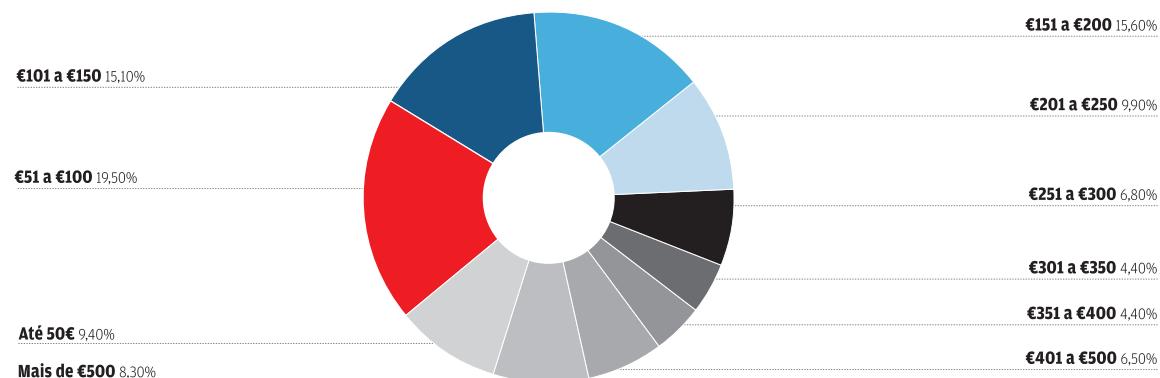


especial compras de Natal

A CRISE CHEGA AO NATAL

Um terço dos inquiridos não vai gastar mais de 100 euros
Só 8% dos portugueses admite gastar mais de 500 euros este ano

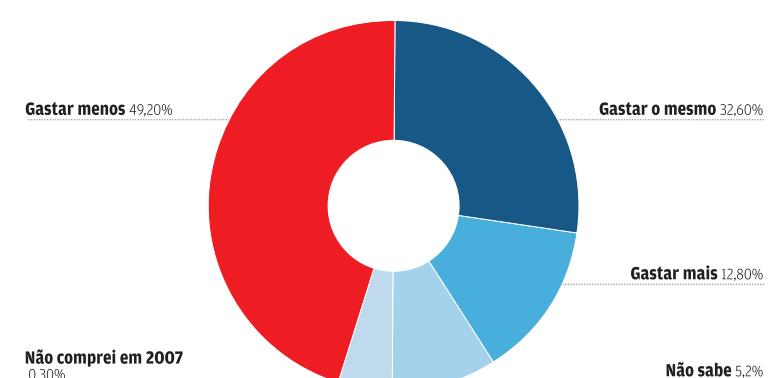


Quase dois terços dos inquiridos da Netsonda revelaram que esperam não gastar mais de 200 euros em prendas no Natal deste ano, sendo que 8,3% estima comprar mais de 500 euros em prendas.

Fonte: Netsonda | Síntese de Resultados do Estudo sobre Consumo e Comunicações de Natal | Dezembro 2008.

Portugueses “travam” consumo no Natal

Quase 50% dos inquiridos vai gastar menos dinheiro este ano do que no Natal de 2007



Quase 50% dos portugueses estima gastar menos em prendas este ano, sendo que 32,6% dos inquiridos prevê um orçamento semelhante ao do ano passado.

Fonte: Netsonda | Síntese de Resultados do Estudo sobre Consumo e Comunicações de Natal | Dezembro 2008.

Família distante sem prendas

Metade dos portugueses vai gastar menos que em 2007 e 30% vai limitar a €100 os gastos no Natal

Filipe Paiva Cardoso

filipecardoso@mediainfin.pt

Familiares distantes e colegas de trabalho: riscados. Orçamento para o Natal: até 100 euros. Ordem: gastar menos. Os portugueses vão encarar a noite de 24 de Dezembro de 2008 com a crise na cabeça, ou antes, pelo menos metade deles vai, já que há ainda um pequeno nicho inferior a 13% que prevê gastar mais em prendas do que em 2007.

As conclusões são de uma sondagem da Netsonda – ficha técnica na caixa ao lado – que entre 10 e 14 de Dezembro ouviu os portugueses e

concluiu que quase metade vão dar menos presentes em 2008 do que em 2007, sendo que a opção não vai ser apenas reduzir a quantidade, mas também cortar na “qualidade”. Dos 49,2% de inquiridos que admitiu que vai gastar menos, 48,7% revelou que vai comprar prendas mais baratas sendo que apenas 18,5% vai reduzir no total de contemplados. Os restantes vão cortar tanto na quantidade como na qualidade.

Aquando do “corte” nos contemplados, as vítimas serão os familiares distantes e os colegas, que são os “alvos” menos escolhidos pelos portugueses para oferecer prendas este

ano. Apenas 4,2% dos inquiridos vai oferecer presentes aos familiares distantes e só 15,6% vai reservar parte do orçamento para os colegas. A família mais próxima, pelo contrário, será a primeira prioridade, seguida pelo respetivo cônjuge e/ou namorado/a, mas não seja porque o preço de não oferecer nada pode sair mais caro ao nível de separações, advogados e divórcios.

60% gasta até 200 euros

Ao nível dos orçamentos para o Natal, a Netsonda concluiu que o intervalo entre os 51 e os 100 euros será o mais auto-imposto pelos portu-

geses, tendo esta faixa sido a mais apontada pelos inquiridos, com 19,5% dos “votos”. Já 15,6% admite gastar entre 151 e 200 euros, ao passo que 15,1% não irá gastar mais de 150 euros e quase 10% limitará as prendas a 50 euros.

Já ao nível dos presentes, o vestuário/calçado, os livros e os brinquedos reúnem as preferências dos portugueses, com 80%, 67% e 63% das escolhas, respectivamente.

Na sondagem, 21% dos agregados inquiridos ganham mais de 2.500 euros/mês, 36% recebe entre 1.200 e 2.500 euros e os restantes ganham menos que 1.200 euros.

Ficha Técnica

Introdução e objectivo: O estudo aberto e realizado pela Netsonda sob o nome de “Consumo e Comunicações de Natal” teve como objectivo fundamental o de avaliar e aferir os hábitos e motivações do consumo e da utilização da comunicação durante o Natal de 2008. O público-alvo definido para o estudo realizado é constituído por consumidores com idade superior a 16 anos, tipicamente urbanos e utilizadores de Internet. Assim, pela sua natureza específica, este estudo não pretende representar a opinião de todos os portugueses.

Técnica de recolha de informação: A técnica de recolha de informação utilizada foi o inquérito “online” omnibus, a 400 consumidores com idades superiores a 16 anos. O contacto com os utilizadores selecionados foi realizado através de mensagem de email, fornecendo informação de âmbito geral (tema, público-alvo, e tempo médio de resposta). O preenchimento do questionário foi realizado de forma “online” no “site” da Netsonda, através de um “link” específico para o estudo. **Margin de erro:** No caso de uma amostragem aleatória, o erro máximo observado seria de 4,9%, para um grau de probabilidade de 95%. **Amostra:** No total foram recolhidas 403 respostas válidas entre os dias 10 e 14 de Dezembro, com o seguinte perfil: 123 entre os 16-24 anos, 272 entre os 25-64 anos e 8 com mais de 65 anos. No total da amostra contam-se 195 mulheres e 238 homens. **Amostragem:** A amostra foi obtida juntamente do painel da Netsonda constituído por cerca de 39 mil participantes, registados voluntariamente ao longo dos últimos 8 anos, através de diversas campanhas de recrutamento. **Duração da recolha de informação:** A recolha de informação decorreu durante os dias 10 e 14 de Dezembro de 2008.

Na grande distribuição, o tempo gasto é à procura do preço mais baixo

Isabel Aveiro ia@mediainfin.pt

A expressão pode ser “preço mais baixo” ou “opção mais económica”, mas a conclusão dos grupos Auchan e E.Leclerc é a mesma: a palavra de ordem para os consumidores este ano é mesmo reduzir custos ao máximo.

Jacques de Oliveira, presidente executivo do grupo E.Leclerc em Portugal, defende que na rede de 21 lojas existentes no País “as vendas estão a decorrer dentro do expectável”. Reconhece que “existe uma procura por parte do consumidor de produtos de preço mais baixo”. O responsável máximo por este agrupamento de empresários independentes unidos em sistema de “semi-franchising”, que no País factura 425 milhões de

euros, adianta ao Negócios, em resposta escrita, que “existem mercados que estão a decrescer”. Como o do “brinquedo tradicional” que “está a perder quota para as consolas, ipods” e outros equipamentos electrónicos”.



Os clientes vão mais vezes às compras e gastam menos. As chamadas ‘compras do mês’ são um fenômeno em regressão.
Jacques de Oliveira
CEO E.Leclerc Portugal

Da Auchan, grupo que factura 1,28 mil milhões de euros e detém 25 lojas Jumbo e Pão de Açúcar, a resposta de fonte oficial vai no mesmo sentido: embora salientando que no grupo “o consumo está a decorrer de acordo com as expectativas”, os consumidores estão a procurar “opções mais económicas”.

Jacques de Oliveira adianta que, dada a experiência da E.Leclerc, “nos produtos de bens alimentares, as marcas de distribuição estão a ganhar cada vez mais terreno”. O CEO avança uma explicação: “o consumidor, talvez motivado pelas notícias constantes de crise, está a experimentar outros produtos, mais baratos”, avança. “Ao aperceber-se que estas marcas têm uma qualidade idêntica,

fideliza-se às mesmas”, defende.

Fidelização é uma expressão igualmente usada pelo mesmo interlocutor como consequência de outra tendência registada: “os clientes vão mais vezes às compras, preferindo em cada uma gastar menos. As ‘compras do mês’, conclui, “são já um fenômeno em regressão”.

O grupo Os Mosqueteiros, que opera 289 lojas e é o terceiro maior no País, garante que de acordo com dados recolhidos entre final de Novembro e início de Dezembro “verifica-se crescimento [das vendas] face a igual período do ano passado”. Os grupos Sonae e Jerónimo Martins, primeiro e segundo do “ranking” da distribuição em Portugal, declinaram responder.

Comércio tradicional antevê quebra

É uma amostragem, mas ainda assim sintomática: a União de Associações de Comércio e Serviços (UACS) questionou os seus sócios sobre a previsão de vendas para a época natalícia. Das respostas, uma maioria de 58% não tem dúvidas: vai haver diminuição.

A análise feita pela UACS e divulgada na semana passada envolveu 3.836 inquéritos aos sócios da União, que processou 508 respostas válidas. Destas, uma maioria de 58% dos inquiridos considerou que, face a 2007, o Natal deste ano vai trazer menos vendas. Uma fatia de 31% considerou que as receitas irão manter-se e 5% opinou que irão aumentar. As previsões para 2009 são, aliás, semelhantes: 55% antecipou quebra de vendas, 31% manutenção e 11% aumento.