DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Pesquisa sobre a **Expectativa de Compra e Venda na Black Friday 2026**

ACP - Associação Comercial do Paraná



Sumário

Metodologia do estudo	3
Avaliação dos Comerciantes	6
Avaliação dos Consumidores	16
Perfil dos entrevistados	30
Conclusão	32



DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Metodologia do estudo

Metodologia do estudo

OBJETIVO GERAL

O estudo tem como objetivo geral avaliar a expectativa dos comerciantes e consumidores de Curitiba para as compras na Black Friday 2026

UNIVERSO E AMOSTRA

O universo é composto por estabelecimentos comerciais e consumidores de Curitiba.

O tamanho da amostra é formado por 111 comerciantes e 201 consumidores curitibanos, totalizando 312 entrevistas.

MARGEM DE ERRO

A amostra apresenta margem de erro de 10% para os comerciantes e 7% para os consumidores, considerando grau de confiança de 95%, e satisfatória para uma análise estatística.

COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi realizada pessoalmente com os consumidores e comerciantes, nos dias 3 a 6 de novembro de 2026.

OBSERVAÇÕES:

- As perguntas cuja soma das porcentagens não totalizam 100% são decorrentes de arredondamentos ou de múltiplas respostas.
- Nas questões abertas, as respostas com pouca significância estatística são somadas e colocadas como outras citações.
- As perguntas são classificadas como estimuladas (feitas através de uma lista que é passada para os entrevistados escolherem algumas das alternativas) e espontâneas (nas quais não é dada nenhuma alternativa para resposta).

Responsabilidade técnica

Esta pesquisa foi coletada, tabulada e analisada pelo **Datacenso Pesquisa e Inteligência de Mercado**, sob a responsabilidade técnica de:

Cláudio Shimoyama
Economista CORECON N.º 3313
Doutor em Engenharia de Produção – UFSC

Curitiba, novembro de 2026.



Avaliação dos **Comerciantes**

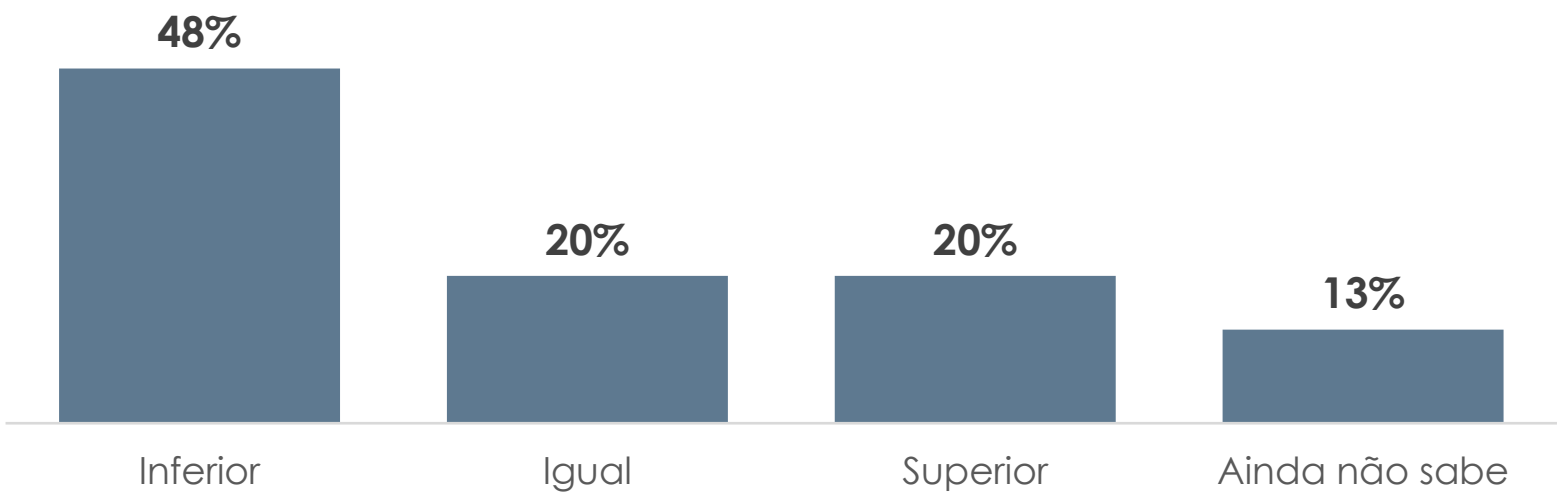


DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Avaliação da expectativa das vendas do comércio curitibano na Black Friday 2026

Expectativa de vendas na Black Friday de 2026 em relação a 2025

(Estimulada única)



EXPECTATIVA DE QUEDA DAS VENDAS (%)

-2%

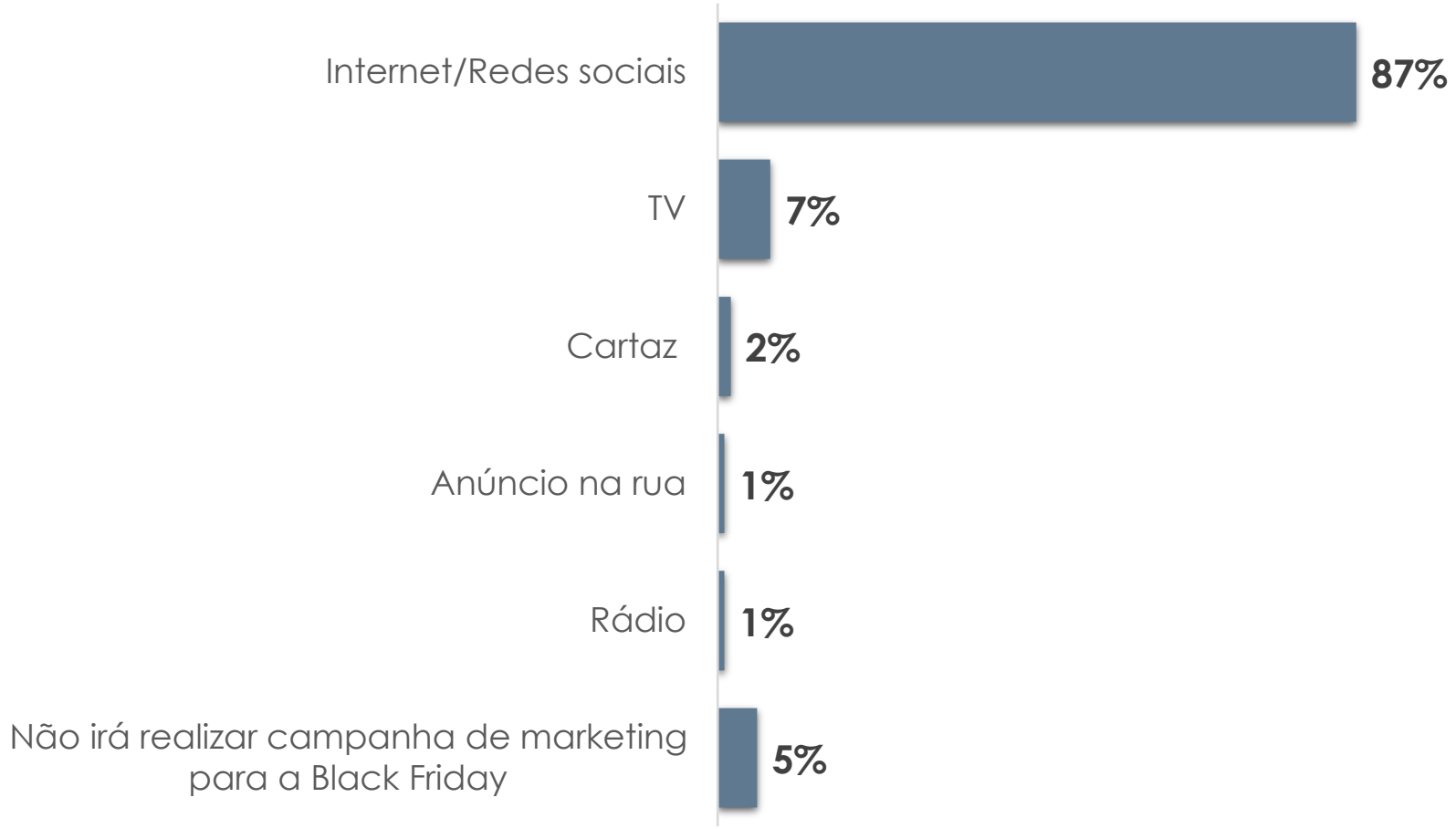
- A expectativa predominante do comércio é de **queda nas vendas** em relação à Black Friday de 2025.
- Em seguida, destacam-se as projeções de **estabilidade** e **crescimento** com índices iguais.
- No geral, projeta-se uma **queda de 2% nas vendas** em relação ao período anterior.

Fonte: DATACENSO.

Base: 111 entrevistas.

Público-alvo: **Comerciantes**

Tipo de estratégia de comunicação que acredita ser mais eficaz para promover as vendas na Black Friday (Estimulada única)

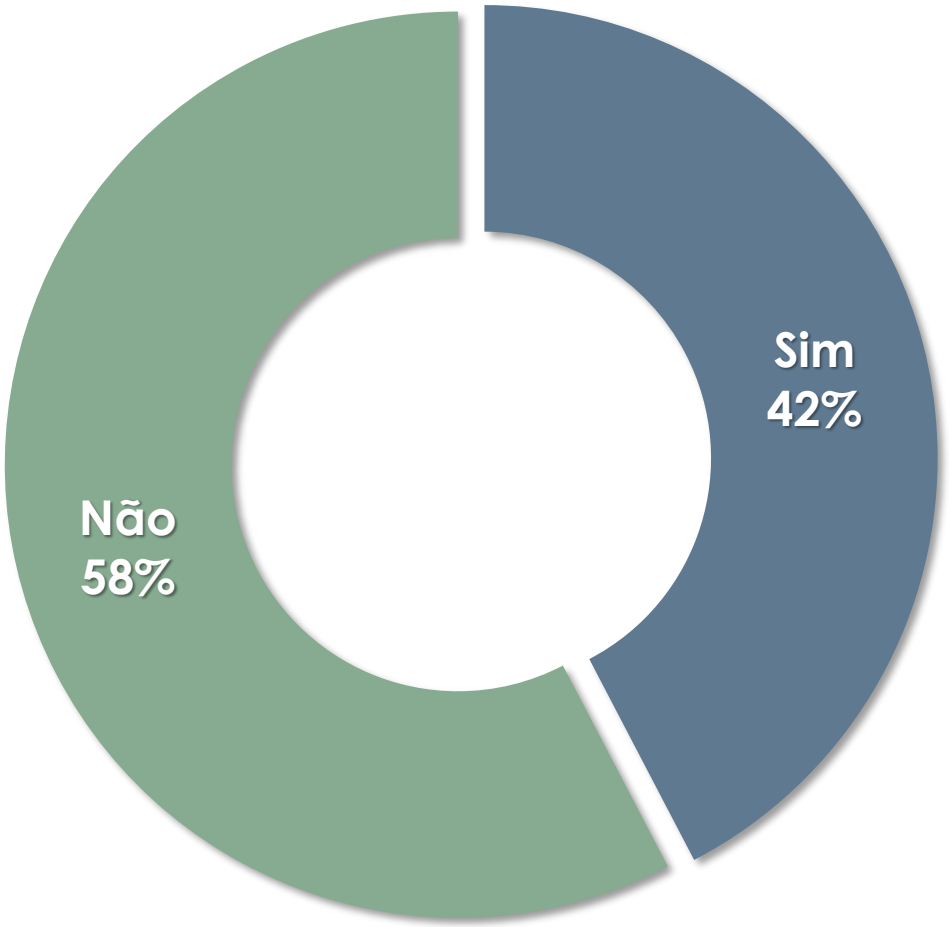


- A **comunicação digital**, especialmente por meio da **internet e das redes sociais**, é apontada como a principal estratégia para impulsionar as vendas na Black Friday.
- A predominância dos canais digitais demonstra que eles já são parte essencial das estratégias comerciais. Assim, o diferencial competitivo está menos na escolha dos meios de comunicação e mais na **capacidade de desenvolver campanhas atrativas, bem direcionadas e capazes de estimular a decisão de compra.**

Fonte: DATACENSO.

Base: 111 entrevistas.

Percentual de comerciantes que utiliza pesquisas de tendências de mercado para adquirir e comercializar produtos em datas comemorativas (Estimulada única)



- A maioria dos comerciantes entrevistados ainda **não utiliza pesquisas de tendências para orientar suas decisões de negócio**. Entre os que adotam essa prática, a busca por informações de mercado representa uma ferramenta de apoio ao planejamento e à identificação de oportunidades.
- O resultado aponta espaço para **ampliar o uso de pesquisas e análises de mercado** como **suporte às decisões comerciais**, contribuindo para **compreender melhor o comportamento** do consumidor e **antecipar mudanças nas demandas**.

Fonte: DATACENSO.

Base: 111 entrevistas.

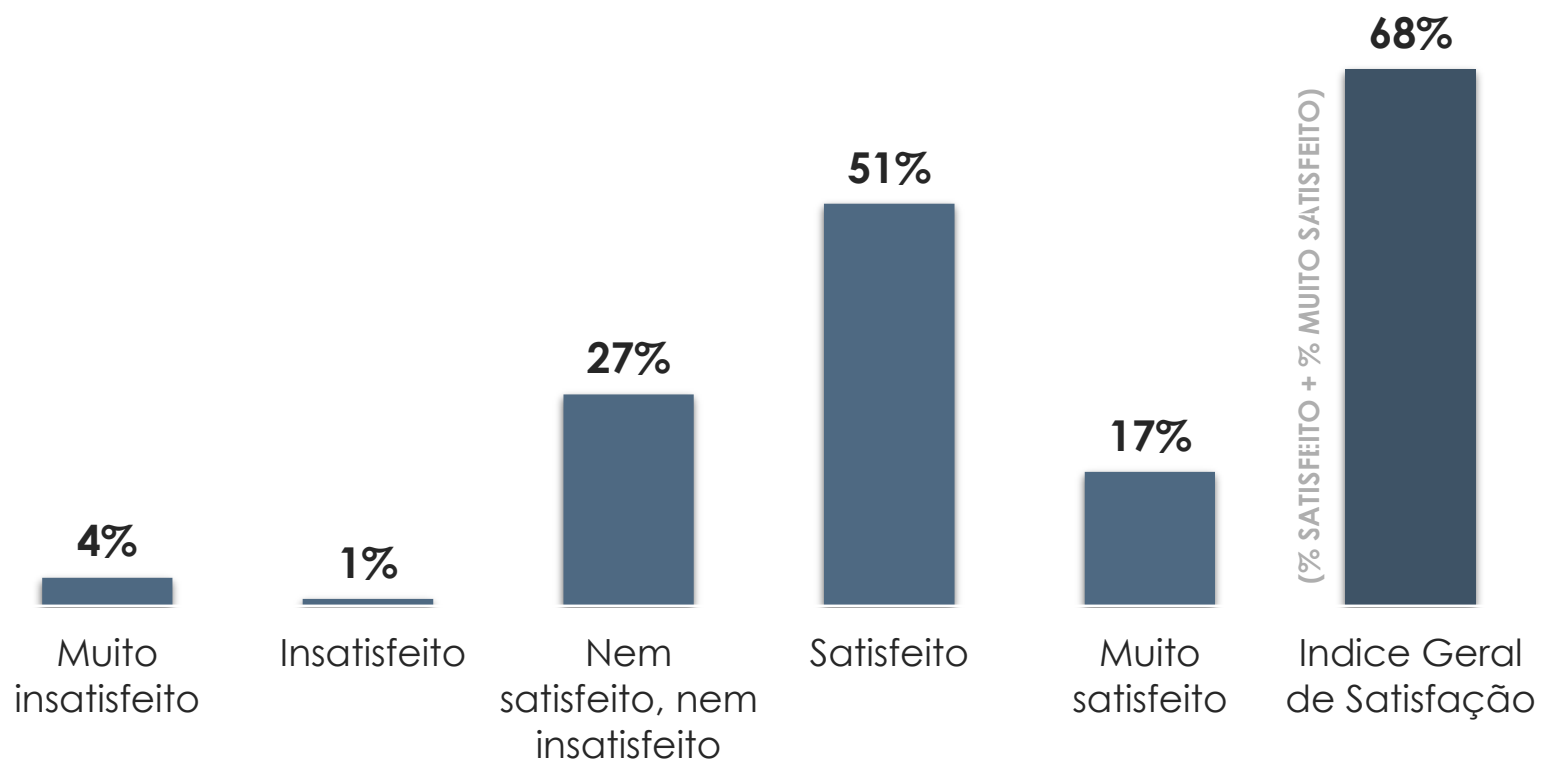
Público-alvo: **Comerciantes**



DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Avaliação da expectativa sobre a economia e os negócios

Avaliação da satisfação do consumidor curitibano com o comércio, na percepção dos comerciantes (Estimulada única)



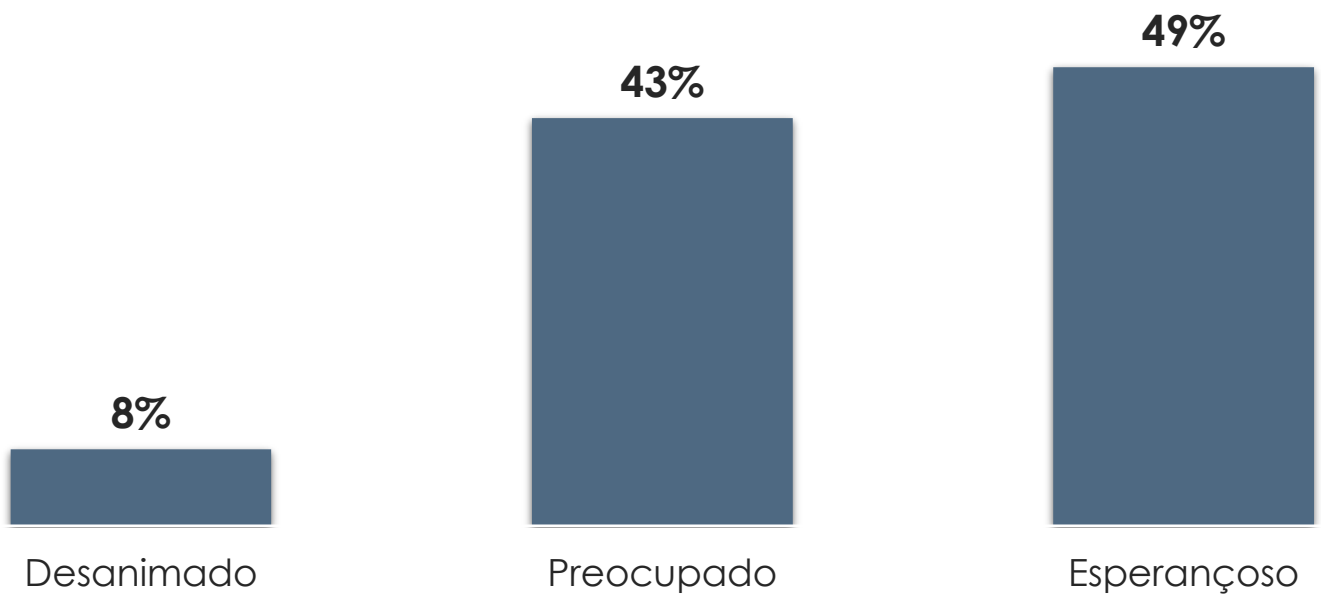
- A pesquisa indica que, na percepção dos comerciantes, metade dos consumidores está **satisfeita** com o **comércio curitibano**.
- Entretanto, a predominância da categoria **"satisfeito"**, em relação a **"muito satisfeito"**, sugere que, embora a avaliação seja positiva, ainda existem **oportunidades para aprimorar a experiência de compra e elevar o nível de satisfação dos consumidores.**

Fonte: DATACENSO.

Base: 111 entrevistas.

Público-alvo: **Comerciantes**

Sentimento e expectativa do comerciante curitibano para os próximos meses quanto ao seu negócio (Estimulada única)



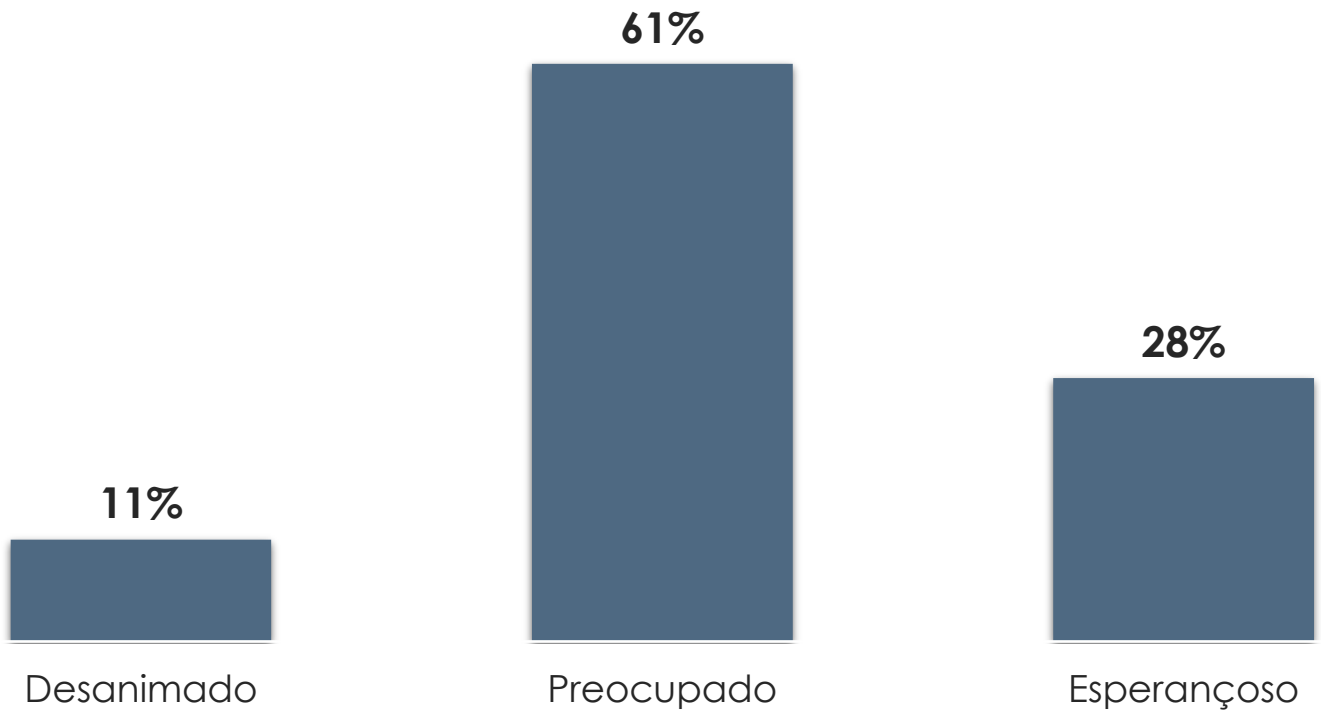
- O cenário revela um sentimento dividido entre os comerciantes curitibanos em relação às perspectivas para os próximos meses.
- Embora a **esperança** seja predominante, com quase **metade dos entrevistados demonstrando confiança no futuro do negócio**, uma **parcela expressiva ainda manifesta preocupação**.
- O resultado evidencia um **ambiente de incertezas**, no qual a confiança de parte dos comerciantes convive com a cautela nas decisões e no planejamento empresarial.
- Em relação à pesquisa anterior, **diminuiu a parcela de comerciantes esperançosos** e **aumentou a dos preocupados**, sinalizando uma percepção menos favorável em relação aos próximos meses.

Fonte: DATACENSO.

Base: 111 entrevistas.

Público-alvo: **Comerciantes**

Sentimento e expectativa do comerciante curitibano quanto a economia do Brasil para o próximo ano (Estimulada única)



- A **preocupação com a economia brasileira** predomina entre os comerciantes curitibanos, **mantendo-se no mesmo patamar da pesquisa anterior**, sem sinais de melhora nessa percepção.
- O resultado reforça um **cenário de incerteza**, refletindo a **apreensão dos comerciantes** diante dos diferentes fatores que influenciam o **desempenho da economia brasileira.**

Fonte: DATACENSO.

Base: 111 entrevistas.

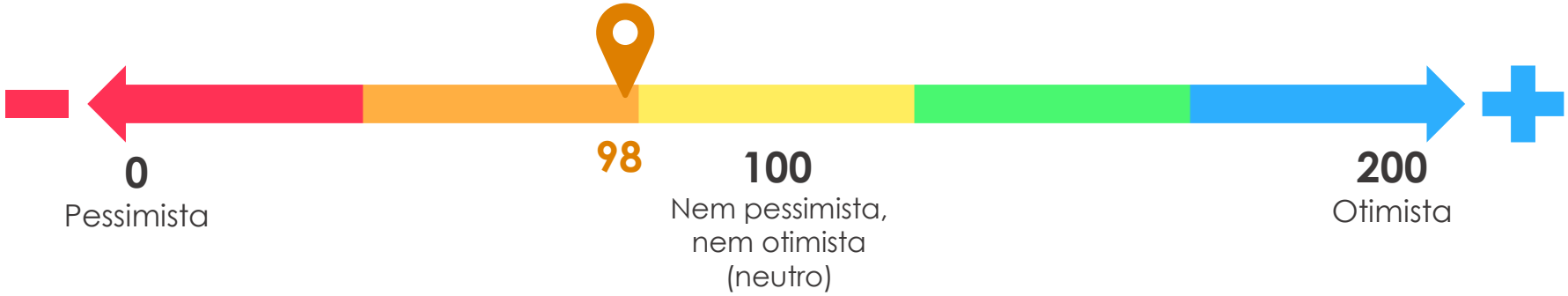
Público-alvo: **Comerciantes**

ICC – Índice de Confiança do Comerciante (Estimulada única)

DataCenso

Índice de Confiança do Comerciante

PONTUAÇÃO
98



Fonte: DATACENSO.

- O Índice de Confiança do Comerciante, que varia de 0 a 200 pontos, registrou **98 pontos**. Por estar abaixo da marca de 100 pontos, o resultado indica um **cenário pessimista em relação ao desempenho financeiro dos negócios nos próximos meses.** Em agosto, na pesquisa do Dia dos Pais, o índice era de 103 pontos, representando uma queda de 5 pontos na pesquisa atual.
- Em um cenário de **juros elevados e endividamento das famílias**, os comerciantes tendem a adotar uma **postura mais cautelosa na gestão dos negócios**, com maior atenção aos investimentos, ao controle de estoques e às contratações, mesmo diante da proximidade de datas importantes para o varejo, como a Black Friday e o Natal.

Base: 111 entrevistas.

Público-alvo: **Comerciantes**



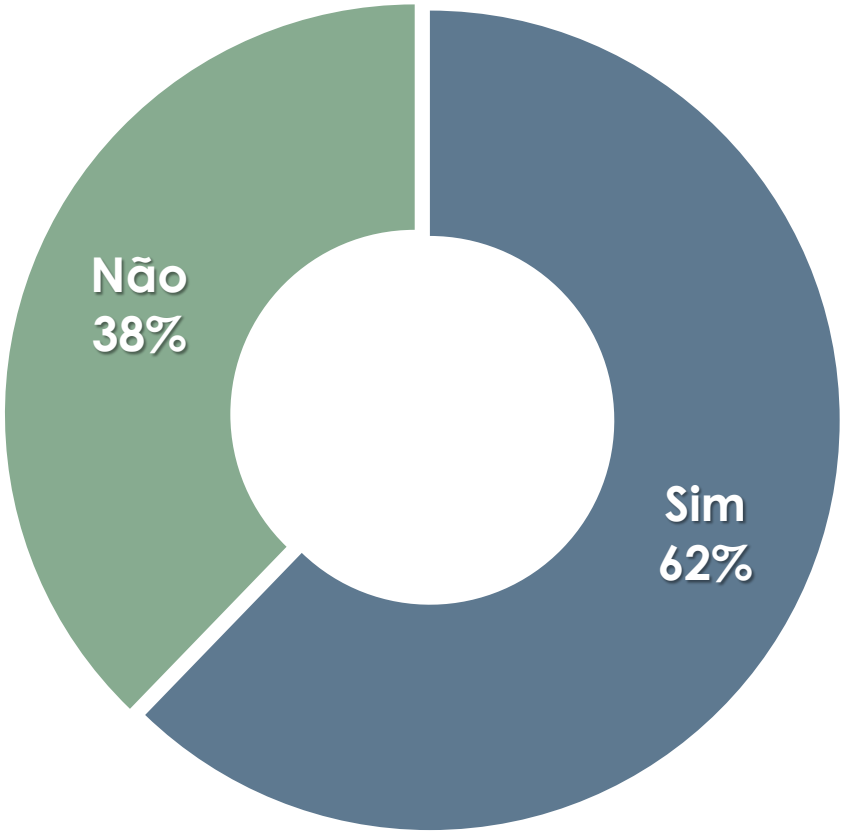
Avaliação dos **Consumidores**



DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Expectativa de Compras do Consumidor Curitibano na Black Friday 2026

Percentual de consumidores que irá comprar produtos para a Black Friday neste ano (Estimulada única)



- A **intenção de compra para a Black Friday é predominante entre os consumidores**, demonstrando que a data mantém forte apelo comercial.
- Apesar disso, **uma parcela significativa ainda não planeja realizar compras no período**, indicando que há espaço para estimular o interesse por meio de ofertas e condições atrativas.

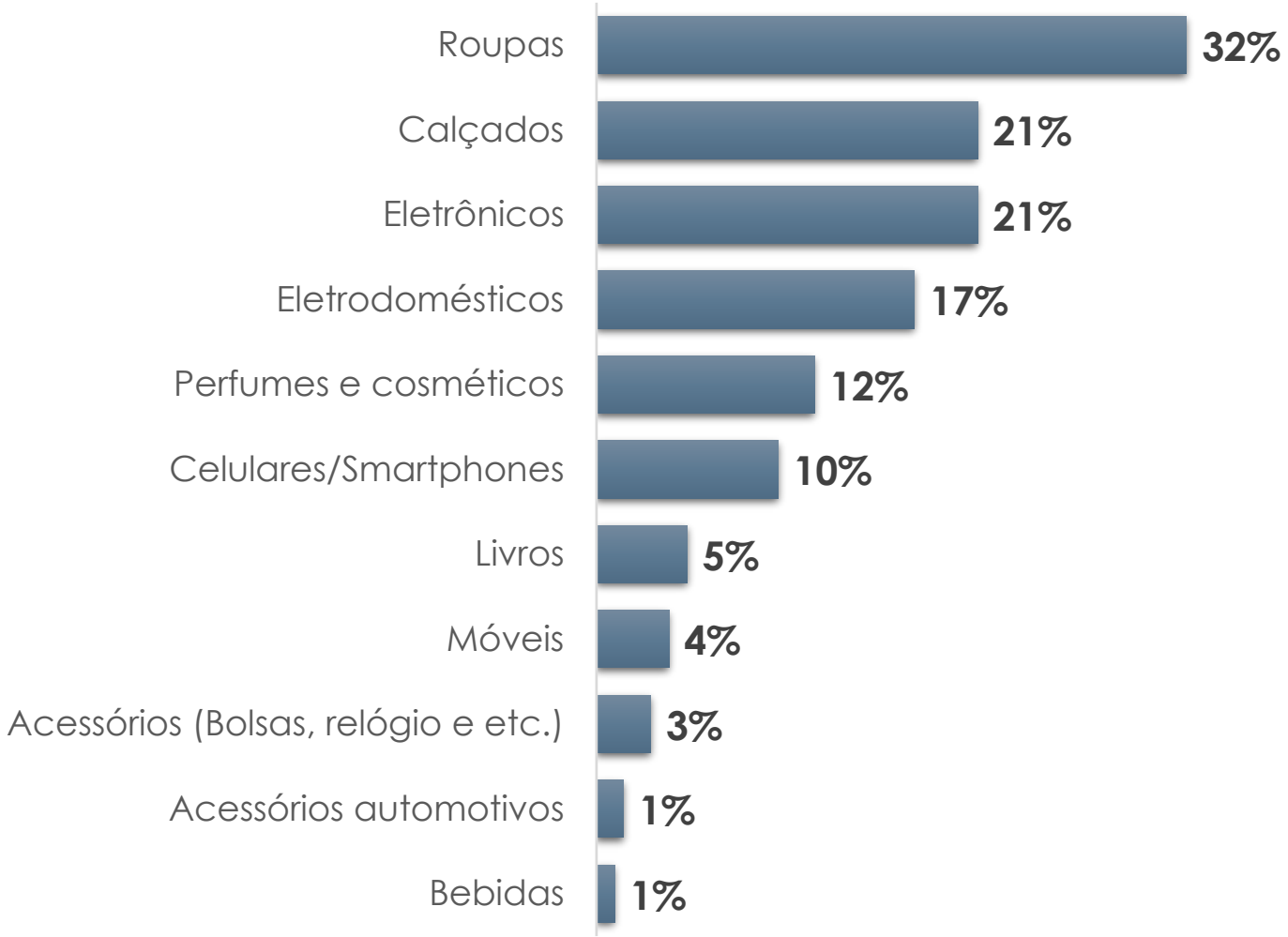
Fonte: DATACENSO.

Base: 323 entrevistas.

Público-alvo: **Consumidores**

Produtos que pretende comprar na Black Friday neste ano

(Estimulada múltipla)



- As intenções de compra concentram-se principalmente em produtos de **vestuário.**
- **Calçados e eletrônicos** aparecem na sequência, empatados, seguidos por **eletrodomésticos.**
- **Perfumes/cosméticos e celulares** também apresentam participação relevante, enquanto as demais categorias registram menor intenção de compra.
- Em comparação com 2025, o **vestuário** permaneceu na liderança. **Calçados e eletrônicos** também se mantiveram entre as principais categorias, enquanto os **eletrodomésticos** perderam participação. Já **perfumes e cosméticos e celulares/smartphones** apresentaram aumento nas intenções de compra, mantendo-se entre as categorias de interesse dos consumidores.

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Valor médio que pretende gastar nas compras na Black Friday deste ano (Espontânea única)

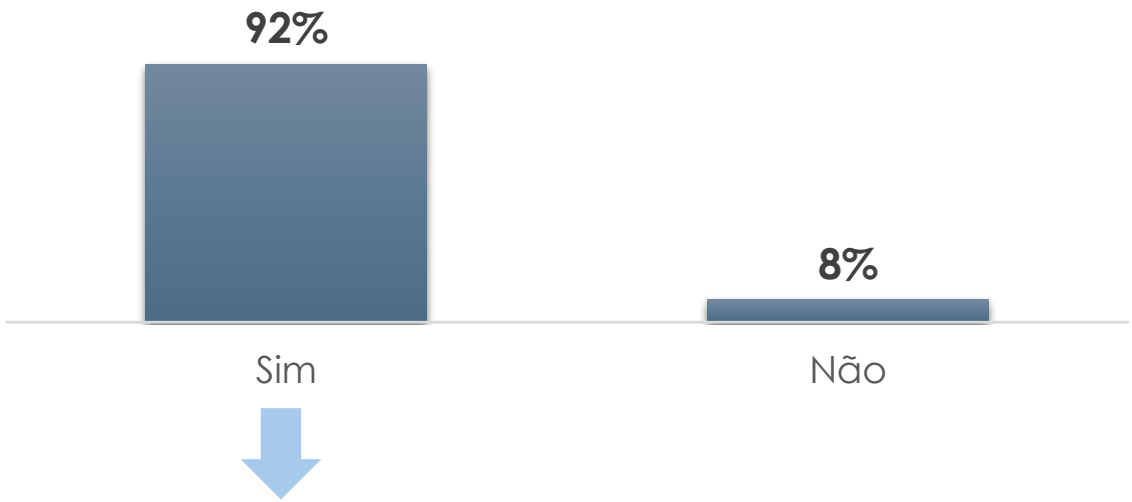
VALOR MÉDIO R$ 810,14		
GÊNERO	Feminino	R$ 690,75
	Masculino	**R$ 950,59**
FAIXA ETÁRIA	Entre 18 a 25 anos	R$ 809,22
	De 26 a 35 anos	R$ 796,67
	De 36 a 45 anos	R$ 771,08
	De 46 a 55 anos	**R$ 921,20**
	Acima de 55 anos	R$ 772,94
RENDA	Até R$ 1.518,00	R$ 606,62
	De R$ 1.518,01 a R$ 3.036,00	R$ 887,50
	De R$ 3.036,01 a R$ 7.590,00	R$ 829,60
	Mais de R$ 7.590,00	**R$ 1.004,17**

- A pesquisa indica que o ticket médio é de **R$ 810,14,** abaixo dos **R$ 914,05** registrados em 2025.
- Por **gênero**, os homens pretendem gastar mais do que as mulheres.
- Por **faixa etária,** consumidores na faixa **de 46 a 55 anos** se destacam por apresentar maior intenção de desembolso.
- Observa-se uma relação direta entre **renda e gasto**: quanto maior a renda, maior o valor investido.

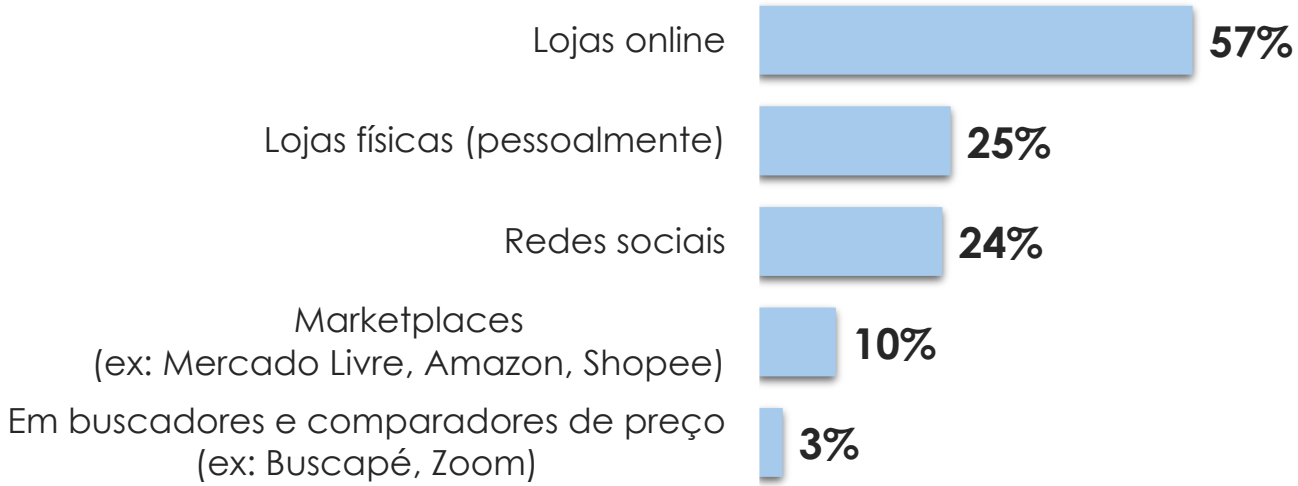
Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Percentual de consumidores que costuma pesquisar preços antes de comprar (Estimulada única)



Local onde pesquisam preços (Estimulada múltipla)

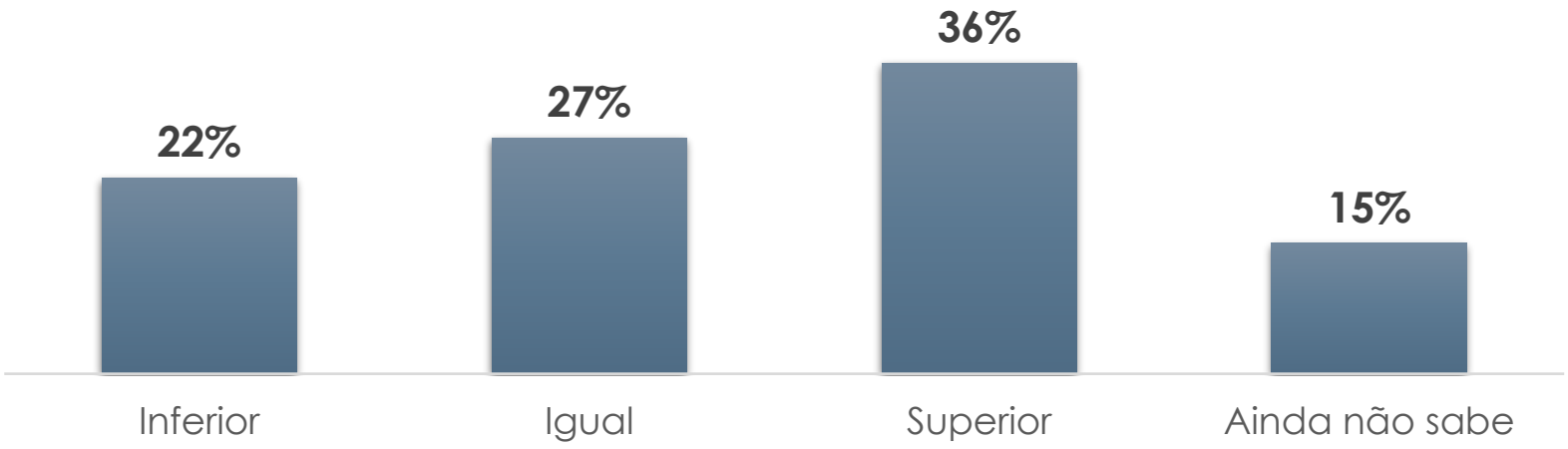


Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

- De acordo com o estudo, a maioria dos consumidores **tem o hábito de pesquisar preços antes de realizar uma compra**, demonstrando que a comparação de valores faz parte do processo de decisão, especialmente diante do cenário econômico atual.
- A **internet** concentra a maior parte das consultas, com as **lojas online liderando**, seguidas pelas **redes sociais e pelos marketplaces**. As **lojas físicas** também são utilizadas, mas apresentam menor participação nesse comportamento.

Comparativo da intenção de gasto na Black Friday deste ano em relação ao ano passado (Somente para aqueles que compraram ano passado) (Estimulada única)

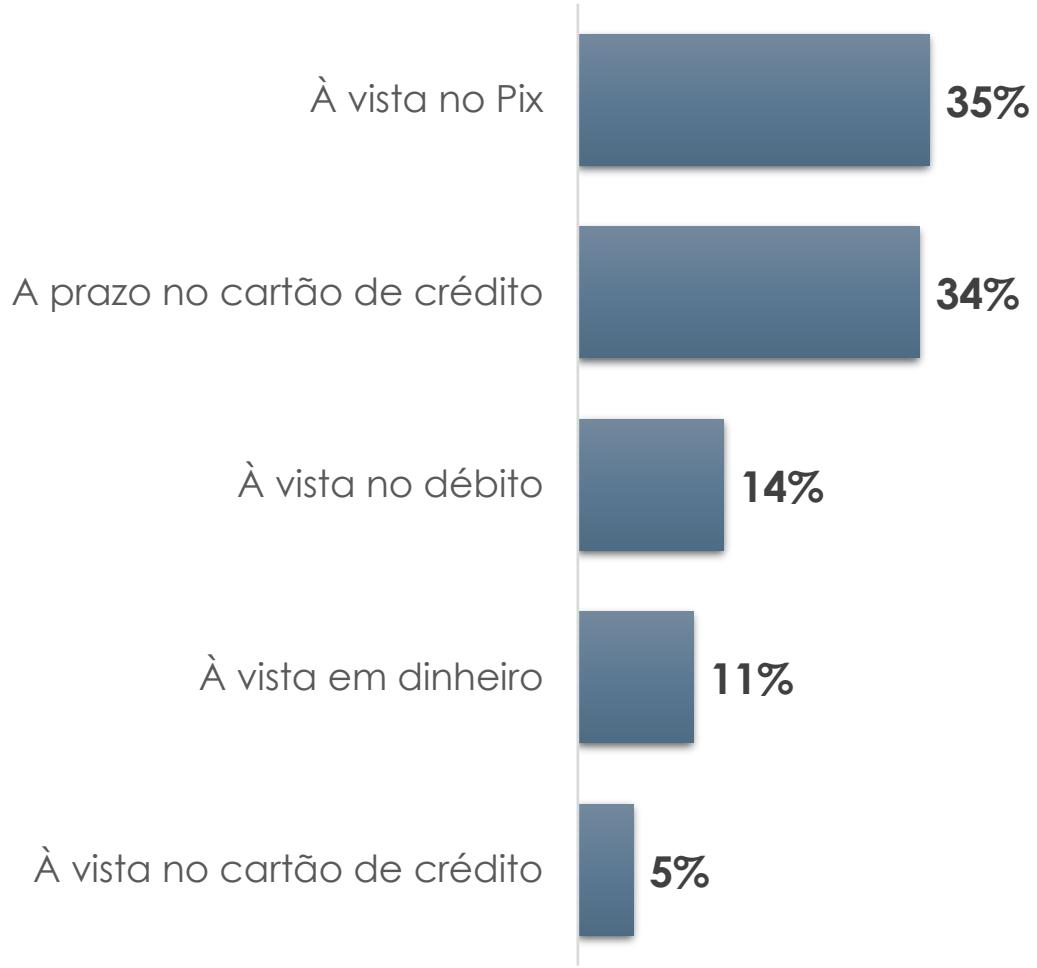


- Entre os consumidores que compraram na Black Friday do ano passado, predomina a **expectativa de gastar mais nesta edição.**
- No entanto, uma parcela também pretende **manter ou reduzir os gastos**, enquanto outros **ainda não definiram** quanto pretendem investir nas compras.

Fonte: DATACENSO.

Base: 174 entrevistas.

Forma de pagamento que pretende utilizar na compra dos produtos na Black Friday



- A preferência dos consumidores está dividida entre o **Pix à vista** e o **cartão de crédito parcelado**, evidenciando dois comportamentos distintos: o pagamento imediato e a possibilidade de parcelamento das compras.
- Em 2025, o **Pix à vista** (30%) e o **cartão de débito** (27%) eram as formas de pagamento mais citadas, enquanto em 2026 o **cartão de crédito parcelado** passou a ocupar posição de destaque.

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Público-alvo: **Consumidores**

Local onde pretende realizar a compra na Black Friday (Estimulada única)



- A preferência pelo local de compra apresenta uma disputa entre o **comércio eletrônico** e as **lojas de rua**, indicando que os consumidores pretendem dividir suas compras entre os ambientes digital e físico.

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Fatores mais importantes na escolha da loja no momento da compra

(Estimulada múltipla)



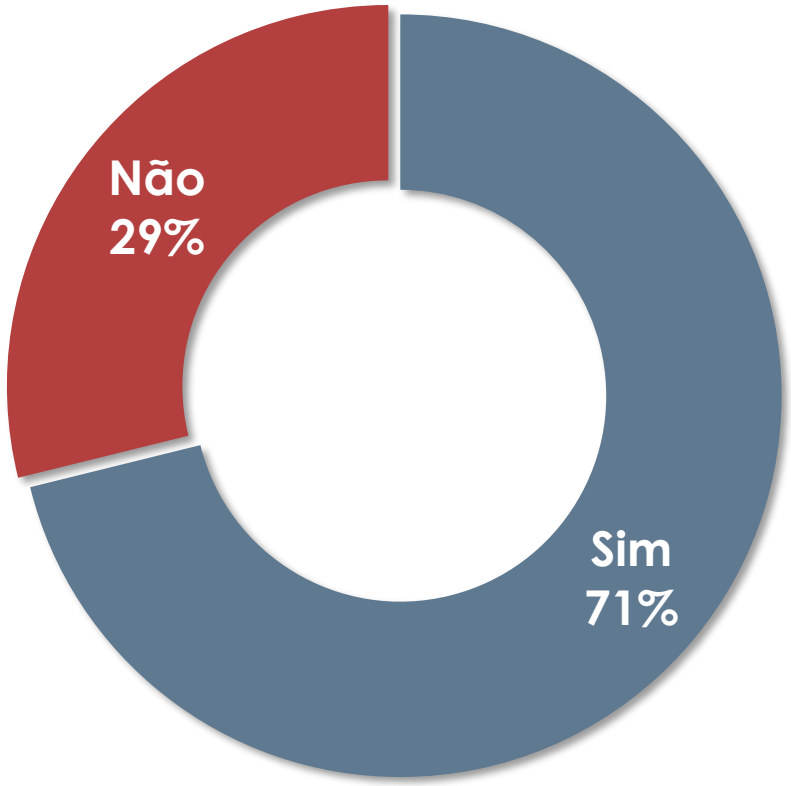
Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

- A **qualidade dos produtos** destaca-se como o **principal diferencial na escolha da loja**, posicionando-se bem à frente dos demais fatores avaliados.
- Na sequência, aparecem aspectos relacionados à **competitividade comercial**, como **promoções e descontos** e **preços competitivos**, além da **qualidade do atendimento e confiança da loja.**

Público-alvo: **Consumidores**

Percentual de consumidores curitibanos que pretende comprar presentes no Natal (Estimulada única)



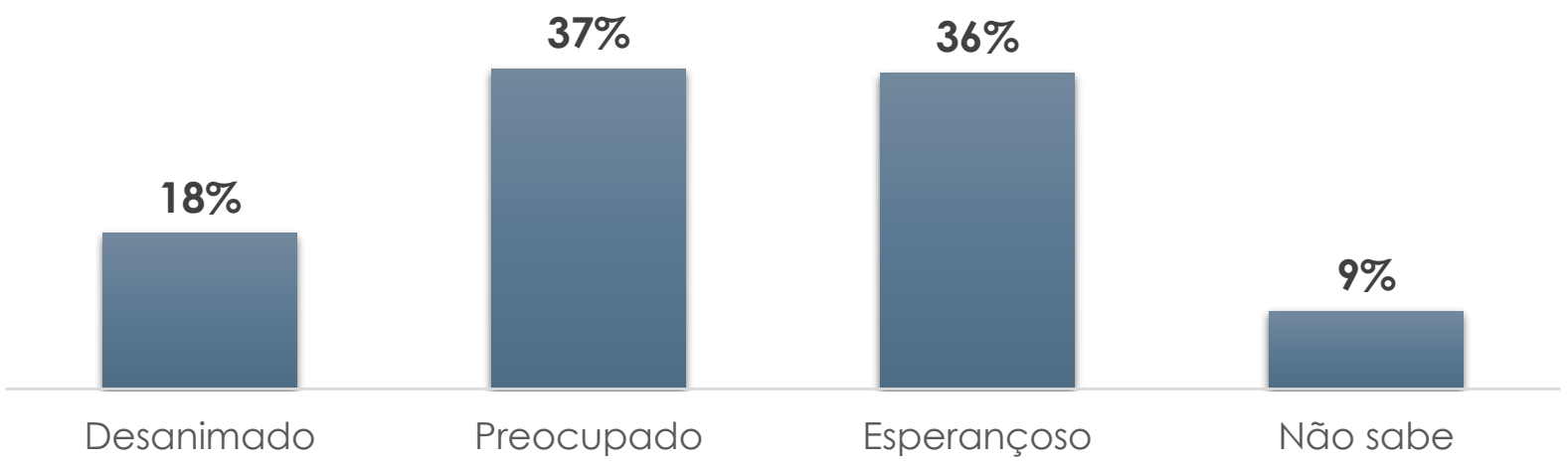
- ○ **Natal segue como uma importante ocasião de consumo, com a maioria dos entrevistados planejando comprar presentes**.
- Esse comportamento reforça a importância da data para o planejamento comercial dos estabelecimentos.

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Público-alvo: **Consumidores**

Sentimento e expectativa dos consumidores curitibanos em relação a economia do Brasil para os próximos meses (Estimulada única)

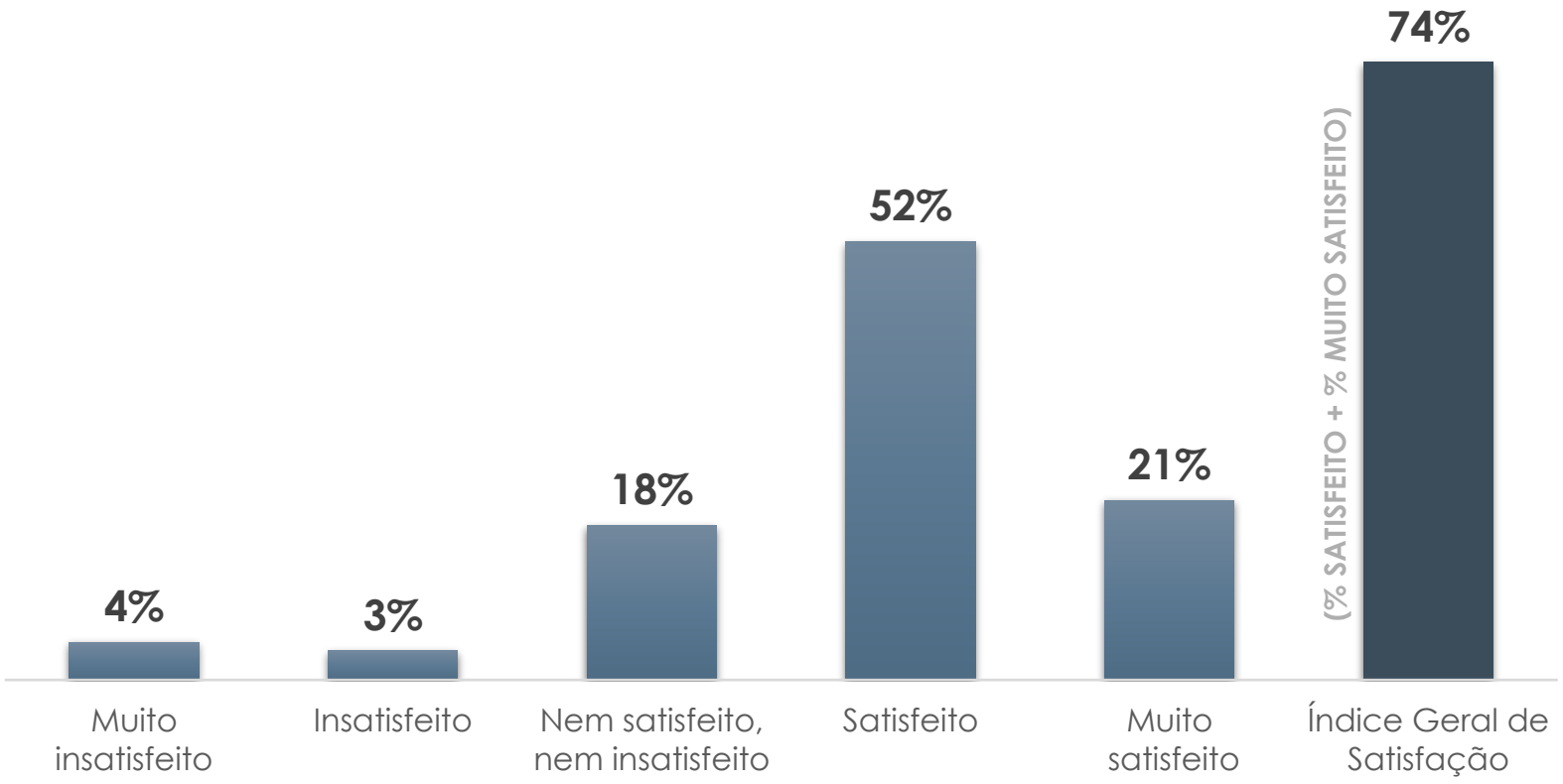


- A percepção dos consumidores curitibanos em relação à economia brasileira apresenta uma tendência mais **negativa**, com a **preocupação** e o **desânimo superando a esperança**. Embora uma parcela dos entrevistados mantenha **expectativas positivas**, o sentimento predominante revela **apreensão quanto aos próximos meses.**
- O resultado aponta para um **cenário de maior pessimismo** em relação à economia nacional, que pode influenciar o **comportamento de consumo e as decisões de compra das famílias.**

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Índice Geral de Satisfação com o comércio curitibano (Estimulada única)



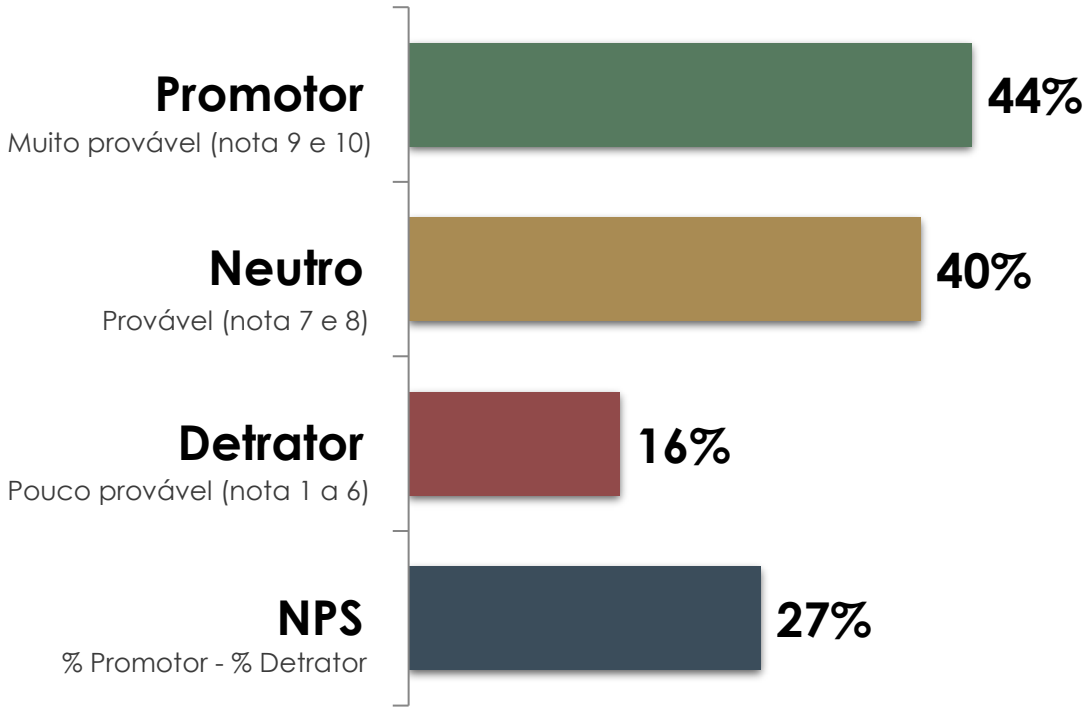
- O nível de satisfação com o comércio curitibano apresenta predominância de **avaliações positivas**.
- Entretanto, a concentração das avaliações em **"satisfeito"**, mais do que em **"muito satisfeito"**, evidencia que ainda existem **oportunidades para fortalecer a experiência do cliente.**
- O **Índice Geral de Satisfação de 74%** reforça esse cenário.

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Público-alvo: **Consumidores**

Índice Net Promoter Score (NPS) do comércio curitibano (Estimulada única)



O NPS indica que parte dos consumidores está **satisfeita**, **mas ainda não plenamente encantada**, enquanto 20% estão insatisfeitos (2 em cada 10 clientes). Com **27%, o índice está bem abaixo do patamar ideal de 50%** ou mais, evidenciando oportunidades para o comerciante avançar em suas **estratégias de atendimento e fidelização.**

PROMOTOR - Para **44%** dos entrevistados, é **altamente provável** que indicariam o comércio curitibano (notas 9 e 10, promotor = encantado) para conhecidos ou amigos.

NEUTRO - 40% pertencem ao grupo dos **neutros** (notas entre 7 e 8) e representam uma parcela relevante da base. Estão satisfeitos, mas sem forte vínculo ou entusiasmo.

DETRATOR – E **16%** deram nota abaixo de 6 e pertencem ao grupo de detrator (relacionamento ruim com o comércio). Indicam insatisfação e menor propensão a recomendar.

NPS - O **Índice NPS**, percentual que mede o nível de promotores e detratores do comércio curitibano foi de **27%,** considerado um **resultado ruim**, pois o ideal é ficar igual a 50% ou superior.

Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.

Público-alvo: **Consumidores**

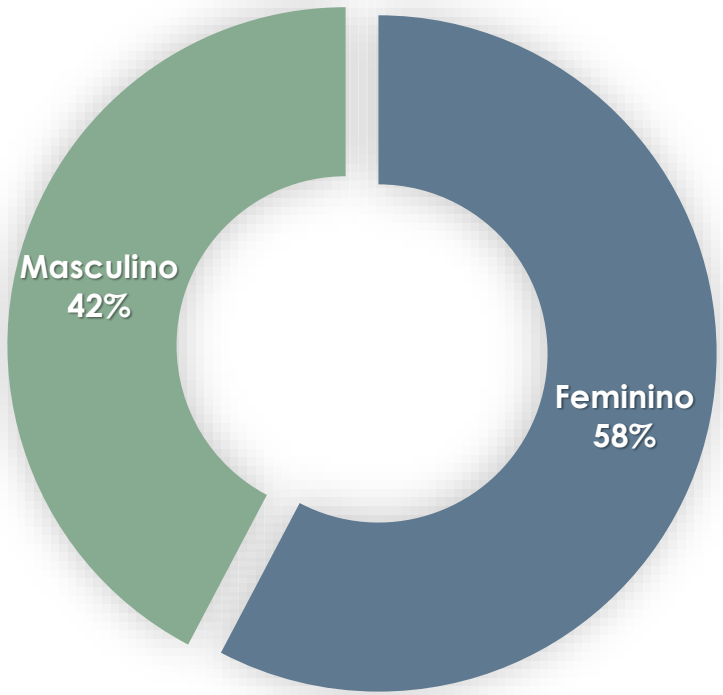


DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

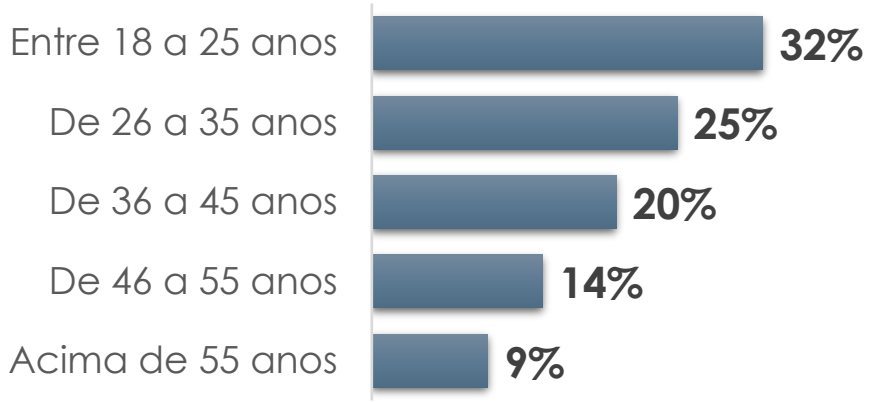
Perfil dos entrevistados

Perfil do consumidor entrevistado

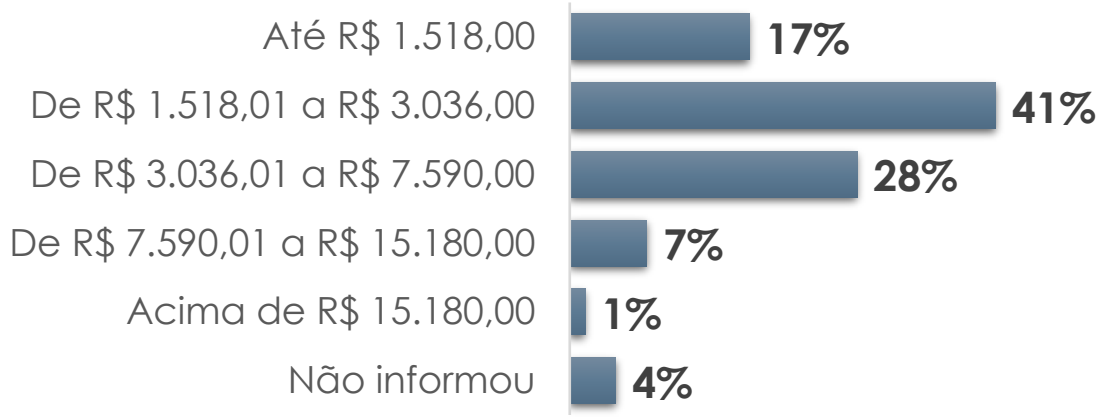
GÊNERO



FAIXA ETÁRIA



RENDA FAMILIAR MENSAL



Fonte: DATACENSO.

Base: 201 entrevistas.



DataCenso
Pesquisas Mercadológicas

Conclusão

Considerações finais

Avaliação dos Comerciantes

- A **expectativa de retração nas vendas da Black Friday de 2026** coloca o comércio curitibano diante de um cenário de maior pressão sobre os resultados. A projeção indica que, mesmo sendo uma das principais datas promocionais do calendário varejista, a **Black Friday poderá não alcançar o desempenho da edição anterior**. Esse contexto reforça a importância de **compreender um consumidor que continua interessado em comprar**, mas que está **mais atento aos preços**, **às vantagens oferecidas** e aos **limites do próprio orçamento**.
- A **comunicação digital** assume papel central nas **estratégias comerciais**, mas sua efetividade depende da **capacidade de atrair a atenção do consumidor** e destacar **vantagens competitivas**. O desafio dos lojistas é desenvolver campanhas que apresentem ofertas atrativas, despertem o interesse do público e contribuam para transformar a intenção de compra em vendas.
- A **preocupação com a economia brasileira predomina entre os comerciantes curitibanos**, mantendo-se no mesmo patamar da pesquisa anterior, sem sinais de melhora nessa percepção.
- Em relação às **perspectivas para os próprios negócios**, o cenário revela um sentimento dividido: embora a **esperança** seja predominante, com quase metade dos entrevistados demonstrando confiança no futuro do negócio, uma parcela expressiva ainda manifesta **preocupação**. Esse resultado evidencia um **ambiente de incertezas**, no qual a confiança de parte dos comerciantes convive com a cautela nas decisões e no planejamento empresarial.

Fonte: DATACENSO.

Considerações finais

Avaliação dos Consumidores

- A **pesquisa de preços, a comparação entre estabelecimentos e a utilização de diferentes canais** já fazem parte do comportamento habitual do consumidor. Para o varejo, esse cenário representa um ambiente de concorrência permanente, no qual o comércio físico precisa manter sua atratividade diante das alternativas digitais. Mais do que ampliar a presença nos canais de venda, o desafio está em **oferecer condições competitivas e uma experiência que motive o consumidor a escolher onde efetivamente realizará suas compras**.
- O ticket médio estimado de **R$ 810,14** representa o valor que os consumidores pretendem destinar às compras na Black Friday. A preferência pelo **Pix à vista e pelo cartão de crédito parcelado** evidencia diferentes estratégias de organização dos gastos, refletindo tanto a opção por **quitar as compras imediatamente** quanto a **necessidade de parcelá-las para adequá-las ao orçamento familiar.**
- As intenções de compra concentram-se em categorias como **vestuário, calçados, eletrônicos e eletrodomésticos**, indicando a concentração da demanda prevista nesses segmentos.
- A percepção dos consumidores sobre a economia brasileira revela um ambiente de **preocupação e desânimo**, que pode influenciar as decisões de consumo e a administração do orçamento familiar. Mesmo diante da intenção de compra, a **insegurança econômica** reforça a tendência de **escolhas mais criteriosas** e da busca por **melhores condições de aquisição.**

Fonte: DATACENSO.

Considerações finais

- Segundo o Prof. Dr. Claudio Shimoyama, a Black Friday de 2026 acontece em um ambiente econômico que impõe desafios tanto aos consumidores quanto ao comércio. O **elevado endividamento das famílias**, o **custo do crédito** e a **manutenção dos juros em patamares restritivos limitam a capacidade de consumo** e **tornam as decisões de compra mais criteriosas**. Somam-se a esse contexto as incertezas relacionadas ao cenário econômico, fiscal e político nacional, que ampliam a cautela nas decisões de consumo e nos planejamentos empresariais.
- Nesse cenário, a intenção de compra identificada pela pesquisa não significa, necessariamente, que todo esse interesse se converterá em vendas. O **comprometimento da renda com dívidas e despesas correntes**, aliado à **necessidade de preservar o orçamento familiar,** pode levar o consumidor a selecionar melhor suas compras, priorizar determinadas categorias e buscar condições mais vantajosas. Para os comerciantes, o desafio será conquistar esse consumidor, oferecendo **vantagens efetivas e condições competitivas**.
- Assim, mais do que o movimento de compras durante a Black Friday, será importante observar a capacidade de consumo efetiva das famílias e as condições econômicas que influenciam suas decisões. **A conversão da intenção em vendas dependerá não apenas das estratégias do varejo, mas também do poder de compra do consumidor e do ambiente econômico em que a data acontece.**

Fonte: DATACENSO.



DataCenso

Pesquisas Mercadológicas