

Pesquisa Dia das Mães

Consumidor



Informações técnicas

Avaliar a expectativa dos consumidores de Belo Horizonte com relação às compras para o Dia das Mães de 2022.



Entrevistas:

Entrevistas via telemarketing.



Público-alvo:

Consumidores de Belo Horizonte e Região Metropolitana.



Amostra:

Total de 306 consumidores entrevistados. Supondo aleatoriedade da amostra, obtém-se um intervalo de confiança de 95%.



Período:

Entrevistas entre os dias 22 de março e 02 de abril de 2022.

Perfil da amostra

Sexo

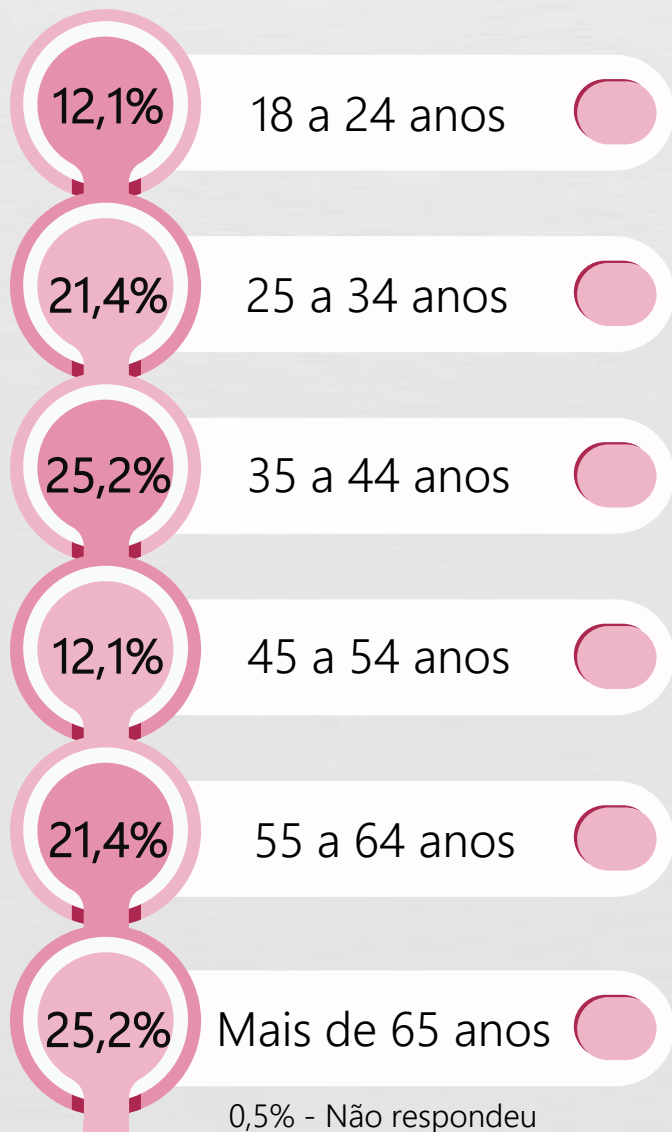


49%
Feminino



51%
Masculino

Faixa etária

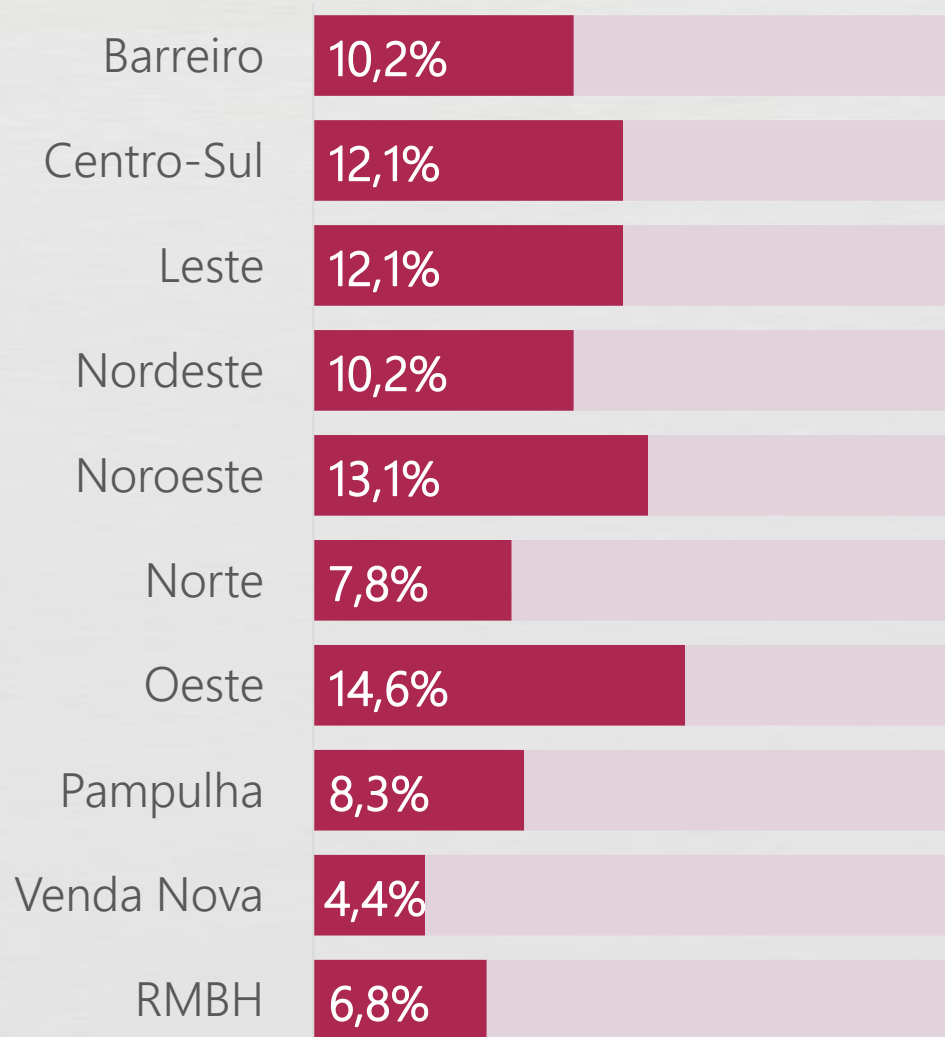


Renda familiar



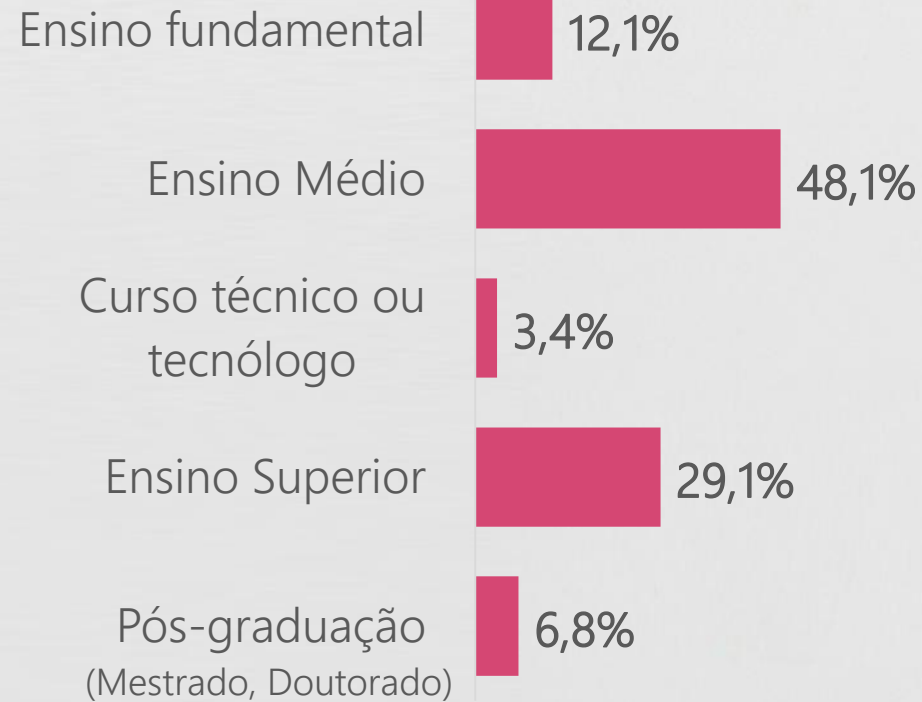
Perfil da amostra

Regional

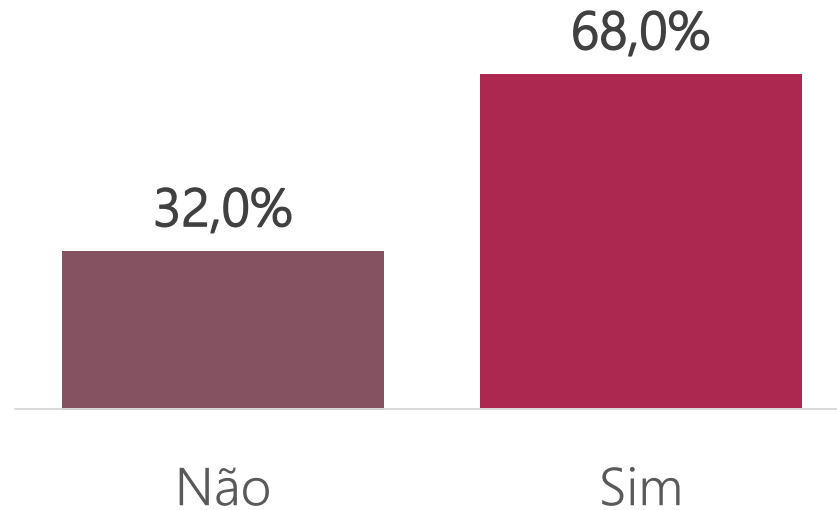


0,5% - Não respondeu

Escolaridade



Irá presentear no Dia das Mães 2022



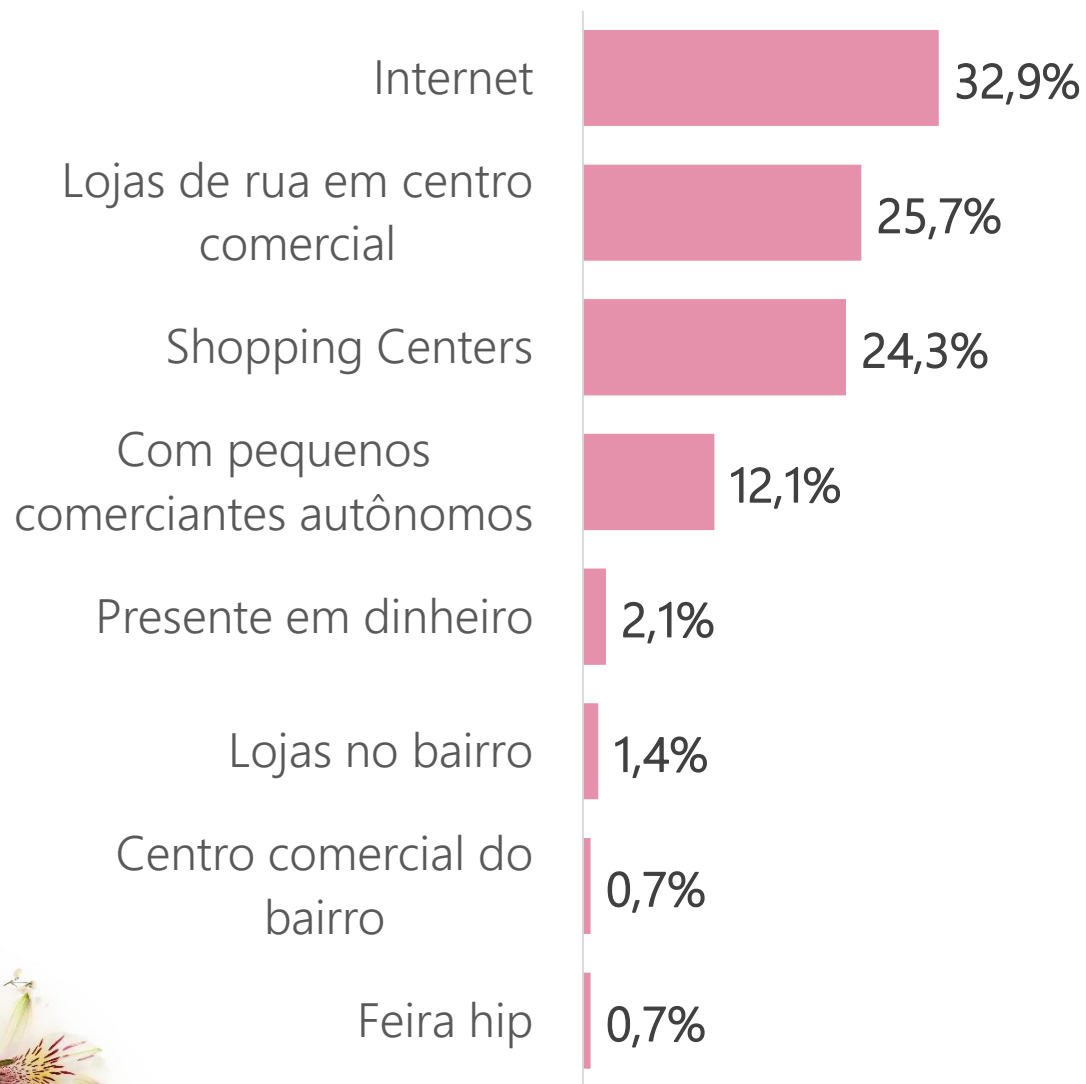
A maioria dos entrevistados pretendem presentear mãe em 2022. A esposa e a sogra também serão presenteadas na data.

Não ter ninguém para presentear (51,5%) é o principal motivo para os consumidores que não irão as compras e cerca de 40% dos motivos estão relacionados a questões financeiras: Corte nos gastos (18,2%), Falta de dinheiro (16,7%) e Desemprego (3,0%).



Resultado em 2021: 28% - Não | 72% - Sim

Onde pretende realizar as compras



Resultado em 2021: 28% - Não | 72% - Sim

Principais presentes



44,3%
Roupas



25,0%
Calçados



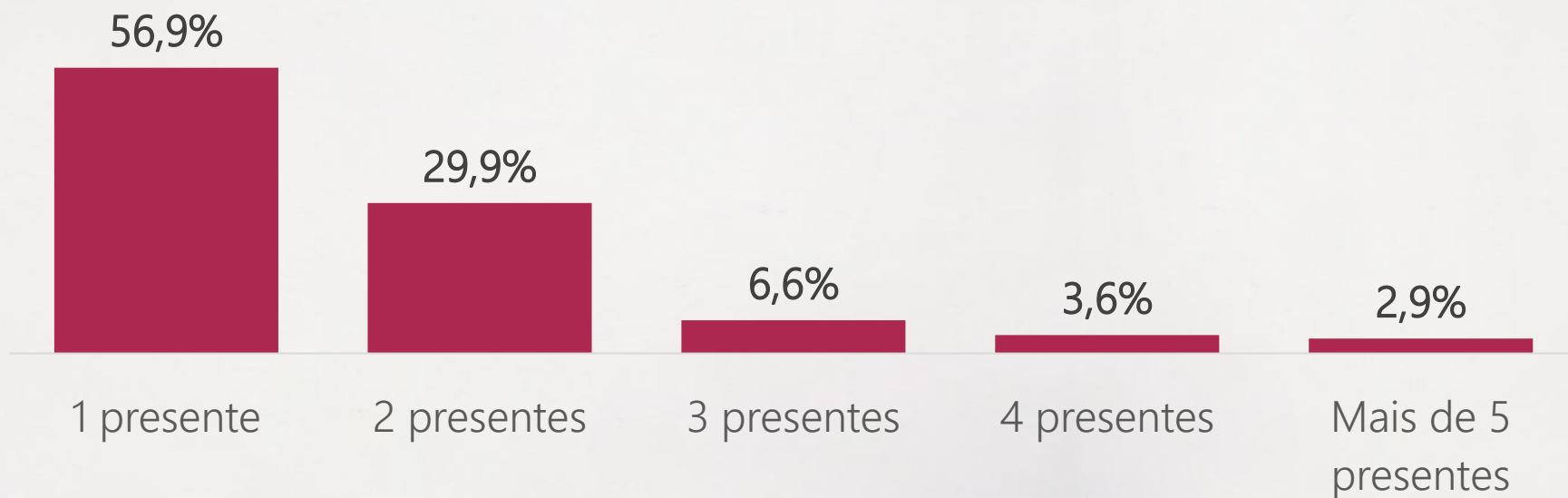
17,1%
Perfumes ou
hidratantes



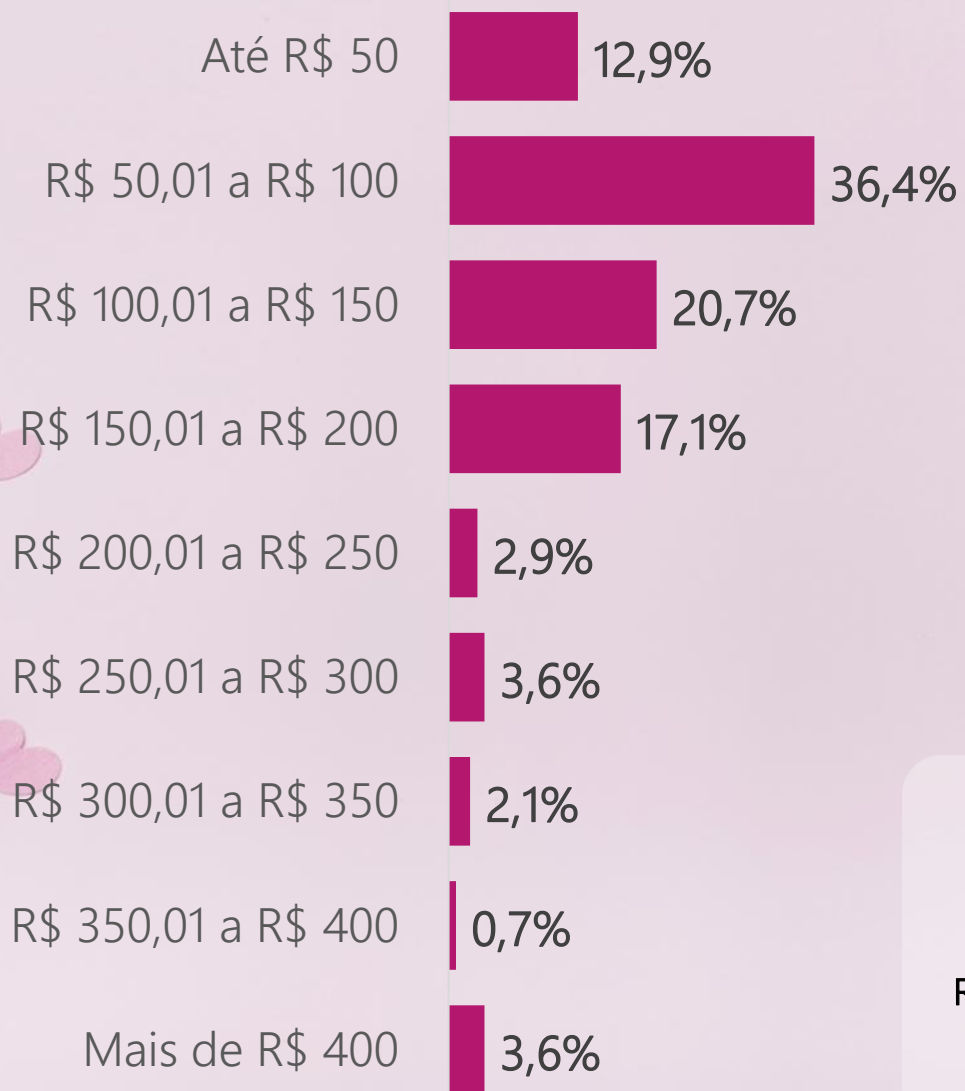
15,0%
Flores ou
plantas



Quantidade de presentes



Gasto no Dia das Mães



Em 2022, o gasto médio esperado no Dia das Mães é de R\$ 126,61 um crescimento de 21,1% em relação a expectativa de 2021.



R\$ 118,55
Roupas



R\$ 126,43
Calçados

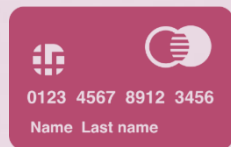


R\$ 125,00
Perfumes ou
hidratantes

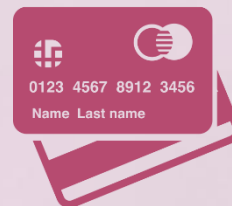


R\$ 103,57
Flores ou
plantas

Principais forma de pagamento



28,6%
Cartão de
débito



25,0%
À vista no cartão
de crédito



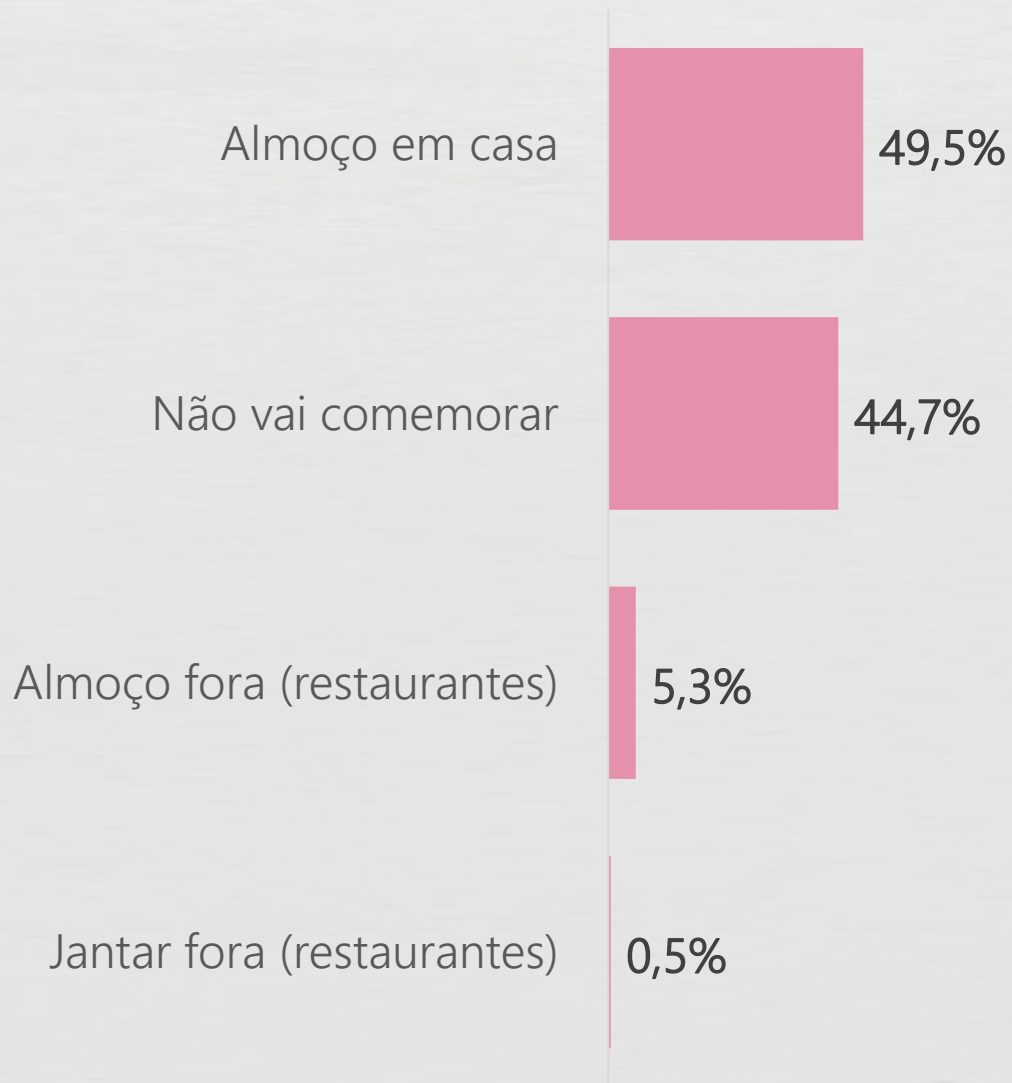
22,9%
Dinheiro



20,7%
Parcelado no
cartão de crédito

Os consumidores estão tentando minimizar a chance de endividamento com isso, a compra à vista será a preferência da maioria dos consumidores entrevistados (78,6%). Já a maioria das compras parceladas serão divididas em até 2 vezes.

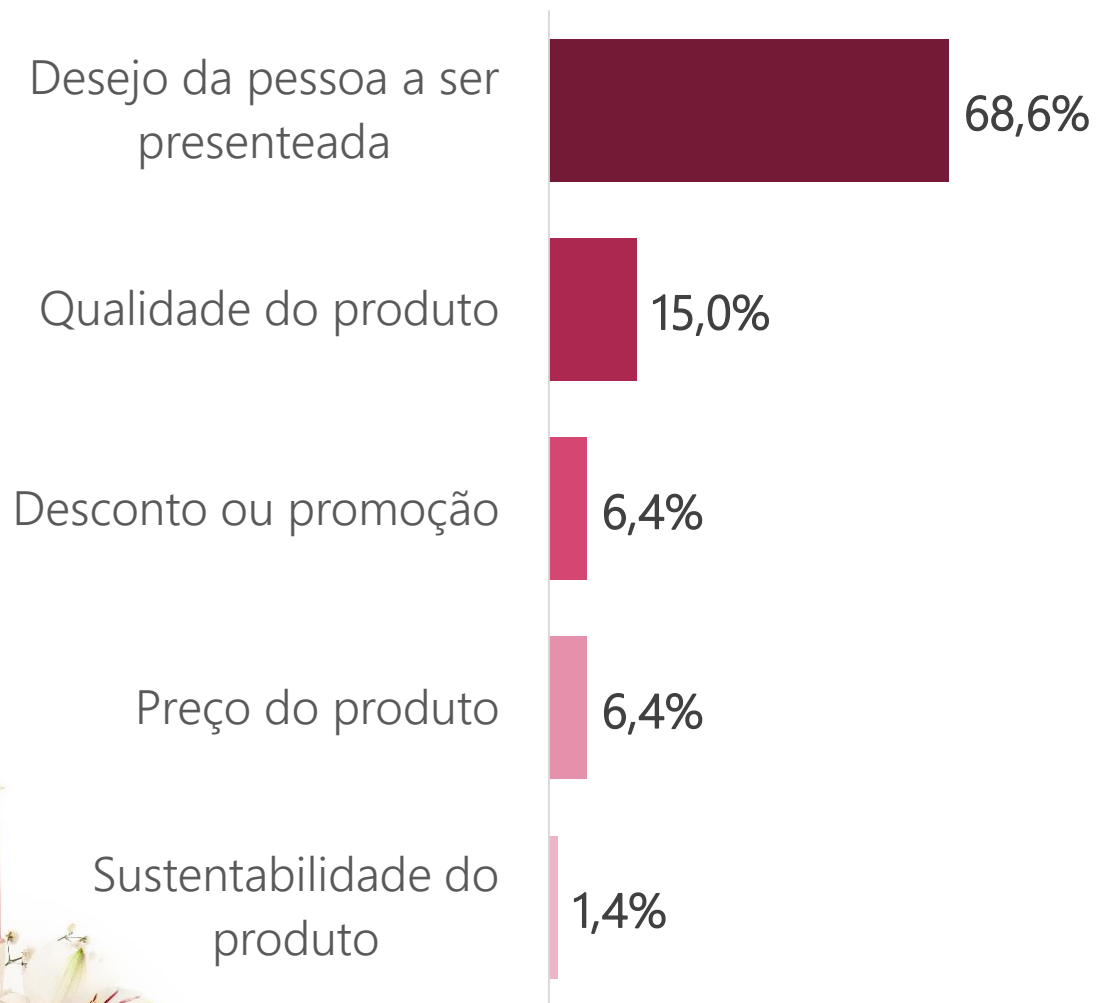
Comemoração



55,3% dos consumidores pretendem realizar uma comemoração. Esse percentual cai para quem não irá presentear (36,4%).



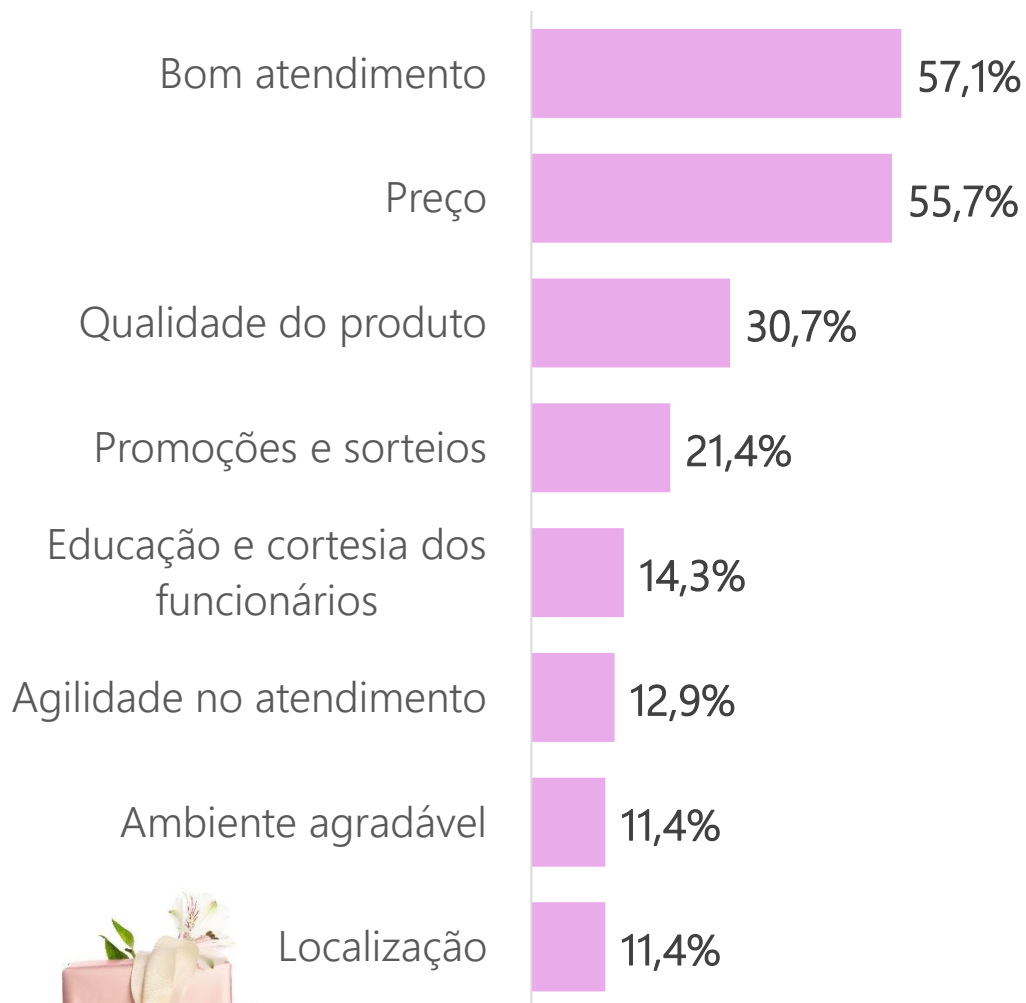
Motivos da escolha do presente



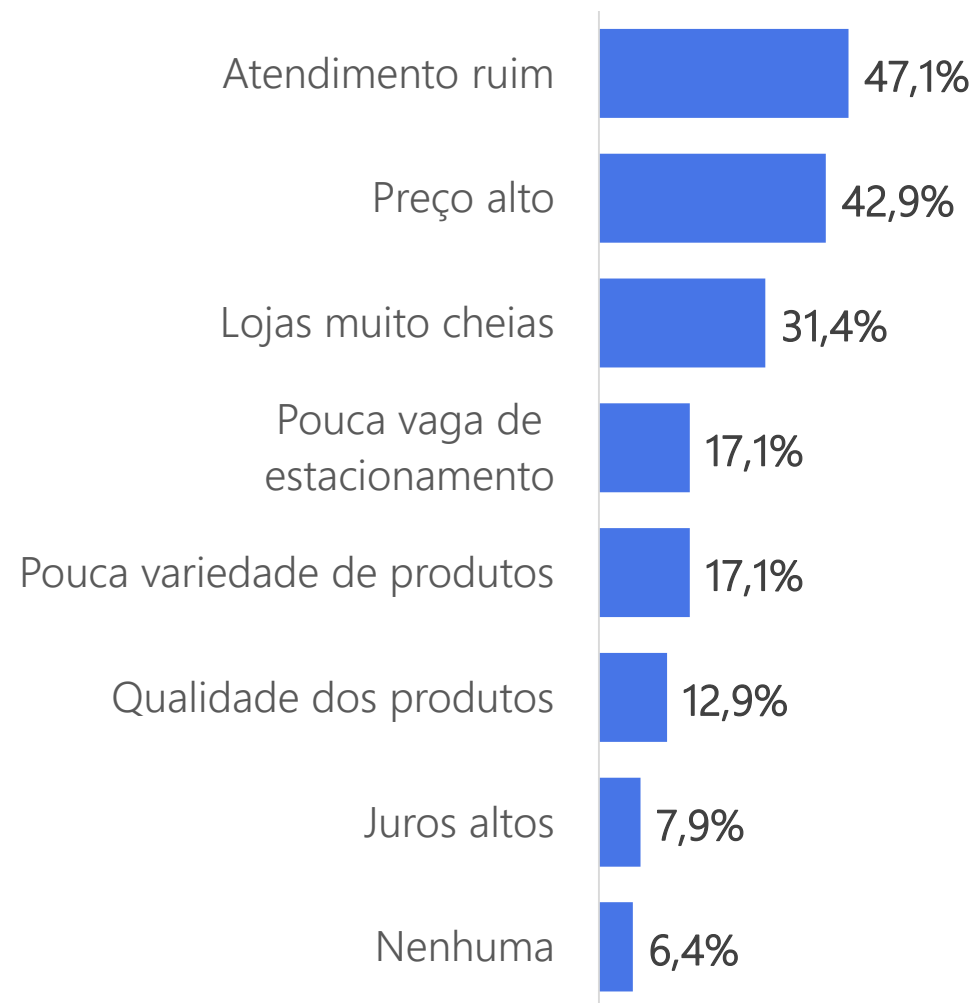
Demais motivos: 0,7% - Alegria de presentear | 0,7% - Custo benefício | 0,7% - Ser a cara da pessoa.

Na hora da compra

O que mais te atrai:



Principais dificuldades



Demais motivos: 0,7% - Alegria de presentear | 0,7% - Custo benefício | 0,7% - Ser a cara da pessoa.





RESPONSÁVEL PELA ELABORAÇÃO DA PESQUISA:

Ana Paula Bastos – Coordenadora Setor de Economia e Pesquisa

Silma Evangelista – Estatística

Virginia Mesquita -

Aline Costa – Técnico de Pesquisa

Júlia Santarelli - Técnico de Pesquisa

Luciana Marques – Técnico de Pesquisa