

Monitor de Vendas

Dia dos Namorados

Núcleo de Pesquisa e Inteligência



Dia dos Namorados

O Dia dos Namorados se destaca no calendário de negócios do comércio varejista pelo apelo emocional e comercial, movimentando praticamente todos os setores do comércio.

A adoção de ações estratégicas por parte dos empresários evidencia o destaque especial atribuído ao período, que sensibiliza consumidores de diversas faixas de idade e renda. Cabe ao empresário se estruturar para melhor aproveitar as oportunidades geradas pela data, que fecha o calendário promocional do primeiro semestre.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou este levantamento com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do comércio varejista de Minas Gerais, com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia dos Namorados.

A expectativa de 42,6% dos entrevistados foi completamente atendida ou superadas.

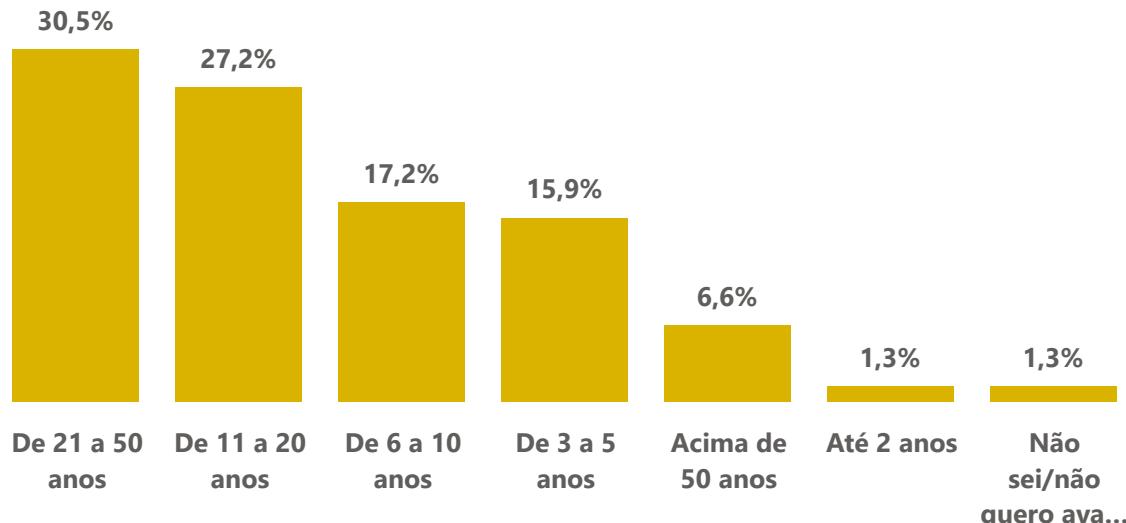
Neste ano, 32,3% dos empresários entrevistados relataram que as vendas superaram as do mesmo período de 2024. Entre os que registraram crescimento, 60,9% estimam um aumento entre 10,1% e 30%. Por outro lado, 68,6% dos que tiveram desempenho inferior observaram queda de até 20% nas vendas.

Para impulsionar os resultados, 93,6% adotaram ações específicas, com destaque para promoções e liquidações (51,0%), divulgações em redes sociais (48,4%) e estratégias de vitrine (32,7%).

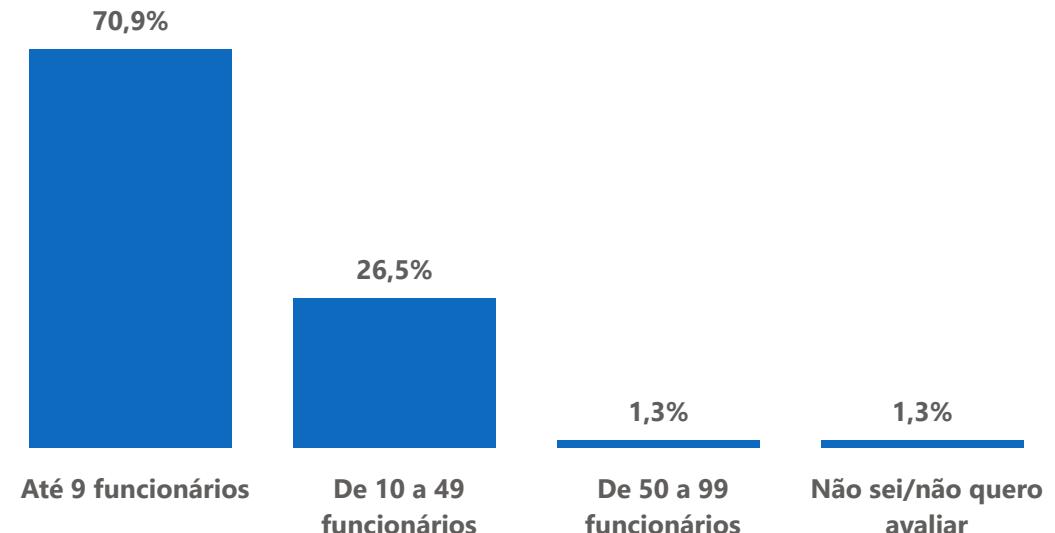
Em relação às expectativas, 42,6% afirmaram que foram plenamente atendidas ou superadas. Já o ticket médio mais frequente ficou entre R\$70,01 e R\$200,00, refletindo um consumo moderado por parte dos clientes durante o período analisado.

Metodologia

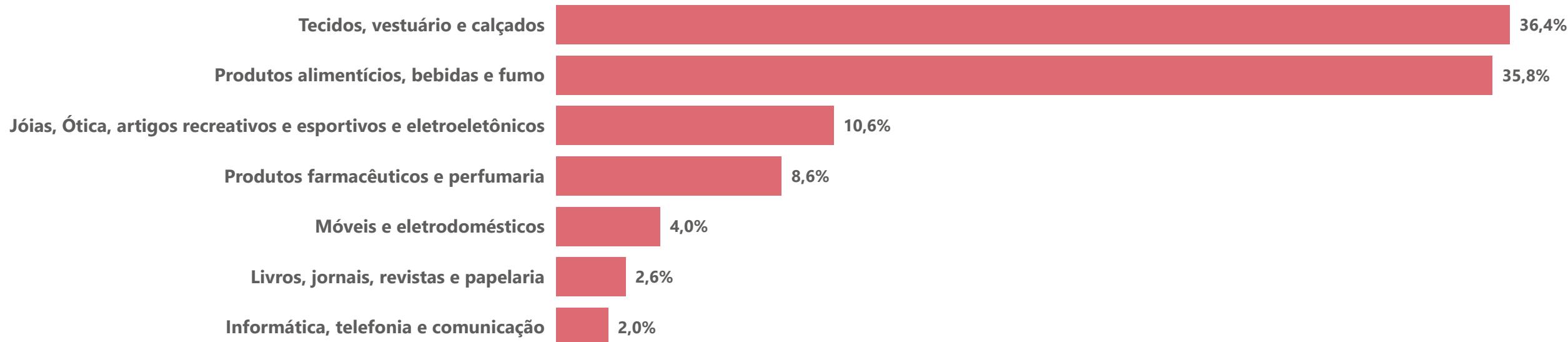
Há quanto tempo a sua empresa atua no mercado?



Quantos funcionários tem na sua empresa?

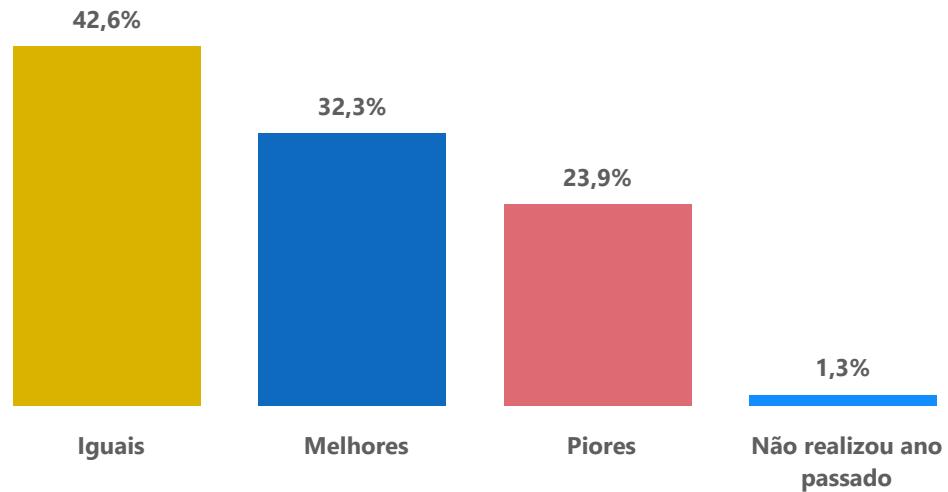


Segmento

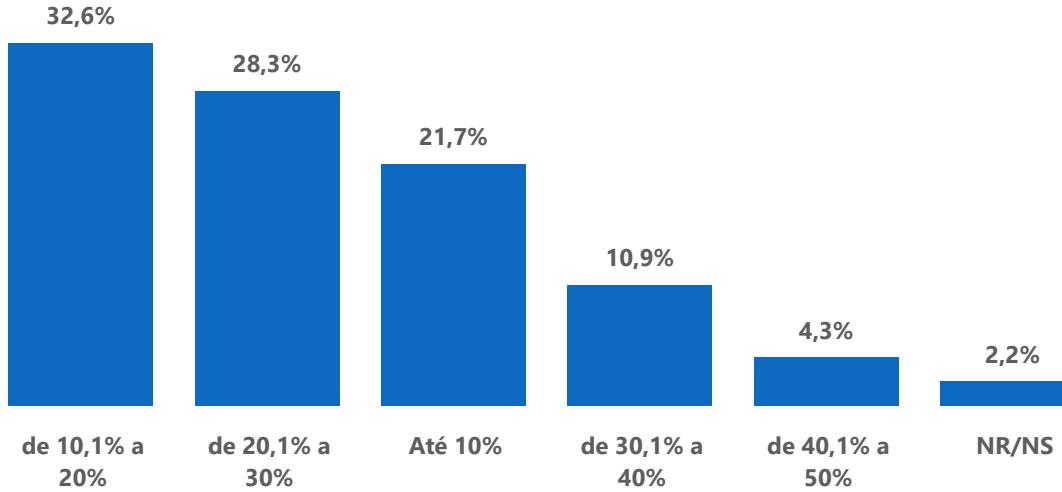


Resultados

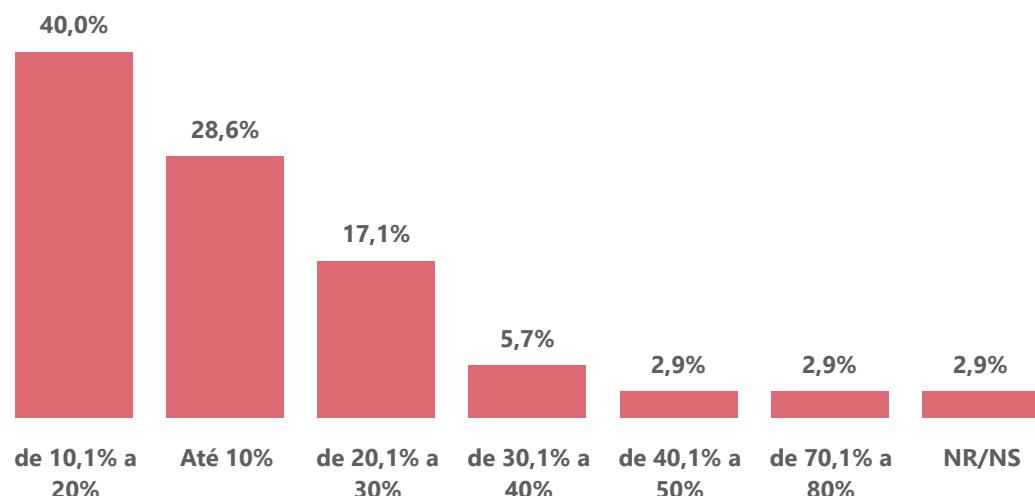
Em relação ao Dia dos Namorados do ano passado, acredita que as vendas foram



Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio? (comparação em relação às vendas do Dia dos Namorados do ano passado - MELHORES)



Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio? (comparação em relação às vendas do Dia dos Namorados do ano passado) - PIORES

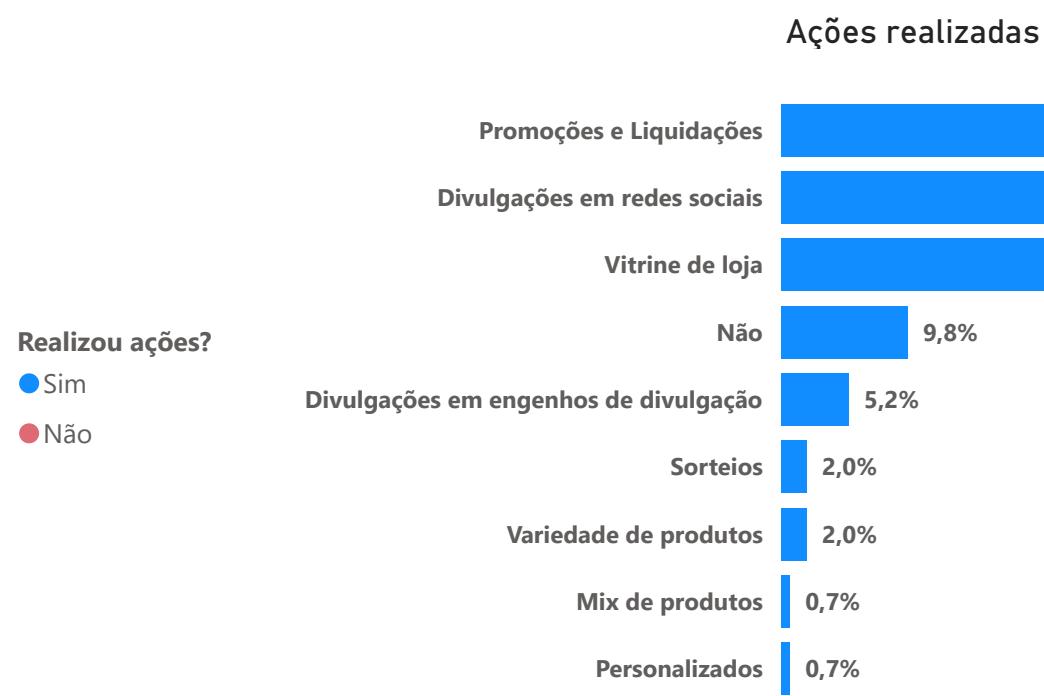
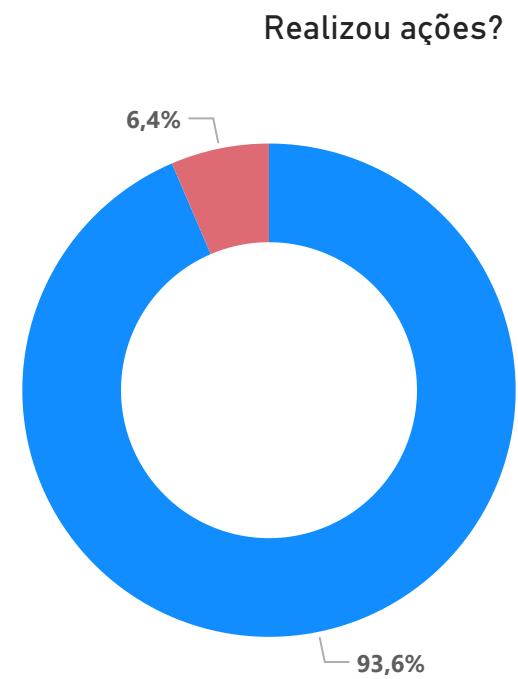


De acordo com 32,3% dos empresários entrevistados, esse ano, as vendas foram melhores que no mesmo período do ano anterior.

Quando registrado melhora dos resultados, 60,9% acreditam que as vendas tenham aumentado de 10,1% a 30,0%

Já 68,6% daqueles com vendas piores, indicaram quedas de até 20,0%, em comparação com 2024.

Metodologia

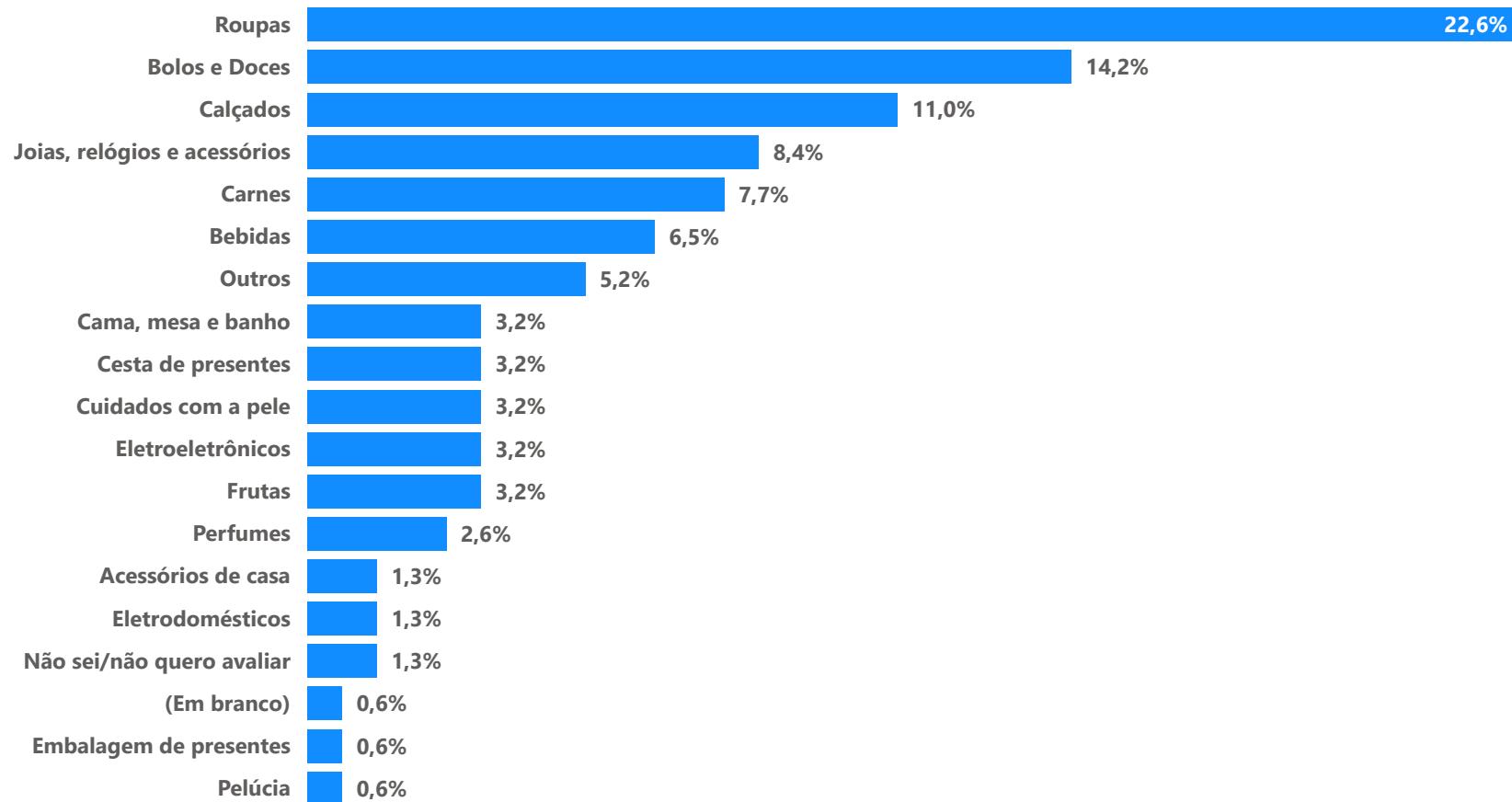


93,6% dos entrevistados realizaram ações a fim de alavancar as vendas para o período que abrange a data.

Entre as ações que mais se destacaram, estão promoções e liquidações (51,0%), divulgações em redes sociais (48,4%) e vitrine da loja (32,7%).

Metodologia

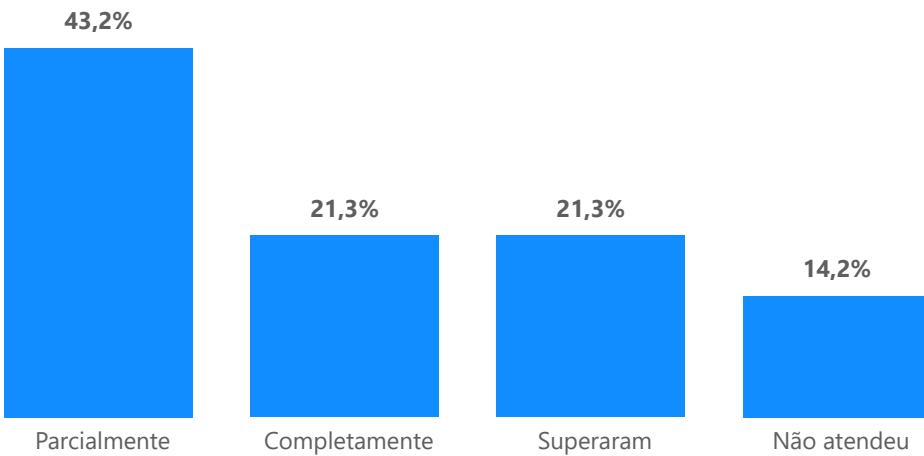
Qual o produto que mais se destacou nas vendas?



Tendo em vista a composição da amostra, os produtos indicados pelos empresários entrevistados foram roupas (22,6%), seguido por bolos e doces (14,2%) e calçados (11,0%).

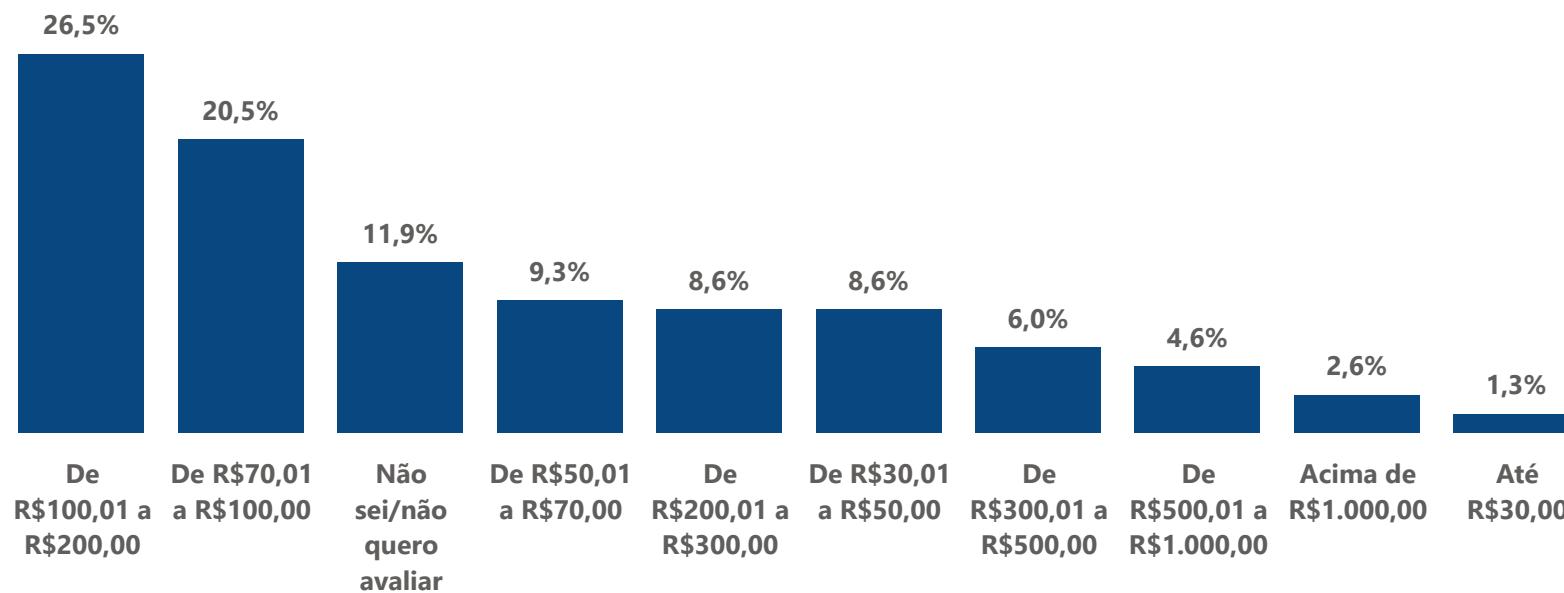
Metodologia

As vendas nesse Dia dos Namorados atenderam suas expectativas?



De acordo com 42,6% dos empresários entrevistados, suas expectativas foram completamente atendidas ou superadas.

Qual o ticket médio esperado por consumidor para o Dias dos Namorados?



Em relação ao ticket médio, 47% relataram que os valores médios gastos pelos clientes ficaram entre R\$70,01 e R\$200,00.

Metodologia

Levantamento do tipo survey telefônico, baseada em amostra do Comércio Varejista do estado de Minas Gerais. A aplicação foi realizada entre os dias 16 e 17 de junho de 2025. Foram avaliadas 155 empresas de todas as regiões de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo).

Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.

Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.

Equipe Técnica

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Supervisor Pesquisa e Inteligência: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Millena Ketley Nunes Scofield

**Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo
do Estado de Minas Gerais**

Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG

CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324

economia@fecomercomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br