

74% dos consumidores não acreditam nas promoções da Black Friday



Três pesquisadores acabam de divulgar uma pesquisa que coloca em dúvida a credibilidade de grandes ações do varejo, como a Black Friday. Segundo eles, apesar de criar um calendário 'fora de época' para o comércio, poucos consumidores acreditam, de fato, nas promoções oferecidas na data.

A pesquisa foi conduzida pelos Alberto Guerra, Flávia Ghisi e Marcos Angeli, que atuam em instituições como FEA, FIA e FGV. Segundo eles, apesar de consolidada, a Black Friday desfruta de baixa credibilidade entre os clientes.

Segundo o estudo, 74% dos consumidores ouvidos acreditam que poucas promoções são reais, pois muitas são mascaradas, e metade destes não vê vantagens na maior parte das ofertas.

A pesquisa foi realizada no primeiro semestre de 2017, com 752 entrevistados de todas as regiões brasileiras. A amostra inclui consumidores com diversos níveis de renda e escolaridade, dos quais 58,2% são mulheres, 75,3 % têm idades entre 32 e 60 anos, 60,2% são casados e 56,4% têm filhos.

O levantamento amplia questões sobre perspectivas da ação e expectativas dos consumidores, identificando pontos de atenção.

Segundo Alberto Guerra, 69% dos consumidores acreditam que as promoções da Black Friday não incluem apenas produtos de lançamento, mas, também, produtos fora de linha ou obsoletos.

"Este é o principal motivo de frustração por parte dos consumidores, uma vez que a Black Friday é uma ação promocional originalmente de sobras de estoque e produtos de gerações ou coleções anteriores, inclusive nos Estados Unidos. Produtos de lançamento normalmente não entram na promoção, o consumidor que vai às compras buscando isso vai se decepcionar", alerta.

Segundo o pesquisador, o descrédito também é reflexo dos primeiros anos da promoção no Brasil, a partir de 2010.

"Alguns varejistas começaram a aumentar o preço dos produtos nas semanas anteriores à data", lembra o especialista.

O estudo, no entanto, indica potencial de crescimento para a ação, pois mais de um terço dos consumidores brasileiros (36%) ainda não efetuaram compras na Black Friday, por falta de confiança nos descontos ou por julgarem que as ofertas são pouco atrativas.

A pesquisa também revelou que 52% dos consumidores ouvidos não se preparam para comprar na Black Friday e que 48% se preparam com antecedência de até 30 dias.

Como hábitos de consumo, ficou evidente que a maioria (73%) não aproveita a Black Friday para antecipar as compras de Natal, que os produtos comprados são para uso próprio ou de consumo frequente, com preferência por produtos de valor mais alto.

As categorias com maior interesse de compra pelos consumidores na Black Friday 2017 são eletrônicos/eletroportáteis (40%), roupas e calçados (25%) e livros/discos/filmes (22%).

Fonte: Estadão