



DIA DAS MÃES

E-BOOK 2026





O comportamento do consumidor para o Dia das Mães de 2026 em Caxias do Sul revela um cenário de leve crescimento e maior maturidade nas decisões de compra. Mais planejados, os consumidores demonstram disposição para investir em presentes de maior valor, ao mesmo tempo em que reforçam a conexão com o comércio local. A intenção de compra registra **alta de 2,3% em relação ao ano anterior**, enquanto o ticket médio deve **crescer 3,9%, chegando a R\$ 261,17**.

Os dados indicam um público que busca equilibrar emoção e racionalidade: ao mesmo tempo em que sentimentos como amor e gratidão seguem como principais motivadores, **cresce o hábito de pesquisar preços, antecipar decisões e avaliar melhor as opções**. Esse comportamento reforça oportunidades para o varejo, especialmente para empresas que investem em atendimento, ambientação e estratégias que valorizem a experiência de compra.



Amostra 586

Nível de Confiança 95%

Dias da Pesquisa 10/04/26 à 13/04/26

Margem de erro 5%

PERFIL DOS ENTREVISTADOS

GÊNERO

FEMININO	59,7%
MASCULINO	40,3%

IDADE

16 A 29	19,8%
30 A 39	22,7%
40 A 49	24,7%
50 A 59	18,9%
60 A 69	12,1%
70 OU MAIS	1,8%

ESCOLARIDADE

FUNDAMENTAL INCOMPLETO	2,1%
FUNDAMENTAL COMPLETO	3,3%
MÉDIO INCOMPLETO	5,7%
MÉDIO COMPLETO	51,7%
SUPERIOR INCOMPLETO	18,2%
SUPERIOR COMPLETO	16,5%
PÓS-GRADUADO INCOMPLETO	0,8%
PÓS-GRADUADO COMPLETO	1,7%

ESTADO CIVIL

CASADO(A) / UNIÃO ESTÁVEL	61,7%
SOLTEIRO(A) / SEPARADO(A) / VIÚVO(A)	38,3%

SITUAÇÃO PROFISSIONAL

FUNCIONÁRIO EMPRESA PRIVADA	56,4%
PROFISSIONAL LIBERAL	12,9%
FUNCIONÁRIO PÚBLICO	8,0%
SÓCIO OU PROPRIETÁRIO DE EMPRESA	7,5%
APOSENTADO/PENSIONISTA	5,7%
DO LAR	4,1%
NO MOMENTO NÃO ESTÁ TRABALHANDO	3,6%
ESTUDANTE/ESTAGIÁRIO	1,8%

POSSUI FILHOS?

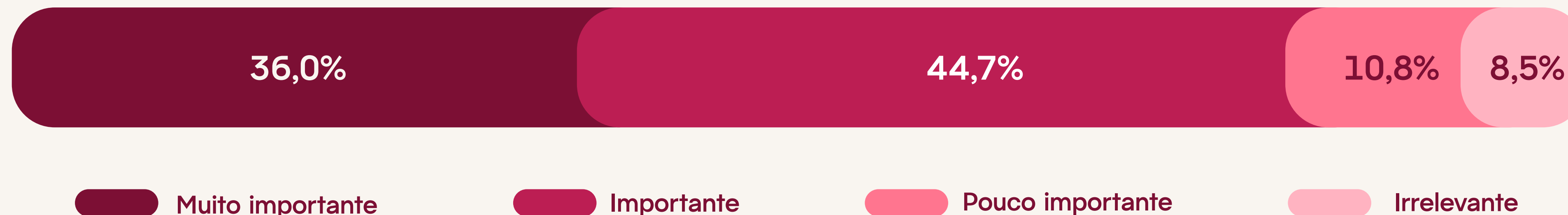
NÃO	38,0%
UM	33,7%
DOIS	20,8%
TRÊS	5,4%
QUATRO OU MAIS	2,1%

O que te ajuda a lembrar que o Dia das Mães está chegando?

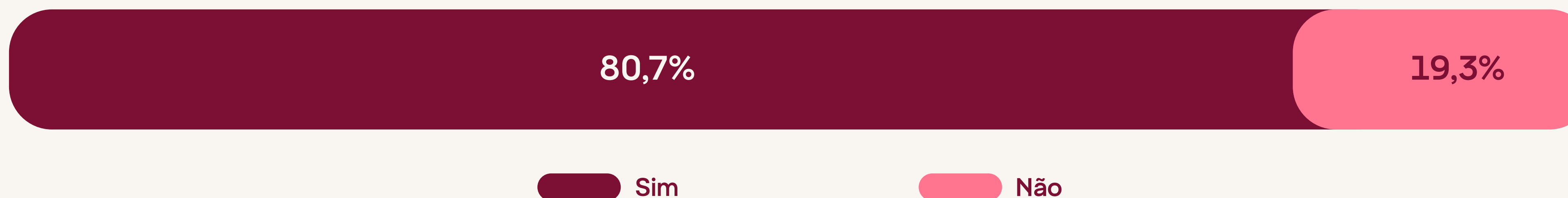
Época do ano/o mês de maio	51,2%
Anúncios em redes sociais, e-mail, sites	15,4%
Pessoas comentando	13,0%
Promoções específicas	7,5%
Lojas decoradas	6,6%
Anúncios em jornais, revistas, outdoors e rádio	5,1%
Outros	1,2%



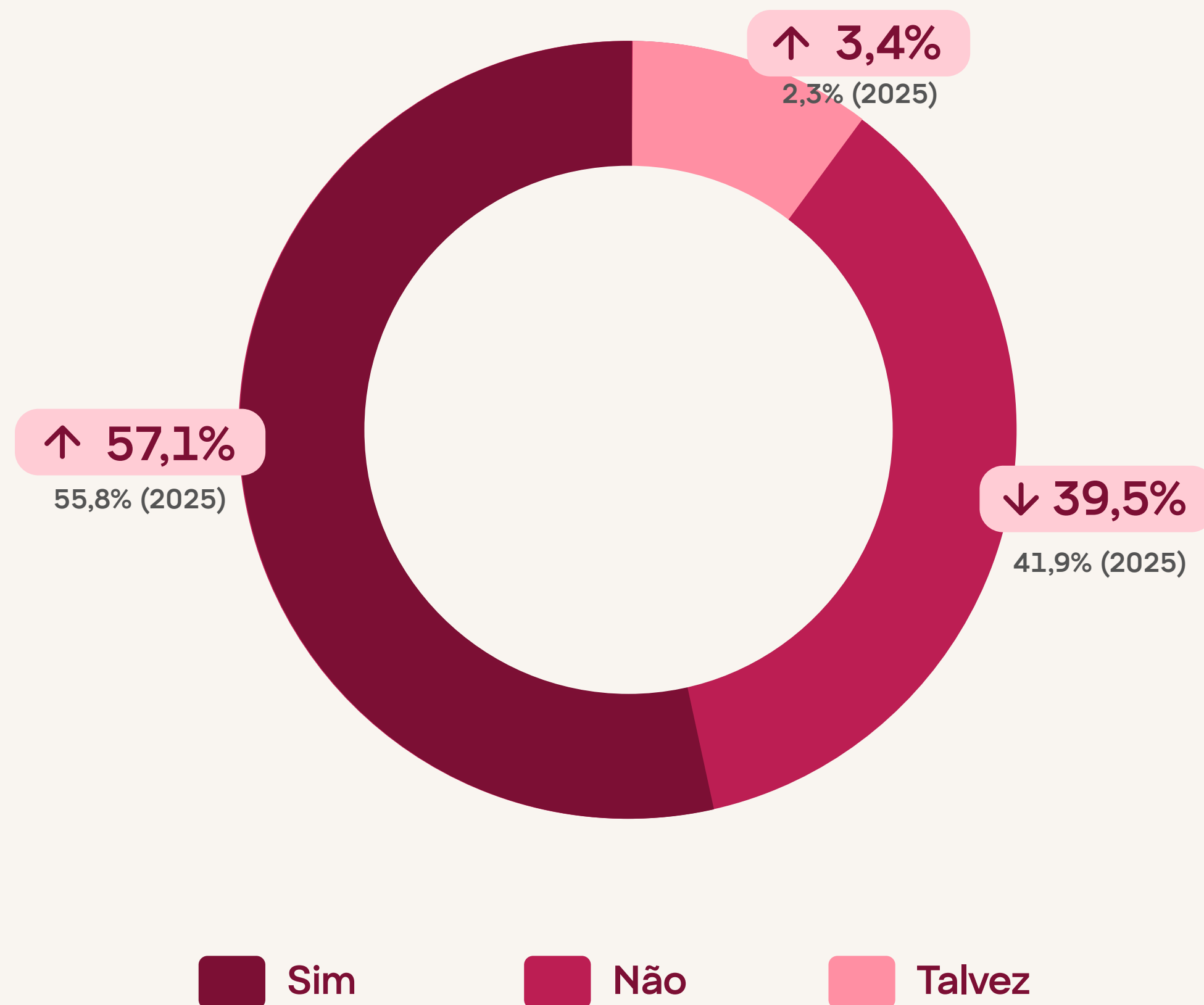
Você considera a ambientação importante?



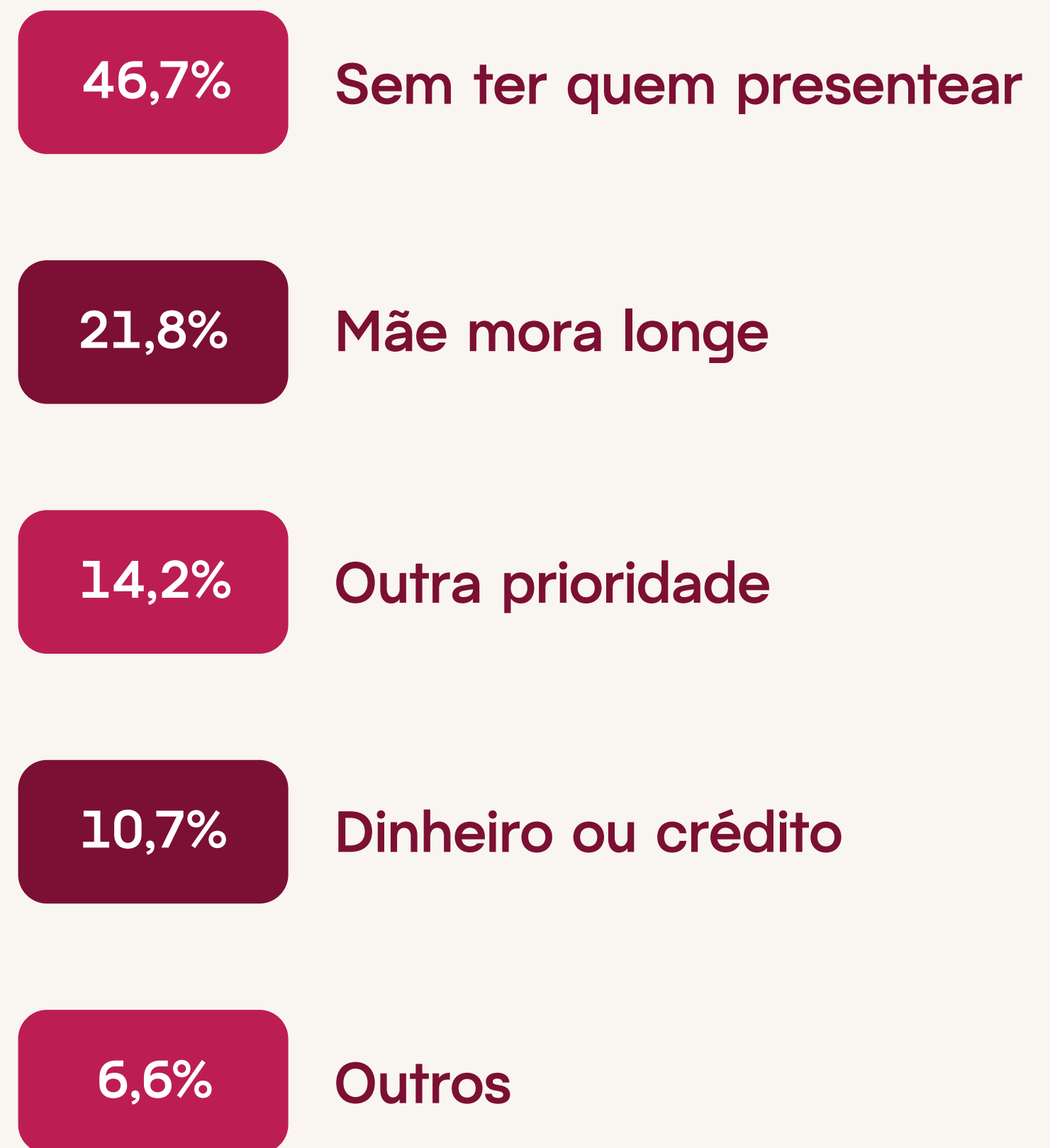
A ambientação da loja colabora para você entrar e conferir os produtos?



Você pretende fazer compras para o Dia das Mães?



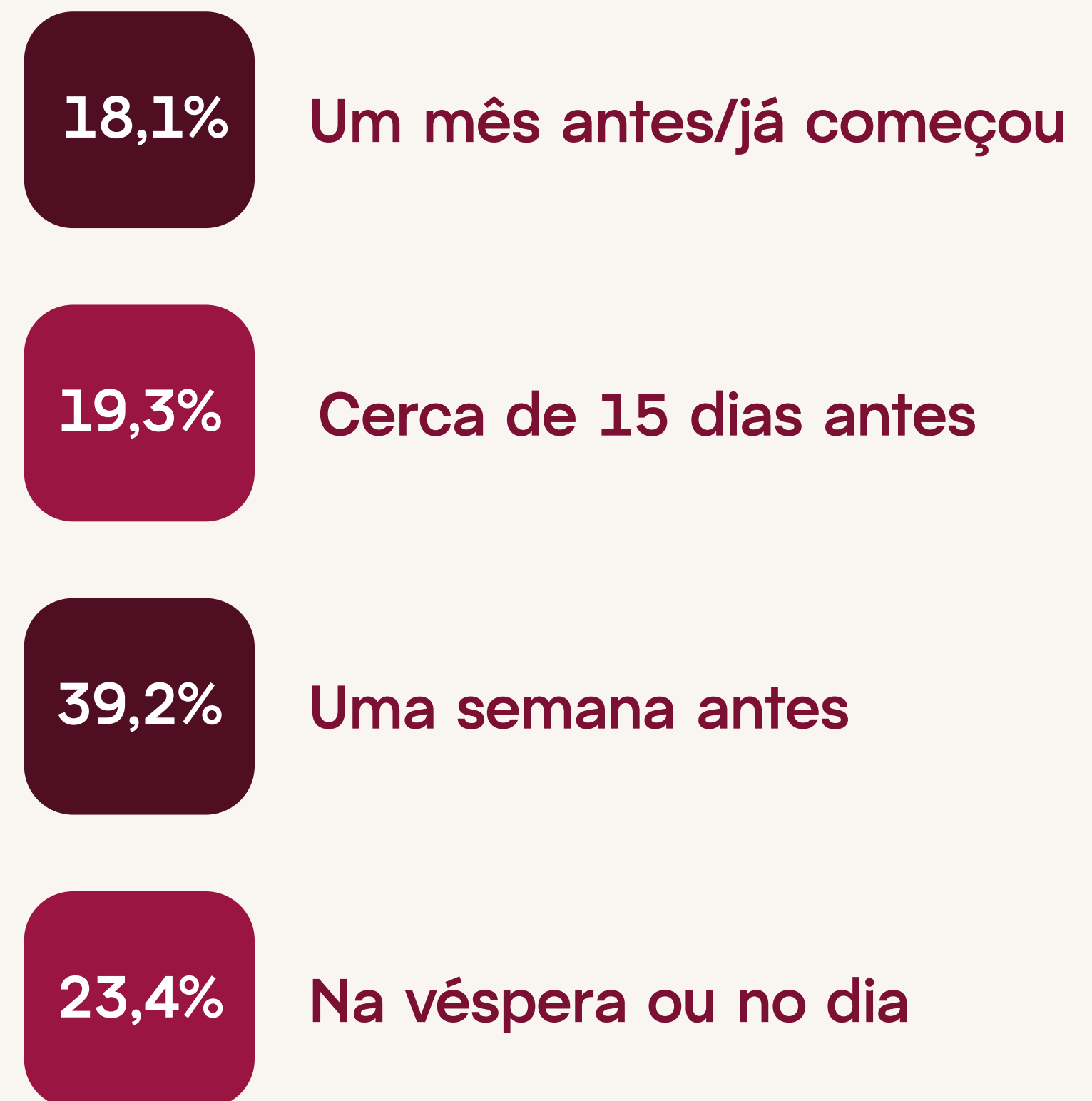
Por que você não irá fazer compras para o Dia das Mães?



Você pesquisa preços e produtos antes da compra?



Com que antecedência começa a pesquisar produtos e preços?

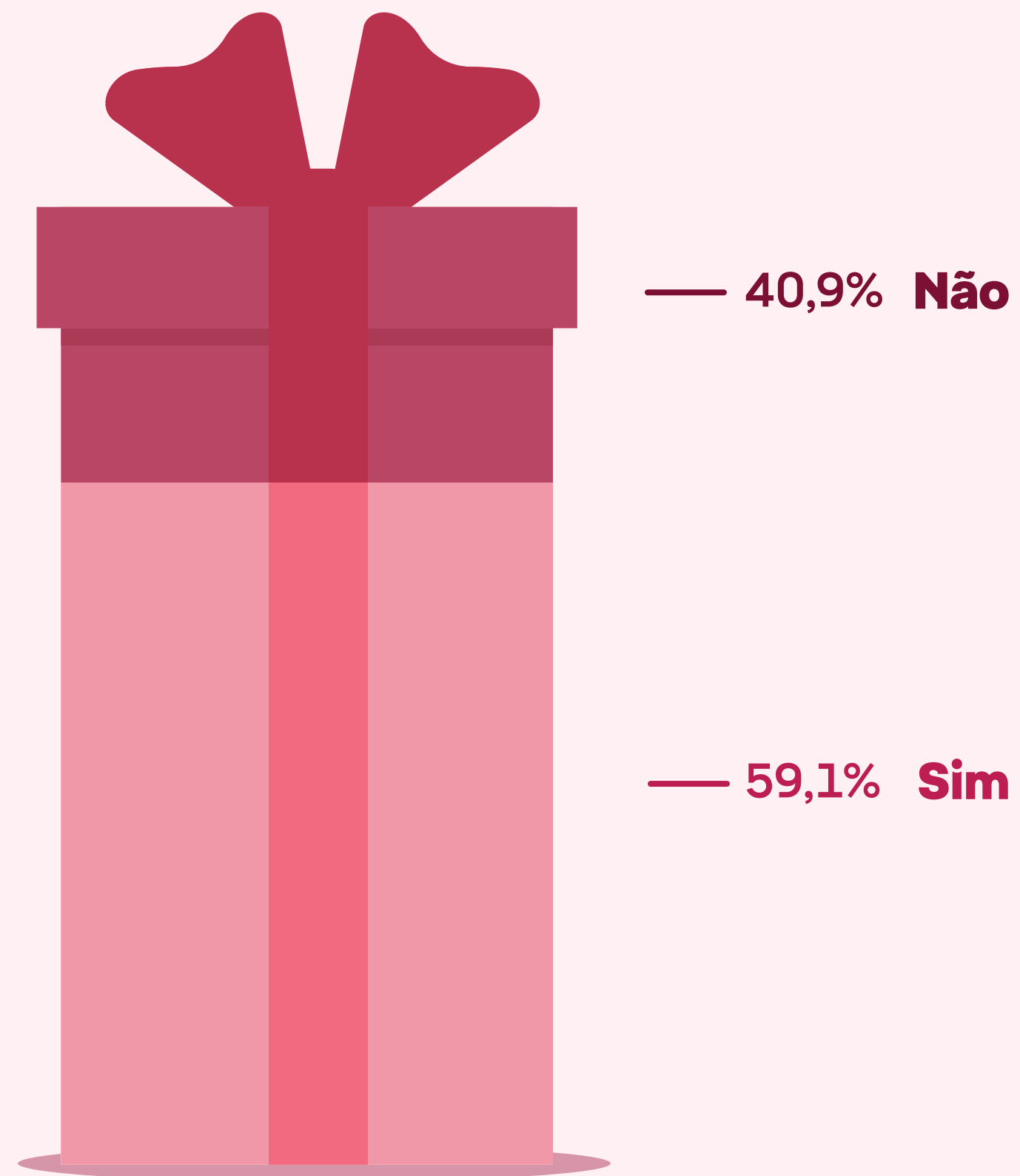


Que canais utiliza para receber ou pesquisar informações?

Direto nas lojas	36,7%
Sites das lojas	21,2%
Sites de pesquisa	20,8%
Whatsapp	8,2%
Instagram	7,6%
Rádio e TV	3,0%
Cartazes e folhetos	1,1%
Facebook	1,0%
Outros	0,4%

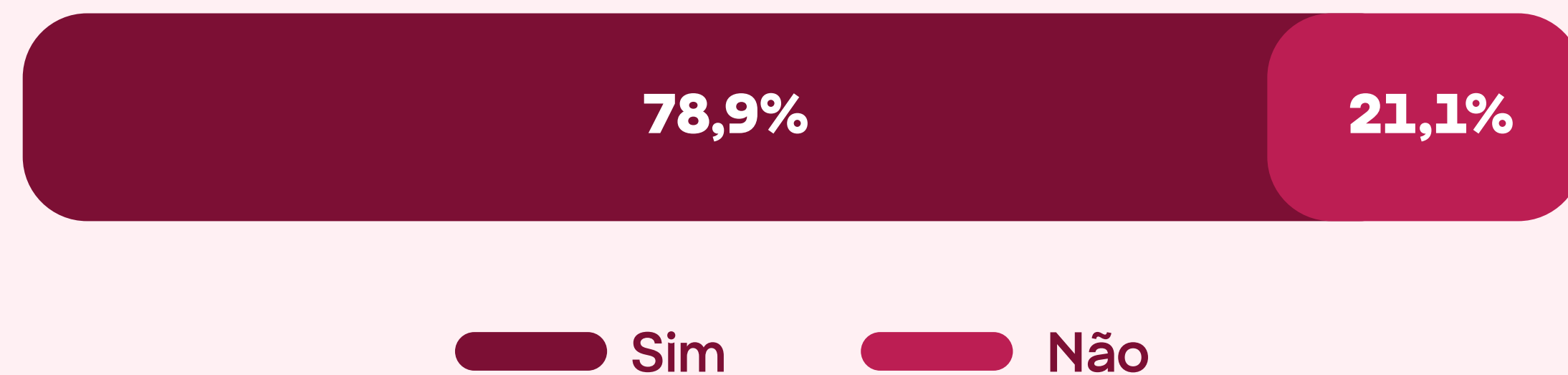


Já sabe o que vai comprar de presente?



	Vestuário e moda	24,7%
	Beleza e cuidados pessoais	16,3%
	Flores	16,0%
	Calçados	15,3%
	Eletroeletrônicos	7,0%
	Dinheiro ou Vale-Presente	6,7%
	Utensílios domésticos	5,6%
	Chocolates e doces	4,7%
	Joias e relógios	3,0%
	Outros	0,7%

Serviços também serão opções de presentes?



Opções de serviço

Almoço em casa	70,2%
Almoço em restaurante	23,1%
Beleza e estética	4,8%
Viagem	1,9%



Quantos produtos pretende comprar?



1 56,0%



2 32,1%



3 8,5%



4 ou mais 3,4%

Média 1,6

Ticket médio



261,17

Em relação ao ano passado, esse valor é:

Maior	34,7%
Igual	51,4%
Menor	13,9%

Para os que informaram que pretendem **gastar mais**:

Quais os motivos que o levam a gastar mais?

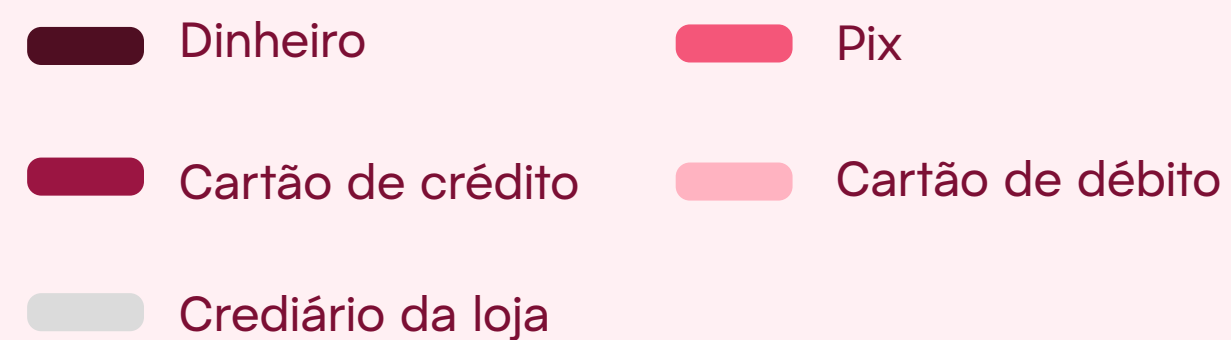
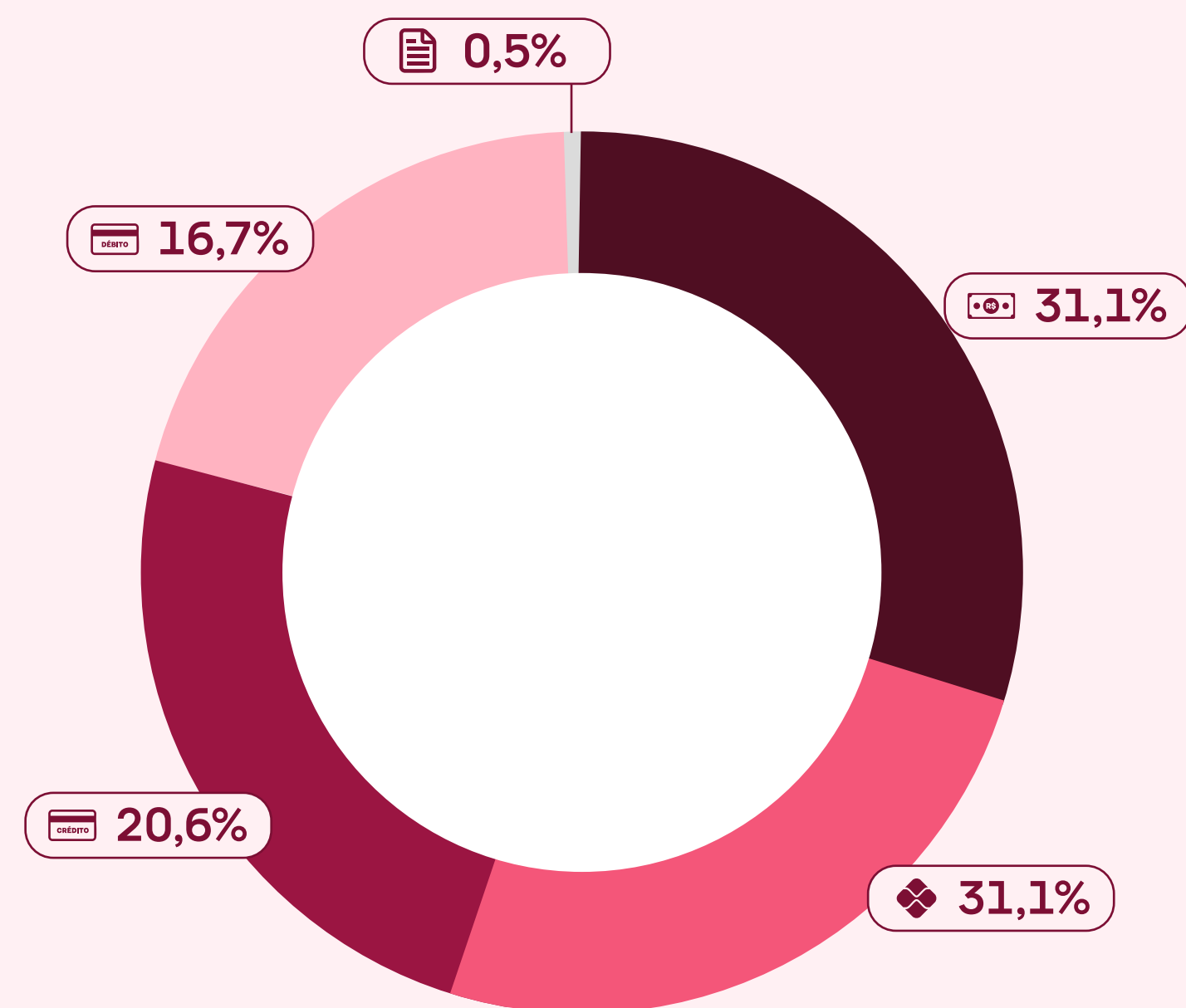
Comprar um presente melhor	44,9%
O(s) produto(s) estão mais caros	36,5%
Comprar mais quantidade de presentes	10,3%
Melhoria de renda/salário	6,4%
Primeiro ano comprando	1,9%

Para os que informaram que pretendem **gastar menos**:

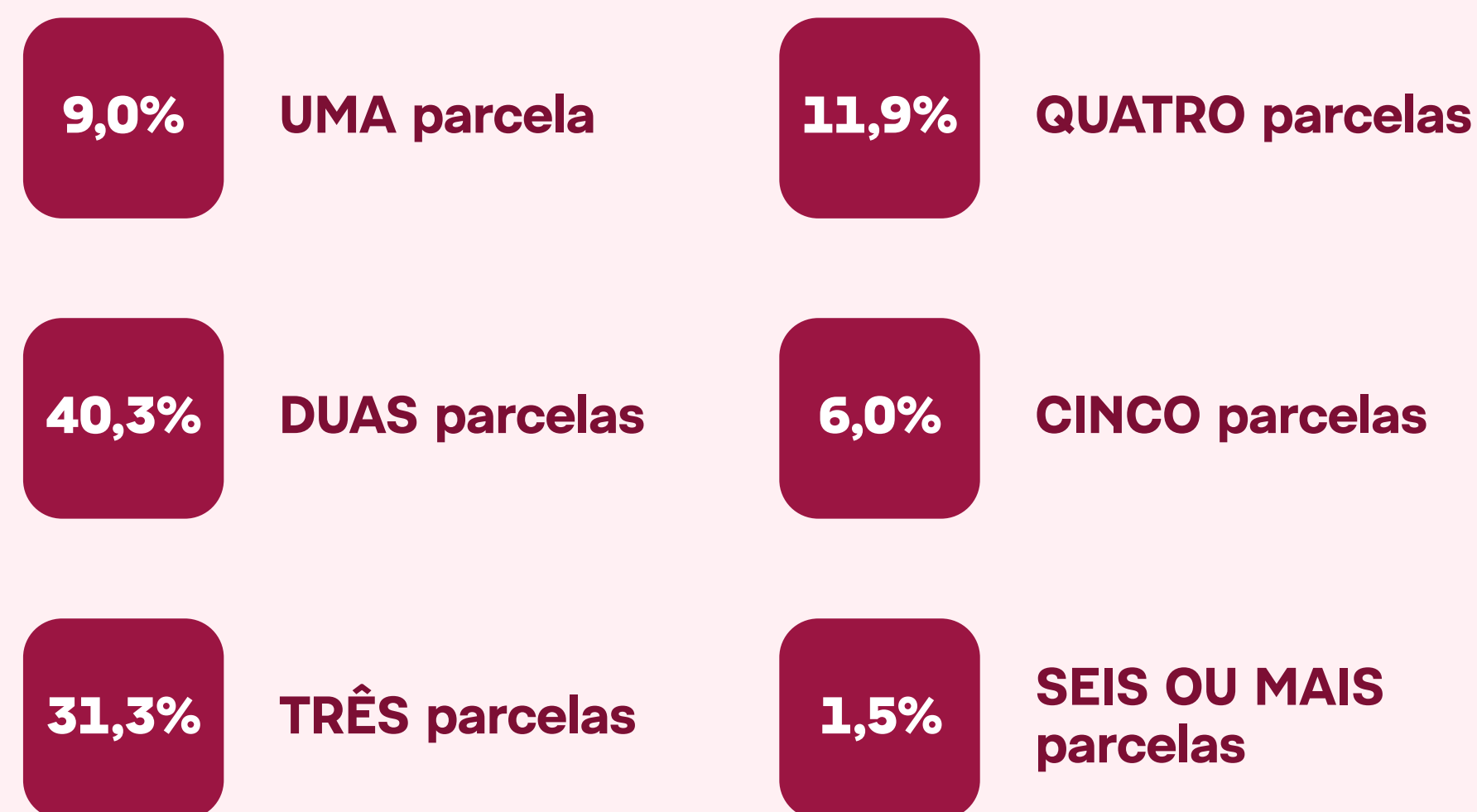
Quais os motivos que o levam a gastar menos?

Necessidade de cortar gastos	55,9%
O(s) produto(s) estão mais caros e não quer gastar um valor maior	25,4%
Desemprego ou redução na renda	13,6%
Menos pessoas para presentear	5,1%

Meio de pagamento preferido



Qual o número de parcelas?



Pergunta feita a quem respondeu "cartão de crédito" na anterior

Os sentimentos de amor e gratidão influenciam na compra?

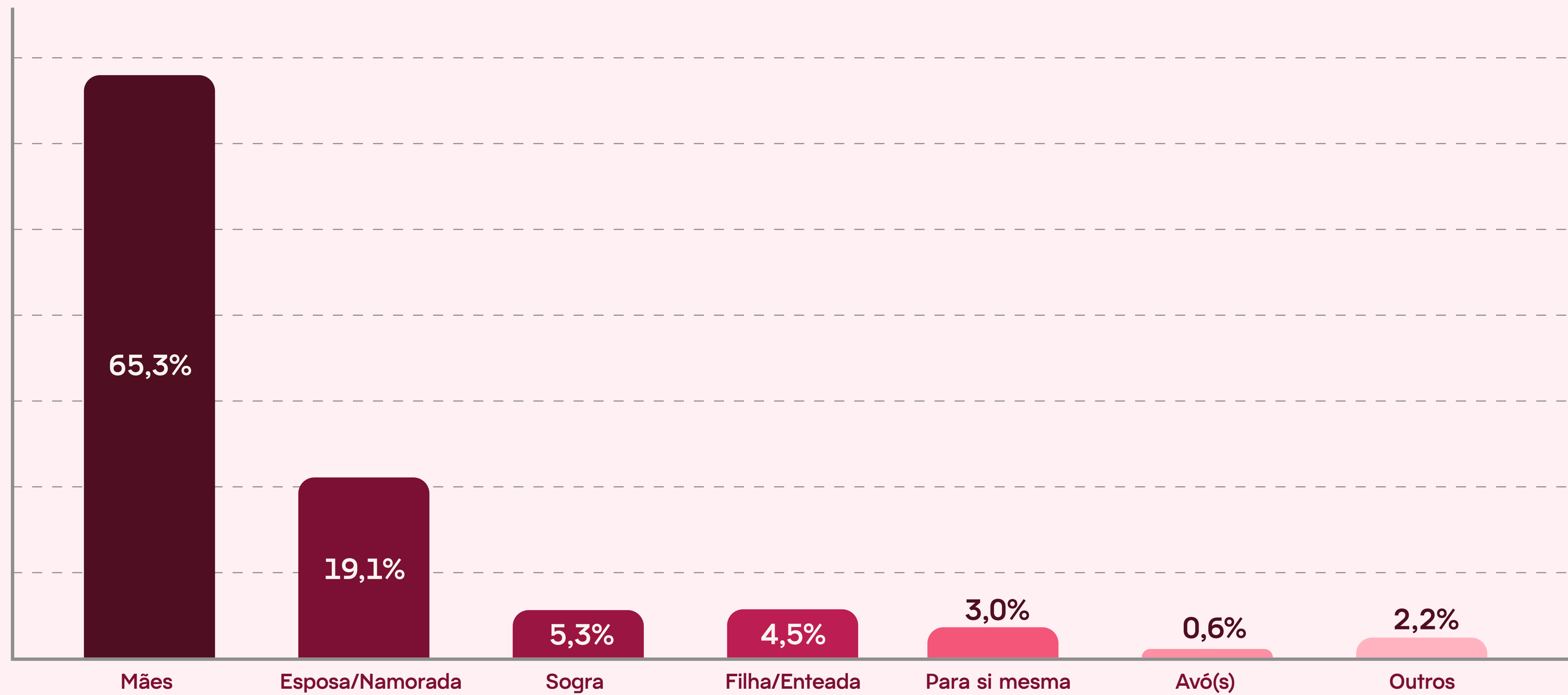
Muito	86,5%
Pouco	12,5%
Nada	1,0%

Você compra o que a presenteada pede?

Sim	44,5%
Não	30,1%
Em alguns casos	25,4%



Quem vai receber o presente?



Preferência pelo local de compra

Comércio local - Lojas de rua do centro	51,1%
Comércio local - Lojas de shopping centers	16,0%
Comércio local - Lojas de ruas nos bairros	14,2%
Comércio virtual - Local	7,5%
Comércio virtual - De outras cidades	5,9%
Comércio local - Supermercados	3,7%
Outros	1,6%



Preferência de dias da semana para compras

Segunda a sexta	52,3%
Sábado	37,8%
Domingo	9,9%



Horário preferido para compras

De manhã	51,8%
À tarde	39,2%
À noite	9,0%



Que fatores são decisivos na escolha do local de compra?

Atendimento (atenção, ajuda para escolher os presentes, explicação sobre os produtos)	33,2%
Produtos (qualidade, diversidade e produtos diferenciados)	28,6%
Pagamento (preço, promoções e condições de pagamento)	24,0%
Local (fácil acesso, estacionamento e segurança)	7,7%
Online (atendimento digital, e-commerce, entrega em domicílio)	4,2%
Identificação clara dos preços	1,6%
Propaganda e divulgação	0,7%

