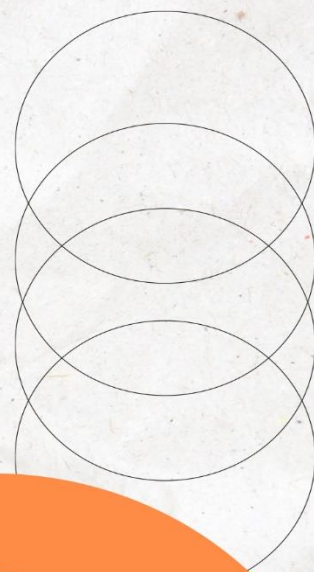
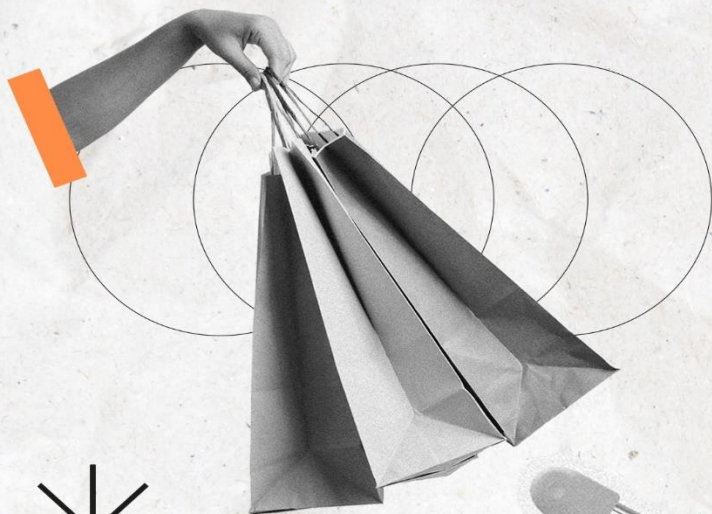


PESQUISA DE INTENÇÕES  
DE COMPRAS PARA A

# Black Friday

MOSSORÓ ————— OUTUBRO | 2023



**Fecomércio RN** · **IFC**

————— Sistema Comércio —————

**Sumário**

1. APRESENTAÇÃO.....	3
2. ASPECTOS TÉCNICOS.....	4
3. SÍNTESE DOS RESULTADOS .....	5
<i>Intenção de consumo</i> .....	5
<i>Motivos para não comprar</i> .....	5
<i>Perfil dos compradores</i> .....	5
<i>Produtos</i> .....	5
<i>Gastos</i> .....	5
<i>Forma de pagamento</i> .....	7
<i>Local de compra</i> .....	8
<i>Período de compra</i> .....	8
<i>Estratégias</i> .....	8
4. GRÁFICOS E TABELAS .....	10
<i>Intenções de Consumo</i> .....	10
<i>Perfil dos compradores</i> .....	10
<i>Motivos para não comprar</i> .....	11
<i>Produtos</i> .....	11
<i>Gastos</i> .....	12
<i>Forma de pagamento</i> .....	15
<i>Local de compra</i> .....	15
<i>Período de compra</i> .....	16
<i>Estratégias</i> .....	17

## 1. APRESENTAÇÃO

A Black Friday é uma data tradicional de oferta de grandes descontos, tradicionalmente realizada nos Estados Unidos, celebrada na última sexta-feira do mês de novembro, e que este ano cai no dia 24. 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 online 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 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 2023” 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 16 e 24 de outubro de 2023. 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 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 501 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***

À medida que a Black Friday se aproxima, comemorada este ano em 24 de novembro, a expectativa é que o cenário de consumo se mostre promissor, de acordo com a pesquisa de intenção de compra realizada pela Fecomércio RN em Mossoró. Os dados apontam que 43% dos mossoroenses têm a intenção de participar das compras durante esse evento. A pretensão de consumo apresenta um leve aumento em comparação ao ano anterior, quando 42,3% manifestaram interesse em participar da Black Friday na capital do oeste potiguar. Esse aumento pode sinalizar uma maior disposição dos consumidores em participar das promoções deste ano, criando um ambiente propício para o comércio durante o evento.

#### ***Motivos para não comprar***

Em Mossoró, entre aqueles que não têm intenção de realizar compras na Black Friday, vários motivos foram identificados como principais obstáculos. A desconfiança em relação às ofertas da data foi mencionada por 37,2%, evidenciando que parte dos consumidores está cético quanto à autenticidade dos descontos. A falta de recursos financeiros foi citada por 27,7% dos entrevistados, indicando que a restrição orçamentária é um fator preponderante. O fato de não comprar por impulso, apontada por 14,7% dos que não vão às compras, representa uma fatia significativa. Outras razões incluem poupar (14%), por motivos de dívidas e contas em atraso (13,3%), desemprego (4,9%), entre outros.

#### ***Perfil dos compradores***

Ao analisar o perfil dos compradores durante este período, fica evidente que determinados grupos apresentam uma maior disposição para participar das compras durante a Black Friday deste ano. Por sexo, as mulheres, com uma representatividade de 43,2%, destacam-se com mais interesse nas ofertas do evento. Por idade, pessoas entre 18 e 24 anos, correspondendo a 45,5% da amostra, demonstram um entusiasmo significativo em relação às compras durante a Black Friday. Além disso, os consumidores com ensino superior ou níveis educacionais mais elevados, correspondendo a 55,8%, revelam uma pretensão notável para aproveitar as promoções. Aqueles que possuem rendimentos de 5 a 10 salários-mínimos, representando 70,4%, mostra a mais elevadas intenções de compra durante a Black Friday.

#### ***Produtos***

Quanto às categorias de itens mais desejadas pelos consumidores que planejam aproveitar as promoções da Black Friday deste ano, podemos identificar as seguintes tendências:

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

os eletrodomésticos lideram as intenções de compra com 27%. Isso sugere que muitas pessoas estão interessadas em adquirir ou atualizar itens para suas casas. Roupas e acessórios vêm em segundo lugar, com 21,4%. É um setor significativo, mostrando que a moda é uma categoria popular na Black Friday. Eletrônicos ocupam a terceira posição, com 20%. Isso inclui TVs, sistemas de som e produtos de informática, indicando que a tecnologia também é altamente desejada. Dispositivos móveis como celulares, smartphones e tablets têm uma intenção de compra de 18,1%, demonstrando a importância da tecnologia portátil. Calçados e móveis/decoração têm a mesma intenção de compra, ambos com 7%. Isso sugere que, embora sejam setores menos populares, ainda há interesse em adquirir esses produtos na Black Friday. A categoria "Outros" representa uma porcentagem de 34,6%, e inclui brinquedos, perfumes, cosméticos, material esportivo, livros, alimentos e até viagens, que também encontram seu lugar entre as opções mais desejadas para compras na Black Friday de 2023.

No entanto, é importante observar que, ao longo do tempo, não foram observadas alterações significativas nos percentuais, indicando que as preferências dos consumidores permaneceram relativamente consistentes ao longo dos anos na Black Friday.

Para 42,1% dos consumidores, a preferência é por adquirir um único item, significando que os compradores estão focados em buscar uma oferta específica ou um produto de alto interesse. A opção de comprar dois produtos será escolhida por 25,7% dos compradores, indicando que uma parcela considerável deseja aproveitar as promoções para adquirir uma pequena lista de itens. Cerca de 18,7% dos consumidores planejam ampliar suas compras ao adquirir três produtos, demonstrando um interesse em aproveitar as ofertas para comprar uma variedade maior de itens. Enquanto 13,5% dos compradores estão dispostos a adquirir quatro ou mais itens, o que evidencia uma intenção de compra mais ampla e uma exploração abrangente das promoções disponíveis durante a Black Friday.

**Gastos**

No que se refere aos gastos durante a Black Friday, observamos que 38,1% dos consumidores em Mossoró que planejam participar da Black Friday têm a intenção de realizar compras com um orçamento superior a R\$ 1.000, demonstrando uma disposição para investir em produtos de maior valor durante o evento. Em seguida, 22,3% dos compradores têm a intenção de gastar valores que variam entre R\$ 201 e R\$ 500, o que sugere uma busca por ofertas em faixas de preço intermediárias. Aqueles que planejam desembolsar quantias entre R\$ 501 e R\$ 1.000 correspondem a 20%, indicando uma inclinação por produtos de custo moderado. Para 14% dos consumidores, a faixa de gastos é de até R\$ 200, o que representa uma busca por ofertas mais acessíveis.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

O ticket médio estimado para as compras durante a Black Friday em 2023 é de R\$ 628,37, um valor maior do que o apurado em 2022, que foi de R\$ 532,31. Esse crescimento revela uma expectativa positiva dos mossoroenses para a compra de produtos durante o evento deste ano.

A projeção aponta que a Black Friday 2023 deverá gerar um volume expressivo de vendas em Mossoró, estimado em aproximadamente R\$ 71 milhões, abrangendo tanto o comércio eletrônico quanto o físico. Em 2022, o número havia sido de cerca de R\$ 60 milhões. Isso ressalta o considerável impacto econômico que esse evento sazonal exerce, destacando sua relevância no cenário comercial.

Quando analisamos o perfil de consumo, observamos que os homens estão dispostos a gastar mais nas compras, com um gasto médio estimado em R\$ 640,91, enquanto as mulheres devem desembolsar, em média, R\$ 617,67. Entre as faixas etárias, a de 35 a 44 anos é a que planeja investir mais, com um gasto médio previsto de R\$ 668,18. Sobre o nível de escolaridade, aqueles com ensino superior ou mais almejam desembolsar, em média, R\$ 670,79, um valor maior que os outros graus. Notavelmente, entre aqueles com renda familiar superior a 10 salários-mínimos, a intenção de gasto médio é ainda mais elevada, atingindo cerca de R\$ 1.000,00 nas compras da Black Friday.

Quando comparamos os gastos dos consumidores mossoroenses em relação ao ano anterior, observamos o seguinte cenário. Uma maioria significativa, 73%, planeja desembolsar quantias superiores em 2023, indicando uma disposição para gastar mais durante o evento este ano. Cerca de 21,4% acreditam que seus gastos serão equivalentes aos de 2022, demonstrando uma estabilidade nas intenções de compra em relação ao ano anterior. Ao passo que 5,6% antecipam uma redução nos gastos durante o evento, sugerindo uma cautela financeira por parte desse grupo de consumidores em relação à Black Friday deste ano.

***Forma de pagamento***

Os dados revelam que 67,9% dos consumidores manifestaram a intenção de realizar suas compras utilizando o cartão de crédito. Isso indica uma maior disposição para parcelar os gastos durante o evento. Por outro lado, a opção pelo pagamento à vista será escolhida por 18,6% dos compradores, os quais planejam utilizar dinheiro e PIX para negociar descontos adicionais, aproveitando as vantagens dos pagamentos à vista. Outra forma de pagamento, citada por 9,8% dos entrevistados, foi o cartão de débito, demonstrando uma modalidade de pagamento também relevante, estando entre as mais mencionadas.

## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

***Local de compra***

Para esta data, a pesquisa mostra que 36,6% dos compradores optaram por realizar suas compras no comércio de rua, evidenciando um aumento significativo em comparação a 2022, quando a intenção de compra era de 17%. Além disso, 31,5% planejam fazer suas compras online, mantendo-se em linha com as intenções de compras registradas no ano anterior, que eram de 35,8%. Outros 14,8% afirmam que escolherão as lojas de shopping para suas compras, apresentando uma diminuição em relação às intenções de compra registradas em 2022, que eram de 21,2%.

***Período de compra***

A maioria dos que pretendem realizar compras têm a intenção de fazê-lo planejando adquirir produtos no dia da Black Friday (50,2%), enquanto 27,4% têm a intenção de efetuar suas compras na semana do evento. Isso reflete uma distribuição significativa das intenções de consumo ao longo do período promocional.

No que diz respeito aos preços dos produtos na Black Friday, 62,3% dos mossoroenses acreditam que os valores dos itens estarão mais altos em comparação ao ano passado. Por outro lado, 26,9% acham que os preços permanecerão iguais, e 10,8% esperam encontrar produtos com preços mais baixos. Essas percepções podem influenciar as estratégias de compra dos consumidores.

No que se refere à pesquisa de preços, 63,9% dos entrevistados relataram que a realizarão para confirmar se os produtos estão efetivamente em promoção, destacando a importância da transparência nos descontos oferecidos. Além disso, 29,2% afirmam que a pesquisa os ajudará a escolher as lojas onde os produtos desejados estão com os melhores preços, realçando o papel das análises de preço na tomada de decisão de compra.

***Estratégias***

Em Mossoró, cerca de 4 em cada 10 (exatos 39,5%) dos consumidores consideram a possibilidade de aproveitar as promoções da Black Friday para antecipar suas compras de Natal. Entretanto, a maioria opta por aguardar mais para próximo do final do ano para realizar suas compras natalinas, seguindo a tradição de compras festivas nesse período.

No entanto, a pesquisa revela que mais da metade (54,9%) dos consumidores entrevistados estão abertos a adquirir itens não planejados, desde que os descontos oferecidos pelos estabelecimentos durante a campanha sejam atrativos. Isso demonstra a forte influência dos descontos na tomada de decisão de compra dos consumidores durante a Black Friday.



## DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Quando se trata dos fatores que mais estimulam o consumo durante a Black Friday, a pesquisa revelou que 66,5% dos consumidores apontaram os descontos como o principal atrativo nesta data, destacando a importância da redução de preços para o público ir às compras no período. Logo após, 51,2% dos mossoroenses mencionaram que os preços serão um fator motivador para suas compras, evidenciando a sensibilidade ao custo entre os consumidores. Outros fatores que influenciarão as escolhas de compra incluem a qualidade dos produtos, citada por 36,7% dos entrevistados; a variedade, com 35,3% de menções; facilidade de pagamento, que motivarão 16,7% dos consumidores; e a necessidade, mencionada por 13,5%.

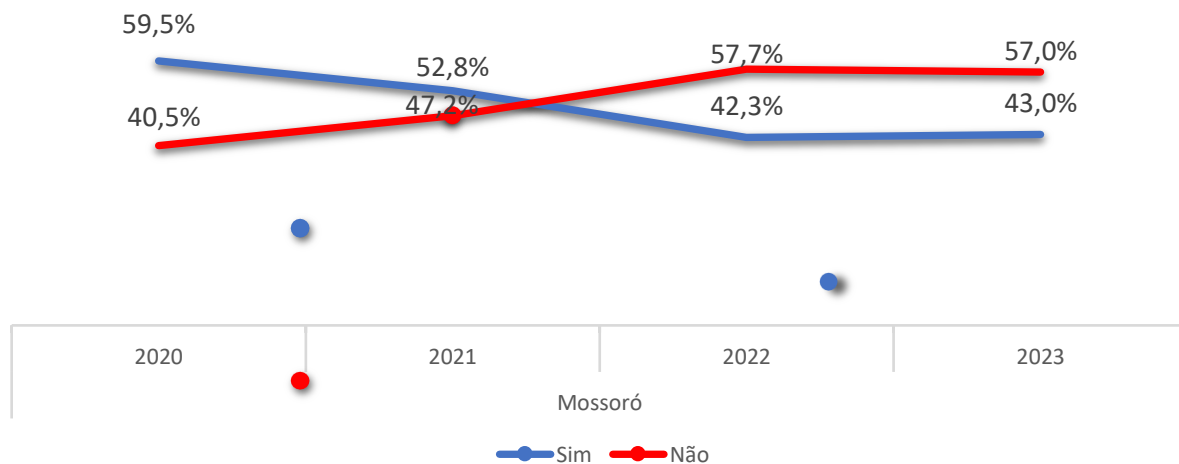
Esses e outros resultados podem ser vistos ao longo do relatório.

## 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



### Perfil dos compradores

Tabela 1 – Intenção de compras pelo perfil dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

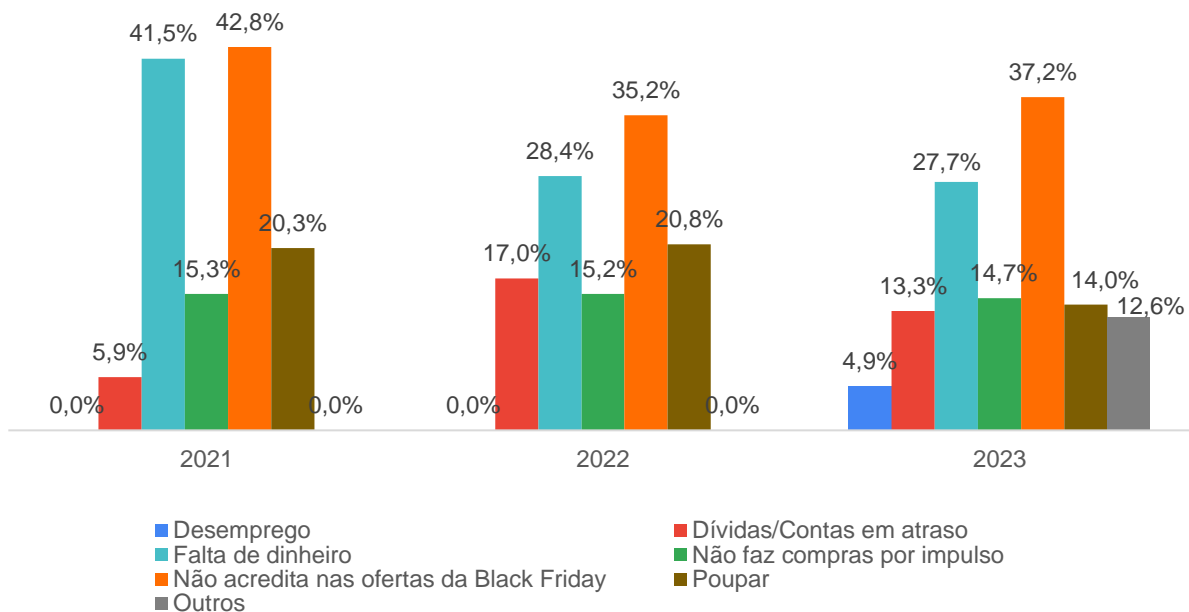
Rótulos de linha	Sim	Não
Feminino	43,2%	56,8%
Masculino	42,7%	57,3%
18 a 24 anos	45,5%	54,5%
25 a 34 anos	45,2%	54,8%
35 a 44 anos	45,3%	54,7%
Acima de 45 anos	38,4%	61,6%
Ensino fundamental	18,4%	81,6%
Ensino médio	38,1%	61,9%
Ensino superior ou mais	55,8%	44,2%
Até 2 salários	30,0%	70,0%
De 2 a 5 salários	53,5%	46,5%
De 5 a 10 salário	70,4%	29,6%
Acima de 10 salários	50,0%	50,0%

**Motivos para não comprar**

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

Fonte: Fecomércio RN

(Múltipla resposta)



**Produtos**

Tabela 2 – Que tipo de produto (s) o (a) Sr. (a) está interessado em comprar nessa data?

(Múltipla resposta)

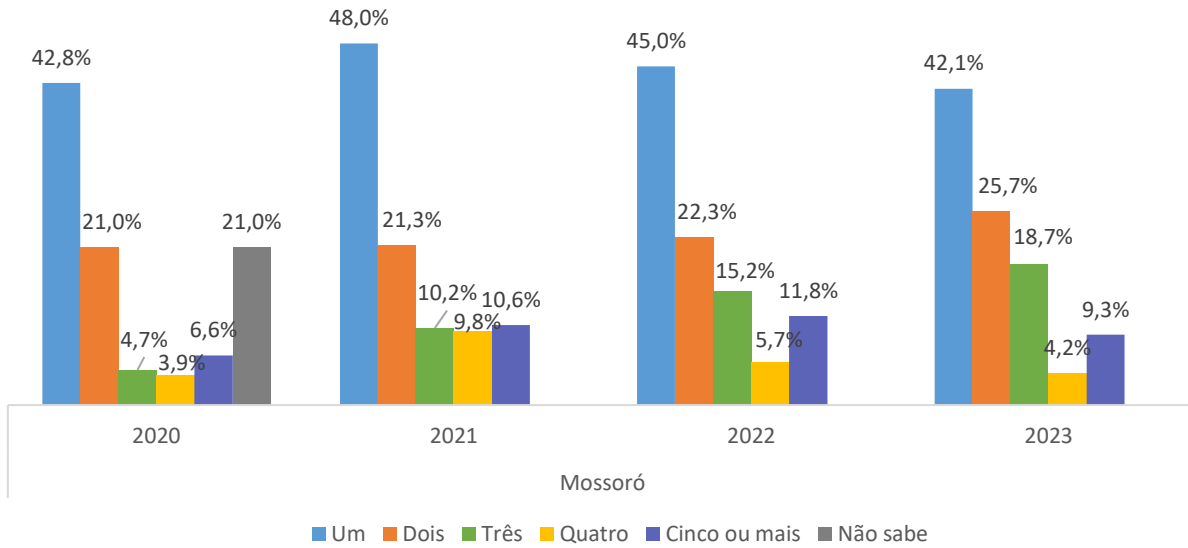
Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2020	2021	2022	2023
<b>Eletrodomésticos</b>	33,6%	25,0%	27,4%	27,0%
<b>Roupas e acessórios</b>	19,1%	15,6%	21,2%	21,4%
<b>Eletrônicos (Tv/Som/computador etc.)</b>	34,4%	26,9%	22,2%	20,0%
<b>Celular/Smartphone/Tablet</b>	20,3%	15,9%	18,9%	18,1%
<b>Calçados</b>	5,9%	8,7%	8,0%	7,0%
<b>Móveis e decoração</b>	13,3%	10,2%	9,4%	7,0%
<b>Outros</b>	25,4%	22,0%	37,7%	34,6%
<b>Não sabe</b>	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%

DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 3 – Quantos itens pretendem comprar?

Fonte: Fecomércio RN



**Gastos**

Gráfico 4 – Quanto pretende gastar com produtos no período da Black Friday?

Fonte: Fecomércio RN

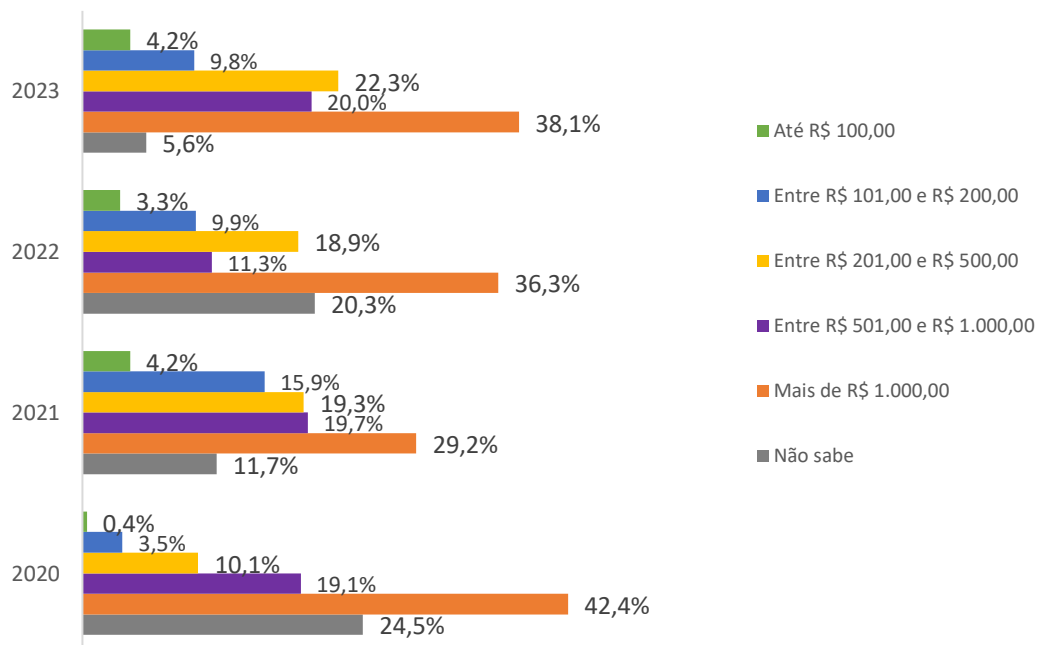


Gráfico 5 – Gasto médio por ano.

Fonte: Fecomércio RN

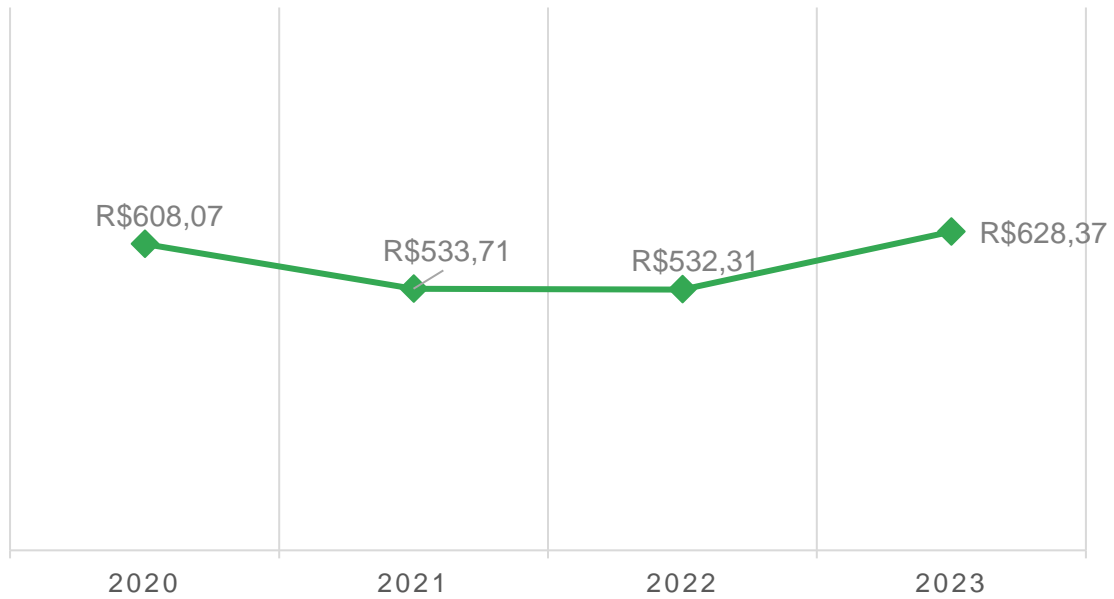
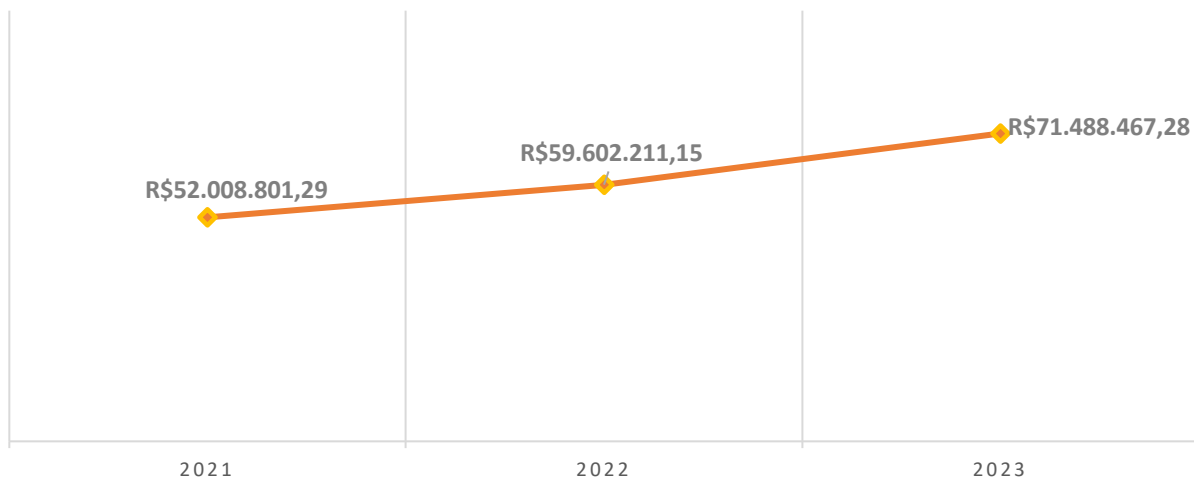


Gráfico 6 – Projeção de movimentação.

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

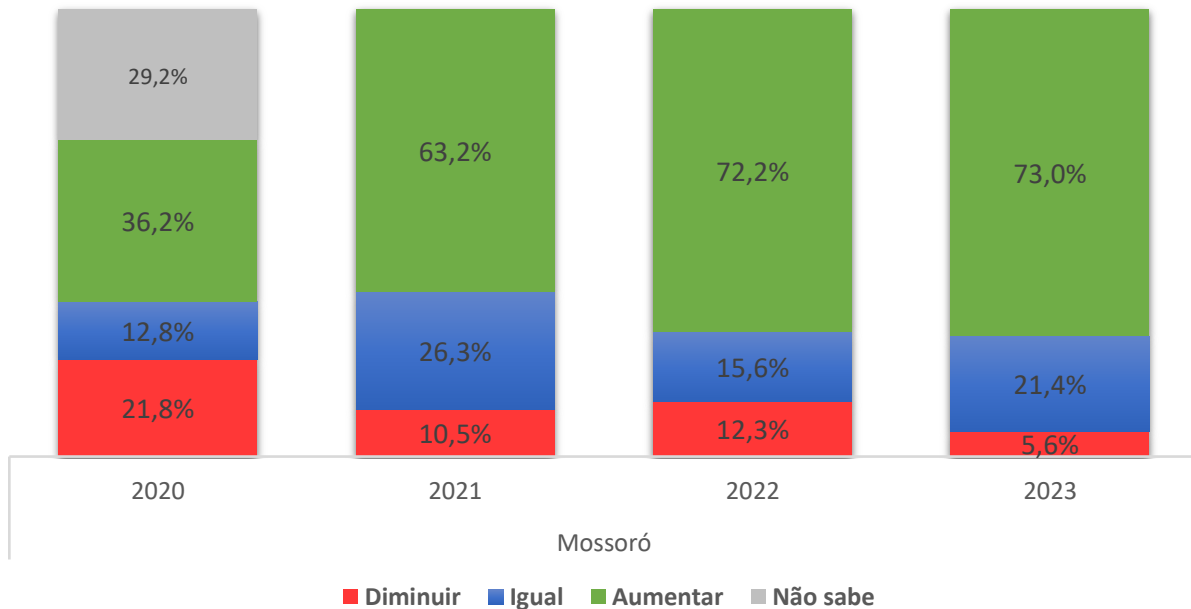
Tabela 3 – Gastos pelo perfil dos entrevistados.

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de linha	Gasto médio
Feminino	R\$ 617,67
Masculino	R\$ 640,91
18 a 24 anos	R\$ 433,33
25 a 34 anos	R\$ 589,29
35 a 44 anos	R\$ 668,18
Acima de 45 anos	R\$ 675,78
Ensino fundamental	R\$ 585,71
Ensino médio	R\$ 591,12
Ensino superior ou mais	R\$ 670,79
Até 2 salários	R\$ 526,97
De 2 a 5 salários	R\$ 643,41
De 5 a 10 salário	R\$ 765,79
Acima de 10 salários	R\$ 1.000,00

Gráfico 7 – Gastos comparados com o ano passado.

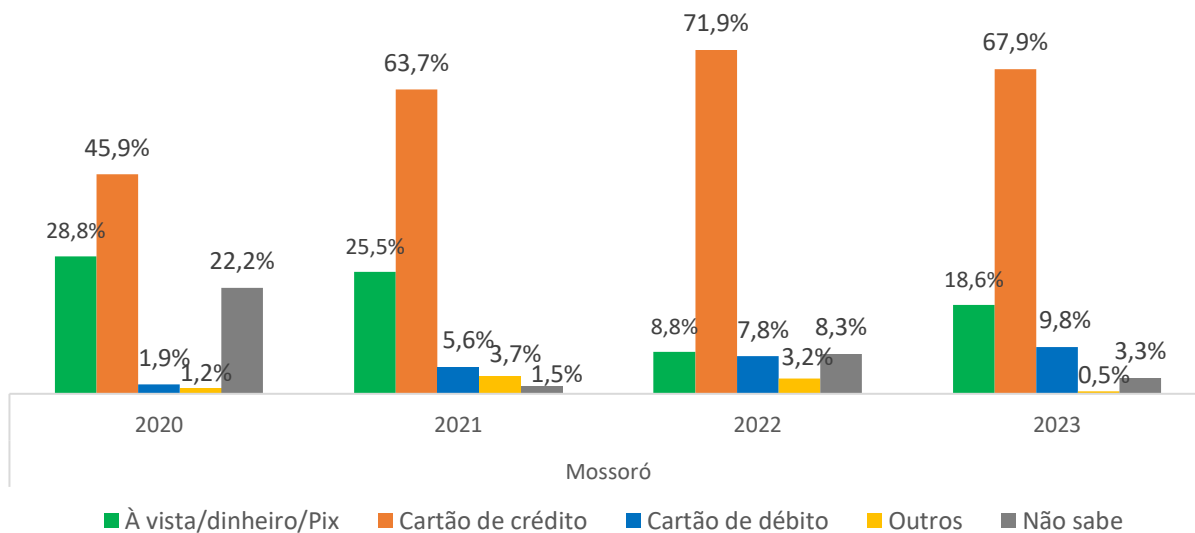
Fonte: Fecomércio RN



**Forma de pagamento**

Gráfico 8 – Qual a forma de pagamento que o (a) Sr. (a) deseja utilizar?

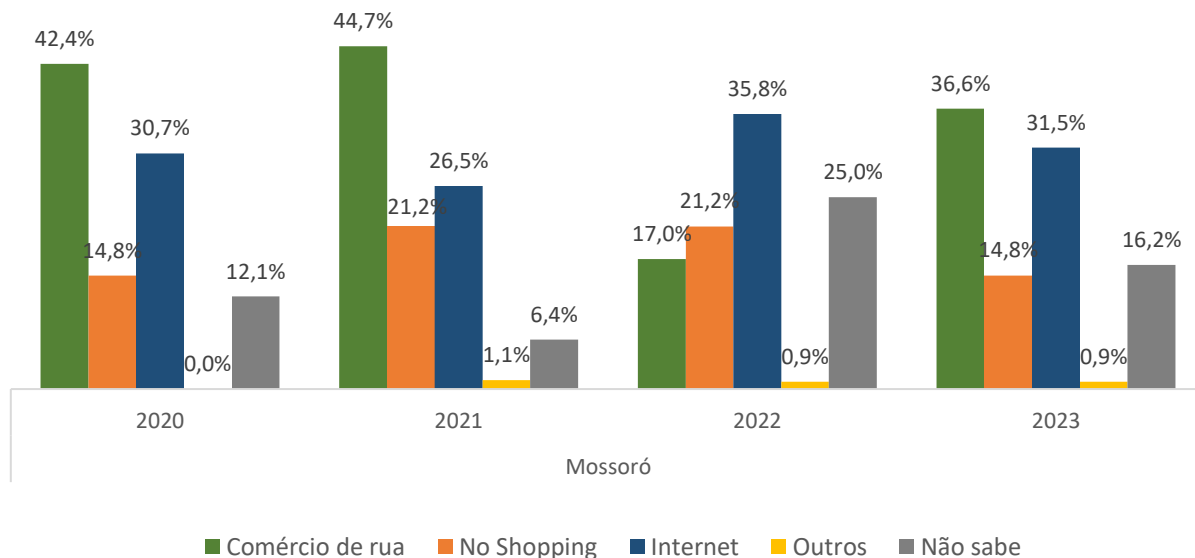
Fonte: Fecomércio RN



**Local de compra**

Gráfico 9 – Onde irá comprar?

Fonte: Fecomércio RN



**Período de compra**

Gráfico 10 – Quando comprará?

Fonte: Fecomércio RN

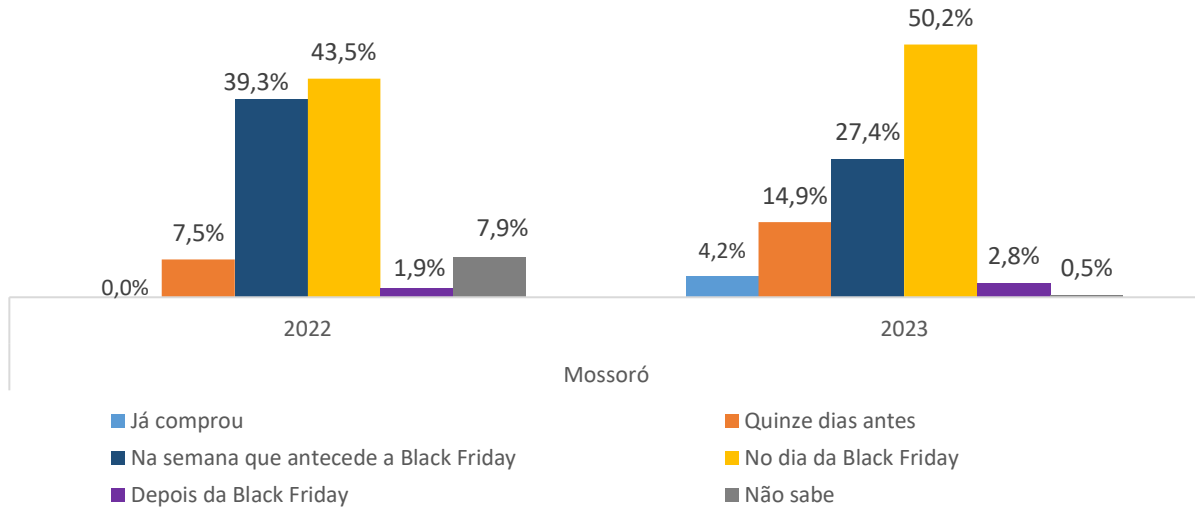
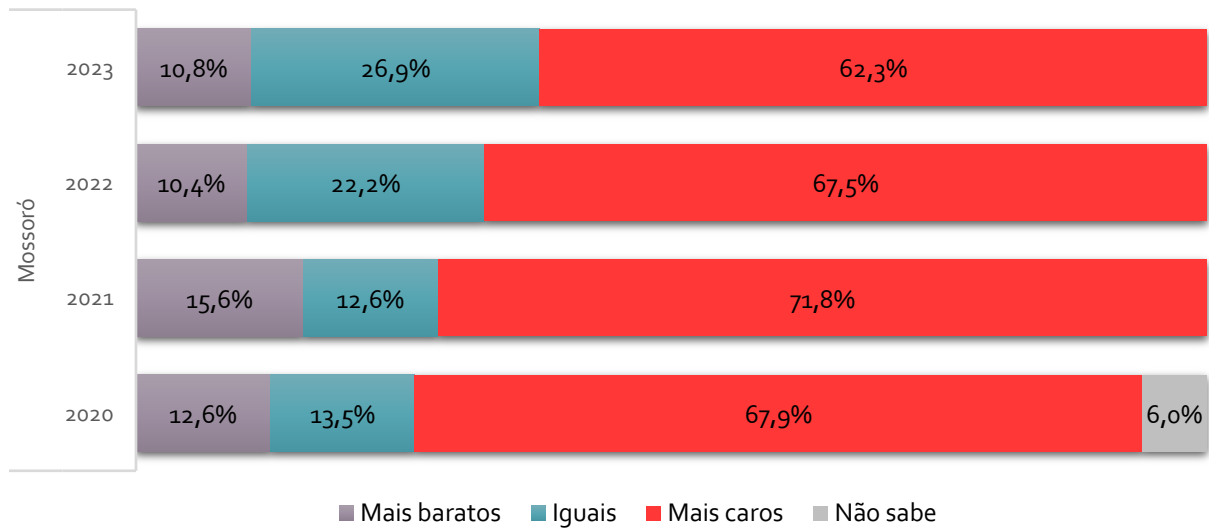


Gráfico 11 – Preço dos produtos nesta Black Friday.

Fonte: Fecomércio RN

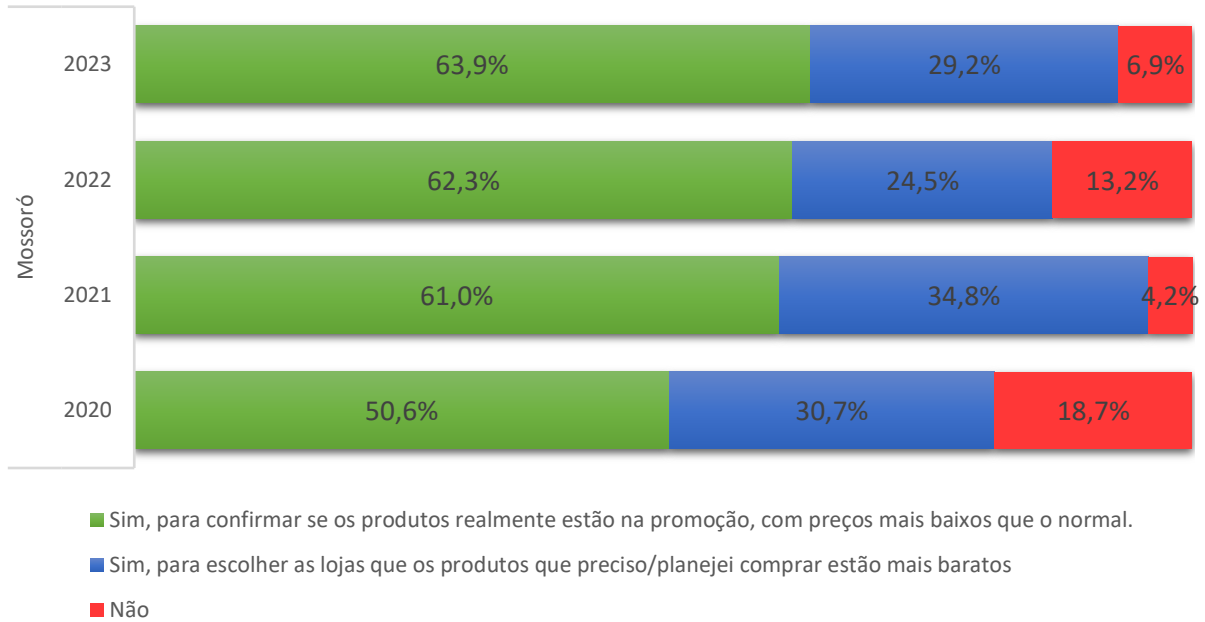




DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

Gráfico 12 – Irá fazer pesquisa de preço?

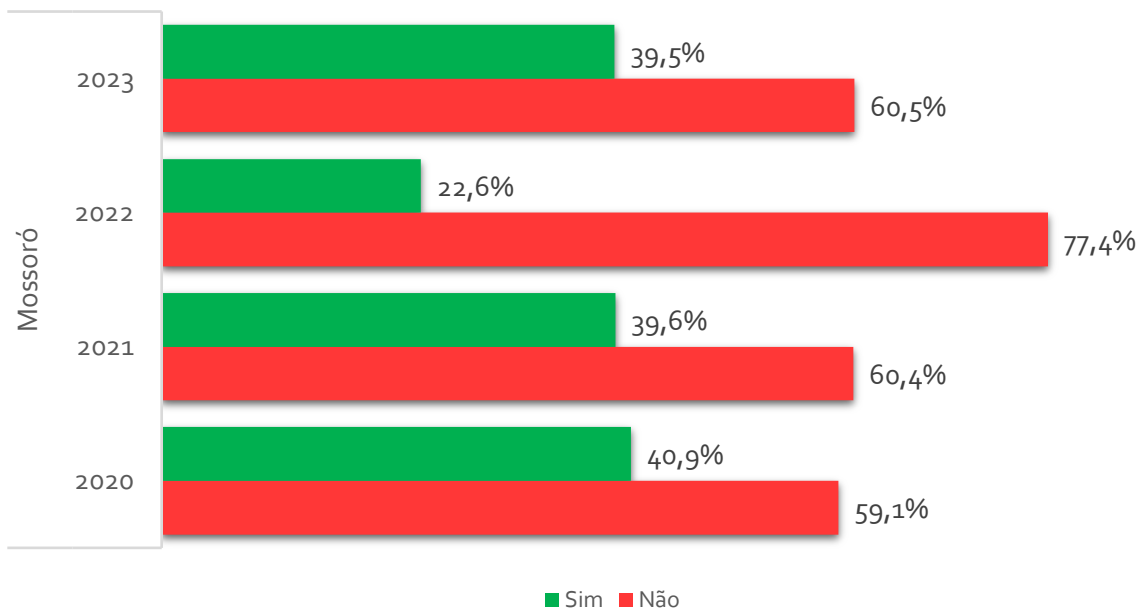
Fonte: Fecomércio RN



**Estratégias**

Gráfico 13 – Aproveitará as ações para realizar compras para o Natal?

Fonte: Fecomércio RN



DIRETORIA DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE

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

Fonte: Fecomércio RN

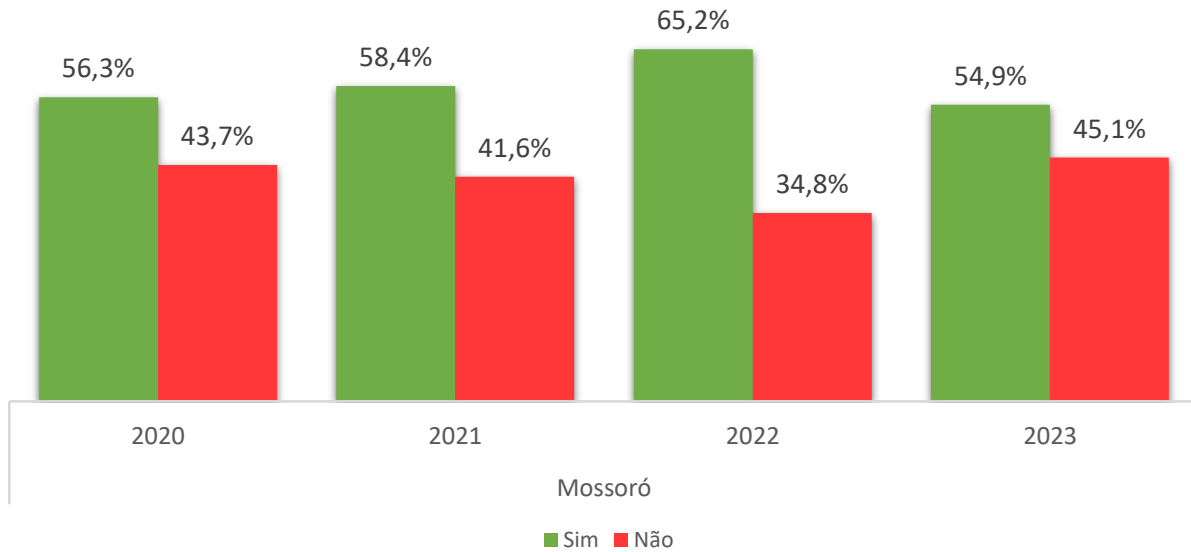


Tabela 4 – Quais ações do comércio poderá estimula-lo a realizar compras durante a Black Friday deste ano? (Múltipla resposta)

Fonte: Fecomércio RN

Rótulos de Linha	2020	2021	2022	2023
Descontos	22,3%	53,6%	36,9%	66,5%
Preço dos produtos	39,5%	24,0%	30,1%	51,2%
Qualidade do produto	5,6%	21,8%	20,2%	36,7%
Variedades de marcas e produtos	6,1%	9,8%	6,6%	35,3%
Facilidade no pagamento	9,8%	9,2%	2,8%	16,7%
Necessidade	25,6%	18,0%	19,6%	13,5%
Outras	8,1%	20,8%	13,4%	0,5%

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

**Coordenadora de Inovação e Competitividade**

Luiz Henrique

**Analista de Negócios**

**EQUIPE DE PESQUISA DA FECOMÉRCIO RN**

Tiago Chacon Fontoura

**Estatístico**

Josiel Costa

Simone Soares

Débora Nascimento

João Soares

Anna Thereza

Hugo Sergio

Natália Pereira

Jacqueline Aires

Maria Eduarda

Rogério Antunes

**Pesquisadores**