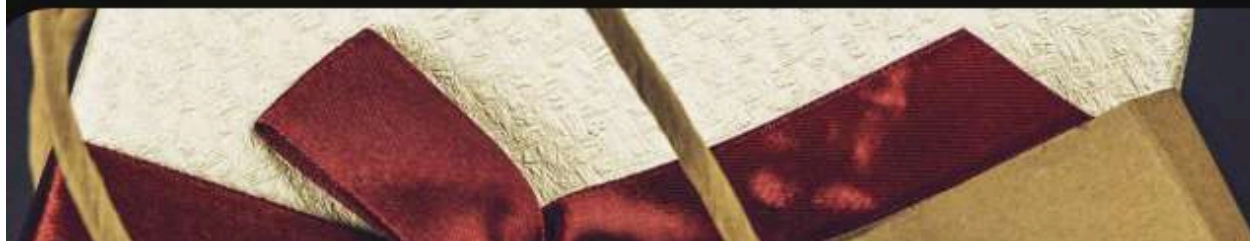


Expectativa de Vendas Black Friday

Pesquisa e Inteligência | Fecomércio MG



A Black Friday é reconhecidamente uma das ações anuais de vendas mais expressivas nos Estados Unidos, onde lojas físicas e virtuais propagam promoções com descontos agressivos, com maior foco em produtos de tecnologia. No Brasil, a data ficou famosa a partir de 2010, não tendo necessariamente um foco em um segmento de produtos específicos.

As ações da data movimentam milhões no mercado on-line, mas têm ganhado espaço no comércio tradicional, tornando-se uma oportunidade para o empresário conquistar clientes e aumentar as vendas no período.

O Núcleo de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de conhecer a adesão das empresas varejistas às ações da Black Friday em Minas Gerais.

94,9% das empresas conhecem a Black Friday

Nesse ano, 39,2% das empresas que conhecem a data irão adotar ações no período para atrair o consumidor na expectativa de aumentar o volume de vendas. Das ações adotadas, os descontos e promoções, sendo a alma da Black Friday, serão aplicados por grande parte desses estabelecimentos na data.

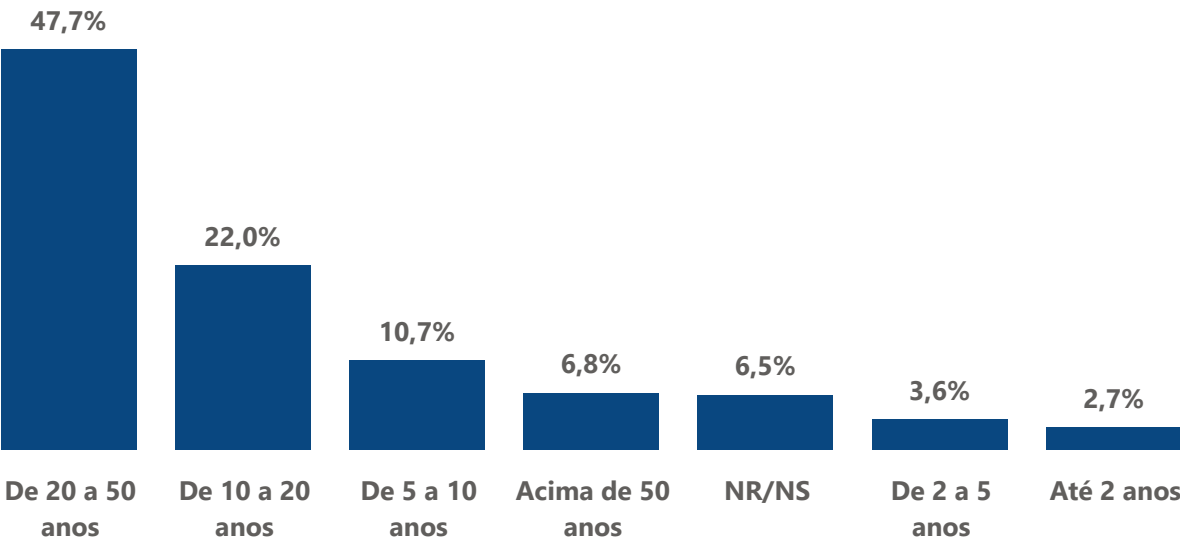
Os descontos serão de até 50,0% do valor dos produtos para, aproximadamente, 48,4% dessas empresas. A expectativa de mais da metade (58,1%) dessas empresas é de que haja aumento de até 40,0% no volume de vendas.

Perfil das empresas

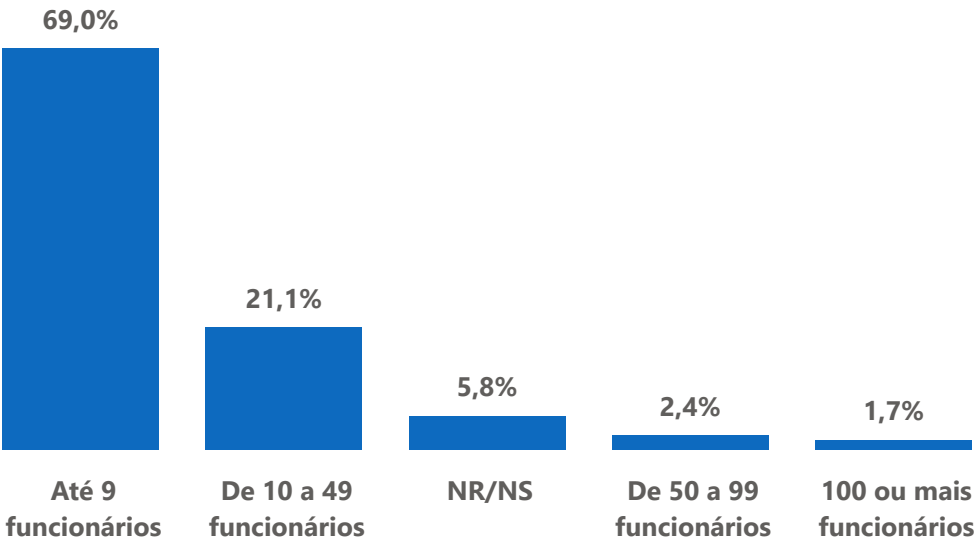
2025



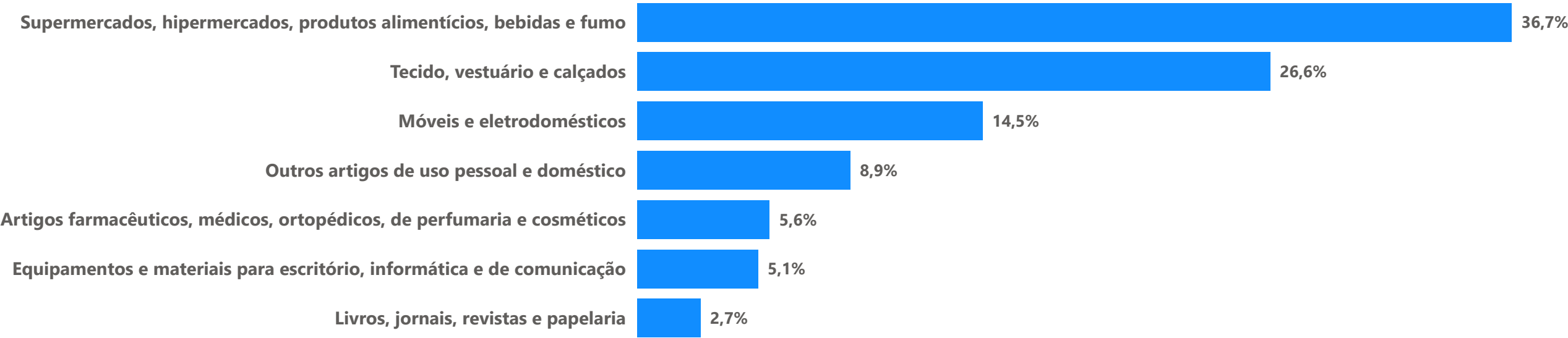
Tempo de atuação da empresa



Número de funcionários



Segmento

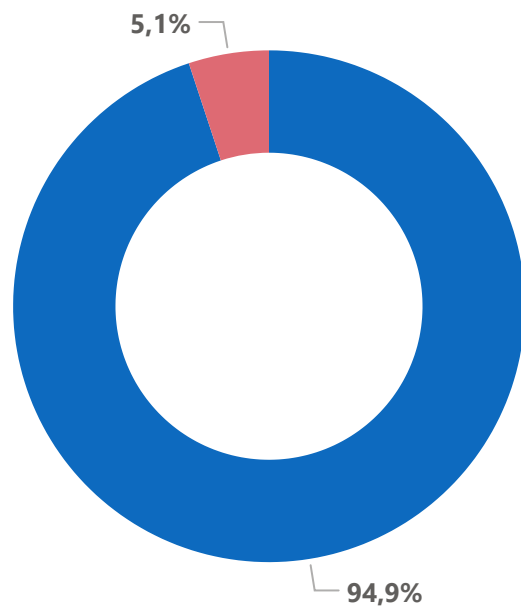


Ações Black Friday ano anterior

2025

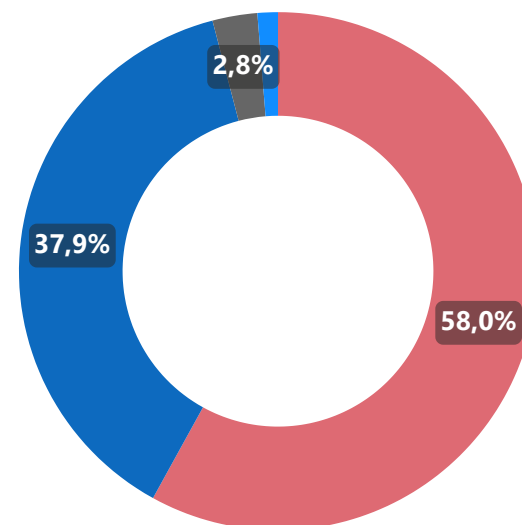


Conhece a Black Friday?



● Sim
● Não

Realizou ações da Black Friday no ano passado?



● Não
● Sim
● NR/NS
● Não possuía loja

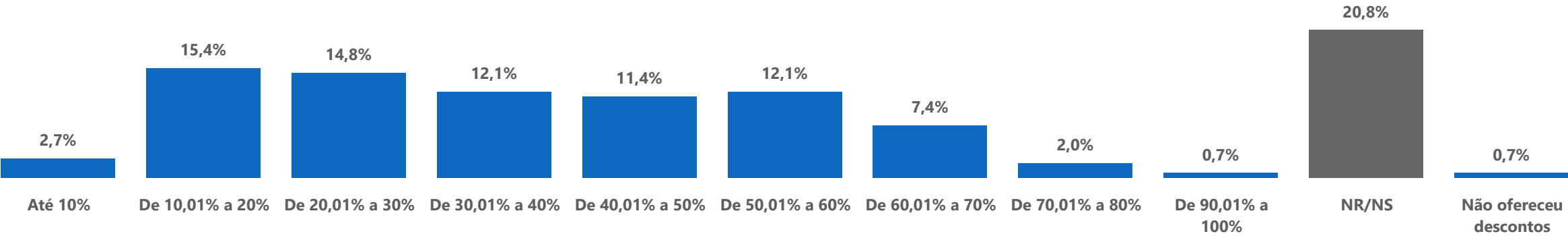
94,9% das empresas do comércio varejista conhecem a data comemorativa da Black Friday. Dessas empresas, 37,9% realizaram ações referentes à data, no ano passado.

Ações Black Friday ano anterior

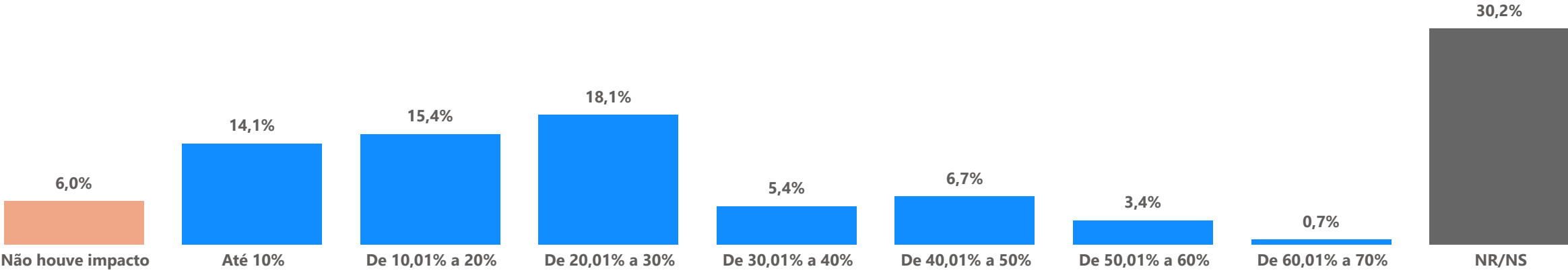
2025



Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período

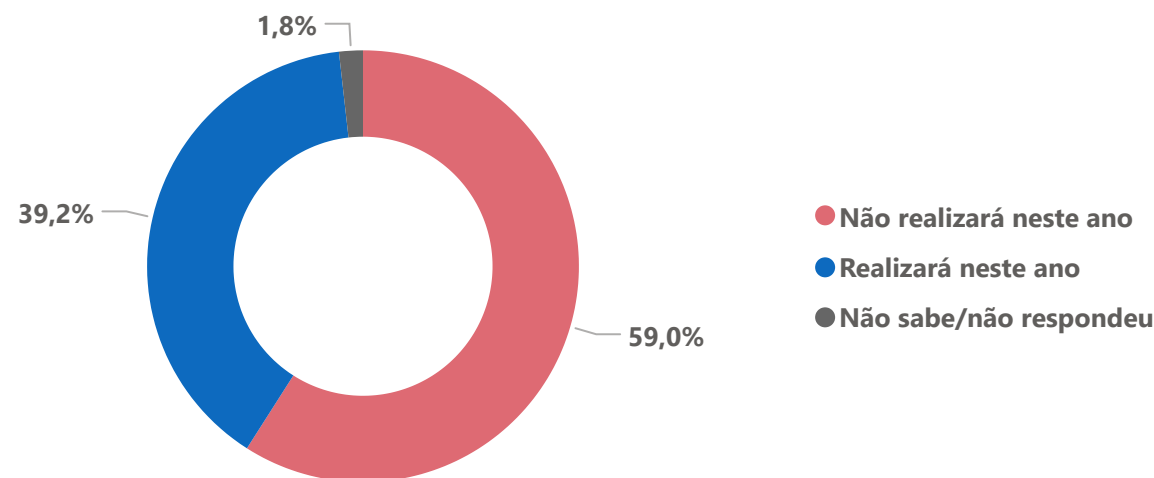


Entre as empresas que realizaram ações no ano passado, 22,2% ofertaram descontos acima de 50,0%.

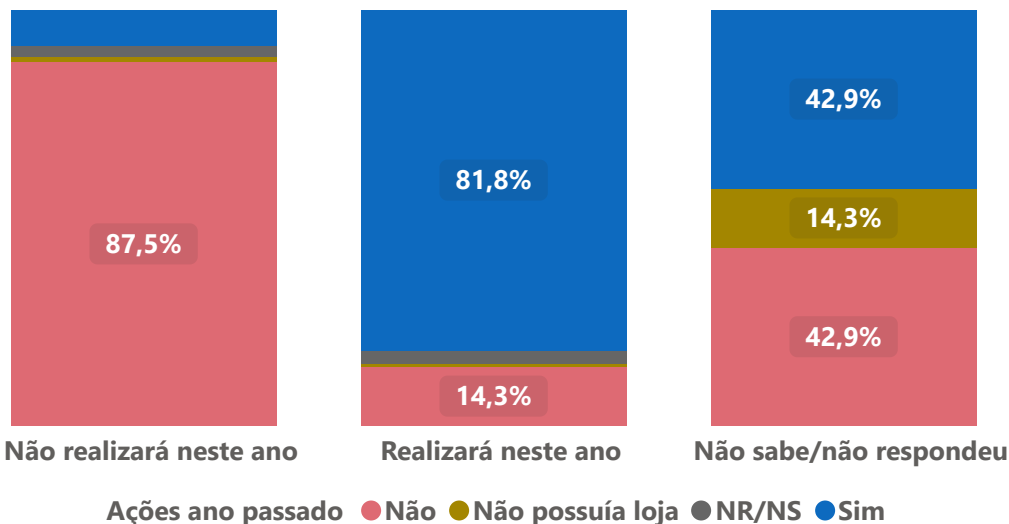
O impacto percebido no volume de vendas foi o aumento de até 40,0% para 59,7% das empresas que empregaram ações em 2024.

Expectativa Black Friday para este ano

Realizará a Black Friday em seu estabelecimento este ano?

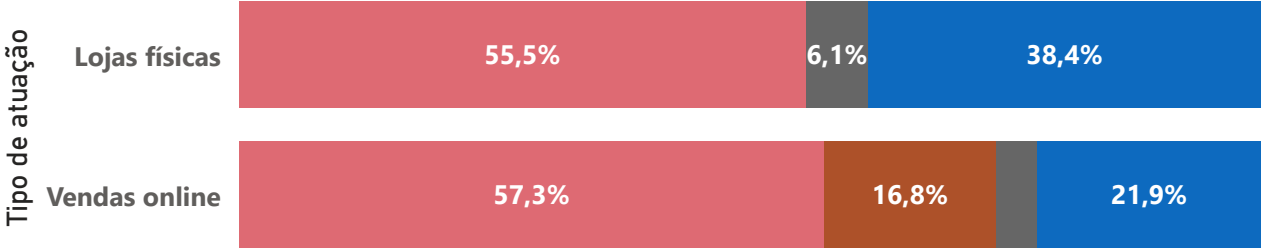


Realização Black Friday ano atual e ano anterior



Realizará a Black Friday este ano?

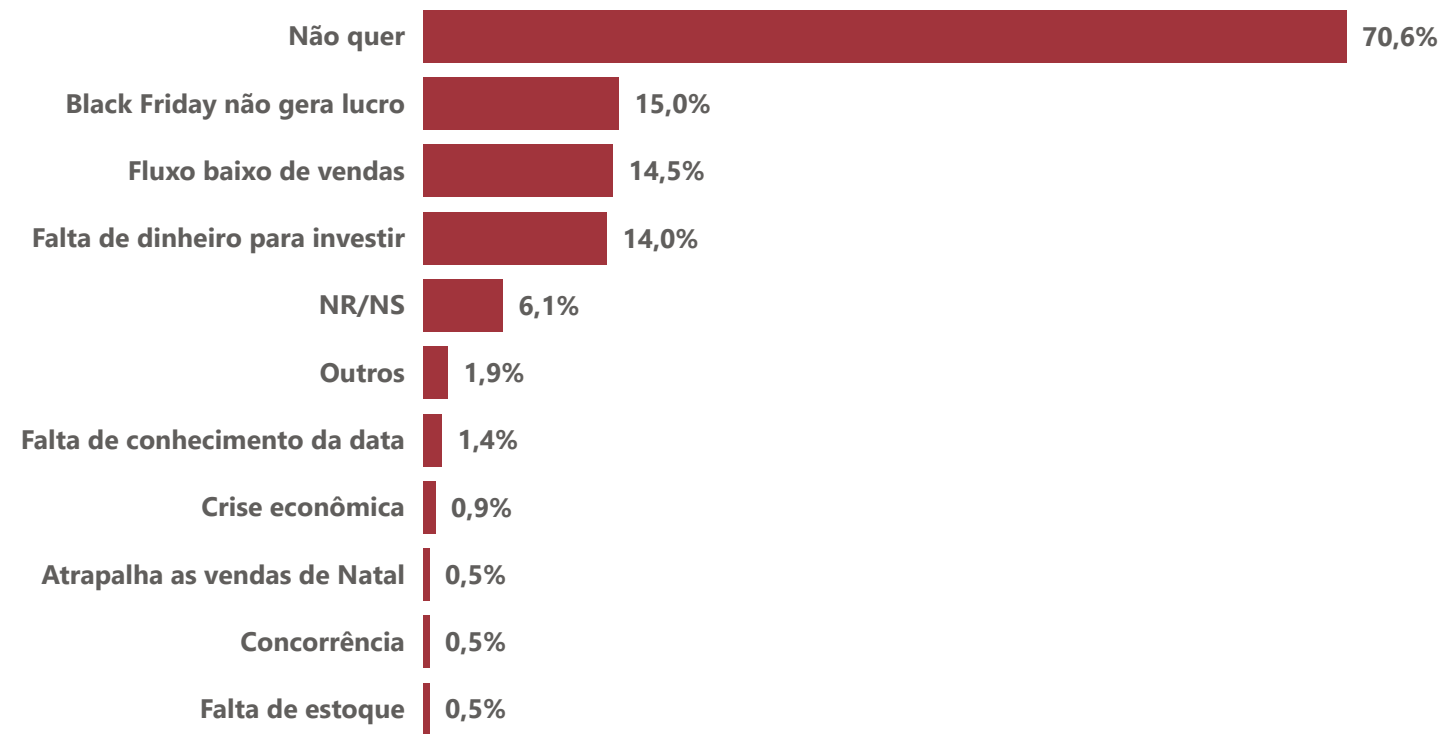
● Não ● Não atua ● NR/NS ● Sim



Dos estabelecimentos que conhecem a Black Friday, 39,2% irão praticar ofertas da data neste ano.

Das empresas que realizarão ações esse ano, 81,8% também realizaram em 2024. As ações ocorrerão em 38,4% das lojas físicas, enquanto 21,9% disseram que irão funcionar em lojas on-line.

Por que não irá realizar?



% empresas (total não soma 100%)

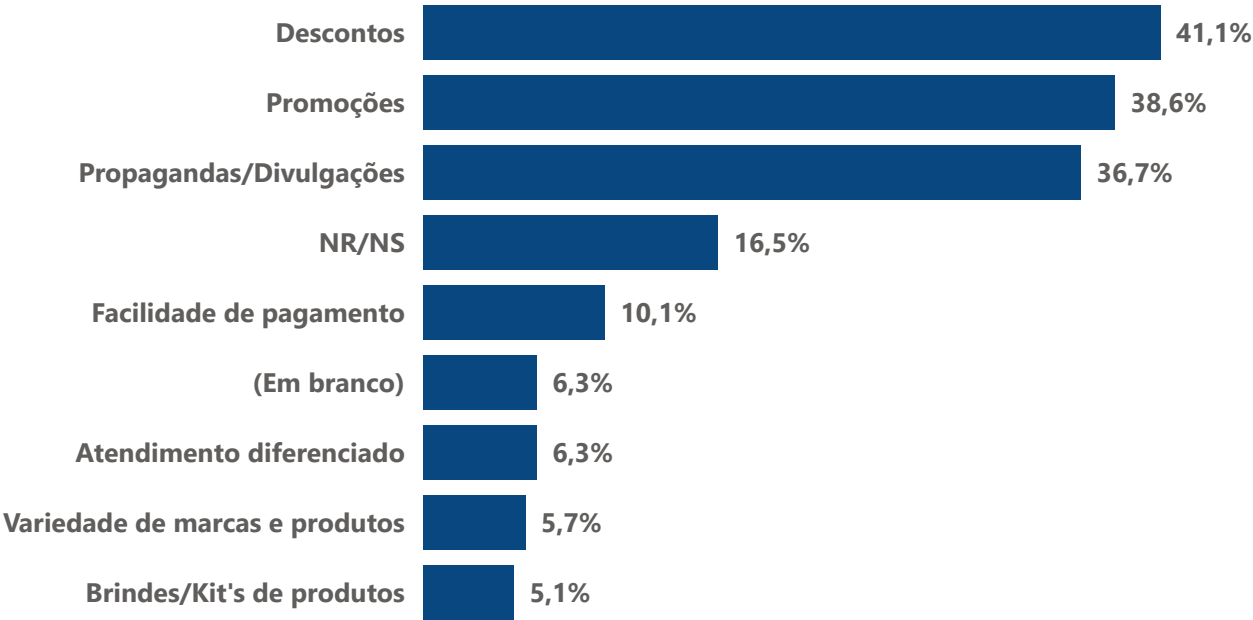
Para aqueles que não adotarão ações para o período, os motivos mais frequentes foram não querer, a data não gerar lucro e fluxo baixo de vendas.

Expectativa Black Friday para este ano

2025



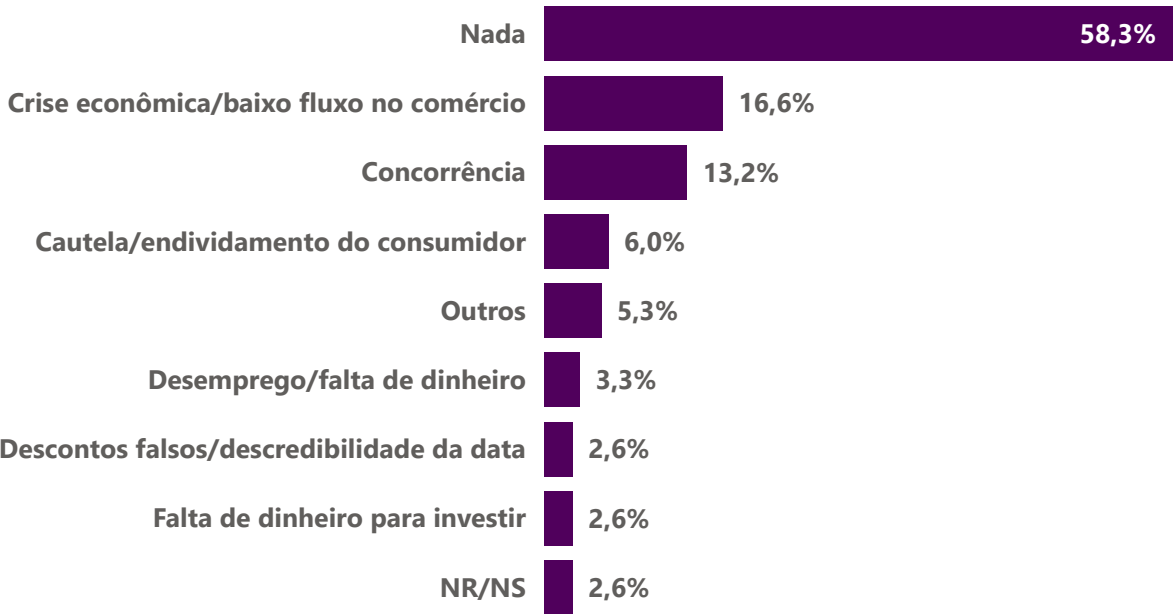
Quais ações realizará na data?



% empresas (total não soma 100%)

Os descontos, sendo a principal proposta da Black Friday, foram apontados por 41,1% das empresas como uma ação a ser aplicada no período. Também aparecem com percentuais elevados promoções e propagandas/divulgações.

O que poderá atrapalhar as vendas no período?



% empresas (total não soma 100%)

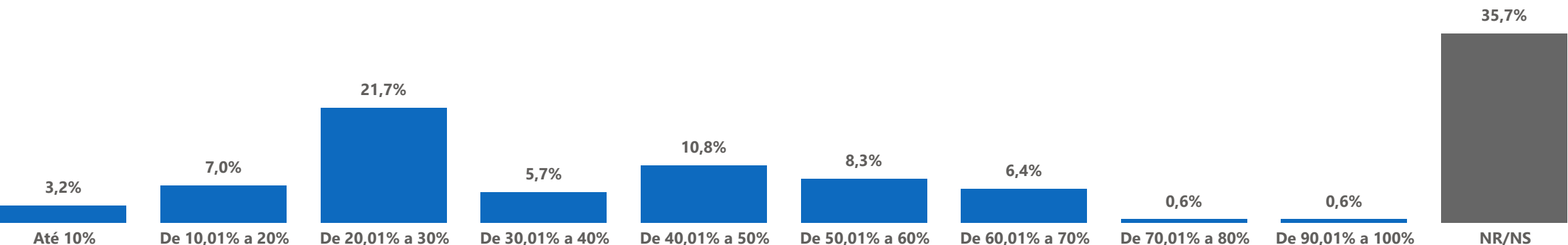
Uma grande parte (58,3%) dos empresários acredita que nada poderá atrapalhar as vendas nos seus estabelecimentos no período de ofertas. Contudo, 16,6% apontaram para crise econômica/baixo fluxo de vendas e 13,2% disseram que a concorrência é o que pode atrapalhar suas vendas na Black Friday.

Expectativa Black Friday para este ano

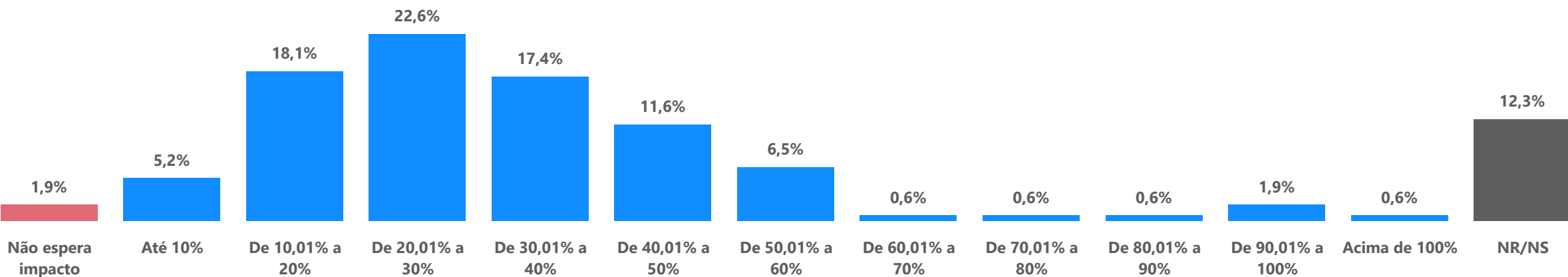
2025



Desconto máximo oferecido nas ações da data



Impacto das ações da data no volume de vendas do período



Descontos superiores a 50,0% serão estratégia de mais de 15,0% dos estabelecimentos que participarão da data. No entanto, 35,7% ainda não definiram os descontos a serem praticados no período.

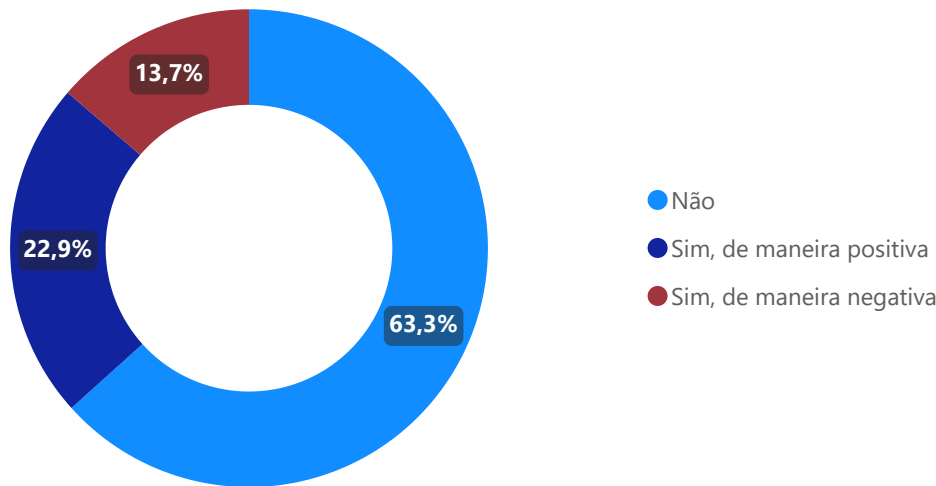
Já o aumento do volume de vendas em até 40,0% é esperado por muitos desses estabelecimentos (63,3%), enquanto o aumento acima de 50% é esperado por 10,8% dessas empresas.

Expectativa Black Friday para este ano

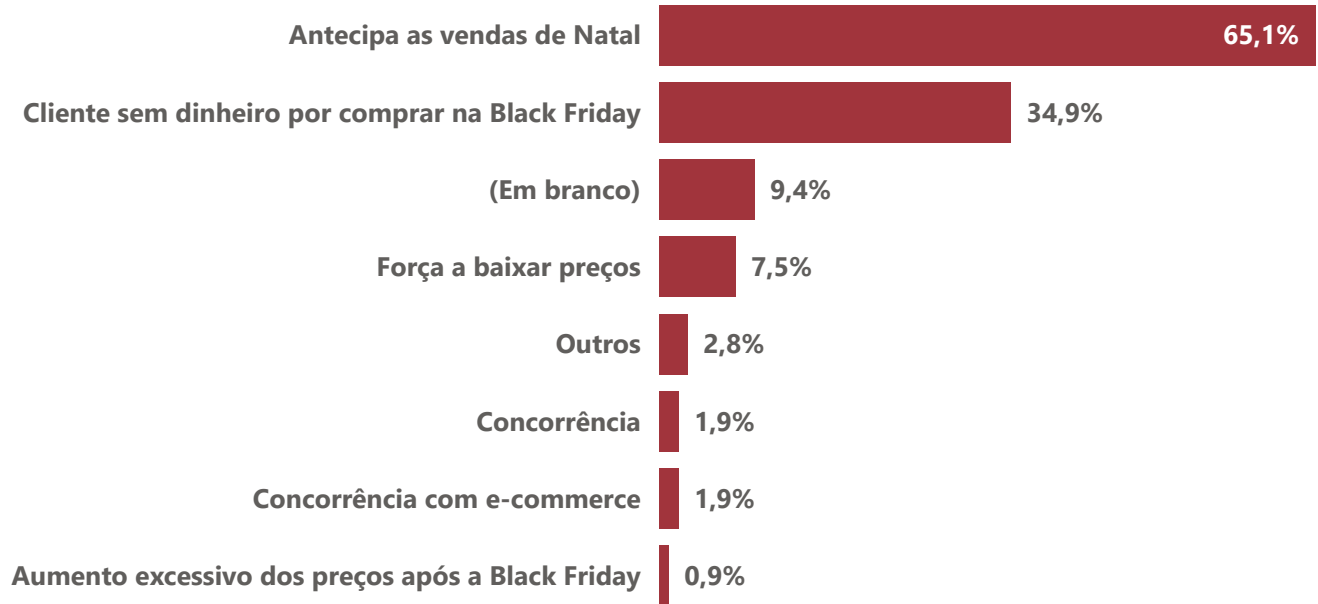
2025



Você acredita que a Black Friday interfere nas vendas de Natal?



Por qual motivo acredita que a data impacta negativamente as vendas de Natal?



% empresas (total não soma 100%)

Na opinião da maioria dos empresários do comércio varejista (63,3%), o período de ofertas da Black Friday não interfere no Natal. Ainda, 22,9% disseram que notam interferência positiva. Contudo, uma parcela de 13,7% dizem que há um impacto negativo sobre as vendas de Natal.

Essa percepção negativa é atribuída principalmente à antecipação das vendas de Natal e também ao cliente estar sem dinheiro por ter comprado na Black Friday.

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 15 a 24 de outubro de 2025. Foram avaliadas 413 empresas, sendo pelo menos 39 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Supervisor Pesquisa e Inteligência: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Pedro Henrique Mendes Costa e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Isabelly Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

**Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais**

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br