



COM ALTA DE 4,6%, DIA DOS NAMORADOS DEVE MOVIMENTAR R\$ 70 MILHÕES EM VENDAS NO VAREJO

Elaborado por: André Spalenza, Gercione Dionizio e Eduarda Gripp.

Viagens regionais, lazer urbano e itens como roupas femininas e chocolates ajudam casais a celebrar sem exagerar nos gastos

O Dia dos Namorados em 2025 pode representar uma oportunidade positiva para o comércio e o setor de serviços capixaba. Essa perspectiva se apoia no cenário atual da economia capixaba, que, conforme os últimos estudos do Observatório do Comércio, apresenta estabilidade no mercado de trabalho, aumento da renda média e tendência de queda na inadimplência.

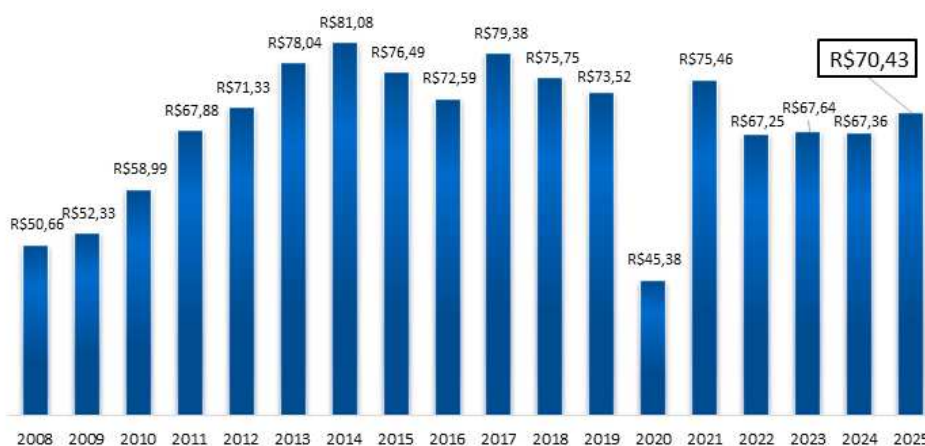
Esse conjunto de indicadores apresenta uma perspectiva positiva sobre a capacidade de consumo das famílias capixabas, mesmo diante da redução recente na intenção de consumo e de uma inflação moderada, que acumulou, até abril de 2025, 2,75% no Espírito Santo e 2,48% no Brasil.

Deste modo, para 2025, a expectativa é de um crescimento mais expressivo, se comparado aos anos de 2022 (R\$ 67,25 milhões), 2023 (R\$ 67,64 milhões) e 2024 (R\$ 67,36 milhões) cujas vendas permaneceram estáveis. Para o dia dos namorados em 2025, estima-se que as vendas alcancem R\$ 70,43 milhões — um avanço de 4,6% em relação ao ano anterior.

O aumento das vendas no Dia dos namorados pode estar associado ao ambiente macroeconômico do Espírito Santo, com maior confiança do consumidor e estratégias de venda mais proativas por parte do comércio.

Para o dia dos namorados em 2025, estima-se que as vendas alcancem R\$ 70,43 milhões — um avanço de 4,6% em relação ao ano anterior

Expectativa do volume de vendas do varejo capixaba no Dia dos namorados



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Face as características da data, estima-se que 39,8% das vendas se concentram no segmento de Vestuários e Calçados, implicando em um volume de vendas de R\$28 milhões. Em especial, a expectativa é que os casais que busquem se presentear aproveitem os preços mais atrativos desse segmen

to para marcar a data com presentes. O segundo segmento que mais deve vender nesse período é o Utilidade domésticas e eletroeletrônicos (R\$ 20,6 milhões) seguido de Farmácias e perfumarias (R\$ 9,3 milhões), Hipermercados (R\$ 7,82 milhões) e Livrarias e papelarias (R\$ 4,6 milhões).

Expectativa do volume de vendas do varejo em 2025 por segmento

	Volume de Vendas	Participação do total
Vestuário e calçados	R\$ 28,01 milhões	39,8%
Utilidade domésticas e eletroeletrônicos	R\$ 20,60 milhões	29,2%
Farmácias e perfumarias	R\$ 9,30 milhões	13,2%
Hipermercados e Supermercados	R\$ 7,82 milhões	11,1%
Livrarias e papelarias	R\$ 4,60 milhões	6,5%
Demais segmentos	R\$ 0,10 milhões	0,1%

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

As vendas do varejo capixaba e do setor de serviços devem ser impulsionadas por preços relativamente acessíveis para a data, embora seja importante que os consumidores mantenham o controle dos gastos para não comprometer o orçamento previsto. Sendo assim, para não deixar a data passar em branco, os casais precisarão estar atentos à variação dos preços em diferentes cate

gorias de consumo. Tradicionalmente, os gastos associados ao Dia dos Namorados podem ser divididos em dois grupos: bens adquiridos para presentear e serviços voltados à vivência de experiências românticas durante o período. Equilibrar os gastos entre os dois tipos, de acordo com as preferências, pode ser um ponto importante para celebrar a data.

Os consumidores do Espírito Santo que pretendem presentear no Dia dos Namorados em 2025 vão encontrar um cenário de preços variados. De acordo com os dados de

inflação acumulada até abril, alguns itens tradicionais tiveram alta acima da média estadual, enquanto outros ficaram praticamente estáveis ou até mais baratos.

Bens Associados a Presentes do Dia dos Namorados - Inflação Acumulada até abril de 2025

	Brasil (%)	Espírito Santo (%)
Bens de maior valor		
Jóias e bijuterias	7,69	7,07
Perfumes	6,39	5,37
Moda e vestuário		
Roupas (geral)	1,31	0,15
Roupas masculinas	2,04	1,43
Roupas femininas	1,12	-0,94
Calçados e acessórios	0,74	1,24
Beleza e cuidados pessoais		
Cuidados pessoais	3,2	3,04
Presentes simbólicos		
Chocolate em barra e bombom	6,53	1,73
Utensílios e enfeites	0,07	2,03
Tecnologia		
Aparelhos eletroeletrônicos	0,91	1,52

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Entre os destaques está o grupo de jóias e bijuterias, que subiu 7,07% no estado — uma das maiores altas entre os itens analisados. É uma variação próxima da registrada no Brasil (7,69%) e mostra que presentes mais sofisticados devem pesar mais no bolso.

Outro item que exige atenção é o perfume, com aumento de 5,37% no Espírito Santo. Comparativamente, isso indica que os consumidores poderão ter um gasto com perfumes 5,37% maior do que o observado no Natal (dezembro) para comprar o mesmo produto.

Além disso, apesar de menor do que a média nacional (6,39%), o reajuste está bem acima da inflação geral acumulada no estado até abril (2,75%), sinalizando pressão sobre produtos de perfumaria e cuidados pessoais, grupo que também subiu 3,04%.

Por outro lado, o consumidor pode encontrar alívio em algumas categorias. A roupa feminina, por exemplo, teve queda de preços de 0,94% no Espírito Santo, enquanto no país houve leve alta (1,12%). Já as roupas masculinas subiram 1,43%, e a média geral do grupo "roupas" teve variação quase nula (0,15%), o que pode indicar promoções ou estabilidade de preços no setor de vestuário.

Outros itens com aumento mais moderado foram os aparelhos eletroeletrônicos (1,52%) e calçados e acessórios (1,24%), ambos abaixo do patamar da inflação estadual.

Uma curiosidade aparece no grupo de chocolates em barra e bombons, símbolo clássico da data, no Espírito Santo, a alta foi de apenas 1,73%, bem abaixo da média nacional, que chegou a 6,53%.

Isso pode tornar os chocolates uma opção acessível para marcar a data sem comprometer o orçamento. Já os utensílios e enfeites registraram alta de 2,03% no estado, muito acima da média brasileira (0,07%), o que pode refletir maior demanda local por presentes personalizados ou itens decorati

vos com apelo afetivo. No geral, o cenário aponta que quem pretende presentear pode encontrar alternativas para diferentes faixas de preço, com destaque para os itens de menor variação, como roupas femininas e chocolates, que podem ajudar a equilibrar a comemoração com o bolso.

Bens Associados a Presentes do Dia dos Namorados - Inflação Acumulada até abril de 2025

	Brasil (%)	Espírito Santo (%)
Alimentação		
Alimentação no domicílio	4,06	3,86
Alimentação fora do domicílio	2,74	5,31
Transportes		
Transporte total	1,99	2,58
Ônibus urbano	5,69	4,34
Ônibus intermunicipal	4,18	13,45
Ônibus interestadual	-1,31	1,11
Transporte por aplicativo	2,95	-2,69
Veículo próprio	1,92	3,29
Combustíveis (veículos)	3,68	1,68
Gasolina	3,57	1,49
Lazer e turismo		
Recreação geral	0,84	-0,29
Hospedagem	4,61	6,32
Pacote turístico	-4,46	-8,51
Cinema, teatro e concertos	0,99	-1,55

Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES.

Os casais que celebraram a data nas cidades da Grande Vitória, especialmente com jantares românticos ou saídas culturais, enfrentaram uma alta relevante nos preços da alimentação fora do domicílio, que acumulou inflação de 5,31% no estado — praticamente o dobro da média nacional (2,74%). O aumento reflete não apenas a valorização de bares e restaurantes na economia local, mas também um movimento de retomada do setor, impulsionado pelo crescimento da renda e da ocupação.

Por outro lado, o segmento de lazer urbano apresentou variações positivas para o consumidor. Os preços de cinema, teatro e shows caíram 1,55%, o que pode indicar tanto a

estratégia de atrair mais público com promoções quanto a normalização dos custos desses serviços. O transporte por aplicativo também registrou queda significativa de 2,69%, facilitando o deslocamento urbano em noites de comemoração.

Já entre os casais que buscaram experiências fora da capital, em destinos como Guarapari, Domingos Martins, Santa Teresa ou Itaúnas, o cenário foi dividido. A hospedagem subiu 6,32% no acumulado do ano, em linha com a retomada do turismo regional, o que sugere uma demanda aquecida por pousadas e hotéis em destinos de lazer no estado.

Os casais que celebraram a data nas cidades da Grande Vitória, especialmente com jantares românticos ou saídas culturais, enfrentaram uma alta relevante nos preços da alimentação fora do domicílio, que acumulou inflação de 5,31% no estado — praticamente o dobro da média nacional (2,74%). O aumento reflete não apenas a valorização de bares e restaurantes na economia local, mas também um movimento de retomada do setor, impulsionado pelo crescimento da renda e da ocupação.

Por outro lado, o segmento de lazer urbano apresentou variações positivas para o consumidor. Os preços de cinema, teatro e shows caíram 1,55%, o que pode indicar tanto a estratégia de atrair mais público com promoções quanto a normalização dos custos desses serviços. O transporte por aplicativo também registrou queda significativa de 2,69%, facilitando o deslocamento urbano em noites de comemoração.

Já entre os casais que buscaram experiências fora da capital, em destinos como Guarapari, Domingos Martins, Santa Teresa ou Itaúnas, o cenário foi dividido. A hospedagem subiu 6,32% no acumulado do ano, em linha com a retomada do turismo regional, o que sugere uma demanda aquecida por pousadas e hotéis em destinos de lazer no estado. Por

outro lado, os pacotes turísticos recuaram 8,51%. Essa queda significativa nos No entanto, a inflação no transporte intermunicipal foi de 13,45% no Espírito Santo, a maior alta entre todos os itens da cesta de experiências. Esse aumento pode ter impactado os casais que organizaram viagens de forma independente, especialmente aqueles que compraram passagens de ônibus avulsas. Em contraste, quem usou veículo próprio teve um alívio: o preço da gasolina subiu apenas 1,49%, mantendo-se abaixo da média nacional (3,57%) e tornando o carro uma opção financeiramente viável.

Por fim, como os preços de muitos itens de presente registraram altas superiores às observadas no período do Natal, os casais capixabas podem considerar alternativas mais econômicas para celebrar o Dia dos Namorados.

Um passeio na Grande Vitória ou uma viagem curta para destinos como Domingos Martins, Guarapari ou Itaúnas pode proporcionar uma experiência afetiva e acessível. Para completar a comemoração, um presente simbólico, como chocolates ou itens com menor variação de preços, pode equilibrar ajudar no equilíbrio do orçamento.





Opinião do Empresariado Capixaba

Para essa data comemorativa, apresentamos a visão de **Ana Claudia Grobério, diretora da Tons e vice-presidente do Sindilojas de Vila Velha**, sobre as estratégias e desafios enfrentados no contexto do Dia dos Namorados. Seu relato evidencia o esforço contínuo da marca em ampliar sua presença no segmento de presentes, destacando tanto os avanços alcançados quanto as limitações inerentes ao posicionamento em datas comemorativas. A análise contribui para uma compreensão mais ampla do comportamento do consumidor e das iniciativas voltadas ao fortalecimento da marca em um mercado marcado pela alta competitividade.

“Nos últimos anos, temos investido de forma consistente na comunicação voltada para a venda de presentes, justamente porque esse não é um hábito consolidado entre os nossos clientes.

De modo geral, eles costumam lembrar da nossa marca quando estão se preparando para uma festa, esse é um território em que temos presença e reconhecimento. No entanto, quando se trata de presentear, ainda não somos uma referência clara no mercado.

Por isso, nossas campanhas têm buscado reposicionar essa percepção, reforçando que também somos uma opção viável e interessante na hora de escolher um presente.

Todas as datas comemorativas, de alguma forma, impactam o nosso desempenho — e o Dia dos Namorados não foge à regra

Esse movimento tem gerado algum retorno. Embora o impacto direto nas vendas não seja expressivo a ponto de alterar significativamente o faturamento, ele é relevante, especialmente considerando o cenário atual, em que cada incremento conta, e em que estamos disputando a atenção do consumidor em um mercado bastante pulverizado.

É importante lembrar que, para itens de presente com menor valor agregado, o comportamento do consumidor tende a se concentrar em compras online, o que torna nosso desafio ainda maior.



Ainda assim, o empenho em divulgar e manter essa frente ativa tem surtido efeito. Todas as datas comemorativas, de alguma forma, impactam o nosso desempenho — e o Dia dos Namorados não foge à regra. No caso específico dessa data, o desafio é ainda mais acentuado, porque os "namorados", no sentido de quem presenteia nessa ocasião, nem sempre estão entre os nossos

clientes habituais. Isso torna a comunicação mais delicada e o alcance, mais restrito. Mesmo assim, seguimos investindo em ações que nos posicionem também nesse campo. Não criamos grandes expectativas de volume de vendas, mas entendemos que o esforço é válido e pode gerar frutos a médio prazo.”

EXPEDIENTE: Presidente do Sistema Fecomércio-ES/Sesc/Senac: Idalberto Luiz Moro | Diretor Sesc-ES: Luiz Henrique Toniato | Diretor Senac-ES: Richardson Schmittel | Superintendente Fecomércio-ES: Wagner Corrêa | Diretor de Relações Institucionais Fecomércio-ES: Cezar Wagner Pinto | Equipe Connect Fecomércio-ES: André Spalenza : Karina Tonini : Felipe Montini : Eduarda Gripp : Gercione Dionizio : Samuel O. Cabral : Thalís Manhães : Ryan Procópio | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br