

Grupo
Datacenso[®]



Pesquisa, Inteligência de
Mercado e Marketing



DataCenso

Pesquisas Mercadológicas

Sobre o Grupo Datacenso

DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Há mais de **27 anos** é sinônimo de excelência em serviços de **Pesquisa, Inteligência de Mercado e Marketing.**

Desenvolve estudos e estratégias inteligentes, visando auxiliar e orientar seus clientes para **tomadas de decisão mais seguras e assertivas em seus negócios.**

Suas operações estão segmentadas em **3 núcleos de Inteligência:**



Escritórios do Grupo Datacenso



Responsabilidade técnica

Prof. Dr. Claudio Shimoyama



- **CEO do Grupo Datacenso;**
- **Doutor em Gestão de Negócios pela UFSC** – Universidade Federal de Santa Catarina;
- **Mestre em Engenharia da Informação e Inovações Tecnológicas** pela UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina;
- **Pós-graduado em Engenharia Econômica, Marketing e Propaganda**, com especialização em Estatística Aplicada e Desenvolvimento Executivo em Marketing pelo Baldwin Wallace University (Ohio-EUA);
- **Economista** formado pela FAE – Faculdade Católica de Administração e Economia;
- **Professor nível MBA da FGV** – Fundação Getúlio Vargas desde 2009 para disciplinas de Marketing, Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor;
- **Palestrante empresarial** em diversos temas atuais;
- **Consultor Econômico e de Marketing** da ACP – Associação Comercial do Paraná;
- **Filiado a NMSBA** – Neuromarketing Science & Business Association;
- **Conselheiro do CORECON-PR** – Conselho Regional de Economia do Paraná;
- **Diretor da ADVB-PR** – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil; e
- **Autor de livros e artigos** publicados nas áreas de Pesquisa e Inteligência de Mercado, Comportamento do Consumidor e Marketing.

Pesquisa sobre a compra na Black Friday 2022





Introdução

Metodologia do estudo

Universo

- O universo é composto por consumidores paranaenses que pretendem fazer compras na Black Friday.

Amostra

- O tamanho da amostra é formado por 505 entrevistas.

Margem de erro

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

Período de campo

- A coleta de dados foi realizada pela internet, através de autopreenchimento com o público-alvo, nos dias 23 a 25 de novembro 2022.

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

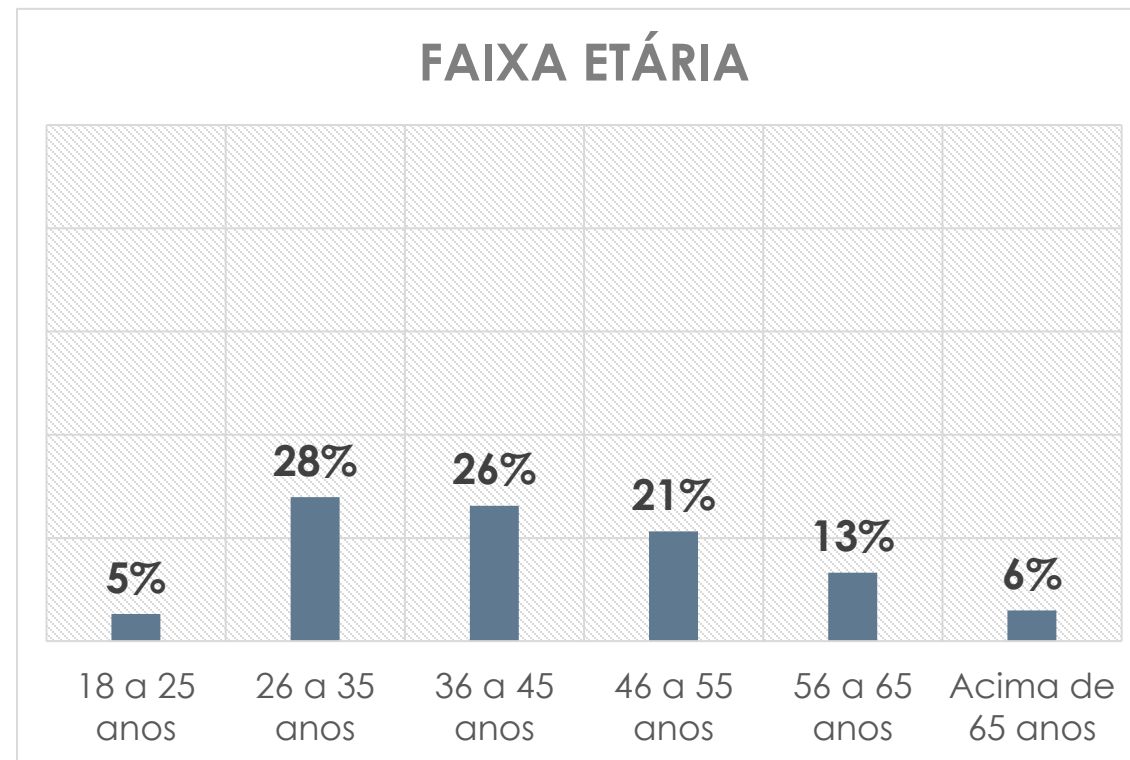
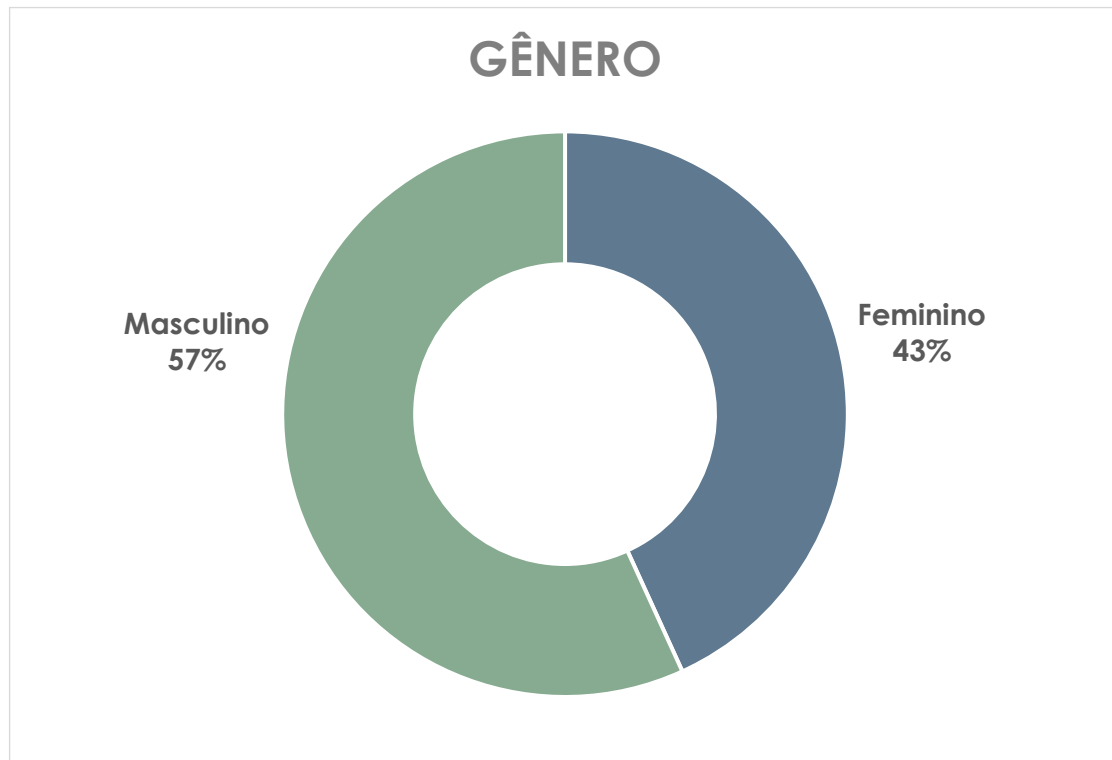
Doutor em Engenharia de Produção – UFSC

Curitiba, novembro de 2022.



Perfil dos entrevistados

Perfil do consumidor entrevistado (Espontânea única)

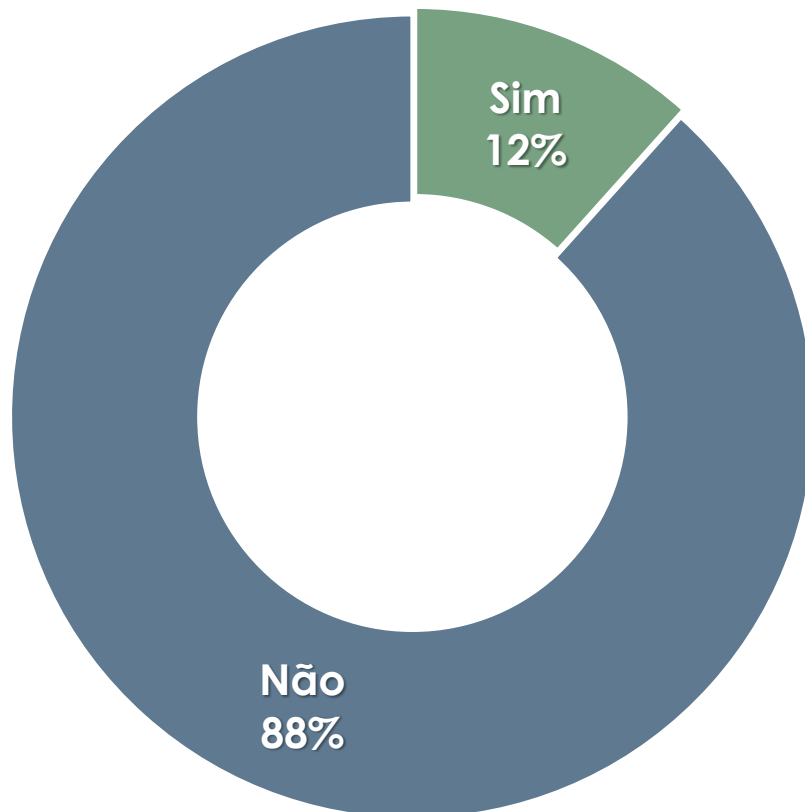


Quanto ao perfil do consumidor paranaense entrevistado, mais da metade pertence ao **gênero masculino**, com idade entre **26 a 45 anos**.



Avaliação das compras na Black Friday

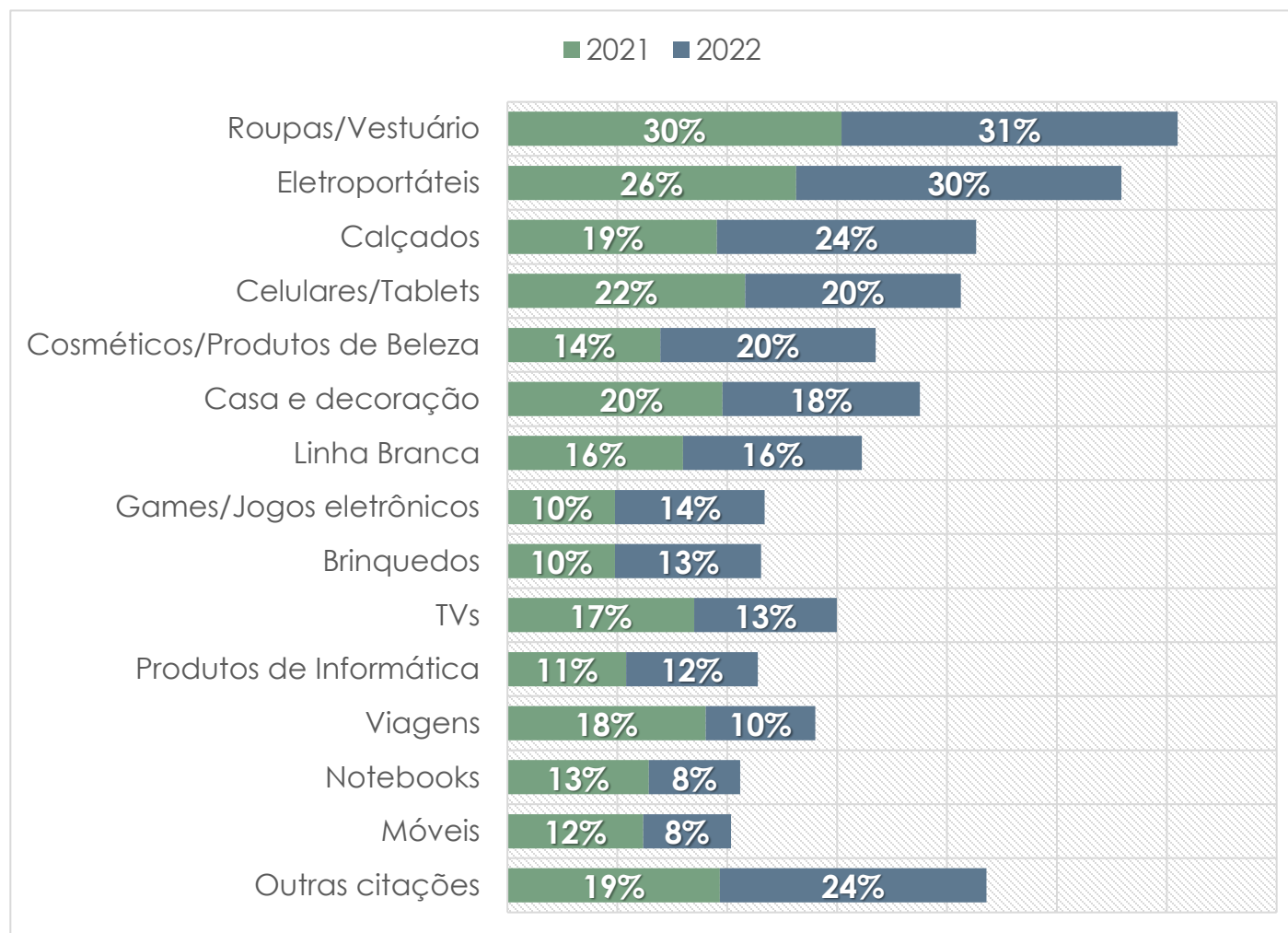
Percentual de entrevistados que vai comprar pela primeira vez na Black Friday (Espontânea única)



Para a maior parte dos entrevistados **não é a primeira vez que irá comprar na Black Friday.**

A cada dez entrevistados, nove já fizeram compras nesse período em anos anteriores.

Categorias de produtos que pretende comprar (Espontânea múltipla)

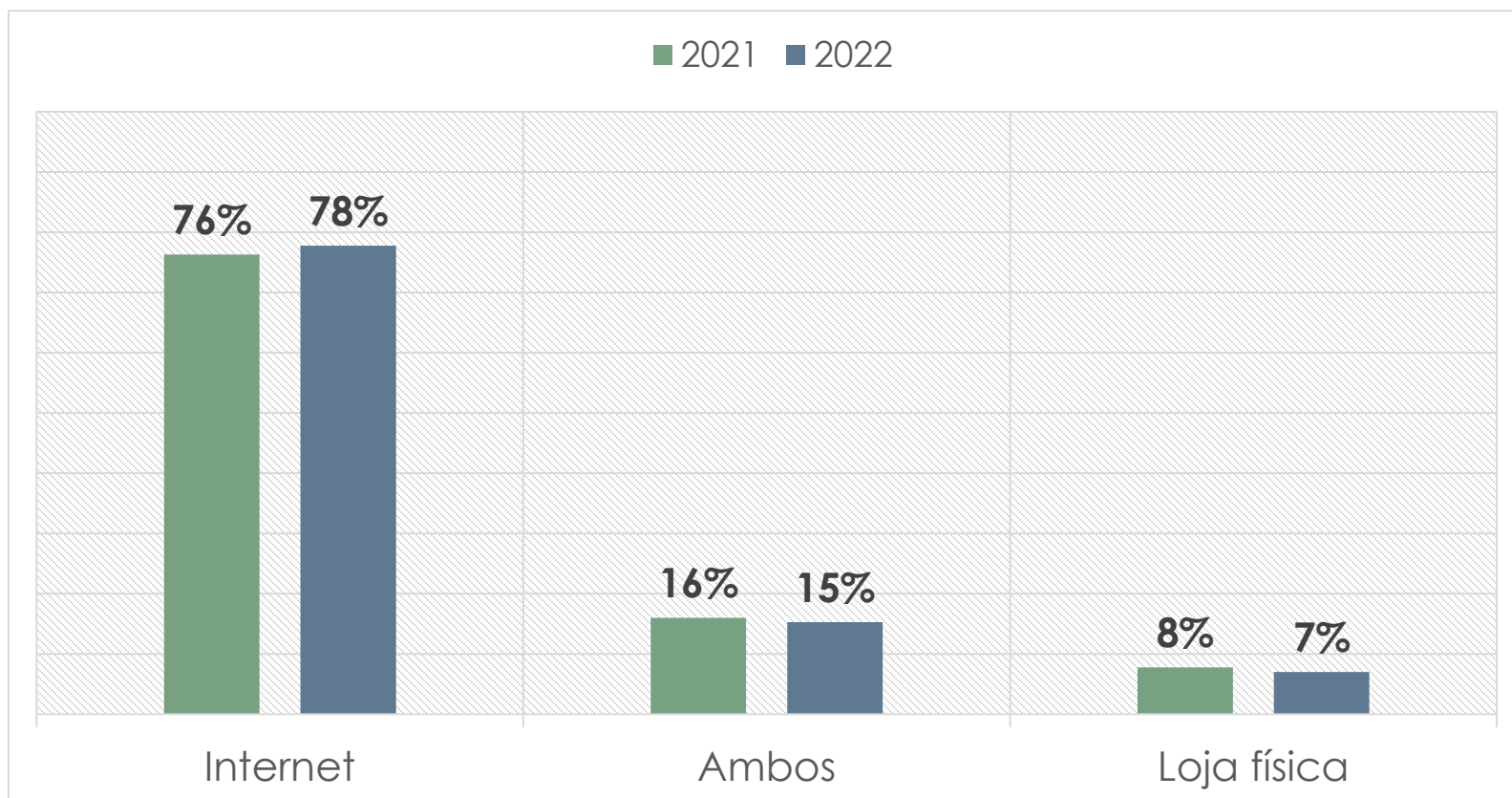


Os produtos mais buscados pelos consumidores que compram na Black Friday são **roupas**, seguido pelos **eletrônicos**, **calçados**, **celulares**, e **cosméticos/ produtos de beleza**.

São praticamente os mesmos produtos citados no ano passado.

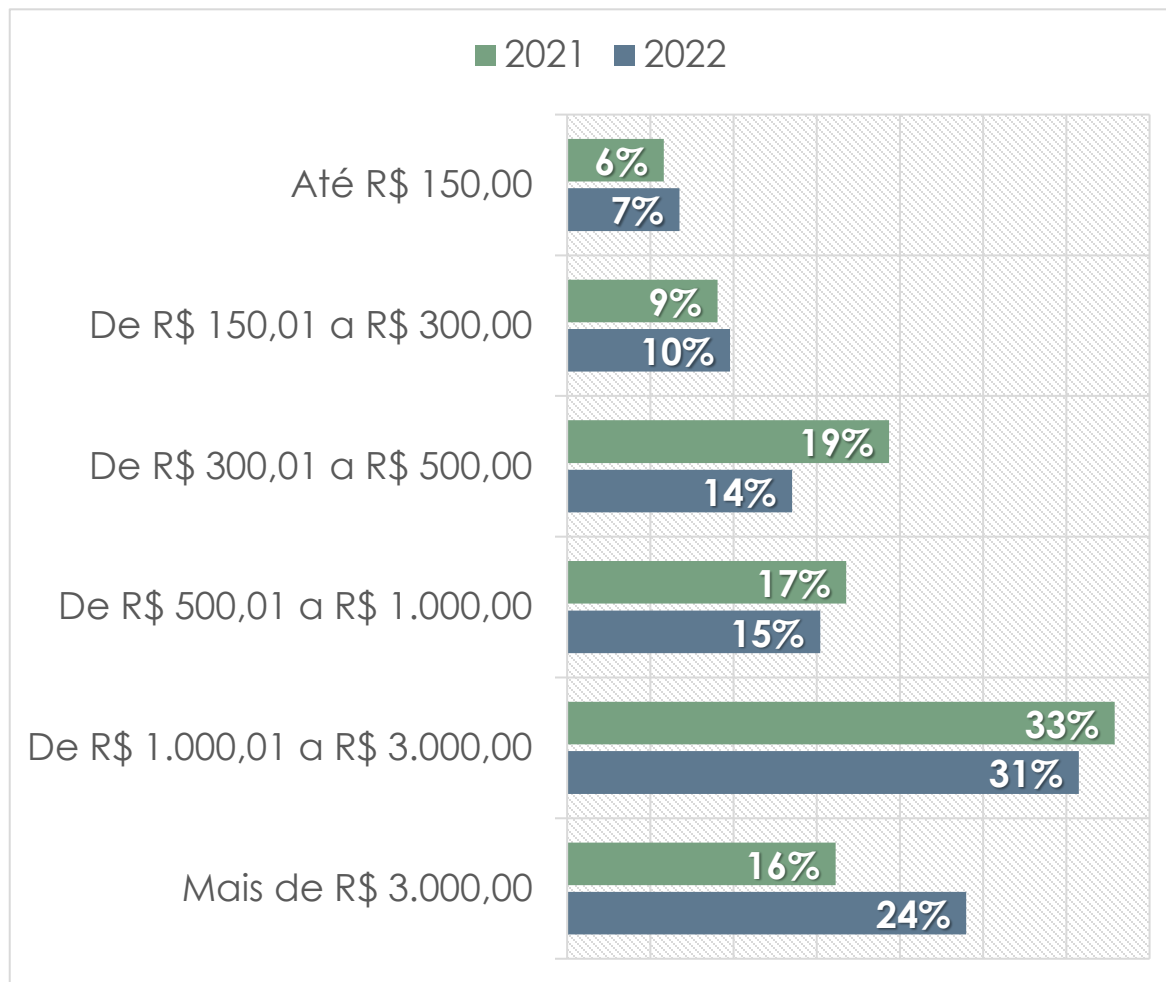
Analisando por gênero, no **feminino** a procura por **produtos de beleza** é bem maior que no **masculino**, que por sua vez prefere **eletrônicos**.

Local onde pretende fazer as compras da Black Friday (Estimulada única)



Quanto ao local onde pretendem fazer as compras da Black Friday, a maior parte dos consumidores continua preferindo **lojas online**.

Valor médio que pretende gastar com as compras na Black Friday deste ano (Espontânea única)



O valor que a maior ocorrência dos entrevistados pretende gastar em suas compras na Black Friday deste ano, está na faixa de **R\$ 1.000,01 a R\$ 3.000,00**, seguido de **mais de R\$ 3.000,00**.

Os **homens** pretendem gastar mais que as **mulheres**.

Comparando com o ano passado, este ano o valor médio gasto será maior.

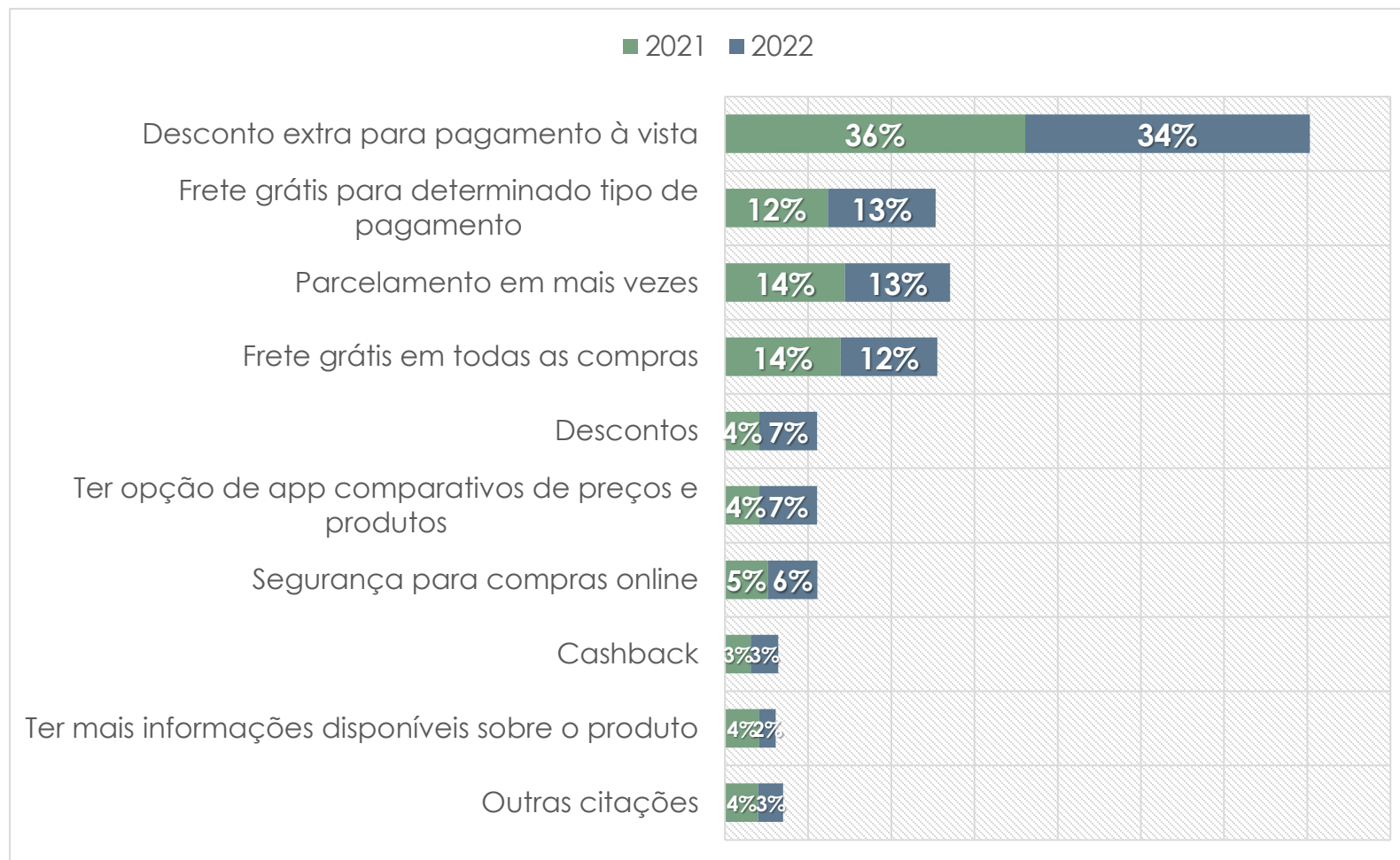
VALOR MÉDIO QUE PRETENDEM
GASTAR EM 2022

R\$ 1.916,23

VALOR MÉDIO GASTO EM 2021

R\$ 1.730,45

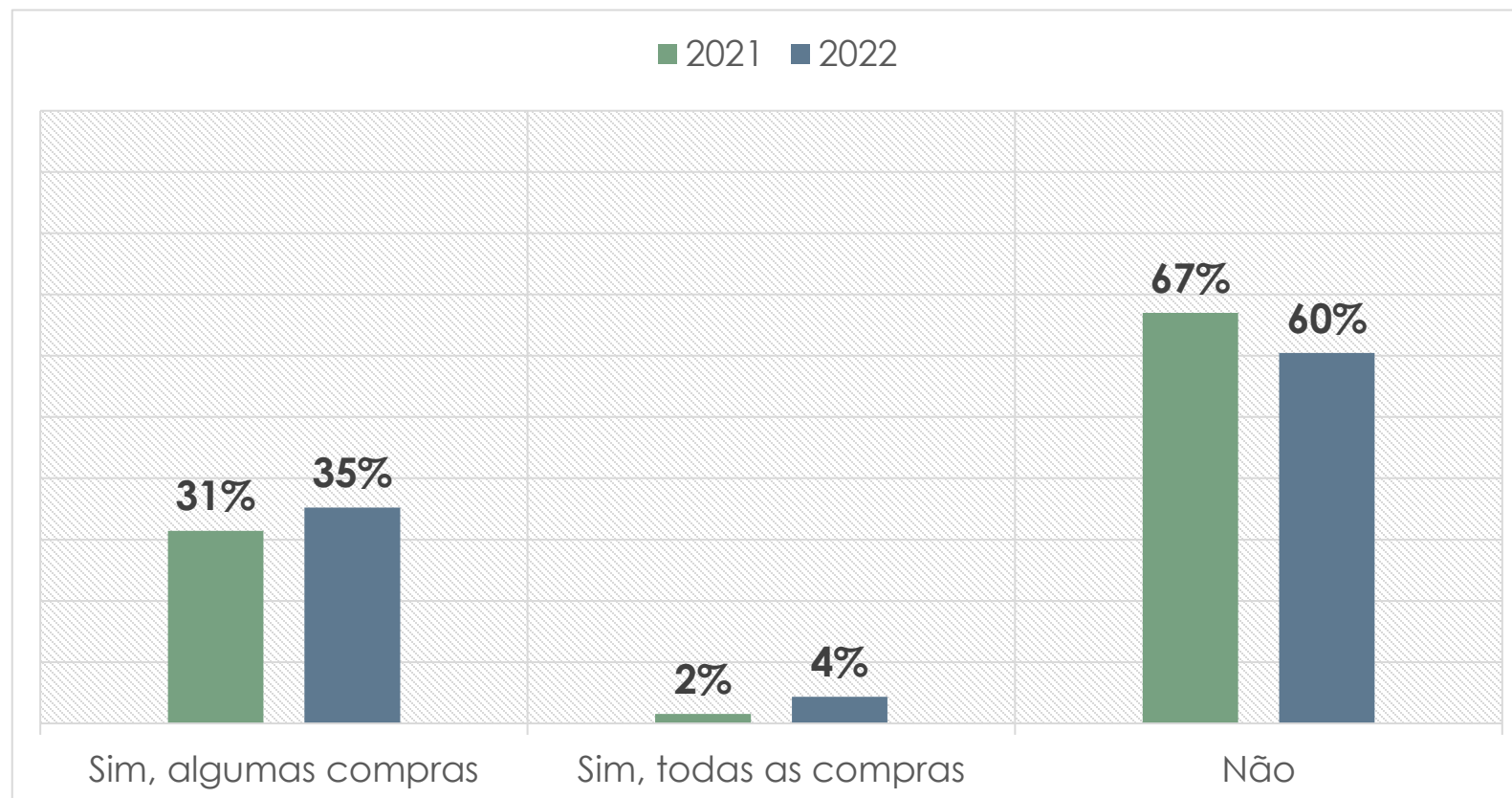
Benefício mais importante nas compras online na Black Friday (Estimulada única)



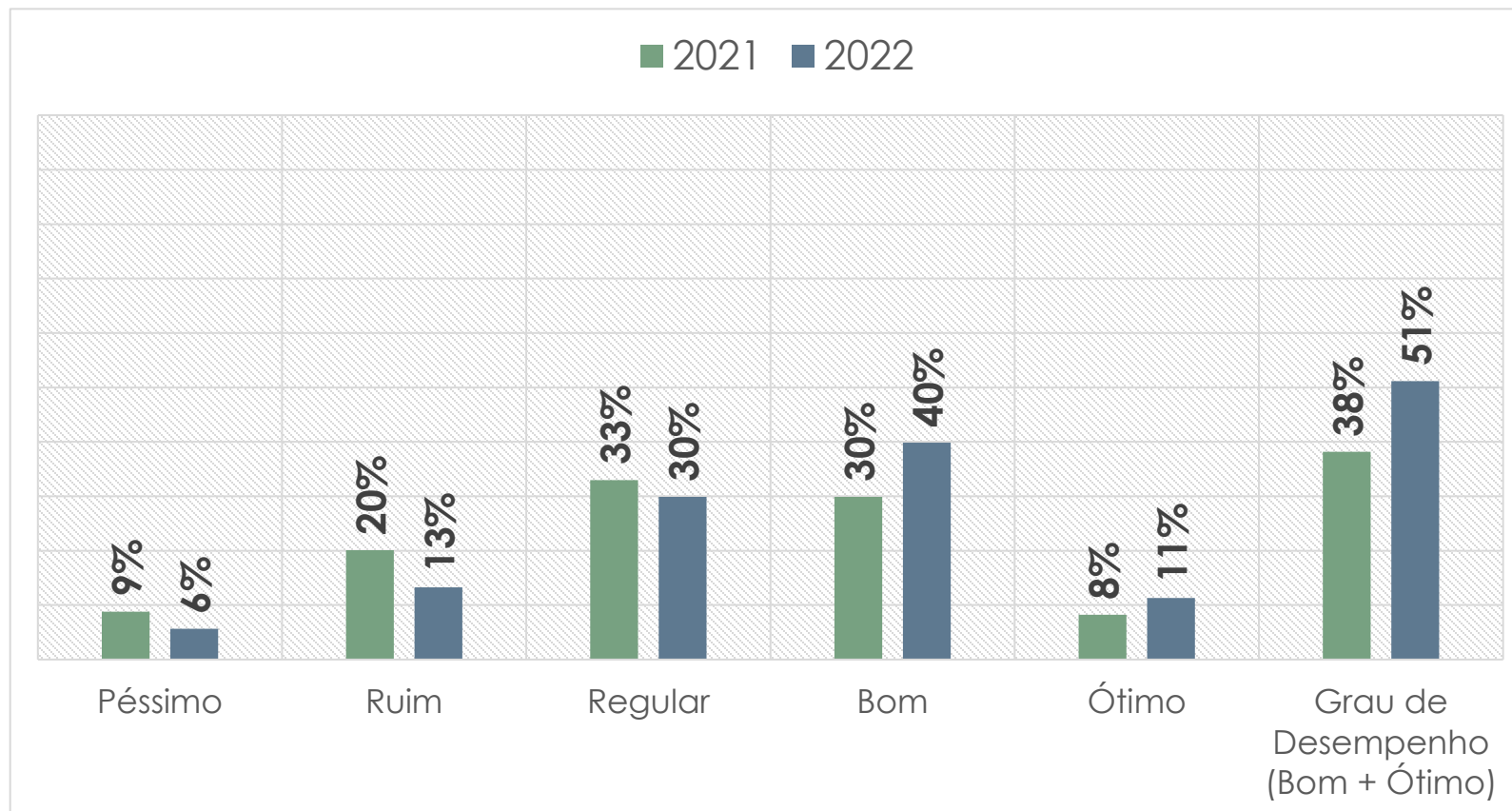
Segundo a pesquisa, para os consumidores, os benefícios mais importantes na hora de comprar na Black Friday são: **desconto extra para pagamento à vista;** seguido pelo **frete grátis para determinado tipo de pagamento,** **parcelamento em mais vezes e frete grátis em todas as compras.**

Mesmo resultado de 2021.

Percentual de entrevistados que irá aproveitar a Black Friday para comprar presentes de Natal (Estimulada única)

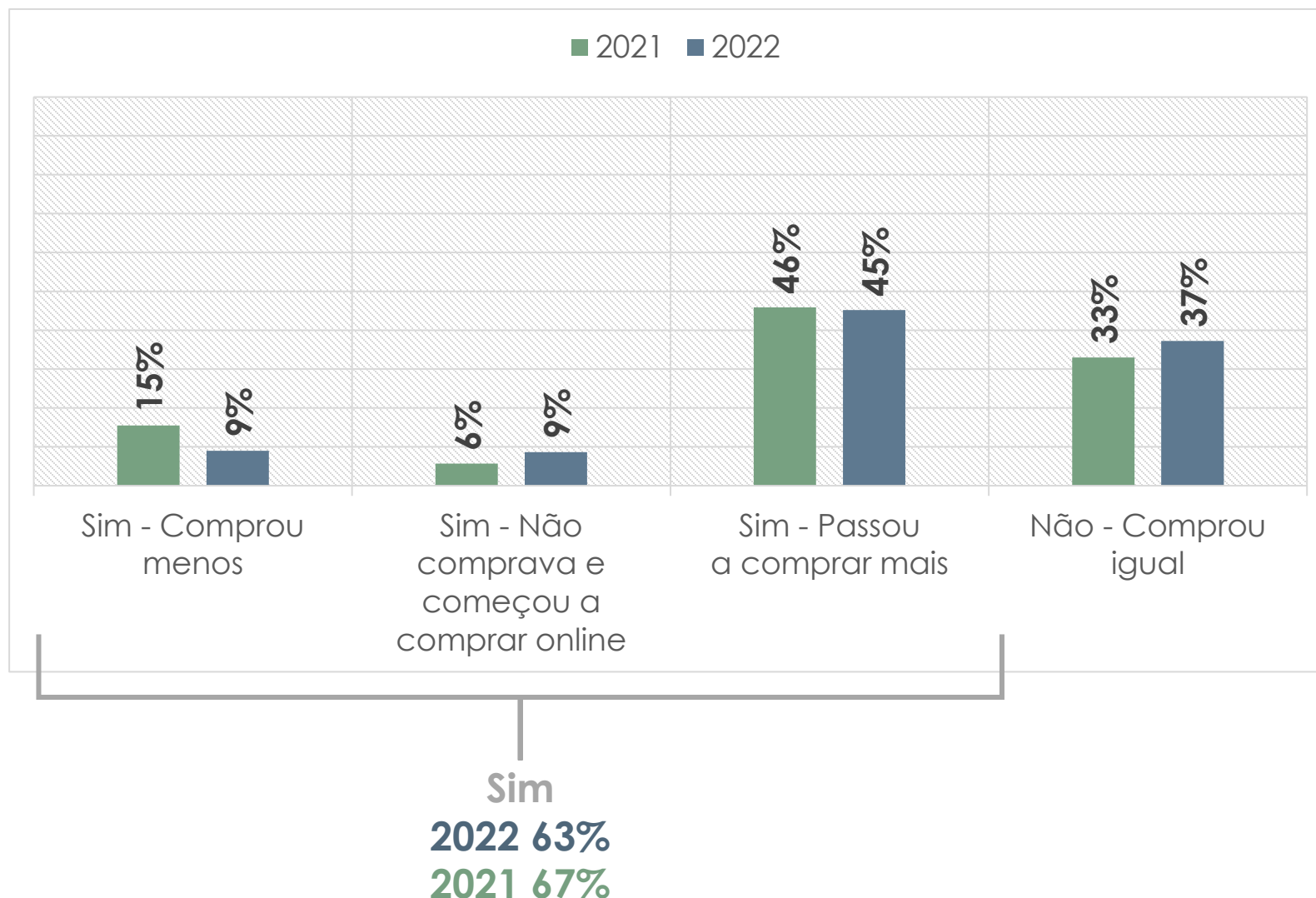


Assim no ano passado, este ano a maioria dos consumidores **não pretende antecipar as compras para o Natal** na Black Friday.



Metade dos entrevistados avalia entre **bom e ótimo** as **ofertas apresentadas na Black Friday no Brasil**. Este ano, o grau de desempenho apresentou **crescimento** em relação ao ano passado.

Percentual de entrevistados que foi influenciado no seu comportamento de compras online desse ano, devido a pandemia (Estimulada Única)



A maior parte dos entrevistados foi **influenciada no seu comportamento de compras online desse ano, devido a pandemia**. Destes, praticamente metade passou a comprar mais em lojas online.



Grupo



Datacenso

Pesquisa, Inteligência de
Mercado e Marketing