



PESQUISA

Quem
compra do
pequeno?

DIA DAS MÃES



INTRODUÇÃO

Série quem compra do pequeno

Este é o segundo relatório de uma série de pesquisas que serão divulgadas nas datas comemorativas ao longo de 2021.

Diante da crise do COVID-19, desde 2020 já foi apontado que comprar de pequenos negócios se tornou tendência em vários países¹.

Sabemos que isso vai além, comprar do pequeno negócio é apoiar e fazer parte de um grande movimento que sabe da relevância desses empreendimentos para nosso país.

Essa é a motivação desta série: quem são os consumidores que compram dos pequenos negócios no estado de São Paulo?

A segunda temática é sobre DIAS DAS MÃES.

Sebrae-SP

¹ Por exemplo, Sebrae-SP (maio de 2020). Comportamento de compra dos empreendedores em tempos de coronavírus.
<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/09/RelatorioFinal-ComportamentoCompraEmpreendedores.pdf>

A PESQUISA

objetivo

Identificar as diferenças entre quem compra dos pequenos e quem compra dos grandes no Dia das Mães.

entrevistados

Entrevistamos consumidores que, através da declaração dos locais de compra do presente para o Dia das Mães, foram classificados em dois grupos: quem compra em pequenos estabelecimentos *versus* quem compra nos grandes.

resultados

Os resultados são apresentados em quatro grandes blocos:

1. Perfil
2. Antes da compra
3. Durante a compra
4. O pagamento



Perfil dos consumidores

DIA DAS MÃES

Comparando o perfil dos consumidores de grandes negócios *versus* de pequenos negócios, os que demonstram maior propensão para comprar de pequenos negócios são pessoas:

- Com filhos
- Faixa etária dos 40 a 59 anos
- Consumidores do interior do estado
- Mulheres
- Classe social D/E

Aproximadamente metade dos entrevistados que compram de pequenos negócios (45%) irão comemorar na casa de familiares. Destaca-se que 16,5% pretendem comemorar de forma virtual com aplicativos de videochamada.

PERFIL DEMOGRÁFICO

Gênero, idade



55,6%

compra dos pequenos

49,3%

compra dos grandes



44,4%

compra dos pequenos

50,7%

compra dos grandes

Tem filhos

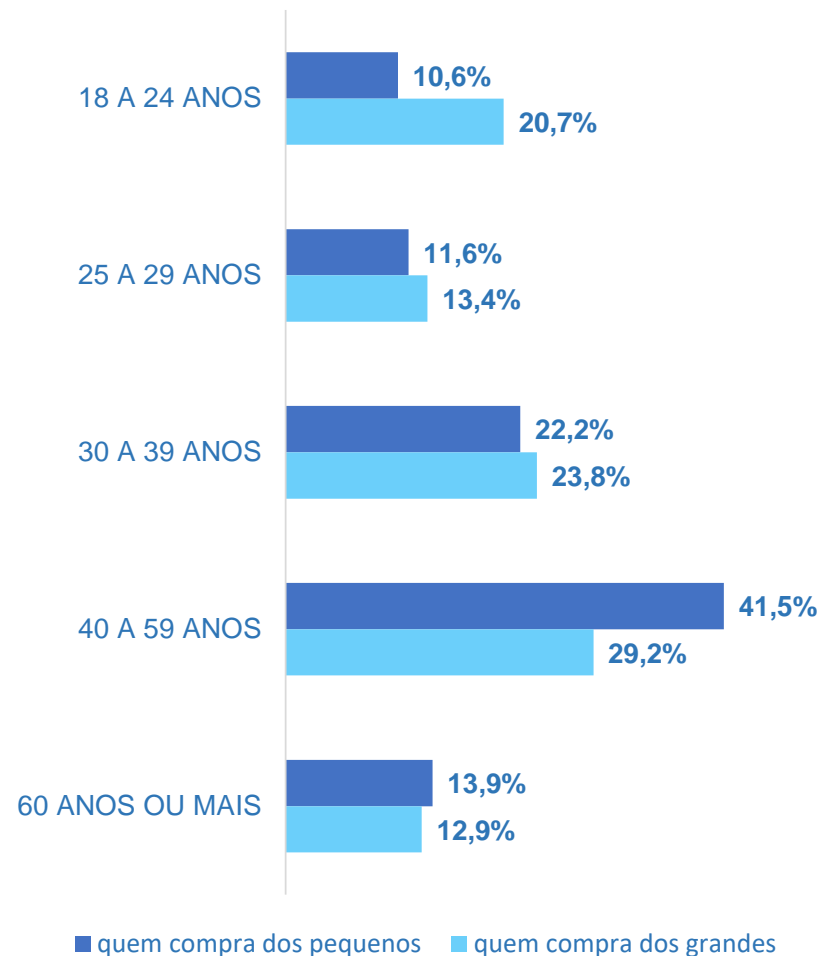


64,7%

compra dos pequenos

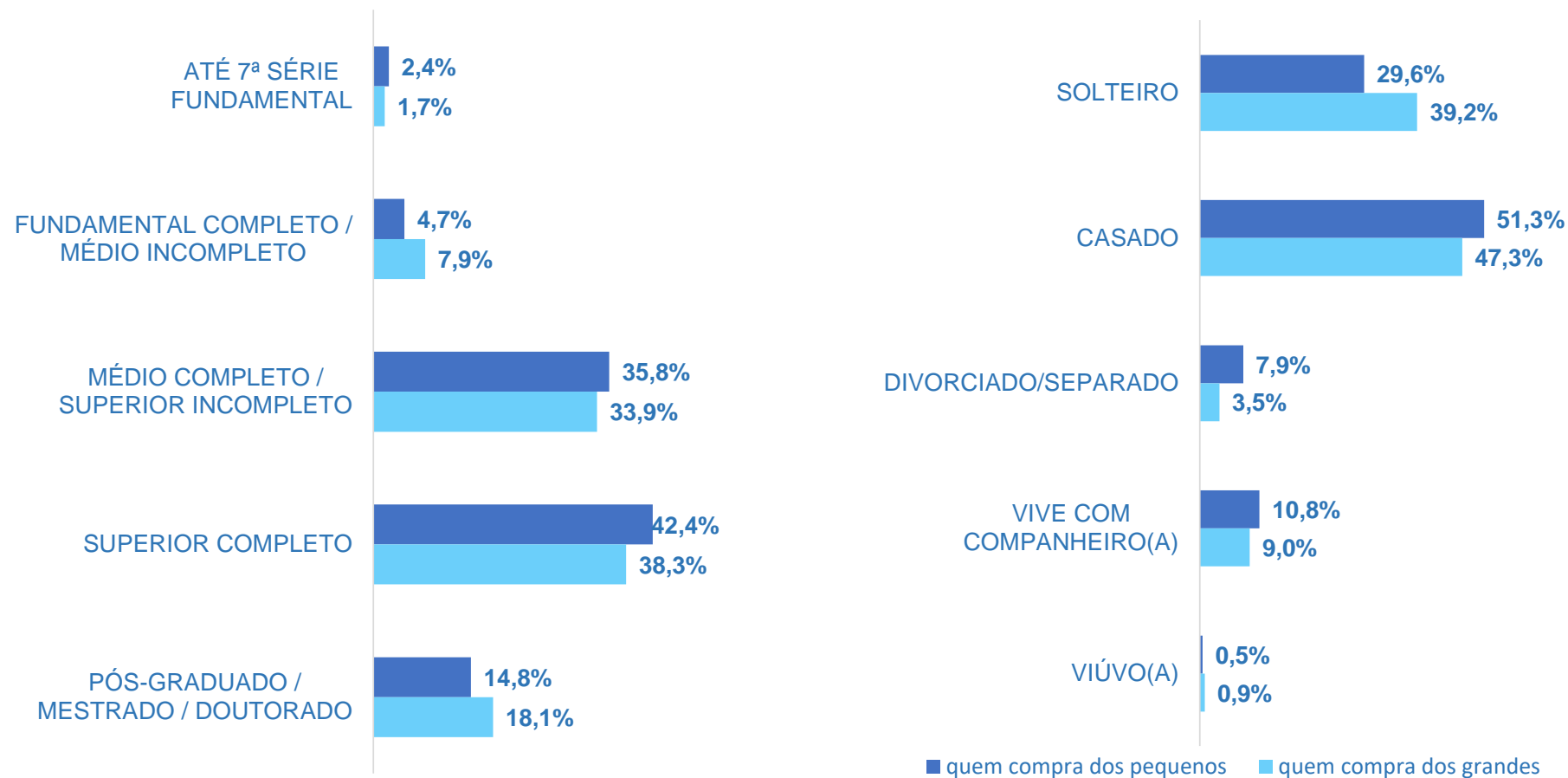
53,7%

compra dos grandes



PERFIL DEMOGRÁFICO

escolaridade e estado civil

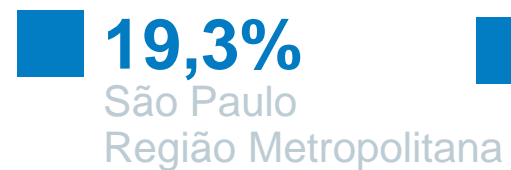


PERFIL DEMOGRÁFICO

Região



compra dos **pequenos**



compra dos **grandes**



PERFIL DEMOGRÁFICO

Classe

compra de **pequenos** negócios

compra de **grandes** negócios

A

Classe A

2,5%

2,7%

B1

Classe B1

9,8%

20,09%

B2

Classe B2

13,3%

15,5%

C1

Classe C1

30,3%

35,4%

C2

Classe C2

22,0%

22,5%

D/E

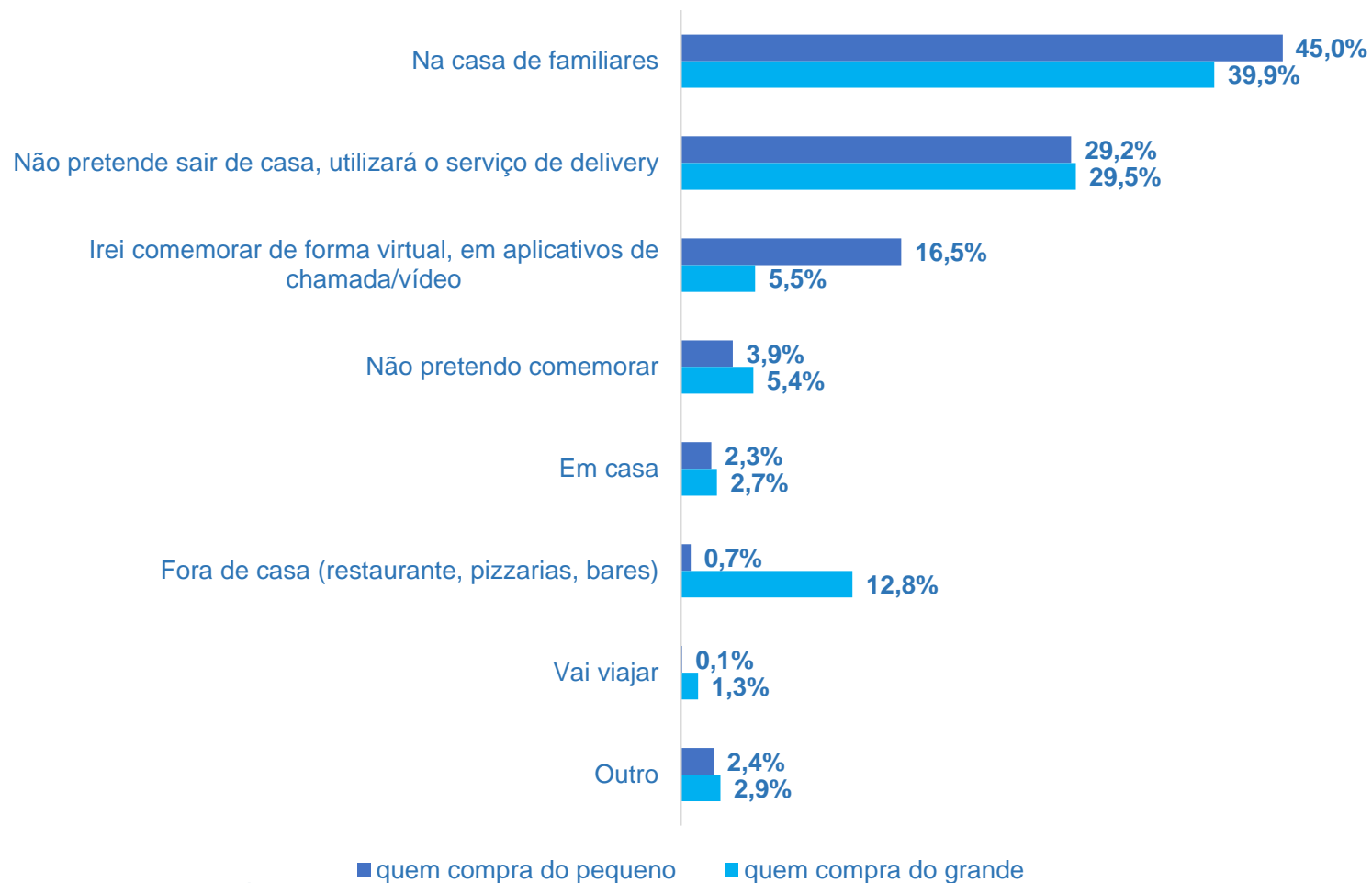
Classe D/E

22,0%

2,9%

População por classe de consumo: ABEP, 2019. Renda domiciliar média: A: 25.554,33; B1: 11.279,14; B2: R\$ 5.641,64; C1: 3.085,48; C2: 1.748,59; D/E: R\$ 719,81.

ONDE VAI COMEMORAR



Onde você vai comemorar o dia das Mães? base: 670 – resposta única

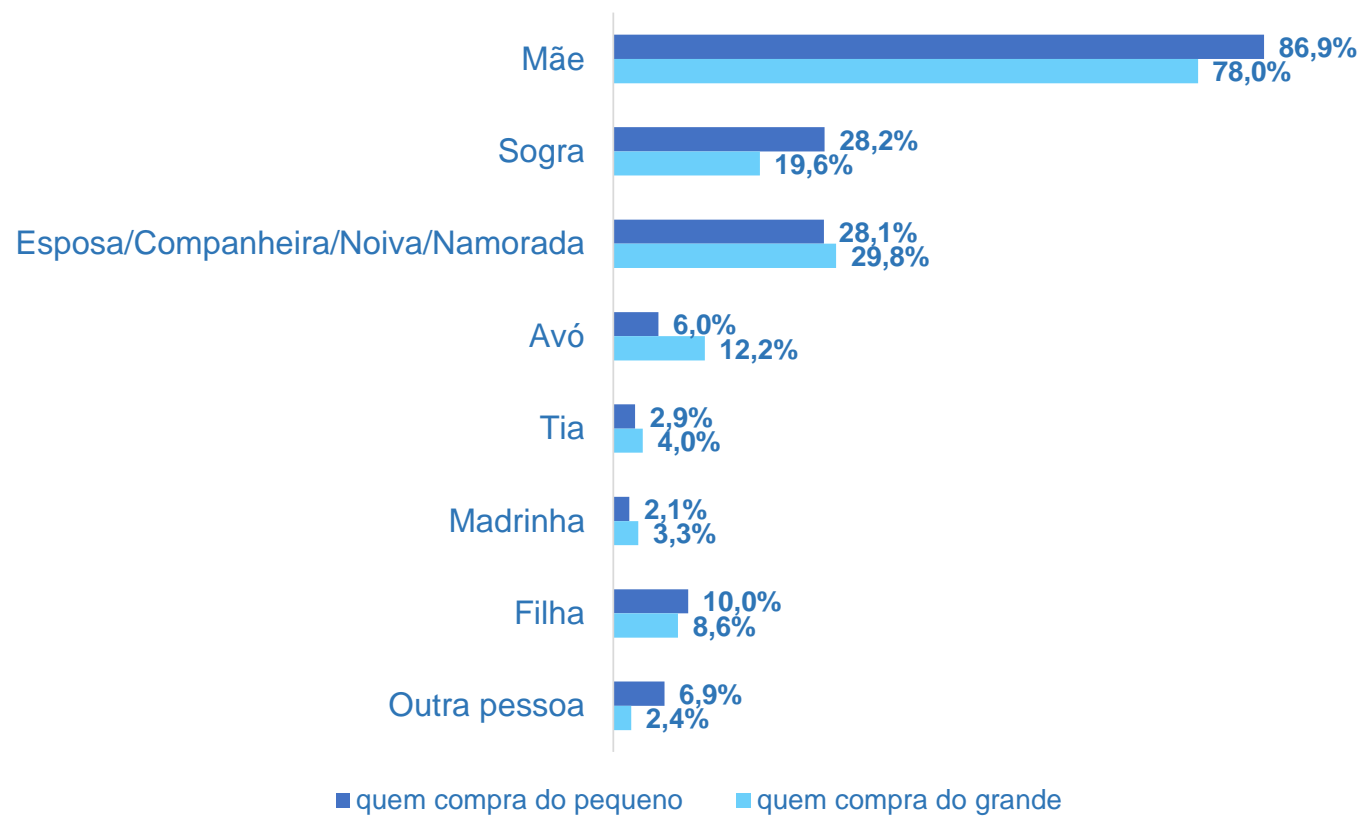


Antes da compra

DIA DAS MÃES

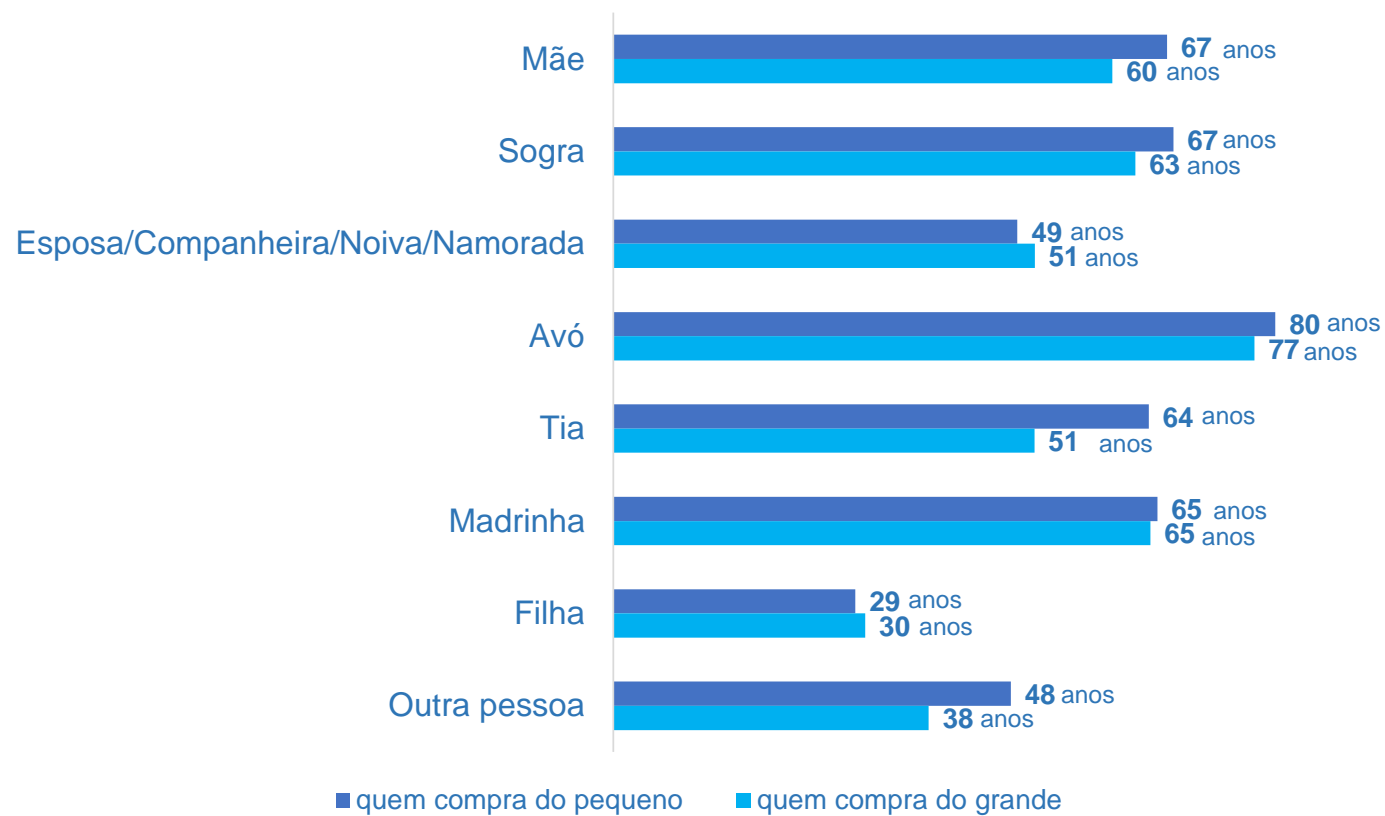
- Além da mãe (87%), sogras (28%) e avós (28%) estão entre as mais presenteadas nessa data.
- Itens de vestuário e cosméticos são os mais comprados nessa data (37%). Quando se trata de compra de pequenos negócios, flores (25%) e artesanato (12%) se destacam.
- Jóias (12%) e eletrônicos/eletrodomésticos (15%) tendem a ser comprados em grandes estabelecimentos.
- Quem compra dos pequenos negócios apresenta maior interesse em promoções e descontos (28%).

QUEM PRETENDE PRESENTEAR



Em relação às suas compras de produtos/serviços para o dia das Mães, você diria que compra para presentear. Base 670. Admite respostas múltiplas.

IDADE DA PESSOA QUE RECEBERÁ O PRESENTE



Quantos anos ela(s) tem? Base 670. Admite respostas múltiplas

O QUE VOCÊ PRETENDE COMPRAR

compra de pequenos negócios
compra de grandes negócios



Vestuário (roupas, calçados, bolsas.)

37%
48%



Cosméticos, perfumes, cremes, maquiagens

37%
43%



Flores

25%
17%



Chocolates

14%
15%



Comidas para almoço ou jantar

13%
13%



Artesanato

12%
2%



Objetos Decoração

11%
9%



Jóias, bijouterias e acessórios

7%
12%



Livros

5%
2%



Eletrônicos
Eletrodomésticos

4%
15%



Viagens

3%
1%



Bebidas/Vinhos

2%
4%



Almoço ou Jantar em restaurantes, pizzarias e bares

2%
10%

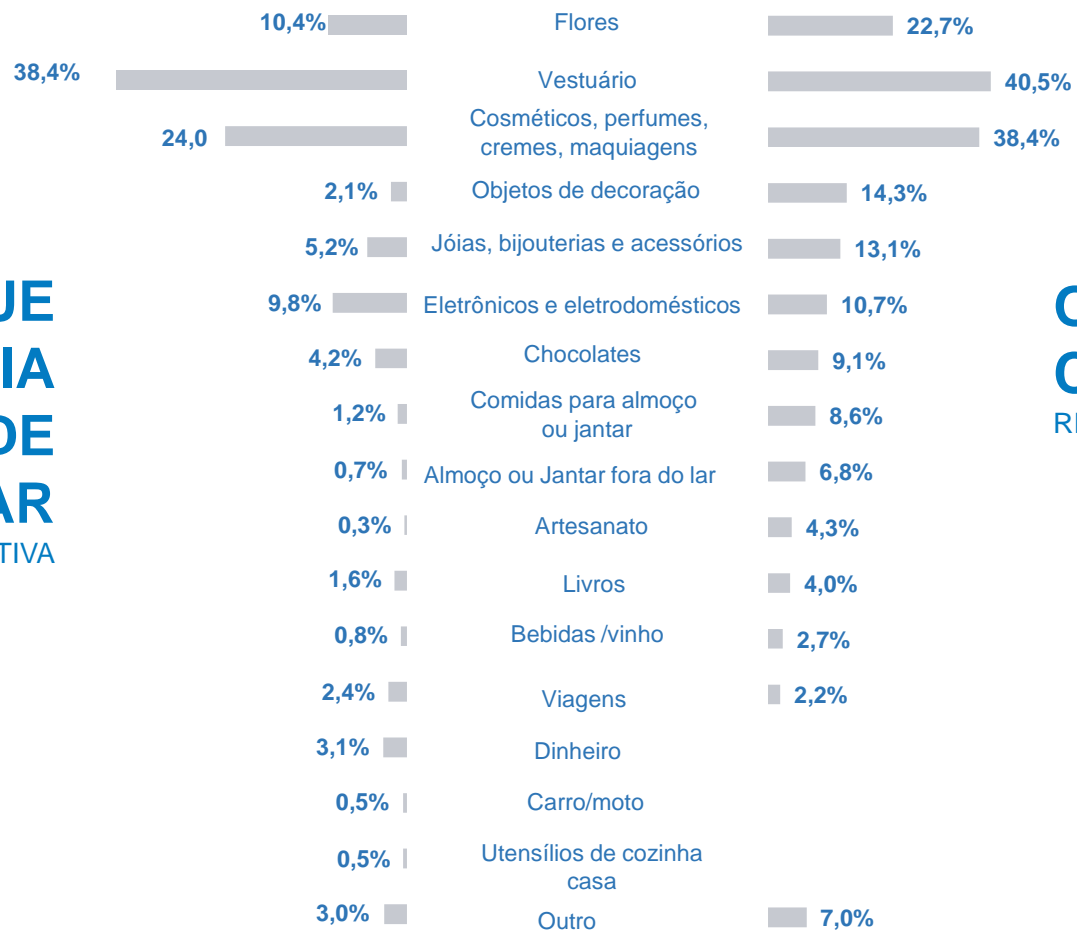
Outros

8%
5%

Quais presentes você pretende comprar para o dia das Mães? Base 655 Admite respostas múltiplas

O QUE GOSTARIA DE PRESENTEAR

EXPECTATIVA



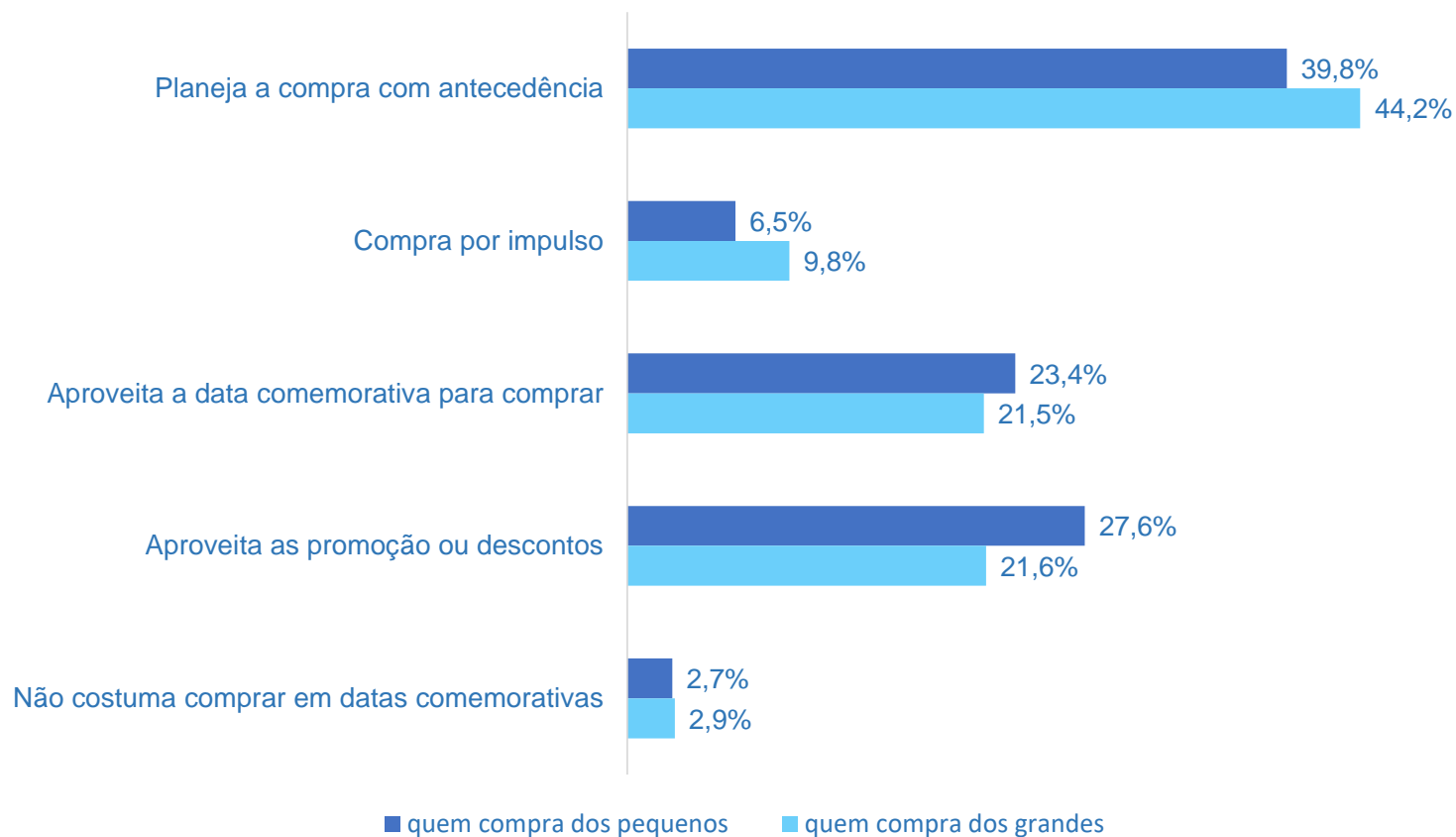
O QUE PRETENDE COMPRAR

REALIDADE

O Qual presente, você acha que a sua mãe gostaria de ganhar? ? (RM)Base 573

compra de pequenos e grandes negócios

SOBRE PLANEJAMENTO



E você diria que, na maioria das vezes ... (RM)base: 670



Durante a compra

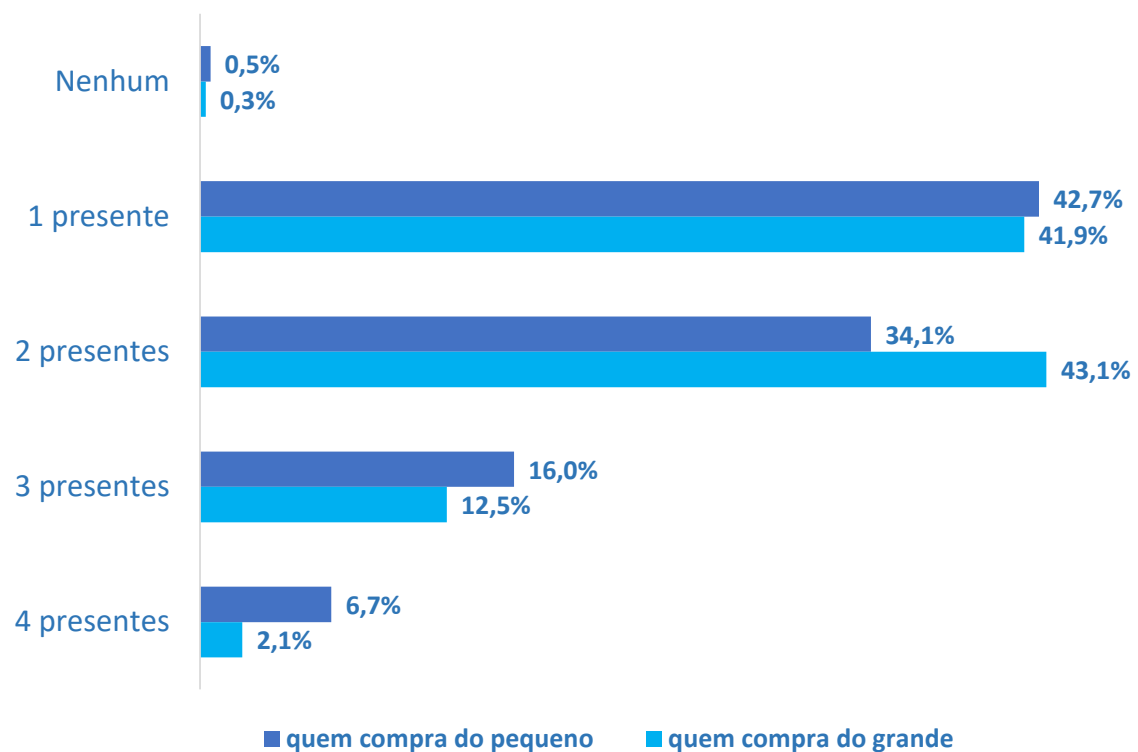
DIA DAS MÃES

- Na média, quem compra de pequenos negócios pretende comprar mais presentes (1,9, em média). Situação inversa ao que percebemos na Páscoa*.
- Quem compra de pequenos negócios apresentou interesse um pouco maior na compra presencial (44%) do que de quem compra em grandes estabelecimentos (39%). Nos dois grupos parte expressiva das compras tende a ser feita pela internet. Entre os que compram de pequenos negócios, para 56%, pelo menos parte da compra será realizada pela internet.
- Preço (8,2) e Proximidade (8,0) são diferenciais para quem compra de pequenos negócios quando comparados com quem compra de grandes estabelecimentos.
- Ajudar o pequeno negócio neste momento de crise (9,0) e geração de renda e emprego (8,6) estão entre os três mais importantes atributos para quem compra dos pequenos negócios.

*Sebrae-SP. Quem compra do pequeno: Páscoa.

<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/10/Relatorio-SerieQuemCompra-Pascoa-v4.pdf>

QUANTOS PRESENTES

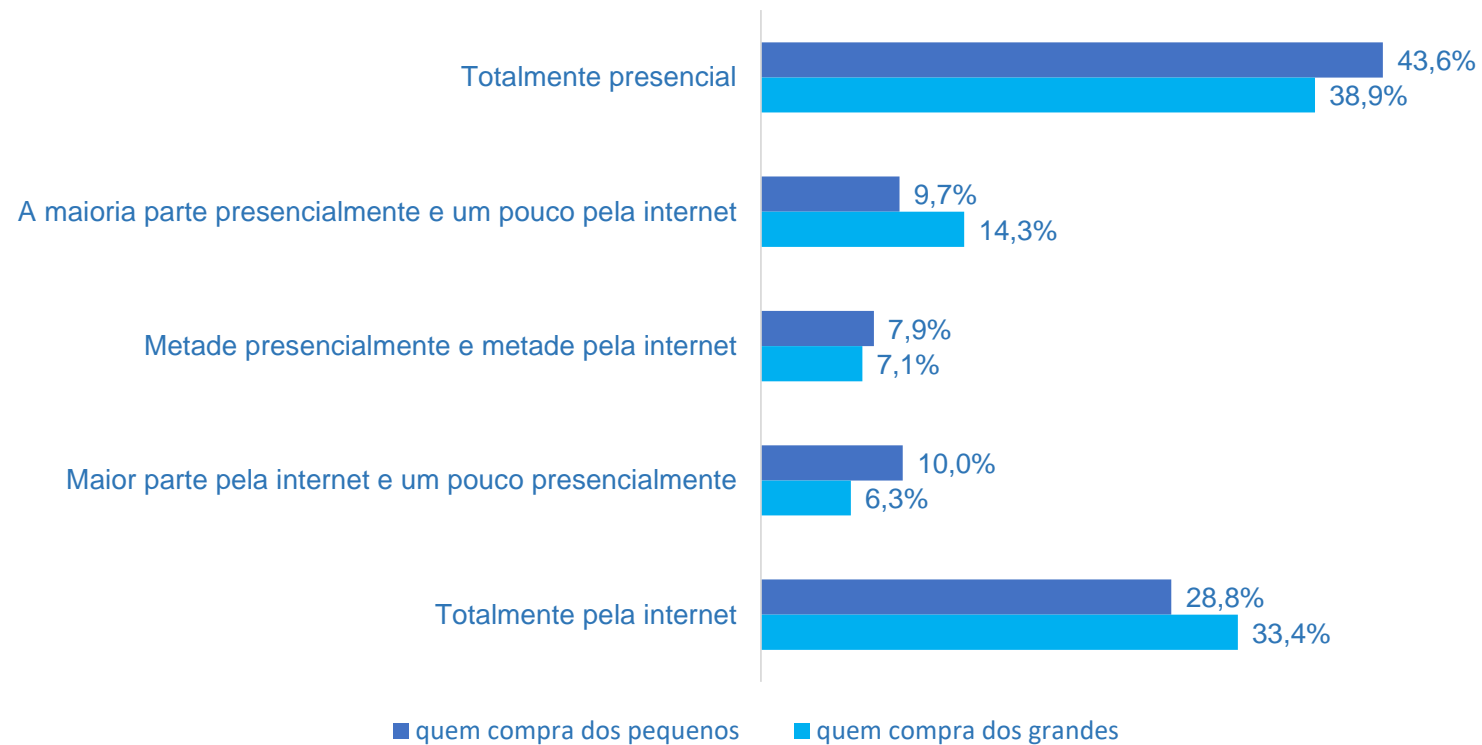


*Média
de presentes*

■ 1,9
■ 1,7

Quantos presentes você pretende comprar no total? RU Base 655

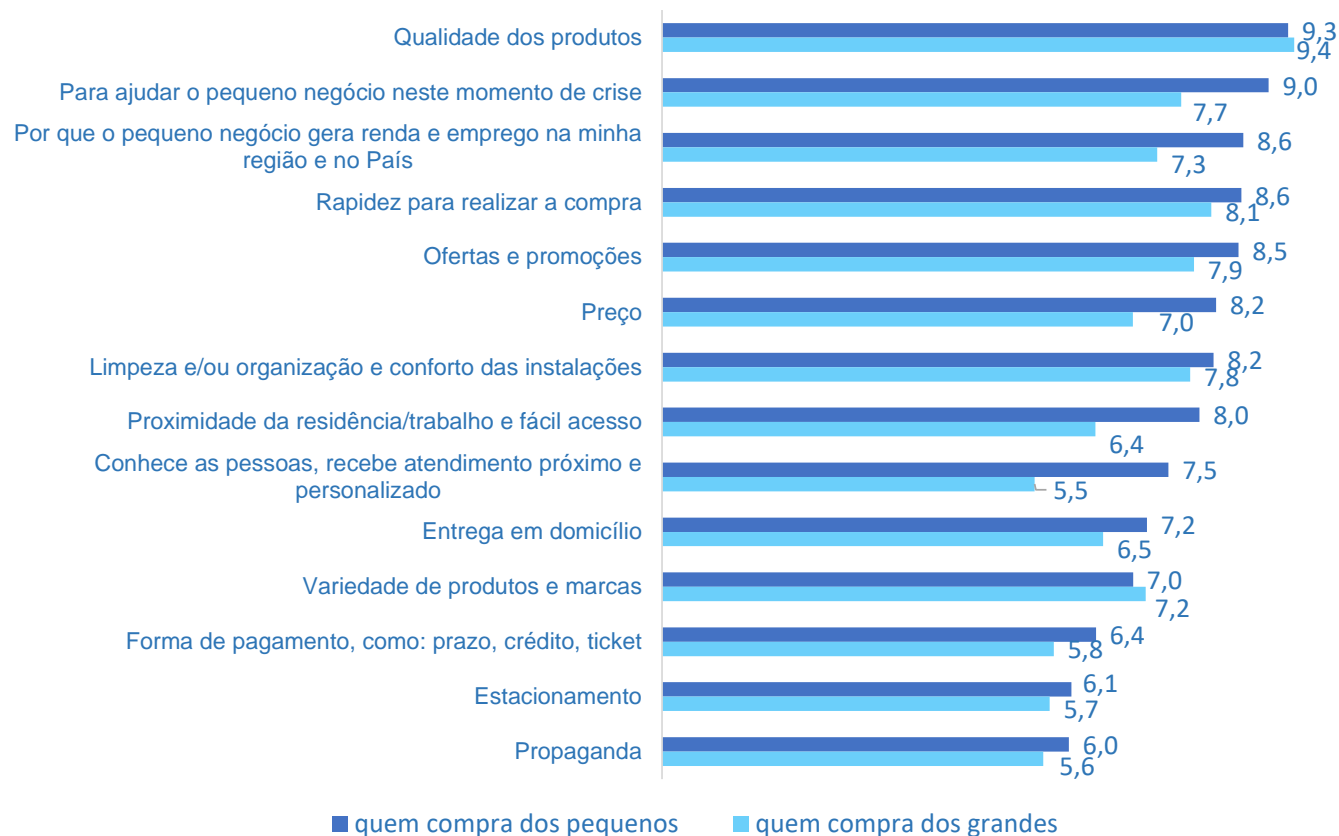
COMPRA PRESENCIAL X REMOTA



Como pretende fazer sua compra para o Dia das Mães (RU) Base 670

ITENS QUE INFLUENCIAM NA COMPRA

Escala de 0 a 10, onde "0" não influencia nada e "10" influencia muito



P16. O quanto cada item, influencia a sua decisão de comprar produtos base 670



Pagamento

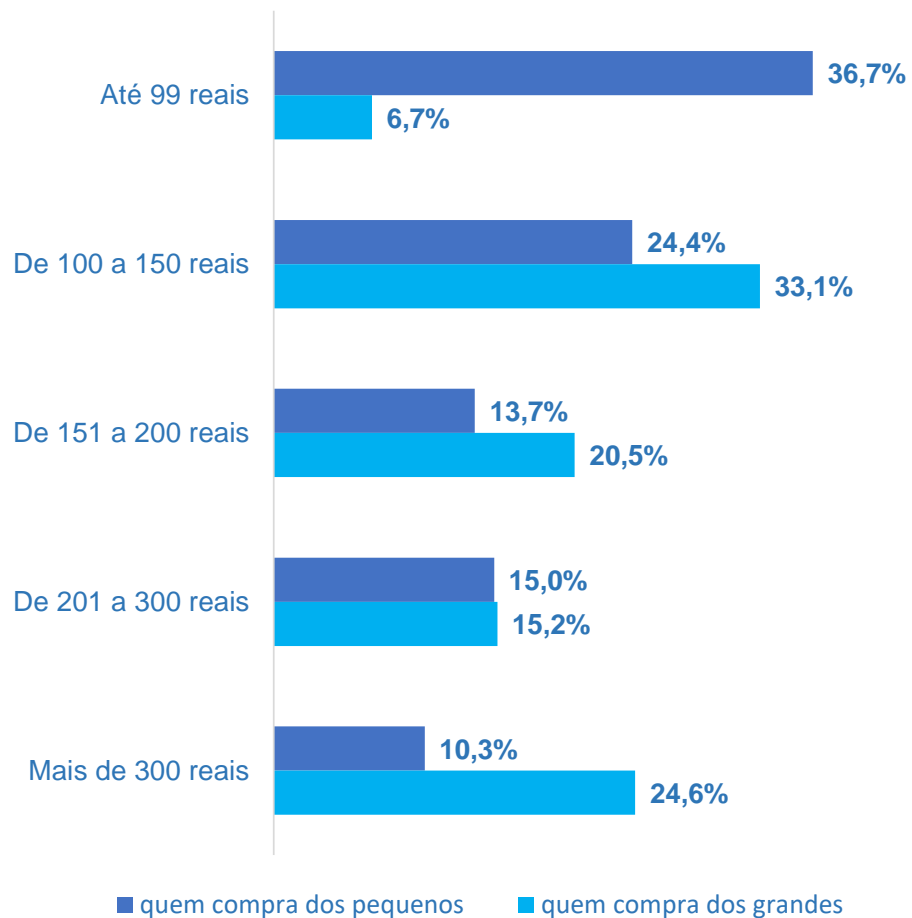
DIA DAS MÃES

- A maioria das pessoas que compram de pequenos negócios pretende gastar até R\$ 99,00 com os presentes.
- O valor gasto em grandes estabelecimentos é maior do que em pequenos negócios.
- O cartão de crédito é citado como forma de pagamento para 51% dos consumidores de pequenos negócios.
- Pagamento via PIX teve pouca adesão. Situação diferente da percebida na pesquisa da Páscoa.
- Quem compra dos pequenos negócios pretende gastar menos esse ano nesta data do que os consumidores de grandes estabelecimentos. Em média, o gasto será 44% menor.

*Sebrae-SP. Quem compra do pequeno: Páscoa.

<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/10/Relatorio-SerieQuemCompra-Pascoa-v4.pdf>

VALOR



Ticket médio 

■ R\$ 182,60
■ R\$ 279,90

P7. Aproximadamente, quanto vai gastar no total? Base: 652

FORMA DE PAGAMENTO



Cartão de Crédito



Dinheiro



Cartão de Débito

compra de **pequenos** negócios

compra de **grandes** negócios

51%
59%

22%
6%

23%
29%



PIX



Boleto bancário



Transferência bancária

compra de **pequenos** negócios

compra de **grandes** negócios

3%
3%

0,8%
2,6%

0,6%
0,5%

Qual é a forma de pagamento que você costuma usar em suas compras? Base:670

FORMA DE PAGAMENTO



À vista



Parcelado

compra de **pequenos** negócios

67%

33%

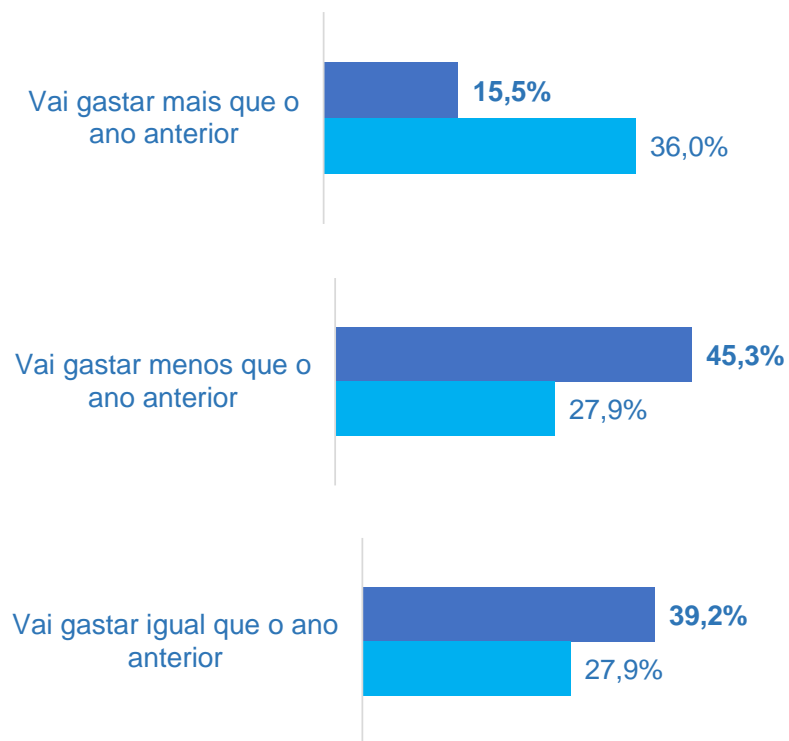
compra de **grandes** negócios

58%

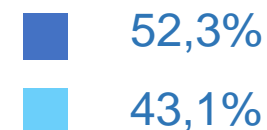
42%

Qual é a forma de pagamento que você costuma usar em suas compras? Base:670

EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO



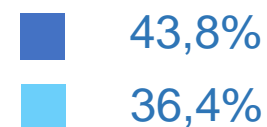
Quantos por cento vai gastar **MAIS** do que o ano anterior (média)



Base:178



Quantos por cento vai gastar **MENOS** do que o ano anterior (média)



Base:252

Comparando o valor total das compras do último ano com o valor total que pretende gastar este ano, você diria que:/Quantos por cento? Base 670



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

0800 570 0800 / www.sebraesp.com.br

FICHA TÉCNICA

DIA DAS MÃES - DIFERENÇAS ENTRE QUEM COMPRA DOS PEQUENOS E QUEM COMPRA DOS GRANDES

Objetivo: Identificar as diferenças entre quem compra dos pequenos e quem compra dos grandes estabelecimentos

Universo: pessoas físicas do estado de São Paulo

Amostra: 670

Metodologia: quantitativa – via e-mail.

A amostra foi ponderada pela população por localidade (Município de São Paulo, demais municípios da Região Metropolitana de São Paulo e interior) e faixa etária, considerando as projeções de população do IBGE para 2020 e a população por classe de consumo conforme o IPC Maps 2020 (IPC Marketing Editora).

Período de Coleta de Dados: 17 a 23 de abril de 2021

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Bruno Shibata Ramos da Silva

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica : Alexandre S. Nascimento, Anderson Nunes, Danielle Aparecida dos Santos, Déborah R. P. Gonçalves, Márcia S. Kikuchi, Nicollas Poletto, Pedro João Gonçalves, Renan Rodrigues Silva.

R. Vergueiro, 1117 - Paraíso

CEP: 01504-001 - São Paulo - SP

Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800