

Metade das compras de Natal dos portugueses tem promoção associada

hipersuper.pt/2017/11/22/metade-das-compras-natal-dos-portugueses-promocao-associada/

Ana Catarina Monteiro

22-11-2017



50% das vendas de Bens de Grande Consumo efetuadas na época natalícia passada foram realizadas com promoções. O valor subiu 1,3 pontos percentuais face ao consumo para o Natal de 2015, revela a Nielsen. Num momento em que as lojas tiram da gaveta os enfeites e as ofertas especiais para o Natal, a consultora dá conta do comportamento de consumo dos portugueses durante a principal época de consumo do ano.

São produtos as bebidas alcoólicas, alguns segmentos de bolachas, algumas carnes típicas da época como o cabrito, chocolates, frutos secos, perfumes e, como não poderia deixar de ser, o “fiel amigo” bacalhau, os bens que mais crescem nesta época do ano.

A procura por conveniência tem impulsionado o crescimento do bacalhau congelado. No Natal de 2016, as vendas do peixe preferido dos portugueses em versão congelada cresceram 42% em volume. Ainda assim, o bacalhau seco absorve 88% das vendas de bacalhau efetuadas durante o mês de dezembro.

No que toca aos doces, os bombons subiram 40%, em volume e valor de vendas, no Natal de 2016, representando 74% das vendas da categoria de chocolates neste período. Segundo a Nielsen, “embalagens alusivas à quadra natalícia podem ter estado na origem do forte dinamismo de Tabletes e Pastilhas de chocolate”.

No que diz respeito às bebidas alcoólicas, as categorias que mais cresceram em volume (acima dos 10%) no Natal passado, comparativamente com o ano anterior, foram as aguardentes, Vodka, Rum e Gin. Categorias como vinho, vinho do Porto, Whisky e licões não tiveram um dinamismo tão

acentuado, mas “o maior crescimento em valor face ao volume indica uma tendência de maior procura por segmentos mais seletivos nestas categorias”.

Para o Natal de 2017, “vamos continuar a assistir a alterações de consumo nas categorias tipicamente fortes no Natal, nomeadamente, no bacalhau e nas bebidas alcoólicas. A dinâmica do mercado deverá manter-se, assim como a forte atividade promocional”, projeta Marta Teotónio Pereira, Client Consultant Senior da Nielsen.

Copyright © 2016 Hipersuper