



Boletim de Mercado

# Natal

Edição 2021



# BOLETIM DO *Natal*

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.
- Adauto 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



<b>Sumário</b>	<b>3</b>
<b>Metodologia</b>	<b>4</b>
<b>O Natal</b>	<b>5</b>
<b>Como foi o Natal em 2020</b>	<b>6</b>
<b>Números do Natal em 2020</b>	<b>7</b>
<b>Meios de pagamento do Natal 2020</b>	<b>9</b>
<b>Processo de compra do Natal</b>	<b>10</b>
<b>Expectativas do Natal 2021</b>	<b>12</b>
<b>Intenção de compra Natal 2021</b>	<b>13</b>
<b>Intenção de compra Natal 2021 – Por tipo de canal</b>	<b>14</b>
<b>Intenção de compra Natal 2020 e 2021 – Por tipo de categoria</b>	<b>15</b>
<b>Meios de pagamento do Natal 2021</b>	<b>16</b>
<b>Negócios, por cnae, que serão impactados pelo Natal 2021, no estado do Pará</b>	<b>17</b>
<b>Como atrair mais clientes no Natal 2021 pelas redes sociais</b>	<b>18</b>
<b>Estratégia de vendas no Natal 2021</b>	<b>19</b>
<b>Top 10 – Dicas de vendas Natal 2021</b>	<b>20</b>
<b>Considerações Finais</b>	<b>25</b>
<b>Boletim Natal 2021 - Referências</b>	<b>26</b>

# METODOLOGIA

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 que poderão trazer efeitos sobre as compras de Natal, bem como seus impactos para o comércio





## O NATAL

O Natal é uma grande data para o varejo brasileiro, já que, culturalmente, a população vai às compras nesta época do ano para presentear os familiares ou até mesmo amigos e colegas de trabalho com as brincadeiras de amigo secreto .

As compras de Natal impactam diversos segmentos do mercado, englobam todas as classes sociais, que compram desde vestuário, brinquedos, celulares e eletrônicos, até itens de decoração para casa, alimentos e bebidas para o dia da ceia.

O varejo inaugura a temporada de compras natalinas já no mês de novembro, juntamente com a chegada do 13º salário, o que permite uma folga no orçamento dos consumidores, estimulando ainda mais as compras de fim de ano.

Historicamente, o natal é a data de maior faturamento para o comércio de rua e e-commerce, com vendas superiores a Black Friday, Dias das Crianças, Dia dos Pais e Dia das Mães.





# COMO FOI O NATAL EM 2020

Embora diversos setores da economia ainda estejam se recuperando da crise provocada pela pandemia da Covid-19, o e-commerce brasileiro vem apresentando crescimento significativo ao longo dos anos.

A população por um período, deixou de circular nas lojas de ruas, galerias comerciais e shopping center e passou a utilizar mais os canais digitais para realização das compras. Inclusive os mais idosos, que passaram a experimentar a compra online e perceberam diversos benefícios, como: comodidade, segurança e vantagens no preço, mesmo com o pagamento do frete, custo de entrega.

As vendas online no Natal de 2020 são um reflexo desta nova realidade, pois tiveram um crescimento de 44,6% no período de 10 a 24 de dezembro de 2020, atingiram um faturamento de R\$ 3,8 bilhões de reais *versus* R\$ 2,6 bilhões, valor registrado no mesmo período do ano anterior. Os dados são da pesquisa online vendas Natal EbitilNielsen – 2020.



BOLETIM DE  
MERCADO

*Natal*



# NÚMEROS DO NATAL EM 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 do Natal não poderia ser diferente, com sucesso garantido.

O consumo online foi bastante estimulado e as vendas do Natal de 2020 foram as melhores da série histórica desde de 2017 - comprovando que os hábitos e a frequência das compras digitais mudaram significativamente com a pandemia da Covid-19.

## Vendas online de Natal

Faturamento em bilhões



Fonte: EbitNielsen - 2020

# NÚMEROS DO NATAL EM 2020



Total de Faturamento  
10/12 a 24/12



↑ incremento de 44,6%



Quantidade de Pedidos  
10/12 a 24/12



↑ incremento de 27,5%



Ticket Médio  
10/12 a 24/12



↑ incremento de 13,4%

Fonte: Pesquisa Vendas Online Natal – EbitNielsen - 2020

\* Dados das vendas em lojas online período 14/12 a 24/12/2020



BOLETIM DE  
MERCADO

*Natal*



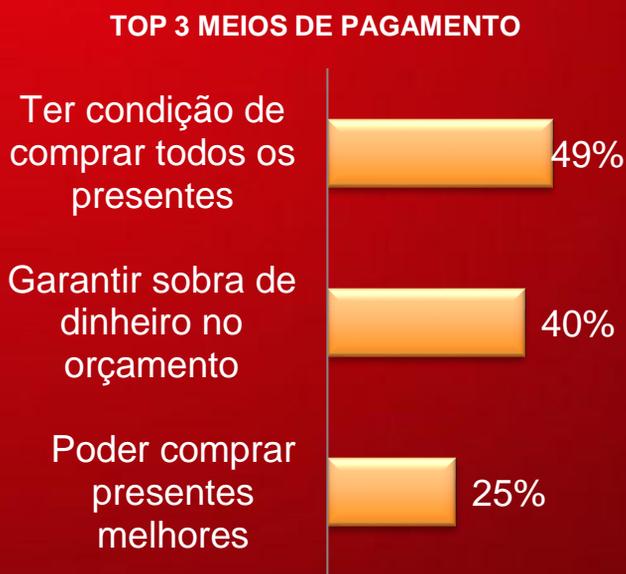
# MEIOS DE PAGAMENTO DO NATAL 2020

A maioria dos entrevistados escolheu o pagamento à vista, sendo 57% pagamento em dinheiro, 36% no cartão de débito e 37% no cartão de crédito parcelado. Entre os que pretenderam pagar parcelado, o número médio de parcelas foi 4,8.

## TOP 3 MEIOS DE PAGAMENTO



## MOTIVO DO PARCELAMENTO



Fonte: Pesquisa intenção de compra Natal - CNDL/SPC 2020.



# PROCESSO DE COMPRA DO NATAL

Fica evidente que o processo de compra mudou muito em função da pandemia da Covid-19. As mudanças foram mais significativas nos idosos, já que começaram a realizar compras online, de forma planejada, comparando os preços e promoções do mesmo produto em diferentes varejistas. Poder comprar com segurança, em qualquer horário, de qualquer local, mudou completamente a visão do consumidor acerca das compras online. A experiência em compras anteriores, como a Black Friday e Natal do ao passado, contribuíram para o amadurecimento de compra neste tipo de canal.

O mercado de comércio eletrônico também não fica atrás nesta corrida. Os especialistas em web desenvolvem aplicativos e sites de compras cada vez mais atrativos, baseado na experiência de compra do usuário (User Experience – UX)

## ASCENSÃO DIGITAL

Maior penetração dos meios digitais na população. Jovens estão cada vez mais *heavy-users* das tecnologias e idosos antecipam a entrada no mundo em função da pandemia da Covid-19.

## PROJETOS DIGITAIS USER EXPERIENCE

Os especialistas em web buscam cada vez mais entregar um melhor conteúdo, com design prático e intuitivo de fácil navegação para qualquer tipo de usuário.

Fonte: Blog Treina Web <https://www.treinaweb.com.br/blog/tag/ux-design>

# PROCESSO DE COMPRA DO NATAL

O consumidor está cada vez mais exigente, mais planejado para realização da compra, pois ele pesquisa atributos, reputação, compara preço e avaliação do Reclame Aqui. De acordo com a pesquisa de intenção de compra do Natal, 79% dos entrevistados pretendem fazer a pesquisa de preço antes de comprar os presentes, sendo que destes 83% farão a comparação de preço por meio da internet (sites, aplicativos e redes sociais), ao passo que 68% farão a pesquisa no ponto de venda, nas lojas de shopping e comércio de rua.

**79% pretendem fazer a pesquisa de preço antes de comprar um presente**

**83% pesquisarão nos canais digitais**

**68% pesquisarão no ponto de venda**

Fonte: Pesquisa intenção de compra Natal - CNDL/SPC 2021.



BOLETIM DE  
MERCADO

*Natal*



# EXPECTATIVAS DO NATAL 2021

A expectativa dos especialistas do varejo para as vendas do Natal de 2021 é bastante otimista, visto que o calendário de vacinação está bem avançado, as lojas estão se preparando para as vendas presenciais, bem como estão cada vez mais experientes nas vendas online. As micro e pequenas empresas se adaptaram ao cenário da pandemia implementando os canais de vendas digitais e perceberam que está é a nova realidade de consumo da população.



Com o avanço da vacinação, a população volta a ter o comportamento de compras de antes da pandemia. A expectativa é que 123,7 milhões devam ir as compras no Natal. Pesquisas apontam que as vendas neste período cheguem em R\$68,4 Bilhões de reais



Preparação das lojas físicas, principalmente as micro e pequenas empresas que poderão decorar vitrines e gôndolas e proporcionar uma experiência de compra única, que só o meio presencial consegue ofertar. Com Papai Noel e brincadeiras para as crianças. Aposte na iluminação e ideias baratas.



Evolução das lojas nas vendas online. As micro e pequenas empresas estão lançando mão de diferentes ferramentas digitais para ampliarem sua vendas. Parcerias de market places, aplicativos e redes sociais já são plataformas de venda online. Cadastre sua loja, Anuncie e venda os seus produtos de maior circulação e entregue seus produtos.

Fonte: CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas. **Vitrine de Natal**

Fonte: Sebrae – Como vender mais em marketplace



BOLETIM DE  
MERCADO

*Natal*



# INTENÇÃO DE COMPRA NATAL 2021

PRETENDE COMPRAR ALGUM PRESENTE NO NATAL DE 2021?

PRINCIPAIS MOTIVOS POR NÃO PRETENDER COMPRAR PRESENTE NO NATAL DE 2021?

Não pretendo  
23%



Pretendo  
77%

Natal

Intenção de compra maior que o ano de 2020 (+ 23%)



Em média os consumidores pretendem comprar 4,5 presentes para o Natal de 2021. O ticket médio de cada presente será de R\$ 122,78 reais. Entre os presenteados estão os filhos com 62%, seguido das mães 45% e cônjuge 42%. entretanto os filhos serão os melhores presenteados, já que, 31% dos entrevistados pretendem dar o presente mais caro para o filho.

## PRINCIPAIS PRESENTEADOS



Filhos 62%



Mães 45%



Cônjuge 42%

## PRESENTES DE MAIOR VALOR



Filhos 31%



Mães 16%



Cônjuge 15%

Fonte: Pesquisa intenção de compra Natal - CNDL/SPC 2021.



BOLETIM DE  
MERCADO

*Natal*



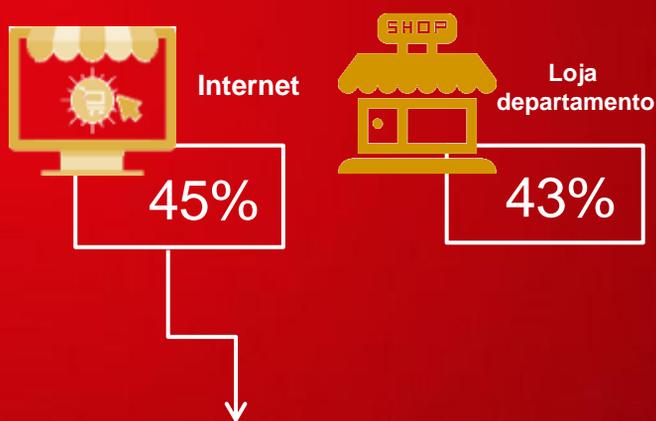
# INTENÇÃO DE COMPRA NATAL 2021 – POR TIPO DE CANAL

A pesquisa realizada pela CNDL e pelo SPC, em parceria com a OfferWise, mostra que a internet será o principal local de compras dos consumidores no Natal (45%), em seguida de lojas de departamento (43%) e shopping center (40%).

O estudo aponta ainda que a preferência dos consumidores digitais será por compras feitas em sites (76%), aplicativos (72%) e Instagram (23%)

Fonte: Pesquisa intenção de compra Natal - CNDL/SPC 2021.

## TIPO DE CANAL QUE PREFEREM COMPRAR OS PRESENTES DE NATAL



76% deles disseram que preferem comprar em sites

Considerando aqueles que farão compras online, 76% devem utilizar os sites de e-commerce, 72% os aplicativos e 23% por meio da rede social – Instagram.

CATEGORIAS	2021
Site	76,0%
Aplicativos	72,2%
Instagram	23,3%
Whatsapp	18,8%
Facebook	15,9%



# INTENÇÃO DE COMPRA NATAL POR CATEGORIA 2020 e 2021

As categorias mais procuradas para presentear no Natal de 2020 e 2021 foram: Roupas, Brinquedos e Perfumes. A seguir tabela completa das categorias.

CATEGORIAS	2020	2021
Roupas	56,8%	61,0%
Brinquedos	37,7%	37,3%
Perfumes e cosméticos	31,5%	36,2%
Calçados	30,8%	35,6%
Acessórios (cinto,bolsa,relógio)	23,6%	23,6%
Livros	17,6%	17,1%
Vale presente	9,9%	15,2%
Celular/ Smartphones	13,5%	13,4%
Jogos/ Vídeo games	10,7%	13,1%
Jóias	10,0%	11,5%
Eletrodomésticos (fogão, geladeira e etc)	7,0%	10,6%
Bebidas	11,6%	9,9%
Dinheiro	7,7%	9,7%
Eletrônicos (TV, DVD e etc)	9,1%	7,1%
Tablet	5,2%	5,3%
Computador/ Notebook	4,0%	4,7%
Viagem	3,4%	4,4%

Fonte: Pesquisa intenção de compra Natal - CNDL/SPC 2021.

# MEIOS DE PAGAMENTO DO NATAL 2021

A maioria dos entrevistados citou o dinheiro como principal meio de pagamento para realizar as compras do Natal (48%), seguido de cartão de crédito parcelado (39%), cartão de débito (38%) e por fim o PIX (30%). Pode-se observar que a população não quer fazer um endividamento para o ano que vem, já que grande percentual dos consumidores pretende pagar à vista. Para os que optaram o parcelamento, a média foi de 6 parcelas.

## MEIOS DE PAGAMENTO

## MOTIVO DO PARCELAMENTO



## TOP 3 MOTIVOS DE PARCELAMENTO



Vender parcelado é uma maneira de flexibilizar as compras de Natal sem sobrecarregar o orçamento familiar. O comércio precisa estar atento para os prazos e formas de pagamento para que os consumidores consigam comprar mais e melhor neste final de ano.

Fonte: Pesquisa intenção de compra Natal - CNDL/SPS 2021.



# NEGÓCIOS, POR CNAE, QUE SERÃO IMPACTADOS PELO NATAL 2021, NO ESTADO DO PARÁ

ATIVIDADES	MEIs	ME+EPPs	TOTAL
Comércio varejista especializado de equipamentos de telefonia e comunicação	1.840	830	2.670
Comércio varejista especializado de peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos para uso doméstico, exceto informática e comunicação	719	251	970
Comércio varejista especializado de eletrodomésticos e equipamentos de áudio e vídeo	1.155	788	1.943
Comércio varejista de outros artigos de uso doméstico não especificados anteriormente	759	316	1.075
Comércio varejista de outros artigos usados	162	39	201
Comércio varejista de outros produtos não especificados anteriormente	2.390	763	3.153
Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios	27.809	5.674	33.483
Comércio varejista de artigos de joalheria	775	228	1.003
Agências de viagens	965	420	1.385
Serviços de reservas e outros serviços de turismo não especificados anteriormente	98	41	139
Operadores turísticos	110	26	136
Comércio varejista de brinquedos e artigos recreativos	327	155	482
Comércio varejista de livros	263	131	394
Comércio atacadista de aparelhos eletrônicos de uso pessoal e doméstico		15	15
Comércio atacadista de artigos do vestuário e acessórios, exceto profissionais e de segurança		134	134
Comércio atacadista de calçados		56	56
Comércio varejista de calçados	2.209	926	3.135
Comércio varejista de suvenires, bijuterias e artesanatos	897	358	1.255
Comércio atacadista de bebidas não especificadas anteriormente		25	25
Comércio varejista de bebidas	8.964	1.381	10.345
Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	6.049	1.018	7.067
Lojas de variedades, exceto lojas de departamentos ou magazines	1.359	307	1.666
Lojas de departamentos ou magazines, exceto lojas francas (Duty free)		122	122

FONTE: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/aplicacoes/atbhe/estatisticassinac.app/default.aspx>

# COMO ATRAIR MAIS CLIENTES NO NATAL 2021 PELAS REDES SOCIAIS?

Os brasileiros são a segunda maior população a passar mais tempo na internet, bem como nas redes sociais. De acordo com o The Next Web (empresa de tecnologia do grupo Financial Times), o número de usuários de mídia social teve um aumento de 9% desde ano passado. Criar uma comunicação personalizada com seu cliente por meio das redes sociais é um ótima estratégia para atrair mais clientes para o seu negócio e aumentar ainda mais as vendas deste Natal.

## TOP 5 DICAS

### TOP 1

Estabeleça comunicação com seu cliente por meio das redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube e WhatsApp).

### TOP 2

Divulgue conteúdo de qualidade para seu público. Solte sua criatividade e conquiste engajamento do seu público.

### TOP 3

Oferte diferentes canais de venda para o seu cliente, porém analise o que é mais viável para o seu negócio.

### TOP 4

Ferramentas de gestão das redes sociais. Por exemplo: *Buffer*, *Cyfe*, *SKEDit* para monitorar métrica e medir alcance.

### TOP 5

Defina seu público alvo previamente para uma comunicação mais assertiva e eficaz

# ESTRATÉGIAS DE VENDA NO NATAL 2021

É sabido por grande parte das micro e pequenas empresas que as vendas por meio do e-commerce representam um parcela significativa do volume e faturamento do negócio.

A capilaridade do meio online permite expandir e atender demandas em diferentes regiões e em diferentes nichos de mercado.

Faz-se necessário um planejamento prévio das lojas físicas, principalmente as micro e pequenas empresas para que seus colaboradores estejam preparados para atender as demandas de Natal, seja com a decoração do espaço físico de loja ou seja em sua vitrine virtual nos canais digitais

A seguir, 10 dicas de como as micro e pequenas empresas podem melhorar suas vendas no Natal de 2021





# DICAS DE VENDAS - NATAL 2021

## TOP 1

### PRODUTOS MAIS DESEJADOS

Trabalhe com o sortimento de produtos adequados, utilize a curva ABC. Saber as predileções do público-alvo e a intenção de compra por categoria é essencial nos dias de hoje. Não caia na armadilha de queimar estoque remanescente, diminuir preço de produtos encalhados, estratégia de saldão. Lembre-se que o esforço de vender um produto atual ou uma peça de roupa da coleção passada são iguais, com custos equivalentes.

## TOP 2

### FERRAMENTAS DIGITAIS

Utilize diferentes ferramentas digitais para maximizar suas vendas no período de Natal. Atualmente, o mercado oferece diversas soluções digitais adequadas para qualquer tipo e porte de empresa. Prepare uma vitrine virtual sedutora com rodízio de apresentação de produtos, agrupe pelos os mais vendidos, com maiores descontos. A vitrine precisa ter um layout intuitivo, de fácil navegação para consumidor.



# DICAS DE VENDAS - NATAL 2021

## TOP 3

### PREPARE O ESTOQUE

Antecipe e organize os pedidos de compra. Acompanhe os prazos de entrega com os fornecedores e parceiros. Seus concorrentes também estão fazendo o mesmo que você. Nada pior do que ficar sem um produto por ter esgotado no fornecedor ou recebê-lo nas vésperas da data do Natal.

## TOP 4

### MARKETPLACES

Amplie suas campanhas digitais por meio dos marketplaces, pois essas parcerias costumam dar uma maior visibilidade e credibilidade às micros e pequenas empresas, já que toda oferta virtual é feita por uma empresa de maior porte, com toda segurança e com estratégias focadas no perfil de consumo do comprador.



# DICAS DE VENDAS - NATAL 2021

## TOP 5

### 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, e a possibilidade de alcançar mais pessoas, seja por meio de redes sociais, e-mail, anúncios pagos, influenciadores e até mesmo o contato 1 a 1 com clientes frequentes por meio do WhatsApp. As micro e pequenas empresas devem se apoderar deste contato dirigido, personalizado. É sabido que, por melhor que seja o treinamento de vendas dos grandes varejistas, estabelecer um contato personalizado é tarefa quase impossível, principalmente nestas datas.

## TOP 6

### INVISTA NO SEU ATENDIMENTO

As micro e pequenas empresas devem se apoderar deste contato dirigido, personalizado. É sabido que, por melhor que seja o treinamento de vendas dos grandes varejistas, estabelecer um contato personalizado é tarefa quase impossível, principalmente nestas datas em que todo o mercado fica aquecido.

Abuse desta proximidade com o seu cliente, faça com que ele se sinta valorizado e perceba que possui um tratamento diferenciado.



# DICAS DE VENDAS - NATAL 2021

## TOP 7

### PREPARE O WHATSAPP

Deixar as equipes de atendimento e venda bem preparadas para atender todas as demandas oriundas do aplicativo de mensagens faz toda a diferença.

Privilegie o atendimento do colaborador, deixe o mesmo interagir com o cliente de forma atenciosa e freqüente. Não tem nada pior que as mensagens atendimento do que mensagens automáticas do whatsapp sem a interação de um profissional.

Humanizar o processo é fundamental para que o cliente perceba que está sendo atendido por uma pessoa e não por robô

## TOP 8

### 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.



# DICAS DE VENDAS - NATAL 2021

## TOP 9

### DIVERSIFIQUE OS MEIOS DE PAGAMENTO

Embora o dinheiro tenha sido a principal forma de pagamento, diversifique seus meios de pagamento e ofereça opções de parcelamento, pois às vezes o cliente pode aumentar o seu potencial de compra e ticket gasto por poder acomodar, diluir o valor gasto ao longo dos meses.

## TOP 10

### ACOMPANHE SEU CLIENTE EM TODA JORNADA

É fundamental um acompanhamento do cliente em toda a jornada. Esteja próximo do cliente do início ao fim. Ofereça um atendimento personalizado e responda a todos os consumidores que enviarem dúvidas, sugestões e até mesmo reclamações.

O importante é dar atenção a todos em tempo hábil e transparecer empatia. Não encerre seu relacionamento com o cliente após a venda, pelo contrário, fique atento em novos produtos que tenham adequação ao perfil do cliente.



# CONSIDERAÇÕES FINAIS



O comércio paraense precisa se preparar para a demanda do Natal. As expectativas são bastantes promissoras, pois estamos falando da melhor data em volume e faturamento de vendas do varejo brasileiro.

As lojas físicas poderão usar todos os atrativos de Natal para potencializar suas vendas, como decoração de toda a loja com tema natalino, exposição de novos produtos na vitrine, prateleiras e gôndolas organizadas e abastecidas com as categorias de maior predileção, além de todo marketing sensorial, com fragrância, estímulos visuais nas gôndolas e experimentação de produtos in loco.

Focar no meio digital e estabelecer uma campanha padronizada com o meio físico também é de grande valia, afinal, o consumidor é multicanal e a comodidade impera na preferência de compra. Comprar no canal digital, retirar em loja física, testar no ponto de venda e comprar pelo e-commerce são algumas das opções de compra utilizadas pelo consumidor.

Sendo assim, as possibilidades de vendas ficarão cada vez maiores, assim como o faturamento para empresas que se fizerem presentes em diferentes canais de venda com produtos para todo os tipos de público.

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

Boas vendas!



# BOLETIM NATAL 2021

## REFERÊNCIAS

- BRASIL, Receita Federal. 2021. Estatísticas SINAC - Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>. Acessado em 21 de setembro de 2021.
- CNDL – CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS. **Intenção de compras para o Natal de 2020**. Disponível: <[https://site.cndl.org.br/natal-2020-downloadcndl\\_ch556ec9a9d584g89\\_64014354x3xx158788896521700/](https://site.cndl.org.br/natal-2020-downloadcndl_ch556ec9a9d584g89_64014354x3xx158788896521700/)>. Acessado em 29 de novembro de 2021.
- CNDL – SPC CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS. Intenção de compras para o Natal de 2021. Disponível: [https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/227307/1636495088Apresentao\\_Inteno\\_de\\_Compras\\_no\\_Natal\\_2021.pdf?utm\\_campaign=resposta\\_automatica\\_da\\_landing\\_page\\_intencao\\_de\\_compras\\_no\\_natal\\_2021&utm\\_medium=email&utm\\_source=RD+Station](https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/227307/1636495088Apresentao_Inteno_de_Compras_no_Natal_2021.pdf?utm_campaign=resposta_automatica_da_landing_page_intencao_de_compras_no_natal_2021&utm_medium=email&utm_source=RD+Station) Acessado em 26 de novembro de 2021.
- CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas. **Vitrine de Natal: 7 dicas estratégicas para lojistas**. Publicado: 10 dez. 2019. Disponível: <<https://cndl.org.br/varejosa/vitrine-de-natal-7-dicas-estrategicas-para-lojistas/>>. Acesso: 2 dez. 2020. Acessado em 26 de novembro de 2021.
- SEBRAE – PA – Portal Sebrae Pará - Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/galeriavideo/oportunidades-para-os-pequenos-negocios-em-marketplaces,88ddc20f003ac710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acessado em 25 de novembro de 2021.
- SEBRAE – SP – Portal Sebrae São Paulo - Disponível em: [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo\\_uf/7-dicas-para-planejar-o-natal-e-as-vendas-da-sua-empresa,46324d4efe960610VgnVCM1000004c00210aRCR](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/7-dicas-para-planejar-o-natal-e-as-vendas-da-sua-empresa,46324d4efe960610VgnVCM1000004c00210aRCR) Acessado em 25 de novembro de 2021.
- SEBRAE – MT – Portal Sebrae Mato Grosso - Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo\\_uf/7-dicas-para-planejar-o-natal-e-as-vendas-da-sua-empresa,46324d4efe960610VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/sp/conteudo_uf/7-dicas-para-planejar-o-natal-e-as-vendas-da-sua-empresa,46324d4efe960610VgnVCM1000004c00210aRCRD) Acessado em 25 de novembro de 2021.



# BOLETIM NATAL 2021

## REFERÊNCIAS

- SEBRAE – Portal Sebrae <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-vender-em-marketplace,c0ae6f452ea9d710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acessado em 25 de novembro de 2021.
- SINDILOJAS – BELÉM. Disponível em <http://www.sindilojas-belem.com.br/saiba-como-esta-a-intencao-de-compras-dos-consumidores-para-o-natal/>. Acessado em 25 de novembro de 2021.
- EBIT NIELSEN. Disponível em <https://www.poder360.com.br/economia/vendas-on-line-crescem-446-no-natal-de-2020-diz-ebitnielsen/>. Acessado em 25 de novembro de 2021.
- SEBRAR – Portal Sebrae – Disponível em : [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/conteudo\\_uf/natal-dicas-para-aumentar-suas-vendas,4da86eb6d9b7d710VgnVCM100000d701210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/conteudo_uf/natal-dicas-para-aumentar-suas-vendas,4da86eb6d9b7d710VgnVCM100000d701210aRCRD) Acessado em 25 de novembro de 2021.
- BLOG TREINA WEB – Disponível em: <https://www.treinaweb.com.br/blog/como-melhorar-a-experiencia-do-usuario-em-e-commerce> Acessado em 25 de novembro de 2021.
- SEBRAE – Portal Sebrae – Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-vender-em-marketplace,c0ae6f452ea9d710VgnVCM100000d701210aRCRD> Acessado em 25 de novembro de 2021
- SEBRAE - Portal Sebrae – Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/5-dicas-para-atrair-mais-clientes-usando-as-redes-sociais,4a31d7194d3cb610VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acessado em 25 de novembro de 2021.





[SEBRAE/PA](https://www.facebook.com/SEBRAE/PA)



[@SEBRAE/PA](https://www.instagram.com/SEBRAE/PA)



[@SEBRAE/PA](https://www.twitter.com/SEBRAE/PA)

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