

Sebrae Pará
2023

Boletim de Inteligência e Mercado

Natal 2023



BRILHE NAS VENDAS DE NATAL: MAXIMIZE AS OPORTUNIDADES!

SEBRAE

Inteligência e Mercado

Natal 2023



DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/PA

José Conrado Santos - Presidente do Conselho Deliberativo

Rubens da Costa Magno Júnior - Diretor Superintendente

Maria Domingas Ribeiro - Diretora Técnica

Cássia Alessandra da Costa Rodrigues - Diretora Administrativa e Financeira

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA DO SEBRAE/PA

Clemilton Jansen Holanda - Gerente

Miguel Pantoja da Costa Junior - Coordenador

Adauto Lobo de Oliveira - Analista

Roberto Belluci - Analista

Solano de Vasconcelos Lisboa Filho - Analista

Mara Cristiane Barroso Juarez Peres - Analista

Maryellen Lima Rodrigues Pinto - Analista

RESPONSÁVEIS TÉCNICOS

Gualter de Oliveira Rocha - Coordenador Geral

Maika Súria Corrêa Minatti

DUX Office

Valéria Brunneta - Coordenadora estatística

EDITORIAÇÃO E PROJETO GRÁFICO

Thyago Reis Paula - Designer

REVISÃO DE CONTEÚDO

Gualter de Oliveira Rocha - Analista de Gestão e Pesquisador Organizacional

Maika Súria Corrêa Minatti

EMPRESA ORGANIZADORA

Evolucionar Consultoria em Gestão Organizacional Ltda.

Sumário



1. Apresentação	4
2. O período natalino para o comércio varejista	6
3. Comportamento da data nos últimos anos	8
3.1 Natal 2022: veja os segmentos que mais se destacaram nas vendas	
4. A importância estratégica das vendas de Natal para os pequenos negócios	10
4.1 Quais pequenos negócios tendem a vender mais no Natal?	
4.2 Principais negócios impactados pela data	
5. Dicas para o sucesso nas vendas de Natal	14
6. Ferramentas que podem ajudar em suas estratégias de marketing	17
7. Expectativas do mercado para o Natal de 2023	18
8. Tendências de consumo para o Natal de 2023	20
9. Conclusão	24
10. Referências	25



CAPÍTULO 1

Apresentação

O Natal é uma época repleta de tradições, mas ao longo dos anos, essas tradições têm se adaptado e evoluído. No contexto pós-pandêmico, as celebrações natalinas passaram por transformações significativas.

Desde a forma como as famílias se reúnem até as preferências de presentes, o cenário atual reflete um novo panorama¹¹ no qual a união ocupa o lugar principal e o consumo é influenciado pelas mudanças sociais e econômicas.

Questões sociais, ambientais e de saúde ganham cada vez mais espaço na hora da compra. Além disso, sustentabilidade e busca por exclusividade também se destacam. Afinal, todo mundo gosta de presente e se ele for feito pensando em quem recebe, melhor ainda.

O Natal, assim como outras datas do calendário comemorativo, é uma época em que o emocional do consumidor está sensível. O fim do ano é propício para comemorações, agradecimentos, renovações de votos e promessas para o novo ano.

Natal e Ano-Novo¹², juntos, trazem para os negócios a perspectiva e a esperança de faturamentos superiores à média de todos os demais meses do ano. Esse período promissor, encontra relação direta com a capitalização dos consumidores devido ao 13º salário.

Capacitar a equipe para oferecer um ótimo atendimento, apostar na geração de ideias para inovar, usar estratégias de atração de clientes, preparar o estoque, disponibilizar o máximo de canais de comunicação e vendas com o objetivo de gerar conveniência, estar acessível nas redes sociais e criar um ambiente lúdico dentro das lojas são ações essenciais para sucesso de vendas nesse período.



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

O período natalino é, inquestionavelmente, uma das épocas mais importantes e lucrativas para o comércio varejista em todo o mundo. Além de representar uma celebração cultural e religiosa, o Natal é um momento em que as pessoas buscam presentes para seus entes queridos, decoram suas casas e participam de eventos festivos.

Os eventos de Natal e Ano-Novo trazem para o varejo a perspectiva e a esperança de faturamentos muito superiores à média de todos os demais meses.¹ Esse é, então, um período bastante promissor, ainda mais porque os consumidores estão mais capitalizados devido ao 13º salário.

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.

Alguns aspectos do mercado varejista durante o Natal

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.

Fonte: [Sebrae \(2022\)](#)¹



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.

Segundo a CNDL - Confederação Nacional de Dirigentes Logistas, o Natal de 2022 injetou R\$ 66,6 bilhões na economia brasileira, com mais de 118 milhões de consumidores realizando compras.

De acordo com a Confederação Nacional do Comércio - CNC³, o faturamento do varejo brasileiro com as vendas de Natal em 2022 cresceu 1,2% em relação a 2021 que foi de R\$ 64,2 bilhões, o primeiro crescimento desde o início da pandemia, mas ainda ficou abaixo dos níveis de 2019 que foi de R\$ 67,55 bilhões.

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

Entre os setores, turismo e transporte foram os que tiveram o melhor desempenho nas vendas no Natal de 2022, com alta de 26,1%.

Mas a lista de presentes contemplou diversos itens que também apresentaram variações positivas nas compras natalinas.

Confira outros destaques setoriais no período⁴:



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%

ICVA | ÍNDICE CIELO DE VAREJO AMPLIADO

Natal 2022

Período analisado: 19/12 – 25/12



O varejo cresceu

10,5%

em comparação com o mesmo período de 2021.



+18,4%

no E-commerce



+10,0%

nas lojas físicas

Macrossetores

Crescimento na passagem anual

Destaques

Serviços

+17,4%



26,1%

Turismo e Transporte

Bens não duráveis

+10,3%



23,0%

Cosméticos e Higiene Pessoal

Bens duráveis

+7,9%



17,0%

Óticas e Joalherias

Desempenho do varejo por regiões

11,5%

Norte

7,6%

Nordeste

10,9%

Centro-Oeste

12,8%

Sul

9,3%

Sudeste

Estados em destaque

+15,1%

Paraná

+11,9%

Rio Grande do Sul

+11,4%

Minas Gerais

O ICVA é o termômetro do varejo brasileiro! As soluções de pagamento da Cielo estão presentes em todo o país, inclusive no E-commerce. Mensalmente, analisamos o crescimento das vendas em 18 setores, que vão do pequeno empreendedor aos grandes varejistas.

cielo Todo dia, juntos pelo seu negócio

Fonte: Cielo (sem data de publicação)⁴

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 famílias¹³, 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

A importância estratégica das vendas de Natal para os pequenos negócios

O período natalino é crucial para o sucesso dos pequenos negócios, desempenhando um papel fundamental na sustentabilidade econômica e no crescimento dessas empresas. As festividades de Natal geram um aumento significativo na demanda por produtos e serviços, proporcionando uma oportunidade valiosa para os empreendedores impulsionarem suas vendas e fortalecerem o relacionamento com os clientes.



Por que o Natal é estratégico para os pequenos negócios⁵?



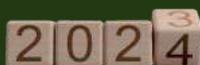
Aumento do faturamento: o Natal é uma época em que as pessoas estão mais dispostas a comprar presentes, produtos e serviços para si mesmas e para os seus familiares e amigos. Isso significa que há um aumento do fluxo de clientes e do *ticket* médio* das vendas. Para isso, é importante ter um bom mix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

Portanto, o Natal é uma data estratégica para os pequenos negócios porque pode trazer muitos benefícios para o empreendedor, desde que ele se prepare adequadamente para atender às expectativas dos clientes e se destacar no mercado.



4.1 Quais pequenos negócios tendem a vender mais no Natal?

Com o fim do ano chegando, é comum que os empreendedores e lojistas se interessem em descobrir o que mais vende no Natal, afinal, essa é uma maneira de aumentar o lucro de seus negócios. Nesse sentido é importante ter ideias criativas para oferecer aos seus clientes.

Apresentamos em seguida uma lista de ideias de produtos que tendem a vender mais no Natal e que podem ajudar a impulsionar seus negócios e aumentar seus lucros.

Quadro 01 - Tendências de produtos mais vendidos no Natal

Categoria	Ideias de produtos para vender no Natal
 <p>Produtos personalizados</p>	<p>Canecas personalizadas; Camisetas personalizadas; Bolsas personalizadas; Calendários personalizados; Canetas personalizadas.</p>
 <p>Produtos artesanais</p>	<p>Enfeites de Natal feitos à mão; Velas artesanais; Cartões de Natal feitos à mão; Toucas de Natal tricotadas; Sabonetes artesanais; Guirlandas artesanais.</p>
 <p>Produtos de beleza</p>	<p>Kits de maquiagem; Perfumes e colônias; Produtos para <i>skincare</i>; Conjuntos de banho e corpo; Produtos de cabelo; Acessórios de beleza.</p>
 <p>Produtos tecnológicos</p>	<p><i>Smartphones</i>; <i>Tablets</i>; Fones de ouvido; <i>Smartwatches</i>; Câmeras fotográficas; Dispositivos de áudio inteligentes.</p>
 <p>Produtos para <i>pets</i></p>	<p>Brinquedos para <i>pets</i>; Coleiras e guias; Comedouros e bebedouros; Camas para <i>pets</i>; Roupas para <i>pets</i>; Petiscos e guloseimas.</p>
 <p>Produtos de decoração</p>	<p>Árvores de Natal; Enfeites para árvore de Natal; Decoração para a mesa; Enfeites para portas e janelas; Decoração para a parede; Itens personalizados.</p>
 <p>Alimentos natalinos</p>	<p>Panetone; Chocotone; Bolo de Natal; Torta de nozes; Ceia completa; Doces natalinos; Bebidas natalinas.</p>

E aí, ideias anotadas?

Esperamos que essas sugestões tenham conseguido lhe proporcionar alguns bons *insights* sobre o que vender para ganhar dinheiro no Natal. Existem muitas ideias que podem ser aproveitadas nessa época do ano – é só ter a mente aberta e deixar a criatividade fluir.

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%	

Fonte: Brasil, Receita Federal (11/2023)¹⁴

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, jóias 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%	

Fonte: Brasil, Receita Federal (11/2023)¹⁴

*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

Aumentar as vendas de Natal pode ser desafiador se você não contar com nenhuma estratégia específica para ajudar. Elencamos algumas dicas que vão contribuir muito⁷, desde a fase de organização do negócio para atender às demandas, até a entrega de uma experiência positiva para o público consumidor.

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. Negocie prazos com fornecedores, agende entregas e evite compras de última hora, garantindo que a empresa não enfrente custos extras, atrasos ou falta de produtos nas prateleiras até o Natal.



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. Dado o aumento nas compras, os consumidores estão mais propensos a pesquisar preços. Algumas ações sugeridas incluem: cupons de desconto, frete grátis, promoções como "compre 1, leve 2" e descontos progressivos.



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. Além de ter produtos de boa qualidade, um atendimento cordial e bons descontos, é preciso se fazer presente na memória do consumidor.

Não se esqueça de divulgar as suas ações e promoções nas redes sociais. Crie uma estratégia de descontos exclusivos por dia, mostre os bastidores da correria de final de ano e, principalmente, atraia um público seletivo para as vendas *online*, e aproveite para faturar.



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 experiência mágica.



Para isso, invista em enfeites e em uma bela árvore de Natal. Se quiser deixar seu estabelecimento ainda mais temático, que tal deixar uma *playlist* natalina tocando ao fundo?

E para o *e-commerce*? Cuide da estética da loja virtual, incluindo *banners* e imagens temáticas, e o que mais estiver ao seu alcance.

Faça uma entrega rápida

Final de ano é hora de criar um processo de vendas que seja rápido, prático e fácil. Ninguém quer (e nem tem tempo) de ficar dias negociando preços ou condições de pagamento. As pessoas querem comprar os presentes de Natal e se sentirem livres desse compromisso.

Caso você faça entregas em outras cidades, também é fundamental estabelecer parcerias com transportadoras de confiança, que prestem um serviço seguro e ágil. Lembre-se de que a entrega faz parte de um bom atendimento e conta muitos pontos positivos para a experiência do cliente.



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. Certifique-se de ofertar todos os principais métodos de pagamento, como:

- PIX;
- boleto bancário;
- cartões de crédito e débito de diferentes bandeiras;
- cartões pré-pagos;
- pagamento recorrente;
- crediário próprio;
- envio de *links*



À medida que nos aproximamos da temporada festiva, os empreendedores *online* se preparam para a demanda crescente. Em um cenário onde cada segundo conta, facilitar as transações financeiras é crucial. Para evitar perdas de tempo e proporcionar uma experiência de compra eficiente, a implementação de métodos modernos de pagamento é fundamental.

Uma opção prática é o uso de *links* de pagamento, que podem ser enviados diretamente aos clientes. Isso elimina a necessidade de troca manual de informações e agiliza o processo de compra. Além disso, considerar tecnologias de automação de pagamentos pode ser a chave para otimizar as operações durante o agitado período natalino.

Ferramentas de automação não apenas simplificam o pagamento, mas também rastreiam e organizam as transações, proporcionando uma gestão mais eficaz. Sistemas integrados podem sincronizar automaticamente os dados de pagamento com o sistema de inventário, facilitando o controle de estoque em tempo real.

Em suma, investir em métodos de pagamento *online* e automação não apenas economiza tempo precioso, mas também contribui para uma experiência de compra mais suave e satisfatória para os clientes. Este Natal, os empreendedores podem se destacar ao oferecer conveniência e eficiência, aproveitando ao máximo as inovações tecnológicas disponíveis.

Não se esqueça de considerar um meio de cobrar seus clientes sem precisar repassar os juros do parcelamento. Isso também pode se tornar um diferencial e fazer com que a sua empresa se torne mais competitiva que a concorrência.





CAPÍTULO 6

Ferramentas que podem ajudar em suas estratégias de *marketing*



Algumas ferramentas digitais são importantes para as estratégias de *marketing*, principalmente quando se deseja aumentar vendas e a visibilidade do negócio *online*. Veja algumas das mais populares:

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 <i>site</i> , 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 <i>leads</i>
Design gráfico	Canva, Adobe Spark	Criação de materiais visuais atraentes
Plataformas de e-commerce	Shopify, WooCommerce	Facilitação de vendas <i>online</i>

Fonte: [Ramper, \(2023\)](#)⁸

Essas são algumas ferramentas populares em suas respectivas categorias, mas vale a pena explorar e escolher aquelas que melhor atendem às necessidades específicas do seu negócio. [Para ver mais ferramentas, clique aqui](#)⁸.



CAPÍTULO 7

Expectativas do mercado para o Natal de 2023

O Natal de 2023 está batendo em nossa porta⁹. À medida que nos aproximamos, é hora de analisar as expectativas e as tendências do mercado para a temporada.

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 experiência 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.

Para garantir sucesso durante o Natal de 2023 e além, as empresas devem permanecer vigilantes em relação às tendências e expectativas do mercado. A adaptação contínua ao crescente cenário de compras *online*, o enfático foco em práticas sustentáveis, a incorporação estratégica de tecnologia nas operações e a aproximação junto aos fornecedores tornam-se cruciais.

Além disso, a preparação meticulosa para oferecer experiências memoráveis aos clientes é um componente fundamental para estabelecer e manter conexões duradouras, garantindo assim um posicionamento competitivo e bem-sucedido no ambiente de negócios atual e futuro.



CAPÍTULO 8

Tendências de consumo para o Natal de 2023

O período natalino não apenas evoca sentimentos de união e partilha, mas também oferece oportunidades estratégicas significativas para o comércio. À medida que nos aproximamos do Natal de 2023, compreender as tendências de consumo para dezembro torna-se crucial para o sucesso das lojas virtuais e varejistas.

Analisar estudos anteriores, como [a pesquisa realizada pela plataforma Gente para o Natal de 2022](#)¹⁰, revela *insights* valiosos sobre os comportamentos dos consumidores para 2023.

Por exemplo, 80% dos participantes consideraram a data significativa, preferindo presentear familiares próximos e muitas vezes, incluindo itens de autocuidado para si.

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

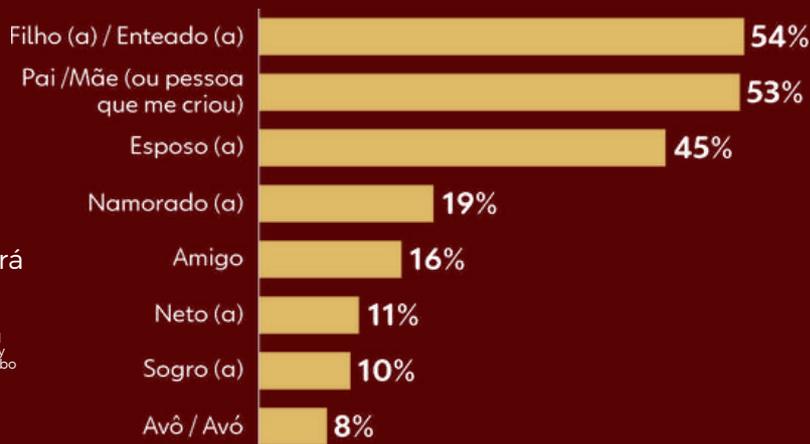
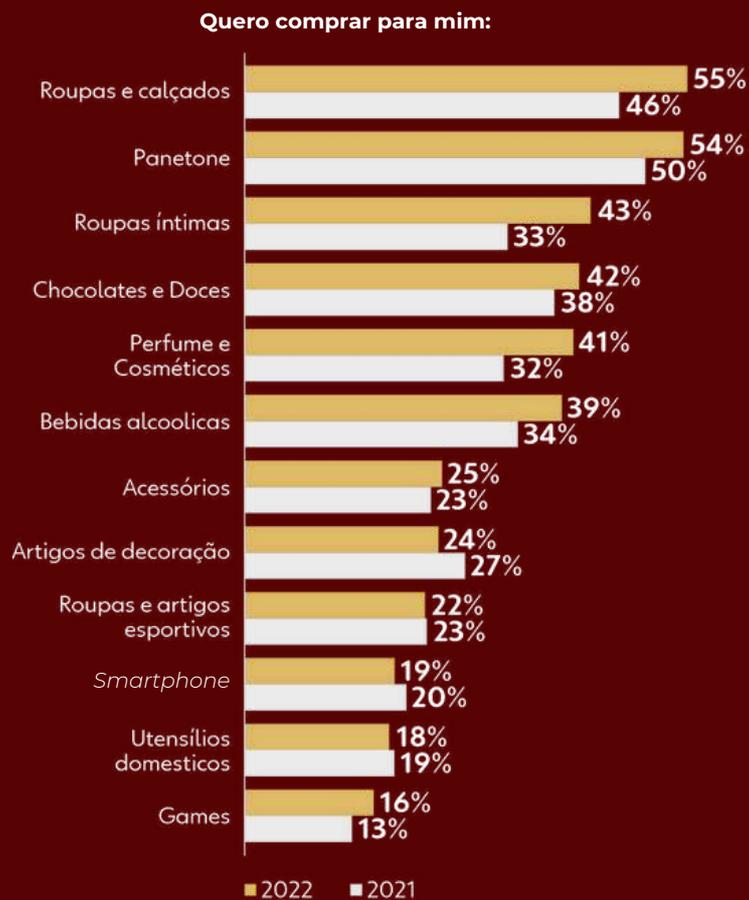


Gráfico 02 - Autopresentes no Natal de 2022

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

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

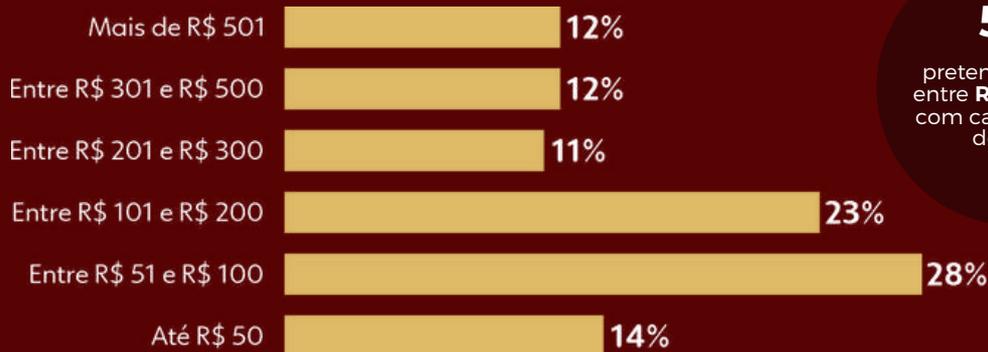
Fonte: Pesquisa IM Globo Natal | Instituto Mind Miners (Set/22 - Amostra: 800 pessoas) | Industry Insights - Retail | Inteligência de Mercado | Globo



Fonte: Gente, (2022)¹⁰

O orçamento médio para as compras de final de ano, segundo a pesquisa, varia entre R\$50 e R\$200. Apesar de uma leve queda nos acessos a *e-commerces* no primeiro semestre de 2023, o Relatório Setores do *E-commerce* no Brasil projeta crescimento para o restante do ano, impulsionado por eventos como a *Black Friday* e o Natal.

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

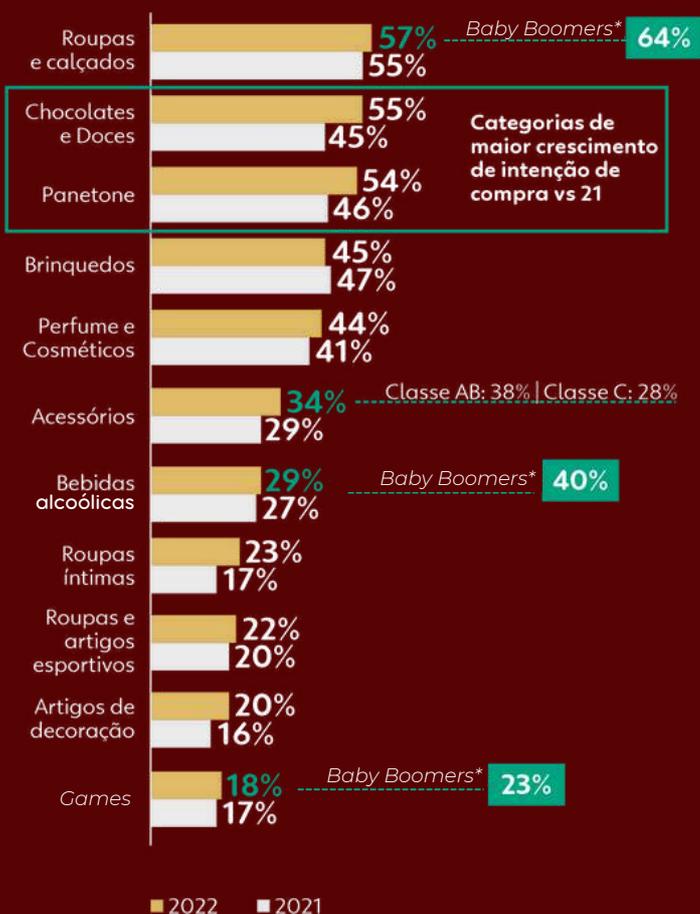


51%
pretendem gastar entre **R\$51 e R\$200** com cada presente de Natal

Fonte: Gente, (2022)¹⁰

Dentre os que pretendem presentear outras pessoas, as roupas e os calçados lideraram o *ranking* de possíveis presentes na intenção de compras

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.

Fonte: Gente, (2022)⁰

Outra tendência cada vez mais forte de consumo nos últimos anos é a de pesquisar antes de comprar. 90% dos pesquisados pretendem comparar preços e/ou informações sobre o produto antes de comprar o presente.

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

Onde pretendem comprar os presentes?



Fonte: Gente, (2022)⁰

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



Fonte: Gente, (2022)⁰



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 estratégicas para os empreendedores.

A preparação cuidadosa, a compreensão das demandas do mercado e adaptação às tendências emergentes são essenciais para o sucesso durante a temporada natalina de 2023.

Com estratégias meticulosamente planejadas e um comprometimento absoluto com a satisfação do cliente, este período se configura como uma valiosa oportunidade para impulsionar as vendas e estabelecer relacionamentos comerciais duradouros.

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.

Dessa forma, visamos não apenas a maximização dos resultados nesta temporada natalina, mas também em todas as datas cruciais para o comércio. Nosso compromisso é fortalecer os negócios locais, capacitando-os para enfrentar os desafios do mercado. Conte conosco para impulsionar o crescimento de sua empresa e garantir o êxito de suas campanhas comerciais.

Boas vendas e Feliz Natal!!!

Referências

[1] FERREIRA, Kallina Vivas. **Natal: oportunidade de vendas, inovação e estratégias**. 2022. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/natal-um-periodo-fertil-para-o-varejista.dd4cbb8b4fd36710VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

[2] BARBOSA, Marina. **Vendas no Natal devem movimentar R\$ 66,6 bilhões na economia**. 2022. Disponível em:

<https://cndi.org.br/varejosa/vendas-no-natal-devem-movimentar-r-666-bilhoes-na-economia/>.

[3] FORBES. **Varejo deve ter 1ª alta de vendas de Natal desde início da pandemia, diz CNC Leia mais em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/12/varejo-deve-ter-primeira-alta-de-vendas-de-natal/>**.

2022. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-money/2022/12/varejo-deve-ter-primeira-alta-de-vendas-de-natal/>

[4] CIELO. **ICVA: vendas do Varejo crescem 10,5% no Natal em 2022**.

2022. Disponível em: <https://blog.cielo.com.br/indice-icva/icva-vendas-do-varejo-crescem-105-no-natal-em-2022/>

[5] SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas.

Faça a gestão financeira do seu negócio e prepare-se para o Natal. 2022. Disponível em:

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/faca-a-gestao-financeira-do-seu-negocio-e-prepare-se-para-o-natal.20d9b25d274a4810VgnVCM100000d701210aRCRD>.

[6] VAZQUEZ, Alejandro. **Ideias de produtos para vender no Natal e lucrar muito**. 2023. Disponível em:

<https://www.nuvemshop.com.br/blog/ideias-para-vender-no-natal/>.

[7] CORREIA, Tiago. **Vendas de Natal: como fazer a estratégia de vendas para a data**. Sem data da publicação. Disponível em:

<https://br.hubspot.com/blog/sales/vendas-de-natal>.

[8] RAMPER. **Conheça as 30 principais ferramentas de marketing digital que vão agilizar seus resultados**. Sem data da publicação.

Disponível em: <https://ramper.com.br/blog/principais-ferramentas-de-marketing-digital/>.

[9] SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas.

Expectativas do mercado para o Natal de 2023. 2023. Disponível em: <https://sebrae.ms/plano-de-negocios/expectativas-do-mercado-para-o-natal-de-2023/>.

[10] GENTE. **NATAL 2022: O QUE ESPERAR?** 2022. Disponível em:

<https://gente.globo.com/natal-2022-o-que-esperar/>.

[11] KOSCAK, Giovana. **PREPARATIVOS PARA O NATAL 2023**. 2022.

Disponível em: <https://gente.globo.com/infografico-preparativos-para-o-natal-2023/>.

[12] SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio Às Micro e Pequenas Empresas.

Natal: oportunidade de vendas, inovação e estratégias. 2020.

Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/natal-um-periodo-fertil-para-o-varejista.dd4cbb8b4fd36710VgnVCM1000004c00210aRCRD>.

[13] INFOMONEY. **Endividamento atinge 76,6% das famílias brasileiras, aponta CNC**. 2023. Disponível em:

<https://www.infomoney.com.br/minhas-financas/endividamento-atinge-766-das-familias-brasileiras-aponta-cnc/>.

[14] BRASIL. **RECEITA FEDERAL DO BRASIL - Simples Nacional**, Estatísticas SINAC. 2023. Disponível em:

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Aplicacoes/ATBHE/estatisticasSinac.app/Default.aspx>. Acesso em 07dez23 as 11h12min.



0800 570 0800

www.sebrae.com.br/para

2023