



Intenção de Compras para o Natal 2023

Outubro / 2023



METODOLOGIA



Público alvo: Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem comprar presentes para o Natal.



Método de coleta: pesquisa realizada via web e pós-ponderada por sexo, idade, estado, renda e escolaridade.



Tamanho amostral da Pesquisa: 755 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes no Natal. Em seguida, continuaram a responder o questionário 633 casos, que tinham a intenção de comprar presente no Natal. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,6 p.p e 3,9 p.p para um intervalo de confiança a 95%.



Data de coleta dos dados: 19 a 27 de outubro de 2023.

Obs.: Ao longo do relatório alguns gráficos não fecham em 100% devido ao arredondamento dos valores e/ou respostas múltiplas.

OBJETIVOS DO ESTUDO

- Mapear a intenção de compras para presentear terceiros e a si mesmo no Natal de 2023;
- Identificar características dos presentes (produtos, quantidade, ticket médio, pagamento, local e período de compra, etc);
- Investigar fatores que influenciam a escolha dos presentes.



Intenção de presentear no Natal 2023

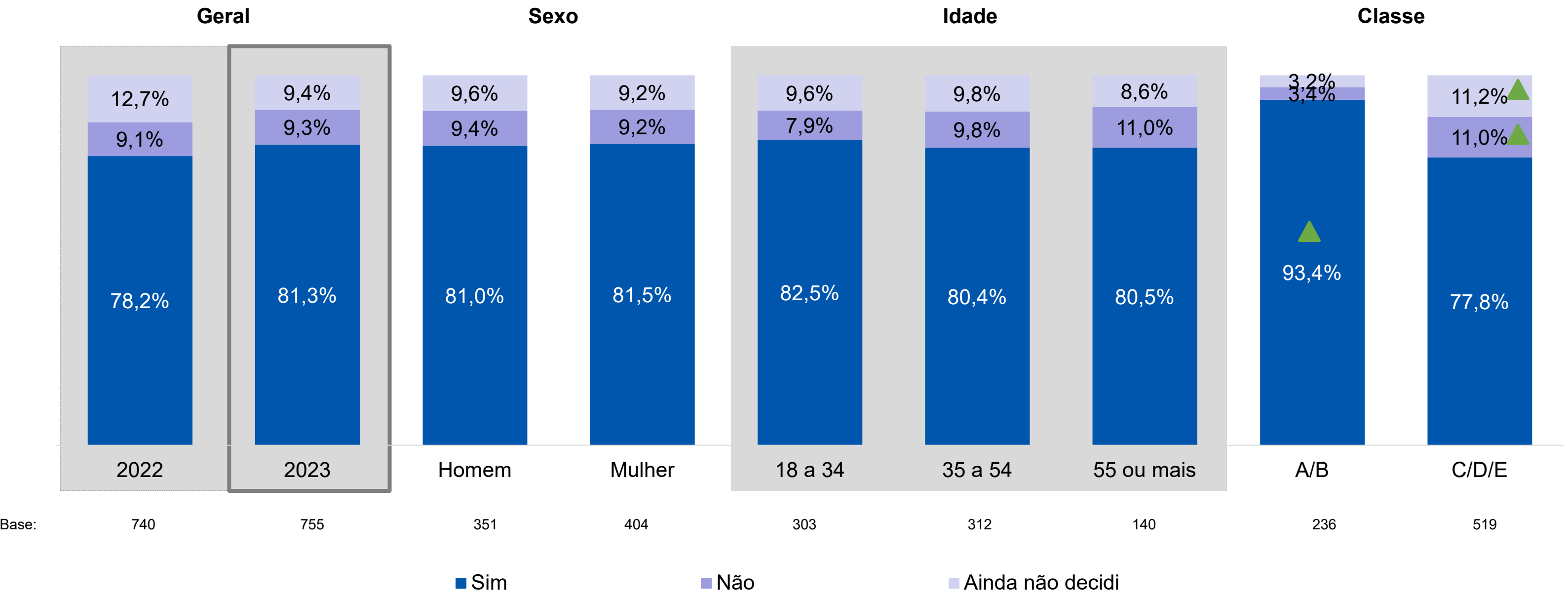


INTENÇÃO DE PRESENTEAR NO NATAL

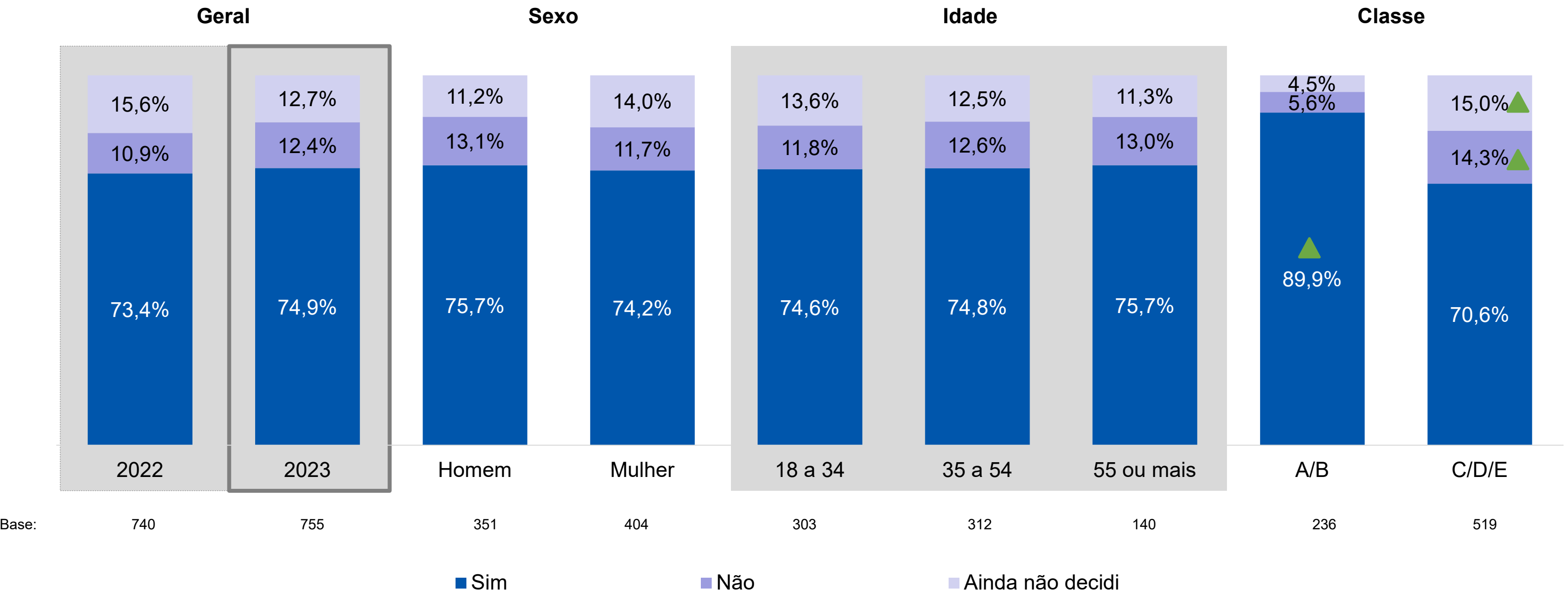
- 81% pretendem presentear outras pessoas e/ou a si mesmo no Natal deste ano.
- 75% pretendem dar presente(s) para outras pessoas no Natal deste ano. Estima-se que 122,4 milhões de pessoas devem ir às compras de presentes este ano.
- 64% pretendem comprar presentes para si mesmo neste Natal. Estima-se que 104,6 milhões de pessoas devem ir às compras neste ano com o objetivo de se auto presentear.
- Os principais presenteados serão os filhos (60%), a mãe (48%), o cônjuge (44%) e o irmão(a) (28%).
- Quem receberá o presente mais caro: 29% o(s) filho(s), 19% darão o cônjuge e 15% à mãe.
- Em média, os consumidores pretendem comprar 4 presentes no Natal e o ticket médio será de R\$138. Com isto, estima-se movimentar na economia aproximadamente R\$ 74,6 bilhões em vendas.
- Os produtos mais procurados para presentear serão: roupas (60%), perfumes/cosméticos (37%), calçados (36%), brinquedos (33%) e acessórios (21%).

PRETENDE PRESENTEAR TERCEIROS OU A SI MESMO(A) NO NATAL DE 2023:

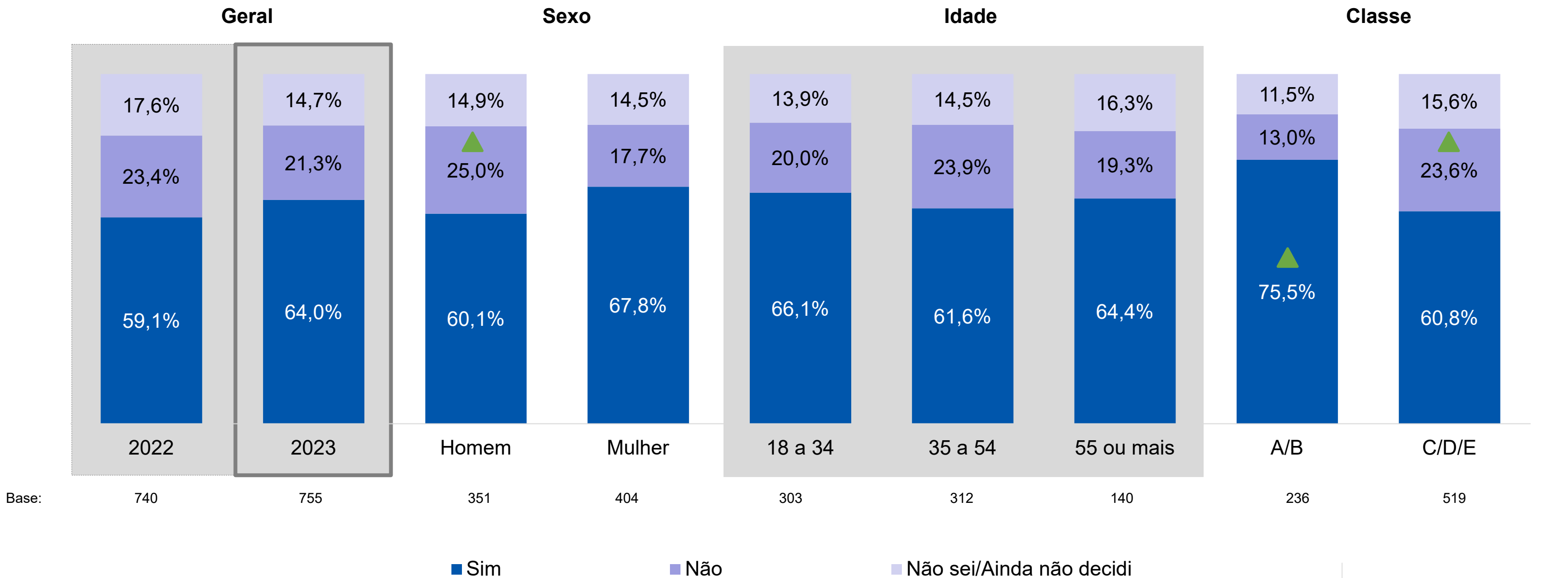
81% pretendem presentear outras pessoas e/ou a si mesmo no Natal deste ano (principalmente classes A/B). Estima-se que 132,9 milhões de consumidores devem ir às compras de presentes este ano (em 2022 foram 126,5 milhões, aumento numérico em 2023 de 6,4 milhões).



PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NO NATAL DE 2023: 75% pretendem dar presente(s) para outras pessoas no Natal deste ano (principalmente classes A/B). Porém, 12% não têm intenção (sobretudo entre as classes C/D/E). Estima-se que 122,4 milhões de consumidores devem ir às compras para a data este ano.



PRETENDE PRESENTEAR A SI MESMO NO NATAL: 64% pretendem comprar presentes para si mesmo neste Natal (destaque nas classes A/B), enquanto 21% não têm essa intenção, principalmente entre os homens. Estima-se que 104,6 milhões de pessoas devem ir às compras neste ano com o objetivo de se auto presentear.



POR QUE NÃO PRETENDE PRESENTEAR NESTE NATAL: 27% dizem não ter dinheiro, 17% não gostam ou não têm o costume e 15% estão endividados, e irão priorizar o pagamento de dívidas.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo	
	2022	2023	Homem	Mulher
Não tenho dinheiro	27,9%	27,2%	23,6%	31,5%
Não gosto/ Não tenho costume	29,9%	17,3%	13,2%	22,2%
Estou endividado, tenho que priorizar o pagamento de dívidas	12,1%	14,7%	16,2%	12,7%
Estou desempregado	16,5%	11,2%	4,6%	19,2%
Vou economizar para a ceia de Natal ou Ano Novo	0,6%	7,7%	11,8%	2,7%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc.)	5,9%	7,5%	9,8%	4,7%
Estou distante das pessoas que poderia presentear	2,5%	7,0%	12,7% ▲	0,0%
Vou economizar para viagem de fim de ano	1,0%	4,1%	7,4%	0,0%
Incerteza de como será o ano que vem	0,0%	2,7%	0,0%	6,1%
Preciso guardar o dinheiro, tenho muitos impostos e gastos no início do ano	2,6%	0,4%	0,0%	0,8%
Tive redução salarial	0,9%	0,3%	0,5%	0,0%

Base: Somente para quem não pretende presentear terceiros no Natal

67

70

32

38

QUEM PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL: 60% pretendem presentear os filhos (especialmente as classes A/B), 48% a mãe (sobretudo os jovens), 44% devem presentear o cônjuge (com destaque nas classes A/B) e 28% o irmão(a).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	62,1%	60,1%	57,6%	62,5%	46,0% ▼	73,9%	62,1%	69,5% ▲	56,6%
Mãe	41,4%	48,1%	44,1%	52,0%	67,1% ▲	45,3%	20,3% ▼	55,0%	45,7%
Marido/ Esposa	44,8%	44,3%	48,5%	40,3%	43,2%	44,9%	45,4%	54,3% ▲	40,7%
Irmão (ã)	24,2%	28,0%	21,7%	34,2% ▲	32,0%	21,7%	31,3%	38,7% ▲	24,2%
Pai	22,1%	21,7%	18,5%	24,8%	37,3% ▲	13,8%	7,6%	27,8%	19,5%
Sobrinho (a)	18,4%	16,9%	13,5%	20,3%	15,7%	16,2%	20,2%	19,7%	15,9%
Amigos	12,3%	15,7%	14,2%	17,2%	12,6%	15,1%	22,2%	18,1%	14,9%
Namorado (a) / noivo (a)	12,2%	11,4%	10,2%	12,6%	17,1%	9,5%	4,6%	10,8%	11,6%
Netos (as)	12,2%	10,7%	8,9%	12,4%	0,6% ▼	5,5%	36,3% ▲	10,7%	10,7%
Afilhado (a)	10,3%	8,1%	7,9%	8,2%	6,6%	10,7%	6,4%	8,6%	7,9%

Continua...

QUEM PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL (continuação):

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Avô / Avó	5,1%	6,9%	3,8%	9,8% ▲	11,9% ▲	3,7%	3,3%	7,9%	6,5%
Sogro (a)	6,8%	6,7%	4,5%	8,8%	8,9%	5,2%	5,2%	11,7% ▲	4,9%
Primo (a)	1,8%	3,4%	3,6%	3,3%	3,8%	3,8%	2,3%	7,9% ▲	1,8%
Padrinhos/madrinhas	2,8%	3,0%	2,8%	3,2%	6,0% ▲	1,6%	0,0%	3,4%	2,8%
Tio (a)	3,5%	2,9%	2,6%	3,2%	4,9%	2,6%	0,0%	2,8%	2,9%
Enteados (as)	3,2%	2,0%	2,5%	1,6%	0,5%	4,5%	0,9%	2,3%	1,9%
Professor (a)	0,6%	1,2%	0,3%	2,0%	0,1%	1,4%	2,7%	3,3%	0,4%
Outros	5,2%	4,4%	3,0%	5,7%	1,4%	3,9%	10,2%	5,3%	4,0%
Não defini ainda	1,3%	2,2%	1,3%	3,0%	3,6%	0,8%	1,8%	2,3%	2,1%
Base: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	567	589	282	307	234	245	110	216	373

QUEM RECEBERÁ O PRESENTE MAIS CARO: 29% pretendem dar o presente de maior valor ao(s) filho(s), sobretudo as mulheres. Já 19% darão ao cônjuge (principalmente os homens) e 15% à mãe (com destaque entre os mais jovens).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	30,1%	28,7%	24,0%	33,3% ▲	22,3%	41,3% ▲	19,5%	35,7%	26,1%
Marido/ Esposa	17,0%	19,4%	27,6% ▲	11,4%	18,6%	18,1%	22,8%	21,7%	18,5%
Mãe	15,6%	15,4%	15,3%	15,5%	24,9% ▲	10,8%	6,3%	12,6%	16,4%
Eu	10,5%	8,3%	6,1%	10,5%	7,4%	7,2%	11,7%	9,5%	7,9%
Irmão (ã)	1,4%	4,6% ▲	4,8%	4,3%	0,7%	3,7%	12,5% ▲	1,8%	5,6% ▲
Namorado (a) / noivo (a)	3,7%	3,8%	4,3%	3,3%	8,2% ▲	1,4%	0,2%	1,1%	4,8% ▲
Netos (as)	5,6% ▲	3,0%	2,6%	3,4%	0,0%	0,5%	12,3% ▲	3,8%	2,7%
Sobrinho (a)	1,1%	1,5%	1,2%	1,8%	0,6%	3,5% ▲	0,0%	0,0%	2,1% ▲
Avô / Avó	0,7%	1,3%	1,0%	1,7%	2,9%	0,5%	0,0%	0,0%	1,8% ▲
Afilhado (a)	1,9%	1,3%	2,1%	0,6%	0,4%	3,0%	0,2%	2,8%	0,8%
Pai	2,3%	1,1%	1,1%	1,1%	1,4%	1,4%	0,0%	1,3%	1,0%
Amigos	0,6%	0,7%	0,6%	0,8%	0,0%	0,8%	1,8%	0,8%	0,7%
Outro	1,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Não sei/Não defini ainda	8,3%	10,8%	9,2%	12,4%	12,5%	7,8%	12,8%	9,0%	11,5%
Base: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	567	589	282	307	234	245	110	216	373

QUANTIDADE DE PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR PARA TERCEIROS:

35% pretendem comprar entre 3 e 4 presentes (sobretudo as classes C/D/E), 24% entre 1 e 2 itens, e 23% entre 5 e 7. Em média, os consumidores pretendem comprar 4 presentes no Natal, número maior entre os mais velhos e classes A/B.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (presentes)	3,7	3,8	3,4	4,2	3,7	3,7	4,4 ▲	4,6 ▲	3,6
1 a 2	24,0%	24,3%	32,1% ▲	16,7%	24,5%	28,7%	16,9%	13,9%	28,1% ▲
3 a 4	36,4%	35,3%	33,1%	37,3%	42,2%	32,5%	27,9%	24,3%	39,3% ▲
5 a 7	22,0%	23,4%	22,4%	24,3%	19,7%	21,7%	32,4% ▲	32,6% ▲	20,0%
8 ou mais	10,0%	13,7%	7,4%	19,7% ▲	11,2%	14,2%	16,9%	22,6% ▲	10,4%
Não defini ainda	7,5%	3,4%	4,9%	2,0%	2,4%	2,9%	6,0%	6,7%	2,3%
Base: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	567	589	282	307	234	245	110	216	373

QUANTO PRETENDE GASTAR POR PRESENTE PARA TERCEIROS: 39% pretendem gastar de R\$76 a R\$150 por presente. O ticket médio será de R\$138 (valor que aumenta entre os homens e classes A/B). Com isto, estima-se movimentar na economia aproximadamente R\$ 74,6 bilhões em vendas.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (R\$)	131,96	137,57	154,71 ▲	120,58	128,55	135,89	157,99	158,18 ▲	130,47
Até R\$ 75	17,7%	12,2%	7,4%	16,9% ▲	16,1%	12,9%	4,6% ▼	8,5%	13,6%
R\$ 76 a R\$ 150	30,7%	38,7% ▲	38,6%	38,7%	40,7%	38,6%	35,2%	35,9%	39,6%
R\$ 151 a R\$ 300	20,9%	18,4%	22,9% ▲	14,1%	15,6%	17,3%	25,0%	21,2%	17,4%
R\$ 301 a R\$ 600	5,2%	5,3%	7,5%	3,2%	5,2%	6,5%	3,6%	6,4%	4,9%
Acima de R\$ 600	5,3%	5,6%	8,1%	3,2%	8,5%	4,3%	2,8%	6,8%	5,2%
Não sei/Não defini ainda	20,2%	19,7%	15,6%	23,8% ▲	13,9%	20,3%	28,8%	21,2%	19,2%
Base: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	567	589	282	307	234	245	110	216	373

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR TERCEIROS: 60% pretendem comprar roupas (sobretudo mulheres), 37% perfumes/cosméticos (destaque entre as mulheres), 36% calçados, 33% brinquedos e 21% acessórios.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas	56,6%	59,7%	51,1%	68,1% ▲	61,9%	60,6%	54,6%	62,5%	58,7%
Perfumes ou outros cosméticos	36,4%	37,1%	31,3%	42,8% ▲	39,9%	36,8%	33,0%	40,8%	35,8%
Calçados	37,7%	36,3%	34,9%	37,7%	33,0%	42,5%	32,3%	35,7%	36,6%
Brinquedos em geral	33,6%	33,0%	30,3%	35,6%	33,7%	33,5%	31,2%	30,0%	34,1%
Acessórios (cintos, bolsas, relógios, bijuterias etc)	21,0%	21,1%	19,5%	22,7%	27,3%	18,2%	15,1%	24,2%	20,0%
Jogos, videogames	11,2%	15,1%	18,0%	12,3%	18,2%	16,3%	7,8%	24,0% ▲	11,9%
Livros	16,5%	13,7%	10,3%	17,1%	11,9%	15,0%	14,9%	19,7%	11,5%
Jóias / semijóias	10,6%	13,5%	14,3%	12,8%	19,1%	12,3%	5,8%	15,7%	12,7%
Celular/ Smartphone	12,2%	12,3%	12,2%	12,3%	13,0%	15,6%	5,6%	17,0%	10,5%
Vale presente	10,1%	11,1%	8,8%	13,3%	9,8%	9,2%	16,3%	15,8%	9,4%

Continua...

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR TERCEIROS

(continuação):

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Bebidas (vinhos, espumantes, whiskys e etc)	10,6%	10,3%	11,6%	9,1%	10,5%	10,3%	10,0%	15,8%	8,4%
Eletrônicos (TV, câmera digital, som, etc.)	7,4%	10,0%	14,0%▲	6,1%	12,0%	9,3%	7,4%	11,8%	9,3%
Dinheiro	7,9%	9,6%	8,5%	10,7%	6,6%	10,8%	13,1%	11,1%	9,1%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, máquina de lavar, secadora, microondas, cafeteira, etc.)	6,8%	9,3%	11,0%	7,7%	11,7%	10,8%	2,8%▼	13,3%	7,9%
Computador/Notebook	4,0%	6,1%	7,4%	4,8%	7,6%	8,2%	0,2%▼	11,3%▲	4,1%
Tablet	3,0%	4,3%	5,7%	3,0%	6,3%	4,5%	0,7%	5,4%	4,0%
Viagem	2,1%	2,8%	2,2%	3,5%	3,9%	2,9%	0,9%	4,4%	2,3%
Outros	1,8%	0,8%	0,1%	1,5%	0,9%	0,6%	0,9%	0,0%	1,1%
Não sei	7,6%	8,1%	8,8%	7,3%	6,9%	7,8%	10,4%	10,2%	7,3%
Base: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	567	589	282	307	234	245	110	216	373

COMPARAÇÃO DA INTENÇÃO DE COMPRA NATAL 2022 X 2023

- 71% compraram presentes para si mesmo ou para outras pessoas no Natal de 2022.
- 40% pretendem comprar a mesma quantidade de presentes este ano frente a 2022, 29% mais e 19% menos.
- 37% pretendem gastar mais nas compras de presentes este ano, 30% a mesma quantia e 22% menos.
- Motivos para gastar menos: 33% querem economizar, 30% estão com o orçamento apertado, 23% têm outras prioridades de compra e 19% não conseguiu economizar dinheiro.
- Motivos para gastar mais: 39% dizem que os preços estão mais caros, 35% darão um presente melhor, 26% darão mais presentes e 23% economizaram ao longo do ano.

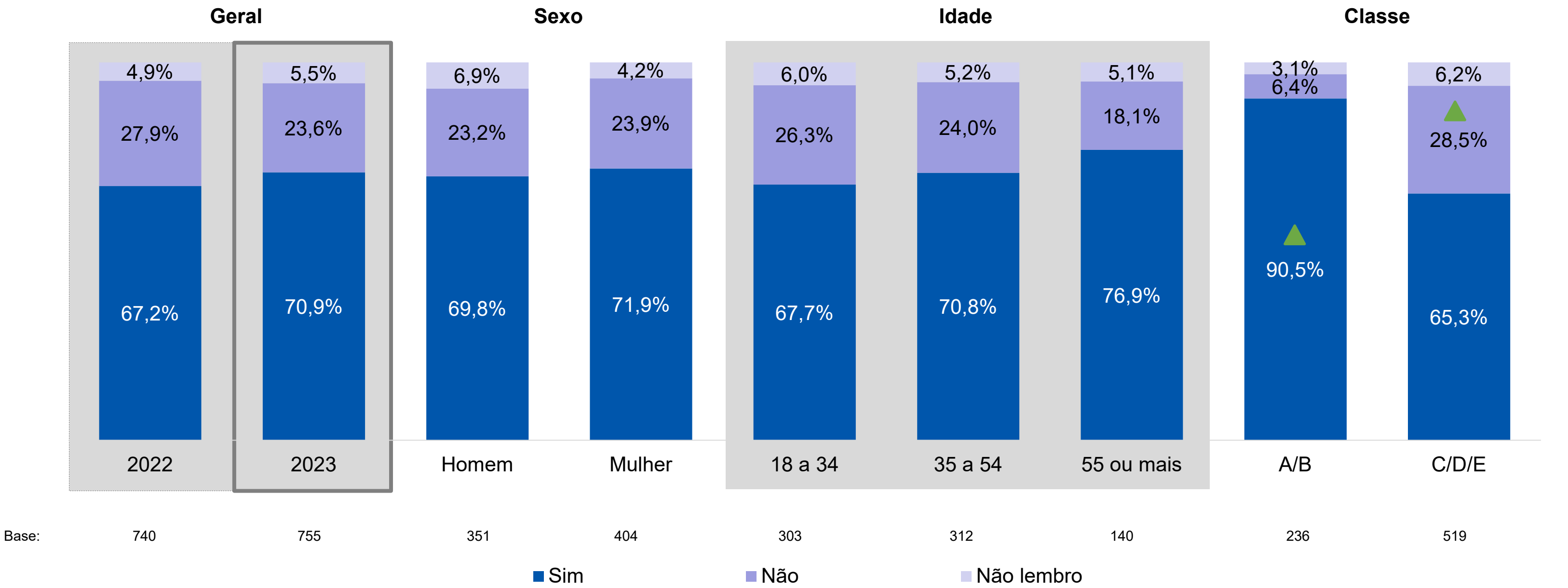


Comparação da intenção de compra 2022 x 2023



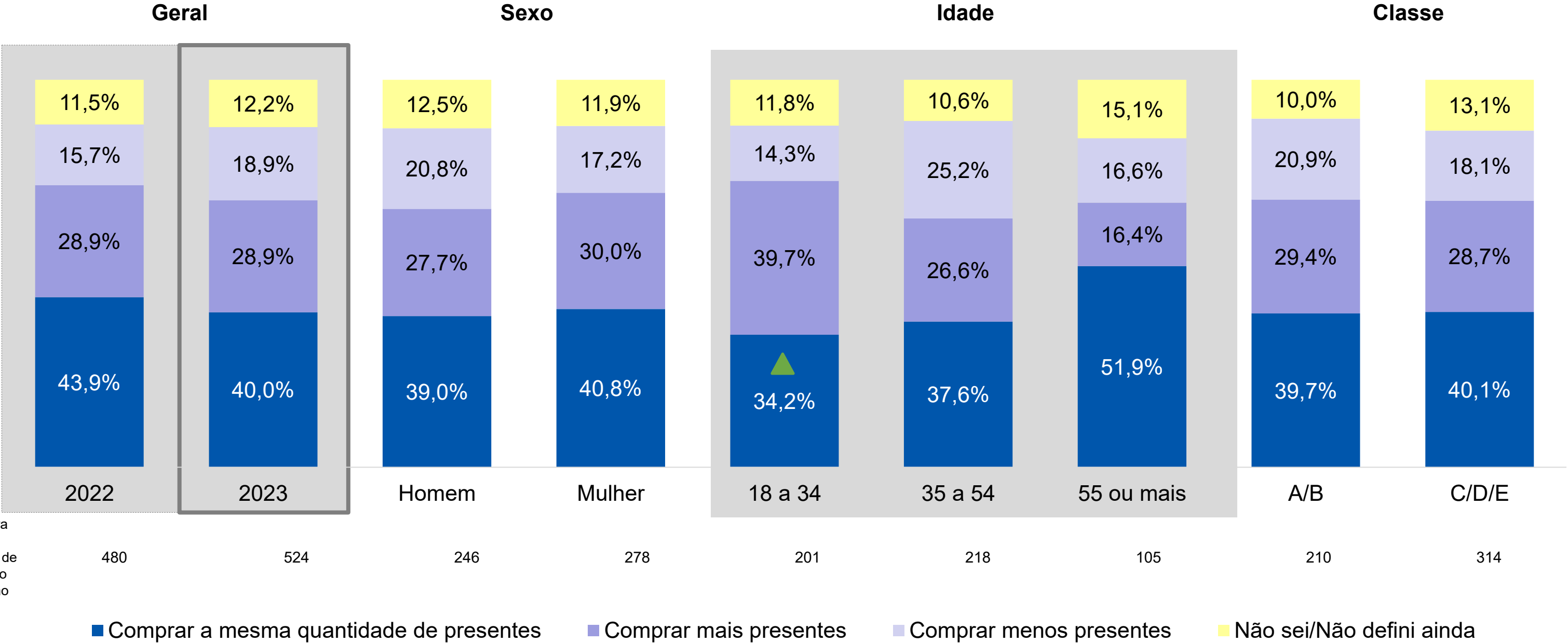
COMPROU PRESENTE PARA SI MESMO OU PARA TERCEIROS NO NATAL DE

2022: 71% compraram presentes para si mesmo ou para outras pessoas no Natal de 2022 (principalmente as classes A/B)



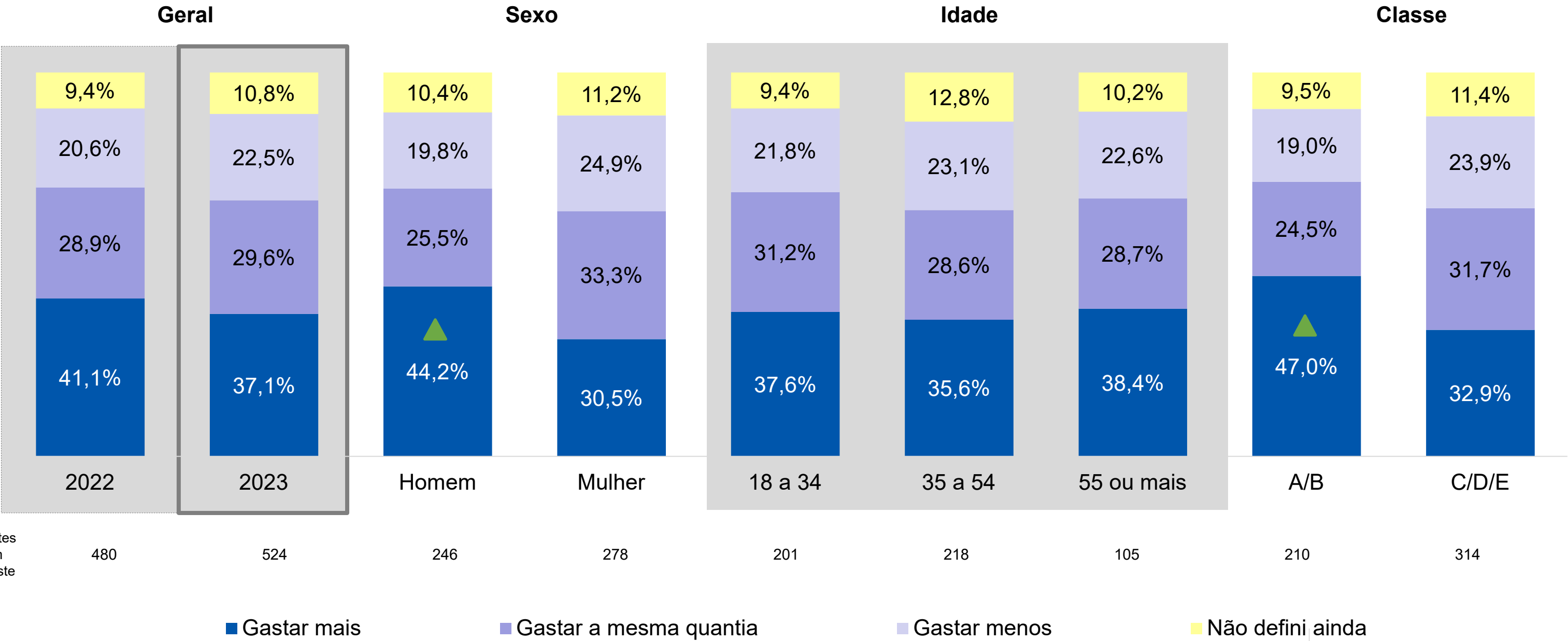
QUANTIDADE DE PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR NO NATAL DESTE ANO EM RELAÇÃO AO DO ANO PASSADO:

40% pretendem comprar a mesma quantidade de presentes este ano frente a 2022 (sobretudo os jovens), 29% pretendem comprar mais e 19% menos.



QUANTO PRETENDE GASTAR NO NATAL DESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO

PASSADO: 37% pretendem gastar mais nas compras de presentes este ano (principalmente entre os homens e as classes A/B), 30% gastar a mesma quantia e 22% gastar menos.



POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS NO NATAL DESTA ANO: 33% querem economizar, 30% estão com o orçamento apertado, 23% têm outras prioridades de compra e 19% não conseguiu economizar dinheiro.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Para economizar	28,9%	32,6%	24,2%	38,7%	38,8%	28,1%	30,4%	24,8%	35,2%
Situação financeira ruim/orçamento apertado	41,3%	30,0%	37,6%	24,5%	35,1%	24,5%	31,0%	27,3%	30,9%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc)	10,7%	23,1%	22,9%	23,3%	25,6%	24,9%	16,9%	14,3%	26,1%
Não consegui juntar/economizar dinheiro	20,6%	19,1%	17,5%	20,3%	13,8%	20,2%	25,0%	19,9%	18,9%
Irei presentear menos pessoas este ano	19,6%	17,8%	12,0%	22,1%	22,4%	15,7%	14,6%	16,9%	18,2%
O presente que pretendo comprar é mais barato do que o presente do ano passado	11,1%	14,9%	7,9%	20,1%	9,7%	17,8%	18,1%	14,3%	15,2%
Estou endividado	8,8%	14,0%	14,1%	14,0%	11,8%	19,0%	9,7%	14,4%	13,9%
Incertezas com relação à economia brasileira para o próximo ano	21,7%	13,7%	19,7%	9,3%	11,3%	8,0%	25,5%	31,8%	7,7%
Tive redução salarial/da renda mensal	10,3%	12,6%	18,6%	8,2%	10,7%	11,5%	16,7%	20,8%	9,8%
Estou desempregado	19,0% ▲	7,4%	5,3%	9,0%	13,0%	4,8%	3,4%	0,0%	9,9%
Tenho medo de perder o emprego	2,4%	1,7%	0,0%	2,9%	1,0%	3,4%	0,0%	1,7%	1,6%
Vou dividir o valor do presente com outra pessoa	4,2%	1,2%	0,0%	2,0%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
Base: Somente para quem pretende gastar <u>menos</u> no Natal deste ano	86	103	40	63	37	48	18	29	74

POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS NO NATAL DESTA ANO: 39% dizem que os preços estão mais caros, 35% darão um presente melhor, 26% darão mais presentes e 23% economizaram ao longo do ano.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Os preços subiram/presentes estão mais caros	40,5%	38,9%	47,2%▲	27,8%	30,8%	36,3%	54,0%	45,1%	35,2%
Vou dar um presente melhor	20,4%	35,1%▲	39,1%	29,7%	43,1%	37,0%	21,1%	42,6%	30,6%
Vou dar mais presentes	21,5%	25,8%	25,3%	26,5%	26,3%	22,9%	29,0%	28,0%	24,5%
Economizei ao longo do ano	12,8%	23,4%▲	23,5%	23,2%	29,8%	20,4%	18,3%	21,0%	24,9%
Vou usar o meu 13º salário para fazer compras	13,0%	20,5%	24,8%	14,8%	13,5%	34,7%▲	11,5%	18,3%	21,8%
Melhoria de salário / renda mensal	16,7%	17,8%	21,5%	12,8%	27,4%	17,6%	4,1%	16,9%	18,3%
Vou dividir em várias parcelas	10,7%	16,4%	18,7%	13,3%	19,7%	14,2%	14,7%	13,5%	18,1%
Estabilidade no emprego	6,9%	14,2%	15,4%	12,5%	12,7%	22,3%	5,3%	10,7%	16,2%
O momento da economia brasileira é favorável	8,8%	11,4%	16,1%	5,2%	10,5%	10,7%	13,7%	17,7%	7,7%
Base: Somente para quem pretende gastar <u>mais</u> no Natal deste ano	217	214	116	98	83	87	44	106	108



Processo de compra e pesquisa de preço



PROCESSO DE COMPRA E PESQUISA DE PREÇOS

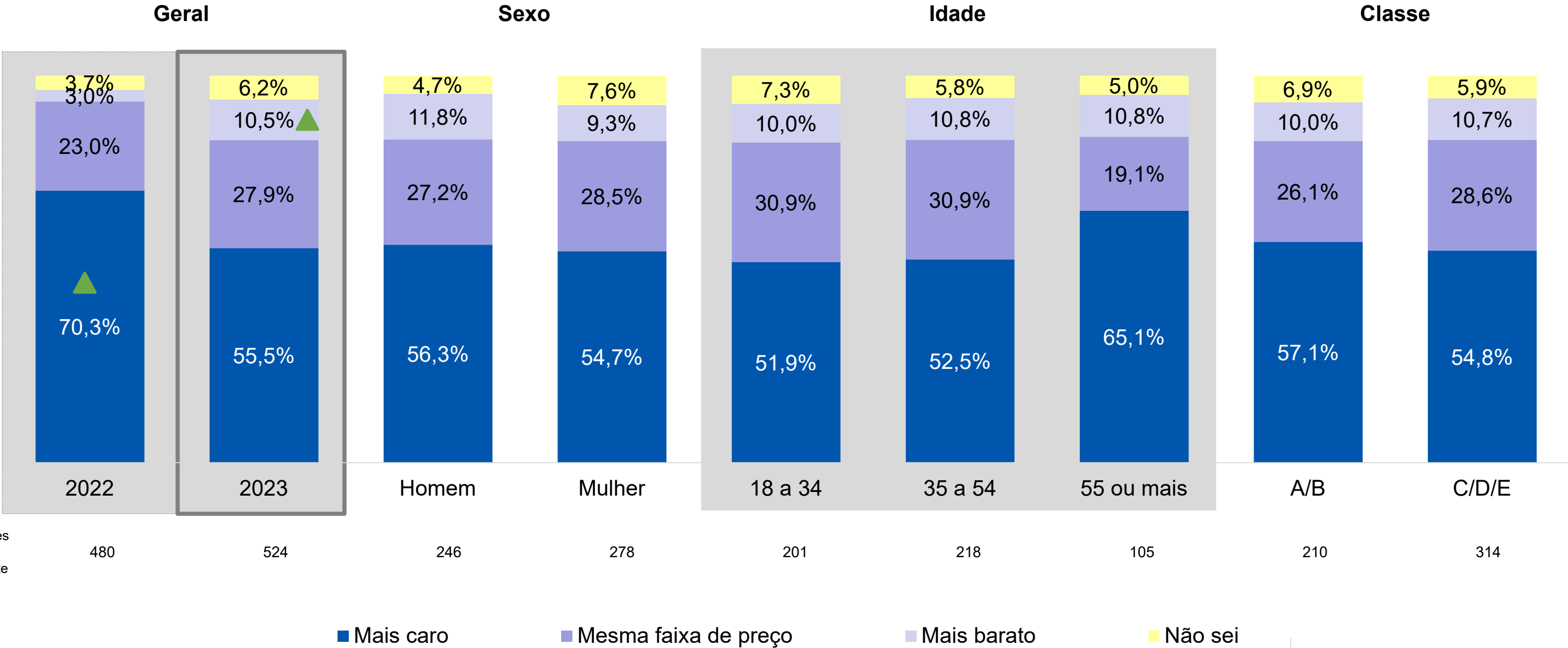
- 55% consideram que os preços dos presentes deste ano estão mais caros que do ano passado, 28% que estão na mesma faixa de preço e 10% que estão mais baratos.
- 82% pretendem fazer pesquisa de preços antes de comprar os presentes para o Natal.
- 88% pretendem pesquisar preços pela internet, sendo que 78% utilizarão os sites e aplicativos e 42% usarão as redes sociais. Já 64% farão pesquisas de forma offline, principalmente nas lojas de shopping (36%) e de rua (34%).
- Os principais sites e aplicativos utilizados para pesquisar preços serão os de lojas internacionais (69%), os buscadores (58%), de varejistas (54%) e de lojas de departamento (52%).
- As principais formas de pagamento serão PIX (47%), cartão de crédito parcelado (44%), dinheiro (34%) e cartão de débito (31%).
- 78% pretendem pagar os presentes à vista e 49% parcelado, sendo 4,5 o número médio de prestações.
- 48% pretendem parcelar as compras para ter condições de comprar todos os presentes, 41% afirmam que mesmo tendo condições de pagar à vista, preferem pagar desta forma para garantir sobra de dinheiro no orçamento e 34% para poder comprar presentes melhores.
- 76% pretendem realizar compras nos canais físicos, principalmente nas lojas de departamento (42%) e em shopping center (40%). E 50% pretendem fazer compras pela internet, que representam 81,4 milhões de consumidores.

PROCESSO DE COMPRA E PESQUISA DE PREÇOS

- Considerando aqueles que farão compras online, 7 a cada 10 presentes devem ser comprados por este canal. E 78% devem utilizar os sites, 70% os aplicativos e 19% o Instagram.
- 65% pretendem comprar os presentes de Natal em sites de lojas internacionais, 55% em sites nacionais, 44% em lojas de departamento e 34% nos classificados de compra e venda de produtos novos e/ou usados.
- Entre os que pretendem fazer as compras em sites ou aplicativos internacionais, as lojas mais badaladas serão Shopee (81%), Shein (60%) e Amazon (55%).
- 51% são influenciados pelo preço, 39% por ofertas e promoções (sobretudo as mulheres), 25% pelo valor do frete (principalmente as mulheres) e 24% pelo prazo de entrega.
- Principais fatores que influenciam na escolha do estabelecimento onde pretende comprar: para 51% o preço, 39% ofertas e promoções, 25% valor do frete e 24% pelo prazo de entrega.
- Principal fator considerado na hora da compra do presente: qualidade do presente (20%), perfil do presenteado (19%) e promoções e descontos (18%).

PERCEPÇÃO DOS PREÇOS DOS PRESENTES ESTE ANO EM RELAÇÃO AO

ANO PASSADO: 55% consideram que os preços dos presentes deste ano estão mais caros que do ano passado (queda de 15 p.p. frente a 2022), 28% que estão na mesma faixa de preço, e 10% que estão mais baratos.



Base: Somente para quem comprou presentes no Natal de 2022 e tem intenção de comprar este ano

PRETENDE FAZER PESQUISA DE PREÇO ANTES DAS COMPRAS DE NATAL:

82% pretendem fazer pesquisa de preços antes de comprar os presentes para o Natal. Apenas 6% não pretendem.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim, pretendo fazer pesquisa de preço para economizar	84,9%	82,4%	85,1%	79,9%	79,4%	85,5%	82,6%	81,0%	82,9%
Não	9,4%	6,1%	5,0%	7,2%	8,8%	3,5%	5,8%	9,2%	5,1%
Não, pois não tenho tempo / vou comprar nos locais que tenho costume	4,6%	2,3%	2,7%	1,9%	3,8%	2,0%	0,2%	2,6%	2,2%
Não, pois não decidi o que vou comprar / gosto de comprar o que vejo e gosto, sem me preocupar muito com pesquisa de preço	4,8%	3,7%	2,1%	5,1%	4,6%	1,5%	5,6%	6,3%	2,8%
Não sei ainda	5,6%	11,1%	9,5%	12,6%	11,2%	10,8%	11,6%	9,4%	11,7%
Base:	599	633	298	335	256	262	115	221	412

ONDE COSTUMA PESQUISAR PREÇOS: 88% pretendem pesquisar preços pela internet (principalmente as mulheres), sendo que 78% utilizarão os sites e aplicativos (destaque para as mulheres), e 42% usarão as redes sociais. Já 64% farão pesquisas de forma offline, principalmente nas lojas de shopping (36%) e de rua (34%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Pesquisa online	86,4%	88,1%	84,3%	91,8% ▲	87,4%	87,1%	90,9%	90,7%	87,2%
Sites e aplicativos	78,2%	78,1%	71,9%	84,3% ▲	75,3%	79,9%	80,0%	82,9%	76,5%
Redes Sociais	38,4%	41,7%	45,9%	37,6%	47,0%	40,7%	34,8%	44,2%	40,9%
Pesquisa off-line	67,0%	63,8%	67,8%	59,8%	66,3%	67,6%	53,5%	65,7%	63,2%
Lojas de shopping	43,8% ▲	35,9%	35,7%	36,1%	43,9%	32,3%	28,8%	42,2%	33,8%
Lojas de rua	36,0%	33,8%	33,1%	34,6%	35,7%	39,4%	21,5% ▼	25,8%	36,4%
Panfletos de lojas	16,0%	19,0%	22,9%	15,1%	12,8%	23,8%	21,1%	23,7%	17,4%
Supermercados	14,1%	15,3%	18,4%	12,2%	13,2%	20,5%	10,1%	20,4%	13,6%
Com conhecidos	7,0%	8,2%	9,1%	7,2%	8,1%	10,9%	3,8%	8,7%	8,0%
Jornais impressos	4,1%	4,3%	5,6%	3,1%	1,7%	5,9%	6,1%	8,5%	3,0%
Outros	0,8%	2,2%	2,9%	1,6%	1,5%	3,3%	1,5%	3,5%	1,8%
Base: Somente para quem pretende fazer pesquisa de preço	508	505	244	261	191	219	95	175	330

SITES/APLICATIVOS QUE PESQUISA PREÇO: Os principais sites e aplicativos utilizados para pesquisar preços serão os de lojas internacionais (69%), os buscadores (58%), de varejistas (54%) e de lojas de departamento (52%).

RESPOSTAS – RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
de lojas internacionais (Shopee, Shein, Aliexpress, Amazon etc)	69,5%	64,3%	73,9%	74,1%	68,2%	64,5%	66,7%	70,5%
de busca (Google, Yahoo, Bing)	58,5%	64,6%	53,3%	55,9%	56,7%	65,3%	64,7%	56,3%
de varejistas (Ex.: Americanas, Extra, Submarino etc)	54,4%	56,8%	52,3%	54,3%	58,6%	47,6%	59,0%	52,7%
de lojas de departamento (Ex.: Renner, Riachuelo, C&A etc)	52,3%	47,3%	56,5%	48,5%	55,4%	52,9%	61,8%	48,9%
de preços (Ex.: Buscapé, Já Cotei, Zoom etc)	30,5%	36,3%	25,6%	26,8%	30,6%	36,1%	44,9%▲	25,4%
de ofertas (ex.: Guiato, Promobit, Pelando, Save Me, Oferta Esperta etc)	7,8%	8,0%	7,5%	7,3%	8,4%	7,4%	9,4%	7,2%
Outros	4,1%	5,9%	2,5%	4,3%	5,6%	1,3%	4,4%	4,0%
Base: Somente para quem faz pesquisa de preços na internet	403	185	218	145	178	80	147	256

PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO DOS PRESENTES: 78% pretendem pagar os presentes à vista, principalmente via PIX (47%, sobretudo entre os jovens), dinheiro (34%), cartão de débito (31%). Já 49% pretendem pagar em prestações, principalmente no cartão de crédito (44%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
À vista	79,3%	77,8%	81,4%	74,4%	82,0%	84,1%	60,1% ▼	73,5%	79,3%
PIX	41,9%	47,1%	47,2%	46,9%	59,1% ▲	46,2%	27,0% ▼	47,1%	47,1%
Dinheiro	34,8%	33,6%	35,3%	31,9%	36,9%	34,7%	25,6%	22,4%	37,4% ▲
Cartão de débito	35,9%	30,6%	31,5%	29,8%	35,2%	33,9%	17,2% ▼	33,6%	29,6%
Cartão de crédito (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	23,6%	20,6%	22,7%	18,7%	17,5%	24,5%	20,1%	29,4% ▲	17,6%
Boleto bancário	6,8%	5,4%	5,4%	5,4%	6,2%	6,1%	3,1%	4,7%	5,7%
Transferência bancária	4,8%	5,3%	4,9%	5,7%	5,7%	5,7%	4,2%	7,1%	4,7%
Cartão da própria loja (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	4,2%	5,3%	5,7%	4,9%	1,6% ▼	7,5%	8,3%	7,9%	4,4%
Cheque à vista ou pré-datado, em uma única vez	0,9%	0,8%	0,5%	1,1%	1,3%	0,7%	0,1%	0,6%	0,9%
Parcelado	47,3%	49,4%	50,6%	48,4%	43,2%	50,8%	58,3%	62,7% ▲	44,9%
Cartão de crédito (parcelado)	45,0%	43,7%	43,8%	43,6%	36,3%	45,2%	54,3%	57,7% ▲	38,9%
Cartão da própria loja (parcelado)	5,7%	8,9%	9,4%	8,6%	4,7%	11,8%	11,9%	12,6%	7,7%
PIX parcelado (parcelado)	- *	6,6%	9,8% ▲	3,6%	5,1%	8,3%	6,6%	11,5% ▲	5,0%
Crediário/carnê (parcelado)	3,1%	3,2%	3,2%	3,1%	3,1%	4,3%	1,5%	3,0%	3,2%
Cheque pré-datado (parcelado)	0,4%	1,0%	0,9%	1,1%	1,8%	0,5%	0,1%	0,5%	1,1%
Não sei/Não decidi ainda	2,5%	2,5%	0,7%	4,3% ▲	3,6%	1,1%	3,0%	2,4%	2,6%
Outros	0,3%	0,2%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,3%
Base:	600	633	298	335	256	262	115	221	412

* Resposta não realizada na apuração de 2022

NÚMERO DE PARCELAS DA COMPRA DO(S) PRESENTE(S): Entre os que pretendem pagar parcelado, o número médio será de 4,5 prestações, com destaque entre os homens. 47% pretendem parcelar em 3 a 4 vezes.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (parcelas)	4,4	4,5	5,0 ▲	4,1	4,4	4,7	4,4	4,8	4,4
2 parcelas	12,3%	8,2%	5,6%	10,7%	7,6%	10,4%	5,7%	8,2%	8,1%
3 parcelas	24,7%	23,5%	14,4%	32,4% ▲	24,0%	19,9%	27,9%	17,6%	26,3%
4 parcelas	18,0%	23,8%	24,3%	23,3%	27,0%	21,6%	22,6%	28,8%	21,4%
5 parcelas	13,7%	13,2%	17,9% ▲	8,6%	14,8%	14,2%	9,7%	12,1%	13,7%
6 parcelas	11,1%	11,9%	13,7%	10,1%	8,5%	8,9%	20,4% ▲	9,7%	12,9%
7 ou mais parcelas	13,1%	14,2%	18,5% ▲	10,0%	9,9%	20,2% ▲	11,6%	18,4%	12,2%
Não sei/não defini ainda	7,1%	5,3%	5,6%	4,9%	8,2%	4,8%	2,0%	5,2%	5,3%
Base: Somente para quem pretende fazer compras parceladas	292	322	157	165	116	142	64	140	182

POR QUE PRETENDE PARCELAR O PAGAMENTO DAS COMPRAS: 48% pretendem parcelar as compras para ter condições de comprar todos os presentes, 41% afirmam que mesmo tendo condições de pagar à vista, preferem pagar desta forma para garantir sobra de dinheiro no orçamento e 34% para poder comprar presentes melhores.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Para que eu tenha condições de comprar todos os presentes	47,0%	48,0%	43,6%	52,4%	43,6%	54,6%	44,7%	43,5%	50,2%
Mesmo eu tendo condições de pagar à vista, eu prefiro parcelar para garantir sobras de dinheiro nas minhas finanças	39,2%	41,2%	54,3% ▲	28,2%	41,5%	33,2%	51,8%	55,0% ▲	34,5%
Para poder comprar presentes melhores	42,6%	34,3%	36,1%	32,5%	38,6%	36,8%	25,2%	37,3%	32,9%
Porque não consigo resistir à pressão de meus filhos, e acabo comprando coisas fora de minhas condições financeiras	3,4%	5,8%	5,0%	6,6%	4,9%	10,8%	0,0% ▼	7,7%	4,9%
Outros	1,2%	2,9%	3,1%	2,7%	3,5%	3,2%	1,7%	3,7%	2,5%
Base: Somente para quem pretende fazer compras parceladas	292	322	157	165	116	142	64	140	182

LOCAIS QUE PRETENDE REALIZAR AS COMPRAS: 76% pretendem realizar alguma compra nos canais off-line, principalmente nas lojas de departamento (38%) e em shopping center (31%, principalmente classes A/B). E 50% pretendem fazer compras pela internet (especialmente as classes A/B).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Internet/lojas on line	50,2%	49,8%	45,0%	54,3%	47,8%	48,0%	56,3%	60,3% ▲	46,2%
Canais offline	81,8% ▲	75,6%	79,6%	71,8%	73,2%	80,0%	72,8%	76,8%	75,2%
Lojas de departamento (exemplo: Renner, C&A, Riachuelo, Marisa etc)	42,5%	38,4%	40,6%	36,4%	30,8%	44,8%	41,7%	41,9%	37,2%
Shopping Center (exceto lojas de departamento)	40,0% ▲	31,3%	34,9%	27,9%	32,2%	31,2%	29,9%	41,8% ▲	27,7%
Shopping popular	25,1%	22,5%	22,3%	22,7%	27,8%	19,5%	17,9%	22,2%	22,6%
Lojas de rua/bairro (exceto lojas de departamento)	22,0%	20,3%	22,6%	18,2%	16,0%	26,9%	17,3%	13,8%	22,6% ▲
Revendedores de cosméticos Natura, Avon etc	13,2%	14,0%	12,9%	15,2%	13,3%	19,5%	6,5%	12,3%	14,7%
Supermercados/hipermercados	8,8%	9,4%	14,3% ▲	4,7%	7,3%	10,7%	11,0%	13,6%	7,9%
Galeria comercial	7,5%	7,7%	10,8% ▲	4,8%	3,8%	12,4%	7,1%	7,9%	7,6%
Comércio ambulante (camelô)	7,2%	6,7%	6,2%	7,2%	5,9%	9,6%	3,7%	4,4%	7,6%
Outlets	5,2%	7,2%	8,8%	5,7%	7,1%	7,5%	6,8%	8,3%	6,8%
Sacoleiras	2,1%	2,6%	2,7%	2,6%	1,3%	5,6% ▲	0,1%	2,7%	2,6%
Não sei/Não decidi ainda	6,3%	9,7%	8,3%	11,0%	11,2%	9,0%	8,0%	8,9%	10,0%
Outros	0,5%	1,7%	2,5%	1,0%	2,6%	1,7%	0,1%	2,3%	1,5%
Base	600	633	298	335	256	262	115	221	412

PERCENTUAL DE PRESENTES QUE SERÃO COMPRADOS PELA INTERNET:

Entre os que pretendem comprar presentes pela internet, 39% devem comprar quase todos os presentes, 30% metade dos presentes e 21% todos os seus presentes. Em média, 68% dos presentes serão comprados pela internet.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (em %)	66,5	67,6	67,4	67,7	65,6	67,5	70,6	67,7	67,5
Todos (100%)	20,7%	21,2%	21,3%	21,0%	18,9%	23,9%	20,9%	18,3%	22,5%
Quase todos (cerca de 75%)	36,3%	38,9%	38,1%	39,5%	40,0%	30,5%	48,8%	45,0%	36,1%
Metade (50%)	31,5%	30,3%	30,6%	30,1%	28,7%	38,1%	22,1%	26,8%	31,9%
Alguns poucos (cerca de 25%)	10,9%	7,3%	7,8%	6,9%	7,6%	6,2%	8,2%	8,3%	6,8%
Quase nenhum (abaixo de 10%)	0,6%	2,3%	2,2%	2,5%	4,8%	1,4%	0,0%	1,5%	2,7%
Base: Somente para quem pretende comprar presentes pela internet	327	329	143	186	131	134	64	142	187



50% declaram que irão adquirir algum presente de Natal pela internet, **que representam 81,4 milhões de consumidores.**

Entre os que pretendem comprar on line, a média é de **7 a cada 10 presentes que devem ser comprados por este canal.**

CANAIS DA INTERNET QUE PRETENDE UTILIZAR PARA COMPRAR OS PRESENTES:

Considerando aqueles que farão compras online, 78% devem utilizar os sites, 70% os aplicativos e 19% o Instagram.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sites	75,6%	77,6%	78,8%	76,6%	76,0%	77,5%	79,9%	77,5%	77,6%
Aplicativos	76,7%	70,3%	65,4%	74,1%	71,4%	72,1%	66,1%	76,1%	67,7%
Instagram	18,5%	19,1%	21,5%	17,2%	29,6%	17,0%	6,1%	22,8%	17,5%
Whatsapp	14,1%	15,4%	20,1%	11,7%	19,7%	13,9%	10,9%	15,0%	15,6%
Facebook	12,0%	9,9%	13,6%	7,0%	11,1%	12,4%	4,7%	15,2%	7,5%
Outros	1,7%	0,8%	1,1%	0,6%	0,0%	2,0%	0,3%	0,0%	1,1%
Base: Somente para quem pretende comprar presentes pela internet	327	329	143	186	131	134	64	142	187

TIPOS DE SITES OU APLICATIVOS QUE PRETENDE COMPRAR OS PRESENTES:

65% pretendem comprar os presentes de Natal em sites de lojas internacionais, 55% em sites nacionais, 44% em lojas de departamento e 34% nos classificados de compra e venda de produtos novos e/ou usados.

RESPOSTAS – RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
de varejistas Internacionais (Shopee, Shein, Amazon, Ebay, Aliexpress, etc)	65,2%	57,8%	71,0%	68,2%	67,2%	57,9%	67,0%	64,4%
de varejistas nacionais (Ponto Frio, Lojas Americanas, Submarino, Magalu, Fast Shop, Polishop, NetShoes, etc)	54,8%	61,3%	49,7%	43,5%	62,4%	61,3%	61,3%	51,9%
de lojas de departamento (Ex.: Renner, Riachuelo, C&A)	43,7%	51,8%▲	37,4%	41,0%	51,8%	37,1%	52,2%	39,9%
de compra e venda de produtos novos ou usados (Mercado Livre, OLX, Elo 7, etc)	34,2%	37,5%	31,7%	32,3%	38,6%	31,2%	42,6%	30,5%
de lojas de roupas	30,2%	28,9%	31,1%	40,9%	28,1%	16,9%	34,7%	28,1%
de lojas de maquiagem, cosméticos, perfumes etc	29,7%	24,0%	34,3%	36,4%	33,0%	15,5%	34,6%	27,6%
de lojas de sapato	16,8%	19,5%	14,7%	19,1%	22,1%	6,4%▼	16,7%	16,9%
de ofertas e descontos (ex.: Guiato, Promobit, Pelando, Save Me, Oferta Esperta etc)	8,0%	9,2%	7,1%	7,0%	11,1%	5,5%	11,2%	6,6%
Outros	0,3%	0,5%	0,1%	0,2%	0,0%	0,8%	0,7%	0,1%
Não sei/Não decidi ainda	3,9%	5,2%	2,9%	1,2%	5,0%	6,4%	2,6%	4,5%
Base: Somente para quem pretende comprar presentes em sites ou aplicativos	316	139	177	125	128	63	138	178

TIPOS DE SITES OU APLICATIVOS INTERNACIONAIS QUE PRETENDE COMPRAR OS PRESENTES:

Entre os que pretendem fazer as compras em sites ou aplicativos internacionais, as lojas mais visitadas serão Shopee (81%), Shein (60%) e Amazon (55%).

RESPOSTAS – RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Shopee	81,3%	79,8%	82,3%	83,5%	77,9%	82,7%	76,8%	83,4%
Shein	60,5%	54,9%	64,0%	70,2%	63,1%	39,5%	56,3%	62,4%
Amazon	55,4%	71,1% ▲	45,4%	44,5%	65,1%	59,3%	75,1% ▲	46,3%
Aliexpress	22,9%	32,1%	17,0%	18,3%	29,6%	20,4%	35,9% ▲	16,8%
Outros	7,3%	16,0% ▲	1,7%	10,8%	8,0%	0,0% ▼	6,8%	7,5%
Base: Somente para quem pretende comprar presentes em sites ou aplicativos internacionais	208	83	125	81	91	36	90	118

PREFERE FAZER COMPRAS EM LOJAS BRASILEIRAS OU CHINESAS NOS SITES/APLICATIVOS INTERNACIONAIS:

Entre os compradores de sites /aplicativos internacionais 46% priorizam as lojas brasileiras. Porém, 39% não observam se a loja é nacional ou internacional.

RESPOSTAS – RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2023	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Prioriza as lojas nacionais (Brasileiras)	46,3%	43,6%	47,8%	39,9%	52,0%	48,8%	47,2%	45,8%
Não observa se a loja é nacional ou internacional	38,9%	42,5%	36,7%	43,6%	37,0%	33,3%	42,7%	37,2%
Prioriza as lojas internacionais (Chinesas)	10,8%	9,5%	11,6%	16,5%	4,3%	10,7%	9,1%	11,6%
Não sei responder	4,0%	4,4%	3,8%	0,0%	6,7%	7,2%	1,1%	5,4%

Base: Somente para quem pretende fazer compras em sites/aplicativos internacionais

192

73

119

79

81

32

80

112

PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA DO(S) PRESENTE(S):

51% são influenciados pelo preço, 39% por ofertas e promoções (sobretudo as mulheres), 25% pelo valor do frete (principalmente as mulheres) e 24% pelo prazo de entrega.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Preço	53,4%	51,3%	49,6%	53,0%	46,0%	54,3%	56,2%	44,7%	53,6%
Ofertas e promoções	39,3%	39,2%	34,2%	44,0%▲	38,2%	38,9%	41,6%	36,9%	40,0%
Preço do frete	28,7%	24,8%	20,3%	29,1%▲	22,8%	25,2%	27,8%	28,7%	23,5%
Prazo de entrega	22,6%	23,6%	20,5%	26,6%	24,2%	26,8%	17,4%	27,0%	22,4%
Diversidade de produtos	22,8%	21,2%	20,2%	22,1%	17,5%	22,7%	25,4%	25,6%	19,7%
Atendimento	18,8%	19,2%	19,3%	19,1%	19,2%	19,5%	18,5%	19,8%	19,0%
Disponibilidade imediata de produtos	17,7%	17,6%	18,4%	16,7%	16,1%	17,3%	20,5%	24,5%▲	15,2%
Segurança	12,6%	16,0%	20,9%▲	11,4%	16,5%	14,4%	17,8%	22,9%▲	13,6%
Localização	11,4%	14,7%	17,1%	12,4%	16,2%	13,2%	14,3%	15,0%	14,6%
Conforto	9,8%	12,7%	10,6%	14,8%	18,2%▲	9,9%	7,6%	14,7%	12,1%
Possibilidade de verificar o produto pessoalmente	17,3%▲	12,5%	15,2%	10,0%	8,7%	12,5%	19,2%	8,9%	13,8%
Propaganda	3,9%	4,5%	5,1%	3,9%	4,2%	6,0%	2,6%	3,2%	5,0%
Disponibilidade de estacionamento	3,6%	3,0%	3,2%	2,9%	2,3%	3,2%	4,0%	5,7%	2,1%
Decoração do local	1,4%	2,4%	3,2%	1,7%	2,9%	1,0%	3,9%	1,8%	2,6%
Outros	0,1%	0,7%	0,9%	0,6%	1,5%	0,1%	0,4%	0,6%	0,8%
Não sei	1,9%	1,9%	1,7%	2,2%	3,0%	2,0%	0,0%	2,0%	1,9%
Base:	600	633	298	335	256	262	115	221	412

PRINCIPAL FATOR LEVADO EM CONSIDERAÇÃO NA HORA DE COMPRAR UM PRESENTE:

20% consideram a qualidade do presente (sobretudo as classes A/B), 19% o perfil do presenteado (destaque entre as mulheres) e 18% as promoções e descontos (especialmente as classes C/D/E).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2022	2023	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 54	55 ou mais	A/B	C/D/E
Qualidade do presente	21,4%	20,0%	19,3%	20,8%	22,4%	16,9%	20,9%	27,3% ▲	17,5%
Perfil do presenteado	19,5%	19,2%	14,4%	23,8% ▲	12,5% ▼	22,3%	26,3%	20,1%	18,9%
Promoção / desconto	17,7%	17,8%	19,0%	16,7%	17,9%	19,8%	14,6%	10,7%	20,3% ▲
Desejo do presenteado	15,9%	15,1%	17,1%	13,2%	16,3%	12,1%	17,6%	18,5%	13,9%
Preço do presente	14,3%	14,1%	14,6%	13,6%	12,8%	17,4%	11,1%	9,0%	15,8%
O impacto/impressão que o presente passa	4,1%	5,5%	6,2%	4,8%	5,7%	4,7%	6,3%	5,9%	5,3%
Marca do presente	3,1%	3,5%	4,7%	2,3%	5,9%	2,7%	0,4%	1,8%	4,1%
O que os outros irão achar / falar do presente	1,6%	1,6%	2,4%	0,8%	1,4%	1,3%	2,3%	2,7%	1,2%
Outro	0,5%	0,4%	0,4%	0,5%	0,6%	0,2%	0,4%	1,3%	0,1%
Não sei	1,8%	2,8%	2,0%	3,6%	4,5%	2,6%	0,0% ▼	2,9%	2,8%
Base:	600	633	298	335	256	262	115	221	412



Caracterização da Amostra



REGIÃO | CIDADE

Belém	2,2%
Boa Vista	0,4%
Macapá	0,9%
Manaus	3,3%
Palmas	0,7%
Porto Velho	0,6%
Rio Branco	0,6%

8,7%
NORTE

Aracajú	1,4%
Fortaleza	6,5%
João Pessoa	1,5%
Maceió	2,5%
Natal	2,2%
Recife	3,9%
Salvador	5,9%
São Luís	2,5%
Teresina	1,7%

28,0%
NORDESTE

Brasília	2,7%
Campo Grande	1,3%
Cuiabá	1,9%
Goiânia	2,0%

7,8%
CENTRO-OESTE

Belo Horizonte	4,3%
Rio de Janeiro	12,6%
São Paulo	23,1%
Vitória	0,6%

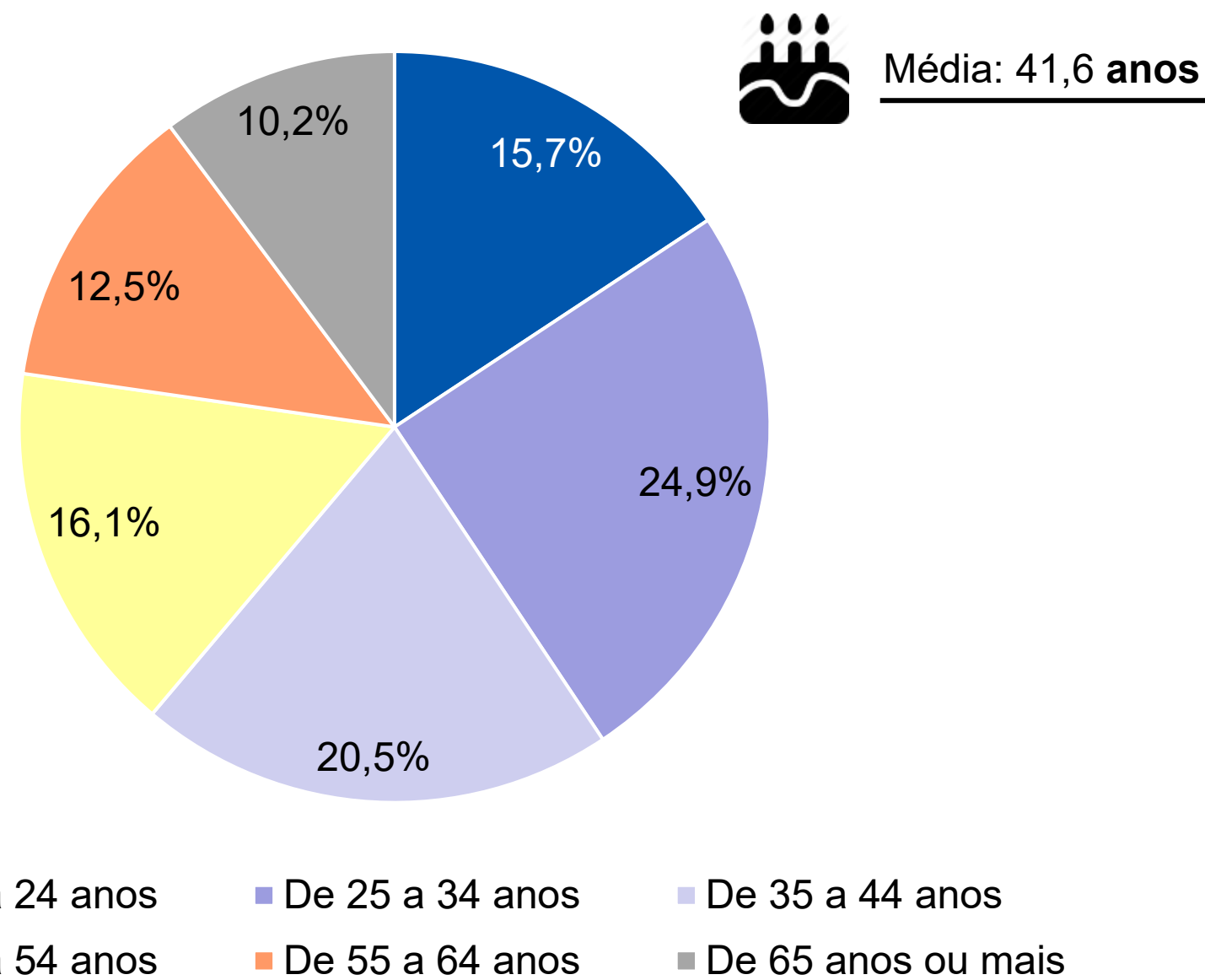
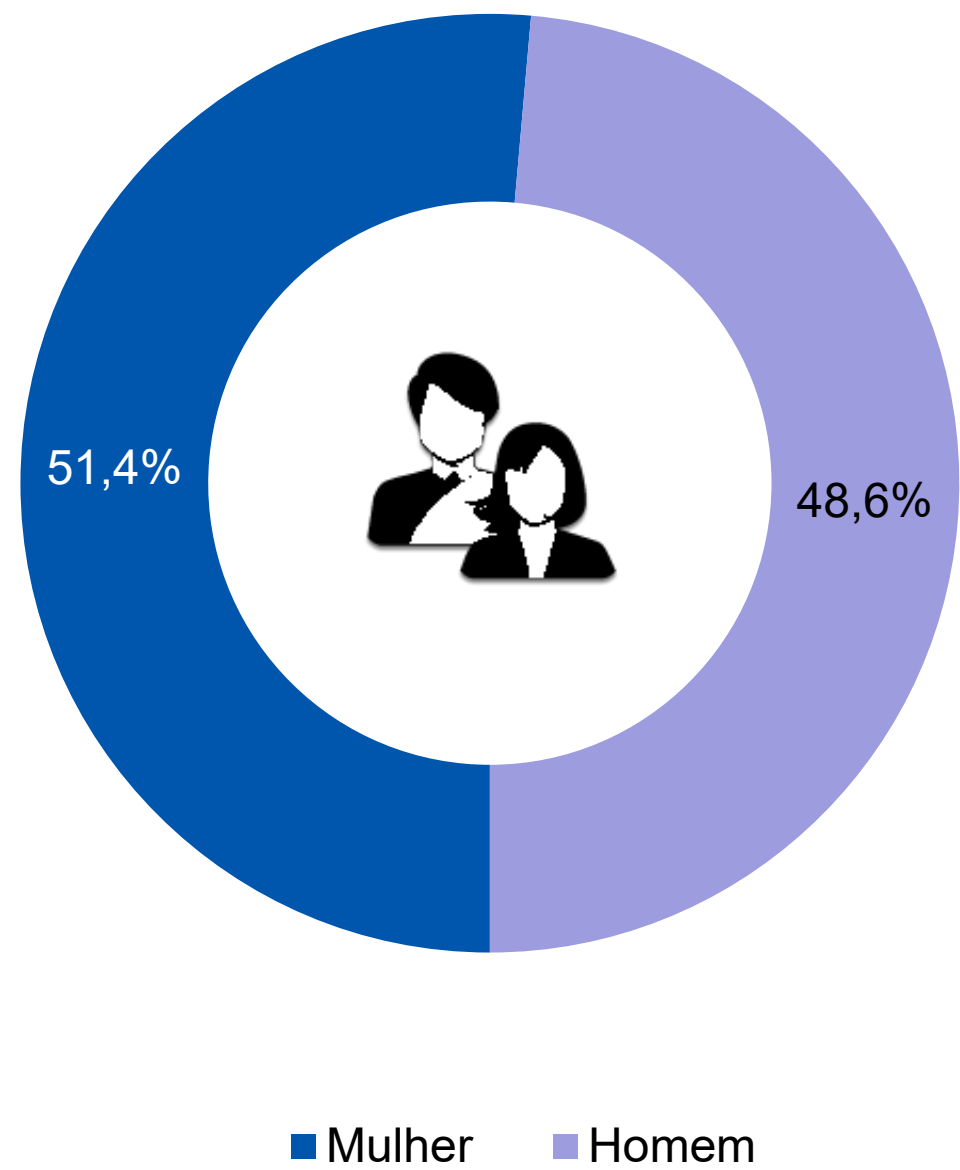
40,5%
SUDESTE

Curitiba	8,0%
Florianópolis	1,4%
Porto Alegre	5,6%

15,0%
SUL

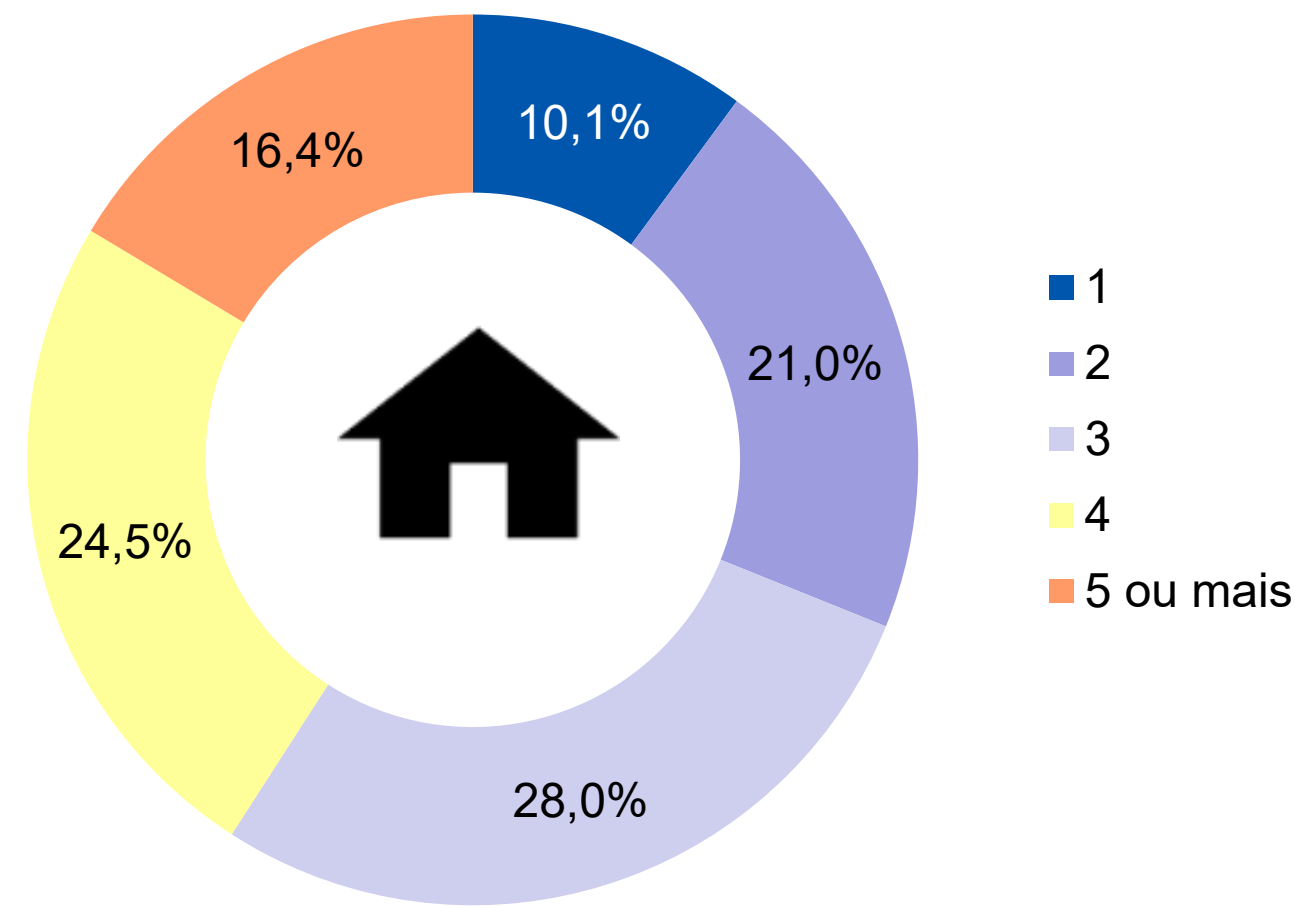
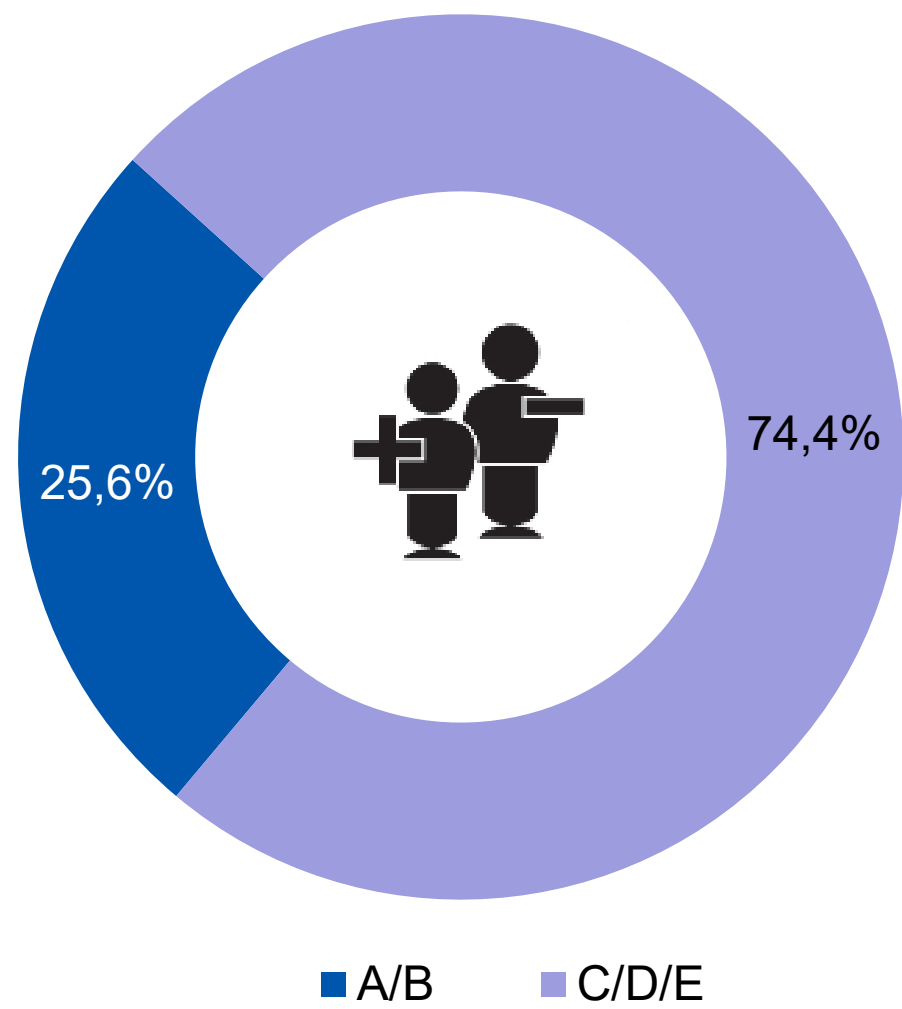
Geral
633

SEXO | IDADE



Geral
633

CLASSE



Média de moradores por domicílio: 3,2

Geral
633