

Expectativa de Vendas

Black Friday
2023



 ·  ·  ·  · 

Sistema Comércio

Black Friday

ANO

2023

A Black Friday é reconhecidamente uma das ações anuais de vendas mais expressivas nos Estados Unidos, onde lojas físicas e virtuais propagam promoções com descontos agressivos, com maior foco em produtos de tecnologia. No Brasil, a data ficou famosa a partir de 2010, não tendo necessariamente um foco em um segmento de produtos específicos.

As ações da data movimentam milhões no mercado on-line, mas têm ganhado espaço no comércio tradicional, tornando-se uma oportunidade para o empresário conquistar clientes e aumentar as vendas no período.

O Núcleo de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de conhecer a adesão das empresas varejistas às ações da Black Friday em Minas Gerais.

90,6% das empresas conhecem a Black Friday

Nesse ano, 37,3% das empresas que conhecem a data irão adotar ações no período para atrair o consumidor na expectativa de aumentar o volume de vendas. Das ações adotadas, os descontos, sendo a alma da Black Friday, serão aplicados por quase metade desses estabelecimentos na data.

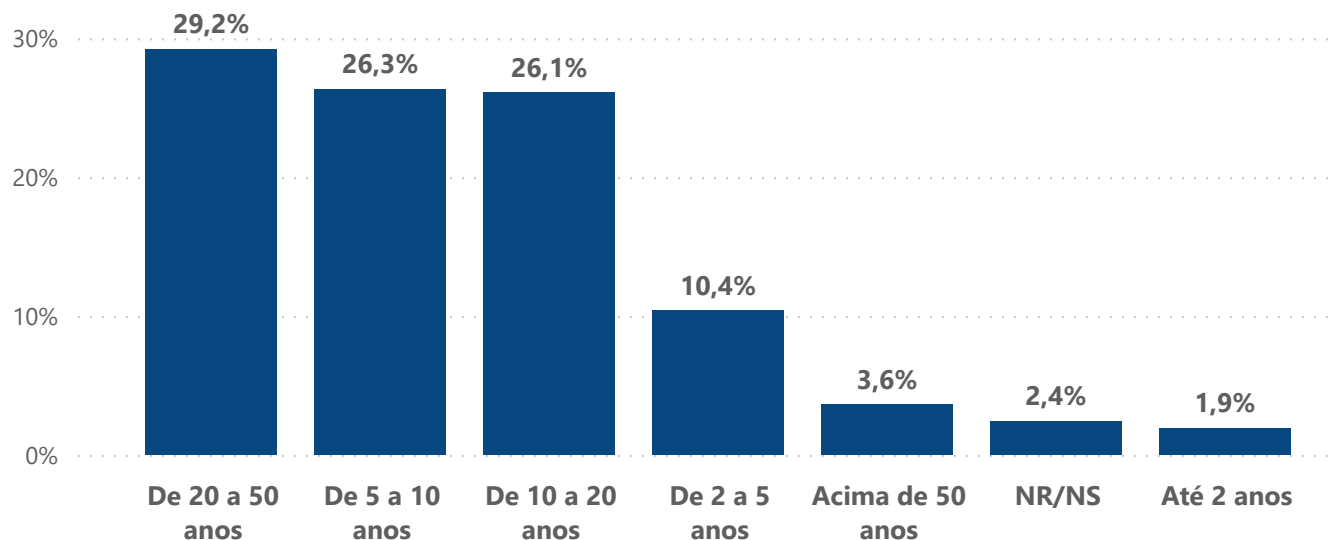
Os descontos serão superiores a 45,0% do valor dos produtos para, aproximadamente, 24,0% dessas empresas. A expectativa de quase metade dessas empresas é de que haja aumento de até 20,0% no volume de vendas.

Perfil das empresas

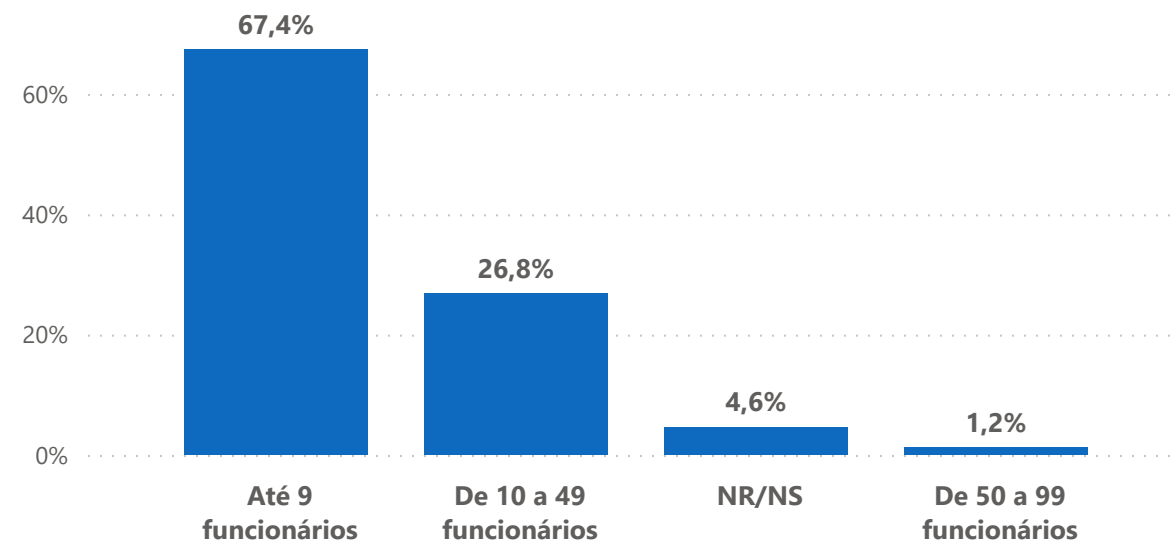
ANO

2023

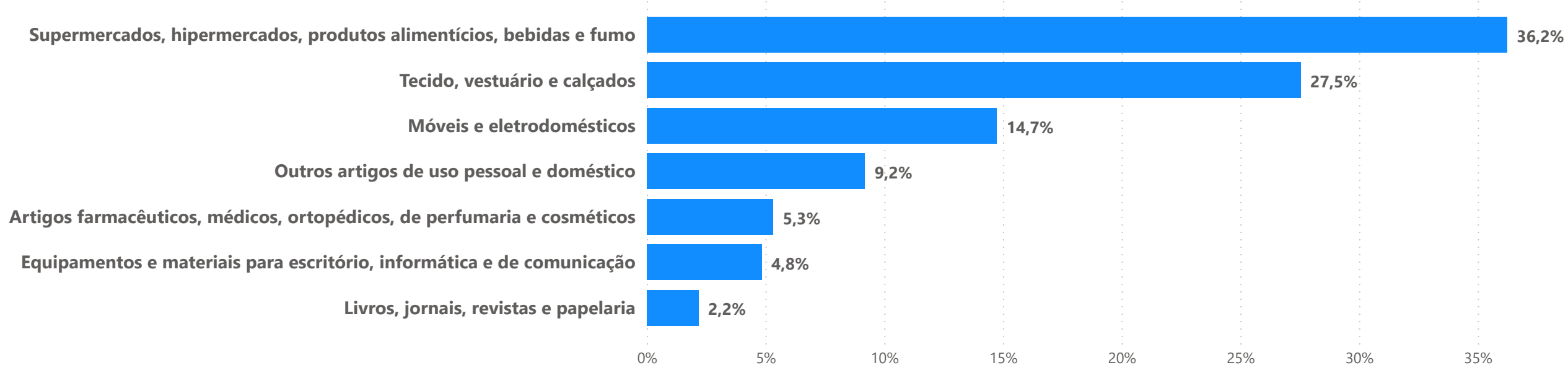
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários



Segmento

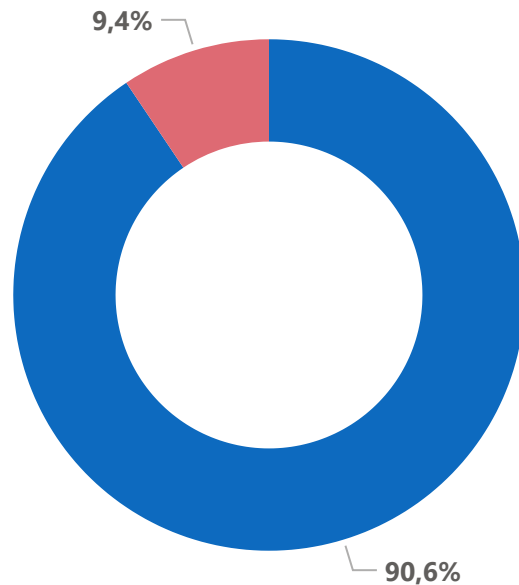


Ações Black Friday ano anterior

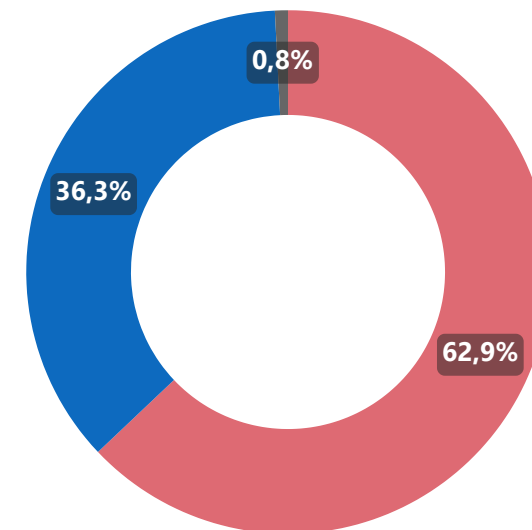
ANO

2023

Conhece a Black Friday?



Realizou ações da Black Friday no ano passado?



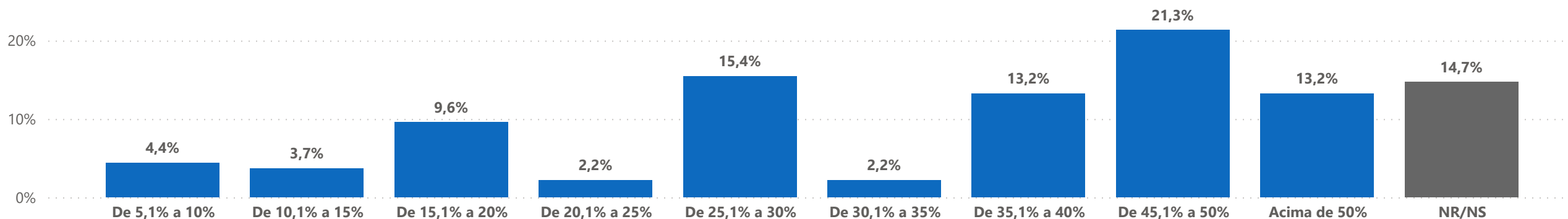
90,6% das empresas do comércio varejista conhecem a data comemorativa da Black Friday. Dessas empresas, 36,3% realizaram ações referentes à data, no ano passado.

Ações Black Friday ano anterior

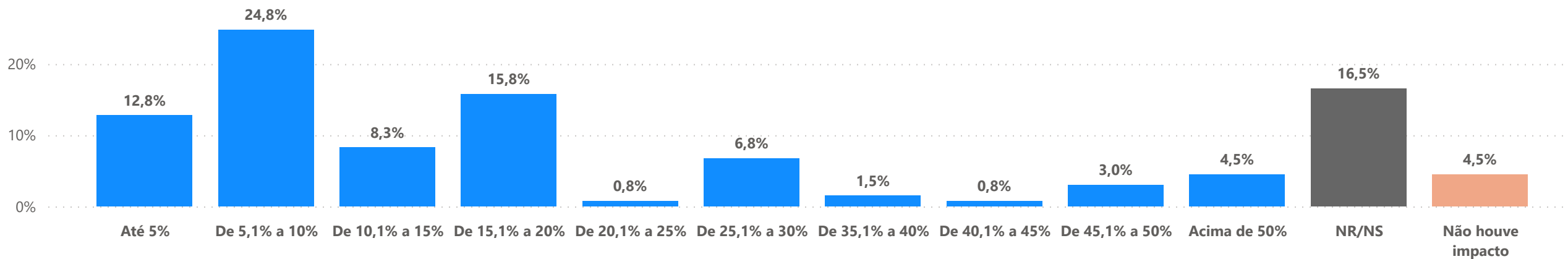
ANO

2023

Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período



Entre as empresas que realizaram ações no ano passado, quase metade (47,7%) ofertaram descontos acima de 35%.

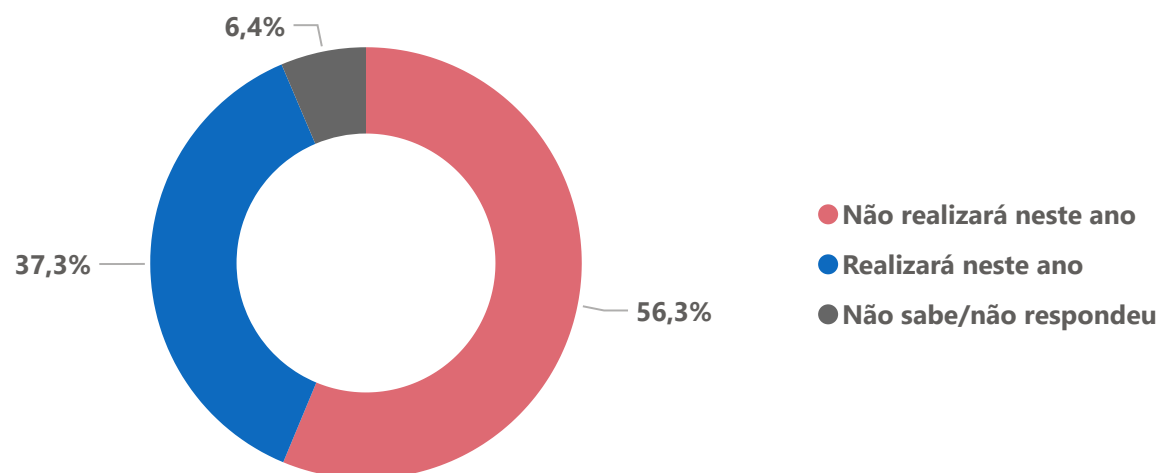
O impacto percebido no volume de vendas foi o aumento de até 20,0% para 61,7% das empresas que empregaram ações em 2022.

Expectativa Black Friday para este ano

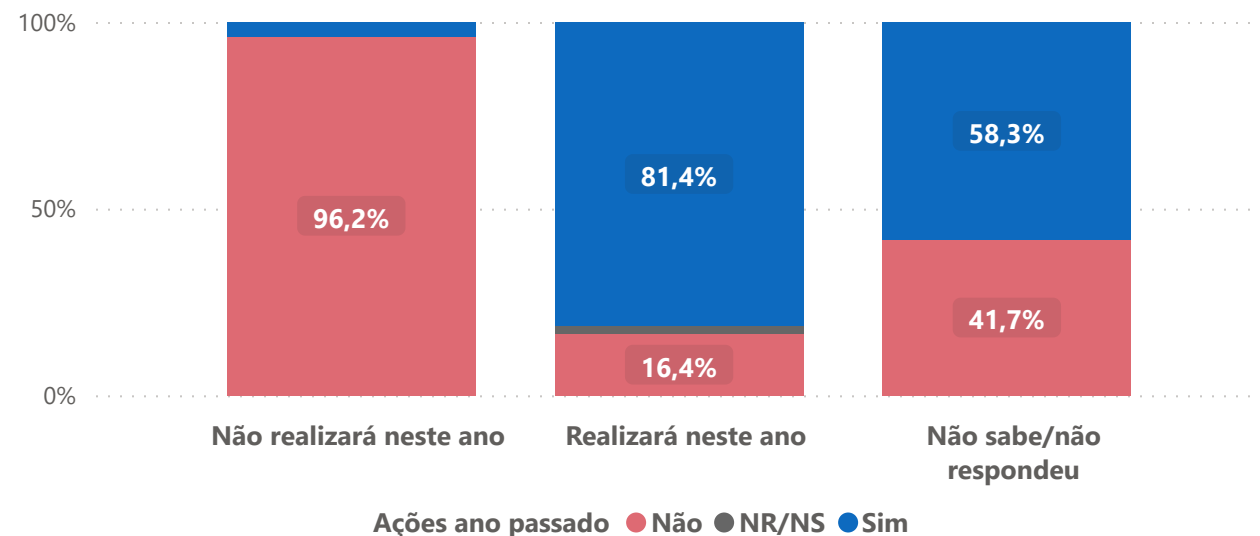
ANO

2023

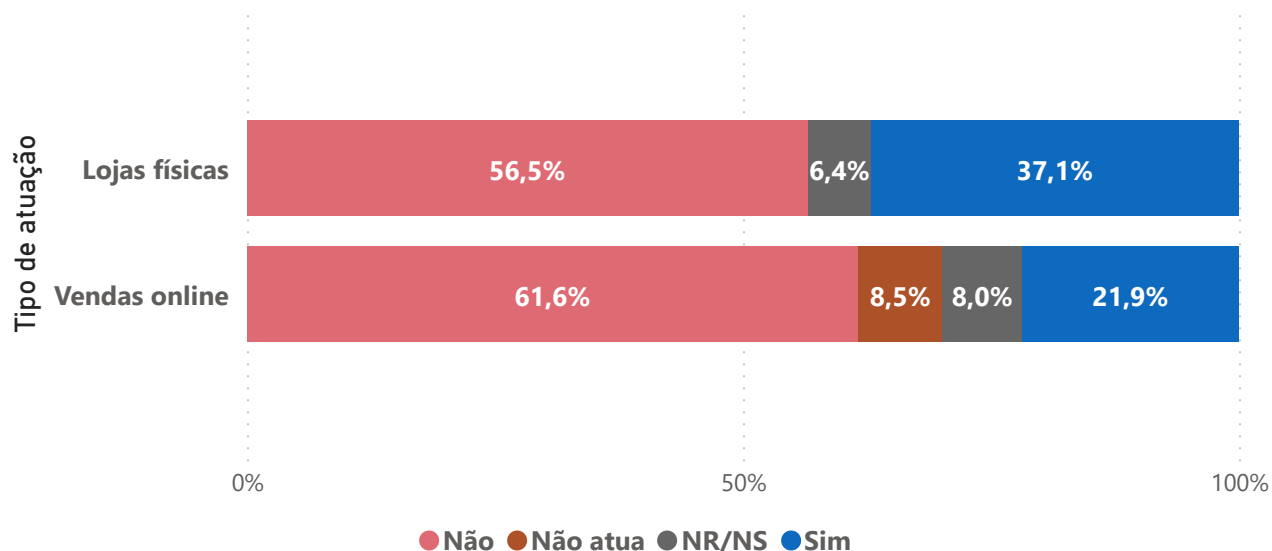
Realizará a Black Friday em seu estabelecimento este ano?



Realização Black Friday ano atual e ano anterior



Realizará a Black Friday este ano?



Dos estabelecimentos que conhecem a Black Friday, 37,3% irão praticar ofertas da data neste ano.

Das empresas que realizarão ações esse ano, 81,4% também realizaram em 2022. As ações ocorrerão em 37,1% das lojas físicas e, para 21,9% das lojas on-line para aquelas que vendem pela internet.

Expectativa Black Friday para este ano

ANO

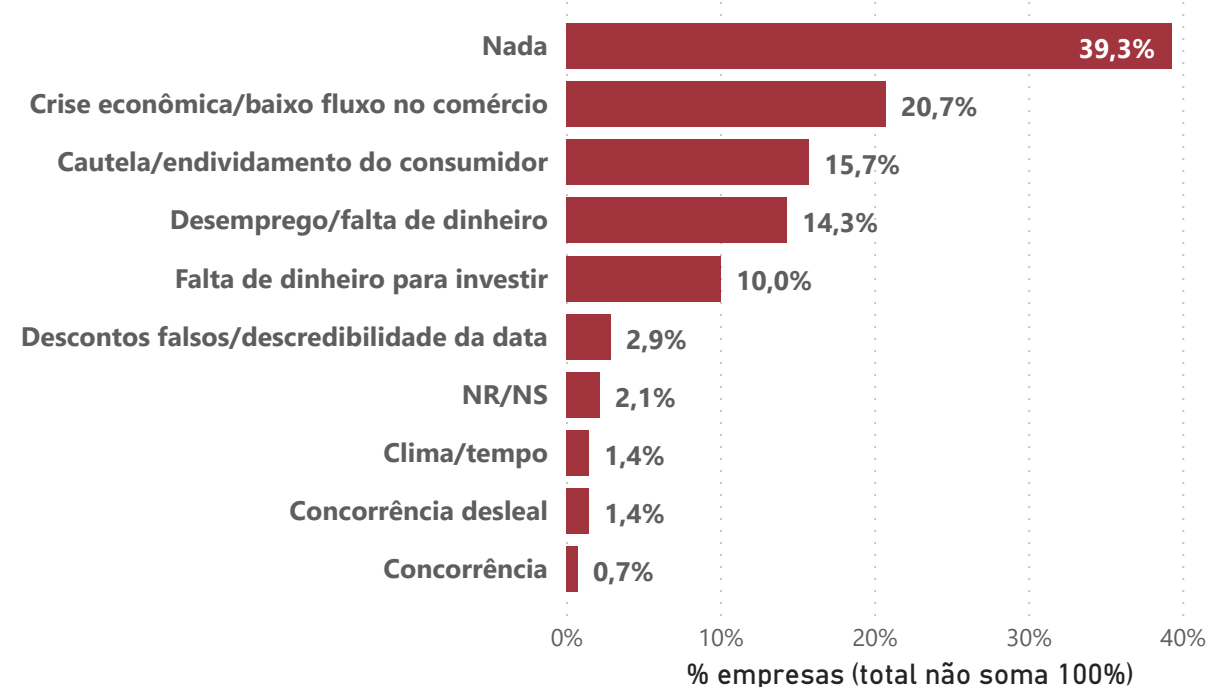
2023

Quais ações realizará na data?



Os descontos, sendo a principal proposta da Black Friday, foram apontados por 48,2% das empresas como uma ação a ser aplicada no período. Também aparecem com percentuais elevados propagandas/divulgações e atendimento diferenciado.

O que poderá atrapalhar as vendas no período?



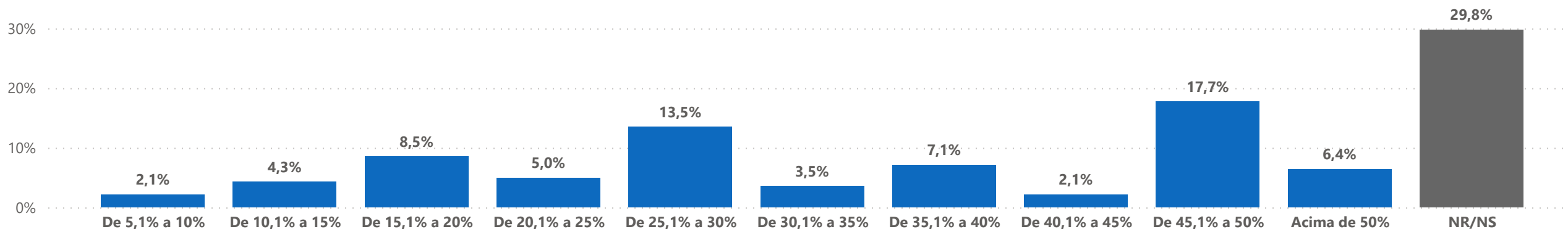
Uma boa parte dos empresários acredita que nada poderá atrapalhar as vendas nos seus estabelecimentos no período de ofertas. Contudo, 20,7% apontaram para o baixo fluxo no comércio, 15,7% a cautela por parte do consumidor e 14,3% o desemprego/falta de dinheiro como fatores a impactar negativamente na Black Friday.

Expectativa Black Friday para este ano

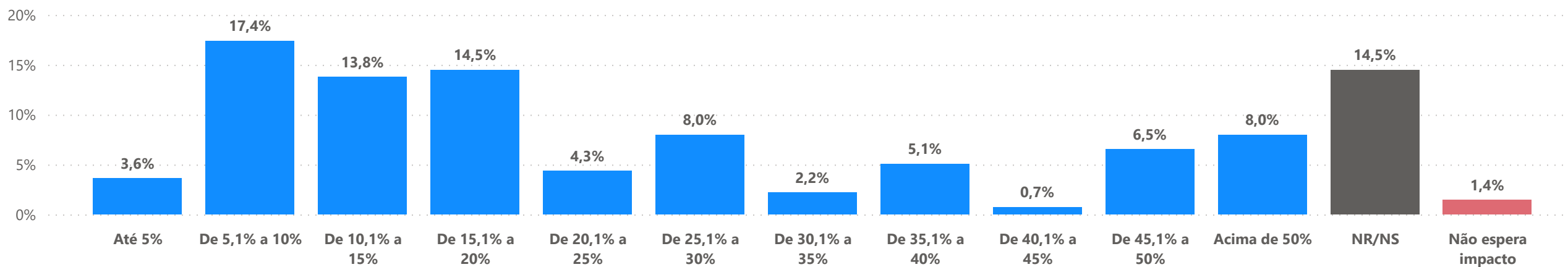
ANO

2023

Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período



Descontos superiores a 45,0% serão estratégia de mais de 24,0% dos estabelecimentos que participarão da data. No entanto, 29,8% ainda não definiram os descontos a serem praticados no período.

Já o aumento do volume de vendas em até 20,0% é esperado por quase metade desses estabelecimentos (49,3%), enquanto o aumento acima de 50% é esperado apenas por 8,0% dessas empresas.

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 17 a 25 de outubro de 2023. Foram avaliadas 414 empresas, sendo pelo menos 39 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo de Estudos Econômicos

Responsável: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Polyane Pereira Casagrande e Rafael Rei de Oliveira

Menor aprendiz: Diego Colen Drumond Martins

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br