

Sondagem de Intenção de Compras

DIA DAS CRIANÇAS

Regional Noroeste
Outubro/2026

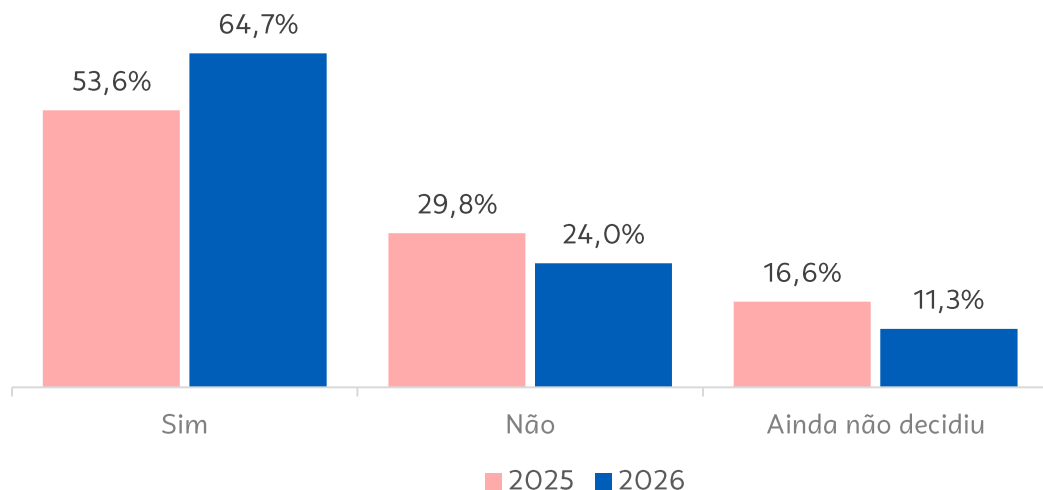
INTENÇÃO DE COMPRA



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Regional Noroeste

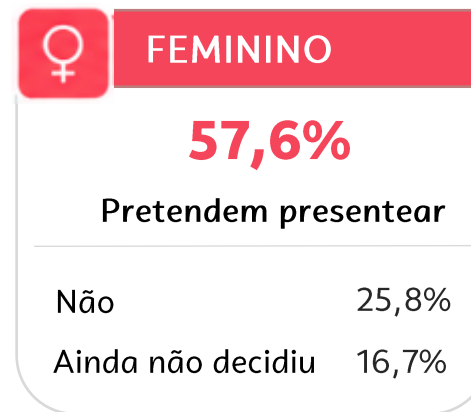
INTENÇÃO DE PRESENTEAR POR ANO



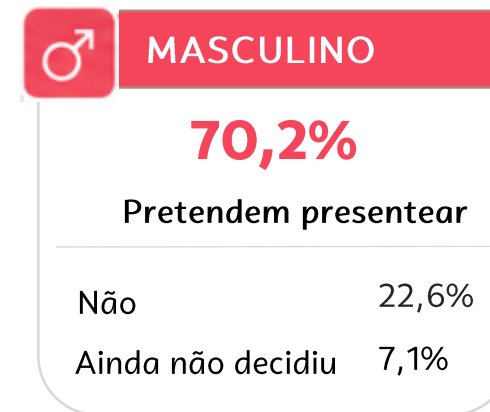
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

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 Noroeste em 2026 apresenta avanço expressivo em relação ao ano anterior, sinalizando forte melhora no ambiente de consumo para a data comemorativa. O percentual de consumidores que pretendem comprar presentes sobe de 53,6% em 2025 para 64,7% em 2026. Em contrapartida, observa-se redução da parcela dos que não pretendem presentear, que recua de 29,8% para 24,0%, assim como os indecisos, que diminuem de 16,6% para 11,3%.

O recorte por gênero apresenta um padrão diferente do observado no restante do estado: na Regional Noroeste, a intenção de presentear é maior entre os homens, atingindo 70,2%, enquanto entre as mulheres o percentual alcança 57,6%, diferença de 12,6 pontos percentuais. As mulheres concentram maior proporção de respostas negativas, com 25,8% contra 22,6% entre os homens, e também apresentam maior indecisão, com 16,7% ainda não decididas, contra apenas 7,1% entre os homens.

De forma geral, os resultados indicam um cenário de consumo bastante favorável para o Dia das Crianças na Regional Noroeste, com avanço expressivo da intenção de compra, puxado principalmente pelo público masculino – comportamento distinto do observado nas demais regiões do estado. Esse cenário reforça a importância de estratégias comerciais que reforcem a comunicação com as mulheres, ainda mais indecisas e resistentes à compra, sem deixar de dialogar com o público masculino, já bastante disposto a presentear.

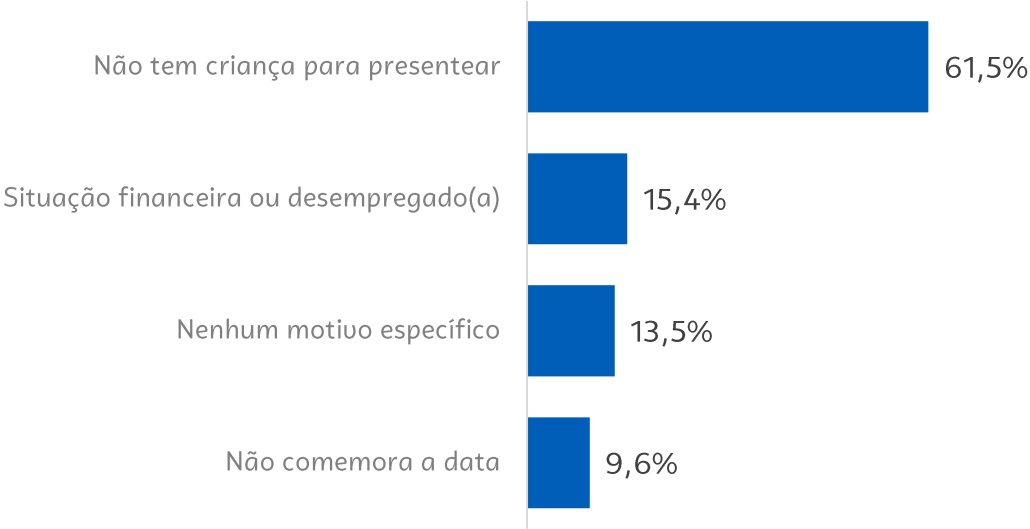
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Regional Noroeste

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 61,5%	2025 44,1%
 NÃO COMEMORA A DATA	2026 9,6%	2025 7,4%
 SITUAÇÃO FINANCEIRA OU DESEMPREGO	2026 15,4%	2025 26,5%
 NENHUM MOTIVO ESPECÍFICO	2026 13,5%	2025 22,1%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Noroeste, o principal motivo para não presentear em 2026 é a ausência de criança para presentear, resposta mencionada por 61,5% dos consumidores que não pretendem realizar a compra, forte avanço frente aos 44,1% registrados em 2025 – o maior crescimento desse motivo entre as regiões do estado. Em contrapartida, a situação financeira ou o desemprego perde relevância, recuando de 26,5% em 2025 para 15,4% em 2026.

A ausência de motivo específico também recua, de 22,1% em 2025 para 13,5% em 2026. Já a parcela dos que não comemoram a data apresenta leve alta, de 7,4% para 9,6%.

Diferente do observado em outras regiões, na Regional Noroeste a decisão de não presentear está cada vez mais associada à ausência de criança para presentear, e cada vez menos a fatores financeiros. Esse movimento sugere que, para o público que ainda não presenteia por questões de custo, estratégias como parcelamento, descontos progressivos e opções de menor ticket médio podem ampliar o potencial de conversão, ainda que essa parcela seja proporcionalmente menor do que em outras regiões.

A photograph of two young children, a boy and a girl, standing on a concrete path and looking out at the ocean. The boy, on the left, is wearing a yellow t-shirt and blue shorts, pointing towards the sea. The girl, on the right, is wearing a white dress with a green floral pattern and pink sunglasses. In the background, there is a rocky coastline with a small building on a cliff under a clear blue sky. The image is framed by red diagonal bars on the left and bottom right.

PESQUISA DE PREÇO

PESQUISA DE PREÇO

Regional Noroeste

PESQUISA DE PREÇO ANTES DA COMPRA



79,4%

Pesquisam preços antes de comprar.

20,6% não pesquisam.

FORMA DA PESQUISA DE PREÇO



Pela Internet

76,6%



Pessoalmente

23,4%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Noroeste, a pesquisa de preços é comportamento amplamente disseminado entre os consumidores, evidenciando elevada sensibilidade ao custo e busca por melhor relação custo-benefício. Os dados mostram que 79,4% dos entrevistados afirmam realizar pesquisa de preços antes da compra, enquanto 20,6% declaram não adotar esse hábito.

Entre os consumidores que pesquisam preços, o ambiente digital concentra ampla predominância. A internet é utilizada por 76,6% dos entrevistados como principal meio de comparação, enquanto 23,4% 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 Noroeste



72,2%

dos consumidores
compram até 15 dias
antes da data.



No mesmo dia

Compras por impulso ou de última hora.

15,5%



Até uma semana

A maioria concentra a decisão na reta final.

43,3%



De 8 a 15 dias

Consumidor já inicia o planejamento.

28,9%



De 16 dias a 1 mês

Planejamento antecipado, mas ainda próximo ao período.

10,3%



Mais de um mês

Antecedência mais longa.

2,1%

O período de compra para o Dia das Crianças na Regional Noroeste em 2026 apresenta concentração relevante em prazos curtos, indicando baixo nível de antecipação e comportamento de consumo próximo à data comemorativa. Os dados mostram que 72,2% 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 43,3% do total. Já as aquisições realizadas entre 8 e 15 dias antes correspondem a 28,9%, evidenciando que parte relevante do público já inicia algum planejamento. As compras efetuadas no próprio dia somam 15,5%, a maior parcela de compras de última hora entre as regiões analisadas.

Em contrapartida, o planejamento de mais longo prazo apresenta participação reduzida. Apenas 10,3% dos consumidores realizam as compras entre 16 dias e um mês antes da data, enquanto 2,1% antecipam a aquisição em mais de um mês.

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?

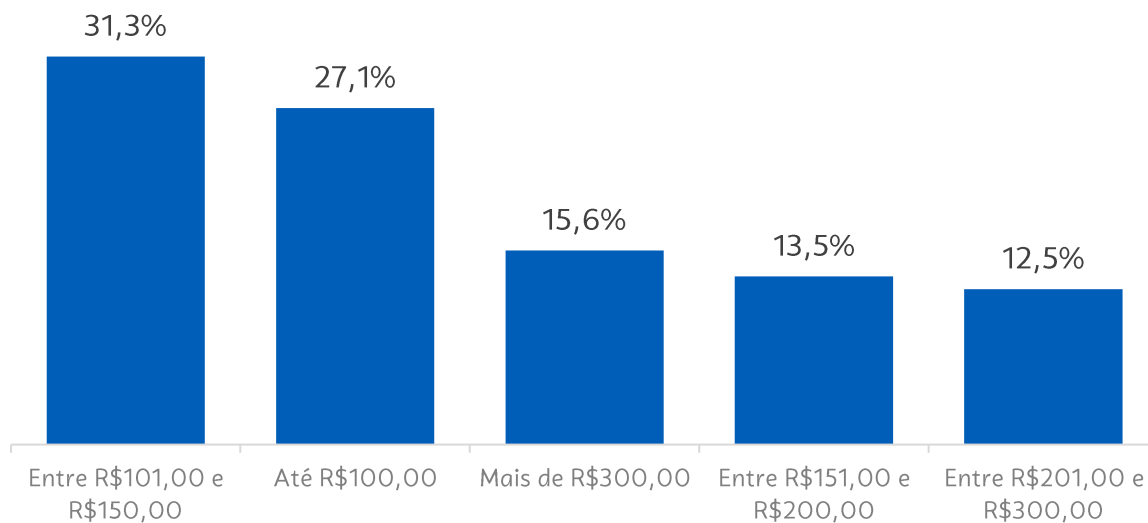
VALOR DO PRESENTE



VALOR DO PRESENTE

Regional Noroeste

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 Noroeste concentra-se em faixas de valor baixo em 2026. A maior parcela dos consumidores pretende gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00, faixa que concentra 31,3% das intenções de compra, seguida pela faixa até R\$ 100,00, com 27,1%. Chama atenção que a faixa de maior valor, mais de R\$ 300,00, aparece em terceiro lugar, com 15,6% das intenções, à frente das faixas intermediárias de R\$ 151,00 a R\$ 200,00 (13,5%) e de R\$ 201,00 a R\$ 300,00 (12,5%), evidenciando parcela relevante de consumidores dispostos a gastos mais altos.

O ticket médio geral estimado para 2026 na Regional Noroeste é de R\$ 169,01, valor inferior aos R\$ 199,05 registrados em 2025, retração de aproximadamente 15,1%. O recuo se repete em ambos os gêneros, com intensidade maior entre os homens: o ticket médio masculino cai de R\$ 221,34 para R\$ 177,12, redução de cerca de 20,0%. Entre as mulheres, a queda é um pouco mais moderada, de R\$ 175,00 para R\$ 156,08, recuo de aproximadamente 10,8%.

Os dados indicam forte retração no gasto médio geral da região, com maior impacto 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, sem deixar de explorar o potencial de consumidores dispostos a gastos mais elevados, parcela relevante 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.



TICKET MÉDIO GERAL
R\$ 169,01

2025: R\$ 199,05



TICKET MÉDIO MASCULINO
R\$ 177,12

2025: R\$ 221,34



TICKET MÉDIO FEMININO
R\$ 156,08

2025: R\$ 175,00

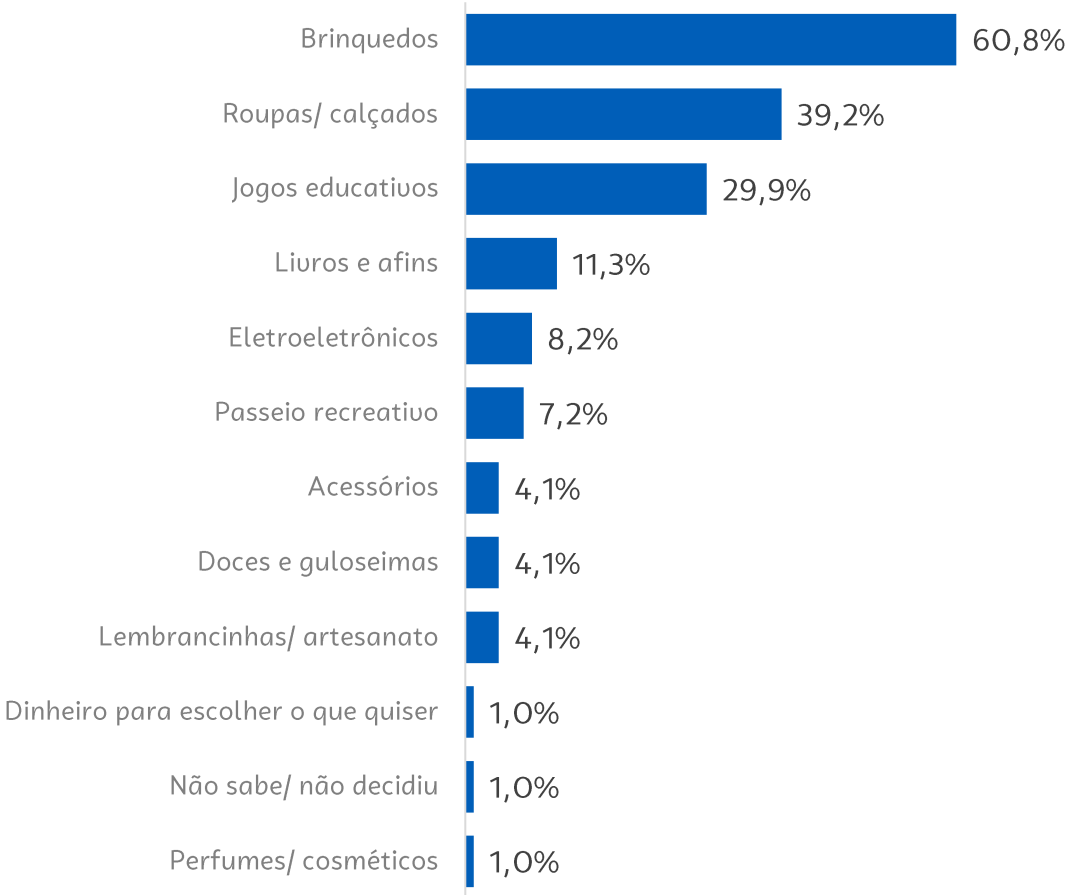
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

TIPO DO PRESENTE

TIPO DE PRESENTE

Regional Noroeste

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 Noroeste apresenta forte concentração em categorias tradicionais de presentes, com amplo destaque para brinquedos, seguidos por itens de vestuário e calçados.

Brinquedos lideram as intenções de compra, com 60,8% das menções, enquanto roupas e calçados aparecem na segunda posição, com 39,2%, 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.

Jogos educativos também apresentam participação relevante, com 29,9% das menções, seguidos por livros e afins (11,3%), eletroeletrônicos (8,2%) e passeio recreativo (7,2%). Esses resultados demonstram espaço para ofertas direcionadas a diferentes perfis e faixas etárias das crianças.

Categorias como acessórios, doces e guloseimas e lembrancinhas e artesanato aparecem empatadas, com 4,1% cada. Já dinheiro para a criança escolher o que quiser, não sabe/não decidiu e perfumes/cosméticos aparecem empatados na última posição, com 1,0% cada.

De forma geral, os dados indicam um perfil de consumo concentrado em brinquedos e vestuário, com forte apelo lúdico e prático, além de participação relevante de jogos educativos. Para o varejo, o cenário reforça a importância de garantir variedade de modelos, tamanhos e faixas etárias em brinquedos e roupas infantis, além de manter boa oferta de jogos educativos. A criação de kits temáticos, sugestões por faixa etária 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 Noroeste



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

P6. Qual ou quais presentes pretende comprar?

A composição das intenções de compra para o Dia das Crianças na Regional Noroeste em 2026 indica leve reacomodação entre as principais categorias de presentes. Brinquedos permanecem na liderança folgada, com participação praticamente estável, recuando apenas de 61,7% em 2025 para 60,8% em 2026. A categoria continua concentrando a maior parte das menções e mantém ampla vantagem em relação às demais opções.

Em contrapartida, observa-se crescimento expressivo em duas das outras categorias destacadas. Roupas e calçados apresentam o maior avanço entre todas as categorias e regiões analisadas, saltando de 23,5% em 2025 para 39,2% em 2026, alta de 15,7 pontos percentuais. Jogos educativos também sobem, de 23,5% para 29,9%, aumento de 6,4 pontos percentuais. Já livros e afins apresentam retração, de 14,8% para 11,3%. Esses movimentos sugerem forte ampliação do interesse por vestuário infantil e por itens com apelo educativo.

Para o empresário do comércio na Regional Noroeste, os dados reforçam a importância de ampliar significativamente a oferta de roupas e calçados infantis, categoria com o maior crescimento entre todas as regiões do estado, sem deixar de manter brinquedos como eixo central das campanhas. O avanço de jogos educativos também cria oportunidades para desenvolver kits combinando brinquedos com vestuário ou itens educativos, e explorar diferentes faixas etárias e interesses das crianças, reforçando a importância de exposição estratégica de produtos e comunicação voltada à experiência da criança.

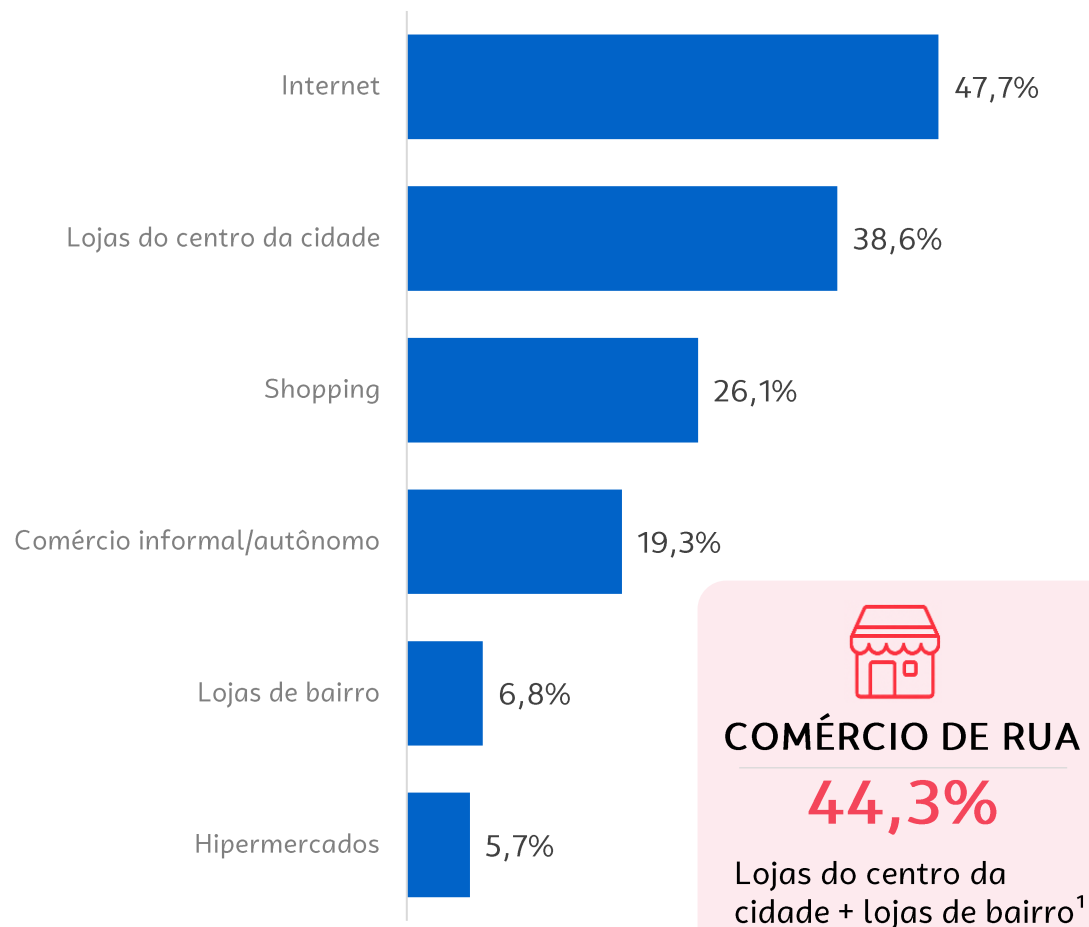
LOCAL DE COMPRA



LOCAL DE COMPRA

Regional Noroeste

ONDE PRETENDE COMPRAR



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026

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

Os dados sobre local de compra para o Dia das Crianças na Regional Noroeste em 2026 indicam crescimento expressivo dos canais físicos, especialmente lojas do centro da cidade e comércio informal, ainda que a internet permaneça como canal mais citado, mesmo com leve retração.

A internet segue como o canal mais citado, com 47,7% das escolhas em 2026, em leve queda frente aos 50,6% registrados em 2025. As lojas do centro da cidade apresentam forte avanço, saltando de 27,3% para 38,6%, alta de 11,3 pontos percentuais. Os shopping centers também crescem, de 20,8% para 26,1%.

O comércio informal ou autônomo apresenta o crescimento proporcional mais expressivo, avançando de 6,5% em 2025 para 19,3% em 2026. Os hipermercados também avançam, de 1,3% para 5,7%. Já as lojas de bairro recuam, de 10,4% para 6,8%.

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 avança de 36,4% em 2025 para 44,3% em 2026, alta de 7,9 pontos percentuais. O resultado indica fortalecimento do comércio de rua na Regional Noroeste, impulsionado principalmente pelas lojas do centro da cidade.

De forma geral, os resultados indicam diversificação relevante nos canais de compra na Regional Noroeste, com os consumidores ampliando o uso de canais físicos, como lojas do centro da cidade, shopping centers e comércio informal, mesmo com a internet ainda concentrando a maior parte das intenções. 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.

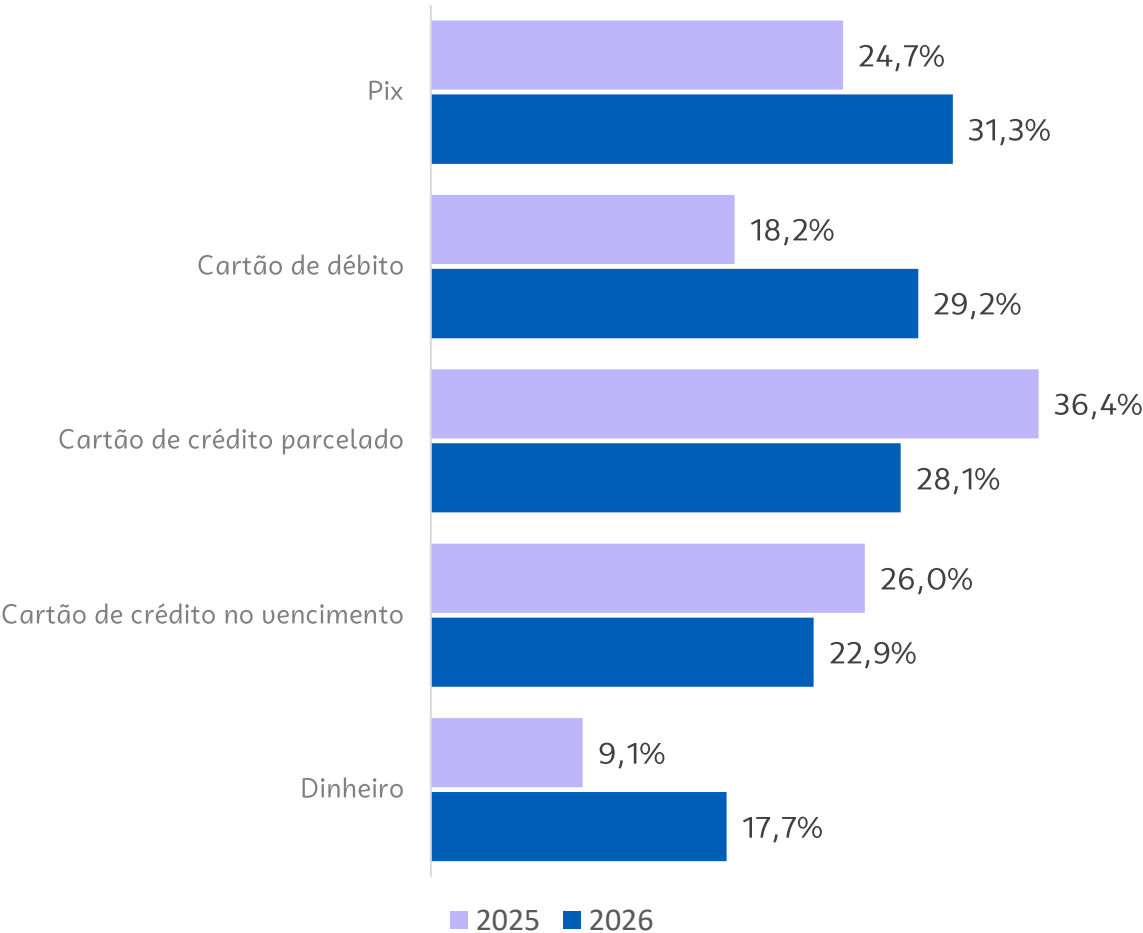
FORMA DE PAGAMENTO



FORMA DE PAGAMENTO

Regional Noroeste

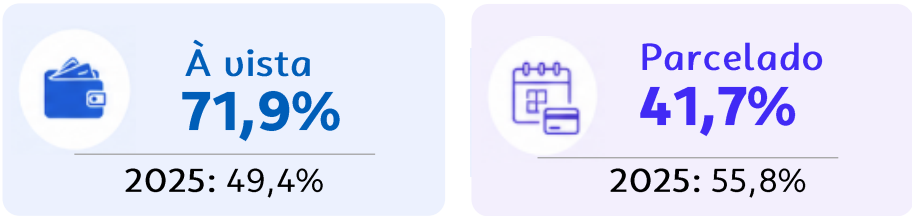
COMO PRETENDE PAGAR



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

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

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 Noroeste em 2026 indicam forte avanço do Pix, que assume a liderança isolada, subindo de 24,7% em 2025 para 31,3% em 2026. O cartão de crédito parcelado perde participação, recuando de 36,4% para 28,1%, e deixa de ser a opção mais citada. O cartão de crédito no vencimento também recua, de 26,0% para 22,9%.

O cartão de débito apresenta forte crescimento, avançando de 18,2% para 29,2% e praticamente empatando com o cartão de crédito parcelado. O uso de dinheiro quase dobra, de 9,1% para 17,7%, o maior crescimento proporcional entre as formas de pagamento.

Ao consolidar os indicadores de modalidade de pagamento, descontando as duplicidades de respostas dentro do mesmo grupo, os pagamentos à vista saltam de 49,4% para 71,9% das intenções em 2026, o maior percentual entre as regiões analisadas. Já as compras parceladas recuam de 55,8% para 41,7%, sinalizando maior preferência pela liquidação imediata entre os consumidores da região.

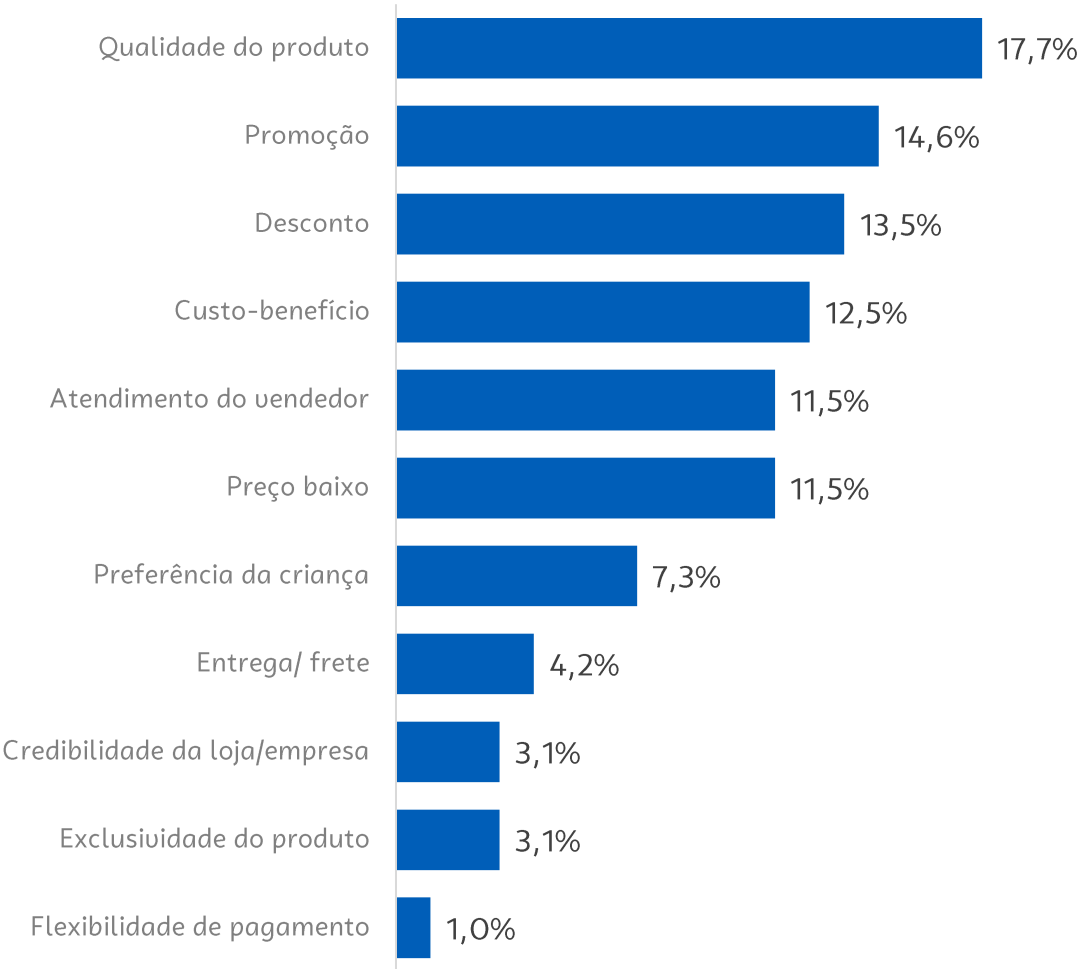
Para o varejo, os resultados reforçam a importância de oferecer diversidade de meios de pagamento, com atenção especial às soluções digitais e instantâneas. O forte avanço do Pix, do débito e do dinheiro favorece estratégias como descontos para pagamento imediato e comunicação clara das condições comerciais. Ao mesmo tempo, a manutenção de alternativas de parcelamento continua relevante para produtos de maior valor.

INFLUÊNCIA NA COMPRA

INFLUÊNCIA NA COMPRA

Regional Noroeste

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 Noroeste estão concentrados na percepção de qualidade e nas vantagens comerciais oferecidas pelo varejo. A qualidade do produto aparece como o principal atributo decisório, mencionada por 17,7% dos consumidores, seguida pela promoção, com 14,6%, e pelo desconto, com 13,5%.

Além da qualidade e da promoção, o custo-benefício aparece com 12,5% das respostas, seguido por atendimento do vendedor e preço baixo, empatados com 11,5% cada. A preferência da criança aparece com 7,3%, evidenciando que a opinião do presenteado também tem peso relevante na decisão de compra.

Outros fatores apresentam menor influência relativa, como entrega ou frete, com 4,2%; credibilidade da loja/empresa e exclusividade do produto, com 3,1% cada; e flexibilidade de pagamento, com 1,0%. Para esta data comemorativa, observa-se maior peso de critérios ligados à qualidade, à promoção e ao desconto na Regional Noroeste.

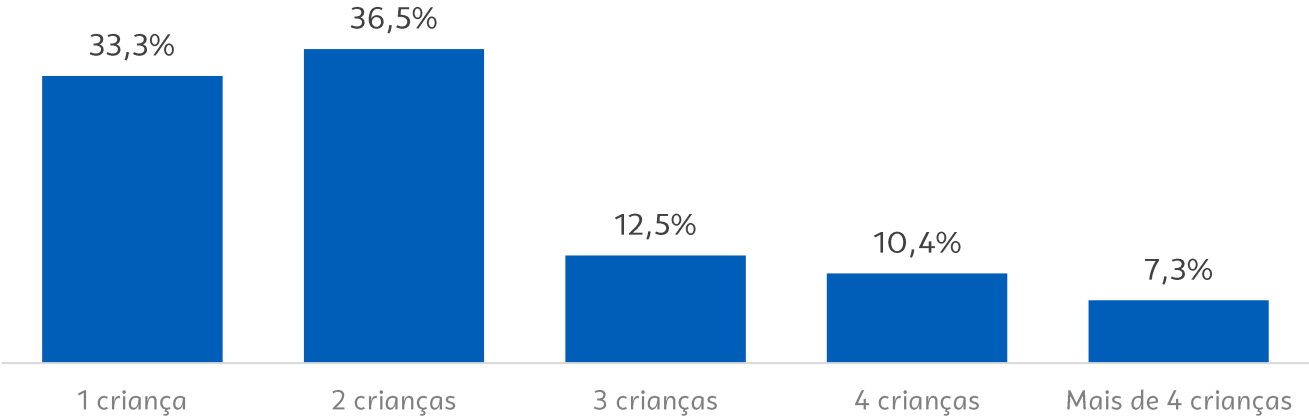
Para o empresário do comércio, os resultados reforçam a importância de estratégias que associem qualidade, promoções e descontos bem comunicados. A exposição clara dos atributos dos produtos, acompanhada de promoções e descontos, pode ampliar significativamente a atratividade das ofertas na região. Também 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

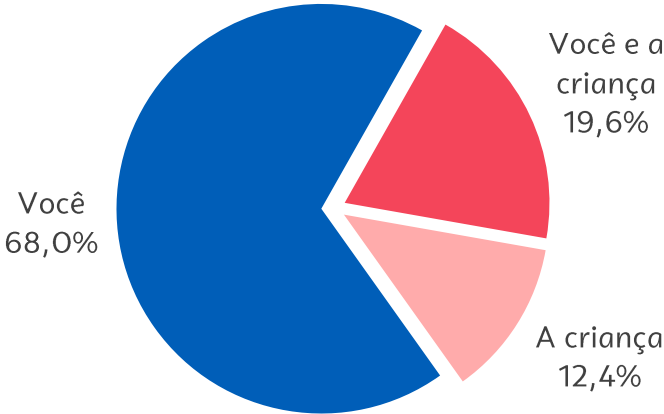
Regional Noroeste

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



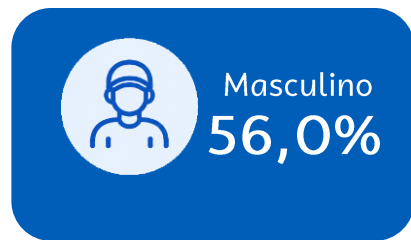
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

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

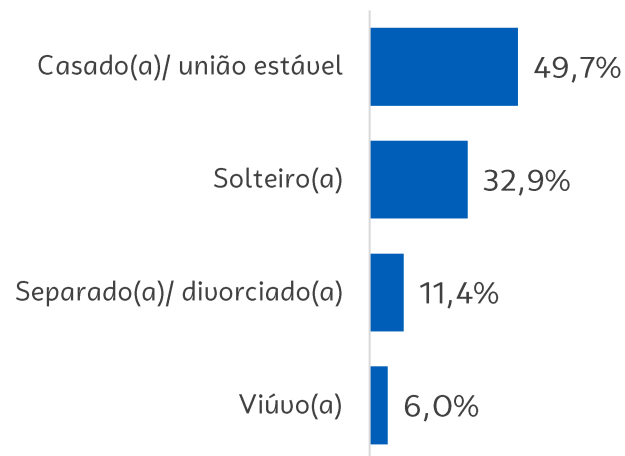
PERFIL DOS PARTICIPANTES DO ESTUDO

PERFIL

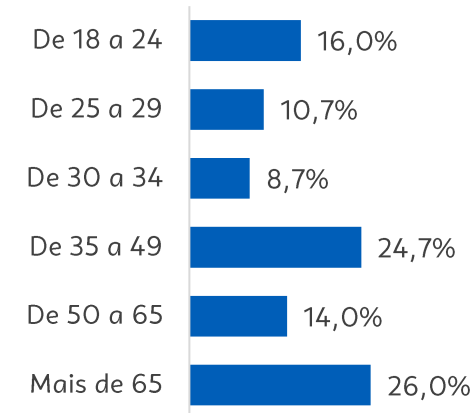
Regional Noroeste



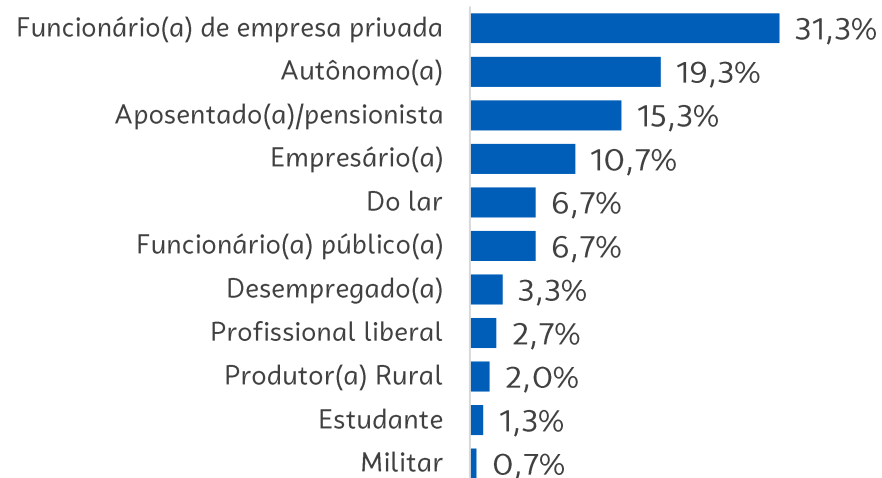
ESTADO CIVIL



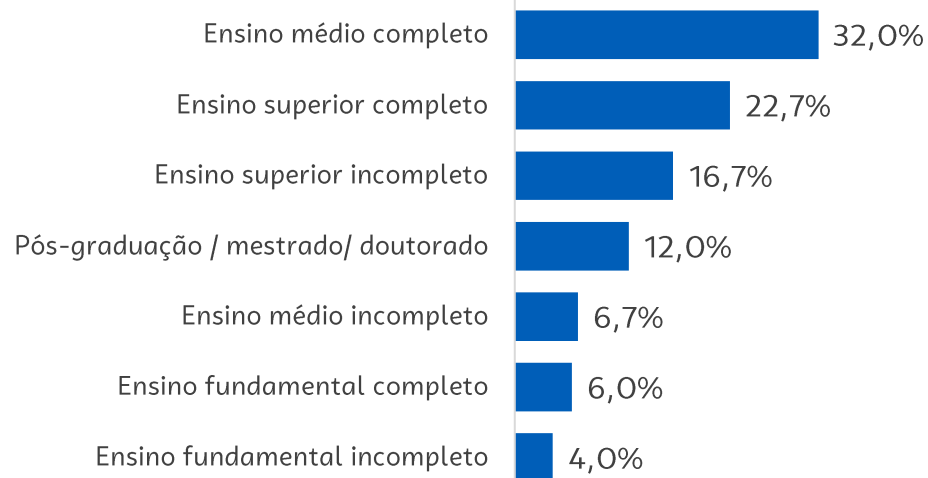
FAIXA ETÁRIA



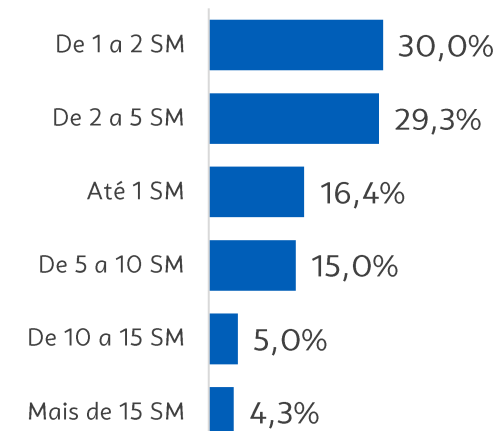
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



ESCOLARIDADE



RENDA MENSAL FAMILIAR



PERFIL FINANCEIRO DAS FAMÍLIAS

Endividamento e comprometimento de renda.

Regional Noroeste



37,3%

Das famílias possuem dívidas em atraso



62,7%

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%

13,3%



De 11% a 50%

45,2%



De 51% a 80%

28,9%



Mais de 80%

12,6%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

O perfil financeiro das famílias da Regional Noroeste revela um cenário de atenção para o comércio na temporada do Dia das Crianças. Do total de famílias entrevistadas, 37,3% possuem dívidas em atraso, um dos menores percentuais entre as regiões analisadas, 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 45,2% das famílias destinam de 11% a 50% da renda para esse fim, faixa que caracteriza a maior parte dos consumidores. Chama atenção, porém, que 41,5% 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 13,3% das famílias possuem baixo comprometimento (até 10%), o que indica menor 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 Noroeste 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 Noroeste

- A intenção de presentear no Dia das Crianças na Regional Noroeste chega a 64,7% em 2026, avanço expressivo em relação aos 53,6% registrados em 2025.
- A parcela dos que não pretendem presentear recua de 29,8% em 2025 para 24,0% em 2026, assim como os indecisos, que diminuem de 16,6% para 11,3%.
- Diferente do padrão estadual, a intenção de presentear é maior entre os homens (70,2%) do que entre as mulheres (57,6%), diferença de 12,6 pontos percentuais. As mulheres concentram maior indecisão (16,7% ante 7,1% dos homens).
- Não ter criança para presentear é o principal motivo para não presentear (61,5%, ante 44,1% em 2025), o maior crescimento entre as regiões. Já a situação financeira ou desemprego perde relevância (15,4%, ante 26,5%).
- A pesquisa de preços é prática consolidada, adotada por 79,4% dos consumidores, reforçando comportamento mais racional e orientado ao custo-benefício.
- A internet é o principal meio de pesquisa de preços (76,6%), evidenciando uma jornada de compra fortemente digital.
- A maior parte das compras ocorre com até 15 dias de antecedência (72,2%), sendo 43,3% até uma semana antes, indicando concentração da demanda no curto prazo.
- As compras no mesmo dia representam 15,5%, a maior parcela de consumo por impulso entre as regiões analisadas.
- O ticket médio em 2026 recua 15,1% na Regional Noroeste, passando de R\$ 199,05 para R\$ 169,01.
- O comportamento por gênero é distinto: entre os homens, o ticket médio cai de R\$ 221,34 para R\$ 177,12 (-20,0%), enquanto entre as mulheres a queda é mais moderada, de R\$ 175,00 para R\$ 156,08 (-10,8%).

DESTAQUES

Regional Noroeste

- Os gastos se concentram em faixas de menor valor, com 31,3% dos consumidores dispostos a gastar entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00 e 27,1% até R\$ 100,00. Chama atenção que 15,6% pretendem gastar mais de R\$ 300,00, superando as faixas intermediárias.
- Brinquedos seguem como a principal escolha de presente (60,8%, praticamente estável ante 61,7% de 2025). Roupas e calçados apresenta o maior crescimento entre todas as categorias e regiões (39,2%, ante 23,5%).
- A maioria dos consumidores pretende presentear mais de uma criança: 36,5% pretendem presentear 2 crianças e 33,3% pretendem presentear apenas 1.
- Pais e mães são o principal elo de parentesco com a criança presenteada (50,5%), seguidos por tios/tias (26,8%) e avôs/avós (20,6%).
- O varejo físico ganha força na Regional Noroeste: lojas do centro da cidade saltam de 27,3% para 38,6%, enquanto a internet recua levemente, de 50,6% para 47,7%.

- O comércio de rua (lojas do centro da cidade e de bairro) avança de 36,4% para 44,3%, impulsionado principalmente pelas lojas do centro da cidade.
- O Pix assume a liderança entre as formas de pagamento (31,3%, ante 24,7% em 2025), à frente do cartão de crédito parcelado, que recua de 36,4% para 28,1%.
- Os pagamentos à vista avançam de 49,4% para 71,9% das intenções, o maior percentual entre as regiões analisadas, enquanto as compras parceladas recuam de 55,8% para 41,7%.
- A escolha do presente é guiada principalmente pela qualidade do produto (17,7%), pela promoção (14,6%) e pelo desconto (13,5%), fator com peso maior do que na maioria das demais regiões.
- A escolha do presente é majoritariamente feita pelo próprio comprador: 68,0% afirmam que decidirão sozinhos, enquanto 19,6% dividirão a escolha com a criança e apenas 12,4% 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

