



Connect
Fecomércio ES

Fecomércio ES . FAESA
CNC Sesc Senac CENTRO UNIVERSITÁRIO

NATAL DEVE MOVIMENTAR R\$ 1,57 BILHÃO EM VENDAS NO VAREJO CAPIXABA

ALIMENTOS MAIS BARATOS NO MÊS GARANTEM UMA CEIA
MAIS ACESSÍVEL E FORTALECEM O CONSUMO NATALINO.

VOLUME DE VENDAS

MOVIMENTAÇÃO ESTIMADA

R\$ 1,57 BI

EM DEZEMBRO

CRESCIMENTO DAS VENDAS

+3,4%

EM RELAÇÃO A 2024

SEGMENTO DE DESTAQUE

HIPER E SUPERMERCADOS

41%

CEIA MAIS BARATA NO MÊS

ALIMENTAÇÃO NO DOMICÍLIO

-0,93%

EM NOVEMBRO

ITENS COM MAIOR REDUÇÃO
PARA A CEIA

ARROZ **-5,61%** FRUTAS **-1,62%**

AZEITONA
-0,62%

PRODUTOS MAIS
ACESSÍVEIS

ELETRÔNICOS
-7,84%

ELETRODOMÉSTICOS
-5,56%

EXPECTATIVA DE VENDAS DO NATAL CAPIXABA

O Natal e as festas de fim de ano são, historicamente, períodos importantes para o comércio, representando um momento de alta nas vendas e de renovação nas estratégias do varejo. Essa época do ano vai além do consumo: ela mobiliza sentimentos de união, celebração e tradição, que se traduzem em uma busca por presentes, alimentos e experiências que reflitam o espírito natalino. O período natalino costuma ampliar a procura por uma variedade de produtos, o que se reflete em maior movimentação no varejo. Esse efeito é especialmente perceptível em hiper e supermercados, impulsionados pelas compras de alimentos e bebidas para as celebrações. A busca por presentes também dinamiza setores como tecidos, vestuário e calçados, móveis e eletrodomésticos e artigos farmacêuticos.

Esse período é responsável por movimentar a economia e ditar tendências que influenciam o comportamento de consumo, exigindo do setor estratégias alinhadas ao perfil do consumidor, que, ano após ano, se torna mais criterioso e consciente em suas escolhas.



No Espírito Santo, o cenário atual é particularmente promissor. Em novembro de 2025, o Índice de Confiança do Empresário do Comércio (ICEC)¹ do Espírito Santo registrou alta de 4,5% em relação a outubro de 2025, passando de 103,9 para 108,6 pontos. Desde junho, o ICEC tem se mantido acima da zona de satisfação (100 pontos).

Com a proximidade do Natal, a confiança dos empresários do comércio no Espírito Santo está em alta, o que sugere um ambiente mais favorável ao varejo capixaba. Sobretudo, diante das expectativas para o mês de dezembro, período tradicionalmente mais aquecido para a atividade comercial, com circulação de renda, datas festivas e promoções.

Esse otimismo é impulsionado por expectativas positivas de vendas e um cenário econômico que favorece o consumo. Empresários capixabas já antecipam promoções para todo o mês de dezembro. A expectativa de um bom desempenho em dezembro reflete a confiança dos consumidores e a estratégia do comércio local em aproveitar ao máximo essa data.

Segundo o relatório de estimativas financeiras para o 4º trimestre de 2025 da equipe Connect², o comércio varejista capixaba deverá movimentar cerca de R\$ 1,57 bilhão em dezembro de 2025, contribuindo para um total estimado de R\$ 100,41 bilhões em todo o ano de 2025.

Esse montante representaria um crescimento de 7,3% em relação às vendas de 2024, estimadas em R\$ 93,58 bilhões. A expectativa de crescimento nas vendas reflete o cenário econômico positivo e destaca o poten-

potencial do varejo local para aproveitar o aumento da confiança e do poder de compra dos consumidores, consolidando o Natal como uma das principais datas para o comércio capixaba.

VENDAS DO VAREJO NO ESPÍRITO SANTO

O Natal, dado a sua importância, movimenta todo o mês de dezembro. Nesse contexto, a equipe Connect elaborou as previsões de vendas para dezembro². As expectativas são otimistas: estima-se uma receita bruta de vendas de R\$ 1,57 bilhão durante o mês natalino de 2025, um total estimado de R\$ 100,41 bilhões em todo o ano de 2025, refletindo o impacto positivo do Natal e das festas de fim de ano e representa um

novo recorde na série histórica iniciada em 2012.

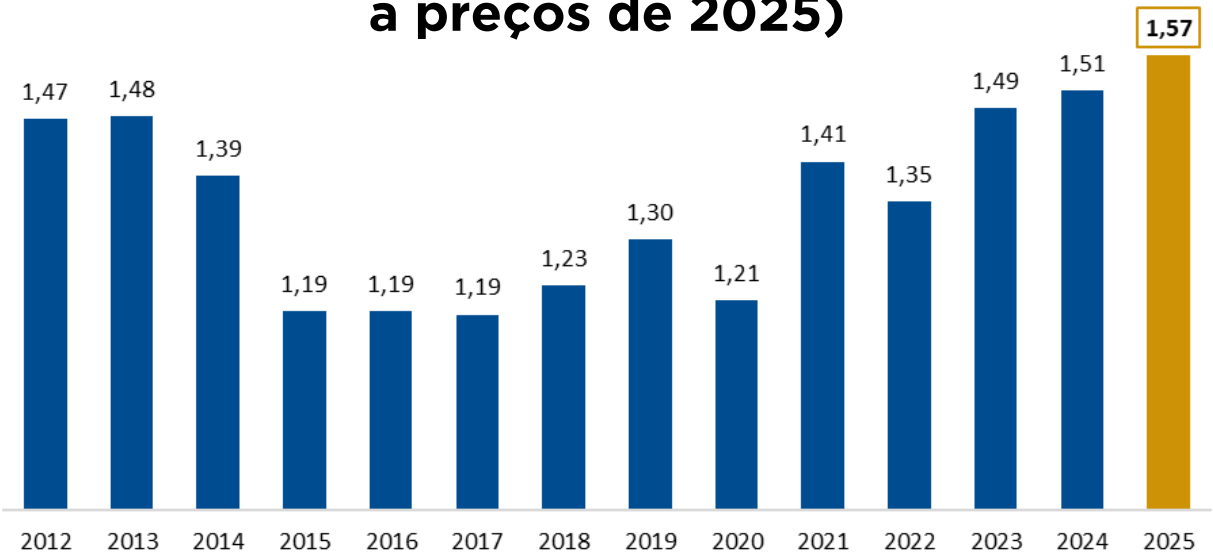
Esse número reforça o potencial da data para alavancar as vendas em diversos setores, especialmente com estratégias que combinam descontos atrativos, promoções e a expansão das vendas digitais.



A expectativa de alcançar o maior patamar da série reforça o cenário positivo observado nos últimos relatórios econômicos e, assim, mantendo-se a tendência de crescimento.

Portanto, estima-se que o volume de vendas apresente um crescimento de 3,4% no Natal de 2025 quando comparado a 2024.

**Volume de Vendas para o Natal ES,
de 2008 a 2025 (valores R\$ bilhões
a preços de 2025)**



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES
Nota: Os valores em dourado representam uma previsão

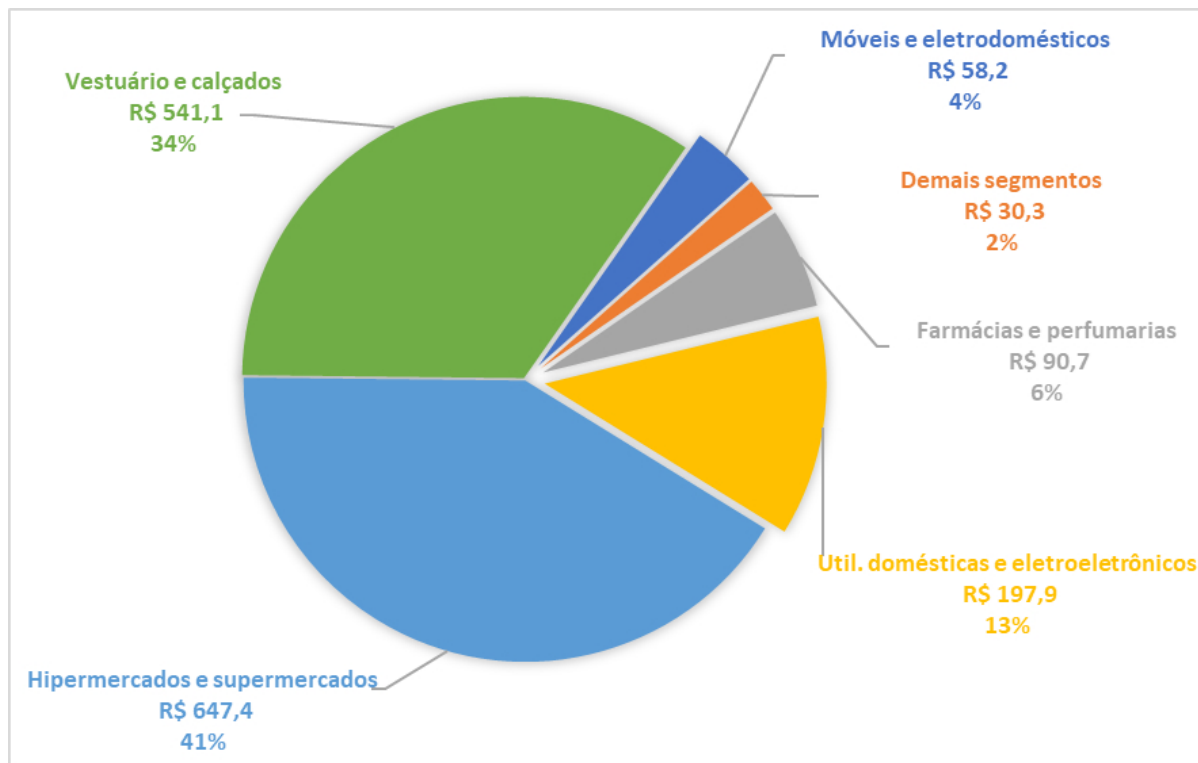


Conforme a segmentação do varejo para o período natalino, os setores de Hipermercados e supermercados e Vestuário e calçados são os principais responsáveis pela movimentação comercial, representando, respectivamente, 41% (R\$ 647,4 milhões) e 34% (R\$ 541,1 milhões) do total previsto. Juntos, esses dois segmentos concentram 75% das vendas, enquanto outros, como Utilidades domésticas e eletroeletrônicos (13%), Farmácias e perfumarias (6%), Móveis e eletrodomésticos (4%) e Demais segmen-

ticos (4%) e Demais segmentos (2%), completam o panorama. No Espírito Santo, a distribuição das vendas por segmento evidencia a forte concentração do consumo natalino em 2025 e seus impactos diretos sobre o comércio local. Em conjunto, esses números revelam que o Natal de 2025 tende a ser um dos momentos mais relevantes do ano para o varejo capixaba, com forte potencial de geração de receita, aumento do volume de vendas e fortalecimento da confiança empresarial no período.



Volume de Vendas previsto para o Natal (valores em R\$ milhões), por segmento, ES, 2025



Fonte: CNC. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES

Além disso, a perspectiva positiva para o Natal está associada à redução do índice de preços de produtos importantes para as famílias, como alimentos e vestuário, que elevam o poder de compra e incentivam as vendas. Esse movi-

mento, aliado à melhora do mercado de trabalho, à redução do endividamento e ao aumento da intenção de consumo, sustenta as expectativas de crescimento para o final de 2025.

Portanto, a expectativa para o último mês do ano é positiva, sendo determinada principalmente pelo cenário favorável de queda da inadimplência, aumento da intenção de consumo das famílias, o que deve refletir nas vendas do varejo capixa-

ba no final de ano. Combinados, esses elementos reforçam a tendência de um Natal aquecido e de um fechamento de 2025 marcado por maior dinamismo econômico do comércio capixaba.

CESTA NATALINA CAPIXABA

A inflação desacelerou no Espírito Santo em novembro de 2025, conforme o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), o indicador registrou recuo de 0,09% no mês, número abaixo dos resultados de 0,31% e 0,76%, de outubro e setembro, respectivamente, destacando uma tendência de queda na inflação no Estado.

Esse resultado divulgado em 10/12/2025 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), reforça um ambiente econômico mais favorável às famílias capixabas às vésperas do período natalino. Em comparação a último Natal, a expectativa é que os preços estejam em média 5,31% mais altos.



Todavia, a desaceleração do índice mensal tende a ter impacto direto sobre o consumo dos alimentos típicos da ceia natalina, uma vez que grande parte dos itens que compõem essa cesta, como carnes, bebidas e produtos de mercearia, é sensível às variações da inflação de alimentos e bebidas. Em novembro, os produtos relacionados à alimentação no domicílio registraram redução média de 0,93%. Assim, espera-se que os itens consumidos no Natal apresentem preços inferiores

aos observados no Dia das Crianças. Entretanto, no acumulado de 12 meses — isto é, em comparação ao Natal anterior — projeta-se uma alta de 4,34% na alimentação no domicílio.

Com a redução das pressões de preços, especialmente no segmento de alimentação dentro do domicílio, os consumidores capixabas encontram maior margem para planejar e ampliar suas compras de fim de ano.

Inflação da Ceia Natalina, Espírito Santo, novembro de 2025

	Variação Mensal (nov/25 – out/25)	Variação acumulada 12 meses
Índice Geral	0,09	5,31
Alimentação no domicílio	-0,93	4,34
Arroz	-5,61	-27,27
Carne de Porco	1,67	5,42
Frango	0,72	3,09
Azeitona	-0,62	7,02
Milho em Conserva	0,42	-2,31
Frutas	-1,62	5,42
Tilápia	-0,01	0,54
*Bacalhau	1,81	17,61

Fonte: IPCA, IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES
*Bacalhau: dados referentes ao Brasil, os demais produtos da cesta são dados do Espírito Santo

A queda da alimentação no lar foi puxada principalmente por arroz (-5,61%), frutas (-1,62%) e azeitona (-0,62%). Alguns itens, porém, ficaram mais caros no mês, como carne de porco (+1,67%) e bacalhau (+1,81%).

No acumulado de 12 meses, o cenário é oposto: a alimentação no domicílio aumentou 4,34%, impulsionada por produtos como bacalhau (+17,61%), azeitona (+7,02%) e carne de porco (+5,42%). Em contrapartida, arroz (-27,27%) e milho em conserva (-2,31%) apresentaram quedas expressivas no período.

Os dados da cesta natalina do Espírito Santo, com base no IPCA de novembro de 2025, revelam um cenário misto, com reduções expressivas em alguns itens essenciais e altas moderadas em outros.

Esse comportamento tende a beneficiar o consumo das famílias capixabas, sobretudo no período da ceia de Natal, uma data marcada por compras simbólicas e tradicionalmente concentradas em alimentos especiais.

A redução significativa em produtos de grande peso na ceia de natal pode contribuir diretamente para aliviar o orçamento das famílias capixabas e ampliar o nível de consumo do comércio neste período. Essas quedas de preços aliviam a pressão inflacionária sobre a cesta de alimentos natalinos, permitindo que as famílias ampliem a variedade de produtos ou mantenham a tradição mesmo diante de orçamentos mais apertados.

Em novembro, vários itens típicos de compras de fim de ano apresentaram redução de preços quando comparados a outubro (mês do Dia das Crianças). Eletrodomésticos e equipamentos registraram variação mensal de -3,74%,

enquanto brinquedos recuaram 1,92%. Eletrônicos, como TVs e equipamentos de informática, também mostraram queda de 1,77%. Esse comportamento indica um ambiente mais favorável para as compras de curto prazo.

Inflação de presentes e lembranças Natalinas, Espírito Santo, novembro de 2025

	Variação Mensal (nov/25 – out/25)	Variação acumulada 12 meses
Mobiliário	-0,71	6,01
Eletrodomésticos e equipamentos	-3,74	-5,56
Tv, som e informática	-1,77	-7,84
Roupas	-0,11	7,21
Calçados e acessórios	0,32	3,77
Joias e bijuterias	0,45	21,87
Brinquedo	-1,92	1,13

Fonte: IPCA, IBGE. Elaboração: Equipe Connect Fecomércio-ES



Nos últimos 12 meses, porém, alguns grupos de produtos acumularam aumentos relevantes quando comparados ao Natal de 2024. Joias e bijuterias tiveram alta de 21,87%, e roupas avançaram 7,21%. Mobiliário também apresenta variação positiva de 6,01%, o que pode elevar o custo de presentes de maior valor agregado.

Por outro lado, alguns grupos permanecem mais acessíveis no acumulado anual. Produtos de TV, som e informática acumulam queda de 7,84% em 12 meses, enquanto eletrodomésticos e equipamentos apresentam retração de 5,56%. Esse comportamento indica condições de compra mais favoráveis para quem busca bens duráveis. Para o consumidor capixaba que pre-

tende adquirir um presente — seja para outra pessoa ou para uso próprio — itens como televisores, computadores, ar-condicionado, geladeiras, tablets e eletroportáteis tendem, portanto, a apresentar preços inferiores aos registrados tanto no Dia das Crianças quanto no Natal de 2024.

Esse cenário contribui para maior previsibilidade orçamentária e permite que as famílias planejem suas compras com mais segurança, reduzindo o risco de surpresas negativas. Assim, a combinação da cesta de presentes natalinos com as variações recentes do IPCA sugere um Natal de 2025 com preços mais favoráveis, o que pode favorecer o consumo e reforçar o dinamismo do comércio local.

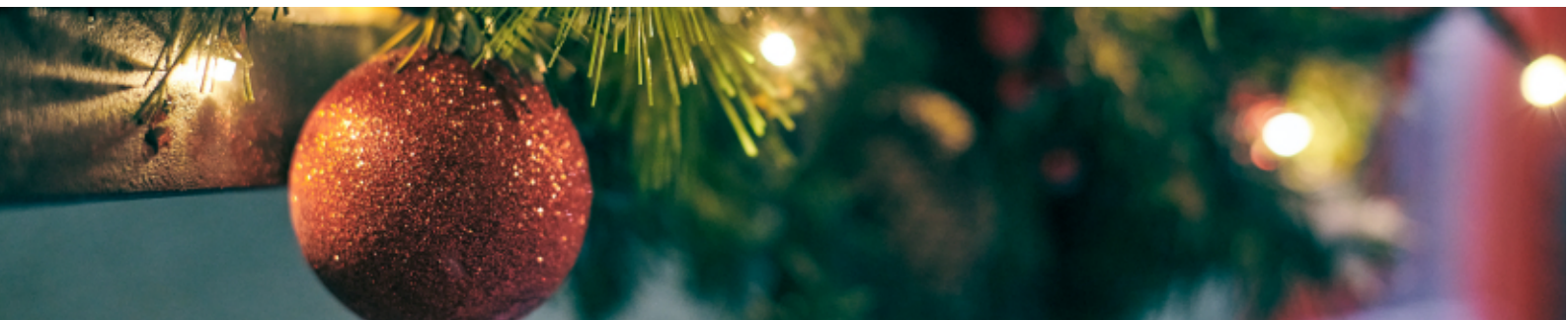
OPINIÃO CAPIXABA DO EMPRESARIADO CAPIXABA



“Nosso Natal, na prática, começa em novembro. É sempre o nosso melhor mês do ano, porque as pessoas já começam a buscar as roupas de festa antes”

A dinâmica das vendas de fim de ano no setor de moda revela movimentações importantes para compreender o comportamento do consumidor às vésperas do Natal. Para 2025, a percepção do varejo

local aponta para um período aquecido, impulsionado pela procura antecipada por roupas de festa, como também pela ampliação das oportunidades de compra dentro das próprias lojas.



Nesse contexto, **Ana Claudia Grobério, Diretora da Tons e Vice-Presidente do Sindilojas de Vila Velha**, compartilha sua avaliação sobre o desempenho recente e as expectativas para o ciclo natalino deste ano, destacando como estratégias de divulgação, fortalecimento da categoria de presentes e o fluxo gerado pelos serviços de locação vêm moldando resultados positivos e sustentando projeções de crescimento. Confira:

“Nosso Natal, na prática, começa em novembro. É sempre o nosso melhor mês do ano, porque as pessoas já começam a buscar as roupas de festa antes. Muitas celebrações acontecem ao longo de dezembro, então a procura pelas peças principais, que são o nosso carro-chefe, se concentra mesmo em novembro.

No ano passado, dezembro também performou muito bem porque investimos bastante em divulgar opções de presente. Antes, os clientes não lembravam da gente nessa categoria, e só de reforçar essa comunicação conseguimos melhorar bastante o resultado. Estamos repetindo a estratégia este ano: em breve começamos novamente a divulgar sugestões de presentes.

Além disso, dezembro costuma ter muito movimento na loja por conta dos aluguéis. Já temos muitas peças alugadas para o mês, então sabemos que esses clientes vão voltar para retirar os produtos e essa entrada na loja cria oportunidades de venda que o próprio serviço gera. A ideia é justamente aproveitar esse fluxo:

quem vem buscar a roupa que vai usar na festa já encontra sugestões de presente e pode resolver tudo aqui mesmo.

No geral, estamos bem otimistas. Como este ano já vem sendo melhor do que o ano passado em números, acreditamos em um crescimento de pelo menos 10% nas vendas

de dezembro e quem sabe até mais, se tudo correr como esperamos. Novembro está performando muito bem, o ateliê está lotado, uma verdadeira loucura. Por isso, nossa expectativa é realmente positiva e acreditamos que o fim de ano deve superar o anterior.”



O NATAL DA CONVENIÊNCIA RÁPIDA: COMPRAS ÁGEIS, ENTREGAS CURTAS E DECISÃO INSTANTÂNEA

O Natal deste ano está sendo marcado por um comportamento muito claro do consumidor: a busca pela conveniência rápida. Em um cenário de tempo curto, agendas cheias e necessidade de resolver tudo “pra ontem”, o cliente passou a priorizar compras ágeis, processos simplificados e soluções que reduzam o esforço. É um movimento que se intensifica em dezembro, quando o volume de compras cresce, especialmente em produtos como roupas e acessórios, brinquedos, eletrônicos mais simples e alimentos típicos de fim de ano, como panetones, chocotones e chocolates.

Decisão de Compra Cada Vez Mais Rápida

O consumidor já chega ao ponto de venda, físico ou digital, com grande parte da decisão encaminhada. Ele pesquisa antes, consulta estoque, verifica preços e já sabe exatamente o que quer. Isso cria um Natal em que as vendas dependem menos da “descoberta dentro da loja” e mais de informações claras e acessíveis. Quem oferece disponibilidade, preço final transparente e indicação de tamanho/cor já sai na frente.

Busca por Soluções Imediatas

As compras de última hora continuam fortes no Brasil, mas agora elas acontecem com um comportamento diferente: o cliente procura soluções que resolvam rápido. Kits prontos, sugestões de presentes, embalagens especiais e

produtos fáceis de levar têm maior saída. No digital, cresce a demanda por entregas no mesmo dia, retirada expressa e confirmação imediata do pedido. A lógica é simples: quanto menos fricção, maior a conversão.

Reforço do Estoque Imediato e da Retirada Local

Para o comércio, um ponto central dessa tendência é a valorização do estoque disponível, o cliente quer saber se tem ali, agora. A retirada na loja (“pick up”), presente em diversas redes do Espírito

Santo, vem sendo decisiva para garantir volume nas vendas de fim de ano, principalmente para itens muito procurados, como brinquedos, roupas festivas, cosméticos e chocolates especiais.



Crescimento das Compras Rápidas em Itens Clássicos de Natal

Panetones, chocotones, chocolates, roupas para as festas e brinquedos continuam como destaques de fim de ano, mas a compra está mais acelerada: muitos consumidores fazem uma lista curta, prática e objetiva, resolvendo

tudo em poucos cliques ou em uma única ida ao centro comercial. Isso reforça a importância de vitrines organizadas, exposição por combinação e comunicações diretas, sem excesso de informação.

Notas

¹ Confiança empresarial avança 4,5% em novembro e o espírito santo entra no período mais aquecido do ano com otimismo elevado. Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/12/ICEC-novembro.pdf>>

² Comércio deve movimentar R\$ 27 bilhões e Serviços R\$ 18 bilhões no último trimestre. Disponível em: <<https://portaldocomercio-es.com.br/wp-content/uploads/2025/10/Movimentacao-finaceira-4o-Trimestre-1.pdf>>

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 : Paulo Rody : Samuel O. Cabral : Ryan Procopio : João Guimarães | Tel.: 3205-0706 | www.fecomercio-es.com.br