Queiroz Cavalcanti
ADVOCACIA

CHECKLIST PARA A BLACK FRIDAY



Black Friday 2026 | Varejo
Guia preventivo para lojas físicas

Como usar este checklist

A Black Friday 2026 acontece em **27 de novembro**. Este material reúne, em linguagem prática, o que mais gera **autuação do PROCON e reclamação de consumidores** nas lojas físicas durante o período promocional. Cada tema traz **o que fazer, o que evitar e o fundamento legal**, com a indicação do nível de risco. Ao final, há um checklist rápido para conferência antes da abertura da loja.

⚠ Regra de ouro

Tudo o que estiver no cartaz, na etiqueta, no encarte, nas redes sociais ou na fala do vendedor **vincula a loja e terá de ser cumprido** (art. 30 do CDC). Na dúvida, não anuncie.

1) Erros em Anúncios

O que fazer: Redobre a atenção ao cadastrar preços para evitar erros grosseiros que possam gerar ofertas com preços muito abaixo do valor de mercado, caracterizando um erro evidente.

Percentual de erro e cumprimento:

- **Não há um percentual fixo definido em lei que caracterize o erro grosseiro.** A jurisprudência mostra que cada caso é analisado individualmente, considerando fatores como o produto, a diferença de preço, o período da oferta (normal ou promocional) e a expectativa do consumidor.
- Exemplos de precedentes:

1. Períodos de normalidade:

Desconto de 70%: Smartphone de R$ 2.200,00 por R$ 699,00. Reconhecido o erro grosseiro, não sendo obrigatória a vinculação à oferta.

Referência: TJ-SP – AC 1001741-17.2021.8.26.0004

Desconto de 50%: Notebook de R$ 5.699,05 por R$ 2.800,00. O tribunal considerou erro grosseiro, eximindo o fornecedor de cumprir a oferta.

Referência: TJ-BA – RI 0001242-44.2021.8.05.0001

2. Períodos promocionais (ex.: Black Friday):

Desconto de 83%: Geladeira de R$ 3.139,00 por R$ 531,00. O tribunal entendeu que, devido ao alto destaque do percentual de desconto na promoção, não houve erro grosseiro, obrigando o fornecedor a cumprir a oferta.

Referência: TJ-SP – RI 0003396-21.2016.8.26.0326

Desconto de 56%: Dois smartphones de R$ 3.009,02 por R$ 1.323,97. O tribunal considerou o valor ofertado como não sendo vil, especialmente em período de Black Friday, obrigando o cumprimento da oferta.

Referência: TJ-SP – RI 1006705-40.2022.8.26.0482

Consequências

- Em períodos promocionais como a Black Friday, os tribunais têm sido mais rigorosos com os fornecedores, exigindo o cumprimento das ofertas mesmo com descontos elevados, devido à expectativa legítima dos consumidores por grandes promoções.
- O PROCON pode exigir o cumprimento da oferta e aplicar multas significativas; há risco de ajuizamento em massa de ações judiciais para cada anúncio exibido. (Fundamento legal: arts. 30, 35 e 37 do CDC)

Recomendação

- Considerando os precedentes acima e o equilíbrio financeiro do negócio, **recomenda-se, pelo menos, que as promoções veiculadas no período de Black Friday sejam cumpridas caso o produto tenha sido anunciado com até 50% de desconto em relação ao valor original.**
- **Dupla conferência:** todo preço com desconto acima de 50% deve ser conferido por uma segunda pessoa antes de ir para o cartaz ou etiqueta.
- **Caso a empresa decida não cumprir a oferta:** uma possibilidade é oferecer voucher ou produto equivalente, com informação clara ao consumidor. Evite condicionar o acordo à renúncia de direitos, pois essa exigência pode ser considerada abusiva (art. 51, I, do CDC).

⚠ Atenção — loja física

Na loja, o erro costuma estar na etiqueta ou no cartaz. Nesse caso vale a regra de que o consumidor paga o **menor preço** exposto (art. 5° da Lei 10.962/2004), e a tese de erro grosseiro é mais difícil. Se o erro acontecer: retire o cartaz imediatamente, registre com foto e horário, levante quantas vendas foram feitas e acione o jurídico.

2) Ofertas Transparentes

Preço "De" (preço anterior) RISCO ALTO

- **O que fazer:** Certifique-se de que o preço "De" é o preço efetivamente praticado antes da promoção. Guarde o histórico de preços (relatório do sistema, encartes, prints) dos meses anteriores — recomendação mínima de 90 dias.
- **O que evitar:** Aumentar o preço antes da promoção para simular um desconto maior ("maquiagem de preço"). Muitos PROCONs fazem levantamento de preços antes da Black Friday justamente para identificar essa prática.
- **Exemplo correto:** Produto anunciado como *"De R$ 100,00 por R$ 80,00 – 20% de desconto"*.
- **Exemplo de prática inconveniente:** Produto que custava R$ 80,00 é aumentado para R$ 160,00 pouco antes da promoção e anunciado como ***"50% de desconto por R$ 80,00"***.

Fundamento legal: arts. 6°, IV, e 37, §1°, do CDC.

Percentual de desconto RISCO ALTO

- **O que fazer:** Confira a conta antes de imprimir: o percentual anunciado deve corresponder exatamente à diferença entre o "De" e o "Por".
- **O que evitar:** Percentual que não bate com os preços; "até 70% off" quando nenhum item chega a 70%.

Fundamento legal: arts. 31 e 37, §1°, do CDC.

Preço diferente na loja e no site RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Se a oferta vale só no site ou só na loja física, diga isso no anúncio (“oferta exclusiva site”). Alinhe a equipe sobre como agir quando o cliente apresentar o preço do site.
- **O que evitar:** Anúncio geral da marca, sem ressalva de canal, com preços diferentes na loja.

Fundamento legal: arts. 30 e 31 do CDC.

3) Estoque e Disponibilidade

Quantidade do produto anunciado RISCO ALTO

- **O que fazer:** Informe claramente a quantidade de produtos disponíveis e destaque essa condição no cartaz. Acompanhe as vendas ao longo do dia e retire o cartaz quando o item esgotar.
- **O que evitar:** Ofertas sem mencionar a restrição de estoque; anunciar produto que a loja não tem; manter cartaz de item esgotado.
- **Exemplo correto:** *“Promoção válida até 23h59 de 27/11/2026 ou enquanto durarem os estoques (200 unidades disponíveis nesta loja).”*

Fundamento legal: arts. 30, 31, 35 e 37, §1º, do CDC.

Produto esgotado durante a oferta RISCO ALTO

- **O que fazer:** Ofereça ao cliente as alternativas da lei: produto equivalente, encomenda pelo mesmo preço ou desistência com devolução do que foi pago. Registre a solução dada.
- **O que evitar:** Apenas informar que “acabou”, sem alternativa.

Fundamento legal: art. 35 do CDC.

Limite de unidades por cliente/CPF RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** O limite de quantidade é possível quando há justa causa e desde que esteja informado no cartaz antes da compra.
- **O que evitar:** Criar o limite no caixa, sem aviso prévio.

Fundamento legal: art. 39, I, do CDC.

4) Entrega e Montagem

O que fazer: Para produtos comprados na loja e entregues em domicílio (móveis, eletrodomésticos), informe por escrito, no pedido, o custo e o prazo de entrega e de montagem, compatíveis com a logística da loja.

- **Exemplo correto:** *“Entrega: R$ 49,90. Prazo: até 10 dias úteis. Montagem gratuita em até 5 dias úteis após a entrega.”*

O que evitar: Omitir custos adicionais, informar o custo só depois do pagamento ou prometer prazos que não podem ser cumpridos.

Fundamento legal: arts. 6º, III, 30 e 31 do CDC.

5) Regras de Troca e Devolução

Troca de produto sem defeito (gosto, tamanho, cor) RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Na loja física, a troca de produto sem defeito **não é obrigação legal**; é política comercial da loja. Se a loja oferece, a política anunciada vincula: informe regras e prazos em cartaz ou no cupom, inclusive se forem diferentes para os itens da Black Friday.
- **O que evitar:** Política de troca apenas verbal; aplicar à loja física o prazo de 7 dias de arrependimento, que vale apenas para compras fora do estabelecimento (site, telefone, aplicativo).
- **Exemplo correto:** *"Produtos da Black Friday podem ser trocados em até 30 dias, com etiqueta e nota fiscal, em qualquer loja da rede."*

Fundamento legal: arts. 30 e 49 do CDC.

Produto com defeito RISCO ALTO

- **O que fazer:** Receba a reclamação, mesmo de produto em promoção. A loja responde junto com o fabricante e pode encaminhar o produto à assistência técnica; se o defeito não for sanado em 30 dias, o consumidor escolhe entre troca, devolução do valor ou abatimento do preço. Produto essencial: solução imediata.
- **O que evitar:** Recusar a troca de produto defeituoso; dizer que "produto em promoção não tem garantia"; mandar o cliente resolver só com o fabricante.

Fundamento legal: arts. 18, §§1º e 3º, e 26 do CDC.

6) Garantia e Informações Técnicas

Informações do produto RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Forneça a especificação completa dos produtos, incluindo características, modelo, capacidade, voltagem, quantidade, validade, riscos e informações sobre garantia.
- **O que evitar:** Informações incompletas ou genéricas; retirar as etiquetas de eficiência energética do INMETRO.
- **Exemplo correto:** *"Smartphone XYZ com 128 GB, câmera dupla de 12 MP, garantia de 12 meses."*
- **Exemplo inadequado:** *"Smartphone moderno com ótima câmera e muita memória."*

Fundamento legal: art. 31 do CDC.

Prazo de garantia RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Respeite a garantia legal — 30 dias para produtos não duráveis e 90 dias para duráveis, independentemente de termo — e entregue o termo de garantia do fabricante preenchido, que se soma à garantia legal.
- **O que evitar:** Termo em branco; informar garantia menor que a real; recusar reclamação dentro do prazo legal.

Fundamento legal: arts. 24, 26 e 50 do CDC.

Mostruário, outlet e produtos avariados RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Identifique na etiqueta e na nota fiscal que o produto é de mostruário ou tem avaria, descrevendo o defeito.
- **O que evitar:** Vender como novo; descrição genérica ("produto com detalhe").

Fundamento legal: arts. 18 e 31 do CDC.

7) Evite Propagandas Enganosas

O que fazer: Descreva as promoções de forma clara e precisa, evitando termos genéricos ou exagerados sem respaldo real.

- **Exemplo correto:** *"Descontos de até 50% em produtos selecionados da linha de eletrodomésticos."*

O que evitar: Anúncios vagos como *"Tudo pela metade do preço!"* sem que todos os produtos estejam realmente com 50% de desconto; contagem regressiva falsa; falsa escassez.

- **Exemplo inadequado:** Usar *"Oferta imperdível!"* sem explicar qual é a oferta.

Fundamento legal: arts. 6º, IV, 31 e 37, §§1º e 3º, do CDC.

Validade da promoção RISCO ALTO

- **O que fazer:** Informe data e horário de início e fim. Retire todos os cartazes e etiquetas promocionais no encerramento.
- **O que evitar:** Cartaz esquecido após o fim da promoção: o preço anunciado continua valendo.

Fundamento legal: art. 30 do CDC.

Critérios para obter o desconto RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Se o desconto depende de cupom, cadastro, aplicativo, cartão da loja, quantidade mínima ("leve 3, pague 2") ou forma de pagamento, essa condição deve constar no cartaz.
- **O que evitar:** O consumidor descobrir a condição só no caixa.

Fundamento legal: arts. 31 e 37, §3º, do CDC.

Material de fornecedores e da indústria RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Confira encartes, displays e materiais enviados por fabricantes antes de expor: perante o consumidor, o preço e a condição anunciados são da loja.
- **O que evitar:** Expor material de terceiro com preço ou condição que a loja não pratica.

Fundamento legal: arts. 30 e 34 do CDC.

8) Evite Letras Pequenas em Cartazes

Tamanho de fonte legível: Todas as informações importantes, como condições da promoção, prazos e restrições, devem estar visíveis de forma clara, sem uso de letras pequenas ou difíceis de ler.

Destaque para condições importantes: Sempre destaque termos cruciais como *"válido até"*, *"limitado a"* e *"enquanto durarem os estoques"* no próprio cartaz, e não apenas em rodapé ou asterisco.

Fundamento legal: arts. 31 e 37, §3º, do CDC (informação ostensiva e clara; publicidade enganosa por omissão).

9) Atenção aos Cartazes e Etiquetas: Diferencie Produtos em Promoção e Não Promoção

Revisão de etiquetas: Certifique-se de que os preços nas etiquetas estejam corretos e condizem com o sistema e com a comunicação da promoção. Confira diariamente a gôndola em relação ao sistema, principalmente após cada troca de preço (art. 6º, III, e art. 31 do CDC).

Evite confusão: Utilize etiquetas organizadas e em destaque, especialmente em lojas físicas. **Evite cartazes de Black Friday em produtos que não estão em promoção.**

- **Exemplo inadequado:** Cartaz *"Descontos Imperdíveis!"* ou *"Black Friday"* posicionado sobre gôndola com produtos sem desconto (art. 6º, IV, do CDC).

9.1) Como Deve Ser o Anúncio de Preços (Lei 10.962/2004)

1. Forma de afixação do preço:

- **Diretamente no produto:** utilizar etiquetas ou similares.
- **Vitrines:** exibir o preço à vista em caracteres legíveis, com a face principal da etiqueta voltada para o consumidor.
- **Código de barras ou referência:** informar o preço próximo ao item, de forma clara e legível, com leitor de preços acessível.

2. Clareza das informações:

- O preço deve ser facilmente legível, sem abreviações confusas.
- Informar o **preço à vista**; não é permitido informar o preço apenas em parcelas.
- Não usar letras da mesma cor do fundo, caracteres apagados, rasurados ou escritos na vertical.

3. Identificação de promoções:

- Indicar claramente os produtos em promoção com etiquetas ou cartazes específicos, como *"Black Friday"* ou *"Preço promocional"*, com o "De/Por".

4. Produtos fracionados:

- Informar o preço à vista e o preço por unidade de medida (ex.: peso, volume etc.).

5. Legibilidade e visibilidade:

- Utilizar fonte legível, com tamanho e contraste adequados para garantir fácil leitura.
- Cartazes e etiquetas devem ser posicionados em locais de fácil acesso e visualização.
- Atenção especial com as etiquetas de eficiência energética do INMETRO, pois não podem ser retiradas.

6. Divergência de preços:

- Em caso de diferença entre os sistemas de informação de preços (etiqueta, cartaz, leitor, caixa), assegurar que o consumidor pague o **menor valor** apresentado — orientar os operadores de caixa a fazê-lo sem discussão.

Fundamento legal: Lei 10.962/2004, arts. 1º, 2º e 5º; Decreto 5.903/2006; art. 13, I, do Decreto 2.181/1997; arts. 6º, III, e 31 do CDC.

10) Condições de Pagamento

Venda parcelada ou financiada RISCO ALTO

- **O que fazer:** Informe o preço à vista e, no parcelado: número e valor das parcelas, juros de mora e taxa efetiva anual de juros, acréscimos e o total a pagar com e sem financiamento.
- **O que evitar:** Anunciar apenas *"10x de R$ 99"*; dizer *"sem juros"* quando há acréscimo embutido no parcelado.

Fundamento legal: art. 52 do CDC.

Preço diferente por forma de pagamento RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** O desconto para Pix ou dinheiro é permitido, desde que informado de forma visível no ponto de venda.
- **O que evitar:** Desconto "de balcão" não sinalizado; cobrar mais no cartão sem aviso prévio.

Fundamento legal: Lei 13.455/2017 e art. 5º-A da Lei 10.962/2004.

Formas de pagamento aceitas RISCO MÉDIO

- **O que fazer:** Afixe aviso visível com as formas aceitas: cartões e bandeiras, parcelamento (em quantas vezes), Pix e cheque. Venda a quem se dispõe a pagar à vista nas formas aceitas.
- **O que evitar:** O consumidor descobrir no caixa que a forma de pagamento não é aceita; recusar a venda sem justificativa.

Fundamento legal: arts. 6º, III, 31 e 39, II e IX, do CDC; leis estaduais.

11) Venda Casada e Serviços Adicionais

Venda casada RISCO ALTO

- **O que fazer:** Venda o produto sozinho, pelo preço anunciado. Garantia estendida, seguro, montagem e outros serviços são **opcionais** e dependem de concordância expressa do cliente.
- **O que evitar:** Condicionar o preço da oferta à contratação de garantia estendida ou seguro; incluir serviço na nota sem o cliente pedir.
- **Exemplo inadequado:** *"Esse preço só vale com a garantia estendida."*

Fundamento legal: art. 39, I e III, do CDC.

12) Itens Obrigatórios no Salão de Vendas

Na Black Friday, o PROCON costuma fazer operações nas lojas e, além das ofertas, confere itens básicos do estabelecimento.

Item	O que a loja deve ter	Fundamento
Exemplar do CDC	Exemplar do Código de Defesa do Consumidor em local visível e de fácil acesso	Lei 12.291/2010
Formas de pagamento	Aviso visível com cartões, bandeiras, parcelamento, Pix e cheque	arts. 6º, III, e 31 do CDC; leis estaduais
Placas exigidas por lei local	Telefone do PROCON, atendimento prioritário e outros avisos do Estado e do município	Legislação estadual e municipal
Nota fiscal	Emitida em toda venda, com descrição do produto e do desconto	arts. 6º, III, e 31 do CDC

Importante

Não deixe de consultar a legislação de cada Estado e município sobre o tema, pois alguns entes federativos possuem regras específicas sobre Black Friday, placas obrigatórias e tamanhos de cartazes. **Lojas em João Pessoa/PB devem usar também o Guia João Pessoa/PB | Black Friday.**

13) Documentos e Evidências que a Loja Deve Manter

Evidência	Para que serve	Recomendação
Histórico de preços de cada item em oferta (sistema, encartes, prints)	Provar que o preço “De” era real	Mínimo de 90 dias antes da promoção
Fotos datadas de cartazes, etiquetas e gôndolas	Provar o que estava exposto	Diariamente, na abertura
Estoque inicial por item e controle de vendas	Provar a quantidade anunciada e quando esgotou	Por loja e por dia
Peças publicitárias e encartes, com período de veiculação	Provar exatamente o que foi ofertado	Arquivo único da campanha
Registro de trocas de preço e de cartazes retirados	Provar a correção rápida de erros	Com data e horário
Reclamações recebidas e solução dada	Defesa no PROCON e em processo judicial	Com nome, data e desfecho
Lista de presença do treinamento da equipe	Demonstrar boa-fé e diligência	Antes da campanha

Recomendação: arquivar esse material por 5 anos, prazo prescricional do CDC (art. 27).

14) Se o PROCON Chegar à Loja

1. Receba o fiscal com cordialidade, chame o gerente responsável e peça a identificação funcional.
2. Acompanhe toda a vistoria, anotando e fotografando o que for verificado.
3. Não discuta o mérito no local. Corrija de imediato o que for simples (retirar cartaz, ajustar etiqueta) e registre a correção com foto e horário.
4. Entregue os documentos que estiverem na loja. Para os que estão na sede, peça prazo por escrito.
5. Leia o auto antes de assinar. Assinar significa ciência, não confissão. Se houver discordância, registre observação no próprio auto.
6. Fique com cópia do auto e de qualquer notificação.
7. **Envie ao jurídico no mesmo dia**: auto, fotos e documentos. O prazo de defesa é curto e corre da ciência — confira o prazo indicado no auto.

⚠ Atenção — valor das multas

Pelo CDC, a multa administrativa varia de **200 a 3.000.000 de UFIR** e é graduada pela gravidade da infração, pela vantagem obtida e pela condição econômica do fornecedor (art. 57). Grandes redes ficam na faixa mais alta. Além da multa, são possíveis apreensão, suspensão de venda e contrapropaganda (art. 56). Leis estaduais podem prever multas próprias, somadas a essas.

15) Checklist Rápido da Loja

Antes da Black Friday

- [ ] Histórico de preços dos itens em oferta salvo (mínimo 90 dias)
- [ ] Preço “De” de cada item conferido com o histórico
- [ ] Percentuais de desconto conferidos; dupla conferência acima de 50%
- [ ] Estoque por item em oferta levantado e registrado
- [ ] Cartazes com validade, estoque, limite por CPF e condições de pagamento
- [ ] Produtos em promoção separados dos produtos sem desconto
- [ ] Política de troca da campanha definida e afixada
- [ ] Equipe treinada (venda casada, garantia, menor preço no caixa, fiscalização), com lista de presença
- [ ] Exemplar do CDC, aviso de formas de pagamento e placas locais no salão
- [ ] Legislação estadual e municipal da praça conferida

Na abertura de cada dia

- [ ] Gôndola × sistema conferidos após cada troca de preço
- [ ] Fotos datadas de cartazes e etiquetas
- [ ] Cartazes de itens esgotados ou ofertas encerradas retirados
- [ ] Caixa orientado a cobrar o menor preço em caso de divergência
- [ ] Gerente responsável por receber a fiscalização definido no turno

Depois da campanha

- [ ] Cartazes e etiquetas promocionais retirados no horário anunciado
- [ ] Evidências da campanha arquivadas em pasta única
- [ ] Reclamações e autos de infração enviados ao jurídico

Boas vendas!

Time de varejo do QCA.

