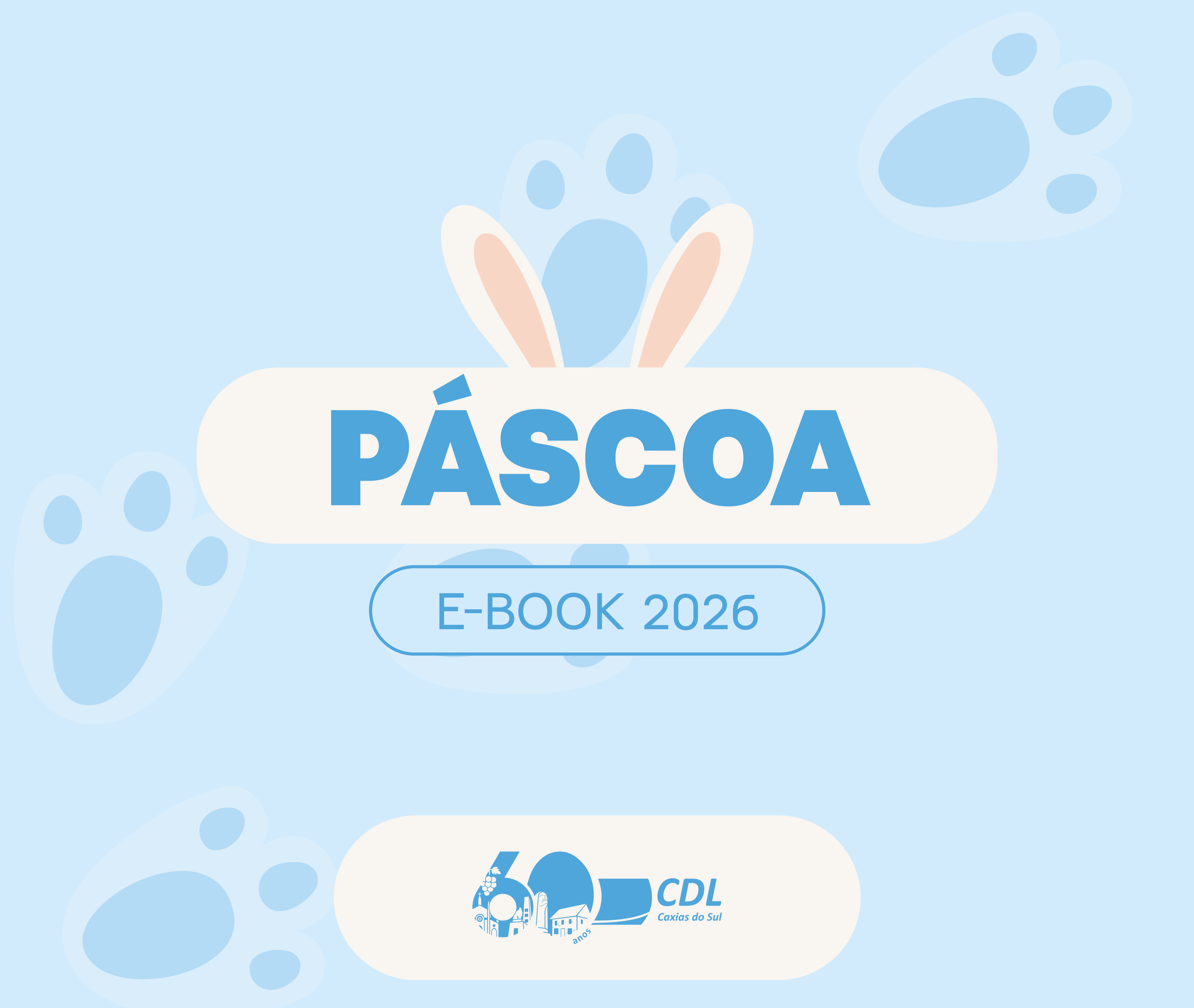


The background is a light blue gradient. Scattered across it are several stylized paw prints in a darker blue. In the center, a pair of orange and white bunny ears is positioned behind the main title.

PÁSCOA

E-BOOK 2026



O comportamento do consumidor para a Páscoa de 2026 sinaliza boas oportunidades para o comércio de Caxias do Sul. Ao todo, **53,1% dos consumidores pretendem realizar compras**, com ticket médio estimado em R\$ 261,54, **um crescimento de 9,3%** em relação ao ano anterior.

O cenário indica um público disposto a manter a tradição, mesmo diante do aumento nos preços. Entre os que devem gastar mais, o principal motivo é o encarecimento dos produtos, seguido pela intenção de presentear melhor ou adquirir mais itens. Em média, **cada consumidor pretende comprar 3,3 produtos**, reforçando o potencial da data.

Os dados também revelam **um consumidor mais atento**, que pesquisa preços, avalia condições e considera fatores como ambientação e variedade. O comércio local segue como principal escolha, concentrando a maior parte das intenções de compra.

Amostra 555

Nível de Confiança 95%

Dias da Pesquisa 07/03/26 à 10/03/26

Margem de erro 5%



PERFIL DOS ENTREVISTADOS



GÊNERO

FEMININO	62,2%
MASCULINO	37,8%

IDADE

16 A 29	19,6%
30 A 39	24,3%
40 A 49	22,2%
50 A 59	18,6%
60 A 69	12,4%
70 OU MAIS	2,9%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	0,5%
FUNDAMENTAL COMPLETO	3,1%
MÉDIO INCOMPLETO	14,6%
MÉDIO COMPLETO	43,1%
SUPERIOR INCOMPLETO	20,3%
SUPERIOR COMPLETO	13,6%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	1,8%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	3,0%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	65,1%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	34,9%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	49,5%
APOSENTADO/PENSIONISTA	15,9%
PROFISSIONAL LIBERAL	10,0%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	9,0%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	5,6%
DO LAR	3,3%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	3,6%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	3,1%

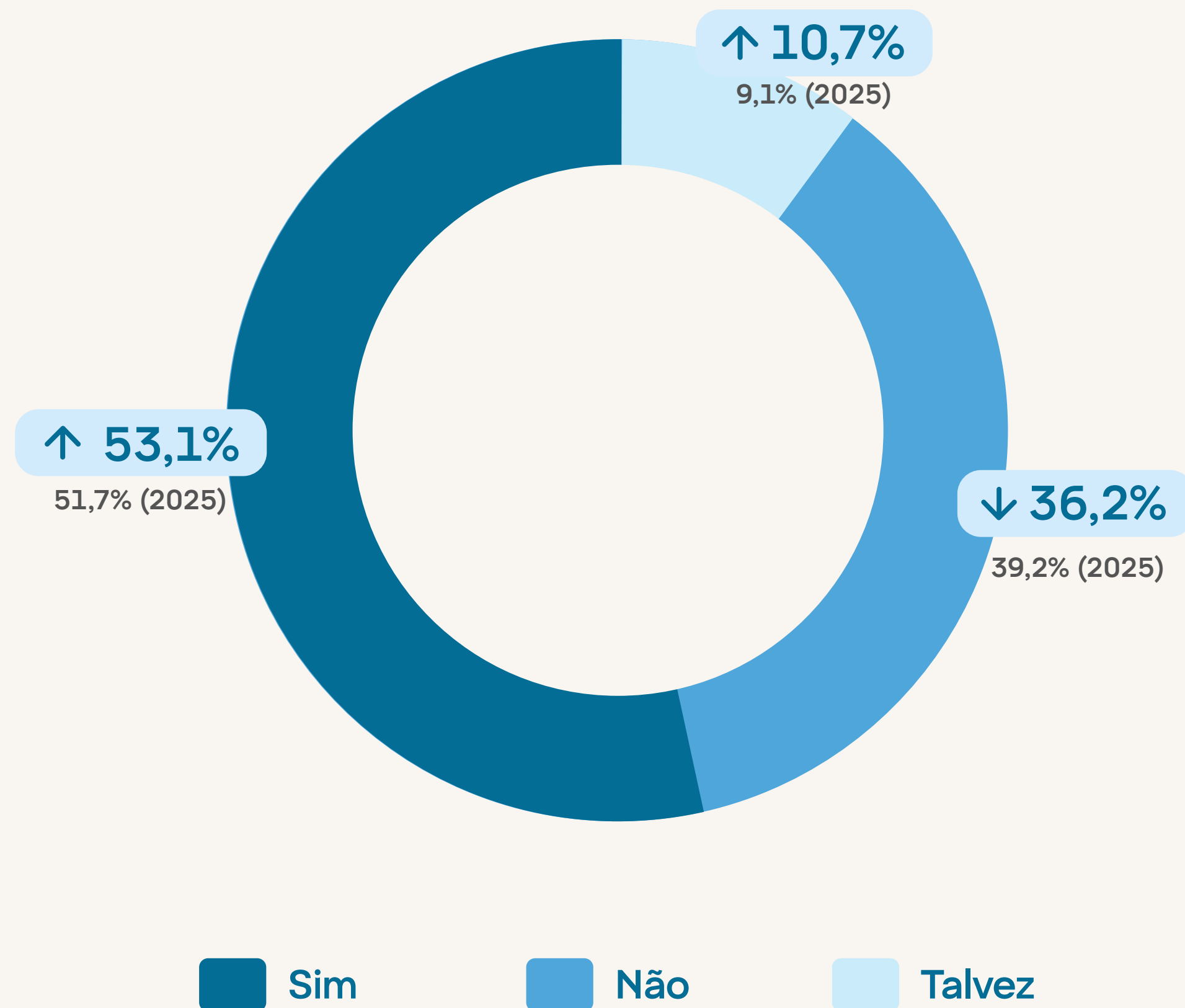
POSSUI FILHOS?

UM	37,9%
DOIS	23,6%
TRÊS	8,2%
QUATRO OU MAIS	2,3%
NÃO	28,0%

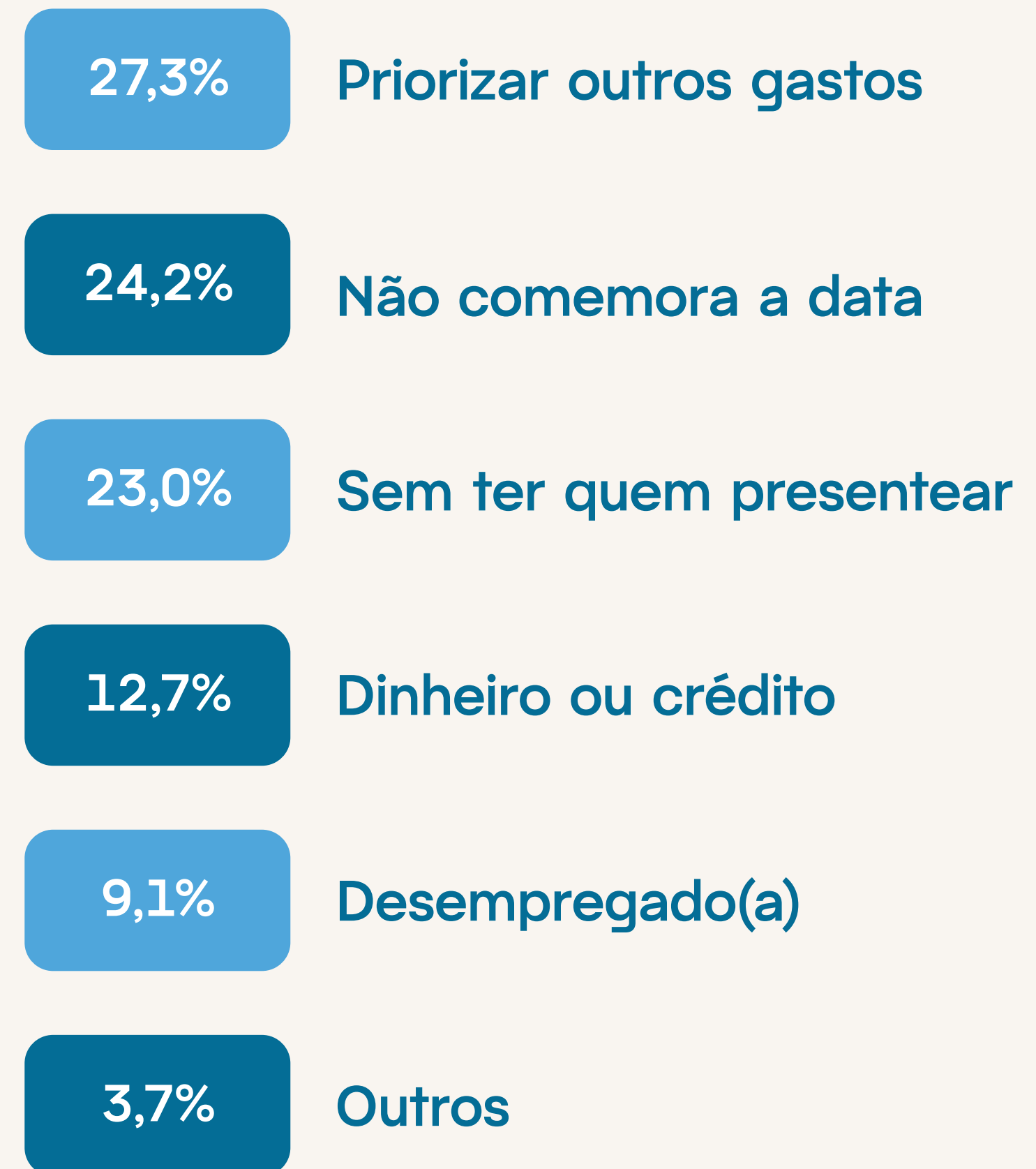
O que te ajuda a lembrar que a Páscoa está chegando?

Chocolate exposto nos mercados	25,1%
A passagem do carnaval/quaresma	19,5%
Lojas decoradas	17,5%
Pessoas comentando	13,8%
Anúncios em redes sociais, e-mail, sites	12,5%
Promoções específicas	7,6%
Anúncios em jornais, revistas, outdoors e rádio	4,0%

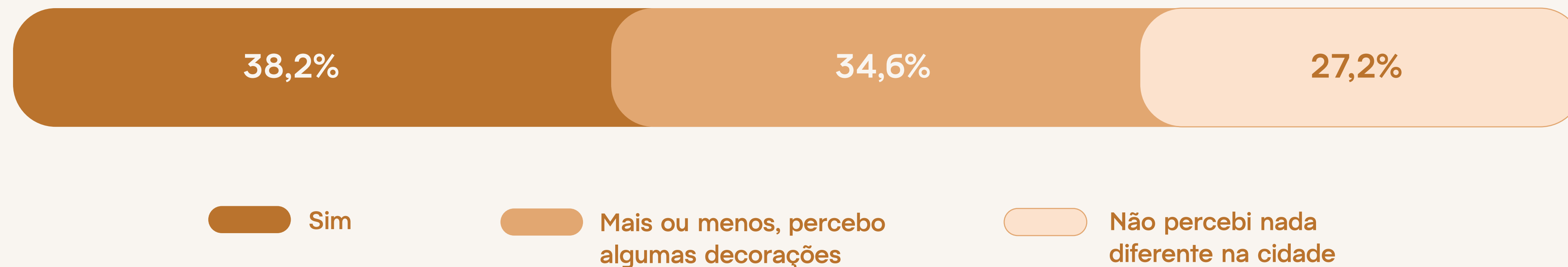
Você pretende fazer compras para a Páscoa?



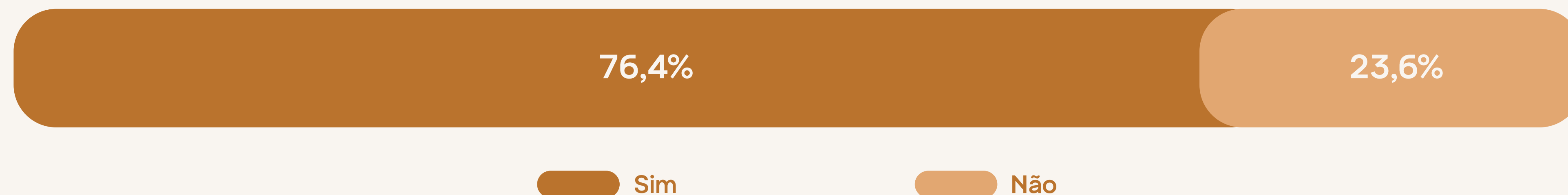
Por que você não irá fazer compras na Páscoa?



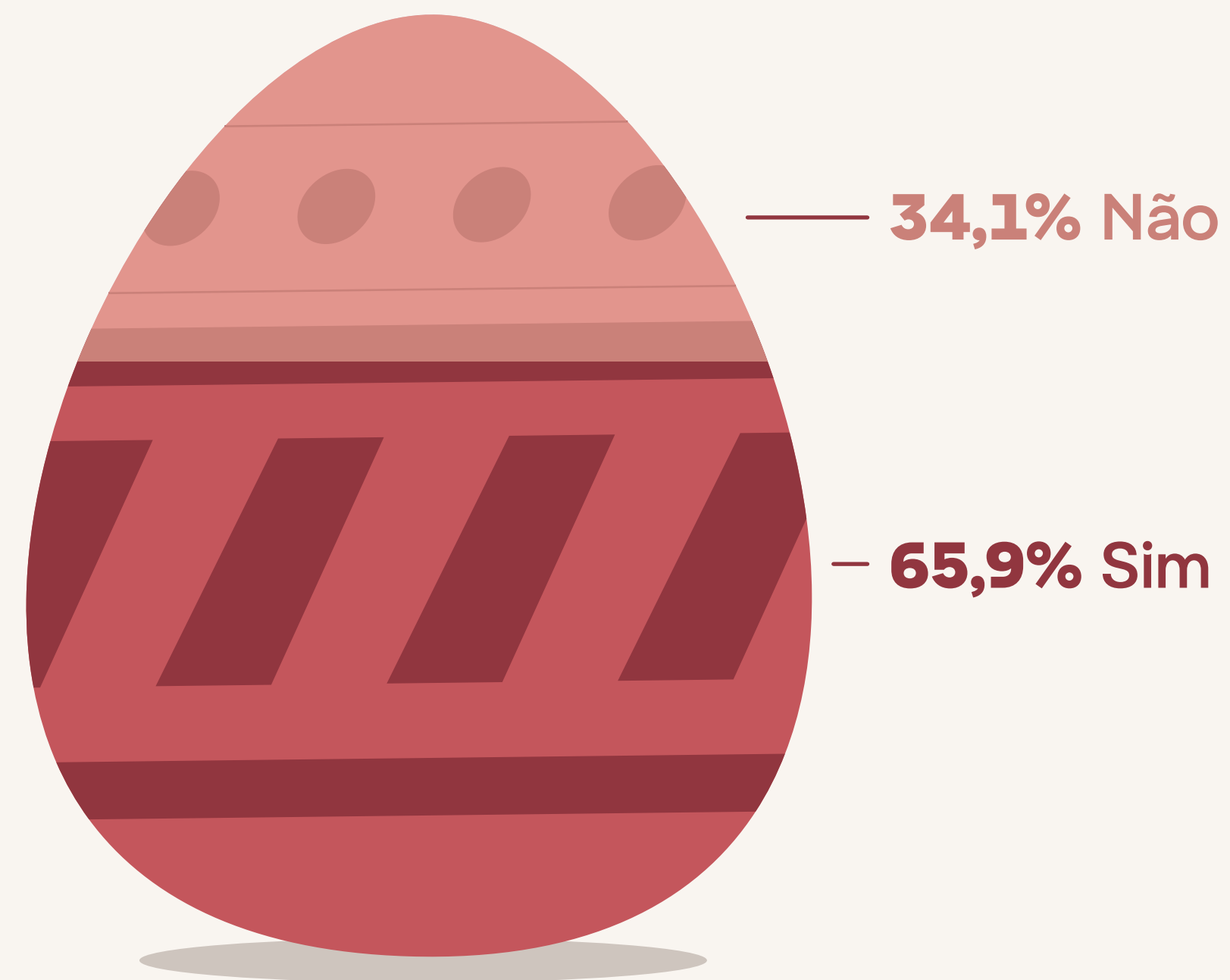
Na sua opinião, a nossa cidade já entrou no clima da Páscoa?



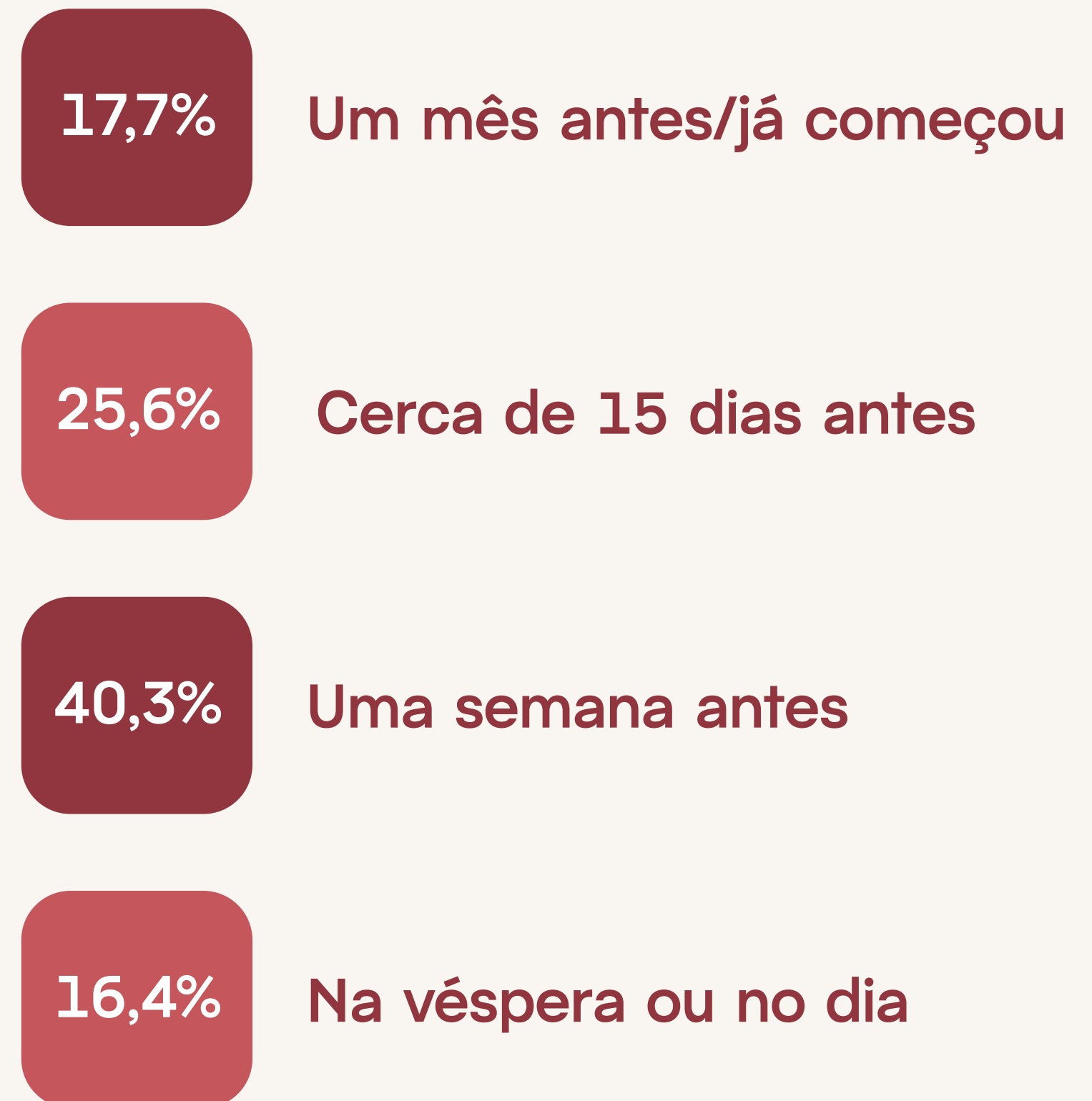
A ambientação da loja colabora para você entrar e conferir os produtos?



Você pesquisa preços e produtos antes da compra?



Com que antecedência começa a pesquisar produtos e preços?

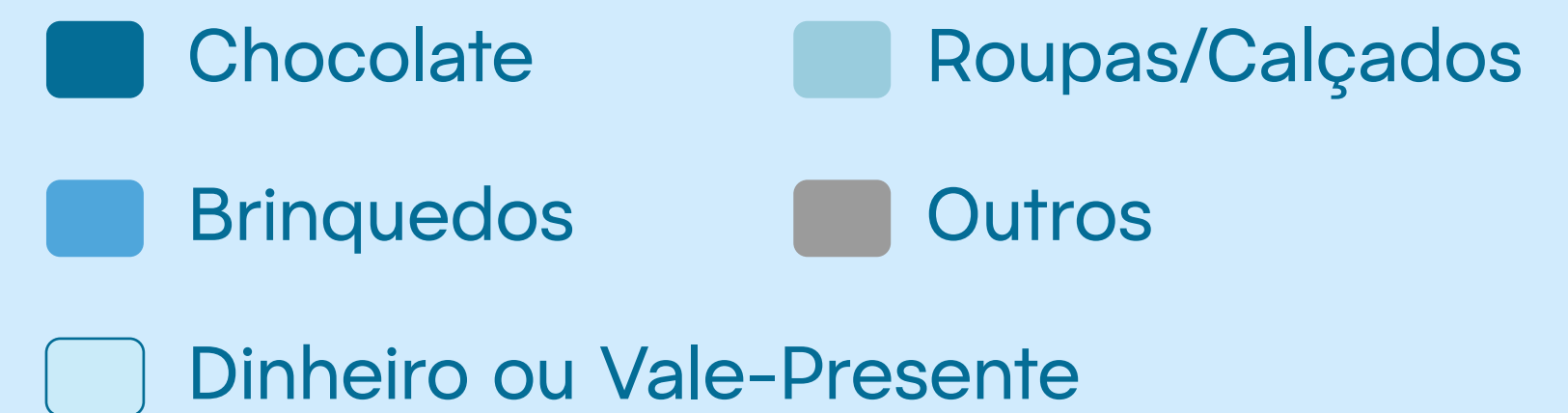
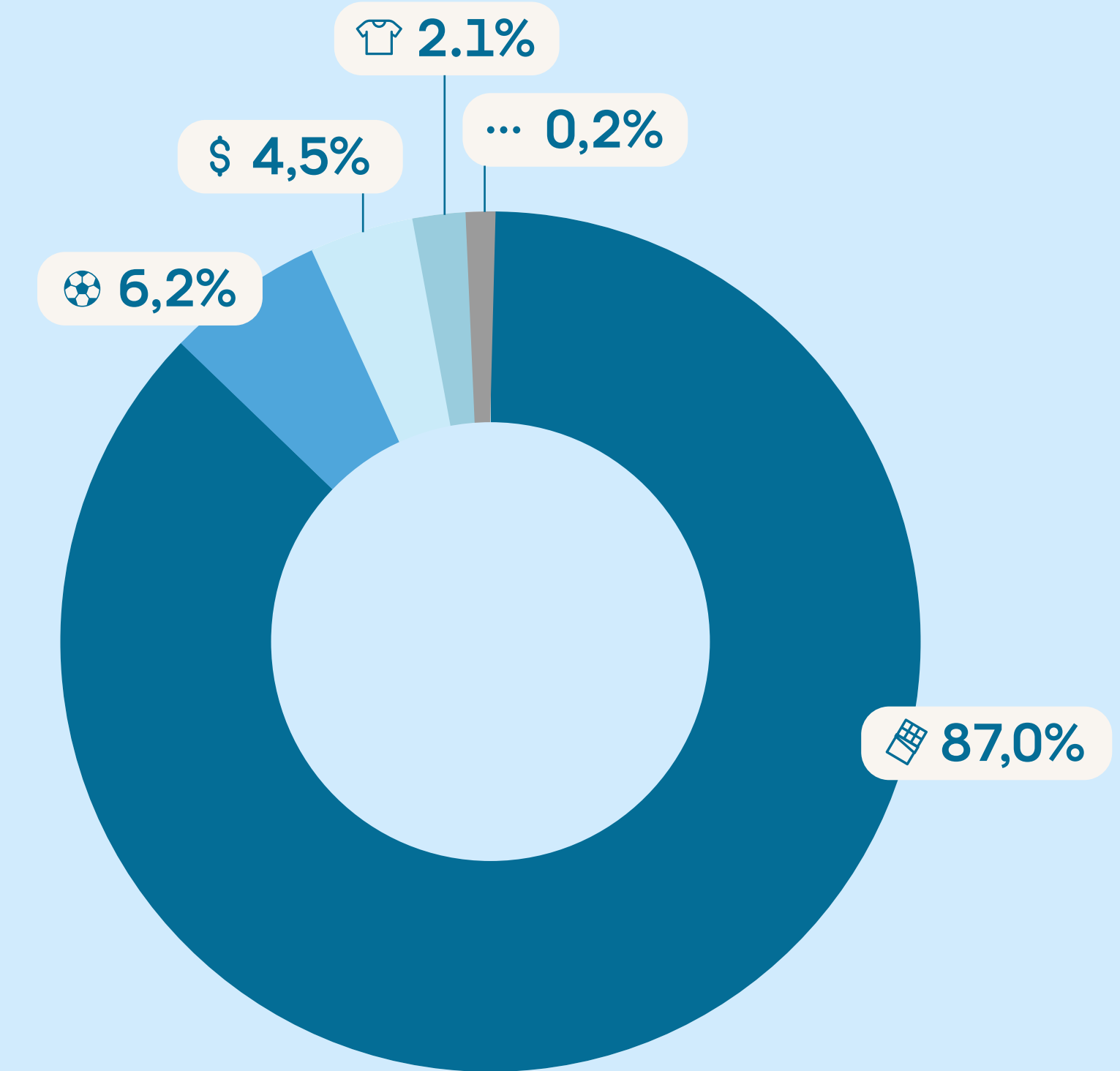
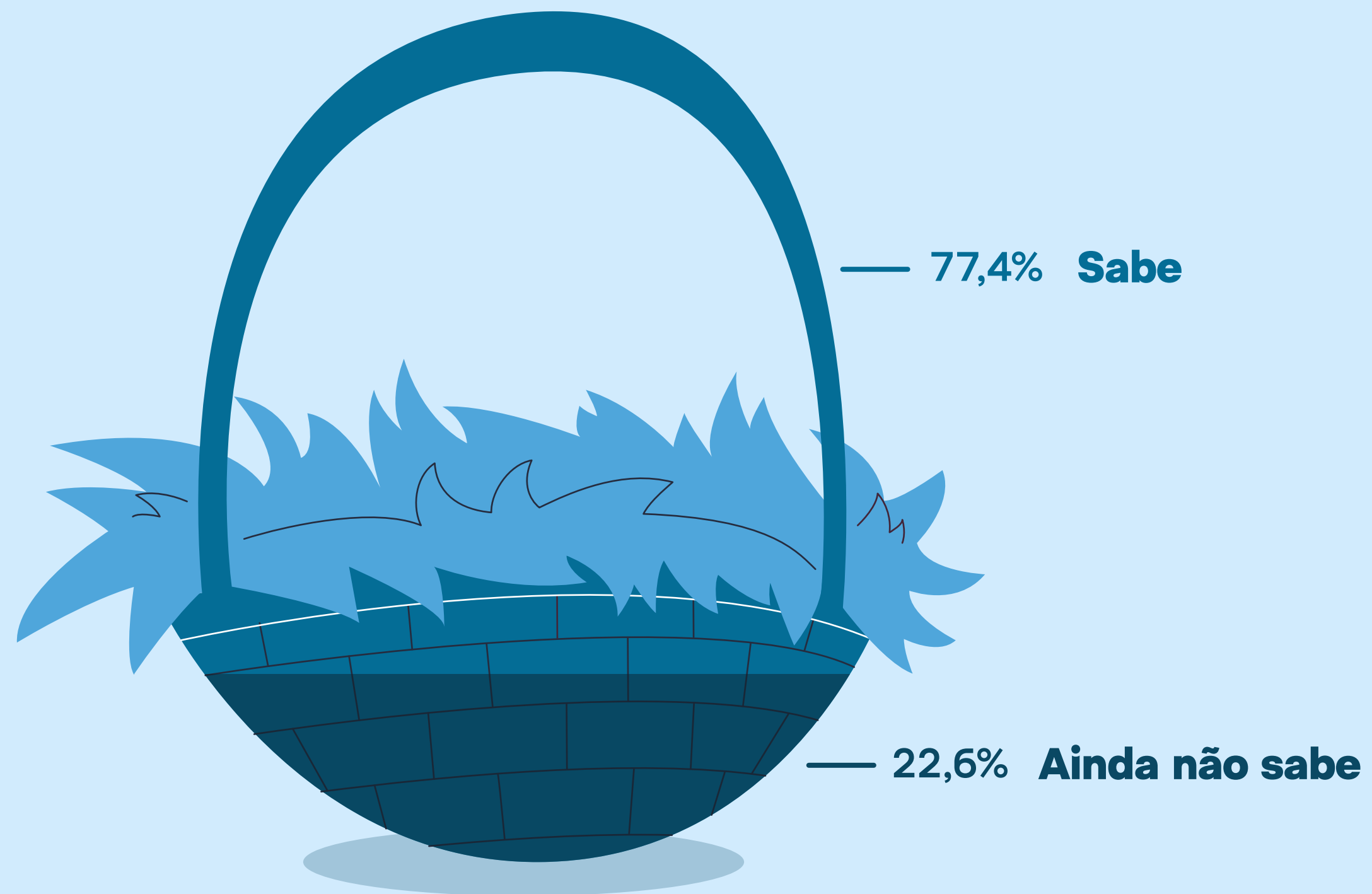


Que canais utiliza para receber ou pesquisar informações?

Direto nas lojas	39,8%
Redes sociais (Instagram, Facebook, Whatsapp)	18,5%
Sites das lojas	15,3%
Sites de pesquisa	11,9%
Cartazes e folhetos	7,8%
Rádio, jornal e TV	6,2%
App da empresa vendedora	0,5%

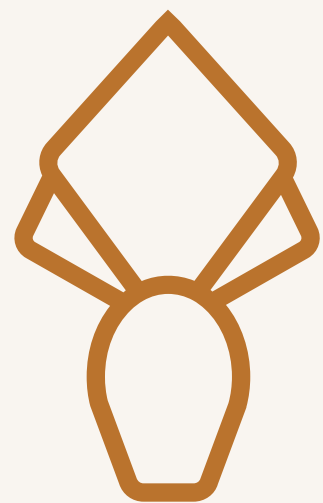


Já sabe o que vai comprar
de presente?



No caso de comprar chocolates, qual será o tipo?

43,0%



Ovos de
Chocolate

19,3%



Bombons

18,4%



Barras

10,4%



Cestas

5,7%



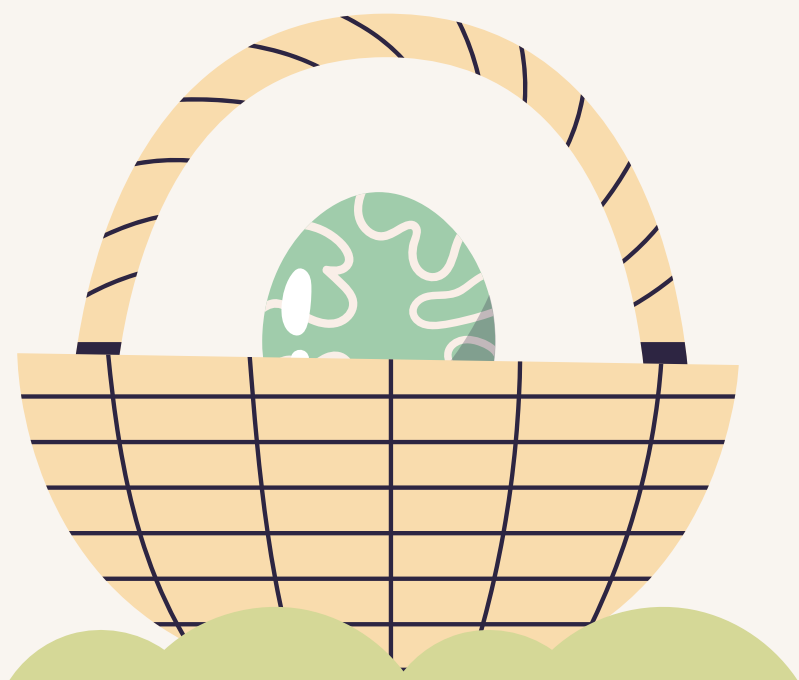
Coelhos

3,2%



Opções mais
sofisticadas como
ovos de colher,
chocolates gourmet,
trufas

Quantos produtos pretende comprar?



1 16,4%



2 29,7%



3 19,0%



4 11,8%



5 9,5%



6 ou mais 13,6%

Média 3

Ticket médio



261,54

Este ano, em relação ao ano passado, esse valor é:

Maior	43,3%
Igual	38,2%
Menor	18,5%

Para os que informaram que pretendem **gastar mais**:

Quais os motivos que o levam a gastar mais?

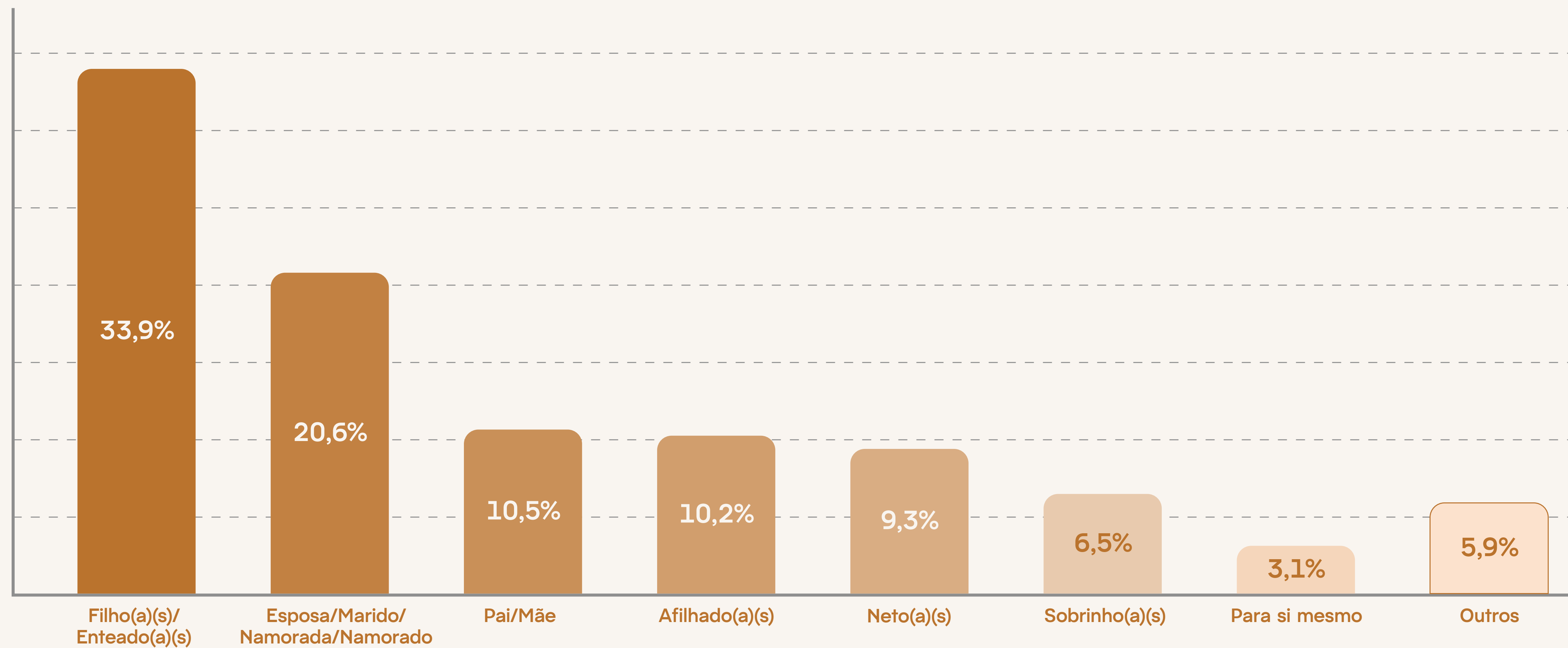
O(s) produto(s) estão mais caros	64,4%
Comprar um presente melhor	11,7%
Comprar mais quantidade de presentes	11,2%
Mais pessoas para presentear	8,8%
Melhoria de renda/salário	2,4%
Outros	1,5%

Para os que informaram que pretendem **gastar menos**:

Quais os motivos que o levam a gastar menos?

Necessidade de cortar gastos	55,2%
O(s) produto(s) estão mais caros e não quer gastar um valor maior	30,0%
Desemprego ou redução na renda	8,5%
Menos pessoas para presentear	6,3%

Quem vai receber o presente?



Você compra o que o presenteado pede?

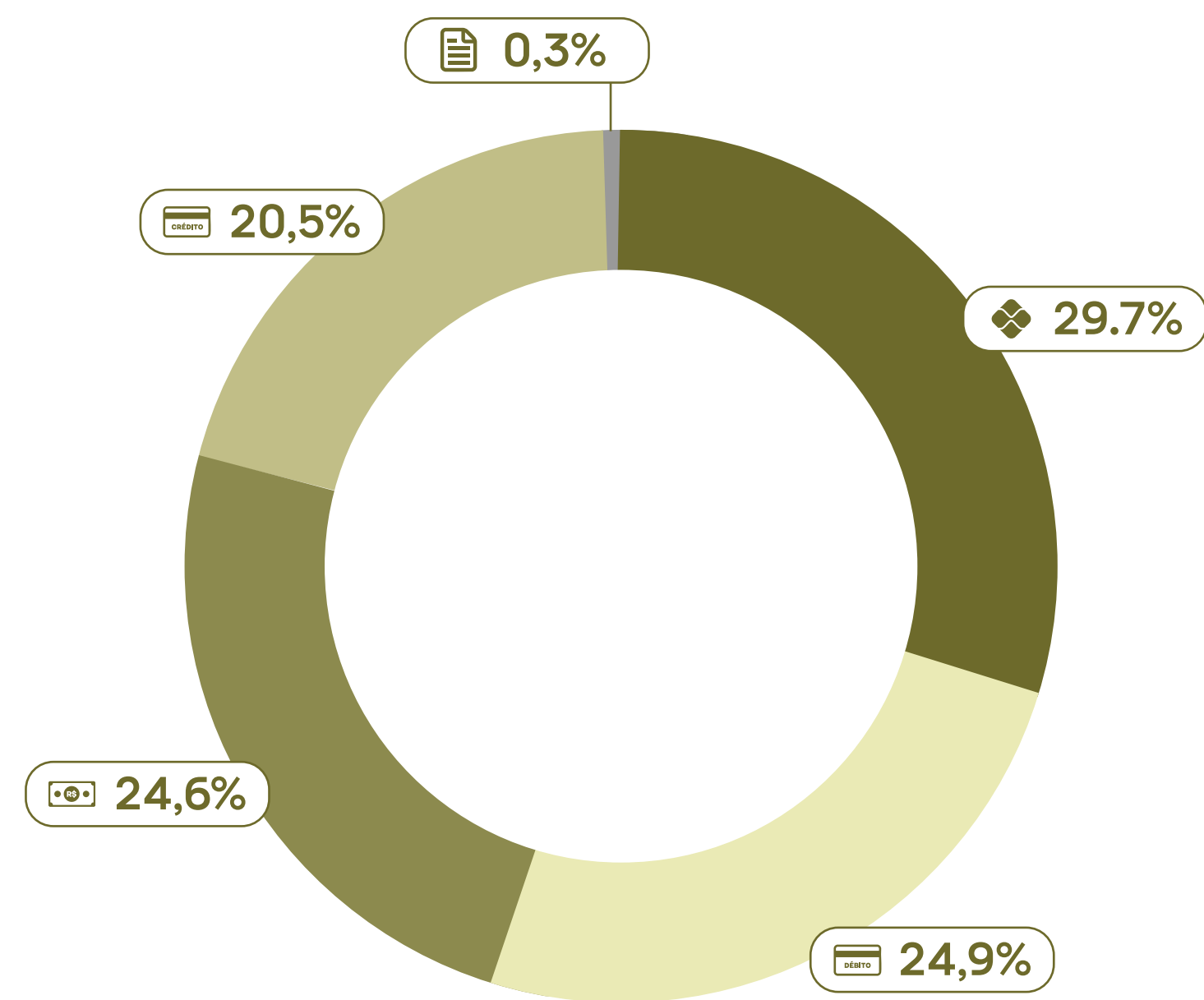
Não	46,9%
Em alguns casos	27,2%
Sim	25,9%

Caso o presenteado influencie na compra, isso leva a comprar:

Mais quantidades de presentes	35,2%
Presentes mais caros	33,1%
Presentes de personagens	16,1%
Comprar lançamentos	8,5%
Produtos divulgados por influenciadores digitais	3,0%
Outros	4,1%

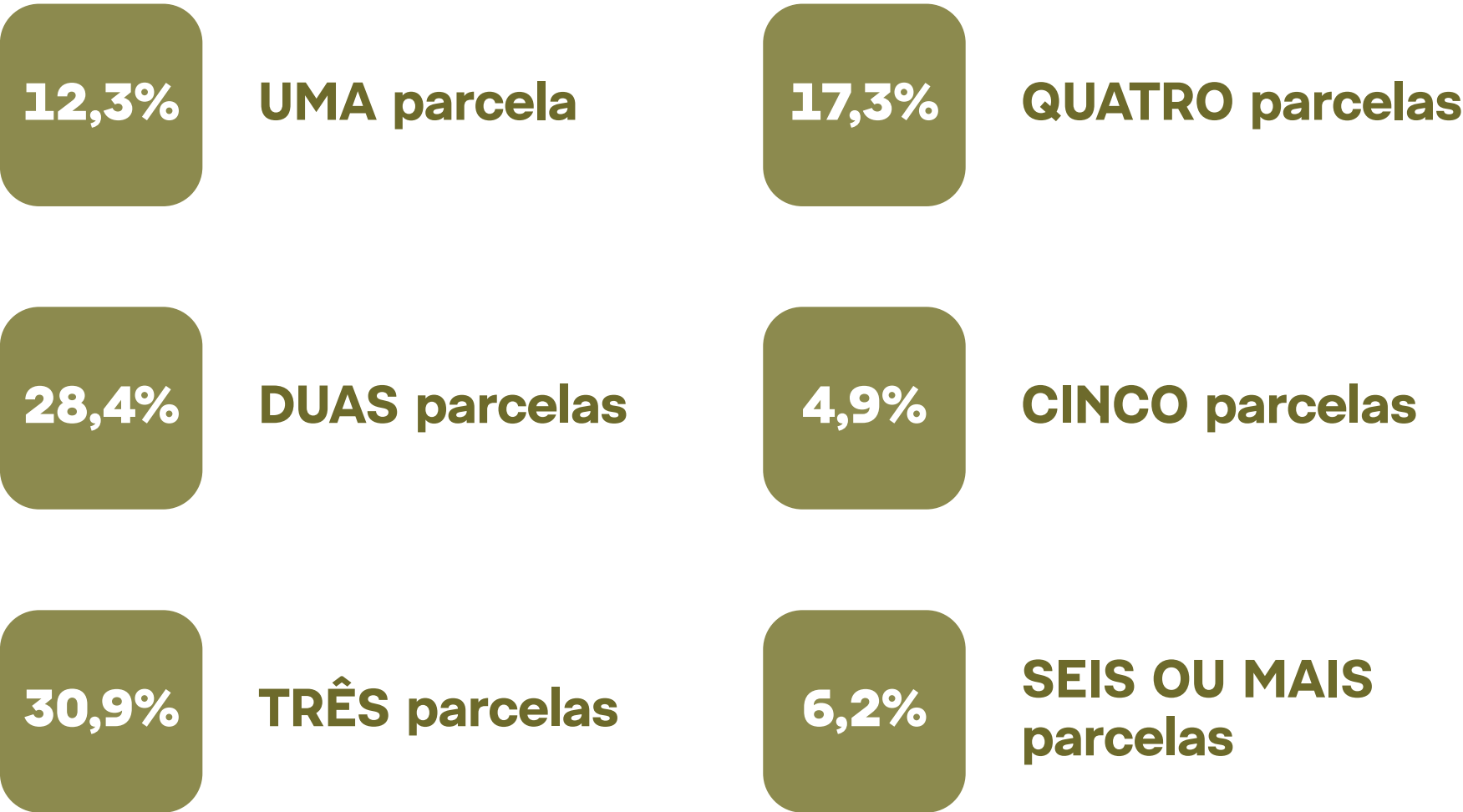
Pergunta feita a quem respondeu “sim” ou “em alguns casos” na anterior

Meio de pagamento preferido



- Pix
- Dinheiro
- Outros
- Cartão de débito
- Cartão de crédito

Qual o número de parcelas?



Pergunta feita a quem respondeu “cartão de crédito” na anterior

Preferência pelo local de compra

Comércio local - Lojas de rua do centro	38,4%
Comércio local - Supermercados	27,1%
Comércio local - Lojas de ruas nos bairros	14,0%
Comércio local - Lojas de shopping centers	10,5%
Comércio local - Feiras ou depósitos	6,5%
Comércio virtual	1,3%
Outros	2,2%



Preferência de dias da semana para compras

Segunda a sexta	49,1%
Sábado	40,9%
Domingo	10,0%

Horário preferido para compras

De manhã	42,6%
À tarde	49,9%
À noite	7,5%



Que fatores são decisivos na escolha do local de compra?

Produtos (qualidade dos produtos, diversidade e produtos diferenciados)	34,0%
Pagamento (preço, promoções e condições de pagamento)	26,1%
Atendimento (atenção, ajuda para escolher os presentes, explicação sobre os produtos)	25,3%
Local (fácil acesso, estacionamento e segurança)	9,8%
Identificação clara dos preços	2,3%
Online (atendimento digital, e-commerce, entrega em domicílio)	1,3%
Propaganda e divulgação	1,2%

