

Intenção de Consumo Dia das Mães 2025



CNC • Fecomércio MG • Sesc • Senac • Sindicatos Empresariais

Sistema Comércio

O Dia das Mães é a segunda melhor data para o comércio varejista, comemorada no segundo domingo de maio. É tradicional no calendário de compras dos brasileiros, pelo forte apelo emocional, que afeta diversos públicos, independentemente da idade, sexo ou faixa de renda.

Nesse período, um dos maiores desafios para o empresário é aproveitar as oportunidades desse ambiente de negócios, que também é caracterizado pela maior disputa pela preferência do consumidor.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou essa pesquisa com o objetivo de identificar a pretensão de compras para o Dia das Mães.

52,0% dos consumidores em Belo Horizonte têm intenção de presentear no Dia das Mães.

Em Belo Horizonte, 52% dos consumidores pretendem comprar presentes no Dia das Mães, enquanto 44,1% não têm essa intenção. Entre os motivos para não presentear estão não ter a quem dar (42,1%), falta de costume (25,4%) e desemprego (12,7%).

Para os que vão comprar, promoções (31,7%), preços reduzidos (23,9%) e bom atendimento (16,7%) são os principais atrativos. Por outro lado, os preços altos (41,4%), atendimento ruim (33,1%) e pouca variedade (15,5%) são os maiores desestímulos.

A maioria deve comprar na semana da data (57,3%), mas muitos já se anteciparam. Os presentes mais escolhidos são roupas, calçados e perfumes. Em relação ao ano passado, 44,6% vão gastar o mesmo, 29,1% mais, e 23,5% menos.

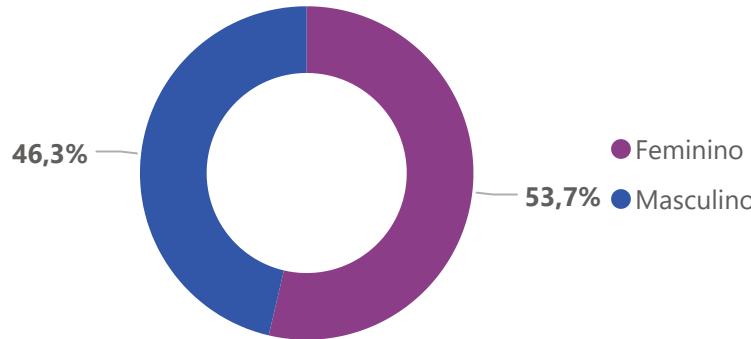
As compras serão feitas principalmente em lojas de bairro (33,3%) e de shopping (23,9%). As formas de pagamento mais comuns serão cartão de crédito (45,5%) e dinheiro (28,2%). Muitos vão comemorar em casa (32,7%) ou com familiares (30%), e o valor médio dos presentes ficará entre R\$100 e R\$200.

Perfil dos Consumidores

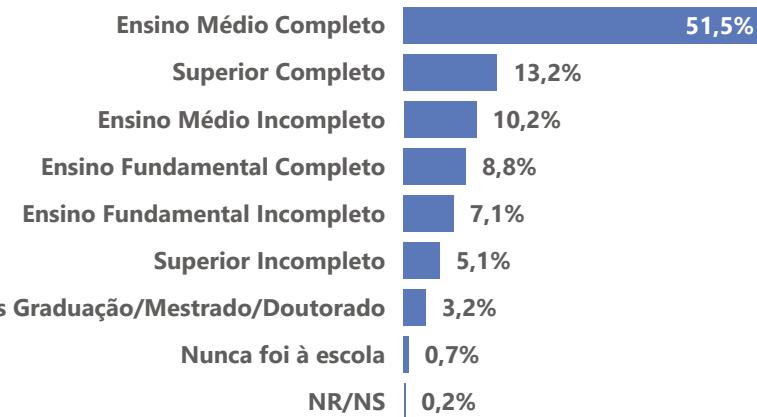
2025



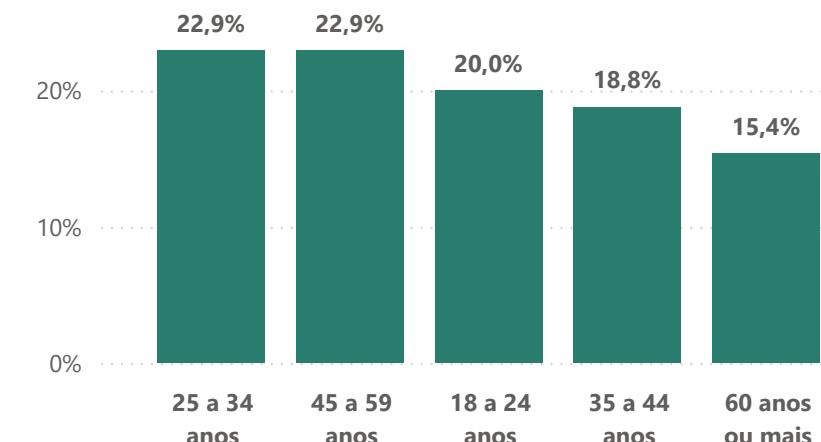
Sexo



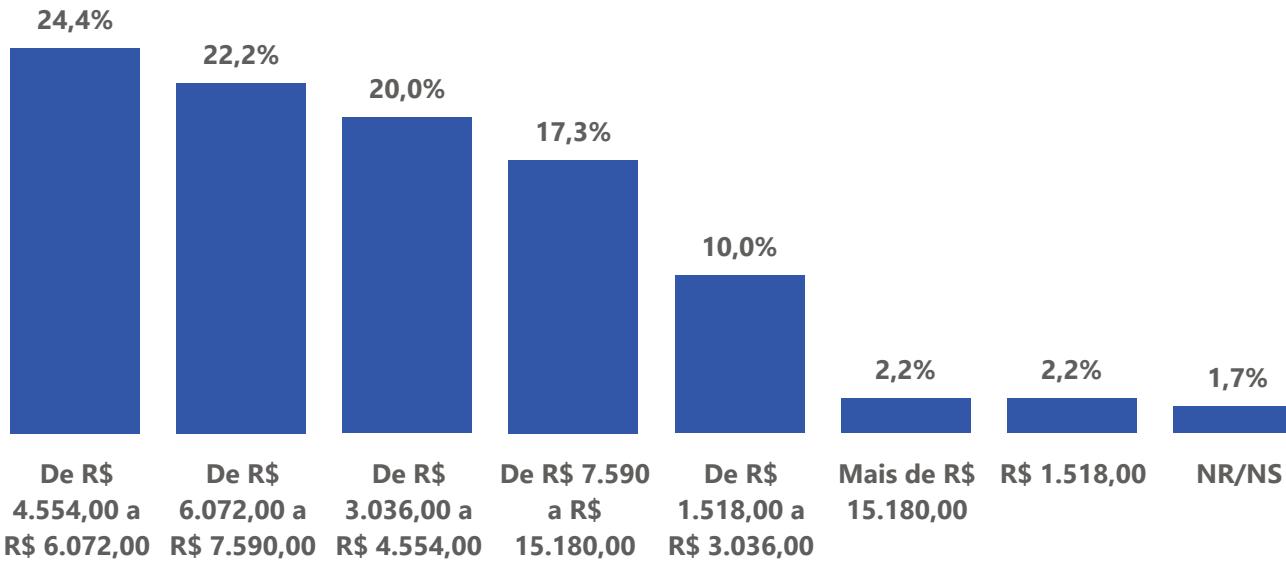
Até que ano de escola o(a) Sr(a) estudou?



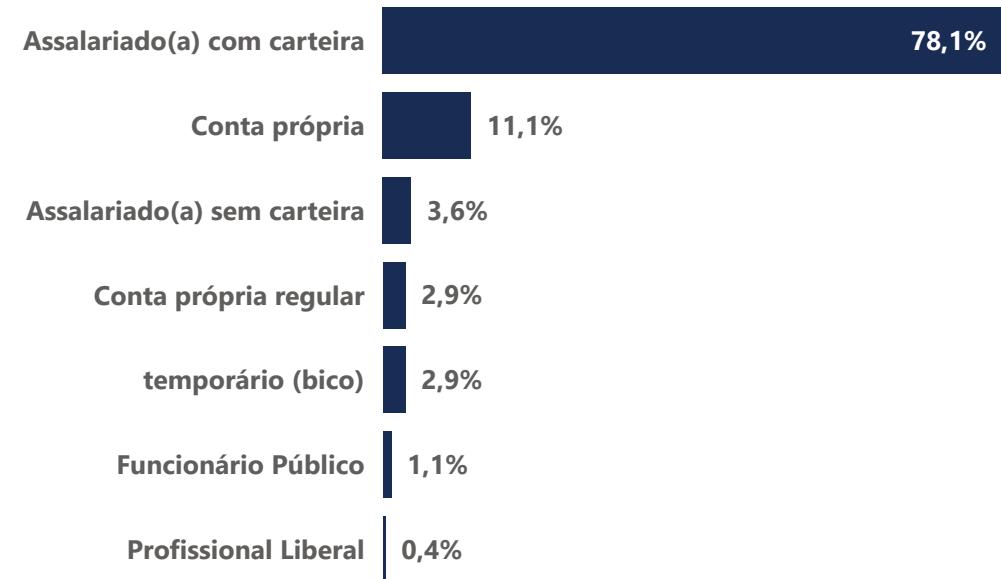
Idade



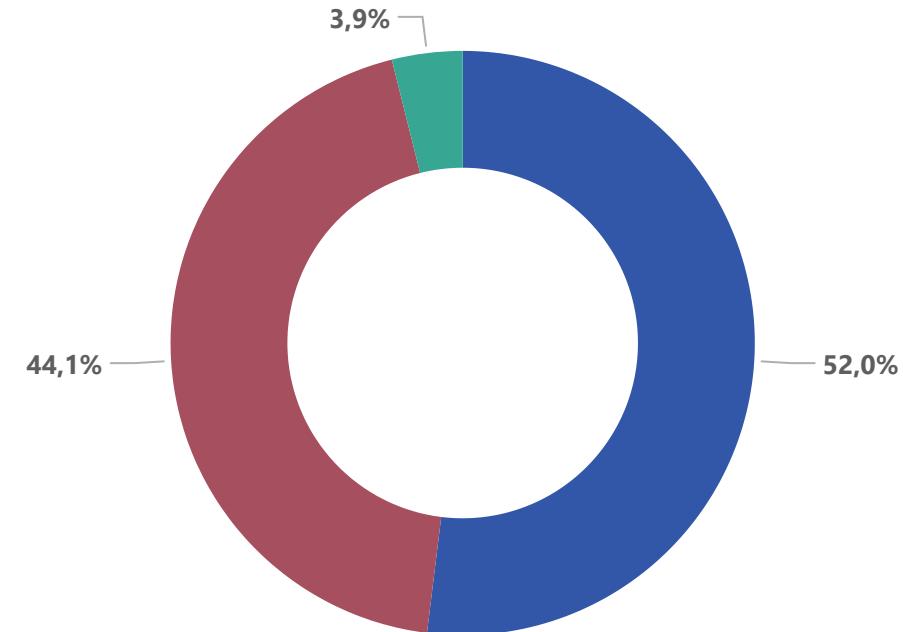
Renda familiar no mês de março (salário + renda do entrevistado + renda dos residentes do domicílio):



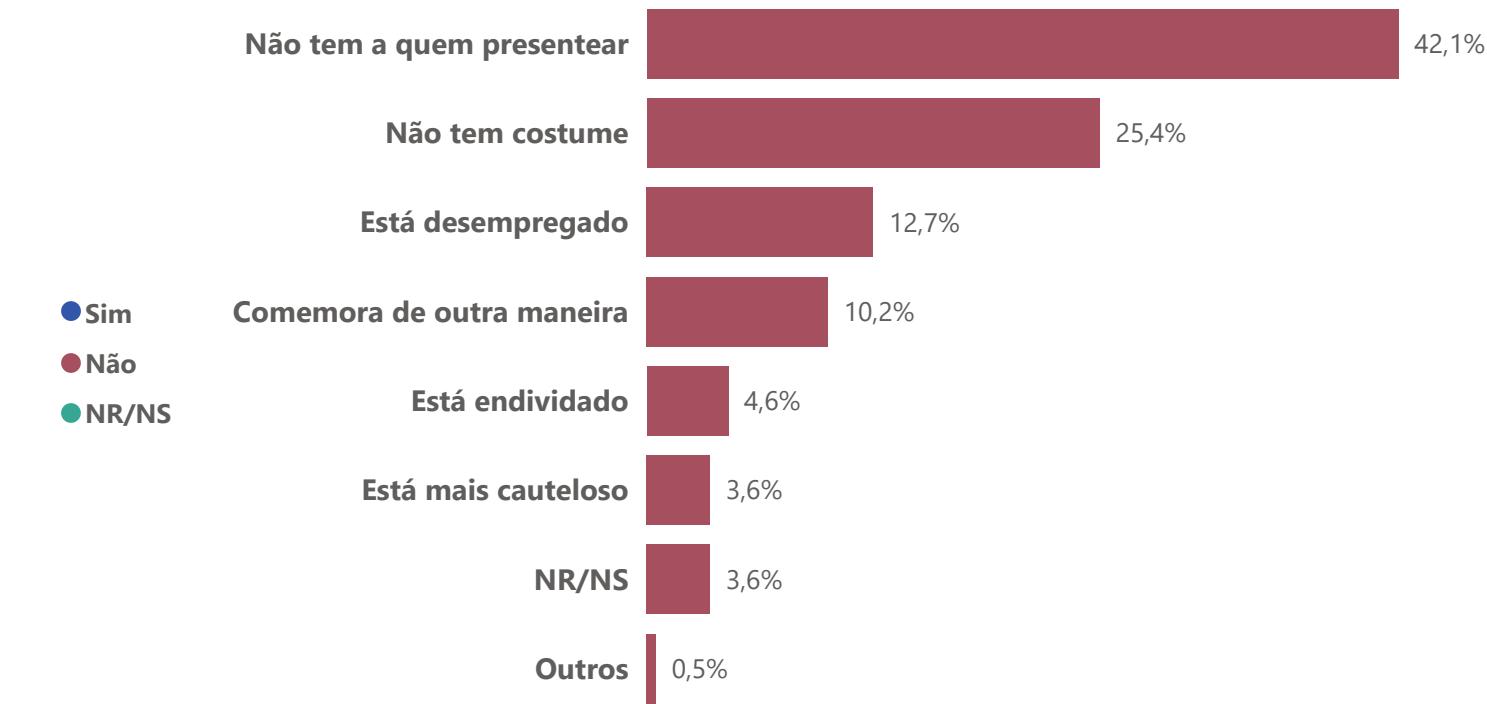
No seu trabalho o(a) Sr(a). é:



O(a) Sr(a) pretende presentear no Dia das Mães?



Por que não irá presentear?

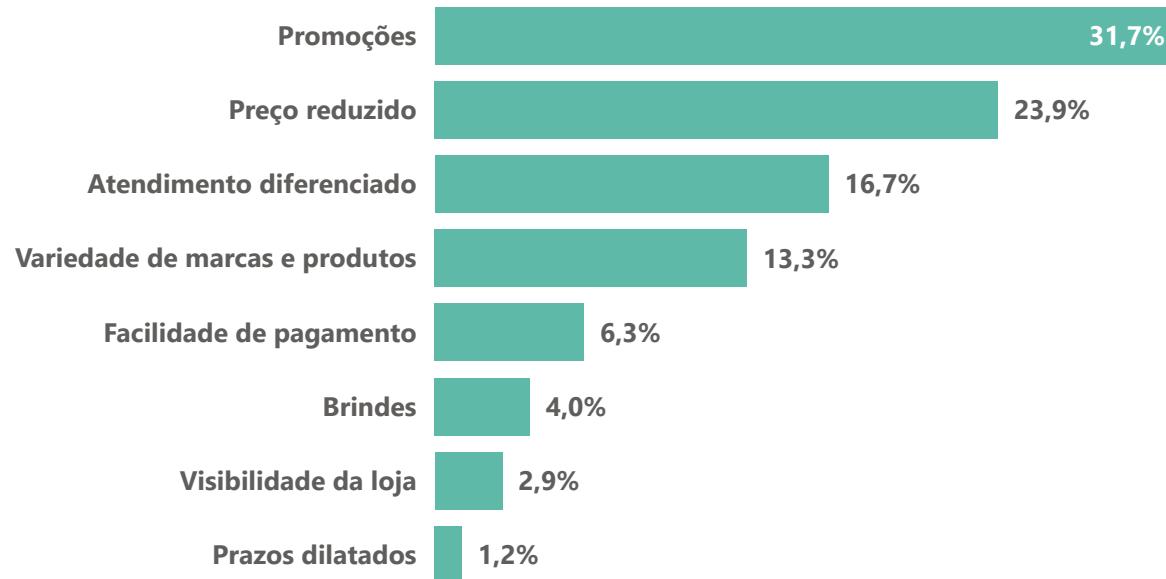


% empresas (total não soma 100%)

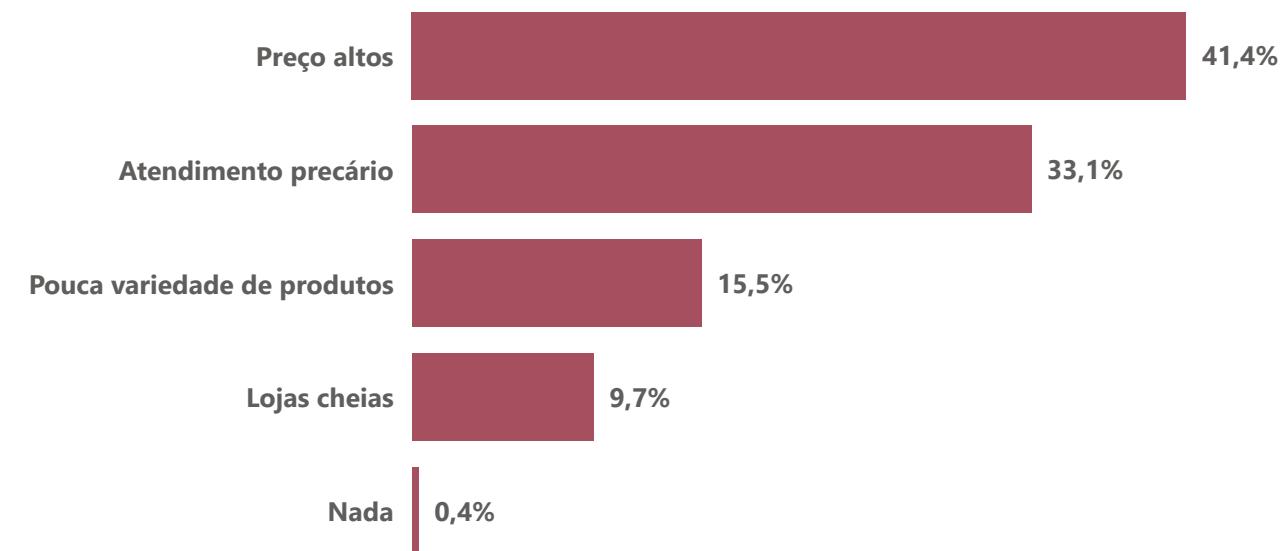
Nesse ano, 52,0% dos consumidores em Belo Horizonte pretendem presentear.

Enquanto isso, 44,1% dos consumidores não têm intenção de presentear na data. Entre muitos motivos apresentados por eles para não presentear no Dia das Mães, grande parte não tem a quem presentear (42,1%), 25,4% não têm costume, 12,7% estão desempregados e 10,2% comemoram de outra forma.

Ações que podem atrair?



O que pode desestimulá-lo para as compras?



Para 31,7% dos consumidores que irão presentear, as promoções são ações que podem atraí-los. Outras ações atraí-los citadas são: preço reduzido (23,9%) e atendimento diferenciado (16,7%).

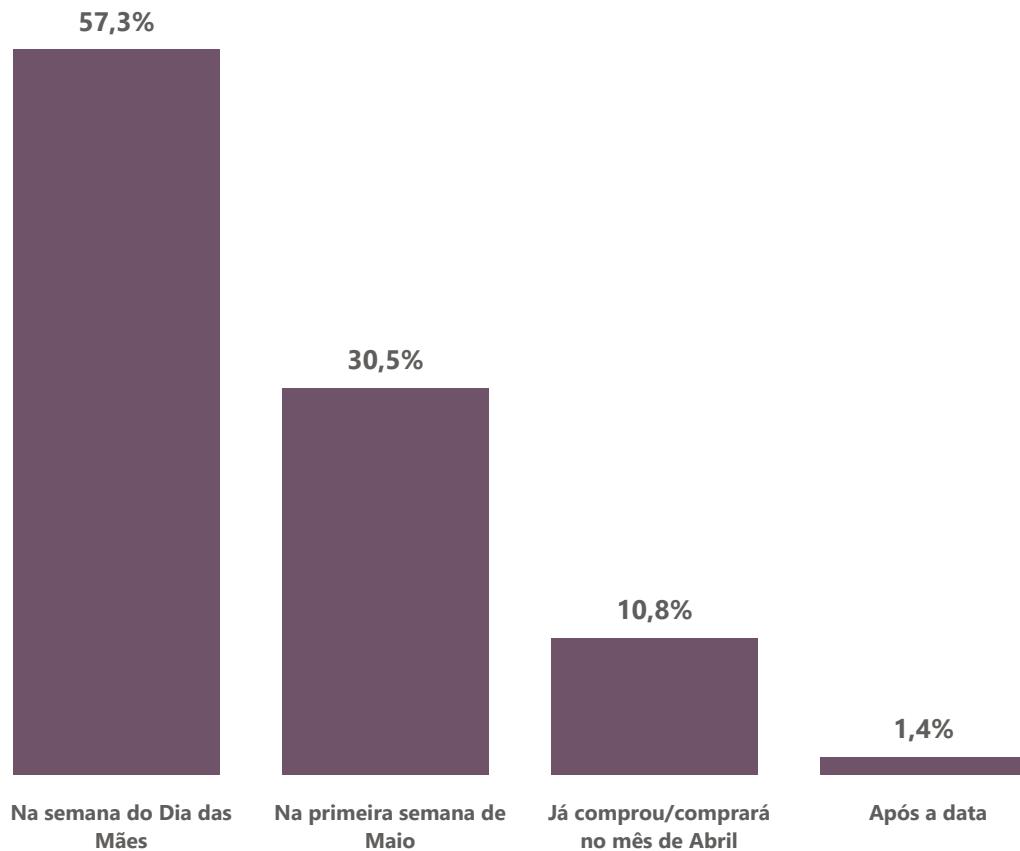
Entre os motivos que podem desestimular o consumo na data, se destacam os preços altos dos produtos, afetando 41,4% dos consumidores, atendimento precário (33,1%) e pouca variedade de produtos (15,5%).

Pretensão de compras

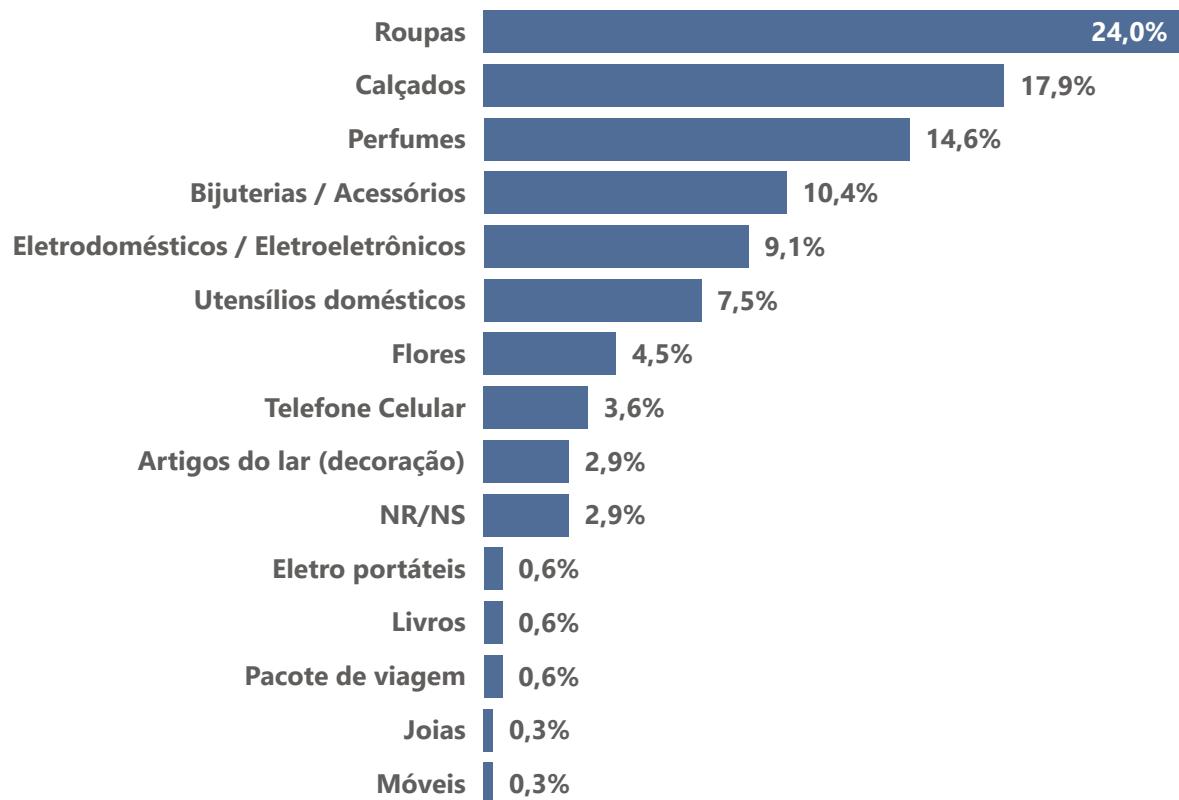
2025



Quando pretende realizar as compras?



Quais os presentes o(a) sr.(a) pretende comprar?

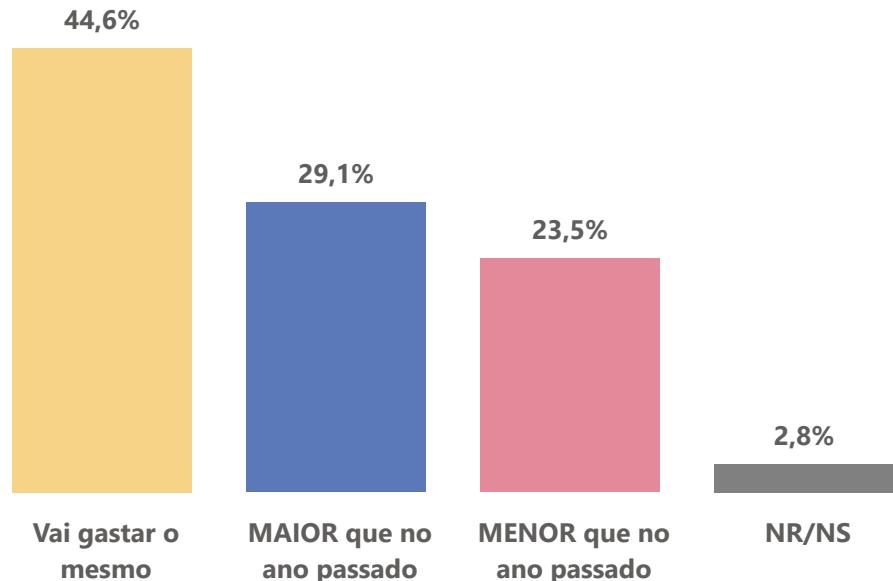


% empresas (total não soma 100%)

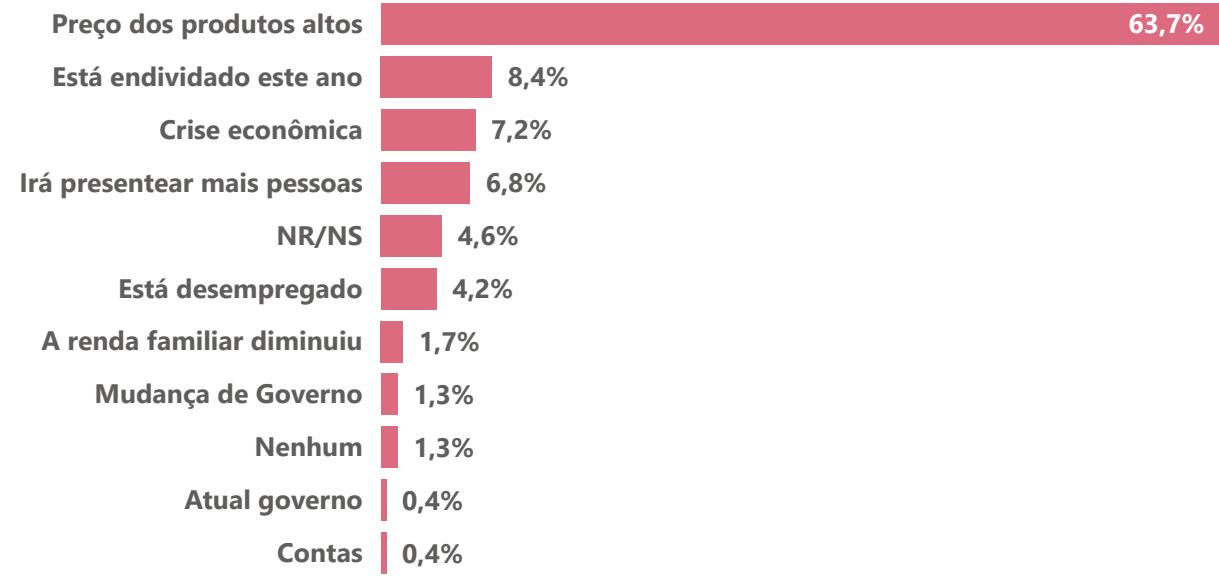
57,3% dos consumidores deixarão para realizar as compras na semana do Dia das Mães, enquanto 30,5% farão as compras na primeira semana de maio. Houveram 10,8% que informaram que já compraram ou comprarão ainda no mês de abril seus presentes.

Os presentes a serem dados com maior frequência serão roupas (24,0%), calçados (17,9%) e perfumes (14,6%).

Em relação ao ano passado, o seu gasto com os presentes de Dia das Mães será?



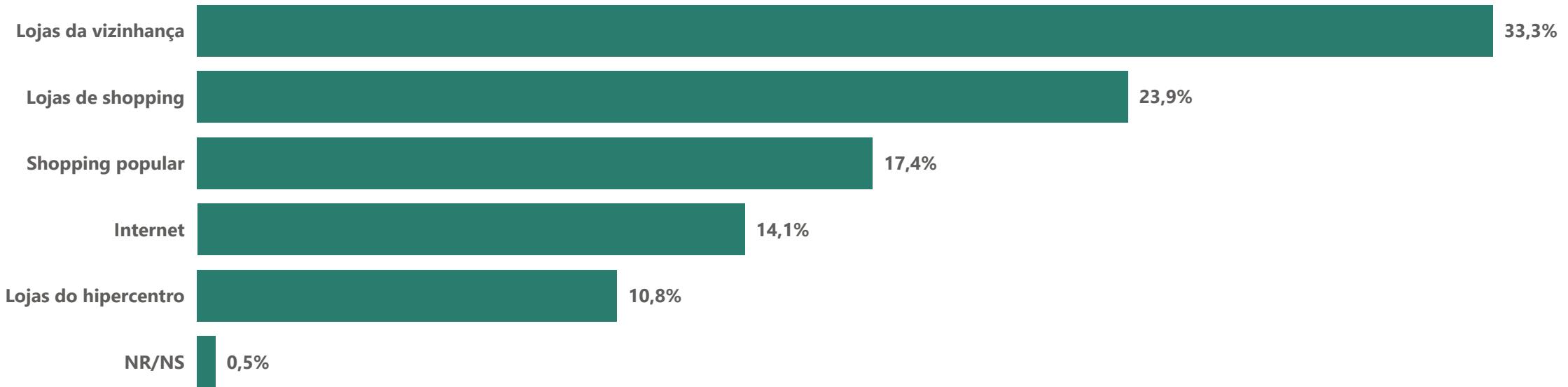
Fatores que podem limitar os gastos



Em relação às compras do ano passado, grande parte (44,6%) pretende gastar o mesmo que no ano passado, enquanto 23,5% pretendem gastar menos e 29,1% gastarão mais em relação ao último ano.

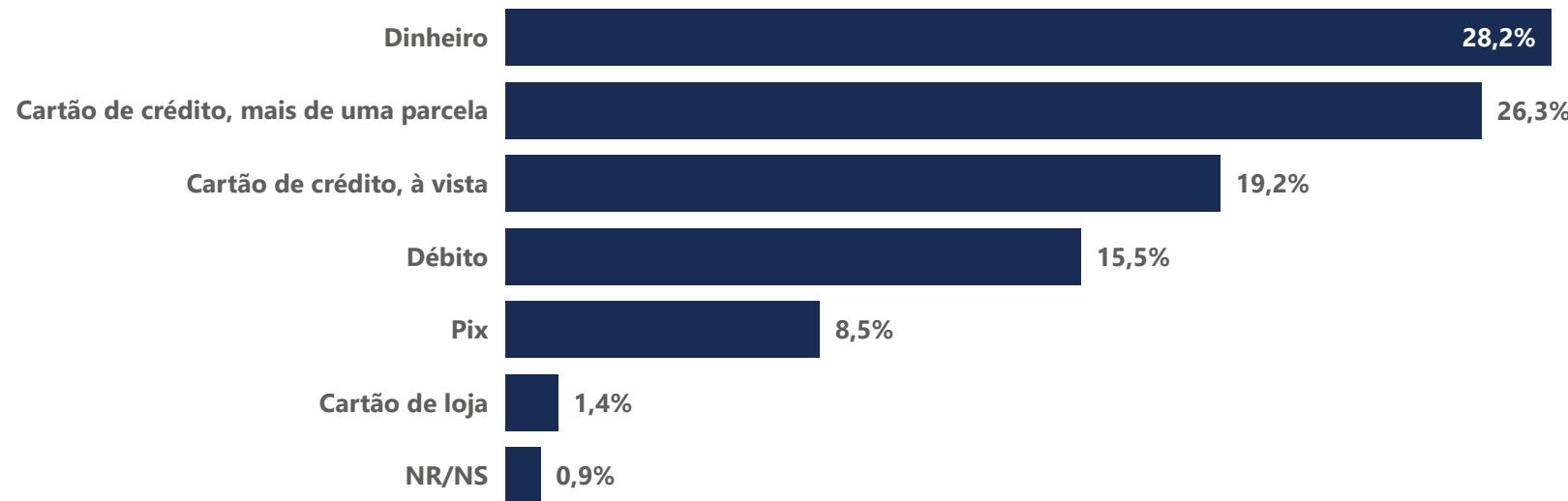
O preço alto dos produtos é motivo mais apresentado entre os consumidores para que seus gastos com presentes sejam limitados, de acordo com 63,7% dos que irão presentear na data.

Onde pretende realizar as compras?



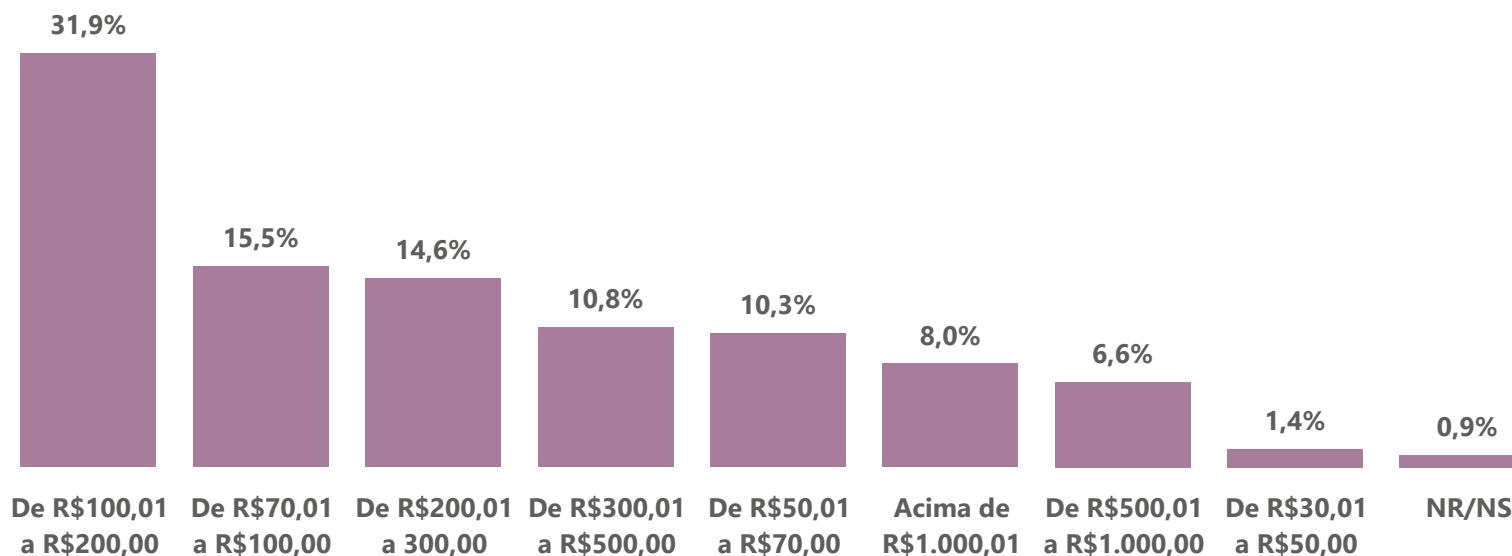
O local de preferência de grande parte dos consumidores (33,3%) para realizar as compras serão as lojas de vizinhança, seguido de lojas de shopping (23,9%).

Como pretende pagar as compras no período?



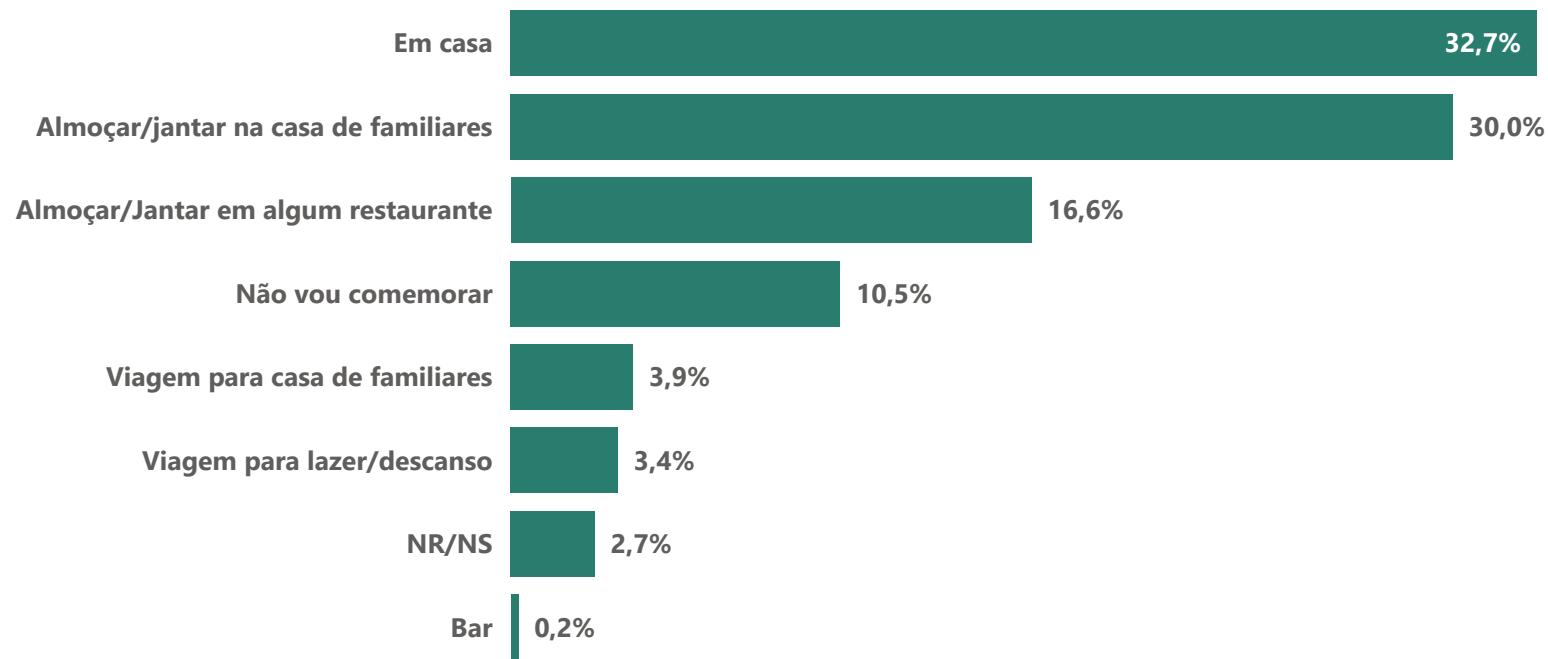
Dinheiro (28,2%) e cartão de crédito (45,5%) são as duas formas de pagamento que devem se sobressair na compra dos presentes da Mães.

Em média, quanto pretende gastar com o(s) presente(s) de Dia das Mães?



Para 32,0%, o valor médio das compras deve variar entre R\$100,00 e R\$200,00.

Como irá comemorar a data?



Boa parte dos consumidores (32,7%) pretendem passar a data em suas casas e 30,0% pretendem almoçar/jantar na casa de familiares. Do total de consumidores, apenas 10,5% não comemorarão a data.

A metodologia utilizada foi a aplicação de questionários (survey) em uma amostra dos consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). Foram entrevistadas 410 pessoas, no período de 11 a 17 de abril de 2025. O intervalo de confiança da amostra foi de 95%, e a margem de erro de 5,0 pontos percentuais.

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário, integralmente e a qualquer tempo, pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins, Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Millena Ketley Nunes Scofield

Menor aprendiz: Isabelly Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo

do Estado de Minas Gerais

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomercomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br