



Intenção de Compras da Black Friday em Santa Catarina- 2022

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

Intenção de Compras da Black Friday em Santa Catarina- 2022

O perfil do consumidor e a intenção de compras para o
período da Black Friday 2022 em Santa Catarina

Núcleo de Pesquisas e Núcleo de Estudos
Estratégicos Fecomércio SC
Novembro de 2022

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
PERFIL DOS ENTREVISTADOS	3
INTENÇÃO DE COMPRAS PARA BLACK FRIDAY 2021	6
CONCLUSÃO.....	15

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. E, neste ano de 2022, a Copa do Mundo fora de época é mais um fator impactante para a data. No ano passado, em pesquisa realizada pela Federação para constatar o resultado das vendas na Black Friday, constatou-se que 56,1% das empresas aderiram à data. Este comportamento foi mais significativo em setores como lojas de departamento, magazine e multicoisas (84,6%), calçados (77,4%), cama, mesa e banho (70,4%), óptica, joalheria e relojoaria (63,0%), brinquedos e artigos recreativos, esportivos e bicicletas (60,7%), vestuário e acessórios (58,8%), além do de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal (58,5%). A principal ação comercial realizada pelas empresas que participaram da Black Friday foi relacionada ao preço (32,0%).

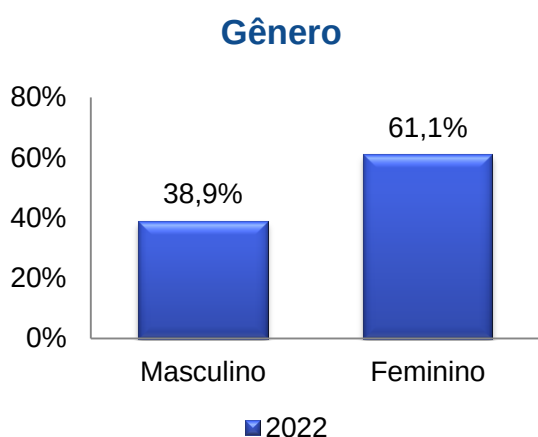
Em razão disso, a Fecomércio SC realizou uma nova pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando melhor preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento deste maior movimento.

A pesquisa foi realizada entre os dias 03 e 15 de outubro e ouviu 602 pessoas. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joinville, Lages e Itajaí. Foram aplicadas 20 perguntas, sendo 18 fechadas e 2 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.

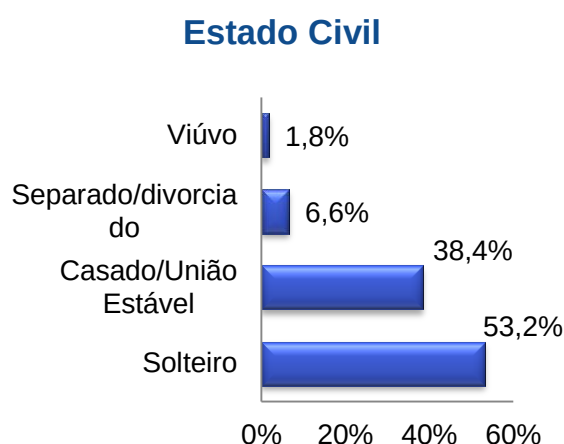
A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta dos dados ocorreu baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de homens e mulheres 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

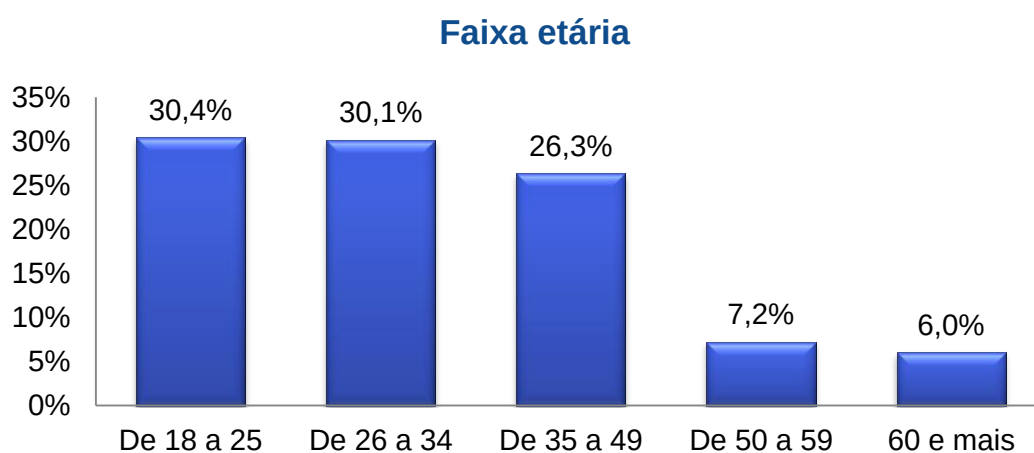
Em primeiro lugar, é importante entender o perfil dos entrevistados nesta pesquisa de intenção de compras na Black Friday em Santa Catarina. Abaixo seguem algumas informações relevantes para este objetivo.



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC



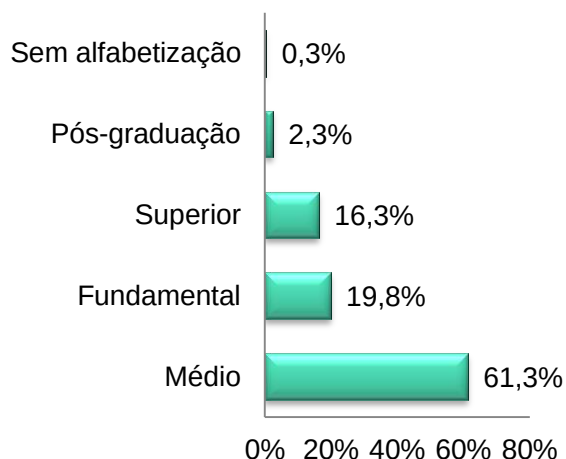
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os dados mostram que para a pesquisa deste ano foram ouvidas majoritariamente mulheres (61,1%). Dentre os entrevistados, a maioria é solteiro (53,2%), seguido de casadas/união estável (38,4%). Já em relação à faixa etária

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022

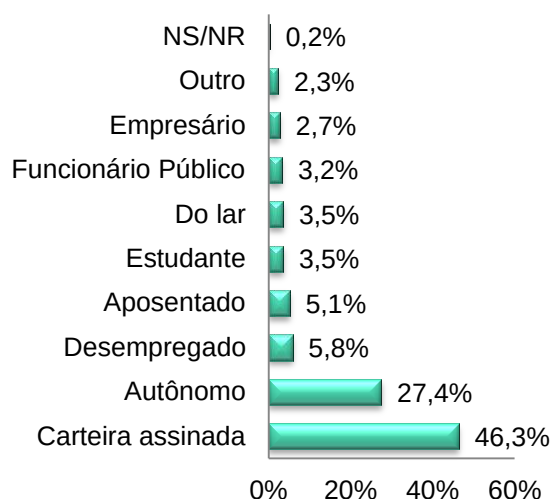
predominou o público jovem com 30,4% declarando ter entre 18 e 25 anos, enquanto 30,1% afirmaram ter idade entre 26 e 34 anos.

Escolaridade



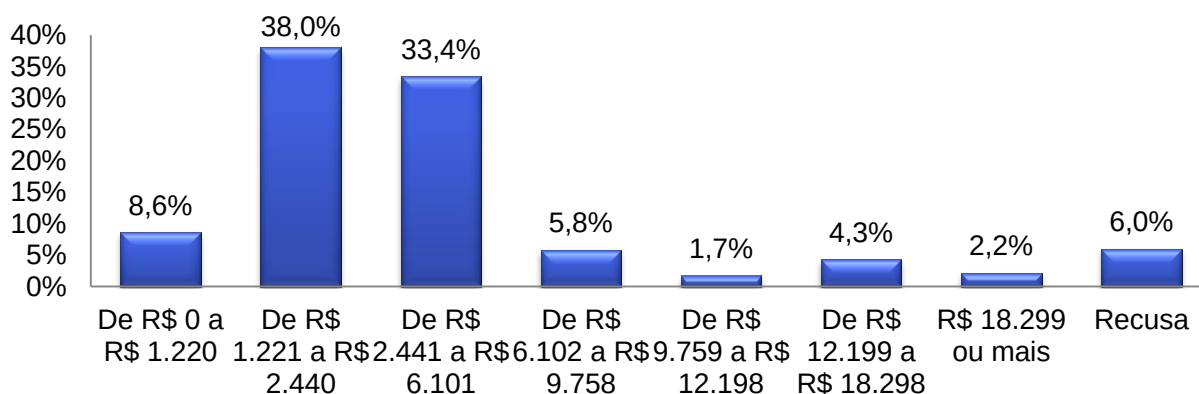
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ocupação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Renda média mensal familiar



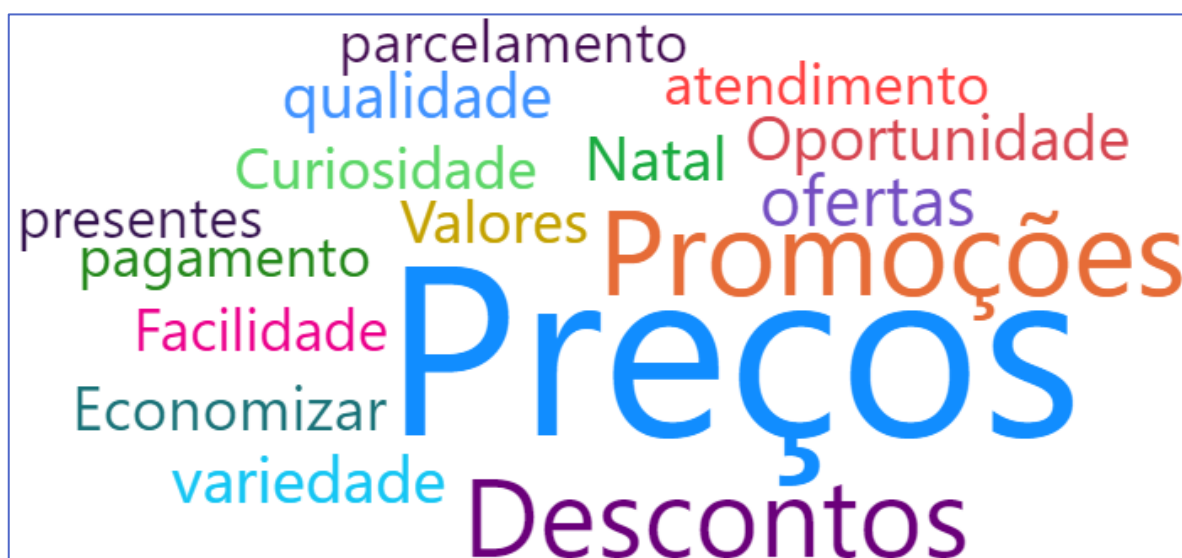
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A maioria destes consumidores são trabalhadores com carteira assinada (46,3%). Sendo que a renda da maior parte destas famílias fica entre R\$ 1.221,00 e R\$ 2.440,00 (38,0%), além de famílias que ganham entre R\$ 2.441,00 a R\$ 6.101,00 (33,4%).

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA BLACK FRIDAY 2022

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, assim, deve motivar de forma preponderante para as compras a 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

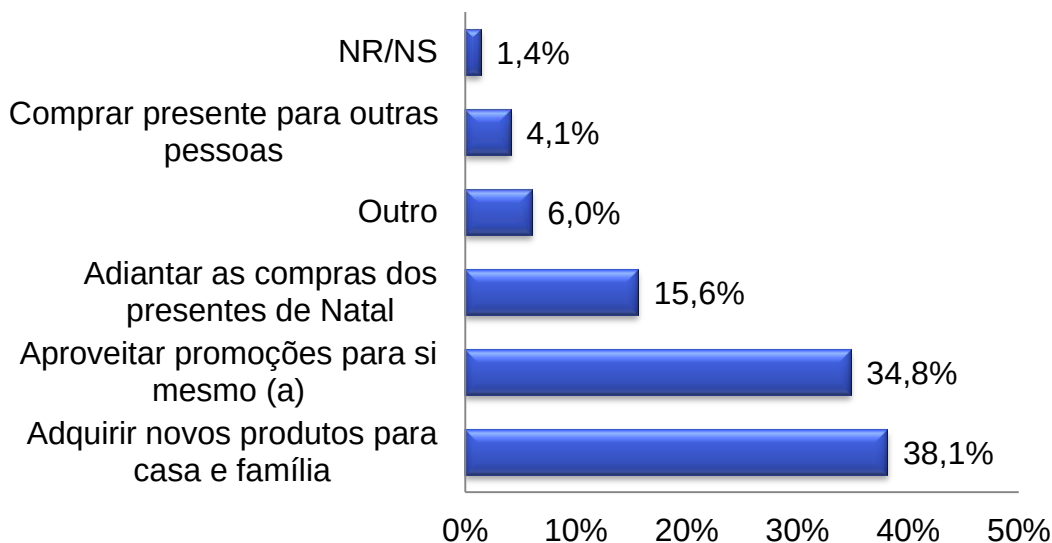


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Com relação aos objetivos das compras, 38,1% dos consumidores informaram que devem aproveitar o momento para adquirir novos produtos para a casa e a família e 34,8% pretendem aproveitar as oportunidades para gastos de caráter pessoal. Ainda, devido à proximidade com as festas de final do ano, 15,6% dos consumidores indicaram que devem usar as promoções e descontos para adiantar as compras dos presentes de Natal.

Qual o objetivo das compras

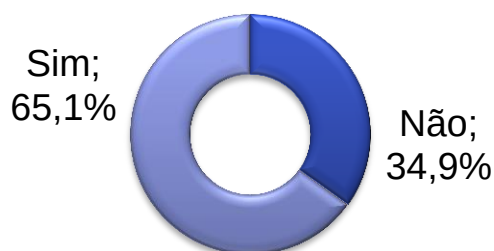
Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022



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, 65,1% informaram que já realizaram compras nos anos anteriores e 34,9% devem realizar pela primeira vez neste ano.

Realizou compras na Black Friday dos anos anteriores



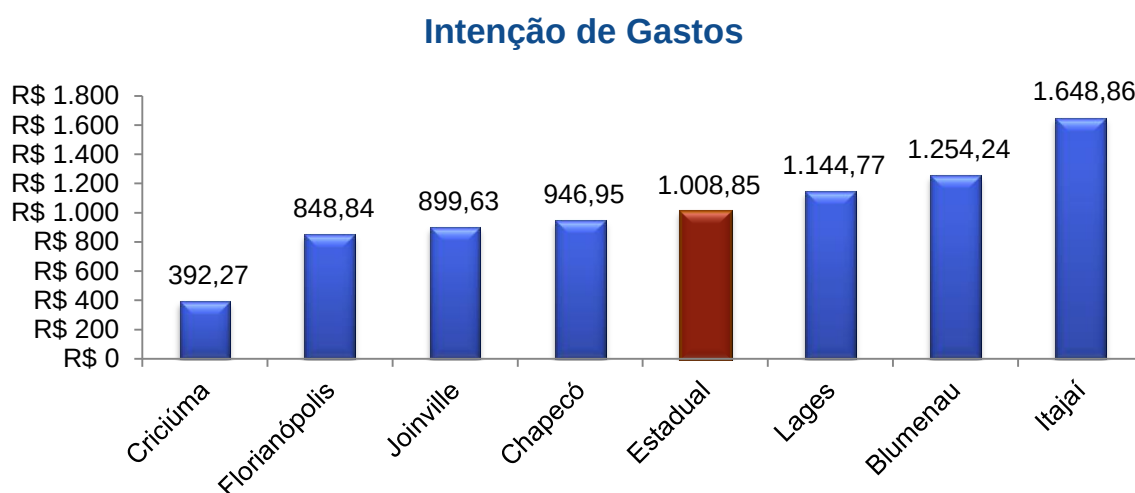
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A pesquisa apurou a expectativa de gasto médio dos consumidores. Desta maneira, na média, o consumo desta Black Friday será de R\$ 1.008,85 para o nível estadual. O valor é 51,8% superior ao declarado na mesma pesquisa realizada no ano passado. Ao se considerar a inflação acumulada nos últimos 12 meses (7,17%), observa-se um aumento real de 41,7% na intenção de gasto médio dos consumidores. Tal elevação é sinal de uma demanda reprimida por conta do período pandêmico. Ela também pode refletir, por um lado, o aumento da confiança dos consumidores em realizar compras e, por outro lado, a percepção de melhora da situação econômica do País em relação

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022

à última Black Friday. Ademais, há de se levar em consideração que desde o primeiro semestre de 2021 a economia como um todo vem sofrendo um forte processo de ajuste de preços, conforme expressa o índice de inflação acumulada. 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, da mesma forma como no ano passado, Itajaí apresenta a maior intenção de gasto médio, R\$ 1.648,86, o qual é 27,2% superior ao registrado no ano passado (R\$ 1.296,08), um crescimento real de 18,7%. O principal item a ser adquirido nesta cidade será do setor de móveis e eletrodomésticos (33,6%), seguido de eletrônicos (24,2%). Esses mesmos dois itens também estão na preferência da maioria dos consumidores da capital do Estado com 19,6% e 17,4%, respectivamente. Já em Criciúma, localidade que apresentou o menor gasto médio este ano, R\$ 329,27, vestuário é o item mais desejado (42,1%).



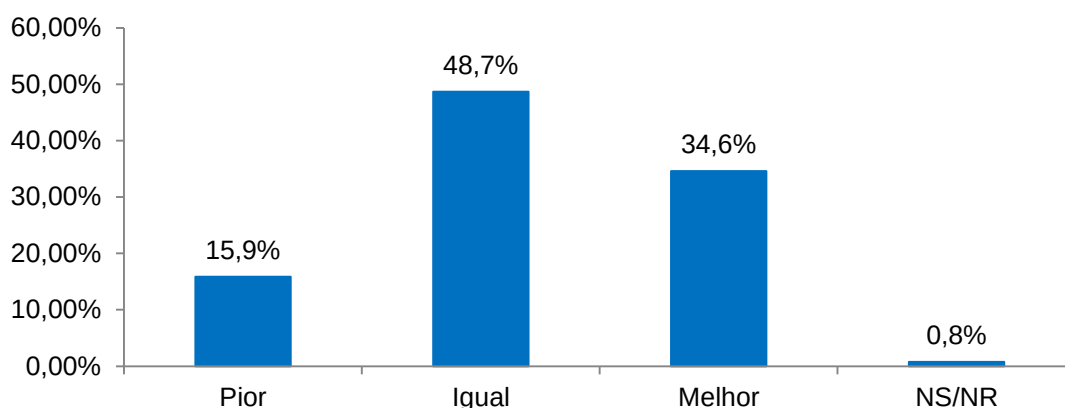
Observação: A relação é muito significativa para o cruzamento entre intenção de gastos médio e municípios.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

A situação financeira das famílias, segundo as pesquisas anteriores realizadas pela entidade, continua melhorando no decorrer de 2022 e reflete o movimento de retomada das atividades econômicas. Nesta pesquisa, embora o ganho seja marginal, também é possível observar uma melhora, principalmente, quando se compara que agora 15,9% afirmam que a situação piorou e que 48,7% declaram estar em situação equivalente, na mesma pesquisa do ano passado esses índices eram de 18,8% e 40,8%, respectivamente. Por outro lado, não se trata de um momento de euforia, pois 34,6% dos entrevistados informaram que estão em situação financeira melhor, frente aos 40,4% do ano de 2021.

Situação Financeira comparada ao mesmo período do ano anterior

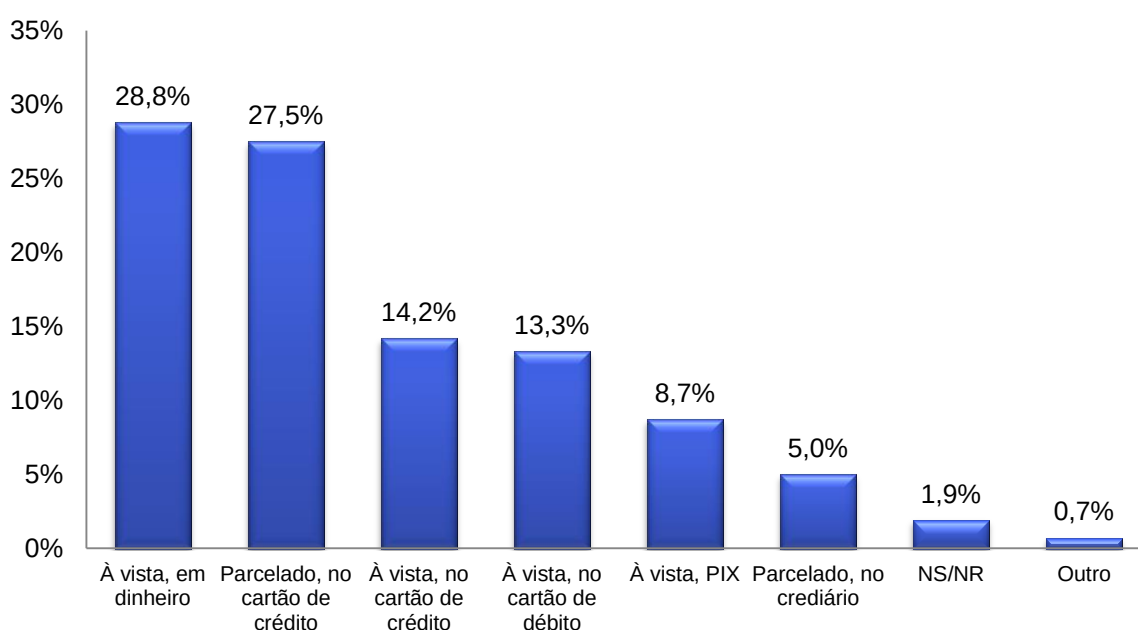
Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Já em relação à intenção na forma de pagamento das compras, a maioria dos consumidores estaduais tem como objetivo pagá-las à vista, o que representa 65,0% dos entrevistados. Todavia, o número é inferior às demais datas comemorativas do ano (Páscoa 86,2%; Dia das Mães 80,0%; Dia dos Namorados 80,2%; Dia dos Pais 83,8% e Dia das Crianças 79,6%), o que pode ser explicado pela magnitude do gasto médio declarado nesta. Além disso, a ampliação da confiança dos consumidores, sobretudo, pela retomada das contratações no mercado de trabalho, diminuição do índice de desemprego e pela sensação de superação do período pandêmico, permitiu a elevação da intenção dos consumidores de realizar compras por meio do parcelamento. Nesta data, 32,5% indicam que devem usar o parcelamento como alternativa, com destaque para a utilização do cartão de crédito (27,5%).

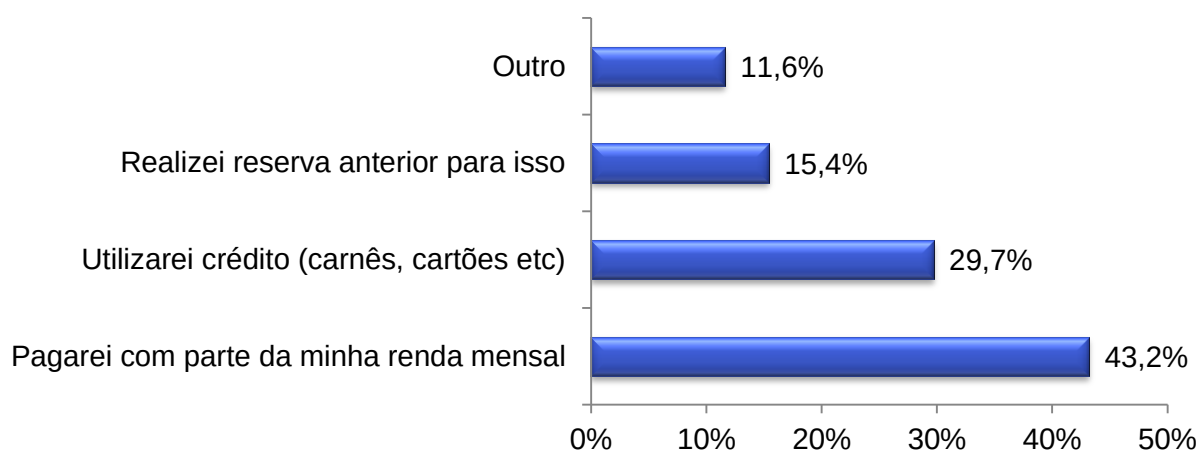
Como pretende pagar a compra desses produtos?



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. Observa-se certo grau de cautela no consumidor, uma vez que a maioria das respostas dos entrevistados indica para o pagamento parte da renda mensal (43,2%) e utilização de crédito (29,7%). Além disso, parte dos consumidores optou pelo planejamento financeiro ao realizarem reserva para as compras dessa data (15,4%).

Qual Recurso utilizará para realizar as compras

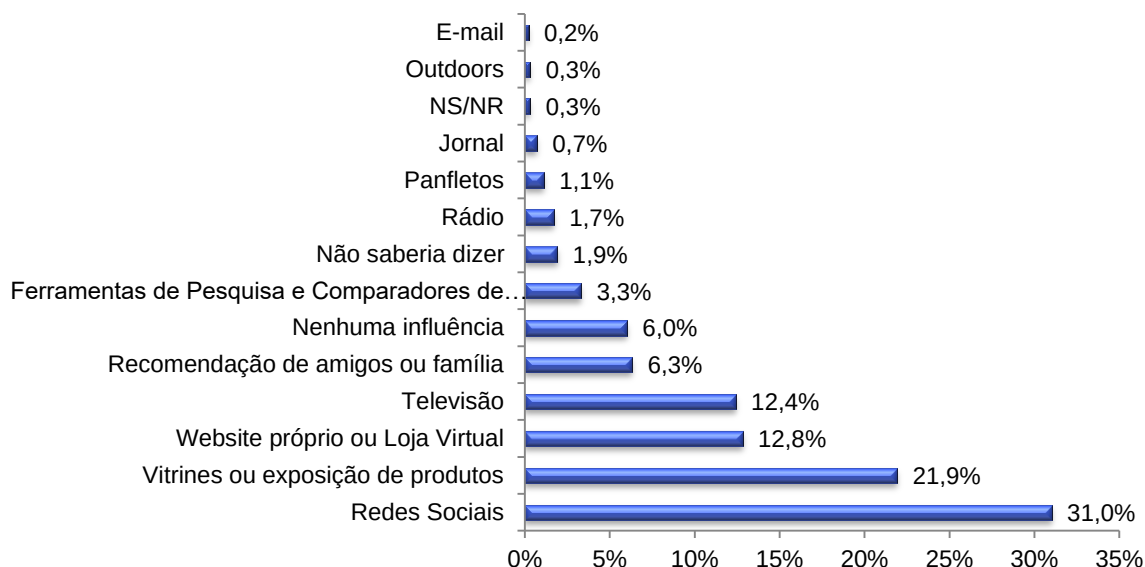


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

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 (31,0%), seguido de vitrines ou exposição de produtos (21,9%) Website próprio ou Loja Virtual (12,8%). Um dos meios habituais que merece destaque é a Televisão (12,4%), o qual vem perdendo relevância na comparação com o meio virtual. Assim, a pesquisa reforça a tendência dos consumidores em continuar a utilizar os meios virtuais, que se consolidaram como alternativa durante o isolamento social, ao mesmo tempo em que permanece recorrendo ao tradicional comércio de rua.

Meios de divulgação

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022

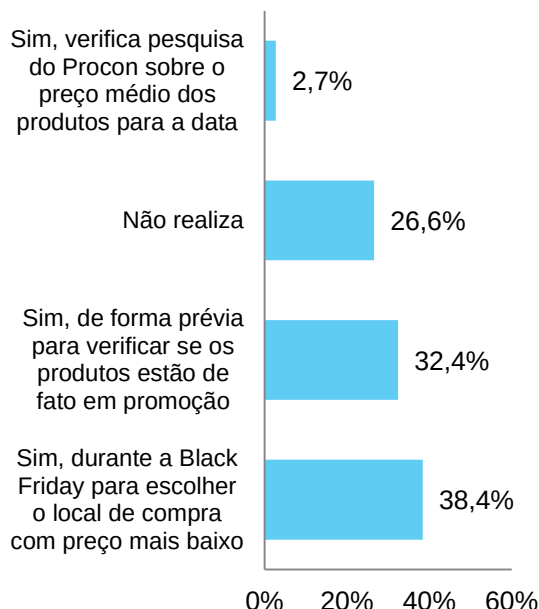


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outro aspecto é a realização da pesquisa de preços pelos consumidores para identificar se os produtos realmente estão abaixo dos preços médios. Nesse sentido, 73,5% dos entrevistados afirmam que irão realizar pesquisa de preços, sendo que a maioria 38,4% durante a Black Friday para escolher o local de compra com preço mais baixo. 32,4% mostram-se mais cautelosos já que pesquisarão de forma prévia para verificar se os produtos estão de fato em promoção.

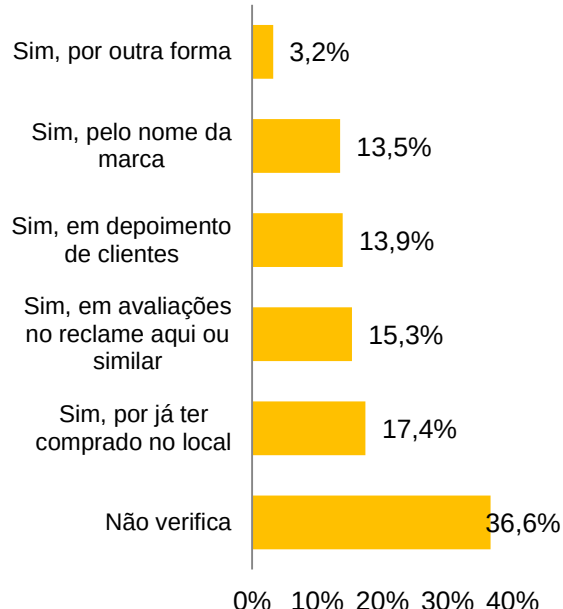
Vale também destacar que a maioria dos consumidores (63,3%) verifica a reputação da empresa/local onde pretende realizar a compra, sobretudo, por já ter comprado no local (17,4%), seguido de avaliação no reclame aqui ou similar (15,3%) em depoimento de clientes (13,9%).

Pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Reputação da empresa

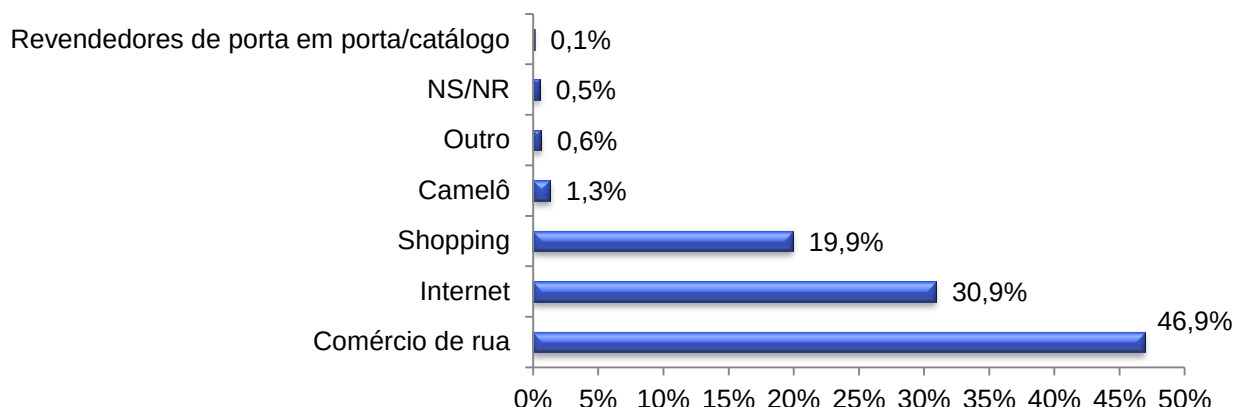


Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Ao se tratar do local de compra dos produtos, o comércio tradicional ou presencial continua a ser a primeira opção dos catarinenses (68,1%), com destaque para o comércio de rua que abrange 46,9% 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 19,9% dos consumidores, mesmo nível do dia das crianças (20%). O meio virtual será utilizado por 30,9% dos entrevistados. Essa alternativa evolui muito durante a pandemia e dificilmente será descartado pelos consumidores, entretanto, cabe ressaltar que na pesquisa para Black Friday de 2021, esse percentual era consideravelmente superior (38,9%).

Local de Compra

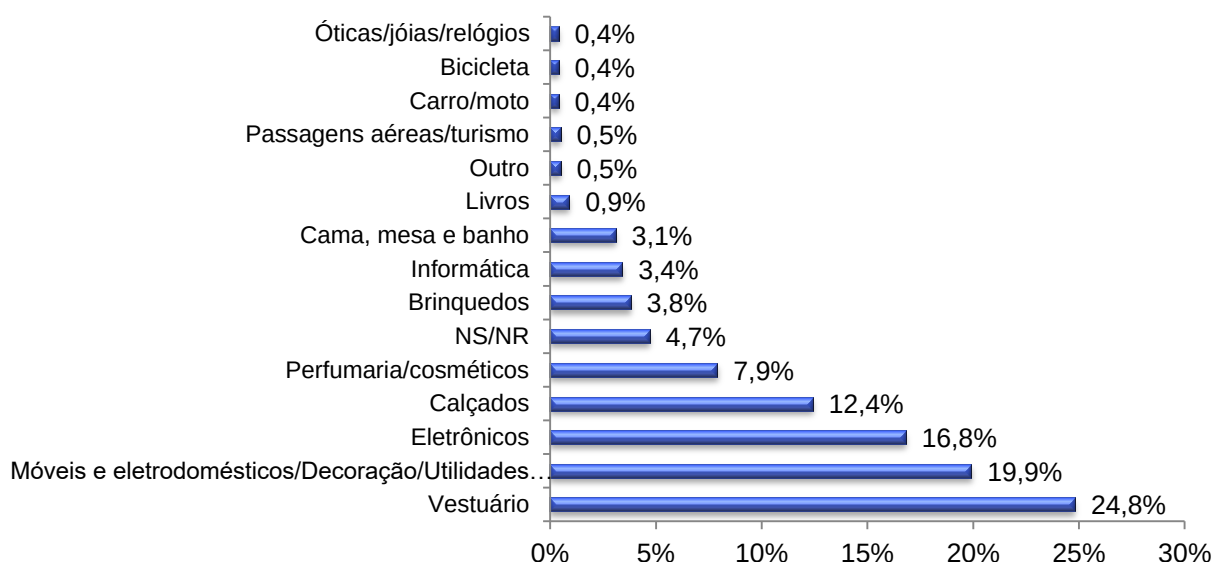
Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022



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 quais produtos ou itens serão comprados pelos catarinenses nesta data. Observa-se que a maior parte dos consumidores (24,8%) vai optar por artigos de Vestuário, enquanto 19,9% por Móveis e eletrodomésticos/Decoração/Utilidades domésticas. O resultado está em linha com as resposta dos objetivos dos consumidores, que indicava que a compra estaria voltada para novos produtos para casa e família ou para si mesmo.

Produtos que pretende comprar



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

O terceiro item está relacionado aos Eletrônicos, que atinge 16,8% dos entrevistados, seguido por calçados (12,4%) e Perfumaria/Cosméticos (7,9%).

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022

Desta forma, a análise do top 5 dos produtos mais pretendidos pelos entrevistados corrobora tanto o elevado gasto médio declarado, pois os artigos de Móveis e eletrodomésticos/Decoração/Utilidades domésticas e os Eletrônicos, em geral, são produtos de alto valor, quanto aos objetivos de compra de novos produtos para a casa/família ou para si mesmo, já que os artigos de Vestuário, Calçados e de Perfumaria/Cosméticos são predominantemente de uso individual.

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	35,1%	34,6%	19,4%
Móveis e eletrodomésticos/Decoração/Utilidades domésticas	27,4%	52,0%	14,0%
Eletrônicos	37,0%	34,4%	21,0%
Calçados	30,3%	36,5%	22,1%
Perfumaria/cosméticos	41,2%	35,1%	19,6%
Brinquedos	19,7%	31,1%	31,1%
Informática	34,8%	33,3%	21,7%
Cama/mesa/banho	29,0%	45,2%	17,7%
Livros	42,9%	21,4%	28,6%
NS/NR	33,3%	27,8%	13,9%

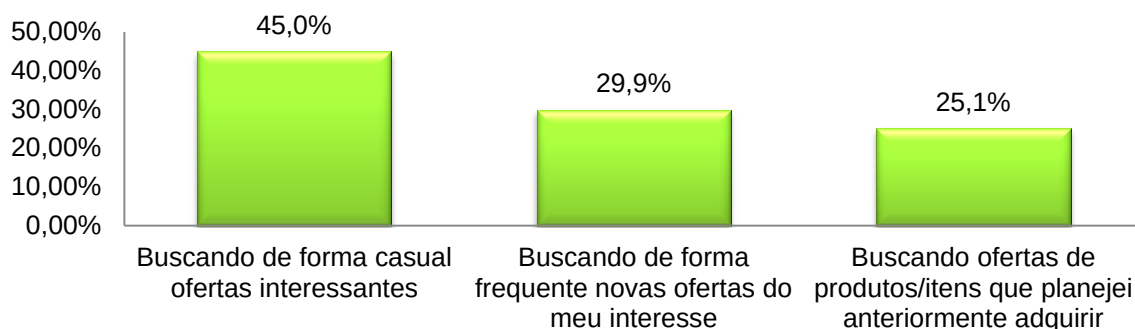
Observação: A relação é muito significativa.

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 (45,0%) devem buscar ofertas interessantes de maneira casual e 29,9% são consumidores interessados pela data e que devem fazer buscas frequentes por novas ofertas de seu interesse, mas que não planejaram as compras. Por outro lado, os consumidores que planejaram com antecedência os produtos ou itens que pretendem adquirir representam 25,1% dos entrevistados.

Pretende realizar as compras na Black Friday de que forma?

Pesquisa Fecomércio SC | Intenção de compra – Black Friday 2022



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 vitrines ou exposição de produtos (60,4%). Essa situação pode ser entendida como reflexo do desejo de sair de casa e passear livremente após o período de pandemia. Todavia, deve-se ressaltar também que hábitos adquiridos durante a emergência sanitária ainda permanecem como pode ser visto nesse mesmo grupo de consumidores que se mostram suscetíveis à atração por meio das redes sociais (40,3%) e website próprio ou loja virtual (50,8%). Entretanto, como já era esperado, esse perfil de cliente pretende gastar menos que os demais consumidores (R\$ 731,50) e realizar as compras, principalmente, com parte de sua renda mensal (40,6%).

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\$ 731,50	R\$ 1.362,07	R\$ 1.139,62
Recursos usados	Realizou reserva	10,7%	23,2%	16,1%
	Parte da renda mensal	40,6%	38,4%	51,1%
	Utiliza crédito	30,3%	33,1%	26,1%
Principais meios de atração	Redes sociais	40,3%	30,3%	29,3%
	Vitrines	60,4%	14,6%	25,0%
	Website próprio ou Loja Virtual	50,8%	21,8%	27,4%
	Televisão	36,7%	43,3%	20,0%

Observação: A relação é muito significativa para o cruzamento entre as três variáveis: intenção de gastos médio, tipo de recursos utilizados e análise dos principais meio de atração.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Como observado em outros anos, o consumidor que planejou as suas compras possui intenção maior de gasto médio do que os demais e prefere a televisão (43,3%) como meio de atração. Nesta Black Friday tal intenção é da

ordem de R\$ 1.362,07 e o pagamento será feito de maneira equilibrada. Ainda, o consumidor que deve fazer buscas frequentes por ofertas de seu interesse deve gastar em torno de R\$ 1.139,62 e utilizar parte de da renda mensal (51,1%) para pagar as compras.

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, e assim, devem aproveitar as oportunidades, especialmente, para adquirir produtos para a casa e a família (38,1%) e para compras para si mesmo (34,8%). Já, 15,6% indicam que devem antecipar as compras de Natal. Nesse contexto, a intenção de gastos médio em nível Estadual para o período é de R\$ 1.008,85. Este valor 51,8% superior ao observado em igual pesquisa no ano de 2021, e representa um aumento real de 41,7%, quando considerada a inflação acumulado nos últimos 12 meses.

A pesquisa também mostra melhora marginal na situação financeira das famílias, movimento que é percebido pela diminuição dos entrevistados que declararam piora da situação financeira (15,9%) em comparação com a pesquisa do ano anterior (18,8%). Ademais, as famílias estão mais confiantes e 32,5% pretendem ampliar os gastos de forma parcelada. Outro aspecto interessante está relacionado ao recurso utilizado, na qual 15,4% dos entrevistados afirmam que realizaram reserva anterior para as compras, apesar de não ser a forma preponderante, é um patamar interessante no que diz respeito à consolidação da data e ao grau de educação financeira dos consumidores.

Os principais produtos que serão comprados nesta data estão relacionados a Vestuário (24,8%), seguido de Móveis e Eletrodomésticos (19,9%), Eletrônicos (16,8%) e de Calçados (12,4%). O comércio de rua (46,9%) é o principal destino dos consumidores para realizar as compras, porém, o meio virtual mantém espaço na Black Friday com a preferência de 30,9% dos entrevistados. Além disso, nota-se que os consumidores estão mais propensos a serem influenciados para a escolha do estabelecimento por meio das divulgações em redes sociais (31,0%), seguido de vitrines ou exposição de produtos (21,9%) e Website próprio ou Loja Virtual (12,8%).

Por fim, nota-se que 73,4% dos entrevistados vão realizar pesquisa de preços. A pesquisa também indica que os consumidores estarão mais propensos a serem influenciados pelo comércio já que 38,4% dos entrevistados só pesquisarão os preços durante a Black Friday visando à escolha do local de compra com preço mais baixo.