

Sondagem de Intenção de Compras

DIA DAS CRIANÇAS

Regional Oeste
Outubro/2026

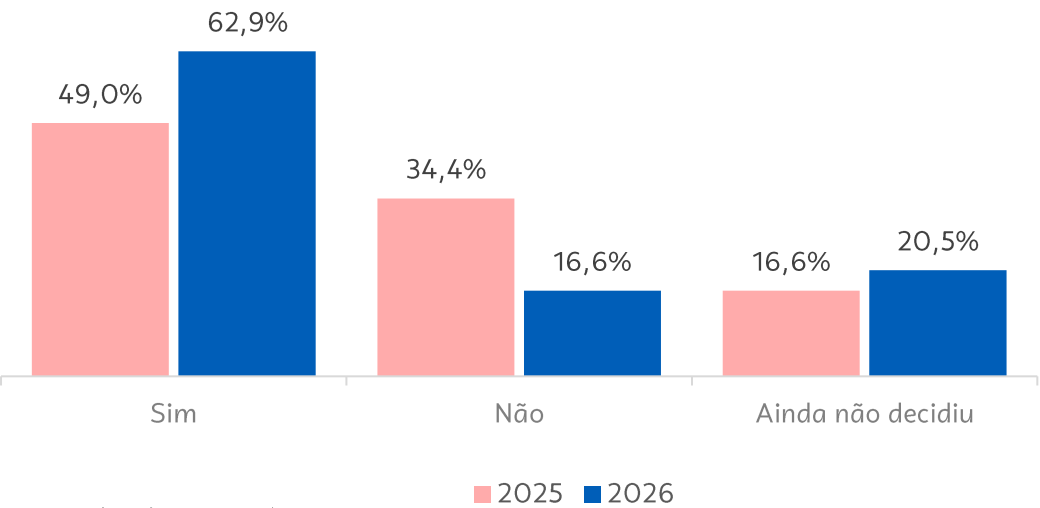
INTENÇÃO DE COMPRA



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Regional Oeste

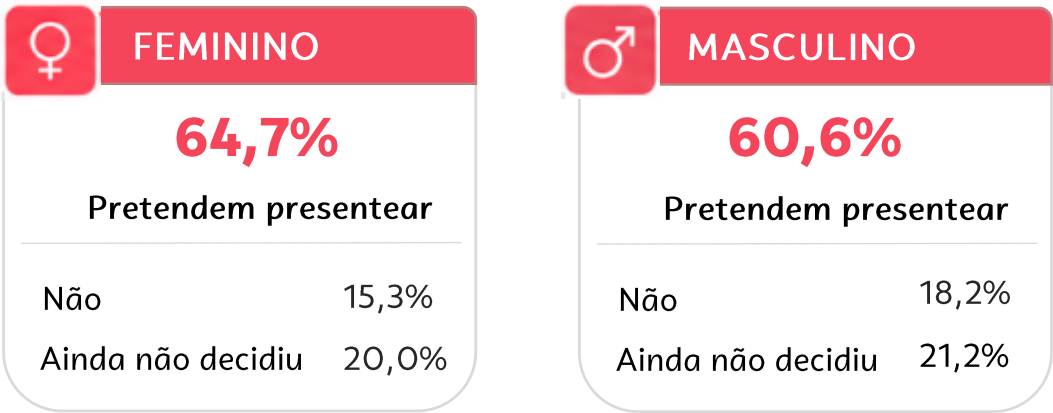
INTENÇÃO DE PRESENTEAR POR ANO



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 Oeste 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 49,0% em 2025 para 62,9% em 2026. Em contrapartida, observa-se forte redução da parcela dos que não pretendem presentear, que recua de 34,4% para 16,6%. Já os indecisos apresentam alta, passando de 16,6% para 20,5%.

O recorte por gênero mostra a intenção de presentear relativamente próxima entre os públicos na Regional Oeste, com 64,7% entre as mulheres e 60,6% entre os homens, diferença de 4,1 pontos percentuais. Os homens concentram maior proporção de respostas negativas, com 18,2% contra 15,3% entre as mulheres, e também apresentam indecisão ligeiramente maior, com 21,2% ainda não decididos, contra 20,0% entre as mulheres.

De forma geral, os resultados indicam um cenário de consumo bastante favorável para o Dia das Crianças na Regional Oeste, com avanço expressivo da intenção de compra em ambos os gêneros. Esse cenário reforça a importância de estratégias comerciais amplas, capazes de dialogar com os dois públicos simultaneamente, sem abrir mão de ações específicas para conversão dos indecisos, como promoções, sugestões de presentes, kits de produtos, facilidades de pagamento e comunicação segmentada.

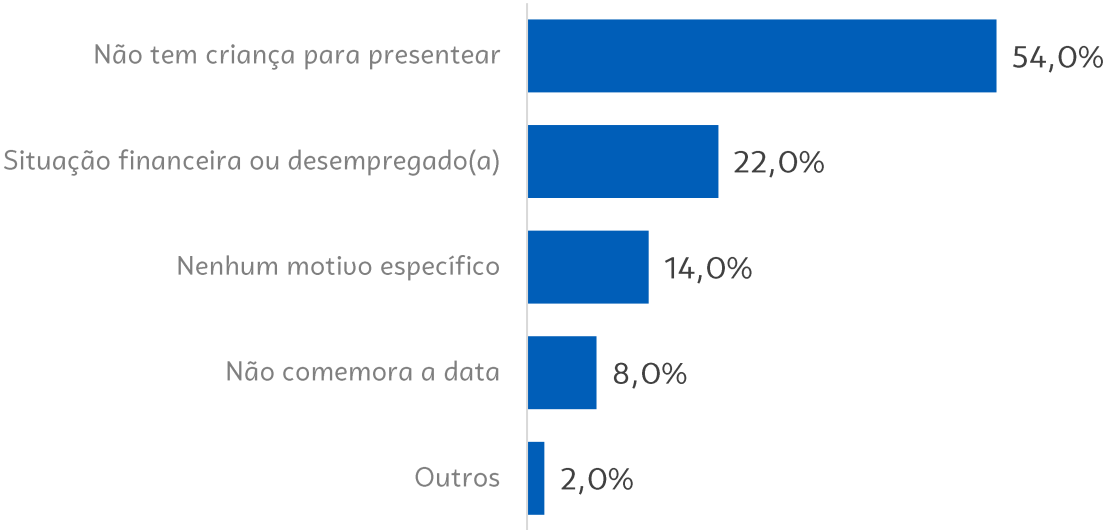
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Regional Oeste

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 49,4%
 NÃO COMEMORA A DATA	2026 8,0%	2025 15,6%
 SITUAÇÃO FINANCEIRA OU DESEMPREGO	2026 22,0%	2025 18,2%
 NENHUM MOTIVO ESPECÍFICO	2026 14,0%	2025 16,9%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Oeste, 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 alta frente aos 49,4% registrados em 2025. Em seguida, aparece a situação financeira ou o desemprego, com 22,0% das respostas, também em crescimento frente aos 18,2% observados no ano anterior.

Entre as razões que apresentaram queda, destaca-se a parcela dos que não comemoram a data, que recua de 15,6% em 2025 para 8,0% em 2026, praticamente pela metade. A ausência de motivo específico também diminui, passando de 16,9% para 14,0%.

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 Oeste, com a situação financeira ou desemprego apresentando 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 overlooking 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 sandals. 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 Oeste

PESQUISA DE PREÇO ANTES DA COMPRA



81,1%

Pesquisam preços antes de comprar.

18,9% não pesquisam.

FORMA DA PESQUISA DE PREÇO



Pela Internet

66,2%



Pessoalmente

33,8%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Oeste, 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 81,1% dos entrevistados afirmam realizar pesquisa de preços antes da compra, o maior percentual entre as regiões analisadas, enquanto 18,9% declaram não adotar esse hábito.

Entre os consumidores que pesquisam preços, o ambiente digital concentra a maior parte, ainda que com participação um pouco menor do que em outras regiões. A internet é utilizada por 66,2% dos entrevistados como principal meio de comparação, enquanto 33,8% realizam a pesquisa presencialmente nas lojas físicas, a maior parcela de pesquisa presencial entre as regiões analisadas.

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 Oeste



75,8%

dos consumidores
compram até 15 dias
antes da data.



No mesmo dia

Compras por impulso ou de última hora.

5,3%



Até uma semana

A maioria concentra a decisão na reta final.

46,3%



De 8 a 15 dias

Consumidor já inicia o planejamento.

29,5%



De 16 dias a 1 mês

Planejamento antecipado, mas ainda próximo ao período.

12,6%



Mais de um mês

Antecedência mais longa.

6,3%

O período de compra para o Dia das Crianças na Regional Oeste 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 75,8% 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 46,3% do total. Já as aquisições realizadas entre 8 e 15 dias antes correspondem a 29,5%, evidenciando que parte relevante do público já inicia algum planejamento. As compras efetuadas no próprio dia somam apenas 5,3%, a menor parcela de consumo por impulso entre as regiões analisadas.

Em contrapartida, o planejamento de mais longo prazo apresenta participação um pouco mais relevante do que na média estadual: 12,6% dos consumidores realizam as compras entre 16 dias e um mês antes da data, enquanto 6,3% 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?

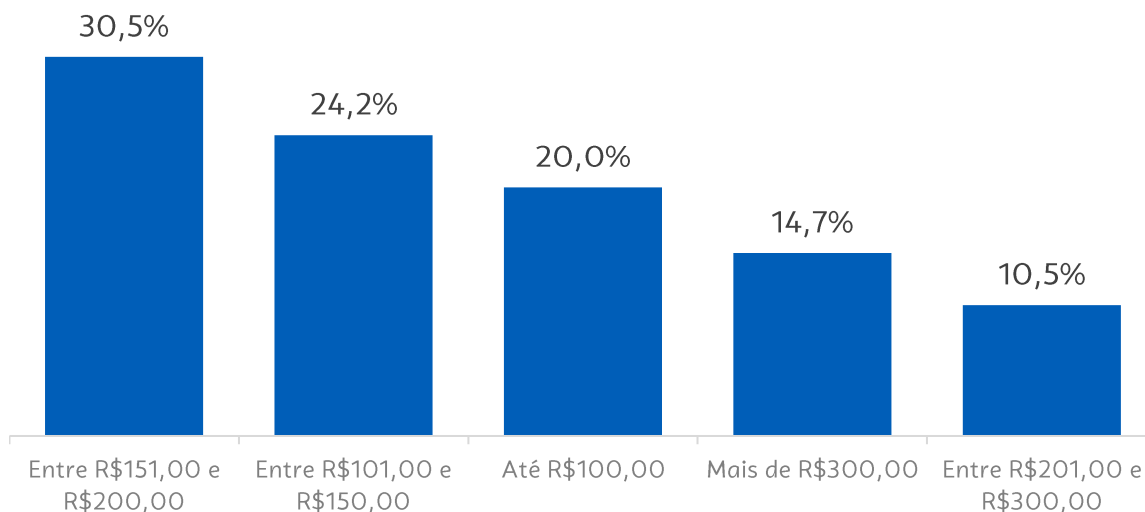
VALOR DO PRESENTE



VALOR DO PRESENTE

Regional Oeste

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 Oeste apresenta um perfil diferenciado em 2026: a faixa entre R\$ 151,00 e R\$ 200,00 é a mais citada, concentrando 30,5% das intenções de compra, à frente das faixas entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00 (24,2%) e até R\$ 100,00 (20,0%). As faixas mais elevadas apresentam participação um pouco menor, com 14,7% dos entrevistados indicando gastos superiores a R\$ 300,00 e 10,5% na faixa entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00.

O ticket médio geral estimado para 2026 na Regional Oeste é de R\$ 176,58, valor inferior aos R\$ 197,64 registrados em 2025, retração de aproximadamente 10,7%. O comportamento, porém, é bastante distinto entre os gêneros: entre os homens, o ticket médio cai fortemente, de R\$ 217,68 para R\$ 171,25, redução de cerca de 21,3%. Já entre as mulheres, observa-se avanço, de R\$ 172,73 para R\$ 180,45, alta de aproximadamente 4,5% – padrão semelhante ao observado na Regional Norte, e oposto ao da maioria das demais regiões do estado.

Os dados indicam forte retração no gasto médio geral entre os consumidores do sexo masculino, ao passo que as mulheres ampliam o valor destinado aos presentes na Regional Oeste, tornando-se o público com maior ticket médio na região. O cenário reforça a importância de estratégias voltadas ao custo-benefício para o público masculino, como criação de kits e combinações de presentes em diferentes faixas de preço, ao mesmo tempo em que reforça a relevância de explorar o potencial de gasto crescente entre as mulheres, com produtos de maior valor agregado e experiências diferenciadas.



TICKET MÉDIO GERAL
R\$ 176,58

2025: R\$ 197,64



TICKET MÉDIO MASCULINO
R\$ 171,25

2025: R\$ 217,68



TICKET MÉDIO FEMININO
R\$ 180,45

2025: R\$ 172,73

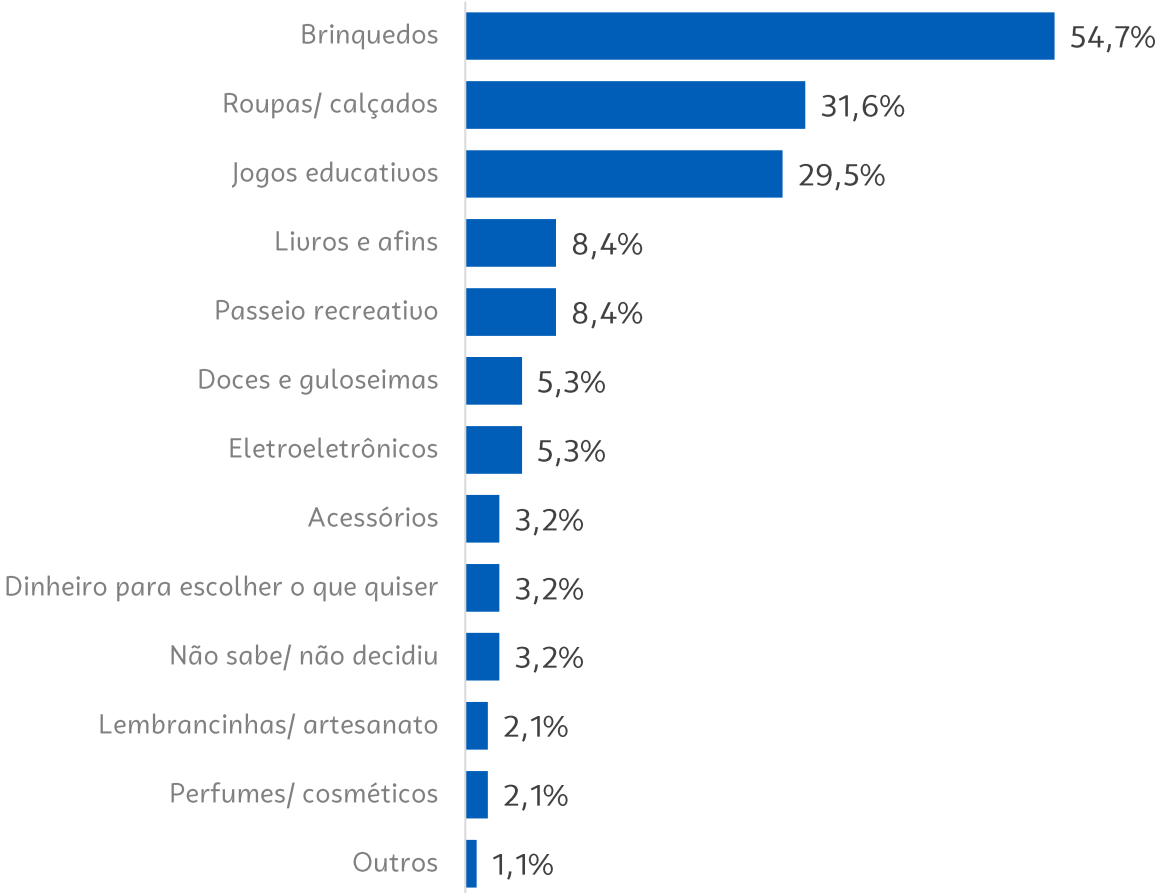
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

TIPO DO PRESENTE

TIPO DE PRESENTE

Regional Oeste

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 Oeste 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 54,7% das menções, o menor percentual entre as regiões analisadas até o momento, enquanto roupas e calçados aparecem na segunda posição, com 31,6%. Jogos educativos também apresentam participação relevante, com 29,5%. Juntas, essas três categorias concentram a maior parte das respostas, evidenciando sua centralidade no varejo voltado à data na região.

Livros e afins e passeio recreativo aparecem empatados, com 8,4% cada, seguidos por doces e guloseimas e eletroeletrônicos, também empatados, com 5,3% cada. Esses resultados demonstram maior diversificação de escolhas entre os consumidores da região.

Categorias como acessórios, dinheiro para a criança escolher o que quiser e não sabe/não decidiu aparecem empatadas, com 3,2% cada. Já lembrancinhas e artesanato e perfumes/cosméticos aparecem empatados na sequência, com 2,1% cada, seguidos por outros, com 1,1%.

De forma geral, os dados indicam um perfil de consumo concentrado em brinquedos e vestuário, mas com maior diversificação entre categorias do que em outras regiões. 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 Oeste



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 Oeste em 2026 indica reacomodação relevante entre as principais categorias de presentes. Brinquedos permanecem na liderança folgada, mas com retração, recuando de 58,1% em 2025 para 54,7% em 2026, queda de 3,4 pontos percentuais. Mesmo assim, a categoria continua concentrando a maior parte das menções.

Diferente da maioria das demais regiões, roupas e calçados também apresentam retração na Regional Oeste, recuando de 37,8% em 2025 para 31,6% em 2026, queda de 6,2 pontos percentuais. Em contrapartida, jogos educativos registram o maior crescimento entre as categorias, saltando de 23,0% para 29,5%, alta de 6,5 pontos percentuais. Livros e afins permanecem praticamente estáveis, de 8,1% para 8,4%. Esses movimentos sugerem forte ampliação do interesse por itens com apelo educativo na região, em detrimento de brinquedos e vestuário.

Para o empresário do comércio na Regional Oeste, os dados reforçam a importância de ampliar a oferta de jogos educativos, categoria com o maior crescimento entre as regiões do estado, sem deixar de manter brinquedos e vestuário infantil como categorias centrais, ainda que em retração. O cenário cria oportunidades para desenvolver kits combinando brinquedos com itens educativos, reforçando a importância de exposição estratégica de produtos e comunicação voltada à experiência da criança.

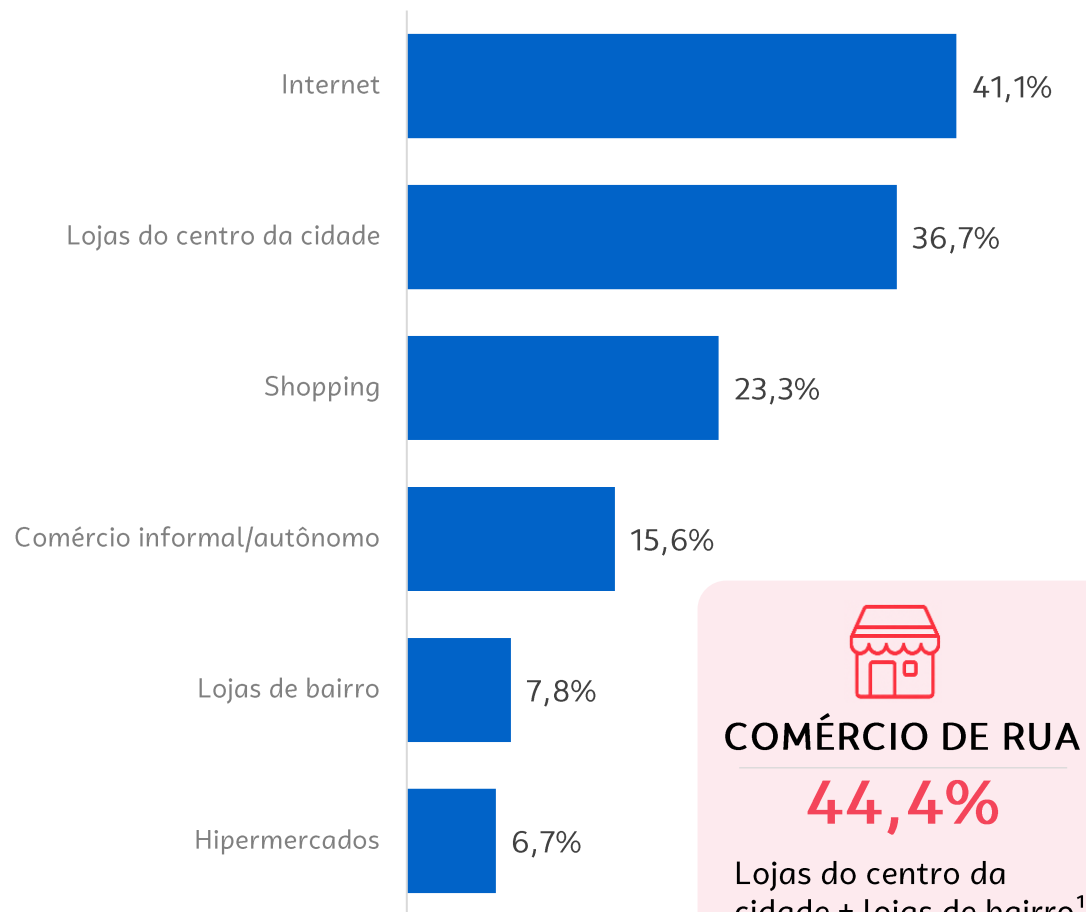
LOCAL DE COMPRA



LOCAL DE COMPRA

Regional Oeste

ONDE PRETENDE COMPRAR



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR – 2026

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

P7. Onde pretende comprar?

¹Por ser múltipla escolha, o indicador considera respondentes únicos e não a soma das categorias.

Os dados sobre local de compra para o Dia das Crianças na Regional Oeste em 2026 indicam mudança expressiva no comportamento do consumidor, com forte migração para shopping centers e comércio informal, enquanto internet e lojas do centro da cidade, ainda líderes, apresentam retração.

As lojas do centro da cidade seguem entre os canais mais citados, mas recuam de 46,3% em 2025 para 36,7% em 2026, a maior queda entre os canais analisados. A internet também recua, de 44,8% para 41,1%, ainda que permaneça na liderança. Já os shopping centers apresentam o maior crescimento da região, saltando de 10,4% para 23,3%, mais que dobrando de participação.

O comércio informal ou autônomo também cresce fortemente, avançando de 4,5% em 2025 para 15,6% em 2026. Os hipermercados avançam de 3,0% para 6,7%. Já as lojas de bairro apresentam leve retração, de 9,0% para 7,8%.

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 recua de 52,2% em 2025 para 44,4% em 2026, retração de 7,8 pontos percentuais, a segunda maior queda entre as regiões analisadas. O resultado indica forte redistribuição das compras para shopping centers e comércio informal na Regional Oeste.

De forma geral, os resultados indicam mudança significativa no comportamento de compra na Regional Oeste, com os consumidores migrando parte das intenções do comércio de rua e da internet para shopping centers e comércio informal. Para o comércio de rua local, o cenário reforça a importância de ações que reforcem sua atratividade frente aos shoppings, como experiência de compra diferenciada e comunicação promocional, sem deixar de investir também na presença digital.

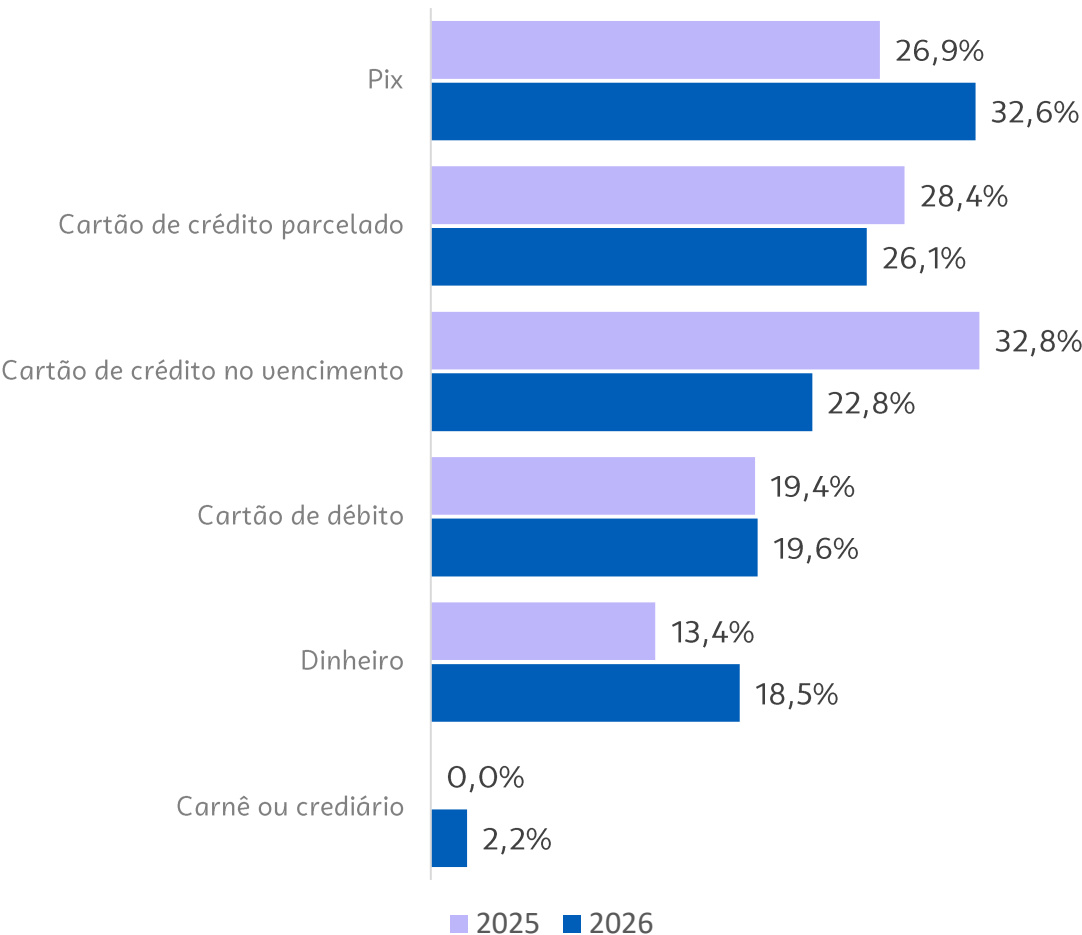
FORMA DE PAGAMENTO



FORMA DE PAGAMENTO

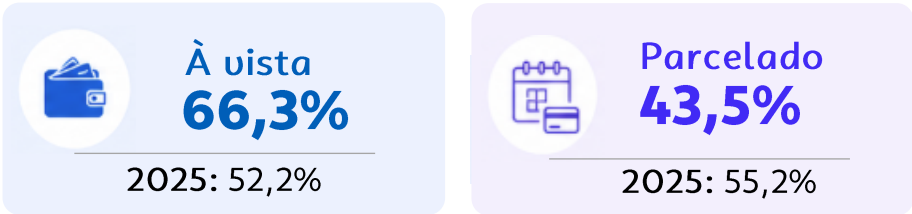
Regional Oeste

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 Oeste em 2026 indicam o Pix assumindo a liderança, avançando de 26,9% em 2025 para 32,6% em 2026. O cartão de crédito no vencimento apresenta a maior queda entre as formas de pagamento, recuando de 32,8% para 22,8% e perdendo a liderança que tinha em 2025. O cartão de crédito parcelado também recua, de 28,4% para 26,1%.

O cartão de débito permanece praticamente estável, de 19,4% para 19,6%. O uso de dinheiro avança, de 13,4% para 18,5%, enquanto carnê ou crediário surge com 2,2%, ante participação nula em 2025.

Ao consolidar os indicadores de modalidade de pagamento, descontando as duplicidades de respostas dentro do mesmo grupo, os pagamentos à vista saltam de 52,2% para 66,3% das intenções em 2026. Já as compras parceladas recuam de 55,2% para 43,5%, sinalizando 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 a retração do cartão de crédito no vencimento favorecem estratégias como descontos para pagamento imediato e comunicação clara das condições comerciais. A manutenção de alternativas de parcelamento continua relevante para produtos de maior valor.

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 Oeste

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 Oeste estão concentrados na percepção de qualidade e nas condições financeiras oferecidas pelo varejo. A qualidade do produto aparece como o principal atributo decisório, mencionada por 19,1% dos consumidores, seguida por custo-benefício e preço baixo, empatados com 14,9% cada.

Desconto e promoção aparecem empatados na sequência, com 10,6% cada, seguidos por atendimento do vendedor e preferência da criança, também empatados, com 9,6% cada, evidenciando que a opinião do presenteado tem peso relevante na decisão de compra.

Outros fatores apresentam menor influência relativa, como credibilidade da loja/empresa e flexibilidade de pagamento, com 4,3% cada, e exclusividade do produto, com 2,1%. Para esta data comemorativa, observa-se maior peso de critérios ligados à qualidade e às condições financeiras na Regional Oeste.

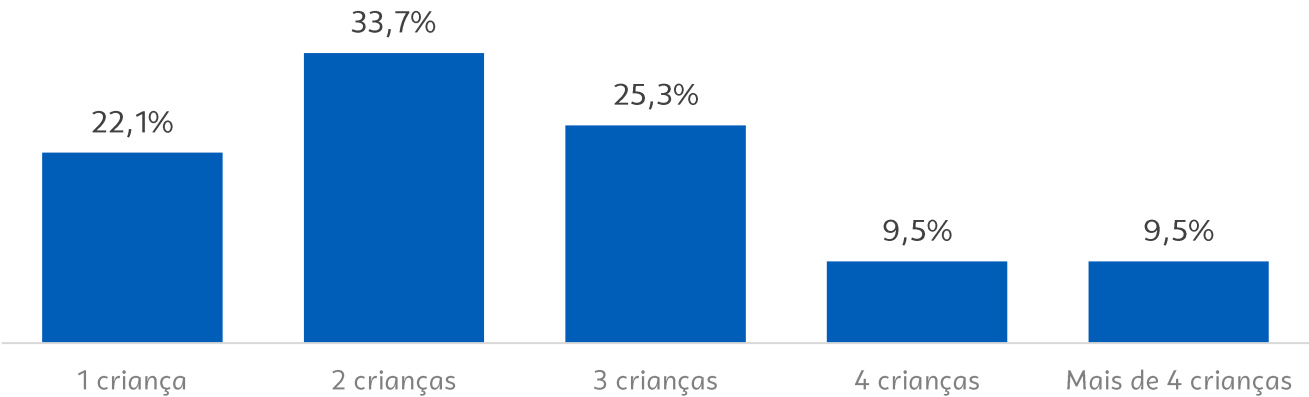
Para o empresário do comércio, os resultados reforçam a importância de estratégias que associem qualidade de produto e vantagem financeira, com destaque para o custo-benefício e o preço baixo, fatores empatados como segunda maior influência na região. A exposição clara dos atributos dos produtos, acompanhada de descontos e promoções bem comunicados, pode ampliar significativamente a atratividade das ofertas.

CARACTERÍSTICAS DA INTENÇÃO DE PRESENTEAR

CARACTERÍSTICAS DA INTENÇÃO DE PRESENTEAR

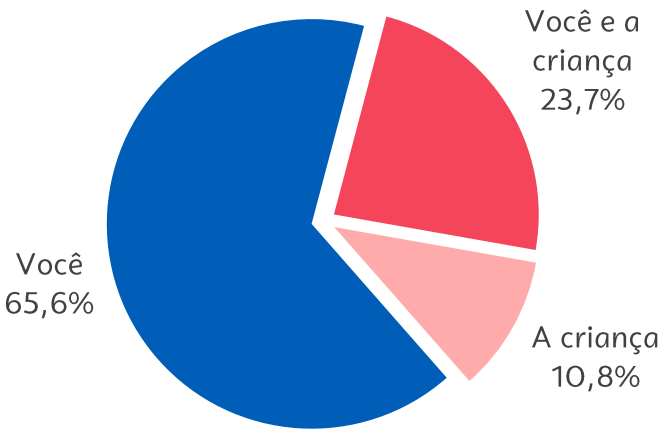
Regional Oeste

CRIANÇAS QUE PRETENDE PRESENTEAR



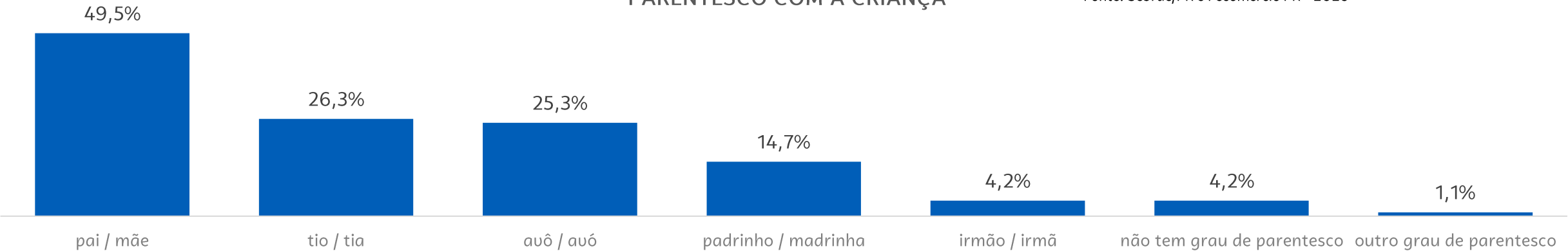
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

QUEM ESCOLHERÁ O PRESENTE



Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

PARENTESCO COM A CRIANÇA



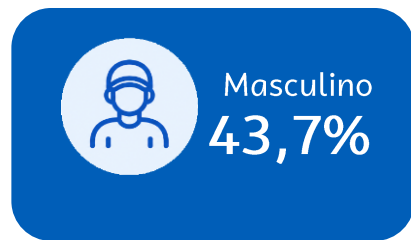
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026
Nota: Resposta múltipla. Soma total pode exceder 100%.

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

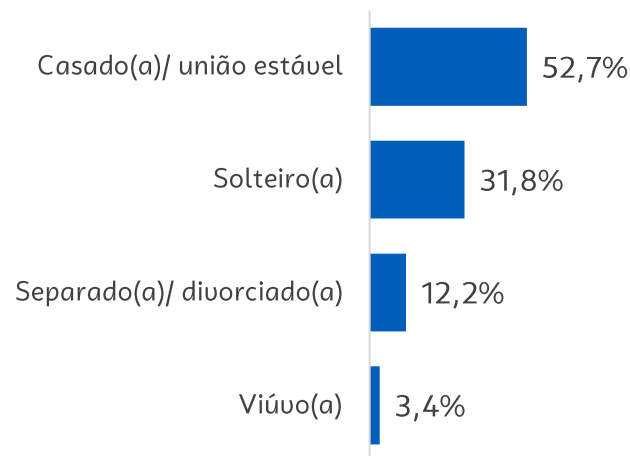
PERFIL DOS PARTICIPANTES DO ESTUDO

PERFIL

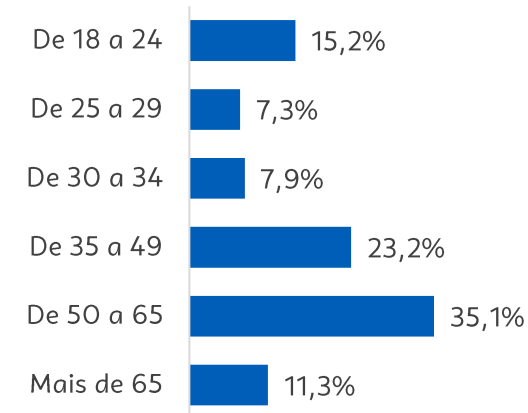
Regional Oeste



ESTADO CIVIL



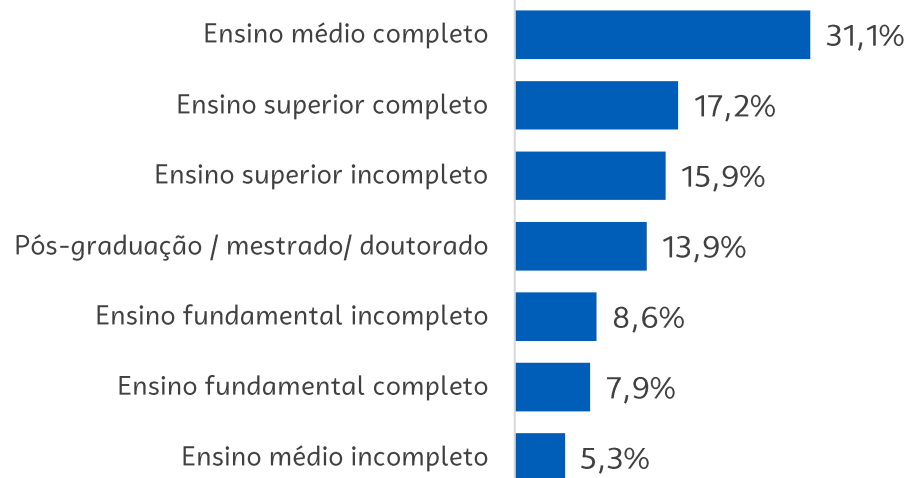
FAIXA ETÁRIA



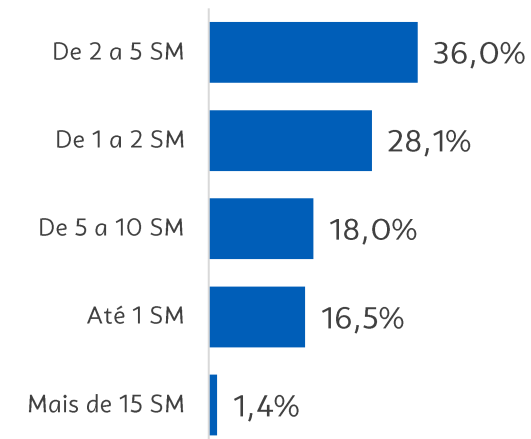
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



ESCOLARIDADE



RENDA MENSAL FAMILIAR



PERFIL FINANCEIRO DAS FAMÍLIAS

Endividamento e comprometimento de renda.

Regional Oeste



35,5%

Das famílias possuem dívidas em atraso



64,5%

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%

22,1%



De 11% a 50%

31,1%



De 51% a 80%

29,5%



Mais de 80%

17,2%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

O perfil financeiro das famílias da Regional Oeste revela um cenário de atenção para o comércio na temporada do Dia das Crianças. Do total de famílias entrevistadas, 35,5% 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 31,1% das famílias destinam de 11% a 50% da renda para esse fim. Chama atenção, porém, que 46,7% das famílias (somando as faixas de 51% a 80% e mais de 80%) comprometem mais da metade da renda mensal com dívidas e contas, o maior percentual entre as regiões analisadas, evidenciando um espaço mais restrito para gastos além do essencial, como presentes. Apenas 22,1% das famílias possuem baixo comprometimento (até 10%), a maior liberdade financeira entre as regiões analisadas.

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 Oeste 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 Oeste

- A intenção de presentear no Dia das Crianças na Regional Oeste chega a 62,9% em 2026, avanço expressivo em relação aos 49,0% registrados em 2025.
- A parcela dos que não pretendem presentear recua fortemente de 34,4% em 2025 para 16,6% em 2026, enquanto os indecisos apresentam alta, de 16,6% para 20,5%.
- A intenção de presentear é relativamente próxima entre os gêneros, com 64,7% entre as mulheres e 60,6% entre os homens, diferença de 4,1 pontos percentuais.
- Não ter criança para presentear é o principal motivo para não presentear (54,0%, ante 49,4% em 2025), seguido pela situação financeira ou desemprego (22,0%, ante 18,2%).
- A pesquisa de preços é adotada por 81,1% dos consumidores, o maior percentual entre as regiões analisadas, reforçando comportamento racional e orientado ao custo-benefício.

- A internet é o principal meio de pesquisa de preços (66,2%), mas com a menor participação entre as regiões, evidenciando maior relevância da pesquisa presencial na Oeste.
- A maior parte das compras ocorre com até 15 dias de antecedência (75,8%), sendo 46,3% até uma semana antes, indicando concentração da demanda no curto prazo.
- As compras no mesmo dia representam apenas 5,3%, a menor parcela de consumo por impulso entre as regiões analisadas.
- O ticket médio em 2026 recua 10,7% na Regional Oeste, passando de R\$ 197,64 para R\$ 176,58.
- O comportamento por gênero segue o mesmo padrão da Regional Norte: o ticket médio masculino despenca de R\$ 217,68 para R\$ 171,25 (-21,3%), enquanto o feminino avança de R\$ 172,73 para R\$ 180,45 (+4,5%).

DESTAQUES

Regional Oeste

- Diferente da maioria das regiões, a faixa de R\$ 151,00 a R\$ 200,00 lidera os gastos na Regional Oeste, com 30,5% das intenções, à frente das faixas até R\$ 150,00.
- Brinquedos seguem como a principal escolha de presente, mas com o menor percentual entre as regiões (54,7%, ante 58,1% de 2025). Diferente da maioria das regiões, roupas e calçados também caem (31,6%, ante 37,8%).
- A maioria dos consumidores pretende presentear mais de uma criança: 33,7% pretendem presentear 2 crianças e 25,3% pretendem presentear 3.
- Pais e mães são o principal elo de parentesco com a criança presenteada (49,5%), seguidos por tios/tias (26,3%) e avôs/avós (25,3%).
- O comércio de rua perde força na Regional Oeste: lojas do centro da cidade recuam de 46,3% para 36,7%, a maior queda entre os canais analisados.

- O comércio de rua consolidado (lojas do centro da cidade e de bairro) recua de 52,2% para 44,4%, a segunda maior retração entre as regiões analisadas, com forte migração para shopping centers, que saltam de 10,4% para 23,3%.
- O Pix assume a liderança entre as formas de pagamento (32,6%, ante 26,9% em 2025), enquanto o cartão de crédito no vencimento, líder em 2025, sofre a maior queda (22,8%, ante 32,8%).
- Os pagamentos à vista avançam de 52,2% para 66,3% das intenções, enquanto as compras parceladas recuam de 55,2% para 43,5%.
- A escolha do presente é guiada principalmente pela qualidade do produto (19,1%), seguida por custo-benefício e preço baixo, empatados como segundo maior fator (14,9% cada).
- A escolha do presente é majoritariamente feita pelo próprio comprador: 65,6% afirmam que decidirão sozinhos, enquanto 23,7% dividirão a escolha com a criança e apenas 10,8% 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

