

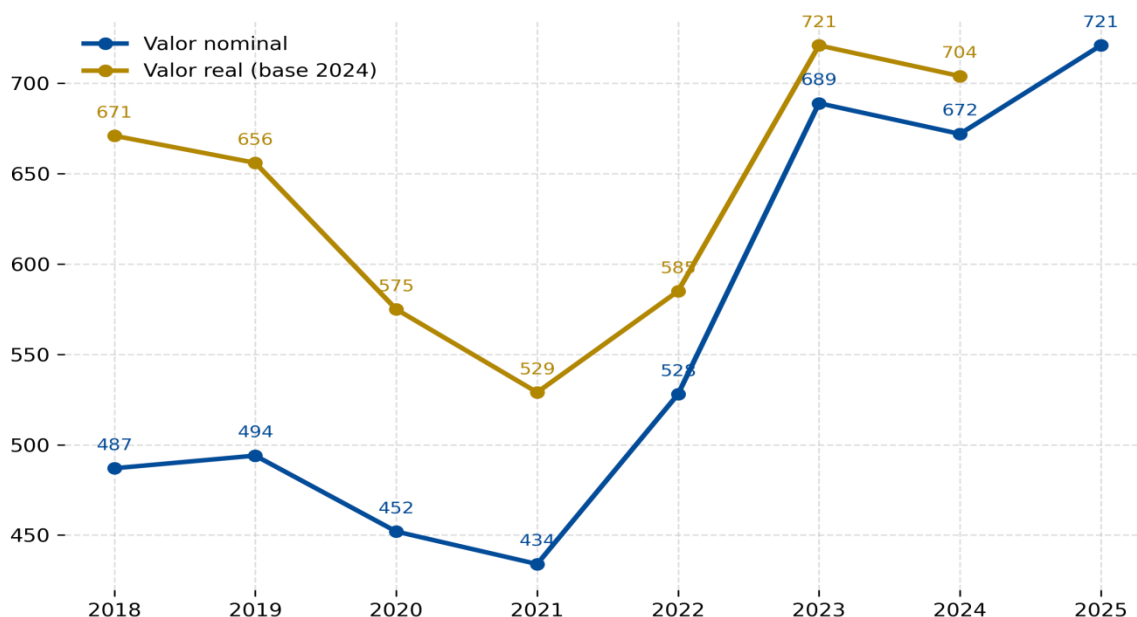
INTENÇÃO DE COMPRA PARA O NATAL CRESCE 7,3% E ATINGE MAIOR VALOR DA SÉRIE HISTÓRICA

Os consumidores catarinenses devem gastar mais no Natal deste ano. A intenção de gastos subiu 7,3% em termos nominais, alcançando R\$ 721 — o maior valor desde o início da série, em 2018. Mesmo após o ajuste pela inflação, a alta permanece positiva, em 2,3%. Esse movimento é sustentado por dois fatores importantes: o avanço de 7,4 pontos percentuais na percepção de melhora da situação financeira, agora citada por 56,4% dos entrevistados, e o aumento de 10% no rendimento real da população ocupada no terceiro trimestre em Santa Catarina.

Esse ambiente mais favorável aparece também no indicador de intenção de consumo, que cresceu 2,7% em novembro. A melhora foi puxada sobretudo pelos componentes ligados ao momento financeiro do consumidor: nível de consumo atual (alta de 5,1%), perspectiva profissional (2,9%), renda atual (2,8%) e perspectiva de consumo (3,0%). Fatores como emprego atual (1,2%), acesso ao crédito (1,9%) e momento para bens duráveis (2,0%) também contribuíram para consolidar um quadro de maior confiança.

Com mais renda disponível e maior confiança no orçamento, cresce também a disposição para comprar presentes — que devem chegar, em média, a 5 unidades por consumidor neste Natal.

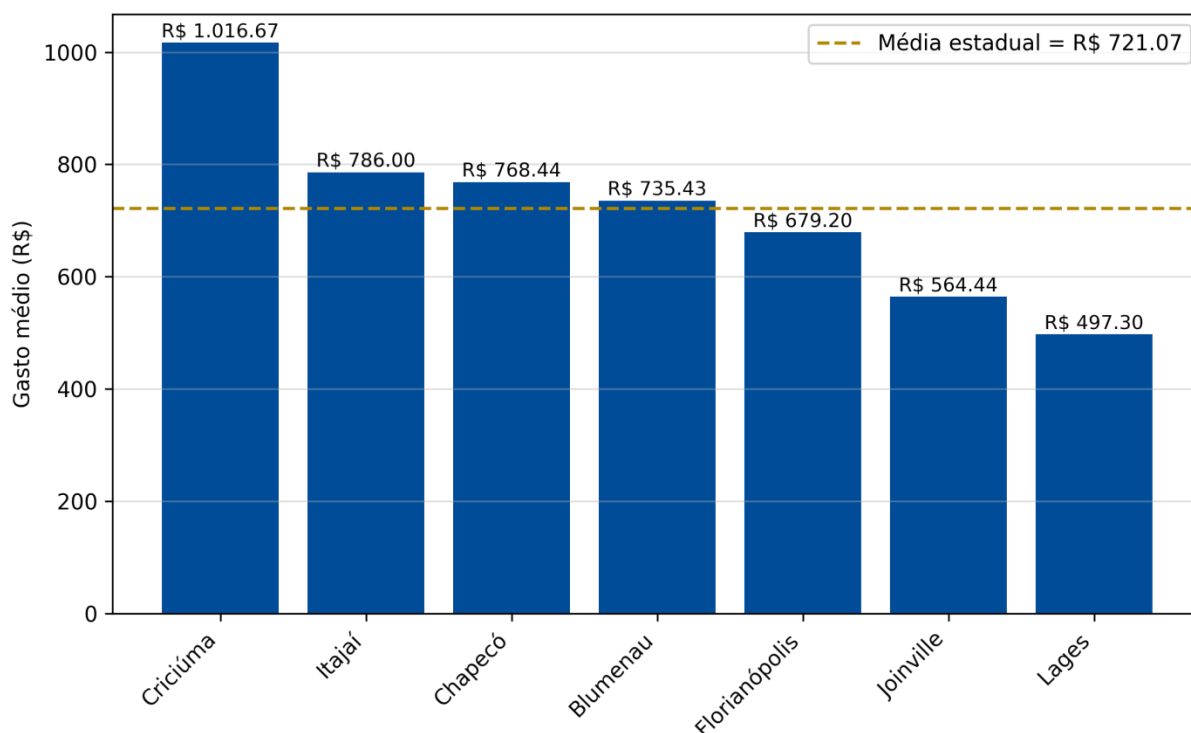
Intenção de gasto - valor nominal e real



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC. Nota: dados deflacionados pelo IPCA.

As intenções de gasto para o Natal variam entre as cidades catarinenses. Criciúma lidera com folga, registrando o maior valor médio: R\$ 1.016,67, muito acima da média estadual (R\$ 721,07). Na sequência aparece Itajaí, com R\$ 786,00, seguida de Chapecó (R\$ 768,44) e Blumenau (R\$ 735,43), todas acima do patamar estadual. Já Florianópolis fica ligeiramente abaixo da média, com R\$ 679,20, enquanto Joinville apresenta intenção de gasto bem mais moderada (R\$ 564,44). O menor valor é observado em Lages, onde os consumidores pretendem gastar, em média, R\$ 497,30.

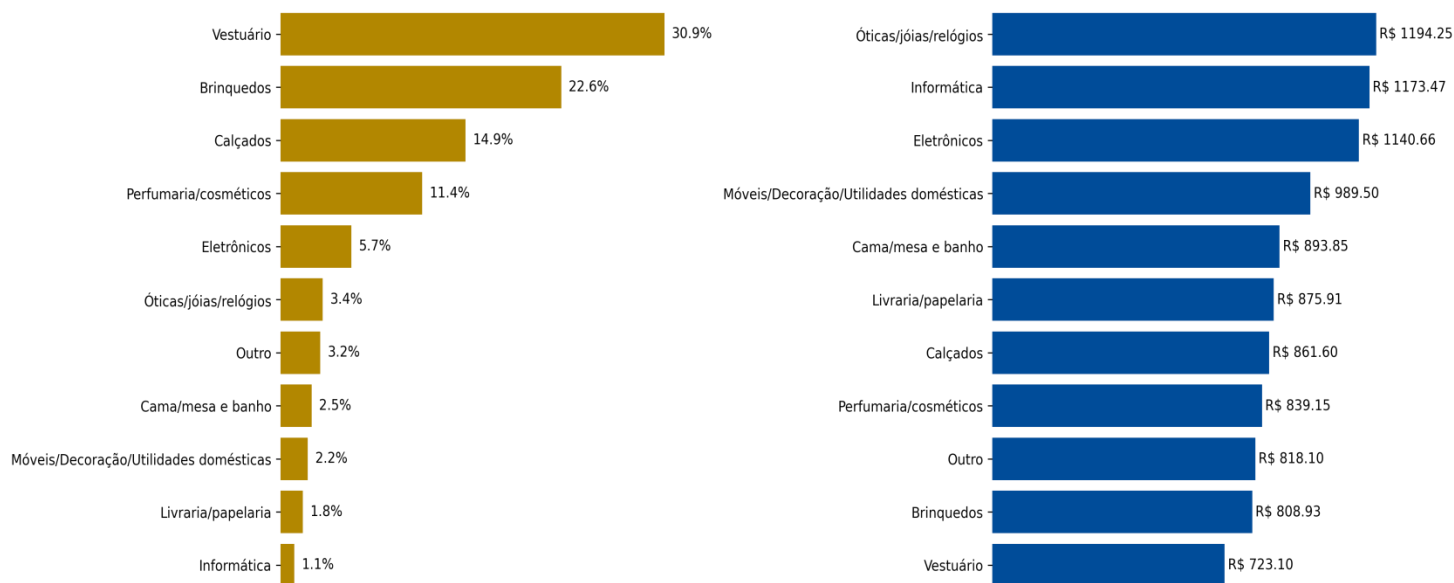
Intenção de gasto por cidade



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

De um lado, os presentes mais escolhidas continuam concentrados em itens tradicionais: vestuário lidera com 30,9%, seguido por brinquedos (22,6%) e calçados (14,9%). Esses grupos formam o núcleo dos presentes de fim de ano, mantendo um padrão estável ao longo do tempo. De outro lado, ao observar o gasto médio estimado por categoria, percebe-se uma dinâmica diferente: os itens de maior desembolso não são necessariamente os mais procurados. Óticas, joias e relógios registram o maior gasto médio (R\$ 1.194,25), seguidos de informática (R\$ 1.173,47) e eletrônicos (R\$ 1.140,66). Já as categorias mais populares – como vestuário e brinquedos – apresentam gastos mais moderados, entre R\$ 723 e R\$ 809.

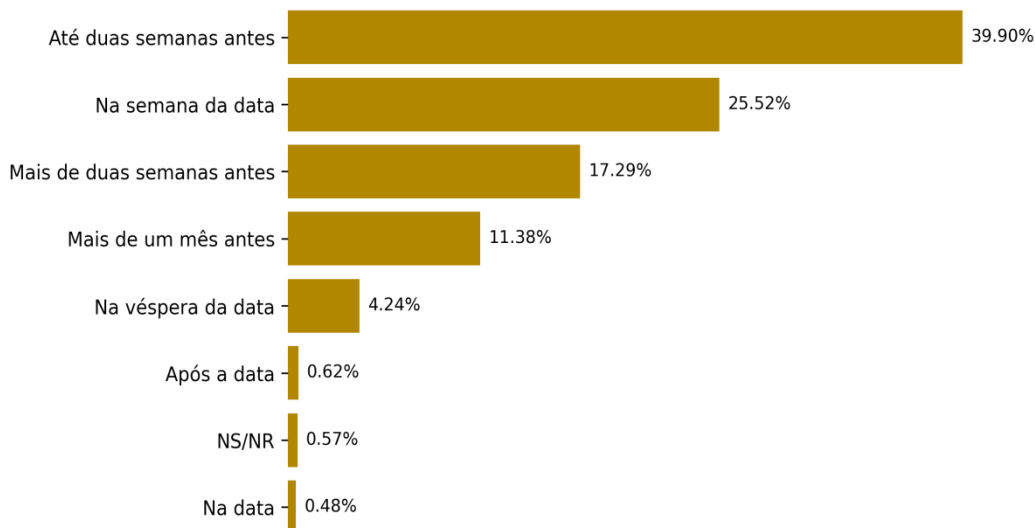
Presentes mais procurados e ranking do gasto médio



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

Os entrevistados também foram questionados sobre quando pretendem realizar suas compras. A maior parte dos consumidores catarinenses pretende antecipar as compras de Natal: 39,9% devem adquirir os presentes até duas semanas antes da data, enquanto 25,5% planejam comprar na semana do Natal. Outros 17,3% farão as compras com mais de duas semanas de antecedência e 11,4% mais de um mês antes. Apenas uma minoria deixa para a véspera (4,2%), para a própria data (0,48%) ou para depois (0,62%). Os que não souberam responder somam 0,57%.

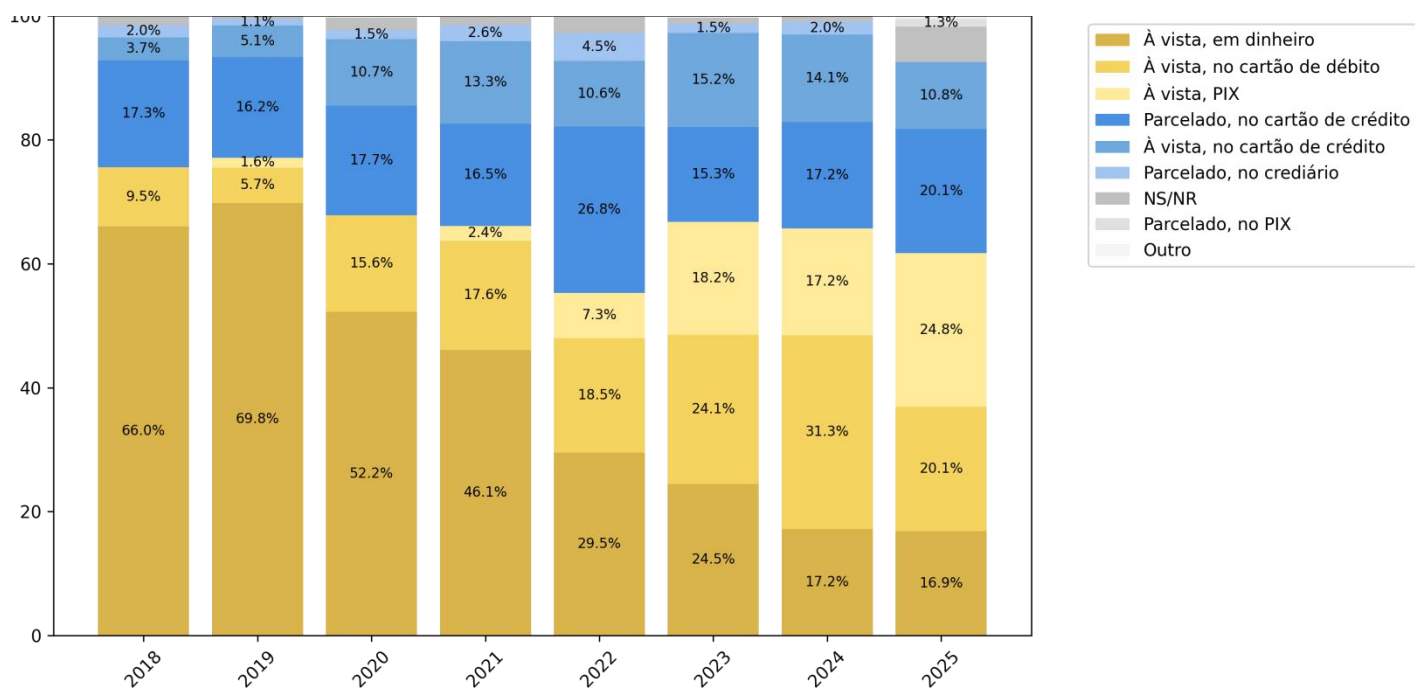
Quando pretende realizar a maior parte das compras



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

A forma mais utilizada de pagamento de presentes será via PIX, com 24,8%, seguida pelo pagamento à vista no cartão de débito e parcelado no cartão de crédito, ambos com 20,1%. O pagamento à vista em dinheiro caiu para apenas 16,9%, refletindo a redução do uso de dinheiro físico. Observa-se uma clara migração para meios eletrônicos ao longo dos últimos anos: o PIX, inexistente em 2018, cresce rapidamente, enquanto o cartão de débito e crédito à vista aumentam sua participação.

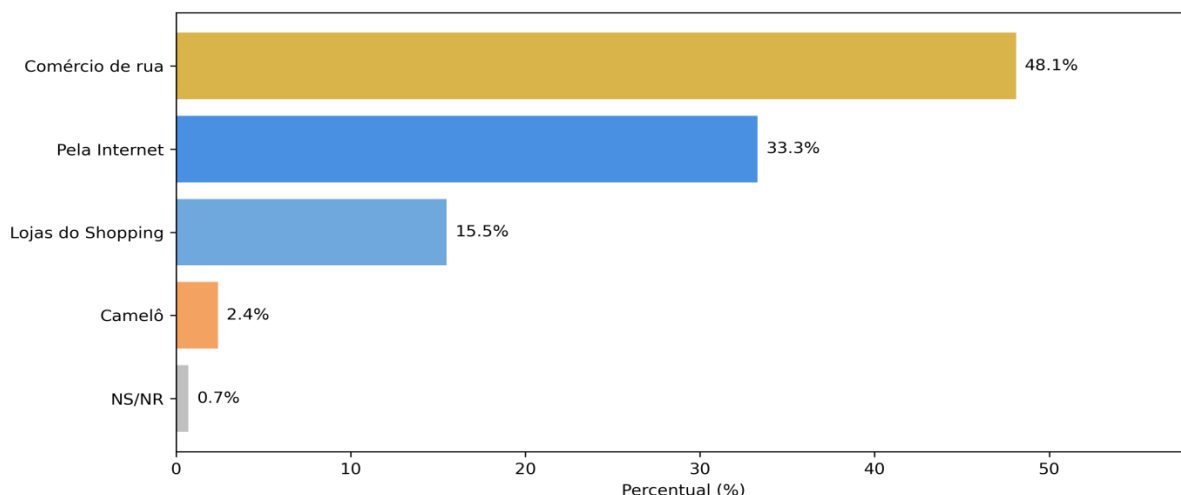
Modalidades de pagamento



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

A maioria das compras de presentes ainda ocorre no **comércio de rua**, com 48,1%, seguida pela **Internet**, que registra 33,3%, refletindo o crescimento das compras online. As **lojas de shopping** concentram 15,5% das compras, enquanto **camelôs** representam apenas 2,4%. A parcela de consumidores que não souberam ou não responderam (“NS/NR”) é mínima, com 0,7%.

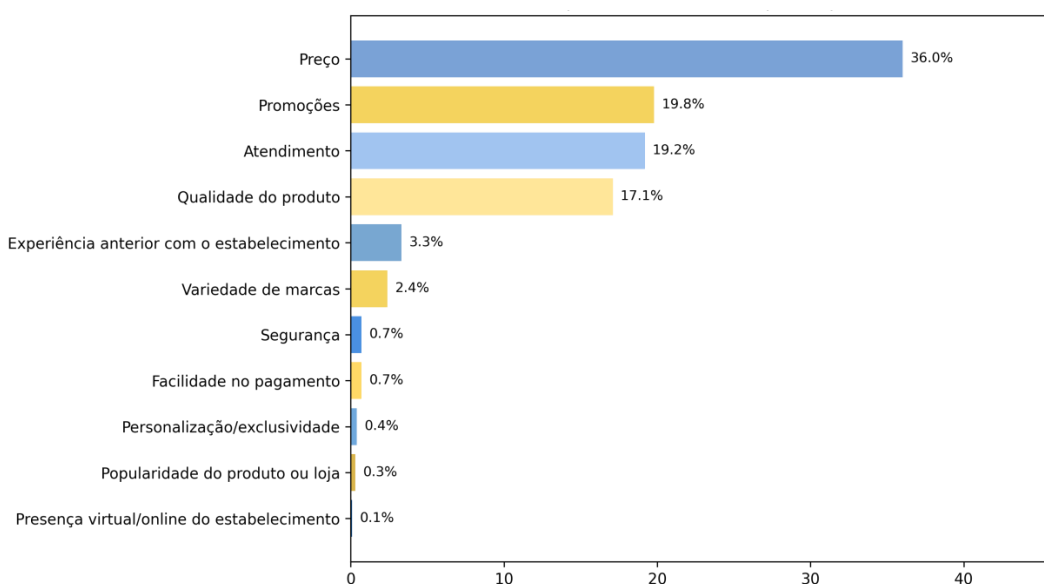
Local de compra



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

O preço continua sendo o fator mais relevante na escolha dos presentes, com 36% dos consumidores considerando-o determinante. Promoções (19,8%) e atendimento (19,2%) também exercem grande influência, seguidos pela qualidade do produto (17,1%). Outros fatores, como experiência anterior com o estabelecimento (3,3%), variedade de marcas (2,4%) e facilidade no pagamento (0,7%), têm menor peso. Aspectos como personalização, presença online, popularidade e segurança representam uma parcela muito pequena da decisão, indicando que os consumidores priorizam principalmente o valor e os incentivos promocionais.

Ação do comércio para escolha do estabelecimento



Fonte: Núcleo de Inteligência Estratégica Fecomércio SC.

METODOLOGIA

O Natal é o período de maior movimentação econômica no comércio em geral. Por isso, a Fecomércio SC realizou uma pesquisa para conhecer o perfil das pessoas que compram nesta data e, assim, orientar os empresários em suas estratégias para o fim do ano. O estudo também pretende revelar as principais tendências de consumo nas compras de Natal.

A amostra foi de 2.100 pessoas entrevistadas entre os dias 05 e 20 de novembro de 2025. Foram escolhidos sete municípios de Santa Catarina que melhor representam o Estado: Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Itajaí, Joinville e Lages.

A metodologia aplicada foi de pesquisa quantitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada 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 95,0% o erro amostral é de 3,0%. Foram aplicadas 19 perguntas, sendo 15 fechadas e 4 abertas. Os dados foram processados eletronicamente, e receberam tratamento estatístico.