Visualizar este e-mail como página web



Edição XI | Novembro | 2026

BLACK FRIDAY DEVE MOVIMENTAR R$ 11,52 BILHÕES NO VAREJO EM 2026

Apesar do momento favorável do mercado de trabalho, juros altos e endividamento elevado devem frear crescimento das vendas do varejo na terceira data comemorativa mais importante do setor

De acordo com projeção da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a Black Friday de 2026 deverá movimentar R$ 11,52 bilhões e registrar a maior movimentação financeira desde 2014. Confirmada essa expectativa, o faturamento das vendas apresentará crescimento de 1,8% ante a mesma data do ano passado, já descontada a inflação, e configurará desaceleração ante o avanço de 3,2%, observado em 2025.

QUADRO I

VOLUME DE VENDAS DO VAREJO BRASILEIRO NA BLACK FRIDAY
(R$ bilhões)



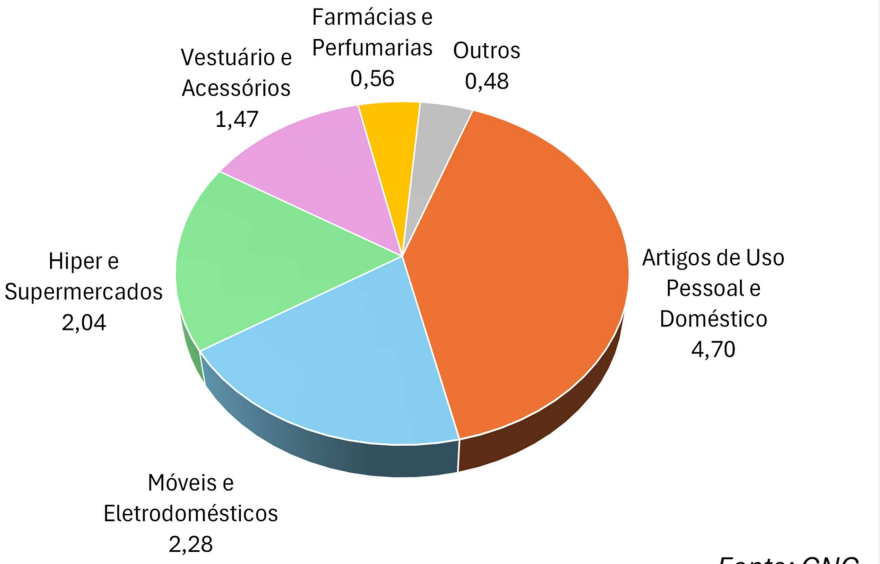
**previsão*

Fonte: CNC

Em 2026, os segmentos de eletroeletrônicos e utilidades domésticas (R$ 4,70 bilhões) e de móveis e eletrodomésticos (R$ 2,28 bilhões) deverão responder por mais 60% da movimentação financeira prevista. Tendem a se destacar ainda os ramos de hiper e supermercados (R$ 2,04 bilhões) e de vestuário e acessórios (R$ 1,47 bilhão). A Black Friday vem ganhando espaço no varejo brasileiro, representando, atualmente, a terceira data comemorativa mais importante do setor.

QUADRO II

EXPECTATIVAS DE FATURAMENTO NA BLACK FRIDAY 2026,
SEGUNDO RAMOS DO VAREJO
(R$ bilhões)



**Informática e comunicação; livrarias e papelarias*

Fonte: CNC

Do ponto de vista das condições de consumo, a Black Friday deste ano ocorrerá em meio à aceleração do nível geral de preços. Nos últimos três meses, a taxa média de inflação medida pelo IPCA-15 avançou de +4,24% para +4,62%, situando-se, contudo, abaixo do nível verificado em outubro do ano passado quando a prévia da inflação brasileira marcava variação de +4,94%

Tanto as vendas quanto a massa real de rendimentos vêm apresentando sinais de desaceleração ao longo do ano. De acordo com a Pesquisa Mensal de Comércio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), nos últimos 12 meses encerrados em agosto, o volume de vendas do varejo acusa variação de +1,6% - ritmo inferior aos rimos observados nos mesmos períodos dos dois últimos anos (+3,6% em 2024 e +2,2% em 2025). A massa real de rendimentos registra alta de 4,5% nos últimos 12 meses encerrados em agosto – igualmente em ritmo inferior ao observado nos dois últimos anos (+5,2% em 2025 e +8,4% em 2024).

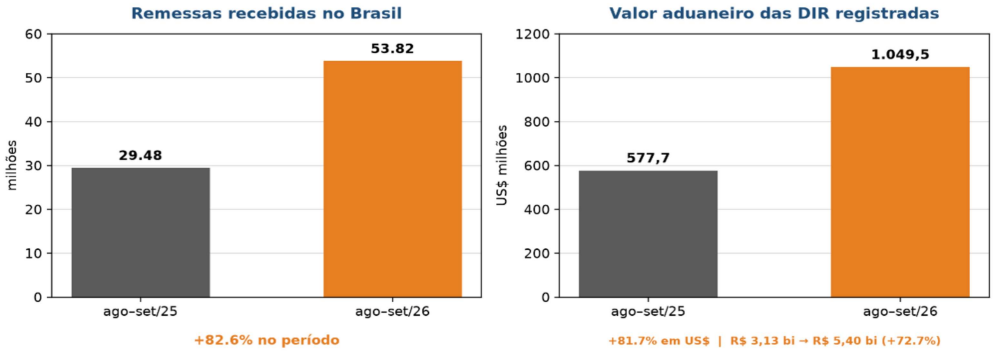
Em contrapartida, o encarecimento do crédito tende a frear a expansão mais significativa do consumo nesta data. De acordo com o Banco Central, a atual taxa média de juros das operações de créditos livres destinados às pessoas físicas (61,7% ao ano) se encontra no maior patamar para esta época do ano desde 2017, potencializando o aumento da inadimplência dos consumidores finais. De acordo com pesquisa própria da CNC, os percentuais das famílias com contas em atraso e sem condições de honrar compromissos financeiros se encontram em patamares significativamente elevados (29,6% e 12,52%, respectivamente).

Outro fator limitante a uma expansão mais significativa das vendas do varejo nacional na Black Friday deste ano é a forte expansão das remessas do exterior para o Brasil. Segundo os relatórios mensais da Receita Federal, o total de remessas recebidas em agosto–setembro de 2026 somou 53,82 milhões, contra 29,48 milhões no mesmo bimestre de 2025: alta de 82,6%.

No mesmo recorte, o valor aduaneiro das declarações de importação (DIR) registradas avançou de US$ 577,72 milhões para US$ 1,049 bilhão (+81,7%); em reais, de R$ 3,13 bilhões para R$ 5,40 bilhões (+72,7%). A isonomia tributária em relação a produtos similares disponíveis apenas no mercado interno, claramente, ainda segue longe de ser alcançada.

QUADRO III

QUANTIDADES E VALOR DAS REMESSAS RECEBIDAS NO BRASIL
(bimestres agosto–setembro de 2025 e 2026)



Fonte: Receita Federal do Brasil. Quantidade = remessas recebidas; valor = valor aduaneiro das DIR registradas. Valores somam os relatórios mensais.

A facilidade de comparação de preços on-line em uma data comemorativa caracterizada pelo forte apelo às promoções evidencia a tendência de aumento expressivo deste evento do calendário do varejo quando comparado às demais datas, especialmente nos espaços virtuais.

De modo a avaliar o potencial de descontos efetivos durante a data, a CNC coletou 150 preços diários dos itens mais buscados na internet, agrupando-os em 30 linhas de produtos ao longo dos últimos 40 dias. Nesse período, 70% categorias revelaram elevado potencial de redução de preços durante a Black Friday.

QUADRO IV

VARIAÇÕES % DOS PREÇOS DE PRODUTOS MAIS BUSCADOS NA BLACK FRIDAY NOS ÚLTIMOS 40 DIAS, POR CATEGORIA (%)

Categoria	Variação (%)
Maquiagem	-4,99%
Wearables	-4,27%
Notebooks	-3,68%
Smartphones	-3,66%
Higiene Pessoal	-3,12%
Calçados	-2,47%
Brinquedos	-2,36%
Tablets	-2,21%
E-readers	-1,96%
Áudio	-1,85%
Periféricos	-1,62%
Papelaria	-1,51%
Games	-0,70%
Móveis	-0,59%
Decoração	-0,56%

Categoria	Variação (%)
Acessórios	-0,55%
Perfumaria	-0,46%
Câmeras	-0,29%
Beleza e Cuidados	1,09%
Livros	2,79%
Ferramentas	2,87%
Suplementos	3,55%
Joias e Bijuterias	4,39%
Fitness	4,76%
TVs	5,38%
Utilidades Domésticas	6,10%
Moda	8,61%
Pet Shop	10,25%
Fones de Ouvido	10,56%
Eletrodomésticos	11,91%

Fonte: Pesquisa própria no Buscapé/Zoom

Pela metodologia de apuração da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), itens com potenciais muito elevados de descontos efetivos são aqueles cujo preço já acusava tendência de queda superior no período. Linhas de produtos com alto potencial registraram variação média positiva de até 4,9% nos últimos 40 dias. Produtos com potencial médio de desconto são aqueles cujo preço médio acusou variações entre 5% e 10%, e baixo potencial de descontos efetivos abrigou produtos cujos preços não recuaram, mas avançaram mais de 10% 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-âncora 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.

Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC)

economia@cnc.org.br
(21) 38049200
portaldocomercio.org.br

Caso não queira mais receber estes e-mails, cancele sua inscrição.