



INTENÇÃO DE COMPRAS DOS CONSUMIDORES PARA NATAL

ECONOMIA E INTELIGÊNCIA DA CDL/BH

NOVEMBRO/2023

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

OBJETIVO:

Sondar a expectativa dos consumidores de Belo Horizonte com relação a **INTENÇÃO DE CONSUMO** para o **NATAL**.

Entrevistas:

Entrevistas via telemarketing.

Público-alvo:

Consumidores de Belo Horizonte.

Amostra:

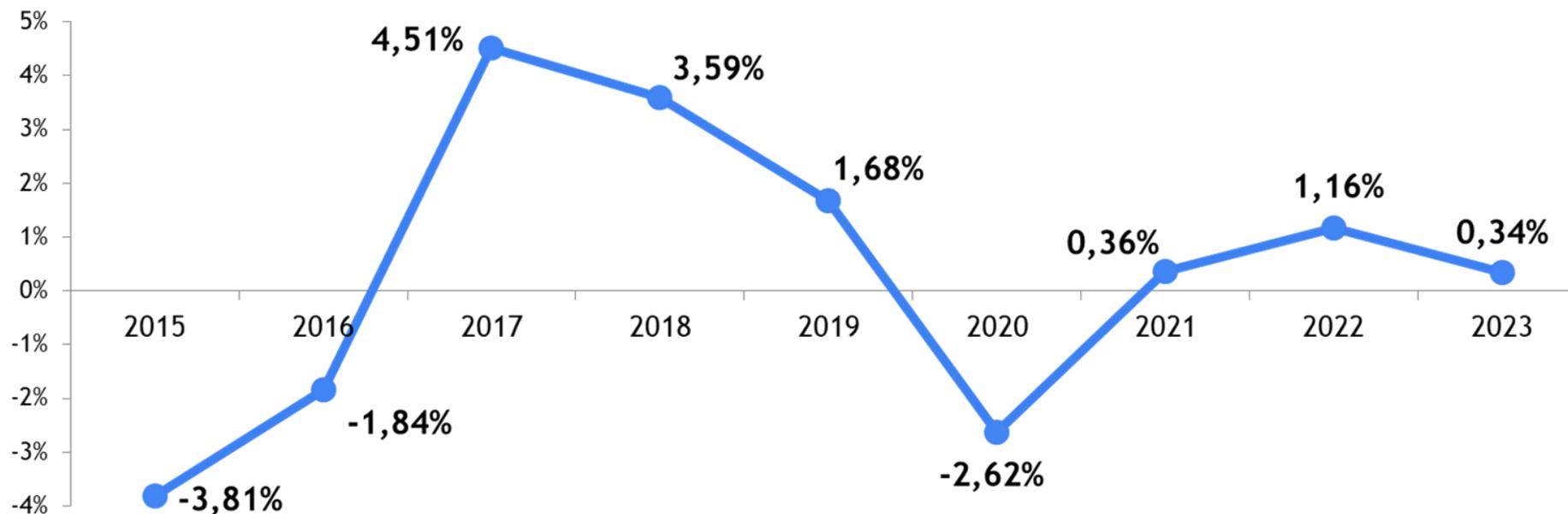
Total de 299 consumidores entrevistados. Supondo aleatoriedade da amostra, obtém-se um intervalo de confiança de 95% e erro amostral de 6,9%.

Período:

Entrevistas entre os dias 21 de outubro e 6 de novembro de 2023.

PREVISÃO DE

FATURAMENTO PARA DEZEMBRO/2023



A previsão da CDL/BH é de um **crescimento de 0,34%** no mês de dezembro em relação ao mesmo período do ano anterior, o que representa uma entrada de um montante de **R\$ 2,46 bilhões** na economia da capital.

84,7%
dos entrevistados
pretendem
presentear
alguém especial no
Natal.



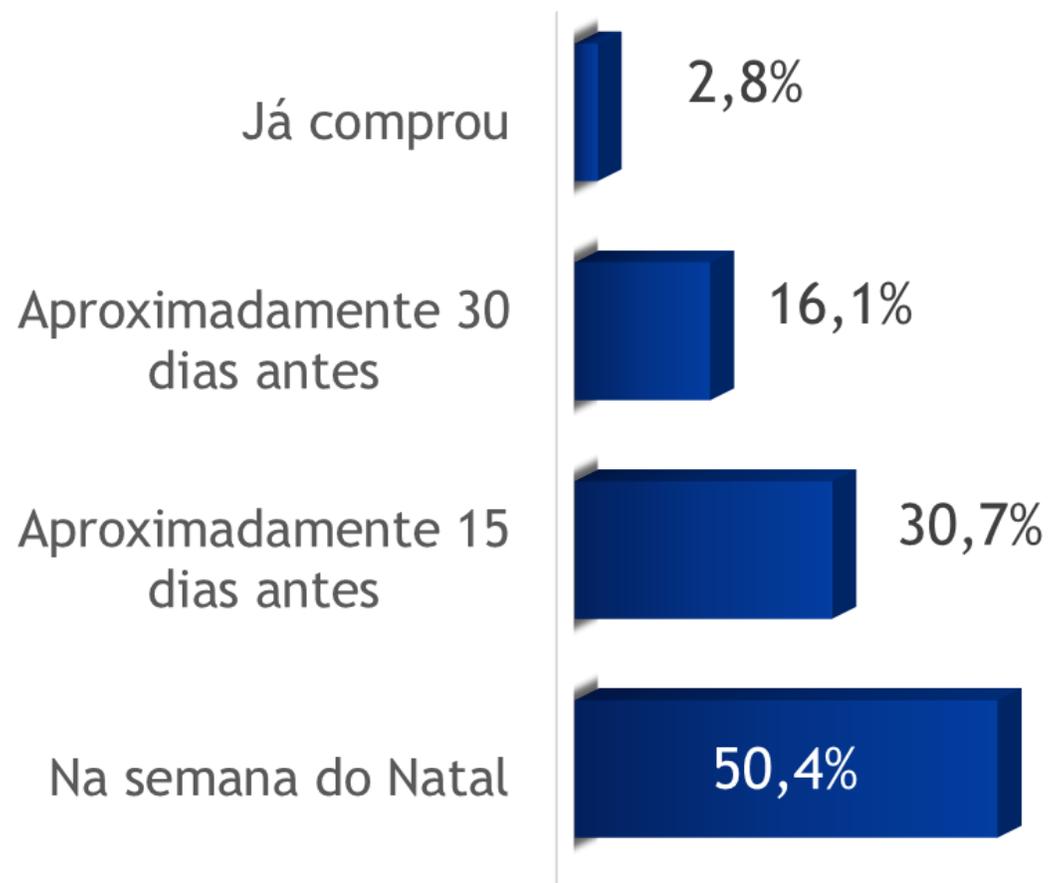
15,3%

DOS ENTREVISTADOS
NÃO IRÃO
ADQUIRIR ITEM NA
DATA.



47,8% dos que não vão
presentear
disseram não ter
condições financeiras.

QUANDO PLANEJAM REALIZAR AS COMPRAS



Os consumidores irão deixar as compras para a última hora, ou seja, o período de maior movimentação do comércio será na semana que antecede o **NATAL**.

As pessoas esperam a segunda parcela do 13º salário para irem as compras.

Quanto ao local de compra dos presentes, observa-se a predominância das **lojas de rua**. Nesse sentido, as lojas físicas ainda são as queridinhas dos consumidores, **totalizando 46,5% das menções.**



ONDE PRETENDEM REALIZAR AS COMPRAS

Lojas de rua no centro comercial em Belo Horizonte

43,1%

Internet

28,5%

Shopping Centers

22,5%

Feira Hippie

2,4%

Com pequenos comerciantes autônomos

2,0%

Não sabe

0,8%

Em comércios de serviço essencial como Mercados e outros

0,8%

GASTO MÉDIO DOS TOP 6 DOS ITENS DE MAIOR PROCURA PARA 2023

Roupas



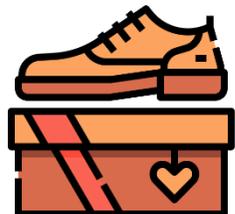
R\$ 131,29

Brinquedos



R\$ 131,29

Calçados



R\$ 168,40

Acessórios
Joias, relógios, óculos



R\$ 112,50

Cosméticos



R\$ 179,26

Roupas: 67,6%

Brinquedos: 36%

Calçados: 20,9%

Acessórios: 13,4%

Cosméticos: 9,9%

QUEM SERÃO OS HOMENAGEADOS



Os principais homenageados serão os filhos ou enteados, como também mães ou madrastas, irmãos e pais ou padrastos.

A intenção dos consumidores é de comprar, em média, **3 presentes**, totalizando um desembolso de **R\$ 526,28**.

Na comparação com ano passado, a **alta** foi **de 7%**.



TOP 6 DOS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA

Preços do produto



Educação e cortesia dos funcionários



Confiabilidade do site



Credibilidade da loja



Qualidade do produto



Frete grátis



RESULTADO: Os demais fatores apresentaram frequências inferiores a 6%.

PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO LOCAL EM FUNÇÃO DO LOCAL DE COMPRA

Lojas de rua no centro comercial de BH

Preços do produto

35,8%

Educação e cortesia dos funcionários

19,3%

Proximidade do estabelecimento à residência

11%

Credibilidade da loja

10,1%

Internet

Confiabilidade do site

31,9%

Frete grátis

22,2%

Preço dos produtos

13,9%

Conforto

9,7%

PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO LOCAL EM FUNÇÃO DO LOCAL DE COMPRA

Shopping centers

Preços do produto



Educação e cortesia dos funcionários



Qualidade do produto/ marca do produto



Credibilidade da loja





A maioria dos entrevistados irá adquirir os presentes por meio do **pagamento à vista**, o que mostra que os consumidores estão mais cautelosos em relação ao endividamento, pois o início do ano é marcado por despesas inadiáveis.

PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO



A forma de pagamento mais utilizada será **à vista**, segundo **72,3% dos consumidores**.

O mesmo comportamento foi registrado no ano passado, quando o percentual encontrado foi de 65,1% o que indica **um crescimento** de 11,1% das intenções.

Para os consumidores que irão adquirir os presentes por meio do pagamento **à prazo** (27,3%), as compras, em média, serão divididas em até **4 parcelas**.

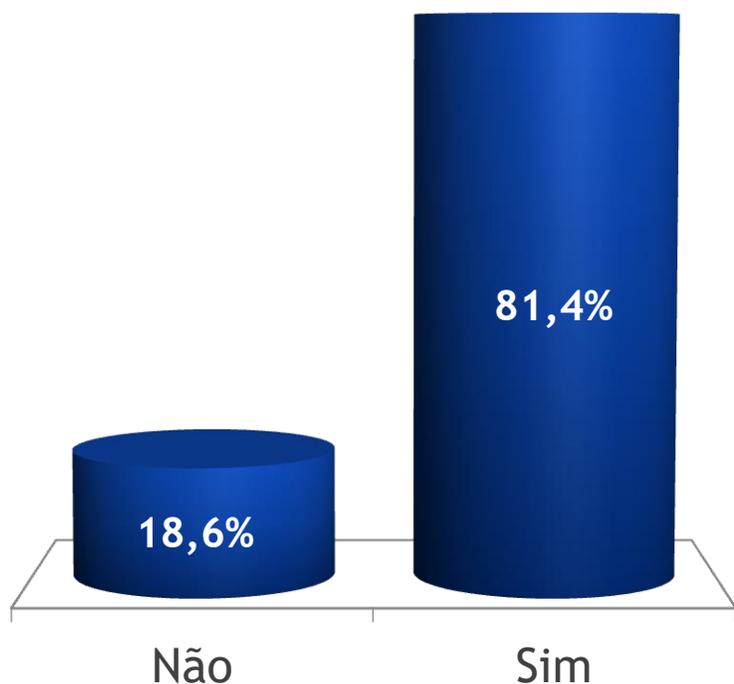
PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO EM FUNÇÃO DO LOCAL DE COMPRA

Parcelado cartão de crédito	%
Internet	37,9%
Lojas de rua no centro comercial de Belo Horizonte	33,3%
Shopping Centers	24,2%
Com pequenos comerciantes autônomos	3,0%
Não sabe	1,5%

PIX	%
Lojas de rua no centro comercial de Belo Horizonte	53,8%
Internet	26,9%
Shopping Centers	17,3%
Feira Hippie	1,9%

Dinheiro	%
Lojas de rua no centro comercial de Belo Horizonte	62,5%
Shopping Centers	18,8%
Internet	6,3%
Em comércios de serviço essencial como Mercados e outros	4,2%
Feira Hippie	4,2%
Com pequenos comerciantes autônomos	4,2%

OUTRO TIPO DE COMEMORAÇÃO



Para aqueles que irão fazer uma confraternização especial (81,4%), a maior parte irá realizar ceia de natal com familiares e amigos (73,7%).

25,4%

dos consumidores entrevistados desejam participar de algum **amigo secreto**.

Em média, os consumidores entrevistados que irão fazer amigo oculto participaram de **apenas um**.

O gasto médio com o presente para o amigo secreto será de **R\$ 57,23**.





INTENÇÃO DE VENDAS PARA NATAL

ECONOMIA E INTELIGÊNCIA DA CDL/BH
NOVEMBRO/2023

INFORMAÇÕES TÉCNICAS

OBJETIVO:

Sondar a expectativa dos lojistas de Belo Horizonte em relação às vendas no Natal 2023.

Entrevistas:

Entrevistas via telemarketing.

Público-alvo:

Empresários de Belo Horizonte

Amostra:

Total de 200 entrevistados

Período:

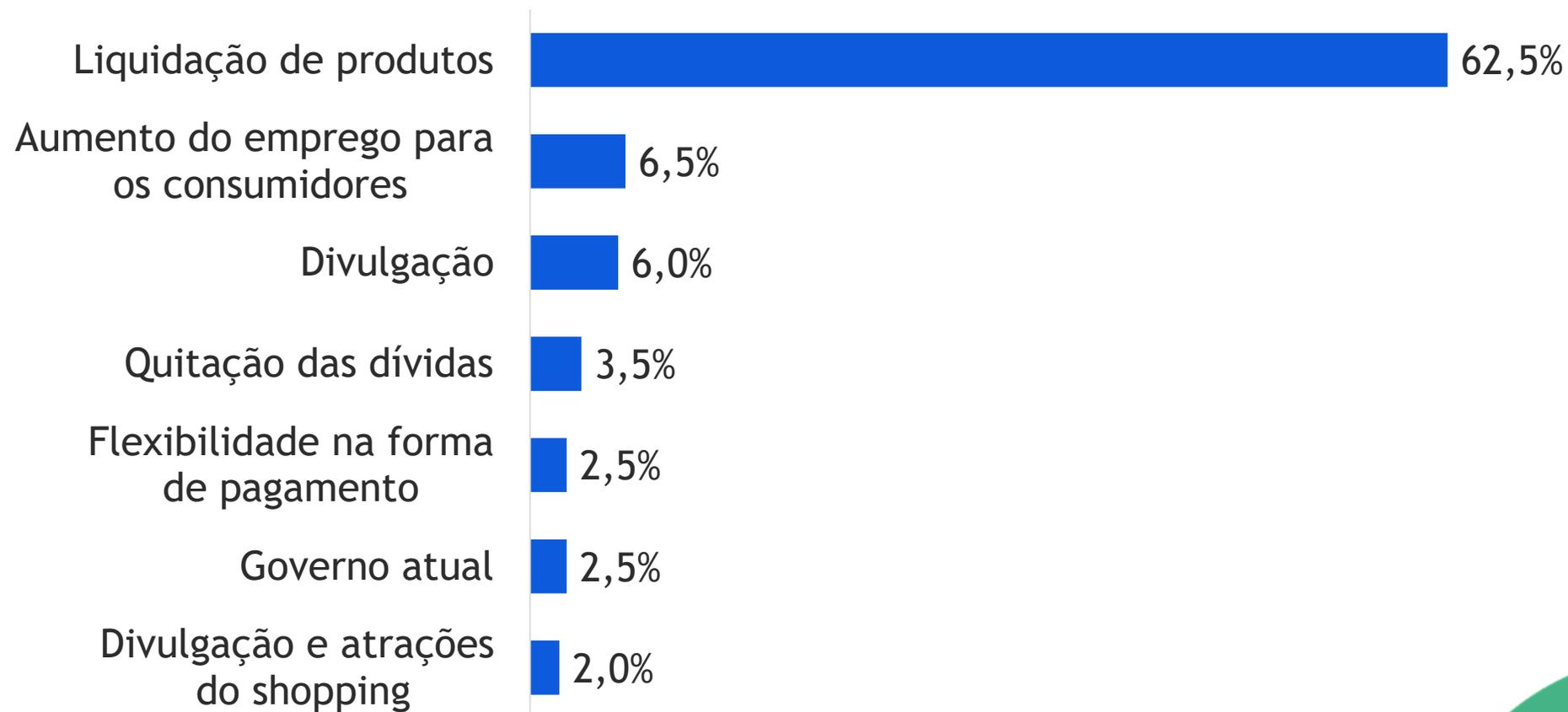
Pesquisa realizada entre os dias 20 de outubro e 16 de novembro de 2023

49,5%

Esperam vendas
melhores na
comparação com
2022

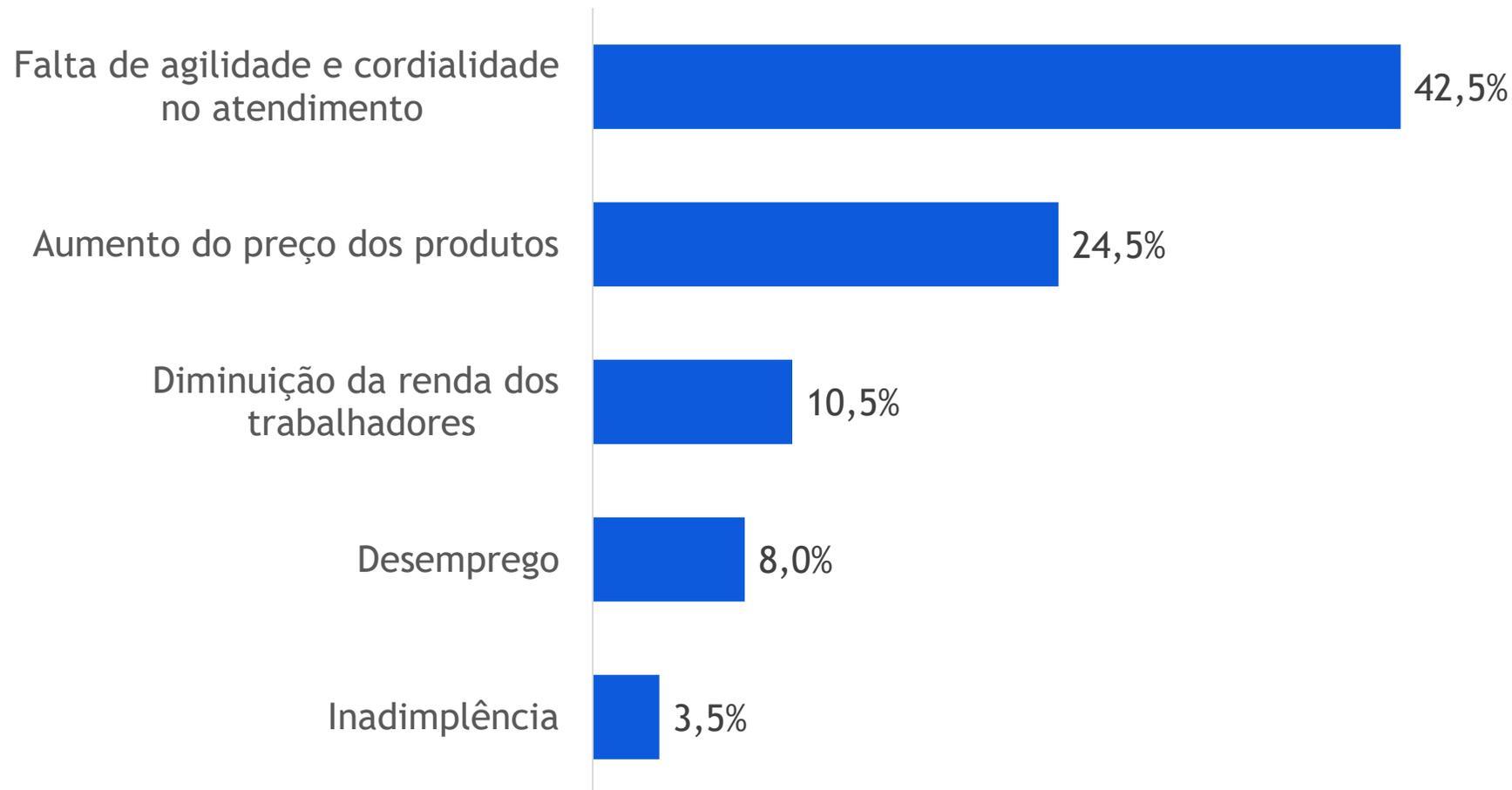


O que pode contribuir nas vendas para o Natal?



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 2%.

O que pode prejudicar as vendas para o Natal?



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 2%.

Qual sua expectativa de gastos dos consumidores com as compras para o NATAL deste ano?

23,5%



Aumentar em
relação à 2022

62,0%



Ser igual à
2022

14,5%



Diminuir em
relação à 2022



TOP 7 PRODUTOS COM MAIOR SAÍDA



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 5%.



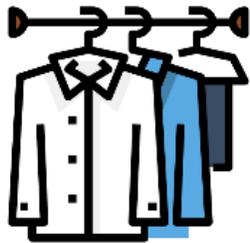
R\$ 208,48

TÍQUETE MÉDIO POR PRODUTO

Espera-se a compra de, em
média, 2 produtos,
totalizando R\$ 416,96.

TÍQUETE MÉDIO - PRODUTOS COM MAIOR SAÍDA

R\$214,02



Roupas

R\$237,82



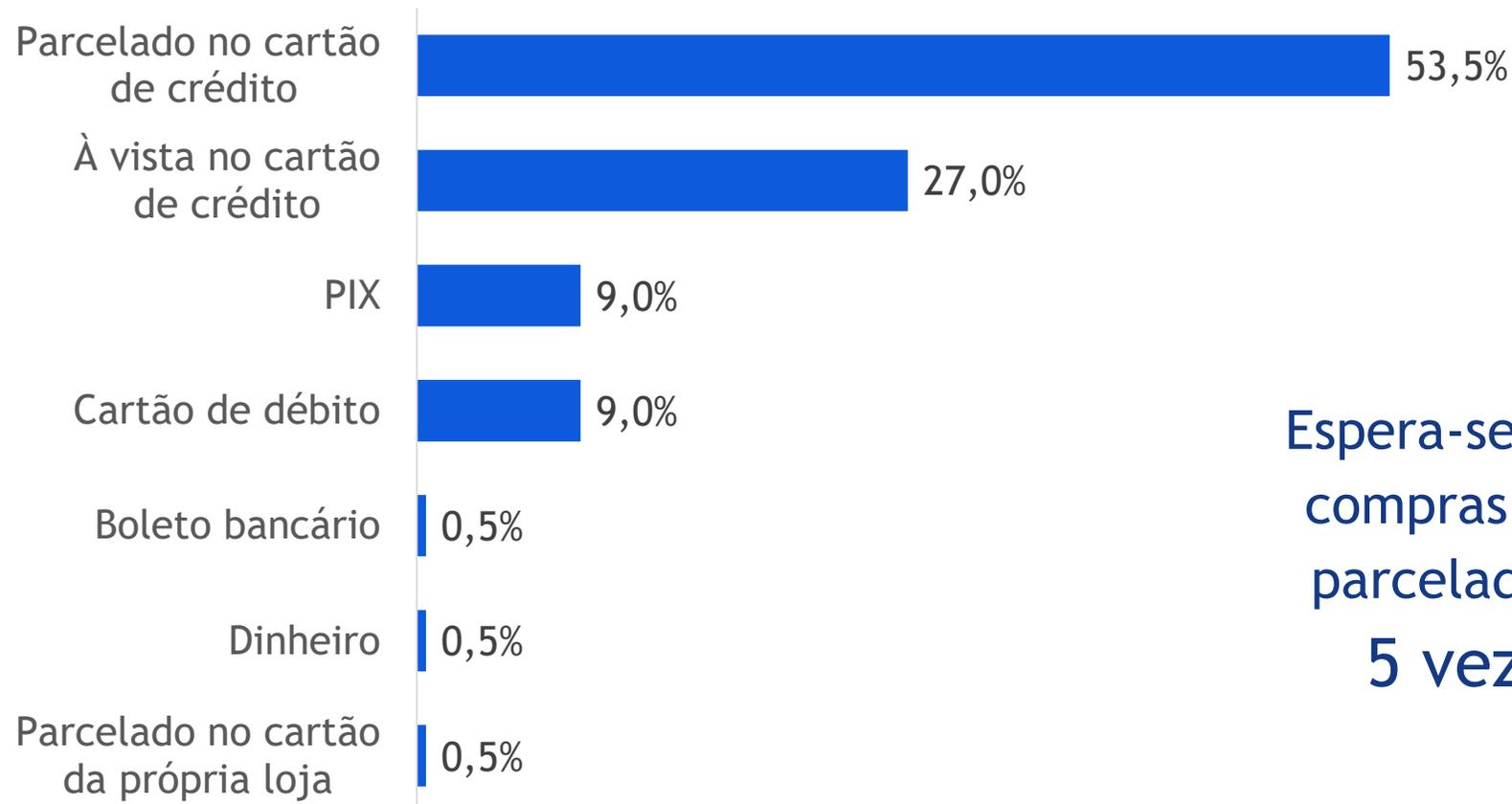
Calçados

R\$56,67



Brinquedos

FORMA DE PAGAMENTO



Espera-se que as compras sejam parceladas em 5 vezes.

Estratégias para atrair e fidelizar clientes

- RESPOSTA MÚLTIPLA -

70%

Flexibilidade ou
facilidade de
pagamento

69,5%

Variedade
de produtos

67%

Decoração
da loja

67%

Divulgação
dos produtos

6%

Conceder
descontos

Divulgação dos produtos

- RESPOSTA MÚLTIPLA -



WHATSAPP
92,0%



SITE DA EMPRESA
36,5%



INSTAGRAM
92,0%



FACEBOOK
10,0%



DECORAÇÃO NA VITRINE
77,0%



CARRO DE SOM
1,0%



BOCA A BOCA
63,5%



ÔNIBUS
0,5%

CANAIS DE VENDA

- RESPOSTA MÚLTIPLA -



99%
LOJA FÍSICA



81%
WHATSAPP



68%
INSTAGRAM



14,5%
SITE DA LOJA



Nota: outras respostas apresentaram frequência inferior a 1%.



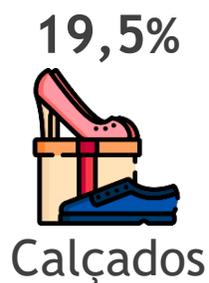
COMPARATIVO ENTRE EMPRESÁRIO E CONSUMIDOR

ECONOMIA E INTELIGÊNCIA DA CDL/BH

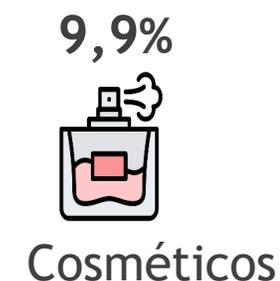
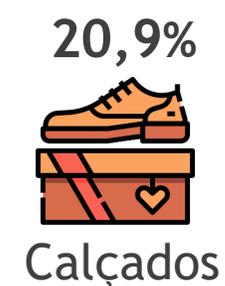
NOVEMBRO/2023

ITENS DE MAIOR PROCURA PARA A DATA

Empresários



Consumidores



GASTO MÉDIO

COM O PRESENTE PARA A DATA

Empresários

R\$ 416,96

será o gasto médio previsto pelos **empresários** com os presentes, desembolsando em cada item R\$ 208,48. Em média, esperam que os consumidores adquiram 2 presentes.

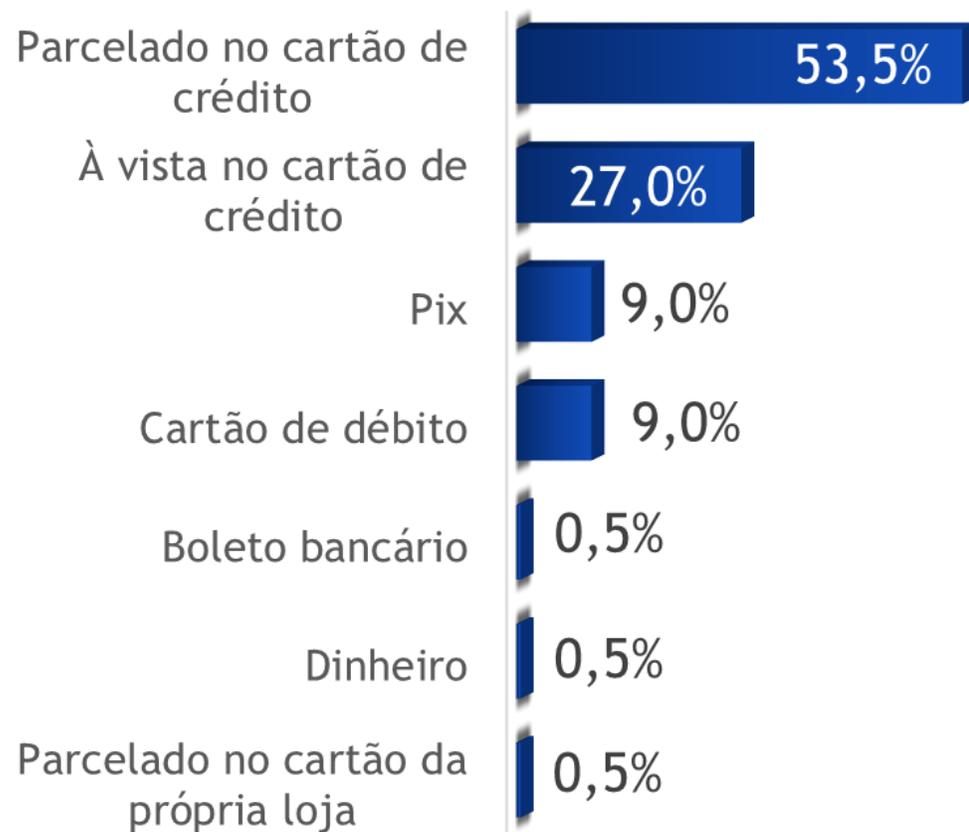
Consumidores

R\$ 526,28

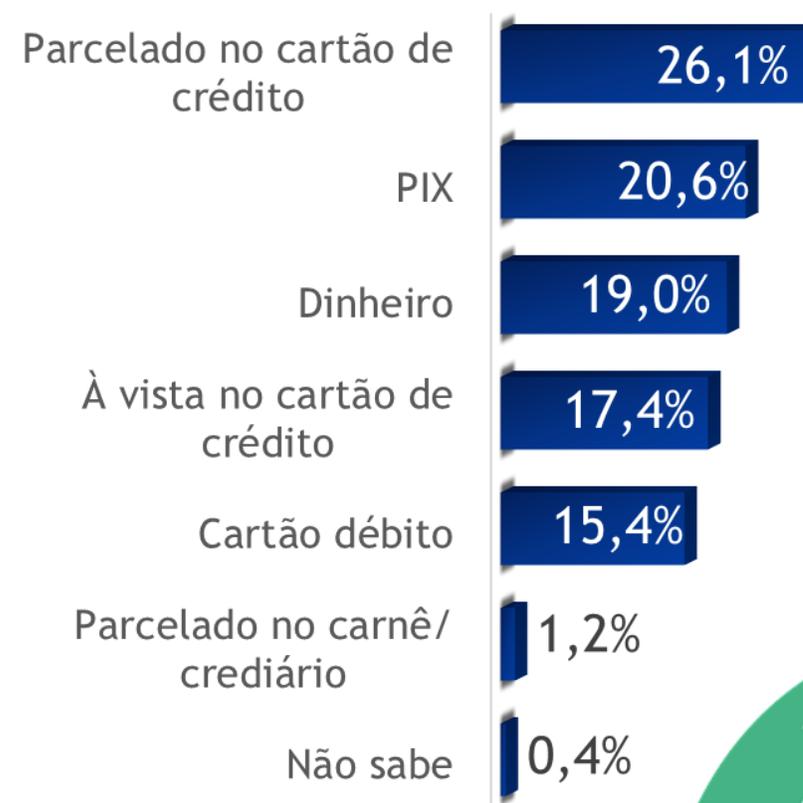
será o gasto médio previsto pelos **consumidores** com os presentes, desembolsando em cada item R\$ 175,43. Em média, pretendem comprar 3 presentes.

FORMAS DE PAGAMENTO

Empresários



Consumidores



Cenário Econômico



Pontos Negativos

- Inflação externa elevada
- Juro interno e externo elevados
- Condições financeiras restritivas- crédito mais caro
- Elevada Inadimplência e alto endividamento das famílias
- Desaceleração da economia global
- Tensões geopolíticas- Guerra da Ucrânia e Israel

Pontos Positivos

- Queda da inflação
- Início da política monetária menos restritiva
- Queda da taxa de desemprego
- Estímulos fiscais: aumento real do salário mínimo e Bolsa Família
- Aumento da massa salarial
- Programa Desenrola Brasil
- Desaceleração do crescimento da inadimplência.
- Aprovação do Novo Regime Fiscal
- Reforma Tributária.
- Crescimento da atividade econômica

2024

- **A economia global deve desacelerar em 2024, com crescimento de 3%. Os Estados Unidos, a China e a Zona do Euro devem registrar crescimentos de 2,2%, 5% e 2%, respectivamente.**
- **Economia brasileira, as perspectivas são positivas, com expectativa de crescimento por volta dos 2,0% em 2024, impulsionado por investimentos, geração de emprego e queda da taxa de desemprego.**
- Com a guerra na Ucrânia e as tensões geopolíticas, as empresas estão buscando diversificar seus fornecedores e reduzir sua dependência de países específicos. O país também tem oportunidades, como o reposicionamento das cadeias globais de suprimentos.
- Isso abre oportunidades para o Brasil, que tem uma economia diversificada e uma força de trabalho qualificada.
- Para aproveitar essas oportunidades, o Brasil precisa implementar reformas econômicas que promovam o investimento e o crescimento.

Indicadores

Previsão Vendas do Varejo 2023	
Brasil	3,0%
MG	1,97%
BH	2,01%

