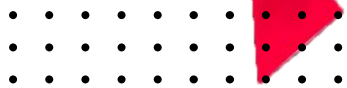


EDIÇÃO  
**2021**

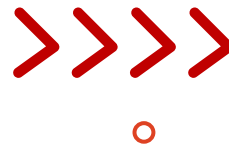
**BOLETIM DE MERCADO**

**BLACK FRIDAY**



# BOLETIM DA BLACK FRIDAY

EDIÇÃO I 2021



## DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

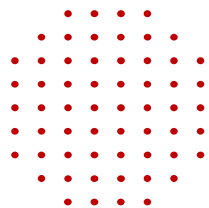
- Sebastião de Oliveira Campos – Presidente do Conselho Deliberativo.
- Rubens da Costa Magno Junior – Diretor Superintendente.
- Fabrício Augusto Guaglianone de Souza – Diretor Técnico.
- Cássia Alessandra da Costa Rodrigues – Diretora Administrativa e Financeira.

## UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA E MERCADO SEBRAE/PA

- Clemilton Jansen Holanda – Gerente.
- Roberto Bellucci – Gerente Adjunto.
- Aduino Lobo de Oliveira – Analista.
- Rosana Barreiros Viana – Analista.
- Solano de Vasconcelos Lisboa Filho – Analista.
- Mara Cristiane Barroso Juarez Peres – Analista.

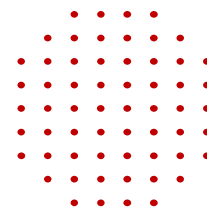
## RESPONSABILIDADE TÉCNICA

GMR INTELIGÊNCIA DE MERCADO LTDA EPP.



# SUMÁRIO

Sumário	3
Metodologia	4
O evento Black Friday	5
Os números da Black Friday 2020	7
Vendas por categoria	9
Pequenos negócios do Pará	11
Perfil do consumidor Black Friday	12
Volume de compras da Black Friday por região	13
Comportamento do Consumidor	14
Expectativas da Black Friday 2021	16
Intenção de compras na Black Friday 2021	17
Meios de pagamento para Black Friday 2021	20
Categorias pretendidas na Black Friday 2021	21
Principais razões de compra	22
Estratégia de vendas na Black Friday 2021	23
Dicas de vendas para Black Friday	24
Considerações Finais	28
Referências Bibliográficas	29



# METODOLOGIA



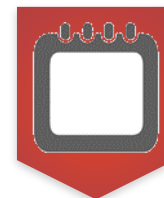
## COMO

O presente estudo foi realizado por meio de levantamento e análises de dados secundários do mercado. Em formato de boletim com os principais indicadores do mercado brasileiro e paraense que poderão trazer efeitos sobre o **Black Friday**, no estado do Pará.



## ONDE

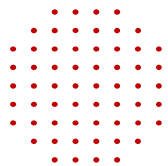
Informações do mercado nacional.



## QUANDO

Outubro de 2021.





# EVENTO - BLACK FRIDAY



**BLACK  
FRIDAY**



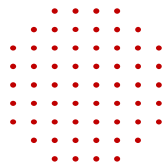
A Black Friday é uma grande data do varejo americano que inaugura a temporada de compras natalinas no mês de novembro, com descontos significativos em produtos de grande desejo. A data é celebrada um dia depois do Dia de Ação de Graças.

O varejo brasileiro importou este modelo há 11 anos, na última sexta-feira do mês de novembro, e, embora, num primeiro momento, tenha sido exclusivamente digital, alcançou resultados extraordinários, expandindo para lojas físicas e vem crescendo ano após ano.

Hoje a Black Friday é uma das datas de maior relevância para o varejo nacional, ficando apenas atrás do Natal.

.....





# EVENTO - BLACK FRIDAY



# BLACK FRIDAY



Especialistas esperam um crescimento nas vendas para edição deste ano da Black Friday, já que, boa parte das micro e pequenas empresas se adaptaram as mídias digitais e começaram a utilizar o e-commerce efetivamente para realizar suas vendas durante a pandemia.

Outro destaque é que as lojas físicas vão poder funcionar em horário normal, utilizando todas as estratégias de venda no PDV, pois as medidas restritivas já foram suspensas e a população voltou a circular normalmente.

Nas edições anteriores da Black Friday, foram usadas estratégias para ampliar o período de vendas, como: Esquenta Black Friday e Cyber Monday.

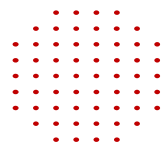
## ESQUENTA BLACK FRIDAY

O esquenta BF é promovido pelos varejistas uma semana antes da data para testar e estimular as vendas de alguns produtos. Algumas lojas já fazem o mês inteiro.

## CYBER MONDAY

A segunda cibernética, acontece na segunda-feira após a BF. No início teve um apelo maior para produtos eletrônicos e hoje em dia atua em diversas categorias.





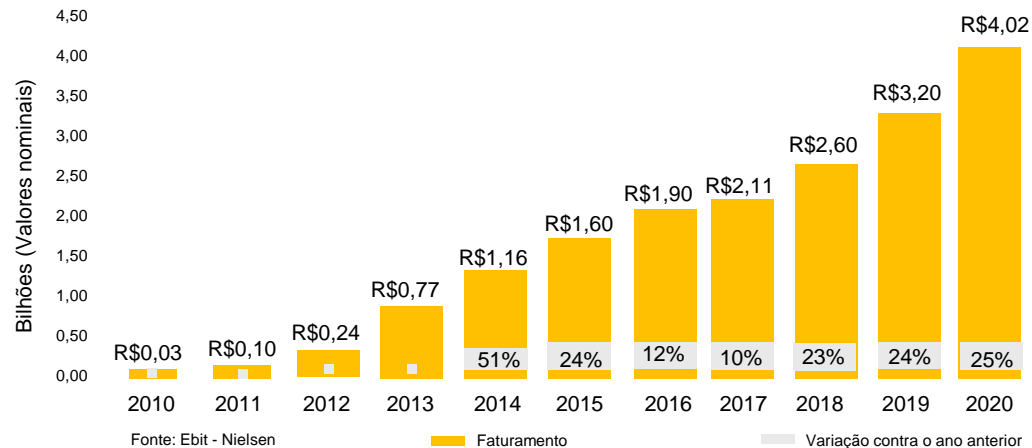
# NÚMEROS DA BLACK FRIDAY 2020



O varejo digital aproveitou-se das restrições de circulação e da redução do horário de funcionamento das lojas físicas em função da pandemia e lançou mão das mesmas estratégias utilizadas em datas comemorativas anteriores. O resultado nas vendas da Black Friday não poderia ser diferente, com sucesso garantido.

O consumo online foi bastante estimulado e as vendas da Black Friday 2020 foram as melhores da série histórica desde de 2014 - comprovando que os hábitos e a frequência das compras digitais vieram pra ficar.

EVOLUÇÃO DO FATURAMENTO DA BLACK FRIDAY NO BRASIL  
5ª e 6ª FEIRA



**Apenas o dia da Black Friday contabilizou  
R\$ 3,86 bilhões\* de faturamento total.**

# NÚMEROS DA BLACK FRIDAY 2020\*



Total de Faturamento  
26/11 a 30/11



Quantidade de Pedidos  
26/11 a 30/11



Ticket Médio 26/11 a 30/11



Fonte: Pesquisa Black Friday e Cyber Monday Neotrust,  
Compre&Confie e Clearsale

\* Dados das vendas em lojas online período 26/11 a 30/11/2020





# VENDAS POR CATEGORIA



No Brasil, as categorias que mais se destacaram no volumes de pedidos no período de 26 a 30 de novembro de 2020, foram: moda e acessório, beleza e saúde e artigos para casa. Já, em relação a participação no faturamento, a categoria de eletrodomésticos foi a que mais faturou – R\$ 1,47 bilhão, seguido de telefonia, informática e câmeras.

## PEDIDOS TOP 3 CATEGORIAS








## VENDAS TOP 3 CATEGORIAS



# ● VENDAS POR CATEGORIAS



A categoria de maior volume de vendas foi moda e acessórios. Entretanto, a categoria que apresentou o maior valor de ticket médio foi eletrodomésticos e ventilação de acordo com a pesquisa Neotrust.

TOP 5 CATEGORIAS		
	TOTAL DE PEDIDOS	TICKET MÉDIO
	<b>Moda e Acessórios</b> R\$ 1,01 mi 13,0%	R\$ 212,92
	<b>Beleza, Perfumaria e Saúde</b> R\$ 931,62 mil 12,0%	R\$ 205,08
	<b>Artigos para casa</b> R\$ 913,29 mil 12,0%	R\$ 271,66
	<b>Entretenimento</b> R\$ 835,43 mil 11,0%	R\$ 594,59
	<b>Eletrodomésticos e Ventilação</b> R\$ 707,04 mil 9,0%	R\$ 1.405,20 +

Fonte: Pesquisa Black Friday e Cyber Monday Neotrust, Compre&Confie e Clearsale  
\* Dados das vendas em lojas online período 26/11 - 00h00 a 27/11/2020 - 23:59



# PEQUENOS NEGÓCIOS DO PARÁ



Empresas no estado do Pará, segmentadas por porte e pelas principais categorias impactadas pela Black Friday e Cyber Monday

CATEGORIAS	TOTAL MEI	TOTAL EPP+ME	TOTAL MPE
Bebidas	8.300	1.892	10.192
Beleza	23.852	2.383	26.235
Brinquedos	157	75	232
Casa e Construção	9.904	3.035	12.039
Eletrodomésticos	926	498	1.424
Eletrônicos	10.168	3.203	13.371
Esporte e Lazer	6.447	3.036	9.483
Moda e Acessório	47.357	10.131	57.468
Viagens	9.783	3.323	13.106
Total	116.894	27.576	143.550



# PERFIL DO CONSUMIDOR DA BLACK FRIDAY . . . . . ONLINE

## GÊNERO



**43%**



**57%**

Perfil extraído do relatório consolidado Black Friday e Cyber Monday – compras online realizado pela Neotrust, Compre&Confie e Clearsale  
Período: 26/11 a 30/11/2020

## FAIXA ETÁRIA



Até 25 anos

De 26 a 35 anos

De 36 a 50 anos

51 anos +

A idade média do comprador do evento em 2020, foi de 37 anos.

## TICKET MÉDIO DA COMPRA POR GÊNERO



**R\$ 796,26**



**R\$ 563,63**



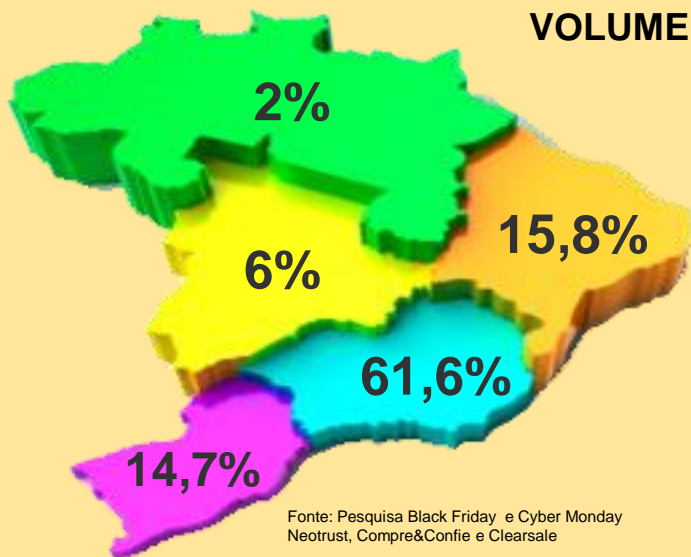
Embora as mulheres sejam a maioria dos compradores, os homens possuem um ticket mais alto – 30% maior.

# VOLUME DE COMPRAS DA BLACK FRIDAY POR REGIÃO

O volume de compras e distribuição seguem nos infográficos abaixo

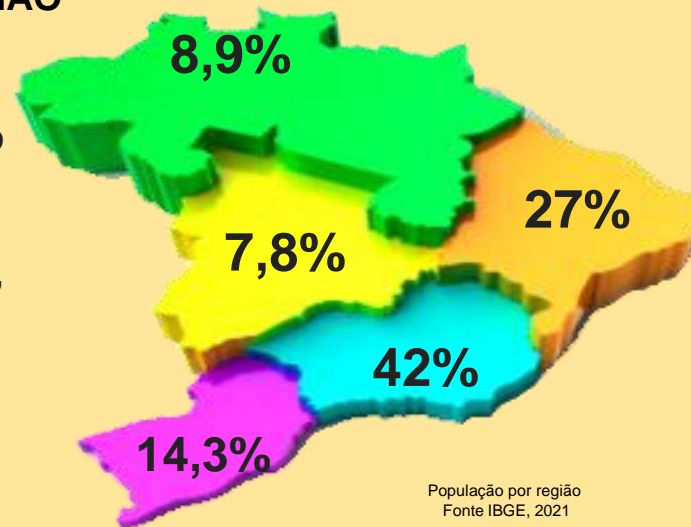


## VOLUME DE COMPRAS POR REGIÃO



Fonte: Pesquisa Black Friday e Cyber Monday Neotrust, Compre&Confie e Clearsale

A região Norte é a região com menor volume de compras, em função da densidade da população, poder aquisitivo e baixo comportamento digital.



População por região  
Fonte IBGE, 2021

## TOP 3 ESTADOS COM MAIOR VOLUME DE COMPRAS



1 SP - 2,62 MI

2 MG - 842,65 MIL

3 RJ - 815,83 MIL

Fonte: Pesquisa Black Friday e Cyber Monday Neotrust, Compre&Confie e Clearsale



# COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Fica evidente que a pandemia da Covid-19 trouxe mudanças significativas no comportamento de compra dos consumidores brasileiros. O medo do contágio forçou boa parte da população, principalmente os mais idosos a experimentar as compras online e a experiência, por sua vez, foi bastante positiva, seja pelas vantagens competitivas do e-commerce em relação a preços e promoções das lojas físicas ou pela comodidade do canal digital. Poder comprar em qualquer horário de qualquer local, mudou completamente a visão do shopper\* acerca das plataformas digitais.

Além das mudanças expostas acima, a Black Friday pegou carona em três grandes situações:



## ASCENSÃO DIGITAL

A popularidade da internet, por meio de planos de telefonia, com pacote de dados e acesso a internet nas residências, tem possibilitado o ingresso dos consumidores das classes mais baixas nos meios digitais.

## AUMENTO NAS VENDAS DE SMARTPHONES

As novas aquisições de smartphones, tablets e notebooks pelos consumidores brasileiros é uma constância no segmento de eletrônicos.

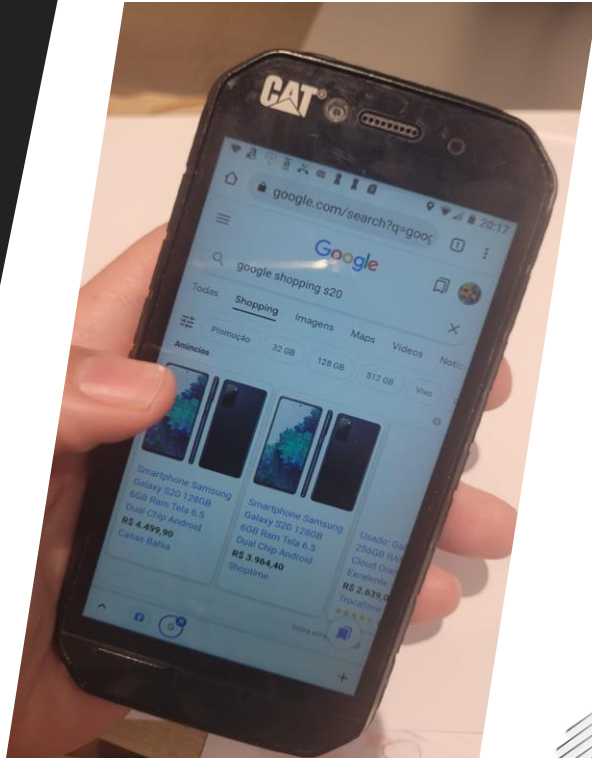
## CRESCIMENTO DO E-COMMERCE

O crescimento das vendas online acelerado pelas mudanças de comportamento na pandemia. O shopper e o varejo são omnichannel.



\*Shopper é aquele que faz a compra, diferente de consumidor.  
Consumidor é quem usa o produto ou serviço.

# COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR



Fonte: Banco de imagens GMR.

O *smart-shopper*\* está cada vez mais experiente – smart no processo de compra. Ele busca produtos e serviços em diferentes canais e plataformas, pesquisa formas de pagamento e preço em sites específicos, faz comparação entre a loja física e virtual, incluindo o frete, mas acima de tudo, busca conveniência e valor no que compra.

O mercado de comércio eletrônico também não fica atrás nesta batalha. Os especialistas em web desenvolvem aplicativos e sites de compras cada vez mais atrativos, de fácil navegação, que proporcionam um experiência de compra prática e agradável.



\**Smart Shopper* o comprador inteligente, busca mais que preço, busca valor, busca a origem dos produtos. Bastante exigente analisa todos os atributos do produto ou serviço.



# EXPECTATIVAS DA BLACK FRIDAY 2021

A expectativa do mercado para a Black Friday de 2021 é bastante otimista, visto que, mesmo com toda a crise da pandemia da Covid-19. O faturamento na véspera e no dia da Black Friday cresceu 31% no ano de 2020, em comparação a 2019 (Fonte: Conversion, 2021)

De acordo com a pesquisa realizada pela Conversion, a Black Friday deve ter um crescimento de 15% neste ano. Os três principais fatores para o aumento das vendas nesta nova edição da Black Friday, são:



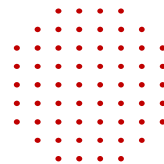
Mudança de comportamento do consumidor. Em função da pandemia, novos consumidores passaram a utilizar os meios digitais para realizar suas compras.



Expansão de lojas físicas para os canais digitais, principalmente as micro e pequenas empresas que passaram a ofertar seus produtos em diferentes plataformas digitais, se adaptando aos novos comportamentos dos consumidores.



Grandes ofertas, produtos com até 60% de desconto. As ações de precificação despertam a intenção de compra e antecipam, inclusive, as compras do Natal.



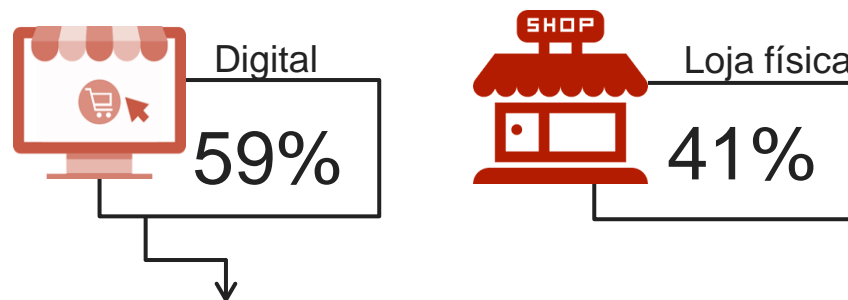


# INTENÇÃO DE COMPRA BLACK FRIDAY 2021



Uma estudo realizado pela empresa de pesquisa Offerwise, encomendada pelo Facebook, com consumidores brasileiros, mostra que a intenção de compras na Black Friday 2021 será 29% maior do que no ano passado. O estudo aponta ainda que a preferência dos consumidores será por compras feitas nos canais digitais, e-commerce e aplicativos. Entretanto, outra parcela de compradores ainda preferem as lojas físicas, em função da oportunidade de experimentar/testar os produtos antes da compra efetivamente.

## TIPO DE CANAL QUE PREFEREM COMPRAR NA BLACK FRIDAY



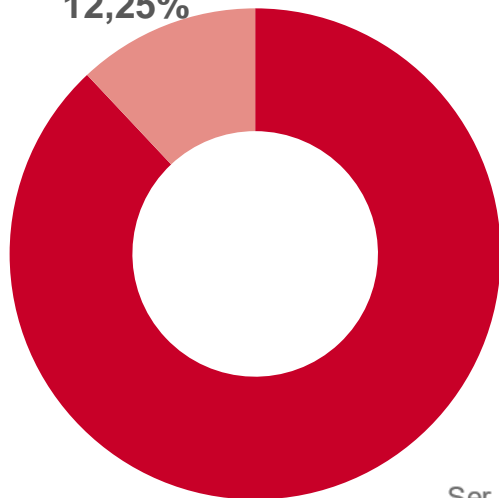
77% deles disseram que devem usar seus smartphones como principal canal de compra na Black Friday de 2021

# INTENÇÃO DE COMPRA BLACK FRIDAY 2021

PRETENDE COMPRAR ALGUM PRODUTO  
NESTA EDIÇÃO DA BLACK FRIDAY 2021?

Não pretendo

12,25%



Pretendo  
87,75%

O QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO NA HORA  
DE DECIDIR A COMPRA DA BLACK FRIDAY ?



Fonte: Pesquisa Conversion 2021

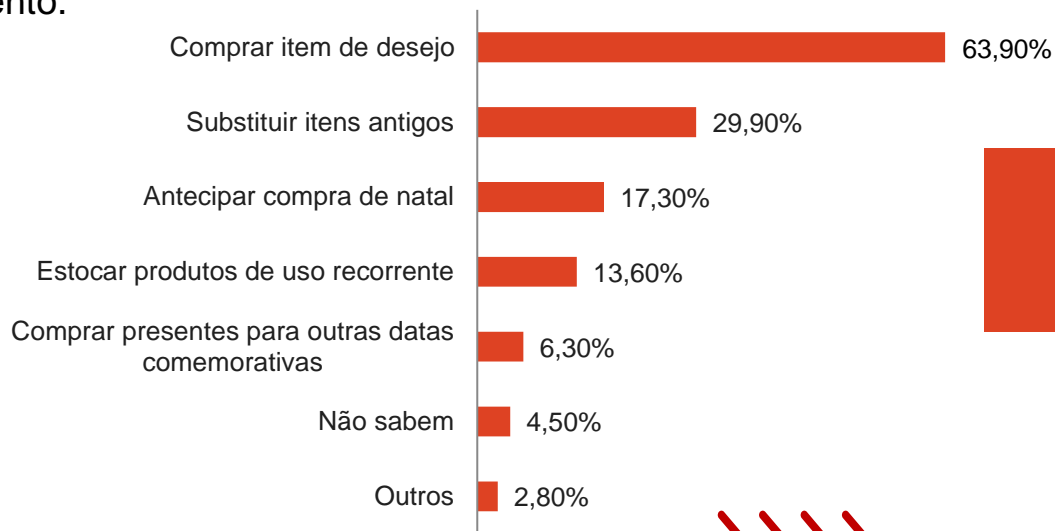
Amostra: 400 entrevistas com consumidores digitais



# INTENÇÃO DE COMPRA BLACK FRIDAY 2021

Fica evidente que os consumidores enxergam a Black Friday como uma data de oportunidade para adquirir aquele produto desejado há bastante tempo. Sendo assim, uma boa estratégia para atrair a atenção dos compradores é colocar em promoção as categorias mais desejadas no e-commerce.

De acordo com a pesquisa de intenção de compra do Méliuz, **comprar um produto de desejo** é a principal motivação dos consumidores. No infográfico abaixo, podemos analisar outras motivações de compra no evento.



Informações coletadas na pesquisa de intenção de compra para a Black Friday 2021 Méliuz.



Fonte: Meliuz, 2021.

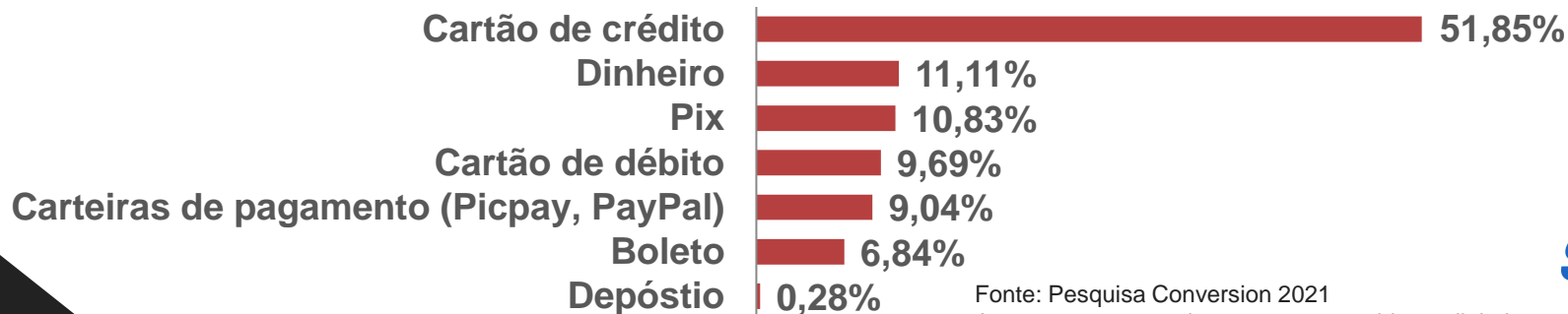
# MEIOS DE PAGAMENTO PARA BLACK FRIDAY 2021

A maioria dos entrevistados citaram o cartão de crédito como principal meio de pagamento para realizar as compras da Black Friday. Vale destacar que, embora o Pix tenha acabado de chegar no mercado, já é o terceiro meio de pagamento mais utilizado entre os entrevistados da pesquisa Conversion.

## TOP 3 MEIOS DE PAGAMENTO



## QUAIS MEIOS DE PAGAMENTO PRETENDE UTILIZAR NA BLACK FRIDAY 2021?









Fonte: Pesquisa Conversion 2021  
Amostra: 400 entrevistas com consumidores digitais

# CATEGORIAS PRETENDIDAS NA BLACK FRIDAY 2021

Ainda de acordo com a pesquisa da Conversion, realizada com 400 brasileiros conectados a internet (consumidores online), o item mais desejado pelos consumidores são os celulares, representando 66,67% das intenções de compra, eletrônicos e eletrodomésticos também compõem o topo da lista, com 60,68%, seguido da categoria de moda & acessórios, com 40,46%. Calçados (40,46%), casa & móveis (25,93%). Cosméticos (23,26%) também aparecem como categorias mais desejadas na Black Friday.

## TOP 6 CATEGORIAS

 <b>Celulares - 66,67%</b>	 <b>Calçados - 40,46%</b>
 <b>Eletrônicos - 60,68%</b>	 <b>Casa e Móveis - 25,93%</b>
 <b>Modas e Acessórios - 40,46%</b>	 <b>Cosméticos - 23,26%</b>

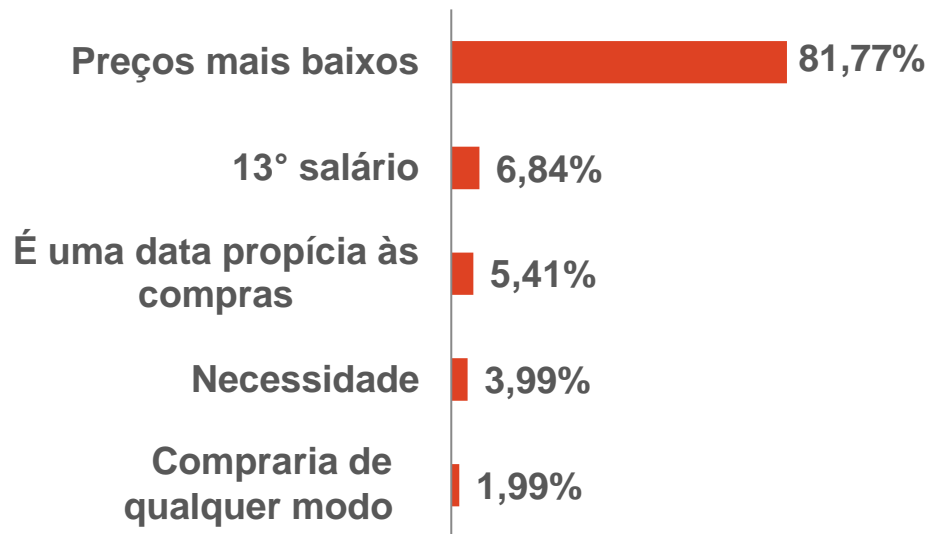


# PRINCIPAIS RAZÕES DE COMPRA



O que mais motiva comprar durante a Black Friday sem dúvida nenhuma é a taxa de desconto aplicada nos produtos, isto é, preços bem mais baixos que outras ocasiões, principalmente nas datas comemorativas. Em seguida, está a capacidade financeira do consumidor que, muitas das vezes, já recebeu a primeira parcela do 13º e a maioria das contas extras já foram pagas no início do ano, como: IPTU, IPVA, matrícula escolar, entre outros. Ser uma data propícia às compras foi o terceiro atributo mais mencionado entre os entrevistados da Conversion.

## O QUE MAIS TE MOTIVA A COMPRAR NA BLACK FRIDAY 2021?



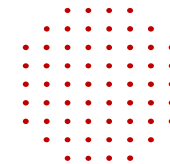


# ESTRATÉGIAS DE VENDA NA BLACK FRIDAY

Fica evidente que as vendas por meio do e-commerce ainda representam um maior volume e faturamento em comparação às vendas das lojas físicas. A flexibilidade do meio online de expandir e atender a demanda é também um enorme diferencial competitivo. O seu espaço, estoque e profissionais envolvidos, não variam proporcionalmente em relação a demanda, ao passo que as lojas físicas possuem uma limitação em sua capacidade instalada, além de terem um aumento considerável do custo à medida que as vendas aumentam.

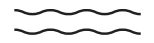
Faz-se necessário um planejamento prévio das lojas físicas, principalmente as micro e pequenas empresas, para que sua capacidade e velocidade de expansão das vendas aconteça de forma organizada e tempestiva.

A seguir, 10 dicas de como as micro e pequenas empresas podem melhorar as suas vendas na Black Friday.



**TOP 10**

# DICAS DE VENDAS - BLACK FRIDAY\*



## TOP 1

### CONQUISTE NOVOS CLIENTES

Trabalhe com o sortimento de produtos adequados as predileções do seus clientes. Encante os clientes que visitam sua loja, mostre os produtos com bastante charme e atenção. O cliente é o "maior bem" da empresa.

## TOP 2

### UTILIZE AS REDES SOCIAIS

Mantenha um contato próximo com os seus clientes. Utilize as redes sociais para manter seus clientes informados acerca das novas promoções, coleções e novidades da loja.





**TOP 10**

# DICAS DE VENDAS - BLACK FRIDAY



**TOP 3**

**TOP 4**

**ATENDIMENTO VIP**

**BLACK WEEK - ESQUENTA BLACK FRIDAY**

Atenda os clientes recorrentes de maneira personalizada, ofereça um brinde ou desconto na próxima compra, ou ao atingir um valor x em produtos. Ofereça um tratamento diferenciado, use sua base de dados e acredite na força do email marketing. Garante, assim, uma melhor experiência de compra para o seu público-alvo de forma mais dirigida, estratégica.

Amplie sua campanha. Essa dinâmica beneficia tanto o varejista como o consumidor. Este por poder acompanhar preços e oportunidades vantajosas e garantir a compra do produto que almeja e aquele por poder sentir o mercado, saber o que tem mais procura e venda efetiva. Alguns varejistas aproveitam todo o mês de novembro para realizar a campanha, além de ampliar a capacidade de venda, com as compras diluídas, o atendimento se tornar melhor e é possível corrigir algum processo caso algo não saia como esperado.



**TOP 10**

# DICAS DE VENDAS - BLACK FRIDAY



**TOP 5**

**TOP 6**

## PLANEJE SUA CAMPANHA

Crie uma identidade visual única e, em seguida, escolha os canais de venda, bem como os produtos que serão divulgados em cada ambiente. Lembre-se que o consumidor é omnichannel. Estabelecer diferentes pontos de contato, seja ele digital ou físico é a possibilidade de alcançar mais pessoas, seja por meio de site, de redes sociais, e-mail, anúncios pagos e influenciadores.

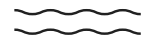
## INVISTA NAS PLATAFORMAS ONLINE

Realizar parcerias com marketplaces e utilizar mídias pagas, como: Instagram Ads, Facebook Ads, e Google Ads será possível atrair consumidores altamente qualificados. Outra ação interessante é criar uma página (landing page) dedicada às ofertas da Black Friday, e a partir dali comece a captar leads interessados nestas ofertas. Ofereça um atendimento online e abuse de todas as ferramentas.



**TOP 10**

# DICAS DE VENDAS - BLACK FRIDAY



**TOP 7**

**TOP 8**

## PREPARE O TIME DE ATENDIMENTO

Deixar as equipes de atendimento e venda bem preparadas faz total diferença. Reforce o cuidado do atendimento, pois o volume de dúvidas, reclamações e trocas aumentam consideravelmente. É importante ressaltar que agilidade e eficácia no atendimento são indispensáveis. No dia do Black Friday, uma dúvida ou reclamação de uma compra pode atrapalhar uma sequência de vendas futuras, principalmente para as pequenas e médias empresas que possuem um quadro de funcionário mais enxuto.

## PREZE PELA SEGURANÇA

Muitas pessoas ainda deixam de comprar em e-commerce por não se sentirem seguras com as plataformas digitais. Por isso, otimize o site e o checkout para que seu visitante se sinta confortável em realizar a compra. Inclua os meios de pagamentos seguros e só utilize parceiros de confiança, nos casos de Marketplaces. Sinalize que o site está de acordo com a nova lei de proteção de dados LGPD.



**TOP 10**

# DICAS DE VENDAS - BLACK FRIDAY



**TOP 9**

## DIVERSIFIQUE OS MEIOS DE PAGAMENTO

Embora o cartão de crédito ainda seja o principal meio de pagamento, seja pela segurança com as operadoras do cartão, seja pela facilidade de parcelamento, outras formas estão sendo muito utilizadas no momento atual como boleto bancário e Pix. Quanto mais diversificado for os meios de pagamento mais facilidade no fechamento da compra.

**TOP 10**

## PREPARE O ESTOQUE

Antecipe os pedidos de compra. Acompanhe os prazos de entrega com os fornecedores e parceiros. Prepare seu estoque com sortimento de produtos adequados, utilize a curva A, B e C.

Garanta entregar tudo que foi anunciado, não tem nada pior que cancelar uma venda pela falta do produto em estoque.



# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Importante que o comércio paraense se prepare para esta data tão representativa do varejo brasileiro, a Black Friday.

Por meio de análises de CRM, é possível identificar o perfil dos consumidores, hábitos de compra, frequência de compra, principais motivações e intenção de compra, entre outras características do cliente.

Focar no meio digital e estabelecer uma campanha padronizada, que fale para diferentes públicos, mas que possua uma identidade visual clara, adequada para cada público e canal de divulgação.

Sendo assim, as possibilidades de vendas ficarão cada vez maiores, assim como o faturamento das empresas em geral.

Siga essas dicas, coloque-as em prática no seu negócio.

Boas vendas!



# BOLETIM BLACK FRIDAY

## REFERÊNCIAS

- **CONVERSION – Pesquisa Conversion – 2021.** Disponível em <https://www.conversion.com.br/blog/black-friday/>. Acessado em 25/10/2021.
- **CRMPIPERUN.** Disponível em [www.crm Piperun.com](http://www.crm Piperun.com). Acessado em 25/10/2021.
- **IBGE, 2021. Estimativas populacionais 2021.** Brasília: IBGE, 2021. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>
- **MELIUZ, 2021. Black Friday 2021: Confira nossa pesquisa de intenção de compra.** Disponível em <https://www.meliuz.com.br/blog/black-friday-2021-pesquisa/>. Acessado em 01/11/2021
- **NEOTRUST; COMPRE&CONFIE; CLEAR SALE. Relatório Black Friday Cyber Monday.** Disponível em <https://cdn.compreconfie.com.br/open-reports/BLACK-FRIDAY-Cyber-Monday-2020.pdf>. Acessado em 26/10/2021.
- **OFFERWISE, 2021. Intenção de compras na Black Friday 2021 cresce 29%.** Disponível em <https://vitruvinedovarejo.com/black-friday-2021/#:~:text=Uma%20pesquisa%20da%20Offerwise%2C%20encomendada,do%20que%20no%20ano%20passado.&text=Foram%20entrevistad>. Acessado em 27/11/2021.
- **OPINION BOX; SOCIAL MINER. Pesquisa de Intenção de Compra Black Friday 2020.** Publicado em dezembro de 2020. Disponível em <https://www.opinionbox.com/>. Acessado em 27/10/2021.
- **PAGAR.ME: Resultados e Aprendizados Black Friday 2020.** Disponível em [https:// pagar.me/blog/black-friday-2020-resultados-e-aprendizados/](https://pagar.me/blog/black-friday-2020-resultados-e-aprendizados/) Acessado em 25/10/2021.
- **SEBRAE, 2021. Black Friday: Aproveite a black Friday para vender mais.** Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/artigos-especiais/aproveite-a-black-friday-para-vender-mais-o-ano-inteiro,5842e1ff3bbcb710VgnVCM100000d701210aRCRD?utm\\_source=posts&utm\\_medium=redes+sociais&utm\\_campaign=Black+Friday&utm\\_id=Black+Frid](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/conteudos/artigos-especiais/aproveite-a-black-friday-para-vender-mais-o-ano-inteiro,5842e1ff3bbcb710VgnVCM100000d701210aRCRD?utm_source=posts&utm_medium=redes+sociais&utm_campaign=Black+Friday&utm_id=Black+Frid). Acessado, em 05/11/2021.
- **VTEX-BLOG, 2021. Black Friday: As estatísticas mostram o que esperar do evento em 2021.** Disponível em <https://vtex.com/pt-br/blog/estrategia/estatisticas-da-black-friday>. Acessado em 25/10/2021.



0800 570 0800 | [WWW.PA.SEBRAE.COM.BR](http://WWW.PA.SEBRAE.COM.BR)  
2021