

# Expectativa de vendas

## Dia das crianças 2025

Pesquisa e inteligência



O Dia das Crianças caracteriza-se pelo forte apelo emocional e comercial junto ao público infantil. A data aquece o movimento do comércio de bens e serviços dos seguintes segmentos: brinquedos, livros, jogos, vídeos, eletrônicos, vestuário, calçados, artigos esportivos, lazer, entre outros. Além disso, trata-se de um período de lançamentos dos produtos que serão comercializados no final do ano. A partir do dia 12 de outubro, o clima natalino passa a invadir o comércio.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do estado com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pelo Dia das Crianças.

## O período que envolve o Dia das Crianças afeta 70,9% das empresas do comércio varejista do estado

Entre os empresários, 40,2% acreditam que as vendas neste ano serão melhores que as do ano passado. Diversos motivos são elencados pelos empresários para sustentar essa expectativa, sendo que, para maioria (74,3%), otimismo/expectativa será o principal fator impulsionador das vendas.

No entanto, 9,3% acreditam que as vendas, neste ano, serão piores, frente ao mesmo período do ano passado. Os principais motivos apontados para essa percepção são: crise econômica e consumidor mais cauteloso.

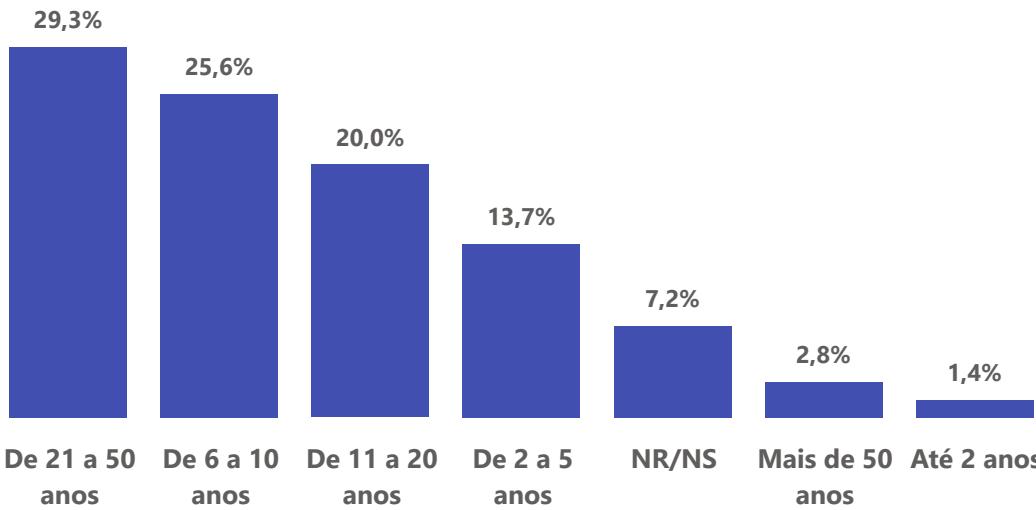
Das empresas impactadas, 42,2% adotarão atendimento diferenciado, 38,1% investirão em propagandas e 28,3% farão promoções/liquidações.

# Perfil das Empresas

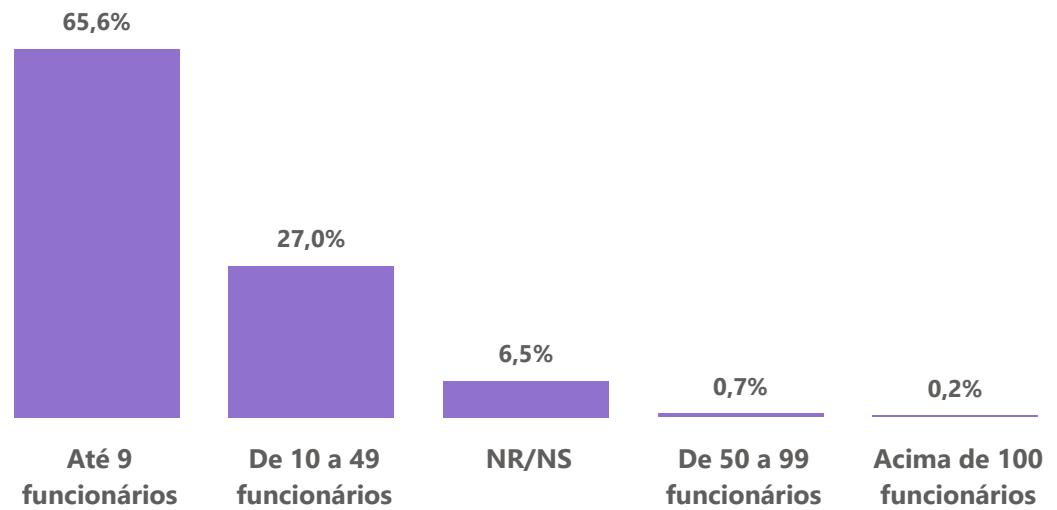
2025



Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Quantos funcionários sua empresa tem?



Segmento de atuação



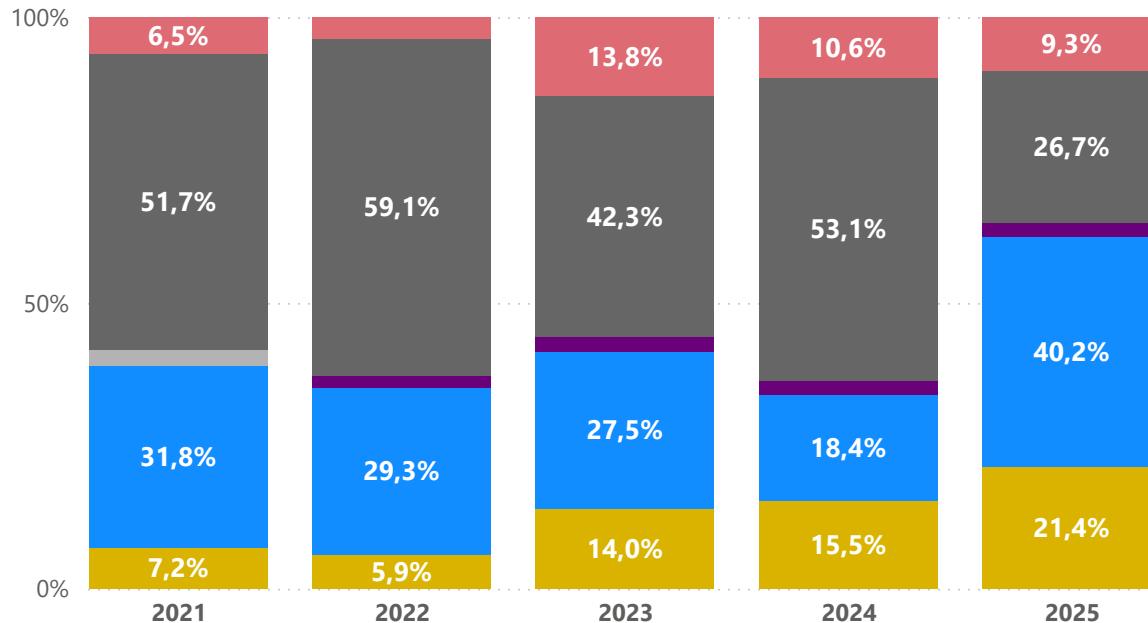
# Impacto do Dia das Crianças nas vendas

2025



Acredita que as vendas serão melhores que o ano anterior?

● Iguais ● Melhores ● Não quis avaliar ● Não sabe precisar ● Não tem impacto ● Piores

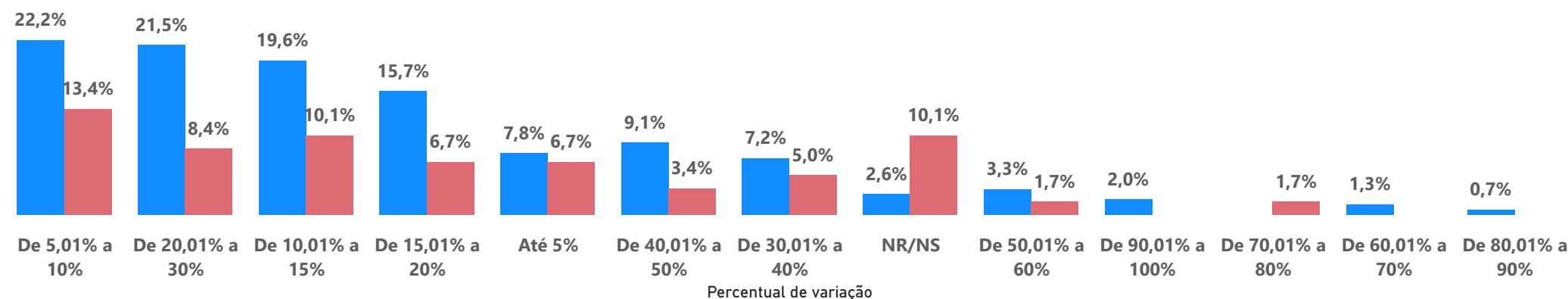


Comparando as vendas deste ano com as do ano passado, 40,2% dos empresários entrevistados acreditam que as vendas deste ano serão melhores que as do ano passado. Já 21,4% acreditam que serão iguais e 9,3% acreditam que serão piores.

Para 43,7% das empresas que esperam resultados melhores, suas vendas devem aumentar em até 30%. Já, para aquelas com expectativas de piora, 13,4% acreditam que suas vendas devem variar até 10% do habitual.

Percentual de variação nas vendas

● Melhores ● Piores

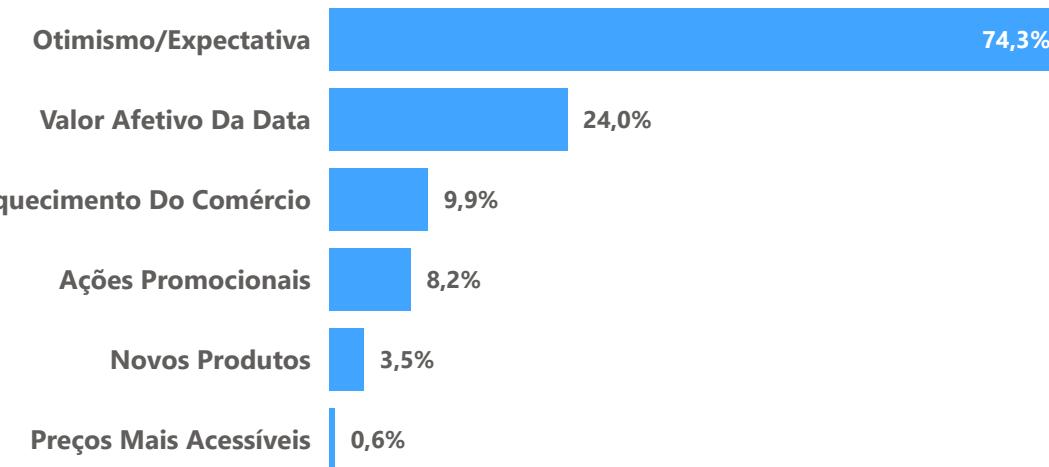


# Impacto do Dia das Crianças nas vendas

2025

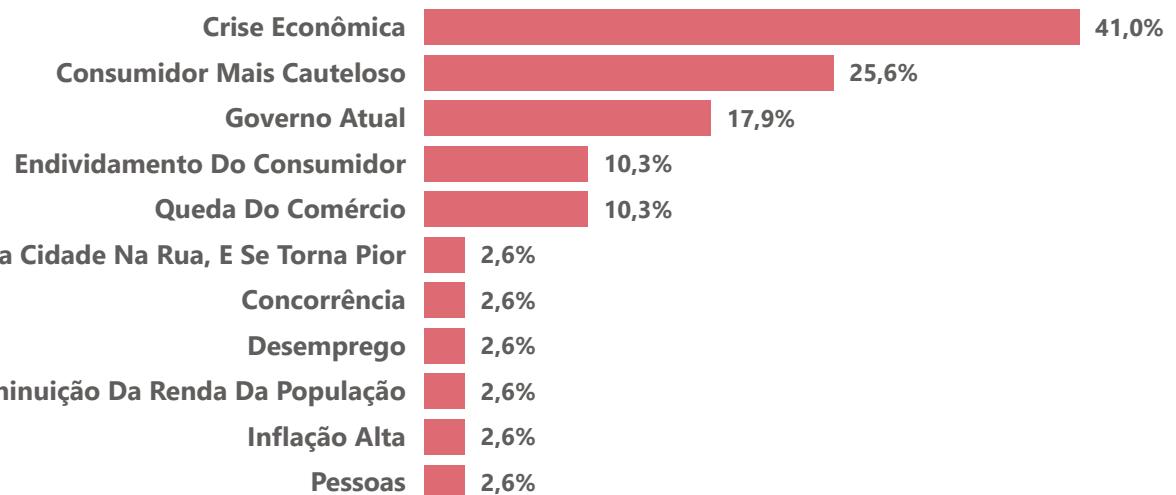


## Motivos para vendas melhores



% Empresas (múltiplas respostas - total não soma 100%)

## Motivos para vendas piores



% Empresas (múltiplas respostas - total não soma 100%)

Otimismo/expectativa foi o motivo mais apontado pelos empresários entrevistados, citado por 74,3% deles, seguido pelo valor afetivo da data (24,0%).

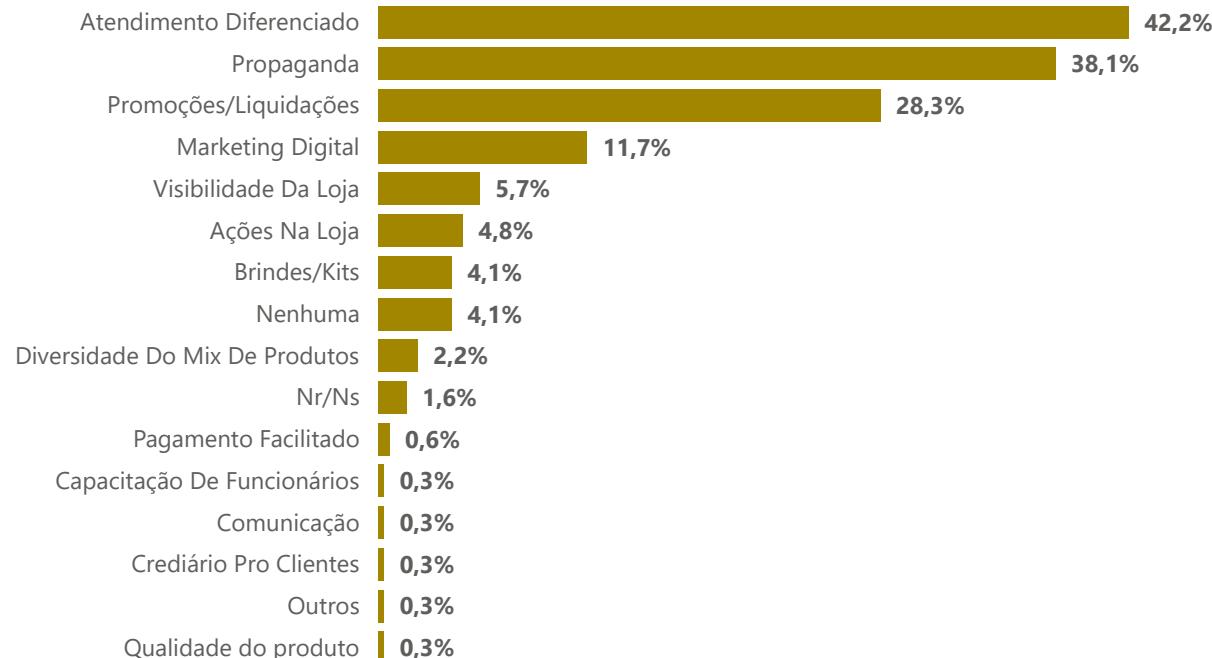
Entre os motivos apontados para a piora nas vendas deste ano, a crise econômica foi o mais citado pelos empresários (41,0%), seguida pelo comportamento mais cauteloso do consumidor (25,6%) e pelo governo atual (17,9%).

# Ações para o período

2025

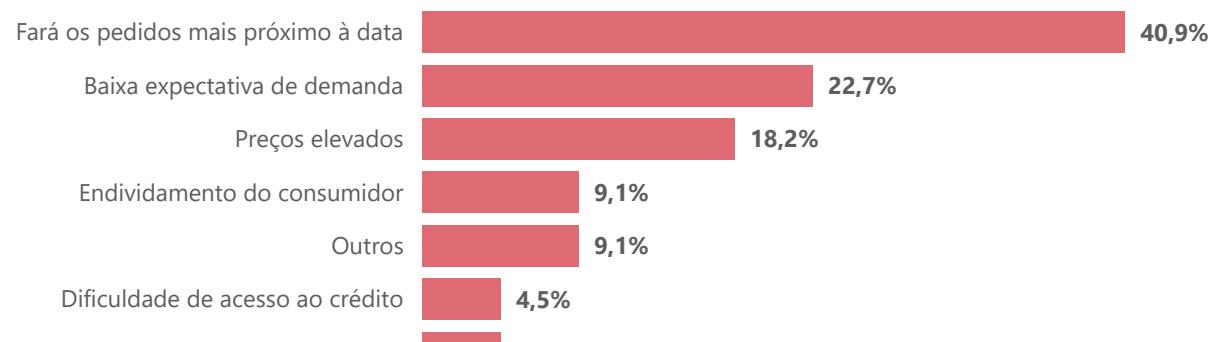


## Ações que irá adotar



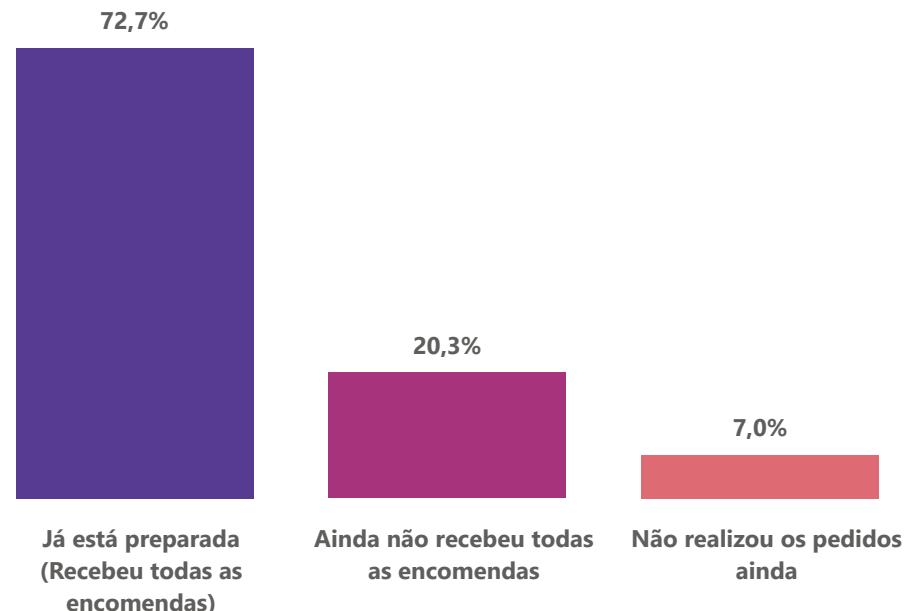
Total não soma 100%

## Por que ainda não realizou os pedidos?



Total não soma 100%

## No que diz respeito aos estoques, diria que a empresa:



Dentre as ações adotadas para alavancar as vendas no período, o atendimento diferenciado foi a mais apontada pelos empresários entrevistados (42,2%), seguido por propaganda (38,1%) e promoções/liquidações (28,3%).

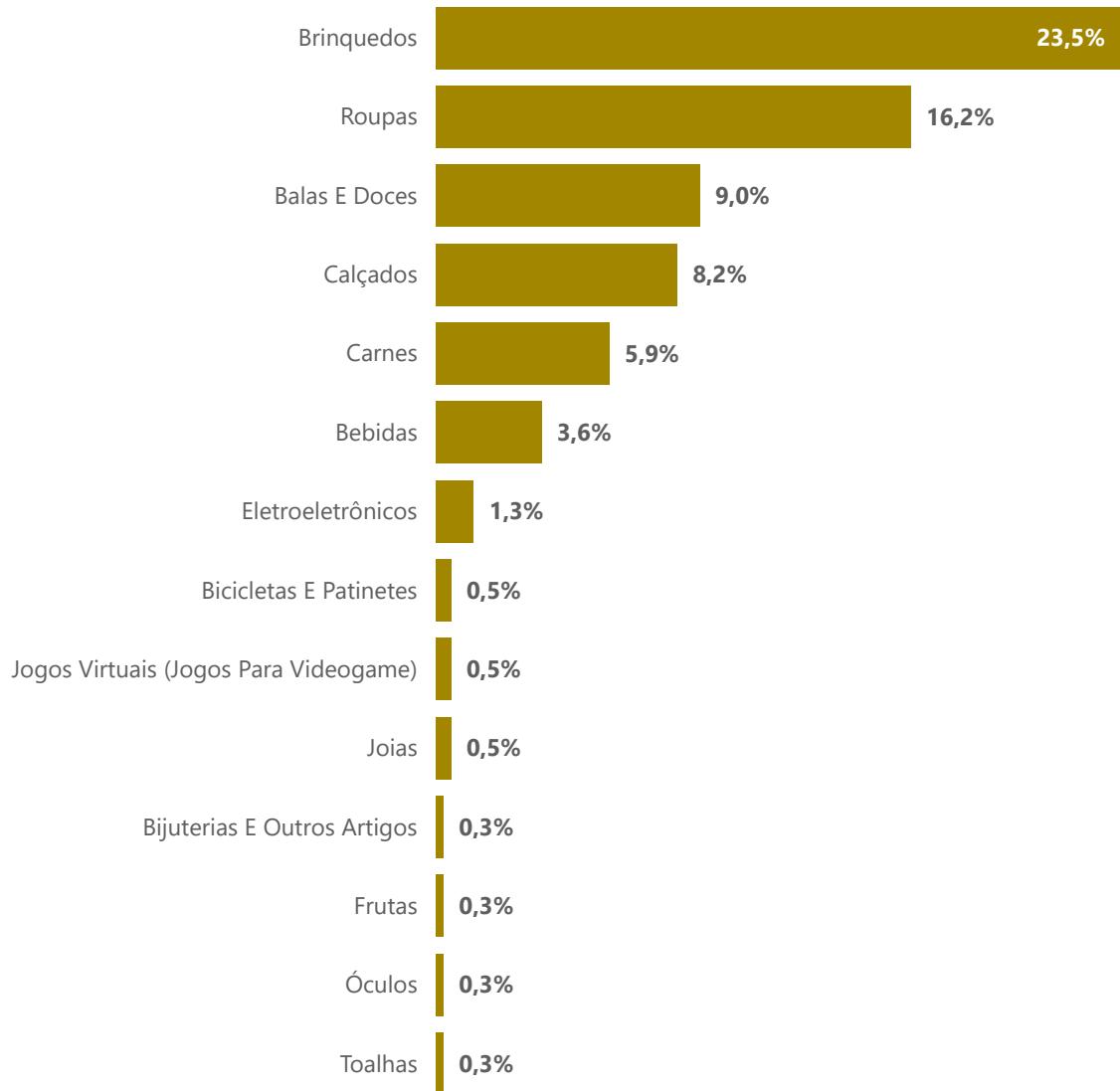
Já em relação ao estoque, mais da metade (72,7%) dessas empresas já fizeram seus pedidos e receberam todas as encomendas, enquanto 20,3% não recebeu ainda todo o estoque para a data e 7,0% não realizou os pedidos. O motivo mais pontuado pelas empresas que ainda não realizaram seus pedidos é que deixarão para fazê-los mais próximo da data.

# Ações para o período

2025



Quais os produtos que acredita que terá maior saída para a data?



Os principais produtos que os empresarios acreditam que terão maior saída para o periodo serão: brinquedos (23,5%), roupas (16,2%), balas e doces (9,0%) e calçados (8,2%).

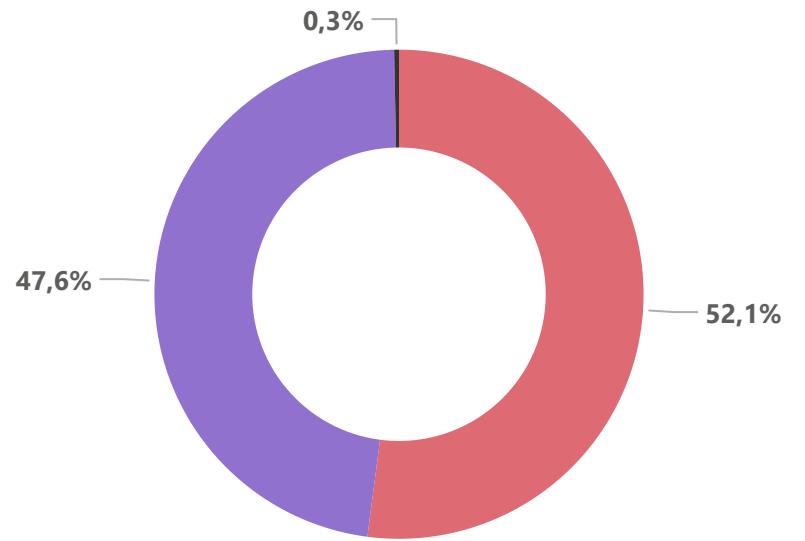
(Total não soma 100%)

# Ações para o período

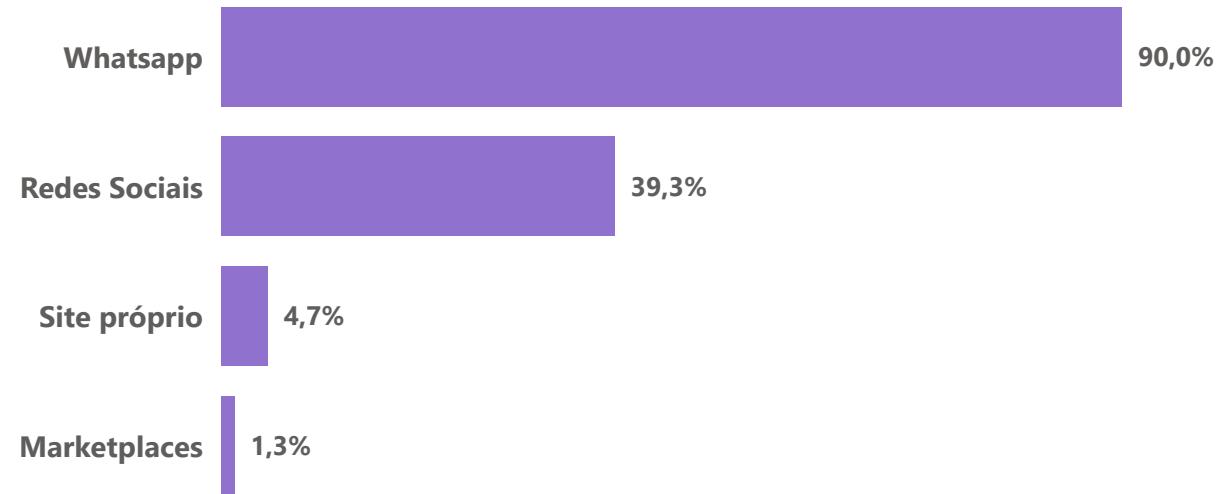
2025



## Realiza vendas online?

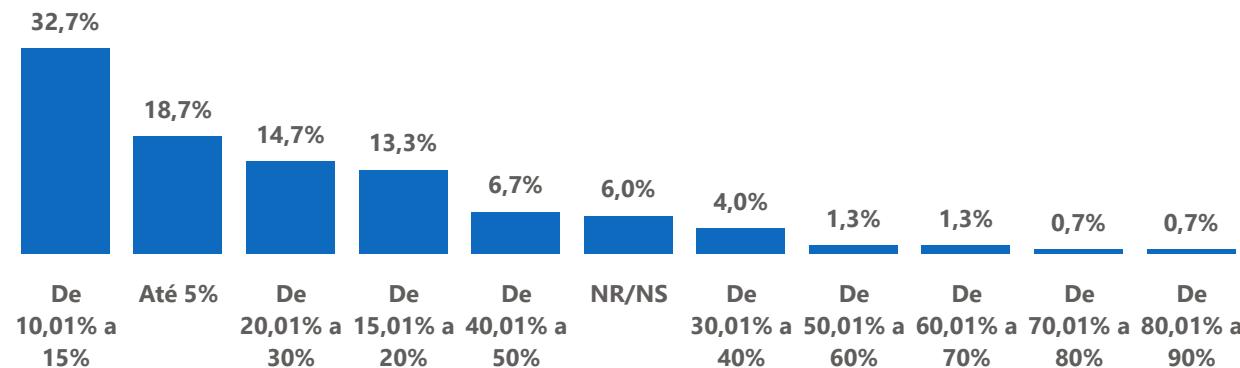


## Canais de vendas on-line utilizados



% Empresas (múltiplas respostas - total não soma 100%)

Qual o percentual das vendas online em todos os canais de venda, em média, em relação ao total de vendas da loja?



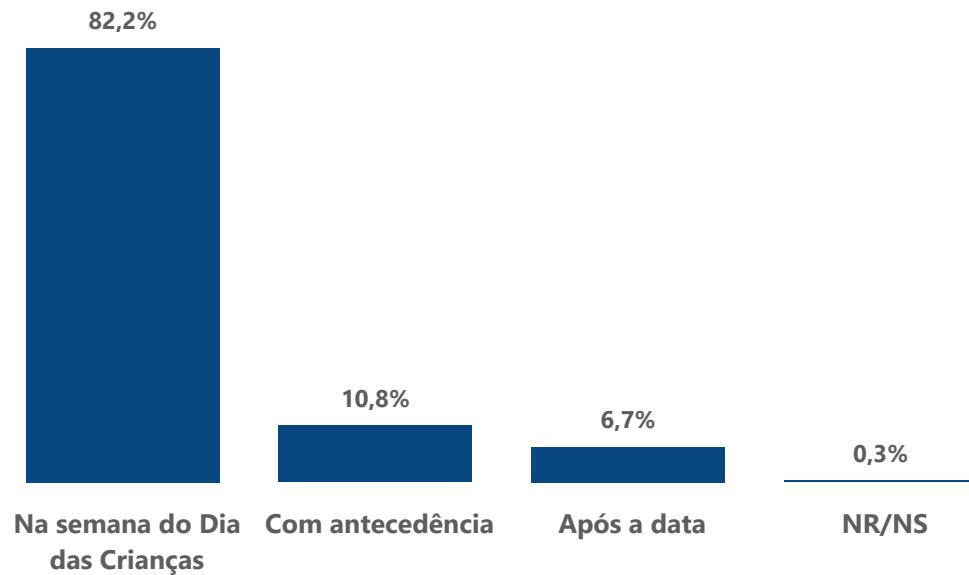
47,6% das empresas impactadas pela data realizam vendas on-line, em que o WhatsApp é o meio de vendas digital mais utilizado, seguido das redes sociais.

As vendas on-line chegam a representar de 10,01% a 15% do faturamento para 32,7% desses estabelecimentos.

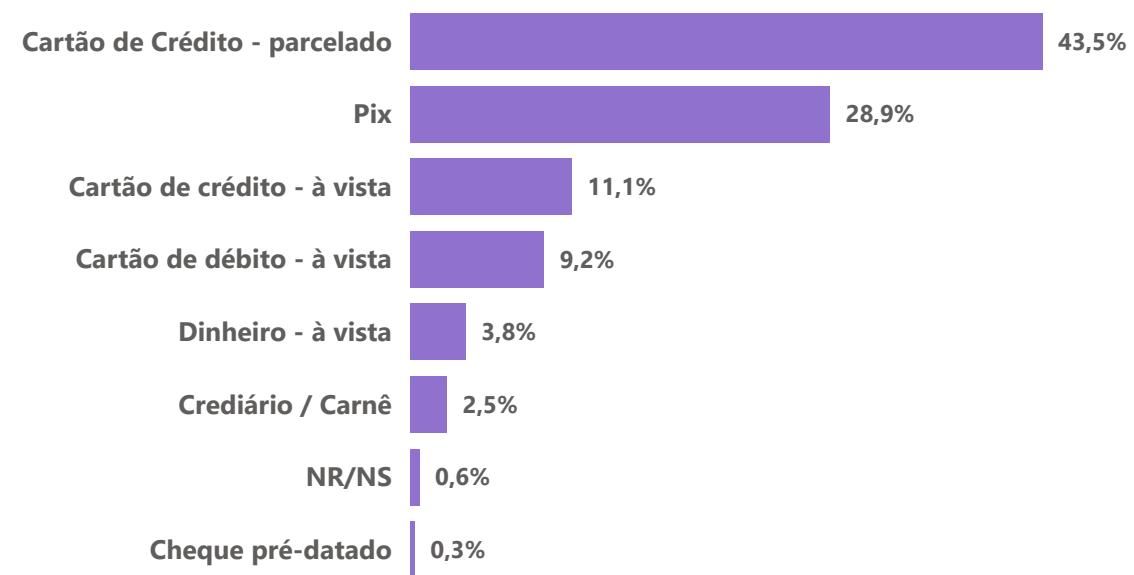
# Perfil das compras

2025

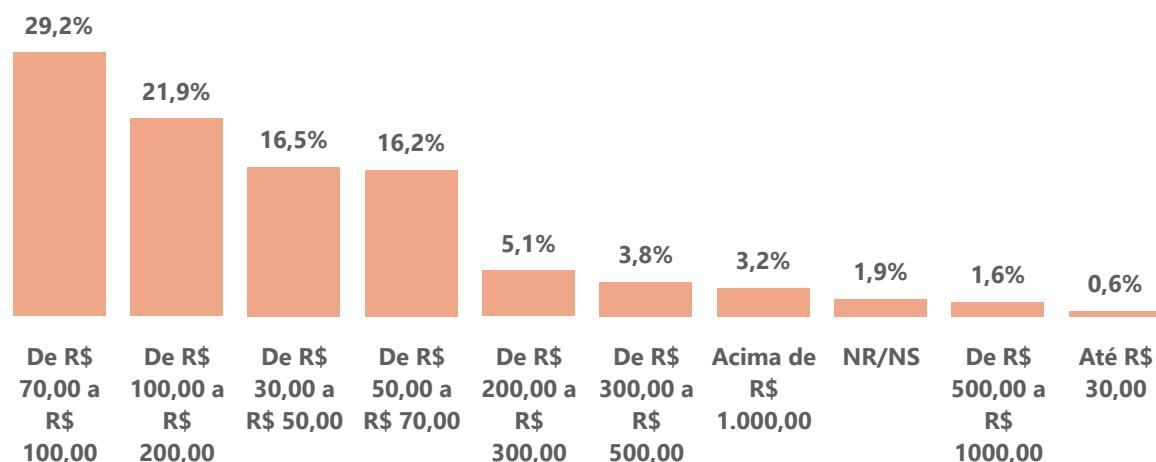
Quando o Sr(a). acredita que o consumidor irá realizar as compras da data?



Qual a principal forma de pagamento utilizada pelos consumidores?



Qual o ticket médio esperado por consumidor para o Dia das Crianças?



A maioria dos empresários (82,2%) acredita que o consumidor deixará para realizar as compras na semana do Dia das Crianças, enquanto 10,8% acreditam que as compras serão feitas com antecedência e 6,7% que ocorrerão após a data.

Ainda, o pagamento com cartão de crédito parcelado será a principal forma de pagamento, de acordo com 54,6% dos empresários. Em relação aos presentes, 51,1% acreditam que o consumidor investirá, em média, em presentes com preços que variam de R\$70,00 a R\$200,00.

# Metodologia

Foram aplicados questionários (survey) por telefone para uma amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista do estado de Minas Gerais. As lojas foram selecionadas com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 19 de setembro a 25 de setembro de 2023. Foram avaliadas 407 empresas, sendo pelo menos 39 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

**Menores aprendizes:** Isabelli Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

**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**