

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA A



**BLACK  
FRIDAY**

Natal

OUTUBRO 2021

## Sumário

<b>1. APRESENTAÇÃO.....</b>	<b>3</b>
<b>2. ASPECTOS TÉCNICOS.....</b>	<b>4</b>
<b>3. SÍNTESE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>5</b>
Intenção de consumo .....	5
Motivo de não ir às compras .....	5
Produtos .....	5
Gastos .....	5
Forma de pagamento .....	6
Local de compra.....	6
Período de compra .....	7
Estratégias .....	7
<b>4. GRÁFICOS E TABELAS .....</b>	<b>8</b>
Intenções de Compras .....	8
Motivo de não ir às compras .....	8
Produtos .....	9
Gastos .....	11
Forma de pagamento .....	13
Local de compra.....	13
Período de compra .....	15
Estratégias .....	16

## **1. APRESENTAÇÃO**

A Black Friday é uma data tradicional de oferta de grandes descontos, realizada inicialmente nos Estados Unidos, celebrada no dia seguinte à quarta quinta-feira do mês de novembro, e que este ano cai no dia 26 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 Instituto Fecomércio RN (IFC), ouviu consumidores sobre sua intenção de participar da Black Friday, com o intuito de identificar o possível comportamento do consumidor natalense em relação a esta data, bem como suas intenções de compras. Além disso, a pesquisa de “Intenções de Compras para a Black Friday 2021” busca verificar 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 2021. 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 Natal. 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 600 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**

A pesquisa realizada pela Fecomércio RN com consumidores da capital potiguar mostra que 51,2% dos natalenses pretendem ir às compras durante a Black Friday deste ano. Embora a maioria das pessoas tenham intenção de consumo na data, o percentual foi o menor registrado nos últimos dois anos. Em 2020, 56,8% diziam que iam às compras na Black Friday, enquanto que, em 2019, o número foi de 59,8%.

#### **Motivo de não ir às compras**

Entre os que não vão às compras, a falta de dinheiro (41,6%) puxa a fila das principais justificativas. Em seguida, aparece o fato de não acreditar nas ofertas da Black Friday (28,7%); poupar (16,9%); os preços nunca são os esperados (16,2%); não faz compras por impulso (12,8%); dívidas e contas em atraso (8,4%); desemprego (5,7%); e pandemia (4,1%).

#### **Produtos**

Para aqueles que demonstraram intenção de consumir na data, a pesquisa revelou que os itens mais procurados pelos consumidores natalenses serão eletrodomésticos (26,4%); roupas e acessórios (23,8%); eletrônicos (tv, som, computador, etc.) (20,5%); móveis e decoração (11,4%); e celulares, smartfone e tablets (9,4%). Os calçados (7,8%) e perfumes ou cosméticos (5,9%) também ficaram entre as categorias mais desejadas na Black Friday 2021. Outros itens citados foram relógio, joias, bijuterias, produtos de informática, livros, brinquedos, alimentos, viagem, jogos etc.

No que se refere ao número de itens que pretende comprar, 41,4% dos consumidores vão adquirir apenas um produto; 26,5% pretendem comprar dois itens; e 15,2% três produtos. A aquisição de quatro ou mais produtos é a intenção de 16,9% dos compradores.

#### **Gastos**

Na Black Friday deste ano, 31,4% dos compradores natalenses pretendem desembolsar mais de R\$ 1.000,00; 21,5% almejam desembolsar valores que variam entre R\$ 200,00 e R\$ 500,00; 20,8% esperam gastar até R\$ 200,00; e 16,8% afirmaram que têm intenção de desembolsar cifras que variam entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00 nas compras. 9,6% disseram que ainda não sabem quanto vão gastar nas compras.

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Conforme os dados da pesquisa, neste ano, o ticket médio previsto do consumidor para as compras da Black Friday será de R\$ 541,50. Em 2020, o valor médio calculado foi de R\$ 619,44.

Em Natal, a expectativa é que a Black Friday 2021 faça movimentar em torno de 212 milhões em vendas.

Os homens são quem mais pretendem gastar na Black Friday, em média, R\$ 594,87, enquanto as mulheres, mais cautelosas, vão desembolsar o valor médio de R\$ 484,86. A faixa etária que vai investir o maior valor na compra é dos consumidores entre 35 e 44 anos, em média, R\$ 566,67. Com relação à renda familiar, no grupo dos que possuem renda familiar acima de 10 salários mínimos, a intenção é desembolsar, em média, R\$ 705,56.

### **Forma de pagamento**

De acordo com o levantamento, 61,4% dos compradores pretendem pagar utilizando o cartão de crédito. A intenção de pagar à vista em dinheiro somou 22,9% das indicações. Cartão de débito aparece com 6,5% das menções.

Como você pode observar pelos dados das pesquisas, o cartão de crédito é a forma de pagamento mais utilizada pela maioria dos consumidores, muito em função da sua praticidade e da sua possibilidade de parcelamento. O pagamento parcelado é um hábito muito presente, principalmente, para compras de maior valor que é uma característica da Black Friday.

### **Local de compra**

Em Natal, 38,6% dos consumidores devem buscar os produtos em promoções nos shoppings; 29% devem procurar os itens no comércio de rua; enquanto 24,8% dos entrevistados têm a intenção de comprar pela internet.

Sobre a frequência de compras on-line no último ano, 42,8% dos compradores revelaram que aumentaram o consumo on-line. Além do preço, os principais fatores que influenciam na hora de realizar compra pela internet são frete grátis (66,4%); prazo de entrega (48,5%); credibilidade do site/aplicativo (34,9%); facilidade do pagamento (32,2%); confiança (29%); conforto (16,6%) e cashback (11,1%).

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Período de compra**

Pensado para ocorrer na última sexta-feira de novembro, na prática, o evento se estende por todo o mês. Mesmo assim, a grande maioria (83,9%) dos consumidores manifestaram a intenção de fazer suas compras na semana ou exatamente no dia da Black Friday.

Com relação aos preços praticados nesta Black Friday, 66,7% acreditam que os mesmos estarão mais altos do que os praticados no ano passado; e justamente por isso, 94,1% disseram que pretendem fazer pesquisa de preço, sendo para confirmar se os produtos estão realmente em promoção (54,6%) ou para escolher as lojas nas quais os produtos que planejou comprar estão mais baratos (39,5%).

**Estratégias**

A pesquisa também mostrou que a data já é tradicional nos calendários dos natalenses e que cerca de quatro em cada dez (39,4%) dos compradores estão pensando em aproveitar para antecipar suas compras de Natal.

Outro dado que merece destaque, é o fato de que a maioria (56,3%) dos entrevistados considera comprar itens não planejados, caso os descontos oferecidos pelos estabelecimentos sejam atrativos.

Sobre as ações oferecidas pelas lojas que poderão estimular o consumo durante a Black Friday, 59,5% dos consumidores disseram que as promoções serão os principais atrativos nesta data. Além disso, os consumidores procurarão por descontos nas compras (50,7%); preços (33,5%); qualidade (27,9%); necessidade (26%); variedade de itens (13,4%); facilidade de pagamento (11,8%); atendimento (9,8%); entre outros.

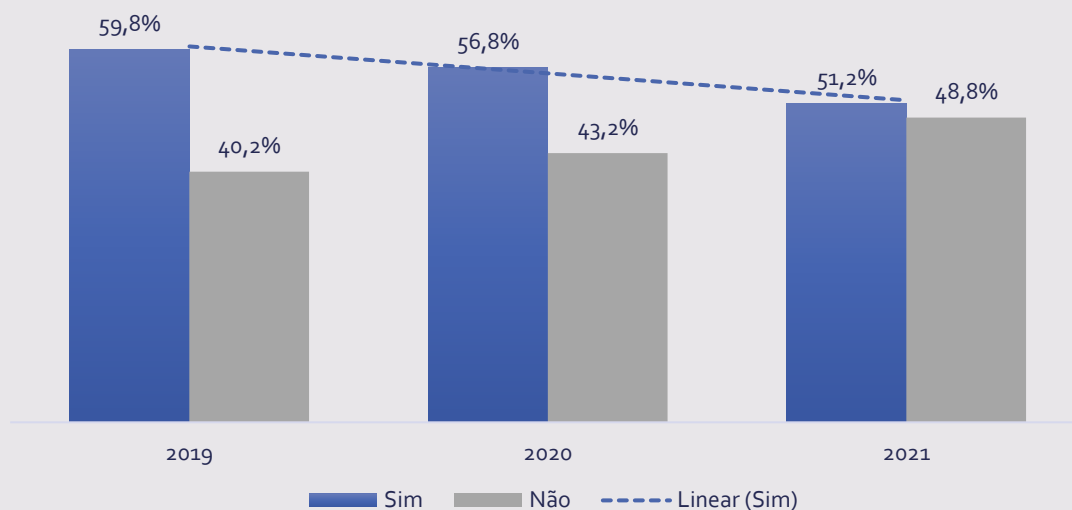
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

## 4. GRÁFICOS E TABELAS

### Intenções de Compras

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

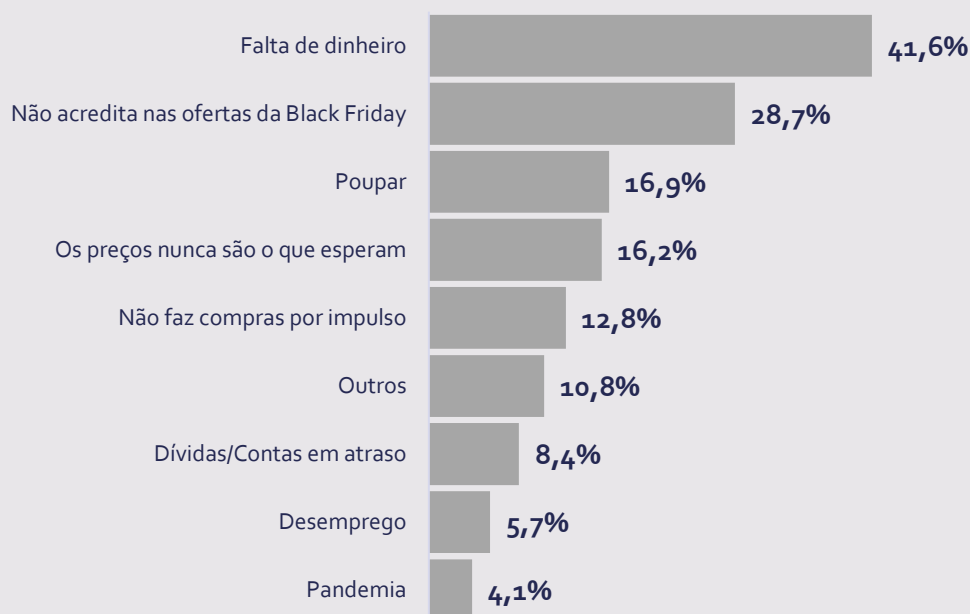
Fonte: Fecomércio RN



### Motivo de não ir às compras

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

Fonte: Fecomércio RN



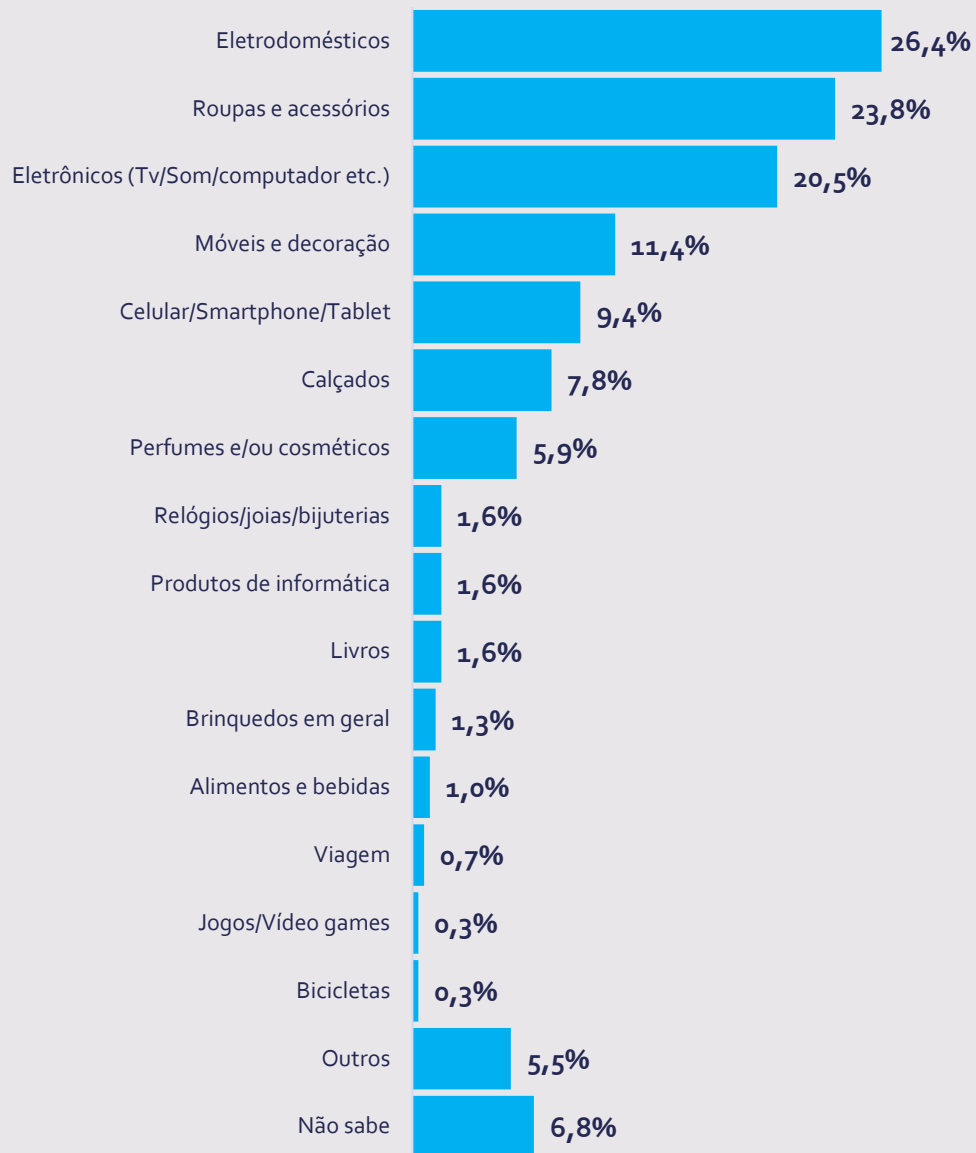


DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Produtos**

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

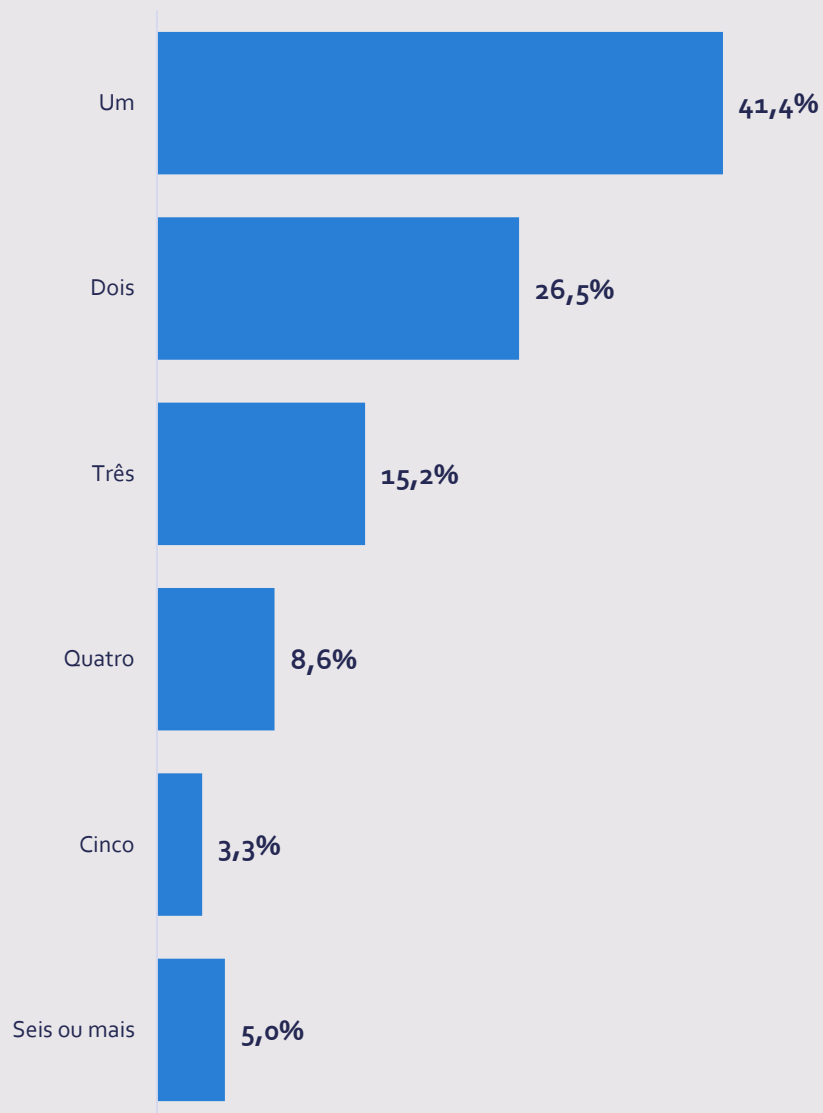
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 4 – Quantos itens pretendem comprar?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

**Gastos**

Gráfico 5 – Quanto pretende gastar com produtos no período da Black Friday?  
Fonte: Fecomércio RN

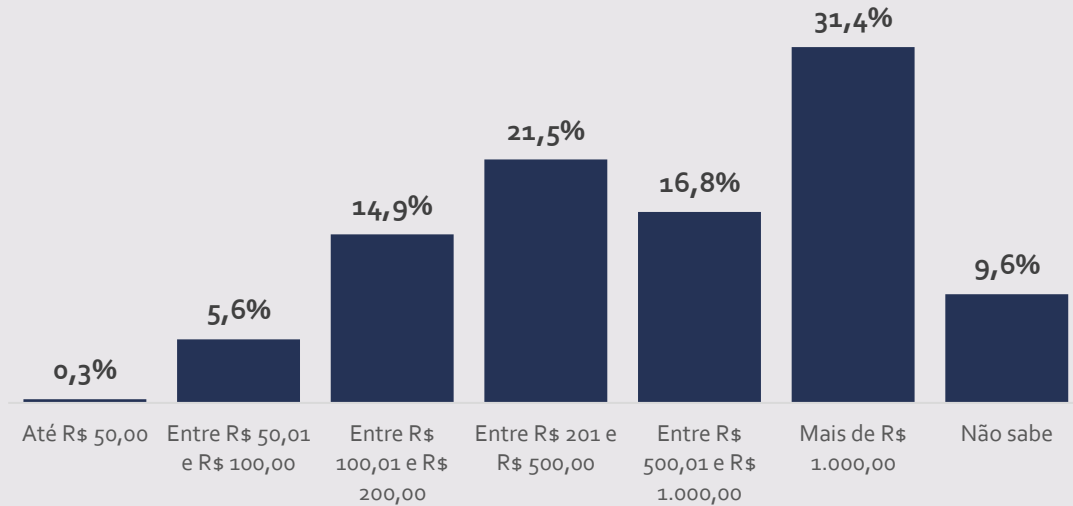


Gráfico 6 – Gasto médio por ano.  
Fonte: Fecomércio RN



Tabela 1 – Projeção de movimentação.  
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	2019	2020	2021
Estimativa R\$	R\$ 317.302.727,47	R\$ 269.595.704,62	R\$ 212.438.784,77

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Tabela 2 – Gasto por gênero.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Feminino	Masculino
Até R\$ 50,00	0,0%	0,6%
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	7,5%	3,8%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	17,0%	12,8%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	21,8%	21,2%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	17,7%	16,0%
Mais de R\$ 1.000,00	24,5%	37,8%
Não sabe	11,6%	7,7%
Total Geral	R\$ 484,86	R\$ 594,87

Tabela 3 – Gasto por faixa etária.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	18 a 24 Anos	25 a 34 Anos	35 a 44 Anos	Acima de 45 Anos
Até R\$ 50,00	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	12,5%	5,3%	4,9%	2,0%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	20,0%	16,0%	7,4%	19,6%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	7,5%	26,0%	21,0%	21,6%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	20,0%	18,3%	16,0%	11,8%
Mais de R\$ 1.000,00	35,0%	26,0%	35,8%	35,3%
Não sabe	5,0%	7,6%	14,8%	9,8%
Média	R\$ 565,63	R\$ 516,22	R\$ 566,67	R\$ 547,55

Tabela 4 – Gasto por escolaridade.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Ensino fundamental	Ensino médio	Ensino superior ou mais
Até R\$ 50,00	0,0%	0,0%	0,6%
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	0,0%	3,1%	8,1%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	28,6%	17,2%	11,8%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	21,4%	18,0%	24,2%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	14,3%	20,3%	14,3%
Mais de R\$ 1.000,00	28,6%	29,7%	32,9%
Não sabe	7,1%	11,7%	8,1%
Média	R\$ 510,71	R\$ 540,23	R\$ 545,19

Tabela 5 – Gasto por renda familiar.

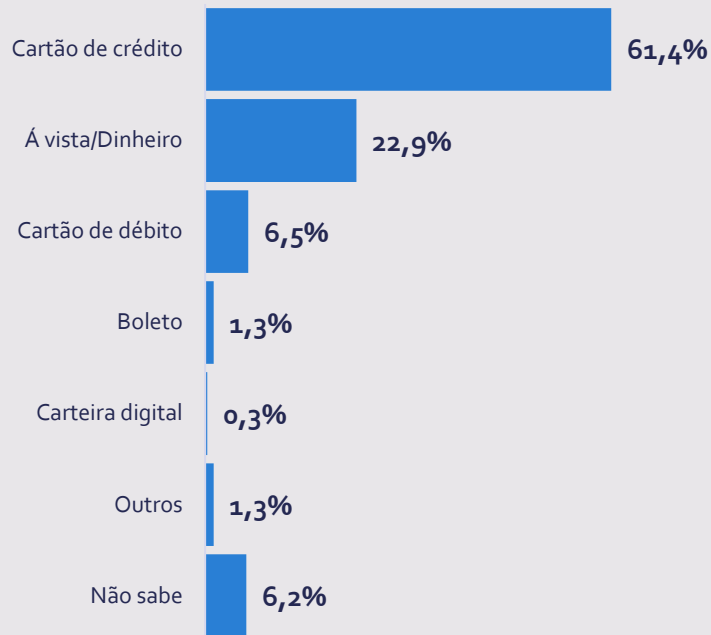
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	Até 2 salários	De 2 a 5 salários	De 5 a 10 salário	Acima de 10 salários
Até R\$ 50,00	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%
Entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00	4,6%	7,9%	5,1%	0,0%
Entre R\$ 100,01 e R\$ 200,00	17,6%	18,1%	5,1%	0,0%
Entre R\$ 201 e R\$ 500,00	17,6%	22,8%	38,5%	11,1%
Entre R\$ 500,01 e R\$ 1.000,00	23,1%	14,2%	10,3%	0,0%
Mais de R\$ 1.000,00	23,1%	34,6%	35,9%	66,7%
Não sabe	13,9%	1,6%	5,1%	22,2%
Média	R\$ 496,53	R\$ 566,14	R\$ 582,05	R\$ 705,56

### Forma de pagamento

Gráfico 7 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

Fonte: Fecomércio RN



### Local de compra

Gráfico 8 – Onde irá comprar?

Fonte: Fecomércio RN

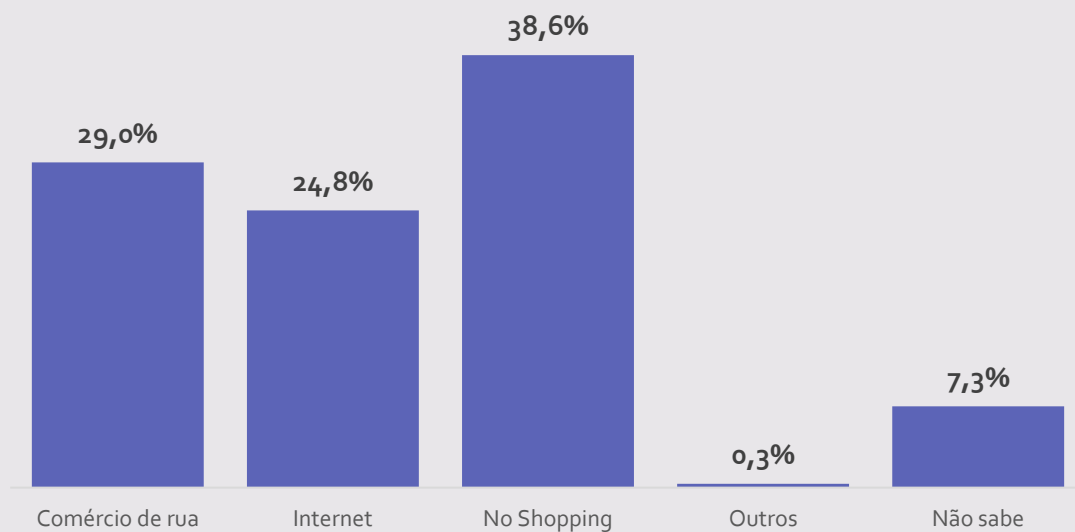


Gráfico 9 – No último ano, a sua frequência com compras online?

Fonte: Fecomércio RN

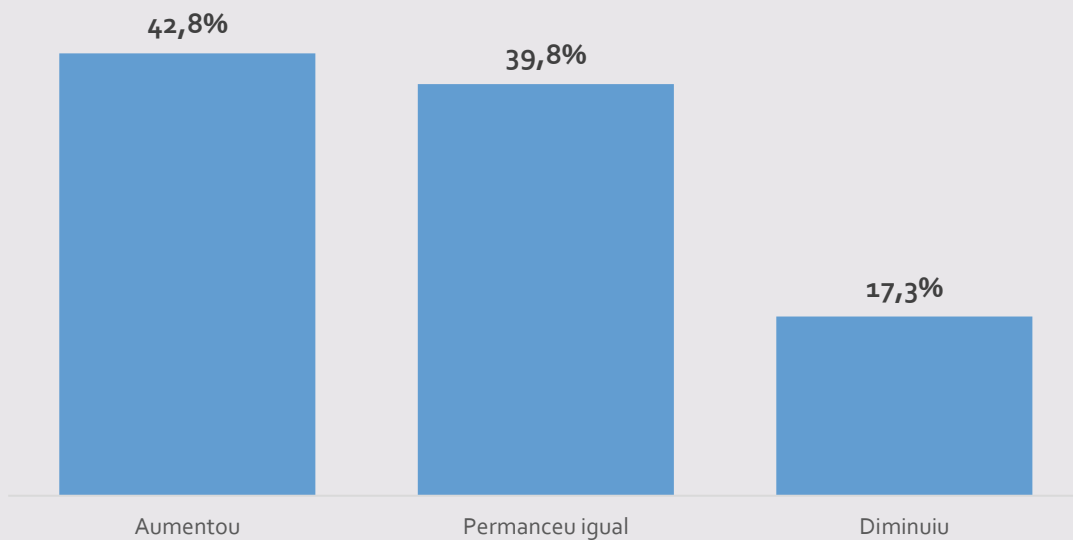
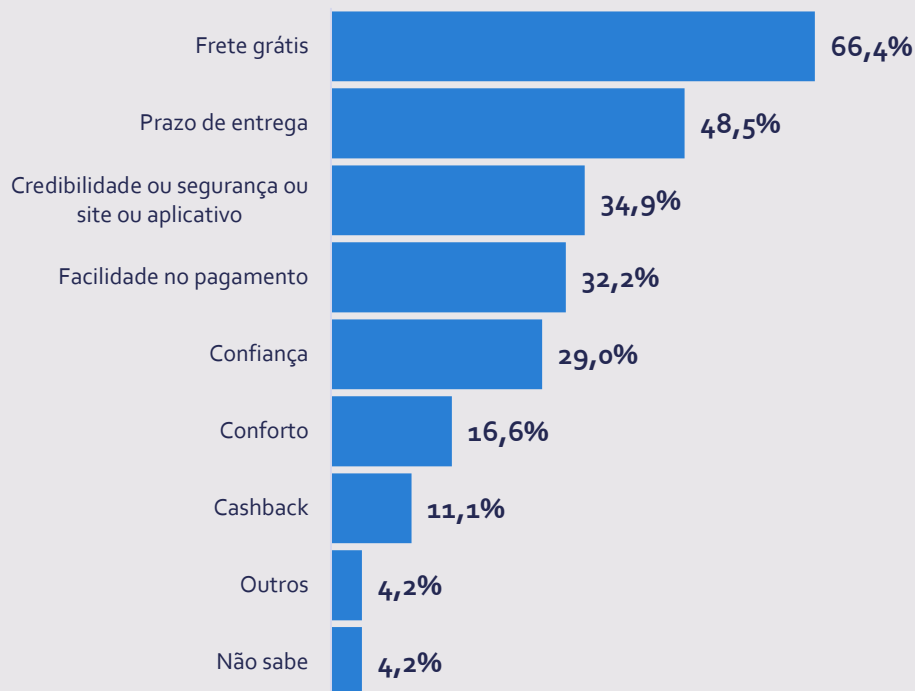


Gráfico 10 – Além do preço quais os principais fatores, quais os principais fatores influenciam na hora de realizar uma compra online?

Fonte: Fecomércio RN



Período de compra

Gráfico 11 – Quando comprará?  
Fonte: Fecomércio RN

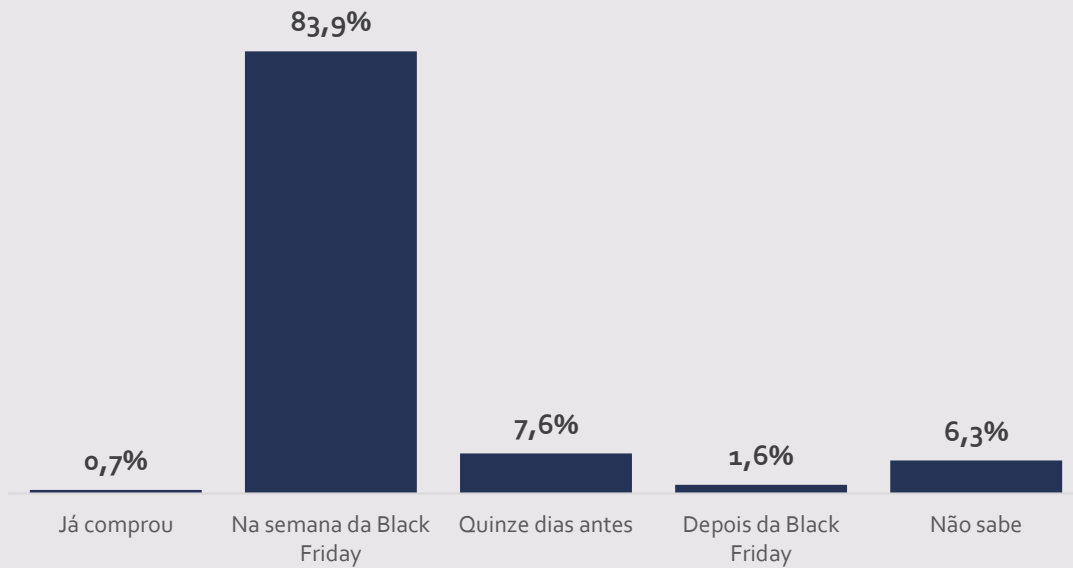
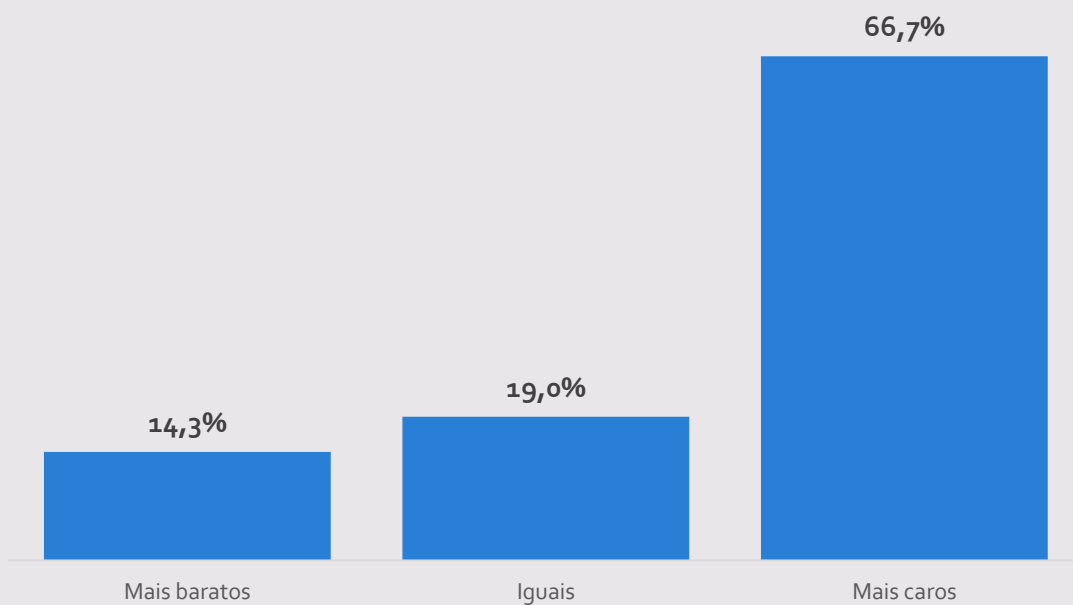


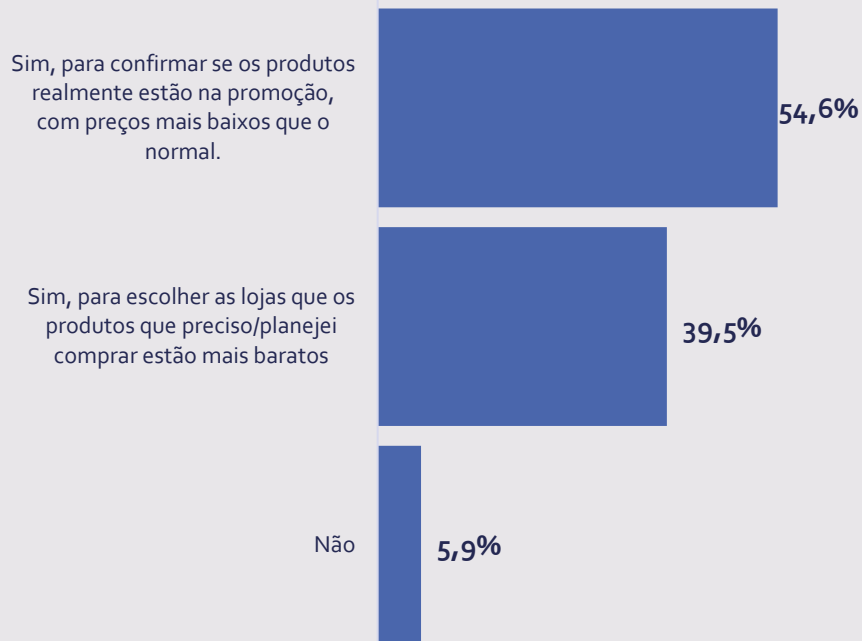
Gráfico 12 – Preço dos produtos nesta black friday.  
Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 13 – Irá fazer pesquisa de preço?

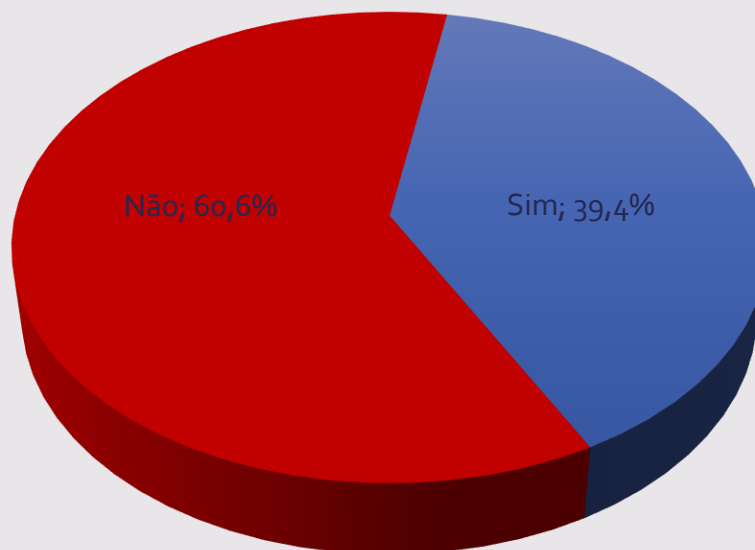
Fonte: Fecomércio RN



## Estratégias

Gráfico 14 – Aproveitará as ações para realizar compras para o Natal?

Fonte: Fecomércio RN





DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 15 – Comprará itens não planejados, caso os descontos sejam atrativos durante a Black Friday?

Fonte: Fecomércio RN

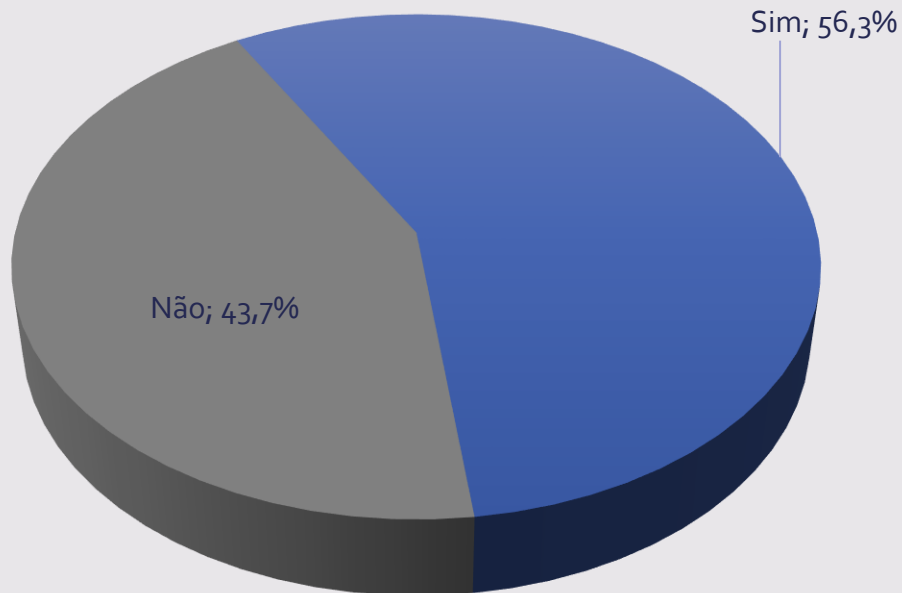


Gráfico 16 – Quais ações do comércio poderá estimulá-lo a realizar compras durante a Black Friday deste ano?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Marcelo Fernandes de Queiroz

**DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN**

Luciano Kleiber

**Diretor**

Lívia Aires

**Assessora Técnica**

Ágata Menezes

**Estagiária**

**EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Amanda Souza

Anna Thereza

Débora da Cruz

Dejailson Alves

Maria Glória

João Soares

Josiel da Costa

Julio Cezar

Larissa Santiago

Lidiane Silva

Luiz Eduardo

Marina Xavier

Cícero Rafael

Thales Capistrano

**Pesquisadores**