



Pesquisa de Intenção de

# Consumo para o Dia das Mães

São Luís-MA | 2025

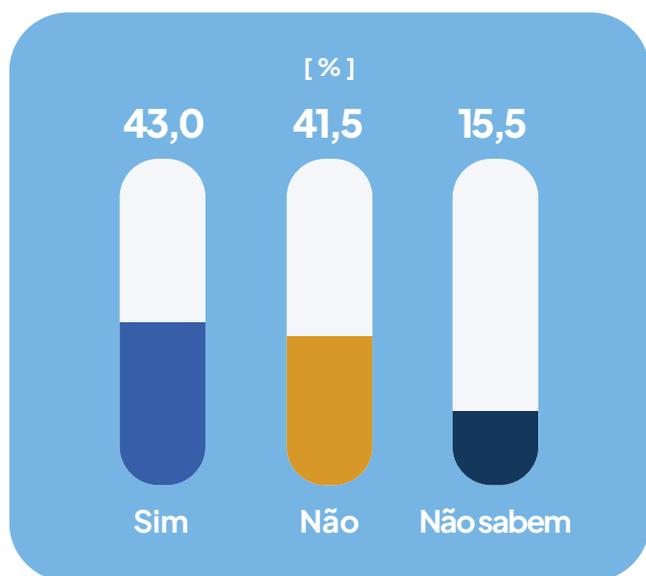


Fecomércio MA

fecomerciomma

fecomercio-ma.com.br

## Irão comprar algum produto?



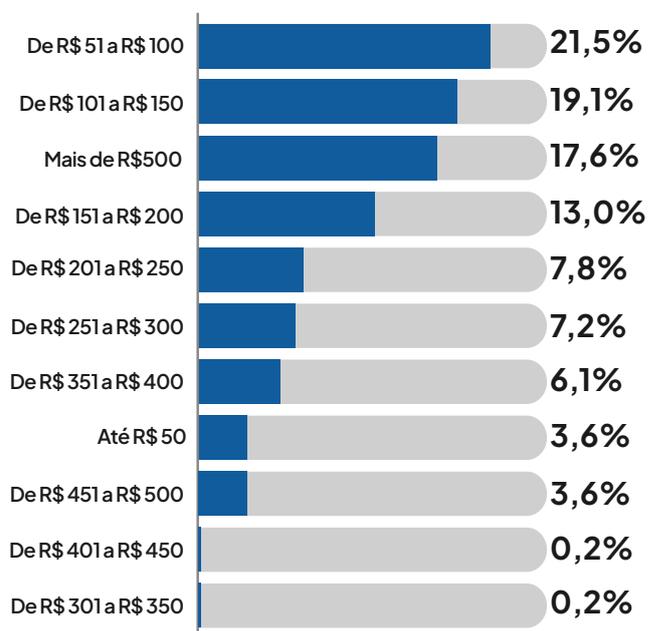
A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Mães 2025, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), revela que 43% da população de São Luís manifesta intenção de realizar compras relacionadas à data comemorativa. Esse percentual corresponde a aproximadamente 340,2 mil consumidores. Em comparação ao mesmo período de 2024, observa-se uma retração de 8,4% no número de consumidores dispostos a consumir, indicando um movimento de cautela nas decisões de compra.

A análise histórica demonstra que a predisposição das famílias ludovicenses para o consumo no Dia das Mães vem registrando queda nos últimos três anos, após atingir um pico em 2022, quando 66,6% da população demonstrava intenção de compra — o maior índice desde 2017. Tal elevação, verificada no

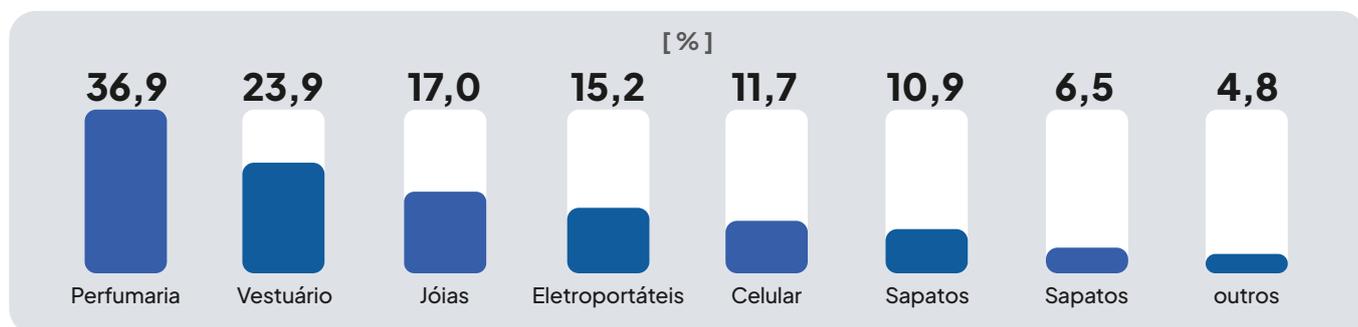
período pós-pandêmico, refletia o anseio social pela retomada das celebrações presenciais e a reaproximação familiar. Desde então, o afastamento dos efeitos emocionais da pandemia, somado a condicionantes macroeconômicos — como inflação elevada e taxa de juros em patamar restritivo — tem conduzido o consumo para uma trajetória de maior racionalidade e seletividade.

Apesar da redução percentual na intenção de compra, o levantamento revela um comportamento relevante: os consumidores dispostos a presentear estão planejando gastos mais elevados em 2025. O valor médio do presente saltou de R\$ 273 em 2024 para R\$ 291 neste ano, representando um incremento de 6,6%. Considerando esse valor médio e a quantidade estimada de itens por consumidor,

## Quanto pretendem pagar?



## O que pretendem comprar?

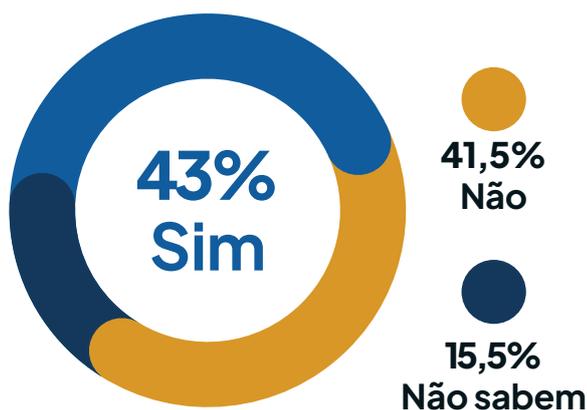


a expectativa é de que o comércio de São Luís movimentará aproximadamente R\$ 141 milhões, um crescimento nominal de 4,6% em relação ao faturamento estimado no ano anterior (R\$ 134,8 milhões).

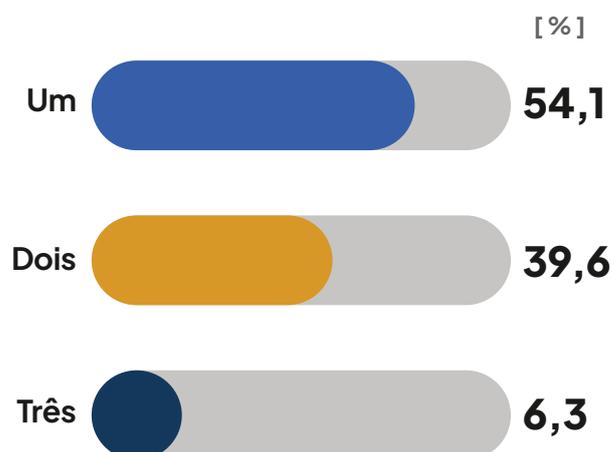
Este novo padrão de consumo - com menor participação populacional, porém com maior valor por transação - evidencia uma reconfiguração do comportamento do consumidor, em consonância com o atual ambiente econômico. A inflação acumulada em 12 meses, de 5,48%, aliada à manutenção de juros em níveis elevados, tem pressionado o orçamento das famílias, especialmente das classes de menor renda, o que tende a restringir o consumo de bens não essenciais. Como resultado, mesmo com o aumento no ticket médio, a elevação no faturamento do comércio pode não se traduzir em ganho real, diante da inflação que corrói o poder de compra.

Adicionalmente, a pesquisa identificou que

## Irão comemorar a data?



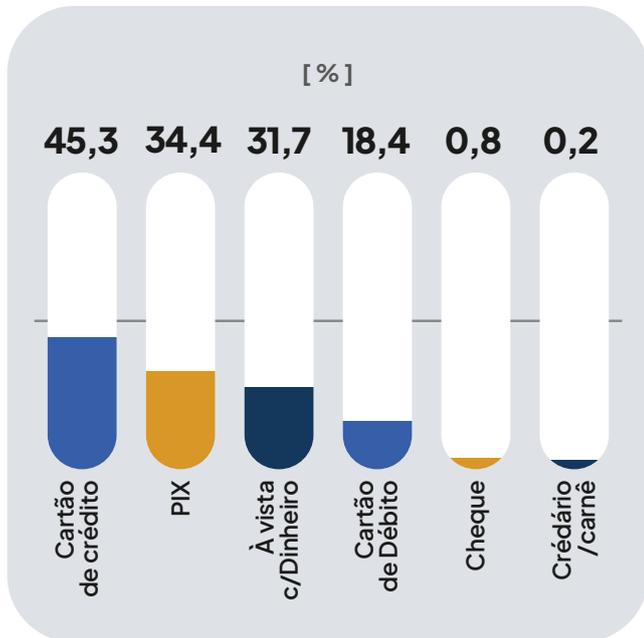
## Quantos produtos serão comprados?



15,5% da população - o equivalente a 122,9 mil pessoas - ainda se encontra indecisa quanto à realização de compras para a data. Este grupo, mais sensível a estímulos promocionais e campanhas de marketing, representa um mercado potencial adicional de até R\$ 3,86 milhões. Caso essa parcela da população venha a ser convertida em vendas, o montante movimentado pode superar R\$ 144,8 milhões, consolidando o Dia das Mães como a segunda data mais relevante do calendário varejista local, conhecida como o "Natal do primeiro semestre" para o comércio.

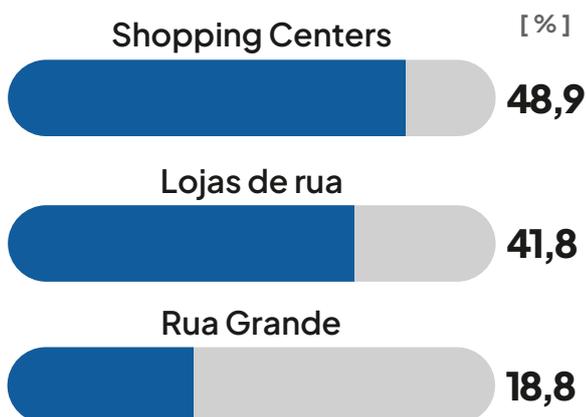
No que se refere às preferências de consumo, predominam itens de uso pessoal. Os produtos mais citados pelos entrevistados

### Como pretendem pagar?



foram: perfumaria e cosméticos (36,9%), vestuário e acessórios (23,9%) e joias/bijuterias (17,0%). Em seguida, destacam-se eletroportáteis (15,2%) e celulares/tablets (11,7%), categorias que apresentam maior valor agregado. Calçados e bolsas aparecem em sexto lugar, com 10,9% de intenção de compra. Já itens tradicionalmente simbólicos, como chocolates (6,5%) e flores (3,7%), mantêm presença reduzida, assim como bens duráveis de maior valor, como máquinas de lavar (3,5%), televisores (1,0%) e fogões (0,7%) – o que reflete a prudência do consumidor frente às

### Onde irão comprar?

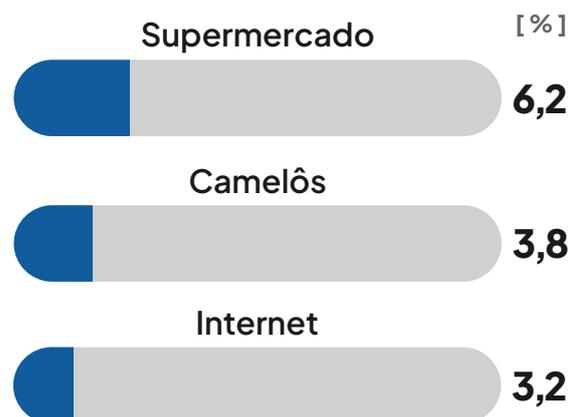


incertezas econômicas.

Quanto aos canais de compra, a pesquisa aponta uma mudança significativa em relação aos anos anteriores. Em 2025, as lojas de shopping lideram a preferência, sendo citadas por 48,9% dos consumidores, superando a Rua Grande, principal centro comercial tradicional da cidade. Essa mudança de comportamento pode estar relacionada à percepção de maior conforto, segurança, variedade de produtos e ações promocionais mais atrativas por parte dos shoppings. Em segundo lugar aparecem as lojas de rua e galerias de bairro, com 41,8% das menções – um crescimento expressivo frente aos 16,6% registrados em 2024. Essa ascensão pode ser explicada pela busca por conveniência, proximidade e diversidade de preços, além do fortalecimento do comércio em bairros periféricos, com alta densidade populacional.

O comércio eletrônico ainda possui baixa penetração no mercado local, sendo citado por apenas 3,2% dos entrevistados, o que revela a predominância do varejo físico como principal canal de compras em São Luís. O centro comercial da Rua Grande aparece com 18,8% das intenções, seguido por supermercados, com 6,2%, que também mantêm relevância, especialmente entre os consumidores que buscam praticidade.

Em síntese, a análise da pesquisa de



## Onde irão comemorar a data?

Em casa



84,3%

Restaurante



12,3%

Shopping center



7,8%

Igreja



2,5%

Viagem



2,4%

Praia



1,6%

Outros



1,3%

intenção de consumo para o Dia das Mães 2025 demonstra que, embora a participação percentual dos consumidores tenha diminuído, o potencial de faturamento continua expressivo, sustentado por um aumento no valor médio dos presentes. O cenário, portanto, exige dos empresários atenção estratégica na definição de mix de produtos, campanhas de estímulo à demanda e ofertas segmentadas, a fim de aproveitar ao máximo o potencial da data e impulsionar as vendas no primeiro semestre do ano.

## Metodologia

A pesquisa de intenção de compras para o Dia das Mães 2025 foi realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA) no período de 26 e 29 de abril de 2025, por meio da aplicação de 700 questionários, por meio de entrevistas presenciais nos principais pontos de fluxo comercial na capital maranhense. A margem de erro é de 3,2 pontos percentuais para mais ou para menos e nível de confiança de 95%.

## Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão

### PRESIDENTE

Maurício Aragão Feijó

### VICE-PRESIDENTES

Vilson Estácio Maia; Manoel Antonio Souza Barbosa; Antonio de Sousa Freitas

### DIRETORES

Ivanilde Sampaio da Silva; Djalma Souza Chaves; João Borges Lira; José William Câmara Ribeiro; Antonio Sousa Pereira; Benilton Gonçalves Diniz; Antonio Josiel Santos Sousa; Antonio Luiz Monteiro Malta Filho; Francisco Eraldo Rodrigues de Moura; José Ivan Ferreira; Reginaldo Pacheco de Sousa.

### SUPLENTES DA DIRETORIA

Hyago Murylo Mota; Joey Jacson Viêra; Jordana Jessica Oliveira Souza; José Arteiro da Silva; José dos Santos; Luis Joaquim Braga Sobrinho; Luiz Tarquinio Pereira Cruz; Marcello Viesti Advincula Collares; Maria dos Remédios Evangelista de Sousa; Paulo Henrique da Silva; Rafael Mendes Alcântara Gomes; Raimundo Edson Fernandes Rodrigues de Sousa; Sebastião Candido Soares.

### CONSELHO FISCAL

José Pereira de Santana; Raimunda Holanda da Silva; Antonio Íris de Oliveira; Nagib Câmara Ribeiro; Ivaldo Miranda Campos; Flordilix Almeida de Amorim

### SUPERINTENDENTE

Max de Medeiros

### COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Jovanna Abreu

### EQUIPETÉCNICA

Liana Souza – Economista

Francisco Estevam Martins de Oliveira – Estatístico

### DIAGRAMAÇÃO

Cleiton Costa

### CONTATO

Avenida dos Holandeses, s/n - Quadra 24 - Calhau  
Edifício Francisco Guimarães e Souza - São Luís-MA  
Cep: 65071-380 | (98) 3194 2400

[www.fecomercio-ma.com.br](http://www.fecomercio-ma.com.br)

[ascom@fecomercio-ma.com.br](mailto:ascom@fecomercio-ma.com.br)

[presidencia@fecomercio-ma.com.br](mailto:presidencia@fecomercio-ma.com.br)