

**Sondagem de intenção de
compras**

DIA DOS PAIS

Agosto/2025

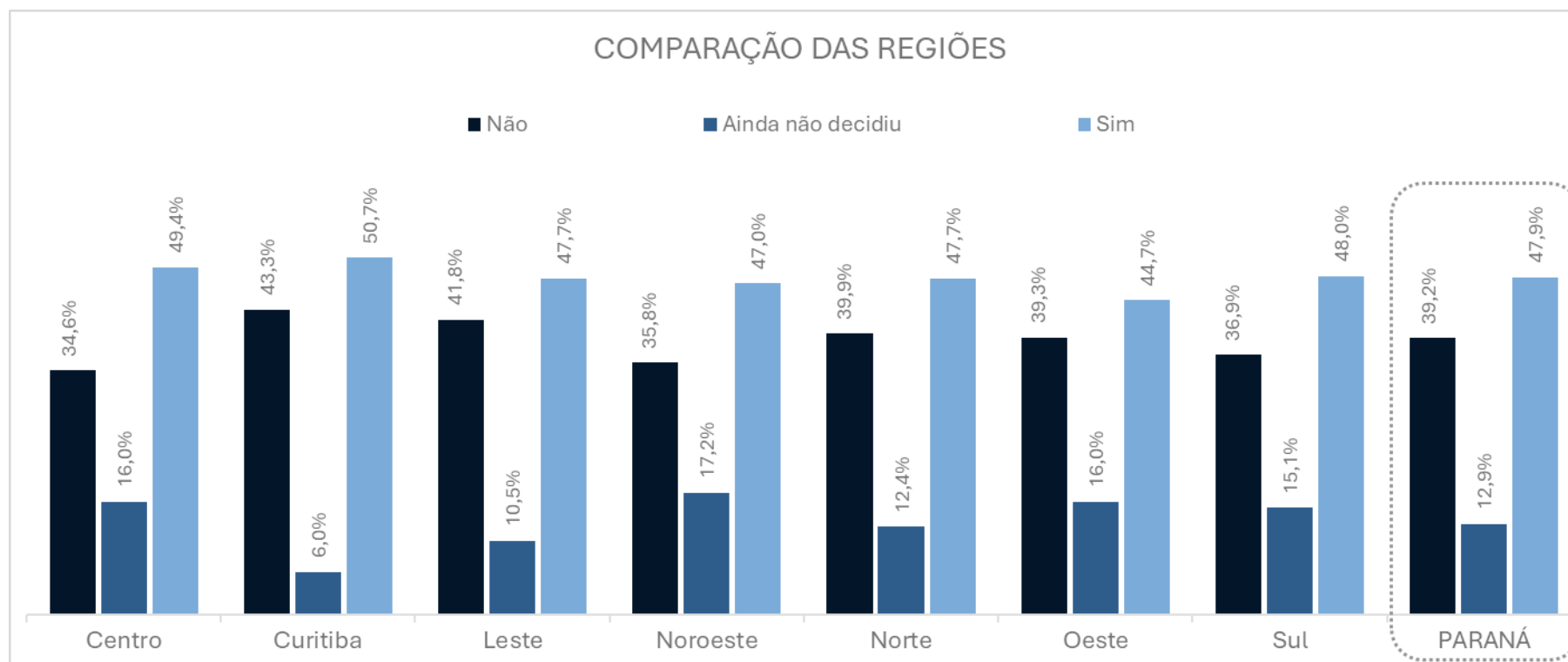


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

1. Tem intenção de presentear no Dia dos Pais?

Intenção de Presentear - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	34,6%	43,3%	41,8%	35,8%	39,9%	39,3%	36,9%	39,2%
Ainda não decidiu	16,0%	6,0%	10,5%	17,2%	12,4%	16,0%	15,1%	12,9%
Sim	49,4%	50,7%	47,7%	47,0%	47,7%	44,7%	48,0%	47,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

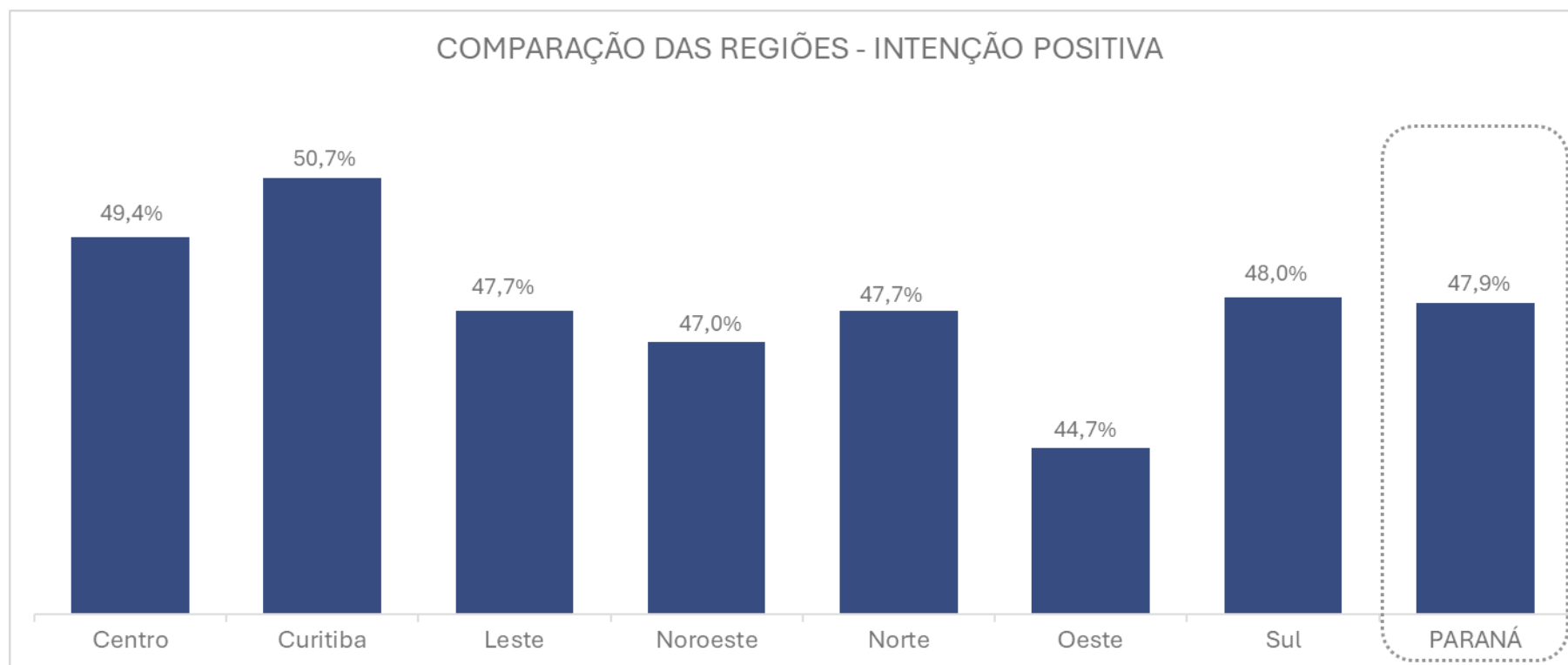
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Intenção Positiva

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - INTENÇÃO POSITIVA

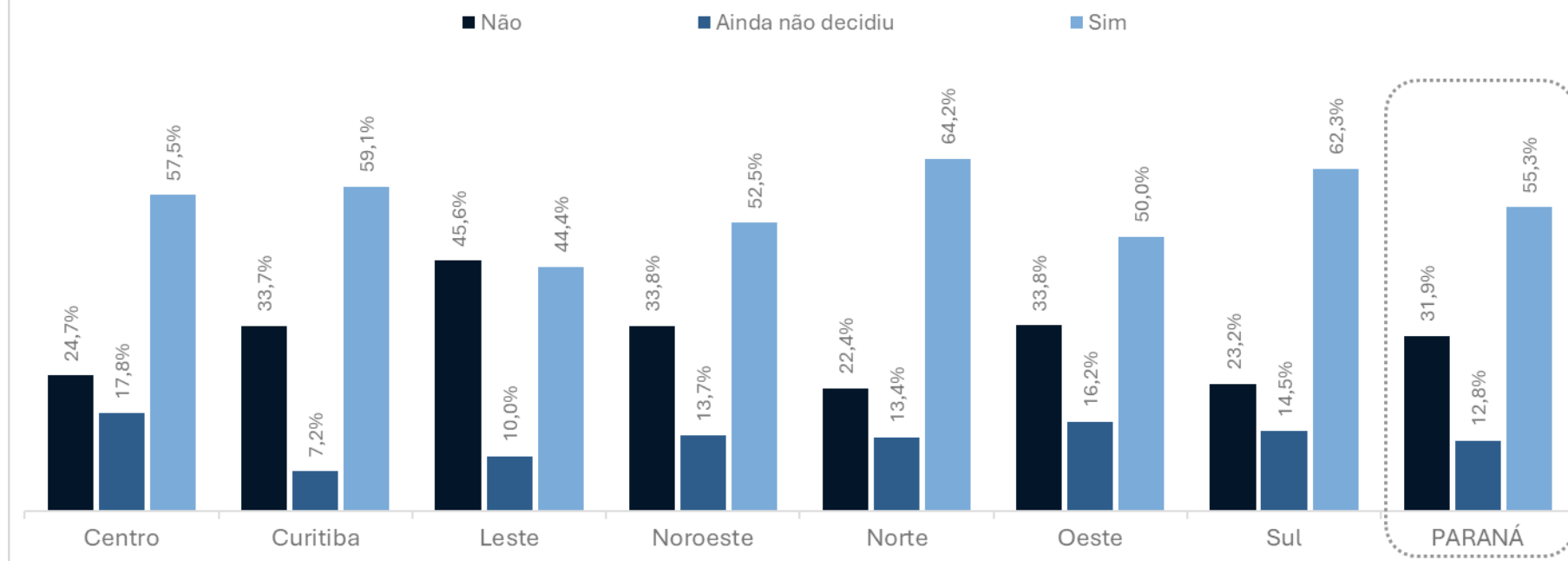


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Gênero Feminino

Intenção de Presentear - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	24,7%	33,7%	45,6%	33,8%	22,4%	33,8%	23,2%	31,9%
Ainda não decidiu	17,8%	7,2%	10,0%	13,7%	13,4%	16,2%	14,5%	12,8%
Sim	57,5%	59,1%	44,4%	52,5%	64,2%	50,0%	62,3%	55,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

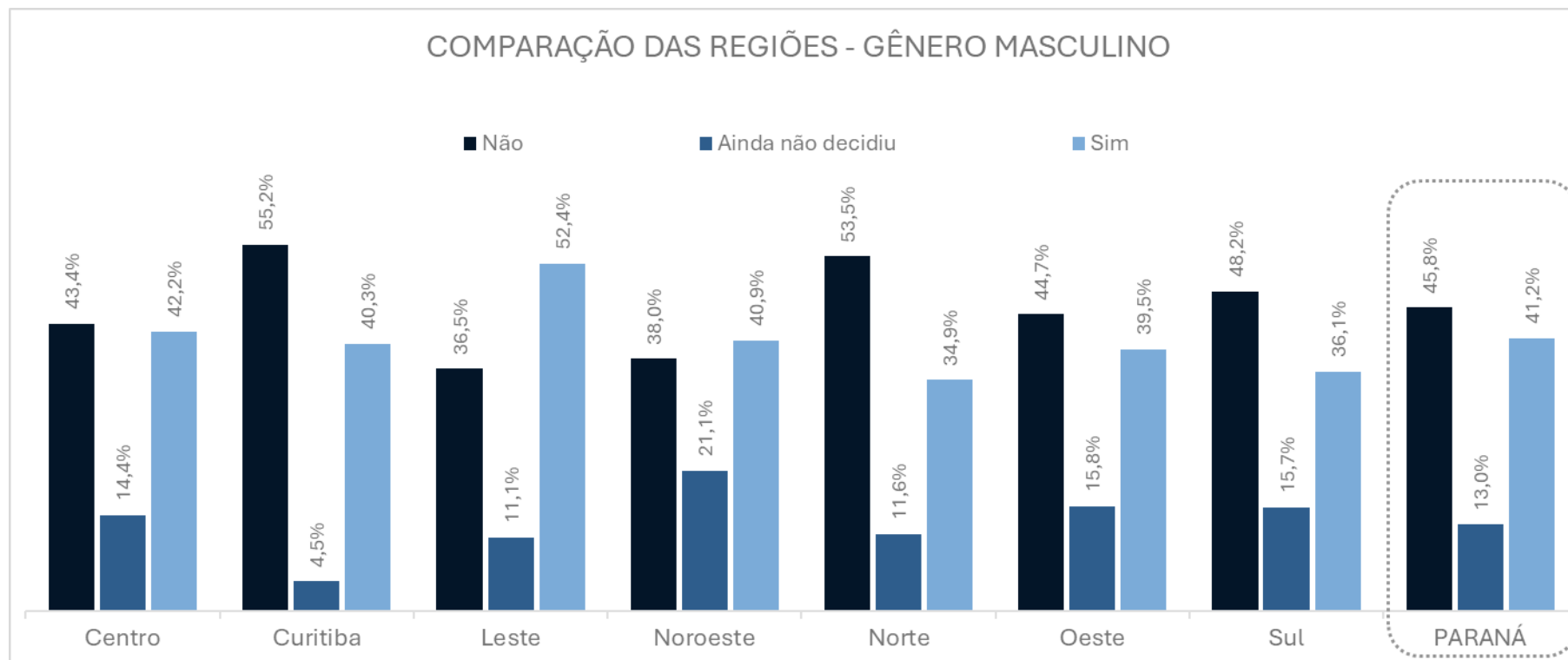


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Gênero Masculino

Intenção de Presentear - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	43,4%	55,2%	36,5%	38,0%	53,5%	44,7%	48,2%	45,8%
Ainda não decidiu	14,4%	4,5%	11,1%	21,1%	11,6%	15,8%	15,7%	13,0%
Sim	42,2%	40,3%	52,4%	40,9%	34,9%	39,5%	36,1%	41,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

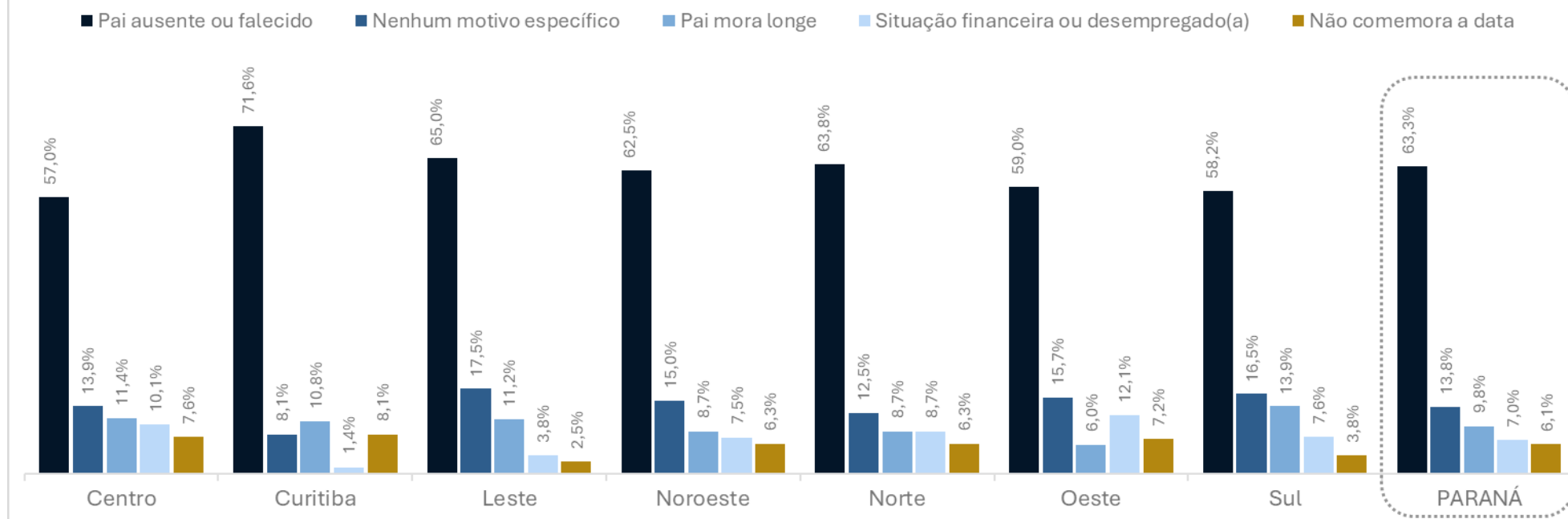


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

2. Qual o motivo de não presentear no Dia dos Pais?

Motivo de não presentear - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Pai ausente ou falecido	57,0%	71,6%	65,0%	62,5%	63,8%	59,0%	58,2%	63,3%
Nenhum motivo específico	13,9%	8,1%	17,5%	15,0%	12,5%	15,7%	16,5%	13,8%
Pai mora longe	11,4%	10,8%	11,2%	8,7%	8,7%	6,0%	13,9%	9,8%
Situação financeira ou desempregado(a)	10,1%	1,4%	3,8%	7,5%	8,7%	12,1%	7,6%	7,0%
Não comemora a data	7,6%	8,1%	2,5%	6,3%	6,3%	7,2%	3,8%	6,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

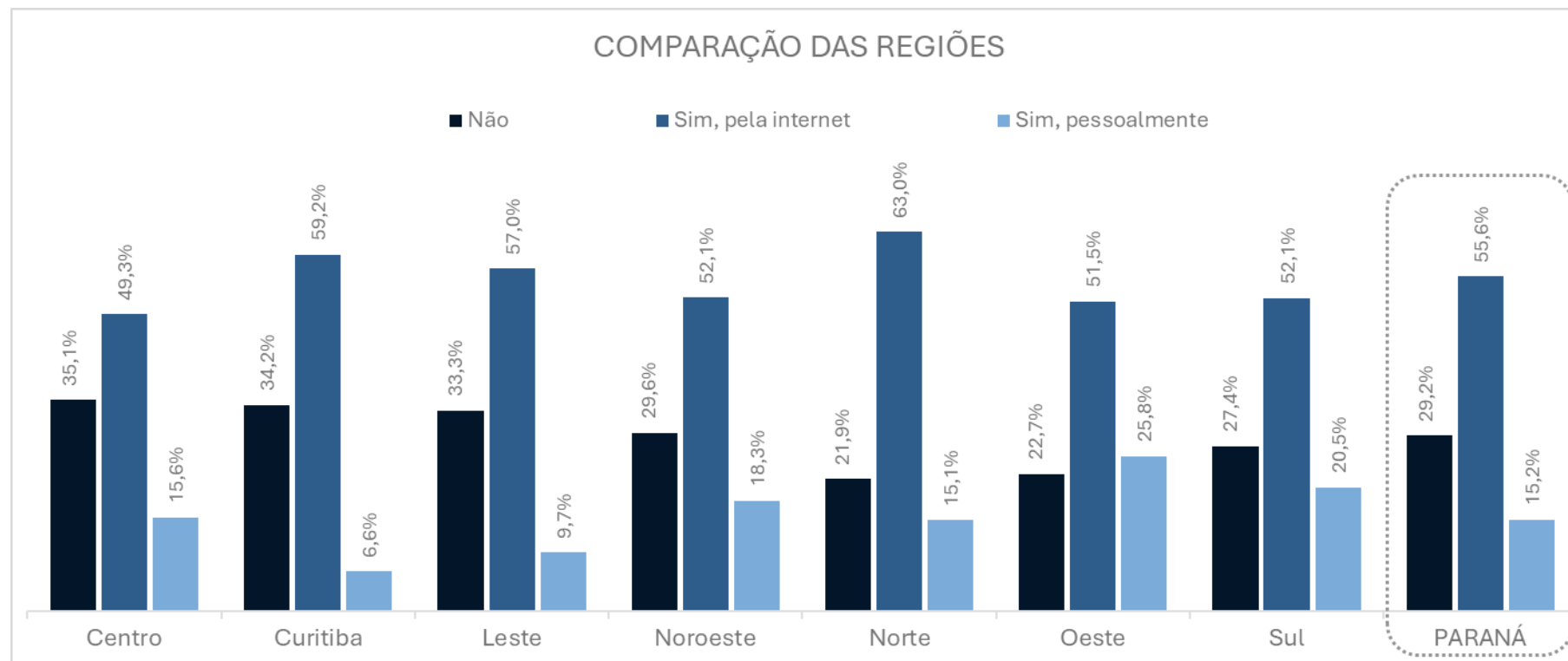


PESQUISA DE PREÇO

3. Costuma fazer pesquisa de preço antes de comprar?

Pesquisa de Preço - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	35,1%	34,2%	33,3%	29,6%	21,9%	22,7%	27,4%	29,2%
Sim, pela internet	49,3%	59,2%	57,0%	52,1%	63,0%	51,5%	52,1%	55,6%
Sim, pessoalmente	15,6%	6,6%	9,7%	18,3%	15,1%	25,8%	20,5%	15,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



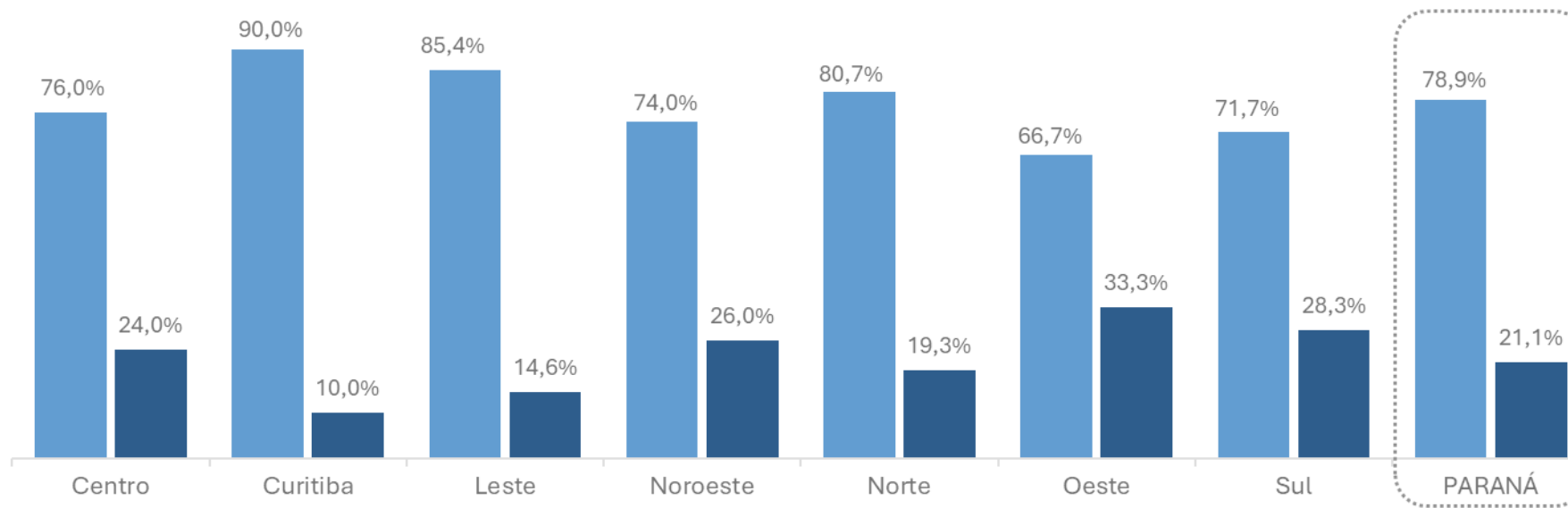
PESQUISA DE PREÇO

Intenção Positiva

Quem faz Pesquisa de Preço - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	76,0%	90,0%	85,4%	74,0%	80,7%	66,7%	71,7%	78,9%
Sim, pessoalmente	24,0%	10,0%	14,6%	26,0%	19,3%	33,3%	28,3%	21,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

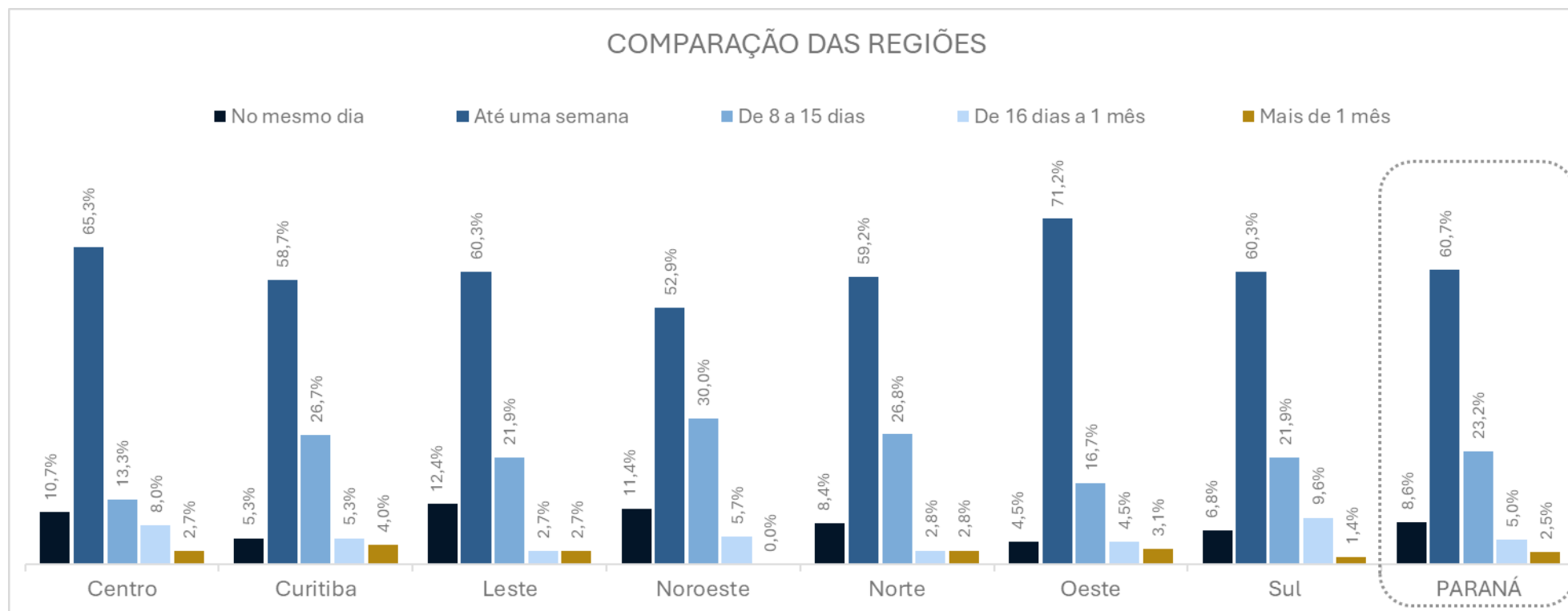
■ Sim, pela internet ■ Sim, pessoalmente



PERÍODO DA COMPRA

4. Com qual antecedência costuma fazer a compra do presente?

Período da Compra - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
No mesmo dia	10,7%	5,3%	12,4%	11,4%	8,4%	4,5%	6,8%	8,6%
Até uma semana	65,3%	58,7%	60,3%	52,9%	59,2%	71,2%	60,3%	60,7%
De 8 a 15 dias	13,3%	26,7%	21,9%	30,0%	26,8%	16,7%	21,9%	23,2%
De 16 dias a 1 mês	8,0%	5,3%	2,7%	5,7%	2,8%	4,5%	9,6%	5,0%
Mais de 1 mês	2,7%	4,0%	2,7%	0,0%	2,8%	3,1%	1,4%	2,5%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

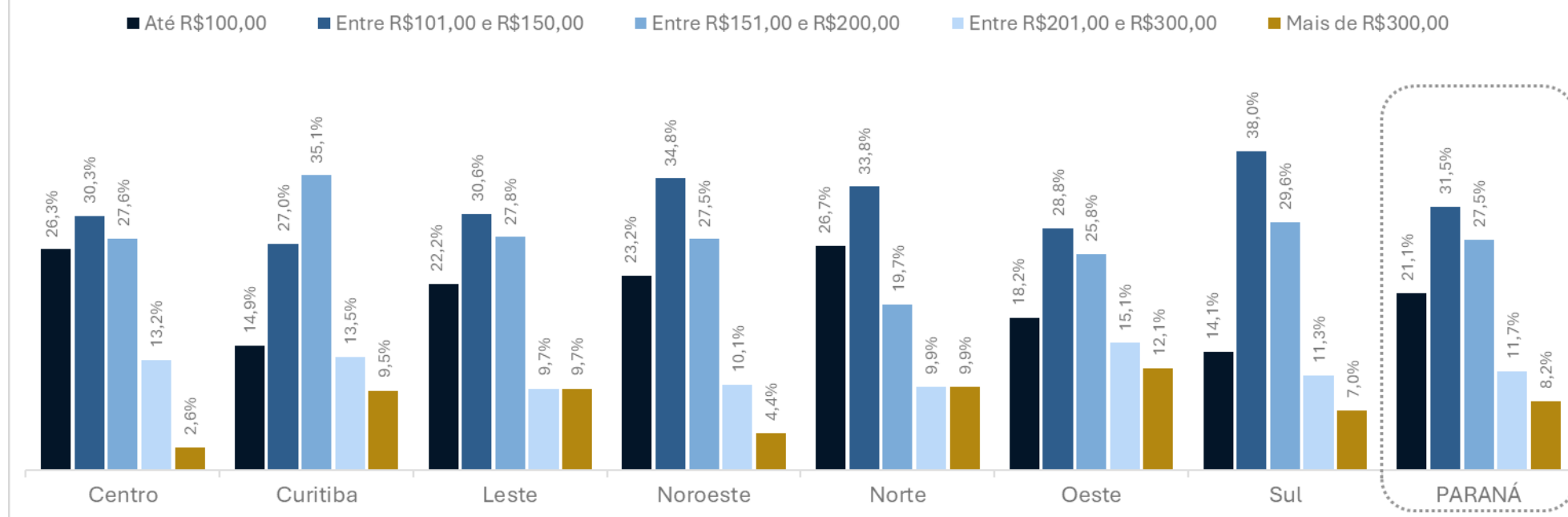


VALOR DOS PRESENTES

5. Quanto pretende gastar no presente do Dia dos Pais?

Pretensão de Gasto - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	26,3%	14,9%	22,2%	23,2%	26,7%	18,2%	14,1%	21,1%
Entre R\$101,00 e R\$150,00	30,3%	27,0%	30,6%	34,8%	33,8%	28,8%	38,0%	31,5%
Entre R\$151,00 e R\$200,00	27,6%	35,1%	27,8%	27,5%	19,7%	25,8%	29,6%	27,5%
Entre R\$201,00 e R\$300,00	13,2%	13,5%	9,7%	10,1%	9,9%	15,1%	11,3%	11,7%
Mais de R\$300,00	2,6%	9,5%	9,7%	4,4%	9,9%	12,1%	7,0%	8,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

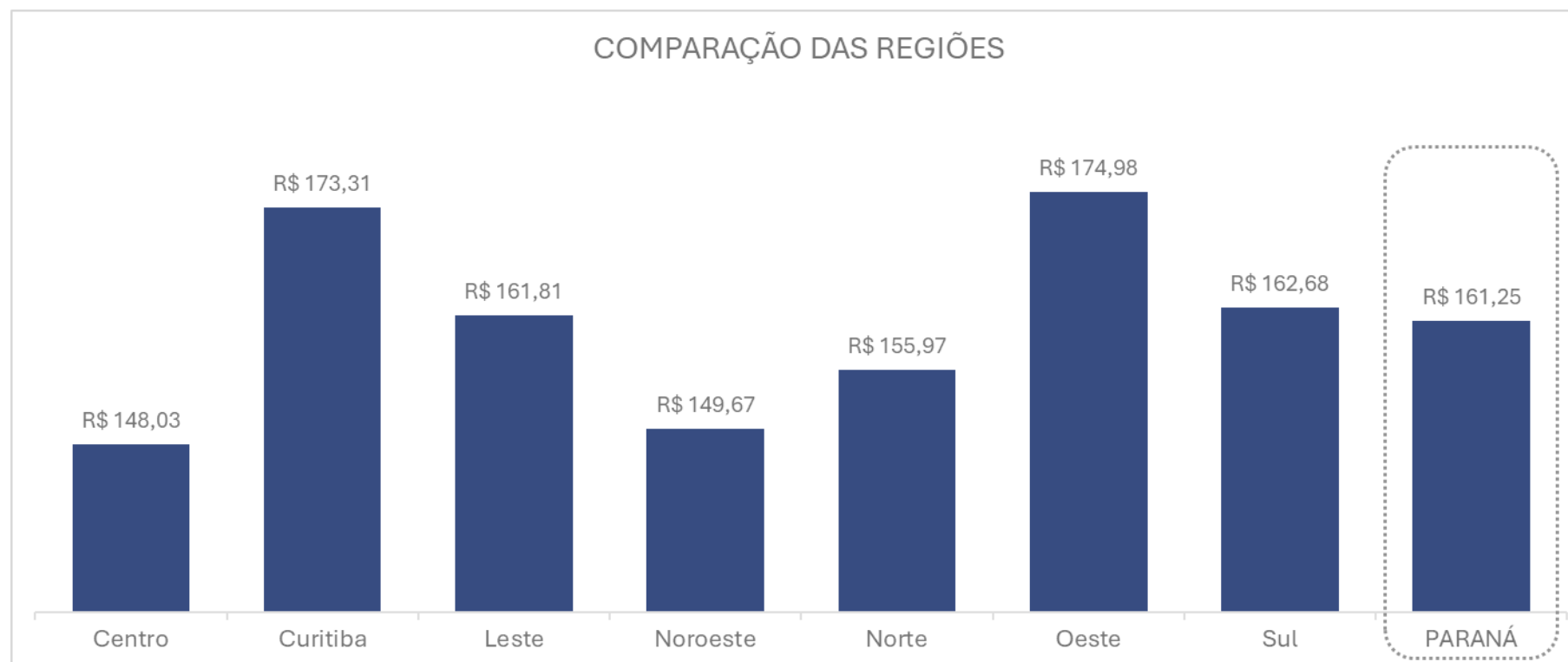
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



TÍQUETE MÉDIO

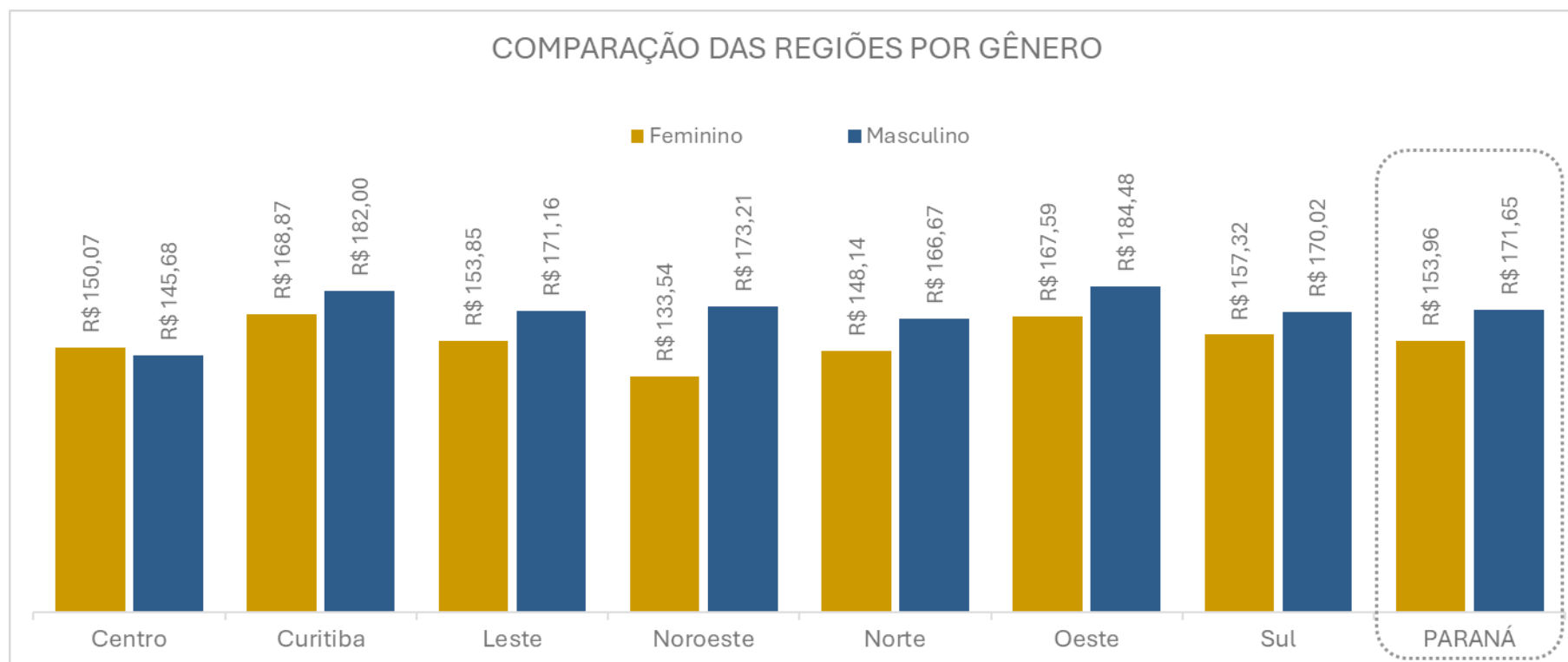
Tíquete Médio	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Geral	R\$ 148,03	R\$ 173,31	R\$ 161,81	R\$ 149,67	R\$ 155,97	R\$ 174,98	R\$ 162,68	R\$ 161,25
Feminino	R\$ 150,07	R\$ 168,87	R\$ 153,85	R\$ 133,54	R\$ 148,14	R\$ 167,59	R\$ 157,32	R\$ 153,96
Masculino	R\$ 145,68	R\$ 182,00	R\$ 171,16	R\$ 173,21	R\$ 166,67	R\$ 184,48	R\$ 170,02	R\$ 171,65

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



TÍQUETE MÉDIO

Análise por Gênero



[illegible]

TIPO DE PRESENTE

Gráficos por Região

PARANÁ



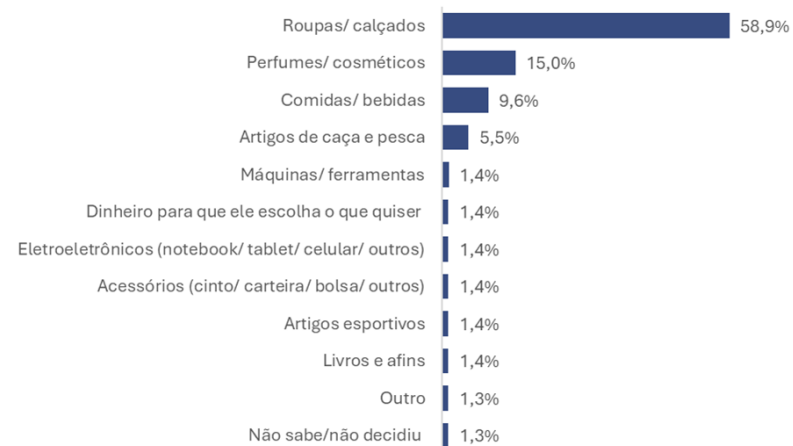
CENTRO



CURITIBA



LESTE



TIPO DE PRESENTE

Gráficos por Região

NOROESTE



NORTE



OESTE



SUL

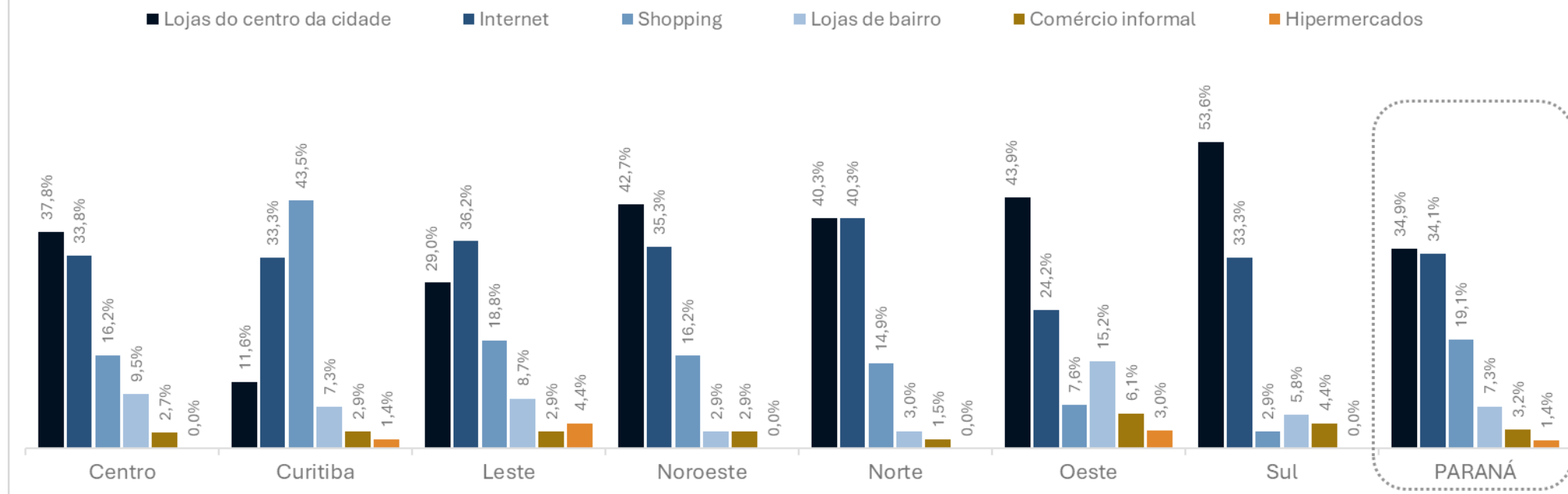


LOCAL DA COMPRA

7. Onde pretende comprar?

Local da Compra - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Lojas do centro da cidade	37,8%	11,6%	29,0%	42,7%	40,3%	43,9%	53,6%	34,9%
Internet	33,8%	33,3%	36,2%	35,3%	40,3%	24,2%	33,3%	34,1%
Shopping	16,2%	43,5%	18,8%	16,2%	14,9%	7,6%	2,9%	19,1%
Lojas de bairro	9,5%	7,3%	8,7%	2,9%	3,0%	15,2%	5,8%	7,3%
Comércio informal	2,7%	2,9%	2,9%	2,9%	1,5%	6,1%	4,4%	3,2%
Hipermercados	0,0%	1,4%	4,4%	0,0%	0,0%	3,0%	0,0%	1,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

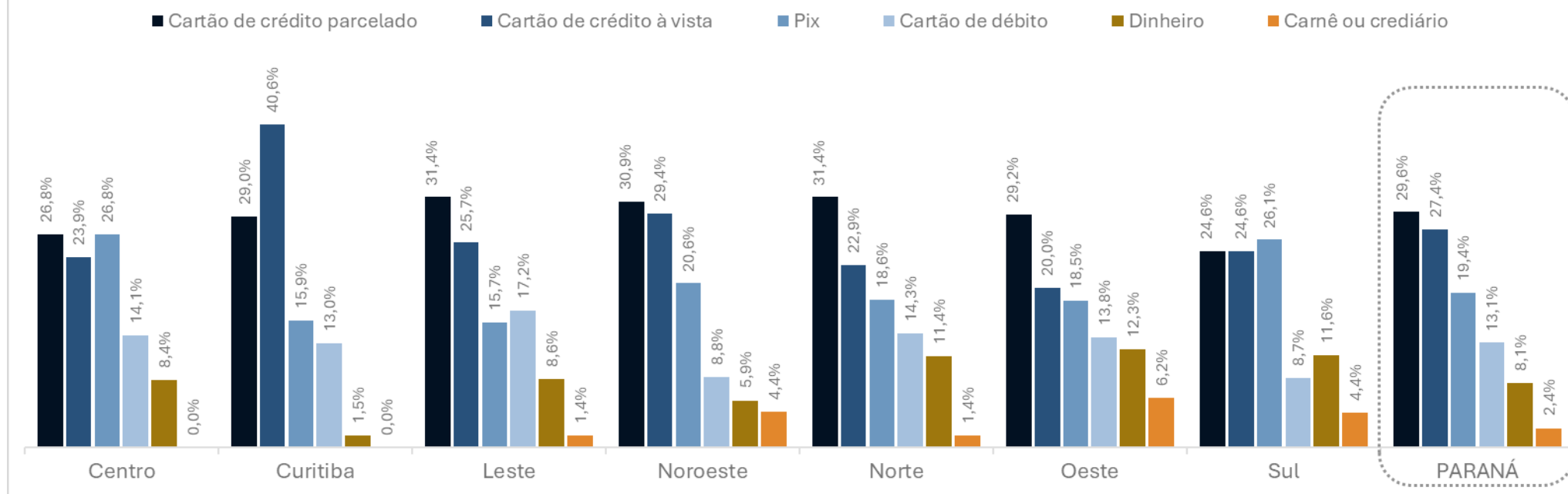


FORMA DE PAGAMENTO

8. Como pretende pagar a compra?

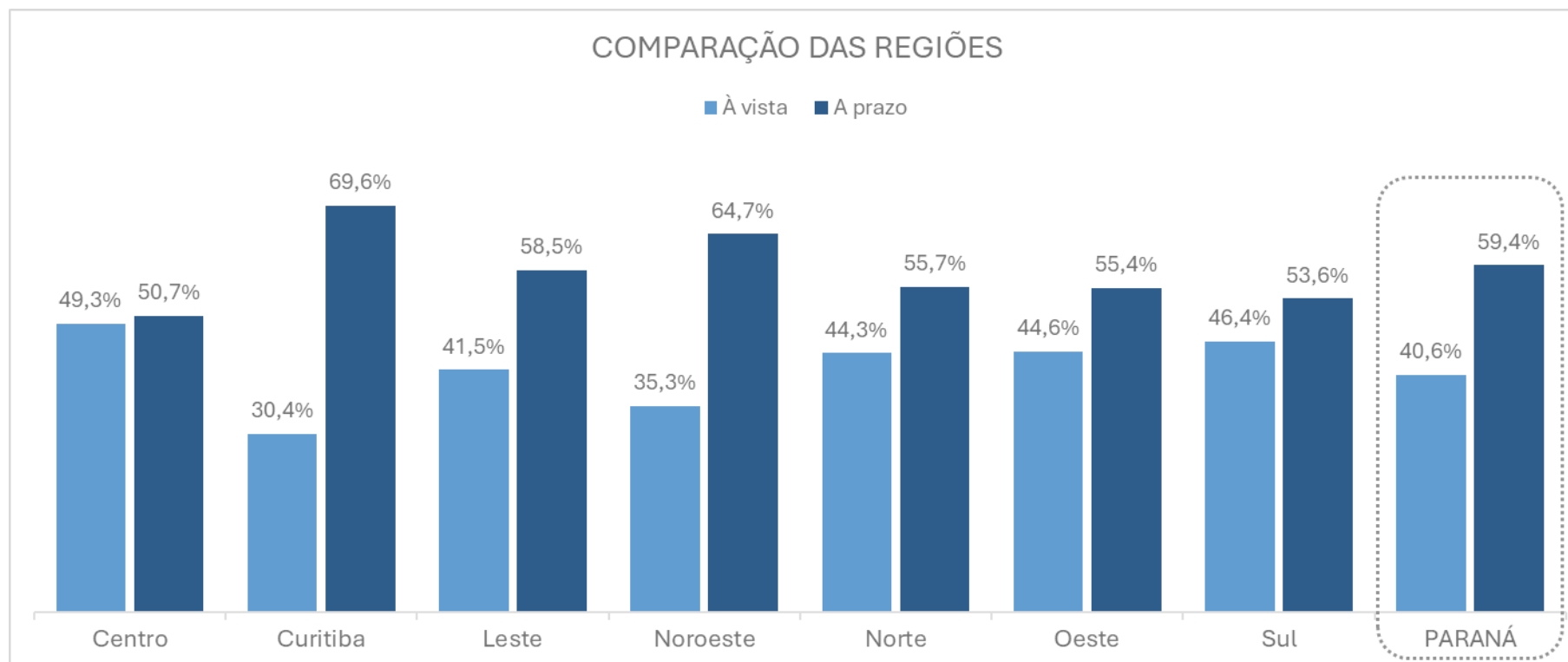
Forma de Pagamento - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito parcelado	26,8%	29,0%	31,4%	30,9%	31,4%	29,2%	24,6%	29,6%
Cartão de crédito à vista	23,9%	40,6%	25,7%	29,4%	22,9%	20,0%	24,6%	27,4%
Pix	26,8%	15,9%	15,7%	20,6%	18,6%	18,5%	26,1%	19,4%
Cartão de débito	14,1%	13,0%	17,2%	8,8%	14,3%	13,8%	8,7%	13,1%
Dinheiro	8,4%	1,5%	8,6%	5,9%	11,4%	12,3%	11,6%	8,1%
Carnê ou crediário	0,0%	0,0%	1,4%	4,4%	1,4%	6,2%	4,4%	2,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



MODALIDADE DE PAGAMENTO

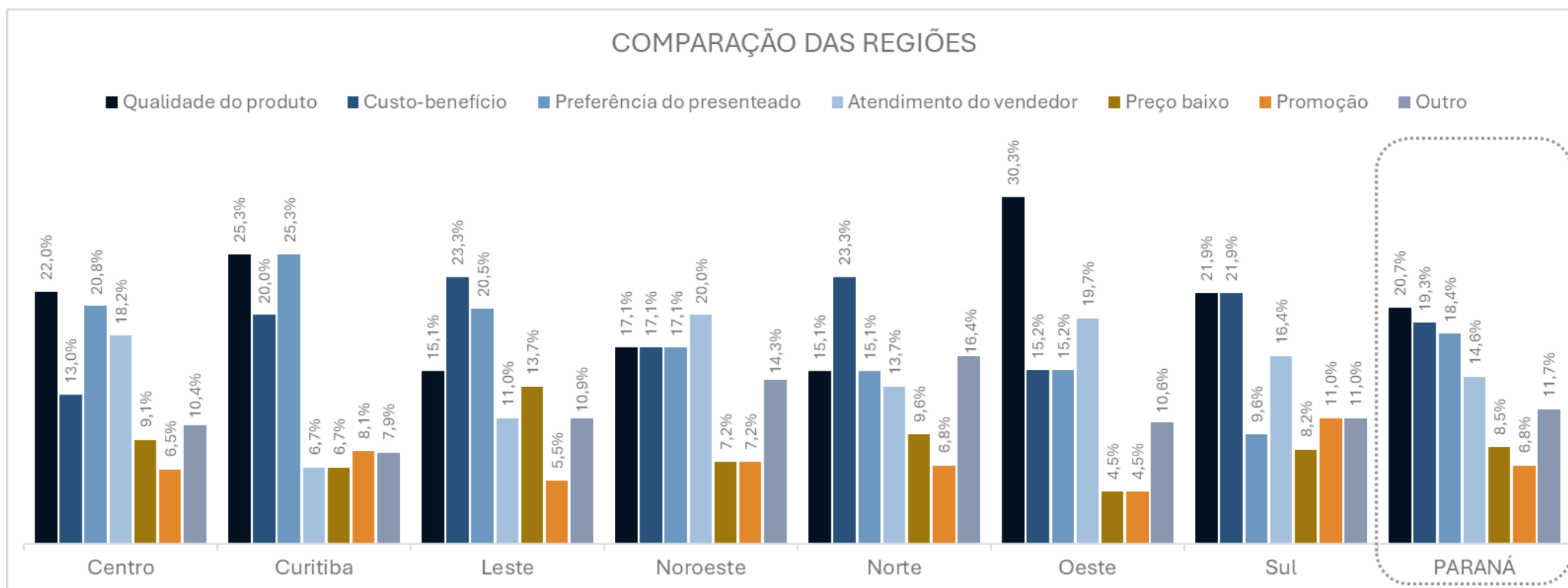
Modalidade de Pagamento - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	49,3%	30,4%	41,5%	35,3%	44,3%	44,6%	46,4%	40,6%
A prazo	50,7%	69,6%	58,5%	64,7%	55,7%	55,4%	53,6%	59,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



[illegible]

PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

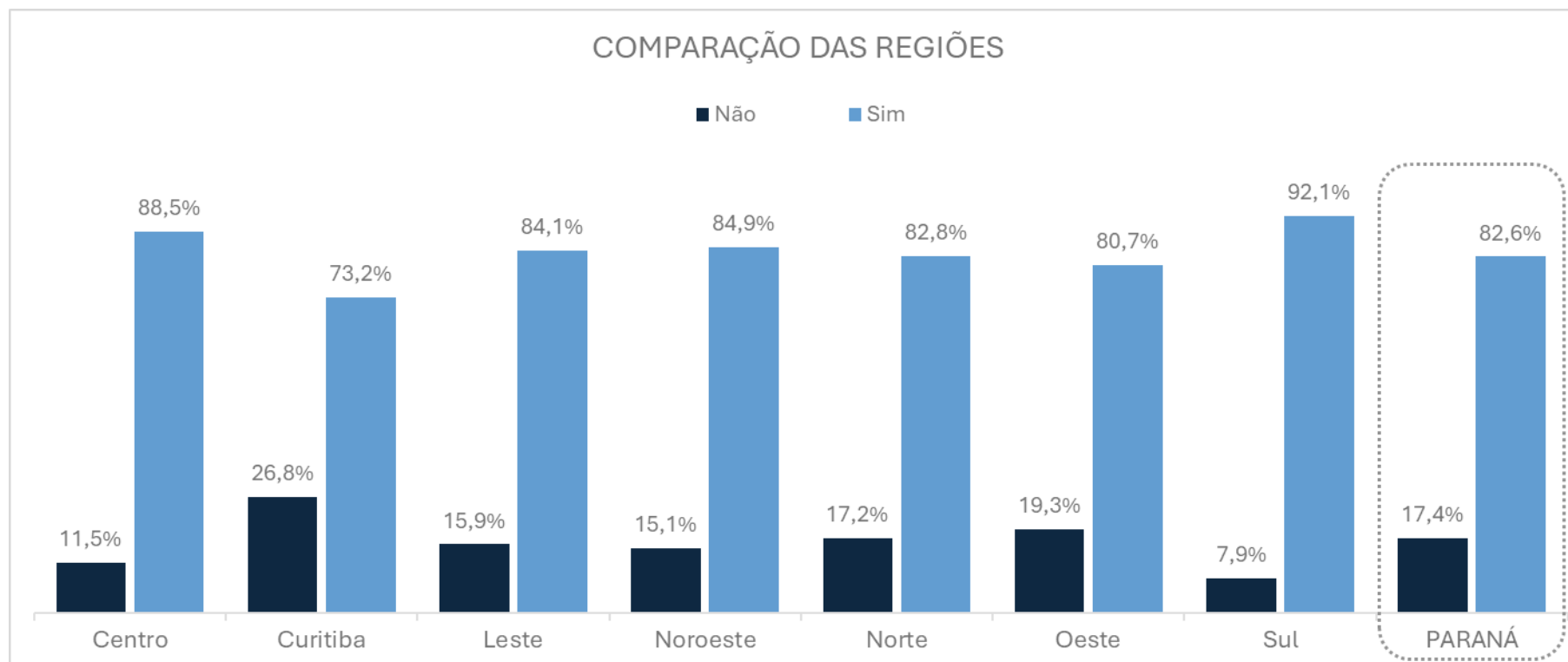
Gráfico



PAIS QUE GOSTARIAM DE SER PRESENTEADOS

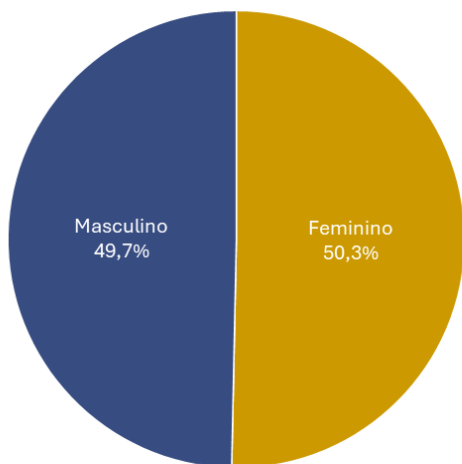
10. Gostaria de ser presenteado no Dia dos Pais?

Gostaria de ser presenteado - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	11,5%	26,8%	15,9%	15,1%	17,2%	19,3%	7,9%	17,4%
Sim	88,5%	73,2%	84,1%	84,9%	82,8%	80,7%	92,1%	82,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

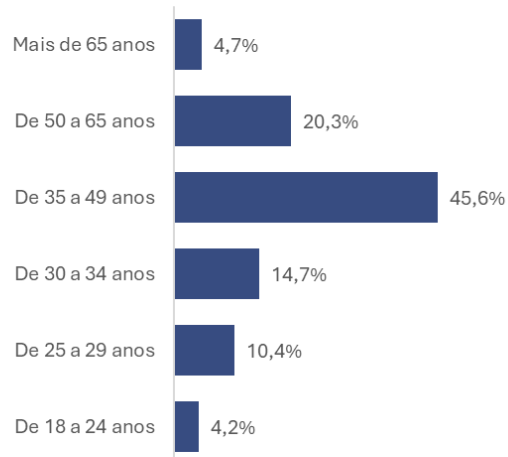


PERFIL DO CONSUMIDOR

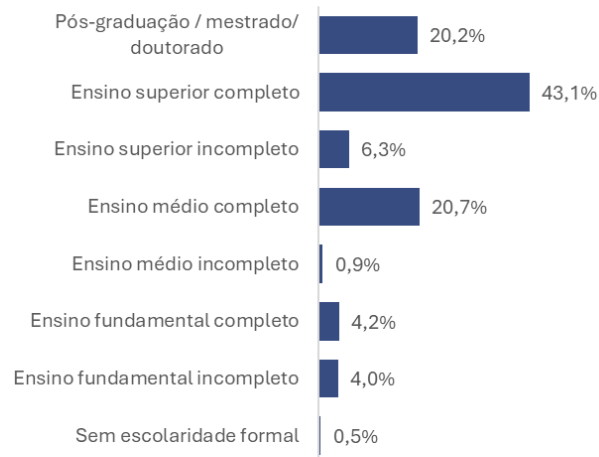
GÊNERO



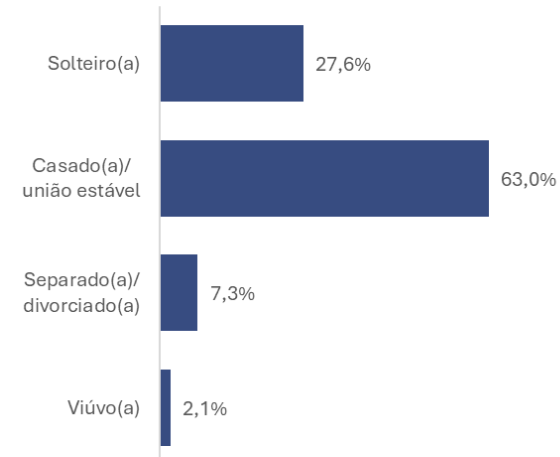
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



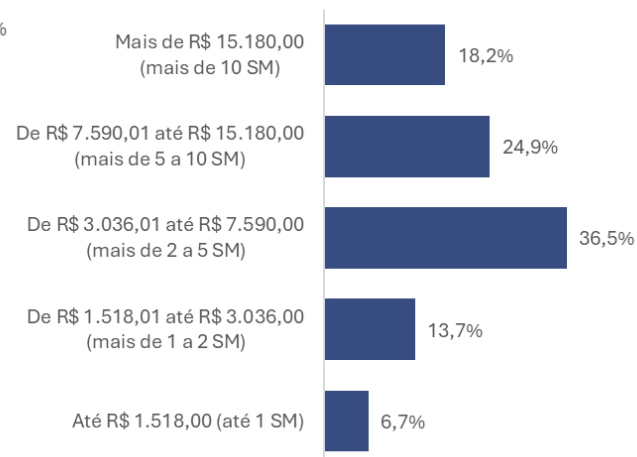
ESTADO CIVIL



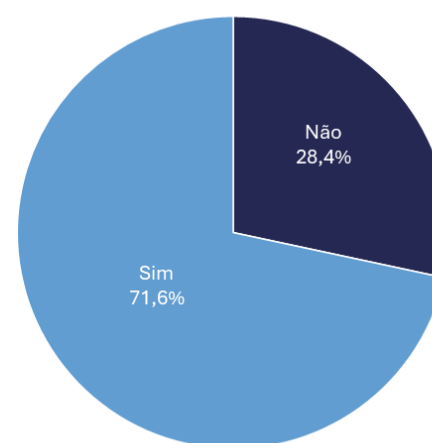
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



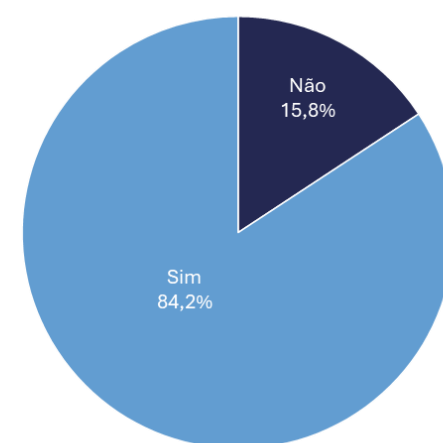
FAIXA DE RENDA



POSSUEM FILHOS

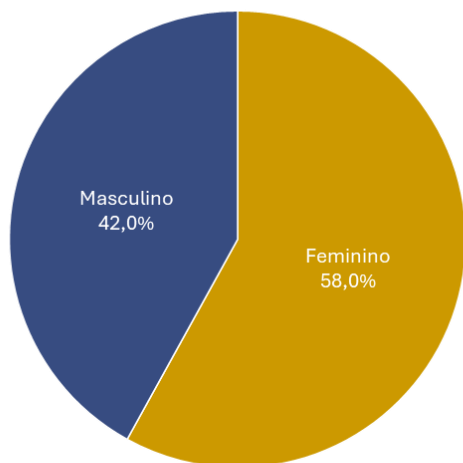


PAI QUE GOSTARIA DE SER PRESENTEADO

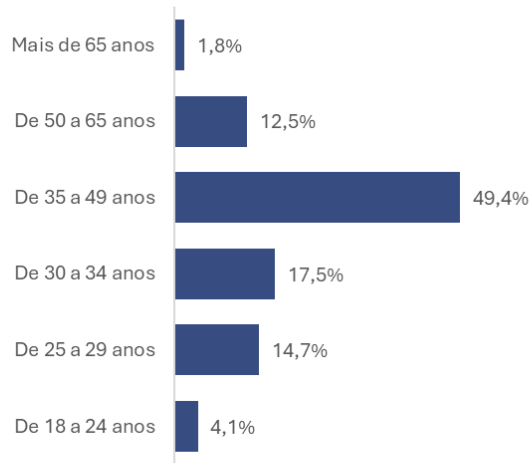


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

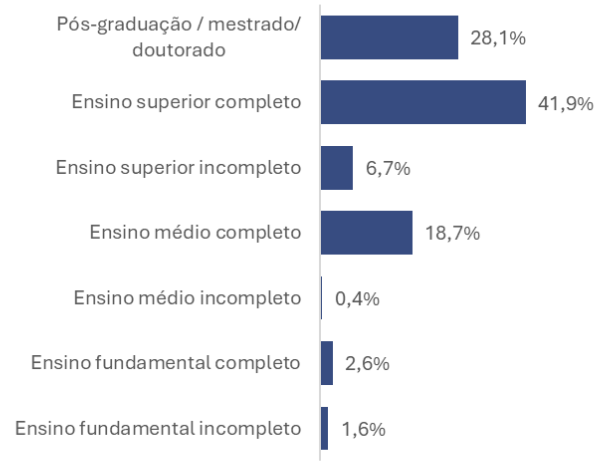
GÊNERO



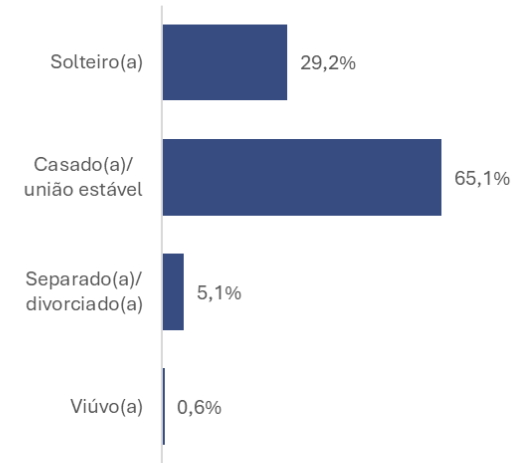
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



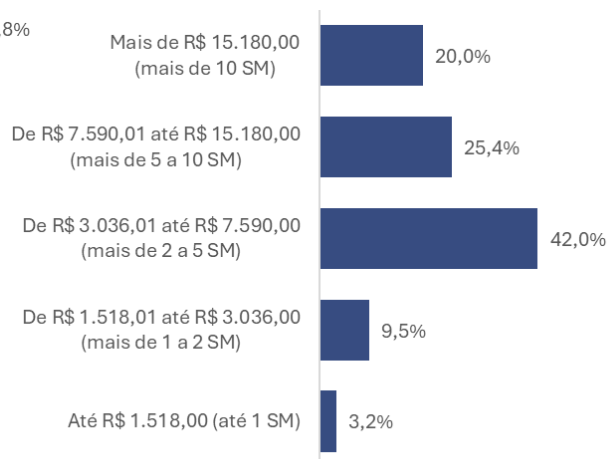
ESTADO CIVIL



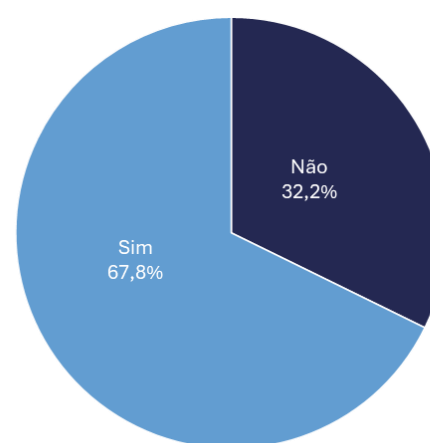
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



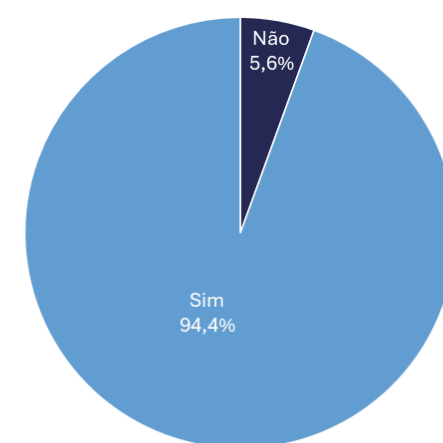
FAIXA DE RENDA



POSSUEM FILHOS

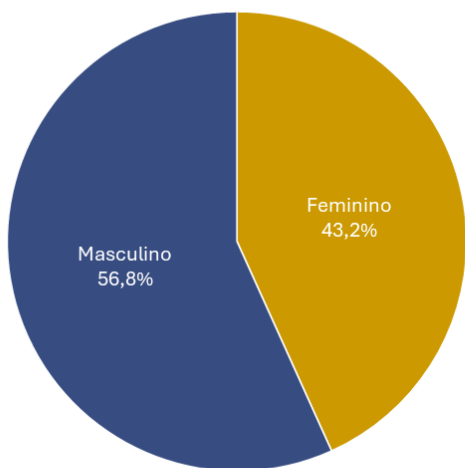


PAI QUE GOSTARIA DE SER PRESENTEADO

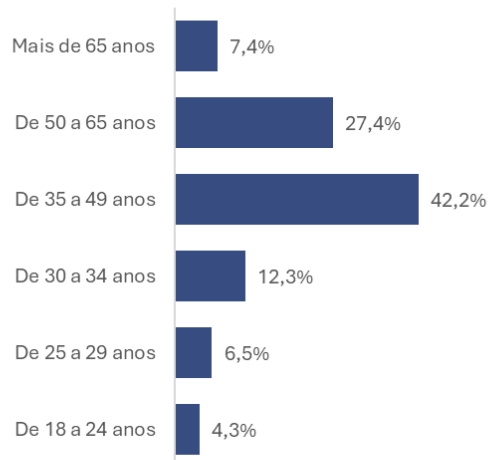


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

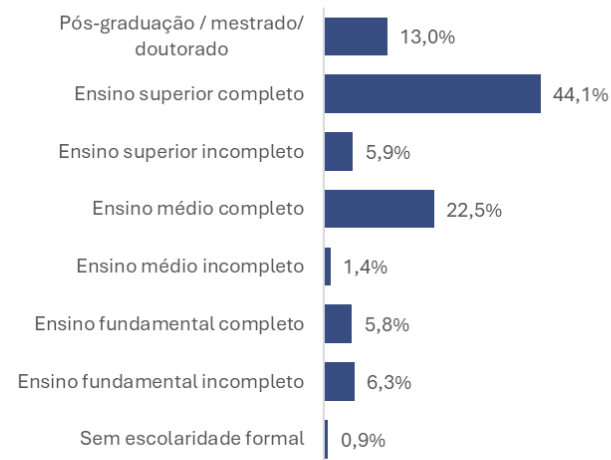
GÊNERO



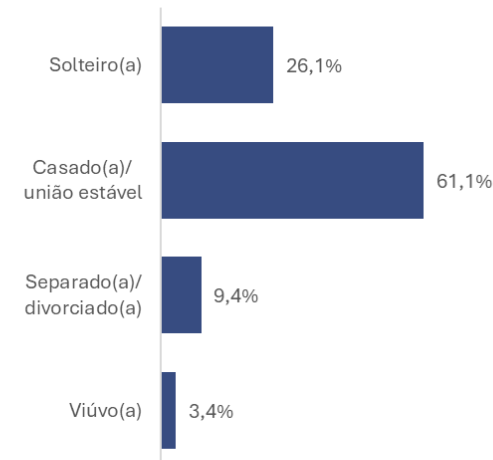
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



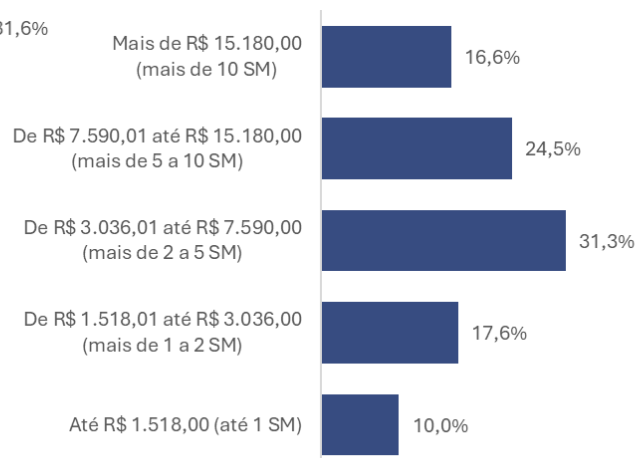
ESTADO CIVIL



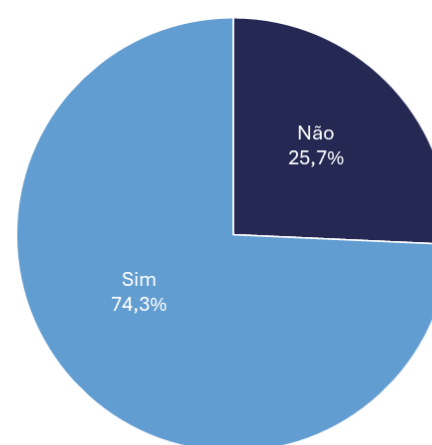
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



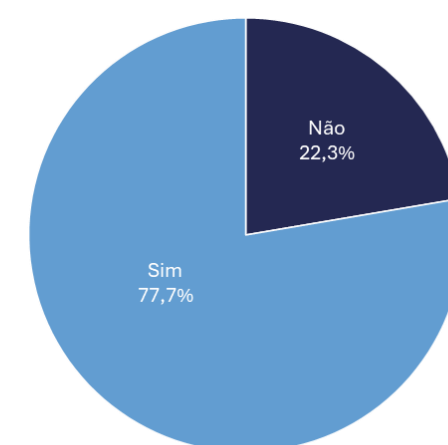
FAIXA DE RENDA



POSSUEM FILHOS



PAI QUE GOSTARIA DE SER PRESENTEADO



ASPECTOS METODOLÓGICOS

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia dos Pais, realizada pela Fecomércio PR em parceria com o Sebrae/PR, visa entender o comportamento de consumo dos paranaenses em relação à primeira das datas comerciais do segundo semestre do ano. A pesquisa abrangeu aspectos como intenção de presentear, locais de compra e forma de pagamento mais utilizada, proporcionando insights valiosos para o planejamento do setor empresarial e do comércio no Paraná.

Objetivo do Estudo

O estudo foi elaborado com o objetivo de identificar o potencial de consumo e as preferências dos paranaenses para a data que comemora o Dia dos Pais. Essas informações, segmentadas por região, servem como subsídio para empresas ajustarem suas campanhas promocionais, gestão de estoques e planejamento estratégico para a data.

População e Amostra

Para garantir representatividade, a pesquisa total abrangeu uma amostra de 1.065 entrevistas, distribuídas entre as sete regionais do Sebrae Paraná: Centro, Curitiba, Leste, Noroeste, Norte, Oeste e Sul. A distribuição das entrevistas foi proporcional à população total de cada região, conforme dados censitários, assegurando uma amostra que reflete a diversidade demográfica e geográfica do estado. A divisão da amostra foi a seguinte:

- Centro: 156 entrevistas (14,6%)
- Curitiba: 150 entrevistas (14,1%)
- Leste: 153 entrevistas (14,4%)
- Noroeste: 151 entrevistas (14,2%)
- Norte: 153 entrevistas (14,4%)
- Oeste: 150 entrevistas (14,1%)
- Sul: 152 entrevistas (14,2%)

Com um intervalo de confiança de 95% e um erro amostral máximo de $\pm 3,0\%$ para os resultados gerais, a amostra foi cuidadosamente dimensionada para assegurar a precisão nas estimativas e permitir a extrapolação para a população estadual.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Período de Coleta

A coleta de dados foi realizada entre 17 de junho e 11 de julho de 2025. Esse período foi estrategicamente escolhido para captar as intenções e o planejamento de consumo dos paranaenses, com foco nas compras para a data comemorativa.

Método de Coleta e Instrumento de Pesquisa

A pesquisa foi conduzida por meio de entrevistas telefônicas, baseada no método CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), com um questionário estruturado que abordou os seguintes temas: Intenção de Presentear no Dia dos Pais: Perguntas sobre o hábito de presentear, período da compra, valor planejado para o presente, tipos de itens desejados, local e forma de pagamento das compras.

Procedimento de Ponderação

Para garantir que os resultados fossem representativos da estrutura socioeconômica do estado, foi aplicada uma ponderação por peso, utilizando a População Economicamente Ativa (PEA) de cada região, conforme dados do Censo de 2010. Essa ponderação permite que cada região contribua de forma proporcional ao seu peso econômico, assegurando que os resultados reflitam não apenas a distribuição populacional, mas também a relevância econômica de cada região.

Tratamento e Análise dos Dados

Após a coleta e ponderação dos dados, as informações foram analisadas por região, possibilitando uma visão segmentada entre as médias regionais e a média estadual. Foram realizados cálculos específicos do tíquete médio planejado para a data, além de segmentações por gênero, para uma compreensão aprofundada dos hábitos e preferências de consumo. Essa análise desagregada permite a identificação de padrões específicos e o desenvolvimento de estratégias comerciais adaptadas a cada perfil regional.

Departamento de Pesquisas da Fecomércio PR

pesquisa@fecomerciopr.com.br

(41) 3883-4527

