

## Intenção de Compras para **o Dia das Mães** 2021



Maio de 2021

# METODOLOGIA

**Público alvo:** Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem realizar compras para o dia das Mães deste ano.

**Método de coleta:** pesquisa realizada pela web e pós-ponderada por sexo, idade, estado e renda.

**Tamanho amostral da Pesquisa:** 756 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes para o Dia das Mães. Em seguida, continuaram a responder o questionário 602 casos, somente com os que tinham a intenção de compra para esta data. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,6 p. p. e 4,0 p. p. para um intervalo de confiança a 95%.

**Período da coleta dos dados:** De 01 de abril a 08 de abril de 2021.

# OBJETIVOS DO ESTUDO

- Mapear a intenção de compra dos consumidores para o Dia das Mães de 2021 considerando:
  - Produtos comprados e pessoas presenteadas;
  - Formas de pagamento e ticket médio das compras;
  - Percepção e pesquisa de preços;
  - Locais das compras e da comemoração;
  - Influências do cenário de pandemia da Covid-19 no consumo.
- Mapear o uso dos recursos financeiros e suas consequências no orçamento pós-evento.



## Intenção de compras Dia das Mães 2021

# INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2021

- 77% pretendem comprar presente(s) no Dia das Mães, com isto espera-se que 122,9 milhões de brasileiros façam compras para presentear alguém neste dia;
- Entre aqueles que não vão presentear na data, ter a mãe já falecida é o motivo mais citado (69%);
- Já entre os que vão presentear alguém, 56% acreditam que as mães merecem o presente por seu carinho e esforço, 22% consideram que presentear é um gesto importante e 20% têm o costume de presentear as pessoas que gostam;
- 79% pretendem presentear a mãe, 18% a esposa e 18% a sogra;
- Entre aqueles que pretendem presentear a própria mãe, 63% acreditam que ela espera ganhar presente(s) este ano, e 28% pretendem perguntar o que ela deseja ganhar;
- Em média, os consumidores pretendem comprar 2 presentes;
- 49% pretendem comprar roupas, calçados ou acessórios, 42% perfumes, 28% cosméticos e 21% chocolates;
- 69% pretendem comprar a maioria dos presentes em lojas físicas, principalmente no shopping center (26%) e nas lojas de rua (20%). Já 57% irão fazer compras online, principalmente nos sites e lojas virtuais (38%);

# INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2021

- 27% pretendem gastar entre R\$51 e R\$100 sendo que, em média, os consumidores pretendem gastar R\$197. Estima-se movimentar R\$ 24,3 bilhões no comércio na data este ano;
- 72% pretendem pagar os presentes à vista, principalmente no dinheiro (40%) e no cartão de débito (28%). 52% citam o pagamento a prazo, com destaque para o cartão de crédito parcelado (28%) e o cartão de crédito com parcela única (22%). Entre esses, a deve ser de 3,6 prestações;
- 42% pretendem comprar a mesma quantidade de produtos que no último ano, enquanto 21% querem comprar menos, e 20% comprar mais produtos;
- 34% esperam gastar menos do que no último ano, enquanto 30% planejam gastar o mesmo valor e 24% gastar mais;
- Entre os que pretendem gastar menos, 40% citaram o cenário econômico pior que no último ano, 37% disseram que estão com o orçamento apertado e 28% mencionaram as incertezas quanto ao cenário econômico e finanças pessoais;
- 98% daqueles que pretendem gastar menos foram influenciados pela pandemia do Coronavírus;

# INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2021

- Entre os que esperam gastar mais, 53% disseram que querem dar presentes mais caros, 50% irão comprar um presente melhor e 32% têm intenção de compensar a situação de isolamento social da pandemia;
- 76% consideram que os preços dos produtos estão mais caros este ano na comparação com o ano passado, 19% que estão na mesma faixa de preço e 5% que estão mais baratos;
- 81% pretendem pesquisar preços para economizar. 81% pesquisam preço pela internet, seja em sites/aplicativos (70%) ou nas redes sociais (43%). Já 65% fazem pesquisa sem o uso da internet, principalmente nos shoppings (40%), em lojas de rua (31%) e através de panfletos de lojas (16%);
- Os sites e aplicativos mais utilizados para pesquisar preço são os de lojas varejistas (78%), os buscadores (63%) e os de comparação de preços (47%);
- Na hora de escolher o local de compra dos presentes, 45% são influenciados pelo preço, 36% por promoções e descontos, 35% pela qualidade dos produtos e 29% pelo frete grátis;

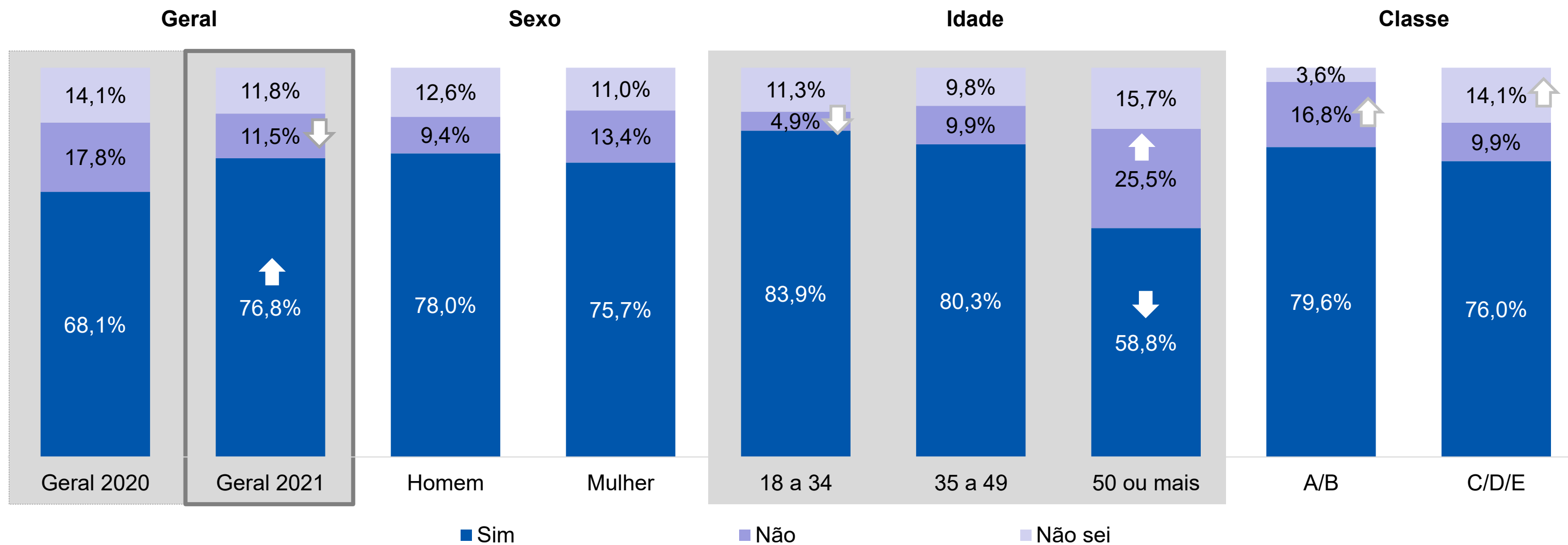
# INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2021

- 83% pretendem pagar os presentes sozinha, mas 11% devem dividir o pagamento do presente com mais pessoas. Sendo que 43% vão dividir com o irmão(ã), 31% com outros familiares e 20% com o pai;
- 28% querem dividir o pagamento devido aos efeitos negativos da pandemia sobre o orçamento, 21% querem dar um presente mais caro, e 13% afirmam que os preços estão muito altos;
- 44% pretendem comprar o(s) presente(s) na primeira semana de maio, 27% no mês de abril e 16% nas vésperas do Dia das Mães;
- 41% planejam comemorar na casa da mãe, 36% em sua própria casa, e 8% vão comemorar à distância, através de vídeo chamada ou telefone;
- Considerado aqueles que devem comemorar à distância, 88% citam a pandemia como motivadora.



# INTENÇÃO DE COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES 2021:

77% pretendem comprar presente(s) no Dia das Mães (com aumento de 9 p.p. em relação a 2020 e em menor medida os mais velhos). Espera-se que 122,9 milhões de brasileiros façam compras para presentear alguém neste dia.



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
876	756	350	406	308	297	151	218	538

## MOTIVOS PARA NÃO COMPRAR PRESENTE PARA O DIA DAS MÃES:

Entre aqueles que não vão presentear na data, ter a mãe já falecida é o motivo mais citado (69%), seguido de não ter o costume (11%, com aumento de 9 p.p. frente a 2020 e em maior medida entre as mulheres) e estar sem dinheiro (8%).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo	
	2020	2021	Masculino	Feminino
Mãe falecida	62,4%	68,6%	79,1%	61,6%
Não gosto/ Não tenho costume	2,0%	11,2% ↑	2,6%	16,9% ↑
Não tenho dinheiro	16,1%	8,1%	3,4%	11,2%
Vou priorizar o pagamento de dívidas	4,3%	2,8%	7,0%	0,0%
Não tenho como encontrar com minha mãe (distância, doença etc)	3,5%	2,5%	0,0%	4,2%
Estou desempregado	8,9%	2,4%	0,0%	4,0%
Não tenho contato com a minha mãe	0,3%	1,3%	0,0%	2,2%
Outros	0,0%	3,2%	7,9%	0,0%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher
154	80	30	50

\* Somente para quem não pretende comprar presentes para o Dia das Mães

# MOTIVOS PARA COMPRAR PRESENTES PARA O DIA DAS MÃES:

56% acreditam que as mães merecem o presente por seu carinho e esforço, 22% consideram que presentear é um gesto importante e 20% têm o costume de presentear as pessoas que gostam (sobretudo os mais velhos e entre as classes A/B).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Porque ela merece, já fez muito por mim e quero retribuir todo carinho e esforço	61,1%	55,7%	55,5%	55,9%	60,8%	56,3%	41,8% ↓	51,0%	57,2%
Considero um gesto importante	17,6%	21,9%	23,1%	20,7%	21,0%	23,4%	20,8%	19,0%	22,8%
Tenho costume de presentear as pessoas que gosto	17,4%	20,3%	20,8%	19,7%	16,7%	19,0%	31,8% ↑	28,4% ↑	17,8%
Para cumprir uma obrigação social	2,6%	0,6% ↓	0,5%	0,7%	0,6%	0,1%	1,4%	0,2%	0,7%
Outro	1,3%	1,5%	0,1%	2,9% ↑	0,9%	1,1%	4,1%	1,4%	1,6%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

## QUEM PRETENDE PRESENTEAR:

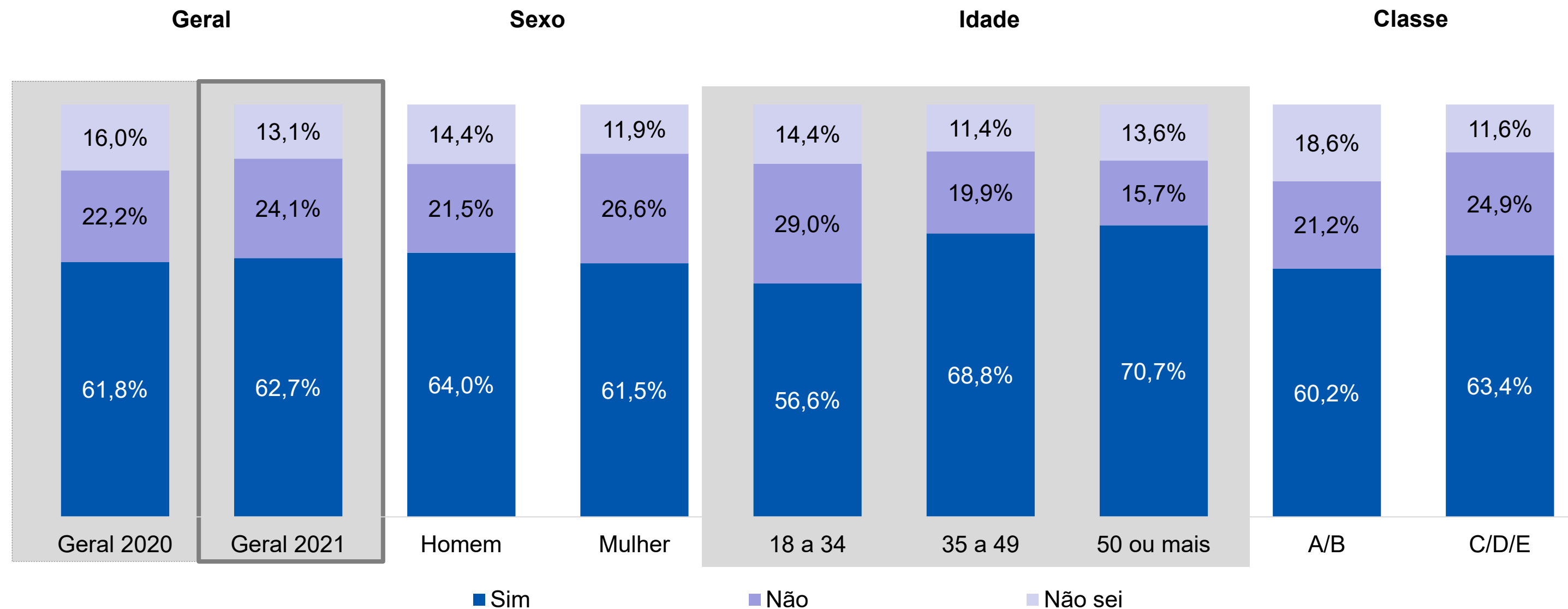
79% pretendem presentear a mãe (principalmente os mais jovens), 18% a esposa (especialmente homens, e em menor medida os mais jovens) e 18% a sogra.

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Minha mãe	78,1%	79,5%	78,3%	80,7%	93,4%	80,1%	43,7%	75,0%	80,9%
Esposa	19,9%	18,2%	35,0% ↑	1,7%	9,0% ↓	22,9%	30,4%	24,8%	16,2%
Sogra	17,6%	18,1%	17,7%	18,5%	19,1%	19,1%	13,5%	20,4%	17,5%
Mãe de meu(s) filho(s)	9,7%	11,3%	19,0% ↑	3,7%	8,3%	11,8%	17,6%	15,1%	10,2%
Avó	10,4%	9,6%	10,2%	9,0%	13,9%	7,8%	2,5% ↓	15,6% ↑	7,7%
Irmã	10,4%	9,3%	7,3%	11,3%	8,2%	10,9%	8,7%	10,0%	9,1%
Tia	6,1%	7,3%	7,2%	7,4%	7,2%	7,9%	6,2%	9,4%	6,7%
Eu, a própria entrevistada	4,6%	6,1%	0,0%	12,1% ↑	4,9%	7,1%	6,9%	9,3%	5,2%
Filha	4,5%	6,0%	3,1%	8,9% ↑	1,2%	3,4%	23,6% ↑	7,7%	5,5%
Cunhada	3,5%	3,1%	3,1%	3,1%	3,0%	4,5%	0,0% ↓	3,5%	3,0%
Madrasta	1,5%	2,4%	1,7%	3,2%	4,0%	1,2%	1,4%	2,4%	2,5%
Namorada/noiva	3,7%	2,1%	3,9% ↑	0,5%	3,0%	1,3%	1,8%	4,6%	1,4%
Nora	1,8%	2,0%	0,8%	3,2%	0,3%	3,0%	4,2%	3,8%	1,5%
Outra pessoa	1,0%	0,7%	0,6%	0,8%	0,8%	0,1%	1,7%	1,5%	0,4%
Não sei/Não decidi ainda	0,2%	0,2%	0,4%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,3%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

# ACREDITA QUE A MÃE ESPERA GANHAR PRESENTE(S) ESTE ANO:

Entre aqueles que pretendem presentear a própria mãe, 63% acreditam que ela espera ganhar presente(s) este ano, enquanto 24% acreditam que não e 13% não sabem.



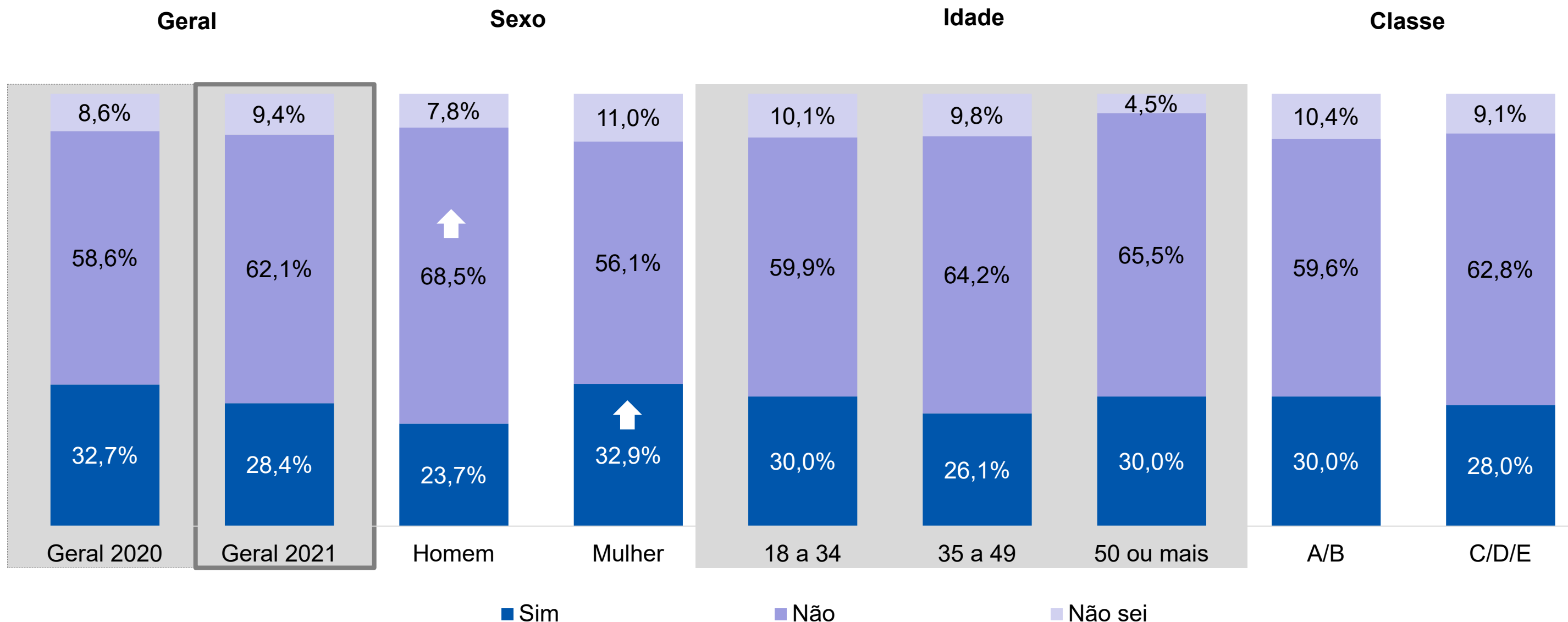
Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
485	489	224	265	246	198	45	144	345

\* Somente para quem pretende presentear a própria mãe



# PRETENDE PERGUNTAR À MÃE O QUE ELA DESEJA GANHAR:

28% dos que vão presentear a própria mãe pretendem perguntar o que ela deseja ganhar (sobretudo as mulheres). No entanto, 62% não pretendem perguntar.



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
485	489	224	265	246	198	45	144	345

\* Somente para quem pretende presentear a própria mãe

## QUANTIDADE DE PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR:

36% pretendem comprar apenas um presente para o dia das mães (principalmente entre as classes C/D/E), e outros 31% citam dois presentes (sobretudo os homens). Em média, os consumidores pretendem comprar 2 presentes (maior do que o apurado pela pesquisa do último ano, de 1,6).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Média de presentes</b>	<b>1,65</b>	<b>2,05</b> ↑	<b>2,09</b>	<b>2,00</b>	<b>2,08</b>	<b>1,96</b>	<b>2,14</b>	<b>2,27</b> ↑	<b>1,98</b>
1 presente	41,7%	36,1%	32,1%	40,2%	33,4%	39,3%	36,2%	25,6%	39,3% ↑
2 presentes	30,9%	31,4%	37,0% ↑	25,8%	33,9%	30,0%	28,0%	32,1%	31,1%
3 presentes	12,0%	15,3%	14,1%	16,5%	16,4%	12,9%	18,0%	16,8%	14,9%
4 presentes	6,9%	9,1%	8,8%	9,4%	9,8%	7,7%	10,7%	12,1%	8,2%
5 ou mais presentes	1,9%	3,5%	4,3%	2,7%	3,1%	4,1%	3,3%	5,9%	2,8%
Não sei/Não decidi ainda	6,6%	4,5%	3,7%	5,4%	3,5%	6,0%	3,7%	7,4%	3,6%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

## PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR:

49% pretendem comprar roupas, calçados ou acessórios (sobretudo as mulheres), 42% perfumes (aumento de 7 p.p. em comparação a 2020, e principalmente os homens), 28% cosméticos (com destaque para as classes A/B) e 21% chocolates (principalmente classes A/B).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Roupas, Calçados, Acessórios (cintos, óculos, lenços, bijouterias, bolsas etc)	43,5%	49,1%	40,8%	57,3%↑	48,3%	51,4%	46,4%	46,7%	49,9%
Perfumes	34,3%	41,8%↑	46,4%↑	37,3%	46,2%	37,9%	39,6%	50,5%↑	39,2%
Cosméticos	26,1%	28,1%	26,8%	29,3%	31,2%	27,4%	21,7%	37,7%↑	25,2%
Chocolates	17,6%	21,3%	22,4%	20,1%	25,6%	16,4%	21,3%	28,9%↑	19,0%
Flores	15,1%	17,6%	19,9%	15,4%	19,5%	16,7%	15,1%	17,7%	17,6%
Maquiagem	11,7%	14,1%	11,3%	16,8%	15,7%	16,1%	5,7%↓	19,1%	12,6%
Utensílios de cozinha	12,0%	12,2%	11,8%	12,5%	12,6%	14,0%	7,3%	15,9%	11,1%
Celular/ smartphone	8,9%	10,9%	14,8%↓	7,1%	15,6%	6,9%	8,3%	13,5%	10,2%
Tratamentos de beleza/procedimentos estéticos (massagem, SPA, cabeleireiro, peeling, etc)	8,9%	10,7%	6,4%	15,0%↓	13,6%	10,1%	5,0%	14,9%	9,5%
Almoço/jantar em restaurante	10,6%	10,0%	8,9%	11,0%	10,7%	10,8%	6,2%	12,6%	9,2%

Continua...

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414



# PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR PARA PRESENTEAR

(continuação):

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Eletrônicos (aparelho TV, DVD, de som, máquina fotográfica etc)	9,6%	9,3%	10,0%	8,6%	13,1%	6,6%	6,1%	10,2%	9,0%
Eletrodomésticos (máquina de lavar, geladeira, micro-ondas etc)	9,9%	9,0%	10,7%	7,4%	9,9%	7,9%	9,3%	6,9%	9,6%
Vale presente	9,1%	8,9%	7,6%	10,1%	9,6%	7,4%	10,2%	8,0%	9,1%
Livros	6,0%	7,0%	6,8%	7,3%	4,6%	9,1%	8,4%	11,9%↓	5,6%
Dinheiro	4,9%	6,9%	8,7%	5,2%	10,0%	2,9%	7,9%	7,8%	6,6%
Computador/ Notebook/ Tablet	2,5%	2,5%	3,4%	1,6%	3,3%	2,8%	0,0%↓	2,4%	2,5%
Viagem	3,0%	2,3%	2,9%	1,7%	4,3%	1,1%	0,0%	2,1%	2,4%
Outros	0,2%	0,6%	1,0%	0,2%	0,4%	0,9%	0,4%	1,5%	0,3%
Não sei/Não decidi ainda	10,2%	6,3%↓	7,3%	5,3%	4,6%	7,5%	7,8%	9,0%	5,5%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

## ONDE PRETENDE COMPRAR A MAIORIA DO(S) PRESENTE(S):

69% pretendem comprar o presente em lojas físicas, principalmente no shopping center (26%) e nas lojas de rua (20%, sobretudo as mulheres). Já 57% irão fazer compras online (com destaque entre as classes A/B), principalmente nos sites e lojas virtuais (38%).

RESPOSTAS – RM (Até 2 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Off-line</b>	69,4%	66,1%	72,6%	72,5%	67,6%	65,6%	65,0%	70,7%
<i>Shopping Center (exceto lojas de departamento)</i>	26,0%	25,2%	26,7%	25,1%	27,6%	24,5%	32,0%	24,1%
<i>Lojas de rua/bairro (exceto lojas de departamento)</i>	20,5%	15,5%	25,5%↑	23,6%	17,7%	19,1%	13,1%	22,8%↑
<i>Lojas de departamento</i>	14,5%	15,4%	13,6%	10,3%	17,2%	18,7%	12,0%	15,2%
<i>Shopping popular</i>	13,2%	13,4%	13,0%	16,5%	9,8%	12,5%	6,7%	15,2%↑
<i>Supermercados/hipermercados</i>	6,7%	8,8%	4,7%	6,7%	6,0%	8,3%	9,9%	5,8%
<i>Catálogo de revendedores</i>	5,0%	4,2%	5,7%	5,6%	6,5%	0,0%↓	4,1%	5,2%
<b>Online</b>	56,8%	57,9%	55,8%	59,2%	56,8%	51,1%	68,2%↑	53,4%
<i>Sites/lojas virtuais</i>	38,1%	39,3%	37,0%	35,2%	39,4%	42,6%	46,9%↑	35,5%
<i>Whatsapp</i>	3,3%	4,5%	2,1%	5,5%	1,3%	2,0%	0,5%	4,1%↑
<i>Facebook</i>	3,0%	3,7%	2,3%	5,5%↑	1,5%	0,0%	1,9%	3,3%
<i>Instagram</i>	2,7%	1,5%	3,8%	4,5%	1,4%	0,9%	4,4%	2,2%
<b>Outros</b>	0,5%	1,1%↑	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	0,3%	0,6%
<b>Não sei/Não decidi ainda</b>	4,2%	3,9%	4,5%	2,8%	5,4%	4,9%	7,6%	3,1%

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
602	285	317	264	243	95	188	414

# QUANTO PRETENDE GASTAR COM TODOS OS PRESENTES DE DIA DAS MÃES:

27% pretendem gastar de R\$51 a R\$100 (com aumento de 10 p.p. em relação a 2020, sobretudo mulheres e classes C/D/E). Em média, os consumidores pretendem gastar R\$197 (valor que aumenta entre os homens e classe A/B). Estima-se movimentar R\$ 24,3 bilhões no comércio.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Média de gasto (R\$)</b>	<b>187,68</b>	<b>197,46</b>	<b>225,99</b> ↑	<b>170,89</b>	<b>191,99</b>	<b>191,44</b>	<b>223,85</b>	<b>259,82</b> ↑	<b>180,43</b>
Até R\$ 50	8,8%	12,9%	8,1%	17,6% ↑	14,5%	13,1%	8,5%	4,2%	15,5% ↑
R\$ 51 a R\$ 100	16,7%	27,0% ↑	21,2%	32,7% ↑	29,2%	29,5%	16,4% ↓	16,7%	30,2% ↑
R\$ 101 a R\$ 200	19,0%	24,1% ↑	30,0% ↑	18,2%	20,4%	23,4%	34,7%	27,1%	23,2%
R\$ 201 a R\$ 400	13,3%	17,2%	15,8%	18,6%	18,0%	13,4%	23,6%	19,6%	16,5%
Mais de R\$ 400	7,0%	18,5% ↑	24,3% ↑	12,9%	17,9%	20,0%	16,8%	32,4% ↑	14,4%
Não sei/Não decidi ainda	35,2%	0,2% ↓	0,5%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,3%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

# PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO QUE PRETENDE UTILIZAR NA COMPRA:

72% pretendem pagar os presentes à vista (sobretudo os mais jovens), principalmente no dinheiro (40%, sobretudo mulheres, mais jovens e entre as classes C/D/E) e no cartão de débito (28%). 52% citam o pagamento a prazo (em menor medida os mais jovens e em especial as classes A/B), com destaque para o cartão de crédito parcelado (28%) e o cartão de crédito com parcela única (22%).

RESPOSTAS – RM (Até 2 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>À vista</b>	72,5%	70,6%	74,4%	83,8% ↑	64,4%	62,3%	67,7%	74,0%
<i>Dinheiro</i>	40,4%	35,7%	45,0% ↑	51,8% ↑	33,7%	27,1%	27,1%	44,4% ↑
<i>Cartão de débito</i>	28,4%	28,7%	28,1%	31,5%	25,7%	26,6%	30,7%	27,7%
<i>PIX</i>	15,6%	18,8%	12,5%	20,3%	10,9%	14,2%	20,3%	14,2%
<i>Boleto bancário</i>	4,2%	5,3%	3,1%	5,8%	2,8%	3,1%	2,4%	4,7%
<i>Transferência bancária</i>	1,6%	2,1%	1,1%	2,3%	0,8%	1,7%	3,1%	1,2%
<i>Cheque à vista</i>	1,1%	0,7%	1,4%	1,5%	1,0%	0,0%	0,0%	1,4% ↑
<b>A prazo</b>	51,8%	51,1%	52,5%	39,3% ↓	59,4%	66,1%	66,0% ↑	47,6%
Cartão de crédito (parcelado)	27,6%	28,8%	26,4%	21,4%	32,6%	32,3%	35,1%	25,4%
Cartão de crédito (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	22,1%	22,0%	22,3%	14,3% ↓	28,0%	28,7%	34,9% ↑	18,3%
Cartão da própria loja (parcelado)	3,2%	3,4%	3,0%	2,8%	4,3%	1,5%	4,1%	2,9%
Cartão da própria loja (à vista, parcela única a pagar na data do vencimento)	1,8%	0,9%	2,7%	1,5%	1,2%	3,9%	1,0%	2,1%
Crediário/carnê	1,9%	1,3%	2,4%	2,2%	1,8%	1,2%	1,5%	2,0%
Cheque pré-datado (parcelado)	0,4%	0,0%	0,8% ↑	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	0,5% ↑
<b>Não sabe/Não decidiu ainda</b>	1,2%	1,0%	1,5%	0,9%	2,2%	0,0%	1,9%	1,0%

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
602	285	317	264	243	95	188	414



## NÚMERO DE PARCELAS QUE PRETENDE EFETUAR:

Entre os que pretendem comprar parcelado, 30% devem efetuar o pagamento em 3 parcelas, e 20% em 2 vezes. Na média devem ser feitas 3,6 prestações.

RESPOSTAS – RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Média do número de parcelas</b>	<b>3,56</b>	<b>3,83</b> ↑	<b>3,28</b>	<b>3,53</b>	<b>3,67</b>	<b>3,34</b>	<b>3,51</b>	<b>3,57</b>
2 parcelas	19,6%	16,9%	22,2%	22,0%	17,6%	19,6%	21,0%	19,1%
3 parcelas	30,1%	25,4%	34,7%	30,8%	28,3%	32,8%	25,9%	31,7%
4 parcelas	17,5%	16,8%	18,1%	14,0%	19,7%	18,8%	19,5%	16,7%
5 ou 6 parcelas	17,5%	23,7% ↑	11,5%	18,9%	19,2%	11,4%	17,3%	17,6%
7, 8, 9 ou 10 parcelas	7,7%	12,3% ↑	3,3%	9,6%	6,3%	7,5%	1,6%	10,1% ↑
11 parcelas ou mais	1,3%	1,3%	1,3%	0,0%	2,9%	0,0%	0,0%	1,8%
Não sei/não defini ainda	6,3%	3,6%	8,9%	4,7%	6,0%	9,9%	14,7% ↑	3,0%

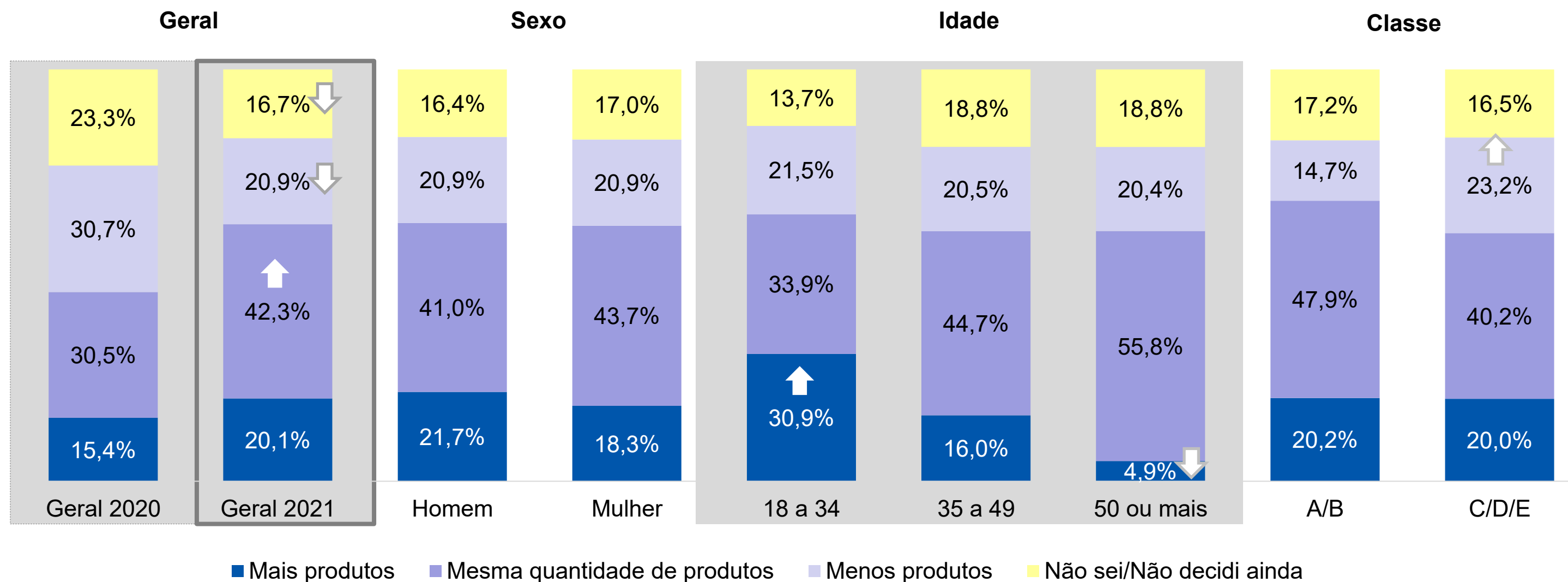
Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
203	99	104	77	93	33	75	128

\* Somente para quem pretende comprar parcelado



# QUANTIDADE DE PRODUTOS QUE PRETENDE COMPRAR ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

42% pretendem comprar a mesma quantidade de produtos (aumento de 12 p.p. em relação a 2020), enquanto 21% querem comprar menos (queda de 10 p.p., e principalmente entre as classes C/D/E), e 20% comprar mais produtos (principalmente entre os mais jovens).



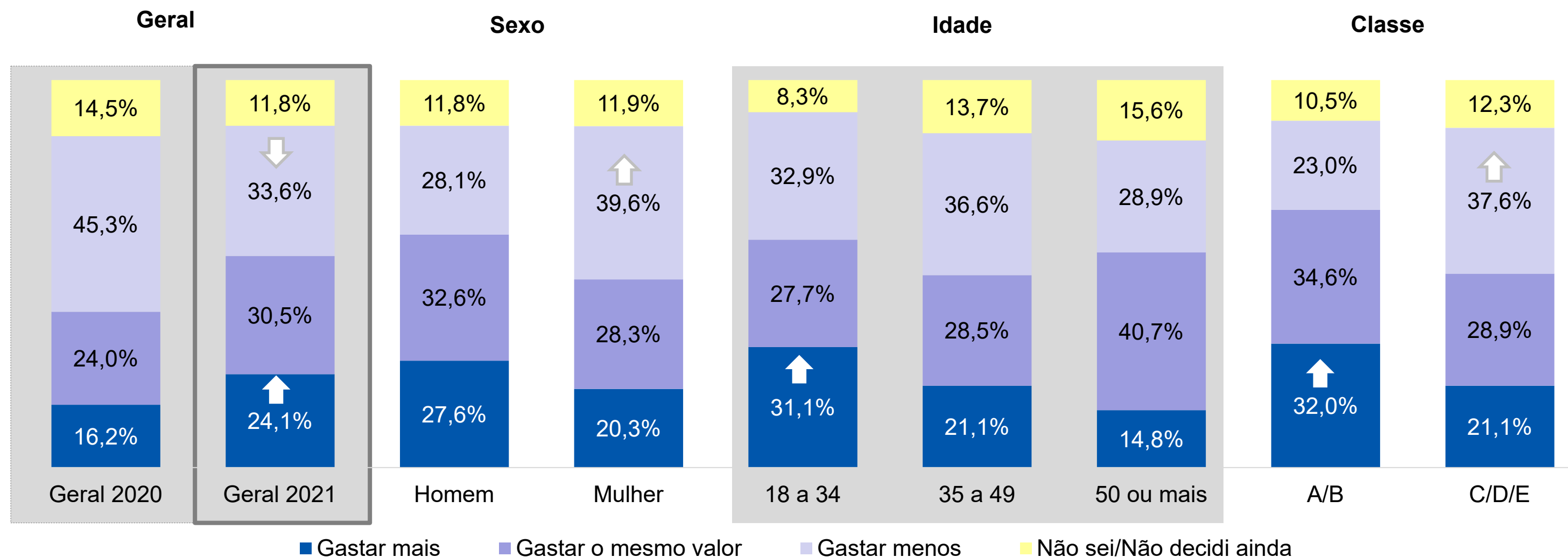
Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
492	478	235	243	201	199	78	171	307

\* Somente para quem comprou presente no Dia das Mães de 2020 e pretende comprar este ano



# QUANTO PRETENDE GASTAR ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

34% esperam gastar menos do que no último ano (queda de 12 p.p. frente a 2020, com destaque para as mulheres e as classes C/D/E), enquanto 30% planejam gastar o mesmo valor e 24% gastar mais (aumento de 8 p.p., sendo mais citado entre os mais jovens e as classes A/B).



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
492	478	235	243	201	199	78	171	307

\* Somente para quem comprou presente no Dia das Mães de 2020 e pretende comprar este ano

# POR QUE PRETENDE GASTAR MENOS COM OS PRESENTES ESTE ANO:

Entre os que pretendem gastar menos, 40% citaram o cenário econômico pior que no último ano, 37% disseram que estão com o orçamento apertado, 28% mencionaram as incertezas quanto ao cenário econômico e finanças pessoais e 24% querem economizar.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
O momento atual da economia brasileira é pior do que no último ano	39,6%	41,7%	38,0%	37,0%	37,5%	52,0%	69,5%	32,7%
Orçamento apertado/ situação financeira difícil	37,3%	32,4%	41,0%	35,2%	37,9%	41,0%	25,4%	40,0%
Incertezas quanto ao cenário econômico / finanças pessoais	27,6%	29,6%	26,2%	16,9%	32,0%	43,1%	42,3%	24,3%
Para economizar	24,4%	29,4%	20,7%	22,2%	29,1%	17,4%	30,4%	23,1%
Estou desempregado	19,5%	11,1%	25,9% ↑	29,9%	12,1%	13,5%	9,6%	21,8%
Tenho outras prioridades de compra (casa, carro etc)	14,7%	19,9%	10,8%	11,4%	20,0%	8,6%	20,6%	13,4%
Irei comprar menos presentes este ano	10,9%	10,2%	11,4%	10,3%	9,2%	17,0%	8,5%	11,4%
Tive redução salarial/da renda mensal	10,8%	13,2%	9,0%	13,5%	10,4%	5,1%	0,0%	13,2%
Preciso pagar dívidas em atraso	10,5%	10,3%	10,6%	9,5%	8,6%	18,3%	4,9%	11,7%
Vou dividir o valor do presente com outra pessoa	8,3%	8,3%	8,2%	5,3%	10,3%	10,1%	3,3%	9,4%
Não consegui juntar/economizar a quantia necessária	5,5%	5,6%	5,4%	5,8%	5,1%	6,0%	0,0%	6,8%

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
142	58	84	53	70	19	25	117

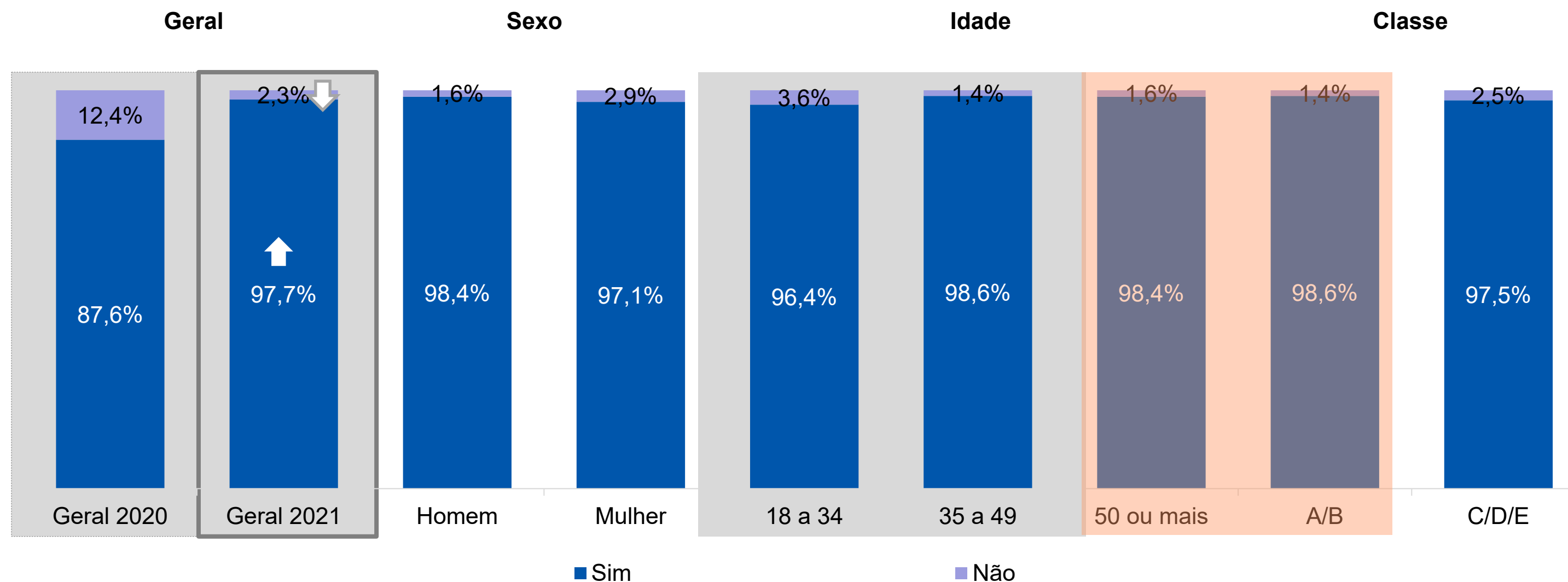
\* Somente para quem pretende gastar menos no Dia das Mães deste ano comparado a 2020





# O MOTIVO DE GASTAR MENOS NO DIA DAS MÃES TEM RELAÇÃO COM O CENÁRIO DO CORONAVÍRUS?

98% daqueles que pretendem gastar menos foram influenciados pela pandemia do Coronavírus (10 p.p. acima de 2020).



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
212	142	58	84	53	70	19	25	117

\* Somente para quem pretende gastar menos no Dia das Mães deste ano comparado a 2020



# POR QUE PRETENDE GASTAR MAIS COM OS PRESENTES ESTE ANO:

Entre os que esperam gastar mais, 53% disseram que querem dar presentes mais caros, 50% irão comprar um presente melhor, 32% têm intenção de compensar a situação de isolamento social da pandemia, e 29% vão comprar mais presentes.

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Os produtos que quero comprar estão mais caros	53,2%	49,2%	59,0%	60,4%	44,3%	47,0%	52,6%	53,6%
Vou comprar um presente melhor	50,4%	47,8%	54,2%	46,4%	49,4%	72,2%	58,0%	46,1%
Para compensar a situação de isolamento social devido à pandemia	32,2%	29,4%	36,3%	31,0%	25,8%	57,6%	35,7%	30,2%
Vou comprar mais presentes	29,2%	30,0%	27,9%	27,2%	32,9%	27,2%	32,8%	27,2%
Melhoria de salário/renda mensal	21,4%	24,8%	16,4%	28,6%	16,3%	2,9%	16,1%	24,3%
O momento atual da economia brasileira é mais favorável do que no último ano	9,6%	6,0%	14,9%	12,6%	8,1%	0,0%	8,3%	10,4%

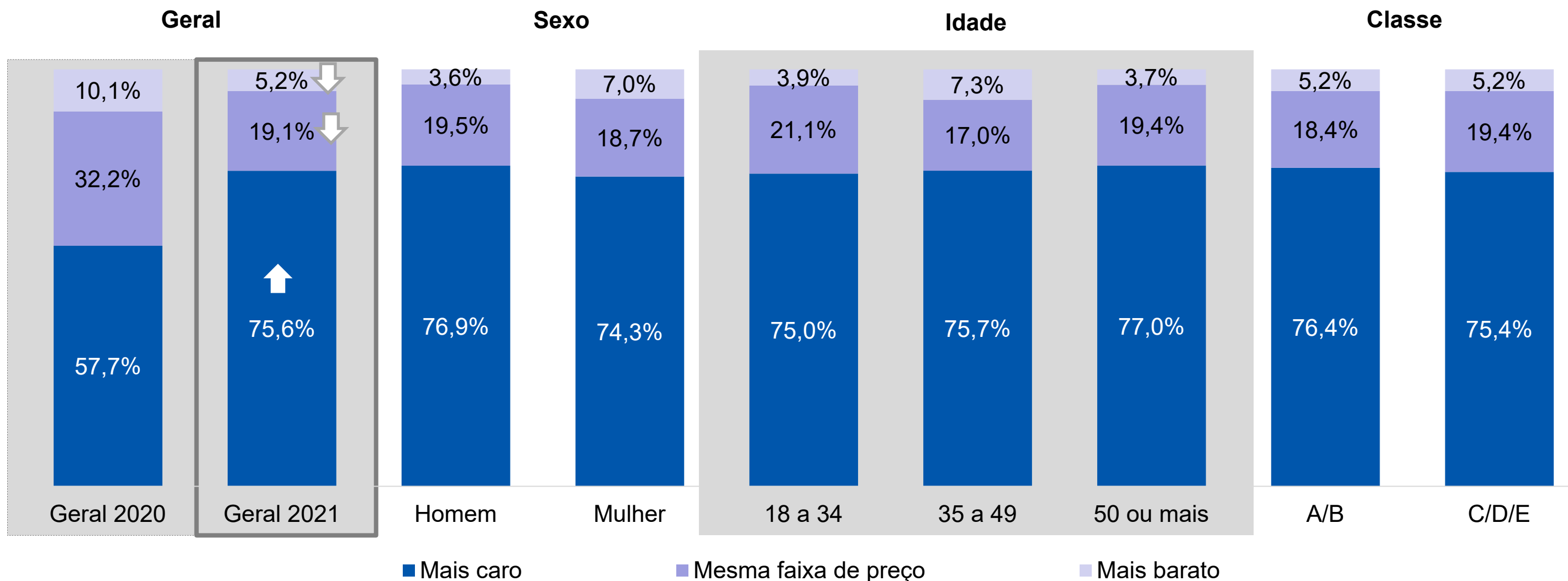
Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
129	73	56	73	40	16	68	61

\* Somente para quem pretende gastar mais no Dia das Mães deste ano comparado a 2020



# PERCEPÇÃO DOS PREÇOS DOS PRODUTOS ESTE ANO EM RELAÇÃO AO ANO PASSADO:

76% consideram que os preços dos produtos estão mais caros este ano na comparação com o ano passado (crescimento de 18 p.p. em relação a 2020), 19% que estão na mesma faixa de preço (queda de 13 p.p.) e 5% que estão mais baratos (com queda de 5 p.p.).



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
492	478	235	243	201	199	78	171	307

\* Somente para quem comprou presente no Dia das Mães de 2020 e pretende comprar este ano

## PRETENDE FAZER PESQUISA DE PREÇO:

81% pretendem pesquisar preços para economizar. Por outro lado, 13% não planejam fazer pesquisa (com destaque para as classes A/B), principalmente porque irão comprar nos locais onde já estão acostumados (7%) e porque preferem comprar o que gostam, sem se preocupar com pesquisar preço (4%).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Sim, pretendo fazer pesquisa de preço</b>	81,0%	81,0%	79,9%	82,0%	82,6%	82,3%	74,1%	75,2%	82,7%
<b>Não</b>	12,0%	13,1%	15,6%	10,5%	10,4%	12,5%	20,8%	19,0%↑	11,3%
<i>Não, vou comprar nos locais que tenho costume</i>	5,9%	6,7%	7,7%	5,7%	6,4%	5,9%	9,0%	12,8%↑	4,8%
<i>Não, pois gosto de comprar o que vejo e me agrada, sem me preocupar muito com pesquisa de preço</i>	5,2%	4,5%	5,4%	3,6%	2,8%	4,5%	8,7%	4,8%	4,4%
<i>Não, pois não tenho tempo</i>	0,9%	1,9%	2,6%	1,2%	1,2%	2,2%	3,1%	1,4%	2,1%
<b>Não sei ainda</b>	7,0%	6,0%	4,5%	7,4%	7,0%	5,2%	5,1%	5,9%	6,0%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

## ONDE COSTUMA PESQUISAR PREÇOS:

81% pesquisam online (sobretudo entre as classes A/B), seja em sites/aplicativos (70%, com destaque nas classes A/B) ou nas redes sociais (43%, em menor medida entre os mais velhos). Já 65% fazem pesquisa sem o uso da internet, principalmente nos shoppings (40%, sobretudo classes A/B), em lojas de rua (31%, principalmente as mulheres e entre as classes C/D/E) e através de panfletos de lojas (16%, sobretudo mulheres).

RESPOSTAS – RM	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Pesquisa online</b>	81,0%	78,7%	83,2%	80,8%	80,4%	83,0%	96,2%↑	76,9%
<i>Sites/aplicativos</i>	70,3%	70,0%	70,6%	70,7%	67,0%	77,4%	92,1%↑	64,3%
<i>Redes Sociais</i>	43,1%	39,2%	46,9%	49,5%	42,5%	27,1%↓	43,0%	43,2%
<b>Pesquisa off-line</b>	64,6%	61,5%	67,5%	70,6%	61,7%	54,9%	64,3%	64,6%
<i>Lojas de shopping</i>	40,5%	37,2%	43,7%	46,5%	34,4%	38,7%	51,8%↑	37,4%
<i>Lojas de rua</i>	31,3%	24,6%	37,7%↑	33,9%	33,0%	20,1%	23,2%	33,5%↑
<i>Panfletos de lojas</i>	16,3%	9,4%	22,9%↑	17,8%	17,0%	10,7%	16,7%	16,3%
<i>Supermercados</i>	15,9%	14,3%	17,3%	20,4%	12,6%	11,5%	13,5%	16,5%
<i>Com conhecidos</i>	9,5%	8,6%	10,4%	13,4%	7,6%	3,6%	11,8%	8,9%
<i>Jornais impressos</i>	5,1%	5,2%	5,0%	7,4%	4,2%	1,1%	4,2%	5,3%
<b>Outro</b>	1,0%	0,5%	1,4%	1,0%	1,4%	0,0%	2,1%	0,7%

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
492	232	260	219	200	73	148	344

\* Somente para quem pretende fazer pesquisa de preços



## SITES E APLICATIVOS EM QUE COSTUMA PESQUISAR PREÇOS:

Os sites e aplicativos mais utilizados para pesquisar preço são os de lojas varejistas (78%, com aumento de 43 p.p. em relação a 2020), os buscadores (63%, uma queda de 11 p.p.) e os de comparação de preços (47%, com queda de 10 p.p.).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Sites de varejistas	35,6%	78,5% ↑	78,0%	78,9%	72,7%	83,2%	83,0%	77,0%	79,0%
Sites/ aplicativos de busca (Google, Yahoo, Bing)	74,7%	63,5% ↓	67,9%	59,4%	66,6%	61,9%	59,1%	67,4%	62,0%
Sites de comparação de preços (Ex.: Buscapé, Já Cotei, Zoom etc)	57,6%	47,5% ↓	51,8%	43,4%	48,9%	43,8%	51,6%	61,7% ↑	41,9%
Sites/Aplicativos de ofertas (ex.: Guiato, Promobit, Pelando, Save Me, Oferta Esperta etc)	27,9%	23,9%	22,6%	25,2%	24,4%	27,2%	15,8%	28,6%	22,1%
Outros	1,4%	2,0%	3,1%	0,9%	1,5%	3,5%	0,0%	4,0%	1,2%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
336	359	169	190	162	141	56	134	225

\* Somente para quem pretende fazer pesquisa de preços na internet

# PRINCIPAIS FATORES QUE INFLUENCIAM NA ESCOLHA DO LOCAL QUE PRETENDE COMPRAR OS PRESENTES:

45% são influenciados pelo preço, 36% por promoções e descontos, 35% pela qualidade dos produtos e 29% pelo frete grátis (especialmente as mulheres).

RESPOSTAS – RM (Até 3 opções)	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Preço	44,6%	43,3%	46,0%	47,0%	43,7%	41,0%	45,6%	44,4%
Promoções e descontos	35,7%	36,4%	35,0%	38,3%	34,7%	31,5%	31,9%	36,8%
Qualidade dos produtos	35,3%	31,6%	38,9%	34,0%	32,9%	43,6%	41,2%	33,5%
Frete grátis	28,7%	23,3%	34,0% ↑	29,5%	29,5%	24,6%	28,2%	28,8%
Disponibilidade imediata do produto	22,6%	23,6%	21,6%	19,5%	21,5%	32,5%	29,5%	20,5%
Diversidade de produtos	20,5%	21,3%	19,7%	17,8%	23,3%	20,9%	29,3% ↑	17,8%
Facilidade de pagamento	15,6%	17,3%	14,0%	14,1%	19,4%	11,0%	18,5%	14,7%
Lojas e estabelecimentos que façam entrega em casa	14,3%	12,2%	16,4%	13,1%	15,5%	14,6%	13,3%	14,6%
Procedimentos de segurança/proteção quanto ao Coronavírus	13,8%	13,8%	13,7%	12,4%	14,3%	16,1%	10,5%	14,8%
Localização	11,9%	14,3%	9,5%	9,5%	11,4%	18,9%	15,2%	10,9%
Marca	8,5%	10,1%	7,0%	11,7%	6,6%	4,8%	12,5%	7,3%
Propaganda	4,0%	4,2%	3,8%	5,1%	4,4%	0,6%	3,4%	4,2%

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
602	285	317	264	243	95	188	414

# PRETENDE PAGAR O(S) PRESENTE(S) SOZINHO OU DIVIDIR COM MAIS PESSOAS:

11% pretendem dividir o pagamento do presente com mais pessoas, sendo que 5% vão dividir todos os presentes e 6% apenas parte dos presentes (principalmente entre as classes C/D/E). A maioria (83%) vai pagar os presentes sozinha.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Pagarei todos o(s) presente(s) que comprar sozinho</b>	79,2%	83,0%	83,2%	82,9%	81,5%	82,5%	87,8%	85,7%	82,2%
<b>Vou dividir</b>	15,0%	11,3%	11,1%	11,5%	12,4%	11,3%	8,7%	7,4%	12,5%
<i>Parte do(s) presente(s) pagarei sozinho e outra parte irei dividir o valor com outra(s) pessoa(s)</i>	7,2%	6,3%	5,7%	6,8%	6,2%	7,2%	4,3%	6,5%	6,2%
<i>Irei dividir o valor de todos os presentes que comprar com outras pessoas</i>	7,8%	5,0%	5,4%	4,7%	6,2%	4,1%	4,4%	0,9%	6,3% ↑
<b>Não sei/ não decidi ainda</b>	5,8%	5,7%	5,7%	5,6%	6,1%	6,2%	3,5%	6,9%	5,3%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414



# COM QUEM VAI DIVIDIR O PAGAMENTO DA COMPRA DOS PRESENTES:

Entre aqueles que pretendem dividir o pagamento dos presentes, 43% vão dividir com o irmão(ã), 31% com outros familiares e 20% com o pai (sobretudo os homens).

RESPOSTAS – RM	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Com irmãos/ irmãs	46,7%	42,6%	41,3%	43,9%	40,5%	48,1%	34,5%	40,3%	43,0%
Com outros familiares	22,0%	31,5%	24,3%	38,3%	30,0%	22,8%	61,7%	30,4%	31,7%
Com meu pai	16,2%	20,3%	31,1% ↑	10,1%	33,3%	11,3%	0,0%	26,3%	19,3%
Outros	20,4%	12,2%	4,3%	19,8%	7,4%	21,1%	3,8%	14,8%	11,8%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
98	65	31	34	31	25	9	15	50

\* Somente para quem pretende dividir o pagamento dos presentes



# POR QUE PRETENDE DIVIDIR O PAGAMENTO COM OUTRA(S) PESSOA(S):

28% querem dividir o pagamento devido aos efeitos negativos da pandemia sobre o orçamento, 21% querem dar um presente mais caro (principalmente os homens), e 13% afirmam que os preços estão muito altos.

RESPOSTAS – RU	Geral	Sexo		Idade			Classe	
	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
A pandemia afetou meu orçamento	28,0%	17,9%	37,6%	25,1%	32,0%	27,3%	0,0%	33,0%
Porque quero dar um presente melhor/mais caro	20,7%	32,6% ↑	9,4%	27,8%	16,7%	7,2%	62,5%	13,3%
Porque os preços dos presentes estão muito altos	12,9%	19,9%	6,2%	14,4%	9,3%	17,6%	3,4%	14,5%
É uma forma de reduzir os gastos com o presente	12,2%	5,0%	19,1%	11,7%	10,5%	19,2%	21,0%	10,7%
Estou desempregado	8,5%	7,2%	9,6%	10,6%	8,7%	0,0%	0,0%	10,0%
Acho difícil escolher presente e prefiro que outros façam por mim	8,4%	9,4%	7,5%	10,4%	5,6%	9,4%	4,4%	9,1%
Estou sem dinheiro	6,4%	7,9%	5,0%	0,0%	9,9%	19,2%	0,0%	7,6%
Outro	2,8%	0,0%	5,5%	0,0%	7,4%	0,0%	8,6%	1,8%

Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
65	31	34	31	25	9	15	50

\* Somente para quem pretende dividir o pagamento dos presentes

## QUANDO PRETENDE COMPRAR O(S) PRESENTE(S):

44% pretendem comprar o(s) presente(s) na primeira semana de maio, 27% no mês de abril (com aumento de 10 p.p. em relação a 2020 e sobretudo entre as classes A/B) e 16% nas vésperas do Dia das Mães (principalmente os homens). 8% ainda não decidiram.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Já comprei o presente	4,0%	4,3%	4,9%	3,7%	5,1%	4,9%	0,7%	2,8%	4,7%
Comprarei no mês de abril	16,8%	27,0%↑	25,2%	28,7%	25,1%	26,3%	33,1%	36,7%↑	24,0%
Comprarei na primeira semana de Maio	47,5%	43,9%	41,3%	46,5%	46,9%	42,2%	40,4%	39,3%	45,3%
Comprarei nas vésperas do Dia das Mães	13,9%	16,3%	20,3%↑	12,4%	17,6%	16,1%	13,6%	13,8%	17,1%
Comprarei após o Dia das Mães	1,0%	0,7%	0,8%	0,6%	1,0%	0,5%	0,3%	0,0%	0,9%
Não sei/Não decidi ainda	16,9%	7,9%↓	7,6%	8,1%	4,3%↓	10,1%	11,8%	7,5%	8,0%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

## ONDE PRETENDE COMEMORAR O DIA DAS MÃES:

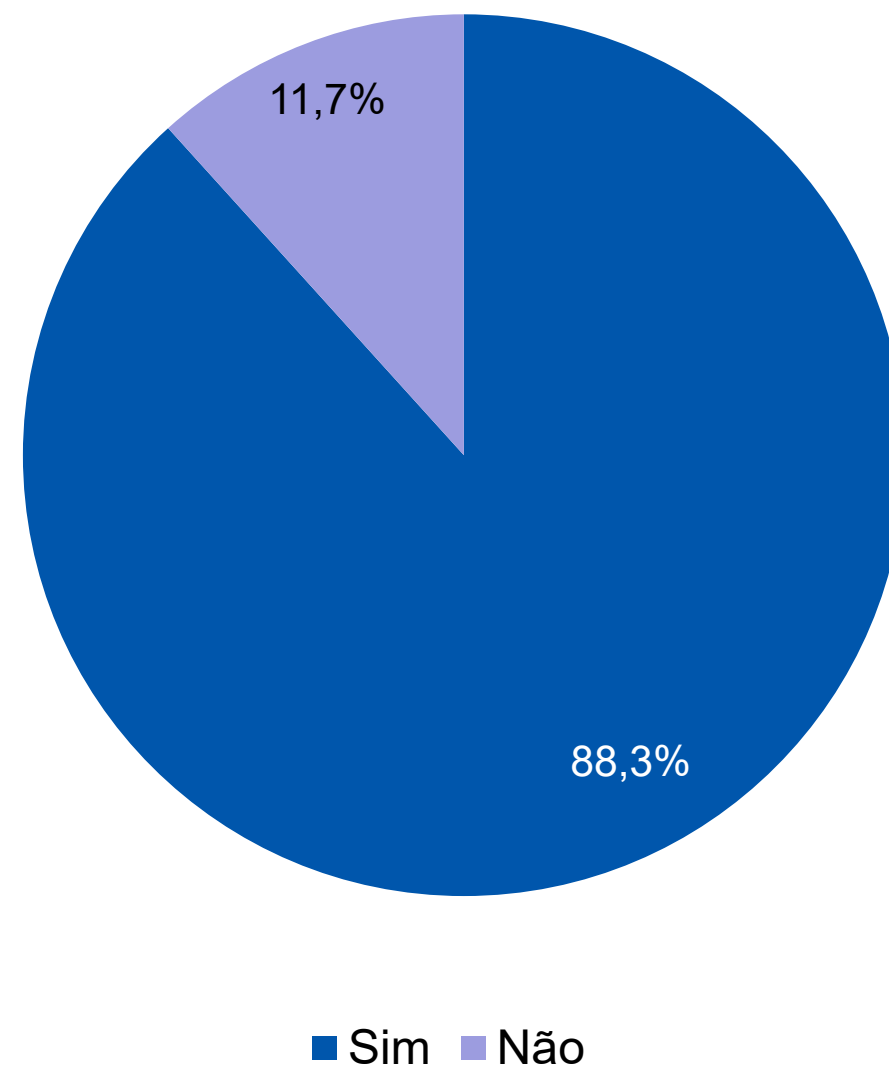
41% planejam comemorar na casa da mãe (crescimento de 8 p.p. frente a 2020, e com destaque para os mais jovens), 36% em sua própria casa (sobretudo os mais velhos), e 8% vão comemorar à distância, através de vídeo chamada ou telefone (principalmente as mulheres e os mais velhos).

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
Casa da mãe	33,5%	41,2% ↑	43,3%	39,1%	52,7%	40,7%	13,6%	33,9%	43,4%
Em minha casa	39,3%	35,6%	36,5%	34,8%	25,6%	38,6%	54,0%	41,8%	33,8%
À distância, seja pelo telefone / computador / videochamada	10,2%	7,9%	4,5%	11,2% ↑	6,7%	5,4%	16,3% ↑	10,7%	7,0%
Restaurante/Almoço fora	1,9%	3,2%	3,4%	3,1%	3,0%	3,0%	4,4%	1,3%	3,8%
Casa de outros familiares/ amigos	2,2%	3,1%	3,1%	3,0%	2,2%	3,2%	4,7%	3,2%	3,0%
Casa da avó	2,3%	3,0%	2,2%	3,8%	6,0% ↑	1,0%	0,0%	3,5%	2,9%
Casa da sogra	3,5%	2,7%	3,7%	1,8%	1,6%	3,7%	3,4%	2,1%	2,9%
Não pretendo comemorar	1,3%	0,9%	0,6%	1,1%	0,8%	1,1%	0,7%	0,5%	1,0%
Outro	0,6%	0,5%	1,0%	0,0%	0,5%	0,6%	0,3%	0,0%	0,6%
Não sei / Não decidi ainda	5,2%	1,9% ↓	1,7%	2,1%	0,9%	2,8%	2,5%	3,0%	1,6%

Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

# VAI COMEMORAR À DISTÂNCIA DEVIDO À PANDEMIA:

considerado aqueles que devem comemorar à distância, 88% citam a pandemia como motivadora.



Geral 2021

48

\* Somente para quem pretende comemorar o dia das mães à distância



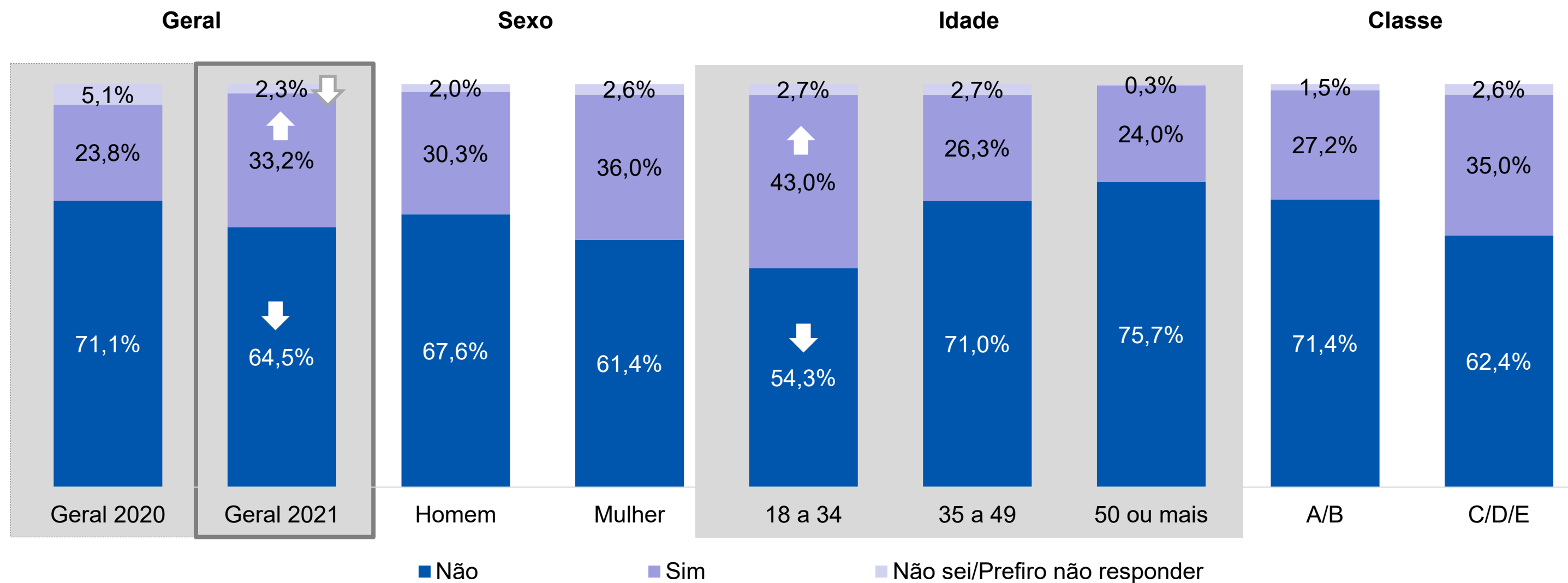
## Controle financeiro

# CONTROLE FINANCEIRO

- 33% costumam gastar mais do que podem com as compras para o dia das mães;
- 13% pretendem deixar de pagar alguma conta para comprar o presente;
- 30% dos que pretendem presentear no Dia das Mães estão com contas em atraso e, destes, 64% estão com o nome sujo atualmente

# COSTUMA GASTAR MAIS DO QUE PODE COM COMPRAS PARA O DIA DAS MÃES:

33% costumam gastar mais do que podem com as compras para esta data (um aumento de 9 p.p. em comparação a 2020 e sobretudo os mais jovens), enquanto 64% não têm este hábito (queda de 7 p.p. frente a 2020).

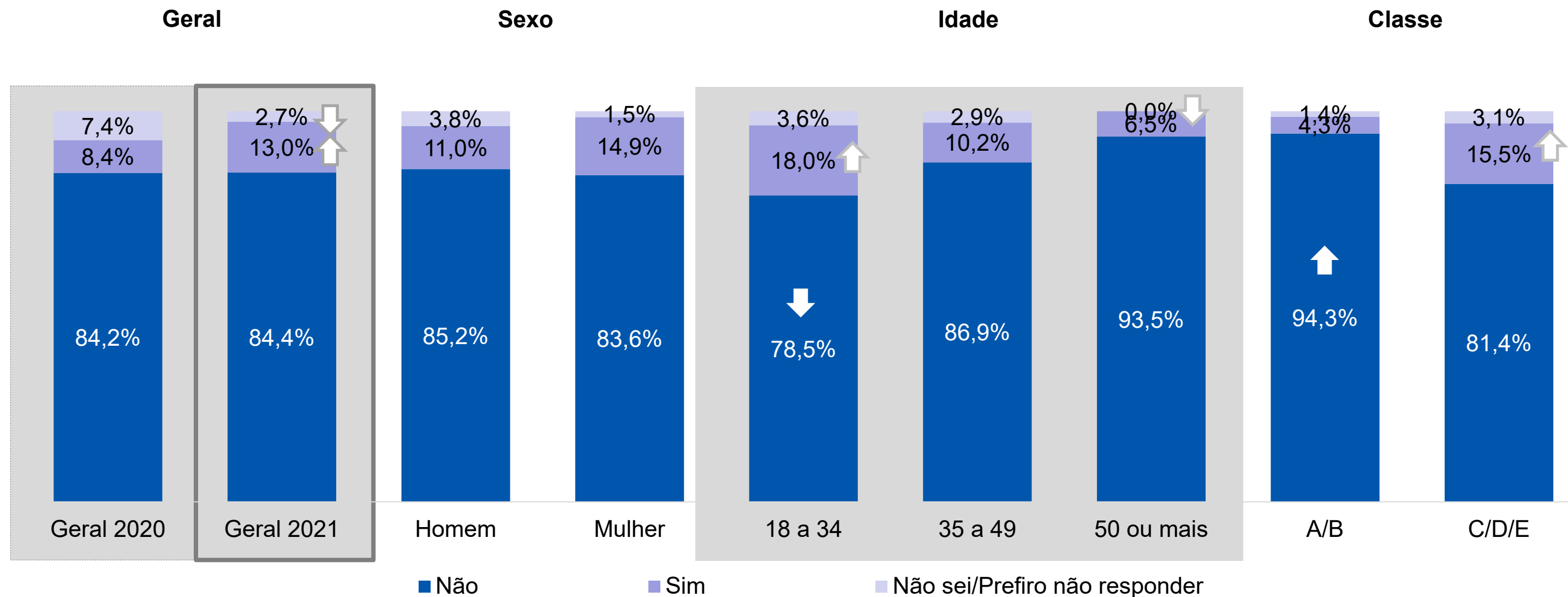


Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414



# PRETENDE DEIXAR DE PAGAR ALGUMA CONTA PARA COMPRAR O(S) PRESENTE(S) DO DIA DAS MÃES:

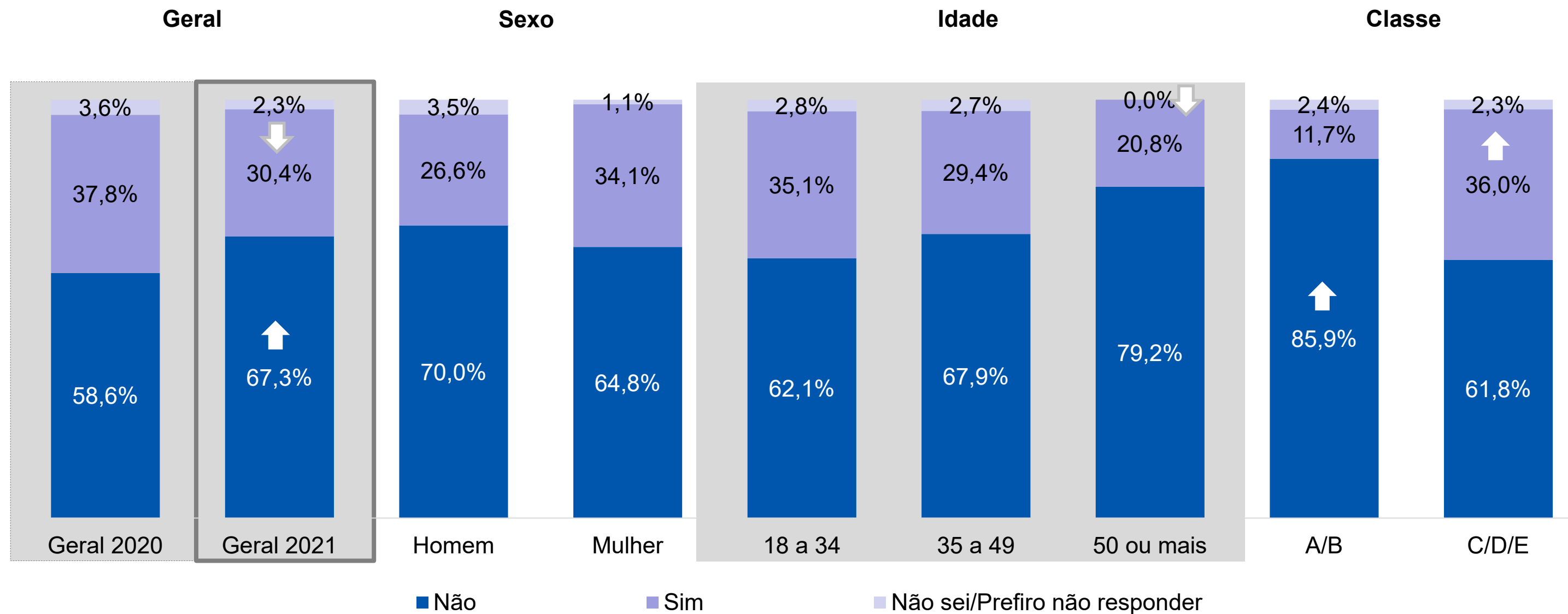
13% pretendem deixar de pagar alguma conta para comprar o presente (crescimento de 5 p.p., e sobretudo os mais jovens e as classes C/D/E), enquanto 84% não pretendem (com destaque para as classes A/B).



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414

# POSSUI CONTAS COM PAGAMENTO EM ATRASO ATUALMENTE:

30% dos que pretendem presentear no Dia das Mães estão com contas em atraso (queda de 7 p.p. em relação a 2020, e sobretudo entre as classes C/D/E).

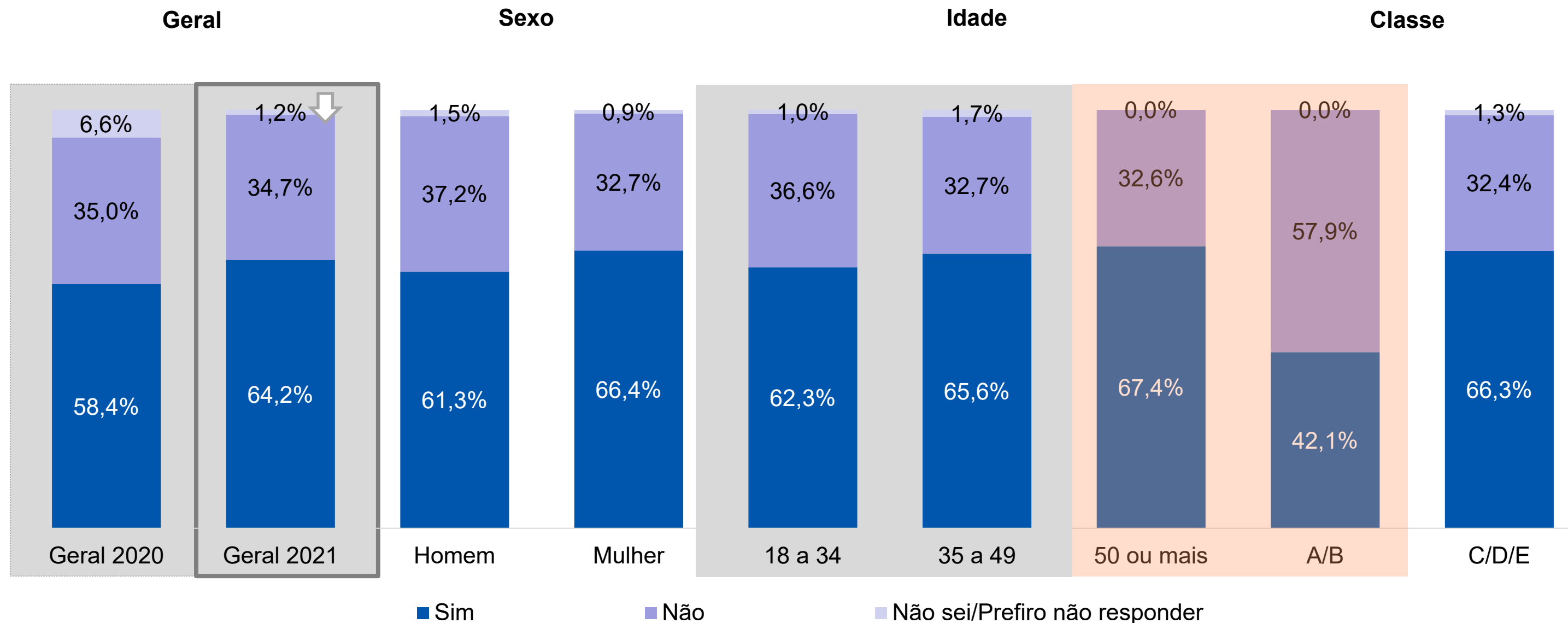


Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
606	602	285	317	264	243	95	188	414



# ESTÁ COM O NOME SUJO ATUALMENTE:

64% dos que têm contas atrasadas estão com o nome sujo atualmente.



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
208	168	71	97	83	65	20	25	143

\* Somente para quem possui contas com pagamento em atraso



## Dia das Mães 2020

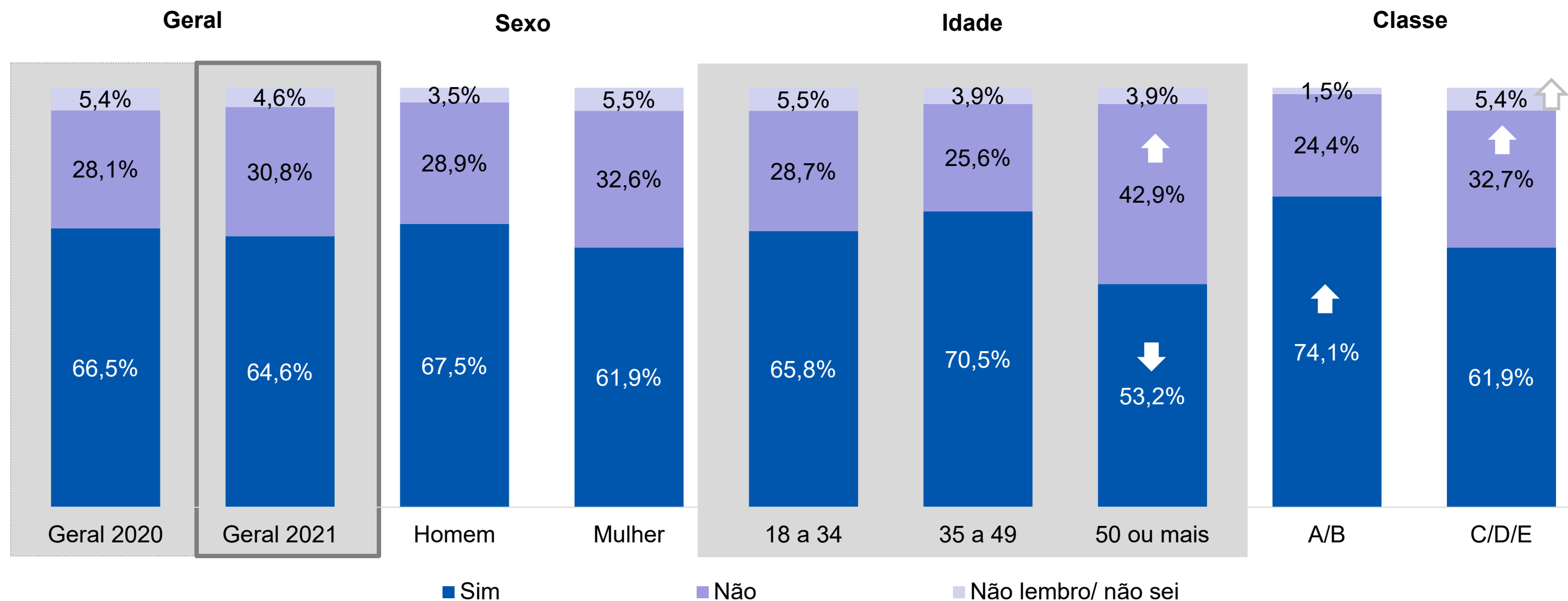
## DIA DAS MÃES 2020

- 65% dos entrevistados compraram presente no Dia das Mães de 2020;
- Entre aqueles que compraram presentes no último ano, 10% ficaram com o nome sujo, sendo que 6% já regularizaram sua situação, e 4% ainda estão negativados.



# COMPROU PRESENTES PARA O DIA DAS MÃES NO ANO PASSADO?

65% dos entrevistados compraram presente no Dia das Mães de 2020 (sobretudo entre as classes A/B)



Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
876	756	350	406	308	297	151	218	538



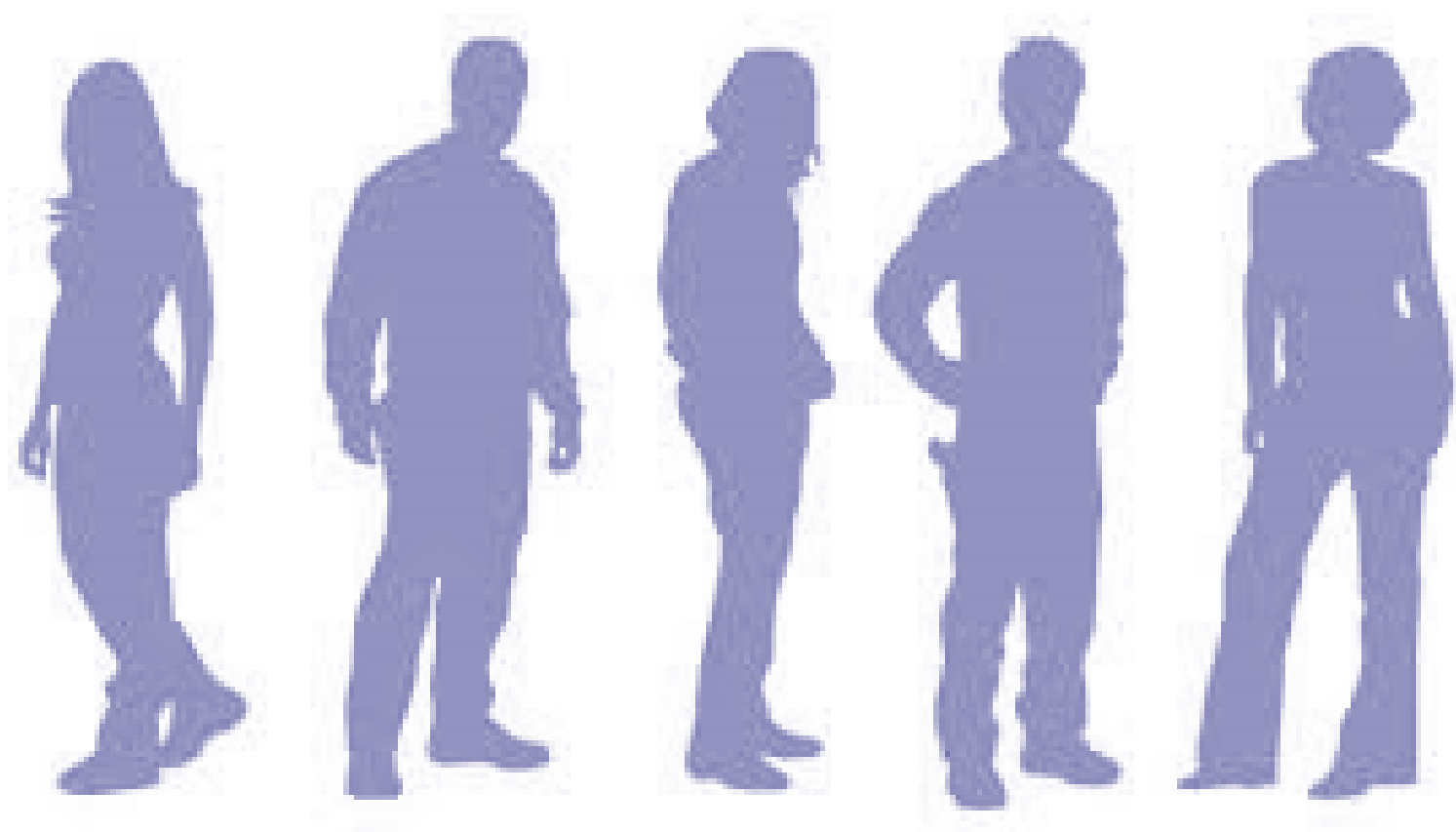
## FICOU COM O NOME SUJO POR COMPRAS FEITAS NO DIA DAS MÃES DE 2020?

Entre aqueles que compraram presentes em 2020, 10% ficaram com o nome sujo, sendo que 6% já regularizaram sua situação (principalmente entre as classes C/D/E), e 4% ainda estão negativados.

RESPOSTAS – RU	Geral		Sexo		Idade			Classe	
	2020	2021	Masculino	Feminino	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
<b>Não estive nessa situação</b>	80,0%	83,4%	85,2%	81,5%	82,7%	81,9%	88,1%	91,9%↑	80,5%
<b>Sim</b>	13,1%	10,4%	8,8%	12,1%	12,2%	9,2%	9,1%	3,7%	12,7%
<i>Sim, estive nessa situação mas já limpei o nome</i>	5,5%	5,9%	4,9%	6,9%	6,8%	5,5%	4,8%	1,5%	7,4%↑
<i>Sim e ainda estou com nome sujo</i>	7,6%	4,5%	3,9%	5,2%	5,4%	3,8%	4,3%	2,2%	5,3%
<b>Não sei / prefiro não responder</b>	6,9%	6,2%	6,0%	6,4%	5,1%	8,9%	2,7%	4,4%	6,8%

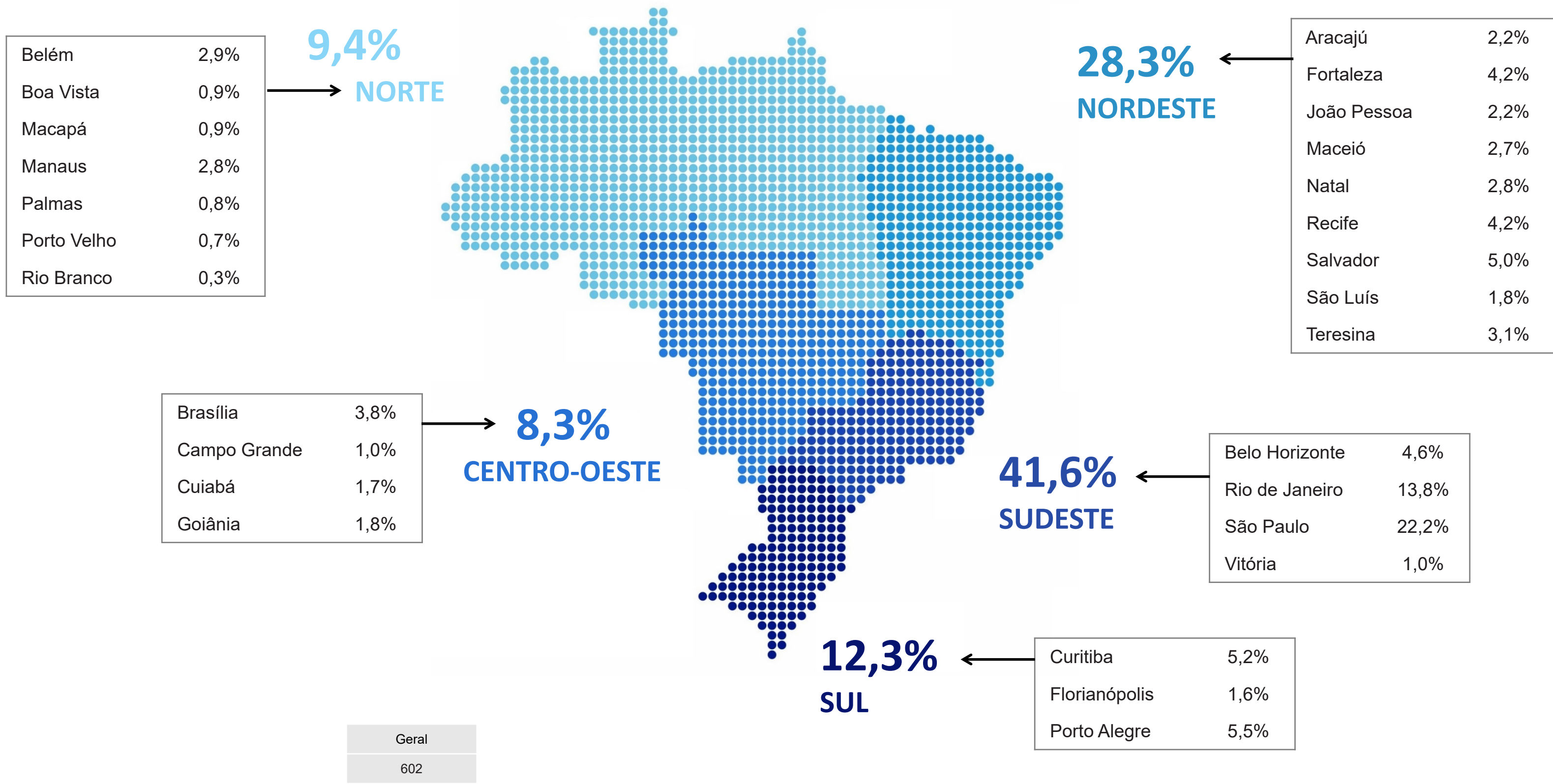
Geral 2020	Geral 2021	Homem	Mulher	18 a 34	35 a 49	55 ou mais	A/B	C/D/E
597	517	250	267	215	218	84	175	342

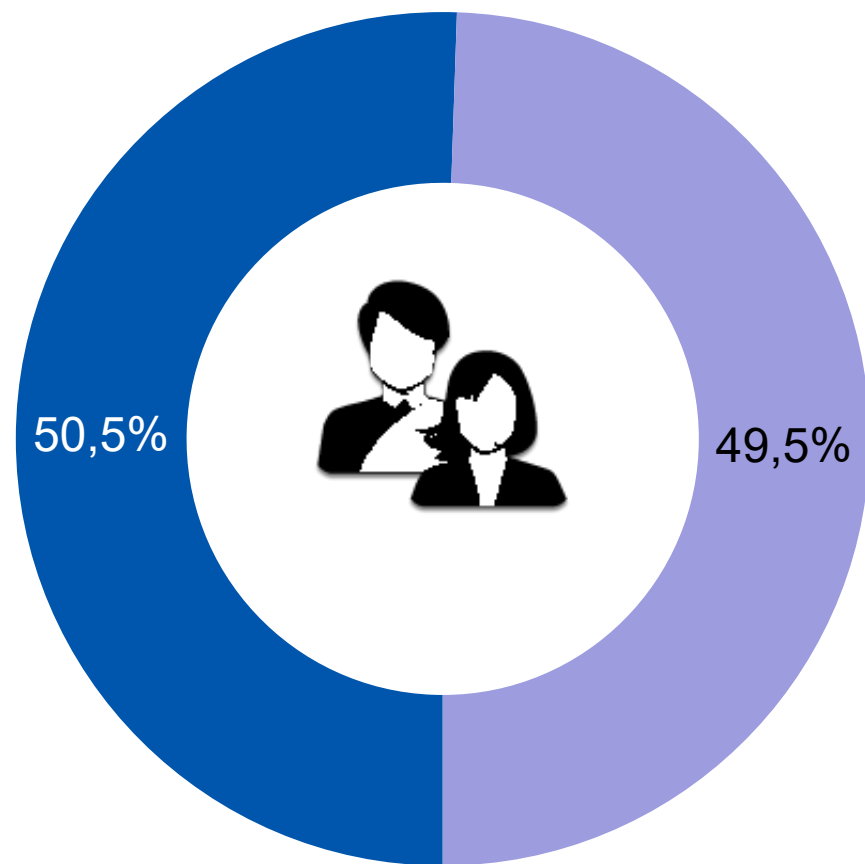
\* Somente para quem comprou algum presente para o dia das Mães em 2020



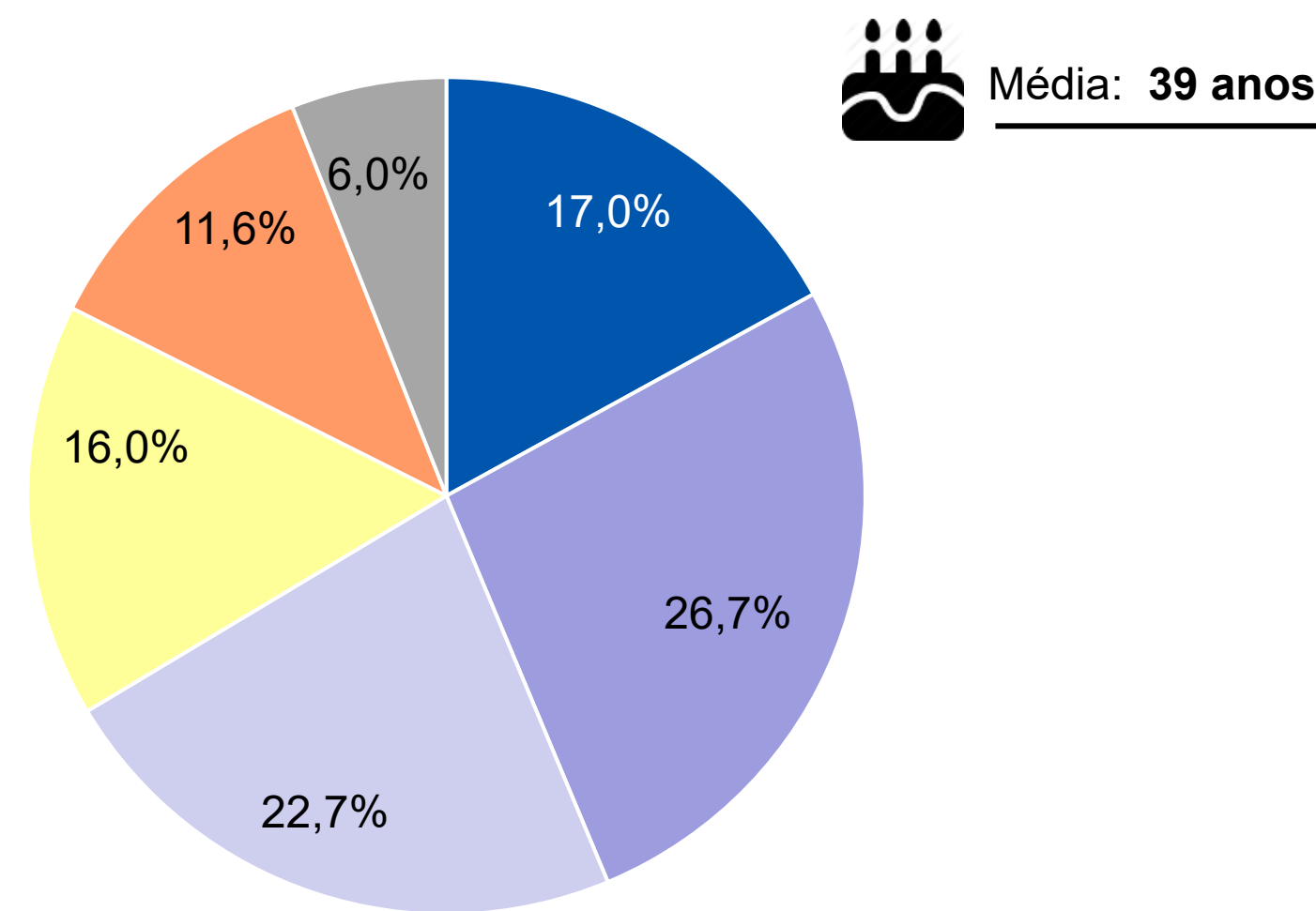
## Caracterização da Amostra





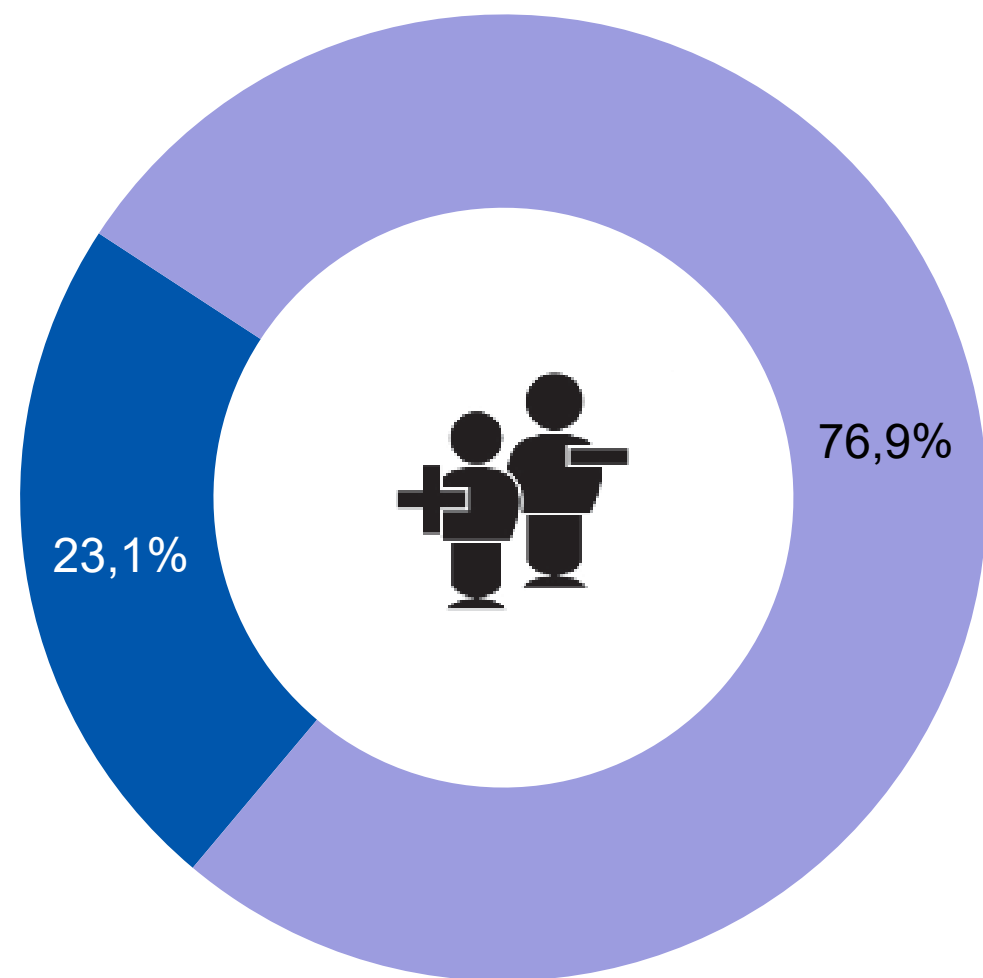


■ Mulher ■ Homem

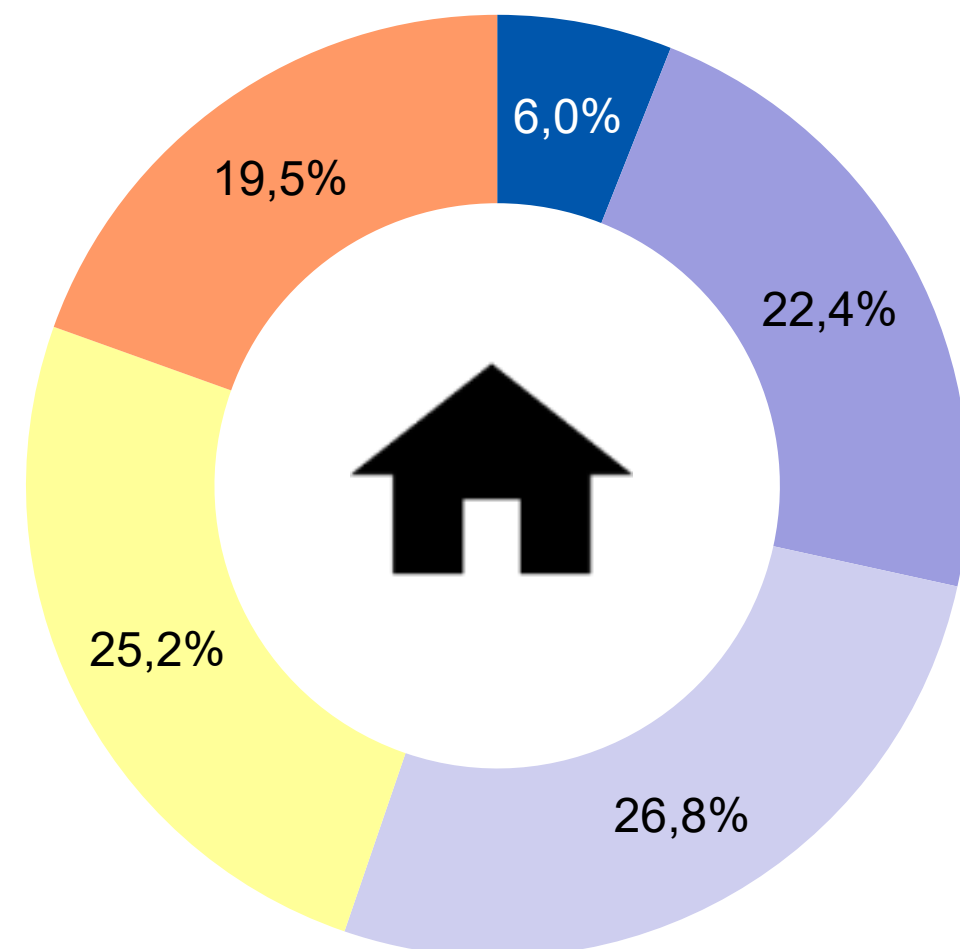


■ De 18 a 24 anos ■ De 25 a 34 anos  
■ De 35 a 44 anos ■ De 45 a 54 anos  
■ De 55 a 64 anos ■ De 65 anos ou mais

Geral  
602



■ A/B   ■ C/D/E



■ 1  
■ 2  
■ 3  
■ 4  
■ 5 ou mais

Média de moradores por domicílio: 3,4



## **Dia das Mães deve movimentar 24 bilhões de reais no varejo, mostra pesquisa CNDL/SPC Brasil**

*Levantamento realizado em parceria com a Offer Wise Pesquisas mostra que 77% dos consumidores pretendem ir às compras; sites e shoppings estão entre os principais locais de compra*

Considerada pelos varejistas como a principal data comemorativa do primeiro, o Dia das Mães deve aquecer as vendas pelos próximos dias. Levantamento feito em todas as capitais pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), em parceria com a Offer Wise Pesquisas, revela que **77% dos consumidores devem realizar pelo menos uma compra** no período — o dado fica bastante próximo dos 78% observados em 2019, antes da pandemia da COVID-19.

Em números absolutos, a expectativa é de que aproximadamente **122,9 milhões de brasileiros presenteiem** alguém este ano, o que deve movimentar uma cifra próxima de **R\$ 24,3 bilhões nos segmentos do comércio e serviços**.

Embora o percentual de consumidores que devem ir às compras seja maior do que o do ano passado (68%), a maior parte dos compradores está receosa em aumentar gastos este ano, sobretudo diante do cenário de pandemia e de crise econômica. Cerca de 34% dos consumidores esperam gastar menos do que no último ano, enquanto 30% planejam gastar o mesmo valor. Entre os que pretendem gastar menos, 40% citaram o cenário econômico pior que no último ano, 37% disseram que estão com o orçamento apertado e 28% mencionaram as incertezas quanto ao cenário econômico e finanças pessoais. A pesquisa mostra ainda que 98% daqueles que pretendem gastar menos foram influenciados pela pandemia da COVID-19.

Por outro lado, considerando os que vão gastar mais (24%), 53% disseram que querem dar presentes mais caros, 50% irão comprar um presente melhor e 32% têm intenção de compensar a situação de isolamento social da pandemia

“O levantamento mostra sinais de crescimento das vendas em relação ao ano passado, retornando aos parâmetros de antes da pandemia, mas vemos que, diante da situação sanitária, de crise econômica e de desemprego, o consumidor brasileiro ainda está cauteloso na hora de gastar”, destaca o presidente da CNDL, José César da Costa. “De qualquer forma, a data se mantém como uma das mais importantes do varejo e o

brasileiro mantém a tradição de presentear as mães, até mesmo como uma forma de compensar o distanciamento social imposto pela pandemia”, completa Costa.

### **Roupas, calçados e acessórios devem ser os líderes de venda neste ano; consumidor vai desembolsar R\$ 197 com presentes**

A pesquisa ainda revela que no Dia das Mães deste ano, os produtos campeões de venda devem ser as roupas, calçados e acessórios (49%), perfumes (42%), cosméticos (28%) e chocolates (21%). O ranking ainda é formado por flores (18%), maquiagem (14%), utensílios de cozinha (12%) e celular/smartphone (11%).

Em média, cada cliente deve adquirir dois presentes e apenas 28% dos entrevistados que vão presentear a própria mãe vão consultar para descobrir o que ela deseja ganhar. 27% dos entrevistados devem gastar entre R\$ 51 a R\$ 100 com os presentes. Já considerando a média total de gastos, o brasileiro deve desembolsar R\$ 197,46.

As lojas físicas aparecem como o principal local de compras dos brasileiros, 69% dos entrevistados afirmaram que pretendem comprar a maioria dos presentes fisicamente sobretudo nos shopping centers (26%) e em lojas de rua (20%).

A internet aparece como local de compra de 57% dos consumidores, principalmente nos sites e lojas virtuais (38%). Para os entrevistados, os fatores que mais pesam na escolha do local de compra são a atratividade do preço (45%), as promoções (36%), a qualidade dos produtos (35%) e frete grátis (29%).

De acordo com o levantamento, os entrevistados têm a intenção de presentear não apenas as próprias mães (79%), como também as esposas (18%) e sogras (18%).

### **81% pretendem fazer pesquisa de preço antes de comprar; 76% consideram que os preços dos produtos estão mais caros em 2021**

Perguntados se pretendem fazer pesquisa de preço antes de irem às compras, a maioria dos entrevistados (81%) afirma que sim, principalmente (81%) pela internet, seja em sites/aplicativos (70%) ou nas redes sociais (43%). Já 65% fazem pesquisa sem o uso da internet, principalmente nos shoppings (40%), em lojas de rua (31%) e através de panfletos de lojas (16%).



Os sites e aplicativos mais utilizados para pesquisar preço são os de lojas varejistas (78%), os buscadores (63%) e os de comparação de preços (47%).

De acordo com a pesquisa, 76% dos consumidores consideram que os preços dos produtos estão mais caros este ano na comparação com o ano passado, 19% acreditam que estão na mesma faixa de preço e 5% que estão mais baratos.

Outra constatação do estudo é que a maioria dos consumidores pretende não se endividar no Dia das Mães, dando preferência para o pagamento à vista (72%), sendo que em 40% dos casos o pagamento será em dinheiro e em 28%, no cartão de débito. O pagamento a prazo será escolha de mais da metade (52%) dos entrevistados, sobretudo no cartão de crédito parcelado (28%) ou em parcela única também do cartão de crédito (22%). Entre os que dividirão as compras, a média será de quatro parcelas, isso significa que o consumidor só se verá livre desse compromisso em meados de setembro.

“Em um momento em que as pessoas estão inseguras em seus empregos, comprar o presente à vista em dinheiro pode ser uma boa alternativa para fugir do endividamento e evitar comprometer a renda no futuro”, orienta a especialista em finanças da CNDL, Merula Borges.

Sobre os cuidados com o orçamento, a pesquisa ainda sinaliza que muitos dos consumidores já extrapolaram o limite de endividamento: 30% dos que pretendem presentear no Dia das Mães estão com contas em atraso e, destes, 64% estão com o nome sujo atualmente.

Outro comportamento imprudente é que 33% das pessoas ouvidas admitem ter o costume de gastar mais do que podem para agradar as mães com presentes na data e 13% reconhecem que podem deixar de honrar algum compromisso financeiro para ir as compras neste Dia das Mães.

Merula Borges alerta sobre a importância do planejamento em datas comemorativas, para que o lado emocional não se sobreponha à realidade financeira do consumidor. “O gasto com o presente precisa caber no orçamento. Antes de sair para as compras é essencial que o consumidor analise suas contas e seus gastos básicos e defina com clareza o quanto pode gastar, dentro de uma análise realista. Para evitar que uma data comemorativa leve o consumidor ao descontrole das finanças e acabe virando motivo

de preocupação, ele precisa ser um consumidor planejado para não ceder às compras por impulso”, orienta a especialista em finanças.

### **Maioria pretende comemorar a data na casa da mãe**

Apesar dos alertas para que a população evite eventos sociais e aglomerações, o local da comemoração da data deverá seguir a tradição para a maioria dos brasileiros: 41% dos entrevistados planejam comemorar na casa da mãe, 36% em sua própria casa, e 8% vão comemorar à distância, através de vídeo chamada ou telefone. Considerando aqueles que devem comemorar à distância, 88% citam a pandemia como motivadora.

A pesquisa ainda detectou que 11% dos consumidores devem recorrer a estratégia de dividir o valor das compras com alguma outra pessoa. O rateio será feito, principalmente, entre irmãos (43%), outros familiares (31%) e com o pai (20%). Aliviar o bolso em um momento de dificuldades econômicas é a principal razão para quem vai dividir o pagamento dos presentes com alguém próximo: 28% querem dividir o pagamento devido aos efeitos negativos da pandemia sobre o orçamento, 21% querem dar um presente mais caro, e 13% afirmam que os preços estão muito altos.

A maioria dos entrevistados (44%) pretendem comprar o(s) presente(s) na primeira semana de maio, 27% no mês de abril e 16% nas vésperas do Dia das Mães.

“O recomendável é sempre evitar compras de última hora, pois na pressa acaba não sobrando tempo para pesquisar preços e analisar o orçamento. Ir às compras com calma e com tempo para pesquisar é sempre a forma mais segura para evitar furos no orçamento. Nesses casos, a internet é uma grande ferramenta de pesquisa”, analisa Merula Borges.

### **METODOLOGIA**

**Público-alvo:** Consumidores das 27 capitais brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas (excluindo analfabetos) e que pretendem realizar compras para o dia das Mães deste ano.

**Método de coleta:** pesquisa realizada pela web e pós-ponderada por sexo, idade, estado e renda.

**Tamanho amostral da Pesquisa:** 756 casos em um primeiro levantamento para identificar o percentual de pessoas com intenção de comprar presentes para o Dia das Mães. Em seguida, continuaram a responder o questionário 602 casos, somente com os que tinham a intenção de compra para esta data. Resultando, respectivamente, uma margem de erro no geral de 3,6 p. p. e 4,0 p. p. para um intervalo de confiança a 95%.

**Período da coleta dos dados:** De 01 de abril a 08 de abril de 2021.



**Sobre a CNDL** – Criada em 1960, a CNDL é formada por Federações de Câmaras de Dirigentes Lojistas nos estados (FCDLs), Câmaras de Dirigentes Lojistas nos municípios (CDLs), SPC Brasil e CDL Jovem, entidades que, em conjunto, compõem o Sistema CNDL. É a principal rede representativa do varejo no país e tem como missão a defesa e o fortalecimento da livre iniciativa. Atua institucionalmente em nome de mais de 500 mil empresas, que juntas representam mais de 5% do PIB brasileiro, geram 4,6 milhões de empregos e movimentam R\$ 340 bilhões por ano.

**SPC Brasil** – Há mais de 60 anos no mercado, o SPC Brasil possui um dos mais completos bancos de dados da América Latina, com informações de crédito de pessoas físicas e jurídicas. É a plataforma de inovação do Sistema CNDL para apoiar empresas em conhecimento e inteligência para crédito, identidade digital e soluções de negócios. Oferece serviços que geram benefícios compartilhados para sociedade, ao auxiliar na tomada de decisão e fomentar o acesso ao crédito. É também referência em pesquisas, análises e indicadores que mapeiam o comportamento do mercado, de consumidores e empresários brasileiros, contribuindo para o desenvolvimento da economia do país.

**Sobre a Offer Wise** - Há mais de 15 anos que a Offerwise vem abordando de maneiras inovadoras a pesquisa de mercado. Com um modelo único e próprio de recrutamento tem conseguido construir um dos principais painéis de pesquisa no mundo. Evoluindo para uma empresa robusta de campo online com uso de tecnologia avançada. Detém o maior e mais representativo painel da América Latina e Hispânico nos EUA. Os escritórios ao redor do mundo estão compostos por profissionais de pesquisa de mercado que conhecem e compreendem suas culturas locais e também os consumidores que se deseja alcançar.

## INFORMAÇÕES À IMPRENSA

Marina Barbosa

(61) 9 8340 0257

[marina.barbosa@cndl.org.br](mailto:marina.barbosa@cndl.org.br)

