

PESQUISA DE PÁSCOA CDL CAXIAS 2025

A data mais doce do comércio se aproxima, com a expectativa de que os consumidores aumentem, em média, 12,6% seus investimentos em presentes de Páscoa, em relação ao ano passado, totalizando cerca de R\$ 239,31 em compras por cliente.

A pesquisa revela que 51,7% dos moradores planejam ir às compras, enquanto 39,2% não têm essa intenção e 9,1% permanecem indecisos.

Quanto aos produtos, 90,3% dos entrevistados já sabem o que comprarão: 90,1% escolherão chocolates, seguidos por 4,2% que optarão por brinquedos, 4,1% por roupas ou calçados e 1,3% que preferirão dinheiro ou vale-presente.

A pesquisa foi realizada com 605 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 23 e 28 de março de 2025. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	59%
MASCULINO	41%

POSSUI FILHOS?

NÃO	25,5%
1	31,6%
2	27,4%
3	10,7%
4+	4,8%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	61,2%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	38,8%

IDADE

16-29	16%
30-39	21%
40-49	22,1%
50-59	21,8%
60-69	14,1%
70+	5%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	5,1%
FUNDAMENTAL COMPLETO	7,7%
MÉDIO INCOMPLETO	13,2%
MÉDIO COMPLETO	37,8%
SUPERIOR INCOMPLETO	18,9%
SUPERIOR COMPLETO	12,8%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	1,3%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	3,2%

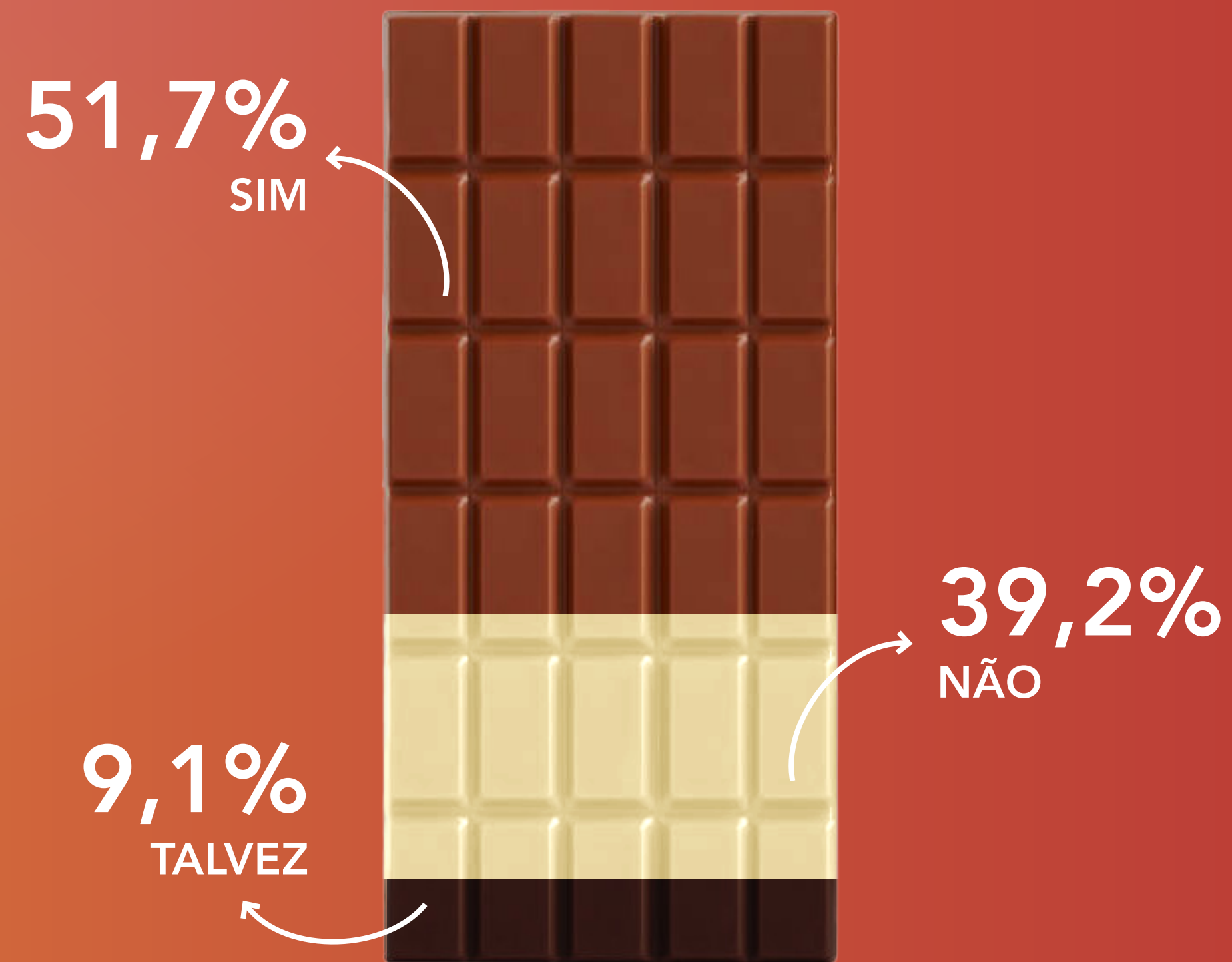
SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	40,3%
APOSENTADO/PENSIONISTA	22,7%
PROFISSIONAL LIBERAL	13,8%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	7,9%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	5,6%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	5,6%
DO LAR	2,3%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	1,8%

O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE É PÁSCOA?



VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA A PÁSCOA?



2024 50,9% SIM 43,8% NÃO 5,3% TALVEZ

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NA PÁSCOA?



MESMO QUE TENHA RESPONDIDO NÃO QUERER COMPRAR*

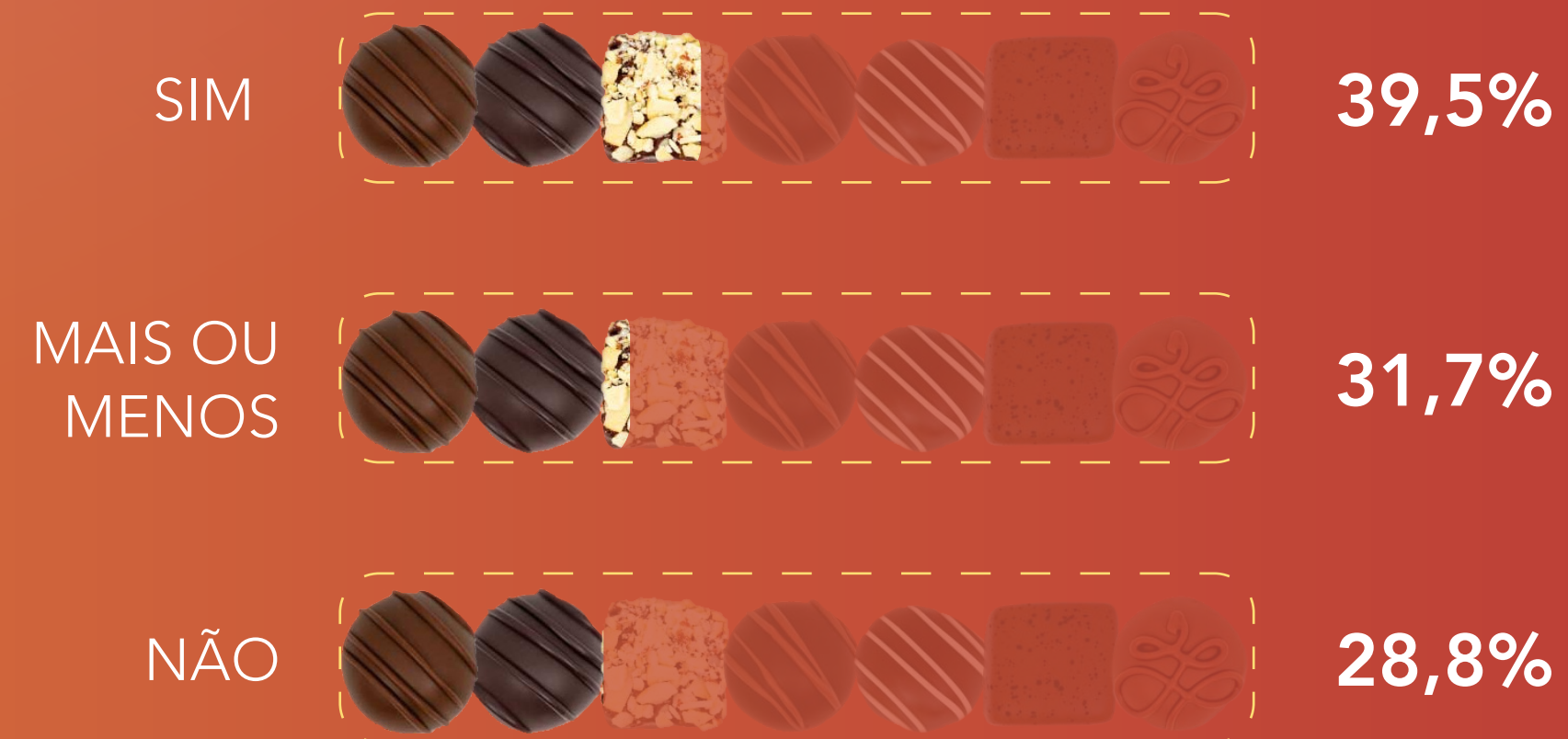
SE ALGO FOSSE FEITO PELOS LOJISTAS, O QUE O MOTIVARIA A TALVEZ COMPRAR?

REALMENTE NÃO PRETENDE COMPRAR	69,4%
PROMOÇÕES E DESCONTOS	24,3%
FACILIDADE DE NEGOCIAÇÃO	3,5%
ATENDIMENTO	1,6%
FACILIDADE DE PAGAMENTO	1,2%

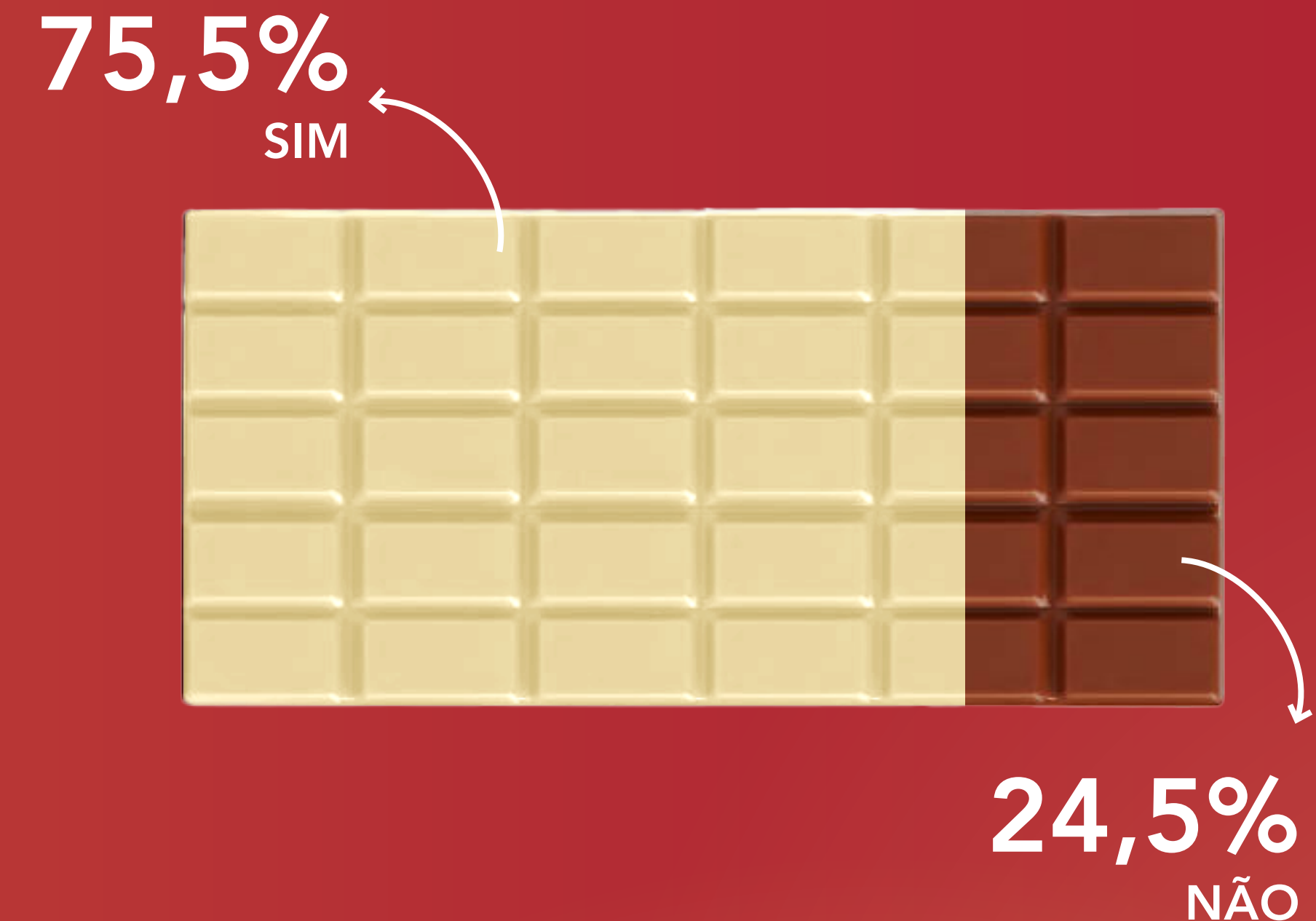
*PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU NÃO QUERER COMPRAR, NA QUESTÃO ANTERIOR

CLIMA DE PÁSCOA

NA SUA OPINIÃO A
NOSSA CIDADE JÁ ENTROU
NO CLIMA DE PÁSCOA?



A AMBIENTAÇÃO DA LOJA,
COLABORA PARA VOCÊ ENTRAR
E CONFERIR OS PRODUTOS?



PESQUISA DE PRODUTOS E PREÇOS

VOCÊ PESQUISA PREÇOS E PRODUTOS ANTES DA COMPRA?

81,4%
SIM



18,6%
NÃO

COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?

UM MÊS ANTES/
JÁ COMEÇOU



15,1%

CERCA DE 15
DIAS ANTES



24,7%

UMA SEMANA
ANTES



42,9%

NA VÉSPERA
OU NO DIA



17,3%

QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS
LOJAS

51,6%



REDES
SOCIAIS

14,8%



CARTAZES
E FOLHETOS

11,9%



SITES DE
BUSCA

7,2%



SITES DAS
LOJAS

6,4%



APP DA EMPRESA
VENDEDORA

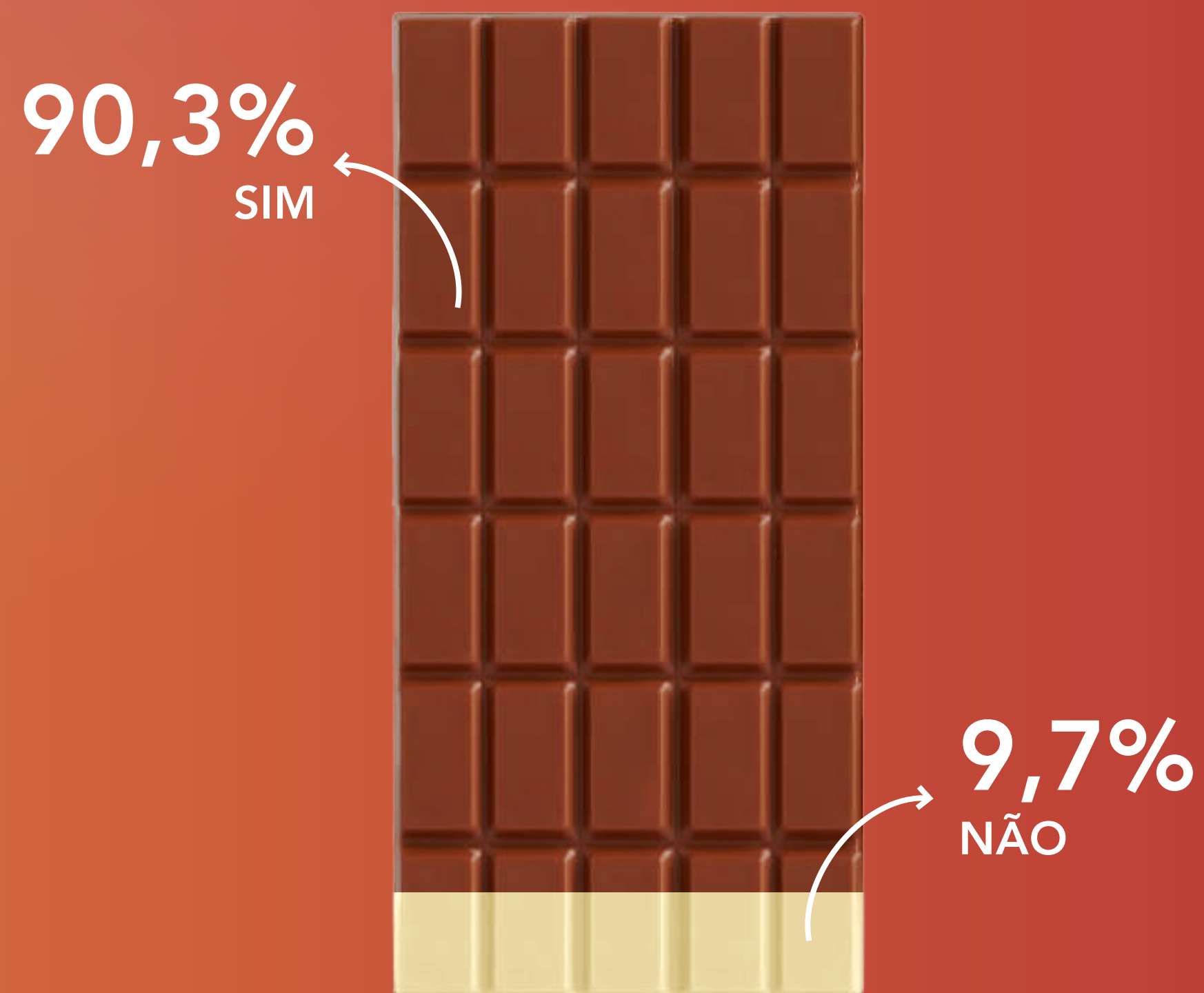
5,4%



RÁDIO
E TV

2,7%


JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



	CHOCOLATE	90,1%
	BRINQUEDOS	4,2%
	ROUPAS/CALÇADOS	4,1%
	DINHEIRO OU VALE-PRESENTE	1,3%
	OUTROS	0,3%

DECISÃO DE COMPRA

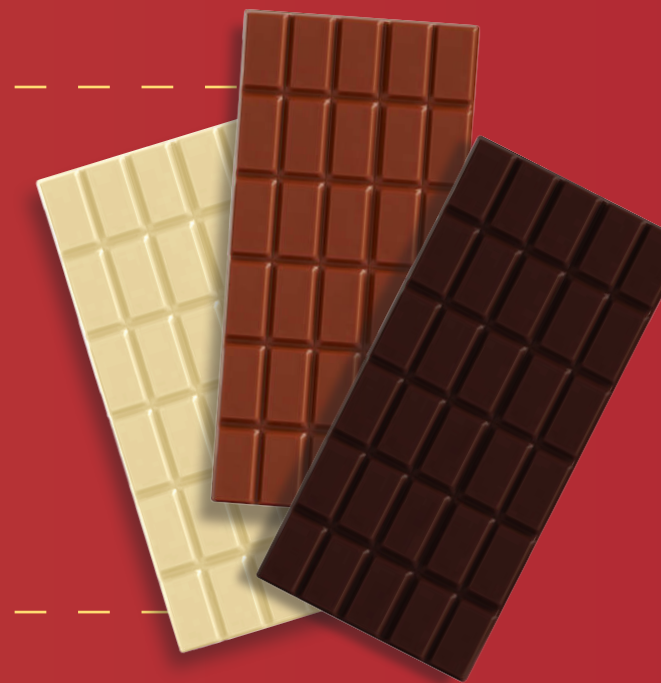
NO CASO DE COMPRAR CHOCOLATES,
QUAL SERÁ O TIPO?

	OVOS DE CHOCOLATE	41,5%
	BOMBONS	22,6%
	BARRAS	14,4%
	CESTAS	12,8%
	COELHOS	6,5%
	OVOS DE COLHER, CHOCOLATE GOURMET, TRUFAS	2,2%

QUANTIDADE DE PRESENTES

MÉDIA DE
PRODUTOS

3



UM
18,1%

DOIS
29,1%

TRÊS
20,2%

QUATRO
13%

CINCO
8,7%

SEIS OU +
10,9%

INVESTIMENTO



TICKET MÉDIO

R\$ 239,31



EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



MAIOR
64,8%



IGUAL
20,9%



MENOR
14,3%

POR QUE GASTAR MAIS

PARA OS QUE INFORMARAM QUE PRETENDEM GASTAR MAIS,
QUAIS OS MOTIVOS QUE O LEVAM A GASTAR MAIS?

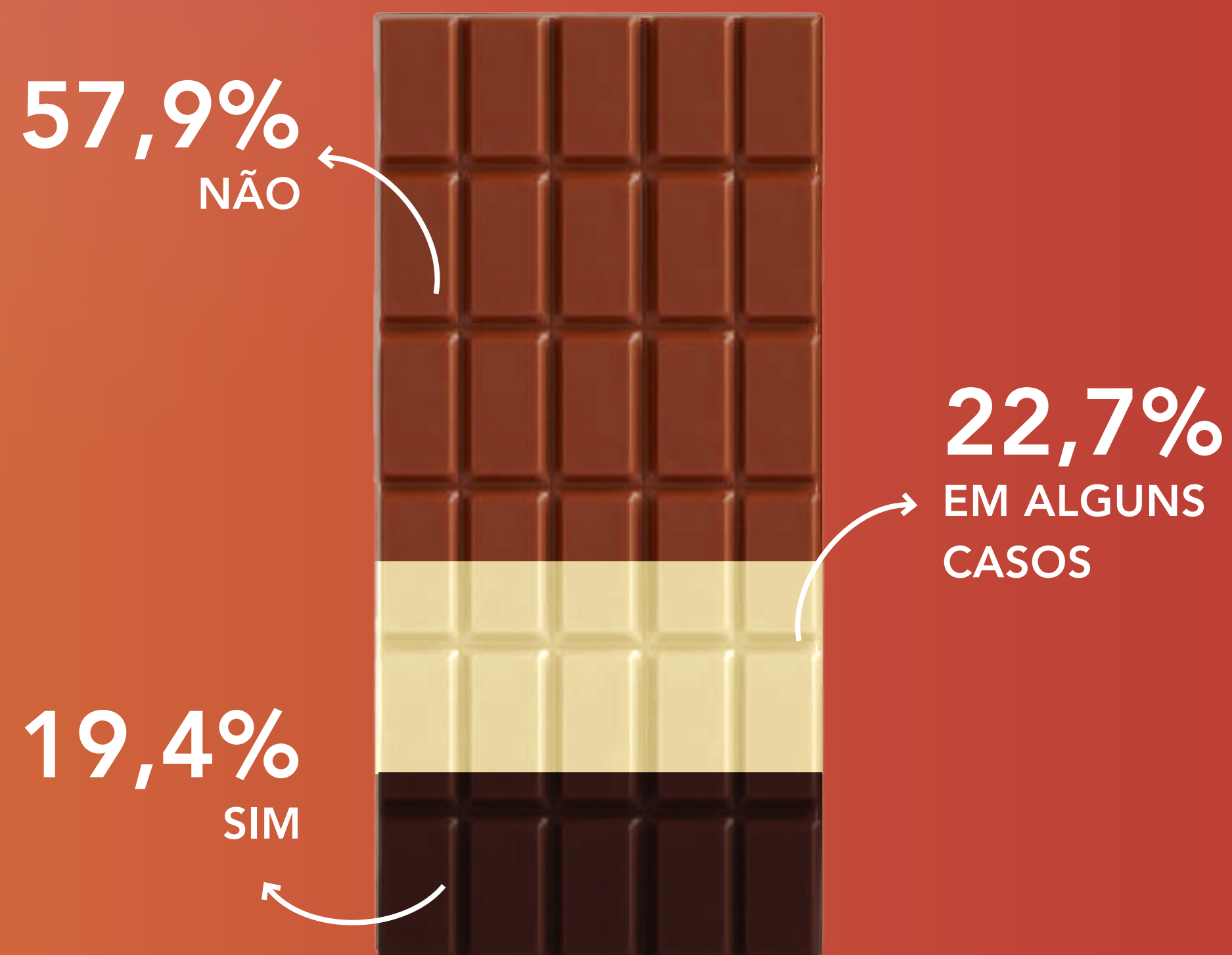
O(S) PRODUTO(S) QUE QUER COMPRAR ESTÃO MAIS CAROS	58,2%
COMPRAR MAIS QUANTIDADE DE PRESENTES	26,1%
COMPRAR UM PRESENTE MELHOR	10,7%
MAIS PESSOAS PARA PRESENTEAR	4,4%
MELHORIA DE RENDA/SALÁRIO	0,6%

QUEM VAI RECEBER O PRESENTE?

FILHOS / ENTEADOS	37,9%
NETOS	16%
CÔNJUGE / NAMORADO	14,8%
PAI / MÃE	8,1%
SOBRINHOS	6,8%
AFILIADOS	6%
PARA SI MESMO	1,9%
OUTROS	8,5%

INFLUÊNCIA NO PRESENTE

VOCÊ COMPRA O QUE
O PRESENTEADO PEDE?



CASO O PRESENTEADO INFLUENCIE
NA COMPRA, ISSO LEVA A COMPRAR:

MAIS QUANTIDADE DE PRESENTES	42,9%
PRESENTES MAIS CAROS	39,4%
PRESENTES DE PERSONAGENS	16,2%
PRODUTOS DIVULGADOS POR INFLUENCIADORES DIGITAIS	1,5%

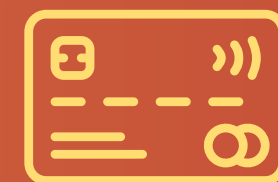
MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



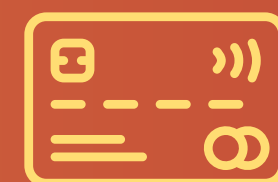
32,4%
DINHEIRO



25,1%
PIX



22,4%
CARTÃO
DE DÉBITO



19,6%
CARTÃO
DE CRÉDITO



0,5%
OUTROS

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

PERGUNTA FEITA PARA QUEM
RESPONDEU CARTÃO DE CRÉDITO OU OUTROS

1	25,3%
2	32,9%
3	30,4%
4	8,9%
5	2,5%

PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUA DO CENTRO	39%
COMÉRCIO LOCAL SUPERMERCADOS	34,7%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE SHOPPING CENTERS	10,1%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUAS NOS BAIROS	9,9%
COMÉRCIO LOCAL FEIRAS OU DEPÓSITOS	4,2%
COMÉRCIO VIRTUAL	1,7%
OUTROS	0,4%

PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



66,8%	SEGUNDA A SEXTA
29,5%	SÁBADO
3,7%	DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



45%	MANHÃ
47,5%	TARDE
7,5%	NOITE

QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



PRODUTO

29,5%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



PAGAMENTO

27,3%

Preços, promoções e condições de pagamento



ATENDIMENTO

21,9%

Atenção, explicações sobre os produtos e ajuda para escolher os produtos



LOCAL

15,5%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



TRANSPARÊNCIA

2,9%

Identificação clara dos preços



DIGITAL

1,9%

Atendimento digital e entrega a domicílio



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

1%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes

