EBOOK DE

# Dia das Crianças

2026

CDL
Caxias do Sul

A intenção de consumo para o Dia das Crianças em Caxias do Sul apresenta um cenário positivo para o comércio local, com **54,8% dos consumidores entrevistados planejando comprar para a data. O ticket médio projetado é de R$ 317, representando um crescimento de 3,6% em relação ao ano anterior.** A pesquisa também aponta os brinquedos como principal escolha para presentear e destaca o interesse dos consumidores em transformar a data em uma experiência, com **67,6% planejando realizar alguma atividade especial além da entrega do presente.**

O levantamento ainda revela um consumidor mais planejado, com a maioria antecipando as compras e priorizando as lojas de rua do Centro. Na escolha do estabelecimento, preço, promoções e condições de pagamento aparecem como os principais fatores, seguidos pelo atendimento e pela qualidade e diversidade dos produtos. Nesse cenário, ações promocionais, variedade, bom atendimento e estratégias que valorizem a experiência podem contribuir para impulsionar as vendas e fortalecer os resultados da data.

| | |
|---|---|
| Amostra | 593 |
| Nível de Confiança | 95% |
| Dias da Pesquisa | 09/09/2026 à 11/09/2026 |
| Margem de erro | 5% |

# PERFIL DOS RESPONDENTES

## GÊNERO

| | |
|---|---|
| FEMININO | 59,5% |
| MASCULINO | 40,5% |

## IDADE

| | |
|---|---|
| 16 A 29 | 14,8% |
| 30 A 39 | 27,5% |
| 40 A 49 | 24,7% |
| 50 A 59 | 14,8% |
| 60 A 69 | 15,6% |
| 70 OU MAIS | 2,6% |

## ESCOLARIDADE

| | |
|---|---|
| FUNDAMENTAL INCOMPLETO | 4,1% |
| FUNDAMENTAL COMPLETO | 7,7% |
| MÉDIO INCOMPLETO | 14,8% |
| MÉDIO COMPLETO | 49,2% |
| SUPERIOR INCOMPLETO | 13,8% |
| SUPERIOR COMPLETO | 8,9% |
| PÓS-GRADUADO INCOMPLETO | 0,5% |
| PÓS-GRADUADO COMPLETO | 1,0% |

## ESTADO CIVIL

| | |
|---|---|
| CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL | 59,2% |
| SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A) | 40,8% |

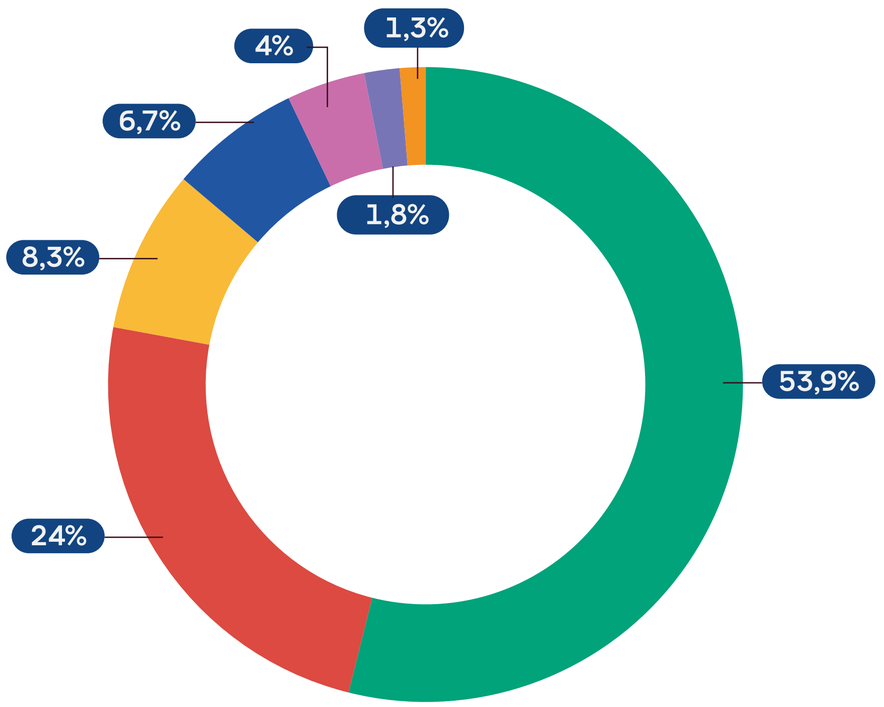
## SITUAÇÃO PROFISSIONAL

| | |
|---|---|
| FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA | 40,8% |
| PROFISSIONAL LIBERAL | 14,8% |
| DO LAR | 11,2% |
| APOSENTADO/PENSIONISTA | 10,7% |
| FUNCIONÁRIO PÚBLICO | 8,2% |
| SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA | 5,9% |
| NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO | 5,8% |
| ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO | 2,6% |

## POSSUI FILHOS?

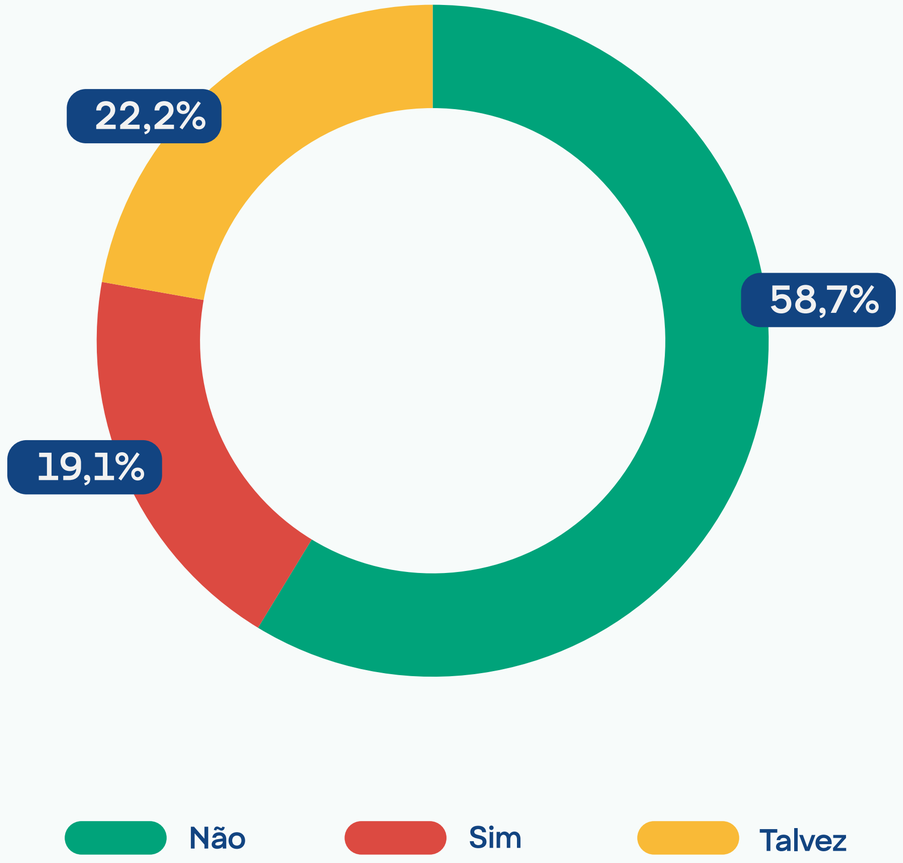
| | |
|---|---|
| NÃO | 24,2% |
| UM | 49,5% |
| DOIS | 20,4% |
| TRÊS | 2,8% |
| QUATRO OU MAIS | 3,1% |

# O que te ajuda a lembrar que o Dia das Crianças está chegando?

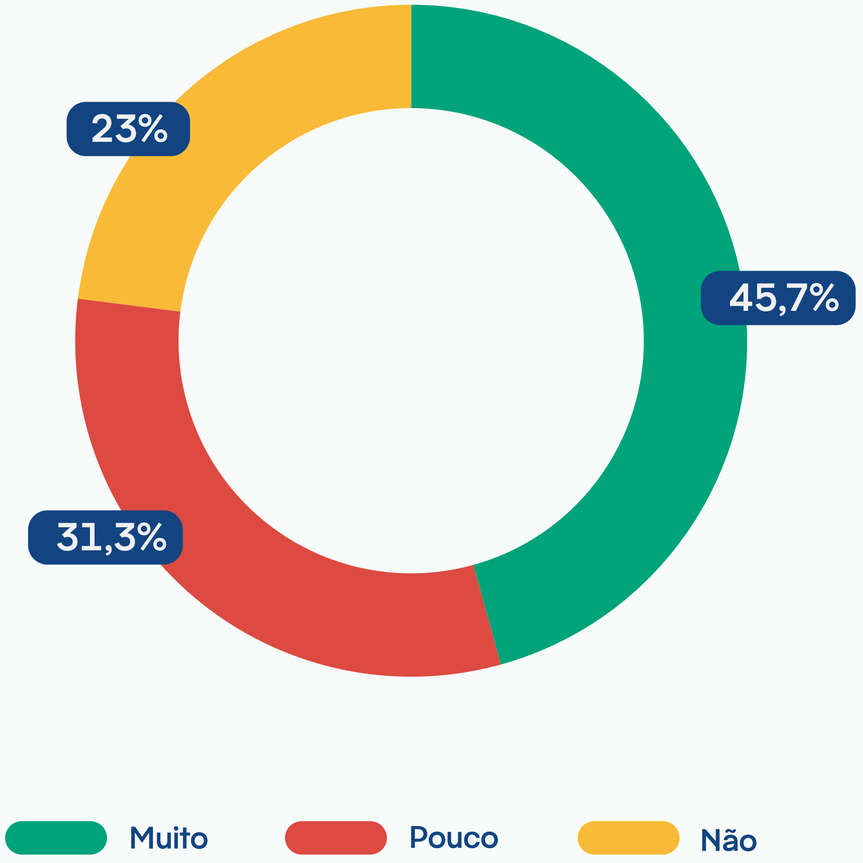



- Época do ano
- Pedido das Crianças
- Pessoas comentando sobre a data
- Anúncios online
- Promoções específicas
- Lojas decoradas
- Anúncios em revistas, jornais, outdoors e rádio

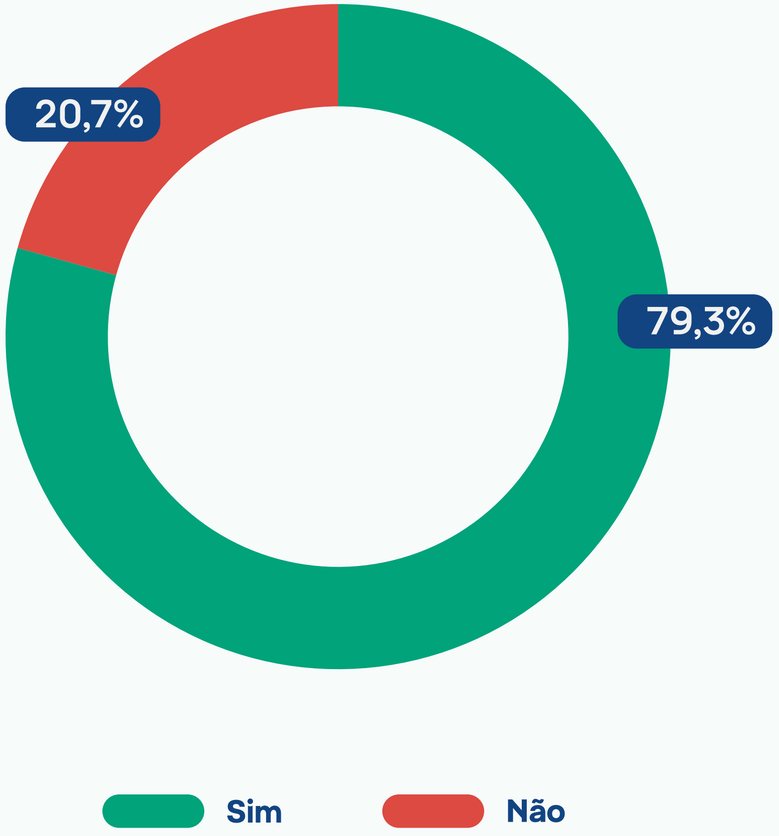
## Você lembra de ter visto lojas com decoração para o dia das crianças?




## Lojas decoradas aumentam a sua vontade de entrar e conferir as opções de presentes?



## As crianças falam sobre os presentes que viram em propagandas?



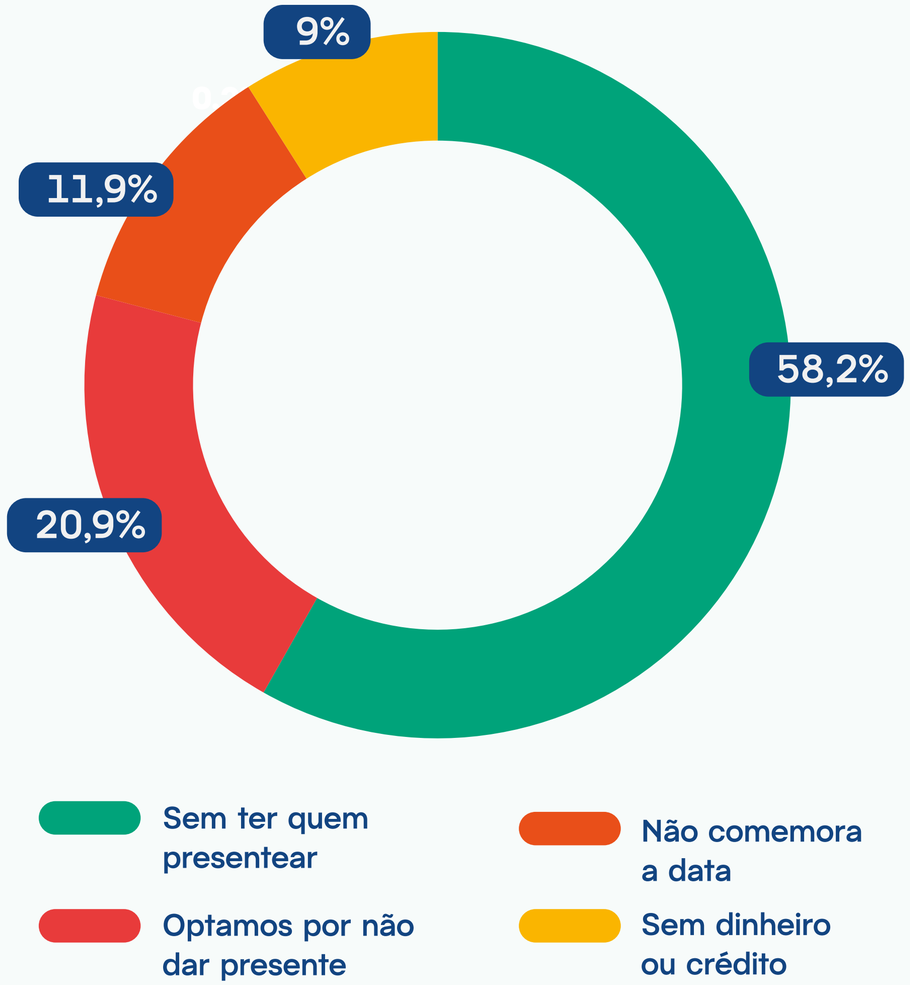

## Quais as fontes dessas informações?

| | |
|---|---|
| 29,3% | Colegas na Escola |
| 23,8% | Youtube |
| 19,1% | TikTok |
| 14,3% | TV |
| 4,2% | Instagram |
| 3,9% | Lojas/Shoppings |
| 3,4% | Facebook |
| 2,0% | Não lembra ou não sabe |

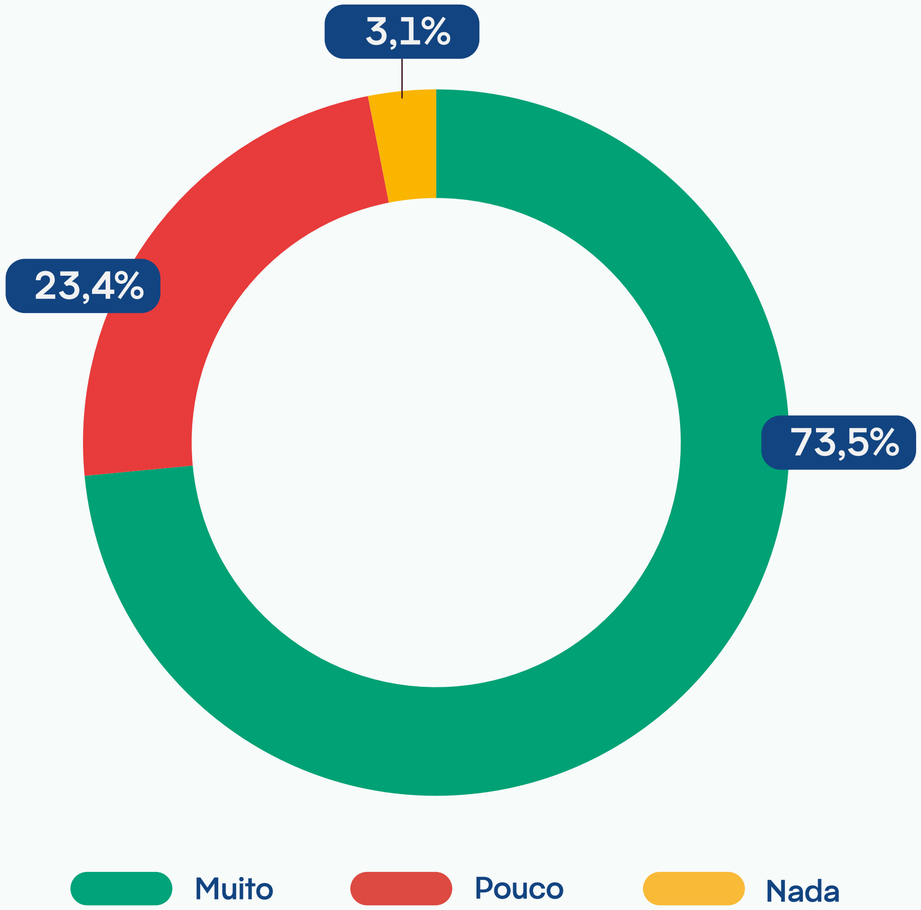
## Você pretende fazer compras para o dia das crianças?

| | 2026 | 2025 |
|---|---|---|
| Sim | 54,8% | 57,1% |
| Não | 33,9% | 34,6% |
| Talvez | 11,3% | 8,3% |

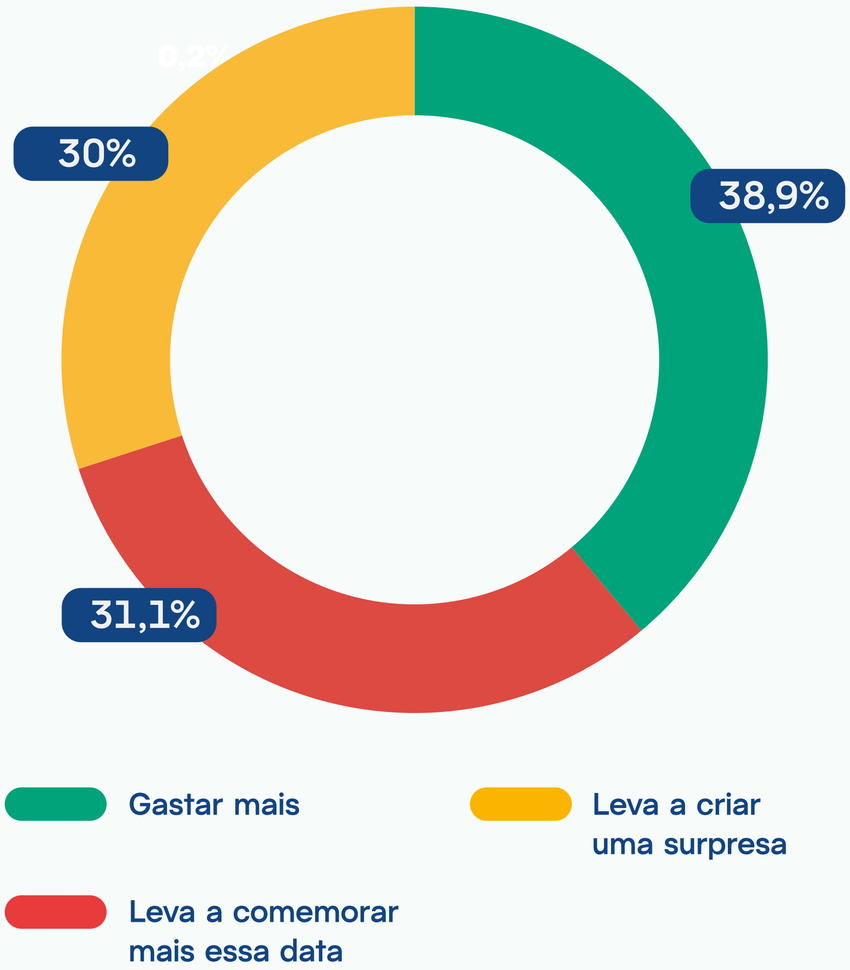
## Por que não vai comprar?



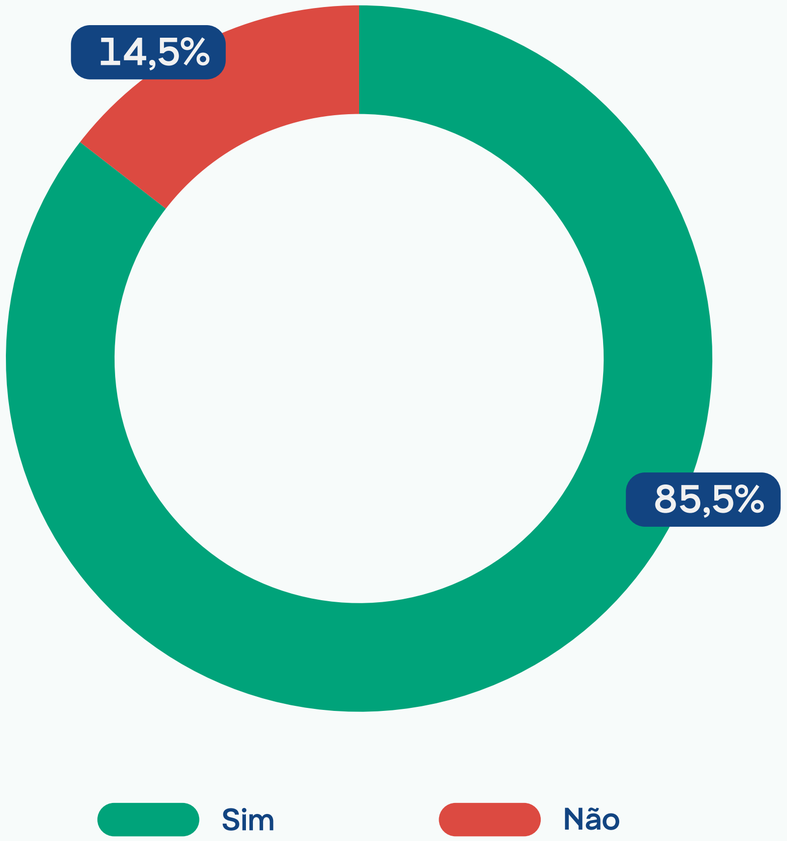
## Sentimentos de amor influenciam na hora da compra?




## Você diria que essa influência leva a:



## Você pesquisa produtos e preços antes de comprar?



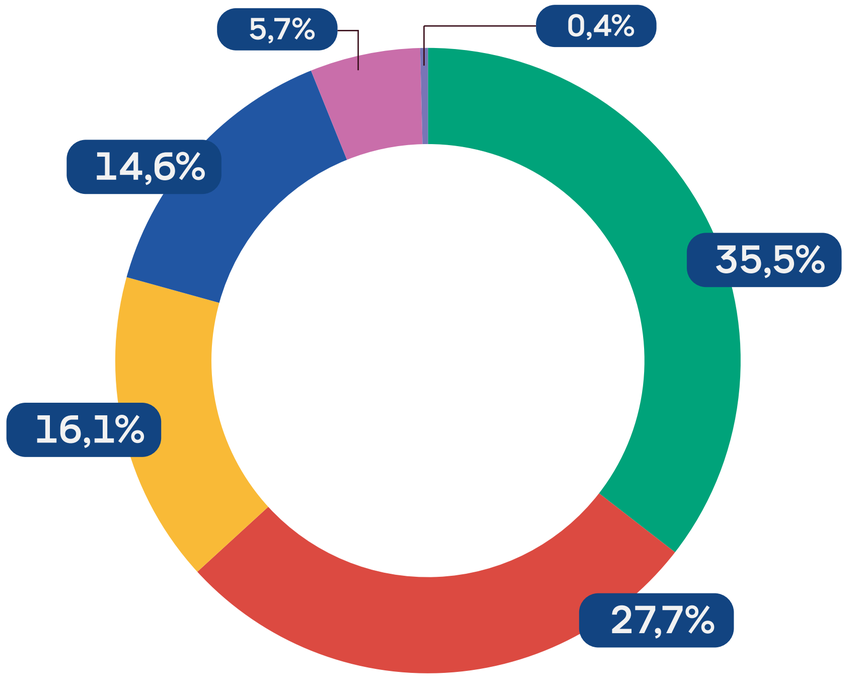

## Com que antecedência você pretende comprar os presentes?

| | |
|---|---|
| Já comprou | 9,2% |
| Cerca de 15 dias antes | 34,9% |
| Uma semana antes | 43,6% |
| Na véspera ou no dia | 12,3% |

# Que canais você utiliza para pesquisar ou receber informações?

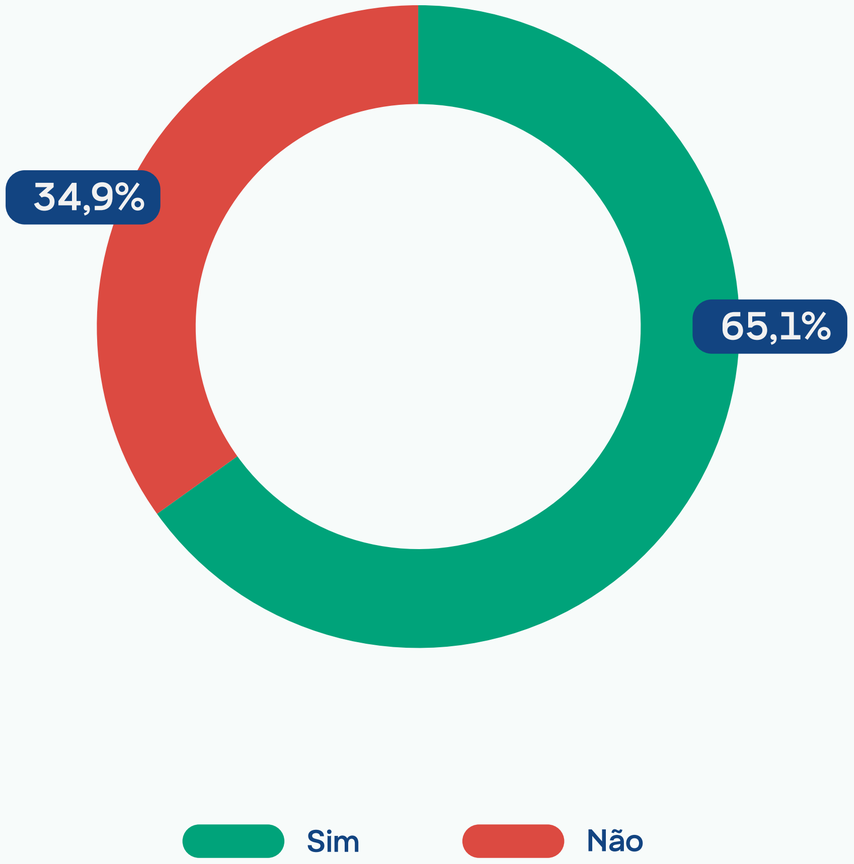
| | |
|---|---|
| Direto nas lojas | 32,3% |
| Sites das lojas | 23,3% |
| Sites de busca | 22,4% |
| Instagram | 8,0% |
| Cartazes e folhetos | 4,2% |
| Facebook | 4,1% |
| WhatsApp | 2,7% |
| TV e Rádio | 2,0% |
| Outros | 1,0% |

# Na hora de pensar no presente, as pessoas constumam...




- Priorizar o que a criança está precisando
- Priorizar o que a criança quer ganhar
- Escolher uma surpresa/novidade, algo que a criança não espera
- Focar em produtos com preço bom/em promoção
- Priorizar a escolha de um produto educativo
- Outros

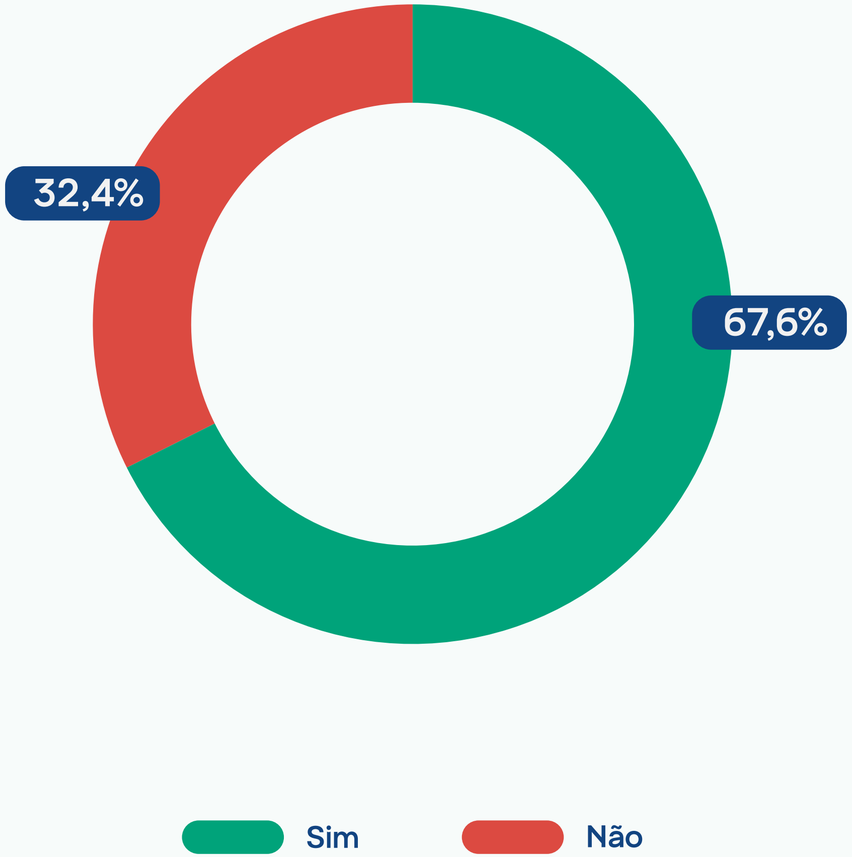
## As pessoas sabem o que vão comprar?




## Qual presente vai comprar?

| | |
|---|---|
| Brinquedos | **50,5%** |
| Vestuário e calçados | **38,7%** |
| Eletroeletrônicos e Games | **9,5%** |
| Produto de higiene pessoal | **1,3%** |

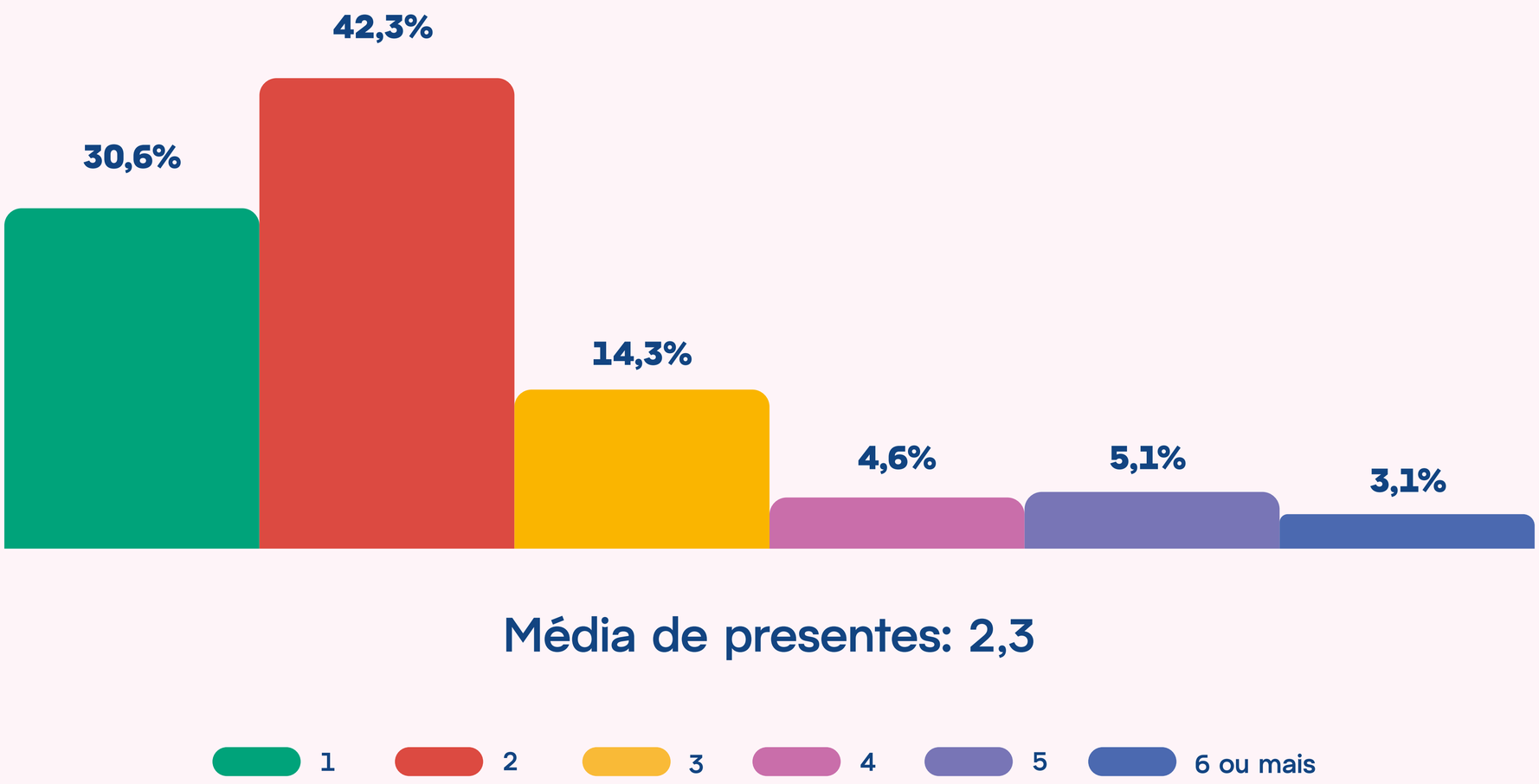
## Vai fazer algo diferente além do presente?




## O que?

| | |
|---|---|
| Almoço especial em casa | **40,6%** |
| Passeio/Novas experiências | **39,4%** |
| Almoço em restaurante | **14,5%** |
| Cinema | **4,9%** |
| Viagem | **0,6%** |

## Quantos produtos pretende comprar?




## Média de presentes: 2,3

# INVESTIMENTO

TICKET MÉDIO
**R$ 317,63**

## Faixa de valores

| | |
|---|---|
| MENOS DE R$100 | 14,8% |
| ENTRE R$ 101 E R$150 | 10,7% |
| ENTRE R$ 151 E R$200 | 19,1% |
| ENTRE R$ 201 E R$300 | 24,0% |
| ENTRE R$ 301 E R$400 | 12,8% |
| ENTRE R$ 401 E R$500 | 8,9% |
| MAIS DE R$501 | 9,7% |

## Comparando com o ano anterior as pessoas vão gastar?

| | |
|---|---|
| MAIS | 33,9% |
| MESMO VALOR | 47,7% |
| MENOS | 18,4% |

## Quais os motivos que levam a gastar mais?

| | |
|---|---|
| O(s) produto(s) que quer comprar estão mais caros | **44,1%** |
| Comprar um presente melhor | **25,7%** |
| Comprar mais quantidade de presentes | **11,8%** |
| Melhoria de renda/salário | **9,6%** |
| Mais crianças para presentear | **8,8%** |

Para os 33,9% que disseram gastar mais

## Quais os motivos que levam a gastar menos?

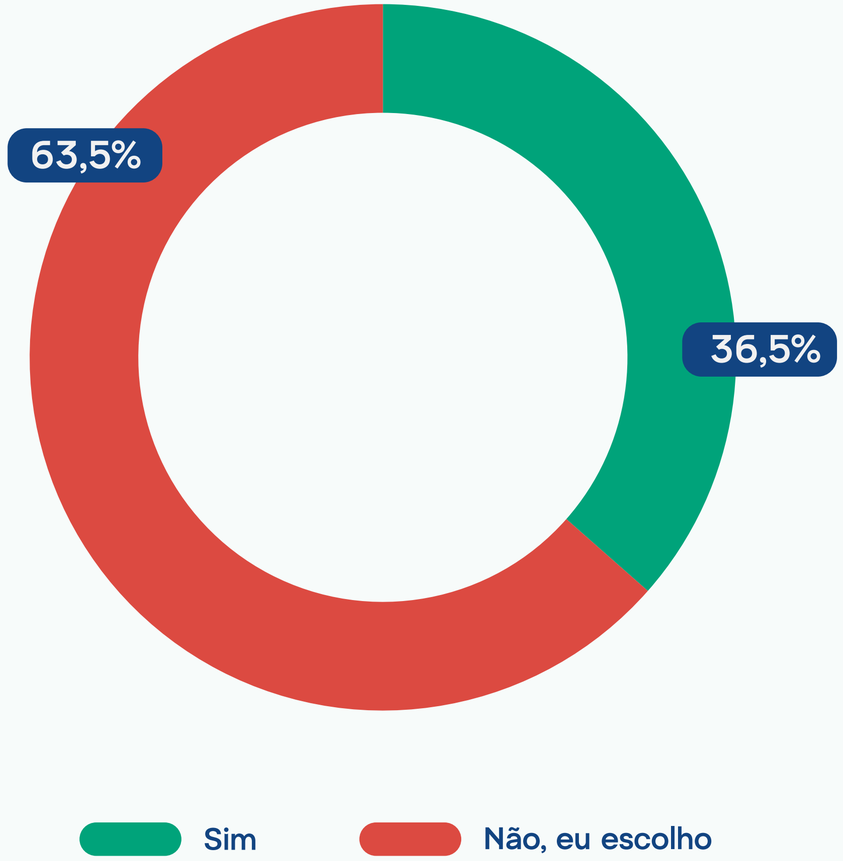
| | |
|---|---|
| Necessidade de cortar gastos | **64,9%** |
| Desemprego ou redução na renda | **13,5%** |
| O(s) produto(s) estão mais caros, e não quer gastar um valor maior | **12,1%** |
| Menos crianças para presentear | **9,5%** |

Para os 18,4% que disseram gastar menos

## Para quem vai comprar os presentes?

| | |
|---|---|
| 46,1% | Filhos |
| 15,7% | Sobrinhos |
| 14,5% | Netos |
| 13,2% | Afilhados |
| 6,5% | Outros |
| 4,0% | Irmã/Irmão(s) |

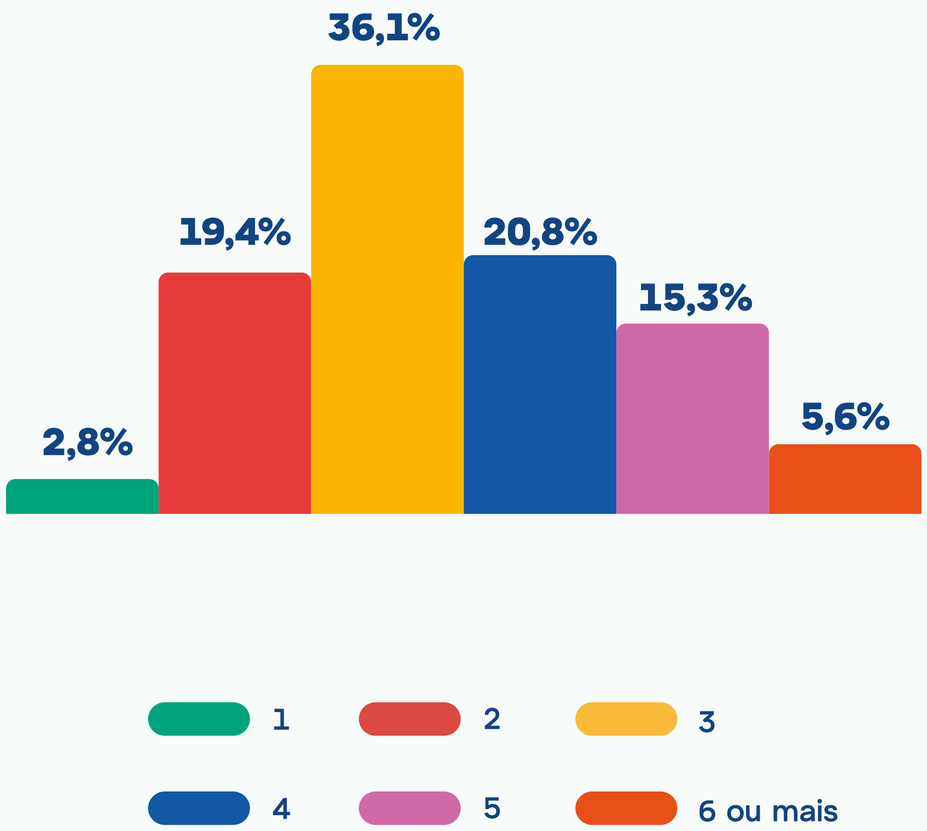
## Você compra o que o presenteado pede?



## Qual o meio de pagamento?

| | |
|---|---|
| 46,9% | PIX |
| 22,4% | Cartão de crédito |
| 12,3% | Dinheiro |
| 12,2% | Cartão de débito |
| 4,3% | PIX parcelado |
| 1,9% | Crediário |

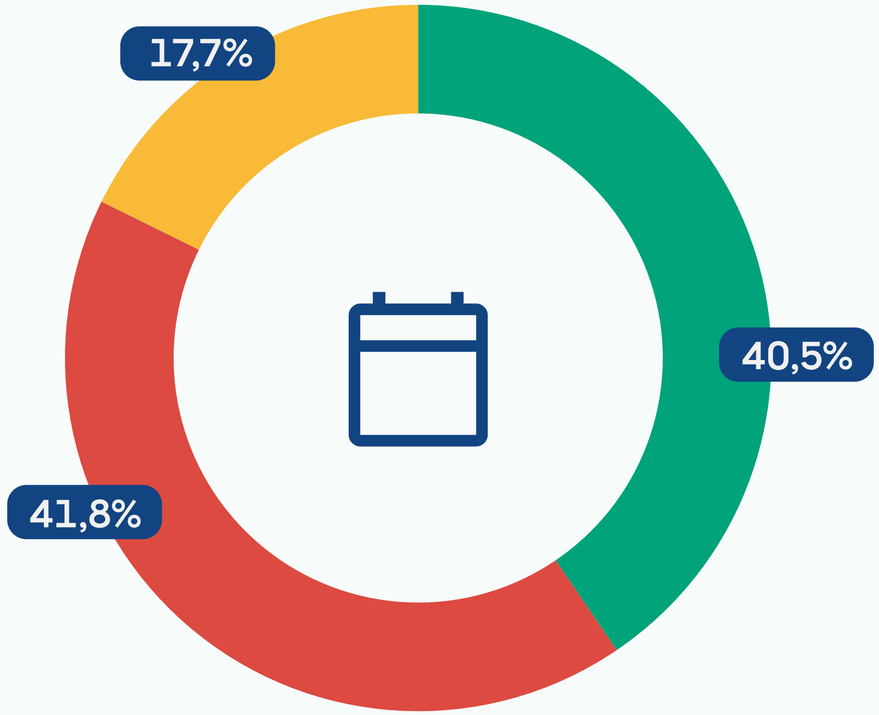
## Quantas parcelas?



## Preferência de local para fazer as compras?

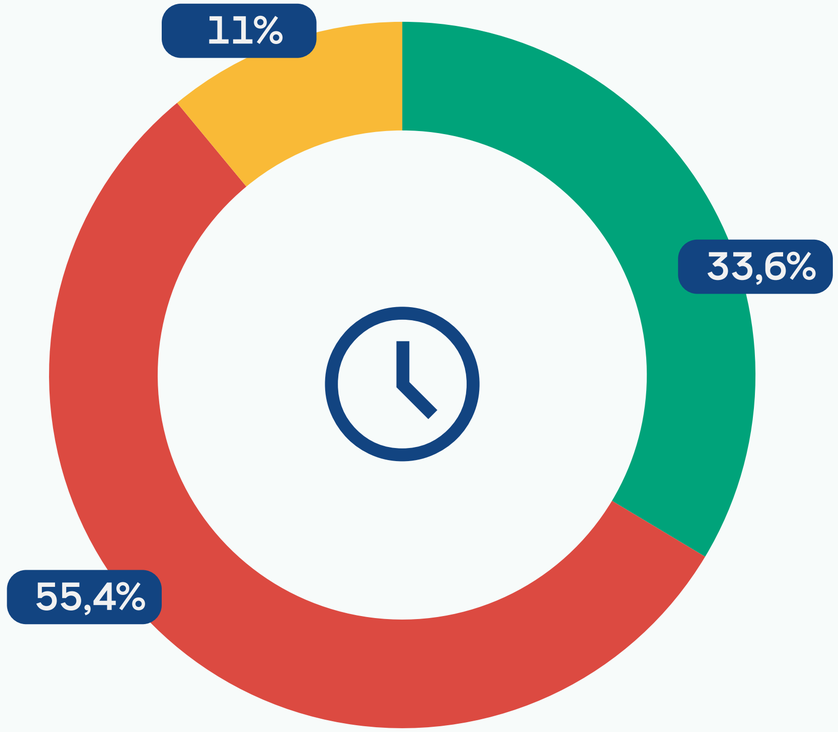
| | |
|---|---|
| Comércio local – lojas de rua do centro | **48,7%** |
| Comércio virtual – local | **18,3%** |
| Comércio local – lojas de shopping centers | **13,8%** |
| Comércio virtual – outras cidades | **10,4%** |
| Comércio local – lojas de ruas nos bairros | **4,9%** |
| Comércio local - supermercados | **2,3%** |
| Outros | **1,6%** |

## Preferência de dia da semana para compras




Entre segunda e sexta · Sábado · Domingo

## Preferência pelo horário para compras




De manhã · À tarde · À noite

## Qual motivo poderia fazer você mudar sua preferência de compra online para a loja física?

| | |
|---|---|
| Pagamento (Preço, Promoções e Condições de pagamento) | **25,9%** |
| Atendimento (Atenção, Explicaçãos sobre os produtos e Ajuda para escolher os produtos) | **20,2%** |
| Produto (Qualidade, Diversidade e Produtos diferenciados) | **15,2%** |
| Digital (E-commerce, Atendimento e Entrega a Domicílio) | **13,6%** |
| Local (Estacionamento, Segurança e Fácil acesso) | **12,8%** |
| Transparência (Identificação clara dos preços) | **9,8%** |
| Ambientação e decoração | **1,9%** |
| Propaganda e Divulgação | **0,6%** |

CDL
Caxias do Sul