dados e pesquisas
Sebrae-SP

Dia dos Pais

2026

SEBRAE

Classificação: RESTRITA

Este relatório faz parte de uma série de pesquisas realizadas pelo Sebrae-SP nas datas comemorativas desde 2021.

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: entender quem são os consumidores que compram dos pequenos negócios no Estado de São Paulo. E, como complemento, como os pequenos negócios podem usar as datas comemorativas para melhorar suas vendas.

O tema deste relatório são as vendas no **Dia dos Pais.**

O relatório apresenta:

i. Pesquisa com Pequenos Negócios
ii. Pesquisa com Consumidores

Boa leitura!

pequenos negócios

Classificação: RESTRITA

O Sebrae-SP realizou uma sondagem que avaliou a relevância das vendas devido ao Dia dos Pais em 2026 para os pequenos negócios, micro e pequenas empresas (MPEs) e microempreendedores individuais (MEIs)[1]. A pesquisa foi realizada por amostragem, por telefone, com MPEs e MEIs do Estado de São Paulo.

A partir desses resultados, o Sebrae-SP realizou uma projeção do número de MPEs e MEIs que consideram ser beneficiados pelas vendas para o Dia dos Pais em 2026.

Cerca de **244 mil pequenos negócios do Estado de São Paulo** tendem a ser **beneficiados pelas vendas para o Dia dos Pais em 2026.**

Dessas empresas, cerca de **53 mil** são micro e pequenas empresas (**MPEs**) e aproximadamente **191 mil** são microempreendedores individuais (**MEIs**).

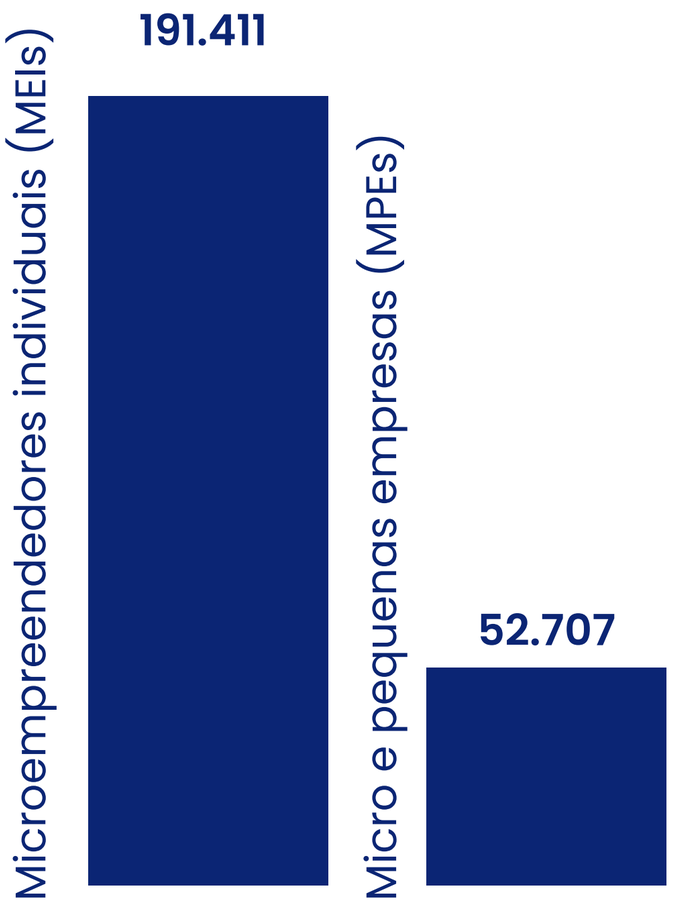
[1] Sebrae-SP/Seade. Indicadores Sebrae-SP, abril de 2026

Classificação: RESTRITA

244 mil

pequenos negócios

irão se beneficiar, potencialmente, devido às vendas para o *Dia dos Pais*[1]



[1] Estimativa do Sebrae-SP a partir da pesquisa Indicadores Sebrae-SP, abril de 2026

Estratégias de vendas

- **Promoções e Descontos**

A oferta de promoções especiais e descontos em produtos populares pode atrair consumidores que buscam presentes. Essa estratégia tende a ser particularmente eficaz em períodos de alta demanda, como datas comemorativas.[1]

- **Marketing Digital**

O uso de campanhas de marketing digital direcionadas, incluindo anúncios em redes sociais e e-mail marketing, pode aumentar a visibilidade dos produtos e promover as compras. É importante segmentar o público-alvo para maximizar a eficácia das campanhas.[2]

- **Ofertas Personalizadas**

O oferecimento de recomendações personalizadas com base no histórico de compras dos clientes pode aumentar a probabilidade de vendas. Essa estratégia pode incluir sugestões de produtos que se alinham com os interesses dos pais.[3]

[1] Euromonitor. Holiday Shopping, Singles' Day, K-Beauty Tour: New Trends in Occasion-Based Purchases. Opinion, october 2024.
[2] Euromonitor. Black Friday: An Enduring Shopping Phenomenon in a Discount-Driven Era. Opinion, november 2024.
[3] Euromonitor. Identifying Key Retail Partners for Brands to Expand E-Commerce Sales. Briefing, july, 2023.

Ficha técnica

Objetivo: Conhecer a opinião dos proprietários de micro e pequenas empresas e microempreendedores individuais sobre os efeitos das vendas em suas empresas no Dia dos Pais em 2026.

Universo: Micro e pequenas empresas (MPEs) e microempreendedores individuais (MEIs) do Estado de São Paulo.

Amostra: 1.005 MEIs e 585 MPEs 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 (31/12/2024). Esse cadastro também foi utilizado para projeção do número de MPEs potencialmente beneficiadas pelas vendas para o Dia dos Pais em 2026. 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 pelas vendas do Dia dos Pais teve como base as estatísticas do número de documentos de arrecadação do Simples Nacional (DAS) pagos em outubro de 2024.

Metodologia: quantitativa – via telefone. A amostra foi selecionada por critérios probabilísticos, de forma que represente as MPEs e MEIs do Estado de São Paulo.

Período de coleta dos dados: abril de 2026

UNIDADE GESTÃO ESTRATÉGICA

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação: Felipe Ferreira de Barros

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Angélica Gonçalves C. Silva, Márcia Shizue Kikuchi, Mariá Fortes de Paula Silva, Matheus Lourenço Gagliano, Pedro João Gonçalves, Rhuan Pereira, Sabrina da Silva Domingos, Tamara Cristina Mármore, Vanessa Rinaldi Fernandes e Whellder Barros de Jesus Silva.

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

SEBRAE - SP
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

pesquisa consumidores

Classificação: RESTRITA

Metodologia

Quantitativa, via painel de respondentes.

Objetivo

Identificar as diferenças entre quem compra dos pequenos negócios e quem compra das grandes empresas no Dia dos Pais.

Entrevistados

Entrevistamos consumidores que, por meio da declaração dos locais de compra no Dia dos Pais, foram classificados em dois grupos: quem compra em pequenos estabelecimentos *versus* quem compra nas grandes empresas.

Amostra

670 entrevistados que pretendem comprar no Dia dos Pais.

Período

Coleta de dados realizada entre os dias 29 de junho a 12 de julho de 2026.

Resultados

Apresentados em quatro grandes blocos:

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

Nos gráficos de perguntas únicas, a soma dos percentuais pode oscilar em torno de 1% devido ao arredondamento decimal, resultando em valores entre 99% e 101%. Nas perguntas de respostas múltiplas, o total pode ultrapassar 100%, uma vez que os participantes têm a possibilidade de selecionar mais de uma alternativa.

perfil dos respondentes

Classificação: RESTRITA

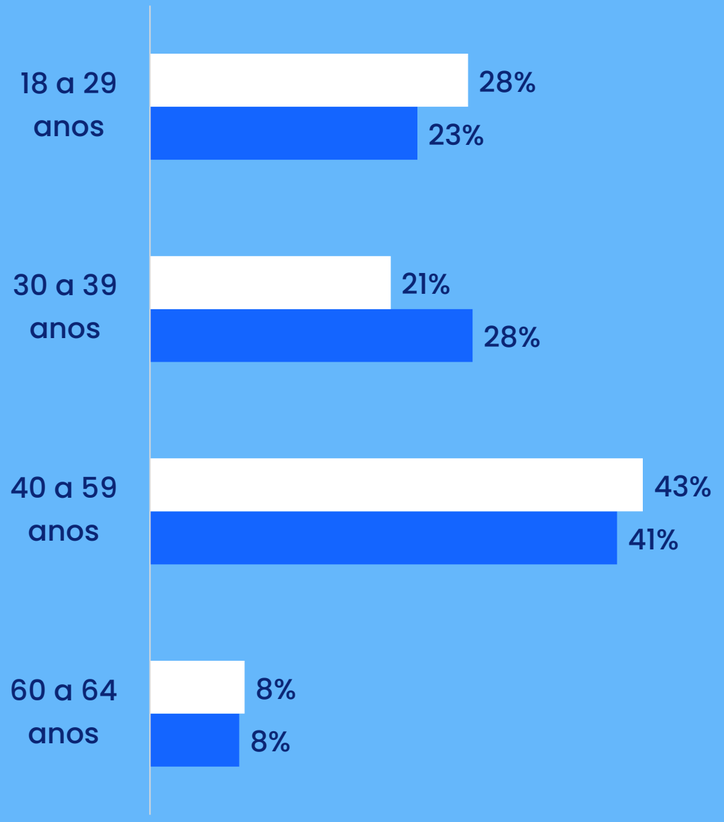
51% **54%**

Feminino

49% **46%**

Masculino

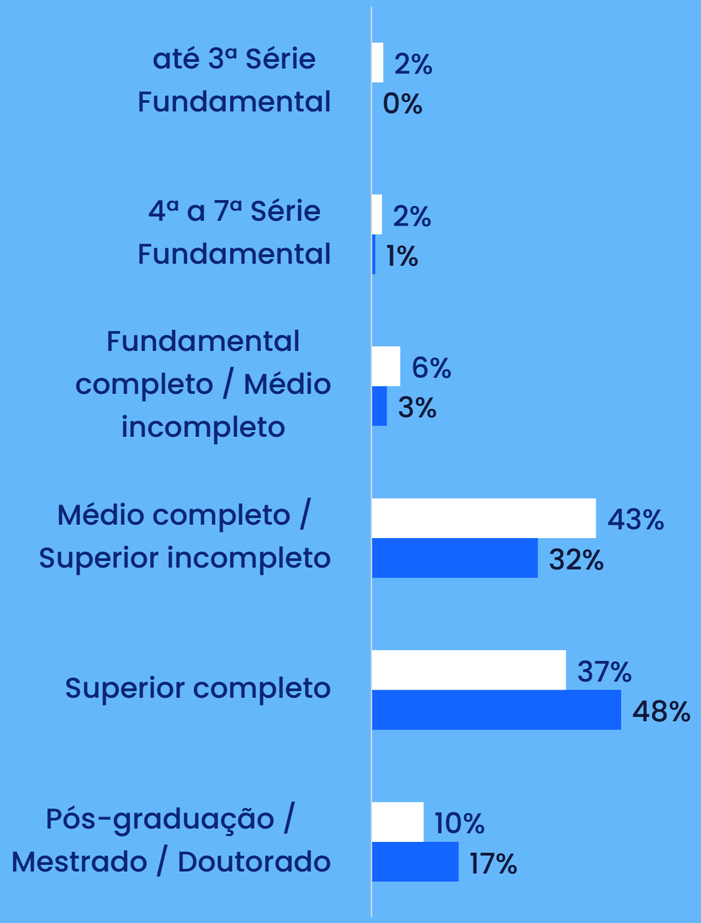
Faixa etária



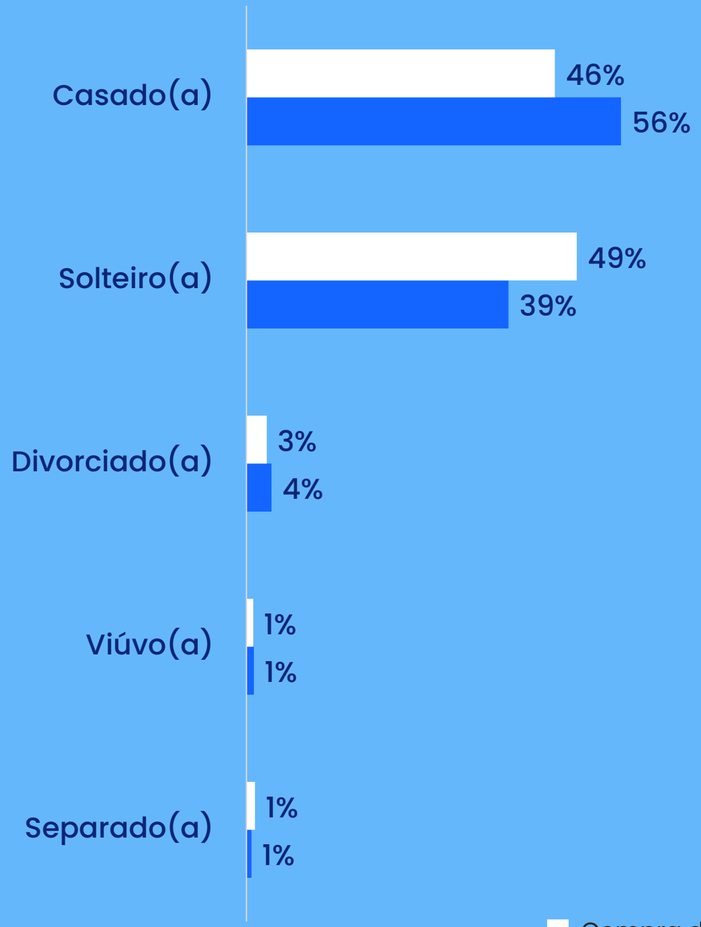
Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270

Classificação: RESTRITA

Escolaridade



Estado civil



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

Classe[1]

A 4%	**B** 27%
C 50%	**D-E** 19%

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

Regiões

Interior	53%
Capital	26%
Região Metropolitana[1]	20%

[1] Exceto o município de São Paulo

Base: 670

Antes da compra

- **82% dos consumidores que compram de pequenos negócios presentearão Pai/Padrasto**, seguidos por aqueles que presentearão Marido/Esposo/Companheiro/Noivo/Namorado (24%);

- A **média de idade dos presenteados é de** 61 anos, tanto para quem compra dos pequenos como dos grandes negócios;

- Em relação ao planejamento, **45% dos que compram de pequenos negócios planejam a compra com antecedência** e 41% aproveitam as promoções e descontos;

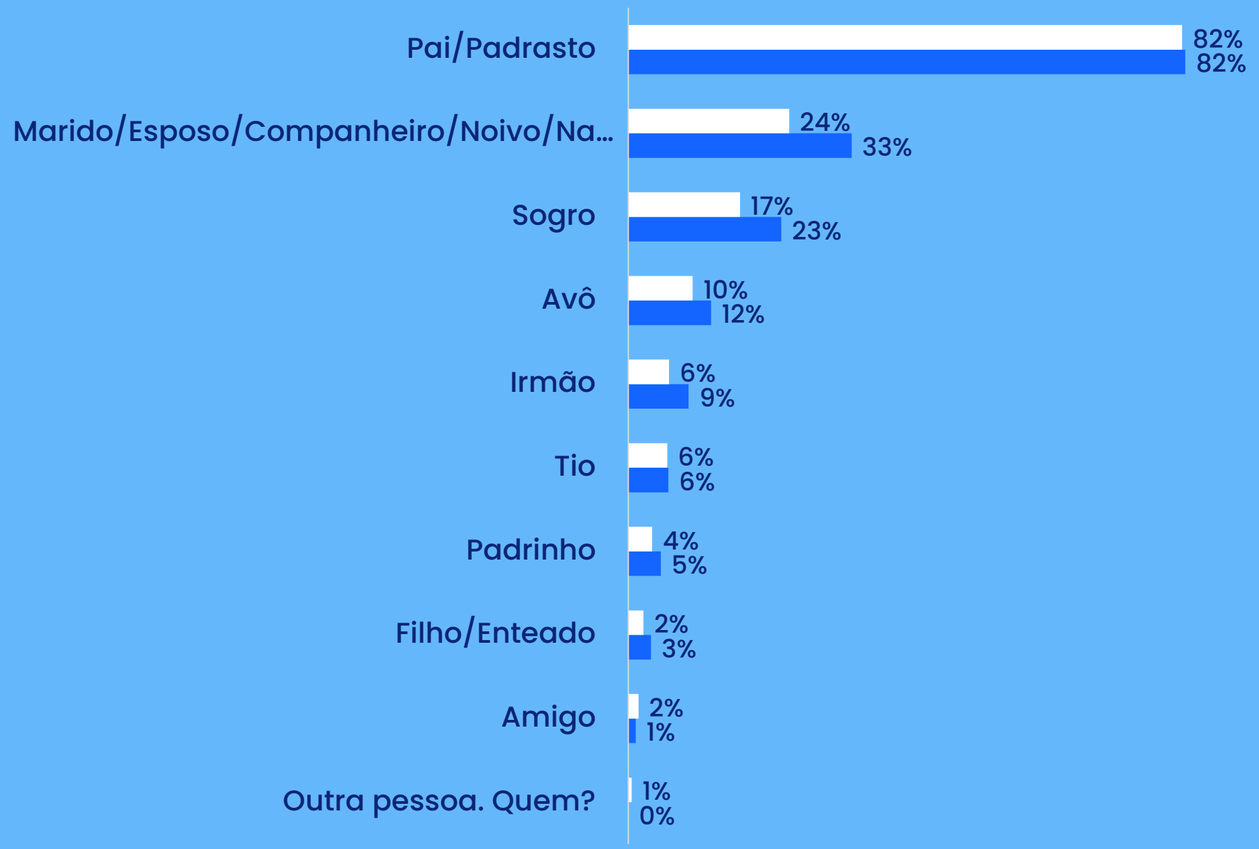
- Com relação à antecedência da compra, **36% dos consumidores que compram de pequenos negócios pretendem comprar o presente entre 15 e 30 dias antes do Dia dos Pais**, enquanto 33% esperam realizar a compra entre 7 e 14 dias antes e 21% com menos de 7 dias de antecedência;

- Sobre o canal de compra, **51% dos consumidores que compram de pequenos negócios pretendem realizar a compra totalmente presencial**, por outro lado, 32% pretendem comprar pelo menos a metade dos presentes pela internet;

- Quanto à busca por informações e promoções, **5 em cada 10 consumidores que compram de pequenos negócios buscam informações/promoções sobre produtos para o Dia dos Pais no Instagram (53%)**. Outras fontes de busca incluem lojas, supermercados e mercearias (45%) e recomendação de pessoas (37%).

82% presentearão Pai/Padrasto

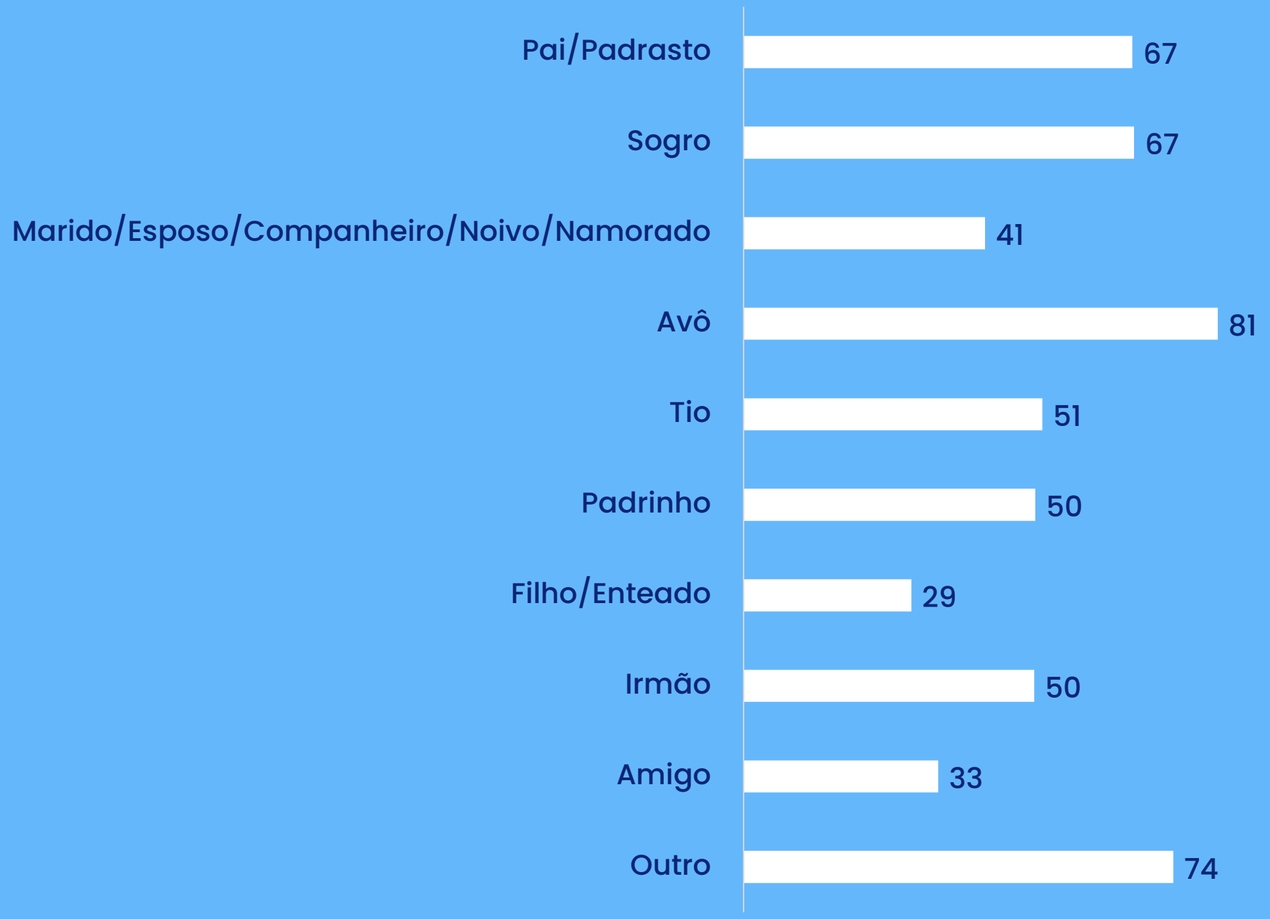
Em relação às suas compras de produtos/serviços para o Dia dos Pais, você diria que compra para presentear:



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

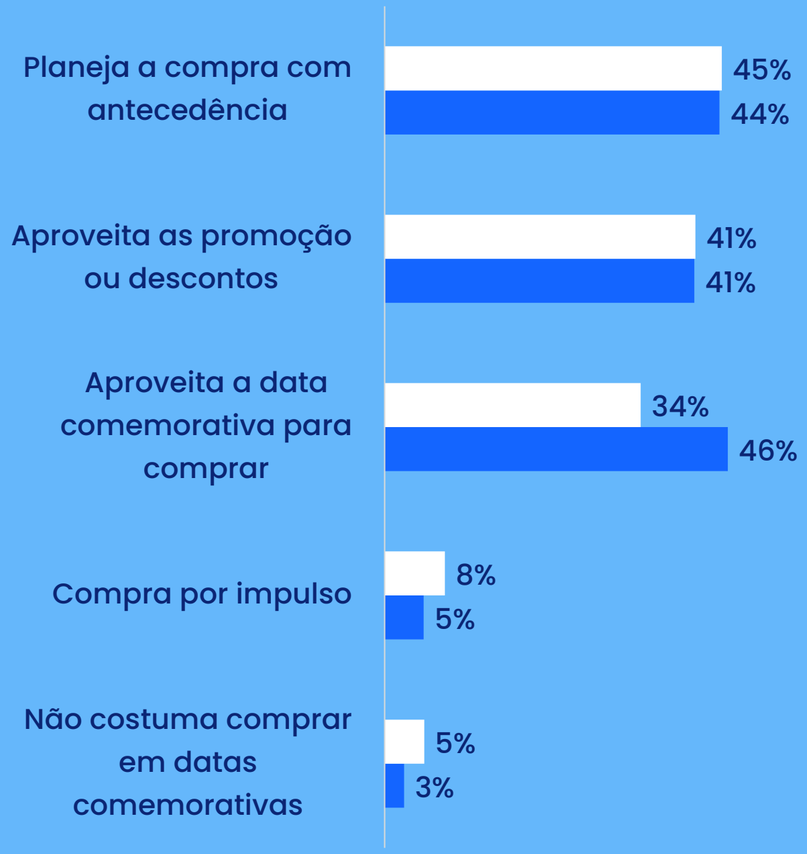
Idade dos presenteados

Média 61 anos

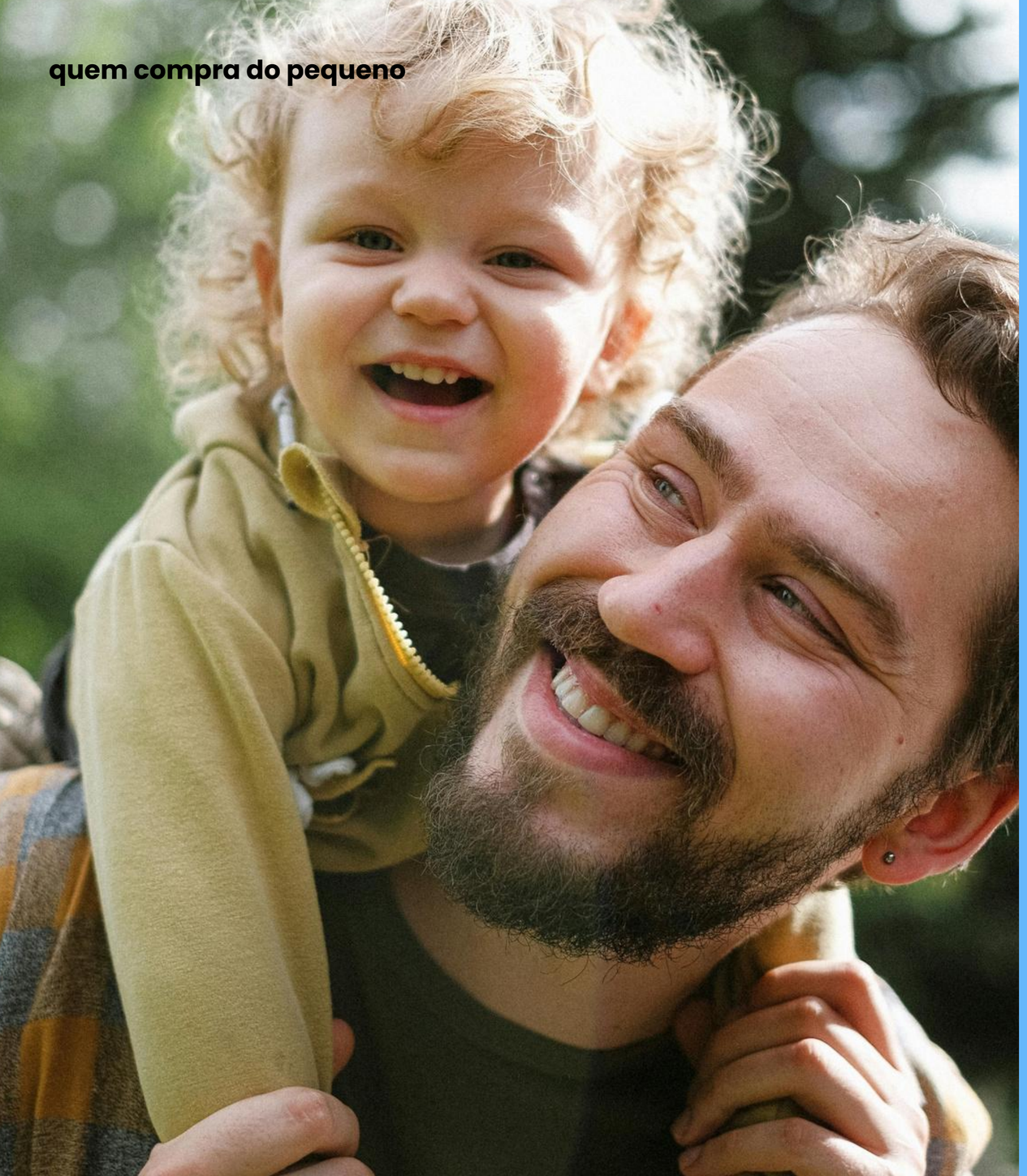


Base: 670

45%
planejam a compra com antecedência



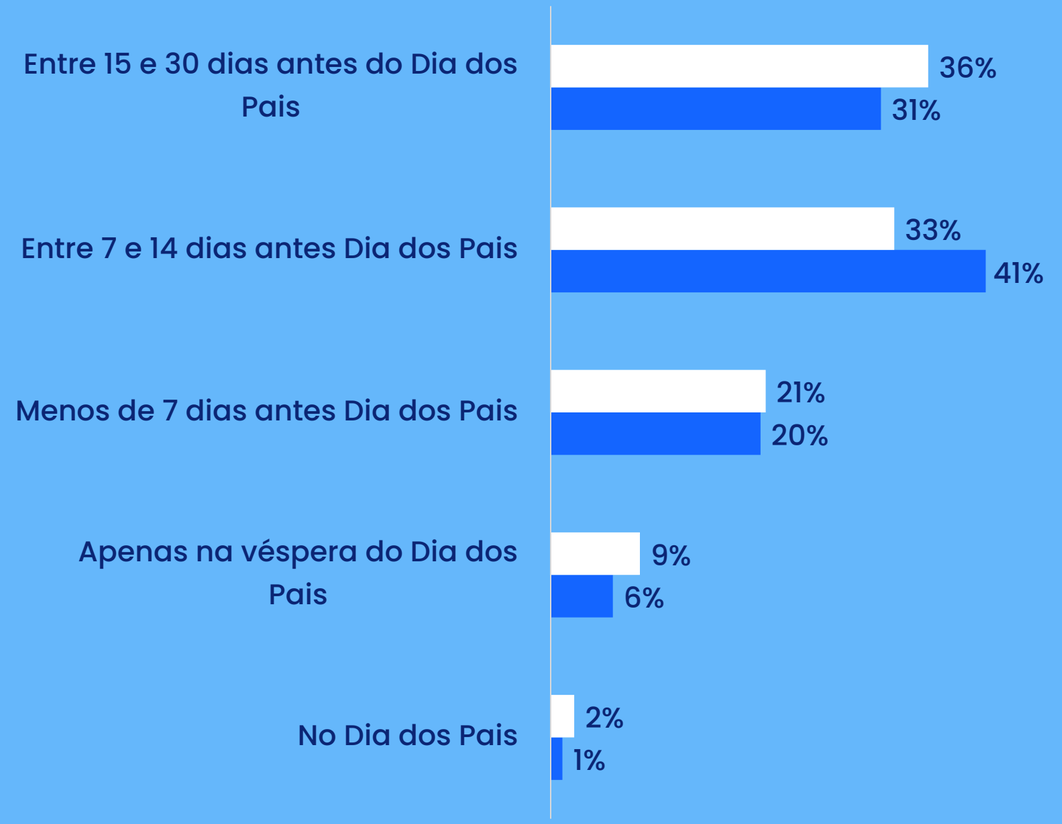
Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270



36%

comprarão o presente entre 15 e 30 dias antes do Dia dos Pais

Com quanto tempo de antecedência você vai comprar os presentes para o Dia dos Pais?



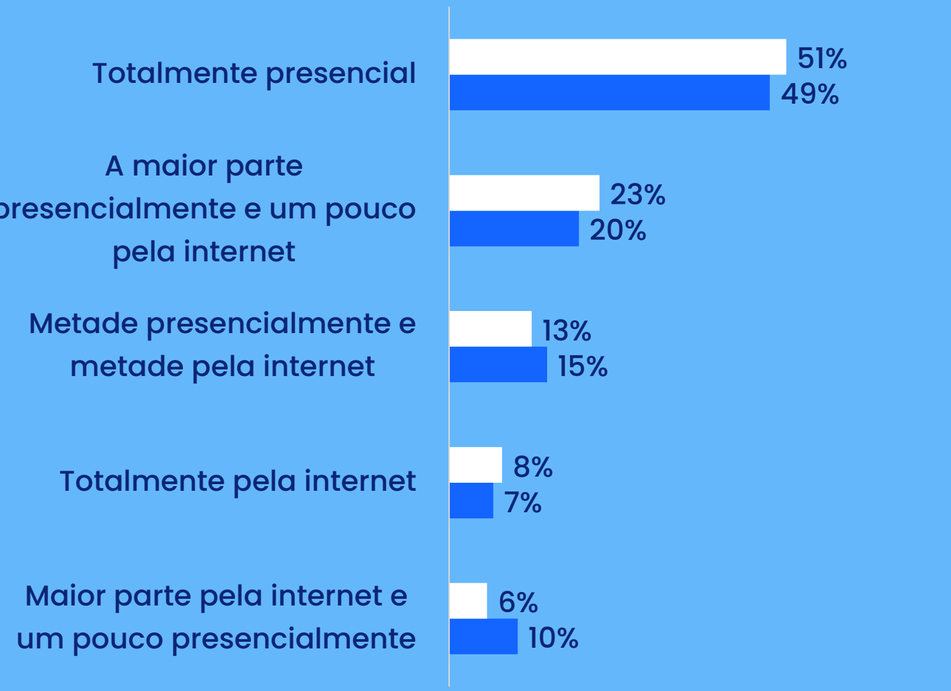
Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270

quem compra do pequeno

51%

pretendem comprar o presente totalmente presencial

De que forma pretende comprar para o Dia dos Pais?



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

Classificação: RESTRITA

Busca de informações

Instagram

53%
62%

Lojas, supermercados, mercearias

45%
49%

Recomendação de pessoas

37%
44%

Tik Tok

29%
37%

Facebook

23%
19%

Youtuber, influenciadores digitais e celebridades

21%
32%

Pinterest

2%
2%

Outro

4%
4%

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

Classificação: RESTRITA

Durante a compra

- No que diz respeito à celebração, **34% planejam celebrar em casa e na casa de familiares,** enquanto 16% pretendem comemorar fora de casa (restaurantes, pizzarias, bares);

- Sobre os presentes, **42% dos consumidores que compram de pequenos negócios pretendem comprar vestuário (camisas, calças, pijamas, bermudas)**, seguidos por 35% que planejam comprar relógio, carteira, cinto ou calçados, e 34% produtos para cuidados pessoais;

- Em relação aos fatores que influenciam a decisão de compra em pequenos negócios, para **56% de todos os entrevistados o que mais influencia é o preço, seguido pelas ofertas e promoções (37%);**

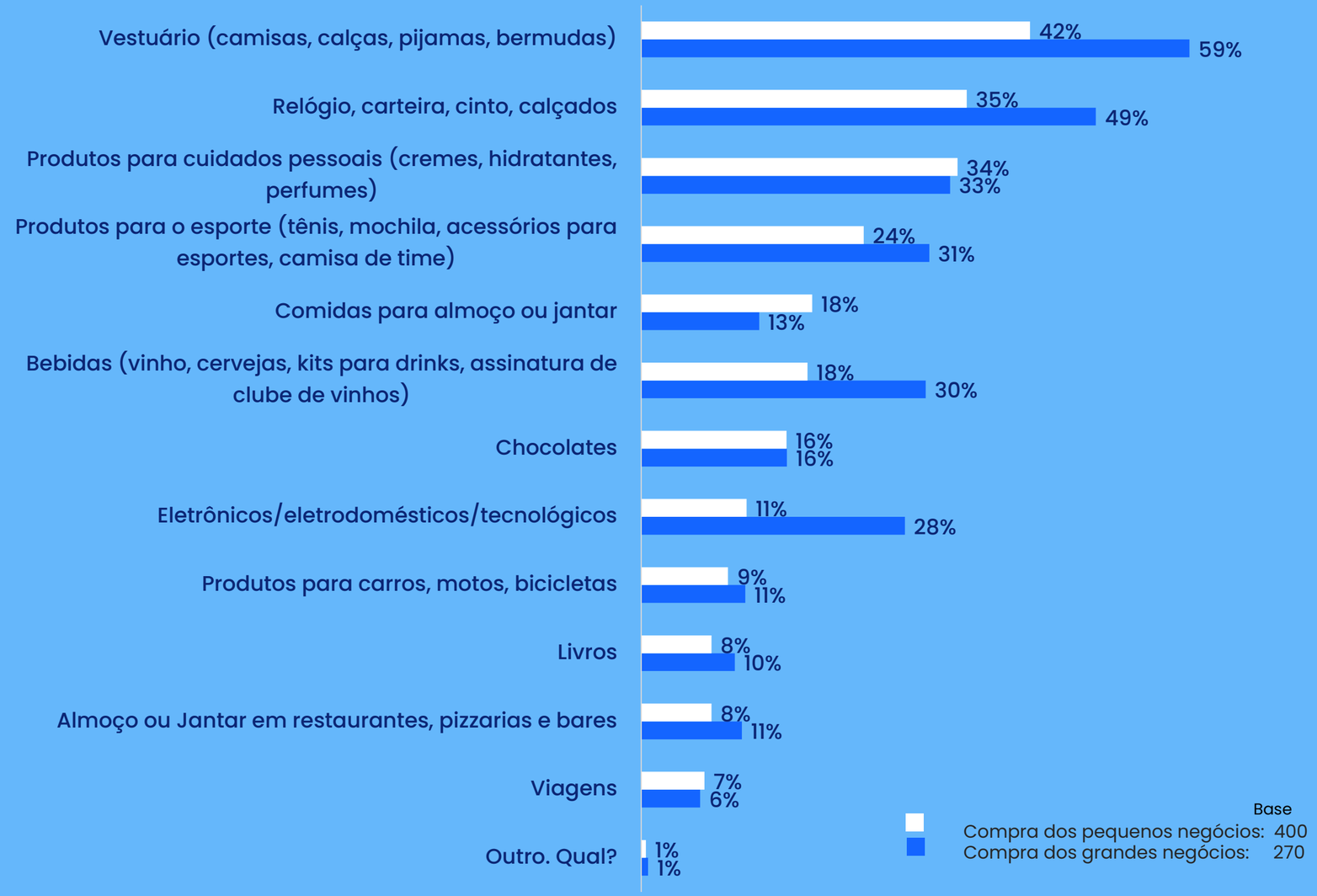
- A pesquisa também aponta que **1,9 presentes é a média de compra de quem compra dos pequenos**, com certa homogeneidade entre quem compra dos pequenos e quem compra dos grandes (2,3 presentes). O **gasto planejado é de R$ 280,00 para quem compra dos pequenos negócios;**

- Comparando com o ano anterior, **57% dos consumidores que compram do pequeno negócio pretendem gastar mais do que no ano anterior**, sendo que, desse percentual, 43% pretendem gastar de 5% a 10% a mais; 23% acham que irão gastar o mesmo que no ano passado e 18% deverão gastar menos;

- O **Pix** (**72%**) é a **forma de pagamento mais utilizada** por quem compra de pequenos negócios, seguida pelo cartão de crédito (48%) e cartão de débito (37%).

Quais presentes você pretende comprar para o Dia dos Pais?

Pretendem comprar:



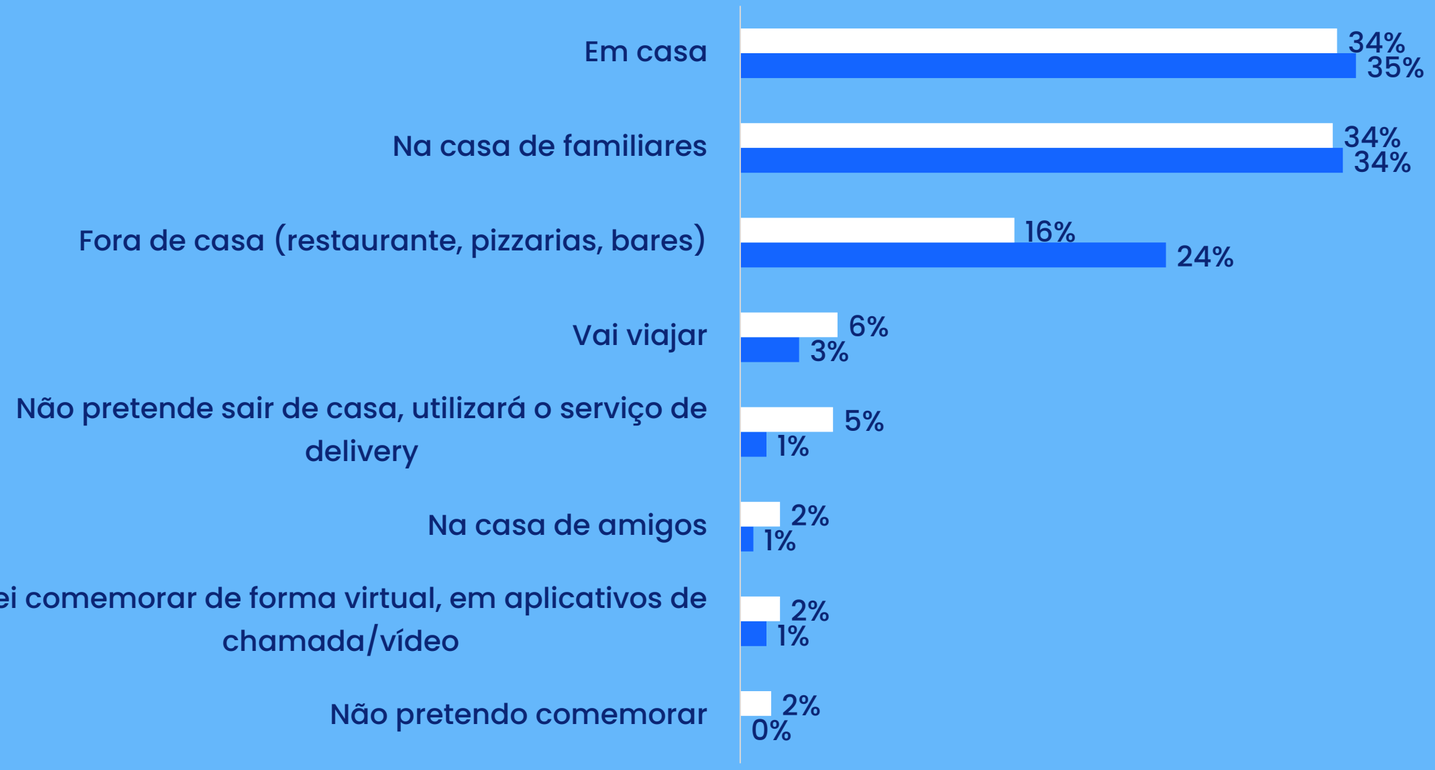
Fatores que mais influenciam comprar do pequeno

- Preço
- Ofertas e promoções
- Produtos diferenciados

34%

pretendem comemorar o Dia dos Pais na casa de familiares

Onde você vai comemorar o dia dos Pais

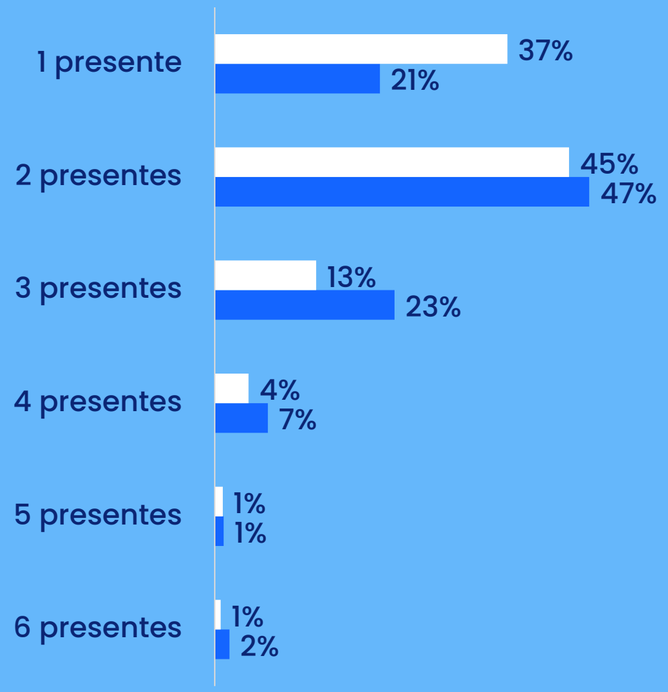


Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270

45%

pretendem comprar em média 2 presentes

Quantos presentes você pretende comprar no total?



Média de presentes

1,9 presentes

2,3 presentes

Gasto planejado [1]
(pretendem gastar no total)

R$ 280,00

R$ 360,00

[1] Mediana do valor planejado para a compra de presentes

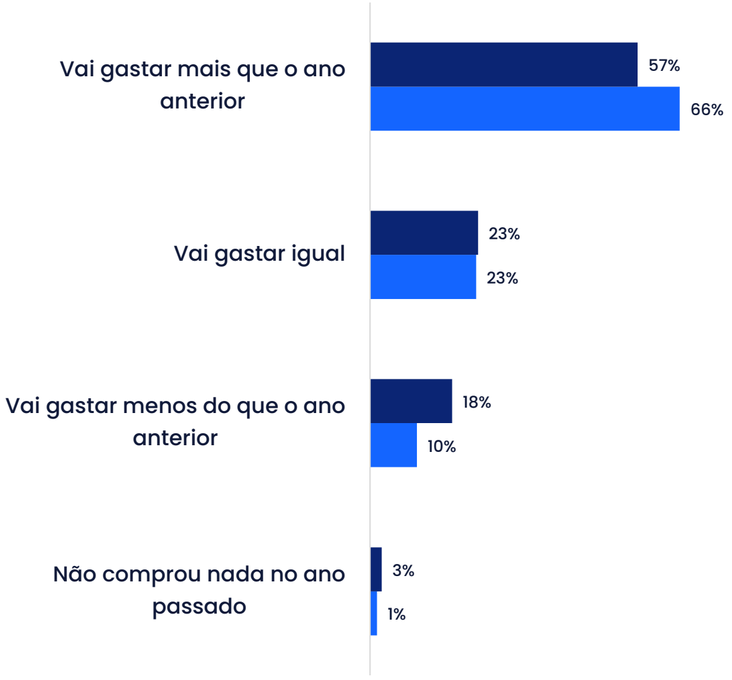
Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270

Classificação: RESTRITA

57%

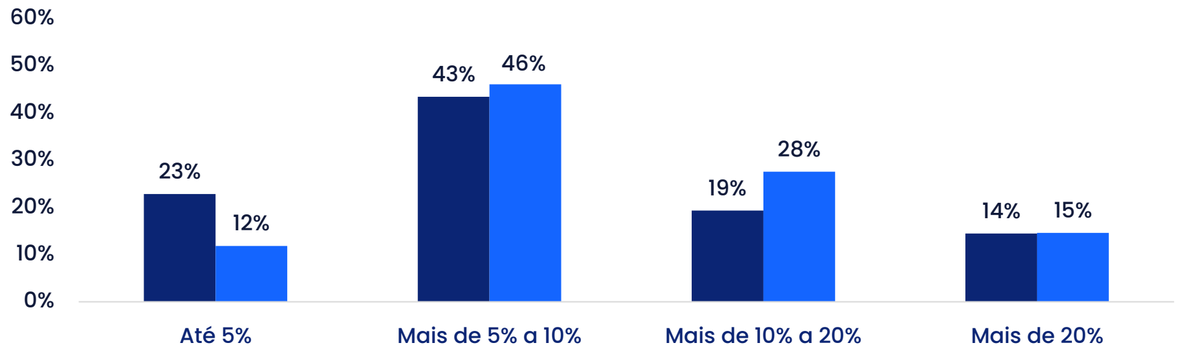
irão gastar mais do que o ano anterior

Comparando o valor total das compras do último ano com o valor total que pretende gastar este ano, você diria que:



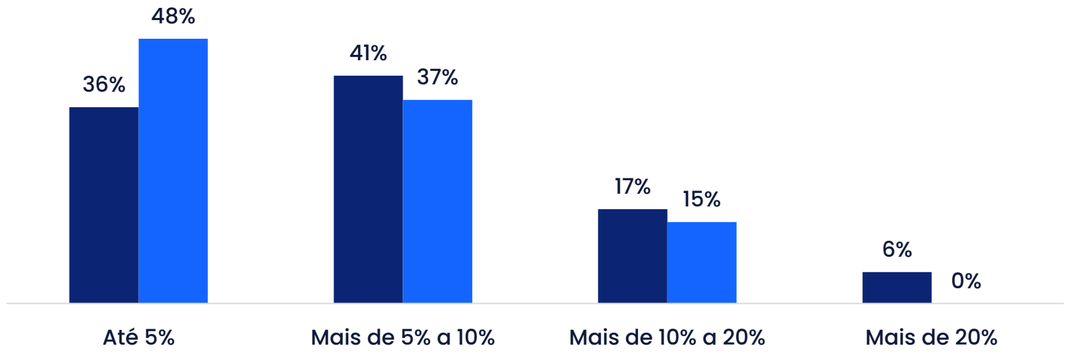
Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270

Aproximadamente, quantos por cento a MAIS



Base
Compra dos pequenos negócios: 178
Compra dos grandes negócios: 228

Aproximadamente, quantos por cento a MENOS

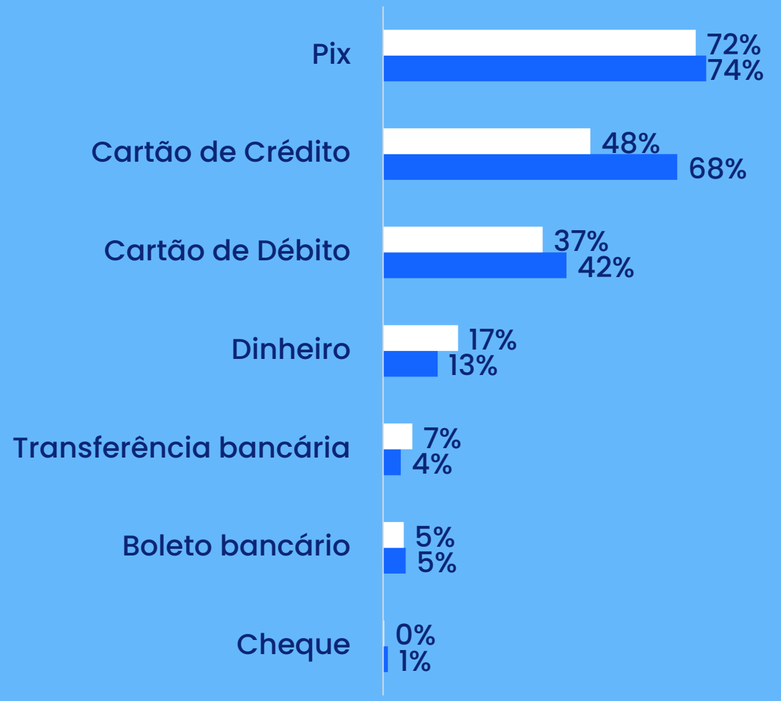


Base
Compra dos pequenos negócios: 27
Compra dos grandes negócios: 70

72%

utilizam o PIX como principal forma de pagamento

Quais são as formas de pagamento que você usa em suas compras?

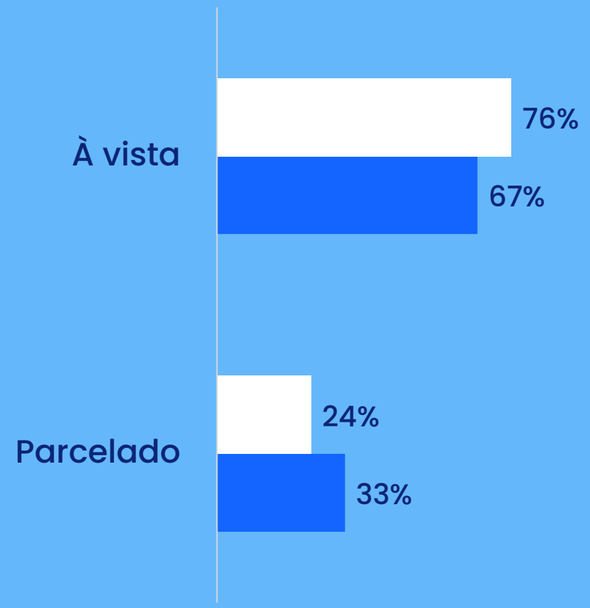


Base
Compra dos pequenos negócios: 400
Compra dos grandes negócios: 270

76%

costumam pagar à vista

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



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

Classificação: RESTRITA

Ficha técnica

Objetivo: Esta pesquisa busca entender o perfil dos consumidores que compram durante o Dia dos Pais, compreendendo os principais motivos de suas escolhas e os padrões de compra. Esses *insights* visam capacitar os pequenos negócios para melhorar sua competitividade.

Universo: Consumidores (pessoas físicas) de produtos e serviços em geral, de 18 a 64 anos, no Estado de São Paulo.

Amostra: 670 pessoas físicas de 18 a 64 anos (400 compram dos pequenos negócios e 270 compram de médias e grandes empresas)

Metodologia: Quantitativa, via painel (pesquisa por plataforma digital online). A amostra é proporcional à população por localidade (Município de São Paulo, demais municípios da Região Metropolitana de São Paulo e interior), faixa etária, sexo e população por classe de consumo, conforme o IPC Maps 2025 (IPC Marketing Editora). Essas estatísticas foram elaboradas a partir de estatísticas do IBGE (Censo Demográfico 2022, PNAD 2011 a 2024, Projeções da população para 2025 e Pesquisa de Orçamentos Familiares 2018), estudos sobre classe de consumo da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep) e Levantamento Socioeconômico Ibope Mídia.

Período de coleta dos dados: julho de 2026

UNIDADE GESTÃO ESTRATÉGICA

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação: Felipe Ferreira de Barros

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Angélica Gonçalves C. Silva, Márcia Shizue Kikuchi, Mariá Fortes de Paula Silva, Matheus Lourenço Gagliano, Pedro João Gonçalves, Rhuan Pereira, Sabrina da Silva Domingos, Tamara Cristina Mármore, Vanessa Rinaldi Fernandes e Whellder Barros de Jesus Silva.

Fornecedor: Instituto Consulting do Brasil – Inteligência em Pesquisa

SEBRAE - SP
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