



//ACTION

Instituto de
pesquisa

Escopo

1. Tipo de serviço:

1.1 **Modalidade** – Pesquisa de Opinião.

1.2 **Categoria** – Quantitativa.

2. Público-alvo:

2.1 **Universo** – Restrito a pessoas residentes na cidade de Manaus/AM.

2.2 **Tamanho do universo** – Conforme Tribunal Superior Eleitoral, Manaus possui **1.471.067** pessoas maiores de 16 anos (TSE, consulta em maio/2026).

2.3. **Objetivo principal** – Aferir a pretensão de compras para o Dia das Mães.

3. Métodos e técnicas:

3.1 **Abrangência Geográfica dos resultados** – Zona Urbana da cidade de Manaus-Am.

3.2 **Distribuição da amostra** – Foram realizadas entrevistas com **1.200 pessoas** com idade superior a 16 anos. A margem de erro amostral para um intervalo de confiança de 95% é de **3%** para mais ou menos.

3.3 **Tratamento dos dados** – Através de estatística descritiva, testes de normalidade, *skewness*, *curtosis* e *mahalanobis*; análise fatorial exploratória e correlação múltipla entre variáveis escalares.

3.4 **Coleta dos dados** – Os dados foram coletados por meio de aplicação de questionário estruturado de modo presencial face-a-face. As rotas foram estruturadas para cumprir as metas de tamanho desejado para a amostra de modo aleatório em três etapas: (1) As unidades de coleta foram prospectadas de acordo com o tamanho dos setores censitários de cada localidade (IBGE, 2010); (2) por sorteio de logradouro e (3) a orientação para escolha dos domicílios usando a técnica de abordagem cruzada em quadras ou quarteirões.

A amostra foi obtida entre os dias: 04 a 07/05/2026.

3.5 **Tabulação** – A base de dados foi tabulada por meio do *software Sphinx 5.0®*.

///ACTION

Instituto de
pesquisa



Action Pesquisas

Intenção de compras
para o
Dia das Mães.

Maio/2026

//ACTION

Instituto de
pesquisa

Dia das Mães 2026 em Manaus: intenção de compra segue majoritária, mas consumidor demonstra maior cautela diante do cenário econômico

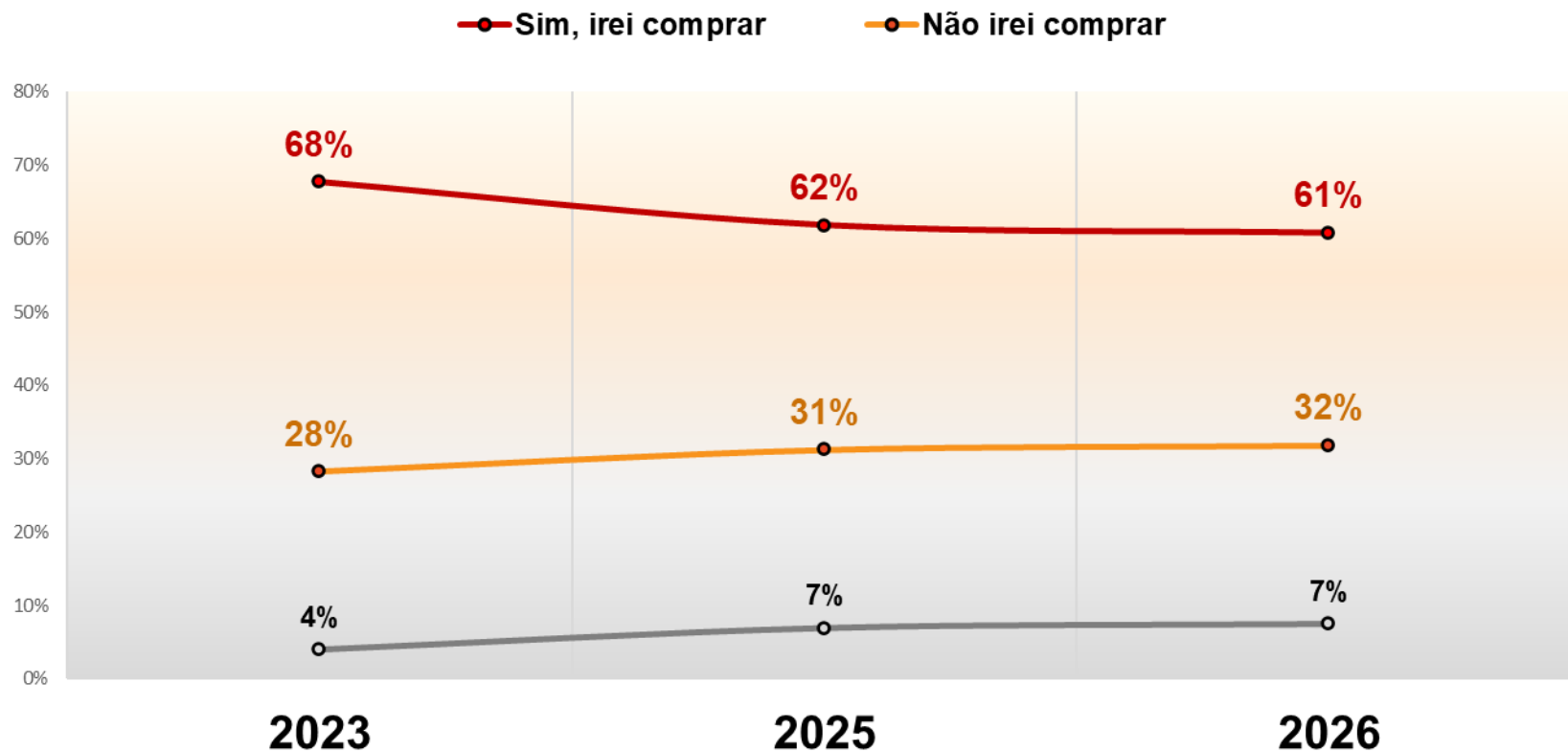
A pesquisa realizada pela **Action Pesquisas** com 1.200 entrevistados em Manaus, entre os dias 04 e 07 de maio de 2026, revela que o Dia das Mães continua sendo uma data de forte apelo emocional e relevância comercial, mesmo em um contexto econômico marcado pelo alto endividamento das famílias e maior cautela no consumo. Ao todo, **61% dos consumidores afirmaram que pretendem comprar presentes**, enquanto **32% disseram que não irão comprar** e 7% ainda estão indecisos. Apesar da maioria ainda manter a intenção de presentear, observa-se uma queda de 7 pontos percentuais em relação a 2023, sinalizando um consumidor mais seletivo e impactado pelas restrições financeiras.

A análise de perfil mostra que a intenção de compra está concentrada principalmente entre consumidores **mais jovens (16 a 34 anos)**, com **ensino médio ou superior** e renda familiar entre **2 a 5 salários mínimos e acima de 5 salários mínimos**, indicando maior propensão ao consumo entre públicos economicamente mais ativos. Por outro lado, aqueles que declararam não comprar presentes estão mais associados ao público com **50 anos ou mais**, menor escolaridade e renda de até **2 salários mínimos**, evidenciando que fatores econômicos continuam sendo determinantes na decisão de consumo.

Entre os presentes mais desejados, os itens de menor valor agregado continuam liderando as intenções de compra. **Perfumes (17,8%)** aparecem como principal escolha, seguidos por **confeções como roupas e calçados (13,5%)**, além de **eletrodomésticos/eletrônicos (9,2%)**, que embora possuam menor volume de citações, apresentam os maiores tíquetes médios. O destaque fica para **celulares/smartphones**, com gasto médio estimado em **R\$ 1.580**, seguido por **eletrodomésticos**, com média de **R\$ 1.292**, demonstrando que uma parcela menor dos consumidores está disposta a realizar compras de maior valor agregado.

Outro dado relevante é o elevado percentual de consumidores que ainda **não definiram o presente (28,8%)**, o que representa oportunidade estratégica para o varejo investir em campanhas promocionais de última hora, ofertas personalizadas e estímulos no ponto de venda. De forma geral, o estudo mostra que o Dia das Mães mantém sua força comercial em Manaus, porém em um cenário de consumo mais racional, onde emoção e planejamento financeiro caminham lado a lado.

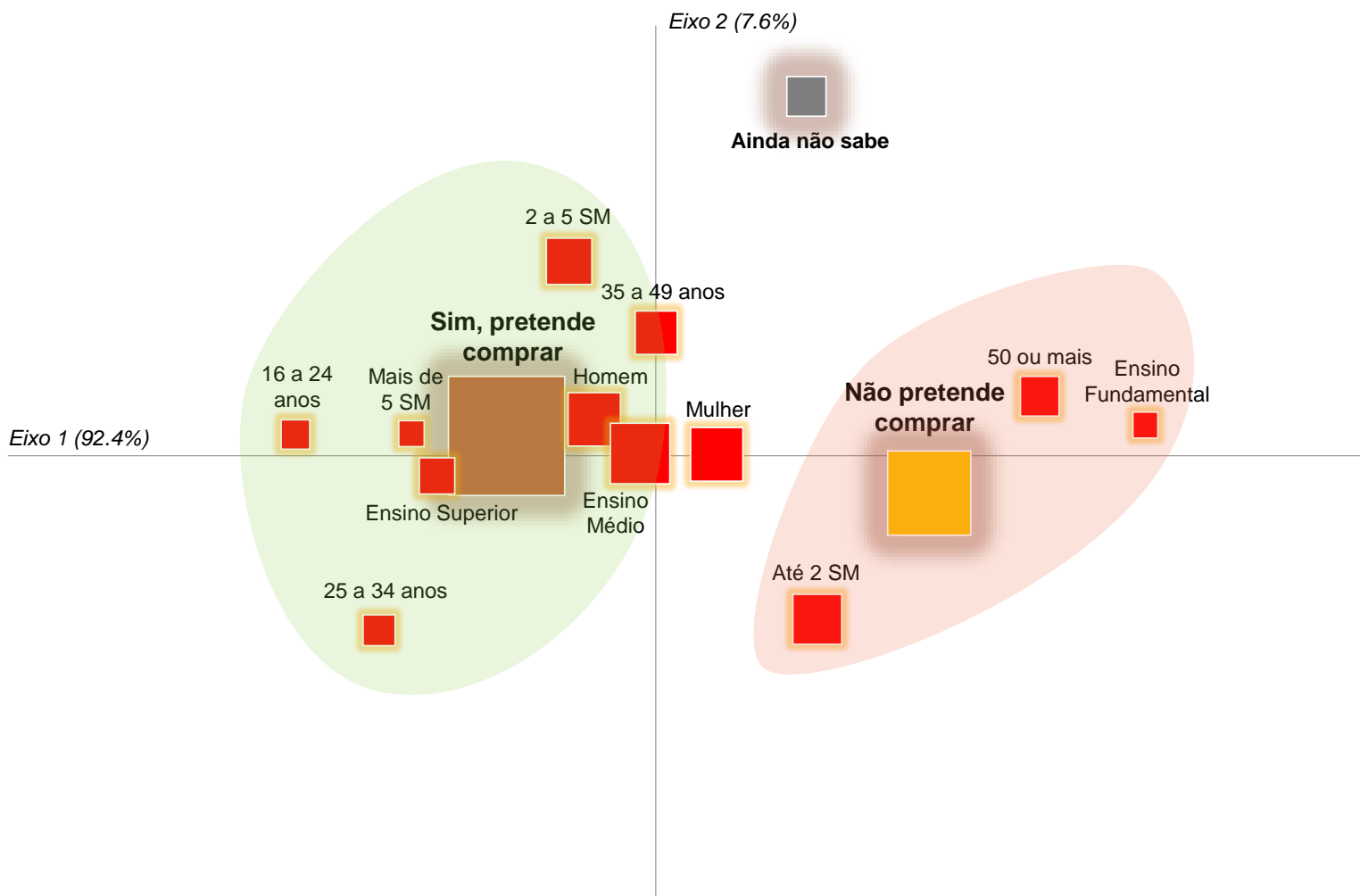
Pretende comprar presente para sua mãe nesse próximo Dia das Mães?



Mesmo diante do atual cenário de endividamento e maior pressão no orçamento das famílias brasileiras. Em Manaus, **6 em cada 10 consumidores (61%) ainda pretendem comprar presentes no Dia das Mães em 2026**, mostrando que o apelo emocional da data continua forte.

Por outro lado, a queda de **7 pontos percentuais** na intenção de compra em relação a 2023, somada ao avanço dos que não pretendem comprar (**32%**), reflete consumidores mais cautelosos e seletivos diante das limitações financeiras atuais.

Pretende comprar presente para sua mãe nesse próximo Dia das Mães?



O mapa de correspondência mostra que a intenção de compra está mais associada a consumidores **mais jovens (16 a 34 anos)**, com **ensino médio/superior**, além daqueles com renda entre **2 a 5 salários mínimos e acima de 5 salários**, perfis que aparecem mais próximos do grupo que afirma que **pretende comprar presentes**.

Em contrapartida, a **não intenção de compra** está mais correlacionada com entrevistados de **50 anos ou mais**, com **ensino fundamental** e renda de **até 2 salários mínimos**, sugerindo que limitações financeiras e um perfil etário mais elevado tendem a reduzir a disposição para consumir na data. Já o grupo que **ainda não sabe** aparece mais isolado no gráfico, indicando menor associação clara com os demais perfis analisados.

O que pretende comprar de presente para sua mãe?

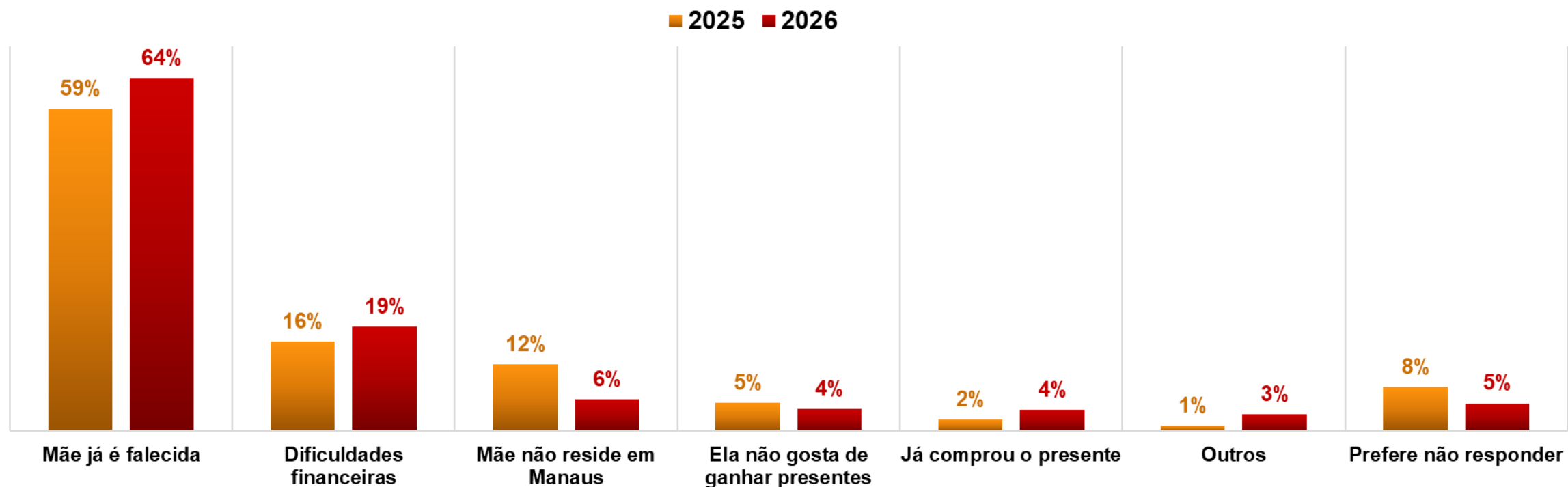
ACTION

Instituto de pesquisa



PRESENTES QUE PRETENDE COMPRAR [AGRUPADOS]	Freq.(%)	Valor Médio que pretende gastar
Ainda não sabe	28,8%	R\$ 177,30
Perfume	17,8%	R\$ 210,90
Confecção (roupas e calçados)	13,5%	R\$ 202,70
Eletrodomésticos/ eletrônicos	9,2%	R\$ 1.292,30
Itens para casa	7,4%	R\$ 347,90
Jóias e acessórios	6,1%	R\$ 171,00
Cosméticos	6,1%	R\$ 117,10
Vale-presente	3,1%	R\$ 115,00
Celular/ Smartphone	3,1%	R\$ 1.580,00
Pix ou Dinheiro	3,1%	R\$ 180,00
Itens de saúde	1,2%	R\$ 58,00

Motivo pelo qual não irá comprar.



Fonte: Action, maio/2026. Somente para 32% que responderam "Não irei comprar".

Nota Metodológica: Por se tratar de uma variável com respostas múltiplas, ou seja, aceitou-se mais de uma citação, os seus resultados foram calculados sobre o total de indivíduos na amostra. Implica-se em considerar que cada categoria foi citada isoladamente ou em conjunto com outras opções.



//ACTION

Instituto de
pesquisa

Transformando
informação em decisão



www.actionpesquisas.com.br

Rua João Alfredo, 481 - São Geraldo
Manaus - Amazonas

contato@actionpesquisas.com.br

92 3234-2454 | 2127-0850