

Expectativa de Vendas

1º semestre



Observar e entender como foram as vendas dos seis últimos meses de 2025 é fundamental para auxiliar o planejamento deste semestre, que contempla uma das mais importantes datas comemorativas para o comércio: o Dia das Mães. Acompanhar o comportamento dos consumidores e dos concorrentes em seus processos de escolhas e gestão, respectivamente, exige uma postura atenta dos gestores, que vai além da multiplicação de lojas, estendendo-se a canais, produtos, serviços diferenciados e atitude sustentável."

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de entender como foram as vendas no último semestre de 2025, com o intuito de auxiliar e traçar o cenário empresarial para o primeiro semestre de 2026. A partir desse diagnóstico, pode-se obter um desenho estratégico para o comércio varejista.

63,1% das empresas do comércio varejista acreditam que as vendas do primeiro semestre de 2026 serão melhores que o segundo semestre de 2025.

Para 32,3% das empresas, o volume de vendas aumentou no segundo semestre de 2025 em relação ao mesmo período do ano de 2024. O aumento registrado foi de até 20,0% para 25,2% dessas empresas. Já o aumento nas vendas do segundo semestre de 2025 frente ao primeiro semestre do mesmo ano, registrou aumento se comparado com o segundo semestre do ano passado para 35,5% dos empresários.

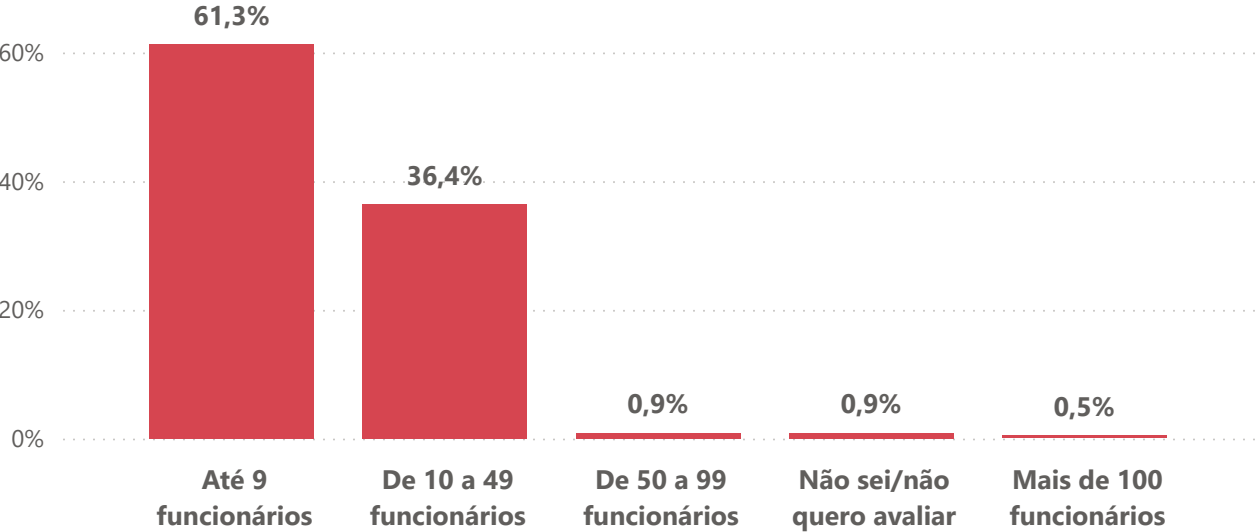
A data comemorativa que mais traz impactos positivos no primeiro semestre é o Dia das Mães, seguida do Carnaval, Dia dos Namorados e Páscoa, nesta ordem. Ainda, em relação às datas comemorativas desse período, 45,1% acreditam que venderão mais esse ano, se comparado ao ano passado.

Já as expectativas para esse semestre é de que haja melhora, frente ao último semestre de 2025. As justificativas mais apontadas para tal justificativa foram o otimismo/esperança e aquecimento do comércio. As lojas também se empenharão para que os resultados sejam melhores adotando ações como divulgação/propaganda, promoções e atendimento diferenciado.

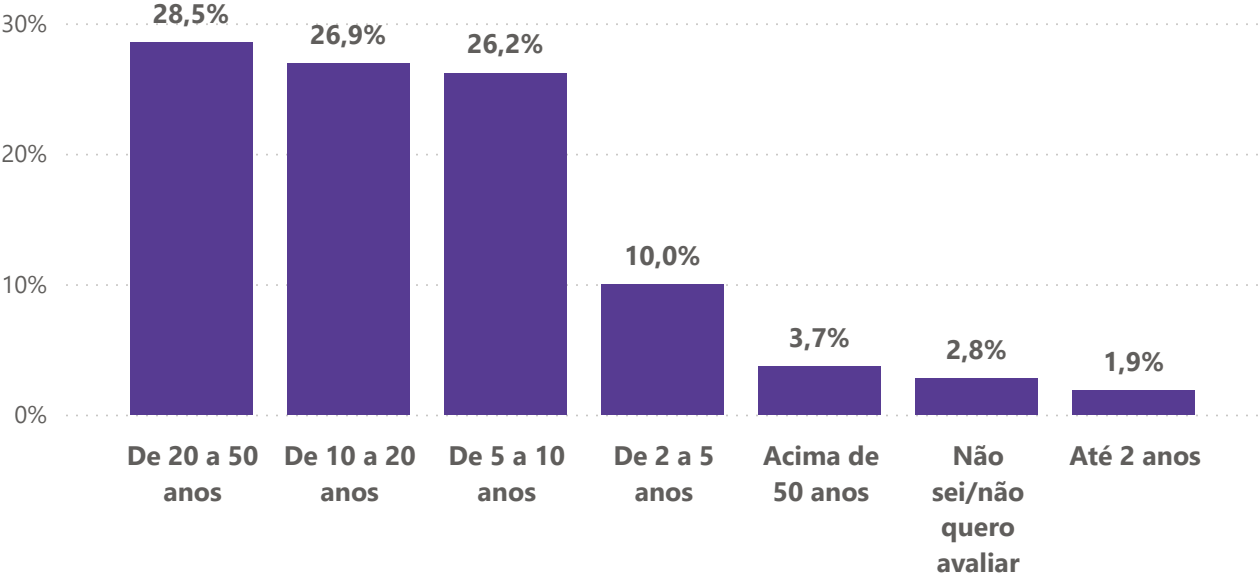
O pagamento esperado a se sobressair é o cartão de crédito parcelado (35%), seguido do pix (33,9%) e cartão de crédito à vista (20%).

Já em relação às expectativas para o ano todo, 36,7% esperam que seus negócios mantenham-se estáveis, em quanto 55,5% apresentem melhora nos resultados.

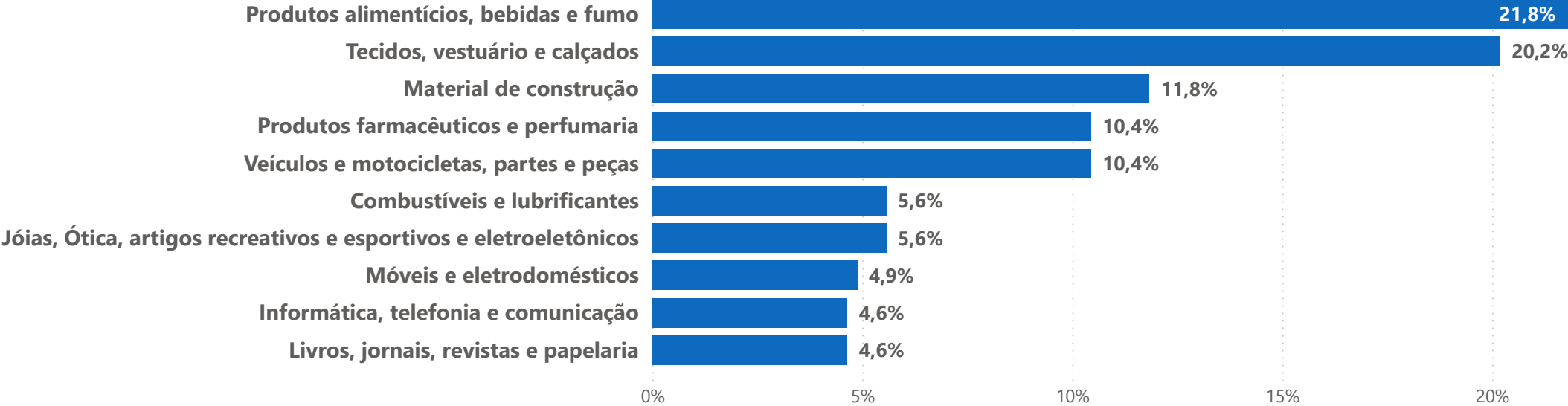
Quantos funcionários têm a sua empresa?



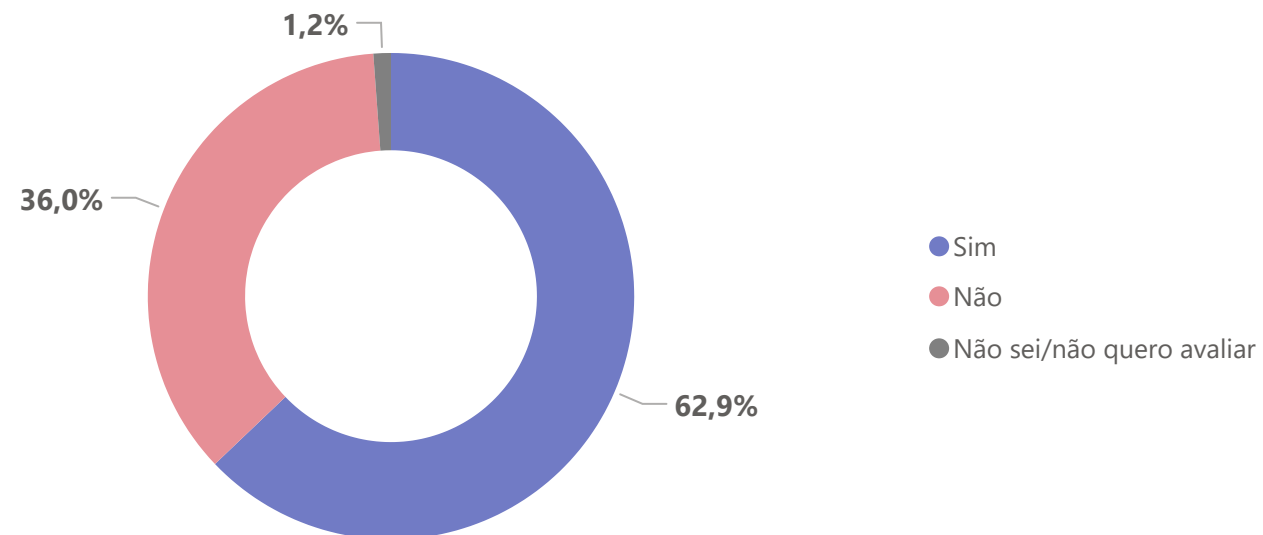
Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento

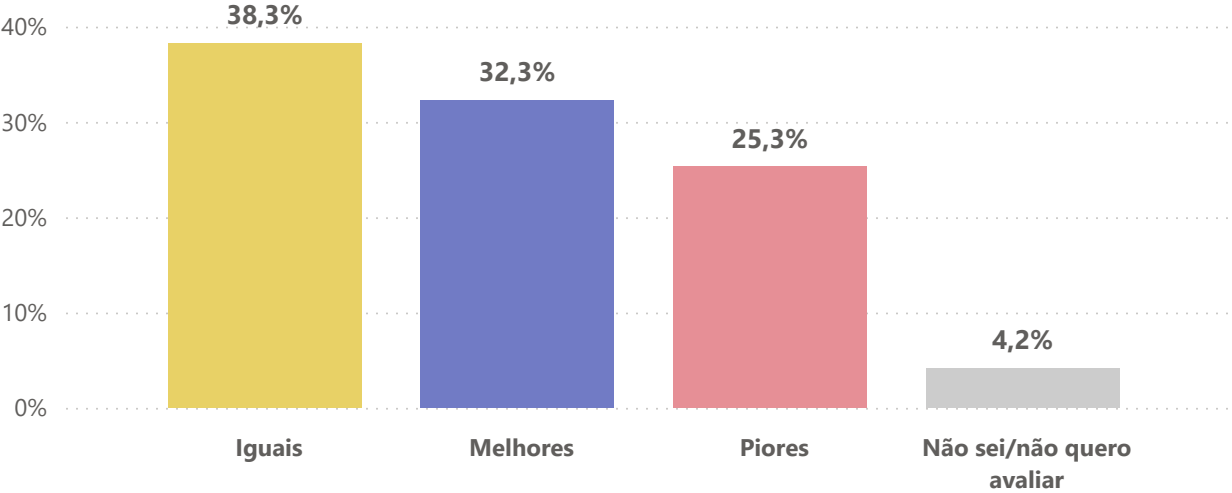


As vendas no 2º semestre do ano passado alcançaram suas expectativas?

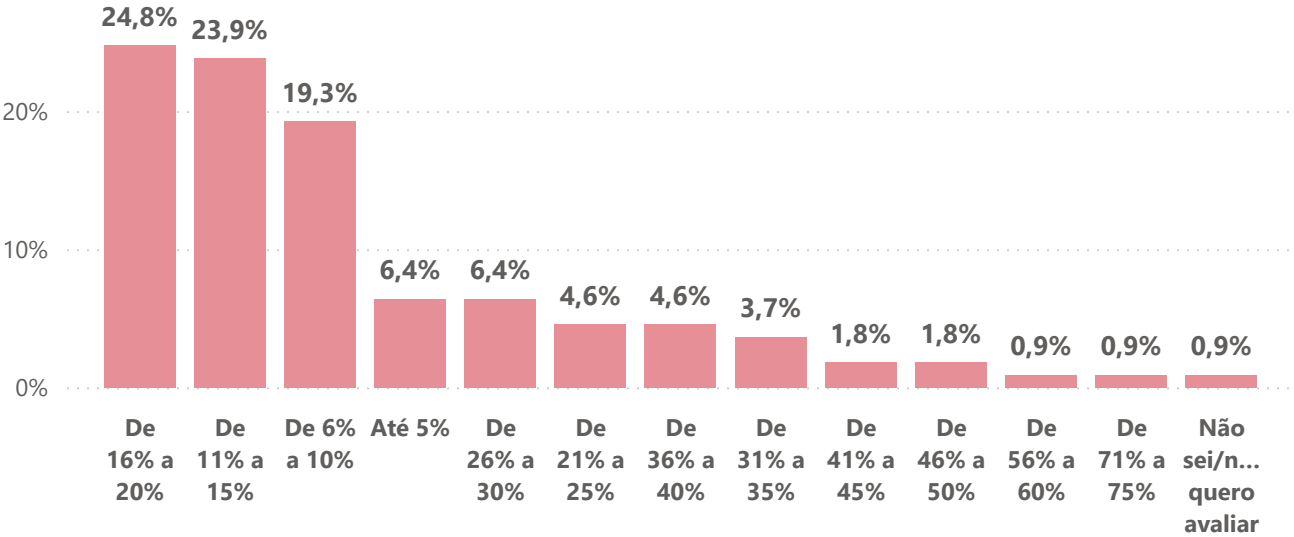


De acordo com 62,9% dos empresários, as vendas no 2º semestre do ano passado alcançaram suas expectativas.

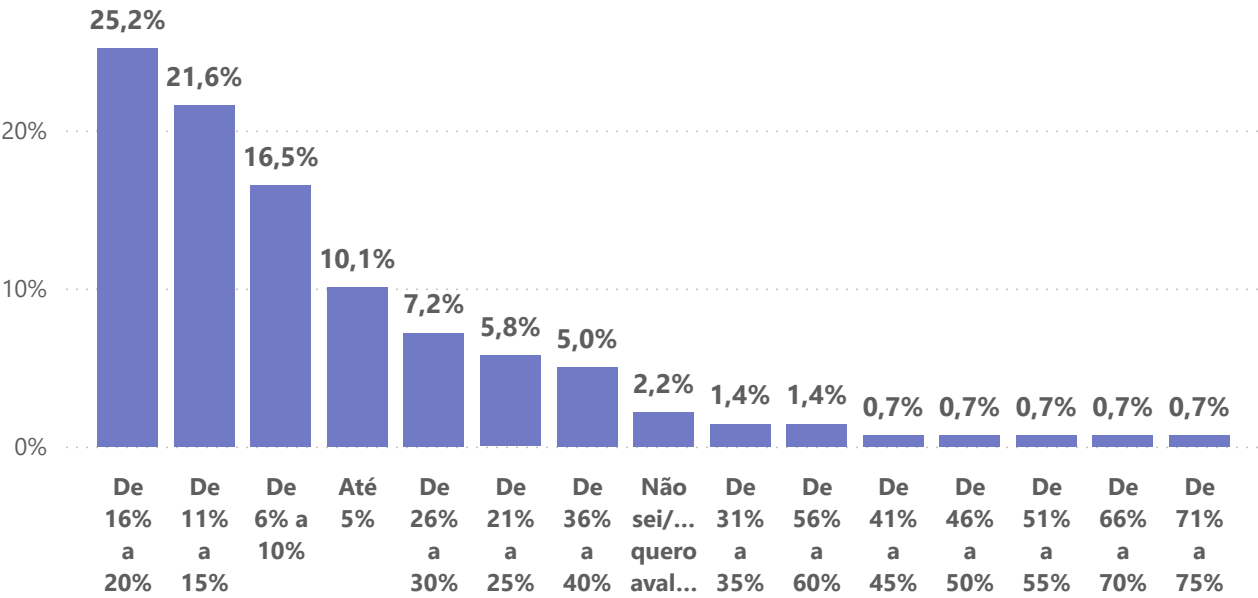
Como foram as vendas no 2º semestre do ano passado em relação ao mesmo período do ano retrasado?



Quanto em termos percentuais? (piores)



Quanto em termos percentuais? (Melhores)

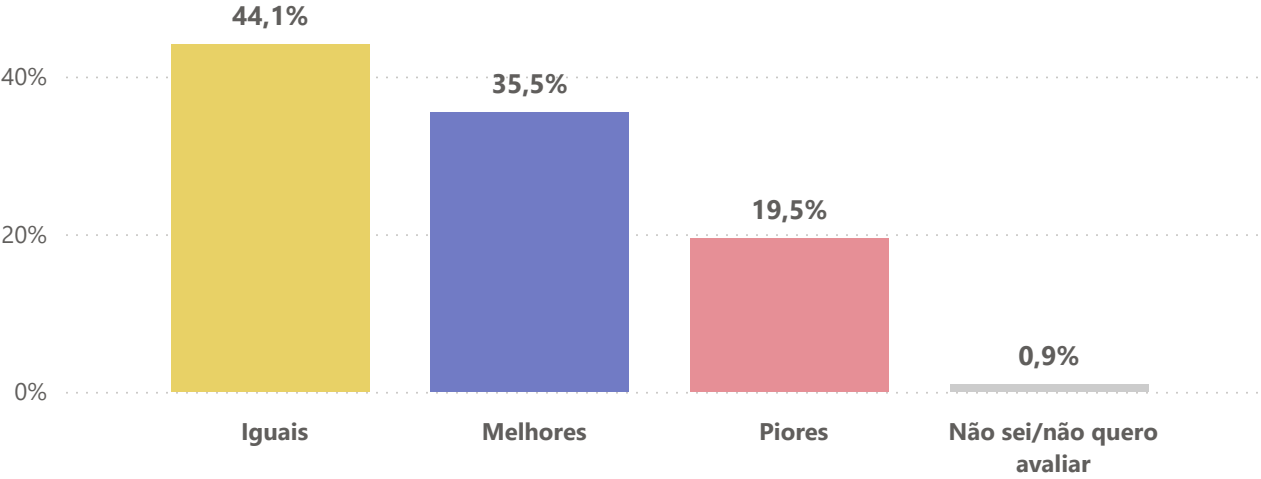


O segundo semestre de 2025, se comparado ao de 2024, apresentou resultados melhores para 32,3% das empresas, enquanto 25,3% obtiveram piora na performance.

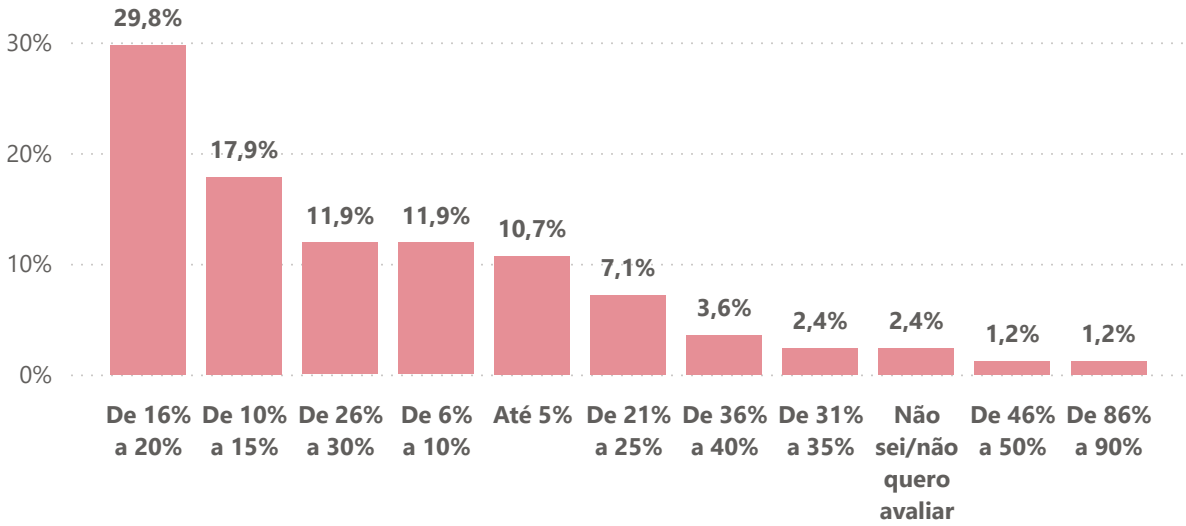
A variação negativa de até 20,0% foi observada por 24,8% das empresas que tiveram menos vendas.

Já para as que tiveram mais vendas, 25,2% notaram melhora de até 20,0%.

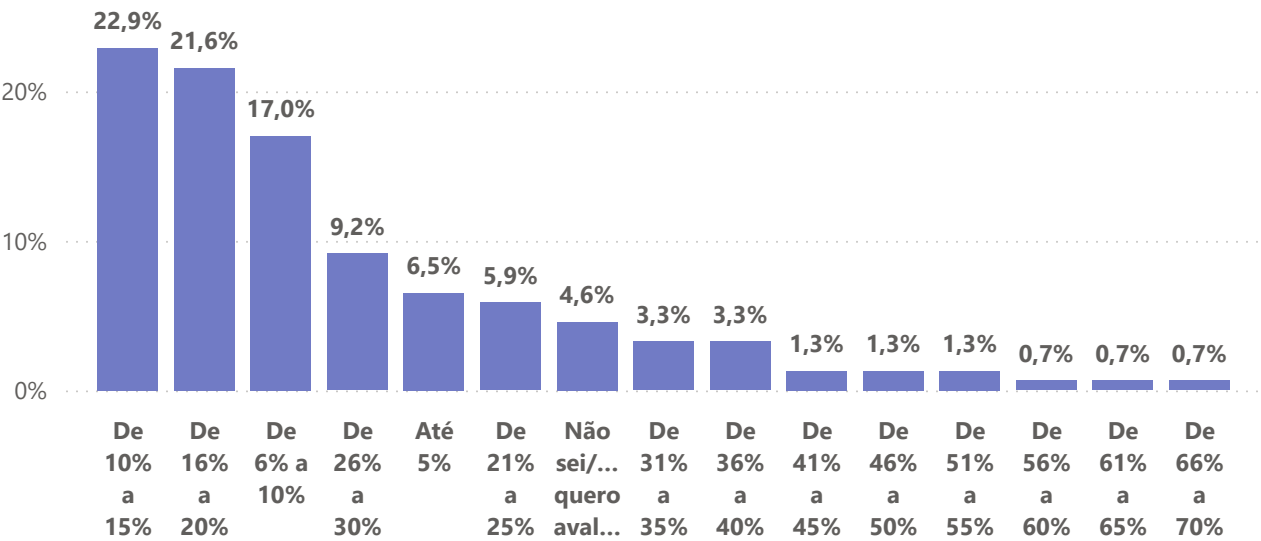
Como foram as vendas no 2º semestre do ano passado em relação ao primeiro semestre do mesmo ano?



Quanto em termos percentuais? (piores)



Quanto em termos percentuais? (Melhores)



Se comparado ao primeiro semestre de 2025, 19,5% das empresas tiveram resultados de vendas piores no segundo semestre do mesmo ano, enquanto 44,1% tiveram resultados melhores.

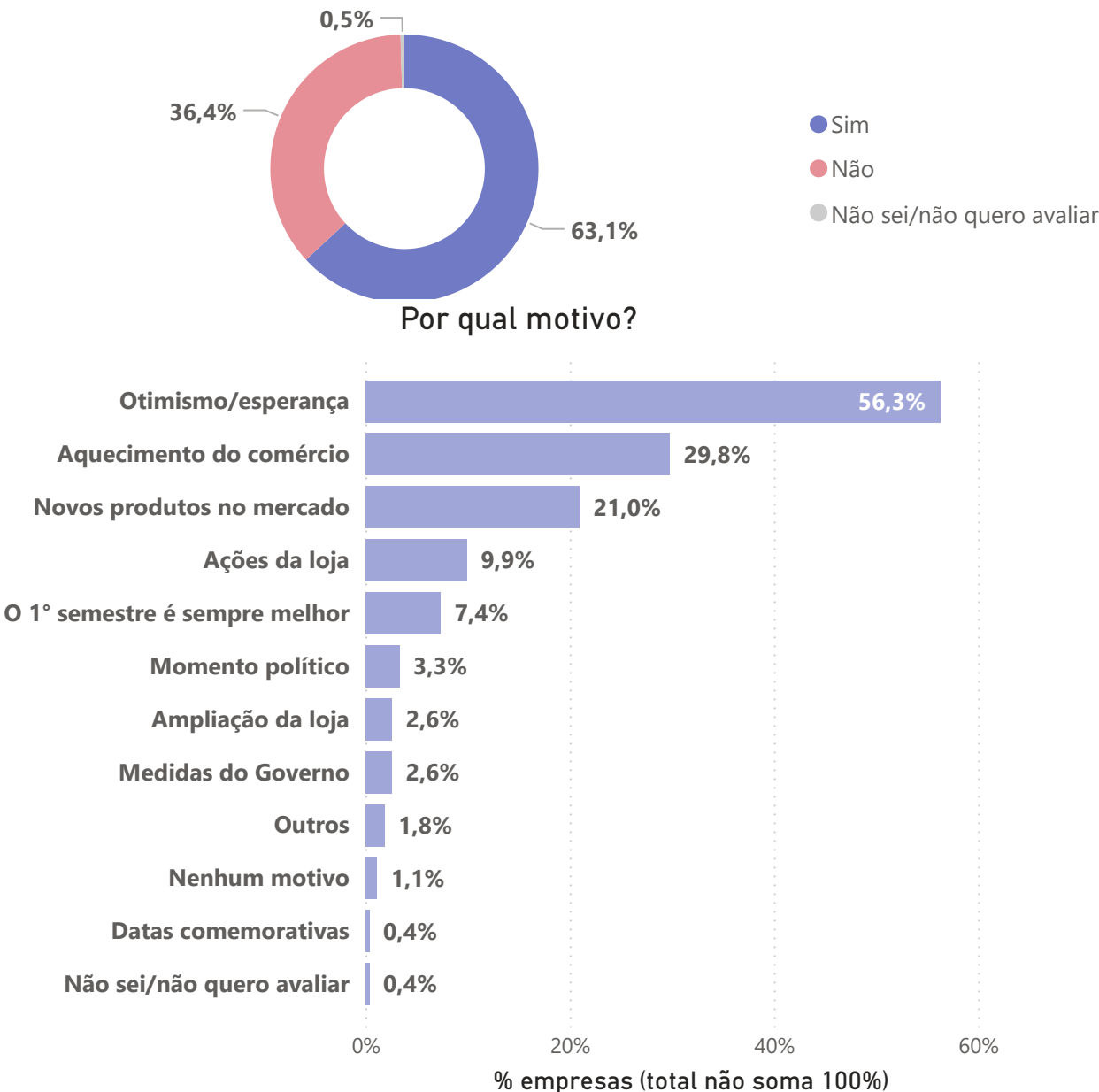
Já para aqueles que obtiveram resultados piores, a variação percentual mais frequente foi de até 20,0%, para 29,8%.

A variação de aumento de vendas frente ao primeiro semestre do ano passado mais frequente foi de até 20,0%, para 22,9% dos estabelecimentos.

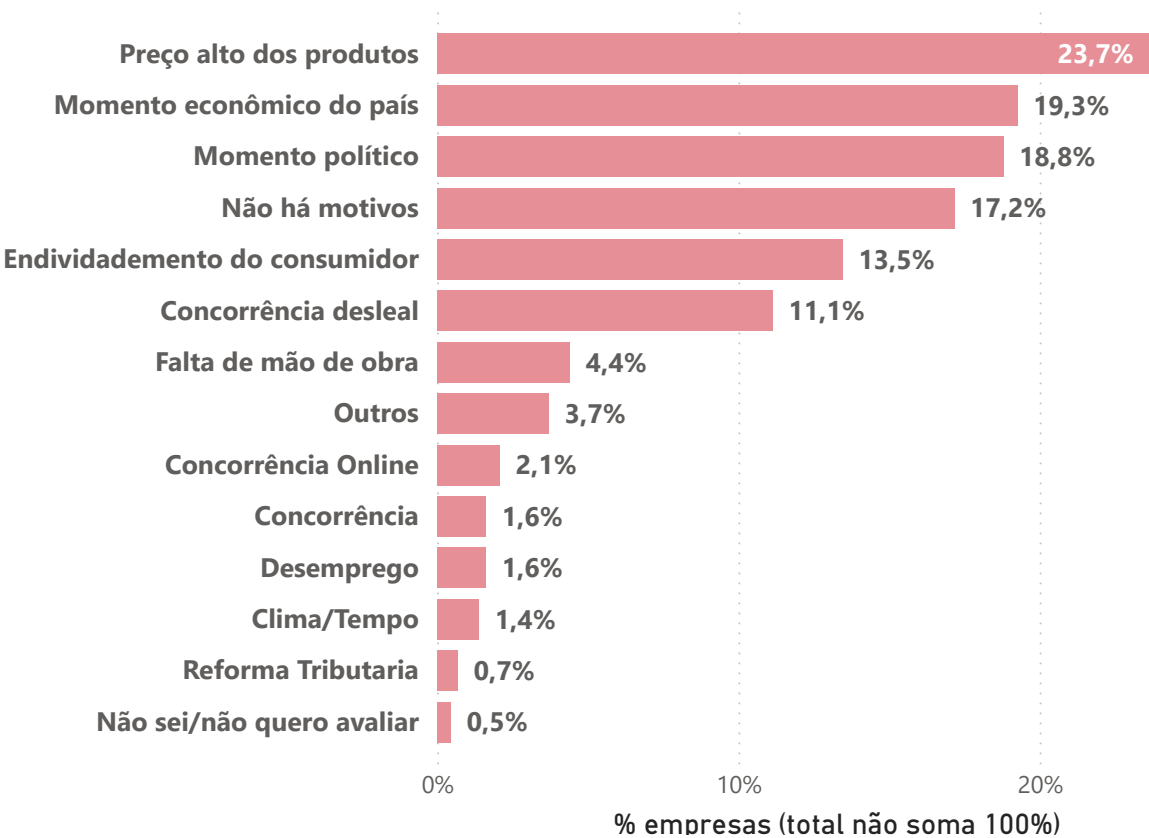
Motivos para vendas melhores/piores

2026

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



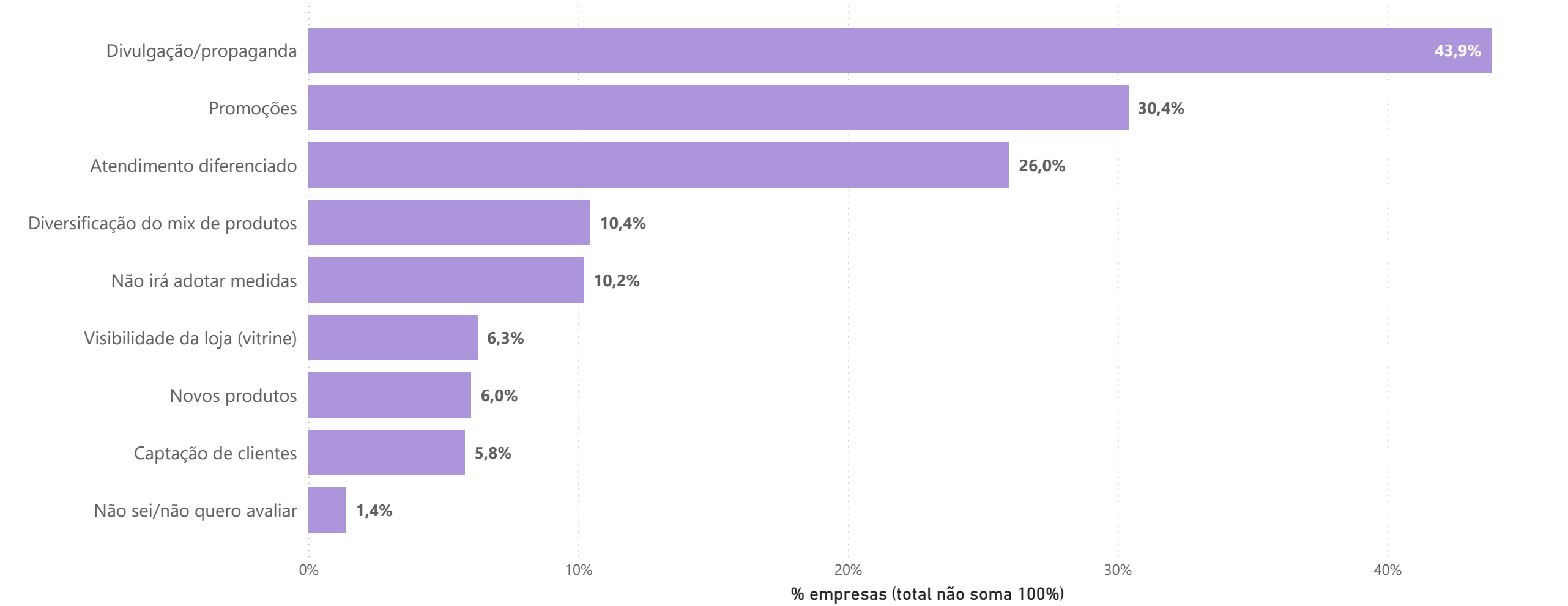
Quais motivos que podem dificultar as vendas no semestre?



Para aquelas com expectativas de não melhora dos resultados (36,4%), os principais motivos foram: preço alto dos produtos (23,7%) e momento econômico do país (19,3%).

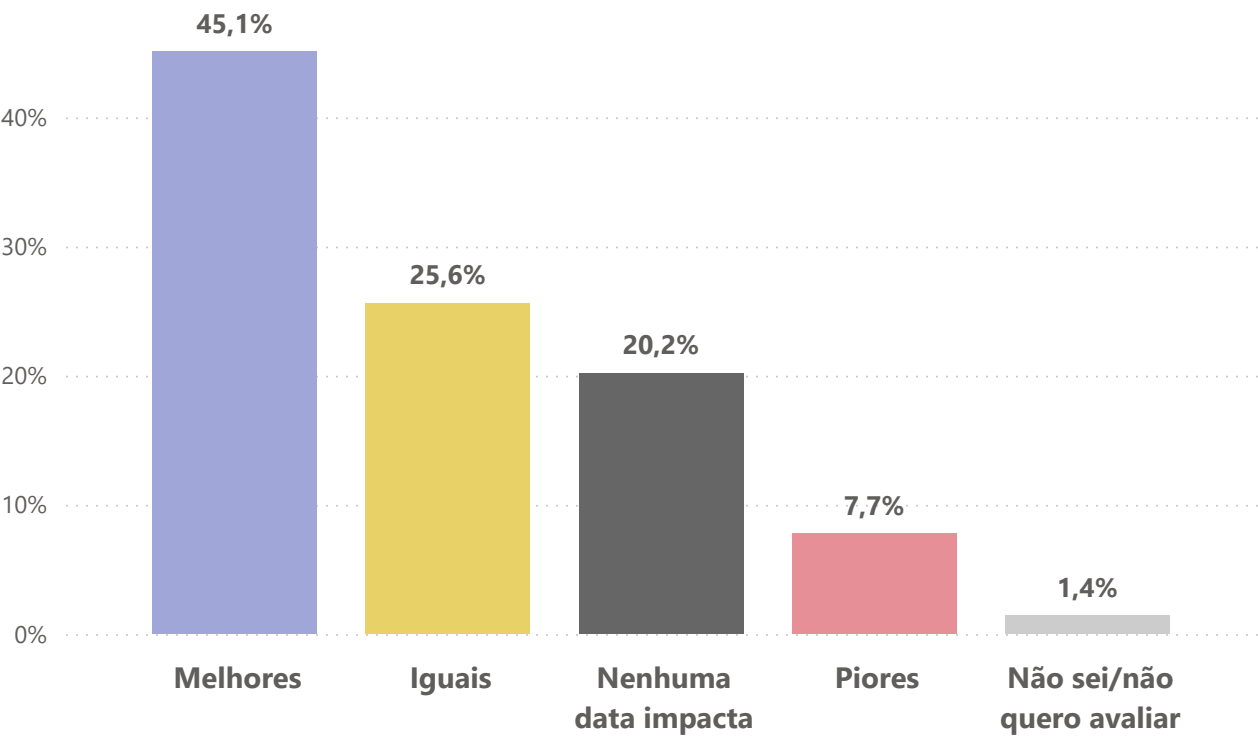
A expectativa de melhora para o primeiro semestre atinge 63,1% dos empresários. Desses, 56,3% apontaram o otimismo/esperança e 29,8% aquecimento do comércio para tal expectativa, enquanto 21% disseram Novos produtos no mercado.

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

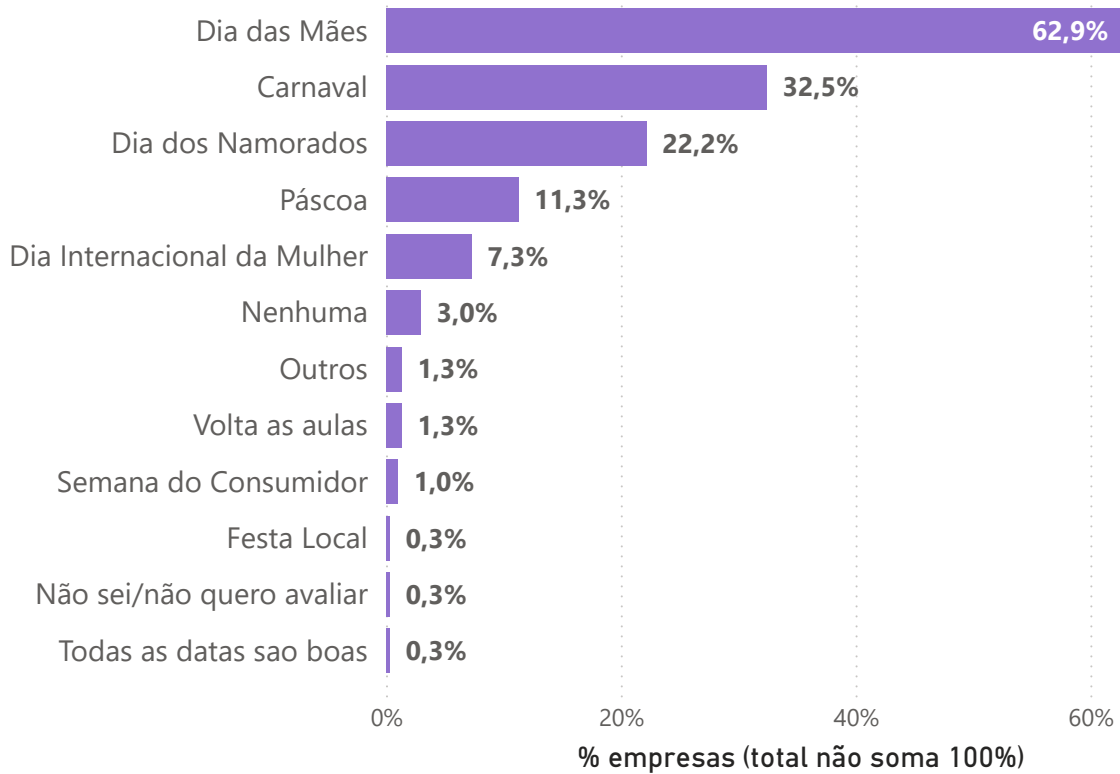


As medidas adotadas pelas empresas para impulsionar as vendas nesse período serão divulgação e propaganda (43,9%), promoções (30,4%) e atendimento diferenciado (26%).

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



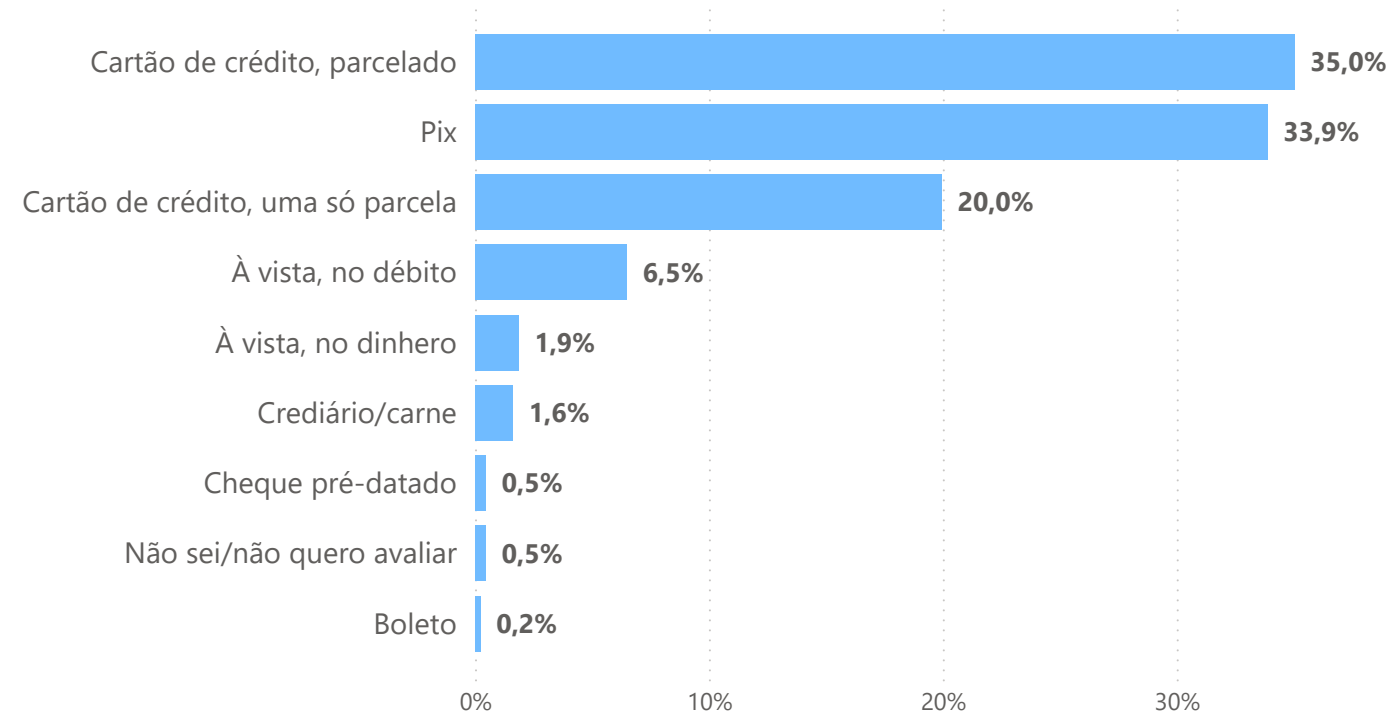
Quais datas comemorativas apresentam impacto positivo para seu negócio?



A expectativa para as datas comemorativas do primeiro semestre desse ano frente ao do ano passado é de melhores resultados na opinião de 45,1% dos empresários, enquanto 25,6% acreditam que os resultados serão iguais.

Entre as datas comemorativas do primeiro semestre que possuem impacto positivo, o Dia das Mães aparece com maior percentual de empresas que disseram (62,9%). Em seguida aparece o Carnaval (32,5%) e o Dia dos Namorados (22,2%).

Qual a forma de pagamento deverá SOBRESSAIR no semestre?

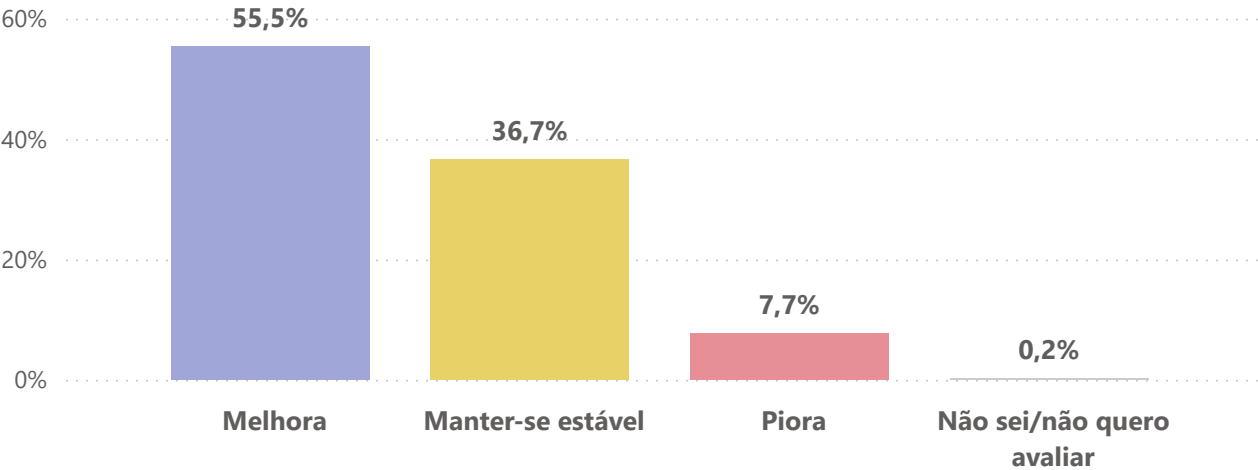


A forma de pagamento que deverá se sobressair no período é o cartão de crédito parcelado, de acordo com 35% das empresas. Em segundo lugar o pix (33,9%) e o cartão de crédito à vista 20%.

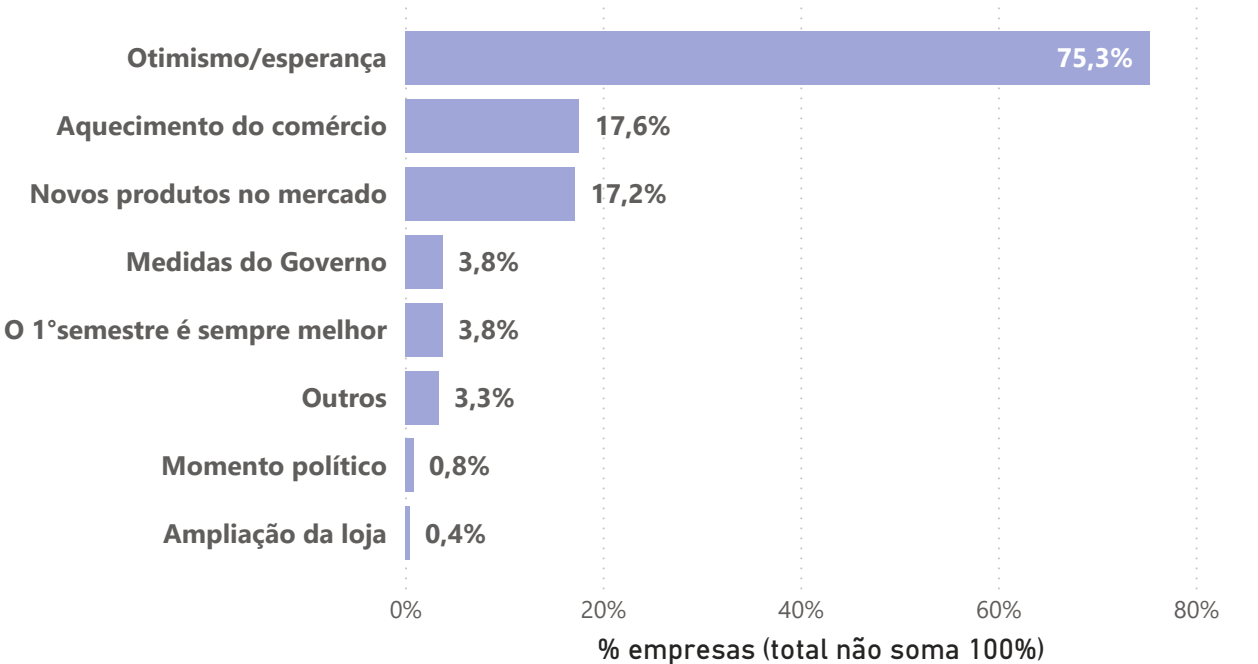
Expectativa/medidas de vendas

2026

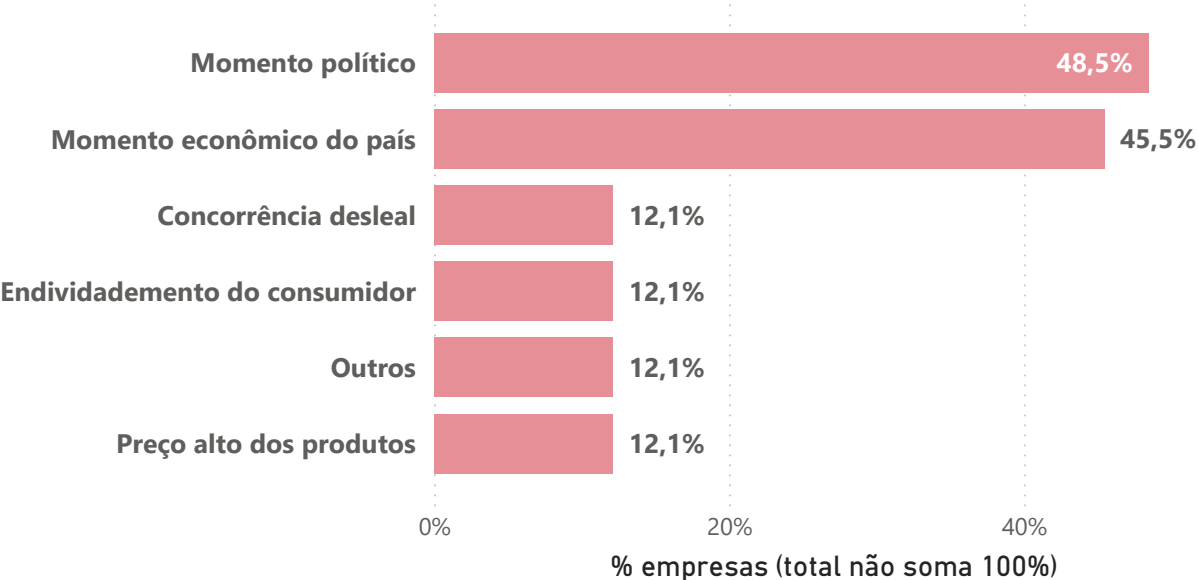
De forma geral, qual sua expectativa para o seu negócio esse ano em relação ao ano anterior?



Por qual motivo? (Melhora)



Por qual motivo? (Piora)



Para esse ano, 63,1% das empresas acreditam que seus resultados serão melhores se comparados ao ano passado, enquanto 36,7% esperam resultados similares. Resultados piores são aguardados por apenas 7,7% das empresas.

Os motivos mais apontados para essa expectativa de piora são: o momento político, momento econômico do país, concorrência desleal e endividamento do consumidor.

Entra as empresas que possuem expectativa de melhora, o otimismo/esperança, aquecimento do comércio e novos produtos no mercado se destacam.

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 19 e 26 de janeiro de 2026. Foram avaliadas 434 empresas, havendo pelo menos 38 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@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br