

Estudo de Natal 2014 da Deloitte

Livros serão o presente mais oferecido pelos portugueses este Natal, apesar de o dinheiro ser o mais desejado

Lisboa, 16 de Dezembro de 2014 – O dinheiro volta a ser o presente mais desejado este Natal, contudo são os livros os presentes que os portugueses mais tencionam oferecer. Desde 2012 que o *top 3* dos presentes mais desejados: dinheiro, livros e roupa/calçado, se mantém inalterado. As conclusões são do Estudo de Natal 2014 da Deloitte, que refere que este ano os portugueses estimam gastar um total de 270 euros por lar, repartido por presentes (126 euros), alimentação e bebidas (99 euros) e socialização (45 euros).

Segundo a pesquisa, este Natal não existe convergência entre os presentes que os portugueses mais desejam e os que tencionam oferecer. Apesar da categoria dinheiro ter subido uma posição no *ranking* de presentes que os portugueses pensam oferecer face a 2013, ocupando agora o 9.º lugar, continua longe do topo da lista, onde constam, além dos livros (51%), roupa/calçado (42%), chocolates (31%) e cosméticos/perfumes (29%). O mesmo não se verifica no resto da Europa, onde os livros são simultaneamente referidos como o presente mais desejado e oferecido.

Nuno Netto, *associate partner* da Deloitte, refere que “em 2007, antes do início da crise financeira, o nível de convergência entre os presentes mais desejados e oferecidos na Europa era elevado. Em 2013 era inexistente, com grande parte dos países europeus a desejar dinheiro, mas a preferir oferecer livros. Este ano, verificamos um menor nível de incompatibilidade, com os livros a ganhar importância.”

Em último lugar estão os cosméticos/perfumes, a joalharia/relógios e os tratamentos de beleza. Presentes que parecem não reunir as preferências dos portugueses este Natal.

Analisando a lista de desejos por género, o dinheiro, os livros e as viagens estão entre as cinco categorias preferidas tanto pelos portugueses como pelas portuguesas, contudo, existem diferenças quanto ao presente mais desejado, com os homens a eleger o dinheiro e as mulheres a roupa/calçado. Claramente os consumidores masculinos sentem-se mais atraídos pelas tecnologias - *smartphones* (2.º lugar), computadores portáteis (4.º), *tablets* (6.º), e as mulheres pelos produtos de moda e beleza - roupa/calçado (1.º lugar), cosméticos/perfumes (5.º), tratamentos de beleza (6.º), acessórios (7.º) e joalharia (8.º).

As diferenças estendem-se aos diversos grupos etários. Para gerações mais novas, dos 18 aos 24 anos e dos 25 aos 34 anos, o dinheiro é o presente mais desejado, seguindo-se a roupa/calçado, os computadores portáteis/de mesa e as viagens. Em último lugar aparecem os cosméticos/perfumes, os bilhetes para espectáculos de entretenimento e os acessórios (malas). Apesar do dinheiro

continuar a ser o presente preferido pelos jovens entre os 18 e os 24 anos, a sua importância diminuiu de 71%, em 2013, para 65%, em 2014.

No topo da lista de preferências das gerações adultas (dos 35 aos 44 e dos 45 aos 54 anos) e seniores (dos 55 aos 64 anos) estão este ano os livros. O dinheiro deixa assim de ser o presente mais desejado, caindo para segundo lugar. Roupas/calçado e viagens são outras opções bastante desejadas por estes grupos etários.

Relativamente aos presentes para as crianças, os livros são também, e de acordo com o estudo da Deloitte, a melhor opção para os mais novos, embora no *top 4* constem ainda os brinquedos de construção, roupa/calçado e jogos. No fundo da tabela aparecem os brinquedos de acção e a roupa de desporto. Se tivessem que escolher outro tipo de presentes, os inquiridos dariam primazia aos brinquedos educativos (75%), inovadores (9%) e amigos do ambiente (8%). Para os adolescentes (12 aos 18 anos), os livros lideram igualmente as opções. Roupas/calçado e jogos ganham alguma expressão.

Portugueses mais optimistas quanto ao futuro, mas prudentes no presente

Este ano, os portugueses estimam gastar um total de 270€ por lar, repartido por presentes (126 euros), alimentação e bebidas (99 euros) e socialização (45 euros).

A diminuição do rendimento líquido de impostos é o primeiro motivo apontado para a redução do orçamento de Natal. Contudo, o motivo que mais aumenta para justificar esta diminuição é o actual nível de endividamento, que evolui de 13% de respostas, em 2013, para 24%, em 2014.

Os portugueses revelam, no entanto, uma melhoria significativa das expectativas de evolução do poder de compra para 2015. Num índice que agrega a diferença entre respostas positivas e negativas, regista-se este ano um valor de -3%, o que constitui uma subida significativa face aos anos anteriores, com cerca de -14%, em 2013, e -44%, em 2012.

O Estudo de Natal da Deloitte foi realizado entre Outubro e Novembro de 2014 e reflecte a opinião de uma amostra representativa de consumidores europeus, num total de 17.326 inquiridos, dos quais 760 portugueses. Foram incluídos neste estudo um conjunto de 17 países

###

Sobre a Deloitte

"Deloitte" refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e respectivas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. A DTTL (também referida como "Deloitte Global") não presta serviços a clientes. Para aceder à descrição detalhada da estrutura legal da DTTL e suas firmas membro consulte www.deloitte.com/pt/about

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria fiscal, consultoria de negócios e de gestão e corporate finance a clientes nos mais diversos sectores de actividade. Com uma rede globalmente ligada de firmas membro em mais de 150 países e territórios, a Deloitte combina competências de elevado nível com oferta de serviços qualificados conferindo aos clientes o conhecimento que lhes permite abordar os desafios mais complexos dos seus negócios. Os mais de 200.000 profissionais da Deloitte empenham-se continuamente para serem o padrão de excelência.

A informação contida neste comunicado de imprensa está correcta no momento do envio à comunicação social.

###

Para mais informações contactar:

Departamento de Comunicação e Press Relations da Deloitte

Miguel Jerónimo
mijeronimo@deloitte.pt
Tel: 210 423 064

Filipa Matos
mamatos@deloitte.pt
Tel: 210 423 038