



>> e-book

**Prepare o seu negócio para
faturar alto no Natal 2022**



Introdução

Para grande parte dos brasileiros, o Natal simboliza união, confraternização e fraternidade. Entretanto, a celebração natalina também é uma época de muito suor, trabalho e dedicação para outra parcela da população. É uma das datas mais importantes do ano para o comércio, principalmente para o varejo.

O período que antecede o Natal é o de maior expectativa de venda entre os varejistas. Afinal, é uma oportunidade única para melhorar o faturamento, divulgar a marca, aumentar a clientela, renovar o estoque etc. Portanto, é preciso de muito preparo para atender à demanda. Sendo assim, para ter um bom desempenho nas vendas natalinas, é imprescindível conhecer mais sobre estratégias de campanha.

Para isso, além de discorrer sobre a história do Natal e as expectativas para 2022, selecionamos algumas dicas para ajudar o seu empreendimento a conquistar metas incríveis.

São informações fundamentais para, neste ano, você melhorar a performance da sua empresa. A seguir, conheça um pouco sobre a história do Natal.

História

No Brasil, país onde o cristianismo é adotado pela maioria da população, o Natal representa o nascimento de Jesus Cristo. Contudo, a história nos mostra que a celebração é mais antiga; embora não exista um consenso sobre a sua origem real, apenas especulações sobre festas pagãs que aconteciam na mesma época.

Registros antigos relacionam o Natal com o solstício de inverno, que acontece no Hemisfério Norte entre os dias 22 e 25 de dezembro.

É quando temos a noite mais longa do ano e o dia com menor luz solar. A partir daí, os dias começam a ter mais luminosidade, o que significa uma vitória simbólica do Sol contra a escuridão.

Tendo em vista tal importância, muitas culturas antigas realizavam cerimônias nesse período e, com o passar do tempo, os romanos passaram a comemorar o Deus Mitra no solstício de inverno. Eles homenagearam o Sol Invicto, o Deus Sol do Império Romano.

Foi somente entre os séculos II e IV d.C que o Natal virou uma celebração cristã. Há evidências de que Clemente de Alexandria, um filósofo da época, debatia sobre a data do nascimento de Cristo. Contudo, a oficialização do dia 25 de dezembro como celebração natalina e do surgimento do Messias deu-se durante o pontificado do Papa Júlio I, que morreu em 352 d.C..



Após alguns séculos, a reforma protestante mudou a imagem do Natal. Entre os anos 1644 e 1660, o Parlamento Britânico proibiu a celebração. O mesmo aconteceu em Boston, na América do Norte, entre os anos 1659 e 1681.

Com o fim do período de proibição, houve o surgimento de símbolos que não estavam presentes nas celebrações originárias. O Papai Noel, a árvore de Natal e o presépio foram adicionados ao longo dos anos, assim como a famosa ceia, que está relacionada com o Dia de Ação de Graças, comemorado nos Estados Unidos.

Atualmente, o Natal é uma das maiores celebrações do Ocidente. Ele envolve símbolos e costumes antigos que foram atualizados. Um dos principais é a troca de presentes, que aquece o comércio varejista nessa época do ano.

A seguir, confira os principais dados comerciais do período natalino em 2021.

Como foi o Natal de 2021?

É importante destacar que o Natal reflete as principais tendências e o comportamento do consumidor. Portanto, os dados de 2021 são relevantes para preparar-se para a próxima celebração.

De acordo com o Serasa, no Natal de 2021, o varejo físico teve um crescimento de vendas de 2,8% em comparação com o ano anterior. Contudo, em 2020, a queda foi de 10,3%. Ao que parece, tal queda se deu por conta de medidas de isolamento social para contenção de uma nova onda de covid-19 que afugentaram os consumidores.

Já o Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA) constatou que, no Natal de 2021, as lojas físicas venderam 8,8% a mais que no ano anterior. Além disso, considerando o crescimento global, o aumento de caixa no varejo brasileiro foi de 11,1%. O montante está 1,3% acima do que foi estimado pela Confederação Nacional do Comércio (CNC).

No que diz respeito ao e-commerce, o ICVA constatou que o desempenho foi 38,6% superior ao Natal de 2020. Além disso, o setor de turismo foi um dos grandes responsáveis pelo crescimento.

Em relação aos principais setores, o ICVA demonstrou que o de turismo teve um aumento de receita de 73%. Em segundo lugar, está o setor de livrarias, com crescimento de 15,9%.

Também destacaram-se as categorias de vestuário, joalherias e artigos de esportes. O ramo com menor índice de crescimento, com cerca de 1,9%, foi o alimentício especializado, que engloba chocolates, doces e bebidas.

De acordo com a Associação Brasileira de Lojistas de Shopping (Alshop), cerca de 123,7 milhões de consumidores foram às compras, e as vendas do Natal de 2021 tiveram um aumento real de 10%.

Para atender à demanda de 2021, os varejistas contrataram 94,3 mil trabalhadores temporários.

O salário médio mensal ficou entre R\$ 1.600,00 e R\$ 1.900,00. E a taxa de efetivação dos temporários foi de 14%. Os segmentos que mais contrataram foram vestuário, calçados, supermercados, artigos de uso pessoal, móveis e eletrodomésticos.

Agora que você já conhece os principais dados sobre o evento em 2021 é hora de apontar as expectativas para a próxima edição.

O que esperar do Natal de 2022?

Para o Natal de 2022, o otimismo toma conta dos varejistas.

Mesmo após a queda nas vendas em razão da pandemia da covid-19, os comerciantes estão confiantes que a celebração natalina trará boas notícias para a economia brasileira.

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) divulgou que a expectativa para 2022 é de aumento nas vendas de 2,1%.

Estima-se que o setor de hiper e supermercado pode registrar uma alta nas vendas de 4,8%. No entanto, o nicho de utilidades domésticas e eletroeletrônicos pode cair 3,4%.



A CNC também projeta a criação de 109,4 mil postos temporários de trabalho para o Natal de 2022. No caso de confirmação, este será o maior número de trabalhadores contratados desde 2013, quando foram abertos 115,5 mil postos de trabalho. No entanto, a taxa de efetivação pode ser de 11%, ou seja, 3% a menos que no ano passado.

Por fim, em relação ao e-commerce, não há estudos sobre a projeção de vendas para a época natalina. No entanto, Rodrigo Bandeira, vice-presidente da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (AB-Comm), estima um aumento de 12% no faturamento em 2022, com arrecadação de até R\$ 170 bilhões.

A partir das pesquisas, concluímos que o cenário para o Natal 2022 é otimista, mesmo com as oscilações no campo econômico. Para conquistar a clientela, aplique as dicas a seguir e melhore o seu faturamento no próximo Natal.



Dicas para faturar mais no Natal de 2022

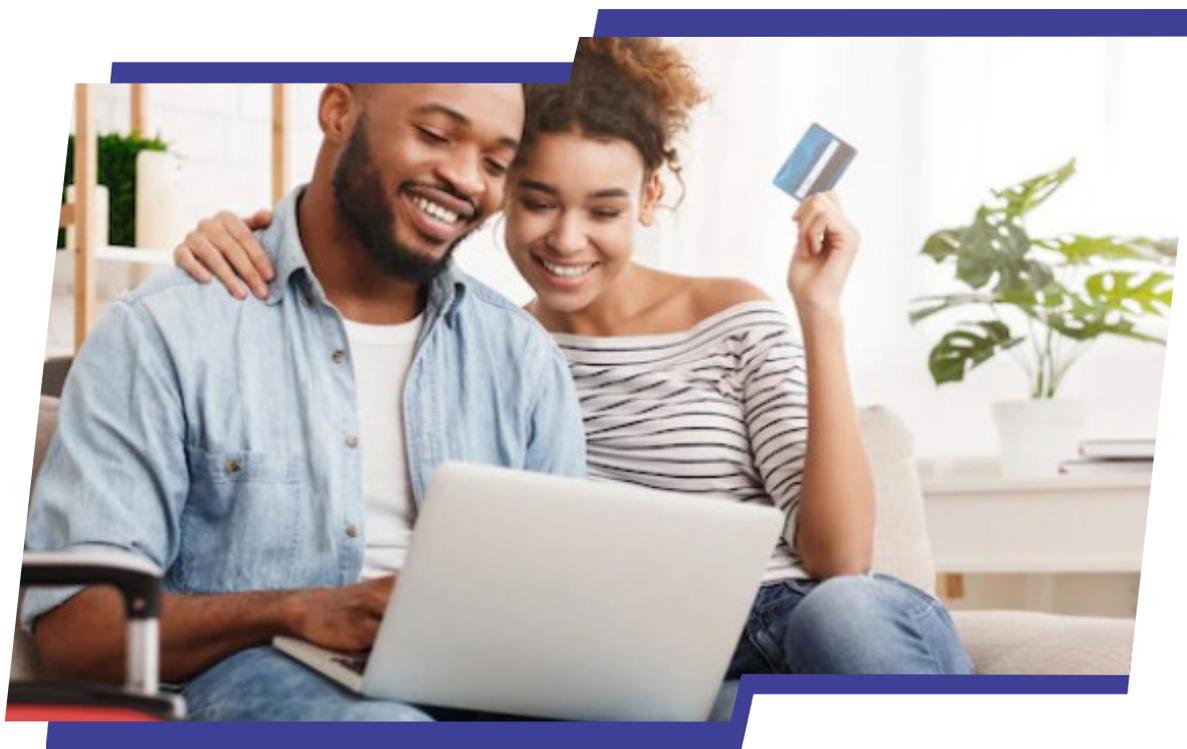
Para aproveitar o Natal, é fundamental ter um plano de ação. Seleccionamos algumas dicas para melhorar o desempenho do seu empreendimento.

#1 - Capriche na decoração

O Natal é uma grande oportunidade para o varejista vender mais. Sendo assim, é fundamental entrar no clima da festa e investir na decoração a fim de envolver o cliente na atmosfera natalina.

Nas lojas físicas, a decoração deve ser leve, divertida e autêntica. Logo, aposte em itens temáticos: fantasias, trilhas sonoras, brindes e petiscos típicos do período. Espalhe o espírito natalino desde a vitrine até o caixa. Todo detalhe faz a diferença quando se quer cativar o cliente.

No e-commerce, também é possível adaptar o layout do site para o tema natalino. A utilização de banners, carrosséis e imagens pode chamar a atenção do consumidor. Além disso, é uma forma de apresentar a sua empresa de forma coerente com o que acontece fora da internet.



#2 - Venda seus produtos pela internet

A pandemia da covid-19 mostrou ao comércio varejista a necessidade de ofertar os produtos pela internet. Tal estratégia foi e é bem-sucedida em muitos setores e poderá surpreender você, empreendedor, principalmente neste período natalino. Sendo assim, se a sua empresa ainda não vende no ambiente digital, então chegou a hora de começar!

Apresente os seus produtos nas redes sociais, sites e plataformas de vendas. Além disso, prepare a logística para entregar os produtos e atender os clientes. O frete grátis pode ser um diferencial para concretizar a venda.

Contudo, se a sua empresa não tiver a estrutura para lidar com a logística, então use a internet para divulgar o seu espaço. O anúncio por meio das redes sociais é muito eficiente, barato e fácil de executar.

Por fim, lembre-se de atrelar o anúncio ao Natal para cativar a clientela.



#3 - Aproveite para queimar o estoque

Sabe aqueles produtos que estão parados no seu estoque há bastante tempo?

Então, o Natal é uma oportunidade de ouro para oferecê-los aos seus clientes. Contudo, é fundamental adotar estratégias para esses itens.

As mercadorias paradas no estoque podem ser oferecidas em condições especiais, quase irresistíveis ao cliente. Lembre-se de que um produto parado é indício de prejuízo.

Portanto, precifique as mercadorias paradas de forma que agrade tanto a clientela quanto a saúde financeira da sua empresa.



#4 - Ofereça descontos, de preferência cumulativos

No Natal, é comum que o consumidor adquira vários itens para toda a família. Portanto, além de oferecer descontos, é importante que eles sejam cumulativos.

A estratégia pode atrair a clientela e ainda ajudar na queima de estoque.

Mas, atenção! Antes de adotar a política de descontos cumulativos, é importante verificar a taxa de lucro. Afinal, não basta caprichar nas ofertas se elas são prejudiciais à sua empresa. É necessário que as promoções sejam bem-vindas para todas as partes.

Portanto, adote uma política de descontos cumulativos.

Esta tática funciona há muito tempo e pode ser um diferencial para o seu empreendimento.



#5 - Disponibilize várias formas de pagamento

Atualmente o cliente pode realizar o pagamento de várias formas. Além do dinheiro vivo, há o cartão de crédito, débito, pix, boleto, carnê, dentre outras. Assim, o cliente pode escolher qual é a melhor para o próprio bolso.

Além disso, experimente colocar condições especiais para pagamentos à vista, que podem ser em dinheiro, pix, boleto ou cartão de débito. As opções de parcelamento também podem conter benefícios, mas lembre-se das taxas de parcelamento.

Por fim, tenha em mente que quanto menor for a burocracia para o pagamento, melhor será para o seu empreendimento.

Assim, você poderá reduzir as filas e dar mais conforto aos consumidores. É fato que lojas que criam muitas regras para receber pagamentos são mal avaliadas pelos clientes.

Considerações Finais

O Natal é uma das datas mais importantes para o comércio varejista. Apesar das adversidades envolvendo a pandemia e o cenário, é uma ótima oportunidade para faturar mais, renovar o estoque, treinar a equipe e melhorar os processos internos, dentre outras questões.

O Sebrae está disposto a ajudar a sua empresa a conquistar os melhores resultados no Natal. Entre em contato com a unidade mais próxima e conheça nossos planos de treinamento.

Referências Bibliográficas

ALTARES, Guillermo. A origem do Natal: uma luta entre elementos religiosos e pagãos. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/12/08/cultura/1512736033_713696.html> Acesso em 03 de novembro de 2022. .

ARAGÃO, Hannah. Natal 2021: vendas no varejo físico têm crescimento em relação ao ano anterior. Disponível em <<https://fdr.com.br/2022/01/02/natal-2021-vendas-no-varejo-fisico-tem-crescimento-em-relacao-ao-ano-anterior/>> Acesso em 03 de novembro de 2022.

DIANA, Daniela. História do Natal: origem, significado e símbolos. Disponível em <<https://www.todamateria.com.br/historia-do-natal/>> Acesso em 03 de novembro de 2022.

ESCOLA, Brasil. História do Natal. Disponível em <<https://brasilecola.uol.com.br/natal/historia-natal.htm>> Acesso em 03 de novembro de 2022.

MIRANDA, Izabella. Oferta de vagas temporárias em 2022 deve ser a maior desde o Natal 2013. Disponível em <<https://www.contabeis.com.br/noticias/53495/oferta-de-vagas-temporarias-em-2022-deve-ser-a-maior-desde-o-natal-2013/>> Acesso em 03 de novembro de 2022.

NOTÍCIAS, Suno. Alshop: vendas no Natal 2021 têm alta de 10% ante 2020, mas ficam abaixo de 2019. Disponível em <<https://www.suno.com.br/noticias/natal-2021-alta-vendas-ante-2020-mas-abaixo-de-2019/> <https://vitrinedovarejo.com/natal-em-lojas-fisicas/>> Acesso em 03 de novembro de 2022.

WILLIG, Stefano. Natal 2022 no Varejo: As 5 melhores ideias para vender mais. Disponível em <<https://blog.quantosobra.com.br/natal-2021-varejo/>> Acesso em 03 de novembro de 2022.

