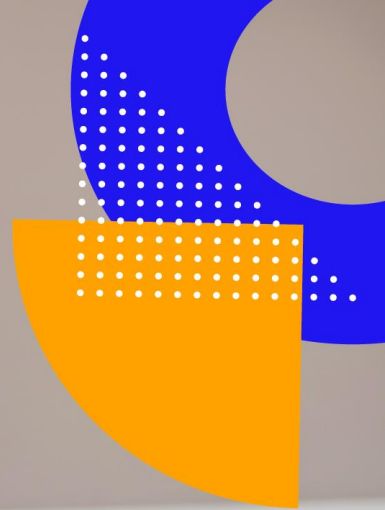


Dia das Crianças

compre do pequeno

Out/2024



INTRODUÇÃO

Este relatório faz parte de uma série de pesquisas divulgadas em datas comemorativas ao longo de 2024.

Nosso estudo vai além da análise do ato de consumo, pois comprar do pequeno negócio significa apoiar e fazer parte de um grande movimento que reconhece a importância desses empreendimentos para nosso país.

O relatório é composto por duas seções:

- I. Pesquisa com Pequenos Negócios
- II. Pesquisa com Consumidores

O tema desta edição é

DIA DAS CRIANÇAS

PESQUISA PEQUENOS NEGÓCIOS

**DIA DAS CRIANÇAS
2024**



A PESQUISA COM PEQUENOS NEGÓCIOS

O Sebrae-SP realizou uma pesquisa por amostragem, por telefone, que avaliou a relevância das vendas do Dia das Crianças para os pequenos negócios, micro e pequenas empresas (MPEs) e microempreendedores individuais (MEIs)¹ no estado de São Paulo.

A partir dos resultados, o SEBRAE-SP realizou a projeção do número de MPEs e MEIs que consideram ser beneficiados pelas vendas do Dia das Crianças de 2024.

As vendas de cerca de 137 mil pequenos negócios do estado de São Paulo tendem a ser beneficiadas pelo Dia das Crianças.

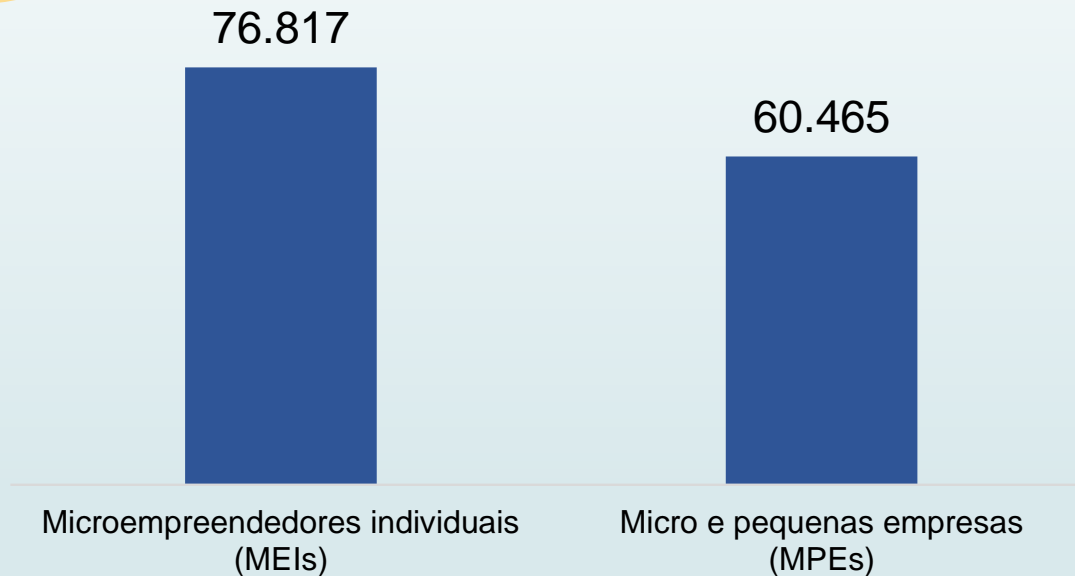
Dessas empresas, cerca de 77 mil são microempreendedores individuais (MEIs) e aproximadamente 60 mil são micro e pequenas empresas (MPEs).

¹ SEBRAE-SP/Seade. Indicadores Sebrae-SP, 2024.

A PESQUISA COM PEQUENOS NEGÓCIOS

137 mil

pequenos negócios irão se beneficiar, potencialmente, no Dia das Crianças¹



¹ Estimativa SEBRAE-SP a partir da pesquisa Indicadores Sebrae-SP

FICHA TÉCNICA

Objetivo: Conhecer a opinião dos proprietários de micro e pequenas empresas e microempreendedores individuais sobre os efeitos das vendas da Dia das Crianças em suas empresas.

Universo: Micro e pequenas empresas (MPes) e microempreendedores individuais (MEIs) do estado de São Paulo

Amostra: 1.037 MEIs e 647 MPes e do estado de São Paulo

Metodologia: quantitativa – via telefone. A amostra foi selecionada por critérios probabilísticos, de forma que represente as MPes e MEIs do estado de São Paulo. O universo das MPes foi estabelecido a partir de cadastro da Fundação Seade, elaborado a partir de bases de dados do Ministério do Trabalho e Emprego (31/12/22). O universo dos MEIs foi representado por meio de cadastro do Sebrae, elaborado a partir de bases da Receita Federal. A projeção com relação ao total de MEIs potencialmente beneficiados pela Dia das Crianças teve como base as estatísticas do número de documentos de arrecadação do Simples Nacional (DAS) pagos em agosto de 2024.

Período de coleta dos dados: maio de 2024

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Eduardo Borba, Felipe Ferreira de Barros, Gustavo de Aquino Ávila, Márcia Shizue Kikuchi, Mariá Fortes de Paula Silva, Nicollas Poletto, Pedro João Gonçalves, Vitoria Nunes Martins, Victor Massashi Shinto e Whellder Barros de Jesus Silva

Fornecedor: Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade)



PESQUISA CONSUMIDORES

**DIA DAS CRIANÇAS
2024**



A PESQUISA COM CONSUMIDORES



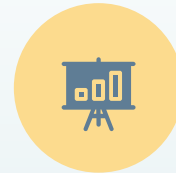
OBJETIVO

Identificar as diferenças entre quem compra dos pequenos negócios e quem compra dos grandes no DIA DAS CRIANÇAS.



ENTREVISTADOS

Consumidores da Capital, Região Metropolitana e interior do estado de São Paulo que declararam comprar para o DIA DAS CRIANÇAS, classificados entre aqueles que compram dos pequenos negócios e os que compram das grandes empresas. A coleta foi realizada de 14 a 24 de setembro.



RESULTADOS

Apresentados em quatro grandes blocos:

1. Perfil Sociodemográfico
2. Antes da Compra
3. Depois da Compra
4. Pagamento

PERFIL DOS CONSUMIDORES

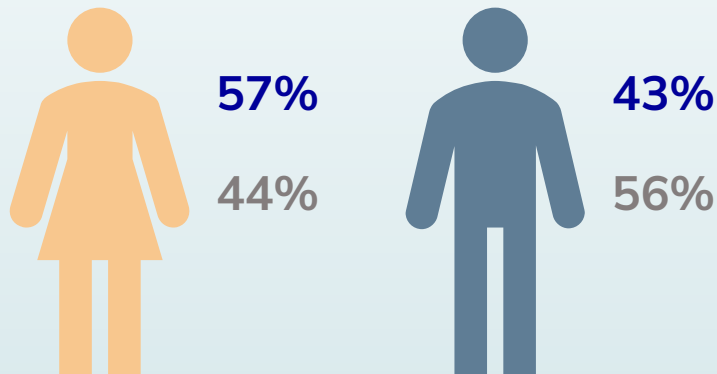


Comparando o perfil dos consumidores que compram dos pequenos negócios com quem compra de grandes empresas, os que demonstram maior propensão para comprar de pequenos negócios são:

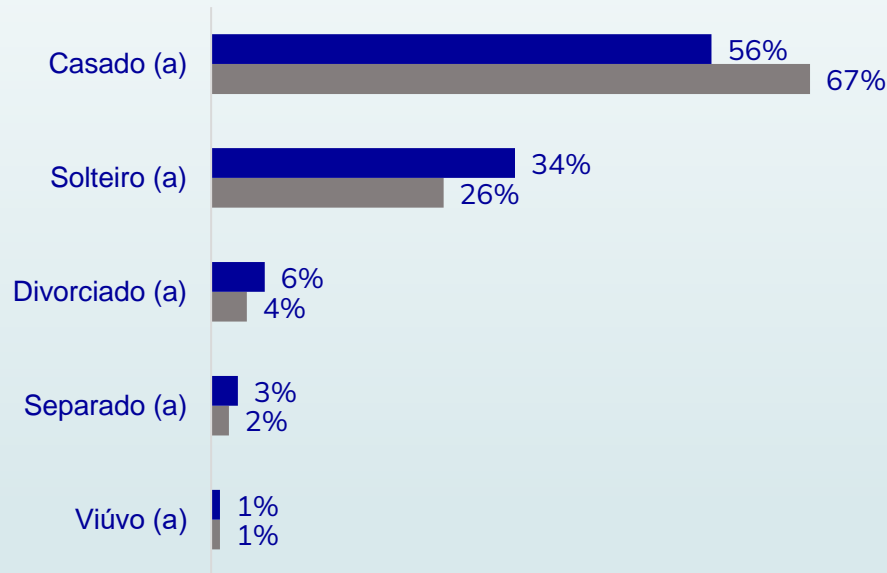
- ❖ Sexo: **Feminino**
- ❖ Escolaridade: **Médio completo / Superior incompleto**
 - ❖ Classe de renda: **C e D**
- ❖ Em relação à faixa etária, destacam-se a faixa de **18 a 24 anos**, que **representa 22%** dos consumidores, seguida pela faixa de 25 a 29 anos (15%)

Perfil Demográfico

Sexo



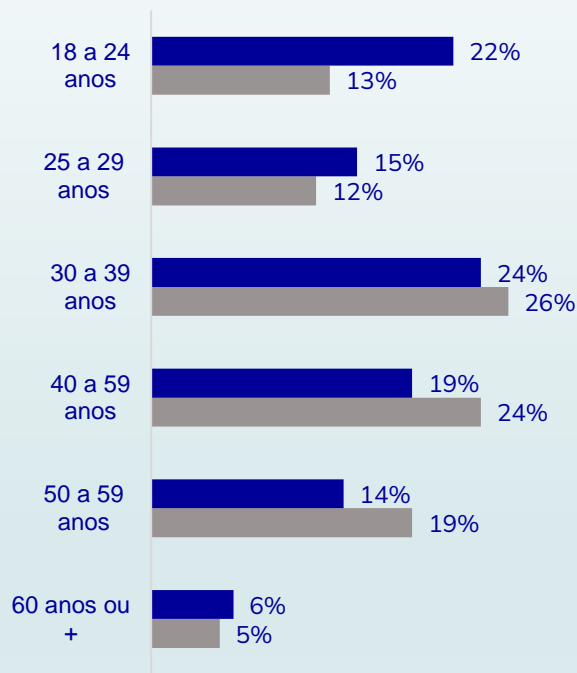
Estado Civil



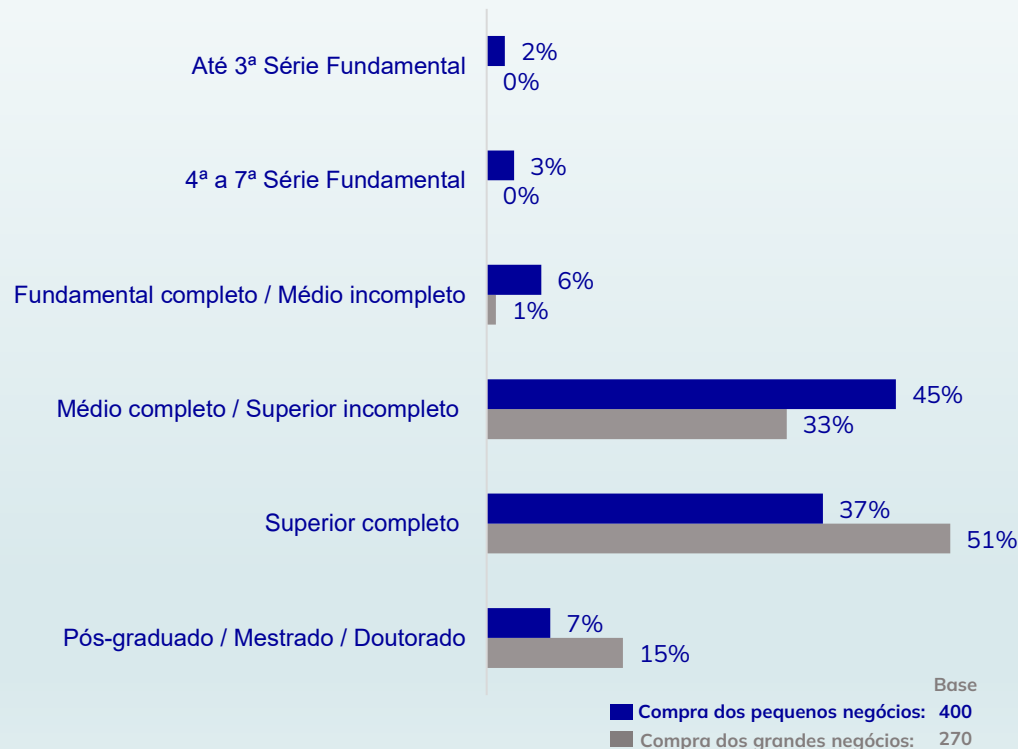
Base
■ Compra dos pequenos negócios: 400
■ Compra dos grandes negócios: 270

Perfil Demográfico

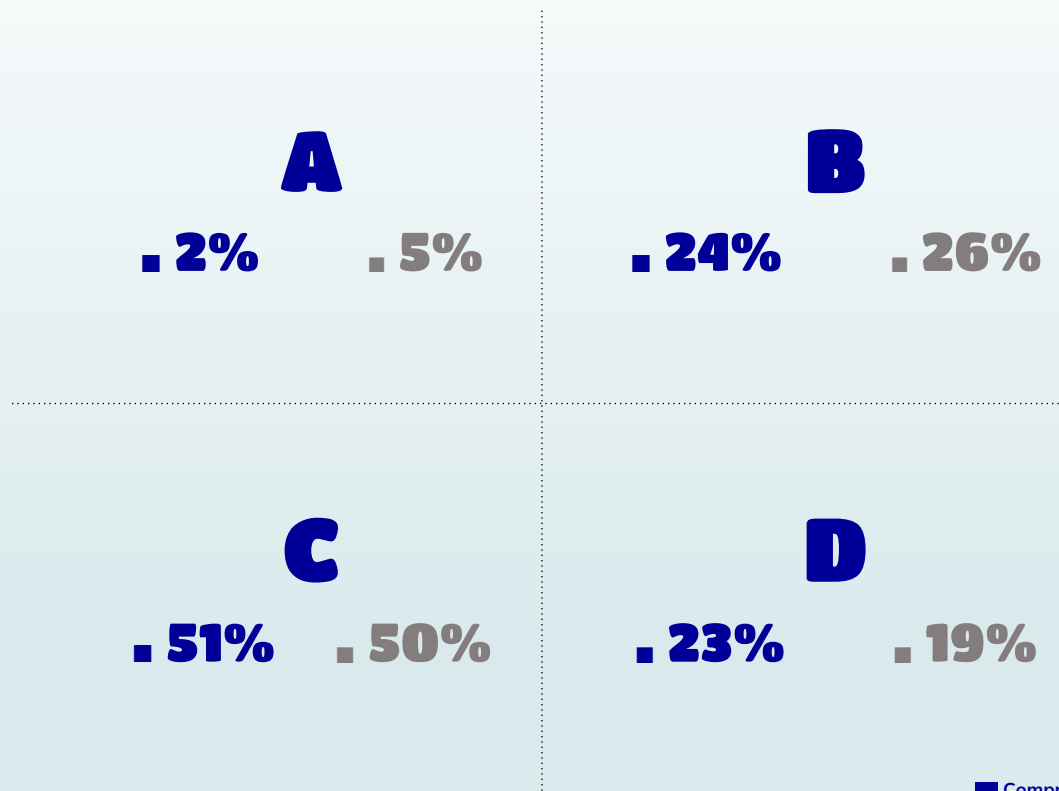
Faixa Etária



Escolaridade



Perfil Classe Econômica¹



¹ Critério Brasil - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP)

Base
■ Compra dos pequenos negócios: 400
■ Compra dos grandes negócios: 270

Perfil Demográfico (Região)



Compra dos pequenos

■ 23%

São Paulo
Capital

■ 20%

São Paulo
Região Metropolitana¹

■ 57%

São Paulo
Interior

Compra dos grandes

■ 34%

São Paulo
Capital

■ 19%

São Paulo
Região Metropolitana¹

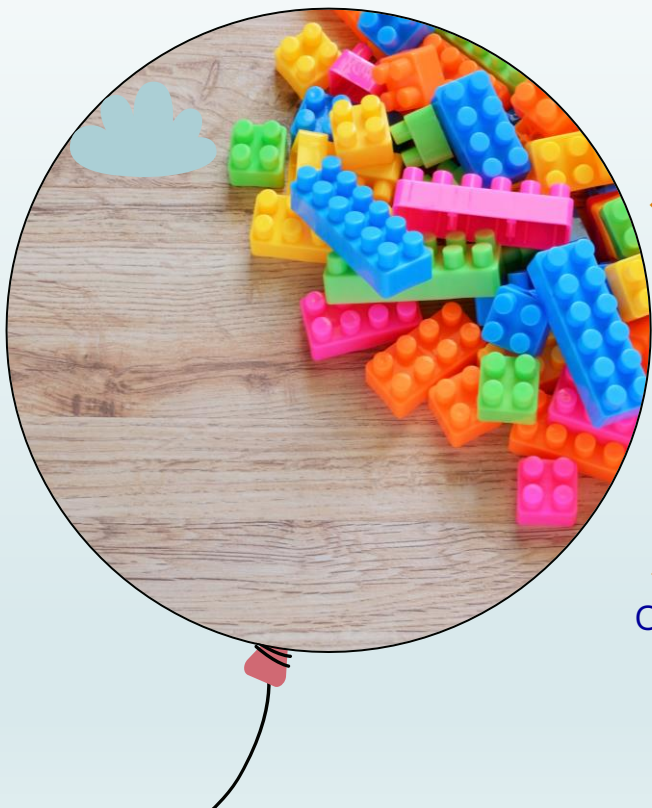
■ 47%

São Paulo
Interior

¹ Exceto o município de São Paulo

Base
■ Compra dos pequenos negócios: 400
■ Compra dos grandes negócios: 270

ANTES DA COMPRA



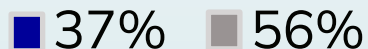
- ❖ Entre os que compram dos pequenos, os filhos são os que mais ganham presentes (49%), seguidos dos sobrinhos (37%) e afilhados (19%).
 - ❖ A idade média das crianças é de 6,7 anos.
- ❖ De 6 em cada 10 situações são os pais ou responsáveis que escolhem os presentes (57%) e levam em consideração a idade da criança (47%), além dos interesses e hobbies da criança para comprar (42%) e orçamento disponível para fazer a compra (40%).
- ❖ Quem compra dos pequenos, utiliza como principais fontes de informação para presentear as lojas físicas (55%), redes sociais (52%) e lojas virtuais (31%).
- ❖ Em relação ao local de comemoração no DIA DAS CRIANÇAS, brincar com a criança em casa (31%), ir na casa de parente e amigos (21%), e fazer refeição especial em casa (21%) foram as mais citadas.

QUEM VAI GANHAR PRESENTE

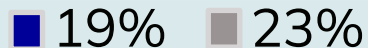
FILHOS



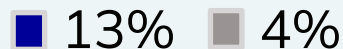
SOBRINHOS



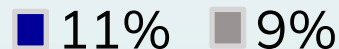
AFILHADOS



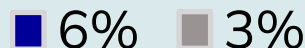
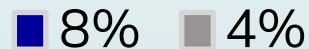
IRMÃOS



NETOS



ENTEADOS



Base

■ Compra dos pequenos negócios: 400

■ Compra dos grandes negócios: 270

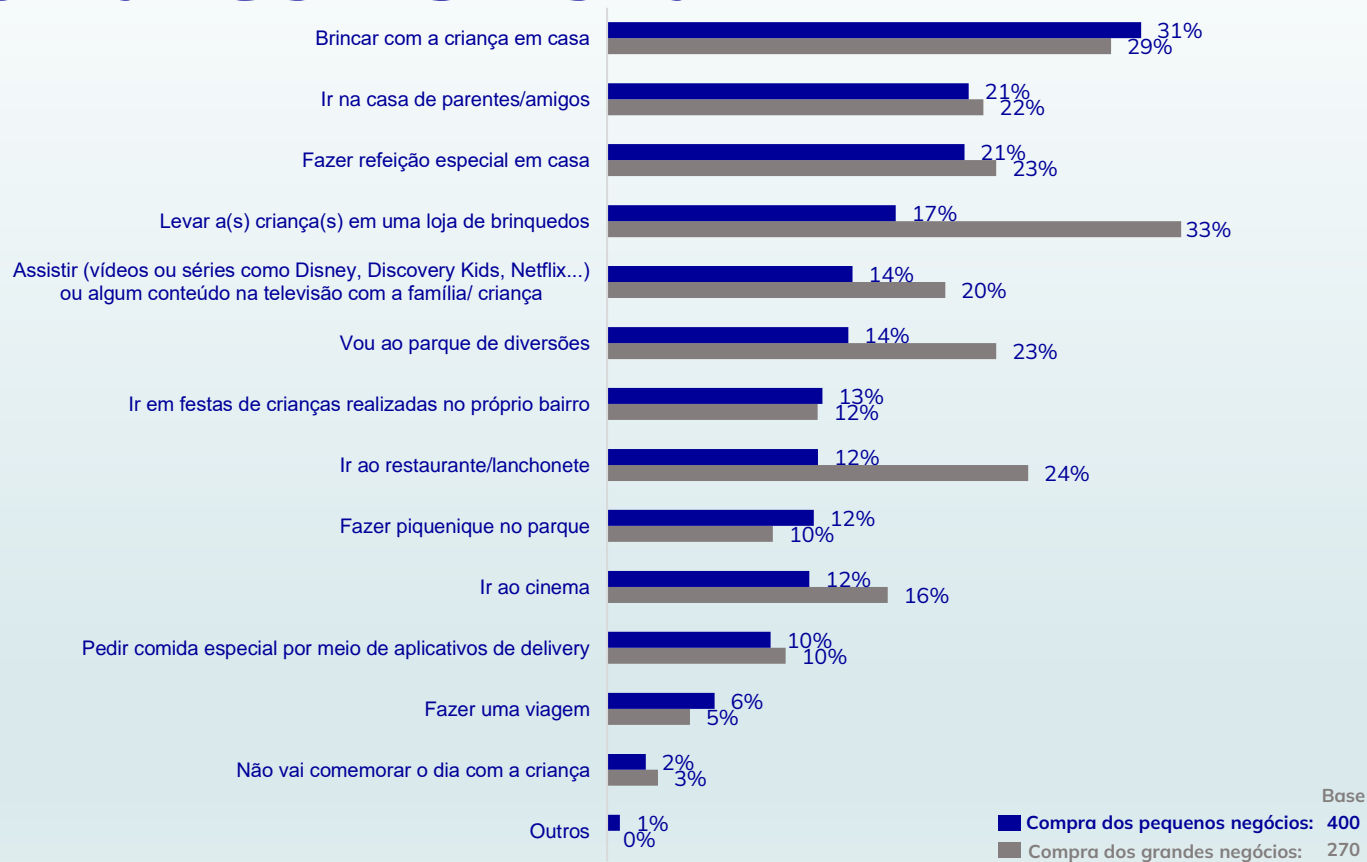
Outros: bisneto, primo, aluno, criança carente/igreja/vila/vizinho/bairro/de amigo, erê

IDADE DOS PRESENTEADOS

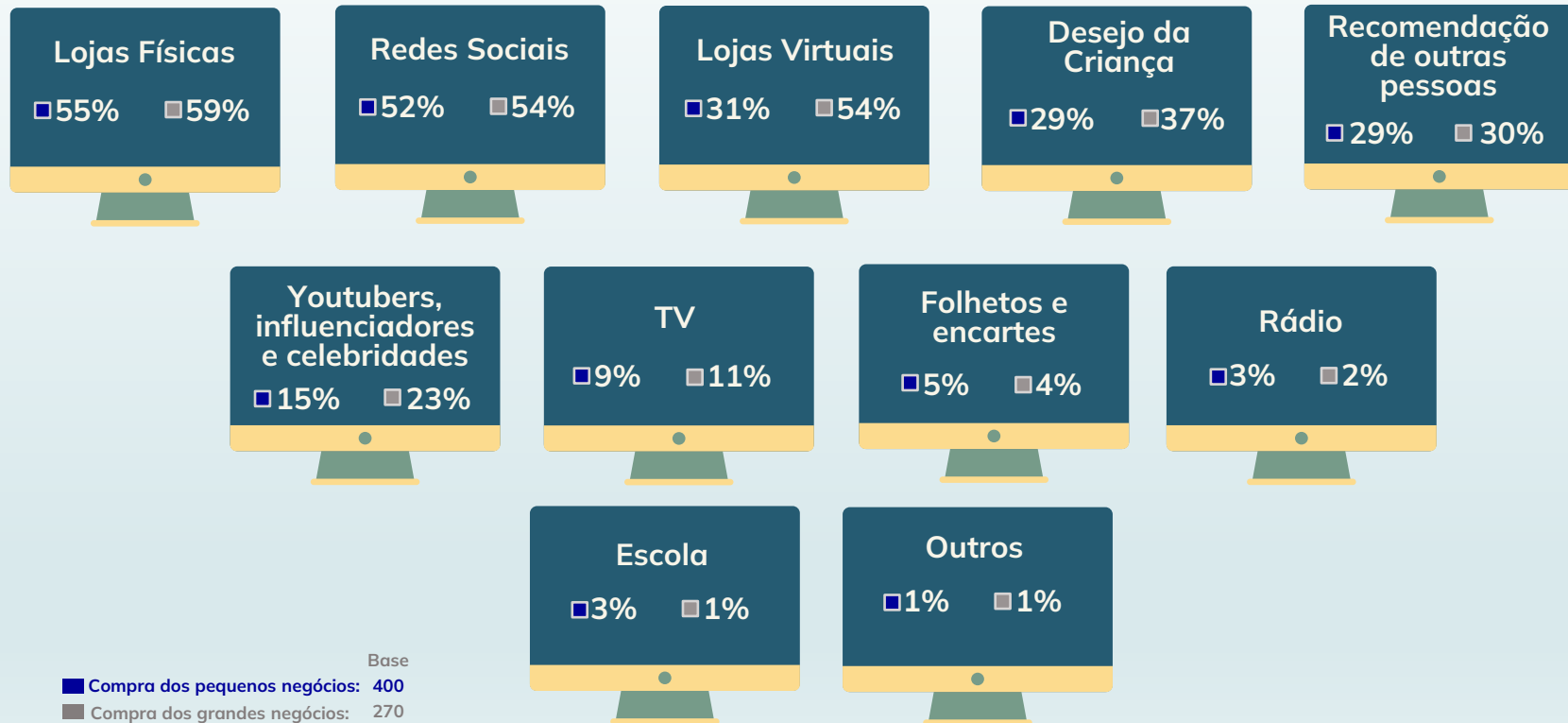
	Quem compra do Pequeno <small>média</small>	Quem compra do Grande <small>média</small>	
Filho(a)	6,3 anos	7,8 anos	Média da idade 6,7 anos
Sobrinho(a)	6,3 anos	6,7 anos	
Afilhado(a)	6,3 anos	7,0 anos	
Neto(a)	5,9 anos	4,9 anos	
Irmã(o)	8,0 anos	9,8 anos	
Enteado(a)	6,9 anos	9,3 anos	
Outra pessoa	4,1 anos	4,1 anos	

Base
 ■ Compra dos pequenos negócios: 400
 ■ Compra dos grandes negócios: 270

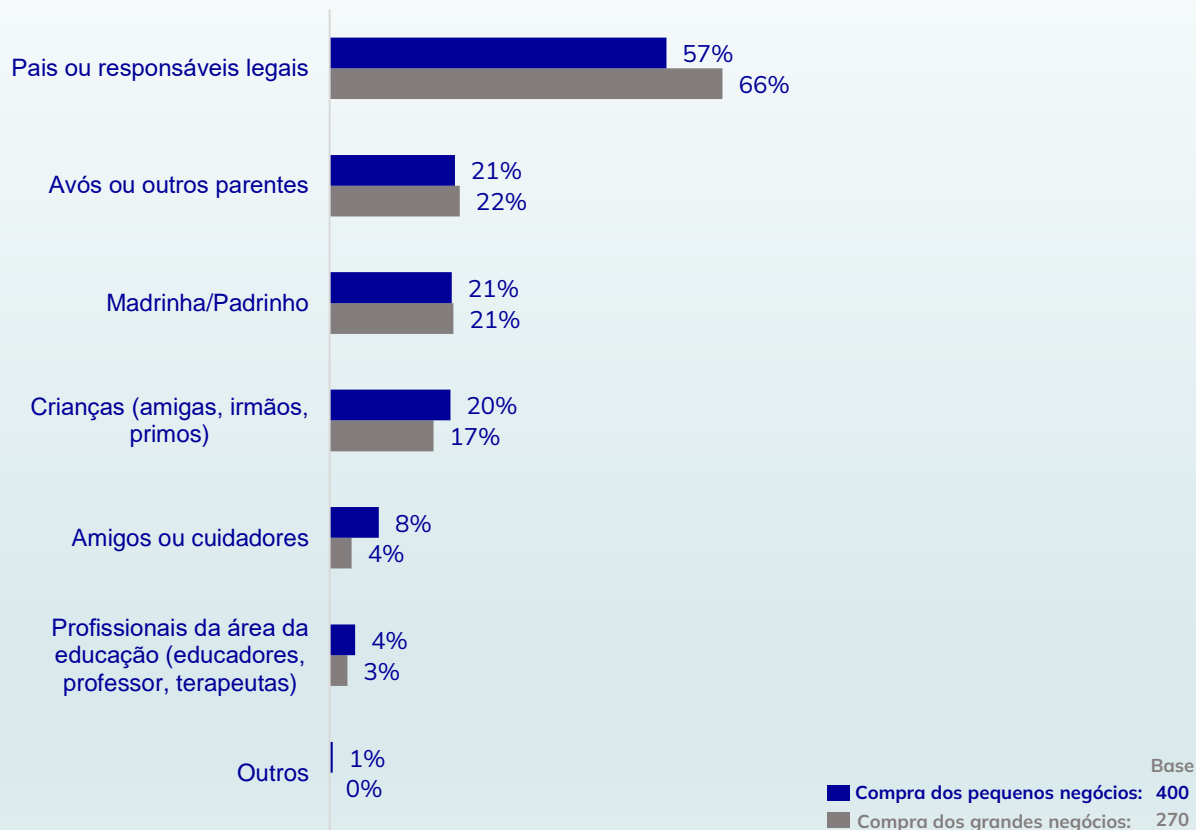
Como vai comemorar



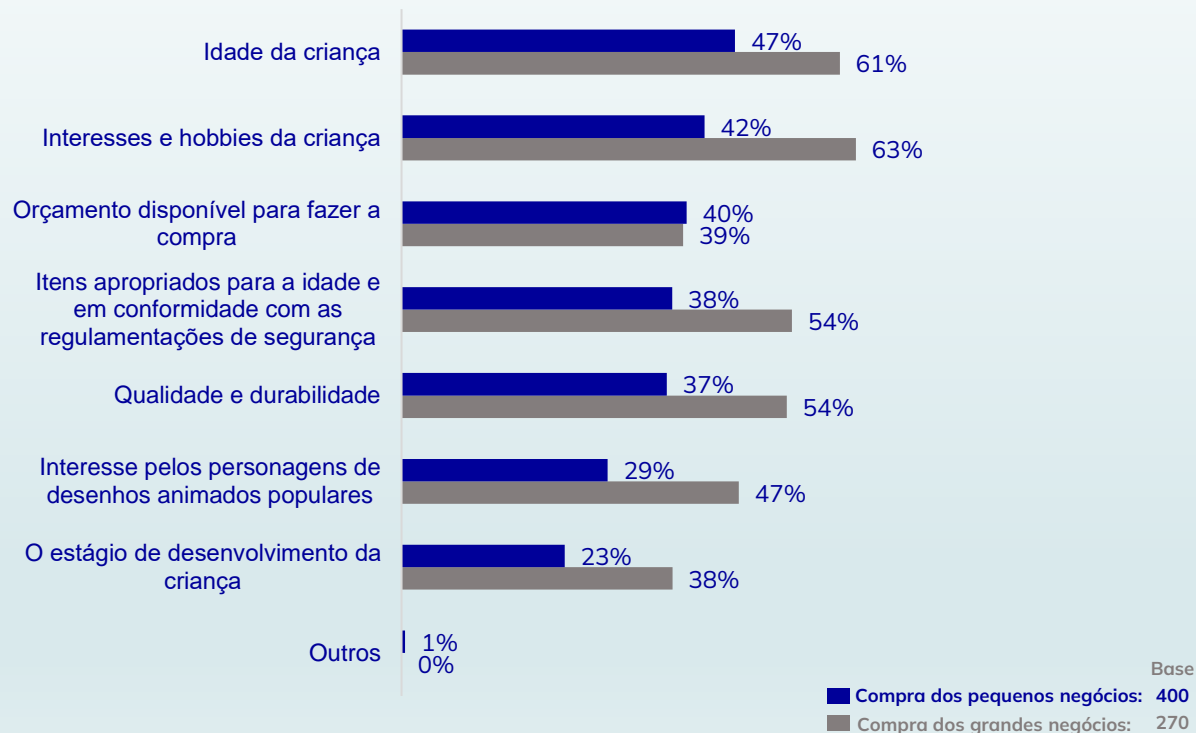
Onde busca informações para presentear no Dia das Crianças...



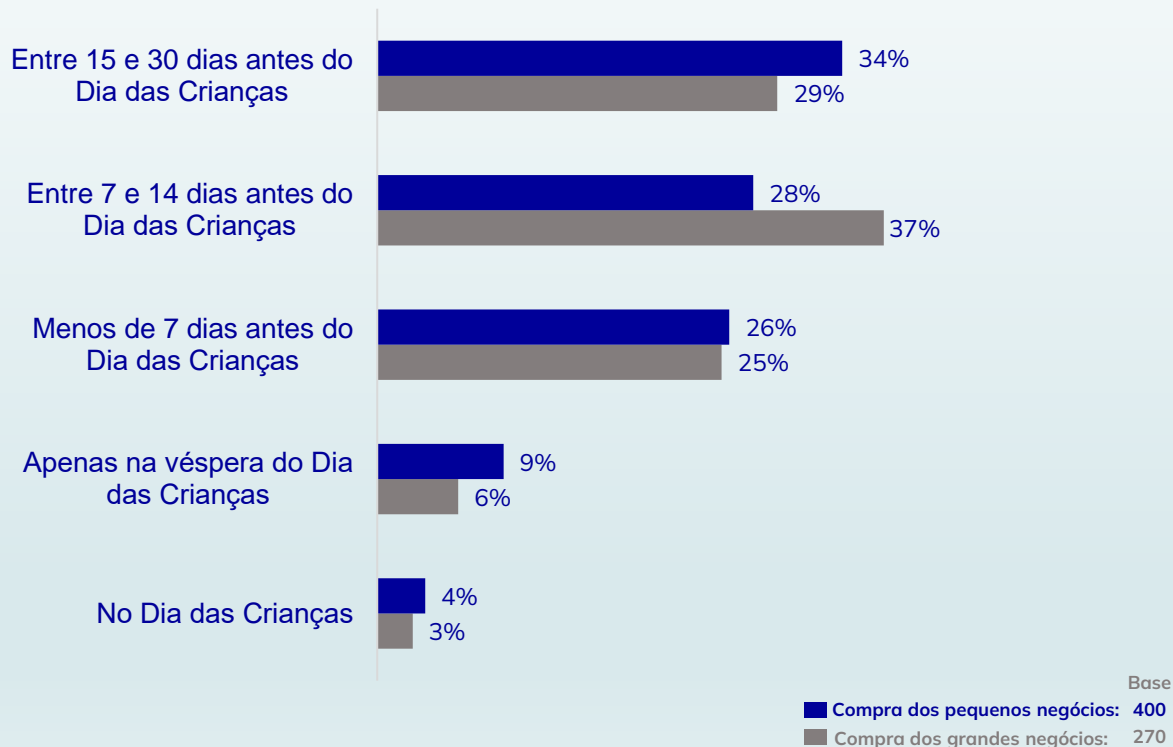
Quem escolhe os presentes



O que leva em consideração ao comprar um presente para criança



Tempo de antecedência que compra o presente

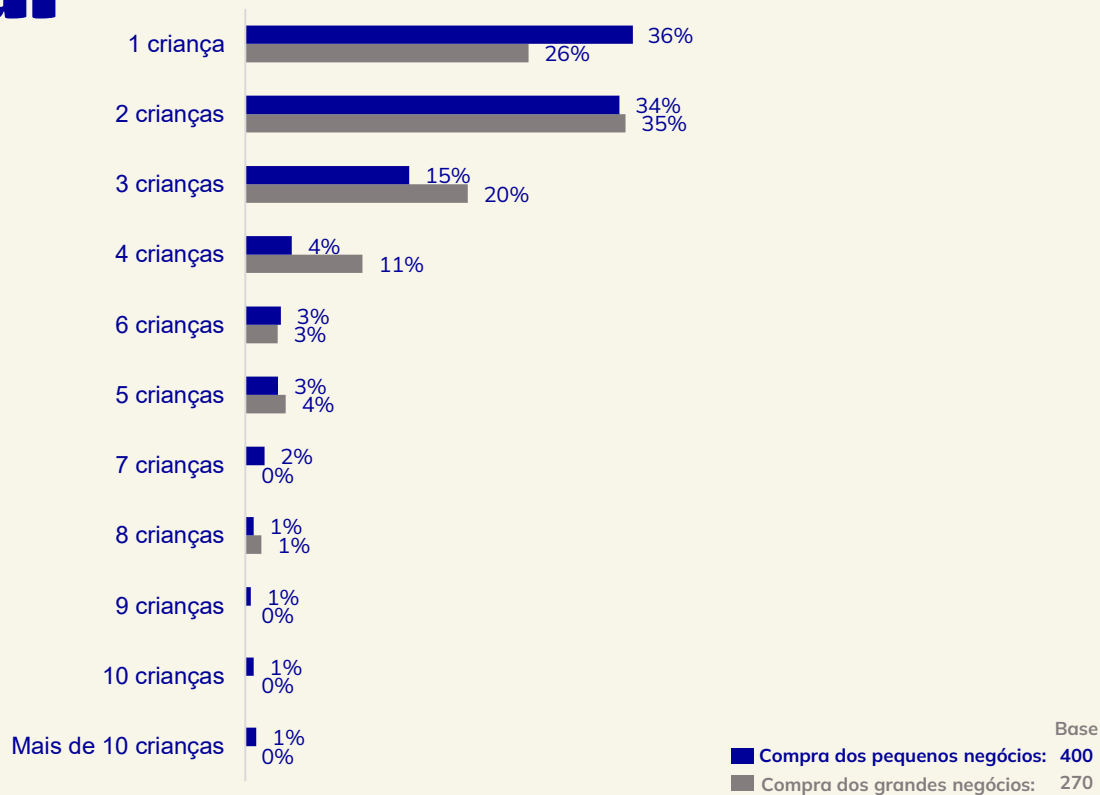


DURANTE A COMPRA

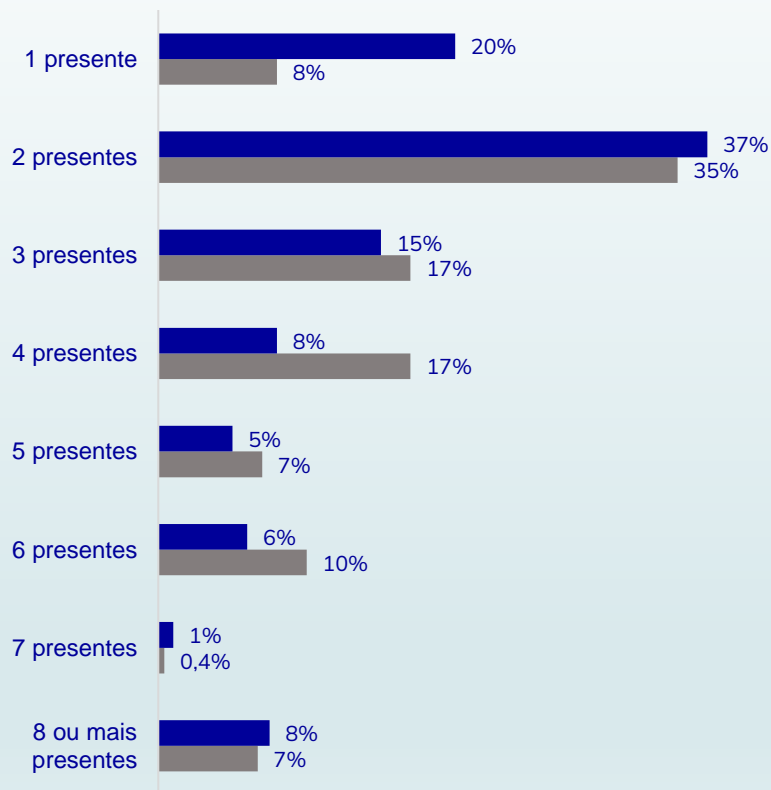


- ❖ Tanto quem compra dos pequenos como quem compra dos grandes, vai comprar em **média 2,9 presentes**. Quem compra dos **pequenos vai gastar em média R\$ 245,50** ante R\$ 491,80 de quem compra dos grandes.
- ❖ **Brinquedos são os presentes mais comprados, tanto nos pequenos (49%)** como nos grandes negócios (63%). Em seguida, destacam-se vestuário, calçados e acessórios nos pequenos negócios (42%) e jogos e quebra cabeças nos grandes negócios (47%).
- ❖ Comparando o valor do último ano, com o valor deste ano, **quem compra do pequeno pretende gastar mais (40%)**, ou igual (33%), enquanto apenas 17% pretende gastar menos.
- ❖ **Mais da metade dos respondentes que compram dos pequenos (56%) planeja a compra com antecedência** e um quinto aproveita as promoções e descontos (21%).

Quantas crianças pretende presentear



Quantos presentes vai comprar



Quanto, aproximadamente vai gastar no total

R\$

Média de presentes

- 3,4 presentes média
- R\$ 245,50 média
- 3,6 presentes média
- R\$ 491,80 média
- 3,5 presentes média
- R\$ 343,40 média

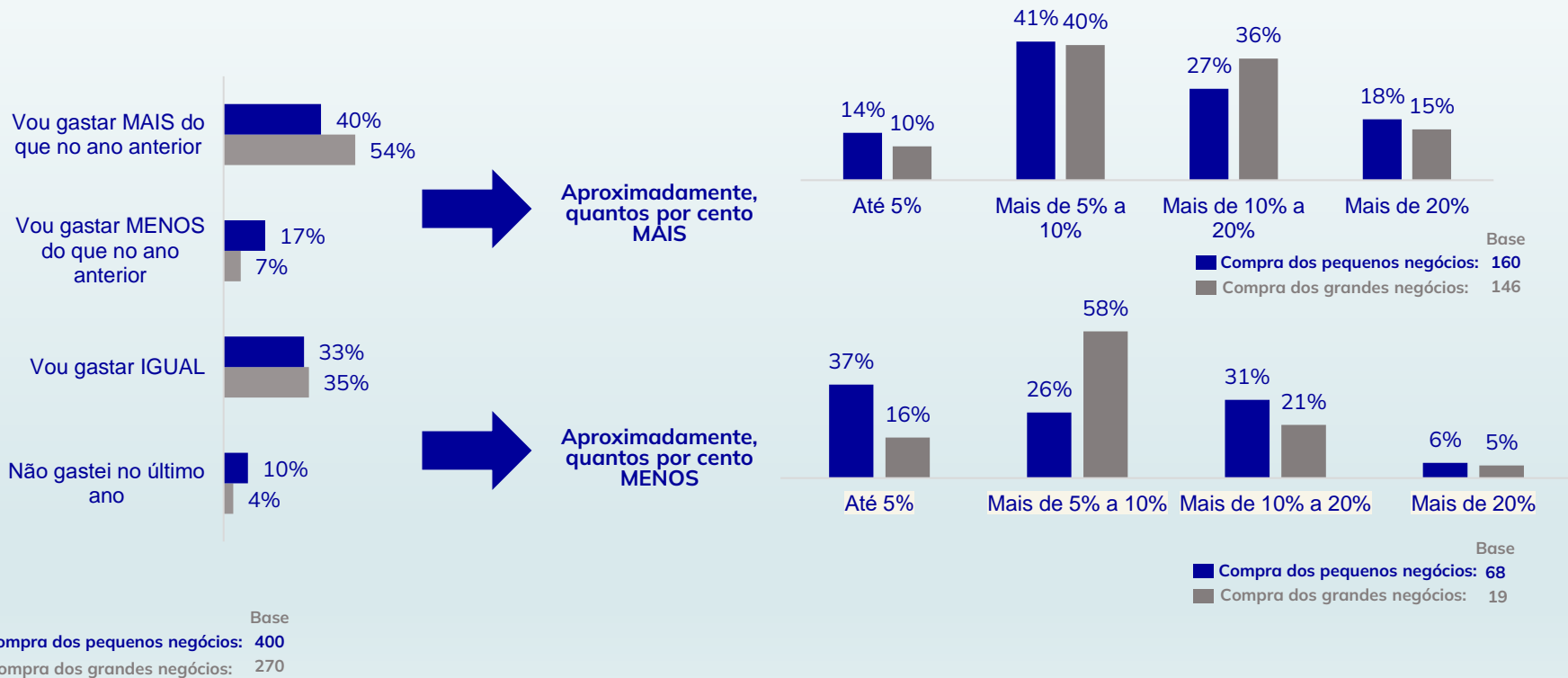
O valor abrange o gasto total em presentes. Em média, cada consumidor planeja comprar 2,9 presentes para o Dia das Crianças, seja de pequenos negócios ou grandes.

	Base
■ Compra dos pequenos negócios:	400
■ Compra dos grandes negócios:	270
■ Geral	670

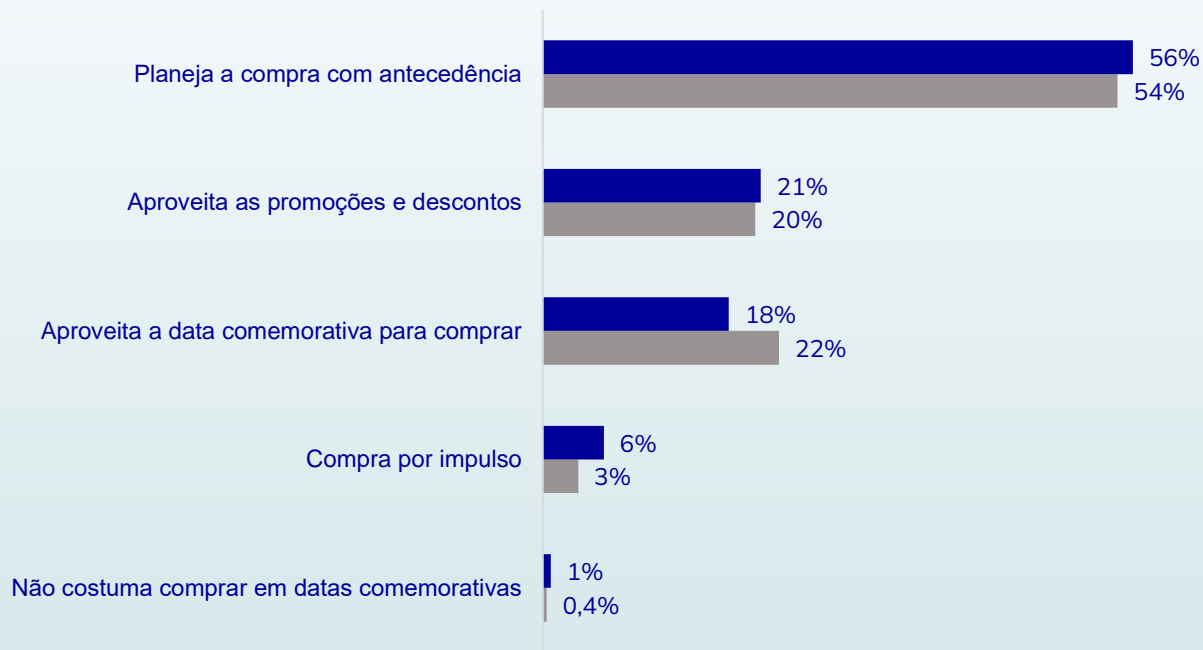
Quais presentes pretende comprar para o Dia das Crianças



Comparação do valor total do último ano com o valor total deste ano



Como compra



Base
■ Compra dos pequenos negócios: 400
■ Compra dos grandes negócios: 270

PAGAMENTO



- ❖ A maioria dos que compram do pequeno utiliza o **Cartão de Crédito (74%)** e mais da metade utiliza Pix (57%). Aproximadamente 4 em cada 10 pessoas utilizam o Cartão de Débito (43%).
- ❖ Para quem compra dos pequenos, o **Cartão de Crédito é a forma predominante de pagamento (74%)**, seguido por Pix (57%). A preferência para compras à vista é a mesma tanto para quem compra dos pequenos, como para quem compra dos grandes (73%) e (65%), respectivamente.
- ❖ Tanto quem compra dos pequenos (60%) como quem compra dos grandes (33%) demonstram **preferência por realizar suas compras de forma presencial**.
- ❖ **O que mais influencia** na decisão de comprar dos pequenos é o **preço (30%)**, seguido por ofertas e promoções (24%) e qualidade dos produtos (22%).

Forma de Pagamento



Cartão de Crédito

74%

53%



PIX

57%

59%



Cartão de Débito

43%

36%



À Vista

73%

65%



Parcelado

27%

35%



Dinheiro

24%

39%



Transferência Bancária

3%

3%



Boleto

2%

2%



Cheque

0%

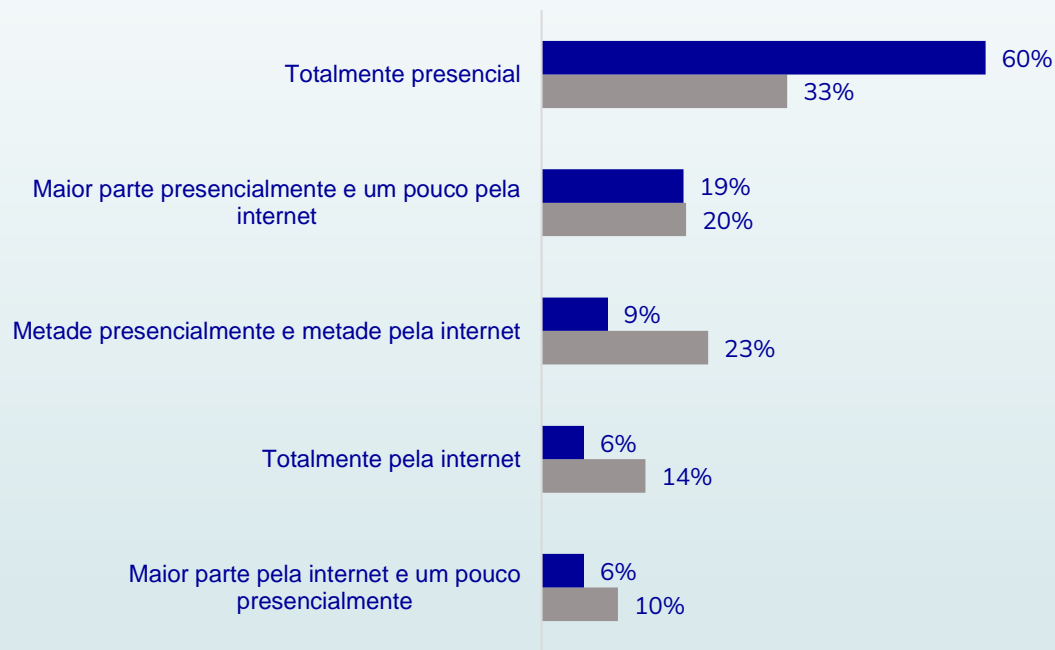
1%

Base

■ Compra dos pequenos negócios: 400

■ Compra dos grandes negócios: 270

Compra Presencial x Compra Remota



Base
■ Compra dos pequenos negócios: 400
■ Compra dos grandes negócios: 270

O que mais influencia na decisão de comprar nos pequenos negócios



FICHA TÉCNICA

Objetivo: Identificar as características de quem compra dos pequenos negócios para o Dia das Crianças e suas preferências em relação a quem compra dos grandes negócios nessa data.

Universo: pessoas físicas maiores de 18 anos do estado de São Paulo.

Amostra: 670 pessoas, sendo 400 de quem compra dos pequenos negócios e 270 de quem compra dos grandes negócios.

Metodologia: quantitativa, via painel. A amostra é proporcional à população por localidade (Município de São Paulo, demais municípios da Região Metropolitana de São Paulo e interior), faixa etária, considerando projeções do IBGE para a população em 2022 e a população por classe de consumo conforme o IPC Maps 2022 (IPC Marketing Editora).

Período de coleta dos dados: de 14 a 24 de setembro de 2024.

Unidade Gestão Estratégica

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Eduardo Borba, Felipe Ferreira de Barros, Gustavo de Aquino Ávila, Márcia Shizue Kikuchi, Mariá Fortes de Paula Silva, Nicollas Poletto, Pedro João Gonçalves, Vitoria Nunes Martins, Victor Massashi Shinto e Whellder Barros de Jesus Silva

Fornecedor: Instituto Consulting do Brasil

