

Intenção de compras para o Natal de 2021

OUTUBRO / 2021



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: 759 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 656 casos, que tinham a intenção de comprar presente no Natal. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,6 p.p e 3,8 p.p para um intervalo de confiança a 95%.

Data de coleta dos dados: 06 a 14 de outubro de 2021.

OBJETIVOS DO ESTUDO

- Mapear a intenção de compras para presentear terceiros e a si mesmo no Natal de 2021;
- Identificar características dos presentes (produtos, quantidade, ticket médio, pagamento, local e período de compra, etc.);
- Investigar fatores que influenciam as escolhas dos presentes;

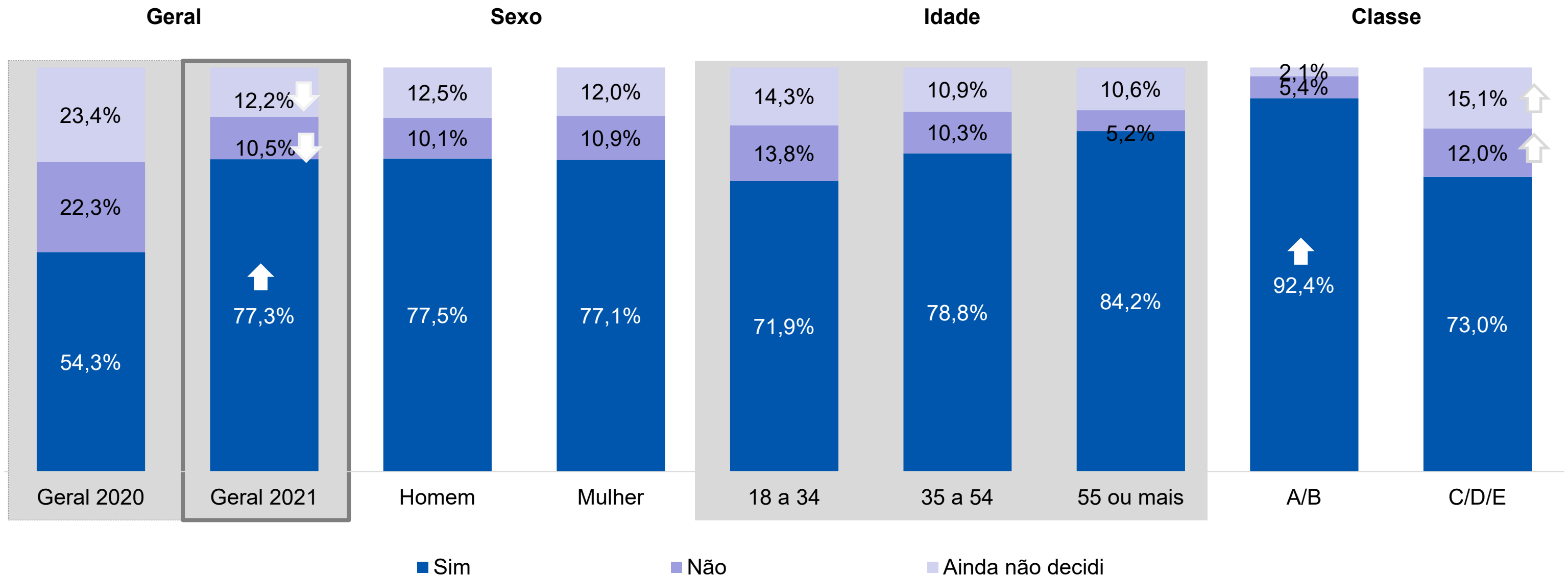


Intenção de Presentear no Natal

INTENÇÃO DE PRESENTEAR NO NATAL

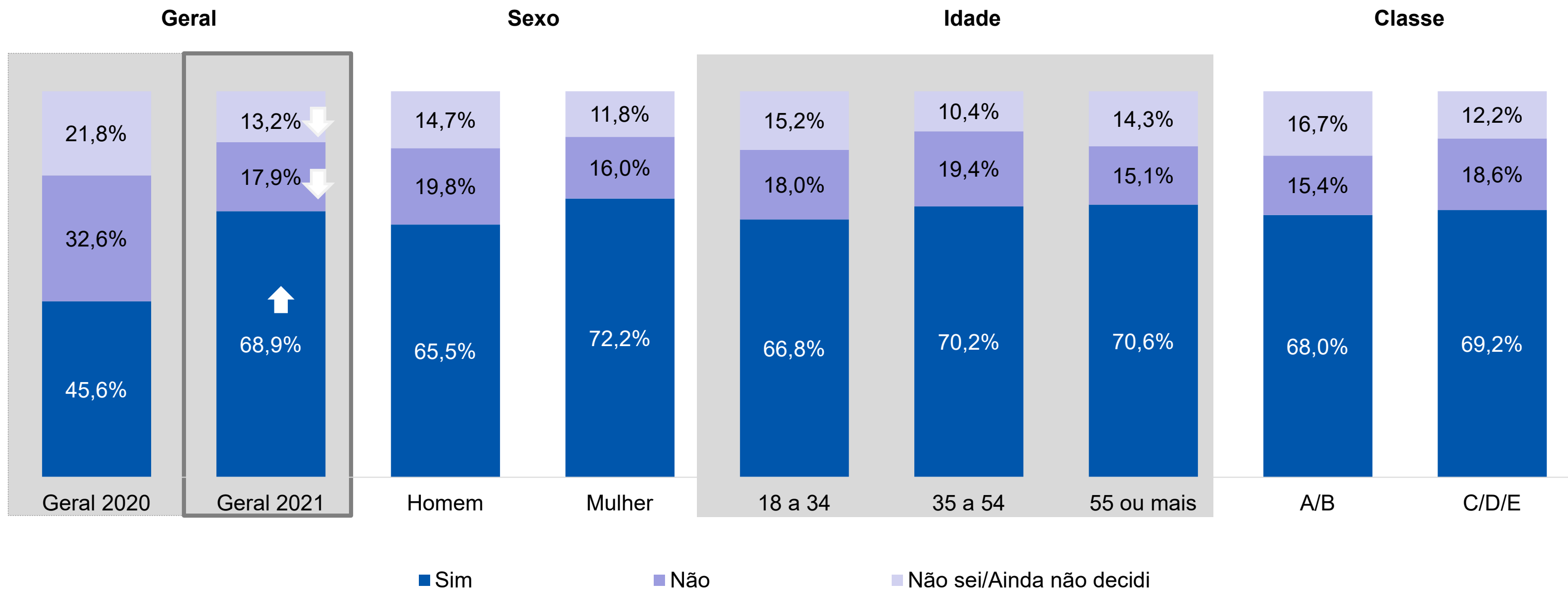
- 77% pretendem dar presente(s) para outras pessoas no Natal deste ano. Estima-se que 123,7 milhões de pessoas devem ir às compras de presentes em 2021. Em 2019, o percentual era de 77% de consumidores que tinham intenção de ir às compras, assim, podemos dizer que voltamos ao patamar de consumo pós-pandemia.
- Além disso, 69% pretendem comprar presentes para si mesmo no Natal, e estima-se que 110,3 milhões de pessoas devem ir às compras neste ano com este objetivo;
- Entre os que não vão presentear, 26% não têm dinheiro, 19% afirmam não gostar ou não ter o costume, e 16% estão desempregados;
- Os principais presenteados serão: os filhos (62%), a mãe (45%) e o cônjuge (42%);
- 31% pretendem dar o presente mais caro ao(s) filho(s). Já 16% darão o presente de maior valor à mãe, e 15% ao cônjuge;
- Em média, os consumidores pretendem comprar 4,5 presentes no Natal e o ticket médio será de R\$122,78. Com isto, estima-se movimentar na economia aproximadamente R\$ 68,4 bilhões em vendas.
- 61% pretendem comprar roupas, 37% brinquedos, 36% perfumes/cosméticos, 36% calçados e 24% acessórios.

PRETENDE PRESENTEAR ALGUÉM NO NATAL DE 2021: 77% pretendem dar presente(s) para outras pessoas no Natal deste ano (um aumento de 23 p.p. em relação a 2020, e principalmente classes A/B). Por outro lado, 10% não têm intenção de presentear terceiros (queda de 12 p.p. frente a 2020, sobretudo entre as classes C/D/E) e 12% ainda não se decidiram a este respeito (queda de 11 p.p.). Estima-se que 123,7 milhões de pessoas devem ir às compras de presentes em 2021.



BASE: Total da amostra	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	968	759	358	401	371	271	117	240	519

PRETENDE COMPRAR PRESENTE PARA SI MESMO NO NATAL: 69% pretendem comprar presentes para si mesmo no Natal (aumento de 23 p.p. frente a intenção de compra do último ano), enquanto 18% não têm essa intenção (queda de 15 p.p.), e 13% ainda não sabem. Estima-se que 110,3 milhões de pessoas devem ir às compras neste ano com este objetivo.



BASE: Total da amostra	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	968	759	358	401	371	271	117	240	519

POR QUE NÃO PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL: 26% não têm dinheiro, 19% afirmam não gostar ou não ter o costume, e 16% estão desempregados.

RESPOSTAS – RU	Geral	
	2020	2021
Não tenho dinheiro	21,8%	26,4%
Não gosto/ Não tenho costume	13,2%	19,2%
Estou desempregado	24,4%	15,6%
Estou endividado, tenho que priorizar o pagamento de dívidas	11,2%	14,4%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc.)	3,1%	5,4%
Estou distante das pessoas que poderia presentear	4,9%	5,4%
Preciso guardar o dinheiro, tenho muitos impostos e gastos no início do ano	4,0%	4,3%
Vou economizar para a ceia de Natal ou Ano Novo	1,7%	3,8%
Incerteza de como será o ano que vem	8,6%	3,0%
Vou economizar para viagem de fim de ano	0,0%	2,5% ↑
Tive redução salarial	4,1%	0,0%
Outros	3,1%	0,0%

BASE: Somente para quem <u>não</u> pretende presentear terceiros no Natal	Geral 2020	Geral 2021
	206	71

QUEM PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL: 62% pretendem presentear os filhos (especialmente as mulheres e em menor medida os mais jovens). 45% vão presentear a mãe (em menor medida os mais velhos), e 42% devem presentear o cônjuge (com destaque para as classes A/B, e em menor medida os mais jovens).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	58,9%	61,7%	52,8%	70,3% ↑	48,7% ↓	71,0%	67,1%	66,7%	60,0%
Mãe	45,0%	44,9%	41,1%	48,5%	57,3%	49,5%	19,4% ↓	48,9%	43,4%
Marido/ Esposa	45,4%	42,1%	42,4%	41,9%	32,8% ↓	44,7%	52,1%	54,5% ↑	37,6%
Irmão (ã)	22,8%	24,2%	18,7%	29,5% ↑	27,0%	24,8%	19,2%	29,2%	22,4%
Pai	22,7%	22,0%	18,0%	25,9%	31,1% ↑	19,9%	11,7%	24,7%	21,0%
Sobrinho (a)	18,4%	18,9%	13,9%	23,7% ↑	13,9%	21,8%	22,1%	17,9%	19,3%
Netos (as)	12,6%	15,0%	15,0%	14,9%	1,0%	11,6%	40,7%	23,8% ↑	11,8%
Namorado (a) / noivo (a)	15,8%	14,2%	14,9%	13,5%	24,5%	11,9%	2,2%	13,4%	14,5%
Amigos	16,0%	11,5%	9,8%	13,1%	12,3%	6,4%	18,0%	19,6% ↑	8,6%
Afilhado (a)	11,7%	10,0%	5,8%	14,0% ↑	9,8%	13,9%	4,3%	9,0%	10,3%

Continua...

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	548	605	288	317	280	223	102	228	377

QUEM PRETENDE PRESENTEAR NO NATAL (Continuação)

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sogro (a)	6,2%	5,0%	3,2%	6,7%	7,1%	5,4%	1,1%	6,4%	4,4%
Enteados (as)	2,9%	4,3%	3,2%	5,3%	3,8%	3,8%	5,6%	6,5%	3,5%
Avô / Avó	6,0%	4,0%	1,9%	6,1%	7,6% ↑	2,3%	1,4%	6,3%	3,2%
Tio (a)	3,5%	3,4%	4,2%	2,6%	4,1%	3,3%	2,6%	4,2%	3,1%
Primo (a)	2,8%	2,9%	3,2%	2,7%	4,8%	1,8%	1,8%	4,5%	2,4%
Padrinhos/madrinhas	2,4%	1,8%	0,2%	3,3% ↑	3,0%	1,8%	0,0%	2,1%	1,7%
Professor (a)	1,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%
Outros	3,0%	5,8%	6,5%	5,1%	1,5%	5,0%	13,2%	7,7%	5,1%
Não defini ainda	1,3%	2,6%	4,7% ↑	0,5%	2,2%	2,9%	2,6%	3,0%	2,4%

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
548	605	288	317	280	223	102	228	377

QUEM RECEBERÁ O PRESENTE MAIS CARO: 31% pretendem dar o presente mais caro ao(s) filho(s) (especialmente as mulheres). Já 16% darão o presente de maior valor à mãe (principalmente classes C/D/E e os mais jovens), e 15% ao cônjuge (sobretudo os homens).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Filho(a)	26,7%	30,7%	22,7%	38,4% ↑	28,9%	34,9%	27,3%	32,9%	30,0%
Mãe	17,3%	15,9%	19,0%	13,0%	24,2%	15,0%	5,1%	9,6%	18,2% ↑
Marido/ Esposa	18,0%	15,2%	22,5% ↑	8,3%	12,4%	12,7%	23,4%	19,5%	13,7%
Eu (o próprio entrevistado)	6,3%	8,0%	5,3%	10,6% ↑	6,6%	8,4%	9,6%	6,2%	8,7%
Netos (as)	5,7%	7,7%	7,5%	7,8%	0,0%	5,7%	22,0%	13,1% ↑	5,7%
Namorado (a) / noivo (a)	5,5%	3,5%	5,6%	1,6%	7,8% ↑	1,1%	0,9%	4,8%	3,1%
Sobrinho (a)	2,4%	2,9%	2,0%	3,8%	1,4%	2,4%	6,0%	2,2%	3,2%
Pai	1,0%	2,8%	3,0%	2,6%	5,4%	2,0%	0,2%	2,1%	3,1%
Irmão (ã)	3,2%	1,0% ↓	1,0%	1,0%	2,8% ↑	0,0%	0,0%	0,9%	1,1%
Afilhado (a)	0,8%	0,9%	0,9%	1,0%	1,3%	1,2%	0,0%	0,6%	1,1%
Avô / Avó	0,7%	0,3%	0,3%	0,3%	0,7%	0,1%	0,0%	0,6%	0,2%
Amigos	0,7%	0,1%	0,3%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%
Outros	1,7%	1,5%	1,3%	1,7%	0,9%	2,2%	1,5%	1,5%	1,5%
Não sei/Não defini ainda	10,0%	9,3%	8,7%	9,8%	7,5%	14,5% ↑	4,1%	5,3%	10,7%

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
548	605	288	317	280	223	102	228	377

QUAL O NÚMERO DE PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR PARA DAR A OUTRAS PESSOAS:

36% pretendem comprar entre 3 e 4 presentes, 24% entre 5 e 7, e 23% entre 1 e 2 itens. Em média, os consumidores pretendem comprar 4,5 presentes no Natal, número maior do que o último ano, e que aumenta entre as mulheres e as classes A/B. 5% ainda não definiram quantos itens devem comprar

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (presentes)	3,64	4,50 ↑	4,03	4,95 ↑	4,17	4,65	4,78	5,10 ↑	4,28
1 a 2	25,2%	22,6%	26,9% ↑	18,4%	28,7% ↑	16,6%	22,5%	16,4%	24,8%
3 a 4	32,9%	35,9%	39,4%	32,6%	32,9%	39,4%	35,2%	34,6%	36,4%
5 a 7	19,6%	23,6%	18,4%	28,5% ↑	22,1%	25,7%	22,5%	26,5%	22,5%
8 ou mais	14,4%	13,3%	9,4%	17,0% ↑	11,3%	13,5%	16,1%	19,2% ↑	11,2%
Não defini ainda	8,0%	4,6% ↓	5,8%	3,5%	5,0%	4,8%	3,7%	3,3%	5,1%

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
548	605	288	317	280	223	102	228	377

QUANTO PRETENDE GASTAR POR PRESENTE PARA TERCEIROS: 49% pretendem gastar até R\$150 por presente. O ticket médio será de R\$122,78 (valor R\$ 14 acima do que o último ano, e que aumenta entre os mais velhos). Com isto, estima-se movimentar na economia aproximadamente R\$ 68,4 bilhões em vendas.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (R\$)	108,78	122,78 ↑	131,50	114,17	104,37	119,89	160,13 ↑	132,26	119,60
Até R\$ 75	26,2%	21,5%	17,8%	25,0% ↑	30,0%	23,0%	6,4%	13,8% ↓	24,2%
R\$ 76 a R\$ 150	29,6%	27,7%	30,2%	25,4%	30,2%	24,2%	29,4%	31,7%	26,3%
R\$ 151 a R\$ 300	12,6%	15,1%	17,5%	12,9%	11,1%	14,4%	22,3%	14,8%	15,3%
Mais de R\$ 300	4,3%	8,7% ↑	9,9%	7,7%	8,6%	7,9%	10,1%	10,7%	8,0%
Não sei/ Não defini ainda	23,7%	26,7%	24,4%	29,0%	19,8% ↓	30,3%	31,8%	28,7%	26,0%

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
548	605	288	317	280	223	102	228	377

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR OUTRAS

PESSOAS: 61% pretendem comprar roupas (principalmente mulheres e classes A/B), 37% brinquedos (sobretudo as mulheres), 36% perfumes/cosméticos, 36% calçados (com destaque entre as classes A/B) e 24% acessórios.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas	56,8%	61,0%	55,4%	66,2% ↑	60,0%	65,2%	56,0%	72,7% ↑	56,7%
Brinquedos em geral	37,7%	37,3%	30,0%	44,3% ↑	37,9%	38,3%	35,1%	38,4%	37,0%
Perfumes ou outros cosméticos	31,5%	36,2%	36,5%	35,9%	34,6%	38,1%	35,7%	39,3%	35,1%
Calçados	30,8%	35,6%	32,5%	38,5%	33,2%	40,7%	31,4%	43,7% ↑	32,6%
Acessórios (cintos, bolsas, relógios, bijuterias etc)	23,6%	23,6%	23,7%	23,4%	26,8%	20,9%	22,8%	26,9%	22,4%
Livros	17,6%	17,1%	15,7%	18,5%	14,2%	16,4%	22,6%	16,9%	17,2%
Vale presente	9,9%	15,2% ↑	14,7%	15,7%	12,1%	15,4%	19,4%	18,2%	14,1%
Celular/ Smartphone	13,5%	13,4%	15,3%	11,5%	14,0%	17,0%	7,1%	10,3%	14,5%
Jogos, videogames	10,7%	13,1%	15,2%	11,0%	16,4%	15,4%	4,5% ↓	15,7%	12,1%
Jóias / semijóias	10,0%	11,5%	11,6%	11,4%	17,3%	10,0%	5,1%	14,1%	10,5%

Continua...

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	548	605	288	317	280	223	102	228	377

PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR OUTRAS PESSOAS (Continuação)

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, máquina de lavar, secadora, microondas, cafeteira, etc.)	7,0%	10,6%	14,6% ↓	6,7%	10,7%	9,1%	12,5%	10,3%	10,6%
Bebidas (vinhos, espumantes, whiskys e etc)	11,6%	9,9%	9,7%	10,0%	13,6%	8,4%	6,5%	13,7%	8,5%
Dinheiro	7,7%	9,7%	11,0%	8,5%	8,6%	7,6%	14,5%	11,5%	9,0%
Eletrônicos (aparelho TV, DVD, câmera digital, som, etc.)	9,1%	7,1%	9,6%	4,8%	8,0%	8,2%	4,3%	8,6%	6,6%
Tablet	5,2%	5,3%	5,3%	5,3%	3,7%	4,9%	8,2%	9,4%	3,8%
Computador/Notebook	4,0%	4,7%	5,2%	4,2%	6,0%	4,7%	2,8%	5,4%	4,4%
Viagem	3,4%	4,4%	6,1%	2,7%	3,8%	5,9%	2,9%	5,8%	3,8%
Outros	1,4%	0,6%	0,6%	0,5%	0,5%	0,3%	1,0%	0,5%	0,6%
Não sei	6,4%	5,6%	7,6%	3,7%	4,7%	5,8%	6,7%	3,2%	6,5%

BASE: Somente para quem pretende presentear terceiros no Natal

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
548	605	288	317	280	223	102	228	377

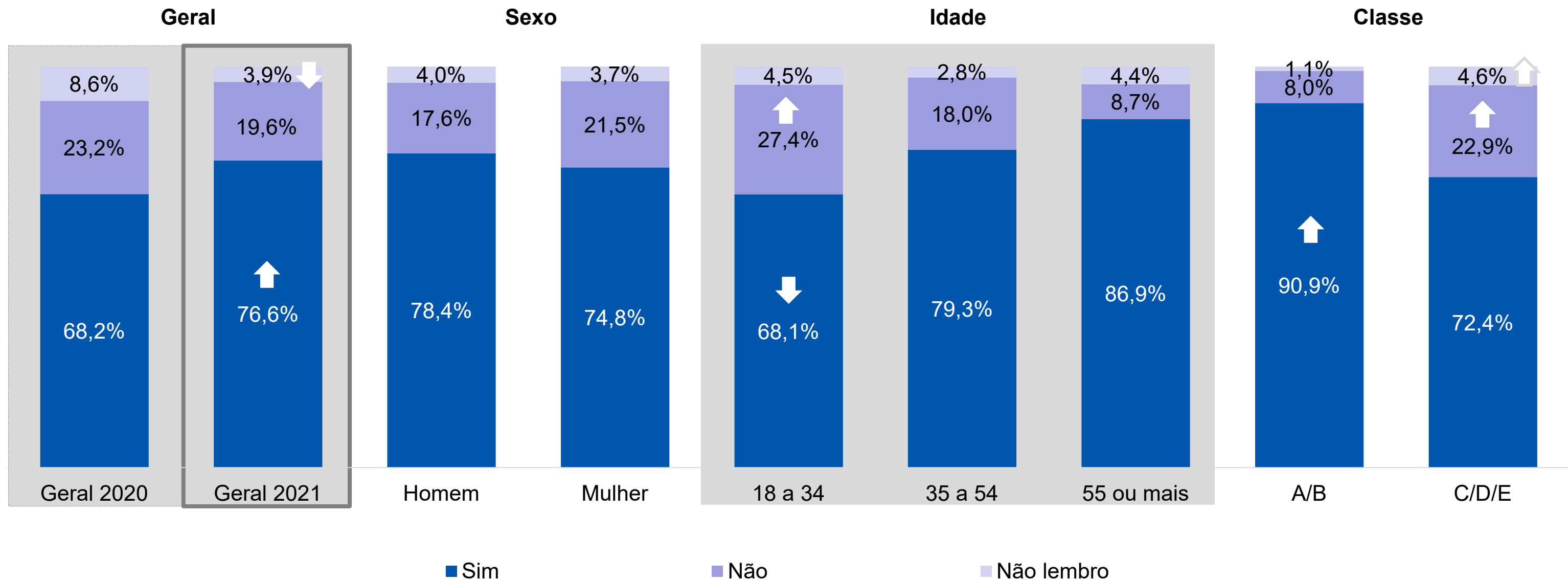


Comparação da intenção de compra 2020 x 2021

COMPARAÇÃO DA INTENÇÃO DE COMPRA NATAL 2020 X 2021

- 77% compraram presentes para si mesmo ou para outras pessoas no Natal de 2020;
- 40% pretendem comprar este ano a mesma quantidade de presentes adquiridos no ano passado, 28% pretendem comprar mais presentes e 22% menos;
- 33% pretendem gastar menos nas compras de presentes este ano, 31% pretendem gastar mais e 27% gastar a mesma quantia;
- Entre aqueles que pretendem gastar menos, 37% querem economizar, 22% estão com o orçamento apertado e 18% citam as incertezas com relação à economia brasileira para o próximo ano;
- Já aqueles que devem gastar mais afirmam principalmente que darão um presente melhor (36%), que os preços estão mais caros (34%) e que darão mais presentes (26%).

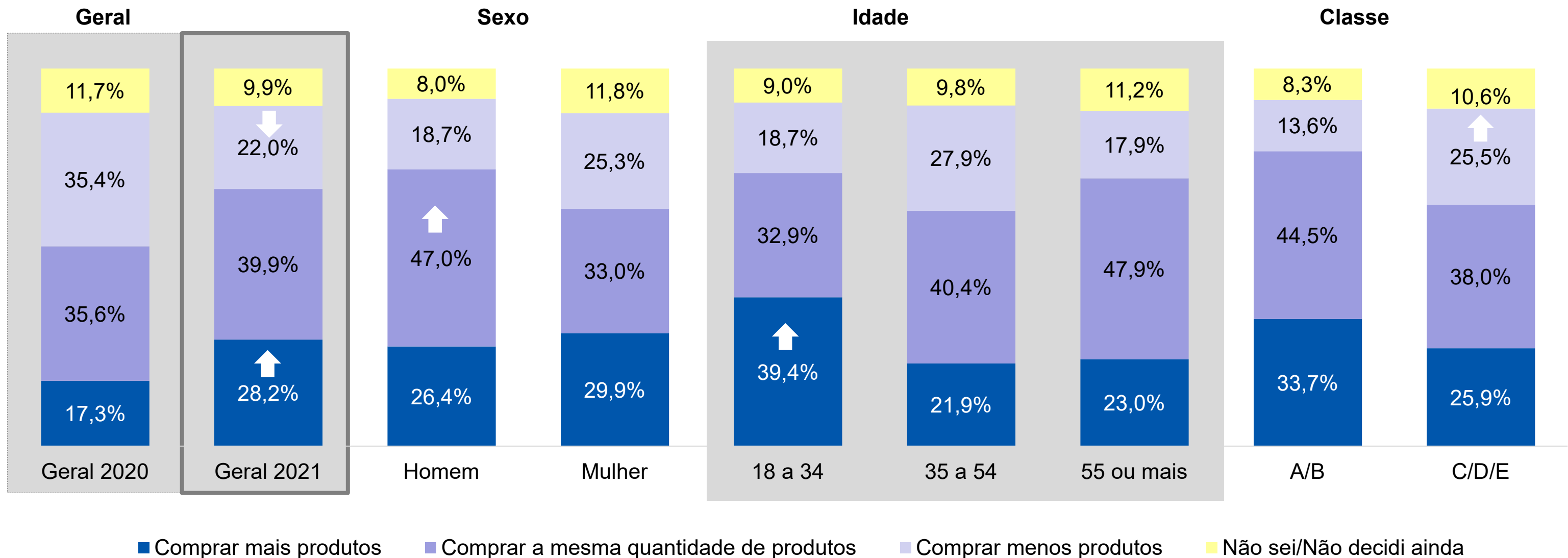
COMPROU PRESENTE PARA SI MESMO OU PARA TERCEIROS NO NATAL DE 2020: 77% compraram presentes para si mesmo ou para outras pessoas no Natal de 2020 (aumento de 8 p.p. frente ao último ano e especialmente as classes A/B).



BASE: Total da amostra	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	968	759	358	401	371	271	117	240	519

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

40% pretendem comprar este ano a mesma quantidade de presentes adquiridos no ano passado (principalmente os homens), 28% pretendem comprar mais presentes (aumento de 11 p.p., com destaque entre os mais jovens) e 22% menos produtos (queda de 13 p.p., e sobretudo as classes C/D/E).

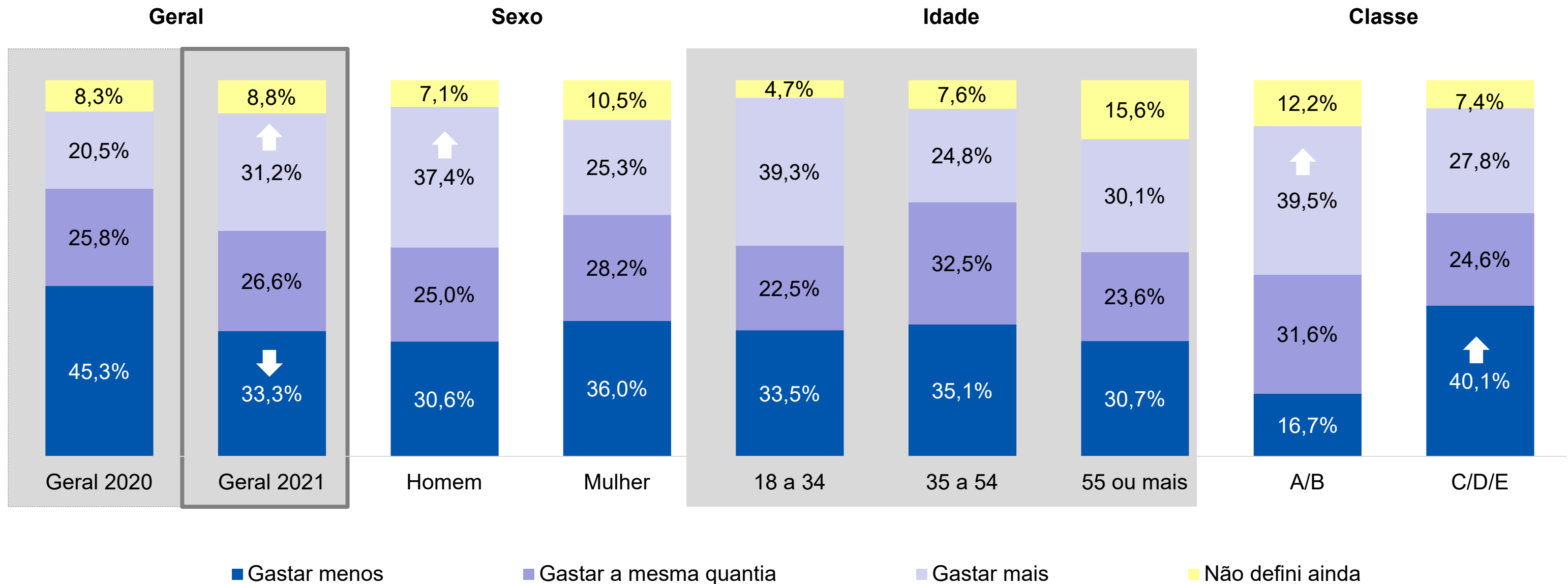


BASE: Somente para quem comprou presentes no Natal de 2020 e tem intenção de comprar este ano

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	506	528	254	274	230	202	96	215	313

GASTO QUE PRETENDE TER NO NATAL DESTA ANO EM RELAÇÃO AO ANO

PASSADO: 33% pretendem gastar menos nas compras de presentes este ano (queda de 12 p.p. frente ao último ano e principalmente as classes C/D/E), 31% pretendem gastar mais (aumento de 11 p.p., principalmente homens e classes A/B) e 27% gastar a mesma quantia.



BASE: Somente para quem comprou presentes no Natal de 2020 e tem intenção de comprar este ano

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	506	528	254	274	230	202	96	215	313

POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS NO NATAL DESTA ANO: 37% querem economizar, 22% estão com o orçamento apertado (sobretudo classes C/D/E) e 18% citam as incertezas com relação à economia brasileira para o próximo ano. Houve queda de 14 p.p. entre aqueles que disseram ter tido redução da renda, e redução de 9 p.p. entre os que estavam endividados.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Para economizar	37,0%	36,6%	45,0%	29,8%	36,1%	30,8%	46,5%	55,1%	33,5%
Situação financeira ruim/orçamento apertado	32,9%	22,4%	21,1%	23,4%	24,2%	22,0%	20,3%	5,5%	25,2%↑
Incertezas com relação à economia brasileira para o próximo ano	24,9%	17,7%	21,7%	14,3%	15,3%	14,5%	25,9%	26,8%	16,1%
Não consegui juntar/economizar dinheiro	12,9%	15,9%	18,9%	13,5%	14,8%	15,2%	18,5%	7,5%	17,3%
Irei presentear menos pessoas este ano	14,1%	14,5%	7,8%	20,1%	15,6%	20,6%	3,6%	4,9%	16,2%
Estou desempregado	12,5%	14,5%	20,7%	9,4%	6,1%	14,8%	25,2%	25,6%	12,6%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro, etc)	13,6%	12,1%	10,0%	14,0%	14,5%	17,8%		7,3%	13,0%
O presente que pretendo comprar é mais barato do que o presente do ano passado	8,9%	8,8%	13,1%	5,3%	5,0%	12,2%	8,7%	12,4%	8,2%
Estou endividado	17,0%	7,8% ↓	5,7%	9,4%	6,0%	4,0%	16,1%	0,0%	9,1% ↑
Tive redução salarial/da renda mensal	20,2%	6,4% ↓	6,4%	6,5%	6,8%	10,1%		9,7%	5,8%
Tenho medo de perder o emprego	5,2%	4,6%	3,7%	5,4%	1,3%	3,0%	11,6%	1,5%	5,1%
Vou dividir o valor do presente com outra pessoa	1,3%	2,7%	2,6%	2,7%	3,3%	2,9%	1,4%	7,3%	1,9%

BASE: Somente para quem pretende gastar <u>menos</u> no Natal deste ano	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	218	147	60	87	69	55	23	32	115

POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS NO NATAL DESTA ANO: 36% afirmam que darão um presente melhor, 34% dizem que os preços estão mais caros, e 26% que darão mais presentes.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Vou dar um presente melhor	32,2%	35,8%	33,7%	38,8%	38,6%	40,1%	26,3%	44,5%	31,0%
Os preços subiram/presentes estão mais caros	23,1%	33,9%	30,8%	38,3%	18,8% ↓	44,2%	47,2%	31,5%	35,3%
Vou dar mais presentes	16,2%	26,5%	26,2%	27,0%	31,5%	21,3%	24,4%	26,2%	26,7%
Economizei ao longo do ano	23,6%	21,1%	21,2%	21,0%	18,4%	30,3%	14,8%	23,0%	20,1%
Melhoria de salário / renda mensal	14,2%	18,3%	21,6%	13,6%	19,4%	18,2%	16,6%	19,1%	17,9%
Vou usar o meu 13º salário para fazer compras	25,6%	17,5%	20,7%	13,1%	21,6%	18,3%	9,7%	9,6%	22,0%
Vou dividir em várias parcelas	11,7%	11,6%	9,1%	15,1%	9,1%	12,6%	14,6%	11,4%	11,7%
Estabilidade no emprego	1,1%	10,1% ↑	12,1%	7,1%	10,4%	14,1%	4,8%	10,5%	9,8%
O momento da economia brasileira é favorável	2,7%	4,5%	7,7% ↑	0,0%	4,1%	1,8%	8,5%	4,8%	4,4%

BASE: Somente para quem pretende gastar <u>mais</u> no Natal deste ano	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	112	198	108	90	100	64	34	102	96



Processo de compra e pesquisa de preço

PROCESSO DE COMPRA E PESQUISA DE PREÇO

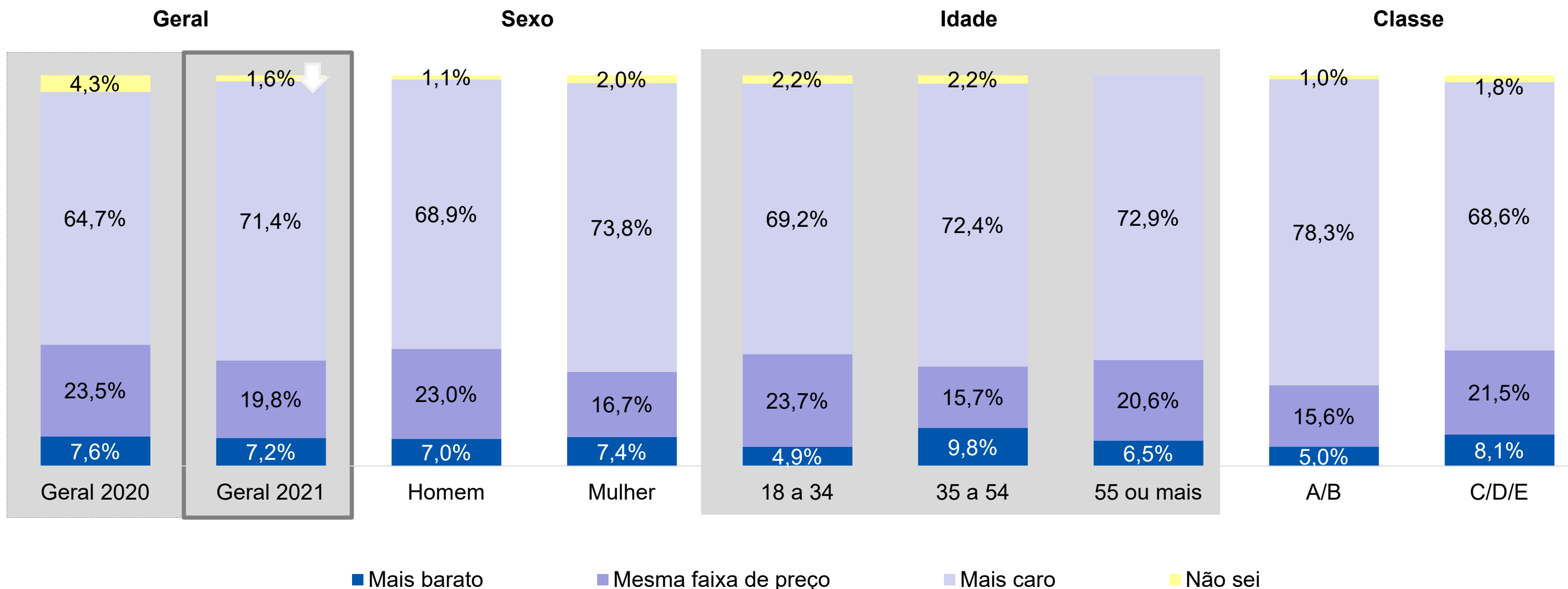
- 71% consideram que os preços dos presentes deste ano estão mais caros que do ano passado, 20% que estão na mesma faixa de preço, e 7% que estão mais baratos;
- 79% pretendem fazer pesquisa de preços antes de comprar os presentes, sendo que 83% vão utilizar a internet (sobretudo os sites e aplicativos e as redes sociais). Já 68% farão pesquisas de forma offline, principalmente nas lojas de shopping e de rua;
- As principais formas de pagamento serão: dinheiro (48%), cartão de crédito parcelado (39%), cartão de débito (38%) e PIX (30%);
- Entre os que pretendem pagar parcelado, o número médio será de 6,3 parcelas;
- 49% pretendem parcelar as compras para ter condições de comprar todos os presentes, 43% afirmam que mesmo tendo condições de pagar à vista, preferem pagar desta forma para garantir sobra de dinheiro no orçamento e 28% para poder comprar presentes melhores;

PROCESSO DE COMPRA E PESQUISA DE PREÇO

- Os principais locais de compra dos presentes serão a internet (45%), as lojas de departamento (43%) e o shopping center (40%);
- Entre aqueles que farão compras online, 37% devem comprar quase todos os presentes na internet, 31% metade dos presentes, e 21% todos os seus presentes dessa forma. Em média, 67% dos presentes serão comprados pela internet.
- Os canais de compra on line mais utilizados deve ser: os sites (76%, com destaque para os de lojas varejistas nacionais e em sites internacionais), os aplicativos (72%) e o Instagram (23%);
- Quando se trata da escolha do estabelecimento onde pretende comprar os presentes, 55% são influenciados pelo preço, 39% por ofertas e promoções, 24% pela variedade de produtos e 23% pelo atendimento;
- Já com relação à escolha do presente, 20% consideram as promoções e descontos, 20% o perfil do presenteado e 20% a qualidade do presente.

COMPARAÇÃO DOS PREÇOS DOS PRESENTES DESTA ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

71% consideram que os preços dos presentes deste ano estão mais caros que do ano passado, 20% que estão na mesma faixa de preço, e 7% que estão mais baratos.



BASE: Somente para quem comprou presentes no Natal de 2020 e tem intenção de comprar este ano

	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	506	528	254	274	230	202	96	215	313

PRETENDE FAZER PESQUISA DE PREÇO ANTES DE COMPRAR OS PRESENTES DE NATAL:

79% pretendem fazer pesquisa de preços antes de comprar os presentes. Apenas 14% não pretendem (aumento de 6 p.p. comparado a 2020), sendo que 7% preferem comprar o que gostam e outros 7% vão comprar no lugar que já têm o costume por falta de tempo.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sim, pretendo fazer pesquisa de preço para economizar	84,0%	78,9%	79,8%	78,1%	74,5%	83,4%	78,9%	78,7%	78,9%
Não (Total)	7,6%	13,7% ↑	13,9%	13,4%	19,5%	10,3%	9,8%	16,7%	12,7%
Não, pois não decidi o que vou comprar / gosto de comprar o que vejo e gosto	3,7%	6,8% ↑	5,9%	7,6%	8,8%	4,5%	7,1%	10,6%	5,6%
Não, pois não tenho tempo / vou comprar nos locais que tenho costume	3,8%	6,6%	7,5%	5,8%	10,6% ↑	5,1%	2,6%	6,1%	6,8%
Outros	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,3%
Não sei ainda	8,4%	7,5%	6,3%	8,5%	6,0%	6,4%	11,3%	4,6%	8,4%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	606	656	310	346	311	237	108	232	424

ONDE COSTUMA REALIZAR PESQUISA DE PREÇOS: 83% vão pesquisar preços pela internet (principalmente as classes A/B), sendo que 73% utilizarão os sites e aplicativos, e 40% as redes sociais (aumento de 11 p.p. em relação a 2020). Já 68% farão pesquisas de forma offline (com destaque entre as classes C/D/E), principalmente nas lojas de shopping (44%) e de rua (40%).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Online	80,2%	83,3%	80,5%	85,9%	83,4%	82,1%	85,0%	98,5% ↑	78,2%
Sites e aplicativos	73,8%	73,3%	73,0%	73,6%	72,7%	68,6%	81,5%	93,2% ↑	66,7%
Redes Sociais	28,9%	39,6% ↑	37,6%	41,6%	42,0%	41,1%	34,0%	33,7%	41,6%
Offline	68,9%	67,6%	70,9%	64,4%	66,1%	71,9%	62,9%	58,5%	70,6% ↑
Lojas de shopping	42,9%	43,9%	48,8%	39,2%	41,3%	47,5%	41,9%	47,4%	42,7%
Lojas de rua	37,9%	39,8%	38,3%	41,2%	40,2%	41,6%	36,4%	21,6%	45,8% ↑
Panfletos de lojas	15,4%	18,5%	20,8%	16,3%	15,7%	20,0%	20,1%	17,4%	18,8%
Supermercados	19,8%	12,9% ↓	16,3%	9,6%	12,1%	13,1%	13,8%	14,8%	12,3%
Com conhecidos	8,7%	8,6%	12,9% ↑	4,5%	9,6%	7,7%	8,6%	6,0%	9,5%
Jornais impressos	5,9%	3,6%	5,3%	1,9%	1,8%	6,6%	1,2%	3,5%	3,6%
Outros	1,2%	0,7%	0,5%	0,9%	0,6%	1,3%	0,0%	2,0%	0,3%

BASE: Somente para quem pretende fazer pesquisa de preço	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	509	518	248	270	234	193	91	181	337

EM QUE SITES/APLICATIVOS PESQUISA PREÇO: Os principais sites e aplicativos utilizados para pesquisar preços serão os de lojas varejistas (80%, com aumento de 27 p.p.), os buscadores (67%), e aqueles de comparação de preço (47%, com queda de 9 p.p.). As classes A/B apresentam maior propensão a pesquisar preços pela internet.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sites/ aplicativos de varejistas	52,3%	79,6%↑	78,8%	80,5%	77,4%	75,6%	87,9%	87,4%↑	76,1%
Sites/ aplicativos de busca (Google, Yahoo, Bing)	64,7%	66,8%	70,2%	63,6%	62,3%	63,3%	77,4%	75,3%↑	62,9%
Sites/ aplicativos de comparação de preços (Ex.: Buscapé, Já Cotei, Zoom etc)	56,6%	47,2%↓	56,1%↑	38,8%	41,7%	46,9%	54,8%	56,0%↑	43,2%
Sites/ aplicativos de ofertas (ex.: Guiato, Promobit, Pelando, Save Me, Oferta Esperta etc)	18,5%	15,1%	17,1%	13,1%	15,7%	18,3%	10,1%	15,3%	15,0%
Outros	2,5%	2,3%	0,4%	4,1%↑	3,6%	2,0%	1,0%	2,5%	2,2%

BASE: Somente para quem faz pesquisa de preços na internet	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	384	408	199	209	181	147	80	171	237

PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO DOS PRESENTES: 84% pretendem pagar os presentes à vista, principalmente no dinheiro (48%, especialmente as classes C/D/E e em menor medida os mais velhos), no cartão de débito (38%, principalmente classes A/B) e no PIX (30%, sobretudo classes C/D/E e em menor medida os mais velhos). Já 43% pretendem pagar de forma parcelada, principalmente no cartão de crédito parcelado (39%, com destaque para as classes A/B, e em menor medida os mais jovens).

RESPOSTAS – RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
À vista	84,1%	88,2%	80,3%	87,2%	84,9%	78,2%	81,5%	84,9%
Dinheiro	47,9%	45,6%	50,1%	55,8%	52,4%	29,2% ↓	36,9%	51,6% ↑
Cartão de débito	38,1%	41,9%	34,4%	37,4%	38,1%	39,1%	47,7% ↑	34,9%
PIX	30,2%	30,7%	29,7%	38,3%	31,7%	15,4% ↓	24,0%	32,3% ↑
Cartão de crédito (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	26,4%	30,0%	23,0%	20,5%	27,3%	34,1%	39,3% ↑	22,1%
Boleto bancário	10,2%	12,2%	8,3%	13,0%	8,2%	8,8%	7,7%	11,0%
Transferência bancária	6,5%	7,4%	5,8%	4,9%	9,2%	5,0%	5,4%	6,9%
Cartão da própria loja (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	5,8%	6,6%	5,1%	5,5%	8,1%	3,0%	6,4%	5,7%
Cheque à vista ou pré-datado, em uma única vez	3,0%	2,7%	3,2%	2,3%	3,4%	3,3%	0,5%	3,8% ↑
Parcelado	43,4%	41,7%	45,0%	34,6% ↓	44,5%	55,3%	51,1% ↑	40,8%
Cartão de crédito (parcelado)	39,1%	38,2%	40,0%	28,8% ↓	41,2%	52,2%	49,7% ↑	35,6%
Cartão da própria loja (parcelado)	6,9%	8,2%	5,7%	5,8%	11,8% ↑	1,3% ↓	4,6%	7,7%
Crediário/carnê (parcelado)	5,3%	4,7%	5,8%	4,0%	6,5%	5,4%	1,8%	6,5% ↑
Cheque pré-datado (parcelado)	2,3%	4,1% ↑	0,6%	2,8%	3,0%	0,4%	0,8%	2,8%
Outros	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,1%
Não sei/Não decidi ainda	1,7%	1,0%	2,4%	1,7%	1,2%	2,6%	1,6%	1,8%

BASE:	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	656	310	346	311	237	108	232	424

NÚMERO DE PARCELAS NA COMPRA DO(S) PRESENTE(S): Entre os que pretendem pagar parcelado, o número médio será de 6,3 parcelas, com aumento de 1,5 prestações frente ao ano passado. 18% ainda não definiram em quantas vezes devem parcelar as compras.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (parcelas)	4,80	6,28 ↑	6,26	6,30	5,68	6,35	6,91	6,00	6,38
2 parcelas	7,4%	3,7%	4,0%	3,4%	5,8%	1,7%	3,9%	6,4%	2,6%
3 parcelas	30,6%	12,4% ↓	15,4%	9,8%	15,9%	8,6%	13,7%	13,4%	12,0%
4 parcelas	17,5%	13,3%	9,1%	16,9%	18,3%	14,8%	6,6%	6,0%	16,3%
5 parcelas	14,1%	9,8%	11,6%	8,2%	10,5%	11,9%	6,6%	9,7%	9,8%
6 parcelas	5,3%	13,8% ↑	16,8%	11,2%	10,3%	24,7% ↑	3,9%	13,4%	13,9%
7 ou mais parcelas	14,9%	28,8% ↑	29,1%	28,6%	28,3%	23,8%	35,3%	27,0%	29,6%
Não sei/não defini ainda	10,3%	18,2% ↑	14,0%	21,9%	10,9%	14,5%	29,9%	24,2% ↑	15,8%

BASE: Somente para quem pretende fazer compras parceladas	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	278	284	130	154	116	108	60	116	168

POR QUE PRETENDE PARCELAR O PAGAMENTO DAS COMPRAS: 49% pretendem parcelar as compras para ter condições de comprar todos os presentes (especialmente as mulheres), 43% afirmam que mesmo tendo condições de pagar à vista, preferem pagar desta forma para garantir sobra de dinheiro no orçamento e 28% para poder comprar presentes melhores.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Para que eu tenha condições de comprar todos os presentes	48,8%	49,3%	39,0%	58,2% ↑	49,6%	56,4%	40,6%	42,8%	52,1%
Mesmo eu tendo condições de pagar à vista, eu prefiro parcelar para garantir sobras de dinheiro nas minhas finanças	39,8%	42,6%	45,1%	40,5%	39,4%	38,3%	51,0%	46,4%	41,1%
Para poder comprar presentes melhores	28,8%	27,6%	31,4%	24,2%	29,8%	30,1%	22,3%	25,7%	28,3%
Porque não consigo resistir à pressão de meus filhos, e acabo comprando coisas fora de minhas condições financeiras	6,4%	7,9%	10,7%	5,4%	10,5%	9,1%	3,9%	8,6%	7,6%
Outros	0,0%	1,4%	2,0%	0,8%	1,4%	0,0%	2,9%	1,4%	1,3%

BASE: Somente para quem pretende fazer compras parceladas	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
		277	284	130	154	116	108	60	116

LOCAIS QUE PRETENDE REALIZAR AS COMPRAS: 45% pretendem fazer compras pela internet (especialmente as classes A/B e os mais velhos), 43% nas lojas de departamento e 40% em shopping center (principalmente os homens e classes A/B).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Internet/lojas on line	47,4%	44,8%	47,2%	42,6%	41,8%	40,6%	55,8%↑	68,0%↑	37,2%
Lojas de departamento (exemplo: Renner, C&A, Riachuelo, Marisa etc)	39,7%	42,6%	42,2%	43,1%	37,9%	42,2%	50,6%	43,3%	42,4%
Shopping Center (exceto lojas de departamento)	34,3%	39,7%	47,0%↑	32,9%	34,7%	37,9%	50,2%	54,5%↑	34,8%
Lojas de rua/bairro (exceto lojas de departamento)	25,7%	25,5%	19,6%	31,0%↑	23,7%	26,3%	27,1%	16,3%	28,5%↑
Shopping popular	20,7%	24,9%	27,0%	22,9%	27,7%	29,3%	13,9%↓	19,1%	26,8%
Revendedores de cosméticos Natura, Avon etc	13,9%	18,7%	14,4%	22,6%↑	14,5%	21,6%	20,7%	14,4%	20,1%
Supermercados/hipermercados	13,0%	12,2%	15,9%↑	8,7%	13,0%	11,3%	12,3%	11,9%	12,3%
Galeria comercial	8,8%	9,6%	10,3%	8,9%	8,4%	9,6%	11,4%	10,6%	9,3%
Comércio ambulante (camelô)	9,1%	8,6%	7,8%	9,3%	10,2%	8,5%	6,2%	4,7%	9,9%
Outlets	7,2%	8,2%	8,3%	8,0%	6,6%	9,0%	9,3%	11,2%	7,2%
Sacoleiras	2,4%	4,4%	5,1%	3,7%	4,1%	5,7%	2,8%	1,8%	5,2%
Outros	0,5%	0,2%	0,0%	0,4%	0,1%	0,5%	0,0%	0,7%	0,0%
Não sei/Não decidi ainda	5,2%	5,0%	5,9%	4,1%	4,2%	7,5%	2,6%	2,3%	5,9%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	606	656	310	346	311	237	108	232	424

PERCENTUAL DE PRESENTES QUE SERÃO COMPRADOS PELA INTERNET: 37% devem comprar quase todos os presentes na internet, 31% metade dos presentes, e 21% garantem que comprarão todos os seus presentes online. Em média, 67% dos presentes serão comprados pela internet.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Média (em %)	65,6%	66,8%	67,7%	65,9%	66,1%	69,1%	65,2%	66,4%	67,1%
Todos (100%)	19,7%	20,8%	21,7%	19,7%	18,9%	25,1%	18,1%	18,3%	22,2%
Quase todos (cerca de 75%)	34,4%	37,2%	38,2%	36,2%	36,1%	35,2%	40,5%	38,0%	36,7%
Metade (50%)	35,7%	30,7%	29,7%	31,8%	35,3%	30,7%	25,5%	34,9%	28,2%
Alguns poucos (cerca de 25%)	8,6%	11,1%	10,1%	12,2%	9,7%	8,4%	15,8%	8,2%	12,9%
Quase nenhum (abaixo de 10%)	1,6%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,5%	0,0%

BASE: Somente para quem pretende comprar presentes pela internet	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	299	333	163	170	152	116	65	165	168



Entre os entrevistados que pretendem fazer compras de Natal pela internet, 31% farão metade das suas compras por este meio.

QUAIS CANAIS DA INTERNET PRETENDE UTILIZAR PARA COMPRAR OS PRESENTES:

Considerando aqueles que farão compras online, 76% devem utilizar os sites (principalmente classes A/B), 72% os aplicativos (sobretudo homens e pessoas entre 35 e 49 anos) e 23% o Instagram (em menor medida os mais velhos).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sites	77,9%	76,0%	78,7%	73,2%	73,6%	72,6%	82,6%	87,1% ↑	69,3%
Aplicativos	63,3%	72,2%	78,6% ↑	65,7%	68,9%	84,7% ↑	62,6%	65,7%	76,2%
Instagram	18,8%	23,3%	25,8%	20,8%	36,7%	25,6%	5,3% ↓	15,8%	27,8%
Whatsapp	18,4%	18,8%	22,6%	14,8%	24,9%	23,9%	6,0% ↓	7,5%	25,6% ↑
Facebook	14,0%	15,9%	16,3%	15,5%	20,4%	21,8%	4,2% ↓	7,6%	20,9% ↑
Outros	1,0%	1,3%	1,8%	0,7%	1,0%	0,0%	3,0%	0,0%	2,1% ↑

BASE: Somente para quem pretende comprar presentes pela internet	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	299	333	163	170	152	116	65	165	168

TIPOS DE SITES OU APLICATIVOS QUE PRETENDE COMPRAR OS

PRESENTES DE NATAL: 76% pretendem comprar os presentes de Natal em sites de lojas varejistas nacionais, 50% em sites internacionais (principalmente classes C/D/E e menor medida os mais velhos) e 40% nos classificados de compra e venda de produtos novos e/ou usados (sobretudo homens).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sites de lojas varejistas nacionais (Ponto Frio, Lojas Americanas, Submarino, Fnac, Saraiva, Fast Shop, Extra, Polishop,	76,2%	76,4%	81,1%	71,4%	72,4%	75,3%	82,0%	80,8%	73,6%
Sites internacionais (Ebay, Aliexpress, Amazon, etc)	30,6%	50,0% ↑	44,9%	55,5%	60,8%	56,9%	30,9% ↓	41,1%	55,5% ↑
Sites de classificados de compra e venda de produtos novos ou usados (Mercado Livre, OLX, Elo 7)	40,3%	39,9%	47,3% ↑	32,1%	29,4%	45,0%	46,1%	43,6%	37,7%
Sites de viagens (Submarino Viagens, Decolar, Trivago, CVC, Expedia, Booking, Gol, Tam, Azul etc)	12,4%	15,3%	20,7% ↑	9,7%	14,5%	20,5%	10,7%	14,2%	16,0%
Sites de ofertas e descontos (Groupon, Peixe urbano, Privalia, Brandsclub, etc)	16,7%	14,5%	17,6%	11,4%	16,1%	21,3%	5,5% ↓	11,3%	16,5%
Não sei/Não decidi ainda	4,0%	2,9%	3,8%	1,9%	3,0%	0,6%	5,3%	2,0%	3,4%

BASE: Somente para quem pretende comprar presentes pela internet	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	284	325	160	165	145	115	65	163	162

PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO ESTABELECIMENTO ONDE PRETENDE COMPRAR O(S) PRESENTE(S):

55% são influenciados pelo preço, 39% por ofertas e promoções, 24% pela variedade de produtos, e 23% pelo atendimento.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Preço	53,5%	54,6%	52,7%	56,4%	54,7%	58,5%	48,7%	55,0%	54,5%
Ofertas e promoções	39,3%	39,3%	34,7%	43,6%	41,0%	41,9%	32,6%	38,4%	39,5%
Diversidade de produtos	22,1%	23,7%	21,8%	25,4%	23,5%	25,9%	20,6%	28,7%	22,0%
Atendimento	22,0%	23,4%	24,0%	22,7%	27,0%	19,6%	23,3%	19,9%	24,5%
Preço do frete	24,3%	21,5%	17,1%	25,7%↑	18,5%	21,0%	26,9%	27,4%	19,6%
Prazo de entrega	18,5%	20,6%	16,9%	24,0%	20,8%	18,0%	23,9%	23,7%	19,5%
Segurança	19,1%	16,7%	22,9%↑	10,9%	12,9%	22,2%	14,3%	13,2%	17,9%
Disponibilidade imediata de produtos	16,6%	15,5%	17,4%	13,7%	9,3%	15,7%	24,5%	24,3%↑	12,5%
Possibilidade de verificar o produto pessoalmente	13,1%	14,7%	13,5%	15,7%	10,6%	12,8%	23,7%↑	13,0%	15,2%
Localização	12,3%	14,4%	16,4%	12,5%	11,0%	14,3%	19,7%	10,7%	15,6%
Conforto	15,8%	9,4%↓	11,1%	7,8%	12,1%	7,1%	8,7%	11,2%	8,8%
Propaganda	5,0%	3,5%	3,3%	3,7%	6,0%	2,8%	0,9%	1,6%	4,2%
Disponibilidade de estacionamento	3,9%	2,4%	3,0%	1,9%	2,3%	2,4%	2,7%	4,8%	1,6%
Decoração do local	1,7%	1,0%	1,2%	0,9%	1,3%	1,3%	0,4%	1,2%	1,0%
Não sei	1,2%	1,2%	1,7%	0,7%	2,2%	1,0%	0,0%	0,6%	1,4%

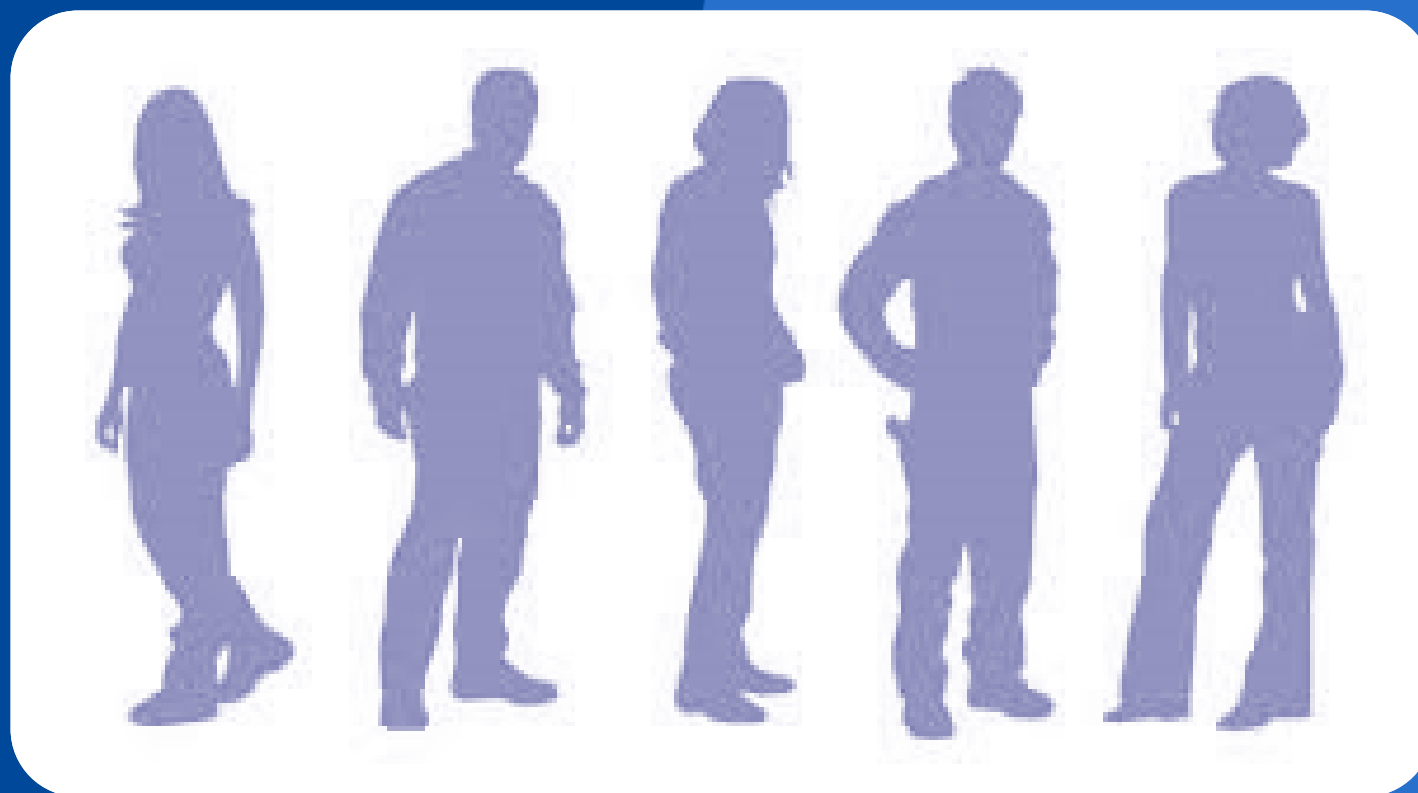
BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	606	655	310	345	310	237	108	232	423

PRINCIPAL FATOR QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO NA HORA DE COMPRAR UM PRESENTE:

20% consideram as promoções e descontos (especialmente mulheres, classes C/D/E, e consumidores com idade entre 35 e 49 anos), 20% o perfil do presenteado (com destaque para classes A/B), e 20% a qualidade do presente.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Promoção / desconto	17,9%	20,5%	15,4%	25,3% ↑	19,3%	28,7% ↑	10,2% ↓	9,6%	24,2% ↑
Perfil do presenteado	18,2%	20,1%	22,2%	18,1%	16,5%	18,0%	28,8%	27,3% ↑	17,7%
Qualidade do presente	24,4%	19,8%	21,6%	18,2%	26,3%	16,1%	15,5%	13,9%	21,8%
Preço do presente	13,7%	14,8%	12,8%	16,6%	13,8%	16,0%	14,7%	11,4%	15,9%
Desejo do presenteado	15,0%	14,6%	14,3%	14,9%	13,7%	11,4%	20,8%	25,5% ↑	11,0%
O impacto/impressão que o presente passa	5,1%	4,5%	6,1%	2,9%	3,3%	5,6%	4,7%	4,6%	4,4%
Marca do presente	1,8%	3,0%	3,7%	2,3%	3,2%	2,3%	3,6%	4,6%	2,4%
O que os outros irão achar / falar do presente	1,1%	1,2%	1,6%	0,8%	2,5%	0,6%	0,0%	0,6%	1,4%
Não sei	2,0%	1,5%	2,3%	0,8%	1,4%	1,5%	1,7%	2,4%	1,2%

BASE:	Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
	606	655	310	345	310	237	108	232	423

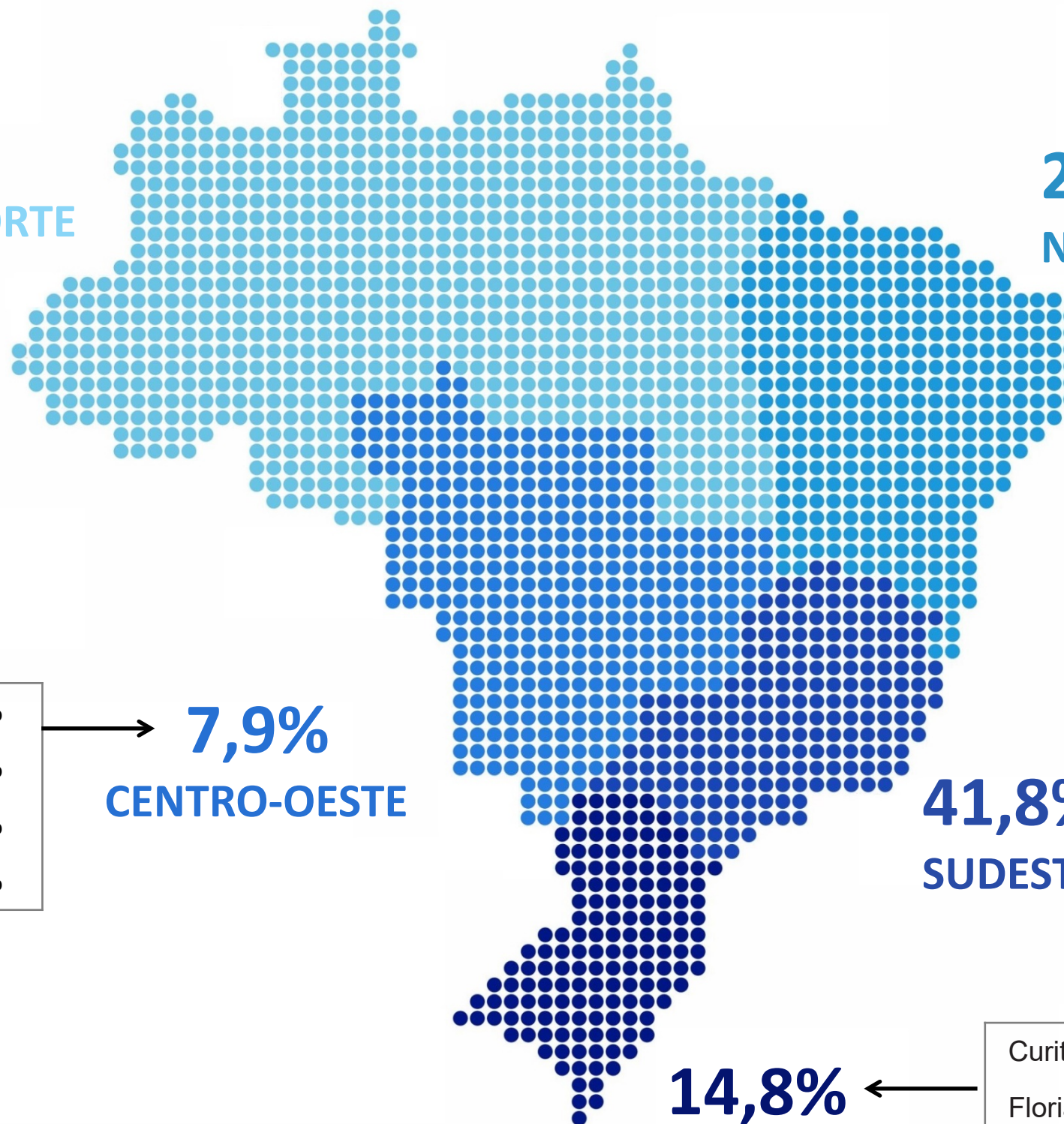


Caracterização da Amostra

REGIÃO | CIDADE

Belém	2,1%
Boa Vista	0,5%
Macapá	0,5%
Manaus	3,4%
Palmas	0,4%
Porto Velho	1,0%
Rio Branco	0,6%

8,5%
NORTE



26,9%
NORDESTE

Aracajú	2,3%
Fortaleza	7,6%
João Pessoa	1,8%
Maceió	1,4%
Natal	2,3%
Recife	2,6%
Salvador	5,9%
São Luís	1,6%
Teresina	1,4%

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

7,9%
CENTRO-OESTE

41,8%
SUDESTE

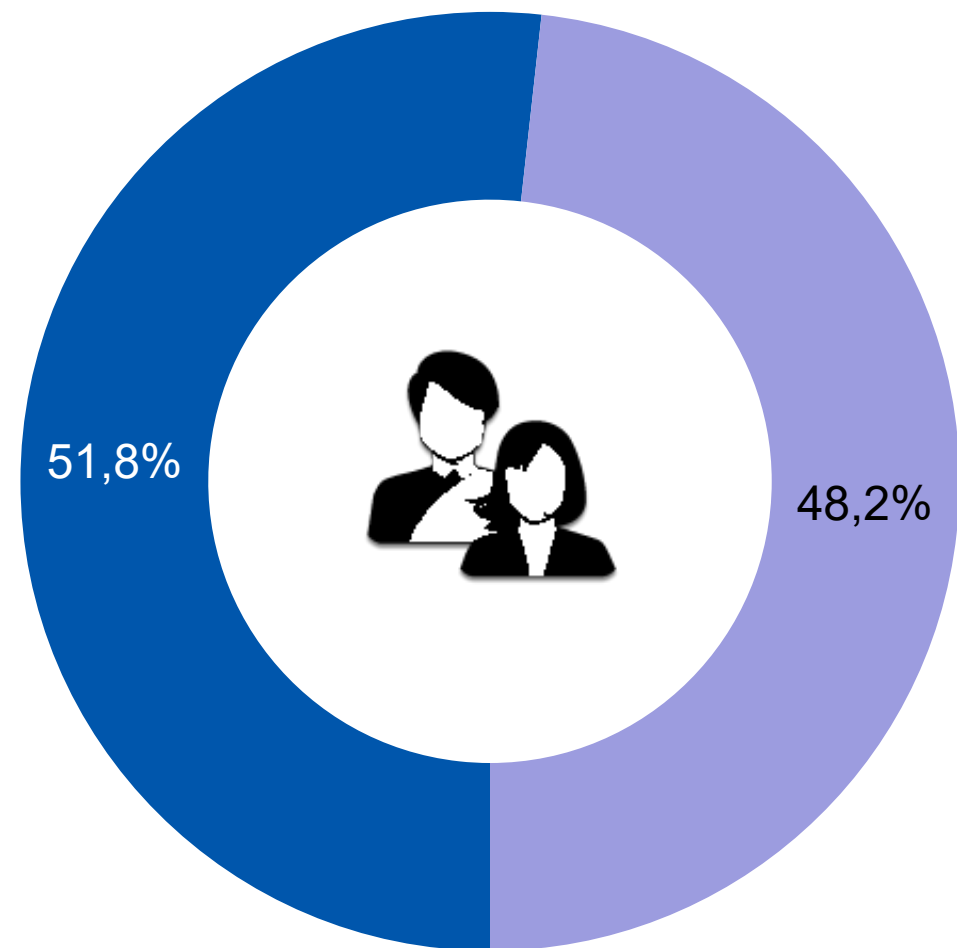
Belo Horizonte	5,3%
Rio de Janeiro	14,4%
São Paulo	21,7%
Vitória	0,5%

14,8%
SUL

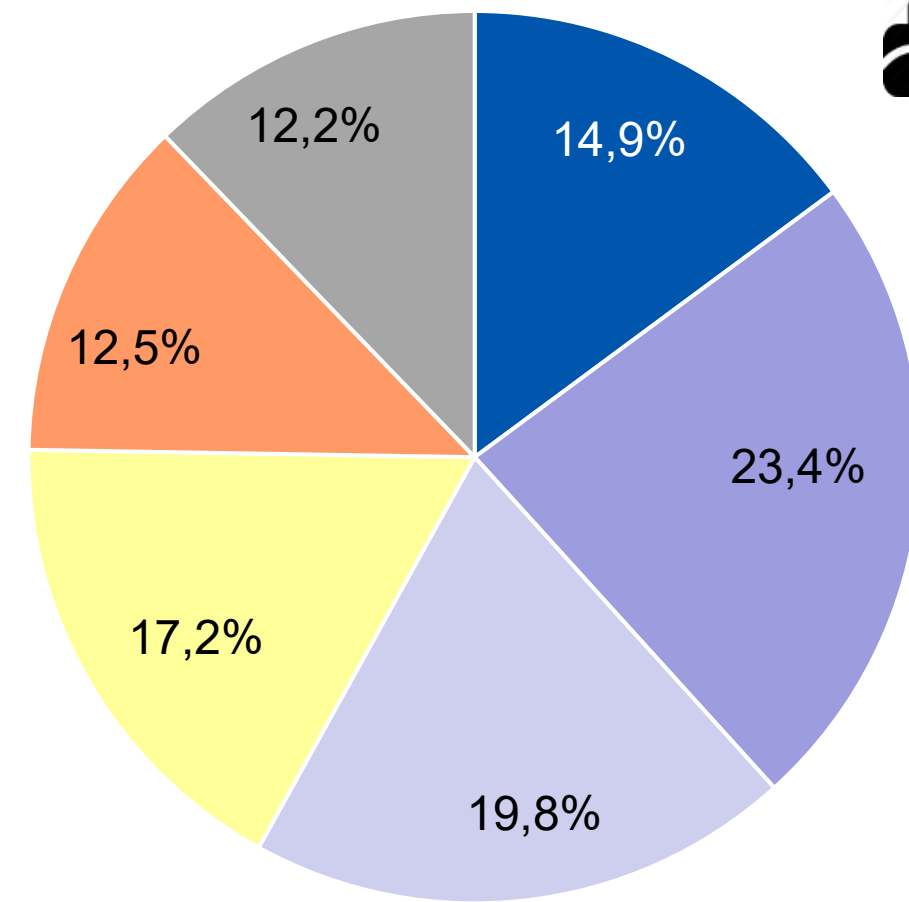
Curitiba	5,3%
Florianópolis	1,5%
Porto Alegre	8,1%

Geral
656

SEXO | IDADE



■ Homem ■ Mulher



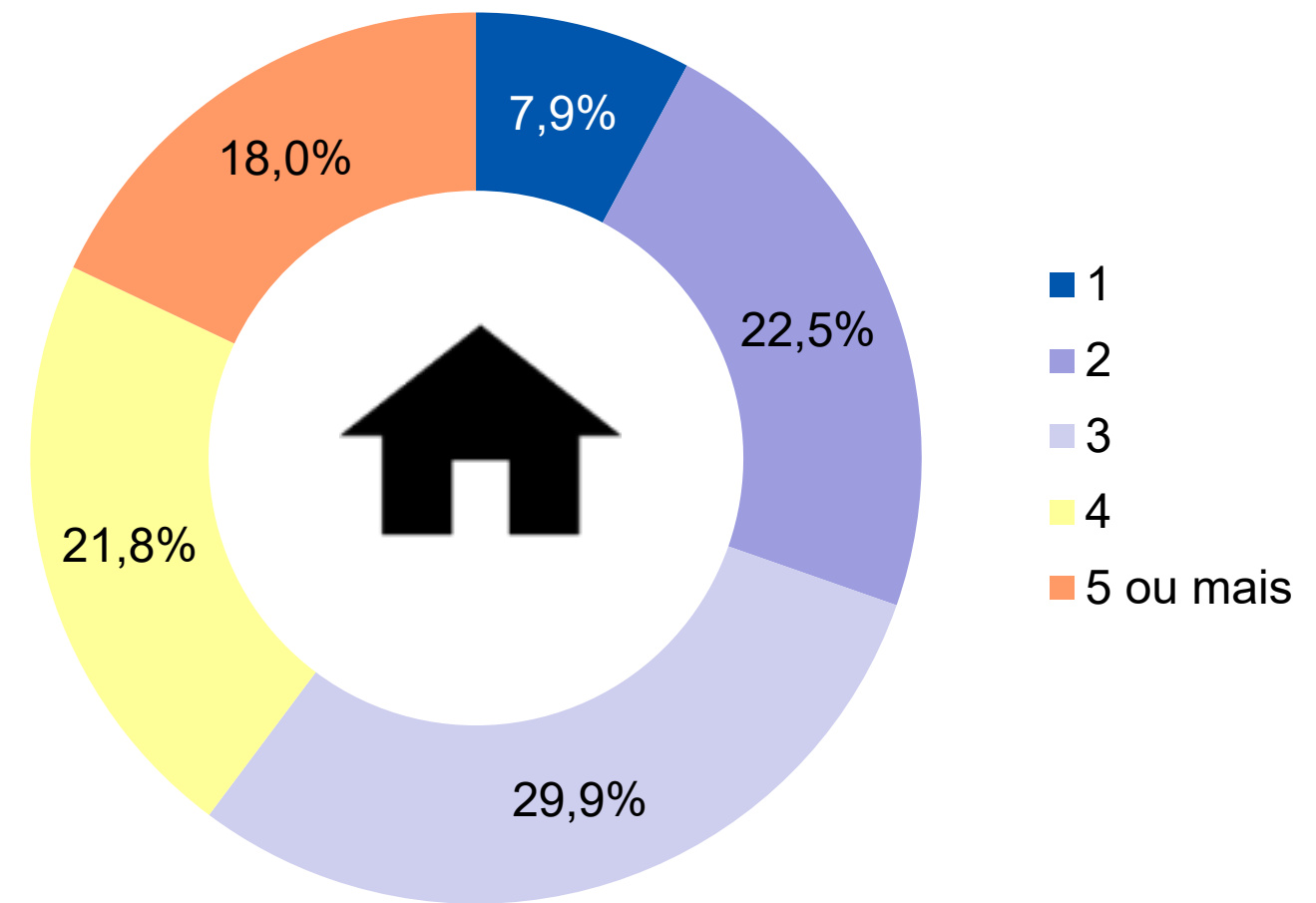
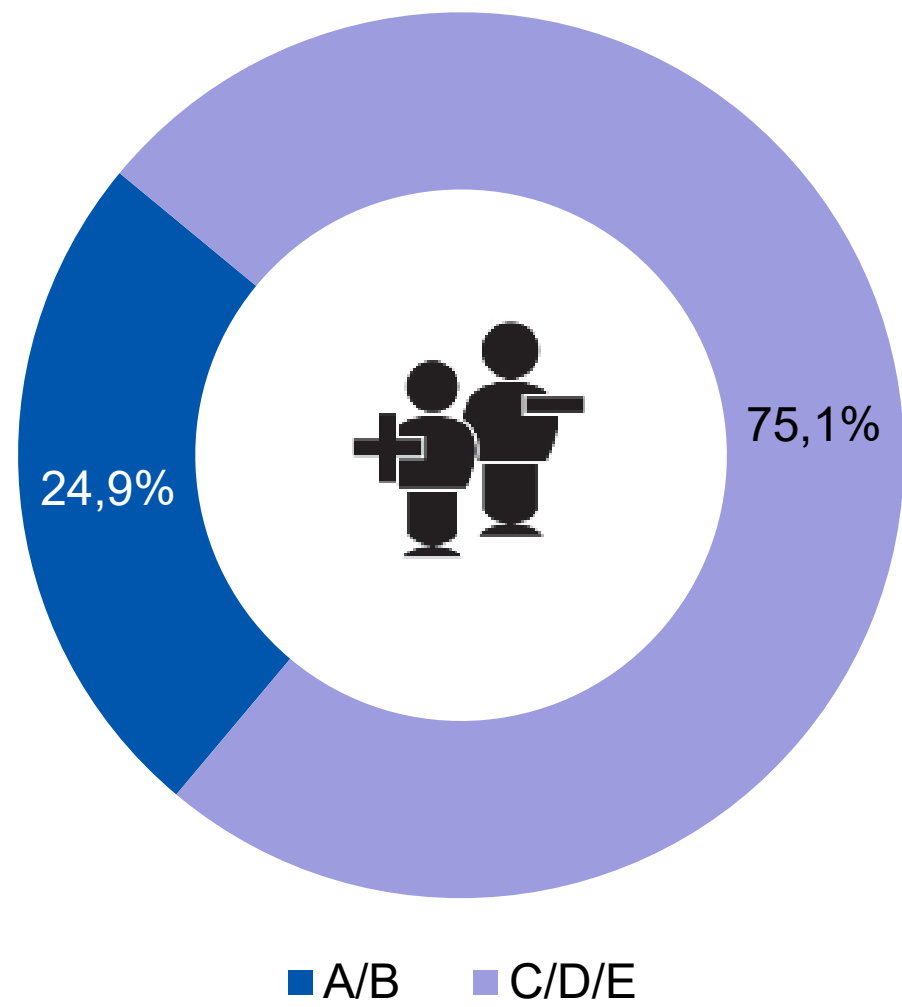
■ 18 a 24 anos ■ 25 a 34 anos ■ 35 a 44 anos
■ 45 a 54 anos ■ 55 a 64 anos ■ 65 anos ou mais



Média: **42 anos**

Geral
656

CLASSE



Média de moradores por domicílio: 3

Geral
656