

BLACK FRIDAY DEVE BATER RECORDE DE VENDAS E FATURAR R\$ 4,64 BILHÕES

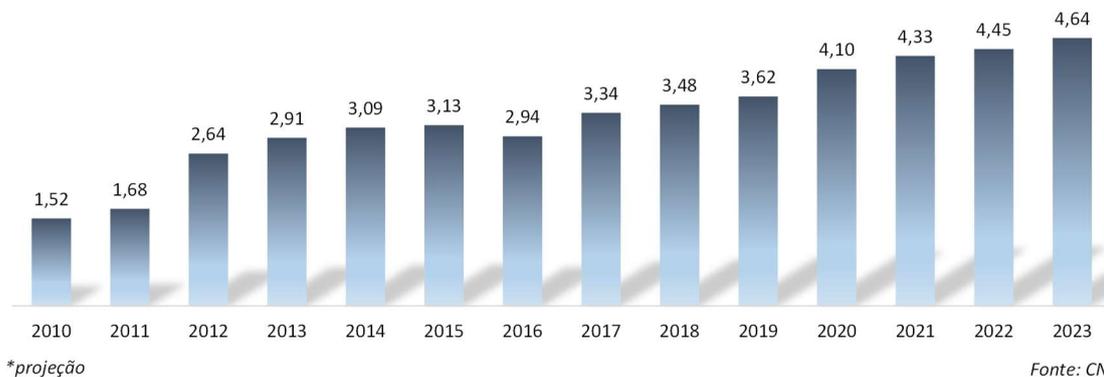
Com desaceleração da inflação, valorização do real e início da queda das taxas de juros, a CNC projeta avanço real de 4,3% em relação ao ano passado.

De acordo com projeção da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a Black Friday de 2023 deverá movimentar R\$ 4,64 bilhões e registrar a maior movimentação financeira desde que a data foi incorporada ao calendário do varejo nacional em 2010. Confirmada essa expectativa, o faturamento das vendas apresentará crescimento de 4,3% ante a Black Friday do ano passado, descontada a inflação.

QUADRO I

VOLUME DE VENDAS NO VAREJO BRASILEIRO NA BLACK FRIDAY

(R\$ bilhões)



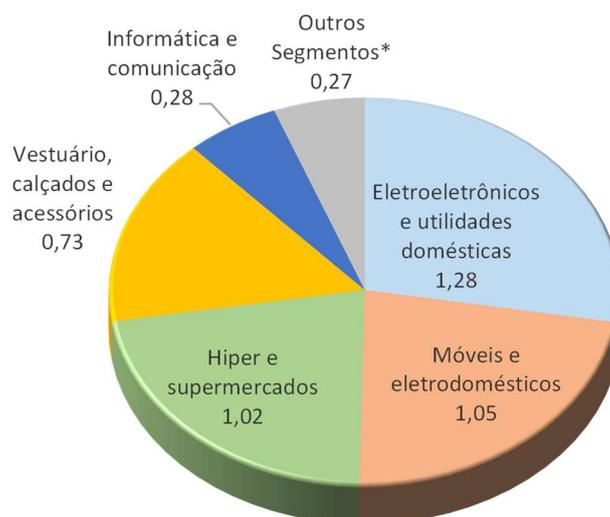
Acelerada pelo processo de digitalização do consumo intensificado a partir de 2020, o evento daquele ano registrou a maior expansão anual das vendas, avançando 13,2% em relação ao do ano anterior.

Em 2023, os segmentos de eletroeletrônicos e utilidades domésticas (R\$ 1,28 bilhão) e de móveis e eletrodomésticos (R\$ 1,05 bilhão) deverão responder por quase metade (48%) da movimentação financeira prevista. Tendem a se destacar ainda os ramos de hiper e supermercados (R\$ 1,02 bilhão) e de vestuário, calçados e acessórios (R\$ 0,73 bilhão).

QUADRO II

EXPECTATIVAS DE FATURAMENTO NA BLACK FRIDAY 2023, SEGUNDO RAMOS DO VAREJO

(R\$ bilhões)



*Livrarias, papelarias, informática e comunicação

Fonte: CNC

A desaceleração da inflação e o início da inflexão das taxas de juros deverão viabilizar o avanço nas vendas, neste ano. Em novembro de 2022, os preços livres da economia registravam variação de +9,7%, ritmo significativamente mais intenso do que os pouco mais de 3,0% neste ano. Nesse contexto, a valorização do real em 7,5% contribuiu para estratégias mais agressivas de preços por parte dos varejistas.

Adicionalmente, o início da flexibilização da política monetária a partir de agosto tende a distensionar o mercado de crédito em um evento caracterizado por um volume de vendas relativamente maior de bens duráveis – tradicionalmente mais dependentes das condições de crédito.

De acordo com acompanhamento mensal do Banco Central, após atingir um pico de quase 60% ao ano, a taxa média de juros das operações com recursos livres nas operações envolvendo pessoas físicas já acusa tímida tendência de queda, encerrando setembro na casa dos 57% ao ano.

A facilidade de comparação de preços on-line, em uma data comemorativa caracterizada pelo forte apelo às promoções, evidencia a tendência de aumento expressivo desse evento do calendário do varejo quando comparado às demais datas, especialmente nos espaços virtuais. A Black Friday já é a quinta data mais importante do setor, ficando atrás do Natal, Dia das Mães, Dia das Crianças e Dia dos Pais.

O comércio automotivo, as lojas de materiais de construção e os estabelecimentos de vendas de combustíveis e lubrificantes seguem de fora, não registrando variações significativas de faturamento ao longo do mês de novembro.

De modo a avaliar o potencial de descontos efetivos durante a data, a CNC monitorou a demanda pelos 10 principais produtos mais buscados pelos consumidores no e-commerce brasileiro nos últimos 30 dias. Segundo informações coletadas por meio do Google Shopping, acusaram variações mais expressivas no período produtos como aparelhos de ar-condicionado (+177,3%), aparelhos de TV (+88,0%) e fogões (+68,6%).

Às vésperas da Black Friday, a maior procura por esses itens talvez ajude a explicar por que nenhum desses itens acusam elevados potenciais de desconto. Pela metodologia da CNC, itens com elevado potencial de desconto efetivo são aqueles cujo preço já acusava tendência de queda de, pelo menos, 5% nos últimos 40 dias. Produtos com baixo potencial de desconto são aqueles cujo preço médio não acusou qualquer tendência de queda no período, e itens com médio potencial de desconto são aqueles cujos preços recuaram até 5% no período.

QUADRO III

VARIAÇÕES % DAS BUSCAS E DOS PREÇOS DE PRODUTOS MAIS DEMANDADOS PELOS CONSUMIDORES

(%)

Produtos	Buscas no e-commerce*	Variações de preços**	Potencial de desconto real
Ares-condicionados	177,3%	2,9%	Baixo
TVs	88,0%	-1,5%	Médio
Fogões	68,6%	-2,7%	Médio
Caixas de som	61,3%	-5,6%	Alto
Smartwatches	61,1%	-12,4%	Alto
Refrigeradores	47,1%	-0,9%	Médio
Videogames	15,7%	7,9%	Baixo
Smartphones	12,2%	-4,6%	Médio
Notebooks	6,2%	-9,2%	Alto
Fones de ouvido	5,7%	-6,1%	Alto

* Variações no volume de buscas nos últimos 30 dias

Fontes: Google Trends e Google Shopping

** Nos últimos 40 dias

A adesão dos segmentos do varejo à Black Friday vem se dando de forma gradual desde a sua incorporação definitiva ao calendário de datas âncoras do setor. Em 2010, apenas os segmentos de móveis e eletrodomésticos, livrarias e papelarias e as lojas de utilidades domésticas e eletroeletrônicos estavam envolvidos com o evento.

Em 2011, a data contou com a entrada do ramo de farmácias, perfumarias e lojas de cosméticos. Em 2012, foi a vez de hipermercados e lojas de informática e comunicação. Finalmente, o ramo de vestuário e acessórios embarcou de forma definitiva a partir da edição de 2017.