Vendas no Natal devem movimentar R$ 38 bilhões na economia, estimam CNDL/ Offer Wise

Data pode mobilizar quase 90 milhões de brasileiros. Cada presente custará, em média, R$ 109; internet e lojas de departamento superam shopping center na busca por presentes

O cenário de desemprego e de insegurança econômica trazida pela pandemia da Covid 19 deverá impactar nas compras de Natal deste ano. É o que mostra uma pesquisa feita em todas as capitais pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pela Offer Wise Pesquisas. De acordo com o levantamento, **54% dos consumidores devem presentear alguém no Natal** deste ano. O número representa uma **queda de 22 pontos percentuais em relação ao último ano**, em que a intenção de compra era de 77%.

Estima-se que 86 milhões de pessoas devam ir às compras, movimentando cerca de R$ 38,8 bilhões no setor de comércio e serviços. A cifra representa uma redução significativa frente à sondagem do último ano, quando a estimativa era de que fossem movimentados aproximadamente R$ 60 bilhões, mas ainda assim é bastante expressiva, especialmente em um ano repleto de adversidades em diversos segmentos da economia, e equivale a uma boa notícia aos comerciantes.

Para aqueles que não pretendem presentear este ano, a principal justificativa é o fato de estarem desempregados (24%) e não terem dinheiro (22%). De acordo com a pesquisa, 23% dos consumidores ainda não decidiram se vão adquirir presentes e 22% declararam não terem a intenção de presentear terceiros.

Na avaliação do presidente da CNDL, José César da Costa, a pesquisa demonstra que diante de um cenário de grandes dificuldades e desafios para os brasileiros, a população está insegura em relação aos próximos meses, principalmente com o fim do auxílio emergencial.

“O clima de insegurança diante da pandemia ainda é uma realidade mundial. A alta do desemprego e o fim do auxílio emergencial nos próximos meses contribuem para esse cenário. Ainda assim, a data continua sendo a principal época de compras dos brasileiros e trará uma importante movimentação para o setor, que conta com as vendas do Natal para a retomada econômica”, afirma Costa.

Principais presentes serão roupas, brinquedos, cosméticos e calçados. Valor médio será de R$ 109

De acordo com o levantamento, os mais lembrados na hora de presentear serão os filhos/filhas (59%), o cônjuge (45%) e as mães (45%), sendo que o presente mais caro será destinado aos filhos/filhas (27%). Entre os entrevistados, 25% pretendem comprar até dois presentes, e 33% entre três e quatro presentes. Em média, os entrevistados devem comprar 3,6 itens.

Os produtos mais buscados por quem vai presentear são roupas (57%), brinquedos em geral (38%), perfumes e outros cosméticos (31%), e calçados (31%). O ticket médio – ou seja, o valor a ser investido pelo consumidor em cada presente – será de R$ 108,78.

Internet e Lojas de departamento serão os principais locais de compra. 85% pretendem pagar os presentes à vista

A pandemia foi responsável pela mudança de diversos hábitos dos brasileiros. É o caso das compras *on-line*, que já vinham ganhando espaço há alguns anos, e se intensificaram de forma expressiva nos últimos meses. Dessa forma, o local preferido para realizar as compras de Natal será justamente a internet/lojas online (47%). Em seguida aparecem as lojas de departamento (40%), o shopping center (34%) e as lojas de rua (26%).

"A pandemia levou os consumidores a explorarem novas formas de compra. Isto reforça a necessidade dos lojistas buscarem recursos de aproximação com os consumidores para atendê-los de forma virtual. Mesmo o pequeno varejista, que não possui um site de *e-commerce*, pode utilizar o Whatsapp e as redes sociais para impulsionar suas vendas", afirma o presidente da CNDL.

De acordo com os entrevistados que farão compras on-line, os canais da internet preferidos são os sites (78%), principalmente os de lojas varejistas nacionais (75%), os de compra e venda de produtos novos ou usados (42%) e os internacionais (31%). Além dos sites, os entrevistados citaram os aplicativos (63%), Instagram (19%), Whatsapp (18%) e Facebook (14%).

Quando se trata da forma de pagamento, oito em cada dez consumidores que dizem que farão compras neste Natal pretendem pagar à vista (85%), sobretudo em dinheiro (57%) e no cartão de débito (36%). Por outro lado, 44% querem usar o crédito para pagar as compras, principalmente o cartão de crédito parcelado (37%), o cartão de crédito em parcela única (25%) e o cartão da própria loja parcelado (10%).

Para 65% dos consumidores preço dos presentes estão mais caros este ano, e 84% pretendem pesquisar preços

Em meio à pandemia, mesmo aqueles que pretendem comprar presentes parecem estar cautelosos com os gastos. Quando se trata dos entrevistados que compraram no ano passado, 45% dizem que vão gastar menos em 2020, enquanto 26% intencionam gastar a mesma quantia, e 20% vão gastar mais.

Os principais motivos para reduzir os gastos com presentes são o fato de querer economizar (37%), estar com o orçamento apertado (33%) e as incertezas com relação à economia para o próximo ano (25%). Já entre aqueles que vão gastar mais este ano, 32% afirmam que darão presentes melhores, 26% que utilizarão o 13º salário para fazer compras, 24% que economizaram ao longo do ano e 23% que os preços aumentaram.

Diante de uma situação de incertezas e dificuldades financeiras, a pesquisa de preços se torna grande aliada do consumidor: 84% pretendem pesquisar preços antes de comprar seus presentes. Vale notar o predomínio das ferramentas virtuais na hora de pesquisar preços (80%), seja por meio de sites e aplicativos (74%) ou das redes sociais (29%).
Por outro lado, um percentual significativo dos entrevistados (69%) também menciona os meios físicos de pesquisa de preços, sobretudo as lojas de shopping (43%), lojas de rua (38%) e os supermercados (20%)

Preço e ofertas influenciam local de compra

De acordo com a pesquisa, os fatores que mais influenciam na escolha do local de compra são o preço (53%), as ofertas e promoções (39%), o valor do frete (24%), a diversidade de produtos (22%) e o atendimento (22%). Já na hora de escolher o presente, os entrevistados vão levar em conta a qualidade do produto (24%), o perfil do presenteado (18%) e as promoções e descontos (18%).

Para o presidente da CNDL, ainda dá tempo do varejista se preparar para as vendas de Natal. “Sabemos o quanto é importante para o consumidor ter uma boa experiência de compra, por isso o lojista deve estar atento e se preparar oferecendo comodidade, promoções, frete grátis e um bom atendimento ao cliente, tanto nas vendas presenciais, quanto pela internet. O Natal é a principal data comemorativa do ano e o setor deve aproveitar esse momento”, destaca Costa.

Metodologia
Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar presentes para o Natal.
Método de coleta: pesquisa realizada via web e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.
Tamanho amostral da Pesquisa: 968 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes no Natal. Em seguida, continuaram a responder o questionário 606 casos, que tinham a intenção de comprar presente no Natal. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,1 p.p e 4,0 p.p para um intervalo de confiança a 95%. **Data de coleta dos dados**: 14 a 20 de outubro de 2020.
Sobre a CNDL – Criada em 1960, a CNDL é formada por Federações de Câmaras de Dirigentes Lojistas nos estados (FCDLs), Câmaras de Dirigentes Lojistas nos municípios (CDLs), SPC Brasil e CDL Jovem, entidades que, em conjunto, compõem o Sistema CNDL. É a principal rede representativa do varejo no país e tem como missão a defesa e o fortalecimento da livre iniciativa. Atua institucionalmente em nome de mais de 500 mil empresas, que juntas representam mais de 5% do PIB brasileiro, geram 4,6 milhões de empregos e movimentam R$ 340 bilhões por ano.
Sobre a Offer Wise Pesquisas - Há mais de 15 anos que a Offerwise vem abordando de maneiras inovadoras a pesquisa de mercado. Com um modelo único e próprio de recrutamento tem conseguido construir um dos principais painéis de pesquisa no mundo. Evoluindo para uma empresa robusta de campo online com uso de tecnologia avançada. Detém o maior e mais representativo painel da América Latina e Hispânico nos EUA. Os escritórios ao redor do mundo estão compostos por profissionais de pesquisa de mercado que conhecem e compreendem suas culturas locais e também os consumidores que se deseja alcançar.

Informações à Imprensa
Marina Barbosa (61) 9 8340 0257 | marina.barbosa@cndl.org.br