

Black Friday

Monitor 2024



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. No Brasil, a data ficou famosa a partir de 2010, mas, desde então, é muito criticada pelos casos de "maquiagem de preços" e promessas não cumpridas aos consumidores.

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.

Dessa forma, o núcleo de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou este levantamento com o objetivo de conhecer a adesão e captar os resultados das empresas varejistas na Black Friday em Minas Gerais.

40,8% dos entrevistados obtiveram crescimento nas vendas deste ano.

Em comparação com o ano passado, 20,4% das empresas informaram queda nas vendas, enquanto 40,8% apresentaram resultados superiores. As empresas com vendas inferiores reportaram uma queda de até 40%, com variações entre 10% e 40%, enquanto aquelas com vendas superiores observaram um aumento de 20% a 40%. No impacto das vendas diárias deste ano, 33,3% dos emp...

Entre os empresários que perceberam uma melhora nas vendas, os principais fatores apontados foram o aquecimento do comércio (54,8%) e ações específicas da loja (11,9%). Por outro lado, para os que notaram uma queda, os motivos mais citados foram o consumidor sem dinheiro (28,6%), o comportamento cauteloso do consumidor (23,8%) e a redução no fluxo de vendas (14,3%).

Apesar das quedas, 47,5% dos entrevistados relataram resultados iguais ou melhores do que no ano anterior.

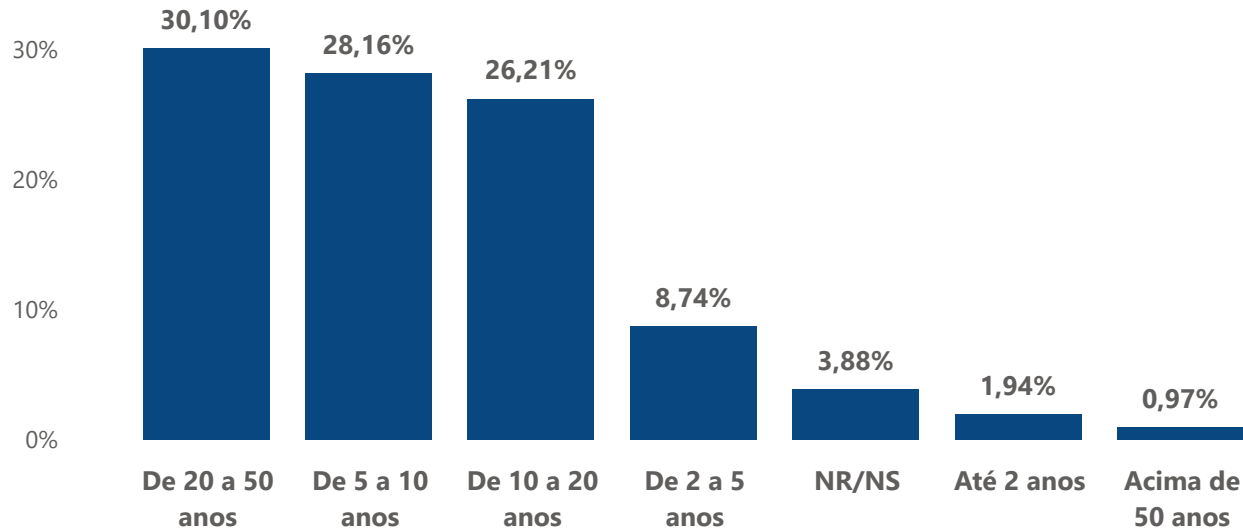
Em relação às expectativas de vendas, 66,3% das empresas que realizaram ações específicas na data informaram que atingiram suas metas. No entanto, 23,8% dos empresários observaram uma redução de até 10%, enquanto outra parcela de 23,8% relatou uma queda de 20% a 40%. Por outro lado, 33,3% dos empresários que experimentaram um aumento nas vendas perceberam um crescimento significativo, de 20% a 40%.

Perfil das empresas

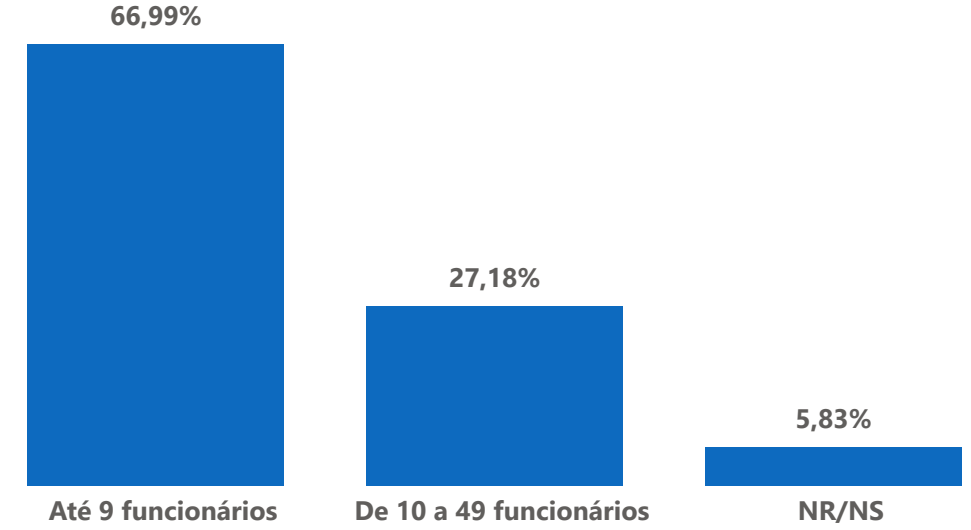
2024



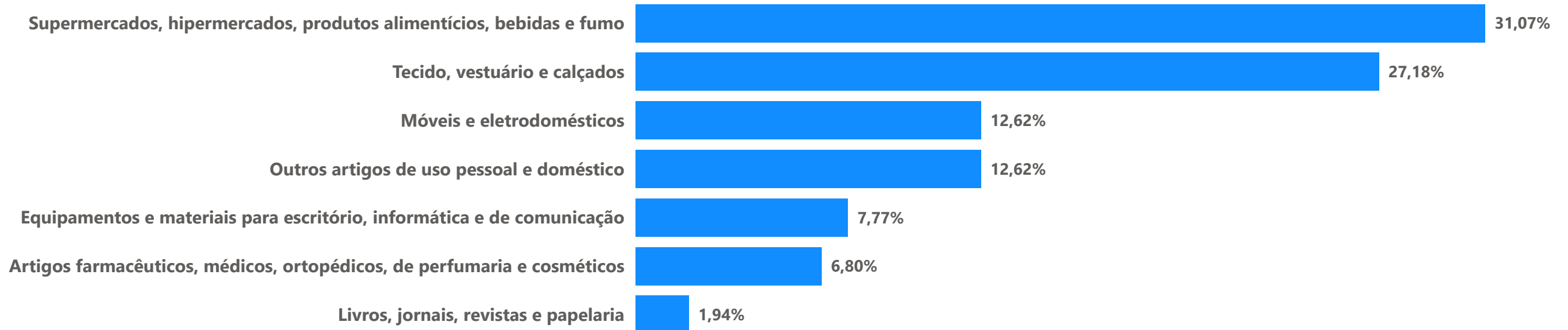
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários



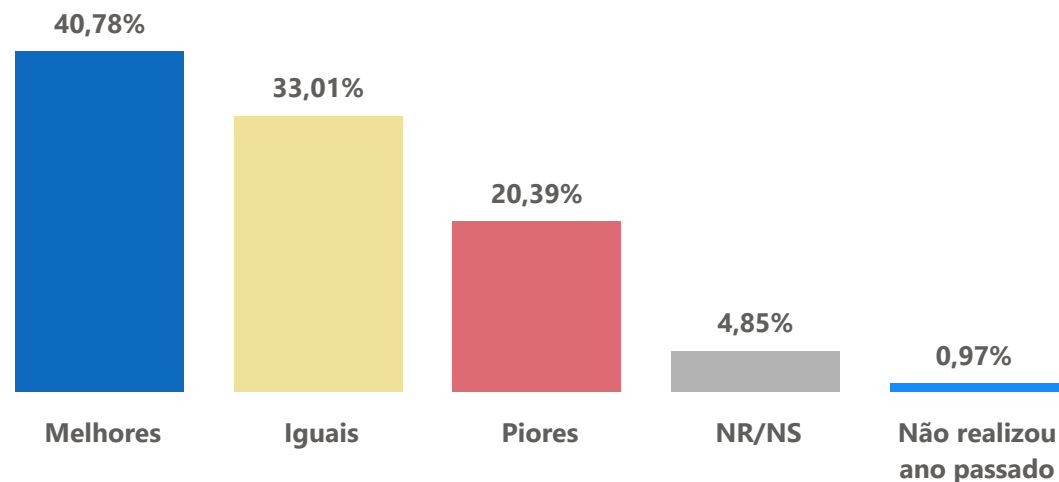
Segmento



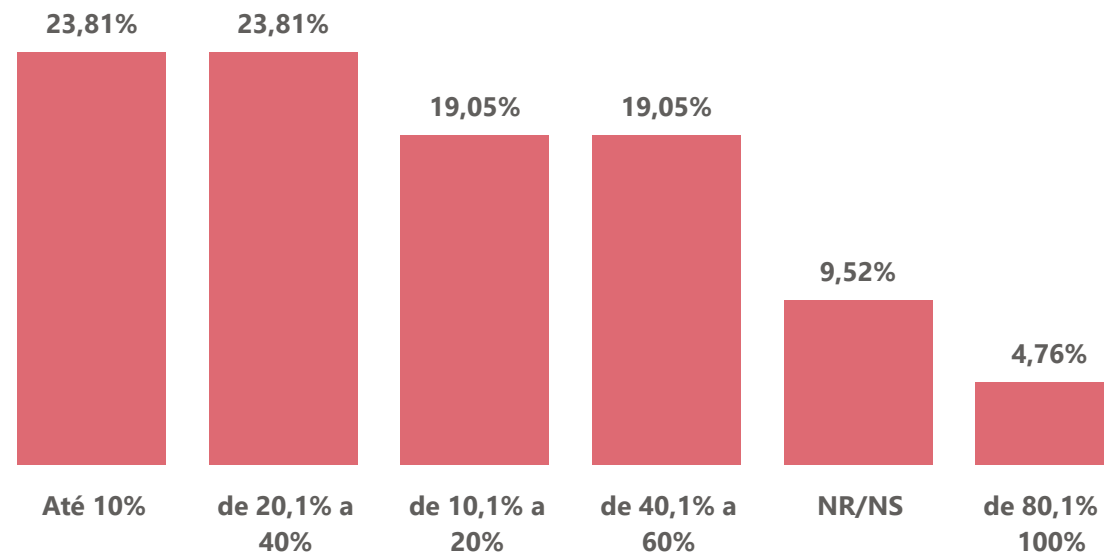
Resultados Black Friday

2024

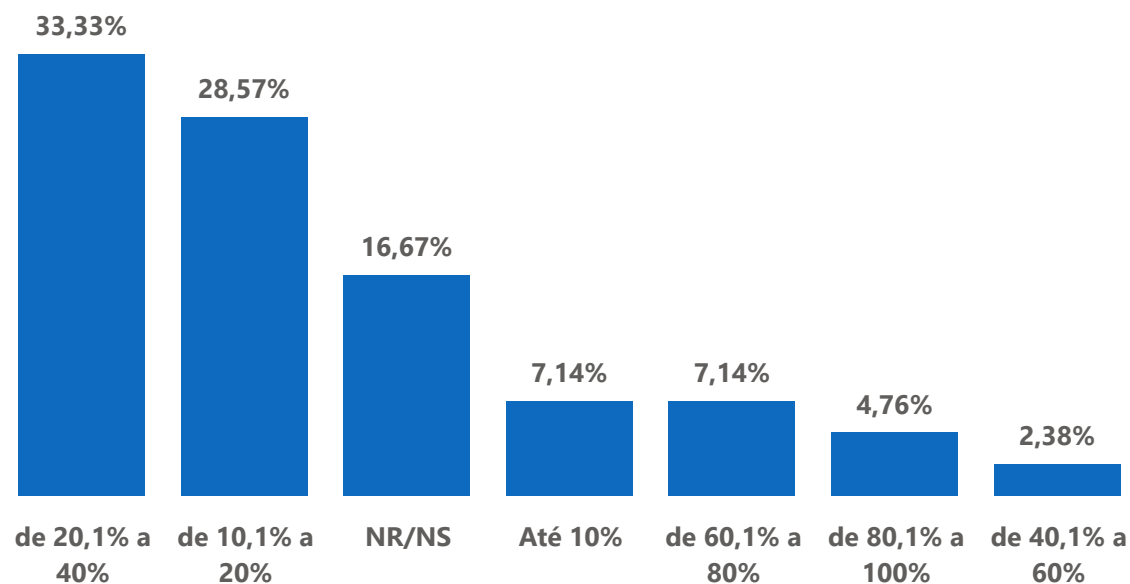
Em relação à Black Friday do ano passado, acredita que o volume de vendas foi:



Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio? (comparação em relação às vendas da Black Friday anterior) - Volume de vendas MENOR



Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio? (comparação em relação às vendas da Black Friday anterior) - Volume de vendas MAIOR



Em relação aos resultados do ano passado, 20,4% das empresas informaram ter obtido resultado de vendas inferior e 40,8% obtiveram resultado de vendas superior.

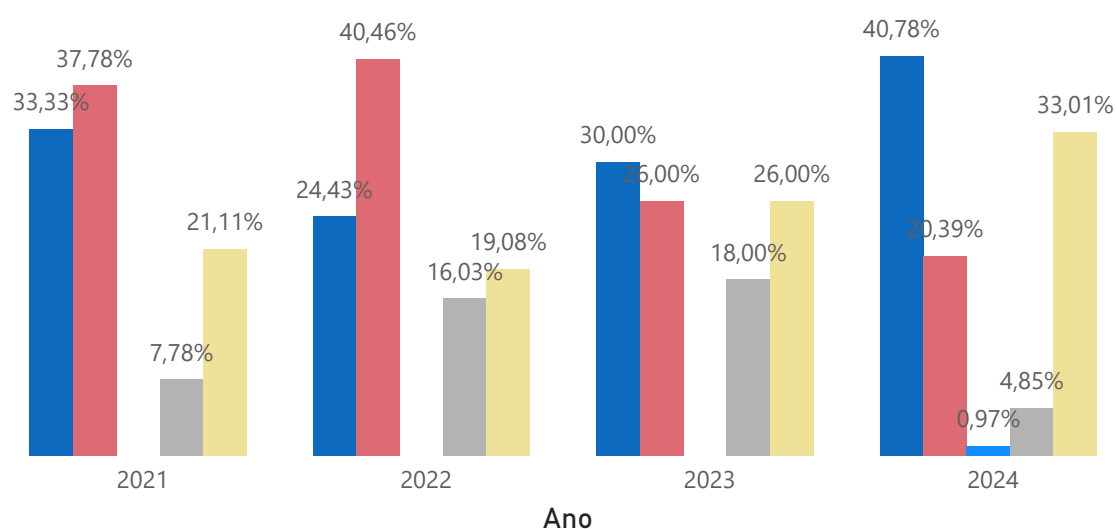
Para aquelas com vendas inferiores, 20,4% obtiveram queda no volume de vendas, variando de até 10% a 20,0% a 40,0%. Enquanto, para 40,8% daquelas com vendas superiores, o volume de vendas girou em torno de 20% a 40%.

Resultados Black Friday - comparativo ano anterior

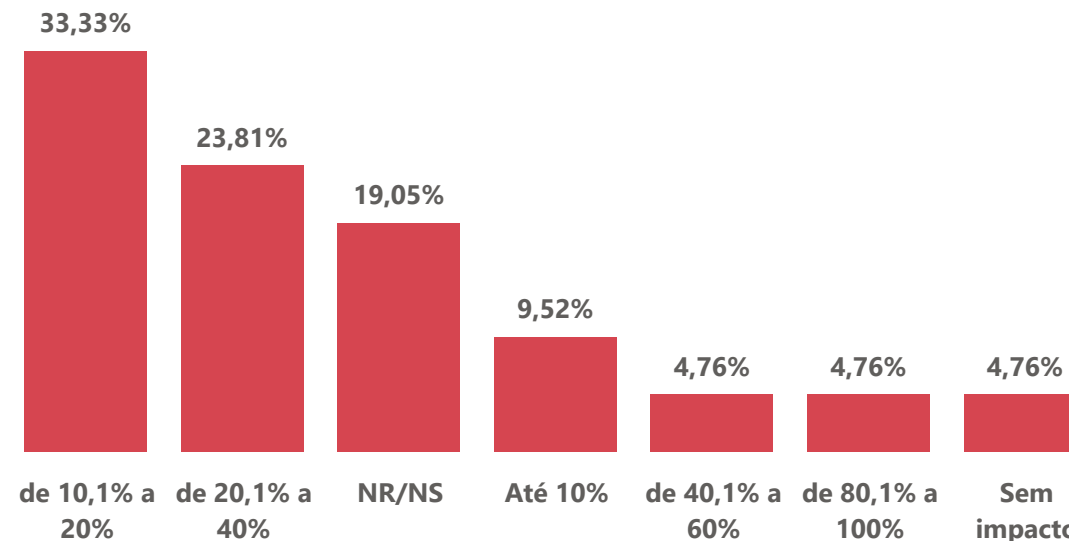
2024

Resultados - comparativo anual

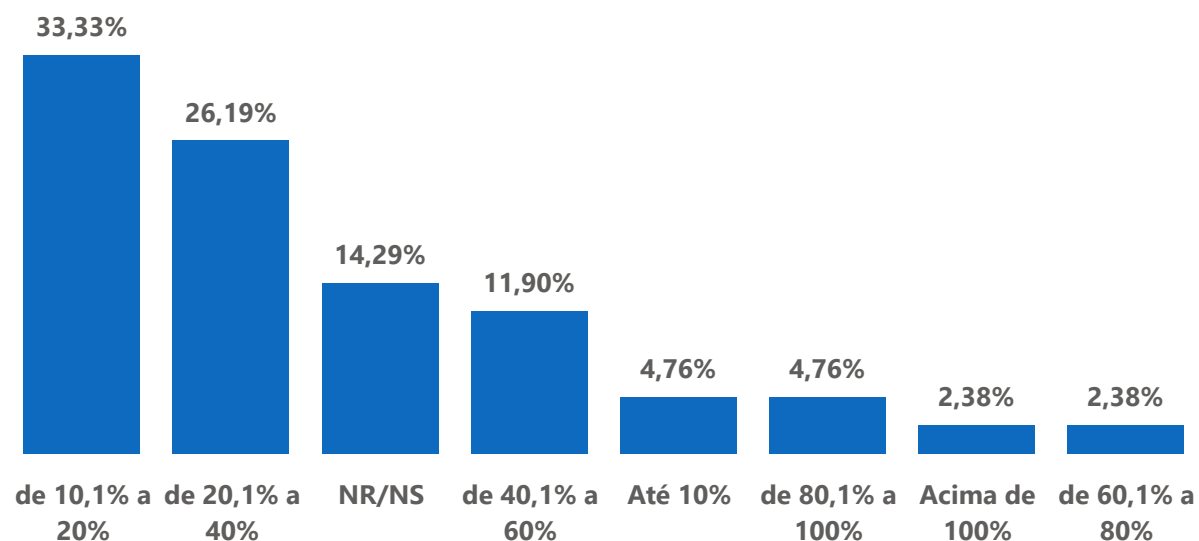
● Aumentou ● Diminuiu ● Não realizou ano passado ● NR/NS ● Se manteve



Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio em relação às vendas habituais/do dia-a-dia? - Volume de vendas menor



Impacto percentual médio da data em seu comércio em relação às vendas habituais/do dia-a-dia - Volume de vendas maior

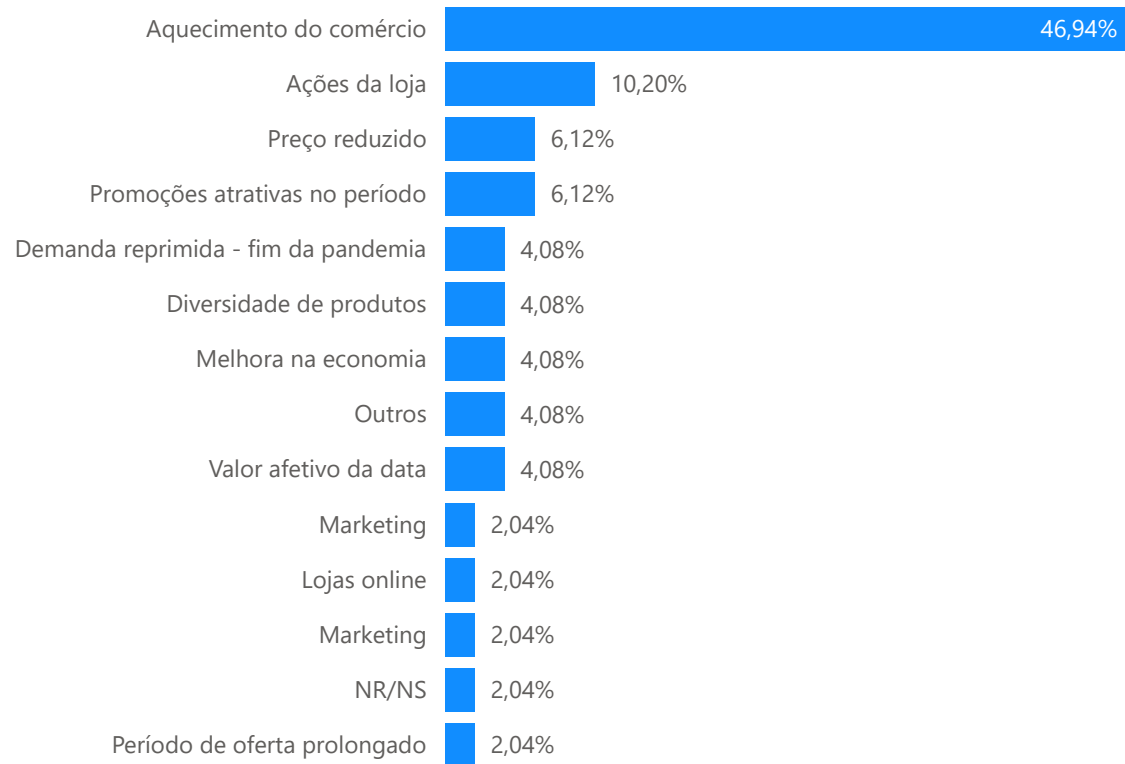


Em relação ao impacto das vendas do período, 33,3% dos empresários apontam uma queda de 10% a 20% no volume se comparado às vendas do dia-a-dia.

Contudo, para aqueles que notaram um aumento no volume de vendas do período, a variação gira em torno de 10% a 20%.

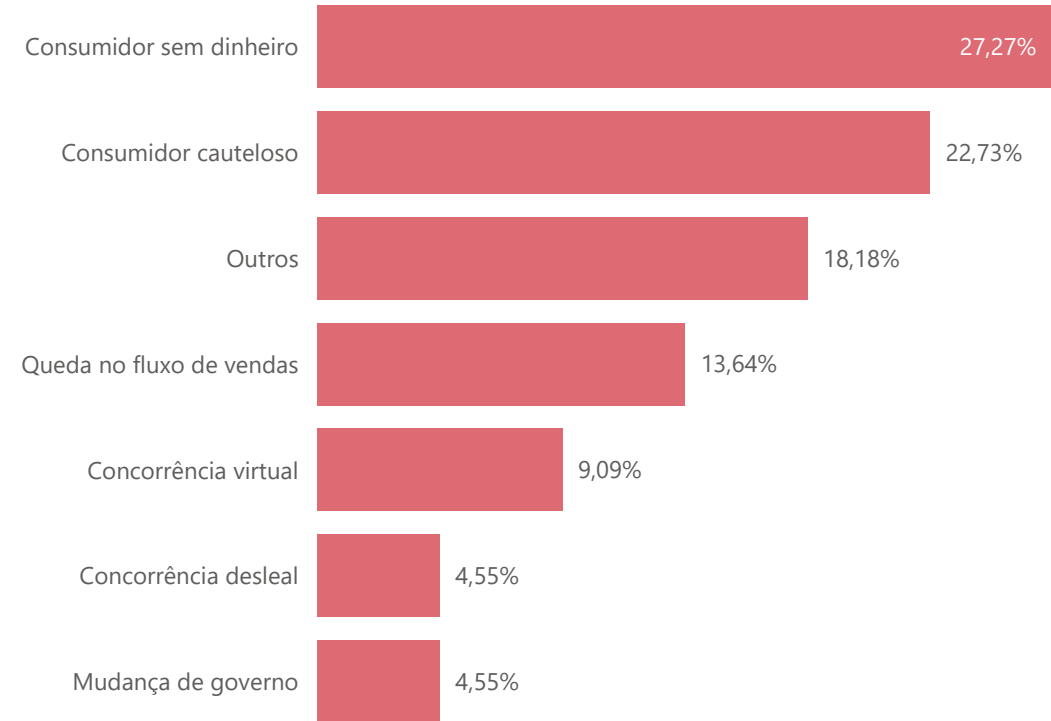


Motivos - Melhores



Total não soma 100%

Motivos - Piores



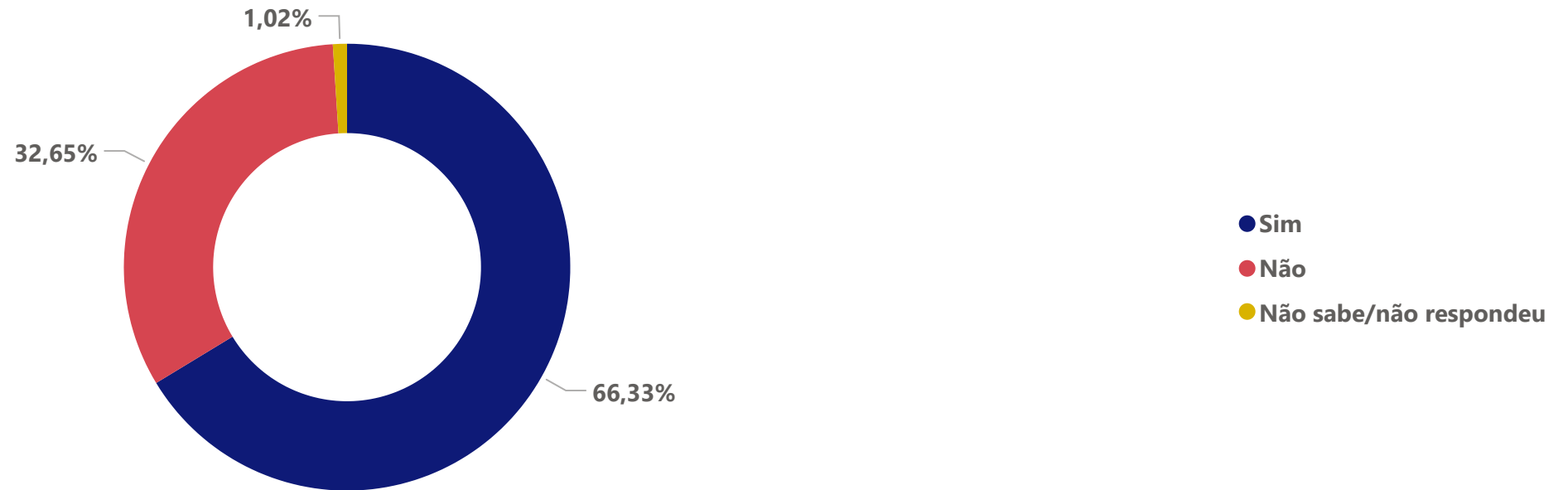
Total não soma 100%

Para aqueles que acreditam que as vendas deste ano foram melhores do que as do ano passado, os motivos que mais se destacaram foram: aquecimento do comércio (46,9%) e ações da loja (10,2%).

Já para os empresários que apontaram que as vendas deste ano foram piores que as do ano passado, os motivos apresentados com maior destaque são: consumidor sem dinheiro (27,3%) e consumidor cauteloso (22,7%).



As vendas nessa Black Friday atenderam suas expectativas?



Ao todo, 66,3% das empresas entrevistadas e que realizaram ações na data, disseram ter tido suas expectativas de vendas alcançadas.

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para 103 empresas do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro do núcleo de Pesquisa e Inteligência do Sistema Fecomércio MG. O levantamento foi realizado no dia 02 a 04 de dezembro de 2024.

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 Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Coordenadora de Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Polyane Pereira Casagrande

Menores aprendizes: Arthur Jonathan Ramos Leandro e Douglas Fagundes Damasceno

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