

TECNOLOGIA

Padronização ajuda operações para a Black Friday

Identificação única dos produtos e qualidade dos dados contribuem para diminuir problemas de cadastro e falhas logísticas em período de alta demanda

As ofertas que chegam ao consumidor na Black Friday começam a ser preparadas bem antes de novembro. Estoques, preços, divulgação e logística entram no planejamento das empresas para atender ao aumento da demanda e reduzir o risco de falhas na operação. Em 2026, a data será celebrada em 27 de novembro, e o desafio do comércio eletrônico será garantir que os produtos anunciados estejam corretamente identificados, cadastrados e disponíveis para entrega.

A dimensão dessa operação ficou evidente na edição de 2025. O comércio eletrônico brasileiro faturou R\$ 4,76 bilhões em um único dia, com quase 9 milhões de pedidos processados, segundo levantamento da Confi Neotrust divul-

gado pelo E-Commerce Brasil. Os números ajudam a dimensionar o volume de transações que exige preparação das empresas para períodos de vendas concentradas, o que faz com que a qualidade das informações sobre os produtos ganhe ainda mais relevância.

Dados incorretos ou incompletos podem provocar divergências entre catálogos, erros de estoque, dificuldades na separação de pedidos e problemas na expedição. A identificação padronizada ajuda a reduzir essas diferenças e permite que fabricantes, marketplaces, varejistas e operadores logísticos trabalhem com uma referência comum para cada item.

Um dos recursos utilizados nesse processo é o GTIN (Global Trade Item Number), número de identificação único atribuído a um produto e representado no código de barras. Ao permitir o reconhecimento do mesmo item em diferentes sistemas, essa identificação facilita a integração das informações ao longo da cadeia de abastecimento.

Para João Carlos de Oliveira, presidente da Associação Brasileira de Automação-GS1 Brasil, a preparação para a Black Friday também depende da consistência dos dados que sustentam as operações. “Quando fabricantes, marketplaces, varejistas e operadores logísticos trabalham com a mesma identificação para um produto, fica mais fácil manter os cadastros alinhados, localizar as mercadorias e acompanhar os pedidos. Em uma data com milhões de transações, essas informações ajudam a reduzir divergências e a evitar problemas que podem afetar a entrega ao consumidor”, afirma.

O GTIN permite identificar individualmente os produtos comercializados e facilita seu reconhecimento em diferentes etapas da operação. Para que cumpra essa função, porém, é necessário que o número esteja associado ao item correto e que as informações cadastrais sejam mantidas atualizadas.

No comércio eletrônico, a consistência dos dados ajuda a evitar que um mesmo produto



Dados corretos evitam divergências entre catálogos e erros de estoque

apareça com informações divergentes em diferentes canais. Na logística, contribui para o reconhecimento dos itens durante o recebimento, a armazenagem e a separação dos pedidos. No varejo, facilita processos como o controle de estoque e o regis-

tro das vendas.

A identificação padronizada não substitui a gestão dos estoques nem elimina a possibilidade de erros, mas ajuda a estabelecer uma referência comum entre os sistemas utilizados pelas empresas.

Cadastro confiável reduz erros e melhora resultados



Oliveira diz que grande volume de pedidos requer estratégias

A preparação para a data também exige planejamento do estoque. O histórico de vendas de edições anteriores pode ajudar a identificar os itens com maior procura e dimensionar compras e volumes armazenados. A falta de mercadorias pode representar perda de vendas, enquanto o excesso de produtos aumenta os custos e pode comprometer o fluxo de caixa.

A integração entre sistemas de gestão, plataformas de comércio eletrônico, estoque e logística também merece atenção. Quando essas ferramentas utilizam informações consistentes e atualizadas, a empresa consegue acompanhar melhor a disponibilidade dos itens e reduzir o risco de anunciar produtos sem estoque para atender aos pedidos.

A formação dos preços é ou-

tro ponto que exige antecedência. A definição de descontos deve considerar os valores praticados no mercado e os custos envolvidos na operação, como logística, taxas das plataformas e despesas de divulgação. A estratégia comercial precisa estar alinhada à capacidade de atender à demanda e preservar a margem de lucro.

“A Black Friday concentra em poucas horas um volume de vendas que exige respostas rápidas das empresas. Por isso, o planejamento comercial precisa caminhar junto com a organização dos dados, a gestão do estoque e a integração dos sistemas. A identificação correta dos produtos faz parte dessa estrutura”, diz o presidente da GS1 Brasil, João Carlos de Oliveira.

Por isso, a preparação operacional se reflete na experiência do consumidor. Descrições corretas, preços atualizados, disponibilidade real e prazos de entrega compatíveis com a operação ajudam a evitar dúvidas, cancelamentos e problemas no pós-venda.

Informações confiáveis também melhoram a experiência de compra

O uso de padrões de identificação e de compartilhamento de dados contribui para que as informações acompanhem o produto nas diferentes etapas da cadeia. Além do GTIN, soluções como o QR Code Padrão GS1 podem conectar a embalagem a informações digitais complementares, conforme a aplicação.

Para Oliveira, a organização dos dados deve fazer parte da rotina das empresas durante todo o ano. “A Black Friday torna mais visível a importância de processos bem estruturados, mas a qualidade das informações não pode ser uma preocupação restrita às grandes datas comerciais. Cadastros confiáveis e sistemas integrados ajudam a administrar a operação diariamente e dão às empresas melhores condições para responder aos períodos de maior demanda”, afirma. Entre as tecnologias que ajudam a organizar as operações estão:

GTIN (Global Trade Item Number) - número de identificação único utilizado para identi-

ficar produtos. Ele pode ser representado por diferentes tipos de códigos de barras e facilita o reconhecimento dos itens em sistemas de varejo, logística e comércio eletrônico.

Código de barras - representação gráfica de uma numeração de identificação, que pode ser capturada automaticamente por leitores. É utilizado em processos como registro de vendas, recebimento e movimentação de mercadorias.

QR Code Padrão GS1 - código bidimensional que pode conectar o produto físico a informações disponíveis no ambiente digital. Conforme a aplicação, permite disponibilizar dados complementares sobre o item.

Padronização de dados - consiste em estruturar as informações sobre produtos de maneira uniforme, facilitando a troca de dados entre empresas, sistemas e canais de venda. Essa organização ajuda a reduzir divergências cadastrais e contribui para a consistência das operações.

Editor-chefe: Guilherme Kolling
(guilhermekolling@jornaldocomercio.com.br)

Editora de Economia: Fernanda Crancio
(fernanda.crancio@jornaldocomercio.com.br)

Editora-assistente: Cristine Pires
(cristine.pires@jornaldocomercio.com.br)

Projeto gráfico: Luis Gustavo Van Ondheusden