Sebrae Pará
2023

Boletim de Inteligência e Mercado

Natal 2023

BRILHE NAS VENDAS DE NATAL: MAXIMIZE AS OPORTUNIDADES!

SEBRAE

CAPÍTULO 1

Apresentação

Este **Boletim de Inteligência e Mercado do Sebrae Pará**, especialmente elaborado para o Natal de 2023 e agora em suas mãos, visa proporcionar-lhe uma valiosa preparação para alcançar resultados expressivos em vendas e lucratividade. Repleto de dicas, alternativas e estratégias, estamos confiantes de que as informações apresentadas aqui serão um guia eficaz para otimizar seus negócios durante esta temporada festiva.

Feliz Natal! E ótimas vendas!

CAPÍTULO 2

O período natalino para o comércio varejista

Alguns aspectos do mercado varejista durante o Natal

As festas natalinas fazem parte de períodos tradicionais em que presentes são trocados, amigos-secretos acontecem, comemorações de famílias são constantes e empresas aquecem suas vendas. Elas representam, portanto, oportunidades de aumentar os lucros e estreitar o relacionamento com os clientes.

1. **Compras e presentes**
   Aumento significativo nas compras, com consumidores em busca de presentes para familiares, amigos e colegas de trabalho.

2. **Ambiente festivo**
   A decoração natalina cria uma atmosfera festiva, atraindo a atenção e gerando um sentimento de calor e familiaridade.

3. **Promoções especiais**
   O Natal é marcado por promoções e descontos especiais, incentivando os consumidores a aproveitarem ofertas exclusivas.

4. **Experiências de compra**
   Além de comprar presentes, as pessoas buscam experiências de compra memoráveis, destacando a importância do atendimento.

5. ***E-commerce* em ascensão**
   Crescimento significativo do comércio eletrônico durante o Natal, exigindo estratégias adaptadas para atender à demanda.

6. **Antecipação de compras**
   Muitos consumidores iniciam suas compras com antecedência, destacando a importância de estratégias de *marketing* contínuas.

7. **Variedades nos setores impactados**
   Diversos setores são impactados, desde brinquedos e eletrônicos até moda e decoração, exigindo adaptação de estratégias.

CAPÍTULO 3

Comportamento da data nos últimos anos

A projeção de vendas do mercado para o Natal de 2023 ainda não foi divulgada oficialmente por nenhuma entidade representativa do setor. No entanto, é possível encontrar algumas estimativas baseadas em dados de anos anteriores e em tendências atuais.

3.1 Natal 2022: veja os segmentos que mais se destacaram nas vendas

Cosméticos e higiene pessoal

alta de 23%

Livrarias, papelarias e afins

alta de 22%

Óticas e joalherias

alta de 17%

Drogarias e farmácias

alta de 15,3%

A partir dessas informações, é possível inferir que o mercado para o Natal de 2023 deve apresentar uma recuperação gradual em relação aos anos anteriores, mas ainda enfrenta desafios como o endividamento das famílias, a inflação, os juros elevados e a incerteza política e econômica. Uma projeção mais precisa dependerá da evolução desses fatores nos próximos meses, bem como do comportamento dos consumidores e dos empresários do setor.

CAPÍTULO 4

Comportamento da data nos últimos anos

Por que o Natal é estratégico para os pequenos negócios 5 ?

Aumento do faturamento: o Natal é uma época em que as pessoas estão mais dispostas a comprar presentes, produtos e serviços para si mesmas e para os seus familiares e amigos. Isso significa que há um aumento do fluxo de clientes e do *ticket* médio* das vendas. Para isso, é importante ter um bom mix de produtos, oferecer promoções, descontos, brindes, facilidades de pagamento e entrega, e investir em divulgação.

Fidelização de clientes: é uma chance de conquistar novos clientes e de manter os antigos. Para isso, é essencial oferecer um bom atendimento, um pós-venda eficiente, um relacionamento personalizado e um programa de fidelidade. Assim, os clientes se sentem valorizados e satisfeitos e tendem a voltar a comprar e a indicar o negócio para outras pessoas.

Divulgação da marca: é um momento de reforçar a imagem e a reputação do negócio no mercado. Para isso, é preciso ter uma identidade visual atrativa, uma decoração temática, uma comunicação clara e coerente e uma presença *online* forte. Assim, o negócio se torna mais conhecido, reconhecido e lembrado pelos consumidores.

Preparação para o ano seguinte: é uma oportunidade de fazer um balanço do ano que passou, analisar os resultados, os pontos fortes e fracos, as oportunidades e ameaças e traçar metas e estratégias para o ano que vem. Assim, o negócio se organiza financeiramente, se adapta às tendências e demandas do mercado e se planeja para crescer e se desenvolver.

*Nota: O *ticket* médio é um indicador de desempenho, que mostra o valor médio gasto por cada cliente em um determinado período, e é calculado dividindo o faturamento total, pelo número de vendas deste mesmo período.

4.1 Quais pequenos negócios tendem a vender mais no Natal?

Quadro 01 - Tendências de produtos mais vendidos no Natal

Categoria	Ideias de produtos para vender no Natal
Produtos personalizados	Canecas personalizadas; Camisetas personalizadas; Bolsas personalizadas; Calendários personalizados; Canetas personalizadas.
Produtos artesanais	Enfeites de Natal feitos à mão; Velas artesanais; Cartões de Natal feitos à mão; Toucas de Natal tricotadas; Sabonetes artesanais; Guirlandas artesanais.
Produtos de beleza	Kits de maquiagem; Perfumes e colônias; Produtos para *skincare*; Conjuntos de banho e corpo; Produtos de cabelo; Acessórios de beleza.
Produtos tecnológicos	*Smartphones*; *Tablets*; Fones de ouvido; *Smartwatches*; Câmeras fotográficas; Dispositivos de áudio inteligentes.

Categoria	Ideias de produtos para vender no Natal
Produtos para *pets*	Brinquedos para *pets*; Coleiras e guias; Comedouros e bebedouros; Camas para *pets*; Roupas para *pets*; Petiscos e guloseimas.
Produtos de decoração	Árvores de Natal; Enfeites para árvore de Natal; Decoração para a mesa; Enfeites para portas e janelas; Decoração para a parede; Itens personalizados.
Alimentos natalinos	Panetone; Chocotone; Bolo de Natal; Torta de nozes; Ceia completa; Doces natalinos; Bebidas natalinas.

4.2 Principais negócios impactados pela data

Quadro 02 -Pequenos Negócios optantes pelo Simples Nacional distribuídos entre os segmentos mais impactados pelas festas natalinas no **Pará** em 2 de dezembro de 2023.

SEGMENTOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS	NÚMERO DE PEQUENOS NEGÓCIOS			% DE PARTICIPAÇÃO
	ME e EPP	MEI	Total	
Alimentos e bebidas (doces, chocolates)	27.535	90.588	**118.123**	39%
Beleza e saúde (perfumes e cosméticos)	8.351	31.211	**39.562**	13%
Brinquedos e artigos recreativos/esportivos	4.573	6.569	**11.142**	4%
Decoração, utilidades domésticas e móveis	12.123	19.380	**31.503**	10%
Eletrônicos e eletrodomésticos	3.992	7.998	**11.990**	4%
Livraria e produtos de papelaria	1.693	4.292	**5.985**	2%
Moda, joias e acessórios	12.407	52.508	**64.915**	22%
Pets e acessórios	1.475	2.290	**3.765**	1%
Viagens e turismo	2.814	10.763	**13.577**	5%
SOMA	74.963	225.599	**300.562**	100,0%
% dos negócios por porte	**25%**	**75%**	**100,0%**	

Quadro 03 - Pequenos Negócios optantes pelo Simples Nacional distribuídos entre os segmentos mais impactados pelas festas natalinas na **Região Metropolitana de Belém*** em 2 dezembro de 2023.

SEGMENTOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS	NÚMERO DE PEQUENOS NEGÓCIOS			% DE PARTICIPAÇÃO
	ME e EPP	MEI	Total	
Alimentos e bebidas (doces, chocolates)	7.718	42.424	**50.142**	39%
Beleza e saúde (perfumes e cosméticos)	2.972	16.286	**19.258**	15%
Brinquedos e artigos recreativos/esportivos	1.642	3.133	**4.775**	4%
Decoração, utilidades domésticas e móveis	3.546	8.844	**12.390**	10%
Eletrônicos e eletrodomésticos	1.239	3.288	**4.527**	4%
Livraria e produtos de papelaria	721	2.497	**3.218**	2%
Moda, joias e acessórios	4.011	23.212	**27.223**	21%
Pets e acessórios	582	1.304	**1.886**	1%
Viagens e turismo	766	4.898	**5.664**	4%
SOMA	23.197	105.886	**129.083**	100,0%
% dos negócios por porte	**18,0%**	**82,0%**	**100,0%**	

*Região Metropolitana de Belém: Ananindeua, Belém, Benevides, Castanhal, Marituba, Santa Bárbara do Pará, Santa Isabel do Pará.

CAPÍTULO 5

Dicas para o sucesso nas vendas de Natal

Prepare o seu estoque

A primeira dica é investir em um planejamento de estoque eficiente. Conheça os hábitos de consumo dos clientes, os métodos de pagamento mais utilizados, o volume de vendas e os produtos mais populares.

Organização e decoração

O atendimento é fundamental, claro, mas você pode pensar além e oferecer algo muito melhor para seu cliente, que ele sinta o clima natalino assim que entrar por suas portas. Ou seja: nada de economizar na decoração! Essa simples ação pode tornar a experiencia mágica.

Faça descontos e promoções

Outra estratégia eficaz durante o Natal é a utilização de descontos e promoções, uma tática comum no *marketing* sazonal que atrai um grande público nessa época do ano.

Faça uma entrega rápida

Final de ano é hora de criar um processo de vendas que seja rápido, prático e fácil.

Invista em ações de *marketing*

Se você limita as suas ações nessa época às mensagens de fim de ano, saiba que pode estar perdendo uma grande chance de vender.

Ofereça diversas modalidades de pagamento

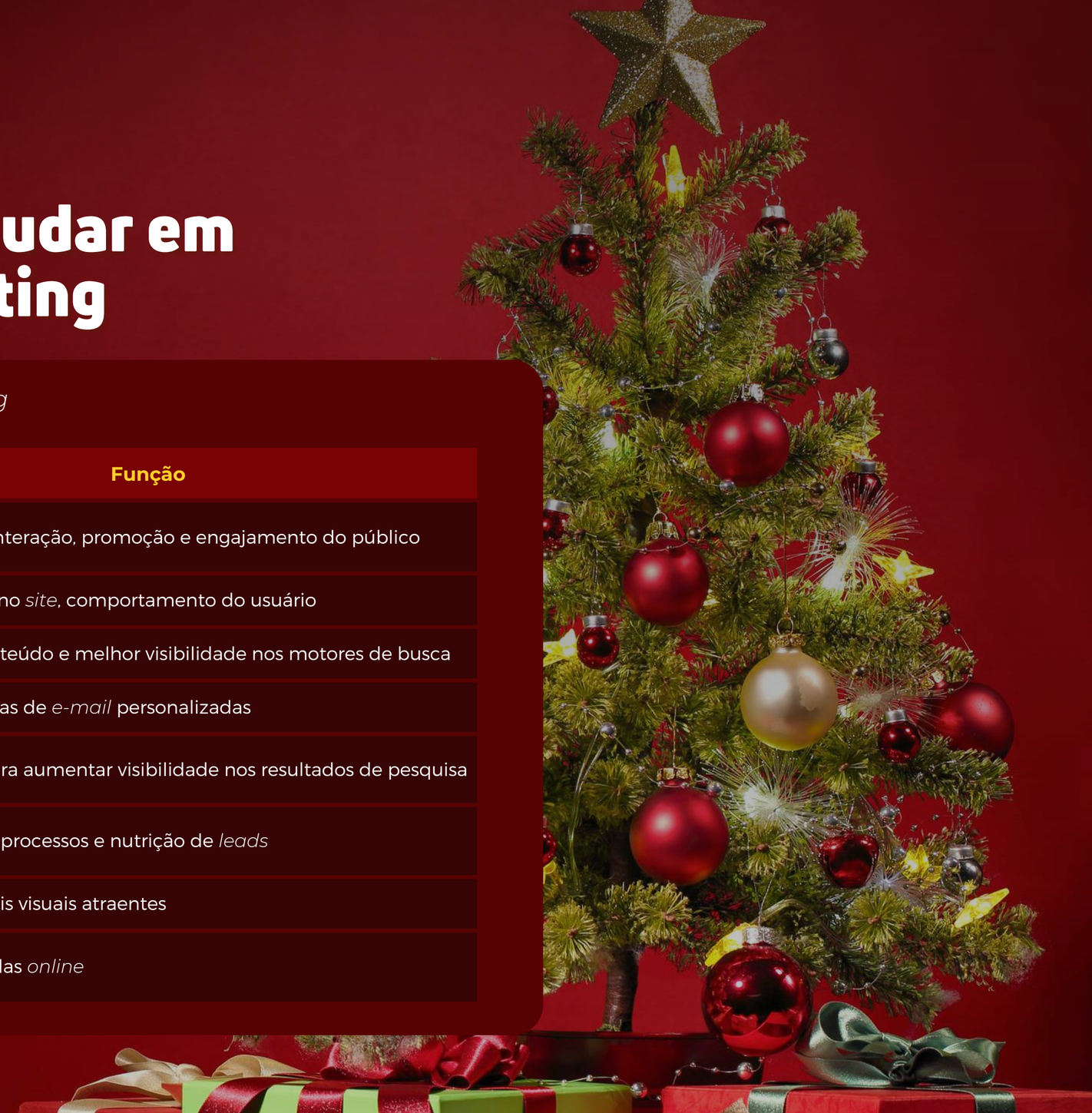
Outro fator que não pode passar despercebido durante as vendas de Natal é que as pessoas gastam muito dinheiro. Algumas, inclusive, mais do que poderiam pagar em um único mês. É fundamental criar alternativas de prazos e parcelamentos. Quanto mais variadas forem suas condições de pagamento, maiores as chances de você facilitar a vida do consumidor.

CAPÍTULO 6

Ferramentas que podem ajudar em suas estratégias de marketing

Quadro 02 - Ferramentas digitais para estratégias de *marketing*

Categoria	Ferramenta	Função
Redes sociais	*Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Tik Tok*	Plataformas para interação, promoção e engajamento do público
Análise de dados	*Google Analytics*	Análise de tráfego no *site*, comportamento do usuário
Ferramentas de SEO	*SEMrush, Ahrefs*	Otimização de conteúdo e melhor visibilidade nos motores de busca
E-mail marketing	*Mailchimp, Sendinblue*	Envio de campanhas de *e-mail* personalizadas
Publicidade paga	*Google Ads*	Anúncios pagos para aumentar visibilidade nos resultados de pesquisa
Automação de *marketing*	*HubSpot, Marketo*	Automatização de processos e nutrição de *leads*
Design gráfico	*Canva, Adobe Spark*	Criação de materiais visuais atraentes
Plataformas de e-commerce	*Shopify, WooCommerce*	Facilitação de vendas *online*



CAPÍTULO 7

Expectativas do mercado para o Natal de 2023

Crescimento das compras *online*:

As compras *online* têm apresentado crescimento contínuo, acelerado pela pandemia e consolidado em 2023;

45% dos consumidores optaram por compras *online* no Natal de 2021;

A tendência global é de um aumento de **16%** nas vendas *online*, enquanto as vendas em lojas físicas podem cair **10%** em 2023.

Sustentabilidade e responsabilidade social:

Consumidores valorizam práticas sustentáveis e responsabilidade social em marcas;

A transparência nas práticas produtivas, rastreabilidade da cadeia de produção e ações concretas para resolver problemas socioambientais influenciam decisões de compra;

Empresas sustentáveis podem melhorar eficiência, reduzir custos e fortalecer conexões com os clientes.

Tecnologia e experiencia do cliente:

A integração de tecnologia nas experiências de compra é uma tendência relevante;

Plataformas de realidade aumentada e realidade virtual são destacadas para permitir experiências virtuais de produtos;

Prevê-se que 98% dos negócios adotarão mais tecnologia em suas operações.

Aproximação com fornecedores:

A importância da comunicação transparente e aberta com os fornecedores ajuda a evitar mal-entendidos e permite resolver problemas de forma eficiente. Quem compra bem, tem grandes chances de vender bem.

A busca por relações comerciais justas e mutuamente benéficas. Negociações equilibradas podem estabelecer uma base sólida para uma parceria duradoura.

Colaboração de fornecedores para promover a inovação. Eles podem oferecer *insights* valiosos e soluções criativas que beneficiam ambos os lados.

CAPÍTULO 8

Tendências de consumo para o Natal de 2023

Gráfico 01 - Presentes para familiares no Natal de 2022

E quem você pretende presentear nesse Natal?

Cada pessoa presenteará outras 2-3 em média.

Fonte: Pesquisa IM Globo Natal | Instituto Mind Miners (Set/22 – Amostra: 800 pessoas) Industry Insights – Retail | Inteligência de Mercado | Globo

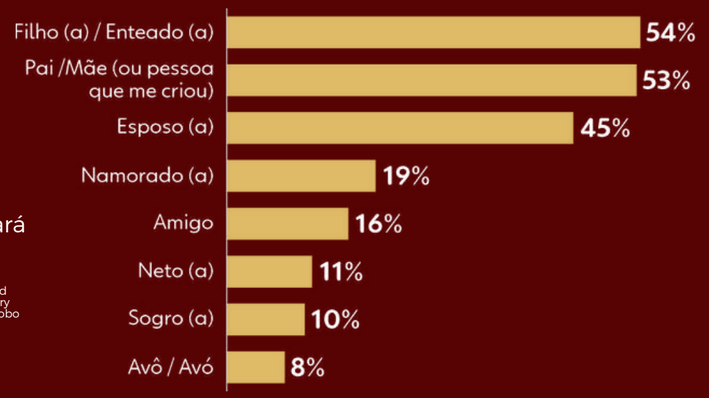


Gráfico 02 - Autopresentes no Natal de 2022

Eu mereço! O presente também pode ser para mim...

Destaque para o aumento na intenção de compras de: roupas, roupas íntimas e perfumes/ cosméticos.

Fonte: Pesquisa IM Globo Natal | Instituto Mind Miners (Set/22 – Amostra: 800 pessoas) Industry Insights – Retail | Inteligência de Mercado | Globo

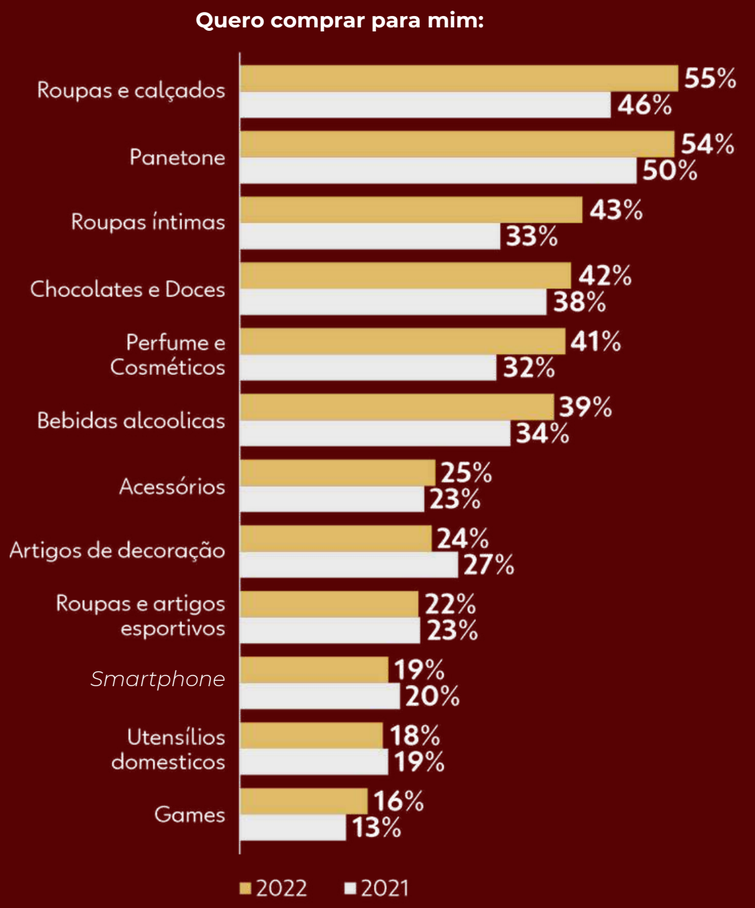
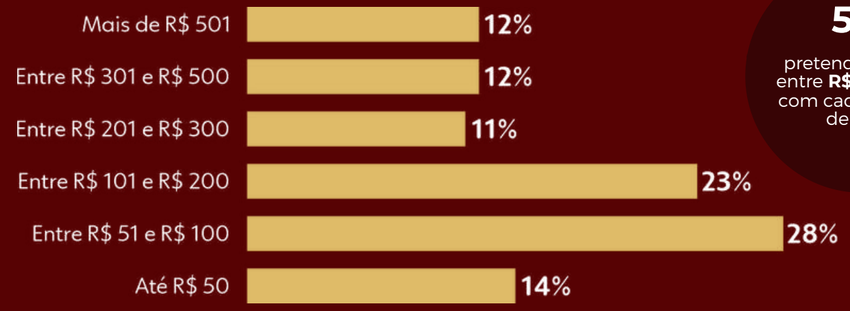


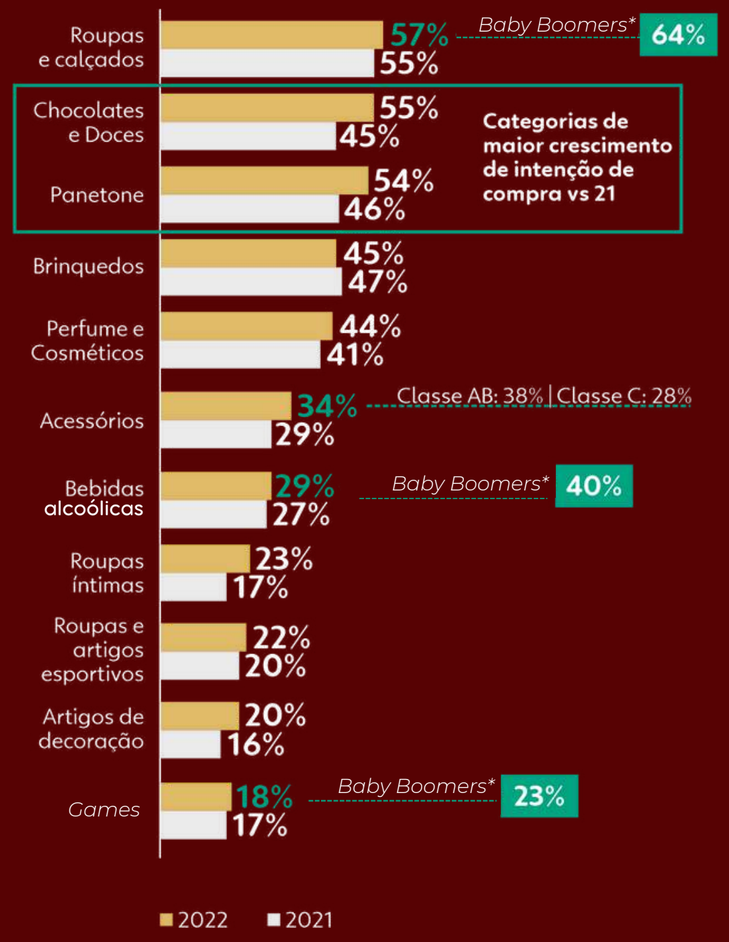
Gráfico 03 - Valor médio gasto com presentes no Natal de 2022



51%

pretendem gastar entre **R$51** e **R$200** com cada presente de Natal

Gráfico 04 - Intenção de compras referente aos Natais de 2021 e 2022



*Nota: *Baby Boomers*, são os nascidos entre 1945 e 1964. Esse nome é utilizado porque as pessoas que nasceram nesse período vieram no período de pós Segunda Guerra e na maior parte do mundo se viu um súbito aumento na natalidade.

Gráfico 05 - Locais de compras dos presentes de Natal em 2022 em lojas físicas e virtuais

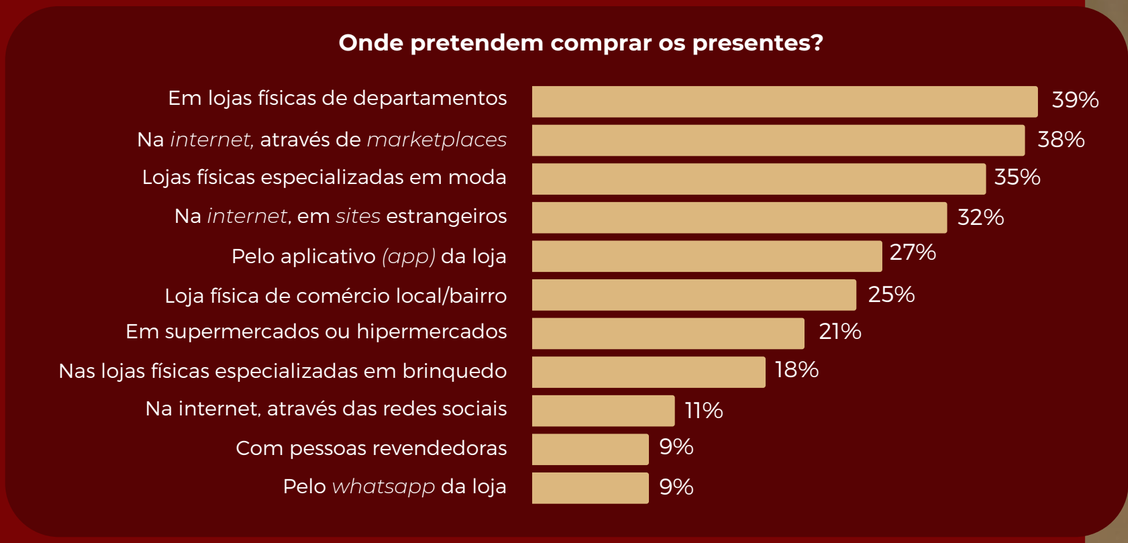


Gráfico 06 - Motivações de compras no Natal de 2022 m lojas físicas e virtuais

CAPÍTULO 9

Conclusão

Concluindo este Boletim, observamos uma realidade dinâmica e promissora para os negócios, especialmente no cenário do comércio *online*. A análise das tendências de consumo para dezembro de 2023 revela não apenas a importância do período festivo como um momento de união e presentes, mas também destaca oportunidades.

O Sebrae Pará se une a todos aqueles que identificam a chance de ampliar suas vendas, oferecendo suporte aos empreendedores através de cursos presenciais e online, além de proporcionar atendimento presencial em nossas 13 agências espalhadas por todo o estado do Pará. estratégicas para os empreendedores.

Boas vendas e Feliz Natal!!!

SEBRAE

0800 570 0800

www.sebrae.com.br/para

2023