

FACIAP

Pesquisa sobre a expectativa de compras para a Black Friday 2024



Sumário

Metodologia do estudo	4
Expectativa de compras do consumidor paranaense para a Black Friday 2024	7
Perfil dos entrevistados	13
Conclusão	16



Metodologia do estudo

FACIAP 

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E
EMPRESARIAIS DO ESTADO DO PARANÁ

Metodologia de estudo

Objetivo

- O estudo tem como objetivo geral avaliar a expectativa dos consumidores paranaenses para as compras na Black Friday 2024.

Universo

- Consumidores do Paraná, localizados nas regiões de Curitiba e Região Metropolitana, Londrina, Maringá, Cascavel (Cascavel e Foz do Iguaçu), Ponta Grossa, Guarapuava e Francisco Beltrão (Francisco Beltrão e Pato Branco).

Amostra

- Foram entrevistados 600 consumidores, sendo:

Curitiba/RMC	Ponta Grossa	Guarapuava	Maringá	Londrina	Cascavel	Francisco Beltrão
139 (23%)	78 (13%)	72 (12%)	72 (12%)	84 (14%)	85 (14%)	70 (12%)

Margem de erro

- A amostra apresenta margem de erro de 4%, considerando grau de confiança de 95%, e satisfatória para uma análise estatística.

Coleta de dados

- A coleta de dados foi realizada por telefone com o público-alvo, entre os dias 7 e 11 de novembro de 2024.

Observações

- As perguntas cuja soma das porcentagens não totalizam 100% são decorrentes de arredondamentos ou de múltiplas respostas.
- Nas questões abertas, as respostas com pouca significância estatística são somadas e colocadas como outras citações.
- As perguntas são classificadas como estimuladas (feitas através de uma lista que é passada para os entrevistados escolherem algumas das alternativas) e espontâneas (nas quais não é dada nenhuma alternativa para resposta).

Esta pesquisa foi coletada, tabulada e analisada pelo **Datacenso Pesquisa e Inteligência de Mercado**, sob a responsabilidade técnica de:

Cláudio Shimoyama

Economista CORECON N.º 3313

Doutor em Engenharia de Produção – UFSC

Curitiba, novembro de 2024.



Expectativa de Compras do Consumidor Paranaense para a Black Friday 2024

FACIAP

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E
EMPRESARIAIS DO ESTADO DO PARANÁ

Produto que pretendem comprar nesta Black Friday (Espontânea múltipla)



Produto	GERAL	REGIÃO							GÊNERO		IDADE				
		CTBA/RMC	PONTA-GROSSA	GUARA-PUAVA	MARIN-GÁ	LONDRI-NA	CASCA-VEL	FRANC. BELTRÃO	FEM.	MASC.	18-25	26-35	36-45	46-55	+55
Eletrônicos	32%	39%	21%	23%	31%	40%	35%	27%	27%	39%	35%	32%	27%	29%	39%
Eletrportáteis	28%	23%	26%	36%	21%	31%	35%	27%	29%	26%	25%	23%	27%	29%	39%
Roupas	28%	29%	38%	21%	26%	31%	28%	19%	30%	24%	29%	33%	27%	18%	33%
Calçados	28%	36%	38%	26%	18%	27%	22%	27%	28%	30%	29%	31%	35%	24%	22%
Cosméticos/produtos de beleza	20%	23%	26%	21%	18%	16%	9%	27%	27%	9%	29%	22%	15%	15%	20%
Produtos de casa e decoração	16%	15%	21%	15%	13%	22%	9%	16%	18%	12%	19%	14%	23%	13%	11%
Brinquedos	15%	15%	17%	18%	15%	24%	7%	11%	17%	13%	19%	25%	12%	6%	9%
Linha branca	14%	11%	21%	13%	23%	13%	11%	11%	14%	15%	4%	9%	18%	19%	22%
Games/jogos eletrônicos	9%	7%	5%	10%	8%	18%	7%	11%	4%	16%	15%	14%	9%	4%	0%
Móveis	9%	7%	17%	10%	0%	16%	2%	14%	9%	8%	6%	11%	12%	7%	7%
Jóias/relógios	7%	3%	12%	5%	10%	11%	7%	5%	7%	8%	17%	5%	5%	6%	7%
Viagens	7%	7%	7%	13%	8%	7%	4%	3%	5%	9%	4%	5%	6%	7%	13%
Produtos de informática/acessórios	6%	5%	2%	8%	8%	11%	2%	5%	5%	8%	13%	5%	2%	4%	9%
Utensílios para gastronomia	5%	0%	10%	8%	5%	7%	9%	3%	5%	6%	4%	6%	5%	3%	9%
Outras citações	3%	3%	2%	3%	8%	2%	2%	5%	3%	4%	4%	4%	5%	1%	2%
TOTAL DE ENTREVISTAS	600	139	78	72	72	84	85	70	357	243	89	176	123	126	86

Fonte: Datacenso.

Segundo a pesquisa, no geral, os produtos que os consumidores paranaenses pretendem comprar na Black Friday, mais citados, são: **eletrônicos (Celular/tablet/Notebook/TV e etc.)**, seguidos por **eletrportáteis (Liquidificador/batedeira/ multiprocessador e etc.)**, **roupas, calçados e cosméticos/produtos de beleza**. Conforme pesquisas anteriores, no geral, esses são os produtos mais comprados nesse evento. Vale destacar que os índices variam conforme a região e o perfil dos consumidores.

Comparativo do valor da compra na Black Friday deste ano com o ano passado

(Somente para quem disse que fez compras na Black Friday do ano passado) (Estimulada única)



COMPARATIVO	GERAL	REGIÃO							GÊNERO		IDADE				
		CTBA/RMC	PONTA GROSSA	GUARA-PUAVA	MARIN-GÁ	LONDRI-NA	CASCA-VEL	FRANC. BELTRÃO	FEM.	MASC.	18-25	26-35	36-45	46-55	+55
Inferior	14%	12%	9%	14%	11%	19%	18%	12%	11%	17%	13%	11%	16%	14%	17%
Igual	29%	32%	31%	31%	31%	23%	30%	24%	31%	26%	24%	35%	24%	24%	34%
Superior	34%	25%	41%	36%	36%	37%	30%	36%	28%	42%	49%	29%	27%	36%	29%
Ainda não sabe	24%	32%	19%	19%	22%	21%	23%	27%	30%	15%	13%	25%	33%	26%	20%
TOTAL DE ENTREVISTAS	522	112	61	67	67	80	74	61	312	210	76	152	99	121	74

Fonte: Datacenso.

De acordo com o estudo, no geral, este ano há uma maior proporção de consumidores paranaenses que pretende gastar um **valor superior ao do ano passado nas compras da Black Friday**. Logo após, observa-se aparece aqueles que **planejam gastar o mesmo valor**, seguido pelos que **ainda não decidiram quanto irão gastar**. Os índices variam conforme o perfil dos consumidores e a região.



VALOR MÉDIO DAS COMPRAS R\$ 1.392,44		
REGIÃO	Curitiba/RM	R\$ 1.257,33
	Ponta Grossa	R\$ 1.645,00
	Guarapuava	R\$ 1.371,43
	Maringá	R\$ 1.250,56
	Londrina	R\$ 1.408,33
	Cascavel	R\$ 1.504,65
	Francisco Beltrão	R\$ 1.402,70
GÊNERO	Feminino	R\$ 1.247,74
	Masculino	R\$ 1.625,42
FAIXA ETÁRIA	Entre 18 a 25 anos	R\$ 1.260,64
	De 26 a 35 anos	R\$ 1.317,05
	De 36 a 45 anos	R\$ 1.400,00
	De 46 a 55 anos	R\$ 1.400,00
	Mais de 55 anos	R\$ 1.695,12

Fonte: Datacenso.

A pesquisa aponta que a estimativa da **média do valor** que os consumidores pretendem gastar no presente do Black Friday, é de **R\$ 1.392,44**.

Os dados mostram também que os consumidores de **Ponta Grossa e Londrina** são os que **mais vão gastar com as compras**. Já os de **Maringá e Curitiba** são os que pretendem desembolsar menos.

Por **gênero**, os **homens** irão **gastar mais** que as **mulheres**.

Por **faixa etária**, quanto maior a **idade**, maior o **gasto**.

Local onde pretende realizar a compra na Black Friday (Estimulada múltipla)



LOCAL	GERAL	REGIÃO							GÊNERO		IDADE				
		CTBA/RMC	PONTA GROSSA	GUARA-PUAVA	MARIN-GÁ	LONDRI-NA	CASCA-VEL	FRANC. BELTRÃO	FEM.	MASC.	18-25	26-35	36-45	46-55	+55
Lojas virtuais (na internet)	55%	69%	50%	67%	59%	36%	41%	57%	54%	57%	56%	56%	64%	56%	39%
Loja física em shopping	34%	27%	38%	23%	23%	51%	50%	27%	39%	27%	29%	31%	33%	38%	41%
Loja física de rua	11%	4%	12%	10%	18%	13%	9%	16%	8%	15%	15%	14%	3%	6%	20%
TOTAL DE ENTREVISTAS	600	139	78	72	72	84	85	70	357	243	89	176	123	126	86

Fonte: Datacenso.

Segundo a pesquisa, no geral, a maioria dos consumidores **planeja comprar o presente pela internet**. As **lojas físicas em shoppings** aparecem em segundo lugar, com índice significativo, principalmente em **Londrina** e **Cascavel**, e entre **os mais velhos**. A Black Friday, por sua vez, se consolida como um evento predominantemente voltado para compras online, de acordo com as pesquisas.

Percentual de consumidores que acompanham e pesquisam os preços de produtos antes e durante a Black Friday (Estimulada única)



PEQUISA PREÇOS	GERAL	REGIÃO							GÊNERO		IDADE				
		CTBA/RMC	PONTA GROSSA	GUARA-PUAVA	MARIN-GÁ	LONDRI-NA	CASCA-VEL	FRANC. BELTRÃO	FEM.	MASC.	18-25	26-35	36-45	46-55	+55
Sim	88%	87%	83%	92%	95%	91%	85%	86%	89%	88%	85%	87%	82%	99%	87%
Não	12%	13%	17%	8%	5%	9%	15%	14%	11%	12%	15%	13%	18%	1%	13%
TOTAL DE ENTREVISTAS	600	139	78	72	72	84	85	70	357	243	89	176	123	126	86

Fonte: Datacenso.

A maioria dos consumidores, independentemente do perfil, **realiza uma comparação de preços dos produtos antes e durante a Black Friday**, buscando garantir que realmente estão aproveitando as melhores ofertas. Esse comportamento evidencia um consumidor cada vez mais criterioso e pesquisador ao longo do processo de compra.



Perfil dos entrevistados

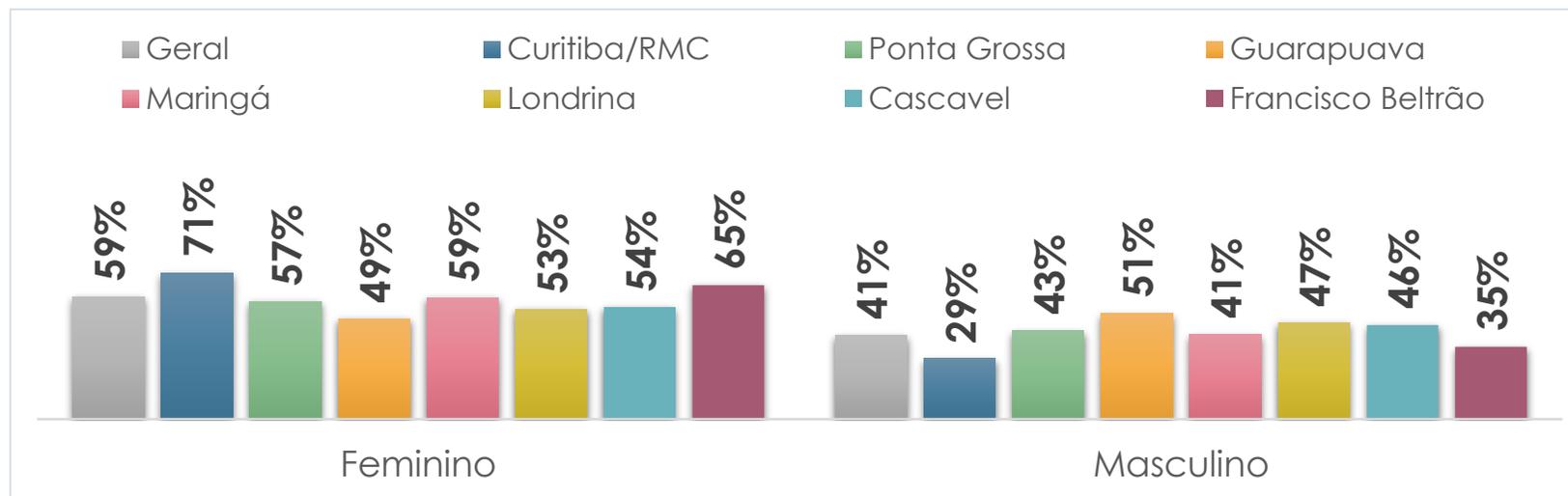
FACIAP 

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E
EMPRESARIAIS DO ESTADO DO PARANÁ

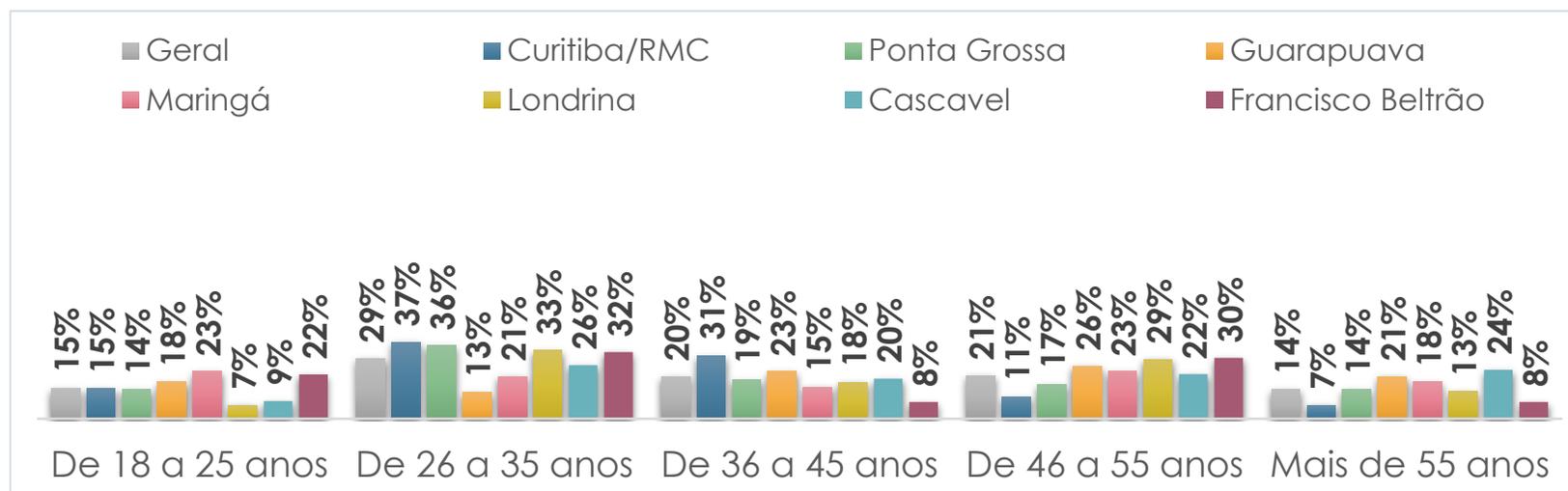
Perfil do consumidor entrevistado (Espontânea única)



GÊNERO



FAIXA ETÁRIA

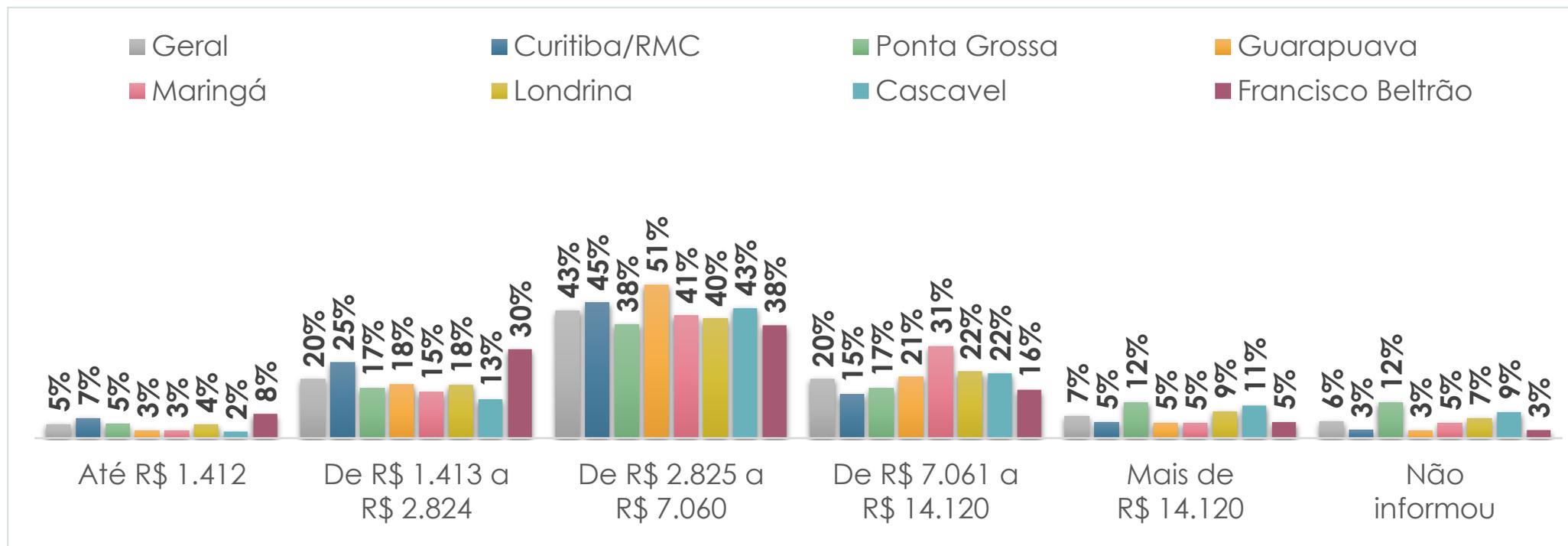


Quanto ao perfil do consumidor paranaense entrevistado, mais da metade pertence ao gênero **feminino**, com idade predominante de **26 a 35 anos**, seguida de **46 a 55 anos**.

Perfil do consumidor entrevistado (Espontânea única)



FAIXA ETÁRIA



Sobre a renda familiar mensal dos consumidores entrevistados, predomina **de R\$ 2.825 até R\$ 7.060**, seguida **de R\$ 1.413 até R\$ 2.824 e de R\$ 7.061 até R\$ 14.120**.



Conclusão

FACIAP 

FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E
EMPRESARIAIS DO ESTADO DO PARANÁ

A pesquisa indica que uma maior proporção de consumidores paranaenses está planejando **gastar mais na Black Friday de 2024**. Em seguida, destacam-se aqueles que **pretendem manter o mesmo valor de gasto**.

A confiança nas lojas e a percepção de desconto verdadeiro são fundamentais, pois de acordo com a pesquisa, os consumidores **comparam os preços antes e durante a Black Friday** e ao notarem preços inflacionados ou sem vantagens reais, acabam desistindo da compra. O novo consumidor está cada vez mais pesquisador pela facilidade da internet, passando ser um habito antes da compra.

Os produtos mais procurados pelos consumidores paranaenses são **eletrônicos**, seguidos por **eletroportáteis, roupas, calçados e cosméticos/produtos de beleza**, com preferência de compra em **lojas online**. Esses **produtos são os mais procurados na semana do evento Black Friday**.

Com relação ao ticket médio, o valor do gasto previsto para este ano será de **R\$ 1.392,44**. Apesar de uma parcela significativa estar planejando gastar mais, **o ticket médio desse ano está inferior ao do ano passado**, pois **parte pretende gastar o mesmo valor**, enquanto **outros planejam reduzir seus gastos**.

Segundo o CEO do Grupo Datacenso, Claudio Shimoyama, ano após ano, o **comportamento dos consumidores durante a black friday tem se tornado mais racional e estratégico**. Anteriormente, muitos faziam compras impulsivas em busca de grandes descontos. Hoje, no entanto, os consumidores tendem a monitorar os preços com antecedência para garantir que as ofertas são reais, evitando práticas de “maquiagem” de preços que minaram a confiança no evento. Portanto, para se destacar, as lojas devem priorizar **preços atrativos e clareza nas ofertas**, além de **formas de pagamento seguras e práticas** que reforcem a **credibilidade e facilitem a decisão de compra**.



Grupo



Datacenso

Pesquisa, Inteligência de
Mercado e Marketing