Comércio está otimista com Black Friday e espera tíquete médio de R\$ 200

George Garcia

O comércio no ABC espera uma Black Friday entre 5% e 10% melhor nas vendas em relação ao ano passado. Para o setor, a venda de produtos populares, mesclada com a venda de eletrodomésticos e eletrônicos, deve levar a um tíquete médio de R\$ 180 a R\$ 200. As pesquisas de órgãos ligados ao consumo e consumidor mostram otimismo. Levantamento realizado em agosto pelo site Reclame Aqui, com a consultoria Linx, de tecnologia para o varejo, revela que, os interessados em comprar na última data de liquidações antes do Natal, mais da metade (46,9%) quer gastar mais que em 2022. A pesquisa ouviu 9,5 mil consumidores.

“Devemos ter um aumento do tíquete médio neste ano, porque existe um público que se identifica com promoções. É um momento de busca por promoções, principalmente para eletroeletrônicos e informática”, avalia Alexandre Damasio, presidente da CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de São Caetano. “Hoje as pessoas têm um pouquinho mais de dinheiro do que no primeiro semestre, a ideia é que haverá um aumento de vendas, específica para o tíquete de maior valor agregado e o que condiciona a compra ainda é o desconto”, continua o dirigente, que preferiu não estimar um tíquete médio.

O presidente da Aciam (Associação Comercial e Industrial de Mauá), José Eduardo Zago, é otimista em relação às vendas da temporada de promoções e diz que o modelo de loja que deve ter melhores resultados é o de produtos populares. Apesar do otimismo, o dirigente prevê só 5% de alta nas vendas em relação à Black Friday de 2022. Zago espera que o tíquete médio chegue perto dos R\$ 200. “Eu vejo que o comércio que se preparou vai ter muito lucro, apesar da política do governo federal não estar ajudando. O comerciante é que vai ter que fazer a diferença com o atendimento para conquistar o cliente, seja na loja física ou online”, avalia.

Zago aposta num tipo de produto que deve ser o queridinho desta Black Friday, voltado para o conforto térmico. “Estamos chegando a um verão que promete ser muito quente, e o povo vai sofrer com o calor, então vai se vender muito ventilador e ar-condicionado”, estima.

O presidente da Acisbec (Associação Comercial e Industrial de São Bernardo), Valter Moura Júnior, considera a Black Friday o “esquenta” para o Natal. Moura Júnior avalia que as vendas devem ficar 8% acima do resultado apresentado no ano passado e já arriscou um palpite para o Natal de alta de 10% sobre 2022. Mas o dirigente não estima um tíquete médio.

Pesquisa realizada pela Mfield Marketing de Influência mostrou que a intenção de compras na Black Friday cresceu 32% em relação a 2022. No ano passado, 43,4% compraram na data, e neste ano, de acordo com o levantamento, 75,6% pretendem fazer compras por meio das ofertas. Moda e acessórios lideram as intenções de compra com 39,3%, depois aparecem os eletrônicos (37,5%) e cosméticos (35,9%), calçados (33,2%) e eletrodomésticos (31,5%). Sobre ticket médio, 25% pretendem gastar entre R\$ 151 e R\$ 300. Já 24,2% vão limitar sua compra a até R\$ 150. A principal forma de pagamento deve ser o cartão de crédito (76,9%), seguida pelo Pix (49,1%).

Consumidor ainda desconfia das ofertas

Será que o preço anunciado na Black Friday é realmente vantajoso? Essa é a pergunta que muitos consumidores se fazem. A desconfiança está ligada à máxima da “metade do dobro”, como ficou conhecida negativamente a data de promoções nas suas primeiras edições no Brasil. Para representantes das associações do comércio, pesquisadores e quem lida diariamente com queixas de consumidores, o comércio brasileiro custou, mas entendeu o espírito da data, mesmo assim o consumidor deve e já está pesquisando.

A pesquisa do Reclame Aqui, sobre a data, mostra que 76% dos consumidores já monitora os preços dos produtos há pelo menos três meses. A pesquisa de preços também é apontada no levantamento da Mfield que revela que 32,8% dos entrevistados começam a comparar preços um mês antes da grande promoção; 27% o fazem durante a semana da Black Friday; e 25,1% pesquisam em cima da hora. A pesquisa da Mfield também aponta que de cada dois consumidores um desconfia que as ofertas da Black Friday não são reais. São 53,6% dos consumidores que creditam que os descontos não são verdadeiros e significativos.

Reinvenção

Para Alexandre Damasio, da CDL de São Caetano, a Black Friday entra num rol de várias datas promocionais para o comércio brasileiro e, por isso, precisa se reinventar. “A consultoria Mackenzie, ouvida num bate papo na CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas), avalia que a partir deste ano a gente começa a mapear o excesso de datas promocionais no calendário do varejo. A Black Friday deve perder fôlego no futuro como elemento de novidade promocional, então vamos ter de reinventá-la”, analisa.

Acompanhar preços e não comprar por impulso são dicas do Procon

Muita gente se programa para a compra de um bem de valor mais elevado na Black Friday, como televisores ou geladeira. O consumidor deve, no entanto, evitar a compra por impulso, ser seduzido pela tecnologia e os cartazes físicos ou digitais com relato de grandes descontos. A dica do Procon é não comprar por impulso, acompanhar o preço daquele item nos últimos três meses e evitar o superendividamento. O órgão de defesa do consumidor orienta que a compra por impulso pode fazer o consumidor cair também em golpes.

“A primeira dica é evitar a compra por impulso, porque hoje a gente recebe ofertas a todo instante, pela internet, pelo celular. O consumidor tem de ter cuidado com o superendividamento e fazer pesquisa”, orienta Doroti Cavallini, diretora do Procon de Santo André.

Doroti diz que consumidor deve começar a pesquisar preços pelo menos um mês antes. (Foto: Reprodução RDTv)

O perigo maior é no ambiente virtual de compras, diz Doroti. “No online as fraudes crescem assustadoramente, então o consumidor deve ter certeza que aquele site existe, se tem um CNPJ, um endereço físico, um telefone e se o site é brasileiro, ou seja se tem o ‘.com.br’. Muitas vezes o consumidor é levado a fazer uma compra em um site internacional e isso pode deixar a compra mais cara pelo frete, por questões de alfândega”, explica. “Tem de ver se o site começa com https, se tem o cadeado junto ao endereço eletrônico e o consumidor também pode fazer pesquisas sobre as reclamações referentes a esta empresa”, continua.

Doroti cita o recente caso de uma consumidora que chegou ao Procon de Santo André. “Ela viu uma oferta de um televisor no valor de R\$ 1 mil no Facebook e fez

uma transferência para uma conta pessoal de uma suposta vendedora de uma grande rede”, conta.

Outra dica que vale para compras online ou em loja física é a pesquisa de preços. “Tem de acompanhar o preço pelo menos um mês antes da compra para não correr o risco de cair em falsa promoção de ‘metade do dobro’. Quem precisa de um determinado produto tem de se programar. Se um produto custa R\$ 2 mil, sobre para R\$ 4 mil um mês antes e depois é anunciada promoção de Black Friday por R\$ 2 mil, essa promoção é uma fraude e o consumidor pode denunciar ao Procon. Servem de provas para isso prints de tela e fotos de cartazes”, completa.

Dicas sobre a verificação do valor do frete, que também vai encarecer o produto, sobre venda casada, como o oferecimento de garantia estendida, diferença de valor em loja física e loja online, fazem parte de uma cartilha que o Procon de Santo André vai soltar esse mês para orientar os consumidores na Black Friday. Haverá ainda um atendimento especial para essa data.

<https://www.reporterdiario.com.br/noticia/3345766/comercio-esta-otimista-com-black-friday-e-espera-tiquete-medio-de-r-200/>

Veículo: Online -> Site -> Site Repórter Diário

Seção: Economia