

ECONOMIA

Comércio aquecido para a Black Friday

Chegada da última sexta-feira de novembro atrai consumidores às lojas do DF em busca de ofertas para o fim de ano. Expectativa é de que a data injete R\$ 155 milhões na economia local, com 95% dos empresários aderindo às promoções

» LETÍCIA MOUHAMAD
» HENRIQUE SUCENA*

Fotos: Kayo Magalhães/CB/D.A Press



Este ano, a Black Friday será em 29 de novembro, mas vários lojistas adiantaram as promoções a fim de renovar os estoques para o Natal



Samara Couto foi ao Conjunto Nacional à procura de brinquedos



Frederico Couto não encontrou produtos que pudessem agradar às filhas

Lojistas do Distrito Federal estão em contagem regressiva para a Black Friday de 2024, que deve injetar R\$ 155 milhões na economia local, segundo pesquisa do Instituto Fecomércio-DF. Na região, a maioria dos empresários está com boas expectativas, visto que 95% pretendem aderir à data. O índice representa um salto de 13,2% em relação a 2023, quando 84,2% dos lojistas planejavam participar da temporada de preços baixos.

De acordo com o estudo, 61,5% dos entrevistados indicaram que o período tem grande importância para os negócios, índice mais alto do que os registrados em 2023 (54,2%) e em 2022 (44%). Para o presidente do Sistema Fecomércio-DF, José Aparecido Freire, a Black Friday se consolidou no Brasil, devido à adaptação com a dinâmica do comércio, ajudando a queimar mercadoria e renovando os estoques para o Natal. "Em 2023, 96% dos entrevistados confirmaram que o período de vendas promocionais foi importante para renovar os estoques", destacou.

Este ano, a Black Friday será em 29 de novembro, mas vários comércios já adiantaram as promoções. Na Ri Happy, loja de brinquedos, o mês inteiro é marcado por preços mais baixos, não só na "Happy Friday", como é chamada a data para a loja. Gerente da unidade do Conjunto Nacional, Maylto Torres afirma que os clientes já têm procurado o local em busca de promoções e que a expectativa é alta para o estabelecimento na última semana do mês.

"O nosso objetivo é buscar um crescimento comparando com o resultado do ano anterior. Nós estamos muito preparados. Temos muita mercadoria, e todo dia chega mais. Temos grandes expectativas, tanto na loja física quanto na digital", explica Torres. Ele complementa que o período entre o Dia das Crianças, em outubro, e o Natal, em dezembro, é o mais importante para a empresa, o que contribui para as altas expectativas.

O economista Newton Marques, membro do Conselho Regional de Economia do DF (Corecon-DF) e especialista em educação financeira, concorda que datas especiais são picos de vendas para lojas de varejo. "Sempre interessa ao comércio, em geral, aumentar o seu faturamento. Assim, qualquer iniciativa, como essa da Black Friday, é sempre desejável. Por isso, a adesão deve ser grande a esse importante evento de vendas, somente superado por festejos de Natal, Páscoa, Dia das Mães e dos Pais, e Dia das Crianças."

Descontos

"Os segmentos de móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos tendem a liderar a intenção de compra dos consumidores durante a Black Friday. Esses produtos, por serem bens duráveis e de maior valor agregado, geralmente motivam os consumidores a planejarem suas aquisições e a aguardarem a data em busca de descontos significativos,

tornando-se grandes atrativos para o período promocional", avaliou José Aparecido Freire.

Essa dinâmica reflete, segundo o presidente do Sistema Fecomércio-DF, a oportunidade que a Black Friday oferece para que as famílias adquiram itens de maior impacto financeiro com condições mais acessíveis. "Além disso, vestuário, calçados e acessórios também estarão em alta, já que estamos em processo de renovação de estoque para o Natal", completou.

Não é sempre que os clientes acham o que procuram, mesmo com muitos itens em desconto. O casal Frederico e Samara Couto foi ao Conjunto Nacional buscando presentes para as filhas, mas não encontrou brinquedos com preços baixos que pudessem agradar às filhas.

O marido revela que as crianças gostam muito de dinossauros, mas que os brinquedos do tipo não estavam com valores reduzidos. Apesar da decepção, Frederico gostou dos preços na área de eletrônicos e compartilhou seu desejo de buscar compras do tipo.

Newton Marques afirma que o comerciante também deve ser justo com os preços nesta época. A promessa de descontos sozinha não é o suficiente para atrair o público. Para isso, ele precisa trazer preços realmente baixos. "A Black Friday é um período que atrai consumidores na compra de roupas e calçados, eletroeletrônicos, móveis e utensílios de casa. Até mesmo de automóveis e acessórios. Se os lojistas forem bons estrategistas neste momento, deverão também fazer seus planejamentos financeiros para

que aumentem o giro dos seus negócios. Não pode ser ganancioso ou fraudulento, achando que todo consumidor é ingênuo nas compras da Black Friday", aconselha o economista.

Faturamento

Sem citar números exatos, Maylto Torres prevê que os meses finais de 2024 serão positivos para a unidade da Ri Happy que gerencia. Confiante, ele espera que dezembro, com as compras natalinas, traga lucros ainda maiores para a loja. "Eu não posso falar um número que a gente pode alcançar, mas o objetivo é crescer em resultados e, consequentemente, ter a satisfação dos nossos clientes com a nossa loja e com os nossos produtos", diz o gerente.

A projeção da Fecomércio-DF é de um faturamento médio mensal de R\$ 34,7 mil por empresa, representando um crescimento em relação ao desempenho de 2023, que foi de R\$ 28,6 mil. A maior parte (92,4%) dos lojistas planeja adotar ações para impulsionar o comércio, entre elas, as promoções (32,4%), a divulgação em redes sociais (24,7%) e a diversidade de produtos (17,2%).

O comércio físico deve liderar as vendas, com 98% dos lojistas prevendo o maior volume de compras nesse canal, conforme pesquisa da Fecomércio-DF. Em relação às formas de pagamento, espera-se que 68,5% dos consumidores optem pelo crédito, seguidos pelo débito (17,2%), transferência ou Pix (11,7%) e, em menor escala, pagamento em dinheiro (2,6%).

Planejamento

A Black Friday atrai também os consumidores mais jovens, cuja geração está mais acostumada com as compras on-line. É o caso de Saulo de Souza Damasceno, que foi com a namorada Karyne Lorrany experimentar roupas novas, querendo combinar visuais para um show que vão assistir. O casal de 20 anos acabou não conseguindo todas as roupas que queriam, mas conseguiu salvar um dinheiro importante na compra de um boné.

O economista Newton Marques opina que todo consumidor tem que fazer o seu planejamento financeiro. Ele sugere fazer anotações sobre quais compras são essenciais e quais são supérfluas, além de sua estimativa de renda familiar para seus meses à frente. Possíveis truques que podem enganar o cliente, de acordo com Marques, incluem propostas tentadoras como "compre agora e comece a pagar ano que vem" e comprar produtos próximos de seus preços originais porque a loja subiu os valores antes de aplicar os descontos.

Para garantir as melhores condições de negócio, ele recomenda que o consumidor se faça três perguntas antes de pagar: "Tenho necessidade de comprar a mercadoria?", "Tenho orçamento ou previsão financeira para comprar a mercadoria?" e "Isso tem que ser comprado agora?". Caso as respostas para as três sejam positivas, a aquisição pode ser feita sem peso na consciência.

Cuidados

Diretor-geral do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon), Marcelo Nascimento alerta sobre os cuidados que os compradores precisam ter durante esta época. Para evitar ser enganado, um dos principais conselhos dados pelo representante em relação ao direito do consumidor é checar os preços com bastante antecedência, para garantir que os divulgados na Black Friday não sejam "maquiados" com elevações prévias, de modo que o desconto volte aos valores originais.

"Antes de os consumidores irem às compras neste período da Black Friday, é importante que se faça um planejamento prévio. Então, o consumidor deve ir já pesquisando os produtos que pretende comprar na ocasião, os serviços que pretende adquirir, a fim de que não se compre por impulso, na véspera da data, e também que se faça ali um orçamento, saber se aquele gasto vai caber dentro do bolso, do orçamento familiar ou individual", orienta o diretor-geral.

Ele também alerta sobre o perigo cada vez mais comum dos golpes, dizendo que o consumidor precisa estar bastante atento. A sugestão do especialista é verificar a reputação da empresa da qual pretende adquirir produtos, analisar as condições da página que está sendo visitada, como os requisitos de segurança, se tem CNPJ, endereço físico, para evitar cair num golpe e possa, assim, fazer uma compra segura neste período promocional.

* Estagiário sob supervisão de Eduardo Pinho