



# PESQUISA DE PÁSCOA CDL CAXIAS 2025

A data mais doce do comércio se aproxima, com a expectativa de que os consumidores aumentem, em média, 12,6% seus investimentos em presentes de Páscoa, em relação ao ano passado, totalizando cerca de R\$ 239,31 em compras por cliente.

A pesquisa revela que 51,7% dos moradores planejam ir às compras, enquanto 39,2% não têm essa intenção e 9,1% permanecem indecisos.

Quanto aos produtos, 90,3% dos entrevistados já sabem o que comprarão: 90,1% escolherão chocolates, seguidos por 4,2% que optarão por brinquedos, 4,1% por roupas ou calçados e 1,3% que preferirão dinheiro ou vale-presente.

A pesquisa foi realizada com 605 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 23 e 28 de março 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

FEMININO	59%
MASCULINO	41%

## POSSUI FILHOS?

NÃO	25,5%
1	31,6%
2	27,4%
3	10,7%
4+	4,8%

## ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	61,2%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	38,8%

## IDADE

16-29	16%
30-39	21%
40-49	22,1%
50-59	21,8%
60-69	14,1%
70+	5%

## ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	5,1%
FUNDAMENTAL COMPLETO	7,7%
MÉDIO INCOMPLETO	13,2%
MÉDIO COMPLETO	37,8%
SUPERIOR INCOMPLETO	18,9%
SUPERIOR COMPLETO	12,8%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	1,3%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	3,2%

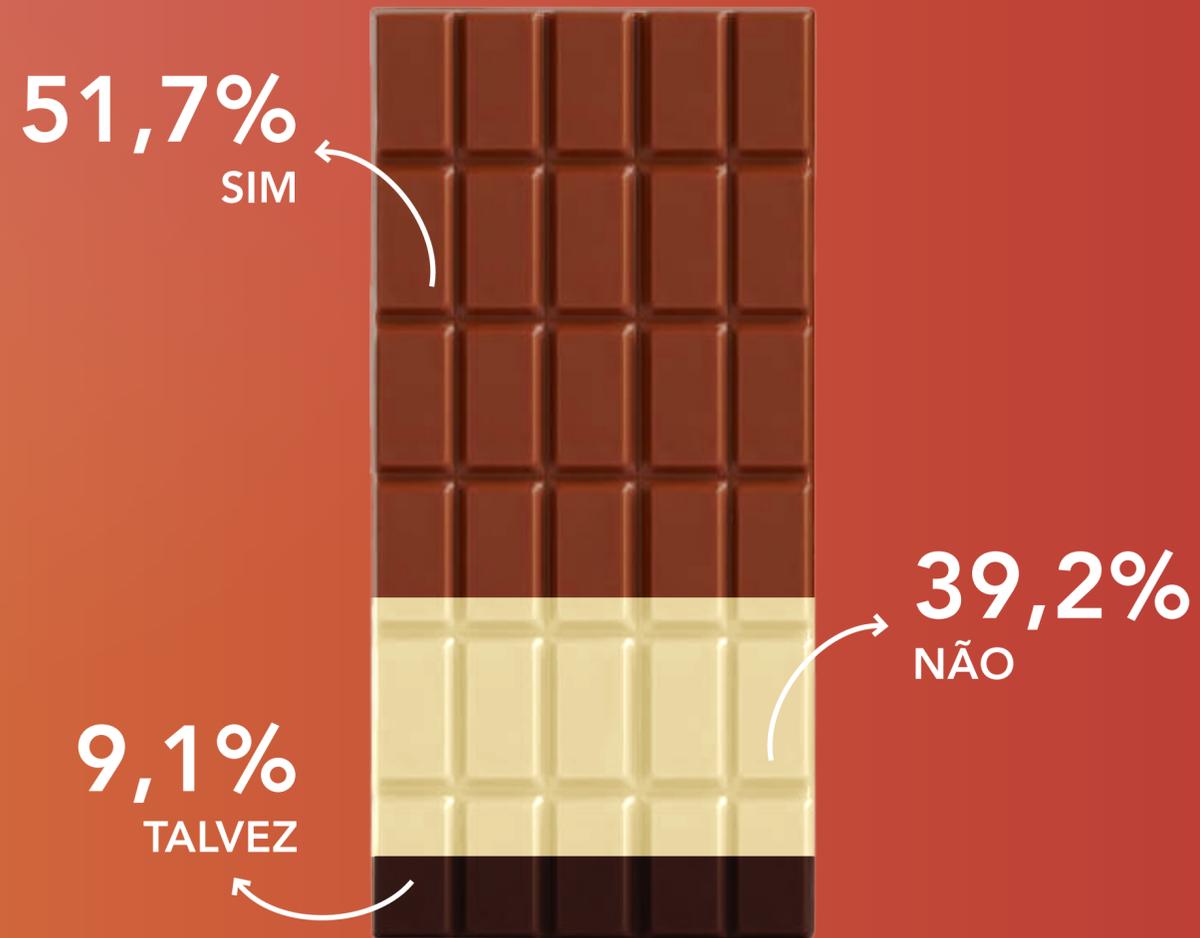
## SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	40,3%
APOSENTADO/PENSIONISTA	22,7%
PROFISSIONAL LIBERAL	13,8%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	7,9%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	5,6%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	5,6%
DO LAR	2,3%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	1,8%

# O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE É PÁSCOA?



# VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA A PÁSCOA?



2024	50,9% SIM	43,8% NÃO	5,3% TALVEZ
------	-----------	-----------	-------------

## POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NA PÁSCOA?



MESMO QUE TENHA RESPONDIDO NÃO QUERER COMPRAR\*

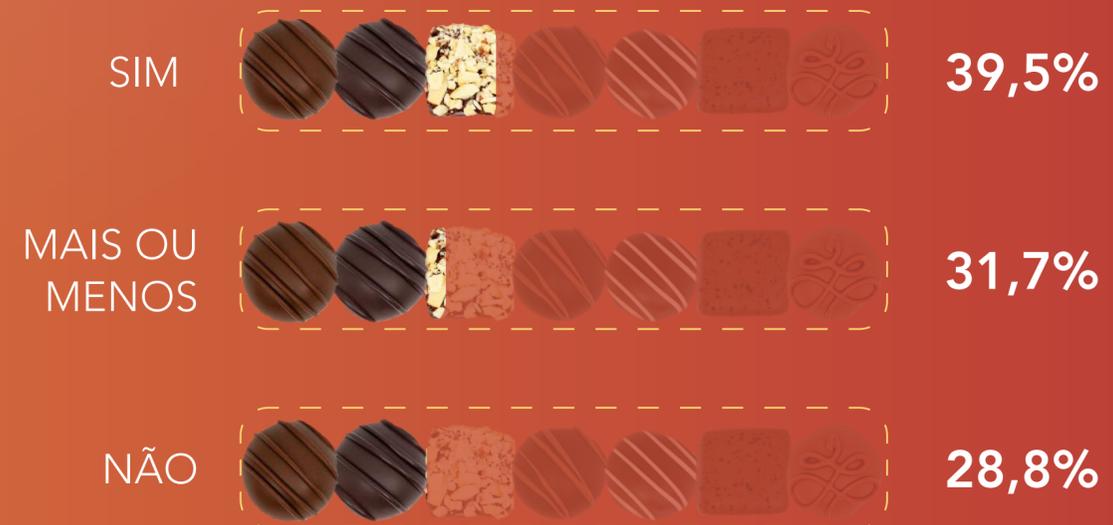
## SE ALGO FOSSE FEITO PELOS LOJISTAS, O QUE O MOTIVARIA A TALVEZ COMPRAR?

REALMENTE NÃO PRETENDE COMPRAR	69,4%
PROMOÇÕES E DESCONTOS	24,3%
FACILIDADE DE NEGOCIAÇÃO	3,5%
ATENDIMENTO	1,6%
FACILIDADE DE PAGAMENTO	1,2%

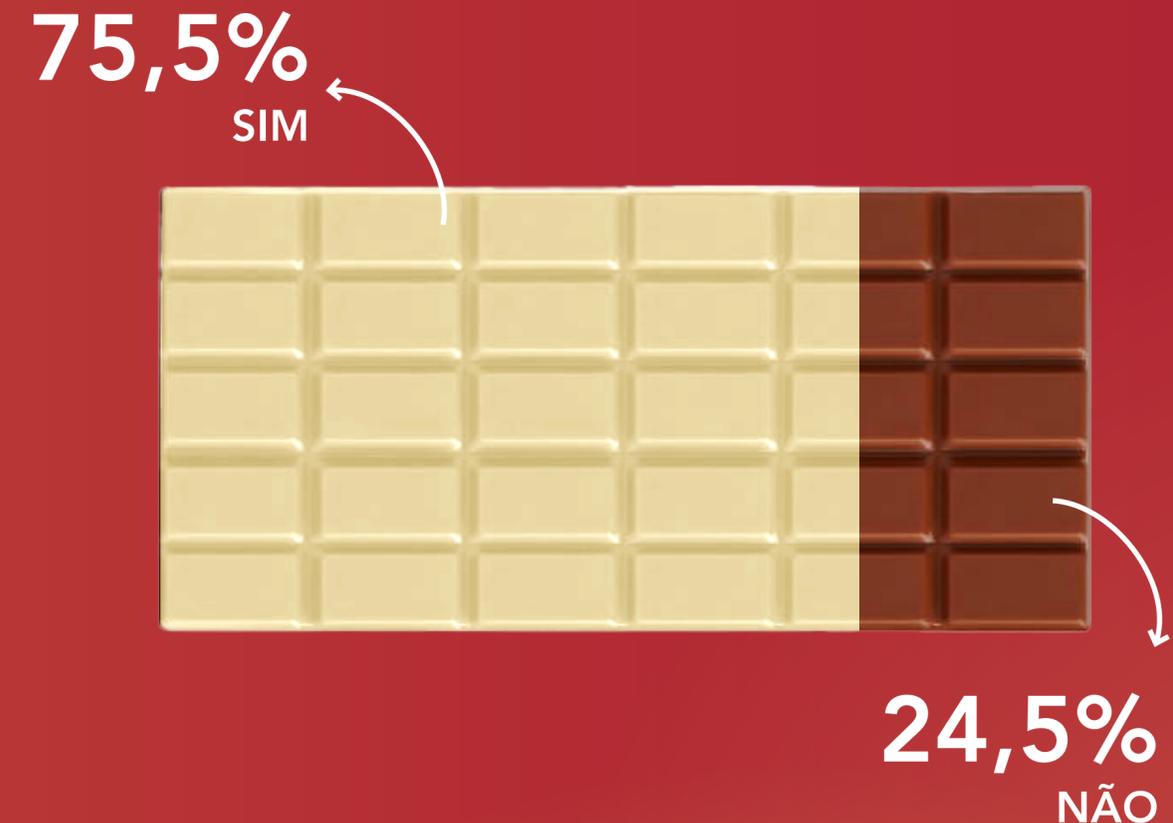
\*PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU NÃO QUERER COMPRAR, NA QUESTÃO ANTERIOR

# CLIMA DE PÁSCOA

NA SUA OPINIÃO A  
NOSSA CIDADE JÁ ENTROU  
NO CLIMA DE PÁSCOA?



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



# PESQUISA DE PRODUTOS E PREÇOS

VOCÊ PESQUISA PREÇOS E PRODUTOS ANTES DA COMPRA?

81,4%  
SIM



18,6%  
NÃO

COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?



# QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS  
LOJAS

51,6%



REDES  
SOCIAIS

14,8%



CARTAZES  
E FOLHETOS

11,9%



SITES DE  
BUSCA

7,2%



SITES DAS  
LOJAS

6,4%



APP DA EMPRESA  
VENDEDORA

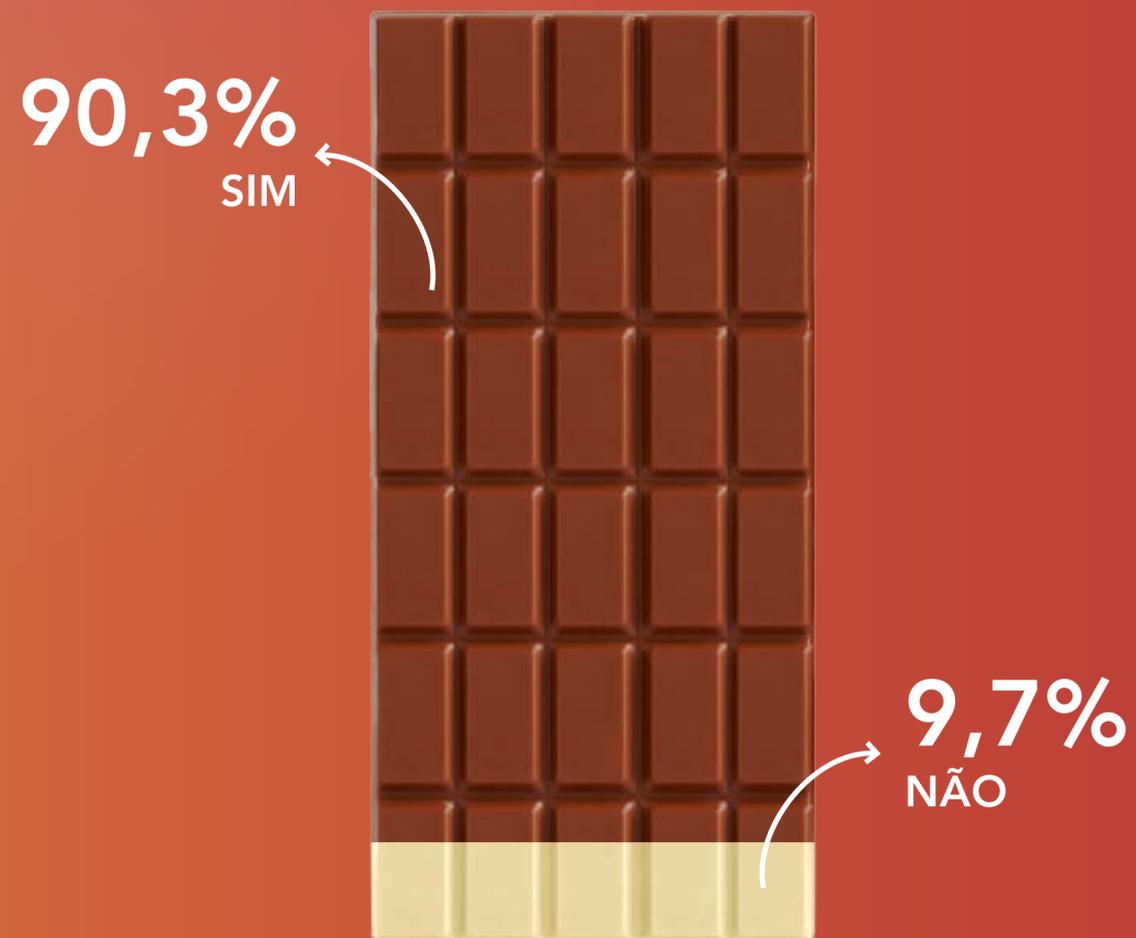
5,4%



RÁDIO  
E TV

2,7%

# JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



	CHOCOLATE	90,1%
	BRINQUEDOS	4,2%
	ROUPAS/CALÇADOS	4,1%
	DINHEIRO OU VALE-PRESENTE	1,3%
	OUTROS	0,3%

# DECISÃO DE COMPRA

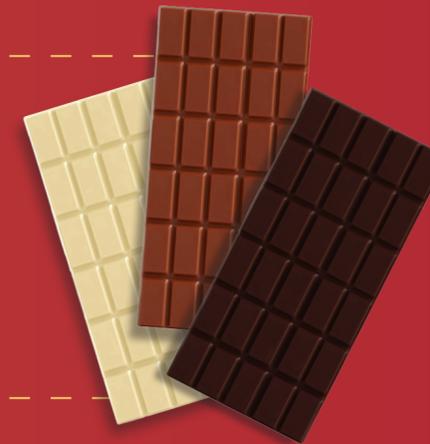
NO CASO DE COMPRAR CHOCOLATES,  
QUAL SERÁ O TIPO?

	OVOS DE CHOCOLATE	41,5%
	BOMBONS	22,6%
	BARRAS	14,4%
	CESTAS	12,8%
	COELHOS	6,5%
	OVOS DE COLHER, CHOCOLATE GOURMET, TRUFAS	2,2%

# QUANTIDADE DE PRESENTES

MÉDIA DE  
PRODUTOS

3



UM  
18,1%

DOIS  
29,1%

TRÊS  
20,2%

QUATRO  
13%

CINCO  
8,7%

SEIS OU +  
10,9%

# INVESTIMENTO

TICKET MÉDIO

R\$ 239,31

EM RELAÇÃO AO ANO  
PASSADO, ESSE VALOR É:



MAIOR  
64,8%



IGUAL  
20,9%



MENOR  
14,3%

# POR QUE GASTAR MAIS

PARA OS QUE INFORMARAM QUE PRETENDEM GASTAR MAIS,  
QUAIS OS MOTIVOS QUE O LEVAM A GASTAR MAIS?

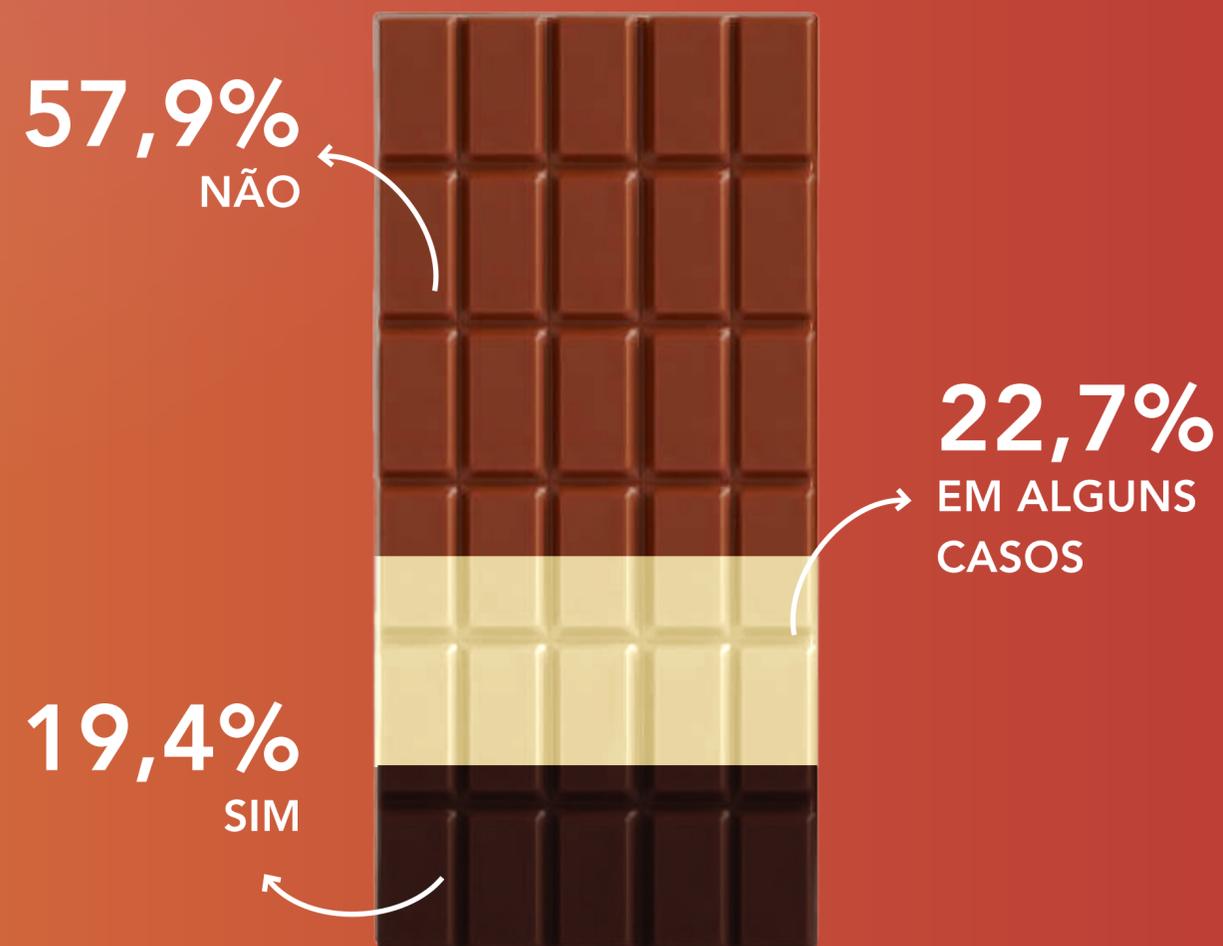
O(S) PRODUTO(S) QUE QUER COMPRAR ESTÃO MAIS CAROS	58,2%
COMPRAR MAIS QUANTIDADE DE PRESENTES	26,1%
COMPRAR UM PRESENTE MELHOR	10,7%
MAIS PESSOAS PARA PRESENTEAR	4,4%
MELHORIA DE RENDA/SALÁRIO	0,6%

# QUEM VAI RECEBER O PRESENTE?

FILHOS / ENTEADOS	37,9%
NETOS	16%
CÔNJUGE / NAMORADO	14,8%
PAI / MÃE	8,1%
SOBRINHOS	6,8%
AFILIADOS	6%
PARA SI MESMO	1,9%
OUTROS	8,5%

# INFLUÊNCIA NO PRESENTE

VOCÊ COMPRA O QUE  
O PRESENTEADO PEDE?



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

MAIS QUANTIDADE DE PRESENTES	42,9%
PRESENTES MAIS CAROS	39,4%
PRESENTES DE PERSONAGENS	16,2%
PRODUTOS DIVULGADOS POR INFLUENCIADORES DIGITAIS	1,5%

# MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



**32,4%**  
DINHEIRO



**25,1%**  
PIX



**22,4%**  
CARTÃO  
DE DÉBITO



**19,6%**  
CARTÃO  
DE CRÉDITO



**0,5%**  
OUTROS

## QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

PERGUNTA FEITA PARA QUEM  
RESPONDEU CARTÃO DE CRÉDITO OU OUTROS

1	25,3%
2	32,9%
3	30,4%
4	8,9%
5	2,5%

# PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

COMÉRCIO LOCAL <b>LOJAS DE RUA DO CENTRO</b>	<b>39%</b>
COMÉRCIO LOCAL <b>SUPERMERCADOS</b>	<b>34,7%</b>
COMÉRCIO LOCAL <b>LOJAS DE SHOPPING CENTERS</b>	<b>10,1%</b>
COMÉRCIO LOCAL <b>LOJAS DE RUAS NOS BAIROS</b>	<b>9,9%</b>
COMÉRCIO LOCAL <b>FEIRAS OU DEPÓSITOS</b>	<b>4,2%</b>
<b>COMÉRCIO VIRTUAL</b>	<b>1,7%</b>
<b>OUTROS</b>	<b>0,4%</b>

## PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



<b>66,8%</b>	<b>SEGUNDA A SEXTA</b>
<b>29,5%</b>	<b>SÁBADO</b>
<b>3,7%</b>	<b>DOMINGO</b>

## HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



<b>45%</b>	<b>MANHÃ</b>
<b>47,5%</b>	<b>TARDE</b>
<b>7,5%</b>	<b>NOITE</b>

# QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



PRODUTO

29,5%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



PAGAMENTO

27,3%

Preços, promoções e condições de pagamento



ATENDIMENTO

21,9%

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



LOCAL

15,5%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



TRANSPARÊNCIA

2,9%

Identificação clara dos preços



DIGITAL

1,9%

Atendimento digital e entrega a domicílio



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

1%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes

