

The background of the entire page is a close-up photograph of two hands, one slightly larger than the other, gently holding each other. The hands are positioned in the center-right of the frame. The background behind the hands is a warm, golden sunset or sunrise over a body of water, with soft, glowing light rays. The overall color palette is warm, featuring shades of orange, yellow, and soft pink. The text is overlaid on the left side of the image.

1 dia dos Namorados

E-BOOK 2022

 **CDL**
Caxias do Sul
apoando seu negócio

PESQUISA DE DIA DOS NAMORADOS 2022

Que tal ficar por dentro da intenção de compra dos consumidores caxienses para o Dia dos Namorados?

Te convidamos para conferir mais uma edição da Pesquisa que realizamos com 609 moradores de diferentes pontos de Caxias do Sul.

Neste e-book iremos apresentar dados que projetam o ticket médio de compra para a data, as principais formas de pagamento escolhidas pelos consumidores, além da relação dos produtos que serão mais procurados para o Dia dos Namorados.

A pesquisa de intenção de compras da CDL Caxias do Sul foi realizada entre os dias 18 e 21 de maio. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	49,1%
MASCULINO	50,9%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	47,6%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	52,4%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2,0%
FUNDAMENTAL COMPLETO	5,1%
MÉDIO INCOMPLETO	13,8%
MÉDIO COMPLETO	35,8%
SUPERIOR INCOMPLETO	23,5%
SUPERIOR COMPLETO	16,9%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	0,3%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	2,6%

IDADE

16-29	40,1%
30-39	30,7%
40-49	15,6%
50-59	9,2%
60-69	4,1%
70+	0,3%

POSSUI FILHOS?

NÃO	56%
1	25,3%
2	13,3%
3	5,1%
4+	0,3%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	49,1%
PROFISSIONAL LIBERAL	14,6%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	12,5%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	9,0%
APOSENTADO/PENSIONISTA	5,4%
DO LAR	4,1%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	3,8%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	1,5%

O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE O DIA DOS NAMORADOS ESTÁ CHEGANDO?



ÉPOCA DO ANO

30,3%



PROMOÇÕES

17,8%



ANÚNCIOS ONLINE

15,9%



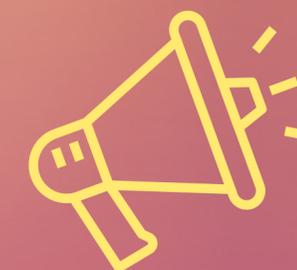
PESSOAS COMENTANDO

15,1%



LOJAS DECORADAS

13,3%



ANÚNCIOS EM REVISTAS, JORNAIS, OUTDOORS E RÁDIO

6,7%

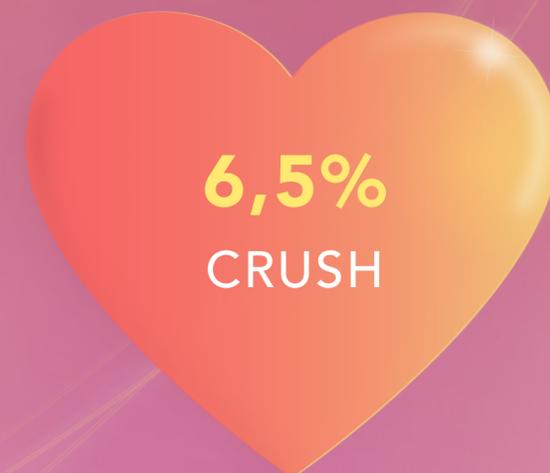


OUTROS

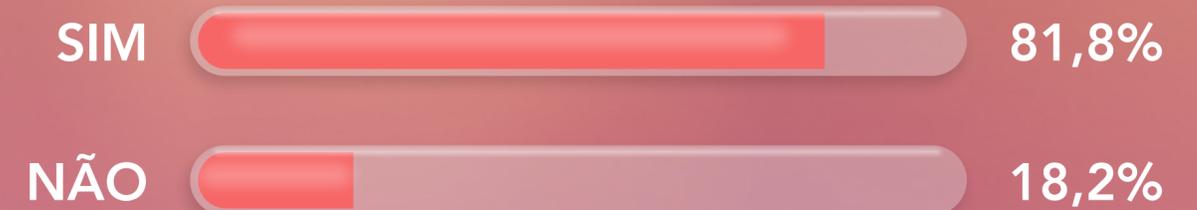
0,9%

RELACIONAMENTO

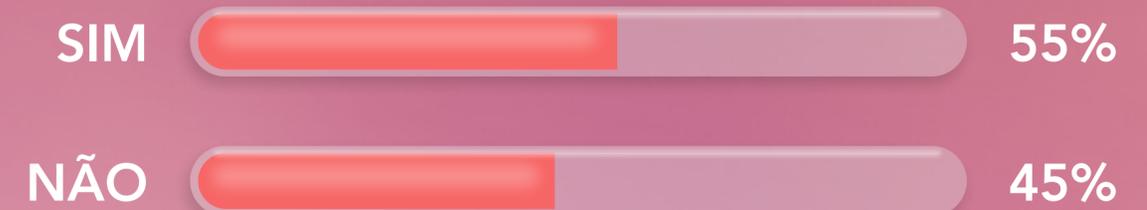
QUAL O SEU GRAU DE
RELACIONAMENTO?



VOCÊ SE
CONSIDERA UMA PESSOA
ROMÂNTICA?

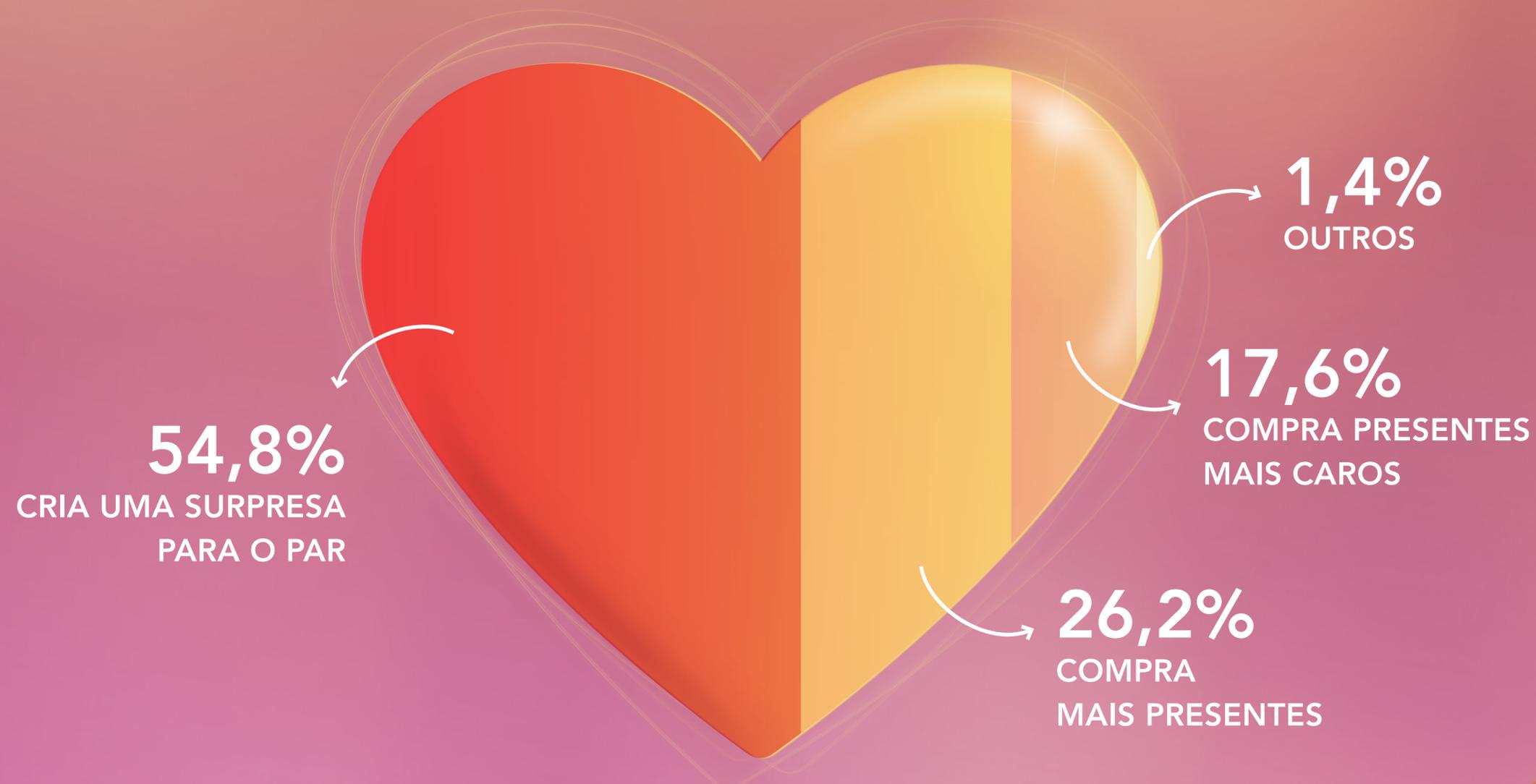


O ROMANTISMO INFLUENCIA
SUA COMPRA?



ROMANTISMO

CASO CONSIDERE-SE ROMÂNTICO, DE QUE FORMA
O ROMANTISMO INFLUENCIA SUA COMPRA?

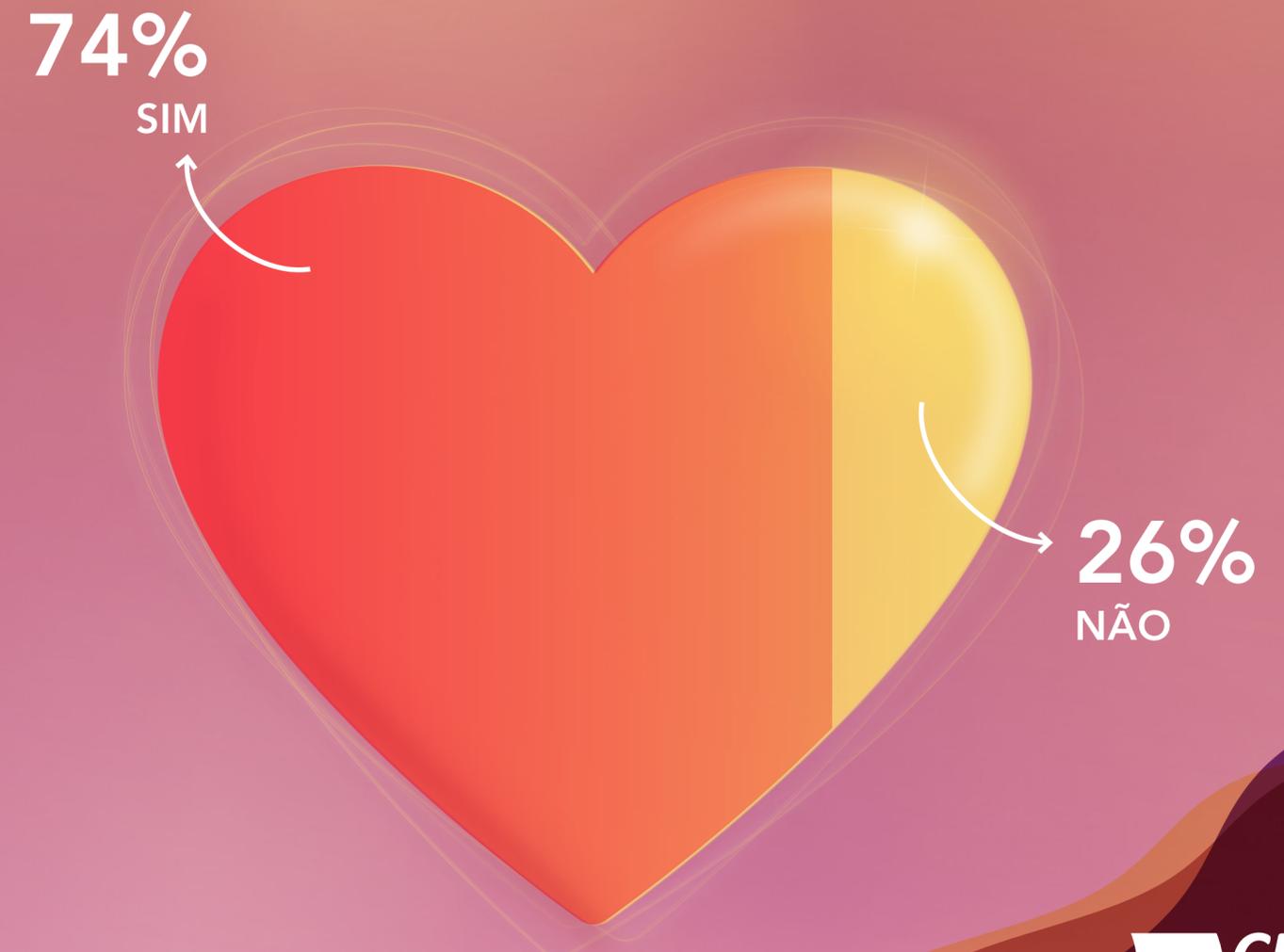


AMBIENTAÇÃO DA LOJA

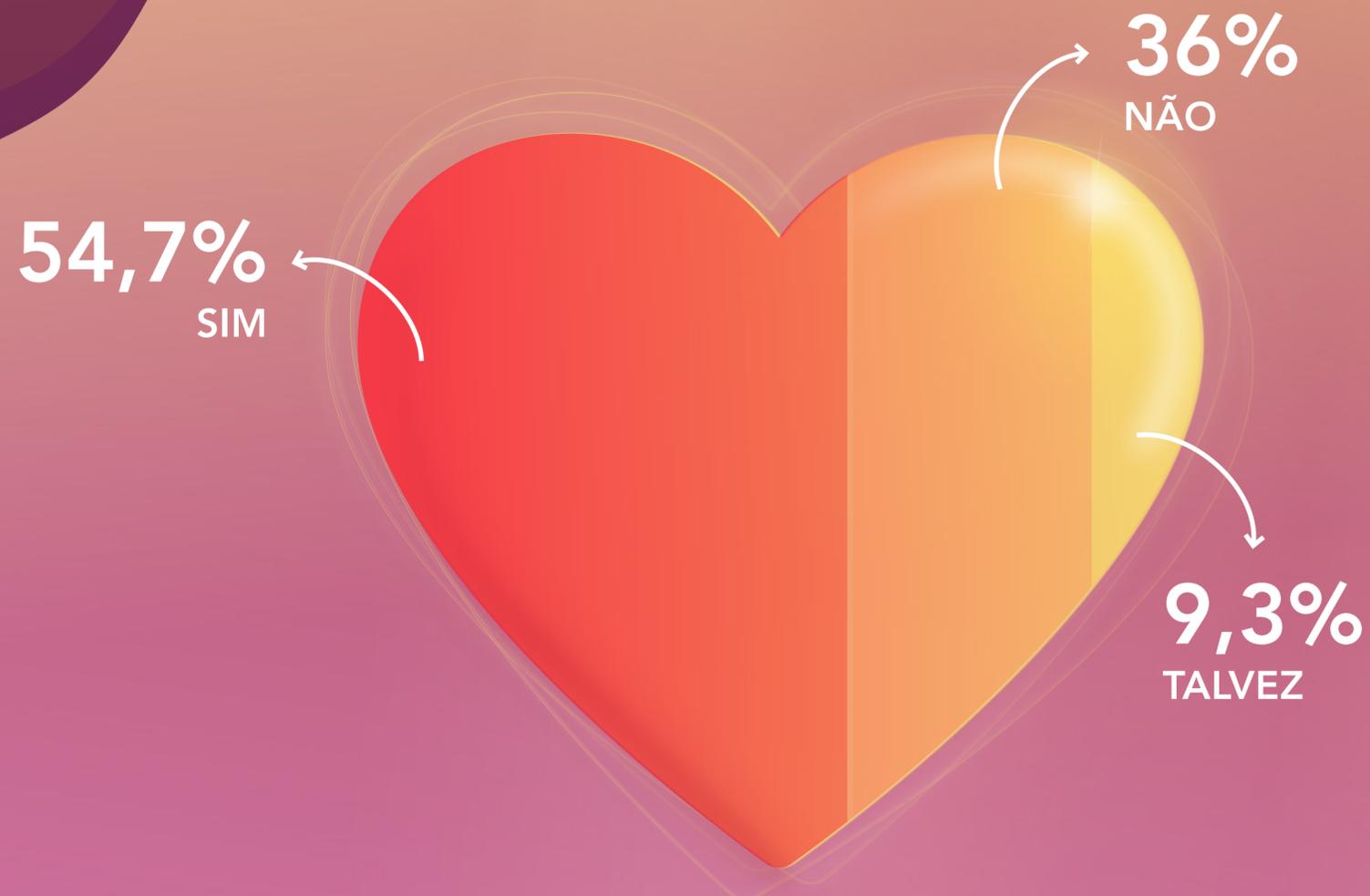
VOCÊ CONSIDERA A
AMBIENTAÇÃO DO PONTO
DE VENDA IMPORTANTE?



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



VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA O DIA DOS NAMORADOS?



2021	53,5%	42,3%	4,2%
	SIM	NÃO	TALVEZ

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NO DIA DOS NAMORADOS?



VOCÊ PESQUISA PRODUTOS E PREÇOS?

64,1%

SIM



35,9%

NÃO

COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?

1 MÊS ANTES/
JÁ COMEÇOU



23,6%

CERCA DE 15
DIAS ANTES



23,9%

UMA SEMANA
ANTES



33,7%

NA VÉSPERA
OU NO DIA



18,8%

QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS
LOJAS

25,9%



SITES DAS
LOJAS

16,1%



INSTAGRAM

16%



FACEBOOK

11,5%



CARTAZES
E FOLHETOS

9,9%



SITES DE
BUSCA

9,5%



WHATSAPP

4,9%



JORNAL E
REVISTAS

2,7%



RÁDIO E TV

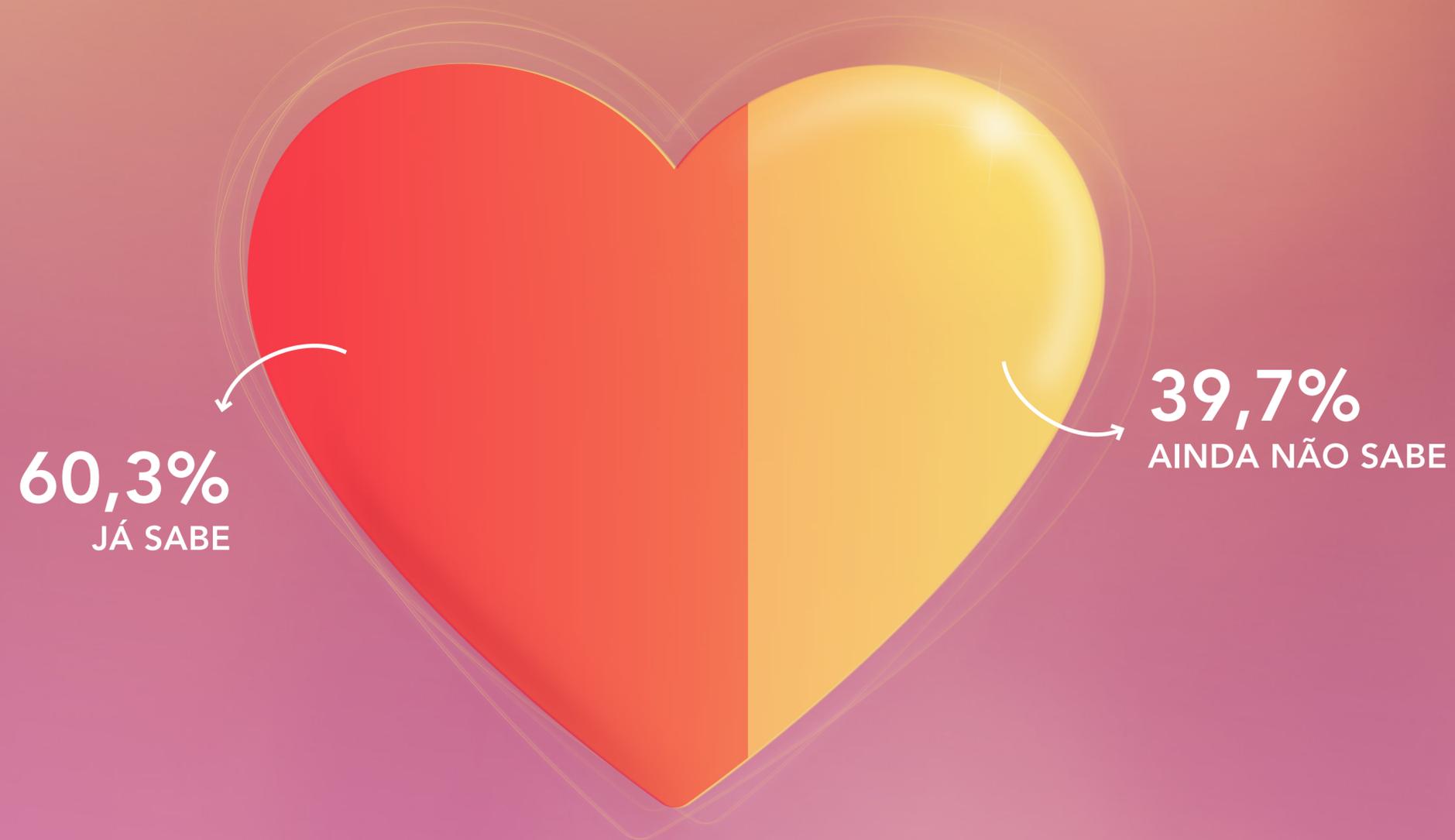
1,3%



OUTROS

2,2%

JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



VESTUÁRIO
E MODA



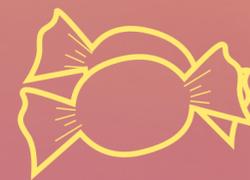
CALÇADOS



HIGIENE
E BELEZA



FLORES



CHOCOLATES
E DOCES



JOIAS E
RELÓGIOS



SERVIÇOS
PESSOAIS



ELETRÔNICOS



OUTROS

GERAL

29,2%

15,5%

14,6%

12,8%

11,9%

6,1%

4,9%

3%

2%

PRESENTE
PARA HOMENS

36%

22,8%

15,4%

1,5%

11%

2,9%

4,4%

2,3%

3,7%

PRESENTE
PARA MULHERES

24,4%

10,4%

14%

20,7%

12,4%

8,3%

5,2%

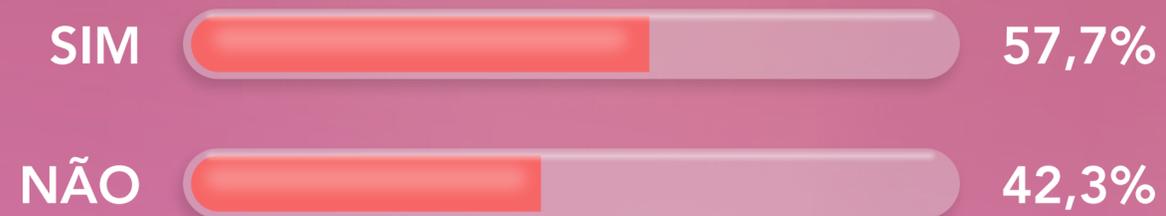
3,6%

1%

ALÉM DO PRESENTE, PRETENDE FAZER ALGO DIFERENTE?



SERÁ UMA SURPRESA?



55,7%
JANTAR
ROMÂNTICO



36,3%
PASSEIO



6,2%
VIAGEM



0,8%
AINDA
NÃO SABE



1%
OUTROS

QUANTIDADE DE PRESENTES



MÉDIA DE PRESENTES



UM
67,2%



DOIS
26,1%



TRÊS
5,2%

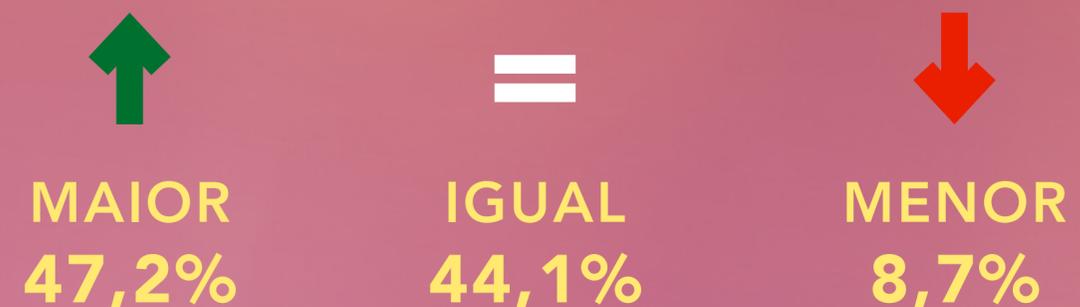


QUATRO
1,5%

INVESTIMENTO

TICKET MÉDIO
R\$ 220,18

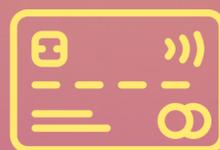
EM RELAÇÃO AO ANO
PASSADO, ESSE VALOR É:



MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



41,6%
DINHEIRO



24,1%
CARTÃO
DE CRÉDITO



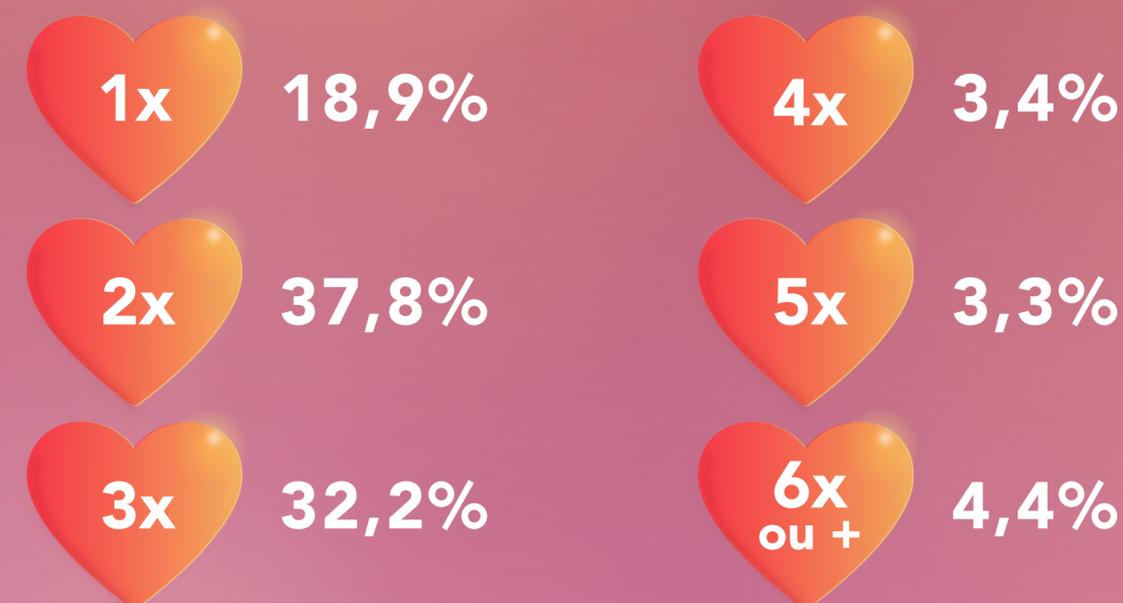
25,3%
CARTÃO
DE DÉBITO



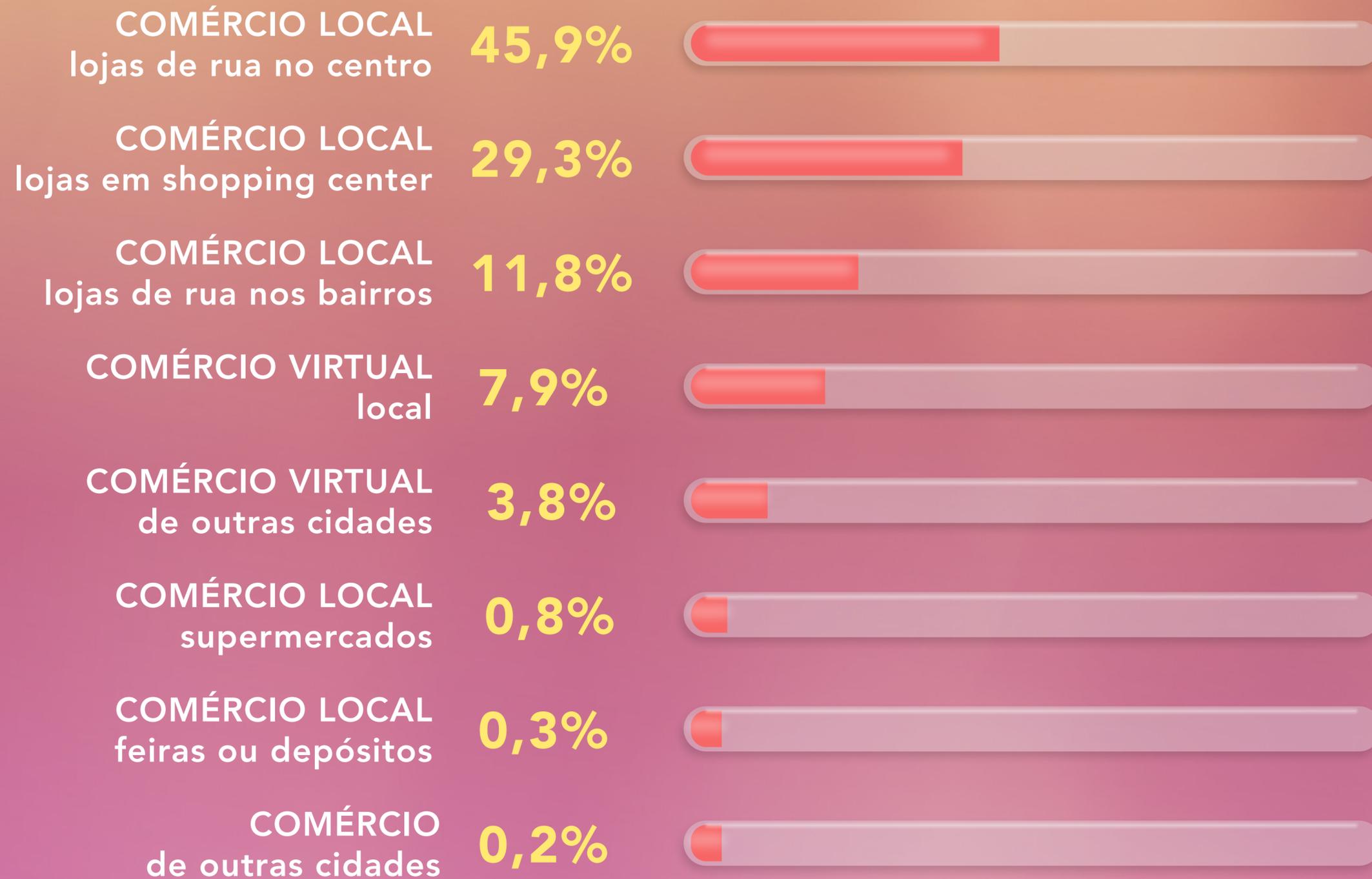
9%
PIX

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

PARA 66,9% AS COMPRAS SERÃO PAGAS À VISTAS. MAS 33,1% IRÃO PARCELAR, E DESTES O NÚMERO DE PARCELAS SERÁ:



PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA



COMPRAS PELA INTERNET

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



PERGUNTA SEPARADA, FEITA A
TODOS QUE RESPONDERAM QUE
IRÃO FAZER COMPRAS OU TALVEZ.
NÃO SE RELACIONA A ANTERIOR.

QUE DISPOSITIVOS VOCÊ
UTILIZA PARA COMPRAR
PELA INTERNET?



PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



42,4% SEGUNDA A SEXTA
49,7% SÁBADO
7,9% DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



34% MANHÃ
57,6% TARDE
8,4% NOITE

QUE FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



ATENDIMENTO

44%

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



PRODUTO

31,6%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



LOCAL

8,8%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

8%

Preços e promoções



TRANSPARÊNCIA

3,1%

Identificação clara dos preços



DIGITAL

2,4%

Atendimento digital e entrega a domicílio



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

2,1%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes

