

21/09/2016 às 05h00

Black Friday deve vender 30% mais

Por Cibelle Bouças | De São Paulo

As redes varejistas já se preparam para a Black Friday - segundo maior evento em vendas para o comércio eletrônico, depois do Natal. Grupos de varejo on-line, como Cnova (dona dos sites da Casas Bahia, Ponto Frio e Extra.com.br), B2W Digital (com os sites americanas.com, Submarino e Shoptime), Dafiti e Netshoes já cadastram internautas para enviar por e-mail as ofertas da edição deste ano, com descontos que chegam a 80%.



Para José Melchert, do Google Brasil, e Gabriel Mariotto, da Cielo, data estimulará vendas on-line e no varejo físico

Para a edição da Black Friday 2016, marcada para 25 de novembro, a expectativa é que as vendas aumentem de 20% a 30% em relação ao ano passado, para um valor entre R\$ 1,9 bilhão e R\$ 2,1 bilhões. A previsão faz parte de uma pesquisa de intenção de compras encomendada pelo Google Brasil.

No ano passado, o evento movimentou R\$ 1,6 bilhão em vendas na internet, com crescimento de 43% em relação a 2014. Com esse desempenho, as vendas em um dia superaram as transações de toda a quinzena do Dia das Mães, que movimentou R\$ 1,51 bilhão, segundo a consultoria ebit. Neste ano, as vendas relacionadas ao Dia das Mães na internet aumentaram 8%, chegando a R\$ 1,62 bilhão.

A previsão de crescimento para a Black Friday deste ano é menor do que em 2015, mas ainda supera a expansão do comércio eletrônico, que no primeiro semestre avançou 5,2% ante igual período de 2015, para R\$ 19,6 bilhões. O desempenho do varejo total, medido pelo IBGE, apresentou queda de 9,3% no semestre.

A pesquisa foi realizada pela Provokers e ouviu 800 brasileiros das classes A, B e C em todo o país. "O varejo on-line tem tido resultados positivos no ano, mesmo com a recessão. E a pesquisa mostra que os consumidores se planejam para comprar mais na Black Friday", afirma José Melchert, diretor da área de varejo do Google Brasil.

De acordo com o estudo, em torno de 40 milhões de internautas fazem compras on-line no país todo ano. Desse total, 79% já participaram de edições passadas da Black Friday e 74% dizem que vão comprar na data este ano.

Uma pesquisa realizada pelo site comparador de preços Zoom com 15 mil pessoas também revela que, embora estejam receosos com a crise econômica, 99% dos entrevistados estão dispostos a comprar durante o evento.

Melchert observou que, nas edições passadas, os internautas estavam mais preocupados como promoções falsas, produtos não entregues e dificuldades de troca. "Essa visão de 'Black fraude' diminuiu e a pesquisa mostra que a maioria dos internautas tem uma imagem positiva do evento", afirma Melchert. De acordo com o site Reclame Aqui, a Black Friday 2015 teve o menor número de reclamações desde 2010, com 4,4 mil queixas. Em 2014, as reclamações chegaram a 12 mil. A maioria se refere à maquiagem de preço.

Na lista de prioridades de compras dos internautas deste ano estão produtos de áudio e vídeo (citados por 66% dos respondentes), produtos de informática (58%), celulares e smartphones (57%), TV (55%),

Empresas

Últimas Lidas Comentadas Compartilhadas

Bradesco confirma acordo para liberar bens bloqueados na Greenfield
20/09/2016 às 11h09

BM&FBovespa muda horário de negociação a partir de 17 de outubro
20/09/2016 às 15h48

MP abre investigação sobre critérios do Minha Casa em São Paulo
20/09/2016 às 14h51

Ações da Petrobras sobem após plano de negócios e puxam Ibovespa
20/09/2016 às 17h39

Ver todas as notícias



www.meumoveldemadeira.com.br

Vídeos



"Se o governo fracassar, haverá uma crise fiscal grave e mais inflação", diz Garcia
19/09/2016



Tendências TI e Telecom



eletrodomésticos (54%) e eletroportáteis (51%). Carol Rocha, analista de insights do Google Brasil, observa que também cresce a procura de outros itens, como passagens aéreas e hospedagem.

Melchert também destaca o objetivo das compras: 53% dos internautas aproveitam a Black Friday para comprar produtos para si; 27% compram para si e para dar de presente e 19% só compram presentes.

O estudo indica ainda que 21% dos internautas compraram só pela internet na última Black Friday e 21% aproveitaram as promoções apenas em lojas físicas; 58% compraram nos dois canais de vendas.

Para Gabriel Mariotto, gerente de inteligência da Cielo, a data é a última oportunidade para empresas de comércio eletrônico baterem as metas do ano. "É a data de maior crescimento de vendas, considerando as principais datas do varejo", afirma Mariotto.

De acordo com dados do Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), de 2012 a 2015, o número de lojas tradicionais que participam da Black Friday passou de 22 mil para 43 mil. No comércio eletrônico, o número de lojas virtuais passou de 100 para 900. A Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico estima que, neste ano, 2 mil sites vão realizar promoções.

Compartilhar 2

Tweet

Share

2

G+ 0

Ω

Tomador Valor* Meses Retorno**
Empresas optam cada vez mais por infraestrutura em Nuvem

Conteúdo patrocinado por



Análise Setorial



Medicamentos Genéricos

Mais de 110 laboratórios atuam no segmento de genéricos. O relatório aborda os principais desafios dessa indústria, do ponto de vista de entidades representativas e de executivos dos grandes laboratórios

Confira outros títulos disponíveis

ValorRI

Relação com os investidores

Veja os resultados publicados pelas principais empresas do país e as mais importantes operações de mercado de capitais.

Siga o Twitter do Valor RI

Siga o Facebook do Valor RI

Receba alertas do Valor RI

Acesse

Captações externas

Operações mais recentes

Tomador	Valor*	Meses	Retorno**
Minerva	1.000	84	6,625%
Vale	1.000	120	6,25%
República BR	1.500	367	5,875%
Cosan	150	126	7,125%
Suzano	500	120	5,875%
Petrobras	674	120	8,75%

[Veja as tabelas completas no ValorData](#)

Fontes: Instituições financeiras e agências internacionais. Elaboração: Valor Data. * Em milhões de dólares ** No lançamento do título

ValorInveste

Casa das Caldeiras

Por Redação

Bancos Centrais conspiram para um dia positivo

O Consultor Financeiro

Por Marcelo d'Agosto

Os benefícios e os danos na gestão dos investimentos

O Estrategista

Por André Rocha

Holdings, mas com desempenhos distintos

Newsletter

O melhor conteúdo em economia, negócios e finanças gratuitamente direto em seu e-mail.

Receba Gratuitamente
