

Sondagem de Intenção de Compras

DIA DAS CRIANÇAS

Regional Sul
Outubro/2026

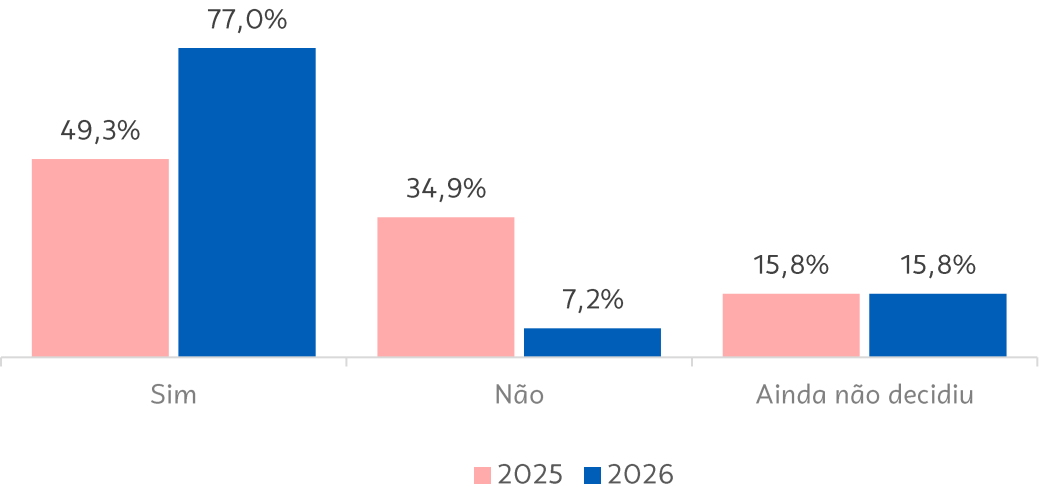
INTENÇÃO DE COMPRA



INTENÇÃO DE PRESENTEAR

Regional Sul

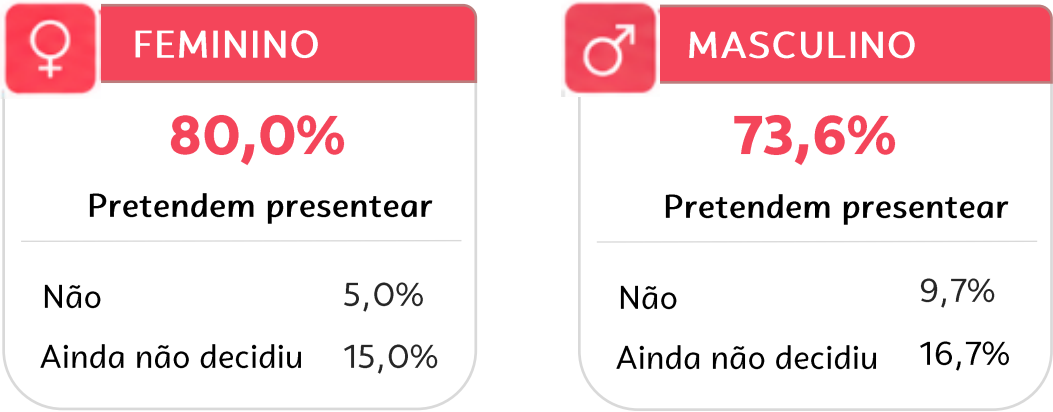
INTENÇÃO DE PRESENTEAR POR ANO



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 Sul em 2026 apresenta o maior avanço entre todas as regiões do estado, sinalizando forte melhora no ambiente de consumo para a data comemorativa. O percentual de consumidores que pretendem comprar presentes sobe de 49,3% em 2025 para 77,0% em 2026. A parcela dos que não pretendem presentear recua fortemente, de 34,9% para 7,2%, a menor rejeição entre as regiões analisadas. Já os indecisos permanecem estáveis, em 15,8%.

O recorte por gênero mostra os maiores percentuais de intenção de presentear entre todas as regiões analisadas: 80,0% entre as mulheres e 73,6% entre os homens, diferença de 6,4 pontos percentuais. As respostas negativas são reduzidas em ambos os públicos, com apenas 5,0% entre as mulheres e 9,7% entre os homens. A indecisão também é baixa, com 15,0% entre as mulheres e 16,7% entre os homens.

De forma geral, os resultados indicam o cenário de consumo mais favorável entre todas as regiões do estado para o Dia das Crianças, com o maior avanço da intenção de compra e a menor rejeição à ideia de presentear, tanto entre homens quanto entre mulheres. Esse cenário reforça a importância de estratégias comerciais amplas e de ampliação do sortimento de produtos, dado o alto potencial de conversão observado na região, sem abrir mão de ações específicas para os poucos indecisos ainda presentes.

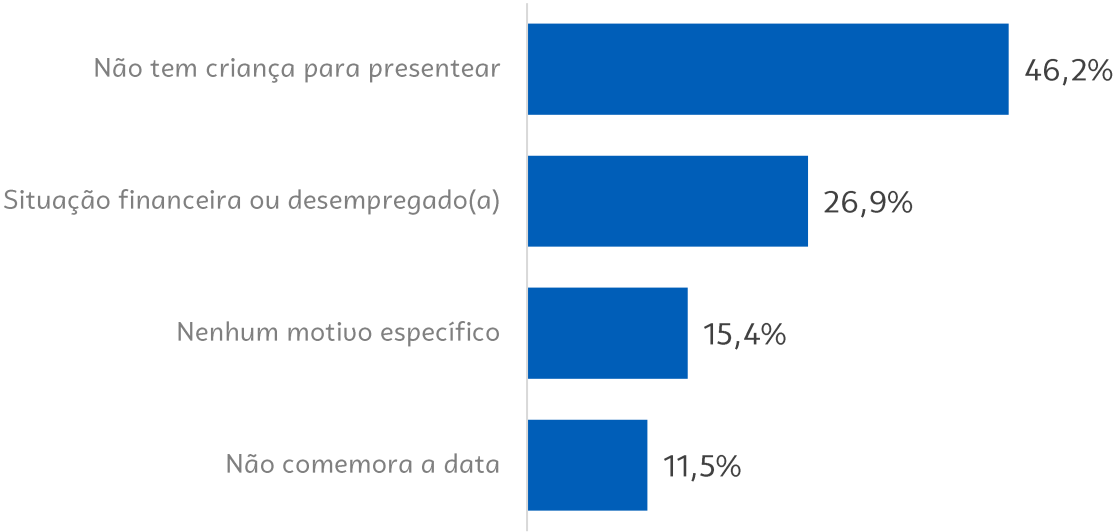
MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR



MOTIVO DE NÃO PRESENTEAR

Regional Sul

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 46,2%	2025 55,4%
	NÃO COMEMORA A DATA	2026 11,5%	2025 10,8%
	SITUAÇÃO FINANCEIRA OU DESEMPREGO	2026 26,9%	2025 14,9%
	NENHUM MOTIVO ESPECÍFICO	2026 15,4%	2025 18,9%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Sul, o principal motivo para não presentear em 2026 é a ausência de criança para presentear, resposta mencionada por 46,2% dos consumidores que não pretendem realizar a compra, percentual em queda frente aos 55,4% registrados em 2025. Em contrapartida, a situação financeira ou o desemprego apresenta o maior crescimento entre os motivos, quase dobrando de participação, de 14,9% em 2025 para 26,9% em 2026.

A ausência de motivo específico também recua, de 18,9% em 2025 para 15,4% em 2026. Já a parcela dos que não comemoram a data apresenta leve alta, de 10,8% para 11,5%.

Os dados indicam que, na Regional Sul, a decisão de não presentear está cada vez mais associada a fatores financeiros, com a situação financeira ou desemprego quase dobrando de participação entre as respostas, o maior crescimento entre as regiões analisadas. Esse movimento sugere espaço relevante 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 the ocean. The boy, on the left, is wearing a yellow t-shirt and blue shorts, pointing 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 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 Sul

PESQUISA DE PREÇO ANTES DA COMPRA



79,5%

Pesquisam preços antes de comprar.

20,5% não pesquisam.

FORMA DA PESQUISA DE PREÇO



Pela Internet

55,9%



Pessoalmente

44,1%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

Na Regional Sul, 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 79,5% dos entrevistados afirmam realizar pesquisa de preços antes da compra, enquanto 20,5% declaram não adotar esse hábito.

Entre os consumidores que pesquisam preços, o ambiente digital concentra a maior parte, mas com a menor predominância entre as regiões analisadas. A internet é utilizada por 55,9% dos entrevistados como principal meio de comparação, enquanto 44,1% realizam a pesquisa presencialmente nas lojas físicas, a maior parcela de pesquisa presencial entre todas as regiões do estado.

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 Sul



79,5%

dos consumidores
compram até 15 dias
antes da data.



No mesmo dia

Compras por impulso ou de última hora.

6,8%



Até uma semana

A maioria concentra a decisão na reta final.

49,6%



De 8 a 15 dias

Consumidor já inicia o planejamento.

29,9%



De 16 dias a 1 mês

Planejamento antecipado, mas ainda próximo ao período.

12,0%



Mais de um mês

Antecedência mais longa.

1,7%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

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

O período de compra para o Dia das Crianças na Regional Sul 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 79,5% 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 49,6% do total. Já as aquisições realizadas entre 8 e 15 dias antes correspondem a 29,9%, evidenciando que parte relevante do público já inicia algum planejamento. As compras efetuadas no próprio dia somam 6,8%.

Em contrapartida, o planejamento de mais longo prazo apresenta a menor participação entre as regiões analisadas: apenas 12,0% dos consumidores realizam as compras entre 16 dias e um mês antes da data, enquanto somente 1,7% 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.

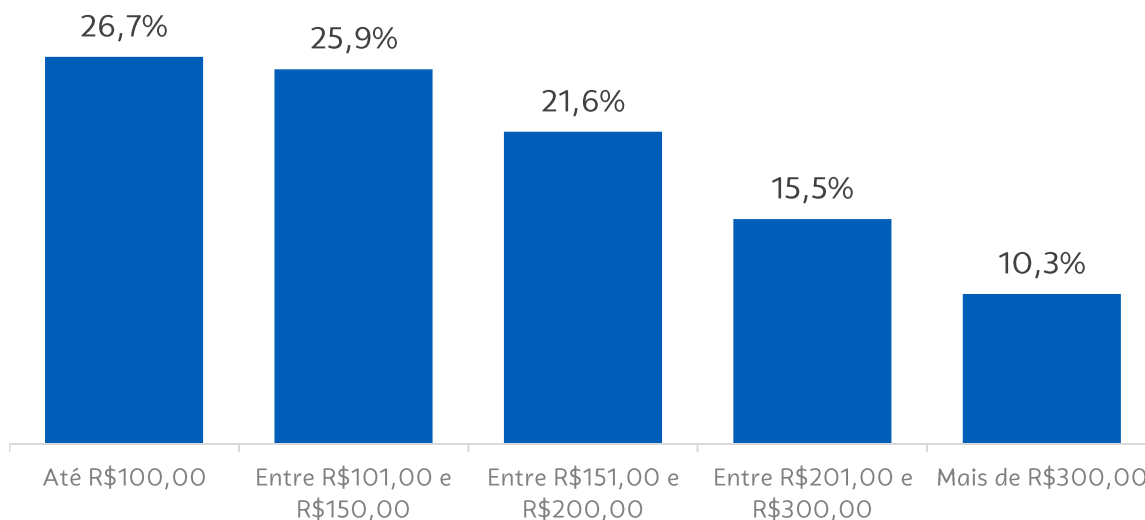
VALOR DO PRESENTE



VALOR DO PRESENTE

Regional Sul

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 Sul concentra-se em faixas de valor baixo em 2026. A maior parcela dos consumidores pretende gastar até R\$ 100,00, faixa que concentra 26,7% das intenções de compra, seguida de perto pela faixa entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00, com 25,9%. As faixas mais elevadas apresentam participação menor, com 21,6% dos entrevistados indicando gastos entre R\$ 151,00 e R\$ 200,00, 15,5% entre R\$ 201,00 e R\$ 300,00 e 10,3% afirmando intenção de desembolso superior a R\$ 300,00.

O ticket médio geral estimado para 2026 na Regional Sul é de R\$ 165,09, valor inferior aos R\$ 185,14 registrados em 2025, retração de aproximadamente 10,8%. O recuo se repete em ambos os gêneros: entre os homens, o ticket médio cai de R\$ 216,94 para R\$ 177,83, redução de cerca de 18,0%. Já entre as mulheres, a queda é mais discreta, de R\$ 162,21 para R\$ 154,37, recuo de aproximadamente 4,8%.

Os dados indicam 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, 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.



TICKET MÉDIO GERAL
R\$ 165,09

2025: R\$ 185,14



TICKET MÉDIO MASCULINO
R\$ 177,83

2025: R\$ 216,94



TICKET MÉDIO FEMININO
R\$ 154,37

2025: R\$ 162,21

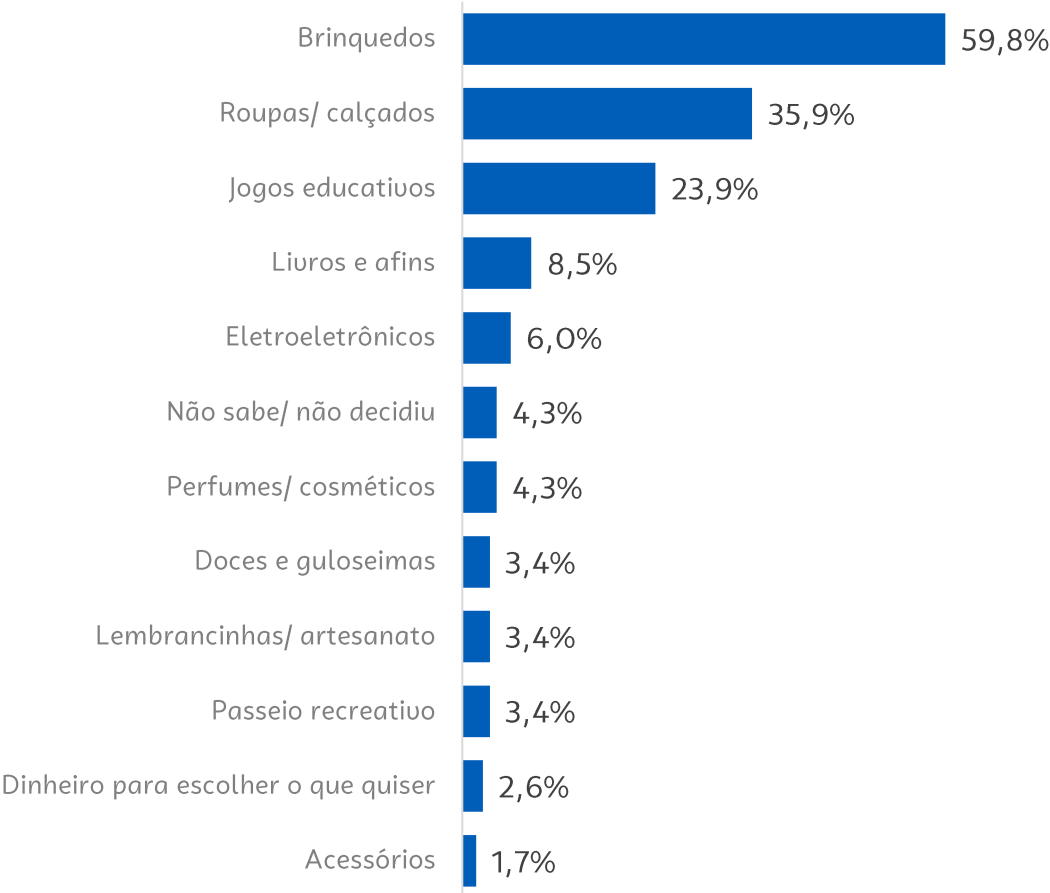
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

TIPO DO PRESENTE

TIPO DE PRESENTE

Regional Sul

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 Sul 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 59,8% das menções, enquanto roupas e calçados aparecem na segunda posição, com 35,9%, uma das maiores participações regionais para essa categoria. Jogos educativos também apresentam participação relevante, com 23,9%. Juntas, essas três categorias concentram a maior parte das respostas, evidenciando sua centralidade no varejo voltado à data na região.

Outras opções apresentam participação mais distribuída, como livros e afins (8,5%) e eletroeletrônicos (6,0%). Chama atenção o percentual de citações pelos consumidores que ainda não sabem ou não decidiram o que comprar, empatado com perfumes/cosméticos, com 4,3% cada.

Categorias como doces e guloseimas, lembrancinhas e artesanato e passeio recreativo aparecem empatadas, com 3,4% cada, seguidas por dinheiro para a criança escolher o que quiser, com 2,6%, e acessórios, com 1,7%, a menor participação entre as categorias analisadas.

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 Sul



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 Sul em 2026 indica reacomodação relevante entre as principais categorias de presentes. Brinquedos permanecem na liderança folgada, mas com retração, recuando de 62,7% em 2025 para 59,8% em 2026, queda de 2,9 pontos percentuais. Mesmo assim, a categoria continua concentrando a maior parte das menções.

Roupas e calçados apresentam o maior avanço entre as categorias analisadas, saltando de 26,7% em 2025 para 35,9% em 2026, alta de 9,2 pontos percentuais, a segunda maior alta entre todas as regiões do estado para essa categoria. Em contrapartida, jogos educativos registram a maior retração, caindo de 30,7% para 23,9%, queda de 6,8 pontos percentuais. Livros e afins também recuam, de 13,3% para 8,5%. Esses movimentos sugerem forte deslocamento do interesse por itens educativos para vestuário infantil na região.

Para o empresário do comércio na Regional Sul, os dados reforçam a importância de ampliar significativamente a oferta de roupas e calçados infantis, categoria com o maior crescimento entre as regiões do estado, sem deixar de manter brinquedos como eixo central das campanhas. A retração em jogos educativos e livros também merece atenção, podendo indicar oportunidade para ações promocionais específicas nessas categorias, reforçando a importância de exposição estratégica de produtos e comunicação voltada à experiência da criança.

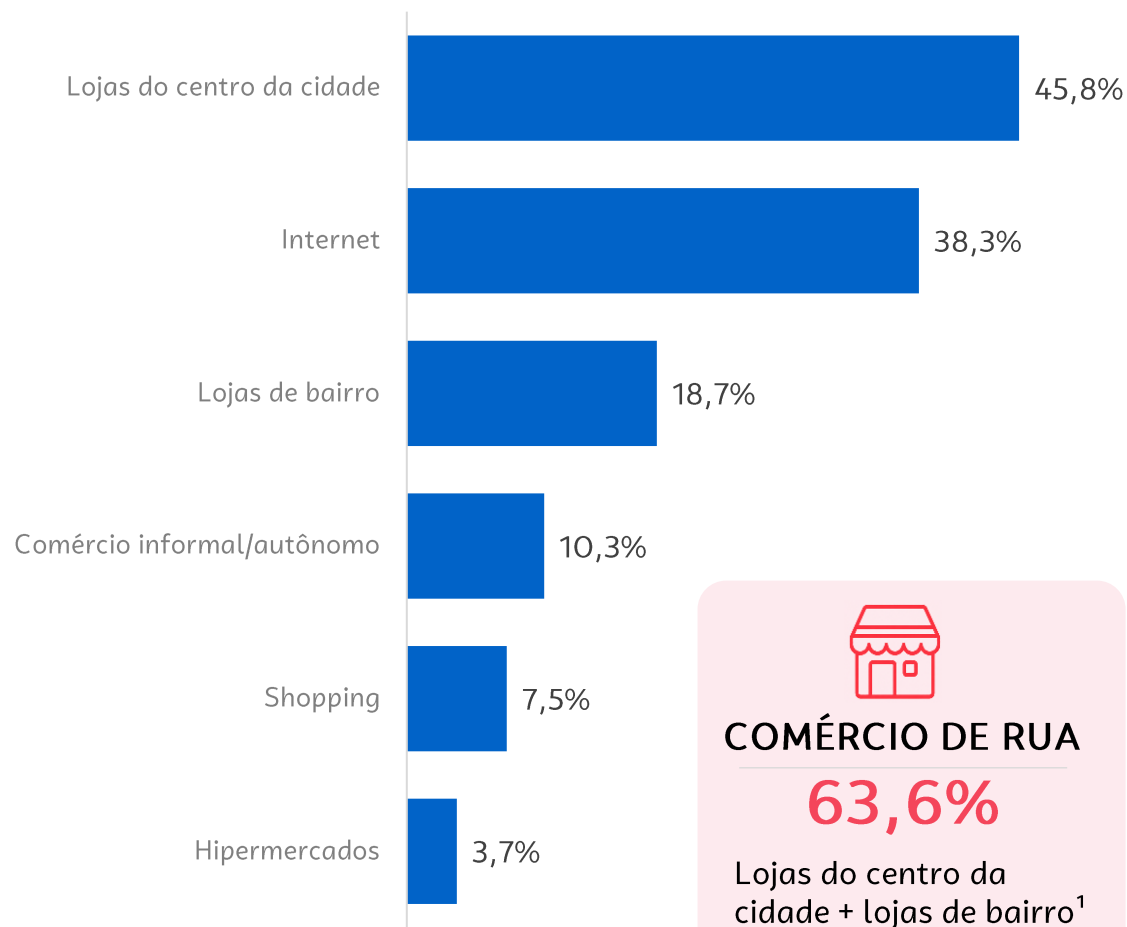
LOCAL DE COMPRA



LOCAL DE COMPRA

Regional Sul

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 Sul em 2026 indicam um padrão único entre as regiões do estado: as lojas do centro da cidade superam a internet como canal mais citado, impulsionadas principalmente pelo forte crescimento das lojas de bairro.

As lojas do centro da cidade permanecem estáveis, em 45,8% tanto em 2025 quanto em 2026, mas assumem a liderança isolada devido à retração da internet, que recua de 50,0% para 38,3%, a maior queda entre os canais analisados. As lojas de bairro apresentam o crescimento mais expressivo da região, saltando de 2,8% em 2025 para 18,7% em 2026, a maior alta entre todas as regiões do estado para esse canal.

O comércio informal ou autônomo também cresce, avançando de 8,3% em 2025 para 10,3% em 2026. Os hipermercados permanecem praticamente estáveis, de 2,8% para 3,7%. Já os shopping centers recuam, de 11,1% para 7,5%.

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 47,2% em 2025 para 63,6% em 2026, avanço de 16,4 pontos percentuais, o maior crescimento entre todas as regiões do estado. O resultado indica o fortalecimento do comércio de rua na Regional Sul, que se torna o canal predominante na região.

De forma geral, os resultados indicam a Regional Sul como a única região do estado em que o comércio de rua supera a internet como principal canal de compra. Para o comércio local, o cenário reforça a importância de investir na atratividade das lojas físicas, especialmente das lojas de bairro, que apresentaram o maior crescimento entre todas as regiões, sem deixar de manter presença digital relevante.

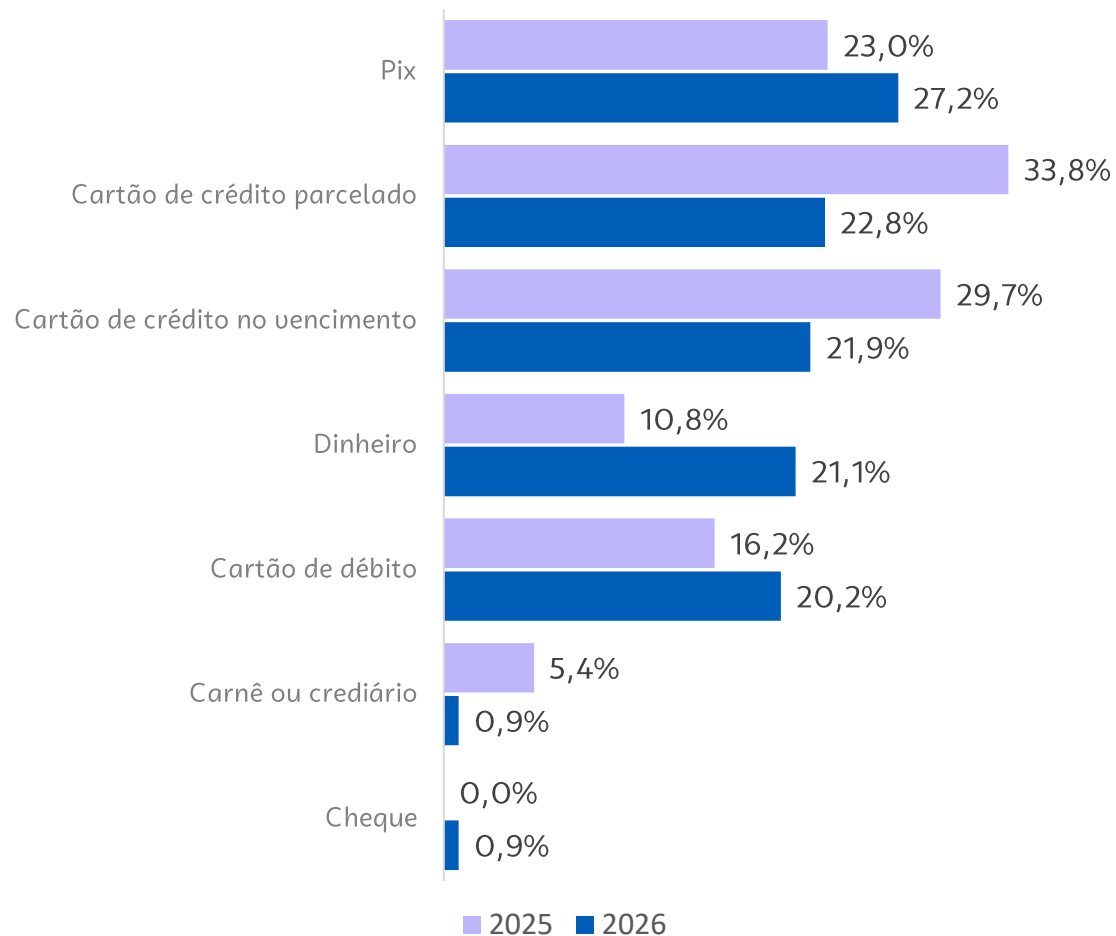
FORMA DE PAGAMENTO



FORMA DE PAGAMENTO

Regional Sul

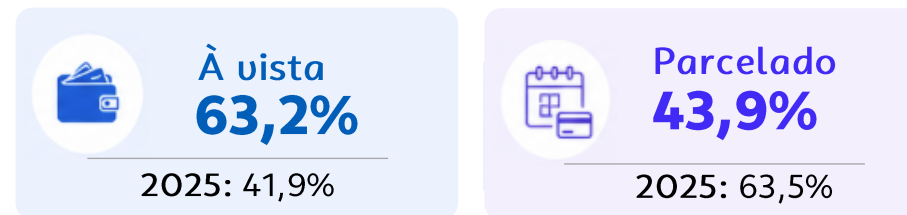
COMO PRETENDE PAGAR



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 Sul em 2026 indicam o Pix consolidando a liderança, avançando de 23,0% em 2025 para 27,2% em 2026. O cartão de crédito parcelado apresenta a maior queda entre as formas de pagamento, recuando de 33,8% para 22,8%, e deixa de ser a opção mais citada. O cartão de crédito no vencimento também recua, de 29,7% para 21,9%.

O uso de dinheiro quase dobra, avançando de 10,8% para 21,1%, o maior crescimento proporcional entre as formas de pagamento. O cartão de débito também cresce, de 16,2% para 20,2%. Já carnê ou crediário praticamente desaparece, recuando de 5,4% para 0,9%.

Ao consolidar os indicadores de modalidade de pagamento, descontando as duplicidades de respostas dentro do mesmo grupo, os pagamentos à vista saltam de 41,9% para 63,2% das intenções em 2026. Já as compras parceladas recuam de 63,5% para 43,9%, 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 ao uso crescente de dinheiro. O avanço do Pix e do dinheiro favorece 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?

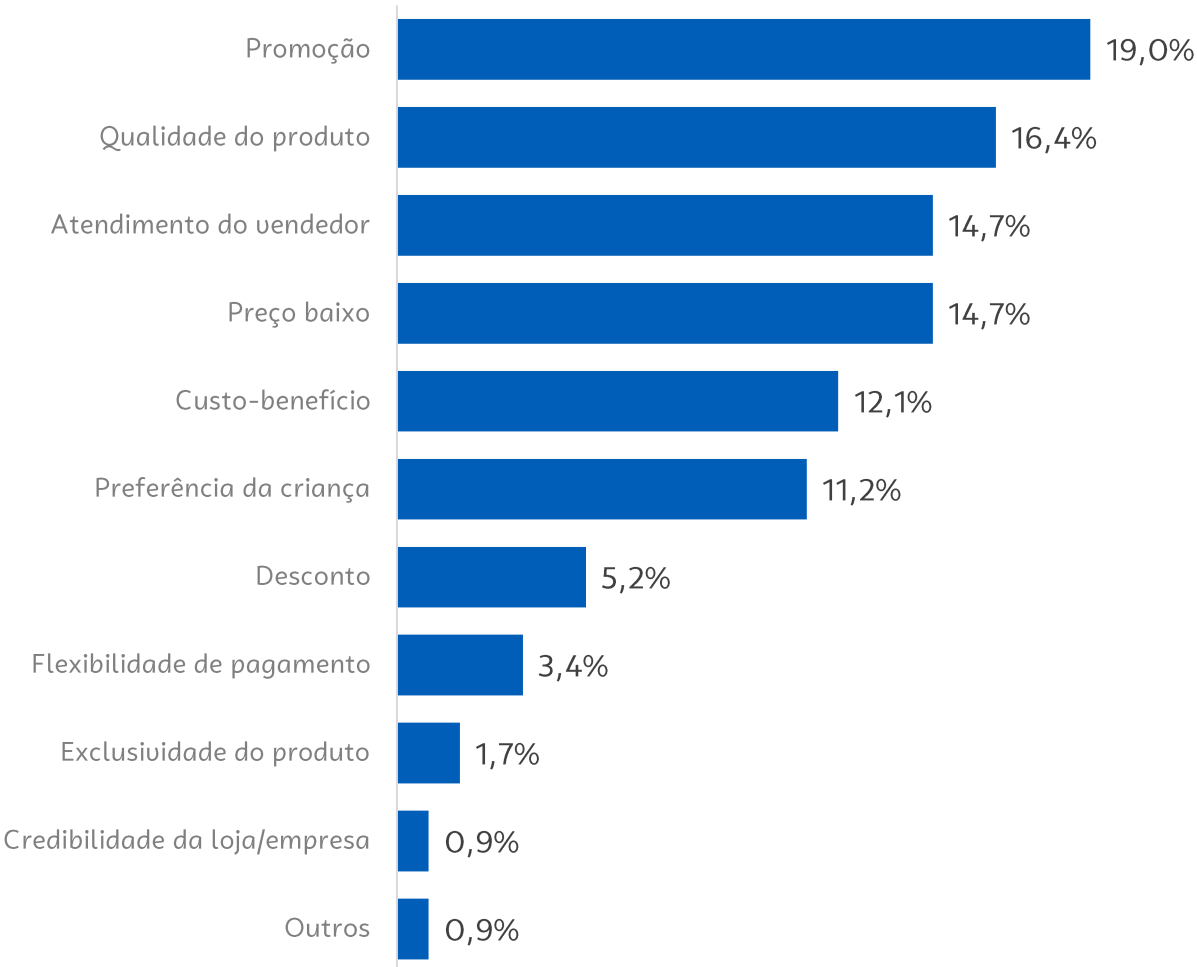
¹Por ser múltipla escolha, o indicador considera respondentes únicos e não a soma das categorias

INFLUÊNCIA NA COMPRA

INFLUÊNCIA NA COMPRA

Regional Sul

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 Sul estão concentrados nas vantagens comerciais oferecidas pelo varejo, com destaque para a promoção, único fator a liderar entre todas as regiões analisadas. A promoção aparece como o principal atributo decisório, mencionada por 19,0% dos consumidores, seguida pela qualidade do produto, com 16,4%.

Atendimento do vendedor e preço baixo aparecem empatados na sequência, com 14,7% cada, seguidos por custo-benefício, com 12,1%, e preferência da criança, com 11,2%, evidenciando que a opinião do presenteado também tem peso relevante na decisão de compra.

Outros fatores apresentam menor influência relativa, como desconto, com 5,2%; flexibilidade de pagamento, com 3,4%; exclusividade do produto, com 1,7%; e credibilidade da loja/empresa e outros, com 0,9% cada. Para esta data comemorativa, observa-se maior peso de critérios promocionais e de atendimento na Regional Sul.

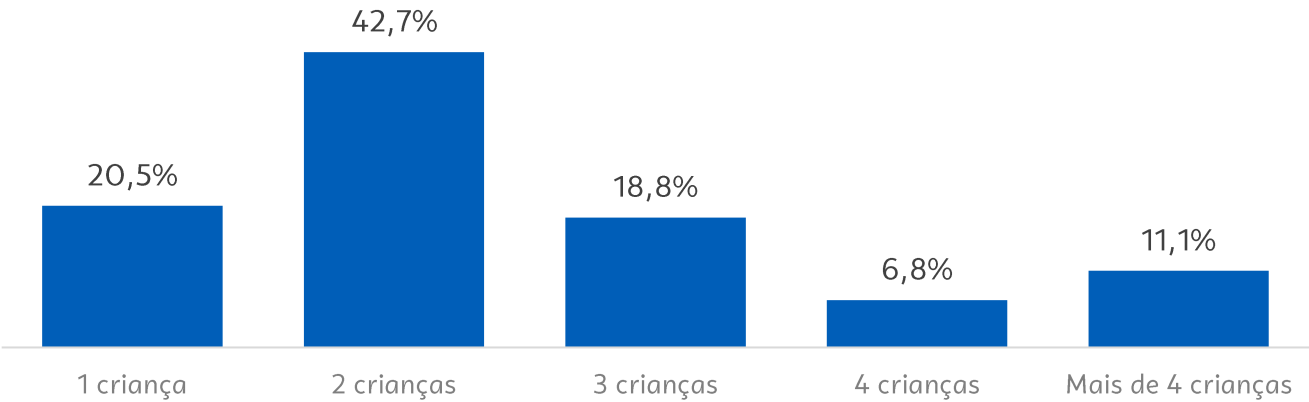
Para o empresário do comércio, os resultados reforçam a importância de estratégias promocionais bem comunicadas, aliadas a um atendimento de qualidade. A exposição clara das promoções, combinada a um bom atendimento e preços competitivos, pode ampliar significativamente a atratividade das ofertas na região, diferentemente do padrão observado nas demais regiões do estado, onde a qualidade do produto costuma liderar.

CARACTERÍSTICAS DA INTENÇÃO DE PRESENTEAR

CARACTERÍSTICAS DA INTENÇÃO DE PRESENTEAR

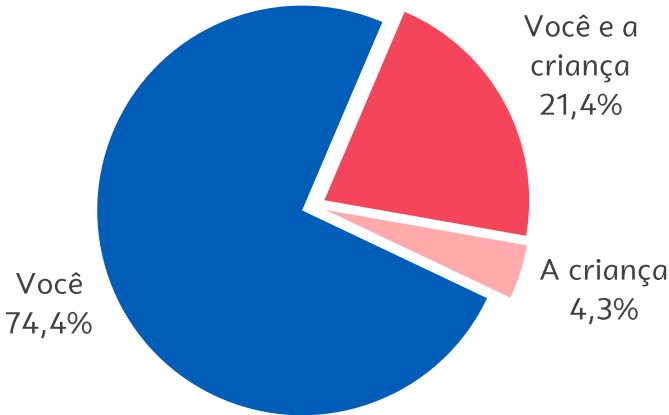
Regional Sul

CRIANÇAS QUE PRETENDE PRESENTEAR



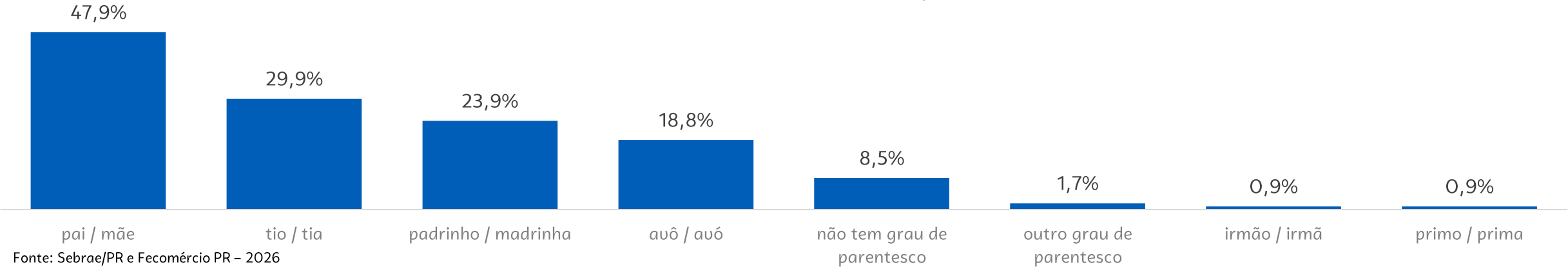
Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

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 Sul

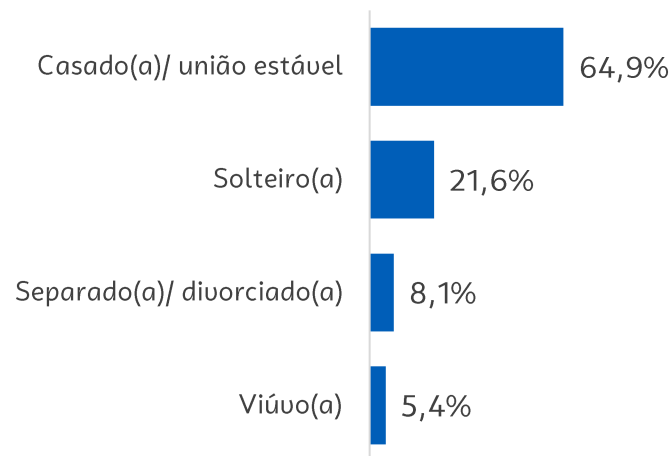


Masculino
47,4%

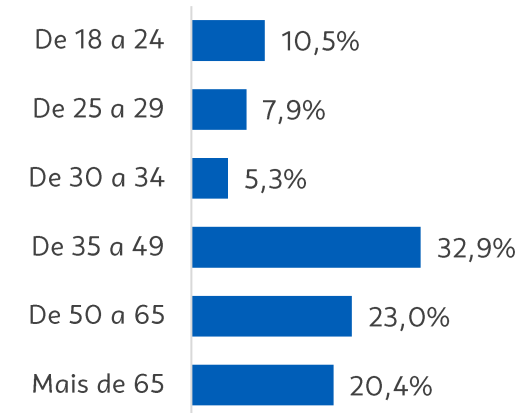


Feminino
52,6%

ESTADO CIVIL



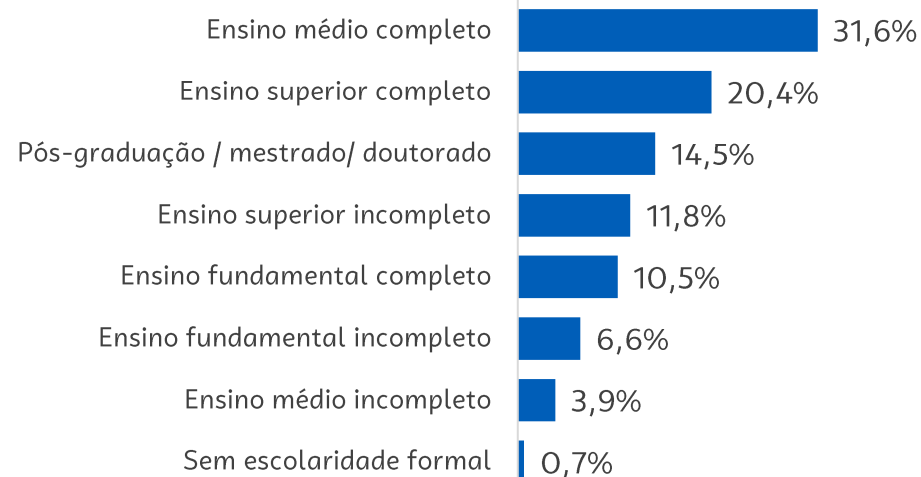
FAIXA ETÁRIA



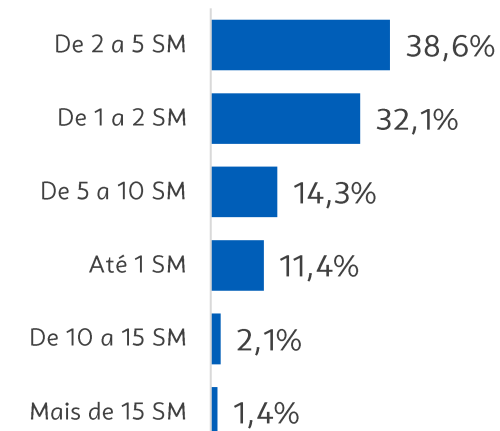
OCUPAÇÃO PRINCIPAL



ESCOLARIDADE



RENDA MENSAL FAMILIAR



PERFIL FINANCEIRO DAS FAMÍLIAS

Endividamento e comprometimento de renda.

Regional Sul



39,9%

Das famílias possuem dívidas em atraso



60,1%

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%

18,3%



De 11% a 50%

27,8%



De 51% a 80%

34,1%



Mais de 80%

19,8%

Fonte: Sebrae/PR e Fecomércio PR - 2026

O perfil financeiro das famílias da Regional Sul revela um cenário de atenção para o comércio na temporada do Dia das Crianças. Do total de famílias entrevistadas, 39,9% possuem dívidas em atraso, próximo à média estadual, 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 34,1% das famílias destinam de 51% a 80% da renda para esse fim, o maior percentual nessa faixa entre as regiões analisadas. Somando as faixas de 51% a 80% e mais de 80%, 53,9% das famílias comprometem mais da metade da renda mensal com dívidas e contas, o maior percentual entre as regiões analisadas, evidenciando um espaço bastante restrito para gastos além do essencial, como presentes. Apenas 18,3% das famílias possuem baixo comprometimento (até 10%).

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 Sul 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 Sul

- A intenção de presentear no Dia das Crianças na Regional Sul chega a 77,0% em 2026, o maior percentual entre todas as regiões do estado, avanço expressivo em relação aos 49,3% registrados em 2025.
- A parcela dos que não pretendem presentear recua para apenas 7,2% em 2026, a menor rejeição entre as regiões analisadas, ante 34,9% em 2025.
- A intenção de presentear é a maior entre todas as regiões analisadas, tanto entre as mulheres (80,0%) quanto entre os homens (73,6%), com baixas taxas de rejeição em ambos os públicos.
- Não ter criança para presentear é o principal motivo para não presentear (46,2%, ante 55,4% em 2025), mas a situação financeira ou desemprego quase dobra de participação (26,9%, ante 14,9%), o maior crescimento entre as regiões.
- A pesquisa de preços é adotada por 79,5% dos consumidores, reforçando comportamento racional e orientado ao custo-benefício.

- A internet é utilizada por 55,9% dos consumidores na pesquisa de preços, a menor participação entre as regiões, com a maior pesquisa presencial do estado (44,1%).
- A maior parte das compras ocorre com até 15 dias de antecedência (79,5%), sendo 49,6% até uma semana antes, indicando concentração da demanda no curto prazo.
- O planejamento de longo prazo é o menos relevante entre as regiões analisadas: apenas 1,7% dos consumidores compram com mais de um mês de antecedência.
- O ticket médio em 2026 recua 10,8% na Regional Sul, passando de R\$ 185,14 para R\$ 165,09.
- O comportamento por gênero é distinto: entre os homens, o ticket médio cai de R\$ 216,94 para R\$ 177,83 (-18,0%), enquanto entre as mulheres a queda é mais discreta, de R\$ 162,21 para R\$ 154,37 (-4,8%).

DESTAQUES

Regional Sul

- Os gastos se concentram em faixas de menor valor, com 26,7% dos consumidores dispostos a gastar até R\$ 100,00 e 25,9% entre R\$ 101,00 e R\$ 150,00.
- Brinquedos seguem como a principal escolha de presente (59,8%, ante 62,7% de 2025), seguidos por roupas e calçados, categoria com o maior crescimento entre todas as regiões e categorias (35,9%, ante 26,7%).
- A maioria dos consumidores pretende presentear mais de uma criança: 42,7% pretendem presentear 2 crianças, um dos maiores percentuais entre as regiões analisadas.
- Pais e mães são o principal elo de parentesco com a criança presenteada (47,9%), seguidos por tios/tias (29,9%) e padrinhos/madrinhas (23,9%), categoria com participação relevante nesta região.
- Em padrão único entre as regiões, as lojas do centro da cidade superam a internet como canal mais citado (45,8% ante 38,3%), impulsionadas pelo forte crescimento das lojas de bairro (2,8% para 18,7%).
- O comércio de rua (lojas do centro da cidade e de bairro) salta de 47,2% para 63,6%, o maior crescimento entre todas as regiões do estado, tornando-se o canal predominante na Regional Sul.
- O Pix consolida a liderança entre as formas de pagamento (27,2%, ante 23,0% em 2025), enquanto o cartão de crédito parcelado sofre a maior queda (22,8%, ante 33,8%).
- Os pagamentos à vista avançam de 41,9% para 63,2% das intenções, enquanto as compras parceladas recuam de 63,5% para 43,9%.
- A escolha do presente é guiada principalmente pela promoção (19,0%), seguida pela qualidade do produto (16,4%) e atendimento do vendedor (14,7%) empatado com preço baixo (14,7%).
- A escolha do presente é a mais concentrada no próprio comprador entre todas as regiões: 74,4% afirmam que decidirão sozinhos, enquanto apenas 4,3% deixarão a decisão inteiramente a cargo da criança, a menor participação infantil na escolha entre as regiões analisadas.

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

