



Pesquisa 2022

DIA DAS MÃES



*Série quem compra do pequeno

A PESQUISA

Este é o segundo ano das pesquisas realizadas de uma série de que estão sendo divulgadas nas datas comemorativas desde o ano de 2021.

Em 2020 já foi apontado que comprar de pequenos negócios se tornou tendência em vários países

Sabemos que 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?

Este relatório é sobre **DIAS DAS MÃES**.



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

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

- Casados
- Com filhos
- Faixa etária dos 40 a 49 anos
- Consumidores do interior do estado
- Mulheres
- Classe social C

Feminino



49,5%

compra dos pequenos

48,1%

compra dos grandes

Masculino



50,5%

compra dos pequenos

51,9%

compra dos grandes

Tem filhos

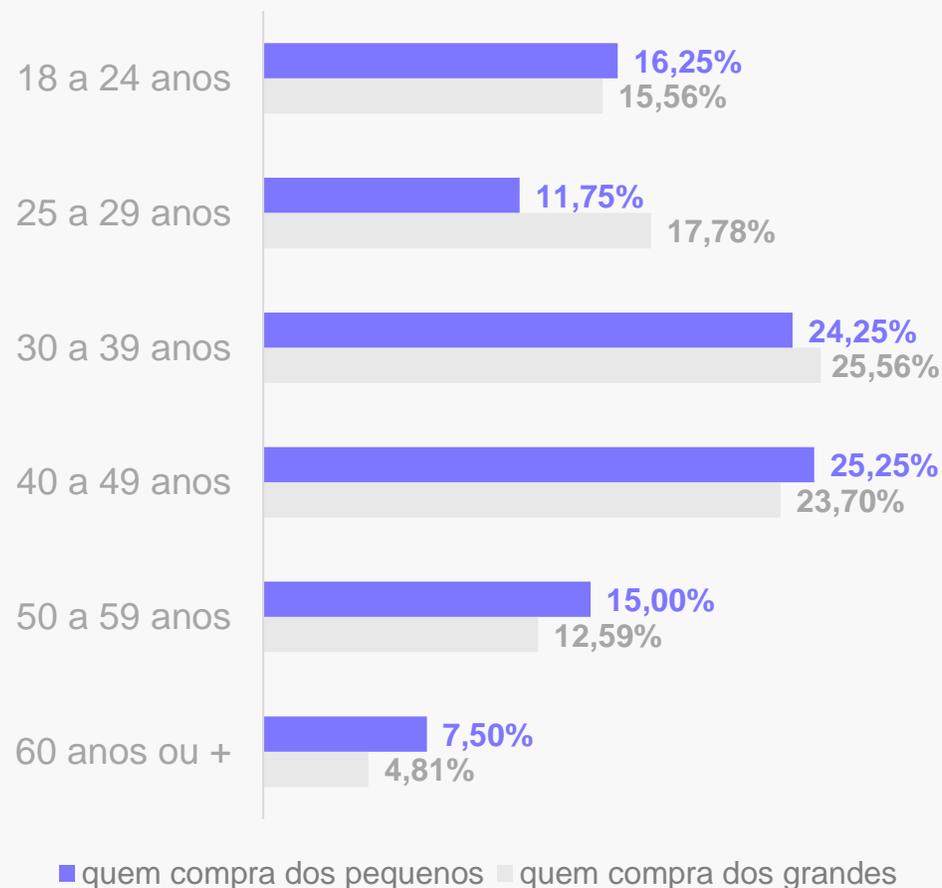


67%

compra dos pequenos

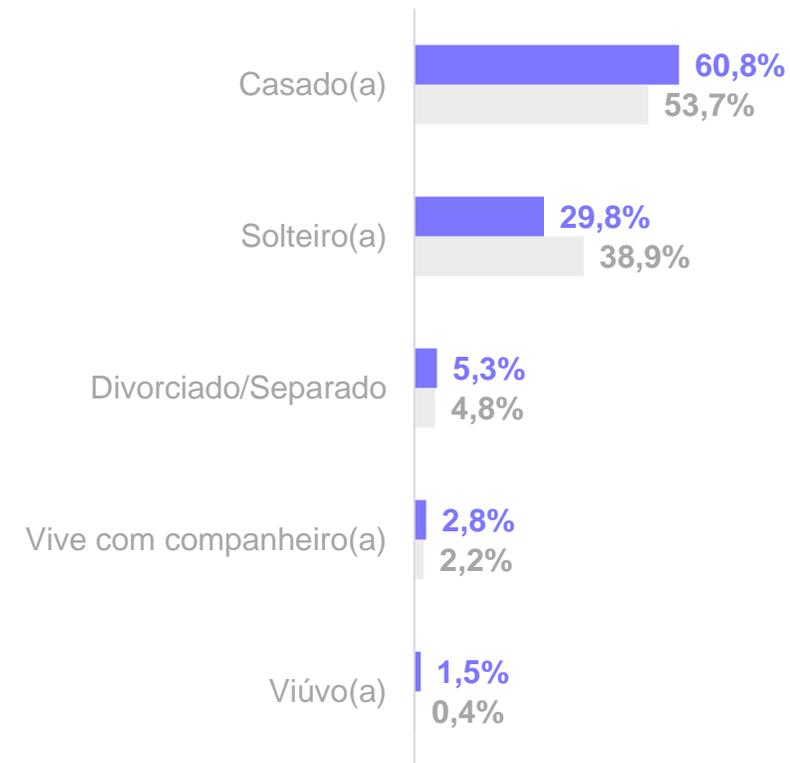
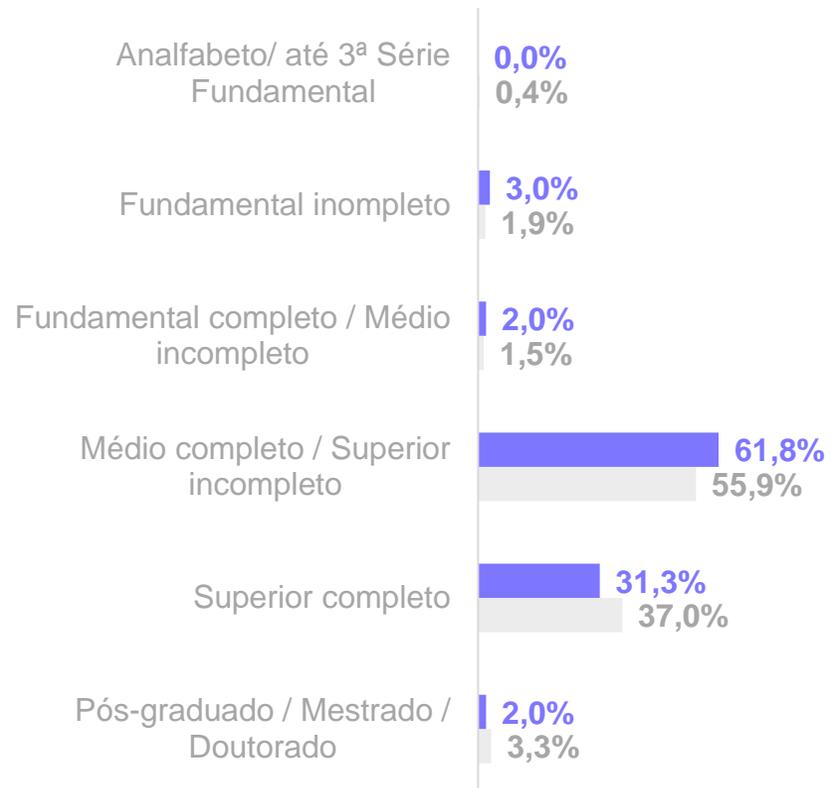
61%

compra dos grandes



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Escolaridade e estado civil



■ quem compra dos pequenos ■ quem compra dos grandes

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Região

compra dos **pequenos**

compra dos **grandes**

 **26%**

 **22%**

São Paulo
Capital

 **19%**

 **27%**

São Paulo
Região Metropolitana

 **56%**

 **51%**

São Paulo
Interior

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Classe

A

Classe A

8%

10%

B1

Classe B1

24%

19%

B2

Classe B2

20%

24%

compra de **pequenos** negócios

compra de **grandes** negócios

C1

Classe C1

26%

23%

C2

Classe C2

19%

20%

D/E

Classe D/E

3%

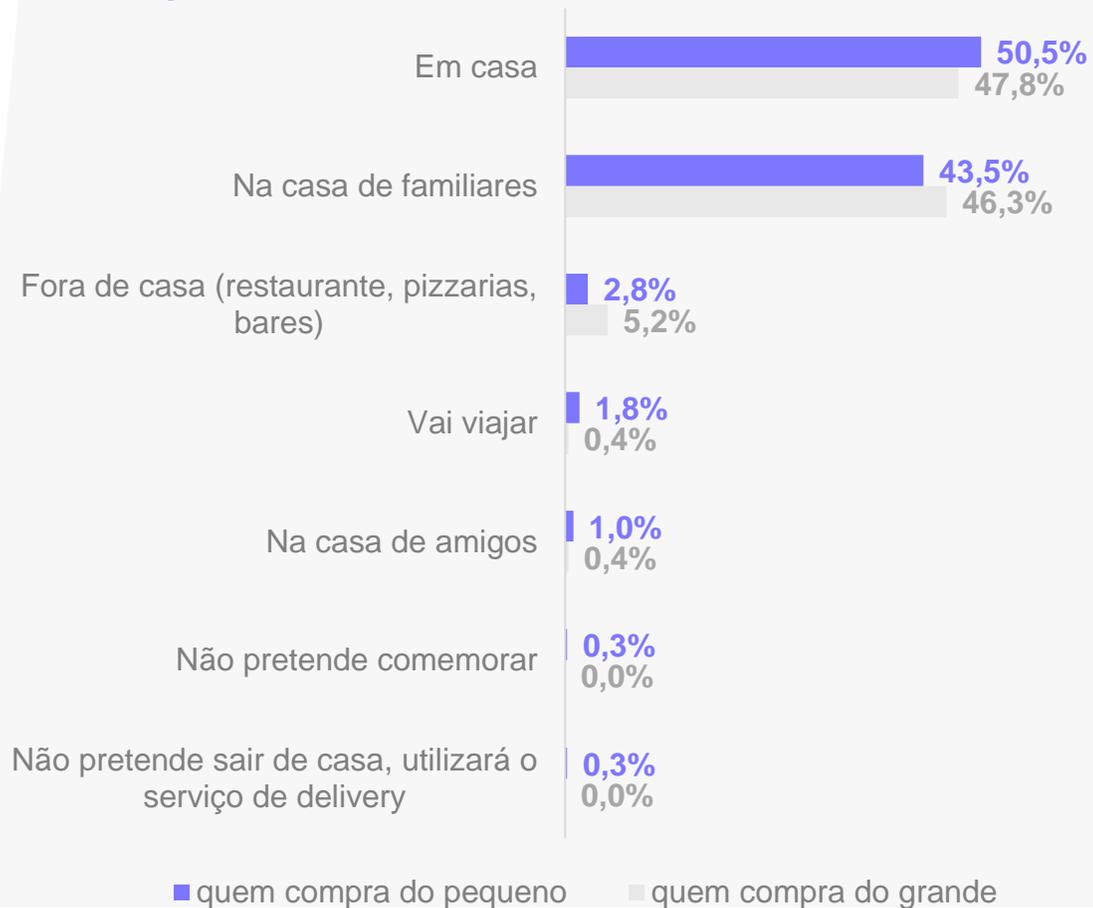
5%

compra de **pequenos** negócios

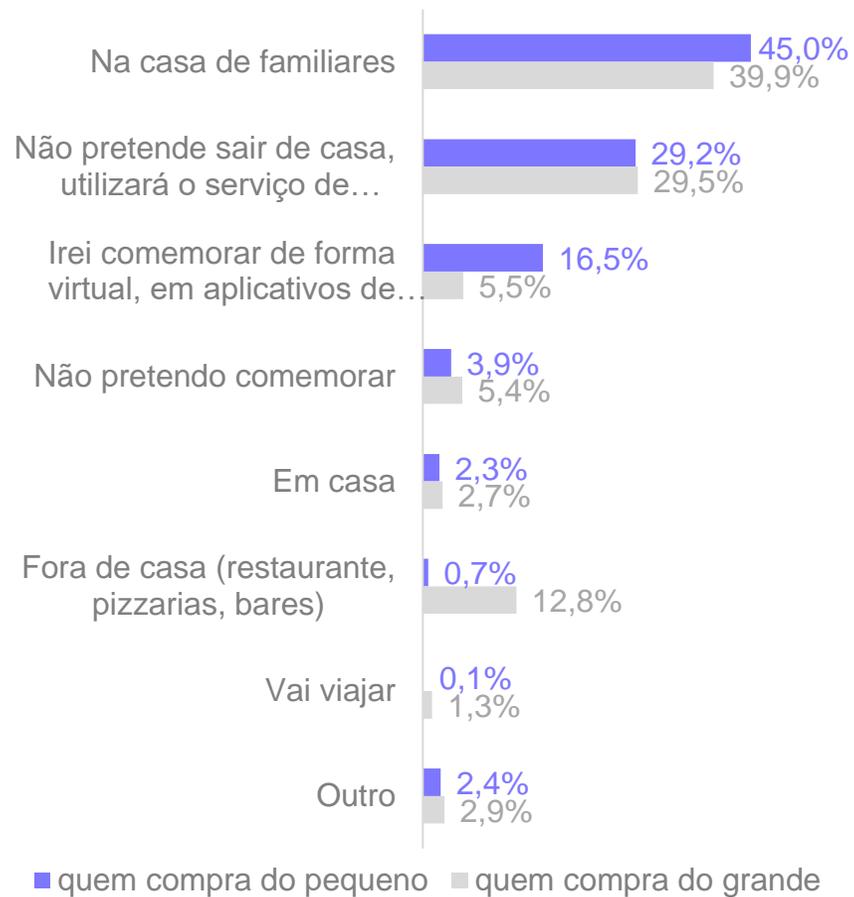
compra de **grandes** negócios

ONDE VAI COMEMORAR

2022



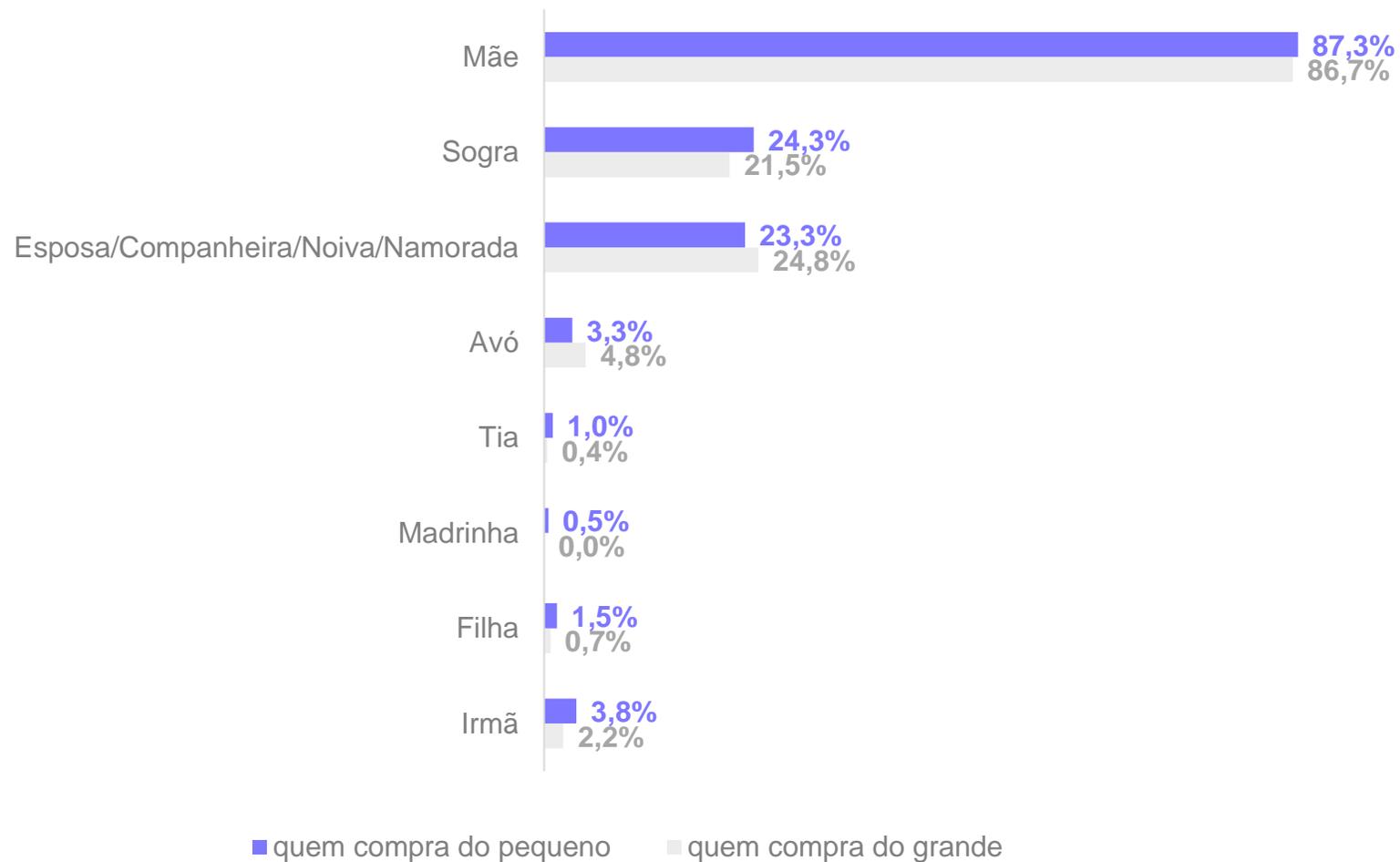
2021



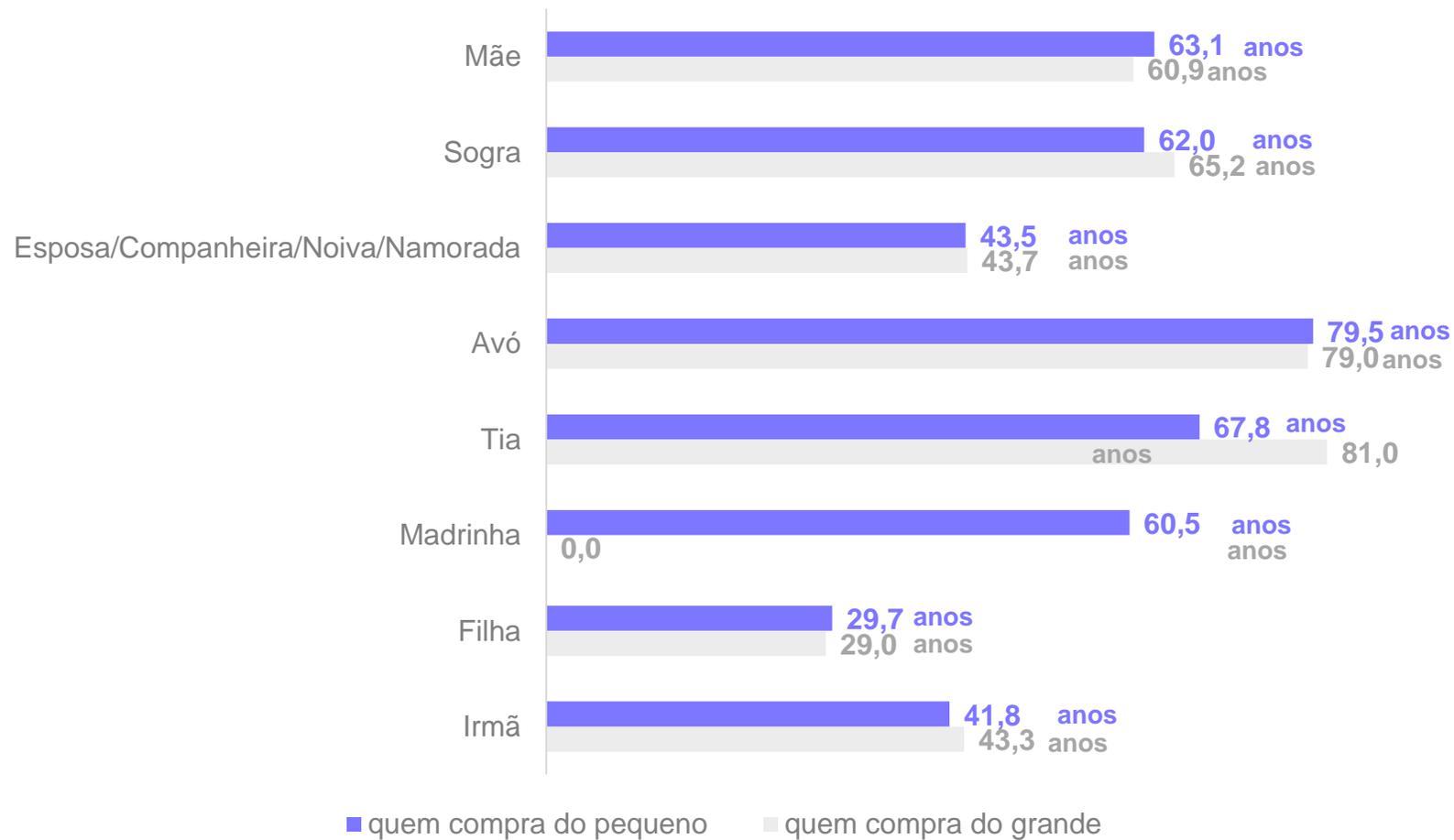
Antes da Compra

- Além da mãe (87%), sogras (23%) e esposas, companheira, noiva, namorada (24%) estão entre as mais presenteadas nessa data.
- Itens de vestuário e cosméticos são os mais comprados nessa data (41%), cosméticos (32%), flores (13%) se destacam.
- Quem compra dos pequenos negócios apresenta maior interesse em promoções e descontos (28%).

QUEM PRETENDE PRESENTEAR



IDADE DA PESSOA QUE RECEBERÁ O PRESENTE



O QUE PRETENDE COMPRAR

compra de pequenos negócios
compra de grandes negócios



Vestuário (roupas, calçados, bolsas.)

41%

47%



Cosméticos, perfumes cremes, maquiagens

32%

30%



Flores

13%

13%



Chocolates

6%

3%



Comidas para almoço ou jantar

1%

0,4%



Jóias, bijouterias e acessórios

3%

4%



Objetos Decoração

3%

1%



Artesanato

2%

0,4%



Eletrônicos Eletrodomésticos

2%

6%



Almoço ou Jantar em restaurantes, pizzarias e bares

1%

0%



0,3%

0%



Viagens

0%

1%



Outros

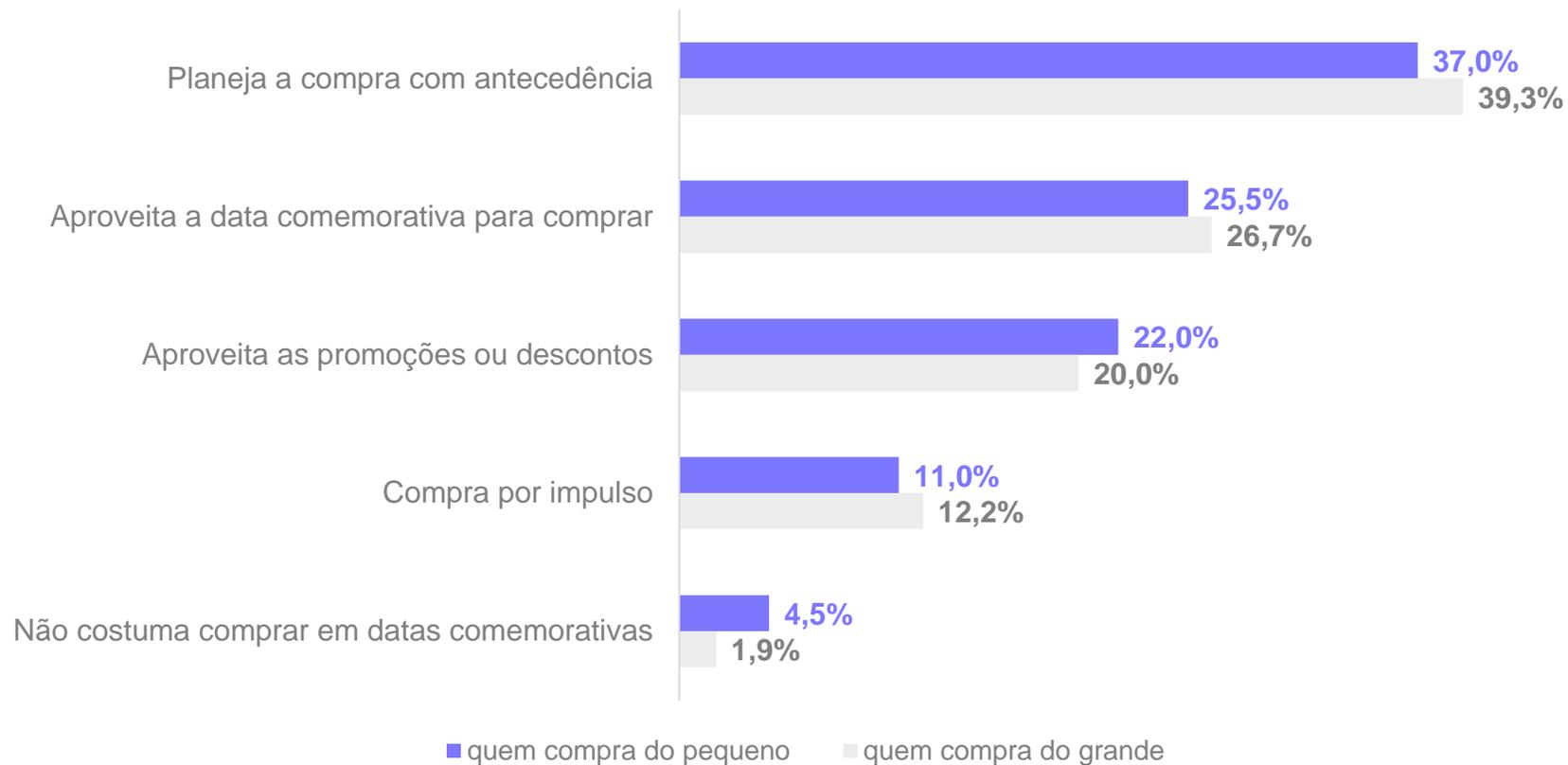
9%

7%

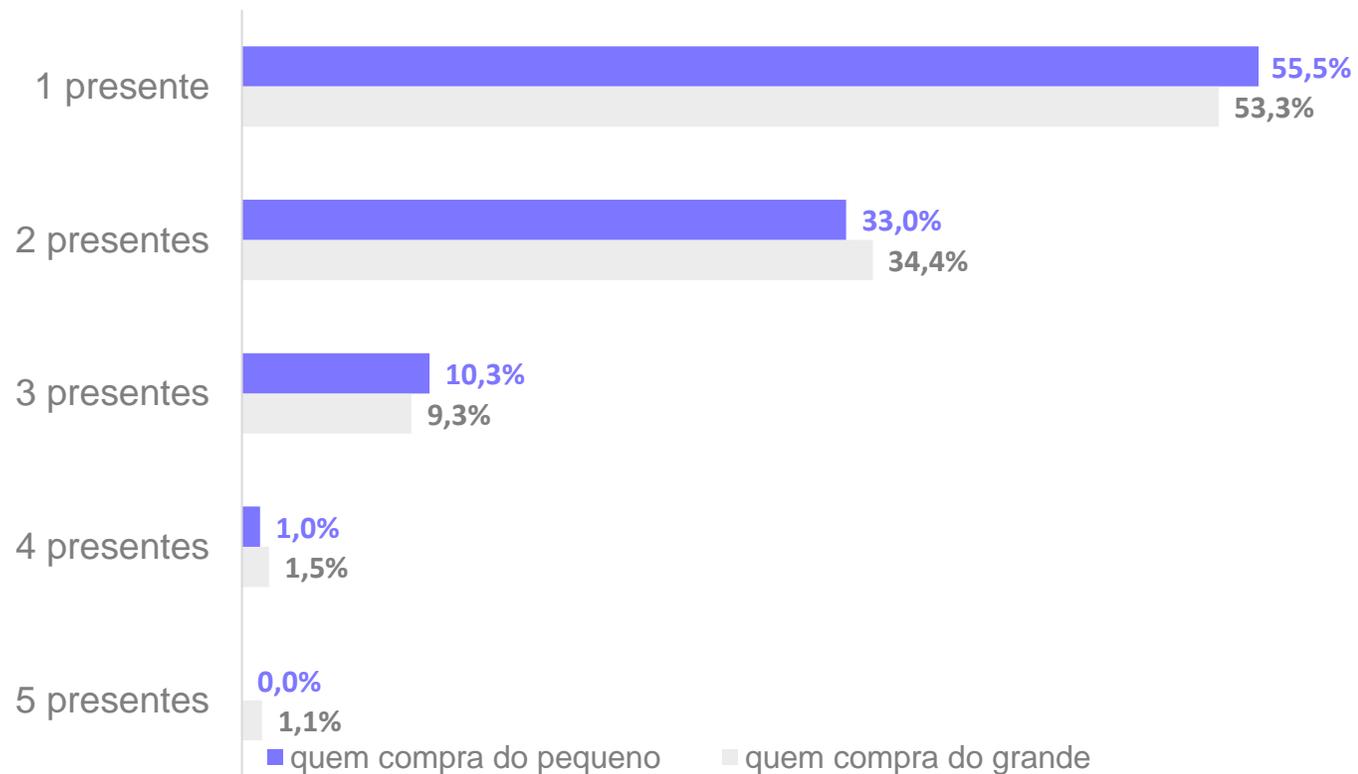
Durante a Compra

- Na média, quem compra de pequenos (1,6) e compra dos grandes (1,7) é praticamente igual.
- Quem compra de pequenos negócios apresentou interesse maior na compra presencial (83%) do que de quem compra em grandes estabelecimentos (67%). A compra pela internet é maior para quem compra dos grandes (21%) do que quem compra dos pequenos (9%).
- Preço (45%) e a Qualidade dos produtos (37%) são diferenciais para quem compra de pequenos negócios e também para quem compra dos grandes , Preço (45%) e Qualidade dos produtos (40%).

SOBRE PLANEJAMENTO



QUANTOS PRESENTES



2022

Média de presentes

■ 1,6

■ 1,7

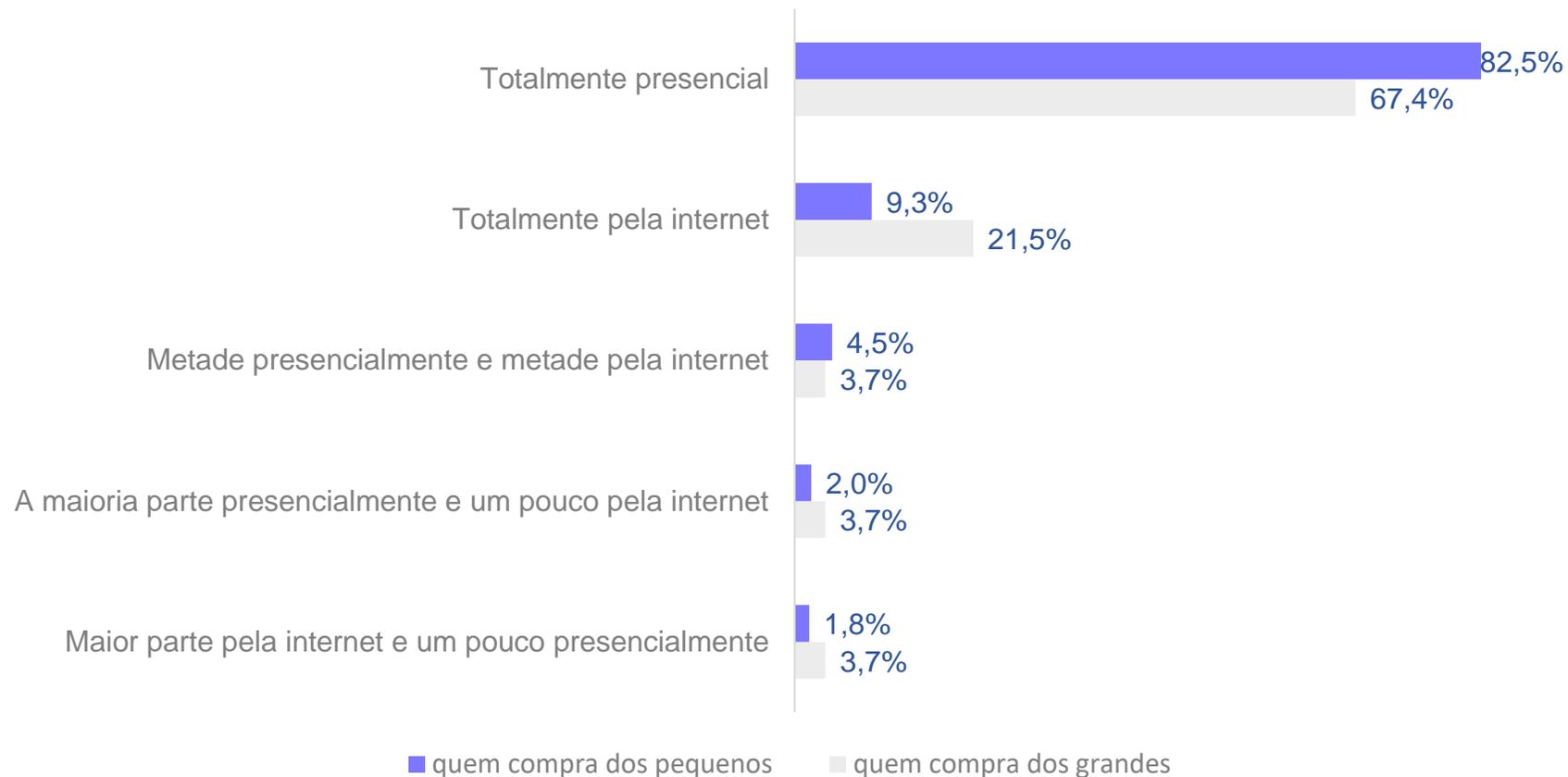
2021

Média de presentes

■ 1,9

■ 1,7

COMPRA PRESENCIAL x REMOTA

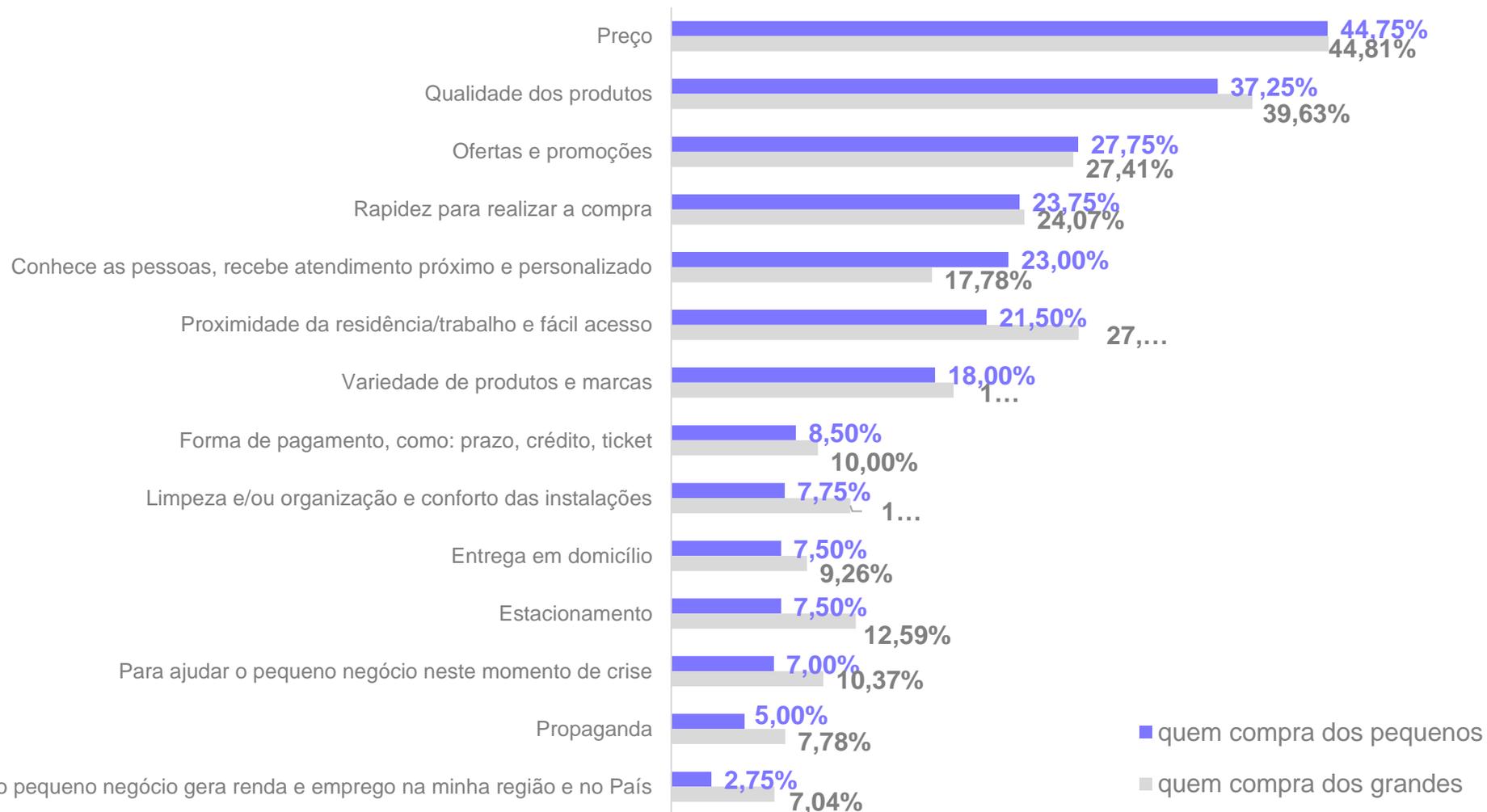


O pagamento

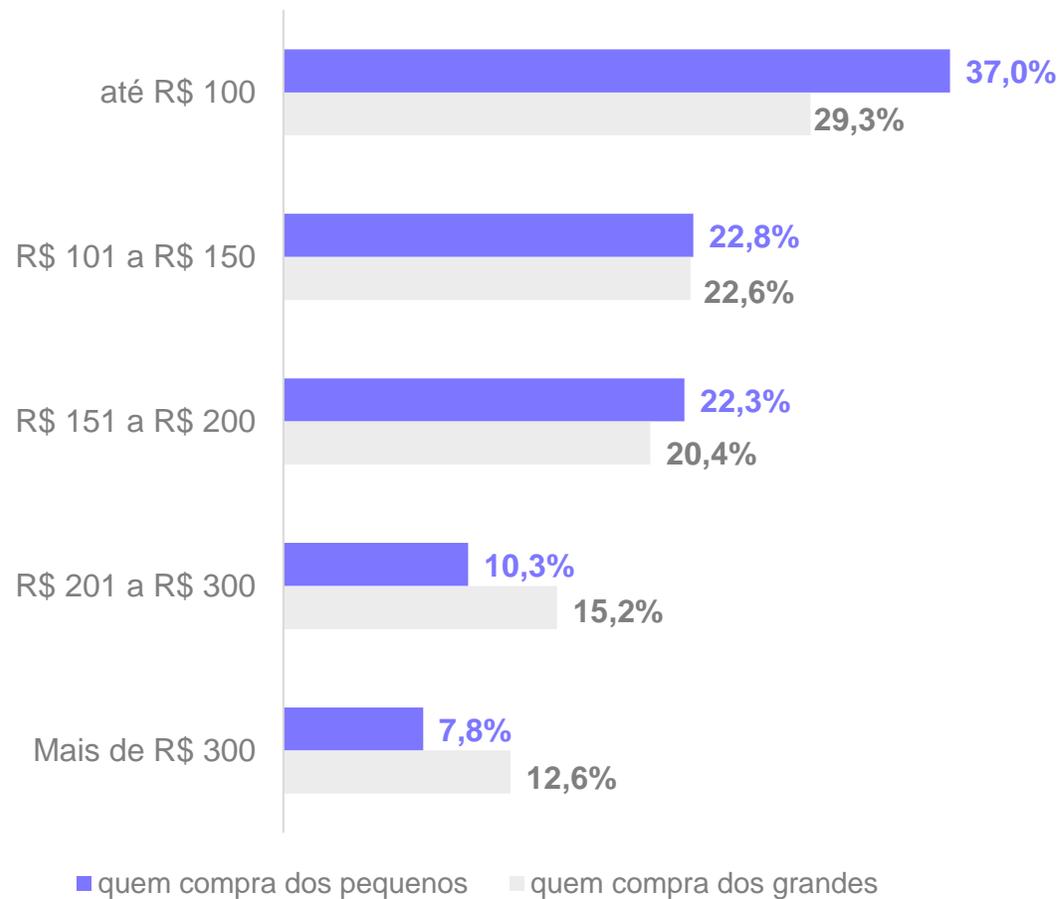
- Quem compra de pequenos negócios apresentou interesse maior na compra presencial (49%) do que de quem compra em grandes estabelecimentos (27%). Entre os que compram de pequenos negócios, a compra pela internet é menor (5,5%) do que quem compra do grande (8,7%). A compra realizada metade presencialmente e metade pela internet é um pouco maior (2,7%) do que quem compra dos grandes (1,5%)
- Compras realizadas com cartão de crédito é menor (46%) para quem compra dos pequenos do que quem compra dos grandes (62%)
- Preço é o item que mais influencia tanto para quem compra dos pequenos (45%) como para quem compra dos grandes (45%), seguindo da qualidade dos produtos (37%) quem compra dos pequenos e 40% para quem compra dos grandes.

ITENS QUE INFLUENCIAM NA COMPRA

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



TICKET MÉDIO



2022

Ticket médio



R\$ 203,95

R\$ 279,27

2021

Ticket médio



R\$ 182,60

R\$ 279,90

FORMA DE PAGAMENTO



Cartão de Crédito

46%

62%



Dinheiro

36%

21%



Cartão de Débito

24%

22%

compra de **pequenos** negócios

compra de **grandes** negócios



PIX

8%

7%



Boleto bancário

1%

1%

compra de **pequenos** negócios

compra de **grandes** negócios

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

FORMA DE PAGAMENTO



À vista

71%

compra de **pequenos** negócios

60%

compra de **grandes** negócios



Parcelado

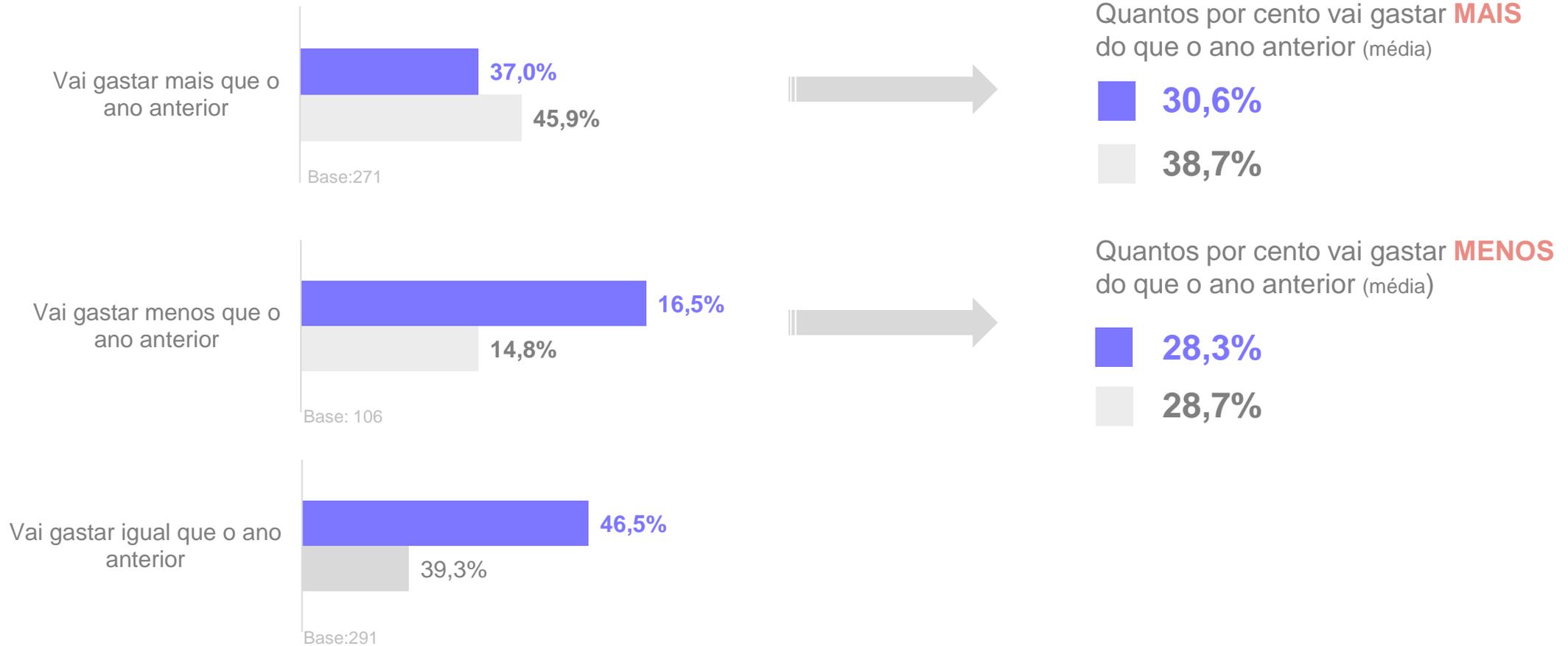
29%

compra de **pequenos** negócios

40%

compra de **grandes** negócios

EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO



Ficha Técnica

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 2022

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Thais Leal Piffer

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica : Alexandre S. Nascimento, Anderson Nunes, Bianca Concelles, Eduardo Borba, Felipe Ferreira de Barros, Giovanna Raminelli, Márcia S. Kikuchi, Nicollas Poletto, Pedro João Gonçalves.

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