



Dia das Mães 2026

Elaborado por: André Spalenza,
Gercione Dionizio e Eduarda Gripp.

DIA DAS MÃES DEVE MOVIMENTAR R\$ 286,3 MI, SEGUNDO MELHOR RESULTADO DESDE 2008

VESTUÁRIO LIDERA AS VENDAS COM R\$ 129,7 MILHÕES, ENQUANTO A DEFLAÇÃO DO SEGMENTO ESTIMULA A BUSCA POR PEÇAS MAIS ACESSÍVEIS

O QUE ACONTECEU?

As vendas do Dia das Mães em 2026 devem alcançar R\$ 286,3 milhões na Grande Vitória, alta de 3,1% frente a 2025. O consumo permanece concentrado em vestuário e calçados (45%) e perfumaria (22%). A inflação apresenta comportamento misto, com altas em alimentação e transportes e deflação no vestuário.

COMO ISSO AFETA A ECONOMIA CAPIXABA?

O aumento das vendas reforça a atividade do varejo, amplia a circulação de renda e sustenta o ciclo de recuperação econômica local. A inflação diferenciada entre grupos altera padrões de consumo, favorecendo segmentos mais baratos e pressionando itens essenciais.

QUAIS OS RISCOS E AS OPORTUNIDADES?

A deflação no setor de vestuário, a queda de preços em recreação e o crescimento das datas sazonais apresentam oportunidades para estratégias promocionais e fortalecimento do planejamento comercial. Por outro lado, à pressão inflacionária em alimentos e bens duráveis, reduzindo a renda disponível e afetando o consumo familiar, além da vulnerabilidade causada pela concentração de vendas em poucos segmentos.

EXPECTATIVA DE VENDAS

Expectativa de vendas:
R\$ 286,3 mi

Crescimento anual:
+3,1% ante 2025

Vestuário e Calçados:
R\$ 129,7 mi (45% do total)

Bens duráveis:
R\$ 63,4 mi (22% do total)

INFLAÇÃO ESPERADA

IPCA:
0,72% no mês | 1,9% no ano

INPC:
1,01% no mês | 1,53% no ano

Alimentação e Bebidas:
1,3% no mês | 2,47% no ano

Vestuário:
-0,12% no mês | -1,23% no ano

Joias e Bijuterias:
3,24% no mês | 10,13% no ano

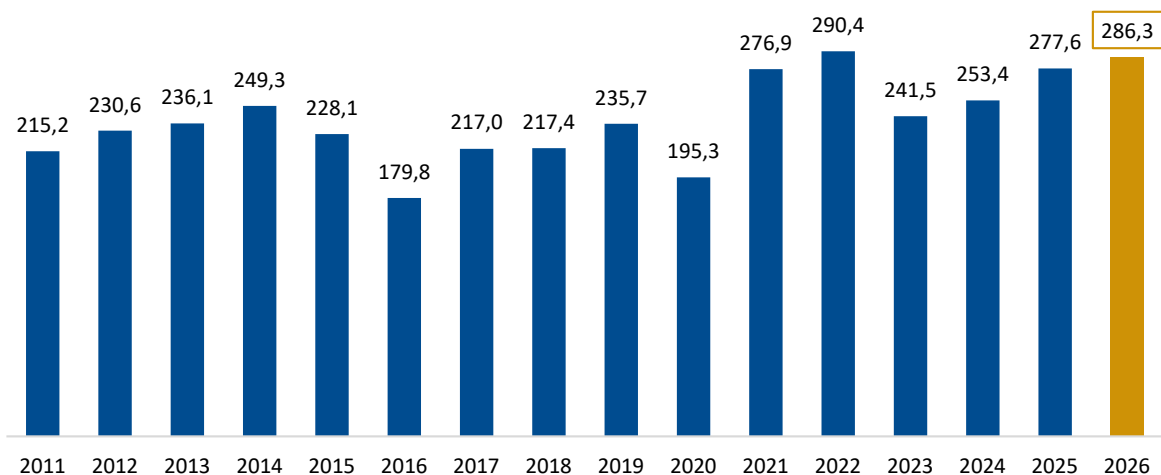
EXPECTATIVA DE VENDAS

Comércio projeta alta de 3,1% nas vendas da data

As vendas referentes ao Dia das Mães em 2026 devem superar os resultados do ano anterior. Estima-se que o comércio da Grande Vitória deverá movimentar aproximadamente R\$ 286,3 milhões no período, refletindo um aumento de 3,1% em relação aos R\$ 277,6 milhões que foi movimentado em 2025.

Esse crescimento confirma a tendência de expansão das vendas pelo terceiro ano consecutivo, evidenciando o Dia das Mães como uma data estratégica no calendário comercial, muitas vezes colocado com “Segundo Natal do ano”.

Volume de vendas do varejo capixaba na Dia das Mães, valores em R\$ milhões, em 2026



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.



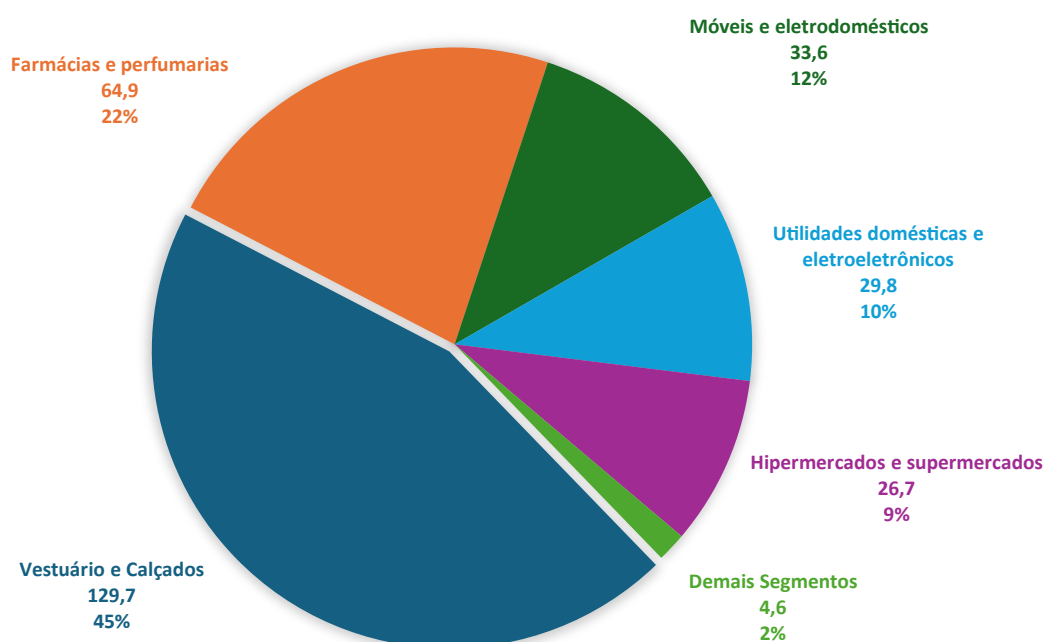
Os resultados previstos posicionam 2026 entre os melhores desempenhos do comércio com o volume estimado de R\$ 286,3 milhões representando o segundo maior faturamento registrado para a data desde 2008, ficando atrás apenas do resultado de 2022 (R\$ 290,3 milhões).

O cenário demonstra um ambiente de consumo favorável, impulsionado pela elevação da renda, acesso ao crédito e maior propensão das famílias a presentear. Para o setor varejista, o período é relevante para estimular o fluxo de clientes, atualizar estoques e intensificar a competitividade entre lojas físicas e plataformas digitais.

A projeção para as vendas do Dia das Mães em 2026 na Grande Vitória indica elevada concentração em setores específicos do varejo, com destaque para vestuário e calçados. Este segmento deverá gerar R\$ 129,7 milhões, representando 45% do faturamento estimado para o período, consolidando-se como principal categoria de presentes e a mais impactada pelo aumento da movimentação dos consumidores.

Farmácias e perfumarias ocupam a segunda posição, com previsão de R\$ 64,9 milhões e participação de 22%, evidenciando a crescente procura por produtos de cuidados pessoais, cosméticos e perfumaria como alternativas relevantes de presente.

Volume de vendas por segmento do varejo, valores em R\$ milhões, Grande Vitória, 2026



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Os setores de móveis e eletrodomésticos, juntamente com utilidades domésticas e eletroeletrônicos, devem atingir R\$ 63,4 milhões, equivalendo a 22% do total. O desempenho desses segmentos sinaliza interesse dos consumidores por bens de maior valor agregado e disposição para investimentos em itens duráveis.

Hipermercados e supermercados tendem a registrar R\$ 26,7 milhões (9%), refletindo vendas de produtos complementares à data, como alimentos, bebidas e itens para celebrações familiares.

Os demais segmentos respondem por uma

parcela residual de 2%, cerca de R\$ 4,6 milhões, demonstrando que a movimentação econômica permanece concentrada em categorias tradicionais de presentes.

Os dados apresentados confirmam que o consumo no Dia das Mães mantém padrão estável, com predominância de segmentos diretamente relacionados à compra de presentes e ao consumo imediato. Tal composição reforça a importância da data para o comércio local e destaca a complementaridade entre os setores do varejo, promovendo a atividade econômica na região da Grande Vitória.

ÍNDICE DE PREÇOS

Vestuário acumula deflação de -1,23% e se torna opção mais acessível

Em 2026, o Dia das Mães deverá ser marcado por um comportamento misto nos preços de bens e serviços na Grande Vitória - ES. Conforme dados do IBGE, em abril de 2026 o Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), referente às famílias com renda entre 1 e 5 salários mínimos, apresentou variação de 1,01% em relação a março, indicando um leve aumento nos preços para esse grupo. Da mesma forma, o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que contempla famílias com renda entre 1 e 40 salários mínimos, registrou variação de 0,72%, em abril.

Esses resultados mostram que houve elevação nos preços dos bens consumidos por famílias de diferentes faixas de renda, sendo a inflação mais intensa para aquelas de menor renda.

No entanto, ao comparar a inflação acumulada de janeiro a abril de 2026 com o mesmo período de 2025, observa-se que o aumento foi maior para famílias com renda até 40 salários mínimos, atingindo 1,9%, enquanto para famílias com renda até 5 salários mínimos o acréscimo foi de 1,53%.



Índices de Preço Nacional e Amplo, Brasil e Grande Vitória, abril de 2026

	Grande Vitória		Brasil	
	Variação mensal (%)	Variação acumulada no ano (%)	Variação mensal (%)	Variação acumulada no ano (%)
Índice Nacional de Preços ao Consumidor - INPC	1,01	1,53	0,91	1,87
Índice de Preços ao Consumidor Amplo - IPCA	0,72	1,9	0,88	1,92
Alimentação e Bebidas	1,3	2,47	1,56	2,07
Artigos de Residência	0,75	1,7	0,51	0,84
Vestuário	-0,12	-1,23	0,46	0,36
Transportes	1,55	2,16	1,64	3,01
Recreação	-1,28	-0,47	0,46	0,41

Fonte: SIDRA/IBGE. Elaboração: Equipe Connect/Fecomércio-ES.
Nota: Na análise dos subíndices, o IPCA foi utilizado como referência.

Para os capixabas que desejam tornar a data mais marcante para as mães, o comportamento dos preços é misto. Em geral, apresentar com vestuário tende a ser relativamente mais barato, diante da deflação de -0,12% no mês e de -1,23% no acumulado do ano na Grande Vitória. Da mesma forma, passeios na cidade também devem ter custo menor, com queda de -1,28% no mês e de -0,47% no acumulado do ano.

Para aqueles que pretendem comprar algum artigo para residência ou preparar alguma comemoração que envolva alimentação deve observar preços relativamente mais altos nesse mês. No comparativo mensal, os preços de Alimentos e Bebidas apresentaram alta de 1,3% e no acumulado no ano 2,47%.

Já os Artigos para Residência a alta mensal foi de 0,75% e a acumulada no ano de 1,7%.

Para quem pretende comprar, o cenário combina oportunidades e cautela, pois há espaço para economizar em vestuário e lazer, enquanto itens ligados à alimentação e à casa apresentam preços mais altos no curto prazo.

Em março de 2026, os **gastos associados a experiências** no Dia das Mães também apresentam comportamento misto de preços, tanto na Grande Vitória – ES quanto no Brasil. De modo geral, observa-se avanço em itens ligados à alimentação e transportes, enquanto os serviços de recreação seguem em trajetória de queda na Grande Vitória.



Cesta de gastos voltados a experiências do Dia das Mães, Brasil e ES, abril de 2026

	Espírito Santo		Brasil	
	Variação mensal (%)	Variação acumulada no ano (%)	Variação mensal (%)	Variação acumulada no ano (%)
Alimentação e bebidas	1,3	2,47	1,56	2,07
Alimentação no domicílio	1,81	2,65	1,94	2,29
Alimentação fora do domicílio	-0,08	1,96	0,61	1,51
Transportes	1,55	2,16	1,64	3,01
Transporte público	1,19	1,21	2,17	3,96
Veículo próprio	0,37	1,74	-0,05	1,01
Recreação	-1,28	-0,47	0,46	0,41

Fonte: SIDRA/IBGE. Elaboração: Equipe Connect/Fecomércio-ES.

Na região da Grande Vitória, a inflação mensal foi impulsionada principalmente pelos grupos Alimentação e Bebidas, que apresentaram alta de 1,3%, e Transportes, com variação de 1,55%. No acumulado do ano, esses grupos também mantêm alta de 2,47% e 2,16%, respectivamente. Esse comportamento ocorre, sobretudo, do aumento nos preços da alimentação no domicílio, que avançou 1,81% no mês, indicando elevação nos custos para comemorações realizadas em casa.

Em contrapartida, a alimentação fora do domicílio mostrou leve recuo mensal de -0,08%, embora ainda acumule alta de 1,96% no ano. Este resultado sugere uma retração momentânea nos preços desse segmento, fator que pode beneficiar consumidores interessados em celebrar datas especiais fora de casa.

Quanto ao grupo Transportes, o crescimento foi generalizado, destacando-se o transporte público, com aumento de 1,19% no mês e 1,21% no acumulado anual. Os gastos relativos a veículo próprio exibiram variação mais moderada, de 0,37% no mês.

Por outro lado, o grupo Recreação apresen-

tou queda de -1,28% no mês e -0,47% no acumulado do ano na Grande Vitória, refletindo redução nos custos das atividades de lazer e ampliando opções mais acessíveis de celebração.

Dessa forma, entre os **itens relacionados à experiência** da data, a escolha de um passeio aliado a opções de lazer e alimentação fora do lar configura uma estratégia eficiente para equilibrar despesas e proporcionar uma celebração relevante.

Os itens tradicionalmente associados à compra de presentes para o Dia das Mães também revelam um comportamento heterogêneo de preços, com diferenças relevantes entre a Grande Vitória e o Brasil.

Na Grande Vitória, observa-se uma maior pressão nos preços de grupos como Joias e bijuterias, que registraram alta de 3,24% no mês e 10,13% no acumulado do ano, configurando-se como o segmento de maior encarecimento. De forma semelhante, os itens de Cuidados pessoais também apresentaram elevação, com variação de 0,45% no mês e 3,08% no acumulado, indicando aumento no custo de presentes ligados ao bem-estar.

Volume de vendas por segmento do varejo, valores em R\$ milhões, Grande Vitória, 2026

	Espírito Santo		Brasil	
	Variação mensal (%)	Variação acumulada no ano (%)	Variação mensal (%)	Variação acumulada no ano (%)
Móveis e utensílios	1,03	2	0,21	0,23
Mobiliário	1,27	2,07	0,45	0,28
Utensílios e enfeites	-0,68	-0,05	0,02	0,29
Eletrodomésticos e equipamentos	0,16	-0,05	-0,15	-0,6
Tv, som e informática	1,33	3,57	1,93	3,88
Roupas	-0,55	-2,64	0,41	-0,44
Roupa feminina	0,02	-3,51	-0,05	-0,71
Calçados e acessórios	0,24	0,17	0,3	0,98
Joias e bijuterias	3,24	10,13	1,84	7,03
Cuidados pessoais	0,45	3,08	0,4	2,53

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

O grupo de Móveis e utensílios também apresentou alta mensal de 1,03% e acumulada de 2%, com destaque para itens de TV, som e informática, que subiram 1,33% no mês e 3,57% no ano. Esse movimento sugere encarecimento de bens duráveis, mas com alguns produtos como utensílios e enfeites apresentando leve deflação no período.

O segmento de vestuário representa a principal alternativa para proporcionar equilíbrio ao orçamento das famílias que desejam aproveitar a data sem comprometer suas finanças. Na Grande Vitória, houve queda de -0,55% no mês e de -2,64% no acumulado do ano, com destaque para a retração mais acentuada da roupa feminina, que acumulou -3,51%. Esse resultado reforça a tendência já observada anteriormente de maior acessibilidade para presentes desse segmento.

Na comparação com o Brasil, nota-se que, embora a direção dos movimentos seja semelhante em alguns casos, a intensidade difere. O grupo de Roupas apresenta leve alta mensal no país, em contraste com a queda no Espírito Santo, enquanto Joias e bijuterias também sobem no Brasil, porém com menor intensidade. Já os bens duráveis mantêm comportamento de alta em ambos.

Para os consumidores, o cenário reforça a necessidade de calibrar as escolhas. Há oportunidades claras de economia na compra de vestuário no Espírito Santo, enquanto presentes mais sofisticados, como joias, e itens duráveis tendem a exigir maior desembolso. Assim, a decisão de compra deve considerar a substituição entre categorias, buscando alternativas que conciliem custo e intenção de presentear.

OPINIÃO DO EMPRESARIADO CAPIXABA



Patrícia Noronha

“A loja vem apresentando crescimento, e há também uma percepção de maior movimento na cidade, o que reforça a projeção de um aumento em torno de 30% nas vendas em relação ao ano passado. Esse desempenho está muito ligado ao perfil de consumo da data.”

A visão do empresariado reforça as expectativas positivas para o período. Para Patrícia Noronha, empresária e proprietária da loja Ponto Mix, que administra o negócio ao lado da irmã, Luciana Noronha, o Dia das Mães segue como uma das principais datas para o varejo, com impacto significativo no desempenho das vendas e na dinâmica do comércio. Confira:

“O Dia das Mães é, sem dúvida, uma das datas mais importantes para o comércio, ficando atrás apenas de períodos como o Natal e, em alguns casos, a Páscoa. É um momento de grande volume de vendas, e neste ano a expectativa é bastante positiva. A loja vem apresentando crescimento, e há também uma percepção de maior movimento na cidade, o que reforça a projeção de um aumento em torno de 30% nas vendas em relação ao ano passado.

Esse desempenho está muito ligado ao perfil

de consumo da data. No caso da loja, o forte está nos produtos voltados para mesa posta, que têm grande procura no período, já que o Dia das Mães é uma ocasião marcada por almoços em família, encontros e celebrações dentro de casa. Há também um aumento no fluxo de pessoas na cidade, com visitantes que vêm celebrar a data, o que aquece ainda mais o comércio. Nesse contexto, não se trata apenas de presentear, mas também de preparar o ambiente para receber, o que impulsiona a venda de itens como vasos, arranjos florais, louças, xícaras, pratos e até panelas.

Em relação aos canais de venda, o presencial ainda se mantém como o principal, respondendo pela maior parte do faturamento. No entanto, o online vem ganhando espaço, impulsionado principalmente por investimentos. Hoje, além de atender o público local, a loja realiza envios para todo o estado e também para outras regiões do país.

Com 30 anos de atuação no varejo, a experiência mostra que o comportamento do empresário também precisou se adaptar. O modelo de apenas abrir a loja e aguardar o cliente não se sustenta mais. É fundamental a presença ativa do empreendedor, buscando entender o cliente, acompanhar preços, negociar com fornecedores e utilizar o digital de forma estratégica. Embora o online represente um desafio, ele também abre oportunidades e exige um posicionamento mais competitivo.

O crescimento recente da loja também está associado a uma mudança de postura. Ao invés de focar em um cenário de dificuldade, a estratégia passou a ser mais ativa, com foco em ação e relacionamento com o cliente. Isso inclui contato direto, envio de mensagens e um trabalho mais próximo por parte da equipe de vendas. Nesse sentido, contar com uma equipe preparada e engajada tem sido um diferencial importante para sustentar o desempenho positivo.”



José Antonio Pupim

“A expectativa para o Dia das Mães deste ano é de crescimento em torno de 10% em relação ao mesmo período do ano anterior.”

A percepção do comércio local também é reforçada pela avaliação de lideranças do setor. Segundo José Antonio Pupim, sócio da Mariah Cosméticos e presidente do Sindilojas Cariacica, o cenário para o Dia das Mães de 2026 apresenta sinais de recuperação gradual na atividade, com expectativa positiva entre os empresários quanto ao desempenho das vendas no período.

“A expectativa para o Dia das Mães deste ano é de crescimento em torno de 10% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O fluxo de clientes apresentou melhora no início de maio, com destaque para as vendas presenciais, embora também se observe um avanço, ainda que moderado, nas vendas realizadas por meio das redes sociais.

Entre os itens mais procurados, destacam-se os kits de tratamento para cabelo e corpo, além de produtos como escovas secadoras e pranchas alisadoras. Outros segmentos, como calçados, bolsas e acessórios, também registram demanda relevante no período.”

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Paulo Rody : Mateus Haddad : Samuel de O. Cabral | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br