

**BLACK
FRIDAY**

PESQUISA

Intenções de Compras
Black Friday 2020

MOSSORÓ

NOVEMBRO DE 2020

Sumário

1. APRESENTAÇÃO.....	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....	5
Intenção de consumo.....	5
Produtos	6
Gastos	6
Local e período de compras	7
Estratégias.....	7
4. GRÁFICOS E TABELAS.....	9
Intenções de Compras	9
Produtos	10
Gastos	11
Local e quando compra.....	12
Estratégias.....	14
6. VARIÁVEIS CRUZADAS.....	17

1. APRESENTAÇÃO

A Black Friday é uma data tradicional de oferta de grandes descontos, realizada inicialmente nos Estados Unidos, celebrada no dia seguinte à 4ª quinta-feira do mês de novembro, e que este ano cai no dia 27 de novembro. Se tornou popular entre os consumidores do Brasil e já faz parte do calendário de compras de muitos deles. 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 ações do comércio para atrair o consumidor, que, mesmo sem planos de compras, procura por preço e variedade de produtos.

Diante disso, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Departamento de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos (DEES), ouviu consumidores sobre sua intenção de consumo durante a Black Friday, com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor mossoroense em relação a esta data, bem como suas intenções de compras. Além disso, a pesquisa de “Intenções de Compras para a Black Friday 2020” busca identificar os gastos com compras, os elementos levados em consideração no ato da compra, os principais locais para a realização dessas compras, entre outros aspectos.

Tendo em vista a necessidade de compreender o comportamento do mercado, realizar avaliações e adotar decisões estratégicas, empresários têm avaliado de forma positiva as pesquisas da Fecomércio RN, de maneira que as mesmas servem de monitoramento do mercado potiguar.

Espera-se, com a divulgação das pesquisas, atender ao desejo da classe empresarial, assim como das associações comerciais, administradores, gestores públicos, lojistas e produtores, dada a amplitude e abrangência dos dados, bem como dar oportunidade de disseminação do conhecimento.

2. ASPECTOS TÉCNICOS

A pesquisa ocorreu entre os dias 15 e 30 de outubro de 2020. Este intervalo foi escolhido para que houvesse tempo suficiente para a tabulação e análise dos dados e para a divulgação dos mesmos com antecedência em relação à data.

Foi utilizado o método quantitativo de pesquisa, através da realização de entrevistas por meio de ligações telefônicas, com a aplicação de questionário estruturado e padronizado, junto a uma amostra representativa da população pesquisada. O universo escolhido foi o da população de consumidores de Mossoró. Os dados coletados são primários, observados sob a técnica de pesquisa aplicada, sendo esta descritiva com efeito exploratório.

A amostra pesquisada foi determinada por critérios estatísticos, com o objetivo de garantir a maior fidedignidade possível. Na pesquisa foram entrevistadas 430 pessoas, distribuídas proporcionalmente por região administrativa do município. Para que o trabalho apresentasse um bom resultado foi estabelecido estatisticamente um índice de confiança de 95% e um erro amostral de aproximadamente 4% para mais ou para menos.

A pesquisa baseou-se em questionários estruturados, constando 22 perguntas, constituídas em sua maior parte por questões fechadas, sendo que algumas delas permitiam mais de uma alternativa como resposta. Alguns resultados podem não fechar em 100% devido aos arredondamentos e em função das perguntas de múltipla resposta.

Para a realização da pesquisa foi utilizada uma equipe de entrevistadores com experiência neste tipo de trabalho. Os questionários foram submetidos a um acompanhamento, que consistiu na checagem dos dados obtidos individualmente pelos entrevistadores, para verificação das respostas e da adequação aos parâmetros amostrais.

A análise dos dados foi feita de forma descritiva e analítica, tirando conclusões que auxiliam a descrever a intenção da população, através da interpretação de gráficos e tabelas.

3. SÍNTESE DOS RESULTADOS

Intenção de consumo

De acordo com pesquisa realizada pela Fecomércio RN, 59,5% dos mossoroenses pretendem comprar na Black Friday deste ano. Outros 40,5% não almejam ir às compras nesta data. A Black Friday já se tornou uma data popular entre os brasileiros e deve atrair boa parte dos consumidores para o comércio durante esta edição.

Em relação aos que não pretendem fazer compras na Black Friday, os principais motivos apontados são falta de dinheiro, com 37,3%; não gostar da data, com 24,2% e a necessidade de poupar, indicada por 9,3% dos entrevistados. Também há aqueles que não vão comprar devido à pandemia, que somam 8,1% da amostra. Dívidas e contas em atraso aparecem com 7,5% das respostas.

Quem vai às compras

Os números também mostram que o evento já virou tradição no Brasil. O perfil das pessoas mais interessadas em comprar é composto por homens (63,2%); consumidores da faixa de 35 a 44 anos (68,7%); pessoas com ensino superior ou mais (71,6%); e renda familiar entre 5 e 10 salários mínimos (71,4%).

A pesquisa também mostrou que a data já é conhecida pelos consumidores. Quatro em cada dez (40,5%) pessoas estão pensando em aproveitar a data para antecipar suas compras de Natal.

Outro dado interessante da pesquisa revela que a maioria (56,3%) dos consumidores mossoroenses ouvidos comprarão itens não planejados, caso os descontos oferecidos pelo comércio sejam atrativos.

Produtos

Quando se fala em categoria de produtos, os eletrodomésticos lideram o ranking de intenções de compra e são o alvo de 33,6% dos compradores na Black Friday. Em segundo e terceiro lugares, aparecem os eletrônicos (21,1%) e celulares/smartphone/tablets (20,3%). A lista é seguida por roupas (14,8%) e móveis e decoração (13,3%), números que demonstram a preferência dos consumidores por produtos eletroeletrônicos.

Para 42,8% dos consumidores mossoroenses, a intenção é comprar um item. Já 36,2% pretendem comprar dois ou mais produtos.

Gastos

Ainda segundo a pesquisa, 42,4% dos consumidores que vão às compras pretendem gastar acima de R\$ 1 mil na Black Friday. Em seguida, vêm os que planejam fazer compras mais modestas (19,1%), de R\$ 500 a R\$ 1 mil. Aqueles que pretendem desembolsar entre R\$ 201 e R\$ 500 em produtos correspondem a 10,1% da população. O ticket médio previsto para as compras, calculado com base nas respostas, é de R\$ 608,07. Vale ressaltar que 24,5% ainda não decidiram quanto irão desembolsar na compra.

Os homens pretendem gastar mais nas compras, em média, R\$ 636,33, enquanto as mulheres vão desembolsar o valor médio de R\$ 580,04. A faixa etária que vai investir menos na compra é a de 18 a 24 anos (em média, R\$ 583,33), enquanto a que vai investir mais é a acima de 45 anos (em média R\$ 637,76). Foi observado também que, entre os que possuem renda familiar maior que 10 salários mínimos, a intenção é gastar, em média, R\$ 937,50 nas compras da Black Friday.

O método de pagamento mais utilizado será o cartão de crédito, com mais de 33,5% da preferência. O dinheiro é a opção de quase 28,8%, que pretendem utilizar o pagamento em espécie para barganhar mais descontos com os métodos à vista. Outras formas de pagamento são o cartão de crédito em única parcela (12,5%); o cartão de débito (1,9%) e o boleto (1,2%). Outros 22,2% ainda não sabem informar qual a modalidade de pagamento será usada.

Local e período de compras

Em Mossoró, a previsão para este ano é de que o consumidor vá às compras tanto nas lojas físicas quanto pela internet. Sobre os locais que os consumidores devem fazer as compras, as lojas do comércio de rua serão a escolha de 42,4% dos consumidores. Na sequência, aparecem as compras pela internet, com 30,7%; seguidas pelos shopping centers, com 14,8%.

Sobre a forma como escolhem onde comprar os produtos, 67,6% dos consumidores disseram que o valor das mercadorias é o fator principal, porém, citam outros fatores como variedade de produtos (21,9%); conforto (18,4%); confiança (12,5%); acessibilidade (10,2%); proximidade (9,8%); vendas online (7,4%) e segurança (7,4%).

Além disso, dos que vão às compras, 63,8% dos entrevistados pretendem aproveitar as ofertas no dia da Black Friday. 12,8% dos consumidores pretendem comprar uma semana antes do evento.

Entre os compradores mossoroenses, 81,3% dos respondentes revelaram que vão pesquisar os preços dos produtos e serviços antes de adquirir os itens, sendo que 50,6% o farão para confirmar se os produtos estão de fato na promoção e 30,7% para escolher as lojas em que os produtos desejados estão mais baratos. Para otimizar investimentos em mídia num período de altíssima disputa por atenção, é necessário que a publicidade digital também se antecipe.

Com relação aos preços praticados nesta Black Friday, 67,9% acreditam que os preços dos produtos estarão mais altos do que no ano passado, 13,5% consideram que estarão iguais e 12,6% pensam estar mais baixos.

Estratégias

Com relação às ações que poderão estimular o consumo durante a data, 53% dos entrevistados citaram os preços dos produtos praticados pelos lojistas; 32,1% os descontos dos produtos (32,1%); atender às necessidades dos consumidores (30,5%); qualidade dos itens (11,2%); facilidade de pagamento (10,2%); variedade de marcas (6%); atendimento diferenciado (5,3%), visibilidade da loja (3%) e marketing/divulgação (2,6%).

Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

4. GRÁFICOS E TABELAS

Intenções de Compras

Gráfico 1 – O (a) Sr. (a) pretende comprar algum produto durante a Black Friday deste ano?
Fonte: Fecomércio RN

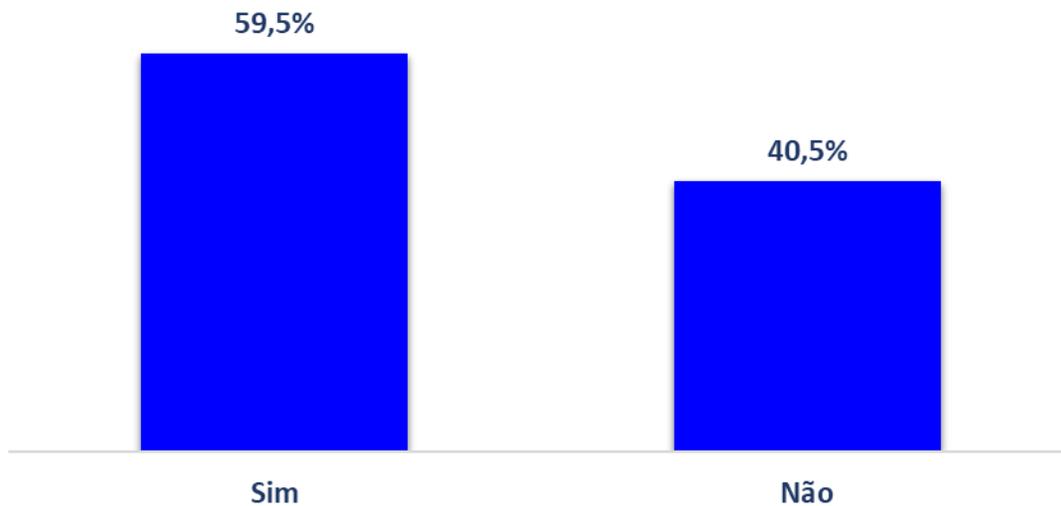


Gráfico 2 – Por qual motivo o (a) Sr. (a) não pretende comprar?
Fonte: Fecomércio RN



Produtos

*Gráfico 3 – Que tipo de produto (s) o (a) Sr. (a) está interessado em comprar nessa data?
(Múltipla resposta)*

Fonte: Fecomércio RN

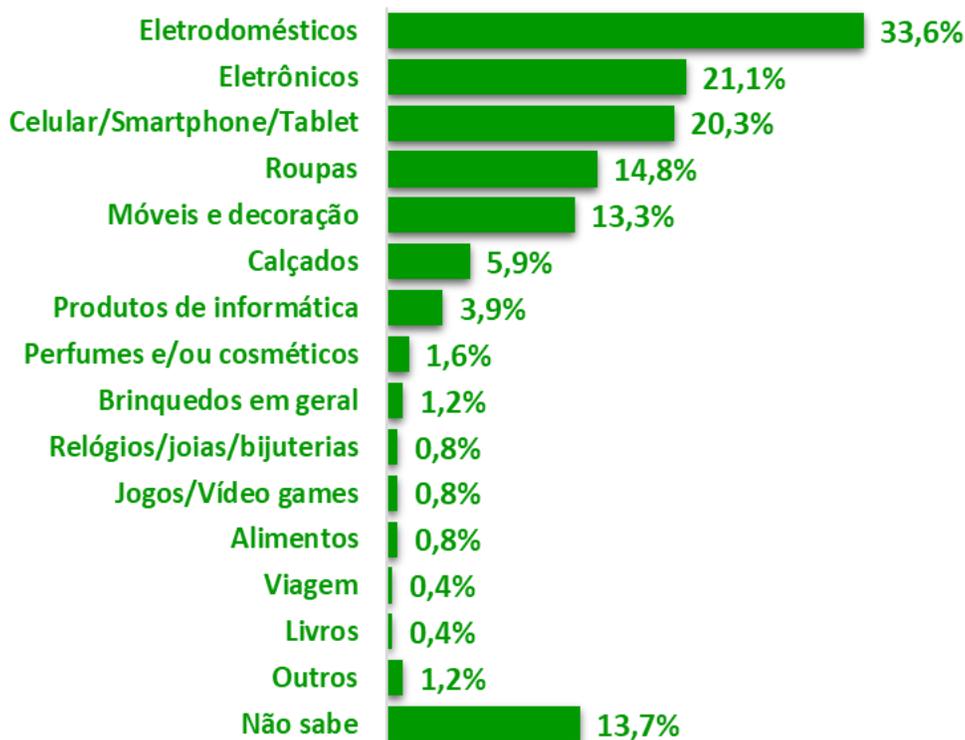
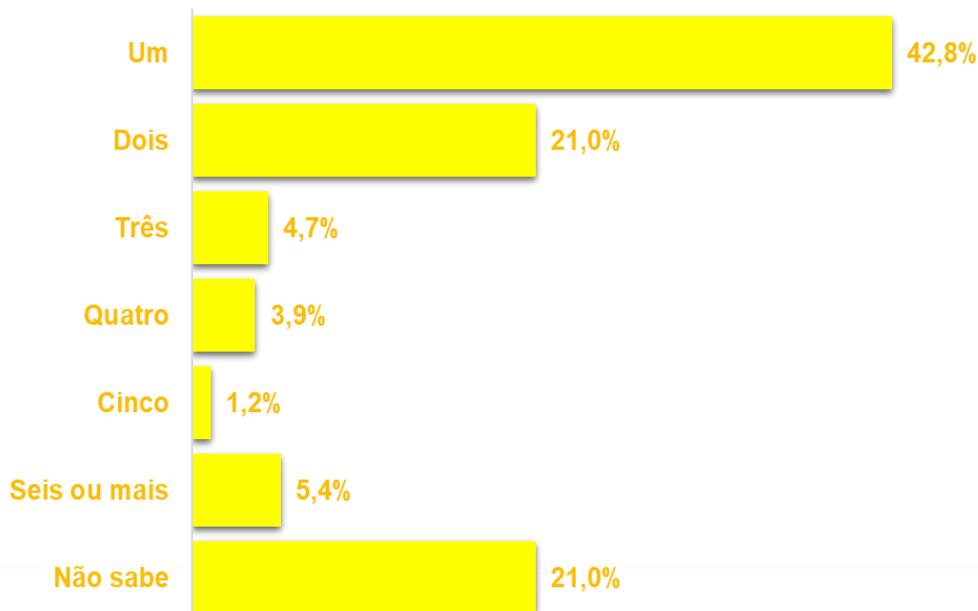


Gráfico 4 – Quantos itens pretendem comprar?

Fonte: Fecomércio RN



Gastos

Gráfico 5 – Quanto pretende gastar com produtos no período da Black Friday?

Fonte: Fecomércio RN

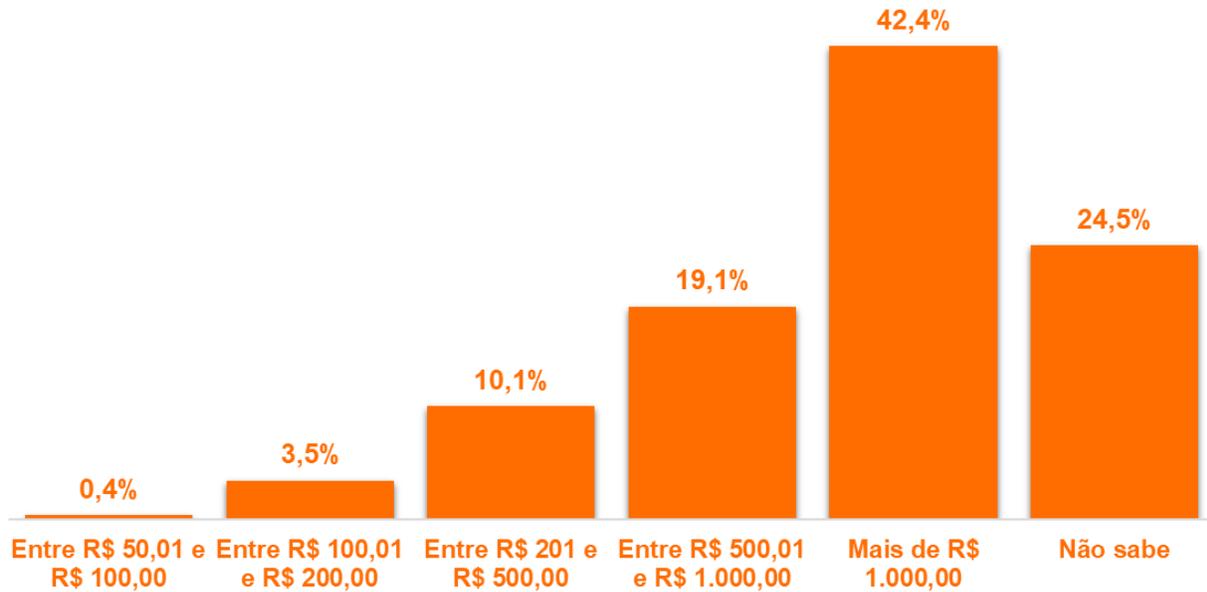
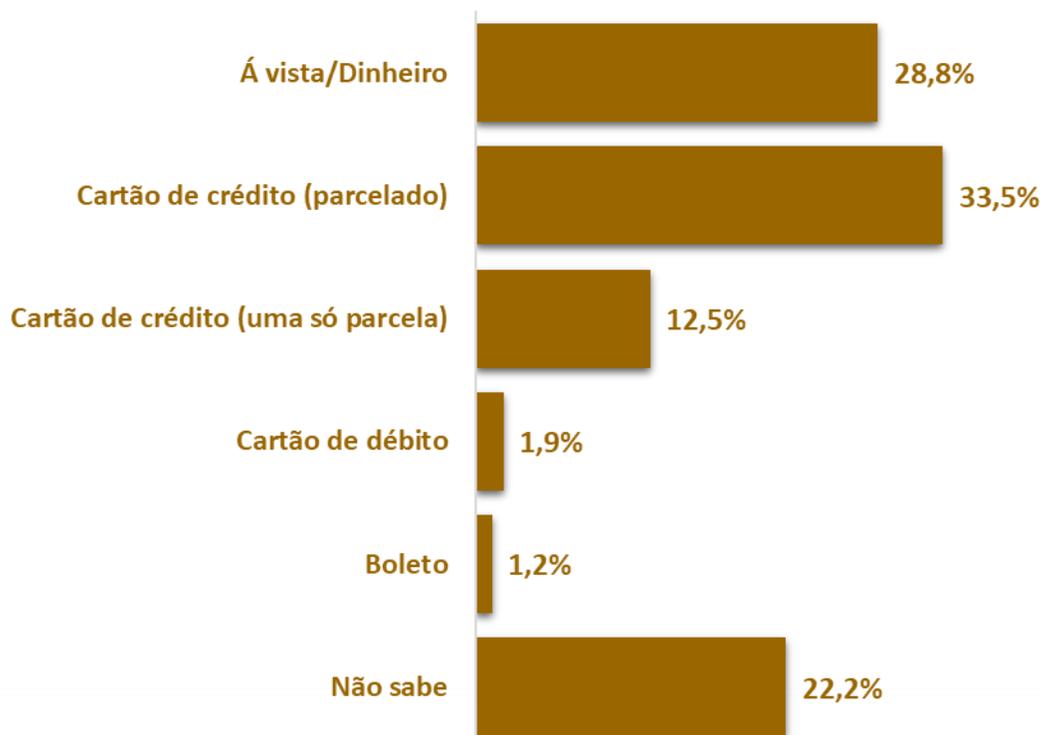


Gráfico 6 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



Local e quando compra

Gráfico 7 – Onde irá comprar?
Fonte: Fecomércio RN

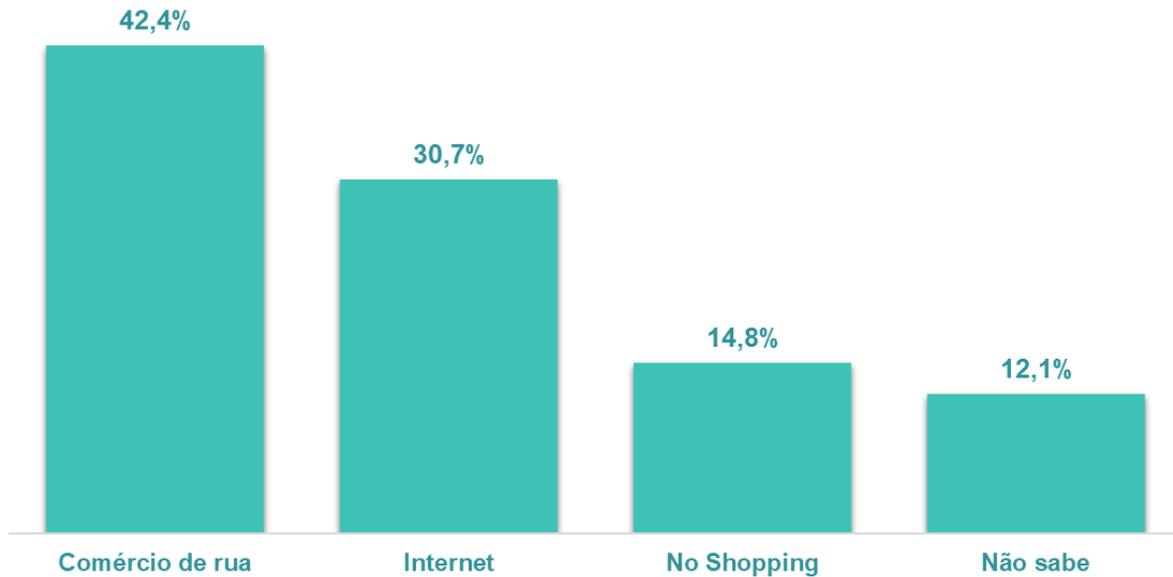


Gráfico 8 – Qual a determinante para a escolha do local de compra?
Fonte: Fecomércio RN



Gráfico 9 – Irá fazer pesquisa de preço?
Fonte: Fecomércio RN

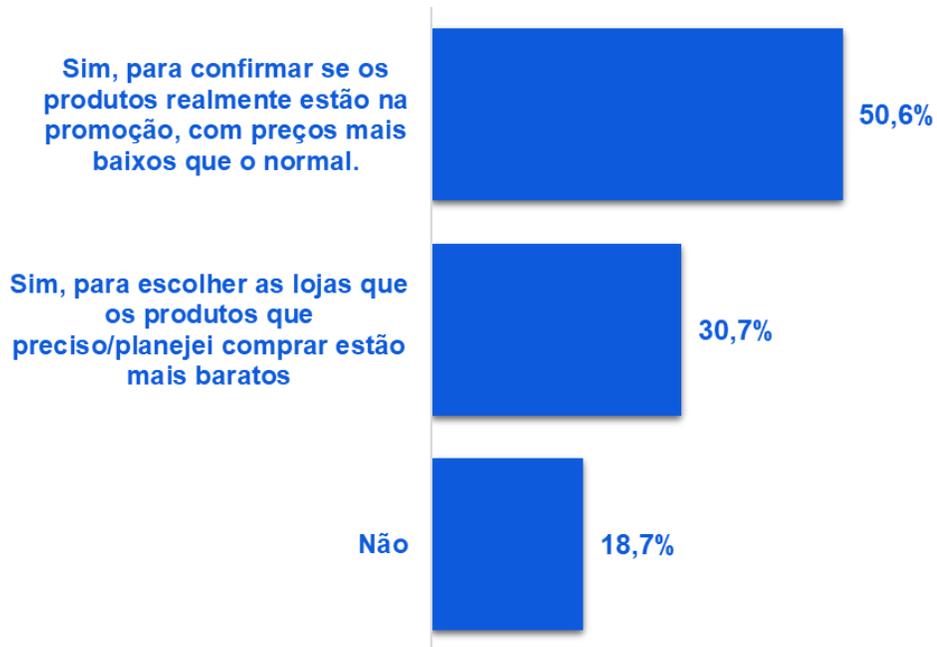


Gráfico 10 – Quando comprará?
Fonte: Fecomércio RN

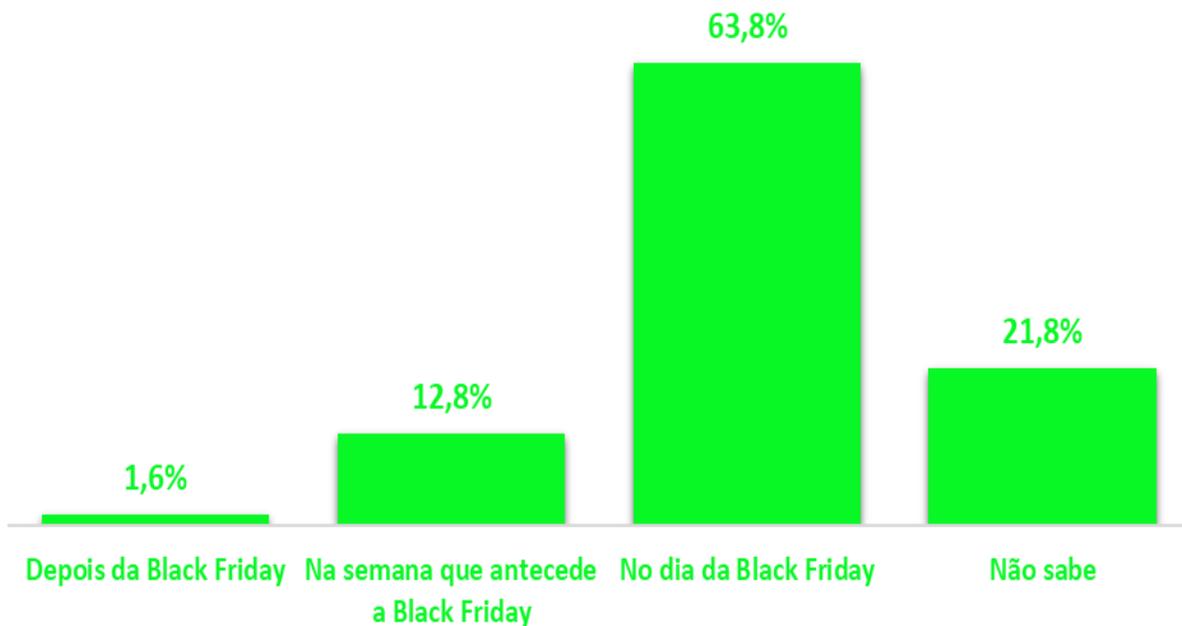
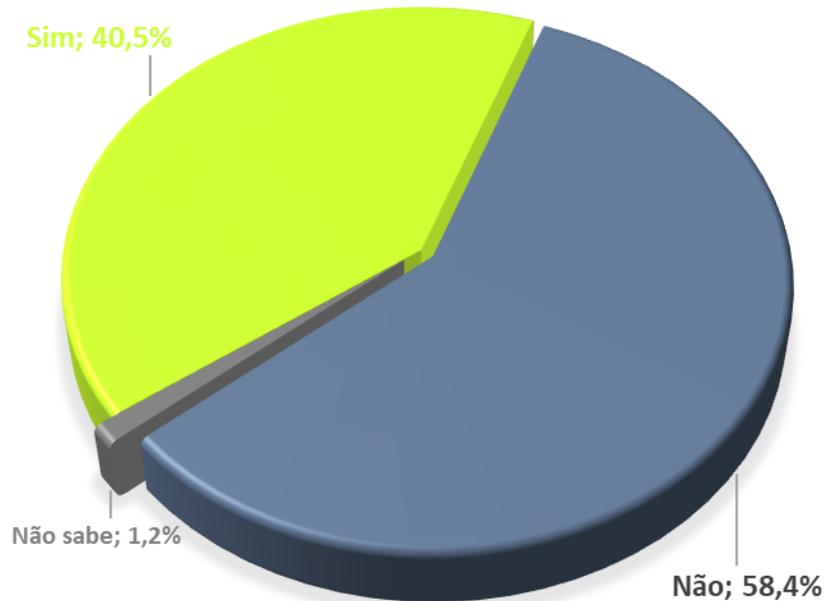


Gráfico 11 – Aproveitará as ações para realizar compras para o Natal?

Fonte: Fecomércio RN



Estratégias

Gráfico 13 – Quais ações do comércio poderá estimulá-lo para realizar compras durante a Black Friday?

Fonte: Fecomércio RN



Gráfico 14 – Compras itens não planejados, caso os descontos sejam atrativos durante a Black Friday?

Fonte: Fecomércio RN

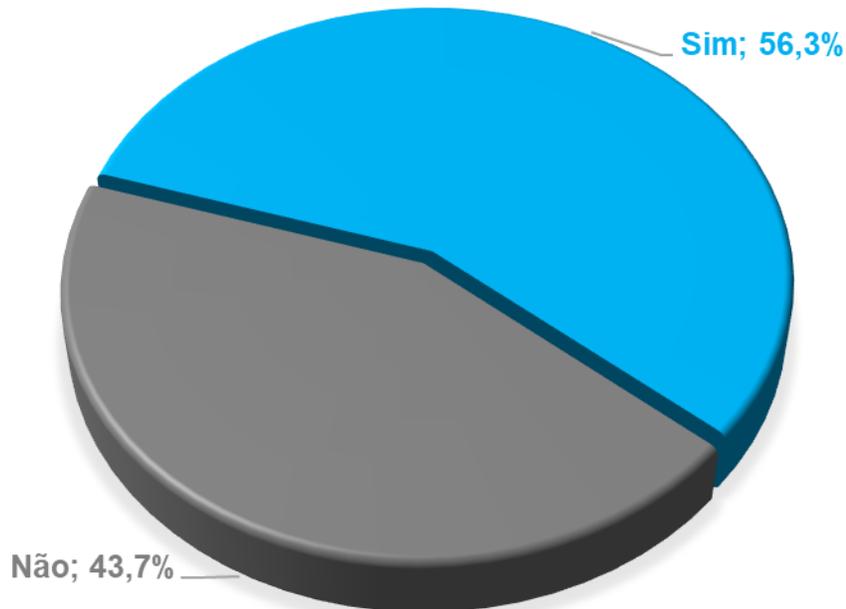


Gráfico 15 – Quanto aos preços cobrados por produtos durante a Black Friday desse ano, o Sr. (a) acredita que eles estarão:

Fonte: Fecomércio RN

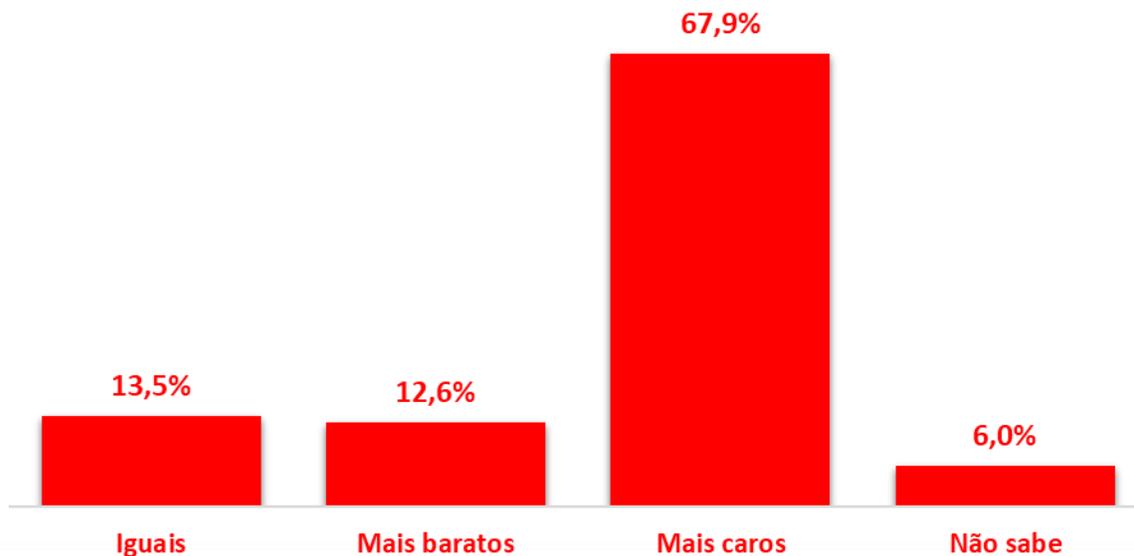
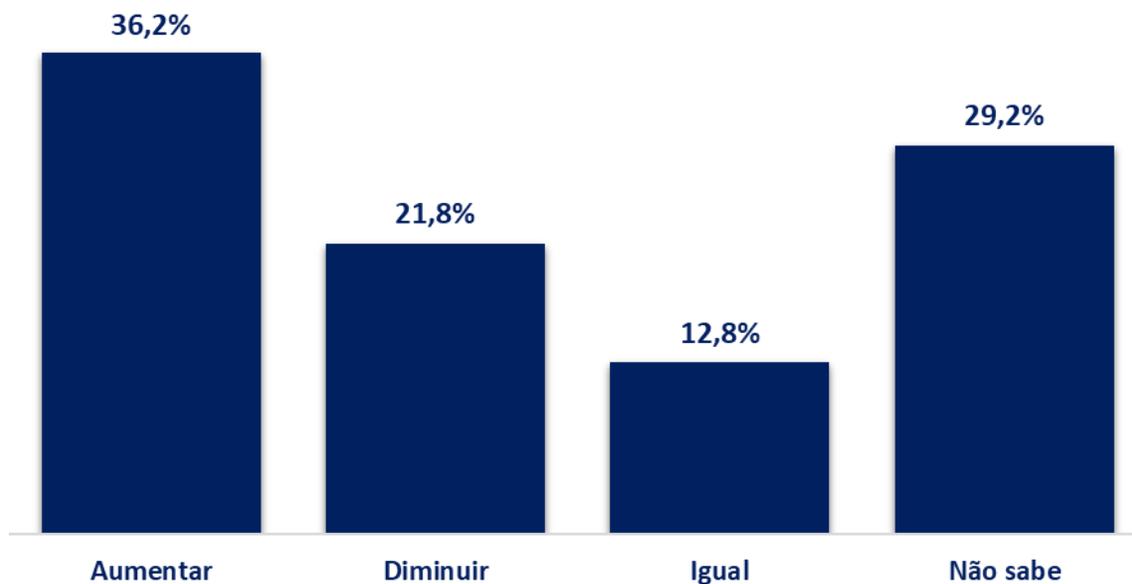


Gráfico 16 – Com relação aos seus gastos com as compras na Black Friday em comparação com o ano passado irá nessa data?

Fonte: Fecomércio RN



6. VARIÁVEIS CRUZADAS

Tabela 1 – Intenção de compras, em relação ao sexo dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Sim	56,3%	63,2%
Não	43,7%	36,8%
Total Geral	100,0%	100,0%

Tabela 2 – Intenção de compras, em relação à faixa etária dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Sim	56,3%	66,0%	68,7%	41,9%
Não	43,8%	34,0%	31,3%	58,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 3 – Intenção de compras, em relação à escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais
Sim	42,9%	57,6%	71,6%
Não	57,1%	42,4%	28,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 4 – Intenção de compras, em relação à renda dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	Não respondeu
Sim	49,7%	67,8%	71,4%	44,4%	55,8%
Não	50,3%	32,2%	28,6%	55,6%	44,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabela 5 – Gastos na Black Friday, em relação ao sexo dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	0,8%	0,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	8,5%	11,7%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	4,7%	2,3%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	18,6%	19,5%
Mais de R\$ 1.000,00	40,3%	44,5%
Não sabe	27,1%	21,9%
Média R\$	R\$ 580,04	R\$ 636,33

Tabela 6 – Gastos na Black Friday, em relação à faixa etária dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	11,1%	10,1%	8,8%	12,2%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	11,1%	5,1%	1,1%	2,0%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	11,1%	21,2%	19,8%	16,3%
Mais de R\$ 1.000,00	44,4%	40,4%	41,8%	46,9%
Não sabe	22,2%	23,2%	27,5%	22,4%
Média R\$	R\$ 583,33	R\$ 606,06	R\$ 599,18	R\$ 637,76

Tabela 7 – Gastos na Black Friday, em relação à escolaridade dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior	Pós-graduação
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	8,3%	11,5%	7,4%	22,2%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	0,0%	3,8%	4,3%	0,0%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	12,5%	18,5%	21,3%	22,2%
Mais de R\$ 1.000,00	50,0%	42,3%	40,4%	44,4%
Não sabe	25,0%	23,8%	26,6%	11,1%
Média R\$	R\$ 626,04	R\$ 607,69	R\$ 596,28	R\$ 688,89

Tabela 8 – Gastos na Black Friday, em relação à renda dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários	Não respondeu
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	9,8%	14,7%	0,0%	0,0%	4,2%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	4,9%	3,4%	3,2%	0,0%	0,0%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	24,4%	20,7%	3,2%	25,0%	12,5%
Mais de R\$ 1.000,00	40,2%	37,1%	58,1%	75,0%	50,0%
Não sabe	19,5%	24,1%	35,5%	0,0%	33,3%
Média R\$	R\$ 627,74	R\$ 582,33	R\$ 609,68	R\$ 937,50	R\$ 608,33

**FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO
ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

**INSTITUTO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE**

Marcelo Fernandes de Queiroz
Presidente

EQUIPE DE PESQUISA

Tiago Chacon Fontoura
Estatístico

Anna Thereza Souza
Amanda Karla Souza
Celmo Hudson Reis
Gabriel Freitas
Lidiane Silva
Pesquisadores