



BLACK

FRIDAY

29/NOV

PESQUISA BLACK FRIDAY 2024

A Black Friday é um dos eventos comerciais mais aguardados do ano, mobilizando consumidores e empresas de todo o país. Neste contexto, realizamos uma pesquisa exclusiva em Caxias do Sul para entender as intenções de compra da população local durante esse período. A pesquisa contou com a participação de 753 pessoas e abordou questões como preferências de produtos, orçamento previsto e influências nas decisões de compra.

Com os dados obtidos, observamos que quase 40% dos entrevistados pretendem aproveitar as promoções da Black Friday este ano. Entre os itens mais desejados estão eletroeletrônicos, móveis e eletrodomésticos. Outro ponto de destaque é que 45% dos participantes afirmaram que priorizarão lojas de rua para suas compras, reforçando a importância do comércio local durante a Black Friday.

Este eBook apresenta uma análise detalhada desses resultados, trazendo insights para comerciantes e consumidores sobre as expectativas e tendências de compra na cidade.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	56,6%
MASCULINO	43,4%

ESTADO CIVIL

SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	50,6%
CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	49,4%

IDADE

16-29	20,7%
30-39	23,2%
40-49	21,1%
50-59	18,1%
60-69	14,5%
70+	2,4%

POSSUI FILHOS?

NÃO	50,1%
1	28,2%
2	15,3%
3	4,9%
4+	1,5%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	1,8%
FUNDAMENTAL COMPLETO	3,3%
MÉDIO INCOMPLETO	6,6%
MÉDIO COMPLETO	38,9%
SUPERIOR INCOMPLETO	21,0%
SUPERIOR COMPLETO	22,0%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	2,6%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	3,8%

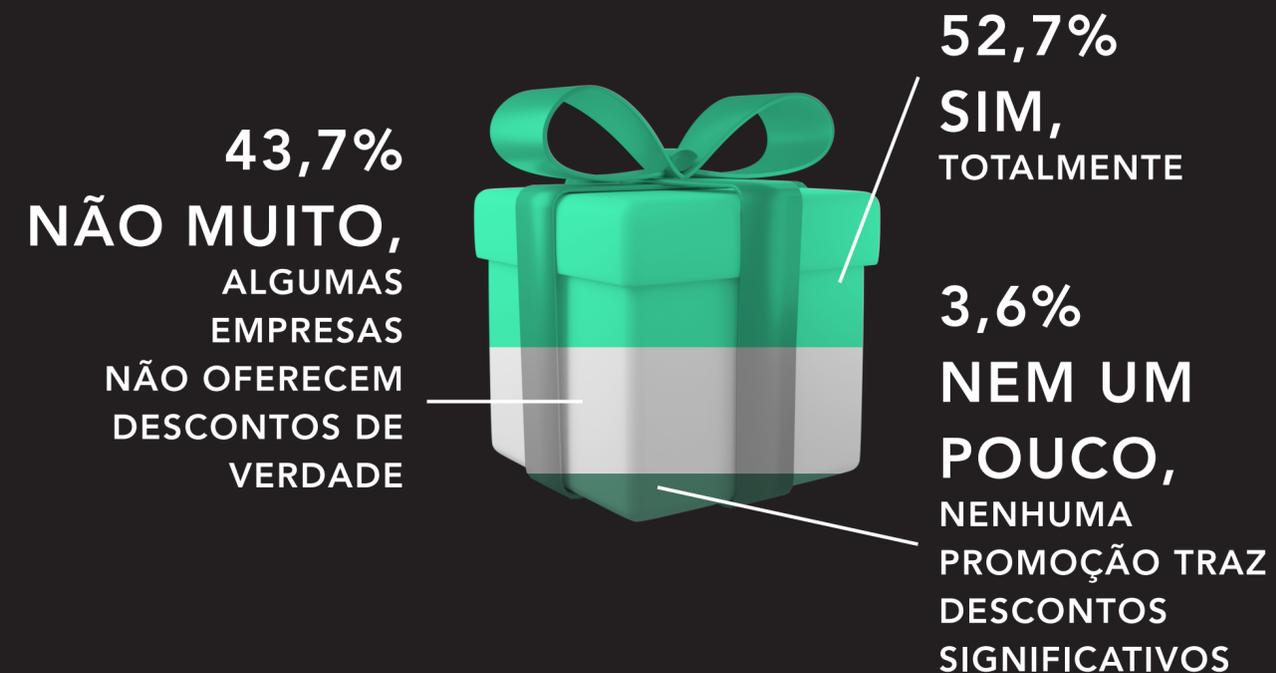
SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	38,9%
PROFISSIONAL LIBERAL	24,6%
APOSENTADO/PENSIONISTA	10,2%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	9,9%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	7,6%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	4,9%
DO LAR	2,6%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	1,3%

VOCÊ SABE O QUE É BLACK FRIDAY E QUANDO OCORRE?



VOCÊ ACREDITA NAS PROMOÇÕES DESTA DATA?



O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE A BLACK FRIDAY ESTÁ CHEGANDO?



ÉPOCA DO ANO

46,2%



PESSOAS COMENTANDO

16,1%



ANÚNCIOS EM REVISTAS, JORNAIS, OUTDOORS, TV E RÁDIO

12,0%



ANÚNCIOS ONLINE

9,2%



PROMOÇÕES ESPECÍFICAS

8,7%



LOJAS DECORADAS

7,2%



OUTROS

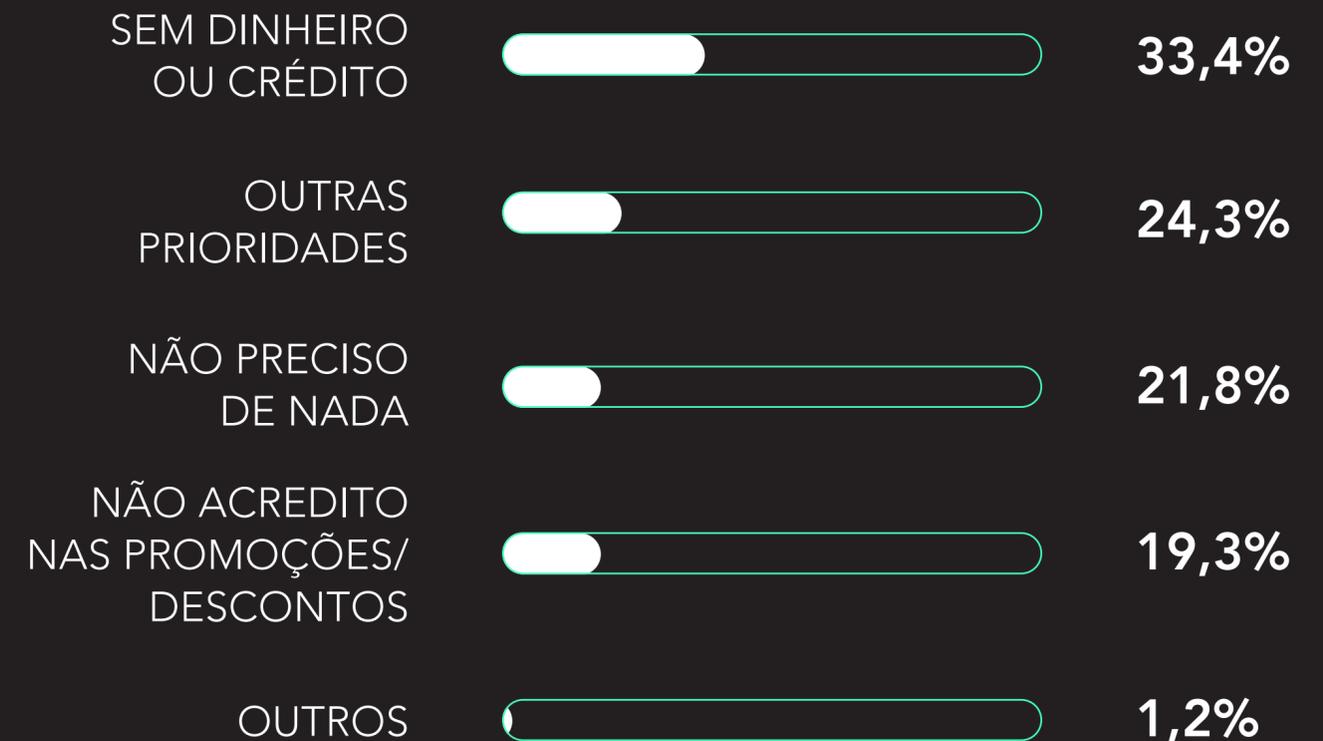
0,6%

VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA A BLACK FRIDAY?



2023 52,2% NÃO 38,6% SIM 9,2% TALVEZ

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NA BLACK FRIDAY?



SE ALGO FOSSE FEITO PELOS LOGISTAS, O QUE TALVEZ MOTIVARIA A COMPRAR NA BLACK FRIDAY?*



* PERGUNTA FEITA PARA TODOS QUE DISSERAM NÃO PRETENDER COMPRAR NA BLACK FRIDAY DESTE ANO

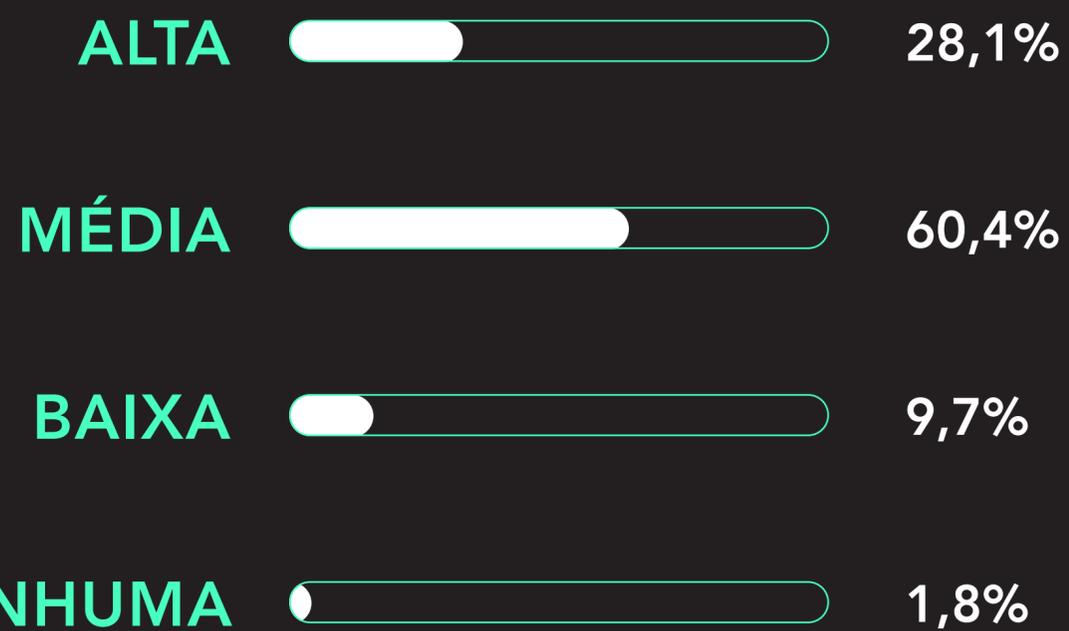
VOCÊ LEMBRA DE ALGUMA EMPRESA QUE JÁ INICIOU AS OFERTAS DE PRODUTOS PARA A BLACK FRIDAY?



SE SIM, QUAL?



QUAL A SUA EXPECTATIVA DE QUE O COMÉRCIO IRÁ FAZER OFERTAS INTERESSANTES?



QUANTO ESPERA ECONOMIZAR EM RELAÇÃO AOS PREÇOS EM VIGOR NO MOMENTO?

+ DE 50% 16,4%

30 A 49% 46,0%

10 A 29% 32,2%

- DE 10% 2,3%

NÃO SABE

3,1%

VOCÊ JÁ DECIDIU O QUE COMPRAR?

**SIM,
PRIMEIRO DECIDO
O PRODUTO E
DEPOIS PROCURO
A MELHOR OFERTA**

52,7%

**NÃO,
MAS VOU DECIDIR
E DEPOIS BUSCO A
MELHOR OFERTA**

27,6%

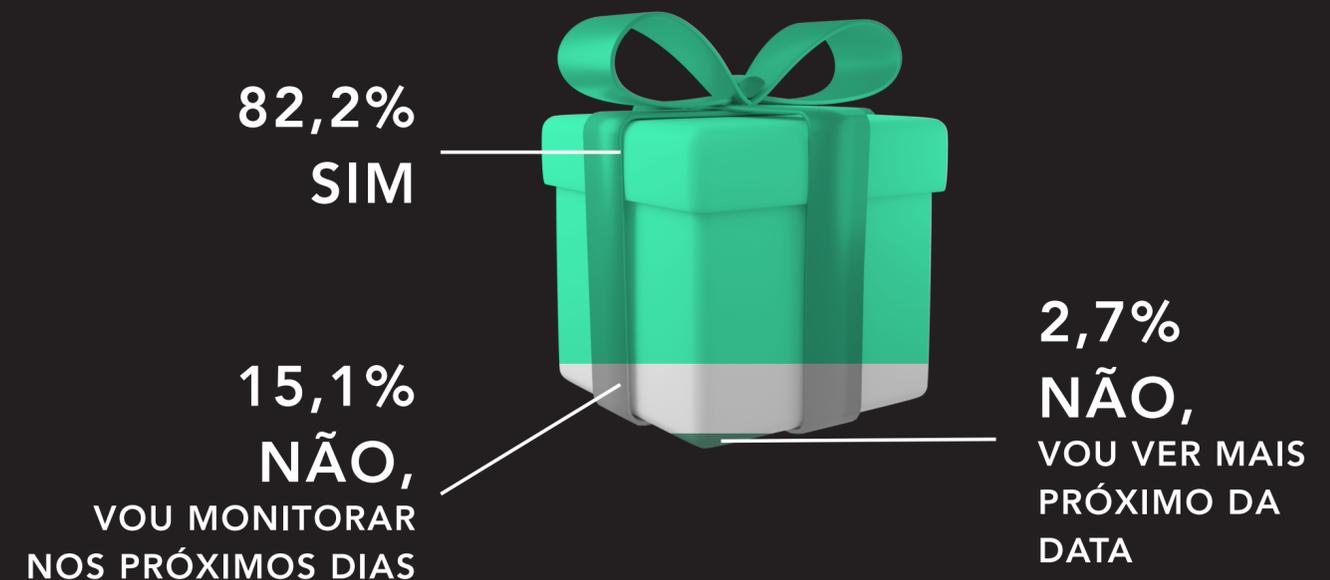
**NÃO,
FICO DE OLHO NAS
OFERTAS E QUANDO
ENCONTRO ALGO QUE
POSSA INTERESSAR EU
FAÇO A COMPRA**

14,8%

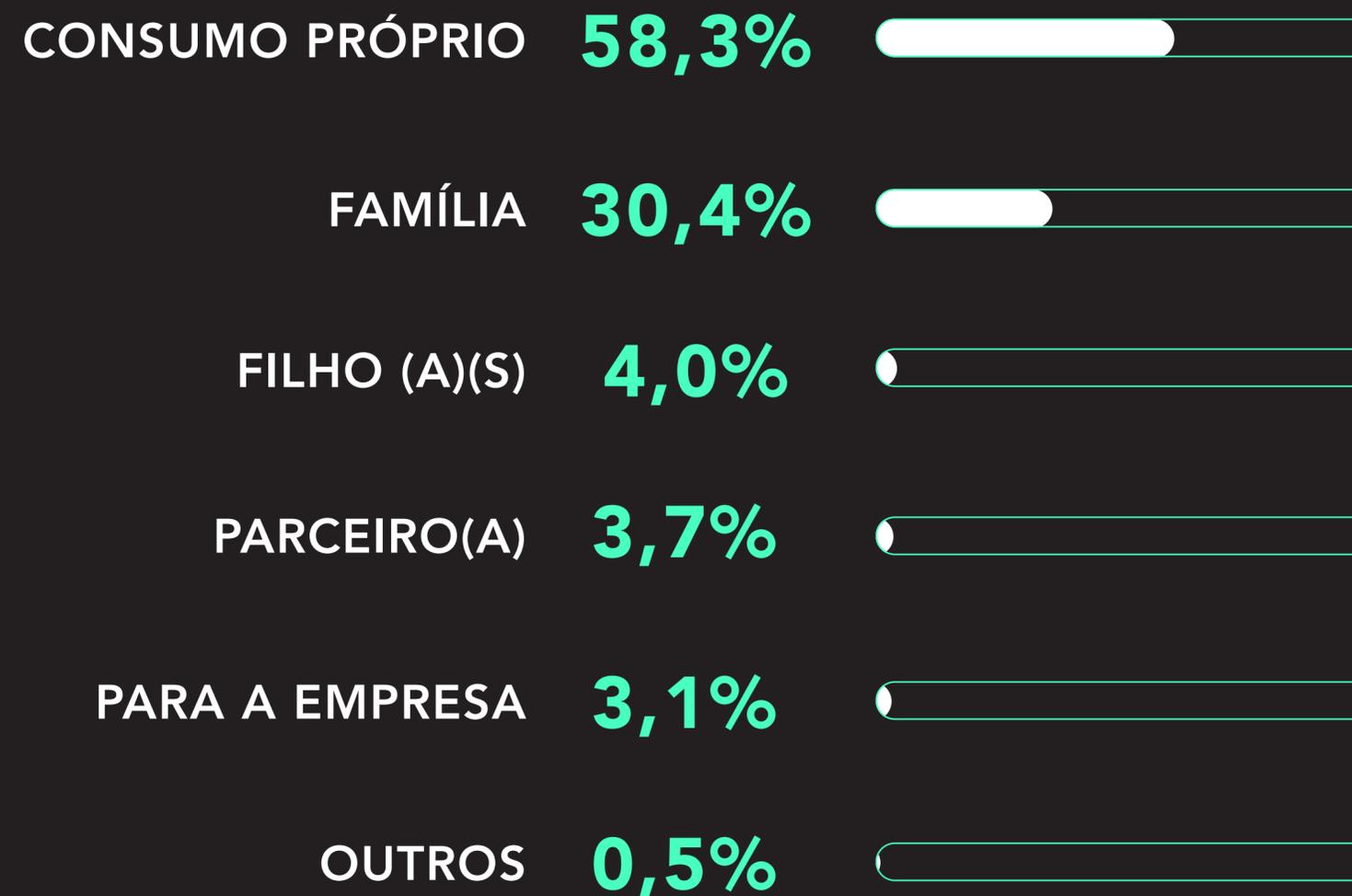
**SIM,
MAS VOU FICAR DE
OLHO EM OUTRAS
OPORTUNIDADES**

4,9%

**ESTÁ MONITORANDO OS
PREÇOS PARA SABER SE O
DESCONTO É REAL?**



PARA QUEM VOCÊ VAI FAZER COMPRAS NESTA BLACK FRIDAY?



QUAIS OS PRINCIPAIS MOTIVOS PARA COMPRAR, NESTE ANO, NA BLACK FRIDAY?

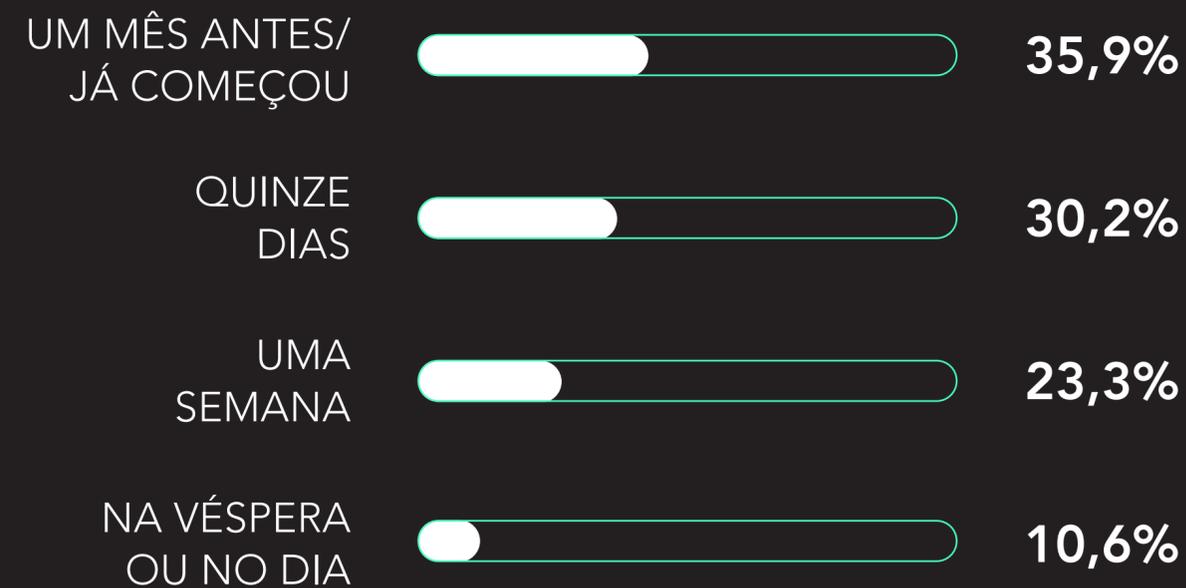


PESQUISA DE PREÇOS E COMPRA DOS PRODUTOS

VOCÊ PESQUISA PREÇOS E PRODUTOS ANTES DA COMPRA?



COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISA SOBRE PRODUTOS?



QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS
LOJAS

37,9%



SITES DE
BUSCA

26,0%



SITES DAS
LOJAS

24,5%



INSTAGRAM

5,3%



CARTAZES
E FOLHETOS

1,9%



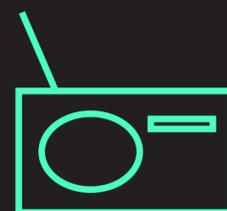
WHATSAPP

1,6%



TV

1,4%



RÁDIO

0,8%



FACEBOOK

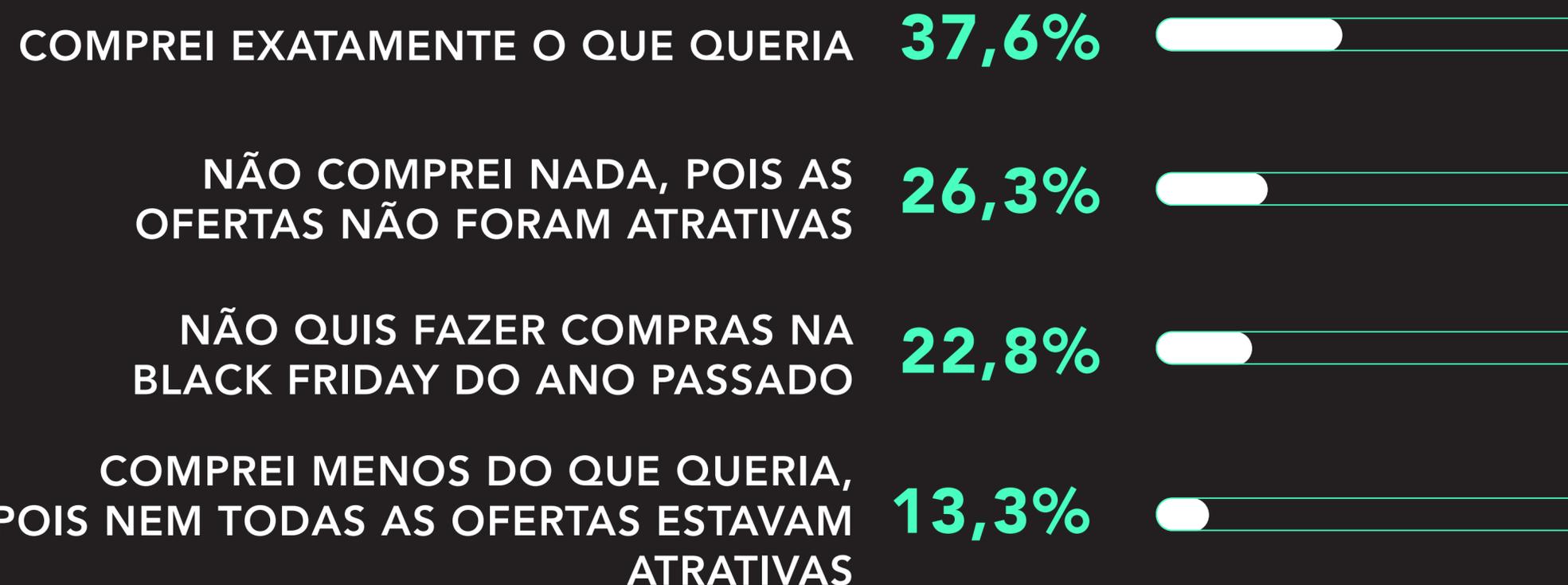
0,3%



REVISTAS E
JORNAL

0,3%

NO ANO PASSADO, VOCÊ FEZ COMPRAS NA BLACK FRIDAY, OU AS OFERTAS NÃO FORAM ATRATIVAS?



JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR?

75,7%
SABE



24,3%
AINDA NÃO SABE



28,4%
ELETROELETÔNICOS



24,3%
MÓVEIS OU
ELETRODOMÉSTICOS



10,3%
VESTUÁRIO



9,3%
BRINQUEDOS
E JOGOS



5,4%
CALÇADOS



4,4%
BELEZA E
CUIDADOS
PESSOAIS



4,2%
PASSEIOS/
VIAGENS



13,7%
OUTROS

QUANTIDADE DE PRODUTOS

2

MÉDIA DE PRODUTOS

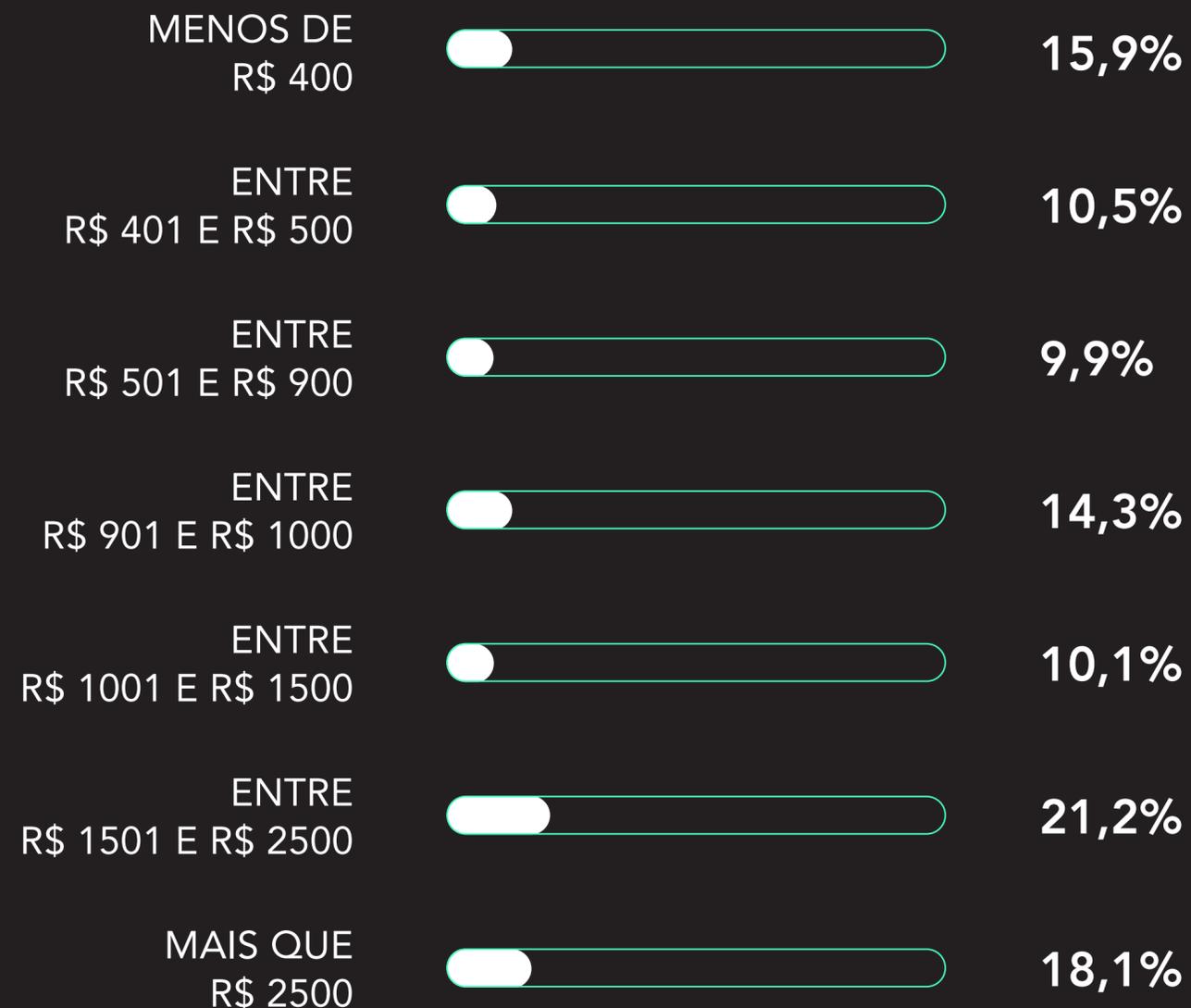
UM	DOIS	TRÊS	QUATRO	CINCO	SEIS OU +
48,6%	25,1%	12,0%	6,6%	4,1%	3,6%

INVESTIMENTO

R\$ 1.328,69

TICKET MÉDIO

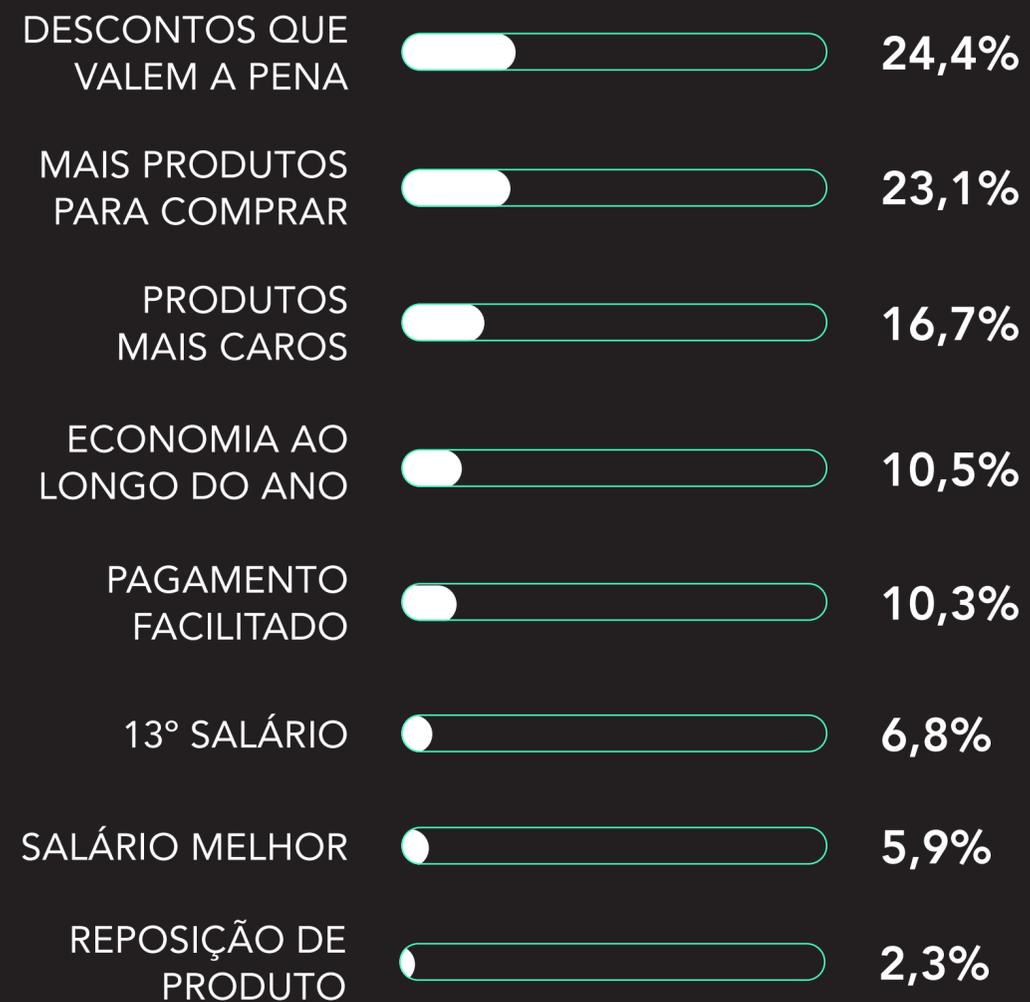
EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



INVESTIMENTO

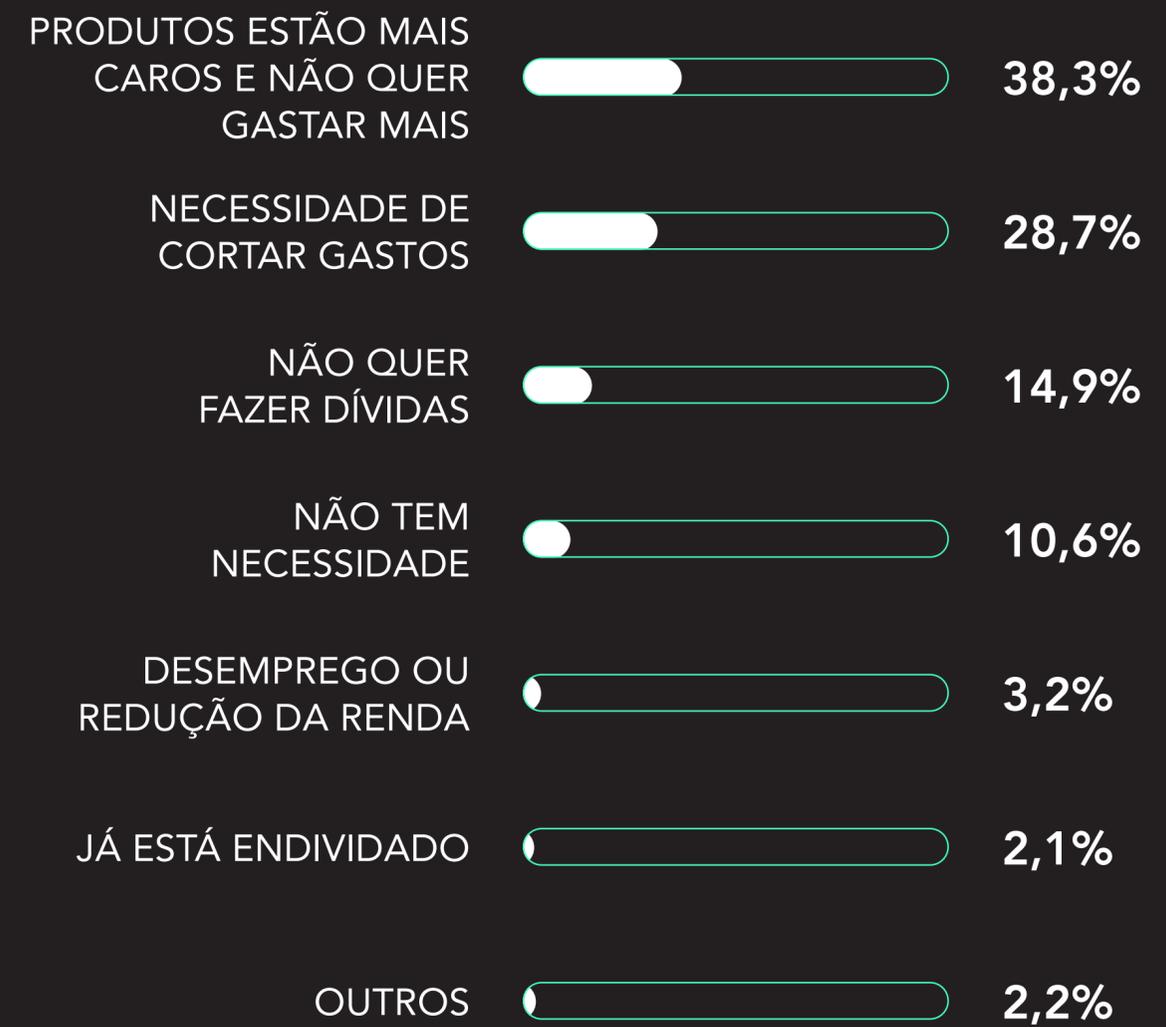
PARA OS 48,1% QUE DISSERAM GASTAR MAIS:

PORQUE PRETENDE GASTAR MAIS?



PARA OS 23,3% QUE DISSERAM GASTAR MENOS:

PORQUE PRETENDE GASTAR MENOS?



MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO

 **42,7%**
CARTÃO
DE CRÉDITO

 **24,2%**
PIX

 **20,0%**
DINHEIRO

 **10,5%**
CARTÃO
DE DÉBITO

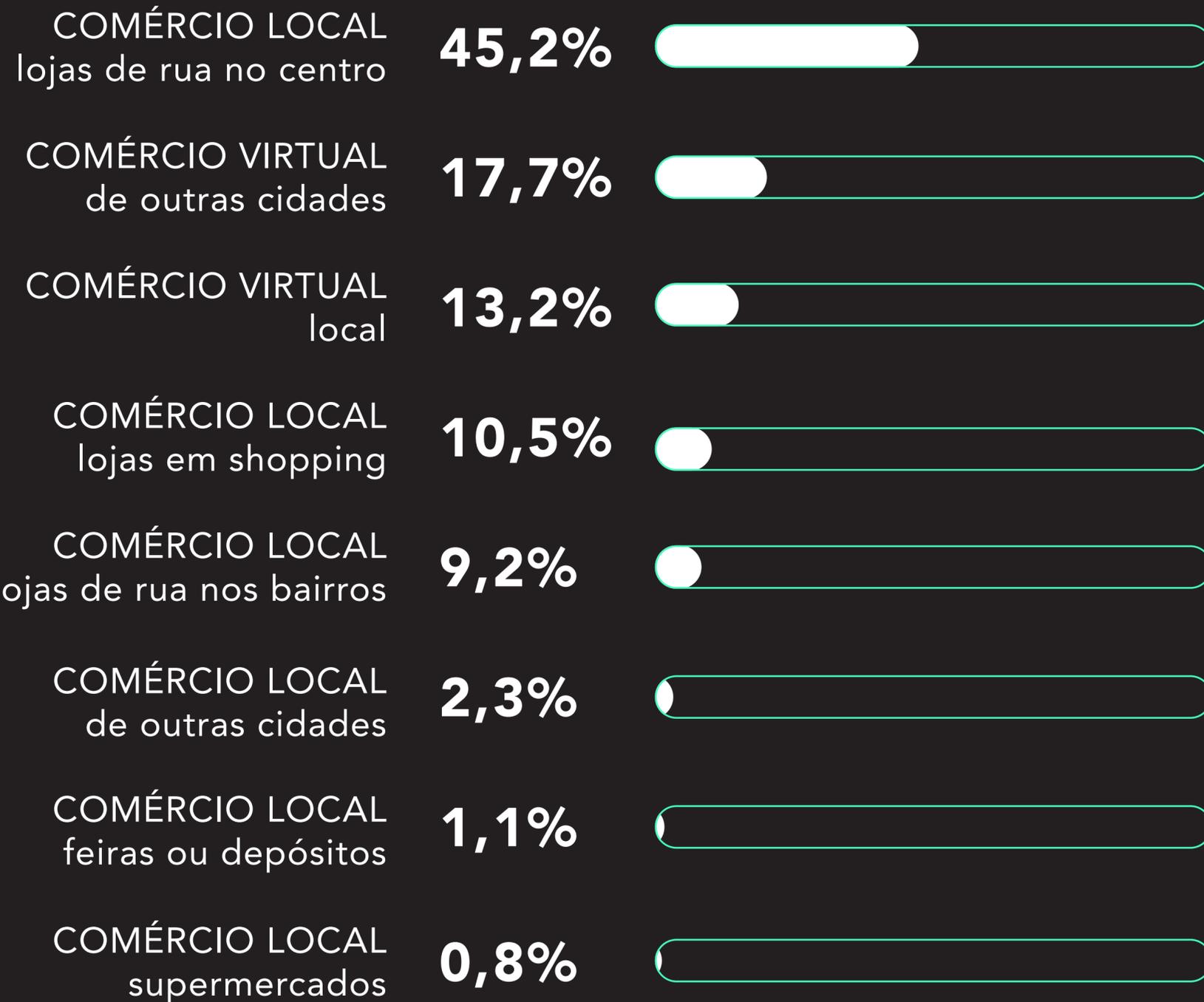
 **1,8%**
CREDIÁRIO

 **0,8%**
BOLETO

54,7% DAS COMPRAS SERÃO PAGAS À VISTA.
ENTRE OS 45,3% IRÃO PARCELAR, O NÚMERO DE PARCELAS SERÁ:

1x	2,3%	4x	22,5%
2x	5,7%	5x	13,6%
3x	18,6%	6x ou +	37,3%

LOCAL DE COMPRA PREFERIDO



VOCÊ ENTENDE QUE O COMÉRCIO ELETRÔNICO IRÁ SUBSTITUIR A EXPERIÊNCIA DE COMPRA EM UMA LOJA FÍSICA?



DIA DA SEMANA PREFERIDO



58,3% SEGUNDA A SEXTA
33,3% SÁBADO
8,4% DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO



27,7% MANHÃ
51,6% TARDE
20,7% NOITE

FATORES DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA

28,1%



ATENDIMENTO

Atenção, explicações sobre os produtos e ajuda para escolher os produtos

21,7%



PAGAMENTO

Preços, promoções e condições de pagamento

20,1%



PRODUTO

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados

10,3%



ONLINE

Atendimento digital, e-commerce e entrega a domicílio

8,4%



TRANSPARÊNCIA

Identificação clara dos preços

6,8%



LOCAL

Fácil acesso, estacionamento e segurança

3,9%



ATRAÇÃO

Ambientação e decoração da loja

0,7%



PROPAGANDA

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes

