



Elena_Nazarova_CANVA

COMPRAS DE FIM DE ANO

70% DOS BRASILEIROS SÃO MOTIVADOS POR PROMOÇÕES

As expectativas para as compras de fim de ano em 2024 são otimistas. Uma pesquisa inédita realizada pela Blackhawk Network Brasil, empresa líder na distribuição de cartões-presente no país, apontou que neste ano os brasileiros gastarão 27% a mais com presentes em relação a 2023, chegando a um valor de cerca de R\$ 1.365,00.

O levantamento entrevistou mil brasileiros, maiores de 18 anos, com o objetivo de entender o comportamento, sentimentos e planos dos consumidores para a temporada de festas de final de ano. Mesmo com o aumento de gastos, a pesquisa constatou que os brasileiros estão mais cautelosos na hora de comprar: 40% disseram que planejam adotar um comportamento mais econômico nas compras deste final de ano.

Mais de metade das pessoas entrevistadas (52%) responderam que buscarão por mais produtos em promoção, enquanto 42% comprarão marcas menos caras ou produtos de marcas próprias das lojas. Outras mudanças citadas foram: comprar mais produtos com preço pela metade – na modalidade “compre 1, leve 2”, por exemplo – (34%), comprar os mesmos produtos, mas em menor quantidade (30%) e usar mais vouchers (21%).

Quando questionados sobre a maior motivação para as compras de fim de ano, as promoções e descontos também se destacam: 70% das pessoas responderam serem incentivados pelos anúncios de promoções e 52%, pelas promoções nas redes sociais.

Foram citados ainda o lançamento de novos produtos (31%), propaganda (26%) e início da temporada de fim de ano (17%). Em paralelo à busca por descontos e economia, novas tendências vêm surgindo em torno da invenção de ferramentas de IA e da descoberta digital.

A troca de presentes e a IA – O estudo revelou que a troca de presentes entre os brasileiros se concentra especialmente no núcleo familiar e com amigos: entre as gerações mais novas, 66% dos entrevistados disseram que irão presentear familiares e 43%, os amigos. Entre as gerações mais velhas, a troca de presentes com a família continua relevante (60%), mas diminuiu consideravelmente quando se trata de amigos, chegando a 26%.



Monkey_Business_Images_CANVA

O levantamento apontou que a diferença é ainda maior em relação a gerações mais distantes em termos de idade: a troca de presentes nas festas de fim de ano entre amigos são 4 vezes mais comuns para a Gen Z do que para os Boomers.

Nesse cenário, a escolha do presente ideal é um desafio. Sobre esse ponto, a pesquisa apontou algumas maneiras utilizadas pelos brasileiros para descobrir o que os presenteados gostariam de ganhar: 33% disseram perguntar ao destinatário, enquanto 5 em 10 pessoas perguntam a amigos e familiares próximos.

Além disso, 45% verificam as redes sociais do presenteado para terem ideias. Ao mesmo tempo, novas tendências tecnológicas estão surgindo para ajudar quem fica em dúvida do que comprar.

A Blackhawk Network Brasil constatou que a Inteligência Artificial está sendo aproveitada de uma maneira especial nesta época, principalmente entre gerações mais novas. Para se ter uma ideia, 73% dos entrevistados de gerações mais novas planejaram usar a IA para comprar os presentes do fim de ano, assim como 54% dos consumidores das gerações mais velhas.

“Quando questionados sobre a maior motivação para as compras de fim de ano, as promoções e descontos também se destacam: 70% das pessoas responderam serem incentivados pelos anúncios de promoções e 52%, pelas promoções nas redes sociais.

Entre as gerações mais novas, 29% das pessoas disseram que usariam a IA para encontrar os melhores preços, 23% para gerar ideias criativas para presentes e 22% para obter sugestões de presentes personalizados.

Os gift cards como uma excelente opção para presentear – O gosto pelos cartões-presente cresce ano a ano entre os brasileiros: 83% dos entrevistados disseram que planejam comprar cartões-presente para as festas de final de ano de 2024. A pesquisa constatou ainda que, neste ano, o produto pode chegar a representar 50% dos gastos planejados para o fim de ano.

“A demanda é ainda maior este ano e a tendência é continuar crescendo. Os consumidores brasileiros têm enxergado os diversos benefícios do gift card, como a liberdade que ele oferece ao presenteado e a praticidade, flexibilidade e segurança do presente”, explica Fernanda Carbonari, managing director da Blackhawk Network Brasil.

Quando questionados sobre o motivo da compra dos cartões-presente este ano, 36% dos entrevistados responderam que o produto permite que o destinatário compre o que quiser, 34% disseram que o gift card é mais fácil de enviar do que um presente físico e ainda, 31% das pessoas opinaram ser mais seguro presentear um gift card do que dar dinheiro.

A geração Z ama os cartões-presente de games e das lojas virtuais de aplicativos, além de, assim como as demais gerações, demonstrarem preferência pelos cartões-presente multimarcas, que trazem ainda mais liberdade e opções aos presenteados.

“Percebemos que quanto mais ampla a seleção e mais opções forem oferecidas, mais consumidores se interessam pelo produto”, afirma a executiva. - Fonte e mais informações: (<https://blackhawknetwork.com/br-pt>).



Pop_Nukoonnats_Images_CANVA