



Natal 2025

IBEVAR

FiA BUSINESS
SCHOOL

Objetivo



Medir a temperatura das vendas de Natal a partir do monitoramento das disposições de compra de produtos recorrentemente demandados nesse período.

Produtos

Boneca	Jogos de Tabuleiro	Carrinho	Drone	Videogame	Lego	Quebra-cabeça	Pelúcia
Patins	Bicicleta	Patinete	Camiseta	Vestido	Biquini	Camisa	Bermuda
Blusa	Cueca	Meia	Lingerie	Mochila	Smartphone	Relógio	Iphone
Bolsa	Carteira	Fones de Ouvido	Caixa de Som	Kindle	Maquiagem	Perfume	Creme
Cesta de Natal	Vinho	Panetone	Chocolate	Pernil	Peru	Tender	Livros
Streaming	Geladeira	Freezer	Micro-ondas	TV	Fogão	Arvore de Natal	Pisca

Período das Festas de Fim de Ano



Com o advento da promoção Black Friday as vendas de Natal naturalmente passaram a ser afetadas pela antecipação das compras motivada pelos estímulos advindos da referida promoção. Desse modo para avaliar as disposições de compra no Final de Ano deve-se considerar o período de novembro a dezembro (antes do Natal).




Considerações sobre a Black Friday

A **Black Friday 2025** foi marcada por:

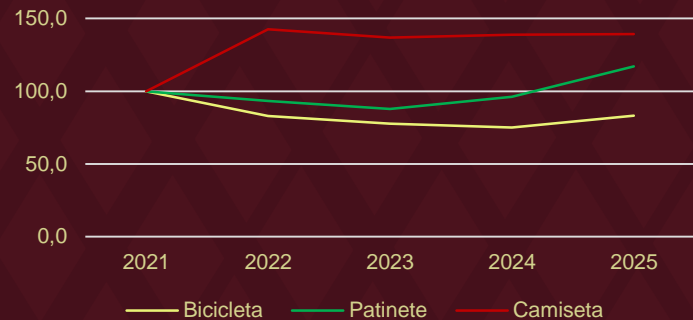
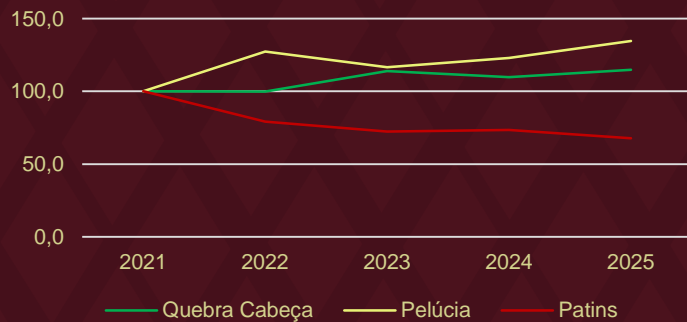
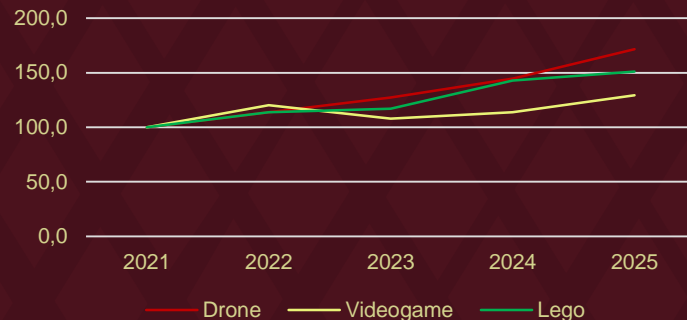
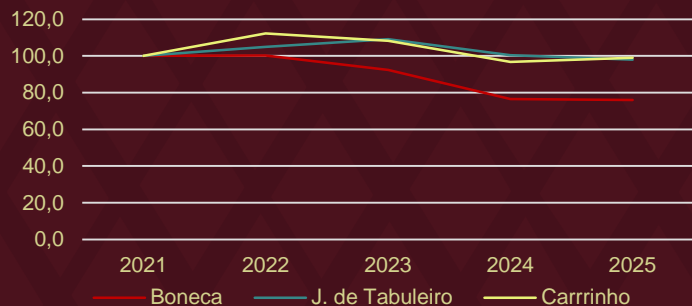
- **Baixa intensidade promocional percebida;**
- **Redução significativa no volume de intenção de compra;**
- **Consumidor mais cauteloso, seletivo e racional**

Em resumo, o cenário refletiu **um novo ciclo de comportamento de consumo**, menos impulsionado por grandes campanhas de desconto e mais influenciado por fatores **macroeconômicos e de credibilidade da promoção**.



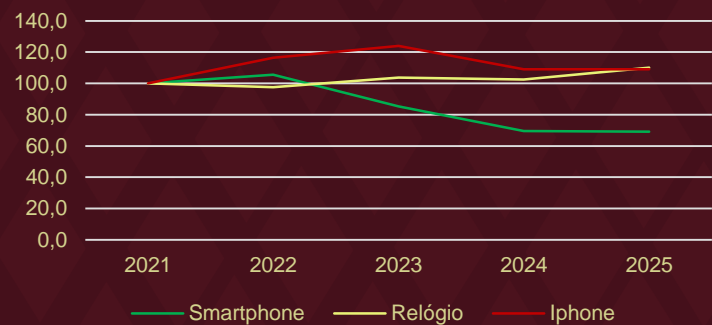
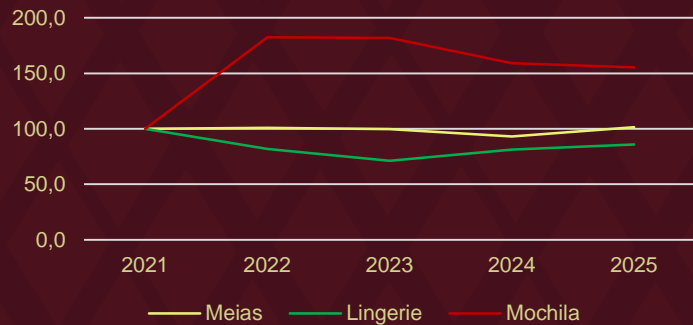
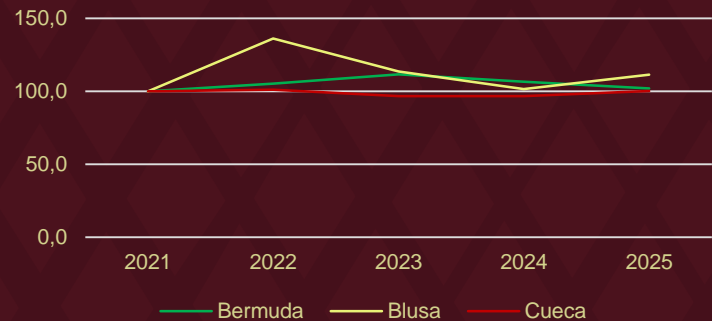
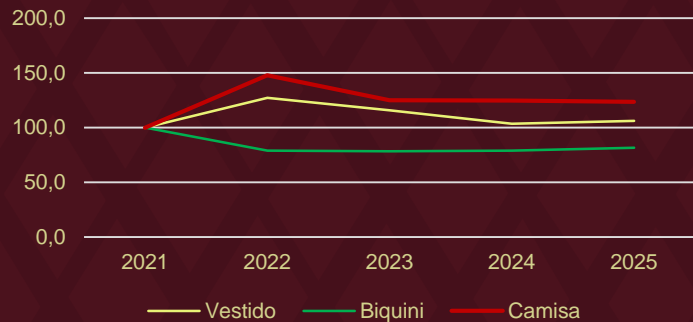
Tendências por Linha de Produto

2021-25



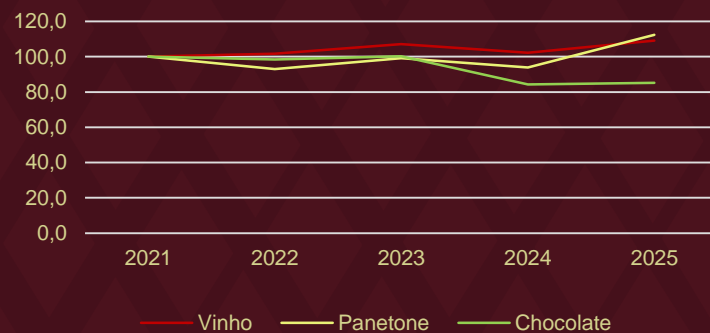
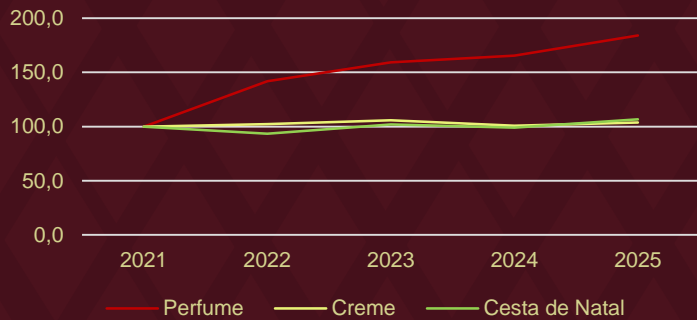
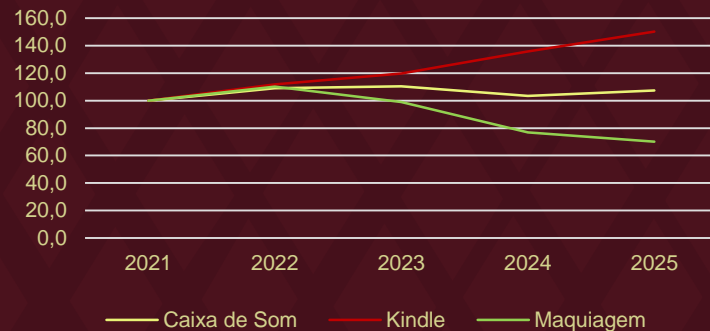
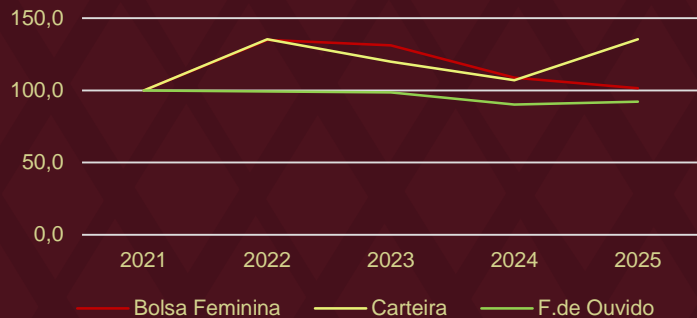
Tendências por Linha de Produto

2021-25



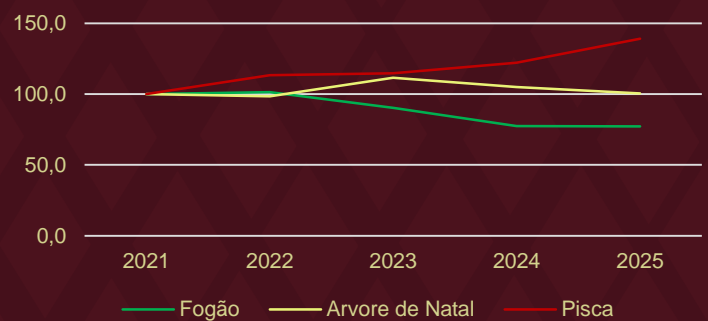
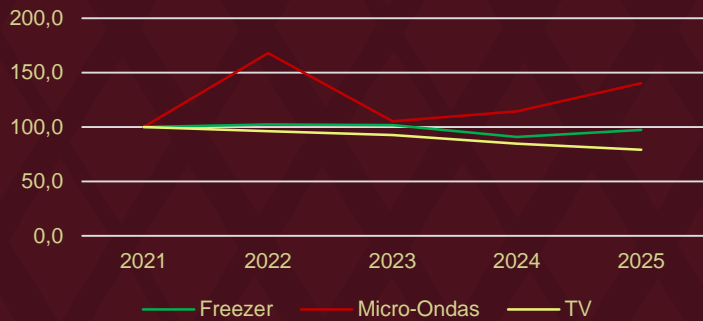
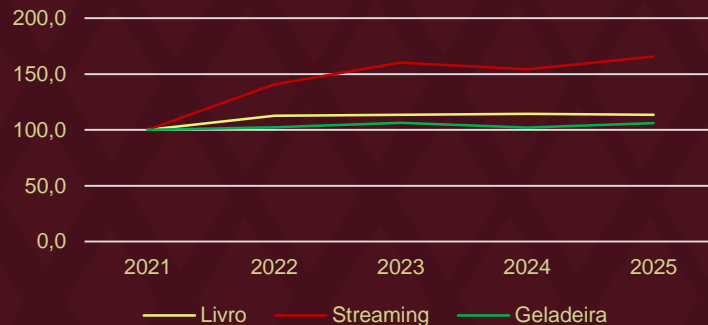
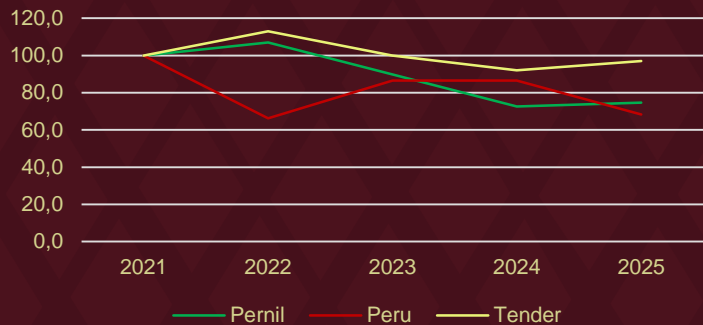
Tendências por Linha de Produto

2021-25



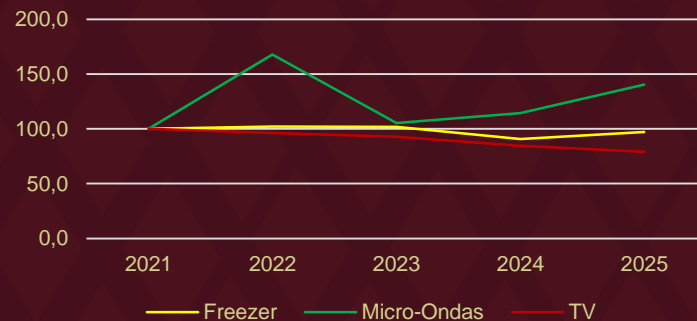
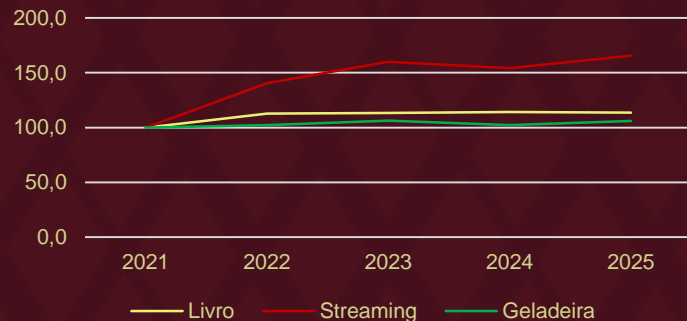
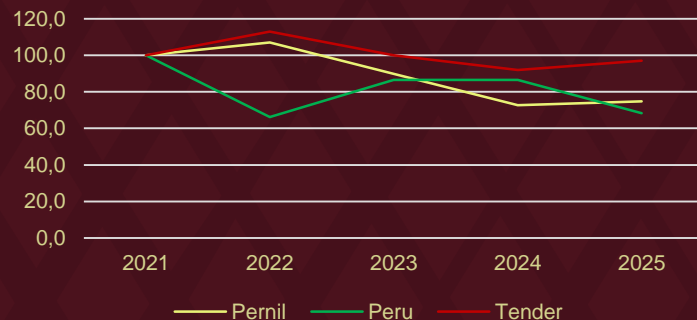
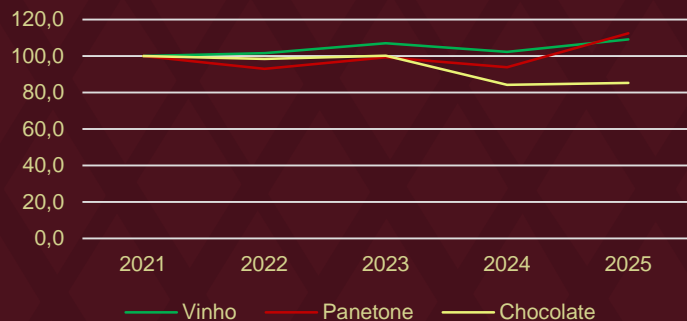
Tendências por Linha de Produto

2021-25



Tendências por Linha de Produto

2021-25



Resumo das Tendências 2021-25

Movimento	Número de Produtos	%
N - Retração	14	29,0
E - Estável	1	2,0
P – Crescimento	33	69,0
Total	48	100,0

Resumo das Variações 2024-25

Movimento	Número de Produtos	%
N - Retração	7	14,5
E - Estável	32	66,7
P - Crescimento	9	18,8
Total	48	100,0

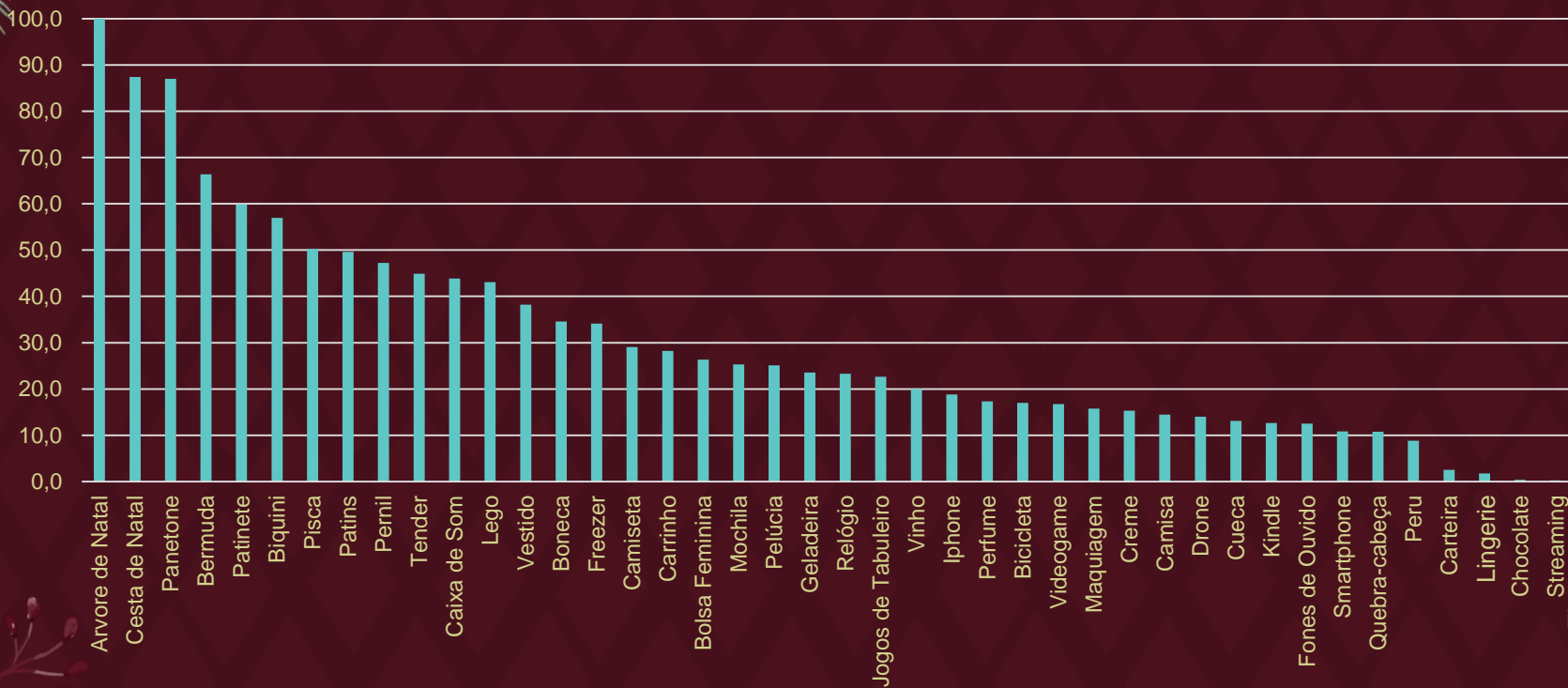
Tendência 2021-25 e Variação 2024-25

Primeira Posição: Tendência 2021-25 | Segunda Posição: Variação 2024-25

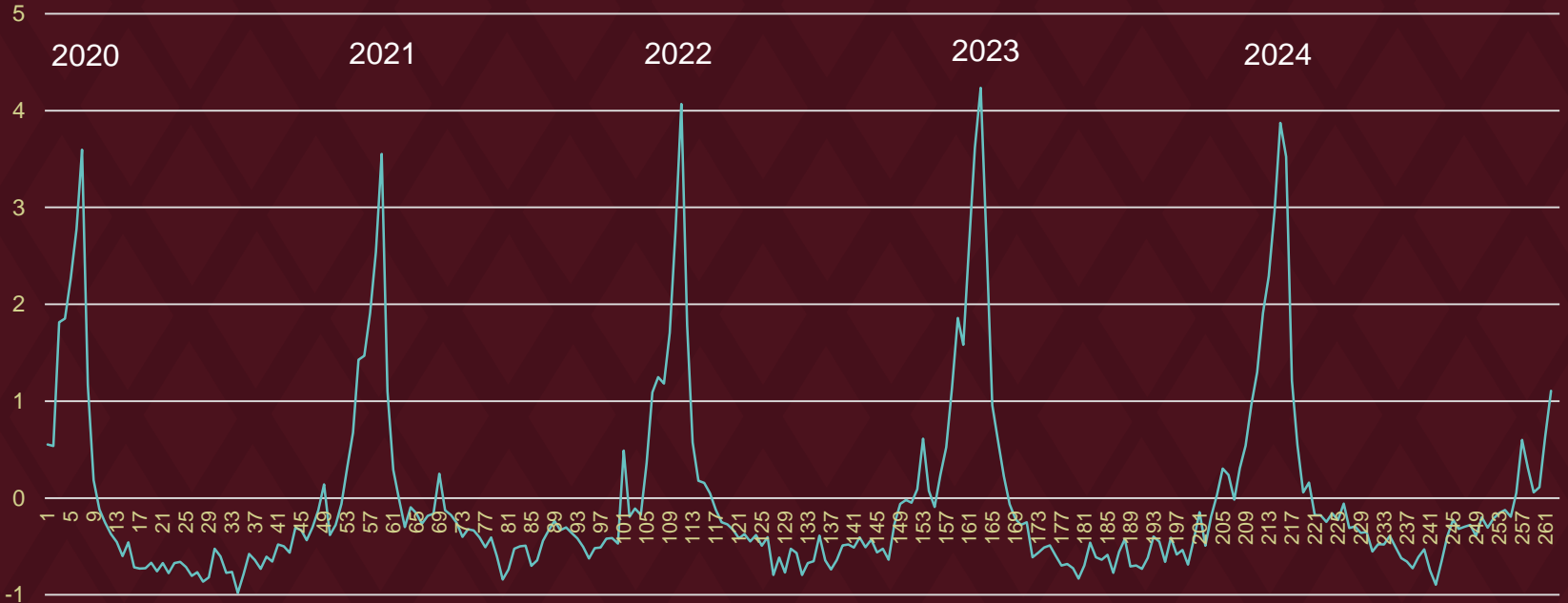
Tendência 2021-25 e Variação 2024-25	Número de Produtos	%
PP	9	18,8
PN	0	0,0
PE	0	0,0
NP	2	4,2
NN	5	10,4
NE	0	0,0
EP	22	45,8
EN	9	18,8
EE	1	2,1
Total	48	100,0

P = Crescimento; N = Retração; E = Estável

Importância dos Produtos na Explicação das Vendas de Natal



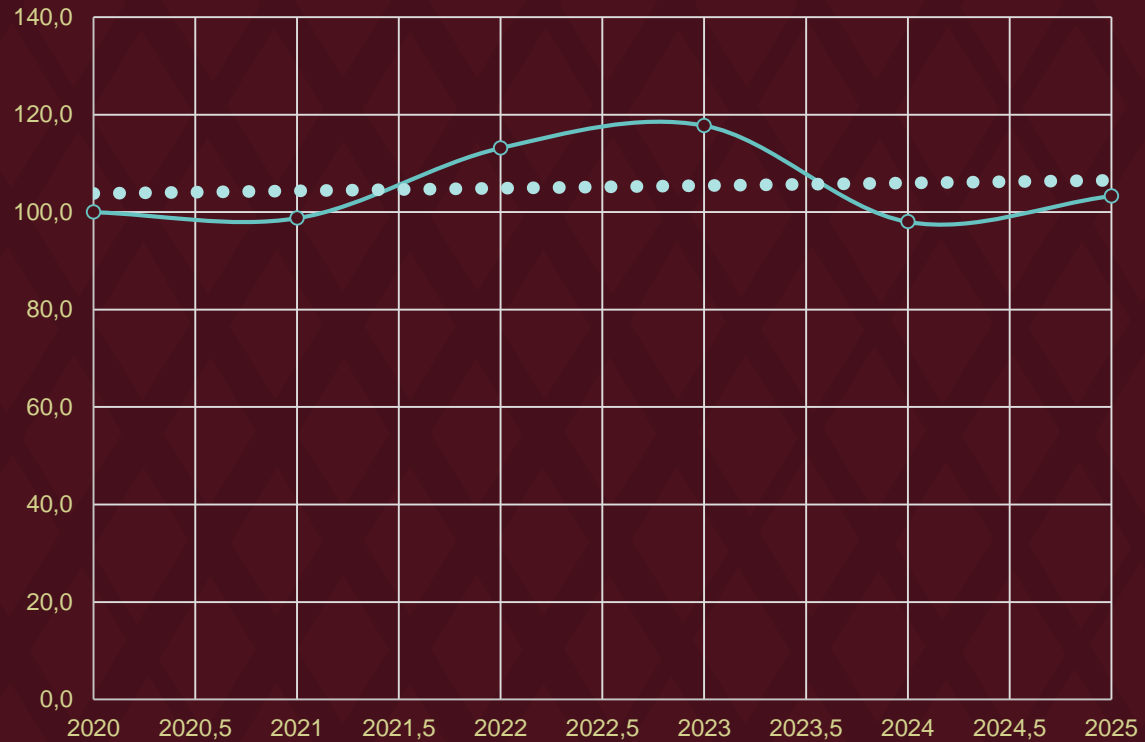
Varição Mensal das Vendas



Os picos representam as vendas no período de Natal

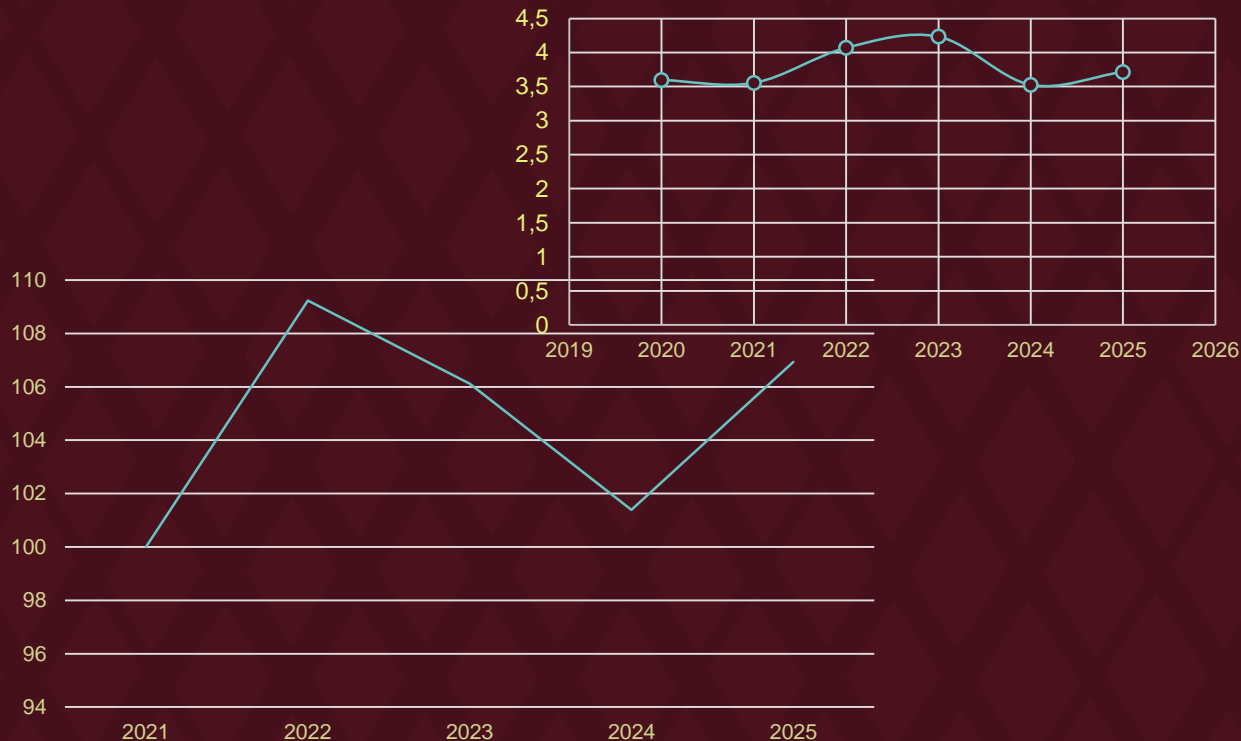
Índice Geral de Vendas - Natal

Ano	Índice
2021	100
2022	109,2
2023	106,1
2024	101,4
2025	106,9



Índice Geral de Vendas - Natal

Ano	Índice
2021	100
2022	109,2
2023	106,1
2024	101,4
2025	106,9




Crescimento 2024 -25 = 5,4%

Variáveis Macroeconômicas



Variáveis	2024	2025
Endividamento das famílias	100	101
Taxa Média de Juros para PF	100	110
Massa Real de Pagamentos	100	106
Rendimento Médio Real	100	106




Conclusões



O índice geral de vendas para o Natal em 2025 é de 106,9, indicando um crescimento em relação a anos anteriores, com uma taxa de crescimento projetada de 5,4% de 2024 a 2025.




A Black Friday de 2025 mostrou uma retração na intensidade do apelo promocional. O consumidor está se tornando mais cauteloso e seletivo. Isso deve favorecer as vendas de Natal.




Para 69% dos produtos identifica-se crescimento (2021-25) no período natalino.





Para 85,5% dos produtos estima-se estabilidade em relação à 2024 (66,7%) ou crescimento (18,8%)



Esse crescimento se explica: a) retração dos interesses na Black Friday; b) apesar dos juros altos e endividamento das famílias a massa real de rendimentos cresceu 6% 2024-25 e a renda real média também subiu 6%

