

PESQUISA DE PÁSCOA CDL CAXIAS 2023

A tradicional pesquisa de intenção de compras para a Páscoa, realizada em março pela CDL Caxias, mostra que, apesar da redução de 18,4% nas intenções de compras, o tíquete médio deve alcançar R\$ 196,50 (22,7% a mais em relação ao ano passado), provocado, principalmente, pela inflação.

Com o aumento dos preços, os ovos de chocolate podem perder espaço para produtos mais baratos. Apesar da estimativa de redução de mais de 20%, o item mais tradicional da Páscoa segue liderando a preferência, com 42,3% das escolhas. Na sequência aparecem os bombons (24,8%) e as barras de chocolate (13,3%), que devem dobrar de volume neste ano. As cestas também devem sentir o impacto, caindo para apenas 5,9% das opções.

A pesquisa foi realizada com 706 moradores de diferentes pontos da cidade.



PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO		IDADE		POSSUI FILHOS?	
FEMININO 53,3%		16-29	21,4%	NÃO	26,5%
MASCULINO 46,7%		30-39	29,0%		
		40-49	24,6%	1	36,9%
ESTADO CIVIL		50-59	14,3%	2	29,2%
CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	65,4%	60-69	8,4%	3	5,6%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	34,6%	70+	2,3%	4+	1,8%

ESCOLARIDADE		SITUAÇÃO PROFISSIONAL	
FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2,6%	FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	47,2%
FUNDAMENTAL COMPLETO	11,3%	PROFISSIONAL LIBERAL	17,7%
MÉDIO INCOMPLETO	9,0%	FUNCIONÁRIO PÚBLICO	9,5%
MÉDIO COMPLETO	43,8%	APOSENTADO/PENSIONISTA	2,6%
SUPERIOR INCOMPLETO	11,5%	ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	1,8%
SUPERIOR COMPLETO	17,4%	SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	14,6%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	2,6%	DO LAR	5,6%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	1,8%	NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	1,0%



O QUE AJUDA A LEMBRAR QUE A PÁSCOA ESTÁ CHEGANDO?















PESSOAS COMENTANDO

DECORADAS

PROMOÇÕES

PASSAGEM DO CARNAVAL ANÚNCIOS ONLINE ANÚNCIOS EM REVISTAS, JORNAIS, OUTDOORS E RÁDIO

OUTROS

29,1%

26,2%

LOJAS

17,9%

14,2%

7,7%

3,5%

1,4%

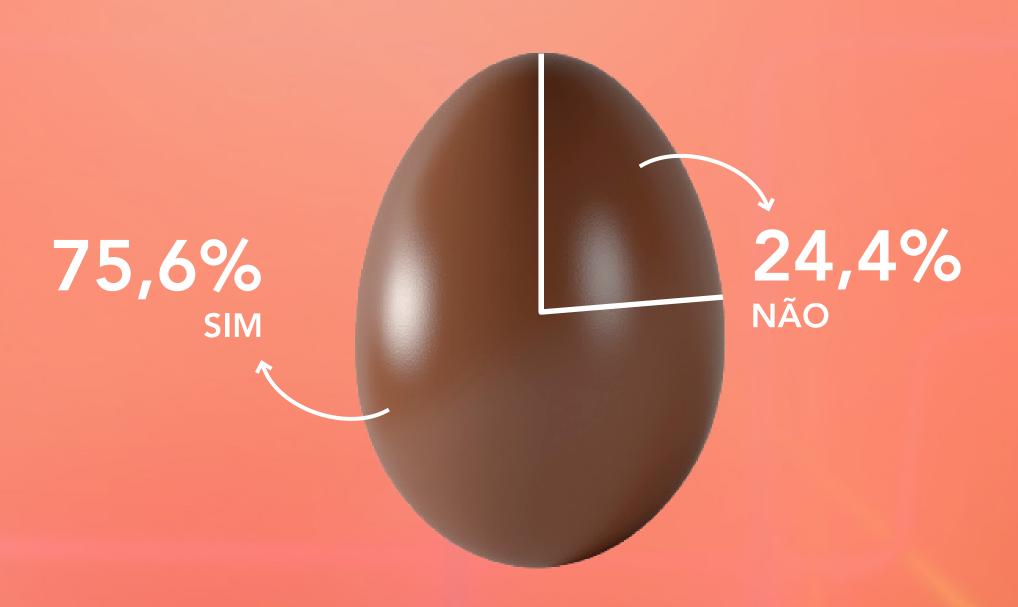


AMBIENTAÇÃO DA LOJA

VOCÊ CONSIDERA A AMBIENTAÇÃO DO PONTO DE VENDA IMPORTANTE?

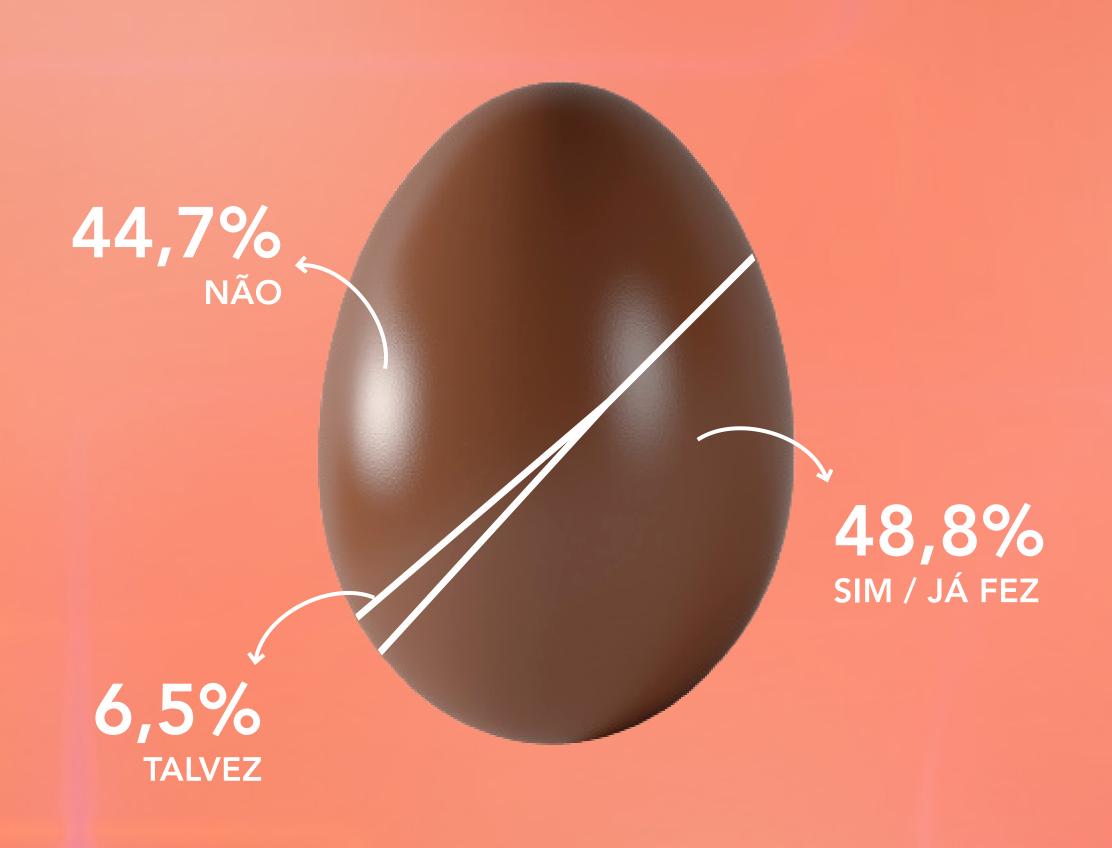


A AMBIENTAÇÃO DA LOJA,
COLABORA PARA VOCÊ ENTRAR
E CONFERIR OS PRODUTOS?





VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA A PÁSCOA?



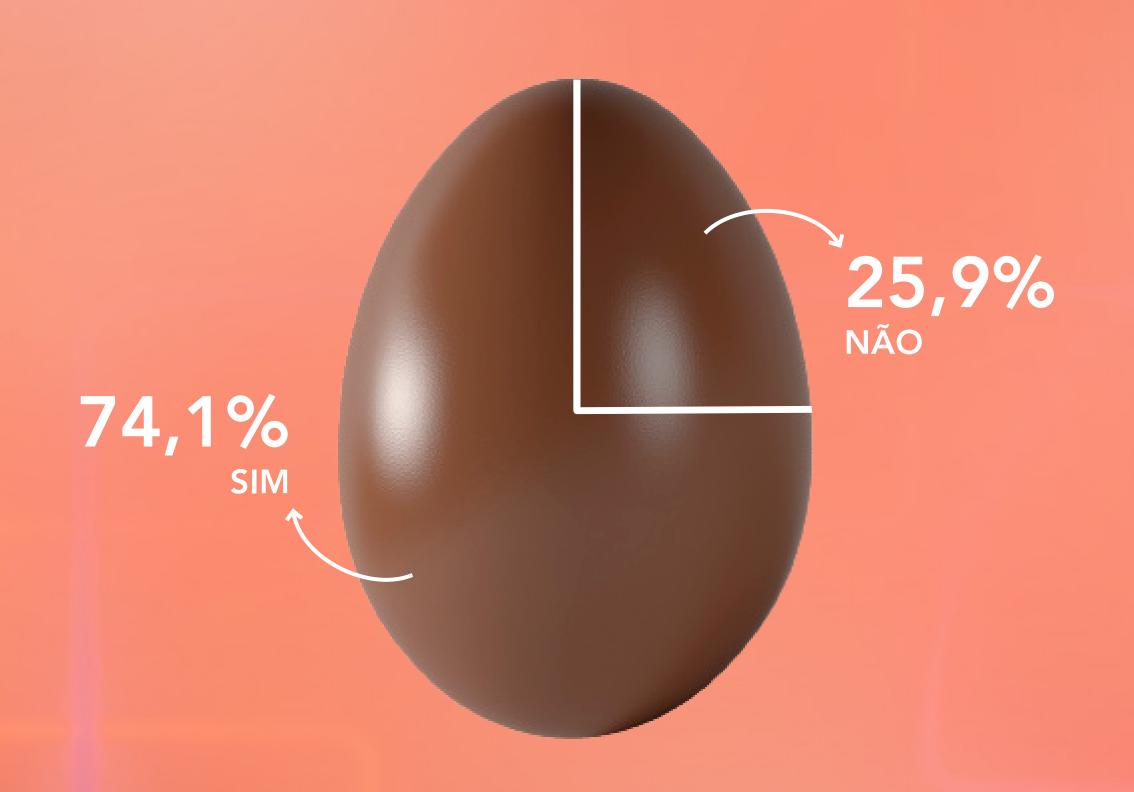
2022 59,8% 6,7% 33,5% SIM TALVEZ NÃO

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NA PÁSCOA?





VOCÊ PESQUISA PRODUTOS E PREÇOS?

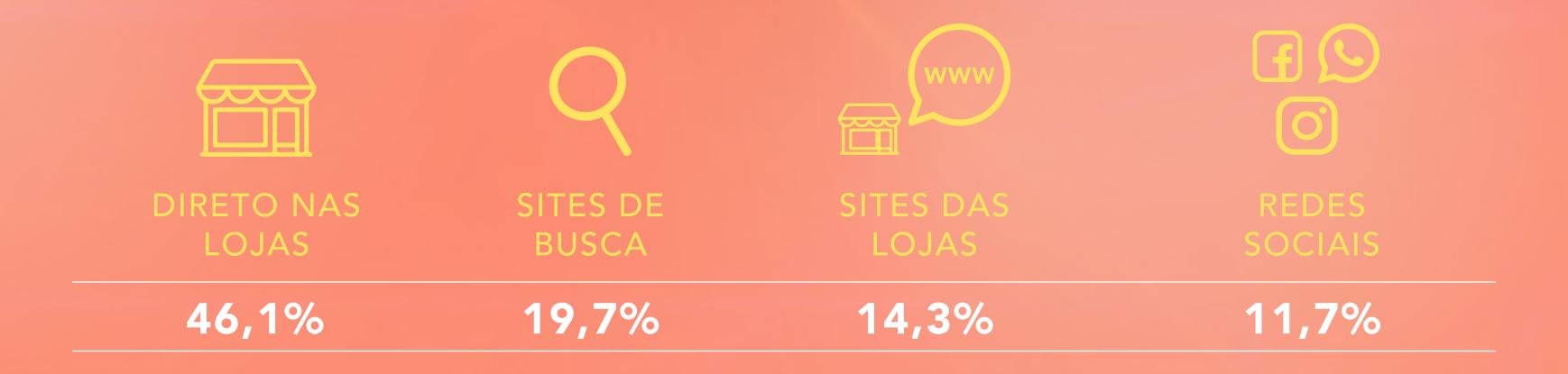


COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?





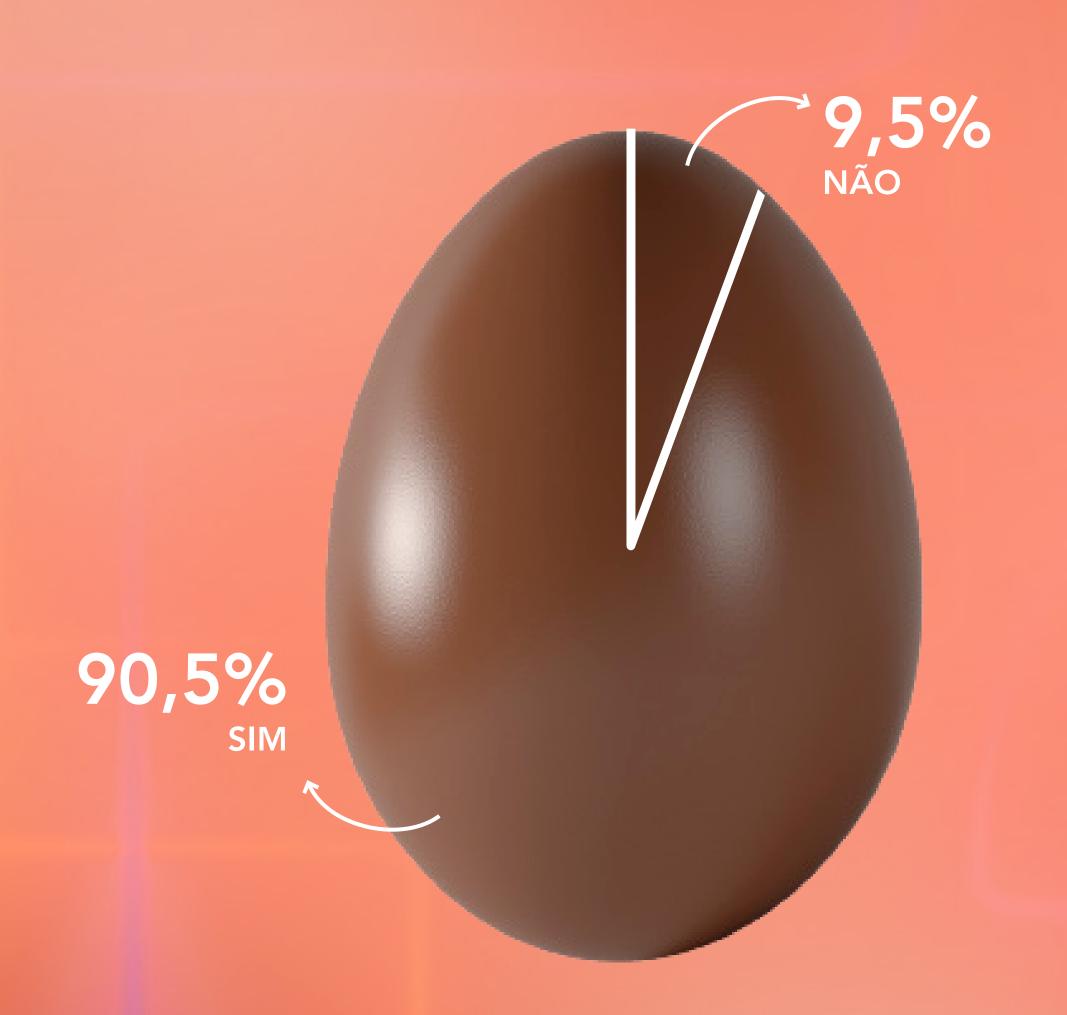
QUAIS CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?







JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?









1,8%
DINHEIRO
OU VALE



1,5%
ROUPAS OU
CALÇADOS



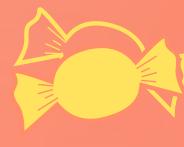
DECISÃO DE COMPRA

NO CASO DE COMPRAR CHOCOLATES, QUAL SERÁ O TIPO?



42,3% OVOS DE

CHOCOLATE



24,8%BOMBONS



13,3%

BARRAS



OVOS DE COLHER,
CHOCOLATE
GOURMET, TRUFAS



5,9% CESTAS



COELHOS

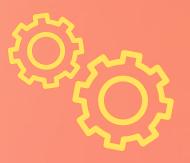


0,6%
OUTROS

SOBRE OS CHOCOLATES, QUAL A PREFERÊNCIA DE ORIGEM?



42,1%
INDIFERENTE



INDUSTRIALIZADO

35,4%



22,5%
ARTESANAL



QUANTIDADE DE PRESENTES



UM 20,7% TRÊS 9,3%

DOIS 13,1% QUATRO 8,7% CINCO SEIS OU MAIS



INVESTIMENTO



EM RELAÇÃO
AO ANO
PASSADO,
ESSE VALOR É:



MAIOR 59%



IGUAL 35,4%



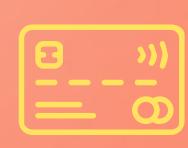
MENOR 5,6%



MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



55,6% DINHEIRO



18,7%
CARTÃO
DE CRÉDITO



13,8%
CARTÃO
DE DÉBITO



11,3% PIX



0,5%
OUTROS

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?







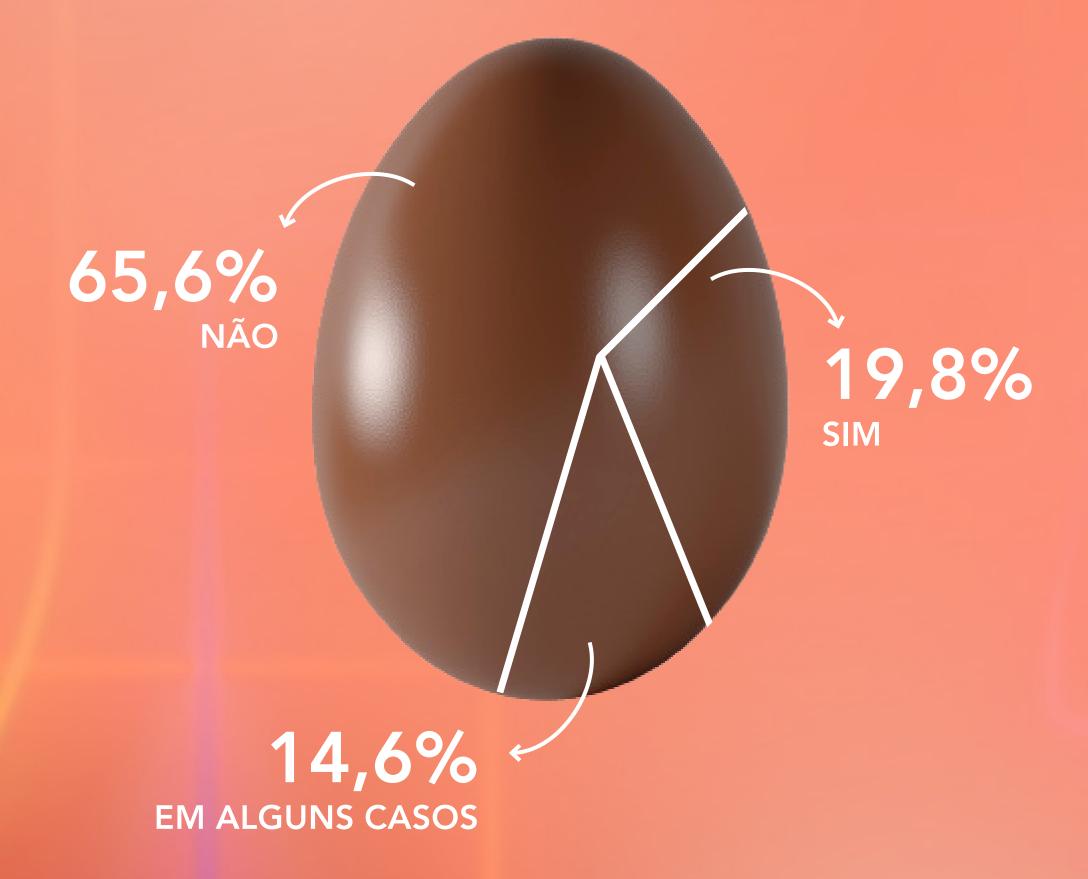
QUEM VAI RECEBER O PRESENTE?

	Filho(a)(s) / Enteado(a)(s)
41,2%	
	Esposa/marido/namorado/namorada
21,1%	
	Afilhado(a)(s)
9,2%	
	Pai/Mãe
7,5%	
	Sobrinho(a)(s)
6,7%	
	Neto(a)(s)
6,2%	
	Avô/Avó
2,3%	
4 50/	Para si mesmo
1,5%	
4.00/	Outros
4,3%	

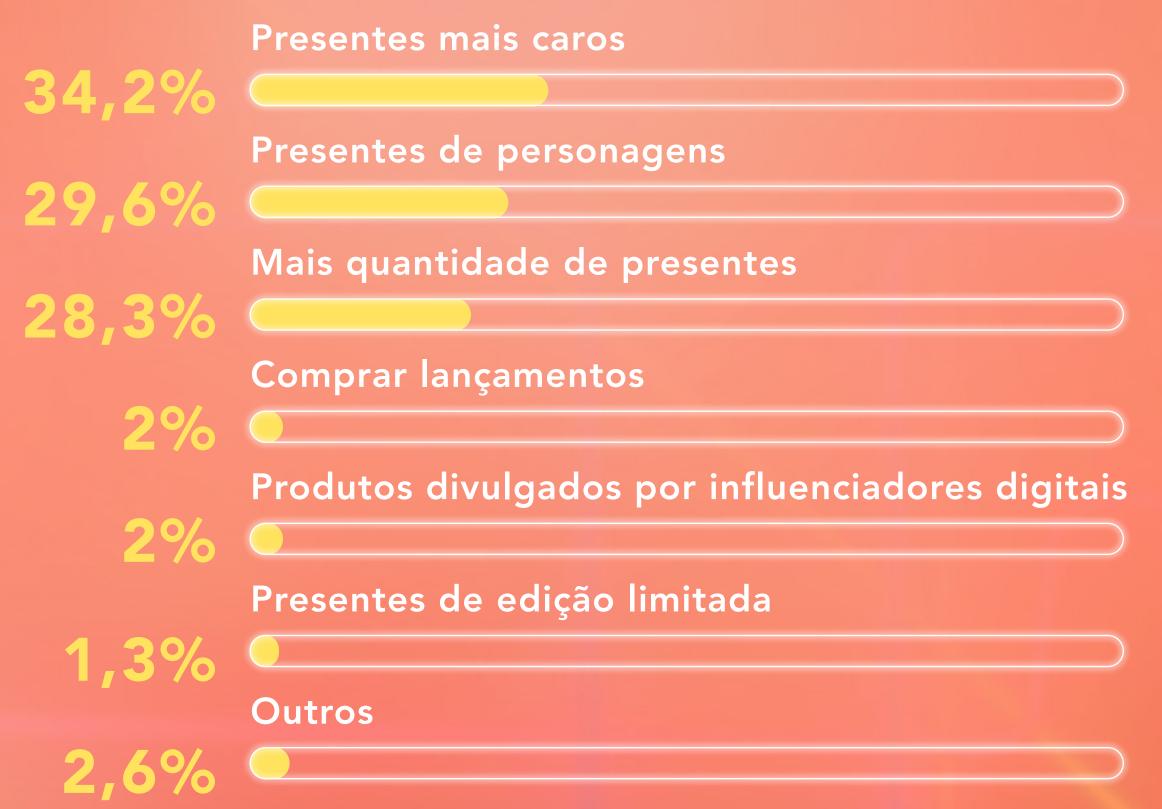


INFLUÊNCIA NO PRESENTE





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





PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

33%

COMÉRCIO LOCAL lojas de rua no centro

16,7%

COMÉRCIO LOCAL feiras e depósitos

9,1%
COMÉRCIO LOCAL
lojas em shopping center

26,5%

COMÉRCIO LOCAL supermercados

10,6%

COMÉRCIO LOCAL lojas de rua nos bairros

2,8%
COMÉRCIO VIRTUAL

1,3%

OUTROS

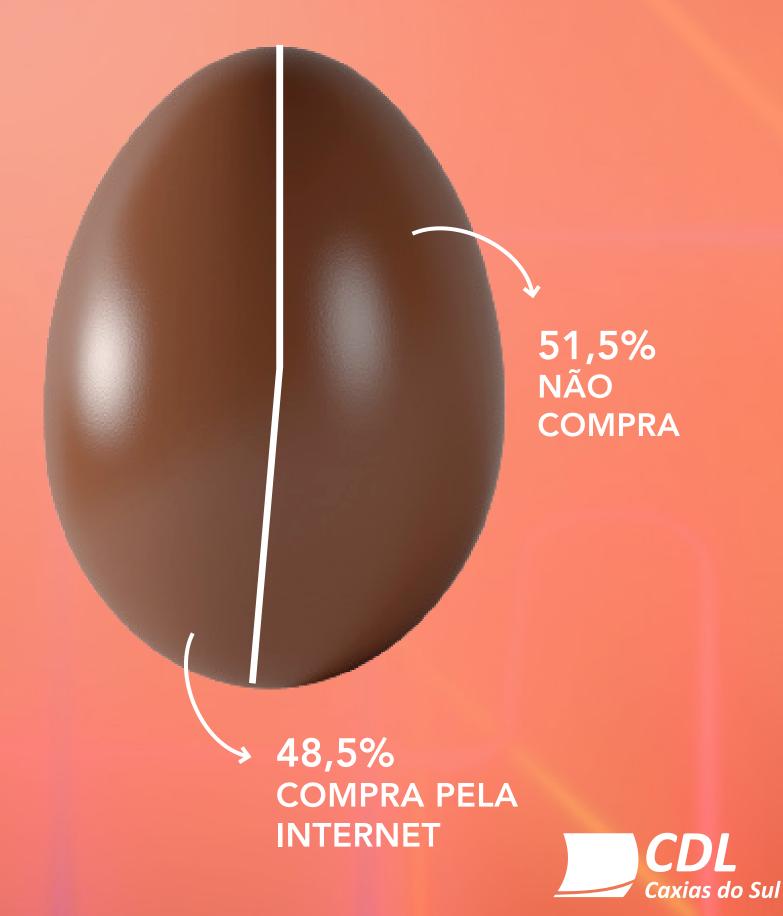
NO CASO DE COMPRAS PELA INTERNET, QUE FATORES VOCÊ CONSIDERA?

45,7% PREÇO

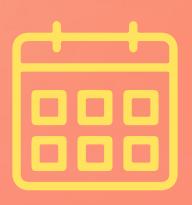
20,4%
PRAZO DE
ENTREGA

19,2%REPUTAÇÃO
DA EMPRESA

14,7% SEGURANÇA



PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



36,5% SEGUNDA A SEXTA

53,8% SÁBADO

9,7% DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



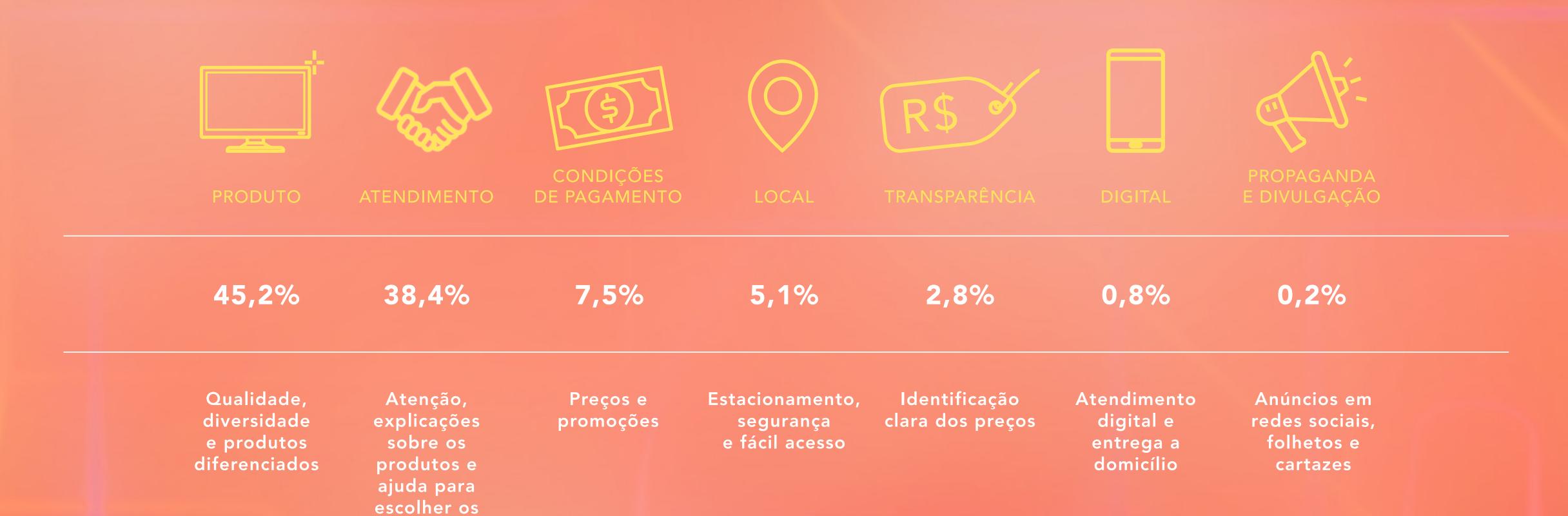
44,8% MANHÃ

52,5% TARDE

2,7% NOITE



QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



produtos



