

INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DOS PAIS CRESCE 4,2% E ATINGE O MAIOR VALOR DA SÉRIE HISTÓRICA

Itens de vestuário, perfumaria e calçados são os presentes mais procurados na data. Qualidade dos produtos e preços é diferencial na hora da compra.

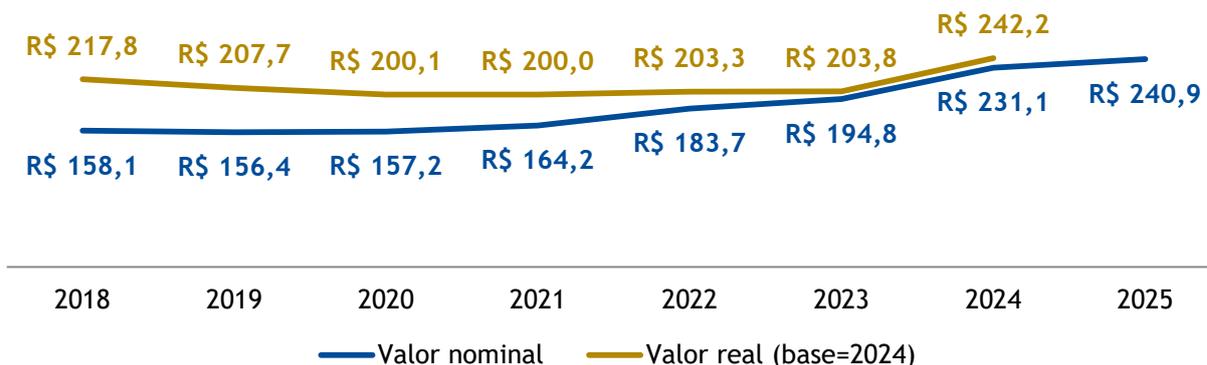
Os consumidores de Santa Catarina devem gastar, em média, R\$ 240 no Dia dos Pais deste ano - maior valor da série histórica, iniciada em 2018. O gasto previsto cresceu 4,2% em valores nominais em relação a 2024. Blumenau e Chapecó registraram as maiores intenções de gasto entre os municípios participantes da pesquisa. Itens como Vestuário se destacam, com 60,5% de intenção de compra, seguidos por Perfumes/Cosméticos (15,2%) e calçados (13%). As compras deverão ser feitas principalmente na semana da data.

O otimismo nas intenções de compra para o Dia dos Pais pode ser explicado pelo cenário favorável do mercado de trabalho em Santa Catarina. O estado registra a menor taxa de desemprego do país, com apenas 3% da população economicamente ativa desocupada. Além disso, o ritmo de contratações segue positivo: de janeiro a maio de 2025, mais de 73 mil profissionais foram admitidos com carteira assinada, refletindo a retomada e estabilidade no mercado formal. Outro fator que impulsiona o consumo é o aumento da renda média real do catarinense, que cresceu 12,5% no primeiro trimestre deste ano em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo aproximadamente R\$ 4 mil. Esse conjunto de indicadores reforça a confiança do consumidor e contribui para o crescimento da intenção de gasto neste período comemorativo.

Apesar da estabilidade da situação financeira, ainda há preocupação com os preços, uma vez que a maior parte dos entrevistados pretende fazer pesquisa de preços (81,3%), principalmente indo às lojas. As compras serão realizadas, em sua maioria, à vista, sendo o meio de pagamento predominante via PIX (26%) e cartão de débito (20,6%). O comércio de rua segue como o principal local de compra para o Dia dos Pais em Santa Catarina, embora tenha registrado queda em relação a 2024 – de 56,7% para 50,9%. Por outro lado, as lojas de shopping ganharam espaço, passando de 18,7% para 22,1%, refletindo uma possível busca por variedade, conforto ou segurança.

Boa parte dos filhos pretende levar o pai para almoçar ou jantar em algum restaurante. Para os empresários, é fundamental aproveitar esse cenário e investir em estratégias de exposição, tanto nas redes sociais quanto em vitrines, que são os principais meios de influência sobre os consumidores. Além disso, diferenciais como atendimento, preço e qualidade dos presentes desempenham um papel decisivo na hora da compra dos presentes.

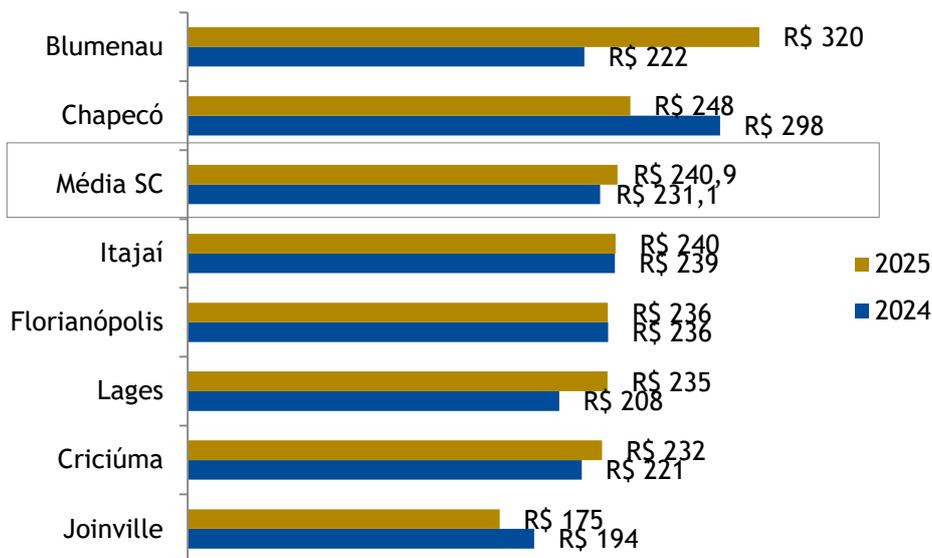
Intenção de gasto médio



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Blumenau se destacou com a maior alta percentual e também com o maior valor absoluto entre os municípios, passando de R\$ 222 para R\$ 320 (alta de 44,1%), bem acima da média estadual. Lages subiu de R\$ 208 para R\$ 235 (13,1%) e Criciúma de R\$ 221 para R\$ 232 (5,2%), ambas com variações positivas acima da média. Itajaí (R\$ 239 para R\$ 240; 0,1%) e Florianópolis (R\$ 236 em ambos os anos, com leve variação de -0,1%) ficaram praticamente estáveis e abaixo da média de variação de SC. Por outro lado, Joinville caiu de R\$ 194 para R\$ 175 (-10,0%) e Chapecó, que tinha o maior valor em 2024 (R\$ 298), recuou para R\$ 248 em 2025 (-16,8%), ficando ambas bem abaixo da média estadual.

Intenção de gasto nas cidades pesquisadas

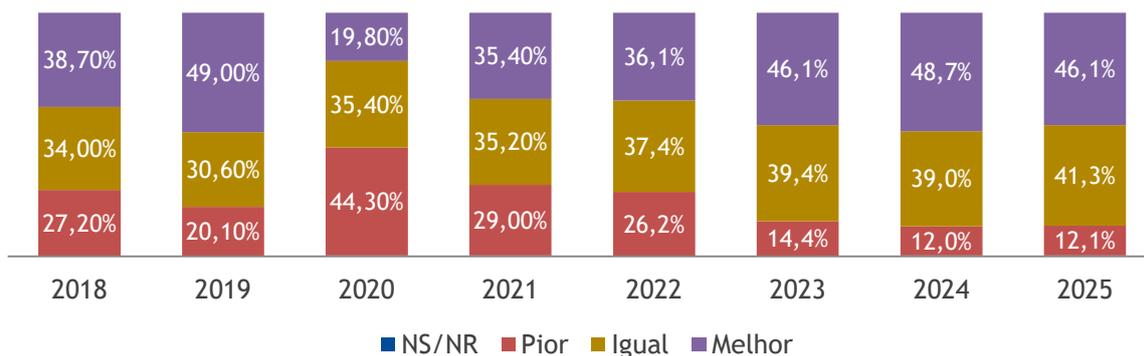


Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Situação financeira e data da compra

Entre 2024 e 2025, a percepção da situação financeira dos catarinenses manteve-se estável. Em 2025, 46,1% afirmaram estar em situação melhor que no ano anterior (mesmo percentual de 2024), enquanto 41,3% disseram estar igual (ante 39,0% em 2024) e 12,1% relataram piora (levemente acima dos 12,0% do ano anterior). A estabilidade sugere continuidade da recuperação observada desde 2023.

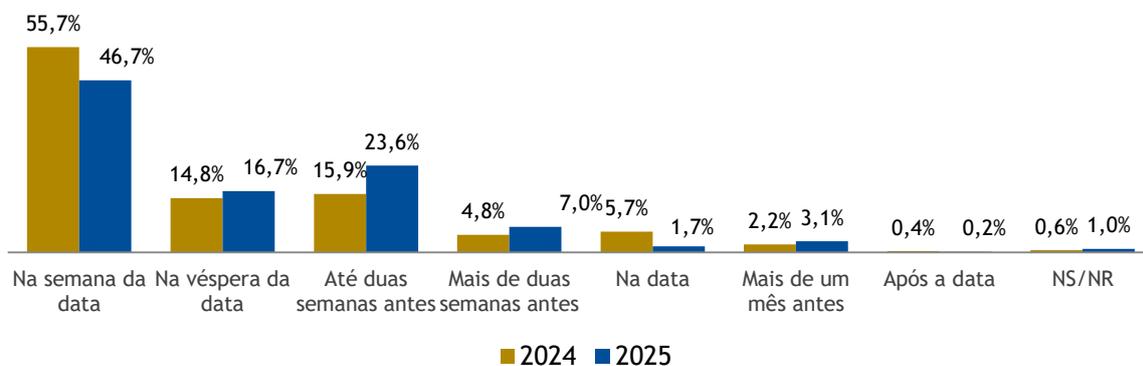
Situação financeira comparada ao mesmo período do ano anterior



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Os consumidores catarinenses demonstram uma tendência de antecipar as compras para o Dia dos Pais. A parcela que pretende adquirir os presentes até duas semanas antes da data subiu de 15,9% em 2024 para 23,6%, e aqueles que comprarão com mais de duas semanas de antecedência passaram de 4,8% para 7,0%. Em contrapartida, caiu de 55,7% para 46,7% o percentual dos que deixam para comprar na semana da comemoração. As compras na véspera também aumentaram levemente (de 14,8% para 16,7%), enquanto as realizadas no próprio dia caíram de 5,7% para apenas 1,7%. Esses dados indicam maior planejamento por parte dos consumidores em 2025.

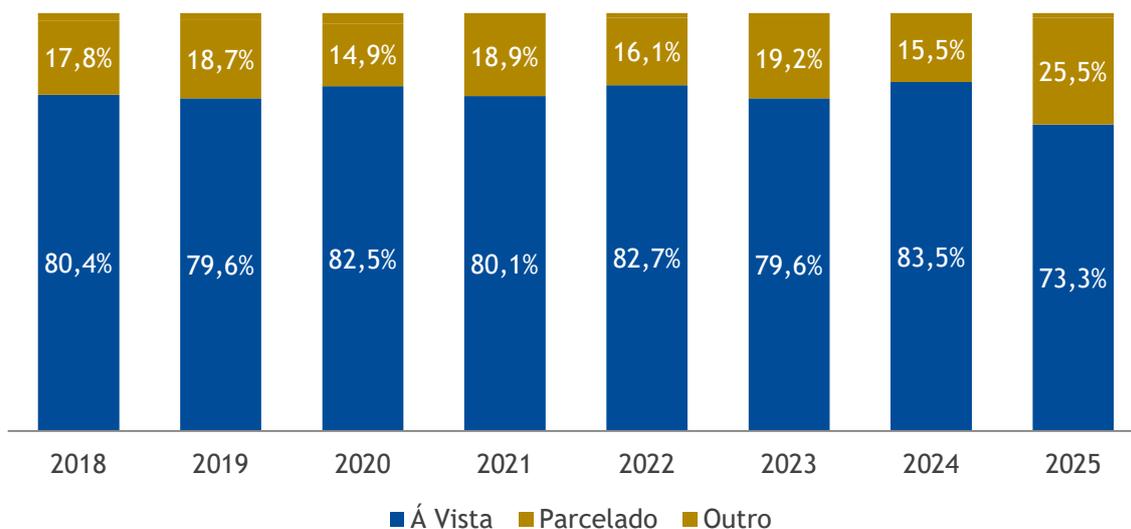
Quando pretende realizar a maior parte das compras



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

O pagamento à vista, embora ainda predominante, caiu de 83,5% em 2024 para 73,3%, o menor percentual da série histórica desde 2018. Em contrapartida, a opção por parcelamento cresceu expressivamente, passando de 15,5% para 25,5%, o maior nível registrado no período analisado. A categoria “outro” manteve-se estável, com 1,2%. Esse movimento sugere uma maior disposição ou necessidade dos consumidores de alongar os pagamentos, possivelmente refletindo estratégias para manter o consumo diante de outros compromissos financeiros ou maior acesso a crédito.

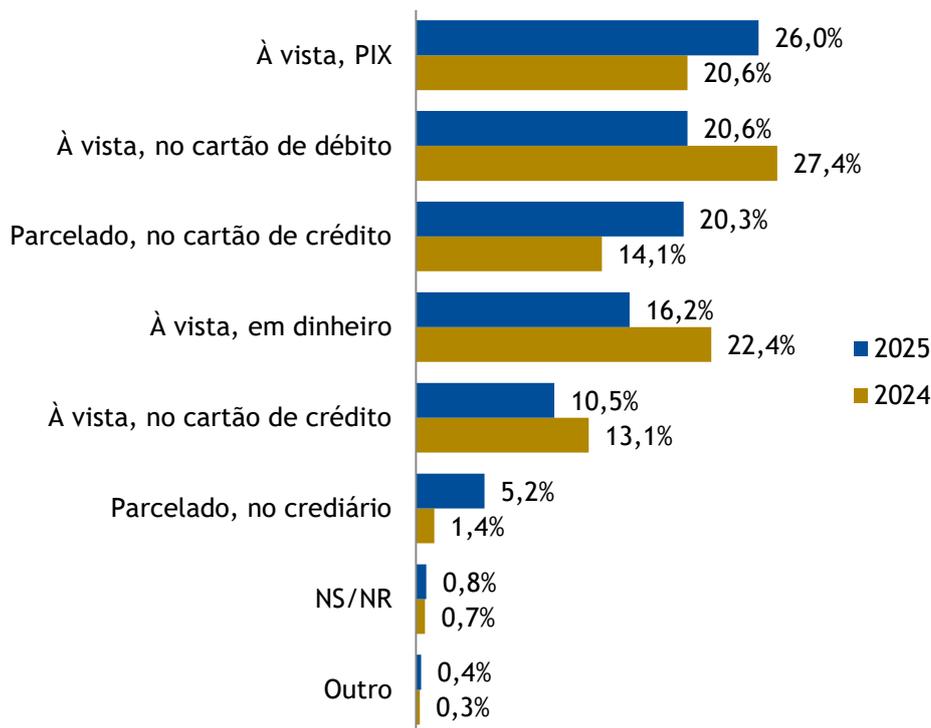
Forma de pagamento principal



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Em 2025, o PIX se consolidou como a principal modalidade de pagamento à vista para o Dia dos Pais em Santa Catarina, utilizado por 26,0% dos consumidores, acima dos 20,6% registrados em 2024. O pagamento à vista no cartão de débito caiu de 27,4% para 20,6%, assim como o pagamento em dinheiro, que recuou de 22,4% para 16,2%. Já o uso do cartão de crédito parcelado aumentou significativamente, passando de 14,1% para 20,3%, e o crediário também teve crescimento expressivo, de 1,4% para 5,2%. Essas mudanças indicam uma combinação entre maior digitalização das transações, com destaque para o PIX, e um crescimento do uso do crédito, refletindo maior acesso a meios eletrônicos e possíveis estratégias dos consumidores para equilibrar o orçamento.

Formas de pagamento por modalidade



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Para o empresário, é importante saber que tipo de ações do comércio o consumidor catarinense valoriza nesta data. Em 2025, os consumidores catarinenses destacaram ainda mais a importância de promoções (23,0%) e qualidade do produto (23,6%) como principais fatores de decisão de compra no comércio para o Dia dos Pais. Embora o preço continue sendo relevante (23,6%), seu peso caiu em relação a 2024 (27,9%), sinalizando que os consumidores estão valorizando mais o custo-benefício do que apenas o valor monetário. A experiência anterior com o estabelecimento cresceu de 3,2% para 7,1%, e itens como popularidade da loja ou produto (2,9%) e facilidade no pagamento (2,8%) também ganharam importância. Por outro lado, o atendimento teve leve queda (de 16,6% para 14,7%), enquanto fatores como personalização, presença online e segurança seguem com participação menor, embora em leve alta. Esses dados mostram um consumidor mais atento à experiência completa de compra, que combina preço justo, qualidade e confiança no estabelecimento.

Ações do comércio



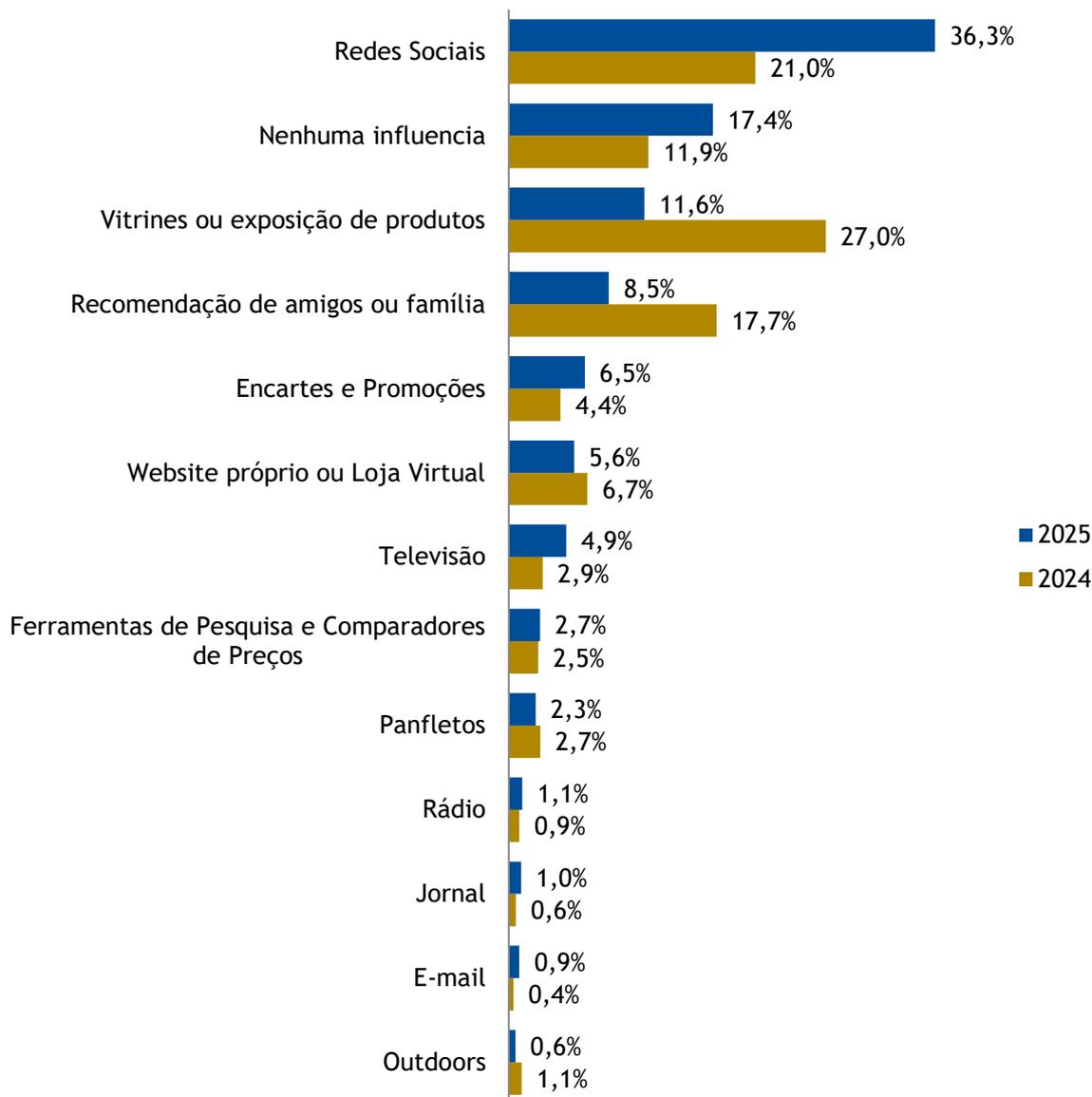
Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Meios de Divulgação que mais influenciam a escolha do estabelecimento

Em 2025, as redes sociais consolidaram-se como o principal meio de divulgação para o comércio no Dia dos Pais em Santa Catarina, citadas por 36,3% dos consumidores – um avanço expressivo em relação aos 21,0% registrados em 2024. Por outro lado, a influência das vitrines ou exposição de produtos caiu de 27,0% para 11,6%, e a recomendação de amigos ou familiares também perdeu força, recuando de 17,7% para 8,5%. O percentual de consumidores que afirmam não serem influenciados por nenhum meio aumentou significativamente, de 11,9% para 17,4%. Meios tradicionais, como televisão (de 2,9% para 4,9%), encartes e promoções (de 4,4% para 6,5%) e rádio (de 0,9% para 1,1%), registraram leve crescimento, enquanto canais como outdoors, panfletos e websites próprios tiveram pequenas quedas. Os dados apontam para uma

transformação no comportamento do consumidor, cada vez mais conectado ao ambiente digital e menos influenciado por mídias físicas ou indicações pessoais.

Meios de divulgação

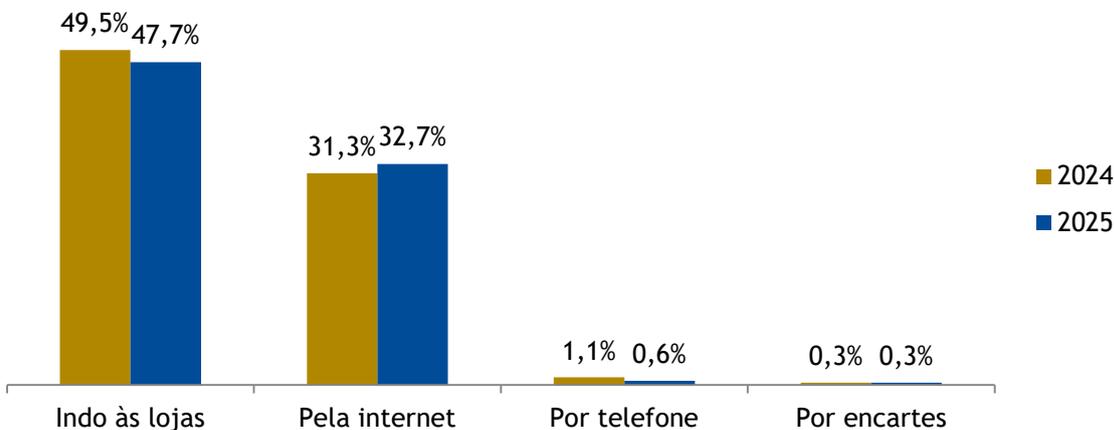


Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

A maioria dos consumidores catarinenses ainda prefere pesquisar preços presencialmente, com 47,7% afirmando que vão às lojas para comparar valores – uma leve queda em relação aos 49,5% de 2024. A pesquisa pela internet cresceu discretamente, de 31,3% para 32,7%, reforçando a tendência de digitalização do comportamento de compra. Já os meios menos utilizados, como telefone e encartes, mantiveram participação muito baixa, com 0,6% e 0,3%, respectivamente. Os dados

indicam uma divisão entre hábitos tradicionais e o uso crescente de ferramentas online para tomada de decisão.

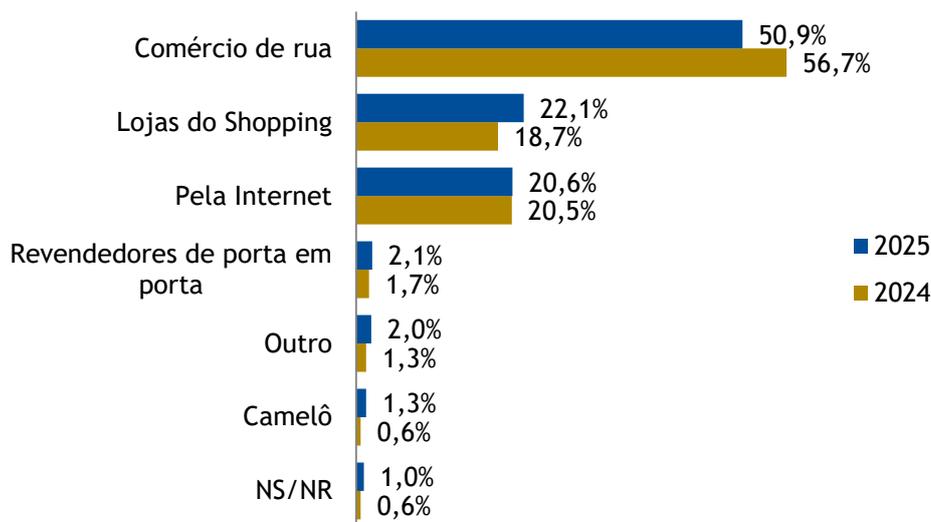
Tipo de pesquisa de preço



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Em 2025, o comércio de rua segue como o principal local de compra para o Dia dos Pais em Santa Catarina, embora tenha registrado queda em relação a 2024 – de 56,7% para 50,9%. Por outro lado, as lojas de shopping ganharam espaço, passando de 18,7% para 22,1%, refletindo uma possível busca por variedade, conforto ou segurança. As compras pela internet mantiveram-se estáveis, com 20,6%, indicando consolidação do canal online.

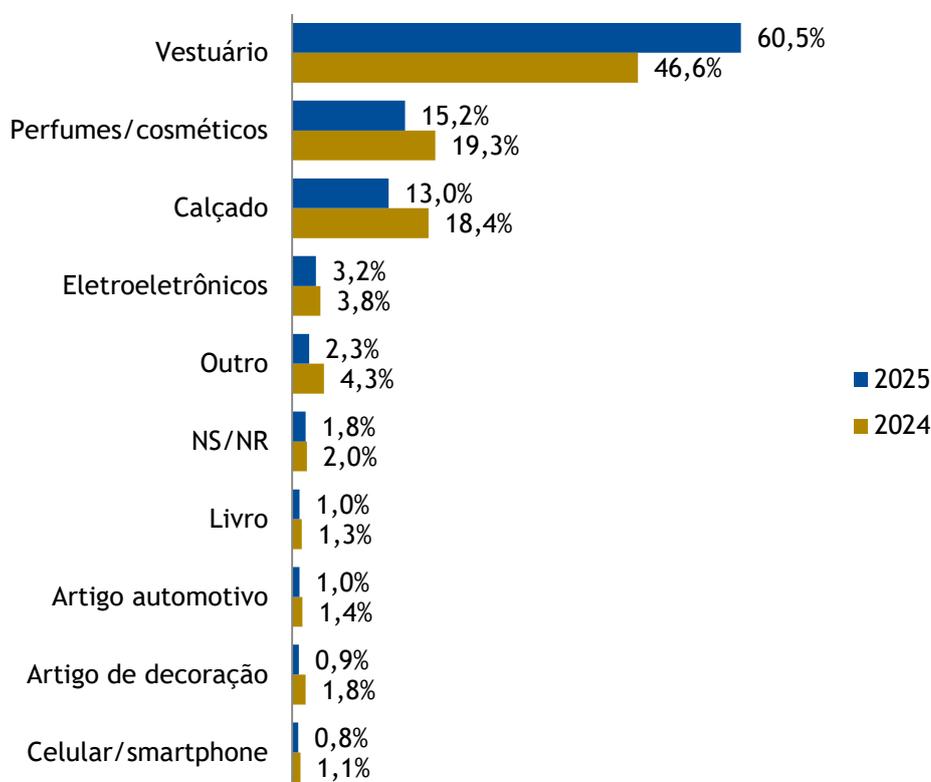
Local da compra



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Em 2025, o vestuário se destacou como o presente preferido dos consumidores catarinenses para o Dia dos Pais, com 60,5% das intenções de compra – um aumento expressivo em relação aos 46,6% de 2024. Em contrapartida, itens como perfumes e cosméticos (de 19,3% para 15,2%) e calçados (de 18,4% para 13,0%) tiveram queda na preferência. Presentes de menor expressão, como livros, artigos automotivos, decoração e eletroeletrônicos, mantiveram percentuais baixos e, em geral, apresentaram retração. O crescimento do vestuário como principal escolha pode indicar a busca por presentes mais práticos, acessíveis e de uso pessoal, alinhando-se ao perfil de consumo mais racional observado em outros indicadores.

Tipo de presente

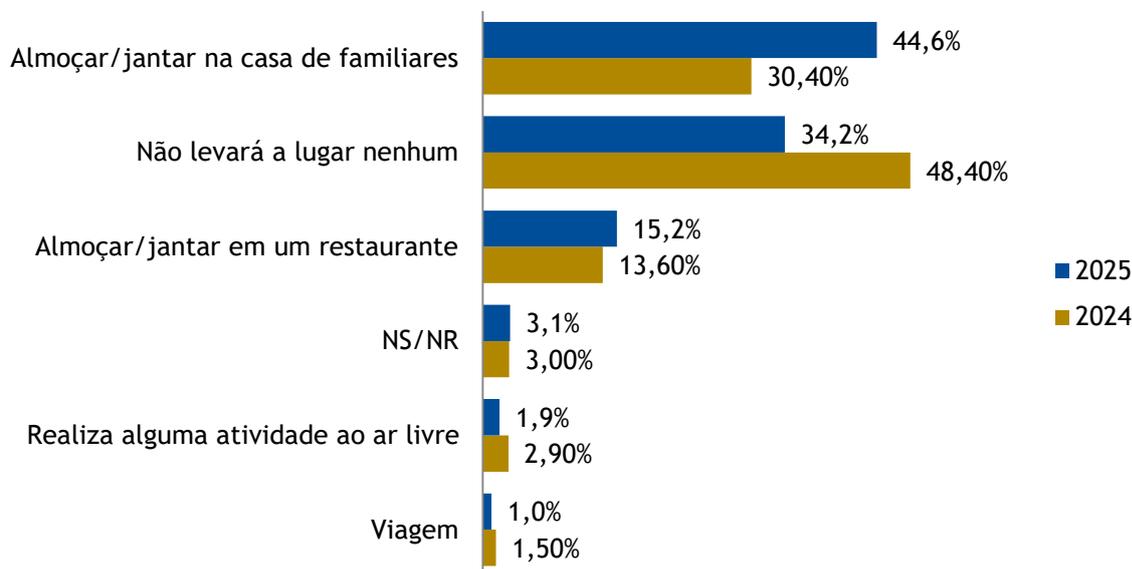


Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

A principal forma de comemoração do Dia dos Pais em Santa Catarina será o almoço ou jantar na casa de familiares, com 44,6% das intenções – um aumento significativo em relação aos 30,4% registrados em 2024. Também cresceu a preferência por refeições fora de casa, passando de 13,6% para 15,2%. Em contrapartida, a proporção dos que não pretendem levar os pais para nenhum lugar caiu de forma expressiva, de 48,4% para 34,2%, sugerindo uma valorização maior dos encontros presenciais e familiares. Atividades como viagens (1,0%) e programas ao ar livre (1,9%) seguem com baixa

adesão, indicando que, apesar do aumento nas celebrações, estas tendem a ser mais simples e intimistas.

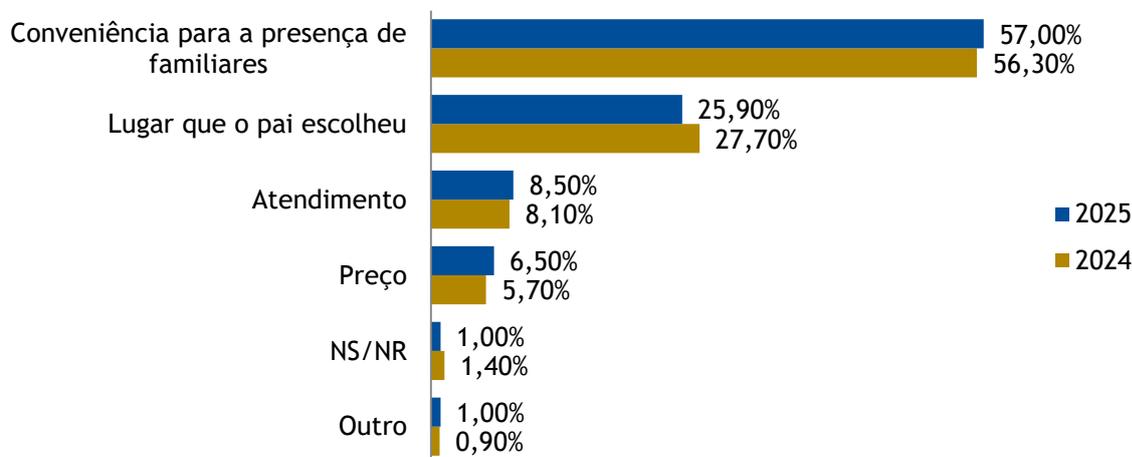
Passeio durante a data



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

A conveniência para reunir familiares continua sendo o principal critério na escolha do local para celebrar o Dia dos Pais, sendo mencionada por 57,0% dos entrevistados – levemente acima dos 56,3% registrados em 2024. A preferência do pai também permanece relevante (25,9%), embora tenha recuado em relação ao ano anterior (27,7%). Fatores como atendimento (8,5%) e preço (6,5%) aparecem em menor escala, indicando que, mais do que aspectos comerciais, a ênfase está na reunião familiar e no conforto emocional proporcionado pela ocasião.

Motivos da escolha do local



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

METODOLOGIA

O Dia dos Pais é mais uma data especial que traz estímulos para a movimentação econômica de praticamente todos os setores do comércio. Em razão disso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil do consumidor desta data, buscando melhor preparar o empresário do setor com informações relevantes para um melhor aproveitamento deste maior movimento.

A amostra foi de 2.100 pessoas entrevistadas, no período entre os dias 30 de junho e 14 de julho de 2025. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages. As pessoas entrevistadas têm as seguintes características:

- São, majoritariamente, do sexo feminino (59%)
- Têm entre 20 e 29 anos (32,7%);
- Possuem ensino médio completo (57,7%);
- São casados/em união estável (50,2%);
- Atuam com carteira assinada (56,7%);
- Renda familiar média 2 e 5 salários-mínimos nos últimos 12 meses.

A metodologia utilizada na pesquisa de avaliação é a quantitativa por amostragem, e a coleta dos dados ocorreu por telefone, baseada na metodologia Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisas da Fecomércio SC. O universo foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos, residentes em zonas urbanas. Para um índice de confiabilidade de 95% a margem de erro foi estimada em 3%. O questionário aplicado continha vinte questões. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.