

Pesquisa de Intenção de Compras BLACK FRIDAY 2024

Instituto Fecomércio AL

22 de novembro de 2024

Sumário

RESUMO EXECUTIVO.....	2
BLACK FRIDAY MACEIÓ (2024).....	3
1 - Perfil demográfico e socioeconômico dos respondentes.....	4
2 - Intenção, preferências do consumidor e limites no orçamento para o consumo na Black Friday em Maceió.....	5
3 - Estratégias de Compra na Black Friday: Produtos, Locais, Meios de Pagamento e Fatores de Decisão.....	7
4 - Sugestões para estratégias de venda para as empresas de varejo em Maceió na Black Friday 2024.....	9
ANEXO 1 - Metodologia da pesquisa.....	11
ANEXO 2 – Gráficos	12

RESUMO EXECUTIVO

Com a proximidade da Black Friday - 2024, o Instituto FECOMERCIO em Alagoas, realizou uma pesquisa com o objetivo de investigar as intenções de compra durante a data de promoções no comércio local. A coleta de dados ocorreu em 09 de novembro de 2024, nos três principais centros de compras da cidade. A amostra foi composta por 503 pessoas, selecionadas por acessibilidade, sem a intenção de representar proporcionalmente os diferentes estratos da população de Maceió.

Como resultado foi encontrado que a maioria dos respondentes são mulheres e jovens, com uma significativa parcela possuindo ensino superior ou cursando. A renda predominante está entre 1 e 3 salários-mínimos, com uma diversidade de rendas que indica a necessidade de ofertas variadas.

A pesquisa também revelou que uma alta porcentagem dos respondentes planeja fazer compras na Black Friday, com desconfiança nos descontos sendo a principal razão para não comprar. A maioria pretende adquirir entre 1 e 3 presentes, principalmente para si mesmos ou familiares próximos. A pesquisa mostrou que o consumidor pretende gastar, em termos reais de poder de compra, 41% mais que em 2022, último ano dessa pesquisa, e que o ticket médio estimado para compras, em 2024, é de R\$ 475,00, com um valor total de gastos estimado em cerca de R\$ 76 milhões.

Os produtos mais procurados são vestuários e eletrônicos e a maioria dos consumidores planeja fazer suas compras em shoppings ou online, sendo que o cartão de crédito parcelado é o meio de pagamento mais popular, seguido pelo Pix. A qualidade dos produtos, preços baixos e promoções são os principais fatores de decisão de compra, além do que a maioria dos consumidores monitora os preços antes da Black Friday e uma parcela significativa acredita nos descontos oferecidos, sugerindo que um trabalho bem feito de comunicação pode incluir mais consumidores nessa data.

Foram sugeridas estratégias para os lojistas, como promoções transparentes e verídicas, diversificação de produtos, facilidades de pagamento, presença digital e e-commerce, atendimento ao cliente e experiência de compra, estratégias de marketing local, e monitoramento de preços e competitividade.

BLACK FRIDAY MACEIÓ (2024)

A **Black Friday** é uma ação promocional que começou nos Estados Unidos e tinha como objetivo aumentar as vendas de final de ano no comércio estadunidense e ocorre sempre na última sexta-feira de novembro, logo após o feriado de Ação de Graças, celebrado na quarta quinta-feira do mesmo mês, segundo a tradição nos EUA. Essa prática, de descontos arrasadores no comércio, ganhou força nas décadas de 1980 e 1990, quando o termo "Black Friday" passou a ser amplamente utilizado para descrever o dia das grandes promoções.

No Brasil, a Black Friday tem se consolidado como uma das datas mais importantes para o comércio, tanto físico quanto online. Introduzida no país em 2010, a data de boas vendas para o comércio, rapidamente ganhou popularidade entre os consumidores brasileiros, que sempre aguardam por descontos significativos e promoções especiais. Este evento, inspirado no modelo norte-americano, ocorre na última sexta-feira de novembro e marca o início da temporada de compras de fim de ano. Ao longo dos anos, a Black Friday no Brasil evoluiu, superando desafios iniciais como a desconfiança dos consumidores em relação aos descontos oferecidos, e se estabeleceu como uma oportunidade crucial para o aumento das vendas e a fidelização de clientes.

É uma data que abre a temporada de compras do final de ano e exige planejamento cuidadoso, que inclui a gestão de estoques, a presença on-line, além, para o empresário que opera mais forte no digital, requer otimização das plataformas digitais e a implementação de sistemas de segurança para transações online. Por fim, devido a situações anteriores, a Black Friday é uma época de descontos que requer, também, ética e transparência nos descontos, além do que as ofertas e promoções reais são essenciais para ganhar a confiança dos consumidores e garantir o sucesso das vendas durante este período.

1 - Perfil demográfico e socioeconômico dos respondentes

As mulheres e jovens são os mais animados com a data promocional, pois, a pesquisa mostra que 53% dos respondentes são mulheres, enquanto 47% são homens, por faixa etária 26%, são pessoas entre 26 e 35 anos, seguida pela faixa de 36 a 45 anos (24%). Ou seja 50% dos respondentes estão na faixa etária de pessoas com capacidade de trabalho e renda estabelecida, entre 26 e 45 anos. As faixas etárias de 19 a 25 anos e de 46 a 55 anos representam 19,3% e 15,3% dos respondentes, respectivamente.

A análise da **escolaridade** dos respondentes mostra que a maioria possui ensino superior completo ou cursando (44,62%), seguida por aqueles com ensino médio completo ou cursando (38,45%). Uma parcela significativa dos respondentes possui pós-graduação (10,96%), indicando um público bem-formado. Apenas 5,98% dos participantes têm ensino fundamental completo ou cursando. Esses dados sugerem que campanhas de marketing podem ser mais eficazes se direcionadas a indivíduos com níveis de escolaridade mais elevados. A alta porcentagem de respondentes com ensino superior e pós-graduação pode indicar uma maior capacidade de consumo e interesse em produtos e serviços de maior valor agregado.

Analisando a **renda** dos respondentes, se identifica que a maioria ganha entre 1 e 2 salários-mínimos (33,67%), seguida por aqueles que ganham entre 2 e 3 salários mínimos (30,88%). Isso indica que mais de 60% dos participantes têm uma renda entre 1 e 3 salários, o que pode influenciar as decisões de compra e aumentar a sensibilidade aos preços. Uma parcela menor possui renda maior com salário de mais de 5 salários mínimos (13,75%) ou entre 4 e 5 salários mínimos (12,95%). Por fim, 5,38% dos respondentes ganham menos de 1 salário-mínimo, e 3,39% não têm renda. Esses dados mostram até onde pode ir a sensibilidade aos preços da maioria quanto as oportunidades de vendas de produtos de maior valor agregado para aqueles com maior renda. A diversidade de renda também indica a necessidade de ofertas variadas para atender diferentes segmentos de consumo.

O padrão de consumo também oscila em termos de **estado civil** em virtude dos custos familiares, assim, a análise do estado civil dos respondentes mostra que a maioria é solteira (45,62%), seguida por aqueles que são casados ou estão em união estável (43,23%). Uma menor porcentagem dos respondentes é divorciada (7,77%) ou viúva (3,39%). Esses dados indicam que tanto indivíduos solteiros quanto casados/união estável

constituem a maior parte dos participantes, a presença de divorciados e viúvos, embora menor, também deve ser levada em conta pois geralmente moram sós e podem ter menos compromissos familiares e, portanto, mais propensos ao consumo indulgente.

Esses dados são importantes pois eles podem indicar gostos e poder de compra de possíveis clientes para a Black Friday e influenciar as estratégias de vendas para a época.

2 - Intenção, preferências do consumidor e limites no orçamento para o consumo na Black Friday em Maceió.

Sobre a **intenção de adquirir produtos** durante a Black Friday de 2024, a presente análise revela que 64,34% dos respondentes planejam fazer compras e 35,66% dos respondentes não têm intenção de comprar. Ou seja, percebe-se alta expectativa de consumo por parte dos consumidores de Maceió e sugere que as ofertas e descontos são atrativos para a maioria dos consumidores.

A análise sobre os **motivos para não comprar** na Black Friday revela várias razões, sendo a principal é a desconfiança nos descontos, com 16,76% dos respondentes não acreditando nas promoções oferecidas. Outros 15,64% preferem esperar para o Natal ou final de ano, e uma porcentagem igual não tem o hábito de comprar nesse período. Questões financeiras também se mostraram relevantes, com 14,53% dos respondentes sem dinheiro ou crédito e outros 14,53% sendo mais cautelosos com as compras.

O mais interessante é que apenas 12,85% dos respondentes afirmaram estar endividados. Contudo, sabe-se que pela PEIC, do Instituto FECOMERCIO, que o **endividamento das famílias** em Maceió supera os 70%. Ou seja, ainda que o número real de endividados entre os respondentes seja maior que a quantidade identificada na pesquisa, existe interesse de compra dos consumidores a depender da veracidade e tamanho dos descontos oferecidos nas lojas que participarem da Black Friday.

Em menor número, alguns respondentes mencionaram estar desempregados (2,23%), não ter o que comprar (2,23%), ou não estar necessitando de nada (1,68%). Outros motivos incluem já terem feito as compras (1,12%), não precisar de nada (0,56%), falta de tempo (0,56%), falta de interesse (0,56%), não ter nada específico para comprar (0,56%), e não ter a quem presentear (0,56%). Esses dados indicam que, além da desconfiança nos descontos, questões financeiras e hábitos de compra podem ser limites ao consumo na Black Friday.

Em relação à **quantidade de presentes** que os respondentes planejam comprar, identifica-se que a maioria pretende adquirir entre 1 e 3 presentes, com 27,86% comprando 1 presente, 28,48% comprando 2 presentes e 21,36% comprando 3 presentes. Isso sugere que muitos consumidores estão focados em compras específicas e limitadas, possivelmente voltados para consumo pessoal e as vezes bens de maior valor. Apenas 7,74% planejam comprar 4 presentes, 4,33% planejam comprar 5 presentes, e 10,22% pretendem comprar mais de 5 presentes, indicando que uma parcela já está antecipando as compras de Natal.

Confirmando que as compras na Black Friday são eminentemente pessoais, a análise sobre **quem os respondentes pretendem presentear** revela que a maioria, 50,77%, planeja se autopresentear, 18,38% pretendem presentear seus filhos, e 10,50% planejam comprar presentes para seus cônjuges, indicando que familiares próximos são os principais beneficiários das compras, quando não o próprio consumidor.

Confirmando que a transparência nos preços e preços baixos são cruciais para atrair a maioria dos consumidores, a análise da pesquisa mostra que 83,28% dos respondentes **fazem pesquisas** em várias lojas ou sites antes de efetuar a compra. Apenas 16,72% dos respondentes não realizam essa pesquisa.

Por fim, o **ticket médio** estimado para compras na Black Friday de 2024 é de R\$ 475,00; podendo **injetar no comércio local** um valor de cerca de R\$ 76 milhões. Mas cerca de 52% dos respondentes indicaram que estão dispostos a gastar até R\$ 350,00, mas 29,41%, pretende gastar mais de R\$ 1.000,00. Valores intermediários, como entre R\$ 501,00 e R\$ 600,00 (10,22%) e entre R\$ 401,00 e R\$ 500,00 (8,98%), também são representativos, sugerindo que muitos consumidores estão dispostos a gastar quantias significativas, mas não excessivas.

É importante ressaltar que o ticket médio informado pelos respondentes em 2024 está 41% maior, em termos reais, que o informado na mesma pesquisa em 2022, o que sugere maior poder de compra e melhor expectativa quanto a renda a ser auferida nesse período do ano.

3 - Estratégias de Compra na Black Friday: Produtos, Locais, Meios de Pagamento e Fatores de Decisão.

Para entender das estratégias de compra dos pretensos consumidores na Black Friday em Maceió, é importante entender **quais itens que os respondentes pretendem comprar** nessa data para identificar algumas tendências de consumo. A categoria de produto mais popular é a de vestuários (roupas, sandálias, bonés, óculos), com 32,68%, que são os semiduráveis. Eletrônicos (smartphones, tablets, fones, games) são a segunda categoria mais procurada, com 20,35% dos respondentes interessados.

Acessórios de beleza e cosméticos (11,47%) e eletrodomésticos (11,04%) também são categorias com percentuais significativos, indicando que os consumidores estão atentos a promoções em itens que melhoram o estilo de vida e a conveniência doméstica. Em percentuais menores aparecem outras categorias, como brinquedos (9,96%), utensílios domésticos (7,14%), e livros (2,38%), sugerindo que há interesse diversificado entre os consumidores.

Em termos do **local de compra** onde os respondentes pretendem adquirir produtos durante a Black Friday, mostra que a maioria dos consumidores, 36,75%, planeja fazer suas compras em shoppings, mas, número próximo de consumidores deve ir para a praticidade do e-commerce, 32,50%. Esse dado sugere preocupação, pois dos R\$ 76 milhões, um terço pode ir para compras fora de Alagoas, ou seja, R\$ 25,3 milhões.

Mas, Centro Comercial tradicional de Maceió é a escolha de 26,25% dos respondentes, mostrando a tradição do local ainda atrai consumidores. Por fim, lojas de rua, bairros e galerias são menos populares, com apenas 4% dos respondentes. Supermercados e concessionárias são os locais menos escolhidos, cada um com apenas 0,25% dos respondentes, sugerindo que esses locais não são vistos como destinos principais para compras durante a Black Friday.

A análise dos **meios de pagamento** durante a Black Friday revela que o cartão de crédito parcelado é a opção mais popular, com 39,68% dos respondentes preferindo essa forma de pagamento. O Pix é a segunda escolha mais comum, utilizado por 22,22%, seguido pelo cartão de débito com 20,63%. O cartão de crédito rotativo (10,05%) e o dinheiro (7,14%) são menos populares, enquanto o cheque pré-datado é praticamente inexistente (0,26%).

Entre os fatores que chamam a atenção na **escolha do produto** revela que a qualidade dos produtos é o principal atrativo, com 29,42% dos respondentes destacando esse aspecto. Preços baixos (27,50%) e promoções (25,74%) também são fatores significativos na decisão de compra. Outros aspectos, como praticidade (4,38%) e a apresentação da vitrine (4,20%), têm menor influência, mas ainda são relevantes para alguns consumidores. Atendimento (2,98%), costume/hábito (2,63%), conforto, proximidade e outros fatores (cada um com 1,05%) têm a menor influência.

Outro importante ponto de atenção para os varejistas é saber que o consumidor faz **acompanhamento dos preços antes da Black Friday**, pois 73,37% dos respondentes revelaram que monitora os preços dos produtos que deseja comprar antes da data. E apenas 26,63% dos respondentes não acompanham os preços, sugerindo que a transparência e a percepção de valor são cruciais para a maioria dos compradores.

Por fim, mas não menos importante, é a questão da **veracidade nas promoções**. Na pesquisa identificou-se que há confiança no comércio, pois 59,44% acreditam nos descontos oferecidos durante esse período. Pode ser que essa crença seja fruto da pesquisa de acompanhamento de preços realizada anteriormente pelos consumidores, que só compram os itens que efetivamente tenham baixado seus preços. Mas, 40,56% ainda são céticos em relação a veracidade das promoções da Black Friday. Um número ainda alto, o que sugere que o comércio precisa trabalhar a comunicação e a efetividade das promoções no ponto de venda.

Para entender as estratégias de compra dos consumidores na Black Friday em Maceió, é essencial identificar quem são e quais itens eles pretendem adquirir, o que é identificado pela pesquisa. Os locais de compra mostram que os shoppings são o grande atrativo, o que sugere que os lojistas do centro da cidade e de lojas de rua nos centros comerciais nos bairros da capital precisam melhorar as estratégias de atração de clientes. Mas todos os lojistas devem estar atentos as estratégias de vendas digitais.

Por fim, transparências e veracidade nos descontos; diversificação na oferta para a data; flexibilização dos pagamentos e ação digital são estratégias complementares e fundamentais para atingir e engajar o consumidor de Maceió nas compras da Black Friday em 2024.

4 - Sugestões para estratégias de venda para as empresas de varejo em Maceió na Black Friday 2024.

1. Promoções Transparentes e Verídicas

EXECUÇÃO: crie materiais de marketing que destaquem a veracidade dos descontos, como gráficos de comparação de preços e depoimentos de clientes satisfeitos. Ofereça garantias de preço para aumentar a confiança dos consumidores.

2. Diversificação de Produtos

EXECUÇÃO: amplie o estoque desses itens e crie campanhas específicas para cada categoria. Destaque produtos populares e ofereça pacotes promocionais que incentivem a compra de múltiplos itens.

3. Facilidades de Pagamento

EXECUÇÃO: ofereça condições especiais de parcelamento, como juros zero para pagamentos em até 12 vezes. Destaque a conveniência e segurança do Pix nas campanhas publicitárias e ofereça descontos adicionais para pagamentos à vista.

4. Presença Digital e E-commerce

EXECUÇÃO: tenha um site e invista em melhorias constantes, garanta uma navegação rápida e segura. Utilize estratégias de SEO para aumentar a visibilidade online e campanhas de marketing digital para direcionar tráfego para o e-commerce. Ofereça promoções exclusivas para compras online.

5. Atendimento ao Cliente e Experiência de Compra

EXECUÇÃO: treine a equipe para oferecer um atendimento excepcional, focado em resolver dúvidas e problemas rapidamente. Crie uma experiência de compra agradável, com vitrines atraentes e um ambiente acolhedor nas lojas físicas. Ofereça suporte online eficiente, com chat (whatsapp, telegram ou Instagram) ao vivo e respostas rápidas.

6. Estratégias de Marketing Local

EXECUÇÃO: realize campanhas de marketing local, utilizando mídias sociais e parcerias com influenciadores locais. Ofereça eventos especiais e promoções exclusivas para clientes que visitarem as lojas físicas. Destaque a importância de apoiar o comércio local.

7. Monitoramento de Preços e Competitividade

EXECUÇÃO: utilize o site ECONOMIZA ALAGOAS, da SEFAZ/AL, para o monitoramento de preços para acompanhar as promoções dos concorrentes em tempo real. Ajuste os preços e ofertas conforme necessário para garantir que suas promoções sejam atraentes e competitivas.

ANEXO 1 - Metodologia da pesquisa

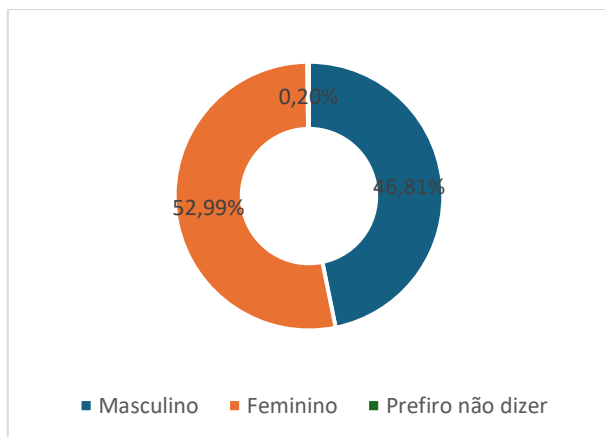
A presente pesquisa, de natureza qualitativa e descritiva, teve como objetivo investigar as intenções de compra durante a Black Friday em Maceió no ano de 2024. A coleta de dados foi realizada no dia 09 de novembro de 2024, nos três principais centros de compras da cidade (shoppings centers). A amostra foi composta por 503 pessoas, selecionadas de uma população total de 957.916 habitantes de Maceió. A escolha dos participantes foi feita por acessibilidade, ou seja, os indivíduos foram abordados de acordo com sua disponibilidade e presença nos locais de coleta de dados, sem a intenção de representar proporcionalmente os diferentes estratos da população conforme os dados do IBGE.

Os dados foram coletados por empresa terceirizado e por meio de entrevistas presenciais, utilizando um questionário estruturado com perguntas fechadas. As entrevistas foram conduzidas por uma equipe de pesquisadores treinados, que abordaram os consumidores nos centros de compras selecionados. O tratamento e a análise dos dados foram realizados utilizando técnicas de estatística descritiva. As respostas foram categorizadas e analisadas para identificar padrões e tendências nas intenções de compra dos consumidores durante a Black Friday. Os resultados foram apresentados em forma de tabelas e gráficos, facilitando a visualização e interpretação dos dados coletados.

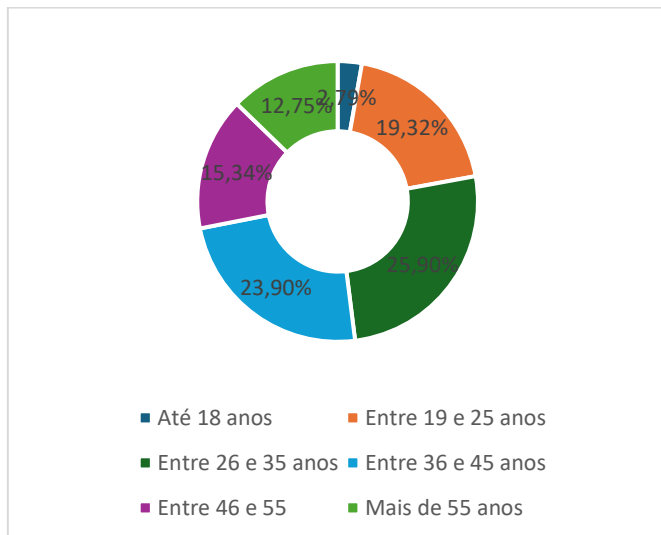
Para o cálculo dos valores reais do ticket médio de consumo foram utilizados dados de pesquisas anteriores realizadas pelo Instituto FECOMERCIO deflacionados pelo IPCA oficial de 2022, o último ano da pesquisa.

ANEXO 2 – Gráficos

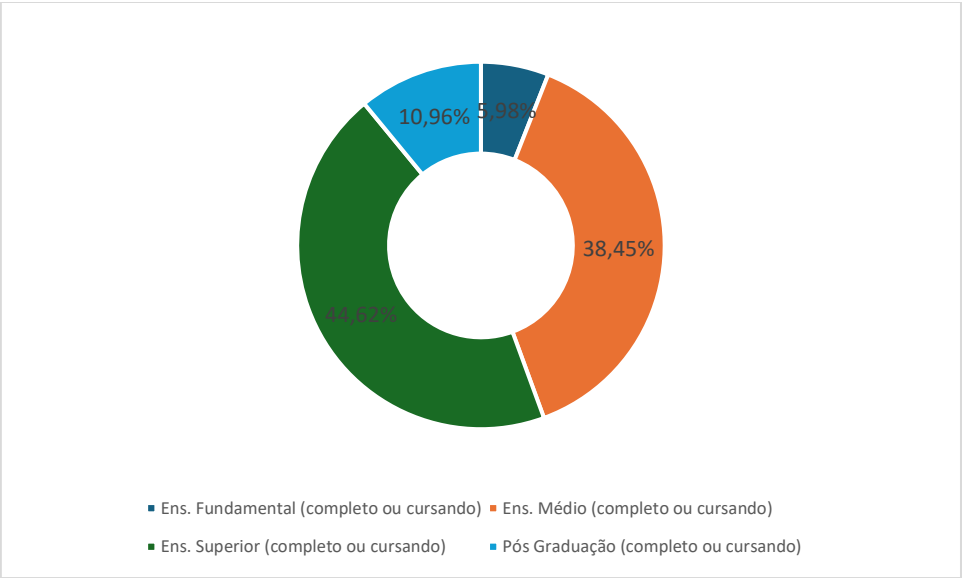
Gênero



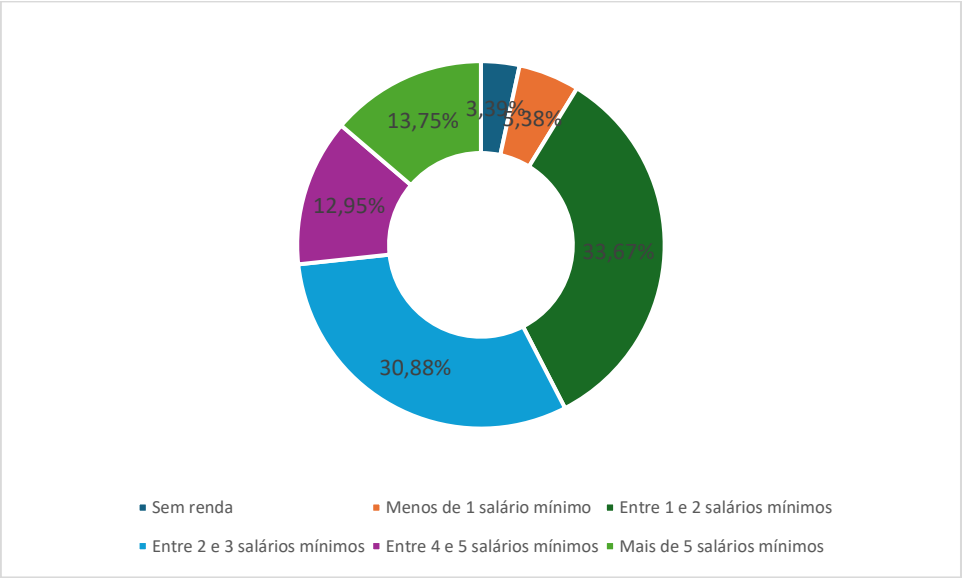
Idade



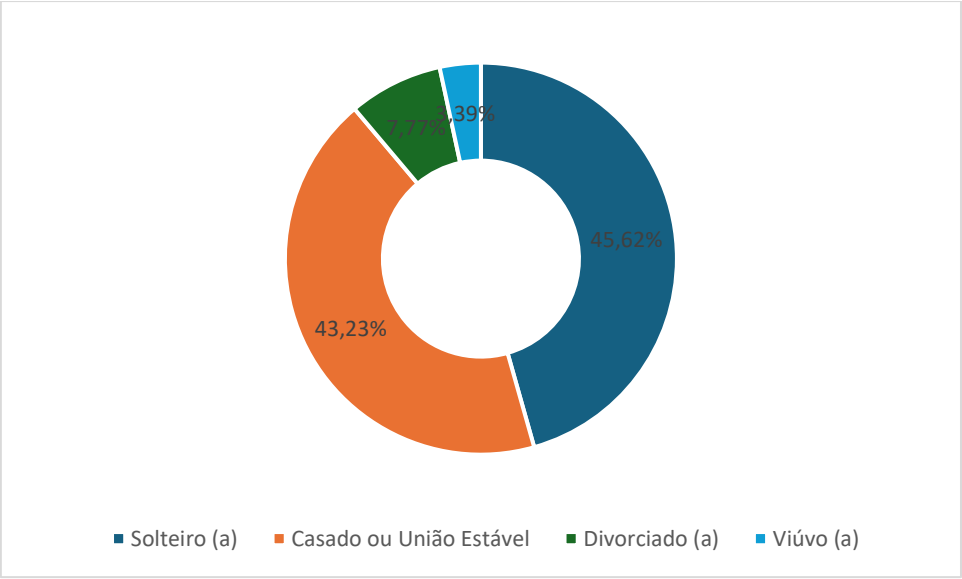
Escolaridade



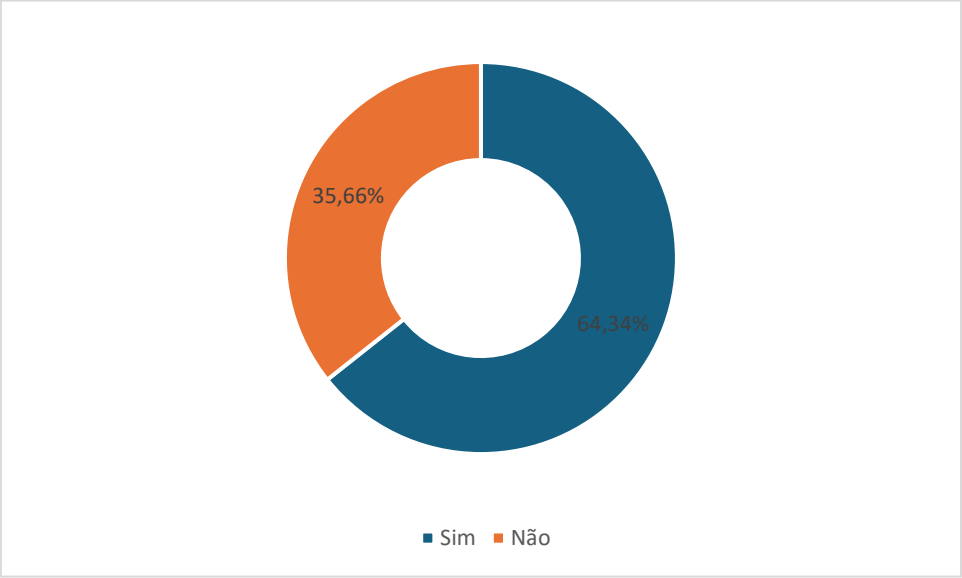
Renda



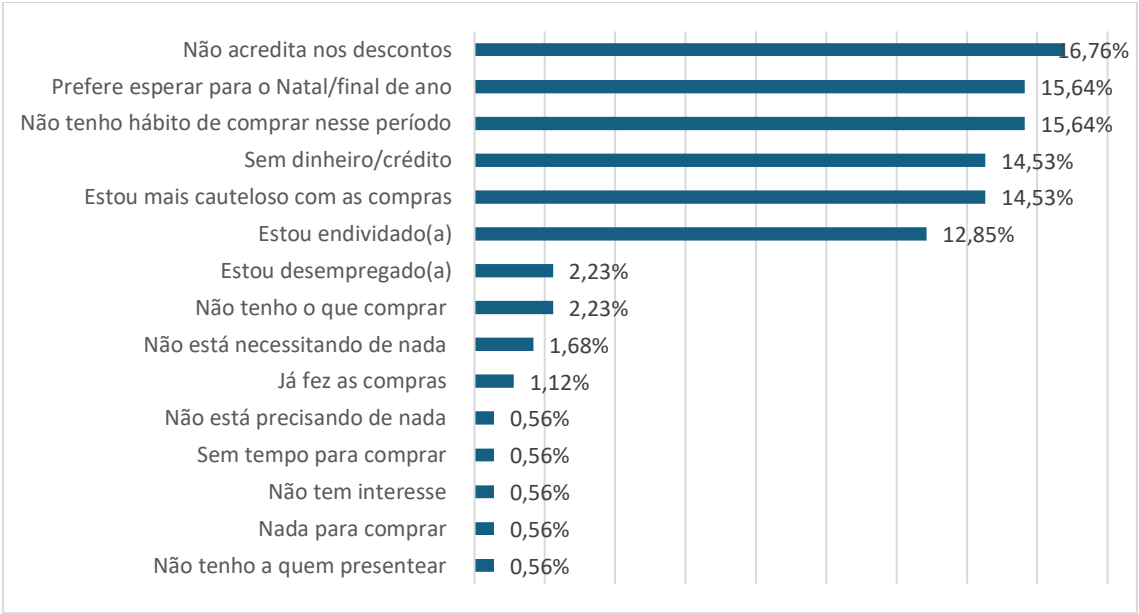
Estado Civil



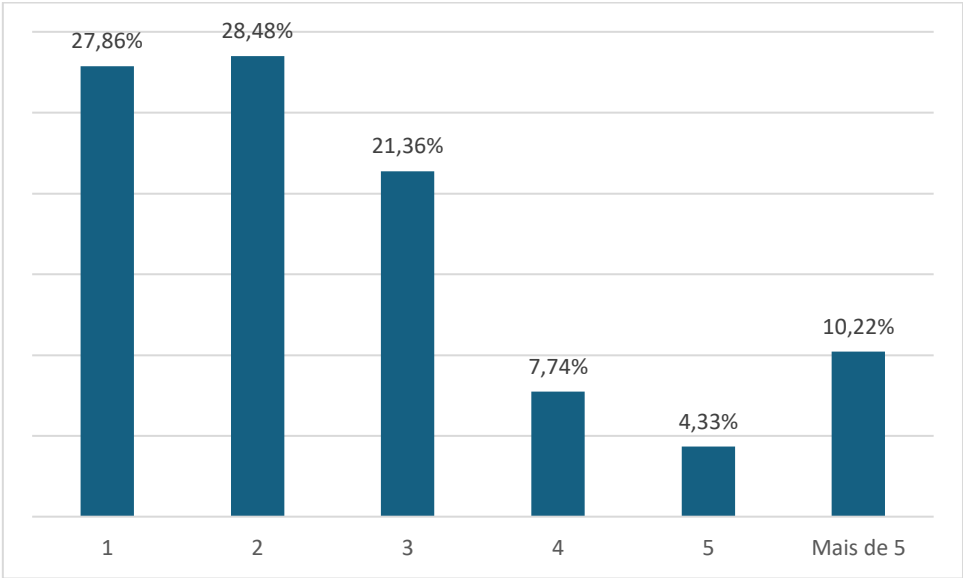
O Sr.(a) pretende adquirir produtos na Black Friday?



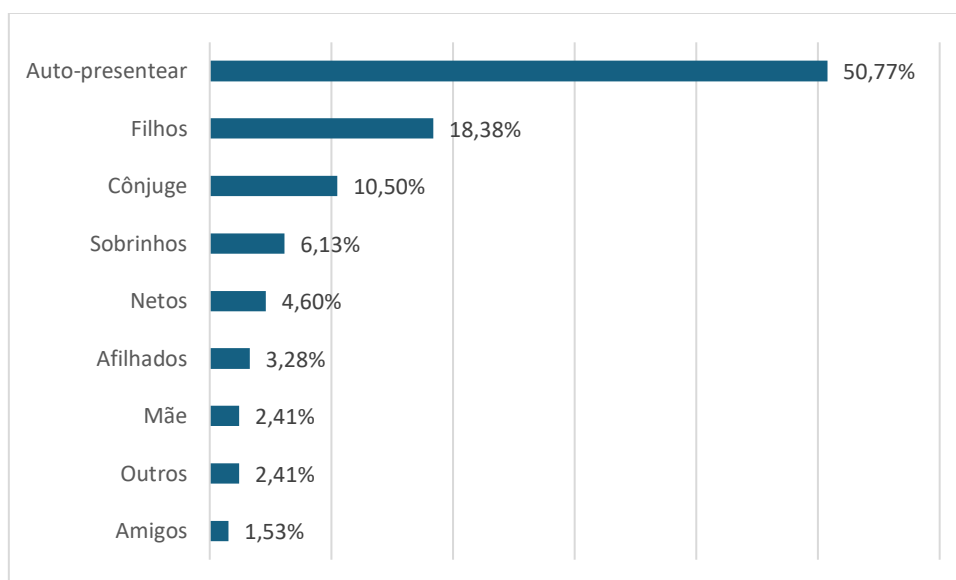
Por que não pretende comprar na Black Friday?



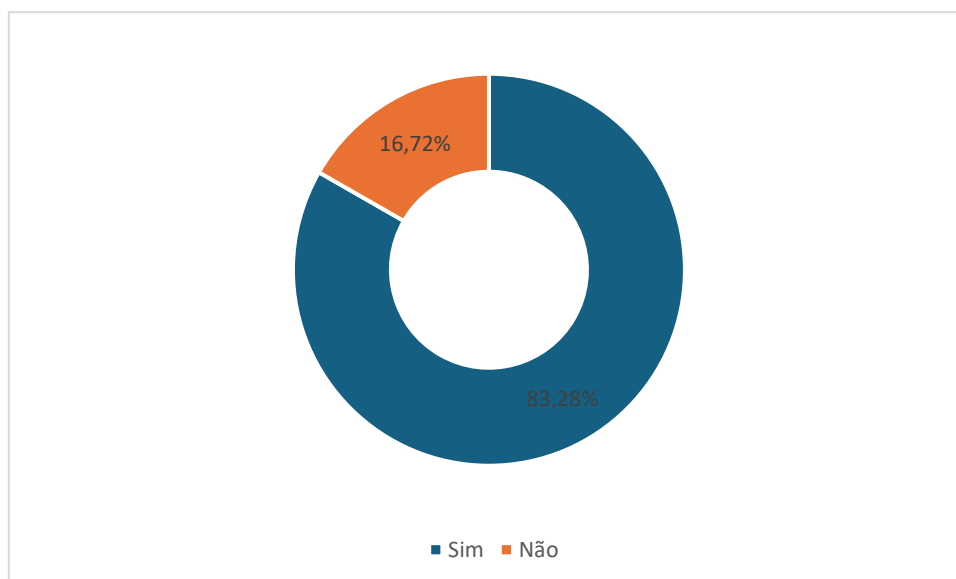
Qual seria a quantidade de presentes?



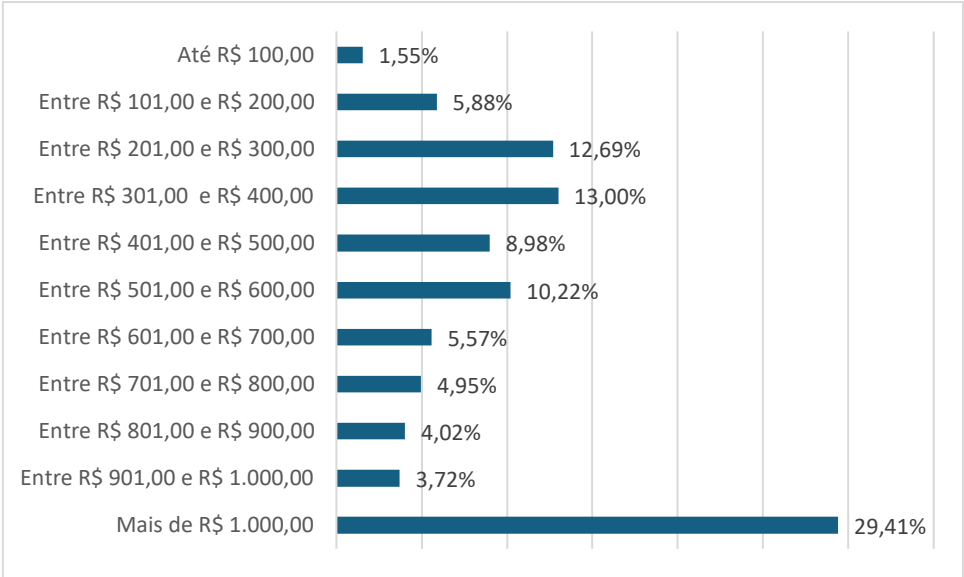
Quem pretende presentear?



O Sr.(a) faz pesquisa de preços em várias lojas/sites antes de comprar efetivamente o produto que deseja?



Pretende gastar quanto com presentes?



Ticket Médio

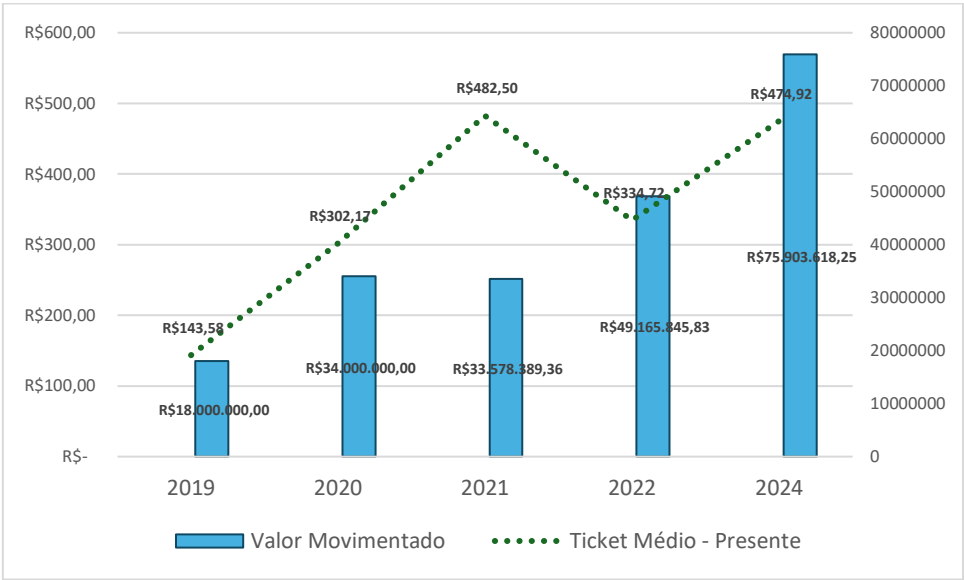
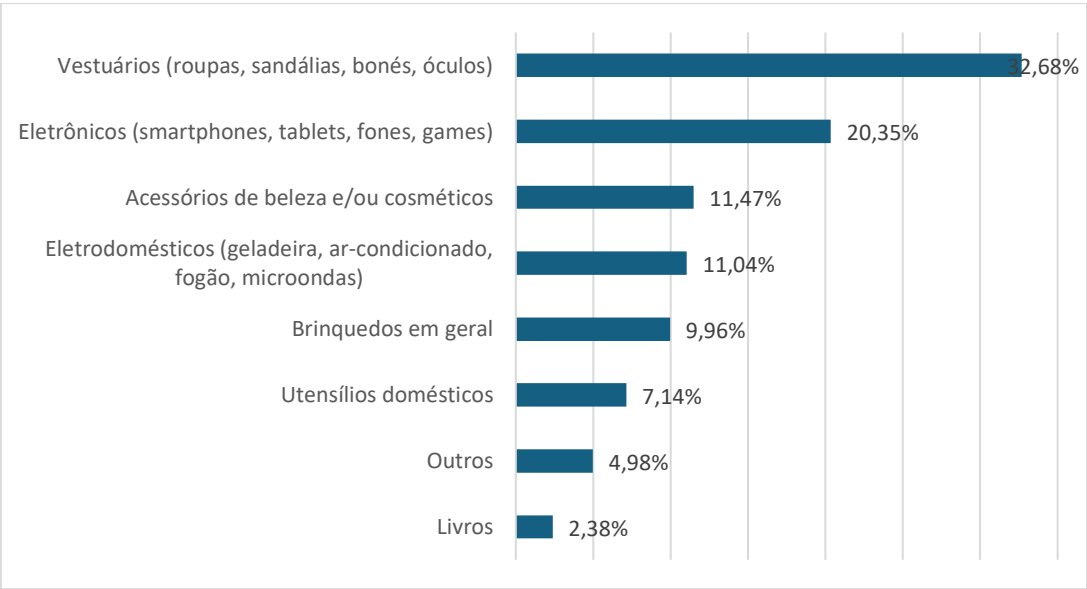


Tabela com preços nominais por ano, os preços reais deflacionados pelo IPCA de 2022 (5,79%) e as variações percentuais dos preços reais:

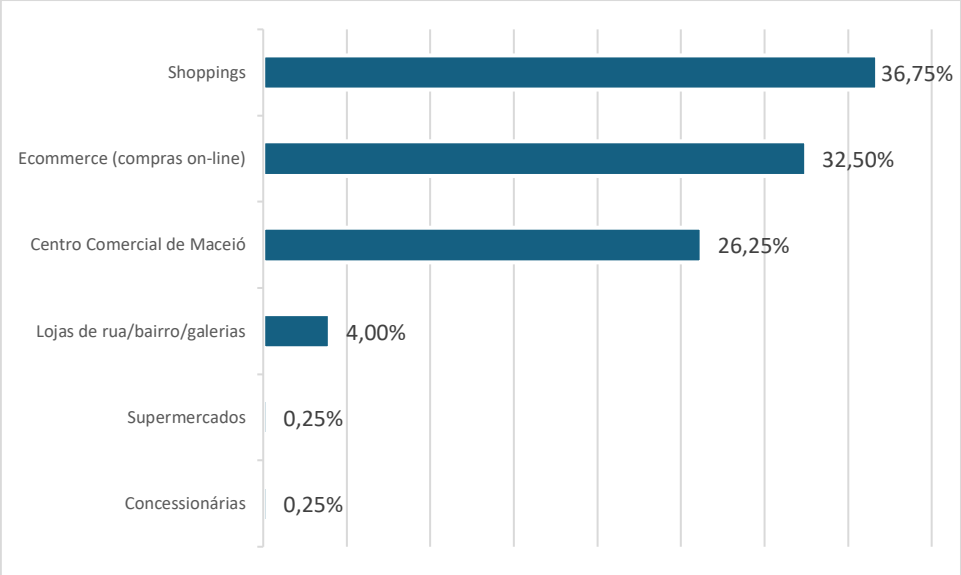
Ano	Preços Nominais	Preços Reais 2023	Variações Percentuais (valores reais de 2023)
2019	R\$ 143,58	R\$ 135,72	0,00%
2020	R\$ 302,17	R\$ 285,63	110,45%
2021	R\$ 482,50	R\$ 456,09	59,68%
2022	R\$ 334,72	R\$ 316,40	-30,63%
2024	R\$ 474,92	R\$ 448,93	41,89%

Se precisar de mais alguma coisa, estou à disposição!

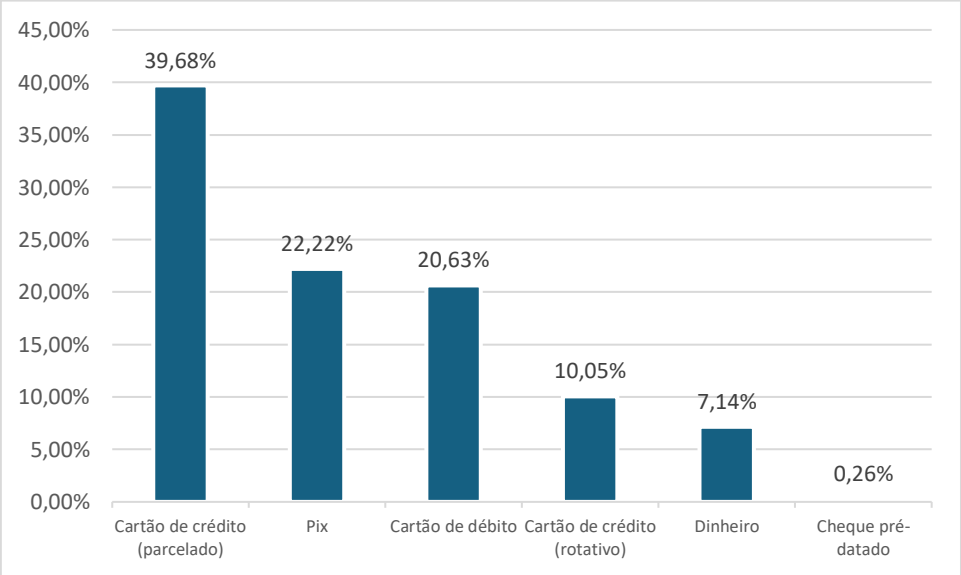
Quais itens o Sr (a) deseja comprar?



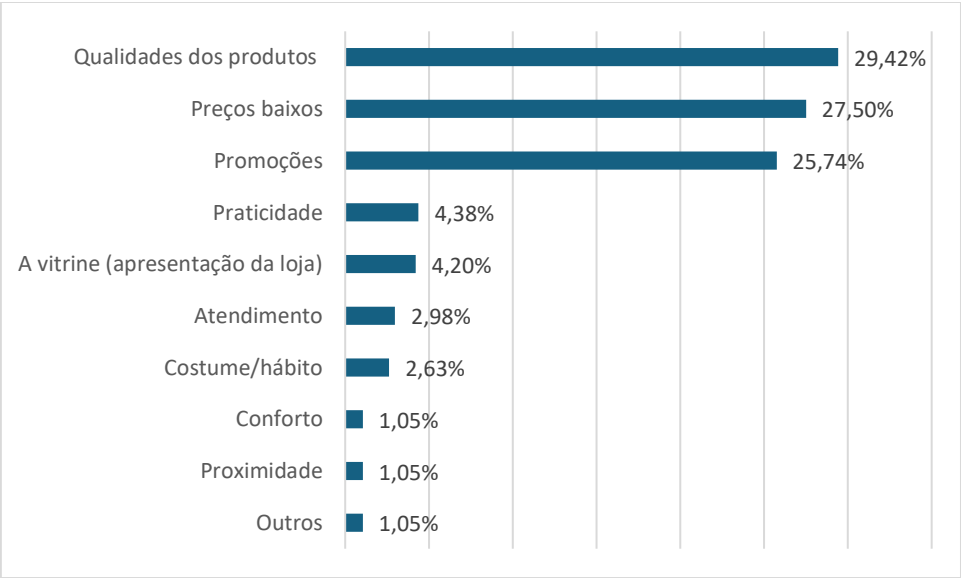
Onde pretende comprar o presente?



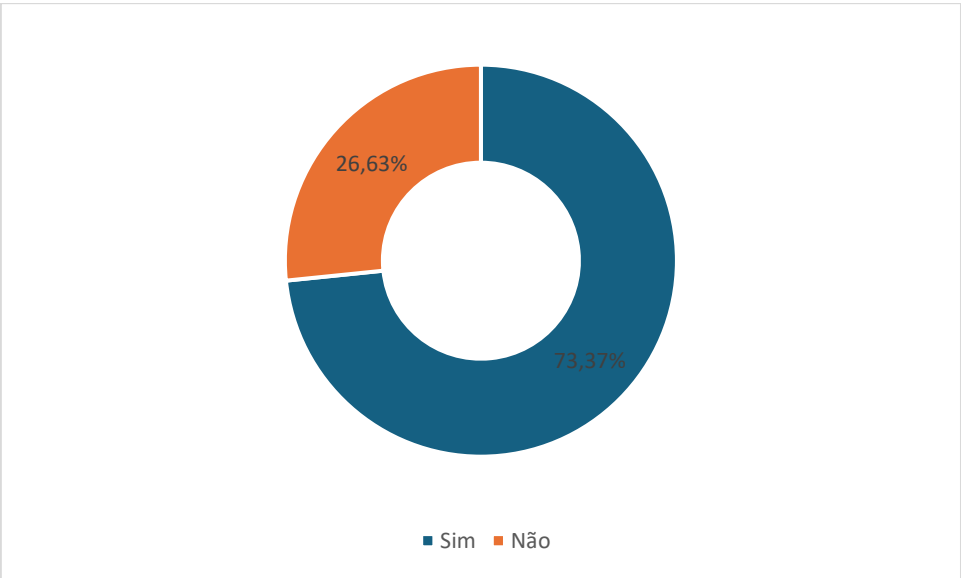
Quais serão os meios de pagamento?



O que chama a atenção na escolha do produto?



O Sr.(a) acompanha os preços dos produtos que deseja comprar antes do período da Black Friday?



O Sr.(a) acredita nos descontos praticados na Black Friday?

