8



Matéria de capa



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.

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.

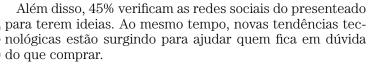
Foram citados ainda o lançamento de novos produtos (31%), propaganda (26%) e início da temporada de fim de ano (17%). Em paralelo à busca por descontos e economia, novas tendências vêm surgindo em torno da invenção de ferramentas de IA e da descoberta digital.

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 diminui consideravelmente quando se trata de amigos, chegando a 26%.



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.



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 planeiam

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).

