

Expectativa de Vendas 2º semestre de 2025

Núcleo de Pesquisa e Inteligência



Observar e entender como serão as vendas no segundo semestre de 2025 é fundamental para auxiliar o planejamento deste semestre, que contempla uma das mais importantes datas comemorativas para o comércio, o Natal. Acompanhar o comportamento dos consumidores, e dos concorrentes em seus processos de escolha e gestão, respectivamente, exige uma postura atenta dos empresários do comércio, que vai além da multiplicação de lojas, estendendo-se a canais, produtos, serviços diferenciados e atitude sustentável.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou este levantamento com o objetivo de entender como foram as vendas no primeiro semestre deste ano e para auxiliar e para auxiliar os empreendedores a traçaram um cenário empresarial para o segundo semestre do ano. A partir daí, pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.

**74,7% das empresas do comércio varejista
acreditam que as vendas no segundo semestre de 2025
serão melhores em relação ao primeiro semestre do ano.**

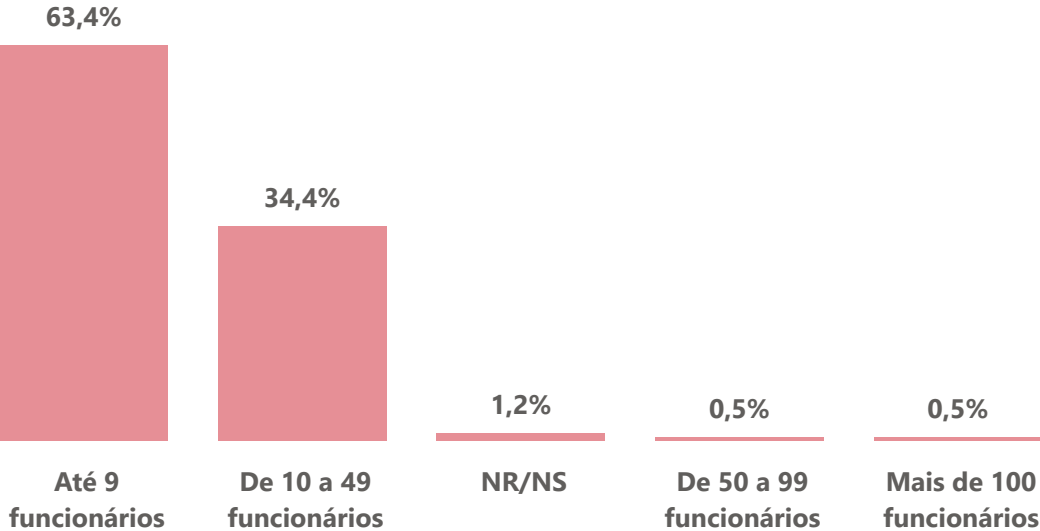
Para 36,1% das empresas, o volume de vendas aumentou no primeiro semestre de 2025 em relação ao mesmo período do ano de 2024. Já para o primeiro semestre deste ano se comparado com o segundo semestre do ano passado, 25,3% observaram aumento nas vendas.

O Natal é a data comemorativa com maior impacto para o comércio no segundo semestre. Outras duas datas que apresentam um bom indicativo de melhora nas vendas é o Dia dos Pais (21,1%), Black Friday (17,7%) e Dia das Crianças (16,2%). Ao todo, 51,8% dos empresários acreditam que obterão melhores resultados dado os resultados vistos no ano anterior.

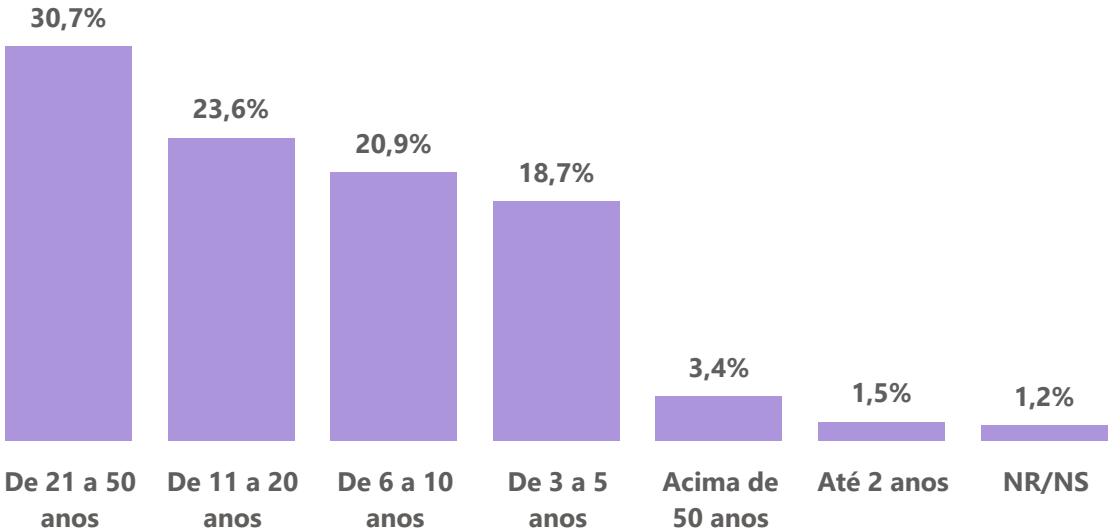
De acordo com os empresários e representantes, 51,4% irão investir em divulgações/propagandas, 34,6% irão realizar promoções e 30,0% prestarão atendimento diferenciado a seus clientes.



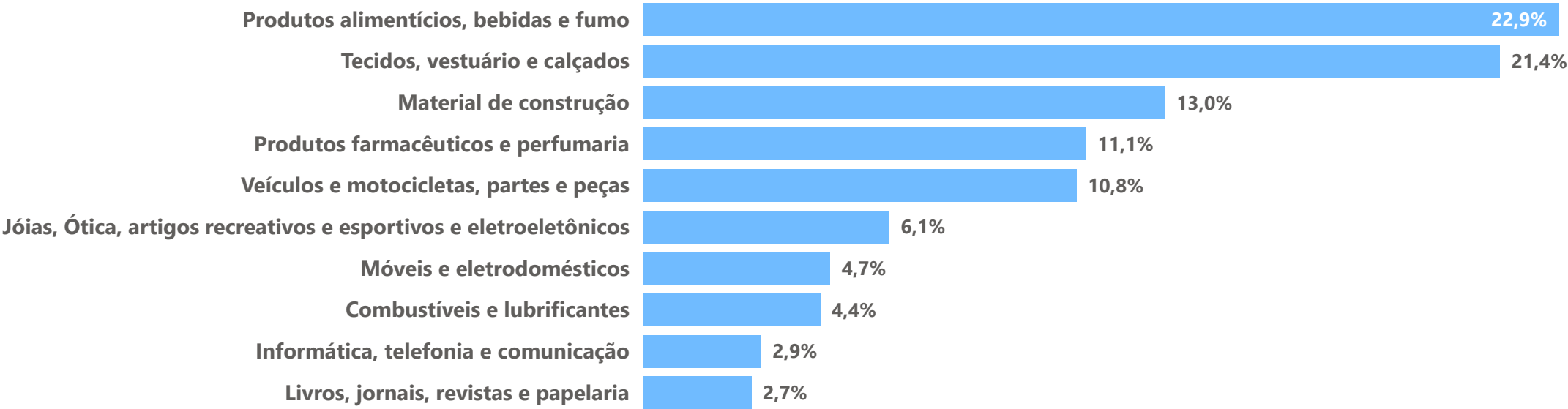
Quantos funcionários têm a sua empresa?



Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?

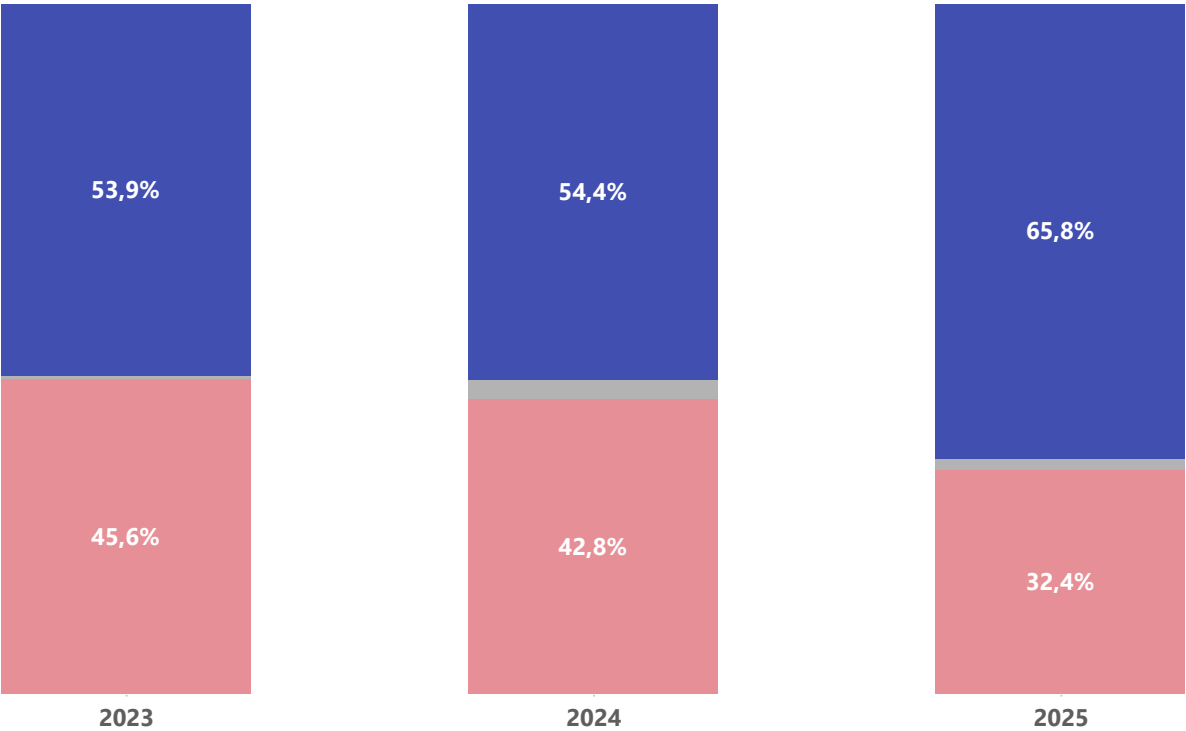


Segmento

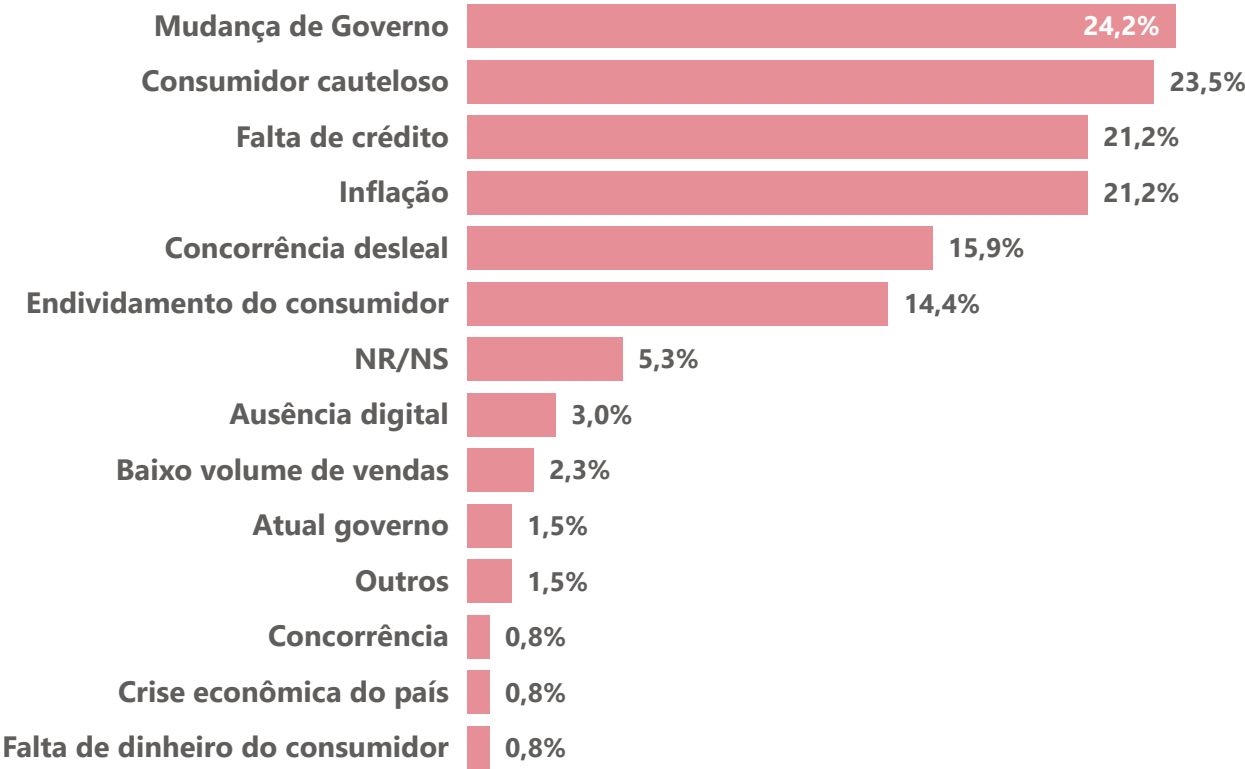


As vendas no 1º semestre desse ano alcançaram suas expectativas?

● Não ● NR/NS ● Sim



Por que as vendas não alcançaram suas expectativas?

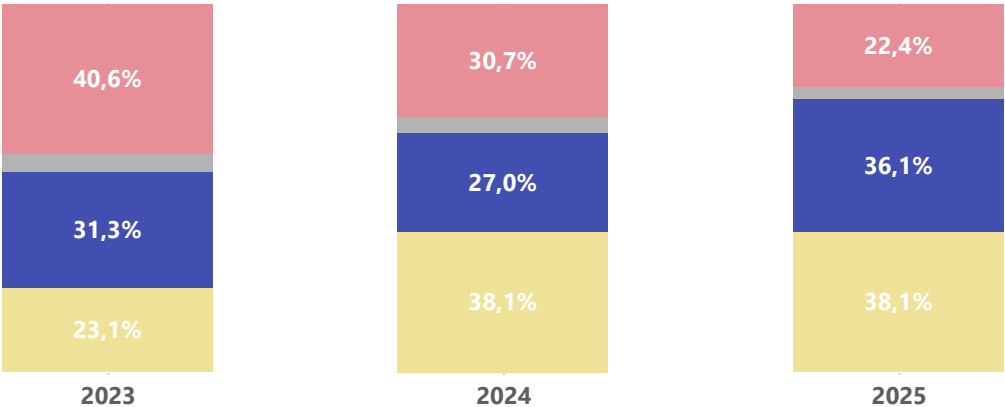


A maioria (65,8%) dos empresários do Comércio Varejista alcançaram suas expectativas de vendas no primeiro semestre de 2025, enquanto 32,4% se desapontaram com os resultados. Quando avaliados os resultados desse ano com os do ano passado, houve aumento de empresários que tiveram suas expectativas alcançadas.

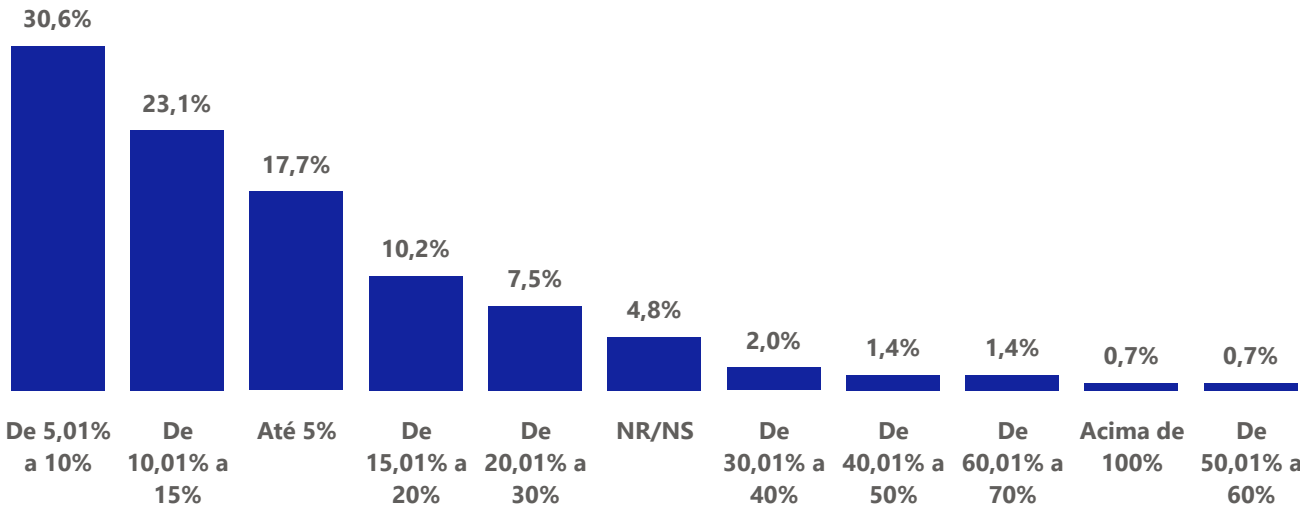
Entre as justificativas apresentadas por aqueles com resultados abaixo do esperado, a mais informada foi a mudança de governo (24,2%). Outras justificativas como consumidor cauteloso (23,5%), falta de crédito (21,2%) e inflação (21,2%) foram apresentadas. Em outros, motivos como baixo fluxo de clientes, falta de recursos, aumento do preço dos combustíveis, claro fora de época e mais foram apresentados.

Como foram as vendas no 1º semestre desse ano em relação ao mesmo período do ano passado?

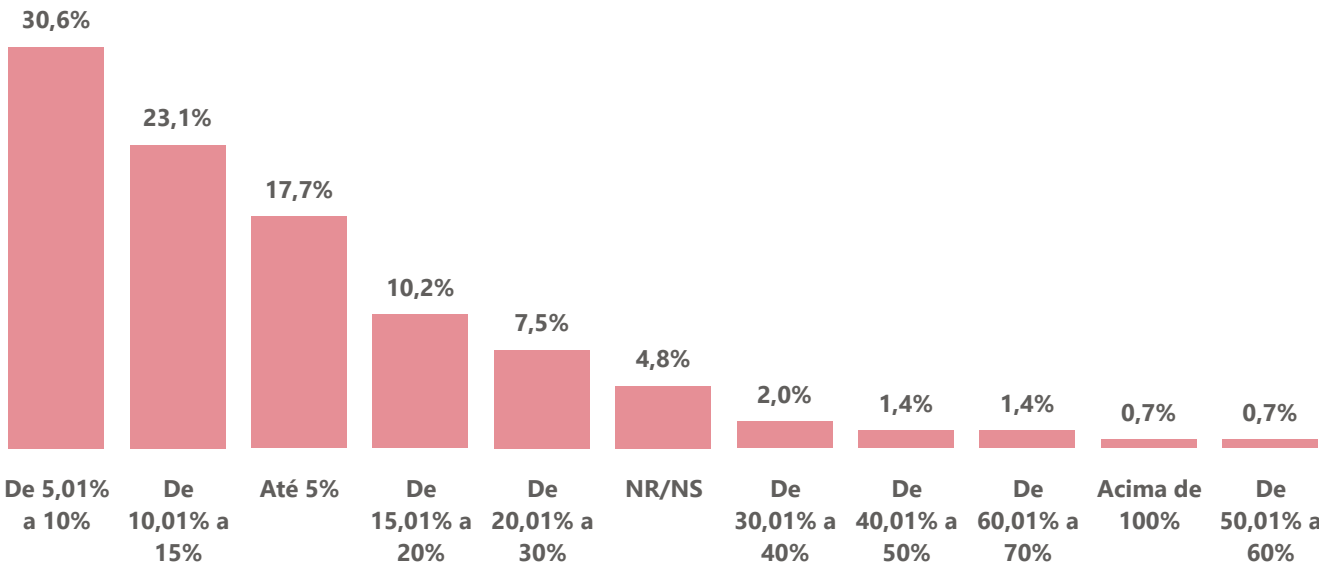
Iguais Melhores NR/NS Piores



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Quanto em termos percentuais? (piores)



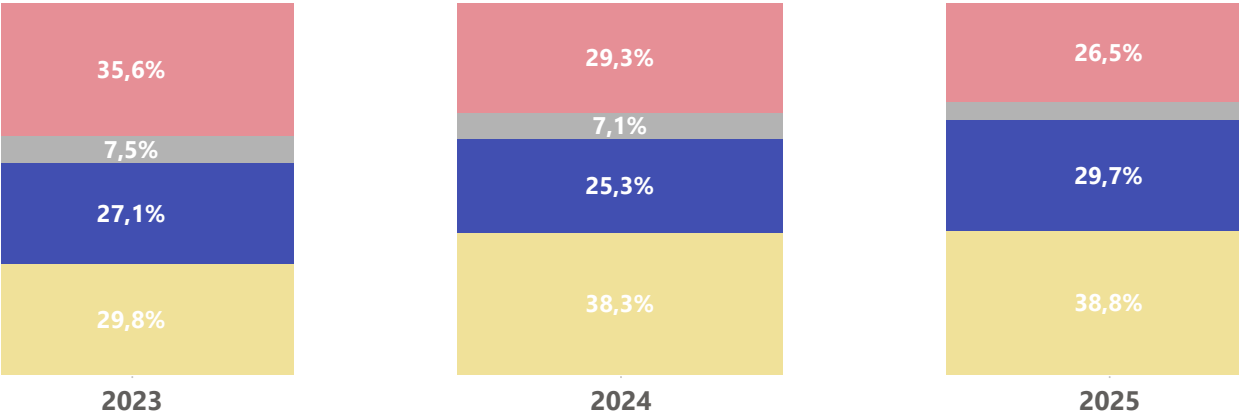
Se comparado ao mesmo período em 2024, 38,1% das empresas tiveram resultados de vendas equivalentes no primeiro semestre de 2024, 22,4% tiveram resultados piores e 36,1% tiveram resultados melhores. Comparando os resultados dessa pesquisa com a realizada em 2024, a percepção de piora dos resultados reduziu e, de melhora, aumentou.

A variação de aumento de vendas frente ao primeiro semestre do ano passado mais frequente foi de 5,1% a 15%, para 53,7% dos estabelecimentos.

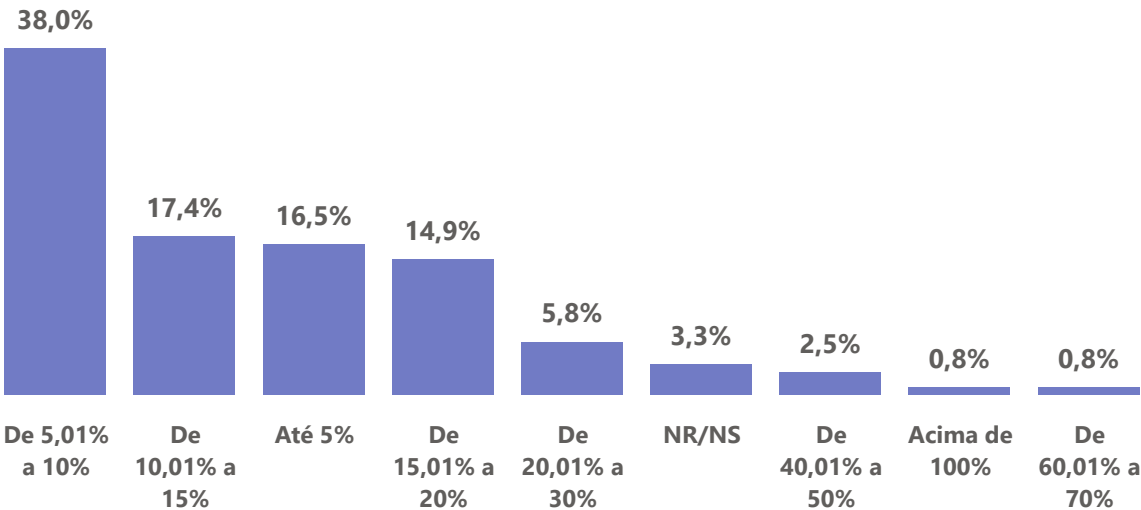
Já para aqueles que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de 5,1% a 10%, para 30,6%.

Como foram as vendas no 1° semestre desse ano em relação ao 2° semestre do ano passado?

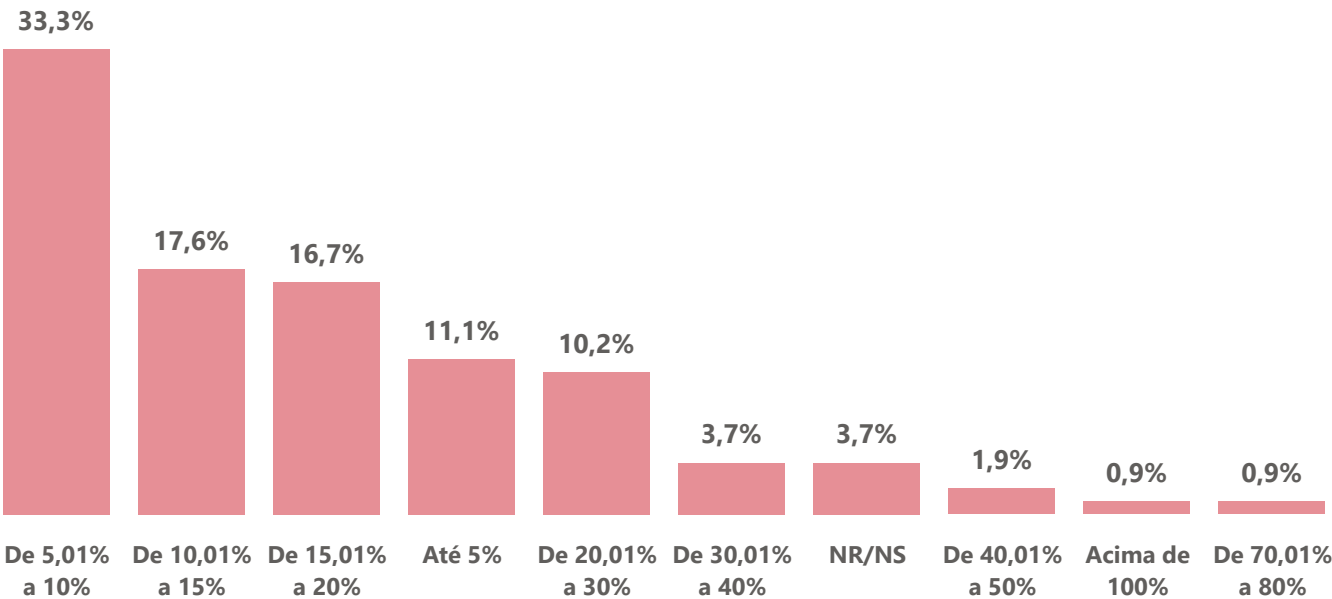
Iguais Melhores NR/NS Piores



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Quanto em termos percentuais? (piores)



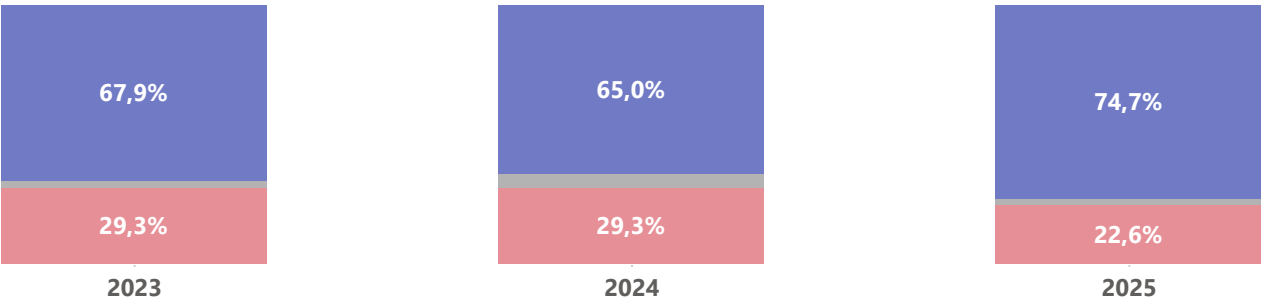
Se comparado o primeiro semestre desse ano com o segundo semestre de 2024, 38,8% das empresas tiveram resultados de vendas iguais, enquanto 29,7% tiveram resultados melhores.

A variação de vendas frente ao segundo semestre do ano passado mais informada pelas empresas que obtiveram resultados melhores foi de 5,1% até 10,0%, para 38,0% dos estabelecimentos.

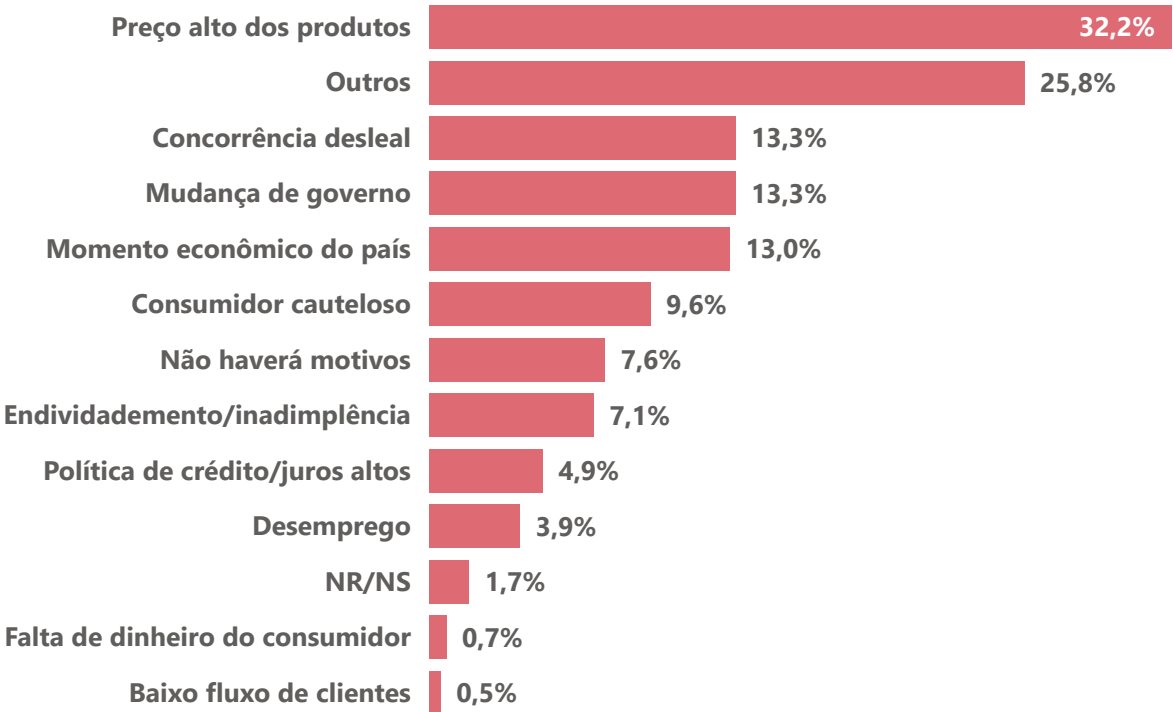
Entre as empresas que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de 5,1% a 10,01%, para 33,3%.

Acredita que as vendas no 2º semestre desse ano serão melhores que as do 1º semestre?

● Não ● NR/NS ● Sim

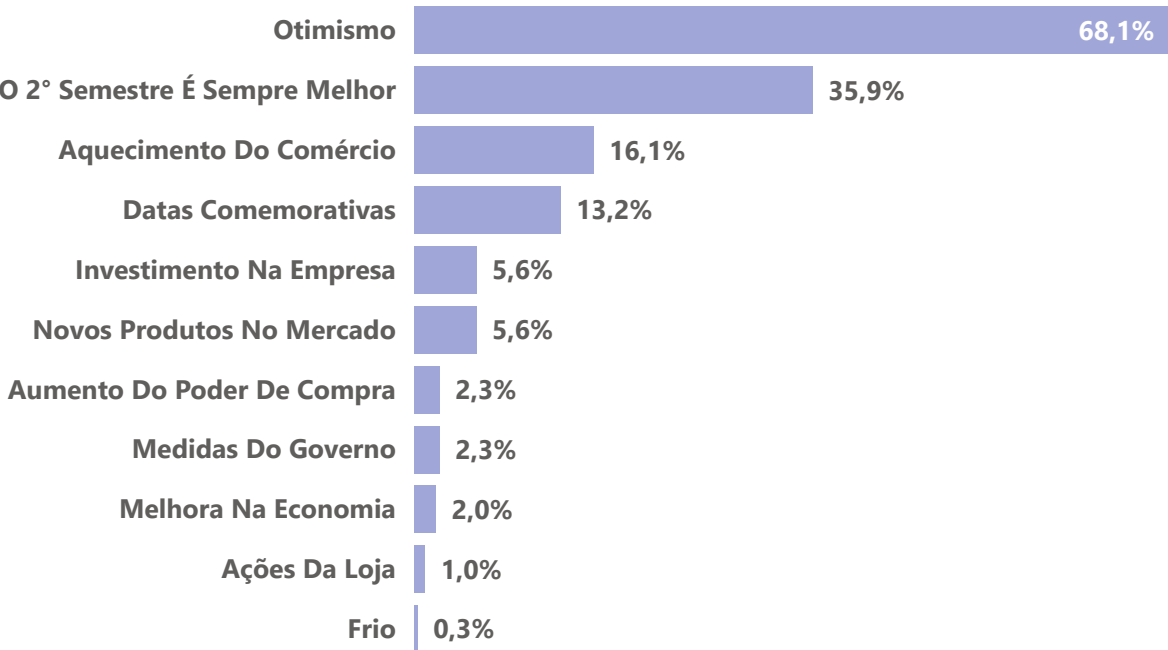


Quais motivos que podem dificultar as vendas no semestre?



% empresas (total não soma 100%)

Por qual motivo?

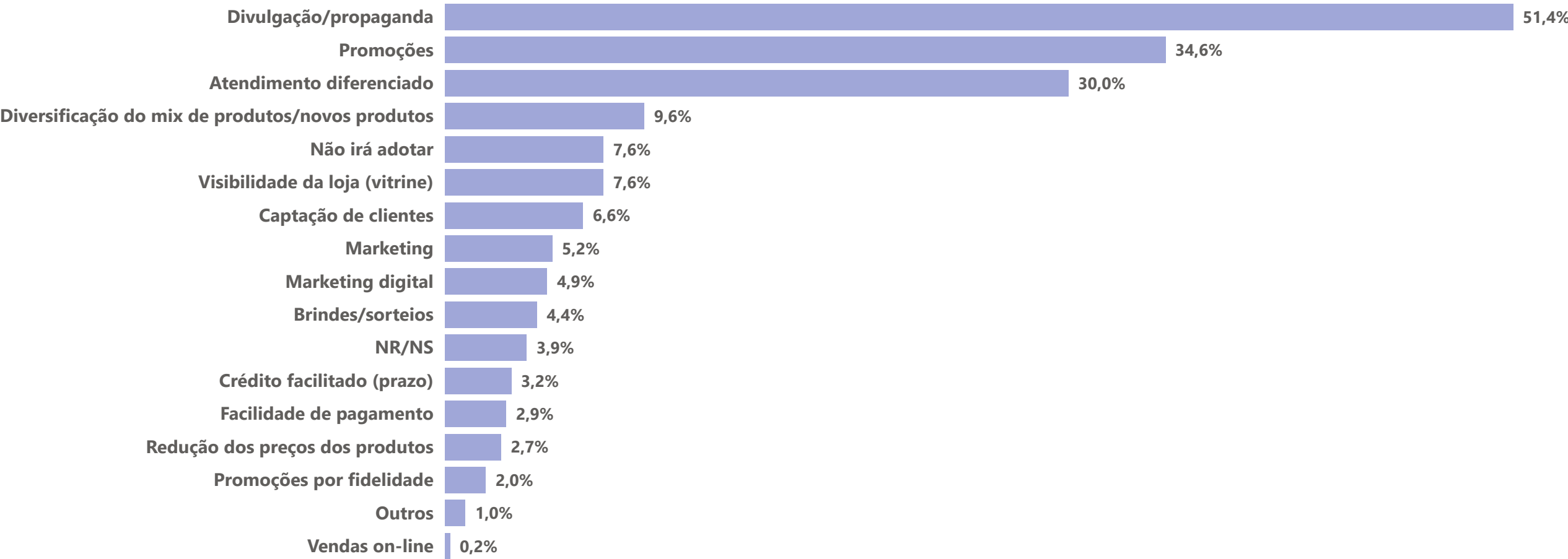


% empresas (total não soma 100%)

O otimismo para o segundo semestre predomina entre os empresários. 74,7% acreditam que o período será melhor que o primeiro semestre. Como justificativa, o otimismo foi o mais apontado, por 68,1%, seguido do segundo semestre é melhor (35,9%).

Para aquelas com expectativas de resultados piores (22,6%), os motivos mais indicados foram: preço alto dos produtos (32,2%), concorrência desleal (13,0%), mudança de governo (13,0%) e momento econômico do país (13,0%). A opção outros (25,8%) inclui frio, feridos, férias escolares etc.

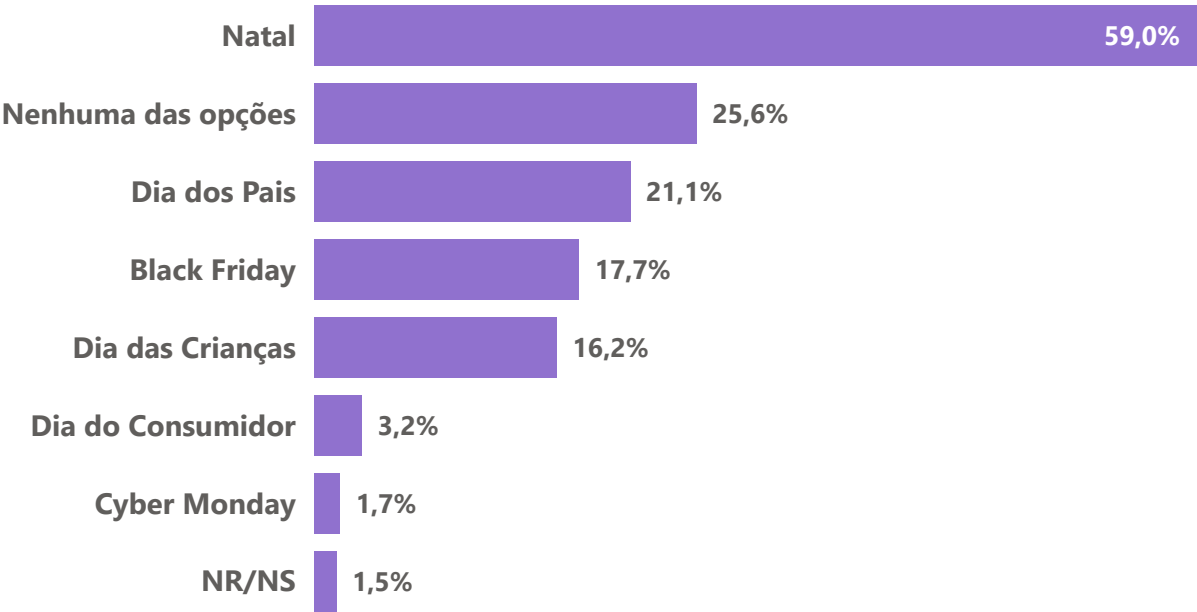
Quais medidas a loja irá adotar para impulsionar as vendas no semestre?



% empresas (total não soma 100%)

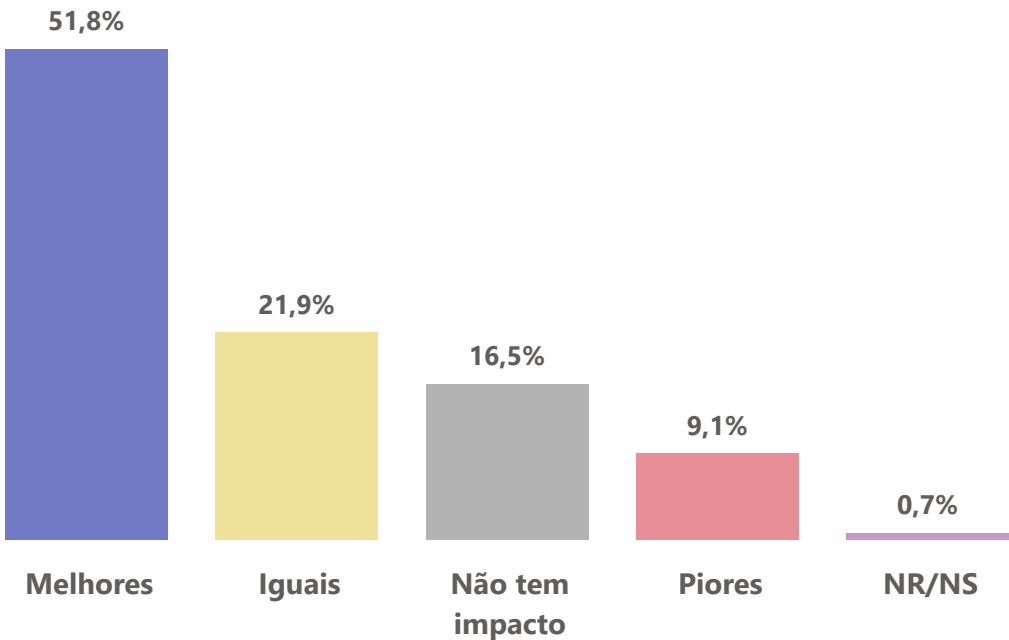
As medidas adotadas pelas empresas para impulsionar as vendas nesse período serão divulgação e propaganda (51,4%), promoções (34,6%) e atendimento diferenciado (30,0%).

Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para seu negócio?



% empresas (total não soma 100%)

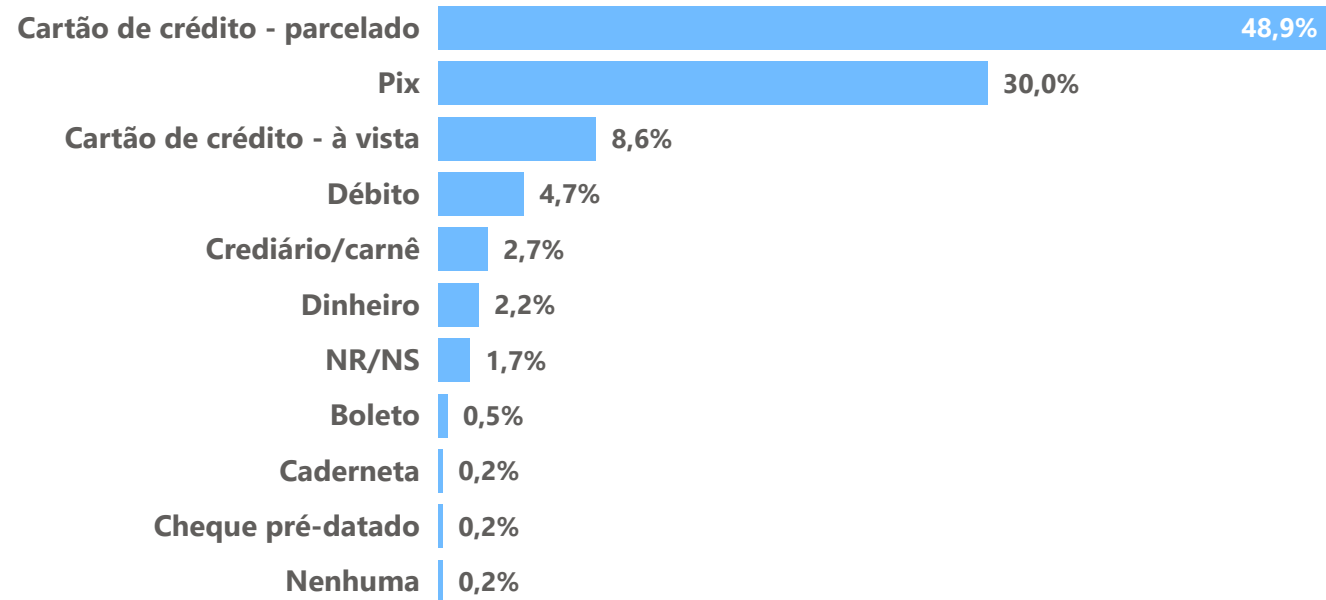
O(a) sr(a) acredita que, nessas datas, as vendas nesse ano, se comparadas ao ano passado serão...



Entre as datas comemorativas do segundo semestre, o Natal aparece maior percentual de empresas que disseram que a data impacta positivamente (59,0%), em seguida aparece o Dia dos Pais (21,1%), Black Friday (17,7%) e Dia das Crianças (16,2%).

A expectativa para as datas comemorativas do segundo semestre desse ano frente ao ano passado é de melhores resultados para 51,8%, enquanto para 21,9% é de resultados iguais.

Qual a forma de pagamento deverá SOBRESSAIR no semestre?



A forma de pagamento que deverá se sobressair no período é o cartão de crédito parcelado, de acordo com 48,9% das empresas. Em seguida aparece o Pix (30,0%) e o cartão de crédito à vista (8,6%).

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra dos segmentos do Comércio Varejista do Estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 23 e 27 de junho de 2025. Foram avaliadas 407 empresas, havendo pelo menos 40 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). A amostra avaliada perfaz uma margem de erro da ordem de 5,0%, a um intervalo de confiança de 95%.

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@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br