

Black Friday: 45% dos consumidores vão comprar mais produtos este ano do que em 2015, mostra SPC Brasil

42% pretendem gastar mais com os produtos. Valor médio das compras deve ter aumento de 31% em relação a 2015. Apenas 9% tiveram problemas com as compras na Black Friday do ano passado

Data cada vez mais importante para o varejo brasileiro, a Black Friday de 2016 acontecerá no dia 25 de novembro e funcionará como um termômetro para saber como a economia está se recuperando, assim como o poder de compra dos brasileiros. Uma pesquisa do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) mostra que, este ano, 69,0% dos consumidores pretendem comprar nesse dia e 28,1% têm a intenção de fazer compras dependendo dos preços e descontos ofertados. Em relação a 2015, 45,0% dos que compraram algo no ano passado pretendem comprar mais produtos na Black Friday deste ano e 42,0% pretendem gastar mais, sendo que o principal fator que motiva esses entrevistados é o baixo preço dos produtos.

A oportunidade de comprar produtos que necessita a preço baixo é o principal motivo para comprar na Black Friday 2016, para 74,7% dos entrevistados. Em seguida, 13,1% aproveitarão para comprar presentes de Natal com preços mais baixos e 12,1% irão comprar apenas para aproveitar as promoções, sem real necessidade. A grande maioria dos consumidores que pretendem comprar na Black Friday (95%) diz que irá fazer uma pesquisa de preço, seja para verificar se os produtos estão, de fato, em promoção (64,8%) ou para escolher as lojas em que os produtos que precisa estão mais baratos (30,4%)

Em média, os consumidores pretendem comprar entre três e quatro produtos e gastar cerca de R\$ 1.426,13 – um aumento real de 31% em relação a 2015 (R\$ 1.007,00, já descontada a inflação do período). A pesquisa mostra ainda que 42% esperam encontrar descontos entre 20% e 40% nos produtos da Black Friday, e outros 42% esperam que os descontos ultrapassem 40%, sendo a média geral de desconto esperada de 36%.

Entre os 29,8% dos consumidores que compraram ano passado e esperam gastar menos este ano, destaca-se a justificativa de não comprar sem necessidade e não estar precisando de muitas coisas (26,9%), seguida da existência de outras prioridades de compra, como carro ou casa (26,4%).

De acordo com a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, promover ofertas reais pode fazer a diferença na hora das vendas nessa época do ano. “Em uma data como a Black Friday, de importância tão grande para o comércio e próxima do Natal, as lojas que praticarem descontos reais acabarão se destacando diante da concorrência”, afirma. “Além disto, vale estar preparado para políticas de troca e prazos de entrega, que levam a uma maior reputação do lojista e geram confiança no consumidor, principalmente diante do crescente volume de fraudes na internet.”

Porém, ainda que a crise econômica dê sinais de uma leve melhora e os brasileiros estejam dispostos a gastar mais nas datas comemorativas, 19,0% dos que pretendem comprar possuem contas com pagamento em atraso e outros 18,7% estão com o nome registrado em cadastros de devedores.

Roupas e celulares serão os produtos mais comprados

A pesquisa identificou que as roupas (36,9%), os celulares e smartphones (31,3%) e os calçados (30,6%) serão os produtos mais comprados na Black Friday deste ano. Comparando com os resultados de compras de 2014, os celulares ganharam espaço (27,1% no ano passado).

A forma de pagamento mais utilizada será o cartão de crédito parcelado (39,1%) e o dinheiro (26,0%). Entre os pagamentos parcelados, o tempo médio para quitar a compra será de cinco meses. Segundo a economista-chefe, o ideal é evitar o abuso de parcelamentos e comprar à vista. “O pagamento parcelado pode comprometer o orçamento da família, não sendo uma atitude recomendável, ainda mais que as parcelas da Black Friday podem se juntar a parcelas de Natal e contas de início de ano. Caso não haja um bom controle do orçamento, é alto o risco de a pessoa gerar uma bola de neve de dívidas”, diz.

Prova disso é que quase um terço dos consumidores que têm a intenção de comprar na Black Friday (30,8%) admitiu gastar mais do que pode nas compras durante as promoções, já que não resistem às oportunidades e 8,1% deixarão de pagar alguma conta para comprar produtos na Black Friday.

Sites lideram entre os locais de compra

A pesquisa também investigou quais são os principais locais que os brasileiros farão as compras e os mais mencionados são os sites de lojas nacionais (58,9%) e o shopping center (40,2%). Entre os fatores mais importantes que levam os consumidores a escolherem esses lugares estão os preços (64,0%), o frete grátis (42,7%, com um salto em relação a 2015, quando o percentual era de 23,4%) e a credibilidade e segurança das lojas (26,3%).

“A Black Friday já está consolidada como um evento promocional online, já que a internet oferece possibilidades de avaliar diversas lojas, incluindo os sites das lojas já tradicionais. Porém, as promoções do evento nos shoppings ganharam seu espaço e os lojistas que quiserem aumentar o público devem pensar em estratégias de marketing não apenas online”, avalia Kawauti.

Em relação aos que compram na internet, 56,0% dão preferência aos sites de lojas e marcas conhecidas, 45,6% aos sites que tenham frete grátis e outros 33,1% escolhem sites que comparam os preços.

Nota média de satisfação com a Black Friday 2015 foi de 8,5

Perguntados sobre as compras na Black Friday de 2015, apenas 9,0% tiveram algum tipo de problema com as compras, sendo o mais citado a entrega fora do prazo (5,5%). Entre estes, a maioria (73,2%) conseguiu solucionar o problema, principalmente por meio da troca do produto (26,1%).

Em uma escala de 1 a 10, a nota média de satisfação com a Black Friday do ano passado foi de 8,5, sendo maior entre as classes C, D e E (8,6) e menor entre os jovens de 18 a 24 anos (8,1). Nove em cada dez entrevistados (90,7%) consideram que valeu a pena a compra na Black Friday de 2015 em função dos bons preços, enquanto apenas 9,3% se arrependeram.

Metodologia

O SPC Brasil entrevistou 828 consumidores de ambos os sexos, acima de 18 anos e de todas as classes sociais nas 27 capitais brasileiras para identificar o percentual de pessoas que pretendem comprar na Black Friday. Em um segundo momento, a partir de uma amostra de 608 casos, foi investigado de forma detalhada o comportamento do consumo, gerando um intervalo de confiança de 95%.

Clique em “baixar arquivos” no link a seguir para acessar a íntegra da pesquisa <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Imprensa:

Renan Miret
(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355
renan.miret@inpresspni.com.br



Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br