

PESQUISA

DIA DOS PAIS 2026



PROCONSC
Proteção e Defesa do Consumidor

Pesquisa FCDL/SC realizada com Empresários de vários municípios do Estado de Santa Catarina para entender a sua visão referente às vendas do Dia dos Pais do ano de 2026.

As entrevistas foram realizada entre o dia 24/06/2026 e 14/07/2026 de forma on-line e os Empresários respondiam direto no sistema da pesquisa.

Quantidade de Entrevistas: 416 uni.

1 – Qual seu sexo?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	Feminino	246	59,13%
2	Masculino	165	39,67%
3	Não respondeu	05	1,20%
	Total		100%

2 – Qual sua Idade?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	18 anos	01	0,24%
2	19 a 24 anos	07	1,68%
3	25 a 34 anos	57	13,70%
4	35 a 44 anos	144	34,62%
5	45 a 54 anos	109	26,20%
6	55 a 64 anos	77	18,51%
7	65 a 74 anos	19	4,57%
8	Acima de 75 anos	02	0,48%
	Total	416	100%

3 – Qual o principal segmento da sua loja?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	Eletrônicos, eletrodomésticos e/ou tecnologia	36	8,65%
2	Livraria, artigos de lazer e/ou esportivos	09	2,16%
3	Perfumaria, cosméticos, e/ou cuidados pessoais	23	5,53%
4	Supermercado, alimentos, e/ou bebidas	140	33,65%
5	Vestuário, calçados, acessórios	27	6,49%
6	Materiais de construção	42	10,10%
7	Outro segmento varejista	139	33,41%
	Total	416	100%

4 – Qual é o seu principal canal de vendas?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	Canais digitais (e-commerce, whatsapp, Redes sociais);	81	19,47%
2	Loja física (rua, bairro, shopping)	335	80,53%
	Total		100%

5 - Qual sua expectativa de vendas no dia dos pais em relação ao ano passado?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	Estabilidade de 0 a 4% de aumento	198	47,60%
2	Aumento de 5% a 10%	114	27,40%
3	Aumento de mais de 10%	50	12,02%
4	Quedas nas vendas	54	12,98%
	Total		100%

6 - Qual o valor do ticket médio das vendas esperado?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	Até R\$ 100,00 reais	101	24,28%
2	De R\$ 101,00 até R\$ 200,00 reais	140	33,65%
3	De R\$ 201,00 até R\$ 300,00 reais	69	16,59%
4	Acima de R\$ 300,00 reais	106	25,48%
	Total		100%

7 - Qual o seu principal canal para divulgar sua promoção no dia dos pais?

	Alternativa	Quantidade	Porcentagem
1	Rádio e/ou televisão	16	3,85%
2	Mídias Digitais (Instagram, facebook, Tik Tok, outros)	307	73,80%
3	Panfletagem, jornal impresso	01	0,24%
4	Não irei realizar promoção	57	13,70%
5	Utilizo todos os meios citados nas alternativas anteriores	35	8,41%
	Total	416	100%

Alguns resultados individualizados:

Fazendo um filtro apenas com a empresária Feminina:

Femenino	100,00%	246
Eletrônicos, eletrodomésticos e/ou tecnologia	6,91%	17
Livraria, artigos de lazer e/ou esportivos	1,63%	4
Materiais de construção	5,28%	13
Outro segmento varejista	31,30%	77
Perfumaria, cosméticos, e/ou cuidados pessoais	8,13%	20
Supermercado, alimentos, e/ou bebidas	8,54%	21
Vestuário, calçados, acessórios	38,21%	94
Total Geral	100,00%	246

A maioria respondeu que possuem lojas/empresas no segmento de Vestuário, calçados e acessórios com 38,21%, e outros segmento varejista com 31,30%.

Femenino	100,00%	246
Canais digitais (e-commerce, WhatsApp, Redes sociais)	20,33%	50
Loja física (Rua, Bairro, Shopping)	79,67%	196
Total Geral	100,00%	246

A maioria das mulheres possuem lojas físicas, com quase 80% das entrevistadas.

Femenino	100,00%	246
Aumento de 5% a 10%	29,67%	73
Aumento de mais de 10%	10,16%	25
Estabilidade de 0 a 4% de aumento	47,15%	116
Quedas nas vendas	13,01%	32
Total Geral	100,00%	246

A expectativa de vendas das entrevistadas femininas está com certo desânimo com o aumento das vendas, somando estabilidade e queda 60,16% de todas as 246 resposta das respostas.

A faixa etária mais otimista respondeu que esperam aumento de 5% a mais de 10% é as mulheres entre 19 e 24 anos, que foram apenas 7 que responderam.

A faixa etária que mais respondeu que a expectativa de vendas será estabilidade ou queda foi de 45 a 54 anos com 66,98%, ou seja foram 109 respostas.

Uma visão Geral dos Entrevistados:

Predomínio feminino: Mulheres representam 59,13% dos entrevistados.

Faixa etária madura: 60,82% dos empresários têm entre 35 e 54 anos.

Força do varejo tradicional: 80,53% utilizam a loja física como principal canal de vendas.

Segmentação pulverizada: Supermercados/alimentos lideram no geral (33,65%). Entre as mulheres, o setor de Vestuário/Calçados é o mais forte (38,21%).

Expectativa de Vendas e Faturamento:

Postura conservadora: 47,60% dos lojistas esperam estabilidade (0% a 4% de aumento).

Otimismo moderado: Apenas 12,02% acreditam em um crescimento acima de 10%.

Ticket médio concentrado: 57,93% dos empresários esperam que o cliente gaste até R\$200,00 por presente.

Gasto elevado: Uma parcela expressiva de 25,48% aposta em um ticket alto, acima de R\$300,00.

Estratégia de Marketing e Divulgação

Domínio absoluto do digital: 73,80% focam exclusivamente em mídias digitais (Instagram, Facebook, WhatsApp).

Mídias tradicionais obsoletas: Rádio, TV e panfletagem somados não chegam a 5% da preferência isolada.

Inércia comercial: 13,70% dos empresários declararam que não farão nenhuma promoção para a data.

Recorte de Gênero e Idade (Insights Cruzados)

Cautela feminina: 60,16% das empresárias mulheres projetam estabilidade ou queda nas vendas.

Idade vs. Otimismo: As jovens empresárias (19 a 24 anos) são as mais otimistas. O grupo de 45 a 54 anos concentra o maior índice de desânimo (66,98% esperando estabilidade ou queda).

Diagnóstico de Mercado: Dia dos Pais 2026

Amostra: 416 empresários do varejo de Santa Catarina entrevistados via sistema online entre junho e julho de 2026.

Perfil Líder: Mulheres empresárias (59,13%), com idade entre 35 e 44 anos (34,62%), operando em lojas físicas (80,53%).

Segmento Geral: Forte peso do setor de supermercados, alimentos e bebidas (33,65%) e outros varejos (33,41%). No recorte feminino, o destaque isolado é Vestuário e Calçados (38,21%).

Principais Indicadores e Desafios Comerciais

Cautela Comercial: 60,58% dos lojistas projetam estabilidade ou queda nas vendas em relação ao ano anterior. Apenas 12,02% demonstram forte otimismo (crescimento acima de 10%).

Pessimismo por Idade: O desânimo é puxado pelo grupo de empresárias entre 45 e 54 anos, onde 66,98% preveem estagnação ou retração. As jovens (19 a 24 anos) são as mais otimistas.

Potencial de Compra: O consumo deve se concentrar em presentes intermediários (57,93% esperam ticket médio de até R\$ 200,00). Contudo, há um nicho de alta renda relevante (25,48% preveem gastos acima de R\$ 300,00).

Marketing e Canais de Atração

Migração Digital Definitiva: 73,80% dos entrevistados elegem o ecossistema digital (Instagram, Facebook e WhatsApp) como foco total de divulgação.

Zona de Risco: Preocupa o índice de 13,70% de empresários que não planejam realizar nenhuma ação promocional para a data.

