Perrengues da Black Friday: dados ameaçam vendas do varejo

Estima-se faturamento de 13 Bi, entre os dias 26 e 29

Site lento, *checkout* instável, divergências de estoque e promoções cadastradas incorretamente podem comprometer o desempenho do e-commerce durante a Black Friday. Neste ano, os riscos podem ganhar uma nova dimensão: com a inteligência artificial (IA) transformando a pesquisa e a escolha de produtos, os varejistas precisam preparar não apenas suas plataformas para o pico de acessos, mas também os dados e sistemas que sustentam a jornada de compra.

A dimensão da oportunidade reforça a importância dessa preparação. O comércio eletrônico brasileiro projeta movimentar R$ 13,3 bilhões entre 26 e 29 próximos, com crescimento de 20,7% em relação ao mesmo período de 2025. Quem faz as contas é a Confi Neotrust em parceria com o E-Commerce Brasil. A estimativa é de 69,4 milhões de produtos vendidos nos quatro dias, com alta de 15,4% na comparação anual.

Segundo análises feitas pela Quality Digital – empresa especializada em soluções digitais, engenharia, dados e inteligência artificial –, o desafio é conectar marketing, tecnologia e operação para evitar que falhas técnicas ou informações inconsistentes comprometam



pixelshot_CANVA

as vendas. "A Black Friday não se resume a atrair tráfego e oferecer descontos. O resultado depende da capacidade de conectar marketing, tecnologia e operação, garantindo que a experiência prometida ao consumidor seja sustentada por uma estrutura preparada para responder à demanda, corrigir falhas rapidamente e transformar oportunidades em vendas", explica Marcello Bosio, CRO da Quality Digital.

Comércio agêntico

No comércio agêntico, agentes de inteligência artificial podem interpretar necessidades, pesquisar alternativas, comparar produtos e apoiar decisões de compra. Para ser encontrada e recomendada nesse ambiente, uma marca precisa disponibilizar informações completas e atualizadas sobre catálogo, preços, estoque e condições comerciais.

Portanto, a transformação exige que os varejistas avancem além da adoção de assistentes virtuais. Segundo Bosio, a preparação envolve a organização dos dados e a integração entre sistemas, permitindo que as ferramentas de IA compreendam as ofertas e apresentem informações consistentes aos consumidores. "Não basta incorporar inteligência artificial à operação. É preciso preparar os dados, integrar os sistemas e garantir que as informações sobre produtos, preços e estoque sejam consistentes e estejam atualizadas. Só assim a tecnologia consegue compreender o contexto do negócio, apoiar decisões mais assertivas e entregar valor real, tanto para a operação quanto para a experiência do consumidor", declara o executivo da Quality.

Um catálogo incompleto ou divergência entre preço anunciado e estoque disponível pode prejudicar tanto a recomendação quanto a conclusão da compra. Na prática, a qualidade dos dados passa a influenciar diretamente a competitividade do varejista.

Preparação começa antes

A Black Friday também expõe fragilidades operacionais que passariam despercebidas em períodos de menor demanda. Por isso, a preparação envolve testar a capacidade das plataformas, validar regras promocionais, revisar os fluxos de checkout e monitorar indicadores como conversão, abandono de carrinho e retorno sobre o investimento em mídia.

De acordo com a análise da Quality Digital, a Black Friday e o avanço do comércio agêntico fazem parte de uma mesma transformação, no qual o varejo precisa ser encontrado pelos consumidores, oferecer informações confiáveis e sustentar toda a jornada até a conclusão da compra. "Nesse novo mercado orientado por dados e inteligência artificial, atrair tráfego e oferecer descontos já não basta. É preciso transformar intenção em venda com eficiência operacional", finaliza Marcello Bosio.

Metade dos consumidores vai apelar ao parcelamento

Pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em parceria com a Offerwise, mostra que 51% dos consumidores das capitais brasileiras pretendem comprar na Black Friday deste ano. Entre aqueles que planejam participar, 57% ainda estão pagando compras parceladas, enquanto 22% acumulam três ou mais compromissos desse tipo. O levantamento também aponta que metade dos consumidores pretende recorrer ao parcelamento nas novas aquisições.

O cenário merece atenção quando observado em conjunto com os indicadores de endividamento no país. De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), divulgada pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), 81,6% das famílias brasileiras tinham algum tipo de dívida em outubro último. Embora o endividamento não signifique necessariamente inadimplência, o dado reforça a importância de acompanhar o comprometimento da renda e evitar o acúmulo de parcelas que possam comprometer o orçamento dos próximos meses.

Para Carlos Barbosa, diretor de Negócios do Sicoob Cooperemb (uma das maiores cooperativas de crédito do Vale do Paraíba e do Estado de São Paulo), a educação financeira tem papel importante justamente nesses momentos de maior estímulo ao consumo. "A Black Friday pode representar uma boa oportunidade para adquirir produtos necessários por preços mais atrativos, mas é importante que o consumidor não tome decisões apenas pela sensação de desconto. Antes de comprar, vale avaliar se aquele item realmente faz falta, pesquisar os preços e verificar como a despesa vai se encaixar no orçamento. Uma compra vantajosa é aquela que atende a uma necessidade sem comprometer a tranquilidade financeira no futuro", destaca.

Preço x parcela

Também é importante observar o valor total de uma aquisição, e não apenas o tamanho das parcelas. Mesmo prestações aparentemente pequenas podem representar um peso significativo quando somadas a outros compromissos mensais. Por isso, antes de utilizar o cartão de crédito ou contratar qualquer modalidade de parcelamento, o consumidor deve verificar se terá condições de arcar com os pagamentos até o fim do contrato.

Outra medida é pesquisar os preços com antecedência para identificar se os descontos oferecidos representam uma economia real. Comparar diferentes estabelecimentos, conferir as condições de pagamento e considerar eventuais custos adicionais, como frete, também fazem parte de uma decisão financeira consciente.

Só 18% dos brasileiros têm seguro de vida: o que falta é informação

André Iziquiel (*)

Apenas 18% dos brasileiros adultos têm seguro de vida, segundo a quarta edição da pesquisa FenaPrevi/Datafolha, apresentada em 16 de setembro de 2026. O estudo ouviu 1.908 pessoas e mostra um descompasso: 70% temem a morte de um familiar, mas só 22% adotaram alguma medida de proteção. Além disso, apenas 12% sabem o significado de "prêmio". Os outros 88% confundem o termo técnico com outros conceitos.

Nos Estados Unidos, o Insurance Barometer 2025, da LIMRA e da Life Happens, registra 51% dos adultos com algum seguro de vida. As metodologias são distintas, mas a comparação dimensiona o espaço de crescimento no Brasil.

Em mais de duas décadas no setor, acompanhei o seguro de vida deixar de ser apresentado apenas como indenização em caso de morte para ganhar espaço no planejamento financeiro e patrimonial das famílias. Por muito tempo, o setor se comunicou em "segurês", com termos como prêmio, sinistro e subscrição, uma linguagem que afastava mais do que aproximava o cliente.

A pergunta também mudou. Deixou de ser "quanto custa" e passou a ser "qual papel essa proteção cumpre no meu planejamento": proteção de renda, manutenção do padrão de vida, educação dos filhos e liquidez para a sucessão. Na minha experiência, o brasileiro contrata seguro de automóvel movido pelo receio de roubo, mas esse apelo emocional não funciona para o seguro de vida. A decisão acontece quando o cliente entende o produto de forma racional, dentro de um planejamento.

Na sucessão, o seguro cobre os custos de transmissão do patrimônio. Um caso recorrente é o empresário com bens concentrados em imóveis e participação societária que falece sem liquidez para o inventário. Em São Paulo, o ITCMD tem alíquota de 4%, e a tabela de honorários da OAB-SP indica de 6% a 10% do patrimônio, sem contar custas e emolumentos. Sem planejamento, a família pode ser obrigada a vender bens às pressas e com desconto.

Pela Lei 15.040/2024, o capital segurado pago por morte não é considerado herança e não passa pelo inventário. O titular indica livremente os beneficiários, e a legislação do Imposto de Renda isenta o valor recebido. Entre sócios, o seguro também garante os recursos para comprar as cotas do sócio falecido e pagar à família o valor da participação, estrutura que precisa estar amarrada no acordo de sócios.

Nos Estados Unidos, gestão de riscos e planejamento de seguros é um dos oito domínios da certificação CFP. O principal aprendizado desse modelo é tratar a proteção como parte estruturada do planejamento financeiro, e não como um produto à parte. No Brasil, o que ainda trava esse avanço é, em grande parte, informação.

A cobertura deve ser construída sob medida, a partir de uma avaliação financeira e patrimonial completa, com atenção à solidez da seguradora e ao histórico de pagamento de indenizações. Olhando adiante, espero uma subscrição apoiada em dados e inteligência artificial, sempre com consentimento do titular e respeito à LGPD, e produtos com serviços usados durante a vigência. Afinal, ninguém cancela aquilo que usa.

O seguro de vida deixou de ser uma conversa sobre morte para se tornar uma conversa sobre planejamento, proteção e continuidade.

(*) André de Brito Iziquiel é Head of Sales & Business Development, com mais de duas décadas de atuação no mercado brasileiro de seguros de vida, operações comerciais e transformação digital.

MUNDO ESG

nelson.tucci@netjen.com.br

Cemig/R$ 5 Bi

Com a chegada do período chuvoso em Minas Gerais e a preocupação crescente com a ocorrência de eventos climáticos severos, a Cemig investe R$ 5,3 bilhões em obras de melhoria e expansão da rede elétrica até o fim deste ano. Os recursos contemplam a entrega prevista de 50 subestações, a construção de milhares de quilômetros de redes trifásicas e o fortalecimento da infraestrutura elétrica nos 774 municípios atendidos pela companhia no Estado. As intervenções buscam ampliar a capacidade do sistema, melhorar a qualidade do fornecimento e aumentar a resiliência da rede diante de tempestades, ventos fortes e descargas atmosféricas. Além dos recursos destinados às obras de melhoria e expansão, a Cemig está investindo cerca de R$ 500 milhões em serviços de manutenção preventiva, totalizando R$ 5,8 bilhões em investimentos na infraestrutura elétrica.

Parceria Copel-Senai

A operação de uma usina hidrelétrica depende de decisões que precisam considerar diferentes variáveis, como volume de chuvas, vazão dos rios e níveis dos reservatórios. Na Copel, décadas de registros dessas informações representam uma fonte importante de conhecimento sobre o comportamento dos recursos hídricos. Transformar esse histórico em inteligência para apoiar decisões operacionais foi o desafio que levou a companhia a desenvolver protótipos para uso de soluções de Inteligência Artificial (IA) em parceria com o Instituto Senai de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), por meio do Hub de IA do Senai Paraná.

Parceria - II

A iniciativa busca utilizar técnicas de aprendizado de máquina para aprimorar os modelos de previsão hidrológica empregados pela empresa. "Nossa expectativa era aproveitar essa base de informações com o advento da Inteligência Artificial, utilizando técnicas de aprendizado de máquina para aprimorar os modelos de previsão hidrológica. Com previsões mais precisas, desenvolvidas por meio dessas tecnologias, podemos contar com cenários de análise baseados no comportamento histórico, que contribuam para a resiliência da operação nas usinas", explica Mônica Irion Almeida, gerente da área de Gestão de Recursos Naturais da Copel Geração e Transmissão.

Cinematografia

As inscrições para o "Prêmio ABC 2027" estão abertas. Os profissionais interessados em concorrer podem cadastrar seus trabalhos até o dia 8 de janeiro de 2027, exclusivamente pelo site da entidade. A entrega dos prêmios será realizada no dia 08 de maio, no encerramento da Semana ABC, na Cinemateca Brasileira, em São Paulo. Realizado pela Associação Brasileira de Cinematografia (ABC), a premiação contempla 16 categorias, que reconhecem trabalhos de direção de fotografia, direção de arte, figurino, caracterização, montagem e som em produções de ficção, documentários, séries de televisão, curtas-metragens e filmes estudantis. Após o encerramento das inscrições, os trabalhos passarão por uma curadoria realizada por comissões indicadas pela organização do prêmio. As inscrições devem ser feita no link: abcine.org.br

Startups/Vitrine

Já pensou em ver, num só lugar, Deloitte, Nestlé e *startups* de todo o Brasil discutindo o futuro dos negócios com IA? É o que vai acontecer no CASE 26, dias 26 e 27 próximos, no Auditório da FEA-USP, em São Paulo. Na quinta, 26, terá a masterclass "AI Tokenomics", da Deloitte, sobre o custo real da IA nas empresas, a palestra "Hackers também usam IA: como proteger seu negócio do MVP ao IPO" e uma apresentação da Nestlé sobre como uma grande empresa escolhe quais startups testar. Na sexta, 27, os painéis reúnem startups e jornalistas de negócios e tecnologia, com cases como Food to Save, Musique, Idea Maker, Treeal e Teros.

Logística/R$ 60 Mi

A VLI – companhia de soluções logísticas que opera ferrovias, portos e terminais – concluiu, em outubro, a ampliação de sua oficina em Cariacica (ES), marcando mais uma etapa fundamental para atuar como Agente Transportador Ferroviário de Cargas (ATF-C), por meio da infraestrutura da Estrada de Ferro Vitória a Minas (EFVM). Com um investimento de R$ 60 milhões, a modernização vai permitir que o local receba locomotivas para reparos preventivos e corretivos leves, expandindo a eficiência operacional do trecho que conecta o Espírito Santo a Minas Gerais. Com a ampliação, além das manutenções e reparos, a unidade terá infraestrutura para fabricar peças e componentes para vagões, permitindo a realização de uma média de 300 atendimentos por ano. A expansão gerou 60 novos postos de trabalho operacionais e de apoio na unidade, somando-se ao quadro anterior de cerca de 180 profissionais.

Autos recuam 11,4%

Os emplacamentos de automóveis recuaram 11,4% na primeira quinzena de novembro, contra igual período de 2025. Foram 93.679 unidades, o que representa queda de 12,5% sobre a primeira quinzena do mês anterior (outubro). Já no acumulado do ano, o setor chega a 2.498.140 unidades, com índice de +15,8% acima do mesmo período de 2025 (2.156.563). Explicação é que a antecipação de compras por locadoras e órgãos governamentais atingiu seu ápice em maio e junho. A migração continuada de compradores de carros seminovos para chineses zero-km segue como vetor estrutural ativo, e a eletrificação atingiu novo patamar recorde na quinzena (26,9% do mercado). Fonte é a especializada Bright Consulting.

Cosméticos/AL

A exportação de cosméticos para a América Latina está mais simples. O governo publicou na terça-feira, 17, decreto que internaliza no Brasil o acordo da Associação Latino-Americana de Integração (Aladi) que elimina obstáculos técnicos ao comércio desses produtos, sem mexer nas tarifas. Com a publicação, o Brasil se tornou o primeiro signatário a concluir os procedimentos internos para implementação do acordo, firmado em fevereiro de 2026. O documento reúne Brasil, Argentina, Bolívia, Chile, Equador, Paraguai, Peru e Uruguai. O México participou das negociações, mas ainda não aderiu. O mercado regional é estimado em mais de US$ 55 bilhões (ABr).