



E-BOOK 2025
DIA DAS CRIANÇAS

PESQUISA DE DIA DAS CRIANÇAS CDL CAXIAS 2025

Caxias do Sul deve registrar aumento de 5,4% no volume de compras para o Dia das Crianças neste ano. De acordo com a pesquisa 57,1% dos entrevistados pretendem comprar presentes para a data, contra 34,6% que não comprarão e 8,3% que ainda têm dúvidas.

O ticket médio estimado é de R\$ 306,54, com crescimento de 4,2% em relação ao ano anterior, e uma média de 2,5 presentes por consumidor.

A escolha do mimo ainda divide opiniões e 50,9% disseram que compram o que a criança pede, enquanto 49,1% preferem escolher por conta própria.

A pesquisa mostra também que os sentimentos influenciam significativamente as decisões de compra. Essa influência leva 50,6% a gastar mais, 34,6% a comemorar mais a data e 14,2% a preparar surpresas para as crianças.

A pesquisa de Dia das Crianças da CDL Caxias foi realizada com 593 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 16 e 19 de setembro 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

| | |
|-----------|-----|
| MASCULINO | 68% |
| FEMININO | 32% |

POSSUI FILHOS?

| | |
|-----|-------|
| NÃO | 17,9% |
| 1 | 43,7% |
| 2 | 30,4% |
| 3 | 5,7% |
| 4+ | 2,3% |

ESTADO CIVIL

| | |
|--------------------------------------|-------|
| CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL | 72,4% |
| SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A) | 27,6% |

IDADE

| | |
|-------|-------|
| 16-29 | 25,3% |
| 30-39 | 25,1% |
| 40-49 | 21,2% |
| 50-59 | 13,4% |
| 60-69 | 11,8% |
| 70+ | 3,2% |

ESCOLARIDADE

| | |
|-------------------------|-------|
| FUNDAMENTAL INCOMPLETO | 3,8% |
| FUNDAMENTAL COMPLETO | 7,4% |
| MÉDIO INCOMPLETO | 13,3% |
| MÉDIO COMPLETO | 44,8% |
| SUPERIOR INCOMPLETO | 12,3% |
| SUPERIOR COMPLETO | 12,3% |
| PÓS-GRADUADO INCOMPLETO | 2% |
| PÓS-GRADUADO COMPLETO | 4,1% |

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

| | |
|----------------------------------|------|
| FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA | 57% |
| FUNCIONÁRIO PÚBLICO | 9% |
| DO LAR | 8,4% |
| APOSENTADO/PENSIONISTA | 7,7% |
| PROFISSIONAL LIBERAL | 6,9% |
| SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA | 4,6% |
| ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO | 4,1% |
| NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO | 2,3% |

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



ÉPOCA DO ANO

41,2%



PEDIDO DAS CRIANÇAS

22,6%



PESSOAS COMENTANDO

14,3%



ANÚNCIOS ONLINE

9,6%



LOJAS DECORADAS

6,7%



PROMOÇÕES

3,3%

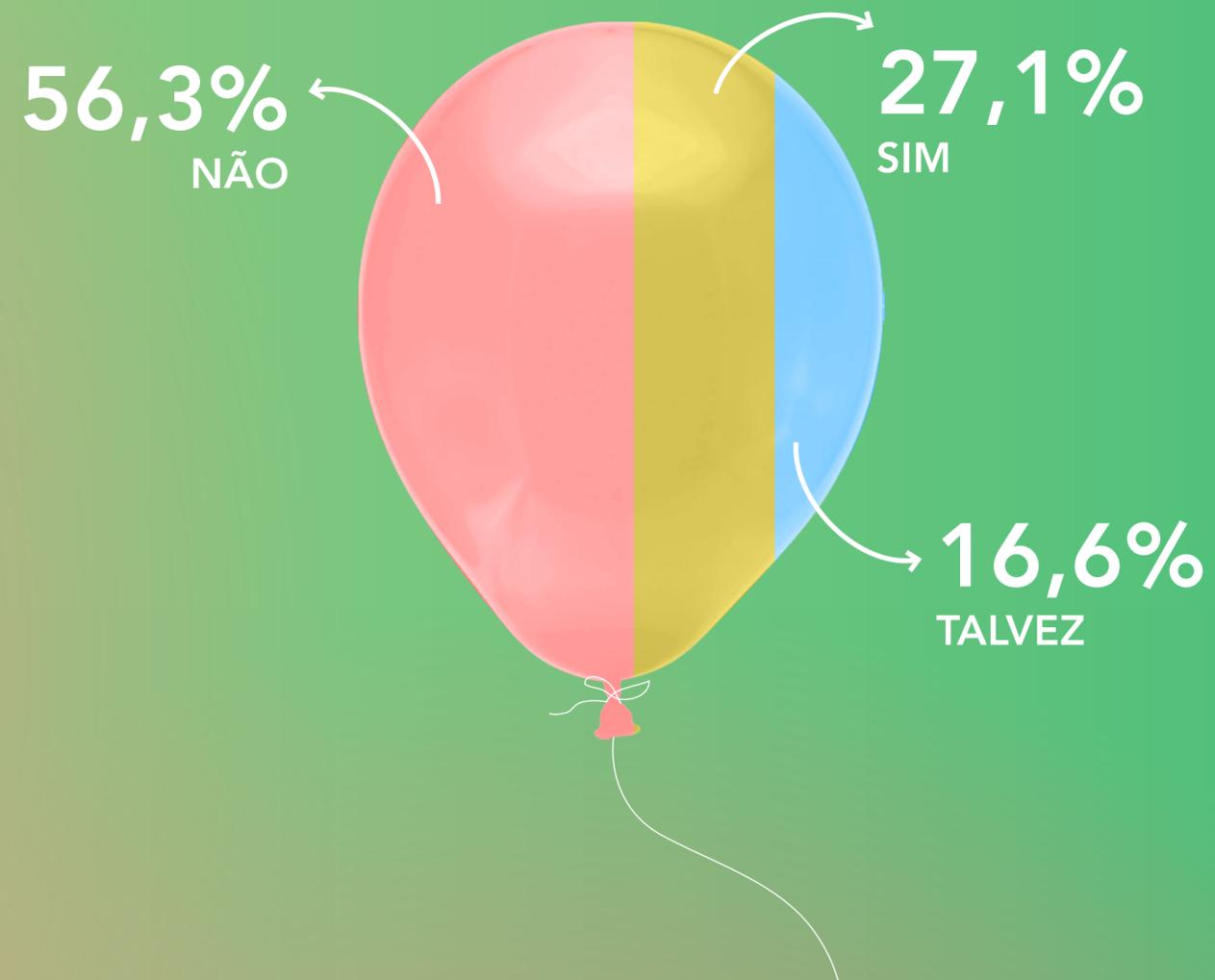


ANÚNCIOS EM REVISTAS, JORNAIS, OUTDOORS E RÁDIO

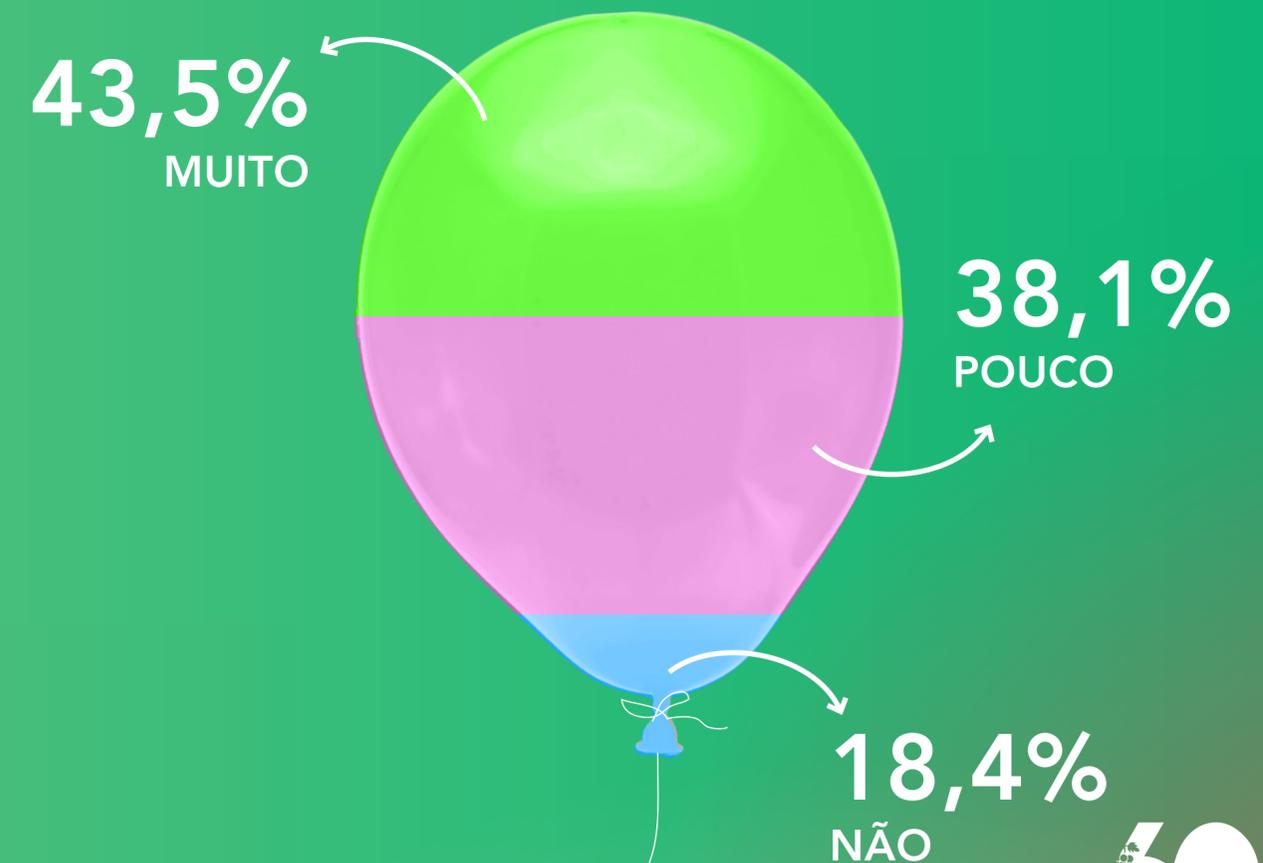
2,3%

AMBIENTAÇÃO DA LOJA

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

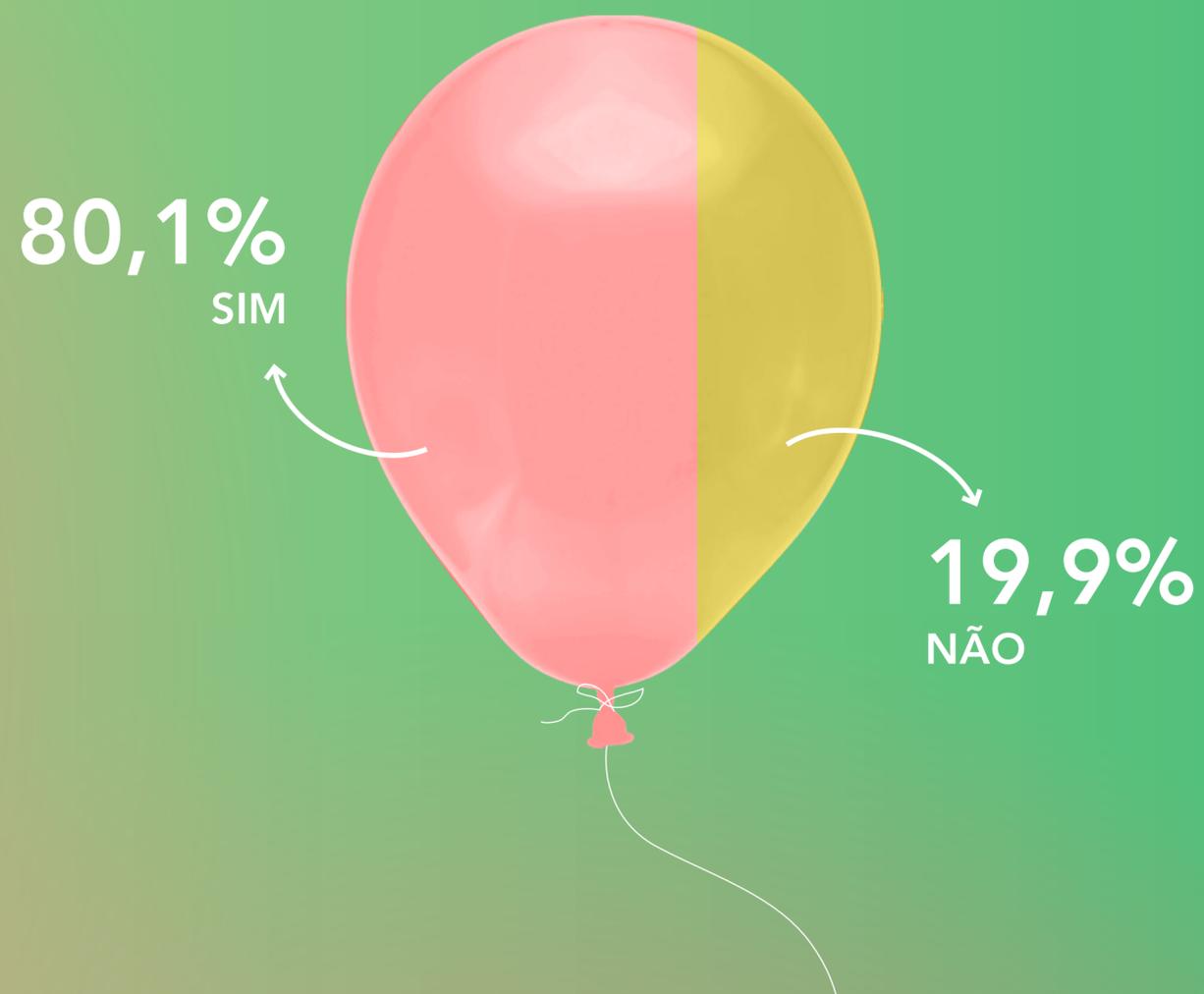


A AMBIENTAÇÃO DA LOJA
COLABORA PARA VOCÊ ENTRAR
E CONFERIR OS PRODUTOS?



PROPAGANDAS

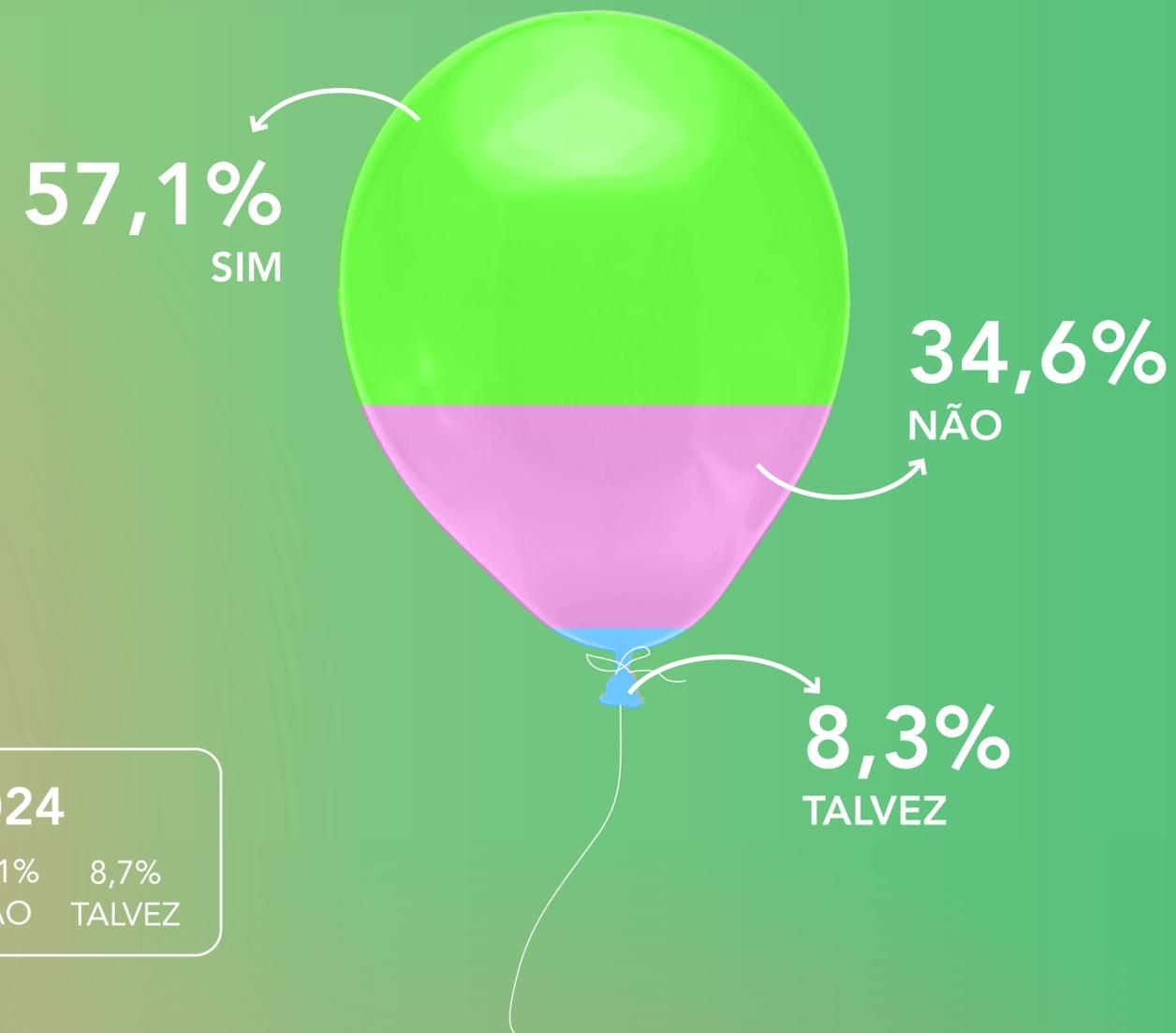
AS CRIANÇAS FALAM SOBRE OS PRESENTES QUE VIRAM EM PROPAGANDAS?



QUAIS AS FONTES DESSAS INFORMAÇÕES?

| | | |
|---|------------------------|-------|
|  | YOUTUBE | 34,2% |
|  | COLEGAS NA ESCOLA | 25,8% |
|  | TV | 24,3% |
|  | INSTAGRAM | 7,5% |
|  | NÃO LEMBRA OU NÃO SABE | 5,5% |
|  | FACEBOOK | 2% |
|  | OUTROS | 0,7% |

VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA O DIA DAS CRIANÇAS?



POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NO DIA DAS CRIANÇAS?



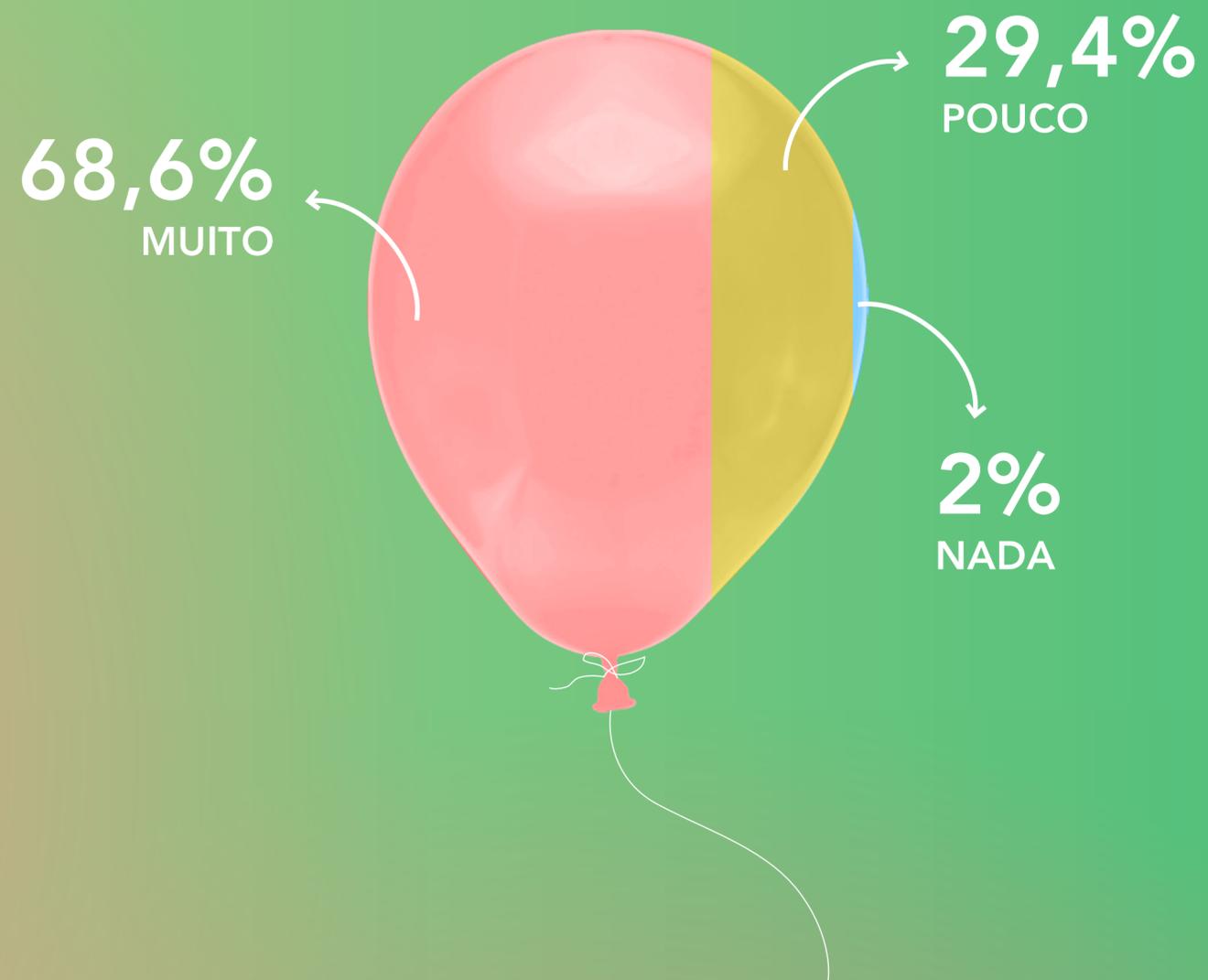
MESMO QUE TENHA RESPONDIDO NÃO QUERER COMPRAR*

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

| | |
|--------------------------------|-------|
| REALMENTE NÃO PRETENDE COMPRAR | 54,9% |
| PROMOÇÕES E DESCONTOS | 26,8% |
| FACILIDADE DE PAGAMENTO | 8,5% |
| FACILIDADE NA NEGOCIAÇÃO | 5,6% |
| ATENDIMENTO | 2,8% |
| PRAZO DE ENTREGA | 1,4% |

*PERGUNTA FEITA PARA QUEM NÃO RESPONDEU, SEM TER QUEM PRESENTEAR OU NÃO COMEMORA A DATA, NA QUESTÃO ANTERIOR.

SENTIMENTOS DE AMOR INFLUENCIAM NA HORA DA COMPRA?

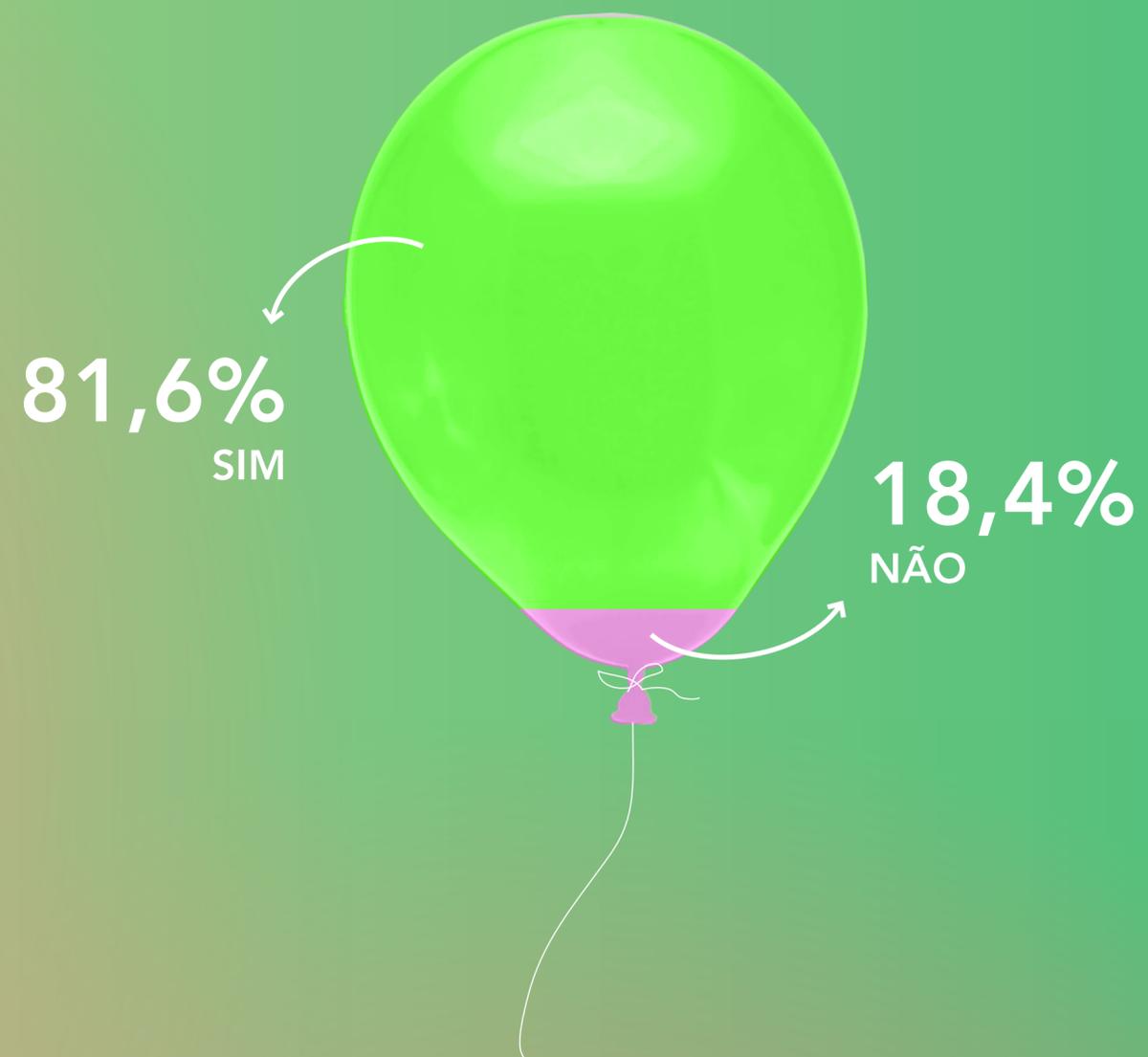


NO CASO DESTE SENTIMENTO INFLUENCIAR MUITO NA COMPRA, VOCÊ DIRIA QUE ISSO LEVA A:

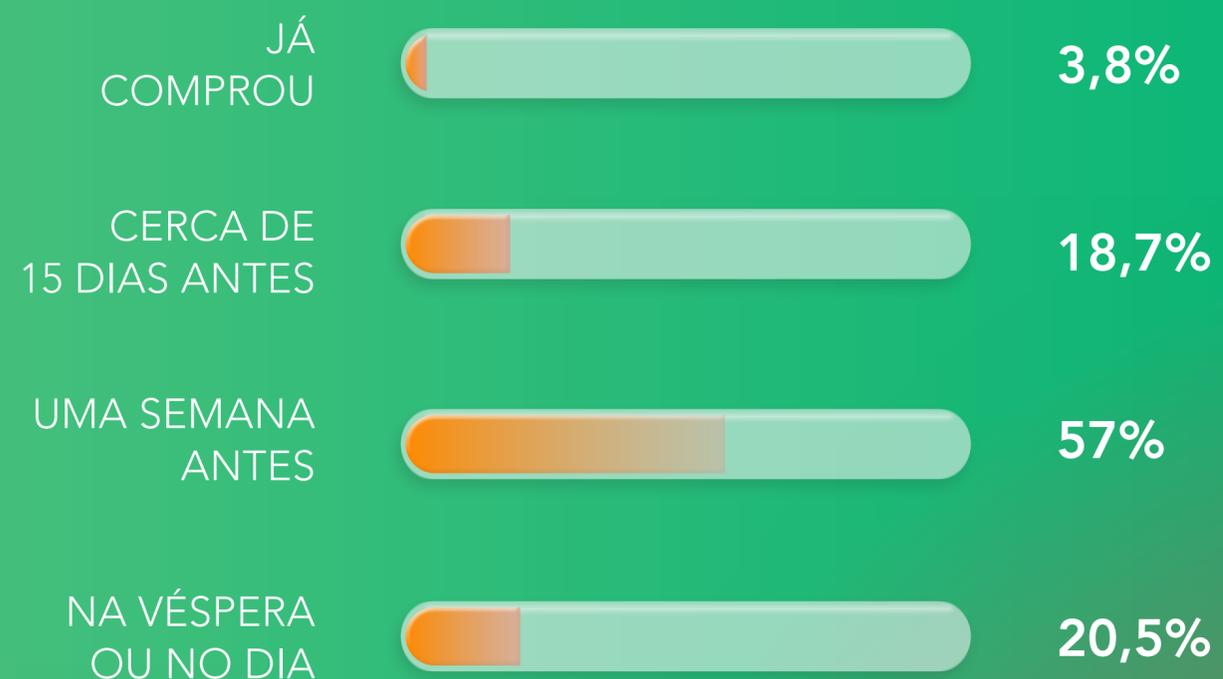


PESQUISA DE PRODUTOS E PREÇOS

VOCÊ PESQUISA PREÇOS E PRODUTOS ANTES DA COMPRA?



COM QUE ANTECEDÊNCIA VOCÊ PRETENDE COMPRAR OS PRESENTES?



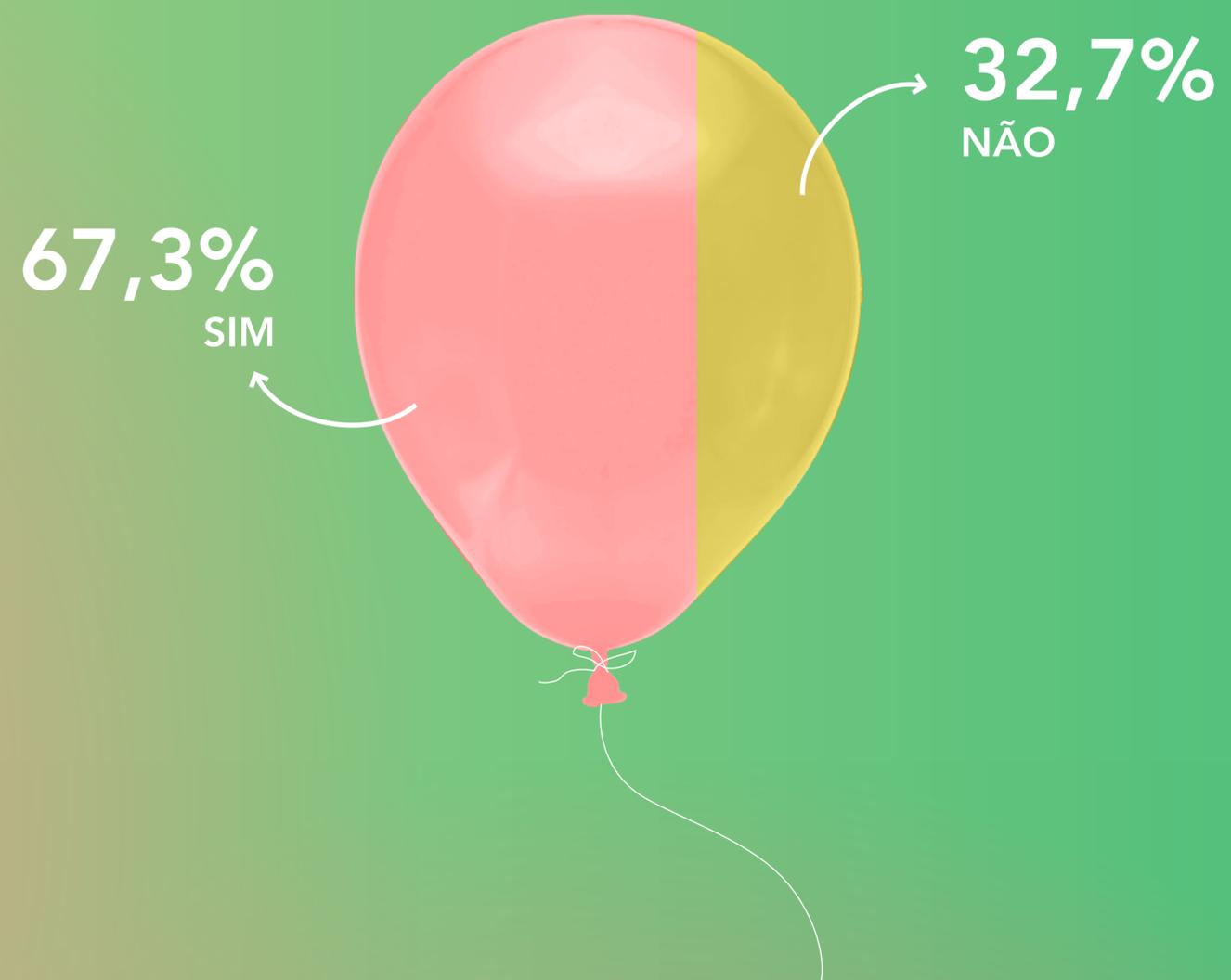
QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



NA HORA DE PENSAR NO PRESENTE, VOCÊ COSTUMA...

| | |
|---|-------|
| PRIORIZAR O QUE A CRIANÇA ESTÁ PRECISANDO | 46,0% |
| PRIORIZAR O QUE A CRIANÇA QUER GANHAR | 33,2% |
| FOCAR EM PRODUTOS COM PREÇO BOM | 7,3% |
| ESCOLHER ALGO QUE A CRIANÇA NÃO ESPERA | 7,1% |
| PRIORIZAR A ESCOLHA DE UM PRODUTO EDUCATIVO | 6,2% |
| OUTROS | 0,2% |

JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



BRINQUEDOS

55,3%



VESTUÁRIO

30,7%



ELETROELETRÔNICOS E GAMES

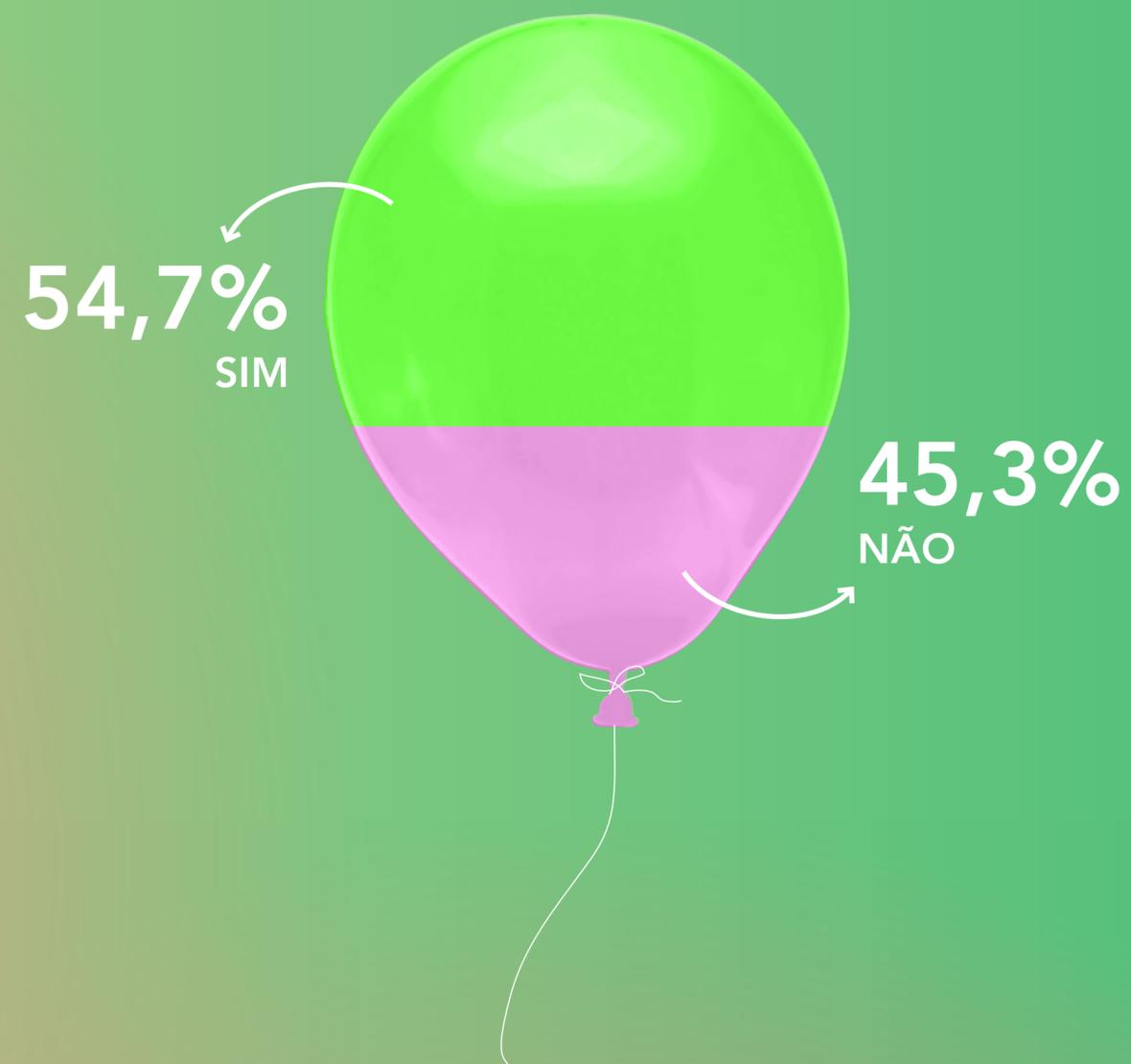
12,8%



OUTROS

1,2%

ALÉM DO PRESENTE, PRETENDE FAZER ALGO DIFERENTE?



| | | |
|---|----------------------------|-------|
|  | ALMOÇO ESPECIAL EM CASA | 44,1% |
|  | ALMOÇO EM RESTAURANTE | 27,5% |
|  | PASSEIO/NOVAS EXPERIÊNCIAS | 20,6% |
|  | CINEMA | 6,1% |
|  | VIAGEM | 1,3% |
|  | OUTROS | 0,4% |

QUANTIDADE DE PRESENTES



| | |
|--------|-------|
| 1 | 23% |
| 2 | 39,6% |
| 3 | 19,7% |
| 4 | 7,5% |
| 5 | 5,9% |
| 6 OU + | 4,3% |

INVESTIMENTO



TICKET MÉDIO
R\$306,54

EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



MAIOR
37,6%



IGUAL
51,9%



MENOR
10,5%

FAIXA DE VALORES

| | |
|-------------------------|--------------|
| MENOS DE R\$ 100 | 17,9% |
| ENTRE R\$ 101 E R\$ 150 | 5,6% |
| ENTRE R\$ 151 E R\$ 200 | 22,9% |
| ENTRE R\$ 201 E R\$ 300 | 23,4% |
| ENTRE R\$ 301 E R\$ 400 | 11,3% |
| ENTRE R\$ 401 E R\$ 500 | 9,2% |
| MAIS DE R\$ 501 | 9,7% |

INVESTIMENTO

POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS?

| | |
|---------------------------------------|-------|
| COMPRAR UM PRESENTE MELHOR | 42,7% |
| PRODUTOS MAIS CAROS | 35,1% |
| MAIS CRIANÇAS PARA PRESENTEAR | 12,6% |
| COMPRAR MAIOR QUANTIDADE DE PRESENTES | 6,7% |
| MELHORIA DE RENDA/SALÁRIO | 2,9% |

PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU GASTAR MAIS NA QUESTÃO ANTERIOR

POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS?

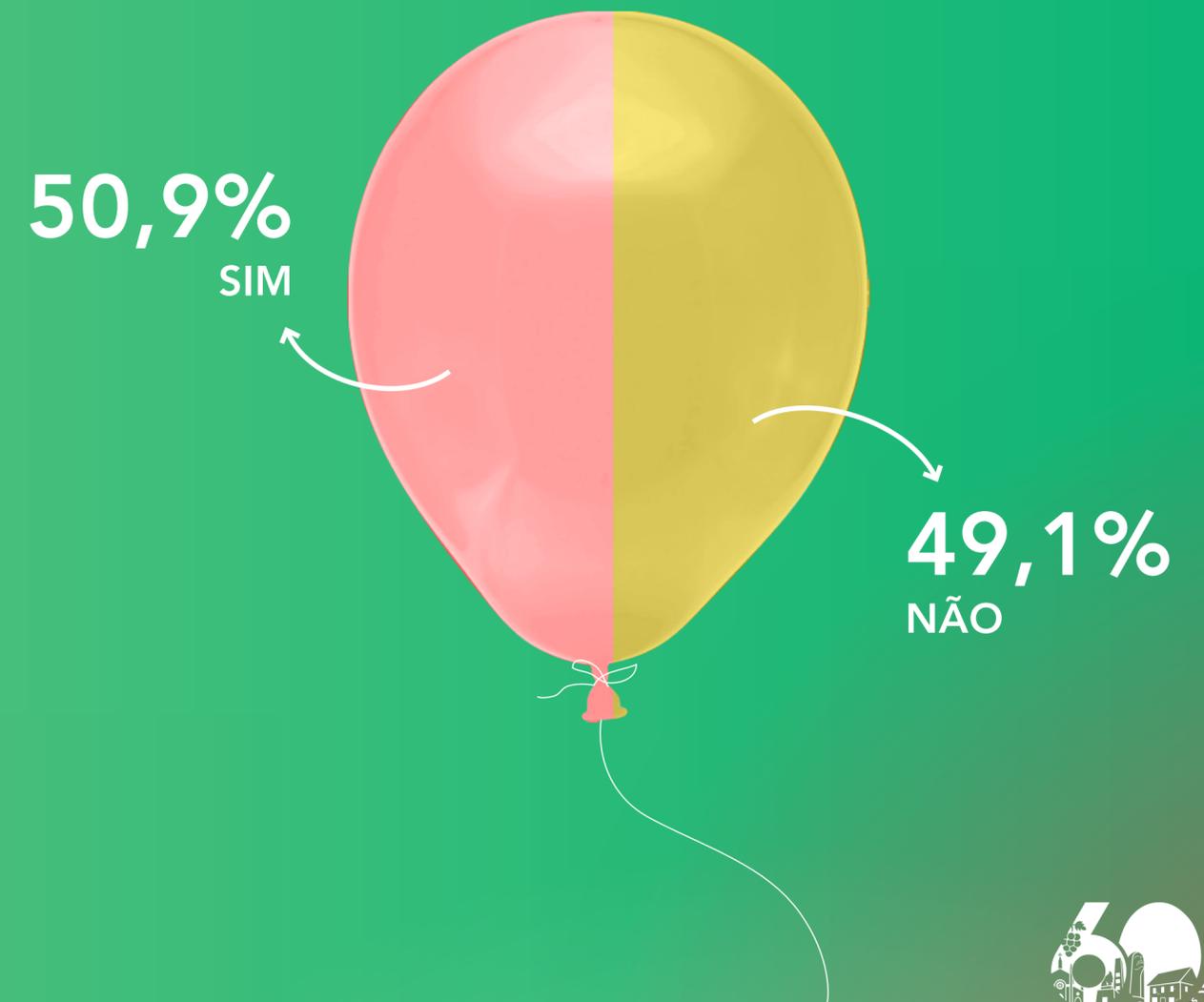
| | |
|--|-------|
| NECESSIDADE DE CORTAR GASTOS | 43,6% |
| PRODUTOS MAIS CAROS E NÃO QUEREM GASTAR UM VALOR MAIOR | 30,8% |
| MENOS CRIANÇAS PARA PRESENTEAR | 15,4% |
| DESEMPREGADO OU REDUÇÃO NA RENDA | 10,3% |

PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU GASTAR MENOS NA QUESTÃO ANTERIOR

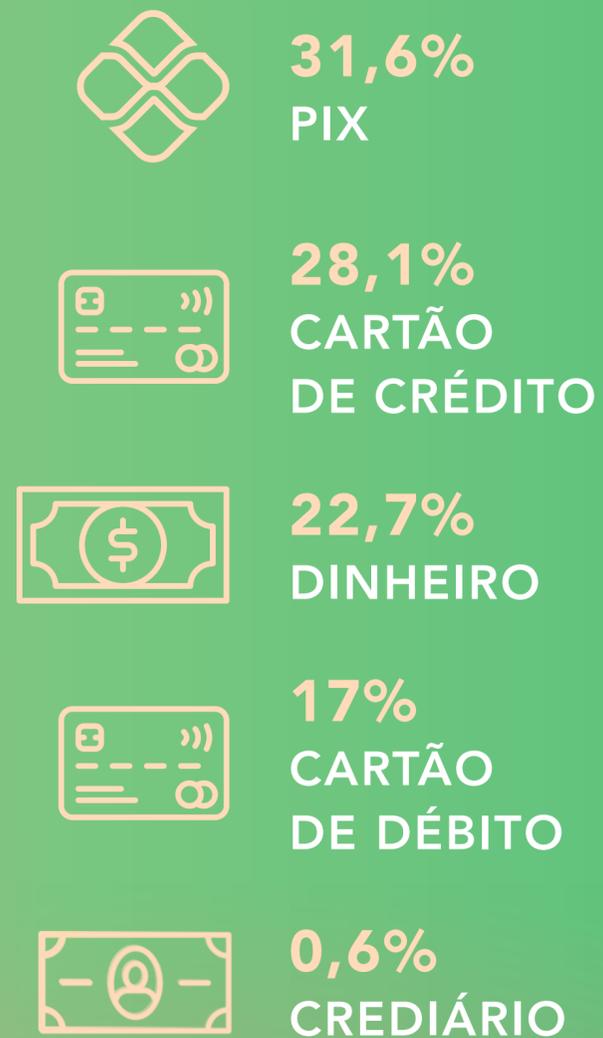
QUEM VAI RECEBER O PRESENTE?

| | |
|--------------|-------|
| FILHO | 49,6% |
| SOBRINHO | 17,5% |
| AFILHADO | 14,0% |
| NETO | 12,6% |
| IRMÃ / IRMÃO | 3,7% |
| OUTROS | 2,6% |

VOCÊ COMPRA O QUE O PRESENTEADO PEDE?



MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

PERGUNTA FEITA PARA QUEM
RESPONDEU CARTÃO DE CRÉDITO E CREDIÁRIO

| | |
|--------|-------|
| 1 | 5,0% |
| 2 | 33,7% |
| 3 | 32,6% |
| 4 | 9,8% |
| 5 | 8,9% |
| 6 OU + | 10% |

PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

| | |
|--|--------------|
| COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUA DO CENTRO | 42,3% |
| COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE SHOPPING CENTERS | 17% |
| COMÉRCIO VIRTUAL LOJAS DE OUTRAS CIDADES | 15,9% |
| COMÉRCIO VIRTUAL LOJAS LOCAIS | 12,1% |
| COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUAS NOS BAIRROS | 10,6% |
| COMÉRCIO LOCAL SUPERMERCADOS | 1,2% |
| COMÉRCIO LOJAS DE OUTRAS CIDADES | 0,6% |
| OUTROS | 0,3% |

PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



| | |
|-------|-----------------|
| 48% | SEGUNDA A SEXTA |
| 38,1% | SÁBADO |
| 13,9% | DOMINGO |

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



| | |
|-------|-------|
| 35,4% | MANHÃ |
| 40,8% | TARDE |
| 23,8% | NOITE |

QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



