

Sondagem de Intenção de Compras

DIA DAS CRIANÇAS

Regional Leste
Outubro/2026

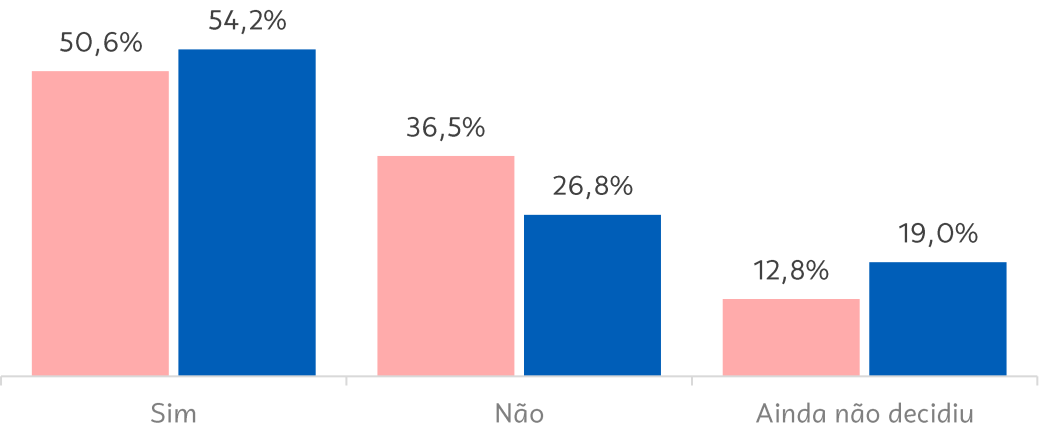
INTENÇÃO DE COMPRA



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Regional Leste

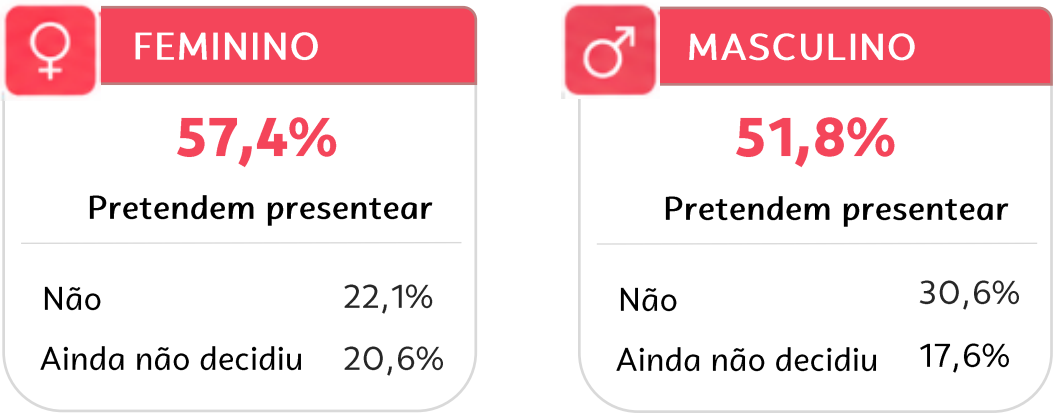
INTENÇÃO DE PRESENTEAR POR ANO



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

P1. Tem intenção de presentear no Dia das Crianças?

INTENÇÃO DE PRESENTEAR POR GÊNERO



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

A intenção de presentear no Dia das Crianças na Regional Leste em 2026 apresenta o menor avanço entre as regiões do estado, ainda que positivo. O percentual de consumidores que pretendem comprar presentes sobe de 50,6% em 2025 para 54,2% em 2026. A parcela dos que não pretendem presentear recua de 36,5% para 26,8%, mas os indecisos aumentam de forma expressiva, de 12,8% para 19,0%, o maior crescimento de indecisão entre as regiões analisadas.

O recorte por gênero mostra diferença moderada na Regional Leste. A intenção de presentear é maior entre as mulheres, atingindo 57,4%, enquanto entre os homens o percentual alcança 51,8%, diferença de 5,6 pontos percentuais. Os homens concentram maior proporção de respostas negativas, com 30,6% contra 22,1% entre as mulheres. A indecisão também é elevada em ambos os gêneros, com 20,6% entre as mulheres e 17,6% entre os homens, reforçando o comportamento mais indeciso observado na região.

De forma geral, os resultados indicam um cenário de consumo mais cauteloso para o Dia das Crianças na Regional Leste, com o menor avanço da intenção de compra entre as regiões do estado e elevada parcela de indecisos em ambos os gêneros. Esse cenário reforça a importância de estratégias comerciais voltadas à conversão dos indecisos, como promoções, sugestões de presentes, kits de produtos, facilidades de pagamento e comunicação segmentada, especialmente direcionadas ao público masculino.

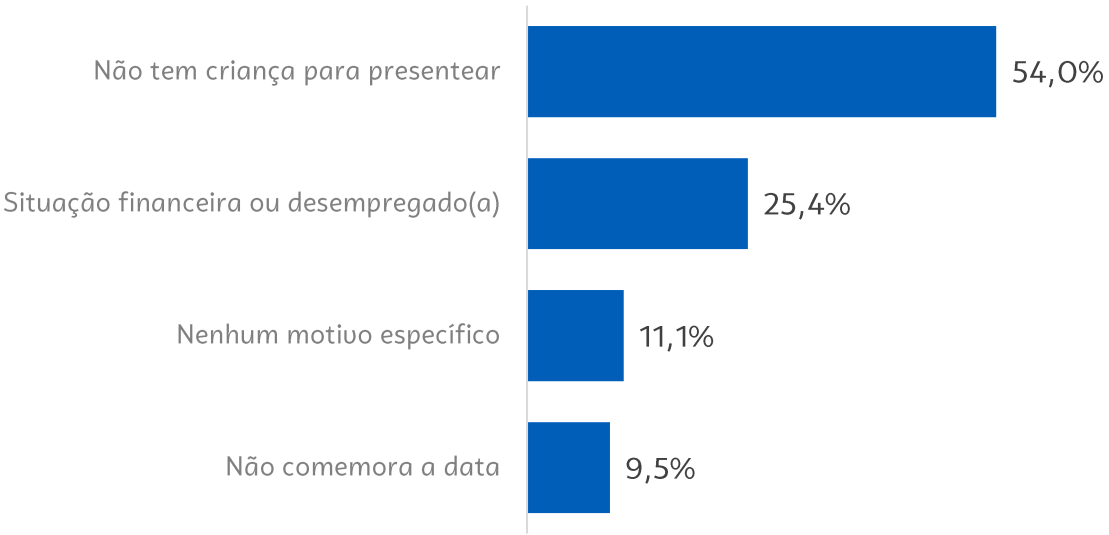
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Regional Leste

MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

P2. Qual o motivo de não presentear no Dia das Crianças?

COMPARATIVO 2025 X 2026

PRINCIPAIS motivos para não presentear

 NÃO TEM CRIANÇA PARA PRESENTEAR	2026 54,0%	2025 59,2%
 NÃO COMEMORA A DATA	2026 9,5%	2025 14,5%
 SITUAÇÃO FINANCEIRA OU DESEMPREGO	2026 25,4%	2025 19,7%
 NENHUM MOTIVO ESPECÍFICO	2026 11,1%	2025 6,6%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Leste, o principal motivo para não presentear em 2026 é a ausência de criança para presentear, resposta mencionada por 54,0% dos consumidores que não pretendem realizar a compra, percentual em queda frente aos 59,2% registrados em 2025. Em seguida, aparece a situação financeira ou o desemprego, com 25,4% das respostas, motivo que apresenta o maior crescimento entre os avaliados, avançando dos 19,7% observados no ano anterior.

Diferente do observado em outras regiões, a ausência de motivo específico apresenta crescimento na Regional Leste, avançando de 6,6% em 2025 para 11,1% em 2026. Já a parcela dos que não comemoram a data recua, de 14,5% para 9,5%.

Os dados indicam que, embora a ausência de criança para presentear continue sendo o principal fator, ganha relevância a dimensão financeira como motivo de não compra na Regional Leste, com a situação financeira ou desemprego apresentando forte crescimento entre as respostas. Esse movimento sugere espaço para estratégias comerciais que reduzam a barreira de custo, como parcelamento, descontos progressivos e opções de menor ticket médio, ampliando o potencial de conversão desse público.

A photograph of two young children, a boy and a girl, standing on a concrete path and looking out at a blue ocean. The boy, on the left, is wearing a yellow t-shirt and denim shorts, pointing his right hand towards the horizon. The girl, on the right, is wearing a white dress with a green floral pattern and pink sunglasses. In the background, there are rocky cliffs and a small building on top. The image is framed by a red diagonal stripe on the left and a white diagonal stripe on the right.

PESQUISA DE PREÇO

PESQUISA DE PREÇO

Regional Leste

PESQUISA DE PREÇO ANTES DA COMPRA



69,9%

Pesquisam preços antes de comprar.

30,1% não pesquisam.

FORMA DA PESQUISA DE PREÇO



Pela Internet

79,3%



Pessoalmente

20,7%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Leste, a pesquisa de preços é comportamento disseminado entre os consumidores, ainda que com adesão menor do que em outras regiões do estado. Os dados mostram que 69,9% dos entrevistados afirmam realizar pesquisa de preços antes da compra, enquanto 30,1% declaram não adotar esse hábito, a maior parcela de não pesquisadores entre as regiões analisadas.

Entre os consumidores que pesquisam preços, o ambiente digital concentra ampla predominância. A internet é utilizada por 79,3% dos entrevistados como principal meio de comparação, enquanto 20,7% realizam a pesquisa presencialmente nas lojas físicas. O resultado reforça o papel de destaque dos canais digitais como instrumento de decisão de compra e consulta de preços, mesmo quando a aquisição final pode ocorrer no varejo físico.

Os dados indicam um consumidor mais racional e atento às condições comerciais, especialmente em um contexto de maior cautela no consumo. A predominância da pesquisa online amplia a competitividade entre empresas, aumenta a transparência de preços e reforça a importância de estratégias digitais, presença em plataformas online e ações promocionais integradas para atração e conversão de consumidores.

PERÍODO DE COMPRA



PERÍODO DE COMPRA

Regional Leste



78,3%

dos consumidores
compram até 15 dias
antes da data.



No mesmo dia

Compras por impulso ou de última hora.

9,6%



Até uma semana

A maioria concentra a decisão na reta final.

57,8%



De 8 a 15 dias

Consumidor já inicia o planejamento.

20,5%



De 16 dias a 1 mês

Planejamento antecipado, mas ainda próximo ao período.

8,4%



Mais de um mês

Antecedência mais longa.

3,6%

O período de compra para o Dia das Crianças na Regional Leste em 2026 apresenta forte concentração em prazos curtos, indicando baixo nível de antecipação e comportamento de consumo próximo à data comemorativa. Os dados mostram que 78,3% dos consumidores realizam a compra com até 15 dias de antecedência, reforçando a predominância de decisões tomadas no curto prazo.

A maior parcela dos entrevistados concentra suas compras até uma semana antes da data, percentual que representa 57,8% do total, o maior entre as regiões analisadas. Já as aquisições realizadas entre 8 e 15 dias antes correspondem a 20,5%. As compras efetuadas no próprio dia somam 9,6%, evidenciando presença relevante de consumo por impulso ou decisões de última hora.

Em contrapartida, o planejamento de mais longo prazo apresenta participação reduzida. Apenas 8,4% dos consumidores realizam as compras entre 16 dias e um mês antes da data, enquanto 3,6% antecipam a aquisição em mais de um mês, a menor parcela de planejamento antecipado entre as regiões do estado.

Os dados reforçam a importância de estratégias comerciais concentradas nas semanas que antecedem o Dia das Crianças, período em que se intensifica o fluxo de consumidores e a tomada de decisão de compra. Esse comportamento exige das empresas planejamento operacional mais eficiente, com atenção especial à gestão de estoques, organização logística e preparação interna das equipes para atender ao aumento da demanda. Nesse contexto, torna-se fundamental reforçar a capacidade de atendimento, garantir disponibilidade de produtos e manter padrões elevados de agilidade e qualidade no relacionamento com o consumidor, fatores que podem influenciar diretamente a conversão das vendas e a experiência de compra durante a data comemorativa.

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

P4. Com qual antecedência costuma fazer a compra do presente?

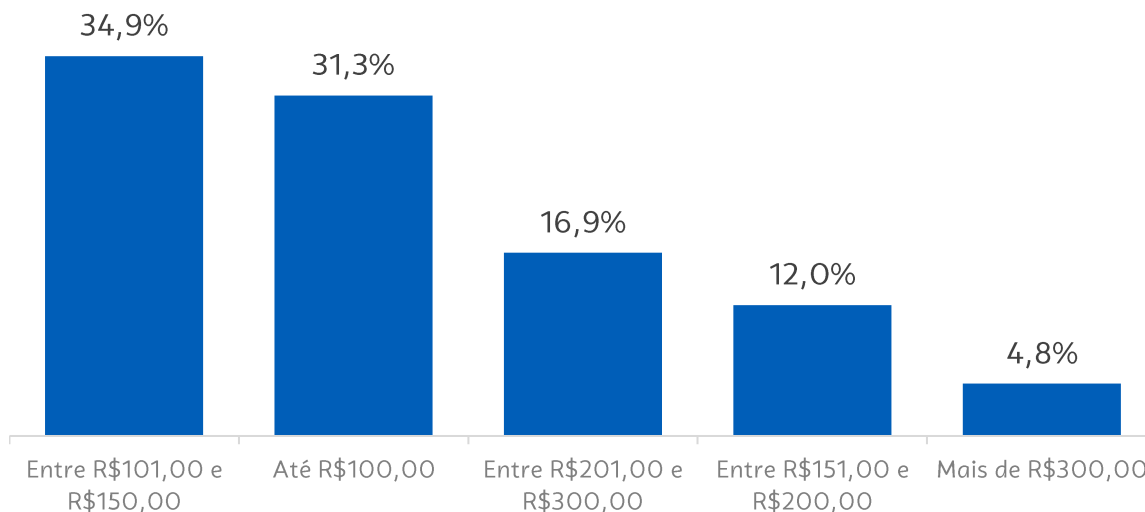
VALOR DO PRESENTE



VALOR DO PRESENTE

Regional Leste

FAIXA DE VALOR DOS PRESENTES



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

P5. Quanto pretende gastar com presente do Dia das Crianças?

O padrão de gasto com presentes para o Dia das Crianças na Regional Leste concentra-se fortemente em faixas de valor mais baixo em 2026, refletindo o menor ticket médio entre as regiões do estado. A maior parcela dos consumidores pretende gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00, faixa que concentra 34,9% das intenções de compra, seguida de perto pela faixa até R\$ 100,00, com 31,3%. Juntas, essas duas faixas concentram mais de 66% das intenções de compra. As faixas mais elevadas apresentam participação reduzida, com 16,9% dos entrevistados indicando gastos entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00, 12,0% entre R\$ 151,00 e R\$ 200,00 e apenas 4,8% afirmando intenção de desembolso superior a R\$ 300,00.

O ticket médio geral estimado para 2026 na Regional Leste é de R\$ 147,29, o menor entre as regiões do estado, e representa forte retração frente aos R\$ 174,66 registrados em 2025, queda de aproximadamente 15,7%. O recuo é ainda mais acentuado entre os homens, cujo ticket médio cai de R\$ 200,78 para R\$ 153,41, redução de cerca de 23,6%. Já entre as mulheres, a queda é mais moderada, de R\$ 154,27 para R\$ 140,38, recuo de aproximadamente 9,0%.

Os dados indicam forte retração no gasto médio geral da região, com impacto especialmente acentuado entre os consumidores do sexo masculino. O cenário reforça a importância de estratégias voltadas ao custo-benefício, como criação de kits e combinações de presentes em diferentes faixas de preço, especialmente nas categorias de menor valor, que concentram a maior parte das intenções de compra na região. Também ganha relevância a exposição de produtos mais acessíveis no ponto de venda e a divulgação em canais digitais para estimular a conversão das compras, considerando a maior sensibilidade ao valor observada nesta região.



TICKET MÉDIO GERAL
R\$ 147,29

2025: R\$ 174,66



TICKET MÉDIO MASCULINO
R\$ 153,41

2025: R\$ 200,78



TICKET MÉDIO FEMININO
R\$ 140,38

2025: R\$ 154,27

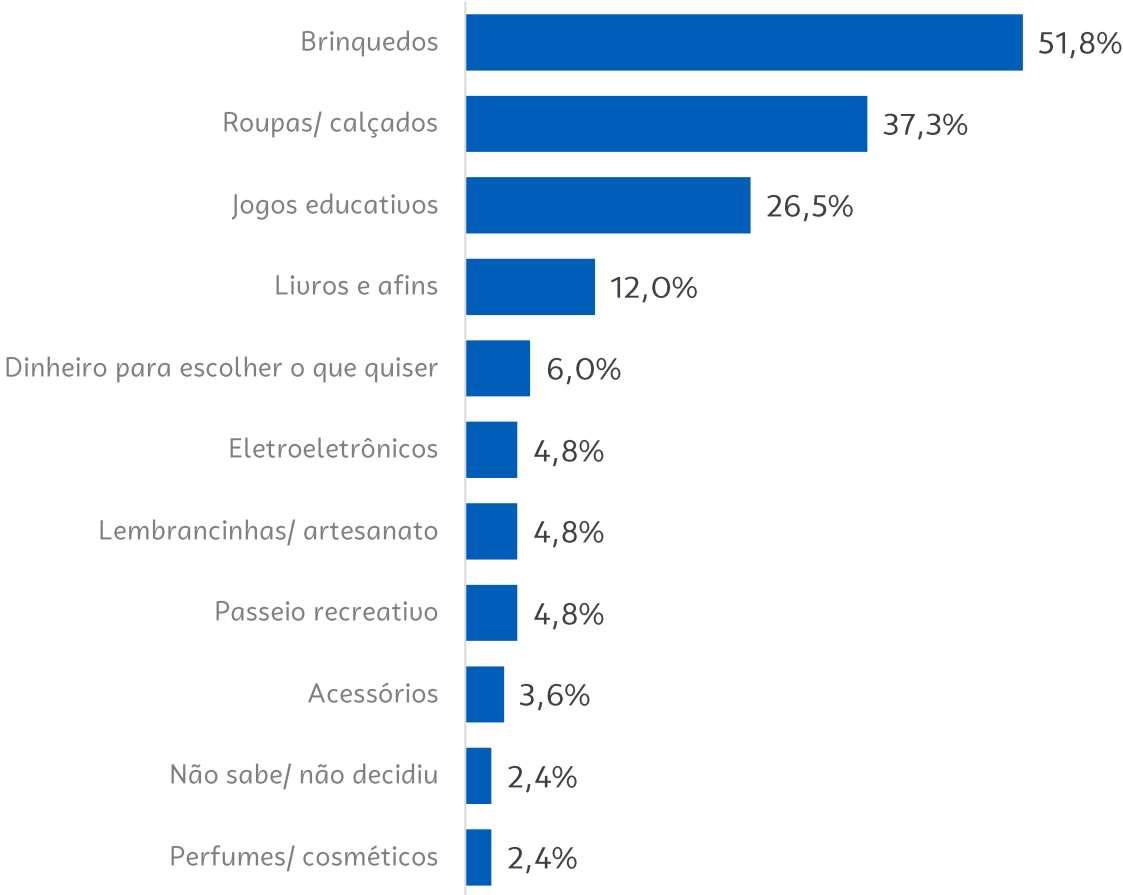
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

TIPO DO PRESENTE

TIPO DE PRESENTE

Regional Leste

TIPO DE PRESENTE



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

O comportamento de consumo para o Dia das Crianças na Regional Leste apresenta concentração em categorias tradicionais de presentes, com destaque para brinquedos, seguidos por itens de vestuário e calçados, ainda que com menor intensidade do que em outras regiões do estado.

Brinquedos lideram as intenções de compra, com 51,8% das menções, o menor percentual entre as regiões do estado, enquanto roupas e calçados aparecem na segunda posição, com 37,3%, uma das maiores participações regionais para essa categoria. Em conjunto, essas duas categorias concentram a maior parte das respostas, evidenciando sua centralidade no varejo voltado à data na região.

Outras opções apresentam participação relevante, como jogos educativos (26,5%) e livros e afins (12,0%). Chama atenção o percentual de citações dos consumidores que indicam dinheiro para a criança escolher o que quiser, com 6,0%, superior ao observado em outras regiões, sugerindo maior tendência a deixar a escolha do presente a cargo da própria criança ou de terceiros.

Categorias como eletroeletrônicos, lembrancinhas e artesanato e passeio recreativo aparecem empatadas, com 4,8% cada, seguidas por acessórios (3,6%). Já 2,4% das citações mencionam perfumes/cosméticos, e outros 2,4% ainda não sabem ou não decidiram o que comprar.

De forma geral, os dados indicam um perfil de consumo ainda concentrado em brinquedos e vestuário, mas com maior diversificação do que em outras regiões, incluindo uma parcela relevante de consumidores que preferem deixar a escolha do presente em aberto. Para o varejo, o cenário reforça a importância de garantir variedade de modelos, tamanhos e faixas etárias em brinquedos e roupas infantis, além de considerar alternativas como vale-presente ou cartões-presente para atender aos consumidores que preferem não decidir por conta própria. A criação de kits temáticos e ações de venda combinada pode facilitar a decisão de compra e contribuir para elevar o valor final das vendas.

TIPO DE PRESENTE POR ANO

Regional Leste



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

A composição das intenções de compra para o Dia das Crianças na Regional Leste em 2026 indica retração na maioria das categorias tradicionais. Brinquedos apresentam a maior queda entre as regiões do estado, recuando de 59,5% em 2025 para 51,8% em 2026, redução de 7,7 pontos percentuais. Mesmo com essa retração expressiva, a categoria continua concentrando a maior parte das menções.

Jogos educativos também recuam, de 30,4% para 26,5%, queda de 3,9 pontos percentuais, assim como livros e afins, que apresentam leve retração, de 12,7% para 12,0%. Em contrapartida, roupas e calçados é uma das categorias em crescimento, avançando de 32,9% para 37,3%, alta de 4,4 pontos percentuais. Esses movimentos sugerem que, na Regional Leste, o consumidor redirecionou parte do orçamento de brinquedos e itens educativos para vestuário infantil.

Para o empresário do comércio na Regional Leste, os dados reforçam a importância de investir na categoria de roupas e calçados infantis, em forte crescimento, sem deixar de manter boa oferta de brinquedos, ainda a categoria mais relevante apesar da retração. A retração em jogos educativos e livros também merece atenção, podendo indicar oportunidade para ações promocionais específicas nessas categorias. O cenário reforça a importância de kits combinando diferentes categorias, exposição estratégica de produtos e comunicação voltada à experiência da criança, especialmente em um contexto de maior sensibilidade ao valor gasto.

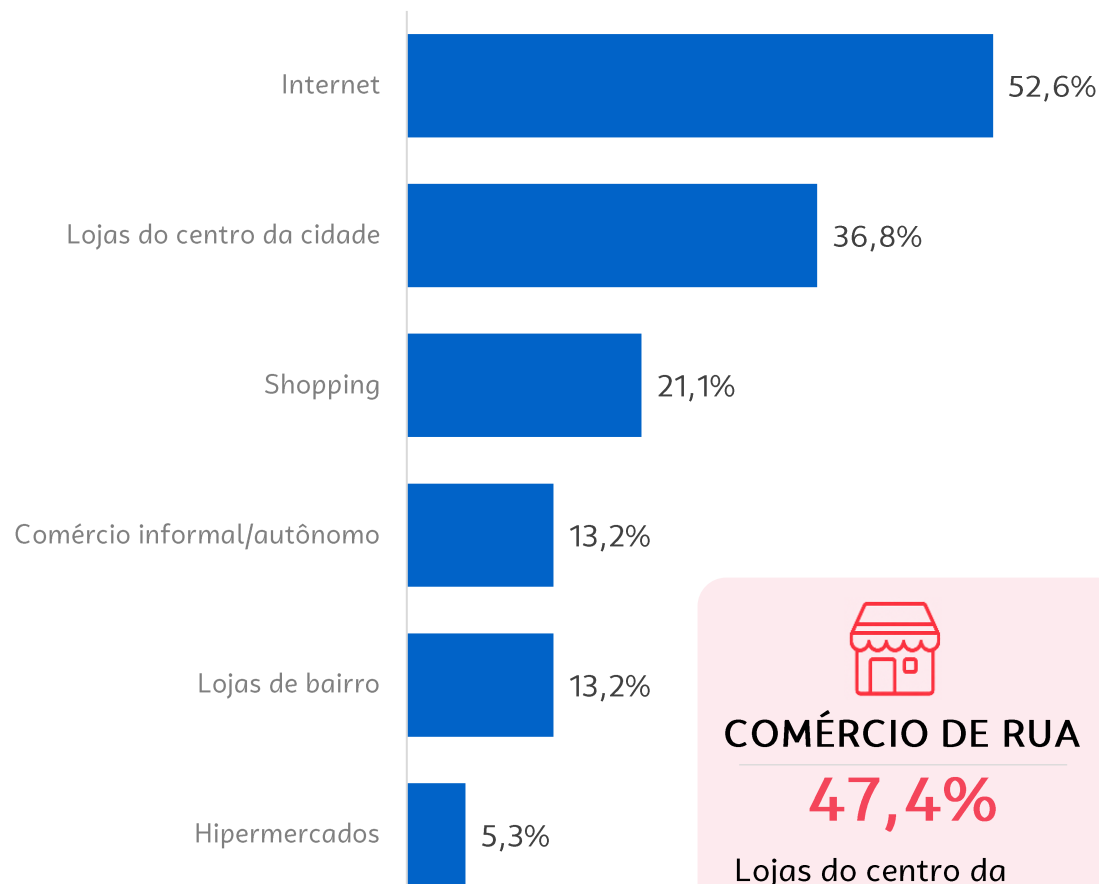
LOCAL DE COMPRA



LOCAL DE COMPRA

Regional Leste

ONDE PRETENDE COMPRAR



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026

Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.



COMÉRCIO DE RUA

47,4%

Lojas do centro da cidade + lojas de bairro¹

Os dados sobre local de compra para o Dia das Crianças na Regional Leste em 2026 indicam crescimento expressivo dos canais físicos alternativos, especialmente lojas do centro da cidade e comércio informal, enquanto os shopping centers apresentam retração relevante e a internet segue como canal líder.

A internet segue como o canal mais citado, com 52,6% das escolhas em 2026, avanço frente aos 47,4% registrados em 2025. As lojas do centro da cidade apresentam o crescimento mais expressivo entre os canais físicos, saltando de 23,1% para 36,8%, alta de 13,7 pontos percentuais. Em contrapartida, os shopping centers recuam de 28,2% para 21,1%, único canal físico com queda relevante.

O comércio informal ou autônomo também apresenta forte crescimento, avançando de 1,3% em 2025 para 13,2% em 2026. As lojas de bairro permanecem praticamente estáveis, com leve recuo de 14,1% para 13,2%. Os hipermercados avançam de 1,3% para 5,3%.

Ao consolidar lojas do centro da cidade e lojas de bairro em um único indicador de comércio de rua, descontando as duplicidades de respostas dos entrevistados que citaram ambas as opções dentro do mesmo grupo, o percentual salta de 35,9% em 2025 para 47,4% em 2026, avanço de 11,5 pontos percentuais. O resultado indica o fortalecimento do comércio de rua na Regional Leste, impulsionado principalmente pelas lojas do centro da cidade.

De forma geral, os resultados indicam mudança relevante no comportamento de compra na Regional Leste, com os consumidores migrando parte das intenções dos shopping centers para lojas do centro da cidade e comércio informal. Para o comércio, o cenário reforça a importância de manter presença digital forte, sem deixar de investir na atratividade do comércio de rua, que ganhou relevância expressiva na comparação com 2025, especialmente diante da retração observada nos shoppings.

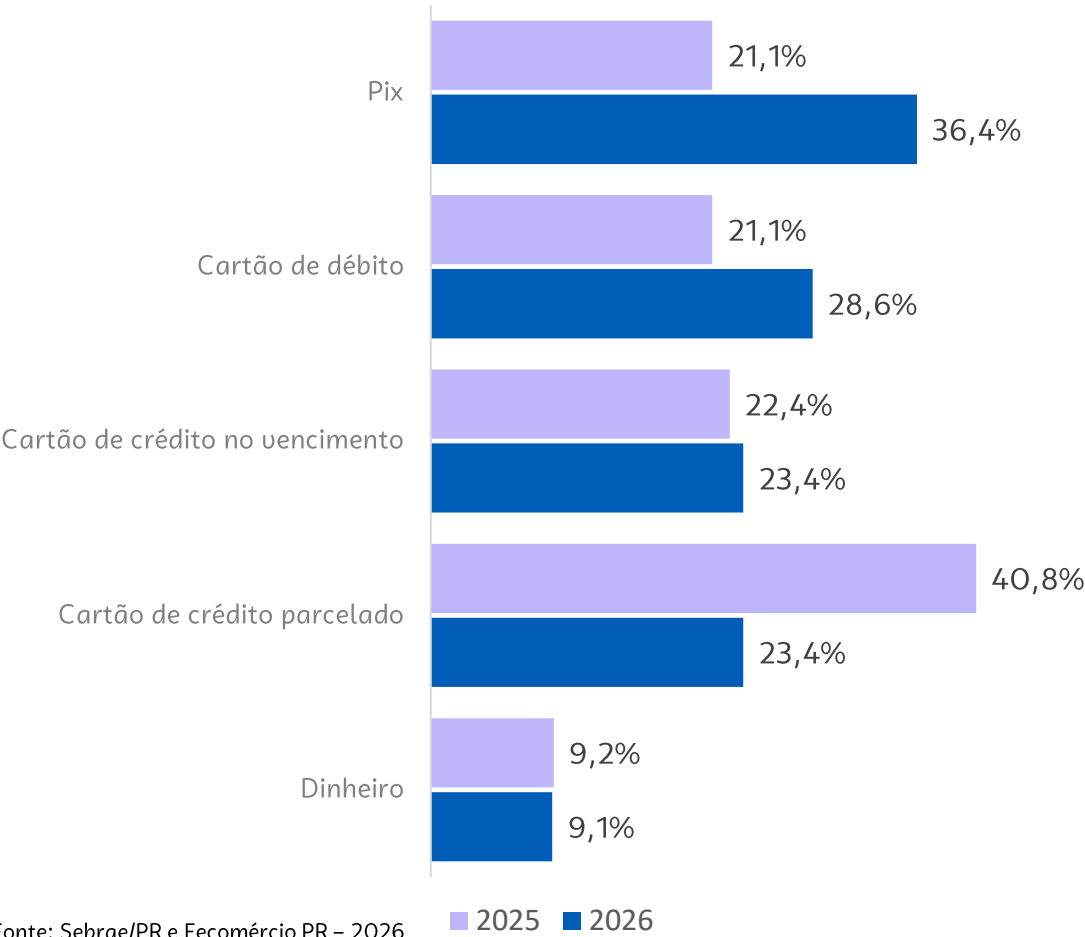
FORMA DE PAGAMENTO



FORMA DE PAGAMENTO

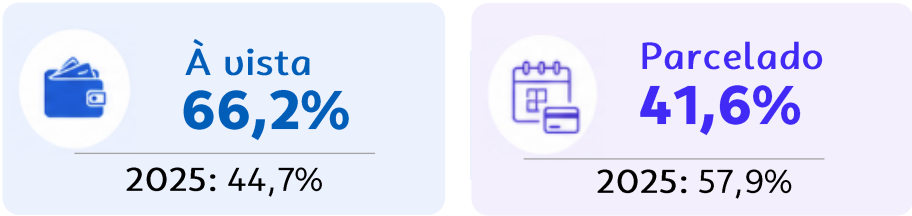
Regional Leste

COMO PRETENDE PAGAR



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

MODALIDADE DE PAGAMENTO¹



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

Os dados sobre forma de pagamento para o Dia das Crianças na Regional Leste em 2026 indicam forte avanço do Pix, que passa a liderar as intenções, subindo de 21,1% em 2025 para 36,4% em 2026. O cartão de crédito parcelado apresenta a maior queda entre as formas de pagamento, recuando de 40,8% para 23,4%, e deixa de ser a opção mais citada. O cartão de crédito no vencimento permanece praticamente estável, de 22,4% para 23,4%.

O cartão de débito também avança, de 21,1% para 28,6%, tornando-se a segunda forma de pagamento mais citada. Já o uso de dinheiro permanece estável, de 9,2% para 9,1%.

Ao consolidar os indicadores de modalidade de pagamento, descontando as duplicidades de respostas dentro do mesmo grupo, os pagamentos à vista saltam de 44,7% para 66,2% das intenções em 2026. Já as compras parceladas recuam de 57,9% para 41,6%, sinalizando forte preferência pela liquidação imediata entre os consumidores da região.

Para o varejo, os resultados reforçam a importância de oferecer diversidade de meios de pagamento, com atenção especial às soluções digitais e instantâneas. O forte avanço do Pix e do cartão de débito favorece estratégias como descontos para pagamento imediato e comunicação clara das condições comerciais. Ao mesmo tempo, cerca de quatro em cada dez consumidores da Regional Leste ainda recorrem ao parcelamento, reforçando a relevância dessa modalidade.

P8. Como pretende pagar a compra?
¹Por ser múltipla escolha, o indicador considera respondentes únicos e não a soma das categorias

INFLUÊNCIA NA COMPRA

INFLUÊNCIA NA COMPRA

Regional Leste

O QUE MAIS INFLUENCIA A DECISÃO DE COMPRA



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Os fatores que mais influenciam a decisão de compra para o Dia das Crianças na Regional Leste estão concentrados na percepção de qualidade e no preço. A qualidade do produto aparece como o principal atributo decisório, mencionada por 24,1% dos consumidores, o maior peso entre as regiões analisadas, seguida pelo preço baixo, com 18,1%, e pela promoção, com 16,9%.

Além da qualidade e do preço, o desconto aparece com 9,6% das respostas, seguido por atendimento do vendedor, custo-benefício e preferência da criança, empatados com 8,4% cada, evidenciando que a opinião do presenteado também tem peso relevante na decisão de compra.

Outros fatores apresentam menor influência relativa, como entrega ou frete e flexibilidade de pagamento, com 2,4% cada, e credibilidade da loja/empresa, com 1,2%. Para esta data comemorativa, observa-se maior peso de critérios ligados à qualidade e ao preço na Regional Leste, embora a preferência da criança também se destaque como diferencial em relação a datas voltadas ao público adulto.

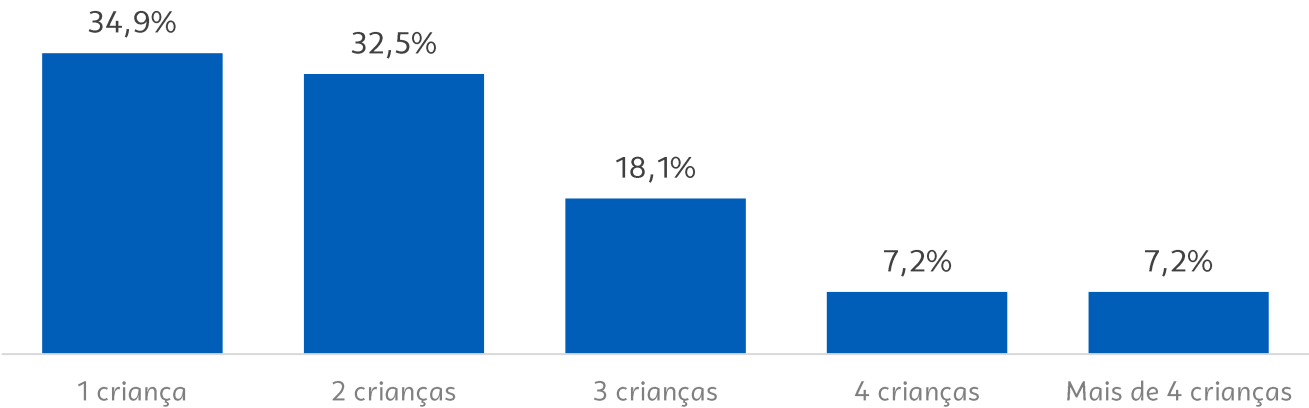
Para o empresário do comércio, os resultados reforçam a importância de estratégias que associem qualidade e vantagem financeira. A exposição clara dos atributos dos produtos, acompanhada de promoções e descontos bem comunicados, pode ampliar a atratividade das ofertas na região. Também se mostram relevantes ações que considerem a opinião da criança na escolha do presente, além de campanhas segmentadas e condições de pagamento acessíveis.

CARACTERÍSTICAS DA INTENÇÃO DE PRESENTEAR

CARACTERÍSTICAS DA INTENÇÃO DE PRESENTEAR

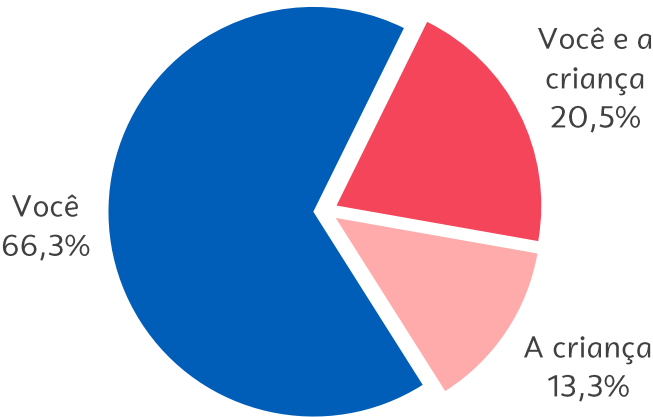
Regional Leste

CRIANÇAS QUE PRETENDE PRESENTEAR



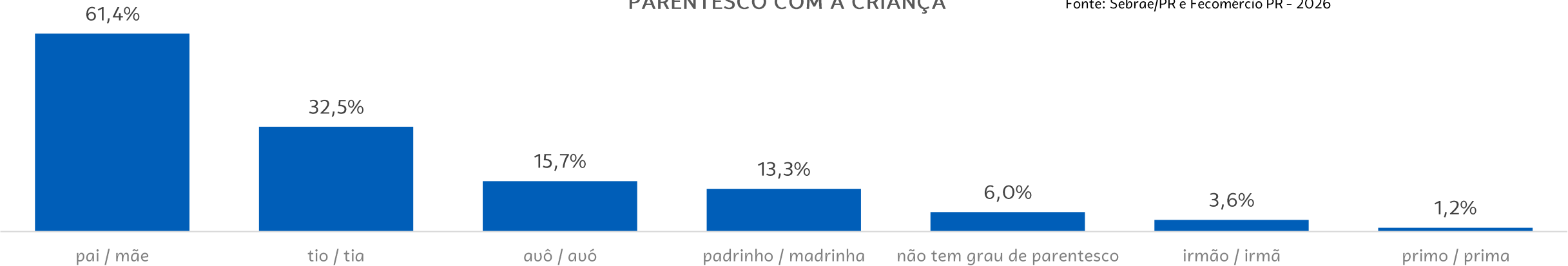
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

QUEM ESCOLHERÁ O PRESENTE



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

PARENTESCO COM A CRIANÇA



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

P27. Quantas crianças pretende presentear?
P28. Quem escolherá o presente?
P29. Qual o parentesco com a criança?

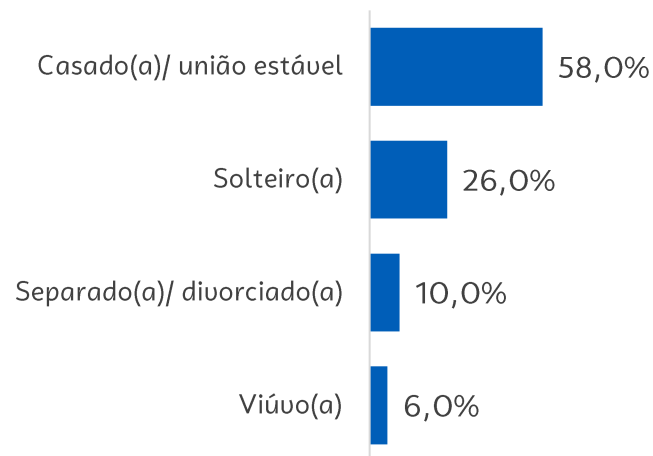
PERFIL DOS PARTICIPANTES DO ESTUDO

PERFIL

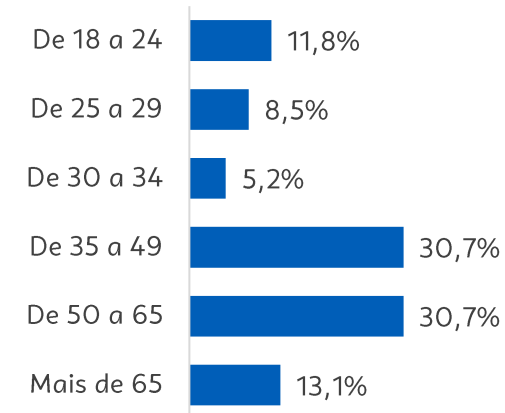
Regional Leste



ESTADO CIVIL



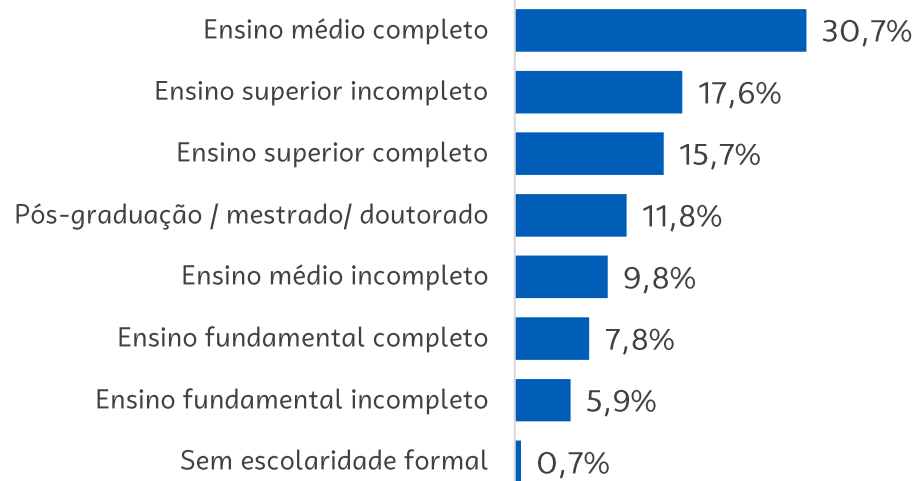
FAIXA ETÁRIA



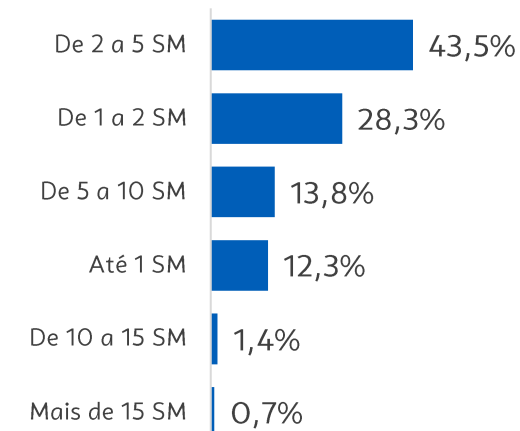
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



ESCOLARIDADE



RENDA MENSAL FAMILIAR



PERFIL FINANCEIRO DAS FAMÍLIAS

Endividamento e comprometimento de renda.

Regional Leste



38,6%

Das famílias possuem dívidas em atraso



61,4%

Não possuem dívidas em atraso

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026



COMPROMETIMENTO DA RENDA MENSAL COM DÍVIDAS E CONTAS

Considerando a renda mensal total da sua família, aproximadamente qual percentual está comprometido com o pagamento de dívidas e contas?



Até 10%

19,7%



De 11% a 50%

45,3%



De 51% a 80%

22,6%



Mais de 80%

12,4%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

O perfil financeiro das famílias da Regional Leste revela um cenário de atenção para o comércio na temporada do Dia das Crianças. Do total de famílias entrevistadas, 38,6% possuem dívidas em atraso, o menor percentual entre as regiões analisadas até o momento, o que representa parcela relevante do público consumidor com algum grau de comprometimento imediato de renda, fator que tende a impactar diretamente a decisão de compra e o valor destinado a presentes.

Em relação ao comprometimento da renda mensal com dívidas e contas, o dado mais expressivo mostra que 45,3% das famílias destinam de 11% a 50% da renda para esse fim, faixa que caracteriza a maior parte dos consumidores. Chama atenção, porém, que 35,0% das famílias (somando as faixas de 51% a 80% e mais de 80%) comprometem mais da metade da renda mensal com dívidas e contas, evidenciando um espaço mais restrito para gastos além do essencial, como presentes. Apenas 19,7% das famílias possuem baixo comprometimento (até 10%), o que indica maior liberdade financeira nesse grupo específico.

Para o comércio, esses dados reforçam a importância de estratégias de precificação acessíveis, parcelamento e condições facilitadas de pagamento, uma vez que grande parte do público consumidor da Regional Leste já convive com algum nível de restrição orçamentária, o que pode influenciar diretamente o ticket médio e a decisão de compra no período do Dia das Crianças.

DESTAQUES

DESTAQUES

Regional Leste

- A intenção de presentear no Dia das Crianças na Regional Leste chega a 54,2% em 2026, o menor avanço entre as regiões do estado, ante os 50,6% registrados em 2025.
- A parcela dos que não pretendem presentear recua de 36,5% em 2025 para 26,8% em 2026, mas os indecisos aumentam de forma expressiva, de 12,8% para 19,0%.
- A intenção de presentear é maior entre as mulheres (57,4%) do que entre os homens (51,8%), diferença de 5,6 pontos percentuais. A indecisão é elevada em ambos os gêneros (20,6% entre mulheres e 17,6% entre homens).
- Não ter criança para presentear é o principal motivo para não presentear (54,0%, ante 59,2% em 2025), seguido pela situação financeira ou desemprego (25,4%, ante 19,7%), que registra o maior crescimento entre os motivos.
- A pesquisa de preços é adotada por 69,9% dos consumidores, a menor adesão entre as regiões analisadas, reforçando espaço para ampliar essa prática na região.

- A internet é o principal meio de pesquisa de preços (79,3%), evidenciando uma jornada de compra fortemente digital.
- A maior parte das compras ocorre com até 15 dias de antecedência (78,3%), sendo 57,8% até uma semana antes, o maior percentual entre as regiões analisadas.
- Apenas 3,6% dos consumidores realizam a compra com mais de um mês de antecedência, a menor parcela de planejamento antecipado entre as regiões do estado.
- O ticket médio em 2026 recua 15,7% na Regional Leste, passando de R\$ 174,66 para R\$ 147,29, o menor valor entre as regiões do estado.
- O comportamento por gênero é distinto: entre os homens, o ticket médio cai de R\$ 200,78 para R\$ 153,41 (-23,6%), enquanto entre as mulheres a queda é mais discreta, de R\$ 154,27 para R\$ 140,38 (-9,0%).

DESTAQUES

Regional Leste

- Os gastos se concentram em faixas de menor valor, com 34,9% dos consumidores dispostos a gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00 e 31,3% até R\$ 100,00, refletindo o menor ticket médio entre as regiões do estado.
- Brinquedos seguem como a principal escolha de presente, mas com a maior queda entre as regiões (51,8%, ante 59,5% de 2025). Roupas e calçados é a única categoria em crescimento (37,3%, ante 32,9%).
- A maioria dos consumidores pretende presentear mais de uma criança: 32,5% pretendem presentear 2 crianças e 34,9% pretendem presentear apenas 1, evidenciando maior concentração em presentear uma única criança do que em outras regiões.
- Pais e mães são o principal elo de parentesco com a criança presenteada (61,4%), o maior percentual entre as regiões analisadas, seguidos por tios/tias (32,5%) e avôs/avós (15,7%).
- O varejo físico ganha força na Regional Leste: lojas do centro da cidade saltam de 23,1% para 36,8%, enquanto shopping centers recuam de 28,2% para 21,1%, único canal físico em queda significativa.

- O comércio de rua (lojas do centro da cidade e de bairro) avança de 35,9% para 47,4%, alta de 11,5 pontos percentuais, impulsionado principalmente pelas lojas do centro da cidade.
- O Pix assume a liderança entre as formas de pagamento (36,4%, ante 21,1% em 2025), à frente do cartão de crédito parcelado, que sofre a maior queda entre as formas de pagamento (23,4%, ante 40,8%).
- Os pagamentos à vista avançam de 44,7% para 66,2% das intenções, enquanto as compras parceladas recuam de 57,9% para 41,6%.
- A escolha do presente é guiada principalmente pela qualidade do produto (24,1%), o maior peso entre as regiões analisadas, seguida pelo preço baixo (18,1%) e pela promoção (16,9%).
- A escolha do presente é majoritariamente feita pelo próprio comprador: 66,3% afirmam que decidirão sozinhos, enquanto 20,5% dividirão a escolha com a criança e apenas 13,3% deixarão a decisão inteiramente a cargo dela.

OBJETIVO DA PESQUISA

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Crianças, realizada pelo Sebrae/PR em parceria com a Fecomércio PR, visa entender o comportamento de consumo dos paranaenses em relação a uma 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.

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 das Crianças.

Essas informações servem como subsídio para empresas ajustarem suas campanhas promocionais, gestão de estoques e planejamento estratégico para a data.

METODOLOGIA

Período de Coleta

A coleta de dados foi realizada entre 17 de agosto e 3 de setembro de 2026.

Método de Coleta e Instrumento de Pesquisa

A pesquisa foi conduzida por meio de coletas via redes sociais, com um questionário estruturado que abordou os seguintes temas: Intenção de Presentear no Dia das Crianças: 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, 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.

FICHA TÉCNICA

Este material é uma produção do Sebrae - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e da Fecomércio - Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Paraná - 2026 ©

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada deste material, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n. 9.610).

Unidade de Gestão Estratégica - Sebrae/PR

Gerência: Agnaldo Gerson Castanharo

Equipe Técnica - Fecomércio PR

Cristiane Adami

Lucas Lautert Dezordi

Rodrigo Schmidt

Equipe Técnica do Núcleo de Inteligência e Conhecimento - Sebrae/PR

Analia Victoria Soares da Silva

Carlos Eduardo Teodoro de Campos

Elmo Silveira de Souza

Fernanda Robes

Maria Alice Ferreira Nunes

Maria Helena Ferreira de Campos

Matheus Pietro Stringari Kuhne

Tais Mara Hortelã

Walter Muller Garcia Xavier

Unidade de Competitividade Setorial - Sebrae/PR

Gerência: Weliton Monteiro Perdomo

Coordenadora do Setor de Serviços e Comércio: Suelen Pedroso

Dúvidas, sugestões e melhorias deverão ser encaminhadas ao e-mail pr-nic@pr.sebrae.com.br



  0800 570 0800

 www.sebraepr.com.br

