

Expectativas de vendas Natal 2025

Pesquisa e Inteligência | Fecomércio MG

Fecomércio MG

Sindicatos
Empresariais

Sesc

Senac

Sistema Comércio

O Natal é a melhor data de vendas para o comércio varejista. É um período de confraternizações, mundialmente comemorado com trocas de presentes. Levados pelo apelo emocional da data, os consumidores são envolvidos por um clima festivo e de convívio, criando um momento positivo e de grandes expectativas. A data tem como característica a multiplicação de efeitos, pois movimenta diversas cadeias produtivas, cabendo a cada uma oportunizar o seu negócio.

O Núcleo 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 Natal.



O Natal faz com que 52,0% do comércio varejista tenha expectativa de melhores vendas

A data impacta 89,0% do comércio varejista do estado. Neste ano, 52,0% dos empresários esperam melhores resultados frente ao ano passado. Ainda, 19,2% esperam resultados iguais a 2024, em que 56,3% desses disseram ter ficado satisfeitos e 40,0% insatisfeitos. Entre os diversos motivos apresentados para as expectativas de melhora nas vendas, os que mais se destacam são expectativa/confiança, valor afetivo da data e aquecimento do comércio.

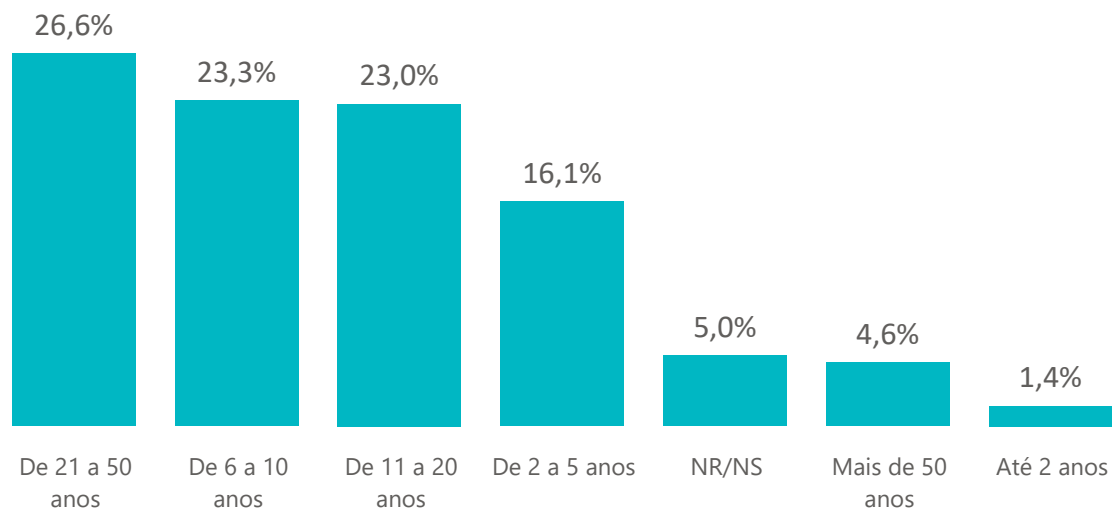
Contando com a preparação para a data, 23,5% já receberam todas as encomendas e 50,4% já fizeram os pedidos e apenas estão aguardando-os chegar. A expectativa de 37,1% dos empresários é que a maior movimentação se dê às vésperas da data, na segunda quinzena de dezembro. Nesse período, o pagamento que vai se destacar é o crédito parcelado. Os produtos para compras em lojas físicas que devem ter mais saída de acordo os segmentos abordados na pesquisa são: roupas, carnes, produtos alimentícios e acessórios, nesta ordem, enquanto nas vendas on-line roupas aparecem em primeiro lugar, seguido de acessórios e calçados.

Perfil das empresas

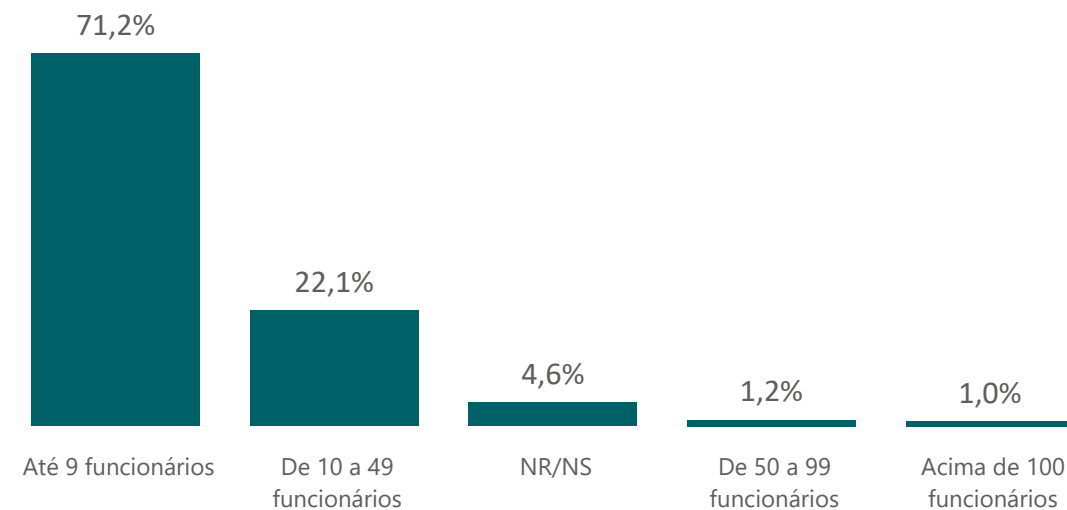
2025



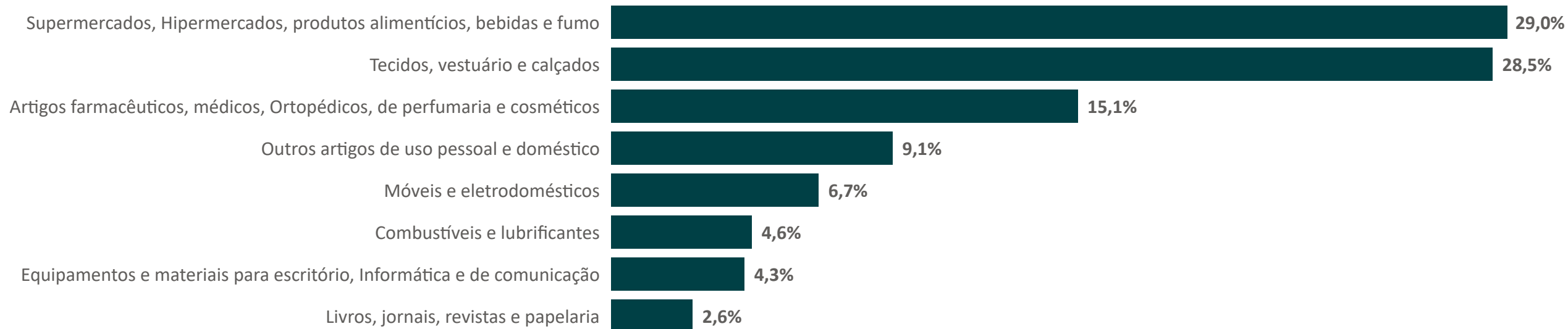
Tempo de atuação da empresa



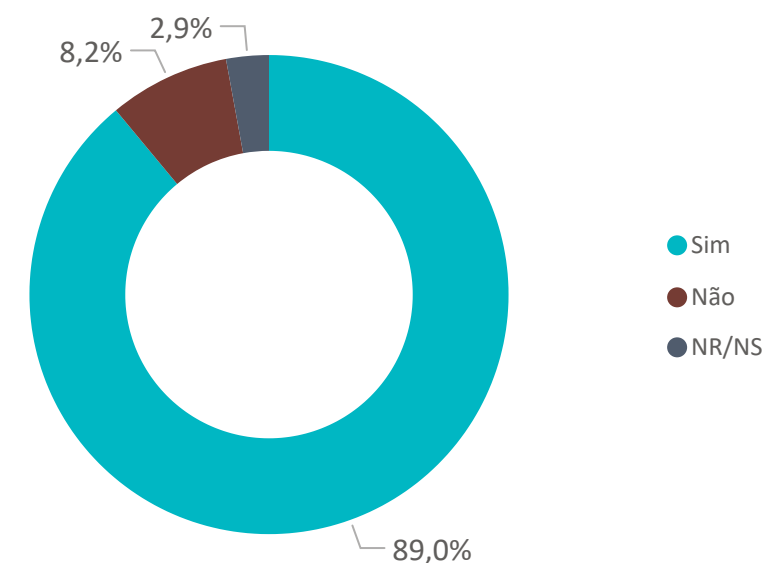
Número de funcionários



Segmento de atuação da empresa



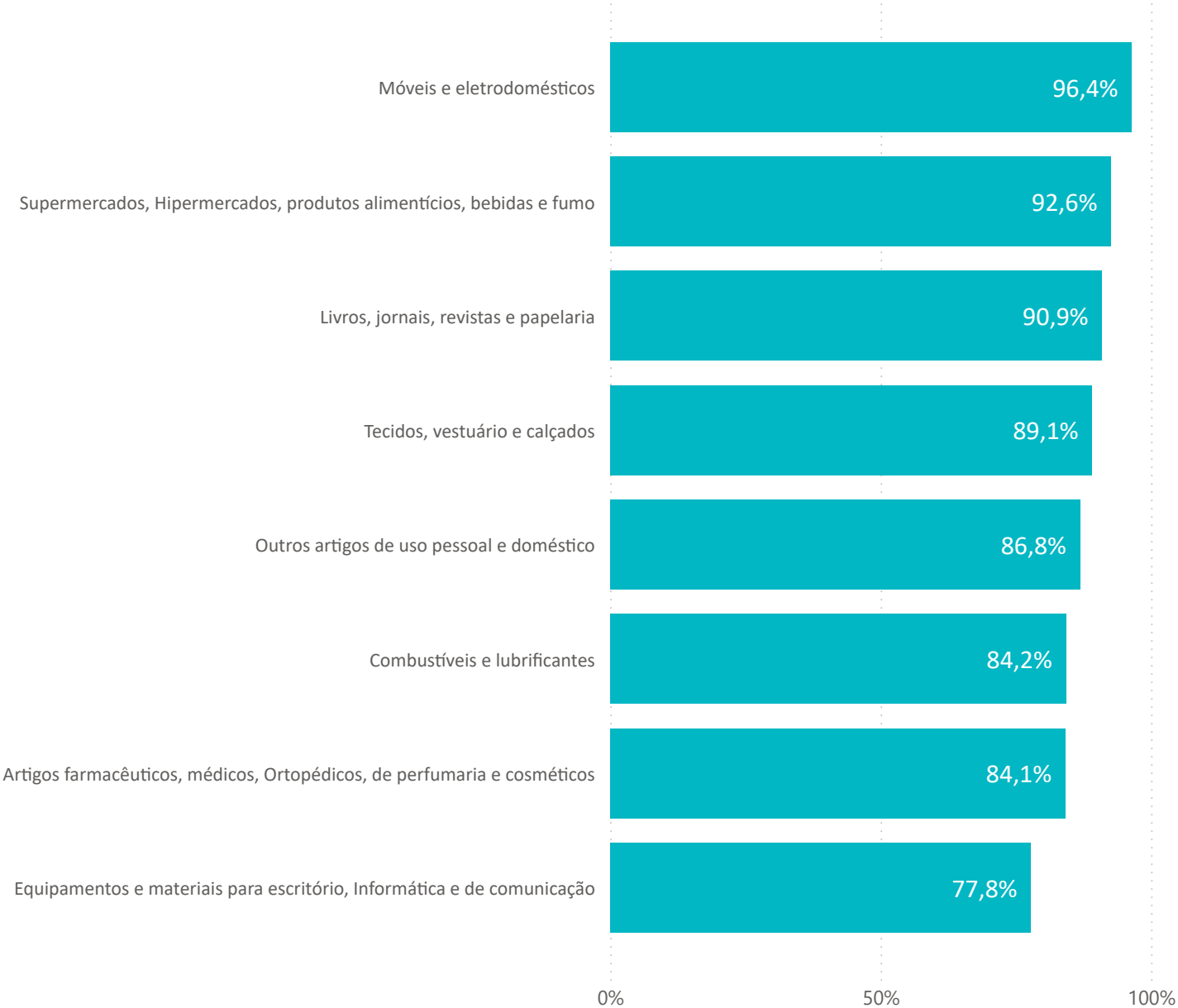
A data gera impacto no seu negócio?



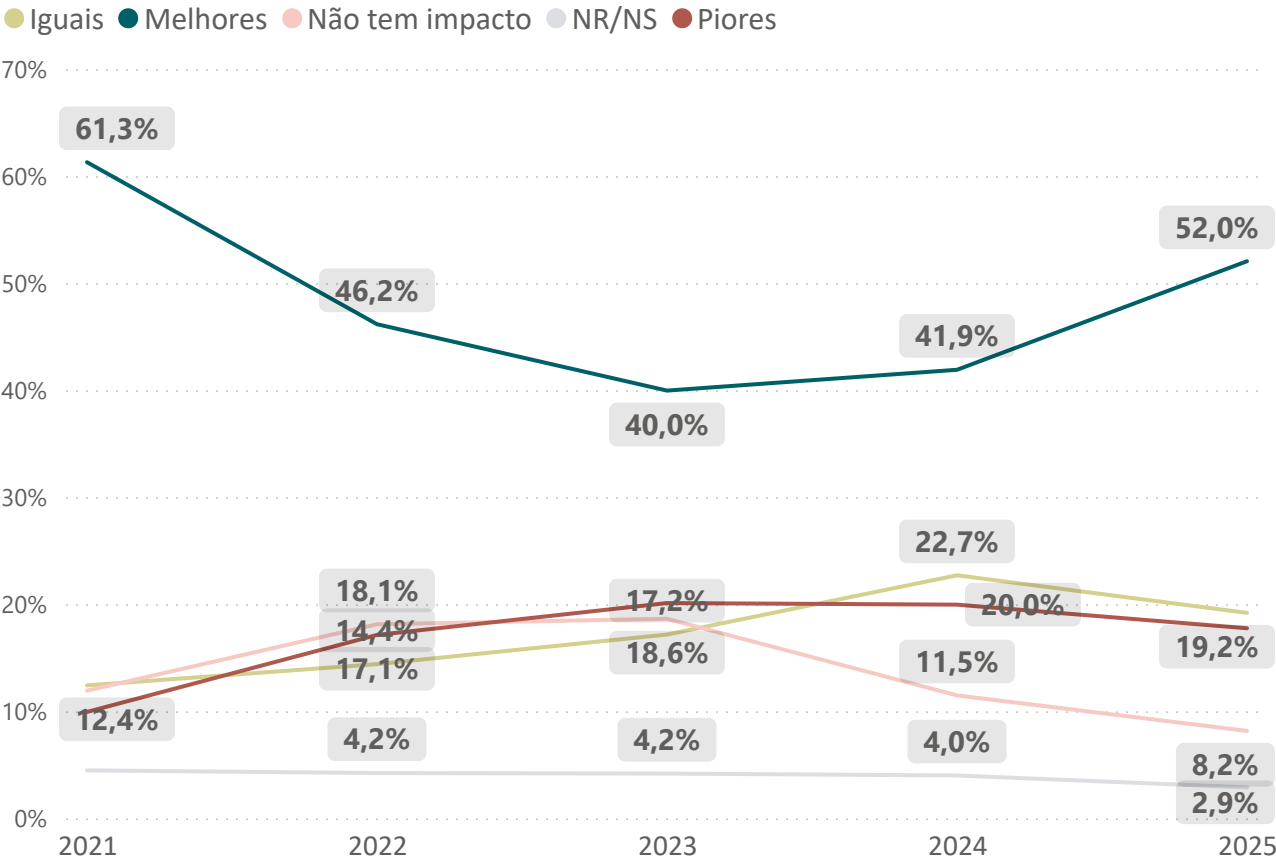
O Natal, sendo a data comemorativa com maior relevância para o ano, impacta 89,0% do comércio de Minas Gerais.

De forma a avaliar, dos entrevistados por segmento, aqueles que são impactados, seja positivamente ou negativamente pela data, observa-se que todos apresentados apresentam pelo menos 77,8% de afirmações de impacto.

Percentual de empresas com impacto da data por segmento

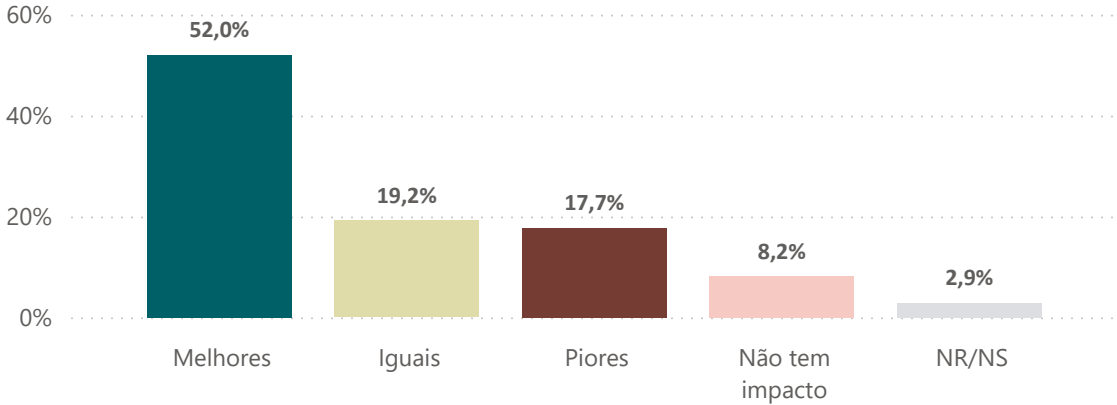


Histórico da expectativa de vendas em relação ao ano anterior

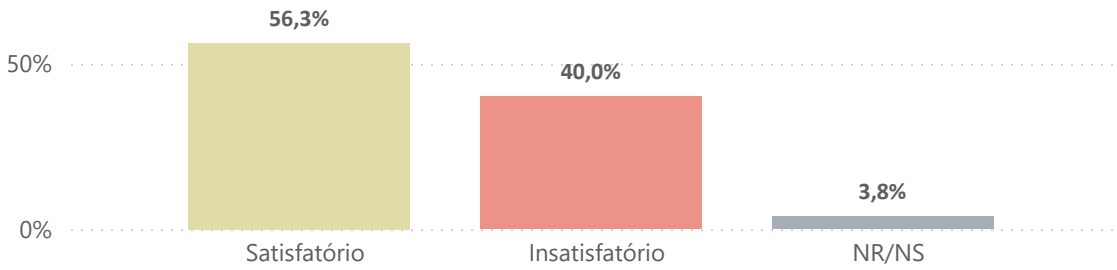


O percentual de empresários que esperam melhora das vendas de natal em relação ao ano passado, aumentou, passando de 41,9% para 52,0%.

Expectativa para as vendas em relação ao ano passado dentre as empresas impactadas pela data



Se IGUAIS, como foram seus resultados?



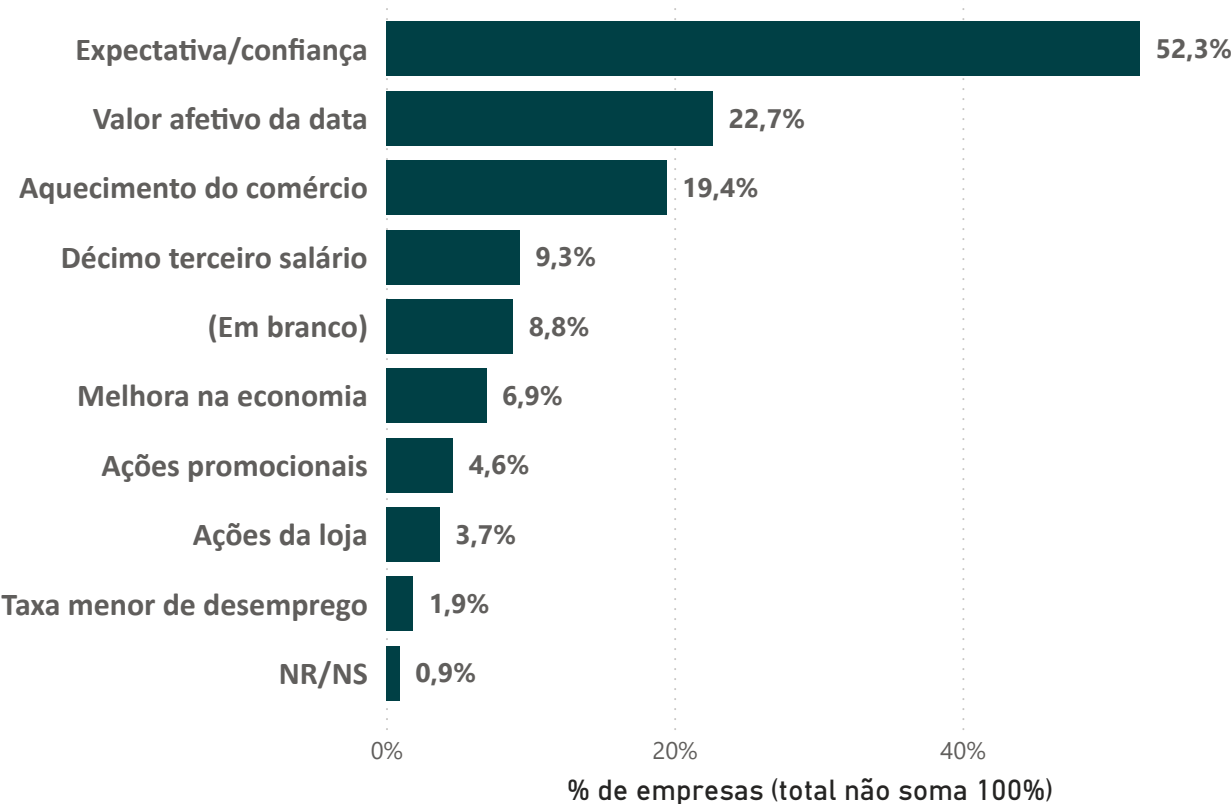
Nesse ano, 52,0% esperam melhores resultados frente ao ano passado e 17,7% piores. Ainda, 19,2% esperam resultados iguais, dos quais consideram que no ano passado, esses resultados foram satisfatórios para 56,3% e 40% disseram ter sido insatisfatórios.

Expectativa de vendas

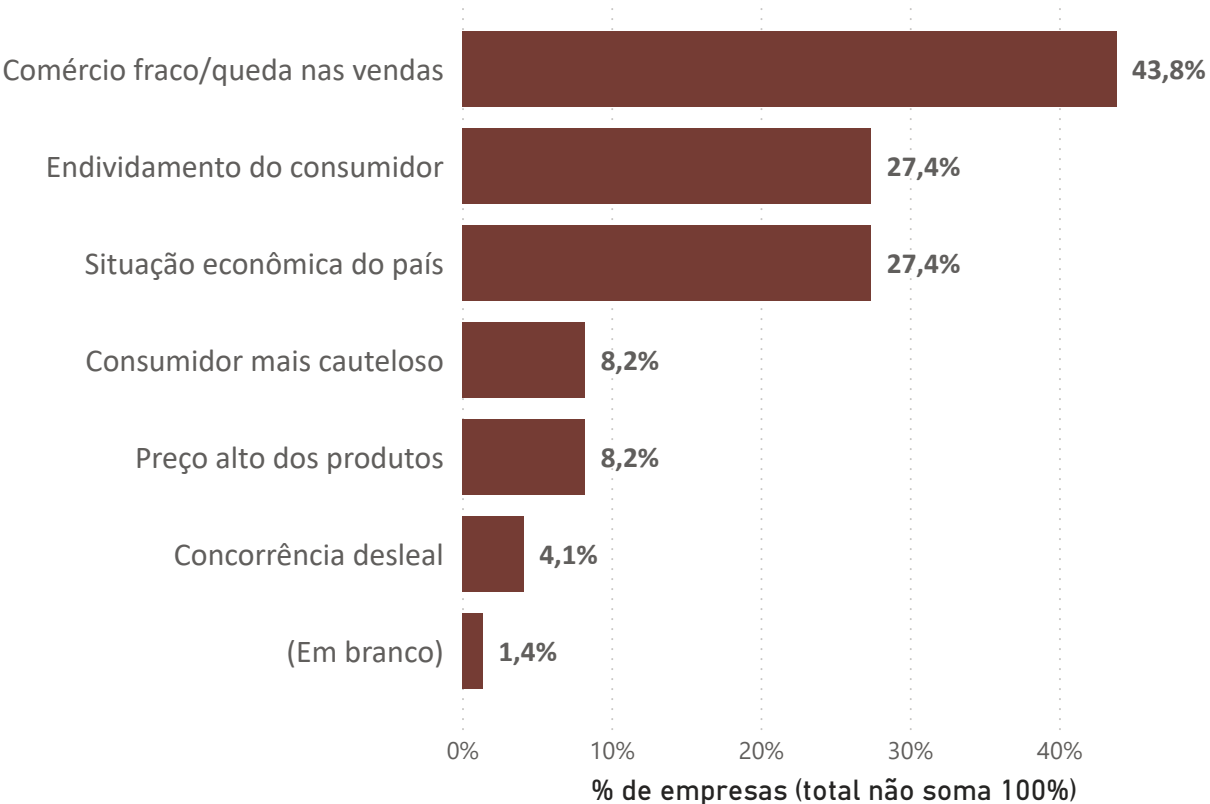
2025



Motivo para vendas melhores



Motivo para vendas piores



Dos motivos apresentados para a expectativa de melhores resultados, tem-se que a expectativa/confiança e o valor afetivo da data e aquecimento do comércio são os que mais se destacam.

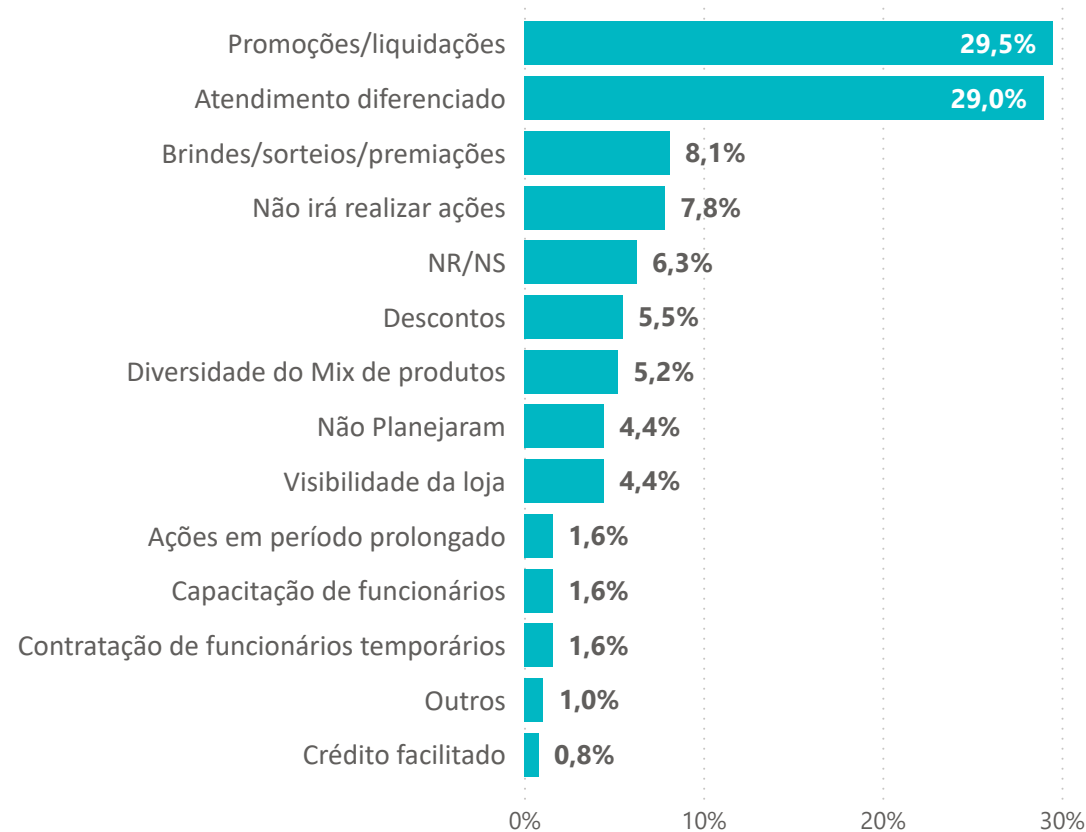
Já para os motivos que influenciam em expectativa de piores resultados, se opondo ao positivismo, há o comércio fraco/queda nas vendas, endividamento do consumidor e situação econômica do país.

Ações para o período

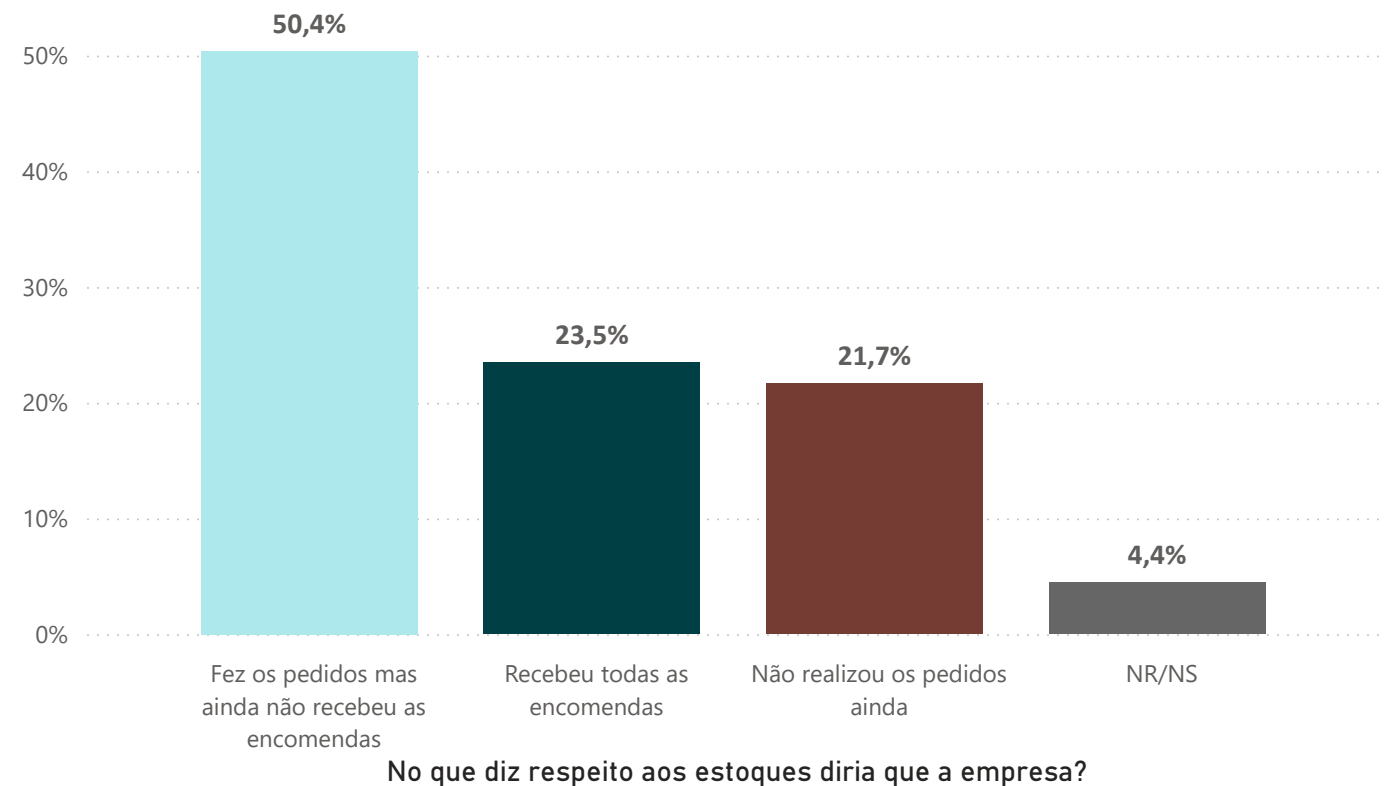
2025



Medidas para alavancar as vendas no período



Em relação aos estoques, a empresa:



Com o intuito de melhorar os resultados esperados para o período, as propagandas e promoções/liquidações se destacam, com adesão de 29,5% dos comerciantes impactados pela data e 29,0% apostarão no atendimento diferenciado. Há ainda 7,8% que não irão realizar ações.

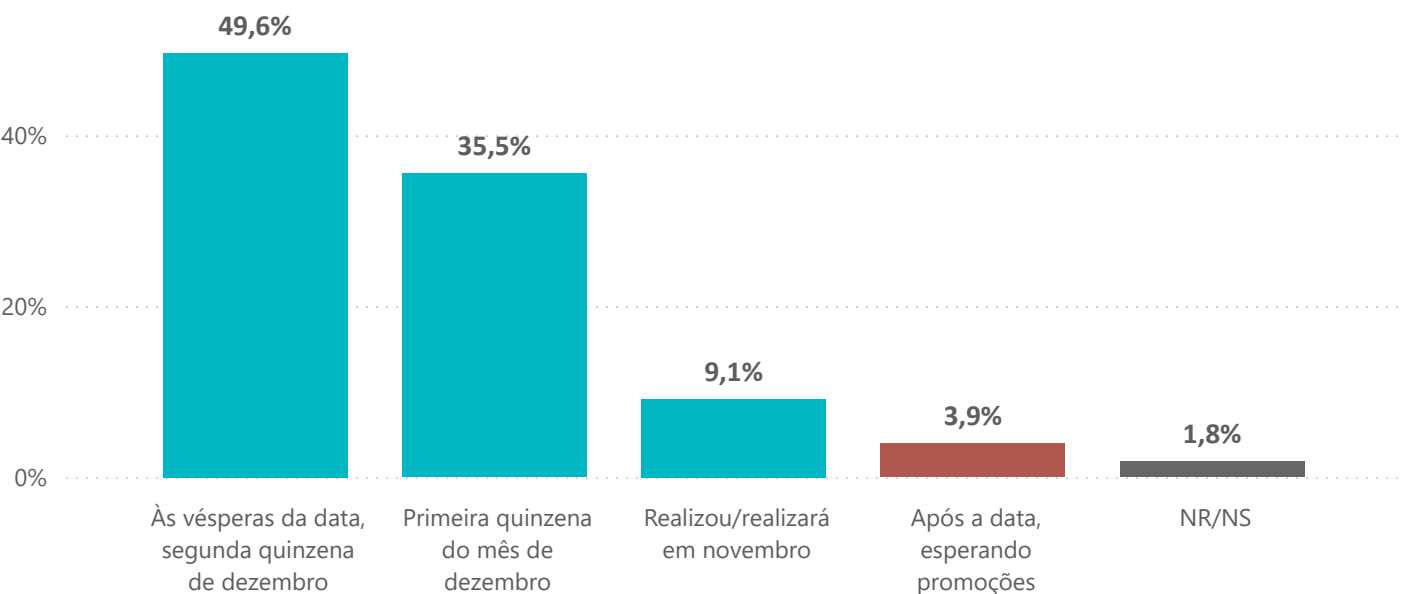
Aproximadamente metade (50,4%) dos empresários já fizeram os pedidos, mas ainda não receberam as encomendas e 23,5% estão preparados para as vendas da data e já receberam todas as encomendas.

Perfil das compras

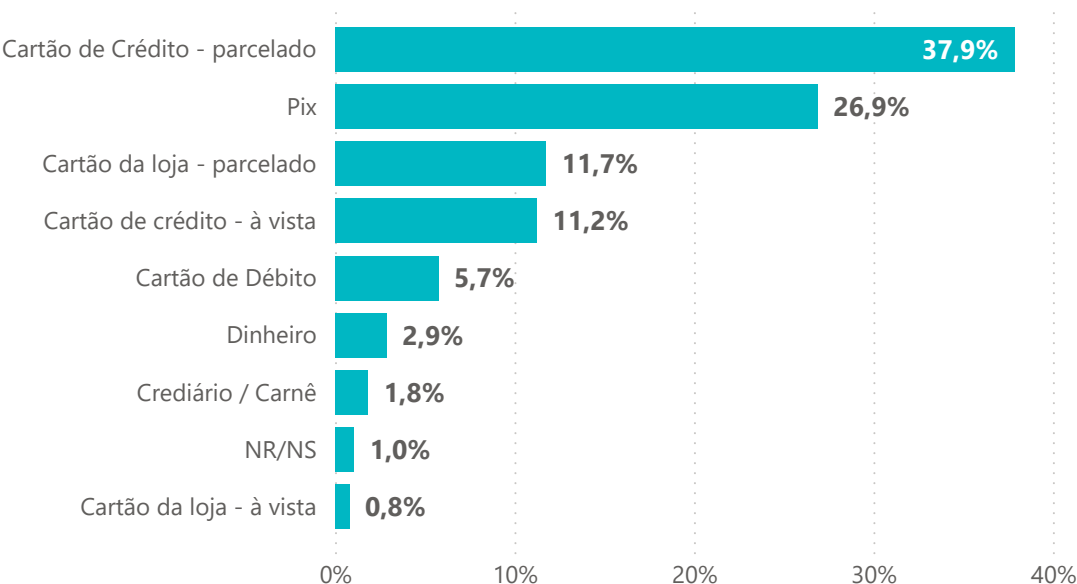
2025



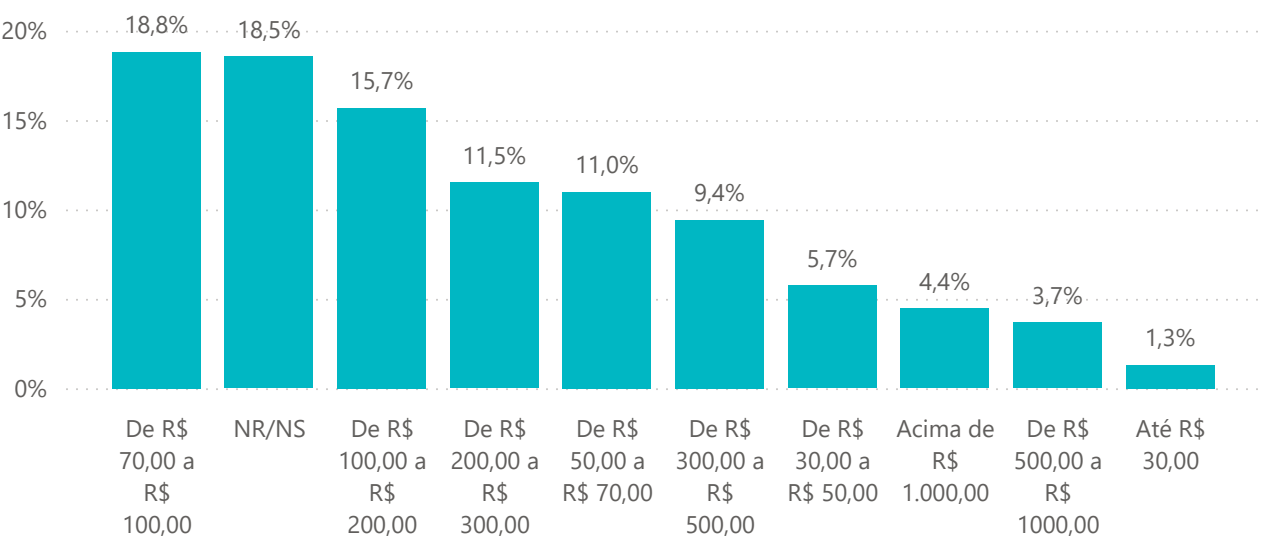
Quando o consumidor irá às compras?



Forma de pagamento mais esperada



Gasto médio esperado por consumidor

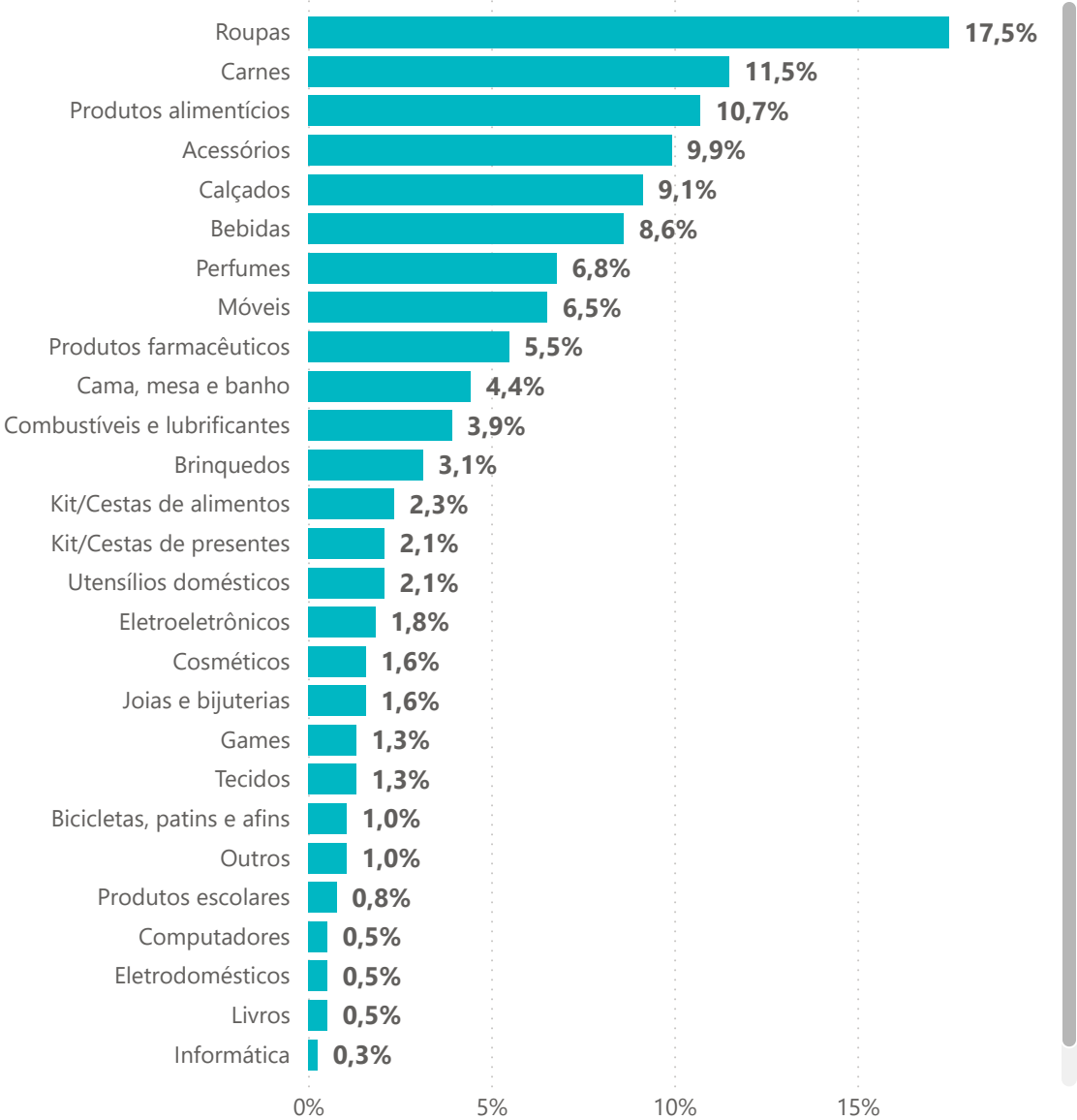


Do período de vendas de Natal, 37,1% dos empresários acreditam que a segunda quinzena de dezembro terá maior movimentação. Porém, 35,5% indicaram que as compras devem ocorrer ainda na primeira quinzena do mês.

Já a forma de pagamento mais aguardada para o período é o crédito (37,9%). Quanto ao gasto médio esperado por compras, não houve uma faixa que se destacou.



Quais os produtos/presentes acredita que devam ter maior saída?



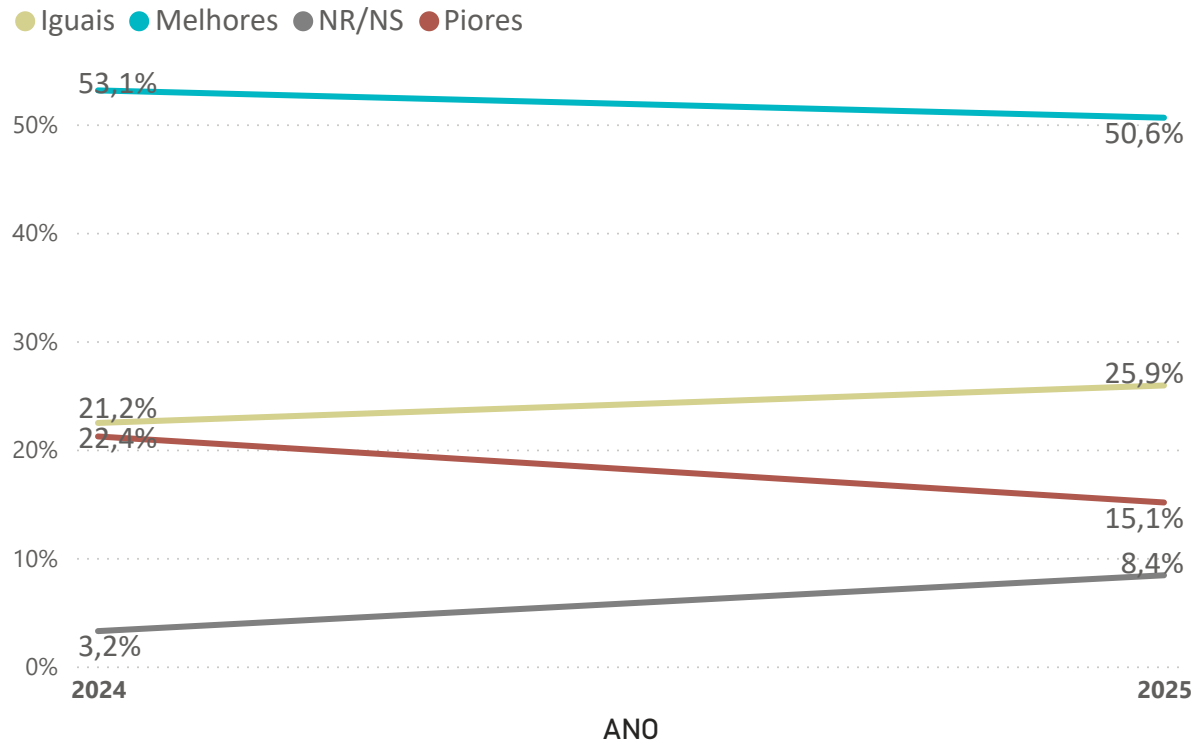
Com exceção dos produtos atribuídos à linha alimentícia, roupas e acessórios são os que devem ter maior saída, na opinião do empresário.

Expectativa para o último trimestre do ano

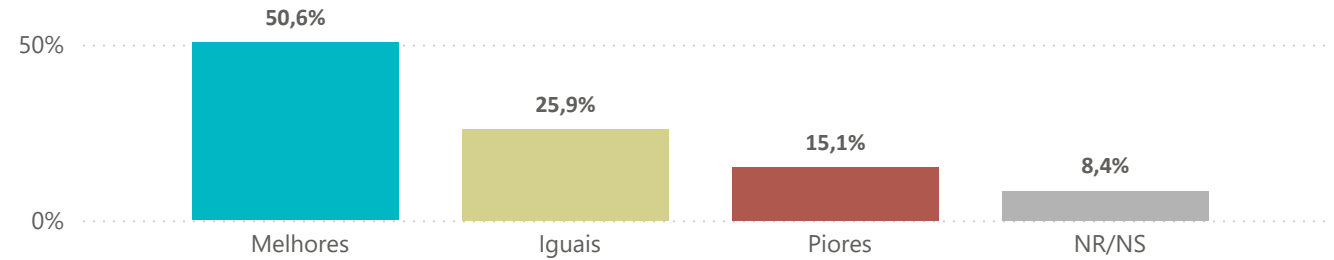
2025



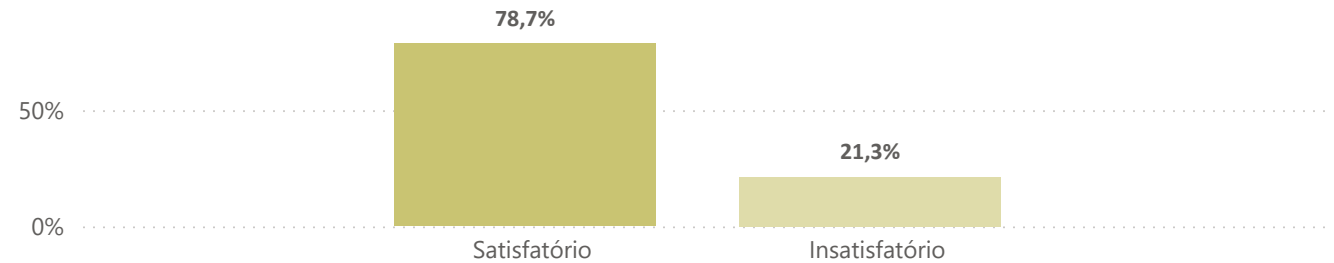
Comparação expectativa para o último trimestre do ano em relação ao ano anterior - acompanhamento



Comparação expectativa para o último trimestre do ano em relação ao ano anterior



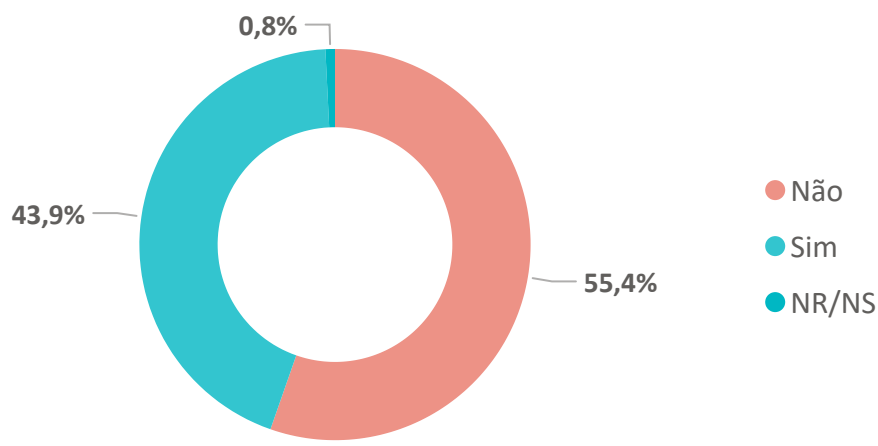
SE IGUAIS, como foram seus resultados do último trimestre do ano passado?



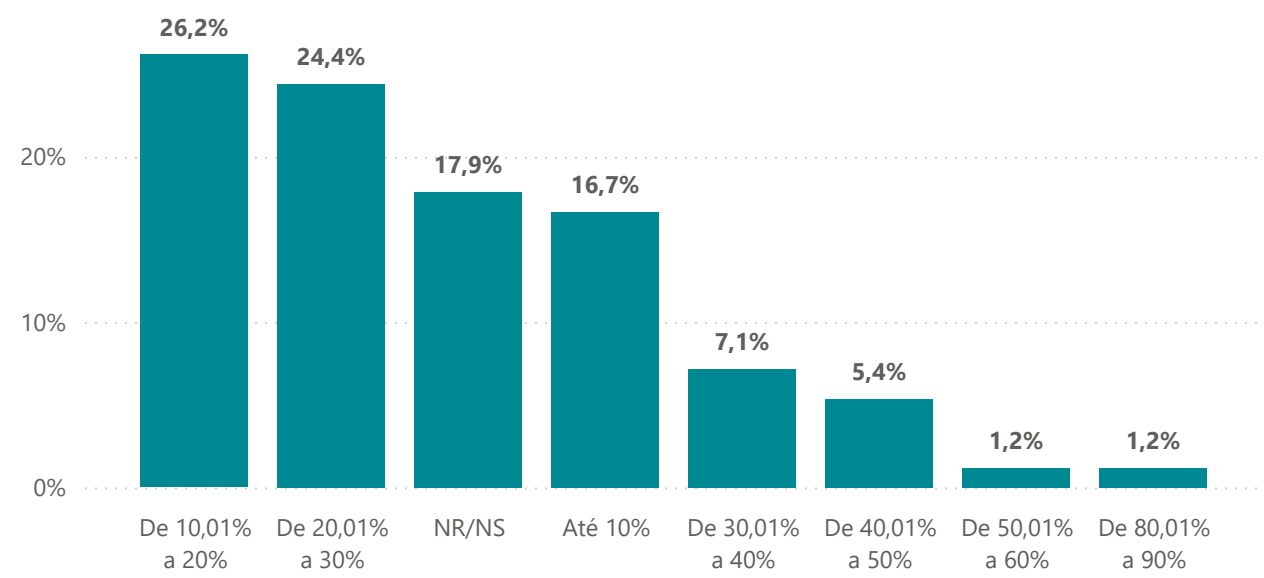
Na expectativa para o pultimo trimestre do ano, 50,6% acreditam que será melhor que o último trimestre do ano passado, resultado estável quando comparado à medição feita em 2024.

Para os que esperam resultados iguais (25,9%), 78,7% disseram que ano passado obtiveram um fechamento satisfatório e 21,3% insatisfatório.

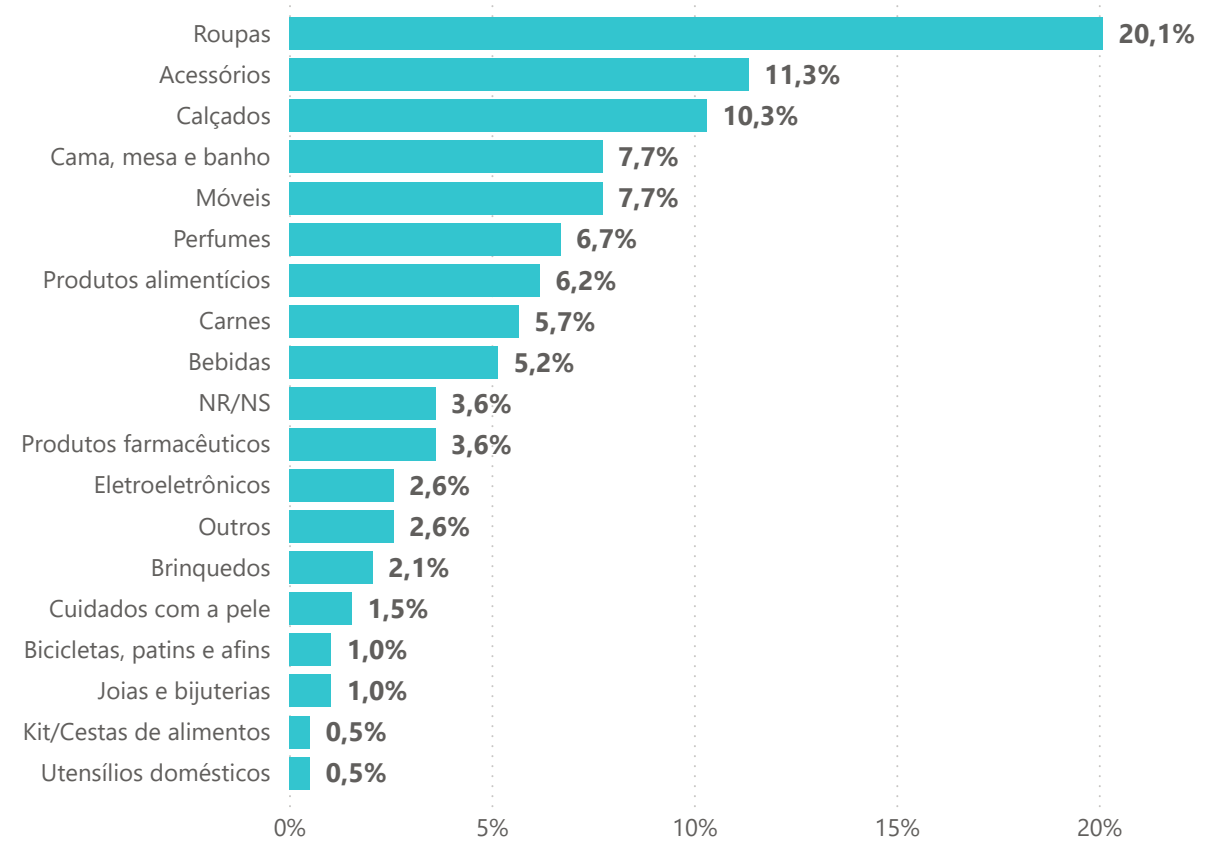
Realiza vendas on-line?



Variação percentual média esperada das vendas online frente ao faturamento total da loja



Quais os produtos/presentes acredita que devam ter maior saída?



Das empresas impactadas, 43,9% informaram que realizam vendas on-line. Para esse modelo de vendas, roupas, acessórios e calçados se destacam para os empresários como os que terão maior saída.

Grande parte (50,6%) dos empresários esperam das vendas online variação percentual de 10,01% a 30% em relação ao faturamento total de seus negócios no período.

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 03 a 10 de novembro de 2025. Foram avaliadas 417 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, Pedro Henrique Mendes Costa e Millena Ketley Nunes Scofield

Menores aprendizes: Isabelly 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@fecomercomg.org.br | www.fecomercomg.org.br

