

Intenção de compras Black Friday 2021



OBJETIVOS DO ESTUDO

- Mapear a intenção de compras do consumidor para o Black Friday de 2021;
- Identificar as características dos produtos mais comprados:
 - ✓ Tipo de produto
 - ✓ Quantidade
 - ✓ Ticket médio
 - ✓ Formas de pagamento
- Compreender a situação financeira dos potenciais compradores e os impactos das compras nas suas finanças;
- Mapear os hábitos de compra e satisfação com o Black Friday de 2020.

METODOLOGIA

Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar na Black Friday.

Método de coleta: pesquisa realizada pela internet e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.

Tamanho amostral da Pesquisa: 1.033 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes na Black Friday. Em seguida, continuaram a responder o questionário 623 casos, que tinham a intenção de comprar na Black Friday. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,0 p.p e 3,9 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: 18 a 26 de outubro de 2021.



Black
FRIDAY

Intenção de
compras
Black Friday
2021

INTENÇÃO DE COMPRAS BLACK FRIDAY 2021

- 57% pretendem fazer compras na Black Friday este ano. Entre esses, 70% acham que é uma boa hora para comprar coisas que precisam a um preço mais baixo, 38% querem aproveitar o preço para antecipar as compras de Natal e 19% querem aproveitar as promoções, mesmo que não estejam precisando de nada no momento;
- 29% ainda não sabem se pretendem ir às compras no evento, irão participar se encontrarem produtos interessantes ou com bons preços. E 14% não pretendem participar, principalmente porque estão sem dinheiro (29%), estão desempregados (21%) e porque acreditam que o momento econômico não é favorável (18%);
- Comparando com a Black Friday do ano passado:
 - 30% pretendem comprar menos produtos este ano, 29% querem comprar mais e 25% a mesma quantidade de produtos.
 - 38% pretendem gastar menos, 29% pretendem gastar mais e 22% o mesmo valor;

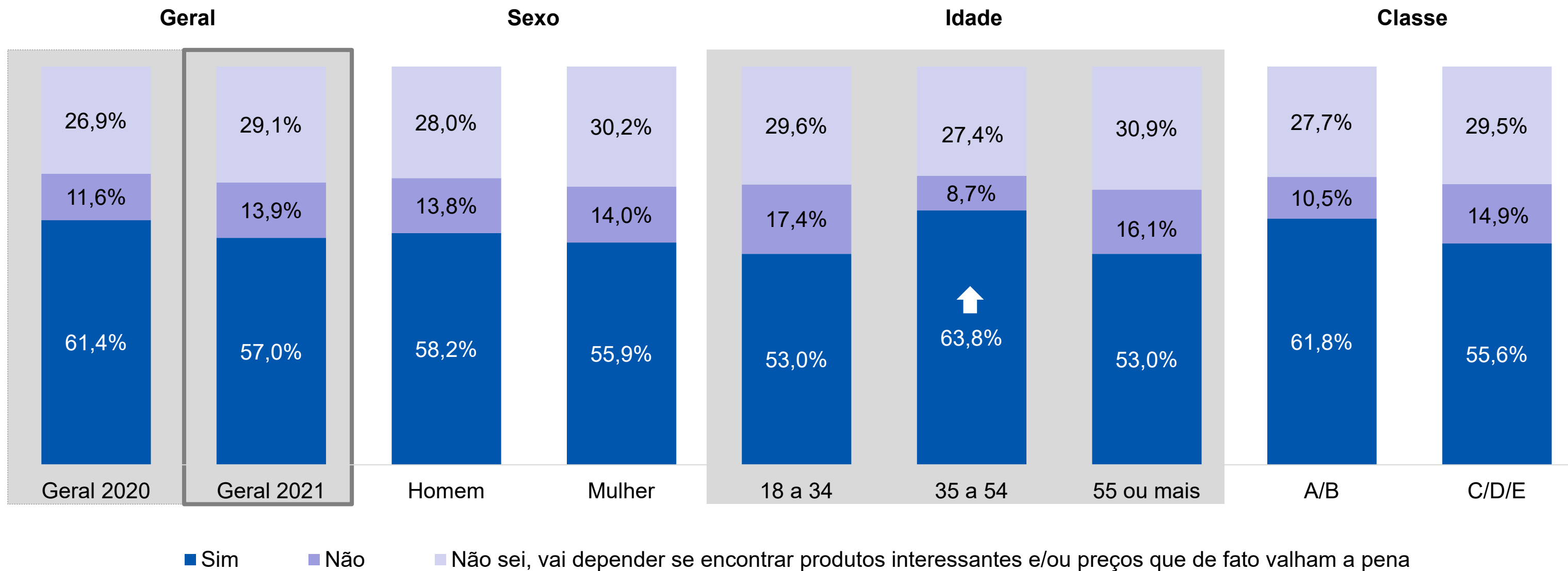
INTENÇÃO DE COMPRAS BLACK FRIDAY 2021

- Entre os que pretendem gastar mais, os principais motivos são: ter economizado ao longo do ano para poder fazer as compras nesta data (36%), acreditar que vale a pena aproveitar os bons preços (32%) e a vontade de comprar um número maior de itens (31%);
- Entre os que pretendem gastar menos, destacam-se como motivos: o desejo de economizar (30%), estar com o orçamento apertado (27%) e não querer fazer dívidas (24%);
- Em média, os consumidores desejam comprar 3 produtos e gastar R\$ 1.118 na Black Friday;
- Os produtos mais desejados pelos consumidores são: roupas (38%), calçados (29%), eletrodomésticos (27%), celulares/smartphones (24%), e artigos para casa (24%);
- As principais formas de pagamento pretendidas são: cartão de crédito parcelado (45%), PIX (33%), dinheiro (32%) e cartão de débito (31%);

INTENÇÃO DE COMPRAS BLACK FRIDAY 2021

- Entre os que pretendem pagar de forma parcelada, a média será de 6 prestações;
- Quanto ao local da compra, 82% pretendem comprar em lojas online, especialmente em sites/aplicativos de varejistas nacionais (57%) e internacionais (34%). 47% pretendem comprar em lojas físicas, especialmente shoppings (29%) e lojas de rua/bairro (23%);
- A escolha do local de compra é feita levando em conta as lojas em que os consumidores já compraram anteriormente e ficaram satisfeitos (41%), o estabelecimento que oferece frete grátis (36%), aquele que oferece o menor valor (34%) e as lojas que oferecem um bom desconto no boleto ou pagamento à vista (30%);
- 47% pretendem comprar seus produtos/serviços na semana da Black Friday, 19% no dia da Black Friday e 18% na primeira quinzena de novembro;

PRETENDE FAZER COMPRAS NA BLACK FRIDAY 2021: 57% pretendem fazer compras na Black Friday este ano (principalmente a faixa etária de 35 a 54 anos). Por outro lado, 29% ainda não sabem e vão participar se encontrarem produtos interessantes ou com bons preços, e 14% não pretendem.



BASE: Total da amostra	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	982	1033	461	572	505	321	207	273	760

POR QUE PRETENDE COMPRAR NA BLACK FRIDAY: 70% acham que é uma boa hora para comprar coisas que precisam a um preço mais baixo (aumento de 7 p.p. em comparação ao último ano, e sobretudo mulheres e classes A/B), 38% querem aproveitar as promoções para antecipar as compras de Natal e 19% querem aproveitar as ofertas, mesmo que não estejam precisando de nada no momento (principalmente os homens).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
É um momento oportuno para eu comprar coisas que estou precisando com preços mais baixos (em promoção)	63,2%	70,1% ↑	63,8%	76,4% ↑	74,5%	64,6%	73,3%	77,1% ↑	67,9%
Vou aproveitar para antecipar as compras dos presentes de Natal com preços mais baixos (em promoção)	37,5%	38,1%	42,0%	34,3%	36,9%	38,1%	40,5%	42,1%	36,9%
Vou aproveitar as promoções mesmo que não tenha nada que eu esteja precisando	16,6%	19,3%	24,4% ↑	14,3%	19,3%	18,1%	21,6%	22,8%	18,2%
Outros	0,3%	1,1%	1,4%	0,8%	1,5%	1,4%	0,0%	0,0%	1,5% ↑

BASE: Somente para quem pretende comprar na Black Friday em 2021	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

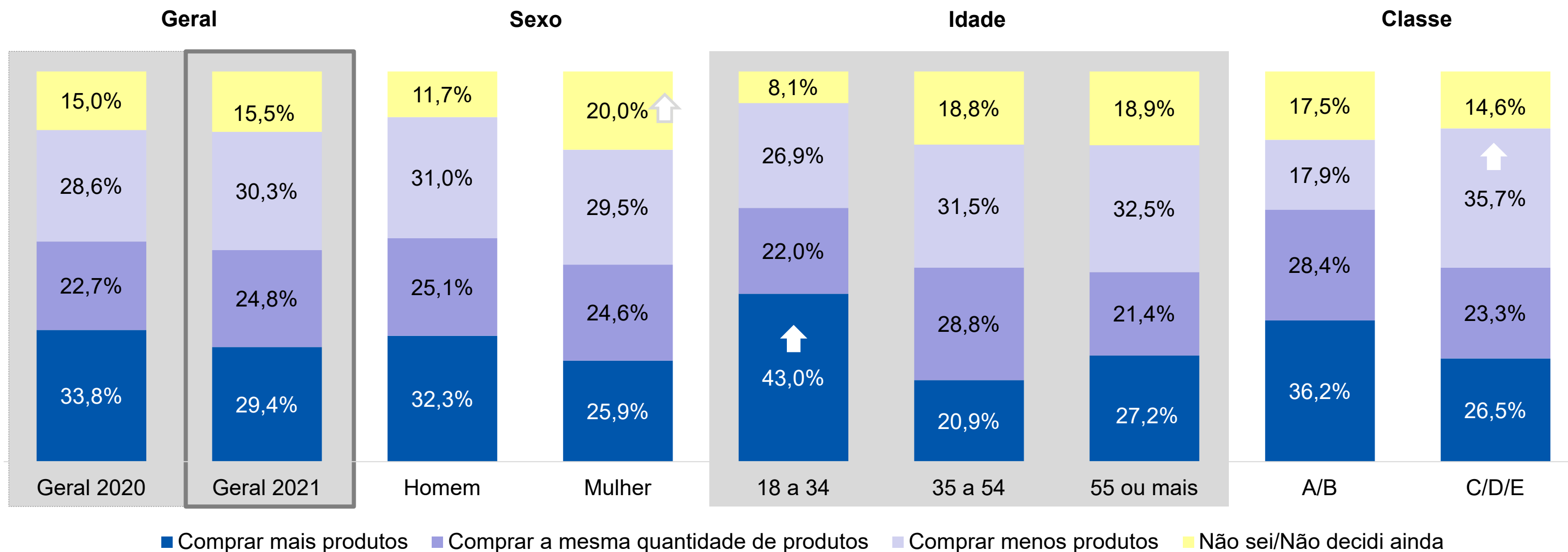
POR QUE NÃO PRETENDE COMPRAR NA BLACK FRIDAY: 29% não têm dinheiro (com destaque para as mulheres), 21% estão desempregados (sobretudo mulheres) e 18% acreditam que o momento econômico não é favorável para compras.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo	
	2020	2021	Masculino	Feminino
Não tenho dinheiro	24,5%	28,6%	17,2%	39,3% ↑
Estou desempregado	20,3%	21,1%	12,4%	29,3% ↑
Momento econômico não é favorável para compras	11,9%	18,5%	20,6%	16,6%
Estou endividado, tenho que priorizar o pagamento de dívidas	7,4%	16,0%	17,2%	14,9%
Não acredito que a promoção seja real, para mim é uma jogada de marketing das empresas para vender mais	8,1%	14,8%	19,1%	10,8%
Não estou precisando comprar nada	19,2%	13,0%	22,4% ↑	4,1%
Descontos não são relevantes	5,4%	11,6%	17,4%	6,2%
Para conter gastos	14,2%	11,2%	8,8%	13,3%
Não tenho costume	9,3%	10,3%	12,7%	8,2%
Tenho outras prioridades de compra	9,2%	10,1%	19,1% ↑	1,5%
Tive redução salarial	5,5%	3,9%	6,2%	1,8%
Tenho medo do produto ter problemas, estar estragado/danificado	0,7%	1,7%	3,5%	0,0%
Tenho medo do produto não ser entregue	0,7%	0,7%	1,4%	0,0%
Outros	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%

BASE: Somente para quem <u>não</u> pretende comprar na Black Friday em 2021	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher
	99	129	54	75

QUANTIDADE DE PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

30% pretendem comprar menos produtos este ano (principalmente classes C/D/E), 29% querem comprar mais itens (com destaque para os mais jovens), e 25% a mesma quantidade de produtos.

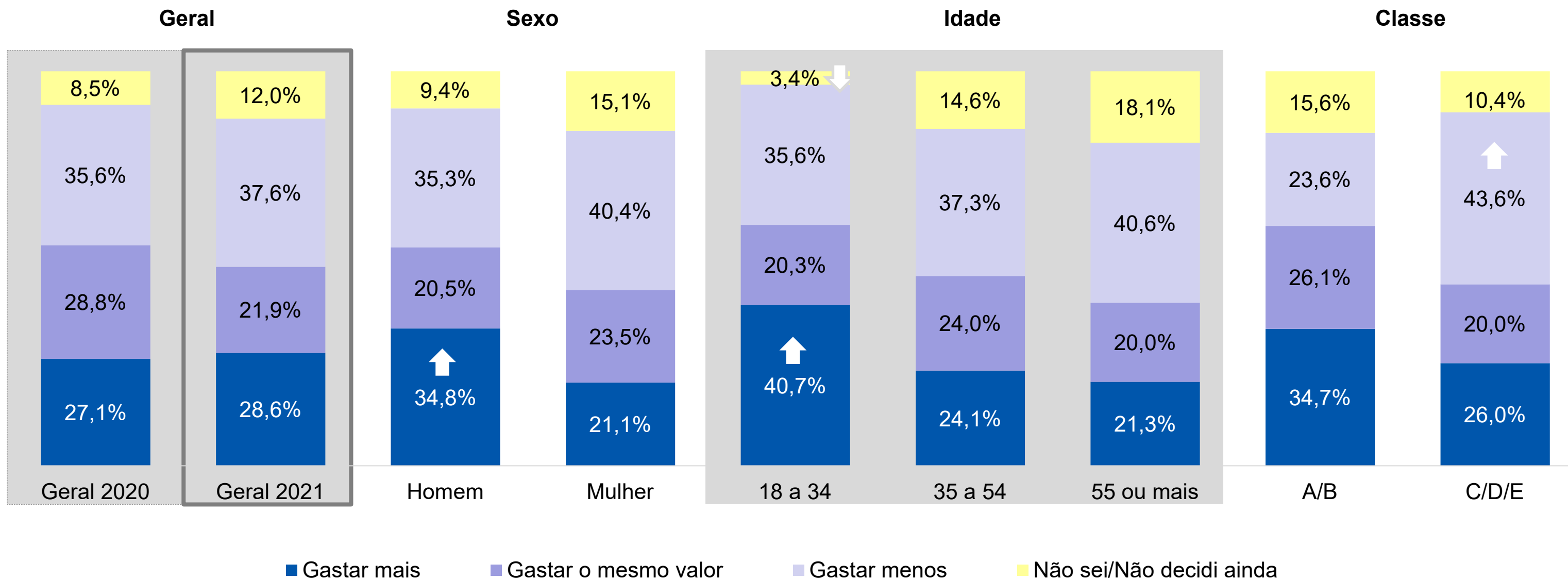


Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020 e pretende comprar este ano

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	479	422	212	210	170	159	93	173	249

QUANTO PRETENDE GASTAR ESTE ANO EM COMPARAÇÃO AO ANO

PASSADO: 38% pretendem gastar menos este ano em relação ao ano passado (principalmente classes C/D/E), 29% pretendem gastar mais (sobretudo os homens e mais jovens), e 22% o mesmo valor.



Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020 e pretende comprar este ano

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	479	422	212	210	170	159	93	173	249

POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS NA BLACK FRIDAY DESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO?

36% economizaram ao longo do ano para poder fazer as compras, 32% acreditam que os produtos têm preços muito bons e vale a pena aproveitar e 31% têm mais produtos para comprar este ano.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Economizei ao longo do ano	35,8%	33,8%	40,0%	32,1%	35,8%	44,6%	39,4%	33,8%
Os produtos têm o preço muito bom, vale a pena aproveitar a promoção	32,0%	36,2%	23,6%	36,3%	35,0%	15,8%	35,4%	30,0%
Tenho mais produtos para comprar	31,4%	28,9%	36,6%	31,8%	25,5%	42,5%	36,9%	28,3%
Recebimento do 13º salário	21,5%	22,9%	18,6%	17,1%	23,9%	27,1%	23,6%	20,2%
O(s) produto(s) que quero comprar são mais caros	19,6%	13,7%	31,5% ↑	26,5%	16,5%	9,2%	19,9%	19,4%
O pagamento é facilitado, dividido em várias parcelas	15,5%	17,5%	11,4%	18,6%	14,0%	11,0%	14,7%	16,0%
Melhoria de salário	13,8%	16,9%	7,8%	14,3%	11,2%	17,9%	12,5%	14,6%

Somente para quem pretende gastar mais na Black Friday este ano	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	139	86	53	70	41	28	71	68

POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS NA BLACK FRIDAY DESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO?

30% querem economizar (queda de 18 p.p. frente a 2020), 27% estão com o orçamento apertado (sobretudo classes C/D/E), 24% não querem fazer dívidas e 19% não estão precisando de nada no momento, não compram sem necessidade.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Para economizar	47,7%	29,9% ↓	31,3%	28,4%	35,8%	18,1%	42,4%	42,8%	26,9%
Orçamento apertado / situação financeira difícil	26,5%	26,6%	29,7%	23,2%	15,2%	26,0%	40,0%	10,7%	30,3% ↑
Não quero fazer dívidas	26,4%	23,6%	21,1%	26,1%	25,5%	26,9%	16,1%	14,4%	25,7%
Não estou precisando de muitas coisas, não compro sem necessidade	24,7%	18,7%	18,9%	18,5%	16,2%	17,4%	23,7%	27,3%	16,7%
Os preços não são tão diferenciados, na real o volume de ofertas é pequeno, não vale tanto a pena	5,0%	14,0% ↑	16,4%	11,5%	7,0%	13,7%	22,1%	17,2%	13,3%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc)	15,2%	12,9%	12,9%	12,9%	12,0%	14,9%	10,7%	27,2% ↑	9,6%
Estou desempregado(a)	14,8%	11,1%	10,9%	11,3%	13,0%	14,2%	4,0%	5,3%	12,5%
Estou endividado	8,1%	6,7%	7,4%	5,9%	7,2%	3,8%	10,7%	4,8%	7,1%
Tive redução salarial	21,1%	5,8% ↓	4,0%	7,8%	5,7%	8,0%	2,5%	4,4%	6,2%
Fiz compras na promoção da Semana do Brasil em setembro	14,8%	3,9% ↓	1,8%	6,0%	3,1%	6,3%	0,8%	1,1%	4,5%
Outros	0,0%	0,9%	0,0%	1,8%	2,1%	0,0%	0,9%	1,2%	0,8%

Somente para quem pretende gastar menos na Black Friday este ano	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	172	136	58	78	55	52	29	36	100

QUANTIDADE DE PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR: Os consumidores pretendem comprar, em média, 3,3 produtos. No entanto, 42% ainda não se decidiram a este respeito, sobretudo as classes C/D/E.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (de produtos)	3,35	3,30	3,10	3,53	3,36	3,16	3,48	3,59	3,19
1 a 2 produtos	14,7%	19,8% ↑	23,9% ↑	15,8%	20,4%	20,6%	17,4%	20,5%	19,6%
3 a 4 produtos	15,5%	17,3%	17,5%	17,1%	17,7%	17,9%	15,6%	18,2%	17,0%
5 ou mais produtos	8,3%	20,8% ↑	22,1%	19,4%	21,7%	19,8%	20,9%	27,1%	18,7%
Não sei/Não defini ainda	53,1%	42,1% ↓	36,4%	47,7% ↑	40,1%	41,8%	46,1%	34,2%	44,6% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

GASTO PRETENDIDO PARA A BLACK FRIDAY: Os consumidores pretendem gastar, em média, R\$1.118 na Black Friday (valor R\$ 199 acima do que o apurado pela sondagem do ano passado e maior entre as classes A/B). 22% pretendem gastar até 500,00, com destaque para as classes C/D/E.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (R\$)	918,23	1.117,65 ↑	1.155,54	1.070,35	1.036,24	1.158,20	1.180,22	1.487,80 ↑	996,57
Até R\$500,00	28,3%	22,4% ↑	22,0%	22,8%	22,0%	24,5%	19,1%	10,1%	26,3% ↑
De R\$500,01 a R\$1.000,00	12,7%	15,7%	19,8% ↑	11,5%	18,8%	13,3%	14,9%	19,2%	14,5%
De R\$1.000,01 a R\$2.000,00	12,7%	13,6%	15,0%	12,3%	12,0%	13,6%	16,6%	17,2%	12,5%
2.000,01 ou mais	9,2%	11,0%	13,0%	9,1%	11,7%	11,8%	8,5%	21,2% ↑	7,8%
Não sabe/Não definiu ainda	37,0%	37,3%	30,2%	44,3% ↑	35,6%	36,9%	41,0%	32,3%	38,9%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	621	287	334	285	216	120	201	420

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR: 38% pretendem comprar roupas, 29% calçados, 27% eletrodomésticos (principalmente mulheres), 24% smartphones (principalmente homens) e 24% artigos para casa (aumento de 7 p.p. frente a 2020).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas	41,8%	38,2%	36,4%	40,0%	38,6%	43,0%	28,0%	39,6%	37,7%
Calçados	30,9%	29,2%	30,6%	27,7%	28,4%	33,3%	22,5%	32,0%	28,3%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, máquina de lavar, secadora, microondas, cafeteira, etc.)	22,1%	27,0%	22,8%	31,1% ↑	19,9%	30,9%	31,8%	32,1%	25,3%
Celular/ Smartphone	22,3%	24,5%	30,7% ↑	18,3%	26,3%	23,4%	23,7%	22,3%	25,2%
Artigos para casa (cama, mesa, banho, pratos, panelas, copos, etc)	17,4%	23,7% ↑	20,0%	27,3%	16,4%	30,0%	23,9%	27,0%	22,6%
Cosméticos e perfumes	16,0%	20,3%	15,5%	25,0% ↑	18,2%	23,1%	18,4%	25,5%	18,6%
Eletrônicos (TV, de som, câmera digital etc.)	20,2%	18,3%	23,1% ↑	13,6%	17,9%	21,5%	12,9%	16,0%	19,0%
Brinquedos em geral	11,5%	15,0%	16,1%	13,9%	13,5%	16,0%	15,7%	16,2%	14,6%
Acessórios (bolsas, cintos, óculos, bijouterias etc)	12,3%	14,2%	11,8%	16,5%	14,3%	12,4%	17,3%	19,6% ↑	12,4%
Computador/Notebook/Tablet	13,6%	12,7%	16,1%	9,4%	12,8%	13,6%	10,9%	11,9%	13,0%
Acessórios de informática e itens para celular	11,0%	11,9%	15,7% ↑	8,1%	13,2%	9,2%	14,6%	12,3%	11,7%
Móveis	14,4%	11,2%	7,6%	14,8% ↑	11,1%	11,8%	10,3%	9,2%	11,9%

Continua...

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR (Continuação)

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Livros	10,5%	10,4%	12,4%	8,5%	10,6%	9,7%	11,5%	15,3% ↑	8,9%
Jogos, videogames	10,1%	9,9%	14,5% ↑	5,3%	12,3%	11,0%	3,5%	12,3%	9,1%
Bebidas (vinhos, espumantes, whiskys etc)	6,6%	8,1%	9,6%	6,5%	6,5%	10,5%	5,9%	16,9% ↑	5,3%
Artigos de decoração	7,5%	7,8%	6,3%	9,3%	7,6%	7,4%	9,0%	7,7%	7,9%
Artigos para bebês / crianças (roupas, carrinhos, chupetas, mamadeiras, fraldas, sapatos, etc)	6,7%	6,6%	5,0%	8,3%	10,2%	4,3%	5,0%	5,7%	6,9%
Tratamentos estéticos / salão de beleza	7,2%	6,0%	2,8%	9,1% ↑	7,6%	6,0%	3,2%	10,9% ↑	4,4%
Semijóias / bijuterias	5,3%	4,9%	2,7%	7,0%	5,8%	5,4%	2,2%	6,9%	4,2%
Artigos esportivos	6,3%	4,4%	6,0%	2,8%	6,0%	4,1%	2,2%	8,6% ↑	3,1%
Passagens aéreas, ônibus, trem, navios	3,8%	4,3%	4,1%	4,5%	2,4%	6,0%	4,3%	6,9%	3,5%
Reserva em hotéis, pousadas	2,1%	3,9%	3,5%	4,3%	3,3%	5,4%	2,2%	8,7% ↑	2,4%
Pacotes turísticos	2,6%	3,7%	3,9%	3,5%	2,2%	3,1%	7,6%	3,9%	3,7%
Outros	0,3%	2,2% ↑	1,6%	2,8%	2,5%	2,0%	1,8%	1,5%	2,4%
Não sei/Não definiu ainda	3,6%	5,0%	5,2%	4,8%	6,3%	4,3%	4,1%	5,9%	4,7%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO QUE UTILIZARÁ PARA EFETUAR AS COMPRAS:

79% pretendem comprar à vista, principalmente no PIX (33%, sobretudo os homens), no dinheiro (32%, com destaque para classes C/D/E) e no cartão de débito (31%). 52% pretendem comprar parcelado, principalmente no cartão de crédito (45%, sobretudo para classes A/B).

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
À vista	78,7%	80,9%	76,6%	80,1%	82,9%	68,3%	78,7%	78,7%
PIX	32,9%	38,7% ↑	27,1%	39,6%	31,9%	22,8%	27,5%	34,5%
Dinheiro	32,0%	34,5%	29,6%	39,4%	32,0%	19,1% ↓	23,4%	34,7% ↑
Cartão de débito	31,3%	32,5%	30,0%	30,0%	32,1%	31,8%	37,1%	29,4%
Cartão de crédito (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	27,3%	29,0%	25,7%	26,4%	27,0%	29,7%	40,0% ↑	23,3%
Boleto bancário	13,4%	11,7%	15,1%	12,7%	14,8%	12,0%	10,6%	14,3%
Cartão da própria loja (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	5,2%	4,4%	6,0%	4,5%	7,1%	2,8%	4,0%	5,6%
Transferência bancária	2,2%	3,3%	1,2%	3,0%	1,9%	1,6%	3,5%	1,8%
Cheque à vista	0,8%	1,0%	0,6%	0,6%	0,7%	1,2%	0,3%	0,9%
Parcelado	51,6%	47,9%	55,4%	44,5%	53,1%	61,3%	57,6%	49,8%
Cartão de crédito (parcelado)	44,8%	40,5%	49,1%	36,7%	45,1%	58,3%	52,0% ↑	42,5%
Cartão da própria loja (parcelado)	7,8%	8,1%	7,4%	5,6%	9,5%	8,0%	7,3%	7,9%
Crediário/carnê (parcelado)	3,1%	2,3%	3,9%	4,5%	2,5%	1,8%	4,0%	2,8%
Cheque pré-datado (parcelado)	0,8%	0,7%	0,8%	1,3%	0,7%	0,0%	0,0%	1,0%
Não sabe/Não decidiu ainda	1,7%	1,1%	2,3%	2,7%	1,2%	1,0%	0,3%	2,2%
Outros	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,1%

BASE:	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	288	335	286	217	120	201	422

NÚMERO DE PARCELAS QUE SERÃO EFETUADAS: Entre os que pretendem pagar de forma parcelada, a média será de 6,16 prestações, sendo que 29% devem parcelar em 7 ou mais vezes.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (de parcelas)	5,70	6,16	6,31	6,02	6,13	6,09	6,31	6,33	6,09
2 parcelas	5,0%	4,8%	5,5%	4,1%	7,0%	3,4%	4,2%	2,9%	5,4%
3 parcelas	16,0%	10,5%	11,6%	9,6%	10,5%	11,0%	9,6%	12,7%	9,7%
4 parcelas	17,3%	14,6%	9,2%	19,1% ↑	15,3%	12,0%	18,0%	16,4%	13,9%
5 parcelas	14,3%	17,8%	20,4%	15,5%	18,0%	18,2%	16,8%	16,9%	18,1%
6 parcelas	15,0%	16,6%	16,8%	16,3%	10,0%	23,0%	14,0%	15,4%	17,0%
7 ou mais parcelas	24,5%	28,7%	31,5%	26,4%	32,1%	25,1%	30,7%	32,5%	27,3%
Não sei/não defini ainda	7,9%	7,1%	5,1%	8,9%	7,2%	7,3%	6,8%	3,1%	8,6%

BASE: Somente para quem pretende parcelar as compras	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	309	318	136	182	129	117	72	116	202

LOCAIS ONDE PRETENDE FAZER AS COMPRAS: 82% pretendem comprar em lojas online (sobretudo homens e classes A/B), especialmente sites/aplicativos de varejistas nacionais (57%) e sites/aplicativos de internacionais (34%, com aumento de 11 p.p. em relação a 2020). 47% pretendem comprar em lojas físicas, especialmente shoppings (29%) e lojas de rua/bairro (23%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Lojas online	83,2%	81,8%	85,7% ↑	77,9%	75,8% ↓	83,6%	88,8%	92,9% ↑	78,3%
Sites/aplicativos de lojas varejistas nacionais	57,1%	57,1%	57,7%	56,5%	50,2%	57,5%	68,3%	74,7% ↑	51,5%
Sites/aplicativos internacionais	23,1%	34,5% ↑	36,4%	32,7%	29,5%	40,4%	31,9%	41,8% ↑	32,2%
Sites/aplicativos de compra e venda de produtos novos ou usados como Mercado Livre, OLX, etc	33,0%	30,5%	35,5% ↑	25,5%	27,0%	31,7%	34,2%	35,8%	28,8%
Sites/aplicativos de viagens	11,6%	15,1%	18,2%	12,1%	12,8%	15,0%	19,4%	21,9% ↑	13,0%
Sites/aplicativos de grupos de descontos	11,4%	15,1%	15,6%	14,7%	15,0%	15,7%	14,2%	22,5% ↑	12,8%
Facebook	5,0%	5,2%	6,1%	4,4%	5,2%	5,4%	5,1%	6,9%	4,7%
Instagram	4,8%	0,0% ↓	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Lojas físicas	47,1%	47,0%	47,5%	46,5%	52,8%	46,9%	37,0%	41,1%	48,8%
Shopping Center	29,5%	29,4%	32,1%	26,7%	35,3%	27,4%	23,0%	30,4%	29,1%
Lojas de rua/bairro	23,3%	22,6%	19,6%	25,6%	24,0%	23,4%	18,8%	18,2%	24,1%
Supermercados	18,0%	17,5%	18,0%	17,1%	14,9%	22,7% ↑	12,1%	16,4%	17,9%
Não sei/Não decidi ainda	3,6%	5,3%	2,5%	8,0% ↑	5,5%	4,5%	6,4%	2,5%	6,1%
Outros	0,0%	0,2%	0,1%	0,4%	0,0%	0,5%	0,3%	0,0%	0,3%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

COMO É FEITA A ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA: 41% dão preferência às lojas em que já fizeram compras anteriormente e ficaram satisfeitos (sobretudo classes A/B), 36% optam pelos estabelecimentos que tem frete grátis (sobretudo classes A/B), 34% escolhem aqueles que possuem o menor valor e 30% dão preferência aos locais que oferecem descontos adicionais no pagamento no dinheiro, PIX ou boleto.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Dou preferência para lojas em que eu já fiz compras e fiquei satisfeito	40,9%	42,1%	39,7%	36,6%	38,8%	52,2%	47,7%↑	38,7%
Dou preferência para a loja que tem frete grátis	36,2%	32,8%	39,5%	32,2%	37,9%	39,7%	43,8%↑	33,8%
Faço pesquisa de preço e escolho o menor valor	33,6%	32,7%	34,5%	32,9%	33,4%	35,3%	30,9%	34,4%
Dou preferência para lojas que dão um bom desconto para pagamentos no dinheiro, PIX ou via boleto, além do já ofere	29,8%	31,1%	28,5%	34,5%	27,8%	25,5%	28,5%	30,2%
Dou preferência a lojas de marcas conhecidas	25,1%	28,9%	21,3%	23,4%	25,9%	26,4%	27,2%	24,4%
Dou preferência para as lojas com menor tempo de entrega	22,6%	22,0%	23,2%	21,6%	25,0%	19,8%	19,8%	23,5%
Pesquisei índice de reclamações em sites como Reclame Aqui e redes sociais	18,1%	17,3%	18,9%	10,6%↓	20,9%	25,8%	26,8%↑	15,3%
Dou preferência para a loja que parcela em muitas vezes	11,9%	11,8%	12,0%	10,5%	14,5%	9,4%	13,1%	11,5%
Dou preferência para a loja que tem telefone ou endereço físico	10,5%	10,7%	10,3%	8,6%	8,5%	17,5%	16,2%↑	8,7%
Peço indicação a amigos, parentes e conhecidos	10,2%	11,5%	9,0%	12,5%	11,7%	3,6%↓	9,5%	10,5%

BASE:	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	288	335	286	217	120	201	422

QUANDO PRETENDE REALIZAR AS COMPRAS: 47% pretendem comprar na semana da Black Friday, 19% no dia da Black Friday e 18% na primeira quinzena de novembro.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Comprarei na primeira quinzena de novembro	14,4%	17,8%	20,8%	14,9%	17,4%	19,0%	16,1%	14,7%	18,8%
Comprarei na semana do Black Friday	53,8%	47,3%	46,4%	48,2%	45,8%	48,4%	47,9%	48,9%	46,8%
Comprarei no dia do evento	21,9%	19,2%	19,9%	18,5%	18,8%	18,3%	21,9%	24,3%	17,6%
Comprarei após o evento	1,6%	1,8%	1,8%	1,7%	4,0%	0,2%	1,0%	1,3%	1,9%
Não sei/Não decidi ainda	8,3%	13,8% ↑	11,0%	16,7%	14,1%	14,1%	13,1%	10,8%	14,8%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422



**Atitudes para
boas compras**

ATITUDES PARA BOAS COMPRAS

- Em média, os consumidores esperam encontrar descontos de 42% nos produtos ofertados;
- 88% pretendem fazer pesquisa de preço antes de comprar na Black Friday, sendo os principais motivos: confirmar se os preços estão realmente na promoção (55%) e escolher as lojas com os melhores preços (33%);
- 36% pretendem fazer pesquisa de preço em menos de 30 dias antes do evento, 27% com um mês de antecedência e 20% pretendem pesquisar apenas no dia do evento;
- Os principais locais de pesquisa de preços são: sites das lojas que costumam comprar (55%), sites/aplicativos de comparação de preços (52%) e em sites de busca (43%);
- 66% acreditam que os melhores descontos estão nas lojas on-line e aplicativos, 22% que estão nas lojas físicas e 12% que não há diferença entre lojas online e físicas;

ATITUDES PARA BOAS COMPRAS

- 75% dizem estar evitando algum tipo de compra em outubro ou novembro para poder aproveitar a Black Friday, sendo os principais itens: roupas, calçados e acessórios (25%), smartphones (20%) e eletrodomésticos (20%);
- 55% pretendem cadastrar seus dados em lojas participantes para receber ofertas com antecedência;
- 14% pretendem madrugar na porta das lojas físicas e 40% pretendem passar a madrugada conectados na internet para garantir a compra dos produtos;
- 62% pretendem se manterem conectados na internet durante o período de trabalho para ficar sabendo das melhores ofertas;
- 85% costumam buscar dicas e informações para boas compras antes do evento, sobretudo na internet (78%) e na TV (24%);
- Também antes da Black Friday, 81% costumam buscar informações sobre a reputação das lojas em que pretendem comprar, principalmente em sites de reclamação (50%) e nas Redes Sociais (50%);
- 69% temem passar por algum problema de fraude nas compras da Black Friday.

EXPECTATIVA QUANTO AOS DESCONTOS NOS PRODUTOS OFERTADOS:

Em média, os consumidores esperam encontrar descontos de 42% nos produtos.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
% de desconto médio	43,16	41,74	40,50	42,97	45,10	41,25	37,02	42,26	41,57
até 10%	3,5%	3,9%	2,8%	4,9%	3,3%	4,5%	3,5%	0,6%	4,9% ↑
de 11% a 20%	8,6%	10,7%	11,8%	9,7%	9,1%	11,1%	12,9%	7,5%	11,8%
de 21% a 30%	13,4%	16,5%	21,6% ↑	11,5%	14,4%	17,4%	18,5%	14,4%	17,2%
de 31% a 40%	18,6%	17,2%	16,8%	17,6%	14,2%	17,8%	21,1%	28,1% ↑	13,7%
de 41% a 50%	24,5%	19,2%	16,5%	21,8%	18,9%	17,2%	23,3%	26,0% ↑	17,0%
de 51% a 60%	11,3%	11,9%	11,2%	12,5%	12,8%	12,0%	9,8%	6,5%	13,6% ↑
de 61% a 70%	8,2%	7,3%	4,9%	9,6%	7,2%	7,3%	7,4%	8,1%	7,0%
71% ou mais	9,3%	9,5%	10,2%	8,8%	14,3%	9,6%	0,7% ↓	7,4%	10,1%
Não sei responder	2,6%	4,0%	4,1%	3,8%	5,8%	3,0%	2,8%	1,5%	4,8% ↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRETENDE FAZER PESQUISA DE PREÇO ANTES DAS COMPRAS? 88% pretendem fazer pesquisa antes das compras (principalmente classes A/B), sobretudo para confirmar se os preços anunciados realmente estão na promoção (55%) e para escolher lojas com produtos mais baratos (33%). Apenas 8% não pretendem fazer pesquisa de preço.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	89,9%	87,9%	87,9%	87,9%	83,6%	89,0%	93,0%	93,0%↑	86,2%
Sim, para confirmar se os produtos realmente estão na promoção, com preços mais baixos que o normal	55,2%	54,6%	53,3%	55,8%	51,1%	54,6%	60,5%	59,6%	53,0%
Sim, para escolher as lojas em que os produtos estão mais baratos	34,7%	33,0%	34,6%	31,5%	31,8%	34,4%	32,6%	33,4%	32,9%
Sim, Outros	0,0%	0,3%	0,0%	0,5%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Não (Total)	7,5%	8,3%	8,6%	8,0%	9,3%	9,4%	4,3%	5,4%	9,2%
Não, vou deixar para pesquisar preços apenas no momento da compra	4,6%	4,8%	5,8%	4,0%	4,5%	6,2%	2,8%	2,5%	5,6%
Não, vou comprar nos locais que tenho costume	3,0%	3,1%	2,4%	3,7%	3,9%	3,2%	1,5%	3,0%	3,1%
Não, Outros	0,0%	0,4%	0,4%	0,3%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
Não sabe/Não definiu ainda	2,5%	3,9%	3,5%	4,2%	7,1%↑	1,6%	2,7%	1,6%	4,6%↑

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

QUANTO TEMPO ANTES DA BLACK FRIDAY PRETENDE FAZER A PESQUISA

DE PREÇOS: 36% pretendem fazer pesquisa de preço em menos de 30 dias antes da Black Friday, 27% com um mês de antecedência e 9% com dois meses de antecedência. 20% pesquisarão preços apenas no dia do evento.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Apenas no dia da Black Friday	14,2%	20,3% ↑	20,7%	19,9%	15,3%	21,4%	26,2%	21,0%	20,1%
Menos de 1 mês	42,2%	35,7%	35,1%	36,4%	38,7%	32,4%	37,3%	30,9%	37,4%
1 mês antes	27,3%	26,8%	26,7%	27,0%	26,0%	29,1%	23,8%	31,3%	25,3%
2 meses antes	9,5%	9,4%	8,0%	10,8%	11,3%	8,5%	7,9%	10,6%	8,9%
3 meses antes	4,5%	3,1%	4,5%	1,8%	3,3%	3,3%	2,5%	3,5%	3,0%
4 meses antes	1,0%	2,1%	3,1%	1,2%	1,0%	3,8%	0,7%	0,8%	2,6%
Mais de 4 meses antes	1,3%	2,5%	2,0%	3,0%	4,4%	1,4%	1,7%	2,1%	2,7%

BASE: Somente para quem pretende fazer pesquisa de preço	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	561	557	257	300	245	197	115	189	368

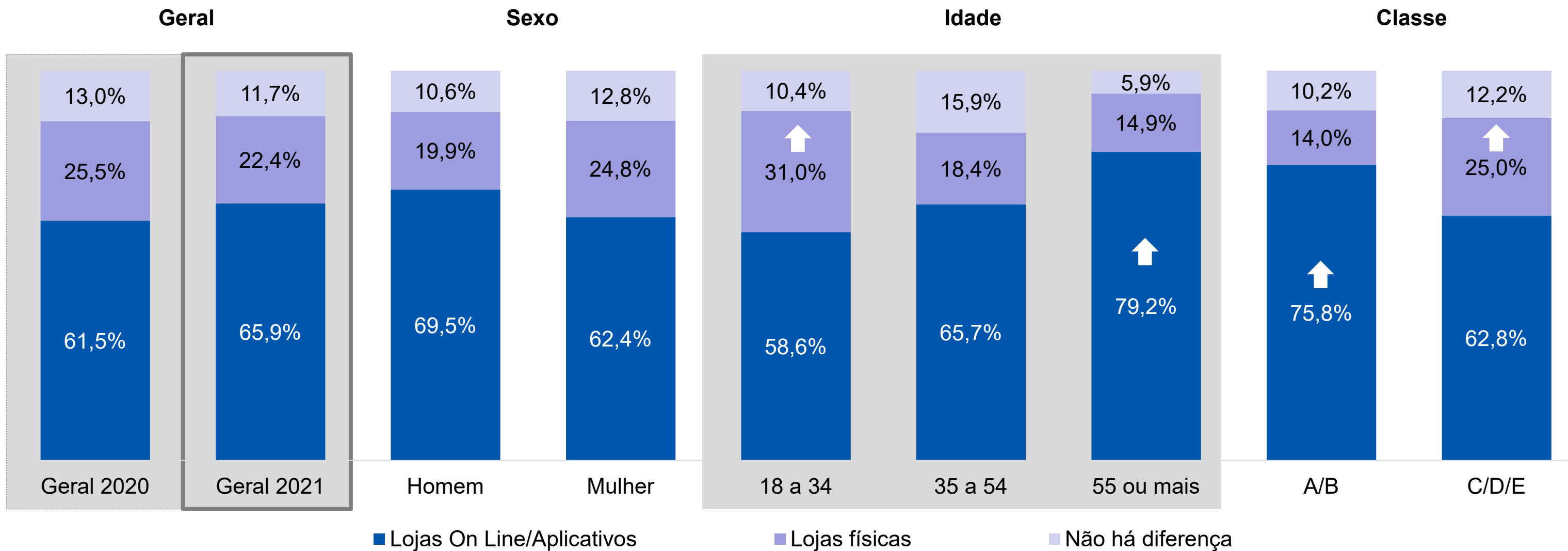
COMO PRETENDE FAZER A PESQUISA DE PREÇOS: 90% pretendem pesquisar preços na internet (em menor medida os mais jovens), sendo que 55% vão pesquisar os preços nos sites das lojas que costumam comprar (sobretudo classes A/B), 52% em sites/aplicativos de comparação de preços (principalmente classes A/B) e 43% entrando em sites de busca. Por outro lado, 43% pesquisarão off-line, sobretudo nas lojas de rua (22%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Pesquisa online	90,6%	89,9%	89,6%	90,2%	84,6%↓	91,1%	96,0%	92,2%	89,1%
Entrando nos sites/aplicativos das lojas que gosto/costumo comprar	53,8%	55,2%	55,6%	54,8%	49,1%	57,1%	61,1%	66,9%↑	51,1%
Em sites/aplicativos que fazem comparação de preços e produtos	52,3%	52,0%	48,2%	55,8%	48,0%	55,3%	52,3%	59,9%↑	49,3%
Google, Yahoo, Bing etc	35,7%	43,4%↑	50,5%↑	36,4%	43,7%	38,5%	51,9%	46,9%	42,2%
Pesquisa off-line	42,9%	43,3%	45,7%	41,0%	50,6%	41,6%	35,2%	37,1%	45,5%
Em lojas de rua	20,4%	22,2%	21,7%	22,7%	26,5%	19,7%	20,2%	20,5%	22,8%
No shopping	23,4%	21,4%	24,2%	18,6%	24,5%	22,7%	14,1%	20,6%	21,7%
Supermercados	14,1%	13,9%	15,7%	12,1%	12,9%	17,0%	9,7%	12,6%	14,3%
Pelo telefone	7,8%	9,3%	10,1%	8,5%	14,4%	8,8%	2,2%↓	4,7%	10,9%↑
Com conhecidos	4,8%	7,5%	6,8%	8,2%	7,9%	6,2%	9,5%	4,3%	8,6%
Outros	0,0%	0,6%	0,1%	1,1%	0,0%	1,5%	0,0%	0,0%	0,8%

BASE: Somente para quem pretende fazer pesquisa de preço	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	561	557	257	300	245	197	115	189	368

EM QUAL TIPO DE LOJA OS DESCONTOS DA BLACK FRIDAY SÃO MELHORES:

66% acreditam que os melhores descontos estão nas lojas on-line/aplicativos (principalmente os mais velhos e classes A/B), 22% que estão nas lojas físicas (sobretudo mais jovens e classes C/D/E) e 12% que não há diferença entre lojas online e físicas.



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

EVITOU OU ESTÁ EVITANDO ALGUM TIPO DE COMPRA EM OUTUBRO E NOVEMBRO PARA PODER REALIZÁ-LAS NA BLACK FRIDAY:

75% dizem estar evitando algum tipo de compra em para poder aproveitar a Black Friday, sendo que 25% para comprar roupas, calçados e acessórios (aumento de 6 p.p. e relação a 2020), 20% smartphones (principalmente os homens), 20% eletrodomésticos (especialmente as mulheres) e 17% eletrônicos. 25% não estão evitando nenhum tipo de compra (especialmente classes A/B).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas, calçados e acessórios	18,8%	24,6% ↑	22,5%	26,6%	21,0%	28,7%	22,8%	22,9%	25,1%
Celular/ Smartphone	16,8%	20,5%	26,6% ↑	14,4%	20,9%	19,8%	21,0%	16,3%	21,8%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, máquina de lavar, secadora, microondas, cafeteira, etc.)	18,2%	19,6%	13,8%	25,4% ↑	13,5% ↓	22,0%	25,8%	20,5%	19,3%
Eletrônicos (aparelho TV, de som, câmera digital etc.)	16,6%	17,0%	20,5%	13,5%	16,7%	20,1%	11,3%	15,3%	17,5%
Artigos para casa (cama, mesa, banho, pratos, panelas, copos, etc)	13,0%	14,5%	11,7%	17,3%	9,7%	19,8%	12,7%	13,3%	14,9%
Móveis	13,5%	11,5%	9,3%	13,6%	11,9%	11,7%	10,5%	8,2%	12,5%
Computador, Notebook, Tablet	12,4%	9,8%	11,8%	7,9%	9,2%	9,2%	12,0%	9,1%	10,1%
Cosméticos e perfumes	10,6%	9,3%	5,9%	12,6% ↑	7,6%	13,1%	4,6%	8,9%	9,4%
Brinquedos em geral	8,1%	8,3%	9,8%	6,9%	7,7%	8,2%	9,8%	8,4%	8,3%
Livros	8,6%	8,0%	9,7%	6,3%	11,0%	6,4%	5,8%	9,3%	7,5%
Acessórios de informática e itens para celular	6,9%	7,0%	8,3%	5,8%	6,4%	7,9%	6,4%	7,0%	7,0%
Bebidas (vinhos, espumantes, whiskys etc)	6,0%	6,8%	8,7%	5,0%	7,4%	8,6%	2,4%	9,2%	6,1%

Continua...

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

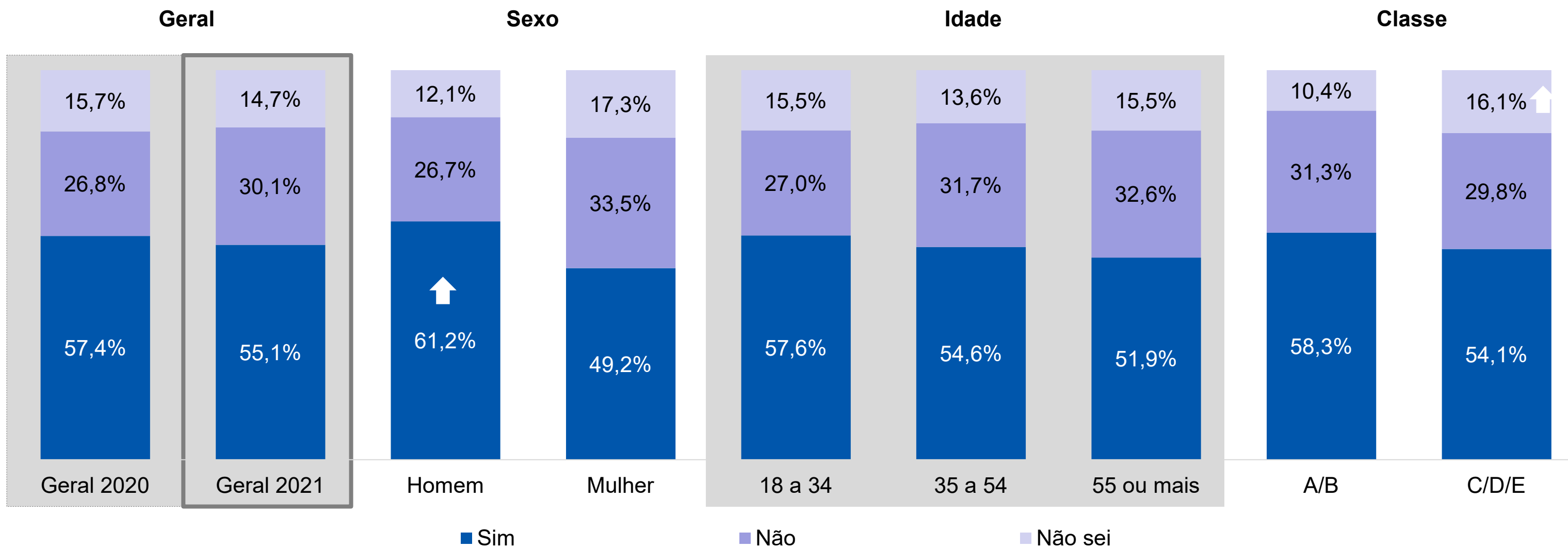
EVITOU OU ESTÁ EVITANDO ALGUM TIPO DE COMPRA EM OUTUBRO E NOVEMBRO PARA PODER REALIZÁ-LAS NA BLACK FRIDAY (Continuação):

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Artigos de decoração	7,3%	6,4%	7,7%	5,0%	5,0%	5,9%	9,7%	1,5%	7,9% ↑
Compras de mercado/ supermercado	5,2%	6,1%	7,0%	5,3%	5,4%	6,1%	7,5%	5,0%	6,5%
Jogos, videogames	8,5%	6,0%	9,4% ↑	2,7%	7,0%	5,1%	6,4%	7,2%	5,7%
Reserva em hotéis, pousadas	5,3%	6,0%	7,4%	4,7%	5,8%	6,5%	5,5%	7,1%	5,7%
Artigos para bebês / crianças (roupas, carrinhos, chupetas, mamadeiras, fraldas, sapatos, etc)	6,5%	5,1%	5,0%	5,1%	6,1%	4,2%	4,9%	2,0%	6,0%
Passagens aéreas, ônibus, trem, navios	5,7%	5,0%	5,6%	4,4%	5,7%	4,6%	4,6%	5,6%	4,8%
Serviços de salão de beleza e estética	6,8%	4,8%	5,4%	4,3%	4,9%	5,7%	3,0%	3,6%	5,2%
Pacotes turísticos	5,4%	4,8%	5,9%	3,6%	3,4%	5,2%	6,3%	7,1%	4,0%
Artigos esportivos	5,6%	4,3%	5,2%	3,5%	4,5%	4,6%	3,4%	2,9%	4,8%
Semijóias / bijuterias	5,8%	3,9%	3,2%	4,5%	4,5%	4,0%	2,3%	5,4%	3,4%
Outros	0,0%	0,5%	0,7%	0,4%	0,5%	0,1%	1,3%	1,2%	0,3%
Não vou evitar nenhum tipo de compra	22,5%	25,2%	23,3%	27,2%	27,2%	26,0%	20,4%	34,9% ↑	22,2%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRETENDE CADASTRAR SEUS DADOS EM SITES PARA RECEBER OFERTAS DAS LOJAS PARTICIPANTES DA BLACK FRIDAY COM ANTECEDÊNCIA: 55%

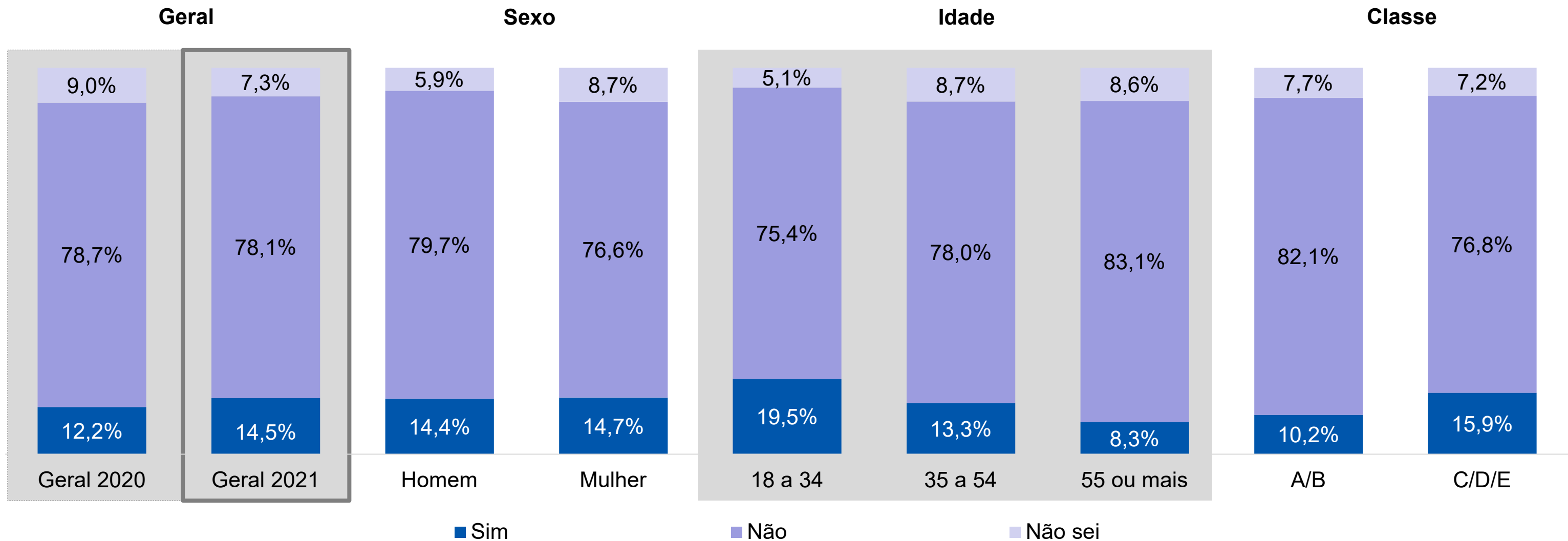
pretendem cadastrar seus dados em lojas participantes para receber ofertas com antecedência (principalmente os homens). 30% não pretendem e 15% ainda não sabem (sobretudo classes C/D/E).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRETENDE MADRUGAR NA PORTA DAS LOJAS FÍSICAS PARA GARANTIR A COMPRA DOS PRODUTOS:

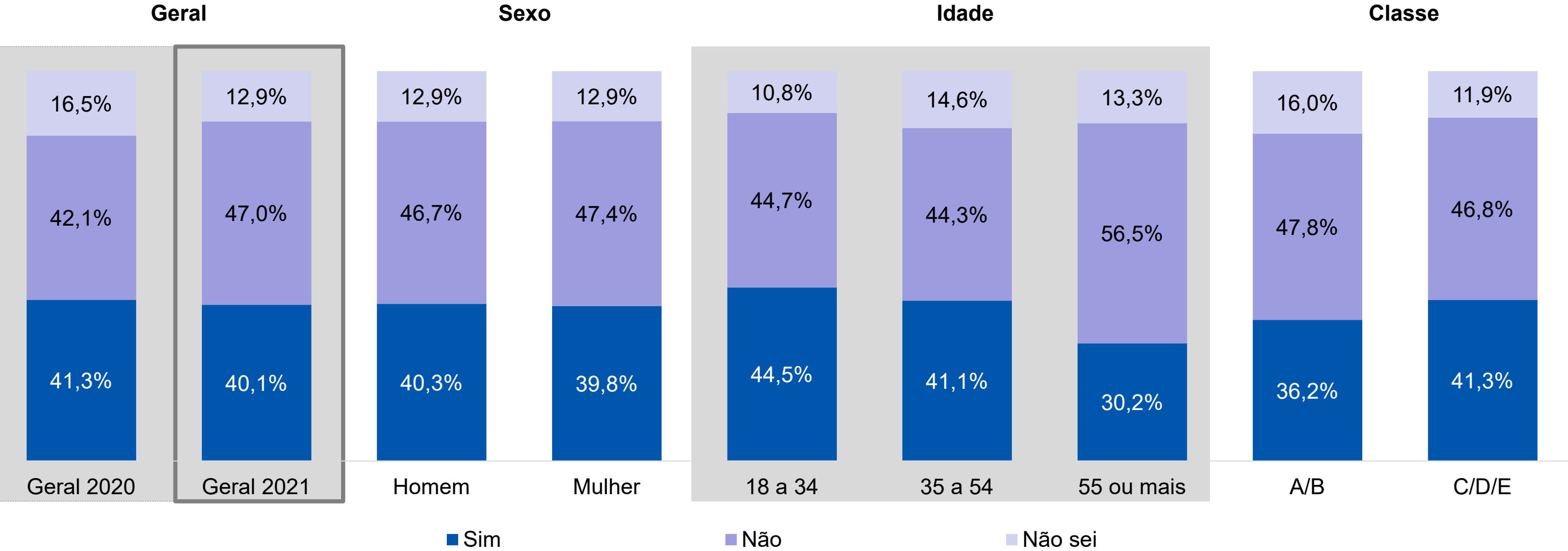
14% pretendem madrugar na porta das lojas físicas para garantir as compras dos produtos, enquanto 78% não pretendem.



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRETENDE PASSAR A MADRUGADA CONECTADO NA INTERNET PARA GARANTIR A COMPRA DOS PRODUTOS:

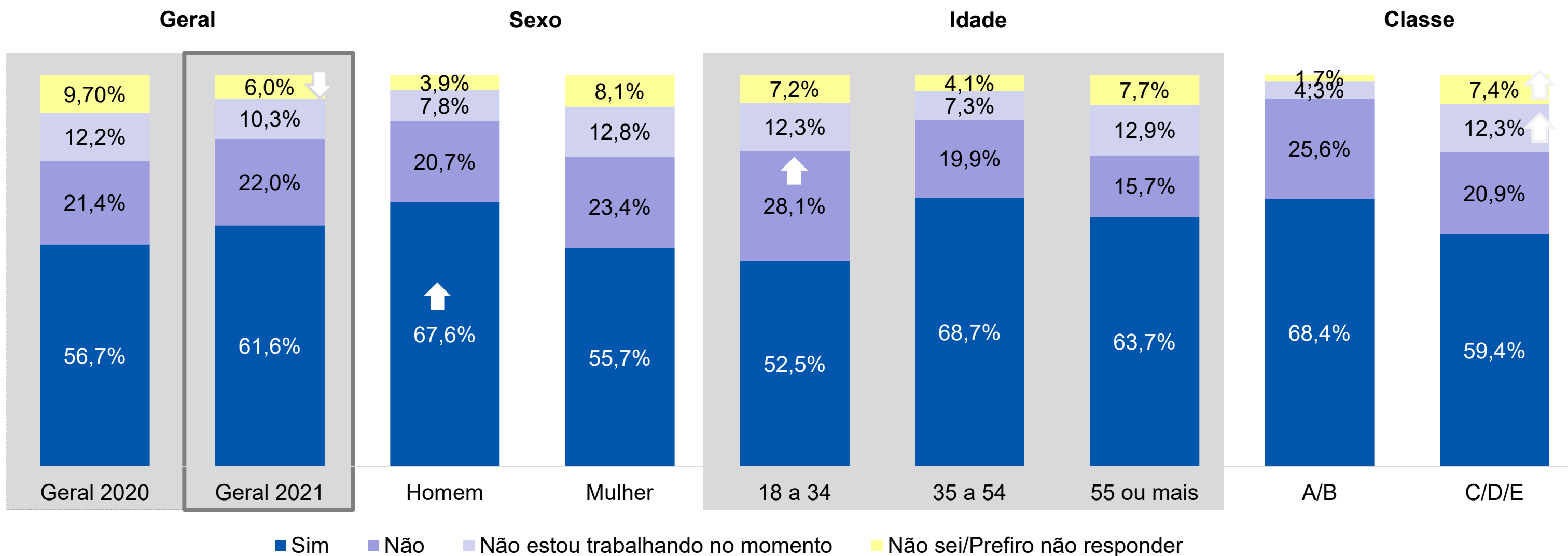
40% pretendem passar a madrugada conectados na internet para garantir a compra dos produtos, enquanto 47% não pretendem.



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

PRETENDE SE MANTER CONECTADO NA INTERNET DURANTE O PERÍODO DE TRABALHO PARA SE INTEIRAR DAS MELHORES OFERTAS:

62% pretendem se manter conectados na internet durante o período de trabalho para ficar sabendo das melhores ofertas (sobretudo homens), enquanto 22% não pretendem (especialmente os mais jovens).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

ANTES DO EVENTO COSTUMA BUSCAR DICAS E INFORMAÇÕES DE COMO FAZER BOAS COMPRAS E APROVEITAR PROMOÇÕES:

85% costumam buscar dicas e informações para boas compras na Black Friday (queda de 8 p.p. em relação a 2020, com destaque entre as classes C/D/E), especialmente na internet (78%) e na TV (24%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	92,7%	85,2% ↓	86,3%	84,0%	85,1%	86,1%	83,5%	78,6%	87,3% ↑
Sim, na internet	83,8%	77,8% ↓	79,5%	76,1%	76,2%	78,7%	78,8%	76,7%	78,1%
Sim, na TV	22,2%	24,0%	23,3%	24,7%	24,9%	27,2%	16,1%	22,5%	24,4%
Não	7,3%	14,3% ↑	13,4%	15,2%	14,5%	13,4%	15,5%	20,5% ↑	12,3%
Outros	1,0%	1,2%	0,9%	1,5%	1,2%	1,2%	1,3%	2,1%	0,9%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

ANTES DO EVENTO COSTUMA BUSCAR INFORMAÇÕES SOBRE A REPUTAÇÃO DAS LOJAS EM QUE PRETENDE COMPRAR:

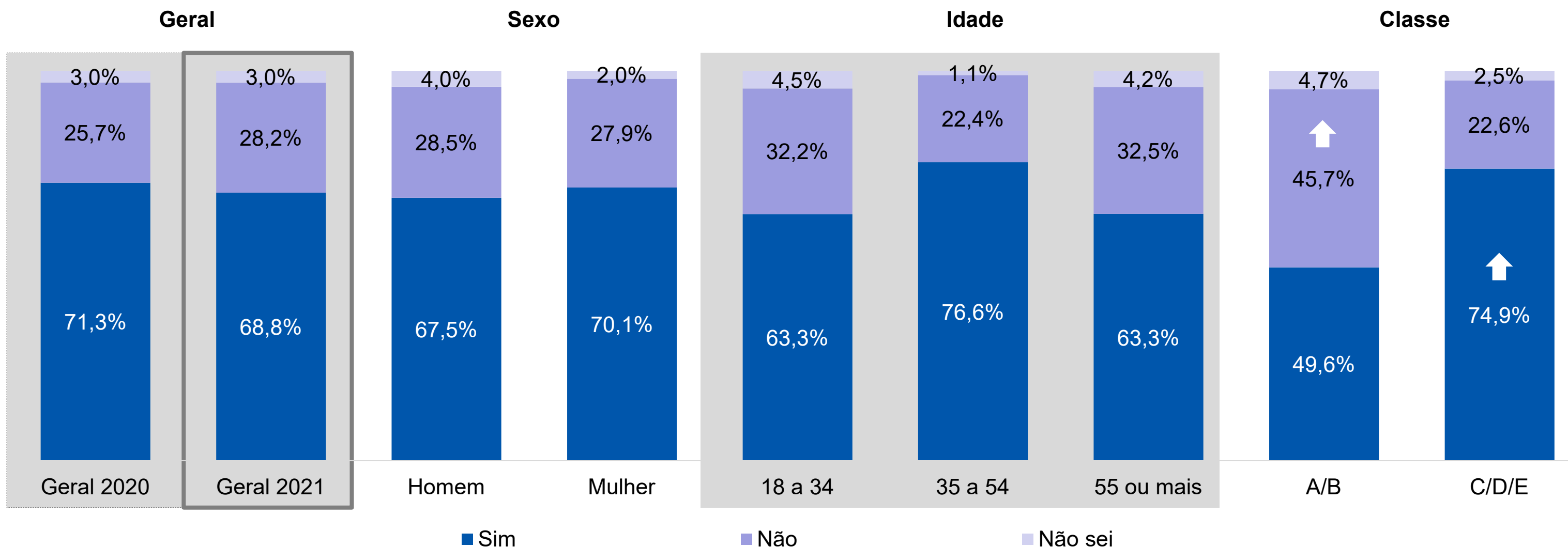
81% costumam buscar informações sobre a reputação das lojas em que pretendem comprar, especialmente em sites de reclamação (50%, sobretudo classes A/B), nas redes sociais (50%) e no PROCON (12%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	85,5%	81,5%	84,3%	78,7%	79,0%	84,3%	80,6%	79,1%	82,2%
Sim, em sites de reclamação	53,8%	50,3%	49,6%	51,1%	45,5%	52,8%	54,0%	57,6% ↑	48,1%
Sim, nas redes sociais	50,9%	50,1%	51,2%	49,1%	52,0%	52,8%	41,8%	45,1%	51,7%
Sim, no Procon	15,1%	12,0%	14,2%	9,9%	11,7%	14,6%	7,8%	11,7%	12,1%
Não	14,0%	18,5%	15,7%	21,3%	21,0%	15,7%	19,4%	20,9%	17,8%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	620	286	334	285	215	120	199	421

TEM MEDO DE PASSAR POR ALGUM PROBLEMA DE FRAUDE COMO ROUBO DE DADOS BANCÁRIOS OU CLONAGEM DE CARTÕES NA BLACK FRIDAY:

69% temem passar por algum problema de fraude no evento (especialmente classes C/D/E), enquanto 28% não têm este temor (principalmente classes A/B).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422



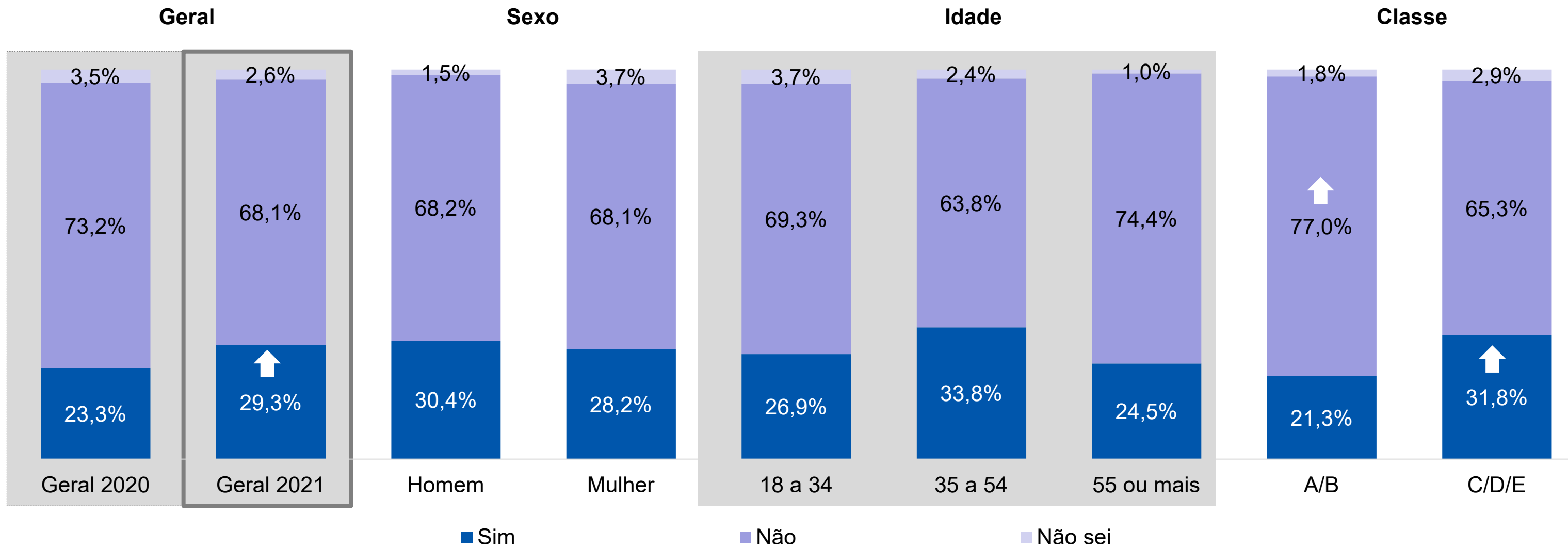
**Controle
financeiro
nas compras**

CONTROLE FINANCEIRO NAS COMPRAS

- Em relação ao controle financeiro nas compras da Black Friday:
 - 29% costumam gastar mais do que podem;
 - 8% pretendem deixar de pagar alguma conta para comprar;
 - 23% possuem contas com pagamento atrasado atualmente, sendo que desses, 62% estão negativados.

COSTUMA GASTAR MAIS DO QUE PODE COM AS COMPRAS DA BLACK

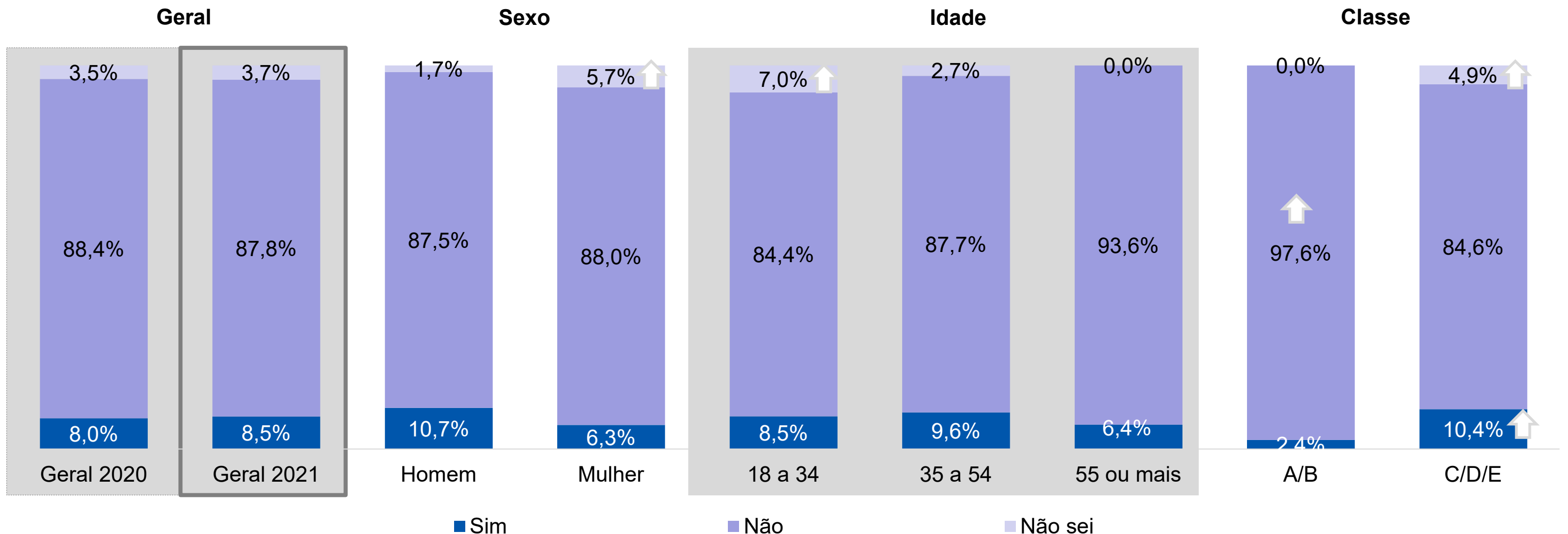
FRIDAY: 29% costumam gastar mais do que podem na Black Friday (aumento de 6 p.p. em comparação a 2020, e sobretudo as classes C/D/E).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

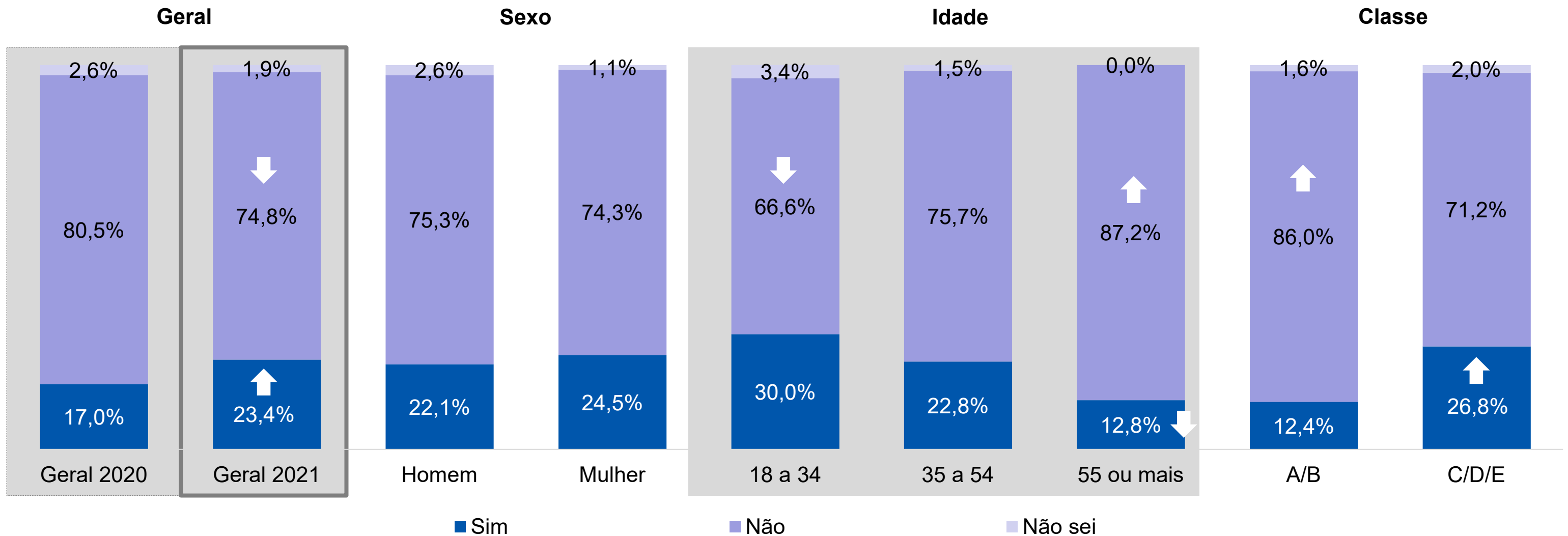
PRETENDE DEIXAR DE PAGAR ALGUMA CONTA PARA COMPRAR NA BLACK FRIDAY:

8% pretendem deixar de pagar alguma conta para comprar na Black Friday (sobretudo as classes C/D/E).



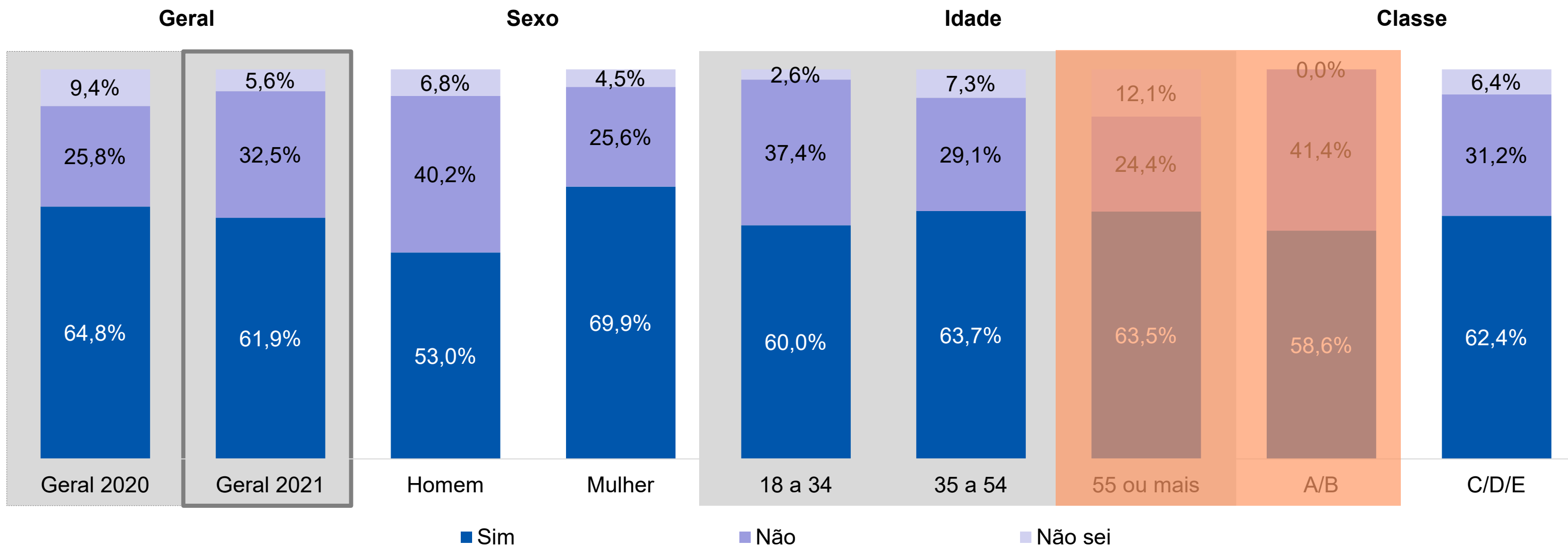
BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

ATUALMENTE POSSUI CONTAS COM PAGAMENTO EM ATRASO: 23% possuem contas com pagamento em atraso (aumento de 6 p.p. frente a 2020, especialmente as classes C/D/E e em menor medida os mais velhos).



BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	623	623	288	335	286	217	120	201	422

ATUALMENTE ESTÁ COM O NOME SUJO: Entre os que possuem conta em atraso, 62% estão negativados.



BASE: Somente quem possui contas em atraso	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	93	135	55	80	77	45	13	18	117

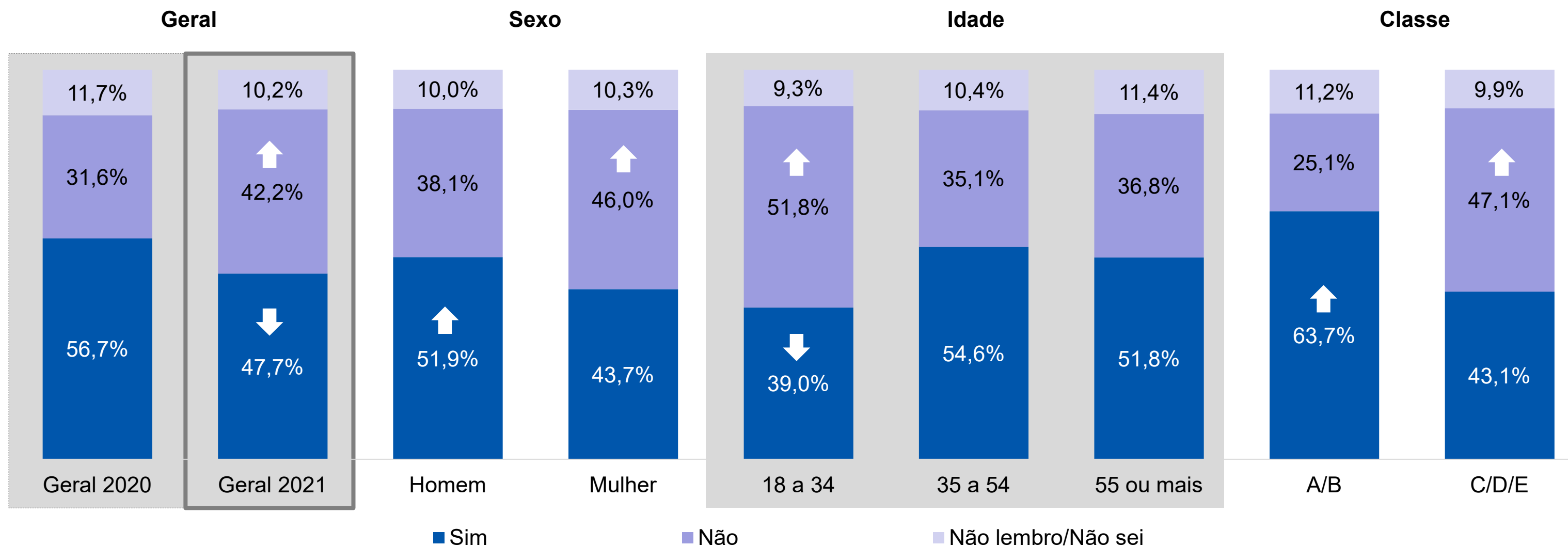
**BLACK
FRIDAY
2020**

**Black Friday
2020**

BLACK FRIDAY 2020

- 48% compraram na Black Friday do ano passado;
- Itens mais comprados foram: roupas (38%), celulares/smartphones (33%), calçados (32%) e eletrônicos (26%);
- 84% não tiveram problemas nas compras realizadas. Porém, 14% tiveram problemas, especialmente a entrega fora do prazo (5%) e a não aplicação do desconto anunciado (4%);
- Entre os que tiveram problema, 72% conseguiram uma solução, principalmente porque trocaram o produto (24%) e conseguiram o dinheiro de volta (20%). Entretanto, 28% não conseguiram resolver a situação;
- 80% consideram que valeu a pena participar da Black Friday;
- Em uma escala que vai de 1 a 10, a nota média atribuída para a Black Friday de 2020 é de 8;
- 91% acreditam que o desconto anunciado nas lojas era real no momento da compra;
- 62% planejaram a maioria das compras no Black Friday, enquanto 38% compraram por impulso;
- 12% ficaram com o nome sujo por causa de compras feitas no evento do ano passado.

COMPROU NA BLACK FRIDAY 2020: 48% compraram na Black Friday do ano passado (queda de 9 p.p. em relação a 2020, especialmente os homens e as classes A/B, e em menor medida os mais jovens).



BASE: Total da amostra	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	982	1033	461	572	505	321	207	273	760

PRODUTOS COMPRADOS NA BLACK FRIDAY 2020: 38% compraram roupas na última edição da Black Friday (especialmente mulheres), 33% smartphones (principalmente os homens), 32% calçados e 26% eletrônicos (sobretudo os homens).

RESPOSTAS – RM (Até 5 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas	40,6%	38,1%	33,0%	44,0% ↑	41,5%	36,3%	36,9%	31,8%	40,8%
Celular/ Smartphone	30,4%	33,1%	38,9% ↑	26,5%	27,3%	39,2%	30,2%	36,8%	31,5%
Calçados	32,6%	32,2%	34,7%	29,5%	29,9%	34,9%	30,8%	28,0%	34,0%
Eletrônicos (aparelho TV, aparelho de som, câmera digital etc.)	21,8%	26,5%	35,0% ↑	17,0%	28,2%	24,4%	27,9%	26,6%	26,5%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, máquina de lavar, secadora, microondas, cafeteira, etc.)	22,3%	24,4%	26,3%	22,4%	23,0%	20,5%	32,9%	33,1% ↑	20,7%
Cosméticos e Perfumes	22,7%	24,3%	17,4%	32,2% ↑	21,6%	24,3%	28,0%	30,5%	21,7%
Artigos para casa (cama, mesa, banho, pratos, panelas, copos, etc)	20,6%	18,8%	15,5%	22,6%	14,1%	18,2%	26,1%	17,6%	19,4%
Brinquedos em geral	12,6%	16,1%	18,3%	13,6%	14,4%	13,3%	23,0%	18,7%	15,0%
Móveis	10,3%	15,1% ↑	13,5%	16,9%	19,3%	14,8%	10,3%	10,5%	17,1%
Jogos, videogames	11,3%	12,4%	15,7%	8,7%	15,2%	12,2%	8,8%	12,3%	12,4%
Computador/Notebook/tablet	10,8%	11,5%	12,4%	10,4%	14,5%	8,9%	11,7%	17,9% ↑	8,7%
Acessórios	10,8%	10,6%	11,6%	9,5%	12,6%	12,8%	4,3% ↓	9,8%	11,0%

Continua...

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	594	515	254	261	214	188	113	195	320

PRODUTOS COMPRADOS NA BLACK FRIDAY 2020 (CONTINUAÇÃO):

RESPOSTAS – RM (Até 5 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Livros	12,1%	9,4%	8,9%	9,9%	7,6%	10,5%	9,7%	18,0% ↑	5,7%
Acessórios de informática e itens para celular	10,4%	8,8%	11,1%	6,2%	13,8%	4,9%	8,9%	10,4%	8,1%
Bebidas (vinhos, espumantes, whisky etc)	7,8%	8,6%	10,6%	6,4%	9,8%	7,3%	9,4%	8,2%	8,8%
Artigos de decoração	4,7%	8,3% ↑	5,9%	11,1%	5,3%	7,8%	13,0%	10,4%	7,4%
Tratamentos estéticos / salão de beleza	5,3%	7,7%	3,5%	12,4% ↑	6,8%	10,3%	4,5%	6,4%	8,2%
Artigos esportivos	6,4%	6,2%	8,6%	3,5%	6,6%	6,2%	5,8%	5,5%	6,5%
Jóias / semijóias	5,2%	5,1%	6,0%	4,2%	3,8%	6,2%	5,1%	3,2%	6,0%
Artigos para bebês / crianças (roupas, carrinhos, chupetas, mamadeiras, fraldas, sapatos, etc)	6,1%	4,9%	2,3%	7,9% ↑	8,7%	4,0%	1,5%	4,5%	5,1%
Passagens aéreas, ônibus, trem, navios	4,0%	2,5%	1,9%	3,2%	3,9%	1,9%	1,7%	5,3%	1,3%
Reserva em hotéis, pousadas	1,2%	1,6%	1,2%	2,1%	1,9%	0,7%	2,7%	4,5%	0,4%
Pacotes turísticos	1,8%	1,1%	0,5%	1,7%	0,5%	1,0%	1,9%	2,3%	0,5%
Outros	0,7%	1,3%	0,1%	2,6% ↑	0,9%	1,3%	1,8%	0,9%	1,5%
Não sei/não lembro	1,1%	0,4%	0,0%	0,9%	0,4%	0,0%	1,2%	1,0%	0,2%

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
594	515	254	261	214	188	113	195	320

HOUVE PROBLEMAS NAS COMPRAS REALIZADAS NA BLACK FRIDAY EM

2020: 84% não tiveram problemas nas compras realizadas no evento do ano passado. Porém, 14% tiveram, especialmente a entrega fora do prazo (5%) e desconto não aplicado na compra (4%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	17,2%	14,0%	16,9%	10,7%	15,4%	15,4%	10,0%	11,1%	15,3%
Sim, entregaram fora do prazo	6,0%	5,3%	6,3%	4,1%	4,7%	6,8%	3,4%	4,5%	5,6%
Sim, o desconto anunciado não foi aplicado na compra	5,4%	4,0%	3,8%	4,2%	5,2%	5,2%	0,3% ↓	2,6%	4,6%
Sim, recebi o produto danificado	1,5%	3,5%	5,1%	1,7%	2,3%	3,6%	5,0%	1,4%	4,4%
Sim, produto muito diferente do anunciado/foto	2,9%	2,4%	2,6%	2,2%	3,4%	3,1%	0,0%	2,6%	2,3%
Sim, clonaram meu cartão na compra	0,9%	2,3%	2,7%	1,8%	3,0%	0,7%	3,9%	1,0%	2,8%
Sim, não foi possível trocar o produto	2,7%	2,1%	3,1%	1,0%	1,8%	3,1%	0,8%	1,3%	2,5%
Sim, não recebi o produto	1,9%	1,8%	2,5%	0,9%	1,1%	0,7%	4,5%	1,0%	2,1%
Sim, roubaram minhas informações bancárias	0,4%	0,7%	0,1%	1,4%	0,7%	0,2%	1,5%	0,6%	0,8%
Não tive problemas	81,3%	84,2%	80,9%	87,8%	83,0%	81,6%	90,0%	88,9%	82,1%
Não lembra/não sabe	1,4%	1,8%	2,1%	1,5%	1,7%	3,0%	0,0%	0,0%	2,6% ↑

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	594	515	254	261	214	188	113	195	320

CONSEGUIU RESOLVER O PROBLEMA DA COMPRA: Entre os que tiveram problema, 72% conseguiram uma solução (aumento de 26 p.p. frente a 2020), principalmente porque trocaram o produto (24%, sobretudo classes C/D/E) e tiveram a devolução do dinheiro (20%). Porém, 28% não conseguiram resolver a situação (queda de 26 p.p.), sendo que 16% desistiram de correr atrás do prejuízo.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	45,9%	71,9% ↑	70,2%	74,8%	75,1%	67,0%	78,1%	76,9%	70,3%
Sim, trocaram o produto	4,8%	23,7% ↑	24,3%	22,7%	22,7%	33,6%	0,0%	5,5%	29,3% ↑
Sim, devolveram o dinheiro	9,0%	20,3%	24,3%	13,1%	13,0%	14,3%	50,5%	17,3%	21,2%
Sim, consegui o desconto que foi anunciado	11,5%	14,4%	12,5%	17,8%	19,2%	11,3%	12,8%	23,1%	11,7%
Sim, fiquei com crédito na loja	12,6%	8,0%	4,4%	14,4%	15,9%	4,0%	2,7%	15,3%	5,8%
Sim, outro	8,0%	5,5%	4,7%	6,8%	4,3%	3,8%	12,1%	15,7%	2,3%
Não (Total)	54,1%	28,1% ↓	29,8%	25,2%	24,9%	33,0%	21,9%	23,1%	29,7%
Não e desisti de correr atrás do prejuízo	27,8%	16,2%	13,5%	20,9%	12,9%	19,0%	15,3%	15,0%	16,5%
Não, e abri uma reclamação no PROCON, Reclame Aqui, etc	6,7%	5,3%	8,3% ↑	0,0%	0,0%	11,5%	0,0%	0,0%	7,0% ↑
Não, mas ainda estou negociando com a loja	6,2%	2,1%	3,0%	0,6%	0,6%	1,6%	6,6%	8,1%	0,3%
Não, mas estou processando a loja	2,3%	1,9%	2,6%	0,6%	4,1%	0,9%	0,0%	0,0%	2,4%
Não, outro	9,4%	1,5% ↓	2,4%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%
Não, aguardo devolução do dinheiro da operadora de cartão	1,6%	1,1%	0,0%	3,1%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	113	87	48	39	39	35	13	34	53

VALEU A PENA FAZER COMPRAS NA BLACK FRIDAY EM 2020: 80% consideram que as compras na Black Friday valeram a pena pelos bons preços. Apenas 19% avaliam que não valeu a pena comprar no evento do ano passado, especialmente por já terem visto preços melhores em outras épocas (13%).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim, as ofertas estavam boas / bons preços	84,5%	80,5%	80,1%	81,0%	82,4%	80,7%	77,6%	80,8%	80,4%
Não (Total)	14,8%	18,7%	19,1%	18,3%	16,9%	17,9%	22,4%	19,2%	18,5%
Não, já vi preços melhores em outras épocas do ano	10,6%	13,1%	12,0%	14,4%	11,2%	12,3%	17,1%	10,9%	14,1%
Não, os preços eram os mesmos de sempre	4,2%	5,6%	7,1%	3,8%	5,7%	5,6%	5,3%	8,3%	4,4%
Não sei	0,7%	0,8%	0,9%	0,7%	0,7%	1,4%	0,0%	0,0%	1,1%

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	594	515	254	261	214	188	113	195	320

NOTA DE SATISFAÇÃO COM A BLACK FRIDAY 2020: A nota média de satisfação com a Black Friday do ano passado é de 8,0. 35% deram nota 10 (aumento de 8 p.p. comparados ao ano passado).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (nota)	8,16	8,07	8,03	8,11	7,93	8,14	8,13	8,19	8,02
Nota 1	1,5%	1,3%	1,4%	1,1%	1,7%	0,5%	2,0%	1,7%	1,1%
Nota 2	0,1%	1,5% ↑	1,3%	1,7%	0,5%	3,2% ↑	0,0%	2,1%	1,3%
Nota 3	1,0%	1,1%	0,8%	1,5%	2,2%	1,0%	0,0%	0,0%	1,6%
Nota 4	1,7%	2,0%	1,7%	2,3%	0,5%	1,5%	4,8%	1,5%	2,2%
Nota 5	3,5%	6,3%	5,6%	7,1%	6,1%	7,0%	5,4%	3,8%	7,3%
Nota 6	5,1%	6,3%	7,1%	5,5%	7,7%	6,3%	4,7%	6,2%	6,4%
Nota 7	15,1%	13,1%	16,2%	9,7%	14,8%	12,5%	12,1%	12,9%	13,2%
Nota 8	25,0%	20,6%	21,1%	20,2%	23,8%	16,6%	23,4%	19,7%	21,0%
Nota 9	20,2%	12,3% ↓	10,8%	14,1%	16,7%	9,7%	11,2%	18,3% ↑	9,8%
Nota 10	26,8%	35,4% ↑	34,1%	36,8%	26,1%	41,9%	36,5%	33,8%	36,0%

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	594	515	254	261	214	188	113	195	320

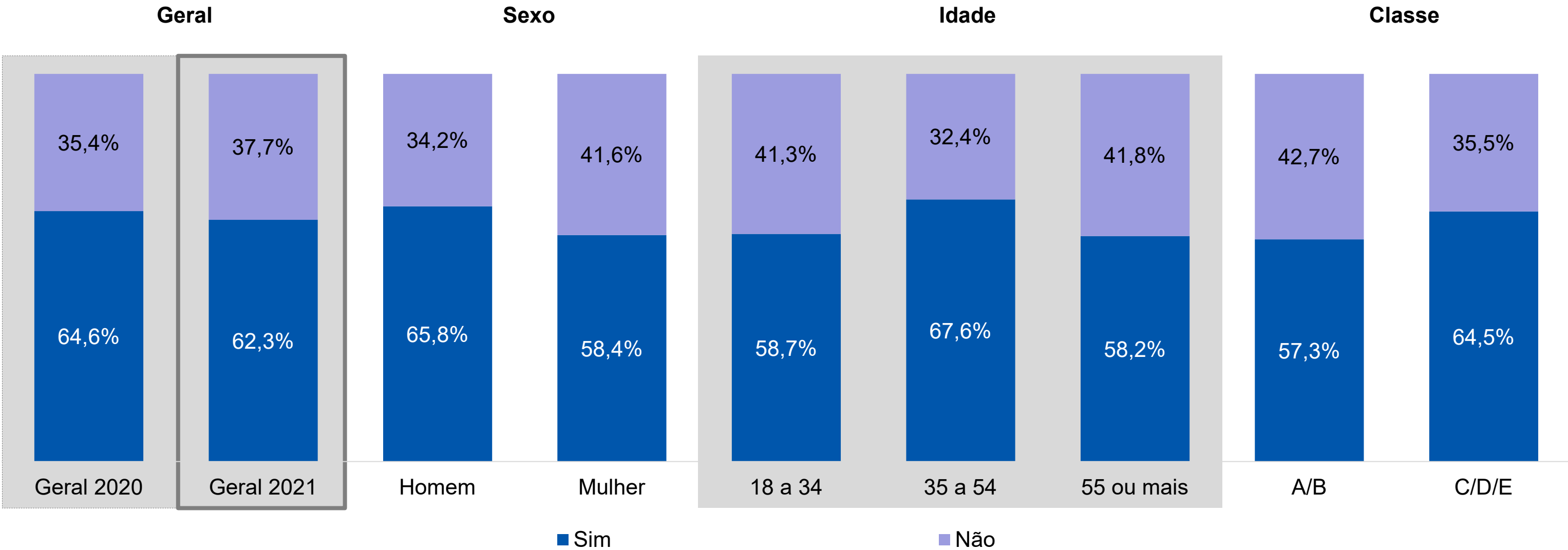
O PERCENTUAL DE DESCONTOS ANUNCIADO PELAS LOJAS ERA REAL NA HORA DA COMPRA:

91% acreditam que o desconto anunciado nas lojas era real no momento da compra, sendo que 62% acreditam no desconto apenas para alguns produtos/serviços e 30% para todos produtos/serviços. 7% encontraram divergência entre o preço anunciado e o preço na hora da compra.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	92,8%	91,4%	90,9%	92,0%	91,7%	92,6%	88,8%	90,5%	91,8%
Sim, em parte, somente em alguns produtos/serviços	64,9%	61,7%	60,0%	63,6%	63,6%	61,9%	58,9%	56,1%	64,1%
Sim, em todos os produtos/ serviços	27,9%	29,7%	30,9%	28,4%	28,1%	30,7%	29,9%	34,4%	27,7%
Não (Total)	5,8%	7,0%	6,8%	7,3%	5,7%	6,0%	10,5%	8,9%	6,2%
Não tinha desconto como anunciado	4,3%	4,3%	2,9%	6,0%	3,7%	4,0%	5,7%	5,8%	3,7%
Não, os produtos estavam mais caros que os preços de mercado	1,6%	2,7%	3,9%	1,3%	2,0%	2,0%	4,8%	3,2%	2,5%
Não sei responder	1,4%	1,6%	2,4%	0,7%	2,6%	1,4%	0,7%	0,6%	2,0%

BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	594	515	254	261	214	188	113	195	320

A MAIORIA DAS COMPRAS FOI PLANEJADA? 62% planejaram a maioria das compras na Black Friday, enquanto 38% compraram por impulso.



BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	594	515	254	261	214	188	113	195	320

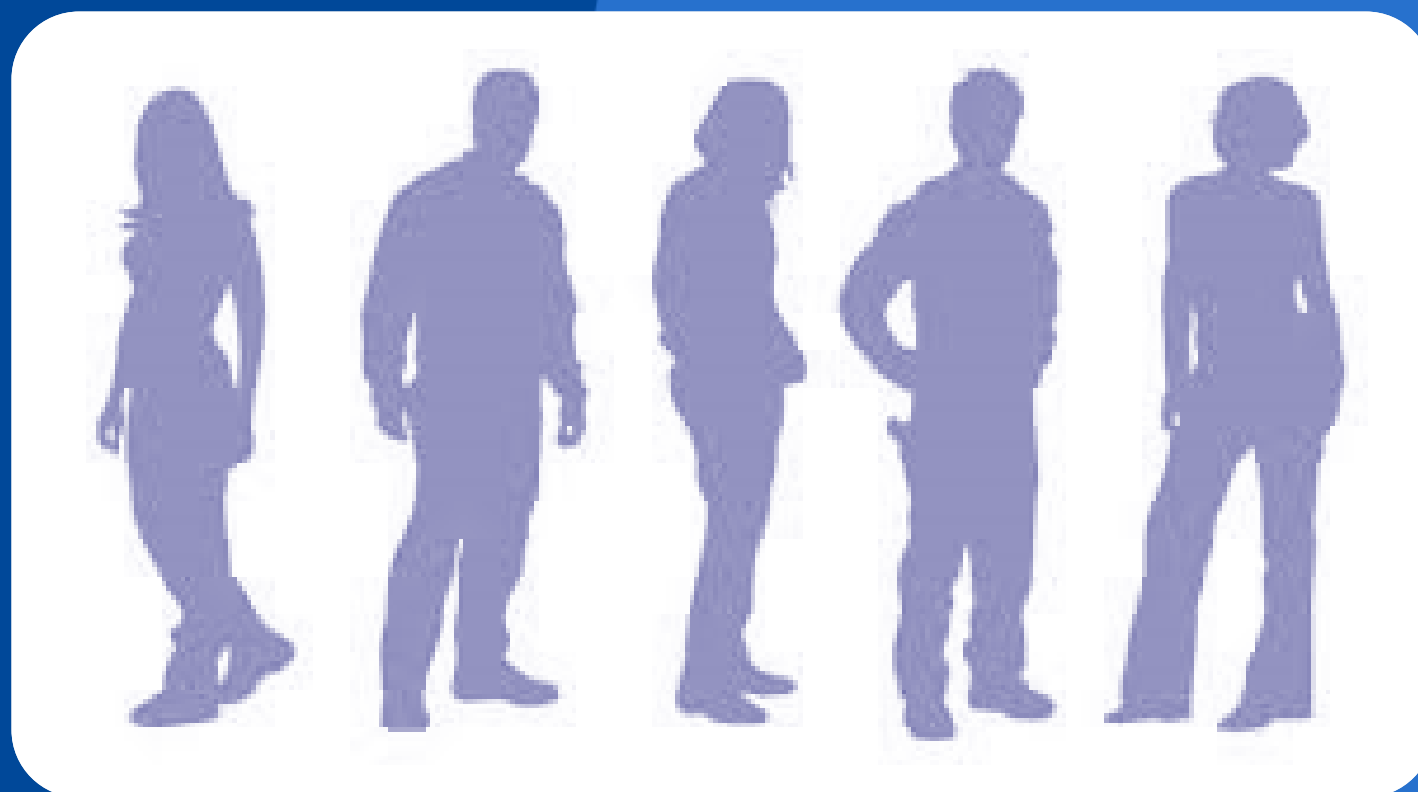
FICOU COM O NOME SUJO DEVIDO AS COMPRAS FEITAS NA BLACK FRIDAY

DE 2020? 12% ficaram com o nome sujo devido as compras feitas na Black Friday do ano passado (sobretudo classes C/D/E), sendo que 7% já regularizaram sua situação e 4% ainda estão negativados. 85% não ficaram nessa situação (principalmente classes A/B).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim (Total)	14,1%	11,6%	13,3%	9,7%	11,4%	13,8%	8,2%	4,2%	14,8% ↑
Sim, estive nessa situação pelas compras feitas no Black Friday de 2020, mas já regularizei minha situação	8,4%	7,3%	7,5%	7,0%	7,1%	10,0%	2,9%	3,4%	9,0% ↑
Sim e ainda estou com nome sujo pelas compras feitas no Black Friday de 2020	5,8%	4,3%	5,8%	2,7%	4,3%	3,8%	5,4%	0,8%	5,9% ↑
Não estive nessa situação por causa das compras realizadas no Black Friday de 2020	81,4%	84,6%	82,2%	87,2%	84,2%	82,1%	89,2%	92,8% ↑	81,1%
Não sei / prefiro não responder	4,5%	3,8%	4,4%	3,0%	4,4%	4,0%	2,6%	3,0%	4,1%

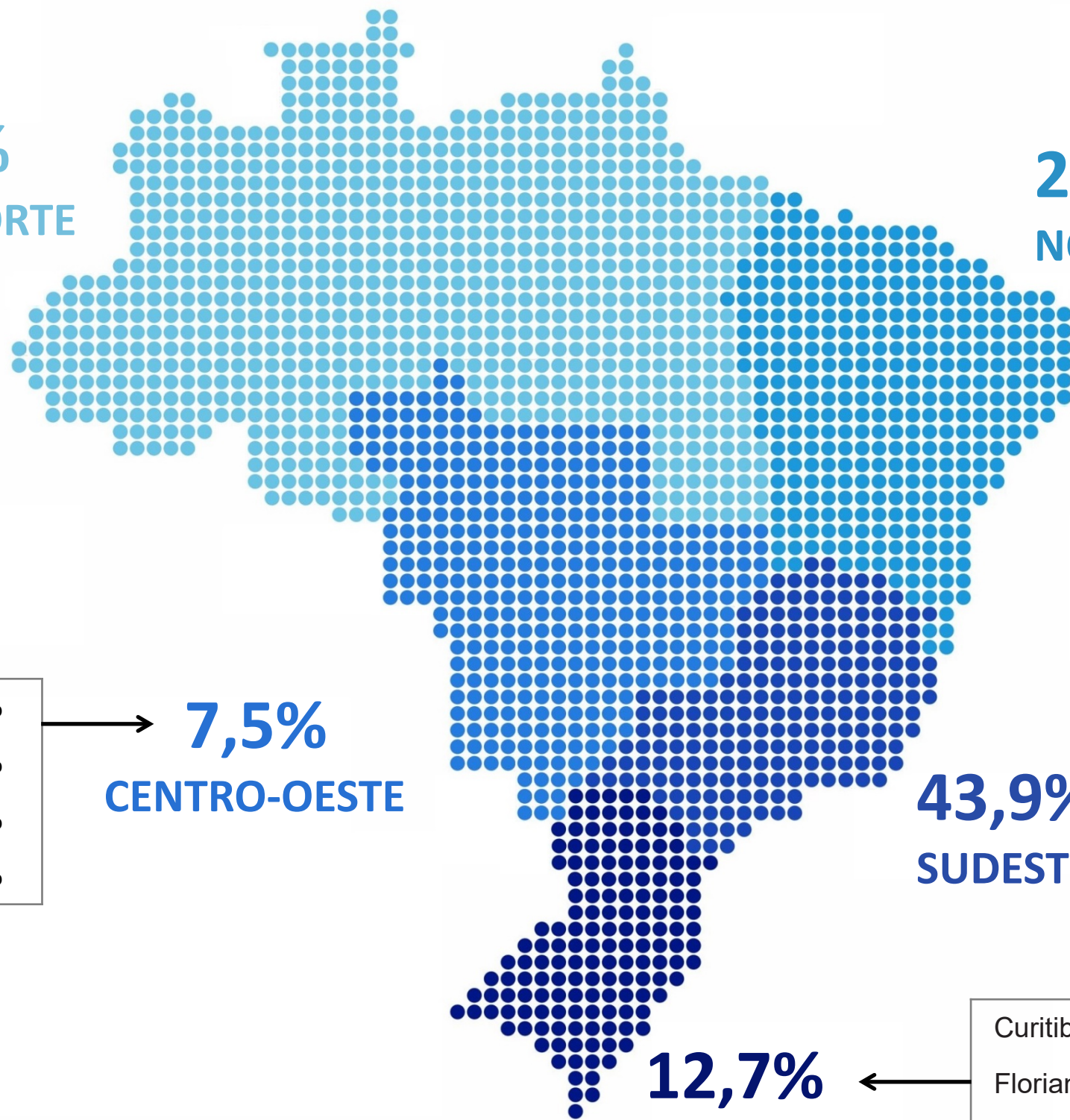
BASE: Somente para quem comprou produtos na Black Friday 2020

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
594	515	254	261	214	188	113	195	320



Caracterização da Amostra

REGIÃO | CIDADE



7,8% NORTE

Belém	2,8%
Boa Vista	0,7%
Macapá	0,5%
Manaus	1,9%
Palmas	0,3%
Porto Velho	0,9%
Rio Branco	0,6%

28,1% NORDESTE

Aracajú	1,8%
Fortaleza	6,2%
João Pessoa	1,0%
Maceió	1,3%
Natal	2,3%
Recife	5,6%
Salvador	5,8%
São Luís	1,9%
Teresina	2,2%

7,5% CENTRO-OESTE

Brasília	2,2%
Campo Grande	1,3%
Cuiabá	1,2%
Goiânia	2,8%

43,9% SUDESTE

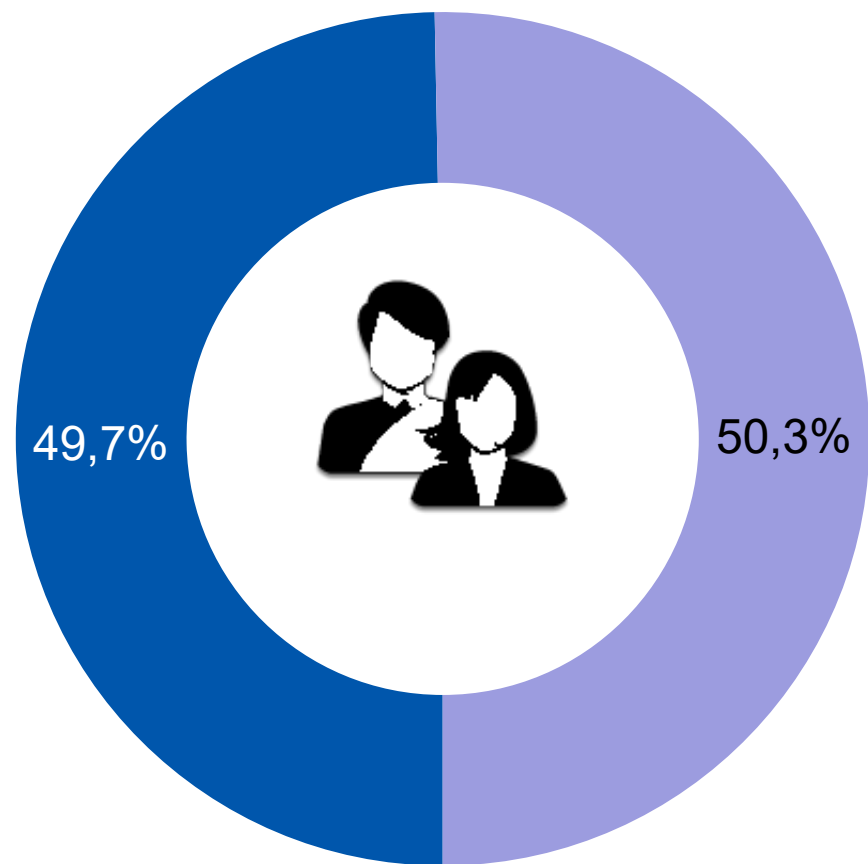
Belo Horizonte	5,8%
Rio de Janeiro	13,0%
São Paulo	25,0%
Vitória	0,1%

12,7% SUL

Curitiba	4,1%
Florianópolis	1,6%
Porto Alegre	6,9%

Geral
623

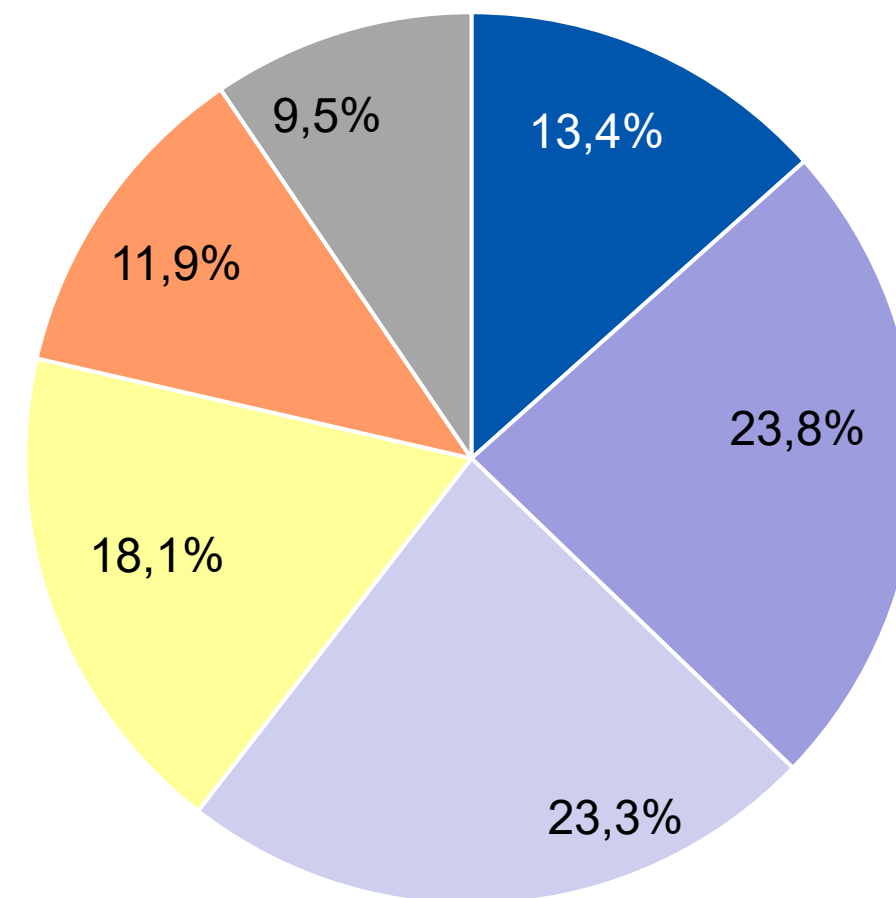
SEXO | IDADE



■ Homem ■ Mulher



Média: 41 anos

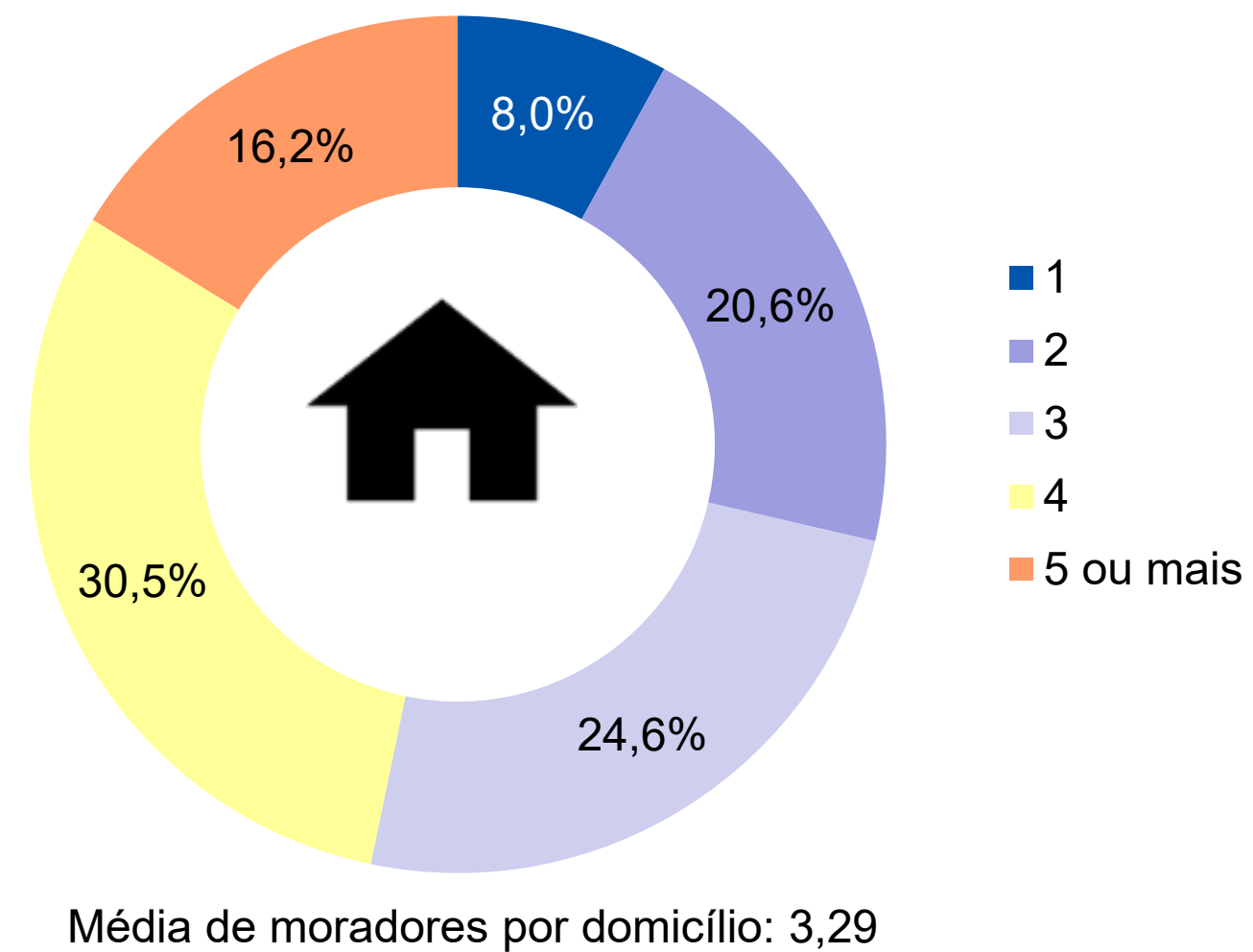
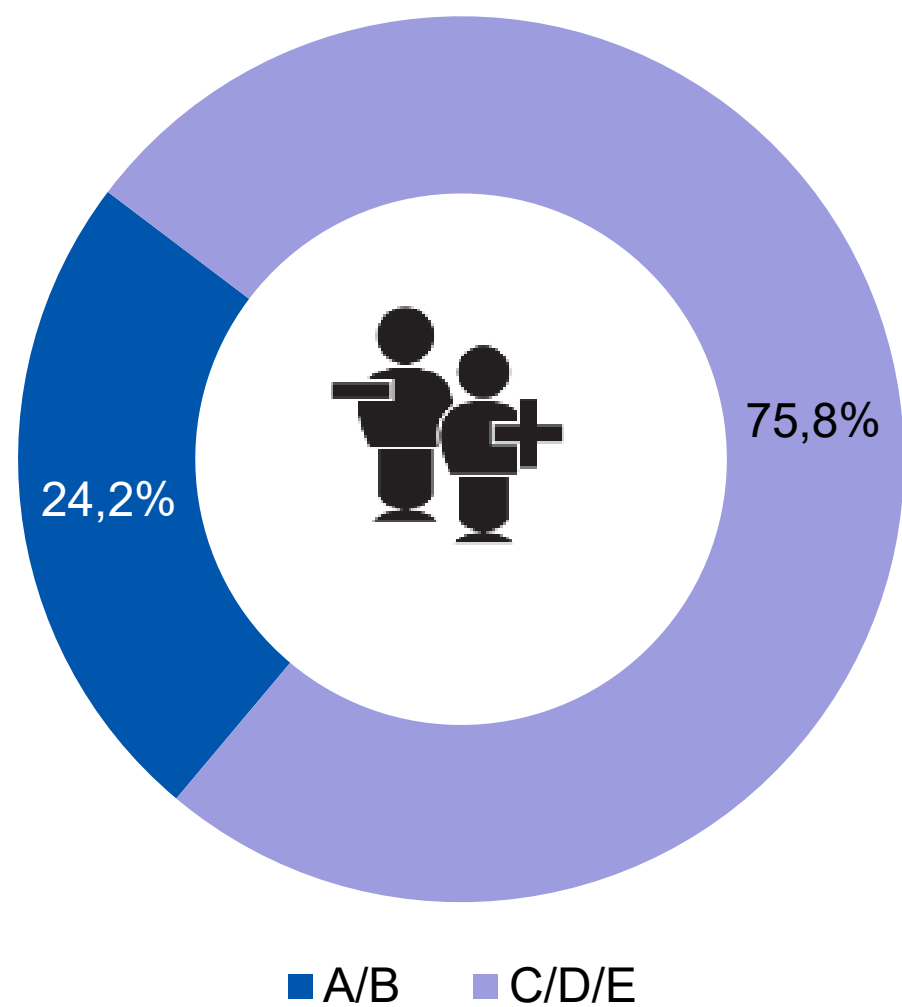


■ 18 a 24 anos ■ 25 a 34 anos ■ 35 a 44 anos
■ 45 a 54 anos ■ 55 a 64 anos ■ 65 anos ou mais

Geral

623

CLASSE



Geral

623