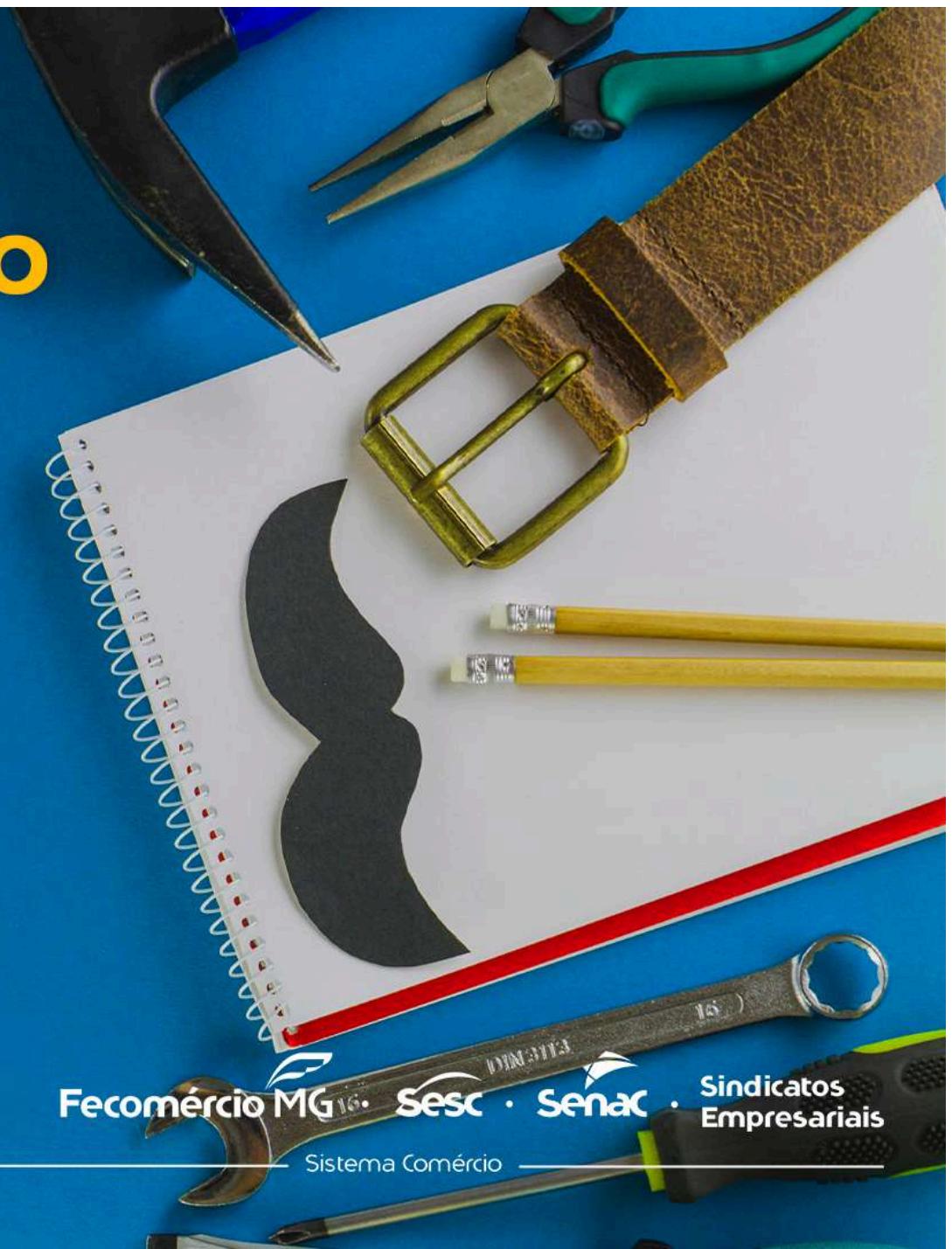


# Intenção de Consumo Dia dos Pais

Pesquisa e Inteligência Fecomércio MG



Fecomércio MG

Sesc · Senac

Sindicatos  
Empresariais

Sistema Comércio

O Dia dos Pais marca a abertura do calendário de datas comemorativas do segundo semestre. O apelo emocional estimula a demanda por artigos masculinos de vários segmentos do comércio varejista. A comemoração ocorre no segundo domingo de agosto, coincidindo com as liquidações de artigos de inverno, o que contribui para gerar um ambiente de oportunidades de compras a preços mais acessíveis.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de identificar a pretensão de compras para o Dia dos Pais.

**Este ano, 42,7% dos entrevistados pretendem  
presentear na data esse ano.**

Entre os consumidores que irão presentear no período, boa parte (67,6%) disse que ações como promoções podem atraí-los às compras, 28,5% preço reduzido e 23,5% apontou ainda o atendimento diferenciado.

Roupas, calçados e perfumes serão os produtos mais procurados para a data, de acordo com 48,0%, 28,3% e 12,3% dos consumidores, respectivamente.

45,3% dos consumidores não costumam pesquisar produtos para compras. Entre os que pesquisam produtos, 33,0% fazem através de lojas físicas, 25,7% site de lojas e 12,3% por Marketplaces.

No entanto, alguns fatores podem desestimular as compras no período, como o preço alto dos produtos (55,9%), atendimento precário (33,5%), lojas cheias (24,6%) e pouca variedade de produtos (19,6%).

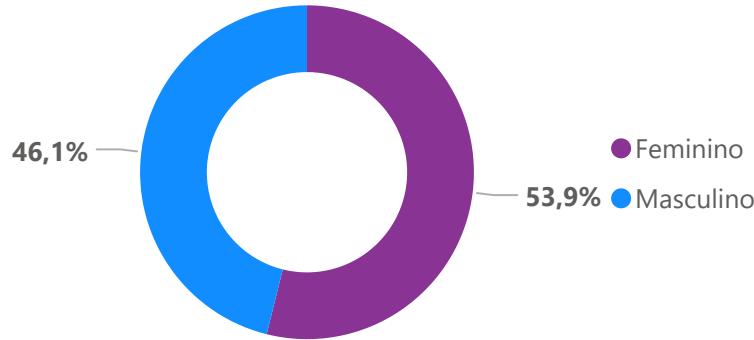
Entre os fatores mencionados que podem limitar os gastos, o alto preço dos produtos se destaca, sendo apontado por 75,6% dos entrevistados.

# Perfil dos Consumidores

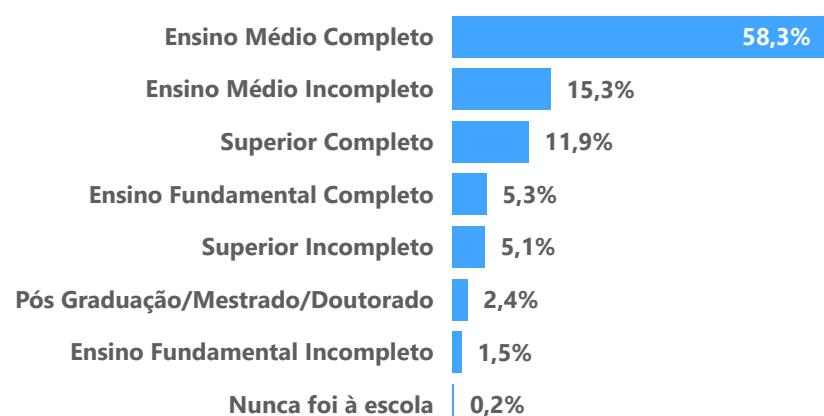
2025



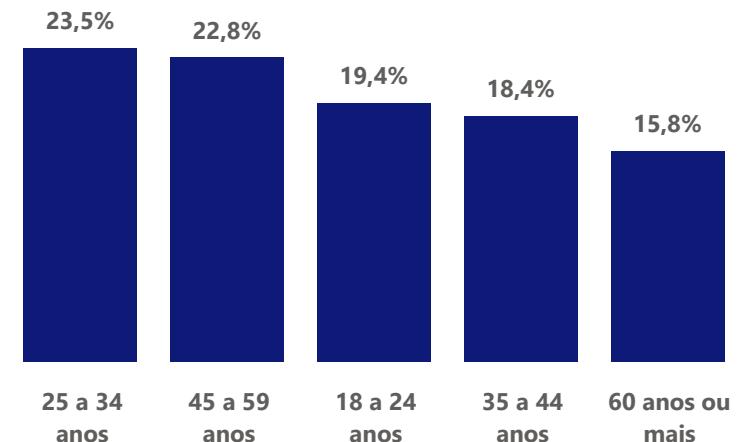
## Sexo



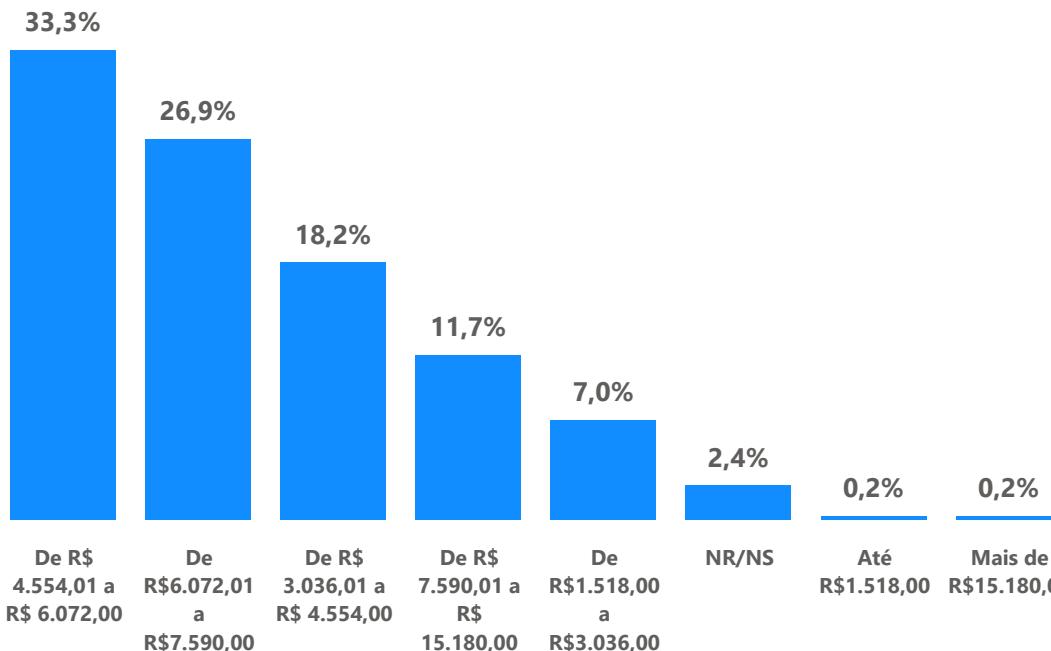
## Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



## Idade

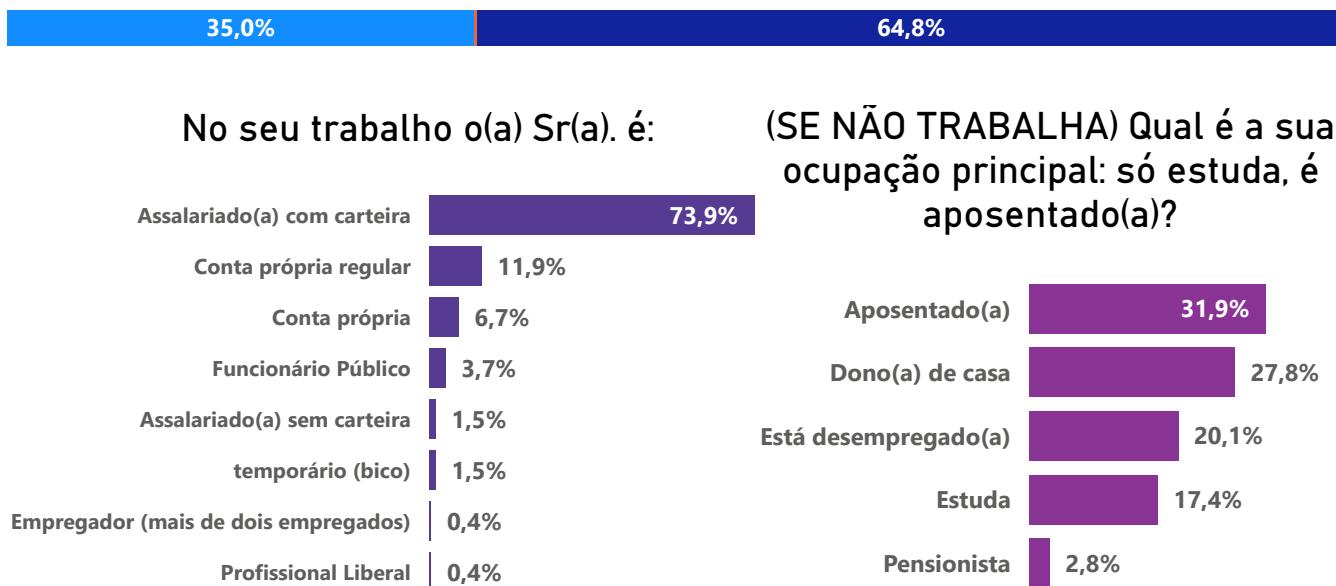


Renda familiar no mês de março (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):

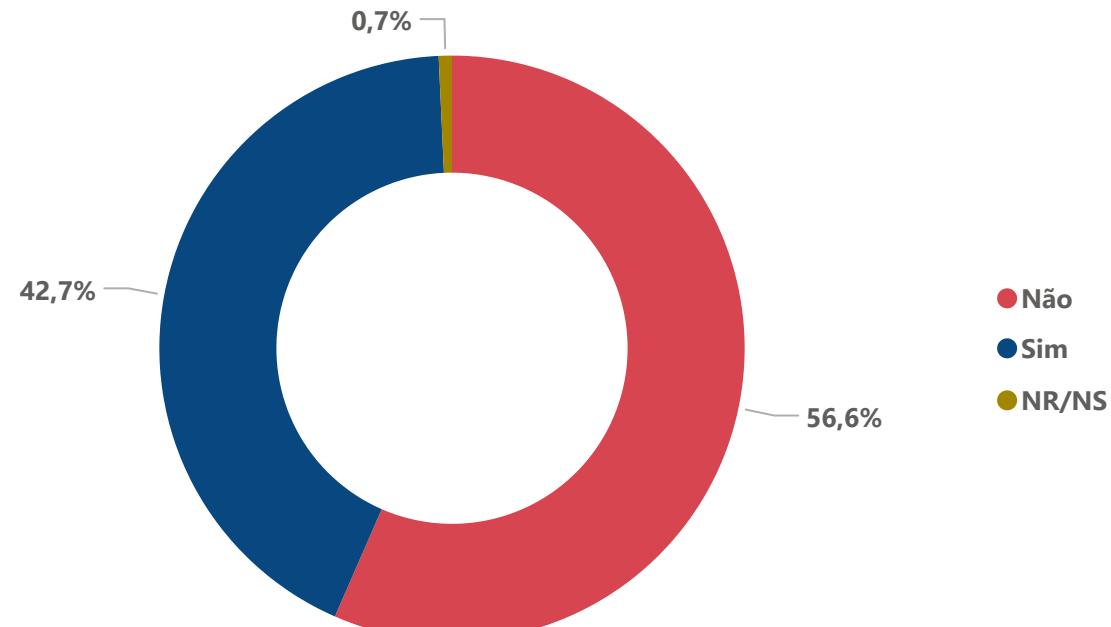


● Não ● NR/NS ● Sim

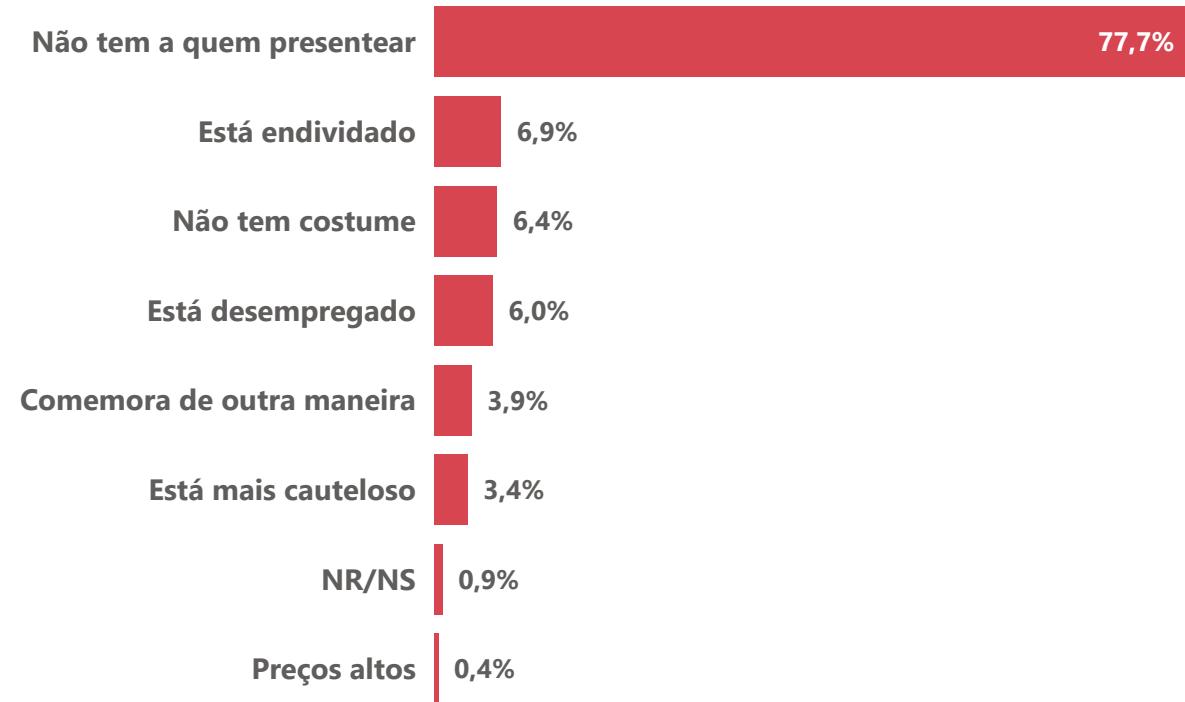
O(A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?



O(a) Sr(a) pretende presentear no Dia dos Pais?



Por que não irá presentear?



% empresas (total não soma 100%)

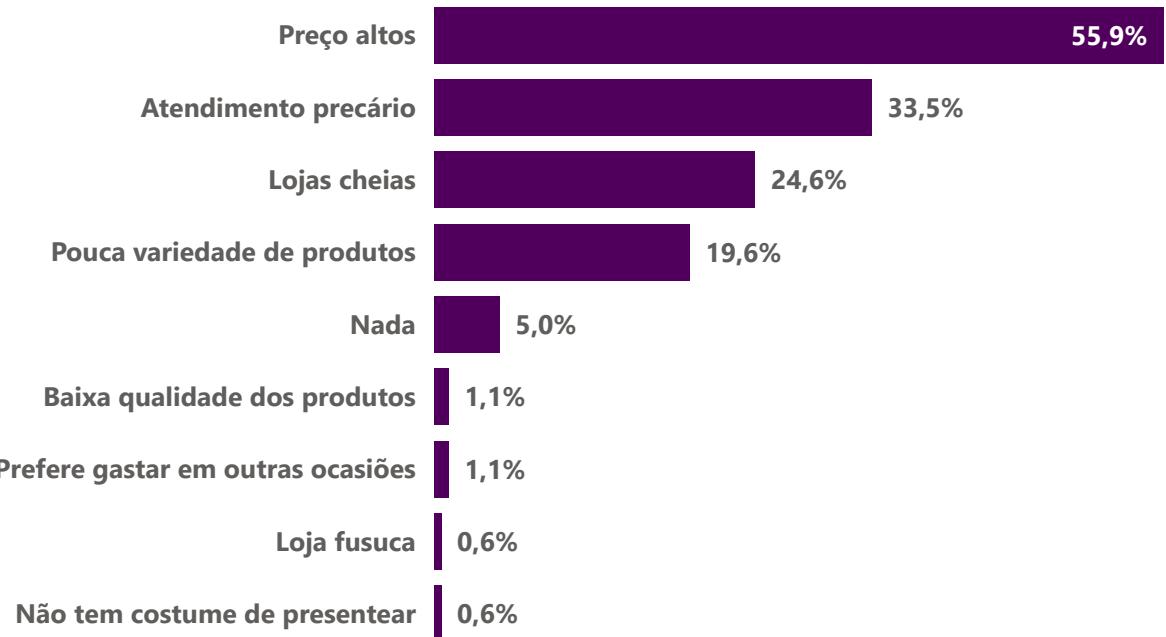
No Dia dos Pais, 42,7% dos entrevistados irão presentear e 56,6% não irão presentear.

Entre os motivos apresentados por aqueles que não irão presentear na data, destaca-se a ausência de alguém para presentear (77,7%). Além disso, 6,9% afirmam estar endividados neste ano, 6,4% dizem não ter esse costume e 6,0% estão desempregados.

## Ações que podem atrair?



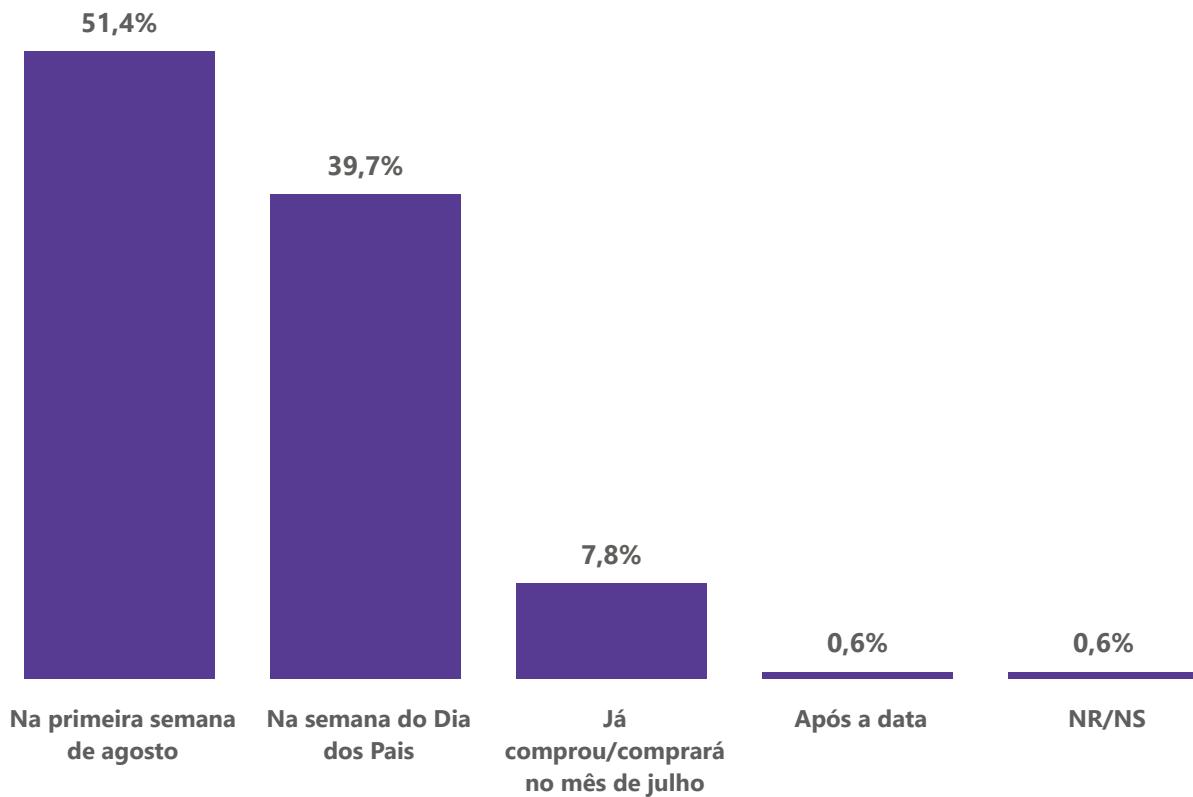
## O que pode desestimulá-lo para as compras?



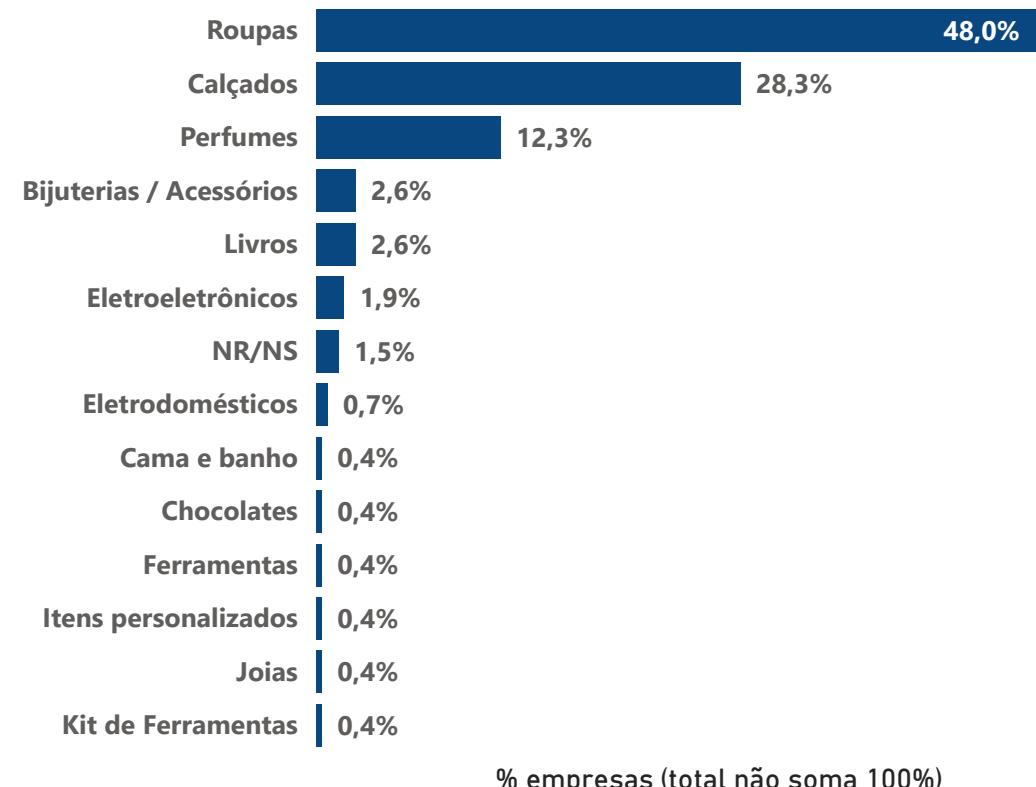
O principal interesse do público consumidor entrevistado entre as ações que podem atraí-lo está nas promoções (67,6%), seguido por preços reduzidos (28,5%) e atendimento diferenciado (23,5%).

Contudo, pode desestimulá-los, principalmente, os preços altos (55,9%), o atendimento precário (33,5%), as lojas cheias (24,6%) e a pouca variedade de produtos (19,6%).

## Quando pretende realizar as compras?



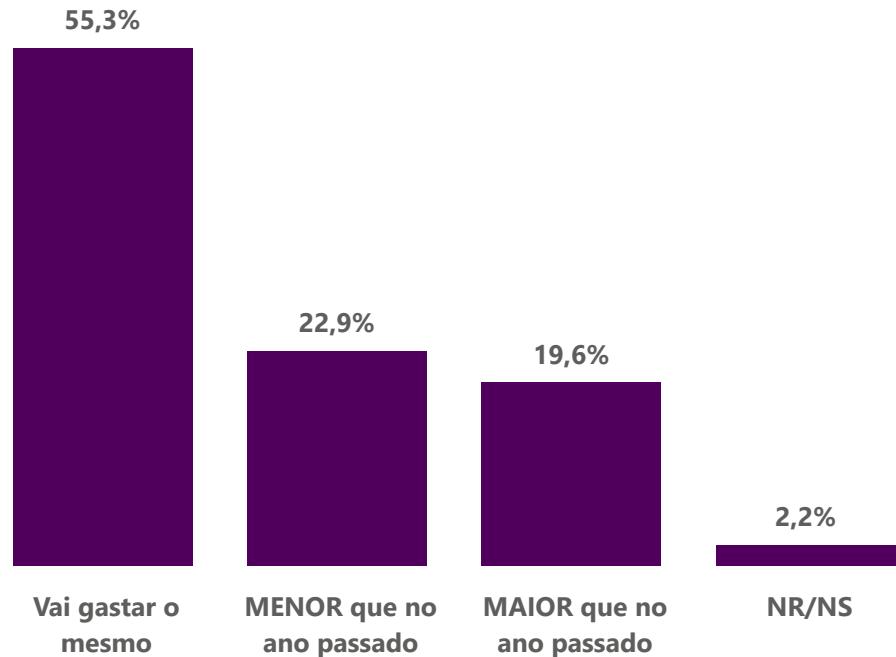
## Quais os presentes o(a) sr.(a) pretende comprar?



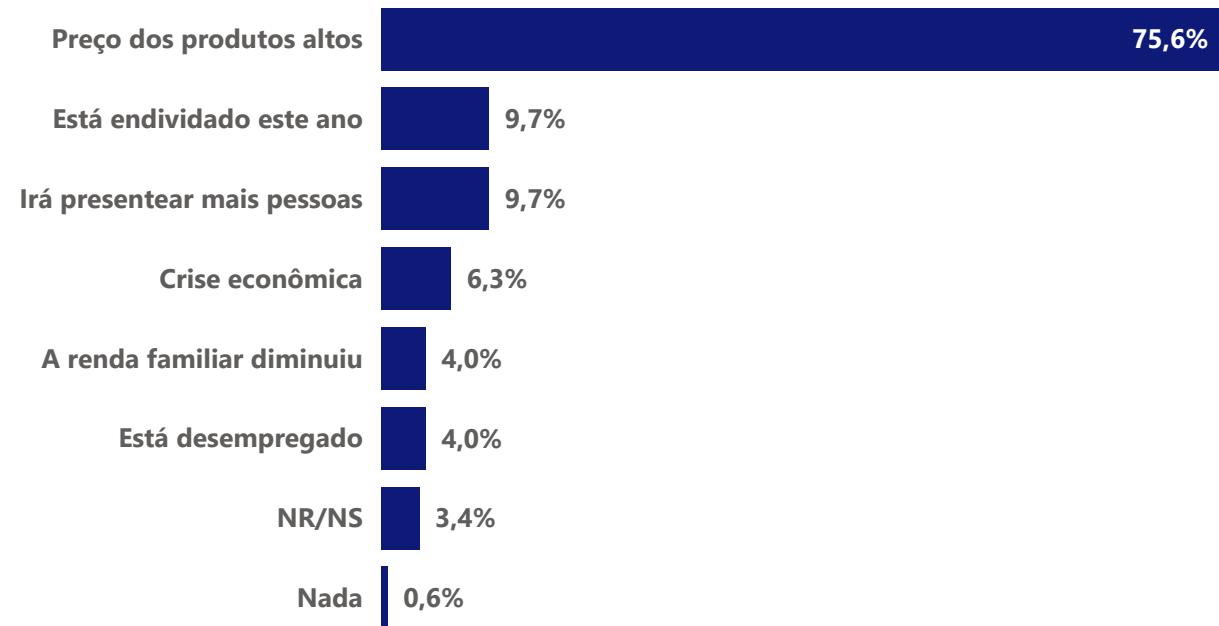
Em relação ao período de realização de compras, 51,4% dos entrevistados que irão presentear disseram que irão comprar os presentes na primeira semana de agosto, enquanto 39,7% o farão na semana do Dia dos Pais. Ainda, 7,8% informaram que já compraram ou ainda comprarão os presentes no mês de julho.

Os presentes mais frequentes serão roupas, calçados e perfumes, de acordo com 48,0%, 28,3% e 12,3% dos entrevistados, respectivamente.

Em relação ao ano passado, o seu gasto com os presentes de Dia dos Pais será?



Fatores que podem limitar os gastos

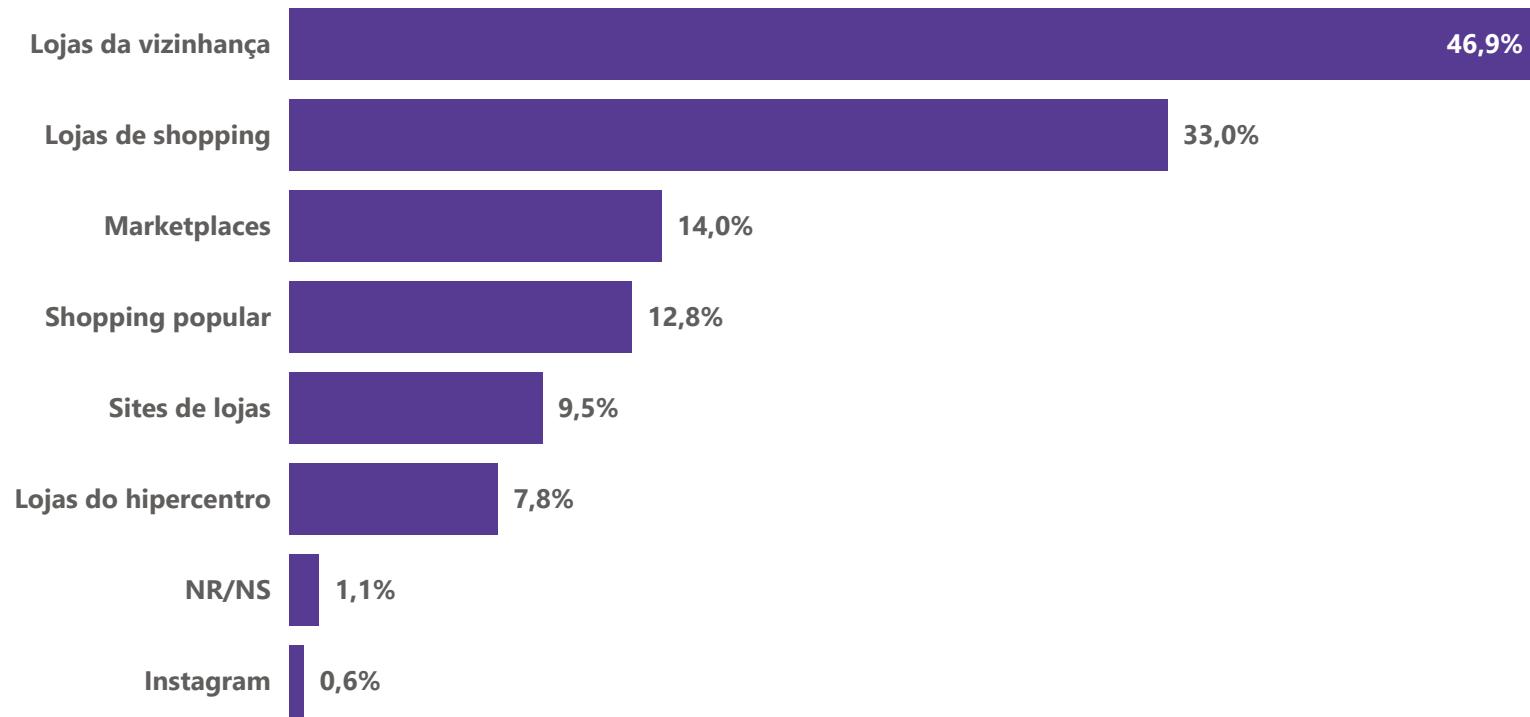


% empresas (total não soma 100%)

Na comparação com o Dia dos Pais de 2024, os gastos com presentes serão iguais para 55,3% dos entrevistados, enquanto 22,9% irão gastar menos e 19,6% gastarão mais.

Os fatores que podem limitar os gastos são o preço alto dos produtos, o endividamento e a maior quantidade de pessoas a presentear.

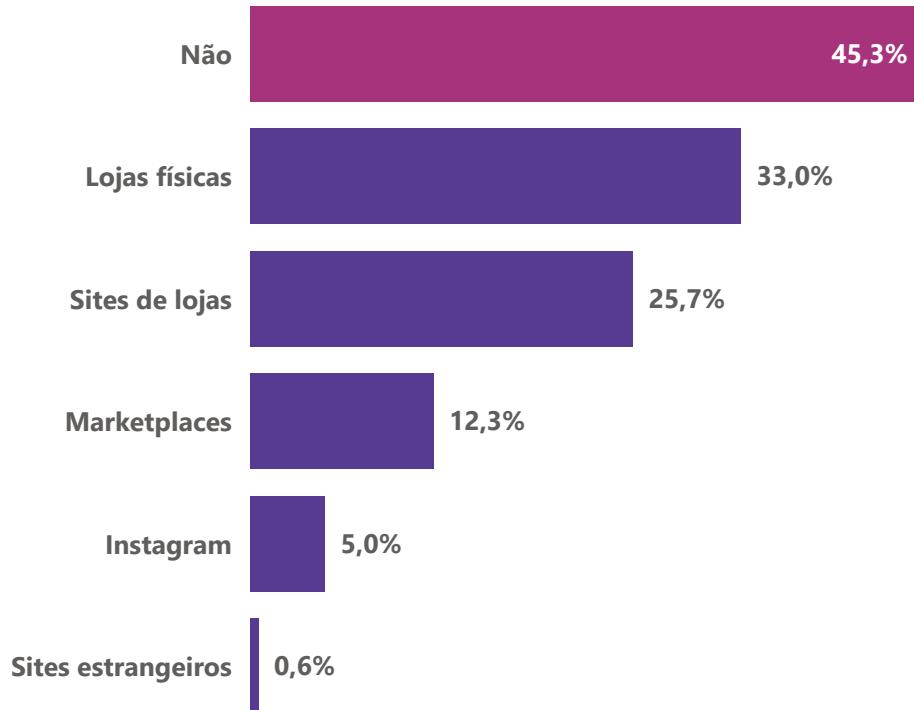
## Onde pretende realizar as compras?



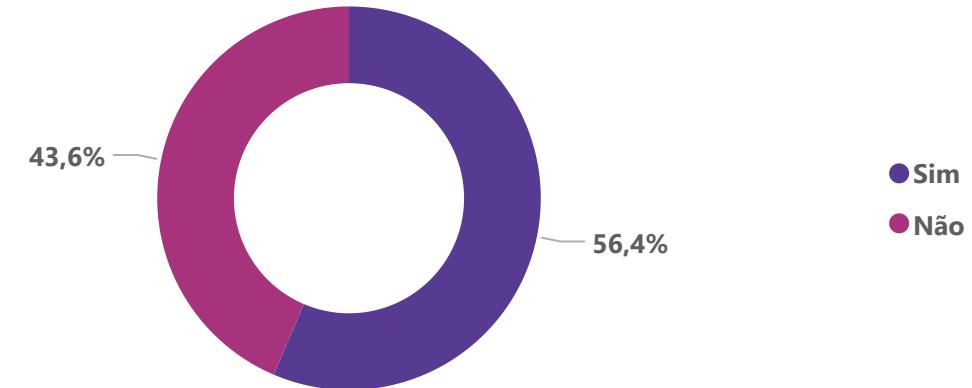
% empresas (total não soma 100%)

Quando perguntados sobre o local que pretendem realizar compras, lojas de vizinhança e lojas de shopping se destacaram, com 46,9% e 33,0%, respectivamente, da indicação dos entrevistados.

Você costuma pesquisar por produtos? Se sim, por onde?



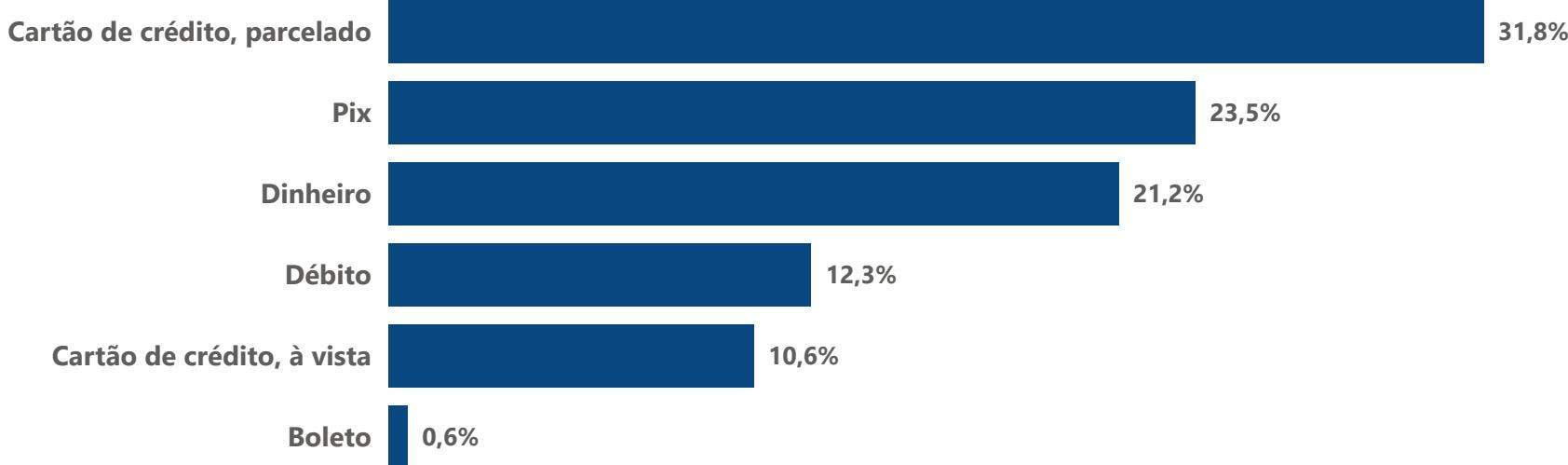
Ao pesquisar produtos, você avalia os preços?



Entre os consumidores entrevistados, 45,3% afirmam não realizar pesquisas por produtos antes da compra. Entre os que pesquisam, os canais mais utilizados são lojas físicas (33,0%), sites de lojas (25,7%) e marketplaces (12,3%). Outros meios menos recorrentes incluem o Instagram (5,0%) e sites estrangeiros (0,6%).

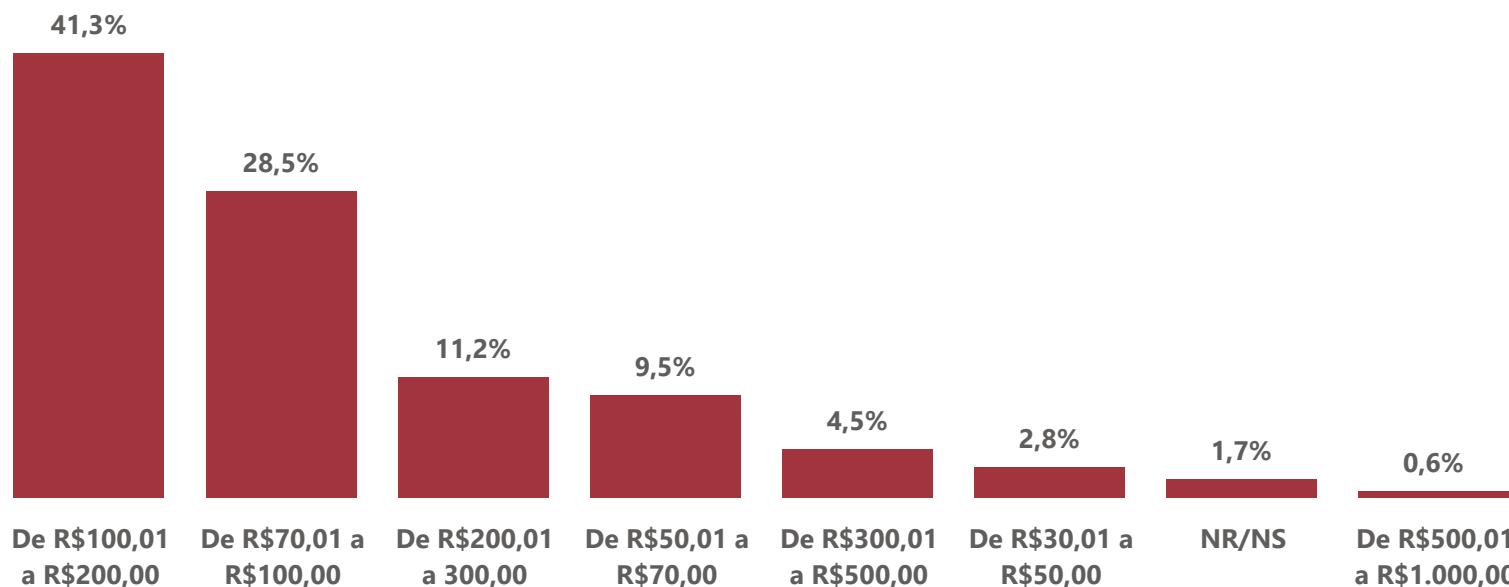
Além disso, entre os entrevistados que costumam pesquisar por produtos, 56,4% afirmam avaliar os preços.

## Como pretende pagar as compras no período?



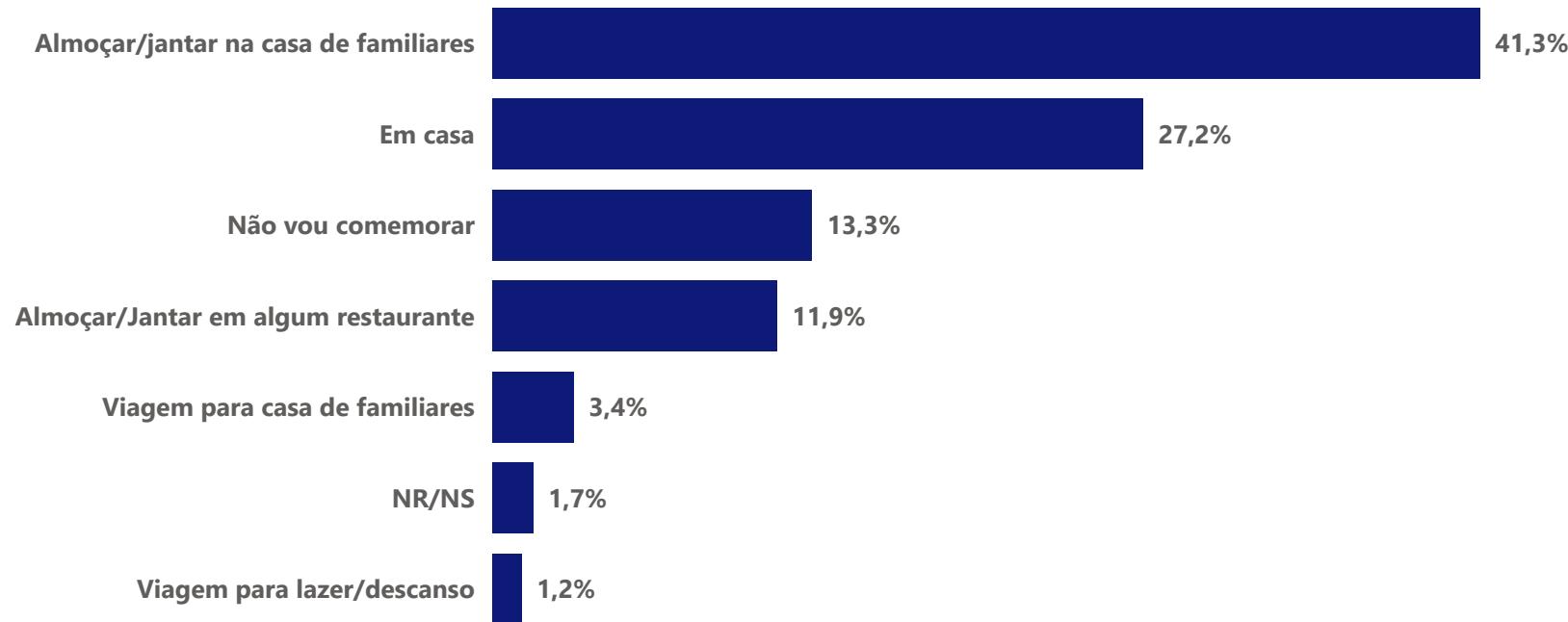
Quanto à forma de pagamento, os métodos mais utilizados pelos consumidores serão o cartão de crédito parcelado (31,8%), Pix (23,5%) e dinheiro (21,2%).

## Em média, quanto pretende gastar com o(s) presente(s) de Dia dos Pais?



O gasto médio deve variar de R\$70,00 a R\$200,00 para 69,8% dos que pretendem presentear.

## Como irá comemorar a data?



A maioria dos entrevistados pretende comemorar o Dia dos Pais almoçando ou jantando na casa de familiares (41,3%). Outros 27,2% planejam celebrar em casa. Já 13,3% afirmam que não irão comemorar a data.

Para a pesquisa, foram aplicados 411 de questionários de 14 a 22 de julho de 2025 com consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais com respeito a idade, sexo e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário, integralmente e a qualquer tempo, pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

### Equipe Técnica

#### Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

**Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável:** Jorge Marinho Rolla

**Supervisora Estudos Econômicos:** Gabriela Filipe Martins

**Analista de economia:** Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

**Assistente de economia:** Filipe do Nascimento Souza

**Supervisor Pesquisa e Inteligência:** Devid Lima da Silva

**Pesquisadores:** Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Millena Ketley Nunes Scofield

**Menores aprendizes:** Isabelli Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

#### Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

[economia@fecomercomg.org.br](mailto:economia@fecomercomg.org.br) | [www.fecomerciomg.org.br](http://www.fecomerciomg.org.br)