



Giro/ Varejo

ANÁLISE DAS FESTAS DE FINAL DE ANO

Introdução

Datas comemorativas e feriados são grandes oportunidades para o varejo crescer suas vendas, aplicar novas estratégias de mercado e conquistar novos clientes. Pensando nisso, o Instituto Propague em parceria com a Linx, empresa do grupo StoneCo e especialista em tecnologia para o varejo, desenvolveu o Giro Varejo, o relatório que traz os principais resultados do setor em datas comemorativas e as principais tendências do comércio varejista.

Destaques

Com grandes expectativas de melhora nos resultados de vendas após uma breve frustração da Black Friday, o Natal e o Ano Novo repetem os números mornos do cenário geral do varejo. Assim como na Black Friday, **o comércio físico contou com uma leve queda**, mais especificamente de **1,4%** de acordo com os dados da Serasa Experian, em comparação à mesma época do ano de 2022. Porém, ao colocar uma lupa no comportamento do consumidor nessas datas comemorativas de final de ano, foi possível identificar quais segmentos conseguiram se destacar mesmo em meio a um panorama desafiador.

Os dias mais movimentados para os comerciantes neste final de ano foram, sem dúvidas, as vésperas. Na nossa

pesquisa, o Natal registrou picos de vendas entre os dias **22 e 23 de dezembro**, enquanto, para o Ano Novo, os dias **29 e 30 do mesmo mês** movimentaram as lojas. Prova disso é o segmento de calçados que, nesse período natalino, registrou um crescimento de **9%** no volume de itens vendidos e **17%** no valor total de compras transacionado quando comparado a 2022.

O fluxo também foi mais positivo para o **segmento de food**, tanto em restaurantes e delivery, quanto para os pequenos mercados locais e mercearias. Com a preparação das ceias de Natal e a garantia das comidas especiais para o jantar tradicional da virada do ano, os restaurantes e deliveries acompanharam um aumento de **6,5%** no valor total de pedidos na semana do Natal e **5%** na semana do Ano Novo.

Metodologia

Na segunda edição do Giro Varejo, iremos analisar como as festas de final de ano - Natal e Ano Novo - impactaram o varejo em 2023. Com base nos dados de clientes da Linx, identificamos os principais segmentos que conquistaram o consumidor neste final de ano e quais itens estiveram nos carrinhos de compras nas festividades. Para isso, analisamos as variações no período da **semana do Natal (16/12 a 25/12) e da semana do Ano Novo (26/12 a 31/12).**

Buscando oferecer uma visão diferenciada do merca-

do e resultados seguros e imparciais, todos os dados utilizados para gerar o relatório são desassociados de qualquer informação que possa identificar, direta ou indiretamente, os clientes (dados anonimizados).

Dessa forma, exploramos o perfil do consumidor brasileiro por meio dos resultados dos principais segmentos do varejo nacional que se destacaram em meio as confraternizações de 2023. Para isso, serão usados apenas os resultados do delta de variação em comparação aos períodos indicados.



Meios de pagamento

Cartão de crédito e Pix não param de crescer!

NATAL

ANO NOVO

Cartão de crédito é o melhor amigo das famílias brasileiras

O mês de **dezembro faturou**

90%

a mais por essa modalidade.*

Almoço, jantar e ceia?

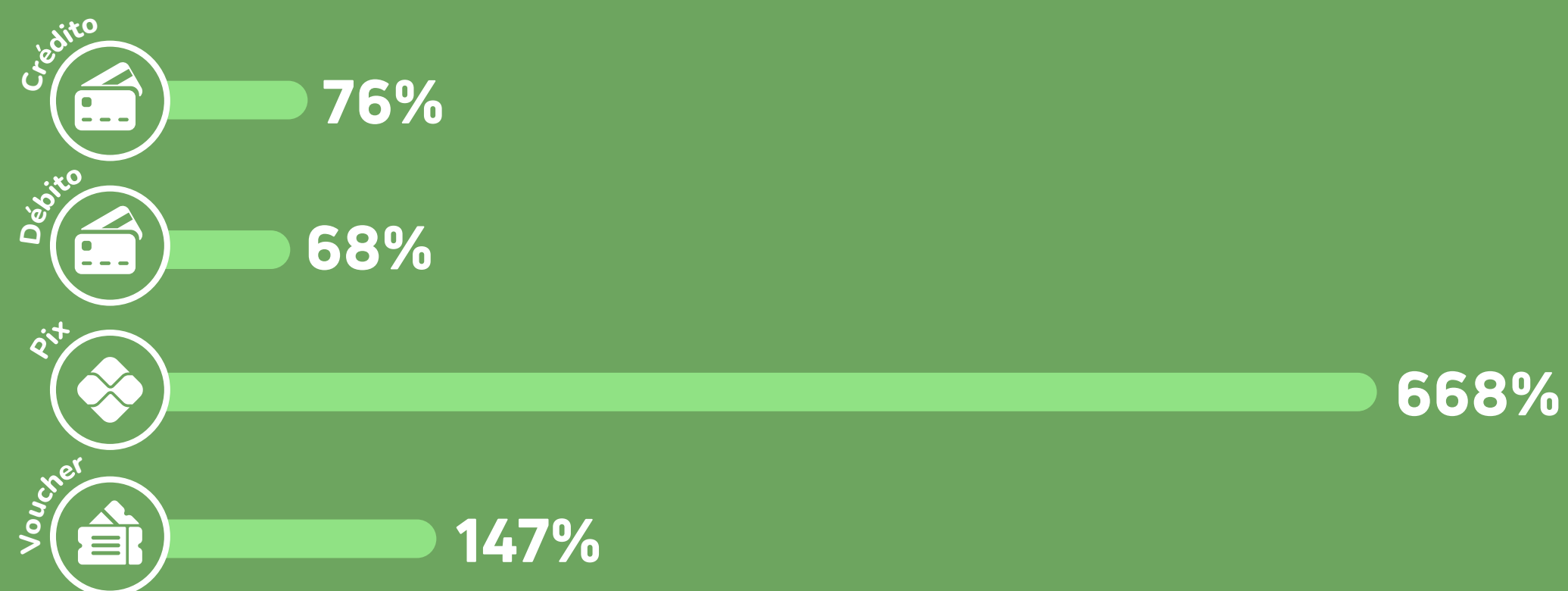
Voucher cresce no Natal

Os dias que antecedem a festa natalina registraram **crescimento no uso de voucher de**

73%

Vendas presenciais

Aumento do valor transacionado



Entre os dias 22 e 23 de dezembro, **o faturamento via Pix no varejo físico** teve um crescimento de

1044%

*em comparação ao mesmo período do ano anterior



Meios de pagamento

Cartão de crédito e Pix não param de crescer!

NATAL

ANO NOVO

Pix: do P2P para o P2B

Se antes o Pix era o favorito para as transações e pagamentos entre pessoas físicas (P2P), agora, o meio de pagamento tem sido protagonista nos pagamentos de pessoas para empresas (P2B), principalmente no varejo físico. De acordo com o Banco Central, em dezembro de 2020, o Pix na modalidade P2B representava apenas 6% das transações, mas, no segundo semestre de 2023, já representava **34% do total de transferências via Pix.**

Entre compras de Natal e Ano Novo, essa tendência se confirmou. Na semana do Natal foram **738% de compras realizadas via Pix** a mais em comparação ao mesmo período de 2022, enquanto no volume do total transacionado o **crescimento foi de 852%.**





Meios de pagamento

Cartão de crédito e Pix não param de crescer!

NATAL

ANO NOVO

Ceia natalina nas vésperas: brasileiros fazem uso de voucher na semana do Natal

O aumento dos preços, tanto nos produtos quanto nas refeições, tem desempenhado um papel crucial nas escolhas de pagamento durante as festividades de Natal e Ano Novo. Os dados revelam uma notável ascensão no uso de vouchers alimentação e refeição, especialmente durante a semana do Natal de 2023.

Uma pesquisa nacional realizada entre empresas de voucher revela que a semana do Natal é o grande momento para fazer as compras da ceia. Entre os entrevistados, a maioria contava com a semana das vésperas do Natal para realizar as compras e finalizar o jantar natalino.

E os dados da nossa pesquisa confirmam essa tendência. Entre o dia 16 e 25 de dezembro, as **compras realizadas via voucher** experimentaram um expressivo **crescimento de 70%** em comparação a 2022. Nos dias **24 e 25 de dezembro**, especificamente, o uso de vale alimentação e vale refeição disparou, registrando um **aumento de aproximadamente 127%**.





Food Service

Bares, restaurantes, deliveries e mercados são essenciais para a ceia de Natal

NATAL

ANO NOVO

A semana do Natal movimentou os restaurantes e deliveries. Foram

6,5%

de crescimento no **valor total comercializado!**

Nas vésperas, foram

4%

 e

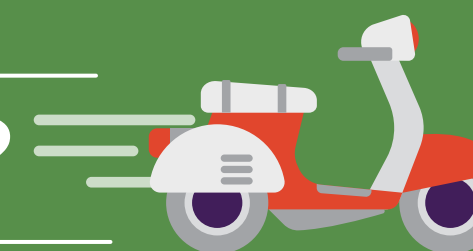
10%

a mais do **total de pedidos**

no **faturamento total**



Encomendou o jantar?



Entre o dia 24 e 25, restaurantes e deliveries registraram um crescimento no faturamento dos pedidos de

3%

Esqueceu um item para a ceia? O mercadinho te salva!

Nas vésperas do Natal, entre 22 e 23 de dezembro, mercados de proximidade e mercearias registraram um **faturamento 22% maior do que no ano anterior**, com um **ticket médio 20% maior**.

*em comparação ao mesmo período do ano anterior



Food Service

Bares, restaurantes, deliveries e mercados são essenciais para a ceia de Natal

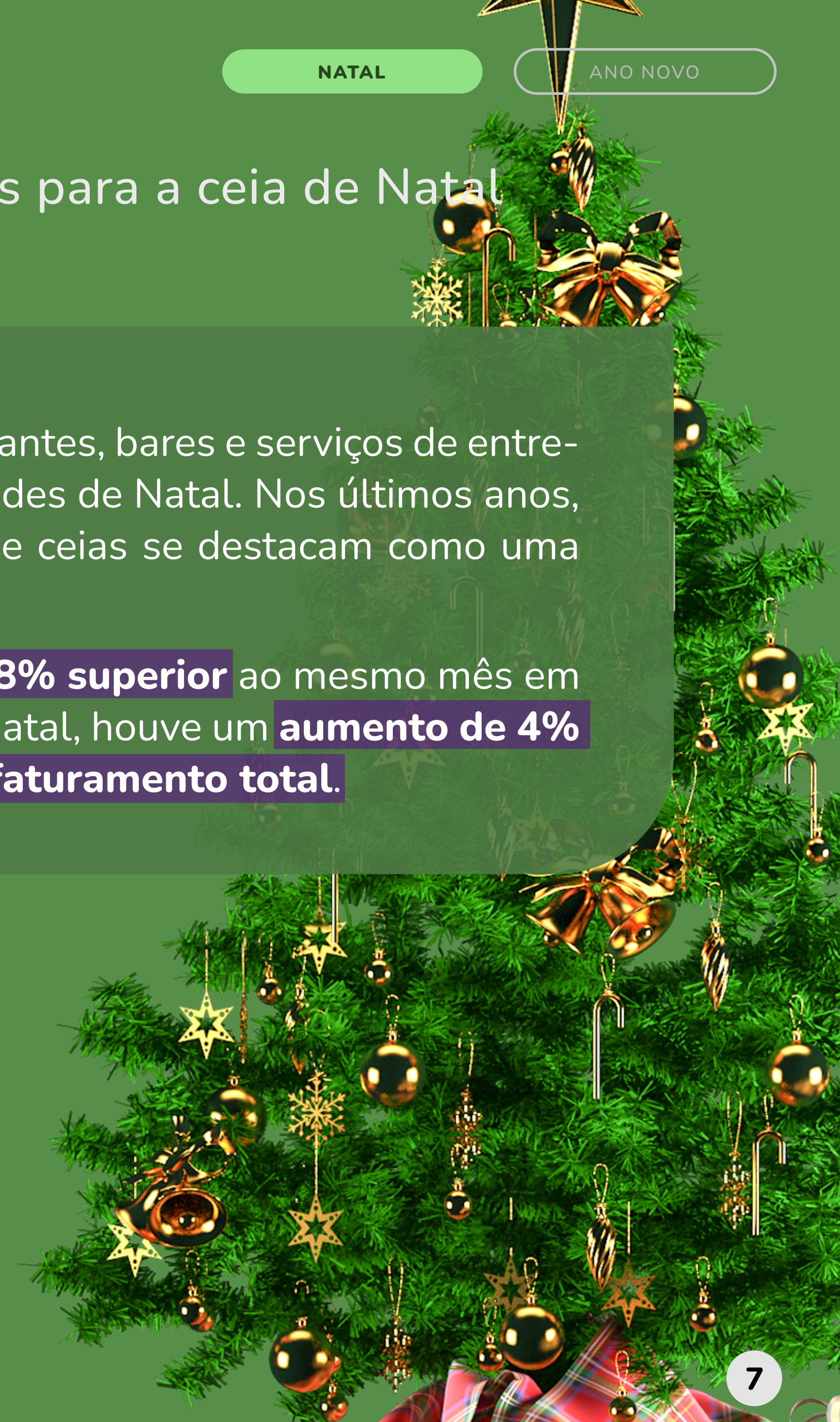
NATAL

ANO NOVO

Dezembro é o principal mês para o food service

O mês de dezembro se revela como um período estratégico e vital para restaurantes, bares e serviços de entrega, com uma série de fatores impulsionando o faturamento durante as festividades de Natal. Nos últimos anos, a busca por praticidade, restaurantes abertos no dia 24 e as encomendas de ceias se destacam como uma opção valiosa para celebrar a noite de Natal.

Em **dezembro de 2023, o faturamento do segmento de food service ficou 8% superior** ao mesmo mês em 2022. Já entre os dias **22 e 23 de dezembro**, os picos de venda da semana do Natal, houve um **aumento de 4% nas vendas convertidas** nesses estabelecimentos e um **aumento de 10% no faturamento total**.





Food Service

Bares, restaurantes, deliveries e mercados são essenciais para a ceia de Natal

NATAL

ANO NOVO

Varejo de proximidade cresce no Natal

Conveniências, padarias, mercados de bairro, mercearias e outros “pequenos varejos” são os estabelecimentos que compõem uma fatia do mercado que vem se consolidando nos últimos anos: **o varejo por proximidade**. De acordo com a Linx, desde antes da pandemia, o varejo de proximidade tem ocupado mais espaço nas preferências dos consumidores que buscam economizar tempo para realizar suas compras; além de atendimento personalizado e a praticidade de servir como ponto de reposição rápida para urgências e necessidades de última hora.

Essas características podem explicar o crescimento constante desse segmento em épocas de festividades no final do ano, em especial, o Natal. Quem nunca decidiu fazer uma sobremesa a mais para a ceia de última hora e viu que faltava o creme de leite na despensa de casa? Ou até mesmo precisou ligar para aquela distribuidora no quarteirão da sua casa para pedir mais gelo na véspera do Natal?

Na semana do Natal, **o faturamento desses estabelecimentos aumentou em 15%** quando comparado ao mesmo período do ano passado, já entre os dias **22 e 23 de dezembro o faturamento chegou a crescer em 22%!**





Lojas Físicas

Segmento de calçados registra bons resultados no final de ano

NATAL

ANO NOVO

Dezembro foi o mês dos calçados!



Ao contrário dos resultados desanimadores do varejo físico como um todo, o setor de calçados registrou aumento de

8%

na **quantidade de pedidos** e

16%

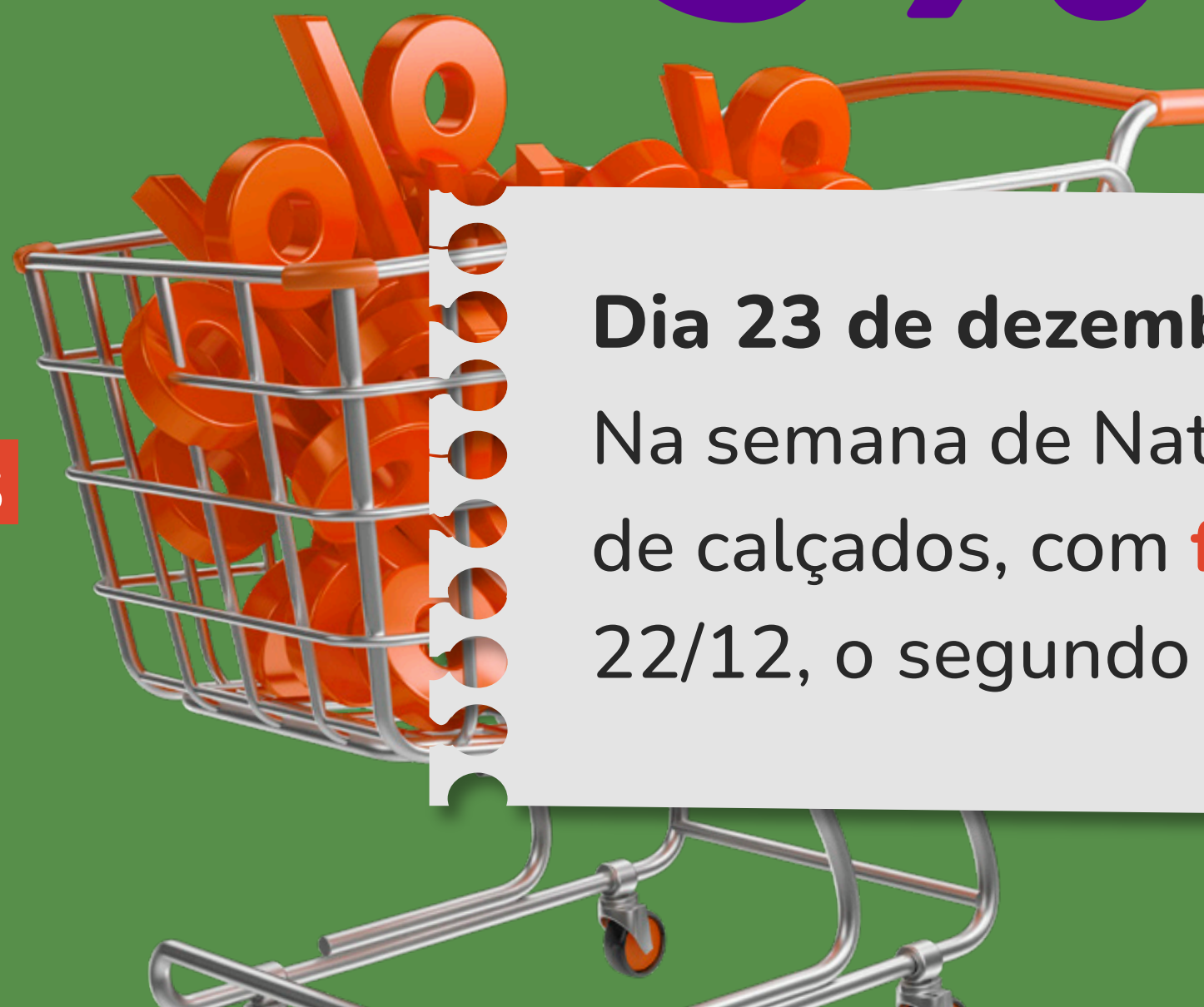
no **faturamento total do mês**

Presente de última hora?

Às vésperas do Natal, lojas de moda físicas tiveram uma diminuição no total de **pedidos efetuados**, mas, em comparação, as vendas de calçados cresceram

9%

Dia 23 de dezembro foi o grande dia de ir às compras! Na semana de Natal, o dia 23/12 foi o grande dia do setor de calçados, com **faturamento de 11% a mais** que no dia 22/12, o segundo principal dia de vendas da semana.





Lojas Físicas

Segmento de calçados registra bons resultados no final de ano

NATAL

ANO NOVO

Varejo online supera o físico, mas calçados continuam crescendo

O retorno dos consumidores às lojas físicas - seja na modalidade omni ou em lojas nativamente presenciais - era um fator de grande expectativa para que o varejo físico superasse os resultados da Black Friday e fechasse o ano com bons números. Porém, o movimento do varejo físico frustrou as projeções e retraiu, ao passo que o online surpreendeu e registrou números positivos.

Na primeira quinzena de dezembro, o comércio online registrou um aumento de 10,5% no número de pedidos e um aumento no faturamento de quase 9%. Já na semana do Natal, especificamente, a conversão de vendas aumentou em aproximadamente 8,7% e 13,5% a mais no faturamento.

Por outro lado, o varejo físico teve um fluxo mais conservador. Durante a **primeira quinzena de dezembro**, as lojas físicas registraram um bom resultado, com um **aumento de 5,8% nas vendas**. Porém, na semana do Natal e nas vésperas que normalmente são os dias de maior movimento e faturamento, os números retraíram.

Em meio a esse cenário, o segmento de calçados na modalidade presencial foi um respiro de alívio para os comerciantes. Isso porque, entre o dia 22 e 23 de dezembro, as vendas convertidas **aumentaram em 9%**, consequentemente gerando um **faturamento total 17% superior** ao mesmo período em 2022. O ticket médio nesses dias aumentou em 2%, colocando o segmento de calçados como uma esperança para o restante do varejo físico.



Meios de Pagamento

Pós Natal e Ano Novo registram o ápice do Pix e do Voucher

NATAL

ANO NOVO

Em comparação aos dias de pico de vendas no Natal, os **pagamentos em voucher** tiveram

11%

de aumento no pré Ano Novo.

O cartão de crédito permanece na liderança: entre 29 e 30 de dezembro, foram

105%

de **pedidos registrados** a mais que em 2022.

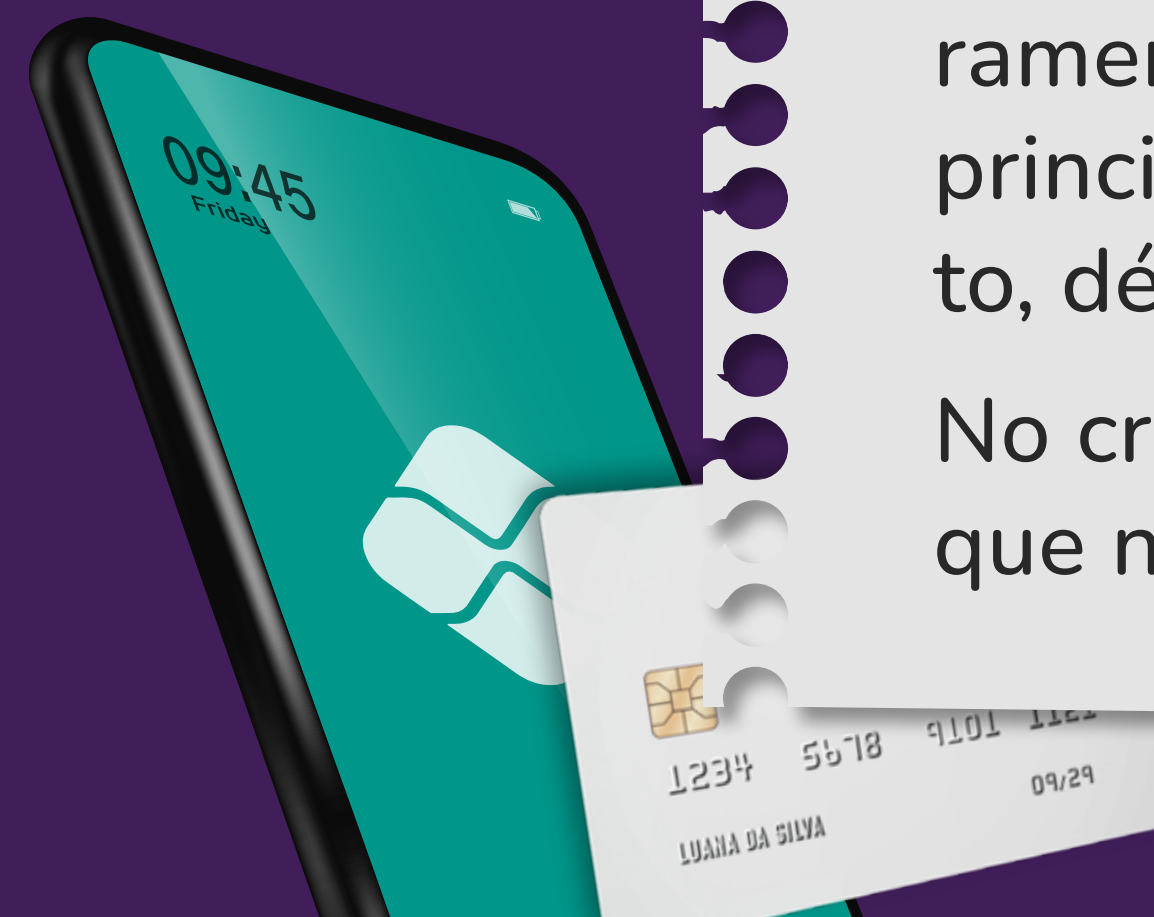
Superando o crescimento anual do débito, os pagamentos em Pix foram responsáveis por um aumento de

247%

do **faturamento do varejo físico** no dia 31 de dezembro, véspera do Ano Novo.

O dia **29 de dezembro** foi o dia de maior faturamento em valor transacionado entre as três principais modalidades de pagamento: crédito, débito e Pix.

No crédito, o faturamento foi **248% maior** do que no dia **31 de dezembro**, dia da virada.





Meios de Pagamento

Pós Natal e Ano Novo registram o ápice do Pix e do Voucher

NATAL

ANO NOVO

Crédito e voucher são aliados das famílias brasileiras no final de ano

Já acompanhamos que as festividades de final de ano são ótimos momentos para o food service e o varejo de proximidade - e isso por si só já poderia explicar o aumento do uso de vale alimentação e vale refeição como forma de pagamento. Contudo, alguns outros fatores como a proximidade das grandes compras de presentes no Natal e o aumento do preço de alguns itens podem também influenciar na preferência por esse meio de pagamento.

Como o cartão de crédito continua sendo o principal meio de pagamento para realizar compras de Natal, tanto no físico quanto no online, o comprometimento do limite pode ser um empecilho para o poder de compra para outras atividades das festividades. Assim, para garantir os itens da ceia e acompanhar todo o calendário de encontros de final de ano, o voucher se torna uma alternativa na escolha de pagamentos.

Pela pesquisa realizada pela empresa de benefícios VR, para o Natal de 2023, **60% dos entrevistados afirmaram recorrer aos vouchers para realizar compras de itens alimentícios**, 30% afirmaram utilizar o cartão de crédito e aproximadamente 10% preferem o Pix. E, nos dias pós Natal, os resultados corroboram essa análise.

Em todo o mês de dezembro, o **valor transacionado total por meio de voucher foi 65% maior** do que em comparação a 2022. Contudo, **na semana pré Ano Novo, o faturamento por meio de vale alimentação e vale refeição chegou a ser 102% superior** e, na própria noite do dia **31 de dezembro, os números ainda aumentaram em 39% no faturamento** ante o mesmo período do ano passado.

1234 5678 9101 1121
LUANA DA SILVA 09/29



Food Service

Superstição, tradições e jantar da virada: Ano Novo movimentou o segmento food service

NATAL

ANO NOVO

Variação dos preços influencia ticket médio de pequenos mercados.

Na semana do Natal, o **ticket médio** cresceu em

15%

Ao passo que na semana pós Natal o **aumento registrado** foi de

15,3%

Mercadinhos locais continuam bombando!



Na semana pós Natal, o **faturamento de mercados de proximidade** aumentou em

13%

Bares, restaurantes e delivery ganham força com comemorações e confraternizações

O dia 31 de dezembro teve uma **queda de -6% no faturamento total** em comparação a 2022, mas entre os dias 29 e 30 de dezembro, esses pontos de vendas **faturaram 8%** a mais.





Food Service

Superstição, tradições e jantar da virada: Ano Novo movimentam o segmento food service

NATAL

ANO NOVO

Confraternizações de fim de ano movimentam food service

O final de ano é comumente bom para o segmento de food service, em especial, o Natal por conta da encomenda de ceias, jantares com a família, e até o famoso take out - que nada mais é do que levar a comida do restaurante para casa.

Mas existe um fator que movimentam bastante esse setor: **as confraternizações de final de ano**. Seja com os amigos, equipe do trabalho ou até mesmo familiares, as reuniões para celebrar o encerramento do ano são responsáveis por um aumento considerável no faturamento e fluxo desses estabelecimentos. De acordo com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), bares e restaurantes são os principais alvos dos clientes.

Os dados da semana pós Natal e pré Ano Novo corroboram a análise. Com o próprio dia 31 de dezembro registrando baixa no faturamento em comparação a 2022, os números da semana mostraram que as confraternizações impactaram o movimento do caixa, com **5% a mais no valor transacionado ante o mesmo período do ano anterior**.





Food Service

Superstição, tradições e jantar da virada: Ano Novo movimentou o segmento food service

NATAL

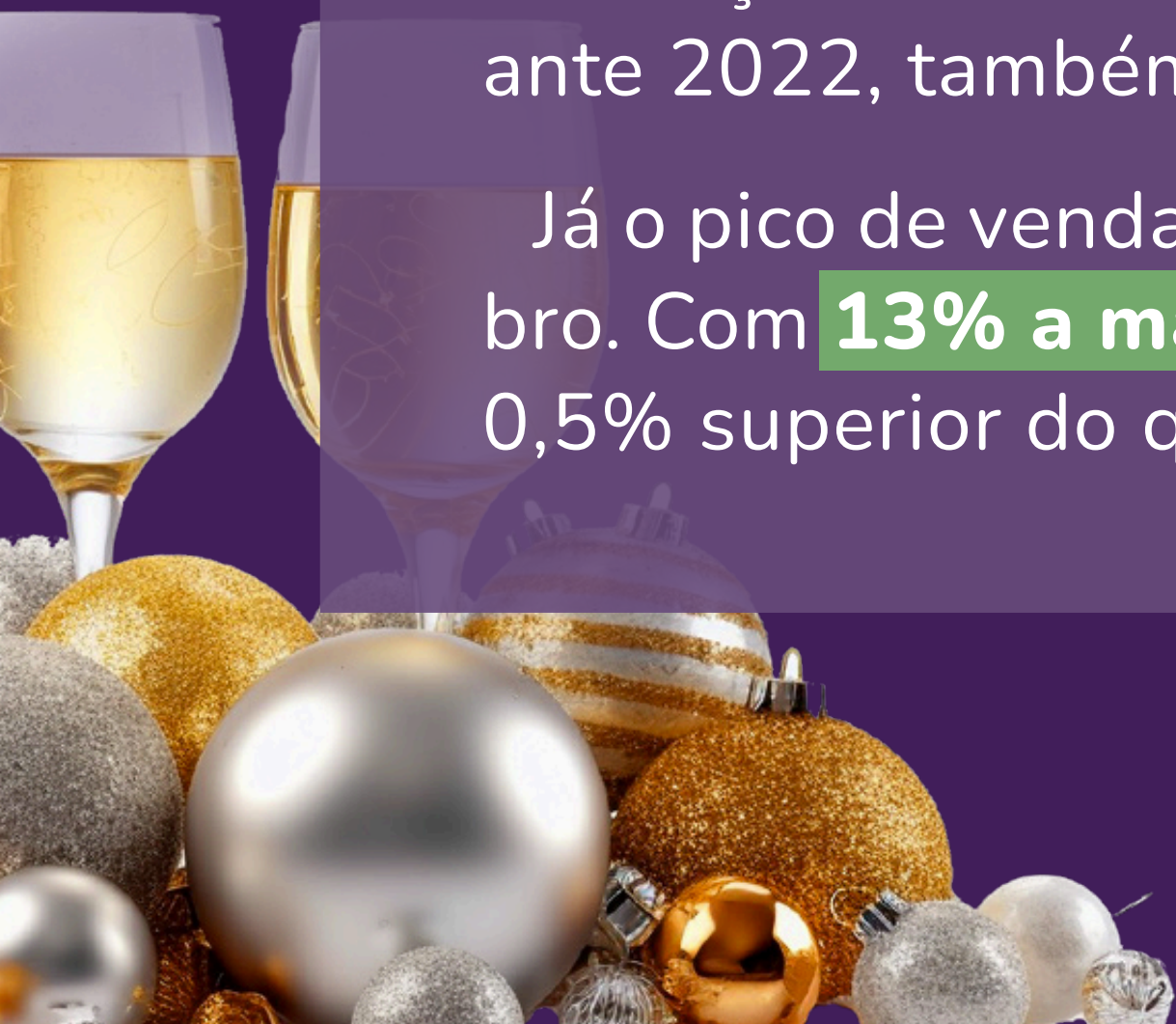
ANO NOVO

12 uvas em 12 segundos? Varejo de proximidade salvam compras de última hora

Entre a correria do Natal e as preparações para a virada do ano, os estabelecimentos que compõem o varejo de proximidade como mercadinhos, mercearias e conveniências aparecem como a solução para os simpatizantes de última hora que buscam por itens que não podem faltar na mesa das famílias brasileiras, como a lentilha e as uvas, por exemplo. Além da praticidade e facilidade graças à proximidade, a modernização dessa modalidade de varejo com soluções digitais e soluções omni, ganha a atenção e preferência do consumidor em meio às demandas de festividades.

Na **semana pré Ano Novo**, o valor total transacionado por esses estabelecimentos foi **13% a mais do que em 2022**. Além disso, o aumento do preço de itens como o espumante que, de acordo com o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) e o Índice de Preços dos Supermercados (IPS), subiu cerca de 3,5% ante 2022, também influenciou no aumento do ticket médio em 15%.

Já o pico de vendas do varejo de proximidade foi registrado no último laço, entre os dias 29 e 30 de dezembro. Com **13% a mais no faturamento de caixa**, esses dias ainda contaram com um valor transacionado de 0,5% superior do que nos mesmos dias de pico na semana do Natal, nos dias 22 e 23 de dezembro.





Lojas físicas

Moda ainda retrai, mas calçados supera as expectativas

O pós Natal dos calçados surpreende!



Entre os dias 29 e 30 de dezembro, o **faturamento de lojas de calçados** atingiu um aumento de

5%

Compras de última hora ajudam os lojistas

Sexta-feira 

29 de dezembro, foi o **grande dia** para o segmento calçadista. Foram

33%

a mais de **faturamento** do que no sábado, dia 30 de dezembro.





Lojas físicas

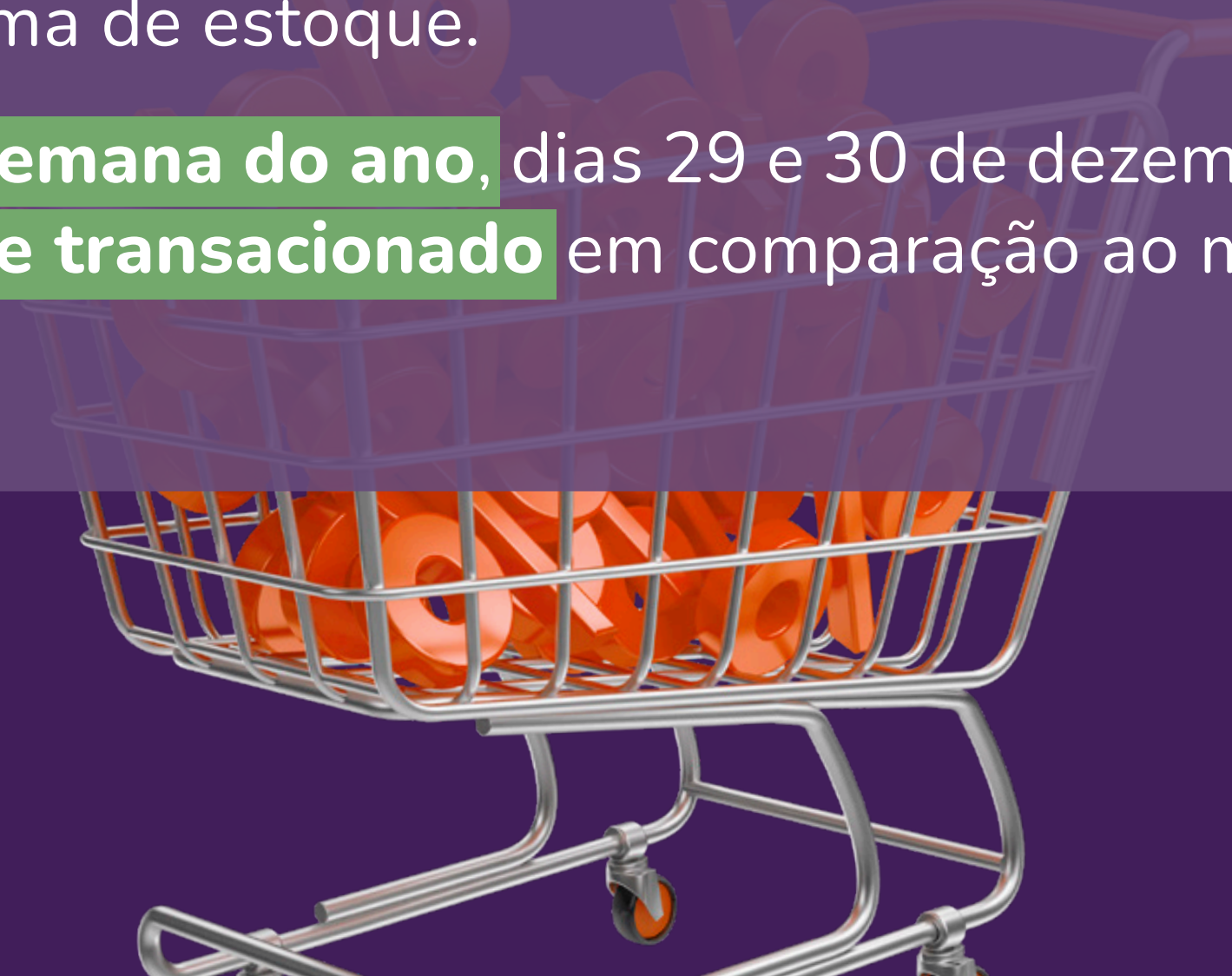
Moda ainda retrai, mas calçados supera as expectativas

Promoções e queimas de estoque movimentam o varejo

Passado o Natal, os lojistas têm uma nova oportunidade de fechar o mês com um faturamento maior e mais vendas convertidas em seus sistemas. Principalmente para o varejo físico, o período pós Natal é o momento em que centenas de consumidores vão aos shoppings para realizar trocas de presentes e aproveitar as promoções de queima de estoque do Natal para garantir os melhores preços - ou até mesmo comprar os presentes esquecidos.

O segmento calçadista - o grande destaque do varejo físico nesse fim de ano - registrou números positivos nesse período. De acordo com a Linx, a procura por calçados experimentou um aumento significativo nesta época do ano, impulsionada por motivações diversas, desde as demandas sazonais até a estratégia de mudança de coleção e promoções de queima de estoque.

Entre **sexta e sábado da última semana do ano**, dias 29 e 30 de dezembro, os lojistas de calçados registraram um **aumento de 5% no volume transacionado** em comparação ao mesmo período de 2022.





Postos de Gasolina

Feriado de Ano Novo movimentou postos de combustíveis

NATAL

ANO NOVO

Em dezembro, motoristas foram aos postos e geraram um aumento de

40%

nas compras de etanol.

Entre a semana pré Natal e a semana pré Ano Novo, os dias 26 de dezembro e 31 de dezembro registraram

25%

a mais de compras em etanol.

Sextou! Dia 29 de dezembro foi o dia que mais brasileiros encheram seus tanques



Posto de Gasolina



Somente na sexta-feira foram quase **2 milhões de litros de gasolina vendidos**, gerando uma receita 8% maior do que no sábado, 30/12.



Postos de Gasolina

Feriado de Ano Novo movimentou postos de combustíveis

NATAL

ANO NOVO

Pé na estrada: brasileiros enchem o tanque com etanol e aproveitam o fim de ano

Depois de um 2022 com poucos feriados prolongados, 2023 agraciou os brasileiros com boas oportunidades para viajar nessas datas e é claro que no Ano Novo não seria diferente. Somente na BR-116, a maior rodovia do país, de acordo com a Concessionária do Sistema Rodoviário Rio-São Paulo (CCR RioSP), eram esperados cerca de **500 mil veículos em deslocamento entre os dias 28 e 29 de dezembro para curtir a festa de Réveillon.**

O movimento nos postos de gasolina acompanha esse fluxo pelas estradas e rodovias do país. No mês de dezembro, o etanol foi o combustível que registrou maior crescimento entre as opções disponíveis nas bombas - com crescimento de 40% no volume de litros vendidos. Entre os dias de pico da semana pré Ano Novo, 29 e 30 de dezembro, foram 42% a mais de litros de etanol vendidos.



Conclusão

Contrariando a expectativa de sequência no crescimento que as festas de fim de ano em 2022 trouxeram para o varejo, o ano de 2023 ficou marcado por resultados mornos nas grandes datas do comércio. A projeção para o Natal, em especial, era de recuperação após os resultados que desagradaram os lojistas em novembro com a Black Friday, mas, salvo a pequena variação positiva das vendas digitais, a retração no setor marcou o final de 2023.

Porém, os destaques no setor de calçados, food service, varejo de proximidade e postos de gasolina indicam que

há espaço para melhorias. De acordo ainda com a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), a projeção para o varejo em 2024 é de crescimento.

A expectativa é que o cenário macroeconômico auxilie na retomada do poder de compra dos consumidores e no caixa dos lojistas. Com iniciativas para reduzir o endividamento das famílias brasileiras, a redução da inflação e o aumento do salário mínimo, é esperado que o poder de compra dos brasileiros aumente e que 2024 seja um ano menos desafiador para o varejo.

Linux 



instituto
Propague