

# Intenção de Consumo Dia dos Pais 2025 Campo Grande



# Expectativas

O consumidor campo-grandense está bastante **cauteloso** em relação às compras e comemorações do dia dos pais de 2025. Em relação ao montante total a ser movimentado na economia registramos uma **perspectiva de redução em 15%**, em relação ao ano anterior, essa redução está diretamente relacionada ao valor médio a ser gasto com presentes e comemorações.

# Movimento referente ao Dia dos Pais

**Movimentação Total  
(Comemoração + Presente)  
R\$ 87,17 milhões**

**15% menor que no ano anterior**

**Gasto Médio Total  
R\$ 350,53 reais**



## PRESENTES



**Movimentação**  
**R\$: 43,79 milhões**

**Gasto Médio**  
**R\$ 186,66 reais**

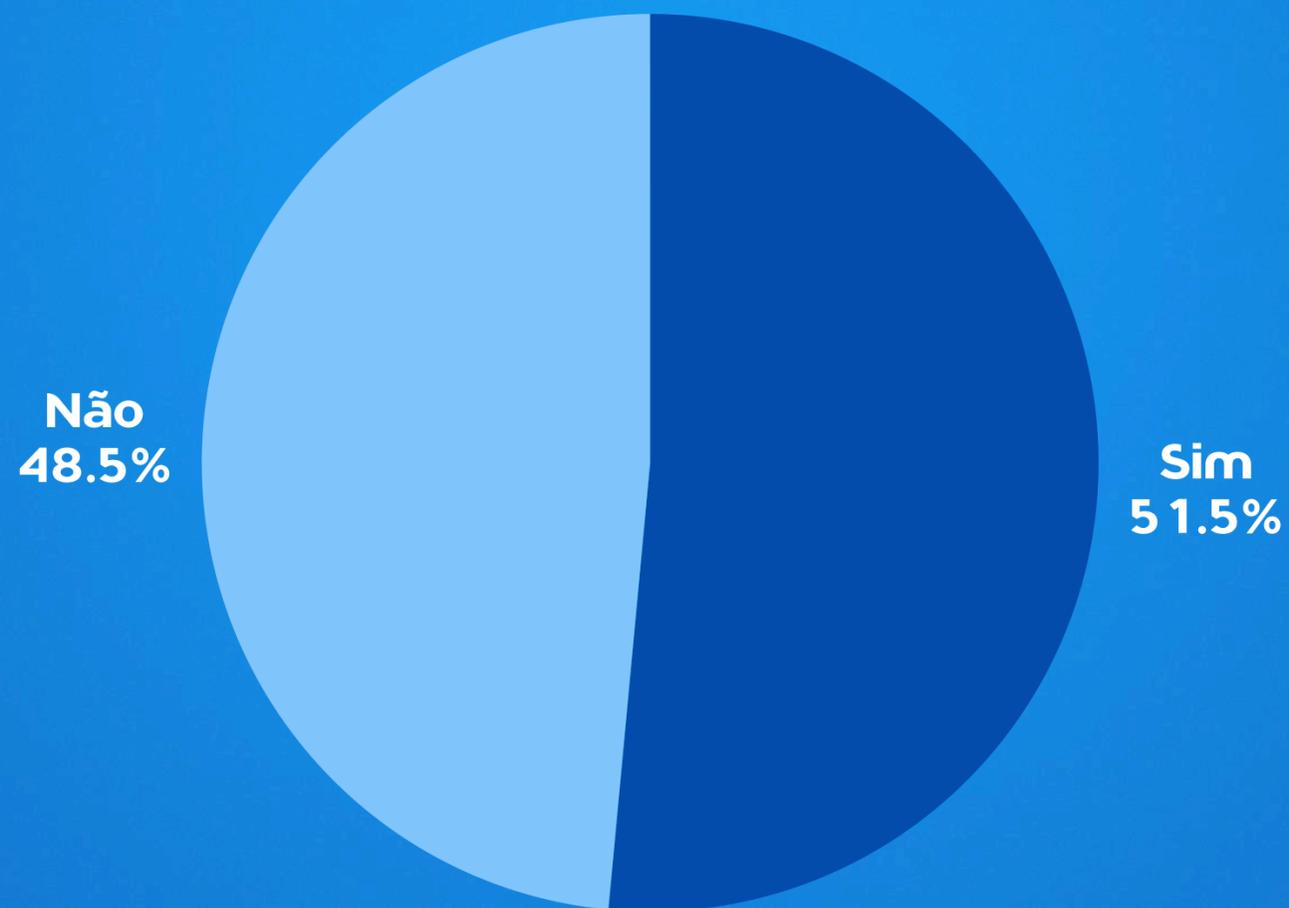
## COMEMORAÇÕES



**Movimentação**  
**R\$: 43,37 milhões**

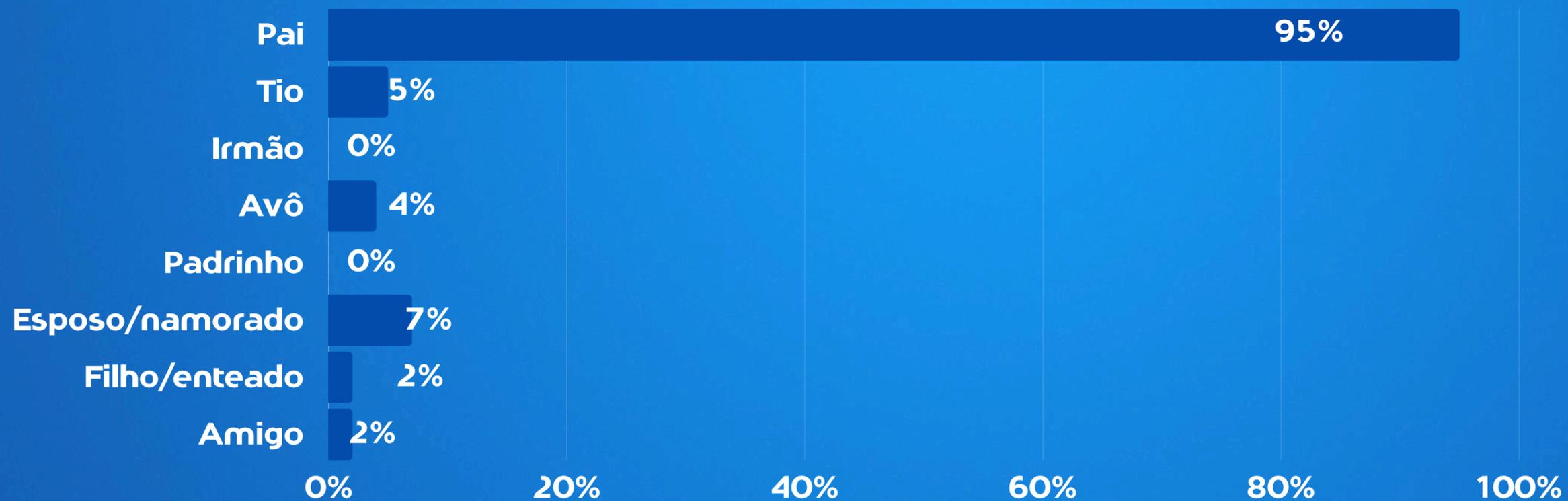
**Gasto Médio**  
**R\$ 168,87 reais**

# Você pretende presentear no Dia dos Pais?



# Se sim, quem irá presentear?

● Porcetagem



# Caso sim, como pretende comprar?



Online de  
uma loja  
física

16%



Online de um  
profissional  
autônomo

5%



Presencial de  
uma loja física

73%



Pretendo fazer

6%

# Onde você prefere efetuar suas compras presenciais?

55%

Centro

6%

Outros

25%

Bairro

2%

Vendedor autônomo

12%

Shopping

0%

Galeria



# Como você prefere entregar o presente ?

97%

Pessoalmente

3%

Entrega/Delivery



# O que pretende comprar ou fazer?



**Roupa**

**59%**



**Calçado**

**41%**



**Perfume**

**16%**



**Carteira /  
Assessório**

**3%**

# O que pretende comprar ou fazer?



**Relógio /  
jóias**

**4%**



**Ferramentas**

**3%**



**Livro**

**3%**



**Eletrodoméstico**

**0%**

# O que pretende comprar ou fazer?



**Eletrônico**

0%



**Cestas de café  
/ chocolate**

0%



**Kit churrasco**

0%

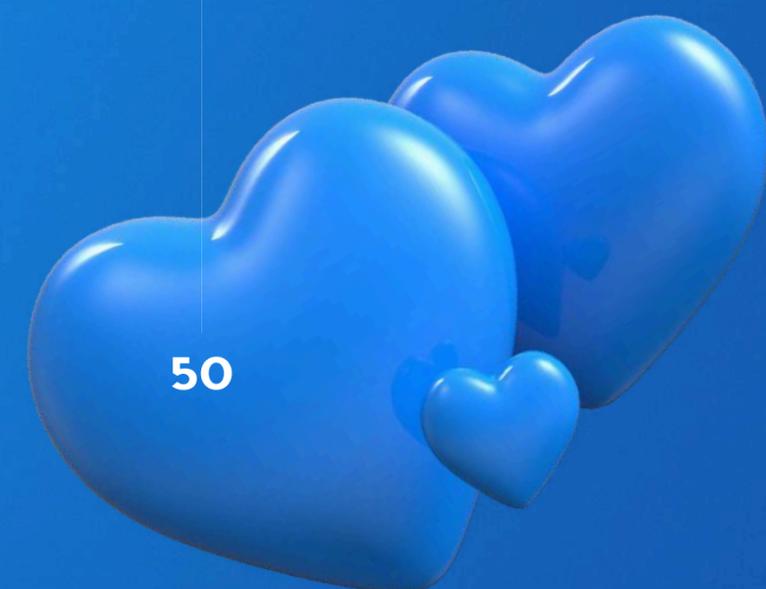
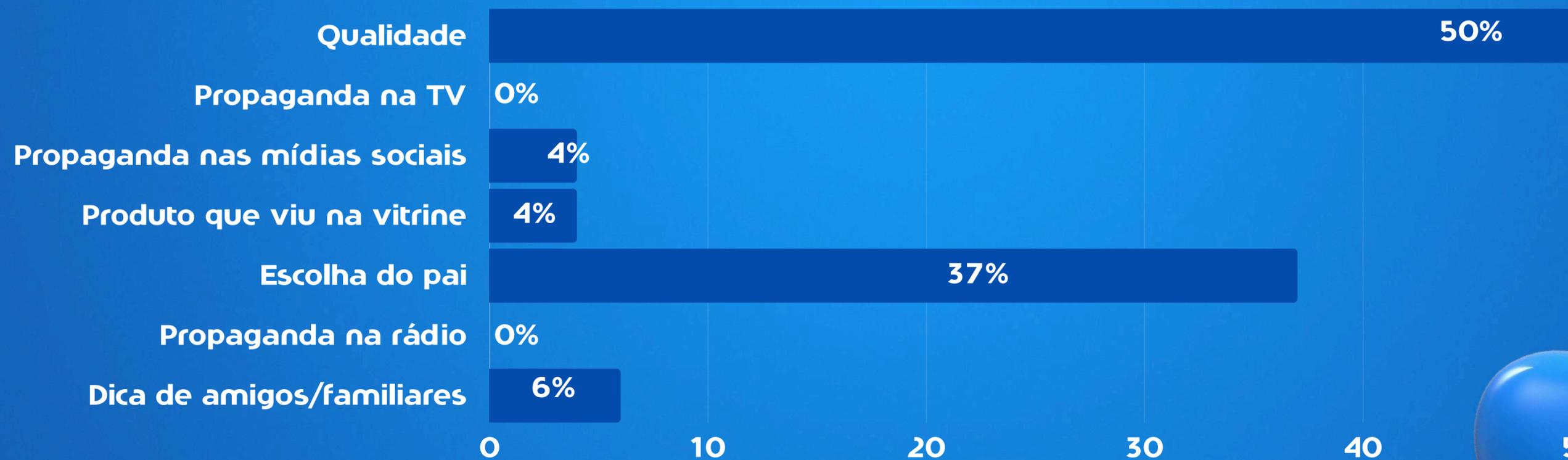


**Bebidas**

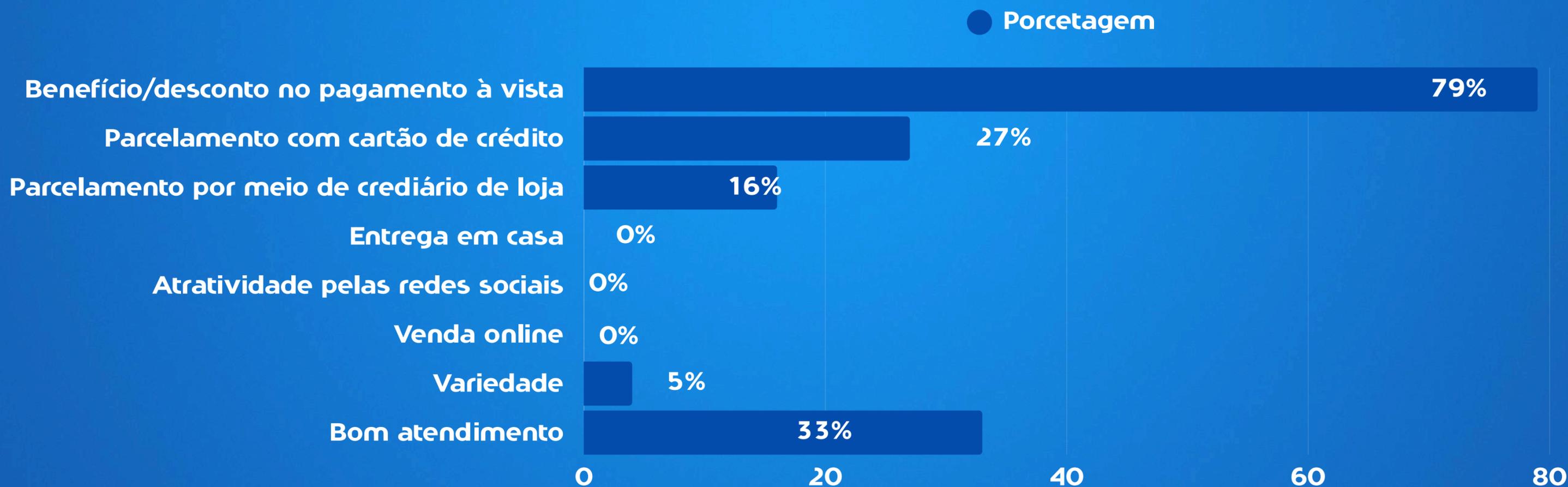
0%

# Como define o que comprar?

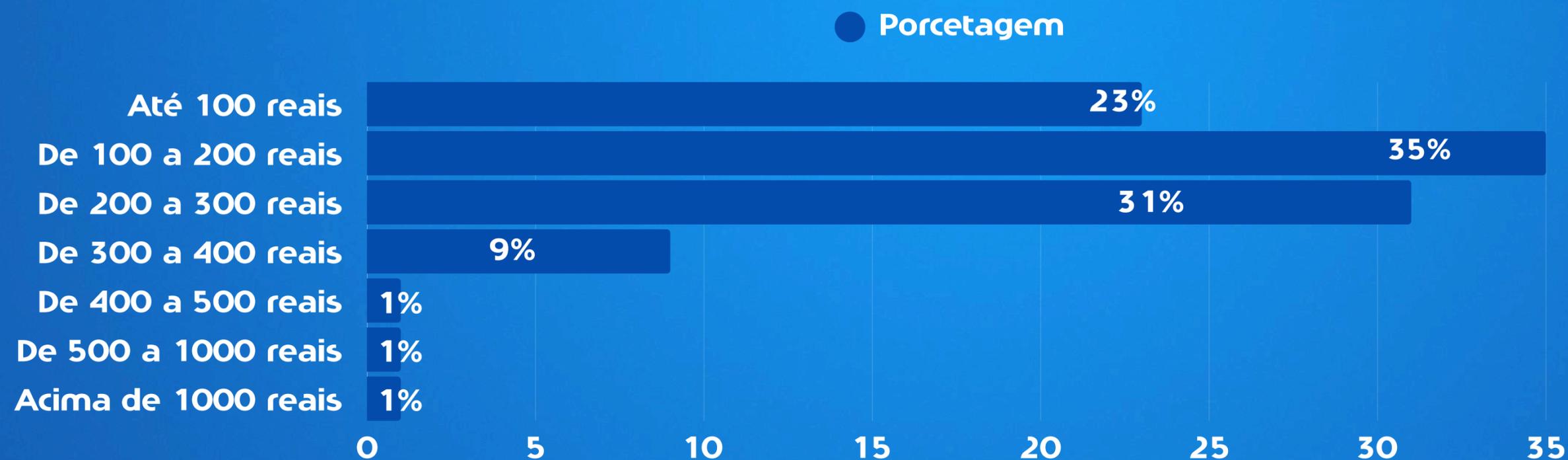
● Porcetagem



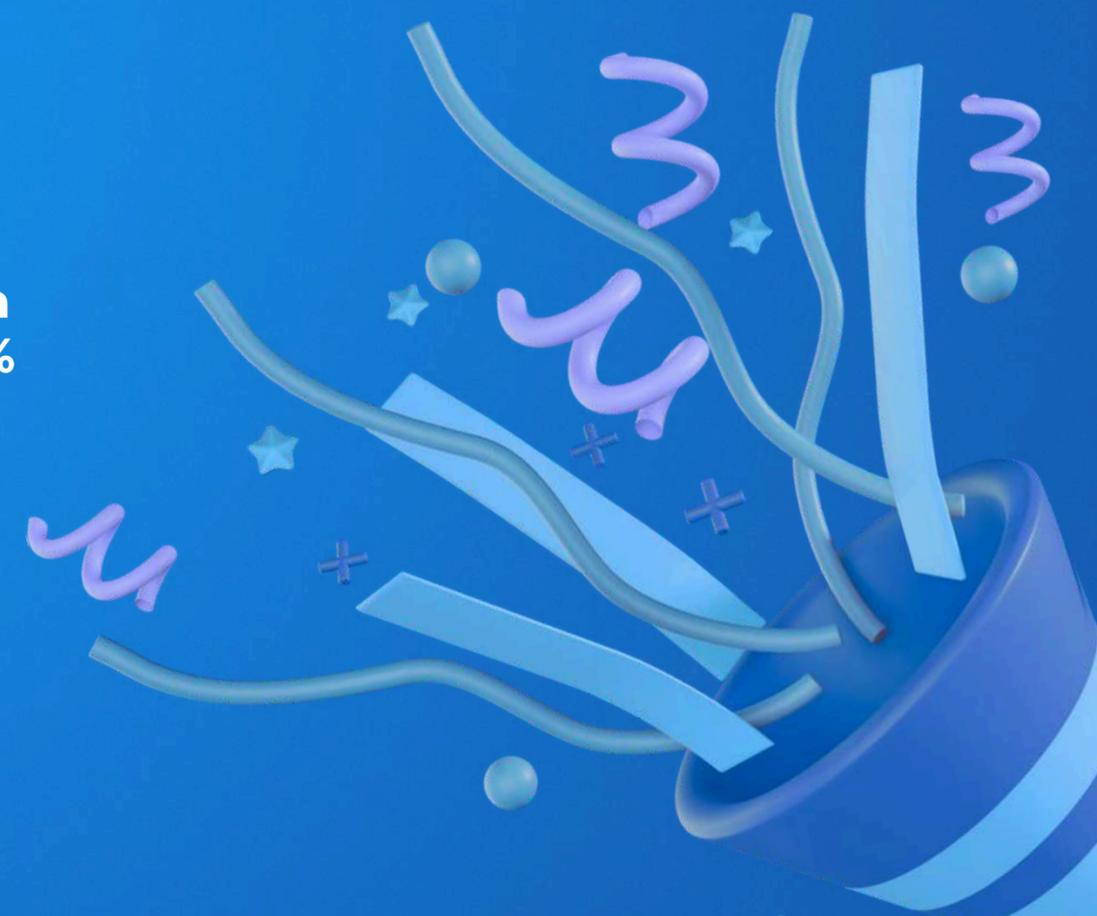
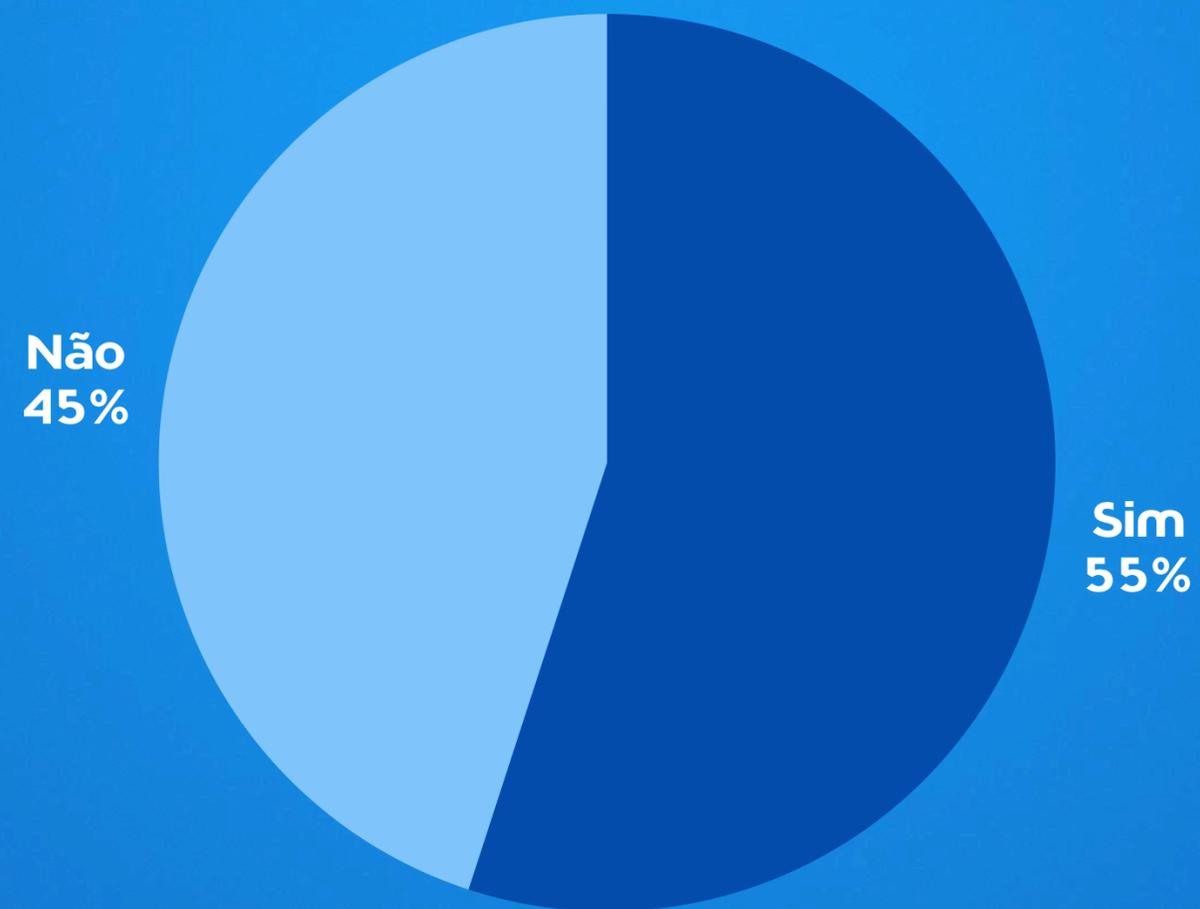
# Qual o fator decisivo para que efetue a compra?



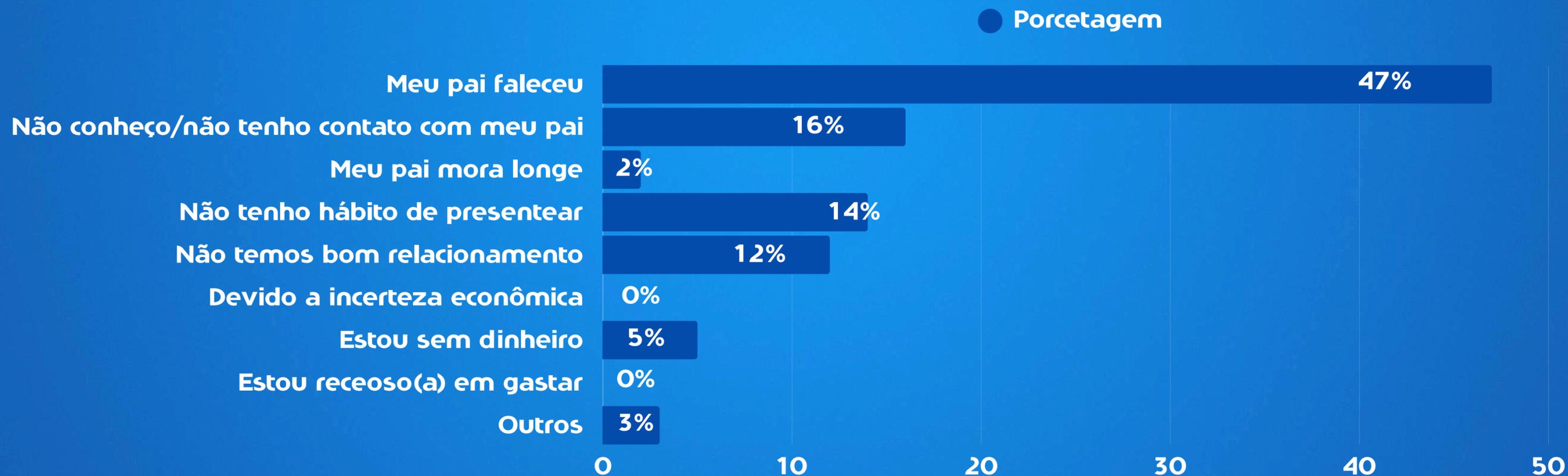
# Quanto pretende gastar com o presente?



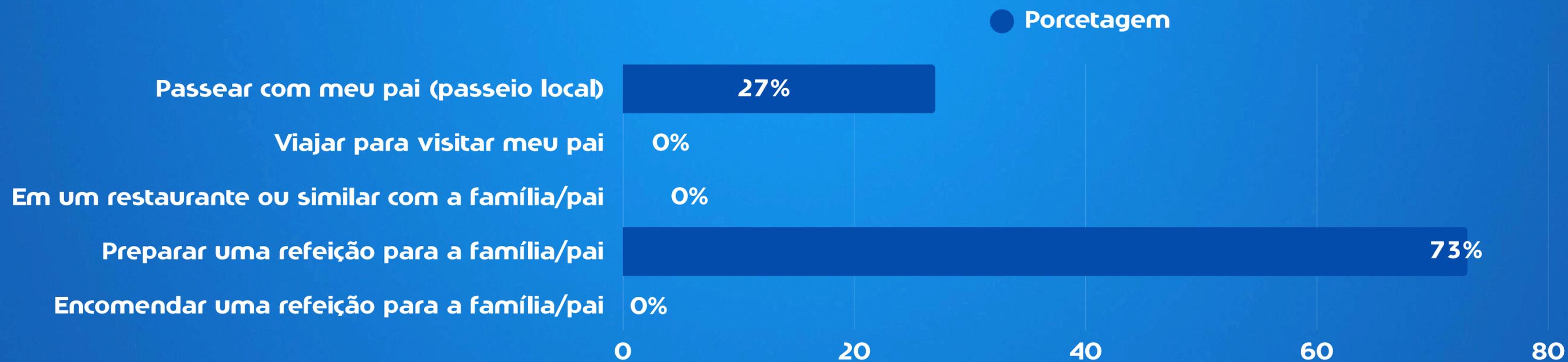
# Você pretende comemorar o Dia dos Pais?



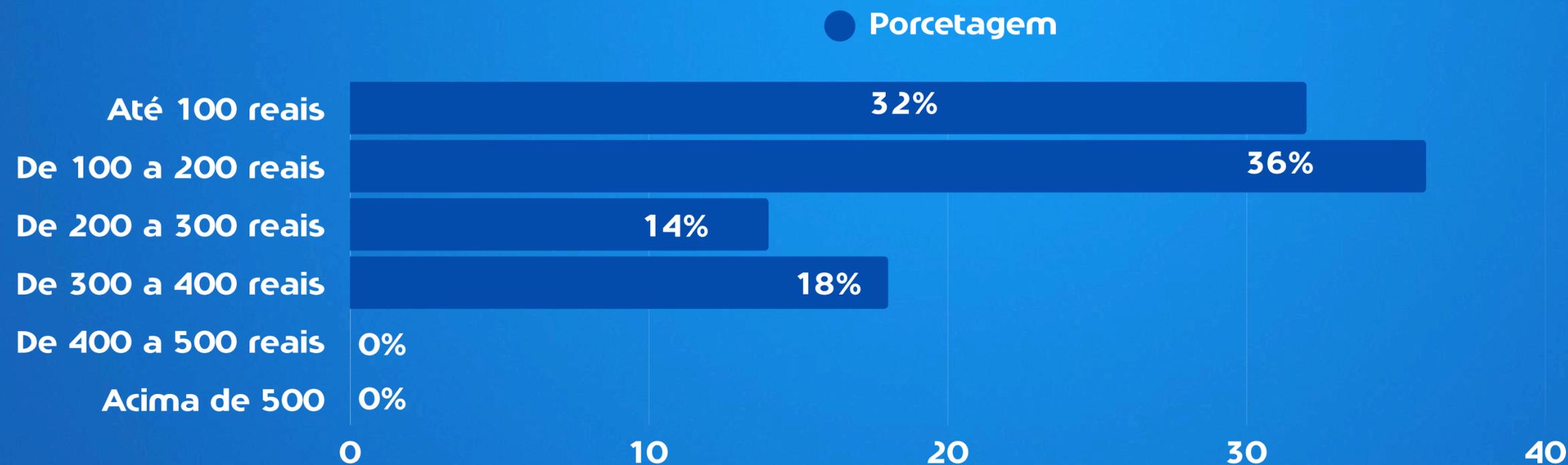
# Caso não vá presentear, qual o motivo?



# Como pretende comemorar?



# Quanto pretende gastar com a comemoração?



**2025****2024**

<b>Cidades</b>	<b>% de pessoas que irão às compras (2025)</b>	<b>Gasto Médio (2025)</b>	<b>Movimentação total (2025)</b>	<b>% de pessoas que irão às compras (2024)</b>	<b>Gasto Médio corrigido pelo IPCA (2024)</b>	<b>Movimentação Total corrigido pelo IPCA (2024)</b>
<b>Bonito</b>	<b>48%</b>	<b>R\$ 146.03</b>	<b>R\$ 803.748</b>	<b>38.64%</b>	<b>R\$ 215.33</b>	<b>R\$ 975.082</b>
<b>Campo Grande</b>	<b>52%</b>	<b>R\$ 181.66</b>	<b>R\$ 43.798.416</b>	<b>49.22%</b>	<b>R\$ 220.03</b>	<b>R\$ 51.340.398</b>
<b>Corumbá/Ladário</b>	<b>53%</b>	<b>R\$ 157.09</b>	<b>R\$ 5.788.362</b>	<b>55.81%</b>	<b>R\$ 226.96</b>	<b>R\$ 8.981.344</b>
<b>Coxim</b>	<b>51%</b>	<b>R\$ 150.00</b>	<b>R\$ 1.325.976</b>	<b>46.79%</b>	<b>R\$ 204.60</b>	<b>R\$ 1.675.930</b>
<b>Dourados</b>	<b>49%</b>	<b>R\$ 143.89</b>	<b>R\$ 8.195.502</b>	<b>55.81%</b>	<b>R\$ 203.43</b>	<b>R\$ 13.393.274</b>
<b>Ponta Porã</b>	<b>55%</b>	<b>R\$ 165.99</b>	<b>R\$ 4.419.303</b>	<b>57.30%</b>	<b>R\$ 191.24</b>	<b>R\$ 5.385.933</b>
<b>Três Lagoas</b>	<b>52%</b>	<b>R\$ 209.35</b>	<b>R\$ 6.916.978</b>	<b>48.31%</b>	<b>R\$ 202.28</b>	<b>R\$ 6.303.736</b>
<b>Total de municípios pesquisados</b>	<b>51%</b>	<b>R\$ 194.57</b>	<b>R\$ 79.317.450</b>	<b>50.23%</b>	<b>R\$ 209.34</b>	<b>R\$ 84.730.738</b>
<b>MS</b>	<b>51%</b>	<b>R\$ 194.57</b>	<b>R\$ 146.212.834</b>	<b>50.23%</b>	<b>R\$ 209.34</b>	<b>R\$ 156.191.623</b>

**CELEBRAÇÃO****2025****2024**

<b>Cidades</b>	<b>% de pessoas que irão às compras (2025)</b>	<b>Gasto Médio (2025)</b>	<b>Movimentação total (2025)</b>	<b>% de pessoas que irão às compras (2024)</b>	<b>Gasto Médio corrigido pelo IPCA (2024)</b>	<b>Movimentação Total corrigido pelo IPCA (2024)</b>
<b>Bonito</b>	<b>49%</b>	<b>R\$ 146.03</b>	<b>R\$ 1.002.501</b>	<b>69.70%</b>	<b>R\$ 200.34</b>	<b>R\$ 1.636.478</b>
<b>Campo Grande</b>	<b>55%</b>	<b>R\$ 181.66</b>	<b>R\$ 43.374.365</b>	<b>45.57%</b>	<b>R\$ 239.08</b>	<b>R\$ 51.651.574</b>
<b>Corumbá/Ladário</b>	<b>61%</b>	<b>R\$ 157.09</b>	<b>R\$ 7.878.967</b>	<b>72.66%</b>	<b>R\$ 286.92</b>	<b>R\$ 14.783.150</b>
<b>Coxim</b>	<b>62%</b>	<b>R\$ 150.00</b>	<b>R\$ 2.226.210</b>	<b>59.62%</b>	<b>R\$ 158.98</b>	<b>R\$ 1.659.335</b>
<b>Dourados</b>	<b>56%</b>	<b>R\$ 143.89</b>	<b>R\$ 11.086.753</b>	<b>68.91%</b>	<b>R\$ 222.23</b>	<b>R\$ 18.068.234</b>
<b>Ponta Porã</b>	<b>59%</b>	<b>R\$ 165.99</b>	<b>R\$ 5.297.730</b>	<b>65.17%</b>	<b>R\$ 234.25</b>	<b>R\$ 7.502.655</b>
<b>Três Lagoas</b>	<b>57%</b>	<b>R\$ 209.35</b>	<b>R\$ 6.631.742</b>	<b>69.66%</b>	<b>R\$ 225.79</b>	<b>R\$ 10.145.283</b>
<b>Total de municípios pesquisados</b>	<b>57%</b>	<b>R\$ 194.57</b>	<b>R\$ 82.329.914</b>	<b>63.35%</b>	<b>R\$ 225.60</b>	<b>R\$ 115.170.477</b>
<b>MS</b>	<b>57%</b>	<b>R\$ 194.57</b>	<b>R\$ 151.765.973</b>	<b>63.35%</b>	<b>R\$ 225.60</b>	<b>R\$ 212.303.872</b>

# Objetivos da pesquisa

Identificar o comportamento do consumidor campo-grandense acerca de comemorações e intenção de compra para o Dia dos Pais de 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** 23/jun a 05/07 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:

