

Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Crianças

São Luís-MA | 2025

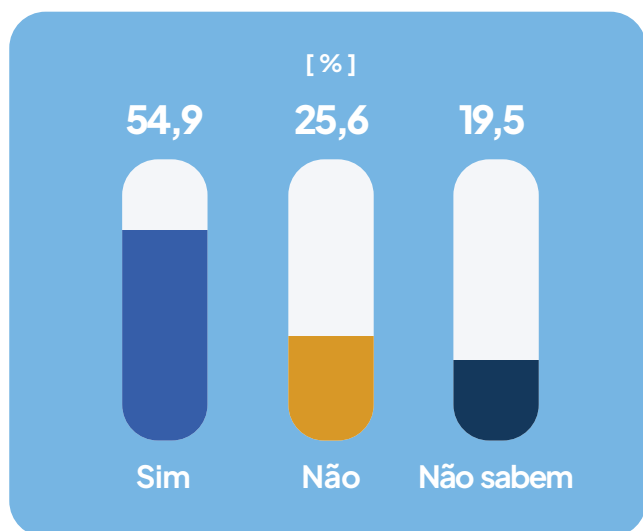


Fecomércio MA

fecomerciomma

fecomercio-ma.com.br

Irão comprar algum produto?



A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Crianças 2025, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Maranhão (Fecomércio-MA), aponta que 54,9% dos consumidores de São Luís pretendem realizar compras para a data, um aumento de 2,2% em relação a 2024. Em termos absolutos, isso corresponde a aproximadamente 434,8 mil consumidores, ou seja, 9,3 mil a mais do que no ano anterior (425,5 mil). Como resultado, o Dia das Crianças se consolida como a terceira data mais relevante em volume de vendas, atrás apenas do Natal e do Dia das Mães.

Entre os consumidores que irão às compras, o gasto médio por presente foi estimado em R\$ 210,00, R\$ 57,00 acima do registrado em 2024 (R\$ 153,00), representando um aumento de, aproximadamente, 37,5%. Quando combinado com o crescimento de 2,2% no número de consumidores com intenção de compra, esse valor permite projetar uma movimentação financeira total de aproximadamente R\$ 127,2 milhões no comércio de São Luís, 8% acima dos R\$ 117,8 milhões de 2024.

Levando em consideração tanto o aumento do ticket quanto a expansão do número de consumidores, é possível estimar o crescimento real da movimentação financeira: com a inflação acumulada de 5,13% no período, medida pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de agosto/2025, o crescimento real é de cerca de 3,0%, indicando que, mesmo descontada a alta de preços, o consumo para a data apresenta expansão efetiva.

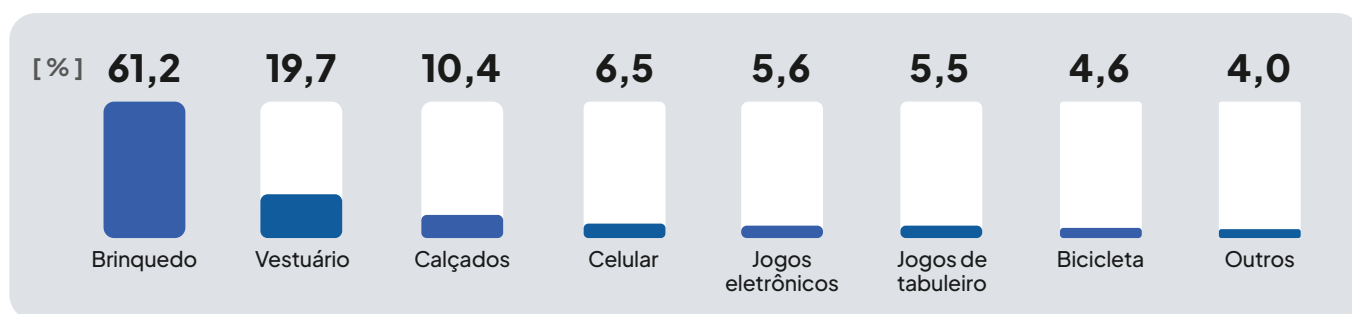
A expansão do consumo para o Dia das Crianças pode estar associada, entre outros fatores, à melhora do mercado de trabalho e ao aumento dos rendimentos médios dos trabalhadores, contribuindo para a recuperação gradual da capacidade de consumo das famílias.

Nesse contexto, entre janeiro e julho de 2025, a Grande Ilha de São Luís registrou um saldo positivo de +10.416 postos formais, com destaque para construção (+2.490) e serviços (+6.425), de acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged). No mesmo período de 2024, o saldo era de 3.225 postos de trabalho, evidenciando melhora no mercado de trabalho local. Além disso, o rendimento médio real habitual dos trabalhadores, em julho de 2025, alcançou R\$ 3.484, com alta de 3,8% em 12 meses, refletindo maior capacidade de consumo das famílias e explicando parte do aumento do ticket médio.

Essa melhora no emprego e na renda tem contribuído para a retomada gradual da confiança das famílias, refletida nos indicadores de endividamento. A inadimplência segue em trajetória de queda, evidenciando a melhora gradual na capacidade de pagamento.

Segundo a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC), realizada pela Fecomércio-MA em parceria com a Confederação Nacional do Comércio (CNC), o percentual de contas

O que pretendem comprar?



em atraso caiu para 25,7% em agosto de 2025, o menor valor registrado desde fevereiro de 2019 (24%). Como consequência, mesmo diante de dívidas, as famílias priorizam manter o controle do orçamento, optando por cartões de crédito com parcelamentos curtos ou pagamentos à vista, o que favorece a continuidade do consumo em datas sazonais.

Apesar dos avanços, 25,6% dos consumidores ainda não pretendem realizar compras, concentrando-se em famílias de menor renda (até R\$ 3 mil) e escolaridade (até Ensino Fundamental). A capacidade de compra desse grupo é pressionada pelo aumento de preços de itens essenciais, como alimentos, gás e transporte, impactando diretamente sua participação no mercado de consumo da data.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a inflação de São Luís (+4,88%) permanece próxima à média nacional (+5,13%), com alimentos e produtos de consumo básico apresentando altas expressivas em 12 meses, como carne bovina (+19,7%) e frango (+16,9%), e aumentos em relação a julho de +6% e +4%, respectivamente. Além disso, despesas como gás de botijão (+14,7%) e transporte por aplicativo (+57,7%) pressionam ainda mais o orçamento dessas famílias.

O levantamento ainda revela um potencial adicional a partir dos consumidores indecisos, que representam 19,5% da capital. Caso sejam convertidos em compradores efetivos, o comércio

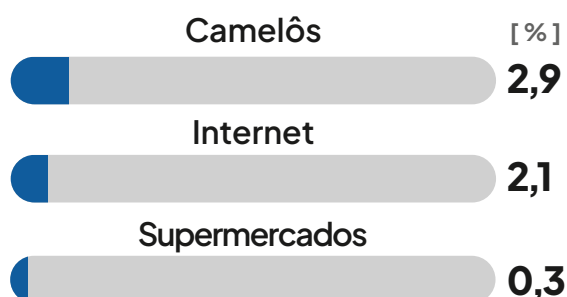
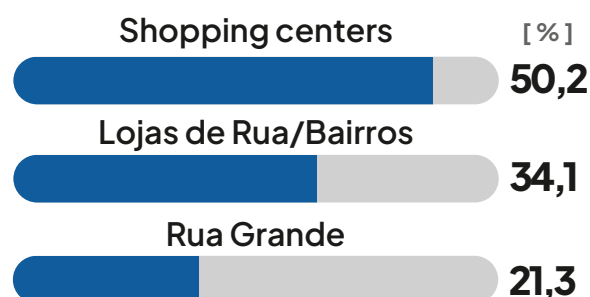
pode somar mais R\$ 5,9 milhões, elevando o potencial total da data para R\$ 133,1 milhões. Essa estimativa evidencia a importância de estratégias de marketing e promoção voltadas a esse público, capaz de gerar incremento relevante nas vendas.

De forma geral, o cenário de consumo para o Dia das Crianças 2025 em São Luís reflete aumento da intenção de compra, crescimento do ticket médio e melhora gradual da renda e do emprego, ampliando a capacidade de gasto das famílias. No entanto, uma parcela significativa permanece limitada por restrições orçamentárias, especialmente famílias de menor renda afetadas pela inflação de itens essenciais. O potencial adicional representado pelos consumidores indecisos indica que o comércio ainda tem espaço para ampliar as vendas, consolidando a data como estratégica no calendário varejista local.

Produtos mais citados para presentear

Entre os consumidores que pretendem presentear no Dia das Crianças 2025, a maioria (55,0%) optará por comprar apenas um presente. Quanto aos produtos mais citados para presentear, os brinquedos lideram com 61,2% das menções, seguidos de vestuário e acessórios (19,7%) e sapatos, tênis ou sandálias (10,4%). Itens de tecnologia, como celulares, smartphones ou tablets (6,5%) e aparelhos/jogos eletrônicos (5,6%), jogos de tabuleiro e educativos (5,5%) aparecem em menor proporção.

Onde irão comprar?



Produtos como bicicletas (4,6%), patins, patinete ou skate (3,9%) e material esportivo (2,1%) indicam um interesse por atividades físicas e recreativas. Outros itens citados incluem chocolates (2,0%), perfumaria (1,6%), livros (1,2%) e acessórios diversos, como mochilas, bolsas e cintos (0,7%), evidenciando que a escolha dos presentes combina diversidade de categorias.

Comemoração e Locais de Celebração

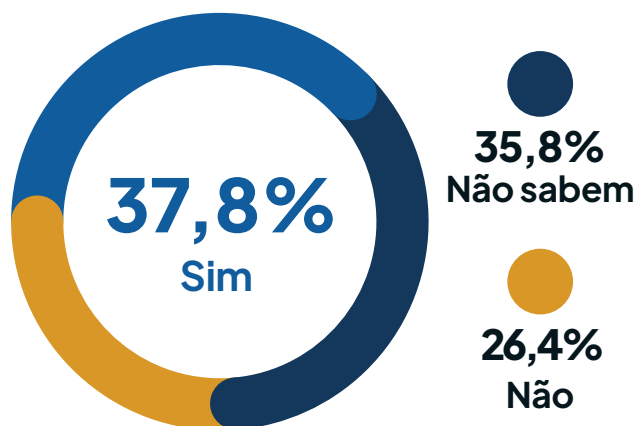
A pesquisa indica que 37,8% dos consumidores pretendem comemorar o Dia das Crianças, enquanto 26,4% não farão celebração e 35,8% ainda não sabem. Entre os que celebram, a maior parte (61,4%) fará a comemoração em casa ou na casa de parentes, seguida de praias (12,1%), restaurantes/lanchonetes (10,3%), cinemas (9,7%) e parques de diversão ou praças (9,4%). Viagens representam apenas 0,7% das intenções. Esse padrão evidencia que a celebração tende a ser mais doméstica e econômica, refletindo a priorização de gastos com presentes em detrimento de experiências externas.

Meios de Pagamento e Parcelamento

O cartão de crédito continua sendo o meio de pagamento mais utilizado (69,2%), seguido de pagamentos à vista com dinheiro ou PIX (33,3%) e cartão de débito (21,1%). Formas menos frequentes, como crediário/carnê (1,7%) ou PIX parcelado (1,0%), representam uma parcela mínima. Entre os que optam pelo parcelamento, a preferência é por parcelas curtas: 2x (24%), 3x (14,5%), 4x (12,9%) e 5x (15,7%), enquanto parcelamentos mais longos, como 10x, correspondem a 11,1%.

Essa escolha por parcelamentos curtos reflete uma gestão financeira das famílias, alinhada aos dados da PEIC, que indicam redução das contas em atraso (25,7%) e recuo na parcela sem condições de pagamento (5,2%). Ou seja, mesmo diante de dívidas,

Irão comemorar a data?



as famílias priorizam manter o controle sobre seu orçamento, evitando comprometer excessivamente a capacidade de pagamento e assegurando a continuidade do consumo em datas sazonais.

Canais de Venda

Os consumidores da capital continuam a priorizar lojas de shopping (50,2%), seguidas de lojas de rua/bairros/galerias (34,1%) e o centro comercial/Rua Grande (21,3%). A compra em camelôs (2,9%), internet (2,1%) ou supermercados/hipermercados (0,3%) ainda é marginal. Isso confirma a tendência de concentração das compras em ambientes estruturados, que oferecem variedade, segurança e facilidade de pagamento.

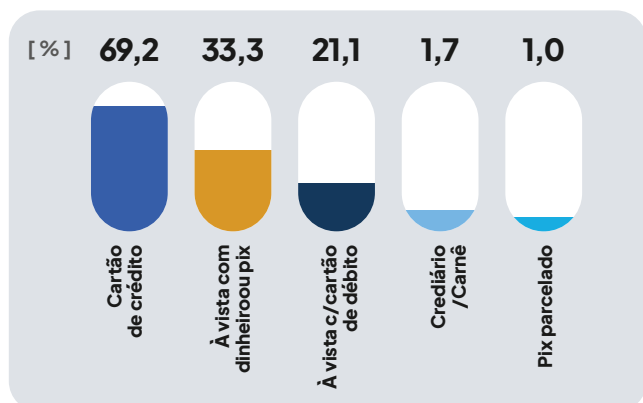
Comércio Eletrônico

Entre os consumidores que utilizam canais digitais, as principais categorias compradas são roupas (74,0%) e brinquedos (65,4%), seguidas de smartphones/tablets (54,1%) e passagens aéreas (38,6%). Itens como games, bijuterias, sapatos e produtos de perfumaria têm participação menor, refletindo o caráter complementar do comércio eletrônico para a data. A preferência digital reforça a importância de estratégias multicanal para atingir diferentes perfis de consumidor.

Dias Preferidos para as Compras

Não há consenso quanto ao dia específico de compra, com 28% dos consumidores afirmando que não têm dia certo. Entre os dias da semana, sábado (20,8%) e quarta-feira (16,9%) são os mais citados, seguidos por terça-feira (13%), sexta-feira (10,2%), segunda-feira (8,2%), quinta-feira (7,3%) e domingo (3,1%). Essa dispersão indica que o comércio deve manter flexibilidade de atendimento e promoção ao longo de toda a semana para maximizar vendas.

Como pretendem pagar?



Onde irão comemorar a data?

Em casa



61,4%

Praia



12,1%

Restaurante



10,3%

Cinema



9,7%

Parquinho



9,4%

Viagem



0,7%

Fatores que Influenciam a Compra

Os principais determinantes para efetivar a compra são preços (72,9%) e promoções (66,8%), seguidos de variedade de produtos (36,9%) e atratividade da vitrine (28,1%). Aspectos relacionados ao atendimento (24,6%) e à qualidade dos produtos (14,8%) também influenciam, embora em menor proporção. A disponibilidade imediata dos produtos (3,1%) e a escolha da loja antes de sair de casa (0,4%) têm impacto marginal. Esses dados reforçam que a estratégia comercial deve focar em preços competitivos, promoções atraentes e variedade, sobretudo em datas sazonais.

Metodologia

A Pesquisa de Intenção de Compras para o Dia das Crianças 2025 foi realizada entre 10 a 13 de setembro de 2025, no município de São Luís, com 700 questionários aplicados em diversos pontos de fluxos comerciais. O público-alvo da pesquisa, estimado em 791.768 (censo de 2022), são consumidores a partir de 18 anos. O intervalo de confiança da pesquisa é de 95%, com desvio-padrão de 3,2% para mais ou menos.

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.

SUPLENTE 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

DIRETOR-EXECUTIVO

Max de Medeiros

GERENTE DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E EVENTOS

Jovanna Abreu

EQUIPE TÉCNICA

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
ascom@fecomercio-ma.com.br
presidencia@fecomercio-ma.com.br