

## Dia das Mães deve impulsionar varejo têxtil, mas cenário econômico e clima desafiam desempenho do setor

*Mesmo com expectativas positivas, setor da moda enfrenta desafios com a desaceleração econômica, crédito restrito e impactos das mudanças climáticas na produção*



**Foto: Freepik**

O varejo têxtil brasileiro já se prepara para uma das datas mais importantes do calendário comercial: o Dia das Mães. Consolidada como uma das comemorações de maior resultado do ano, a expectativa do setor é positiva. As vendas no comércio voltadas ao Dia das Mães subiram 6,8% em 2024 em comparação com 2023, segundo o Índice Cielo do Varejo Ampliado. Mas, para 2025, desafios como a inflação de alimentos, a alta da taxa de juros e sinais de desaceleração econômica podem impactar o desempenho das vendas.

Segundo Edmundo Lima, diretor executivo da [Associação Brasileira do Varejo Têxtil \(ABVTEX\)](#), entidade que representa as principais redes varejistas de moda do país, o Dia das Mães historicamente impulsiona o setor. “Trata-se da segunda data mais relevante para o varejo de moda, atrás apenas do Natal. No entanto, o cenário atual exige estratégias assertivas para atrair o consumidor e garantir bons resultados”, avalia.

Um dos fatores que pode afetar o desempenho das vendas é a sazonalidade do clima. As mudanças climáticas têm tornado cada vez mais desafiadora a previsibilidade das estações do ano, especialmente o inverno, impactando diretamente a cadeia produtiva da moda. Oscilações atípicas de temperatura e eventos ambientais extremos dificultam o planejamento das coleções sazonais, levando as varejistas a adotarem estratégias mais flexíveis na produção e na gestão de estoques.

“A antecipação das tendências sempre foi um fator-chave no setor, mas a imprevisibilidade climática obriga as marcas a repensarem seus ciclos de produção para evitar estoques excessivos ou falta de produtos adequados às condições do tempo”, observa Lima.



**Edmundo Lima, diretor executivo da ABVTEX**

**Foto: Divulgação**

Além disso, o cenário macroeconômico de 2025 adiciona desafios ao setor. A taxa de juros elevada de 14,25% ao ano restringe o acesso ao crédito, especialmente para consumidores de média e baixa renda, que representam uma parcela significativa da demanda no varejo de moda. “O consumo das famílias está mais pressionado devido a alta da inflação, ao custo do crédito e ao endividamento ainda elevado. O setor precisa investir em produtos que apresentem um ótimo custo/benefício, melhorar o atendimento no ponto de venda, ações promocionais e alternativas de pagamento para manter o fluxo de vendas”, destaca o diretor da ABVTEX.

Outro fator que preocupa o setor é a desaceleração da economia, refletida em um crescimento mais modesto do PIB e menor confiança do consumidor. Dados recentes apontam uma retração no ritmo de expansão do varejo, o que exige ainda mais esforço das empresas para converter intenção de compra em vendas efetivas.

“As empresas estão cada vez mais focadas em proporcionar experiências diferenciadas e ofertas atrativas para fidelizar os clientes. A integração entre lojas físicas e digitais, facilitando a experiência de compra e trazendo conveniência, aliada a condições especiais de pagamento, será fundamental para impulsionar as vendas neste Dia das Mães”, conclui Lima. Apesar dos desafios, o setor mantém otimismo e aposta no apelo emocional da data para movimentar o varejo.

### **Sobre a ABVTEX**

Fundada em 1999, a **Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)** é a entidade que congrega as mais representativas redes nacionais e internacionais de varejo de moda, que comercializam itens de vestuário, calçados, bolsas, acessórios, além de artigos têxteis para o lar. É a principal interlocutora do setor junto a entidades ligadas à indústria, comércio e serviços; autoridades dos governos federal, estaduais e municipais; ONGs e associações; imprensa; e a sociedade em geral.

Promotora do diálogo entre toda a cadeia de valor da moda, a ABVTEX é reconhecida por suas iniciativas em prol do compliance, fornecimento responsável e a promoção do trabalho digno, por meio do Programa ABVTEX. Possui ainda como pilares de atuação o combate à falta de

isonomia tributária frente aos *e-commerces* internacionais, à informalidade e o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva que abastece o varejo de moda, entre outras frentes.

**Informações à Imprensa: ADS Comunicação Corporativa**

Jacqueline Miranda - [jacquelinem@adsbrasil.com.br](mailto:jacquelinem@adsbrasil.com.br) - (11) 99476-4664

Marcela Tavares – [marcelat@adsbrasil.com.br](mailto:marcelat@adsbrasil.com.br) – (11) 98642-8487

Tatyane Mendes – [tatyanem@adsbrasil.com.br](mailto:tatyanem@adsbrasil.com.br) – (61) 98187-1327

Nicole Meier – [nicolem@adsbrasil.com.br](mailto:nicolem@adsbrasil.com.br) – (11) 94875-3317