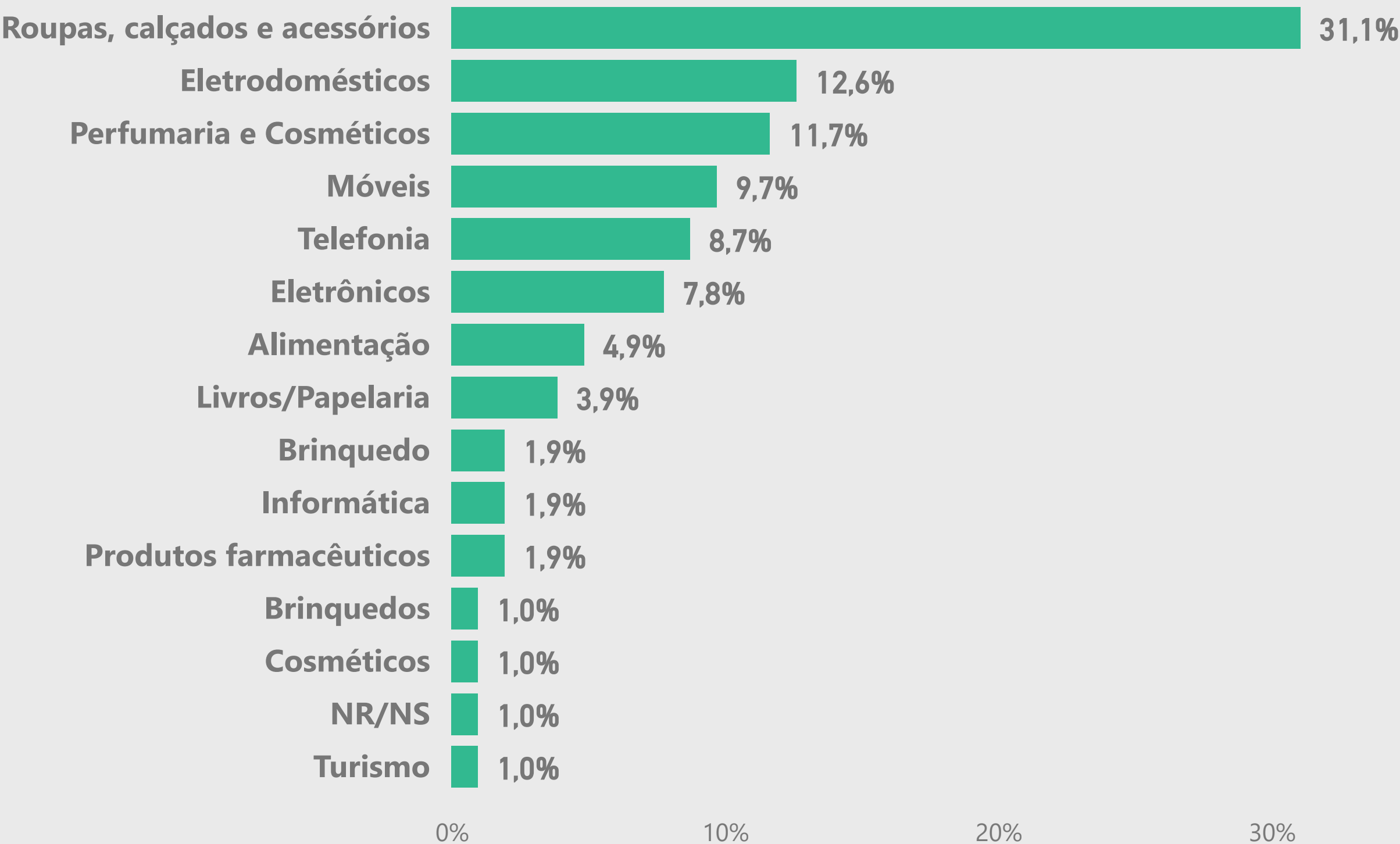
Black Friday - Lojas Físicas

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?

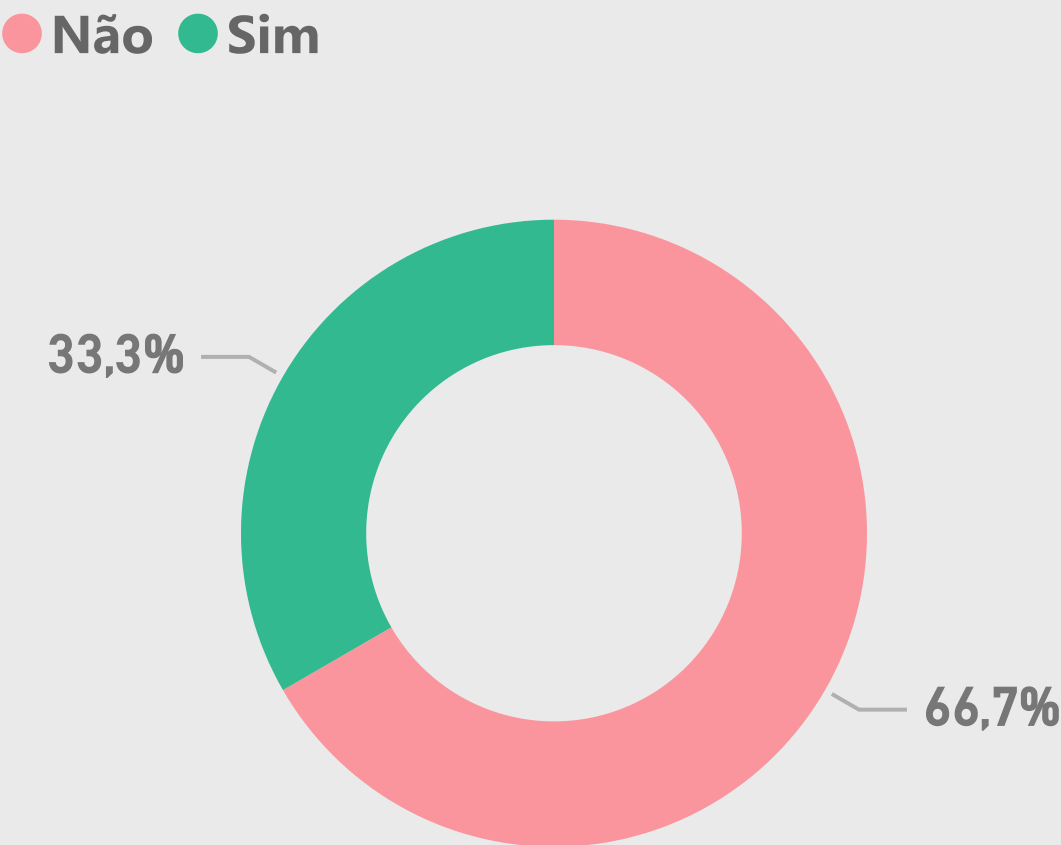


Apesar de a maioria conhecer a data, apenas 25,8% desses, realizaram compras em lojas físicas no ano passado.

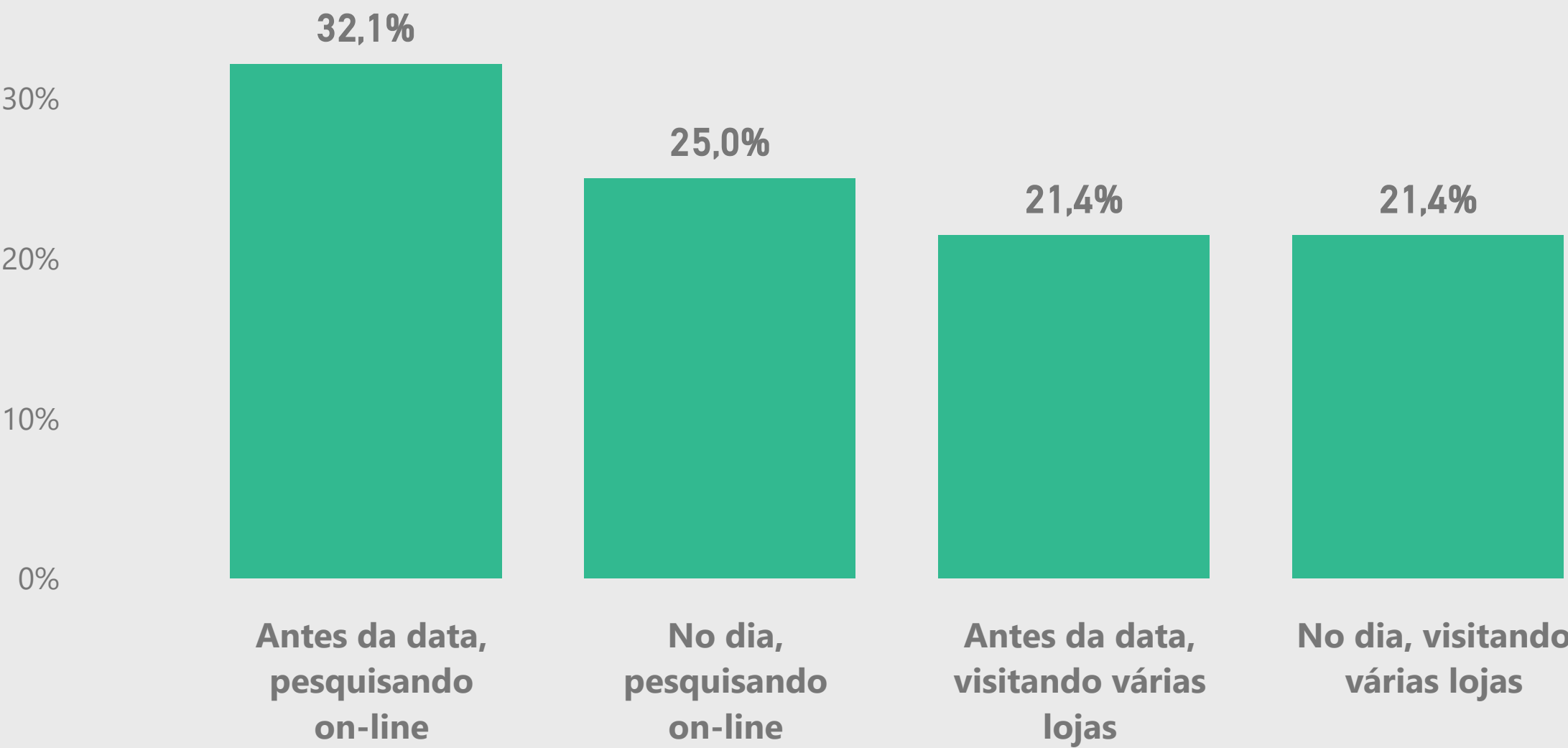
A busca por produtos do segmento de roupas, calçados e acessórios foi a que se destacou, de acordo com 31,1% dos consumidores que compraram nas lojas físicas. Em segundo lugar aparece o segmento de eletrodomésticos, seguido de perfumaria e cosméticos.

Black Friday - Lojas Físicas

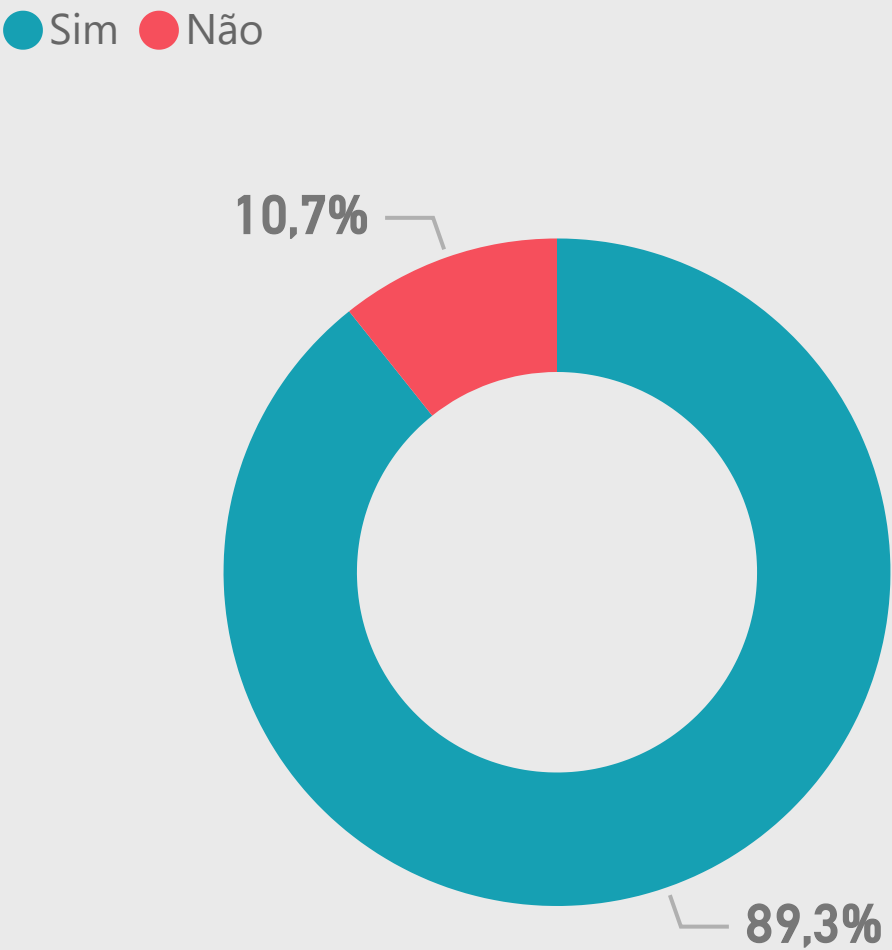
O(a) Sr(a) pesquisou preços antes de ir as compras?



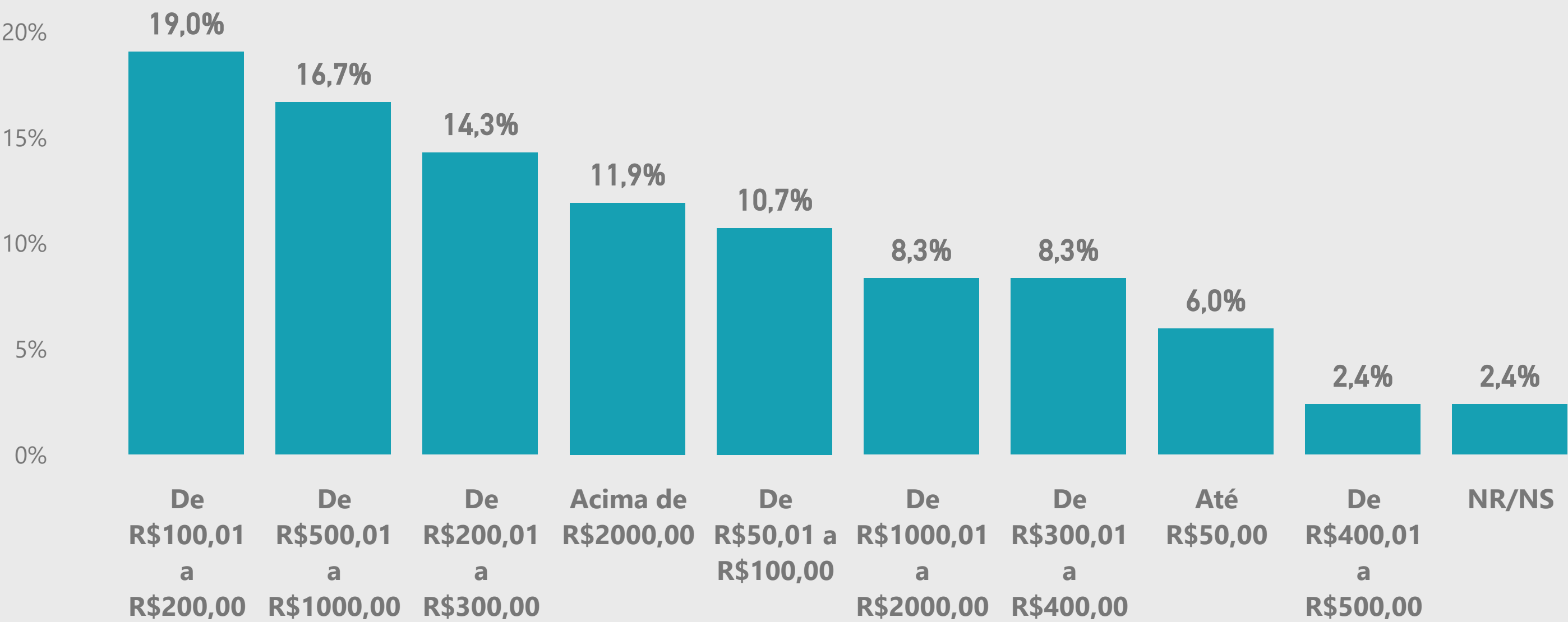
Como se deu a pesquisa de preços?



Os descontos foram reais?



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



A pesquisa de preço ocorreu em 33,3% dos casos.

Apesar de a maioria conhecer a data, apenas 25,8% desses, realizaram compras em lojas físicas no ano passado, se dando especialmente pelos meios online.

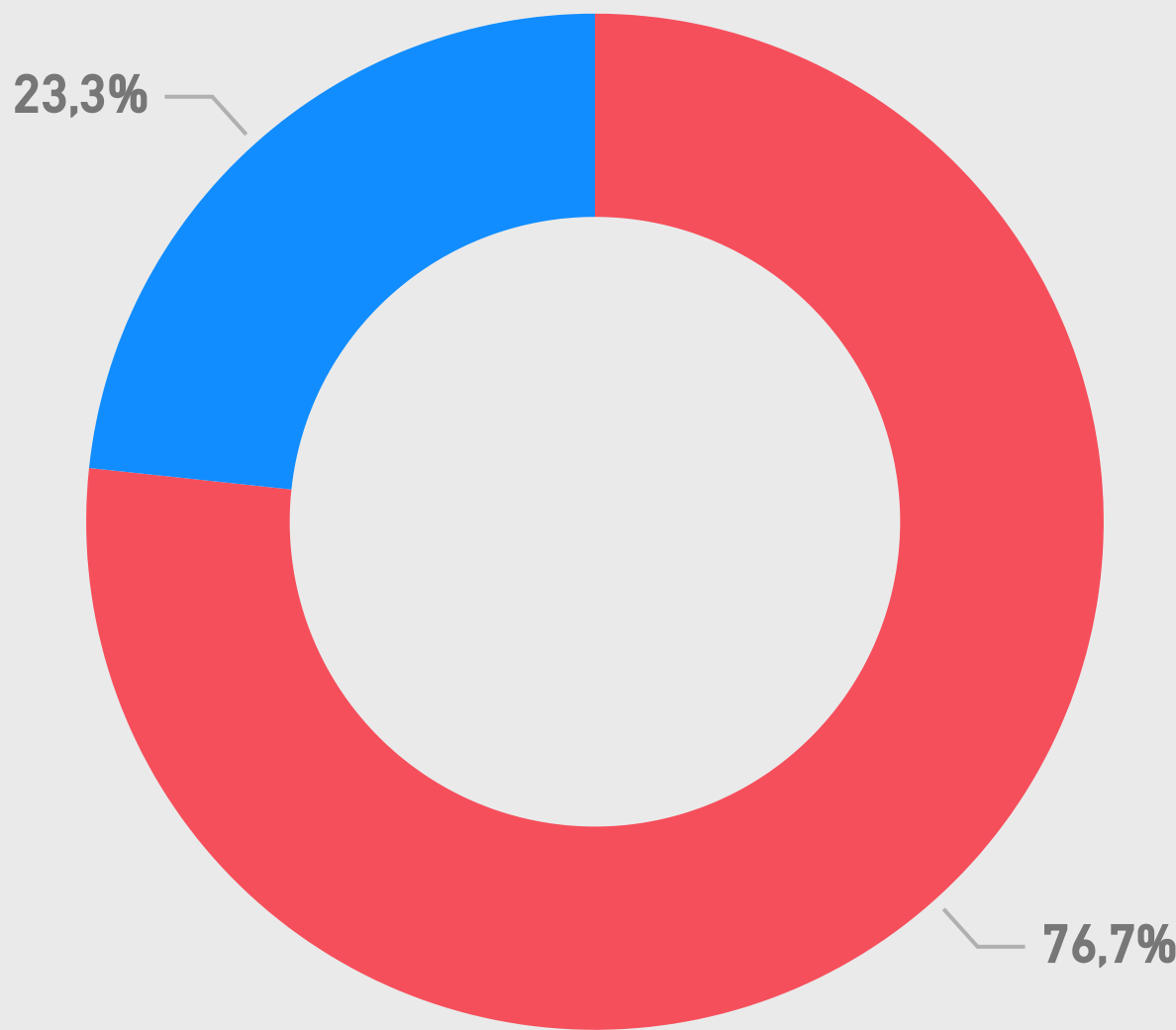
Ainda, 89,3% dos consumidores que pesquisaram preços, disseram que os descontos foram reais.

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

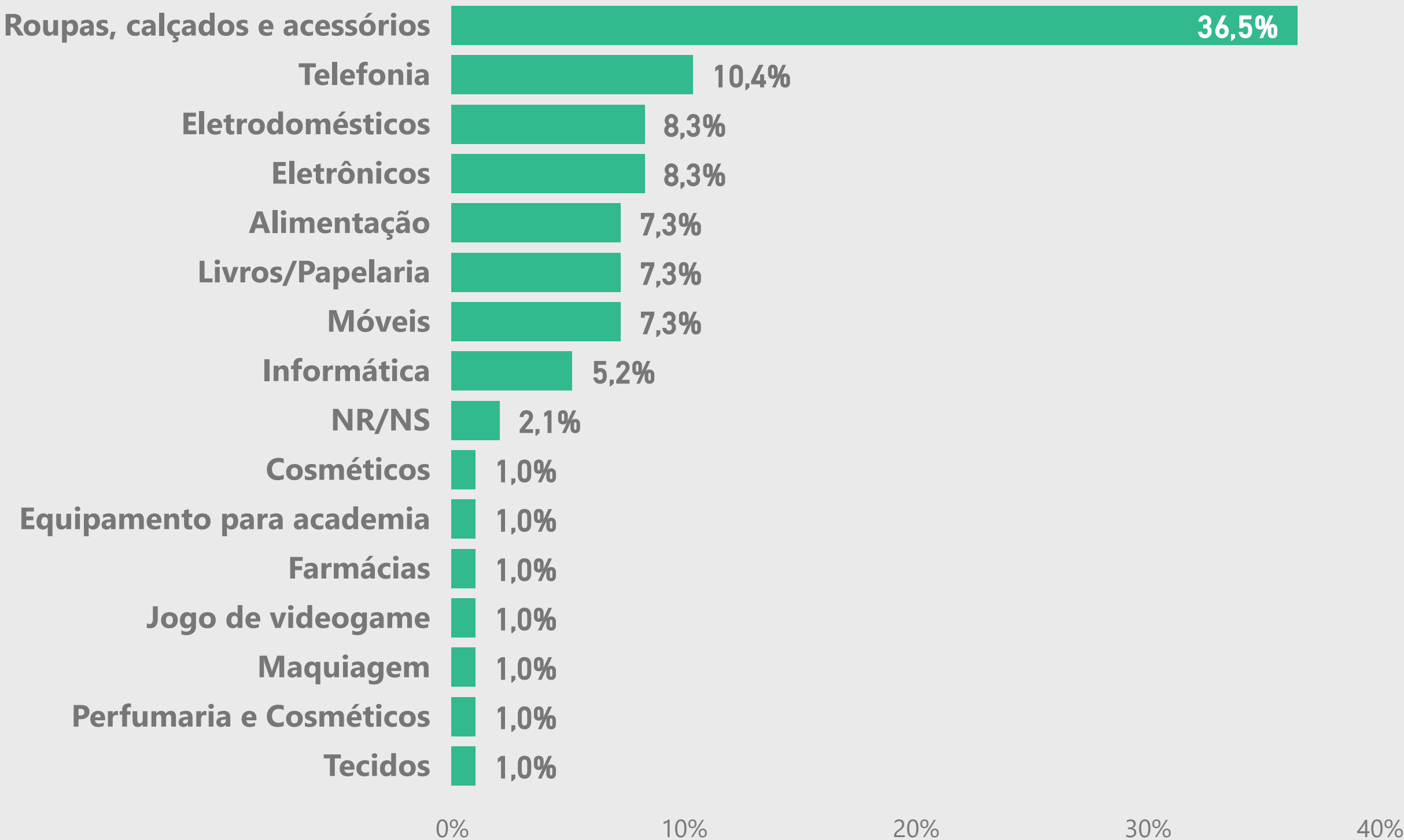
Black Friday - Lojas Virtuais

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

● Não ● Sim



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

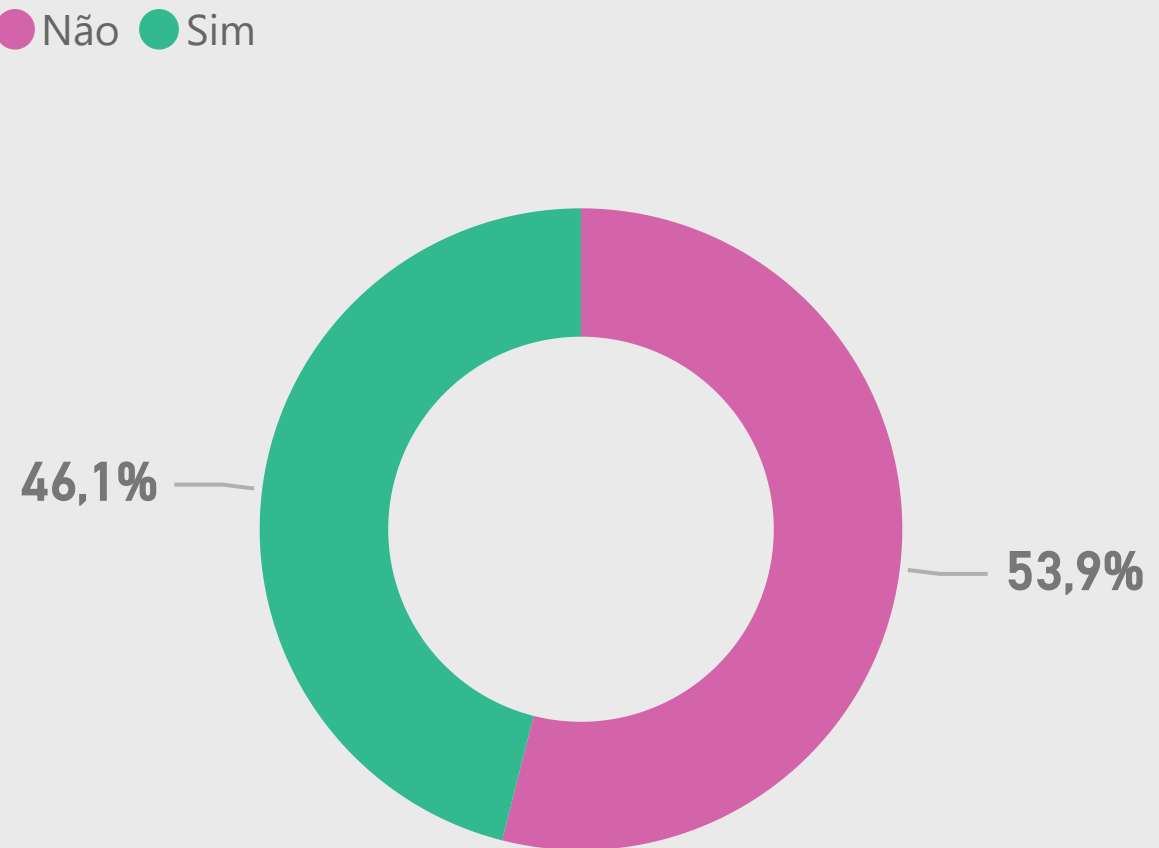


As compras em lojas virtuais atingiram um percentual similar ao das lojas físicas (23,3%), sendo apenas 2,5% menor.

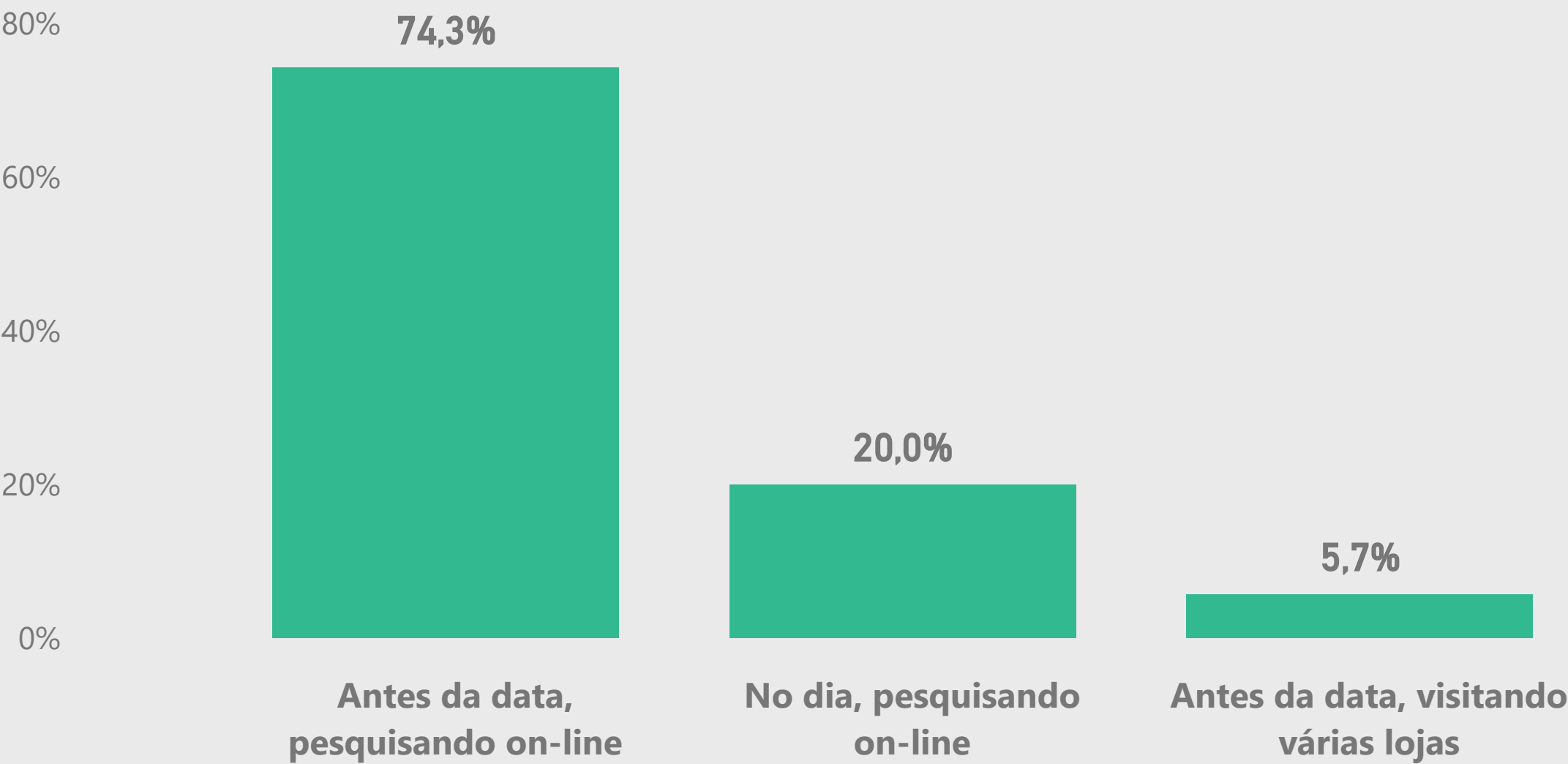
Assim como nas lojas físicas, as compras online tiveram destaque de buscas por produtos como roupas, calçados e acessórios.

Black Friday - Lojas Virtuais

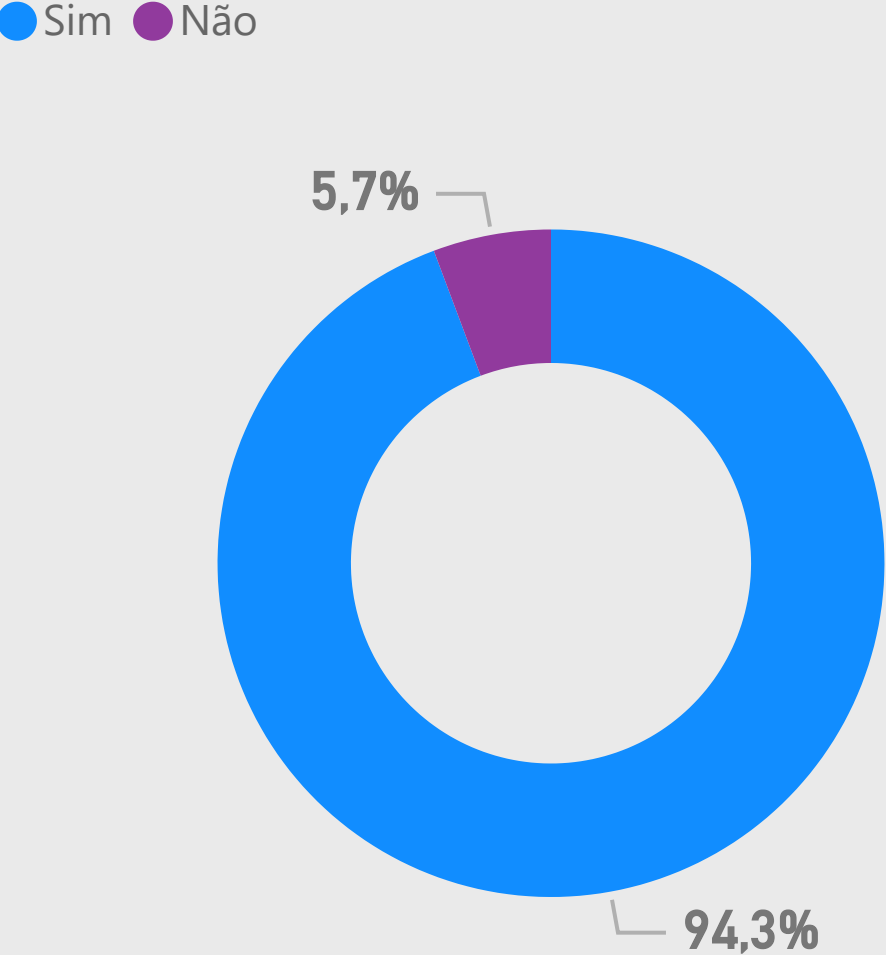
O(a) Sr(a) pesquisou preços antes de ir as compras?



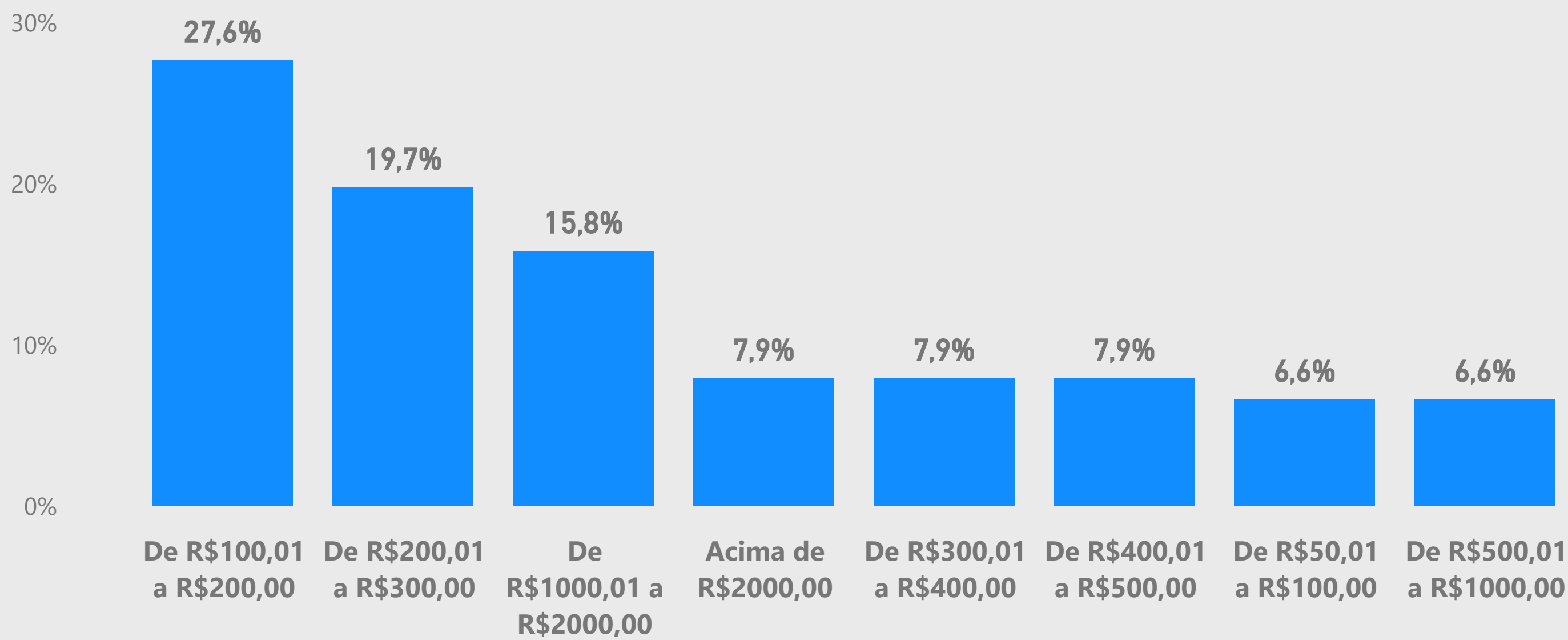
Como se deu a pesquisa de preços?



Os descontos foram reais?



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



46,1% dos consumidores pesquisaram preços antes de realizar suas compras online, enquanto 53,9% foram influenciados pelos preços atrativos do momento da compra.

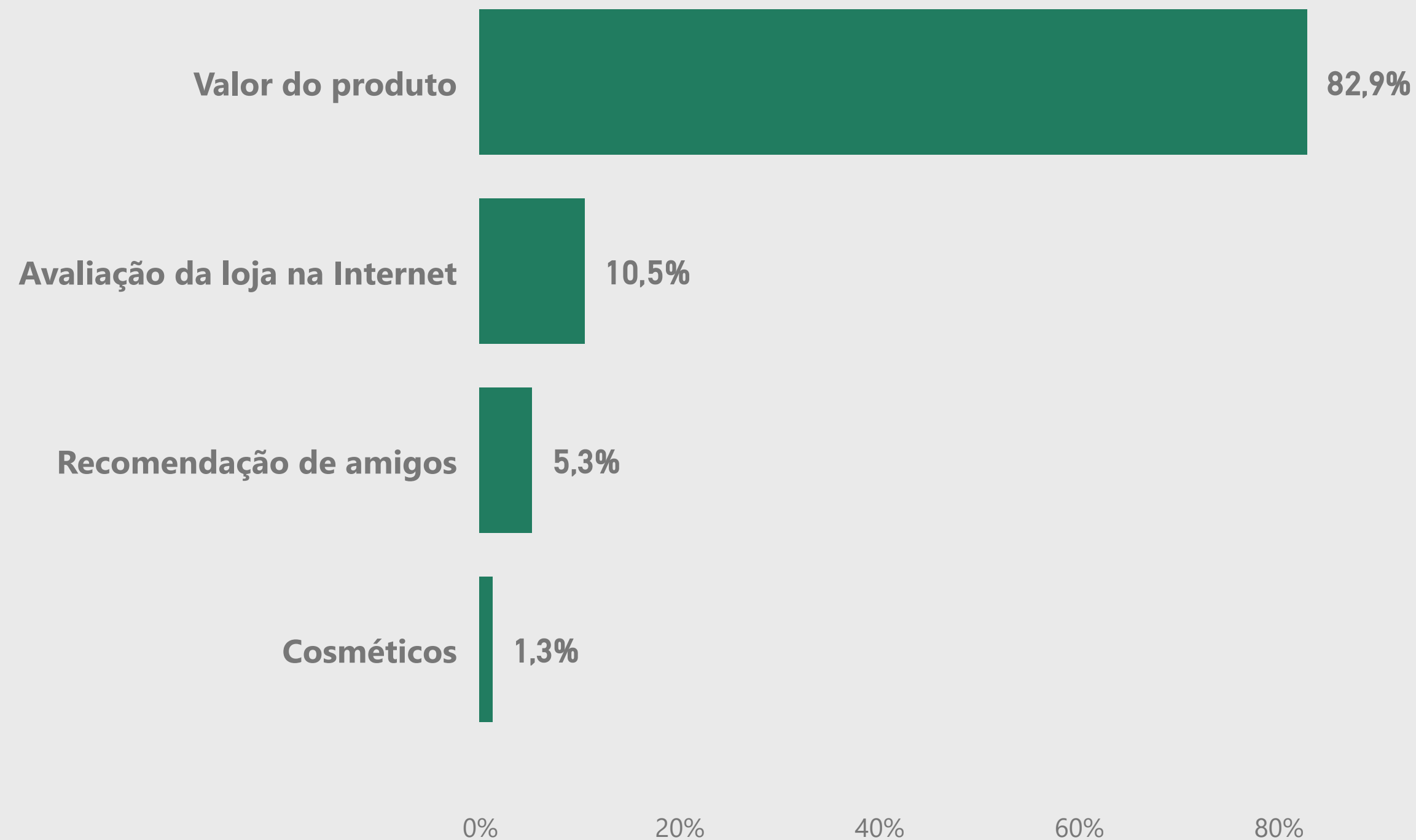
Dos que pesquisaram, a pesquisa se deu de forma online antes da data foi adotada por 74,3% dos consumidores.

Os descontos ofertados nas lojas virtuais foram autênticos para 94,3% dos que realizaram a pesquisa de preços.

As compras nas lojas virtuais foram de R\$100,01 a R\$200,00, em média, para 27,6%.

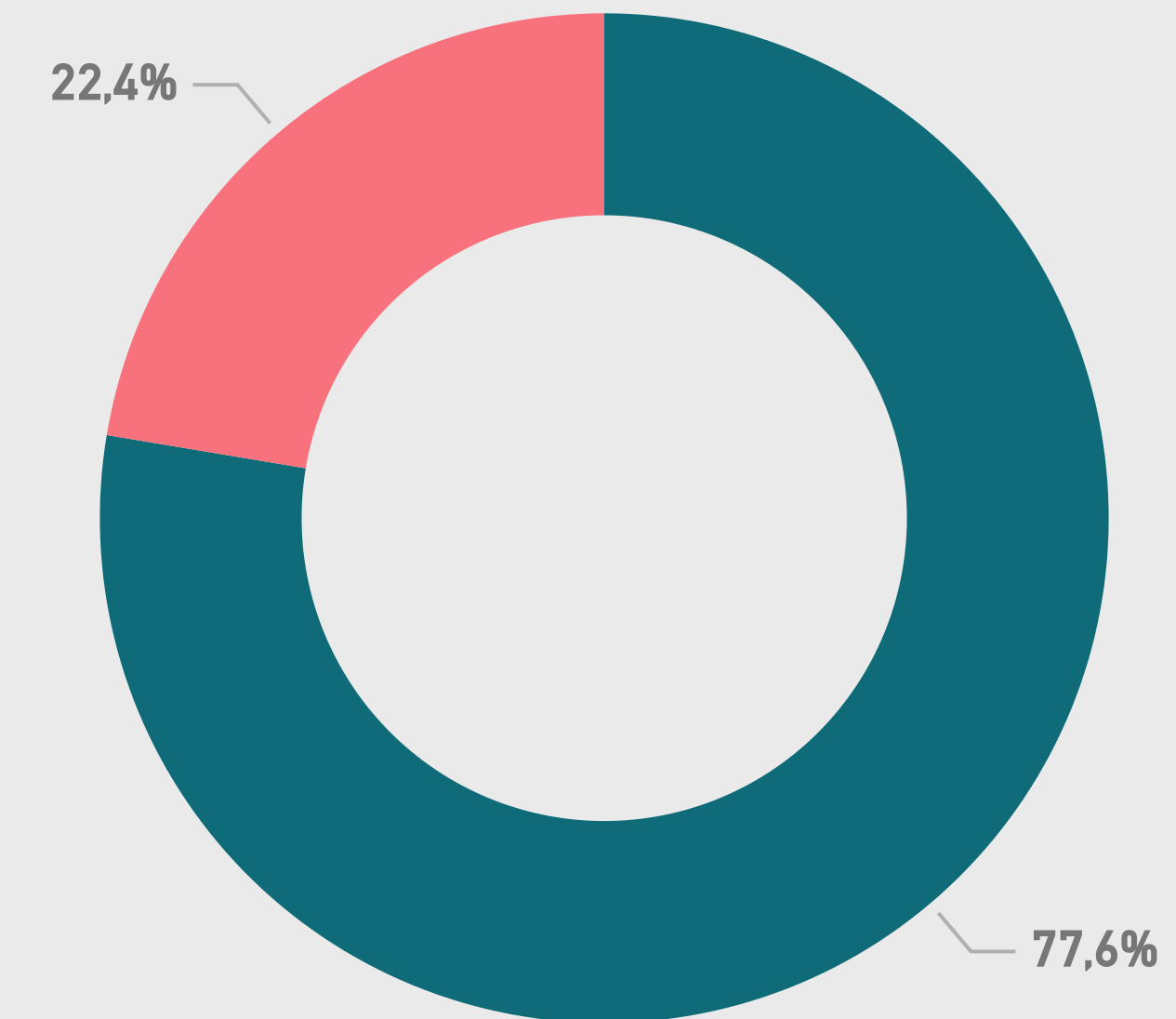
Black Friday - Lojas Virtuais

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

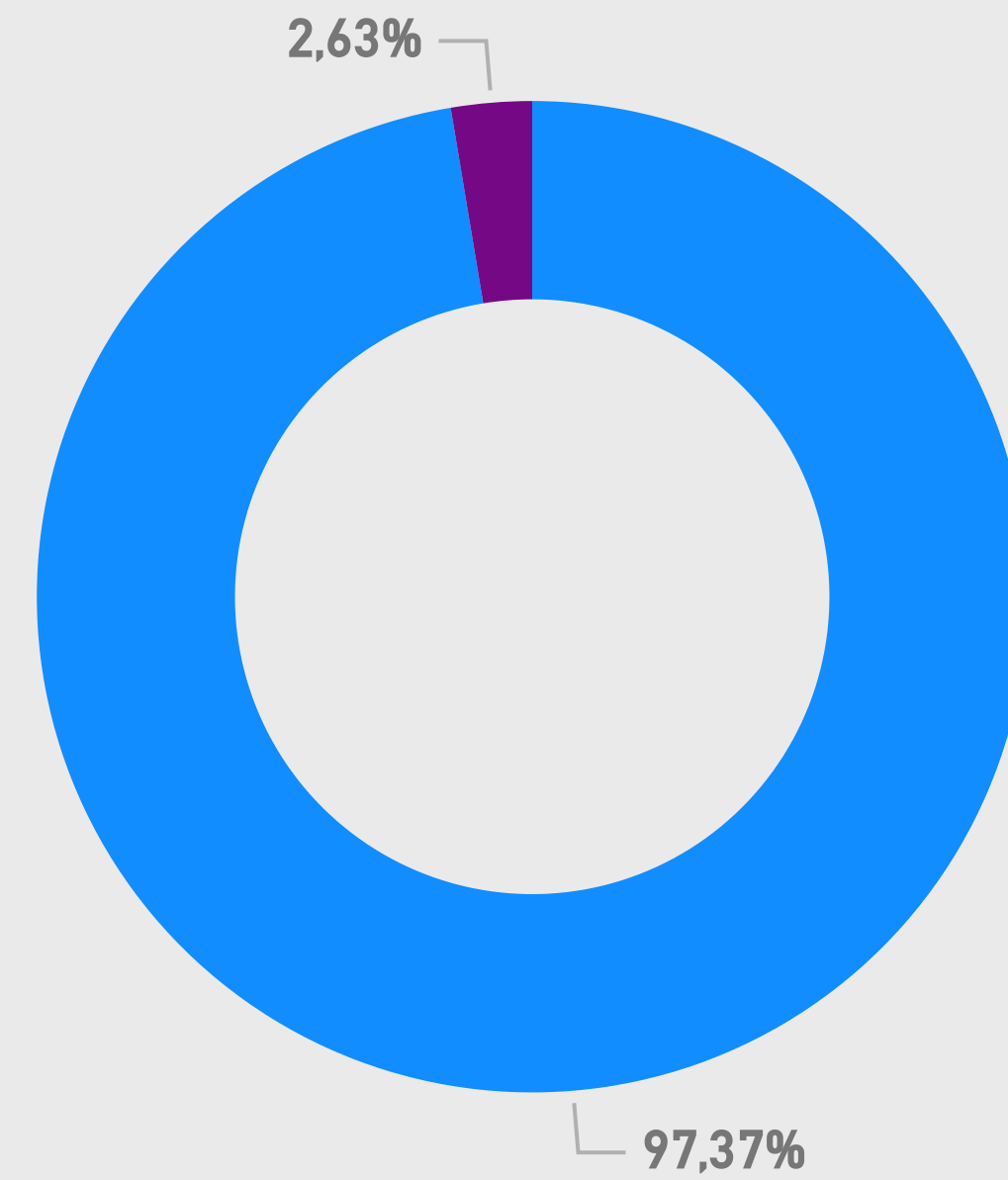


O valor do produto é o critério mais utilizado para a escolha da loja online. No entanto, muitos verificaram a reputação das lojas para prosseguirem com a escolha das mesmas.

Black Friday - Lojas Virtuais

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

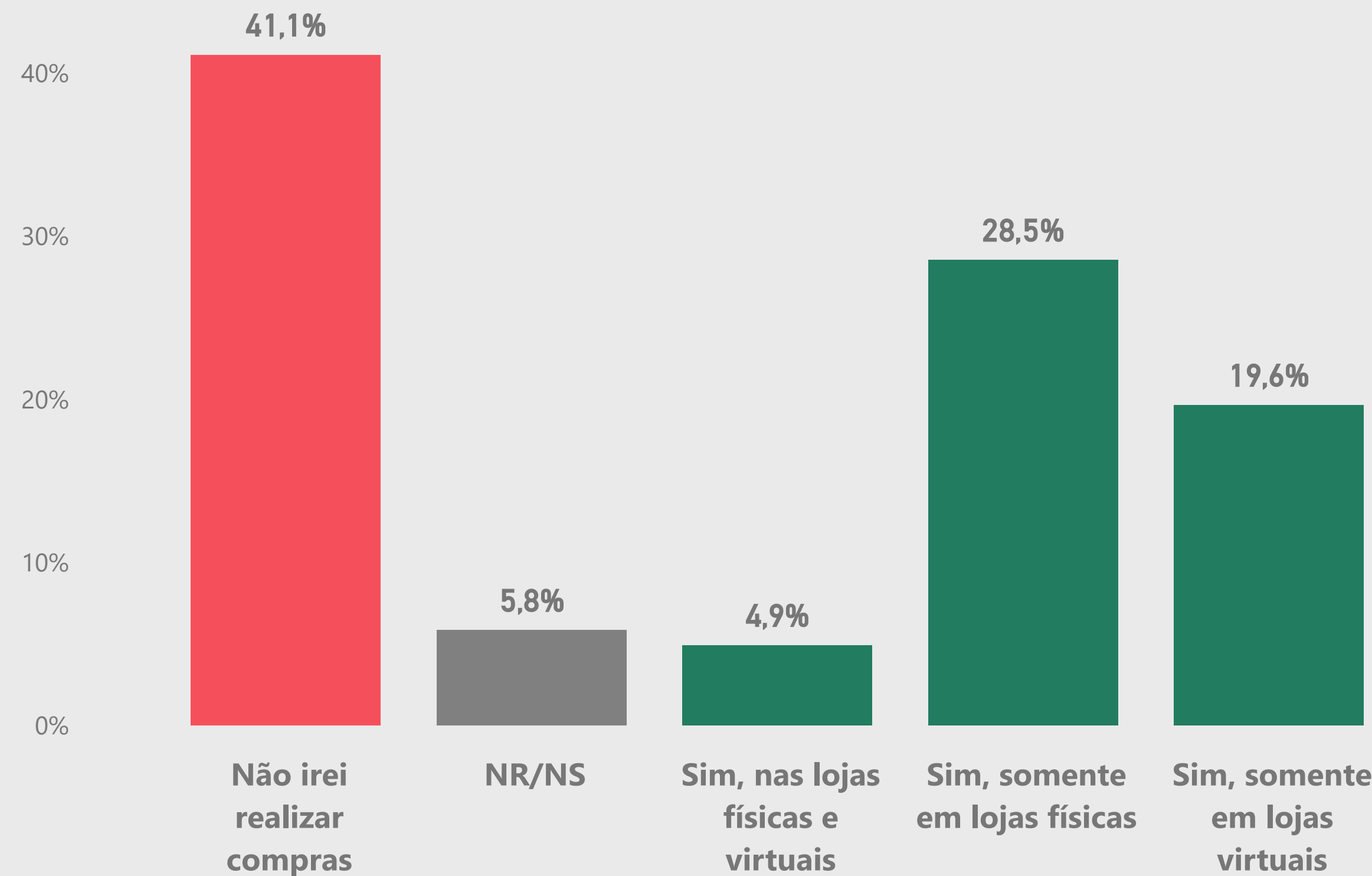
● Não ● Sim



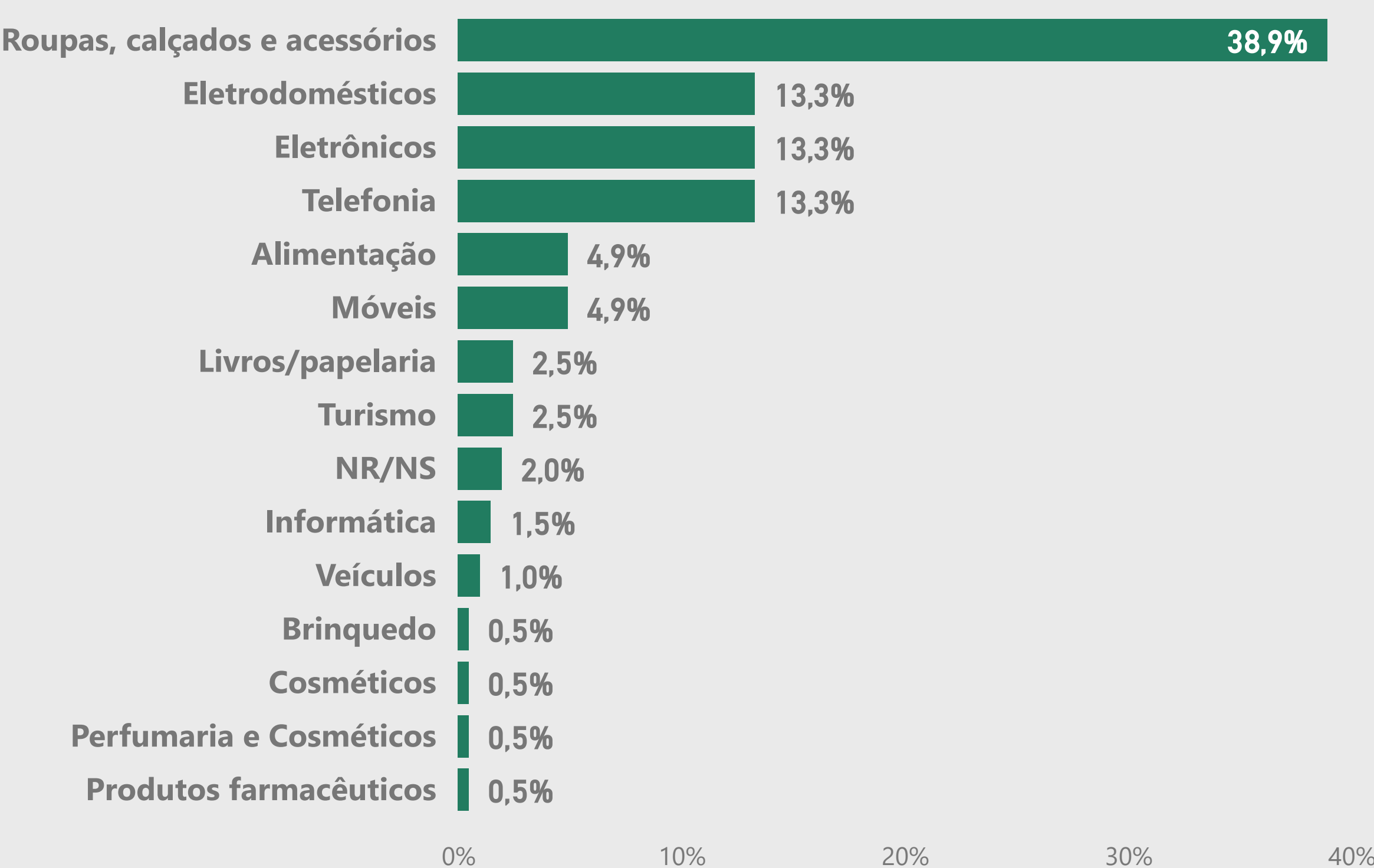
Entre aqueles que compraram online, apenas 2,6% tiveram problemas com suas compras. Os problemas relatados foram: atraso na entrega.

Black Friday - Lojas Virtuais

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



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

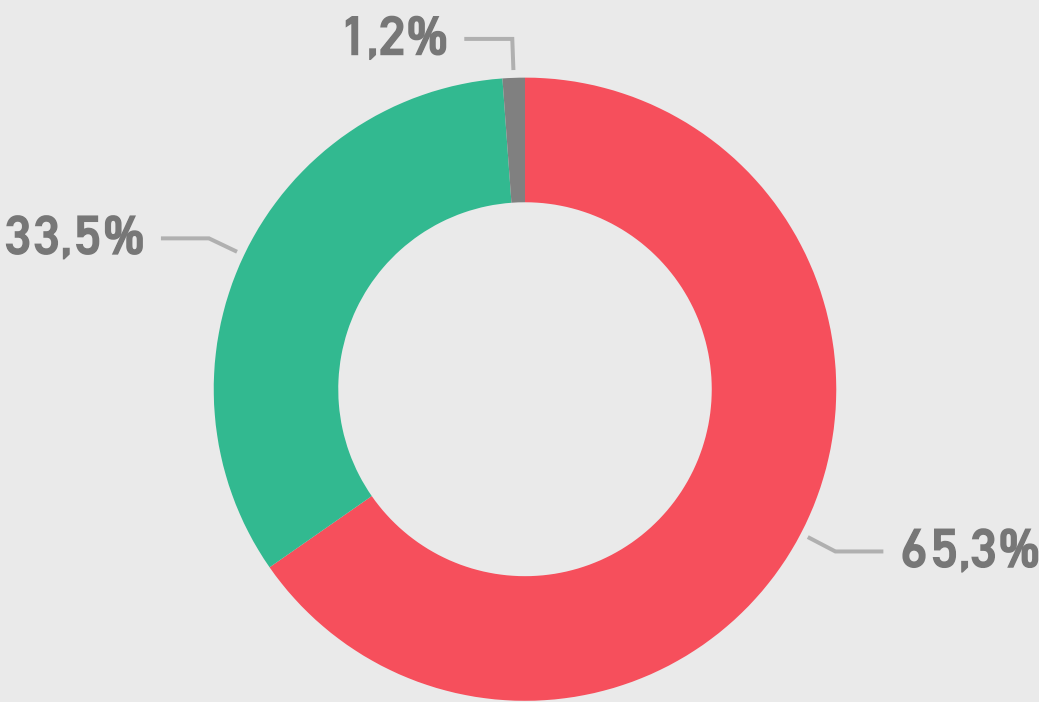


Em relação à Black Friday de 2023, 53% dos consumidores que conhecem a data, pretendem ir às compras. Novamente, roupas, calçados e acessórios se destacaram como produtos a serem adquiridos durante o período de ofertas, seguidos de eletrodomésticos, eletrônicos e telefonia.

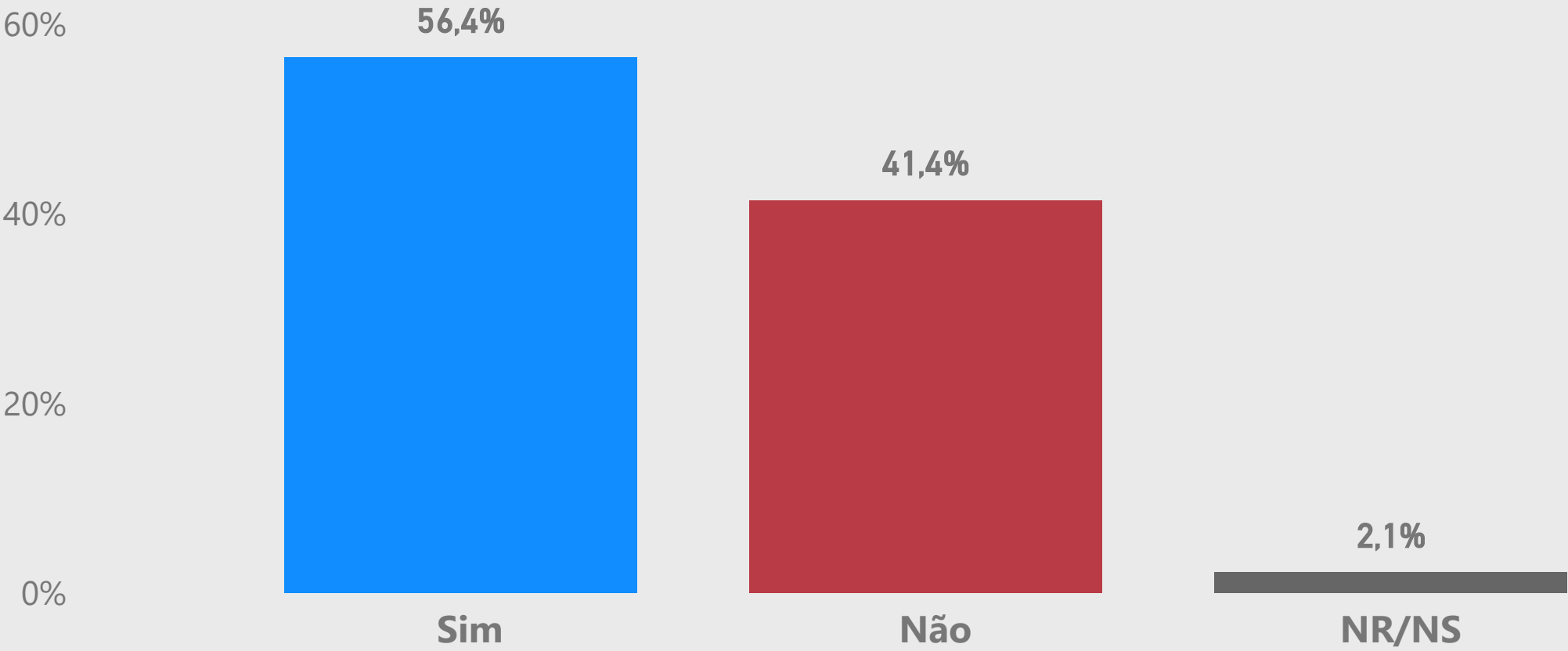
Black Friday - Lojas Virtuais

Aproveitará as ações para realizar compras para o Natal?

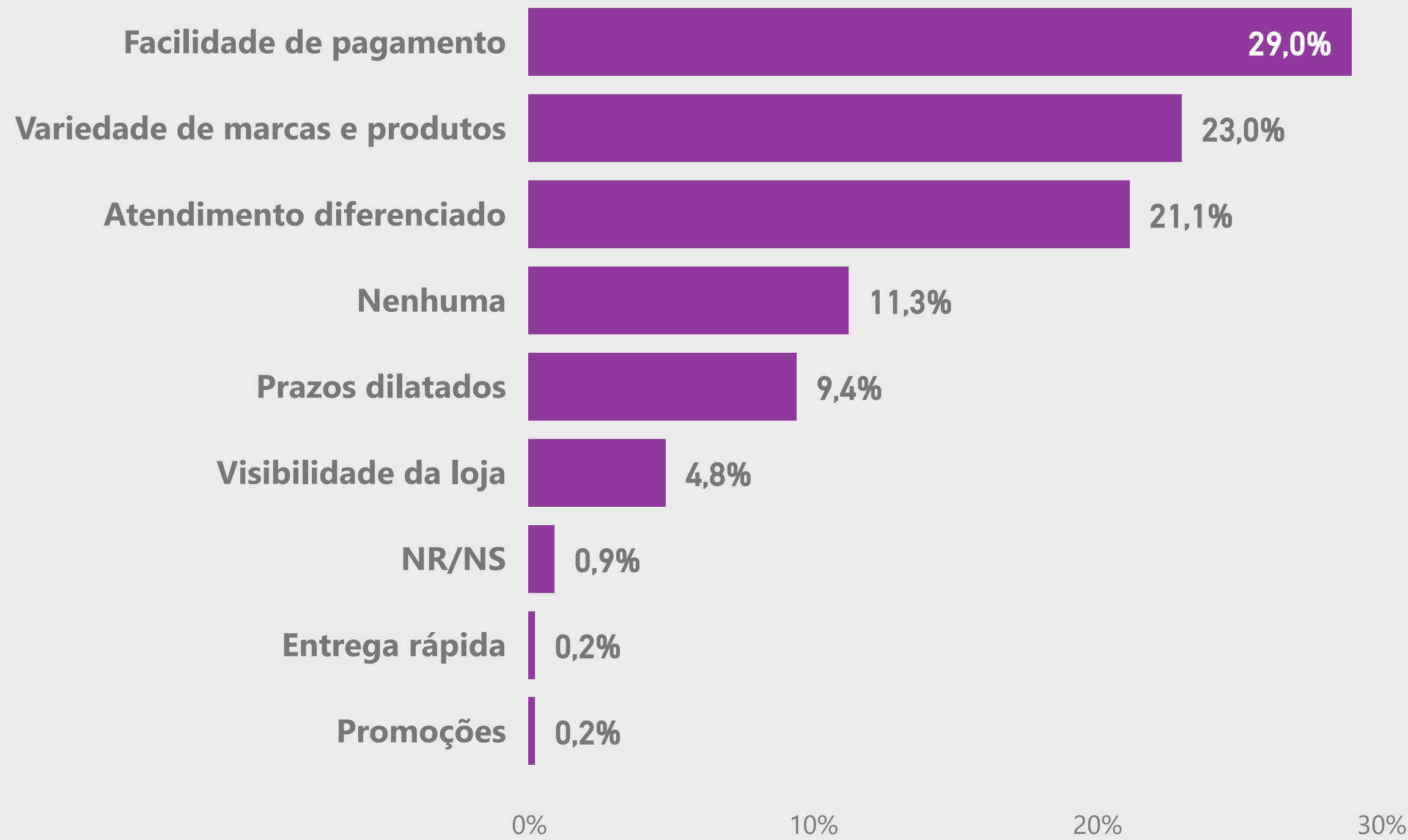
● Não ● Sim ● NR/NS



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 33,5% daqueles que pretendem gastar na Black Friday.

56,4% 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, 29% apontou que gostaria de ter facilidade de pagamento, 23,0% variedade de marcas e produtos e 21,1% atendimento diferenciado.

Black Friday - Lojas Virtuais

Para o levantamento, foram aplicados 403 de questionários de 09 a 17 de outubro de 2023 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 Econômico e de Inteligência & Pesquisa

Responsável: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson José Machado

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Rafael Rei de Oliveira e Polyane Pereira Casagrande

Menor aprendiz: Diego Colen Drumond Martins

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



Sistema Comércio