

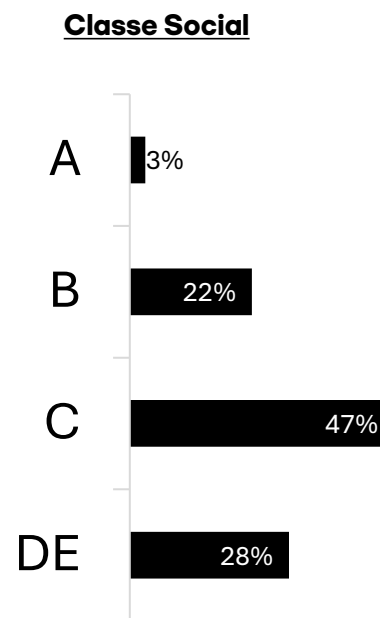
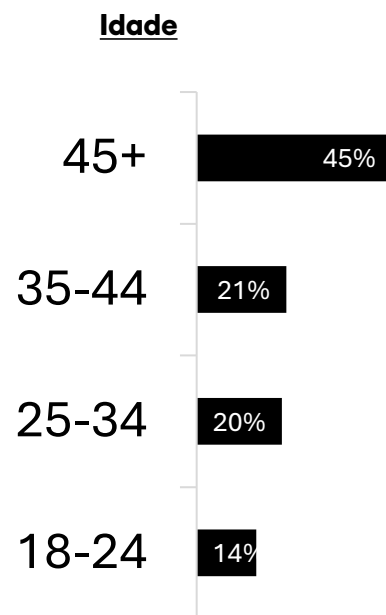
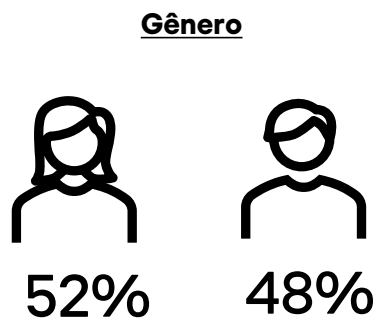
Dia das mães 25'



Sales Excellence Insights

Distribuição da amostra

PiniOn | total de entrevistados: 1089 pessoas

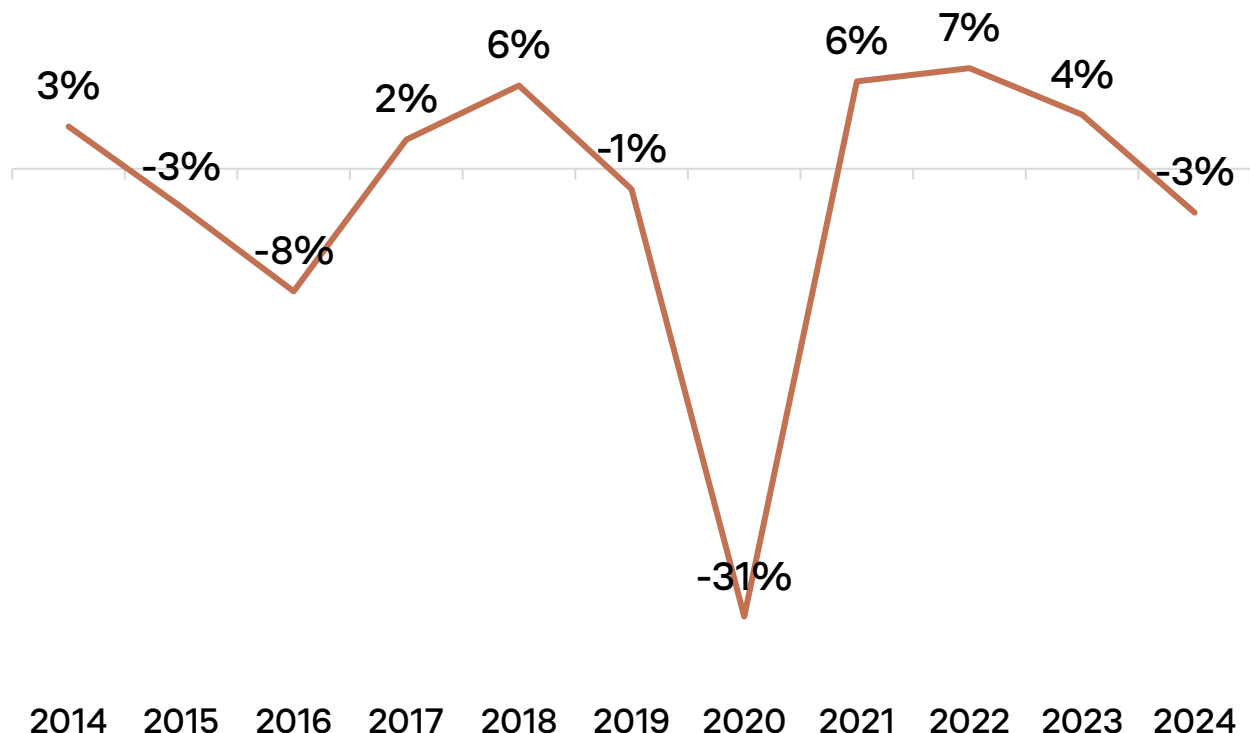




O Dia das Mães é mais do que uma celebração: é um dos momentos de maior impacto no varejo e na publicidade, impulsionando escolhas de consumo que vão além do presente.

Vendas do comércio físico - Semana do Dia das Mães

%Variação



/ No ano passado, a atividade do comércio registrou queda de 3% vs 2023 na semana do Dia das Mães

Com a inadimplência em alta, a prioridade dos consumidores é a **reestruturação financeira** para o pagamento e renegociação de dívidas, deixando as compras e presentes em segundo plano.

Dado o cenário econômico sensível de 2025, a comunicação das marcas precisará ir além do apelo promocional, construindo **mensagens que conversem com as prioridades desse público.**





A oportunidade está em criar conexões autênticas e conversas relevantes.

Para isso, é
fundamental
compreender em
profundidade **quem**
são as mães no Brasil
e o que realmente
importa para elas.

I.

Quem são as mães brasileiras hoje?

Ser mãe é

Aprendizado Reinvenção Doação

Medo Carinho Ser mãe é tudo Empoderamento

Amor incondicional

Inspiração Cuidado Solidão Dádiva de Deus Estresse

Renúncia Esgotamento Responsabilidade

Força Sabedoria Desafio Realização

Dificuldade

Ser mãe é

Aprendizado Reinvenção Doação

Medo Carinho Ser mãe é tudo

Amor incondicional Empoderamento

Inspiração Cuidado Estresse Dádiva de Deus

Renúncia Esgotamento Responsabilidade

Força

Sabedoria

Desafio

Realização

Dificuldade



Uma pitada de vida real.

Já passou da hora de falarmos sobre **maternidade real**. Abraçando todas as dores e delícias de ser mãe. Para isso, é preciso fazer as pazes com a realidade e entender que sim, existem desafios nesse processo.

Dificuldades financeiras;
preocupação excessiva &
acúmulo de função.

Dificuldades financeiras;

preocupação excessiva &
acúmulo de função.

/ Independente da classe social, preocupações com o bolso tomam as mentes das mães brasileiras hoje. Em um cenário econômico instável, onde o custo de vida segue elevado, **garantir o bem-estar da família se torna um desafio diário**. O peso das contas e o medo de não conseguir proporcionar oportunidades para os filhos fazem com que a ansiedade com o futuro seja uma constante.

Dificuldades financeiras;

preocupação excessiva & acúmulo de função.

/ Entre jornadas duplas, preocupações constantes e falta de suporte, a maternidade no Brasil é, muitas vezes, sinônimo de **sobrecarga e solidão**. Mais de **11 milhões** de mulheres criam sozinhas seus filhos e essa responsabilidade não vem apenas com desafios financeiros, mas também com impactos emocionais. Mais de 25% das mães relataram sintomas de depressão no puerpério, reflexo de uma sobrecarga que muitas vezes passa despercebida.

mina

SEU TRABALHO / REPORTAGEM

Por que maternidade ainda não combina com trabalho

Equilibrar filhos e o trabalho fora não deveria ser um problema das mães e sim das empresas e da sociedade

FASTCOMPANY

17/09/2024 | SEGUNDO TURNO

Esta é a principal preocupação da maioria das mulheres que tiram licença parental

Um novo estudo da Parentaly com mais de 2.750 mães revelou as dificuldades de retornar ao trabalho, mesmo para as que ganham mais e têm os benefícios de licença mais generosos.

Valor 25 ANOS

Maternidade afeta carreira para maioria das mulheres, comprova levantamento

Público feminino tem maior participação em funções de baixa remuneração e menor das mais altas, situação que piora com nascimento de filhos

Por **Marsilea Gombata** — De São Paulo

31/05/2024 05h01 - Atualizado há 8 meses



Maternidade vs carreira

Muitas vezes o período oferecido pelas creches é menor do que a jornada de trabalho. Essa realidade dificulta a empregabilidade das mulheres, que muitas vezes acabam **recorrendo a empregos informais ou ao empreendedorismo.**

51%

das mães com filhos até de 18 anos tinham a meta encontrar oportunidades de renda extra em 2024 (vs 39% dos pais)

10,1MM

É o número de negócios fundados e chefiados por mulheres no Brasil. Dentre elas, 52% são mães.

Maternidade

Oportunidade
para as marcas
se colocarem de
forma relevante!

Exemplo:



Em parceria com o Sebrae e a Aliança Empreendedora, a Coca-Cola e seu sistema oferecem cursos de capacitação para milhares de microempreendedoras no país. Desde 2022, 7,3 mil mulheres foram capacitadas, em 8 estados de 4 regiões brasileiras. Role para baixo para ver as ações atualmente ativas e participe!

Conheça nossas iniciativas

UM GÁS PARA O
SEU NEGÓCIO

CAPACITAÇÃO
DE BASE

MENTORIA E
ACELERAÇÃO

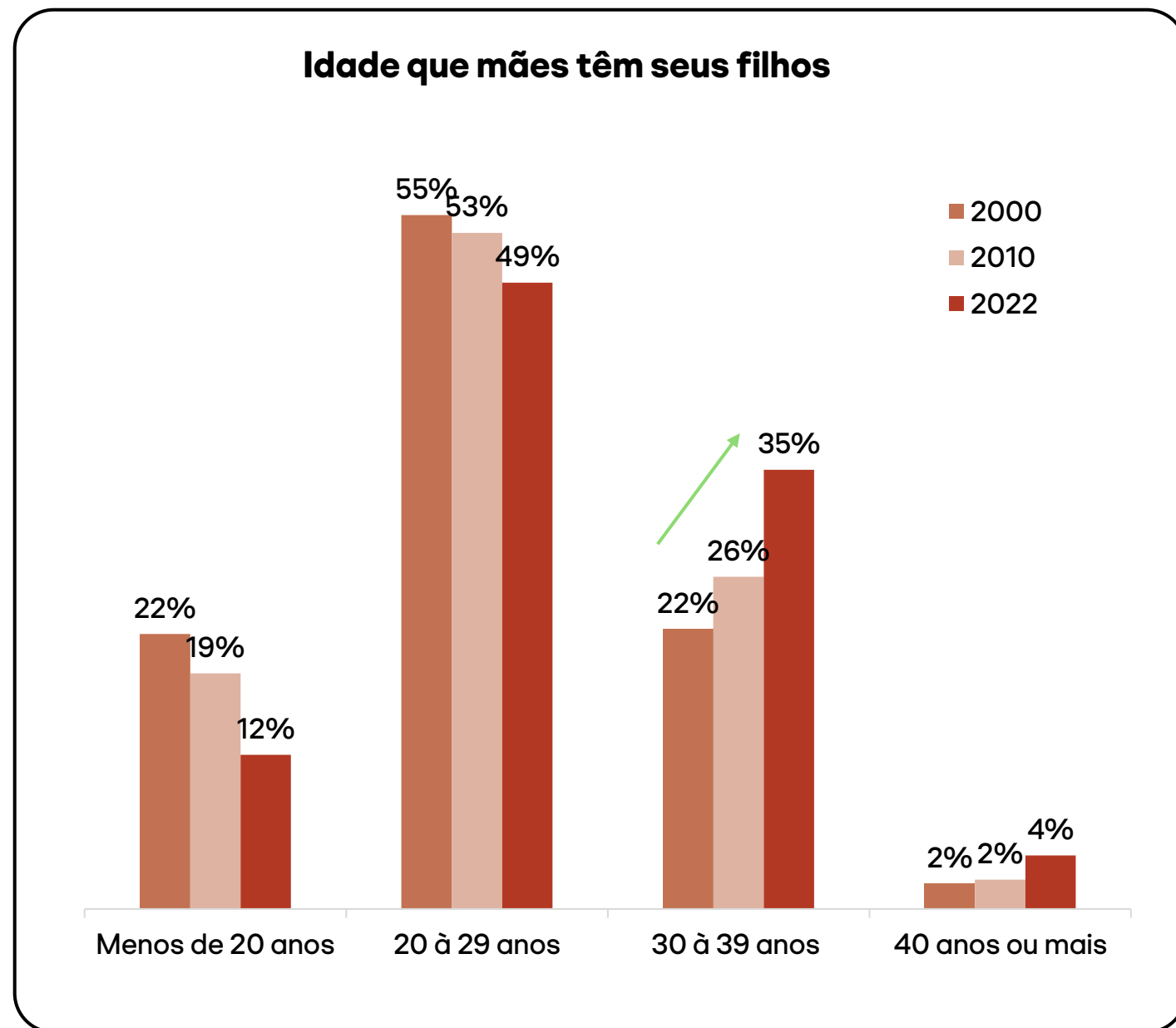
anos tinham a meta encontrar
oportunidades de renda extra
em 2024 (vs 39% dos pais)

e chefiados por mulheres no Brasil.
Dentre elas, 52% são mães.

As mães estão tendo filhos "mais tarde"?

Apesar da maior parcela de mulheres ter filhos dos 20 aos 29, há uma tendência crescente nos últimos anos de mulheres optando por ter filhos mais tarde.

Essa decisão, em grande parte, está muito atrelada à **necessidade de alcançar mais estabilidade profissional e financeira.**



As mães estão tendo filhos

CBN | 100
ANOS DE GLÓRIO

Com maior procura para congelar óvulos, empresas oferecem 'vale- fertilização' para funcionárias

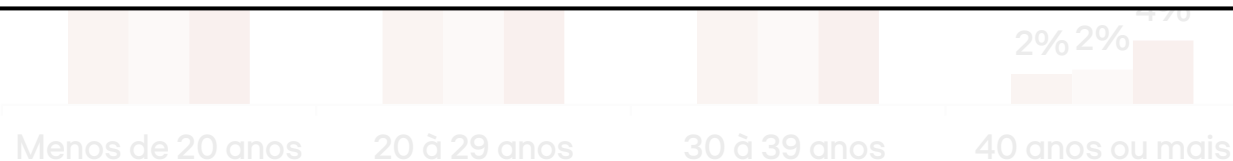
Objetivo é tornar procedimento mais acessível financeiramente, mas especialistas alertam que é preciso haver cuidados para que companhia não participe da decisão sobre momento adequado para a fertilização.

Essa decisão, em grande parte, está muito atrelada à necessidade de alcançar mais estabilidade profissional e financeira.

Idade que mães têm seus filhos



No Brasil, empresas como **Fleury, Mercado Livre, Ambev, Google e Meta** oferecem congelamento de óvulos como benefício para funcionárias.



Em um cenário em que já é difícil conciliar maternidade e carreira:

46% das mulheres são as
principais responsáveis
financeiras por seus filhos.

42% das mães tem a
custódia exclusiva de
seus filhos.



Nesse cenário, mães começam a criar suas próprias redes de apoio.



B2Mamy

Maior comunidade de mães do país, capacita e conecta mães, promovendo liderança e independência financeira.



Compre de uma mãe preta

Plataforma que valoriza e dá visibilidade a negócios de mães pretas, pardas, afro indígenas.



Mães negras do Brasil

Comunidade que conecta e empodera mães negras para alcançarem sua emancipação pessoal e profissional.



Mãe Summit

Evento que trará talks, painéis e arte para abrir espaços e discutir a maternidade.

Ser mãe é 360°

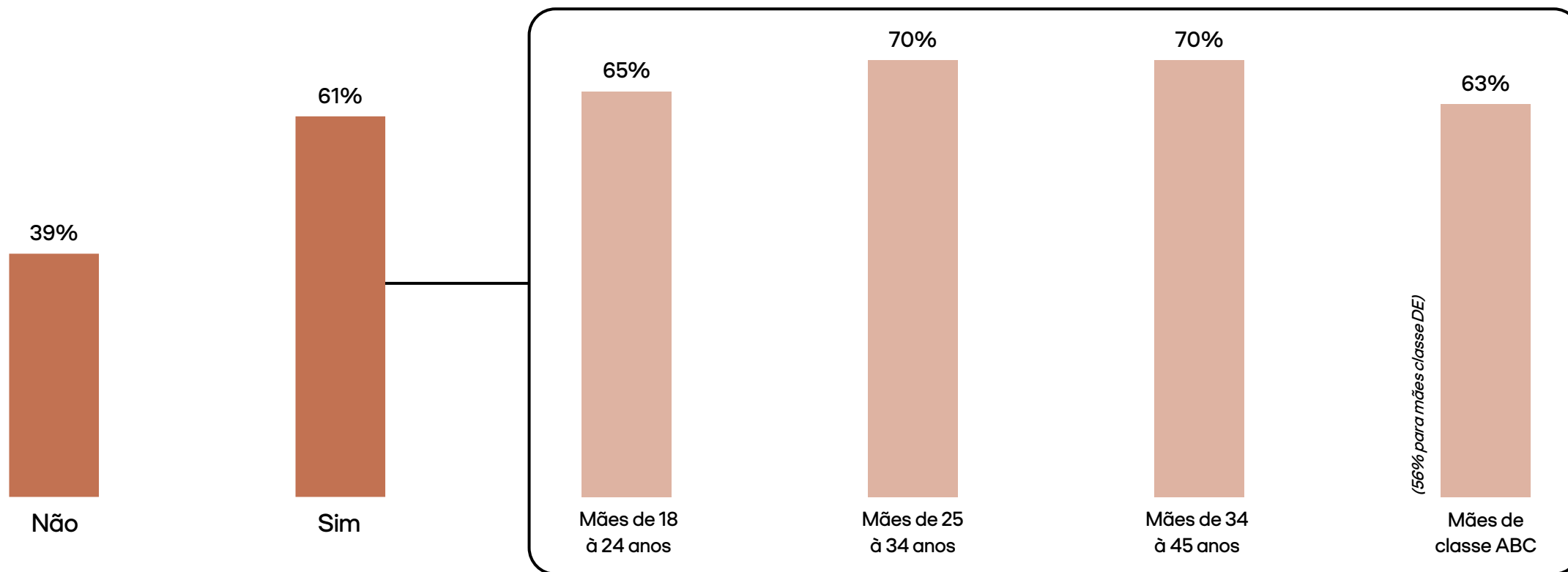


67%

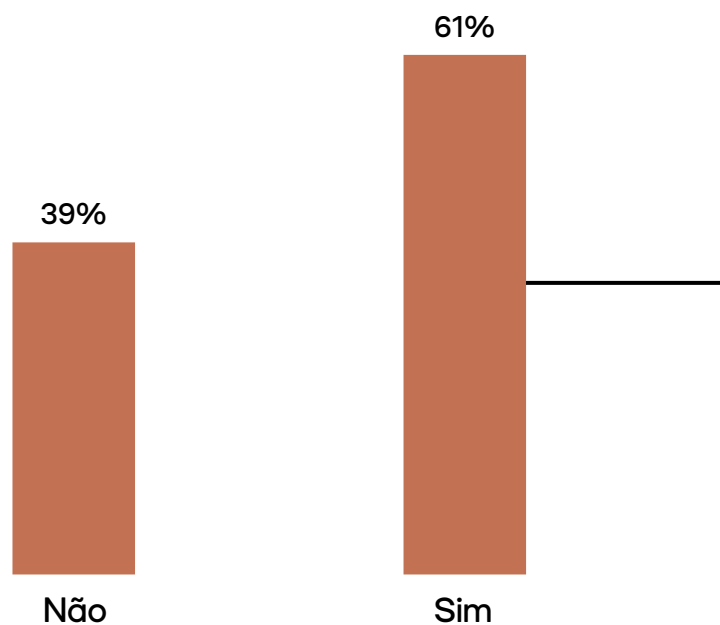
Das mulheres afirmam
que dedicam **seu dia
inteiro** à maternidade

Independente do estágio: 66%
das mães de filhos adultos (+20
anos) dedicam o dia inteiro

Diante desse cenário, mães sentem falta de ajuda na jornada da maternidade?



Principais tarefas que mães gostariam de ajuda:



1º lugar

**Manter a
casa limpa**

para 60% das mães

Esse número reflete o impacto significativo da sobrecarga para mulheres que conciliam múltiplos papéis.

2º lugar

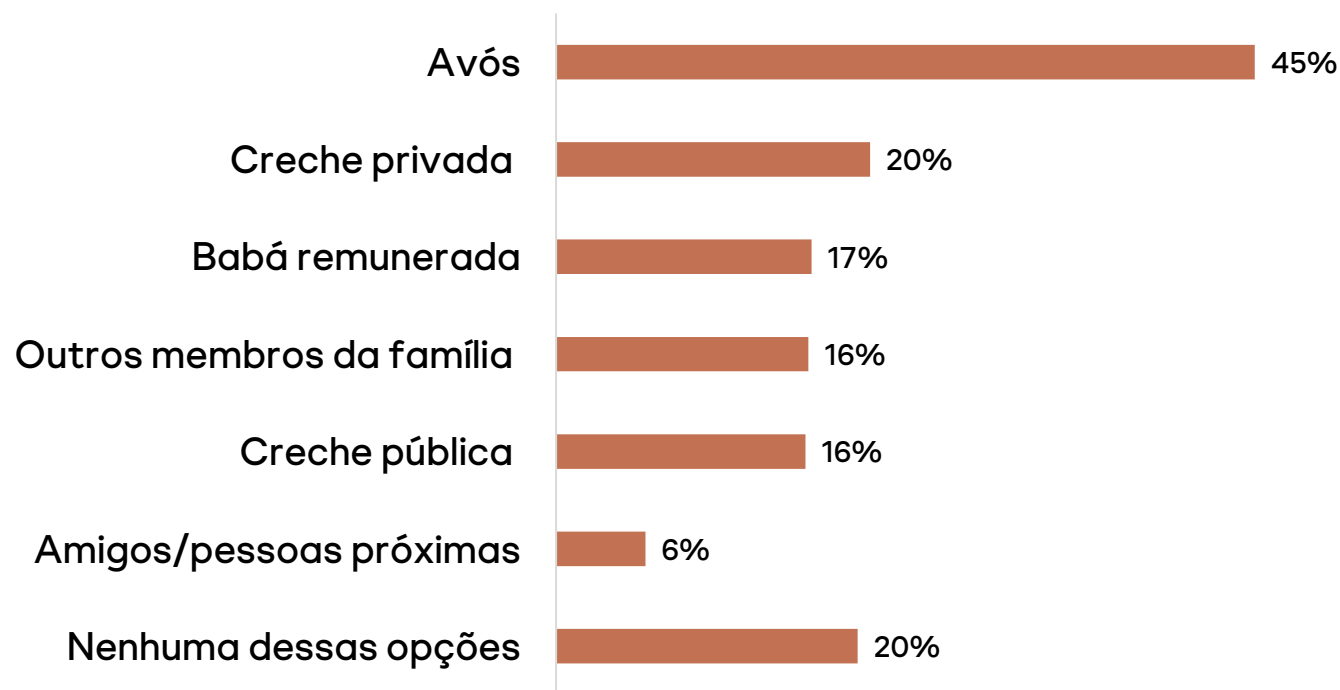
**Preparar
refeições**

para 50% das mães

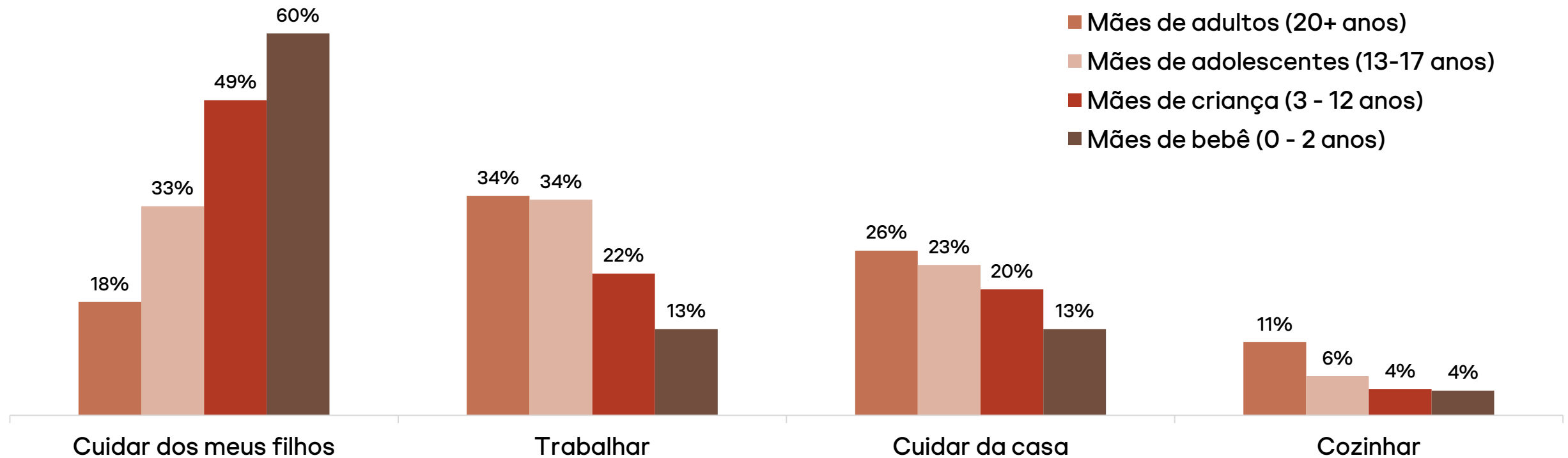
Classe AB recorre mais a **refeições prontas**, consumidas por 54% das crianças das classes AB (vs 31% nas classes C).



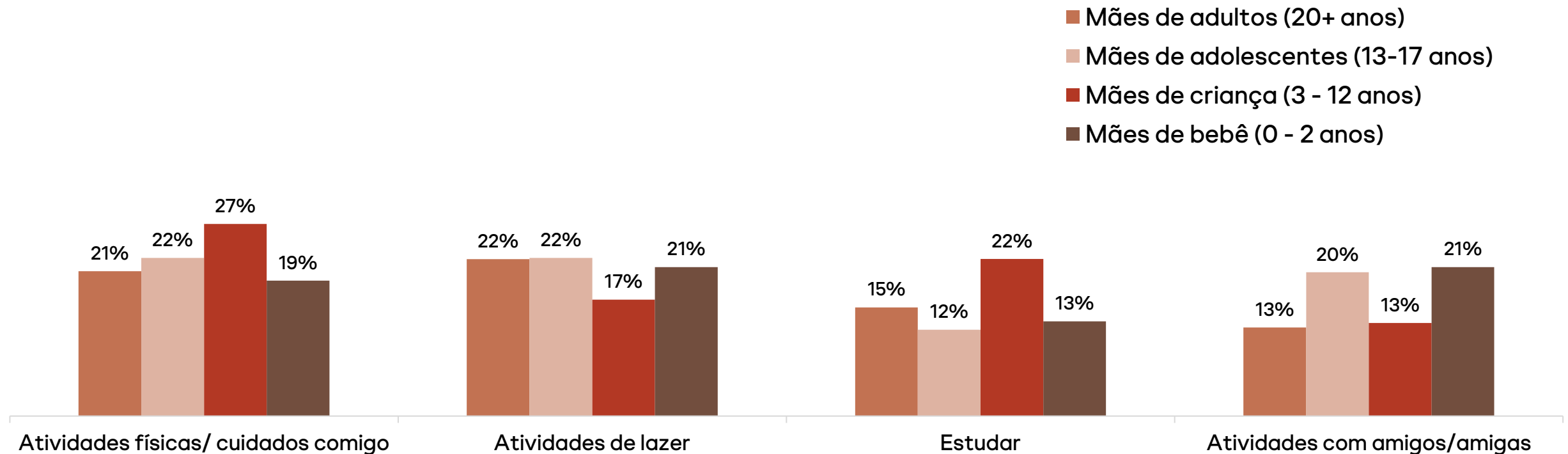
E de quem vem essa ajuda?



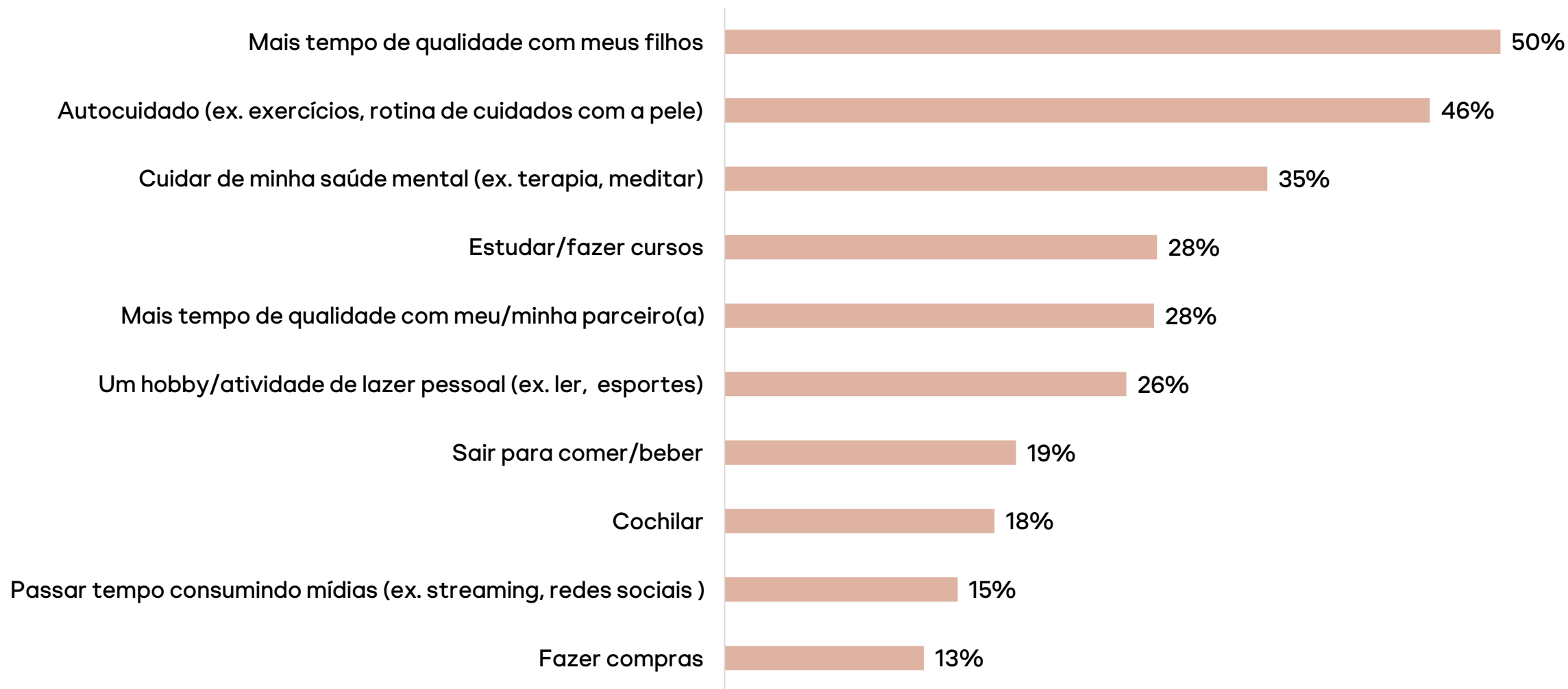
Atividade que **mais** dedicam tempo no dia a dia



Atividade que **menos** dedicam tempo no dia a dia



Com 3h extras no dia, o que mães fariam?

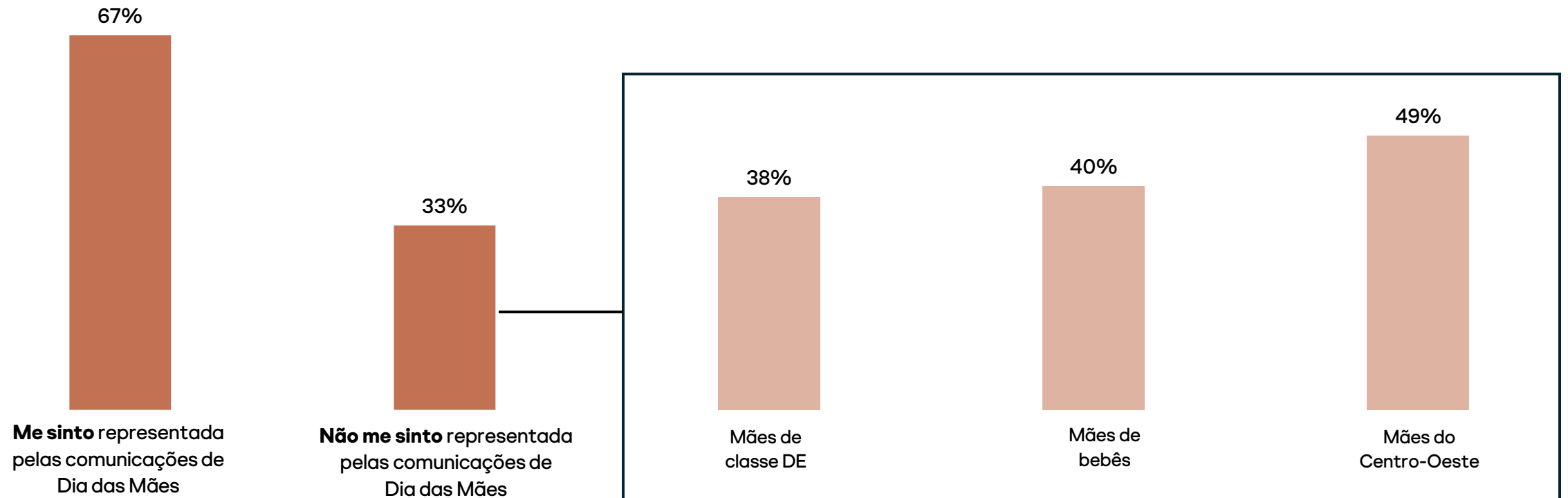




**Eu sou mãe,
mas sou infinitas
outras coisas
também.**

78% gostaria de ser definida
para além de "mãe".

Como a mídia retrata as múltiplas facetas da mulher & mãe?



E existe outro grupo que devemos olhar:

**No Brasil, 37%
das mulheres
não querem
ter filhos.**

1,6 filhos por mulher é a taxa atual de fecundidade no Brasil, que já foi de 6,3 filhos por mulher em 1960.

E existe outro grupo que devemos olhar:

No Brasil, 37% das mulheres não querem ter filhos.

1,62 filhos por mulher é a taxa atual de fecundidade no Brasil, que já foi de 6,3 filhos por mulher em 1960.

Os 'pais de pets' que tratam seus cães como filhos

Levantamento aponta que dos lares com cachorros, 21% deles são de casais sem filhos, 9% de casas com pessoas morando sozinhas e 65% de casas com filhos

**Cresce o número de famílias que
preferem ter pets em vez de filhos**

**Pet parenting: experts
explicam por que tutores criam
pets como filhos**

Filhos ou pets? Eis a questão



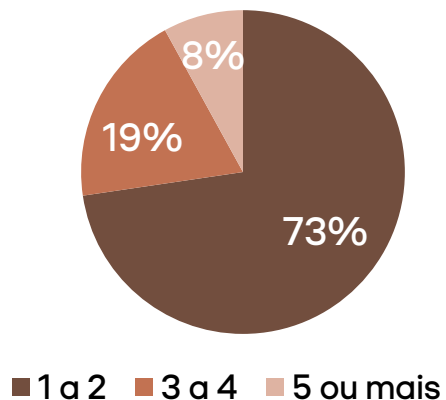
Mães de pet

53%

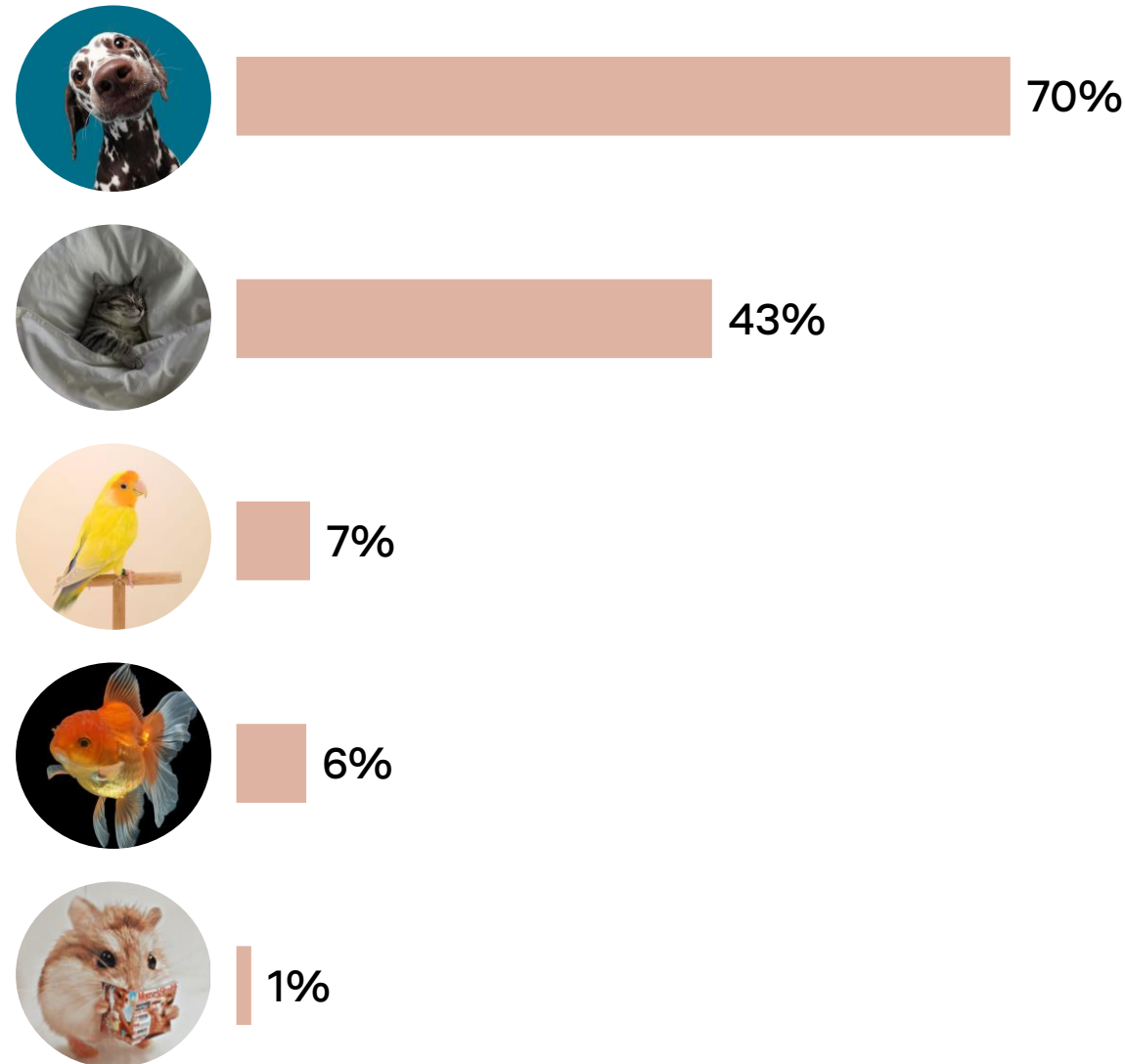
das respondentes
afirmam ser

Cachorros & gatos são os preferidos

QUANTIDADE DE PETS POR PESSOA



TIPO DE PETS POR PESSOA



"Pet Parenting"



E isso também é realidade para 74% das mulheres que já têm filhos.

75%

"Pra mim meu pet é como se fosse um membro da família, **considero como meu filho.**"

Por mais que se considerem mães, esse grupo ainda não é tão contemplado na data.

56%

delas não se sentem
contempladas pelas marcas
de pets no Dia das Mães

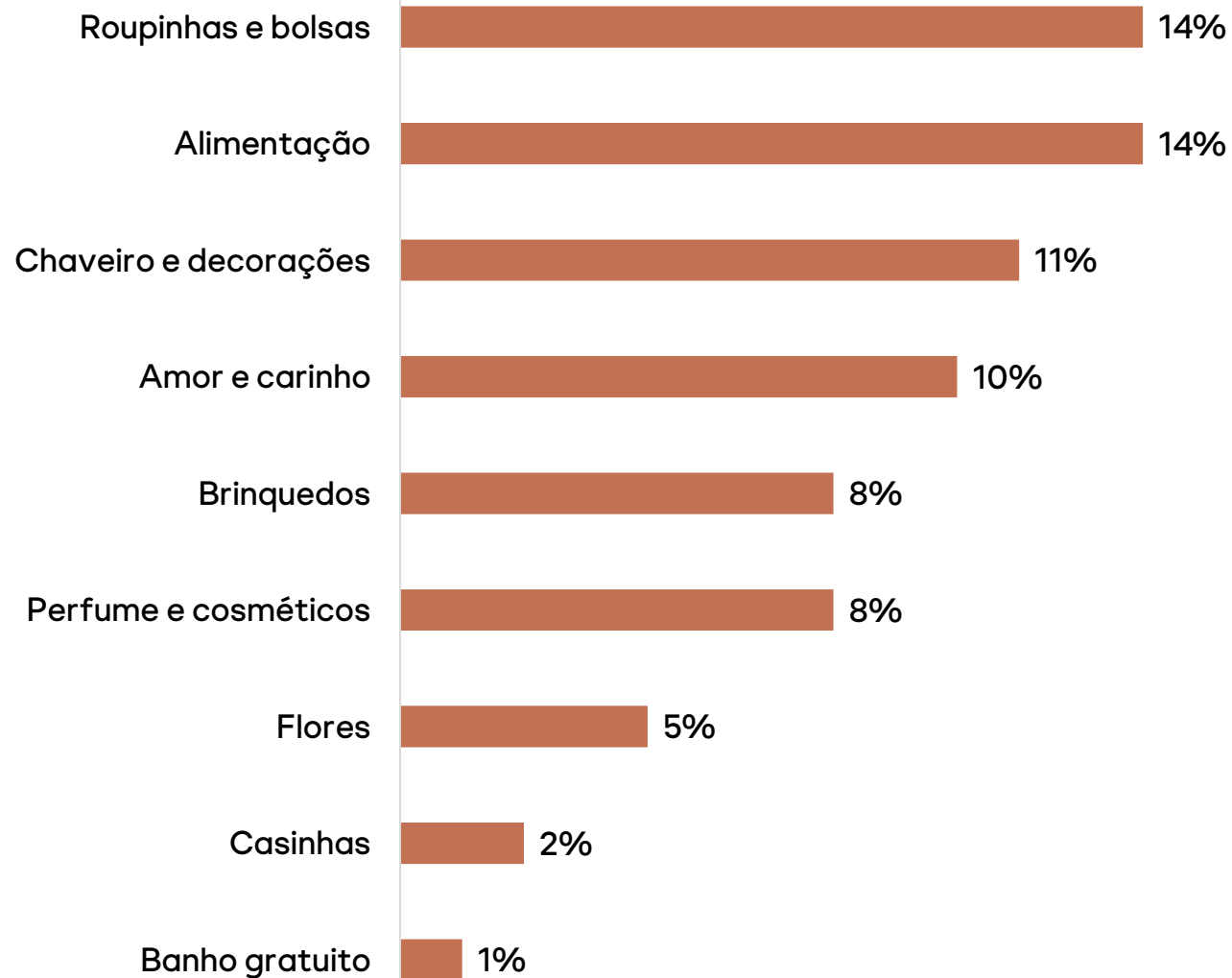
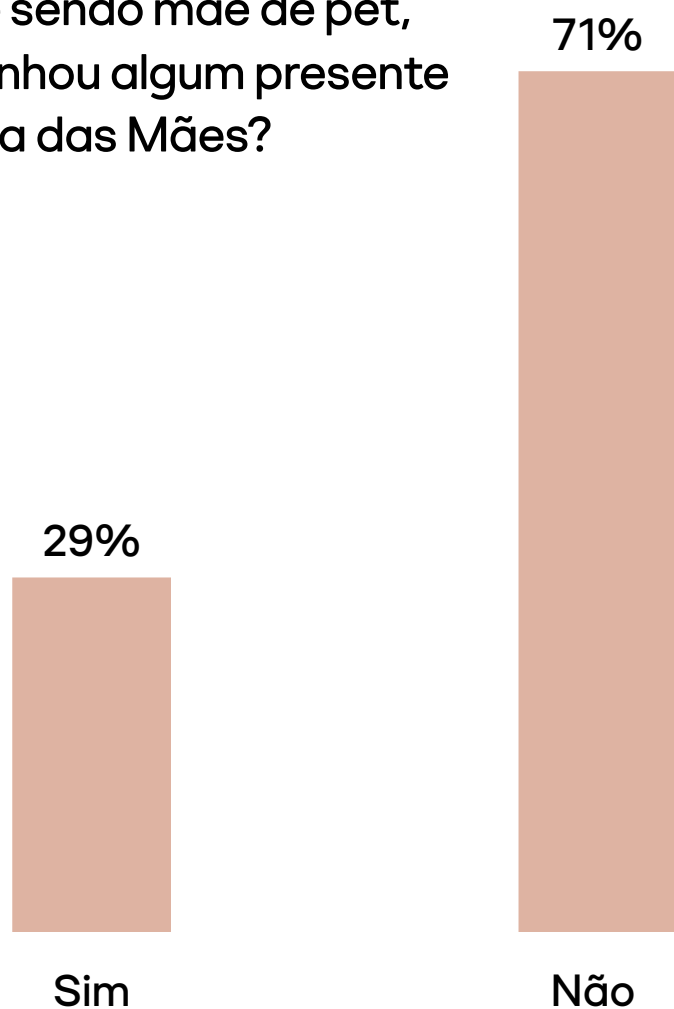
43%

gostariam que marcas abordassem mais o
fato de que muitas mulheres não querem/
não podem ter filhos e optam por ter um Pet

54%

gostariam que marcas oferecessem
descontos/ ofertas exclusivas para
mães de Pet na semana do Dia das Mães

Você sendo mãe de pet,
já ganhou algum presente
no Dia das Mães?

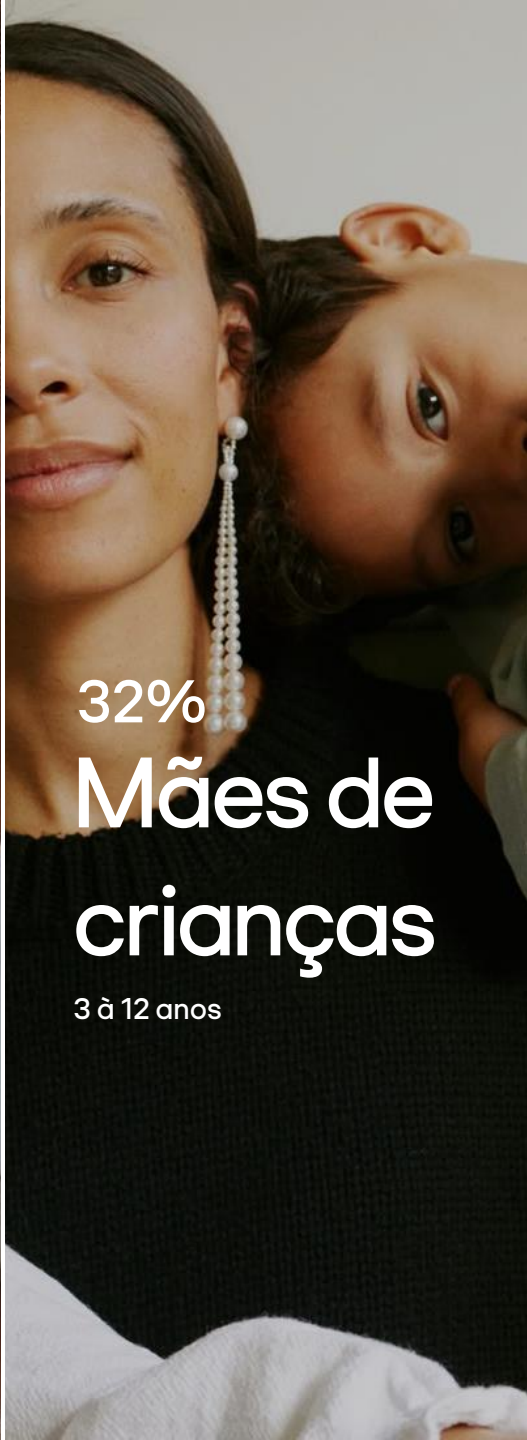


Daquelas que ganharam presentes, quais foram?



14%
Mães de
bebês

0 à 2 anos



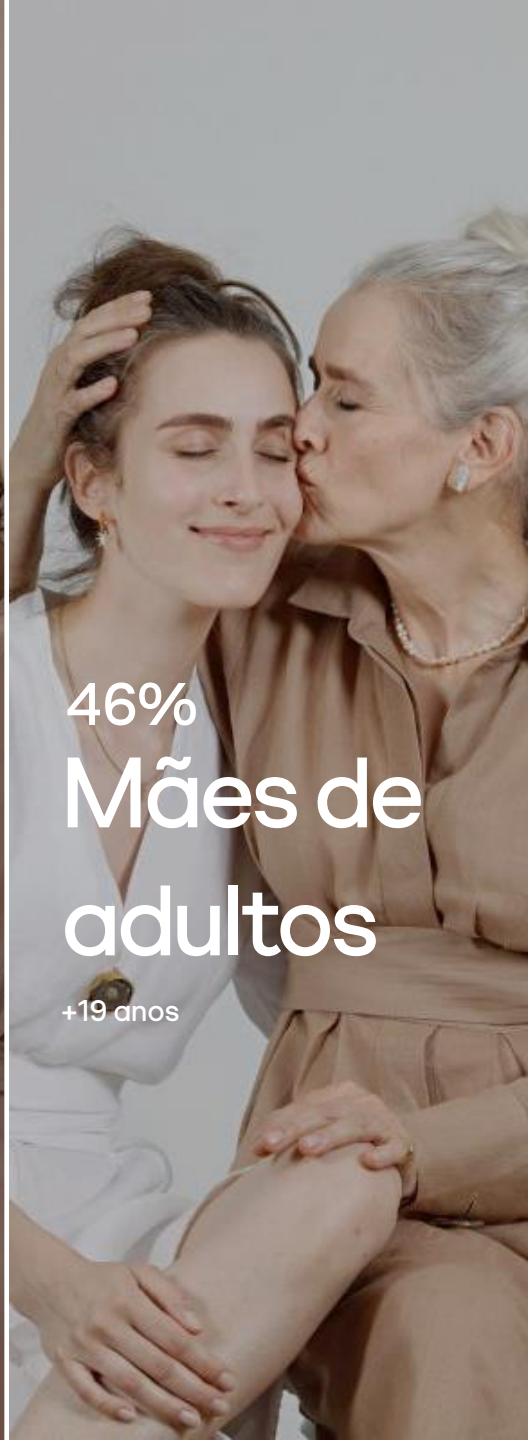
32%
Mães de
crianças

3 à 12 anos



26%
Mães de
jovens

13 à 19 anos

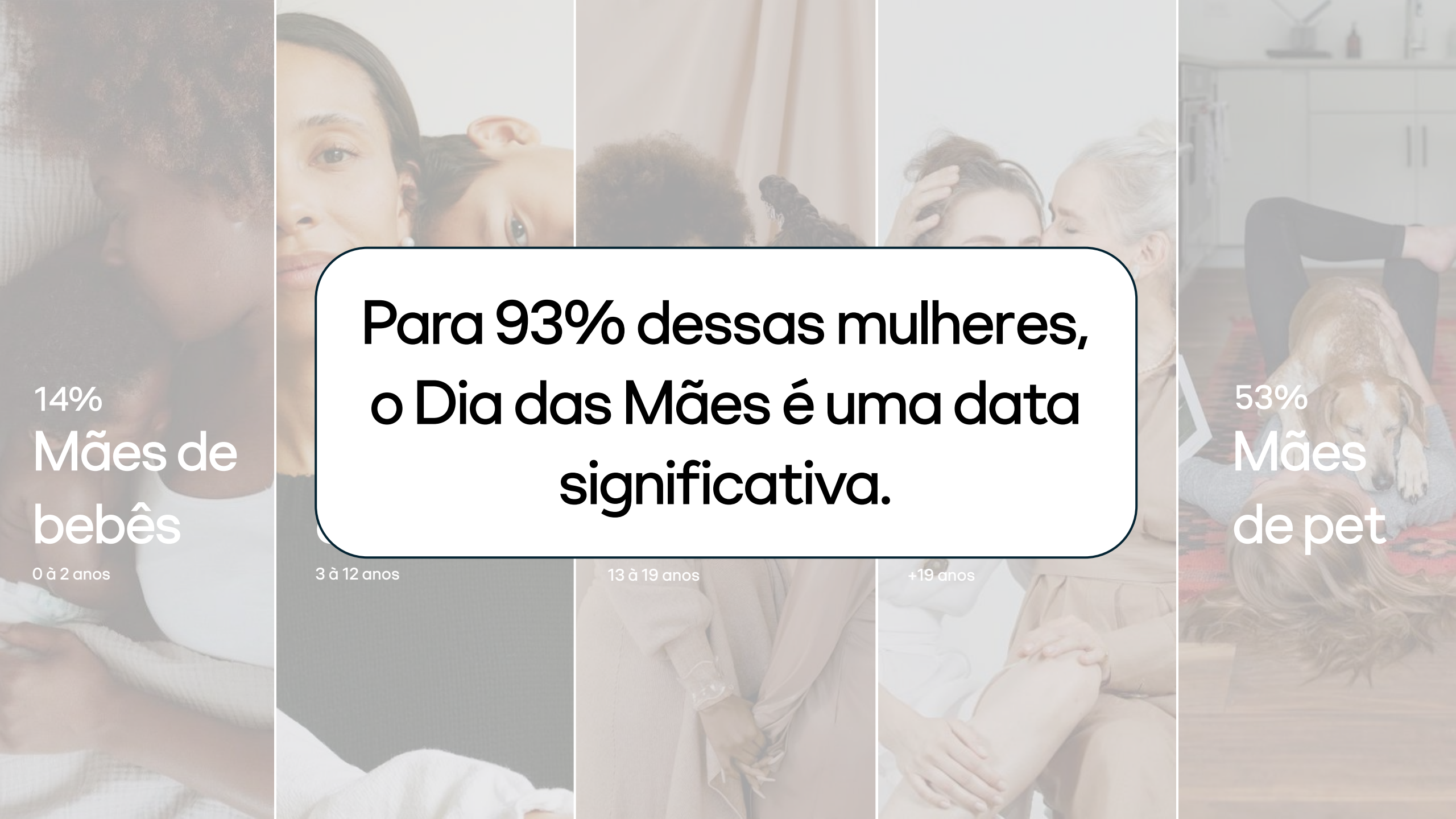


46%
Mães de
adultos

+19 anos



53%
Mães
de pet



14%
Mães de
bebês

0 à 2 anos

**Para 93% dessas mulheres,
o Dia das Mães é uma data
significativa.**

3 à 12 anos

13 à 19 anos

+19 anos

53%
Mães
de pet

A black and white photograph of a woman with short hair, wearing a light-colored shirt, holding a baby wrapped in a white blanket. The woman is looking down at the baby with a gentle expression. The baby is looking up towards the camera. The background is dark.

II.

Quais são as expectativas
para comemorar a data?

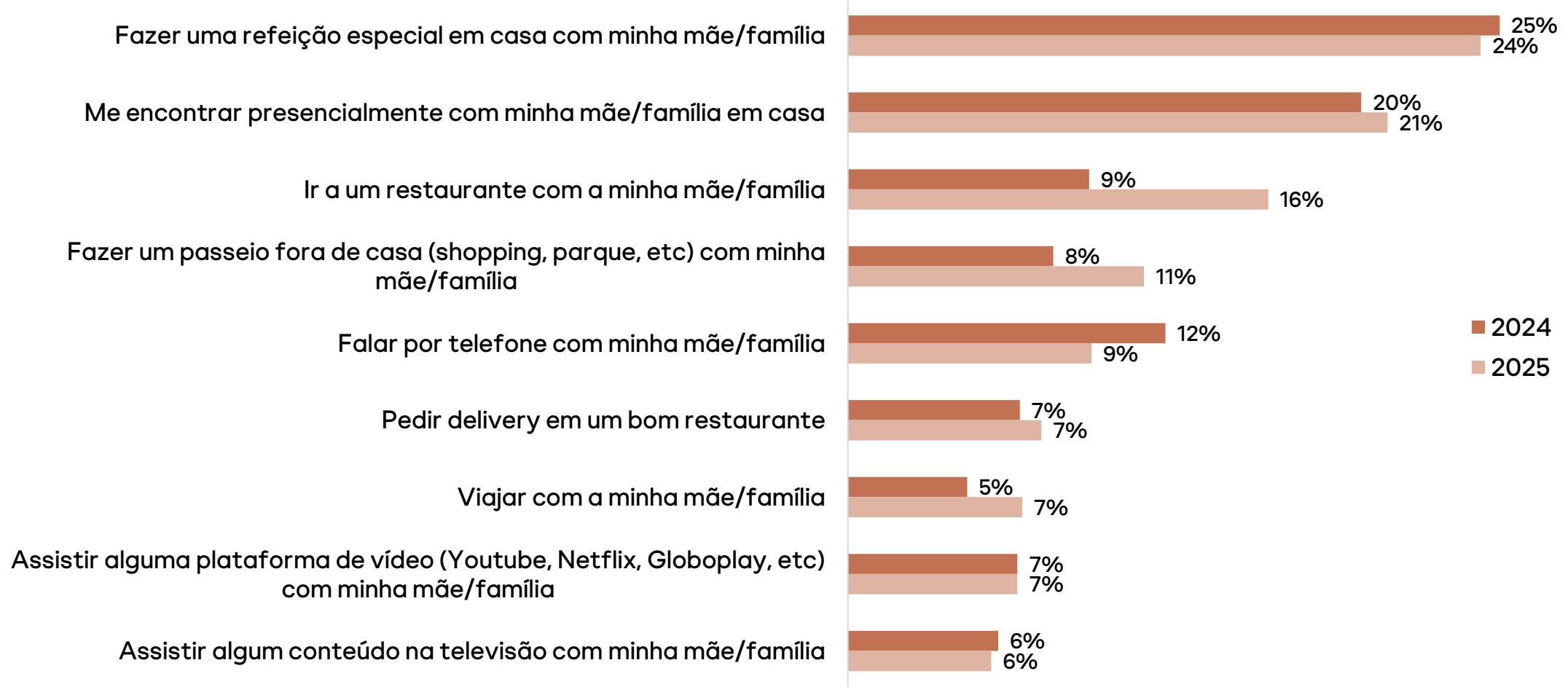


82%

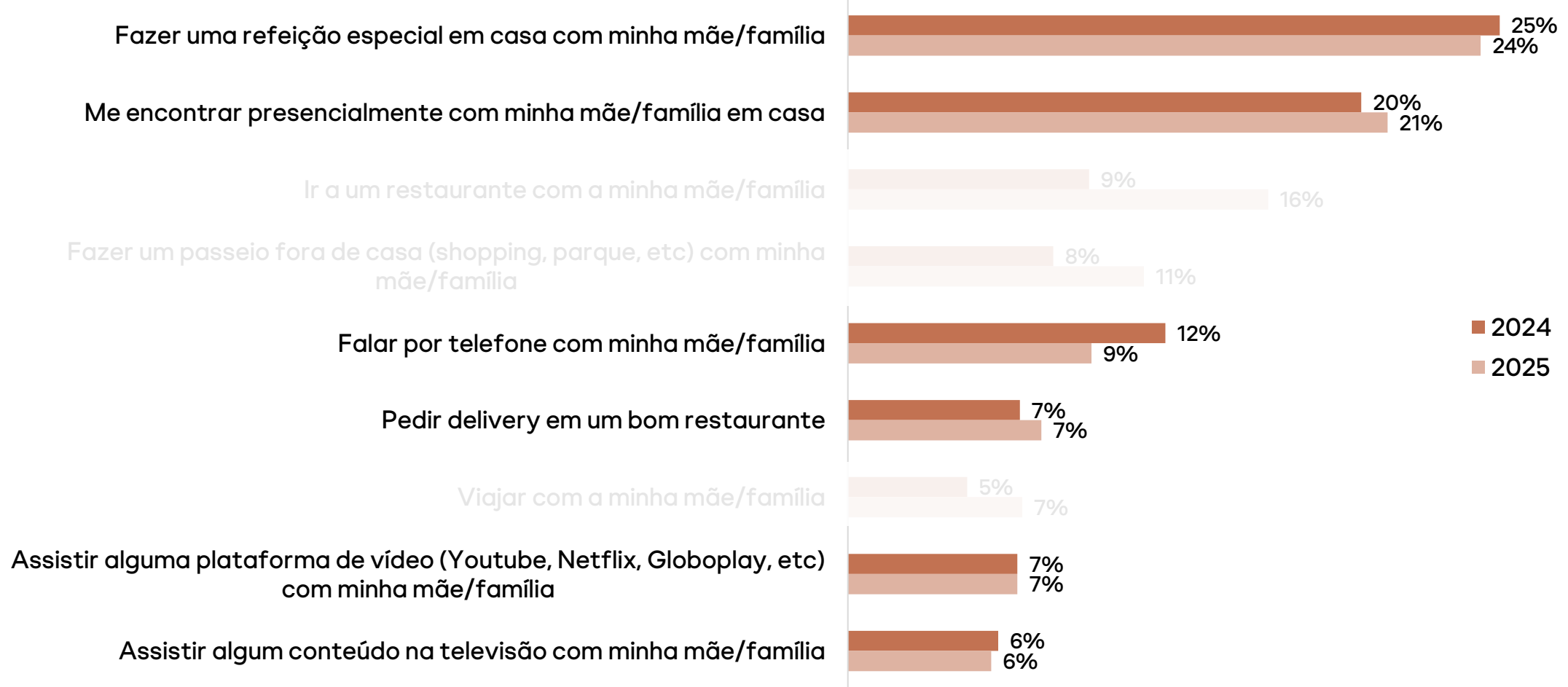
dos brasileiros pretendem
comemorar o Dia das
Mães esse ano

vs 77% em 2024

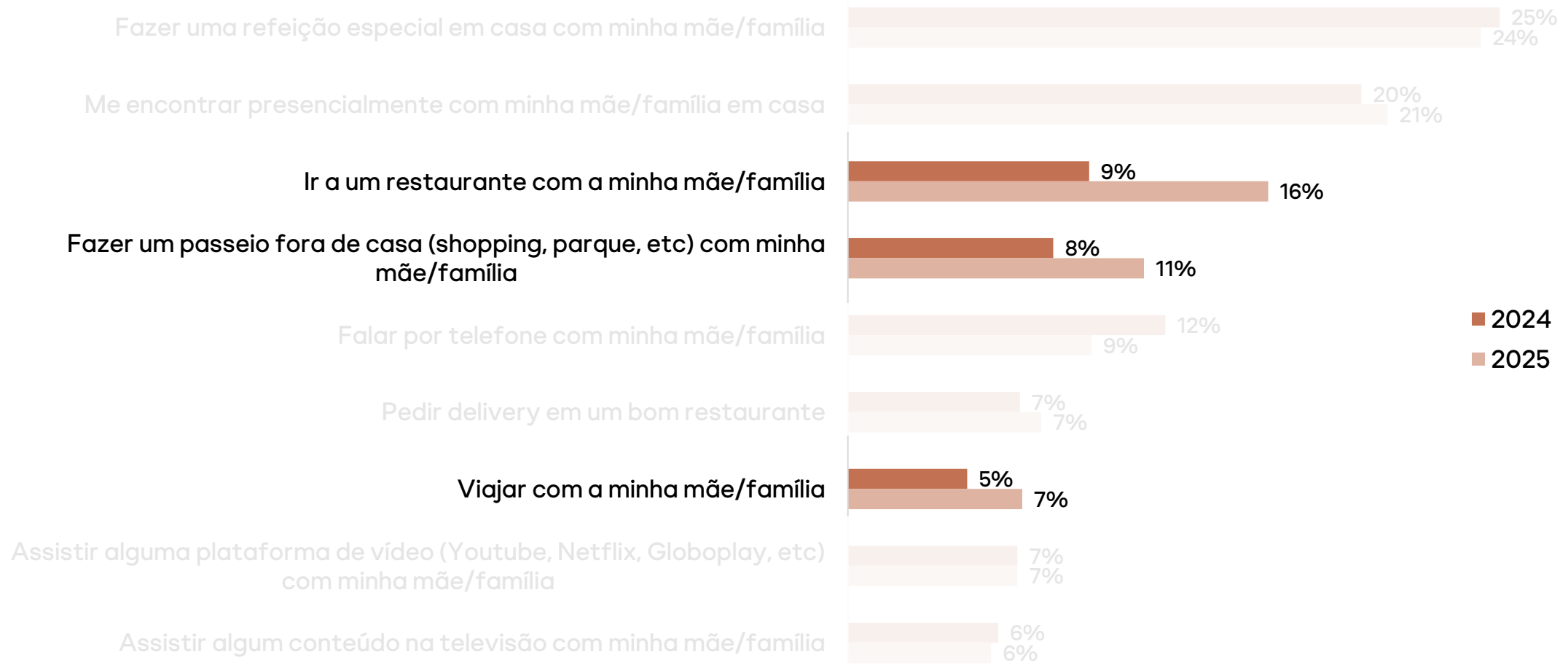
Como o brasileiro vai comemorar a data?



Atividades dentro do lar

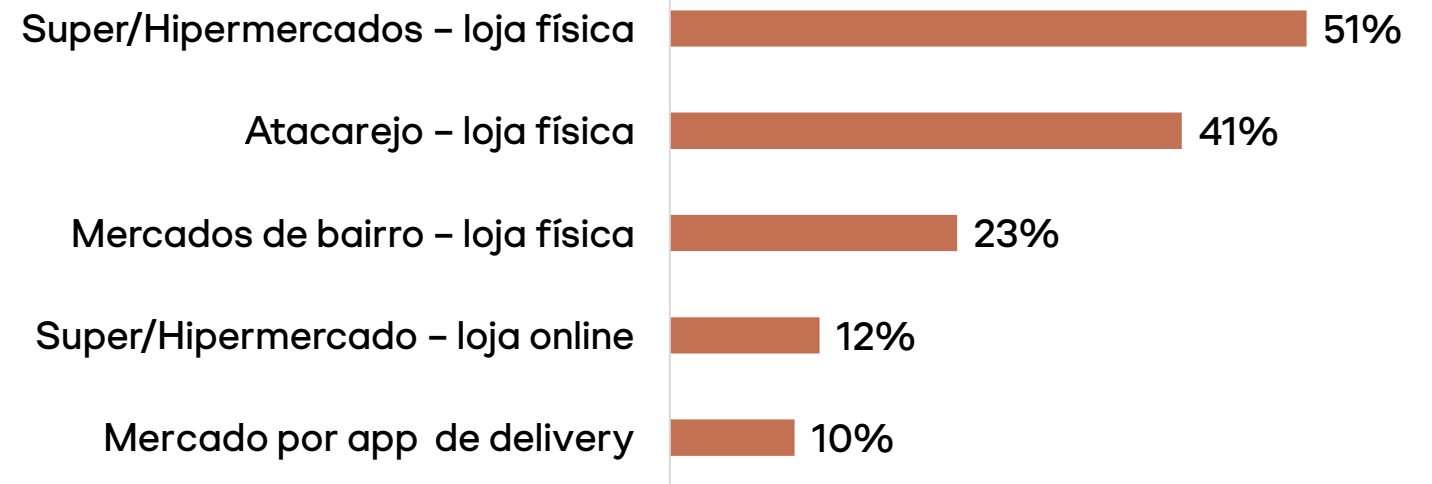


Atividades fora do lar





Super e hiper lideram, mas o atacarejo corre atrás!



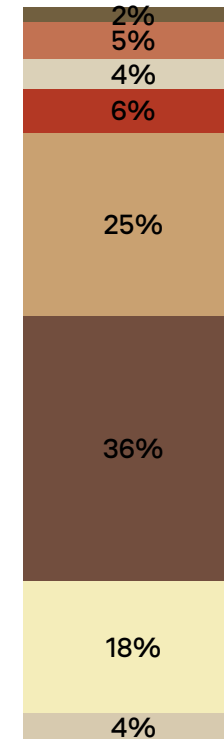
Total loja física 115%*

*pergunta múltipla escolha pois a compra de ingredientes pode ser feita em mais de um canal de venda



61% pretendem gastar entre R\$ 101 e R\$300

- Mais de R\$ 1.000
- Entre R\$ 501 e R\$ 1.000
- Entre R\$ 401 e R\$ 500
- Entre R\$ 301 e R\$ 400
- Entre R\$ 201 e R\$ 300
- Entre R\$ 101 e R\$ 200
- Entre R\$ 51 e R\$ 100
- Até R\$ 50



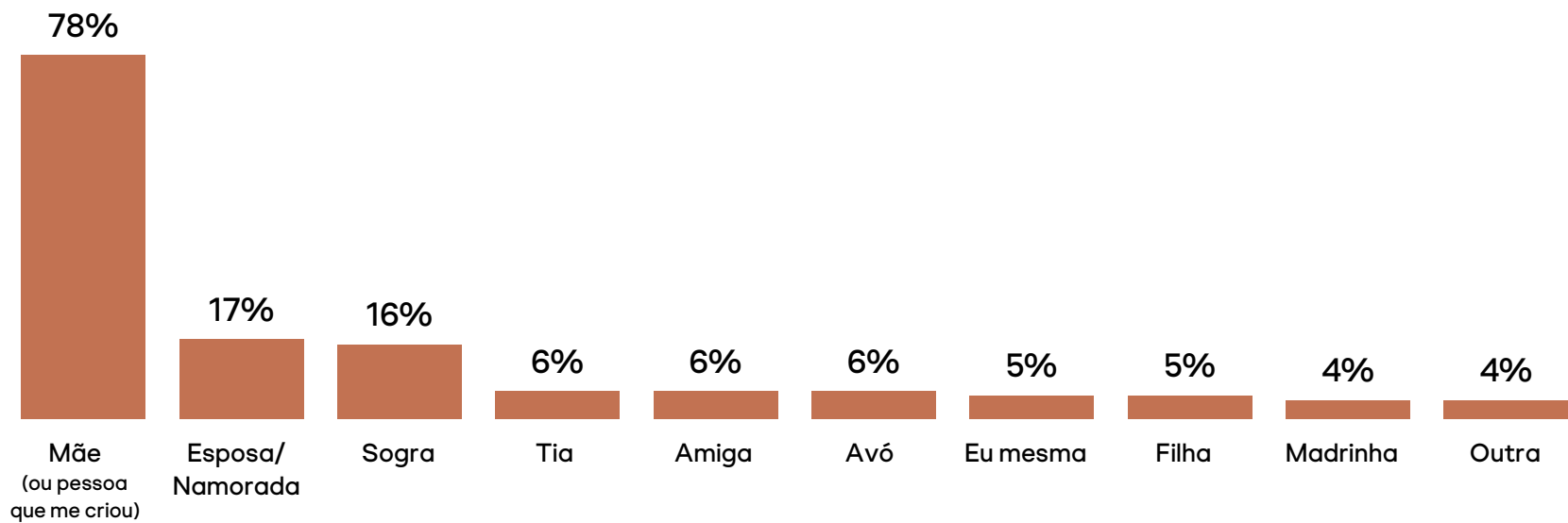
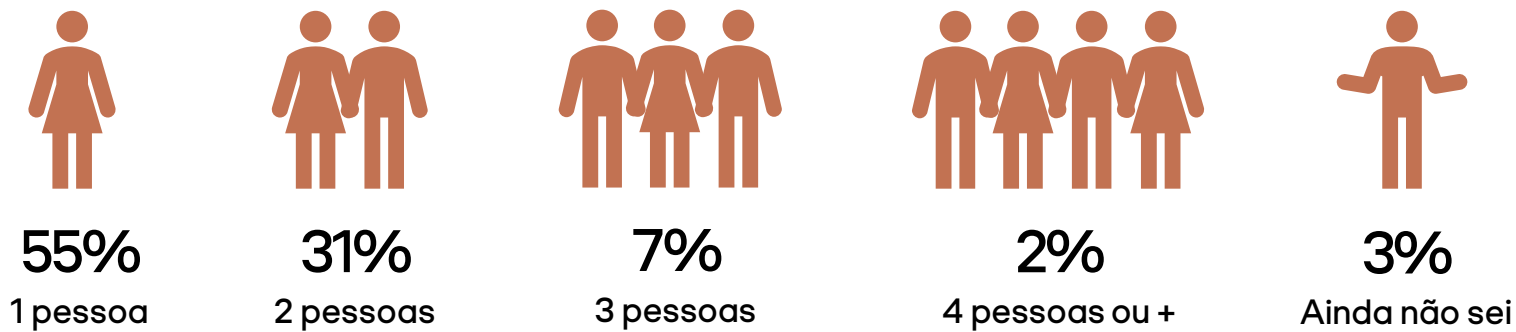
Para além
de simbólica,
é uma data
comercial.



71%
pretendem
presentear no
Dia das Mães
desse ano

vs 58% em 2024

Em relação à quantidade de presenteados...



Quanto às pessoas que **receberão os presentes**, a maioria será formada pelas **mães ou aquelas que desempenharam o papel de criação**. No entanto, esposas, namoradas e até sogras também serão lembradas no momento das compras.



Para não ter chance de errar, mães assumem o protagonismo.

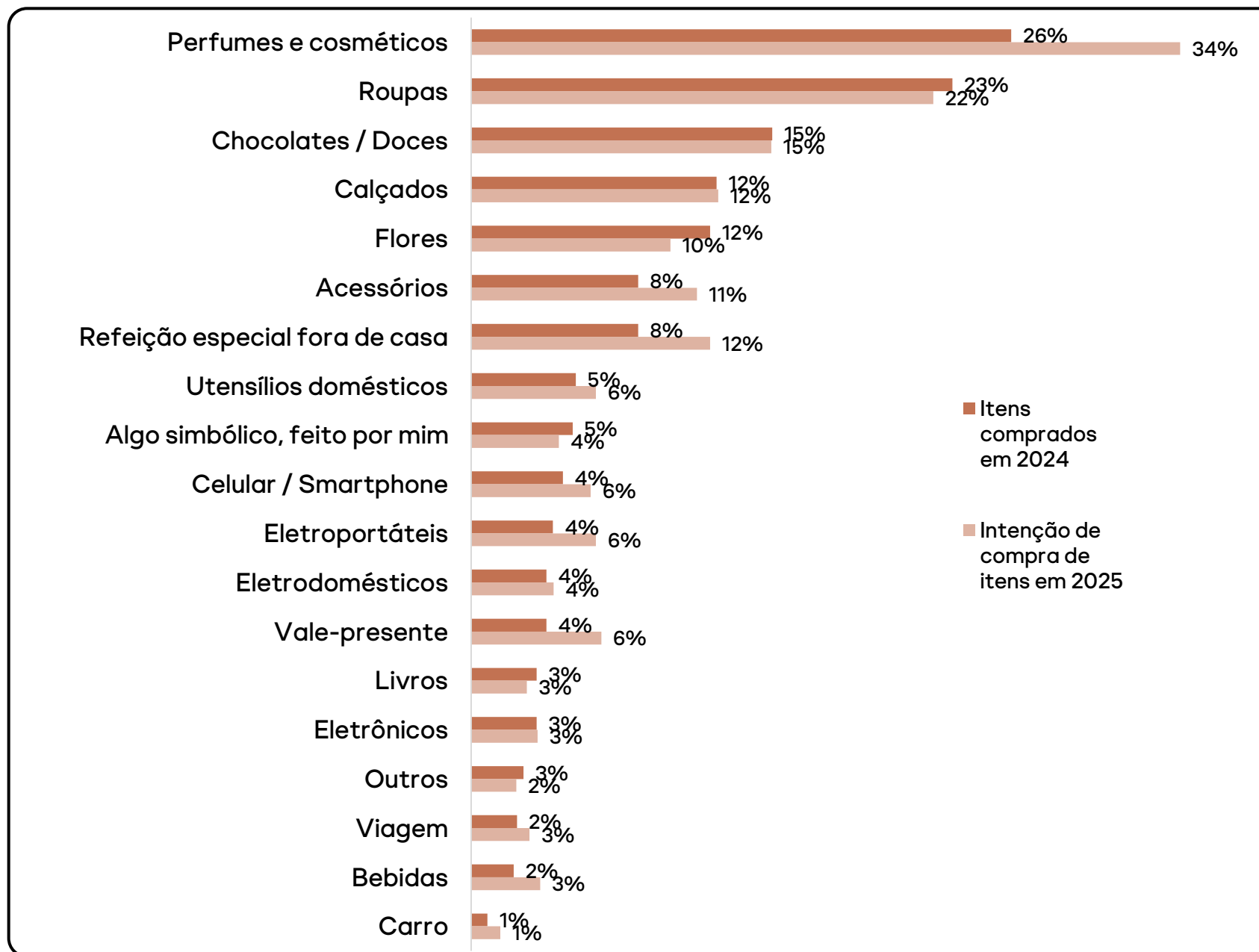
42%

têm a intenção de levar as mães junto na hora de comprar o presente.

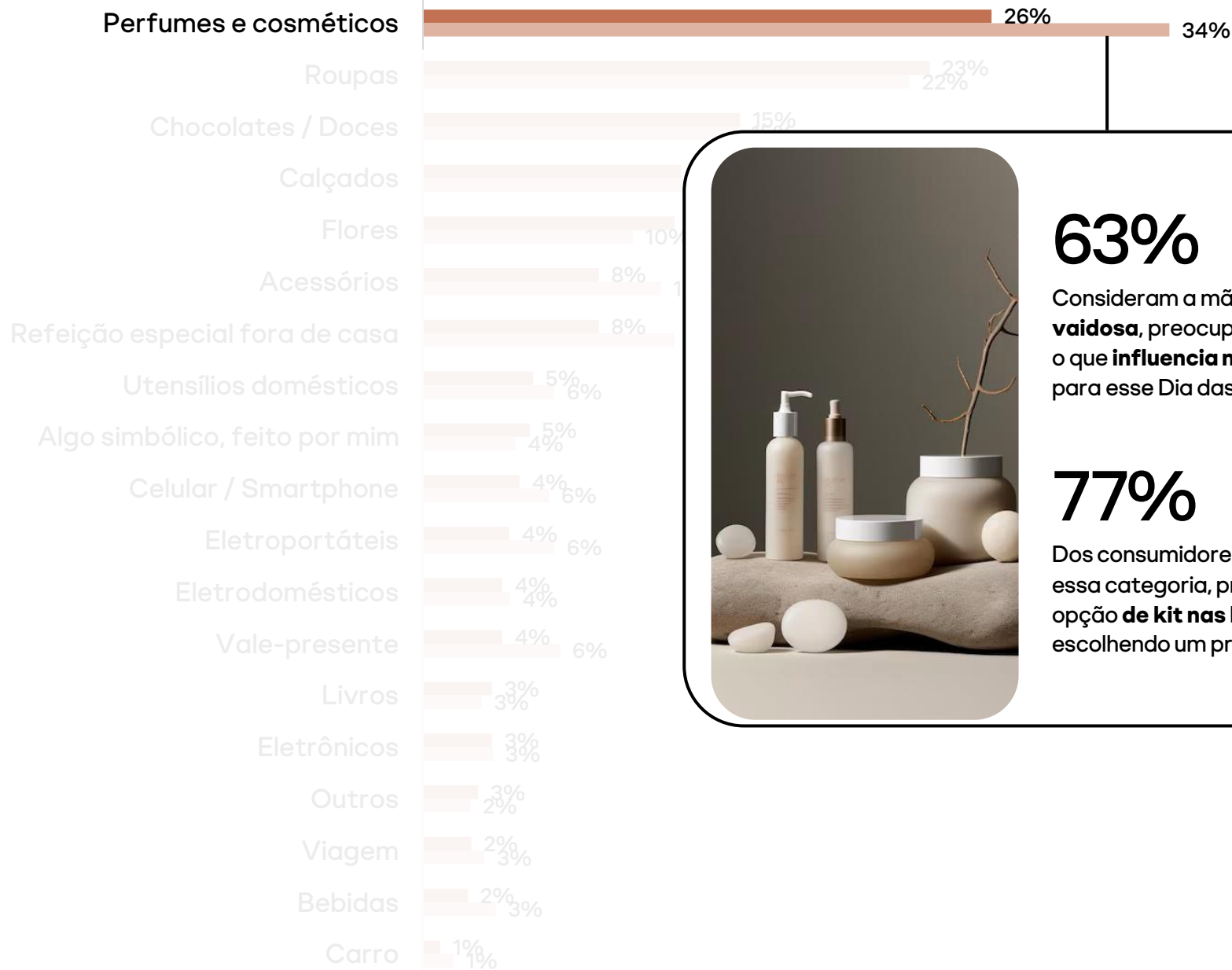
52%

afirmam que a mãe/pessoa que a criou já sabe o que quer ganhar e deve seguir as dicas dela para não errar na escolha do presente.

Categorias de presentes



Categorias de presentes



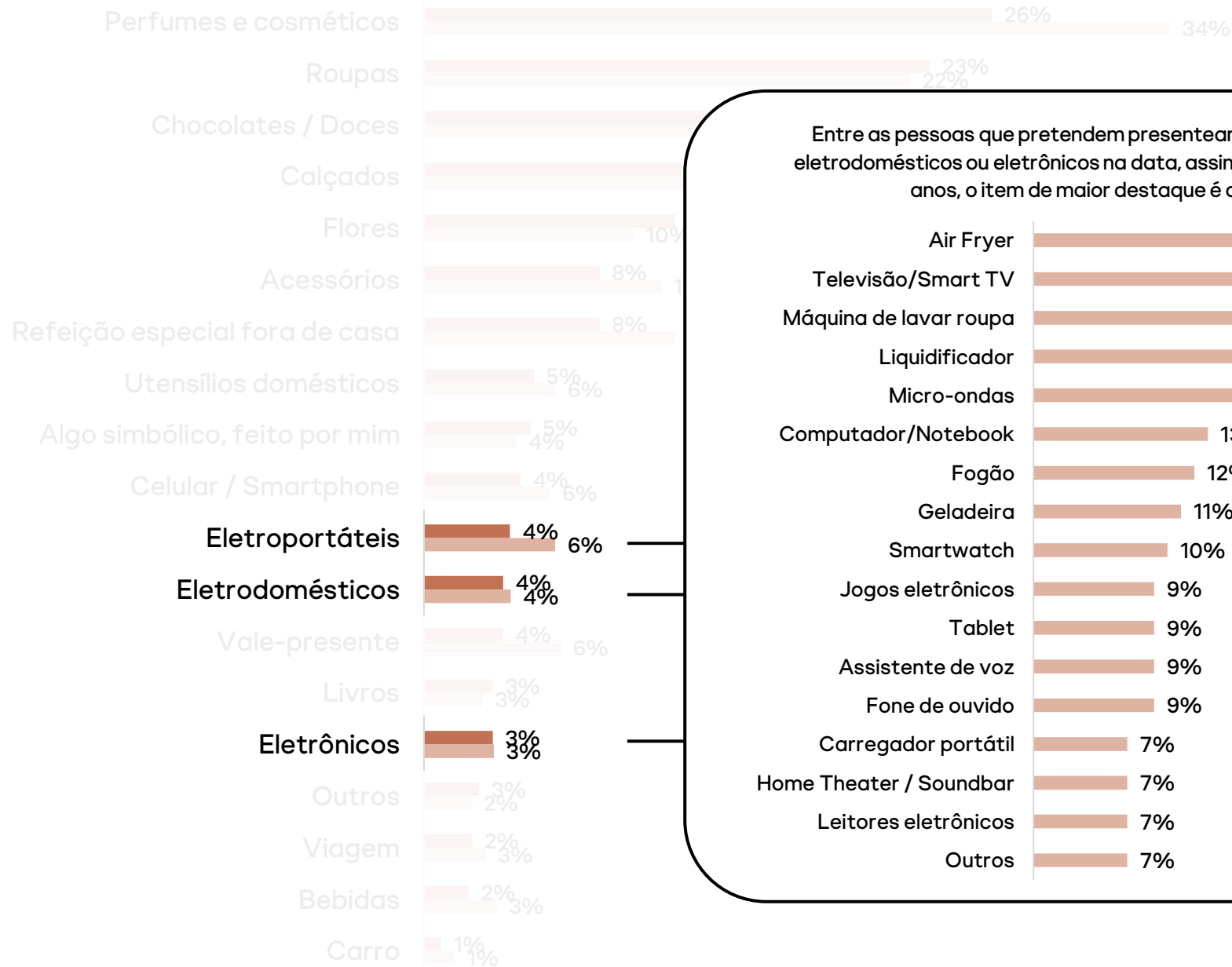
63%

Consideram a mãe ou pessoa que criou **vaidosa**, preocupada com a **aparência**, o que **influencia na escolha do presente** para esse Dia das Mães.

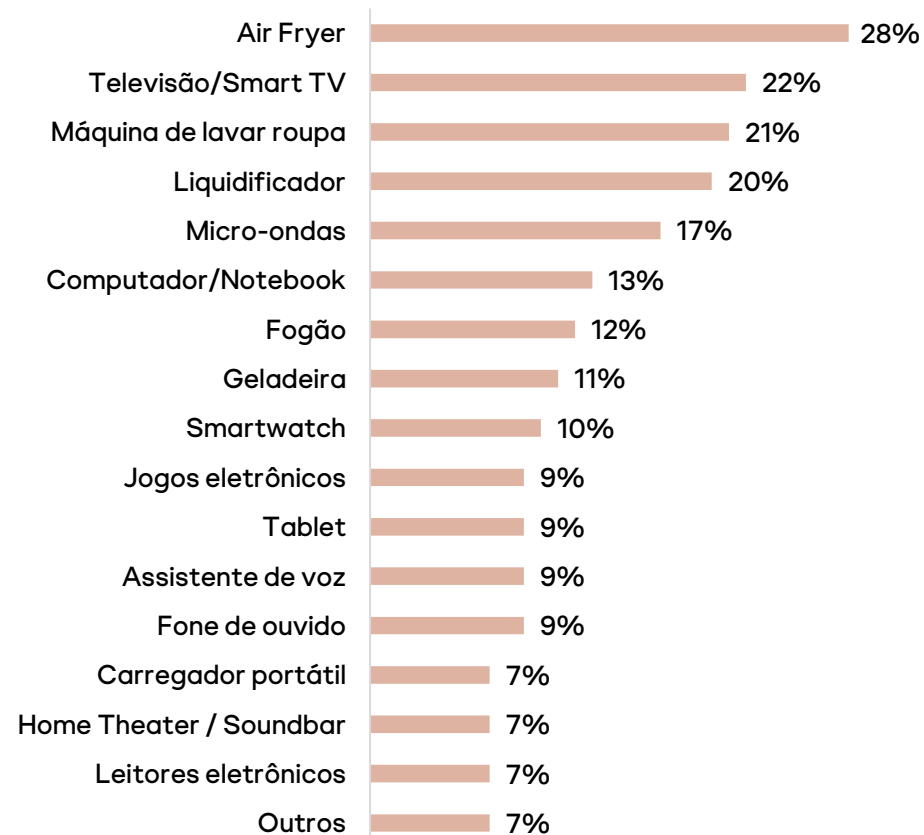
77%

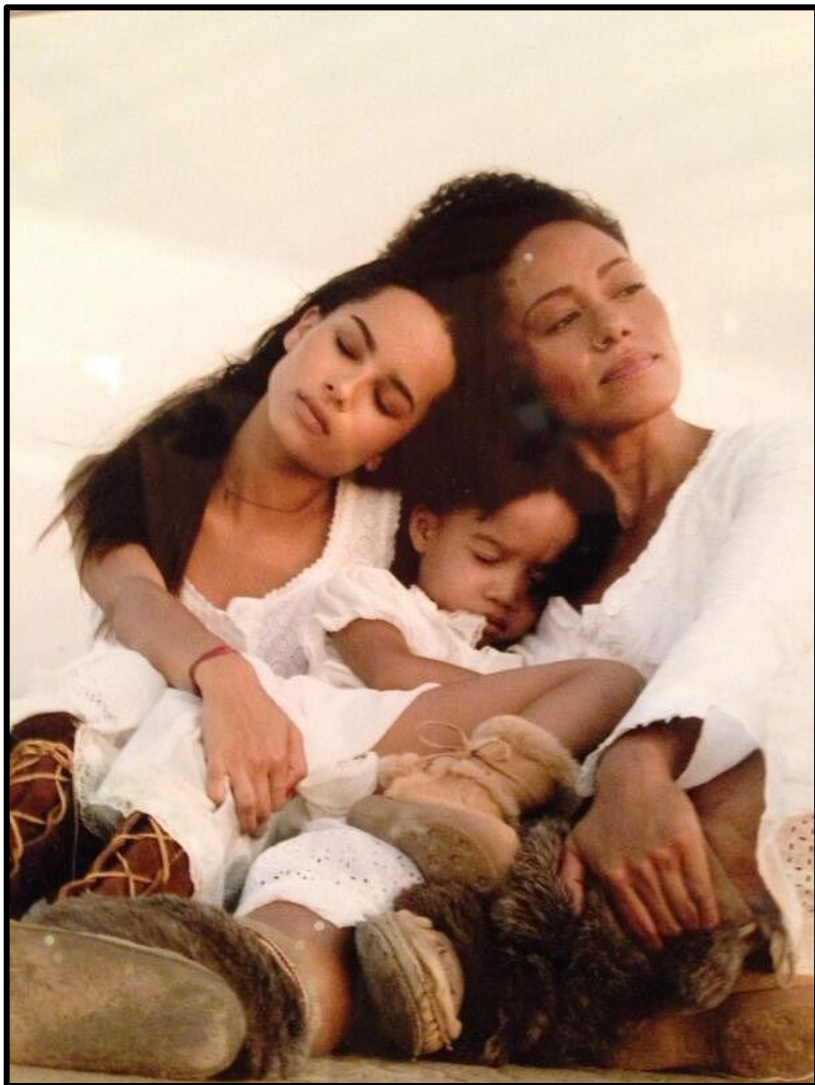
Dos consumidores que presentearão com essa categoria, pretendem comprar uma opção **de kit nas lojas** (confeccionando ou escolhendo um pronto).

Categorias de presentes



Entre as pessoas que pretendem presentear com eletroportáteis, eletrodomésticos ou eletrônicos na data, assim como nos últimos dois anos, o item de maior destaque é a **Air Fryer**.





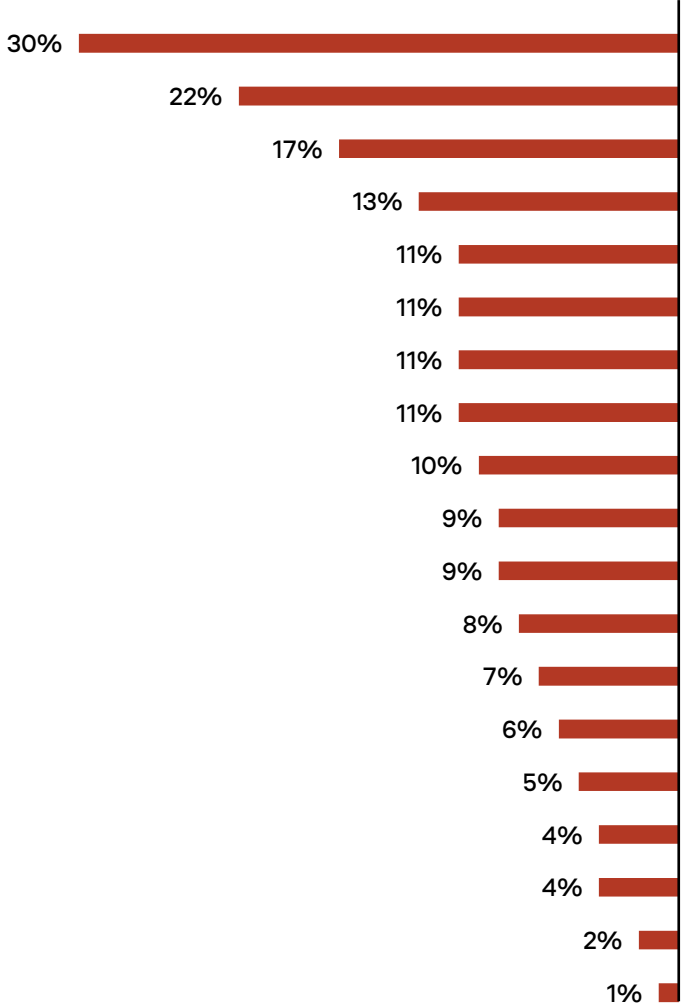
Mas....

Será que as mães realmente querem ganhar esses itens de presente?

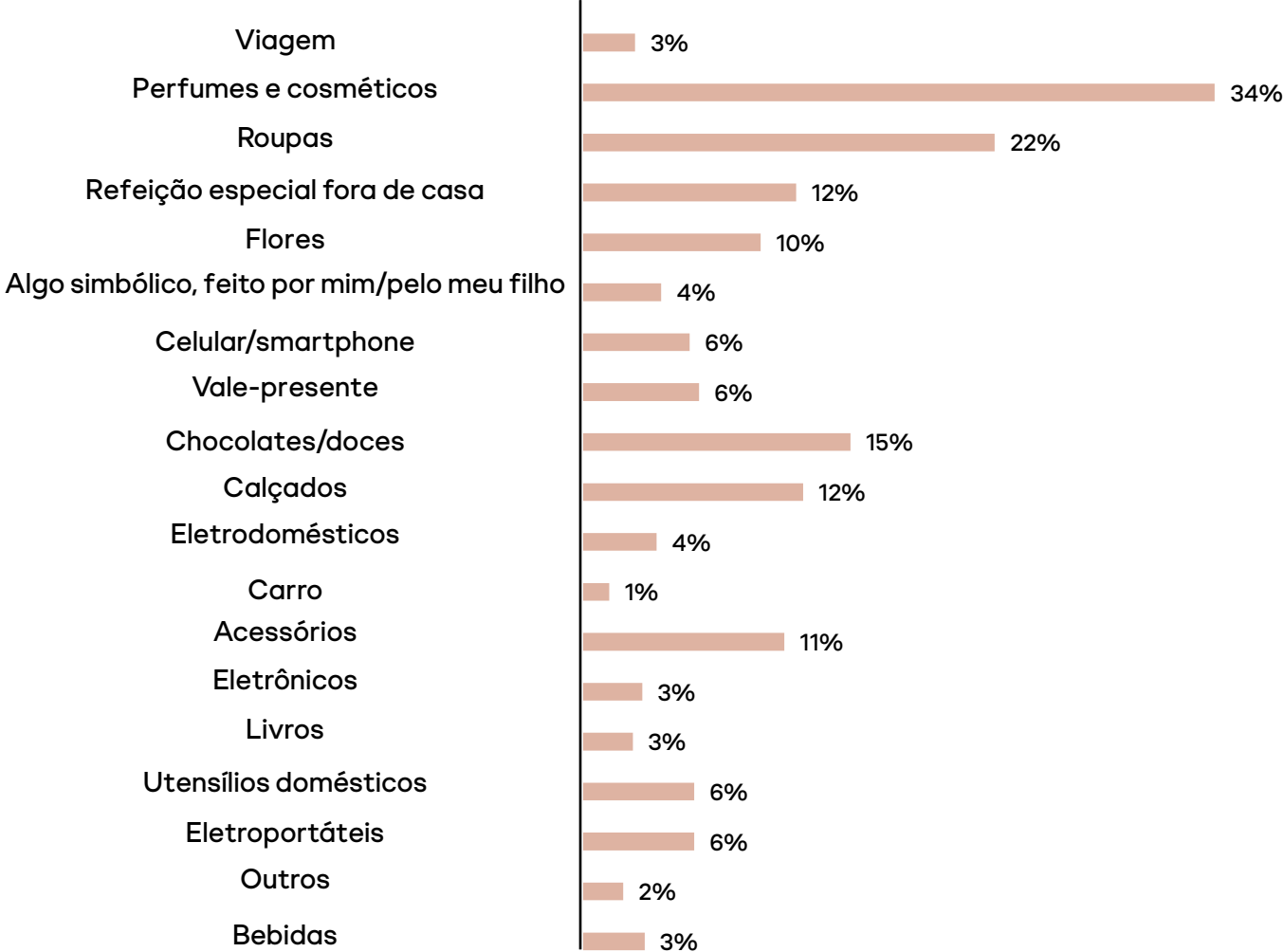
Relembrando:

67% das entrevistadas são mães

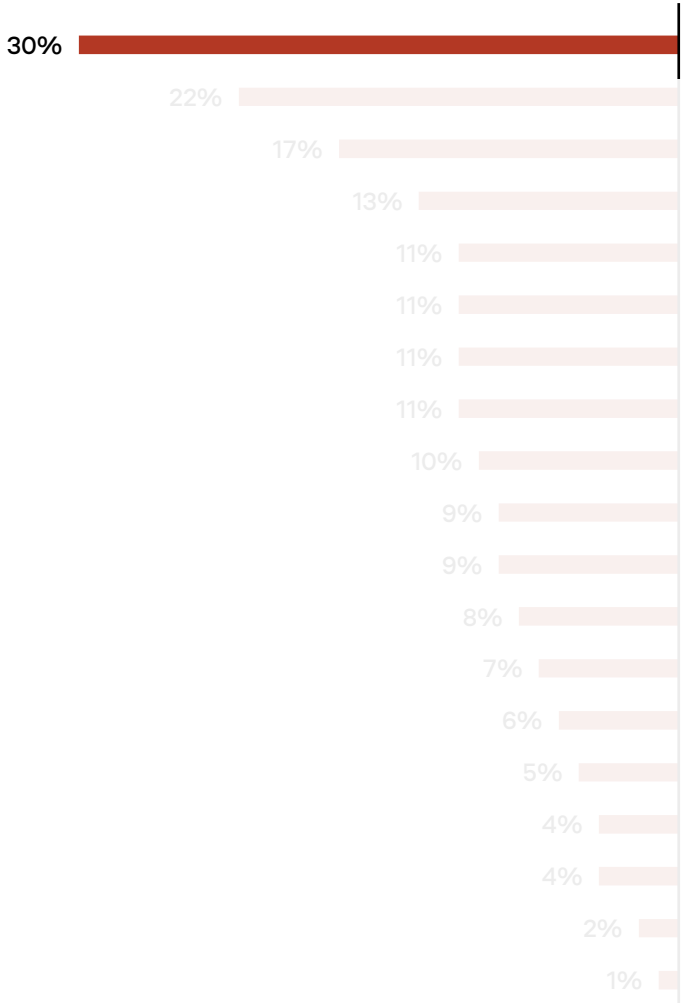
O que as mães querem ganhar



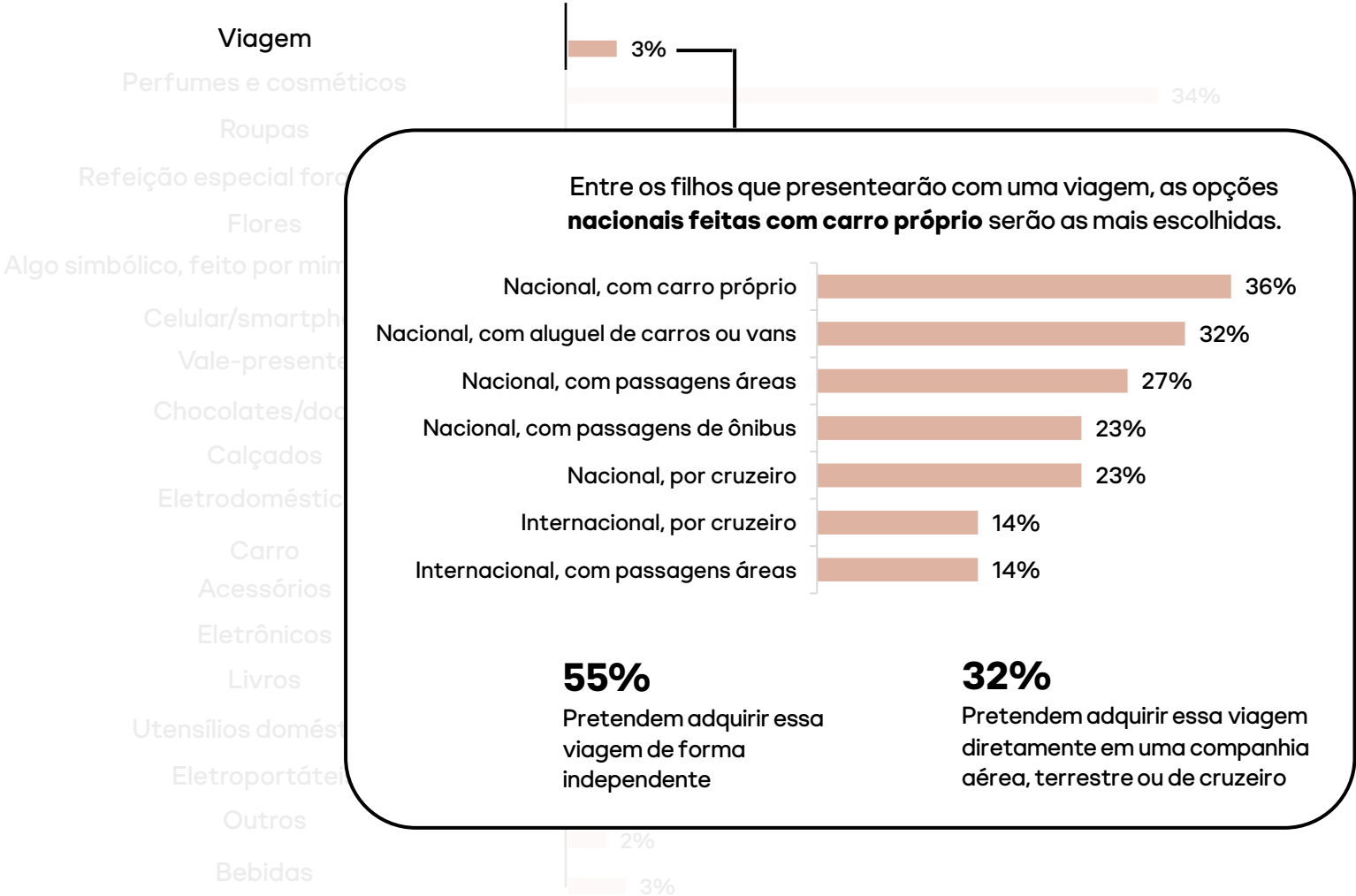
O que os filhos pretendem comprar



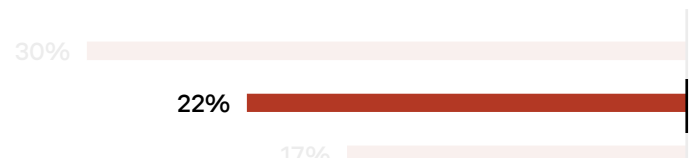
O que as mães querem ganhar



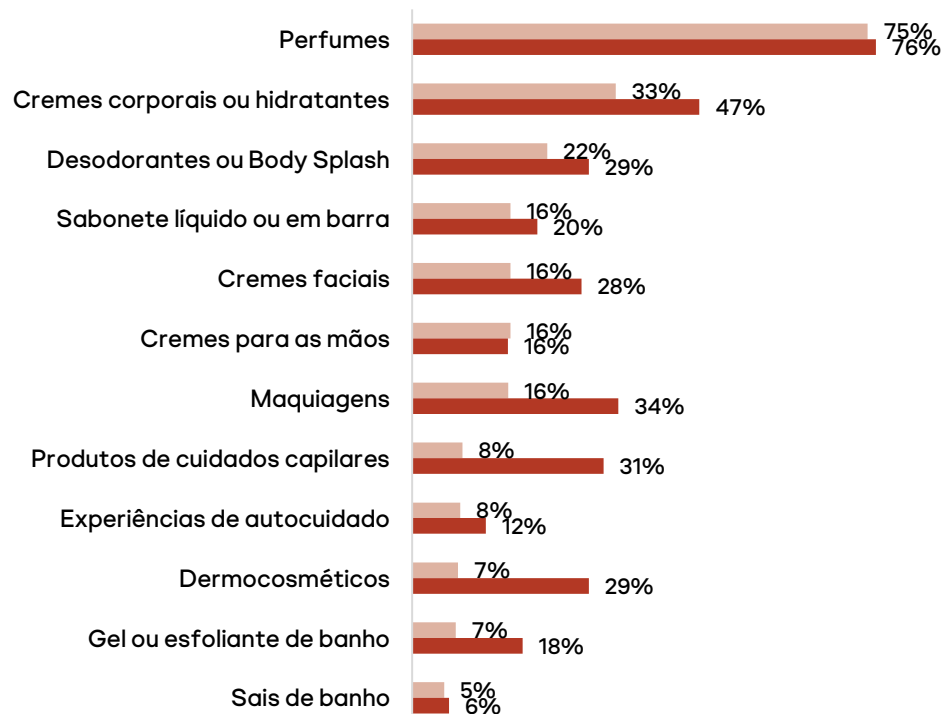
O que os filhos pretendem comprar



O que as mães querem ganhar



Quais itens de perfumaria & cosméticos?



O que os filhos pretendem comprar



#OPORTUNIDADES DE BELEZA



Microalegrias sensoriais

Presentes que envolvem sentidos, oferecem apoio emocional e promovem alegria



Tecnologia facial rejuvenescedora

Qualidade e tecnologia elevam as rotinas domésticas de cuidados



Santuário autorreflexivo

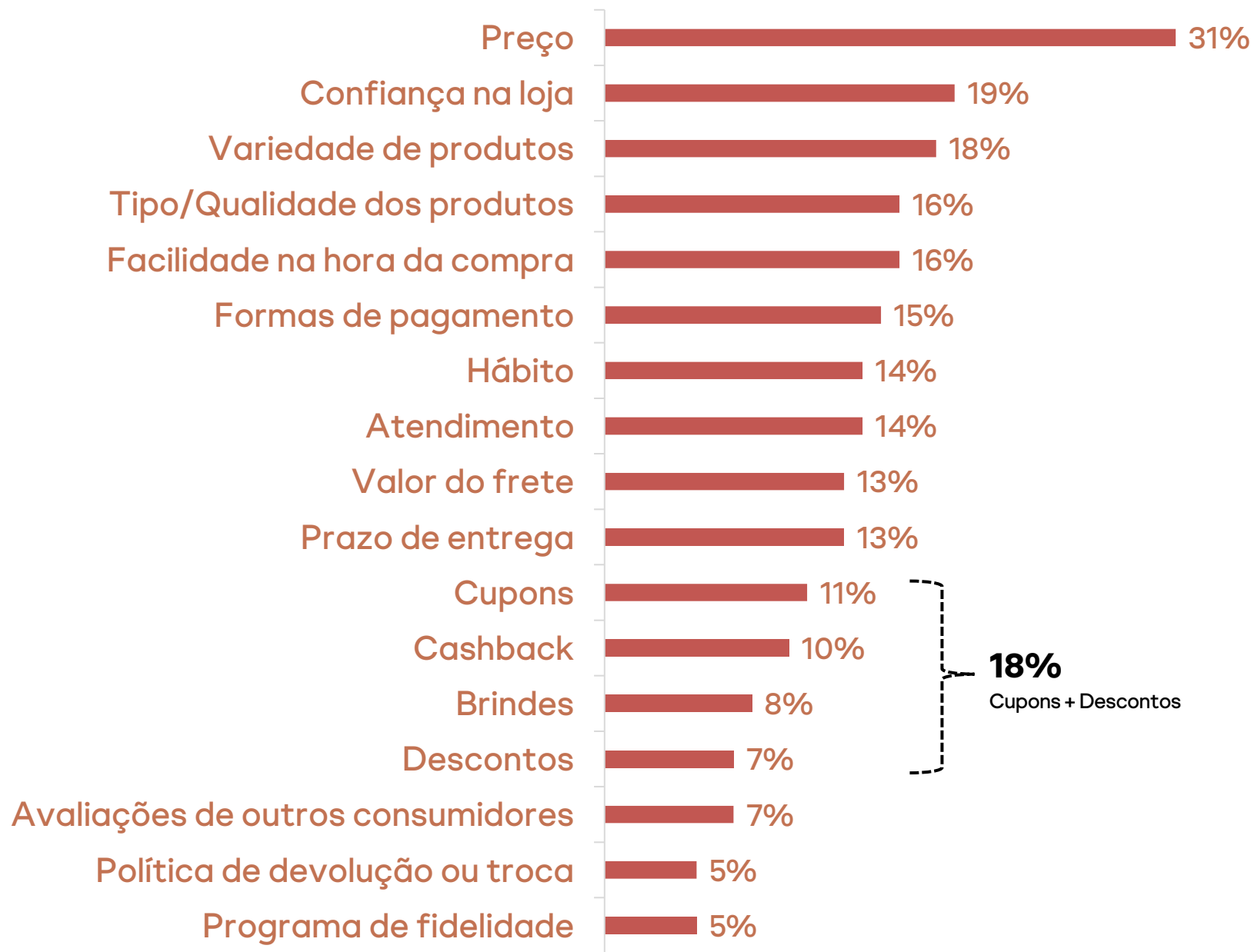
O banheiro servirá como um espaço de rituais de banho e refúgios de autocuidado.



Essenciais para a bolsa

A skinificação contínua dos cuidados com os lábios e com as mãos está atraindo as mães com estilo de vida flexível.

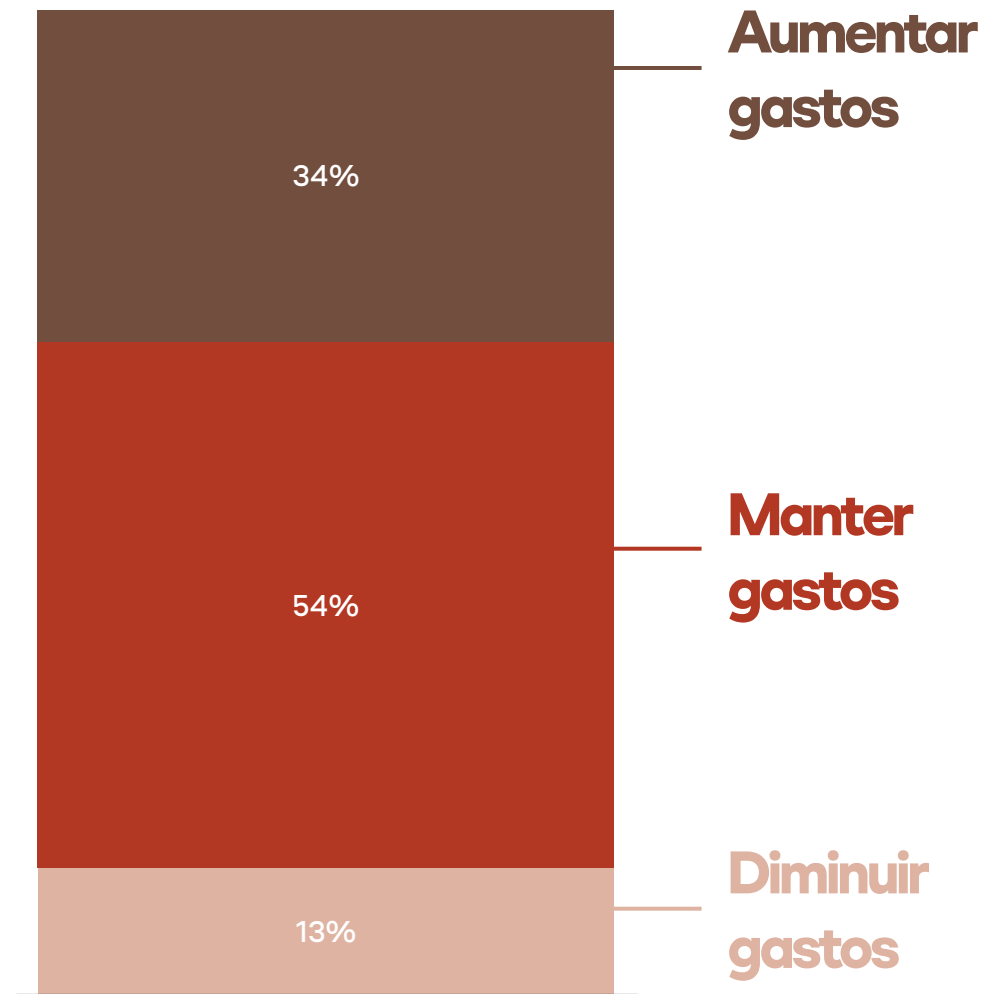
Preço é o principal fator para a escolha de compra de um produto.



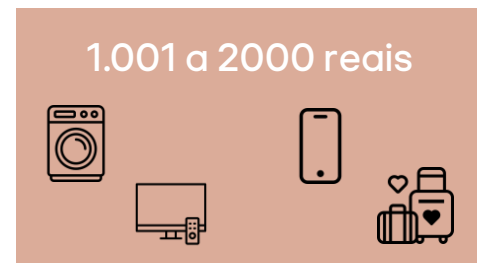
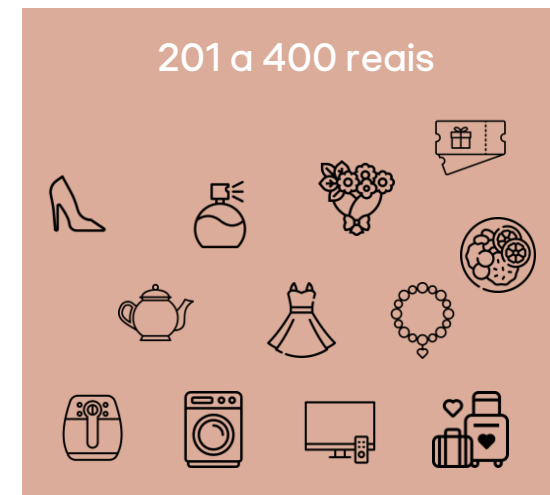
Esses dados nos indicam uma previsão de **bom movimento na economia e no varejo.**

No entanto, **44% costumam gastar mais do que podem** para agradar a mãe ou a pessoa presenteada.

Vs os gastos do ano passado, esse ano o consumidor pretende:



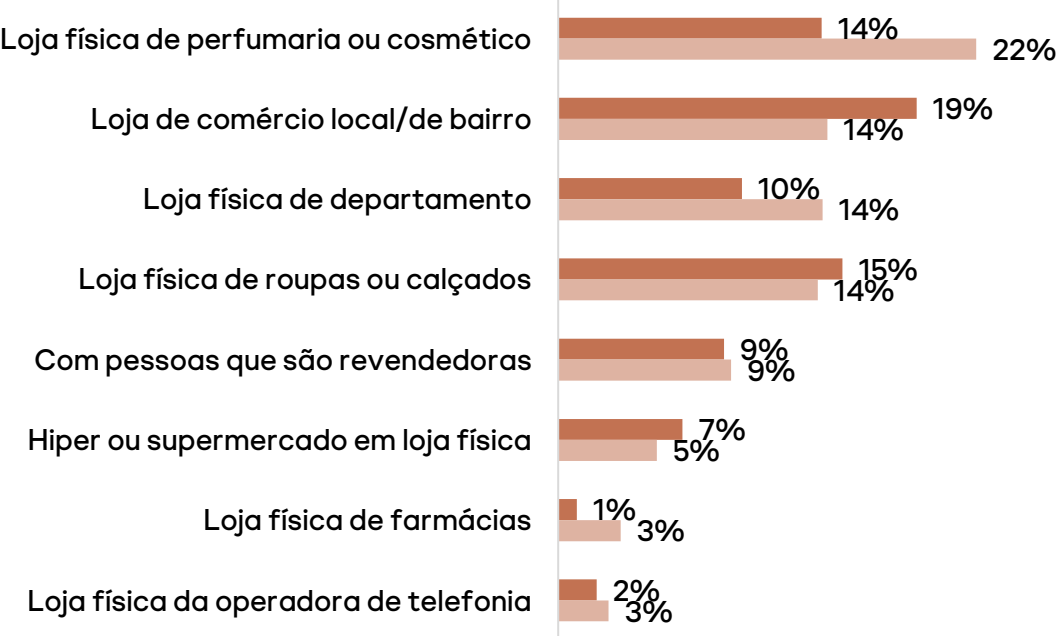
49% pretendem gastar de 51 a 200 reais no presente de Dia das Mães desse ano



Ainda têm 2% que não sabem quanto irão gastar com o presente de Dia das Mães

LOJAS FÍSICAS

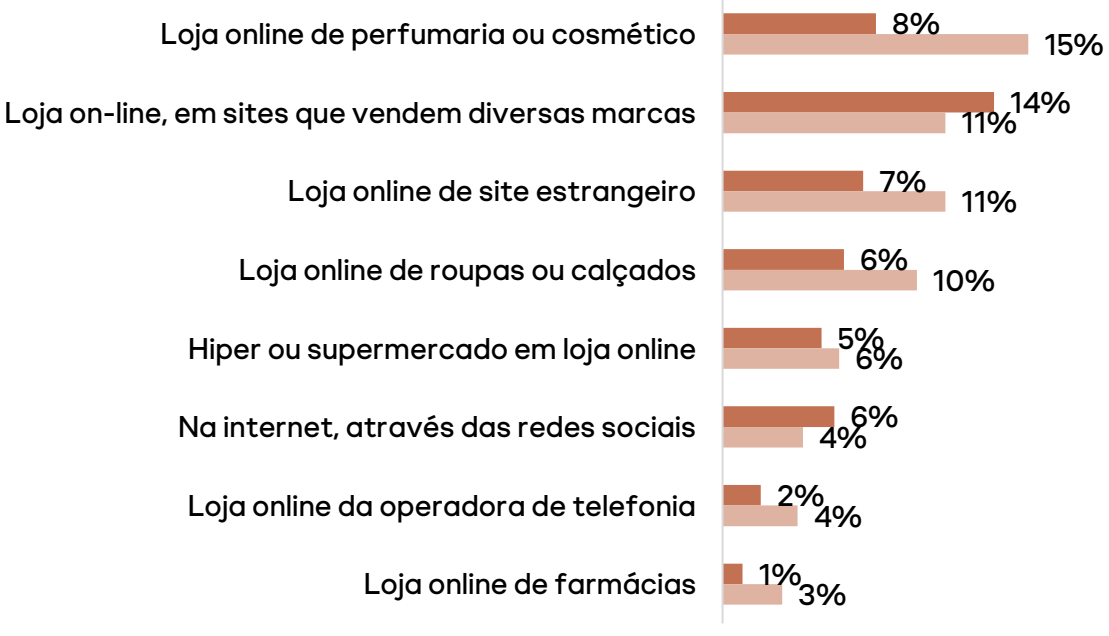
Onde você comprou/pretende comprar de presente para o Dia das Mães?



61% Pretendem comprar os presentes em lojas físicas

LOJAS ONLINE

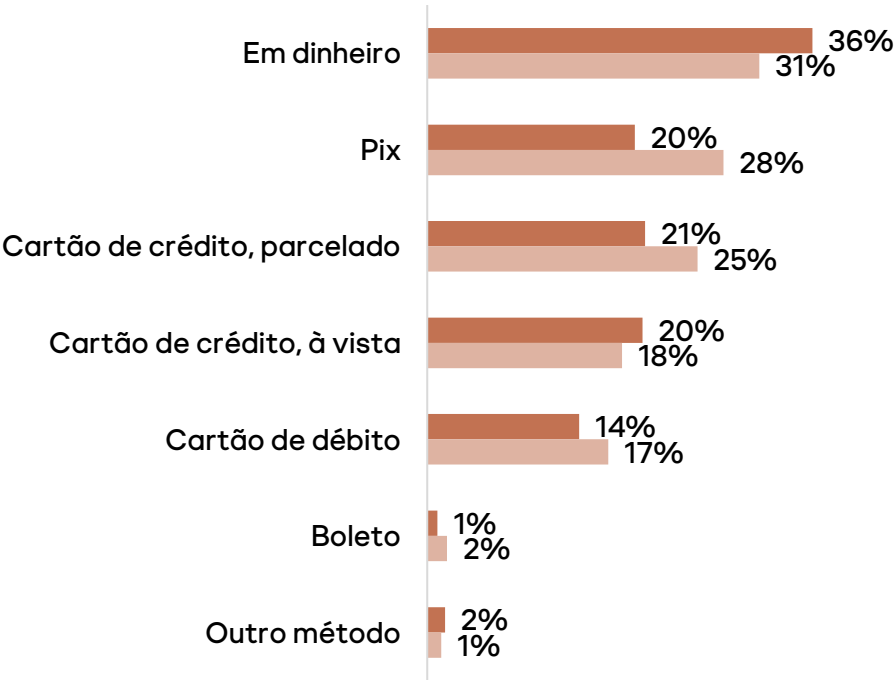
Onde você comprou/pretende comprar de presente para o Dia das Mães?



■ Itens comprados em 2024
■ Intenção de compra de itens em 2025

LOJAS FÍSICAS

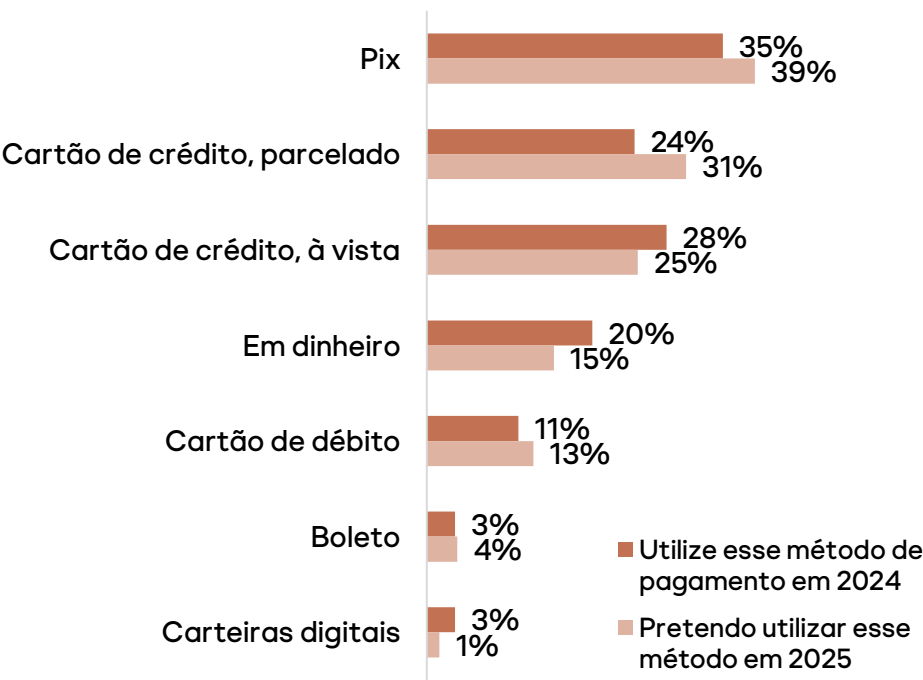
Qual método de pagamento utilizado/ que você pretende utilizar nas compras de Dia das Mães?



Em relação aos métodos de pagamento do presente, quando pensamos nas **lojas físicas**, a maioria prefere realizar o pagamento em dinheiro ou pix. Ao comparar com o ano passado, nota-se que o uso do **cartão de crédito** era mais comum nessas ocasiões.

LOJAS ONLINE

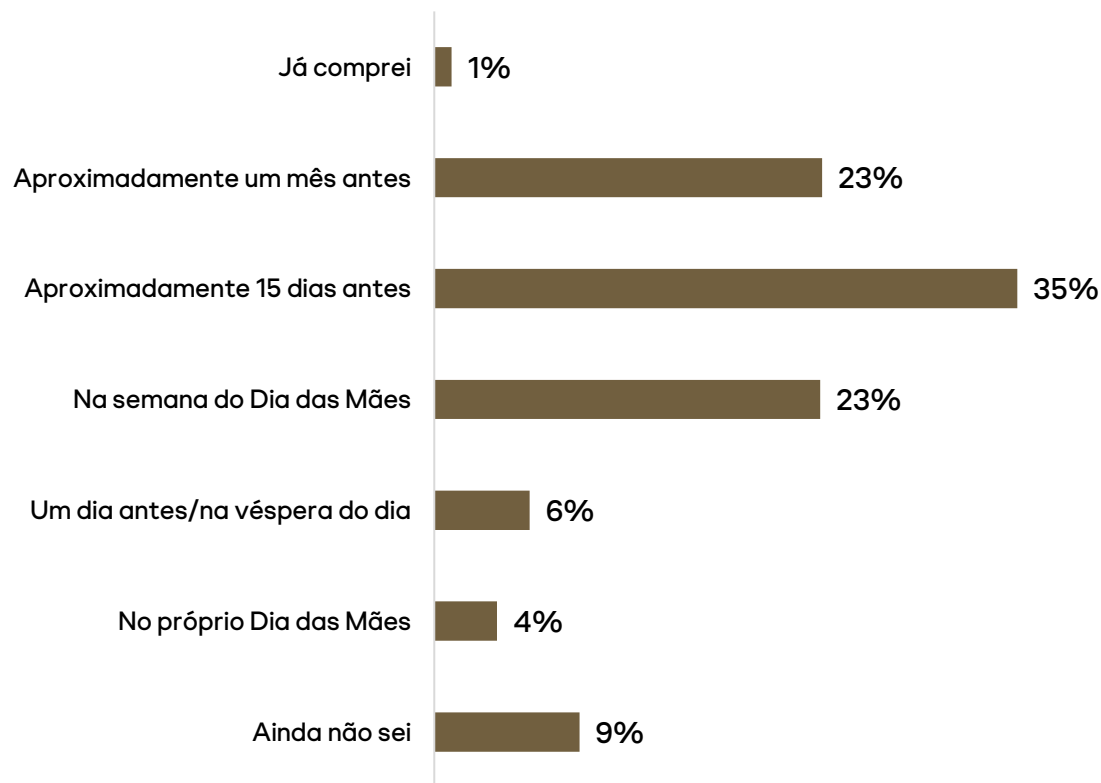
Qual método de pagamento utilizado/ que você pretende utilizar nas compras de Dia das Mães?



Nas **lojas online**, os meios de pagamento mais utilizados serão o Pix e o cartão de crédito, tanto parcelado quanto à vista.

Antecedência de compra

Com qual antecedência você pretende comprar o presente de Dia das Mães?



A maioria pretende comprar o presente de Dia das Mães com, aproximadamente, **15 dias de antecedência**.

Os mais planejados pretendem comprar com 1 mês de antecedência (23%), abrindo oportunidade para as **compras online**. Outros pretendem deixar para a semana do Dia das Mães (23%) ou para a véspera da data (6%), precisando recorrer às **lojas físicas**.

III.

E em 2025?

Em quais territórios
nos apoiar?





O bolso dita as regras, mas o vínculo ainda vale mais

Com a inadimplência alta e a preocupação financeira presente em todas as classes sociais, o **fator preço é decisivo**. No entanto, a relação emocional com o presente - e com a experiência da data - segue sendo um diferencial. Estratégias como kits personalizados e experiências memoráveis ganham força.



Maternidade real: sem filtro e sem roteiro

A idealização da mãe perfeita já não convence. Marcas que reconhecem os desafios da maternidade e oferecem suporte verdadeiro (seja emocional, prático ou financeiro) criam um vínculo mais autêntico.



Mais tempo, menos tarefas: um desejo universal

O maior presente para muitas mães não é um item, mas sim **uma pausa**. Serviços e produtos que economizam tempo e reduzem a sobrecarga do dia a dia são altamente desejáveis — de assinaturas de refeições prontas a soluções para organização e bem-estar.



Mães de pet querem reconhecimento

O conceito de maternidade se expandiu e mães de pet querem ser lembradas na data. Marcas do setor pet têm uma grande oportunidade de criar ofertas, narrativas e ativações para esse público, que se sente pouco contemplado atualmente.



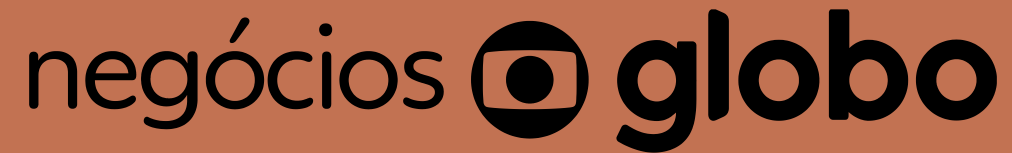
Apoio na jornada de trabalho

A falta de suporte e a sobrecarga doméstica fazem com que muitas optem por empreender ou buscar trabalhos mais flexíveis. Marcas que oferecem soluções reais - seja promovendo equilíbrio entre vida pessoal e profissional, criando políticas mais inclusivas ou facilitando o dia a dia das mães - conseguem gerar conexão genuína e impacto positivo.



Promover trocas através de comunidades

Cada vez mais mães estão criando suas próprias redes de apoio. Mais do que consumir, essas mães querem pertencimento, aprendizado e oportunidades. Marcas tem a oportunidade de se conectarem com essas comunidades - oferecendo conteúdo, benefícios e suporte real.



Sales Excellence Insights

Karoline Dilho

Karoline.dilho@g.globo

Giulia Duarte

Giulia.duarte@g.globo

Luiza Audi

Luiza.audi@g.globo