

Maio • 2026



Torcida, Consumo e Experiência: como os pequenos negócios de Santa Catarina podem aproveitar a Copa do Mundo 2026

Introdução

A Copa do Mundo de 2026 será realizada entre 11 de junho e 19 de julho, em Estados Unidos, Canadá e México. Os jogos da primeira fase do Brasil ocorrerão nos dias 13, 19 e 24 de junho. Mas no que isso impacta os pequenos negócios catarinenses?

Esse calendário é importante para Santa Catarina, porque os jogos do Brasil tendem a produzir picos concentrados de consumo, especialmente em alimentação fora do lar, bebidas, supermercados, delivery, artigos temáticos, roupas e acessórios, além de serviços de comunicação e marketing.

Em 2022, 66% dos brasileiros compraram ou planejaram comprar algo relacionado à Copa, enquanto 91% acompanharam jogos da seleção ao vivo, reforçando o peso do evento como fenômeno de consumo, atenção e engajamento.

Levantamos as principais oportunidades geradas pela Copa do Mundo de 2026 para os pequenos negócios de Santa Catarina, identificando os setores com maior potencial de impacto, os padrões de consumo associados aos jogos e as estratégias que podem apoiar empreendedores na ampliação de vendas, relacionamento com clientes e fortalecimento da presença digital.

Esse Relatório de Inteligência está estruturado nos seguintes tópicos:



A Copa como evento de consumo, emoção e socialização



O que a experiência anterior mostra para Santa Catarina



Quem tende a ganhar mais com a Copa?



Oportunidades por momento: antes, durante e depois dos jogos



Oportunidade exige gestão: vender mais não significa lucrar mais



Expectativa de movimentação em Santa Catarina



Estratégias práticas por tipo de negócio



Um olhar para Santa Catarina



A Copa como evento de consumo, emoção e socialização

De que forma a Copa do Mundo de 2026 tende a alterar temporariamente os padrões de consumo em Santa Catarina e quais segmentos de pequenos negócios apresentam maior potencial de capturar essas oportunidades?

A Copa do Mundo de 2026 deve provocar mudanças temporárias nos padrões de consumo em Santa Catarina, especialmente nos segmentos ligados ao entretenimento, alimentação e convivência social. Em eventos como esse, o consumo começa antes mesmo do apito inicial, com a preparação para assistir aos jogos, encontros entre amigos e familiares e maior procura por produtos e serviços ligados à experiência de torcer.

O torneio, que será realizado entre junho e julho de 2026, tende a ampliar a circulação de pessoas e a intenção de consumo, principalmente nos dias de jogos da seleção brasileira. A expectativa é de aumento na demanda por bebidas, carnes, itens para churrasco, decoração temática, roupas nas cores do Brasil, televisores, além de reservas em bares e restaurantes.

Nesse contexto, os pequenos negócios podem encontrar oportunidades relevantes de faturamento, principalmente aqueles que conseguem adaptar sua oferta ao comportamento do consumidor durante o período da Copa. Entre os segmentos com maior potencial de aproveitamento estão alimentação fora do lar, bares, restaurantes, supermercados, mercearias, açougues, bebidas, moda temática, artigos esportivos, eventos, turismo, marketing e serviços digitais.

Além do aumento temporário das vendas, a Copa também tende a estimular o consumo em grupo e fortalecer negócios ligados à experiência coletiva de assistir aos jogos. Ao mesmo tempo, o período exige planejamento operacional e financeiro, já que o aumento da demanda pode pressionar estoque, atendimento, mão de obra e fluxo de caixa.

Mais do que um evento esportivo, a Copa funciona como um período de ativação econômica concentrada, beneficiando principalmente os negócios que conseguirem se conectar ao momento de consumo e se preparar com antecedência.

- **Antecipação de compras:** antes dos jogos, há procura por camisetas, acessórios, decoração, bebidas, carnes, itens para churrasco, roupas nas cores do Brasil.
- **Consumo em grupo nos dias de jogo:** o futebol é um evento social. Parte relevante do consumo está associada ao encontro entre amigos e familiares.
- **Redistribuição entre setores:** a Copa tende a beneficiar categorias ligadas ao evento, como alimentos, bebidas, televisores e vestuário esportivo.
- **Necessidade de planejamento operacional e financeiro:** o aumento de demanda pode pressionar estoque, mão de obra, atendimento e fluxo de caixa.

Fonte:

SEBRAE/SC. Onde o brasileiro assiste a jogos de futebol. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/pesquisa-em-redes-sociais/onde-o-brasileiro-assiste-a-jogos-de-futebol>. SEBRAE/RS. Prepare o seu negócio para a Copa do Mundo 2026. 2026. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/estrategia/prepare-o-seu-negocio-para-a-copa-do-mundo-2026/>.

NEOFEEED. BTG Pactual avalia quem sai ganhando quando o Brasil entrar em campo na Copa do Mundo. 2026. Disponível em: <https://neofeed.com.br/negocios/btg-pactual-avalia-quem-sai-ganhando-quando-o-brasil-entrar-em-campo/>.



Quem tende a ganhar mais com a Copa?

Alimentação fora do lar, bares e restaurantes

Esse é provavelmente o setor mais forte. A Abrasel destaca que os jogos do Brasil em 2026 devem ocorrer em datas e horários favoráveis para bares e restaurantes, incentivando ações temáticas, promoções e experiências diferenciadas. A entidade também aponta que feriados e datas especiais de 2026 ampliam oportunidades para o setor de alimentação fora do lar.

Quem tende a ganhar	Estratégia recomendada
Bares e pubs	transmissão dos jogos, reservas, combos, telões, promoções por grupo
Restaurantes	menus temáticos, almoço/jantar de jogo, reservas antecipadas
Lanchonetes	combos rápidos, delivery, retirada programada
Cervejarias artesanais	kits de jogo, harmonizações, eventos próprios
Padarias e confeitarias	salgados, doces temáticos, encomendas para empresas e famílias

Supermercados, mercearias, açougues e bebidas

O consumo doméstico também deve ser relevante, especialmente para quem assiste aos jogos em casa, com amigos ou familiares. Quando as pessoas assistem aos jogos acompanhadas, aparecem com força churrasco e cerveja como elementos de socialização.

Quem tende a ganhar	Estratégia recomendada
Mercados de bairro	kits churrasco, kits petiscos, combos de bebidas
Açougues	cortes para churrasco, encomendas por WhatsApp
Conveniências	bebidas geladas, gelo, snacks e reposição rápida
Distribuidoras	venda para grupos, bares e eventos locais
Hortifrútiis	acompanhamentos, saladas, frutas e itens para confraternização

Moda, acessórios e artigos esportivos

A Copa tende a favorecer produtos associados a pertencimento, torcida, cores nacionais, camisas, bonés, bandeiras, itens personalizados e acessórios. Moda e acessórios são segmentos com potencial, especialmente quando combinam identidade regional e elementos temáticos da Copa.

A oportunidade para pequenos negócios de moda em SC não está necessariamente em “vender mais moda em geral”, mas em criar linhas especiais, itens temáticos, produtos personalizados, vitrines de oportunidade e campanhas conectadas ao calendário dos jogos.

Fonte:

ABRASEL. Datas especiais movimentam setor de alimentação fora do lar em 2026. 2026. Disponível em: <https://sou.abrasel.com.br/noticias/noticias/datas-especiais-movimentam-setor-de-alimentacao-fora-do-lar-em-2026/>.

SEBRAE/SC. Onde o brasileiro assiste a jogos de futebol. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/pesquisa-em-redes-sociais/onde-o-brasileiro-assiste-a-jogos-de-futebol/>.

SEBRAE/RS. Prepare o seu negócio para a Copa do Mundo 2026. 2026. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/estrategia/prepare-o-seu-negocio-para-a-copa-do-mundo-2026/>.

NEOFEEED. BTG Pactual avalia quem sai ganhando quando o Brasil entrar em campo na Copa do Mundo. 2026. Disponível em: <https://neofeed.com.br/negocios/btg-pactual-avalia-quem-sai-ganhando-quando-o-brasil-entrar-em-campo/>.



Quem tende a ganhar mais com a Copa?

Quem tende a ganhar	Estratégia recomendada
Criar coleção temática	Peças nas cores do Brasil
Montar vitrine da torcida	Looks completos e acessórios
Fazer conteúdo visual	Fotos, vídeos e provedores nas redes
Oferecer personalização	Nomes, frases, números e kits
Trabalhar senso de urgência	“Edição limitada para os jogos do Brasil”

Turismo, eventos e experiências locais

Mesmo a Copa acontecendo fora do Brasil, ela pode estimular encontros, deslocamentos internos, eventos em bares, festas privadas, programações de bairros, clubes, associações e espaços gastronômicos.

Quem tende a ganhar	Estratégia recomendada
Agências receptivas	pacotes locais em dias de jogo para turistas no estado
Hotéis e pousadas	programação temática para hóspedes
Espaços de eventos	reservas para grupos e empresas
Guias locais	experiências combinadas com gastronomia e transmissão
Negócios em cidades turísticas	ações em Balneário Camboriú, Florianópolis, Serra, Vale Europeu e litoral

Serviços criativos, marketing e digital

A Copa também movimenta pequenos negócios prestadores de serviço: designers, social media, fotógrafos, produtores de vídeo, influenciadores locais, gráficas rápidas, agências, freelancers e empresas de tecnologia. Isso inclui serviços digitais e criativos entre os segmentos que podem se beneficiar, com campanhas personalizadas, vídeos curtos e experiências online.

Quem tende a ganhar	Estratégia recomendada
Social media	calendário de posts da Copa
Design	peças para cardápio, vitrine, stories e banners
Gráficas	cardápios, adesivos, decoração, brindes
Fotografia e vídeo	cobertura de eventos e ativações
Tecnologia	cardápios digitais, reservas, automação via WhatsApp

Fonte:

SEBRAE/RJ. Futebol internacional masculino: transforme o clima de torcida em oportunidade de vendas. 2026. Disponível em: <https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Futebol-internacional-masculino-transforme-o-clima-de-torcida-em-oportunidade-de-vendas>.

SEBRAE/PR. Copa do Mundo 2026: estratégias para lucrar com o maior espetáculo da Terra. 2026. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/impulsiona/copa-do-mundo-2026-estrategias-para-lucrar-com-o-maior-espetaculo-da-terra/>.

SEBRAE/RS. Prepare o seu negócio para a Copa do Mundo 2026. 2026. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/estrategia/prepare-o-seu-negocio-para-a-copa-do-mundo-2026/>.

ABRASEL. Datas especiais movimentam setor de alimentação fora do lar em 2026. 2026. Disponível em: <https://sou.abrasel.com.br/noticias/noticias/datas-especiais-movimentam-setor-de-alimentacao-fora-do-lar-em-2026/>.



Oportunidades por momento: antes, durante e depois dos jogos

Em uma Copa, o consumidor não compra apenas produtos. Ele compra uma ocasião: reunir amigos, vestir a torcida, assistir em grupo, pedir delivery, decorar o ambiente e compartilhar a experiência nas redes.

Antes do jogo

Compra de carnes, bebidas, snacks, acessórios, roupas, decoração e reservas.

Durante o jogo

Conveniência, atendimento rápido, ambiente preparado, entrega pontual e experiência coletiva.

Depois do jogo

Comemoração, recompra, indicação, cadastro em WhatsApp e cupom para o próximo jogo.

Quatro movimentos que o pequeno negócio precisa observar

- **Antecipação de compras:** o cliente se organiza antes da partida.
- **Consumo em grupo:** futebol é convivência, encontro e experiência.
- **Redistribuição entre setores:** ganham mais os negócios conectados à ocasião.
- **Pressão operacional:** estoque, equipe, caixa e atendimento precisam estar preparados.

Calendário da seleção e picos de consumo

13 de junho | sábado | 19h

Brasil x Marrocos: alto potencial para bares, restaurantes, churrasco, delivery e reuniões familiares.

19 de junho | sexta | 21h30

Brasil x Haiti: horário favorável para bares, pubs, restaurantes, conveniências e eventos noturnos.

24 de junho | quarta | 19h

Escócia x Brasil: demanda no fim do expediente: reservas, retirada programada, kits rápidos e happy hour temático.

A venda da Copa começa antes do jogo. Quem divulga cedo, organiza pedidos, prepara estoque e simplifica a oferta tem mais chance de capturar a compra planejada e a compra por impulso.

Fonte:

FIFA. FIFA World Cup 2026: match schedule, fixtures and stadiums. 2026. Disponível em: <https://www.fifa.com/en/tournaments/mens/worldcup/canadamexicousa2026/articles/match-schedule-fixtures-results-teams-stadiums>.

SEBRAE/SC. Onde o brasileiro assiste a jogos de futebol. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/pesquisa-em-redes-sociais/onde-o-brasileiro-assiste-a-jogos-de-futebol>.

SEBRAE/PR. Copa do Mundo 2026: estratégias para lucrar com o maior espetáculo da Terra. 2026. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/impulsiona/copa-do-mundo-2026-estrategias-para-lucrar-com-o-maior-espetaculo-da-terra/>.

SEBRAE/RJ. Futebol internacional masculino: transforme o clima de torcida em oportunidade de vendas. 2026. Disponível em: <https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Futebol-internacional-masculino-transforme-o-clima-de-torcida-em-oportunidade-de-vendas>.



Oportunidade exige gestão: vender mais não significa lucrar mais

Um erro comum em grandes eventos é confundir aumento de movimento com aumento de lucro. A Copa pode ampliar as vendas, mas também pode aumentar custos, pressionar estoque, exigir equipe extra, elevar desperdício, gerar compras mal planejadas e reduzir margem.

O aumento de faturamento durante a Copa deve vir acompanhado de cuidados fiscais, controle financeiro, gestão de estoque e atenção aos custos. Vender mais sem acompanhar margem, impostos, fluxo de caixa e organização operacional pode transformar oportunidade em prejuízo.

Ponto de atenção	Pergunta que o empreendedor deve fazer
Estoque	Tenho produtos suficientes sem comprar em excesso?
Margem	Sei quanto ganho em cada combo ou promoção?
Preço	A promoção cobre custo, imposto, taxa de cartão e entrega?
Equipe	Tenho pessoas suficientes para atender bem?
Atendimento	Meu cliente conseguirá pedir, pagar e receber sem demora?
Delivery	Consigo cumprir o prazo prometido?
Caixa	Tenho capital para comprar antes e receber depois?
Tributação	Estou emitindo documentos fiscais corretamente?

Uma promoção mal calculada pode trazer movimento, mas reduzir lucro. Um estoque exagerado pode sobrar depois da Copa. Uma equipe insuficiente pode gerar filas, reclamações e avaliações negativas. Um cardápio grande demais pode travar a cozinha. Por isso, o planejamento deve equilibrar oportunidade comercial e controle de gestão.

Atenção ao uso de marcas oficiais

Os pequenos negócios devem evitar uso indevido de marcas oficiais da FIFA, símbolos protegidos, mascotes, logos e expressões registradas.

Então cuidado com marcas, símbolos e expressões oficiais da Copa.

Pequenos negócios podem criar campanhas temáticas, trabalhar as cores do Brasil, usar linguagem de torcida e explorar o clima do futebol.

Mas devem evitar uso indevido de marcas oficiais, logotipos, mascotes, emblemas e elementos protegidos da FIFA.

Fonte:

SEBRAE/PR. Copa do Mundo 2026: estratégias para lucrar com o maior espetáculo da Terra. 2026. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/impulsiona/copa-do-mundo-2026-estrategias-para-lucrar-com-o-maior-espetaculo-da-terra/>.

SEBRAE/RJ. Futebol internacional masculino: transforme o clima de torcida em oportunidade de vendas. 2026. Disponível em: <https://inteligenciademercado.rj.sebrae.com.br/multissetorial/Futebol-internacional-masculino-transforme-o-clima-de-torcida-em-oportunidade-de-vendas>.

SEBRAE/RS. Prepare o seu negócio para a Copa do Mundo 2026. 2026. Disponível em: <https://digital.sebraers.com.br/blog/estrategia/prepare-o-seu-negocio-para-a-copa-do-mundo-2026/>.

CAFÉ COM BYTES. Copa do Mundo impulsiona faturamento de pequenos negócios e especialista aponta cinco cuidados fiscais para evitar prejuízo. 2026. Disponível em:

<https://cafecombytes.com.br/2026/04/21/copa-do-mundo-impulsiona-faturamento-de-pequenos-negocios-e-especialista-aponta-cinco-cuidados-fiscais-para-evitar-prejuizo/>.



Expectativa de movimentação em Santa Catarina

A Copa do Mundo de 2026 deve representar uma janela relevante de faturamento para o comércio e os serviços em Santa Catarina. Em 2022, a estimativa da CNC apontava movimentação de R\$ 1,48 bilhão no Brasil e aproximadamente R\$ 91 milhões em Santa Catarina durante a Copa do Catar.

Para 2026, estima-se que a movimentação em Santa Catarina fique entre R\$ 115 milhões e R\$ 123 milhões em um cenário moderado, podendo ultrapassar R\$ 130 milhões em um cenário mais favorável.

Essa expectativa, porém, não representa aumento automático de faturamento para todos os negócios. Os maiores impactos tendem a ocorrer nos empreendimentos que conseguirem se conectar ao comportamento do torcedor, com ofertas atrativas, bom atendimento e experiências de consumo alinhadas ao evento.

O impacto econômico dependerá também do desempenho da seleção brasileira, do calendário dos jogos e da capacidade das empresas de se prepararem com antecedência, ajustando estoque, comunicação e estratégias comerciais.

Conservador

R\$ 108 mi a R\$ 114 mi, menor avanço do Brasil e consumo mais cauteloso.

Moderado

R\$ 115 mi a R\$ 123 mi, demanda positiva nos setores diretamente conectados.

Otimista

Acima de R\$ 130 mi, avanço da seleção e alta adesão a experiências e compras.

Estimativa não significa ganho garantido para todos os negócios. O resultado depende do calendário, do desempenho da seleção e da capacidade de cada empresa de adaptar oferta, estoque, atendimento e comunicação.

Fonte:

SEBRAE/SC. Copa do Mundo aquece comércio em Santa Catarina. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/observatorio/alerta/copa-do-mundo-aquece-comercio-em-santa-catarina>.

FECOMÉRCIO SC. Copa do Mundo deve turbinar vendas do comércio e serviços em SC. 2022. Disponível em: <https://www.fecomercio-sc.com.br/noticias/copa-do-mundo-deve-turbinar-vendas-do-comercio-e-servicos-em-sc>.

NEOFEED. BTG Pactual avalia quem sai ganhando quando o Brasil entrar em campo na Copa do Mundo. 2026. Disponível em: <https://neofeed.com.br/negocios/btg-pactual-avalia-quem-sai-ganhando-quando-o-brasil-entrar-em-campo/>.



Estratégias práticas por tipo de negócio

Bares e restaurantes devem pensar a Copa como uma temporada de experiências. O cliente quer ver jogo, mas também quer ambiente, comida, bebida gelada, atendimento rápido e clima de torcida.

Estratégia	Como fazer dar certo
Criar programação da Copa	divulgar todos os jogos que serão transmitidos
Abrir reservas	organizar mesas, grupos e consumo mínimo
Montar cardápio especial	itens rápidos e rentáveis
Criar combos	petiscos + bebidas; menu para grupos
Investir em ambiente	telão, som, decoração e organização
Divulgar antes	Instagram, WhatsApp, Google Perfil da Empresa

Mercados, mercearias e açougues: esses negócios devem facilitar a compra para quem vai assistir em casa. O consumidor quer resolver tudo em um só lugar, com rapidez.

Estratégia	Como fazer dar certo
Criar kits por ocasião	Kit churrasco, kit petisco, kit bebidas
Trabalhar encomenda	WhatsApp e retirada programada
Organizar ilhas temáticas	Bebidas, snacks, carvão, gelo e descartáveis
Divulgar ofertas por jogo	Promoções específicas para os dias do Brasil
Preparar estoque	Foco nos produtos de maior giro

Moda, acessórios e artigos esportivos: devem transformar a torcida em desejo de compra. A oportunidade está na criatividade, na personalização e na comunicação visual.

Estratégia	Como fazer dar certo
Criar coleção temática	Peças nas cores do Brasil
Montar vitrine da torcida	Looks completos e acessórios
Fazer conteúdo visual	Fotos, vídeos e provadores nas redes
Oferecer personalização	Nomes, frases, números e kits
Trabalhar senso de urgência	“Edição limitada para os jogos do Brasil”

Turismo, eventos e experiências: esses negócios podem transformar a Copa em uma programação adicional para moradores e visitantes.

Estratégia	Como fazer dar certo
Criar experiências	Transmissão com gastronomia, música ou degustação
Ajustar roteiros	Programação antes ou depois das partidas
Montar pacotes para grupos	Empresas, famílias, turistas e condomínios
Fazer parcerias locais	Bares, cervejarias, guias, hotéis e transporte
Divulgar com antecedência	Calendário de jogos e programação especial

Serviços criativos e digitais: esses negócios devem vender preparação. Muitos empreendedores sabem que precisam aproveitar a Copa, mas não sabem como comunicar, divulgar ou organizar campanhas.

Estratégia	Como fazer dar certo
Criar pacotes prontos	Kit copa para bares, Pacote de redes sociais da Copa
Produzir peças rápidas	Cardápios, posts, banners, vídeos e stories
Ofertar automação	WhatsApp, reservas e pedidos
Fazer fotos de produtos	Combos, cardápios, vitrines e ambientes
Ajudar no calendário	Planejamento de ações por jogo



Um olhar para Santa Catarina

Santa Catarina reúne características que favorecem diferentes tipos de oportunidade durante a Copa. O estado tem forte presença de pequenos negócios no comércio e nos serviços, diversidade turística, polos gastronômicos, tradição em eventos, cadeias produtivas regionais e consumidores acostumados a experiências de lazer, alimentação fora do lar e convivência comunitária.

A leitura Regional mostra que a Copa do Mundo de 2026 pode ser aproveitada de diferentes formas em Santa Catarina. Nas regiões de maior fluxo turístico, a oportunidade está em combinar jogos, hospedagem, gastronomia e experiências.

Nos polos comerciais e industriais, o potencial está em ações para trabalhadores, empresas, famílias e centros urbanos. Nas regiões com forte presença agroalimentar e comércio de proximidade, ganham destaque os kits para assistir em casa, carnes, bebidas, padarias, mercados e encomendas antecipadas.

Assim, mais do que uma campanha única para todo o estado, a Copa pode ser trabalhada como uma estratégia territorializada: cada Regional pode orientar seus pequenos negócios a adaptar ofertas, canais de venda e comunicação conforme o perfil do consumidor local e a vocação econômica de seu território.

Essa diversidade territorial mostra que não existe uma única forma de aproveitar a Copa. Cada região pode adaptar a oportunidade à sua vocação econômica e ao seu público consumidor.





Como o Sebrae pode ajudar o pequeno negócio?

Cursos online, trilhas e webinars

Marketing digital, Redes sociais, Finanças, Vendas e Atendimento

Consultorias especializadas

Diagnóstico individual para gargalos de Gestão, Operação, Mercado e Comunicação

Sebraetec

Processos, Design, Tecnologia, Produção, Qualidade e Desenvolvimento de Produtos

ALI / Brasil Mais

Produtividade, Inovação, Redução de custos, Gestão e Transformação Digital

Observatório de Negócios

Dados, Estudos, Alertas, Informações e Conteúdos para Tomada de Decisão

Atendimento Sebrae/SC

Networking, Cursos, Eventos e Salas do Empreendedor





Checklist da Copa para o pequeno negócio

Quer transformar a Copa em resultado? Procure o Sebrae/SC e organize sua estratégia antes do primeiro jogo.

Calendário e oferta

Tenho datas, horários e combos definidos?

Estoque e preço

Planejei itens de maior giro e calculei margem?

Equipe e atendimento

Organizei pedidos, reservas, retirada e pagamento?

Comunicação digital

Preparei posts, vídeos e chamadas para ação?

Produto e experiência

Criei cardápio, kit, vitrine ou ação especial?

Parcerias e pós-venda

Vou captar contatos e divulgar os próximos jogos?



Saiba
mais!



Panorama Setorial das
MPEs — 1º Trimestre de
2026



Comportamento do
consumidor de moda
em Santa Catarina:
hábitos, canais e
decisões de compra



Boletim InfoEconomia
— 4º Trimestre de 2025



Produção do conteúdo

Conteudista: Amanda Maciel da Silva

Revisor: Keylla Thais Signorelli

Imagens: Shutterstock

Pesquisa realizada em Maio • 2026

© Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

 sebrae-sc.com.br/observatorio

 observatorio@sc.sebrae.com.br



[VOLTAR AO PORTAL](#)