



Insights sobre o
comportamento dos
preços nos 3 meses
pré- ***Black Friday*** de
2020, 2021 e 2022





O nosso estudo

- Analisamos a **dinâmica de preços** em 2020, 2021 e 2022 para avaliar o comportamento das **7 categorias de produtos** com **maior intenção de compra** em 2022*.
- Para a realização do estudo, foram **monitorados os preços** de **8.494 produtos** em **44 Websites**, entre os meses de **agosto, setembro e outubro** dos anos de **2020, 2021 e 2022**.

Legenda



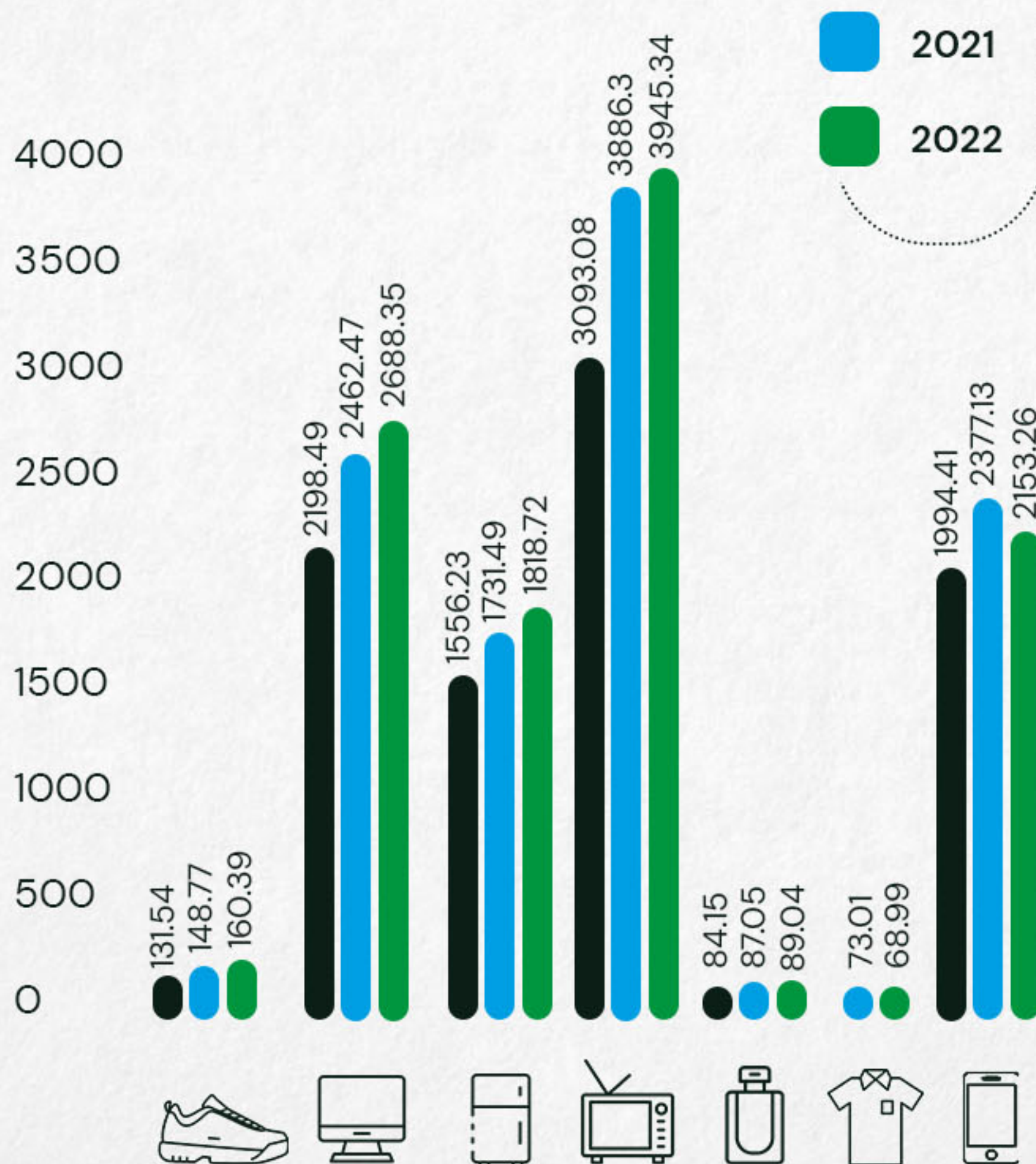
* Fonte: Black Friday 2022 - Termômetro de consumo, Globo 2022

** Na análise a categoria eletrônicos é realizada com amostra de tvs.

Evolução dos preços médios *por ano*



Entre agosto, setembro e outubro.



9,17%

O preço médio de **computadores** foi a categoria que teve **maior alta em 2022** em relação a 2021.

Seguido por **Calçados 7,81%**, **Eletrodomésticos 5,04%**, **Perfumes e cosméticos 2,29%** e **Eletrônicos 1,52%**.

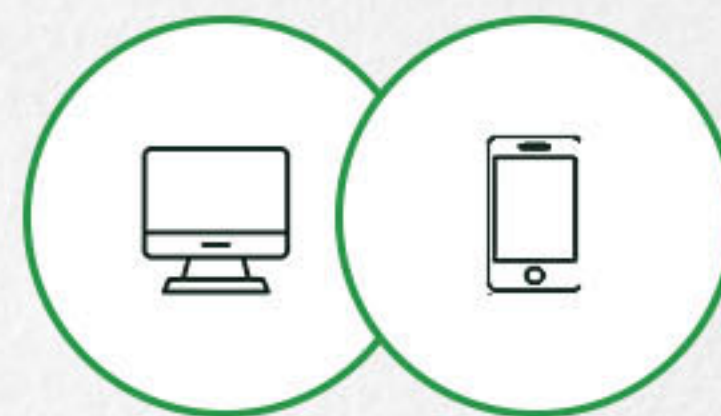
As categorias de **Smartphones** e de **Roupas e Acessórios** apresentaram variação negativa no **período em 2022**, de **-9,42%** e **-5,53%** respectivamente.

25,64%

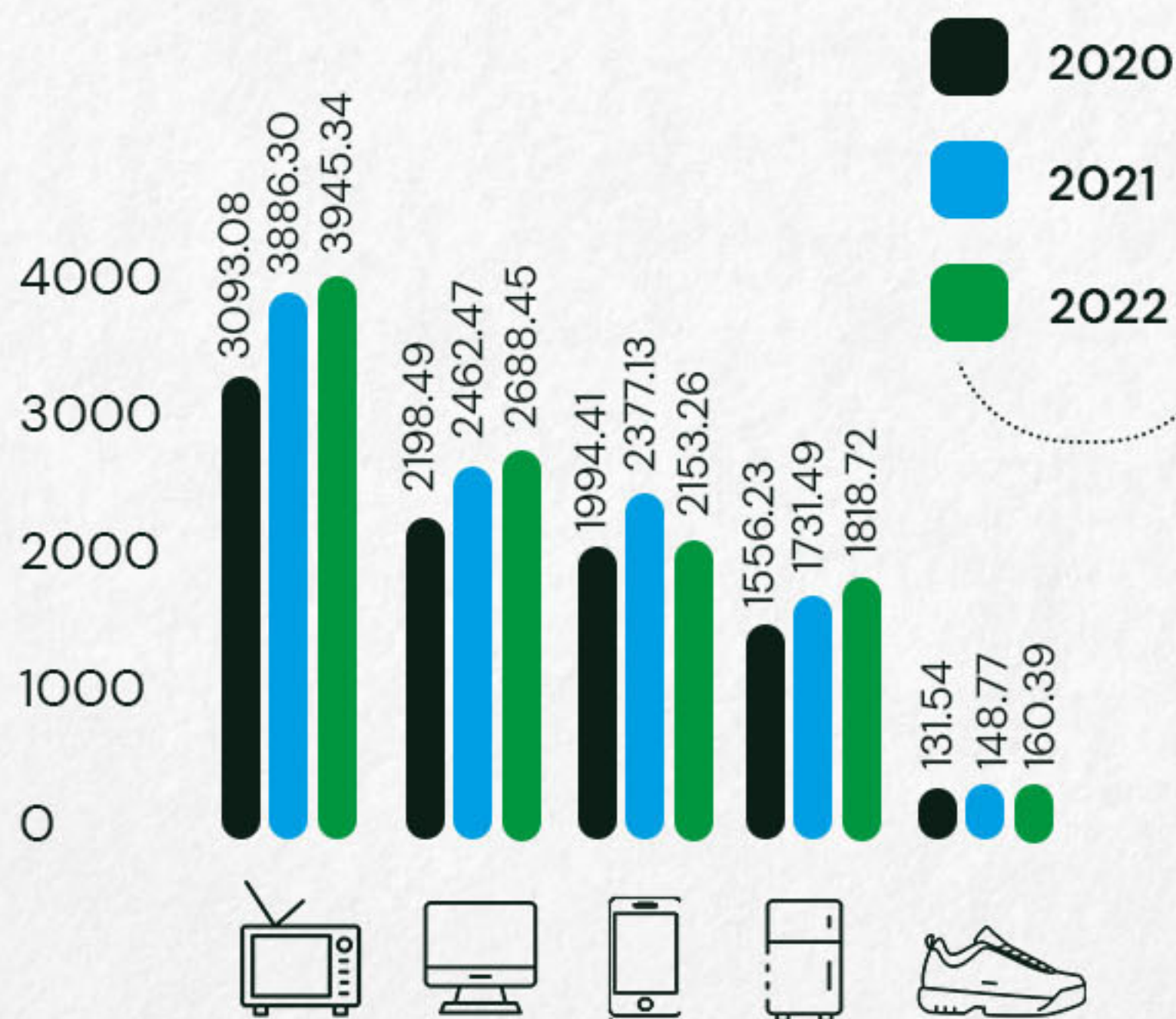
No ano de **2021**, ainda sob impacto da pandemia, a categoria de **Eletrônicos** obteve a alta mais expressiva.



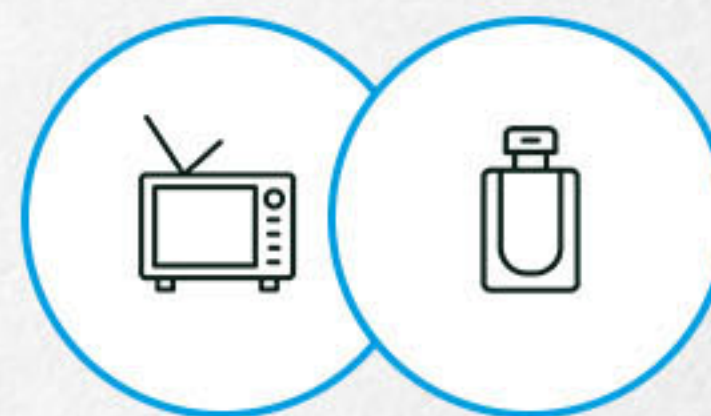
Top 5 Preços Médios por ano e categoria



PREÇOS MÉDIOS POR ANO



• **Eletrônicos, Computadores, Smartphones e Eletrodomésticos** lideram o ranking de preços médios **mais elevados** durante os três meses estudados, de 2020 a 2022.



• **Eletrodomésticos, Eletrônicos, Computadores, Calçados e Perfumes e Cosméticos** tiveram **variação positiva consistente nos 3 anos**, o que está alinhado com a alta inflacionária observada internacionalmente.



Aumento e diminuição de preços em 2022, face a 2021



63%

dos produtos de **Perfumes e Cosméticos** aumentaram de preço e **37%** diminuíram



59%

das **Roupas e acessórios** diminuíram de preço, e **41%** aumentaram



73%

dos **Eletrodomésticos** aumentaram de preço e **27%** diminuíram



72%

dos **Calçados** aumentaram de preço e **28%** diminuíram



60%

dos **Smartphones** diminuíram de preço e **40%** aumentaram



67%

dos **Computadores** aumentaram de preço e **33%** diminuíram



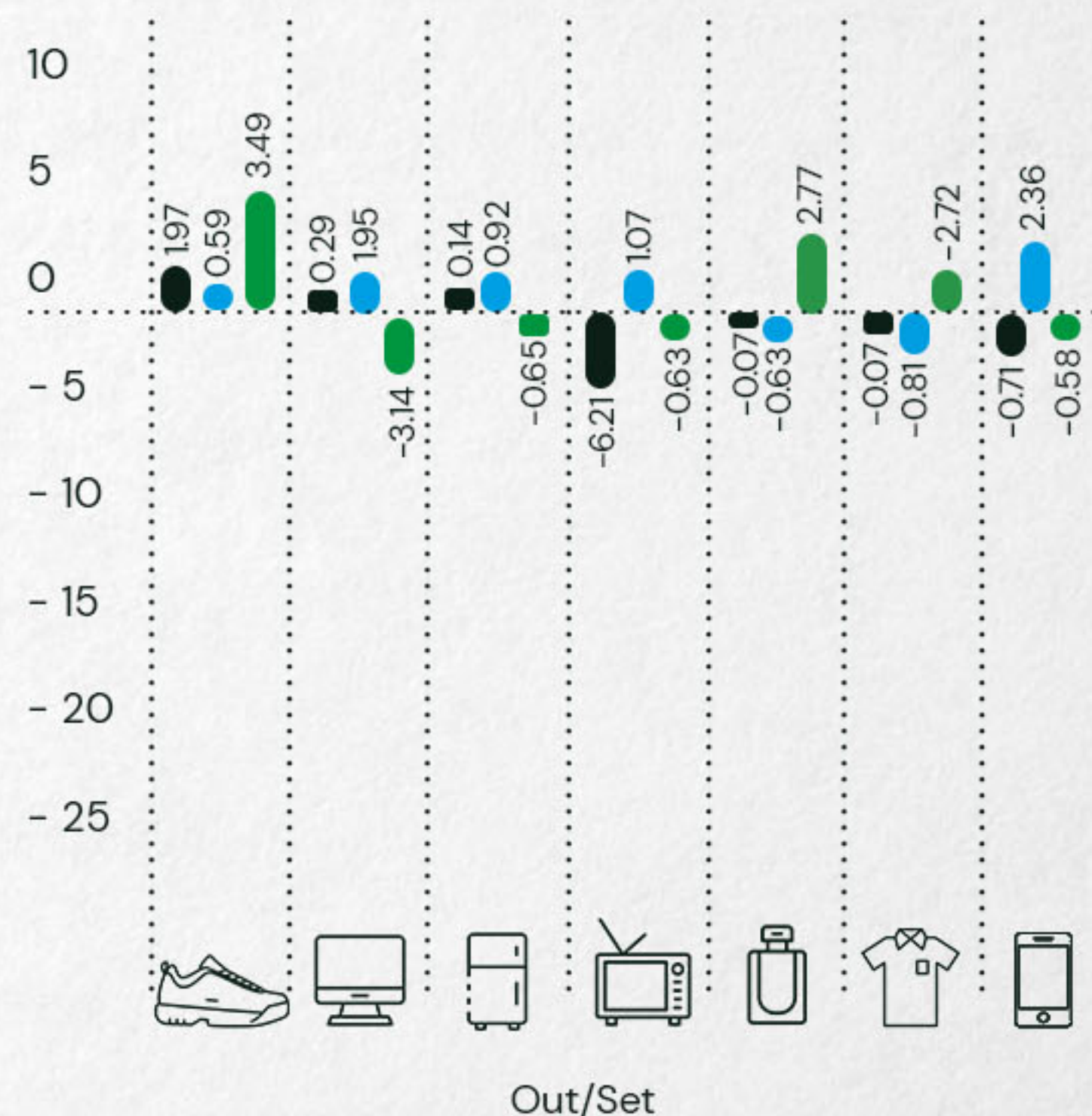
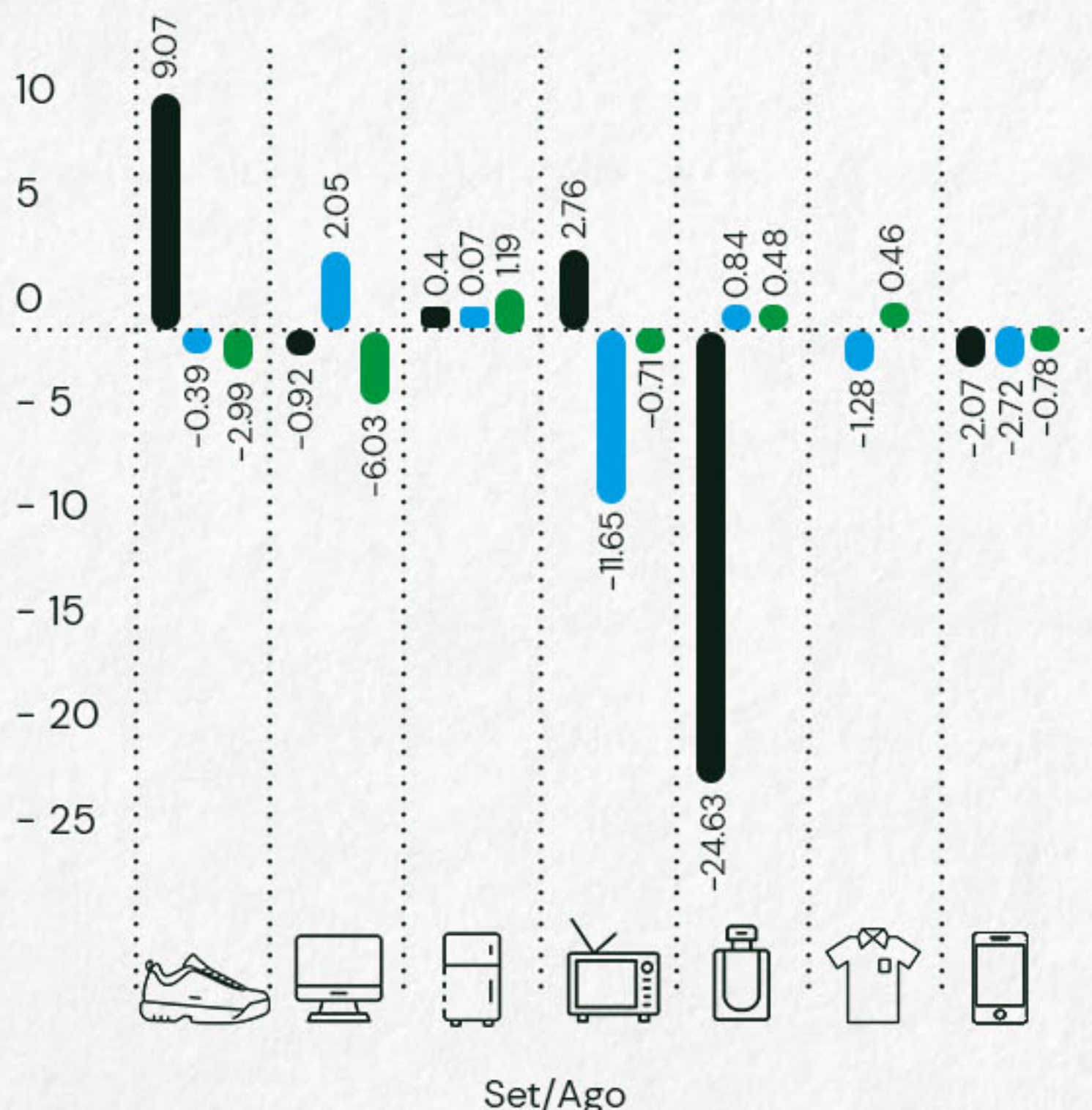
33%

dos **Eletrônicos** diminuíram de preço e **67%** aumentaram

Variação % face ao *mês anterior* dos preços por categoria



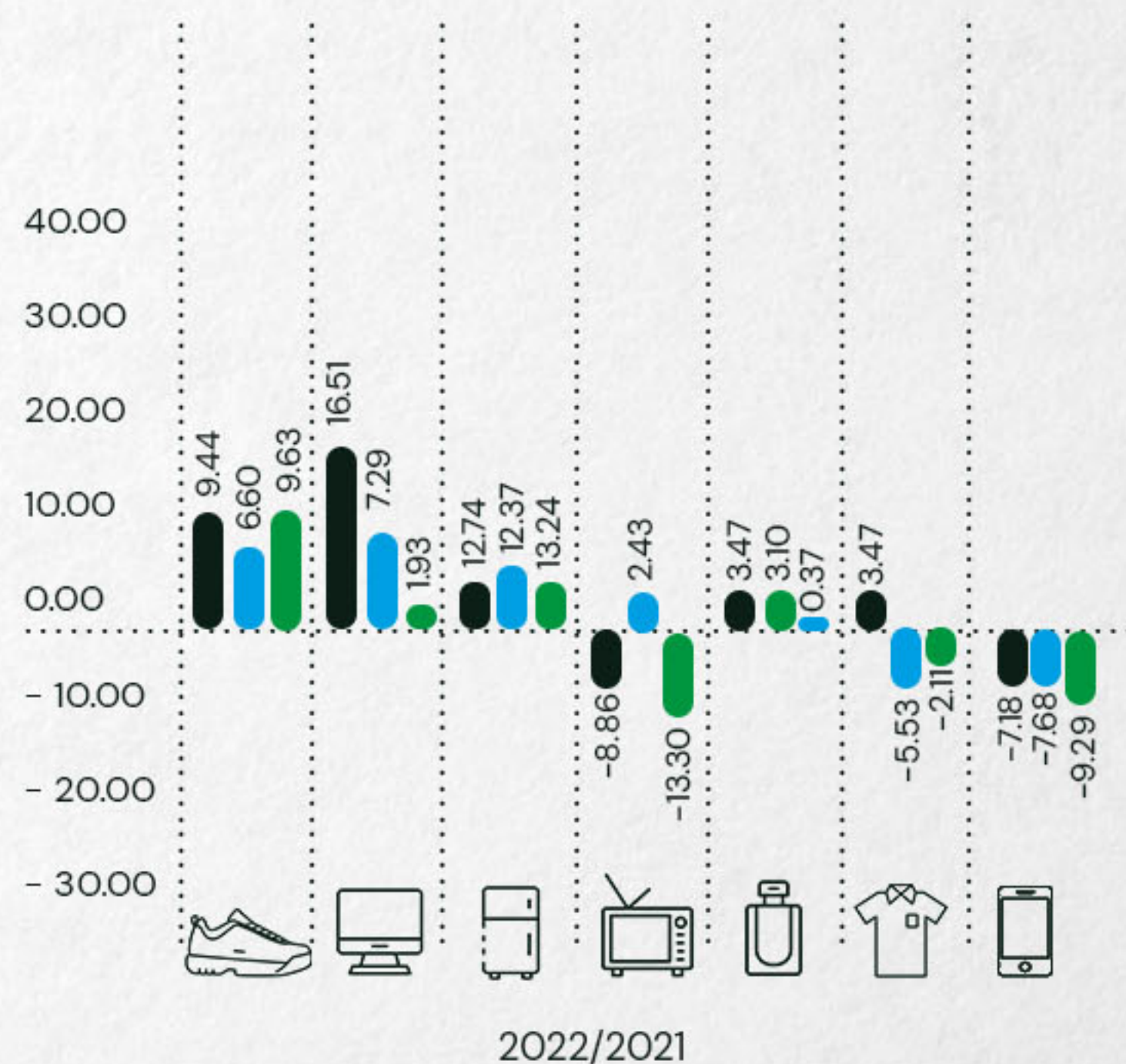
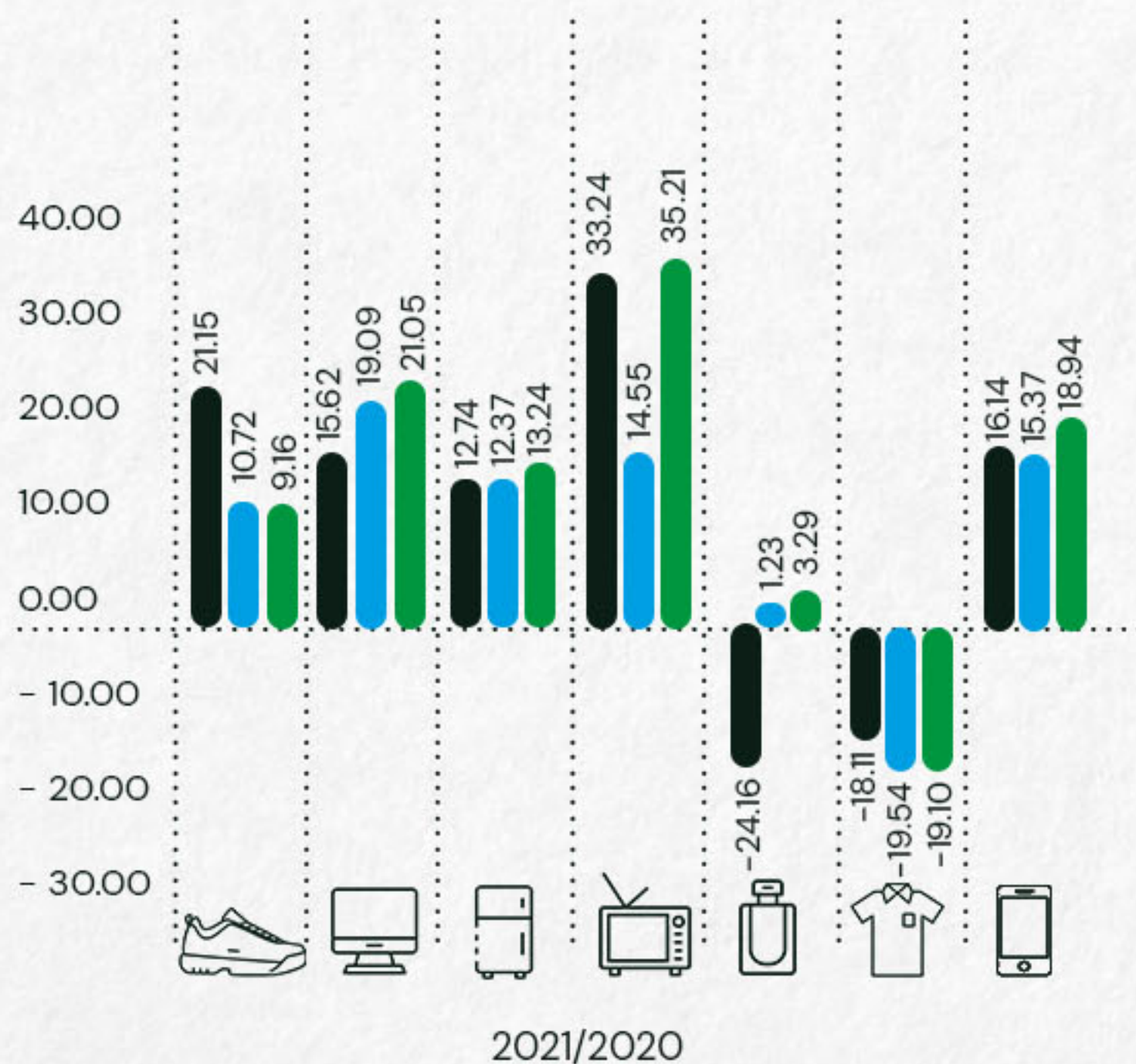
2020
2021
2022



• É notável a queda no preço médio da categoria de **Perfumes e Cosméticos** em 2020, puxada principalmente por produtos de **maquiagem**, período em que o consumo deste segmento foi substituído por itens de higiene pessoal, como álcool em gel e sabonete.

• A oscilação da variação mensal de preços ao longo dos três anos é consequência do cenário de incertezas provocado pela pandemia.

Variação % nos preços por categoria em 12 meses



- A variação em 12 meses dos meses de agosto setembro e outubro de 2022 mostra uma menor oscilação nos preços das categorias de uma forma geral.

Competitividade de preços entre os sellers 1P e 3P, por categoria



Insights sellers 1P



De agosto a outubro de 2021 e 2022, os sellers 1P tiveram clara **vantagem competitiva** na categoria de roupas e acessórios.



De agosto a outubro de 2022, os sellers 1P levaram **vantagem competitiva** em todas as categorias, à exceção de eletrodomésticos (na qual houve um equilíbrio).

Insights sellers 3P



Em 2020, houve **vantagem competitiva** dos sellers 3P no preço médio na categoria de computadores.



Em 2021, os sellers 3P obtiveram **vantagem competitiva** na categoria de eletrodomésticos, eletrônicos, perfumes e cosméticos e smartphones.

A nossa metodologia para análise

- Retirada de *outliers*.
- Cálculo da **mediana** dos preços.
- Cálculo da **média de preços em cada mês e em cada ano**, por categoria.
- Avaliação dos **preços médios** nos meses de agosto, setembro e outubro dos anos de 2020 a 2022.
- Para a análise de competitividade entre *sellers*, a base de dados foi subdividida entre sellers que são os próprios *marketplaces* (1P), e os demais vendedores que vendem por meio do *marketplace* (3P), com o intuito de **observar a dinâmica de preços entre os dois grupos**. Estabeleceu-se como critério de vantagem competitiva aquele seller que possuir o menor preço nos 3 meses em análise para cada ano.



www.precifica.com.br

+ 55 11 2858 – 5900