

### Dia das Mães

O FGV IBRE consultou brasileiros entre os dias 01 e 20 de abril para saber do consumidor brasileiro a intenção de compras de presentes relacionados ao Dia das Mães, dado o potencial de vendas de uma data muito aguardada pelo comércio. A enquete, realizada pela décima quinta vez, obteve três tipos de informação:

- i. Previsões sobre gastos com presentes na comparação com o ano anterior;
- ii. Expectativas com o valor médio dos presentes;
- iii. Tipo de presente a ser escolhido.

O indicador que mede o ímpeto para gastos com presente no Dia das Mães subiu 6,5 pontos, para 78,0 pontos em 2023, maior nível desde 2014, quando o indicador marcou 84,5 pontos. A recuperação do indicador foi influenciada pela transferência de consumidores que pretendem gastar menos para aqueles que pretendem manter a intenção de gastos constante. Houve queda 5,7 pontos para 29,2 % no percentual de pessoas que pretendem *gastar menos* na ocasião e aumento de 5,0 p.p., para 63,5%, dos que pretendem *gastar a mesma coisa*. A parcela de consumidores que pretendem *gastar mais* subiu 0,7 p.p., para 7,3%, influenciando positivamente, porém em menor grau, o indicador agregado.

Indicador de Intenção de compra de presente no Dia das Mães:



Fonte: FGV IBRE

A análise desagregada por renda mostra que a alta do ímpeto para gastos nesta data foi disseminada para todas as faixas, com destaque para as faixas mais baixas, cujo poder de compra acaba sendo menor. Nessas rendas houve aumento de 11,0 pontos nas famílias com renda entre R\$ 2.100 e R\$ 4.800 e 7,5 pontos, nas famílias com renda até R\$ 2.100.

O valor médio do(s) presente(s) para o Dia das Mães em 2023 foi de aproximadamente R\$ 71,87<sup>1</sup>, valor inferior ao observado em 2022 (R\$ 73,71). Então, apesar do ímpeto de gastos ser o maior desde 2014, o valor médio do presente diminuiu considerando preços constantes de 2023.

Dentre os consumidores que pretendem comprar presentes e que já decidiram o que adquirir<sup>2</sup>, os itens de *Vestuário (blusas, camisas, vestidos)* e *Outros* seguem liderando a preferência das intenções de compra para essa ocasião, com alta no percentual em relação ao ano anterior para ambos os casos. Os demais itens seguintes apresentaram queda em relação a 2022.

Os destaques dos tipos de presentes listados em *Outros* são as altas das intenções de consumo em *gastronomia (almoço, jantar, lanche, cesta de café da manhã, etc)*, que subiu de 5,6% para 8,4%, uma alta de 2,8 p.p., e em atividades de lazer (*passeios, viagens, cinema, teatro, show, day spa e etc*) que subiu 1,1 ponto percentual, para 3,3%.

“A alta do ímpeto de gastos no Dia das Mães, impulsionada pela transferência quase majoritária de consumidores que optaram por comprar menos para àqueles que pretendem manter-se no mesmo nível, sugere uma perspectiva menos pessimista para o consumo, e é disseminada entre todas as faixas de renda, principalmente nas mais baixas. Esse resultado foi possivelmente influenciado pela melhora do mercado de trabalho

<sup>1</sup> São apresentadas ao entrevistado faixas de preço como opção de resposta: i) até R\$20; ii) entre R\$21 e R\$50,00; iii) entre R\$51 e 100 e; iv) acima de R\$100. Para cálculo do preço médio, os resultados são ponderados utilizando os pontos médios de cada faixa exceto a faixa inferior, onde utilizamos o limite máximo (R\$20) e a faixa superior, onde utilizamos o limite mínimo. Para fins de comparação, os valores de anos anteriores foram trazidos a preços de 2023.

<sup>2</sup> A tabulação de resultados para este quesito considera somente as respostas específicas, considerando a proporção dos que “não sabem” ainda qual presente será escolhido dentro da parcela de outros.

concomitante ao alívio na inflação geral, se comparado ao ano passado e, também pela perspectiva de aumento do salário mínimo a partir de maio. Um ponto de destaque é o aumento do ímpeto de gastos com presentes em Serviços, uma herança do cenário pós-pandemia, enquanto a composição da cesta dos demais tipos de presente pouco se alterou, indicando pouco impacto da data no setor do Comércio. Fatores como política monetária contracionista, encarecimento do crédito e alto endividamento das famílias, no entanto, atuaram para segurar uma alta mais expressiva do indicador em 2023”, avalia Anna Carolina Gouveia, pesquisadora e economista do FGV IBRE.

Tipo de Presente (em % do total)<sup>3</sup>

Tipo de presente	2019	2021	2022	2023
<b>Vestuário</b>	52,3%	39,0%	31,7%	32,9%
<b>Perfumaria e cosméticos</b>	14,6%	12,8%	19,4%	18,5%
<b>Calçado</b>	4,6%	3,7%	7,7%	7,4%
<b>Flores</b>	4,2%	8,3%	8,1%	6,3%
<b>Itens para casa</b>	3,6%	2,6%	5,0%	4,2%
<b>Eletrônicos</b>	3,1%	4,2%	1,9%	1,2%
<b>Outros</b>	17,6%	29,6%	26,2%	29,6%
Livros	-	-	3,5%	4,0%
Gastronomia <sup>1</sup>	-	-	5,6%	8,4%
Lazer <sup>2</sup>	-	-	2,2%	3,3%
Dinheiro	-	-	2,2%	3,0%
Outros ou não sabia	-	-	12,8%	10,9%

<sup>1</sup> almoço, jantar, lanche, cesta de café da manhã, etc.

<sup>2</sup> passeios, viagens, cinema, teatro, show, day spa, etc.

Fonte: FGV IBRE

Levantamento realizado pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (FGV IBRE) a partir do Índice de Preços ao Consumidor - Mercado (IPC-M) mostram que os presentes e os serviços mais procurados para o Dia das Mães apresentaram aumento de 7,72% nos últimos 12 meses, mais do que o dobro do acumulado no mesmo período pelo índice geral: 3,45%. A construção da cesta feita a partir da pesquisa de Sondagens do Consumidor serviu como ponderador dos dados.

<sup>3</sup> Foram consideradas somente as respostas válidas.

A pesquisa também mostrou que os protagonistas dessa inflação foram itens que costumam apresentar um patamar baixo de preço nominal: produtos de perfumaria e cosméticos (10,52%), livros (10,51%), vestuário (7,26%) e calçados (6,09%). Os serviços da cesta também apresentaram avanço significativo: itens de lazer, que incluem passeios, viagens, cinema, teatro, show musical e salão de beleza, subiram 9,81%, e os serviços de gastronomia (basicamente refeições em restaurantes) tiveram um aumento de 6,66%.

O pesquisador e economista do FGV IBRE Matheus Peçanha avalia que a retomada do pós-pandemia teve um papel importante nessa dinâmica. “O setor de serviços apresentou um incremento na demanda que estava reprimida desde a pandemia da Covid-19. Essa atividade, inclusive, foi o principal motor do PIB no ano passado e, conseqüentemente, os preços também refletem isso. No caso dos restaurantes, ainda há o agravante do custo dos alimentos, que foi o foco da inflação até meados do segundo semestre de 2022”, explicou.

Dentre as classes de presentes mais procurados, apenas dois grupos se mantiveram com preço um pouco mais estáveis: os itens de casa (como decorações e utilidades domésticas), que avançaram 2,30%, e os eletrônicos, que apresentaram uma ligeira queda de preço nos últimos 12 meses (-1,43%), no entanto, este último grupo costuma apresentar um nível de preço nominal superior aos outros tipos de presente.

## Var.% acumulada em 12 meses

Itens selecionados	Mai/20 a Abr/21	Mai/21 a Abr/22	Mai22/ a Abr/23
<b>IPC-M/FGV</b>	<b>6,54</b>	<b>10,61</b>	<b>3,45</b>
<b>Dia das Mães</b>	<b>0,59</b>	<b>6,33</b>	<b>7,72</b>
Vestuário (Roupas Femininas)	-1,34	7,24	7,26
Perfumaria e Cosméticos	4,07	2,68	10,52
Calçados Femininos	0,27	6,68	6,09
Itens para Casa (Decoração e Utilidades domésticas)	6,41	6,43	2,3
Eletrônicos	4,6	1,85	-1,43
Livros	-	3,31	10,51
Gastronomia (Restaurantes)	-	7,95	6,66
Lazer (Passeios, viagens, espetáculos e salão de beleza)	-	28,51	9,81

Fonte: FGV IBRE

## Apêndice Estatístico

### Intenção de Compras no Dia das Mães – Brasil

Brasil	Mais	A mesma coisa	Gastar Menos	Indicador
<b>2012</b>	14,5	63,3	22,2	92,3
<b>2013</b>	12,6	63,2	24,2	88,5
<b>2014</b>	11,2	62,0	26,7	84,5
<b>2015</b>	6,3	55,1	38,6	67,7
<b>2016</b>	3,2	45,0	51,8	51,4
<b>2017</b>	4,0	51,3	44,6	59,4
<b>2018</b>	6,4	56,5	37,1	69,3
<b>2019</b>	6,8	57,9	35,3	71,5
<b>2021</b>	2,8	50,3	46,9	55,9
<b>2022</b>	6,5	58,5	35,0	71,6
<b>2023</b>	<b>7,3</b>	<b>63,5</b>	<b>29,2</b>	<b>78,0</b>

Fonte: FGV IBRE

## Indicador de Intenção de Compras no Dia das Mães por faixa de renda

(Respostas favoráveis- desfavoráveis +100, em pontos percentuais)

Indicador	Renda 1	Renda 2	Renda 3	Renda 4
<b>2012</b>	80,8	89,3	94,2	102,2
<b>2013</b>	81,9	90,7	85,6	93,6
<b>2014</b>	64,6	85,9	86,4	93,5
<b>2015</b>	59,4	67,2	69,7	72,2
<b>2016</b>	37,7	48,1	55,7	62,5
<b>2017</b>	45,4	53,1	61,4	76,7
<b>2018</b>	52,3	62,3	75,4	84,6
<b>2019</b>	52,5	70,0	77,0	85,2
<b>2021</b>	45,4	38,6	62,6	76,1
<b>2022</b>	64,3	57,0	80,3	83,4
<b>2023</b>	<b>71,7</b>	<b>68,0</b>	<b>85,6</b>	<b>86,1</b>

Fonte: FGV IBRE

## Preço médio do(s) presente(s)

(Preços constantes de março de 2023, corrigidos pelo IPCA)

Em R\$	Brasil	Renda familiar até R\$ 2.100	Entre R\$ 2.100 e R\$ 4.800	Entre R\$ 4.800 e R\$ 9.600	Acima de R\$ 9.600
<b>2019</b>	80,86	65,22	69,70	88,12	99,22
<b>2021</b>	71,41	45,04	60,39	82,49	96,13
<b>2022</b>	73,71	56,61	64,54	79,79	92,48
<b>2023</b>	<b>71,87</b>	<b>54,23</b>	<b>66,17</b>	<b>77,54</b>	<b>88,19</b>

Fonte: FGV/IBRE

SONDAGEM DO CONSUMIDOR | Publicação mensal do FGV IBRE – Instituto Brasileiro de Economia  
 Diretor do IBRE: Luiz Guilherme Schymura de Oliveira | Vice-Diretor: Vagner Laerte Ardeo., Superintendente de Estatísticas Públicas Aloisio Campelo Jr.  
 Coordenador da Sondagem: Viviane Seda Bittencourt  
 Responsável por análise e divulgação: Anna Carolina Gouveia e Matheus Peçanha  
 Equipe Técnica: Stéfano Pacini, Geórgia Veloso e Raiane Rosa (estagiária)  
 Atendimento à imprensa: Insight Comunicação (21) 2509-5399 / assessoria.fgv@insightnet.com.br  
 Central de Atendimento do IBRE: (21) 3799-6799 / ibre@fgv.br / portalibre.fgv.br