

# Natal 2021

A hora do presente  
e da presença

 **CDL** POA



Para compreender as perspectivas de consumo para o Natal e a chegada de 2022, a CDL POA realizou o presente estudo, com a parceria da Vitamina Pesquisa.

Para isso, ouviu consumidores porto-alegrenses sobre a forma como administrarão suas finanças e quais são as suas ambições para as festividades e os sentimentos em relação ao cenário atual.

Esse movimento de buscar luzes para o setor está alinhado ao propósito da CDL POA de amparar o empresário, apontando caminhos para uma melhor performance dos negócios, neste momento ímpar de reestruturação e renovação para o mercado.



# 1. SITUAÇÃO ECONÔMICA ATUAL DO PÚBLICO PESQUISADO

**50.5%**

**Com compras parceladas:** tenho prestações de compras para pagar, mas com previsão normal de pagamento até então.

**40.8%**

**Sem compras parceladas:** procuro não comprar com parcelamento, prefiro pagar à vista. Assim, tenho as contas em dia.

**8.7%**

**Com contas em atraso:** tenho prestações em atraso e estou com dificuldade de pagá-las.

## Potencial para compras à vista

**91,3%** se diz sem contas em atraso, dado que corrobora com o otimismo para o final de ano.



# 2. O QUE VOCÊ PRETENDE FAZER COM SEU 13º SALÁRIO?

**24.1%**

Pagar dívidas

**21.5%**

Fazer as compras de Natal

**19%**

Viajar/férias

**15.8%**

Investir em aplicação/ poupança

**11.6%**

Reforma de casa

**0.6%**

Trocar de carro

**3.2%**

Outros. O que?

De acordo com os respondentes, a principal utilização do 13º salário será para pagar dívidas, seguido de compras de Natal e viajar ou tirar férias.

- Tratamento dentário
- Guardar dinheiro
- Compras do dia a dia
- Fazer compras na Black Friday
- Rancho de ceia
- Compras para a casa nova
- Ir para o baile
- Pagar impostos

### 3. ONDE VOCÊ INVESTIRÁ SEU DINHEIRO NESTE NATAL E COMEMORAÇÕES DE FIM DE ANO?

INVESTIMENTO	SIM	TALVEZ	NÃO
Comprar presentes para a família.	76,1	14,7	9
Comprar ingredientes para a Ceia (todos os tipos, não só os especiais).	68,1	14,7	17
Investir na confraternização – reunião de pessoas.	57,5	14,7	27,6
Guardar dinheiro.	51,7	19,6	1,7
Quitar dívidas.	46,9	8,36	44,6
Agendar hospedagem paga para pets.	4,8	3,2	91,9
Fazer a Ceia em algum lugar fora de casa, como restaurante ou viagem.	16,7	7	76,2
Ir em salão de beleza e afins para as festas de final de ano.	28,3	10,6	61,4
Viajar para as festas de final de ano.	28,3	10,2	61,4
Comprar lembrancinhas para amigos ou colegas de trabalho.	27,9	15,1	56,9
Comprar roupas/acessórios novos para as festas de final de ano.	39,2	21,5	39,2

A prioridade é celebrar os vínculos familiares.



**SE LIGA, VAREJO**

**76.1%** priorizarão a compra de presentes para a família.

A Pesquisa da CDL POA mostra que comprar presentes para a família será o principal investimento neste Natal. O que marcará o reencontro entre as pessoas será o presente!

Atraia o cliente para a sua loja e mostre a relevância dos seus produtos para este momento.

## 4. COMO VOCÊ PLANEJA PAGAR A MAIOR PARTE DAS DESPESAS DE NATAL?



### SE LIGA, VAREJO

**O ticket médio deste ano será mais alto!**

As pessoas estão dispostas a gastar mais! Saiba como usufruir disso:

1. O mais importante é a experiência que você oferece
2. Fidelize e tenha sucesso o ano todo
3. Ofereça possibilidades de escolha
4. Faça com que se sintam únicos com sua atenção
5. Transmita segurança quanto à compra e ao produto

## 5. QUANTO VOCÊ PRETENDE GASTAR EM TODOS OS PRESENTES QUE IRÁ COMPRAR?

2021		2020	
Até R\$50	1.9% ↓	Até R\$50	4.9%
De R\$51 a R\$100	3.4% ↓	De R\$51 a R\$100	7.8%
De R\$101 a R\$200	8.6% ↓	De R\$101 a R\$200	19.2%
De R\$201 a R\$500	36.4% ↓	De R\$201 a R\$500	40.3%
De R\$501 a R\$1001	25.9% ↑	De R\$501 a R\$1001	20.8%
Acima de R\$1001	23.8% ↑	Acima de R\$1001	7.1%

Aumento significativo de investimento previsto nas compras de Natal.

### SE LIGA, VAREJO

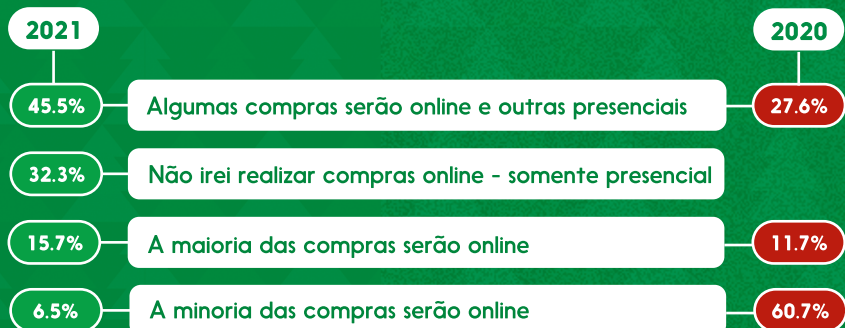
**Compras à vista serão prioridade!**

Procure expandir os meios de pagamento que você oferece para conquistar novos clientes e fidelizar quem já compra na sua loja. Aposte nas modalidades que permitem compras à vista, como:

- Carteiras digitais
- Pix
- QR code
- Links de pagamento
- Transferência bancária

OBS: você sabia que é possível parcelar usando PIX? Dentro do app do banco, o cliente consegue agendar pagamentos por PIX.

## 6. PENSANDO NA COMPRA DE PRESENTES DE NATAL REALIZADAS PELA INTERNET, VOCÊ IMAGINA QUE ESTE ANO:



**45.5%** das pessoas vão realizar parte das compras online e parte presencial, sendo uma manifestação da omnicanalidade.

**32.3%** pretendem realizar compras somente presenciais, podendo ser um dado que ilustra o cenário pandêmico melhorando.

**15.7%** pretendem realizar a maioria das compras de maneira online.

Houve uma inversão no modelo de compra: já que **60.7%** faziam a menor parte das compras online em 2020 e este ano esse índice é de **6.5%**.



### SE LIGA, VAREJO

**45,5% dos consumidores pretendem comprar tanto na loja física, quanto online.**

#### **Venda em vários canais!**

O segredo de como atrair mais pessoas no Natal está nos canais de venda. Por isso, escolha bem o seu ponto de venda (PDV) principal. Ele será fundamental para você faturar mais nessa temporada.

Tente diversas possibilidades, como vender no Facebook, no Instagram e até mesmo no WhatsApp. Explore os recursos dessas plataformas e mantenha sempre seus itens atualizados nelas.

## 7. QUAL O NÚMERO TOTAL DE PRESENTES QUE VOCÊ PRETENDE DAR NO NATAL?

Considerando se vai dar mais de um presente para a mesma pessoa e também os que você comprar para você mesmo (a).



A intenção de compra de presentes acima de 5 unidades aumentou se comparado a 2020. A média para 2021 é de 8 presentes.



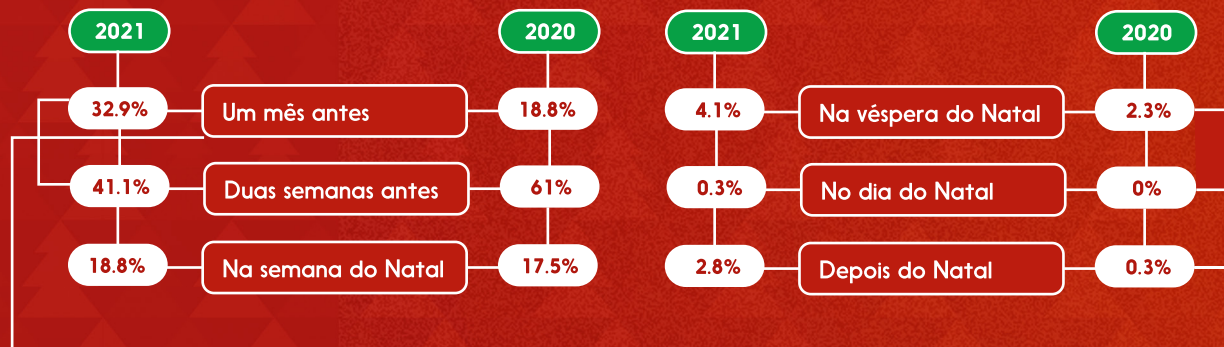
## 8. O VALOR DAS SUAS COMPRAS DE NATAL EM 2021 DEVE SER:



A maior parte das pessoas pretende gastar nas compras de Natal o mesmo valor do ano anterior.

**34,4%** pretendem gastar mais, sugerindo a possibilidade de realizar uma confraternização maior no final de ano. 25% pretende gastar menos.

## 9. QUANDO VOCÊ PRETENDE COMPRAR A MAIORIA DOS PRESENTES DE NATAL?



Sugerem tendência em aproveitar possíveis promoções.

Esses dados podem ser resultados da modificação do comportamento de compra, adotando o modelo online.



## 10. PALAVRAS QUE REPRESENTAM O NATAL 2021

---

**RECOMEÇO** saúde festa sobrevivência  
FELICIDADE **amor** **SUPERAÇÃO** festa  
incerteza **VIDA** **ESPERANÇA** **LEMBRANÇA**  
nascimento decepção **RENOVAÇÃO**  
**RESILIÊNCIA** **GRATIDÃO** família  
paz reinventar **normalidade**

---

Chegamos ao final de 2021 muito diferentes de onde estávamos no mesmo período de 2020.

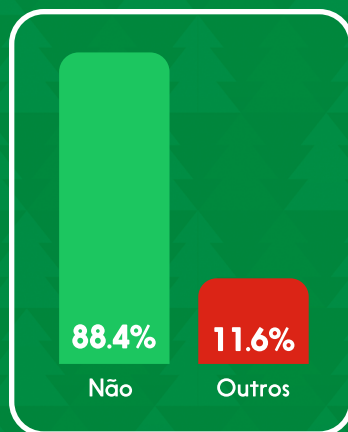
Avanços importantes como a vacinação em massa e os aprendizados impostos pelas incertezas e colaboraram para um cenário de expectativa e **esperança**.

Observamos pessoas com disposição para celebrar. O consumidor está encorajado a realizar compras que pudessem estar suspensas pela instabilidade vivenciada, com o propósito de **renovação**.

A vida saiu da suspensão e retorna à **normalidade**.



## 11. O CONSUMIDOR AINDA INVESTIRÁ EM OUTRAS ATIVIDADES NO FIM DE ANO?

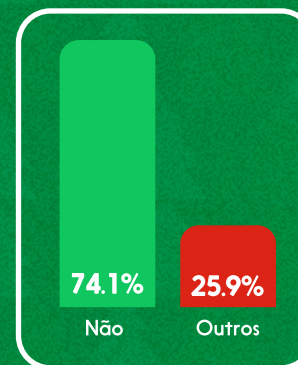


### OUTROS:

- Eventos da família não relacionados com as festas de final de ano
- Veículos
- Reformas/ construção/ compra da casa própria
- Pagar impostos
- Viagens de férias
- Investimento
- Cursos e Faculdade
- Carteira de motorista
- Alimentação
- Compra de itens diversos:
  - Geladeira
  - Artigos de informática
  - Bicicleta
  - Tatuagem
  - Artigos esportivos

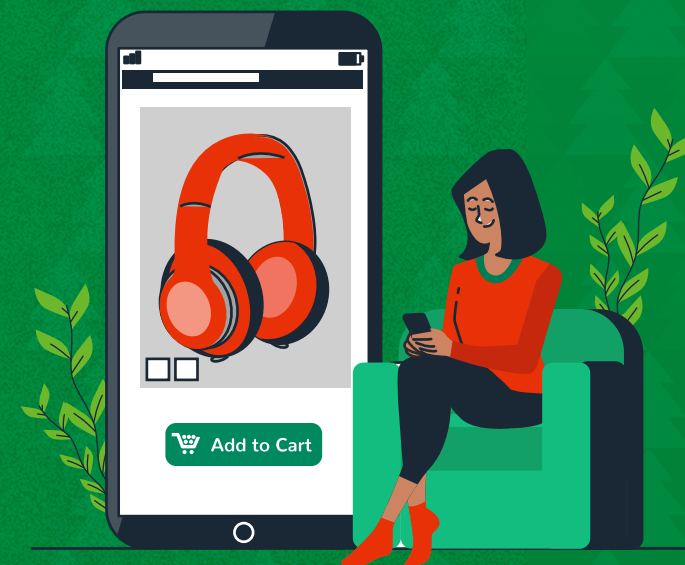
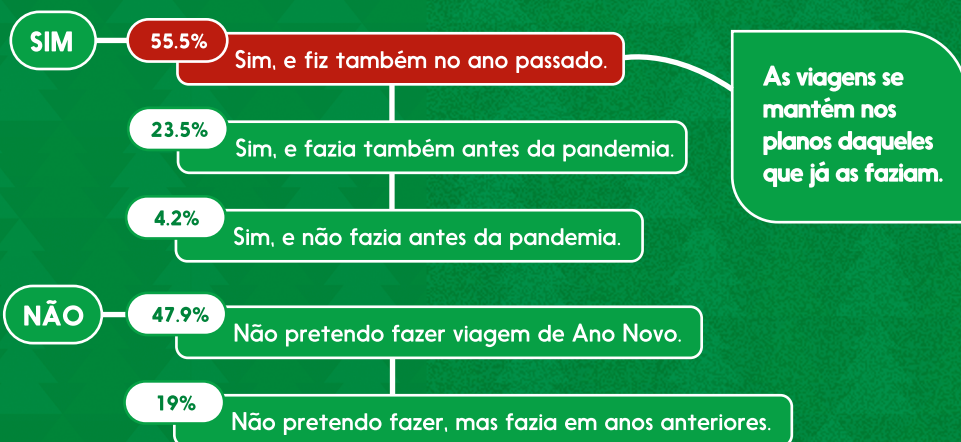
## 13. E COMO SERÁ O INÍCIO DO ANO?

O consumidor pretende se programar para comprar em alguma promoção em Janeiro e Fevereiro?



A maior parte da amostra demonstrou que não pretende aguardar promoções para realizar as compras de final de ano em Janeiro e Fevereiro. Sendo assim, grande parte das compras serão realizadas antes das datas comemorativas.

## 12. O CONSUMIDOR PRETENDE VIAJAR NO ANO NOVO?



### 13. JUNTO COM A IDENTIDADE DO CONSUMIDOR, A JORNADA TAMBÉM MUDOU.

A jornada não é linear, e os compradores percorrem os modos de exploração e avaliação conhecidos como o "messy middle", em tradução literal "meio confuso", antes de fazer uma compra.

À medida que os compradores exploram e avaliam também buscam inspiração, pesquisam detalhes do produto, consideram comentários e avaliações e comparam preços.

Fonte: The Journey Reshaped - Think With Google



#### SE LIGA, VAREJO

Se a Black Friday foi o momento de liquidar estoques e reduzir margens de preços, o Natal vem para renovar produtos, oferecer opções diferentes ao cliente e encantá-lo!

O Google descobriu que **84%** dos consumidores buscam experiências sob medida para seus gostos e necessidades. É útil ter uma variedade de mercadorias para que se sintam fazendo a melhor compra!

E na hora de trazê-los para o ambiente do Natal, o encantamento em loja é a chave do sucesso. Com investimento baixo, como em luzes decorativas, objetos nas cores da data comemorativa, música e aromas, por exemplo, você atrai o cliente para dentro da loja e o faz sentir acolhido pelo ambiente.

#### SE LIGA, VAREJO

**A forma de consumir mudou!**

A internet passou a fazer parte do processo de compra, mas fique certo que a venda presencial ainda traz muita segurança: **18%** dos consumidores brasileiros recorrem à loja física quando não encontram um produto na internet.



## SE LIGA, VAREJO

**54%**

da descoberta de novos produtos passaram a ser feita no digital;

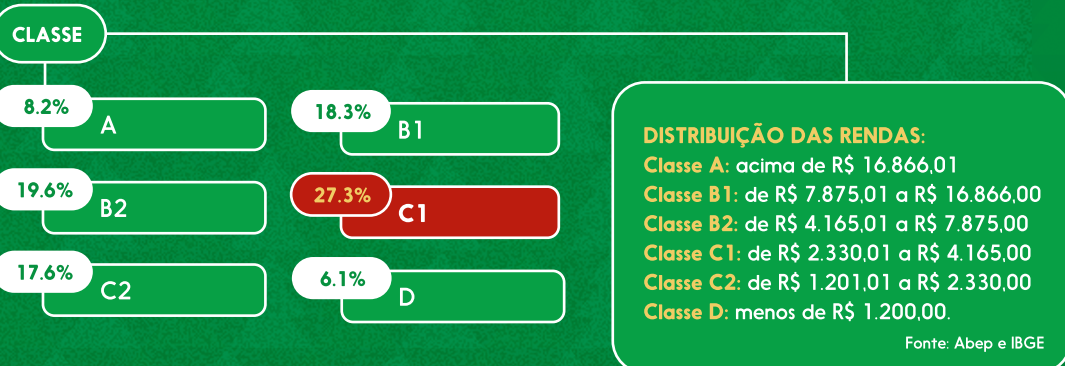
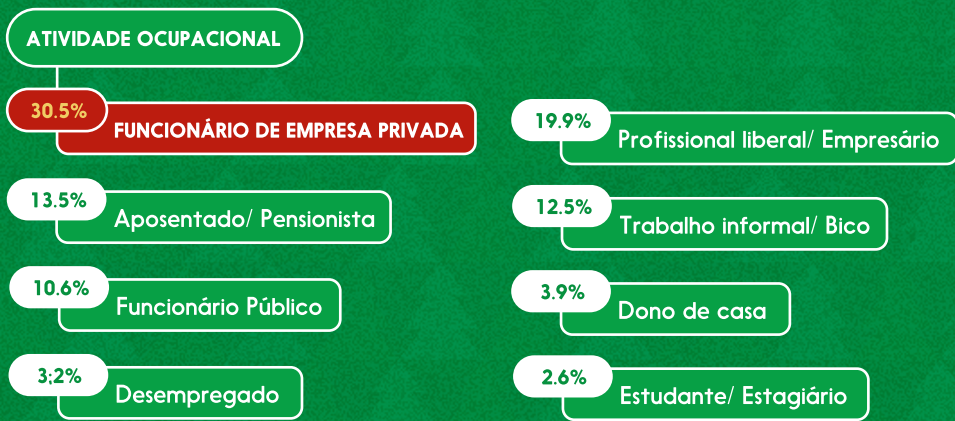
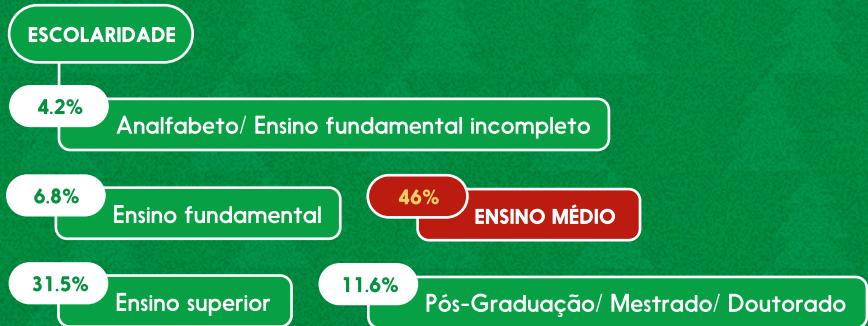
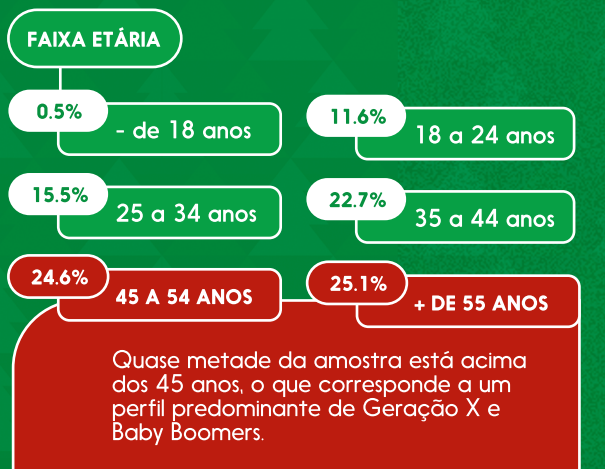
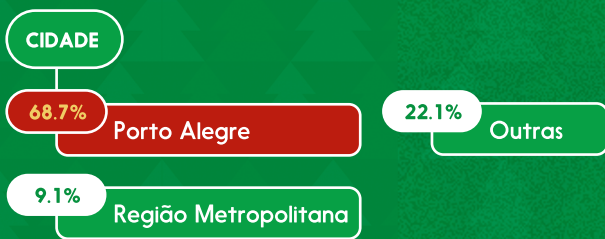
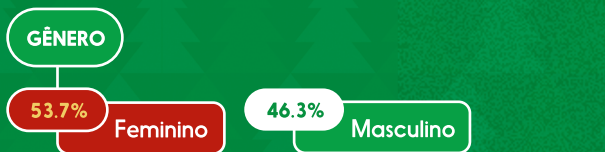
Fonte: Think With Google

**78%**

dos consumidores responderam que um vendedor digital ajudaria na escolha de um produto na compra online.

Fonte: Pesquisa Market Review, Edição 1.

# PERFIL DOS ENTREVISTADOS



## METODOLOGIA QUANTITATIVA

- Técnica**  
Survey por telefone
- Amostra**  
311 casos
- Perfil**  
População em geral

Boas vendas!



[cdlpoa.com.br](http://cdlpoa.com.br)

[f](#) [@](#) [t](#) [in](#)

@cdlpoa

