

# Expectativa de Vendas NAMORADOS 2025



CNC · Fecomércio MG · Sesc · Senac · Sindicatos  
Empresariais

---

Sistema Comércio

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. Neste ano, a data será comemorada em uma quarta-feira.

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 esta pesquisa 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.

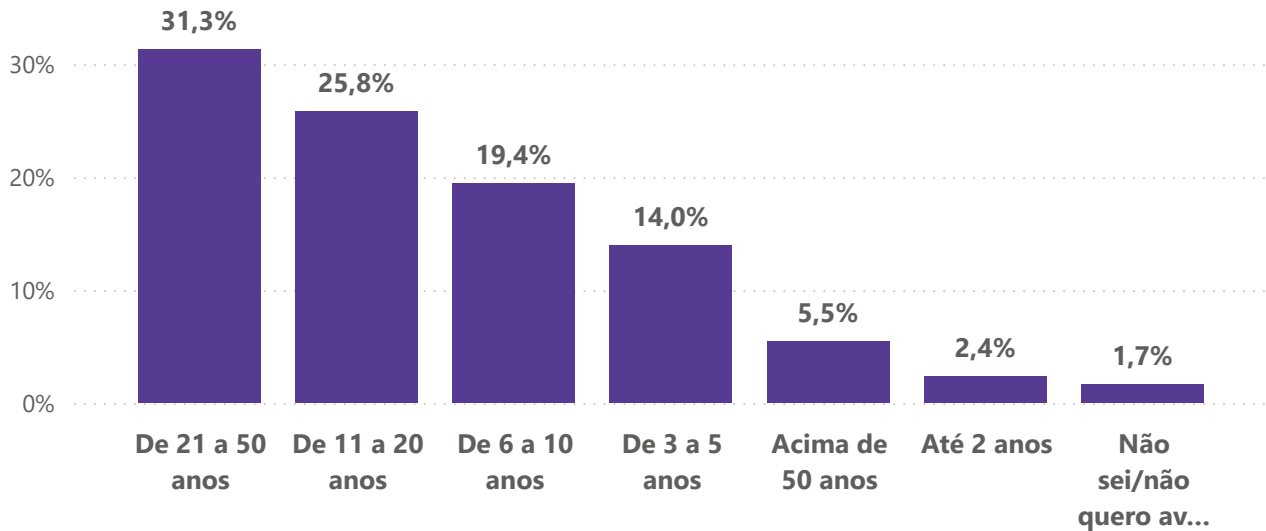
## **O período que envolve o Dia dos Namorados influencia as vendas de 67,8% das empresas do comércio varejista de Minas Gerais**

Entre as empresas impactadas pela data, 45,4% tem expectativa de vendas melhores que no ano passado, 15,8% esperam resultados piores e 38,7% aguardam resultados iguais.

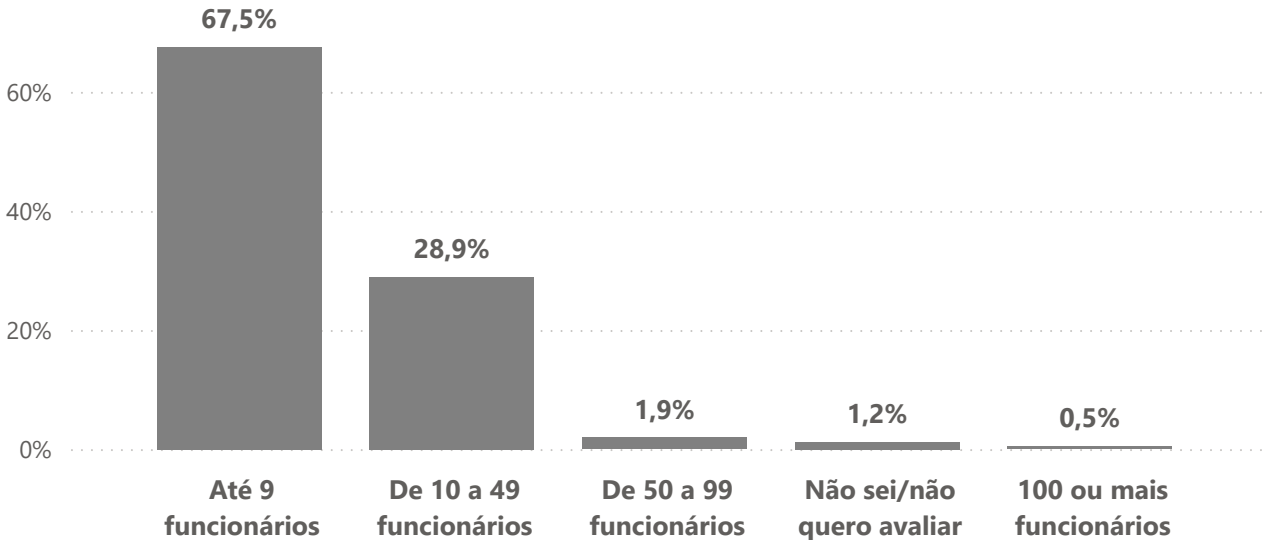
Os motivos com maior percentual de aderência das empresas para justificar suas expectativas positivas são: Otimismo/Esperança (44,2%) e o valor afetivo da data (38,8%) e ações promocionais (20,9%). Já os motivos para aquelas com expectativa de resultados piores, se destacam o crise econômica (40,0%), consumidor mais cauteloso (26,7%).

Para melhorar as vendas no período, 84,6% dos empresários impactados pretendem realizar divulgações para atrair o consumidor, especialmente através do Instagram e Whatsapp. Ainda, 81,1% já encontram-se com o estoque abastecido.

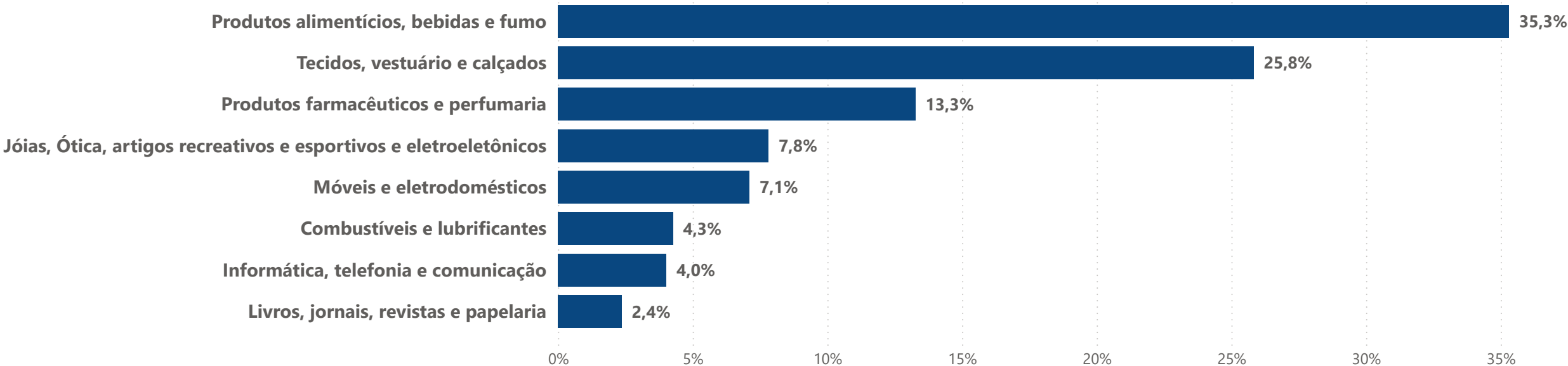
Há quanto tempo a sua empresa atua no mercado?



Quantos funcionários tem na sua empresa?



Segmento



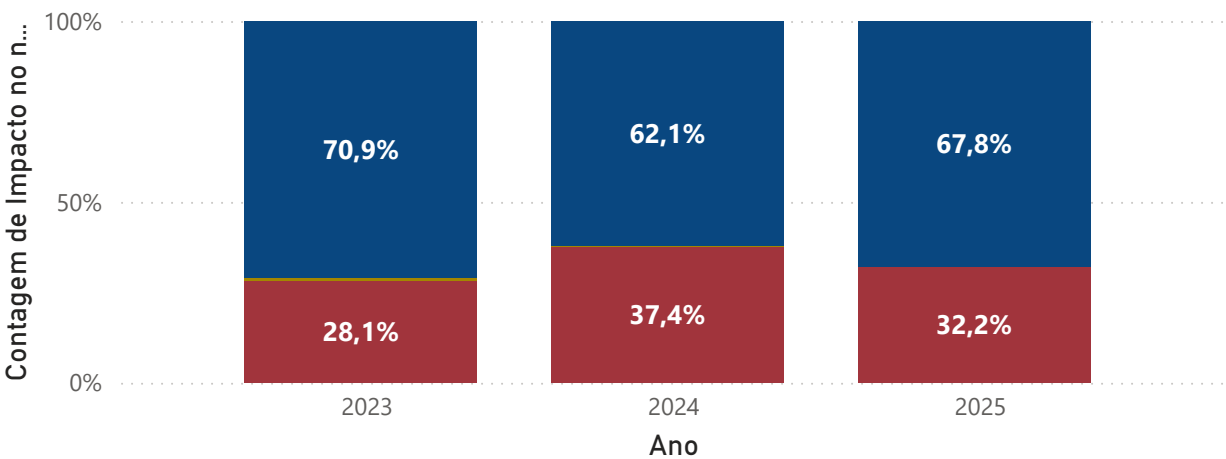
# Impacto do Dia dos Namorados

2025



## Impacto no negócio

● Não ● Não souberam avaliar ● Sim

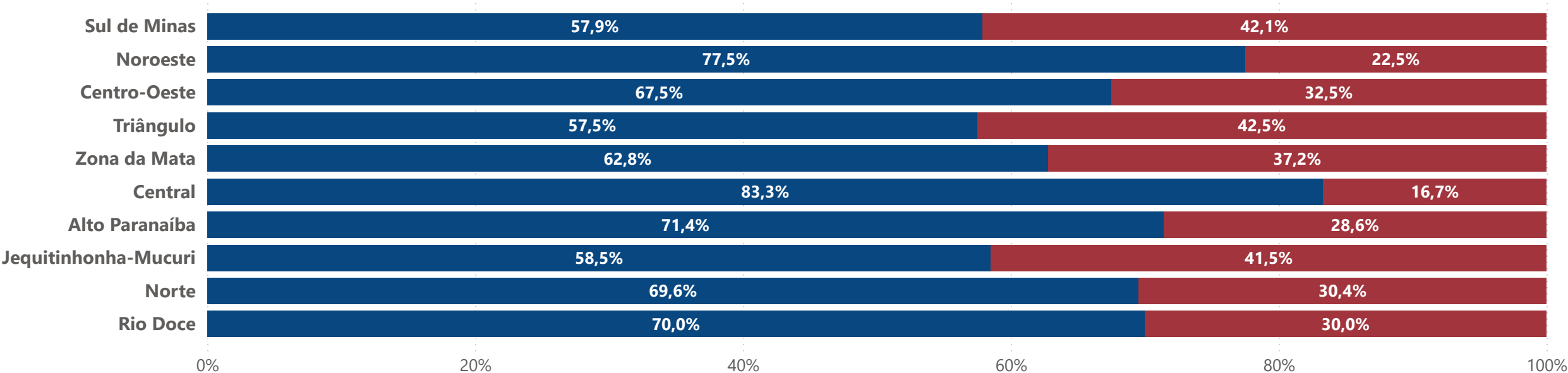


A data do Dia dos Namorados influencia de alguma forma as vendas de 67,8% do Comércio Varejista.

Em todas as amostras das regiões, pelo menos 57,9% das empresas são impactadas pela data.

## Impacto no negócio por região

Impacto no negócio ● Sim ● Não

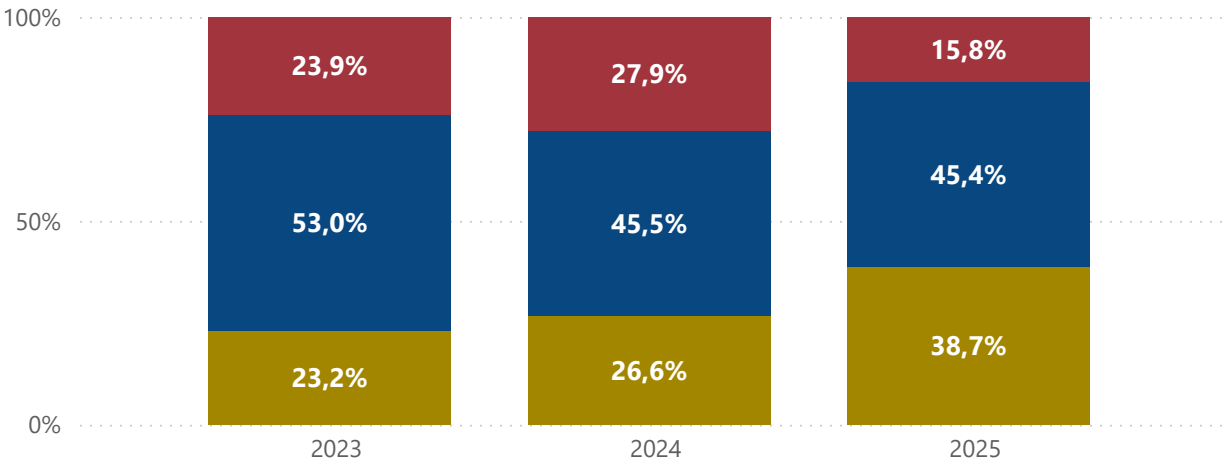


# Expectativa de vendas

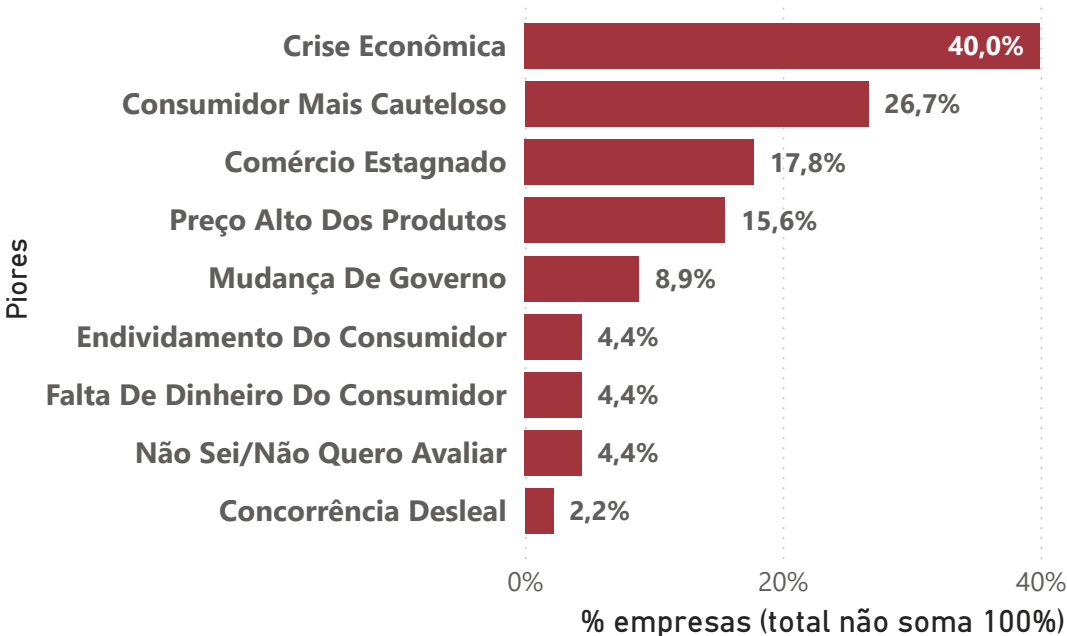
2025

As vendas para o Dia dos Namorados em relação ao ano passado serão:

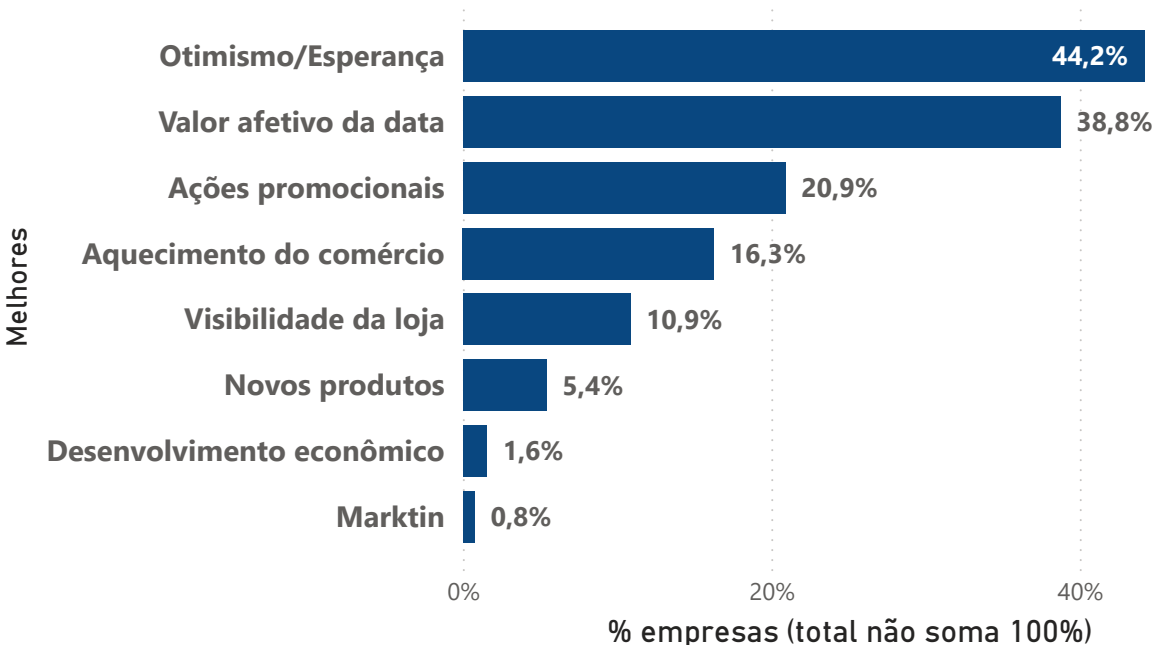
Iguais Melhores Piores



Se PIORES, por qual motivo?



Se MELHORES, por qual motivo?

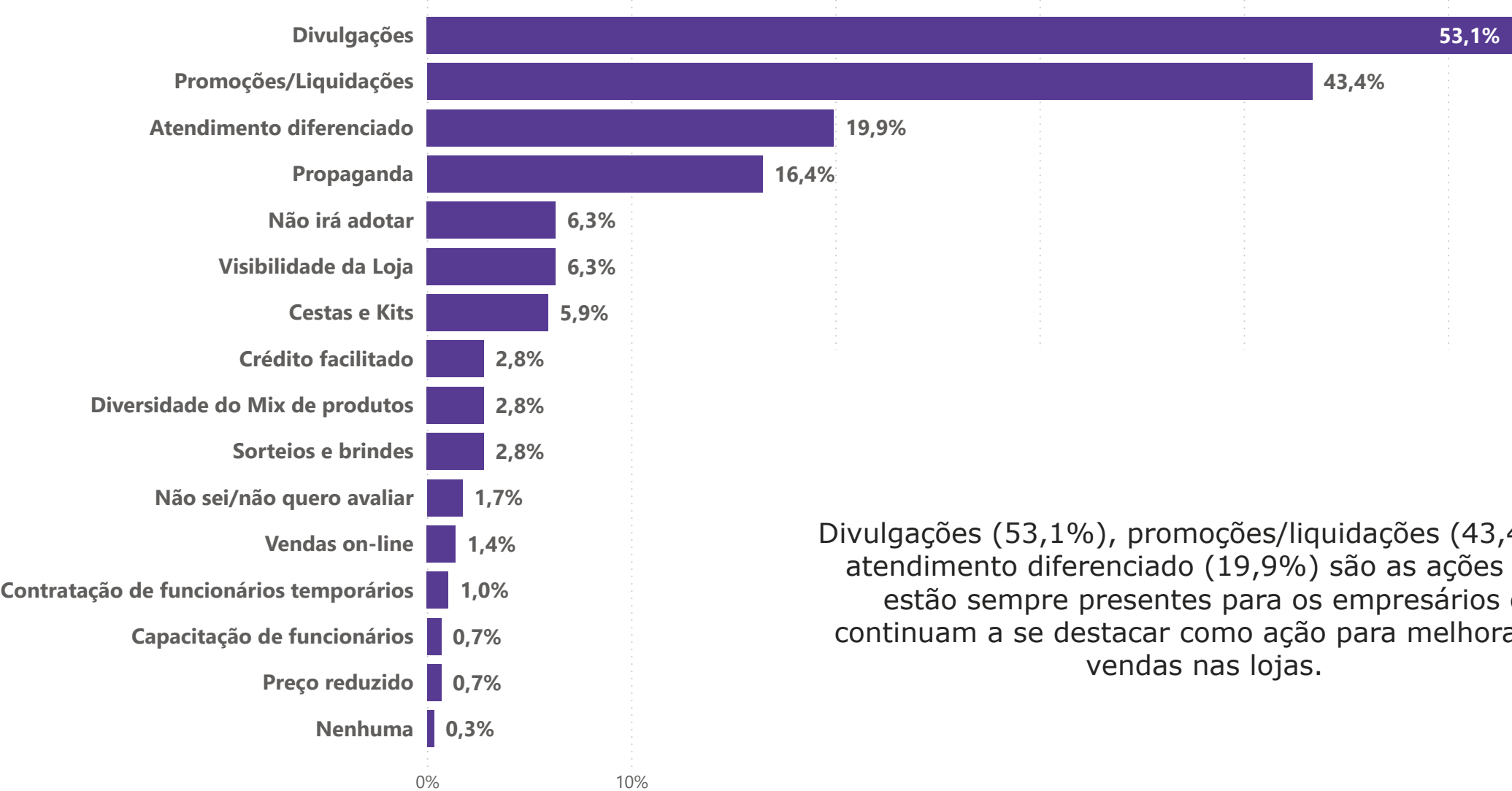


A expectativa esse ano é que, para grande parte dos empresários impactados (45,4%), as vendas sejam melhores em relação ao ano anterior.

Os motivos para expectativas de resultados melhores mais indicados pelos empresários foram otimismo/esperança (44,2%), valor afetivo da data (38,8%) e ações promocionais (20,9%).

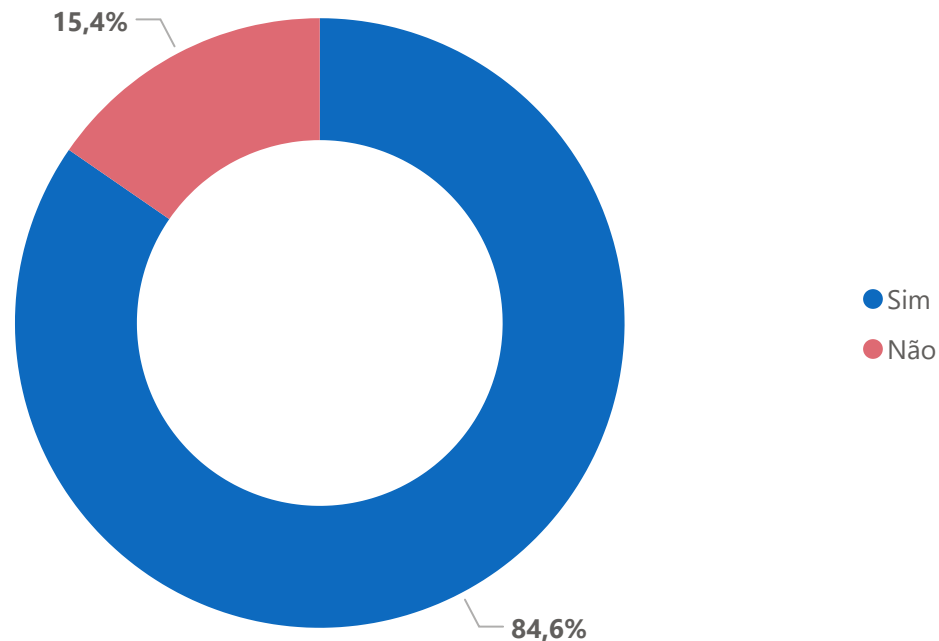
Já para aqueles com expectativa de piores resultados nas vendas, se destacam a crise econômica (40,0%), consumidor mais cauteloso (26,7%) e comércio estagnado (17,8%).

Quais ações a loja irá adotar para melhorar as vendas no período?

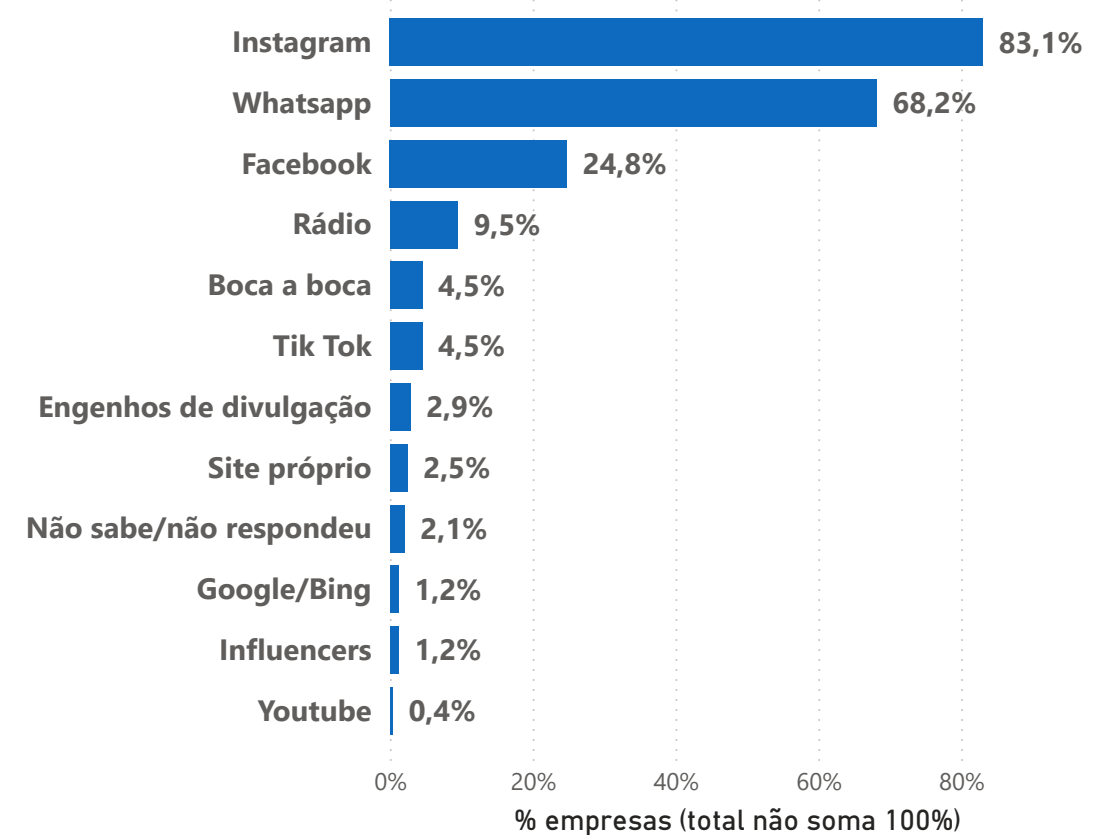


Divulgações (53,1%), promoções/liquidações (43,4%) e atendimento diferenciado (19,9%) são as ações que estão sempre presentes para os empresários e continuam a se destacar como ação para melhora das vendas nas lojas.

Irá realizar divulgações para a data??



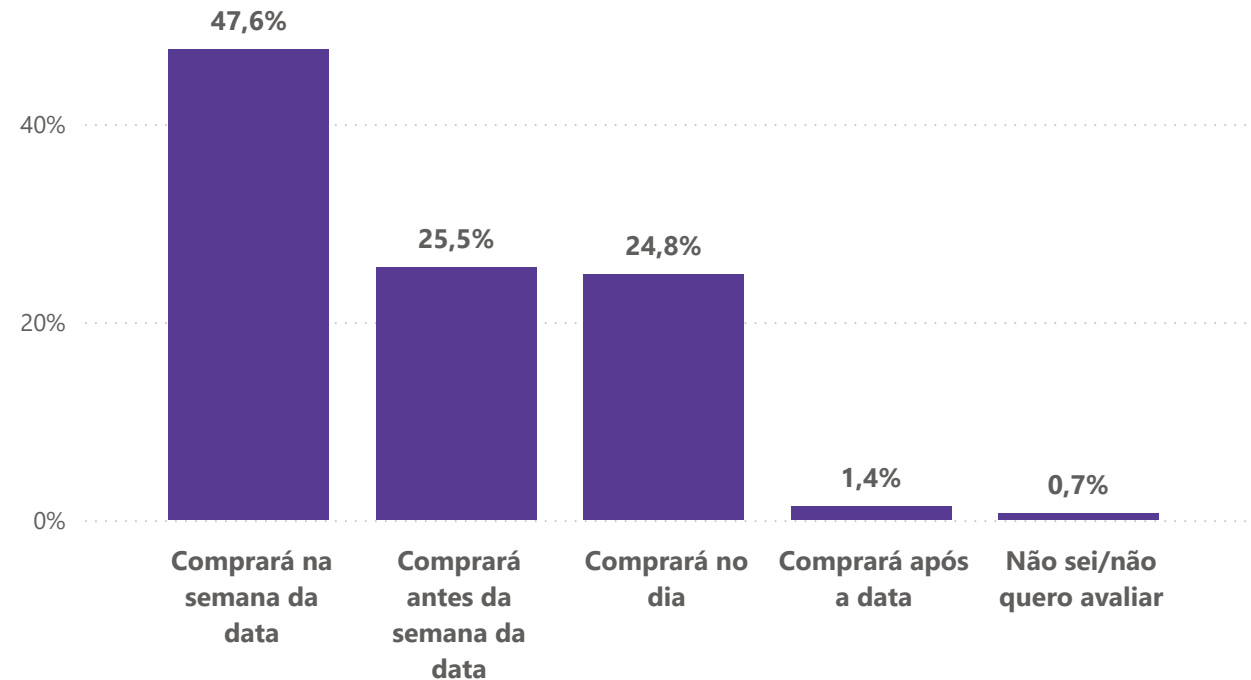
Quais os meios de divulgação irá realizar?



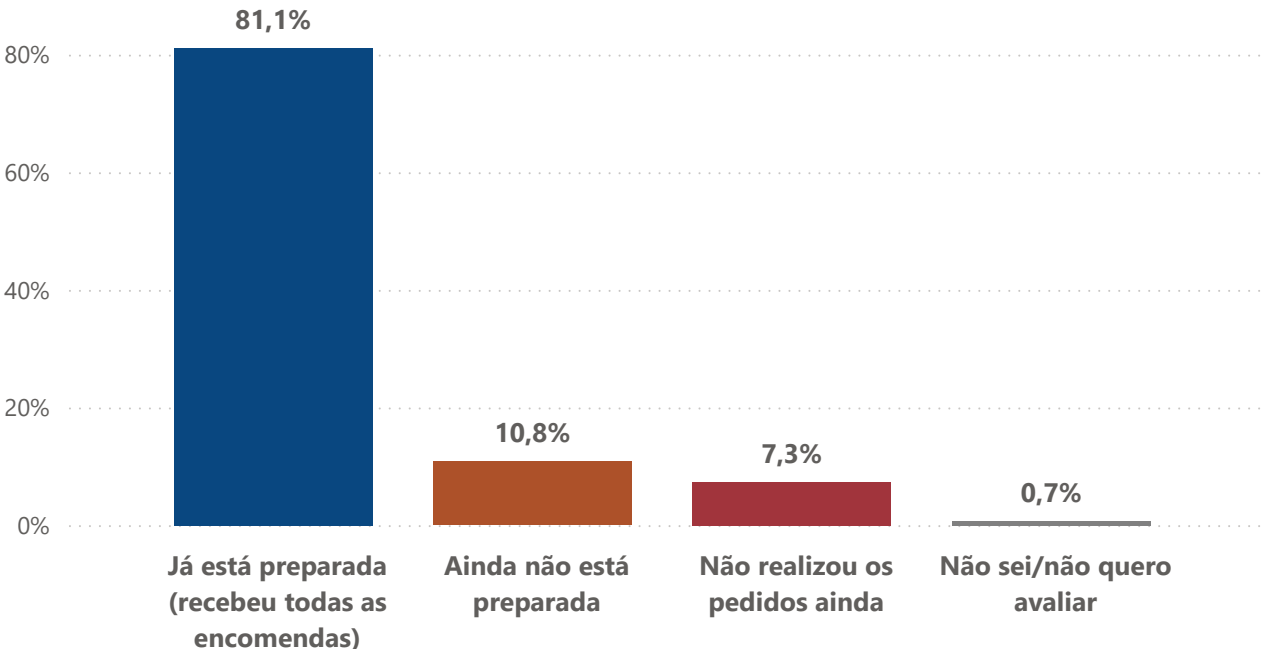
Quando perguntados exclusivamente sobre as divulgações, 84,6% dos entrevistados impactados disseram que aplicarão a estratégia para alavancar as vendas do período, esse ano.

O Instagram (83,1%), Whatsapp (68,2%) e Facebook (24,8%) são os canais de divulgação com maior aderência por parte dos empresários.

Quando o consumidor irá realizar as compras da data?



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

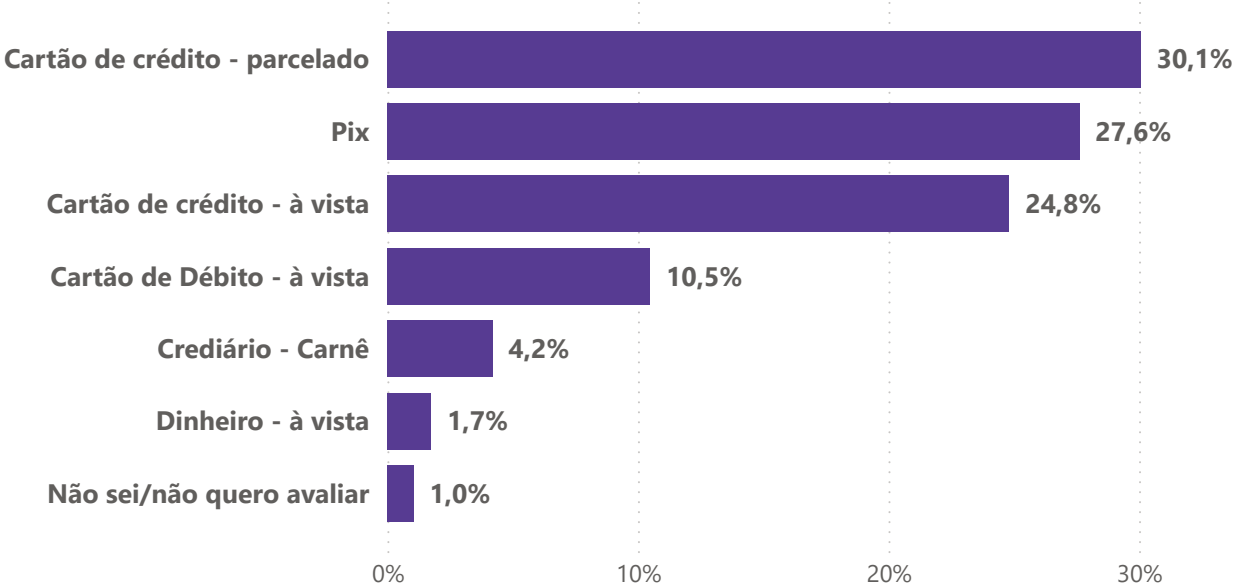


Grande parte das empresas que são impactadas pela data (47,6%) espera que seus clientes compareçam mais na semana do Dia dos Namorados para realizar as compras.

Em relação aos estoques, 81,1% já recebeu todas as encomendas e encontram-se preparadas para o período de vendas da data.

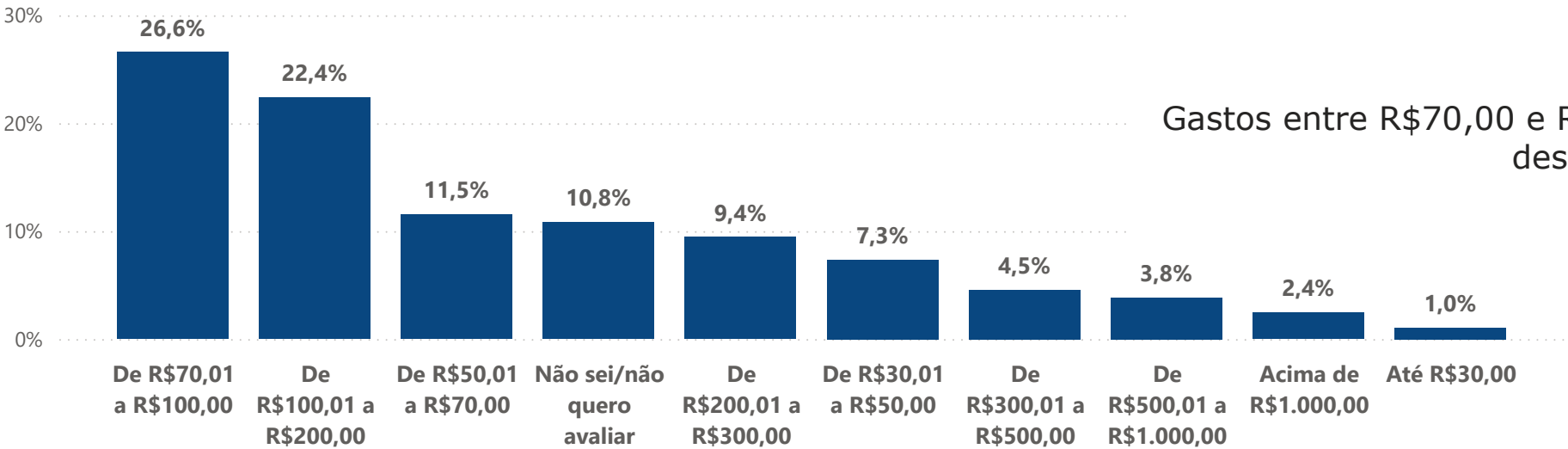


Qual a forma de pagamento deverá sobressair nas compras para o Dia dos Namorados?



A forma de pagamento mais esperada para o período é o cartão de crédito, seja ele parcelado ou à vista (64,9%). Em seguida, aparece o pix com 27,6%.

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



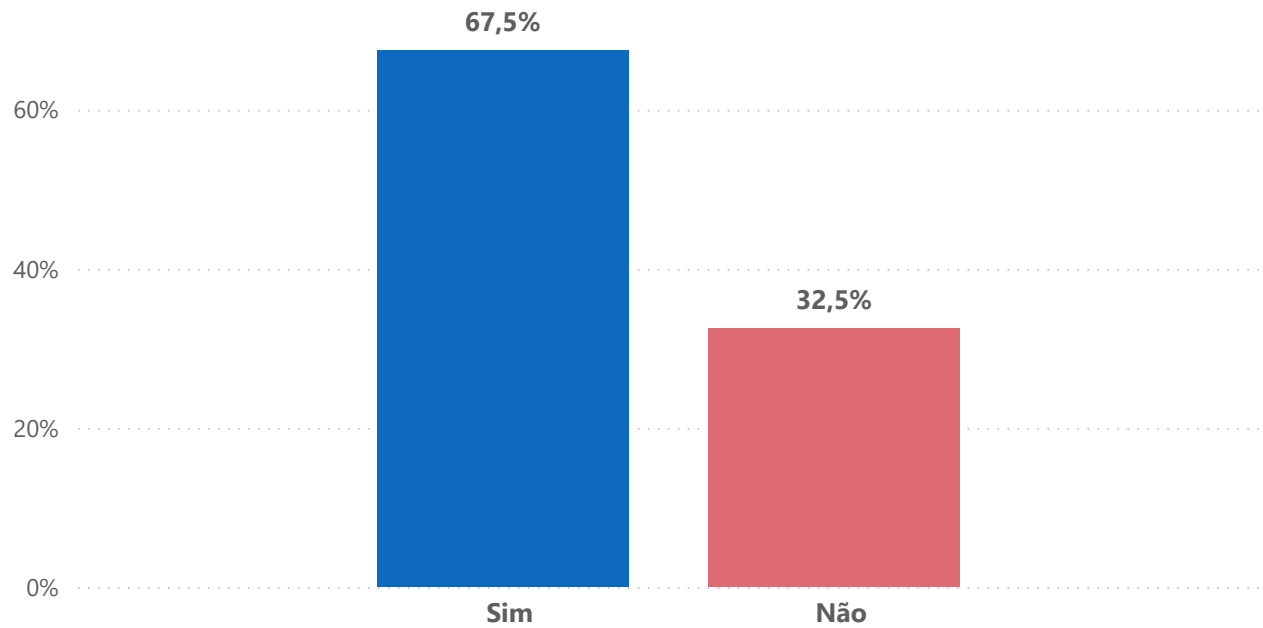
Gastos entre R\$70,00 e R\$200,00, são esperados por 49,0% dessas empresas.

## Perfil de compras

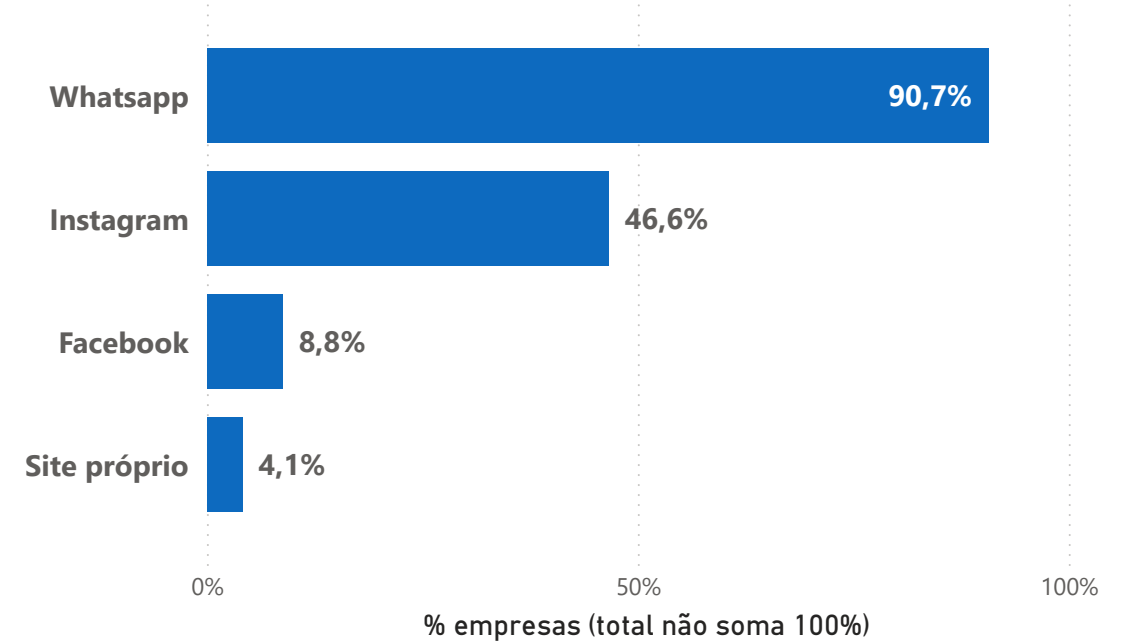
2025



Realiza vendas on-line?



Quais os canais de vendas online utilizados?



As vendas online são praticadas por 67,5 dos entrevistados impactados pelo da do Dia dos Namorados.

Entre os que realizam vendas on-line, o principal canal para as vendas on-line é o Whatsapp, sendo utilizado por 90,7%.

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista do estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 08 e 19 de maio de 2025. Foram avaliadas 422 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@fecomercomg.org.br](mailto:economia@fecomercomg.org.br) | [www.fecomercomg.org.br](http://www.fecomercomg.org.br)



Sindicatos  
Empresariais



Sistema Comércio