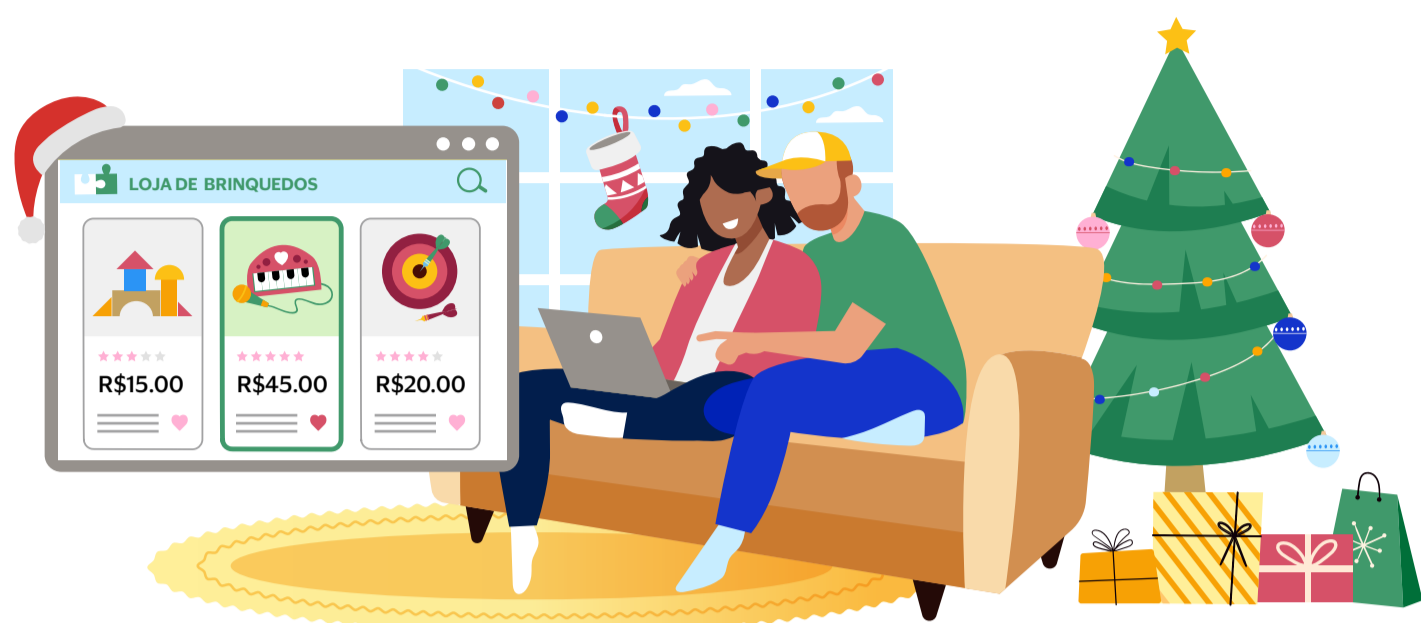


TENDÊNCIAS DE COMPRA NESTE FINAL DE ANO

Os consumidores latino-americanos estão bem mais animados com as festas em 2021 do que no ano passado. Segundo um estudo recente da C-Space, **os consumidores latino-americanos começarão suas compras de final de ano em meados de dezembro e, embora estejam menos preocupados com os gastos, continuarão exigindo qualidade e buscando oportunidades para pagar menos pelos produtos.** Em 2021, as compras de final de ano combinarão experiências de compra presenciais e digitais, pois há mais pessoas se sentindo seguras agora que foram vacinadas.



68% dos latino-americanos pretendem procurar bons preços, economizar e não gastar mais do que o planejado¹



Na comparação com 2020, a **maioria dos consumidores pretende manter e até reduzir a compra de presentes de luxo** neste final de ano¹



Os consumidores planejam **gastar cerca de US\$380 com presentes** neste final de ano¹



A maioria dos **consumidores pretende continuar usando canais digitais** para comprar seus presentes de final de ano, mas **39% vão continuar visitando as lojas físicas¹**



Os consumidores pretendem comprar **roupas, brinquedos, perfumes, jogos e produtos eletrônicos** para presentear seus amigos e familiares¹



Os consumidores planejam **diminuir o uso de dinheiro e aumentar o uso de cartões e pagamentos digitais¹**

TENDÊNCIAS DE COMPRA DOS CONSUMIDORES PARA AS FESTAS DESTE ANO²:



1

Prepare-se para ver mais compradores nos shoppings e lojas este ano. Com muitas pessoas vacinadas, isso tende a acontecer.

2

Não faltarão ofertas neste final de ano, mas provavelmente **não haverá muitos descontos exagerados.**

3

As ofertas estarão disponíveis on-line e nas lojas físicas e mais estabelecimentos oferecerão a opção de comprar pela internet e retirar em loja e serviços similares.

4

Os consumidores **presentearão com experiências**, e não apenas produtos.

A VISA ESTÁ AQUI PARA AJUDÁ-LO

Contate seu executivo de conta Visa e saiba como podemos ajudá-lo a entender a mudança no comportamento do consumidor, a identificar oportunidades para maximizar seus portfólios e a melhorar a comunicação com seus clientes.

VISA
onde você quiser estar

Fontes:

1. C Space Visa Consumer Spending Report, novembro de 2021.

2. US News, novembro de 2021. <https://money.usnews.com/money/personal-finance/spending/articles/shopping-trends-to-watch-this-holiday-season>

Sobre a Visa. Visa Inc. (NYSE:V) é a empresa líder em pagamentos digitais no mundo. Nossa missão é conectar o mundo por meio do que há de mais inovador, confiável e seguro em meios de pagamentos - permitindo que pessoas, negócios e economias prosperem. Nossa avançada rede de processamento global, a VisaNet, oferece pagamentos seguros e confiáveis em todo o mundo e é capaz de processar mais de 65.000 transações por segundo. O foco implacável da empresa em inovação é um catalisador para o rápido crescimento do comércio digital em qualquer dispositivo, para todos, em todos os lugares. À medida que o mundo passa do analógico para o digital, a Visa insere sua marca, produtos, pessoas, rede e escala para remodelar o futuro do comércio.

As informações, recomendações ou "melhores práticas" aqui contidas (as "Informações") são fornecidas "TAL COMO ESTÃO" e seus fins são meramente informativos, não devendo ser usadas para aconselhamento comercial, operacional, de marketing, financeiro, jurídico, técnico, tributário ou outro. A Visa não se responsabiliza pelo uso das informações (incluindo erros, omissões, inexistências ou atemporalidade de qualquer tipo) ou quaisquer suposições ou conclusões extraídas do seu uso. A Visa não oferece nenhuma garantia, seja ela expressa ou implícita, e renuncia explicitamente a qualquer garantia de comerciabilidade e adequação a um propósito particular, a qualquer garantia de não violação a direitos de propriedade intelectual de terceiros, a qualquer garantia de a Informação atenderá os requisitos de um cliente ou a garantias de que a informação está atualizada e isenta de erros. Na medida do permitido pelas leis aplicáveis, a Visa não se responsabilizará perante um cliente ou terceiro por danos sob nenhuma teoria jurídica, incluindo, entre outros, danos especiais, consequenciais, emergentes ou punitivos, nem por danos referentes a lucros cessantes, interrupção dos negócios, perda de informações, danos especiais ou outra perda monetária, ainda que tenha sido alertada da possibilidade de tais danos ocorrerem.