

NATAL 2021

| intenções para a data – **versão REGIONAL**





92% ^{BR}

COSTUMAM
CELEBRAR A DATA

NO NOVO CENÁRIO QUE
VIVEMOS, A TRADIÇÃO
GANHA AINDA MAIS FORÇA

COSTUMAM
CELEBRAR
A DATA

93%
NORTE

90%
NORDESTE

92%
SUDESTE

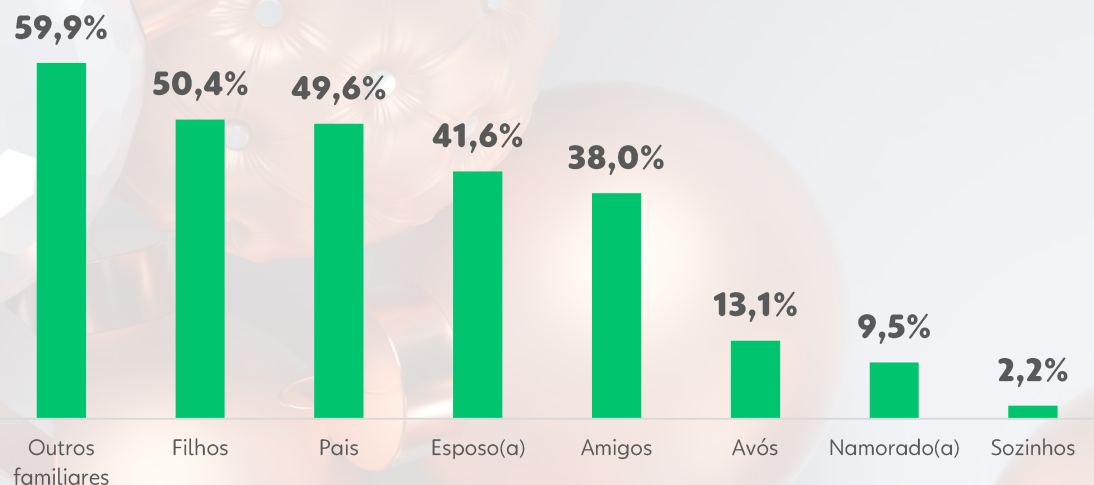
94%
SUL

90%
CENTRO-OESTE

The image features an abstract background with various shades of green. A large, semi-transparent circle is positioned on the right side, overlapping with other circular and linear shapes. The word "NORTE" is written in a bold, white, sans-serif font, centered horizontally and partially overlaid by the large circle.

NORTE

COM QUEM VÃO COMEMORAR?

**65%** (60% BR)PRETENDE COMER
COMIDA TÍPICA NO
NATAL 2021COMIDAS
NATALINAS
QUE SERÃO
MAIS
CONSUMIDAS**68%**
PERU

(57% BR)

52%
CHESTER

(61% BR)

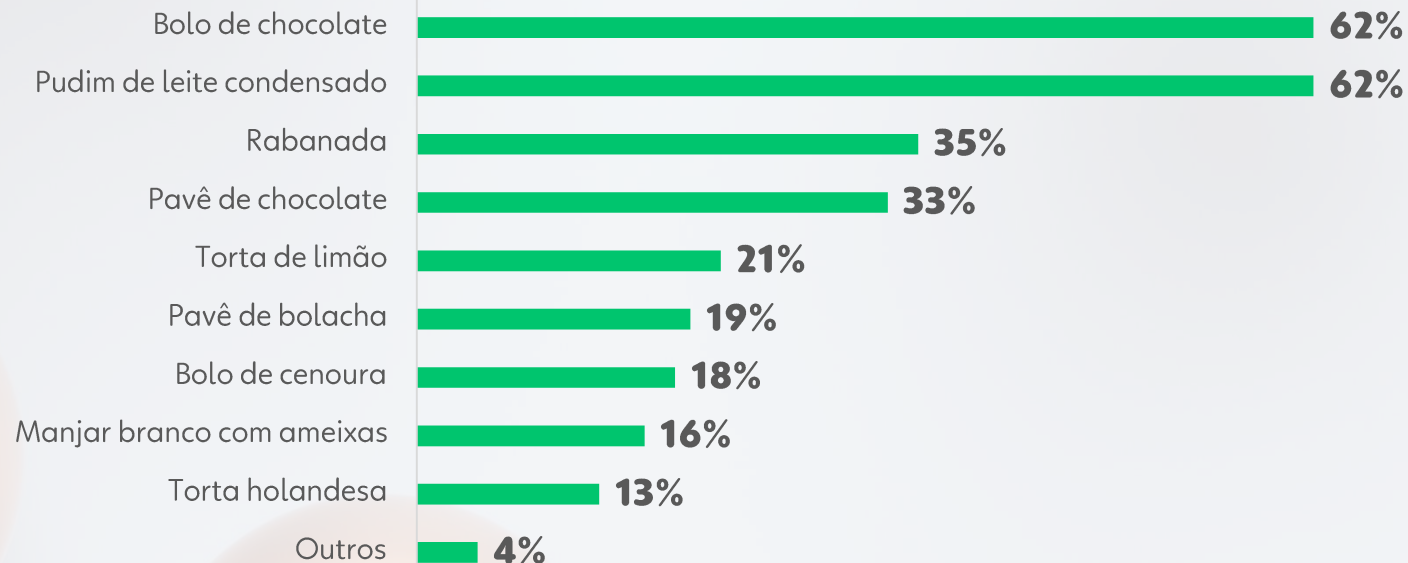
49%
PERNIL

(49% BR)

29%
BACALHAU

(28% BR)

SOBREMESAS QUE SERÃO MAIS APRECIADAS NA CEIA DE NATAL



HORA DO BRINDE! BEBIDAS QUE FARÃO PARTE DA CELEBRAÇÃO

NÃO ALCOÓLICAS

77%

REFRIGERANTES

(76% BR)

49%

SUCOS PRONTOS

(39% BR)

ALCOÓLICAS



45% (45% BR)

VINHO E ESPUMANTE
NACIONAL



39% (49% BR)

CERVEJA



21% (25% BR)

VINHO E ESPUMANTE
IMPORTADO



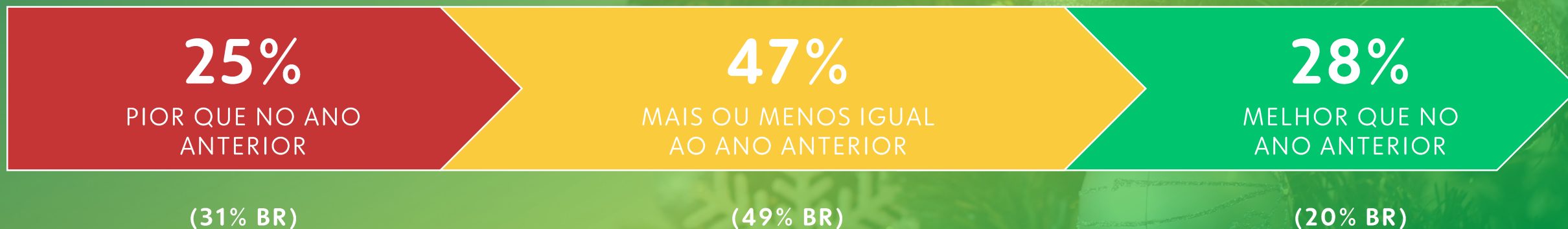
16% (17% BR)

CERVEJA PREMIUM

AS COMEMORAÇÕES ACONTECEM EM UM CENÁRIO DE INCERTEZAS

A SITUAÇÃO FINANCEIRA DAS PESSOAS AINDA SOFRE IMPACTOS DE UM ANO AFETADO PELA PANDEMIA

SITUAÇÃO FINANCEIRA



UM NOVO PRESENTE

PRESENTEAR NO NATAL EM 2021, TEM UM SIGNIFICADO AINDA MAIOR...



80% (72% BR)

...É TRATAR COM CARINHO ALGUÉM QUE PASSOU POR UM ANO TÃO DIFÍCIL QUANTO O MEU

SOBRE PRESENTEAR

42% (48% BR)

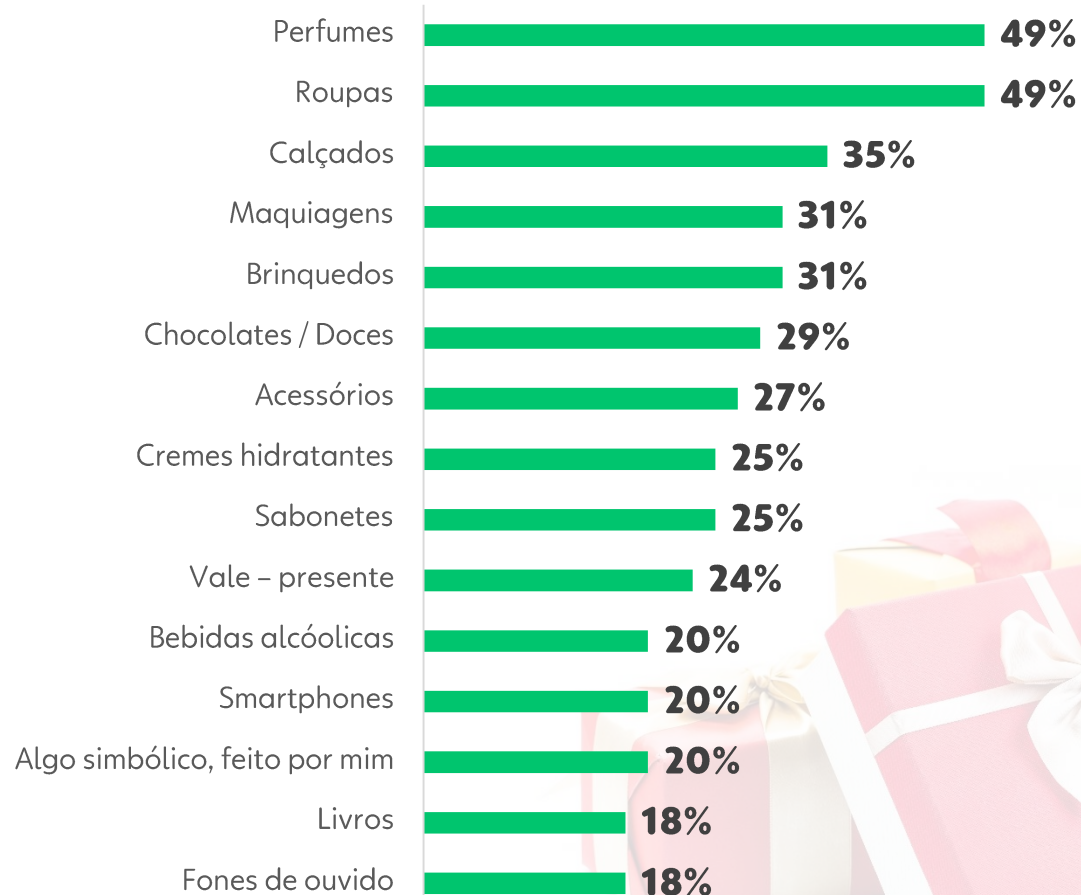
COSTUMAM PRESENTEAR

37% (42% BR)

PRETENDEM PRESENTEAR

PRESENTES PREFERIDOS

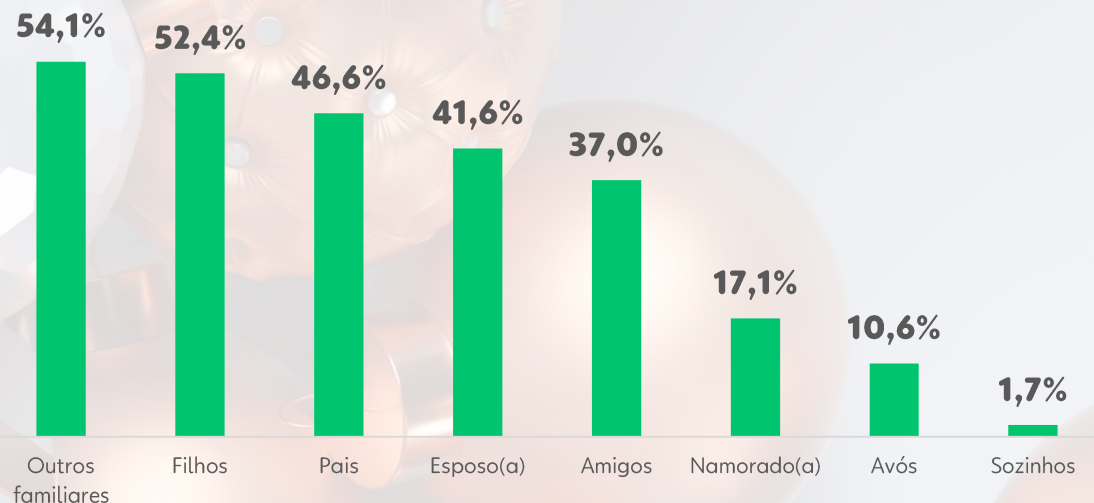
INTENÇÃO DE COMPRA, NO MOMENTO DE PRESENTEAR ALGUÉM



The background is a solid green color with several overlapping, semi-transparent circles in various shades of green. A thin, dark green diagonal line runs from the top right towards the bottom left. The word "NORDESTE" is centered in the middle of the image in a white, bold, sans-serif font.

NORDESTE

COM QUEM VÃO COMEMORAR?

**57%** (60% BR)PRETENDE COMER
COMIDA TÍPICA NO
NATAL 2021COMIDAS
NATALINAS
QUE SERÃO
MAIS
CONSUMIDAS**58%**
CHESTER

(61% BR)

56%
PERU

(57% BR)

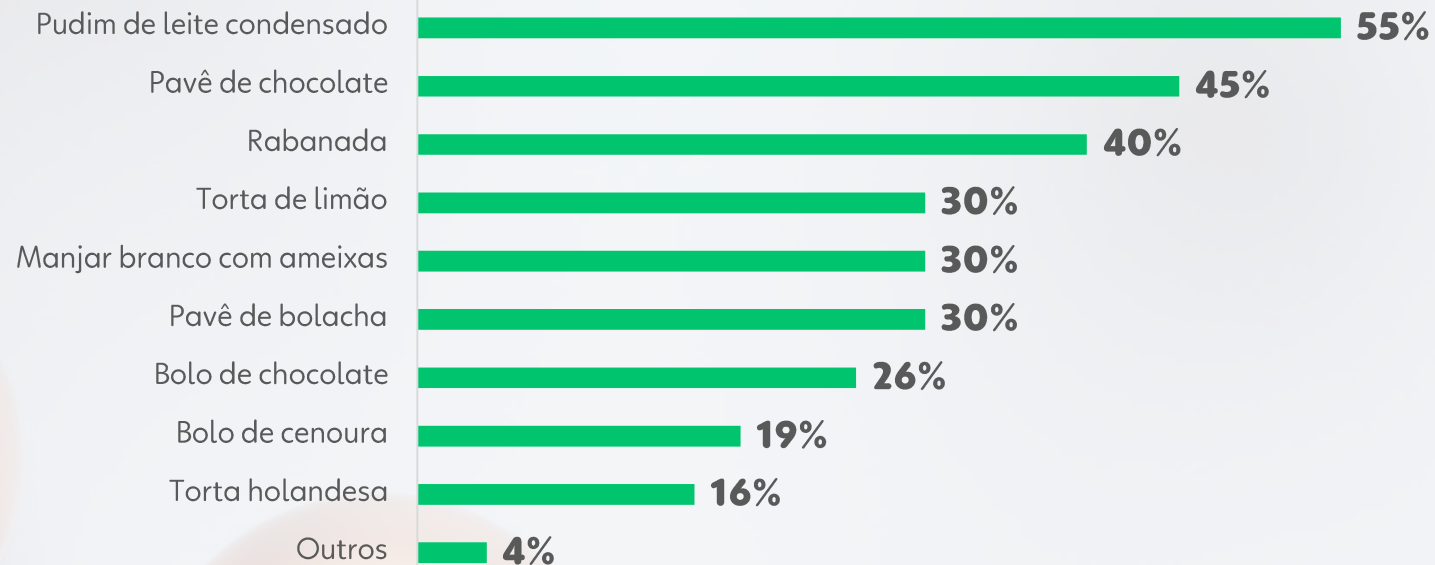
34%
PERNIL

(49% BR)

31%
BACALHAU

(28% BR)

SOBREMESAS QUE SERÃO MAIS APRECIADAS NA CEIA DE NATAL



HORA DO BRINDE! BEBIDAS QUE FARÃO PARTE DA CELEBRAÇÃO

NÃO ALCOÓLICAS

75%
REFRIGERANTES

(76% BR)

44%
SUCOS PRONTOS

(39% BR)

ALCOÓLICAS



48% (49% BR)

CERVEJA



40% (45% BR)

VINHO E ESPUMANTE
NACIONAL



20% (25% BR)

VINHO E ESPUMANTE
IMPORTADO



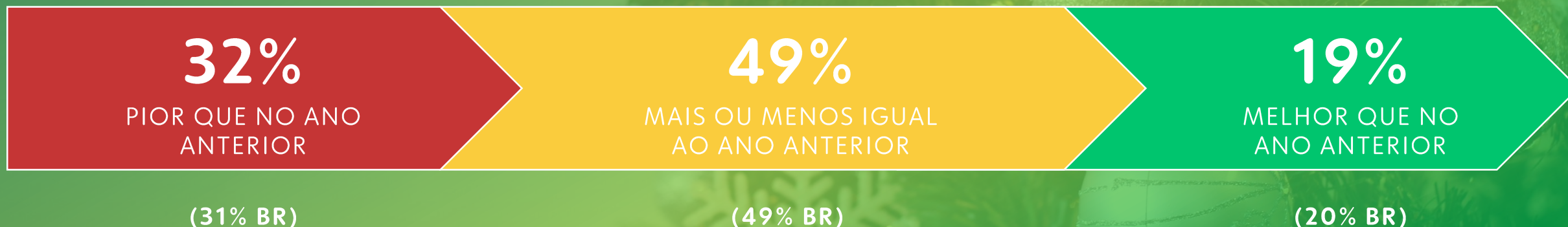
16% (17% BR)

CERVEJA PREMIUM

AS COMEMORAÇÕES ACONTECEM EM UM CENÁRIO DE INCERTEZAS

A SITUAÇÃO FINANCEIRA DAS PESSOAS AINDA SOFRE IMPACTOS DE UM ANO AFETADO PELA PANDEMIA

SITUAÇÃO FINANCEIRA



UM NOVO PRESENTE

PRESENTEAR NO NATAL EM 2021, TEM UM SIGNIFICADO AINDA MAIOR...



71%

(72% BR)

...É TRATAR COM CARINHO ALGUÉM QUE PASSOU POR UM ANO TÃO DIFÍCIL QUANTO O MEU

SOBRE PRESENTEAR

44% (48% BR)

**COSTUMAM
PRESENTEAR**

36% (42% BR)

**PRETENDEM
PRESENTEAR**

PRESENTES PREFERIDOS

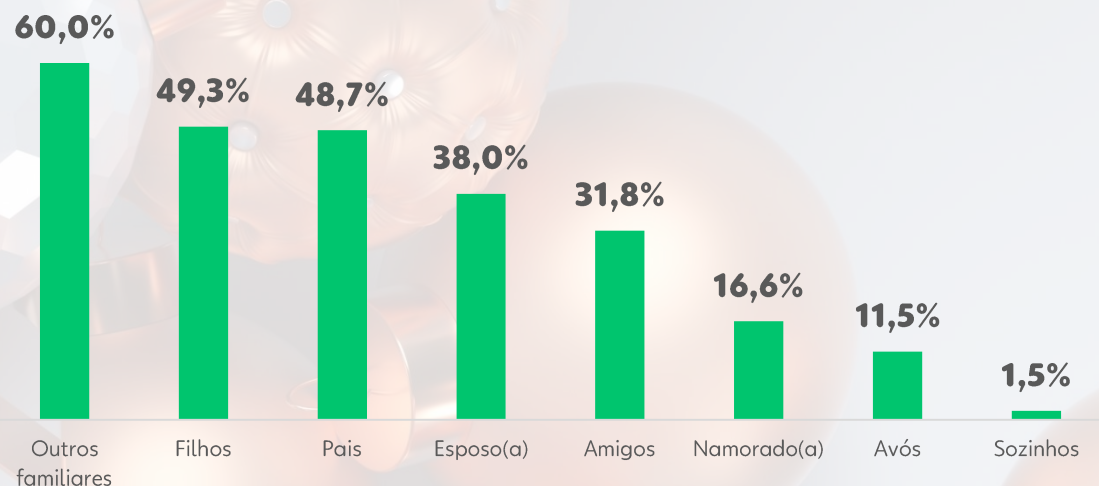
INTENÇÃO DE COMPRA, NO MOMENTO DE PRESENTEAR ALGUÉM



The background is a solid green color with several overlapping, semi-transparent circles in various shades of green. A thin, dark green diagonal line runs from the top right towards the bottom left. The word "SUDESTE" is centered in the middle of the image in a white, bold, sans-serif font.

SUDESTE

COM QUEM VÃO COMEMORAR?

**62%** (60% BR)PRETENDE COMER
COMIDA TÍPICA NO
NATAL 2021COMIDAS
NATALINAS
QUE SERÃO
MAIS
CONSUMIDAS**65%**
CHESTER

(61% BR)

59%
PERNIL

(49% BR)

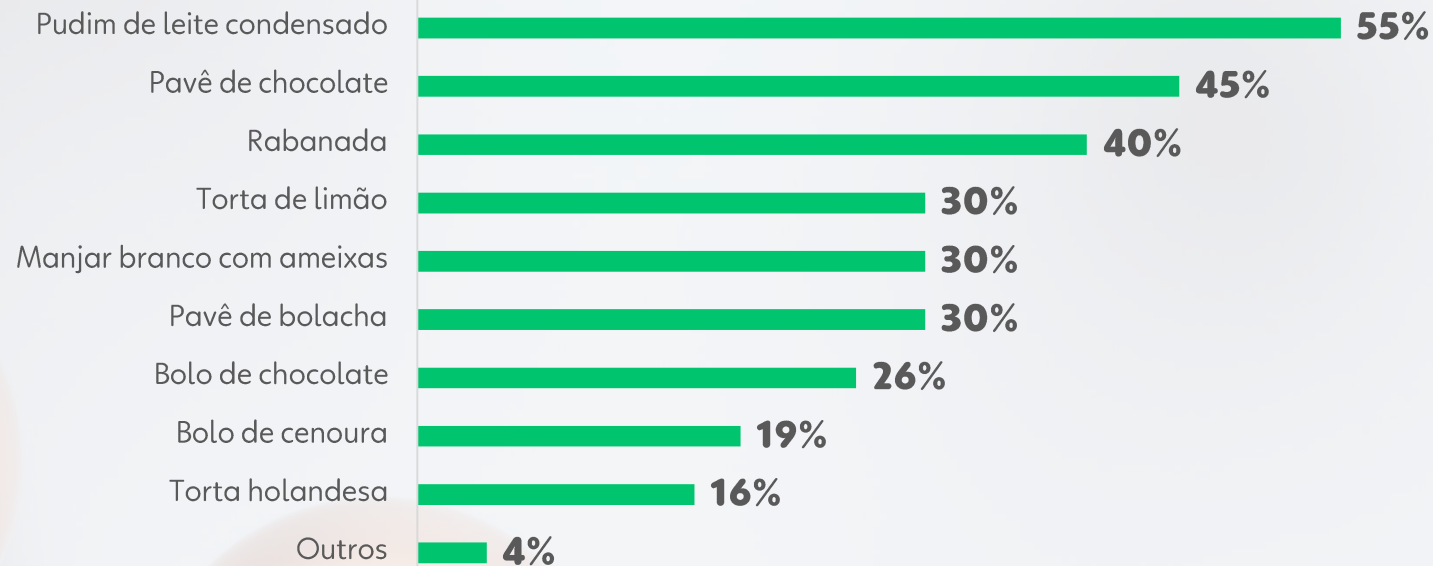
55%
PERU

(57% BR)

39%
TENDER

(28% BR)

SOBREMESAS QUE SERÃO MAIS APRECIADAS NA CEIA DE NATAL



HORA DO BRINDE! BEBIDAS QUE FARÃO PARTE DA CELEBRAÇÃO

NÃO ALCOÓLICAS

78%

REFRIGERANTES

(76% BR)

39%

SUCOS PRONTOS

(39% BR)

ALCOÓLICAS



52% (49% BR)

CERVEJA



49% (45% BR)

VINHO E ESPUMANTE
NACIONAL



29% (25% BR)

VINHO E ESPUMANTE
IMPORTADO



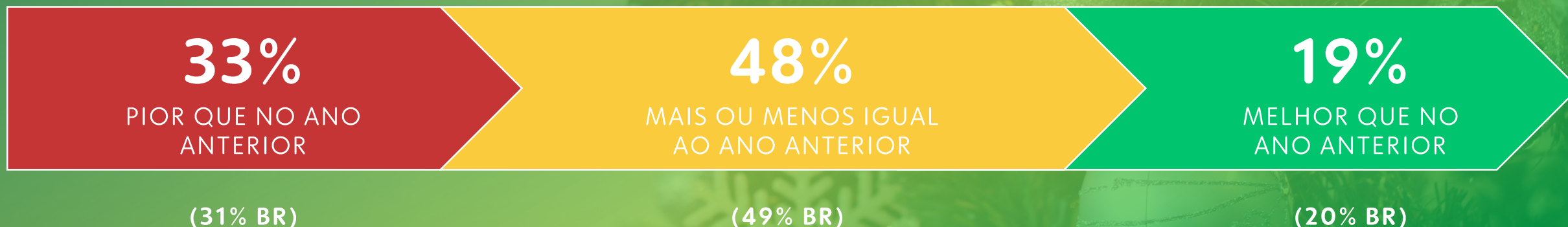
17% (17% BR)

CERVEJA PREMIUM

AS COMEMORAÇÕES ACONTECEM EM UM CENÁRIO DE INCERTEZAS

A SITUAÇÃO FINANCEIRA DAS PESSOAS AINDA SOFRE IMPACTOS DE UM ANO AFETADO PELA PANDEMIA

SITUAÇÃO FINANCEIRA



UM NOVO PRESENTE

PRESENTEAR NO NATAL EM 2021, TEM UM SIGNIFICADO AINDA MAIOR...



71% (72% BR)

...É TRATAR COM CARINHO ALGUÉM QUE PASSOU POR UM ANO TÃO DIFÍCIL QUANTO O MEU

SOBRE PRESENTEAR

47% (48% BR)

**COSTUMAM
PRESENTEAR**

42% (42% BR)

**PRETENDEM
PRESENTEAR**

PRESENTES PREFERIDOS

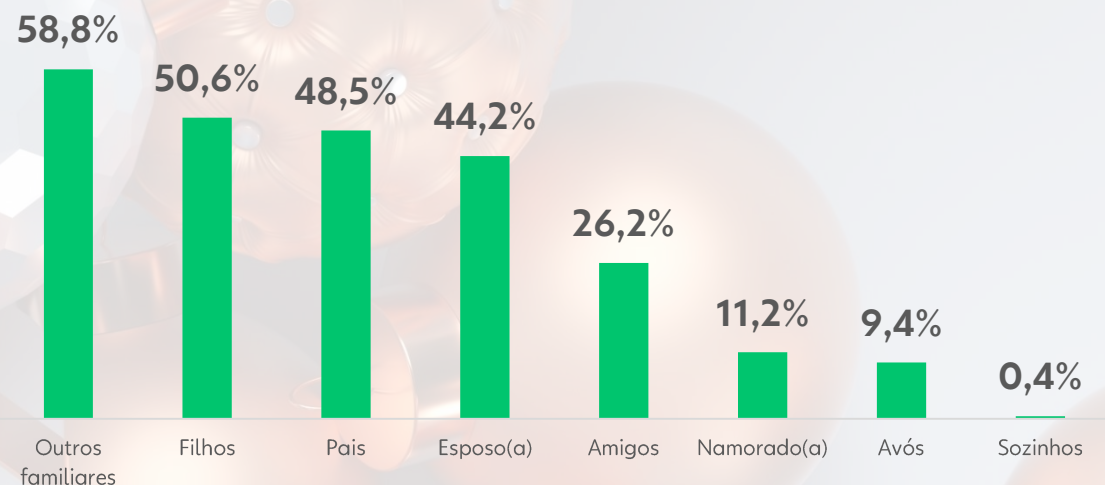
INTENÇÃO DE COMPRA, NO MOMENTO DE PRESENTEAR ALGUÉM



The image features an abstract background with various shades of green. A large, semi-transparent circle is positioned on the right side, overlapping with other circular shapes. The text 'SUL' is centered in a white, bold, sans-serif font. The overall composition is modern and minimalist.

SUL

COM QUEM VÃO COMEMORAR?



57% (60% BR)

PRETENDE **COMER**
COMIDA TÍPICA NO
NATAL 2021

COMIDAS NATALINAS QUE SERÃO MAIS CONSUMIDAS

61%
PERU

(57% BR)

60%
CHESTER

(61% BR)

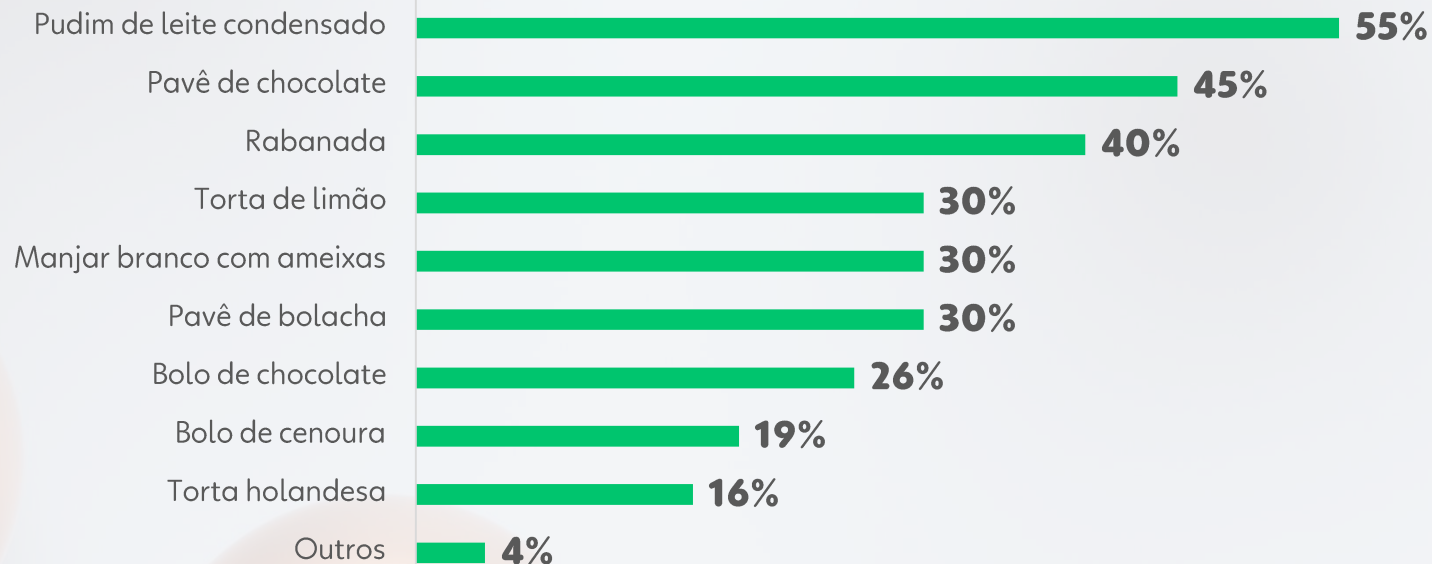
41%
PERNIL

(49% BR)

33%
LOMBO

(32% BR)

SOBREMESAS QUE SERÃO MAIS APRECIADAS NA CEIA DE NATAL



HORA DO BRINDE! BEBIDAS QUE FARÃO PARTE DA CELEBRAÇÃO

NÃO ALCOÓLICAS

73%
REFRIGERANTES

(76% BR)

24%
SUCOS PRONTOS

(39% BR)

ALCOÓLICAS



50% (49% BR)
CERVEJA



46% (45% BR)
VINHO E ESPUMANTE
NACIONAL



25% (25% BR)
VINHO E ESPUMANTE
IMPORTADO

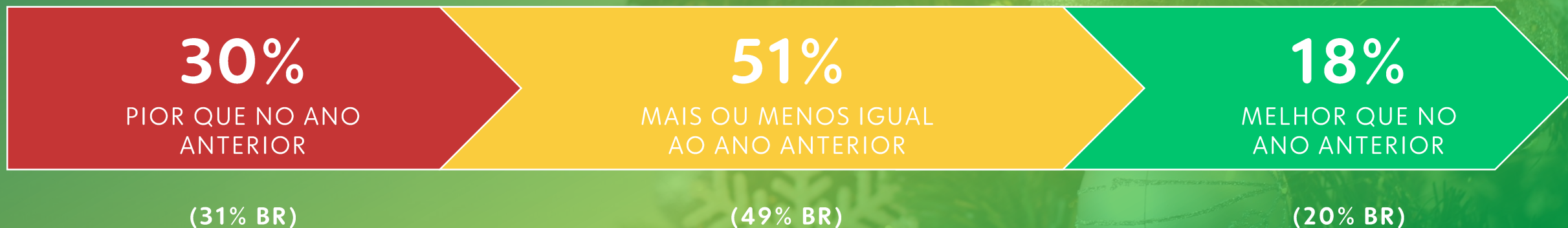


17% (17% BR)
CERVEJA PREMIUM

AS COMEMORAÇÕES ACONTECEM EM UM CENÁRIO DE INCERTEZAS

A SITUAÇÃO FINANCEIRA DAS PESSOAS AINDA SOFRE IMPACTOS DE UM ANO AFETADO PELA PANDEMIA

SITUAÇÃO FINANCEIRA



UM NOVO PRESENTE

PRESENTEAR NO NATAL EM 2021, TEM UM SIGNIFICADO AINDA MAIOR...



69% (72% BR)

...É TRATAR COM CARINHO ALGUÉM QUE PASSOU POR UM ANO TÃO DIFÍCIL QUANTO O MEU

SOBRE PRESENTEAR

57% (48% BR)

COSTUMAM PRESENTEAR

53% (42% BR)

PRETENDEM PRESENTEAR

PRESENTES PREFERIDOS

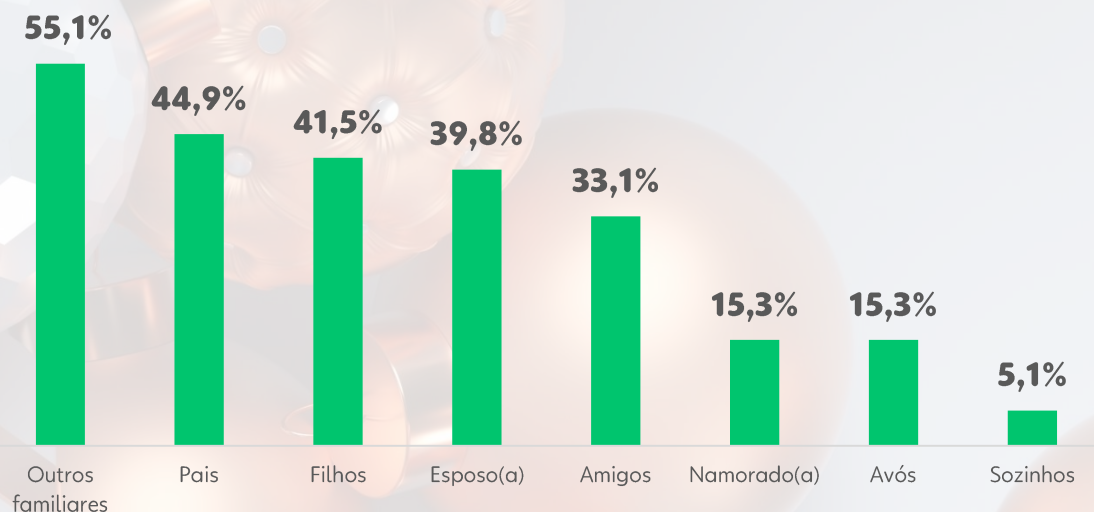
INTENÇÃO DE COMPRA, NO MOMENTO DE PRESENTEAR ALGUÉM



The background is a solid green color with several overlapping, semi-transparent circles in various shades of green. A thin, dark green diagonal line runs from the top right towards the bottom left. The text "CENTRO-OESTE" is centered in the middle of the image in a white, bold, sans-serif font.

CENTRO-OESTE

COM QUEM VÃO COMEMORAR?

**57%** (60% BR)PRETENDE **COMER**
COMIDA TÍPICA NO
NATAL 2021COMIDAS
NATALINAS
QUE SERÃO
MAIS
CONSUMIDAS**66%**
CHESTER

(61% BR)

60%
PERNIL

(49% BR)

52%
PERU

(57% BR)

36%
LOMBO

(32% BR)

SOBREMESAS QUE SERÃO MAIS APRECIADAS NA CEIA DE NATAL

HORA DO BRINDE! BEBIDAS QUE FARÃO PARTE DA CELEBRAÇÃO

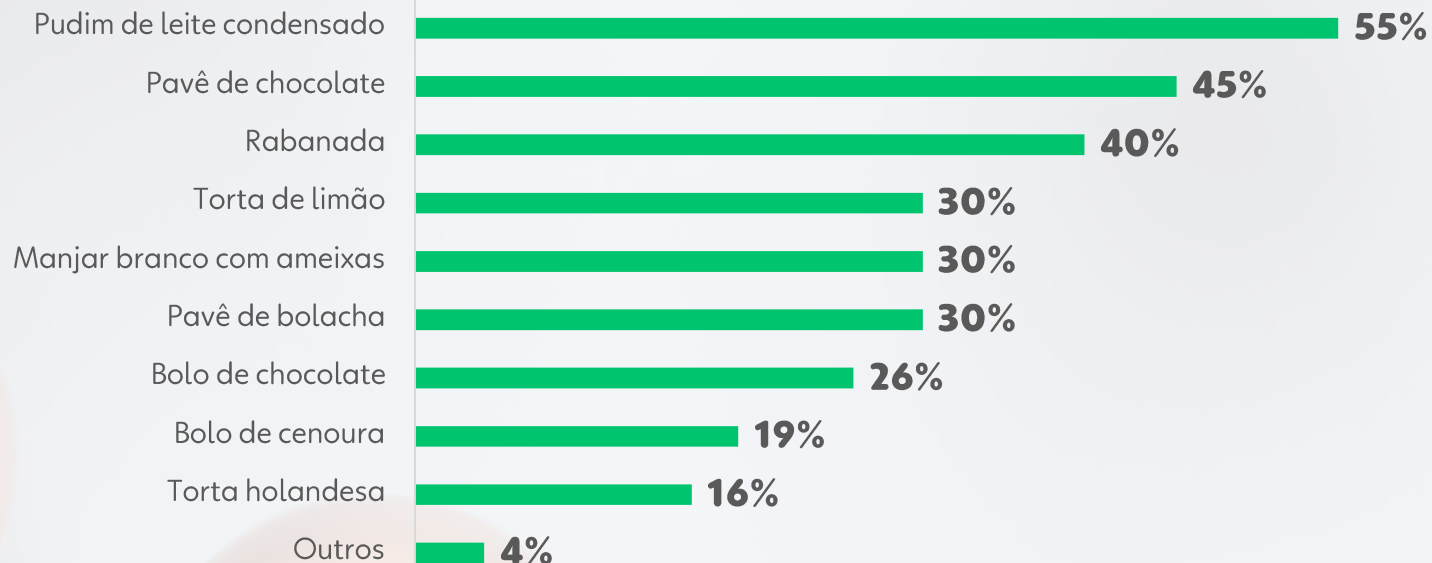
NÃO ALCOÓLICAS

77%
REFRIGERANTES

(76% BR)

40%
SUCOS PRONTOS

(39% BR)



ALCOÓLICAS



42% (49% BR)
CERVEJA



34% (45% BR)
VINHO E ESPUMANTE
NACIONAL



20% (25% BR)
VINHO E ESPUMANTE
IMPORTADO

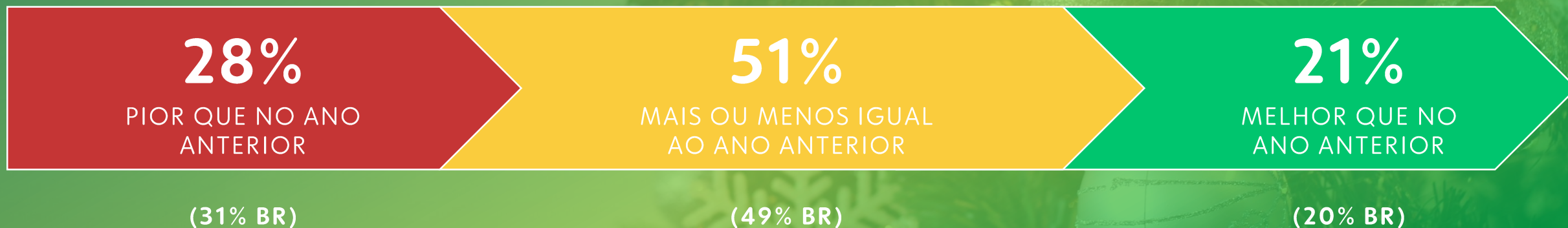


18% (17% BR)
CERVEJA PREMIUM

AS COMEMORAÇÕES ACONTECEM EM UM CENÁRIO DE INCERTEZAS

A SITUAÇÃO FINANCEIRA DAS PESSOAS AINDA SOFRE IMPACTOS DE UM ANO AFETADO PELA PANDEMIA

SITUAÇÃO FINANCEIRA



UM NOVO PRESENTE

PRESENTEAR NO NATAL EM 2021, TEM UM SIGNIFICADO AINDA MAIOR...



72% (72% BR)

...É TRATAR COM CARINHO ALGUÉM QUE PASSOU POR UM ANO TÃO DIFÍCIL QUANTO O MEU

SOBRE PRESENTEAR

53% (48% BR)

COSTUMAM PRESENTEAR

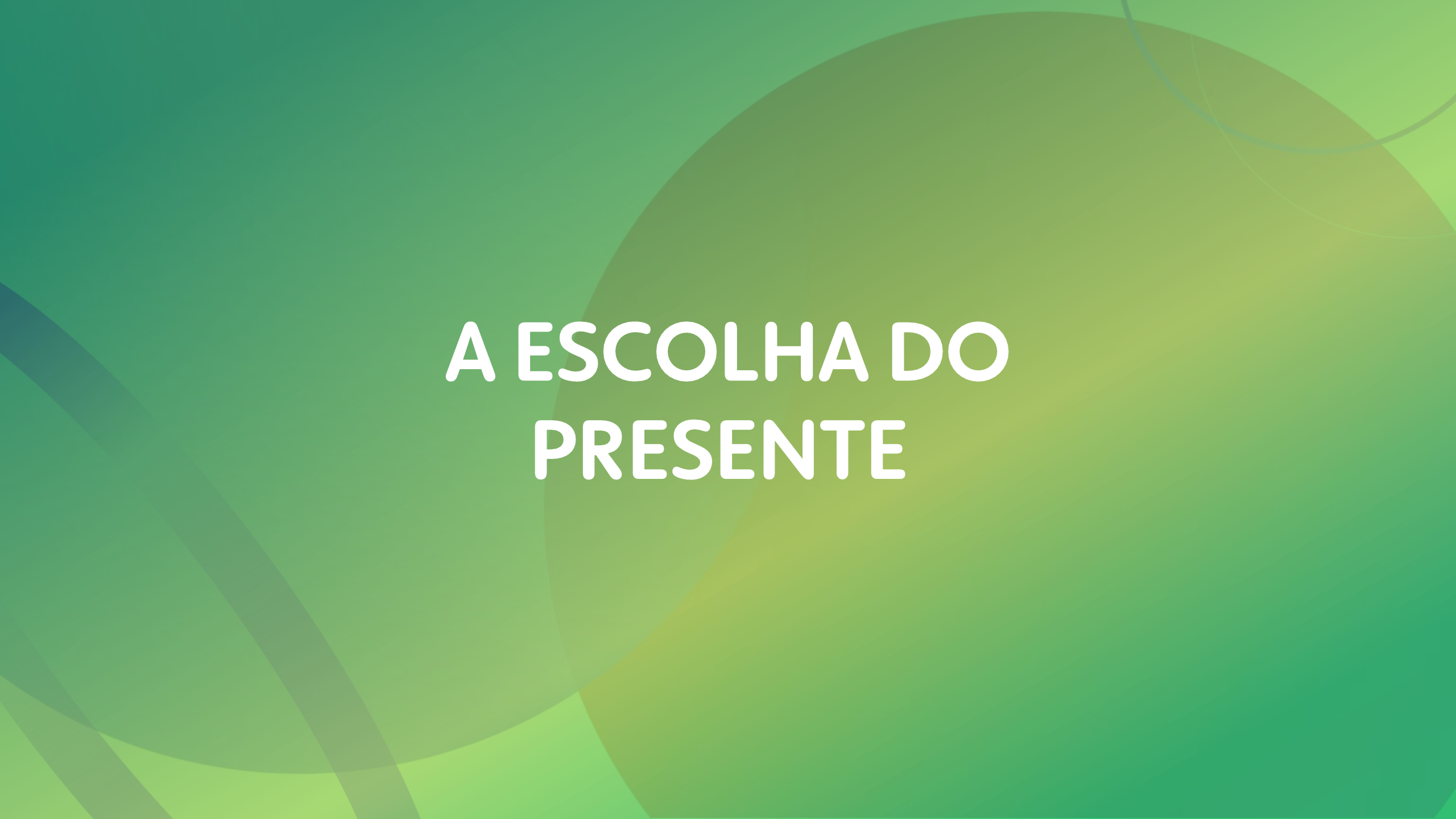
42% (42% BR)

PRETENDEM PRESENTEAR

PRESENTES PREFERIDOS

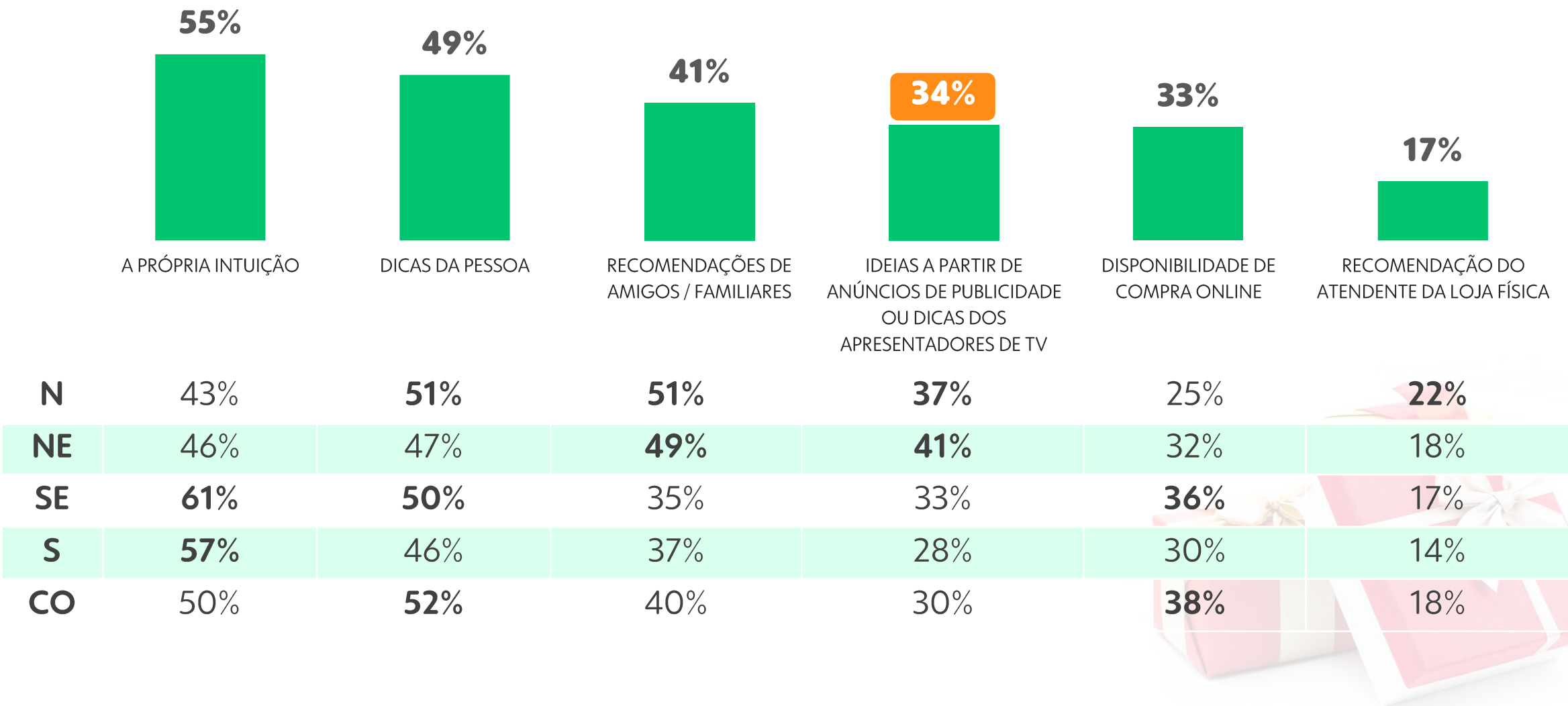
INTENÇÃO DE COMPRA, NO MOMENTO DE PRESENTEAR ALGUÉM



The background is a vibrant green with various shades. It features several overlapping circles and curved lines in different tones of green, creating a dynamic and modern abstract design. The text is centered in the upper half of the image.

A ESCOLHA DO PRESENTE

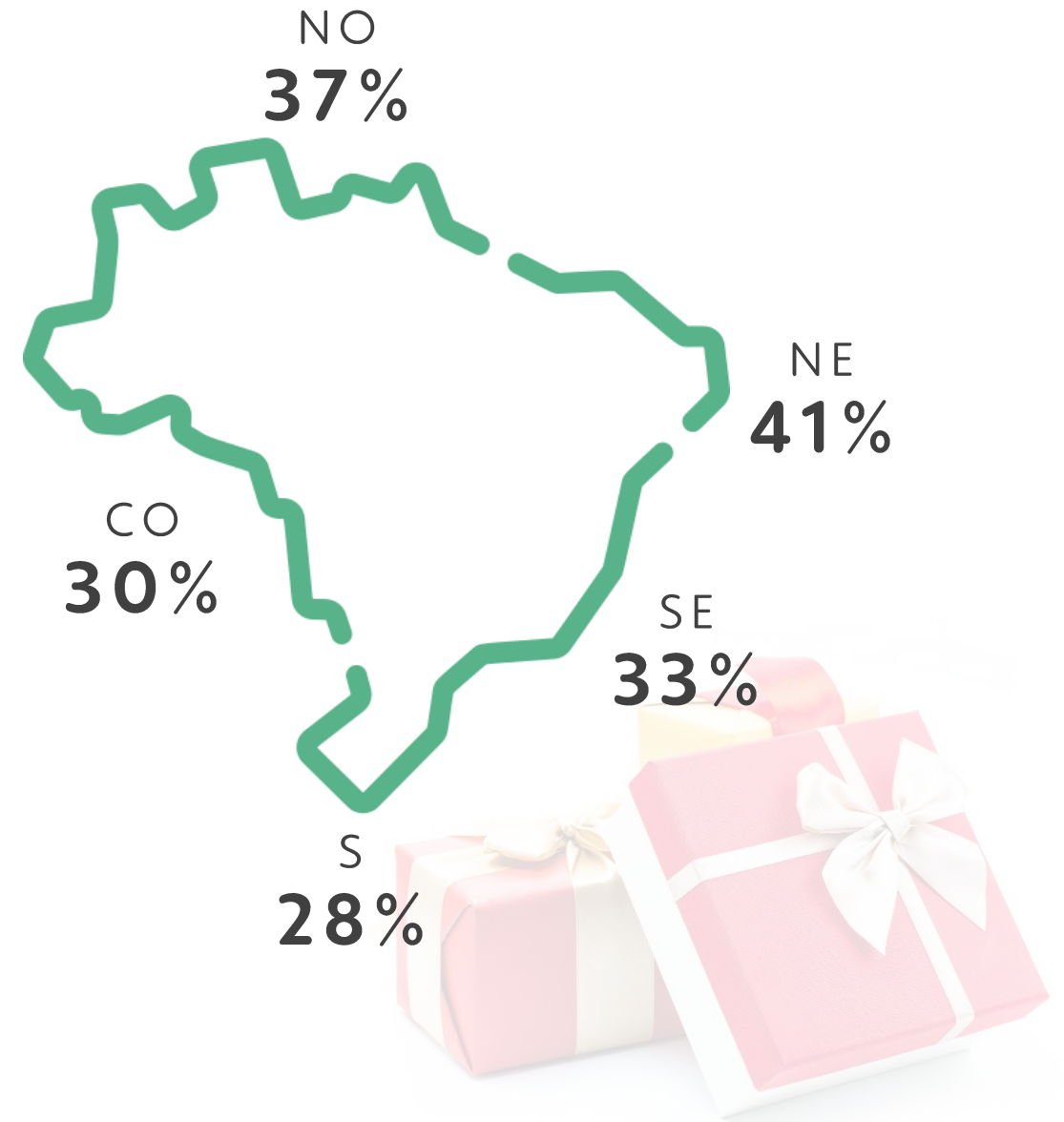
FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO PRESENTE:



A PUBLICIDADE TEM UM PAPEL IMPORTANTE NAS ESCOLHAS DE COMO PRESENTEAR

34% BR

SÃO INFLUENCIADOS POR
PUBLICIDADE OU
APRESENTADORES DE TV
PARA COMPRA DE PRESENTES



DESTAQUES DOS PRESENTES PREFERIDOS

INTENÇÃO DE COMPRA, NO MOMENTO
DE PRESENTEAR ALGUÉM

TOP 3 ITENS



SOBRE A PESQUISA:

INSTITUTO: Behup
METODOLOGIA: Questionário Ad Hoc
DATA DO CAMPO: 12 a 16 de novembro / 2021
BASE AMOSTRAL: 1.707 pessoas
DISTRIBUIÇÃO SOCIO-DEMOGRÁFICA:

IDADE (FILTRO)		CLASSE SOCIAL (FILTRO)		REGIÃO (FILTRO)		SEXO (FILTRO)	
18 A 24 ANOS	13%	A	3%	NORTE	9%	FEMININO	54%
25 A 34 ANOS	21%	B	21%	NORDESTE	27%	MASCULINO	46%
35 A 44 ANOS	22%	C	49%	CENTRO - OESTE	8%		
45 +	44%	DE	27%	SUL	15%		
				SUDESTE	42%		

CÁLCULO DE SIGNIFICÂNCIA ESTATÍSTICA: é um procedimento para verificar a discrepância de uma hipótese estatística em relação aos dados observados, ou seja, para validar se o crescimento ou queda de uma métrica (em diferentes medições) é estatisticamente significativa ou estatisticamente estável.

Usamos um índice de confiança de 95% para esse estudo.

Nota: esse teste pode ser aplicado somente para amostras independentes e de distribuição sócio demográfica similares.

AFILIADAS

João Paulo e Júlio Andrade

Projetos e Informações Comerciais

joao.pandrade@g.globo

julio.andrade@g.globo