

Intenção de Consumo

Dia dos Pais

Pesquisa e Inteligência | Fecomércio MG

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, 50,1% dos entrevistados pretendem presentear na data esse ano.

Entre os consumidores que irão presentear no período, boa parte (53,7%) disse que ações como promoções podem atraí-los às compras, 47,3% preço reduzido e 16,6% apontou ainda o atendimento diferenciado.

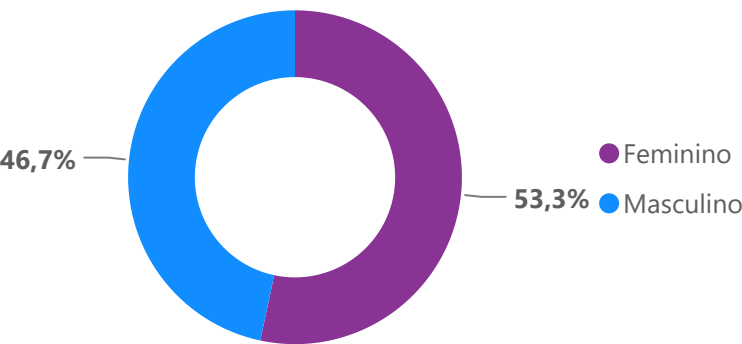
Roupas, calçados e perfumes serão os produtos mais procurados para a data, de acordo com 42,5%, 30,6% e 13,9% dos consumidores, respectivamente.

Apenas 20,5% dos consumidores não costumam pesquisar produtos para compras. Entre os que pesquisam produtos, 41,5% fazem através de lojas físicas, 31,7% site de lojas e 16,6% por Marketplaces.

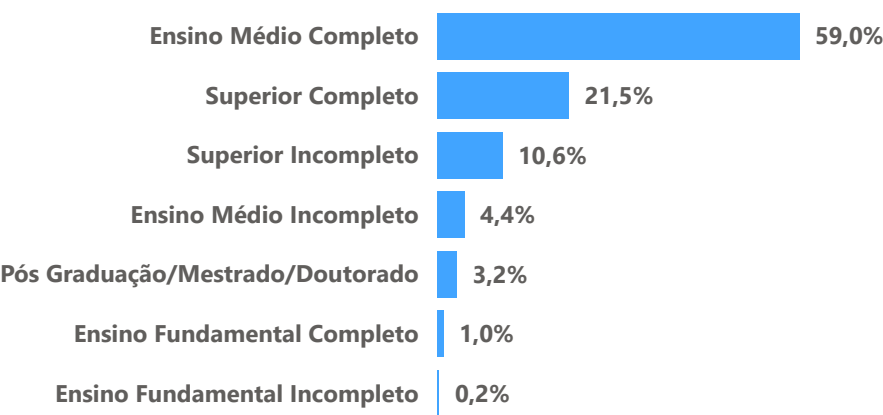
No entanto, alguns fatores podem desestimular as compras no período, como o preço alto dos produtos (46,3%), atendimento precário (31,7%), lojas cheias (20,0%) e pouca variedade de produtos (18,0%).

Entre os fatores mencionados que podem limitar os gastos, o alto preço dos produtos se destaca, sendo apontado por 67,5% dos entrevistados.

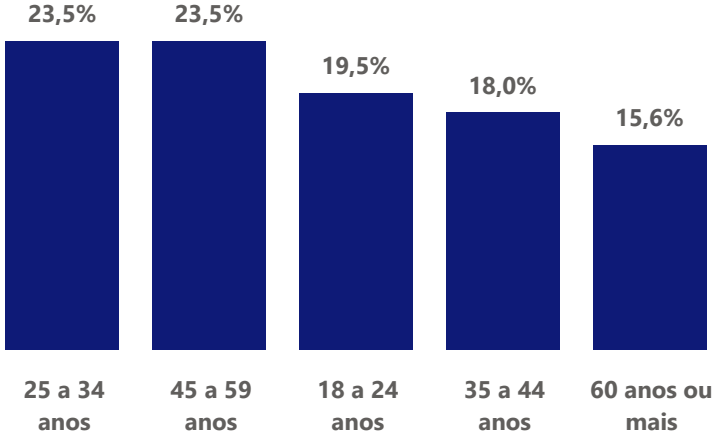
Sexo



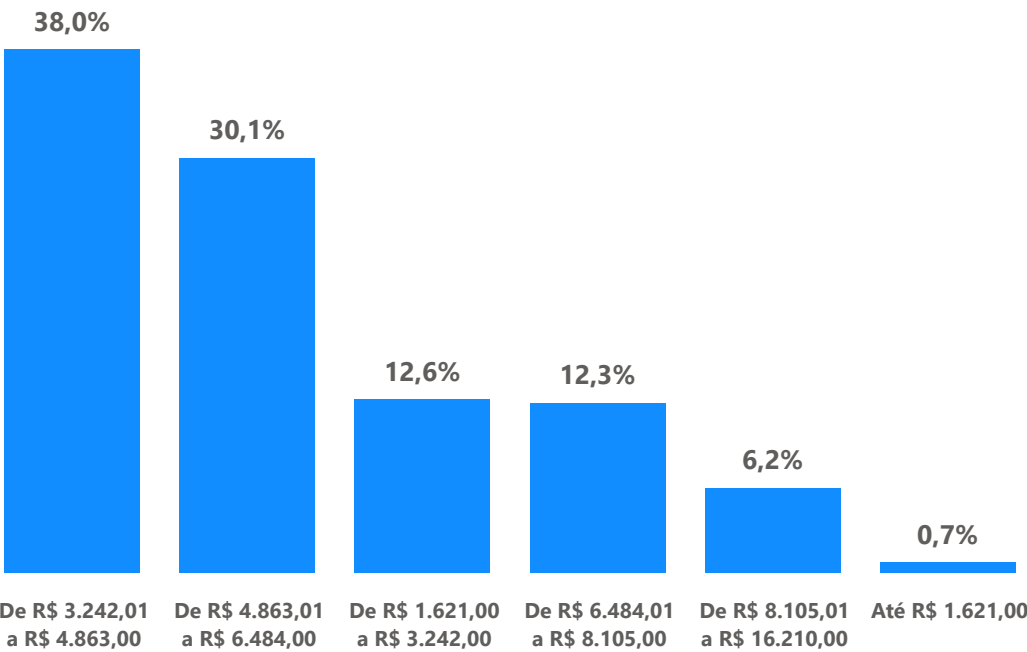
Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



Idade



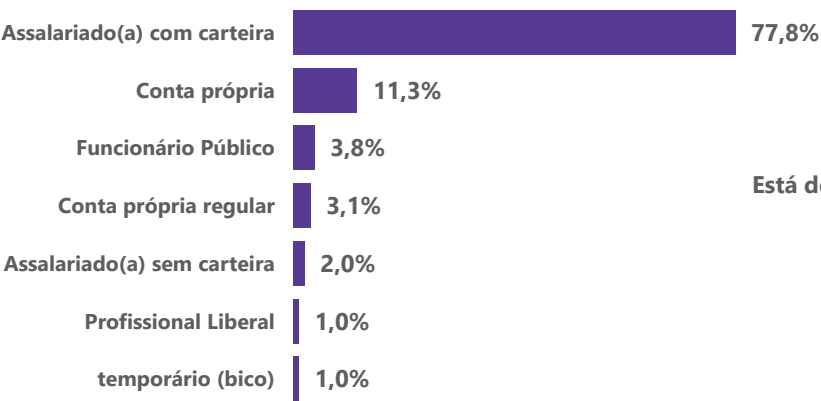
Renda familiar no mês de março (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):



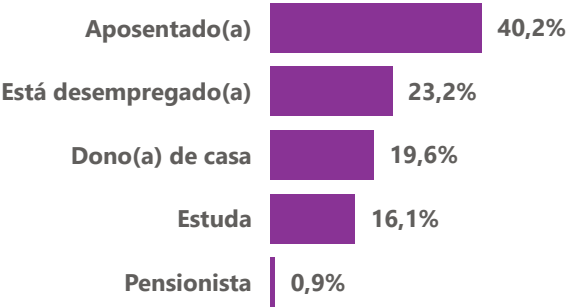
O(A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?



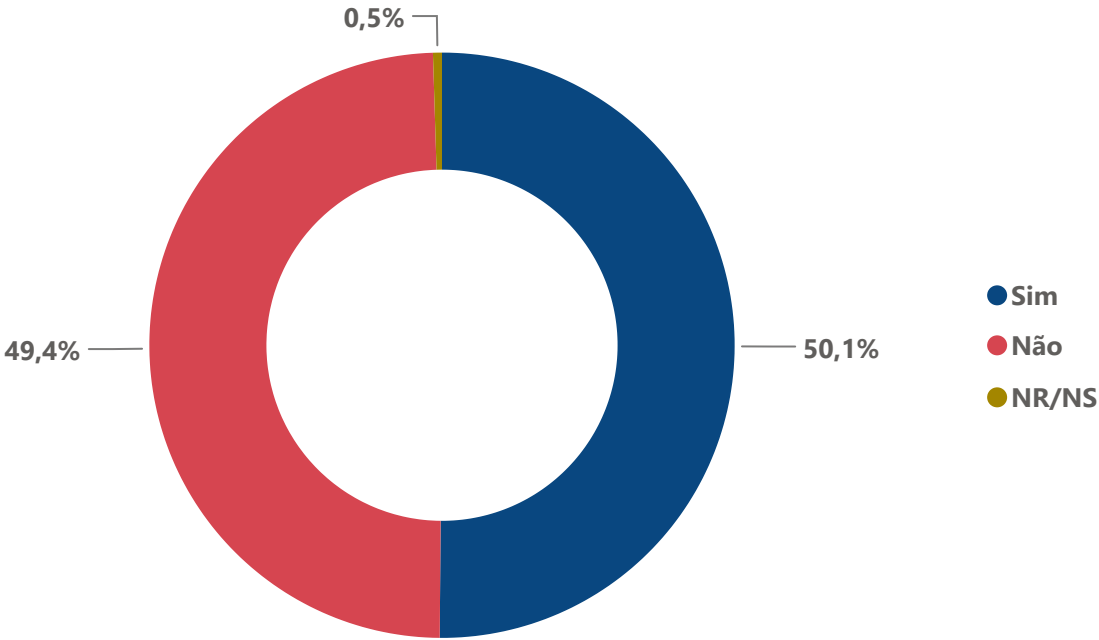
No seu trabalho o(a) Sr(a). é:



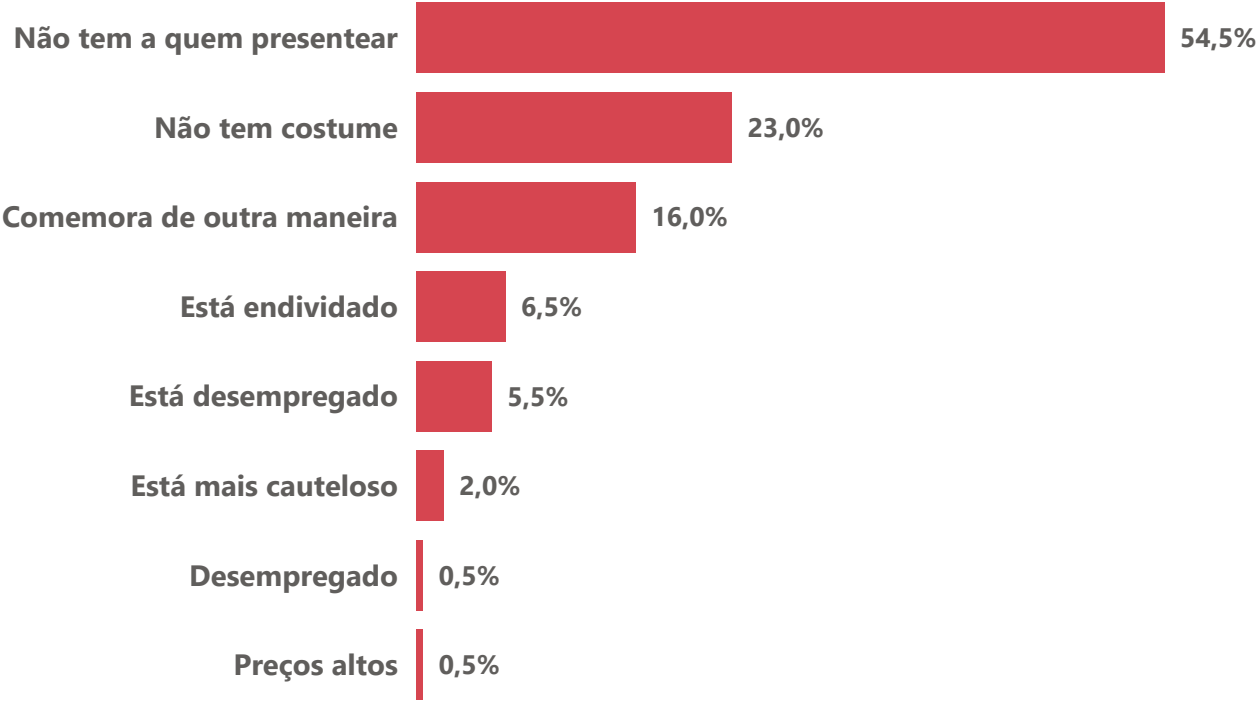
(SE NÃO TRABALHA) Qual é a sua ocupação principal: só estuda, é aposentado(a)?



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



Por que não irá presentear?

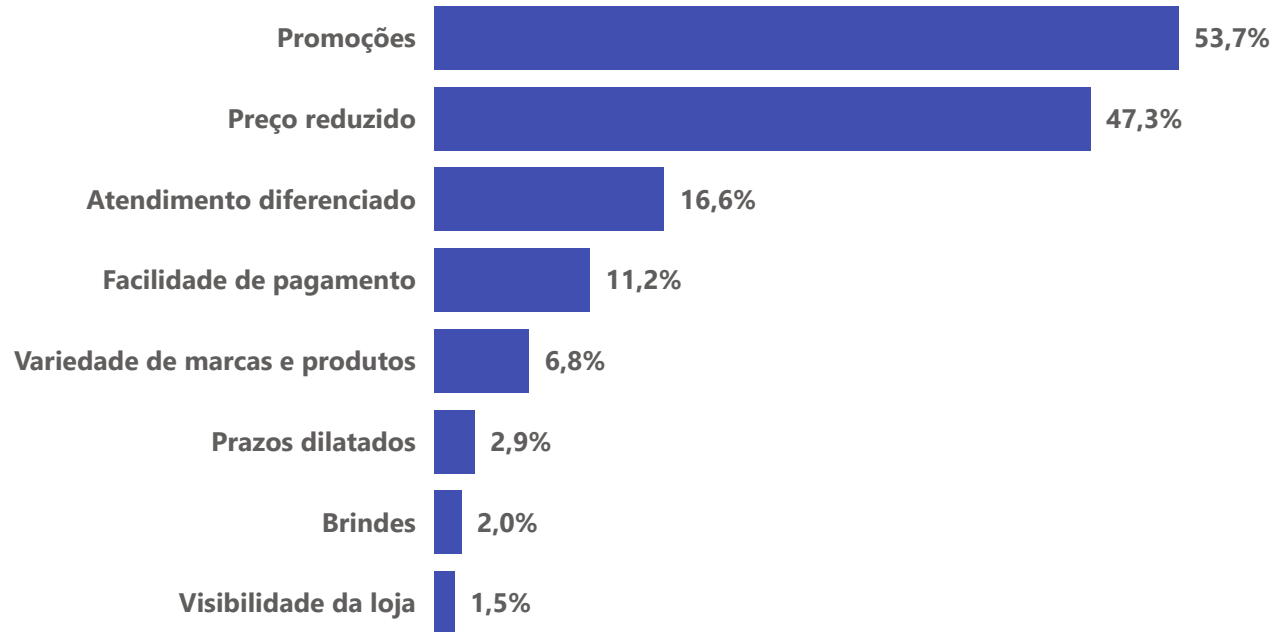


% empresas (total não soma 100%)

No Dia dos Pais, 50,1% dos entrevistados irão presentear e 49,4% não irão presentear.

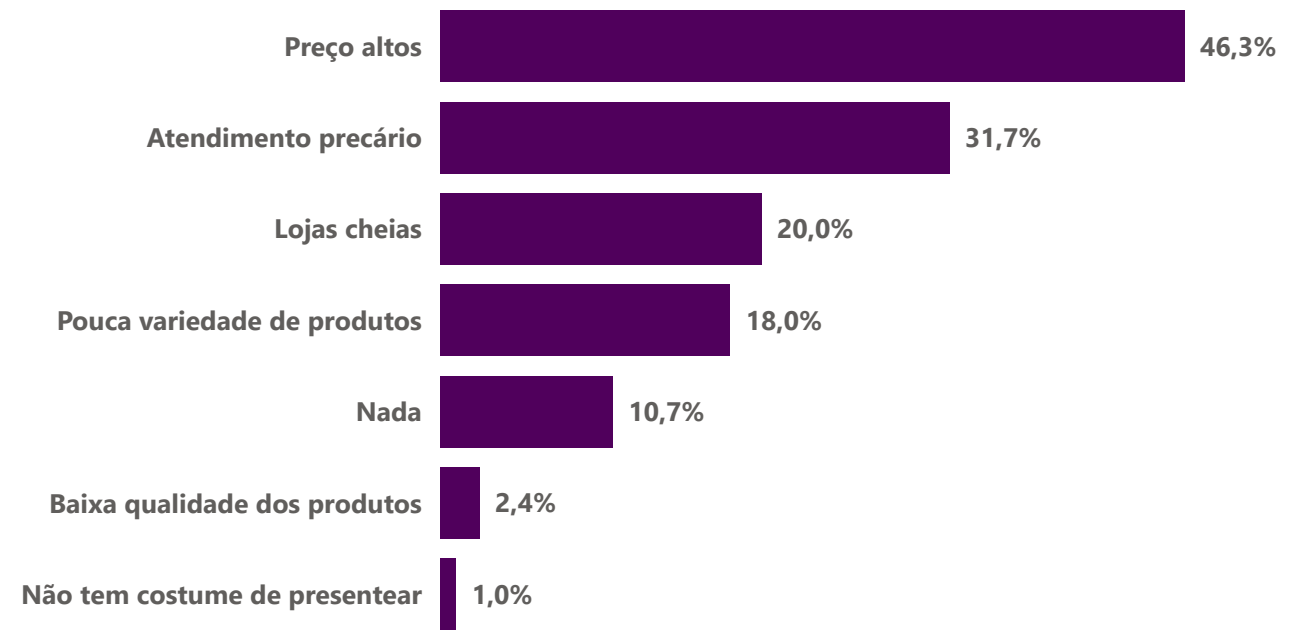
Entre os motivos apresentados por aqueles que não irão presentear na data, destaca-se a ausência de alguém para presentear (54,5%). Além disso, 23,0% dizem não ter esse costume e 16,0% comemoram de outra maneira.

Ações que podem atrair?



% empresas (total não soma 100%)

O que pode desestimulá-lo para as compras?

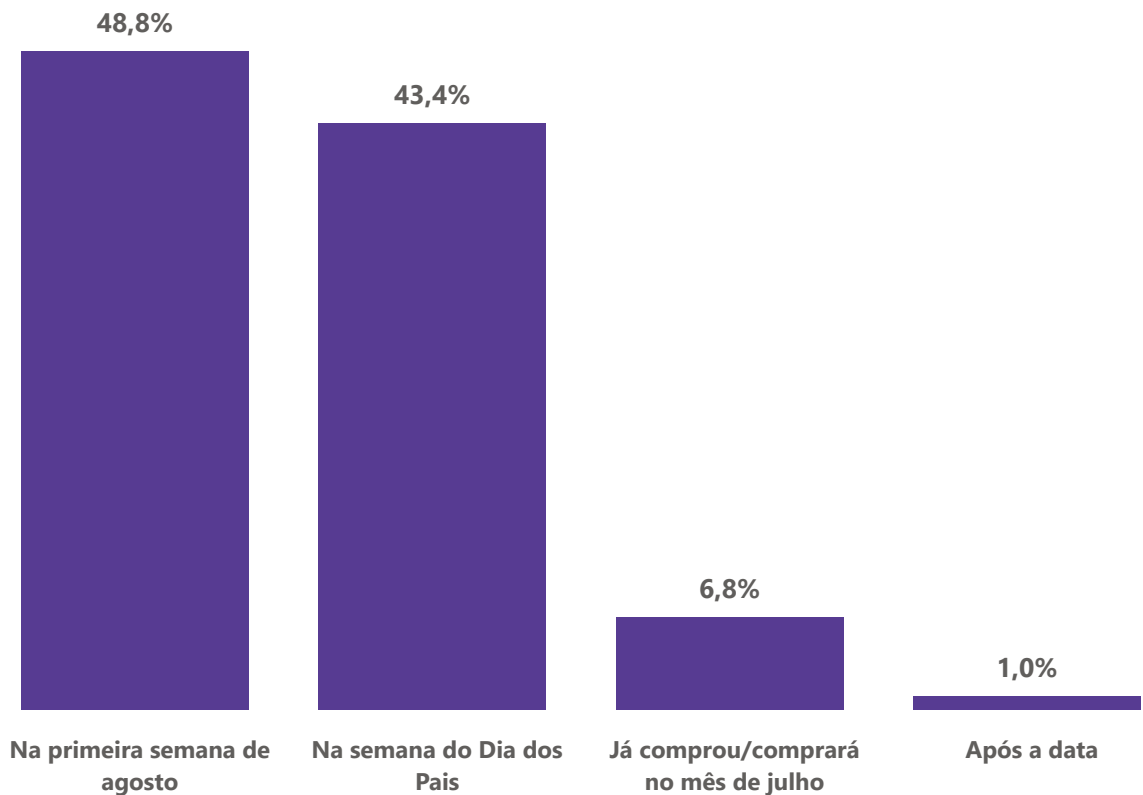


% empresas (total não soma 100%)

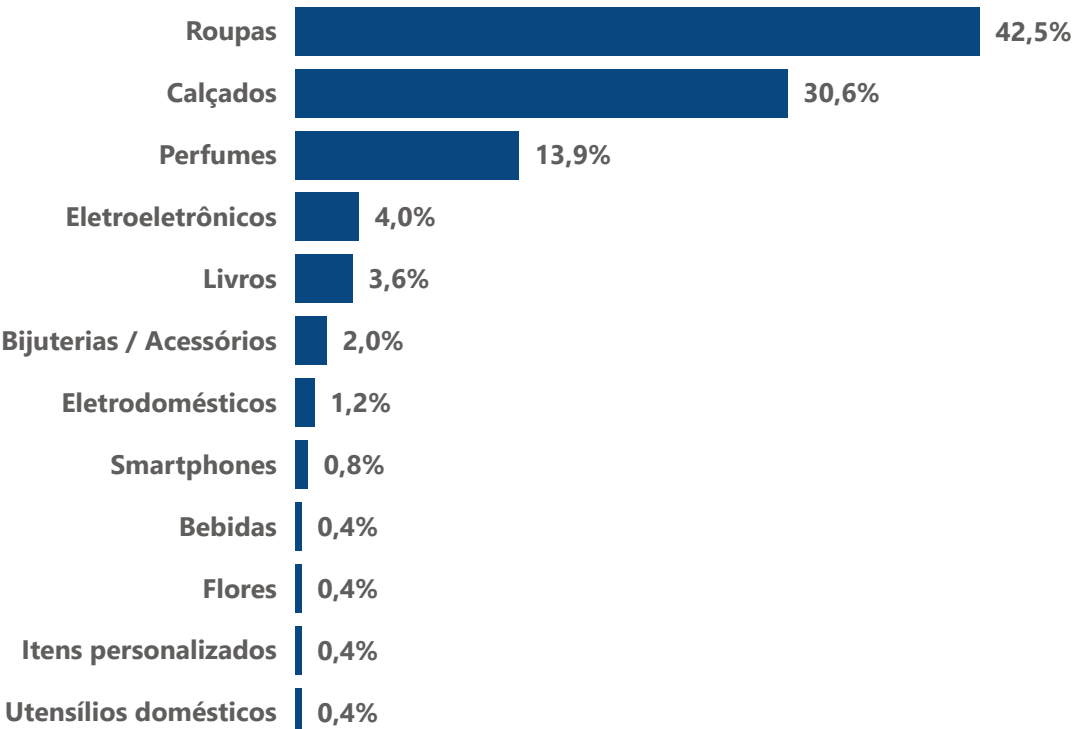
O principal interesse do público consumidor entrevistado entre as ações que podem atraí-lo está nas promoções (53,7%), seguido por preços reduzidos (47,3%) e atendimento diferenciado (16,6%).

Contudo, pode desestimulá-los, principalmente, os preços altos (46,3%), o atendimento precário (31,7%), as lojas cheias (20,0%) e a pouca variedade de produtos (18,0%).

Quando pretende realizar as compras?



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

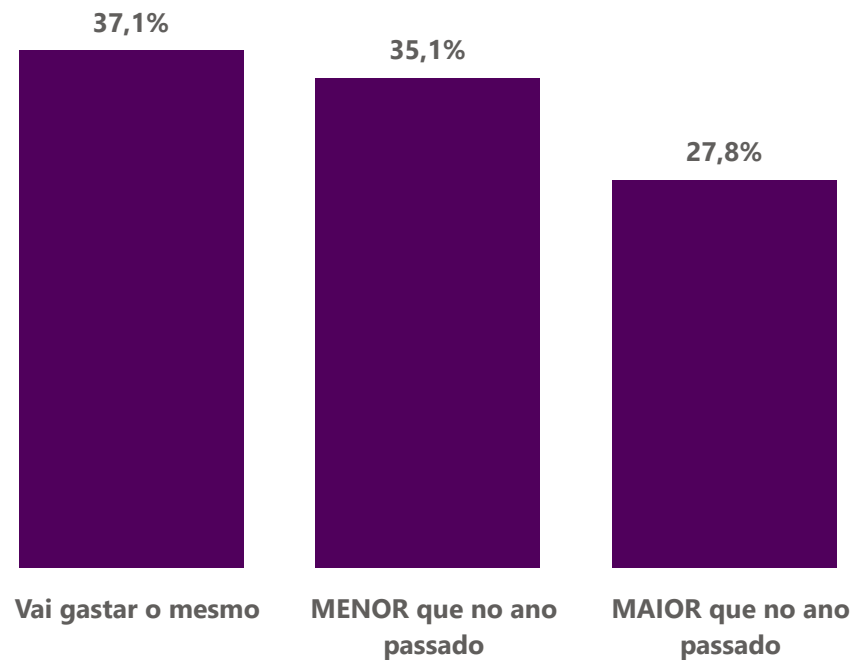


% empresas (total não soma 100%)

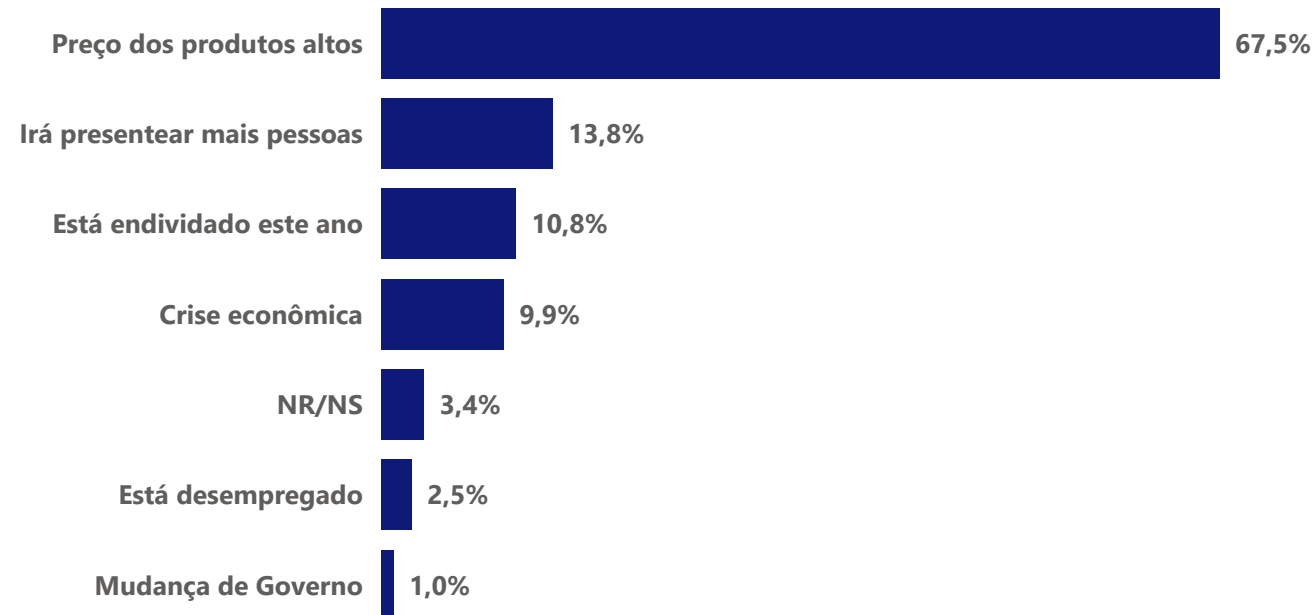
Em relação ao período de realização de compras, 48,8% dos entrevistados que irão presentear disseram que irão comprar os presentes na primeira semana de agosto, enquanto 43,4% o farão na semana do Dia dos Pais. Ainda, 6,8% informaram que já compraram ou ainda comprarão os presentes no mês de julho.

Os presentes mais frequentes serão roupas, calçados e perfumes, de acordo com 42,5%, 30,6% e 13,9% 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

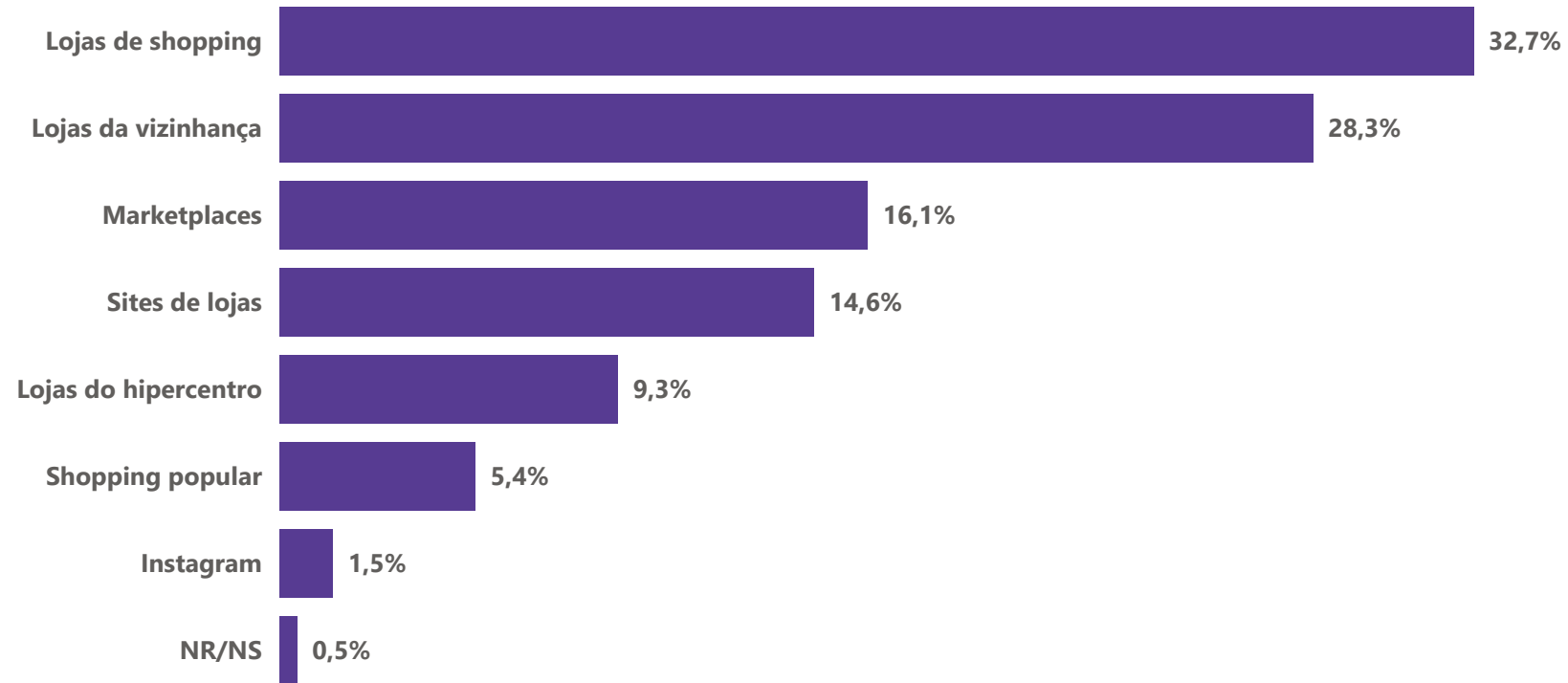


% empresas (total não soma 100%)

Na comparação com o Dia dos Pais de 2025, os gastos com presentes serão iguais para 37,1% dos entrevistados, enquanto 35,1% irão gastar menos e 27,8% gastarão mais.

Os fatores que podem limitar os gastos são o preço alto dos produtos 67,5%, a maior quantidade de pessoas a presentear (13,8%) e o endividamento (10,8%).

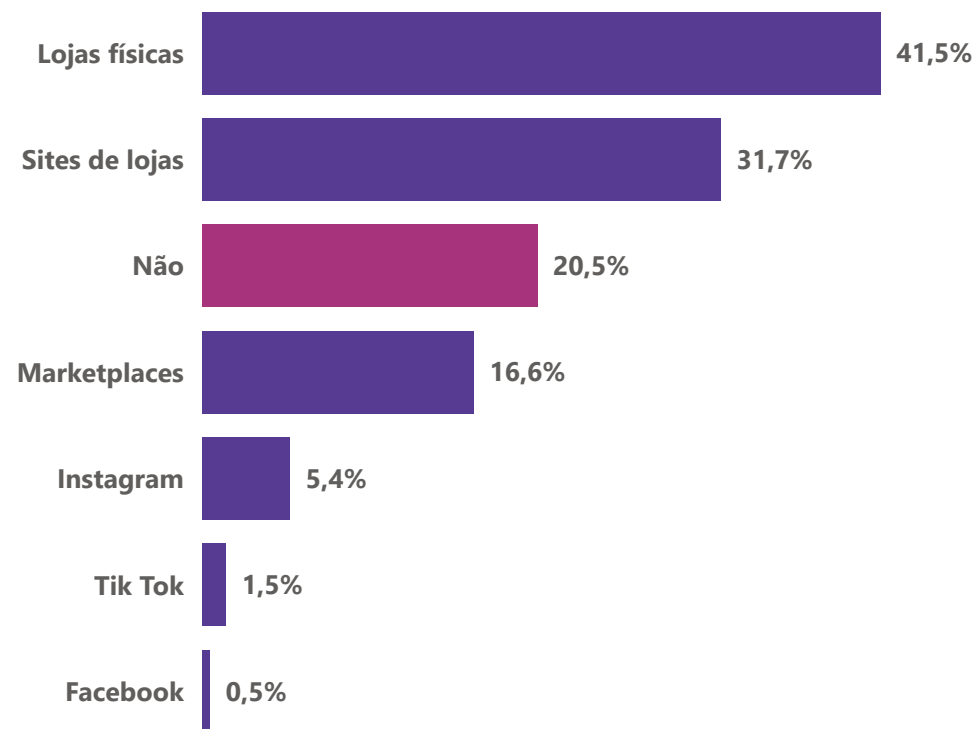
Onde pretende realizar as compras?



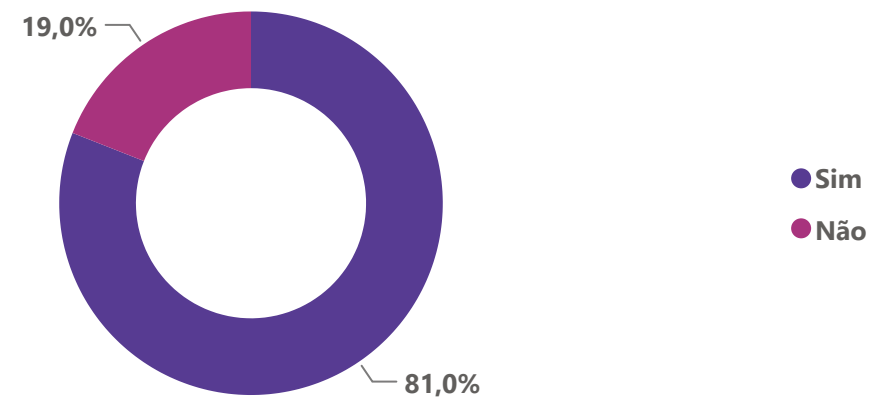
% empresas (total não soma 100%)

Quando perguntados sobre o local que pretendem realizar compras, lojas de shopping e lojas de vizinhança se destacaram, com 32,7% e 28,3%, respectivamente, da indicação dos entrevistados. Em seguida, aparece marketplaces (16,1%) e sites de lojas (14,6%).

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



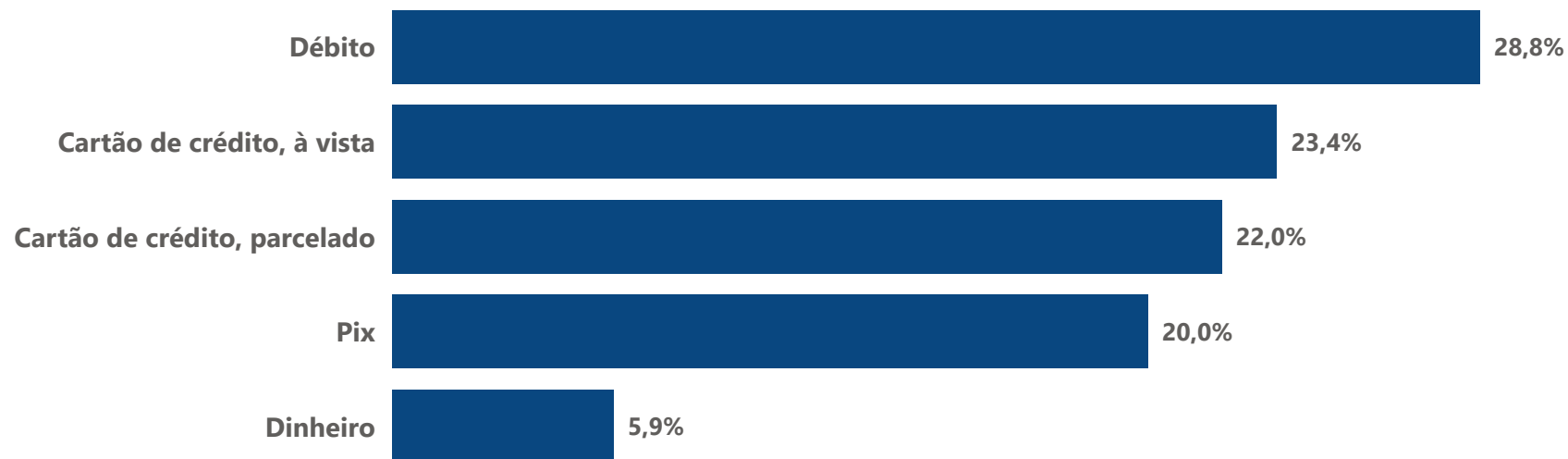
Ao pesquisar produtos, você avalia os preços?



Entre os consumidores entrevistados, 20,5% afirmam não realizar pesquisas por produtos antes da compra. Entre os que pesquisam, os canais mais utilizados são lojas físicas (41,5%), sites de lojas (31,7%) e marketplaces (16,6%).

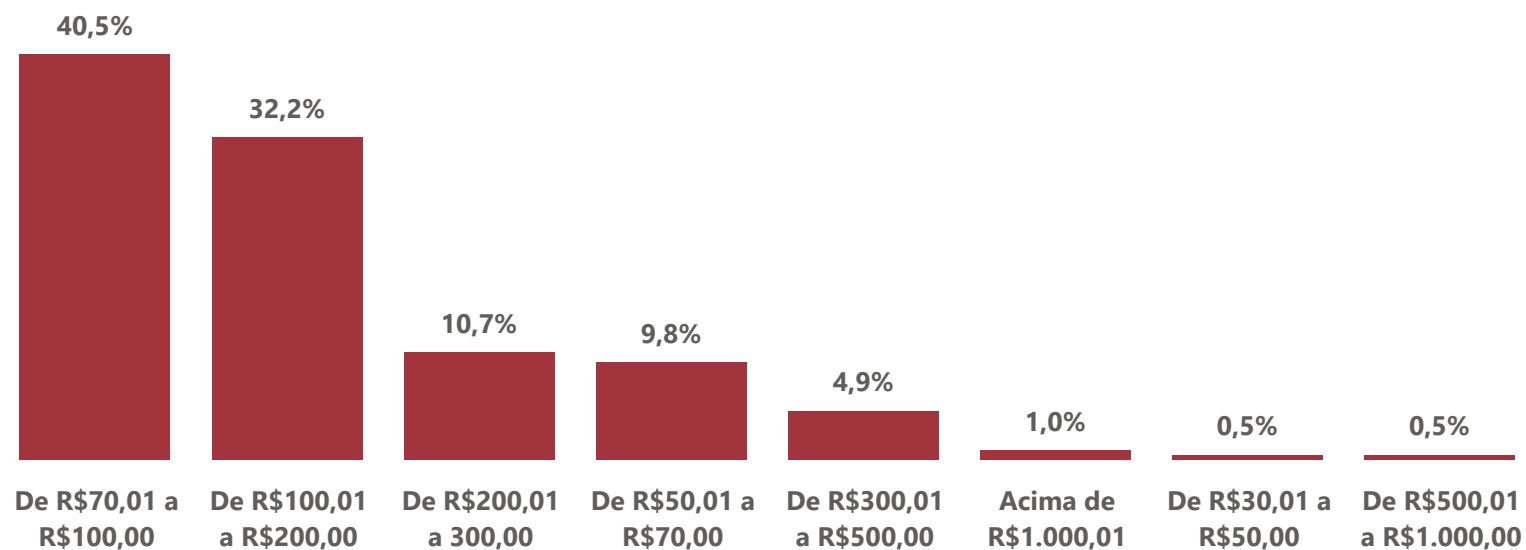
Além disso, entre os entrevistados que costumam pesquisar por produtos, 81,0% afirmam avaliar os preços.

Como pretende pagar as compras no período?



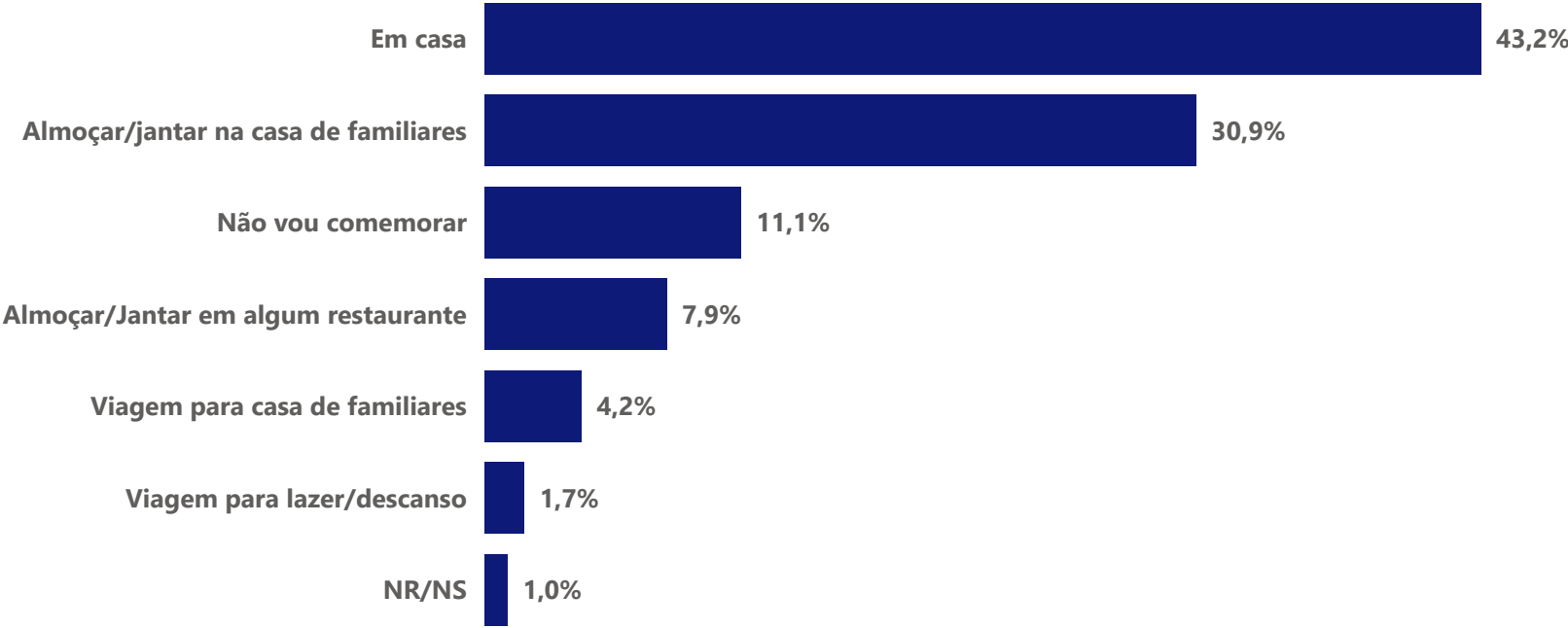
Quanto à forma de pagamento, os métodos mais utilizados pelos consumidores serão o cartão de débito (28,8%), crédito à vista (23,4%) e crédito parcelado (22,0%).

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 72,7% dos que pretendem presentear.

Como irá comemorar a data?



A maioria dos entrevistados pretende comemorar o Dia dos Pais em casa (43,2%). Outros 30,9% planejam almoçar ou jantar na casa de familiares. Já 11,1% afirmam que não irão comemorar a data.

Para a pesquisa, foram aplicados 405 de questionários de 10 a 15 de julho de 2026 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). Considerando uma amostragem aleatória simples de mesmo tamanho, a margem de erro seria da ordem de 4,9%, 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 de Pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Millena Ketley Nunes Scofield e Pedro Henrique Mendes Costa

Menor aprendiz: Ellen de Abreu Dutra, Lucas Samuel da Silva e Pedro Augusto Borges Xavier

**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@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br