



DIA DOS PAIS DEVE MOVIMENTAR R\$ 156,8 MILHÕES NO COMÉRCIO CAPIXABA

Elaborado por: André Spalenza e Eduarda Gripp.

Consumidores devem priorizar presentes tradicionais e manter cautela nos gastos

O dia dos Pais é tradicionalmente uma data importante para o comércio varejista. No Espírito Santo, a expectativa para 2025 é de que o varejo volte a ser impulsionado pela data, movimentando diversos setores da economia, especialmente o comércio de presentes, lazer, bens e os serviços de alimentação.

No Brasil, a expectativa é de que o varejo movimente **R\$ 7,84 bilhões** com o Dia dos Pais, segundo estimativa da CNC. O valor representa um crescimento de **3,2% em relação ao ano passado**. Esse avanço pode estar associado à **queda no desemprego, que atingiu o menor nível desde 2012**, além de uma **perspectiva positiva para as contratações temporárias**, que devem alcançar o melhor desempenho dos últimos 12 anos.

Já no Espírito Santo, a expectativa é de que o volume de vendas atinja aproximadamente **R\$ 156,8 mi-**

lhões, considerando a manutenção da proporção média registrada nos últimos cinco anos. Entre 2020 e 2024, a participação capixaba nas vendas nacionais variou entre **1,98% e 2,15%**, com média de 2,0%. O percentual foi aplicado à estimativa nacional da CNC para 2025, projetando um patamar estável para o comércio capixaba na data comemorativa.

O que deve sair mais e o que pode recuar

Com base nos dados do IPCA de junho/2025, com inflação acumulada de 3,21% até junho (acima da média nacional de 2,99%), o cenário de preços na Grande Vitória revela sinais importantes sobre o comportamento esperado de consumo no Dia dos Pais. A composição da inflação ajuda a antecipar quais itens devem ganhar protagonismo nas vitrines, e quais podem ficar de lado. A composição dos preços mostra diferenças entre o Espírito Santo e o restante do Brasil.

Bens Associados a Presentes do Dia dos Pais - Inflação Acumulada até junho de 2025

	Espírito Santo (%)	Brasil (%)
Índice geral	3,21	2,99
Alimentação e bebidas	4,89	3,69
Alimentação fora do domicílio	5,5	3,82
Televisor	-2,07	-1,71
Aparelho de som	-	0,45
Computador pessoal	7	5,08
Roupa masculina	3,22	3,2
Sapato masculino	3,42	2,3
Tênis	0,2	1,44
Relógio de pulso	-1,75	2,56
Perfume	0,69	3,02
Cinema, teatro e concertos	11,99	3,63
Livro não didático	-	4,25
Aparelho telefônico	-1,42	-2,15

Fonte: IBGE - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

***Televisores (-2,07%) e aparelhos telefônicos (-1,42%),
apresentaram deflação no estado, o que pode
favorecer suas vendas***

De acordo com os dados de inflação acumulada, o comportamento dos preços no Espírito Santo indica uma tendência de consumo mais voltada para itens tradicionais e de menor variação de preços no Dia dos Pais de 2025. Produtos como roupas e calçados masculinos devem ganhar espaço, já que apresentaram variações moderadas: roupa masculina teve inflação de 3,22% no estado, muito próxima da média nacional (3,20%), e o sapato masculino subiu 3,42%, acima dos 2,3% registrados no Brasil.

O item tênis, com alta de apenas 0,2% no Espírito Santo, também deve se manter como opção para os consumidores. A inflação moderada desses itens reforça a percepção de custo-benefício e contribui para a preferência por presentes mais previsíveis e menos impactados por aumentos de preços. Itens de tecnologia mais populares, como televisores (-2,07%) e aparelhos telefônicos (-1,42%), apresentaram deflação no estado,

o que pode favorecer suas vendas, sobretudo em compras parceladas. O mesmo ocorre com os relógios de pulso, que ficaram 1,75% mais baratos no Espírito Santo, contrastando com o aumento de 2,56% observado nacionalmente.

Por outro lado, produtos e serviços com maior alta de preços tendem a ter menor procura. É o caso de experiências como cinema, teatro e concertos, que subiram 11,99% no Espírito Santo, muito acima da média nacional (3,63%).

A alimentação fora do domicílio também teve alta no estado (5,5%), o que pode reduzir sua atratividade como presente. Já produtos como perfumes, computadores pessoais e livros não didáticos também tiveram inflação superior à média, o que pode limitar o apelo desses itens junto aos consumidores mais sensíveis a preço.

DESTAQUES DA INFLAÇÃO ATÉ JUNHO/2025 GRANDE VITÓRIA (IPCA)

Itens com queda de preços (mais atrativos):



Televisores: -2,07%



Aparelho telefônico: -1,42%



Relógio de pulso: -1,75%

Itens com inflação moderada (boas opções):



Roupa masculina: +3,22%



Tênis: +0,2%



Sapato masculino: +3,42%

Itens com alta inflação (menor atratividade)



Cinema, teatro e concertos: +11,99%



Alimentação fora do domicílio: +5,5%



Computador pessoal: +7,0%



Livro não didático: +3,61%

No Dia dos Pais o consumidor pode ser guiado a tomada de decisão mais racional, levando em conta preços e condições de pagamento

Assim, esse cenário de preços tende a favorecer escolhas mais racionais, focadas em produtos tradicionais, de apelo amplo e com menor pressão inflacionária. A deflação em itens de tecnologia e acessórios pode incen-

tivar compras parceladas, enquanto serviços e experiências encarecidos tendem a ser considerados apenas como complemento ao presente principal.

TENDÊNCIAS E CENÁRIO DE CONSUMO

A confiança das famílias segue em alta, acima dos 100 pontos, conforme o relatório ICF de julho, reforçando um ambiente propício para o consumo. O avanço do emprego formal no Espírito Santo também contribui para essa expectativa positiva.

A busca pelo melhor custo-benefício segue guiando o comportamento do consumidor

No entanto, para que esse otimismo se converta em vendas, o comércio precisa investir em estratégias que atraiam o consumidor:

variedade de produtos, promoções, facilidades de pagamento e presença nos canais digitais são diferenciais decisivos.

CANAIS DE COMPRA E PERFIL DO CONSUMIDOR

O comportamento digital, integração de canais físicos e digitais, segue consolidado. Lojas, shoppings e centros comerciais mantêm sua relevância, mas o uso de redes sociais, sites e aplicativos como WhatsApp e Instagram cresce continuamente, influenciando tanto a decisão quanto a finalização da compra. A busca pelo **melhor custo-be-**

nefício segue guiando o comportamento do consumidor, e boa parte da decisão de compra está associada à percepção de preço dos produtos. O levantamento nacional de 2024 já apontava que **70% dos consumidores consideravam os preços mais altos**, e essa percepção tende a permanecer, especialmente em um contexto de recuperação gradual da renda.

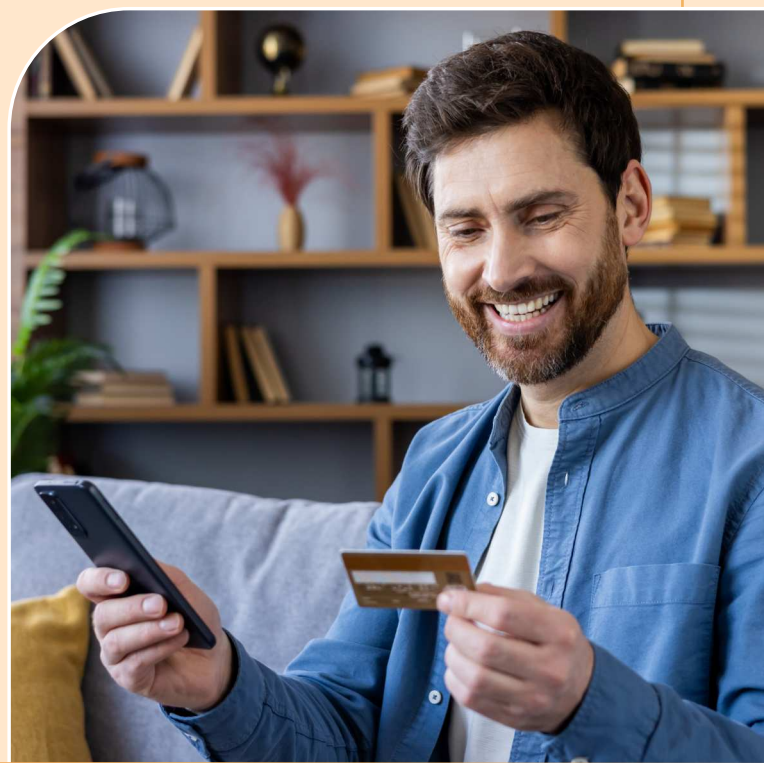
DIGITALIZAÇÃO, COMPORTAMENTO DIGITAL E CONSUMO ONLINE

A transformação digital do varejo segue em ritmo acelerado e o comportamento do consumidor se adapta a um modelo cada vez mais digital, no qual canais físicos e digitais se complementam na jornada de compra. Esse movimento se intensificou nos últimos anos e já é uma realidade consolidada: segundo a Pesquisa Anual do Comércio (PAC/IBGE), entre 2019 e 2022, o número de empresas que passaram a vender pela internet cresceu cerca de 80% no Brasil.

No Dia dos Pais, esse padrão híbrido tende a se repetir, com consumidores buscando e comparando preços online, mas muitas vezes optando por retirar o produto na loja física ou utilizar serviços como entrega expressa, cashback, cupons digitais e atendimento via WhatsApp.

Essa integração entre canais amplia o alcance das empresas e oferece mais conveniência ao cliente, um diferencial competitivo importante em datas comemorativas.

O economista da CNC, Fábio Bentes, destaca que “a digitalização do varejo e o crescimento do atacarejo são tendências que vieram para ficar”. No entanto, ele ressalta que fatores macroeconômicos como a oscilação do dólar e os preços dos combustíveis ainda podem influenciar o desempenho final das vendas neste segundo semestre.





Opinião do Empresariado Capixaba

Carlos Eduardo Sardemberg, empresário e associado da Associação Capixaba de Proprietários de Comércio (ACPC), compartilhou sua visão sobre o cenário atual do varejo e as perspectivas para o Dia dos Pais de 2025. Com larga experiência no setor de varejo e presença consolidada no mercado capixaba, Sardemberg falou sobre o comportamento do consumidor, a importância das datas comemorativas e as estratégias adotadas para aproveitar o aumento de fluxo nos pontos de venda durante o período. Confira:

Sobre o Dia dos Pais, especificamente, acredito que os segmentos que devem se destacar são os de roupas e calçados

“A expectativa pro Dia dos Pais deste ano é boa. Se a gente conseguir empatar com o resultado do ano passado, já vai ser muito positivo, principalmente diante do cenário atual, muita instabilidade política, fiscal e econômica no país, o que naturalmente afeta o consumidor e o desempenho do varejo.

O ano começou bem. Janeiro, fevereiro e março tiveram um bom desempenho. Abril deu uma estabilizada e, a partir de maio, a coisa ficou bastante volátil. Maio, por exemplo, que costuma ser um mês excelente pro meu segmento, até comparado a um segundo Natal, não foi tão bom assim. O Dia das Mães foi excelente, com um movimento forte concentrado nos quatro dias que antecederam a data.

Mas o restante do mês, antes e depois do pico, teve uma performance mais fraca que a do ano passado. Junho deu uma leve melhora e julho ficou praticamente igual ao do ano anterior. E se a gente considerar a inflação, significa que andamos de lado.

Sobre o Dia dos Pais, especificamente, acredito que os segmentos que devem se destacar são os de roupas e calçados. No nosso setor, que é de perfumes e cosméticos, o movimento tende a ser mais complementar.



A gente sente o impacto do aumento de fluxo nas lojas e shoppings, mas o consumidor normalmente está mais focado em vestuário masculino. Então a gente aproveita esse fluxo, que é gerado pelo aumento do movimento geral, mas não somos o presente principal, como acontece no Dia das Mães, por exemplo.

O presente masculino, de maneira geral, ainda é mais restrito. Apesar de o homem moderno estar se cuidando mais, os itens mais procurados continuam sendo os clássicos: gel de barbear, creme pós-barba, perfume. A oferta é menor se compararmos com o

universo de presentes para o público feminino, que é muito mais amplo. Outro ponto que tenho percebido é essa tendência de as pessoas combinarem o presente físico com alguma experiência ou serviço, como um almoço em família, um passeio, um momento especial.

Isso não substitui o presente, mas complementa. No Dia das Mães, por exemplo, a gente viu restaurantes lotados, reservas esgotadas dias antes. Então acho que essa migração para o serviço é real, mas ela caminha junto com o consumo de bens. Não é uma troca, é um somatório."

Nota metodológica:

A estimativa do volume de vendas no Espírito Santo para o Dia dos Pais de 2025 foi calculada por meio de projeção proporcional, com base na participação histórica do estado no total nacional, conforme dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC). Adotou-se como parâmetro o coeficiente médio de participação relativa do Espírito Santo entre os anos de 2020 e 2024, período em que a série apresenta estabilidade e robustez estatística, com variações mínimas e ausência de outliers relevantes. Nesse intervalo, a participação estadual variou entre 1,98% (2020) e 2,15% (2023), com média de 2,0% e desvio-padrão de apenas 0,06 ponto percentual. Esse percentual médio foi aplicado diretamente sobre a projeção nacional da CNC para 2025, estimada em R\$ 7,84 bilhões a preços constantes de 2024. Assim, obteve-se a seguinte expressão para o cálculo:

$$\text{Vendas_ES_2025} = \text{Vendas_Brasil_2025} \times \text{Participação Média ES}$$

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 : Maria Clara Leite : Samuel O. Cabral : Ryan Procopio : Giulia Ortega | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br