

Sondagem de intenção de compras

NATAL

Dezembro/2025

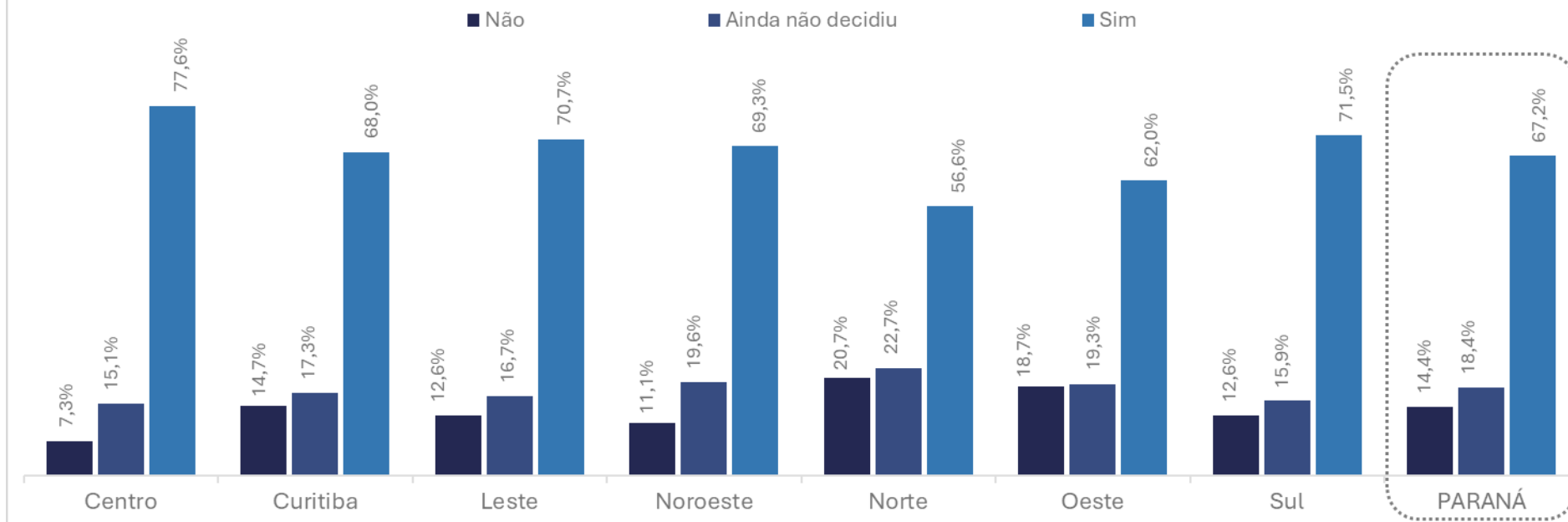


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

1. Tem intenção de presentear alguém neste Natal?

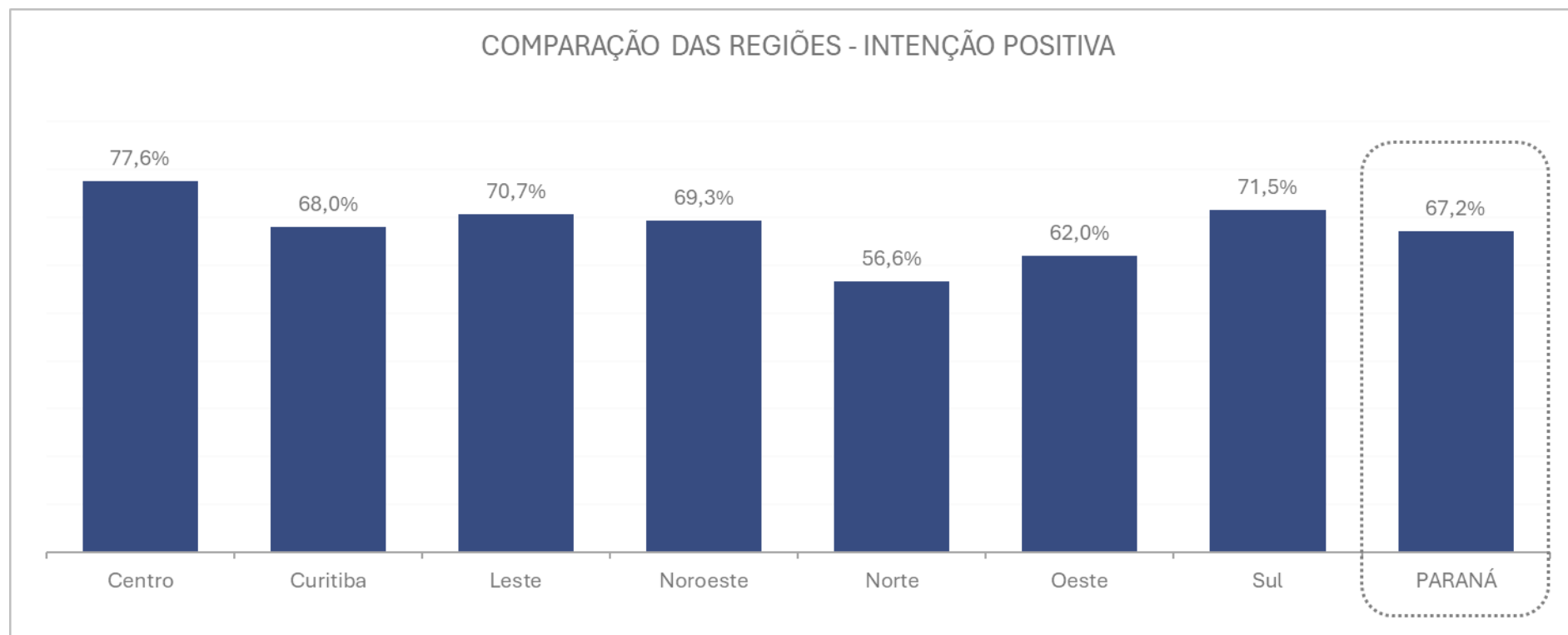
Intenção de Presentear - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	7,3%	14,7%	12,6%	11,1%	20,7%	18,7%	12,6%	14,4%
Ainda não decidiu	15,1%	17,3%	16,7%	19,6%	22,7%	19,3%	15,9%	18,4%
Sim	77,6%	68,0%	70,7%	69,3%	56,6%	62,0%	71,5%	67,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

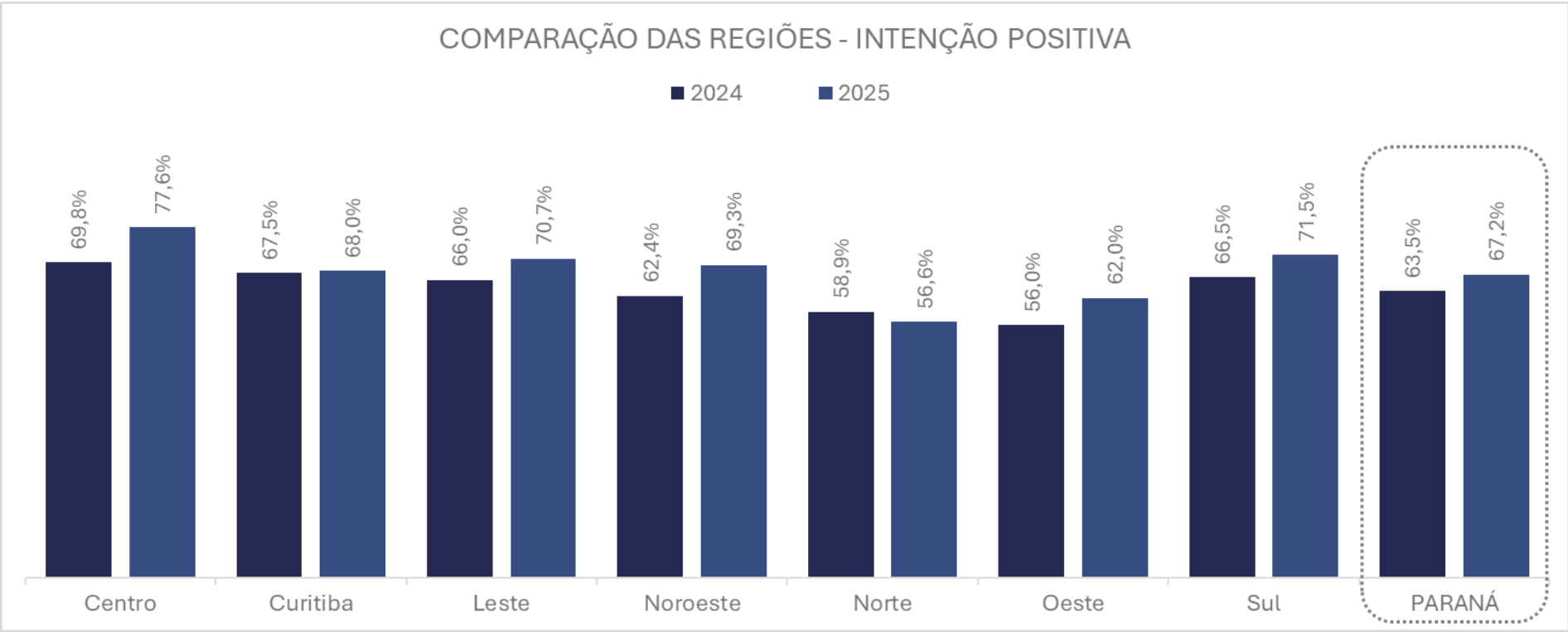
Intenção Positiva



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Intenção Positiva – Série Histórica

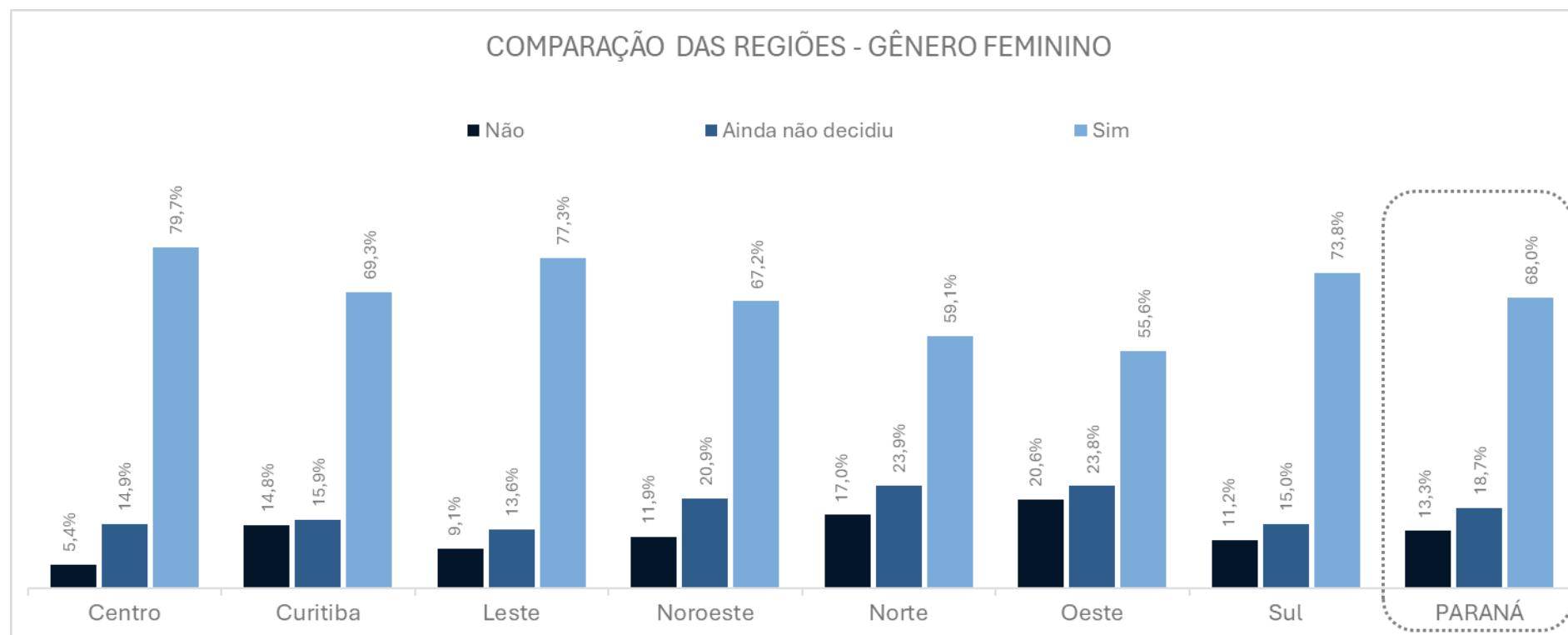
Intenção Positiva de Presentear -Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
2025	77,6%	68,0%	70,7%	69,3%	56,6%	62,0%	71,5%	67,2%
2024	69,8%	67,5%	66,0%	62,4%	58,9%	56,0%	66,5%	63,5%



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Gênero Feminino

Intenção de Presentear -Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	5,4%	14,8%	9,1%	11,9%	17,0%	20,6%	11,2%	13,3%
Ainda não decidiu	14,9%	15,9%	13,6%	20,9%	23,9%	23,8%	15,0%	18,7%
Sim	79,7%	69,3%	77,3%	67,2%	59,1%	55,6%	73,8%	68,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

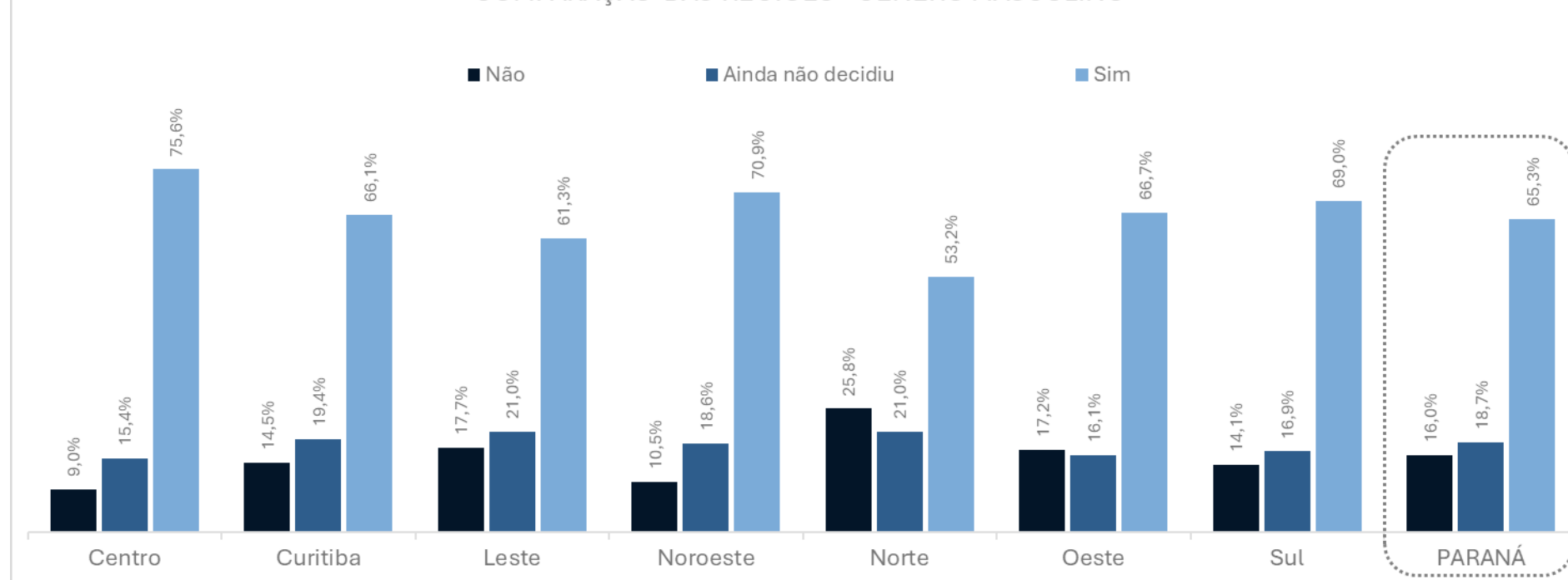


INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Gênero Masculino

Intenção de Presentear - Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	9,0%	14,5%	17,7%	10,5%	25,8%	17,2%	14,1%	16,0%
Ainda não decidiu	15,4%	19,4%	21,0%	18,6%	21,0%	16,1%	16,9%	18,7%
Sim	75,6%	66,1%	61,3%	70,9%	53,2%	66,7%	69,0%	65,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

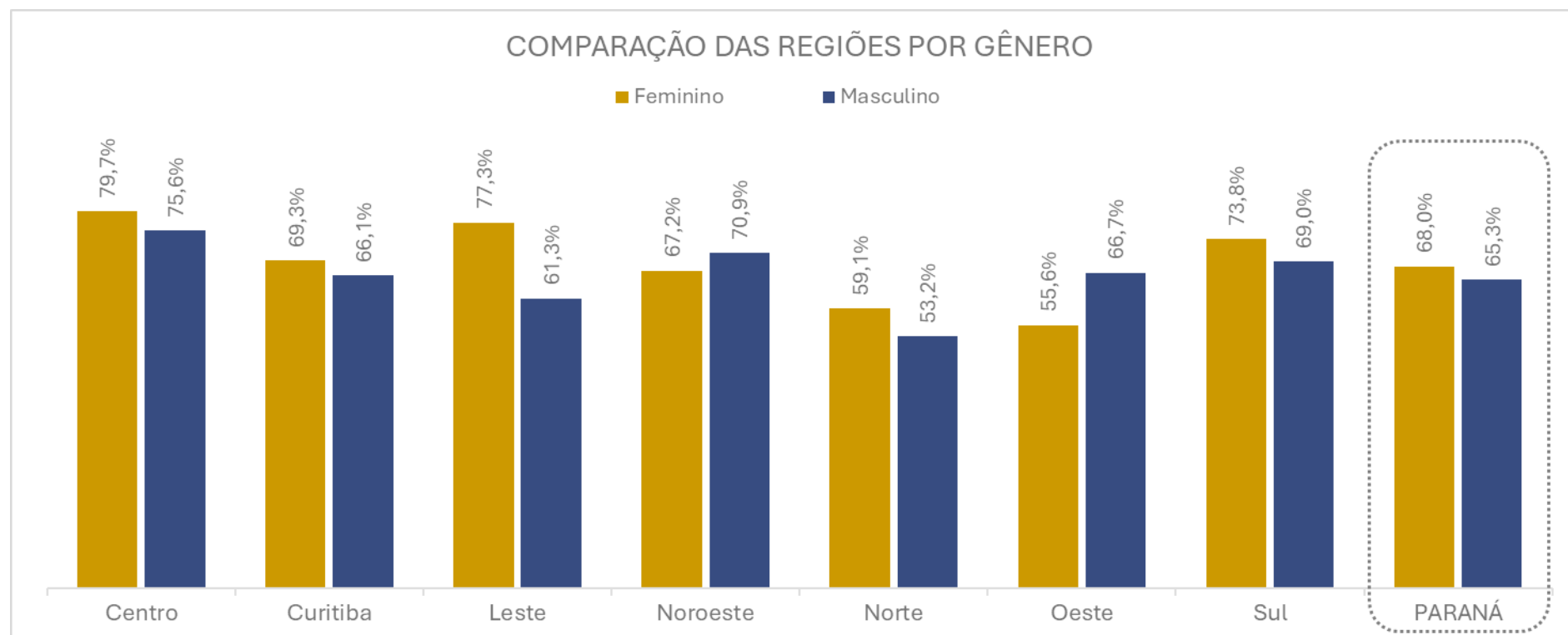
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Intenção Positiva – Análise por Gênero

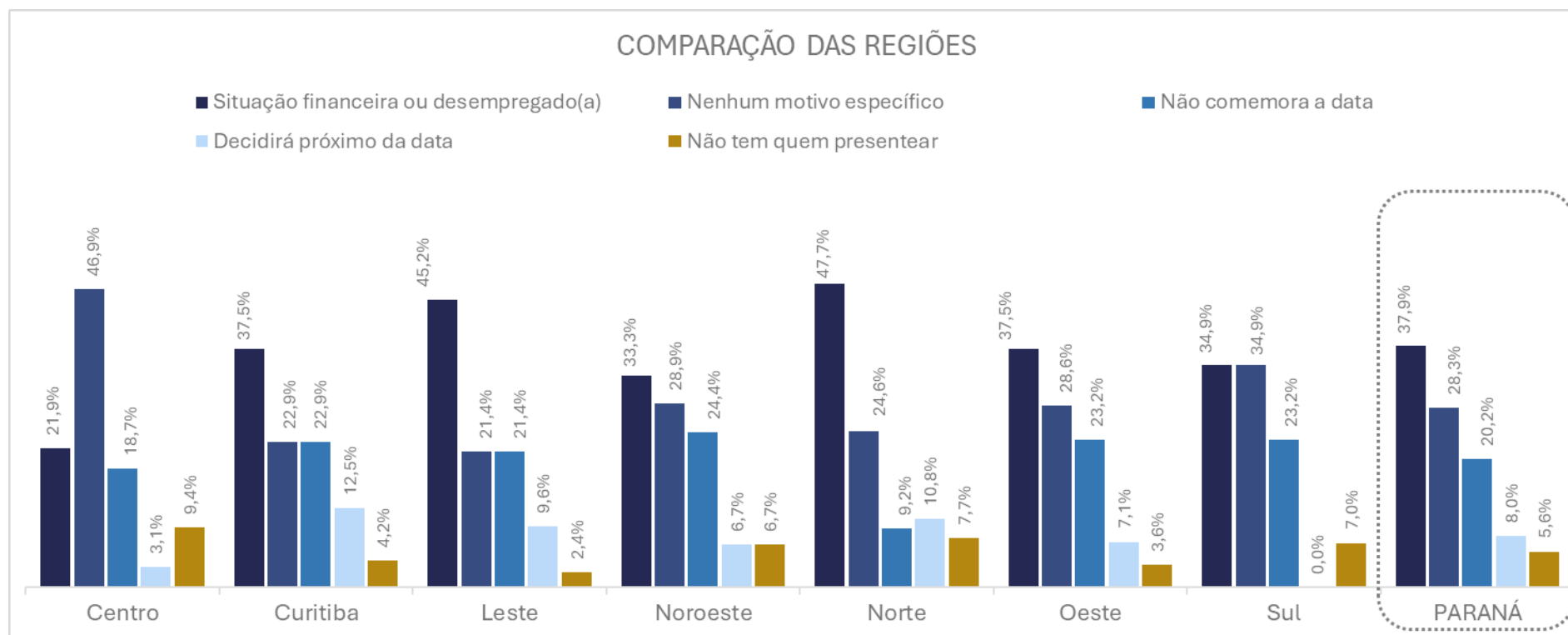
Intenção Positiva de Presentear por Gênero	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Feminino	79,7%	69,3%	77,3%	67,2%	59,1%	55,6%	73,8%	68,0%
Masculino	75,6%	66,1%	61,3%	70,9%	53,2%	66,7%	69,0%	65,3%



MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

2. Qual o motivo de não presentear no Natal?

Motivo de não presentear - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Situação financeira ou desempregado(a)	21,9%	37,5%	45,2%	33,3%	47,7%	37,5%	34,9%	37,9%
Nenhum motivo específico	46,9%	22,9%	21,4%	28,9%	24,6%	28,6%	34,9%	28,3%
Não comemora a data	18,7%	22,9%	21,4%	24,4%	9,2%	23,2%	23,2%	20,2%
Decidirá próximo da data	3,1%	12,5%	9,6%	6,7%	10,8%	7,1%	0,0%	8,0%
Não tem quem presentear	9,4%	4,2%	2,4%	6,7%	7,7%	3,6%	7,0%	5,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

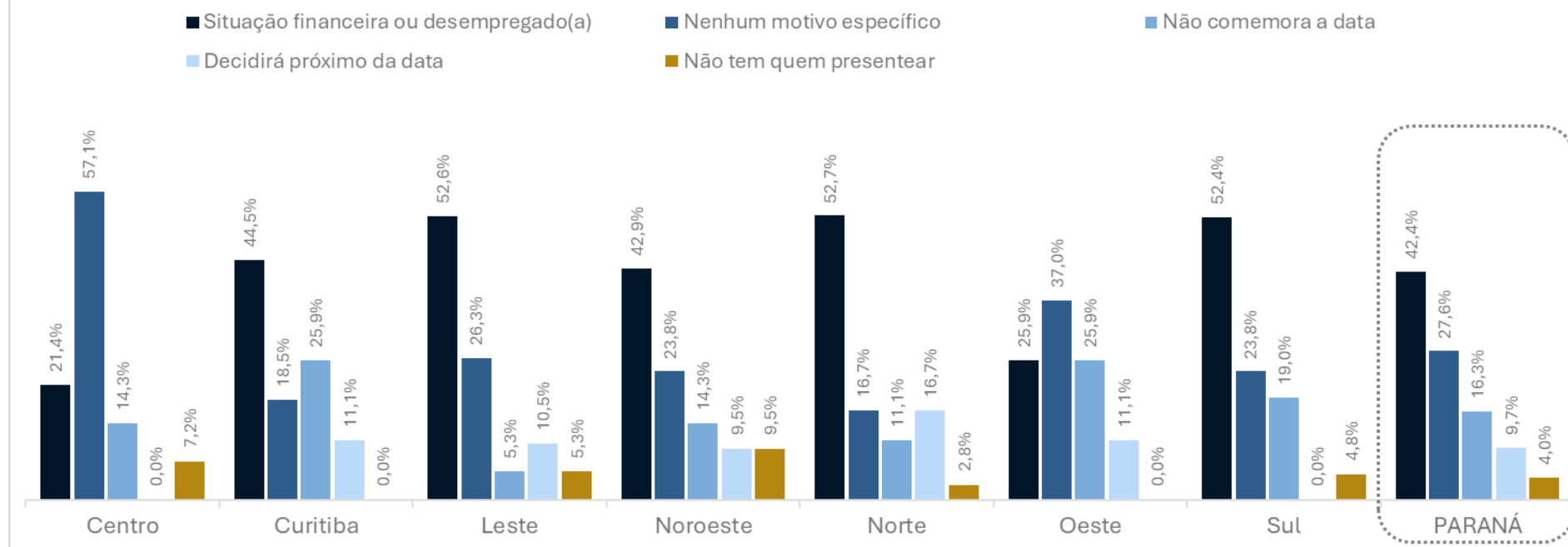


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Gênero Feminino

Motivo de não presentear - Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Situação financeira ou desempregado(a)	21,4%	44,5%	52,6%	42,9%	52,7%	25,9%	52,4%	42,4%
Nenhum motivo específico	57,1%	18,5%	26,3%	23,8%	16,7%	37,0%	23,8%	27,6%
Não comemora a data	14,3%	25,9%	5,3%	14,3%	11,1%	25,9%	19,0%	16,3%
Decidirá próximo da data	0,0%	11,1%	10,5%	9,5%	16,7%	11,1%	0,0%	9,7%
Não tem quem presentear	7,2%	0,0%	5,3%	9,5%	2,8%	0,0%	4,8%	4,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

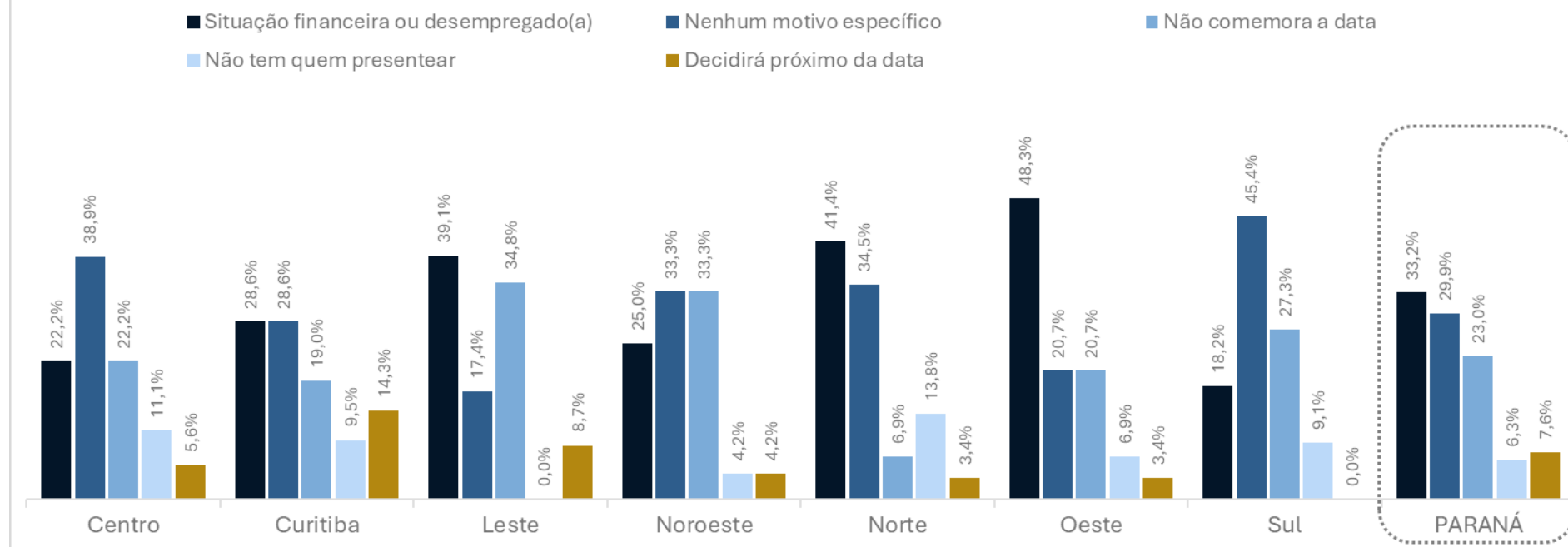


MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Gênero Masculino

Motivo de não presentear - Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Situação financeira ou desempregado(a)	22,2%	28,6%	39,1%	25,0%	41,4%	48,3%	18,2%	33,2%
Nenhum motivo específico	38,9%	28,6%	17,4%	33,3%	34,5%	20,7%	45,4%	29,9%
Não comemora a data	22,2%	19,0%	34,8%	33,3%	6,9%	20,7%	27,3%	23,0%
Não tem quem presentear	11,1%	9,5%	0,0%	4,2%	13,8%	6,9%	9,1%	6,3%
Decidirá próximo da data	5,6%	14,3%	8,7%	4,2%	3,4%	3,4%	0,0%	7,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

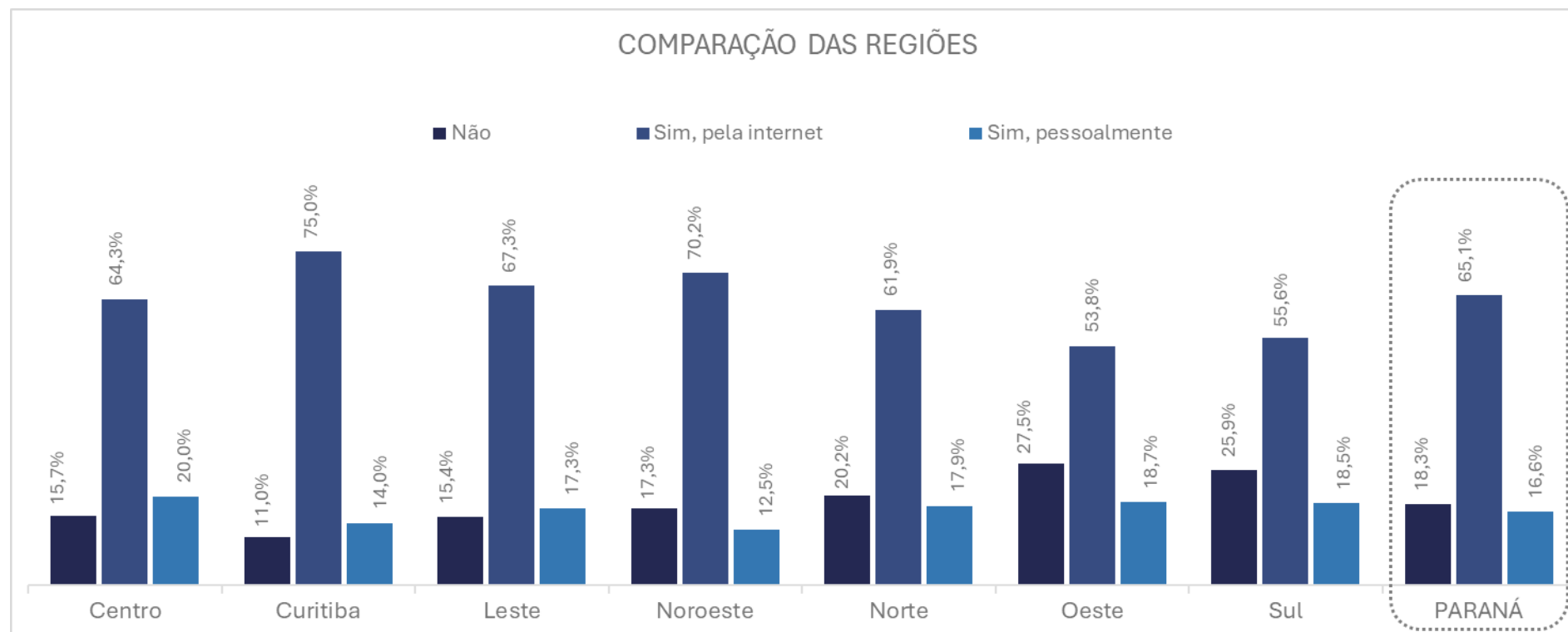


PESQUISA DE PREÇO

3. Tem o hábito de fazer pesquisa de preço antes de comprar?

Pesquisa de Preço -Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	15,7%	11,0%	15,4%	17,3%	20,2%	27,5%	25,9%	18,3%
Sim, pela internet	64,3%	75,0%	67,3%	70,2%	61,9%	53,8%	55,6%	65,1%
Sim, pessoalmente	20,0%	14,0%	17,3%	12,5%	17,9%	18,7%	18,5%	16,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

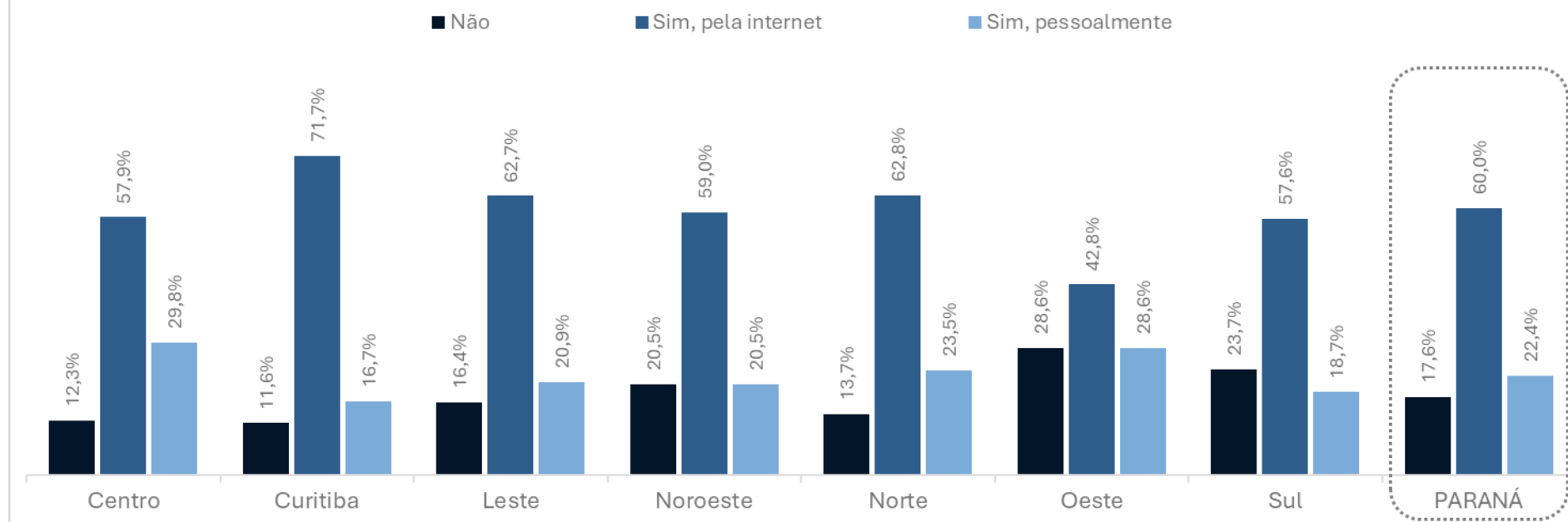


PESQUISA DE PREÇO

Gênero Feminino

Pesquisa de Preço -Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	12,3%	11,6%	16,4%	20,5%	13,7%	28,6%	23,7%	17,6%
Sim, pela internet	57,9%	71,7%	62,7%	59,0%	62,8%	42,8%	57,6%	60,0%
Sim, pessoalmente	29,8%	16,7%	20,9%	20,5%	23,5%	28,6%	18,7%	22,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

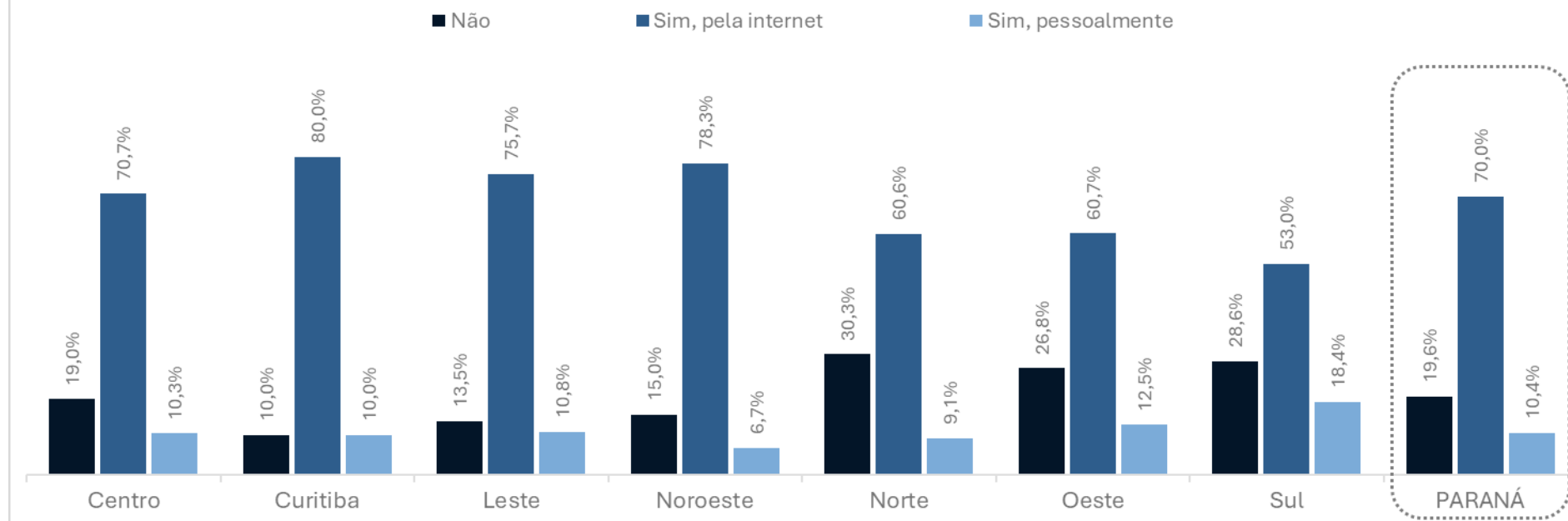


PESQUISA DE PREÇO

Gênero Masculino

Pesquisa de Preço - Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	19,0%	10,0%	13,5%	15,0%	30,3%	26,8%	28,6%	19,6%
Sim, pela internet	70,7%	80,0%	75,7%	78,3%	60,6%	60,7%	53,0%	70,0%
Sim, pessoalmente	10,3%	10,0%	10,8%	6,7%	9,1%	12,5%	18,4%	10,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

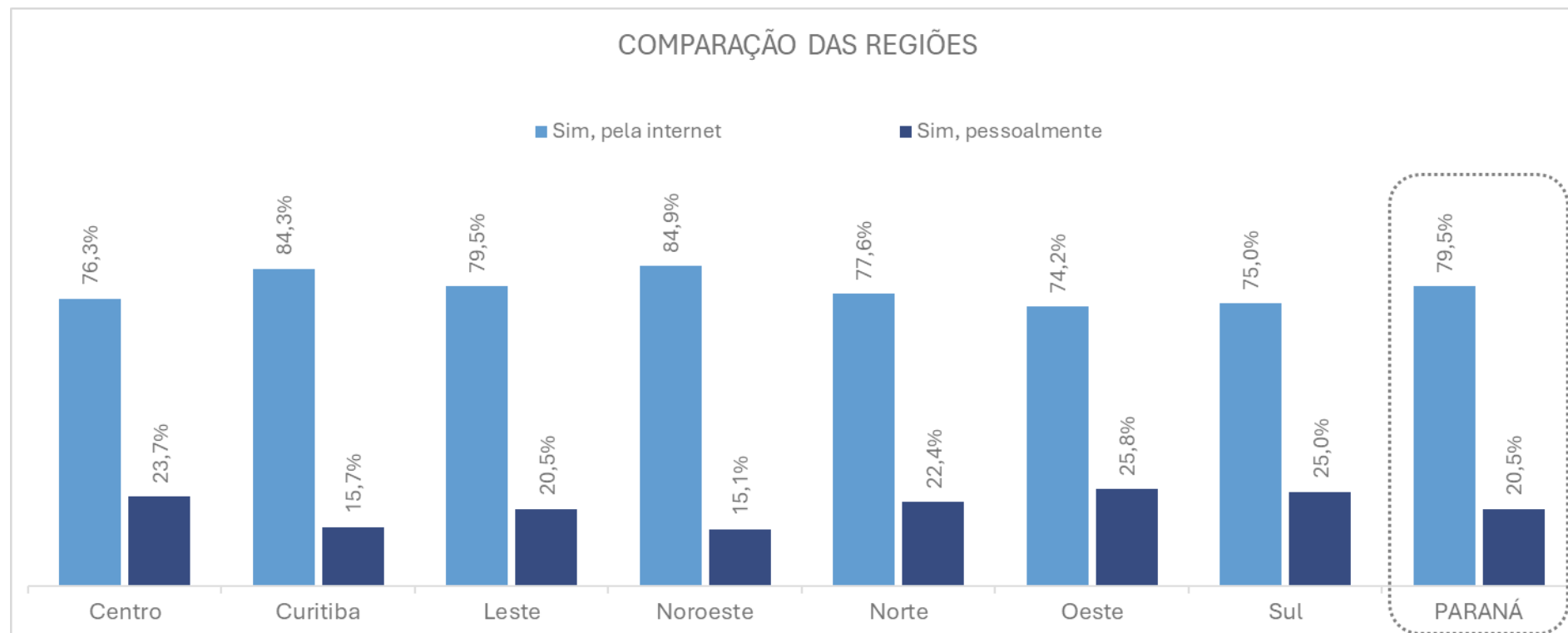
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



PESQUISA DE PREÇO

Intenção Positiva

Quem faz Pesquisa de Preço -Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	76,3%	84,3%	79,5%	84,9%	77,6%	74,2%	75,0%	79,5%
Sim, pessoalmente	23,7%	15,7%	20,5%	15,1%	22,4%	25,8%	25,0%	20,5%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



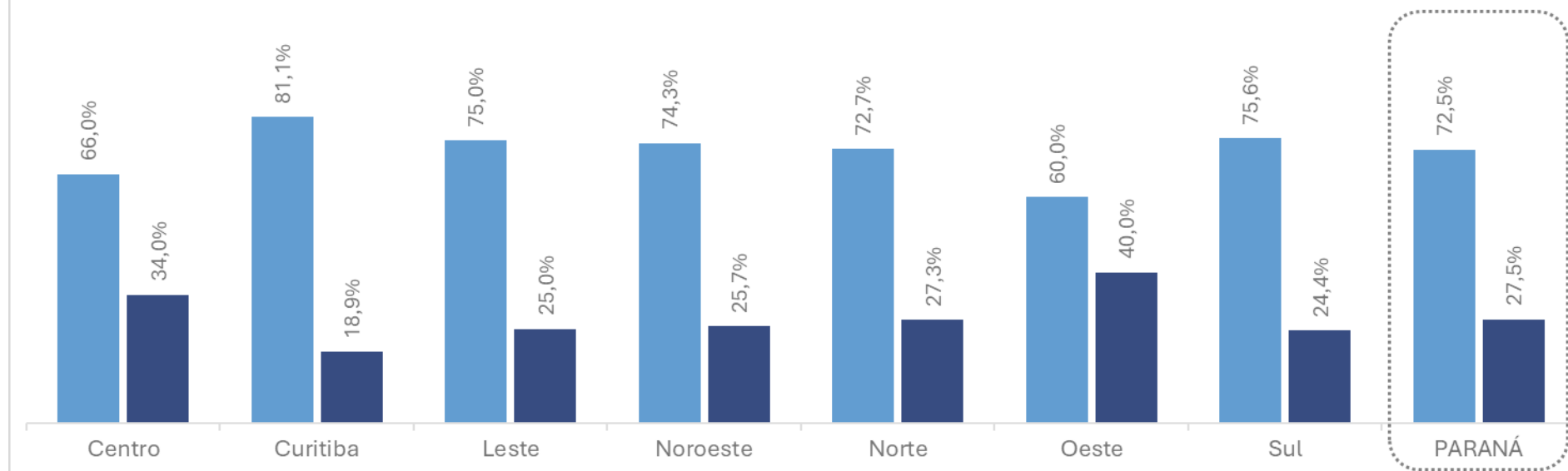
PESQUISA DE PREÇO

Intenção Positiva - Gênero Feminino

Quem faz Pesquisa de Preço - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	66,0%	81,1%	75,0%	74,3%	72,7%	60,0%	75,6%	72,5%
Sim, pessoalmente	34,0%	18,9%	25,0%	25,7%	27,3%	40,0%	24,4%	27,5%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

■ Sim, pela internet ■ Sim, pessoalmente



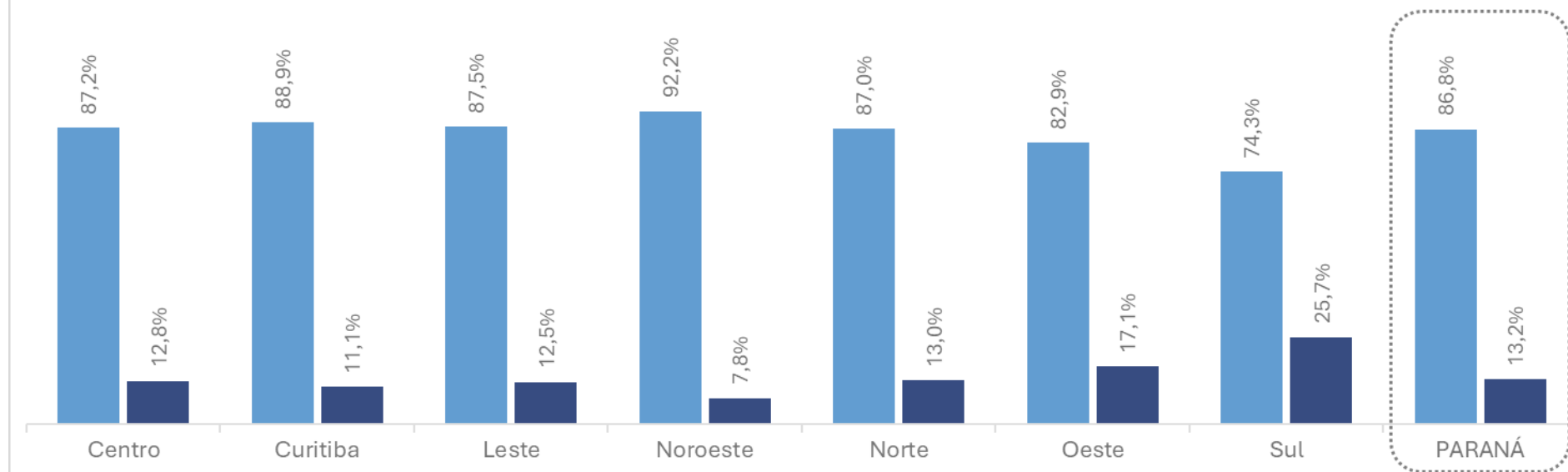
PESQUISA DE PREÇO

Intenção Positiva - Gênero Masculino

Quem faz Pesquisa de Preço - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Sim, pela internet	87,2%	88,9%	87,5%	92,2%	87,0%	82,9%	74,3%	86,8%
Sim, pessoalmente	12,8%	11,1%	12,5%	7,8%	13,0%	17,1%	25,7%	13,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

■ Sim, pela internet ■ Sim, pessoalmente

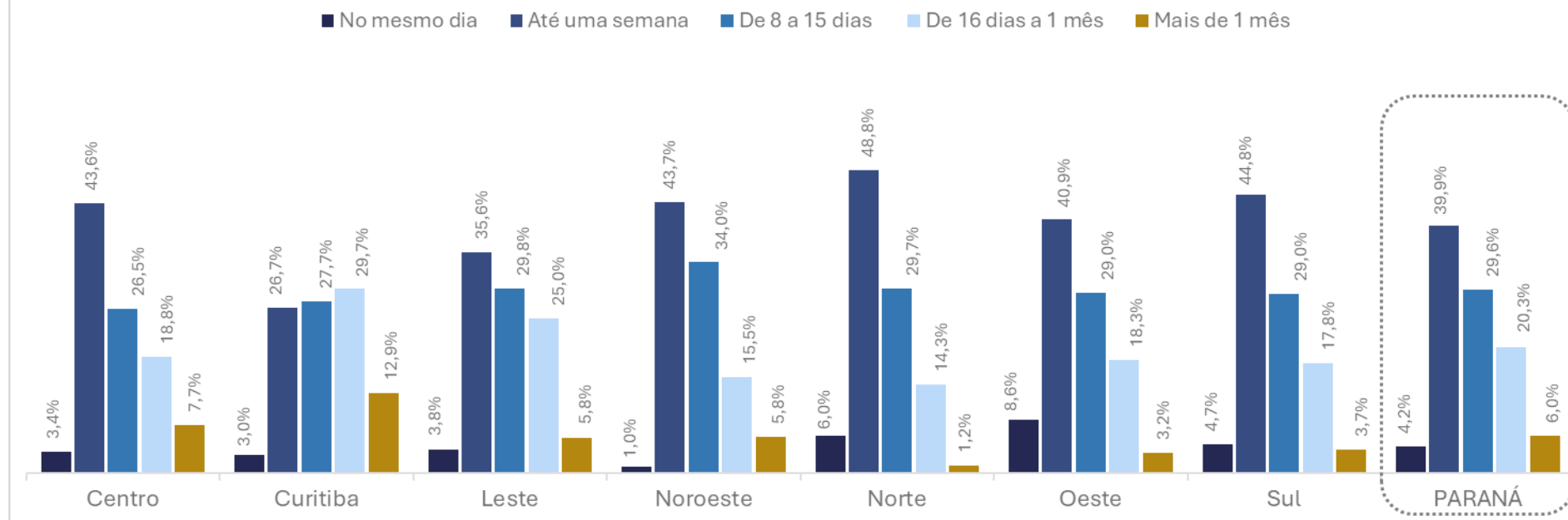


PERÍODO DA COMPRA

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	3,4%	3,0%	3,8%	1,0%	6,0%	8,6%	4,7%	4,2%
Até uma semana	43,6%	26,7%	35,6%	43,7%	48,8%	40,9%	44,8%	39,9%
De 8 a 15 dias	26,5%	27,7%	29,8%	34,0%	29,7%	29,0%	29,0%	29,6%
De 16 dias a 1 mês	18,8%	29,7%	25,0%	15,5%	14,3%	18,3%	17,8%	20,3%
Mais de 1 mês	7,7%	12,9%	5,8%	5,8%	1,2%	3,2%	3,7%	6,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

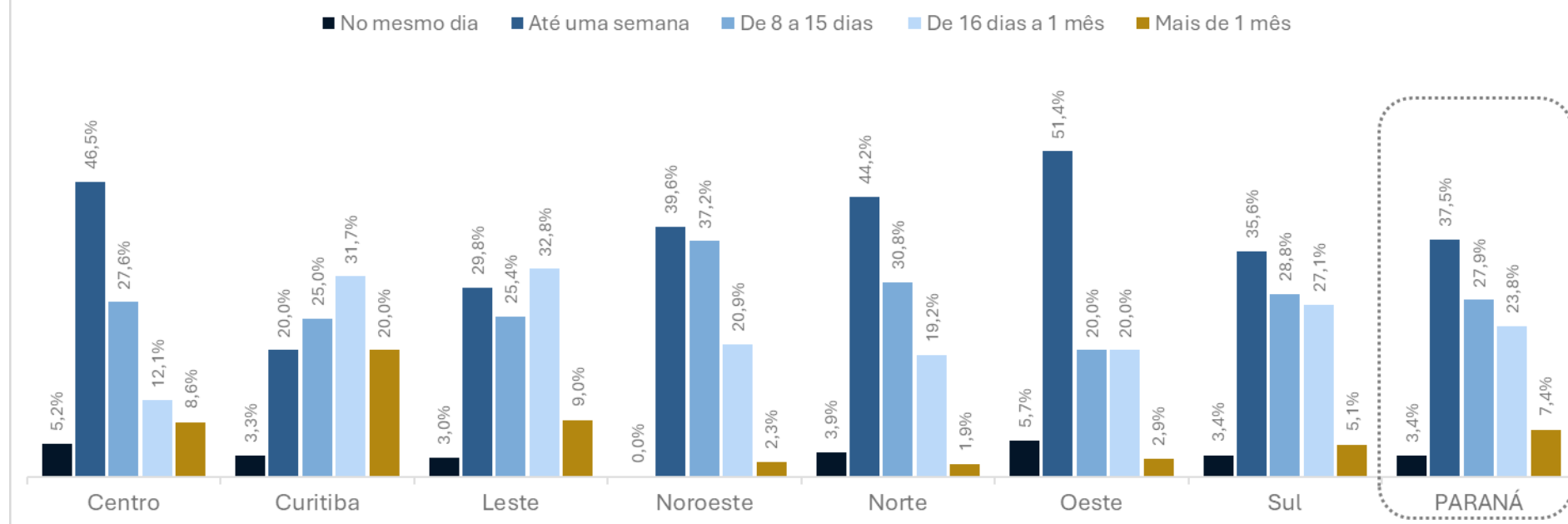


PERÍODO DA COMPRA

Gênero Feminino

Período da Compra - Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
No mesmo dia	5,2%	3,3%	3,0%	0,0%	3,9%	5,7%	3,4%	3,4%
Até uma semana	46,5%	20,0%	29,8%	39,6%	44,2%	51,4%	35,6%	37,5%
De 8 a 15 dias	27,6%	25,0%	25,4%	37,2%	30,8%	20,0%	28,8%	27,9%
De 16 dias a 1 mês	12,1%	31,7%	32,8%	20,9%	19,2%	20,0%	27,1%	23,8%
Mais de 1 mês	8,6%	20,0%	9,0%	2,3%	1,9%	2,9%	5,1%	7,4%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

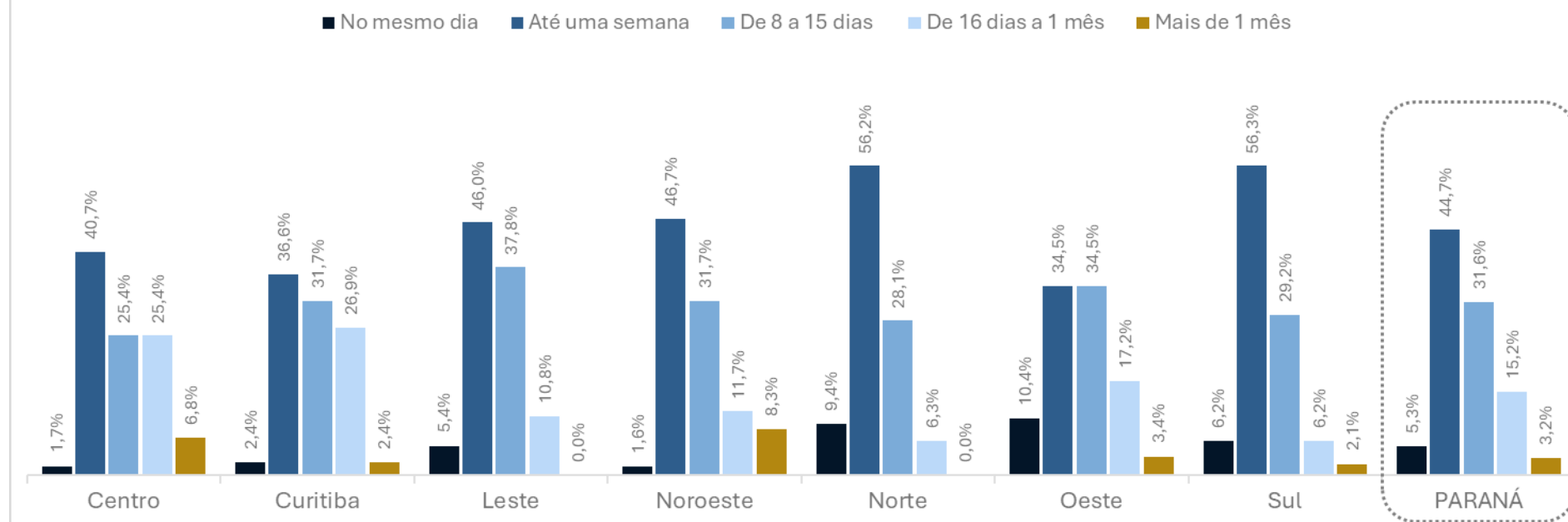


PERÍODO DA COMPRA

Gênero Masculino

Período da Compra - Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
No mesmo dia	1,7%	2,4%	5,4%	1,6%	9,4%	10,4%	6,2%	5,3%
Até uma semana	40,7%	36,6%	46,0%	46,7%	56,2%	34,5%	56,3%	44,7%
De 8 a 15 dias	25,4%	31,7%	37,8%	31,7%	28,1%	34,5%	29,2%	31,6%
De 16 dias a 1 mês	25,4%	26,9%	10,8%	11,7%	6,3%	17,2%	6,2%	15,2%
Mais de 1 mês	6,8%	2,4%	0,0%	8,3%	0,0%	3,4%	2,1%	3,2%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

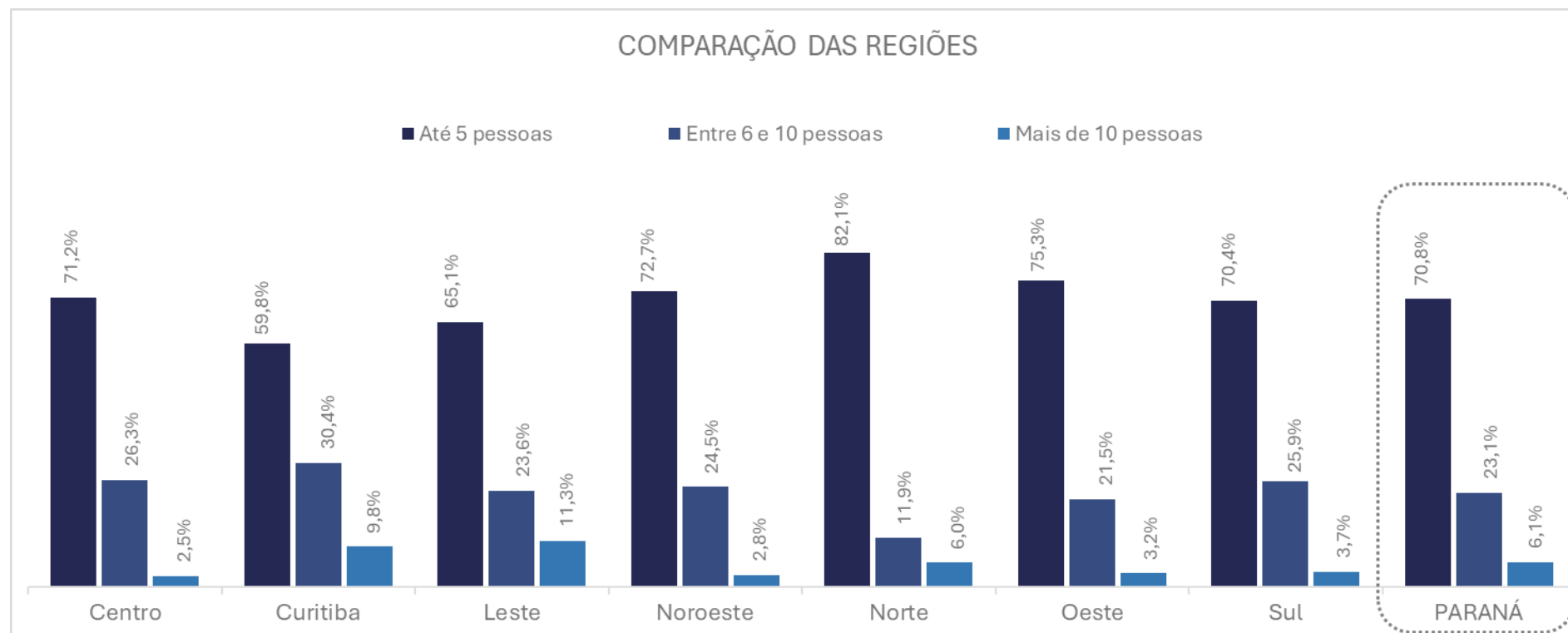
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



NÚMERO DE PESSOAS QUE PRETENDE PRESENTEAR

5. Quantas pessoas pretende presentear?

Quantas pessoas presenteará - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até 5 pessoas	71,2%	59,8%	65,1%	72,7%	82,1%	75,3%	70,4%	70,8%
Entre 6 e 10 pessoas	26,3%	30,4%	23,6%	24,5%	11,9%	21,5%	25,9%	23,1%
Mais de 10 pessoas	2,5%	9,8%	11,3%	2,8%	6,0%	3,2%	3,7%	6,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

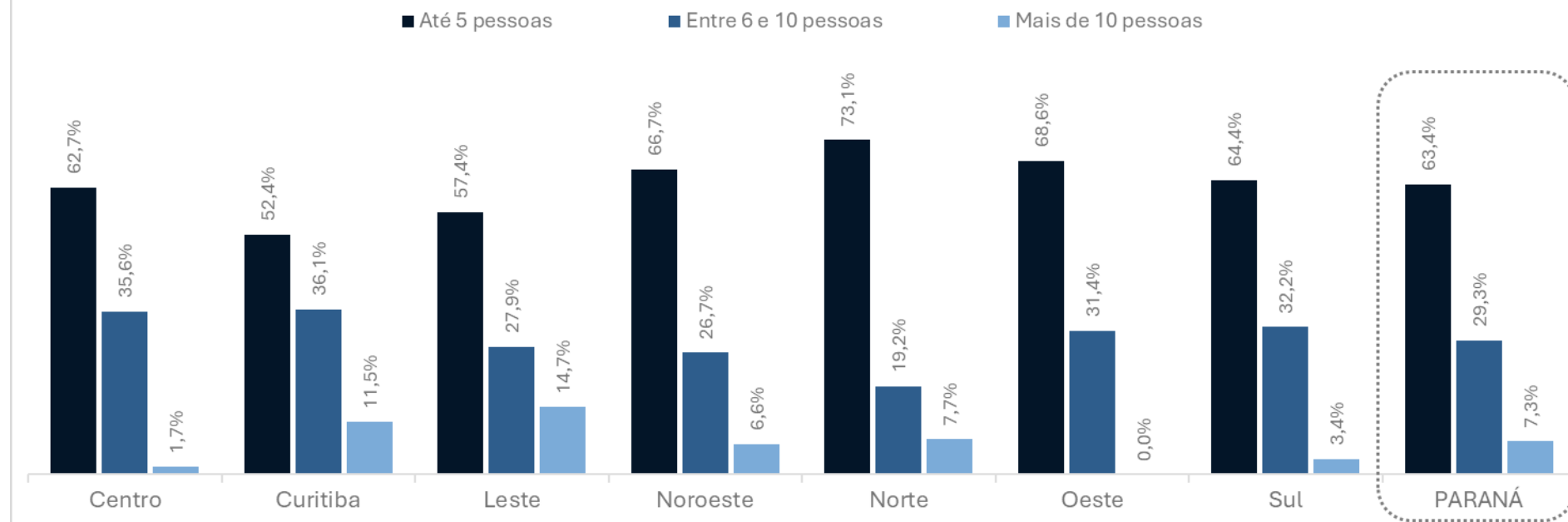


NÚMERO DE PESSOAS QUE PRETENDE PRESENTEAR

Gênero Feminino

Quantas pessoas presenteará-Paraná-Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até 5 pessoas	62,7%	52,4%	57,4%	66,7%	73,1%	68,6%	64,4%	63,4%
Entre 6 e 10 pessoas	35,6%	36,1%	27,9%	26,7%	19,2%	31,4%	32,2%	29,3%
Mais de 10 pessoas	1,7%	11,5%	14,7%	6,6%	7,7%	0,0%	3,4%	7,3%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

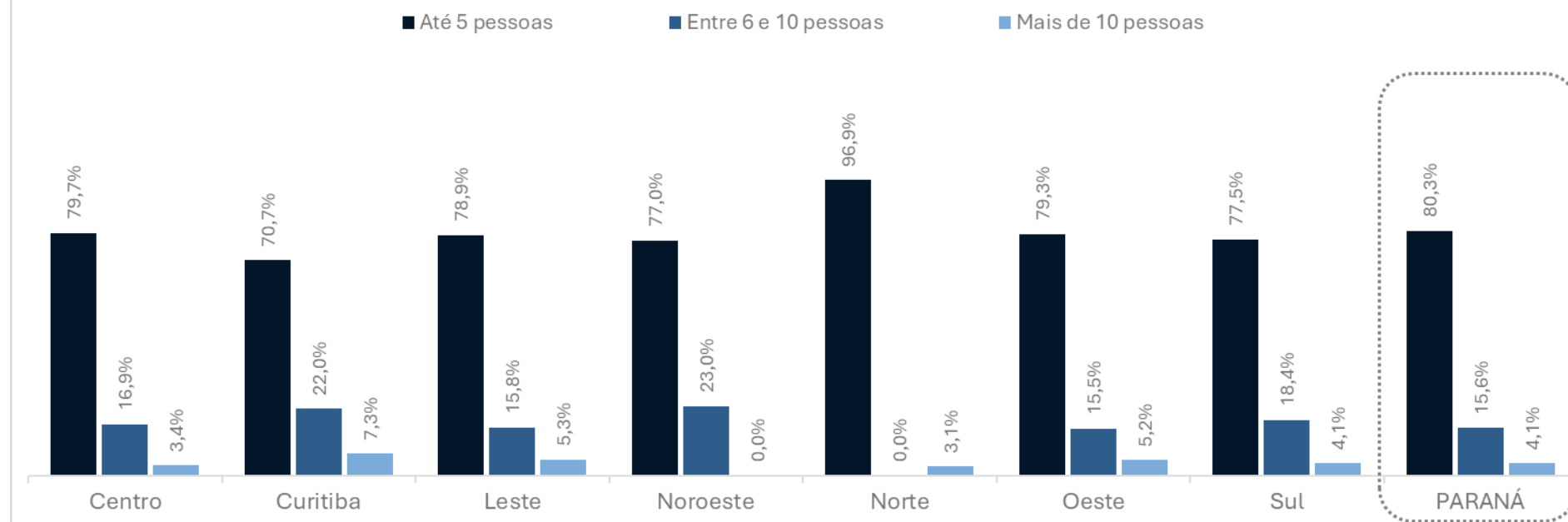


NÚMERO DE PESSOAS QUE PRETENDE PRESENTEAR

Gênero Masculino

Quantas pessoas presenteará-Paraná-Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até 5 pessoas	79,7%	70,7%	78,9%	77,0%	96,9%	79,3%	77,5%	80,3%
Entre 6 e 10 pessoas	16,9%	22,0%	15,8%	23,0%	0,0%	15,5%	18,4%	15,6%
Mais de 10 pessoas	3,4%	7,3%	5,3%	0,0%	3,1%	5,2%	4,1%	4,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

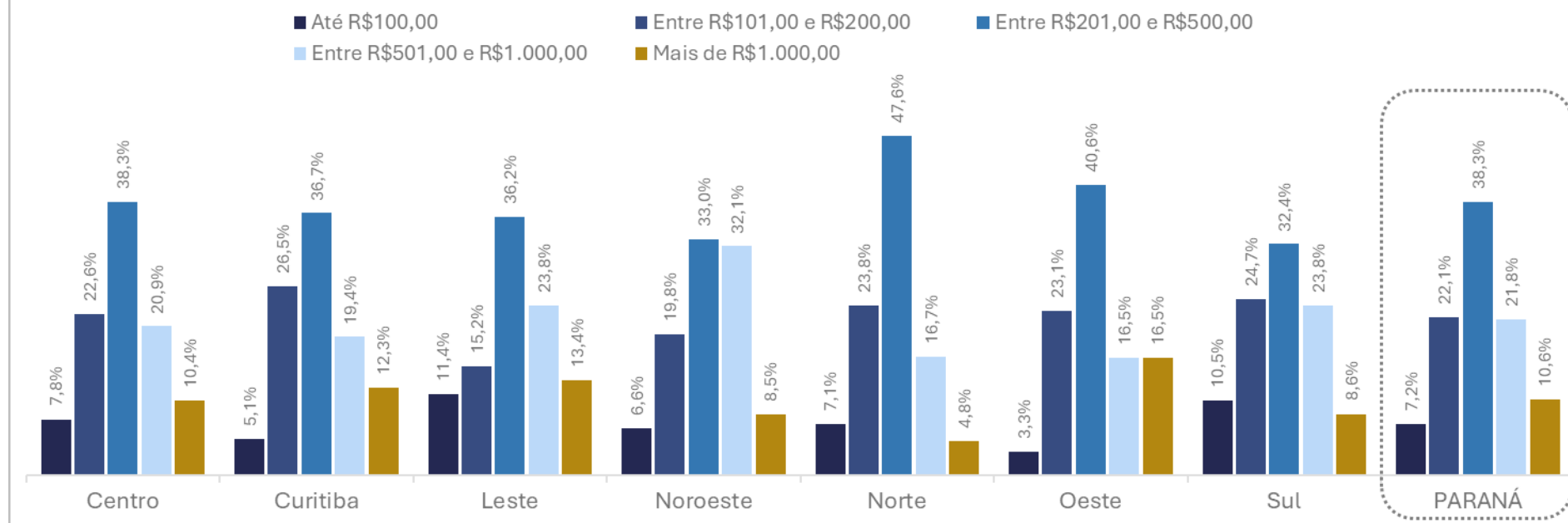


VALOR DOS PRESENTES

6. Quanto pretende gastar com presentes de Natal?

Pretensão de Gasto-Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	7,8%	5,1%	11,4%	6,6%	7,1%	3,3%	10,5%	7,2%
Entre R\$101,00 e R\$200,00	22,6%	26,5%	15,2%	19,8%	23,8%	23,1%	24,7%	22,1%
Entre R\$201,00 e R\$500,00	38,3%	36,7%	36,2%	33,0%	47,6%	40,6%	32,4%	38,3%
Entre R\$501,00 e R\$1.000,00	20,9%	19,4%	23,8%	32,1%	16,7%	16,5%	23,8%	21,8%
Mais de R\$1.000,00	10,4%	12,3%	13,4%	8,5%	4,8%	16,5%	8,6%	10,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

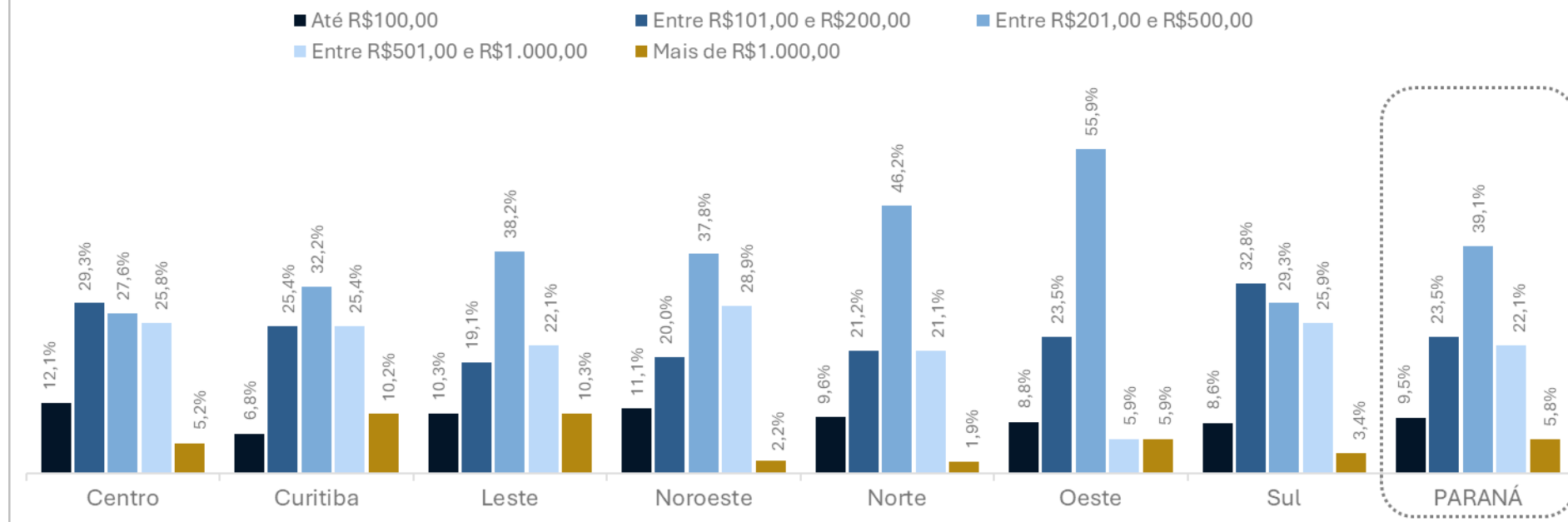


VALOR DOS PRESENTES

Gênero Feminino

Pretensão de Gasto-Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	12,1%	6,8%	10,3%	11,1%	9,6%	8,8%	8,6%	9,5%
Entre R\$101,00 e R\$200,00	29,3%	25,4%	19,1%	20,0%	21,2%	23,5%	32,8%	23,5%
Entre R\$201,00 e R\$500,00	27,6%	32,2%	38,2%	37,8%	46,2%	55,9%	29,3%	39,1%
Entre R\$501,00 e R\$1.000,00	25,8%	25,4%	22,1%	28,9%	21,1%	5,9%	25,9%	22,1%
Mais de R\$1.000,00	5,2%	10,2%	10,3%	2,2%	1,9%	5,9%	3,4%	5,8%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

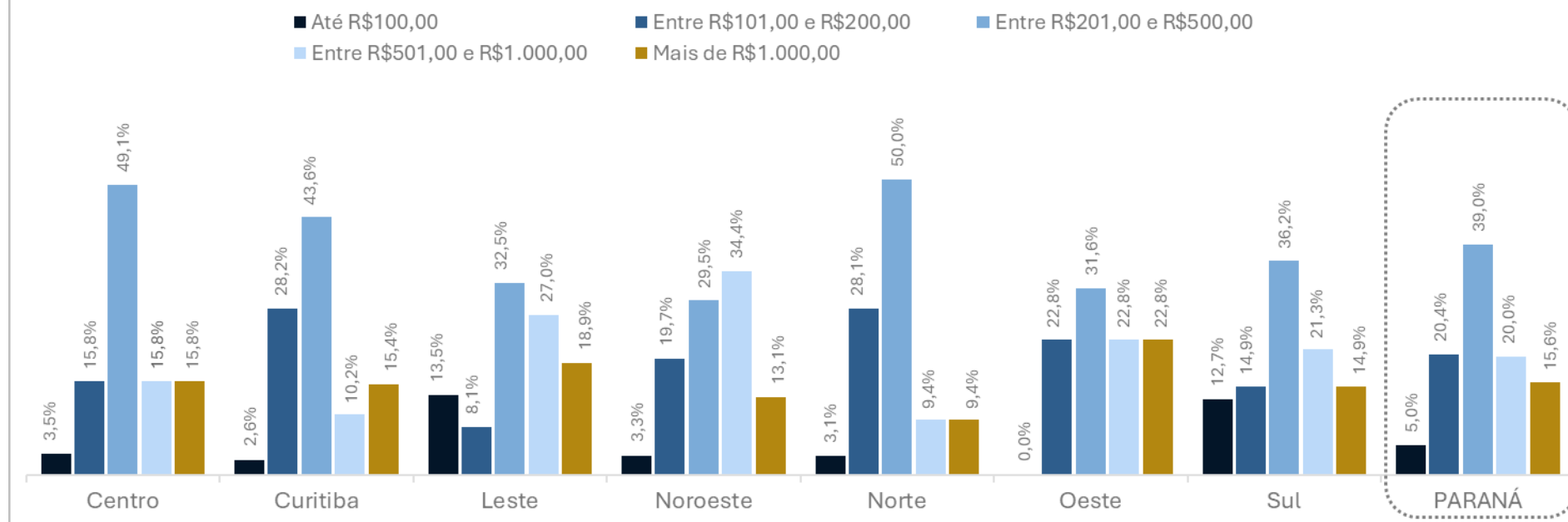


VALOR DOS PRESENTES

Gênero Masculino

Pretensão de Gasto-Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Até R\$100,00	3,5%	2,6%	13,5%	3,3%	3,1%	0,0%	12,7%	5,0%
Entre R\$101,00 e R\$200,00	15,8%	28,2%	8,1%	19,7%	28,1%	22,8%	14,9%	20,4%
Entre R\$201,00 e R\$500,00	49,1%	43,6%	32,5%	29,5%	50,0%	31,6%	36,2%	39,0%
Entre R\$501,00 e R\$1.000,00	15,8%	10,2%	27,0%	34,4%	9,4%	22,8%	21,3%	20,0%
Mais de R\$1.000,00	15,8%	15,4%	18,9%	13,1%	9,4%	22,8%	14,9%	15,6%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

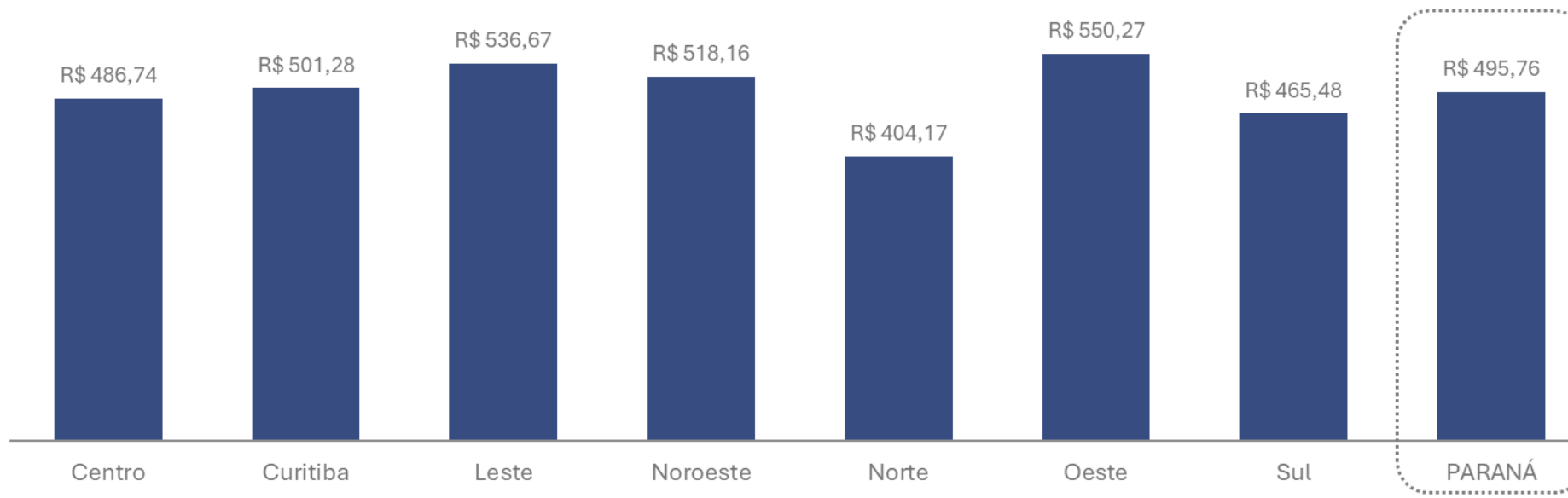
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



TÍQUETE MÉDIO

Tíquete Médio	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Geral	R\$ 486,74	R\$ 501,28	R\$ 536,67	R\$ 518,16	R\$ 404,17	R\$ 550,27	R\$ 465,48	R\$ 495,76
Feminino	R\$ 421,12	R\$ 499,15	R\$ 490,07	R\$ 420,56	R\$ 387,98	R\$ 369,85	R\$ 403,88	R\$ 431,87
Masculino	R\$ 553,51	R\$ 504,49	R\$ 622,30	R\$ 590,16	R\$ 430,47	R\$ 657,89	R\$ 541,49	R\$ 554,58

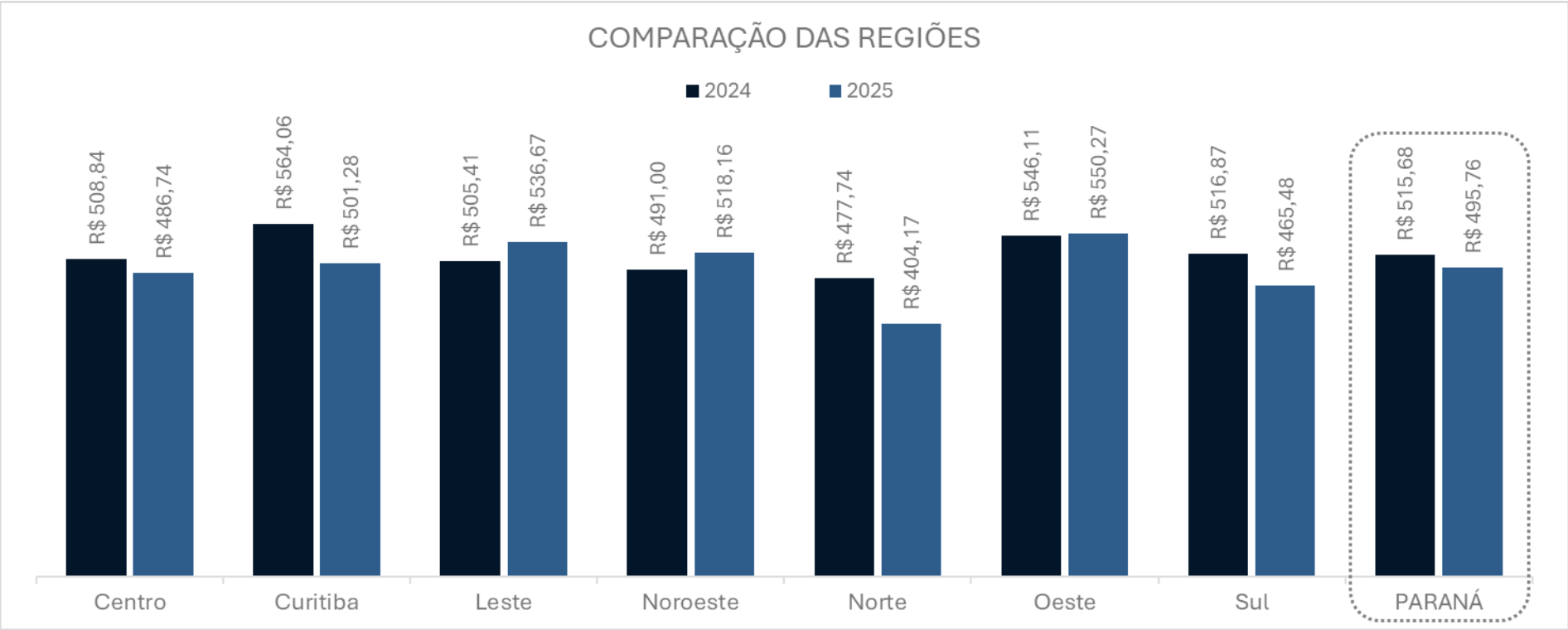
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES



TÍQUETE MÉDIO

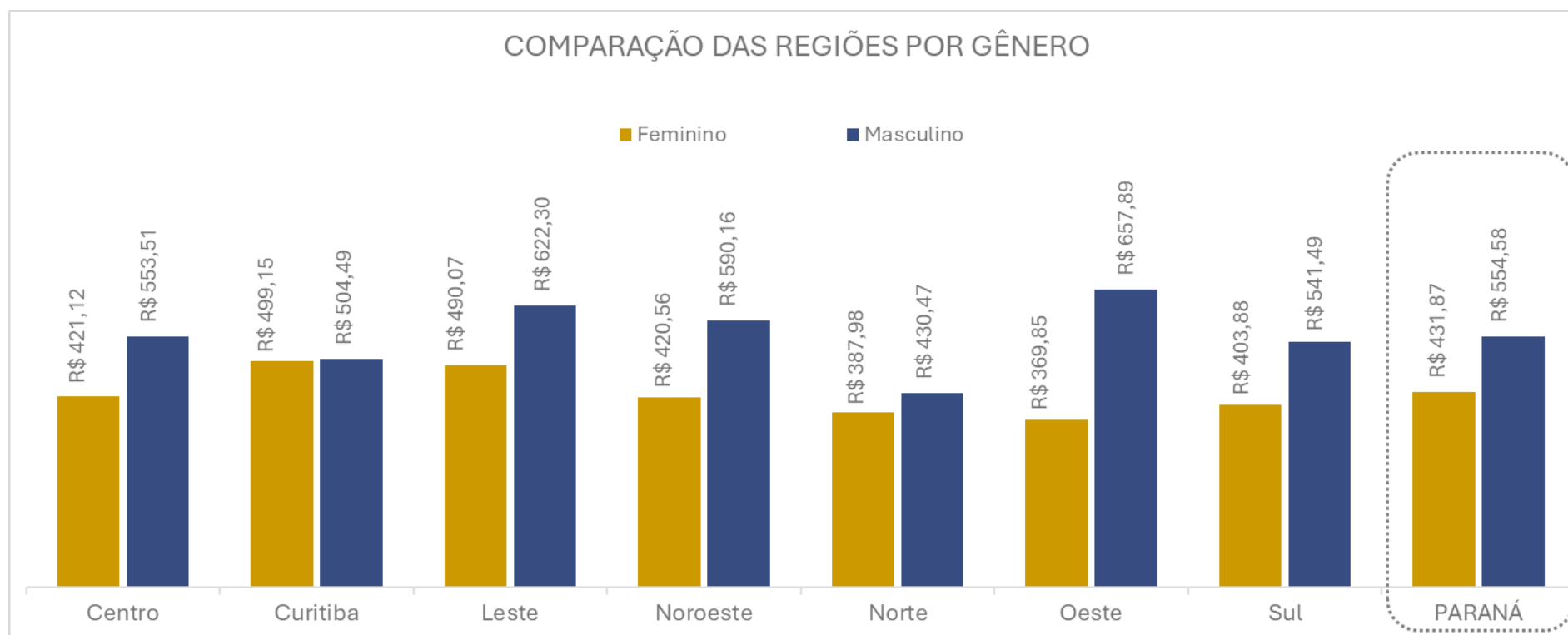
Série Histórica

Tíquete Médio - Geral	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
2025	R\$ 486,74	R\$ 501,28	R\$ 536,67	R\$ 518,16	R\$ 404,17	R\$ 550,27	R\$ 465,48	R\$ 495,76
2024	R\$ 508,84	R\$ 564,06	R\$ 505,41	R\$ 491,00	R\$ 477,74	R\$ 546,11	R\$ 516,87	R\$ 515,68



TÍQUETE MÉDIO

Análise por Gênero



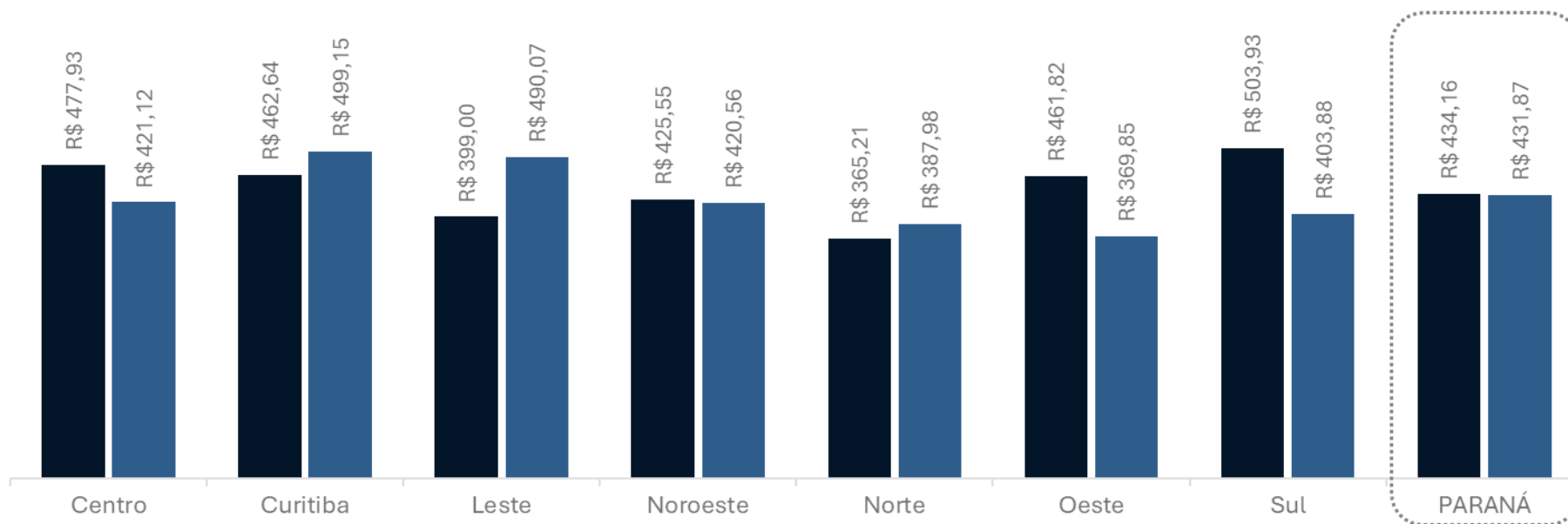
TÍQUETE MÉDIO

Série Histórica – Gênero Feminino

Tíquete Médio - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
2025	R\$ 421,12	R\$ 499,15	R\$ 490,07	R\$ 420,56	R\$ 387,98	R\$ 369,85	R\$ 403,88	R\$ 431,87
2024	R\$ 477,93	R\$ 462,64	R\$ 399,00	R\$ 425,55	R\$ 365,21	R\$ 461,82	R\$ 503,93	R\$ 434,16

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

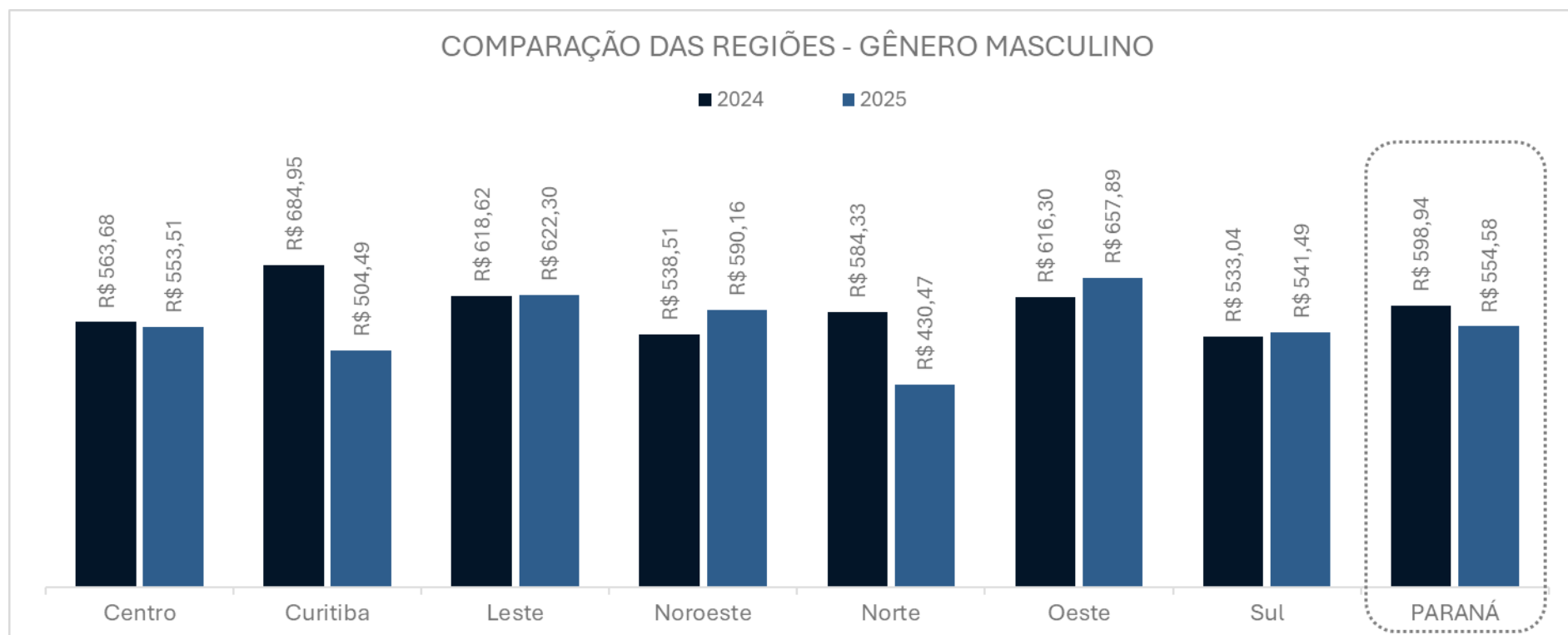
■ 2024 ■ 2025



TÍQUETE MÉDIO

Série Histórica – Gênero Masculino

Tíquete Médio - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
2025	R\$ 553,51	R\$ 504,49	R\$ 622,30	R\$ 590,16	R\$ 430,47	R\$ 657,89	R\$ 541,49	R\$ 554,58
2024	R\$ 563,68	R\$ 684,95	R\$ 618,62	R\$ 538,51	R\$ 584,33	R\$ 616,30	R\$ 533,04	R\$ 598,94



[illegible]

Tipo de Presentes - Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Vestuário	63,8%	55,7%	58,8%	77,8%	57,7%	51,4%	61,0%	60,9%
Brinquedos	43,1%	41,0%	45,6%	37,8%	51,9%	62,9%	49,2%	47,0%
Calçados	13,8%	23,0%	19,1%	26,7%	19,2%	20,0%	15,3%	20,3%
Perfumes/ cosméticos	22,4%	18,0%	17,6%	15,6%	17,3%	11,4%	15,3%	16,8%
Lembrancinhas/ artesanato	12,1%	16,4%	14,7%	8,9%	9,6%	22,9%	18,6%	14,3%
Acessórios (cinto/ carteira/ bolsa/ outros)	6,9%	6,6%	13,2%	13,3%	11,5%	5,7%	5,1%	9,4%
Livros e afins	3,4%	6,6%	7,4%	4,4%	1,9%	2,9%	11,9%	5,1%
Dinheiro em espécie	1,7%	9,8%	4,4%	2,2%	5,8%	2,9%	6,8%	4,9%
Eletroeletrônicos (vídeo games/ notebook/ tablet/ celular/TV/ outros)	6,9%	6,6%	5,9%	0,0%	5,8%	0,0%	3,4%	4,1%
Comidas/ bebidas	3,4%	6,6%	2,9%	2,2%	1,9%	8,6%	1,7%	4,0%
Eletrodomésticos	6,9%	1,6%	4,4%	0,0%	1,9%	0,0%	5,1%	2,5%
Joia/ relógio/ outros acessórios	3,4%	3,3%	0,0%	0,0%	5,8%	0,0%	5,1%	2,3%
Viagens	0,0%	1,6%	0,0%	2,2%	0,0%	2,9%	1,7%	1,2%
Outros	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Ainda não decidiu	5,2%	1,6%	0,0%	4,4%	1,9%	0,0%	3,4%	2,2%
Total Geral	193,1%	198,4%	194,1%	197,8%	192,3%	191,4%	203,4%	195,4%
Nota: Pergunta de múltipla escolha. Soma total pode exceder 100%.								

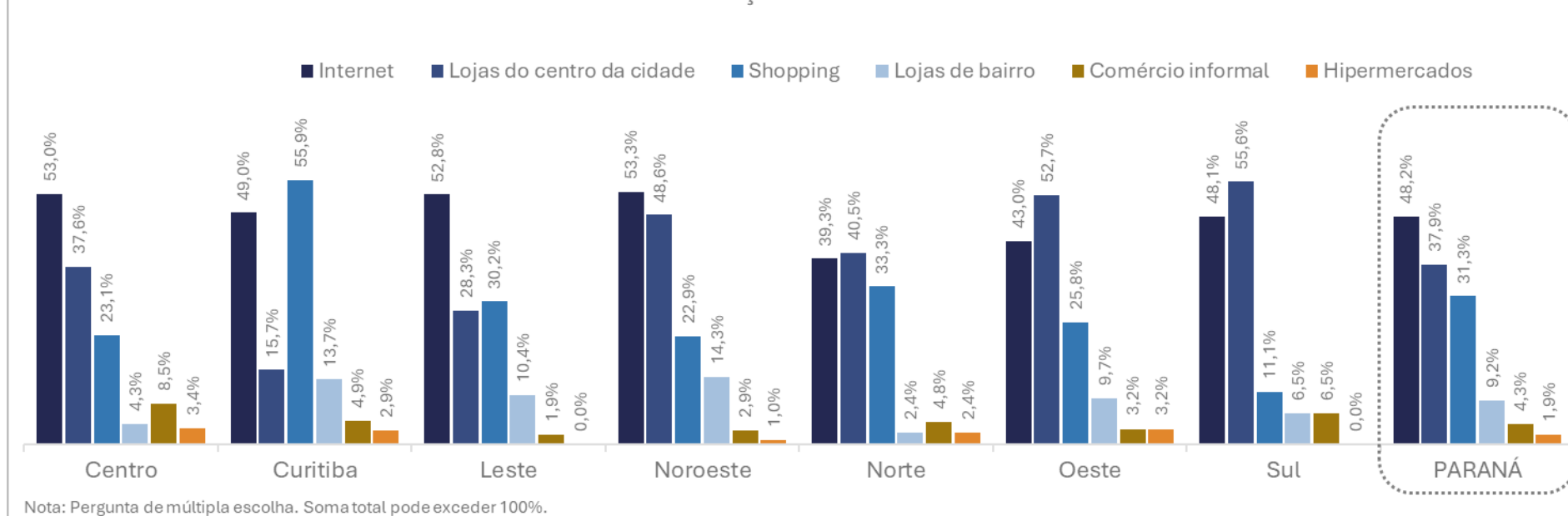
[illegible]

LOCAL DA COMPRA

8. Onde pretende comprar?

Local da Compra - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Internet	53,0%	49,0%	52,8%	53,3%	39,3%	43,0%	48,1%	48,2%
Lojas do centro da cidade	37,6%	15,7%	28,3%	48,6%	40,5%	52,7%	55,6%	37,9%
Shopping	23,1%	55,9%	30,2%	22,9%	33,3%	25,8%	11,1%	31,3%
Lojas de bairro	4,3%	13,7%	10,4%	14,3%	2,4%	9,7%	6,5%	9,2%
Comércio informal	8,5%	4,9%	1,9%	2,9%	4,8%	3,2%	6,5%	4,3%
Hipermercados	3,4%	2,9%	0,0%	1,0%	2,4%	3,2%	0,0%	1,9%
Ainda não decidiu	3,4%	2,9%	3,8%	0,0%	2,4%	2,2%	1,9%	2,4%
Total Geral	133,3%	145,1%	127,4%	142,9%	125,0%	139,8%	129,6%	135,2%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

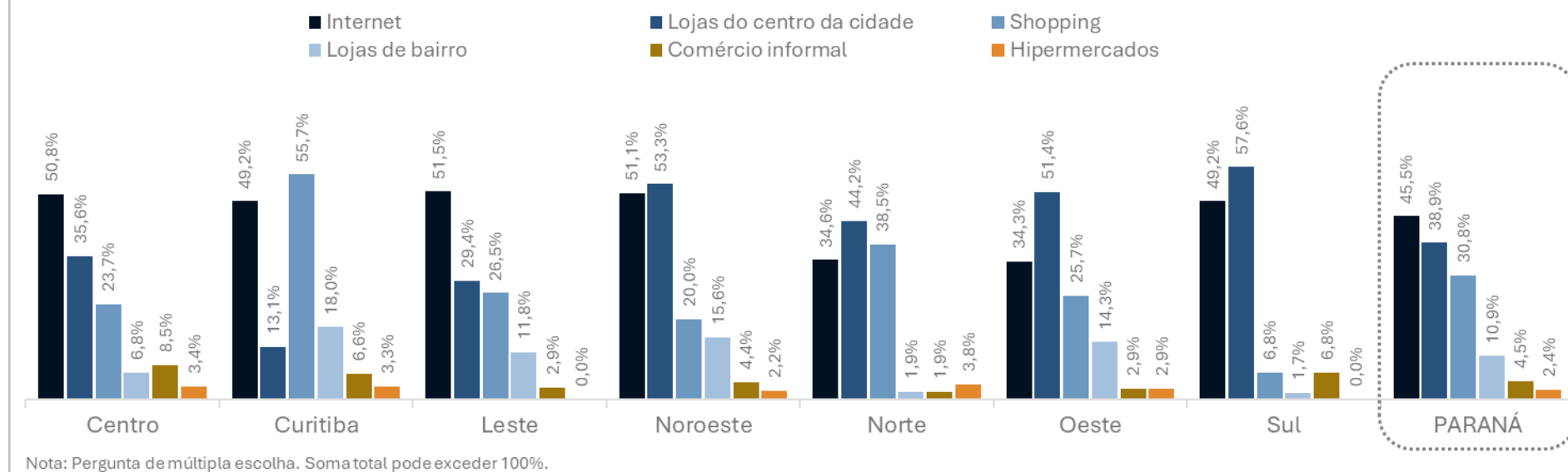


LOCAL DA COMPRA

Gênero Feminino

Local da Compra - Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Internet	50,8%	49,2%	51,5%	51,1%	34,6%	34,3%	49,2%	45,5%
Lojas do centro da cidade	35,6%	13,1%	29,4%	53,3%	44,2%	51,4%	57,6%	38,9%
Shopping	23,7%	55,7%	26,5%	20,0%	38,5%	25,7%	6,8%	30,8%
Lojas de bairro	6,8%	18,0%	11,8%	15,6%	1,9%	14,3%	1,7%	10,9%
Comércio informal	8,5%	6,6%	2,9%	4,4%	1,9%	2,9%	6,8%	4,5%
Hipermercados	3,4%	3,3%	0,0%	2,2%	3,8%	2,9%	0,0%	2,4%
Ainda não decidiu	1,7%	1,6%	2,9%	0,0%	1,9%	2,9%	1,7%	1,8%
Total Geral	130,5%	147,5%	125,0%	146,7%	126,9%	134,3%	123,7%	134,7%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

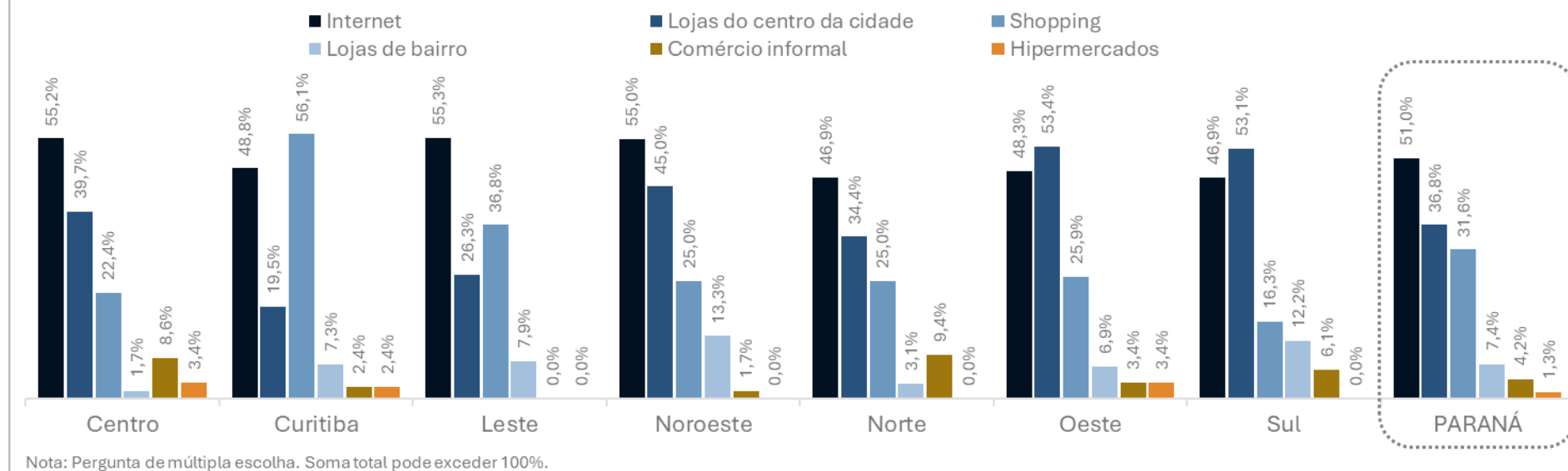


LOCAL DA COMPRA

Gênero Masculino

Local da Compra - Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Internet	55,2%	48,8%	55,3%	55,0%	46,9%	48,3%	46,9%	51,0%
Lojas do centro da cidade	39,7%	19,5%	26,3%	45,0%	34,4%	53,4%	53,1%	36,8%
Shopping	22,4%	56,1%	36,8%	25,0%	25,0%	25,9%	16,3%	31,6%
Lojas de bairro	1,7%	7,3%	7,9%	13,3%	3,1%	6,9%	12,2%	7,4%
Comércio informal	8,6%	2,4%	0,0%	1,7%	9,4%	3,4%	6,1%	4,2%
Hipermercados	3,4%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	1,3%
Ainda não decidiu	5,2%	4,9%	5,3%	0,0%	3,1%	1,7%	2,0%	3,2%
Total Geral	136,2%	141,5%	131,6%	140,0%	121,9%	143,1%	136,7%	135,6%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

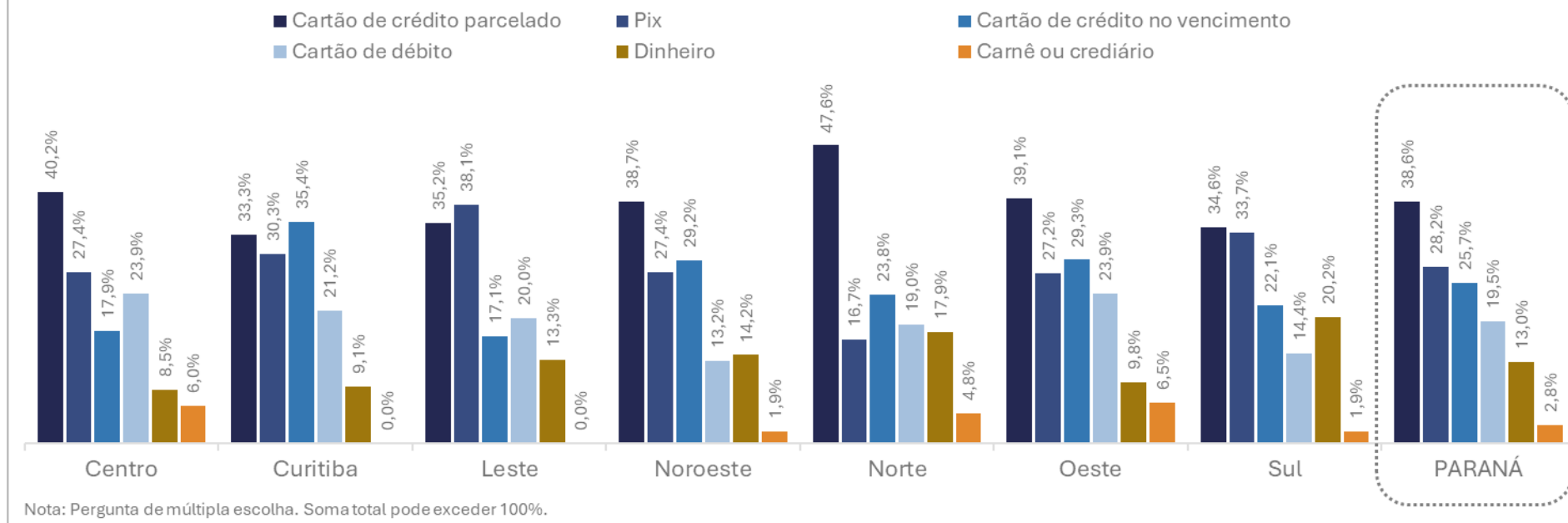


FORMA DE PAGAMENTO

9. Como pretende pagar as compras?

Forma de Pagamento - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito parcelado	40,2%	33,3%	35,2%	38,7%	47,6%	39,1%	34,6%	38,6%
Pix	27,4%	30,3%	38,1%	27,4%	16,7%	27,2%	33,7%	28,2%
Cartão de crédito no vencimento	17,9%	35,4%	17,1%	29,2%	23,8%	29,3%	22,1%	25,7%
Cartão de débito	23,9%	21,2%	20,0%	13,2%	19,0%	23,9%	14,4%	19,5%
Dinheiro	8,5%	9,1%	13,3%	14,2%	17,9%	9,8%	20,2%	13,0%
Carnê ou crediário	6,0%	0,0%	0,0%	1,9%	4,8%	6,5%	1,9%	2,8%
Total Geral	123,9%	129,3%	123,8%	124,5%	129,8%	135,9%	126,9%	127,9%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

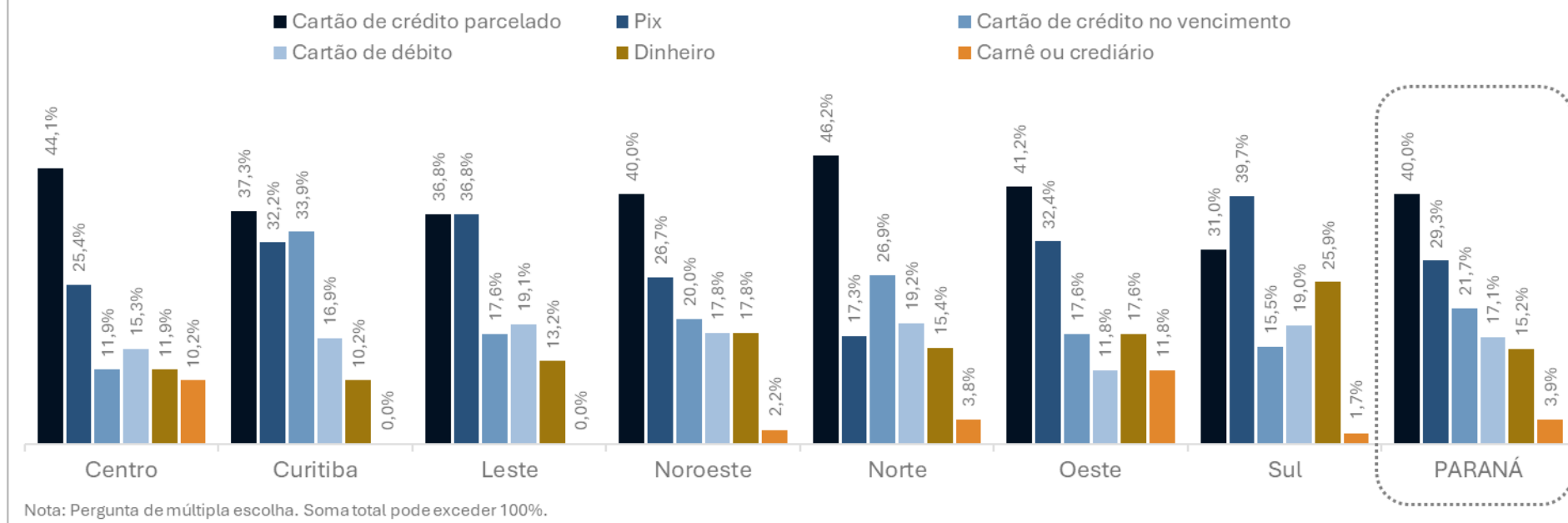


FORMA DE PAGAMENTO

Gênero Feminino

Forma de Pagamento - Paraná - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito parcelado	44,1%	37,3%	36,8%	40,0%	46,2%	41,2%	31,0%	40,0%
Pix	25,4%	32,2%	36,8%	26,7%	17,3%	32,4%	39,7%	29,3%
Cartão de crédito no vencimento	11,9%	33,9%	17,6%	20,0%	26,9%	17,6%	15,5%	21,7%
Cartão de débito	15,3%	16,9%	19,1%	17,8%	19,2%	11,8%	19,0%	17,1%
Dinheiro	11,9%	10,2%	13,2%	17,8%	15,4%	17,6%	25,9%	15,2%
Carnê ou crediário	10,2%	0,0%	0,0%	2,2%	3,8%	11,8%	1,7%	3,9%
Total Geral	118,6%	130,5%	123,5%	124,4%	128,8%	132,4%	132,8%	127,2%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

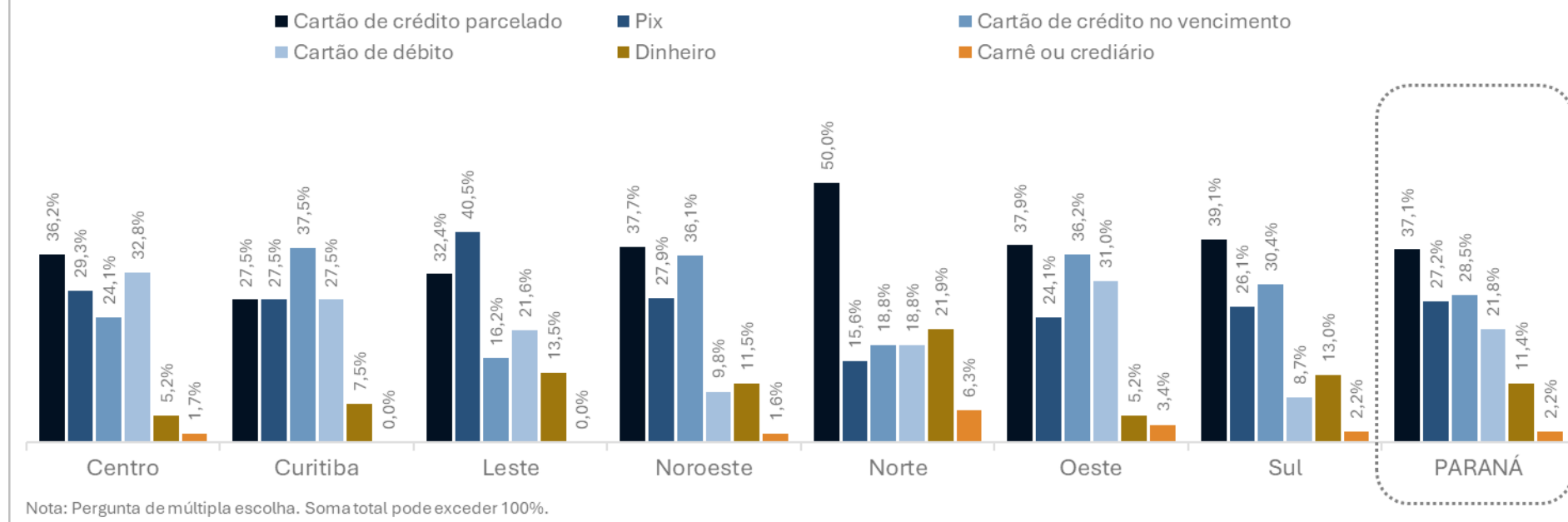


FORMA DE PAGAMENTO

Gênero Masculino

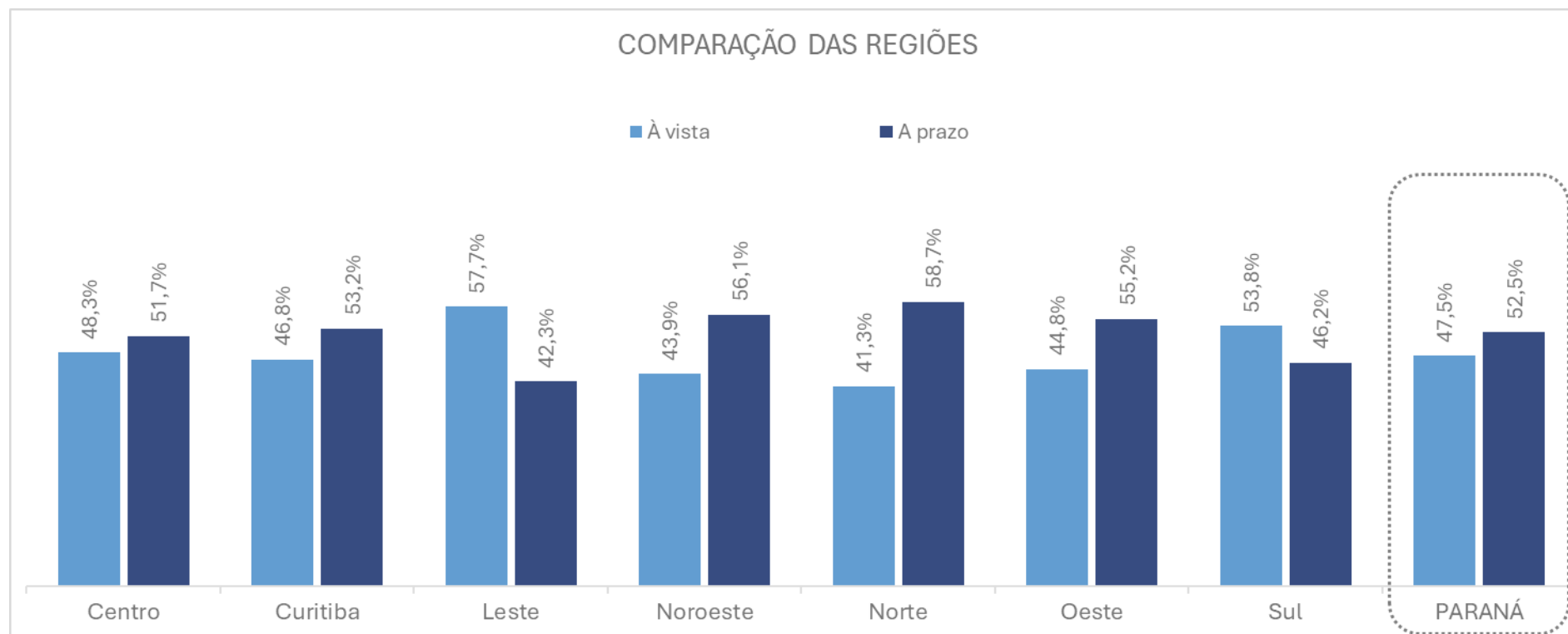
Forma de Pagamento - Paraná - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Cartão de crédito parcelado	36,2%	27,5%	32,4%	37,7%	50,0%	37,9%	39,1%	37,1%
Pix	29,3%	27,5%	40,5%	27,9%	15,6%	24,1%	26,1%	27,2%
Cartão de crédito no vencimento	24,1%	37,5%	16,2%	36,1%	18,8%	36,2%	30,4%	28,5%
Cartão de débito	32,8%	27,5%	21,6%	9,8%	18,8%	31,0%	8,7%	21,8%
Dinheiro	5,2%	7,5%	13,5%	11,5%	21,9%	5,2%	13,0%	11,4%
Carnê ou crediário	1,7%	0,0%	0,0%	1,6%	6,3%	3,4%	2,2%	2,2%
Total Geral	129,3%	127,5%	124,3%	124,6%	131,3%	137,9%	119,6%	128,2%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



MODALIDADE DE PAGAMENTO

Modalidade de Pagamento	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	48,3%	46,8%	57,7%	43,9%	41,3%	44,8%	53,8%	47,5%
A prazo	51,7%	53,2%	42,3%	56,1%	58,7%	55,2%	46,2%	52,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

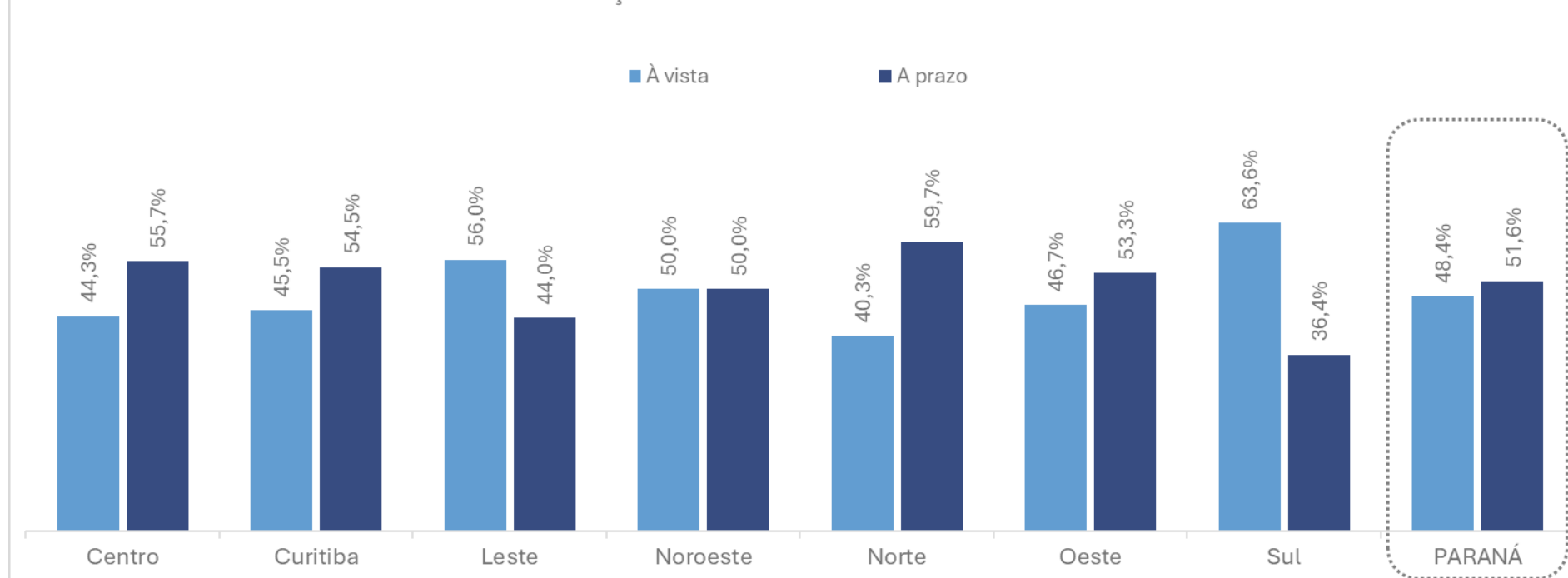


MODALIDADE DE PAGAMENTO

Gênero Feminino

Modalidade de Pagamento - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	44,3%	45,5%	56,0%	50,0%	40,3%	46,7%	63,6%	48,4%
A prazo	55,7%	54,5%	44,0%	50,0%	59,7%	53,3%	36,4%	51,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

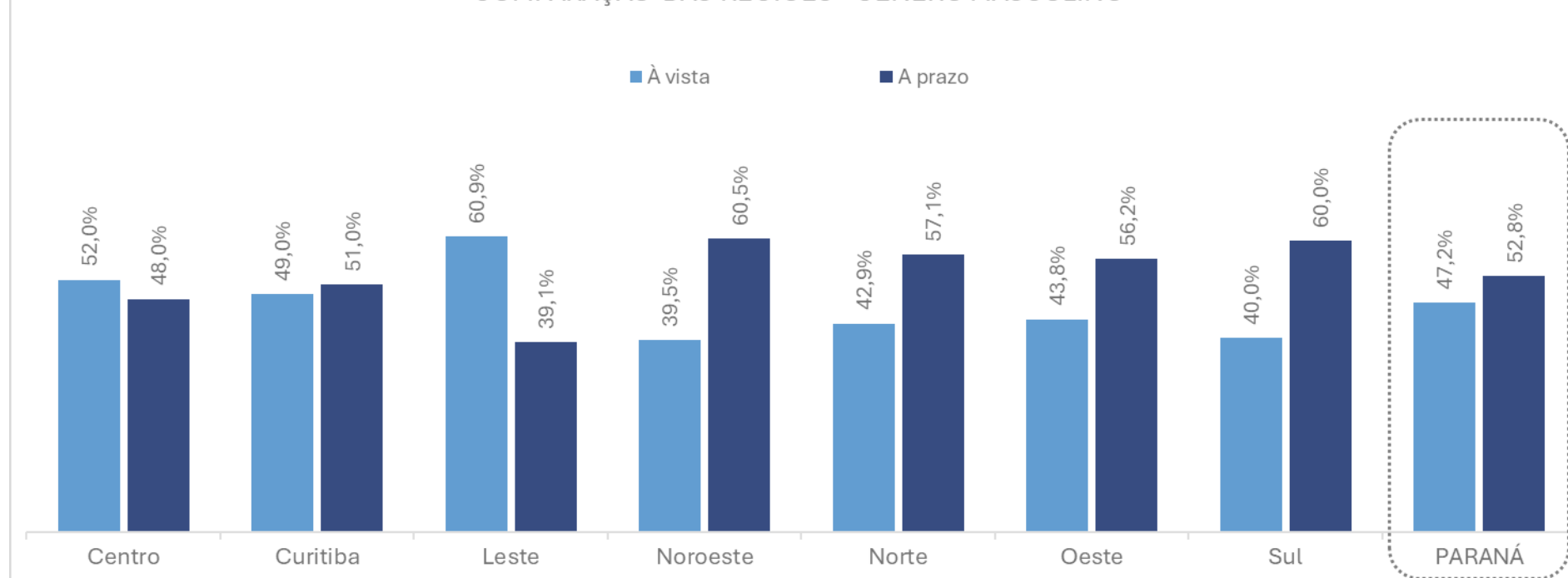


MODALIDADE DE PAGAMENTO

Gênero Masculino

Modalidade de Pagamento - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
À vista	52,0%	49,0%	60,9%	39,5%	42,9%	43,8%	40,0%	47,2%
A prazo	48,0%	51,0%	39,1%	60,5%	57,1%	56,2%	60,0%	52,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

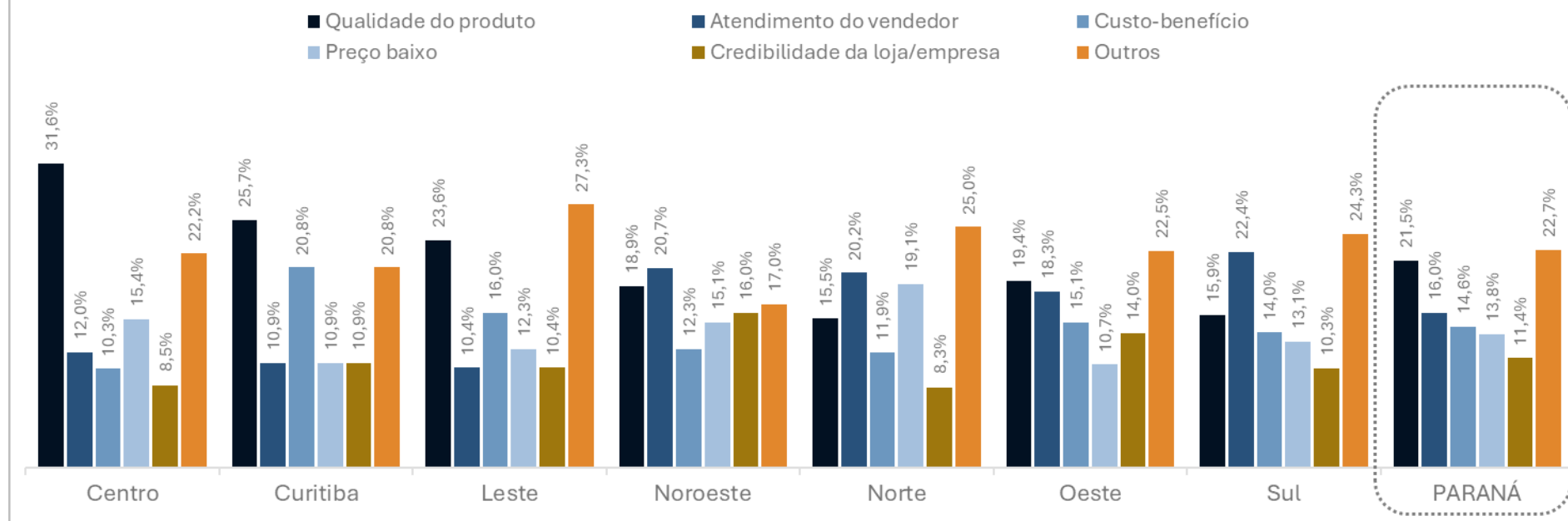


[illegible]

PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

Mais Influencia na Compra - Paraná	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Qualidade do produto	31,6%	25,7%	23,6%	18,9%	15,5%	19,4%	15,9%	21,5%
Atendimento do vendedor	12,0%	10,9%	10,4%	20,7%	20,2%	18,3%	22,4%	16,0%
Custo-benefício	10,3%	20,8%	16,0%	12,3%	11,9%	15,1%	14,0%	14,6%
Preço baixo	15,4%	10,9%	12,3%	15,1%	19,1%	10,7%	13,1%	13,8%
Credibilidade da loja/empresa	8,5%	10,9%	10,4%	16,0%	8,3%	14,0%	10,3%	11,4%
Outros	22,2%	20,8%	27,3%	17,0%	25,0%	22,5%	24,3%	22,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

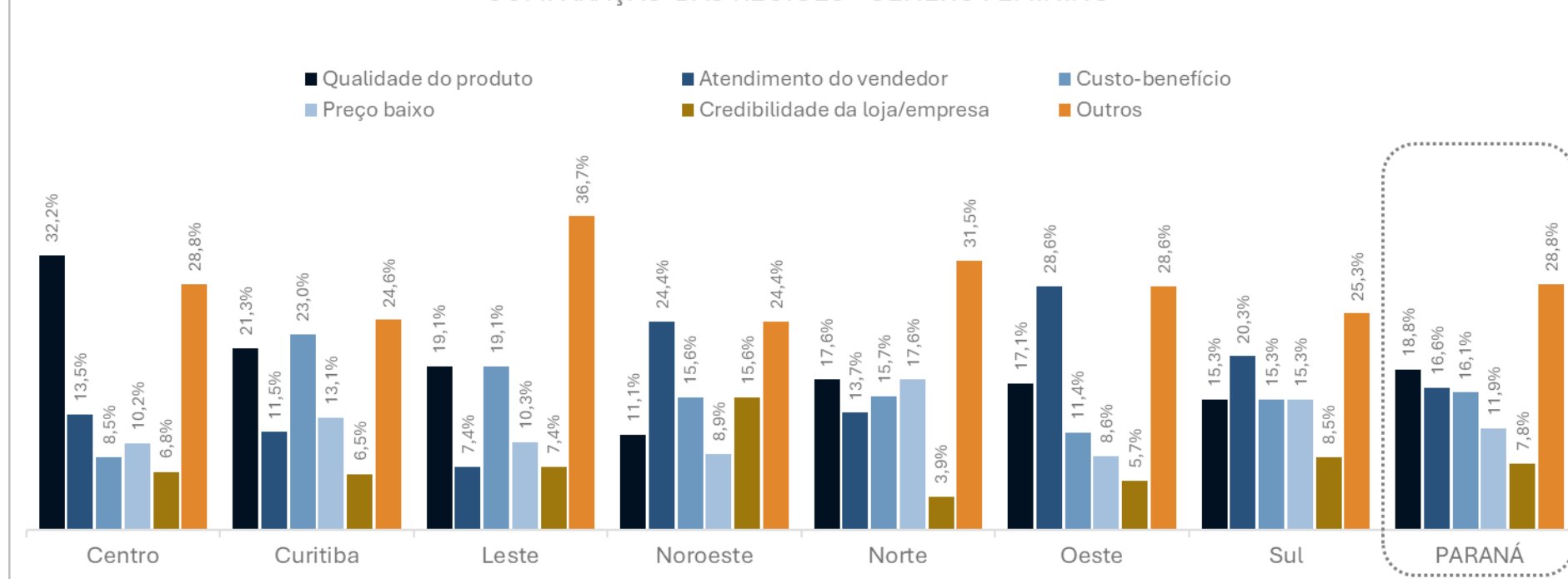


[illegible]

PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

Mais Influencia na Compra - Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Qualidade do produto	32,2%	21,3%	19,1%	11,1%	17,6%	17,1%	15,3%	18,8%
Atendimento do vendedor	13,5%	11,5%	7,4%	24,4%	13,7%	28,6%	20,3%	16,6%
Custo-benefício	8,5%	23,0%	19,1%	15,6%	15,7%	11,4%	15,3%	16,1%
Preço baixo	10,2%	13,1%	10,3%	8,9%	17,6%	8,6%	15,3%	11,9%
Credibilidade da loja/empresa	6,8%	6,5%	7,4%	15,6%	3,9%	5,7%	8,5%	7,8%
Outros	28,8%	24,6%	36,7%	24,4%	31,5%	28,6%	25,3%	28,8%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO



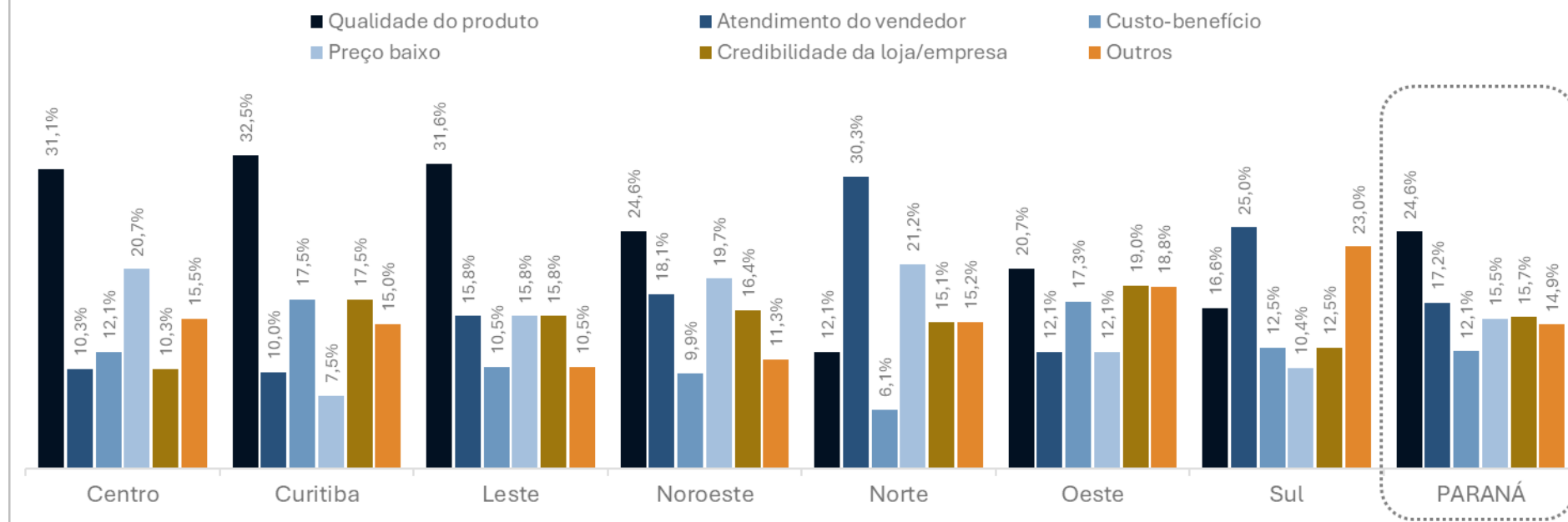
PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

[illegible]

PRINCIPAL INFLUÊNCIA NA DECISÃO DE COMPRAR

Mais Influencia na Compra - Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Qualidade do produto	31,1%	32,5%	31,6%	24,6%	12,1%	20,7%	16,6%	24,6%
Atendimento do vendedor	10,3%	10,0%	15,8%	18,1%	30,3%	12,1%	25,0%	17,2%
Custo-benefício	12,1%	17,5%	10,5%	9,9%	6,1%	17,3%	12,5%	12,1%
Preço baixo	20,7%	7,5%	15,8%	19,7%	21,2%	12,1%	10,4%	15,5%
Credibilidade da loja/empresa	10,3%	17,5%	15,8%	16,4%	15,1%	19,0%	12,5%	15,7%
Outros	15,5%	15,0%	10,5%	11,3%	15,2%	18,8%	23,0%	14,9%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO



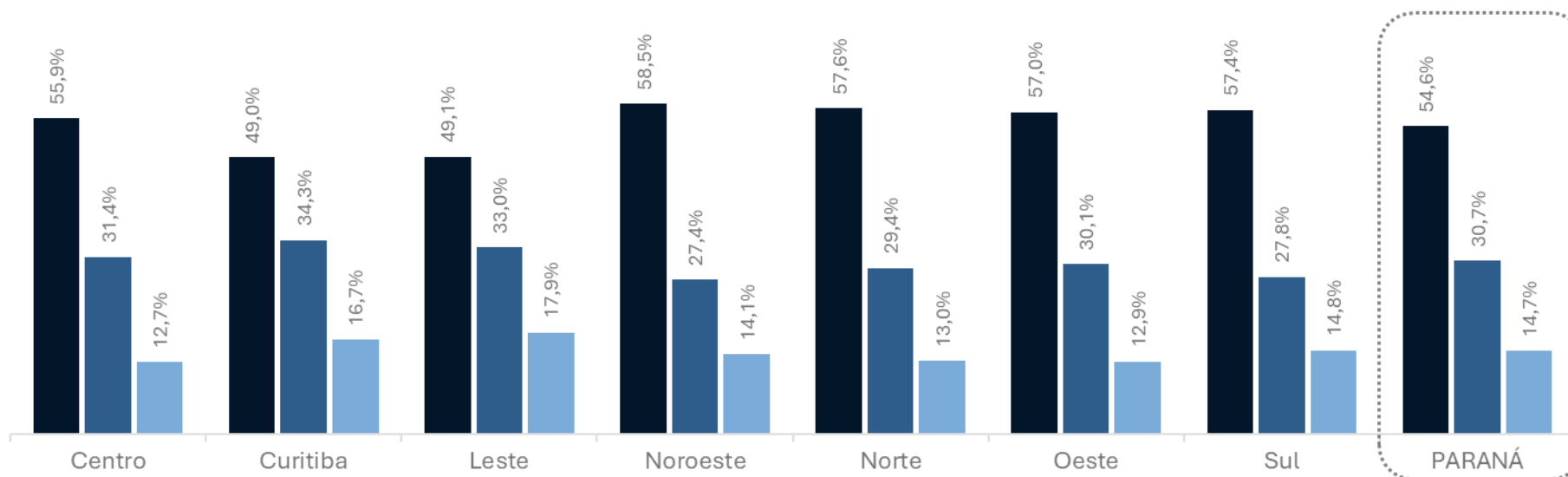
ADIAANTAM AS COMPRAS DE NATAL NA BLACK FRIDAY

11. O(A) Sr.(a) adianta as compras do Natal na Black Friday?

Adiantam as Compras do Natal	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	55,9%	49,0%	49,1%	58,5%	57,6%	57,0%	57,4%	54,6%
Às vezes, dependendo da oferta ou desconto	31,4%	34,3%	33,0%	27,4%	29,4%	30,1%	27,8%	30,7%
Sim	12,7%	16,7%	17,9%	14,1%	13,0%	12,9%	14,8%	14,7%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES

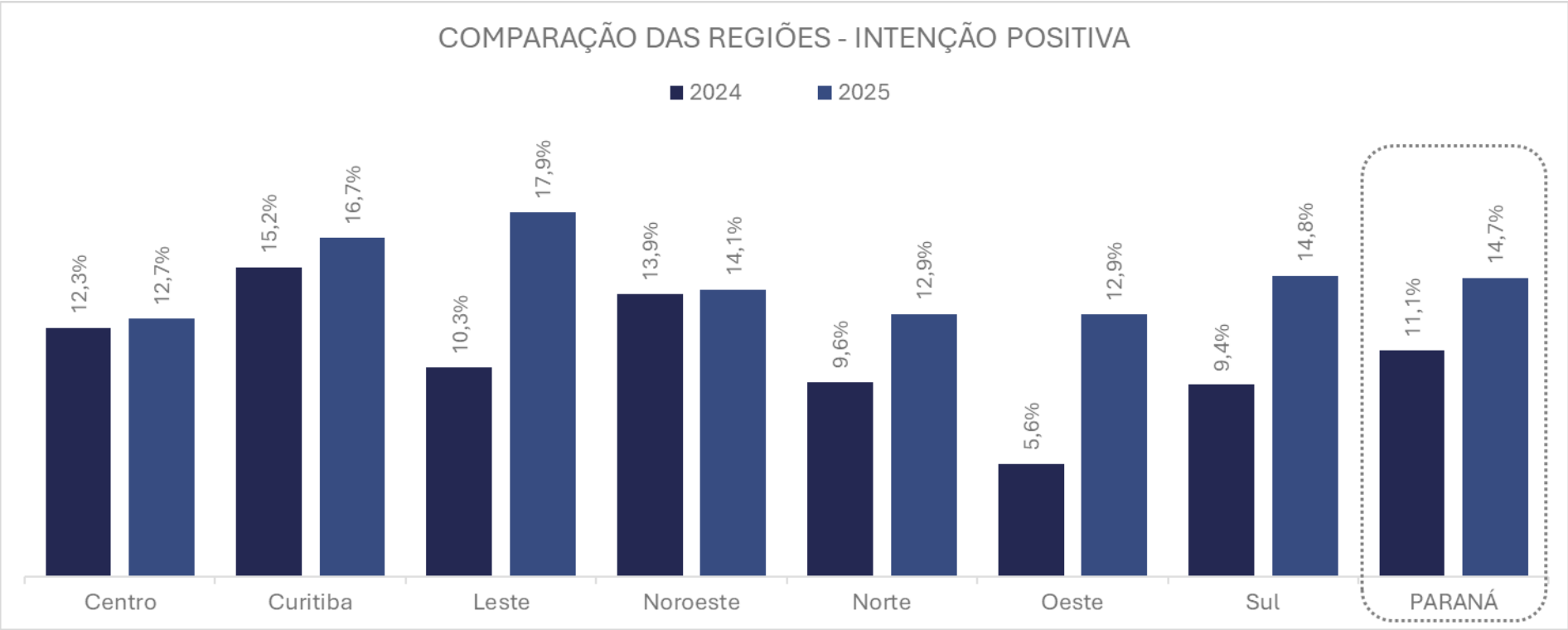
■ Não ■ Às vezes, dependendo da oferta ou desconto ■ Sim



ADIA NTAM AS COMPRAS DE NATAL NA BLACK FRIDAY

Série Histórica

Adiantam as Compras do Natal	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
2025	12,7%	16,7%	17,9%	14,1%	12,9%	12,9%	14,8%	14,7%
2024	12,3%	15,2%	10,3%	13,9%	9,6%	5,6%	9,4%	11,1%



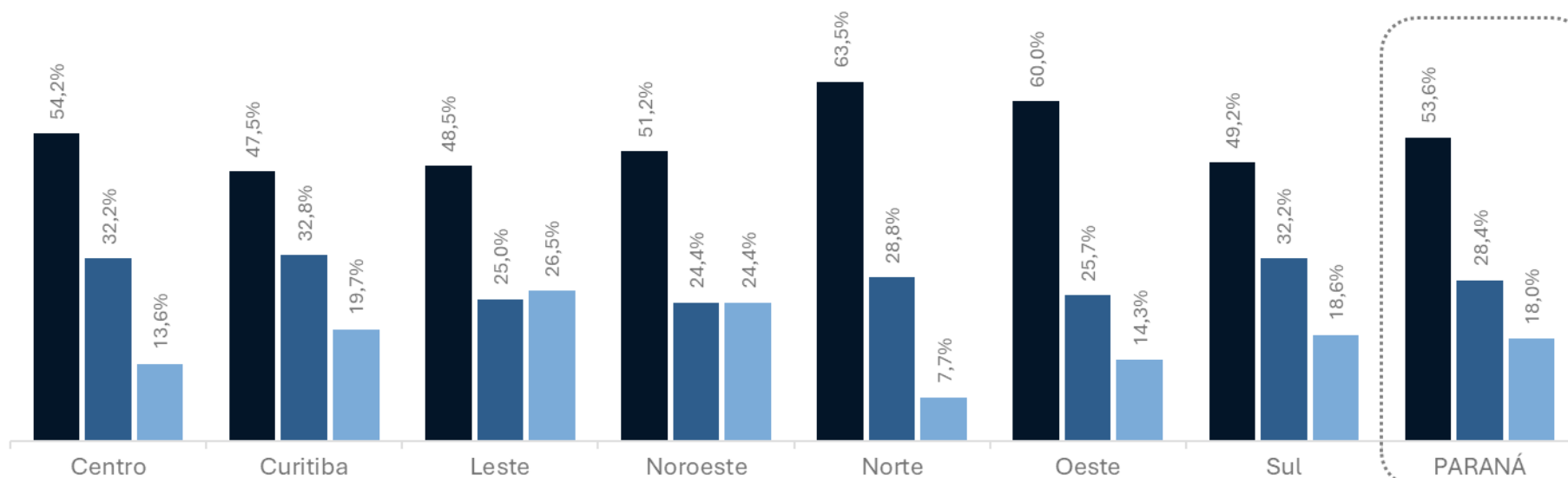
ADIA NTAM AS COMPRAS DE NATAL NA BLACK FRIDAY

Gênero Feminino

Adiantam as Compras do Natal-Paraná-Feminino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	54,2%	47,5%	48,5%	51,2%	63,5%	60,0%	49,2%	53,6%
Às vezes, dependendo da oferta ou desconto	32,2%	32,8%	25,0%	24,4%	28,8%	25,7%	32,2%	28,4%
Sim	13,6%	19,7%	26,5%	24,4%	7,7%	14,3%	18,6%	18,0%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO FEMININO

■ Não ■ Às vezes, dependendo da oferta ou desconto ■ Sim



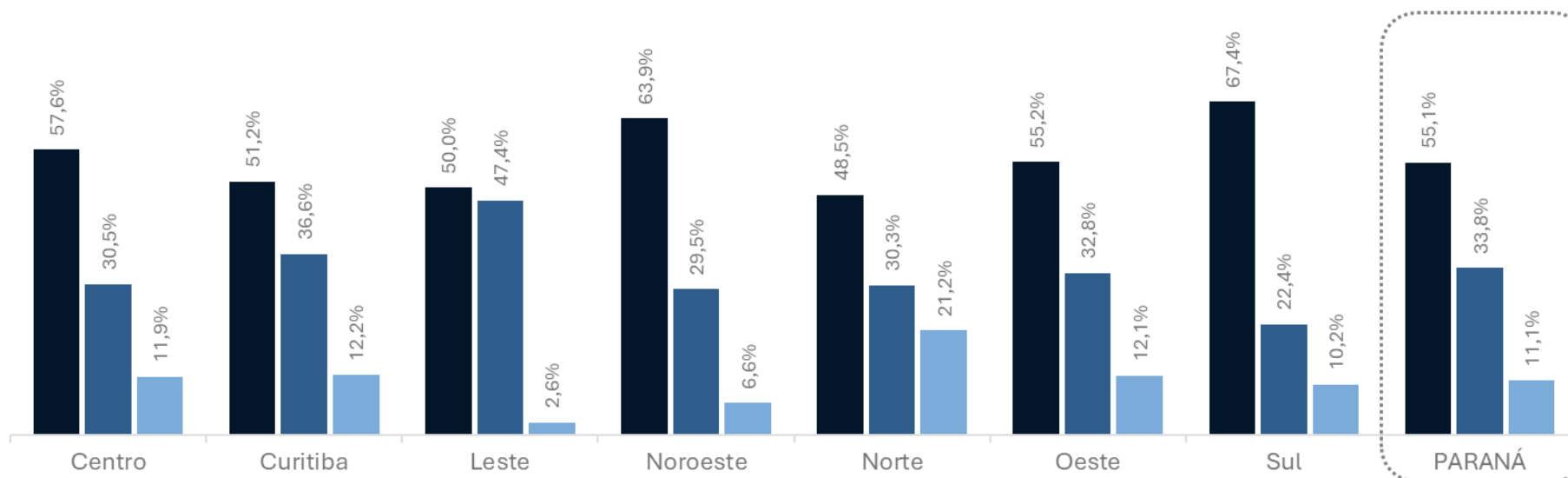
ADIANHAM AS COMPRAS DE NATAL NA BLACK FRIDAY

Gênero Masculino

Adiantam as Compras do Natal-Paraná-Masculino	Centro	Curitiba	Leste	Noroeste	Norte	Oeste	Sul	PARANÁ
Não	57,6%	51,2%	50,0%	63,9%	48,5%	55,2%	67,4%	55,1%
Às vezes, dependendo da oferta ou desconto	30,5%	36,6%	47,4%	29,5%	30,3%	32,8%	22,4%	33,8%
Sim	11,9%	12,2%	2,6%	6,6%	21,2%	12,1%	10,2%	11,1%
Total Geral	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

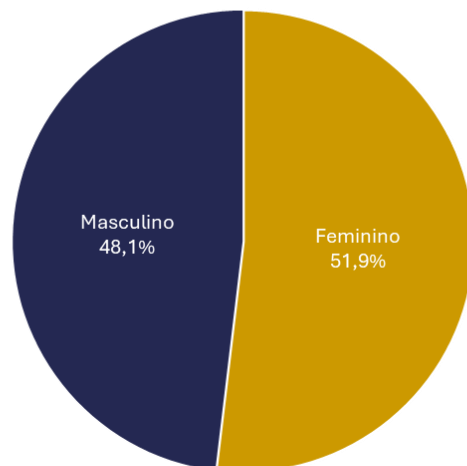
COMPARAÇÃO DAS REGIÕES - GÊNERO MASCULINO

■ Não ■ Às vezes, dependendo da oferta ou desconto ■ Sim

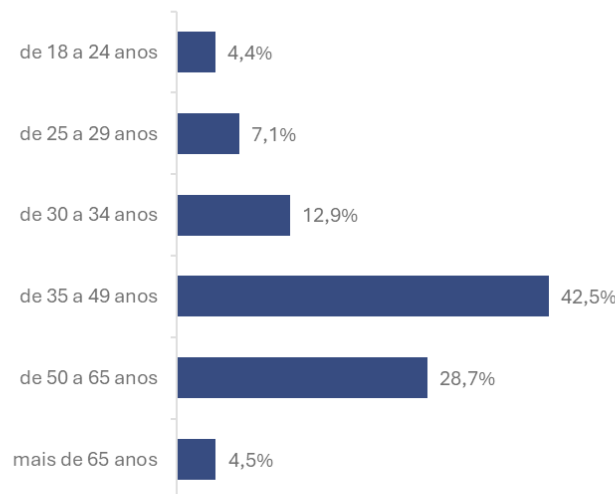


PERFIL DO CONSUMIDOR

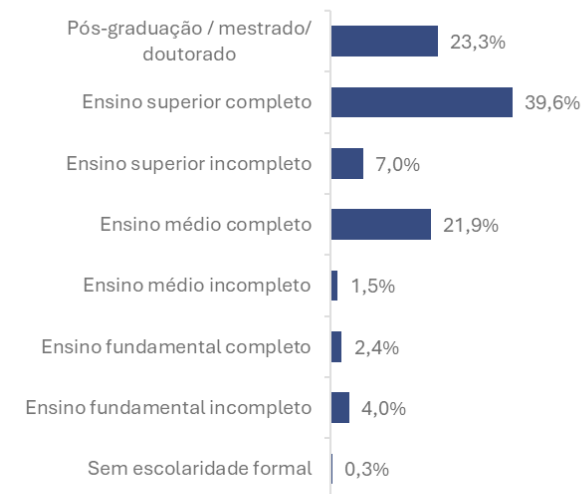
GÊNERO



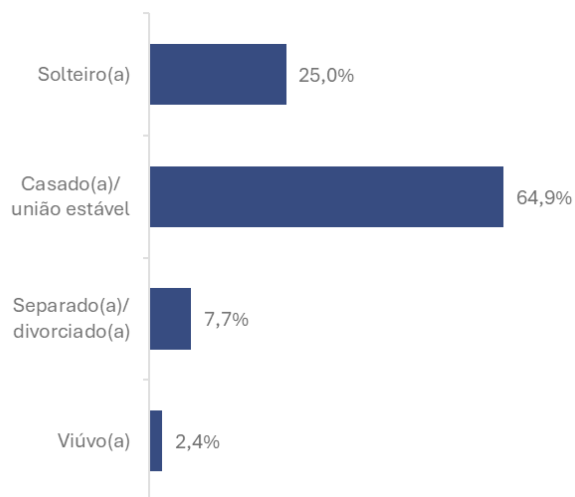
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



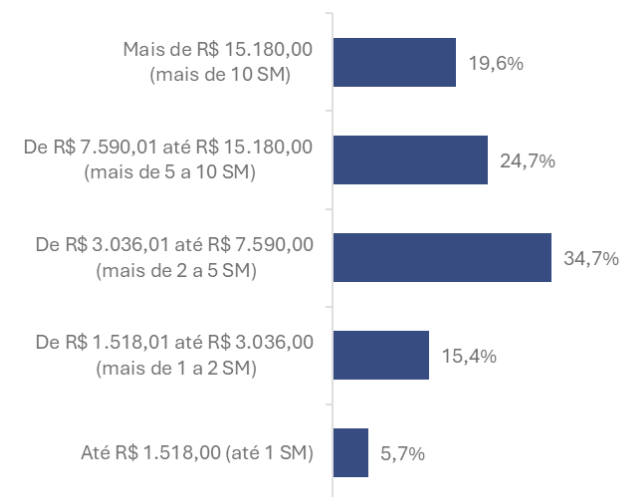
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL

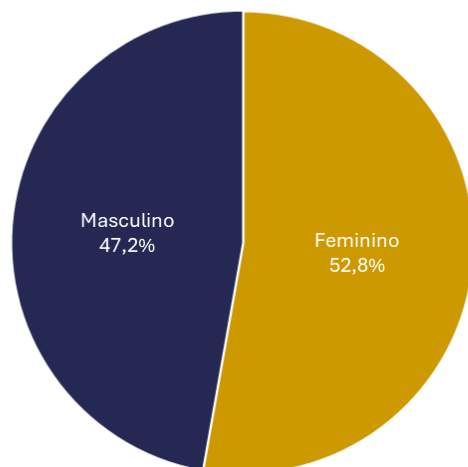


FAIXA DE RENDA

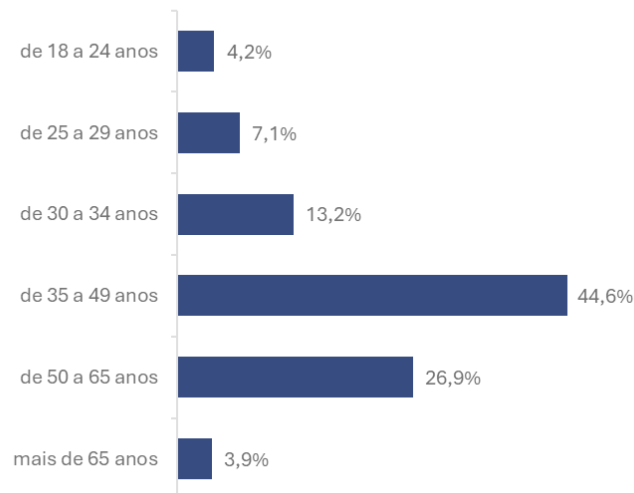


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE PRESENTEARÁ

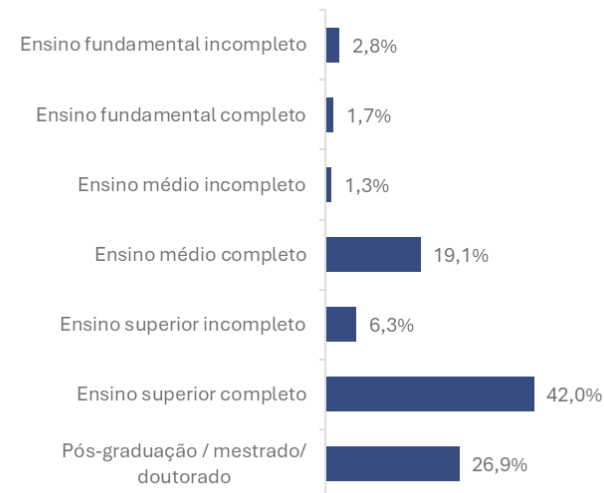
GÊNERO



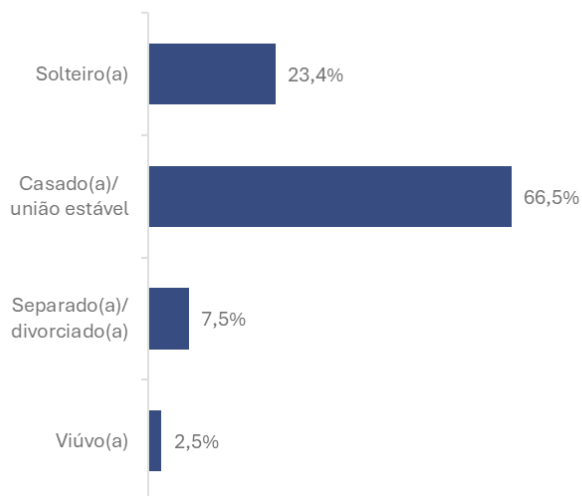
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



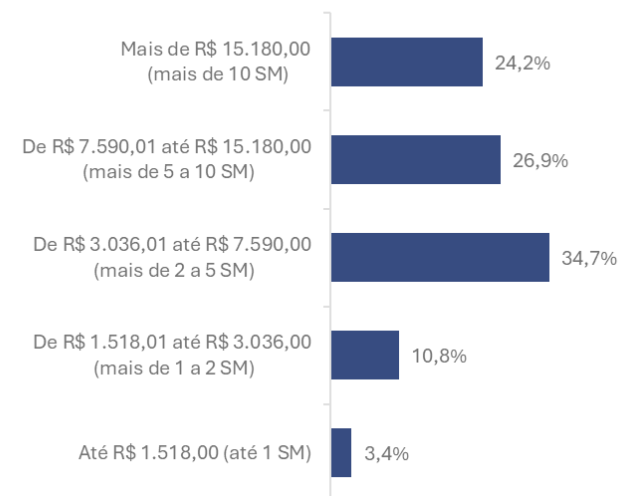
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL

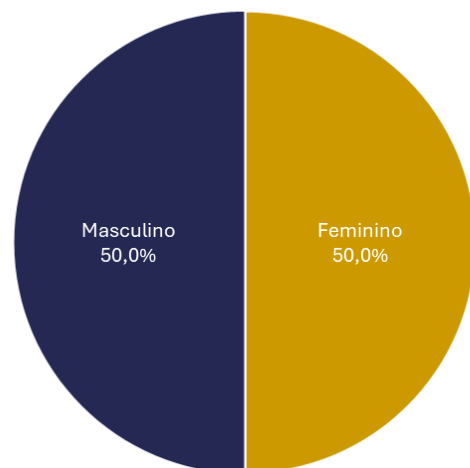


FAIXA DE RENDA

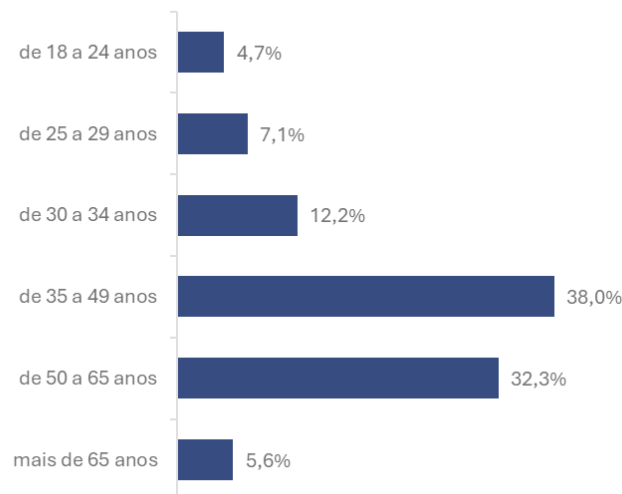


PERFIL DO CONSUMIDOR QUE NÃO PRESENTEARÁ

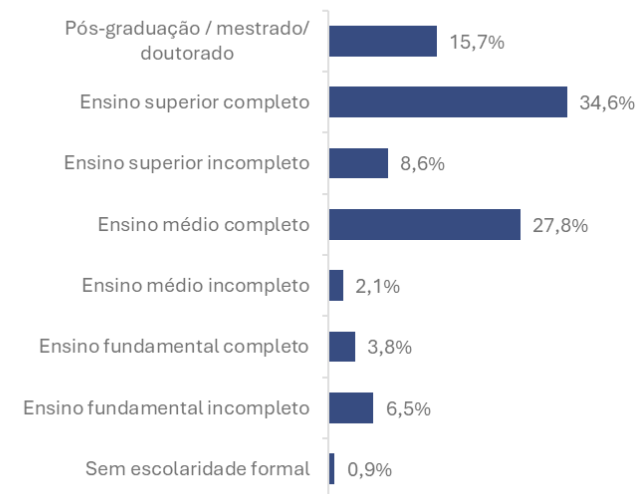
GÊNERO



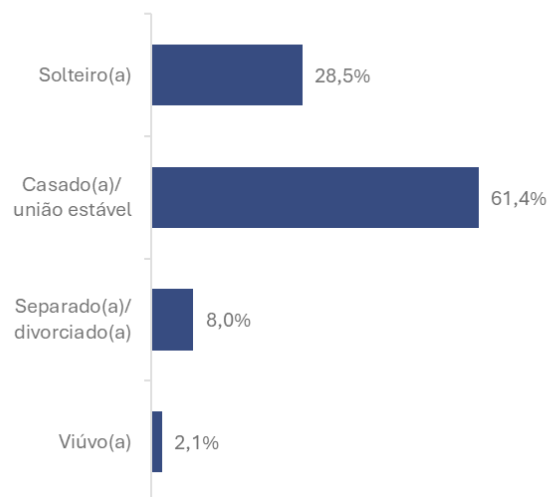
FAIXA ETÁRIA



ESCOLARIDADE



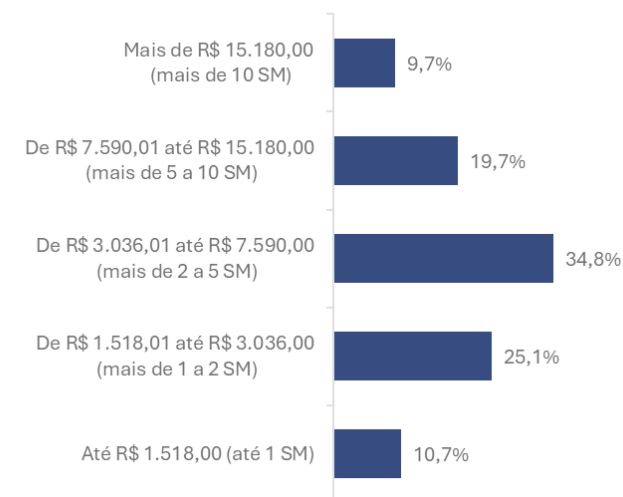
ESTADO CIVIL



OCUPAÇÃO PRINCIPAL



FAIXA DE RENDA



ASPECTOS METODOLÓGICOS

Pesquisa de Intenção de Compras para Black Friday, Décimo Terceiro e Natal, realizada pelo Sebrae/PR em parceria com a Fecomércio PR, visa entender o comportamento de consumo dos paranaenses em relação às principais datas comerciais do fim do ano. A pesquisa abrangeu aspectos como intenção de presentear no Natal, disposição para consumo na Black Friday e utilização do 13º salário, 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 as datas de Black Friday, 13º salário e Natal. Essas informações, segmentadas por região, servem como subsídio para empresas ajustarem suas campanhas promocionais, gestão de estoques e planejamento estratégico de fim de ano.

População e Amostra

Para garantir representatividade, a pesquisa total abrangeu uma amostra de 1.056 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: 152 entrevistas (14,4%)
- Curitiba: 150 entrevistas (14,2%)
- Leste: 150 entrevistas (14,2%)
- Noroeste: 153 entrevistas (14,5%)
- Norte: 150 entrevistas (14,2%)
- Oeste: 150 entrevistas (14,2%)
- Sul: 151 entrevistas (14,3%)

Com um intervalo de confiança de 95% e um erro amostral máximo de $\pm 3\%$ 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 14 e 28 de outubro de 2025. Esse período foi estrategicamente escolhido para captar as intenções e o planejamento de consumo dos paranaenses, com foco nas compras de fim de ano e na utilização do 13º salário.

Método de Coleta e Instrumento de Pesquisa

1. 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 Natal: Perguntas sobre o hábito de presentear, número de pessoas a serem presenteadas, valor planejado para os presentes, tipos de itens desejados, local e forma de pagamento das compras.
2. Intenção de Compras na Black Friday: Questões sobre a percepção de vantagens, antecipação das compras de Natal na Black Friday, tipos de produtos de interesse, tíquete médio de gasto e comportamento de pesquisa de preços.
3. Utilização do 13º Salário: Perguntas voltadas ao destino do 13º, como pagamento de dívidas, compras, investimentos e planejamento de consumo para o Natal e Black Friday.

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 cada data (Black Friday e Natal), 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**

