**377€ é o valor médio que Portugueses irão gastar**

**Portugueses vão gastar menos 5% em compras de Natal**

Os portugueses preveem gastar, em média, 377€ em compras de Natal, um valor que reflete uma diminuição de 5,2% face ao ano anterior (398€). Esta é uma das conclusões da 14ª edição do estudo Compras de Natal realizado pelo Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM) sobre os hábitos dos portugueses nesta altura do ano, hoje revelado.

O estudo, realizado pelo IPAM, entre 26 de novembro e 9 de dezembro de 2022, revela que a instabilidade económica tem um impacto claro no comportamento dos consumidores, com 55% dos consumidores a afirmar ter alterado hábitos, nomeadamente ao nível da redução de custos com compras de Natal (42%) e na diminuição do número de pessoas para as quais compra prendas de Natal (34,3%).

*“O Natal é uma das épocas do ano em que tradicionalmente se verifica o maior volume de vendas em diversas áreas de negócio, razão pela qual a análise do comportamento do consumidor face às compras de Natal adquire particular relevância. Após as alterações que a pandemia impôs ao comportamento do consumidor no Natal de 2020 e 2021, analisamos em 2022 os impactos da crise económica global nas compras de Natal dos portugueses e verificamos uma alteração acentuada dos comportamentos dos consumidores”,* afirma Mafalda Ferreira, docente do IPAM e coordenadora deste estudo.

Dos inquiridos que responderam que vão gastar menos do que no ano passado, destaca-se a redução nas ornamentações de Natal (84%), bem como nos presentes para amigos e familiares adultos (80%). Apesar de menos significativo, 32% dos inquiridos afirma que fará reduções nos produtos alimentares específicos de Natal. Os inquiridos que referem que irão gastar um valor superior ao gasto em 2021, indicam em 47% dos casos que esta alteração se deve ao aumento do preço generalizado dos produtos.

De destacar que 25,1% dos respondentes afirmaram que não efetuariam compra de presentes de Natal. Em relação àqueles que compram presentes, o estudo do IPAM constata que, nos agregados familiares com filhos (54% dos inquiridos), estes são em 100% dos casos contemplados com presentes de Natal. Em termos globais, 67% dos inquiridos refere a compra de presentes de Natal para o cônjuge e 63% para os pais, irmãos e outros familiares. Apenas 30% dos entrevistados refere a intenção de comprar prendas para amigos.

Relativamente ao tipo de produtos a comprar de acordo com o destinatário, o estudo conclui que para crianças até aos 12 anos as prendas mais compradas são brinquedos (24,2%), roupa/calçado (24,2%) e livros (15%). Para os adolescentes (entre os 12 e os 18 anos) as escolhas recaem sobre roupa/calçado (32%), acessórios (22%) e livros (18%). Estas são igualmente as escolhas preferenciais dos presentes de Natal dos adultos, mas noutra proporção: roupa/sapatos (25%), acessórios (22%) e livros (17%).

**Comprar online continua a ser a opção preferida dos portugueses**

A pandemia trouxe um aumento exponencial do comércio eletrónico, mas a verdade é que passados dois anos, as compras online continuam a ser a opção preferida de 25% dos portugueses, apesar de um ligeiro abrandamento face ao ano anterior (30% em 2021). Depois do online, o local de compra com maior preponderância é o centro comercial (20%). O comércio de rua recebe a preferência de apenas 10% dos consumidores.

Mas importa destacar que há vários consumidores que preferem aliar as várias opções de compra: centros comerciais, comércio de rua e online (18%) e centros comerciais e comércio de rua (15%).

Relativamente ao momento para a realização das compras de Natal, o IPAM verifica que 71,7% dos inquiridos vão efetuar as suas compras durante o mês de dezembro. Nas compras antecipadas o fator mais importante é evitar a concentração de pessoas e garantir a entrega atempada de produtos, compradas online.

**Subsídio de Natal poderá influenciar comportamento face às compras de Natal**

Para compreender a situação financeira das famílias, o estudo questionou os entrevistados sobre se iriam receber subsídio de Natal. 78,3% da amostra recebe o subsídio nesta altura, o que poderá ter consequências no comportamento face às compras de Natal. De referir que este dado permanece, particamente inalterado, desde 2020.

Dos inquiridos que recebem subsídio de Natal, salienta-se que 2,1% não vai utilizar este dinheiro para efetuar compras de Natal, sendo igual o número de respondentes que gastarão a totalidade do subsídio. Um terço dos inquiridos estima gastar entre 11% e 25% do subsídio de Natal e outro terço prevê gastar entre 26% e 50% do subsídio.

**Ficha Técnica do Estudo**

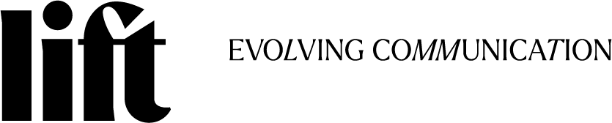
O estudo foi realizado pelo IPAM, sob a coordenação da Professora Mafalda Ferreira (Diretora da Licenciatura em Gestão de Marketing do IPAM Porto e Doutorada em Psicologia Social pela Universidade de Cádiz). A análise teve lugar entre 26 de novembro e 9 de dezembro de 2022, com uma amostra composta por 480 indivíduos, maiores de 18 anos, com as seguintes características: 6,5% da amostra da classe social A, 33% da B, 18% da C1, 35,9% da C2 e 6,6% da D. Os inquéritos foram administrados online e presencialmente.

**Sobre o IPAM**

Fundado em 1984, o IPAM - Instituto Português de Administração de Marketing - é a mais antiga e a maior escola de Marketing em Portugal e uma das mais antigas em todo o mundo. Com campus no Porto e Lisboa, o IPAM tem mais de 2.300 alunos e formou nas últimas quatro décadas de atividade mais de 17.000 profissionais espalhados por todo o mundo. Detém mais de 80 protocolos com universidades estrangeiras de referência e conta com taxas de empregabilidade superiores a 95%. Com um corpo docente com experiência empresarial, o IPAM promove um ensino centrado no estudante de hoje, recorrendo a um modelo de ensino inovador com uma forte componente tecnológica (*Experiential Learning Hyflex*), que acompanha as tendências do mercado e que procura formar profissionais capazes de transformar os negócios através de uma visão de marketing (*Marketing Leads Business*).

Para mais informações sobre o IPAM:[www.ipam.pt](http://secure-web.cisco.com/1ji7-8F0hjOD4suwx0Xx33GVZCX6ouKXaljOTDXv2AlughdckfmbccH1sIeaIvQqJC3hEn-NiXqPxVzIYVSPWII-YYgw_HZz-kPCsZPz_zufNthDJt90mXmZnQ0x7ToldFLfJY0X75P2r5k7q1rbWrHGG0Oeyc6y1EDTzZpTGShzKsO0qwG3P629sJFfw506lsU6hO1AGz_K-YlDZd3db9bygK2TqSuQej2O)

**Para mais informações contacte:**



Joana Abreu | [Joana.abreu@lift.com.pt](mailto:Joana.abreu@lift.com.pt) |+351 91 086 90 76  
Tânia Miguel | [tania.miguel@lift.com.pt](mailto:tania.miguel@lift.com.pt) |+351 91 827 03 87