

20
25

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

SEBRAE

Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

APRESENTAÇÃO

A pesquisa de campo para a Sondagem do Dia das Mães 2025 teve como referência o período de 07 a 16 de abril, envolvendo um plano amostral de 1.000 consumidores e 500 empresas do comércio varejista e dos serviços de alimentação.

Como consumidores foram entrevistados homens e mulheres, faixas etárias a partir de 18 anos e classes de renda mensal domiciliar a partir de 1 salário-mínimo, nos principais pontos de fluxos comerciais nos municípios de Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, São Lourenço da Mata, Abreu e Lima, Vitória de Santo Antão, Goiana, Caruaru, Garanhuns, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, Petrolina, Salgueiro e Serra Talhada.

Para o público empresarial, foram consultados empresários e gestores nas atividades do varejo restrito ('hipermercados e supermercados', 'vestuário, calçados, bolsas', 'artigos de cama, mesa e banho', 'móveis e eletrodomésticos', 'farmácias, perfumarias e cosméticos', 'livrarias e papelarias', 'informática e comunicação' e 'outros artigos de uso pessoal e doméstico', incluindo lojas de departamento) e dos serviços de alimentação ('restaurantes, bares e lanchonetes'), considerando ainda os tipos de empreendimento, se localizado em endereços de comércio tradicional ou espaços de shopping centers.

A sondagem tem como objetivos (i) investigar a intenção dos consumidores pernambucanos quanto à comemoração do Dia das Mães e, (ii) captar a expectativa dos estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação quanto ao desempenho das vendas relacionadas à comemoração.

As informações coletadas permitem estabelecer a proporção de consumidores que pretendem comemorar o Dia das Mães 2025, formas de comemoração, valor médio previsto para a compra de presentes, formas de pagamento, locais de compras e itens pretendidos, gastos 'fora de casa' com restaurantes bares e lanchonetes, e motivos que explicariam a atitude daqueles que não pretendem comemorar a data.

No que diz respeito aos estabelecimentos, procura-se captar, principalmente, a expectativa de empresários e gestores das atividades de varejo e alimentação quanto ao desempenho do volume de vendas relacionados ao Dia das Mães, justificativas que influenciam tal expectativa, a intenção de contratar mão de obra temporária para apoio às vendas e as estratégias utilizadas com o intuito de melhorar o desempenho de vendas relacionadas ao evento.

Pesquisa de Opinião

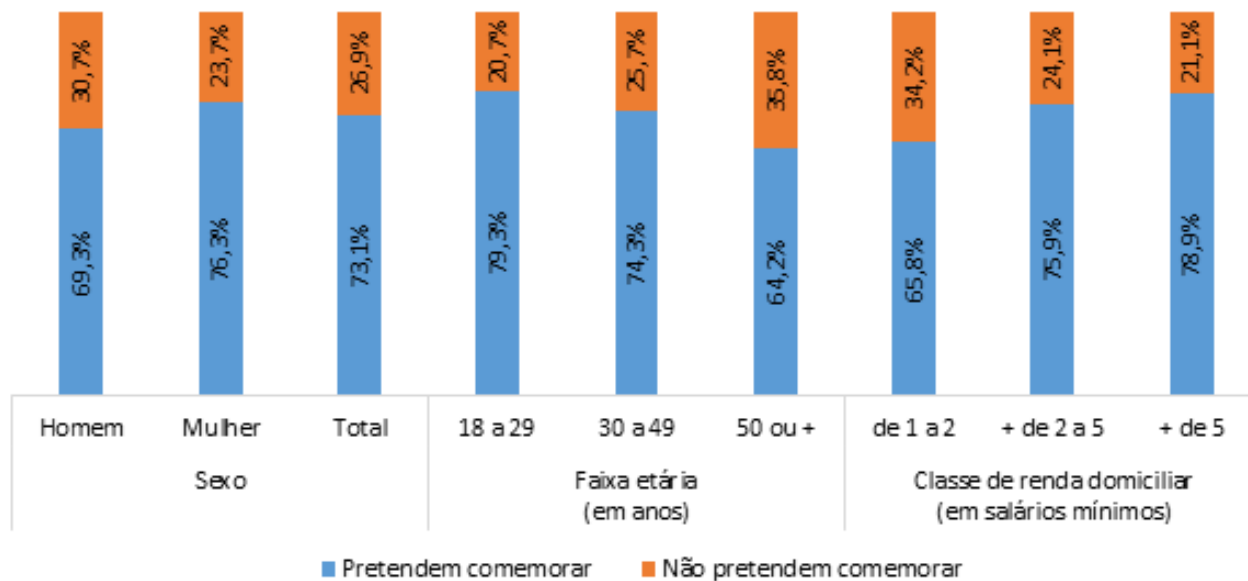
Dia das Mães 2025

1. CONSUMIDORES

O Dia das Mães 2025 no estado de Pernambuco deve ser comemorado por 76,3% dos consumidores (ver Gráfico 1). Essa intenção é um pouco mais significativa entre pessoas mais jovens, na faixa investigada de 18 a 29 anos, onde alcança 79,3%, e na classe com renda domiciliar mensal acima de 5 salários-mínimos, onde chega ao patamar de 78,9%.

Observando a tendência por idade, verifica-se que a proporção dos que pretendem comemorar a data é menor à medida que aumenta a faixa etária, ficando em 64,2% entre aqueles com idades de 50 anos ou mais. A análise por classe de renda domiciliar também registra indica que o interesse na comemoração dessa data é menos esperado entre os consumidores com renda domiciliar mensal de até 2 salários-mínimos (s.m.), em que o percentual de intenção é de 65,8%.

Gráfico 1 - Intenção de comemorar o Dia das Mães 2025



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

A pesquisa investigou as justificativas daqueles que declararam que não pretendem comemorar o Dia das Mães esse ano (ver Tabela 1).

Além dos que alegam não ter parentes (mãe ou filho/a) para confraternizar – situação de 57,8% dos consumidores que não têm intenção de comemorar –, outras razões emergem, como o desemprego (16,4%) e o elevado nível do endividamento pessoal (18,9%). A indisponibilidade financeira (13,1%) e o preço elevado (10,5%) dos produtos e serviços típicos da época, são outras motivações relevantes por trás daqueles que não desejam comemorar.

Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Tabela 1 – Motivos para não comemorar o Dia das Mães 2025

Perfil		Preços estão muito altos	Juros elevados do parcelamento	Está muito endividado(a)	Está desempregado(a)	Não tem renda disponível no momento	Incerteza sobre a condição financeira nos próximos meses	Não tem mãe ou filho/a para comemorar
Sexo	Homem	10,6%	4,9%	20,4%	17,6%	10,6%	4,2%	57,7%
	Mulher	10,5%	9,8%	17,3%	15,0%	15,8%	13,5%	57,9%
	Total	10,5%	7,3%	18,9%	16,4%	13,1%	8,7%	57,8%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	7,5%	7,5%	20,9%	20,9%	13,4%	11,9%	38,8%
	30 a 49	14,8%	10,2%	24,1%	20,4%	16,7%	8,3%	58,3%
	50 ou +	8,0%	4,0%	12,0%	9,0%	9,0%	7,0%	70,0%
Renda domiciliar (s.m.)	de 1 a 2	11,5%	8,2%	24,6%	22,1%	16,4%	7,4%	50,8%
	+ de 2 a 5	14,1%	9,1%	19,2%	16,2%	14,1%	15,2%	54,5%
	+ de 5	1,9%	1,9%	5,6%	3,7%	3,7%	0,0%	79,6%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

A respeito das formas de comemoração do Dia das Mães 2025 (ver Gráfico 2), a compra de presente é apontada por 63,6% dos consumidores que declararam a intenção de celebrar a data, sendo a proporção ligeiramente maior entre os homens (70%). Observando o recorte etário, a intenção de presentear alcança 75,1% das pessoas de 18 a 29 anos e fica em 62,3% entre as pessoas de 50 anos ou mais. O perfil de classe econômica sugere que a intenção de compra de presentes alcança 70,3% dos consumidores com mais de 5 salários-mínimos de renda domiciliar mensal e que pretendem comemorar o dia das Mães este ano.

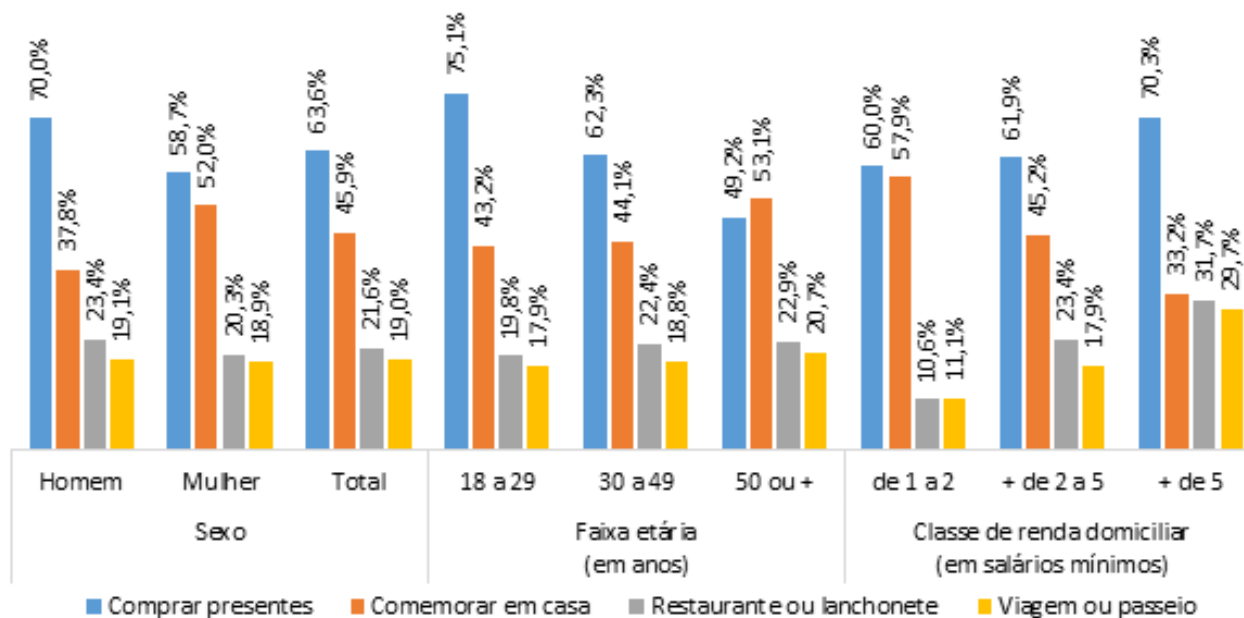
Na comparação por faixa etária, destaca-se uma acentuada tendência de intenção de compra de presentes entre as pessoas de 18 a 29 anos (75,1%). Também se destaca uma intenção mais acentuada de compra de presentes entre o público masculino (70,0%), enquanto as mulheres apresentam a maior intenção (52%) nas comemorações domiciliares.

A faixa de renda acima de 5 salários demonstra maior interesse (70,3%) na compra de presentes quando comparada às demais classes, assim como registra a maior proporção (31,7%) de consumidores com intenção de comemorar fora de casa, em restaurantes e lanchonetes.

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães 2025

Gráfico 2 - Formas de comemoração do Dia das Mães 2025



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

Em relação ao momento da compra dos presentes (ver Tabela 2), para 56,5% dos consumidores ele deve ocorrer na mesma semana do Dia das Mães – 05 a 11 de maio – enquanto 23,5% pretendem realizar suas compras até duas semanas antes.

Ou seja, a tendência é de que 80% dos consumidores realizem a compra de presente ao longo dos 15 dias antes da comemoração. Somando a esses retardatários, outros 13% de consumidores que se dizem ainda indecisos sobre o momento da compra, o comércio varejista tem ainda um horizonte relevante de planejamento das vendas no início de maio, com 93% de consumidores por se lançarem ao planejamento ou efetivação da compra dos presentes para o Dia das Mães. Cabe ressaltar que a proporção de consumidores que têm a intenção de adiantar razoavelmente as compras – com um mês ou mais de antecipação – é bem estreita, ficando em pouco mais de 5%.

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães 2025

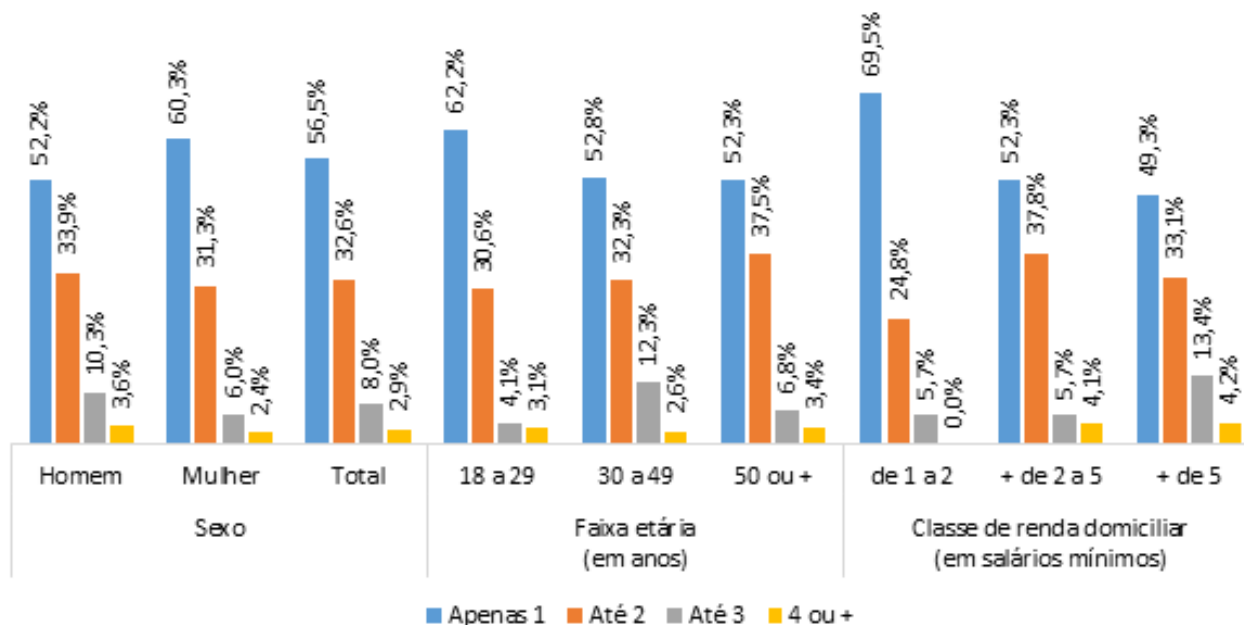
Tabela 2 - Momento de realização da compra dos presentes para o Dia das Mães 2025

Perfil		Mais de um mês antes do Dia das Mães	Até um mês antes do Dia das Mães	Até duas semanas antes do Dia das Mães	Na mesma semana do Dia das Mães	Após o Dia das Mães	Não decidiu	Total
Sexo	Homem	1,8%	3,6%	23,2%	56,7%	2,2%	12,5%	100,0%
	Mulher	1,6%	3,6%	23,8%	56,3%	1,2%	13,5%	100,0%
	Total	1,7%	3,6%	23,5%	56,5%	1,7%	13,0%	100,0%
Faixa etária (em anos)	18 a 29	2,1%	4,7%	21,8%	59,1%	2,1%	10,4%	100,0%
	30 a 49	1,5%	4,1%	25,1%	55,4%	1,5%	12,3%	100,0%
	50 ou +	1,1%	0,0%	23,9%	53,4%	1,1%	20,5%	100,0%
Renda domiciliar (s.m.)	de 1 a 2	2,8%	2,1%	22,7%	61,0%	2,1%	9,2%	100,0%
	+ de 2 a 5	0,5%	2,6%	19,2%	61,1%	1,0%	15,5%	100,0%
	+ de 5	2,1%	6,3%	30,3%	45,8%	2,1%	13,4%	100,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

Quanto à quantidade de presentes que os consumidores pretendem adquirir (ver Gráfico 3), a pesquisa revela que cerca de um terço deles irá adquirir até 2 itens e 56,5% irão comprar apenas 1 presente. O público masculino (33,9%), pessoas com 50 anos ou mais (37,5%) ou de renda domiciliar acima de 5 salários (37,8%), são perfis onde a compra de 2 presentes tende a ocorrer com maior frequência.

Gráfico 3 - Número de presentes que pretendem comprar para o Dia das Mães 2025



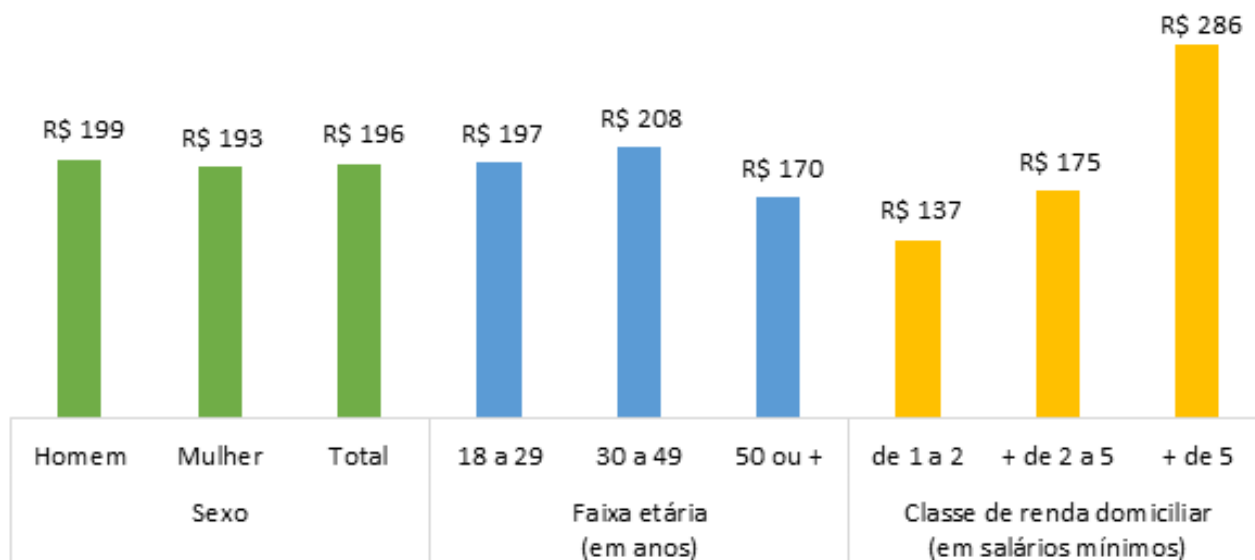
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE.

O preço médio dos presentes para o Dia das Mães foi estimado em R\$ 196 por consumidor (ver Gráfico 4), alcançando R\$ 199 entre os homens, R\$ 208 na faixa etária de 30 a 49 anos e R\$ 286 na classe de renda domiciliar mais elevada (mais de 5 salários-mínimos).

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães 2025

Gráfico 4 - Expectativa do valor médio dos presentes para o Dia das Mães 2025 (R\$ por presente/consumidor que pretende comprar)

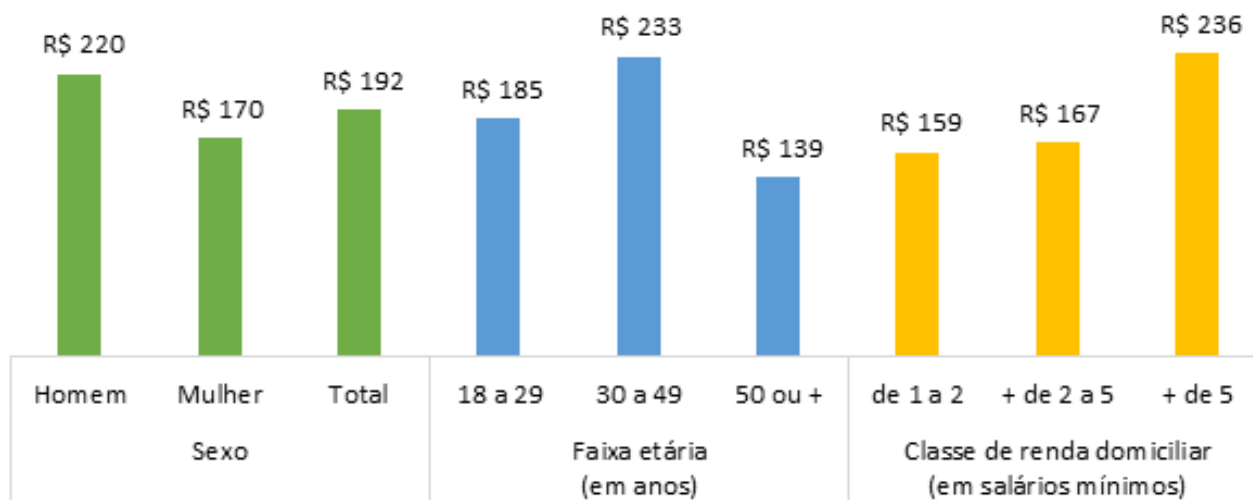


Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: valores de 2023 corrigidos pelo IPCA.

Entre os que pretendem realizar a comemoração em restaurantes e lanchonetes, a disposição a gastar aponta um valor médio de R\$192 (ver Gráfico 5). Da mesma forma, o valor tende a ser mais elevado entre os homens (R\$ 220), pessoas na faixa etária de 30 a 49 anos (R\$233) e com renda domiciliar mensal acima de 5 salários-mínimos (R\$236).

Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Gráfico 5 – Expectativa do gasto médio com a comemoração em restaurantes e lanchonetes no Dia das Mães 2025 (R\$ por consumidor que pretende gastar)



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: valores de 2023 corrigidos pelo IPCA.

No que diz respeito aos locais ou canais de compra dos presentes para o Dia das Mães 2025 (ver Tabela 3), 47,9% dos consumidores demonstram intenção de realizar a procura em lojas do comércio tradicional. Os shopping centers, por sua vez, devem ser procurados por 42,6% dos consumidores para aquisição dos presentes. Já o comércio eletrônico – sites, redes sociais ou aplicativos de marketplace –, deve atender as necessidades de 13,4% dos consumidores como canal para realização das compras.

O perfil etário indica que o comércio tradicional será a opção mais acessada para a compra dos presentes entre consumidores entre 30 e 49 anos (53,3%) e com renda domiciliar de 1 a 2 salários-mínimos (69,5%). Já os shoppings centers são de maior interesse entre consumidores de 50 anos ou mais (52,3%) e com faixa de renda acima de 5 salários-mínimos (61,3%). O comércio eletrônico, por sua vez, registra maior relevância na busca de presentes entre homens (17,9%) e pessoas na faixa etária de 18 a 29 anos.

Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Tabela 3 - Locais ou canais de compra dos presentes para o Dia das Mães 2025

Perfil		Comércio tradicional	Shopping center	Comércio eletrônico	Catálogo ou representante
Sexo	Homem	43,8%	43,3%	17,9%	6,7%
	Mulher	51,6%	42,1%	9,5%	6,7%
	Total	47,9%	42,6%	13,4%	6,7%
Faixa etária (anos)	18 a 29	45,6%	39,9%	16,1%	8,3%
	30 a 49	53,3%	41,0%	14,4%	5,1%
	50 ou +	40,9%	52,3%	5,7%	6,8%
Renda domiciliar (s.m.)	de 1 a 2	69,5%	19,9%	10,6%	8,5%
	+ de 2 a 5	47,2%	45,6%	15,0%	7,3%
	+ de 5	27,5%	61,3%	14,1%	4,2%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

A forma de pagamento mais utilizada para a compra dos presentes (ver Tabela 4), será o cartão de crédito, conforme sinalizado por 58,6% dos consumidores.

Entre os meios de pagamento a vista, o PIX se sobressai, sendo opção para 30% dos consumidores, principalmente aqueles com renda de 1 a 2 salários-mínimos (39,0%), na tentativa de não comprometer a renda com dívidas nos meses seguintes.

Tabela 4 - Formas de pagamento dos presentes para o Dia das Mães 2025

Perfil		Dinheiro	PIX	Cartão de débito	Cartão de crédito
Sexo	Homem	8,9%	29,5%	12,9%	59,8%
	Mulher	11,1%	30,6%	11,1%	57,5%
	Total	10,1%	30,0%	12,0%	58,6%
Faixa etária (anos)	18 a 29	10,4%	30,6%	11,4%	55,4%
	30 a 49	9,7%	30,8%	12,8%	61,5%
	50 ou +	10,2%	27,3%	11,4%	59,1%
Renda domiciliar (s.m.)	de 1 a 2	19,1%	39,0%	8,5%	43,3%
	+ de 2 a 5	7,8%	30,1%	10,9%	63,7%
	+ de 5	4,2%	21,1%	16,9%	66,9%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Nota: (*) Soma maior que 100%: questão de múltipla resposta.

Entre os itens mais procurados pelos consumidores para presentear no Dia das Mães 2025 (ver Tabela 5) destacam-se as 'roupas' (35,1% dos consumidores) e os 'perfumes ou cosméticos' (26,9%), além de 'calçados' (17,6), e artigos de viagem, como bolsas e carteiras (10,9%), igualmente a 'joias ou bijuterias' (10,9%). Portanto, itens de menor valor agregado, que comprometem menos o orçamento pessoal, serão os mais procurados entre os que desejam presentear. Nesse sentido, itens como eletrodomésticos e smartphones, aparecem apenas em 6° e 7° posições, respectivamente, nas preferências de busca pelos consumidores.

Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Tabela 5 - Itens mais procurados para presentear no Dia das Mães 2025

Estratégias	Sexo		Faixa Etária			Renda domiciliar			Total
	Homem	Mulher	18 a 29 anos	30 a 49 anos	50 anos ou +	de 1 a 2 s.m.	+ de 2 a 5 s.m.	+ de 5 s.m.	
Roupa ou acessório de vestuário	32,6%	37,3%	36,8%	33,8%	34,1%	36,9%	40,9%	25,4%	35,1%
Perfume ou cosmético	28,1%	25,8%	34,2%	21,0%	23,9%	24,8%	29,5%	25,4%	26,9%
Calçado (1)	17,9%	17,5%	14,0%	19,5%	21,6%	18,4%	19,7%	14,1%	17,6%
Bolsa, mochila ou carteira	11,2%	10,7%	12,4%	8,7%	12,5%	9,2%	11,4%	12,0%	10,9%
Jóia ou bijuteria	12,1%	9,9%	9,3%	11,8%	12,5%	9,9%	9,3%	14,1%	10,9%
Eletrodoméstico (2)	5,8%	7,5%	5,2%	8,7%	5,7%	2,8%	6,2%	11,3%	6,7%
Smartphone ou tablet	5,8%	4,8%	4,1%	8,2%	1,1%	2,8%	7,3%	4,9%	5,3%
Cesta de ocasião (3)	5,8%	4,0%	6,2%	3,6%	4,5%	1,4%	4,7%	8,5%	4,8%
Relógio	5,8%	3,2%	4,7%	4,6%	3,4%	3,5%	4,1%	5,6%	4,4%
Livro, revista ou material gráfico	4,5%	3,2%	2,6%	4,6%	4,5%	0,0%	4,7%	6,3%	3,8%
Objeto personalizado (4)	3,6%	2,8%	1,0%	4,6%	4,5%	3,5%	2,1%	4,2%	3,2%
Móvel (5)	2,7%	3,2%	3,1%	4,1%	0,0%	2,8%	2,6%	3,5%	2,9%
Óculos	4,0%	1,2%	1,6%	2,6%	4,5%	0,7%	2,6%	4,2%	2,5%
Televisor ou monitor	3,1%	0,8%	1,0%	2,6%	2,3%	0,0%	1,0%	4,9%	1,9%
Vinhos e destilados	1,3%	1,2%	1,0%	1,0%	2,3%	1,4%	0,0%	2,8%	1,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração Ceplan. Notas: (*) O somatório das categorias ultrapassa 100%, pois a questão permite múltipla resposta; (1) sapato, tênis, sandália...; (2) fogão, micro-ondas, geladeira, freezer etc; (3) matinal, variedades ou chá da tarde; (4) bordado, estampado, gravado etc; (5) sofá ou poltrona, mesa, cadeira, cama, colchão.

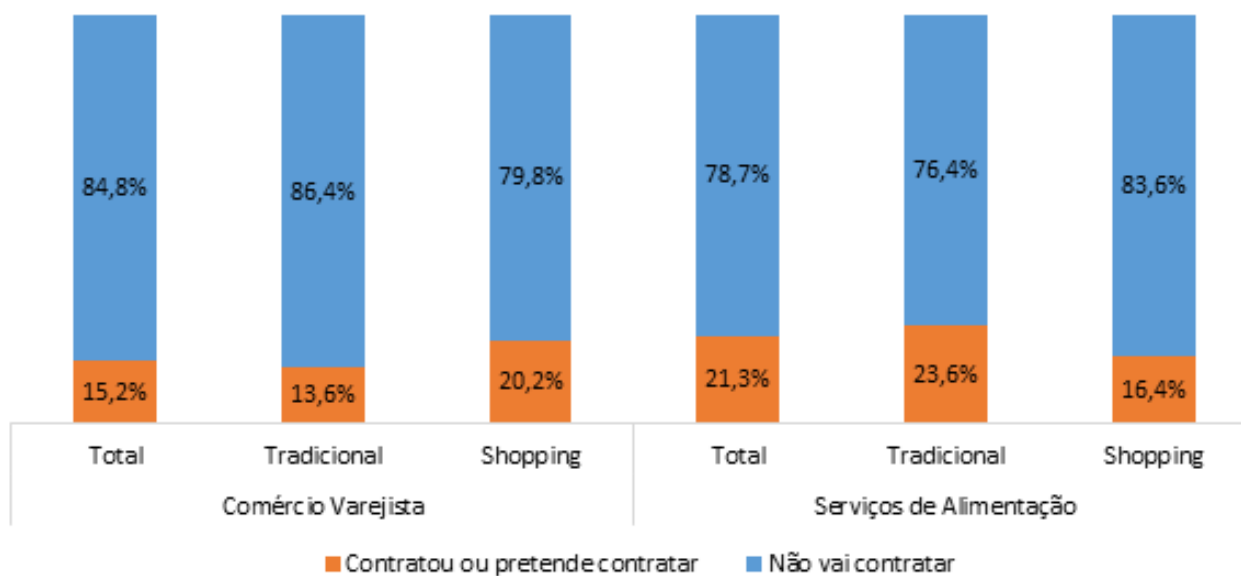
Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

2. ESTABELECIMENTOS

A sondagem com os estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação revelou intenção de contratar colaboradores temporários para apoiar com as vendas referentes ao período do Dia das Mães, situando-se, respectivamente, em 15,2% dos empresários e gestores do comércio varejista e em 21,3% dos empresários e gestores dos serviços de alimentação (ver Gráfico 6).

No comércio varejista, o interesse de contratação é maior entre os lojistas de shopping, onde 20,2% pretendem contar colaboradores temporários para o evento. Por sua vez, nos serviços de alimentação a intenção se mostra ligeiramente maior entre os empresários e gestores de estabelecimentos tradicionais (23,6%).

Gráfico 6 - Intenção de contratar ou não contratar colaboradores temporários para o Dia das Mães 2025



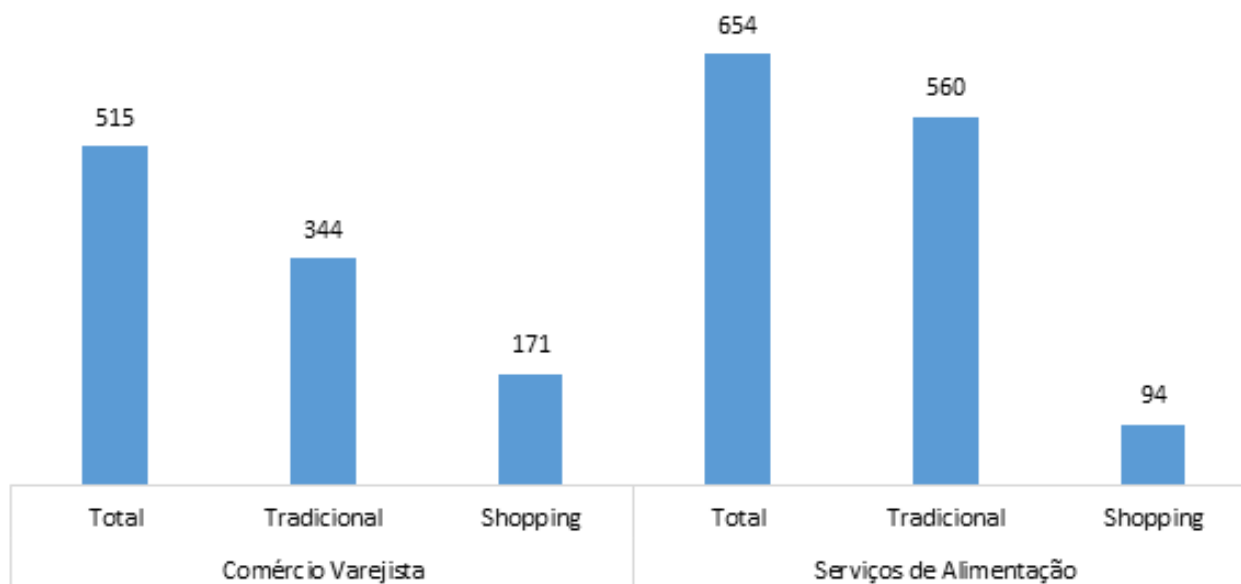
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

A média de colaboradores temporários recrutados por estabelecimento contratante deve ficar em 3 pessoas no comércio varejista, seja nos shoppings ou estabelecimentos tradicionais. Nos serviços de alimentação, a média deve chegar a 5 colaboradores temporários por estabelecimento contratante, alcançando até 6 colaboradores nos estabelecimentos tradicionais e ficando em 3 colaboradores em shopping centers. Ao todo, a expectativa é de uma contratação de 1,17 mil temporários para esse período de vendas, sendo 44% no comércio varejista e 56% nos serviços de alimentação (ver Gráfico 7).



Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Gráfico 7 - Estimativa de contratação de colaboradores temporários para o Dia das Mães 2025 por local de venda



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Além de contar com colaboradores adicionais, os empresários e gestores habitualmente lançam mão de estratégias para tentar alavancar o potencial de vendas em períodos de comemoração. A Tabela 6 apresenta a proporção de estabelecimentos segundo as estratégias que seus responsáveis pretendem utilizar para aumentar as vendas durante o período do Dia das Mães 2025.

Inicialmente, destaca-se que aproximadamente 15,6% dos empresários e gestores nos serviços de alimentação, bem como 5,9% no comércio varejista, não pretendem adotar estratégia especialmente voltadas para o Dia das Mães este ano.

Entre os que pretendem utilizar alguma estratégia, a principal será o impulsionamento de conteúdos através de redes sociais – seja sobre a data comemorativa ou com divulgação de ofertas – sobretudo entre os estabelecimentos do varejo.

Em seguida, destaca-se o apelo visual ao evento, através de decoração e adequação da identidade de marcas e layout de lojas à temática do Dia da Mães. Na sequência, ressalta a oferta de incentivos à equipe de colaboradores, como forma de estimular os vendedores na busca de consumidores e conversão em vendas. Além dos incentivos, a qualificação da equipe foi outra estratégia enfatizada pelos empresários e gestores, com o intuito de melhor preparar os vendedores, sobretudo os mais tradicionais para as novas formas de atração e de oferta de produtos à clientela.

Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Tabela 6 - Estratégias para alavancar as vendas referentes ao Dia das Mães 2025

Estratégias	Comércio Varejista			Serviços de Alimentação		
	Tradicional	Shopping	Total	Tradicional	Shopping	Total
Impulsioneamento em redes sociais	49,7%	65,3%	53,4%	50,7%	50,2%	50,5%
Decoração e identidade visual com temática do Dia das Mães	46,2%	50,7%	47,3%	21,9%	31,5%	25,0%
Oferta de incentivo à equipe de colaboradores	35,5%	44,1%	37,5%	31,6%	28,1%	30,5%
Publicidade de rua (panfletos, ações externas etc.)	31,7%	24,9%	30,1%	5,7%	12,0%	7,7%
Qualificação dos funcionários	27,2%	35,0%	29,0%	26,9%	19,3%	24,4%
Uso de embalagens com temática do Dia das Mães	20,4%	17,8%	19,8%	9,2%	10,6%	9,6%
Parcelamento sem juros	17,2%	27,4%	19,6%	3,7%	2,5%	3,4%
Funcionamento estendido (abrir mais cedo ou fechar mais tarde)	24,0%	4,8%	19,5%	18,5%	17,3%	18,1%
Ações de engajamento nas redes sociais (memes, quizzes, sorteios etc)	14,7%	16,7%	15,1%	21,2%	13,4%	18,6%
Maior prazo de parcelamento	14,3%	15,8%	14,7%	0,7%	3,4%	1,5%
Desconto em kit ou combos de produtos	12,0%	13,8%	12,5%	5,3%	19,2%	9,8%
Entrega de brindes temáticos	7,1%	11,4%	8,1%	9,6%	16,7%	11,9%
Sorteio de prêmios	8,2%	1,8%	6,6%	6,3%	8,9%	7,1%
Primeira parcela após 60 ou 90 dias	5,8%	5,1%	5,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Parcerias com artistas e influencers locais	4,4%	9,3%	5,6%	6,1%	12,0%	8,0%
Não vai adotar nenhuma estratégia	6,3%	4,6%	5,9%	15,0%	16,7%	15,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Nota: (*) A soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permite múltipla escolha.

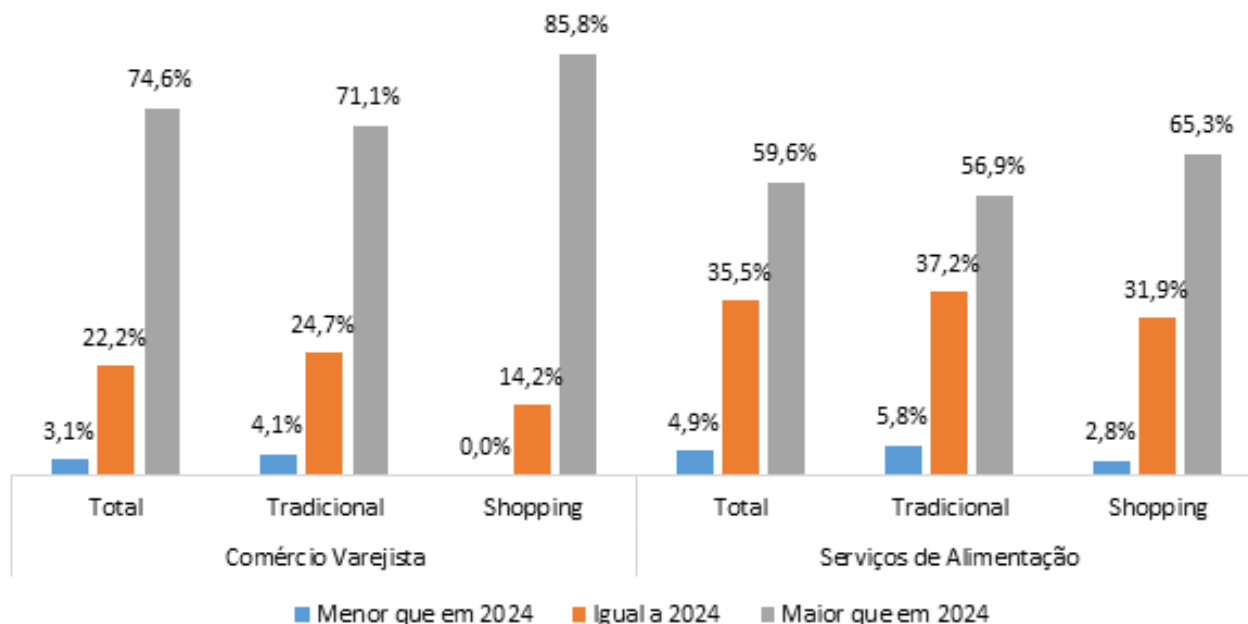
O Gráfico 8 a seguir apresenta a expectativa para o desempenho das vendas, com base na declaração dentre os gestores do comércio varejista e dos serviços de alimentação.

Em 2025, o percentual de empresários ou gestores que se encontram otimistas sobre o desempenho das vendas é maior entre os estabelecimentos do comércio varejista, onde alcança 74,6%, ficando em 59,6% entre empresários e gestores dos serviços de alimentação. Quando se observa os tipos de estabelecimentos, há uma tendência de maior otimismo entre os varejistas de shopping, onde 85,8% esperam aumento nas vendas.

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães 2025

Gráfico 8 - Expectativa para o desempenho das vendas referentes ao Dia das Mães 2025



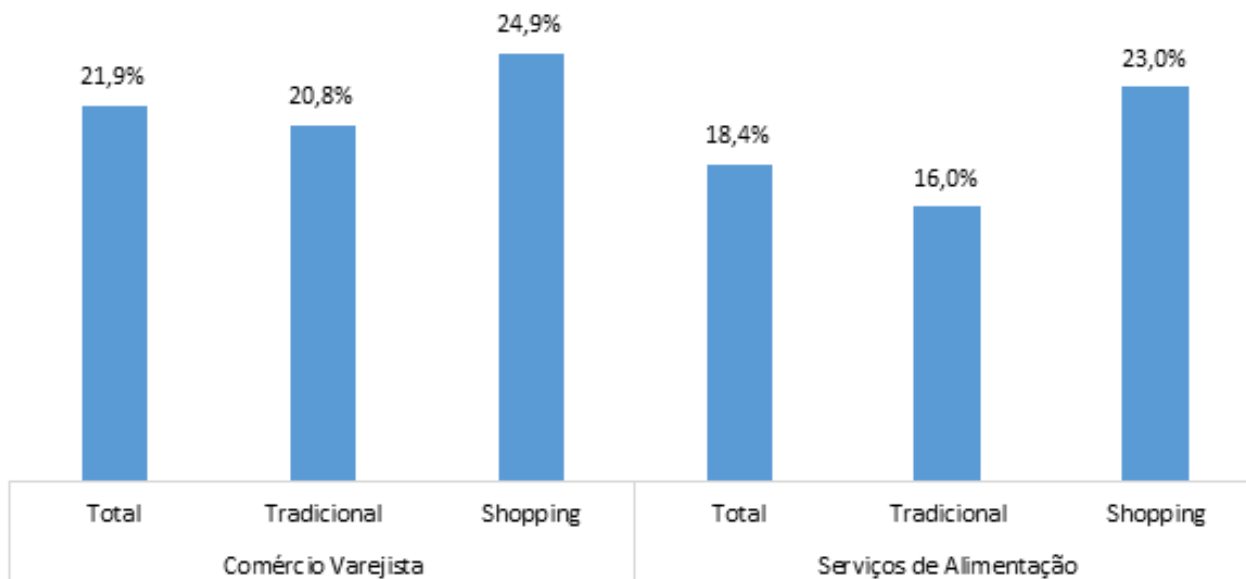
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Com base na expectativa apontada, a sondagem investigou a perspectiva de variação das vendas pelos empresários e gestores, revelada na estimativa de crescimento projetada em relação ao Dia das Mães do ano anterior (ver Gráfico 9). No comércio varejista a estimativa é de um crescimento de 21,9%, chegando a 24,9% entre os estabelecimentos dos shopping centers; por sua vez, nos serviços de alimentação espera-se uma variação de 18,4% no volume de vendas em relação ao período do Dia das Mães de 2024, também com perspectivas mais promissoras em estabelecimentos do shopping, entre os quais se estima variação de 23,0%.

Pesquisa de Opinião

Dia das Mães 2025

Gráfico 9 - Variação média esperada no volume das vendas referentes ao Dia das Mães 2025 com relação ao ano anterior



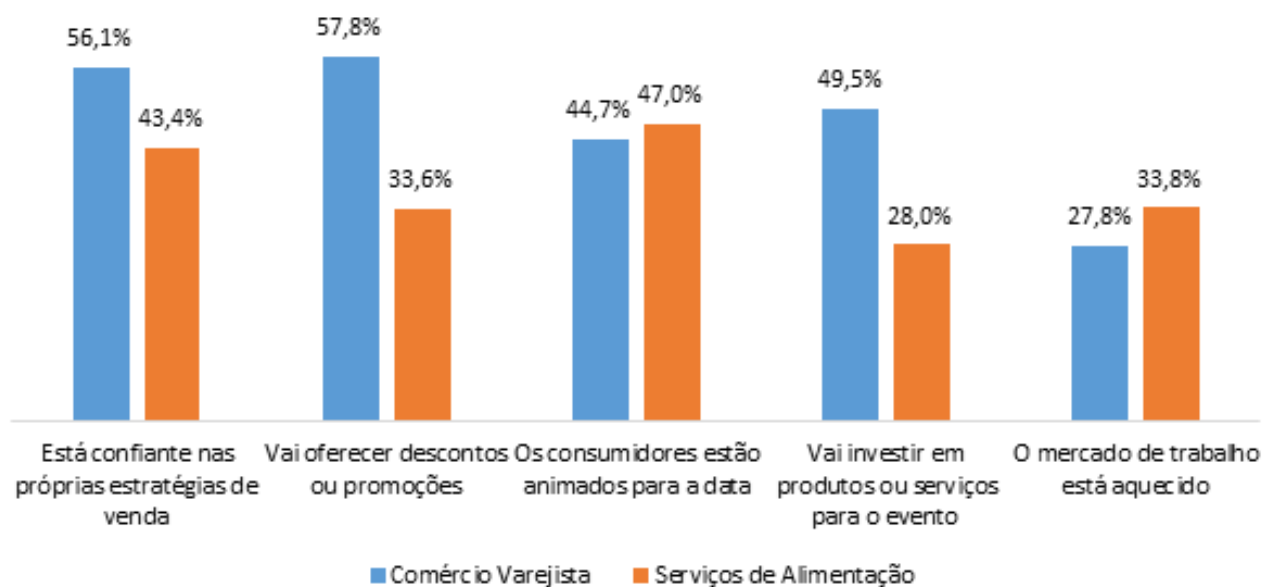
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.

Diante do otimismo expressado pela maioria dos empresários e gestores, a sondagem também investigou a razão por trás das expectativas mais positivas para a data este ano. O Gráfico 10 apresenta os possíveis motivos pelos quais os empresários otimistas esperam um bom resultado para o Dia Mães 2025, entre os quais se destaca a confiança sobre as estratégias de venda e a oferta de descontos ou promoções, principalmente no comércio varejista.




Pesquisa de Opinião Dia das Mães 2025

Gráfico 10 - Razões para as expectativas otimistas com as vendas referentes ao Dia das Mães 2025



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio.





Pesquisa de Opinião

Dia das Mães 2025




EXPEDIENTE FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Bernardo Peixoto
Designer Gráfico: Nilo Monteiro
Estagiária em Design Gráfico:
Maria Eduarda Morato

EXPEDIENTE CEPLAN-PE

Jorge Jatobá | Economista
Tania Bacelar | Economista
Ademilson Saraiva | Economista





**Avenida Visconde de Suassuna, nº265,
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175
www.fecomercio-pe.com.br**



fecomercio-pe.com.br



[@fecomerciope](https://www.facebook.com/fecomerciope)

Fecomércio PE
CNC Sesc Senac
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

SEBRAE

