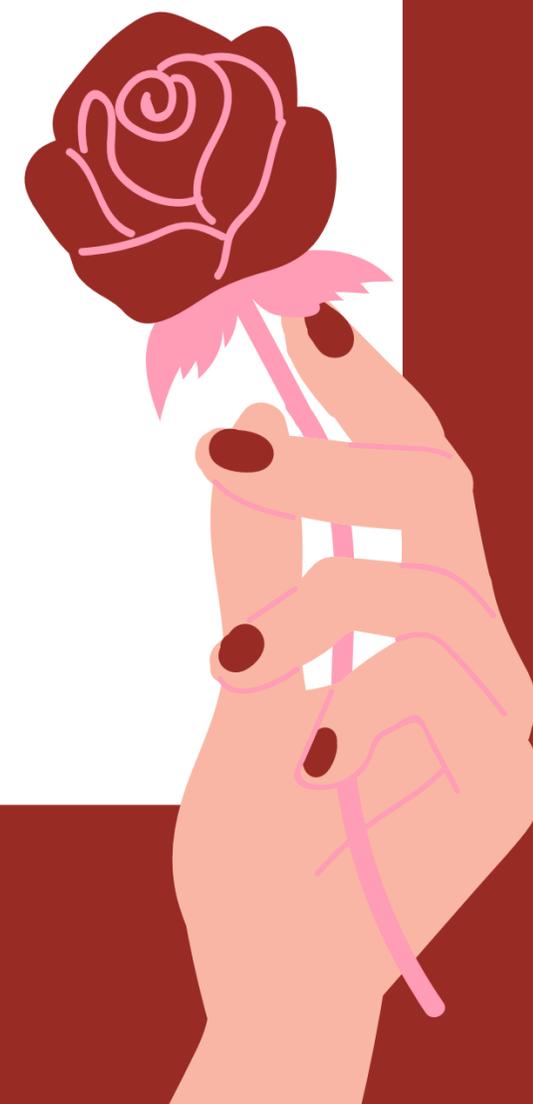




*Intenção de consumo*

*Dia dos namorados 2025*

*Campo Grande*





# *Expectativas*

As expectativas para o Dia dos Namorados de 2025, em Campo Grande, estão menos otimistas, houve redução no montante a ser movimentado na economia com compras de presentes e comemorações, provenientes da redução do percentual de pessoas interessadas em comprar e comemorar, e também redução no valor médio do presente.



# *Movimentação total*

Comemoração + Presente  
R\$ 79,7 Milhões

**16% menor que no ano anterior**

Gasto Médio Total  
R\$ 370,91



# Movimentação referente ao Dia dos Namorados 2025

## *Presentes*

Movimentação R\$  
41,1 Milhões

43,38% irão  
presentear

Gasto médio  
R\$ 193,11

## *Comemoração*

Movimentação R\$  
38,5 Milhões

44,16% irão  
comemorar

Gasto médio  
R\$ 177,80





*Você pretende  
comprar presente?*

**43% SIM**

**57% NÃO**

# Como pretende comprar?



**58% em uma  
loja física**



**27% compra  
on line**



**16% irá  
fazer**

*Onde você prefere efetuar suas compras presenciais de Dia dos Namorados?*



**64% Centro**



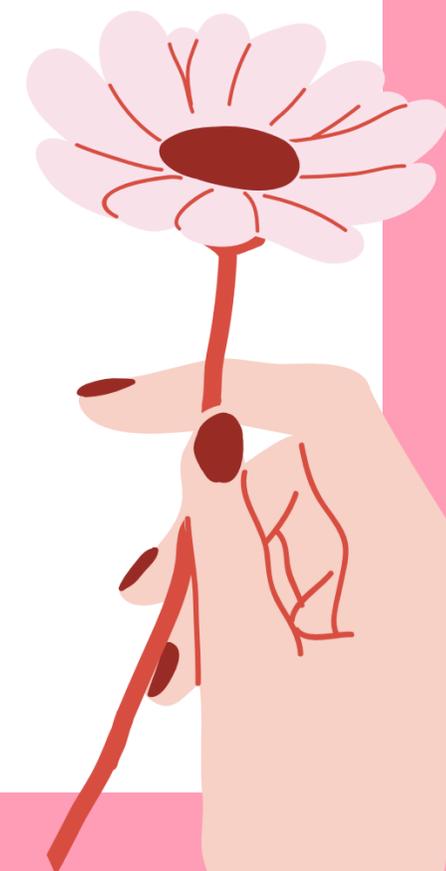
**25% Shopping**



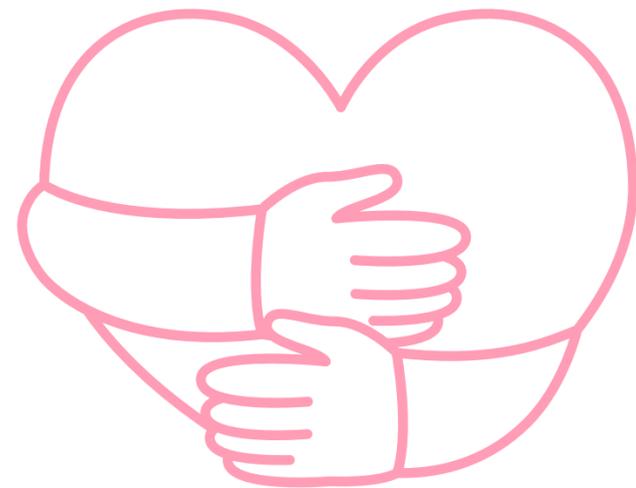
**7% Bairro**



**2% Galeria**



*Como irá entregar o presente de Dia dos Namorados?*



**97% Presencialmente**



**3% Entrega**

## *O que vai comprar?*



**Roupas 31%**



**Bolsas e  
acessórios 16%**



**Perfume e  
cosméticos 21%**



**calçados 11%**



**Jóias 11%**



**Flores e Cestas 11%**

# Como define o que comprar



**80% Qualidade do produto**



**8% Produto que viram em vitrine**



**31% Escolha do(a) namorado(a)**



**5% Propaganda na TV**



**15% Propaganda nas Mídias Sociais**



**2% Propaganda na rádio**



**9% Dicas de amigos / familiares**



# Qual o fator decisivo no momento da compra?



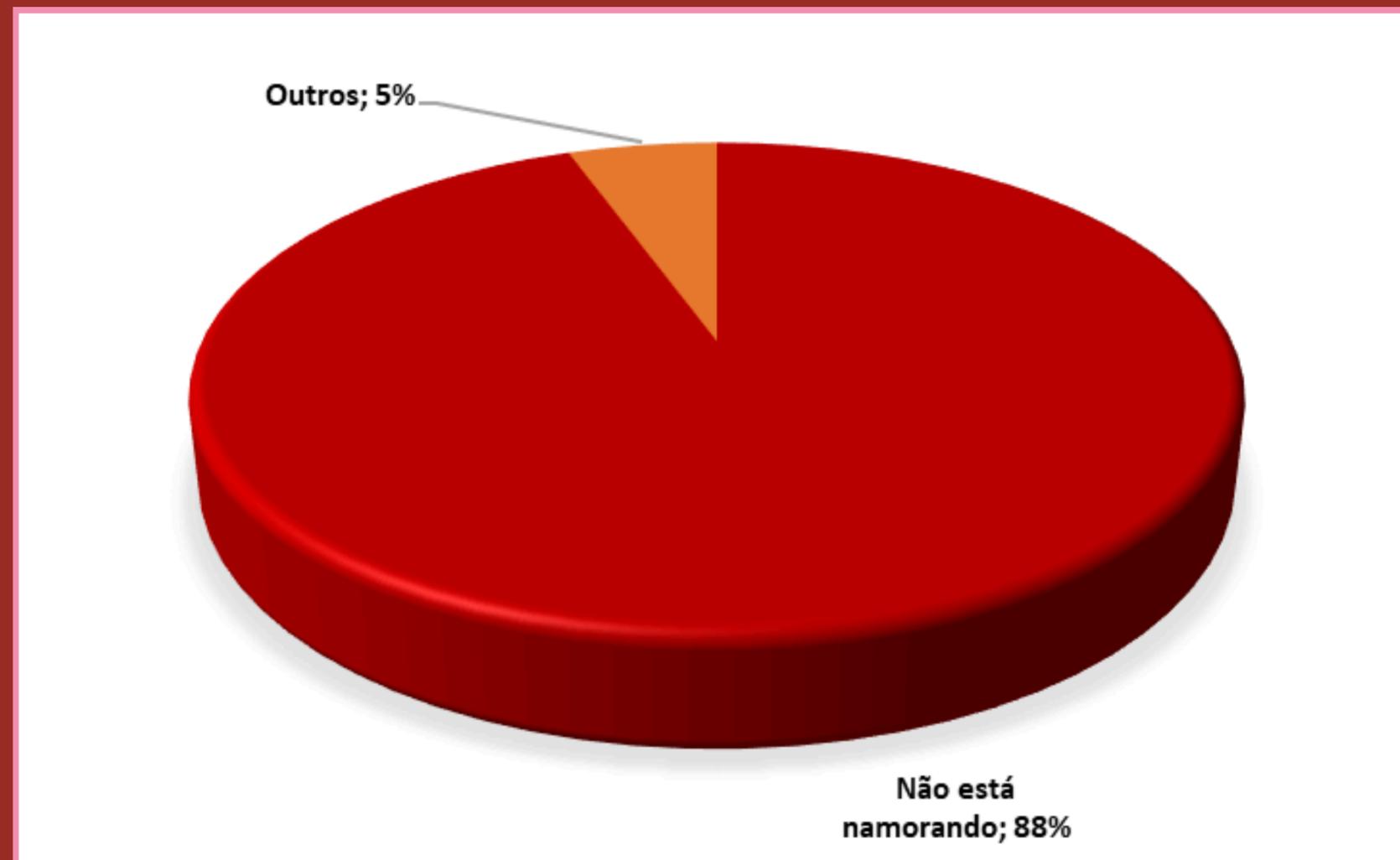
**90% Desconto no pagamento à vista**



**10% Parcelamento no cartão**



*Caso não vá presentear, qual o motivo?*



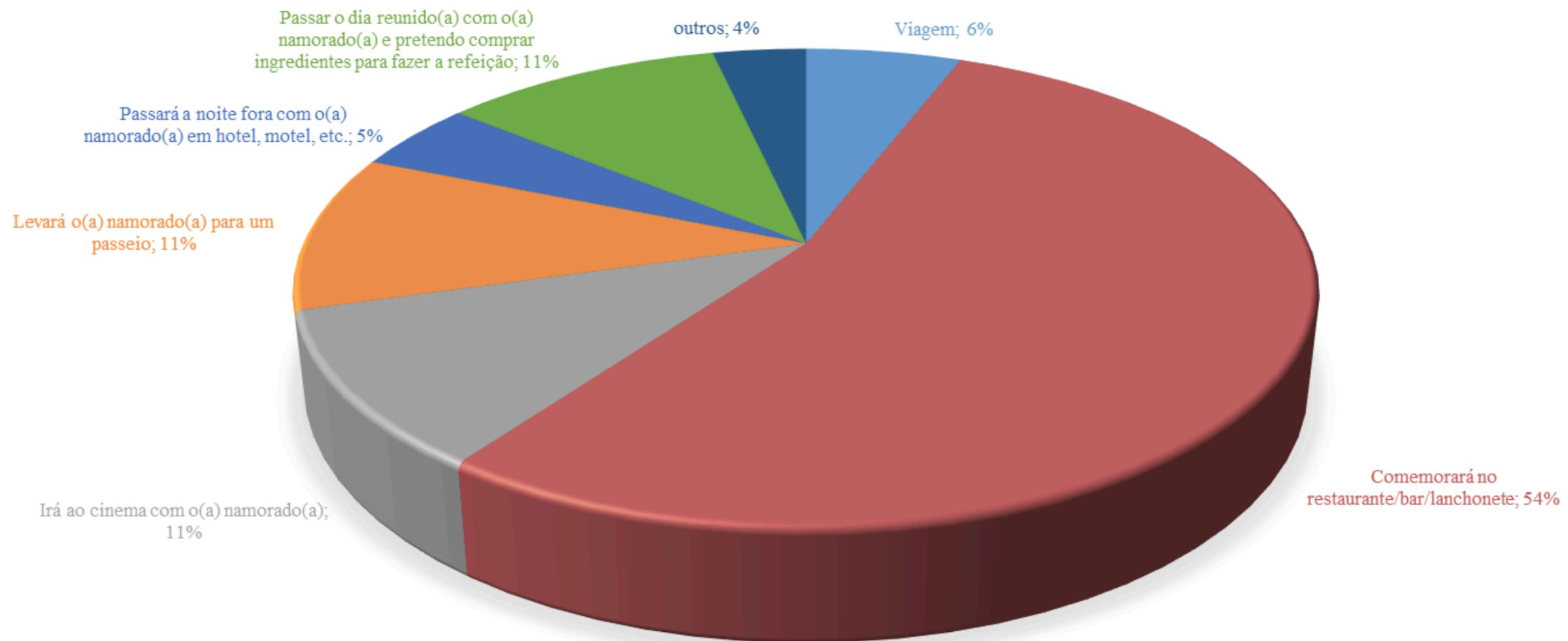
*Você irá comemorar o Dia dos namorados?*

**44% Sim**



**52% Não**

# Como será a comemoração?



**PRESENTE****2025****2024**

Cidades	% de pessoas que irão às compras (2025)	Gasto Médio (2025)	Movimentação total (2025)	% de pessoas que irão às compras (2024)	Gasto Médio corrigido pelo IPCA (2024)	Movimentação Total corrigido pelo IPCA (2024)
Bonito	47.73%	R\$ 289.68	R\$ 1,762,364	49.81%	R\$ 288.80	R\$ 1,833,648
Campo Grande	43.38%	R\$ 193.11	R\$ 41,162,363	48.60%	R\$ 225.43	R\$ 53,836,257
Corumbá/Ladário	46.44%	R\$ 331.45	R\$ 7,853,684	51.66%	R\$ 305.28	R\$ 8,046,454
Coxim	50.94%	R\$ 278.89	R\$ 2,442,160	56.72%	R\$ 268.68	R\$ 2,619,432
Dourados	55.06%	R\$ 270.41	R\$ 19,975,860	54.78%	R\$ 237.97	R\$ 17,491,454
Ponta Porã	48.69%	R\$ 257.69	R\$ 6,302,597	49.10%	R\$ 265.38	R\$ 6,544,979
Três Lagoas	55.81%	R\$ 311.74	R\$ 12,666,887	52.40%	R\$ 249.13	R\$ 9,504,600
Total de municípios pesquisados	49.34%	R\$ 273.21	R\$ 111,837,479	51.66%	R\$ 260.73	R\$ 111,742,016
MS	49.34%	R\$ 273.21	R\$ 201,397,018	51.66%	R\$ 260.73	R\$ 201,225,109

# COMEMORAÇÃO

## 2025

## 2024

Cidades	% de pessoas que irão às compras (2025)	Gasto Médio (2025)	Movimentação total (2025)	% de pessoas que irão às compras (2024)	Gasto Médio corrigido pelo IPCA (2024)	Movimentação Total corrigido pelo IPCA (2024)
Bonito	52.27%	R\$ 230.33	R\$ 1,534,759	53.61%	R\$ 218.26	R\$ 1,491,601
Campo Grande	44.16%	R\$ 177.80	R\$ 38,578,269	49.62%	R\$ 168.48	R\$ 41,079,076
Corumbá/Ladário	51.69%	R\$ 245.41	R\$ 6,471,451	52.40%	R\$ 232.55	R\$ 6,216,944
Coxim	50.94%	R\$ 197.36	R\$ 1,728,242	54.10%	R\$ 187.02	R\$ 1,739,297
Dourados	55.06%	R\$ 325.16	R\$ 24,020,573	50.00%	R\$ 308.12	R\$ 20,671,470
Ponta Porã	50.19%	R\$ 296.37	R\$ 7,471,714	57.76%	R\$ 280.84	R\$ 8,148,750
Três Lagoas	59.93%	R\$ 213.09	R\$ 9,297,400	57.20%	R\$ 201.92	R\$ 8,408,901
Total de municípios pesquisados	51.56%	R\$ 237.64	R\$ 101,652,457	53.30%	R\$ 225.19	R\$ 99,568,950
MS	51.56%	R\$ 237.64	R\$ 183,055,822	53.30%	R\$ 225.19	R\$ 179,303,841



# Objetivos da pesquisa

Identificar o comportamento do consumidor sul mato-grossense acerca de, comemorações e intenção de compra para o dia dos namorados 2025.

**MODALIDADE E MÉTODO DE PESQUISA** - O estudo foi realizado através de uma pesquisa de natureza quantitativa, pelo método de entrevista em ponto de fluxo, foi utilizado questionário estruturado de acordo com os objetivos da pesquisa.

**AMOSTRA** - O método de amostragem utilizado é a Amostragem por Conglomerados e aleatória simples. A margem de erro considerada para essa pesquisa é de 5% a 6% percentuais, para mais ou para menos. O intervalo de confiança é de 95%. Para tanto, foram entrevistadas 1982(mil novecentos e oitenta e duas) pessoas.

**PERÍODO DE CAMPO** 05 a 11 de Maio de 2025, nos municípios de Campo Grande, Dourados, Ponta Porã, Coxim, Bonito e Corumbá/Ladário e Três Lagoas

# Realização



## COORDENAÇÃO E ANÁLISE DA PESQUISA

Regiane Dedé de Oliveira – IPF/MS

Paulo Maciel de Lima Junior – SEBRAE/MS

## EQUIPE TÉCNICA – APOIO

Cleiton Lopes – Tempus Consultoria

Isabella Carvalho Fernandes Montello – SEBRAE/MS

Patrícia Gasparetto de Medeiros – SEBRAE/MS

Jeferson Vargas – SEBRAE/MS

Luigi Farina – IPF/MS

## Apoio:

