

CAPA

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

Relatório Avaliação do Consumidor – Black Friday 2023

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
STATUS DA COMPRA	3
REALIZARAM COMPRAS	4
Perfil socioeconômico	4
Características das compras	5
Avaliação do atendimento	13
NÃO REALIZOU COMPRAS	14
CONCLUSÃO.....	17

INTRODUÇÃO

A *Black Friday* é uma data do comércio que tem origem nos Estados Unidos e ocorre na última sexta feira do mês de novembro. Com ações e promoções diversas, o intuito é a realização de uma grande ação de vendas, liquidando estoques, para iniciar as vendas de natal com os novos produtos e preços. Essa ação de vendas também passou a ser realizada por empresas no Brasil, que fazem diversas ações e promoções na data.

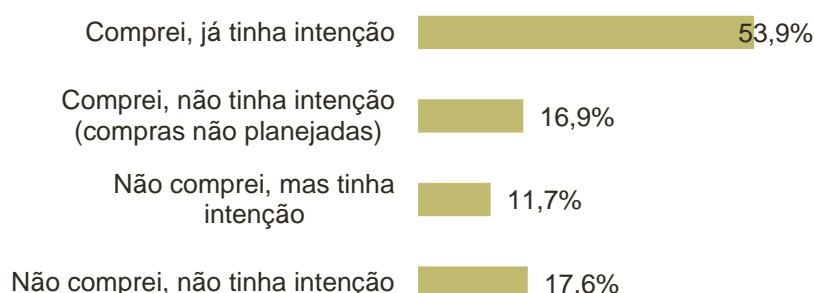
A data é uma das diversas que é monitorada pela Fecomércio SC. A pesquisa de visa compreender como foi o comportamento de compras para a data, levantando dados como, gasto médio efetivado, avaliação do atendimento para a data.

2102 consumidores foram entrevistados em sete cidades: Florianópolis, Criciúma, Chapecó, Blumenau, Joinville, Lages e Itajaí, entre os dias 27 de novembro a 03 de dezembro. A pesquisa tem significância de 95% e a margem de erro estimada para os municípios de 5,8% e de 2,3% para o estado. A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada com base em questionário estruturado. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos.

STATUS DA COMPRA

A abordagem inicial da pesquisa é questionar se os consumidores realizaram compras de promoção na *Black Friday*. A pergunta permite compreender se o consumidor possuía intenção preliminar de realizar as compras e os que não tinham. 70,7% dos consumidores entrevistados realizaram compras de produtos na *black Friday*.

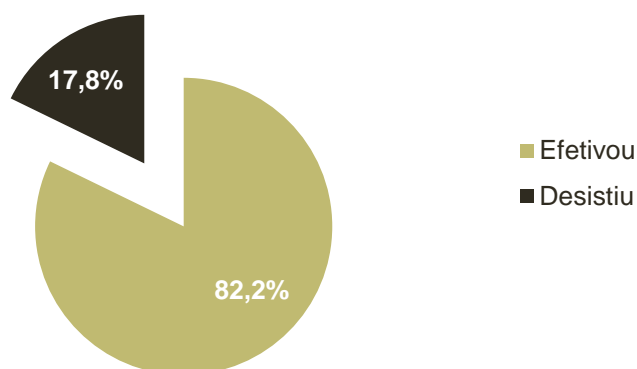
Realização das compras



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Além do indicador sobre a realização, a pesquisa apura o indicador de efetivação, ou seja, quando a pessoa tem a intenção de realizar determinada compra e se o faz ou desiste dela por qualquer motivo, considerando assim os consumidores que declaram que já tinham intenção, com a efetivação sendo 82,2%.

Efetivação



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

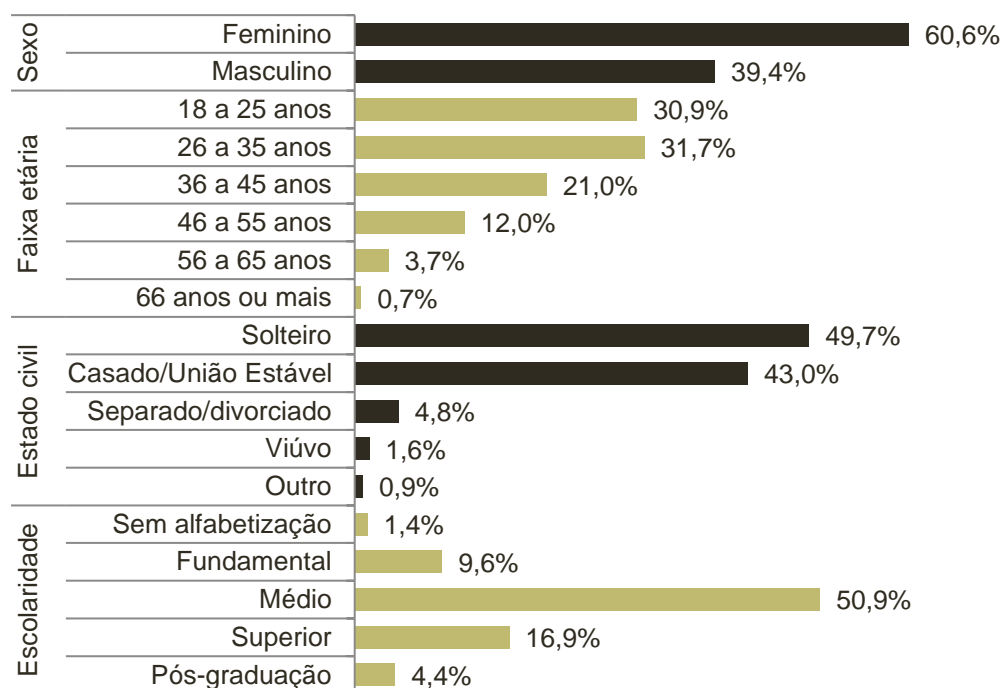
O capítulo a seguir irá versar sobre o comportamento consumidor sobre os 70,7% dos consumidores que realizaram compras para a data, considerando o seu perfil socioeconômico, êxito, locais de compra e outros indicadores importantes para a data.

REALIZARAM COMPRAS

Perfil socioeconômico

O perfil socioeconômico é fundamental para compreender o comportamento consumidor, pois características do perfil, tendem a influenciar diversos comportamentos de compra.

Perfil Socioeconômico



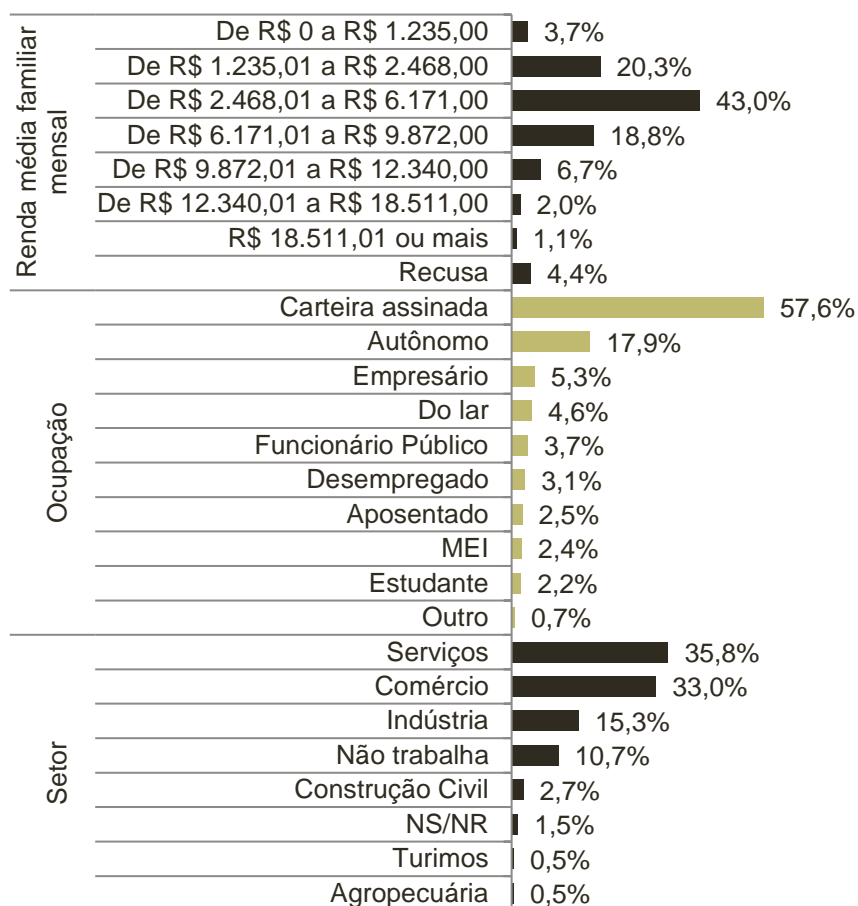
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Os consumidores que realizaram compras de ações de *black Friday* são em sua maioria mulheres, pessoas com idade média de 33,3 anos, solteiros (49,7%) e com ensino médio completo (50,9%).

Compreender o perfil socioeconômico permite aos empresários do setor do comércio, por exemplo, terem *insights* e direcionarem suas campanhas de marketing e vendas para atingir o seu público-alvo de forma assertiva.

Assim, outros indicadores foram apurados, onde se observa que esses consumidores possuem renda média familiar mensal até R\$ R\$ 6.171,00 (67%), trabalham com carteira assinada (57,6%), principalmente nos setores de serviços (35,8%) e comércio (33%).

Perfil Socioeconômico



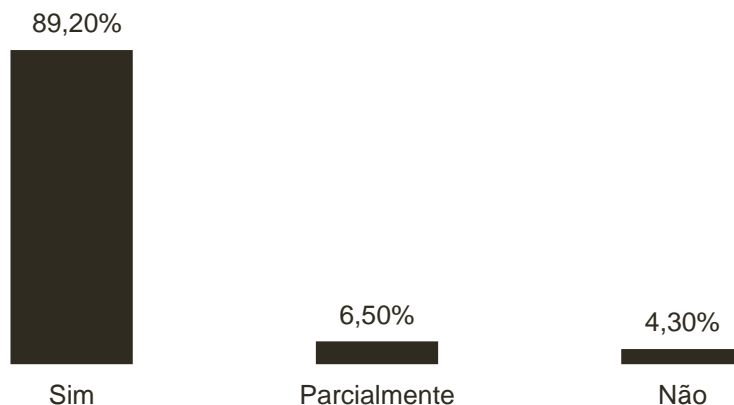
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Os dados do perfil serão utilizados para dialogar e compreender em profundidade o comportamento consumidor dos que realizaram as compras para o dia das crianças.

Características das compras

Assim, entre as diversas características exploradas, a pesquisa observa se o consumidor comprou o que de fato motivou à ida as compras. Nas compras de *black friday* de 2023, nove em dez dos consumidores que realizaram compras tiveram êxito, adquirindo os produtos que os levaram às compras.

Êxito



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa também aborda quais foram os principais critérios levados em consideração na hora das compras, pois teóricos do marketing argumentam que existem quatro itens fundamentais no processo de decisão de compra: Preço, Praça, Produto e Promoção, definições substanciais que uma empresa deve considerar para atingir um determinado público. Na pesquisa os consumidores atribuíram uma nota de 01 a 10, sobre o quanto cada item influenciou em sua decisão de compra, considerando que 01 não influenciou e 10 influenciou totalmente.

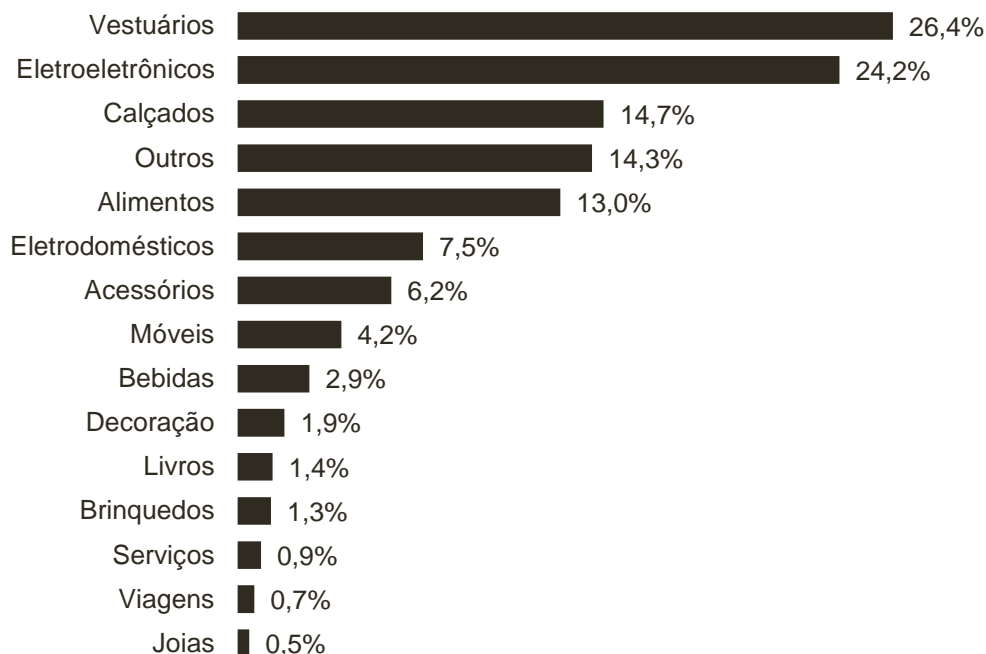
O produto em si foi o principal critério (8,94), seguido pela praça, que diz respeito ao local de compra (8,90).

Critério de compra	
Critério	Nota
Produto	8,94
Localização	8,90
Preço	8,60
Propaganda	8,29

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Sobre o segmento de produtos mais comprados na data, o principal foram os de vestuário (26,4%) e os eletroeletrônicos (24,2%). Os calçados aparecem em terceiro lugar com 14,7%.

Segmento compras



Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Outro indicador importante que a pesquisa mapeia é o valor do gasto médio por segmento, onde é possível observar em quais setores os consumidores gastaram mais ou menos. Com ele, nota-se que o vestuário, principal segmento, é um dos com o menor gasto médio, enquanto os móveis foram os que apresentaram o maior, sendo o único ultrapassando o valor médio de R\$800,00.

Gasto médio segmento	
Segmento	Gasto médio
Móveis	R\$ 868,39
Eletroeletrônicos	R\$ 756,07
Eletrodomésticos	R\$ 593,08
Brinquedos	R\$ 453,00
Alimentos	R\$ 449,81
Acessórios	R\$ 393,38
Outros	R\$ 368,90
Decoração	R\$ 362,30
Vestuários	R\$ 358,84
Serviços	R\$ 344,31
Calçados	R\$ 300,56
Bebidas	R\$ 297,31
Livros	R\$ 151,63

Nota: segmentos com menos de dez citações não tiveram o gasto média calculados.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

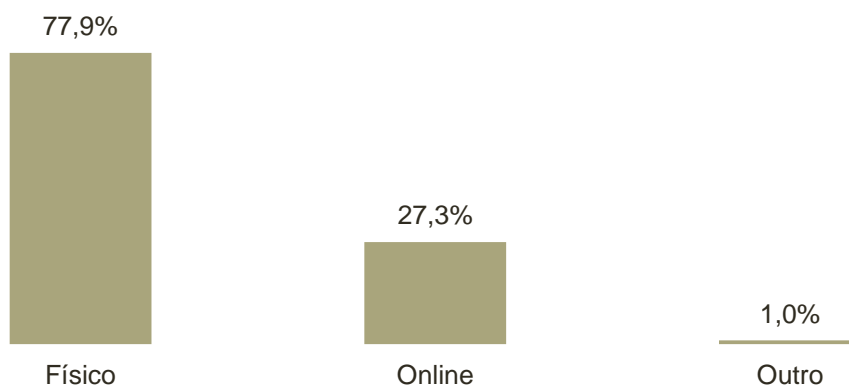
O gasto médio geral foi de R\$648,66, e quando é traçado um cruzamento de dados entre a cidade e o gasto médio, observamos que os consumidores de Chapecó gastaram mais (R\$774,70), enquanto os de Lages o que menos investiram nas promoções de *black Friday* (R\$540,08). Quanto à quantidade média de produtos comprados, a média foi de 3,11.

Gasto médio por cidade	
Cidade	Gasto médio
Chapecó	R\$ 774,70
Itajaí	R\$ 729,83
Florianópolis	R\$ 721,03
Joinville	R\$ 618,67
Blumenau	R\$ 597,07
Criciúma	R\$ 572,10
Lages	R\$ 540,08

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A pesquisa conseguiu apurar as diversas facetas dos locais e canais de compra que os consumidores realizaram. O canal físico foi o principal (77,9%), mas o canal online atingiu quase 30% da preferência (27,3%).

Local de compra - canal

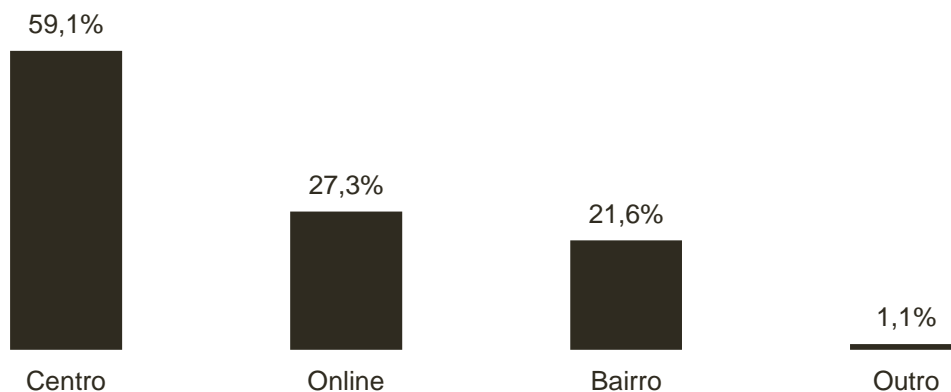


Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Junto com o tipo do canal de venda, a pesquisa também apurou o local de compra considerando a geolocalização dos estabelecimentos onde as compras foram realizadas, onde nota-se que os comércios localizados nos centros das cidades foram as principais escolhas (59,1%), e que as compras online (27,3%) superaram em 5,7 pontos percentuais as compras nos comércios em outros bairros das cidades pesquisadas (21,6%).

Local de compra - geolocalização

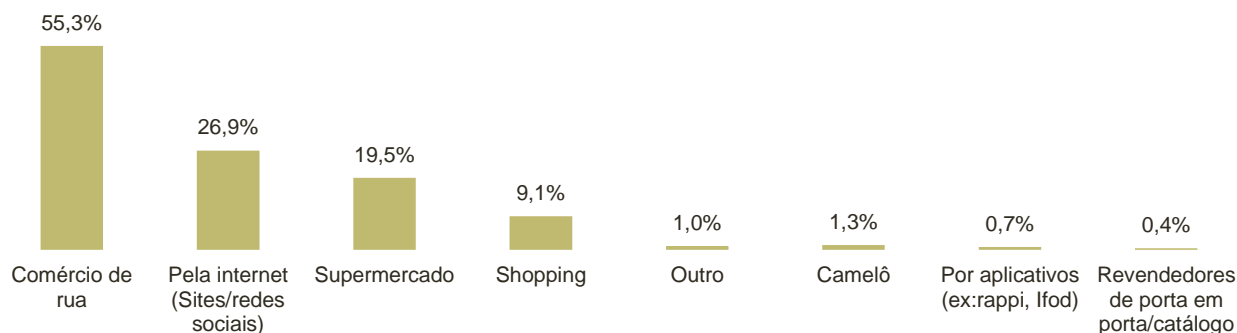


Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

No que tange ao estabelecimento onde a compra foi realizada, comércios de rua foram os principais (55,3%), seguido das compras pela internet utilizando sites e redes sociais (26,9%) e supermercados (19,5%).

Local de compra - estabelecimentos



Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

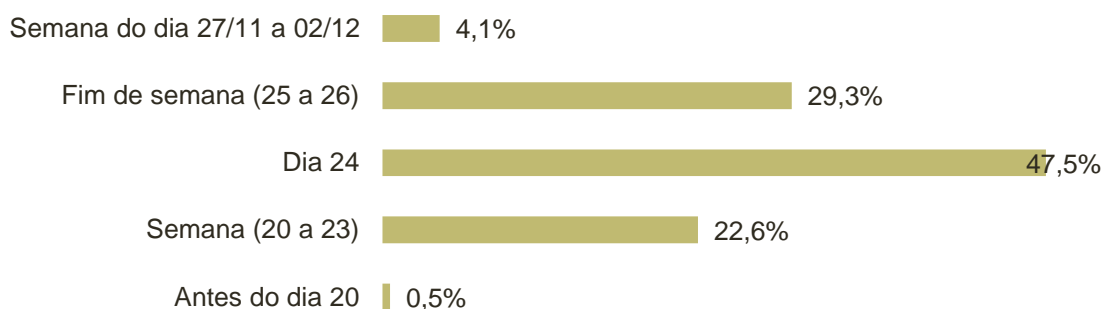
Cruzando o dado sobre o gasto médio com a geolocalização da compra, consegue-se a informação de que os consumidores que realizaram compras online apresentaram o maior gasto médio, superando os R\$700,00, enquanto os que compraram em bairros foram os que menos gastaram.

Geolocalização X Gasto médio	
Geolocalização	Gasto médio
Online	R\$ 700,88
Centro	R\$ 676,22
Outro	R\$ 639,82
Bairro	R\$ 578,15

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Outro dado que revela muito sobre o comportamento consumidor a data da compra. As ações de *black friday*, muitas vezes, ocorrem não apenas no dia, com empresas fazendo ações de pré ou pós, por exemplo. Isso é visível quando observamos que 56,6% não compraram exatamente na data, enquanto 47,5% o fizeram, apontando que ações dispersas em diversos dias, além da sexta, parece ser uma boa estratégia.

Data da compra

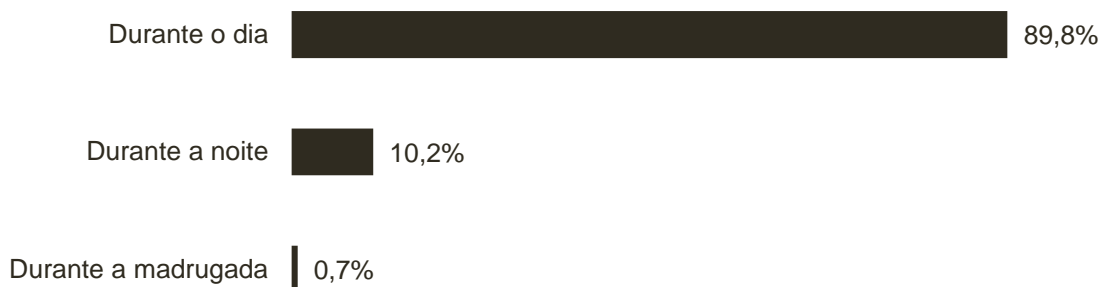


Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Como os canais de compra são diversos, operando em diversos horários, a pesquisa também questionou o período do dia as compras foram realizadas. O período do dia foi o principal (89,8%), mas alguns realizaram também de noite (10,2%), e alguns poucos o fizeram durante a madrugada (0,7%).

Período do dia compra



Nota: Respostas múltiplas, percentual total superior a 100%.

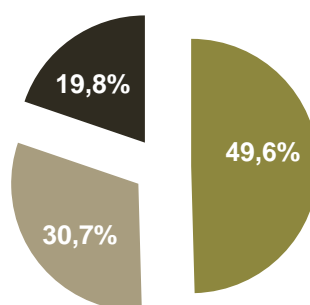
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A Fecomércio SC tem como bandeira combater a comercialização e compra de produtos piratas. Para isso, apura das datas que pesquisa a compra destes produtos. Durante as compras de *Black Friday* a maioria afirma não ter comprado produtos deste tipo (92,7%), enquanto 5,1% admite que compraram e 2,2% não souberam dizer.

Diversos indicadores foram apurados na pesquisa, entre eles o planejamento das compras. Considerando que é uma data com diversos descontos e promoções, muitos consumidores se programam para realizar as compras dos produtos que desejam. Isso pode ser observado dos dados, com 80,2% planejou em algum grau as compras, sendo que 49,6% realizaram apenas as compras planejadas, sem adquirir produtos de oportunidade, 30,7% também compraram produtos de oportunidade e entre 19,8% as compras foram todas de oportunidade.

Planejamento compras

■ Planejadas ■ Parcialmente planejadas ■ Não planejadas



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

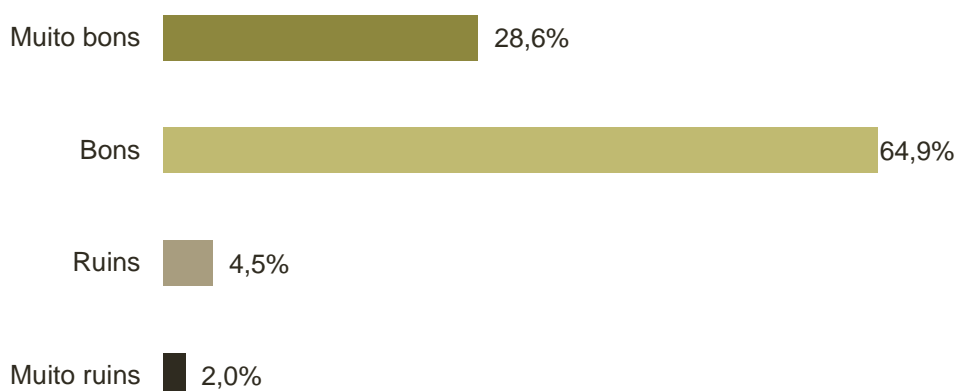
Outro importante indicador, que pode auxiliar os empresários em suas ações para a data, é que os consumidores que planejaram suas compras apresentaram gasto médio (R\$713,47) consideravelmente maior em comparação com os que realizaram apenas compras de oportunidade (R\$528,50), demonstrando que os empresários podem investir em ações que incentivem a compra planejada.

Planejamento X Gasto médio	
Planejamento	Gasto médio
Planejadas	R\$ 713,47
Parcialmente planejadas	R\$ 626,95
Não planejadas	R\$ 528,50

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC

Os consumidores também avaliaram os descontos que encontraram durante as compras, e um importante indicador para as empresas é que a maioria avaliou positivamente os descontos (93,5%), com 28,6% achando muito bons e 64,9% achando bons.

Classificação dos descontos



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Somando-se a esse indicador positivo, outra boa notícia para os empresários é sobre o sentimento dos consumidores de terem sido, ou não, lesados ou enganados de alguma forma com as promoções. A maioria dos consumidores que realizaram compras não teve esse sentimento (74,3%), enquanto 8,5% acharam que sim, sendo que desses 6,4% se sentiram assim sobre os preços dos produtos.

Lesado na compra	
Lesado	%
Não	74,3%
Não sei	17,2%
Sim	8,5%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Avaliação do atendimento

Os consumidores avaliaram a experiência de compra para a data, julgando os critérios: agilidade no atendimento, cordialidade do atendente e clareza de informações fornecidas, atribuindo nota, de 1 a 10, considerando 01 péssimo e 10 ótimo, para os três itens.

Todos os critérios de atendimento apresentaram notas muito próximas, mas a agilidade foi a melhor avaliada (8,71), assim a nota geral do atendimento também foi boa, ficando em 8,69.

Avaliação atendimento	
Critério	Nota
Agilidade	8,71
Clareza	8,69
Tratamento	8,66
Avaliação	8,69

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

A cidade que onde os consumidores tiveram a melhor experiência de compras relacionada ao atendimento foi Florianópolis (8,83), e quase todas as cidades ficaram com nota média superior a 8 pontos, apenas Lages, que a média foi de 7,84.

Cidade X Nota atendimento	
Cidade	Nota média
Florianópolis	8,83
Itajaí	8,69
Joinville	8,64
Blumenau	8,53
Criciúma	8,51
Chapecó	8,23
Lages	7,84

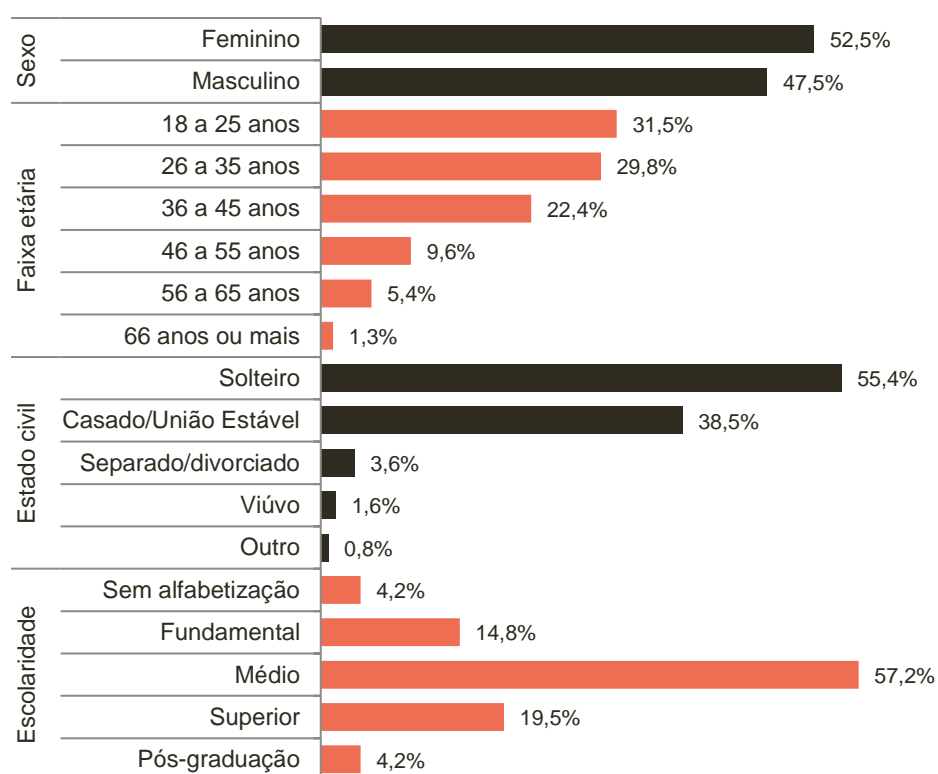
Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Os dados a seguir versam sobre os consumidores que não realizaram compras de presentes para a data, apurando o seu perfil e outros dados relacionados a data.

NÃO REALIZOU COMPRAS

O perfil socioeconômico dos consumidores entrevistados que não realizaram as compras para a data se assemelha ao dos consumidores que compraram, com dados como sexo, escolaridade, ocupação e setor muito próximos. Nota-se, contudo, maior equilíbrio entre os sexos e maior participação de níveis de escolaridade menor.

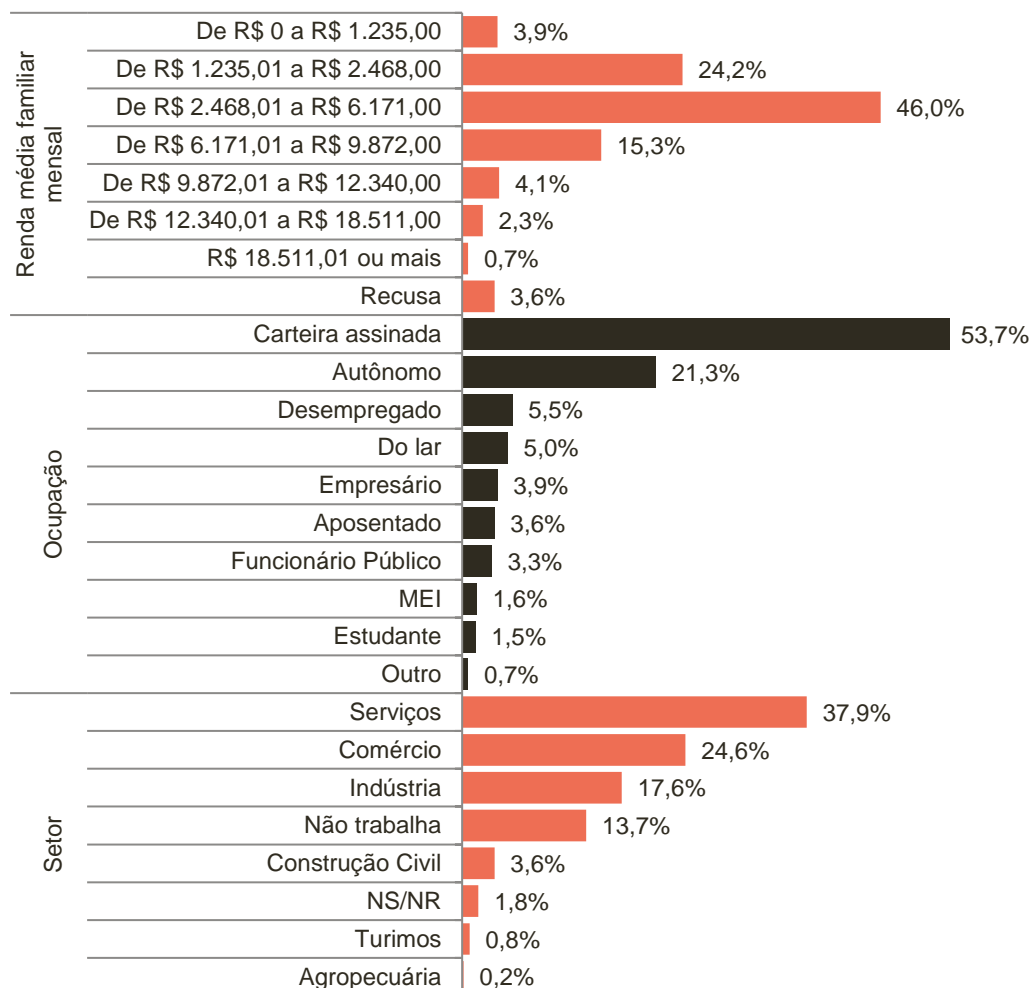
Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Referente à ocupação, entre os consumidores que não realizaram compras de presentes há maior participação de pessoas desempregadas e com renda até R\$ 6.171,00 (74,1%).

Perfil socioeconômico



Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

Esses consumidores já não tinham a intenção de realizar compras (60,2%), enquanto 39,8% tinham, mas não as efetivaram.

Também foi questionado o motivo para não realizar as compras da data, a pergunta realizada era aberta e as respostas foram higienizadas e agrupadas conforme se alinhavam.

A falta de dinheiro foi o principal motivo para quase 40% dos respondentes (37,0%), mas 16% afirmam que acham que a data é uma enganação, enquanto 11% apenas não tinham necessidade de compras produtos durante o período.

Pesquisa Fecomércio SC | Avaliação do Consumidor - Black Friday 2023

Motivo não compra	
Motivo	%
Falta de dinheiro	37,0%
Acho enganação	16,0%
Sem necessidade de produtos	11,0%
Sem motivo específico	8,2%
Falta de Tempo	8,1%
Aguardando entrada de receitas	6,6%
Preços altos	3,6%
Ainda estou pesquisando	3,0%
Economizar	2,1%
Não tem interesse nas promoções e produtos da Black Friday	1,5%
Não encontrou o produto que desejava	1,5%
Outro	0,8%
Outras prioridades	0,7%

Fonte: Núcleo de Pesquisa Fecomércio SC.

CONCLUSÃO

A pesquisa de Avaliação de Compras da *black Friday* aponta que a data foi positiva, com sete em dez consumidores realizando compras para a data (70,7%). Além disso, o gasto médio foi de R\$648,66 em todo o estado, sendo que Chapecó foi a cidade que apresentou maior gasto médio.

O principal canal de compras foi físico (77,9%), principalmente em comércios de rua do centro das cidades pesquisadas (40,3%), mas apresentou maior gasto médio os consumidores que realizaram compras online (R\$700,88). Além da data do dia 24/11, a sexta original das vendas, muitos consumidores realizaram compras com promoções de *black friday* em outros dias (56,6%), apontando que ações de pré e pós relacionadas ao tema tem efetividade, uma importante informação para o comércio.

Os consumidores em geral planejaram suas compras (80,2%) e os que só compraram itens planejados apresentaram o maior gasto médio, outra informação que pode auxiliar os empresários em ações de vendas para a data. Junto disso, os consumidores avaliaram positivamente os descontos que encontraram.

Referente aos consumidores que não realizaram compras na data, o principal motivo para não fazer foi a falta de dinheiro (37%), mas em segundo lugar estão os consumidores que entendem que a data “é uma enganação”, ou seja, não acreditam realmente nos descontos, apontando para um ponto de atenção que é a necessidade, da parte do consumidor, de realizar pesquisas antes da compra, e a de fiscalização para que o consumidor não venha a ser prejudicado.