Dia das Mães – Consumidor está menos pessimista que em anos anteriores, mas preço médio do presente cai pelo terceiro ano seguido

O Dia das Mães é uma data muito aguardada pelo Comércio brasileiro por ser a segunda maior fonte de vendas extraordinárias associadas a datas festivas, somente superada pelo Natal. Por este motivo, há 17 anos o FGV IBRE vem consultando os consumidores brasileiros com o intuito de conhecer o seu ímpeto para compras de presentes relacionadas a este dia. Em 2025, os consumidores foram consultados a respeito dos seguintes temas:

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.

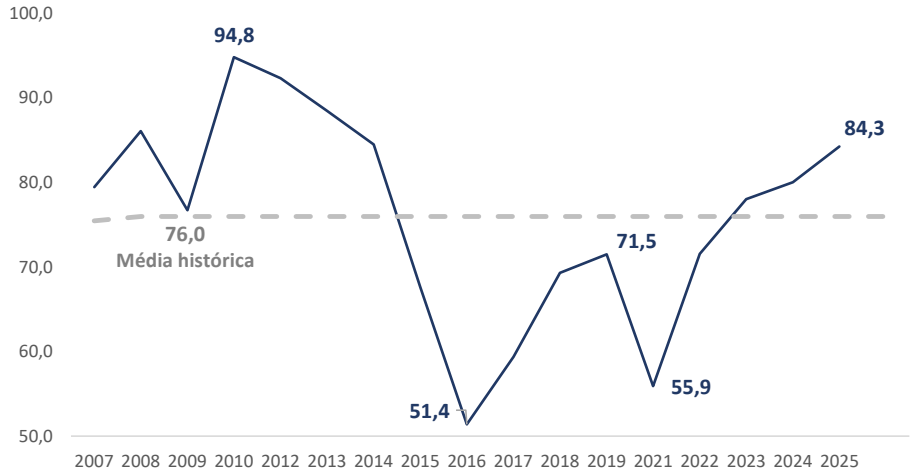
Ímpeto de Compras de Presentes para o Dia das Mães 2025

O indicador de Ímpeto de Compras de Presentes para o Dia das Mães mede o sentimento dos consumidores com relação aos gastos em presentes relacionados a esta data no ano corrente. É construído como a proporção dos que pretendem gastar *mais* que no ano anterior menos a proporção dos que pretendem gastar *menos,* mais 100 (cem). Por construção, quando este indicador estiver acima de 100 pontos, haverá mais consumidores prevendo gastar mais que projetando gastar menos. Ocorre que, desde sua criação, o maior nível alcançado pelo indicador foi de 94,8 pontos, em 2010. Portanto, nunca houve registro de mais gente prevendo gastar mais que gastar menos.

Em 2025, o indicador atingiu 84,3 pontos, uma alta de 4,2 pontos em relação ao ano passado. Além de ser a quarta alta consecutiva, este é o maior nível desde 2014, quando o indicador registrou 84,5 pontos. O resultado é motivado pela combinação da redução da parcela dos consumidores que pretendem gastar menos, com queda de 4,1 pontos percentuais (p.p.), para 26,4%, e de aumento da parcela dos consumidores que

pretendem gastar a mesma coisa, com alta de 4,1 pontos percentuais, para 62,9%. A parcela dos que pretendem aumentar os gastos com presentes no Dia das Mães ficou praticamente estável, ao variar 0,1 p.p., para 10,7%.

Indicador de Intenção de compra de presentes para o Dia das Mães:



Fonte: FGV IBRE

A análise por faixa de renda mostra que a alta do ímpeto para gastos relacionados ao Dia das Mães foi observada em três das quatro faixas de renda analisadas, com destaque para a faixa 2, com renda familiar entre R$ 2.100 e R$ 4.800 mensais. Nesta faixa registrou-se um forte aumento do indicador de ímpeto de compras, que avançou 21,1 pontos, para 90,7 pontos, o maior nível desde 2013 (90,7 pontos). O indicador de Ímpeto de Compras para as famílias com renda acima de R$ 9.600,01 foi o único que retraiu, com queda de 5,3 pontos.

O valor médio dos presentes diminuiu em relação ao ano passado

Apesar do aumento do Ímpeto de Compras para o Dia das Mães, o valor médio do presente pretendido caiu para R$ 72,63[1] em 2025, contra R$ 74,40 no mesmo período do ano passado. Esta foi a terceira queda consecutiva do preço médio previsto para os

[1] 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 2025.

presentes, reforçando o fato de que a evolução favorável do Indicador de Ímpeto de Compras não implica no aumento efetivo de gastos já que ainda há menos consumidores prevendo mais que gastar menos.

Vestuário e Gastronomia são os itens em alta

Dentre os consumidores que pretendem comprar presentes e que já decidiram o que adquirir[2], os itens *Vestuário (blusas, camisas, vestidos)* e *Outros* (livros, gastronomia, lazer, dinheiro) mantiveram a liderança na preferência das intenções de compra para essa ocasião, registrando aumento de 3,9 p.p. e de 0,2 p.p, respectivamente, no mesmo período de comparação do ano passado. O item *Flores* também cresceu como possibilidade de presente em 2025, ao subir 1,5 p.p na mesma base de comparação.

Entre os itens citados nos *Outros*, a intenção com gasto em *gastronomia (almoço, jantar, lanche, cesta de café da manhã, etc)* se mantém como o principal item dessa lista de consumo, ao subir 3,2 p., para 13,9%.

Os itens *Calçados* e *Perfumaria e* Cosméticos apresentaram recuos de 3,2 e 1,7 p.p, respectivamente, se destacando negativamente em comparação ao mesmo período do ano passado. O item *Eletrônicos* também recuou, mas em magnitude menor, em 0,7 p.p..

"A resiliência da atividade econômica nesse início de 2025, com a manutenção da renda e do emprego, possibilitou uma maior disposição para gastar com presentes no Dia das Mães. A alta do indicador, no entanto, sugere uma tendência à manutenção dos padrões de gastos, com uma redução no pessimismo, mas sem um aumento significativo no otimismo. Este resultado está alinhado com o ritmo mais moderado de crescimento econômico deste ano. Entre os tipos de presentes, *Vestuário* volta a ganhar força este ano e se mantém como o principal item de compras. Vale destacar o aumento gradual na intenção de presentes relacionados à *Gastronomia* ao longo dos anos, ratificando uma

[2] 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.

mudança nas preferências dos consumidores sobre o item para presente na ocasião", avalia Anna Carolina Gouveia, pesquisadora e economista do FGV IBRE.

Tipo de Presente *(em % do total)*[3]

Tipo de presente	*2022*	*2023*	*2024*	*2025*
Vestuário	31,7%	32,9%	28,8%	32,7%
Perfumaria e cosméticos	19,4%	18,5%	20,4%	18,7%
Calçados	7,7%	7,4%	7,3%	4,1%
Flores	8,1%	6,3%	6,0%	7,5%
Itens para casa	5,0%	4,2%	3,6%	3,7%
Eletrônicos	1,9%	1,2%	2,6%	1,9%
Outros	26,2%	29,6%	31,2%	31,4%
Livros	3,5%	4,0%	4,1%	3,7%
Gastronomia[1]	5,6%	8,4%	10,7%	13,9%
Lazer[2]	2,2%	3,3%	4,2%	3,0%
Dinheiro	2,2%	3,0%	4,1%	4,6%
Outros ou não sabia	12,8%	10,9%	8,1%	6,3%

[1] almoço, jantar, lanche, cesta de café da manhã, etc.
[2] passeios, viagens, cinema, teatro, show, day spa, etc.

Fonte: FGV IBRE

Apêndice Estatístico

Intenção de Compras no Dia das Mães – Brasil

Brasil	*Mais*	*A mesma coisa*	*Gastar Menos*	*Indicador*
2013	12,6	63,2	24,2	88,5
2014	11,2	62,0	26,7	84,5
2015	6,3	55,1	38,6	67,7
2016	3,2	45,0	51,8	51,4
2017	4,0	51,3	44,6	59,4
2018	6,4	56,5	37,1	69,3
2019	6,8	57,9	35,3	71,5
2021	2,8	50,3	46,9	55,9
2022	6,5	58,5	35,0	71,6
2023	7,3	63,5	29,2	78,0
2024*	10,6	58,8	30,6	80,0
2025	10,7	62,9	26,4	84,3

Fonte: FGV IBRE

[2] Foram consideradas somente as respostas válidas.

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*
2013	81,9	90,7	85,6	93,6
2014	64,6	85,9	86,4	93,5
2015	59,4	67,2	69,7	72,2
2016	37,7	48,1	55,7	62,5
2017	45,4	53,1	61,4	76,7
2018	52,3	62,3	75,4	84,6
2019	52,5	70,0	77,0	85,2
2021	45,4	38,6	62,6	76,1
2022	64,3	57,0	80,3	83,4
2023	71,7	68,0	85,6	86,1
2024*	74,3	67,3	85,5	91,0
2025	75,6	88,4	87,1	85,7

Fonte: FGV IBRE

*Os valores referentes ao ano de 2024 foram revisados e atualizados após a inclusão de informações adicionais, para refletir informações mais precisas e completas.

Preço médio do(s) presente(s)

(Preços constantes de março de 2025, 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*
2021	78,27	49,37	66,20	90,42	105,38
2022	80,80	62,06	70,75	87,47	101,38
2023	79,34	59,87	73,04	85,60	97,36
2024	74,40	53,37	59,77	78,12	89,04
2025	**72,63**	**58,16**	**66,79**	**76,27**	**88,06**

Fonte: FGV/IBRE

Os resultados foram extraídos da Sondagem do Consumidor com amostra planejada de 2000 respondentes.
Em 2025, os consumidores foram consultados entre os dias 01 e 21 de abril.

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
Equipe Técnica: Iuri Viana, Geórgia Veloso e Matheus Affonso da Costa Bandeira (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