



noonly

**INSTITUTO
DE DADOS**
acejundiaí

Natal

Como será a comemoração | Jundiáí, 2021

FILIADA À FACESP
**ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL**
EMPRESARIAL DE JUNDIAÍ
CONNECTADA COM VOCÊ. LIGADA NO FUTURO.

Os dias considerados parte da data sazonal de Natal estão entre 10 de dezembro e 24 de dezembro.



A busca no Google pelo termo “Presente de Natal” começa a ter maior relevância próximo de meados de outubro.

Sendo o pico de procura
entre o dia 20 e 28 de dezembro

O Natal é uma data que surge na cabeça das pessoas com mais antecedência do que as demais datas comemorativas.

As buscas sobre as demais datas comemorativas começam a crescer com 1/1,5 mês de antecedência, enquanto o Natal tem buscas crescendo a partir de meados de outubro. Mais de 2 meses antes.



Com procuras pelo Natal ocorrendo desde outubro e novembro, parte do momento de compra coincide com uma outra data especial para o varejo,

a **Black Friday**

O consumidor está se preparando para o Natal com mais antecedência não apenas por ser uma das datas mais importantes do ano, mas também por ter a possibilidade de aproveitar e encontrar bons descontos para seus presentes de Natal durante a Black Friday.





Alguns termos relacionados à busca por "presentes de Natal" surgem com mais frequência:

- Amigo secreto (incluindo termos como "unissex, para homens, amigo da onça, para marido e para namorado")
- Canetas
- Caneca
- Perfume
- Brinquedos
- Panettone
- Árvore de Natal
- Chocolates
- Cesta de Natal

Categorias de destaque para o Fim de Ano



A estimativa é de que o Natal movimente

R\$ 68,4 bilhões

Espera-se patamares pré-pandêmicos,
com 77% dos consumidores, cerca de
123 milhões de pessoas, indo às
compras no Natal de 2021.



Em 2020, segundo a Nielsen, a fatia da movimentação no Natal referente ao e-commerce foi de R\$ 3,7 bilhões entre 10 e 24 de dezembro.

Buscas online relacionadas ao varejo aumentaram até 3 vezes entre outubro e dezembro de 2020 em relação ao mesmo período de 2019¹.

O consumo online tem crescido, e mesmo as compras presenciais têm combinado o uso da experiência de compra online. Isso reforça a importância do lojista ter uma presença digital.

¹ Fonte: Google Guia do Varejo, 2021

Lojistas com presença online e entrega própria cresceram 2 vezes mais rápido durante as vendas de 2020 ².

É super importante conhecermos nosso público-alvo para podermos conversar com ele e entregar os produtos desejados, seja online, seja presencialmente. E saber qual a extensão da sua área de entrega para que ela seja otimizada, reduzindo custo e entregando o produto com qualidade também.

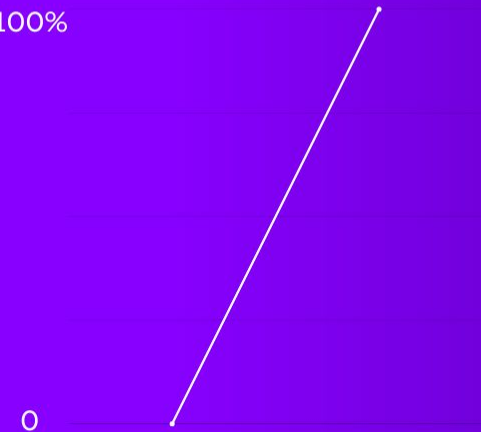
²Fonte: Google Guia do Varejo, 2021

As pessoas buscam conveniência na hora de comprar no ambiente físico também.

Um mix de produtos bem definido com base no perfil de clientes pode potencializar suas vendas neste Natal. E a proximidade da loja com o consumidor também. Dias corridos, principalmente em compras de fim de ano, pedem agilidade para chegar até a loja e facilidade de encontrar o que deseja.

100%

0



100% de crescimento das buscas por produto ou serviço "disponível perto de mim" em 2020 ³.

³Fonte: Google Guia do Varejo, 2021



Dicas rápidas para o Natal

Destacamos a importância do preparo dos lojistas para as compras de fim de ano com bastante antecedência.

Tenha uma presença digital. Planeje campanhas omnichannel, buscando conhecer bem as características de seu público consumidor, concorrentes e tendências de mercado.

Grandes lojistas têm utilizado Data Science para entender suas vendas e assim ter os produtos com mais saída e com os preços corretos.

Location Intelligence também tem ajudado muitos lojistas a estabelecerem suas áreas de entrega, a definirem melhores estratégias de comunicação, e a posicionarem suas lojas para dar mais conveniência aos clientes.

noonlabs

O que podemos esperar da economia

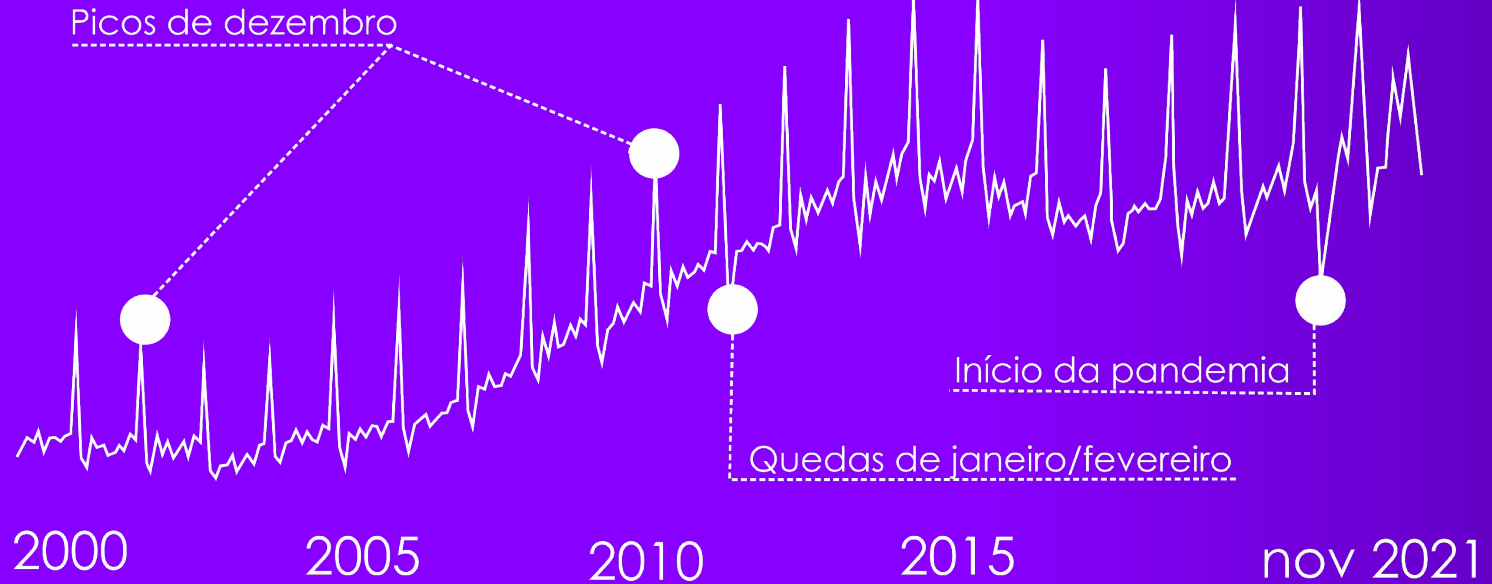
Mercado no 4º tri de 2021



Vendas no varejo no estado de São Paulo

Dez 2019 a Dez 2020

Volume
de Vendas



Fonte: Noonly
Dados do PMC - IBGE

A série histórica do volume de vendas no varejo é medida pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) do IBGE e possui certas características. Nota-se que todo mês de dezembro há um pico de vendas no varejo devido ao período de festas de final de ano, como o natal e ano novo. Como consequência desse período, os meses de janeiro e fevereiro apresentam uma queda no volume de vendas no varejo devido ao aumento de impostos, matrículas escolares e gastos do início do ano.

Os anos de 2020 e 2021 foram anos totalmente atípicos por conta da pandemia de COVID-19, que teve início no mês de março de 2020, e resultou em uma grande redução no volume de vendas no varejo, principalmente devido às restrições de funcionamento do comércio (de Março a Junho de 2020; e Março e Abril de 2021) e alto índice de isolamento social que o momento requeria.

Entretanto, a demanda represada nos períodos de fechamento do comércio fez com que, após relaxamento das restrições e a queda no índice de isolamento social, o volume de vendas no varejo voltasse a crescer no segundo semestre de 2020 e 2021 acima da média dos últimos anos.

Projeção das vendas no varejo no estado de São Paulo



dez 2017

nov 2021

O método de projeção do volume de vendas do varejo leva em conta toda a sazonalidade dos dados observados desde 2000 pelo PMC/IBGE. O resultado da projeção pode ser vista na linha pontilhada.

Similar ao comportamento de 2020, durante período de março e abril/2021 houve um aumento no índice de isolamento social e novas restrições de funcionamento do comércio, derrubando o volume de vendas no varejo. Entretanto, com o relaxamento dessas medidas no mês de maio/21, já conseguimos ver uma recuperação rápida e acima da média dos últimos anos, um comportamento parecido com o que ocorreu no segundo semestre de 2020.

Levando em consideração os dados históricos observados, o método estatístico de projeção identificou um crescimento do volume de vendas no varejo de até 5,1% em relação à dezembro de 2020. Esse crescimento poderia ser ainda maior se não fosse a alta da inflação que prevalece em todo o segundo semestre de 2021.

Se considerarmos que dezembro de 2020 foi o melhor mês de dezembro desde 2015, os comerciantes tem tudo para estarem otimistas com as vendas de fim de ano.

noonlabs

**Como está a confiança dos
consumidores em Dezembro de
2021**



Com o avanço da vacinação contra a COVID-19 no estado de São Paulo, que atingiu a marca de 74,12% da população totalmente vacinada,

a confiança do consumidor se manterá alta para o Natal.

As vendas do varejo nos meses de abril e maio surpreenderam o mercado positivamente, mesmo em um período de restrição econômica. Isso também reflete no saldo positivo da geração de emprego e na leve queda no isolamento social da população que mostraremos a seguir.

O comportamento das vendas no varejo em 2020 e 2021 mostram que, após a abertura econômica posterior a um período de restrição econômica, as vendas no varejo se recuperam acima da média devido ao represamento da demanda. Deste modo, a projeção da série temporal evidencia que a tendência de alta observada após abril de 2021 deve se manter até final do ano. Somando esses fatores, as vendas do Natal de 2021 devem ser de até 5,1% maior que o Natal do ano passado.

Aumento de
5,1%
nas vendas

Isolamento social na cidade de Jundiá

Novembro tem queda de 2,0% no isolamento em comparação com o Dia das Crianças de 2021



noonlabs

Projeção do varejo para o Natal

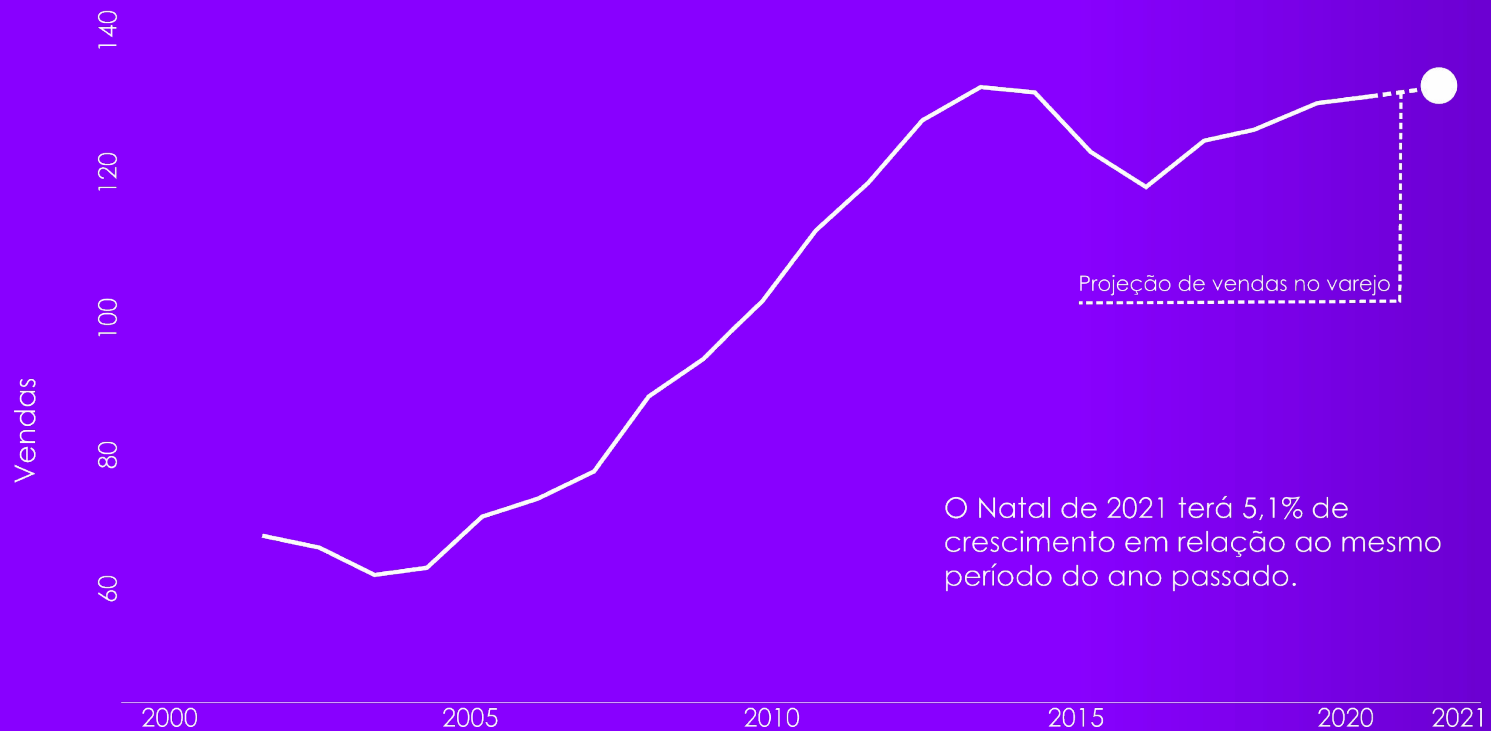


Empregos gerados em Jundiaí, SP - 2020/2021



Os dados do CAGED (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados) para o município de Jundiaí mostram que o saldo entre admissões e demissões foi negativo na maior parte do primeiro semestre de 2020, recuperando no segundo semestre devido ao relaxamento das medidas restritivas. Nos primeiros meses de 2021, a geração de emprego mostrou um saldo positivo, mesmo no pior momento da pandemia. Em abril, quando há um período de restrição maior, há uma queda na geração de empregos na cidade. O ritmo de criação de empregos vem se recuperando desde maio com a abertura gradual da economia. Apesar da alta dos preços da gasolina, energia elétrica e cesta básica que gera uma alta da inflação, a geração de empregos continua positiva no município de Jundiaí para os meses de agosto e setembro. Essa geração tende a crescer no final do ano devido aos empregos temporários causados pelo aquecimento da economia do Natal.

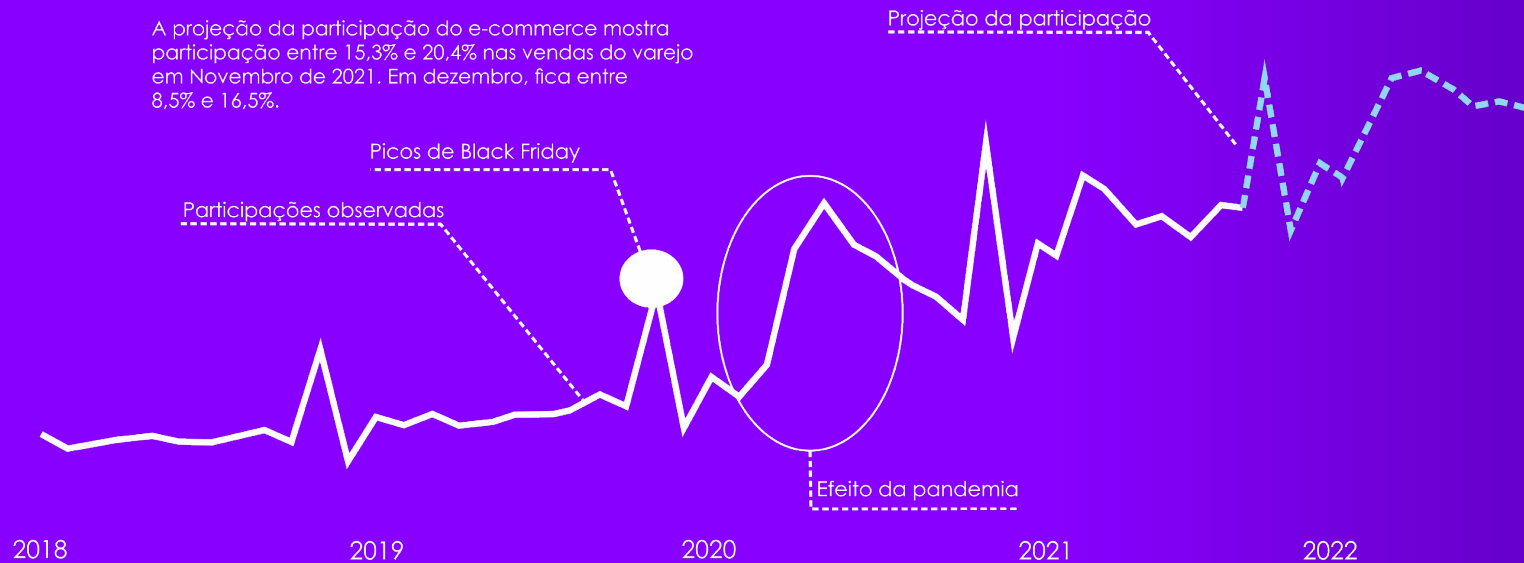
Vendas do varejo no estado de São Paulo para os meses de dezembro



As vendas do varejo continuam a se recuperar das fases mais restritivas da pandemia ocorridas em abril/21 quando houve grandes perdas. A geração de emprego, juntamente com as parcelas do auxílio emergencial e o menor isolamento social são fatores que sugerem um cenário de melhor vendas do varejo. Em comparação com o Natal do ano passado, poderíamos ter um cenário muito mais positivo se não fosse a volta de uma inflação alta. Mesmo assim, teremos um cenário um pouco melhor, devido a recuperação da abertura do comércio também ocorrida no ano passado, e a maior taxa de vacinação no Brasil e principalmente no estado de São Paulo. A projeção é de que as vendas possam ser em torno de 5,1% maior que agosto de 2021.

Projeção da participação do e-commerce no comércio varejista no estado de São Paulo

Participação das vendas



Fonte: Noonly
Dados: MCC - ENET; IBGE

Nos últimos 2 anos, o comportamento da participação do e-commerce foi fortemente impactado pelos períodos de fechamento do comércio em abril-junho de 2020 e abril de 2021, aumentando sua participação nas vendas totais do varejo. Mesmo desconsiderando esses picos, existe uma tendência de crescimento em sua média.

Utilizando dados do estado de São Paulo estimamos uma participação do e-commerce de 11,7% (com variação de 8,5% a 16,5%) para o mês de dezembro e um pico de 17,8% (com variação de 15,3% a 20,4%) em novembro devido às vendas da Black Friday.

noonlabs

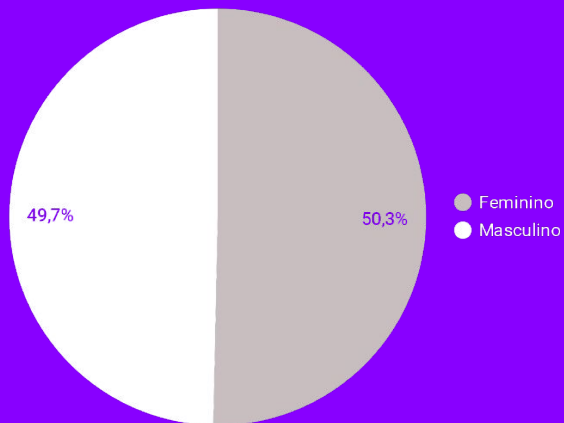
**Pesquisa de campo em
Jundiaí**
sobre o Natal



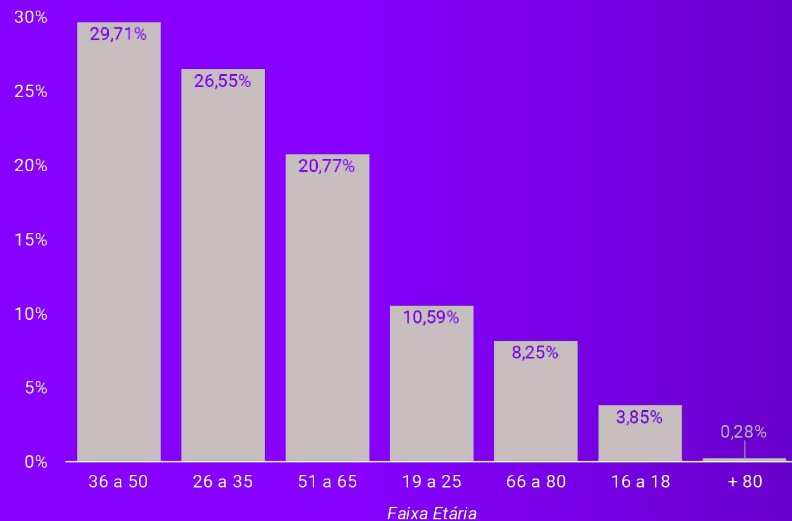
A pesquisa escutou 728 pessoas nas principais vias do Centro, e nos bairros Vila Hortolândia, Vila Arens, Ponte São João, Maxi Shopping e Jundiaí Shopping. Dessas pessoas, a maior parte delas eram da cidade de Jundiaí, com algum destaque para Várzea Paulista, Itupeva e Campo Limpo.

Perfil dos entrevistados

Sexo

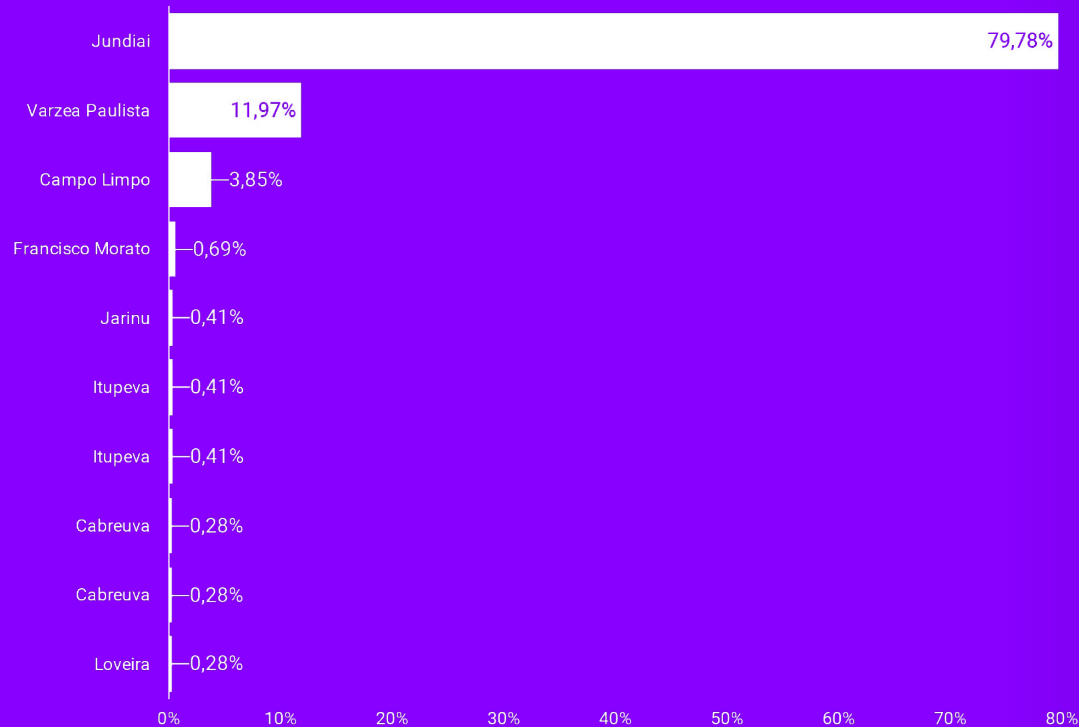


Faixa etária



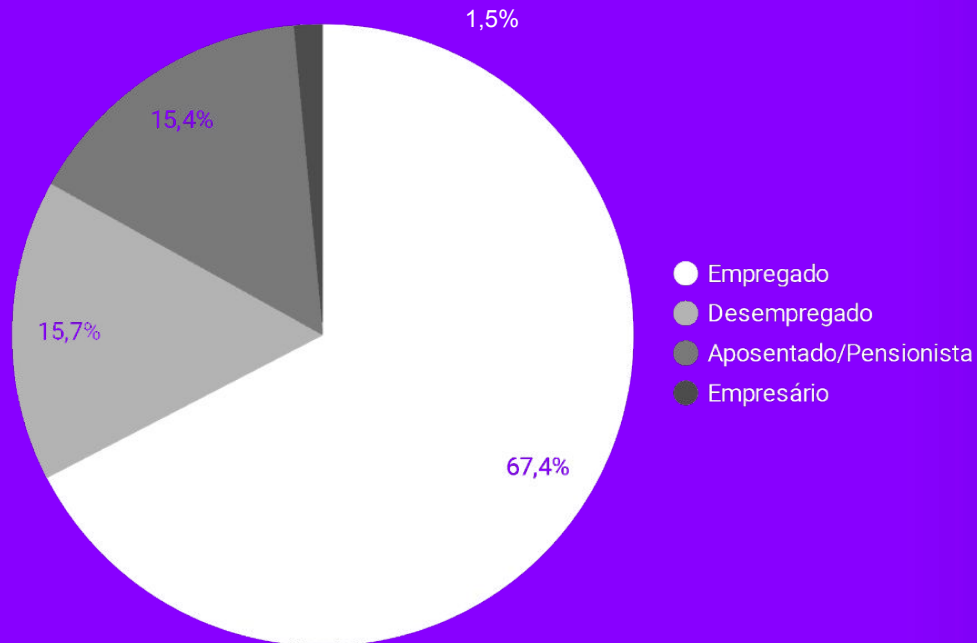
Fonte: Pesquisa de Natal em Jundiá - Noonly e Instituto de Dados ACE
Jundiá - 01 a 04 de Dezembro/ 2021 | 728 entrevistados

Cidade de origem dos entrevistados



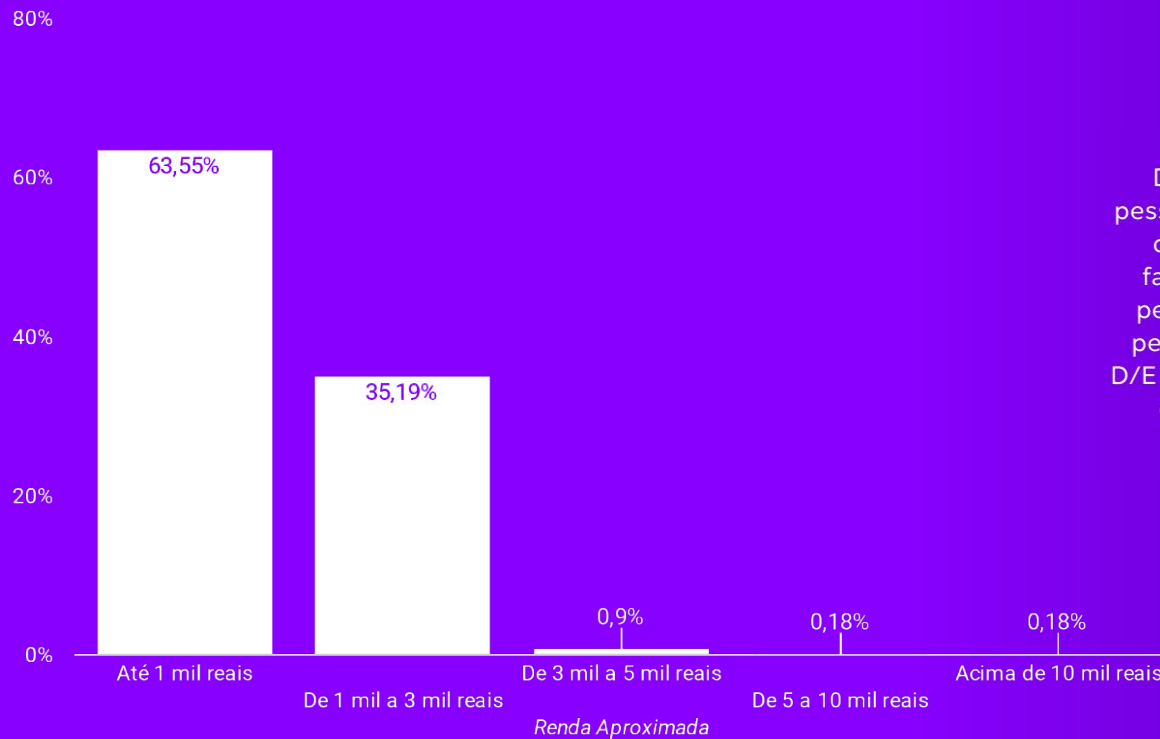
A movimentação do centro comercial de Jundiaí também atrai população de municípios próximos, principalmente de Várzea Paulista, Campo Limpo, Francisco Morato entre outros.

Situação empregatícia atual



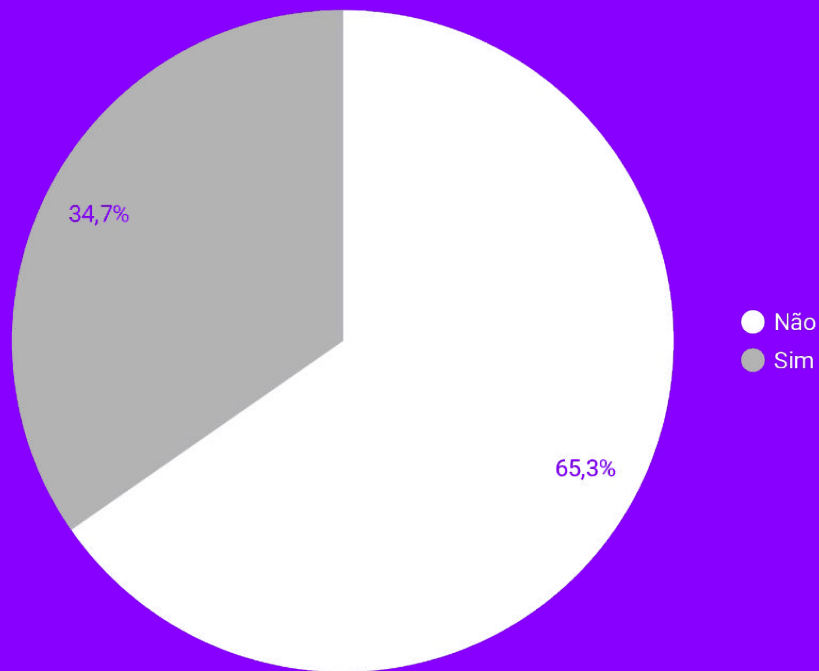
A maioria das pessoas escutadas declararam estar empregadas (67,4%). O número de pessoas que declararam estar desempregadas caiu em relação à pesquisa anterior (de 23% para 15,7%), o que pode representar um sinal de recuperação econômica e/ou aumento das contratações temporárias desta época do ano.

Renda Familiar



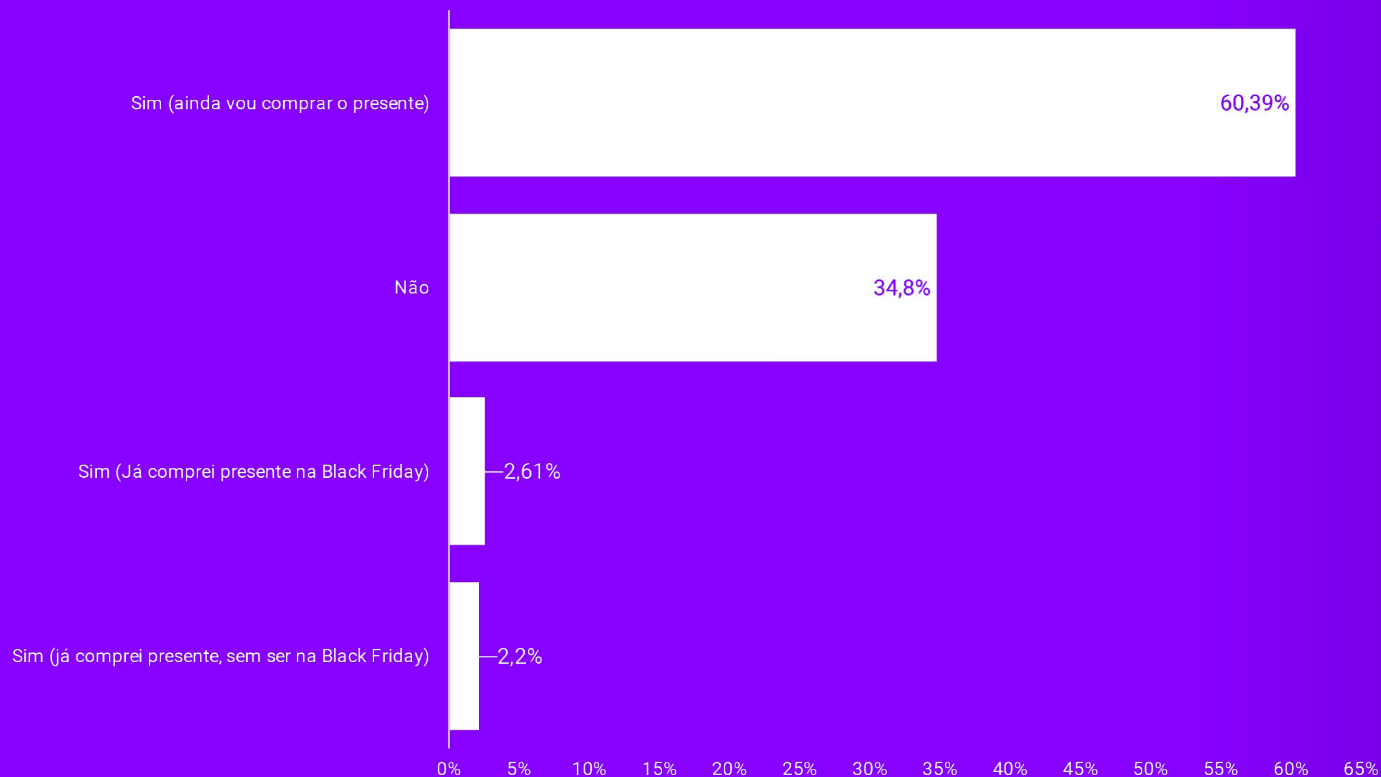
Desconsiderando as pessoas que não quiseram declarar a sua renda familiar, a maioria das pessoas escutadas são pertencentes às classes D/E (até 1.000,00 reais), C2 e C1 (De 1.000,00 a 3.000,00 reais).

Compras na Black Friday



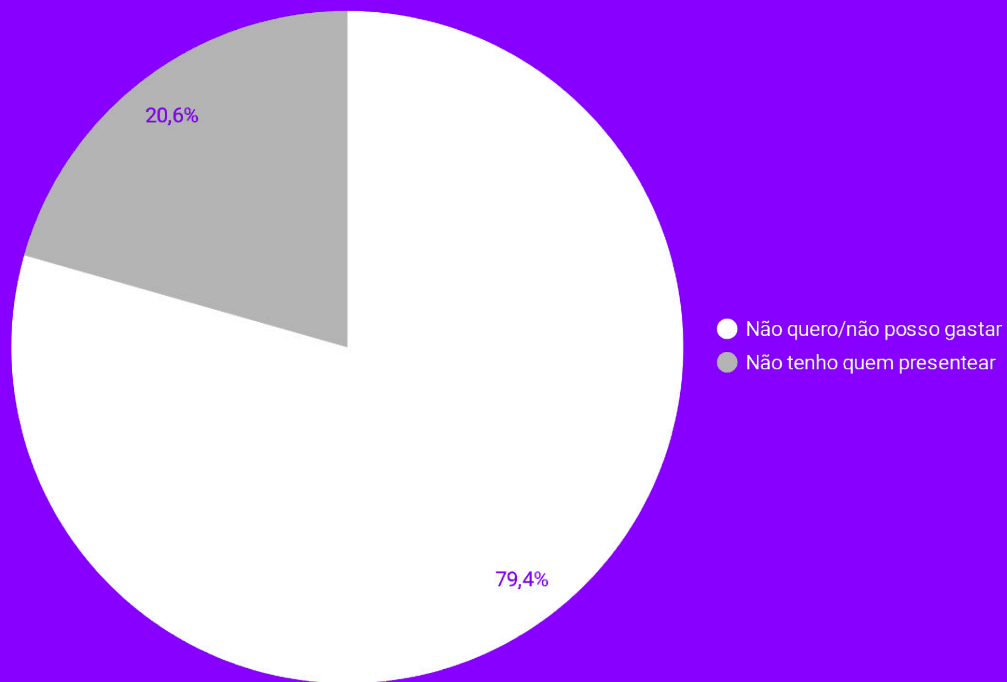
A cada ano que passa, a Black Friday vem se tornando uma data importante para o comércio. 34,7% das pessoas entrevistadas declararam ter feito compras nesta data.

Pretende fazer compras no Natal?



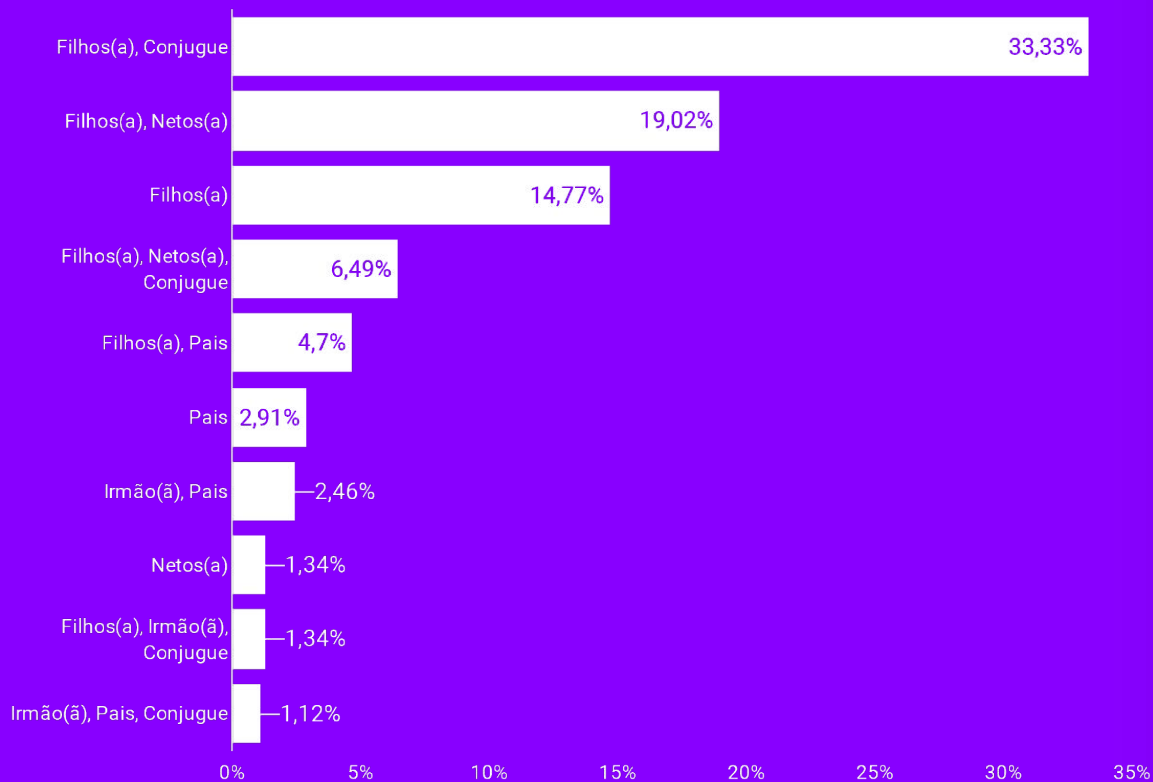
O natal é considerado a melhor data comemorativa para o comércio. A porcentagem de pessoas que declaram que vão presentear alguém é a maior de todas as datas comemorativas do ano (60,39%). Nem a proximidade com a Black Friday afeta a intenção de compras.

Motivo por não comprar



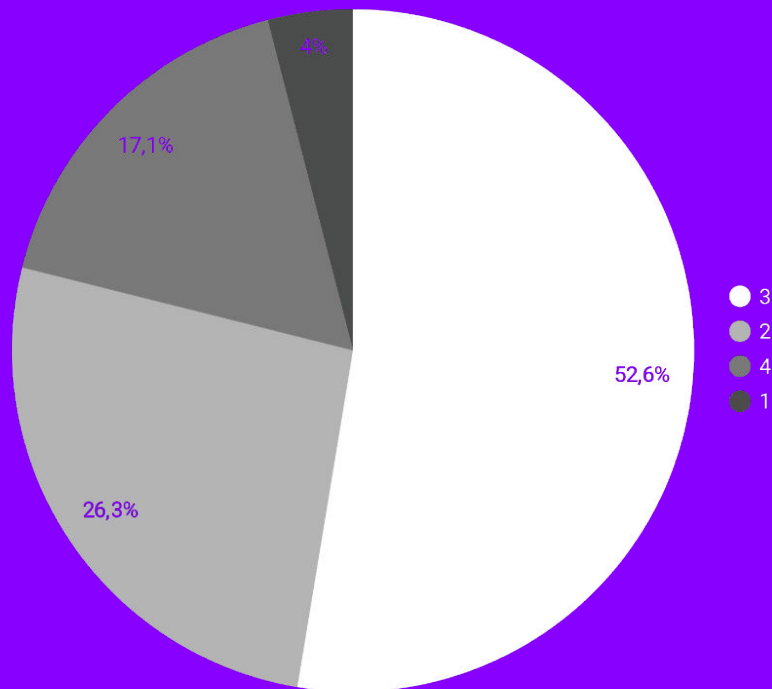
A situação econômica aparece como o principal motivo para não comprar no natal.

Quem pretende presentear?



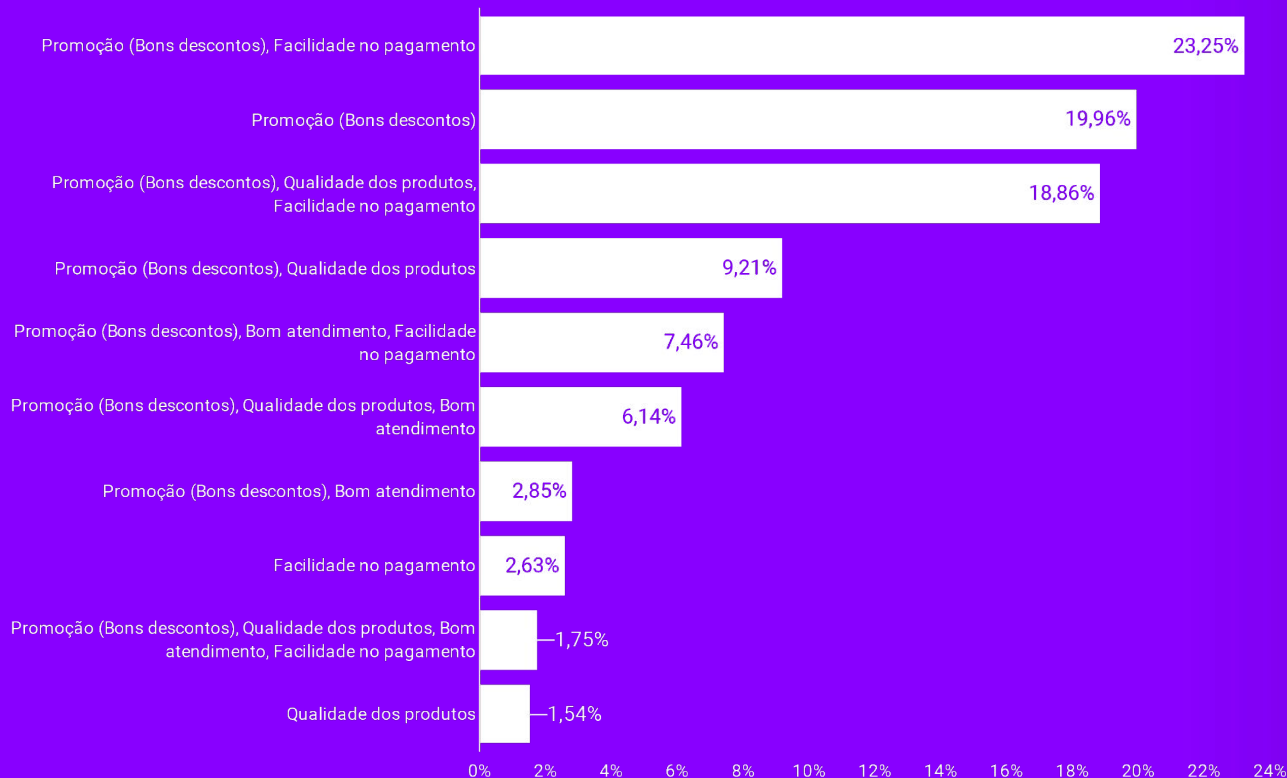
A pesquisa mostrou que as pessoas tendem a presentear os familiares mais próximos, como filhos, cônjuges, pais e netos.

Quantos presentes pretende comprar?



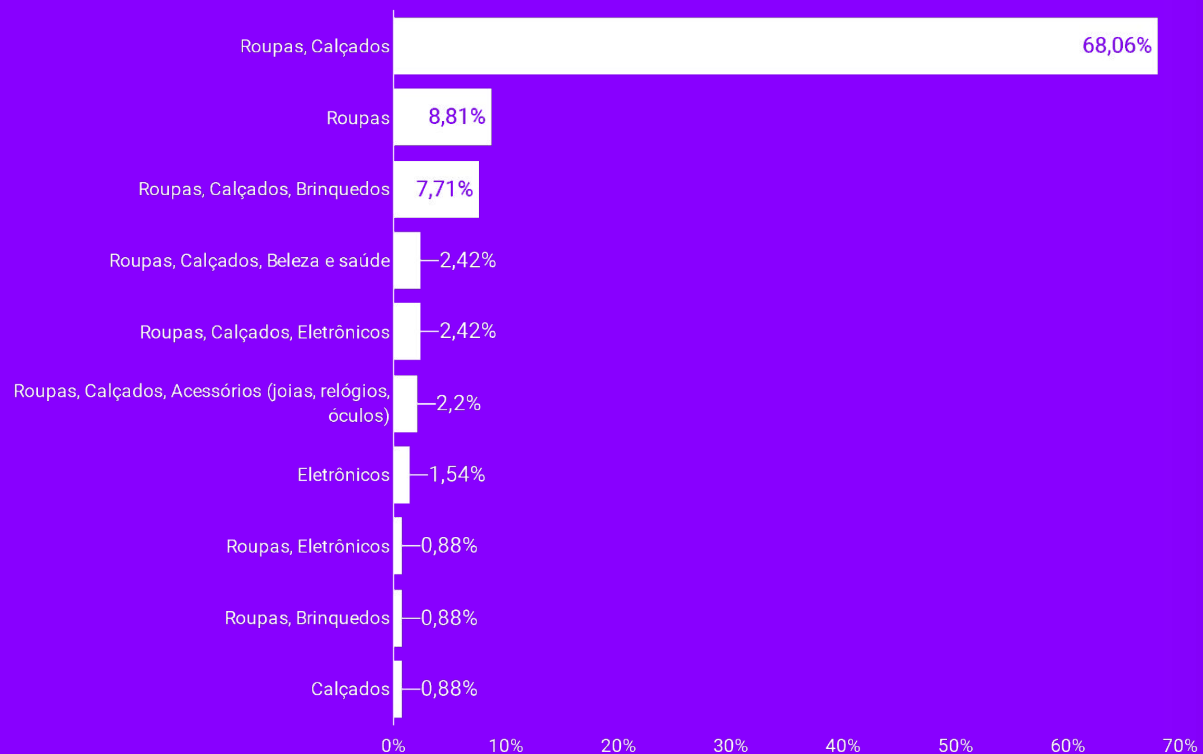
Além de ser a data comemorativa com maior intenção de compras, o natal também é a data comemorativa onde as pessoas compram maior quantidade de presentes. 52,6% dos entrevistados pretendem dar 3 presentes e 17,1% pretendem dar 4 presentes ou mais.

O que leva em consideração ao escolher a loja?



A pesquisa também checou quais os principais motivos que atraem o consumidor na hora da compra. 23,2% dos entrevistados disseram que o principal motivo é o estabelecimento oferecer promoções com bons descontos, combinado com facilidades no pagamento. Fora isso, o bom atendimento e a qualidade dos produtos são um forte atrativo, mas sempre combinados com promoções e facilidade no pagamento.

O que pretende comprar?

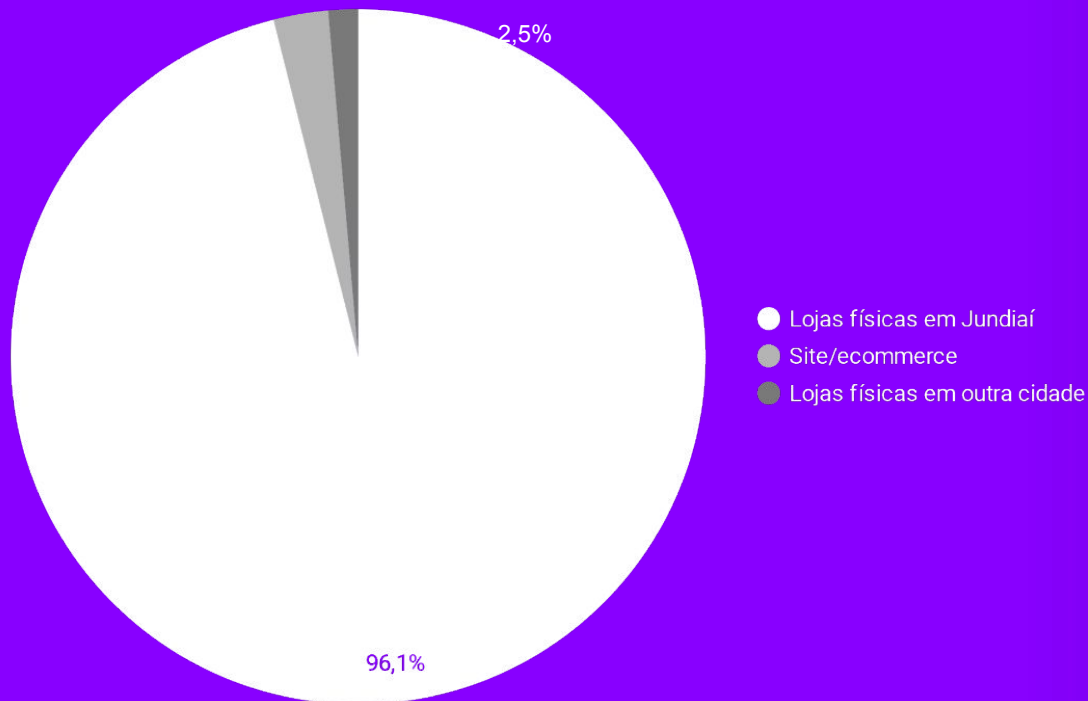


Dentre aqueles que declaram que irão consumir no natal, perguntamos qual seria o presente escolhido.

Grande parte dos entrevistados tem a intenção de consumir Roupas e/ou Calçados. Importante que os lojistas, principalmente nesses setores se preparem para o possível aumento da demanda.

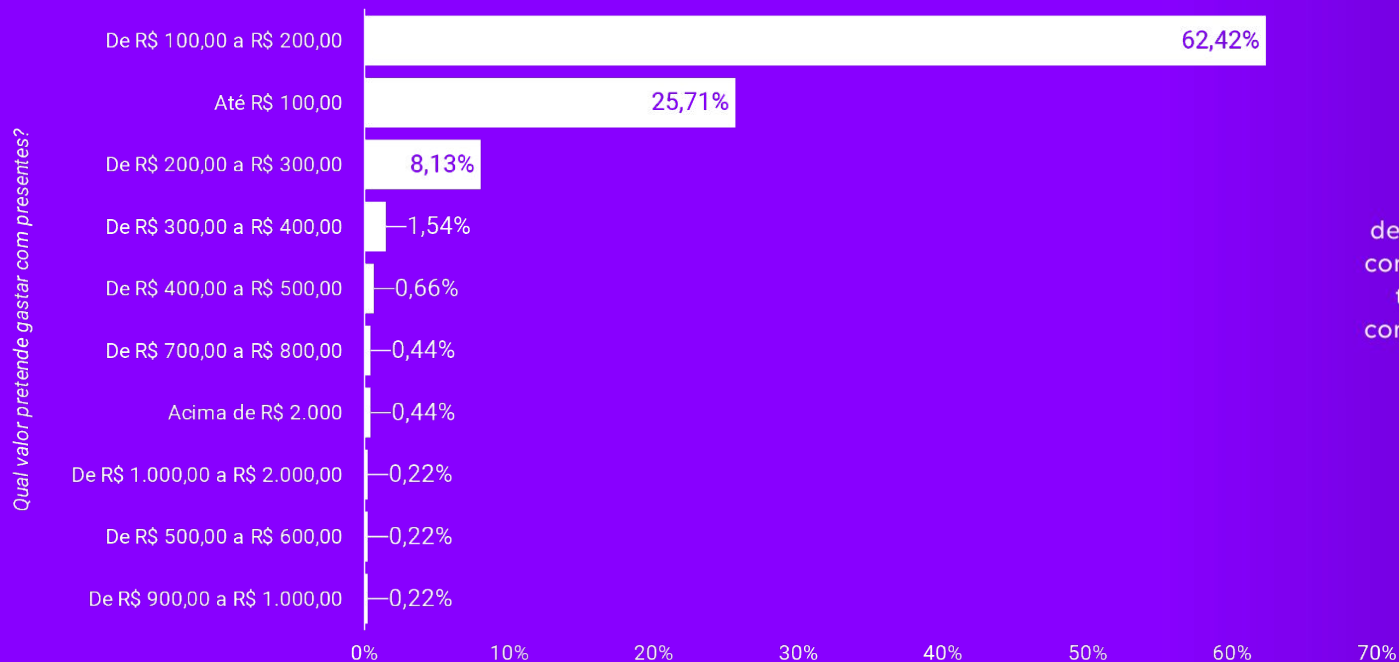
Brinquedos, Eletrônicos e Acessórios também terão uma procura maior nessa data comemorativa.

Onde pretende comprar?



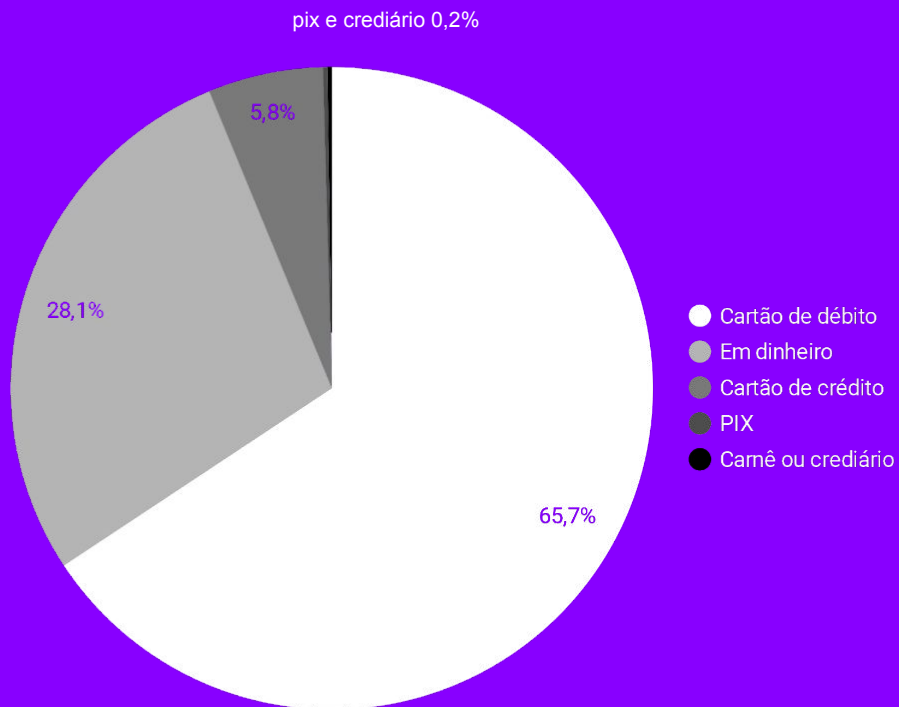
Após alta procura por e-commerce na Black Friday (34% dos entrevistados admitiram ter comprado na Black Friday), as vendas de natal voltam a concentrar vendas presenciais no centro de Jundiaí (95% dos entrevistados dizem preferir comprar em lojas físicas no natal).

Quanto pretendem gastar?



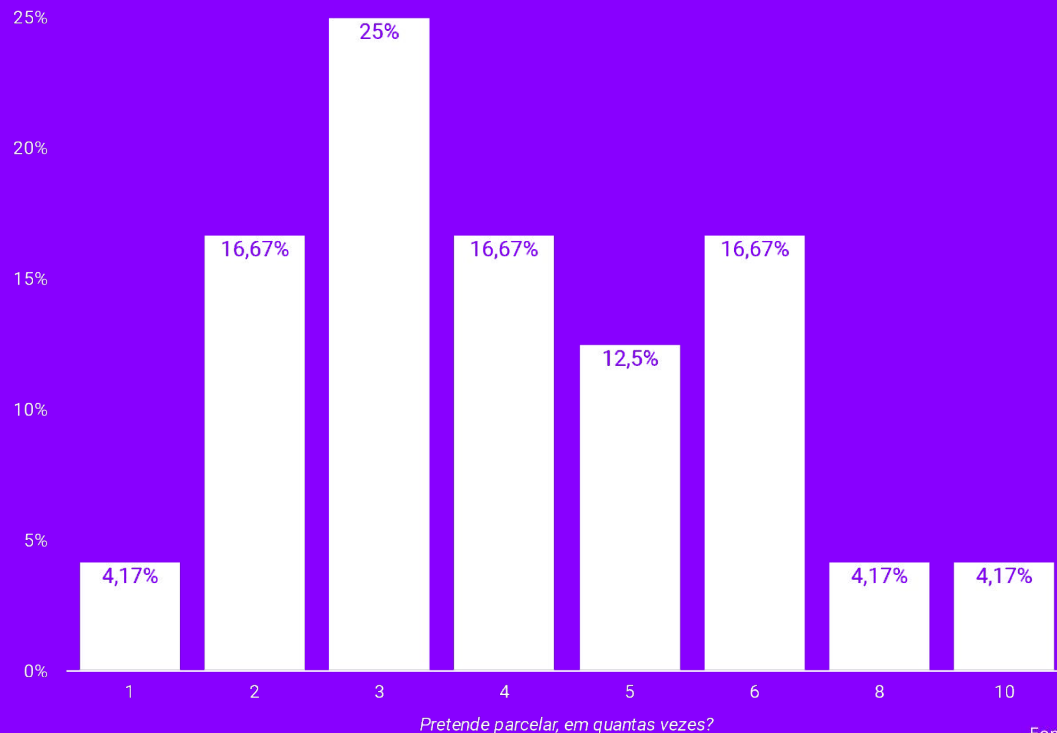
Apesar das pessoas declararem a intenção de comprar mais presentes, o ticket médio ainda se concentra entre 100 e 200 reais.

Qual a forma de pagamento?



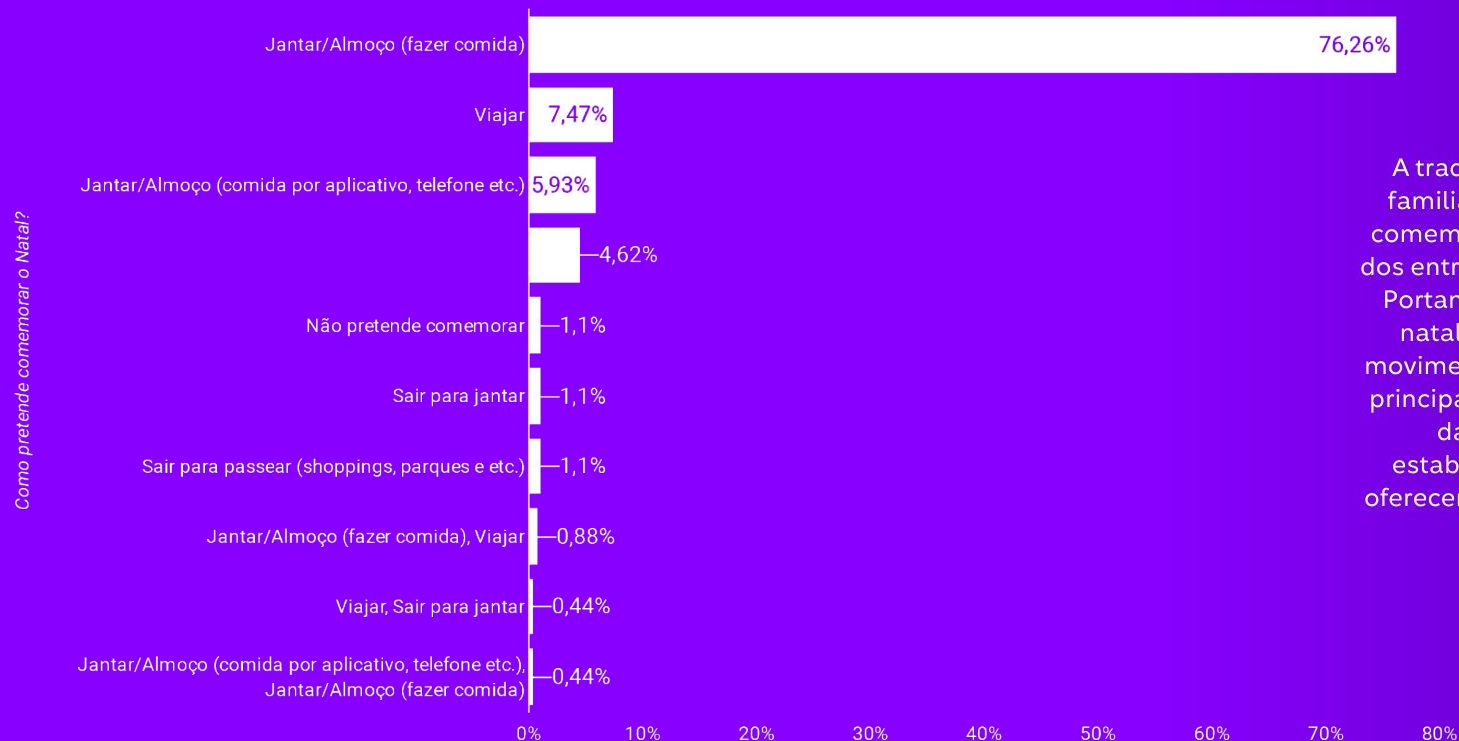
Diferente de outras datas comemorativas nas quais o dinheiro era a forma de pagamento preferida, a maior parte dos entrevistados declararam preferir pagar com cartão de débito (65,7%). Os lojistas devem estar atentos a essa demanda e estudar as melhores taxas de máquinas de cartão.

Pretende parcelar a compra em quantas vezes?



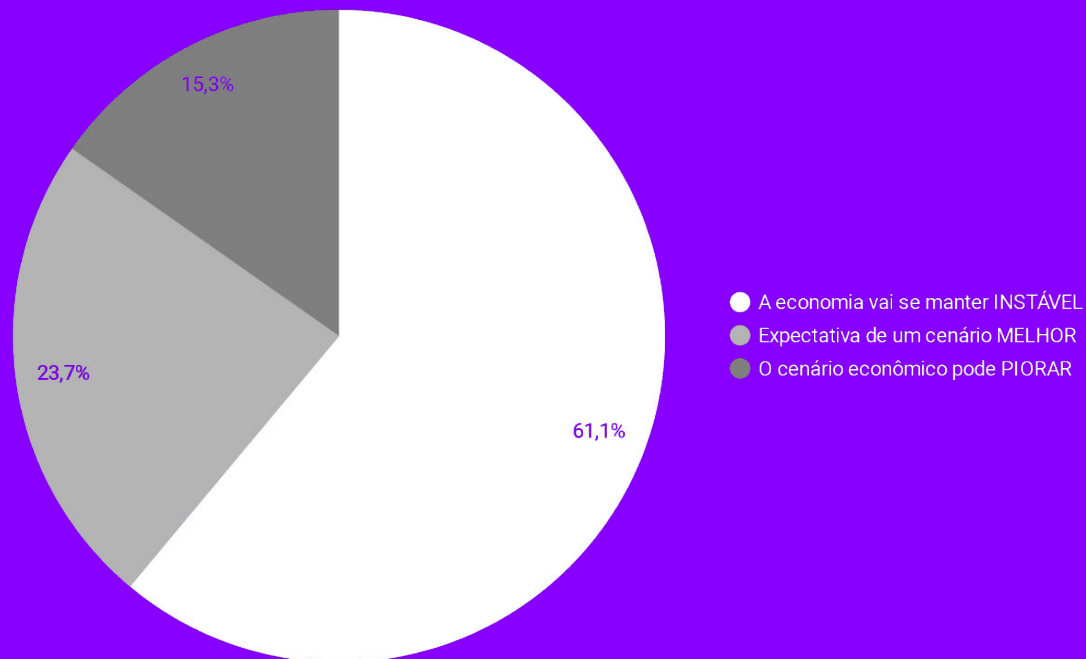
Outra característica do natal é que as pessoas que declararam que irão parcelar as compras farão isso em mais vezes do que em outras datas comemorativas. 37,51% declararam parcelar em mais de 5 vezes no cartão.

Como pretende comemorar?



A tradicional ceia com familiares é a forma de comemoração da maioria dos entrevistados (76,26%). Portanto, na semana do natal, espera-se uma movimentação grande nos principais supermercados da região e em estabelecimentos que oferecem comidas prontas para ceia.

Qual a sua percepção em relação a economia para os próximos meses?



Apesar da melhora no índice de desemprego encontrado entre os entrevistados, percebemos que a maioria ainda se mantém receoso com relação ao cenário econômico futuro, sendo que a maioria declarou crer que o cenário econômico deve continuar instável nos próximos meses.

noonlabs

Fluxo de pessoas em Jundiaí

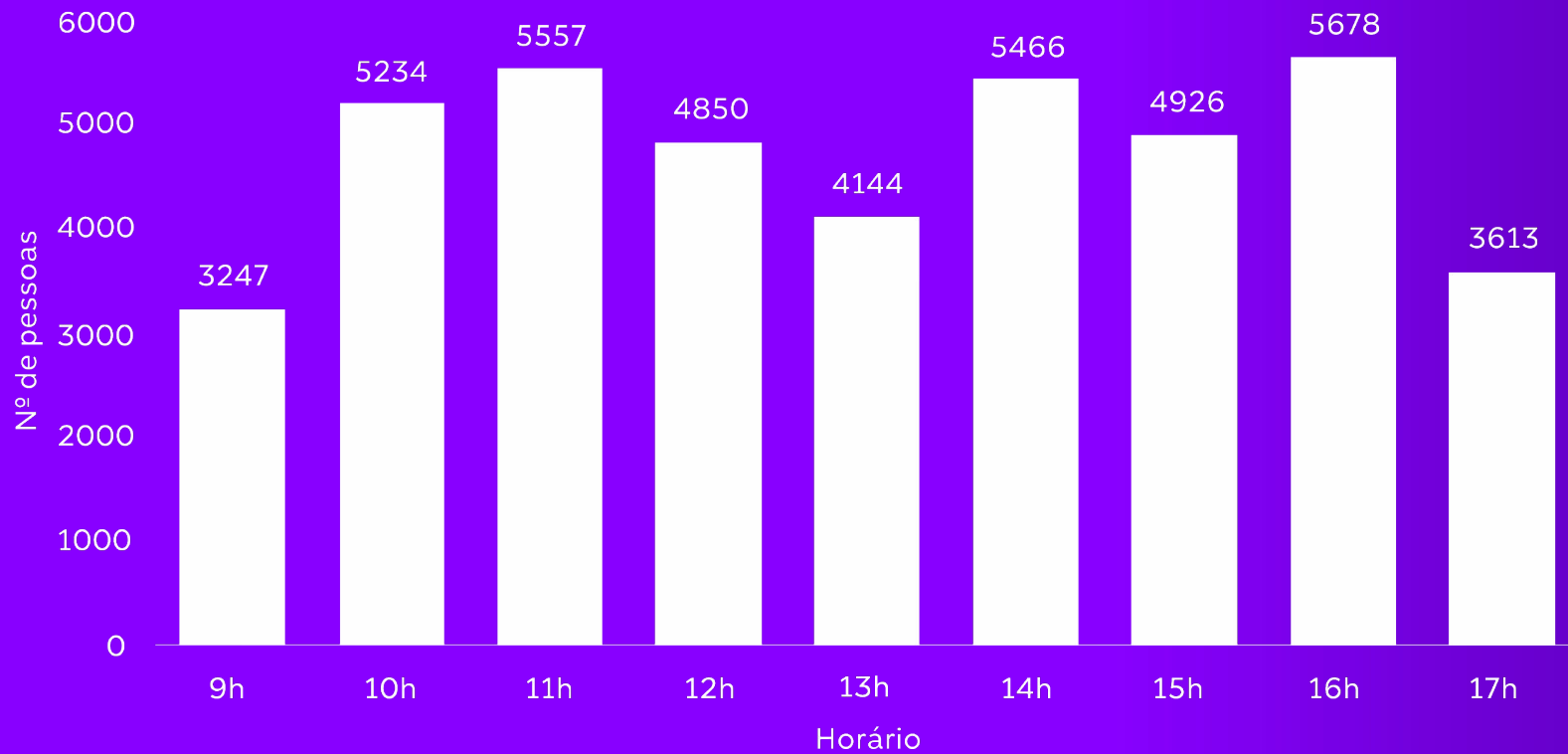
Quantas pessoas circularão
pela cidade



Para estimar a quantidade de população que irá trafegar nas principais vias do Centro de Jundiaí na semana do Natal, a Noonly aplicou uma metodologia pioneira de contagem por amostragem.

Através desta metodologia, estimamos que 42 mil pessoas passarão diariamente a pé pela rua Barão de Jundiaí e proximidades na semana anterior ao Natal, totalizando 210 mil pessoas nos 5 dias que antecedem a data, o que significa aproximadamente 50% da população total da cidade.

Fluxo de pessoas no Centro de Jundiaí - Natal



noonlabs

Distribuição do potencial de consumo em Jundiaí

Categorias relevantes para o Natal



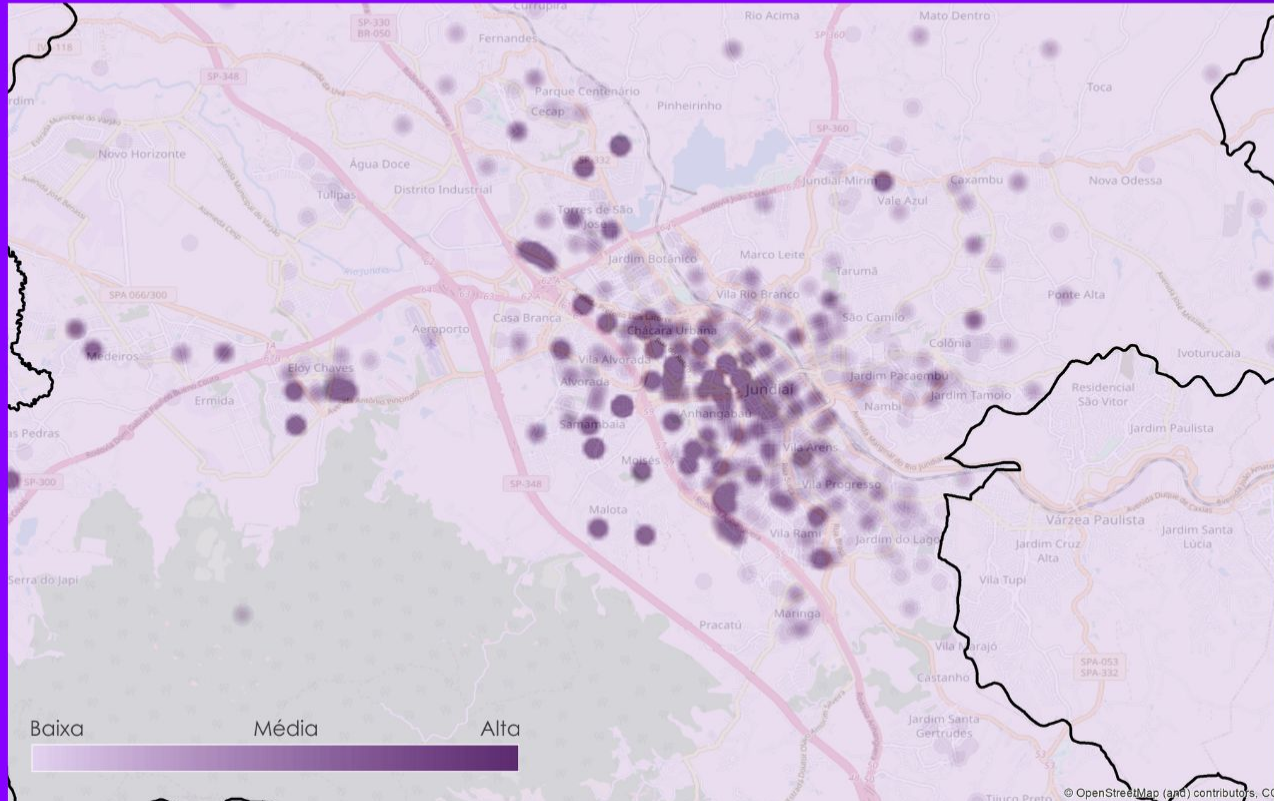


Potencial de consumo de brinquedos e jogos

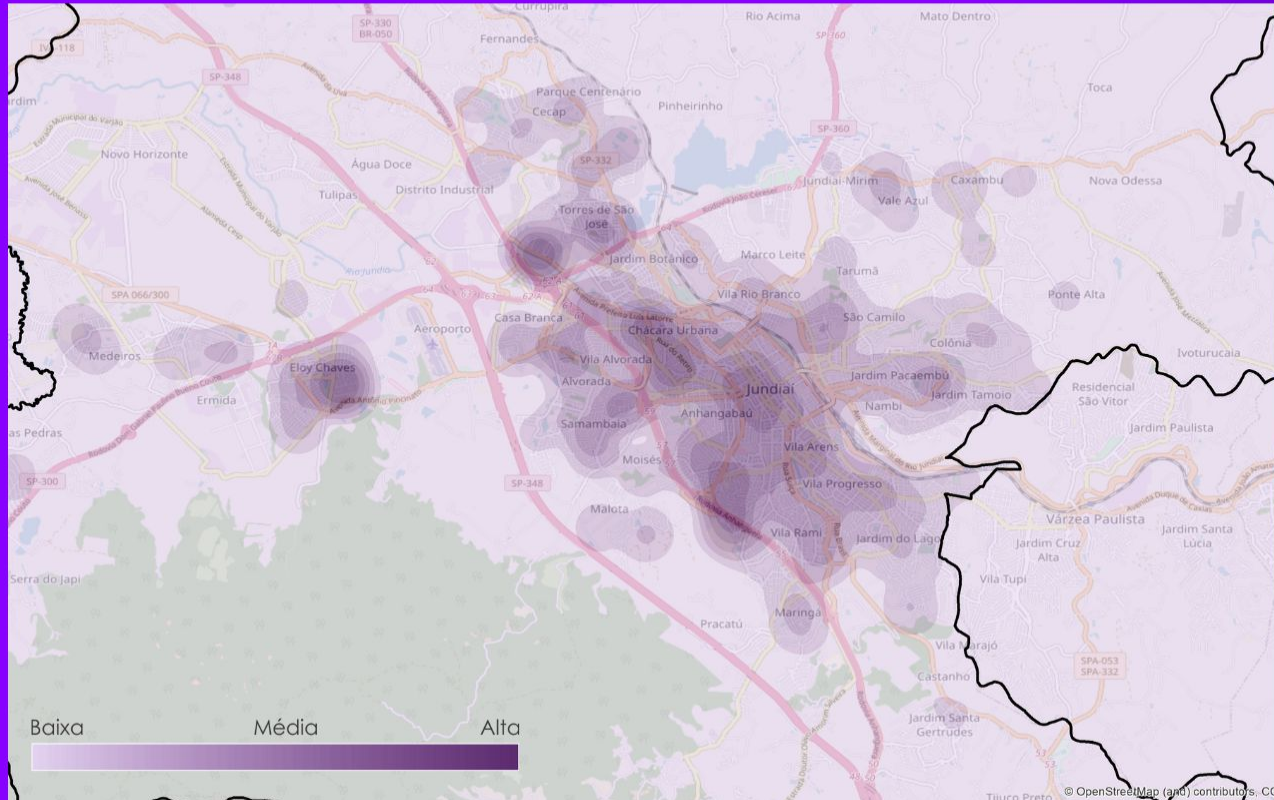
Refere-se aos gastos com brinquedos e jogos.

Nos mapas de potencial de consumo de brinquedos e jogos a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

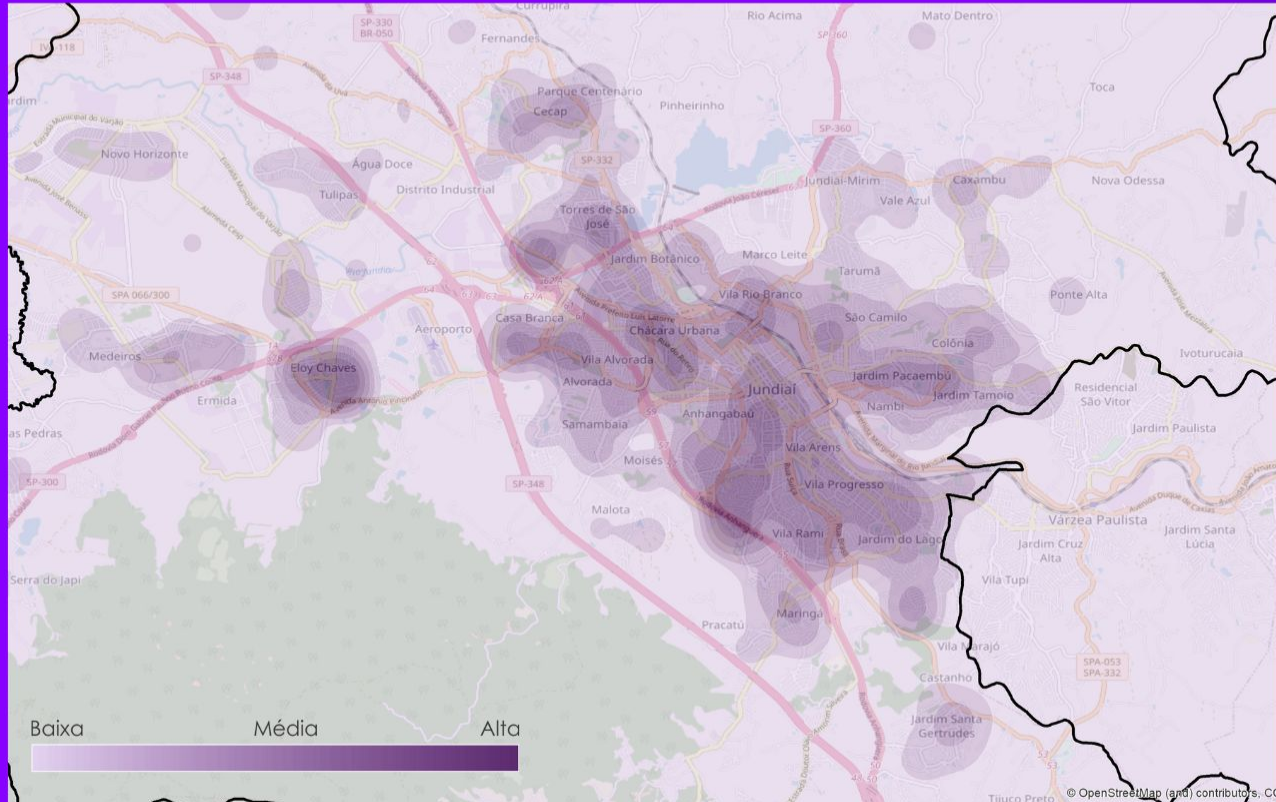
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE A



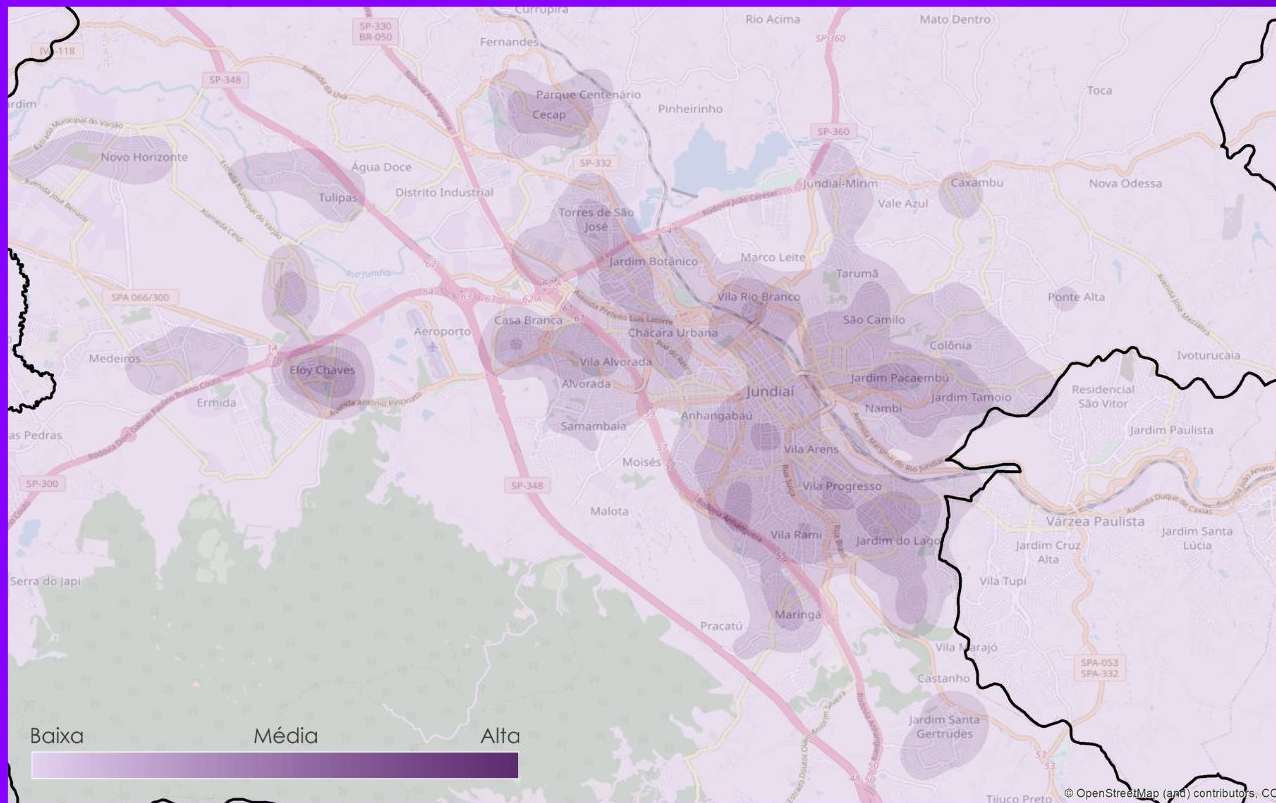
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE B1



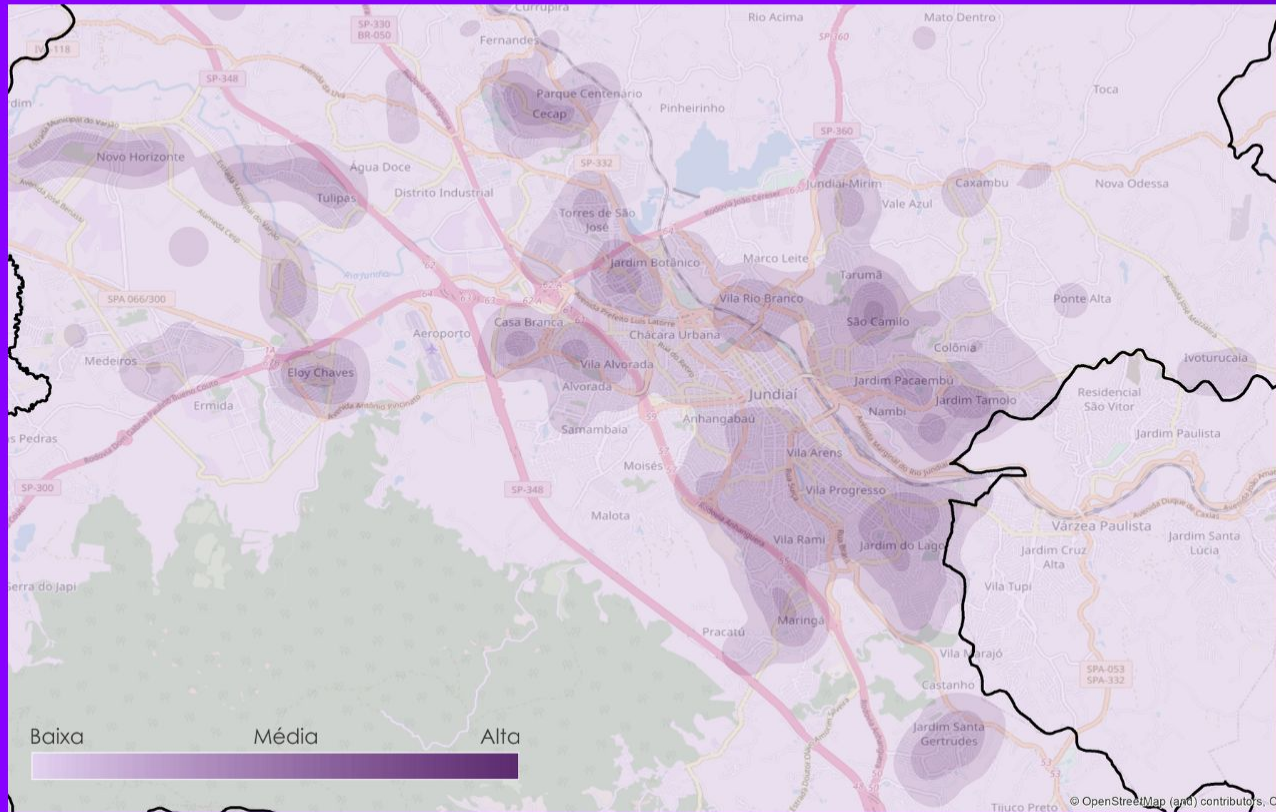
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE B2



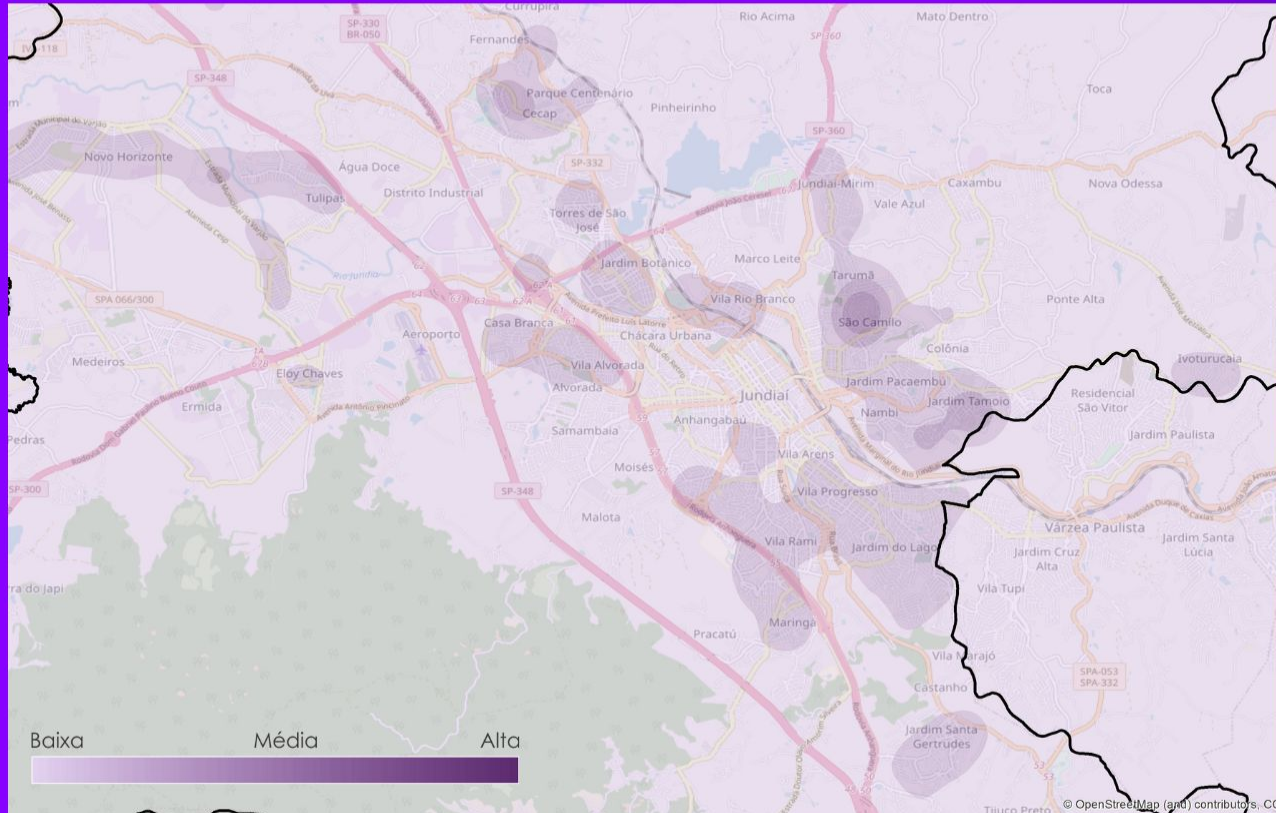
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE C2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE BRINQUEDOS DA CLASSE D/E



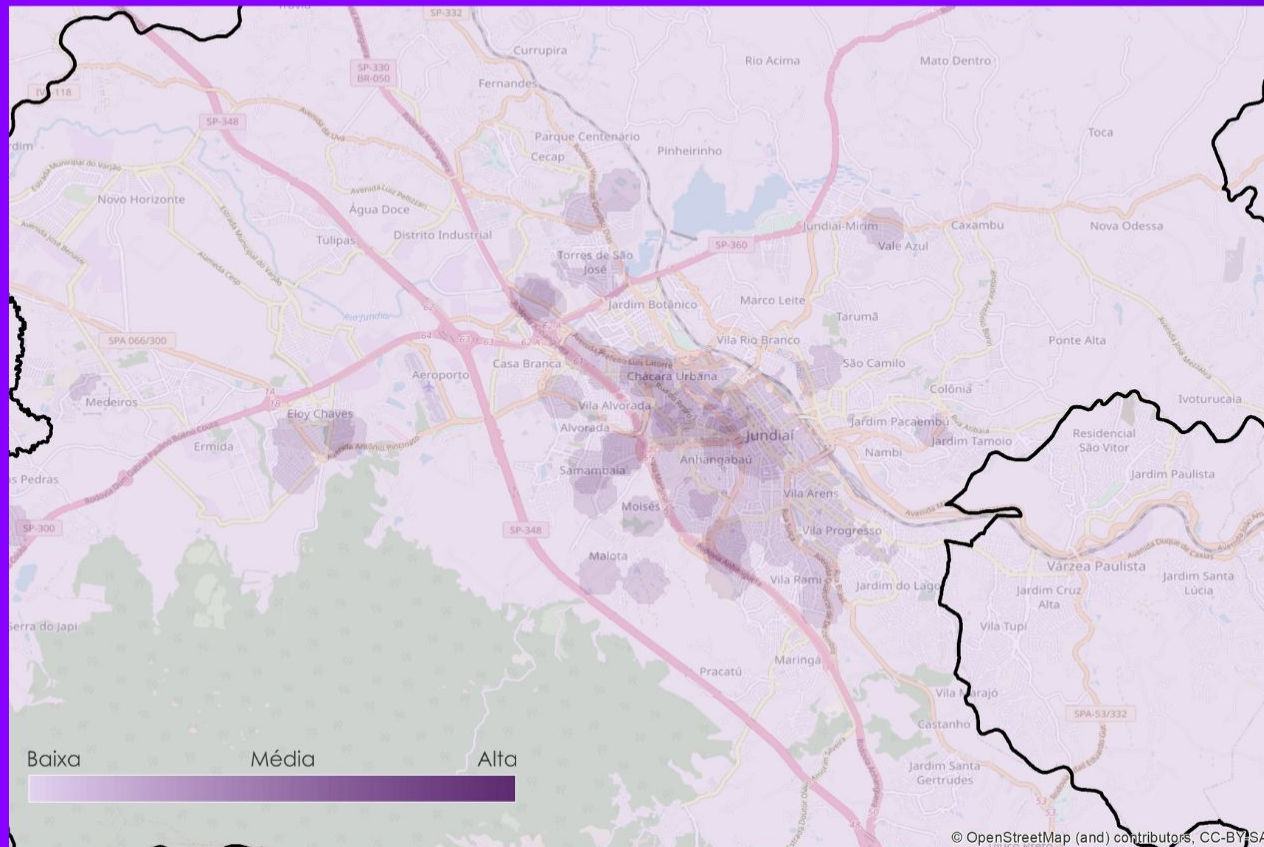


Potencial de consumo de vestuário

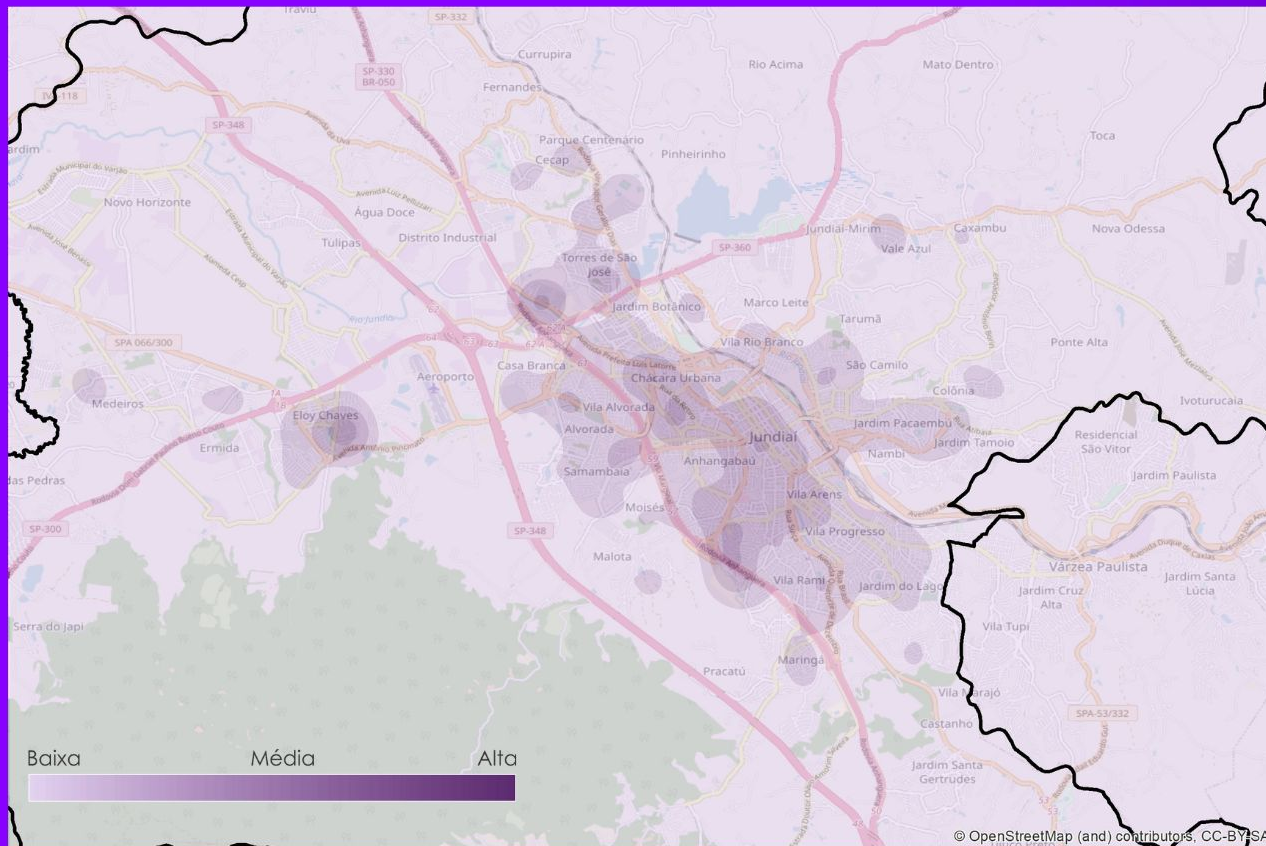
Refere-se aos gastos com roupas confeccionadas para homens, mulheres e crianças, como calças, agasalhos, saias, ternos, lingerie, shorts, camisas, camisetas, blusas, meias, pijamas, vestidos, roupas de banho.

Nos mapas de potencial de consumo de vestuário a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

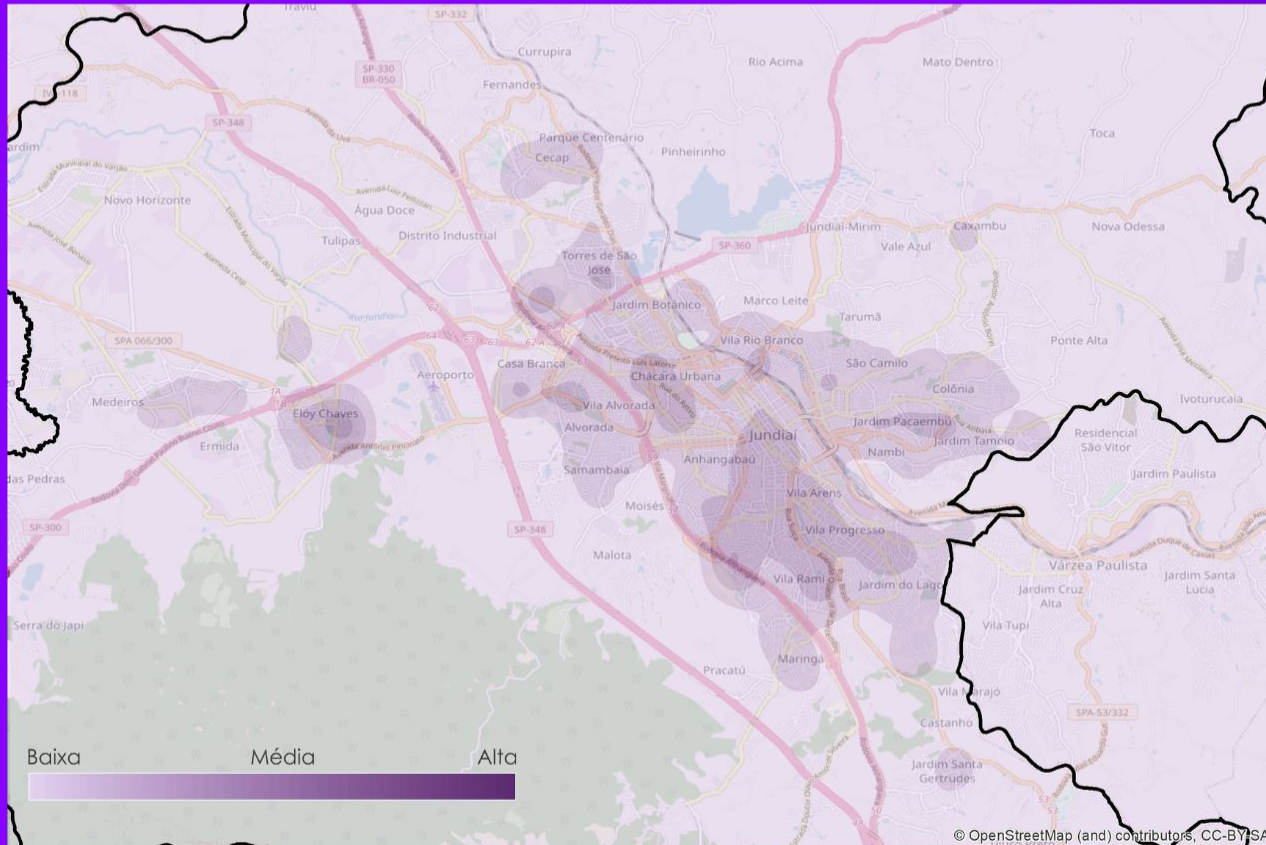
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE A



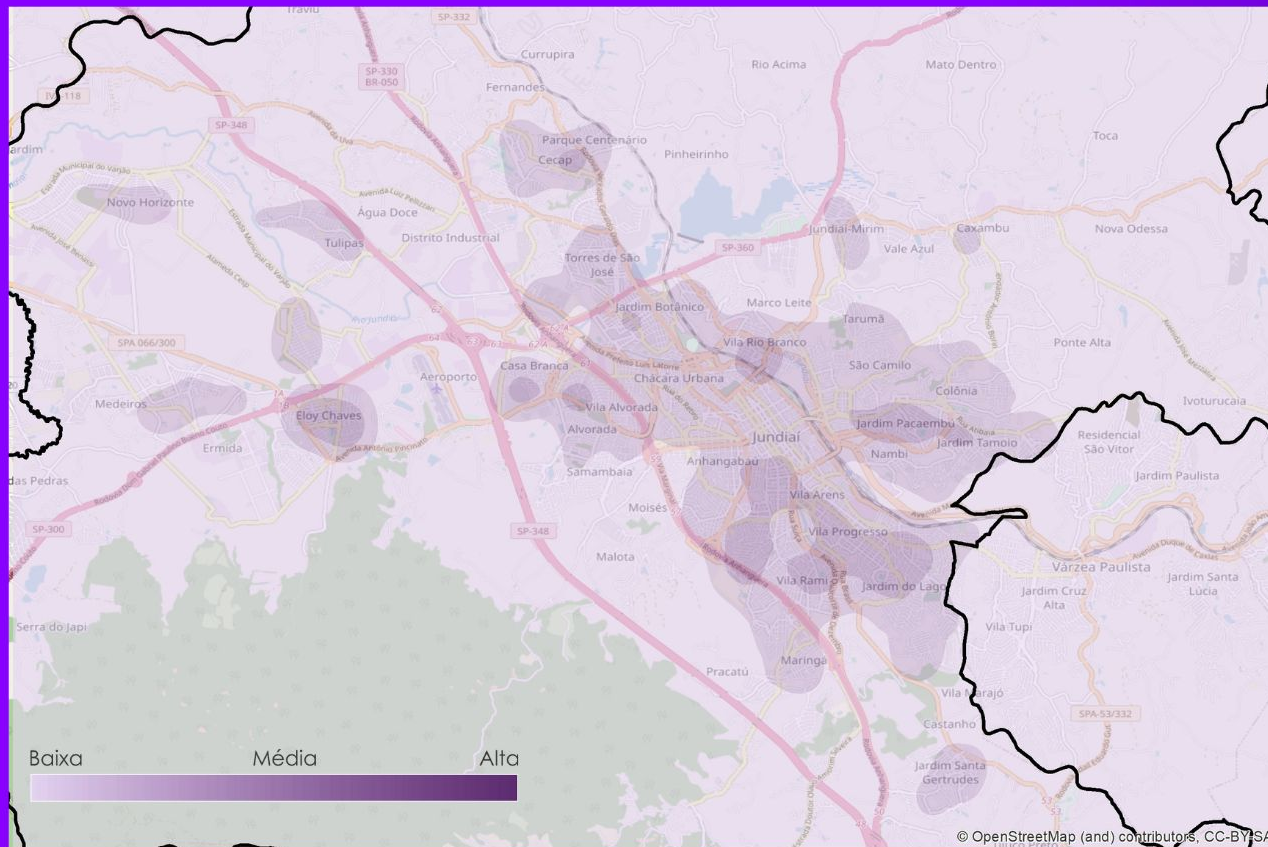
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE B1



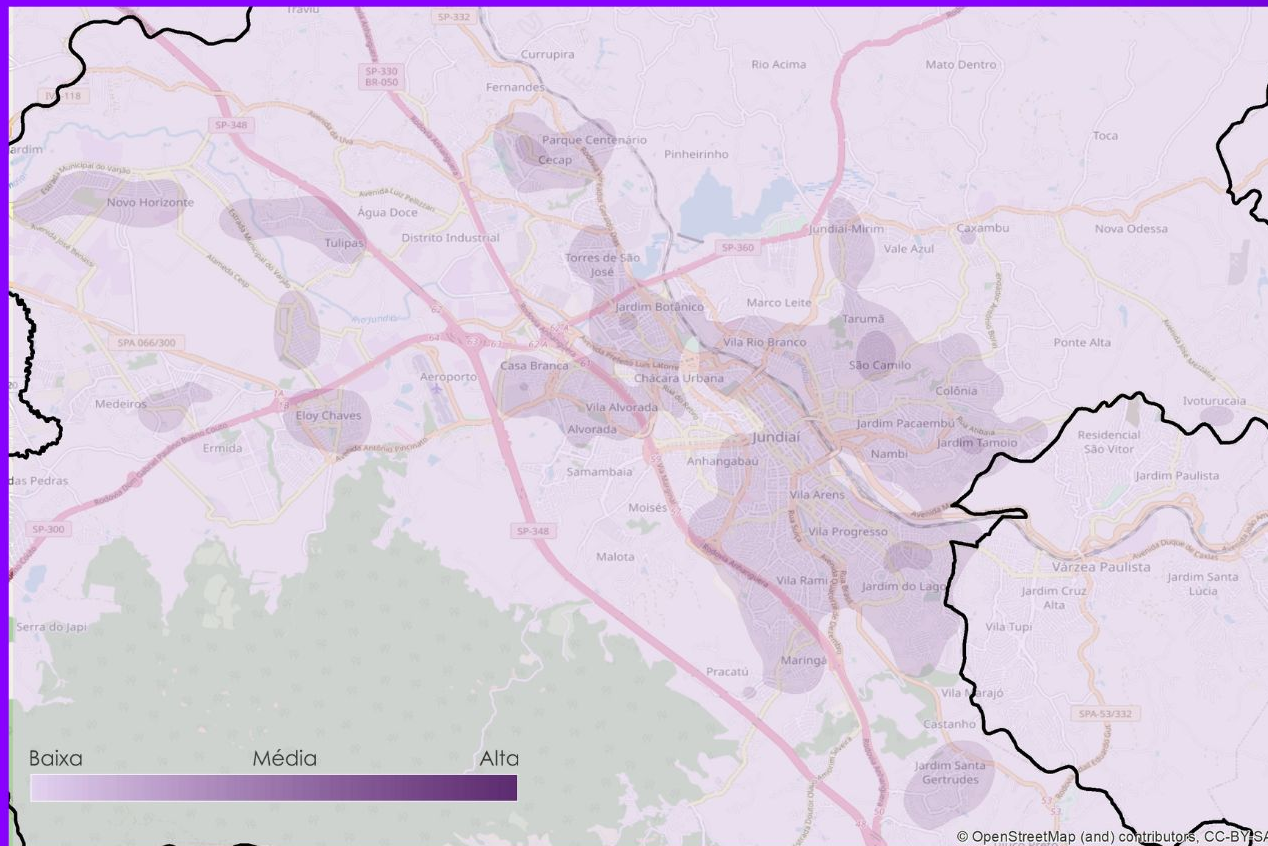
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE B2



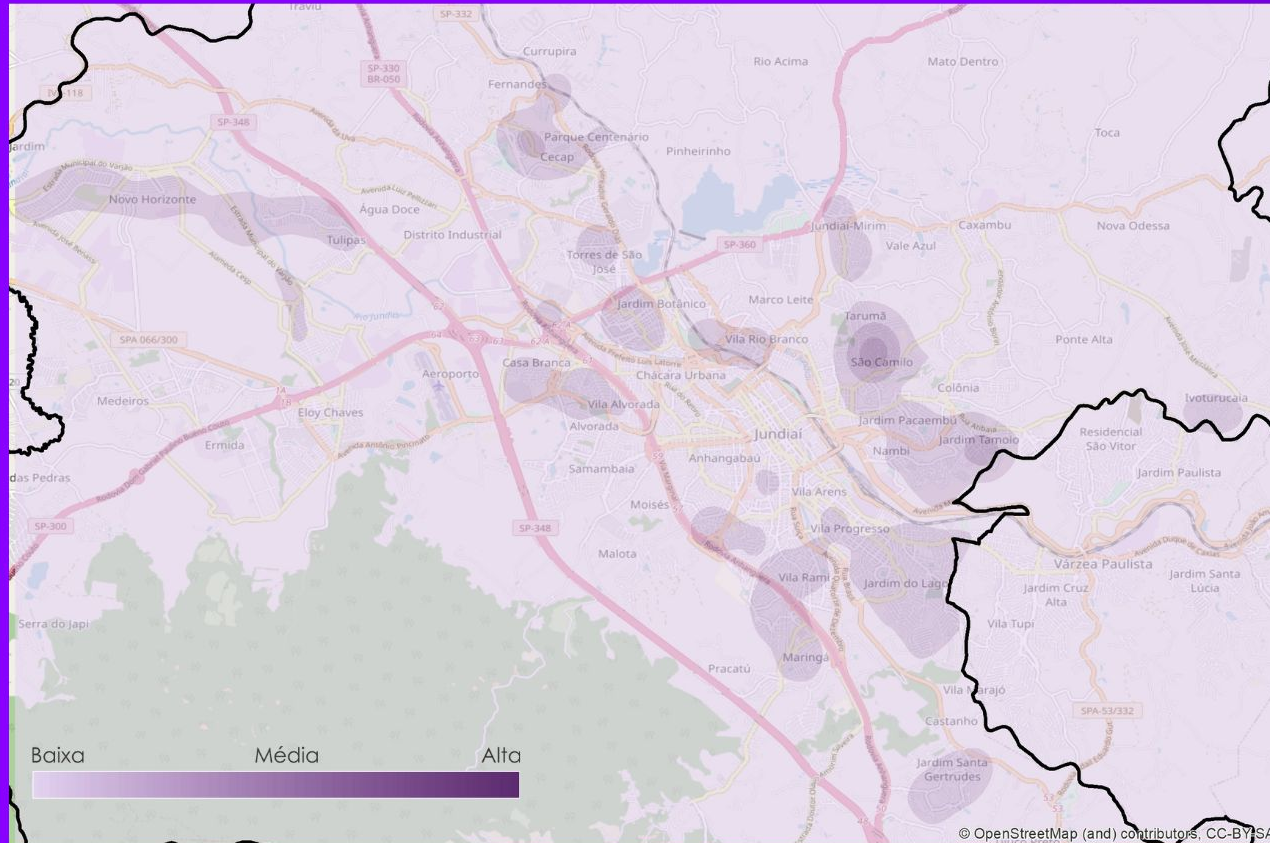
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE C2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE VESTUÁRIO DA CLASSE D/E



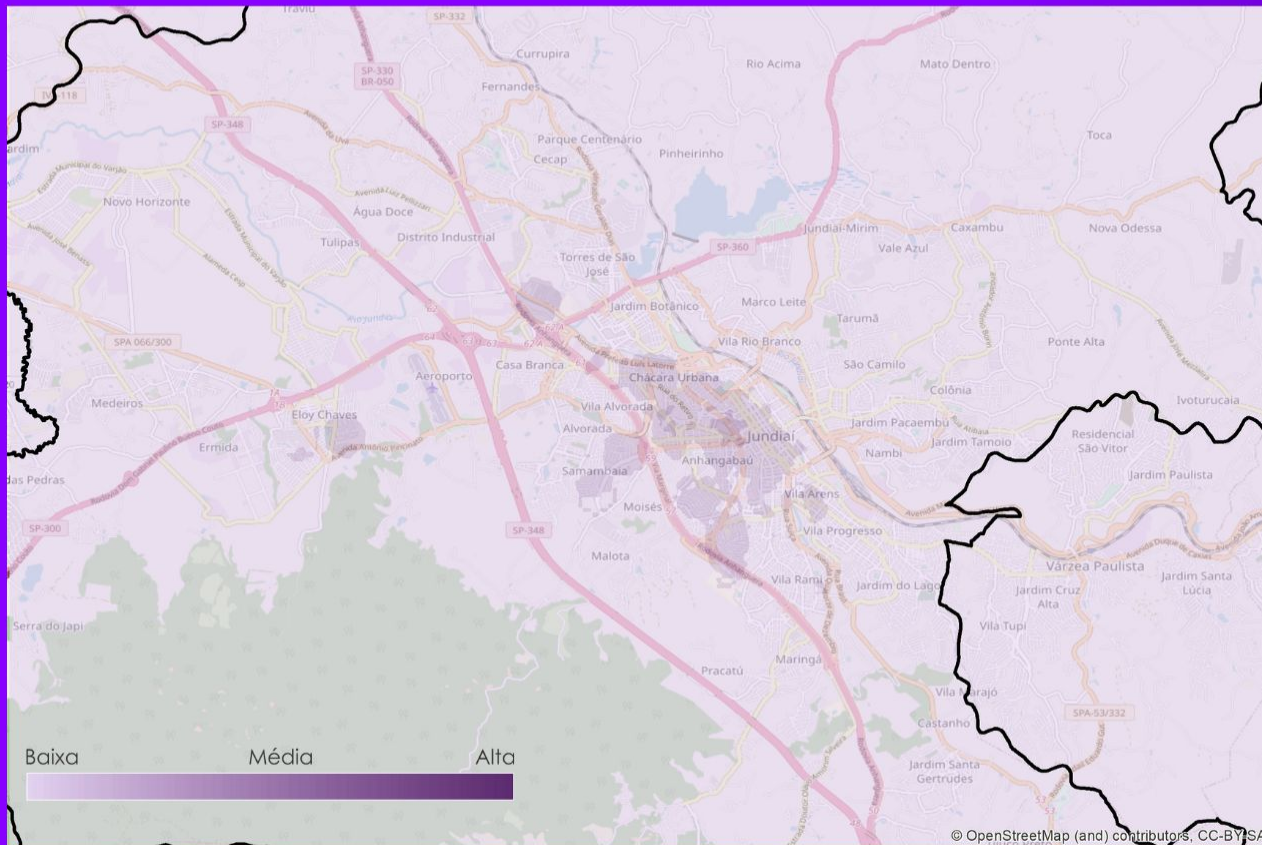


Potencial de consumo de calçados

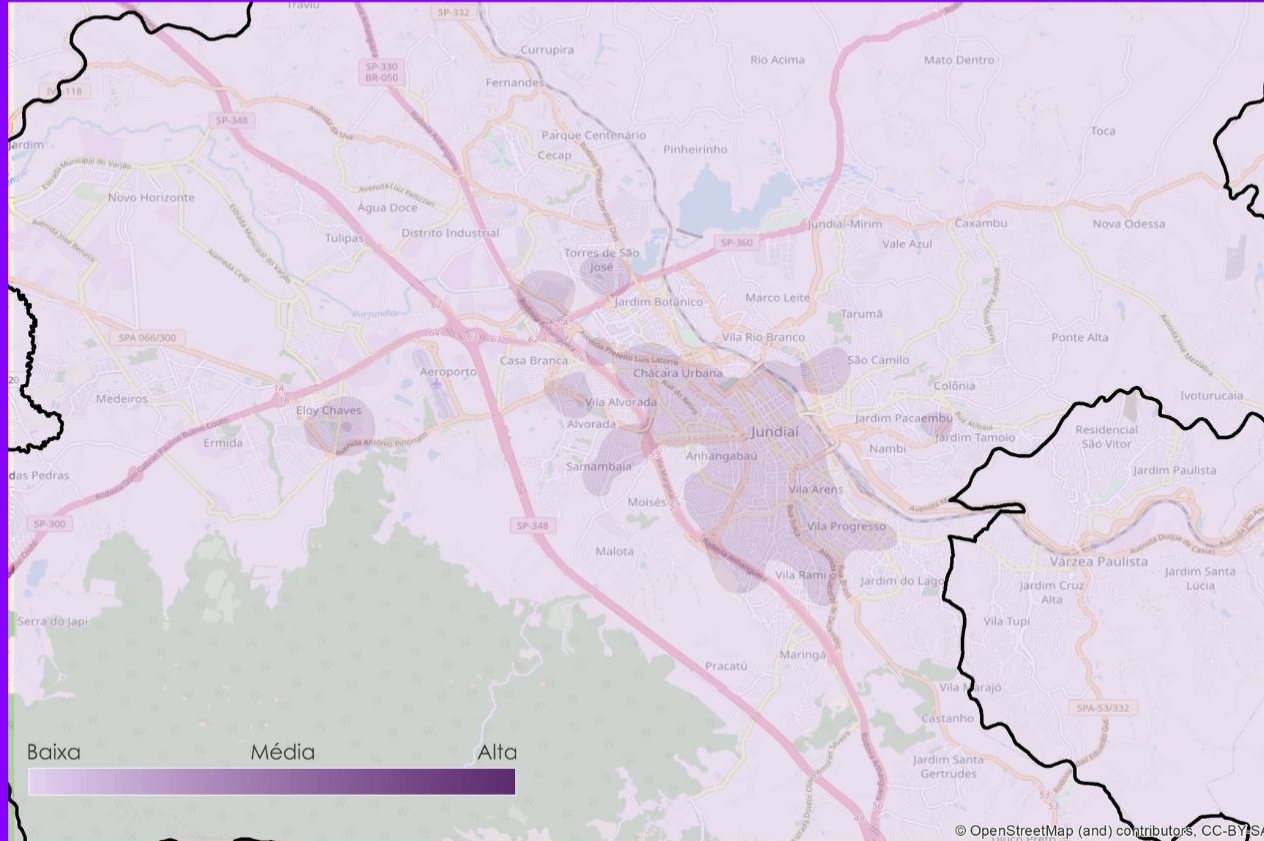
Refere-se aos gastos com sapatos, sandálias, tênis, sapatilhas, etc.

Nos mapas de potencial de consumo de calçados a seguir, a lógica de interpretação é: as regiões onde há cores mais escuras possuem maior concentração do atributo avaliado. Já as regiões mais claras, possuem menor concentração.

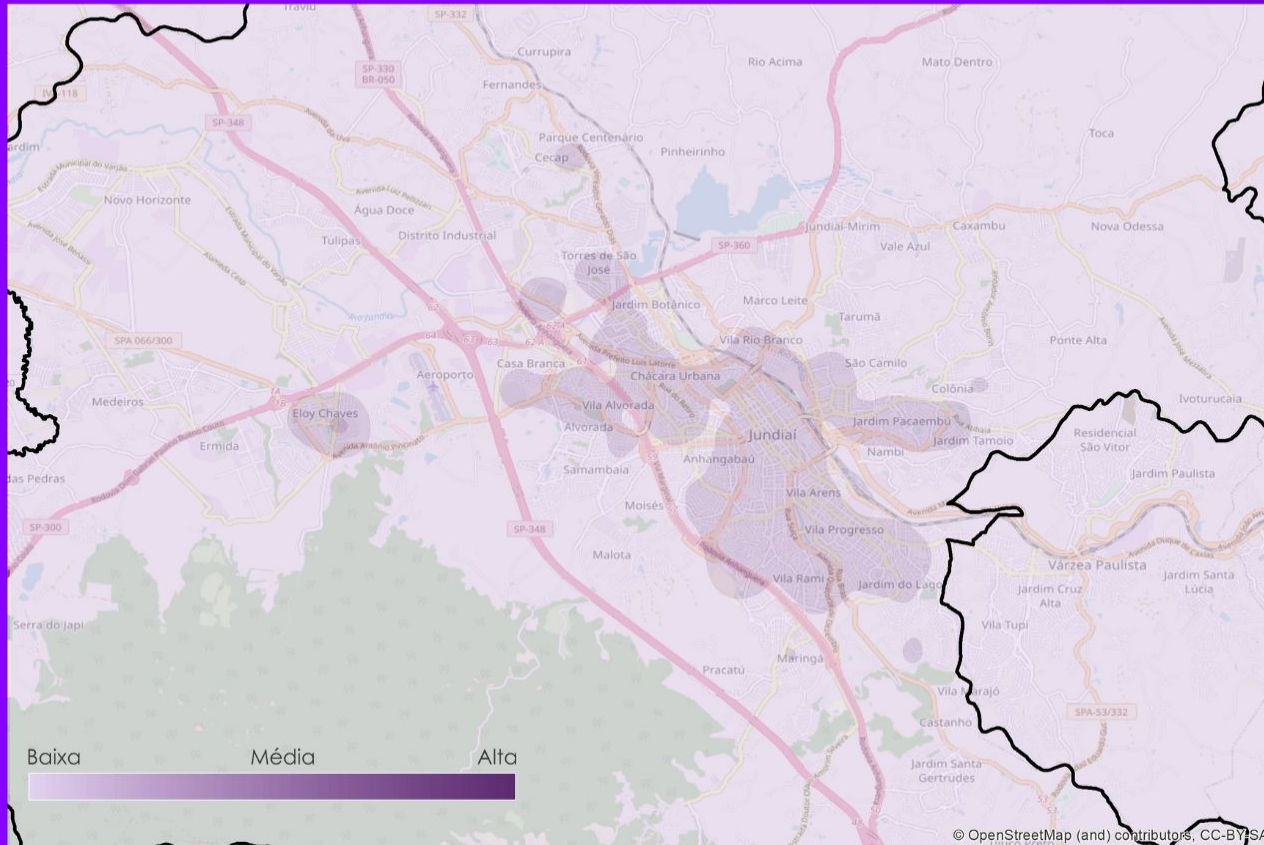
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE A



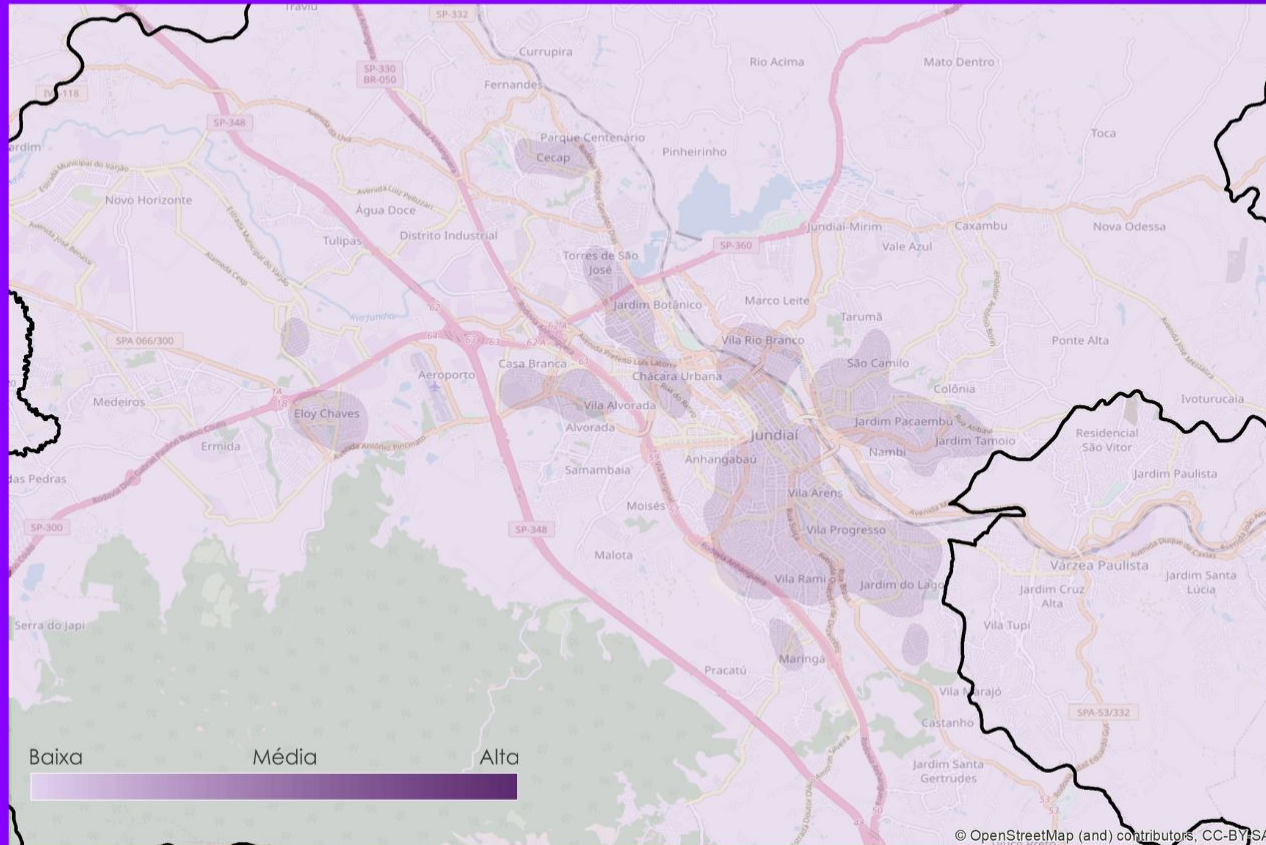
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE B1



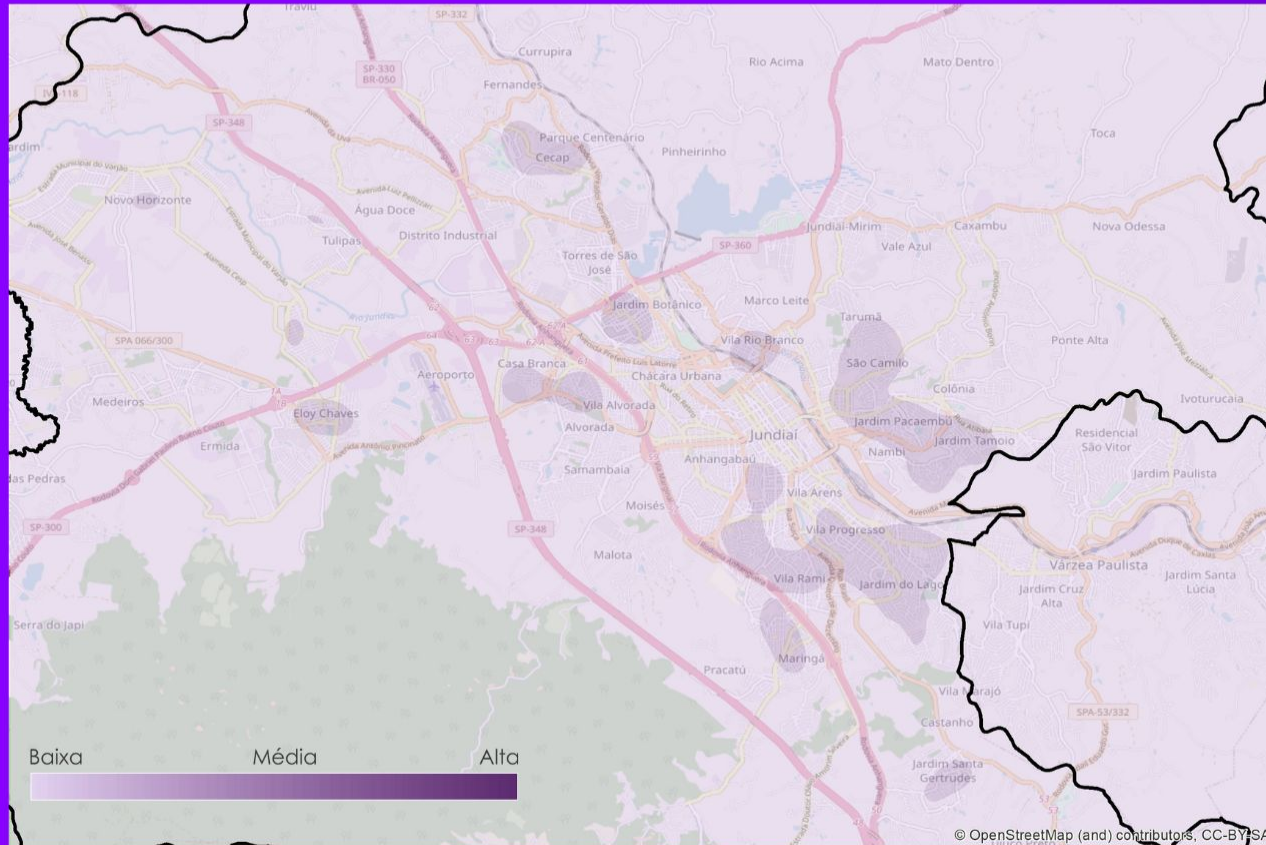
ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE B2



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE C1



ÁREAS COM MAIOR POTENCIAL DE CONSUMO DE CALÇADOS DA CLASSE C2





Alguns produtos de destaque no Natal

Entre os mais citados na pesquisa de rua, temos: vestuário; calçados e brinquedos.

E para o consumo dentro de casa, temos bebidas, carnes natalinas e panettone.

Equipe

Estatística

Gustavo Brusse

Geografia/ Marketing

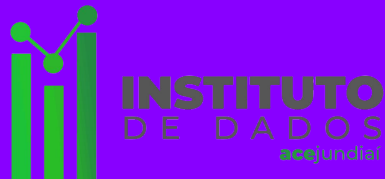
Ivan Shieh Basotti

Samuel Andrade

Especialista em varejo

Fernando Foster





(11) 3308 4300
imprensa@acejundiai.com.br



Data Science e Location Intelligence

www.noonly.com.br
samuel.andrade@noonly.com.br
(19) 99306-7822