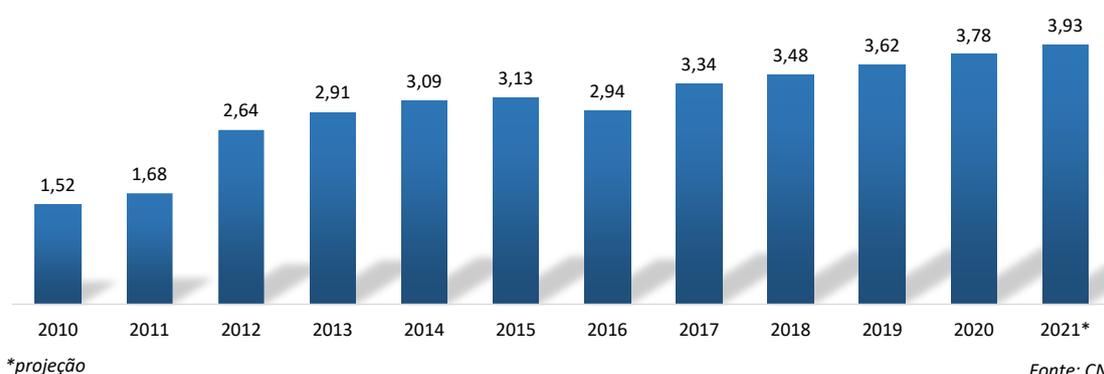


VOLUME DE VENDAS NA BLACK FRIDAY DEVE ENCOLHER PELA 1ª VEZ EM 5 ANOS

Apesar da expectativa de avanço de 3,8% no faturamento, inflação de dois dígitos será obstáculo ao crescimento do evento promocional que já ocupa o 5º lugar no ranking de datas-âncora do varejo.

De acordo com projeção da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a Black Friday de 2021 deverá movimentar R\$ 3,93 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 online e presenciais com a data apresentará crescimento de 3,8% ante a Black Friday do ano passado. No entanto, descontada a inflação, o volume deve apresentar recuo (-6,5%) pela primeira vez desde 2016.

QUADRO I
FATURAMENTO DO VAREJO BRASILEIRO COM A BLACK FRIDAY
(R\$ Bilhões)

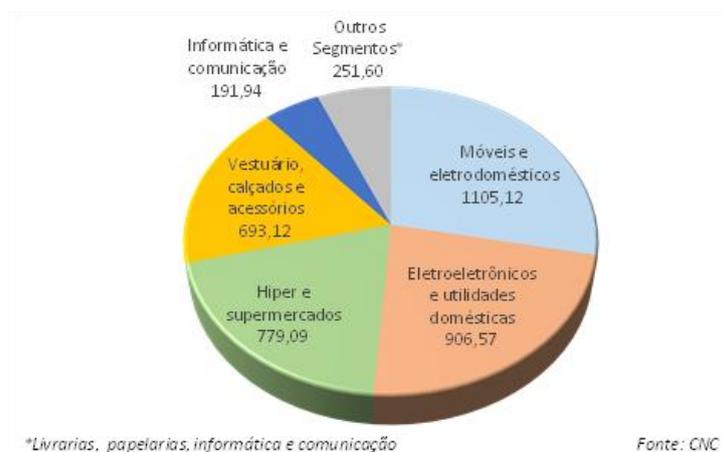


A adesão dos diversos segmentos do varejo à Black Friday vem se dando de forma gradual desde a sua incorporação definitiva ao calendário de datas-âncora do setor. Em 2010, apenas os segmentos de móveis e eletrodomésticos, livrarias e papelarias e as lojas de utilidades domésticas e eletroeletrônicos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

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.

Neste ano, os segmentos de móveis e eletrodomésticos (R\$ 1,105 bilhão) e de eletroeletrônicos e utilidades domésticas (R\$ 906,57 milhões) deverão responder por mais da metade (51,2%) da movimentação financeira prevista. Tendem a se destacar ainda os ramos de hiper e supermercados (R\$ 779,09 milhões) e de vestuário, calçados e acessórios (R\$ 693,12 milhões).

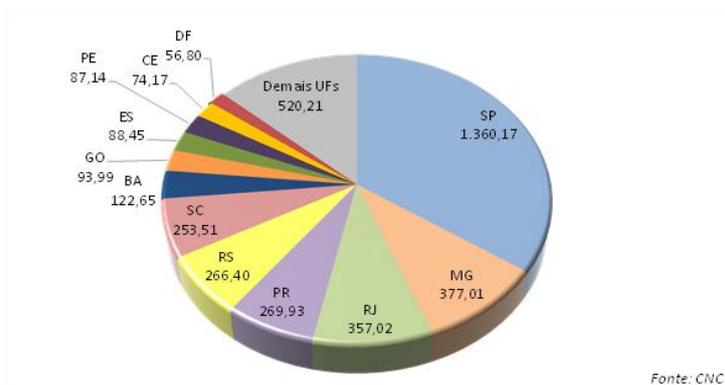
QUADRO II
EXPECTATIVAS DE FATURAMENTO NA BLACK FRIDAY 2021 SEGUNDO RAMOS DO
VAREJO
(R\$ Milhões)



O ritmo atual da inflação anualizada - em +10,67% segundo o IPCA acumulado nos 12 meses encerrados em outubro - se constitui em um obstáculo à expansão do volume de vendas, mesmo em um contexto de aceleração do consumo digital após a pandemia de Covid-19. Até o início da crise sanitária, o e-commerce brasileiro crescia a uma taxa anual média de 14,1% - ritmo que saltou para 46,2%, de acordo com levantamento baseado nas emissões de notas fiscais eletrônicas computadas pela Receita Federal do Brasil.

A facilidade de comparação de preços online 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. A Black Friday já é a quinta data mais importante para o setor, ficando atrás do Natal, Dia das Mães, Dia das Crianças e Dia dos Pais.

QUADRO III
EXPECTATIVAS DE FATURAMENTO DO VAREJO NA BLACK FRIDAY 2021 SEGUNDO
UNIDADES DA FEDERAÇÃO
(R\$ Milhões)



De modo a avaliar o potencial de descontos efetivos durante a data, a CNC coletou diariamente mais de 2.000 preços de itens agrupados em 34 linhas de produtos ao longo dos últimos 40 dias, encerrados em 16 de novembro. Destes, 26% revelaram tendências de redução de preços no período – percentual que contrasta com os 46% observados às vésperas da Black Friday de 2020, quando a taxa de inflação era de menos da metade da atual (+3,9%).

Assim, um determinado produto que apresenta altas expressivas (superiores a 10%, por exemplo) no preço mínimo praticado durante as semanas que antecedem a Black Friday tende a apresentar um baixo potencial de desconto efetivo durante o evento promocional.

QUADRO IV
VARIAÇÕES % DOS PREÇOS EM RELAÇÃO AO VALOR MÍNIMO PRATICADO
(Var. % acumulada em 40 dias até 16 de novembro)

Itens	Var%
Headset	-13,0%
Perfume Feminino	-10,4%
Hidratante	-7,2%
Protetor Solar e Bronzeador	-4,2%
Caixa de Som Bluetooth	-3,4%
Joystick	-1,4%
Fone de ouvido	-0,8%
Organizador Maquiagem	-0,8%
Celular e Smartphone	-0,6%
Notebook	0,3%
Drones	0,4%
Smartwatch	0,5%
Monitor	1,4%
Tablet	1,7%
Geladeira	2,1%
Perfume Masculino	2,4%
Micro-Ondas	3,0%
Aspirador de pó e água	3,3%
Cafeteira Elétrica	3,3%
Impressoras e Multifuncionais	4,3%
Jogos Nintendo Switch	4,3%
Lavadora de Roupas	4,8%
TVs	4,8%
Ventilador/Circulador	4,9%
Fogão	5,1%
Telefone Fixo	5,7%
Jogos PS4	6,0%
Purificador de água/Filtro	6,4%
Smart TV Box	6,4%
Ar condicionado	6,9%
Fritadeira Elétrica	8,1%
Jogos Xbox One	10,6%
Jogos para PC	12,6%
Console de videogame	19,3%

Fonte: CNC

Pela ordem, os produtos com as maiores chances de descontos efetivos e suas respectivas variações de preços nos últimos 40 dias são: *Headsets* queda de preço de -13,0%); perfume feminino (-10,4%); creme hidratante (-7,2%); protetor solar e bronzeador (-4,2%); e caixas de som *bluetooth* (-3,4%). Por outro lado, dado o reajuste recente de preços, as chances de descontos efetivos em consoles de videogames e jogos eletrônicos são reduzidas.