



DIA DAS MÃES

EM UM NOVO MOMENTO DA PANDEMIA

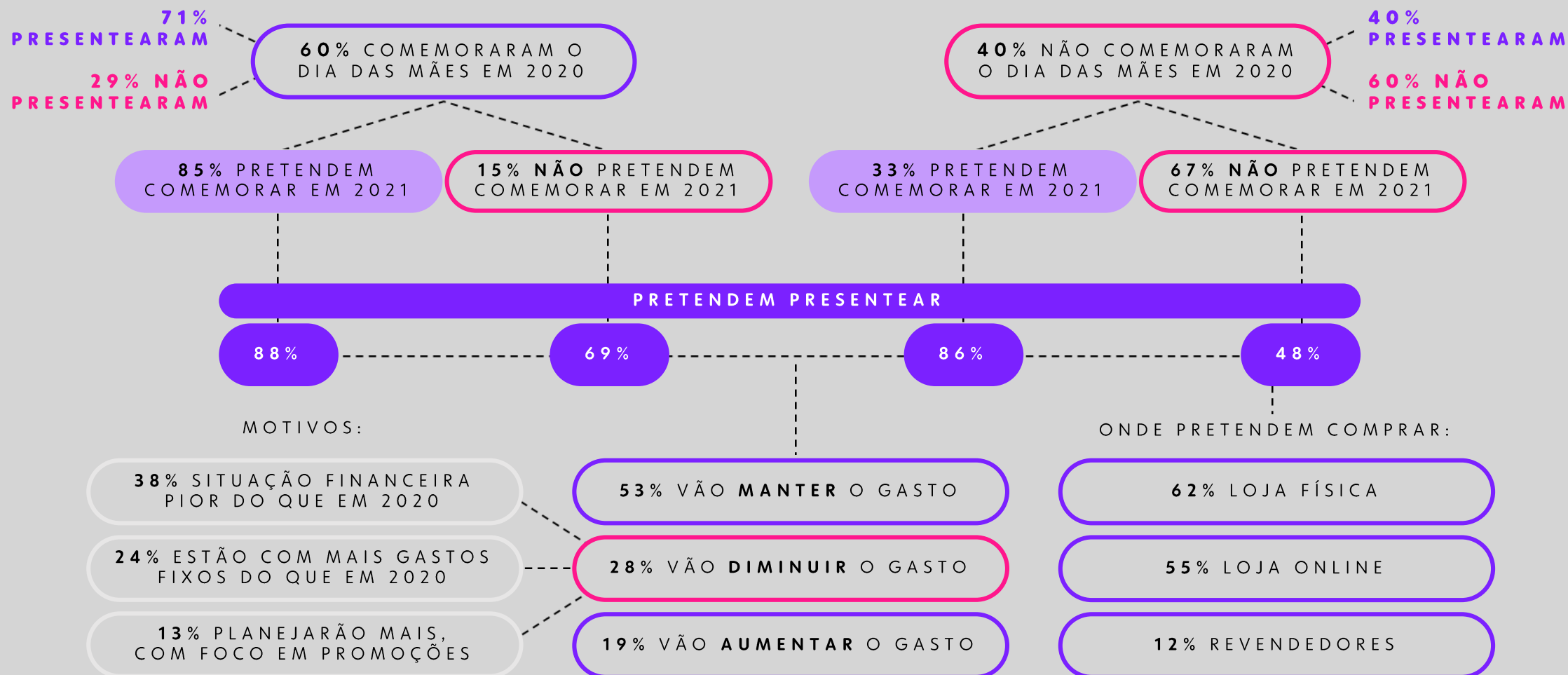
RESULTADOS PESQUISA BEHUP PARA CMI GLOBO





HIGHLIGHTS

COMPARATIVO 2021 X 2020



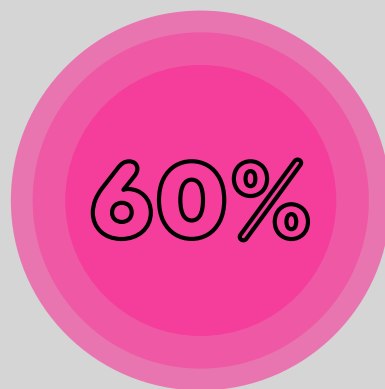


9 EM CADA 10

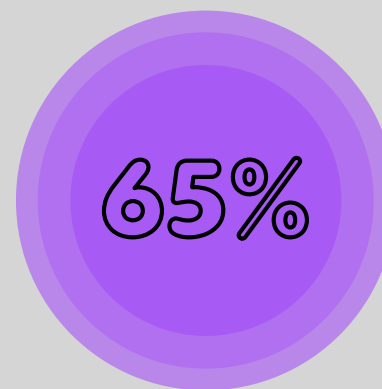
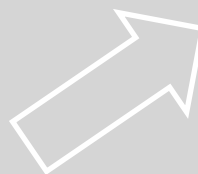
AFIRMAM QUE **DIA DAS MÃES SEMPRE
SERÁ** UMA DATA **IMPORTANTE**



RELEVÂNCIA QUE **CRESCE** A CADA ANO



COMEMORARAM
EM 2020



PRETENDEM
COMEMORAR EM 2021



*“Gratidão por minha mãe estar bem,
sorrindo e feliz dentro da casinha dela.”*

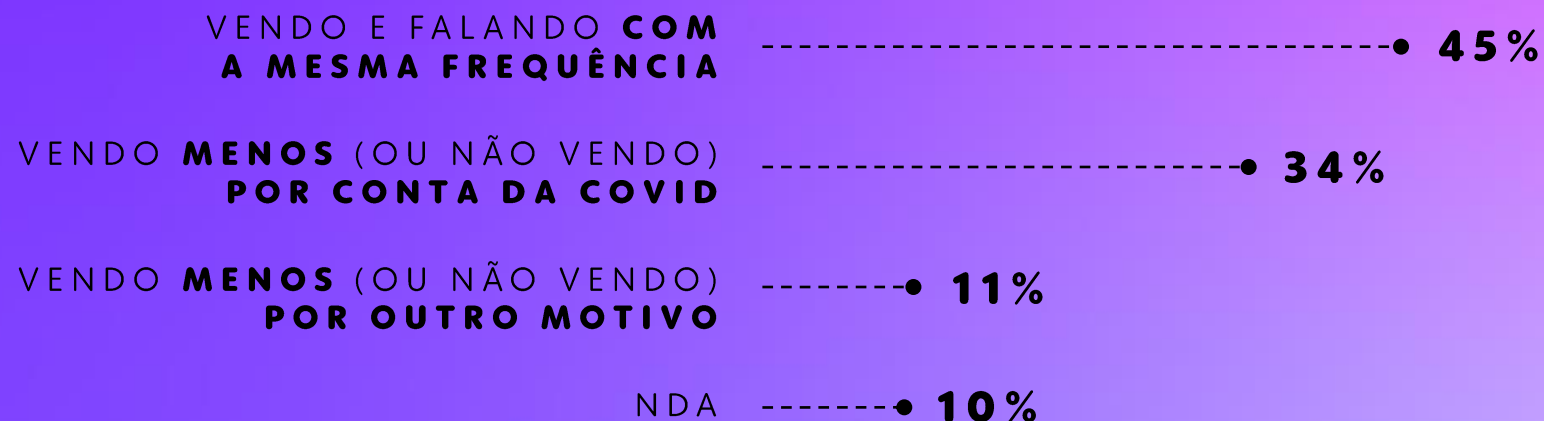
Mulher, 20 anos, Classe C - Sudeste

PARA 77%
A DATA SERÁ UM
DIA NECESSÁRIO
DE TRANQUILIDADE
EM MEIO À UM PERÍODO
TÃO DIFÍCIL



ENTRE AQUELES QUE QUEREM CELEBRAR, **METADE PERMANECEU LONGE DA MÃE** AO LONGO DO ÚLTIMO ANO

RELAÇÃO COM A MÃE¹ AO LONGO DE 2020





DISTANTES OU NÃO,
8 EM CADA 10
PASSARAM A **VALORIZAR**
AINDA MAIS OS GESTOS
SIMPLES DE AFETO DA MÃE,
COMO O **BEIJO E O ABRAÇO**



QUAL A MAIOR DIFICULDADE EM PERMANECER FÍSICAMENTE DISTANTE DA SUA MÃE?

“Eu tinha o costume de ir todo final de semana ver a minha mãe e com a pandemia já estou sem ver há mais de 3 meses e sinto muito a falta dela.”

Mulher, 28 anos, Classe C - Nordeste

“Estou mais ansioso, sinto falta das conversas com ela e do carinho de estar perto dela.”

Homem, 29 anos, Classe A - Centro - Oeste

“A maior dificuldade foi ficar sem ter o contato físico, um abraço, um beijo, demonstrações de afeto.”

Mulher, 25 anos, Classe B - Sudeste

“Sinto falta de não poder abraçar com a mesma frequência de antes. Parece que falta algo.”

Homem, 18 anos, Classe C - Nordeste





POR TUDO ISSO, **FELICIDADE EM** PODER **CELEBRAR** É O SENTIMENTO QUE **PREVALECE**

41%

FELIZ POR
CELEBRAR DE
ALGUMA FORMA

QUAL ALTERNATIVA MELHOR DESCREVE O SEU
SENTIMENTO EM RELAÇÃO À DATA EM 2021?

15%

ESPERANÇOSO
DE TER VACINA
ATÉ A DATA

14%

TRISTE
POR NÃO
CELEBRAR
COMO
GOSTARIA

12%

ANIMADO
COMO
SEMPRE

10%

FRUSTRADO
POR MAIS UMA
CELEBRAÇÃO
EM PANDEMIA

5%

**SEM
EMPOLGAÇÃO**
COMO SEMPRE



MAIS DO QUE NUNCA, A **DATA** SE
APROXIMA **CARREGADA** DE **EMOÇÃO**

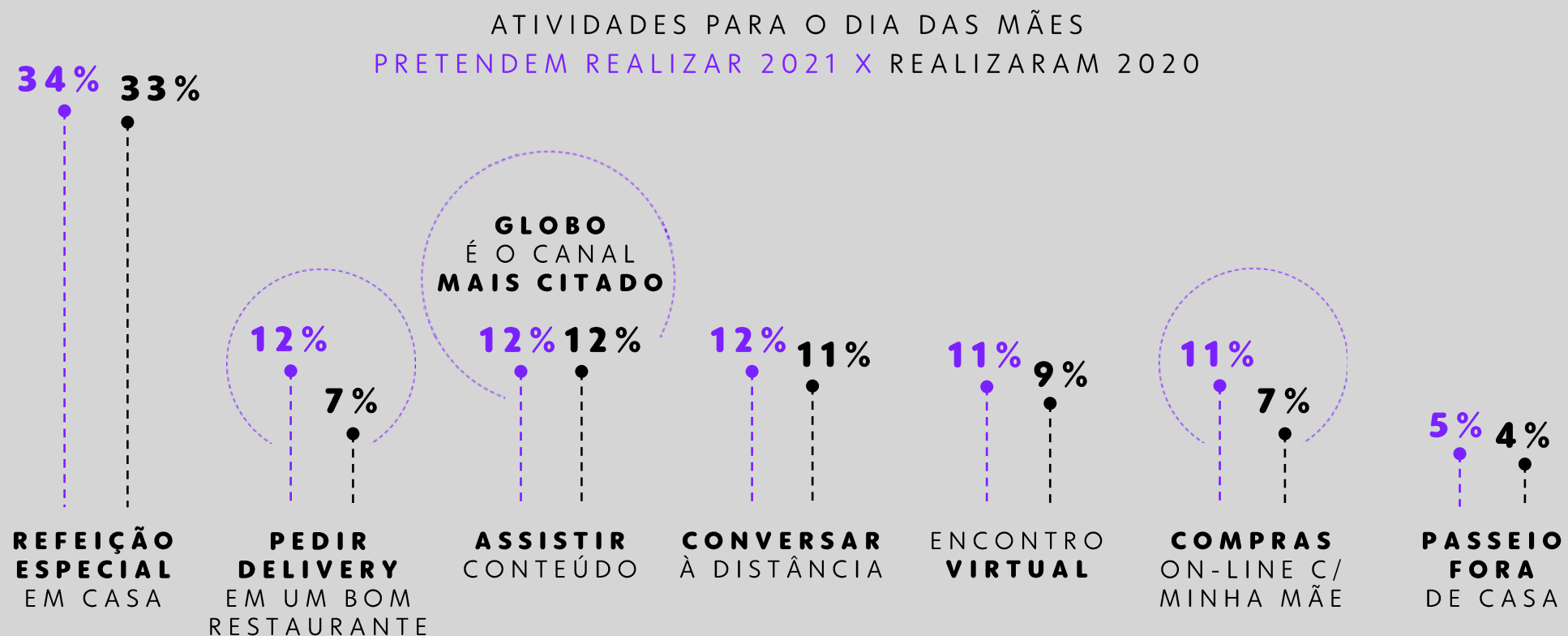
70%

PERCEBEM O DIA DAS MÃES
MAIS EMOCIONANTE POR
CONTA DO ANO DIFÍCIL





PARA O DIA, PREDOMINAM AS ATIVIDADES EM CASA, COM **DESTAQUE** PARA **DELIVERY** E **COMPRAS ON-LINE**





○ PRESENTE É PRESENÇA INDISPENSÁVEL

“Presentear a minha mãe nesse período é ainda mais importante pra ela se sentir amada e saber que em qualquer momento ela é lembrada e querida.”

Mulher, 30 anos, Classe C - Sudeste

“O presente representa amor e força porque tudo isso vai passar. É um carinho nesses dias tão difíceis.”

Mulher, 39 anos, Classe B - Sudeste

“O presente mostra que nos importamos com quem amamos e é para amenizar a distância por não poder nos ver e abraçar.”

Homem, 29 anos, Classe DE - Sudeste





PRESENTEAR EXTRAPOLA A COMEMORAÇÃO E ESTÁ PRESENTE MESMO ELA NÃO ACONTECENDO

NO TOTAL,
59% DOS BRASILEIROS
PRESENTEARAM EM 2020,
COMEMORANDO OU NÃO.
ESSE ANO, 75%
PRETENDEM PRESENTEAR





MÃES SÃO MAIORIA, MAS NÃO AS ÚNICAS

QUEM VAI GANHAR PRESENTE:



ESPOSA / NAMORADA	18%
SOGRA	17%
AVÓ	13%
TIA	8%
MADRINHA	6%
AMIGA	6%
FILHA / ENTEADA	4%



PRINCIPAIS ARTIGOS ESCOLHIDOS COMO PRESENTE

INTENÇÃO 2021 X COMPRA DECLARADA 2020

(EXPECTATIVA DE CRESCER)

	ROUPA	24%	20%
	PERFUME	24%	19%
	CHOCOLATE / DOCE	19%	13%
	FLORES	16%	13%
	CALÇADO	15%	11%
	ACESSÓRIOS	14%	11%
	CESTA COM QUITUTES	10%	7%
	VALE - PRESENTE	9%	5%
	MAQUIAGEM	8%	5%

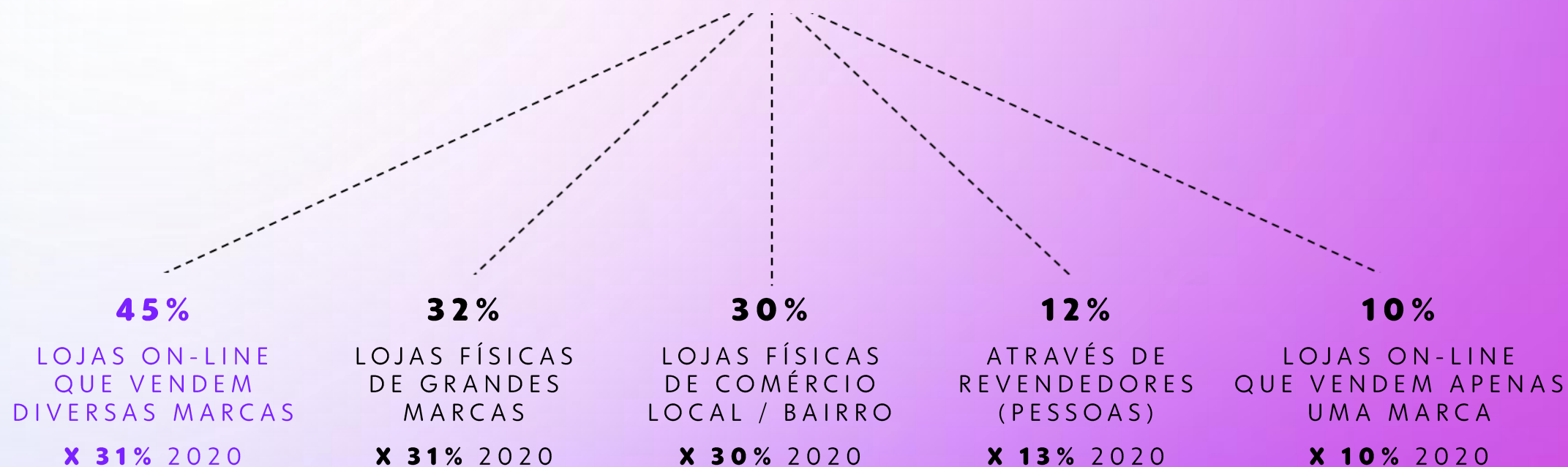
(EXPECTATIVA DE MANTER)

	CREME HIDRATANTE	13%	11%
	UTENSÍLIO DOMÉSTICO	9%	11%
	ELETRODOMÉSTICOS	9%	8%
	ELETRÔNICOS	8%	6%
	ALGO SIMBÓLICO, FEITO POR MIM	8%	6%
	SABONETE	7%	8%
	CELULAR / SMARTPHONE	7%	7%
	XAMPU E CONDICIONADOR	5%	4%
	LIVRO	5%	3%
	BEBIDAS	4%	3%



EM 2021, **MARKET PLACES** GANHAM AINDA **MAIS RELEVÂNCIA**

CANAL DE COMPRA DOS PRESENTES:





QUASE **METADE** DEIXA PARA
COMPRAR DE **ÚLTIMA HORA**
QUANDO PRETENDEM COMPRAR O PRESENTE:

36%

NA SEMANA DO DIA DAS MÃES

33%

APROXIMADAMENTE **15 DIAS ANTES**

21%

APROXIMADAMENTE **1 MÊS ANTES**

11%

NO PRÓPRIO DIA DAS MÃES

6%

JÁ COMPREI



O VALOR **GASTO** COM O PRESENTE É UMA DAS **SEMELHANÇAS** DO DIA DAS MÃES DE **2021** E **2020**

COMPARANDO COM 2020, O GASTO COM O PRESENTE SERÁ:

MENOR



28%

IGUAL

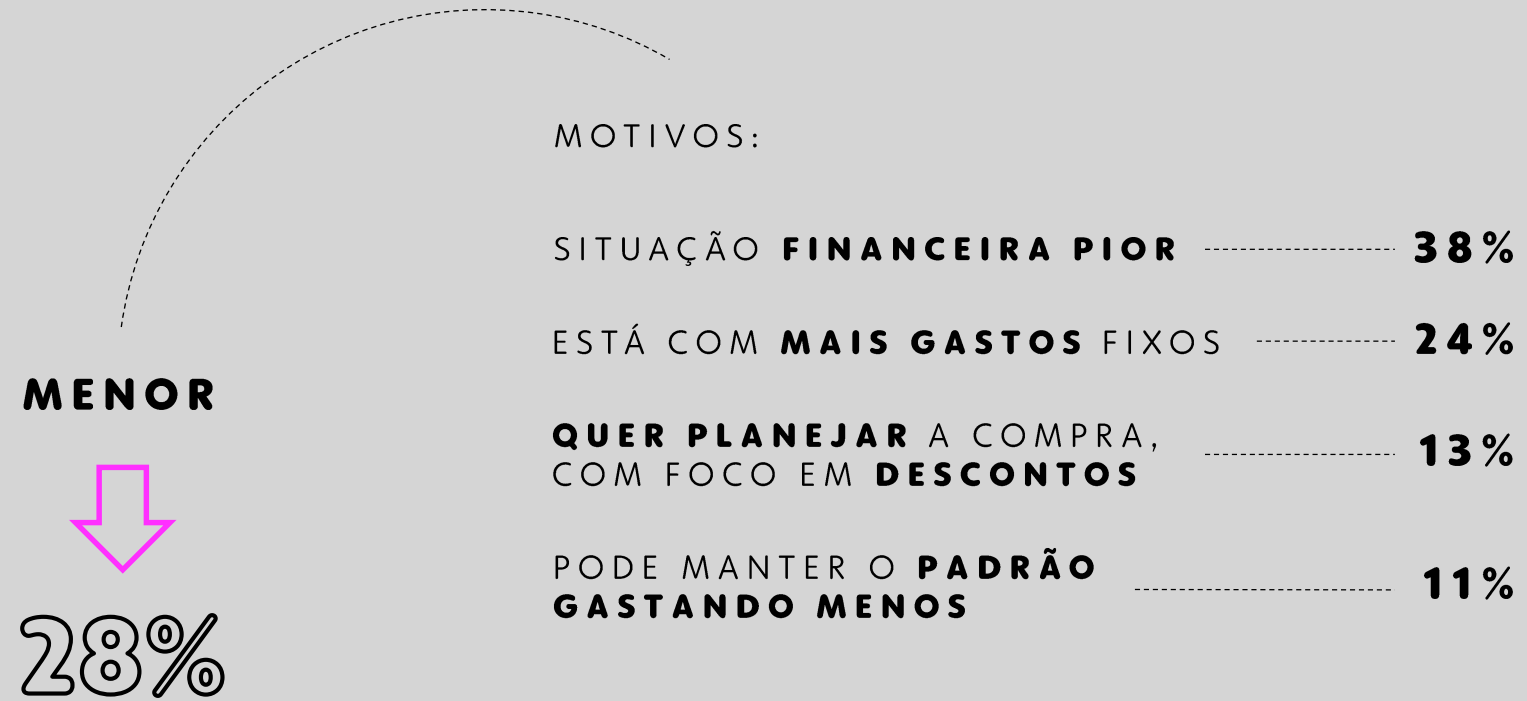


53%

MAIOR



19%





ENTRE DICAS E RECOMENDAÇÕES, A **PUBLICIDADE GARANTE SUA IMPORTÂNCIA** COMO FONTE DE INSPIRAÇÃO



NA HORA DE PRESENTEAR, O QUE COSTUMAM CONSIDERAR:

52%

DICAS DE
QUEM VOU
PRESENTEAR

30%

RECOMENDAÇÃO
DE AMIGOS/
FAMÍLIA

30%

DIFERENTES
ANÚNCIOS
NO **DIGITAL**

24%

DIFERENTES
ANÚNCIOS
NA **TV**



MAS E QUEM **NÃO COMEMORA?**

PRESENÇA DAS **MÃES TODOS OS DIAS, PIOR SITUAÇÃO FINANCEIRA** E OUTRAS **PRIORIDADES** SÃO OS MOTIVOS QUE MAIS CRESCEM

MOTIVO DE NÃO COMEMORAR 2021 X 2020:

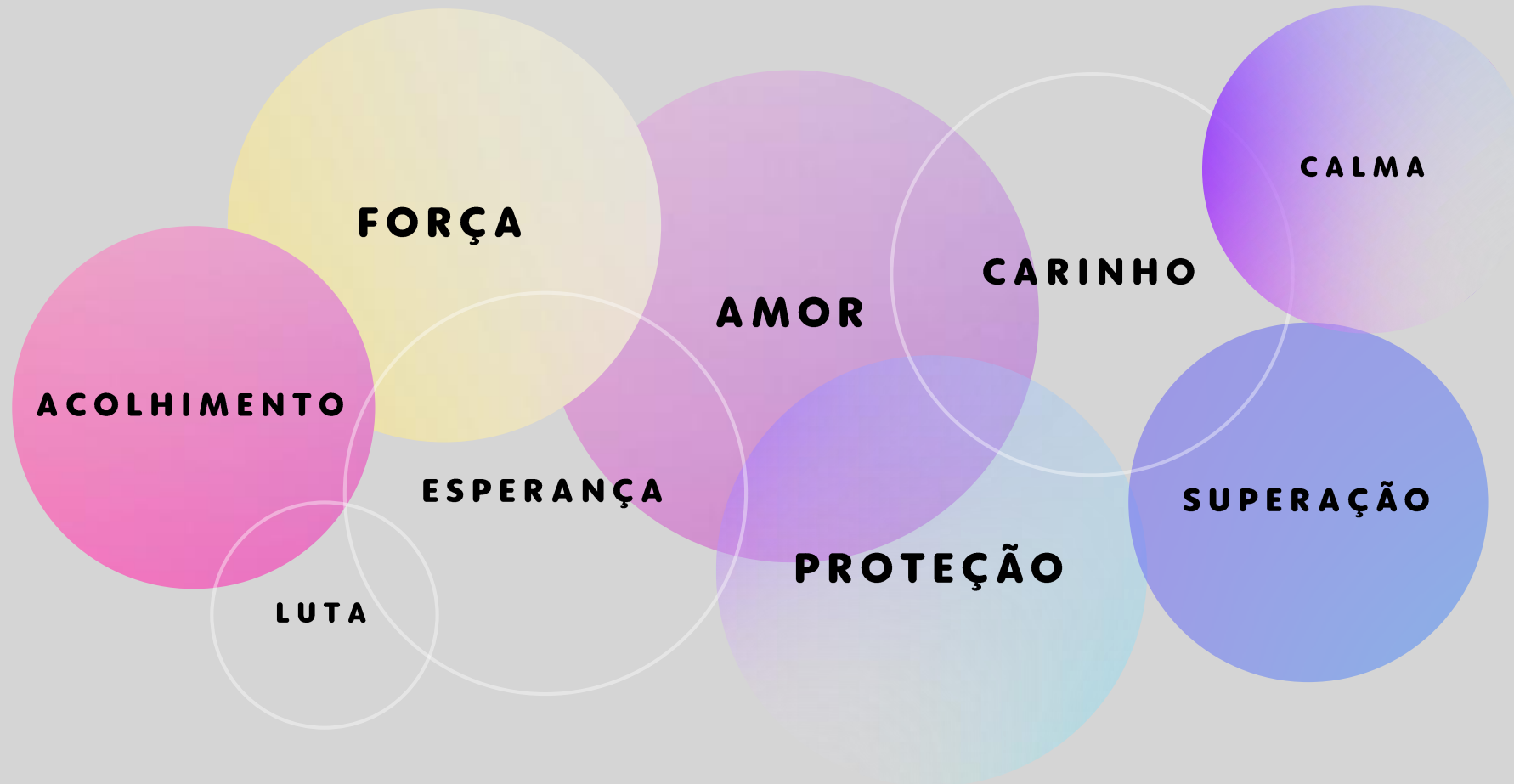
ISOLAMENTO SOCIAL	39%	44%
NÃO PODE TER GASTOS COM A DATA	20%	12%
JÁ ESTÁ COM A MÃE TODOS OS DIAS	19%	9%
MORA LONGE	15%	16%
TEM OUTRAS PRIORIDADES	11%	4%
NÃO COSTUMA COMEMORAR	8%	14%
SEM ANIMAÇÃO	6%	11%



PARA **46%** DAQUELES QUE NÃO ESTÃO
ANIMADOS OU ESTÃO EM ISOLAMENTO,
TER A **VACINAÇÃO** SERIA UMA FORMA DE
CONSIDERAREM ALGUMA **COMEMORAÇÃO**



INDEPENDENTEMENTE DO MOMENTO,
A FIGURA DA **MÃE** SEMPRE É RELACIONADA AOS
SENTIMENTOS MAIS **POSITIVOS**





DISTRIBUIÇÃO DA AMOSTRA:

TAMANHO TOTAL: **1.283 PESSOAS** (FILTRO – QUEM POSSUI MÃE (PESSOA QUE CRIOU))

DATA DO CAMPO: **13 A 15 DE MARÇO DE 2021**

IDADE (FILTRO)

18 A 24 ANOS	20%
25 A 34 ANOS	25%
35 A 44 ANOS	26%
45 ANOS +	29%

SEXO (FILTRO)

FEMININO	52%
MASCULINO	48%

CLASSE SOCIAL (FILTRO)

A	6%
B	25%
C	45%
DE	23%

REGIÃO (FILTRO)

NORTE	9%
NORDESTE	25%
CENTRO - OESTE	8%
SUL	14%
SUDESTE	44%

INTELIGÊNCIA DE MERCADO



Marília Câmara

marilia.camara@g.globo

Camila Monteagudo

camila.monteagudo@g.globo

Camila Viol

camila.viol@g.globo

Fernanda Sad

fernanda.sad@g.globo