



Elaborado por: André Spalenza,
Gercione Dionizio e Eduarda Gripp.

BLACK FRIDAY DE NOVEMBRO DEVE MOVIMENTAR R\$ 8,12 BILHÕES NO VAREJO CAPIXABA

PROJEÇÃO APONTA ALTA DE 0,33% NAS VENDAS DO VAREJO E DE 8,4% NOS SERVIÇOS, ENQUANTO O IPCA DA GRANDE VITÓRIA SOBE 1,08% EM OUTUBRO

O QUE ACONTECEU?

Para novembro de 2026, o varejo capixaba deve alcançar R\$ 8,12 bilhões, alta de 0,33%, enquanto os serviços podem crescer 8,4%, para R\$ 6,41 bilhões. Em outubro, o IPCA subiu 1,08%, indicando maior cautela dos consumidores na Black Friday.

COMO ISSO AFETA A ECONOMIA CAPIXABA?

A alta de 8,4% nos serviços e de 0,33% no varejo pode favorecer empresas, transportes e atividades voltadas às famílias. Porém, o IPCA de 1,08% e o INPC de 1,01% podem reduzir o ritmo das compras.

QUAIS OS RISCOS E AS OPORTUNIDADES?

Os riscos são a inflação e a queda de 5,77% prevista para a receita total do comércio. As oportunidades incluem o avanço de 8,4% nos serviços, além do crescimento do varejo, do e-commerce e da logística.

EXPECTATIVAS DE MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA

Comércio Geral
R\$ 29,26 bilhões
(queda de 5,77% ante 2025)

Comércio Varejista
R\$ 8,12 bilhões
(alta de 0,33%)

Serviços
R\$ 6,41 bilhões
(crescimento de 8,4%)

Serviços às Famílias
R\$ 816,5 milhões
(avanço de 3,9%)

Transportes
R\$ 2,33 bilhões
(crescimento de 2,0%)

PREÇOS EM OUTUBRO

IPCA: **1,08%** | INPC: **1,01%**
(na Grande Vitória)

VAREJO NA BLACK FRIDAY

Em 2026, assim como nos anos anteriores, novembro, marcado pela Black Friday, deverá permanecer entre os principais períodos do ano para o varejo capixaba. Contudo, os varejistas poderão se deparar com consumidores mais cautelosos do que no ano passado, em razão de possíveis mudanças estruturais no mercado de trabalho e no setor produtivo, especialmente no contexto das eleições nacionais.

Para este ano, estima-se que a receita bruta do comércio capixaba em novembro alcance R\$ 29,26 bilhões, o que representaria uma redução de 5,77% em relação à receita registrada em 2025. Diante de consumidores mais cautelosos, em um cenário de incertezas relacionadas ao mercado de trabalho, à atividade econômica e às eleições nacionais, os empresários do comércio terão papel decisivo no estímulo às vendas. Preços competitivos, condições de pagamento atrativas e

ações promocionais bem planejadas serão fundamentais para atrair consumidores e impulsionar o consumo.

Apesar da redução projetada na receita bruta do comércio capixaba, o segmento varejista, quando analisado isoladamente, deverá registrar crescimento na receita. A expectativa é que a receita bruta de vendas do varejo capixaba chegue a aproximadamente R\$ 8,12 bilhões, representando um crescimento de 0,33% quando comparado a novembro de 2025, quando a receita chegou a R\$ 8,09 bilhões.

Esse resultado indica que, apesar da desaceleração no crescimento das vendas em novembro, o mês e a Black Friday mantêm sua relevância estratégica para os varejistas, devido à sua significativa contribuição para as vendas anuais.

SERVIÇOS NA BLACK FRIDAY

A receita bruta do setor de serviços no Espírito Santo deve alcançar R\$ 6,41 bilhões em novembro de 2026, alta de 8,4% em relação ao mesmo mês de 2025. O resultado mantém a trajetória de crescimento observada nos últimos anos, quando a receita passou de R\$ 5,17 bilhões, em novembro de 2024, para R\$ 5,91 bilhões em 2025, ampliando as oportunidades de negócios no setor.

Entre os segmentos analisados, os serviços prestados às famílias devem registrar crescimento de 3,9%, com receita de R\$ 816,5 milhões, enquanto os serviços de transporte devem avançar 2,0%, alcançando R\$ 2,33 bilhões. A Black Friday e a expansão do e-commerce podem favorecer as atividades de transporte, logística, armazenagem e entregas, diante da necessidade de movi-

mentar e distribuir mercadorias. Já os serviços prestados às famílias podem se beneficiar do aumento da procura por atividades de consumo e lazer no período de fim de ano.

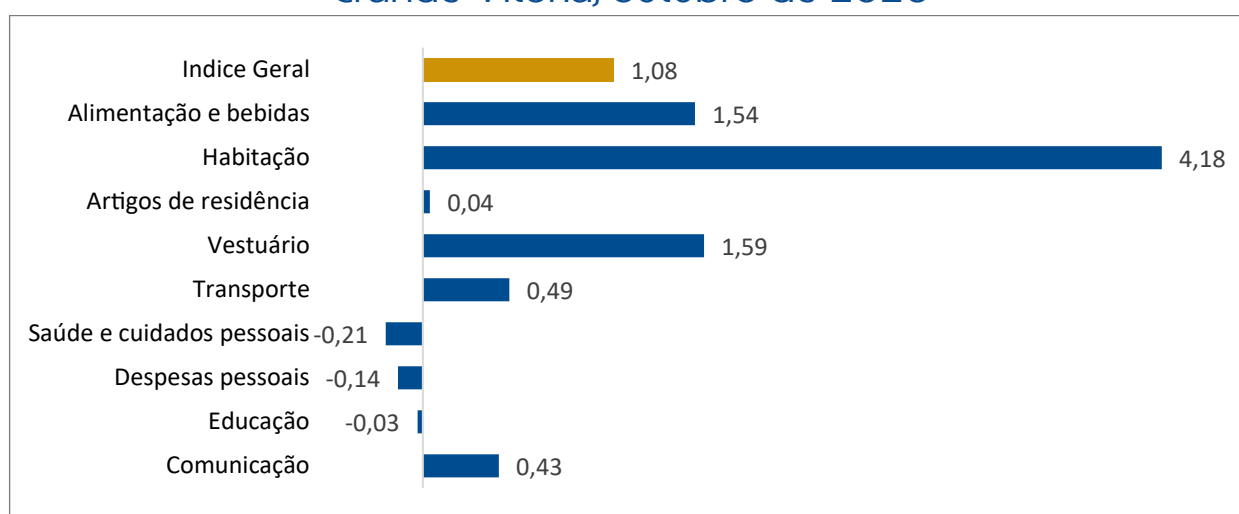
Para as empresas, esse cenário abre espaço para ampliar receitas e conquistar clientes, mas exige planejamento para lidar com a demanda sazonal. No transporte, será importante dimensionar equipes, veículos e capacidade de entrega. Nos serviços prestados às famílias, a atenção à qualidade do atendimento e à organização da operação pode ajudar a aproveitar o movimento. Em ambos os segmentos, controlar custos e administrar o capital de giro será fundamental para converter o aumento da demanda em resultados financeiros positivos.

VAREJO NA BLACK FRIDAY

Em outubro de 2026, o IPCA da Grande Vitória registrou alta mensal de 1,08%, enquanto o INPC avançou 1,01%. Os resultados indicam pressão sobre os preços às vésperas da Black Friday, o que pode deixar os consumidores mais cautelosos e seletivos nas com-

pras. Nesse cenário, as promoções podem ganhar importância para estimular a demanda, mas os consumidores tendem a avaliar com maior atenção os preços e as condições de pagamento.

Índice de preços - IPCA, variação mensal por grupos, Grande Vitória, outubro de 2026

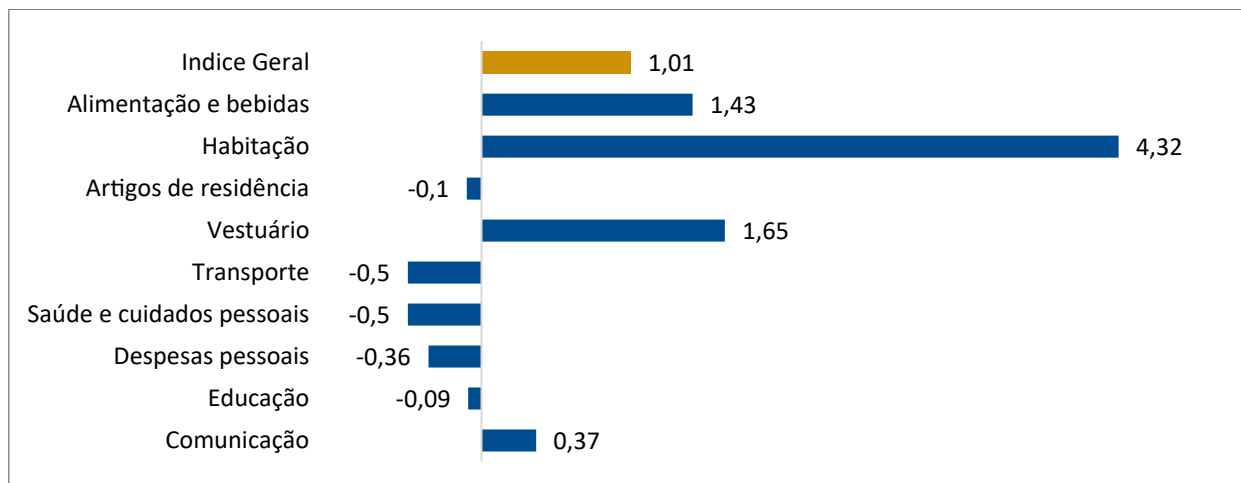


Fonte: IBGE. Elaborado: Equipe Connect/Fecomércio

O IPCA da Grande Vitória registrou alta de 1,08% em outubro de 2026, indicando pressão sobre os preços às vésperas da Black Friday. O grupo Habitação liderou os aumentos, com 4,18%, seguido por Vestuário (1,59%) e Alimentação e bebidas (1,54%). A elevação dos custos de moradia e alimentação pode reduzir a renda disponível para compras não essenciais, tornando os consumidores mais seletivos. Nesse cenário, o comércio precisará oferecer preços competitivos e promoções atrativas para estimular as vendas.

O INPC avançou 1,01% em outubro de 2026, refletindo o aumento do custo de vida das famílias, especialmente relevante para os consumidores de menor renda. Habitação apresentou a maior alta, de 4,32%, seguida por Vestuário (1,65%) e Alimentação e bebidas (1,43%). Como essas despesas comprometem parte importante do orçamento familiar, a demanda por produtos da Black Friday pode depender ainda mais de descontos efetivos e condições de pagamento acessíveis. Para os varejistas, será importante alinhar as ofertas à capacidade de compra dos consumidores.

Índice de preços - INPC, variação mensal por grupos, Grande Vitória, outubro de 2026



Fonte: IBGE. Elaborado: Equipe Connect/Fecomércio

O IPCA (1,08%) e o INPC (1,01%) apresentaram altas próximas, com o IPCA registrando avanço 0,07 ponto percentual superior. Habitação foi o principal fator de pressão nos dois indicadores, enquanto Alimentação e bebidas também contribuíram para o aumento do custo de vida. Os resultados sugerem um consumidor mais atento ao orçamento na Black Friday, reforçando a importância de preços competitivos, transparência nas promoções e condições de pagamento adequadas. Para o comércio, o desafio será transformar o interesse pelas ofertas em vendas sem comprometer as margens de lucro.

Em outubro de 2026, o IPCA da Grande Vitória registrou alta mensal de 1,08% e acumulou 4,91% em 12 meses, acima dos resultados nacionais, de 0,82% e 4,58%, respectivamen-

te. Esse cenário indica maior pressão inflacionária na região, o que pode limitar o orçamento disponível para as compras de novembro e tornar os consumidores mais atentos aos preços, descontos e condições de pagamento.

Entre os produtos selecionados para a Black Friday, computadores pessoais apresentaram a maior alta acumulada na Grande Vitória, de 21,74% em 12 meses, além de avanço mensal de 2,03%. Televisores, aparelhos de som e informática também acumularam alta de 14%, enquanto televisores registraram aumento de 9,06%. Esses movimentos podem estimular consumidores a antecipar compras diante da expectativa de promoções, mas também podem levar parte das famílias a adiar a aquisição ou buscar modelos mais baratos.



Variação de itens selecionados para Black Friday, Grande Vitória, outubro de 2026

	Grande Vitória		Brasil	
	Variação mensal (%)	Variação acumulada em 12 meses (%)	Variação mensal (%)	Variação acumulada em 12 meses (%)
Índice geral	1,08	4,91	0,82	4,58
Móvel para sala	1,79	6,64	0,32	-0,15
Móvel para quarto	-2,79	-1,87	-0,09	3,75
Móvel para copa e cozinha	-0,59	2,58	-0,18	3,47
Utensílios e enfeites	1,23	2,23	-0,26	-1,16
Ar-condicionado	0,17	-1,11	1,81	-2,5
Máquina de lavar roupa	1,34	-2,05	-0,43	-0,46
Fogão	0,37	-3,32	0,46	-2,56
Tv, som e informática	1	14	1,19	8,89
Televisor	0,28	9,06	2,43	8,01
Computador pessoal	2,03	21,74	-0,51	10,58
Roupa masculina	1,73	2,27	0,48	1,39
Roupa feminina	1,6	-1,05	1,16	1,59
Roupa infantil	2,3	5	0,53	1,81
Produtos farmacêuticos	-0,51	3,5	0,02	4,04
Higiene pessoal	-1,4	5,87	-0,38	6,77
‘Serviços de streaming	1,2	2,02	1,2	2,02

Fonte: IBGE. Elaborado: Equipe Connect/Fecomércio

No segmento de vestuário, os preços subiram em outubro, com destaque para roupas infantis (2,3%), masculinas (1,73%) e femininas (1,6%). Entretanto, as variações acumuladas foram distintas: roupas infantis tiveram alta de 5%, masculinas de 2,27% e femininas registraram queda de 1,05%. A combinação de aumentos mensais com diferentes trajetórias anuais pode favorecer a procura por ofertas específicas, especialmente em categorias nas quais os consumidores encontram maior possibilidade de economia.

Entre os itens para o lar, móveis para sala tiveram alta mensal de 1,79% e acumulada de 6,64%. Já móveis para quarto recuaram 2,79% no mês e 1,87% em 12 meses, enquanto máquinas de lavar roupa caíram 2,05% no acumulado anual. Essas diferenças podem direcionar a demanda para produtos com preços mais competitivos, reforçando a importância de promoções efetivas para estimular a venda de bens duráveis.

Na comparação com o Brasil, a Grande Vitória apresentou aumentos mensais superiores em computadores pessoais, móveis para sala, utensílios e enfeites e máquinas de lavar roupa. No país, por outro lado, o ar-condicionado subiu 1,81% no mês, contra 0,17% na região. Esse comportamento mostra que as pressões de preços variam entre mercados e categorias, influenciando as oportunidades comerciais de cada segmento.

Para novembro, a inflação tende a reforçar a seletividade do consumidor. Embora a Black Friday possa estimular a compra de eletrônicos, vestuário e artigos para o lar, o resultado dependerá da percepção de economia real. Para os empresários do comércio, será importante planejar estoques, oferecer descontos transparentes e avaliar condições de pagamento, buscando atrair clientes sem comprometer as margens de lucro.

A portrait of a middle-aged man with short, graying hair, smiling slightly. He is wearing a dark suit jacket, a light blue dress shirt, and a patterned tie. The portrait is set against a light gray background and is framed by large, stylized white quotation marks on a dark gray background.

“A expectativa é de boas vendas, impulsionadas pelas promoções e pelas parcerias com fornecedores, apesar da retração observada no mercado.”

“A expectativa para a Black Friday deste ano é positiva, especialmente considerando que o movimento do ano passado superou o do período anterior. Esperamos um bom desempenho das vendas, impulsionado pela oferta de promoções e pelas parcerias com fornecedores, que contribuem para viabilizar condições comerciais mais atrativas. Essas ações já começaram a ser realizadas, embora o mercado esteja mais retraído neste momento, com as vendas de outubro abaixo do ritmo normalmente esperado para o período.

Em relação aos canais de venda, as ações de Black Friday são realizadas tanto nas lojas físicas quanto no ambiente digital. Na nossa experiência, a procura é equilibrada entre os dois canais, sem uma diferença significativa de demanda entre eles. Dessa forma, a expectativa é de que as promoções contribuam para impulsionar as vendas e favorecer o desempenho do comércio durante a campanha.”

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Interino Sesc-ES: Richardson Schmittel | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Marcus Magalhães | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Mateus Haddad | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br