

Comunicado de imprensa

Miguel Jerónimo
Communications & Media Relations
Tel: (+351) 210 423 064
Tlm: (+351) 934 013 549
mijeronimo@deloitte.pt

M^a Filipa Matos
Communications & Media Relations
Tel: (+351) 210 423 038
Tlm: (+351) 964 499 009
mamatos@deloitte.pt

Estudo de Natal 2016 da Deloitte

Chocolates, roupa/calçado e livros serão os presentes mais oferecidos este Natal

Centros comerciais continuam a reunir a preferência dos consumidores portugueses, cada vez mais exigentes com a experiência de compra.

Lisboa, Portugal – 13 de dezembro, 2016

Chocolates, roupa/calçado e livros são os presentes que os portugueses mais esperam receber este Natal, mas também aqueles que mais tencionam oferecer aos seus amigos e familiares. Para as crianças, os brinquedos de montagem e construção são a opção preferida. As conclusões são do Estudo de Natal 2016 da Deloitte, que revela que os consumidores nacionais continuam a preferir os centros comerciais para as compras de Natal, e o período entre 1 e 24 de dezembro para as realizar.

“Existe um alinhamento entre as expectativas de presentes e as intenções de compra que compõem o *top 3* dos portugueses, o que significa que não haverá grandes surpresas este Natal. O dinheiro sobe para a sétima posição, indicando este ano uma maior predisposição para oferecer este presente aos amigos e familiares”, afirma Pedro Miguel Silva, associate partner de consultoria da Deloitte.

“A entrada dos produtos de beleza, massagens e tratamentos em *spa* diretamente para os lugares cimeiros do *top 10* é outro dado relevante a destacar nesta edição.”

Segundo o estudo, apenas 39% dos portugueses acredita que irá receber dinheiro como presente de Natal. São os chocolates e a roupa/calçado que este ano chegam ao topo da lista de **presentes mais prováveis de receber**, com 54% das respostas. Os livros e os cosméticos/perfumes seguem em terceiro e quarto lugar, com 53% e 47% respetivamente.

Top 10 presentes mais prováveis de receber Top 10 intenções de compra (amigos e familiares¹)

Top 10 Portugal	2016		Top 10 Portugal	2016	
Chocolates	1º	54%	Livros	1º	58%
Roupa / calçado	2º	54%	Chocolates	2º	52%
Livros	3º	53%	Roupa / calçado	3º	51%
Cosméticos / Perfumes	4º	47%	Cosméticos / Perfumes	4º	49%
Dinheiro (numerário)	5º	39%	Alimentação e bebidas	5º	30%
Alimentação e bebidas	6º	27%	Produtos de beleza, massagens, tratamentos em spa	6º	25%
Produtos de beleza, massagens, tratamentos em spa	7º	22%	Dinheiro (numerário)	7º	23%
CD	8º	20%	Acessórios (carteiras)	8º	18%
Acessórios (carteiras)	9º	18%	CD	9º	17%
Jóias / relógios	10º	17%	Jóias / relógios	10º	16%

¹ Exceto crianças e adolescentes.

Não existem diferenças significativas entre o *top 3* de presentes que os portugueses e portuguesas esperam receber, embora o segmento masculino considere ser mais provável receber roupa/calçado, enquanto o feminino aponta os chocolates. Observa-se no *ranking* feminino algumas categorias que não constam no *top* masculino, tais como produtos de beleza, massagens, tratamentos em spa, acessórios (carteiras), jóias/relógios e vestuário desportivo.

O segmento mais jovem considera haver uma maior probabilidade de receber roupa/calçado (67%), seguido de dinheiro (66%) e chocolates (63%). Já os inquiridos entre os 35 e os 54 anos esperam receber chocolates (55%), livros (54%) e cosméticos/perfumes (47%), enquanto os consumidores com mais de 55 anos referem os livros (55%), a roupa/calçado (51%) e os chocolates (45%) como os presentes mais prováveis de receber.

Quando analisado o tipo de **presentes que os portugueses tencionam comprar** para os amigos e familiares, excluindo crianças, os livros são a categoria mais referida, com 58%, mantendo-se inalterada face ao ano anterior. Seguem-se os chocolates (2º) e a roupa/calçado (3º), que invertem posições, reunindo 52% e 51% respetivamente. A categoria alimentação e bebidas subiu cinco lugares face a 2015, alcançando o quinto lugar do *ranking*, enquanto as categorias produtos de beleza, massagens, tratamentos em spa e jóias/relógios entraram para o *top 10* em 2016.

Os brinquedos de montagem e construção são o presente que os consumidores mais tencionam oferecer a menores de 12 anos, seguido de roupa/calçado e livros. Para os adolescentes, os portugueses irão privilegiar os livros.

Centros comerciais mantêm a preferência dos consumidores

De acordo com o estudo da Deloitte, as lojas físicas continuam a reunir a preferência dos portugueses para as compras de Natal, sobretudo pelo aconselhamento profissional (92%), possibilidade de devolução/troca (91%) e proteção de dados pessoais (91%), face a outros canais de distribuição. O comércio eletrónico é visto como um canal alternativo pelos consumidores, onde as vantagens mais reconhecidas são a possibilidade de conhecer a opinião de outros consumidores sobre os produtos (55%), a facilidade em comparar preços (47%) e a opção de entrega em casa (47%).

Relativamente às lojas físicas, cada vez mais os portugueses escolhem os centros comerciais para realizar as suas compras de Natal, exceto nas categorias alimentação e bebidas e brinquedos, para as quais privilegiam os hipermercados/supermercados. A utilização de lojas de conveniência para a aquisição de alimentos tem vindo a aumentar desde 2013, embora continue a ocupar o último lugar do *ranking*. Em geral, verifica-se ainda uma subida acentuada na preferência pelas compras em lojas de rua e *outlets*.

O comércio eletrónico móvel ainda encontra algumas reservas por parte dos consumidores nacionais, contudo apresenta algumas vantagens face aos meios tradicionais, como a comparação de preços e a possibilidade de se fazerem compras quando desejado.

Consumidores exigentes com a experiência em loja

As expectativas de interação com os colaboradores de loja permanecem elevadas, com os consumidores a não prescindir de um serviço de qualidade. Os inquiridos esperam que os colaboradores de loja conheçam os produtos que vendem (76%), que os recebam com uma atitude acolhedora (70%) e que os informem sobre descontos e ofertas (59%).

Contudo, há ainda um caminho a percorrer para melhorar a experiência de compra em loja. Os inquiridos reclamam melhores serviços *online*, um melhor serviço de embrulho de presentes e caixas *self-service*, para uma maior conveniência.

O comércio móvel é a área onde um investimento por parte dos retalhistas será menos relevante para a sua experiência de compra.

"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 respetivas 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. Aceda a www.deloitte.com/pt/about para saber mais sobre a nossa rede global de firmas membro.

A Deloitte presta serviços de auditoria, consultoria, financial advisory, risk advisory, consultoria fiscal e serviços relacionados a clientes nos mais diversos setores de atividade. Quatro em cada cinco empresas da Fortune Global 500® recorrem aos serviços da Deloitte, através da sua rede global de firmas membro presente em mais de 150 países, combinando competências de elevado nível, conhecimento e serviços de elevada qualidade para responder aos mais complexos desafios de negócio dos seus clientes. Para saber como os aproximadamente 245.000 profissionais criam um impacto positivo, siga a nossa página no [Facebook](#), [LinkedIn](#) ou [Twitter](#).

Esta comunicação contém apenas informação de carácter geral, pelo que não constitui aconselhamento ou prestação de serviços profissionais pela Deloitte Touche Tohmatsu Limited, pelas suas firmas membro ou pelas suas entidades relacionadas ("Rede Deloitte"). Antes de qualquer ato ou omissão que o possa afetar, deve aconselhar-se com um profissional qualificado. Nenhuma entidade da Rede Deloitte pode ser responsabilizada por quaisquer danos ou perdas sofridos pelos resultados que advinhem da tomada de decisões baseada nesta comunicação.