



# Expectativas de Vendas Natal 2024

 ·  ·  ·  · 

Sistema Comércio



O Natal é a melhor data de vendas para o comércio varejista. É um período de confraternizações, mundialmente comemorado com trocas de presentes. Levados pelo apelo emocional da data, os consumidores são envolvidos por um clima festivo e de convívio, criando um momento positivo e de grandes expectativas. A data tem como característica a multiplicação de efeitos, pois movimenta diversas cadeias produtivas, cabendo a cada uma oportunizar o seu negócio.

O Núcleo de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa, com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do estado, com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Natal.



## O Natal faz com que 41,9% do comércio varejista tenha expectativa de melhores vendas

A data impacta 84,5% do comércio varejista do estado. Neste ano, 41,9% dos empresários esperam melhores resultados frente ao ano passado. Ainda, 22,7% esperam resultados iguais a 2023, em que 72,5% desses disseram ter ficado satisfeitos e 22,0% insatisfeitos. Entre os diversos motivos apresentados para as expectativas de melhora nas vendas, os que mais se destacam são expectativa/confiança, valor afetivo da data e aquecimento do comércio.

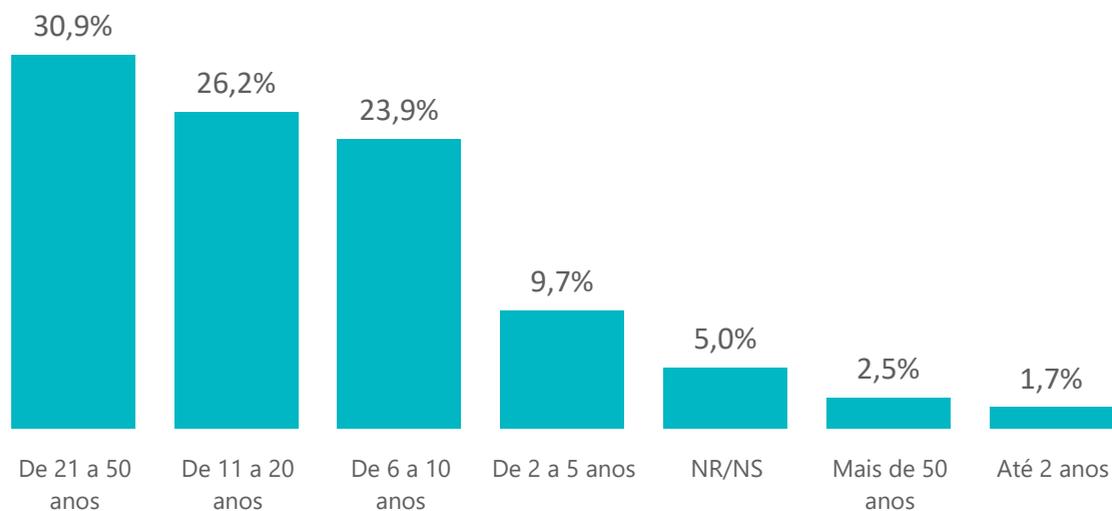
Contando com a preparação para a data, 46,5% já receberam todas as encomendas e 36,3% já fizeram os pedidos e apenas estão aguardando-os chegar. A expectativa de 71,0% dos empresários é que a maior movimentação se dê às vésperas da data, na segunda quinzena de dezembro. Nesse período, o pagamento que vai se destacar é o crédito parcelado. Os produtos para compras em lojas físicas que devem ter mais saída de acordo os segmentos abordados na pesquisa são: produtos alimentícios, roupas e móveis. Nesta ordem, enquanto nas vendas on-line roupas aparecem em primeiro lugar, seguido de produtos alimentícios, calçados e bebidas.

# Perfil das empresas

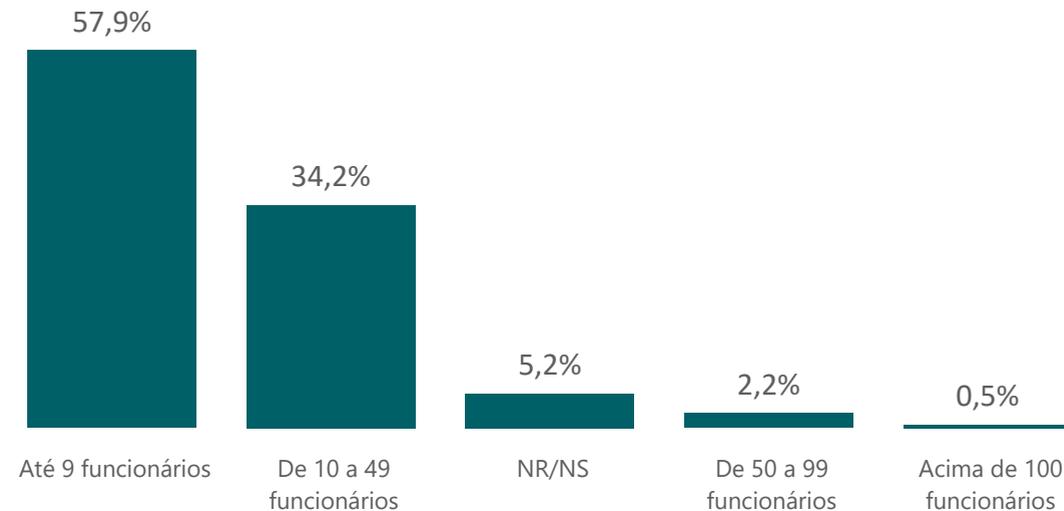
2024



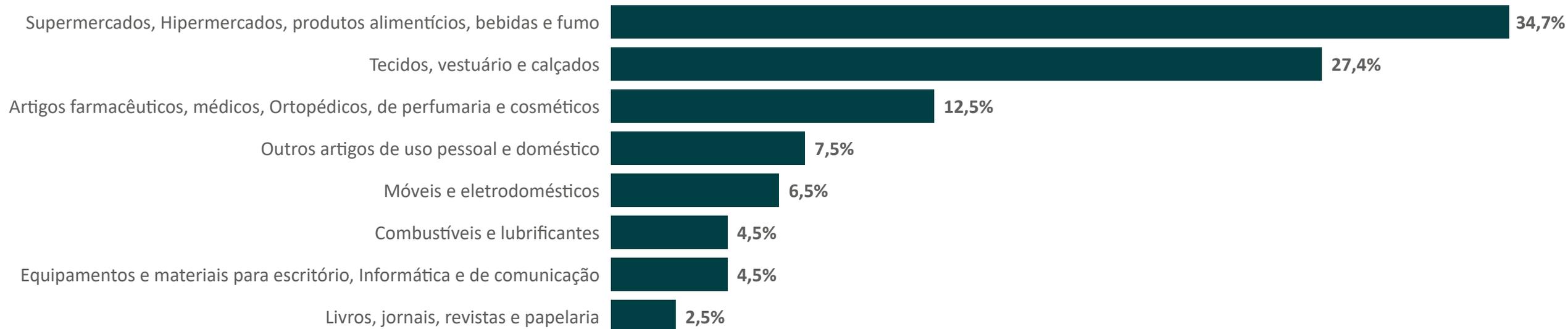
## Tempo de atuação da empresa



## Número de funcionários

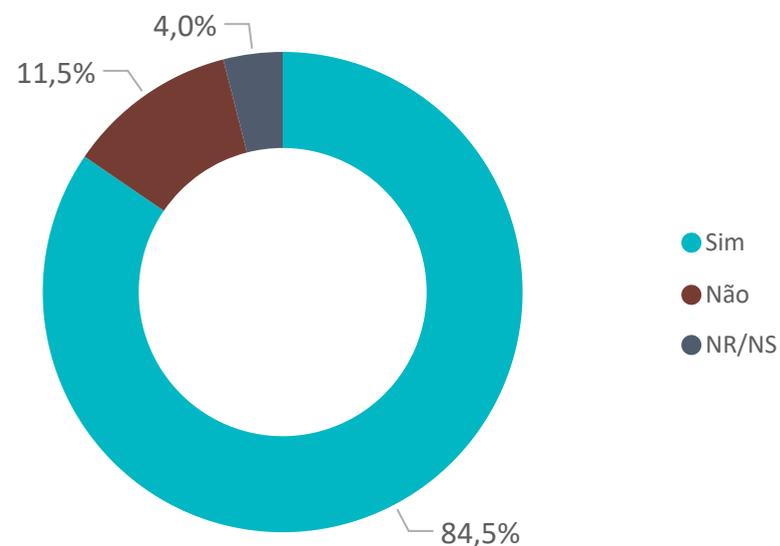


## Segmento de atuação da empresa





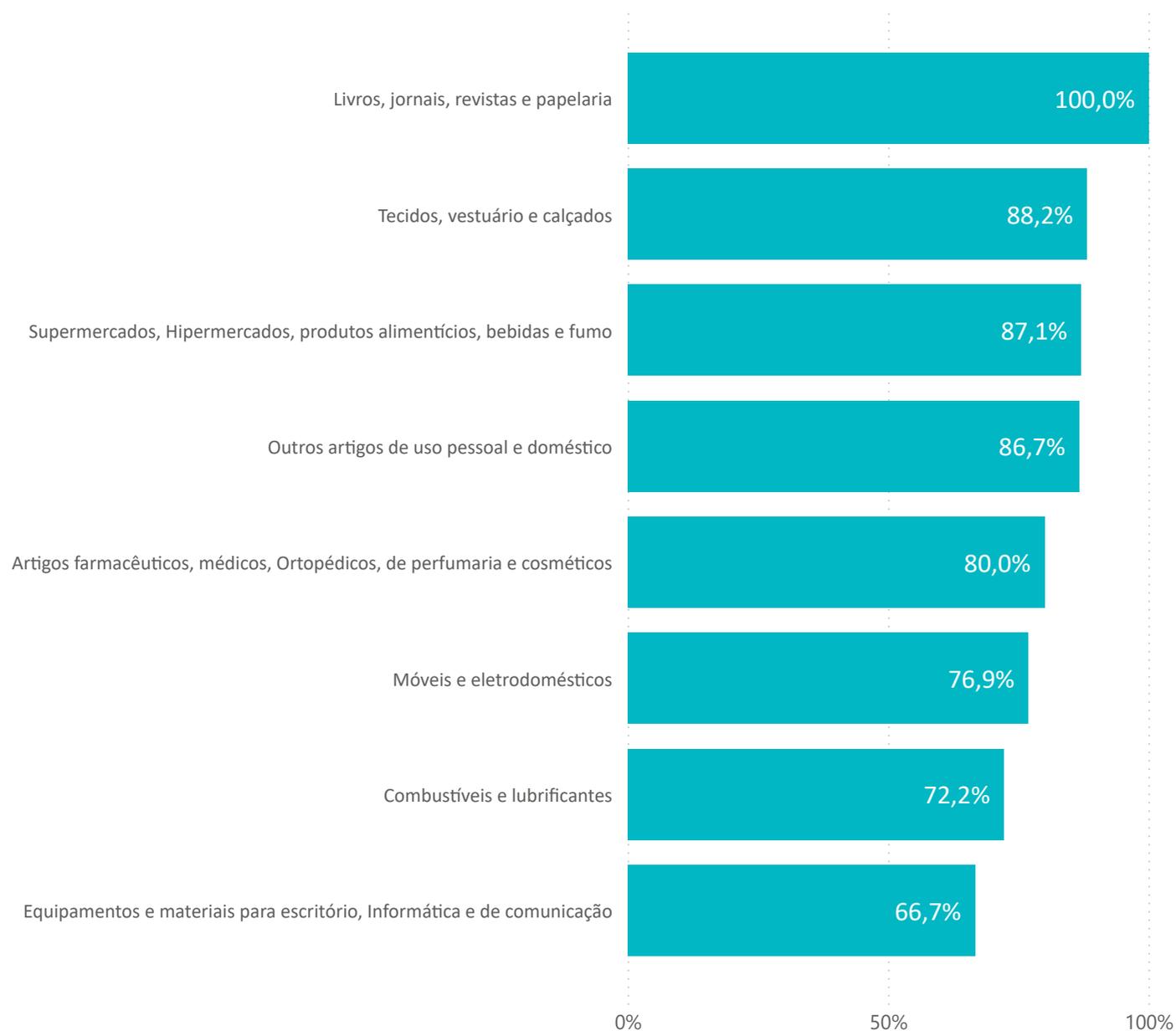
## A data gera impacto no seu negócio?



O Natal, sendo a data comemorativa com maior relevância para o ano, impacta 84,5% do comércio de Minas Gerais.

De forma a avaliar, dos entrevistados por segmento, aqueles que são impactados, seja positivamente ou negativamente pela data, observa-se que todos apresentados apresentam pelo menos 66,7% de afirmações de impacto.

## Percentual de empresas com impacto da data por segmento

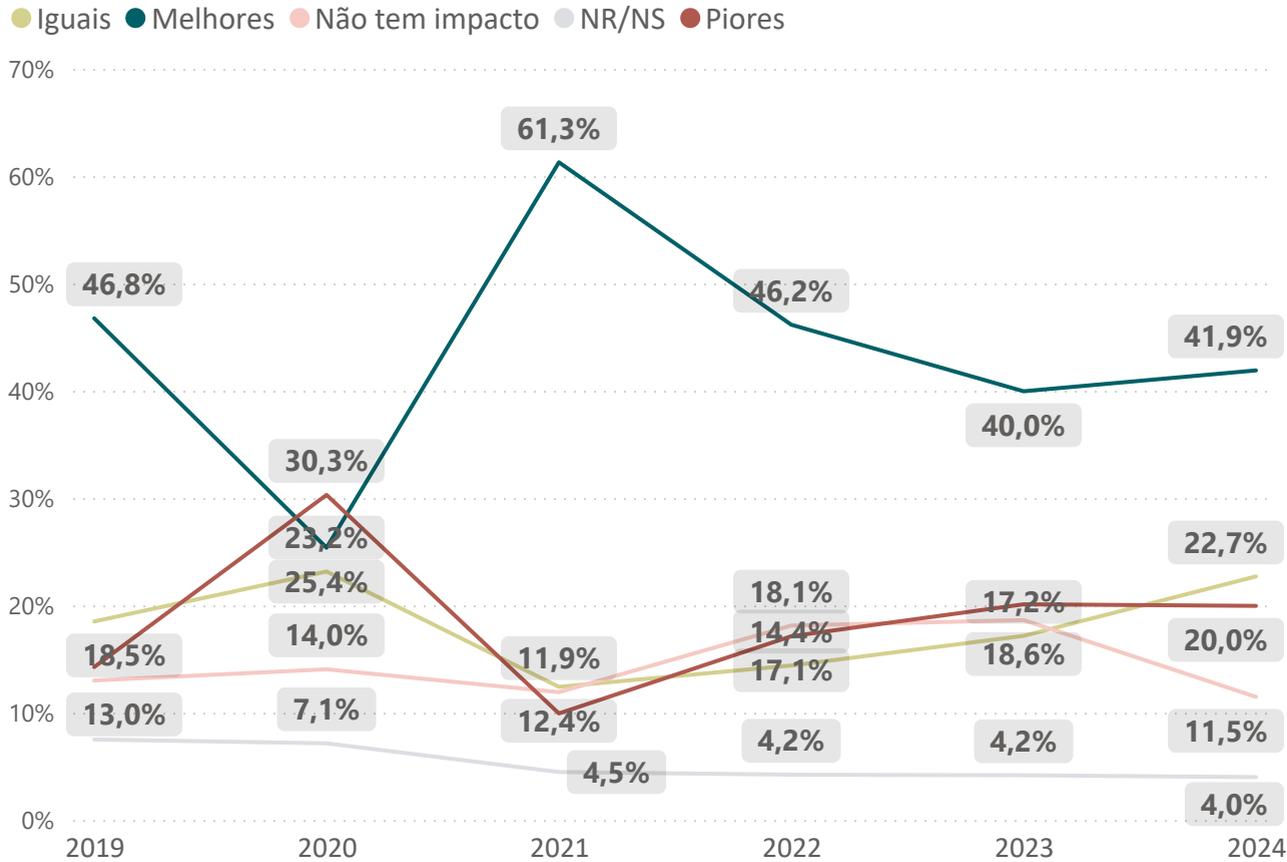


# Expectativa de vendas

2024

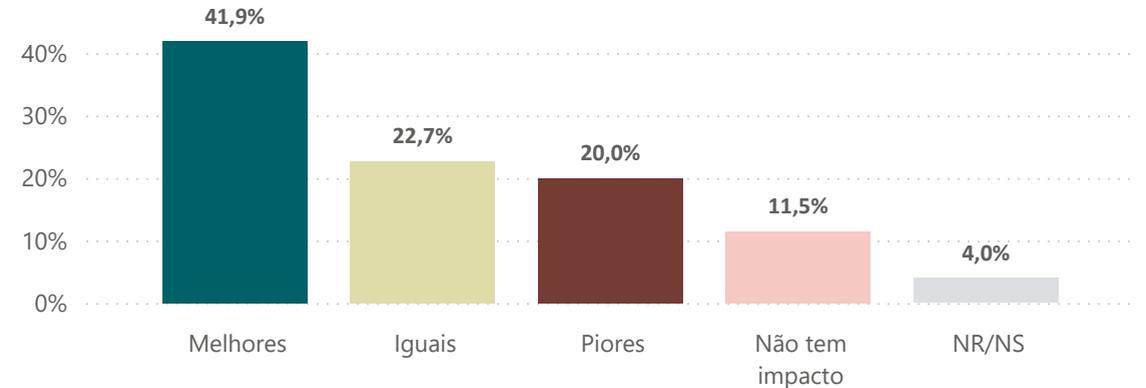


## Histórico da expectativa de vendas em relação ao ano anterior

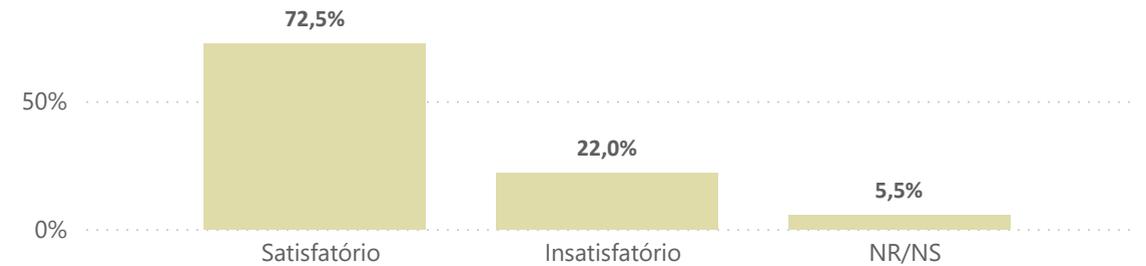


O percentual de empresários que esperam melhora das vendas de natal em relação ao ano passado, se manteve estável (41,9%). Contudo, o percentual dos que possuem expectativa de resultados iguais aumentou, saltando de 17,2% para 22,7%.

## Expectativa para as vendas em relação ao ano passado dentre as empresas impactadas pela data



## Se IGUAIS, como foram seus resultados?



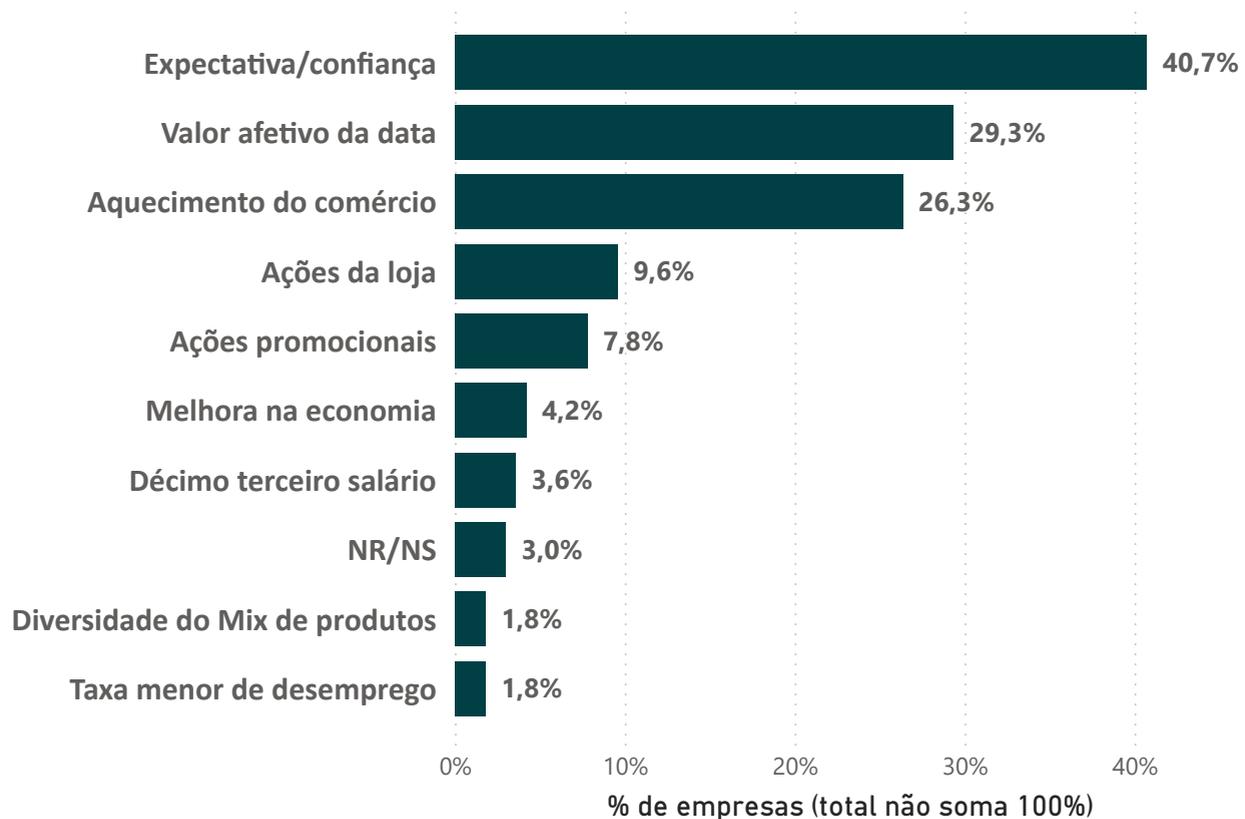
Nesse ano, 41,9% esperam melhores resultados frente ao ano passado e 20,0% piores. Ainda, 22,7% esperam resultados iguais, dos quais consideram que no ano passado, esses resultados foram satisfatórios e 22,0% disseram ter sido insatisfatórios.

# Expectativa de vendas

2024



## Motivo para vendas melhores



## Motivo para vendas piores



Dos motivos apresentados para a expectativa de melhores resultados, tem-se que a expectativa/confiança e o valor afetivo da data e aquecimento do comércio são os que mais se destacam.

Já para os motivos que influencia em expectativa de piores resultados, se opondo ao positivismo, há o comércio fraco/queda nas vendas, endividamento do consumidor e preço alto dos produtos.

# Ações para o período

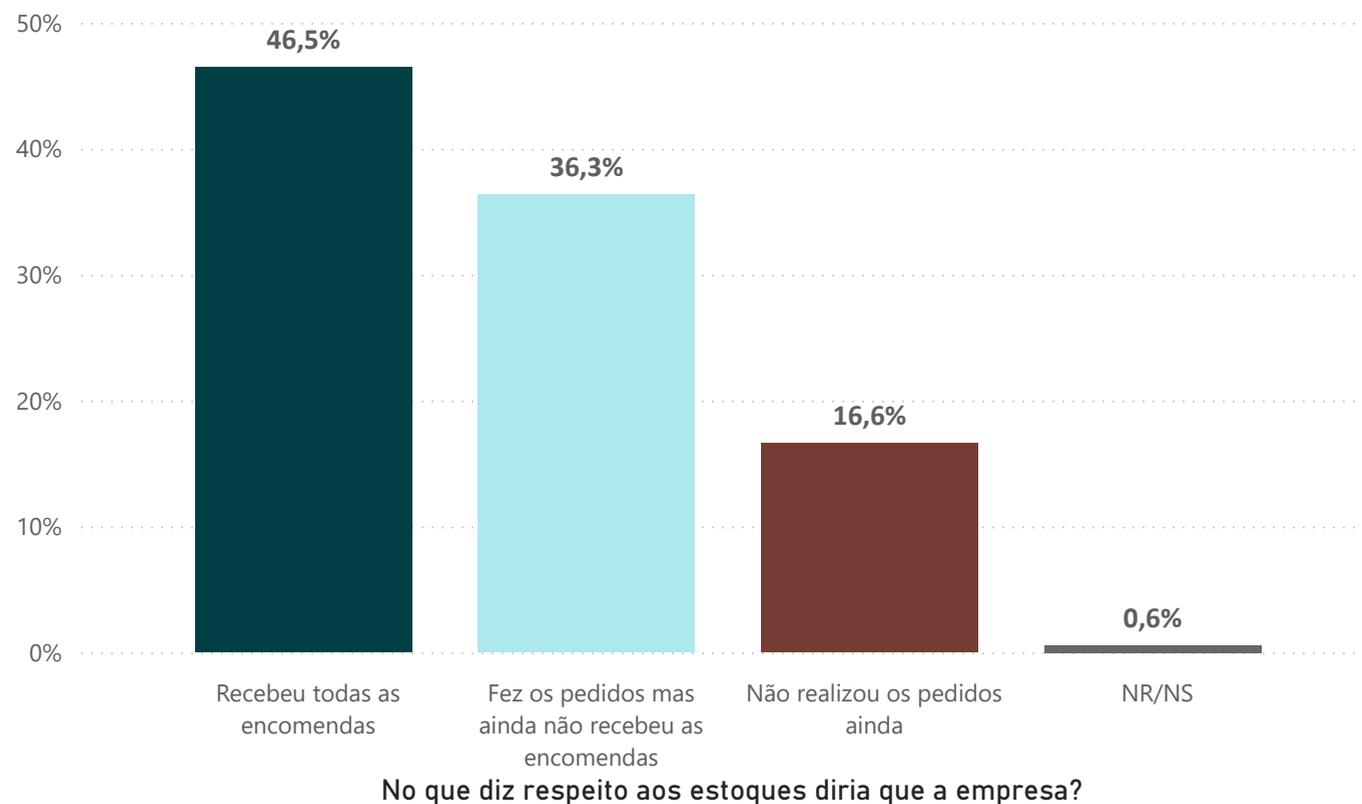
2024



## Medidas para alavancar as vendas no período



## Em relação aos estoques, a empresa:



Com o intuito de melhorar os resultados esperados para o período, as propagandas e promoções/liquidações se destacam, com adesão de 47,0% dos comerciantes impactados pela data. Há ainda 13,8% que não irão realizar ações, enquanto 13,0% apostarão no atendimento diferenciado.

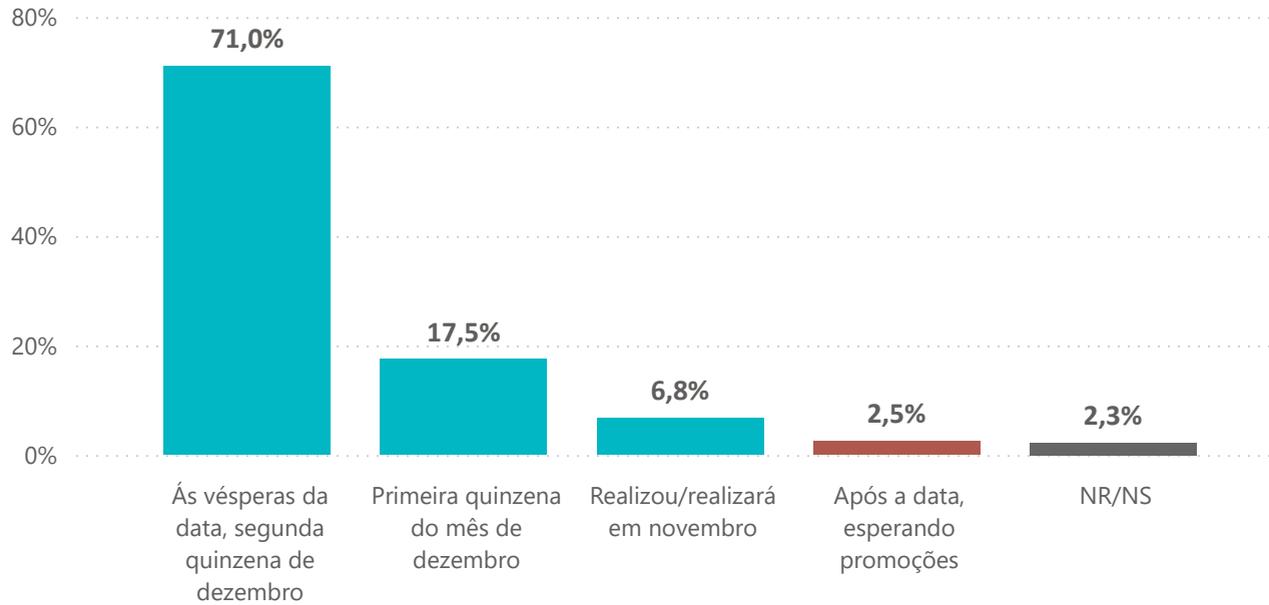
Quase metade (46,5%) dos empresários estão preparados para as vendas da data e já receberam todas as encomendas. Apenas 16,6% não realizaram os pedidos ainda.

# Perfil das compras

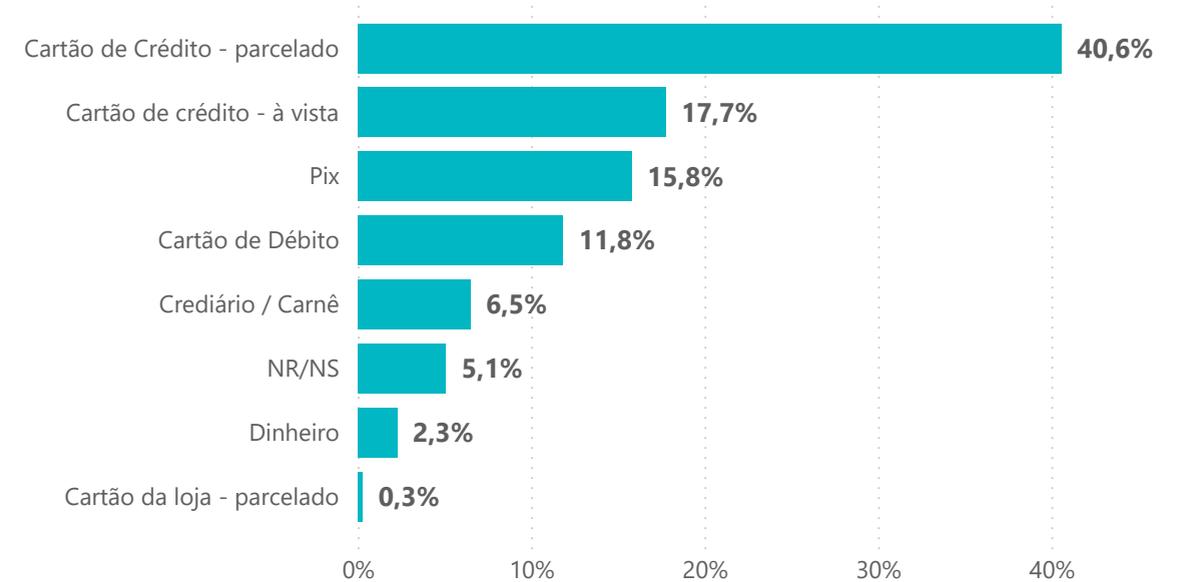
2024



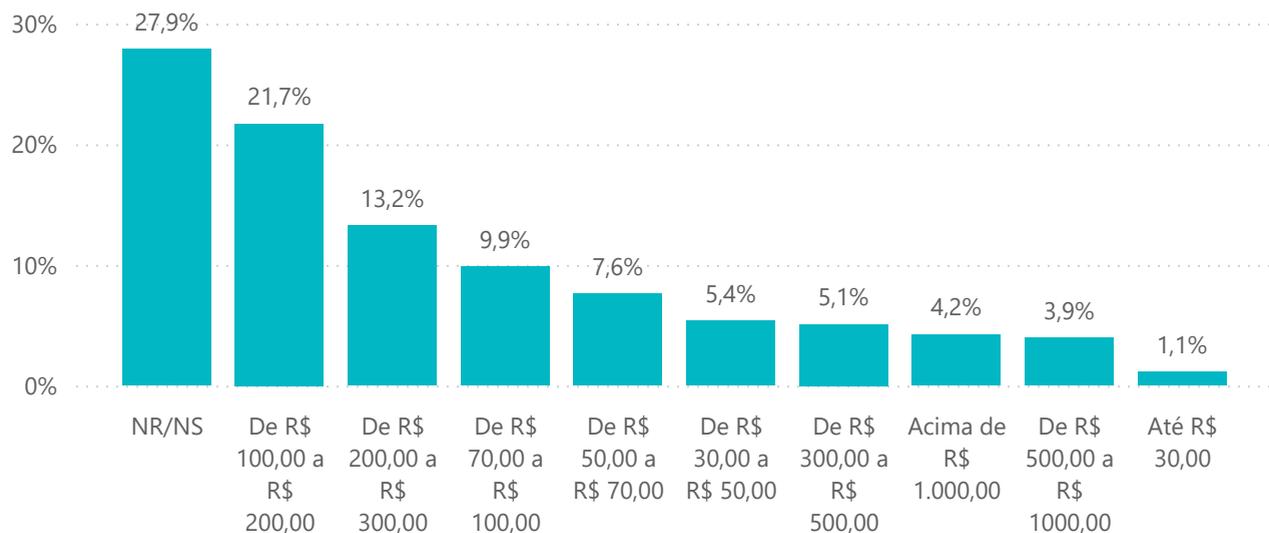
## Quando o consumidor irá às compras?



## Forma de pagamento mais esperada



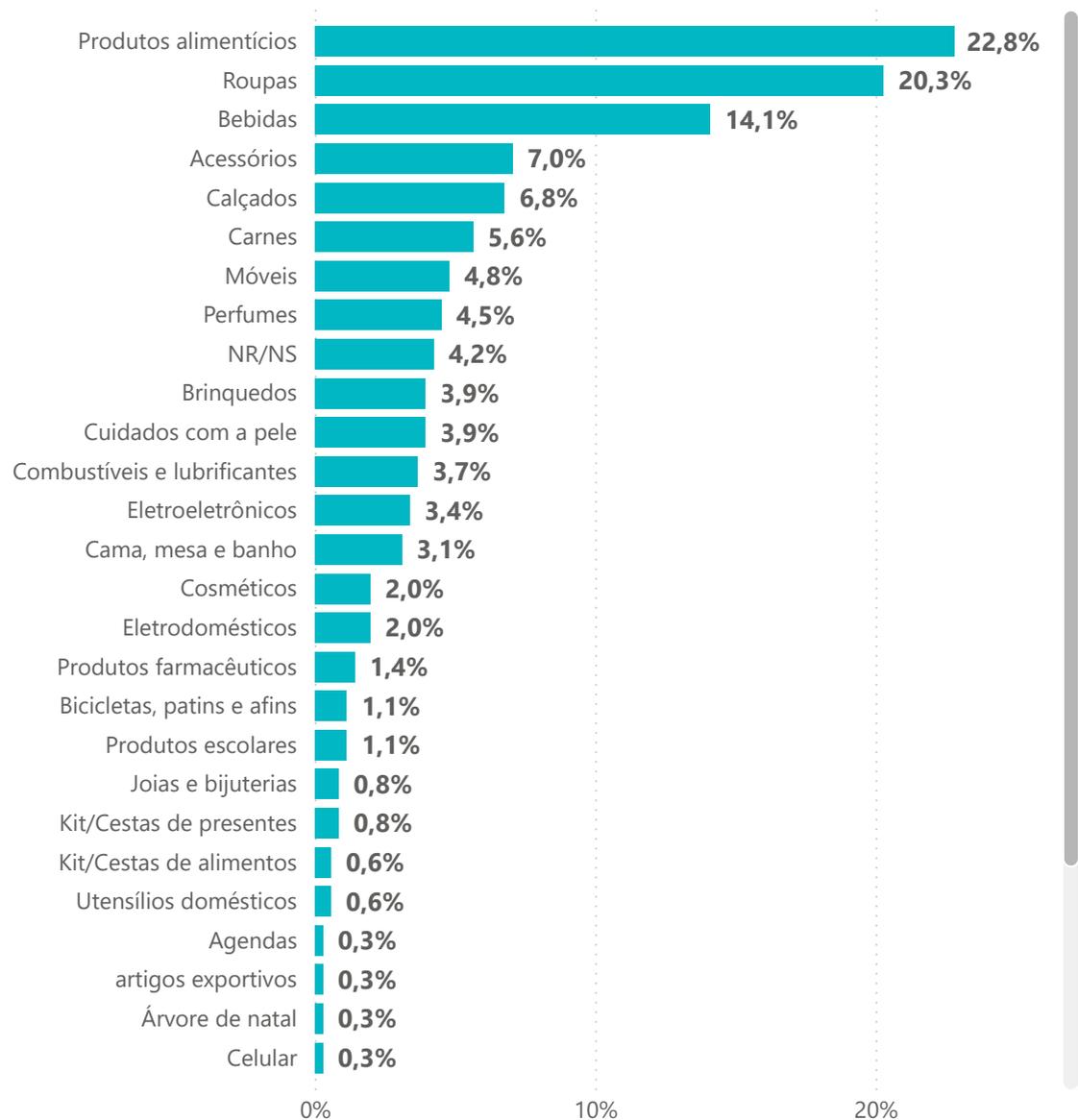
## Gasto médio esperado por consumidor



Do período de vendas de Natal, 71,0% dos empresários acreditam que a segunda quinzena de dezembro terá maior movimentação.

Já a forma de pagamento mais aguardada para o período é o crédito (40,6%). Quanto ao gasto médio esperado por compras, 34,9% aguardam que fique entre R\$100,00 a R\$300,00.

## Quais os produtos/presentes acredita que devam ter maior saída?

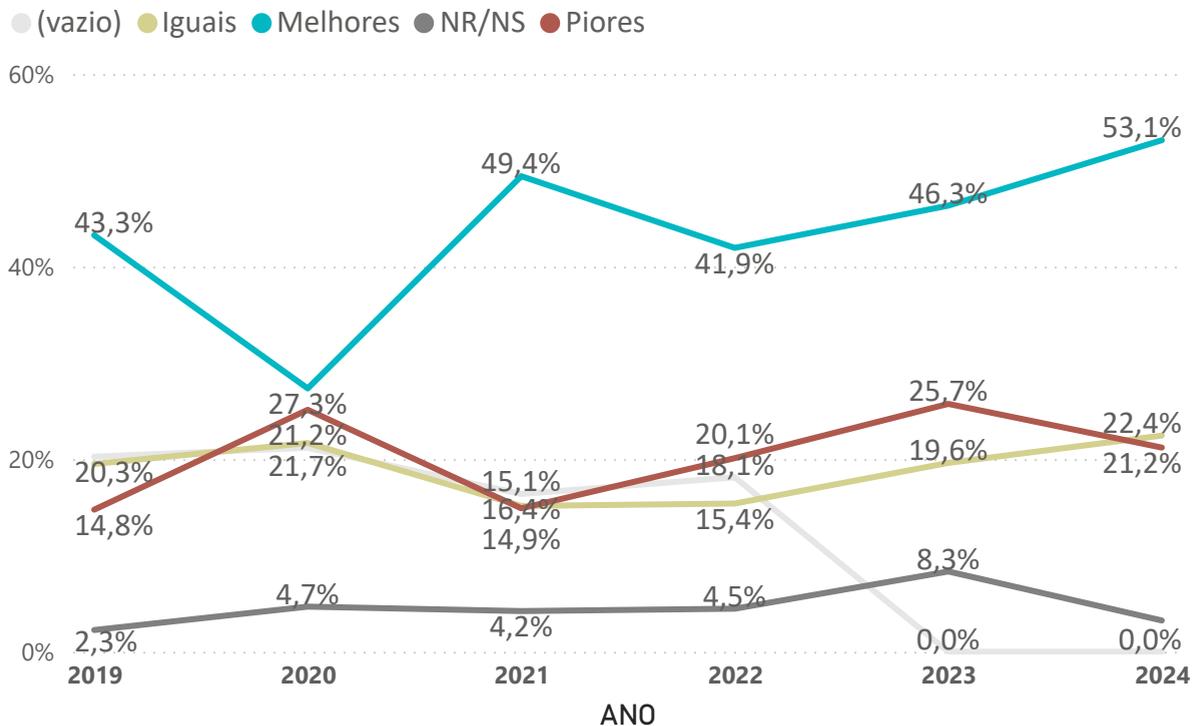


Com exceção dos produtos atribuídos à linha alimentícia, roupas e Bebidas são os que devem ter maior saída, na opinião do empresário.

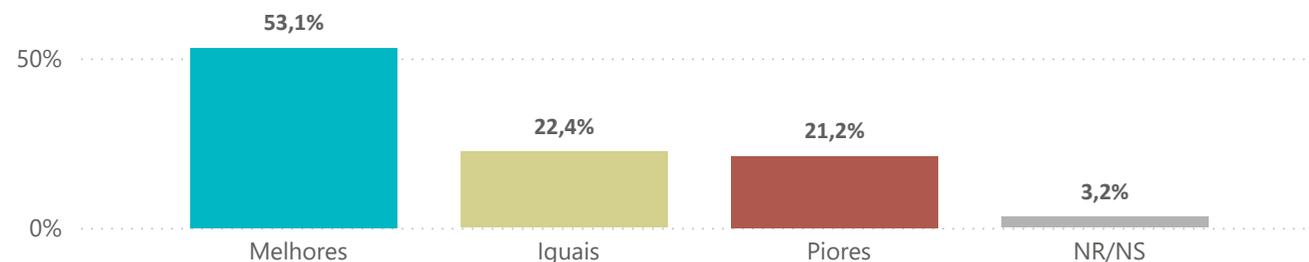
# Expectativa para o último trimestre do ano

2024

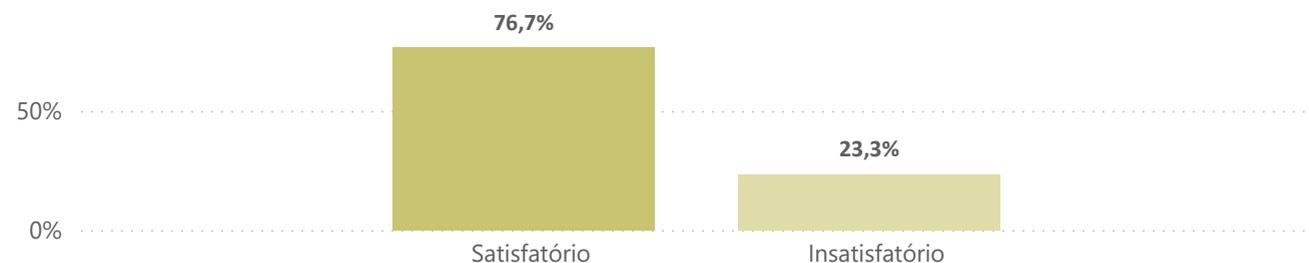
## Comparação expectativa para o último trimestre do ano em relação ao ano anterior - acompanhamento



## Comparação expectativa para o último trimestre do ano em relação ao ano anterior - 2023



## SE IGUAIS, como foram seus resultados do último trimestre do ano passado?

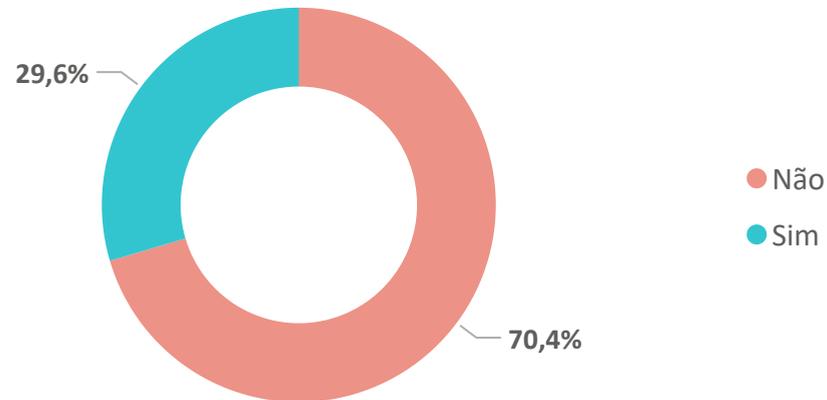


Apesar dos resultados do acompanhamento das expectativas para o último trimestre não serem, de forma precisa, comparáveis entre si, devido à metodologia de aplicação que antes só incluía os que são impactados pela data e , a partir desse ano, inclui todos os entrevistados, traz uma noção do comportamento das expectativas por contar com um número suficientemente grande de entrevistados nos períodos anteriores.

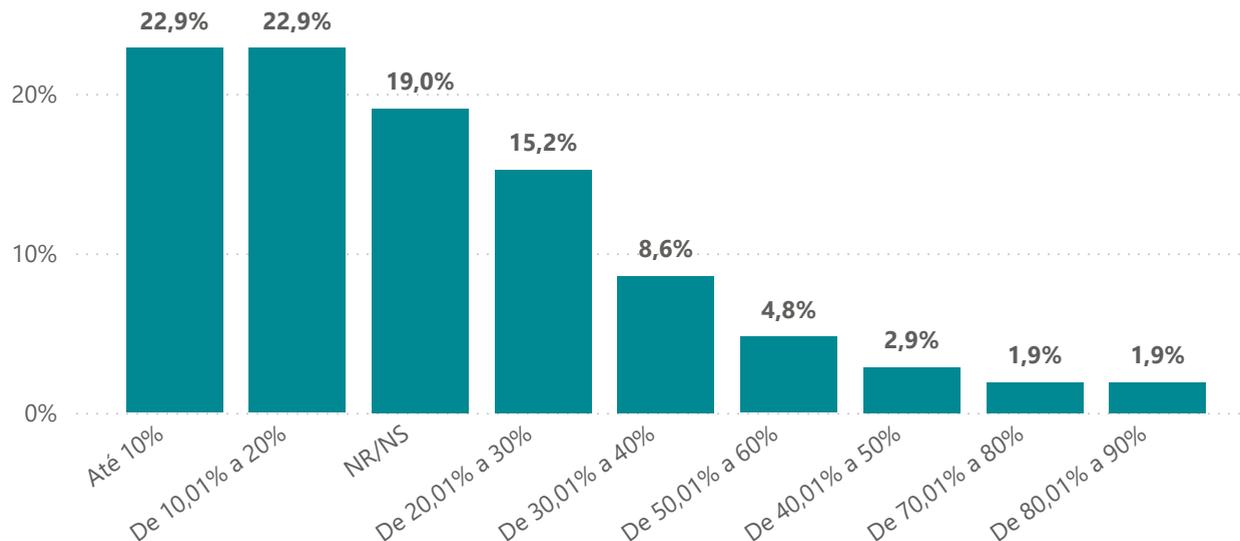
Dito isso, esse ano 53,1% dos empresários acreditam que o último trimestre deverá fechar com melhores resultados se comparado ao ano anterior, enquanto 21,2% acreditam que serão piores. Já 22,4% apontaram que esperam resultados iguais - dos quais 76,7% disse que ano passado obtiveram um fechamento satisfatório e 23,3% insatisfatório.



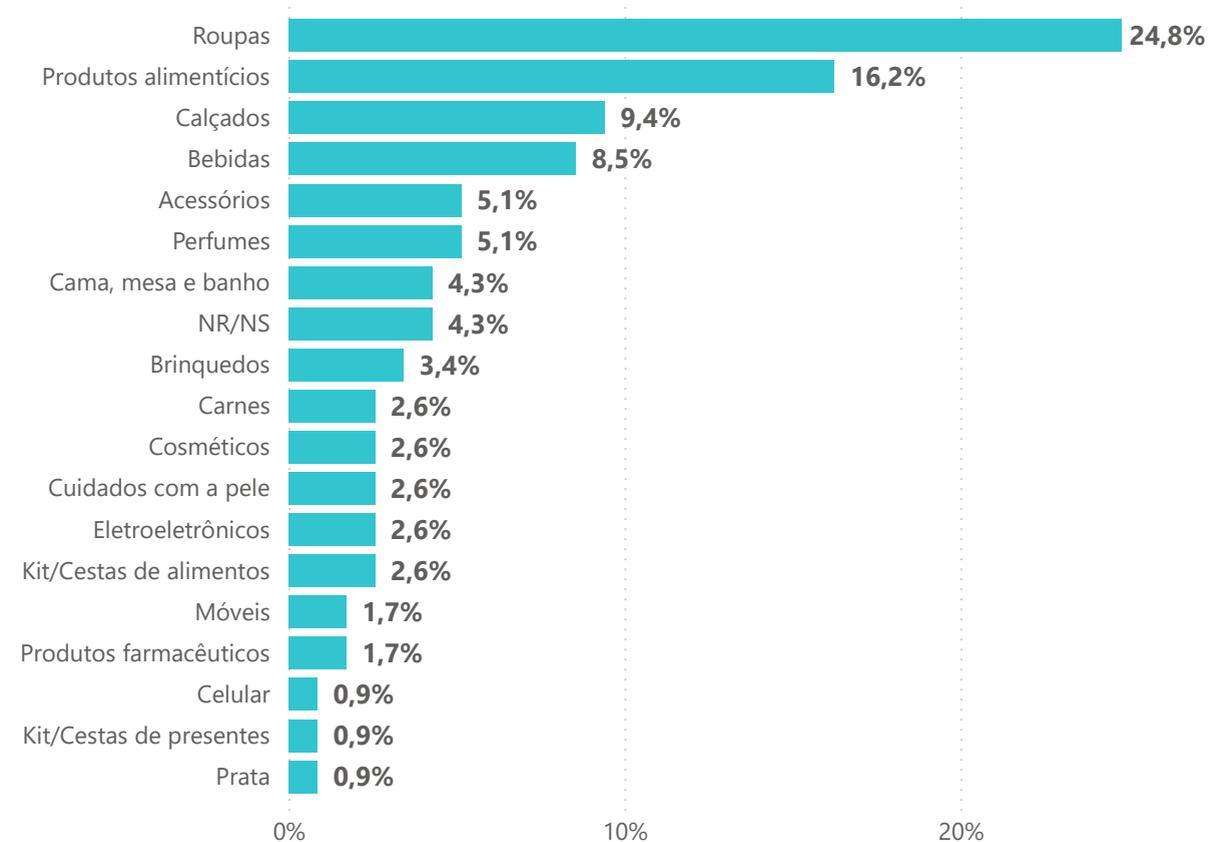
## Realiza vendas on-line?



## Varição percentual média esperada das vendas online frente ao faturamento total da loja



## Quais os produtos/presentes acredita que devam ter maior saída?



Das empresas impactadas, 29,6% informaram que realizam vendas on-line. Para esse modelo de vendas, roupas, produtos alimentícios e móveis e calçados se destacam para os empresários como os que terão maio...

Grande parte (45,8%) dos empresários esperam das vendas online variação percentual de até 20% em relação ao faturamento total de seus negócios no período.



Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 14 a 26 de novembro de 2024. Foram avaliadas 401 empresas, sendo pelo menos 39 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

## Equipe Técnica

### **Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa**

**Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável:** Jorge Marinho Rolla

**Coordenador de Estudos Econômicos:** Stefan Wilson D'Amato

**Analista de economia:** Gabriela Filipe Martins e Gilson Jose Machado

**Analista de pesquisa:** Devid Lima da Silva

**Pesquisadores:** Filipe do Nascimento Souza, Jhenifer Grejeanski da Silva e Rafael Rei de Oliveira

**Menor aprendiz:** Diego Colen Drumond Martins

**Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais**

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br