

VENDAS: Gasto médio no Natal deve superar o último ano em 26%



Pesquisa de expectativa de vendas para o Natal realizada pelo Núcleo de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG em todo o estado mostra que a data impacta 77,2% do comércio varejista mineiro.

Neste ano, 40,0% dos empresários esperam melhores resultados frente ao ano passado; 20,1% acham que serão piores e 17,2% esperam resultados iguais a 2022, quando 61,4% deles disseram ter ficado satisfeitos com as vendas. A expectativa de 68,1% dos empresários é que a maior movimentação se dê às vésperas da data, na segunda quinzena de dezembro.

Entre os diversos motivos apresentados para as expectativas de melhora nas vendas, os que mais se destacam são expectativa ou confiança, aquecimento do comércio e o valor afetivo da data. Os motivos listados para a expectativa de pior resultado nas vendas de Natal são: comércio fraco/queda nas vendas, endividamento do consumidor e a situação econômica do país.

Os produtos para compras em lojas físicas que devem ter mais saída de acordo os segmentos abordados na pesquisa são: produtos alimentícios (carnes, panetone, vinhos, cervejas, entre outros), roupas, móveis, acessórios e calçados. Nas vendas on-line, roupas aparecem em primeiro lugar seguidas de produtos alimentícios, móveis e calçados. A modalidade de pagamento que vai se destacar, conforme os comerciantes, será o crédito.

Contando com a preparação para a data, 32,2% dos comerciantes mineiros já receberam todas as encomendas e 43,7% já fizeram os pedidos e estão aguardando-os chegar.

Para 46,3% dos empresários, o último trimestre deverá fechar com melhores resultados se comparado ao ano anterior. Para 19,6% dos entrevistados, o último trimestre terá resultados iguais aos do ano passado quando 75,0% deles obtiveram fechamento satisfatório. Para 25,7%, os resultados do quarto trimestre de 2023 serão piores.

No mês que encerra o ano, ocorre a data comemorativa de maior apelo emocional – o Natal que, por sua vez, movimenta o comércio varejista com o aumento da procura de produtos e serviços para o período, sejam para presentes ou até mesmo para consumo próprio.

No ano corrente, é esperado que a data impacte 8 em cada 10 empresários do comércio varejista, sendo que 40% desses preveem que as vendas em 2023 serão melhores que as do último ano. Esse apontamento é bem-visto, pois nota-se no histórico da pesquisa que há um crescimento após crescimento para os empresários que foram impactados pela data. Adicionado a isso, 17% dos empresários acreditam que o período será marcado por vendas iguais às do ano passado, dos quais mais de 60% destacaram que os resultados de 2022 haviam sido satisfatórios.

Essa boa expectativa é atrelada a melhora do ambiente econômico que conta com uma desaceleração da inflação, queda na taxa básica de juros, melhora no mercado de trabalho formal,

aumento dos rendimentos médio mensal das pessoas, além do incremento do 13º salário que deve injetar cerca de 27,5 bilhões de reais na economia mineira (DIEESE, 2023).

Vale destacar que os empresários estão atentos para a melhor data comemorativa do ano, visto que 75,9% já providenciaram o estoque para o Natal (32,2% já estão em posse do volume das mercadorias e 43,7% já realizaram os pedidos e aguardam o recebimento dos produtos).

Essa programação dos empresários do comércio varejista é em função de 20,5% acreditar que os consumidores vão às compras nos primeiros 15 dias de dezembro. Já 68,1% esperam que as compras sejam realizadas as vésperas da data, e isso converge com o recebimento da segunda parcela do 13º que deve ser paga até dia 20 de dezembro.

Vale destacar que pensando na melhora do ambiente econômico e com o fim da pandemia da Covid-19, decretada em maio desse ano, o comércio varejista acredita que os consumidores vão desembolsar cerca de R\$ 234,26 na data – um aumento de 26% em relação ao Natal de 2022, que contou com uma expectativa de gasto de R\$ 185,62.

Com isso, 52,5% dos empresários mineiros, acreditam que a data comemorativa que encerra o ano de 2023 pode ter um incremento nas vendas de até 20,0%. Se somados aqueles que esperam ter um incremento nas vendas de até 40,0%, este percentual chega a 71,1% dos comerciantes impactados pela data.

É imprescindível destacar que 46,3% dos empresários esperam que o último trimestre desse ano seja melhor que ao de 2022. Ainda, 19,6% acreditam que o período será idêntico ao último ano, dos quais 75,0% frisaram que o período foi satisfatório.

Desta forma, pode-se frisar que a expectativa para o fechamento do ano corrente é otimista, uma vez que os empresários estão confiantes tanto para o Natal, quanto para a expectativa referente ao último trimestre do ano frente ao mesmo período de 2022.

Foto: Divulgação

<https://jornalpanfletus.com.br/noticia/5172/vendas-gasto-medio-no-natal-deve-superar-o-ultimo-ano-em-26-em-09/04/2026-22:01>