

E-BOOK 2023

DIA DAS

crianças



CDL

Caxias do Sul

apoando seu negócio



PESQUISA DE DIA DAS CRIANÇAS CDL CAXIAS 2023

O Dia das Crianças se aproxima e a pesquisa de intenção de compras do Núcleo de Informações da CDL Caxias do Sul aponta uma particularidade: as crianças estão influenciando mais na decisão do presente. Somado a outros fatores, isso ajudará a elevar em 12,7% a pretensão de aquisição na comparação com 2022. O estudo identificou ainda aumento de 10,9% no tíquete médio, podendo chegar R\$ 287,92.

A influência dos pequenos nas compras revela que 43,7% dos moradores da cidade priorizarão o que as crianças querem ganhar, já 29,5% optarão por adquirir produtos que eles estejam precisando. Para 13,2% a prioridade são itens com preço bom ou em promoção, enquanto 10,7% escolherão um produto surpresa que o presenteado não esteja esperando e apenas 2,9% selecionarão artigos educativos.

A Pesquisa de Intenção de Compras da CDL Caxias do Sul foi realizada com 712 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 20 e 22 de setembro. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

MASCULINO	51,1%
FEMININO	48,9%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	63,3%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	36,7%

IDADE

16-29	29,6%
30-39	27,5%
40-49	19,2%
50-59	11,3%
60-69	9,7%
70+	2,7%

POSSUI FILHOS?

NÃO	25,1%
1	34,4%
2	29,7%
3	8,0%
4+	2,8%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2,6%
FUNDAMENTAL COMPLETO	6,2%
MÉDIO INCOMPLETO	8,8%
MÉDIO COMPLETO	36,2%
SUPERIOR INCOMPLETO	13,4%
SUPERIOR COMPLETO	21,4%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	4,9%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	6,5%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	50,9%
PROFISSIONAL LIBERAL	18,6%
APOSENTADO/PENSIONISTA	10,6%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	8,2%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	4,7%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	4,1%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	2,1%
DO LAR	0,8%

O QUE AJUDA A LEMBRAR QUE O DIA DAS CRIANÇAS ESTÁ CHEGANDO?



ÉPOCA
DO ANO

35,1%



PEDIDO DAS
CRIANÇAS

30,2%



PESSOAS
COMENTANDO

21%



ANÚNCIOS
ONLINE

5,1%



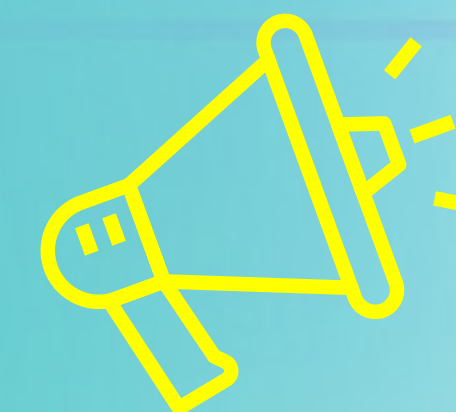
PROMOÇÕES

4,9%



LOJAS
DECORADAS

2,7%

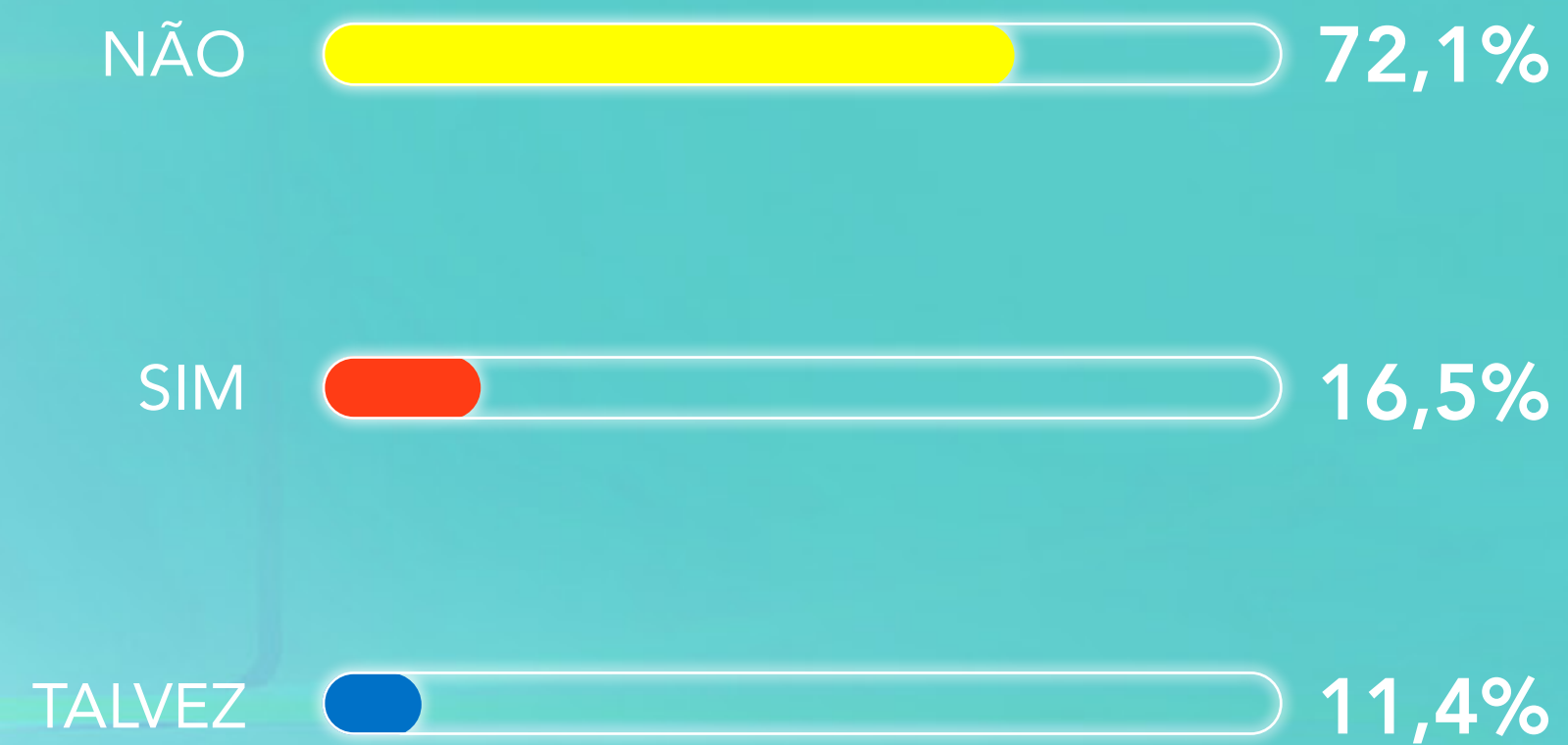


ANÚNCIOS EM
REVISTAS, JORNAIS,
OUTDOORS E RÁDIO

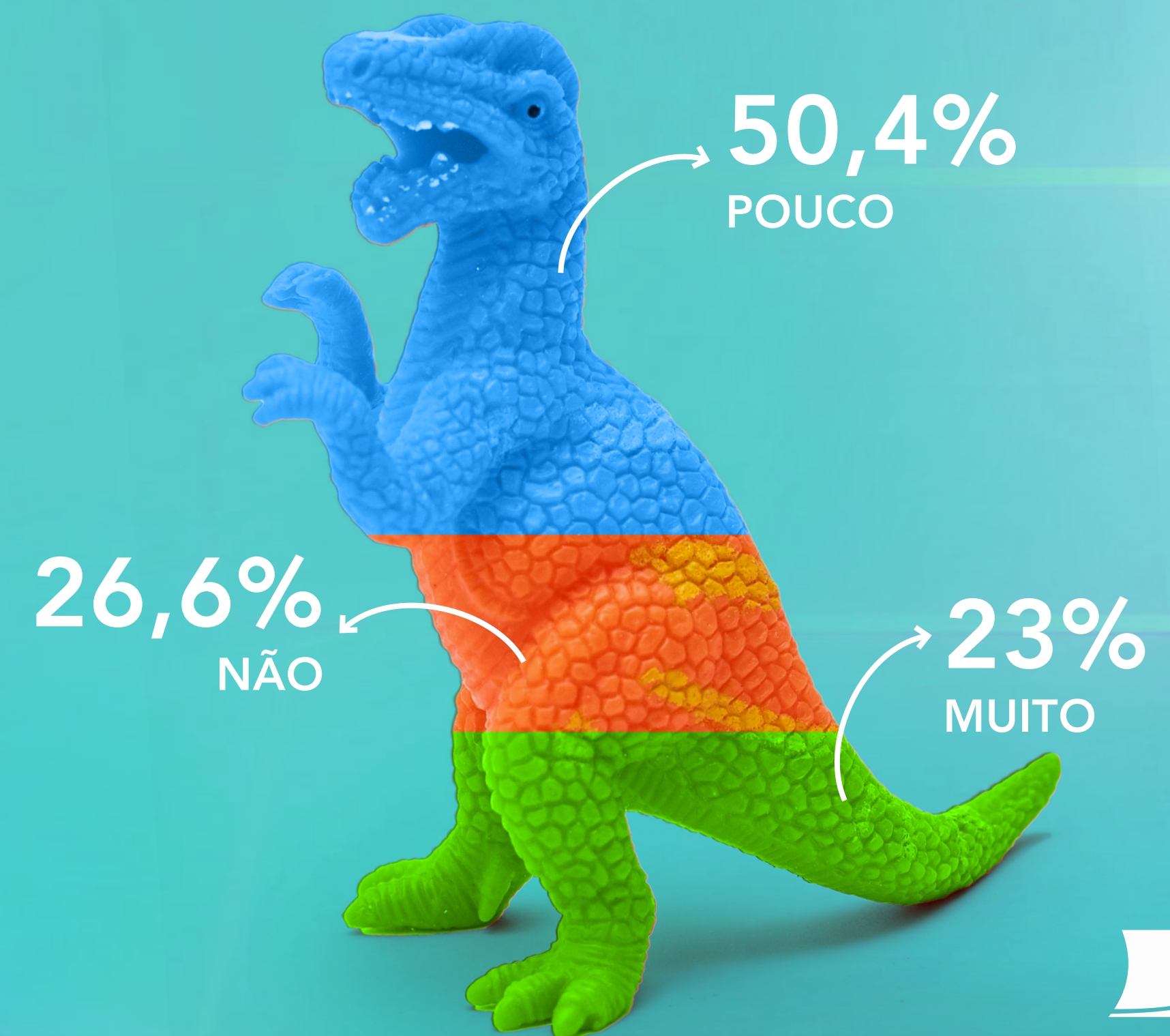
1%

AMBIENTAÇÃO DA LOJA

VOCÊ LEMBRA DE TER VISTO
LOJAS COM DECORAÇÃO PARA
O DIA DAS CRIANÇAS?

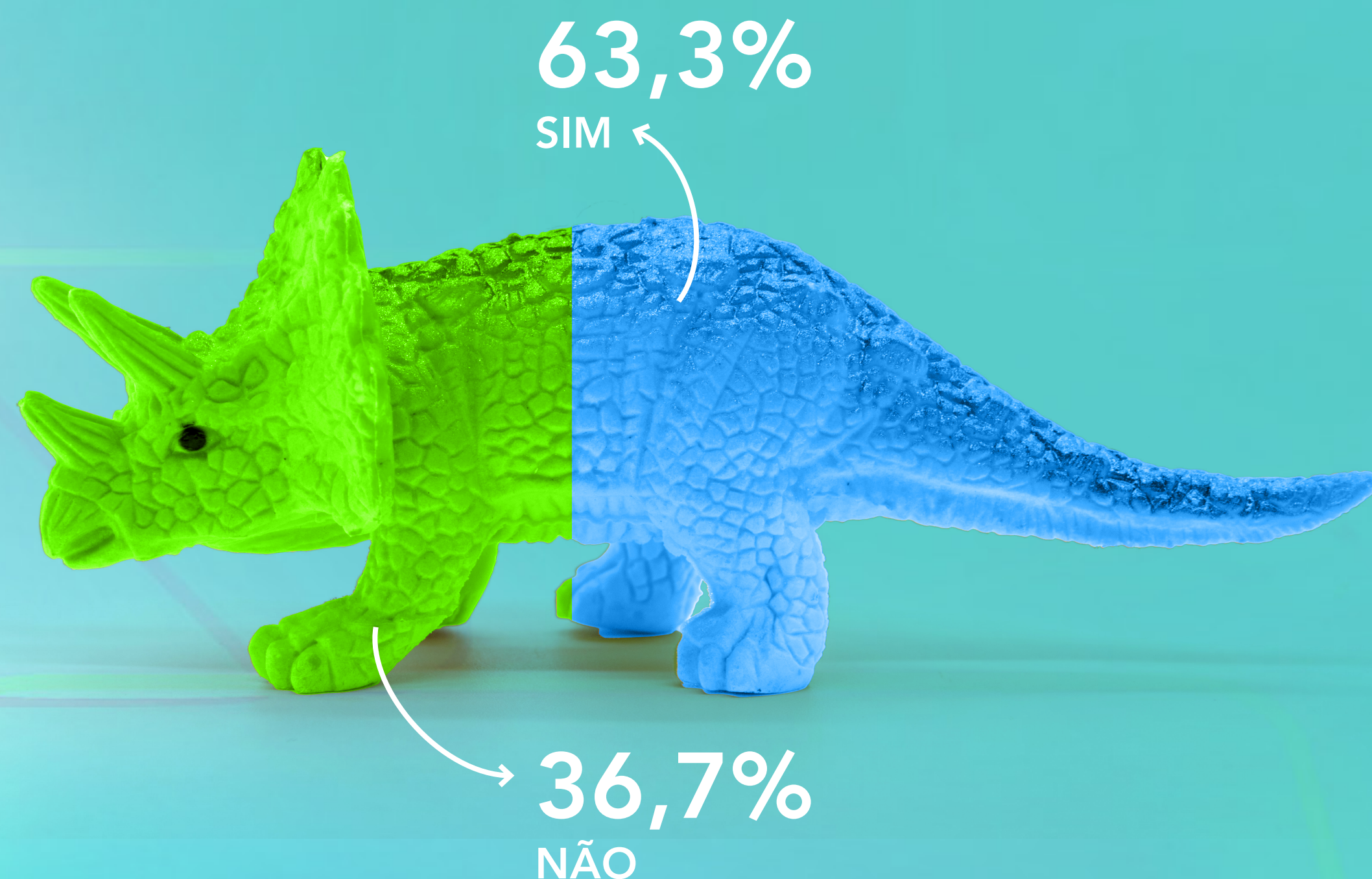


A AMBIENTAÇÃO DA LOJA
COLABORA PARA VOCÊ ENTRAR
E CONFERIR OS PRODUTOS?



PROPAGANDAS

AS CRIANÇAS FALAM SOBRE
OS PRESENTES QUE VIRAM EM
PROPAGANDAS?



QUAIS AS FONTES DESSAS
INFORMAÇÕES?



25,2%
TV



23,8%
YOUTUBE



22,3%
COLEGAS
NA ESCOLA



5,7%
FACEBOOK

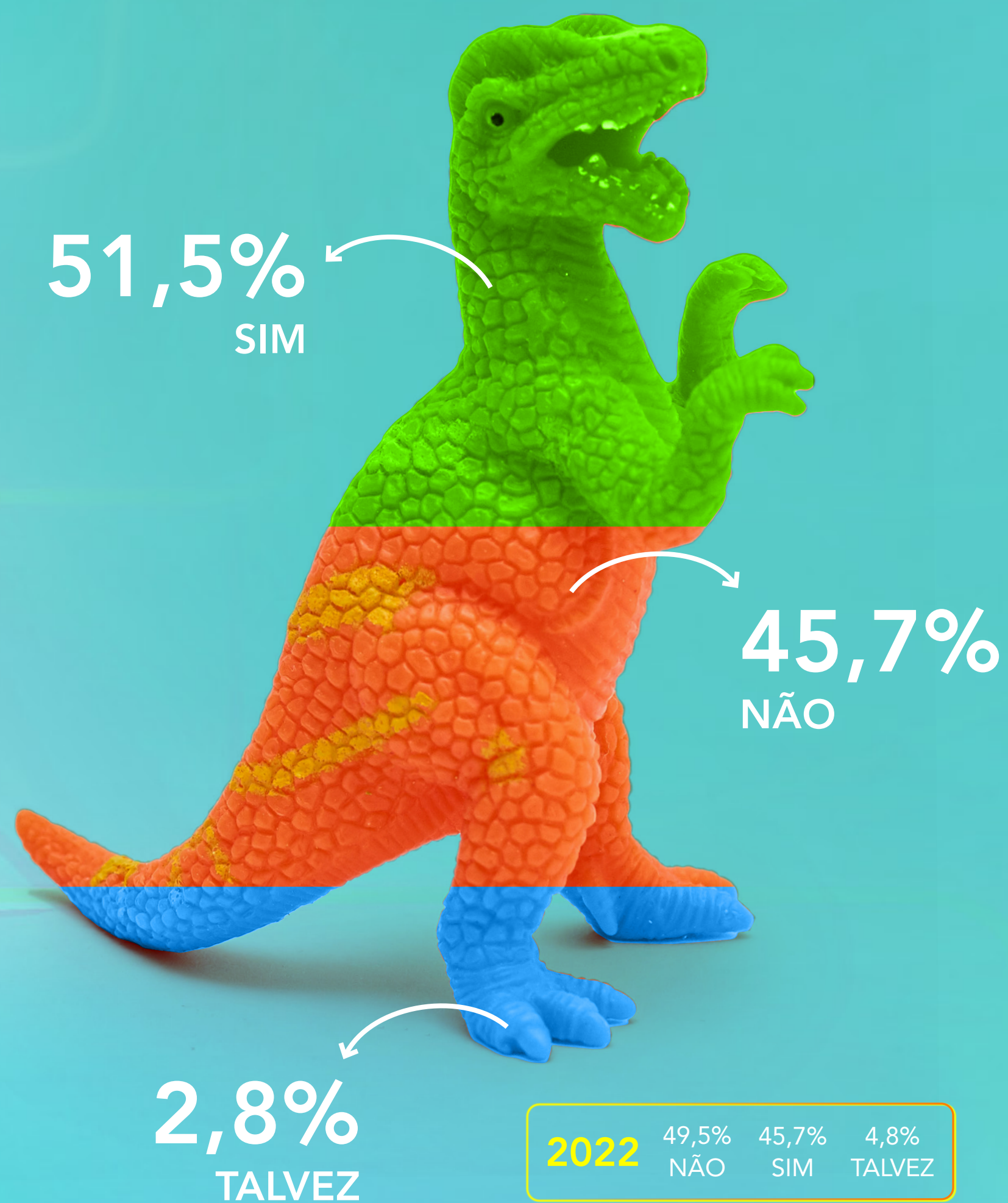


2,1%
INSTAGRAM

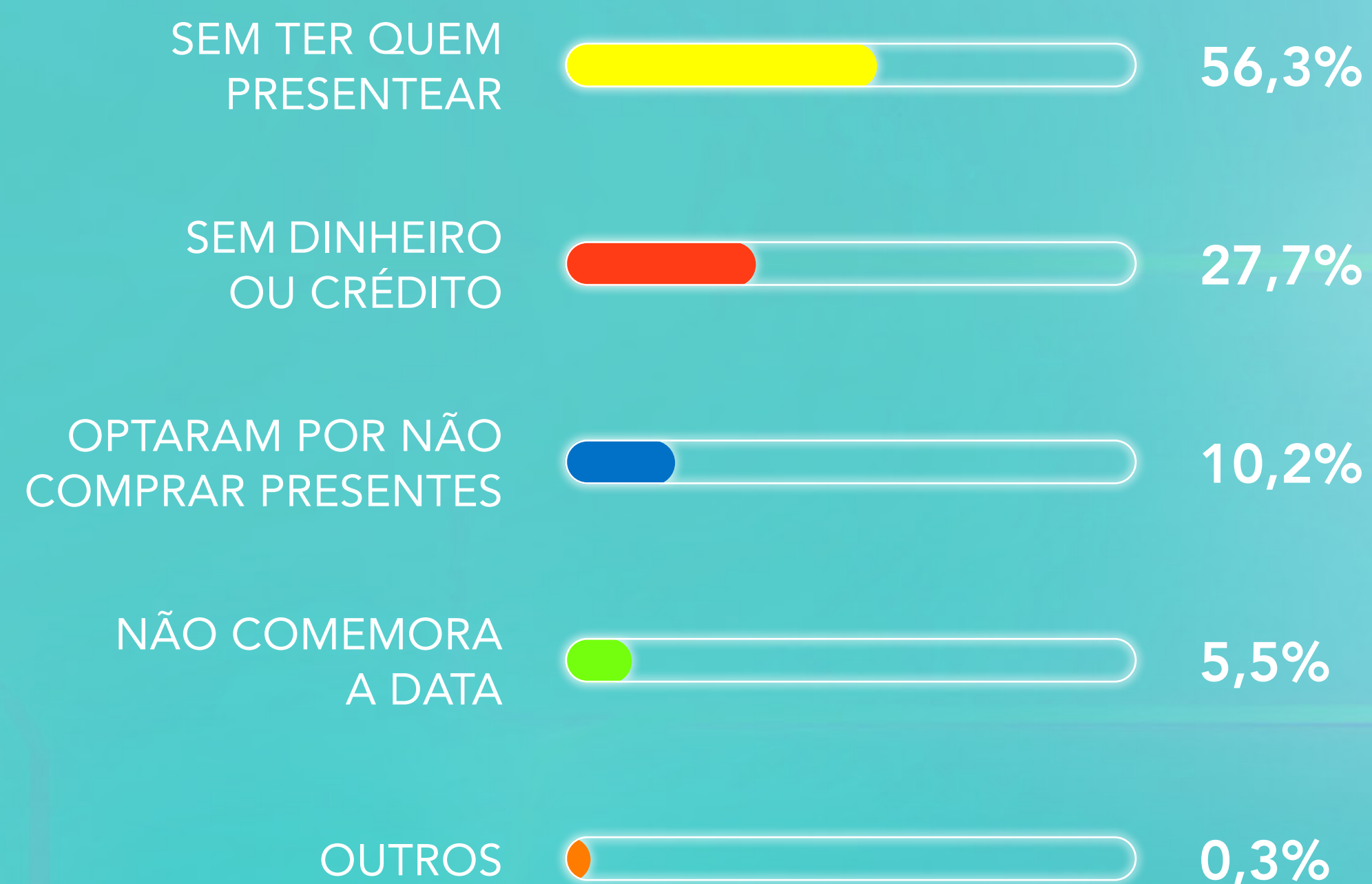


20,9%
NÃO LEMBRA
OU NÃO SABE

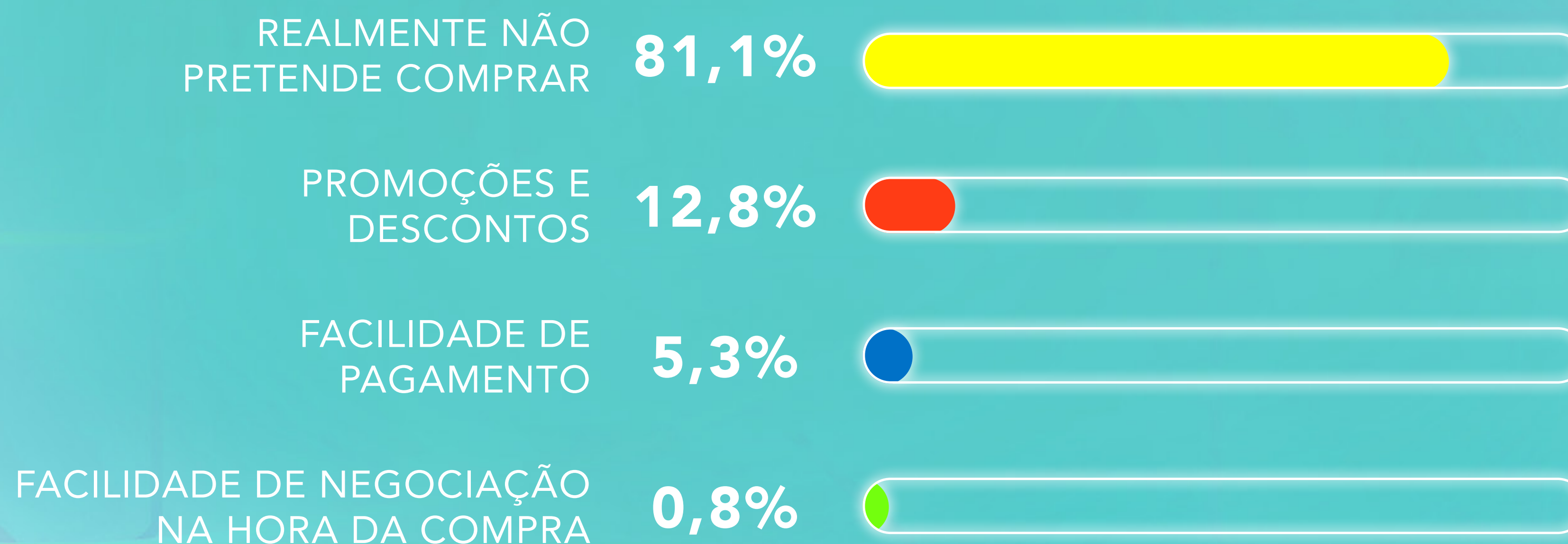
VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA O DIA DAS CRIANÇAS?



POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NO DIA DAS CRIANÇAS?

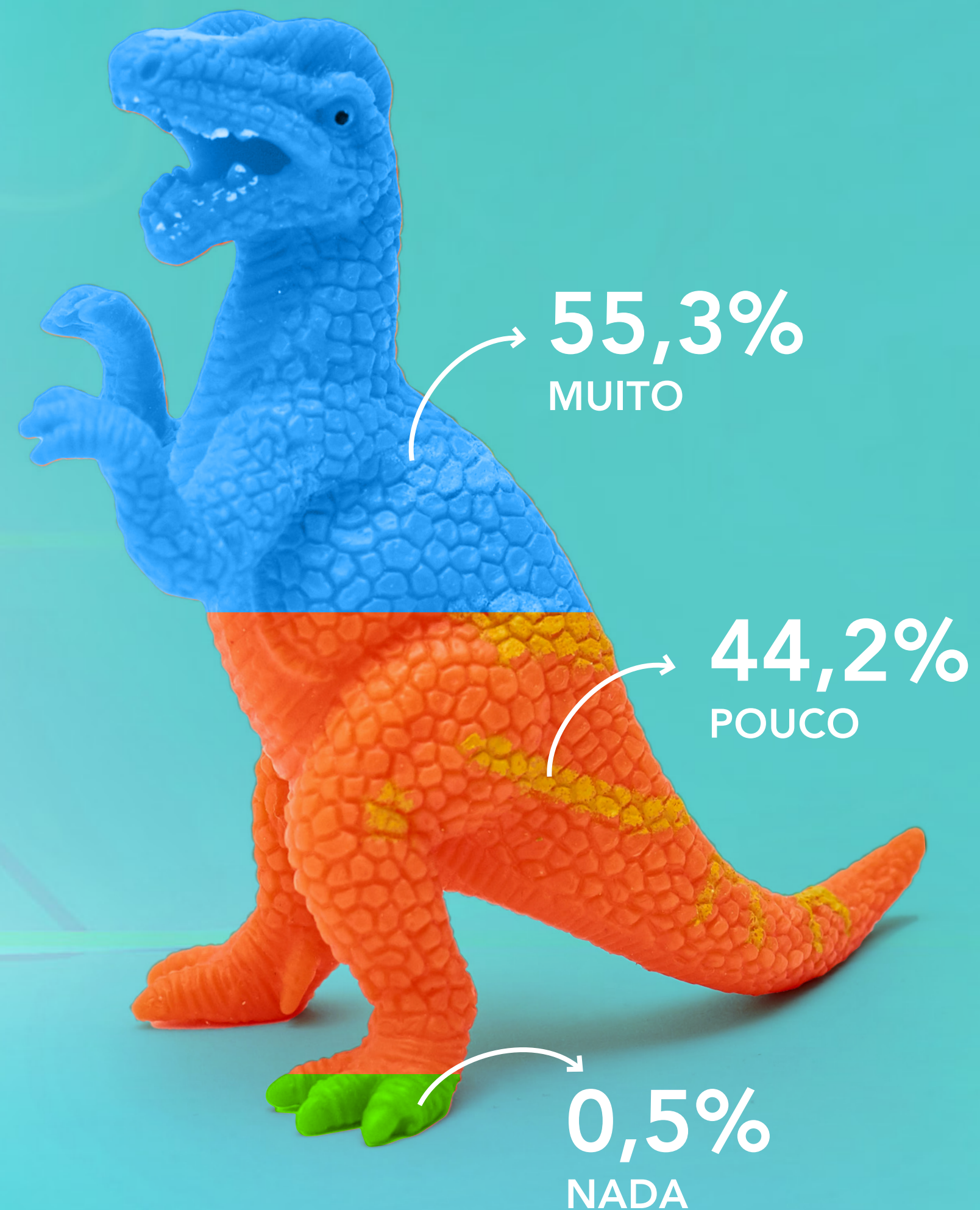


SE ALGO FOSSE FEITO PELOS LOJISTAS, O QUE PODERIA TE MOTIVAR A COMPRAR PRESENTES NO DIA DAS CRIANÇAS?*

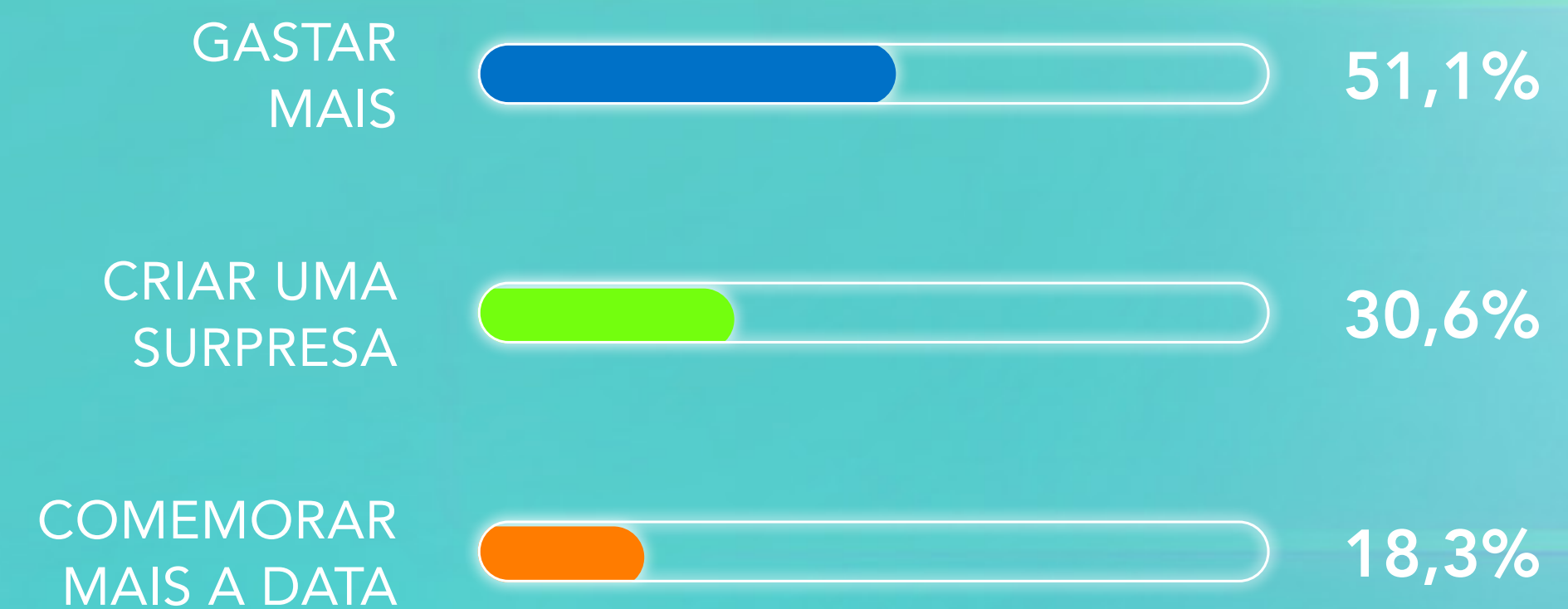


*PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU NÃO PRETENDER COMPRAR,
EXCETO QUEM NÃO TEM QUEM PRESENTEAR

SENTIMENTOS DE AMOR INFLUENCIAM NA HORA DA COMPRA?

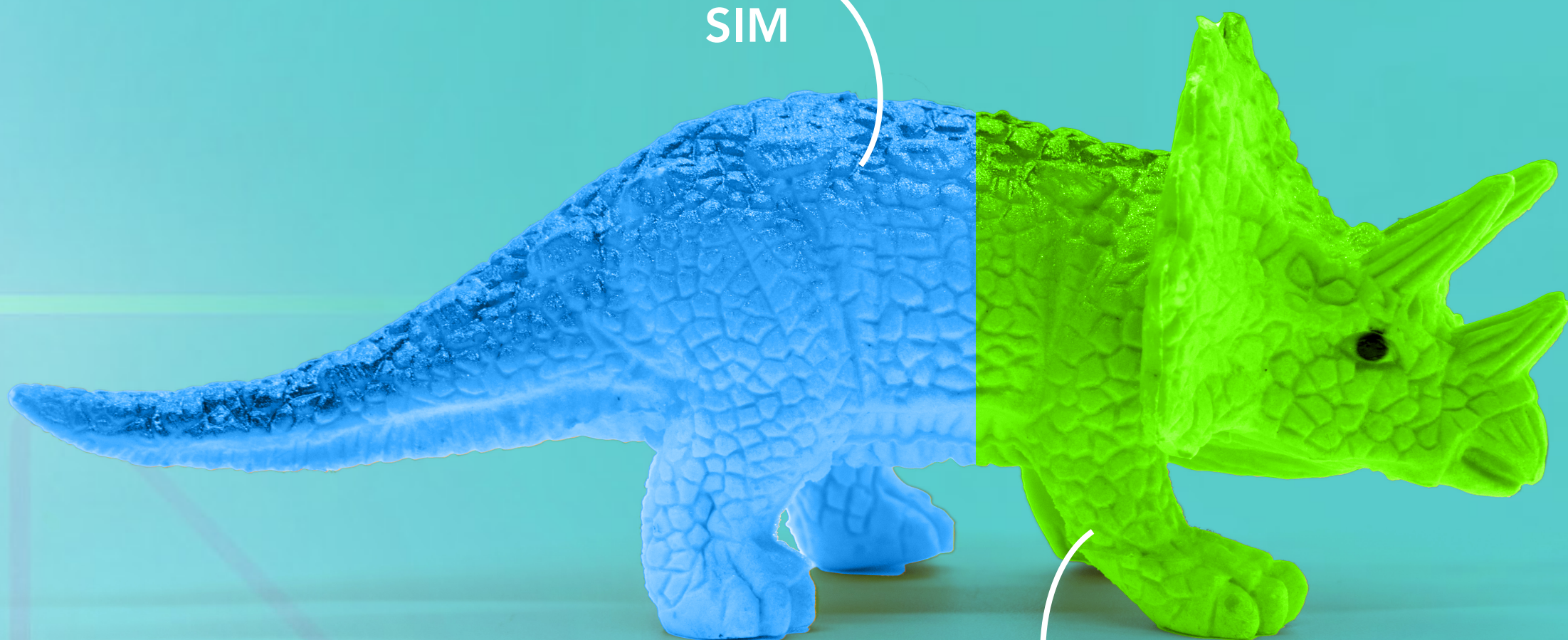


VOCÊ DIRIA QUE ESSA INFLUÊNCIA LEVA A:



VOCÊ PESQUISA PRODUTOS E PREÇOS?

69,8%
SIM



30,2%
NÃO

COM QUE ANTECEDÊNCIA VOCÊ PRETENDE COMPRAR OS PRESENTES?

JÁ COMPROU



5,9%

CERCA DE 15
DIAS ANTES



24,1%

UMA SEMANA
ANTES



44,4%

NA VÉSPERA
OU NO DIA



25,6%

QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS
LOJAS

32,8%



SITES DE
BUSCA

20,8%



SITES DAS
LOJAS

18,7%



CARTAZES
E FOLHETOS

8,2%



INSTAGRAM

6,8%



FACEBOOK

5,8%



TV E RÁDIO

3,2%



WHATSAPP

2,5%



JORNAIS
E REVISTAS

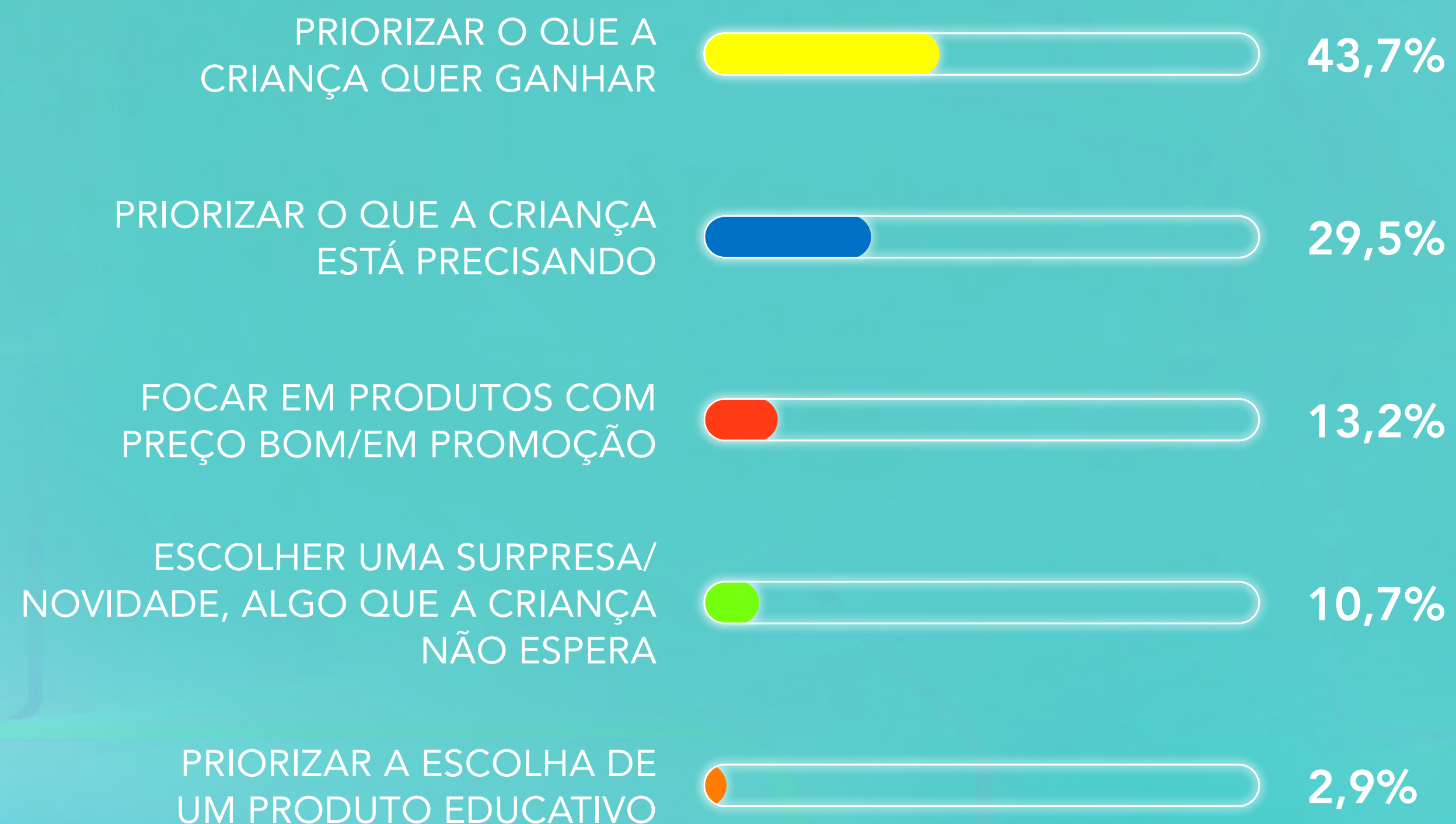
1,2%

PESQUISA E A COMPRA DOS PRODUTOS

A PESQUISA E A COMPRA DOS PRODUTOS SÃO FEITAS POR ONDE?

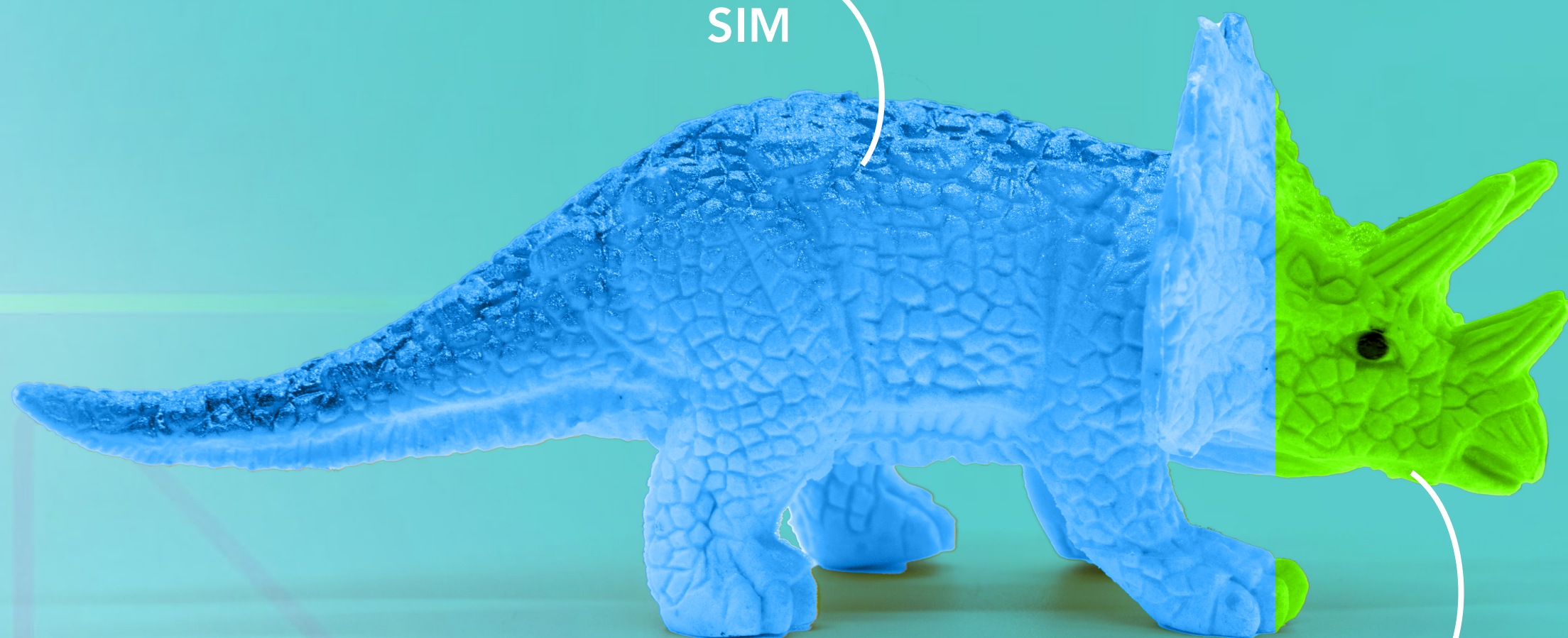


NA HORA DE PENSAR NO PRESENTE, AS PESSOAS COSTUMAM...



JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?

81,1%
SIM



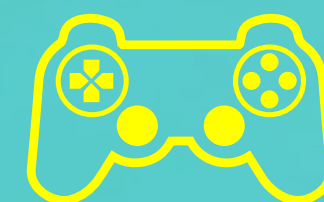
18,9%
NÃO



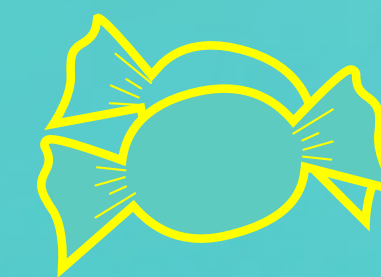
64,1%
BRINQUEDOS



21,8%
ROUPAS E
CALÇADOS



7,4%
ELETROELETRÔNICOS
E GAMES

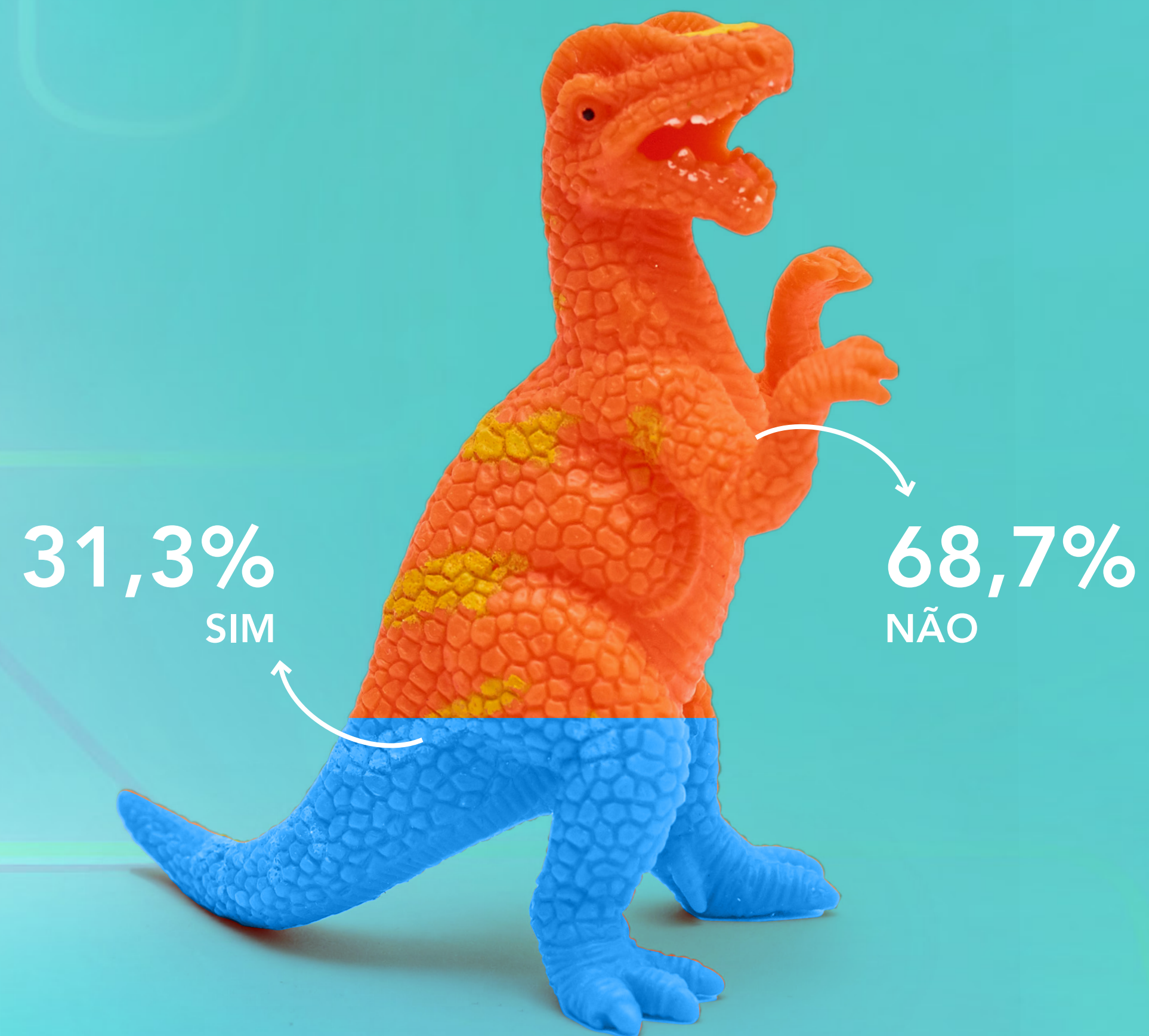


4,4%
CHOCOLATE

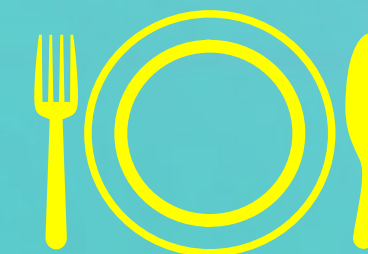


2,3%
OUTROS

ALÉM DO PRESENTE, PRETENDE FAZER ALGO DIFERENTE?



48,8%
PASSEIO



41,9%
ALMOÇO ESPECIAL
EM CASA



5,4%
CINEMA



3,1%
ALMOÇO EM
RESTAURANTE



0,8%
OUTROS

QUANTIDADE DE PRESENTES

2,4



MÉDIA DE PRESENTES



UM
39%



DOIS
27,9%



TRÊS
15,5%



QUATRO
7,8%



CINCO
5,7%



SEIS OU +
4,1%

INVESTIMENTO



TICKET MÉDIO
R\$ 287,92

EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



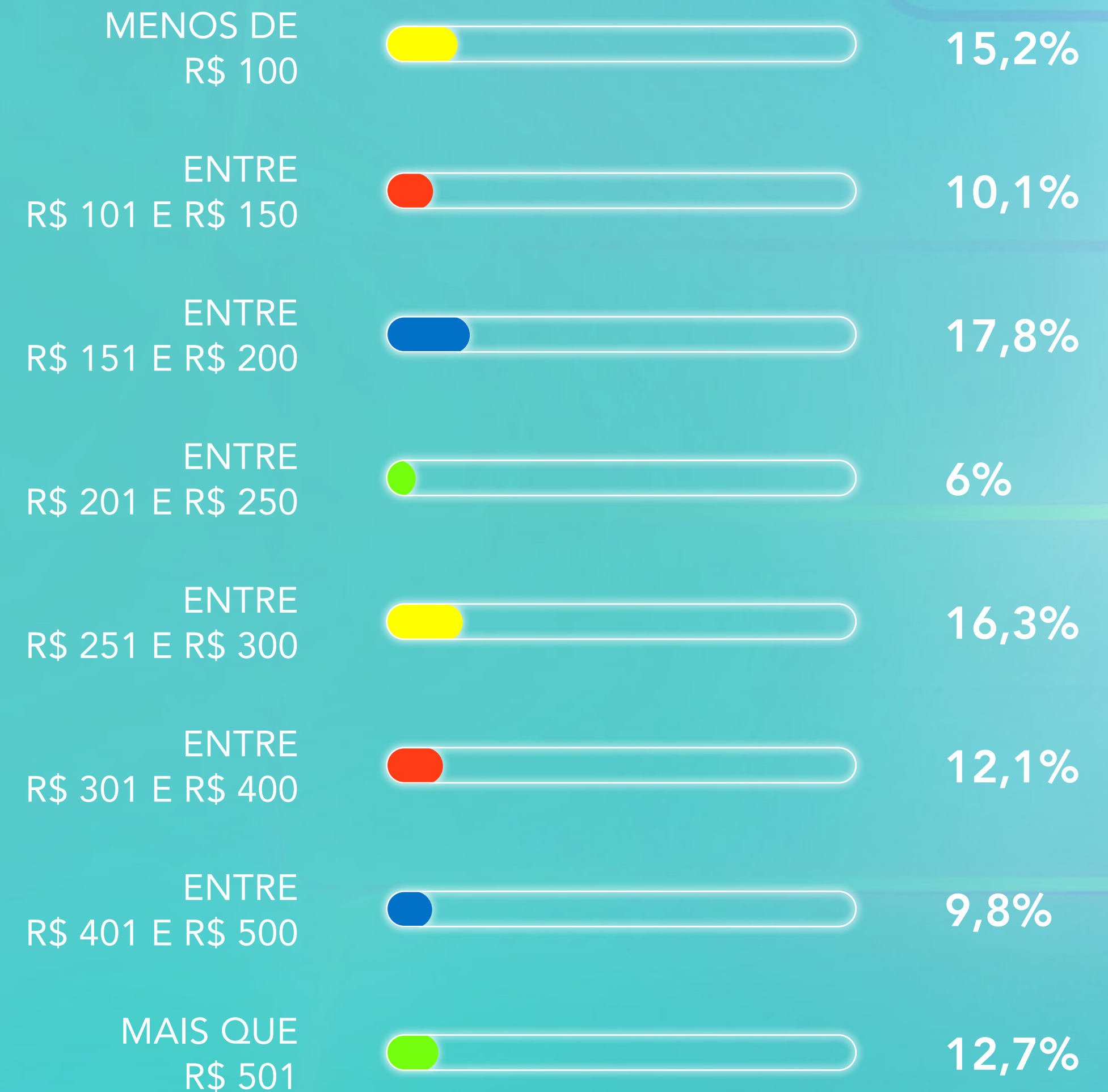
MAIOR
40,1%



IGUAL
22,7%

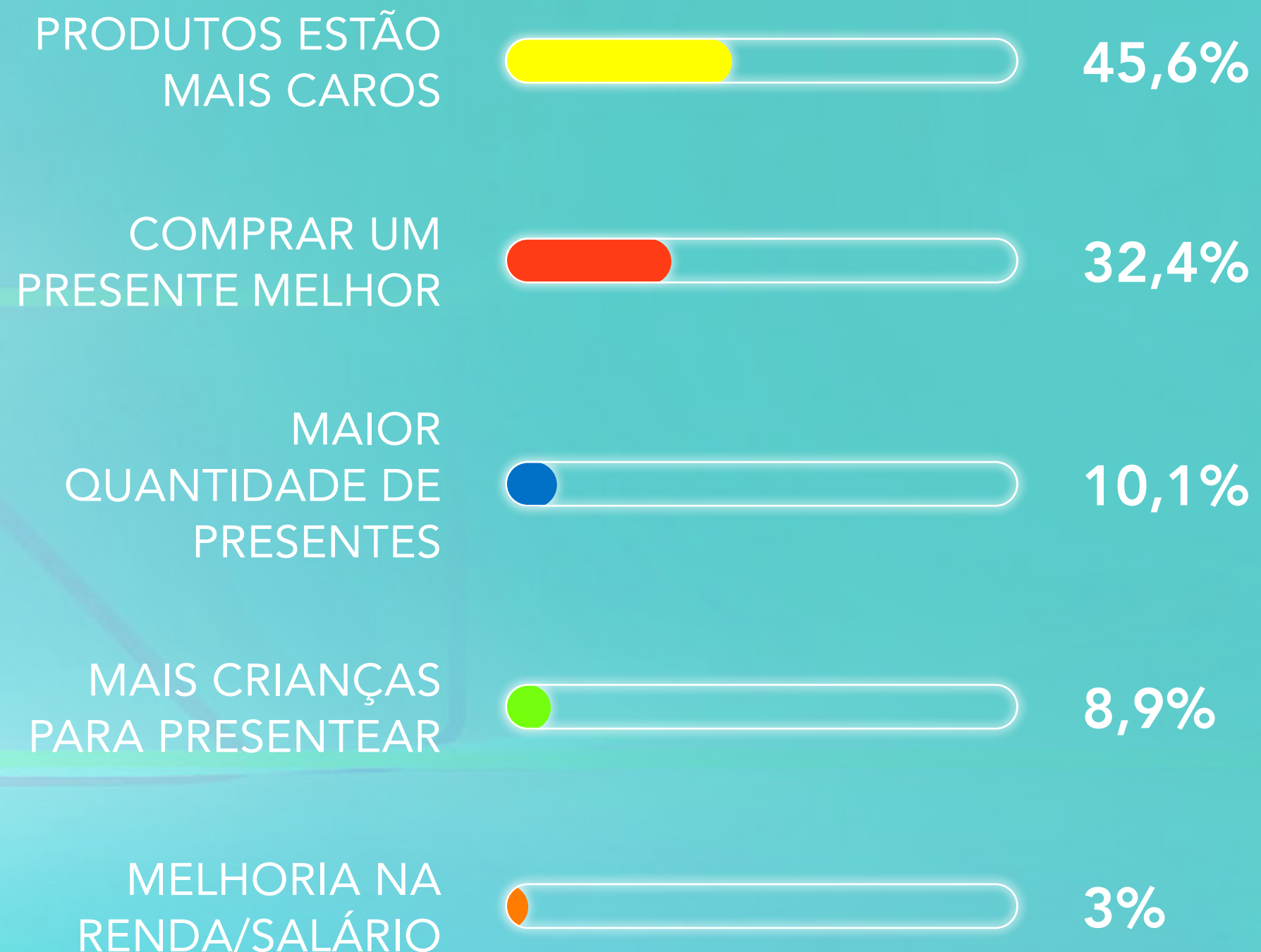


MENOR
37,2%

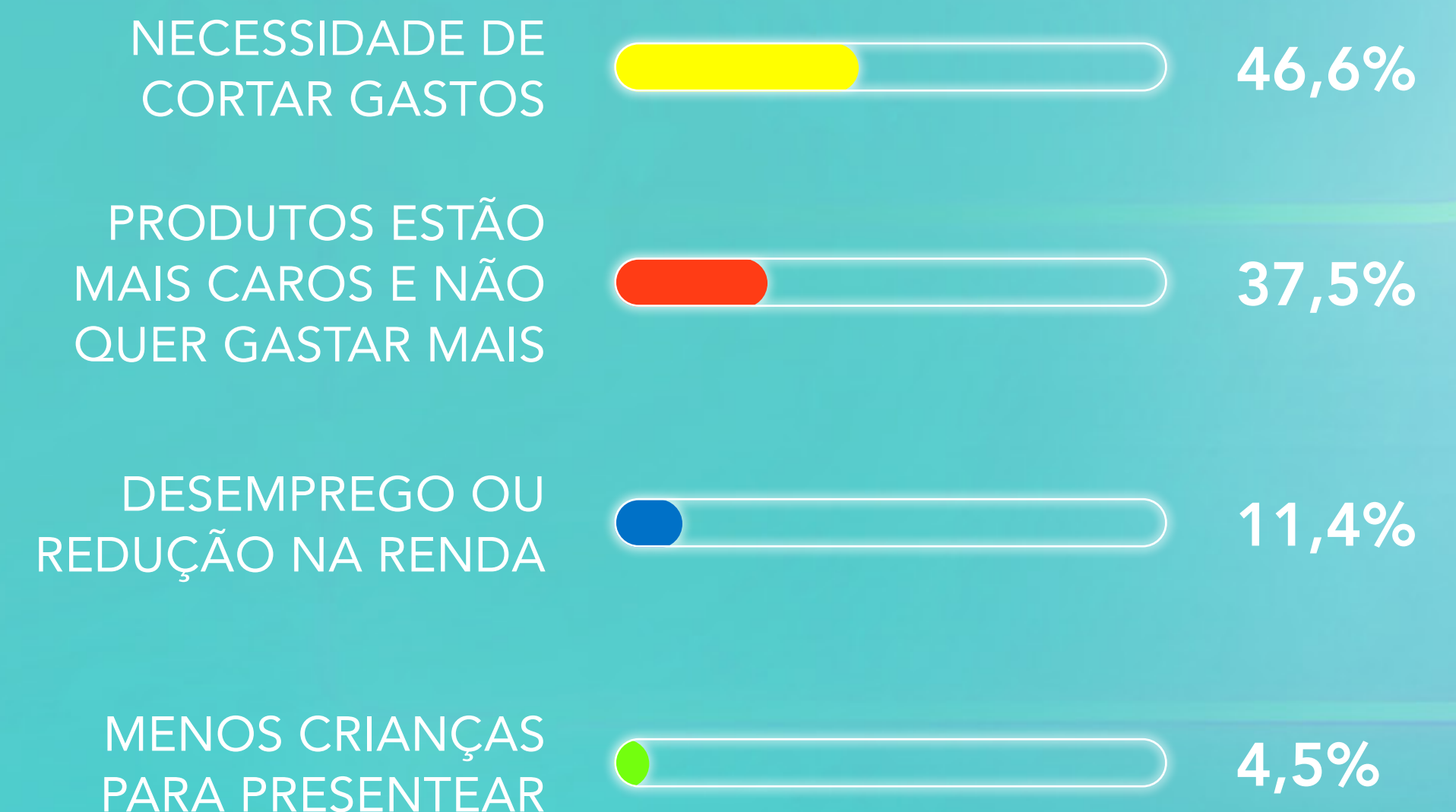


INVESTIMENTO

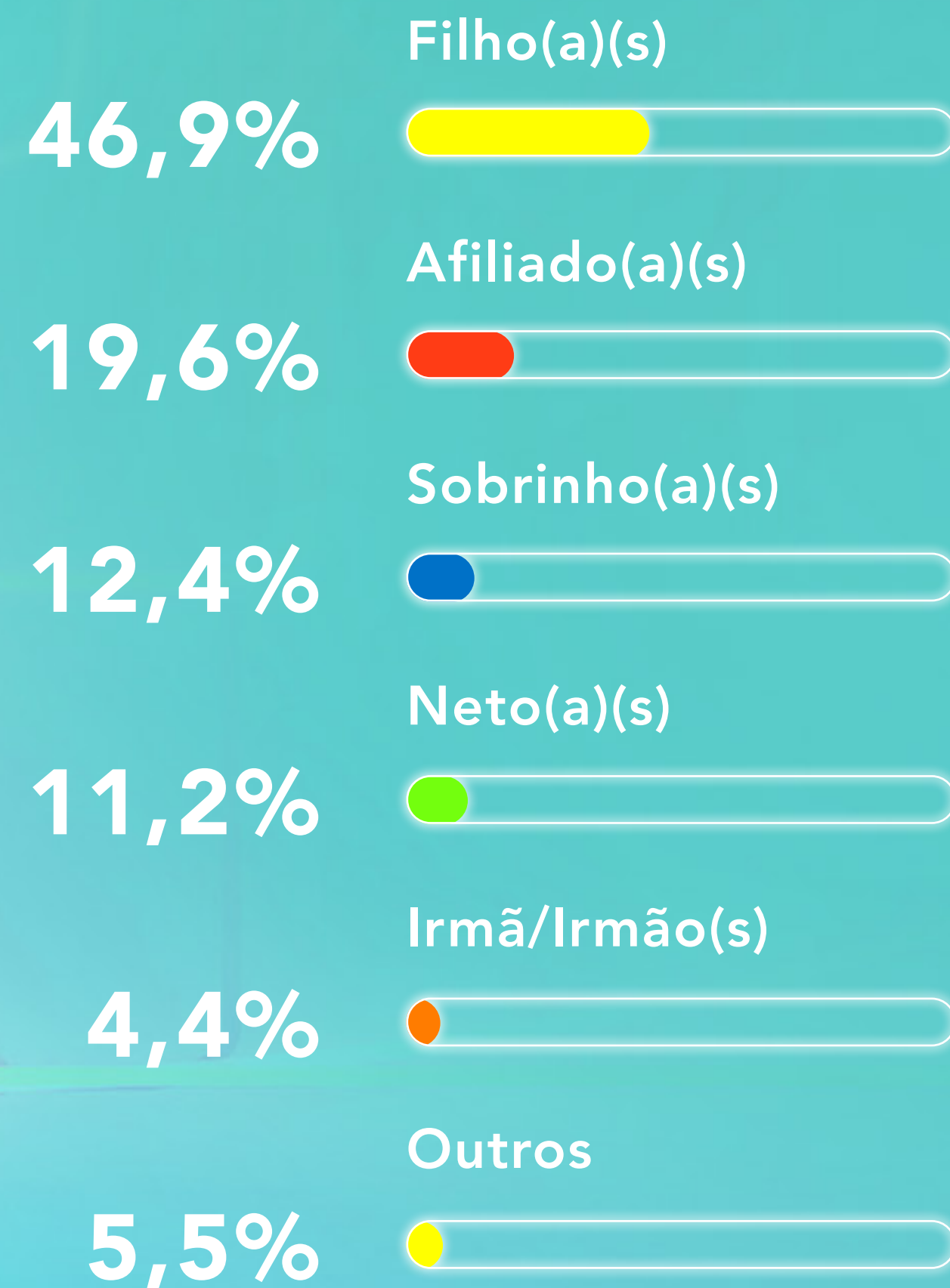
PARA OS 40,1% QUE DISSERAM GASTAR MAIS PORQUE PRETENDE GASTAR MAIS?



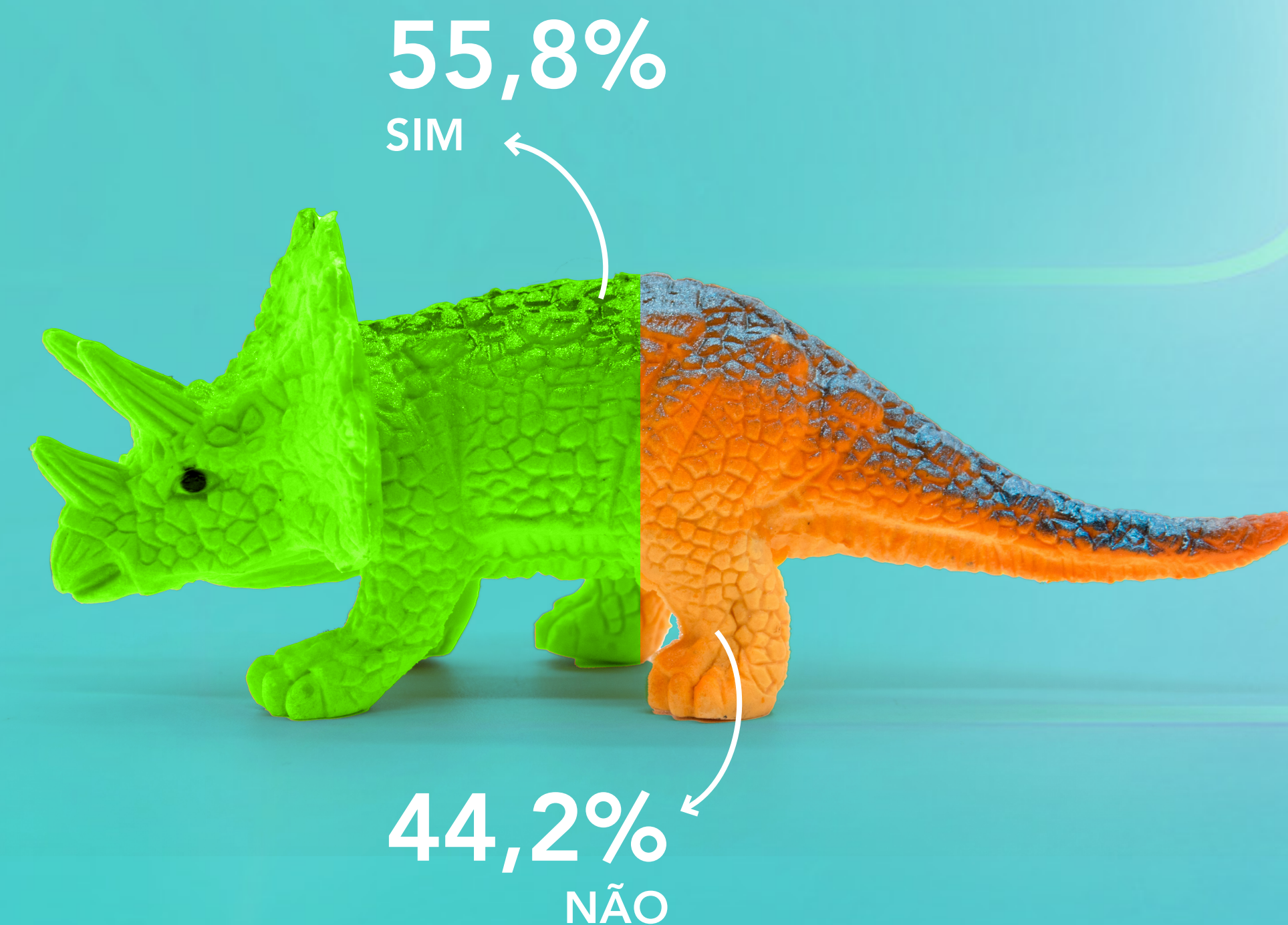
PARA OS 37,2% QUE DISSERAM GASTAR MENOS PORQUE PRETENDE GASTAR MENOS?



QUEM VAI RECEBER O PRESENTE?



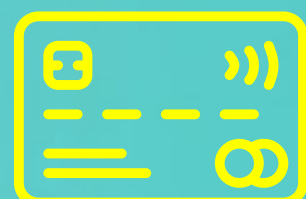
VOCÊ COMPRA O QUE O PRESENTEADO PEDE?



MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



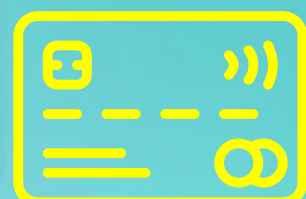
34,1%
DINHEIRO



30,2%
CARTÃO
DE CRÉDITO



20,7%
PIX



14%
CARTÃO
DE DÉBITO



1%
CREDIÁRIO

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

PARA QUEM RESPONDEU CARTÃO DE CRÉDITO E CREDIÁRIO

1x

4,1%

4x

9,1%

2x

36,4%

5x

12,4%

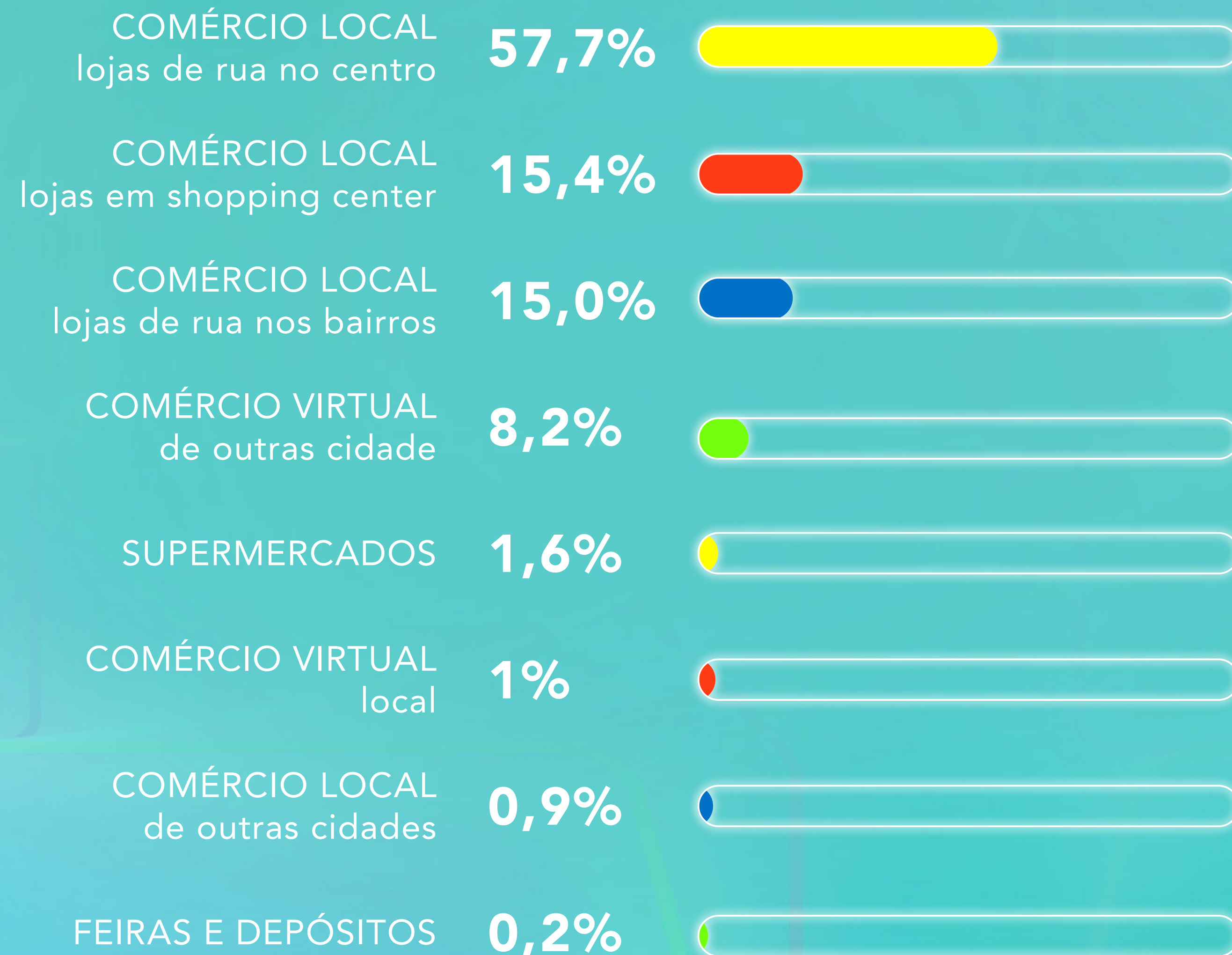
3x

28,1%

**6x
ou +**

9,9%

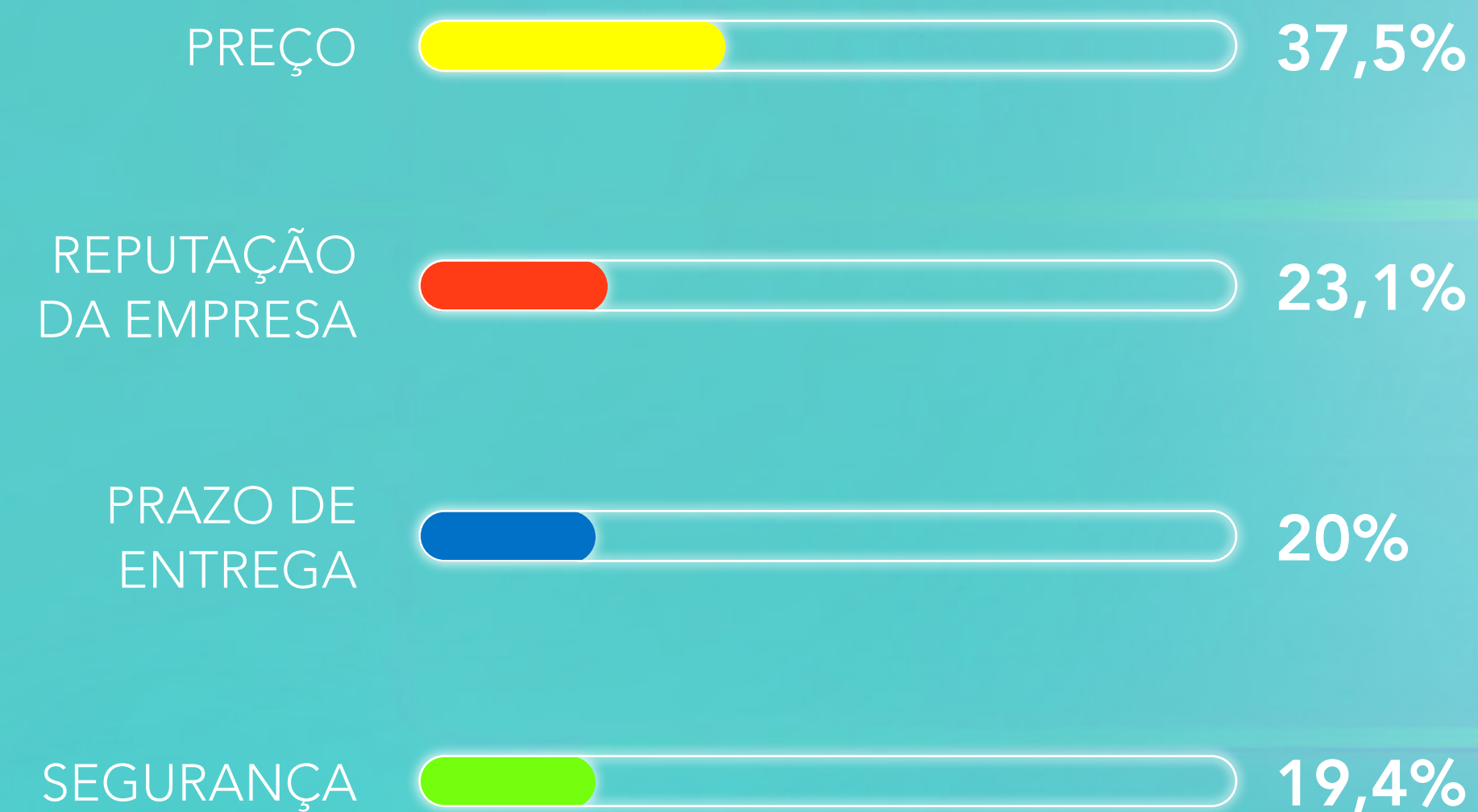
PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA



COMPRAS PELA INTERNET



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



PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



38,6% SEGUNDA A SEXTA
50,3% SÁBADO
11,1% DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



27,2% MANHÃ
60,4% TARDE
12,4% NOITE

QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



ATENDIMENTO

38%

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



PRODUTO

35,1%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



LOCAL

12%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



TRANSPARÊNCIA

7,7%

Identificação clara dos preços



DIGITAL

3,7%

Atendimento digital e entrega a domicílio



CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

2,7%

Preços e promoções



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

0,8%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes

CONCLUSÃO

SENTIMENTOS

55,3%

O amor pelas crianças influencia muito na hora da compra.

DECORAÇÃO

73,4%

Tem mais vontade de entrar em lojas decoradas, o que ajuda a despertar sentimentos.

PROPAGANDAS

63,3%

Crianças falam de propagandas que viram na TV e redes sociais.

CRIANÇAS INFLUENCIAM NA COMPRA

55,8%

Compram o que a criança pede.

PESQUISA E COMPRA

50,4%

Pesquisam e compram em loja física.

ATENDIMENTO E PRODUTOS

73,1%

São os principais fatores para escolha do local de compra.

A pesquisa de intenção de compras revelou que o amor pelas crianças irá contribuir para o aumento na movimentação, pela compra de produtos para elas, em relação ao ano passado. Como de costume, os brinquedos são as opções de presentes mais procurados.

Na hora de pensar no presente, mais da metade dos entrevistados compram o que a criança quer ganhar. Por isso, divulgar os produtos não só para os adultos, mas também para as crianças, colabora para aumentar as chances de venda.

