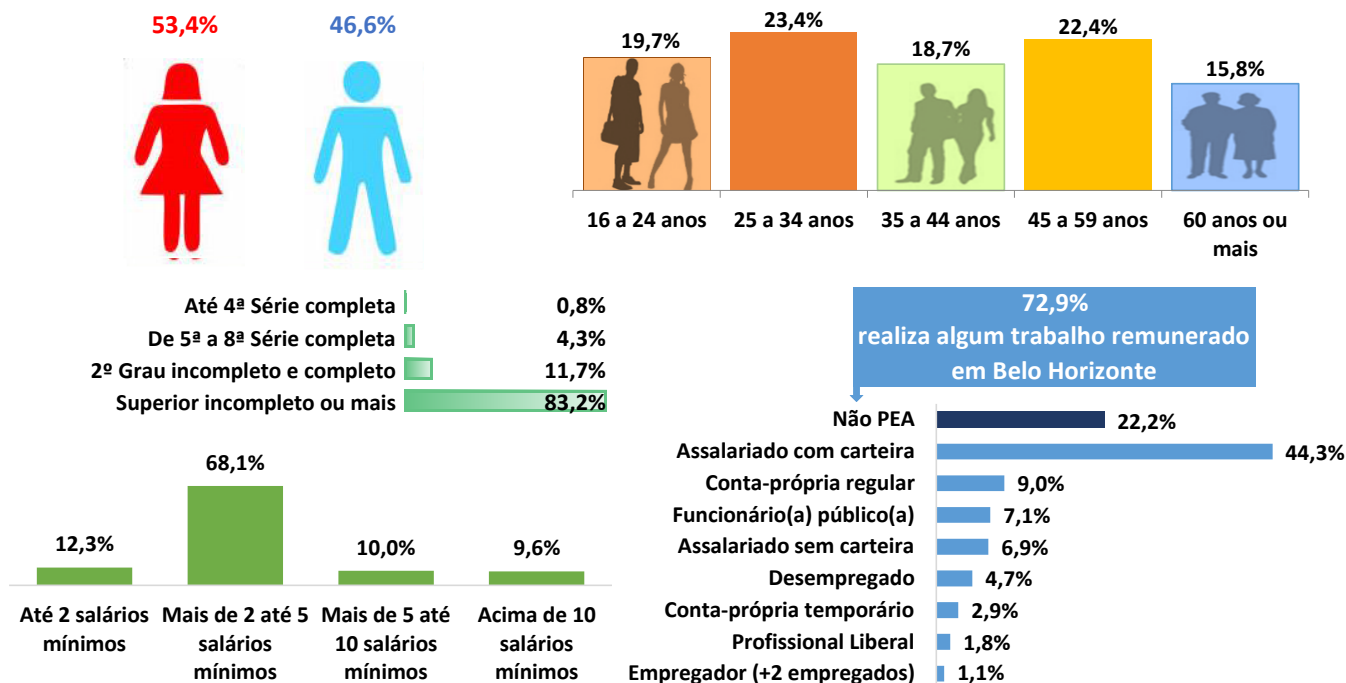




O Dia dos Pais marca a abertura do calendário de datas comemorativas do segundo semestre. O apelo emocional estimula a demanda por artigos masculinos de vários setores do comércio varejista. A comemoração se dá no segundo domingo de agosto, coincidindo com as liquidações de artigos de inverno, o que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

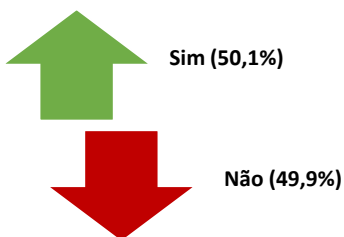
Conhecer e entender as razões de possíveis posicionamentos e escolhas das pessoas é fundamental para adoção de estratégias de estímulos eficazes. A leitura prospectiva do mercado, através do "olhar" do consumidor, é valiosa para os empresários. Por isso, a área de **Estudos Econômicos** da **Fecomércio MG** realizou pela primeira vez, essa pesquisa junto aos consumidores da capital.

Perfil dos entrevistados

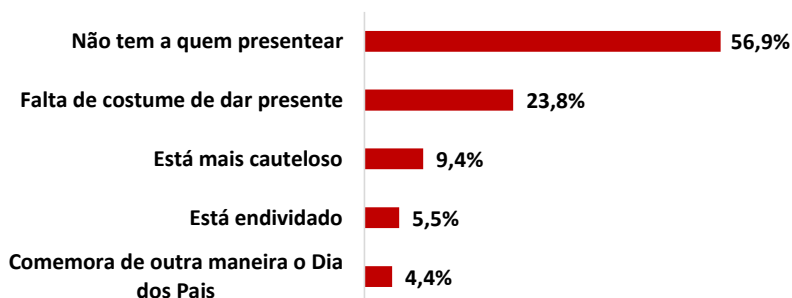


Disposição para as compras

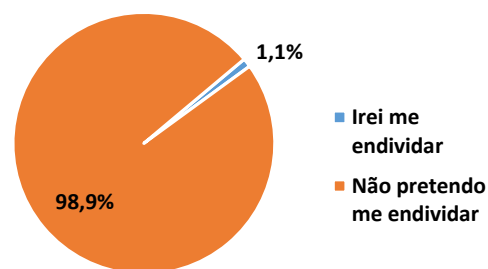
Pretende presentear no Dia dos Pais



Motivos para não presentear

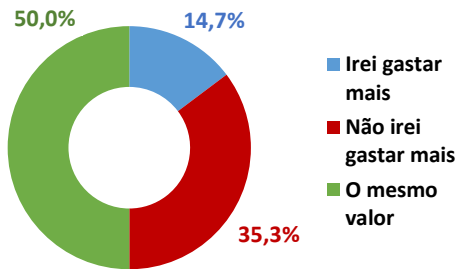


Pretensão de endividamento no Dia dos Pais



Planejamento das Compras

Gastos em relação ao ano passado

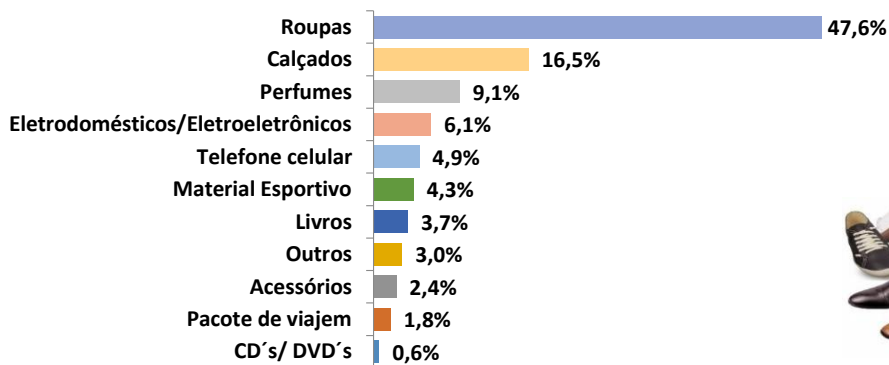


Fatores que irão limitar os gastos

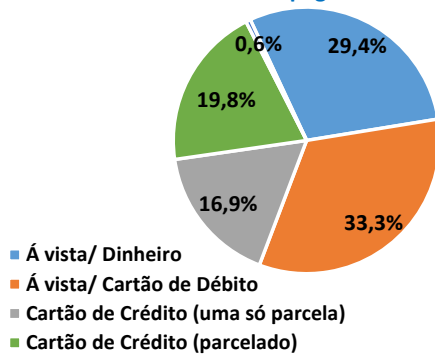


Pretensão de compra

Produtos que pretendem comprar no Dia dos Pais



Forma de pagamento

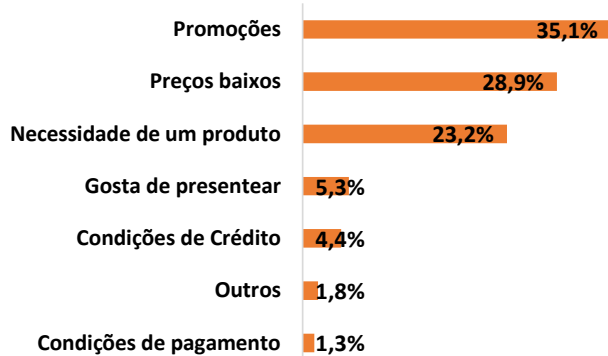


Ticket Médio por produto

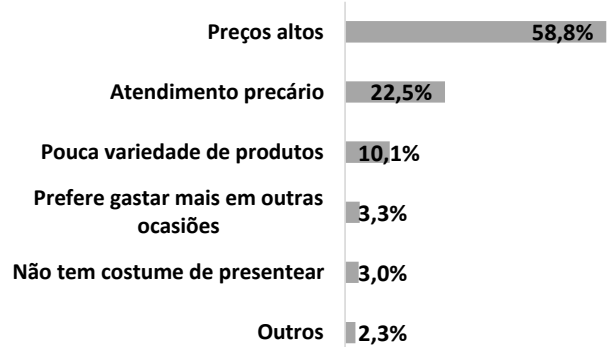


Orientação do consumidor

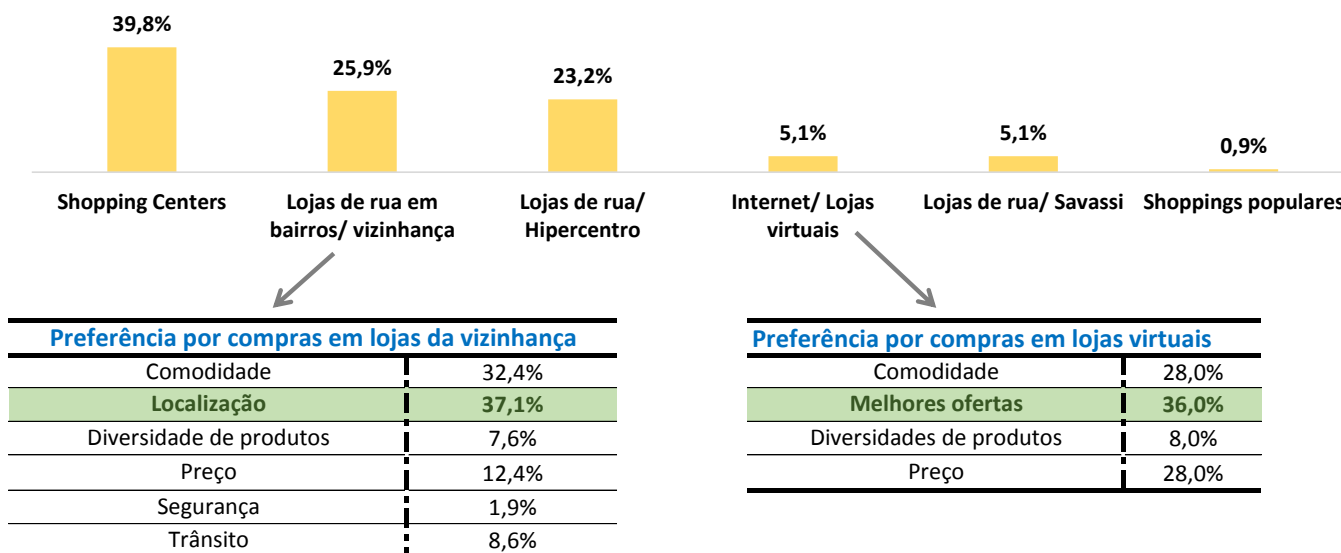
Principais estímulos para ir às compras



Principais desestímulos para ir às compras



Local pretendido para as compras



Metodologia

A FECOMÉRCIO MG realizou esta pesquisa com objetivo de fornecer ao empresário um instrumento que traça o quadro sobre o provável comportamento do consumidor no Dia dos Pais, com foco na intenção de compras e preferências. A metodologia utilizada foi aplicação de questionários (survey). Amostra estratificada da população do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). Foram entrevistadas 380 pessoas, no período de 10 a 16 de julho de 2015. O intervalo de confiança da amostra foi de 95% e a margem de erro de 5,0 pontos percentuais.

Equipe Técnica Estudos Econômicos	
Responsável	Luana Thamiris da Silva de Oliveira
Analista de Economia	Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida
Assistente Administrativo	Dayanne Jéssica da Silva Mendes
Pesquisadores	Daylla Themis Vilefort Campos Sato
	Marcos Vinícius Martins de Sousa
	Sabrina Cristina Sousa Santos
	Yasmine Martins do Nascimento
Estagiário	Vinícius Alves Silva Madeira
Jovem Aprendiz	Yanna Paula Araújo da Silva