

E-BOOK 2024

Páscoa



PESQUISA DE PÁSCOA CDL CAXIAS 2024

A data mais doce do ano se aproxima cercada de boas expectativas para os lojistas. A pesquisa de Páscoa realizada pela CDL Caxias do Sul demonstra aumento de 4,3% na pretensão de compras por parte dos moradores da cidade em relação ao ano passado.

Com média de aquisição de três produtos por pessoa, o tíquete médio deverá ficar em R\$ 212,61, alta de 8,2% na comparação ao ano anterior, motivado especialmente pelo aumento no preço do cacau.

Apesar dos ovos de chocolate ainda serem a principal opção (41,4%), cresce a procura por produtos de menor valor, como bombons e barras de chocolate (38,1%).

A Pesquisa foi realizada com 569 moradores de diferentes pontos da cidade, nos dias 5 e 6 de março de 2024. O levantamento tem índice de confiança de 95% e margem de erro de 5% para mais ou para menos.

Veja os dados completos do estudo a seguir

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	57,5%
MASCULINO	42,5%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	66,9%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	33,1%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	0,5%
FUNDAMENTAL COMPLETO	7,0%
MÉDIO INCOMPLETO	9,6%
MÉDIO COMPLETO	43,2%
SUPERIOR INCOMPLETO	13,7%
SUPERIOR COMPLETO	19,1%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	3,4%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	3,5%

IDADE

16-29	17,4%
30-39	26,7%
40-49	22,8%
50-59	18,3%
60-69	12,5%
70+	2,3%

POSSUI FILHOS?

NÃO	28,7%
1	34,6%
2	26,4%
3	7,5%
4+	2,8%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	63,0%
APOSENTADO/PENSIONISTA	10,9%
PROFISSIONAL LIBERAL	8,3%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	7,5%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	3,9%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	3,6%
DO LAR	1,8%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	1,0%

O QUE TE AJUDA A LEMBRAR QUE É PÁSCOA?



PESSOAS
COMENTANDO

30,7%



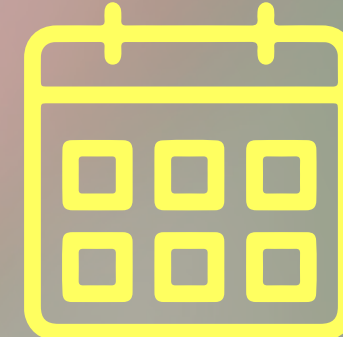
LOJAS
DECORADAS

25,7%



PROMOÇÕES

13,0%



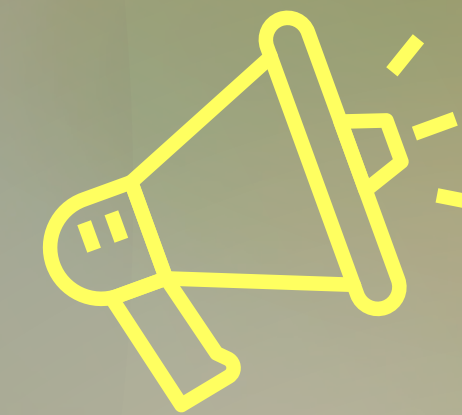
PASSAGEM
DO CARNAVAL

16,4%



ANÚNCIOS
ONLINE

6,2%



ANÚNCIOS EM
REVISTAS, JORNALIS,
OUTDOORS E RÁDIO

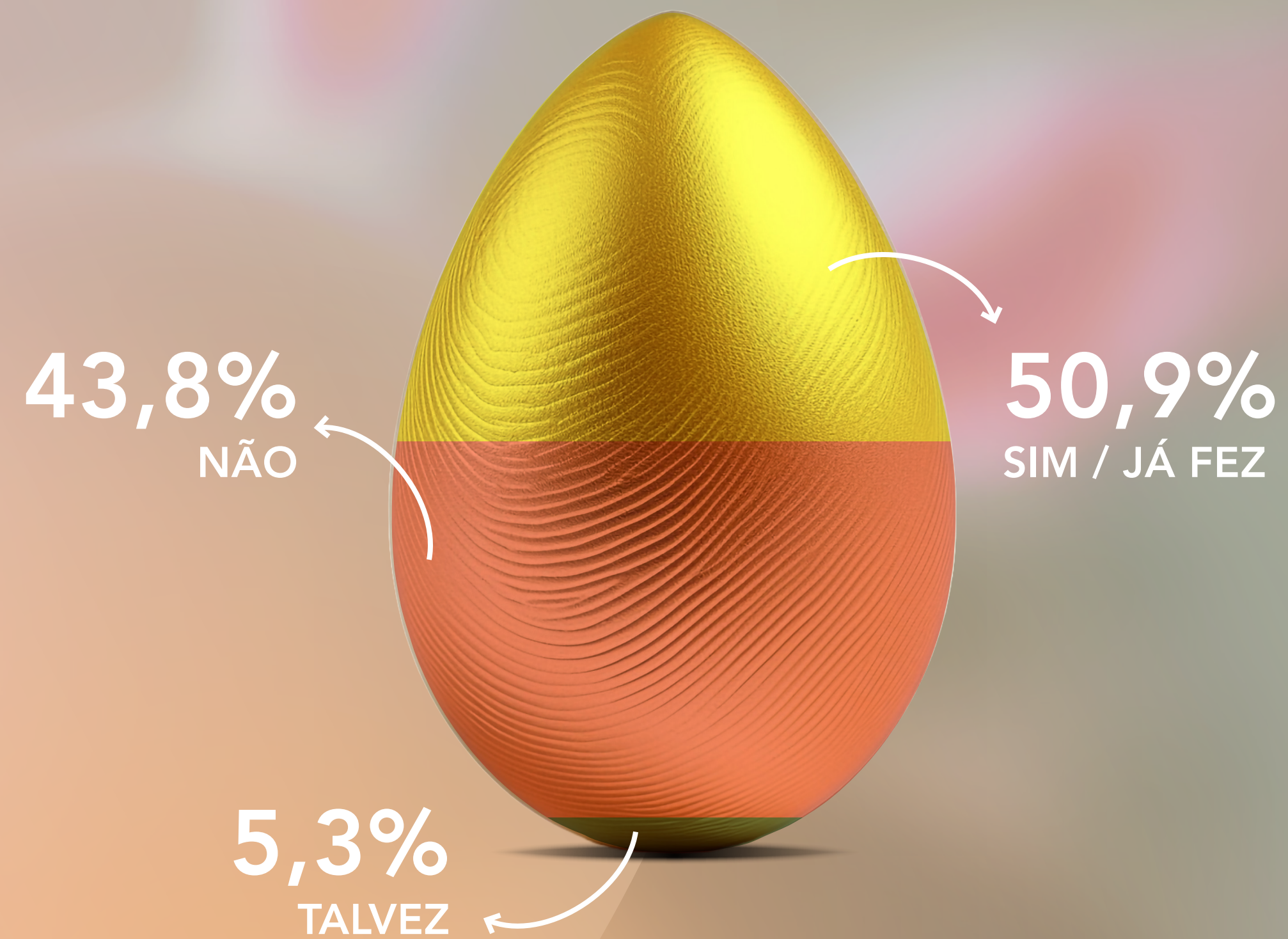
6,2%



OUTROS

1,8%

VOCÊ PRETENDE FAZER COMPRAS PARA A PÁSCOA?



2023	48,8%	44,7%	6,5%
	SIM	NÃO	TALVEZ

POR QUE NÃO IRÁ FAZER COMPRAS NA PÁSCOA?



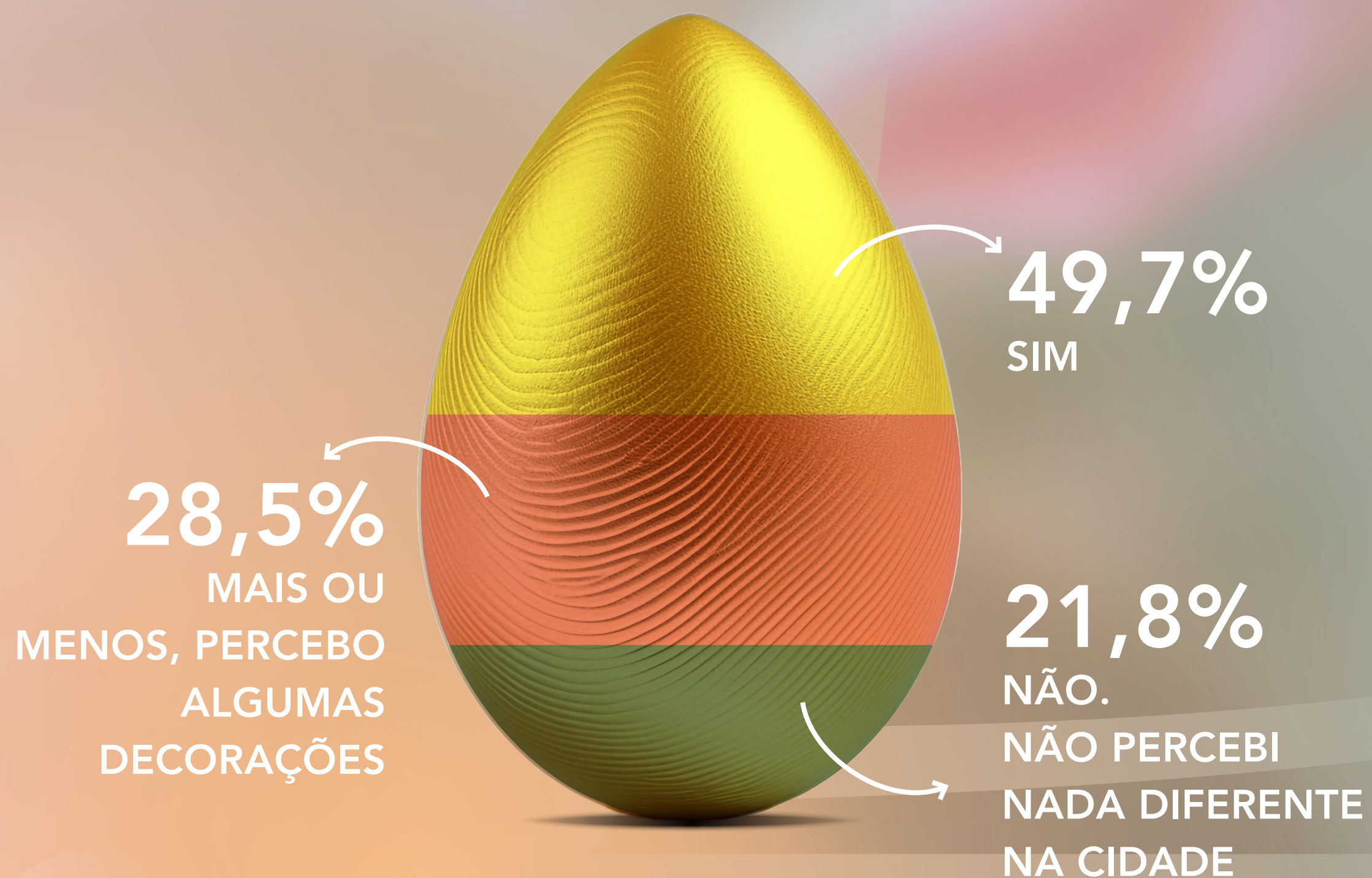
MESMO QUE TENHA RESPONDIDO NÃO QUERER COMPRAR*, SE ALGO FOSSE FEITO PELOS LOJISTAS, O QUE O MOTIVARIA A TALVEZ COMPRAR?



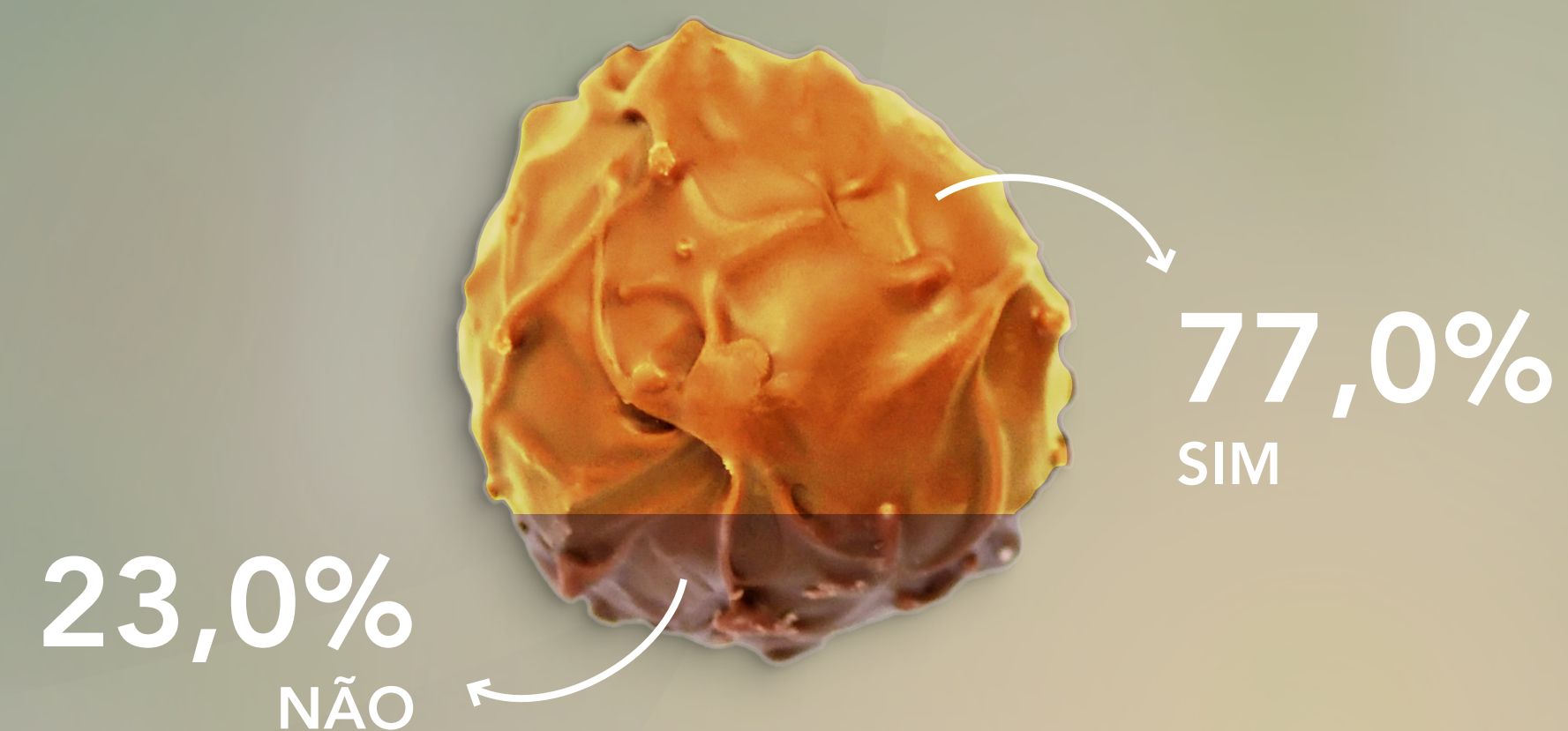
*PERGUNTA FEITA PARA QUEM RESPONDEU NÃO QUERER COMPRAR, NA QUESTÃO ANTERIOR

CLIMA DE PÁSCOA

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

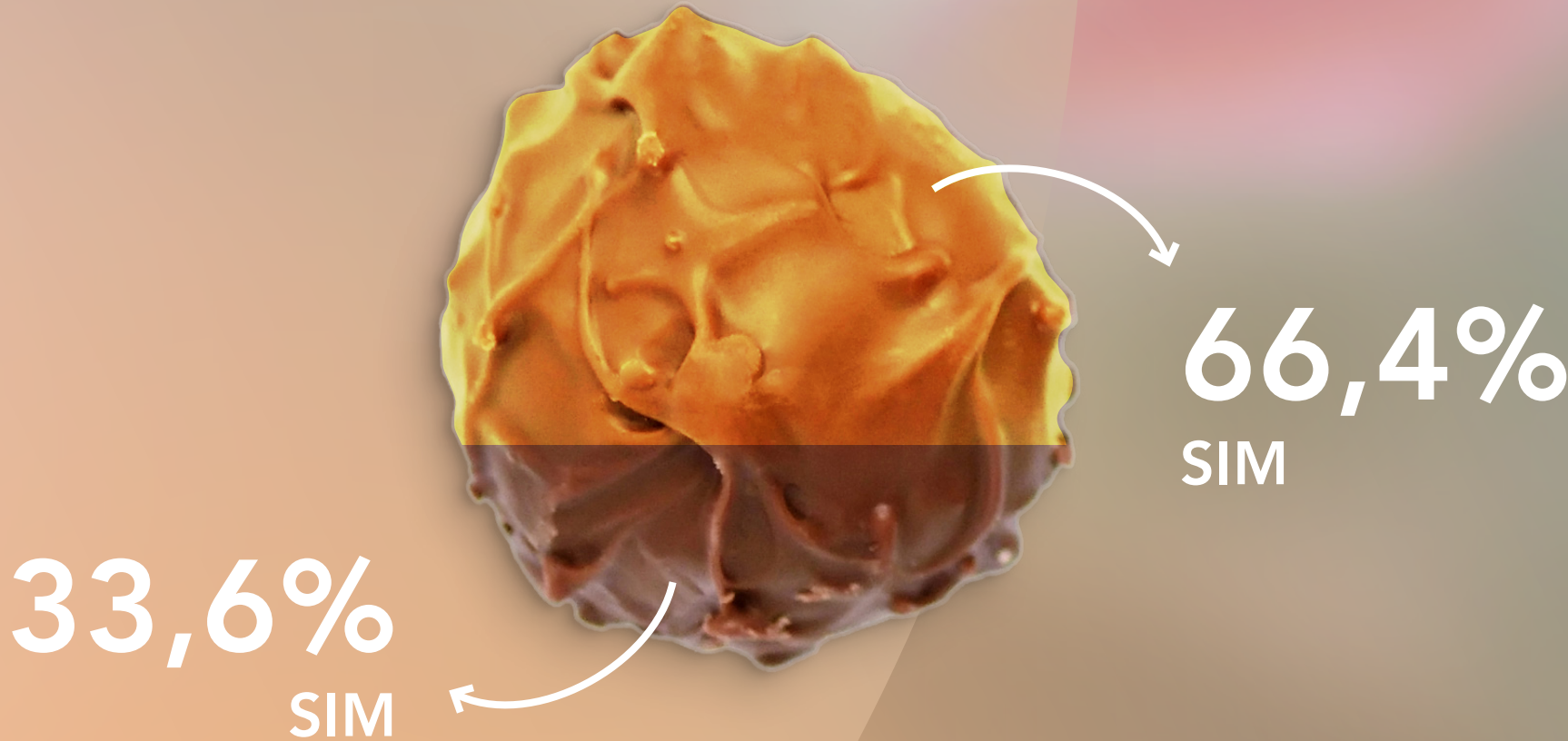


A AMBIENTAÇÃO DA LOJA,
COLABORA PARA VOCÊ ENTRAR
E CONFERIR OS PRODUTOS?



PESQUISA DE PRODUTOS E PREÇOS

VOCÊ PESQUISA PREÇOS E PRODUTOS ANTES DA COMPRA?



COM QUE ANTECEDÊNCIA COMEÇA A PESQUISAR PRODUTOS E PREÇOS?

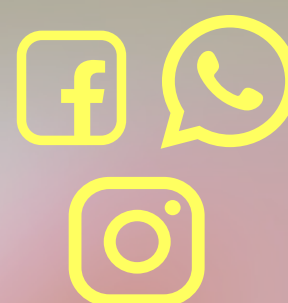


QUE CANAIS UTILIZA PARA RECEBER OU PESQUISAR INFORMAÇÕES?



DIRETO NAS
LOJAS

46,7%



REDES
SOCIAIS

16,8%



SITES DE
BUSCA

13,1%



SITES DAS
LOJAS

10,9%



CARTAZES
E FOLHETOS

6,4%



RÁDIO
E TV

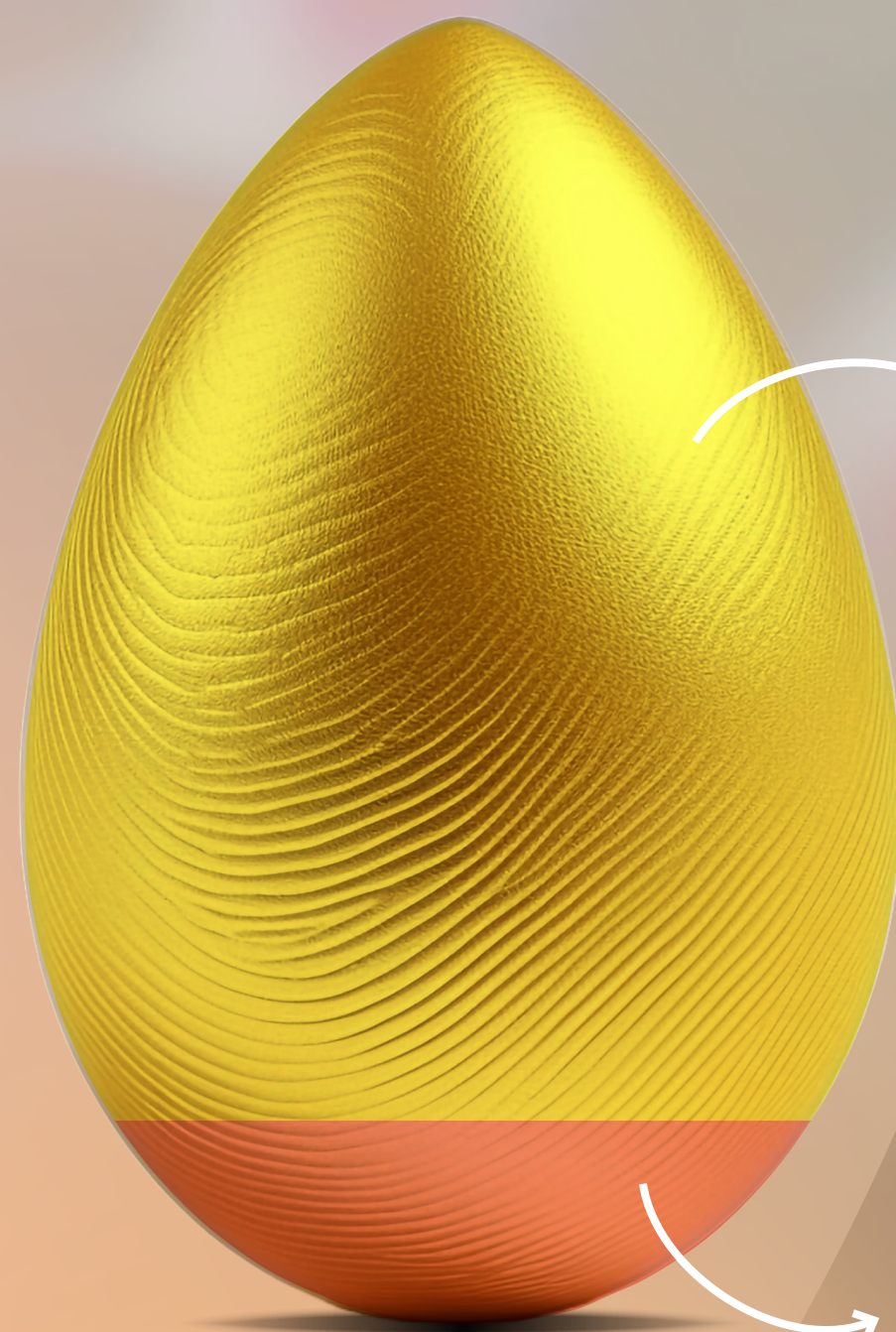
5,2%



JORNAL
E REVISTA

0,9%

JÁ SABE O QUE VAI COMPRAR DE PRESENTE?



84,5%
SABE

15,5%
AINDA NÃO
SABE



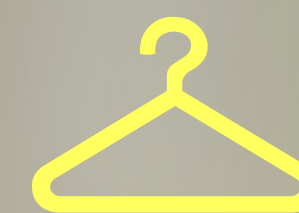
89,9%
CHOCOLATE



6,3%
BRINQUEDOS



2,0%
DINHEIRO
OU VALE



1,2%
ROUPAS OU
CALÇADOS



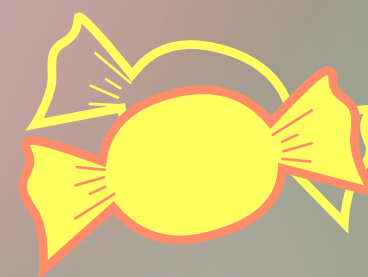
0,6%
OUTROS

DECISÃO DE COMPRA

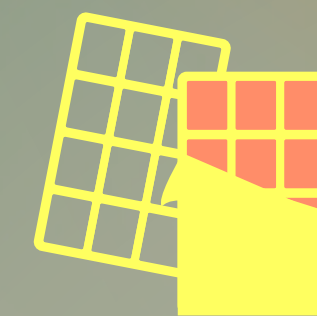
NO CASO DE COMPRAR CHOCOLATES,
QUAL SERÁ O TIPO?



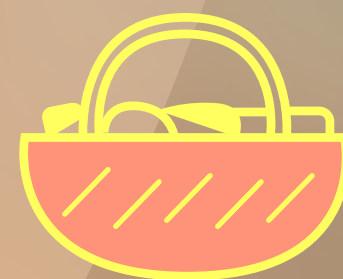
41,4%
OVOS DE
CHOCOLATE



22,3%
BOMBONS



15,8%
BARRAS



8,1%
CESTAS



7,1%
OVOS DE COLHER,
CHOCOLATE
GOURMET, TRUFAS



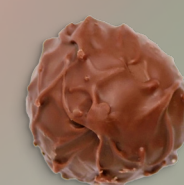
5,3%
COELHOS

QUANTIDADE DE PRESENTES



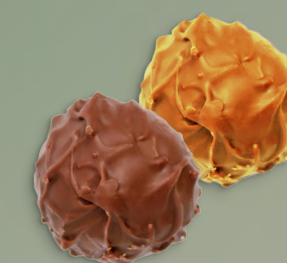
MÉDIA DE PRESENTES

15,2%



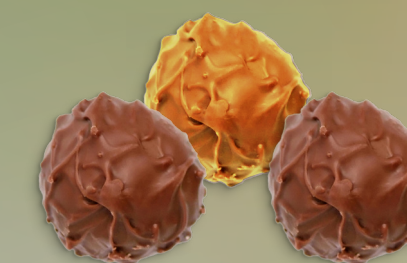
UM

29,2%



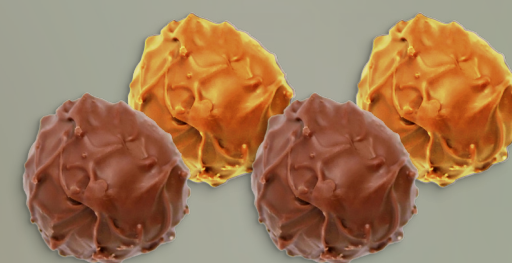
DOIS

18,4%



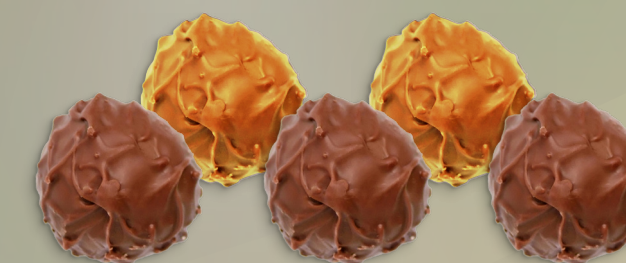
TRÊS

17,3%



QUATRO

9,6%



CINCO

10,3%



SEIS OU MAIS

INVESTIMENTO

TICKET
MÉDIO

R\$ 212,61

EM RELAÇÃO
AO ANO
PASSADO,
ESSE VALOR É:



MAIOR
36,2%



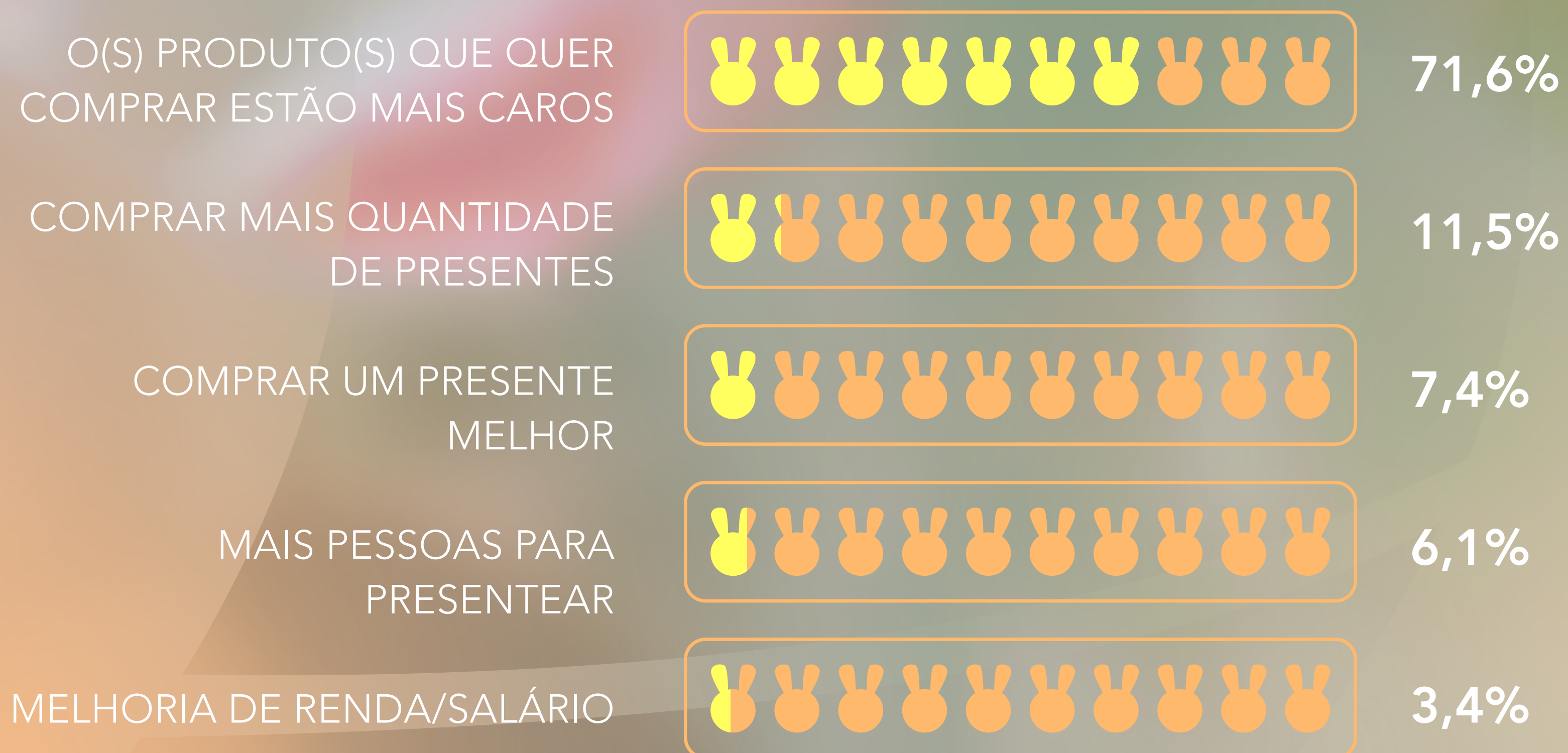
IGUAL
59,9%



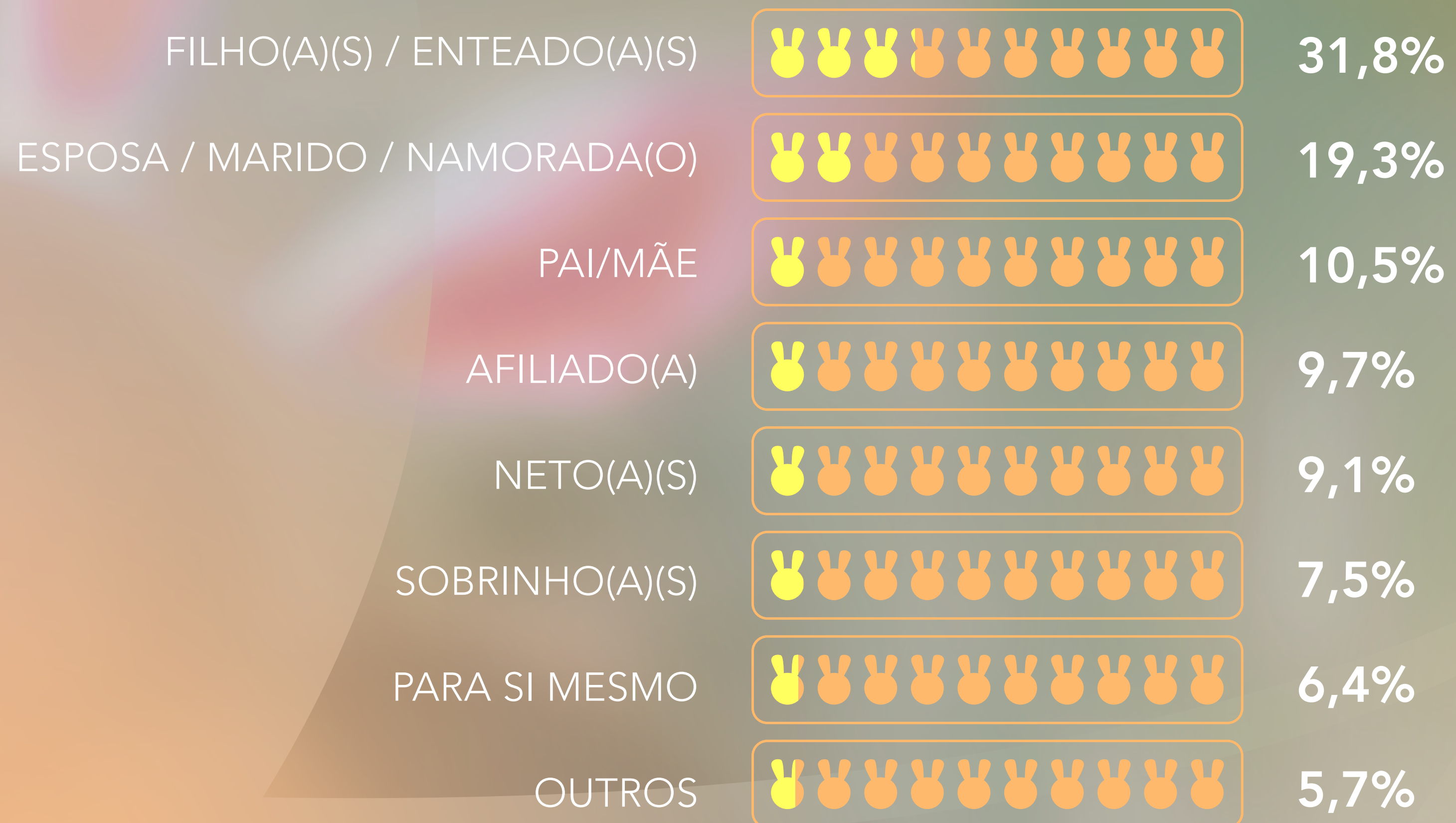
MENOR
3,9%

POR QUE GASTAR MAIS

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

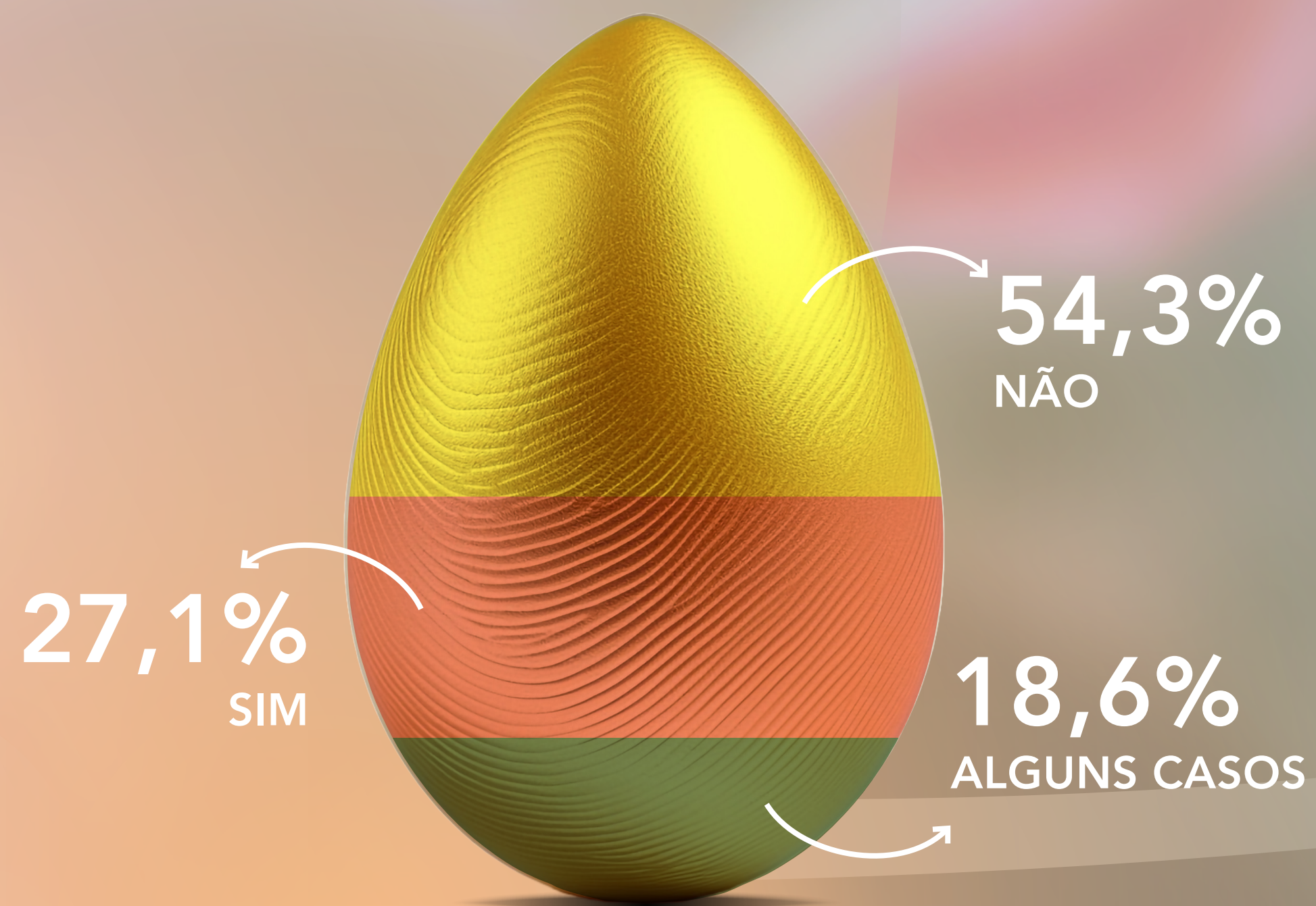


QUEM VAI RECEBER O PRESENTE?

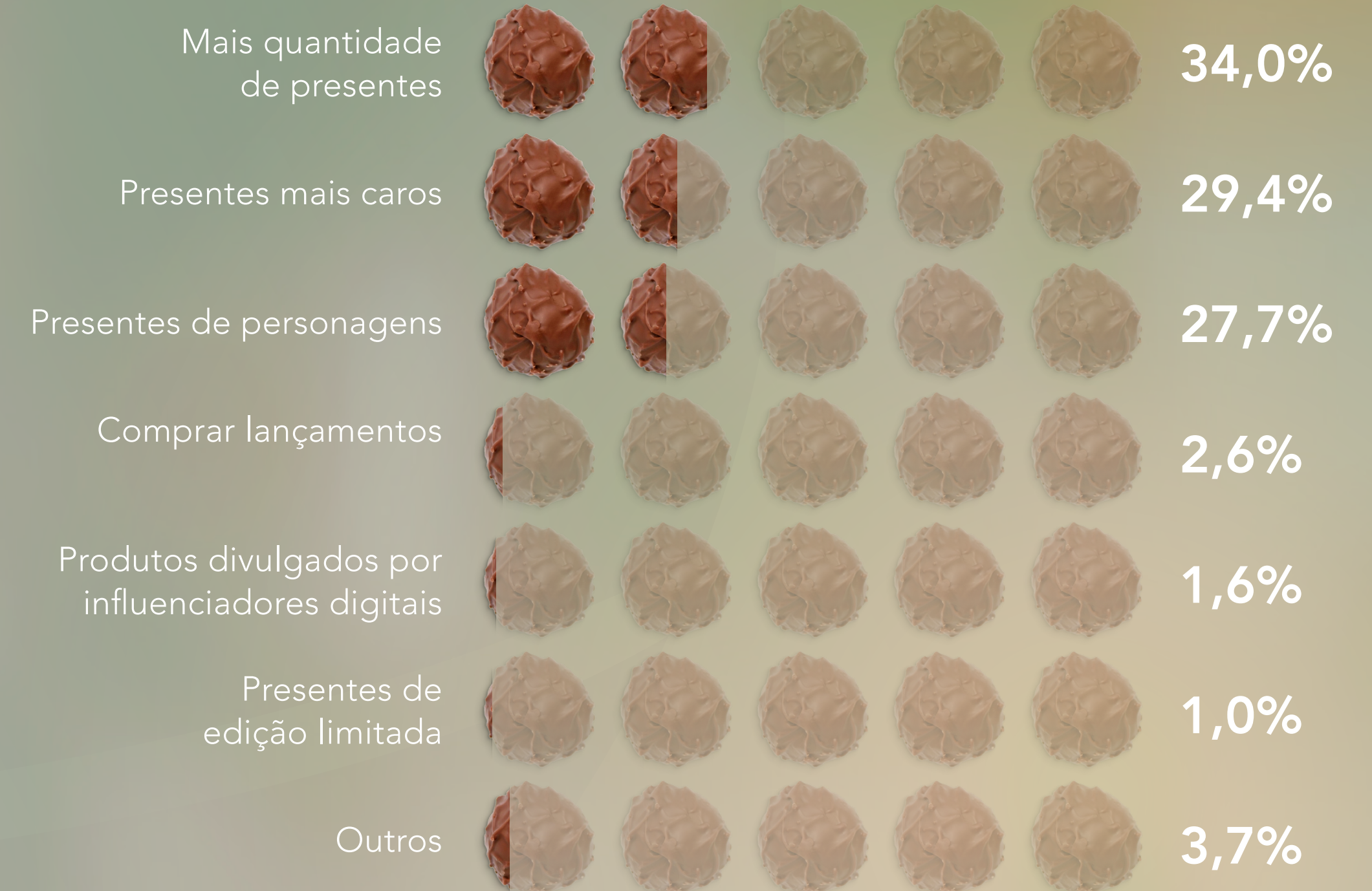


INFLUÊNCIA NO PRESENTE

VOCÊ COMPRA O QUE O PRESENTEADO PEDE?



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



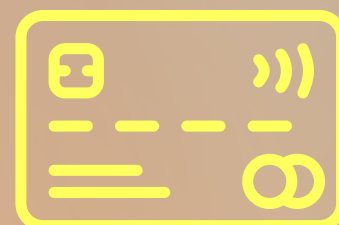
MEIO DE PAGAMENTO PREFERIDO



41,3%
DINHEIRO



24,8%
PIX



19,9%
CARTÃO
DE DÉBITO



14,0%
CARTÃO
DE CRÉDITO

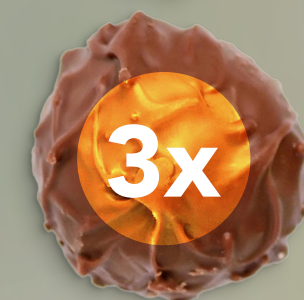
QUAL O NÚMERO DE PARCELAS?



1x 13,0%



2x 42,6%



3x 31,5%



4x 9,3%



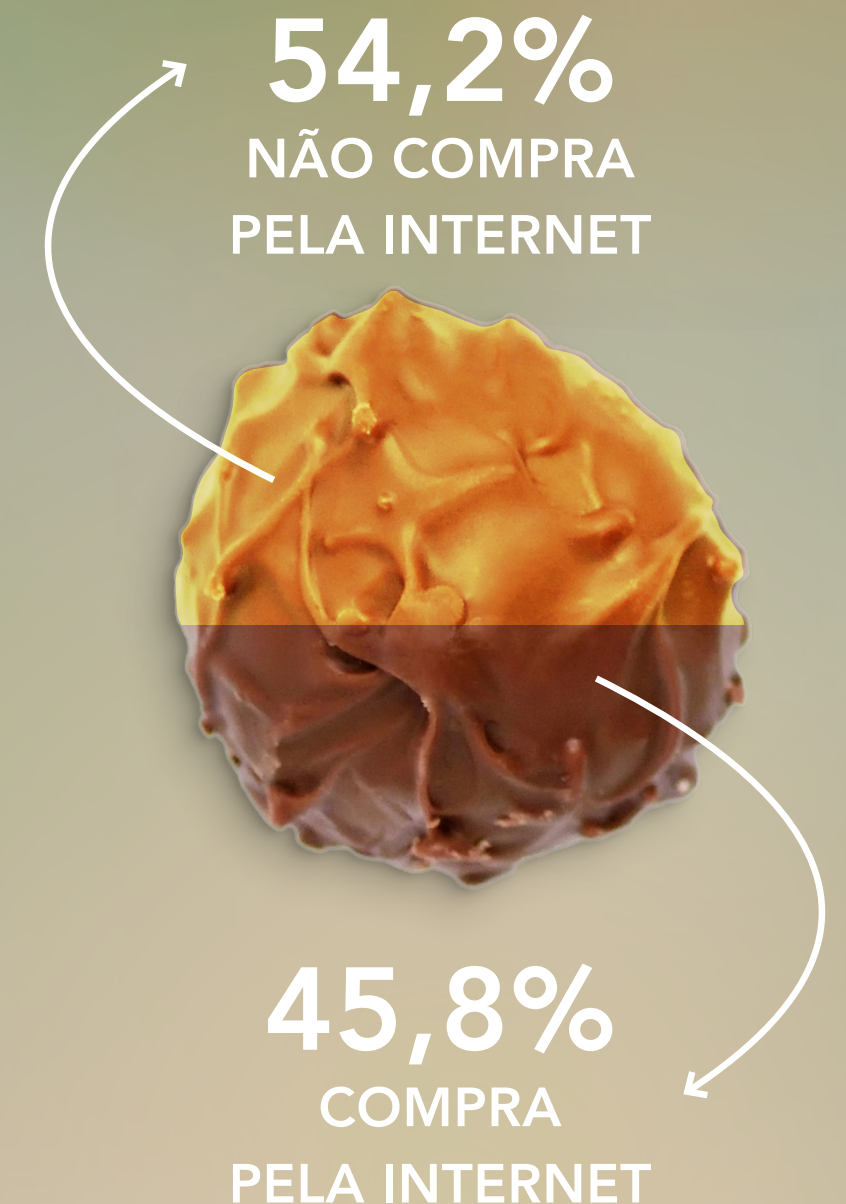
5x 3,6%

PREFERÊNCIA PELO LOCAL DE COMPRA

COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUA DO CENTRO	41,1%
COMÉRCIO LOCAL SUPERMERCADOS	21,6%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE RUAS NOS BAIRROS	16,9%
COMÉRCIO LOCAL LOJAS DE SHOPPING CENTERS	10,2%
COMÉRCIO LOCAL FEIRAS OU DEPÓSITOS	8,4%
COMÉRCIO VIRTUAL	1,3%
OUTROS	0,5%

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

PREÇO	37,4%
SEGURANÇA DO CANAL OU DO MARKETPLACE	26,1%
REPUTAÇÃO DA EMPRESA	23,9%
PRAZO DE ENTREGA	12,6%



PREFERÊNCIA DE DIAS DA SEMANA PARA COMPRAS



49,0%	SEGUNDA A SEXTA
42,6%	SÁBADO
8,4%	DOMINGO

HORÁRIO PREFERIDO PARA COMPRAS



39,4%	MANHÃ
50,2%	TARDE
10,4%	NOITE

QUAIS FATORES SÃO DECISIVOS NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA?



PRODUTO

37,8%

Qualidade, diversidade e produtos diferenciados



ATENDIMENTO

32,9%

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



LOCAL

11,2%

Estacionamento, segurança e fácil acesso



TRANSPARÊNCIA

8,1%

Identificação clara dos preços



CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

6,7%

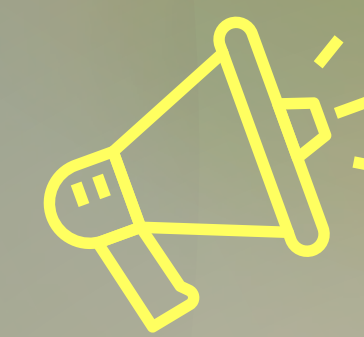
Preços e promoções



DIGITAL

1,2%

Atendimento digital e entrega a domicílio



PROPAGANDA E DIVULGAÇÃO

1,1%

Anúncios em redes sociais, folhetos e cartazes



OUTROS

1,0%

CONCLUSÃO

A pesquisa de intenção de compras de páscoa, revela uma indicação de melhoria nas vendas, comparado ao ano passado, de 4,3%. Porém, o aumento no preço do cacau, fez com que o chocolate ficasse mais caro, este ano.

O que colabora para as pessoas pesquisarem antes da compra.

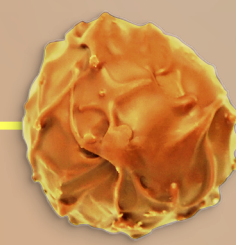
Os ovos de chocolate continuam sendo a principal opção de compra, mas vem perdendo espaço. Desde o ano passado, versões mais em conta, como bombons e barras de chocolate, vem sendo a alternativa para quem quer economizar.



CLIMA DE PÁSCOA

49,7%

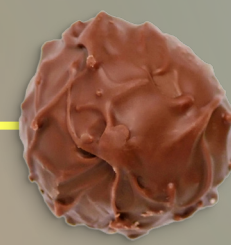
Acreditam que a cidade já entrou no clima de páscoa.



BOMBONS E BARRAS DE CHOCOLATE

38,1%

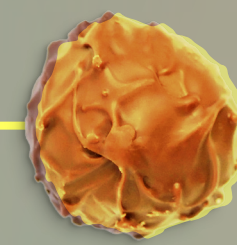
É escolha do tipo de chocolate a ser comprado.



PESQUISA DE PREÇOS E PRODUTOS

66,4%

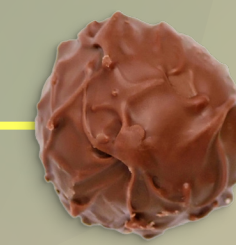
pesquisam antes da compra.



ANTECIPAÇÃO

73,1%

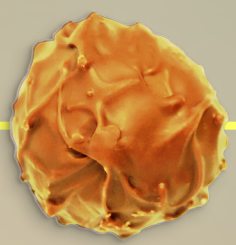
pesquisam preços e produtos, cerca de 15 dias antes e uma semana antes da data.



LOCAL DE COMPRA

41,1%

A preferência pelo local de compra são as lojas do centro.



ATENDIMENTO E PRODUTOS

70,7%

são os principais fatores para escolha do local de compra.

