



DEPARTAMENTO DE PESQUISAS



BLACK FRIDAY

Novembro/2024



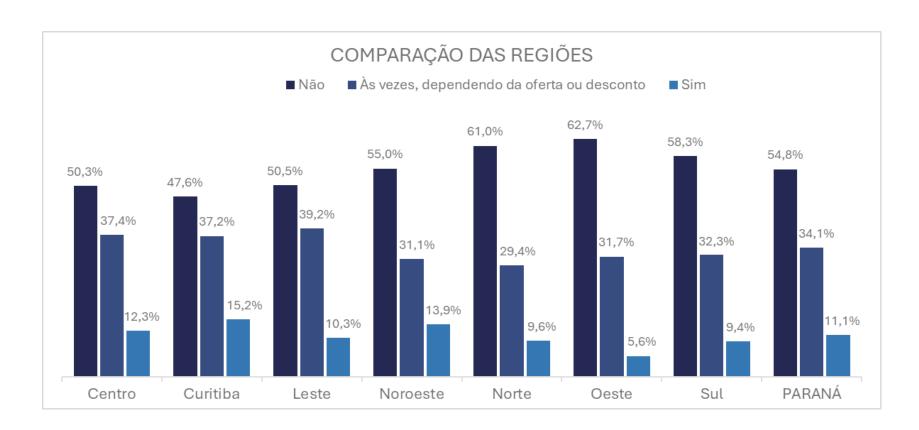




ADIANTAM AS COMPRAS DE NATAL NA BLACK FRIDAY

1. O(A) Sr.(a) adianta as compras do Natal na Black Friday?

| Adiantam as Compras do Natal | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|--|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Não | 50,3% | 47,6% | 50,5% | 55,0% | 61,0% | 62,7% | 58,3% | 54,8% |
| Às vezes, dependendo da oferta ou desconto | 37,4% | 37,2% | 39,2% | 31,1% | 29,4% | 31,7% | 32,3% | 34,1% |
| Sim | 12,3% | 15,2% | 10,3% | 13,9% | 9,6% | 5,6% | 9,4% | 11,1% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

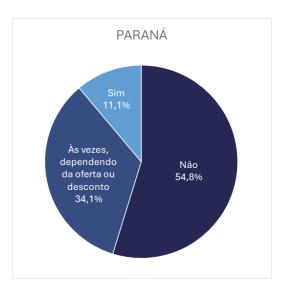


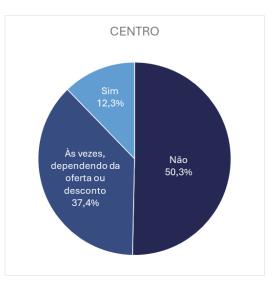


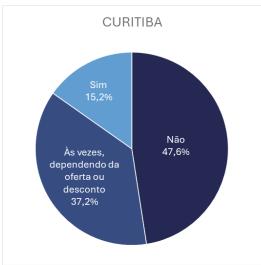


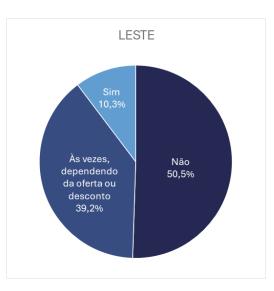
ADIANTAM AS COMPRAS DE NATAL NA BLACK FRIDAY

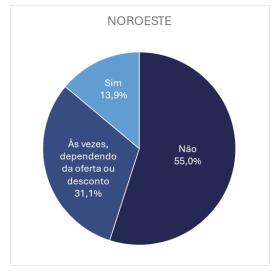
Gráficos por Região

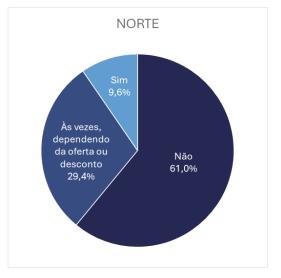


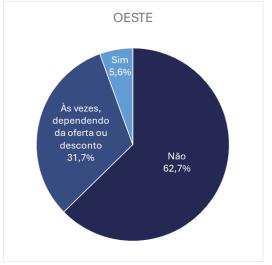
















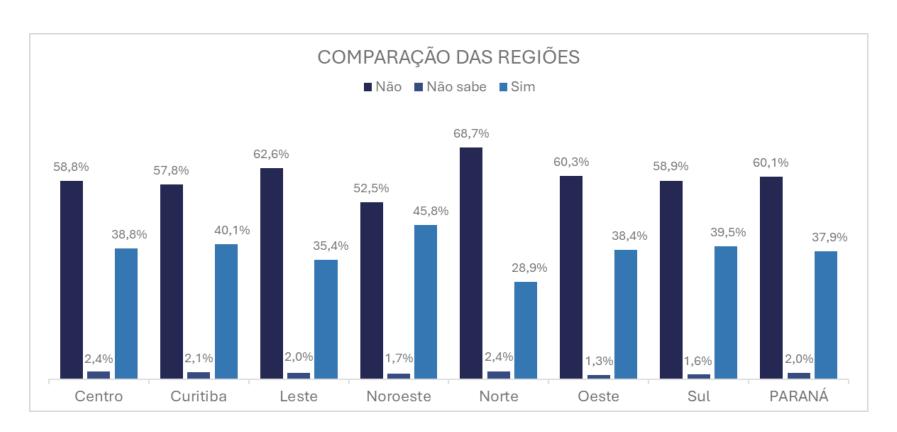


VANTAGEM NA BLACK FRIDAY

Sondagem de Intenção de Compras Black Friday

2. Com relação à Black Friday, o(a) sr.(a) vê vantagens reais nessa data?

| Vê vantagem | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|-------------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Não | 58,8% | 57,8% | 62,6% | 52,5% | 68,7% | 60,3% | 58,9% | 60,1% |
| Não sabe | 2,4% | 2,1% | 2,0% | 1,7% | 2,4% | 1,3% | 1,6% | 2,0% |
| Sim | 38,8% | 40,1% | 35,4% | 45,8% | 28,9% | 38,4% | 39,5% | 37,9% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

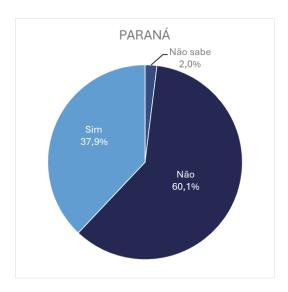




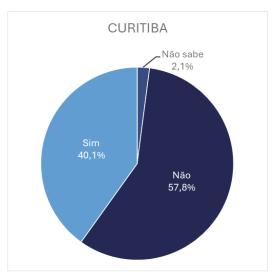


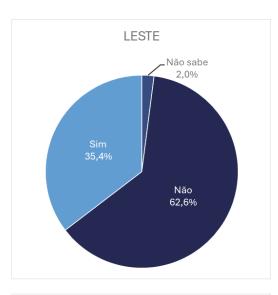
VANTAGEM NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região





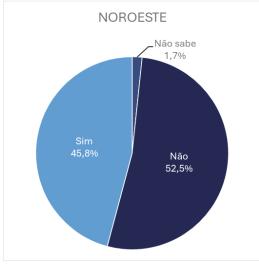


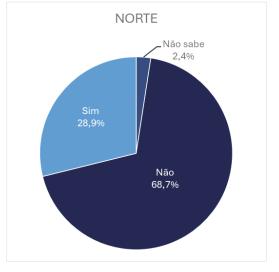


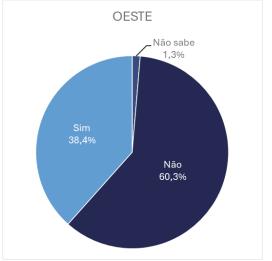
Sondagem de

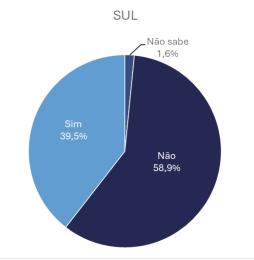
Black Friday

Intenção de Compras









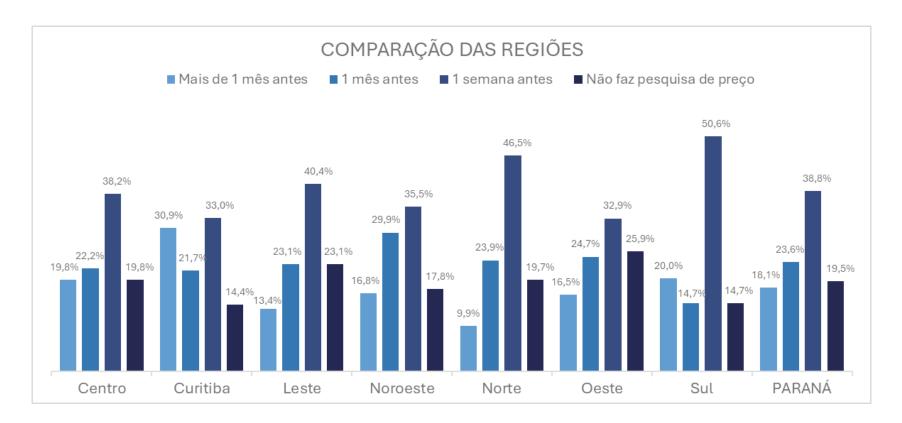




PESQUISA DE PREÇO ANTECIPADA NA BLACK FRIDAY

3. Com que antecedência costuma fazer pesquisa de preço dos produtos/serviços que pretende comprar na Black Friday?

| Faz Pesquisa de Preço | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|---------------------------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Mais de 1 mês antes | 19,8% | 30,9% | 13,4% | 16,8% | 9,9% | 16,5% | 20,0% | 18,1% |
| 1 mês antes | 22,2% | 21,7% | 23,1% | 29,9% | 23,9% | 24,7% | 14,7% | 23,6% |
| 1 semana antes | 38,2% | 33,0% | 40,4% | 35,5% | 46,5% | 32,9% | 50,6% | 38,8% |
| Não faz pesquisa de preço | 19,8% | 14,4% | 23,1% | 17,8% | 19,7% | 25,9% | 14,7% | 19,5% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

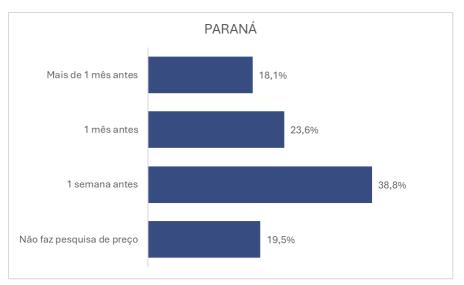


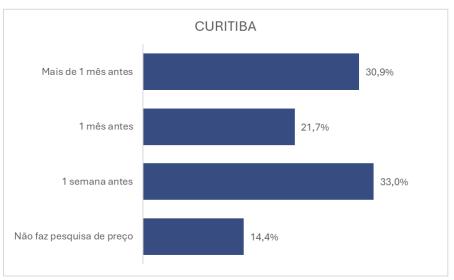




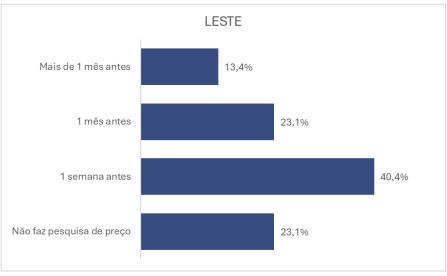
PESQUISA DE PREÇO ANTECIPADA NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região







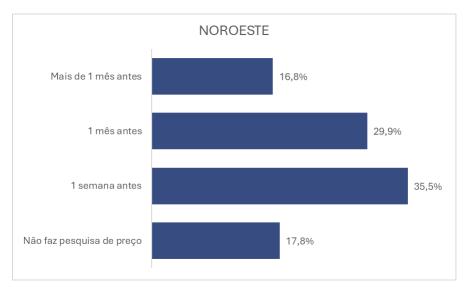


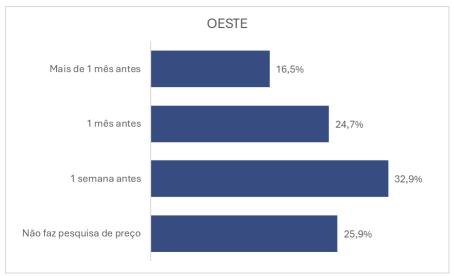


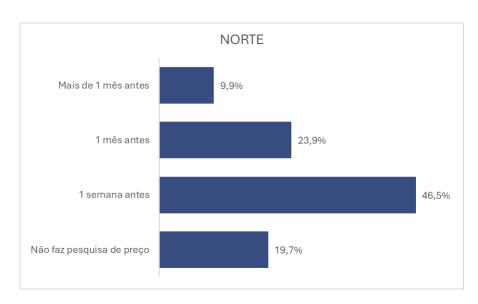


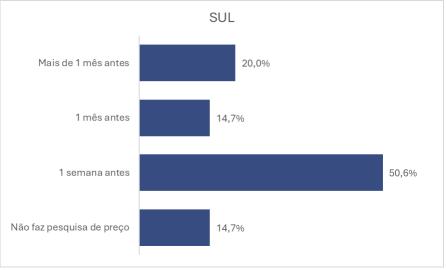
PESQUISA DE PREÇO ANTECIPADA NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região









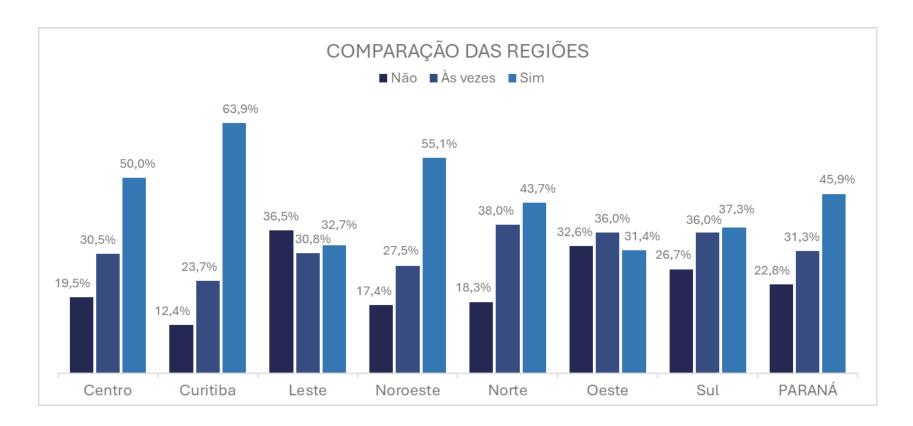




AGUARDAM A BLACK FRIDAY PARA COMPRAR

4. Costuma aguardar a data da Black Friday para comprar produtos/serviços para aproveitar os descontos?

| Aguarda a Data para Comprar | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|-----------------------------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Não | 19,5% | 12,4% | 36,5% | 17,4% | 18,3% | 32,6% | 26,7% | 22,8% |
| Às vezes | 30,5% | 23,7% | 30,8% | 27,5% | 38,0% | 36,0% | 36,0% | 31,3% |
| Sim | 50,0% | 63,9% | 32,7% | 55,1% | 43,7% | 31,4% | 37,3% | 45,9% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

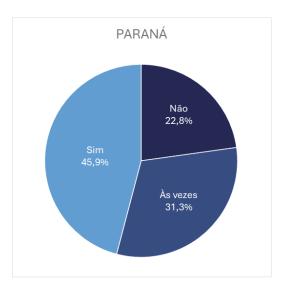


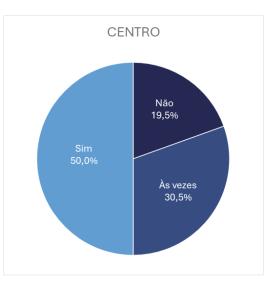


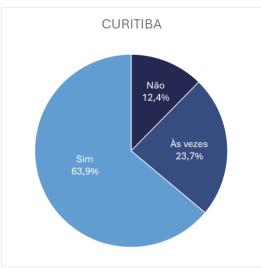


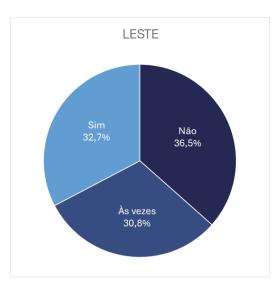
AGUARDAM A BLACK FRIDAY PARA COMPRAR

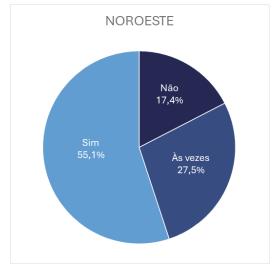
Gráficos por Região

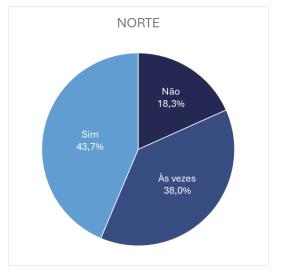


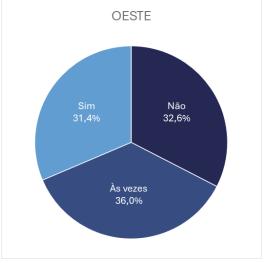


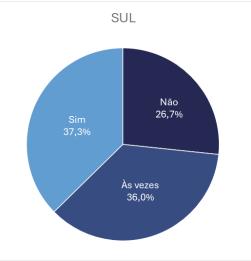
















PRODUTOS MAIS PROCURADOS NA BLACK FRIDAY

5. Qual o tipo de produtos/serviços prefere comprar nesta data (Black Friday)?

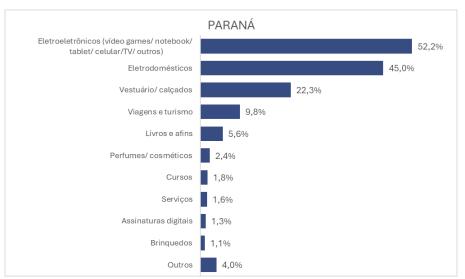
| Produtos/ Serviços mais procurados na Black Friday? | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|---|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Eletroeletrônicos (vídeo games/ notebook/ tablet/ celular/TV/ outros) | 50,0% | 58,3% | 51,9% | 52,3% | 50,7% | 53,6% | 41,1% | 52,2% |
| Eletrodomésticos | 50,0% | 36,5% | 38,5% | 39,3% | 58,0% | 44,0% | 57,5% | 45,0% |
| Vestuário/ calçados | 24,4% | 22,9% | 17,3% | 28,0% | 21,7% | 20,2% | 20,5% | 22,3% |
| Viagens e turismo | 7,3% | 16,7% | 9,6% | 10,3% | 7,2% | 7,1% | 6,8% | 9,8% |
| Livros e afins | 2,4% | 6,3% | 3,8% | 3,7% | 10,1% | 6,0% | 5,5% | 5,6% |
| Perfumes/ cosméticos | 2,4% | 5,2% | 1,9% | 0,9% | 1,4% | 1,2% | 4,1% | 2,4% |
| Cursos | 1,2% | 7,3% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 1,8% |
| Serviços | 1,2% | 5,2% | 1,9% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 1,6% |
| Assinaturas digitais | 1,2% | 3,1% | 1,9% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% |
| Brinquedos | 3,7% | 1,0% | 0,0% | 0,9% | 1,4% | 0,0% | 1,4% | 1,1% |
| Outros | 3,7% | 4,2% | 9,6% | 3,7% | 1,4% | 1,2% | 4,1% | 4,0% |
| Total Geral | 147,6% | 166,7% | 136,5% | 142,1% | 153,6% | 133,3% | 143,8% | 147,1% |

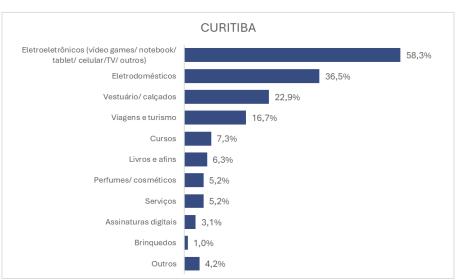


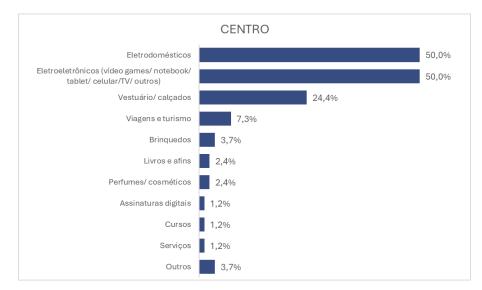


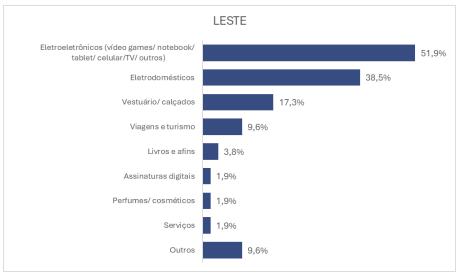
PRODUTOS MAIS PROCURADOS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região









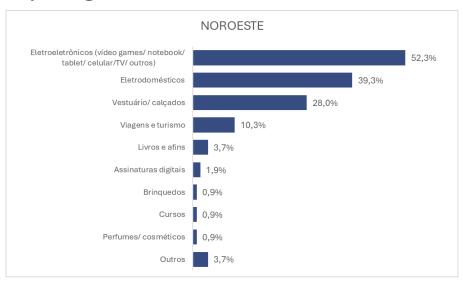
Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.

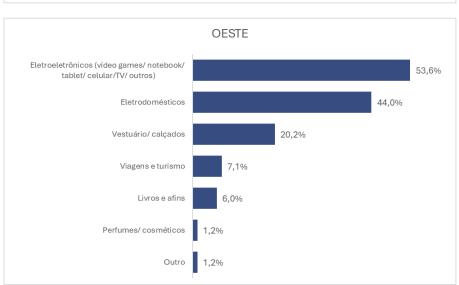


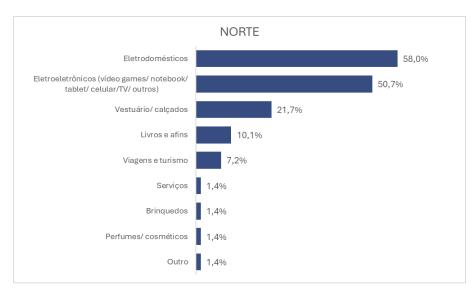


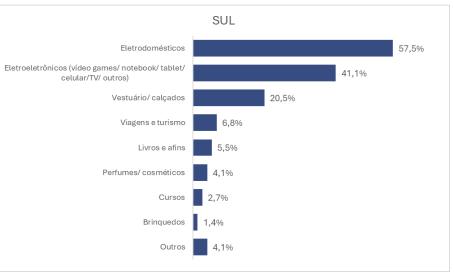
PRODUTOS MAIS PROCURADOS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região









Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.

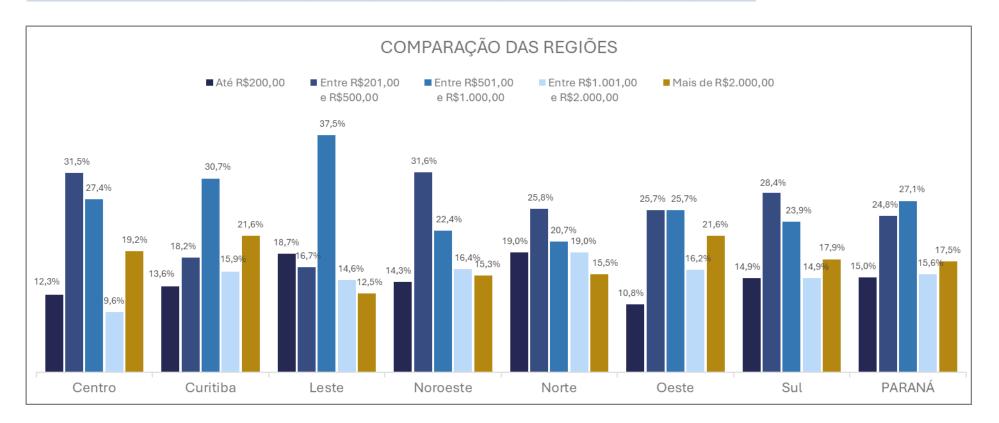




VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

6. Em média, quanto pretende gastar na Black Friday este ano?

| Pretensão de Gasto | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|---------------------------------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Até R\$200,00 | 12,3% | 13,6% | 18,7% | 14,3% | 19,0% | 10,8% | 14,9% | 15,0% |
| Entre R\$201,00 e R\$500,00 | 31,5% | 18,2% | 16,7% | 31,6% | 25,8% | 25,7% | 28,4% | 24,8% |
| Entre R\$501,00 e R\$1.000,00 | 27,4% | 30,7% | 37,5% | 22,4% | 20,7% | 25,7% | 23,9% | 27,1% |
| Entre R\$1.001,00 e R\$2.000,00 | 9,6% | 15,9% | 14,6% | 16,4% | 19,0% | 16,2% | 14,9% | 15,6% |
| Mais de R\$2.000,00 | 19,2% | 21,6% | 12,5% | 15,3% | 15,5% | 21,6% | 17,9% | 17,5% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |







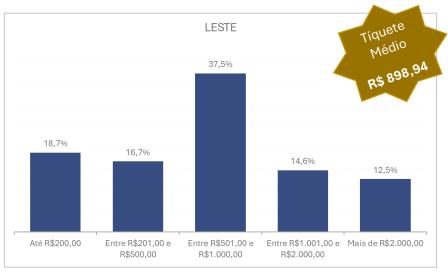
VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região







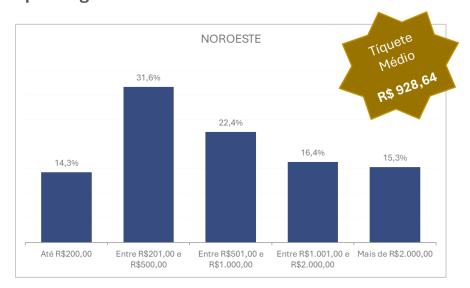


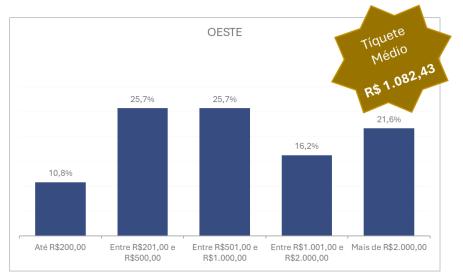




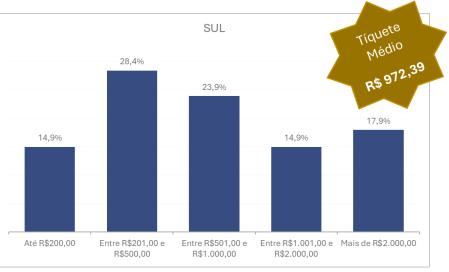
VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região









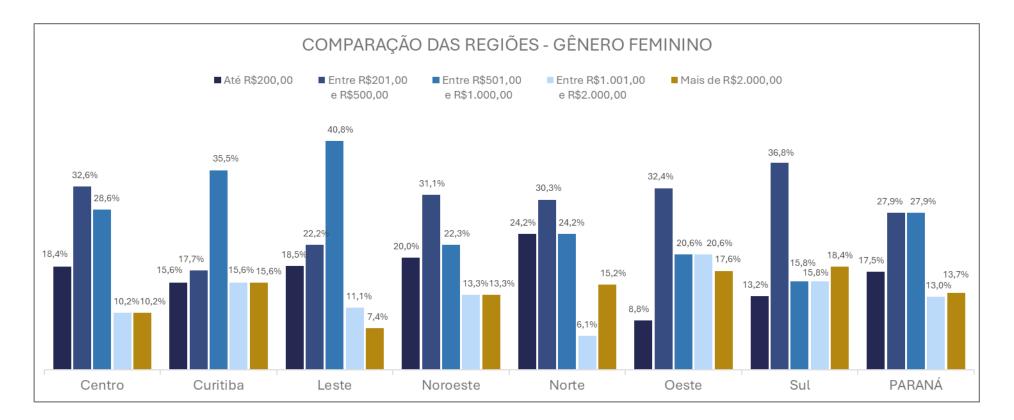




VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

Gênero Feminino

| Pretensão de Gasto-Feminino | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|---------------------------------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Até R\$200,00 | 18,4% | 15,6% | 18,5% | 20,0% | 24,2% | 8,8% | 13,2% | 17,5% |
| Entre R\$201,00 e R\$500,00 | 32,6% | 17,7% | 22,2% | 31,1% | 30,3% | 32,4% | 36,8% | 27,9% |
| Entre R\$501,00 e R\$1.000,00 | 28,6% | 35,5% | 40,8% | 22,3% | 24,2% | 20,6% | 15,8% | 27,9% |
| Entre R\$1.001,00 e R\$2.000,00 | 10,2% | 15,6% | 11,1% | 13,3% | 6,1% | 20,6% | 15,8% | 13,0% |
| Mais de R\$2.000,00 | 10,2% | 15,6% | 7,4% | 13,3% | 15,2% | 17,6% | 18,4% | 13,7% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |



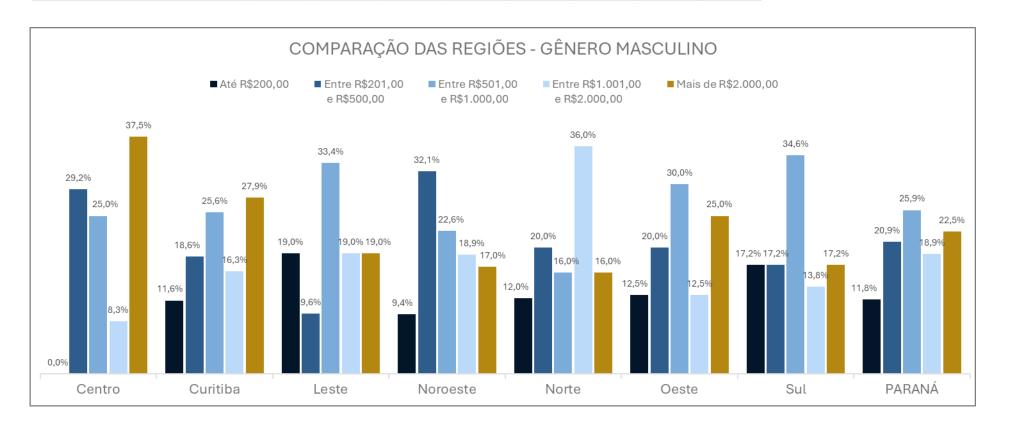




VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

Gênero Masculino

| Pretensão de Gasto-Masculino | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|---------------------------------|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Até R\$200,00 | 0,0% | 11,6% | 19,0% | 9,4% | 12,0% | 12,5% | 17,2% | 11,8% |
| Entre R\$201,00 e R\$500,00 | 29,2% | 18,6% | 9,6% | 32,1% | 20,0% | 20,0% | 17,2% | 20,9% |
| Entre R\$501,00 e R\$1.000,00 | 25,0% | 25,6% | 33,4% | 22,6% | 16,0% | 30,0% | 34,6% | 25,9% |
| Entre R\$1.001,00 e R\$2.000,00 | 8,3% | 16,3% | 19,0% | 18,9% | 36,0% | 12,5% | 13,8% | 18,9% |
| Mais de R\$2.000,00 | 37,5% | 27,9% | 19,0% | 17,0% | 16,0% | 25,0% | 17,2% | 22,5% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

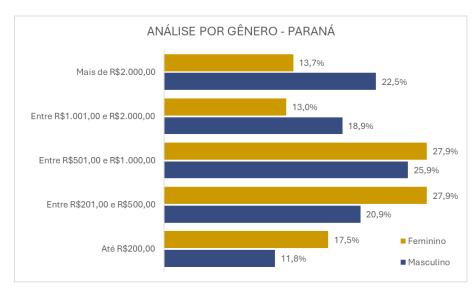


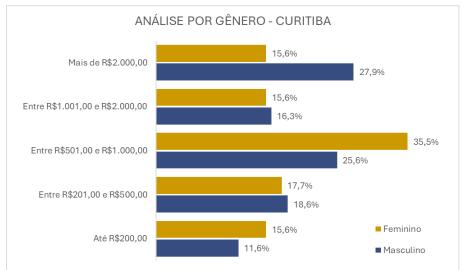


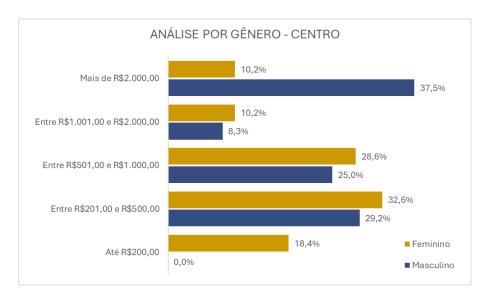


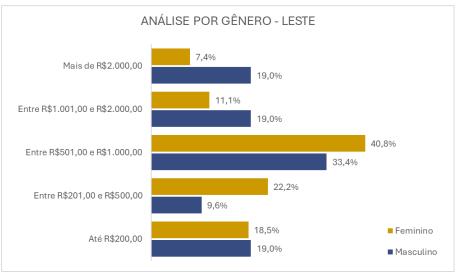
VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região







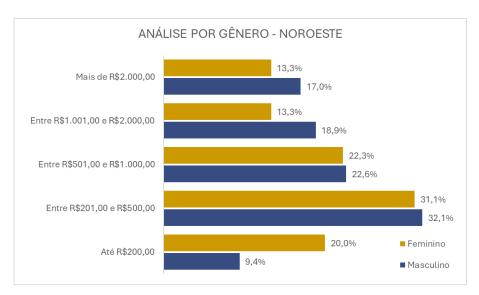


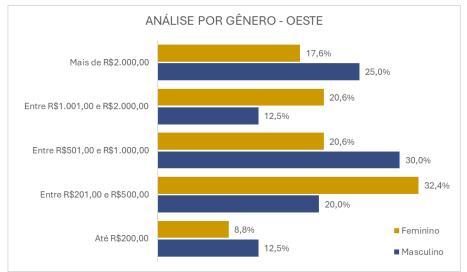


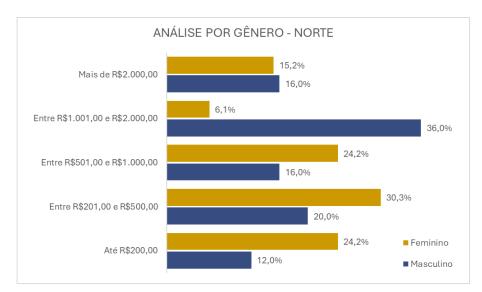


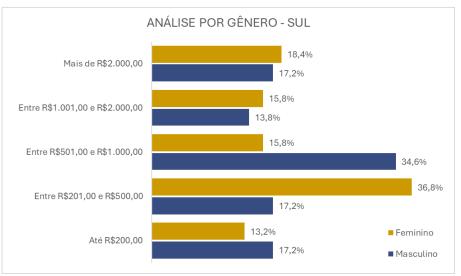
VALOR DAS COMPRAS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região





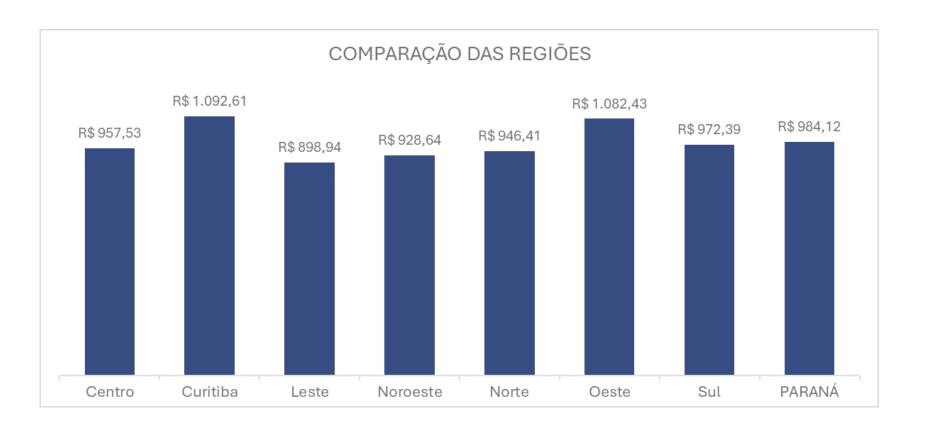








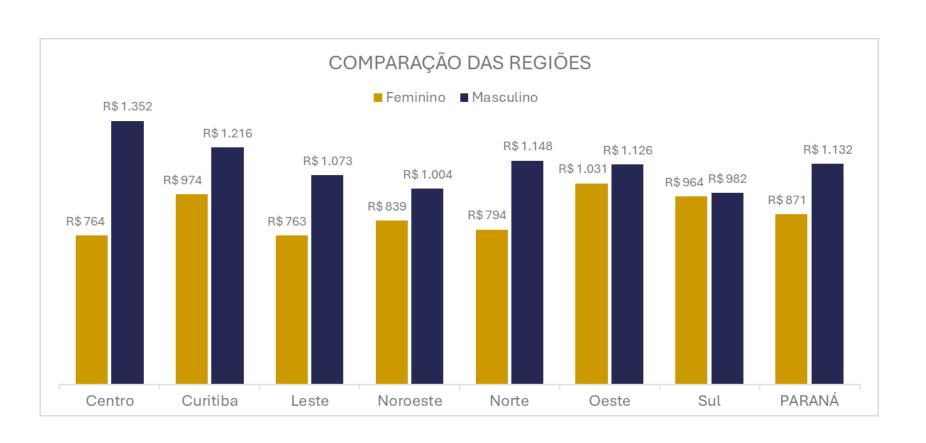
| Tíquete Médio | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|
| Geral | R\$ 957,53 | R\$ 1.092,61 | R\$ 898,94 | R\$ 928,64 | R\$ 946,41 | R\$ 1.082,43 | R\$ 972,39 | R\$ 984,12 |
| Feminino | R\$ 764,21 | R\$ 974,26 | R\$ 763,04 | R\$ 839,10 | R\$ 793,94 | R\$ 1.030,88 | R\$ 964,47 | R\$ 871,16 |
| Masculino | R\$ 1.352,08 | R\$ 1.216,28 | R\$ 1.072,60 | R\$ 1.003,77 | R\$ 1.148,00 | R\$ 1.126,25 | R\$ 982,20 | R\$ 1.131,67 |







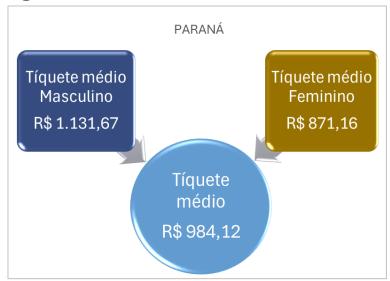
Análise por Gênero

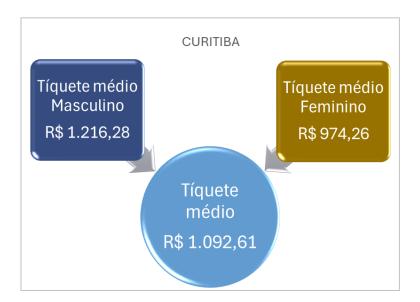


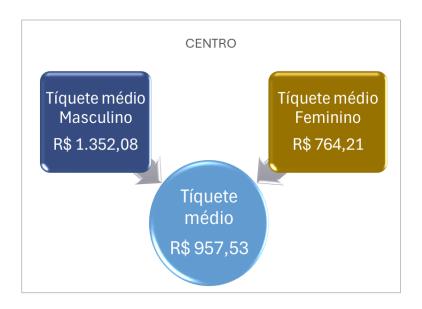


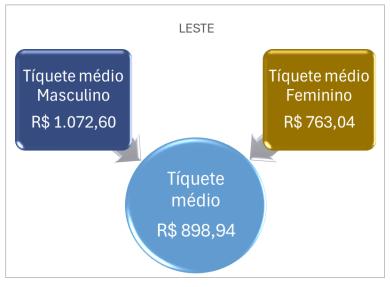


Gráficos por Região





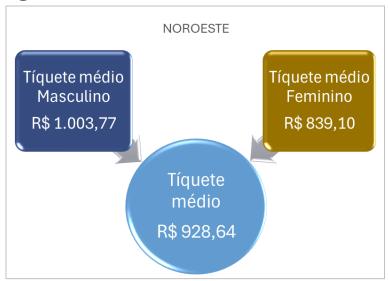


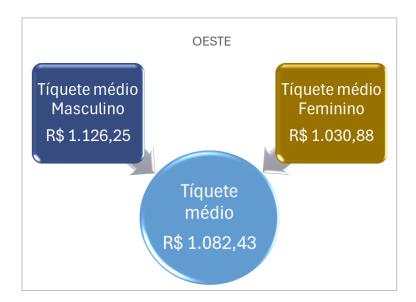


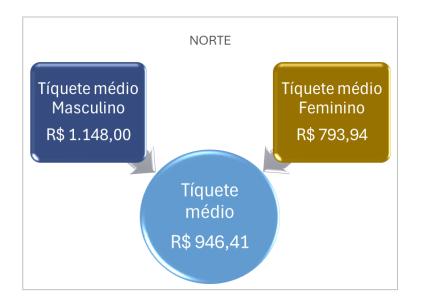


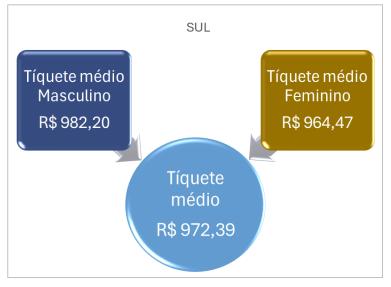


Gráficos por Região









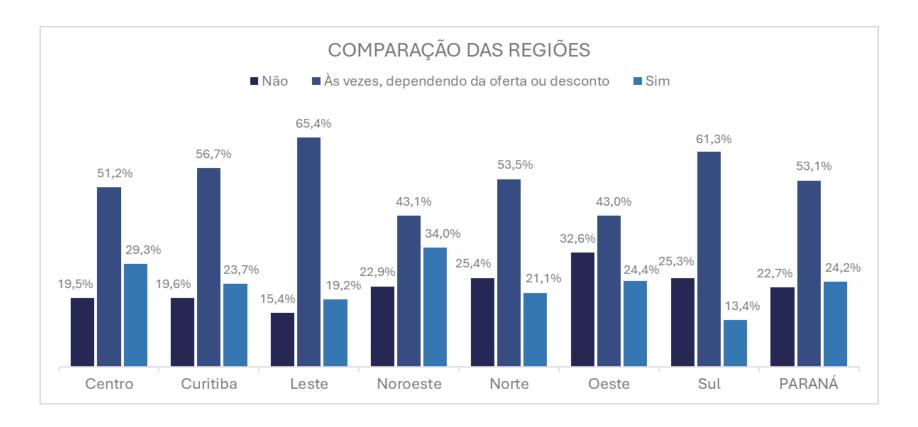




COMPRAM MAIS NA BLACK FRIDAY

7. Costuma aproveitar e comprar mais nessa data?

| Aguarda a Data para Comprar Mais | Centro | Curitiba | Leste | Noroeste | Norte | Oeste | Sul | PARANÁ |
|--|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|--------|
| Não | 19,5% | 19,6% | 15,4% | 22,9% | 25,4% | 32,6% | 25,3% | 22,7% |
| Às vezes, dependendo da oferta ou desconto | 51,2% | 56,7% | 65,4% | 43,1% | 53,5% | 43,0% | 61,3% | 53,1% |
| Sim | 29,3% | 23,7% | 19,2% | 34,0% | 21,1% | 24,4% | 13,4% | 24,2% |
| Total Geral | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

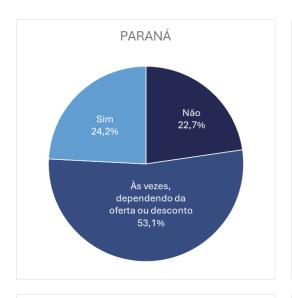


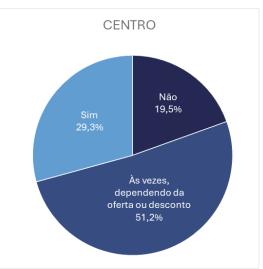




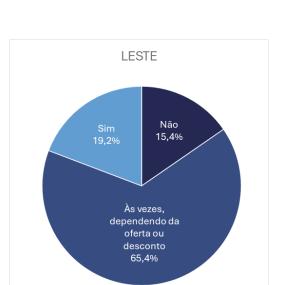
COMPRAM MAIS NA BLACK FRIDAY

Gráficos por Região







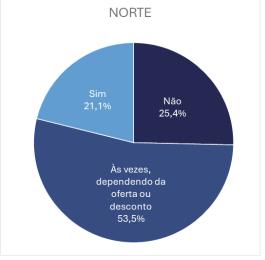


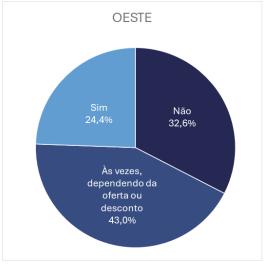
Sondagem de

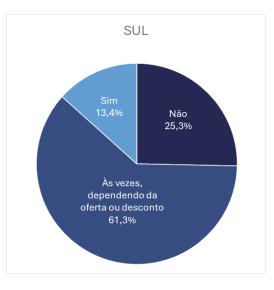
Black Friday

Intenção de Compras





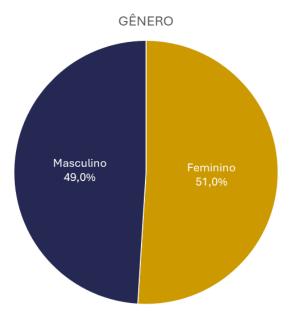


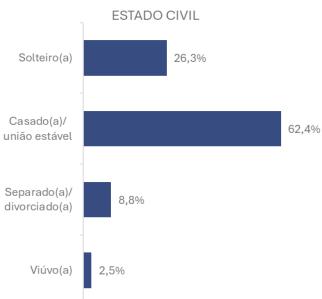


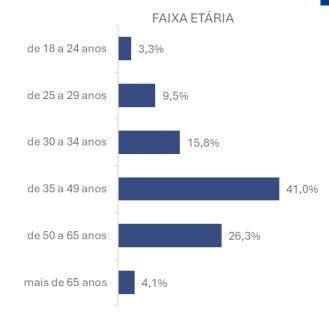




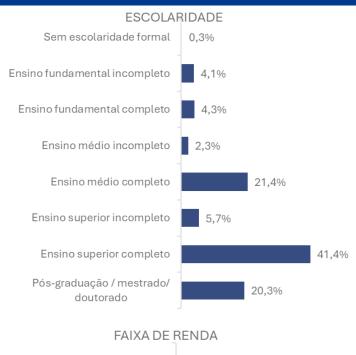
PERFIL DO CONSUMIDOR

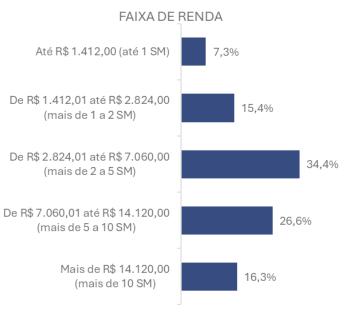








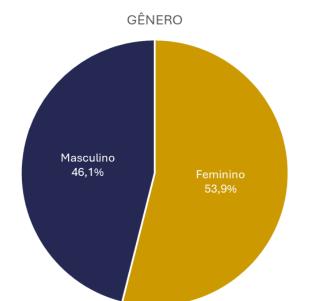


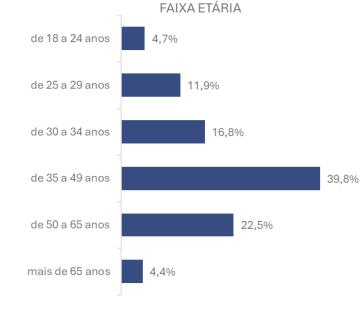


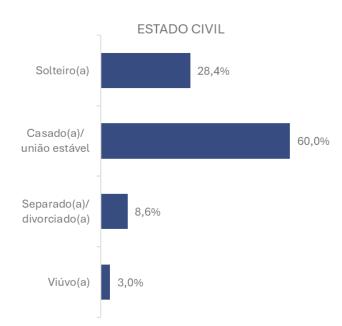




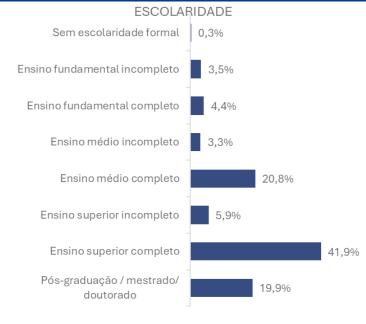
PERFIL DO CONSUMIDOR QUE VÊ VANTAGEM NA DATA

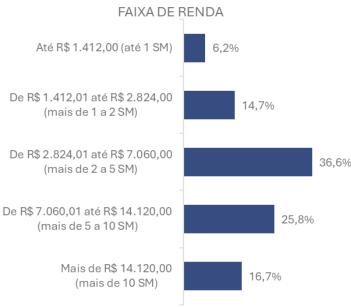








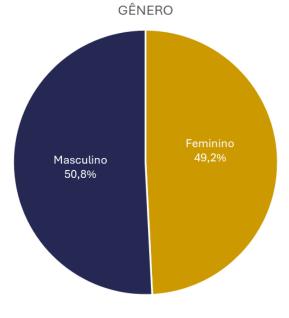


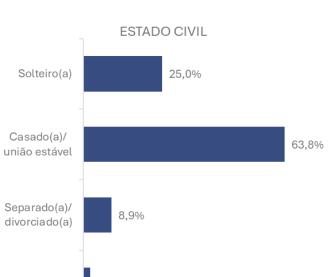




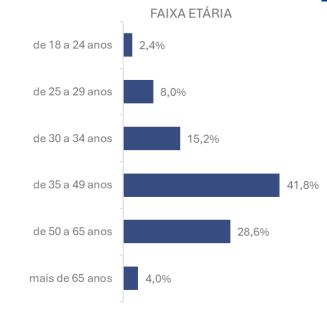


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO VÊ VANTAGEM NA DATA



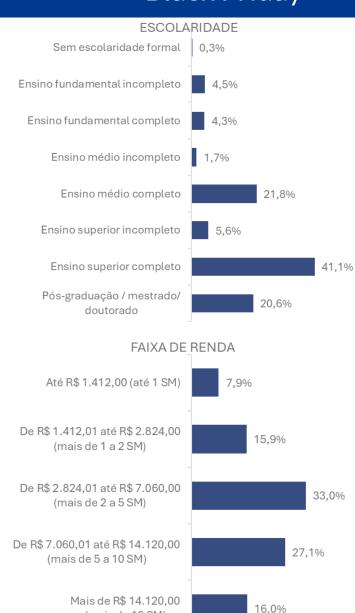


Viúvo(a)





Sondagem de Intenção de Compras **Black Friday**



(mais de 10 SM)





ASPECTOS METODOLÓGICOS

Sondagem de Intenção de Compras Black Friday

A Pesquisa de Intenção de Compras para Black Friday, Décimo Terceiro e Natal, realizada pelo Sebrae/PR em parceria com a Fecomércio/PR, visa entender o comportamento de consumo dos paranaenses em relação às principais datas comerciais do fim do ano. A pesquisa abrangeu aspectos como intenção de presentear no Natal, disposição para consumo na Black Friday e utilização do 13° salário, proporcionando insights valiosos para o planejamento do setor empresarial e do comércio no Paraná.

Objetivo do Estudo

O estudo foi elaborado com o objetivo de identificar o potencial de consumo e as preferências dos paranaenses para as datas de Black Friday, 13° salário e Natal. Essas informações, segmentadas por região, servem como subsídio para empresas ajustarem suas campanhas promocionais, gestão de estoques e planejamento estratégico de fim de ano.

População e Amostra

Para garantir representatividade, a pesquisa total abrangeu uma amostra de 1.508 entrevistas, distribuídas entre as sete regionais do Sebrae Paraná: Centro, Curitiba, Leste, Noroeste, Norte, Oeste e Sul. A distribuição das entrevistas foi proporcional à população total de cada região, conforme dados censitários, assegurando uma amostra que reflete a diversidade demográfica e geográfica do estado. A divisão da amostra foi a seguinte:

- Centro: 212 entrevistas (14,1%)
- Curitiba: 243 entrevistas (16,1%)
- Leste: 147 entrevistas (9.8%)
- Noroeste: 242 entrevistas (16,0%)
- Norte: 248 entrevistas (16,4%)
- Oeste: 225 entrevistas (14,9%)
- Sul: 191 entrevistas (12.7%)

Com um intervalo de confiança de 95% e um erro amostral máximo de ±2,5% para os resultados gerais, a amostra foi cuidadosamente dimensionada para assegurar a precisão nas estimativas e permitir a extrapolação para a população estadual.





ASPECTOS METODOLÓGICOS

Sondagem de Intenção de Compras Black Friday

Período de Coleta

A coleta de dados foi realizada entre 2 de setembro e 1º de outubro de 2024. Esse período foi estrategicamente escolhido para captar as intenções e o planejamento de consumo dos paranaenses, com foco nas compras de fim de ano e na utilização do 13º salário.

Método de Coleta e Instrumento de Pesquisa

- 1. A pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas telefônicas, baseada no método CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), com um questionário estruturado que abordou os seguintes temas: Intenção de Presentear no Natal: Perguntas sobre o hábito de presentear, número de pessoas a serem presenteadas, valor planejado para os presentes tipos de itens desejados, local e forma de pagamento das compras.
- 2. Intenção de Compras na Black Friday: Questões sobre a percepção de vantagens, antecipação das compras de Natal na Black Friday, tipos de produtos de interesse, tíquete médio de gasto e comportamento de pesquisa de preços.
- 3. Utilização do 13° Salário: Perguntas voltadas ao destino do 13°, como pagamento de dívidas, compras, investimentos e planejamento de consumo para o Natal e Black Friday.

Procedimento de Ponderação

Para garantir que os resultados fossem representativos da estrutura socioeconômica do estado, foi aplicada uma ponderação por peso, utilizando a População Economicamente Ativa (PEA) de cada região, conforme dados do Censo de 2010. Essa ponderação permite que cada região contribua de forma proporcional ao seu peso econômico, assegurando que os resultados reflitam não apenas a distribuição populacional, mas também a relevância econômica de cada região.

Tratamento e Análise dos Dados

Após a coleta e ponderação dos dados, as informações foram analisadas por região, possibilitando uma visão segmentada entre as médias regionais e a média estadual. Foram realizados cálculos específicos do tíquete médio planejado para cada data (Black Friday e Natal), além de segmentações por gênero, para uma compreensão aprofundada dos hábitos e preferências de consumo. Essa análise desagregada permite a identificação de padrões específicos e o desenvolvimento de estratégias comerciais adaptadas a cada perfil regional.





Departamento de Pesquisas da Fecomércio PR

pesquisa@fecomerciopr.com.br

(41) 3883-4527

