



E-BOOK 2025
DIA DOS PAIS

PESQUISA DE DIA DOS PAIS CDL CAXIAS 2025

A pesquisa de intenção de compras para o Dia dos Pais aponta crescimento tímido no valor médio de gastos, de apenas 1,8% em relação ao ano anterior.

Entre os presentes mais citados estão vestuário e moda (34,3%), calçados (23,6%), perfumes e cosméticos (14,4%), alimentos e bebidas (7,4%), ferramentas (6%) e artigos como joias, relógios e óculos (5,6%).

De acordo com o levantamento do Núcleo de Informações de Mercado da CDL Caxias, cerca de 32% afirmaram que pretendem gastar mais do que no ano anterior, e a principal justificativa para o aumento nos gastos, segundo os consumidores, é o desejo de adquirir um presente de melhor qualidade (54,5%), seguido pelo impacto dos reajustes de preços (25%).

A pesquisa de Dia dos Pais 2025 da CDL Caxias foi realizada com 720 moradores de diferentes pontos da cidade, entre os dias 16 e 18 de julho 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	64%
MASCULINO	36%

POSSUI FILHOS?

NÃO	46,5%
1	35,2%
2	14,9%
3	3,3%
4+	0,1%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	60,4%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	39,6%

IDADE

16-29	24,9%
30-39	22,9%
40-49	22,1%
50-59	19,3%
60-69	9,7%
70+	1,1%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2,8%
FUNDAMENTAL COMPLETO	5,3%
MÉDIO INCOMPLETO	23,4%
MÉDIO COMPLETO	35%
SUPERIOR INCOMPLETO	20,3%
SUPERIOR COMPLETO	10,8%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	0,3%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	2,1%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	40,6%
PROFISSIONAL LIBERAL	18,5%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	10,6%
DO LAR	10,5%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	5,4%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	5,3%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	5%
APOSENTADO/PENSIONISTA	4,1%

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



ÉPOCA
DO ANO

46,5%



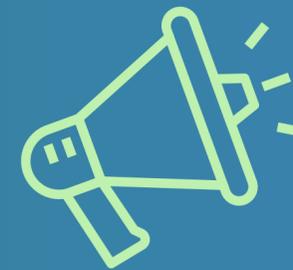
ANÚNCIOS
ONLINE

17,9%



PROMOÇÕES

11,2%



ANÚNCIOS EM
REVISTAS, JORNAIS,
OUTDOORS E RÁDIO

8,2%



LOJAS
DECORADAS

8,2%



PESSOAS
COMENTANDO

8%

AMBIENTAÇÃO DA LOJA

VOCÊ CONSIDERA A AMBIENTAÇÃO DO PONTO DE VENDA IMPORTANTE?



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

82,3%
SIM



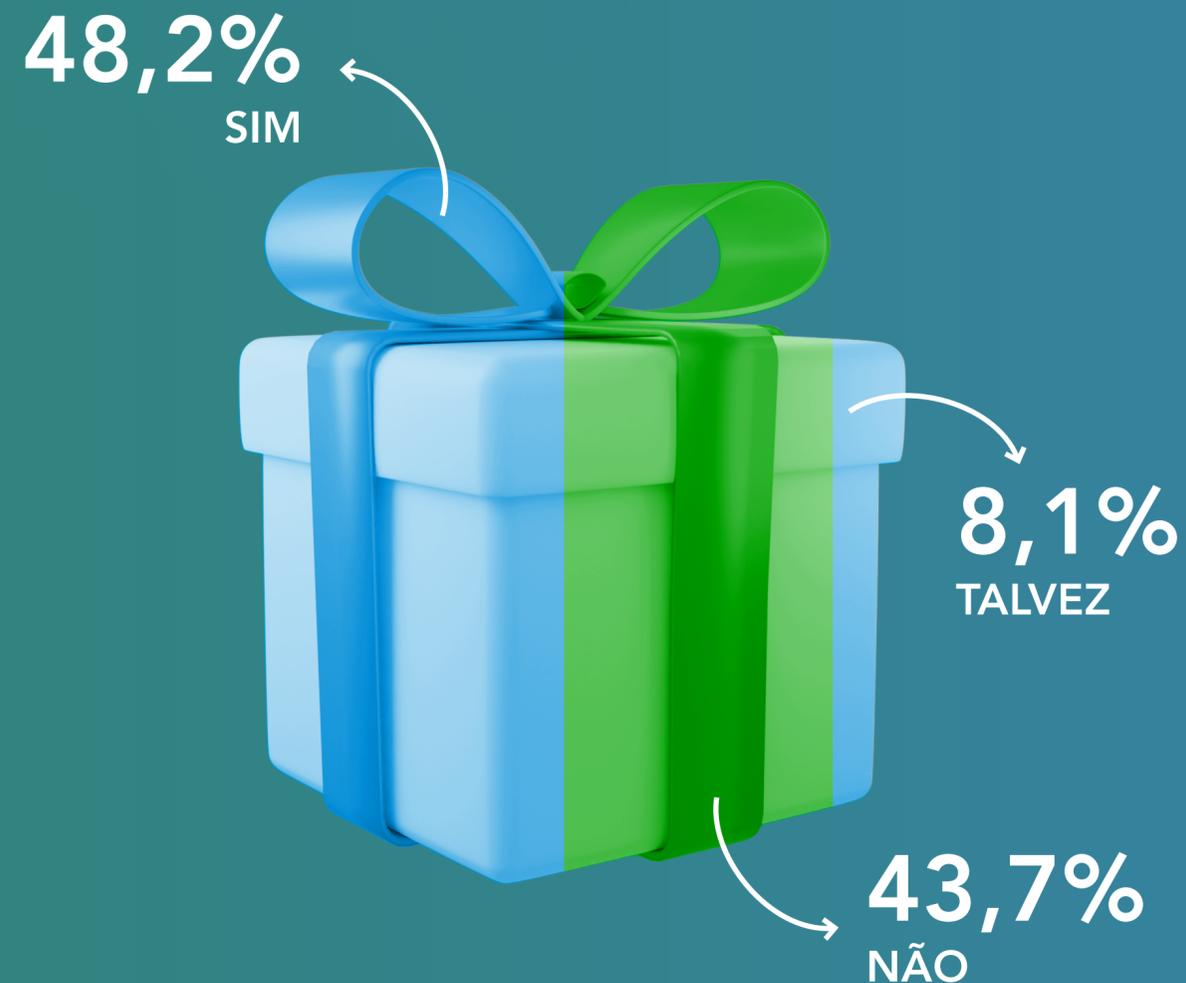
17,7%
NÃO

AMBIENTAÇÃO DA LOJA

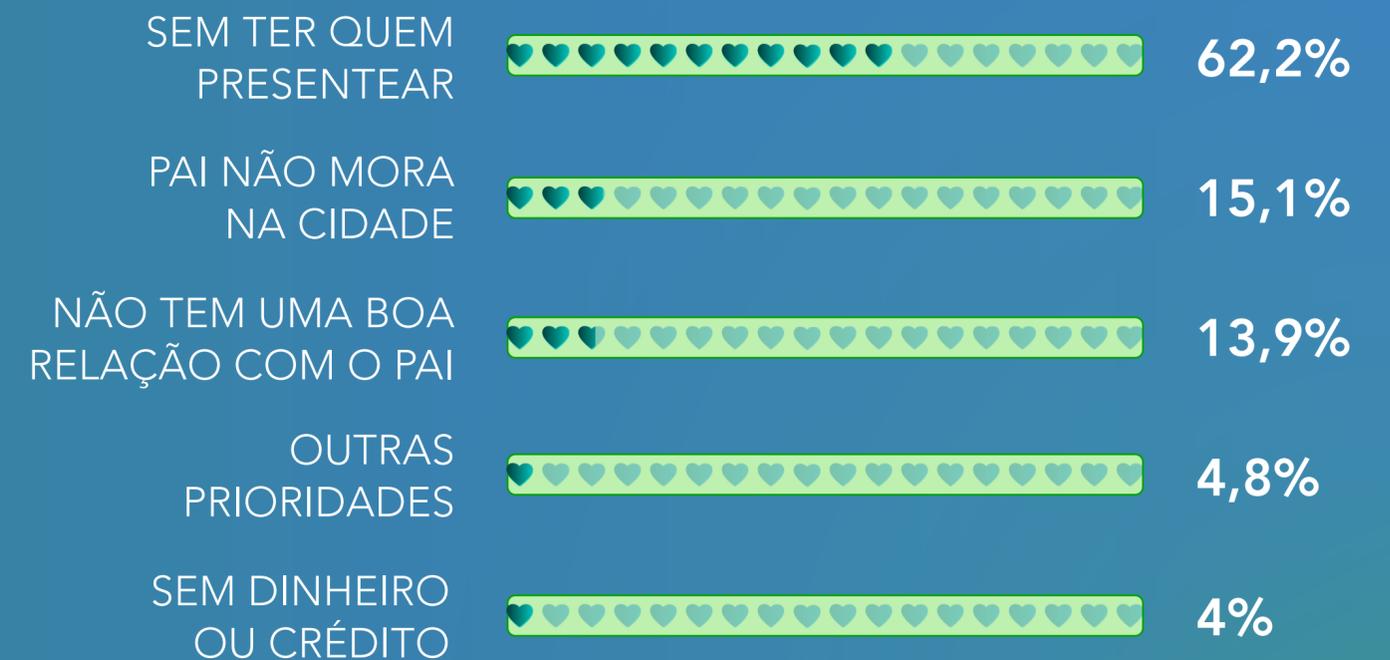
VOCÊ TEM NOTADO LOJAS DECORADAS OU CAMPANHAS LOCAIS PARA O DIA DOS PAIS?



VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS?



POR QUE NÃO VAI COMPRAR?



MESMO QUE TENHA RESPONDIDO NÃO QUERER COMPRAR*

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

REALMENTE NÃO PRETENDE COMPRAR	64,8%
PROMOÇÕES E DESCONTOS	16%
ATENDIMENTO	12%
FACILIDADE DE PAGAMENTO	3,2%
PRAZO DE ENTREGA	2,4%
ENTREGA FACILITADA	1,6%

*PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU NÃO QUERER COMPRAR NA QUESTÃO ANTERIOR, EXCETO "SEM TER QUEM PRESENTEAR".

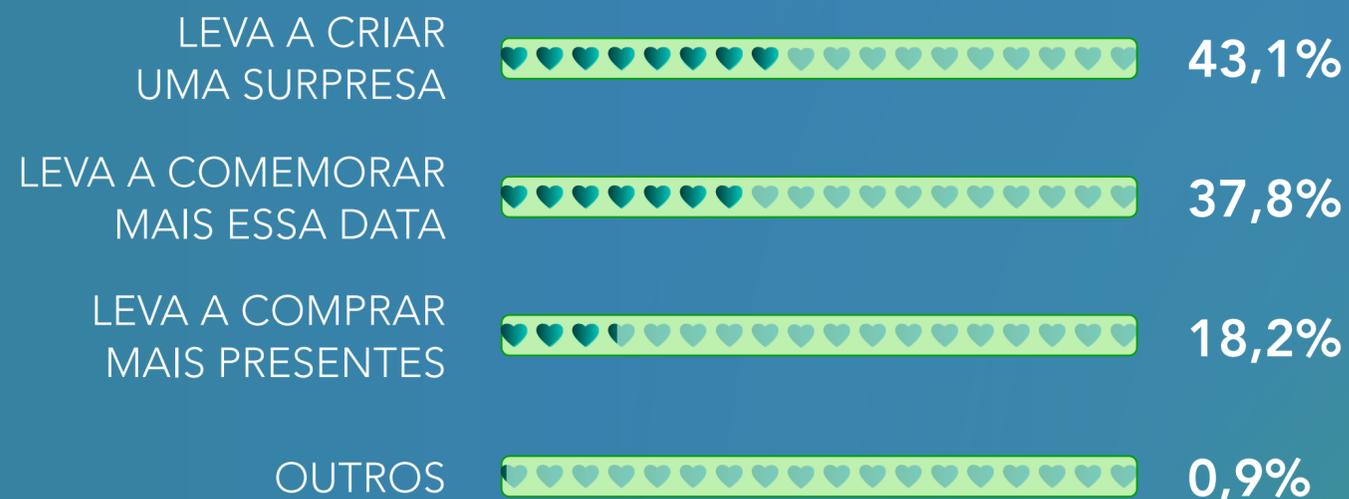
SENTIMENTOS DE AMOR E GRATIDÃO INFLUENCIAM NA HORA DA COMPRA?



ESSES SENTIMENTOS INFLUENCIAM SUA COMPRA?



NO CASO DESSES SENTIMENTOS INFLUENCIAREM SUA COMPRA, VOCÊ DIRIA QUE ISSO:

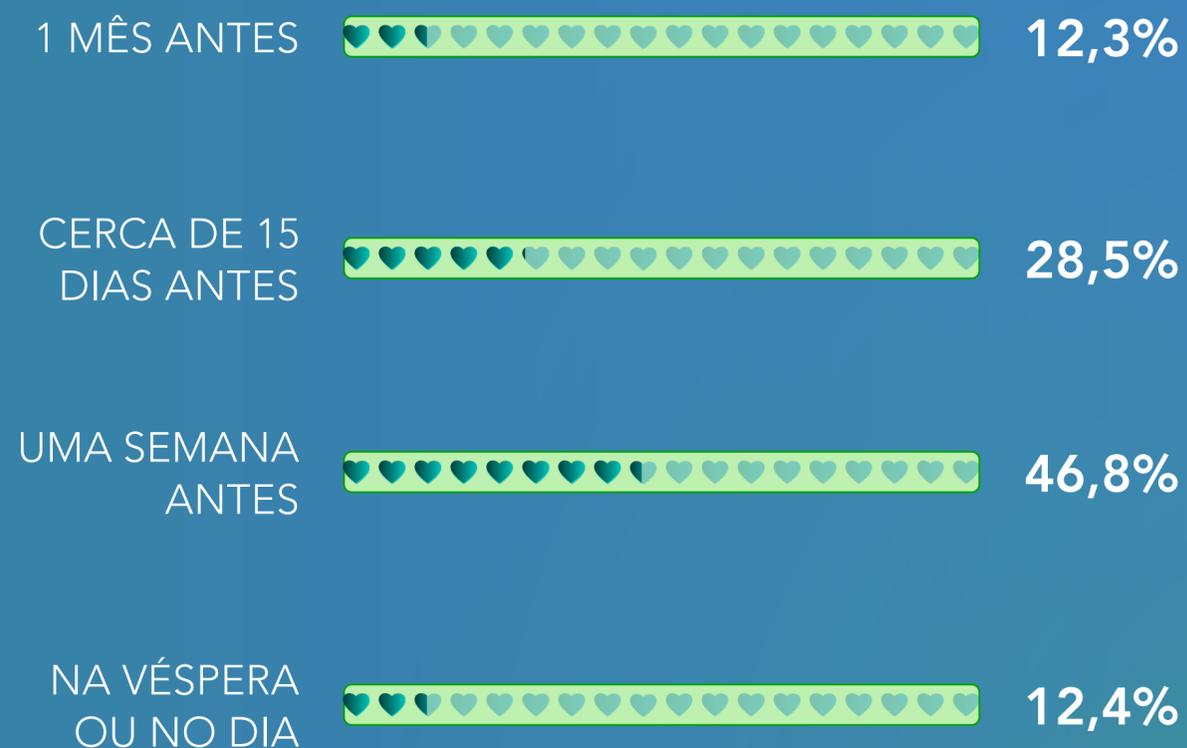


PESQUISA DE PRODUTOS E PREÇOS

VOCÊ PESQUISA PRODUTOS E PREÇOS ANTES DE COMPRAR?



COM QUE ANTECEDÊNCIA VOCÊ PRETENDE PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?



QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?

AS PESSOAS SABEM
O QUE VÃO COMPRAR?



	VESTUÁRIO E MODA	34,3%
	CALÇADOS	23,6%
	PERFUMES E COSMÉTICOS	14,4%
	BEBIDAS E ALIMENTOS	7,4%
	FERRAMENTAS MANUAIS E ELÉTRICAS	6%
	JOIAS, ÓCULOS E RELÓGIOS	5,6%
	ARTIGOS DE USO DOMÉSTICO	4,6%
	ELETROELETRÔNICOS	3,7%
	OUTROS	0,4%

ALÉM DO PRESENTE, PRETENDE FAZER ALGO DIFERENTE?



QUAL SUA OPÇÃO?

	ALMOÇO ESPECIAL EM CASA	64%
	ALMOÇO EM RESTAURANTE	25,4%
	PASSEIO/VIAGEM	10,6%

QUANTIDADE DE PRESENTES



MÉDIA DE PRESENTES



UM
74,3%



DOIS
18,8%



TRÊS
4,1%



QUATRO OU +
2,8%

INVESTIMENTO

TICKET MÉDIO
R\$ 289,85



EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO,
AS PESSOAS TERÃO UM INVESTIMENTO:

↑
MAIOR
32,1%

=
IGUAL
50,4%

↓
MENOR
17,5%

INVESTIMENTO

POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS?

COMPRAR UM PRESENTE MELHOR	54,5%
PRODUTOS MAIS CAROS	25%
COMPRAR MAIOR QUANTIDADE DE PRESENTES	16,8%
MELHORIA DE RENDA/SALÁRIO	3,7%

PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU GASTAR MAIS NA QUESTÃO ANTERIOR

POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS?

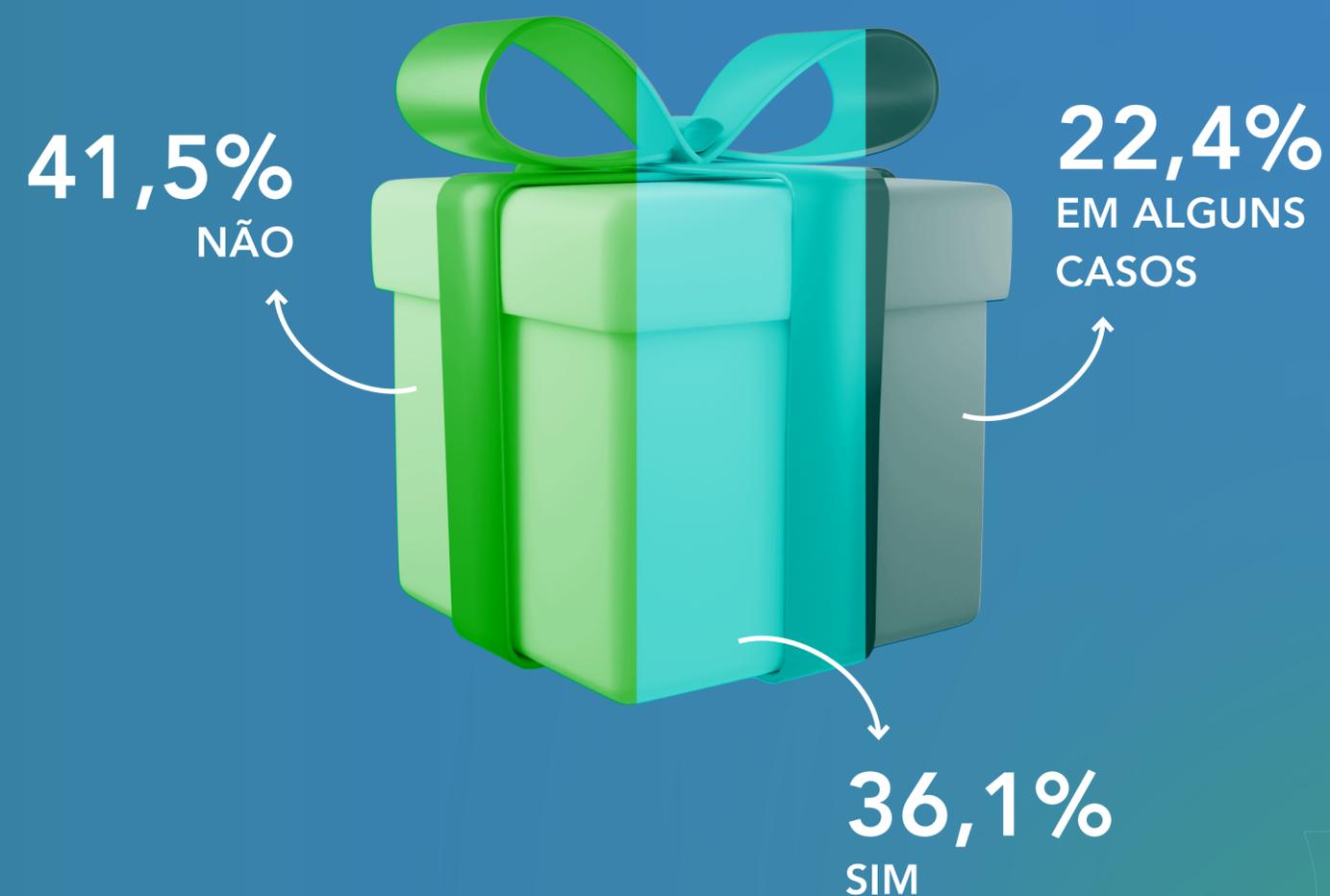
NECESSIDADE DE CORTAR GASTOS	52,7%
PRODUTOS MAIS CAROS E NÃO QUEREM GASTAR UM VALOR MAIOR	25,6%
DESEMPREGADO OU REDUÇÃO NA RENDA	12,2%
AUMENTO DE GASTOS COM A FAMÍLIA	8,1%
ANO PASSADO COMPROU PRODUTOS DE MAIOR VALOR	1,4%

PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU GASTAR MENOS NA QUESTÃO ANTERIOR

PARA QUEM VAI COMPRAR OS PRESENTES?

PAI	58,7%
MARIDO/NAMORADO	32,9%
SOGRO	3,6%
AVÔ	2,9%
FILHO/ENTEADO	1,1%
IRMÃO	0,7%
OUTROS	0,1%

VOCÊ COMPRA O QUE O PRESENTEADO PEDE?



MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



28,8%
DINHEIRO



27,5%
PIX



25,2%
CARTÃO
DE CRÉDITO



17,7%
CARTÃO
DE DÉBITO



0,8%
CREDIÁRIO

QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?

PERGUNTA FEITA PARA QUEM
RESPONDEU CARTÃO DE CRÉDITO E CREDIÁRIO

1	10,9%
2	28,7%
3	27,7%
4	17,8%
5	10,9%
6 OU +	4%

PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUA DO CENTRO	38,4%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE SHOPPING CENTERS	24,3%
COMÉRCIO VIRTUAL LOJAS LOCAIS	17,2%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUAS NOS BAIRROS	10,4%
COMÉRCIO VIRTUAL LOJAS DE OUTRAS CIDADES	6,8%
COMÉRCIO LOCAL SUPERMERCADOS	3%
OUTROS	0,6%

PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



52,2%	SEGUNDA A SEXTA
38,7%	SÁBADO
9,1%	DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



30,1%	MANHÃ
54,3%	TARDE
15,6%	NOITE

QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



PRODUTO

24,3%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



LOCAL

22,7%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



ATENDIMENTO

17,2%

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



PAGAMENTO

15,6%

Preços, promoções e condições de pagamento



DIGITAL

13,8%

Atendimento digital, entrega a domicílio e e-commerce



AMBIENTAÇÃO E DECORAÇÃO

5,4%



TRANSPARÊNCIA

0,8%

Identificação clara dos preços



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

0,2%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes

