

MONITOR DE VENDAS

Dia das Crianças

2026

Comércio varejista de Minas Gerais

Fecomércio MG | Estudos Econômicos e Inteligência & Pesquisa



Dia das Crianças

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.

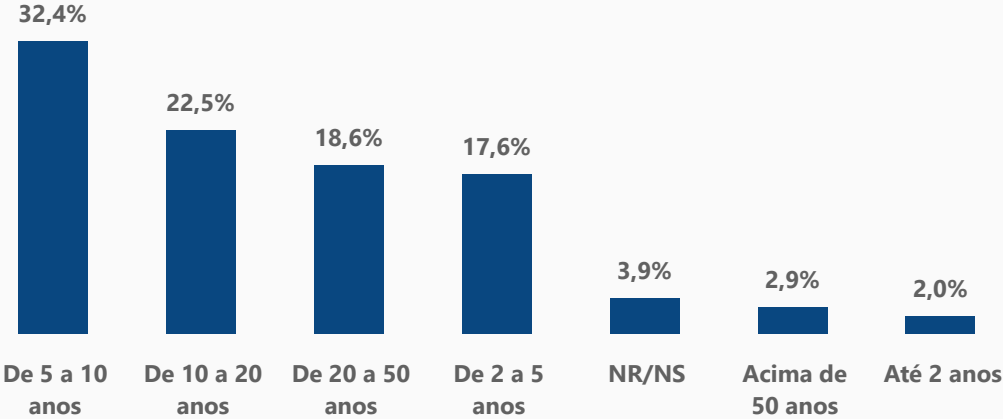
A área de Pesquisa e Inteligência fez um breve levantamento, com 100 empresas para ouvir como foram as vendas no período que abrange a data.

Metade dos entrevistados teve suas expectativas de vendas atendidas

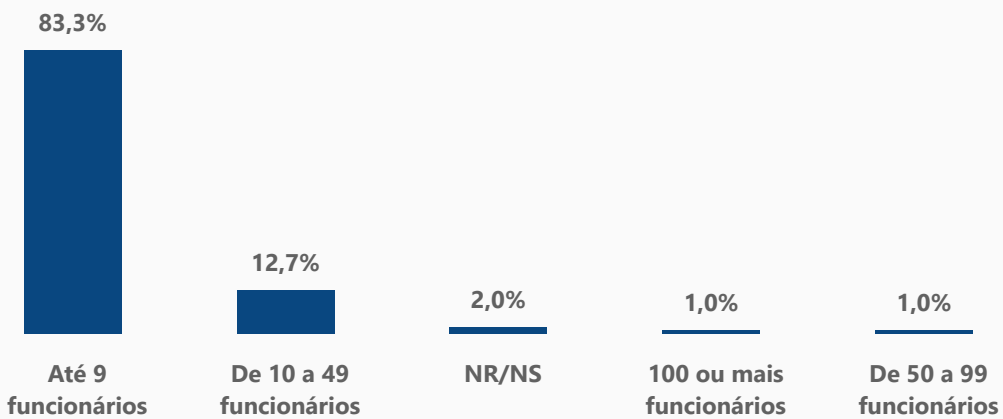
Em 2026, 50,0% dos entrevistados afirmaram que as vendas do Dia das Crianças atenderam às expectativas. Na comparação com o ano anterior, predominou a percepção de estabilidade: 54,9% avaliaram as vendas como iguais, enquanto 22,5% apontaram melhora e 20,6%, piora.

Entre os resultados positivos, destacaram-se o maior volume de vendas e a variedade de produtos. Já o baixo movimento de clientes e os preços altos foram os principais fatores associados ao não alcance das expectativas. Roupas, acessórios, bebidas e brinquedos lideraram as citações entre os produtos que mais contribuíram para as vendas.

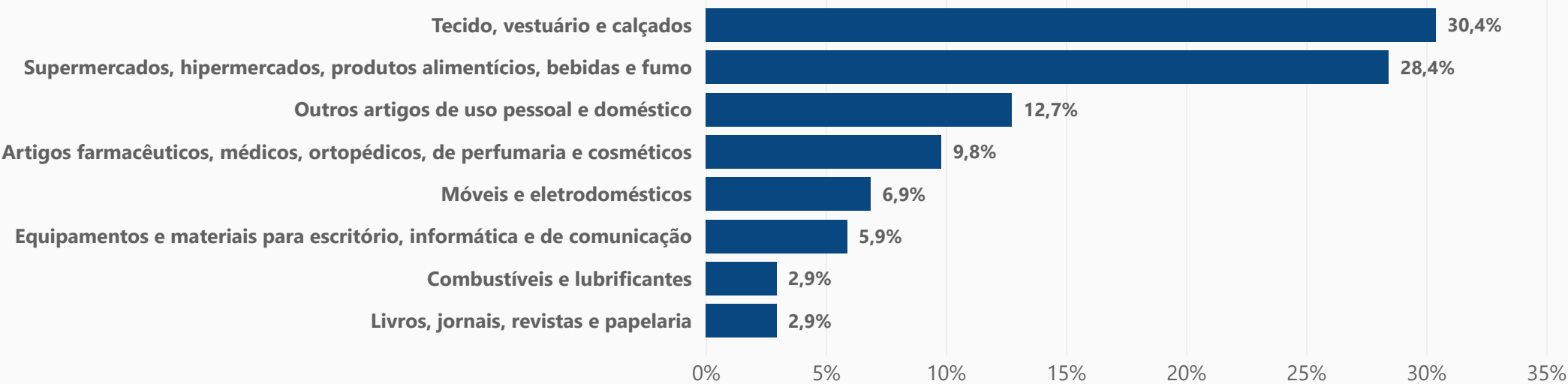
Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



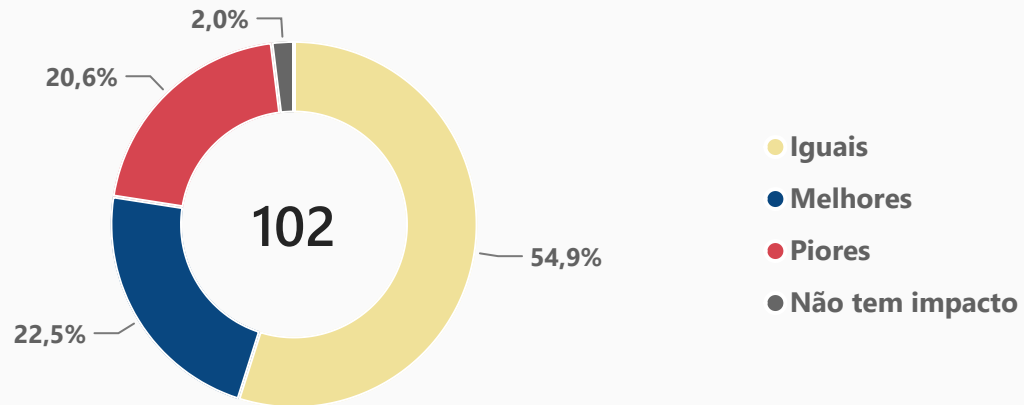
Quantos funcionários sua empresa tem?



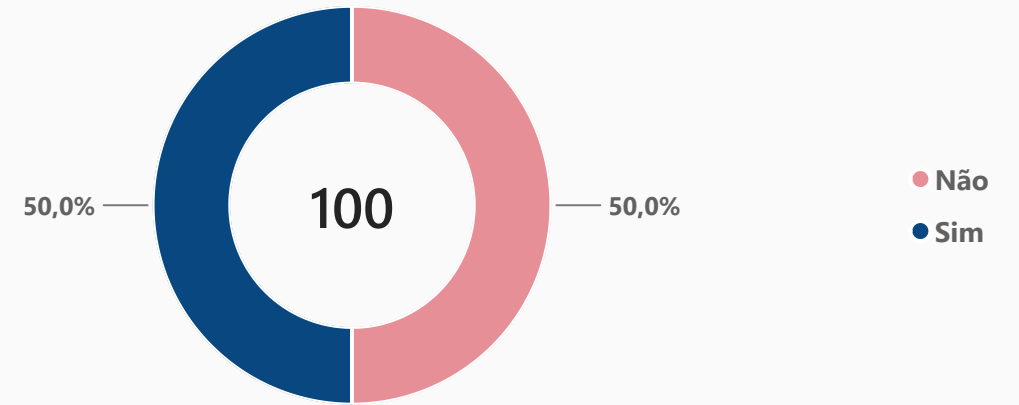
Segmento de atuação



Comparando o Dia das Crianças com respeito ao ano passado, acredita que as vendas foram:

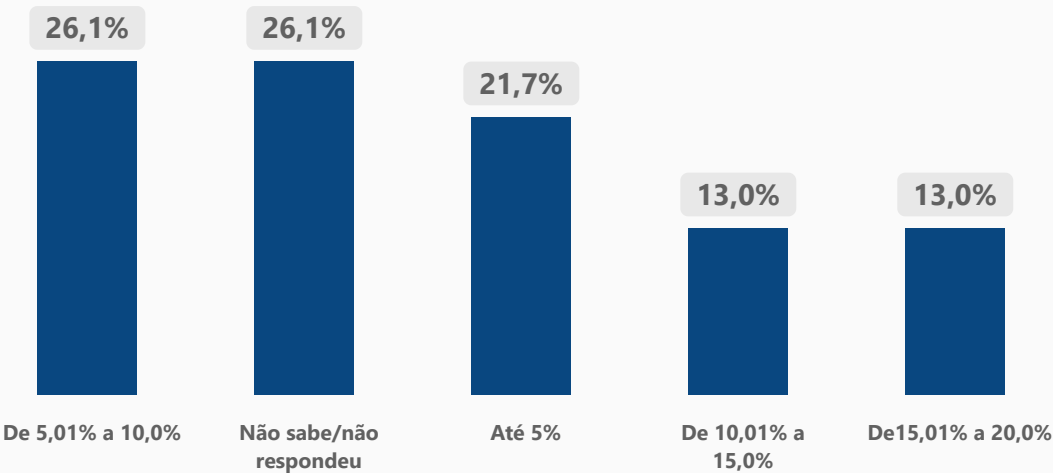


As vendas nesse Dia das Crianças atenderam suas expectativas?

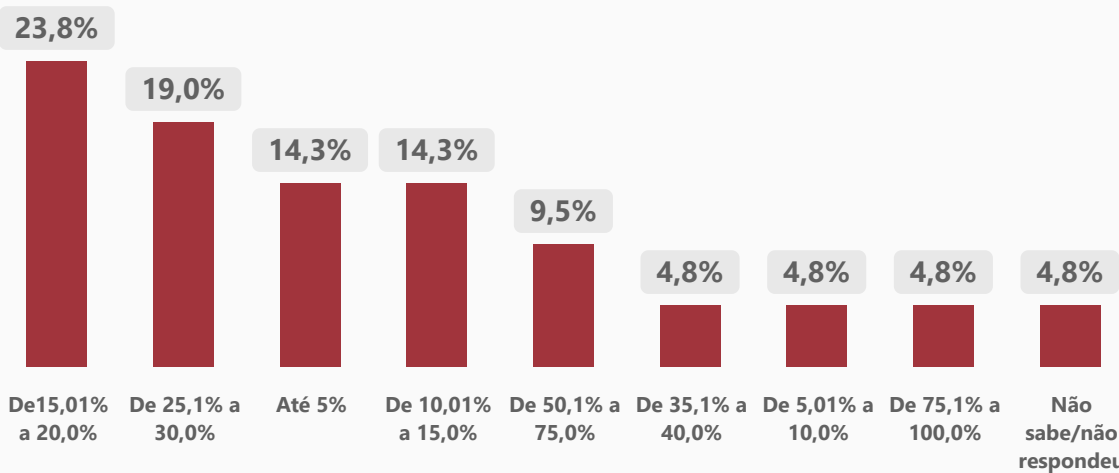


Para 54,9% dos entrevistados, as vendas permaneceram iguais às do ano anterior. As avaliações positivas (22,5%) superaram ligeiramente as negativas (20,6%). Quanto às expectativas, houve equilíbrio: 50,0% afirmaram que foram atendidas e 50,0% que não.

Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio (em relação às vendas do ano passado)? (Aumento)

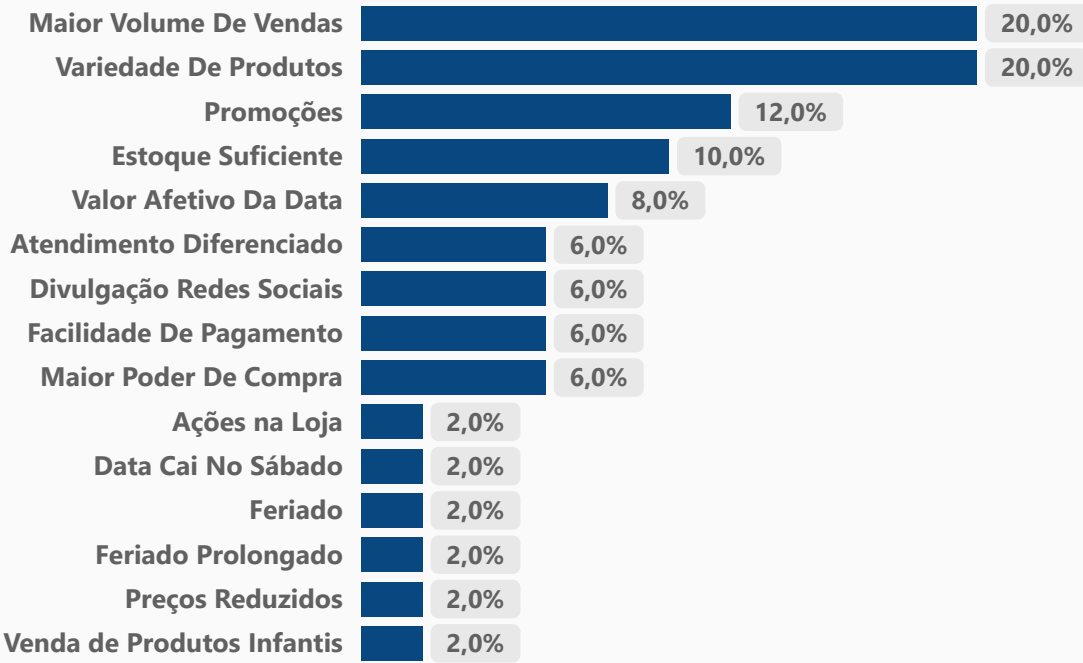


Qual foi o impacto percentual médio da data em seu comércio (em relação às vendas do ano passado)? (Redução)

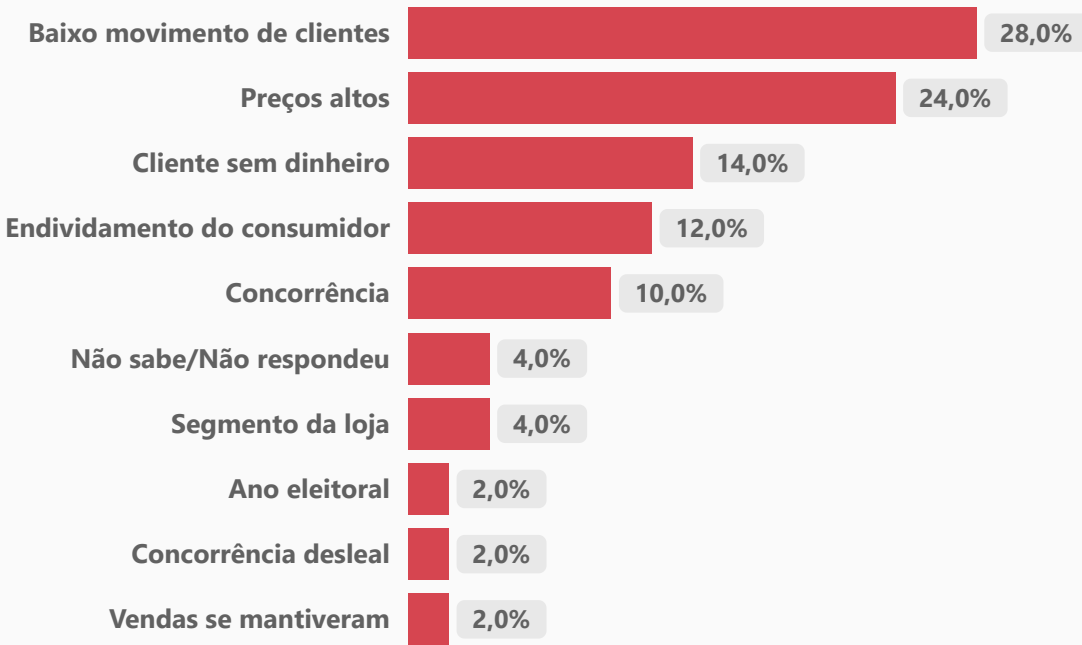


Entre os que registraram aumento nas vendas, a faixa de 5,01% a 10,0% foi a mais citada (26,1%), mesmo percentual dos que não souberam informar. Entre aqueles que apontaram redução, destacou-se a faixa de 15,01% a 20,0% (23,8%).

A quais motivos atribui o alcance das suas expectativas quanto às vendas?

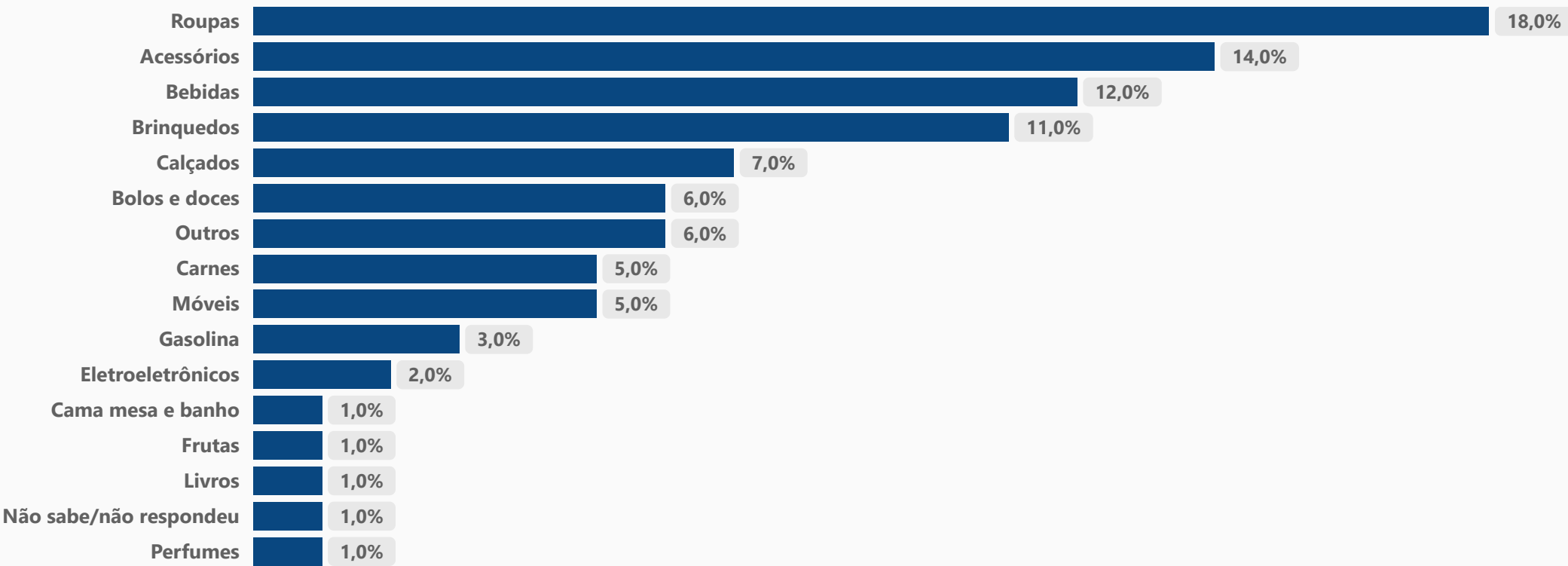


A quais motivos atribui o NÃO alcance das suas expectativas quanto às vendas?



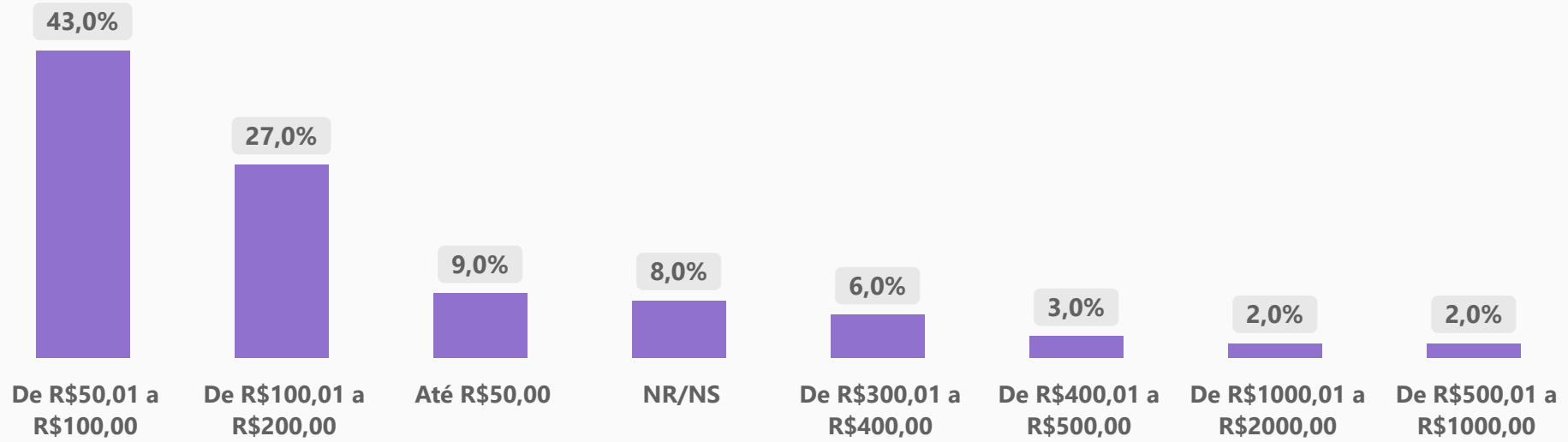
Entre os entrevistados que tiveram suas expectativas atendidas, maior volume de vendas e variedade de produtos foram os motivos mais citados, seguidos pelas promoções. Entre os que não alcançaram as expectativas, destacaram-se baixo movimento de clientes (28,0%), preços altos (24,0%) e falta de recursos dos clientes (14,0%)

Qual produto mais contribuiu para suas vendas no período que abrangeu o Dia das Crianças?



Roupas foram o produto mais citado (18,0%), seguidas por acessórios (14,0%), bebidas (12,0%) e brinquedos (11,0%). Os resultados mostram uma distribuição diversificada dos produtos que contribuíram para as vendas no período, o que se deve à amostra de empresas que possuem perfis diferentes dentro do comércio varejista.

Em média, qual foi o gasto médio realizado por cliente?



O gasto médio concentrou-se principalmente entre R\$ 50,01 e R\$ 100,00 (43,0%), seguido pela faixa de R\$ 100,01 a R\$ 200,00 (27,0%). Juntas, as duas faixas concentraram 70,0% das respostas.

Foram aplicados questionários (survey) por telefone a empresas de diversos 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. O levantamento foi realizado entre os dias 13 e 14 de outubro de 2026. Foram avaliadas 100 empresas que são impactadas pela data nas 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

Assistente de Pesquisa: Pedro Henrique Mendes Costa

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Ellen de Abreu Dutra e Pedro Augusto Borges Xavier

**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