

**Veículo:** Jornal do Commercio

**Editoria:** Economia

**Tipo notícia:** Reportagem

**Página:** A5

**Data de publicação:** 26/05/2026

**Origem da notícia:** Iniciativa da mídia

**Categorias:** Entidade de classe | Fecomércio

**Valoração:** R\$ 28.316,77

**FIEAM SESI SENAI IEL**

## Dia das Mães impulsiona varejo

Maioria dos lojistas de Manaus registrou crescimento nas vendas, com avanço do ticket médio e otimismo renovado. MARCO DASSORI@marco.dassori @jcommercio Segunda data mais importante do calendário varejista, o Dia das Mães gerou crescimento para 79% dos comerciantes de Manaus, em desempenho acima do registrado no ano passado (54%). Dentro desse grupo, 31% tiveram taxas de expansão de dois dígitos. Os dados são da pesquisa devolutiva para a data, realizada pelo Ifpeam (Instituto Fecomércio de Pesquisas Empresariais do Amazonas). A base de dados aponta ainda que o valor médio das compras aumentou 23,47%, de R\$ 259,18 (2025) para R\$ 320 (2026). Em um cenário de elevado endividamento das famílias, as ofertas e promoções, promovidas majoritariamente por canais híbridos de vendas físicas e online fizeram a diferença. A melhor notícia é que os resultados vieram acompanhados de fortalecimento do otimismo no setor. Em torno de 88% apontam que o Dia das Mães impulsionou o faturamento mensal e 92% apostam em crescimento no Dia dos Namorados e demais sazonalidades do segundo semestre. Vale notar que, desde março, o humor dos lojistas vinha arrefecendo, conforme o Icec (Índice de Confiança do Empresário do Comércio) da CNC. "O varejo de Manaus encerra o Dia das Mães com forte confiança. A data funcionou como termômetro importante para medir o comportamento do consumidor e a capacidade de resposta do mercado", pontuou o Ifpeam, no texto da pesquisa. Até o fechamento desta edição, a CDL-Manaus (Câmara dos Dirigentes Lojistas de Manaus) ainda não havia divulgado seu balanço de vendas para o Dia das Mães. Na pesquisa de intenção de compras para a data, a entidade havia calculado que as vendas seriam 2,8% mais fortes do que no ano passado, com receita bruta de R\$ 159 milhões, para um ticket médio de R\$ 179. Os números são pouco melhores do que os projetados em 2024 (+2,8% e R\$ 170), em uma conjuntura de 4,39% de inflação acumulada pelo IPCA (Índice de Preços ao Consumidor--Amplio) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), nos 12 meses encerrados em abril. Preços e atrativos A pesquisa revela que o crescimento foi uma realidade para oito em cada dez varejistas de Manaus. A maioria (48%) teve altas de 5% a 10%, embora 31% tenham ido além desse patamar. A fatia de lojistas com vendas estagnadas foi a mesma do ano passado: 17%. Em contrapartida, a parcela de comerciantes com resultados negativos despencou de 29% para 4% -e apenas 1% com recuos acima de 10%. Desta vez, o Ifpeam não informou quais segmentos se destacaram. Os dados mostram ainda que a maioria das empresas classificou o período como positivo (54%) ou muito positivo (34%), enquanto apenas 9% apontaram neutralidade e somente 3% consideraram que foi negativo. Os recursos mais utilizados para atrair a clientela foram as "promoções e ofertas", adotadas por 78% das empresas. O "parcelamento facilitado" foi uma opção para 47%, reforçando a importância do crédito e das condições de pagamento como mecanismo para ampliar o poder de compra das famílias. As ações digitais também ganharam relevância, com 40% dos comerciantes investindo em divulgação nas redes sociais. Já as vitrines temáticas foram usadas em 32% dos estabelecimentos, confirmando o apelo visual e emocional da

data. O Ifpeam informa que os percentuais desta, assim como de outras questões, não fecham em 100% porque a resposta foi de múltipla escolha. Indagados sobre o que mais favoreceu a alta das vendas, 63% dos entrevistados disseram que o "aumento da demanda sazonal" foi decisivo. Outros fatores apontados foram as "estratégias promocionais" (49%), o "maior fluxo de consumidores" (26%), a "facilidade de crédito" (24%) e a "melhora da economia" (11%). "A combinação entre campanhas promocionais, crédito facilitado e maior circulação de consumidores criou um ambiente favorável para expansão das vendas, mesmo diante de um consumidor ainda cauteloso em relação ao orçamento familiar", analisou o Ifpeam. Os dados da sondagem confirmam também que o comércio varejista de Manaus ainda enfrenta desafios relevantes no fronte econômico -principalmente em tempos de guerra e seus impactos na formação de preços e arbitragem dos juros. O maior obstáculo apontado pelos lojistas é o "endividamento do consumidor" (50%), seguido por "inflação elevada" (41%), "redução de poder de compra" (38%), "concorrência elevada" (20%) e "baixo fluxo de clientes" (13%). "O consumidor continua cauteloso, priorizando compras planejadas e utilizando mais intensamente crédito e parcelamentos", frisou o Ifpeam. "Momento de recuperação" O presidente em exercício da Fe-comércio-AM, Aderson Frota, comemorou os números. "O Dia dos Mães é a data mais importante do varejo, depois do Natal. Já havíamos percebido, pelas pesquisas e conversas com os empresários, que a maioria do setor está otimista. As estatísticas confirmam o momento de recuperação das vendas do varejo, o que realmente as estatísticas estão confirmando. Não obstante as dificuldades, como o elevado nível de inadimplência dos consumidores, o comércio está tendo um desempenho extremamente positivo. E isso estimula para que a economia se restabeleça", afirmou. Já o economista da Fecomércio-AM, Max Cohen, tem avaliação diferente. "O Dia das Mães e demais datas comemorativas são diferentes dos dias comuns. Estamos em crise mas o presente precisa acontecer de alguma forma, em função de valores culturais e emocionais. Tanto que os shoppings estavam lotados e havia filas para comprar. Mas, esses eventos são pontuais e não refletem necessariamente o que está ao nosso redor. Nesta semana, por exemplo, os centros de compras já estavam com fluxo menor. Até porque as famílias ainda não receberam, os juros ainda estão muito altos e guerra tende a manter os preços elevados", concluiu. POR DENTRO Saiba mais sobre a pesquisa A pesquisa do Ipeam se amparou em uma amostra de 317 entrevistados representando empresas atuantes em "diversos segmentos do comércio de Manaus". Foi realizada entre 12 a 13 de maio de 2026, por meio de entrevistas pessoais presenciais com apoio de formulário eletrônico em formato Google Forms. Levando em conta o porte das empresas ouvidas, 46% tinham até nove funcionários em seus quadros. Na sequência estão aquelas que trabalhavam com 10 a 49 colaboradores (31%), 100 pessoas ou mais (13%), e entre 50 e 99 trabalhadores (10%). A maioria esmagadora dos entrevistados ocupavam cargos de gerência (66%), mas o Ifpeam também ouviu líderes de setor (20%) e proprietários (14%).

Maioria dos lojistas de Manaus registrou crescimento nas vendas, com avanço do ticket médio e otimismo renovado

# Dia das Mães impulsiona varejo

MARCO DASSORI

@marco.dassori @jcommercio

Segunda data mais importante do calendário varejista, o Dia das Mães gerou crescimento para 79% dos comerciantes de Manaus, em desempenho acima do registrado no ano passado (54%). Dentro desse grupo, 31% tiveram taxas de expansão de dois dígitos. Os dados são da pesquisa devolutiva para a data, realizada pelo Ipeam (Instituto Fecomércio de Pesquisas Empresariais do Amazonas). A base de dados aponta ainda que o valor médio das compras aumentou 23,47%, de R\$ 259,18 (2025) para R\$ 320 (2026). Em um cenário de elevado endividamento das famílias, as ofertas e promoções, promovidas majoritariamente por canais híbridos de vendas físicas e online fizeram a diferença.

A melhor notícia é que os resultados vieram acompanhados de fortalecimento do otimismo no setor. Em tomo de 88% apontam que o Dia das Mães impulsinou o faturamento mensal e 92% apostam em crescimento no Dia dos Namorados e demais sazonalidades do segundo semestre. Vale notar que, desde março, o humor dos lojistas vinha arrefecendo, conforme o Icc (Índice de Confiança do Empresário do Comércio) da CNC. “O varejo de Manaus encerra o Dia das Mães com forte confiança. A data funcionou como termômetro importante para medir o comportamento do consumidor e a capacidade de resposta do mercado”, pontuou o

Ipeam, no texto da pesquisa.

Até o fechamento desta edição, a CDL-Manaus (Câmara dos Dirigentes Lojistas de Manaus) ainda não havia divulgado seu balanço de vendas para o Dia das Mães. Na pesquisa de intenção de compras para a data, a entidade havia calculado que as vendas seriam 2,8% mais fortes do que no ano passado, com receita bruta de R\$ 159 milhões, para um ticket médio de R\$ 179. Os números são pouco melhores do que os projetados em 2024 (+2,8% e R\$ 170), em uma conjuntura de 4,39% de inflação acumulada pelo IPCA (Índice de Preços ao Consumidor-Amplo) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), nos 12 meses encerrados em abril.

## Preços e atrativos

A pesquisa revela que o crescimento foi uma realidade para oito em cada dez varejistas de Manaus. A maioria (48%) teve altas de 5% a 10%, embora 31% tenham ido além desse patamar. A fatia de lojistas com vendas estagnadas foi a mesma do ano passado: 17%. Em contrapartida, a parcela de comerciantes com resultados negativos despencou de 29% para 4% – e apenas 1% com recuos acima de 10%. Desta vez, o Ipeam não informou quais segmentos se destacaram. Os dados mostram ainda que a maioria das empresas classificou o período como positivo (54%) ou muito positivo (34%), enquanto apenas 9% apontaram neutralidade e somente 3% consideraram que foi negativo.

Os recursos mais utilizados para



Promoções e crédito impulsinaram vendas no comércio de Manaus

atrair a clientela foram as “promoções e ofertas”, adotadas por 78% das empresas. O “parcelamento facilitado” foi uma opção para 47%, reforçando a importância do crédito e das condições de pagamento como mecanismo para ampliar o poder de compra das famílias. As ações digitais também ganharam relevância, com 40% dos comerciantes investindo em divulgação nas redes sociais. Já as vitrines temáticas foram usadas em 32% dos estabelecimentos, confirmando o apelo visual e emocional da data. O Ipeam informa que os percentuais desta, assim como de outras questões, não fecham em 100% porque a resposta foi de múltipla escolha.

Indagados sobre o que mais favoreceu a alta das vendas, 63% dos entrevistados disseram que o “aumento da demanda sazonal” foi decisivo. Outros fatores apontados foram as “estratégias promocionais”

(49%), o “maior fluxo de consumidores” (26%), a “facilidade de crédito” (24%) e a “melhora da economia” (11%). “A combinação entre campanhas promocionais, crédito facilitado e maior circulação de consumidores criou um ambiente favorável para expansão das vendas, mesmo diante de um consumidor ainda cauteloso em relação ao orçamento familiar”, analisou o Ipeam.

Os dados da sondagem confirmam também que o comércio varejista de Manaus ainda enfrenta desafios relevantes no fronte econômico –principalmente em tempos de guerra e seus impactos na formação de preços e arbitragem dos juros. O maior obstáculo apontado pelos lojistas é o “endividamento do consumidor” (50%), seguido por “inflação elevada” (41%), “redução de poder de compra” (38%), “conconiência elevada” (20%) e “baixo fluxo de clientes” (13%).

## POR DENTRO

### Saiba mais sobre a pesquisa

A pesquisa do Ipeam se amparou em uma amostra de 317 entrevistados representando empresas atuantes em “diversos segmentos do comércio de Manaus”. Foi realizada entre 12 a 13 de maio de 2026, por meio de entrevistas pessoais presenciais com apoio de formulário eletrônico em formato Google Forms. Levando em conta o porte das empresas ouvidas,

46% tinham até nove funcionários em seus quadros. Na sequência estão aquelas que trabalhavam com 10 a 49 colaboradores (31%), 100 pessoas ou mais (13%), e entre 50 e 99 trabalhadores (10%). A maioria esmagadora dos entrevistados ocupavam cargos de gerência (66%), mas o Ipeam também ouviu líderes de setor (20%) e proprietários (14%).

“O consumidor continua cauteloso, priorizando compras planejadas e utilizando mais intensamente crédito e parcelamentos”, físou o Ipeam.

### “Momento de recuperação”

O presidente em exercício da Fecomércio-AM, Aderson Frota, comemorou os números. “O Dia das Mães é a data mais importante do varejo, depois do Natal. Já havíamos percebido, pelas pesquisas e conversas com os empresários, que a maioria do setor está otimista. As estatísticas confirmam o momento de recuperação das vendas do varejo, o que realmente as estatísticas estão confirmando. Não obstante as dificuldades, como o elevado nível de inadimplência dos consumidores, o comércio está tendo um desempenho extremamente positivo. E isso estimula para que a

economia se restabeleça”, afirmou.

Já o economista da Fecomércio-AM, Max Cohen, tem avaliação diferente. “O Dia das Mães e demais datas comemorativas são diferentes dos dias comuns. Estamos em crise mas o presente precisa acontecer de alguma forma, em função de valores culturais e emocionais. Tanto que os shoppings estavam lotados e havia filas para comprar. Mas, esses eventos são pontuais e não refletem necessariamente o que está ao nosso redor. Nesta semana, por exemplo, os centros de compras já estavam com fluxo menor. Até porque as famílias ainda não receberam, os juros ainda estão muito altos e guerra tende a manter os preços elevados”, concluiu.

Impresso:

<https://amazonclipv2.s3.amazonaws.com/impressos/2026/05/26/Ny0yNi0wNS0yMDI2XzA4OjMw.png>