

**BLACK
FRIDAY**



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de
Santa Catarina

Intenção de Compras da Black Friday 2021

O perfil do consumidor e a intenção de compras para o
período da Black Friday 2021 em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas e Núcleo de Estudos
Estratégicos Fecomércio SC
Novembro de 2021

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA BLACK FRIDAY 2021	5
CONCLUSÃO.....	14

INTRODUÇÃO

A Black Friday é uma data que vem se consolidando cada vez mais no varejo brasileiro e traz importante incremento nas vendas em diversos setores, adiantando parte das compras de Natal já para novembro ou sendo usada para compras de oportunidades. Conforme pesquisa realizada pela Fecomércio SC sobre o resultado das vendas na Black Friday, 44,9% das empresas aderiram à data em 2020. Este comportamento foi mais significativo em setores como Calçados (64,3%), Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal (61,5%), Vestuário e Acessórios (59,1%) e Óptica, Joalheria e Relojoaria (57,1%). A principal ação comercial realizada pelas empresas que participaram da Black Friday foi a oferta de Promoções e Descontos (31,9%)

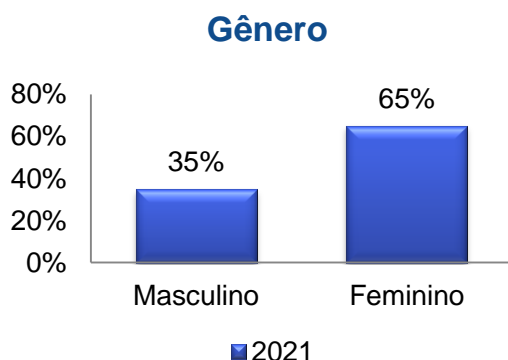
Em razão disso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento deste movimento.

A pesquisa foi realizada entre os dias 07 e 11 de outubro e ouviu 612 pessoas. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. Foram aplicadas 20 perguntas, sendo 16 fechadas e 4 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

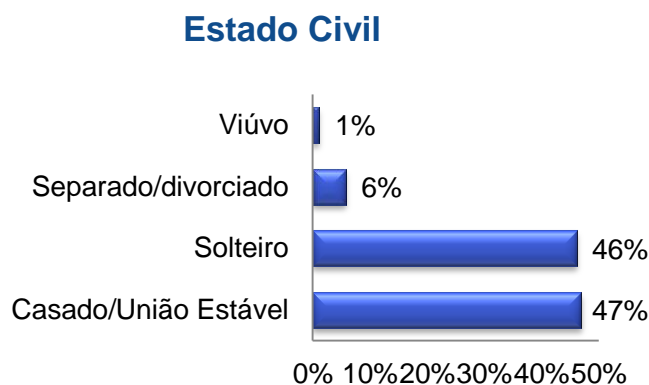
A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta dos dados ocorreu baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos, residentes em zonas urbanas. Para um índice de confiabilidade de 95,0% o erro amostral é de 3,0%.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

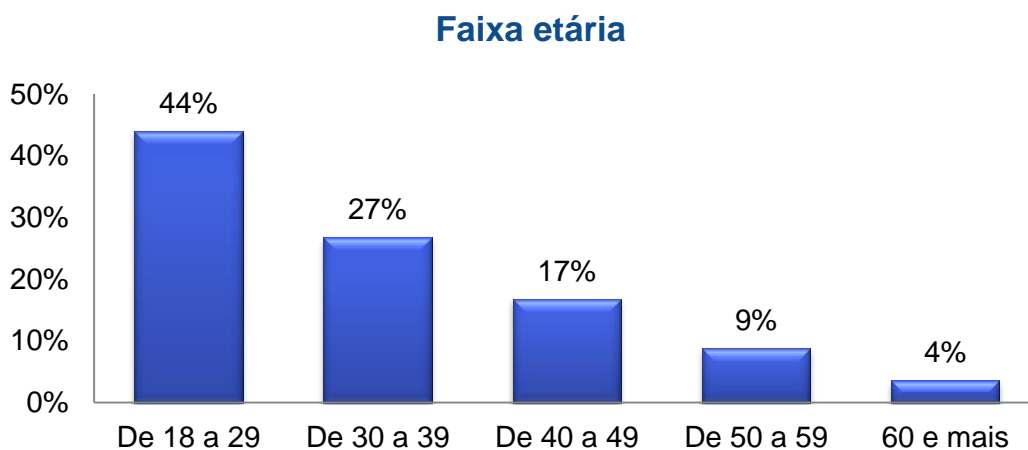
Em primeiro lugar, é importante entender o perfil dos entrevistados nesta pesquisa de intenção de compras na Black Friday em Santa Catarina. Abaixo seguem algumas informações relevantes para este objetivo.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

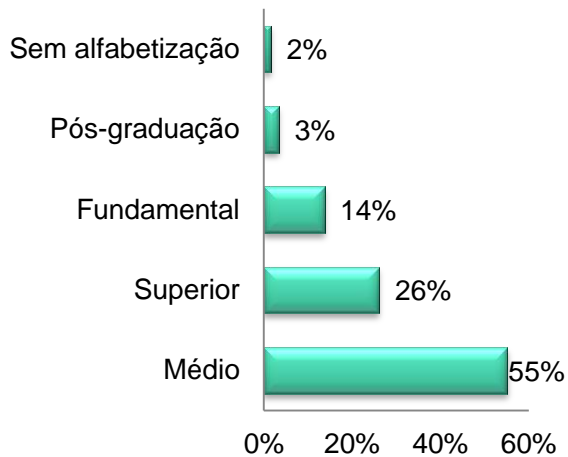


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados mostram que para a pesquisa deste ano foram ouvidas majoritariamente mulheres (65%). Dentre os entrevistados, a maioria são casadas/união estável (47%), seguido dos solteiros (46%) e 44% situam-se na idade entre 18 e 29 anos.

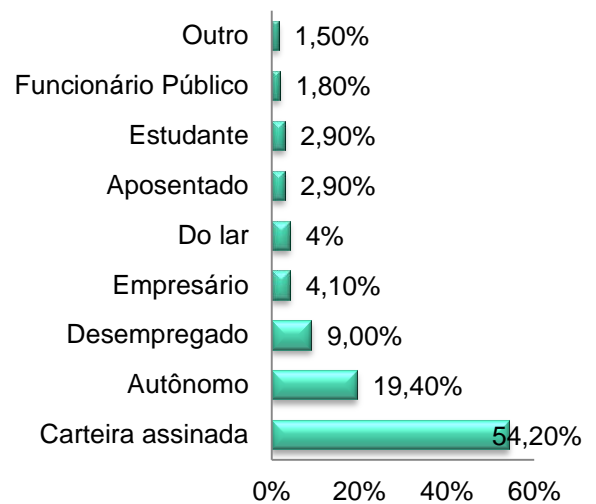
Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2021

Escolaridade



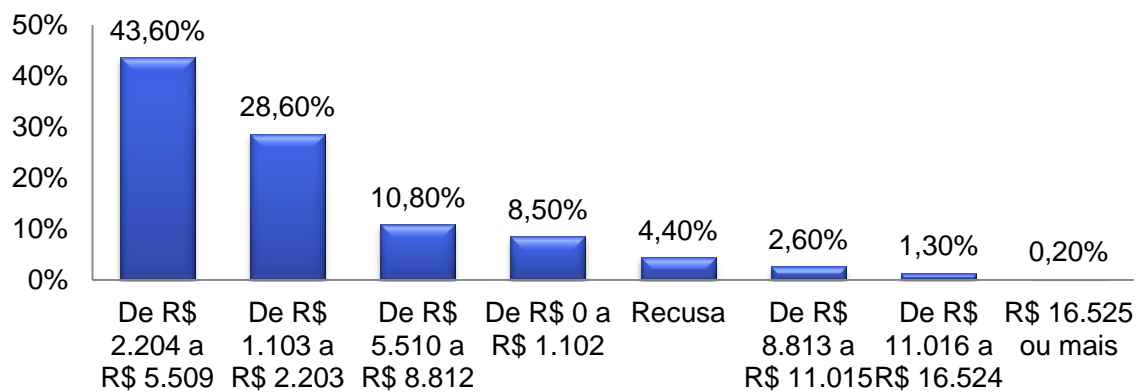
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar



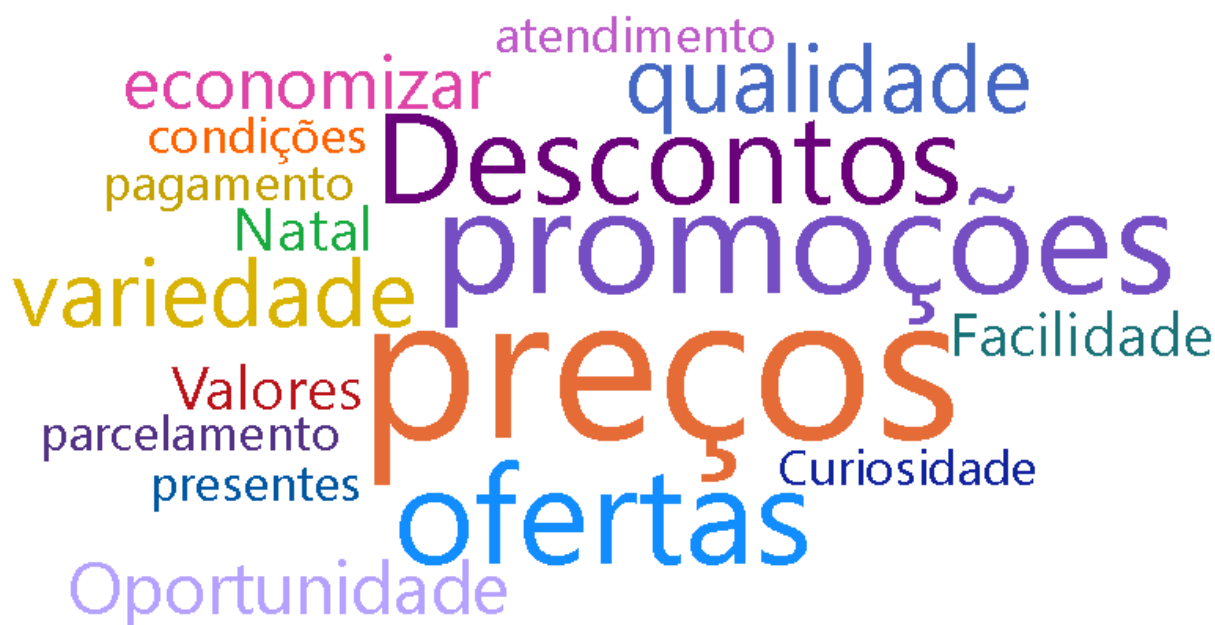
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (54,2%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 2.104,00 e R\$ 5.559,00 (43,6%), além de famílias que ganham entre R\$ 1.056,00 a R\$ 2.109,00 (29,7%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA BLACK FRIDAY 2021

Baseado neste perfil de consumidor, o primeiro dado apurado pela Fecomércio SC diz respeito às motivações e objetivos dos consumidores para realização das compras nesse período. A nuvem de palavras, a seguir, apresenta os principais atributos informados pelos consumidores: redução dos preços, as promoções e os descontos vantajosos, que trazem oportunidades para o momento.

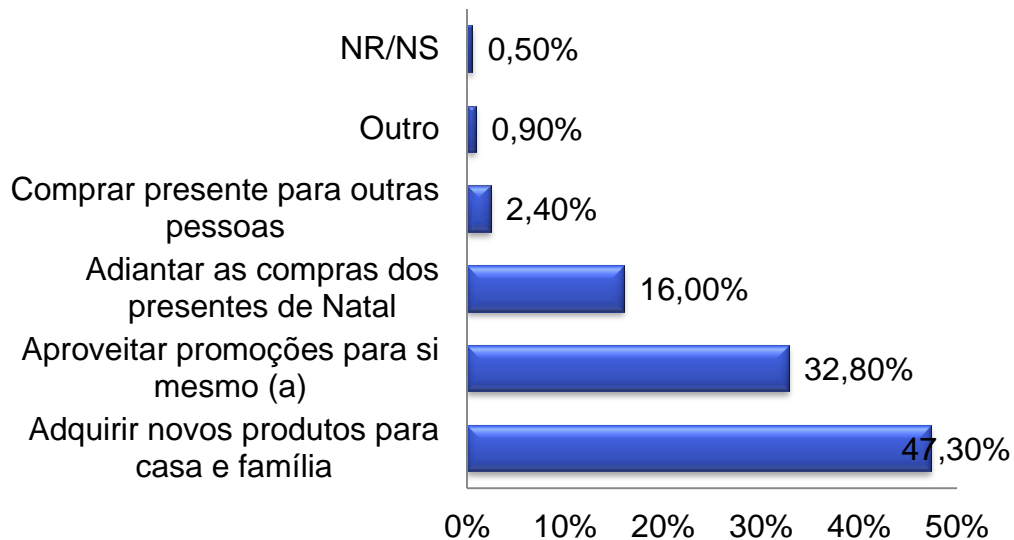
Atributos que motivam o consumidor realizar as compras na Black Friday



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Com relação aos objetivos das compras, 47,30% dos consumidores informaram que devem aproveitar o momento para adquirir novos produtos para a casa e família e 32,80% pretendem aproveitar as oportunidades para gastos de caráter pessoal. Ainda, devido à proximidade com as festas de final do ano, 16% dos consumidores indicaram que devem usar as promoções e descontos para adiantar as compras dos presentes de Natal.

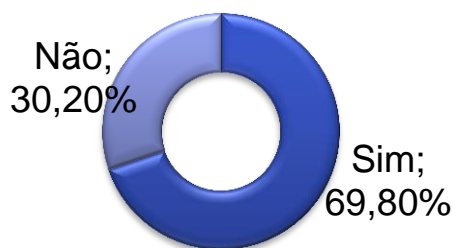
Qual o objetivo das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A magnitude da data também pode ser notada na quantidade de consumidores que já realizaram compras em períodos anteriores. Observa-se que dentre os pesquisados, 68,80% informaram que já realizaram compras nos anos anteriores e 30,2% devem realizar pela primeira vez neste ano.

Realizou compras na Black Friday dos anos anteriores



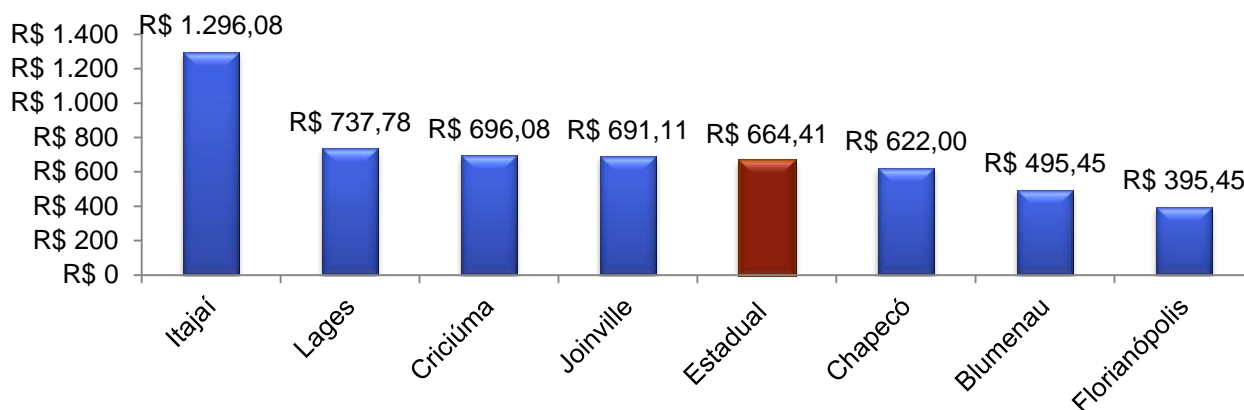
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa apurou a expectativa de gasto médio dos consumidores. Em média, o consumo desta Black Friday será de R\$ 664,41 para o nível estadual. Assim, a data se consolida como um período importante para o incremento nas vendas em diversos setores. Ao analisar as cidades pesquisadas, nota-se que Itajaí apresenta o maior valor (R\$ 1.296,08), sendo que o principal item a ser adquirido nesta cidade será móveis e eletrodomésticos (27,9%), seguido de

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2021

eletrônicos (24,0). Por outro lado, a maioria dos consumidores de Florianópolis deve focar nas compras de vestuário (25,0%), assim apresentam o menor gasto médio (R\$ 395,45).

Intenção de Gasto

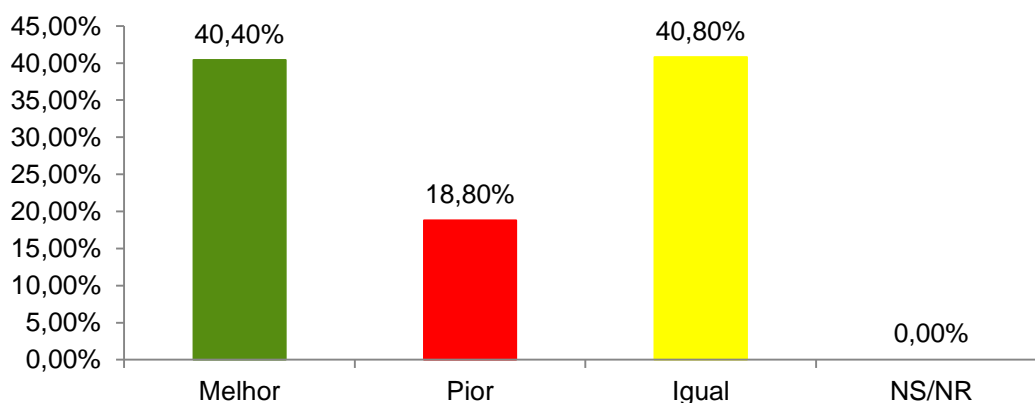


Observação: A relação é muito significativa para o cruzamento entre intenção de gastos médio e municípios.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A situação financeira das famílias, segundo as pesquisas anteriores realizadas pela entidade, está melhorando no decorrer de 2021 ao comparar com o ano anterior e passou a refletir o movimento de retomada das atividades econômicas. Nesta pesquisa, 40,4% dos entrevistados informaram ter situação financeira melhor que o ano anterior e 40,8% estão em situação equivalente. Já 18,8% afirmam que a situação piorou- esse é o menor patamar registrado neste ano ao comparar com as demais pesquisas realizadas (Páscoa 43,1%; Dia das Mães 35,35%; Dia dos Namorados 25,60%; Dia dos Pais 29,0% e Dia das Crianças 23,3%).

Situação Financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



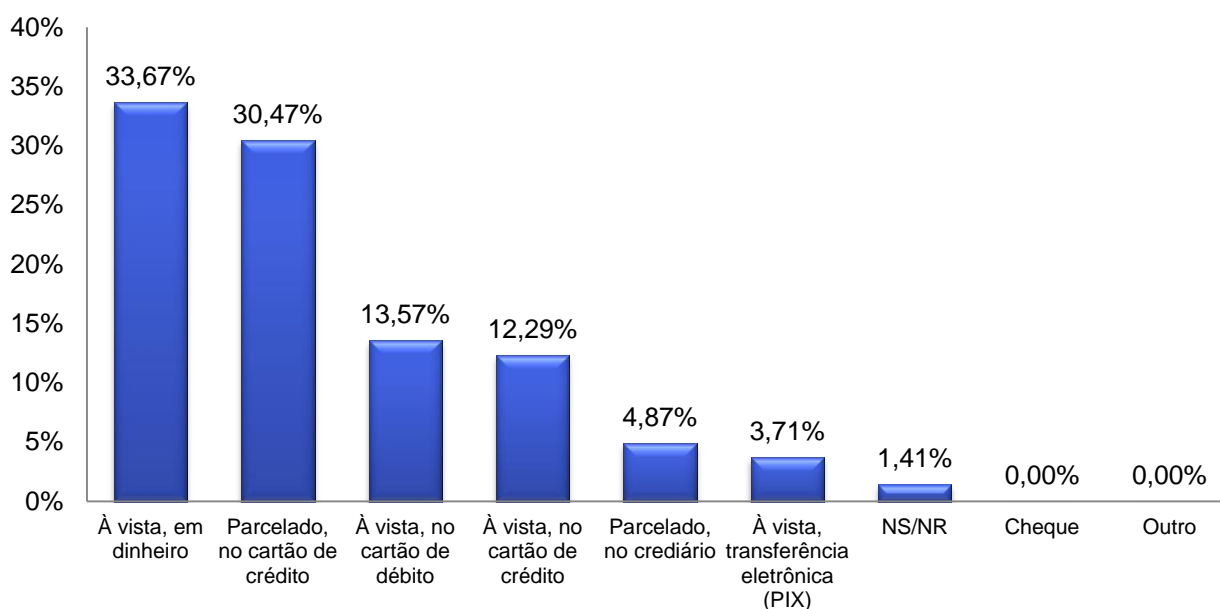
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2021

A maioria dos consumidores estaduais pretende pagar suas compras à vista, o que representa 63,25% dos entrevistados, número inferior às demais datas comemorativas do ano realizadas (Páscoa 80,6%; Dia das Mães 76,2%; Dia dos Namorados 83,6%; Dia dos Pais 80,1% e Dia das Crianças 76,5%).

A ampliação da confiança dos consumidores, sobretudo, pela retomada da atividade econômica e do avanço da imunização, permite reverter a cautela do ano anterior e ampliar a intenção dos consumidores de realizar compras por meio do parcelamento. Nesta data, 35,34% indicam que devem usar o parcelamento como alternativa, com destaque para a utilização do cartão de crédito (30,47%).

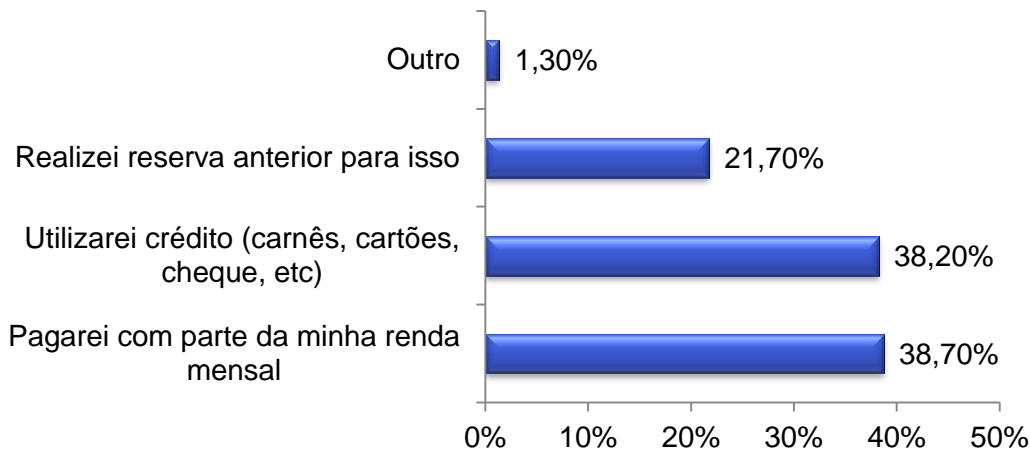
Como pretende pagar a compra desses produtos?



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para entender melhor como a forma de pagamento se relaciona com a origem dos recursos, os entrevistados também foram questionados sobre como obtiveram os recursos para realizar as compras na Black Friday. Houve equilíbrio entre as respostas dos entrevistados para o pagamento com parte de renda mensal (38,7%) e utilização de crédito (38,2%). Além disso, parte dos consumidores optou pelo planejamento financeiro ao realizarem reserva para as compras dessa data (21,70%), valor superior a datas da Páscoa (7,7%); Dia das Mães (8,44%); Dia dos Namorados (17,5%); dia dos Pais (17,0%).

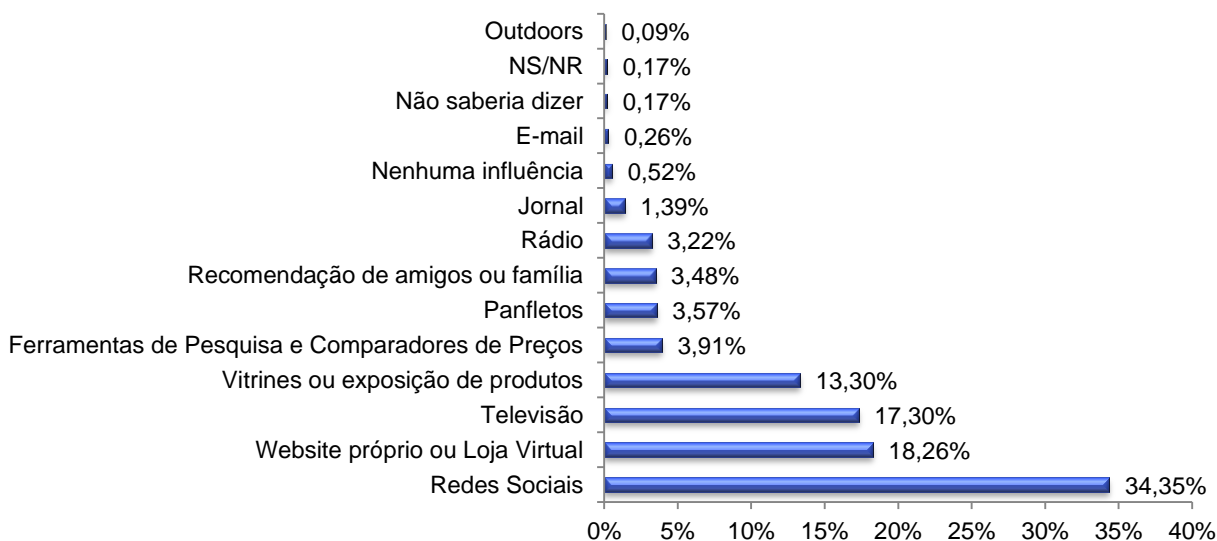
Qual Recurso utilizará para realizar as compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Para o empresário, é importante saber quais os meios de divulgação mais influenciam os consumidores catarinenses na escolha dos estabelecimentos. Dentre os aspectos analisados, predominou a divulgação em redes sociais (34,35%), seguido pelo Website próprio ou Loja Virtual (18,26%). Os meios tradicionais, como vitrines ou exposição de produtos (13,3%) e a Televisão (17,30%), também se mostraram importantes, mas têm menor relevância ao comparar com o meio virtual. Assim, a pesquisa reforça a tendência dos consumidores em utilizar os meios virtuais, que se consolidaram como alternativa durante o isolamento social.

Meios de divulgação



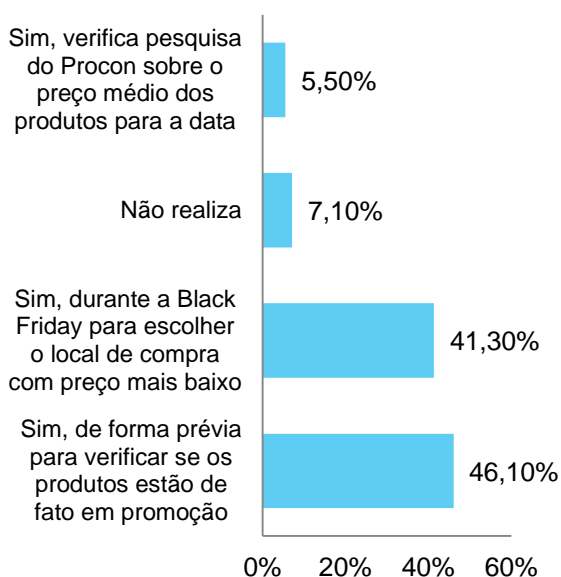
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2021

Outro aspecto é a realização de pesquisa de preços pelos consumidores, especialmente, nesse momento de elevação da inflação, que corrói o poder de compra dos consumidores. Nesse sentido, 92,9% dos entrevistados afirmam que irão realizar pesquisa de preços, sendo que a maioria (46,10%) de forma prévia para verificar se os produtos estão de fato em promoção e 41,30% durante a Black Friday para escolher o local de compra com preço mais baixo.

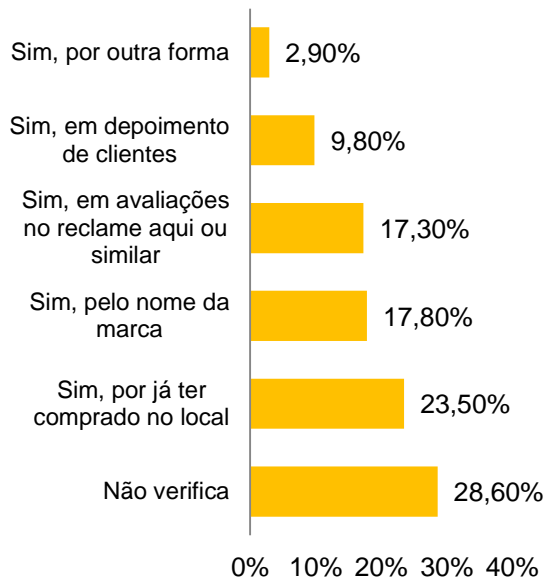
Vale também destacar que a maioria dos consumidores (71,3%) verifica a reputação da empresa/local onde pretende realizar a compra, sobretudo, por já ter comprado no local (23,5%), seguido pelo nome da marca (17,8%) e em avaliação no reclame aqui ou similar (17,3%).

Pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Reputação da empresa



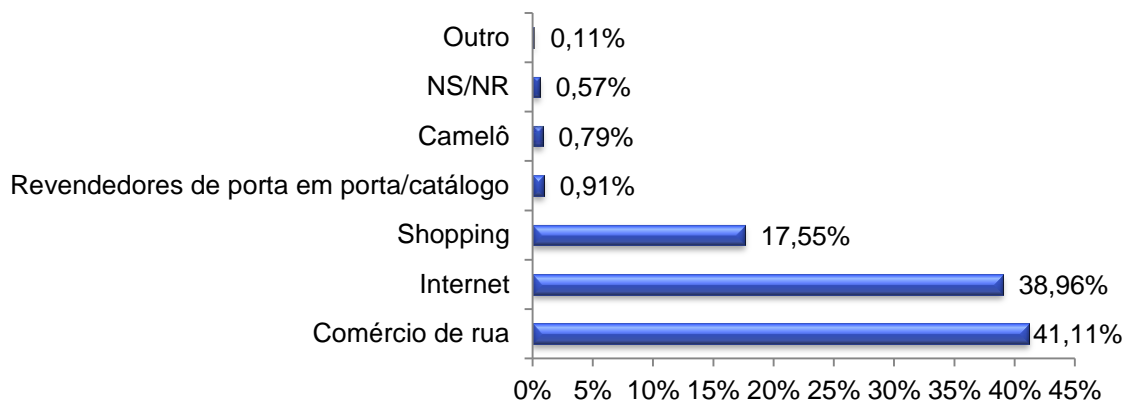
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio tradicional ou presencial continua a ser a opção da maioria dos catarinenses (60,3%), com destaque para o comércio de rua, que abrange 41,1% dos entrevistados. Apesar de ser o principal, o resultado é bem inferior às demais datas comemorativas do ano (Dia das Mães 64,6%; Dia dos Namorados 53,7%; Dia dos Pais 61,7% e Dia das Crianças 65,5%). O Shopping é o segundo mais procurado no meio presencial, sendo citado por 17,55% dos consumidores.

Nesta data, ganha destaque o meio virtual, que alcançou 38,96% dos entrevistados. Essa alternativa evolui muito durante a pandemia e tem se mostrado um diferencial durante o período mais crítico da crise. No dia das Mães deste ano atingiu o patamar 19% (em 2019 representava 3,8%)- o percentual mais alto até então entre as datas pesquisadas.

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2021

Local de Compra



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Também se faz importante saber quais setores serão os mais procurados durante o período da Black Friday. Desta maneira, a Fecomércio SC perguntou que tipo de produtos ou itens serão comprados pelos catarinenses nesta data. Observa-se que a maior parte dos consumidores (22,6%) vai optar por Móveis e eletrodomésticos/Decoração domésticas, em linha com as resposta dos objetivos dos consumidores, que indicava que a compra estará voltada para novos produtos para casa e família.

Produtos que pretende comprar



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O segundo item está relacionado aos produtos de vestuários, que atinge 21,96% dos entrevistados, seguido por eletrônicos (17,11%) e calçados (11,25%). Nota-se que a compra de vestuário está relacionada de maneira

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2021

preponderante ao objetivo de adquirir para si mesmo (a) (26,90%) e para adiantar as compras de Natal (22,8%). Para as compras de natal, o segundo mais citado foi calçados (16,7%), seguido de brinquedos (13,0%).

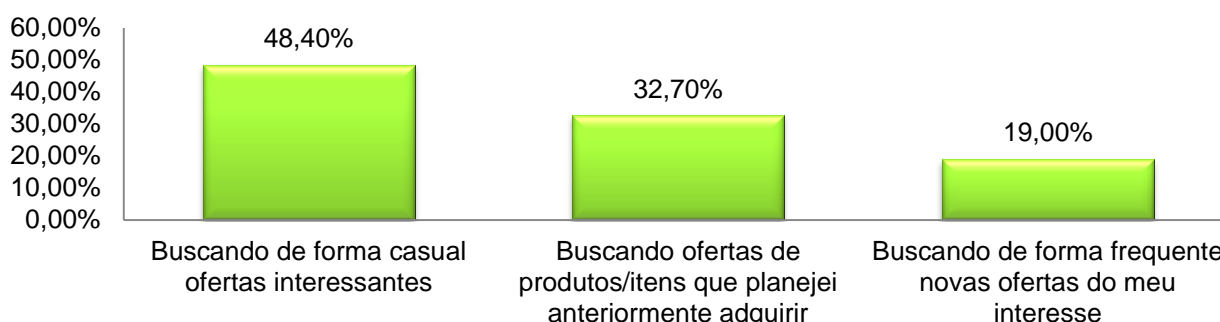
Produtos que pretende comprar em relação ao objetivo

Produtos	Aproveitar promoções para si mesmo (a)	Adquirir novos produtos para casa e família	Adiantar as compras dos presentes de Natal
Vestuário	26,90%	19,30%	22,80%
Brinquedos	5,10%	6,00%	13,00%
Calçados	12,70%	9,60%	16,70%
Perfumaria/cosméticos	8,90%	5,90%	9,80%
Eletrônicos	18,70%	16,20%	11,20%
Óticas/joias/relógios			
Móveis e eletros, decoração e utilidades domésticas	15,10%	29,90%	14,50%
Livros			
Informática	3,60%	2,50%	
Cama/mesa/banho	2,20%	4,90%	4,30%
Carro/moto			
Passagens aéreas/turismo			
NS/NR	4,00%	3,90%	
Outro			

Observação: A relação é muito significativa e valores em branco não atingiram mais de 10 citações.
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Por fim, a pesquisa também buscou identificar a forma e a intensidade de como os consumidores devem procurar por novas ofertas, ou seja, as características do comprador. Assim, a maior parte deles (48,4%) devem buscar ofertas interessantes de maneira casual e 32,70% são os consumidores que planejaram com antecedência os produtos ou itens que pretendem adquirir. Já 19% são consumidores interessados pela data e que devem fazer buscas frequentes por novas ofertas de seu interesse, mas que não planejaram as compras.

Pretende realizar as compras na Black Friday de que forma?



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao analisar o cruzamento de algumas informações com o tipo de consumidor é possível inferir que os consumidores casuais estão mais suscetíveis ao serem motivados por marketing e propaganda realizada nas redes sociais (31,3%) e na televisão (18,9%). Além disso, esse perfil pretende gastar menos que os demais consumidores (R\$ 504,95) e realizar as compras, principalmente, com a renda mensal (44%).

Características do consumidor

Perfil		Buscando de forma casual ofertas interessantes	Buscando ofertas de produtos/itens que planejei anteriormente adquirir	Buscando de forma frequente novas ofertas do meu interesse
Gasto médio		R\$ 504,95	R\$ 1.057,14	R\$ 712,28
Recursos usados	Realizou reserva	18%	33%	12%
	Parte da renda mensal	44%	32%	38%
	Utiliza crédito	36%	36%	49%
Principais meios de atração	Redes sociais	31%	38%	36%
	Website próprio ou Loja Virtual	17%	19%	20%
	Televisão	19%	17%	14%

Observação: A relação é muito significativa para o cruzamento entre intenção de gastos médio tipo, recursos utilizados com o tipo de consumidores. Para o análise dos principais meio de atração a relação é significativa.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O consumidor que planejou as compras possui intenção de gasto médio maior que os demais, na ordem de R\$ 1.057,2, e o pagamento será feito de maneira equilibrada, utilizando reserva financeira. Ainda, o consumidor que deve fazer buscas frequentes por ofertas de seu interesse deve gastar em torno de R\$ 712,28 e utilizar o crédito.

CONCLUSÃO

A pesquisa de intenção de compra da Black Friday 2021 demonstra que os consumidores estão motivados a participar da data em virtude da redução dos preços, das promoções e dos descontos vantajosos, assim, devem aproveitar as oportunidades, especialmente, para adquirir produtos para a casa e a família (47,30%) e para compras para si mesmo (32,80%). Já, 16% indicam que devem antecipar as compras de Natal. A intenção de gastos médio em nível Estadual para o período é de R\$ 664,41.

A pesquisa também mostra melhora na situação financeira das famílias, movimento que é observado na diminuição dos entrevistados que apresentam piora na situação financeira (18,80%) em comparação com as demais pesquisas das datas sazonais. Ainda, as famílias estão mais confiantes e pretendem ampliar os gastos de forma parcelada (35,34% dos entrevistados). Outro aspecto interessante está relacionado ao recurso utilizado, na qual 21,7% dos entrevistados afirmam que realizaram reserva anterior para as compras, apesar de não ser a forma preponderante é superior às demais datas do ano.

Os principais produtos que serão comprados nesta data são móveis e eletrodomésticos (22,60%), seguido pelo vestuário (21,96%), eletrônicos (17,11%) e calçados (11,25%). O comércio de rua (41,1%) é o principal destino destes consumidores, mas o meio virtual ganhou espaço na Black Friday e alcança 38,96% dos entrevistados. Os consumidores estão mais propensos a serem influenciados sobre o local de compras por meio das divulgações em redes sociais (34,35%), website própria ou loja virtual (18,26%) e pela televisão (17,30%).

Pelo menos nove em cada dez (92,9%) vão realizar pesquisa de preços. Além disso, a pesquisa indica que os consumidores estarão atentos se os produtos estão de fato em promoção, pois a maior parte deles (46,10%) vai realizar pesquisas de preços antes da data.