

Pesquisa de
Comportamento
e Consumo – 2026

MÃES

✱ CDL POA 65 anos



Carlos Klein
Presidente da CDL

Fala do Presidente

O Dia das Mães é uma das datas mais especiais do varejo. A carga emocional ligada à data faz dela um importante momento do ano que conecta famílias e acaba por movimentar a economia da sociedade em empresas de diferentes portes. Presentear nesta data carrega um simbolismo diferente de outras datas, pois é um sentimento próprio que temos por nossas mães. Assim, muitas vezes o presente vai além do produto, criando uma experiência personalizada tanto para a compra quanto para a entrega. Pensando nisso, a CDL POA apresenta os dados de comportamento e consumo dos porto-alegrenses para ajudar os lojistas a se prepararem para essa importante data emocional do varejo.

CAPÍTULOS

1. Cronograma, objetivos e metodologia

2. Resultados

3. Considerações Finais

Objetivos

Geral:

Entender a percepção dos consumidores sobre o Dia das Mães e quais as suas intenções de compra.

Específicos:

- Identificar a relevância desse evento para o consumidor porto-alegrense;
- Mapear a intenção de compra para a data em relação ao ticket e às categorias de consumo;
- Compreender se há transformações no comportamento de consumo nesta data comemorativa em comparação aos outros anos.

Mães - 2026

Metodologia Quantitativa

Instrumento de coleta:

Questionário estruturado com 30 perguntas.

Período de coleta de dados:

De 13 a 27 de Março de 2026.

Público:

Residentes de POA que irão realizar compras para o Dia das Mães.

Amostra:

303 casos

Praça:

Porto Alegre

Método de coleta:

Via telefone



Mães - 2026

Raio X de Porto Alegre:

População total:
1.332.845 habitantes

95% de confiabilidade
Margem de erro: 5%

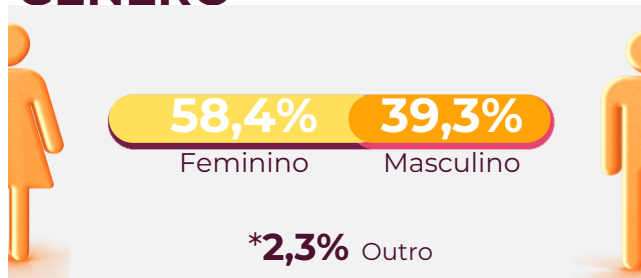
**Pessoas ocupadas em
postos de trabalho formais:**
65,6% (874.230 pessoas)

**Salário médio mensal dos
trabalhadores formais:**
3,8 salários mínimos
(correspondente a Classe C)

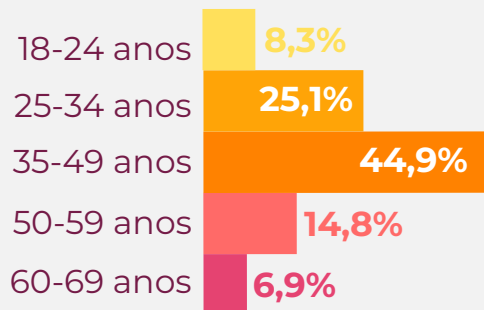
Gênero:
53,99% feminino (719.538 pessoas)
46,01% masculino (613.307 pessoas)

Perfil dos entrevistados

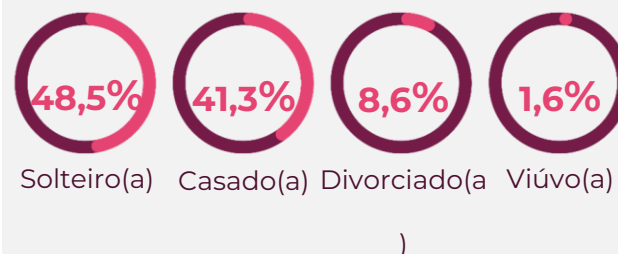
GÊNERO



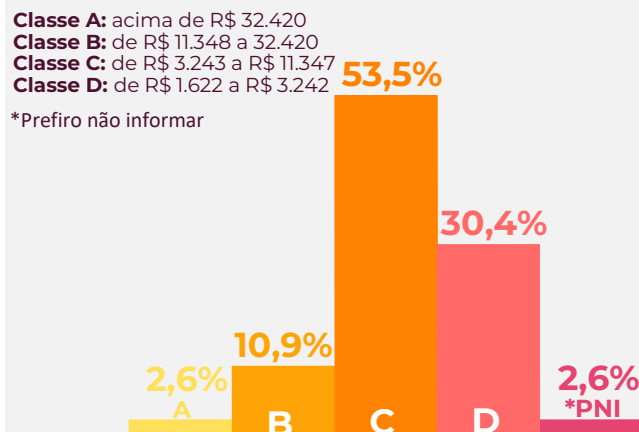
FAIXA ETÁRIA



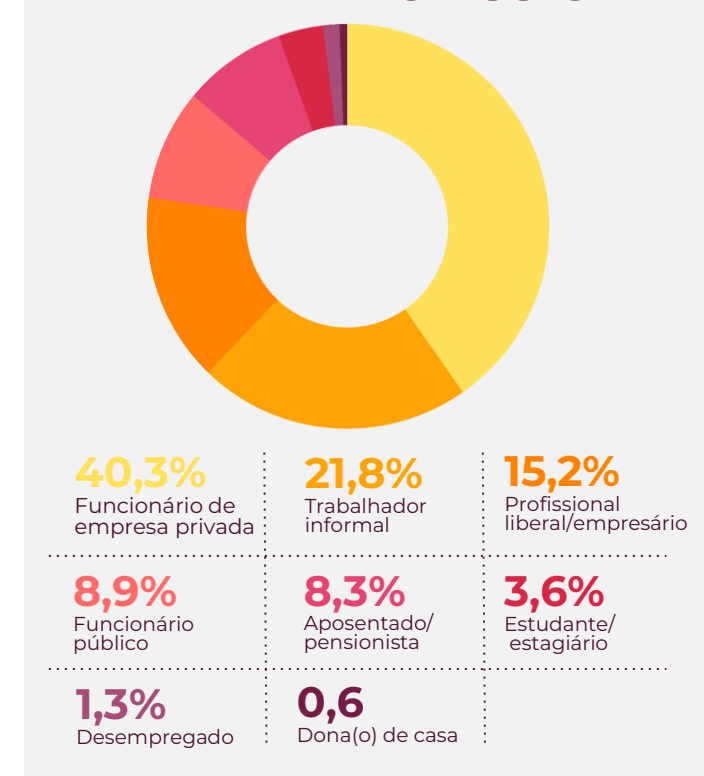
ESTADO CIVIL



CLASSE SOCIAL



ATIVIDADE PROFISSIONAL



AMOSTRA: 303 casos

CAPÍTULOS

1. Cronograma, objetivos e metodologia

2. Resultados

3. Considerações Finais



Resultados

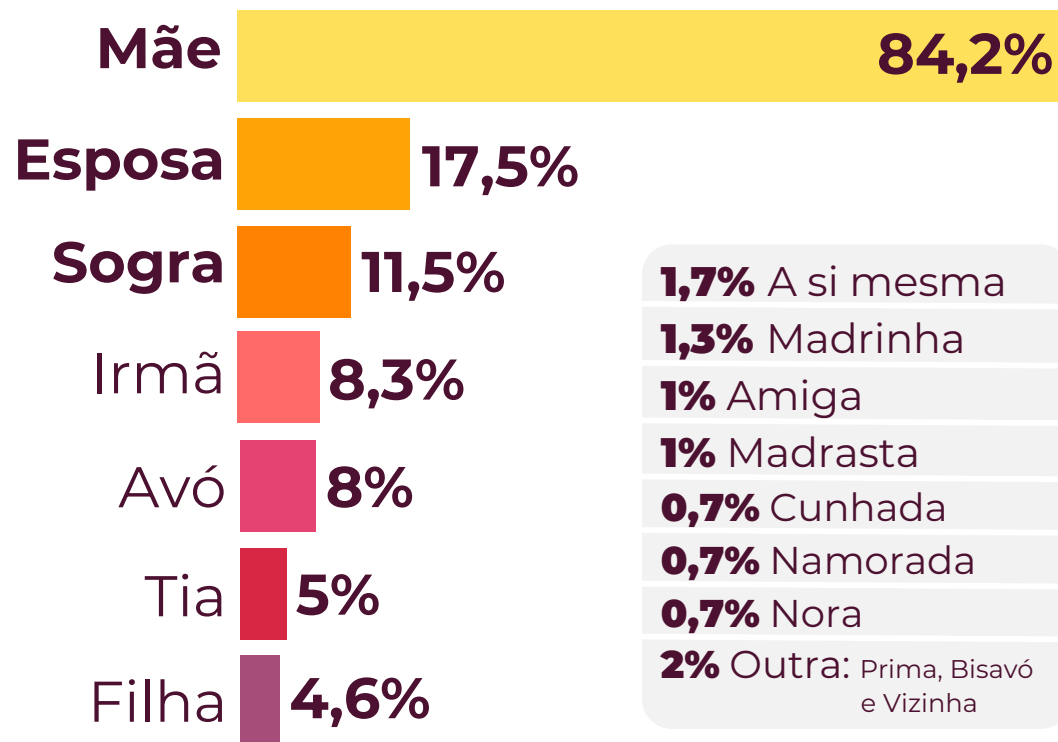
O Dia das Mães vai muito além de uma data comercial: ele carrega um **significado simbólico** profundamente ligado ao amor, ao cuidado e à ideia de família.

Essa simbologia ganha ainda mais força quando olhamos para a realidade dos lares brasileiros. Em cerca de **8 milhões deles, a mãe ocupa o papel central da família**, criando seus filhos sozinha e sendo sua principal (ou única) referência. Esse cenário escancara um desequilíbrio, visto que para cada pai solo, existem 6 mães na mesma condição (IBGE, 2022).

Ou seja, a data tem um **peso emocional** alto. Para o varejo, além da expectativa de consumo, é uma **oportunidade de extremo potencial de engajamento emocional**. É mais do que uma celebração ou um presente comprado, é uma **forma de materializar a gratidão e homenagear a figura materna**.

Como de costume, as mães serão as mais presenteadas neste dia, seguidas das esposas e sogras!

Em comparação aos anos de 2024 e 2025, os dados se mantêm estáveis.



PERGUNTA: Quem você pretende presentear nesse Dia das Mães? Mais alguém que você considera presentear?

AMOSTRA: 303 casos

Questão de múltipla escolha, por isso os valores somam mais de 100%.

O presente principal também será dado a elas!

74,9% MÃE

11% ESPOSA

2,6% FILHA

2,6% SOGRA

2% IRMÃ

1,7% Tia

1% Avó

1% A si mesma

0,3% Madrasta

0,3% Madrinha

0,3% Namorada

0,3% Nora

2% Outra: Prima, outra pessoa e não sei.

Ainda que as mães sejam as principais presenteadas, muitas outras mulheres são contempladas, homenageadas e presenteadas neste dia.



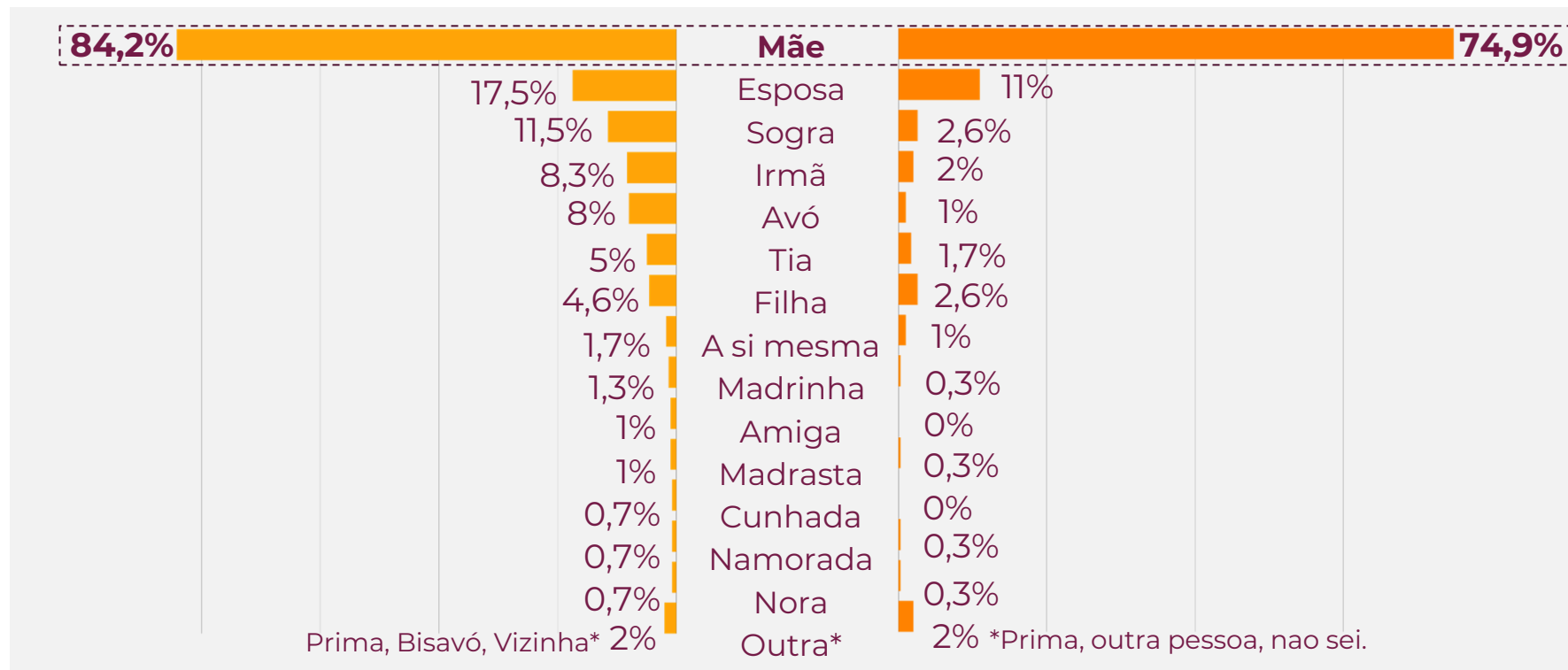
PERGUNTA: Para quem é/será o presente principal? (aquele que você vai gastar o maior valor)

AMOSTRA: 303 casos

Quem será presenteada

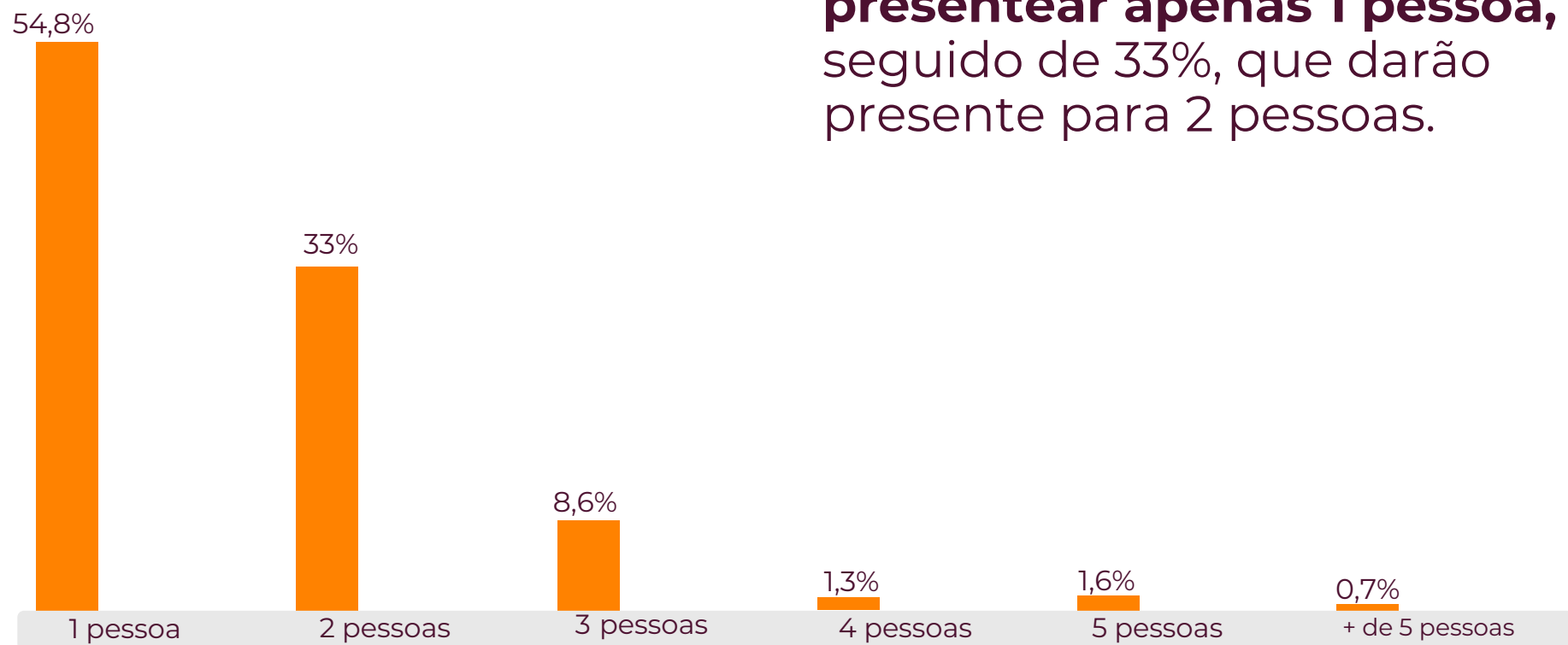


Quem receberá o presente principal



Mesmo que muitas sejam presenteadas, o **destino principal dos presentes** neste dia segue sendo **as mães**.

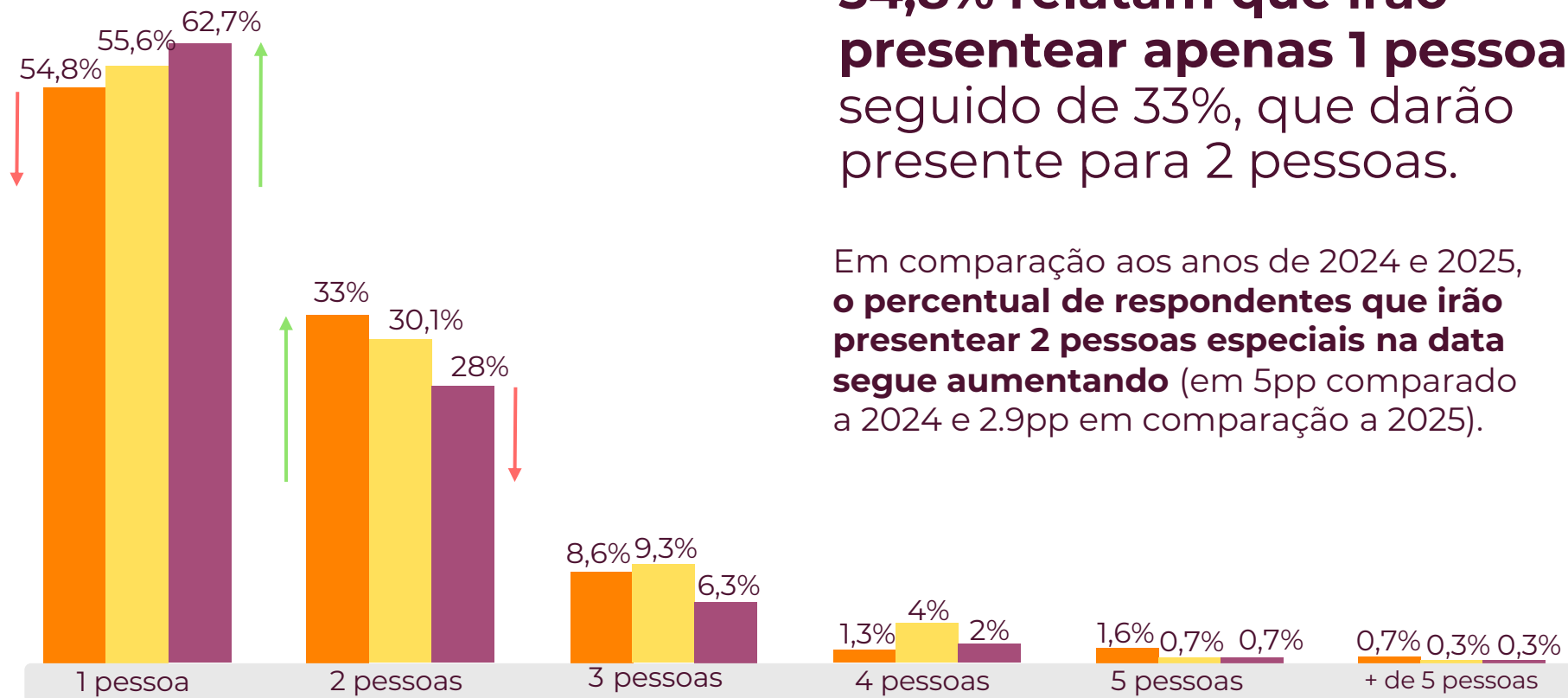
Mães - 2026



PERGUNTA: Qual é o número total de pessoas que você vai presentear?

AMOSTRA: 303 casos

Mães - 2026

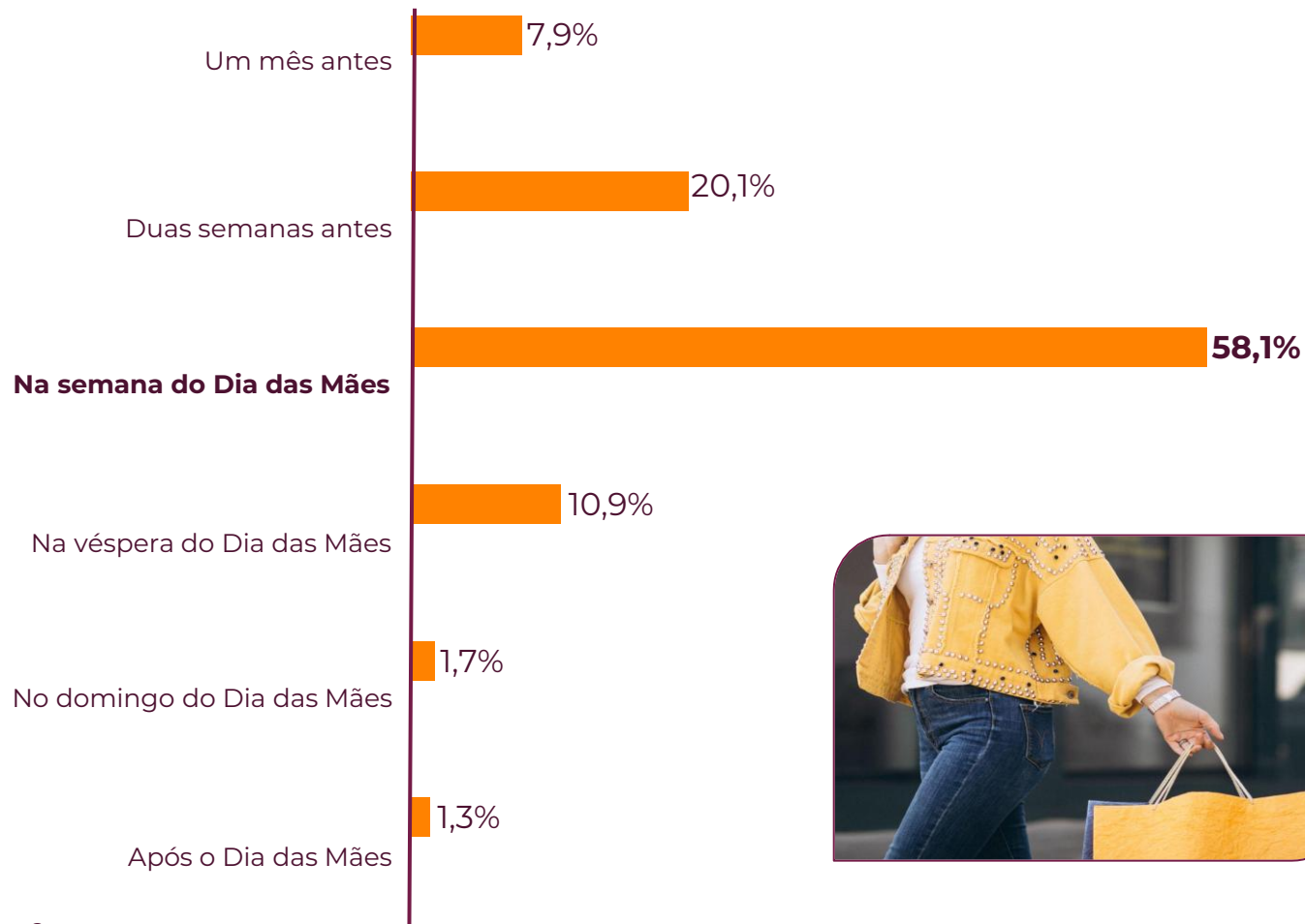


PERGUNTA: Qual é o número total de pessoas que você vai presentear?

AMOSTRA: 303 casos

Legenda: ● 2026 ● 2025 ● 2024

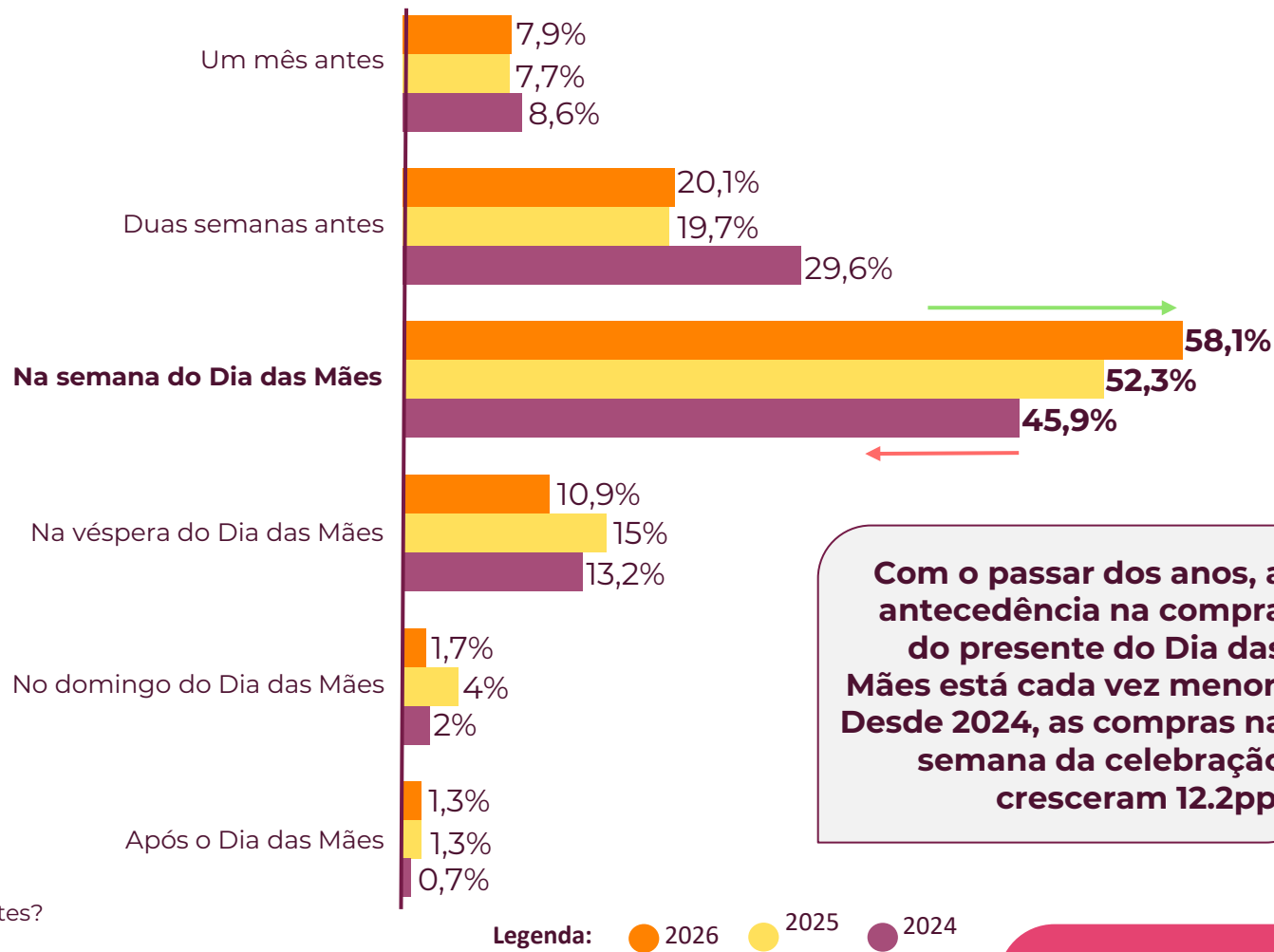
A semana do Dia das Mães é o período em que a maior parte da amostra (58,1%) pretende comprar o presente. Duas semanas de antecedência é o usual para 20,1%.



PERGUNTA: Quando você costuma comprar a maior parte dos presentes?

AMOSTRA: 303 casos

A semana do Dia das Mães é o período em que a maior parte da amostra (58,1%) pretende comprar o presente. Duas semanas de antecedência é o usual para 20,1%.

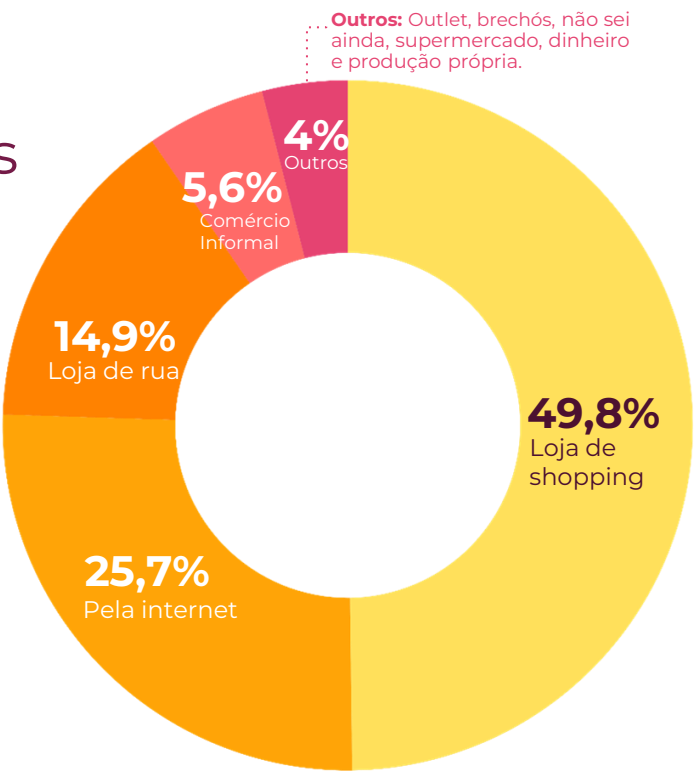


PERGUNTA: Quando você costuma comprar a maior parte dos presentes?

AMOSTRA: 303 casos

Lojas de shopping são o comércio mais procurado para a realização das compras nesta data (49,8%)!

Local preferido daqueles que comprarão na semana do Dia das Mães (59%).



A compra pela internet registrou um crescimento de 8,5 p.p. em relação a 2024 e de 7,4 p.p. em comparação a 2025. O crescimento deste espaço somado à redução da antecedência nas compras é o **reflexo de um cenário em que as entregas do comércio online estão cada vez mais rápidas e eficientes.**

Ano/Local	Shopping	Internet	Rua	Informal	Outro
2026	49,8%	25,7%	14,9%	5,6%	4%
2025	54,8%	18,3%	14,3%	9,6%	3%
2024*	36%	17,2%	32,7%	13,2%	0,6%

*No ano de 2024, a opção “Não sei” configurou 0,3% das respostas.

PERGUNTA: Onde pretende comprar o presente principal?
AMOSTRA: 303 casos

De forma inédita, itens de perfumaria, maquiagens e cosméticos (23,4%)

lideram o ranking de possíveis presentes para as mães.

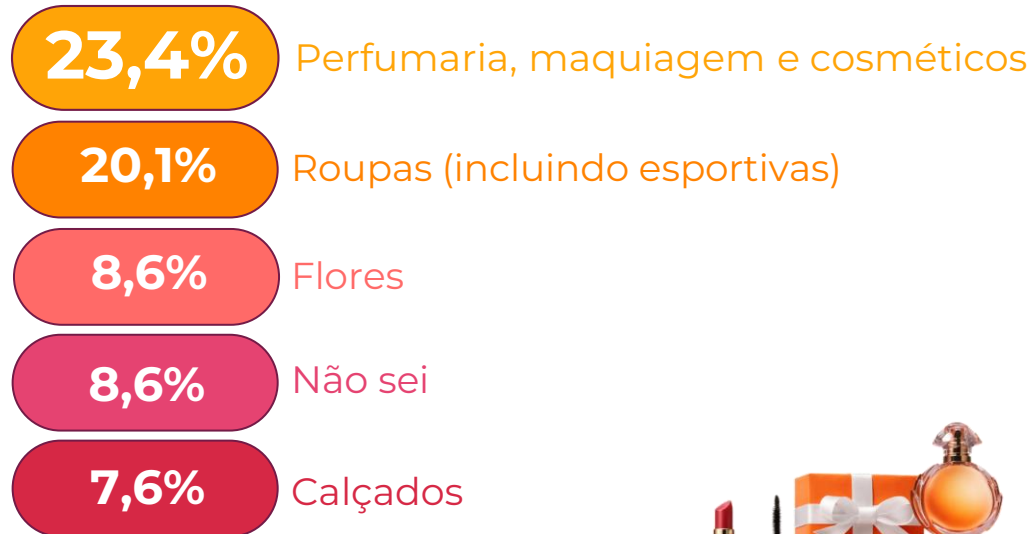
É a primeira edição em que algum outro item supera “roupas” nesta data.

A **percepção da perfumaria como um “luxo acessível”** reforça seu apelo como um bom presenteável, que combina valor emocional e sofisticação (com uma variedade de *tickets*).

PERGUNTA: Se o Dia das Mães fosse no próximo domingo, o que seria o mais provável que você compraria de presente?

AMOSTRA: 303 casos

Questão de múltipla escolha, por isso os valores somam mais de 100%.



Mães - 2026

5,3% Acessórios

5% Cestas de presente

4,6% Eletrodomésticos

3% Jóias

2,6% Eletrônicos

2,6% Cama, mesa e banho

2,3% Casa e decoração

1,3% Dinheiro

1,3% Livros / Papelaria

0,7% Bijuterias

0,3% Acessórios pet

0,3% Automóvel

0,3% Esporte e lazer / equipamentos esportivos

0,3% Experiências (almoço/jantar fora)

0,3% Ingresso para show

0,3% Móveis / mobiliário

0,3% Saúde, procedimento estético e bem-estar

0,3% Serviços digitais (assinaturas, cursos online)

0,3% Telefonia

0,3% Vale-presente

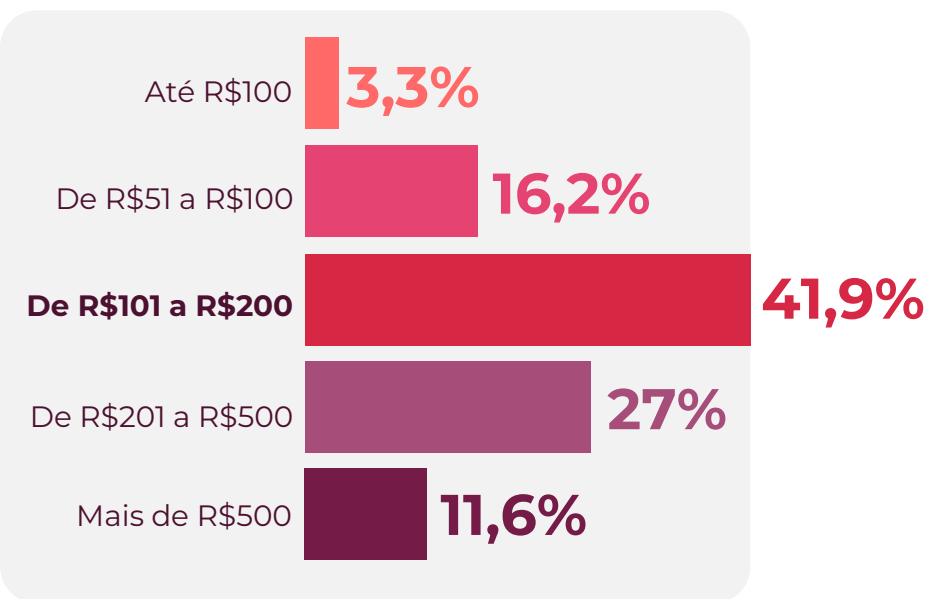


PERGUNTA: Se o Dia das Mães fosse no próximo domingo, o que seria o mais provável que você compraria de presente?

AMOSTRA: 303 casos

Questão de múltipla escolha, por isso os valores somam mais de 100%.

A faixa de **preço do presente principal, para 41,9%** da amostra, será entre **101 e 200 reais**, seguido de 201 a 500 reais para 27% dos respondentes.

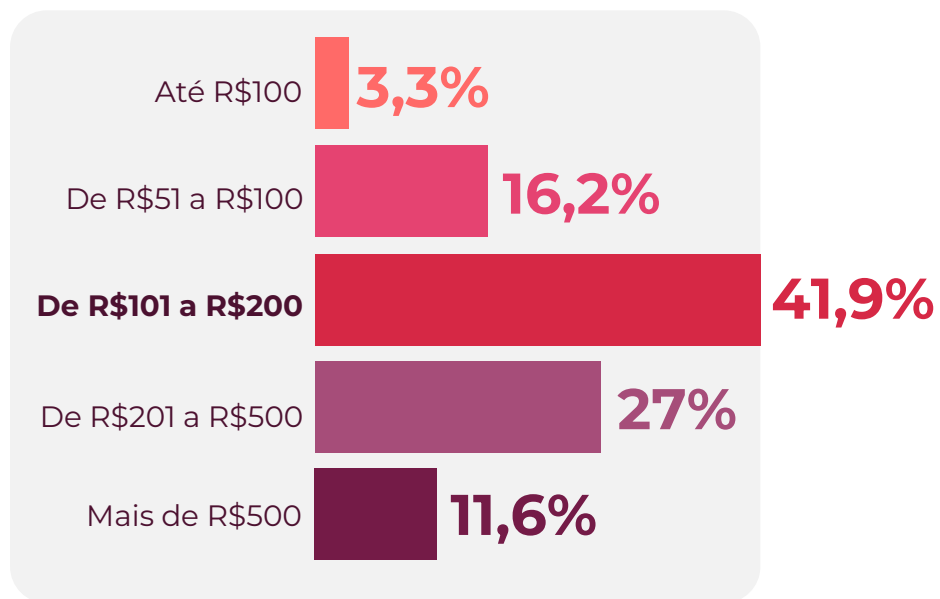


Em comparação aos anos anteriores, a faixa de investimento entre 101 e 200 reais voltou a ser a mais recorrente na amostra. Há ainda um crescimento contínuo nos aportes superiores a 500 reais por presente ao longo dos anos.

Ano/Valor	Até 50	51-100	101-200	201-500	500+
2026	3,3%	16,2%	41,9%	27%	11,6%
2025	3,3%	15,9%	34,4%	35,8%	10,6%
2024	7,3%	25,1%	42,6%	18,8%	6,2%

PERGUNTA: Quanto você pretende gastar só no presente principal do Dia das Mães?
AMOSTRA: 303 casos

A faixa de **preço do presente principal, para 41,9%** da amostra, será entre **101 e 200 reais**, seguido de 201 a 500 reais para 27% dos respondentes.



Entre aqueles que irão presentear 2 pessoas na data: 35% investirá entre 101 e 200 reais, e 36% entre 201 e 500 reais.

PERGUNTA: Quanto você pretende gastar só no presente principal do Dia das Mães?

AMOSTRA: 303 casos

Viagens e passeios não farão parte do Dia das Mães de 85,5% da amostra.

Em comparação ao ano passado (2025), menos pessoas têm a pretensão de viajar ou passear nesta data comemorativa.

85,5%

Não, farei viagem nem passeio

9,2%

Sim, farei um passeio (sem pernoite)

5,3%

Sim, viajarei (com pernoite)

Entre os que irão passear, o investimento será de 201 a 500 reais para 42,9% da amostra.

Já para os viajantes, 56,3% pretendem gastar mais de 500 reais.



PERGUNTA: 1. Você pretende viajar ou fazer algum passeio especial nesse Dia das Mães? 2. Quanto pretende gastar?

AMOSTRA: 1. 303 casos / 2. 28 casos / 3. 16 casos



80,5%
Sim, no almoço
de domingo

4%
Sim, em
outro dia

15,5%
Não farei refeição
especial de Dia
das Mães

O Dia das Mães é uma data altamente celebrada pelas famílias porto-alegrenses. **A maioria irá realizar ceias especiais em comemoração ao dia (84,5%).**

Entre os que farão uma refeição especial (seja no Domingo ou outro dia), 34,8% deseja investir entre 101 e 200 reais, e outros 34,8% entre 201 e 500 reais.

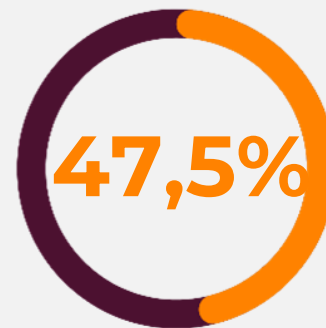
PERGUNTA: 1. Você pretende fazer alguma refeição especial no Dia das Mães? 2. Quanto pretende gastar?

AMOSTRA: 1. 303 casos / 2. 256 casos

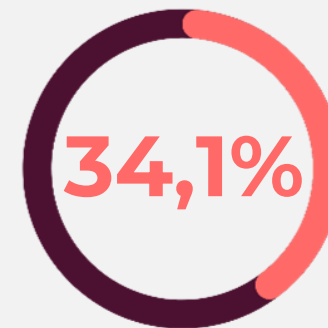
47,5%

dos entrevistados **irão distribuir seus gastos de forma equilibrada** entre presentes, refeições especiais, viagens ou passeios.

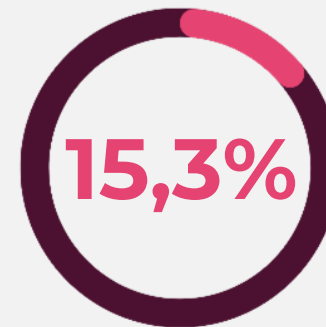
Já entre aqueles que estabelecem uma prioridade, a maioria concentra seus investimentos na compra de presentes (34,1%).



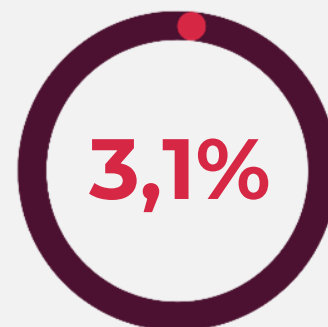
Vou investir igualmente entre todos



O presente



A refeição especial



A viagem ou o passeio

PERGUNTA: 1. Qual das opções será a sua prioridade de investimento na data?

AMOSTRA: 1.303 casos

63,4%

das pessoas
entrevistadas
são mães.

Sim, sou mãe 63,4%

Não sou mãe 36,6%



68,1%

delas não pretendem
presentear a si
mesmas.

Não pretendo 68,1%

Pretendo 31,9%

PERGUNTA: 1. Você é mãe? 2. Você pretende comprar um presente para si?

AMOSTRA: 1. 303 casos / 2. 116 casos

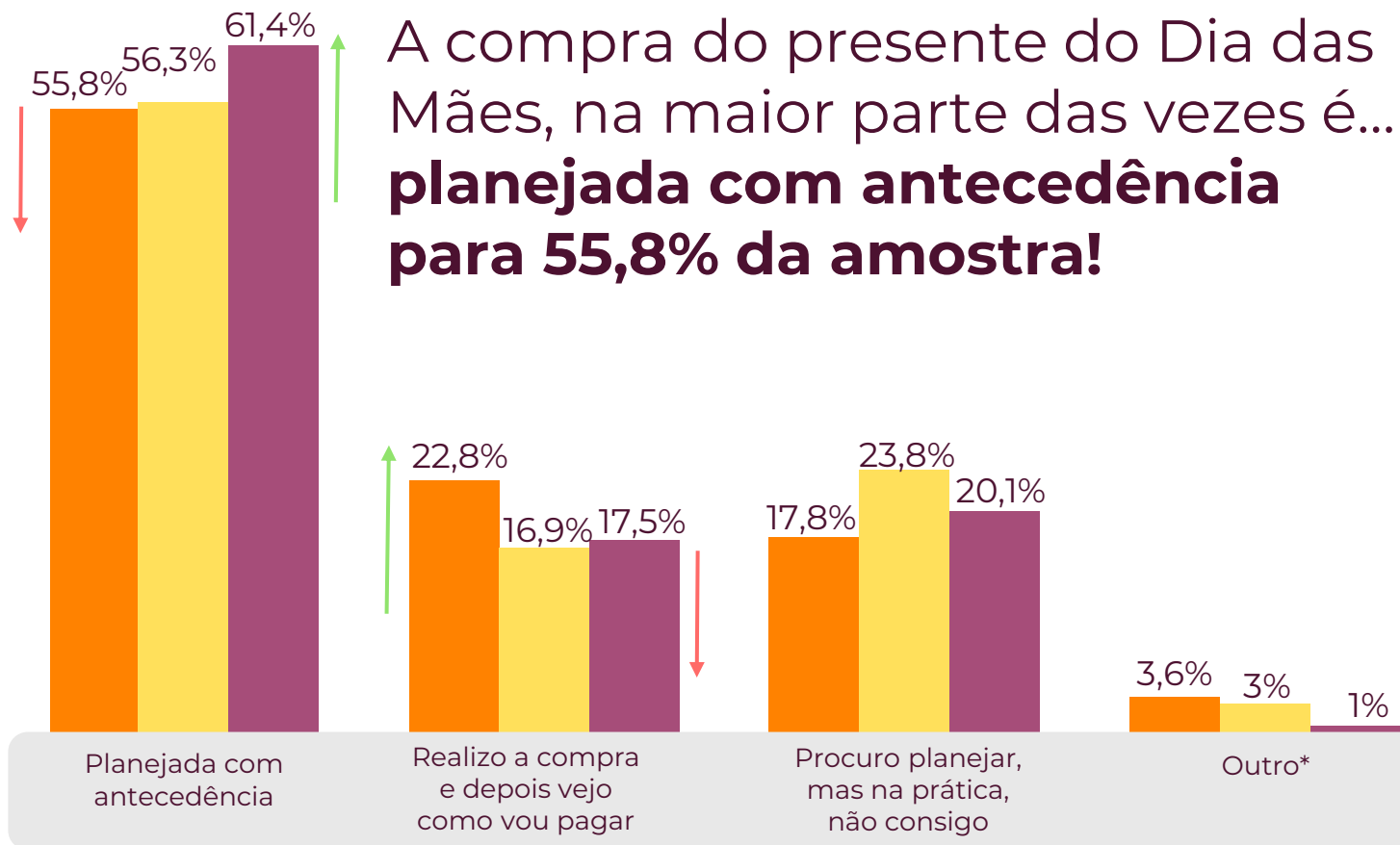
A compra do presente do Dia das Mães, na maior parte das vezes é...
planejada com antecedência
para 55,8% da amostra!



*Sem planejamento; compra o que consegue pagar no momento; não sabe o que comprar, mas sabe como vai pagar; analisa mais próximo à data.

PERGUNTA: A compra do presente do Dia das Mães, na maior parte das vezes é:

AMOSTRA: 303 casos



O planejamento segue sendo o maior comportamento, ainda que em queda. O principal destaque, está no avanço do **comportamento mais imediatista**: a opção “realizo a compra e depois vejo como vou pagar” cresce de forma significativa, alcançando 22,8%, o maior patamar até então, acima de 17,5% em 2024 e 16,9% em 2025.

*Sem planejamento; compra o que consegue pagar no momento; não sabe o que comprar, mas sabe como vai pagar; analisa mais próximo à data.

PERGUNTA: A compra do presente do Dia das Mães, na maior parte das vezes é:

AMOSTRA: 303 casos

Legenda: ● 2026 ● 2025 ● 2024

CAPÍTULOS

1. Cronograma, objetivos e metodologia

2. Resultados

3. Considerações Finais

RAIO X DIA DAS MÃES 2026

74,9%

da amostra tem as mães como **principais presenteadas** neste dia!

54,8%

dos respondentes irão presentear **apenas 1 pessoa.**

58,1%

pretende comprar os presentes na **própria semana do Domingo de Mães.**

23,4%

irão presentear com **itens de perfumaria, maquiagens e cosméticos.**

49,8%

comprarão os presentes em **lojas de shopping.**

41,9%

pretendem investir entre **R\$101 e R\$200** no presente de Dia das Mães.

85,5%

não farão viagens ou passeios neste final de semana de celebração.

84,5%

farão uma refeição especial no período, seja no domingo ou outro dia.

34,8%

dos que farão alguma celebração, investirão entre **R\$101 e R\$200** ou **R\$201 a R\$500** no evento.

47,5%

dos entrevistados afirmam **distribuir seus gastos igualmente** entre as opções.

O Dia das Mães possui um caráter simbólico e afetivo, mas também bastante estratégico.

○ **crescimento do número de pessoas homenageadas e presenteadas** na data reflete a diversidade das relações de cuidado e afeto, **aumentando também as oportunidades de venda!**



Os itens de perfumaria, maquiagem e cosméticos como principais presentes nesta data evidenciam tendências relevantes de mercado: **a valorização do autocuidado, a busca por bem-estar e a crescente adesão ao conceito de “luxo acessível”**. Esses produtos estão relacionados a rituais de beleza e momentos de indulgência pessoal, reforçando seu apelo emocional e simbólico.

Além disso, este achado alinha-se com uma outra movimentação de mercado: **em cenários de incerteza** (tensões sociais, políticas, etc) há um **aumento na busca e consumo de pequenos luxos acessíveis**, como produtos de beleza, que ajudam a compensar emocionalmente períodos mais complexos.



Os itens de perfumaria, maquiagem e cosméticos como principais presentes nesta data evidenciam tendências relevantes de mercado: **a valorização do autocuidado, a busca por bem-estar e a crescente adesão ao conceito de “luxo acessível”**. Esses produtos estão relacionados a rituais de beleza e momentos de indulgência pessoal, reforçando seu apelo emocional e simbólico.



Material desenvolvido
em parceria com

vitamina[®]

Pesquisas orgânicas e criativas

✱ CDL POA **65**
anos

