



Pesquisa de Intenção de

Consumo para o Dia das Mães

São Luís-MA | 2026

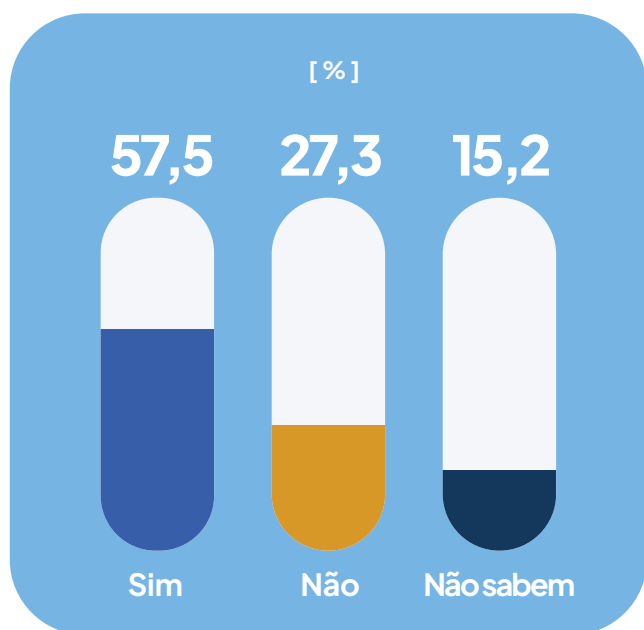


Fecomércio MA

 fecomerciomma

 fecomercio-ma.com.br

Irão comprar algum produto?



A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Mães 2026, realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), indica que 57,5% da população de São Luís pretende realizar compras relacionadas à data comemorativa, o equivalente a aproximadamente 455 mil consumidores. O resultado representa um crescimento expressivo de 33,7% em relação a 2025, configurando uma mudança relevante na trajetória recente da série histórica do levantamento.

A reversão do movimento de retração observado no ano anterior está associada, principalmente, à recomposição da predisposição ao consumo, ainda que em um ambiente de confiança ainda moderada. A redução da intenção negativa — de 41,5% em 2025 para 27,3% em 2026 — reforça esse movimento, indicando maior disposição das famílias em retomar o consumo,

mesmo em um contexto econômico marcado por restrições. Trata-se de uma mudança qualitativa importante, uma vez que, em 2025, o consumo esteve concentrado em um grupo menor de consumidores, porém com maior dispêndio médio.

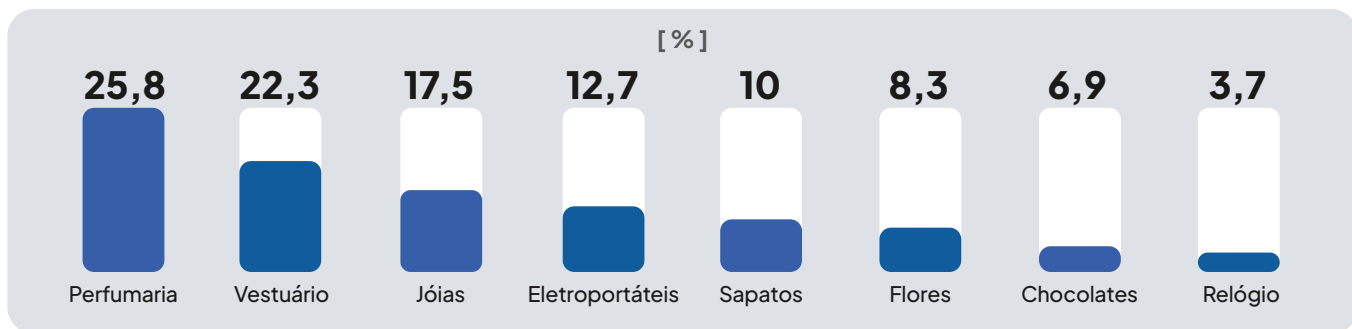
O crescimento da atividade em 2026 é sustentado predominantemente pela ampliação do número de consumidores, e não pelo aumento do gasto individual. O valor médio do presente apresentou relativa estabilidade, passando de R\$ 291 para R\$ 294, indicando recomposição limitada do ticket médio. A predominância de compras concentradas em um único item (75,4%) evidencia um comportamento mais seletivo, no qual as famílias mantêm a participação na data, mas ajustam o volume de compras em função do orçamento disponível.

Esse padrão de consumo revela um consumidor que retorna ao mercado de forma mais cautelosa e racional, priorizando a participação na data comemorativa sem ampliar significativamente o nível de gasto. Observa-se, ainda, concentração de 47% dos consumidores na faixa intermediária de gasto, com intenção de desembolso entre R\$ 201 e R\$ 250, reforçando um perfil de consumo mais equilibrado e compatível com as atuais condições de renda.

Em termos de faturamento, a expectativa é de que o comércio de São Luís movimente aproximadamente R\$ 160,2 milhões, o que representa crescimento nominal de 13,6% em relação a 2025. Descontados os efeitos da inflação nacional acumulada em 12 meses (4,14%), o avanço real estimado é de cerca de 9,46%, evidenciando ganho efetivo da atividade. Diferentemente do observado no ano anterior, o dinamismo em 2026 decorre da maior disseminação do consumo, e não da elevação do gasto individual.

A composição das compras reforça esse diagnóstico, com predominância de itens de menor valor agregado e maior recorrência, como

O que pretendem comprar?

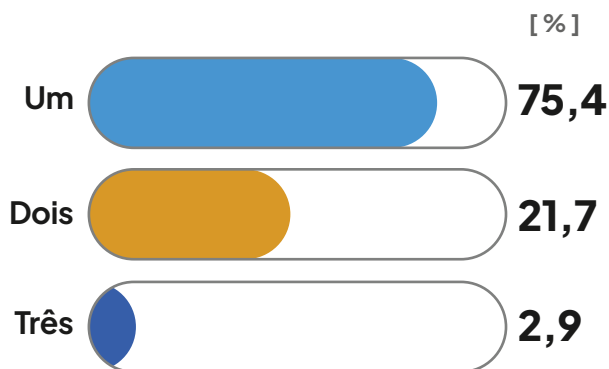


perfumaria e cosméticos (25,8%), vestuário e acessórios (22,3%) e joias/bijuterias (17,5%). Por outro lado, bens duráveis e produtos de maior valor mantêm participação reduzida, indicando que o consumo segue condicionado pelo custo do crédito – taxa básica de juros em 14,75% a.a., e pelo nível de comprometimento da renda das famílias, próximo de 30%.

A análise por sexo evidencia diferenças relevantes na composição da demanda. Entre os homens, observa-se maior concentração em vestuário e acessórios (26,1%) e eletrônicos (15,5%), enquanto entre as mulheres há maior predominância de perfumaria e cosméticos (28,6%) e joias/bijuterias (19,8%). Essas diferenças sugerem padrões distintos de consumo, com o público masculino mais direcionado a itens utilitários e o feminino a produtos com maior apelo simbólico e pessoal.

No que se refere aos canais de compra, observa-se uma redistribuição do fluxo de consumo entre lojas de rua (32,8%), shopping centers (32,3%) e Centro comercial tradicional/Rua

Quantos produtos serão comprados?

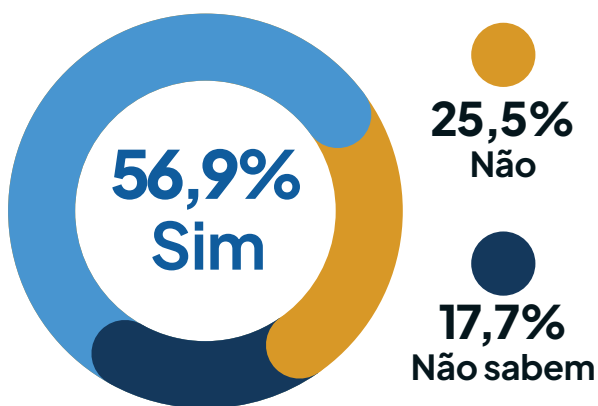


Grande (31,9%), evidenciando maior descentralização e aumento da competitividade entre os formatos de varejo. Esse padrão representa uma mudança em relação aos anos anteriores, quando havia maior concentração, especialmente nos shopping centers (56,9% em 2024 e 48,9% em 2025), ao passo que as lojas de rua ampliaram sua participação (21,4% em 2024 para 41,8% em 2025).

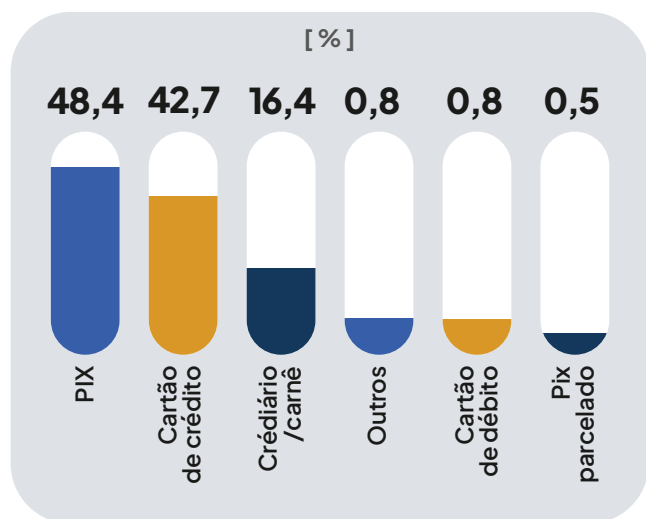
A Rua Grande, que já foi o principal polo comercial de São Luís – alcançando 64,4% das compras em 2024 –, vem perdendo espaço. Em 2025, sua participação recua para 18,8%, enquanto shopping centers e lojas de rua ampliam presença. Em 2026, embora apresente recuperação para 31,9%, o canal passa a operar em nível semelhante aos demais, indicando perda de centralidade no fluxo de consumo.

Esse comportamento reflete um consumidor mais sensível a fatores como preço, conveniência e condições comerciais. Por outro lado, o comércio eletrônico mantém participação reduzida (4,7%), sugerindo que, para essa data, prevalece a preferência pela experiência presencial.

Irão comemorar a data?



Como pretendem pagar?



As formas de pagamento também indicam maior cautela financeira, com predominância de modalidades à vista (48,4% via dinheiro ou PIX), combinadas com participação relevante do cartão de crédito (42,7%), refletindo maior controle financeiro, com parcelamentos concentrados em prazos mais curtos, principalmente entre 4 e 6 parcelas. Essa utilização do crédito indica que parte das famílias ainda recorre ao crédito como mecanismo de viabilização do consumo.

A forma de comemoração reforça esse comportamento mais racional, com predominância de celebrações no ambiente doméstico (66,1%), em segundo lugar restaurantes (18,3%), e na sequência praia (8,8%), shopping center/cinema (6,8%) e viagem (3,3%), evidenciando escolhas mais eficientes do ponto de vista orçamentário, sem comprometer a realização

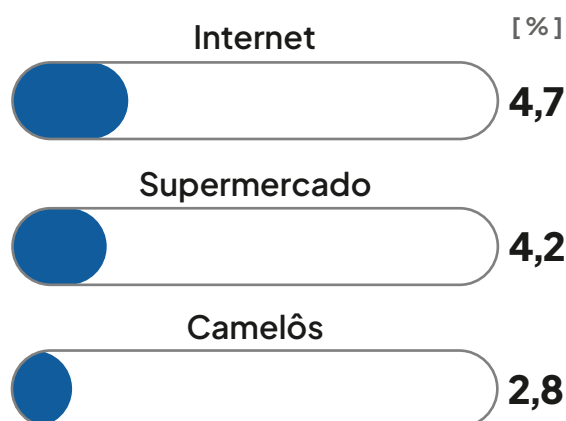
da data.

Do ponto de vista macroeconômico, o ambiente permanece desafiador. Em março, São Luís registrou variação inflacionária relevante no mês (+1,39%), especialmente em itens essenciais, o que segue pressionando o orçamento das famílias. Enquanto isso, o elevado nível de endividamento (78,8%) e a inadimplência (28,8%) continuam limitando uma expansão mais robusta do consumo.

Ainda assim, os indicadores de confiança de São Luís, não apontam recuperação consistente. O consumo das famílias apresenta estabilização em patamar ainda reduzido, indicando que, apesar da interrupção da trajetória de queda, as famílias seguem avaliando de forma negativa suas condições de consumo, enquanto a confiança do empresário do comércio, embora em desaceleração, permanece em campo positivo, sinalizando continuidade da atividade econômica, amparada pelas perspectivas futuras. Esse ambiente se reflete diretamente no padrão de consumo observado, caracterizado por ticket médio estável e maior concentração em itens de menor valor.

Adicionalmente, a pesquisa aponta que 15,2% da população — cerca de 120 mil consumidores — ainda se encontra indecisa quanto à realização de compras. Esse contingente representa um potencial adicional de até R\$ 4,36 milhões em faturamento, podendo elevar o volume total de vendas para patamares superiores a R\$ 164 milhões, a depender da efetividade das estratégias comerciais e das condições de consumo no período imediatamente anterior à data.

Onde irão comprar?



Onde irão comemorar a data?

Em casa



66,1%

Restaurante



18,3%

Praia



8,8%

Shopping center



6,8%

Viagem



3,3%

De forma geral, os resultados de 2026 indicam uma retomada relevante da atividade varejista no Dia das Mães, sustentada pela ampliação da base de consumidores e pela recomposição da predisposição ao consumo. Trata-se de um movimento típico de recuperação cíclica, no qual o crescimento se ancora inicialmente no volume, com o gasto individual ainda moderado. Nesse contexto, o desempenho da data reforça perspectivas mais favoráveis para o comércio no curto prazo, embora ainda condicionado à evolução dos fatores de renda, crédito e confiança das famílias.

Metodologia:

A Pesquisa de Intenção de Consumo para o Dia das Mães 2026 foi realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Maranhão (Fecomércio-MA), no período de 15 a 20 de abril de 2026, por meio da aplicação de 710 questionários, com entrevistas presenciais realizadas nos principais pontos de fluxo comercial de São Luís. A amostra é representativa da população da capital maranhense, com margem de erro de 3,2 pontos percentuais, para mais ou para menos, e nível de confiança de 95%.

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.

SUPLENTES 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 E MARKETING

Jovanna Abreu

EQUIPÉTICA

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