













Pesquisa

Retrato do Consumidor de Lages



Sumário

-  Perfil do Público Consumidor
-  Perfil Econômico e Financeiro
-  Hábitos de Compra
-  Oportunidades – Comércio e Serviços
-  Alimentos e Bebidas
-  Moda e Vestuário
-  Cuidados Pessoais
-  Saúde
-  Animais de Estimação
-  Cultura e Lazer





Objetivo

Analisar o perfil socioeconômico, hábitos de consumo e oportunidades de mercado no município de Lages, visando identificar tendências, preferências e demandas dos consumidores



Tipo de Pesquisa

Pesquisa Quantitativa Primária através de entrevistas pessoais realizadas em locais de grande fluxo

Período de coleta

Entre os dias 6 e 9 de outubro de 2025



Amostra

600 entrevistas

População maior de 16 anos residente em Lages

Margem de Erro

4,0%

Distribuição por Região e Bairro

REGIÃO		BAIRROS ABRANGIDOS	N	%
Centro	Centro		46	7,6%
Petrópolis e Região	Petrópolis, Santa Mônica, Caroba, Guadalupe, Frei Rogério, Morro do Posto, Ipiranga, São Francisco, São Pedro, Santa Cândida, Boqueirão, Beatriz, Vila Comboni , Cidade Alta, Área Industrial		83	13,7%
Conta Dinheiro e Região	Conta Dinheiro, Vila Maria, Maria Luiza, Passo Fundo, São Paulo, Jardim das Camélias, Vista Alegre, CDL, Nossa Senhora Aparecida		38	6,3%
Penha/Coral e Região	Da Penha, Coral, São Miguel, Sagrado Coração de Jesus, Ponte Grande, Santa Maria, Jardim Panorâmico, Vila Mariza, Da Chapada, Pinheiro Seco		97	16,0%
Santa Catarina e Região	Santa Catarina, Centenário, Araucária, Santo Antônio, São Luiz, Santa Clara, Cruz de Malta, Morro Grande		62	10,5%
Guarujá e Região	Guarujá, Do Tributo, Gethal, São Sebastião, Da Bates, Dom Daniel, Restinga Seca, Jardim Celina, Pisani		75	12,6%
Universitário e Região	Várzea, São Cristóvão, Universitário, Vila Nova, Habitação, Popular, Caravágio, Bom Jesus, Ferrovia, Caça e Tiro		118	19,6%
Santa Helena e Região	Santa Helena, Copacabana, Promorar, Da Brusque, Santa Rita, Do Triângulo, Bela Vista		81	13,8%
TOTAL			600	100%



Placa “Eu amo Lages” no Centro



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



Perfil do Público Consumidor

Confidencial

observatório
DE NEGÓCIOS

SEBRAE



Gênero

Mulheres 52% e
Homens 48%



Escolaridade

- Até Ensino **Fundamental Completo** 33%
- **47%** têm **Ensino Médio**
- 20% têm **Ensino Superior** ou Pós-Graduação



Faixa Etária

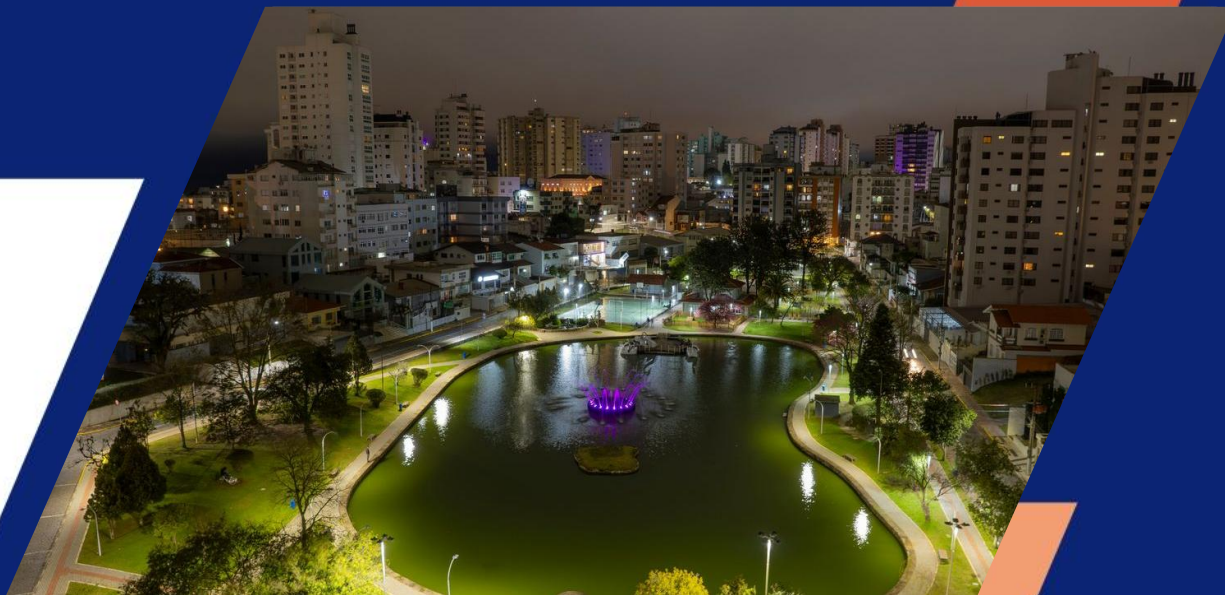
- **Jovens adultos** (16 a 29 anos) somam **26,5%**
- **Adultos plenos**: 30 e 49 anos, **37%**
- **Adultos maduros/seniores**: 50 a 59 anos (15,7%) e +60 anos (21%) somam **36,5%**



Classe Social

- As classes **A/B** representam **29%**
- A classe **C** representa **37%**
- As classes **D/E** representam **33%**





Parque Jonas Ramos



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



Perfil Econômico e Financeiro

Confidencial

observatório
DE NEGÓCIOS

SEBRAE



34%
Empregados
Assalariados

18%
Aposentados

17,5%
Autônomos / Conta
própria

7,5%
Donas de Casa

7%
Estudantes

6%
Empresários

10%
Outros



Perfil Econômico e Financeiro

Confidencial

observatório
DE NEGÓCIOS

SEBRAE

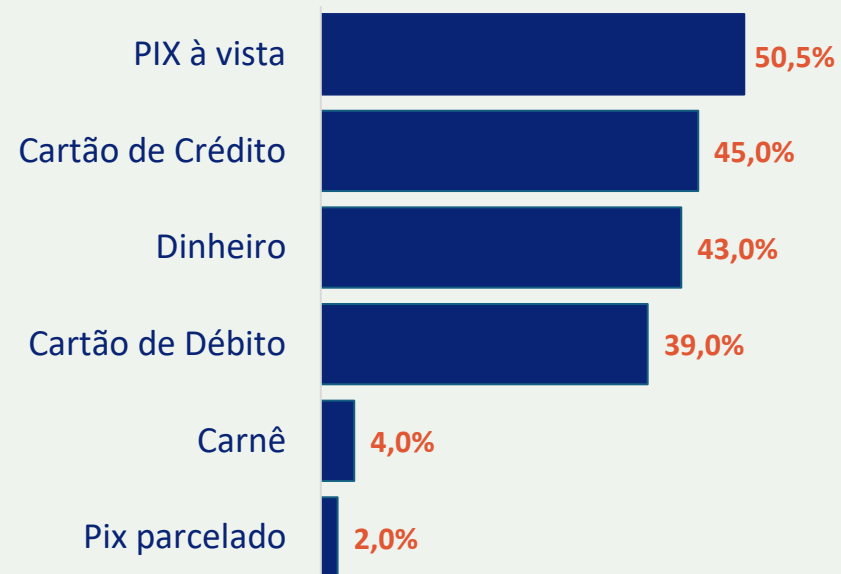
47%

Das famílias têm **poupança ou investem** em banco

69%

residem **em casa própria**, com média de 3 pessoas

Formas usuais de pagamento





Cavalgadas na Coxilha Rica



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



Hábitos de Compra



70%

Afirmam que o **atendimento** é fator **importante** na hora da compra

Atenção maior nas promoções

(56%), seguida por Preço (53%) e Desconto (52%)

O Parcelamento também é importante para 10% da população

Classes A/B

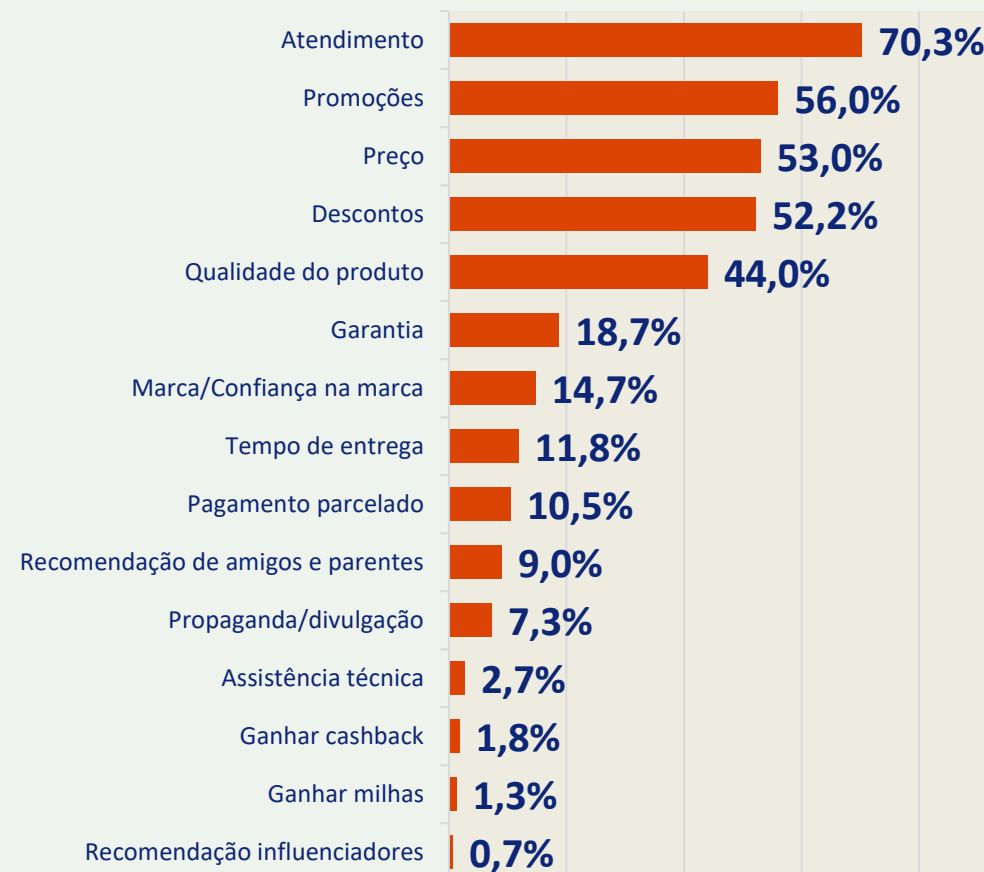
(56%) dão principal atenção à **qualidade do produto**

56%

Pesquisam o preço **presencialmente**

53% buscam na internet (Google, etc.), 43% procuram em marketplaces (Shopee, Amazon, etc.) , e 17% nunca ou raramente pesquisam preços

Quais fatores você leva em conta ao efetuar uma compra?





Hábitos de Compra

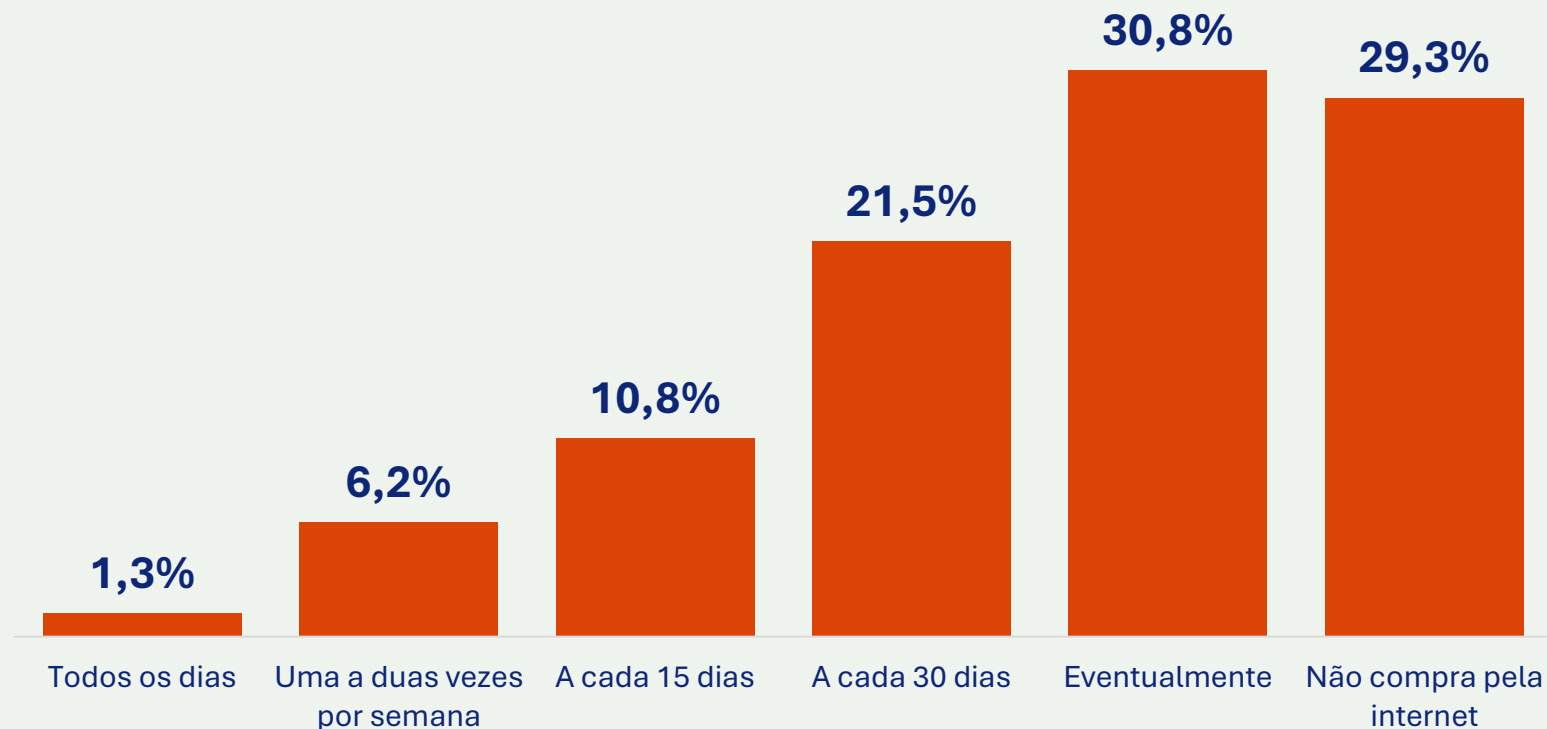
70%

já compraram pela internet e 40% compram mensalmente

Público com menor adesão

70% dos +60 anos e 52% das classes D/E nunca compraram pela internet

Com que frequência você costuma efetuar compras na internet?





Pinhão, símbolo da gastronomia local

-  Perfil do Público Consumidor
-  Perfil Econômico e Financeiro
-  Hábitos de Compra
-  **Oportunidades – Comércio e Serviços**
-  Alimentos e Bebidas
-  Moda e Vestuário
-  Cuidados Pessoais
-  Saúde
-  Animais de Estimação
-  Cultura e Lazer



Oportunidades

Confidencial

observatório
DE NEGÓCIOS

SEBRAE



Comércio

Supermercados e Atacarejos

Principalmente nas regiões dos bairros Santa Catarina (27%), Petrópolis (22%), Universitário(20%) e da Penha(20%)

Farmácia

Principalmente nas regiões dos bairros Conta Dinheiro (39,5%) e em Petrópolis (35%)

Lojas de moda e vestuário

Principalmente nas regiões dos bairro Santa Catarina (27%), Santa Helena (26%) e Universitário (24%)

Padarias

Principalmente nas regiões dos bairros Santa Helena (12%) e Universitário (11%)

Restaurantes

Principalmente na região do Centro (15%)



O que está faltando no Comércio do seu bairro?

REGIÃO	CENTRO	Região PETRÓPOLIS	Região CONTA DINHEIRO	Região DA PENHA	Região SANTA CATARINA	Região GUARUJÁ	Região Universitário	Região SANTA HELENA
Supermercados / Atacarejos	2,2%	21,7%	15,8%	19,6%	27,4%	13,3%	20,3%	14,8%
Farmácia	4,3%	34,9%	39,5%	10,3%	12,9%	13,3%	17,8%	2,5%
Roupas/moda / vestuário	6,5%	8,4%	7,9%	12,4%	27,4%	4,0%	23,7%	25,9%
Padaria / cafeteria	4,3%	6,0%	7,9%	8,2%	6,5%	2,7%	11,0%	12,3%
Restaurantes / bares / lanchonetes	15,2%	3,6%	0,0%	3,1%	8,1%	2,7%	3,4%	3,7%
Calçados e acessórios	2,2%	2,4%	5,3%	2,1%	9,7%	1,3%	4,2%	7,4%
Loja de variedades/bazar	0,0%	3,6%	2,6%	8,2%	6,5%	1,3%	3,4%	4,9%
Loja de conveniência / mercearia	2,2%	4,8%	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	2,5%	1,2%
Eletrodomésticos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	0,0%	1,7%	2,5%
Material de construção	0,0%	0,0%	2,6%	1,0%	0,0%	1,3%	0,8%	0,0%
Livraria / Papelaria	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	2,5%	0,0%
Eletrônicos / Celular	4,3%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Relojoaria / Ótica	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,7%	0,0%	0,0%
Móveis / Decoração	0,0%	1,2%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%
Artigos infantis / brinquedos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	1,3%	0,8%	0,0%
Aviamentos / Tecidos	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Shopping / lojas de departamento	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%
Outros	2,2%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	1,7%	1,2%
Não falta nada	58,7%	27,7%	36,8%	35,1%	25,8%	57,3%	29,7%	40,7%
Não sabe	4,3%	8,4%	5,3%	9,3%	4,8%	5,3%	3,4%	4,9%



Oportunidades



Serviços

Lotéricas

Principalmente nas regiões dos bairros Petrópolis (36%), Da Penha (27%) e Conta Dinheiro (24%)

Bancos/Bancos 24 hs

Principalmente nas regiões dos bairros Santa Catarina (24%), Universitário (17%), Da Penha (16,5%) e Santa Helena (16%)



O que está faltando nos Serviços do seu bairro?

SERVIÇO	CENTRO	Região PETRÓPOLIS	Região CONTA DINHEIRO	Região DA PENHA	Região SANTA CATARINA	Região GUARUJÁ	Região Universitário	Região SANTA HELENA
Lotérica	4,3%	36,1%	23,7%	26,8%	16,1%	13,3%	18,6%	21,0%
Banco / Banco 24h	0,0%	9,6%	7,9%	16,5%	24,2%	12,0%	16,9%	16,0%
Serviços de mão de obra	4,3%	2,4%	2,6%	1,0%	3,2%	1,3%	4,2%	2,5%
Serviços de Saúde	0,0%	0,0%	2,6%	2,1%	3,2%	6,7%	2,5%	1,2%
Oficina Mecânica	2,2%	3,6%	2,6%	1,0%	0,0%	1,3%	3,4%	1,2%
Lavanderia	2,2%	2,4%	0,0%	3,1%	4,8%	0,0%	1,7%	1,2%
Salão de beleza / barbearia	0,0%	3,6%	2,6%	3,1%	1,6%	0,0%	2,5%	0,0%
Posto combustíveis	0,0%	2,4%	0,0%	2,1%	4,8%	1,3%	0,0%	0,0%
Academia	0,0%	3,6%	0,0%	1,0%	0,0%	1,3%	1,7%	0,0%
Chaveiro	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	1,3%	1,7%	2,5%
Assistência Técnica / Consertos	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	1,2%
Cartório	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,3%	0,8%	0,0%
Borracharia	0,0%	2,4%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%
Telefonia / internet	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	0,0%
Sapateiro	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%
Escolas/Cursos	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	1,6%	0,0%	0,8%	0,0%
Costureira	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%
Outros	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	3,2%	0,0%	2,5%	1,2%
Não falta nada	69,6%	28,9%	65,8%	33,0%	37,1%	53,3%	33,9%	51,9%
Não sabe	17,4%	12,0%	0,0%	13,4%	6,5%	8,0%	11,0%	4,9%



Balão na Coxilha Rica



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



Supermercado

R\$1.292,26

Valor médio gasto por mês

Frequência de consumo

52% todas as semanas, com frequência maior ainda nas **classes A/B** (68%)

As **classes D/E** fazem mais o “**rancho**”, compras do mês (40%)

R\$77,5 Mi

Tamanho do Mercado mensal estimado

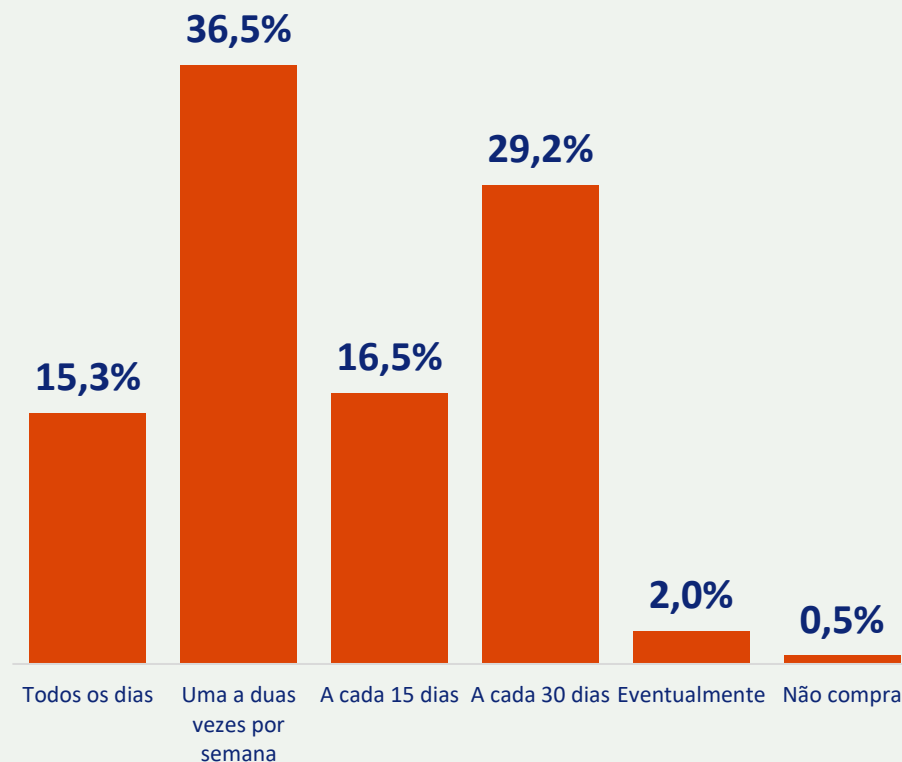
Onde costumam comprar

Atacarejos **69,5%**, na classe C chega a **76%**

Supermercados **67%**, principalmente na **classe A (76%)**

Minimercado de bairro **23%**, chega a **32,5%** na faixa de 30 a 39 anos de idade

Com que frequência você costuma fazer compras de alimentos e bebidas?





Restaurantes e Lanchonetes

R\$282,49

Valor médio gasto por mês
por pessoa

Frequência de consumo

80% têm o hábito de comer fora

30% toda semana, nas classes
A/B chega a **53%**

Nas classes **D/E** e nos **+ 60** anos:
34% não comem fora

R\$37,1 Mi

Tamanho do Mercado
mensal estimado

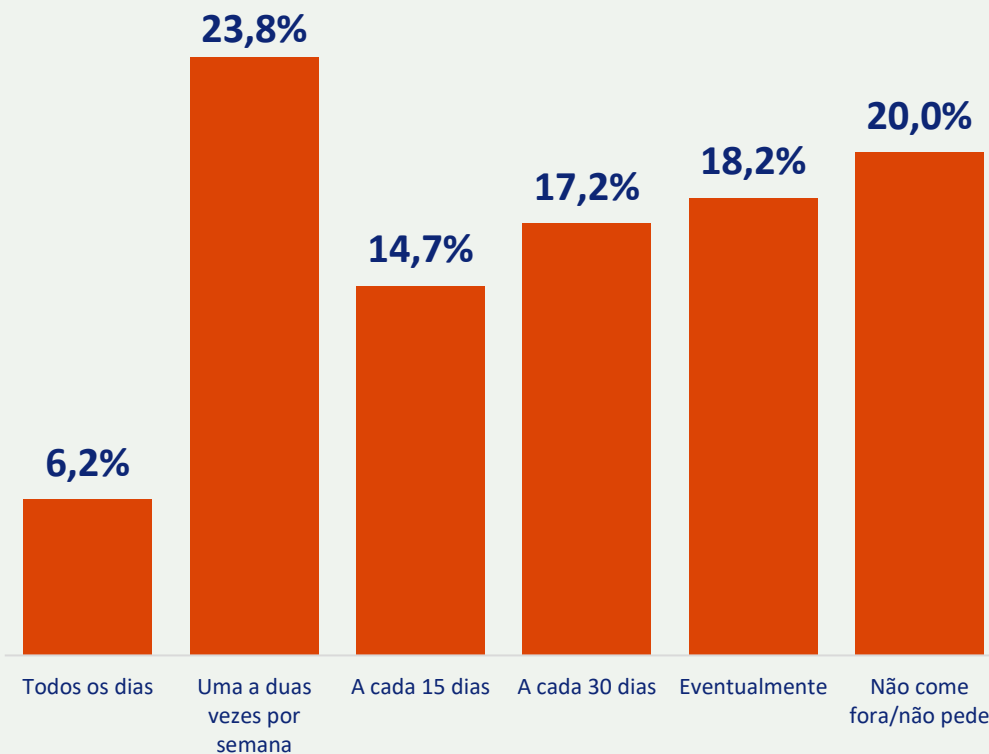
Preferência de onde comer e pedir comida

Restaurantes casuais 45%, na faixa
+60 anos chega a **74%**

Aplicativos 31%, principalmente
faixa de 16 a 39 anos (43%)

Lanchonetes 28%

Com que frequência você costuma comer fora / pedir comida?





Festa do Pinhão



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



R\$336,61

Valor médio gasto por mês por pessoa

Frequência de consumo

36,3% compram **todos os meses**

Jovens de 16 a 29 anos **(54%)** e **Classes A/B (42%)** são as maiores recorrências mensais

Classes **D/E (81%)** e **+60 anos (92%)** são as menores recorrências, não compram mensal

R\$44,2 Mi

Tamanho do Mercado mensal estimado

Onde costuma comprar

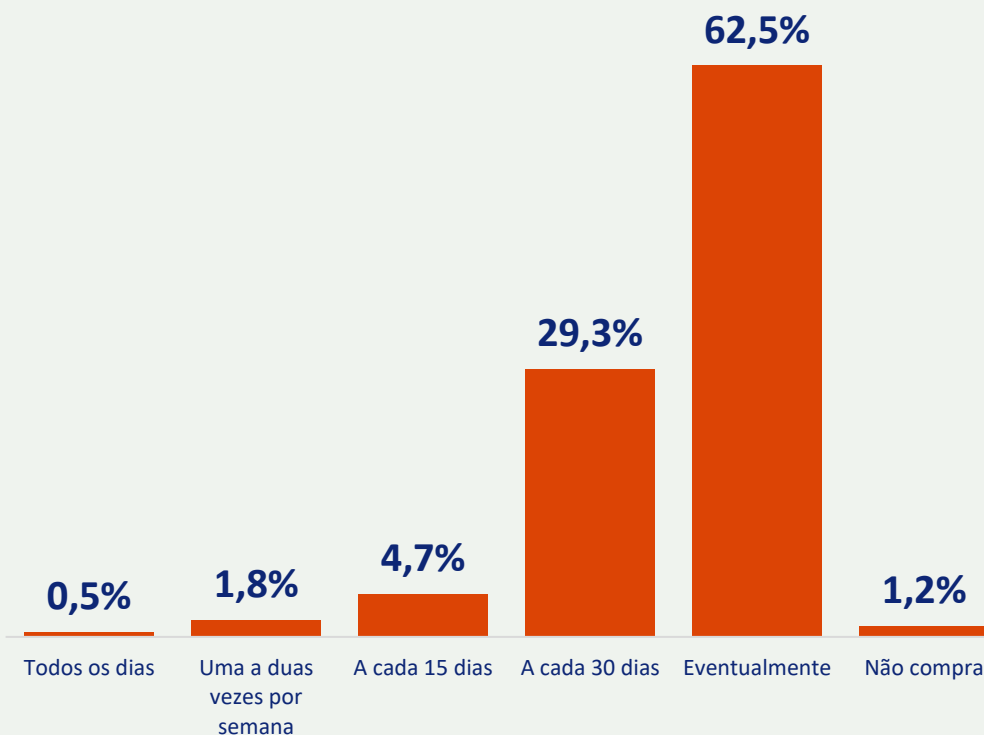
Lojas do Centro **83%**, + 50 anos **88%**

Internet e aplicativos **37%**

Shopping **18%**, classes A/B **28%** e homens **23%**

Lojas de bairro **11%**, 40 a 49 anos **17%**

Com que frequência você costuma comprar roupas, calçados e acessórios?





Salto Caveiras



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



Cuidados Pessoais



R\$247,73

Valor médio gasto por mês por pessoa

Frequência de consumo

92% compram todos os meses. A recorrência semanal alcança 17,2% dos consumidores

R\$32,6 Mi

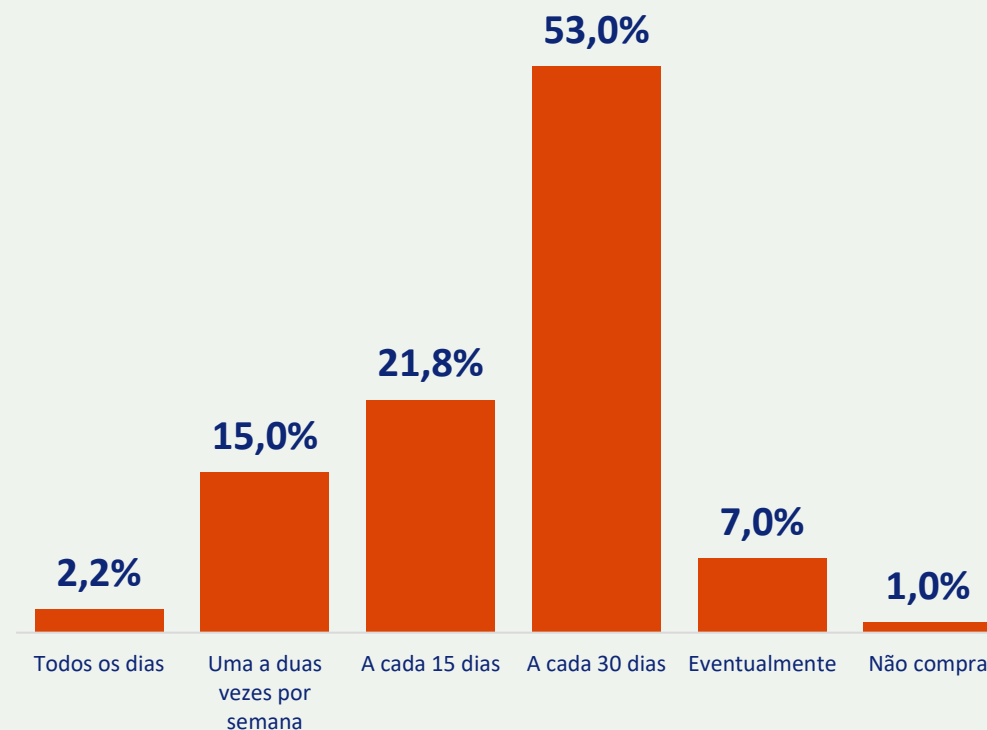
Tamanho do Mercado mensal estimado

Onde costuma comprar

Lojas do Centro 73%, mulheres 76%

Lojas do Bairro 30%

Com que frequência você costuma comprar produtos de higiene, cosméticos, perfumaria e cuidados pessoais?





Praça Vidal Ramos Sênior



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



R\$252,23

Gasto médio mensal com medicamentos

Acesso a plano de saúde

40% da população de Lages têm plano de saúde. Esse índice chega a **58%** nas **classes A/B**

R\$33,2 Mi

Tamanho do Mercado mensal estimado

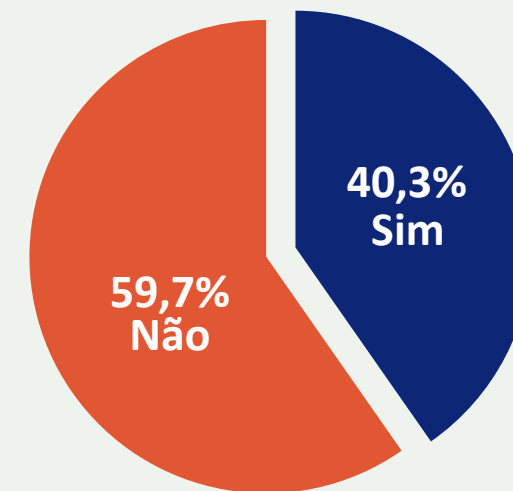
Prática regular de atividade física

61% praticam esportes regularmente, classes A/B **74%**

Caminhadas **49,2%**

Academias **39%**, jovens de 16 a 29 anos **57%**. classes A/B **54%**

Você ou alguém na sua família tem plano de saúde?



	Classe A/B	Classe C	Classe D/E
Sim	58,0%	40,5%	24,6%
Não	42,0%	59,5%	75,4%



Catedral Diocesana de Lages



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



Animais de Estimação



R\$238,29

Gasto médio mensal por domicílio

R\$9,8 Mi

Tamanho do Mercado mensal estimado

Presença de animais

68% têm animais em casa

56,5% têm **cães** e 32% têm **gatos**

Onde compra ração e outros produtos

Agropecuária 78,5%

Supermercados 31%

Pet Shop 10%

Cães domésticos
67.049 *



Gatos domésticos
37.169 *



Animais domésticos
111.345 *



Cavalgadas Internacionais na Coxilha Rica



Perfil do Público Consumidor



Perfil Econômico e Financeiro



Hábitos de Compra



Oportunidades – Comércio e Serviços



Alimentos e Bebidas



Moda e Vestuário



Cuidados Pessoais



Saúde



Animais de Estimação



Cultura e Lazer



35%

Têm o hábito de
ir ao cinema

90%

Nunca vão ao
teatro

41%

Vão a shows

26%

Leem livros
semanalmente

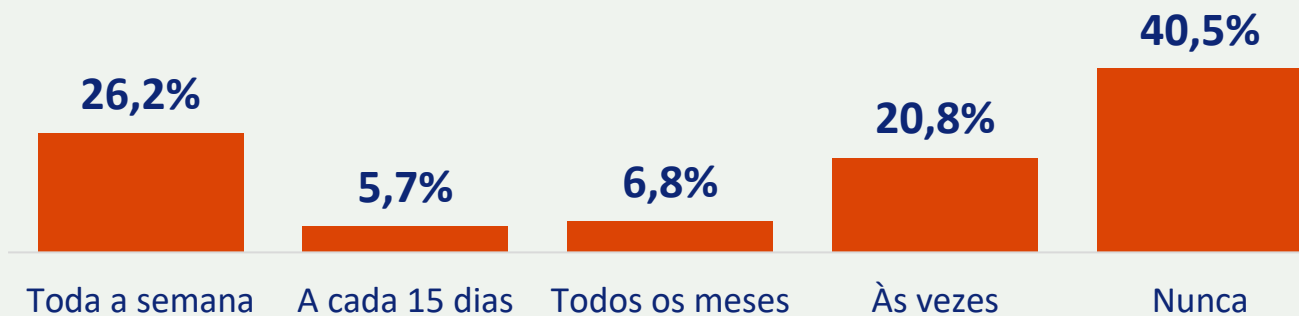
55%

Têm o hábito de
viajar a turismo

Frequência com que viaja

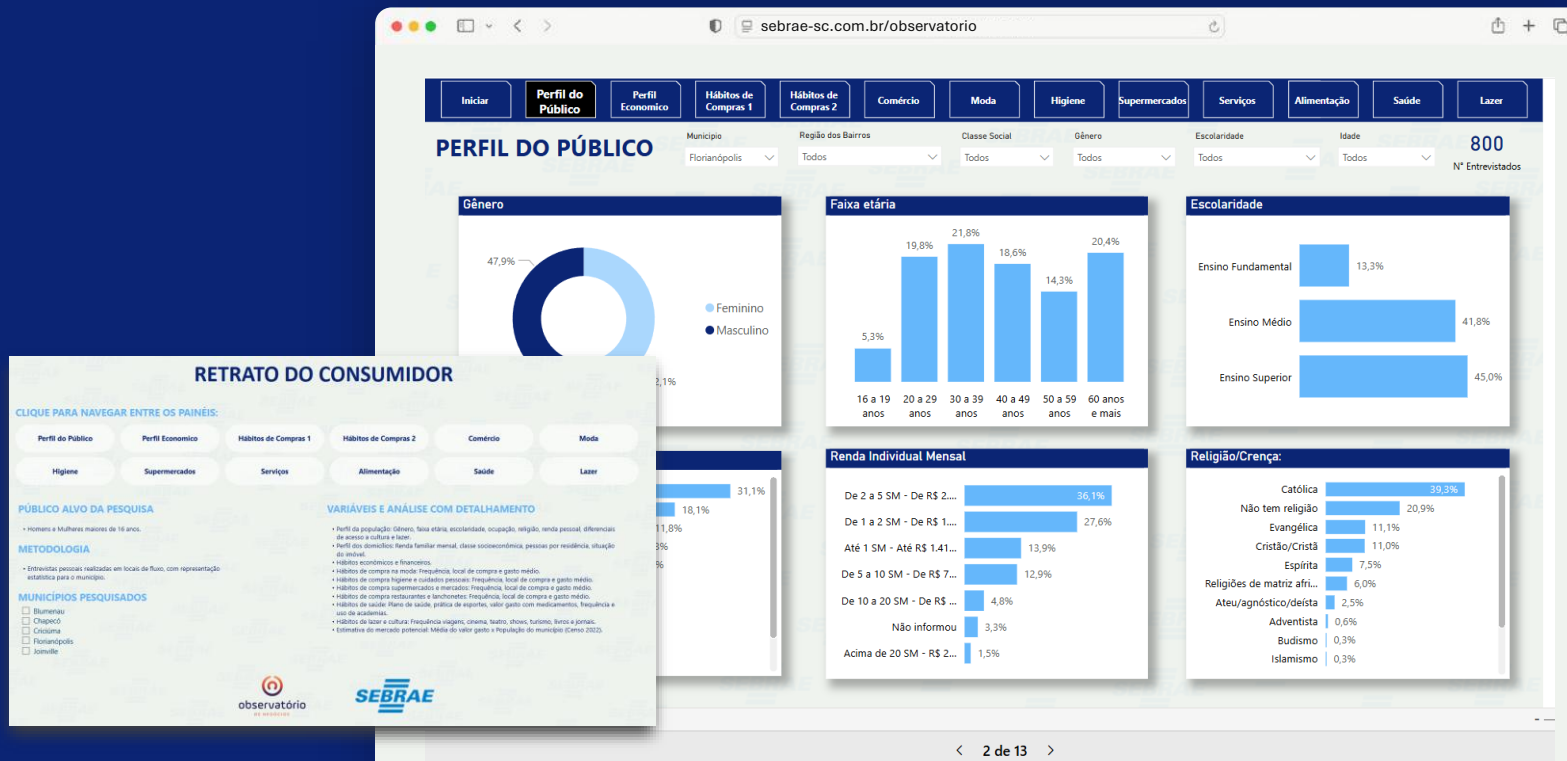


Frequência com que lê livros



Painel Retrato do Consumidor

Um *plus* de análises e oportunidades



Acesse o site do
Observatório de Negócios

e fique por dentro dos hábitos,
preferências e tendências dos
consumidores em Lages e em
toda Santa Catarina.



GGE – Gerência de Gestão Estratégica

Gerente	Roberto Philippi Füllgraf
Analista Técnico (Coordenação)	Cláudio Ferreira
Analista Técnica	Keylla Thaís Signorelli
Analista Técnico	Paulo Vitor Santos Gonçalves
Designer Gráfico	Christofer Ramos da Silva

Gerência da Regional Serra

Gerente	Altenir Algostini
Analista Técnica	Mariana Bonella Cunha

Pesquisa Realizada em Outubro – 2025.

Fotos: Secretaria do Turismo de Lages.

