



Fecomércio AM
CNC Sesc Senac

IFPEAM
Instituto Fecomércio de Pesquisas
Empresariais do Amazonas

Pesquisa **Dia dos Pais**

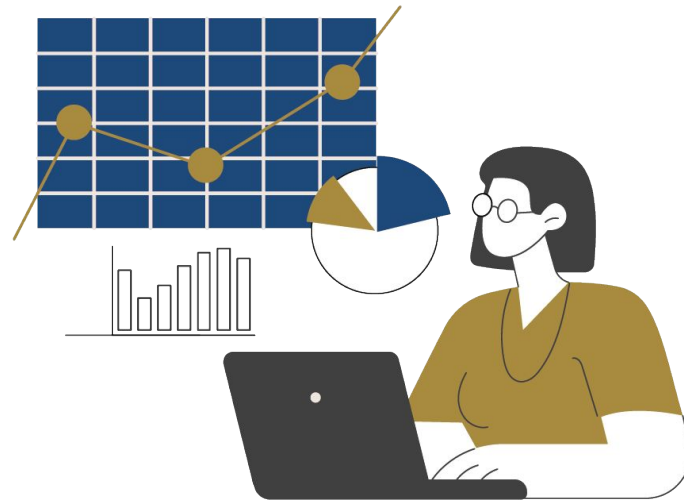
Pesquisa Sondagem de Vendas - Devolutiva Dia dos Pais 2025

Pesquisa realizada com 318 Empresas do Comércio Varejista de Manaus, nos dias 13 e 14 de agosto de 2025

DESTAQUES:

1. A porcentagem de empresas com aumento de **até 10%** caiu de **54%** em 2024 para **49%** em 2025. Isso indica que menos empresas se concentraram na faixa de menor crescimento.
2. A porcentagem de empresas com aumento entre **11% e 35%** tiveram um leve aumento, passando de **40%** em 2024 para **42%** em 2025.
3. Já os maiores crescimentos ficaram mais evidentes. A porcentagem de empresas que tiveram aumento entre **36% e 49%** passou de **4%** para **6%**.
4. Da mesma forma, a porcentagem de empresas com aumento **superior a 50%** também cresceu, de **2%** para **3%**.
5. **Contratação de Mão de Obra em 2024 vs. 2025.** Em 2025, houve uma tendência de **redução na contratação de mão de obra temporária** para a data comemorativa, com um aumento na porcentagem de empresas que não contrataram. **No entanto**, as empresas que de fato contrataram demonstraram uma leve mudança de comportamento: a contratação de um número maior de funcionários (**entre 4 e 10**) se tornou mais comum do que em 2024.
6. **Forma de pagamento mais utilizado:** o meio de pagamento mais utilizado é o **cartão de crédito**, que corresponde a **61%** das transações.
7. No período do Dia dos Pais de 2025, **Valor Médio de Compras por Consumidor** foi de **R\$ 285,00** representando um **aumento de 25% em relação ao informado em 2024 (R\$ 228,25)**.
8. **Segurança Pública:** Em **2024**, Apenas **1%** reportou ter sido afetada. Em **2025**, saltou para **19%**. Apesar de a maioria ainda não ter sido diretamente afetada, a percepção de insegurança aumentou consideravelmente.
9. **E-commerces:** A maioria das empresas que trabalham com vendas online teve um desempenho estável ou positivo, com mais de **50%** delas registrando crescimento ou mantendo o mesmo nível de vendas. No entanto, uma parcela considerável ainda não explora esse canal de vendas.

Metodologia



Público Alvo

Empresários de diversos segmentos do Comércio varejista de Manaus.

Método de Coleta

Método de Coleta

Pesquisa realizada por meio de entrevistas pessoais presenciais com apoio de formulário eletrônico em formato Google Forms.

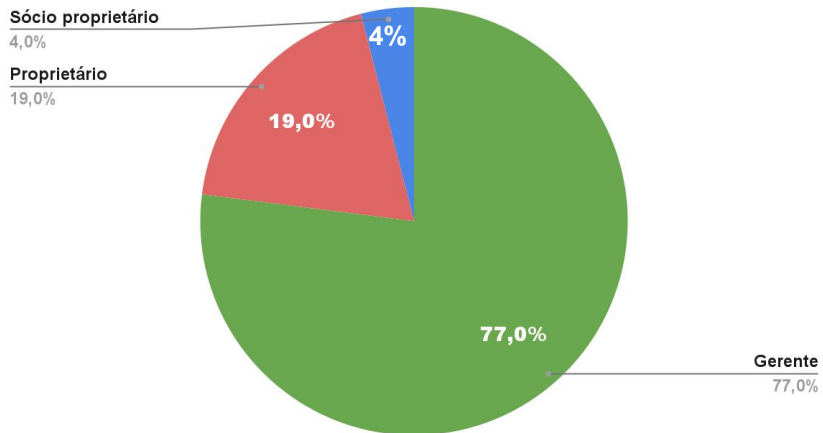
Tamanho Amostral da Pesquisa

Num universo de **318** empresas consultadas em todas as zonas da cidade.

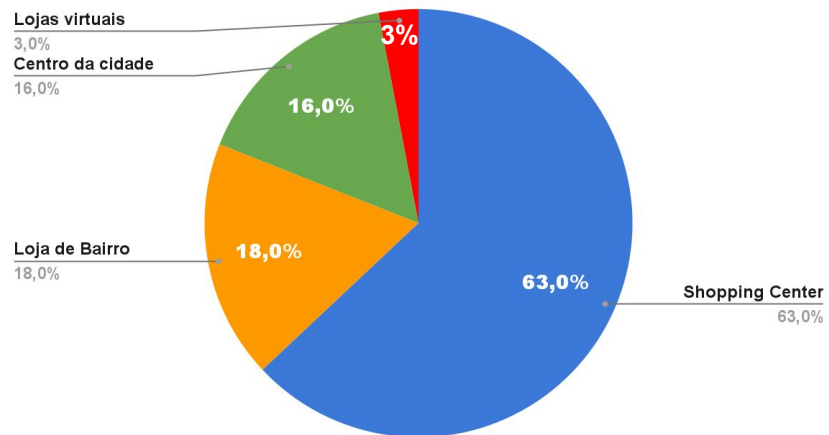


Perfil do Entrevistado

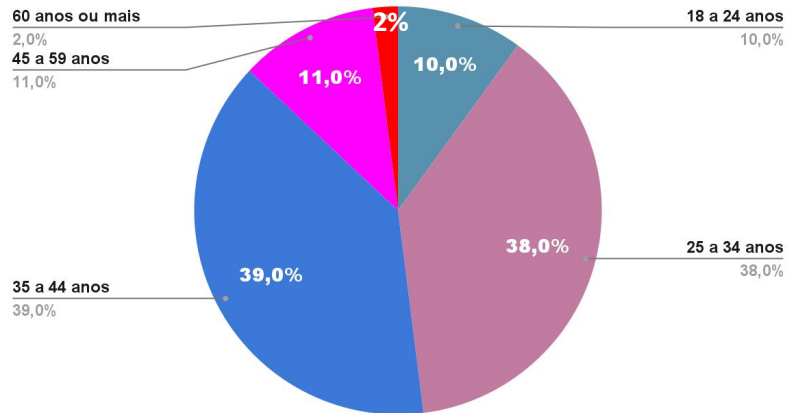
CARGO DO ENTREVISTADO



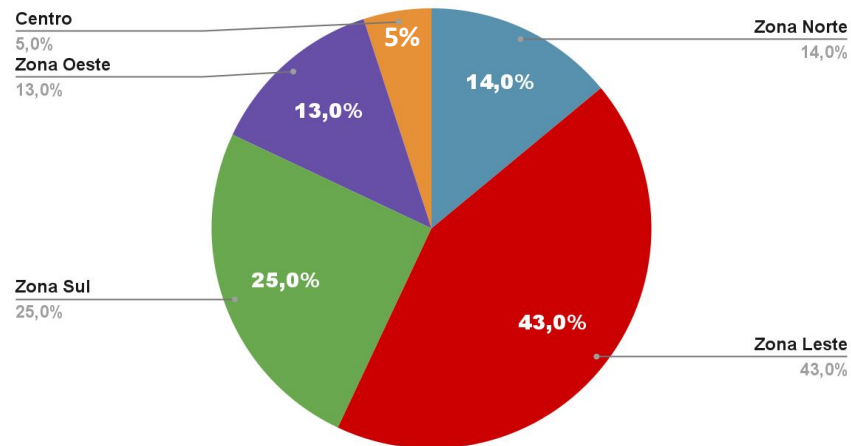
LOCALIZAÇÃO DA EMPRESA ENTREVISTADA



FAIXA ETÁRIA



ZONAS DA CIDADE



Juntas, microempresas e empresas de pequeno porte representam **84%** das entrevistadas, mostrando que a pesquisa focou predominantemente em pequenos e médios negócios.

PORTE DA EMPRESA ENTREVISTADA

Empresa de médio porte (de 50 a 99 empregados)

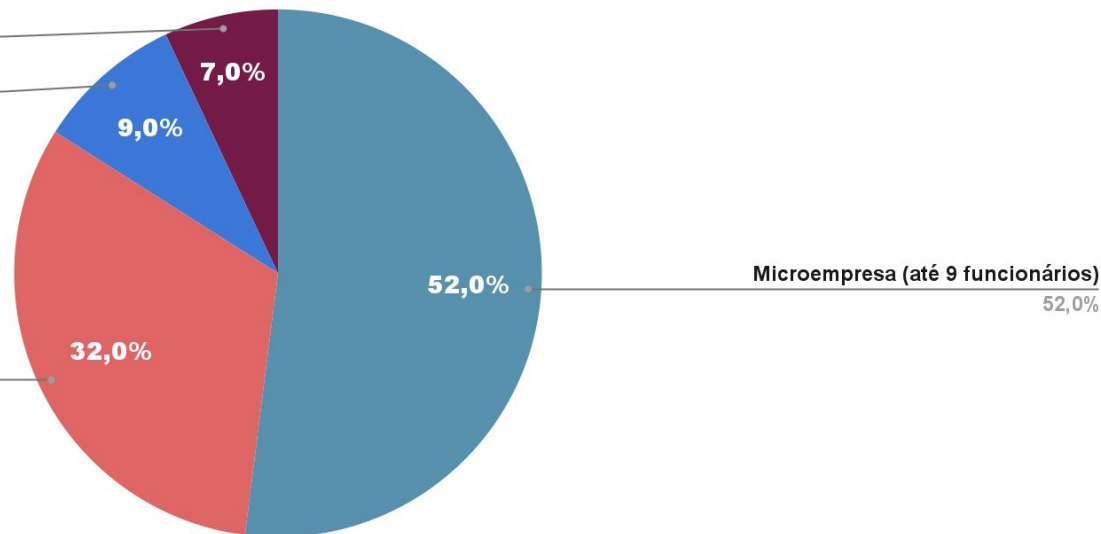
7,0%

Grandes empresas (100 empregados.)

9,0%

Empresa de pequeno porte (de 10 a 49 funcionários)

32,0%



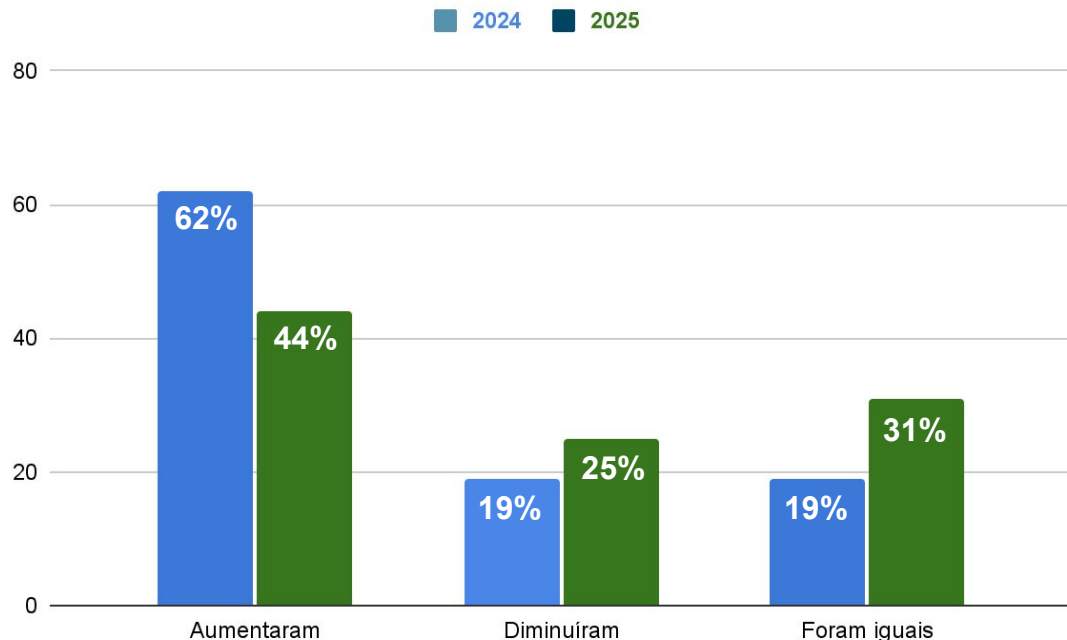
Em relação ao dia dos Pais do ano passado, como foram suas vendas no ano de 2025?

Comparativo de Vendas do Dia dos Pais: 2024 vs. 2025

Analisando os dados, as vendas do **Dia dos Pais de 2025** apresentaram um desempenho menos positivo em comparação com as de **2024**.

- A porcentagem de vendas que **aumentaram** caiu significativamente de **62%** em 2024 para **44%** em 2025.
- As vendas que se mantiveram **iguais** ou **diminuíram** cresceram em 2025. A proporção de vendas **iguais** subiu de **19%** para **31%**, e as que **diminuíram** aumentaram de **19%** para **25%**.

Esses números indicam que, em 2025, houve uma menor quantidade de empresas registrando crescimento nas vendas do Dia dos Pais em relação ao ano anterior.

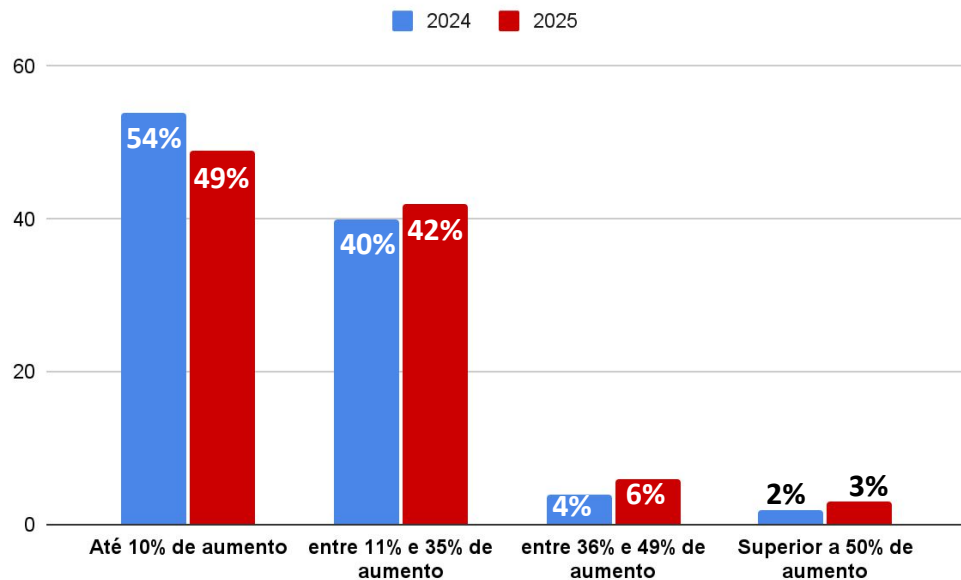


Apesar de a porcentagem geral de empresas que tiveram aumento de vendas ter diminuído em 2025 (conforme a análise anterior), o aumento percentual foi mais distribuído, e as maiores taxas de crescimento ficaram mais evidentes.

- A porcentagem de empresas com aumento de **até 10%** caiu de **54%** em 2024 para **49%** em 2025. Isso indica que menos empresas se concentraram na faixa de menor crescimento.
- A porcentagem de empresas com aumento entre **11% e 35%** tiveram um leve aumento, passando de **40%** em 2024 para **42%** em 2025.
- Já os maiores crescimentos ficaram mais evidentes. A porcentagem de empresas que tiveram aumento entre **36% e 49%** passou de **4%** para **6%**.
- Da mesma forma, a porcentagem de empresas com aumento **superior a 50%** também cresceu, de **2%** para **3%**.

Em resumo, o crescimento das vendas em 2025 foi menos comum, mas quando aconteceu, foi mais expressivo, com uma fatia maior de empresas registrando aumentos superiores a **35%** em comparação com 2024.

Em quanto aumentaram as vendas?



De acordo com o resultado da pesquisa, a queda nas vendas foi a seguinte:

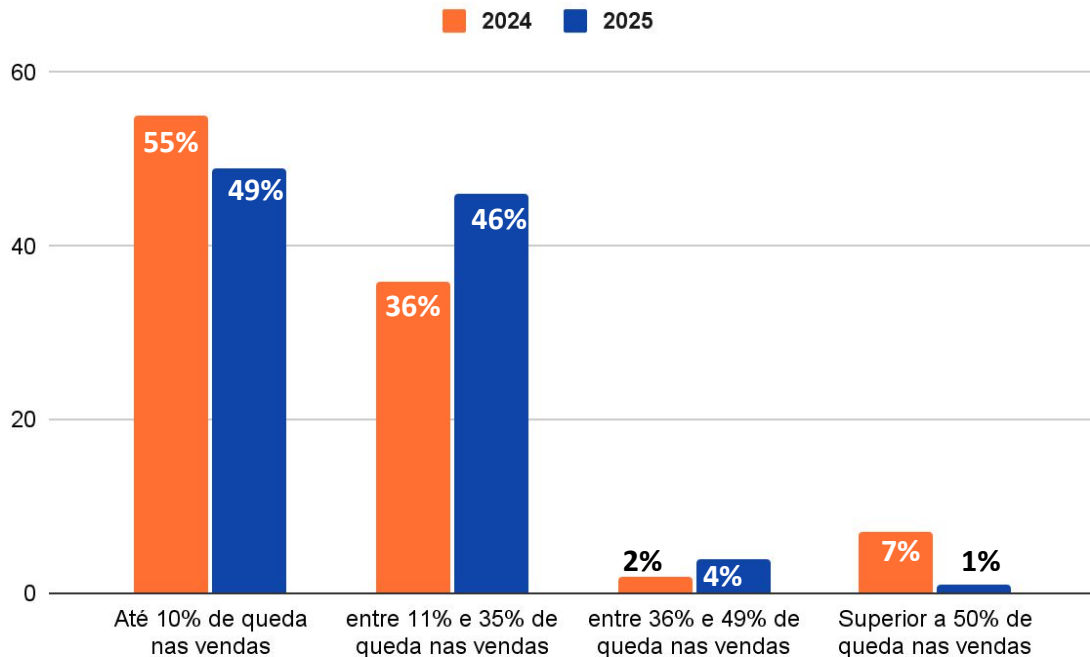
Em quanto as vendas diminuíram?

Em 2024:

- 55% dos negócios tiveram uma queda de até 10%.
- 36% tiveram uma queda entre 11% e 35%.
- 2% tiveram uma queda entre 36% e 49%.
- 7% tiveram uma queda superior a 50%.

Em 2025:

- 49% dos negócios tiveram uma queda de até 10%.
- 46% tiveram uma queda entre 11% e 35%.
- 4% tiveram uma queda entre 36% e 49%.
- 1% tiveram uma queda superior a 50%.



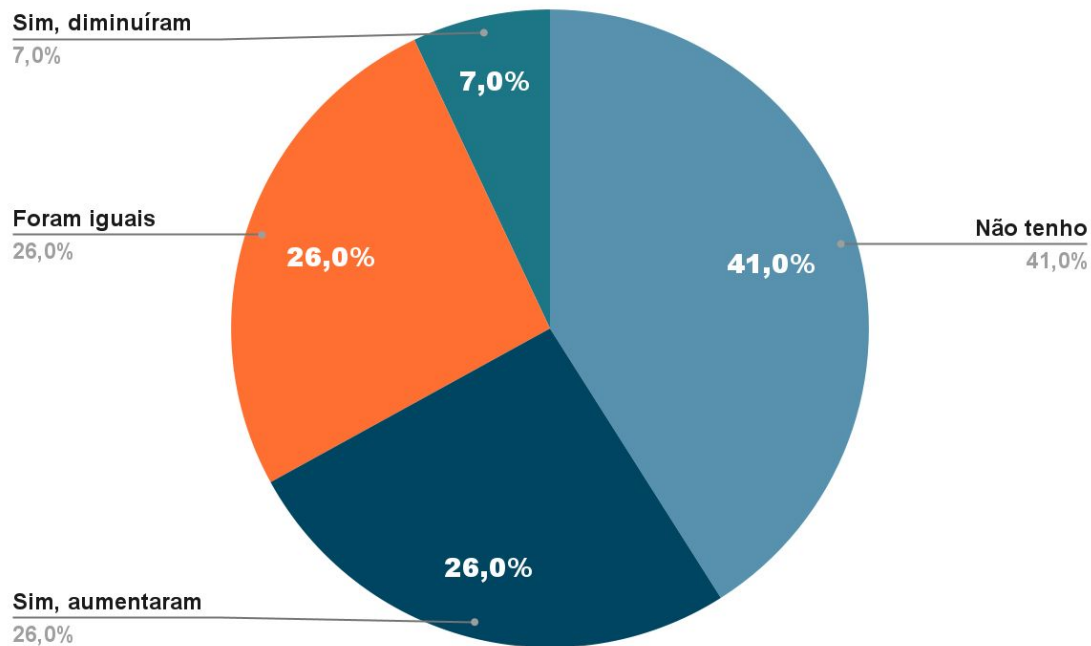
Comparando os dois anos, nota-se que a porcentagem de negócios com uma queda menor (até 10%) diminuiu em 2025, enquanto a porcentagem com uma queda maior (entre 11% e 35%) aumentou. A queda superior a 50% diminuíram em 2025.

Sua empresa trabalha com vendas online? Se SIM, como foram?

De acordo com os dados, a situação das vendas online é a seguinte:

- **41%** das empresas não têm vendas online.
- **26%** relataram que as vendas online aumentaram.
- **26%** disseram que as vendas online permaneceram as mesmas.
- **7%** tiveram uma queda nas vendas online.

A maioria das empresas que trabalham com vendas online teve um desempenho estável ou positivo, com mais de **50%** delas registrando crescimento ou mantendo o mesmo nível de vendas. No entanto, uma parcela considerável ainda não explora esse canal de vendas.

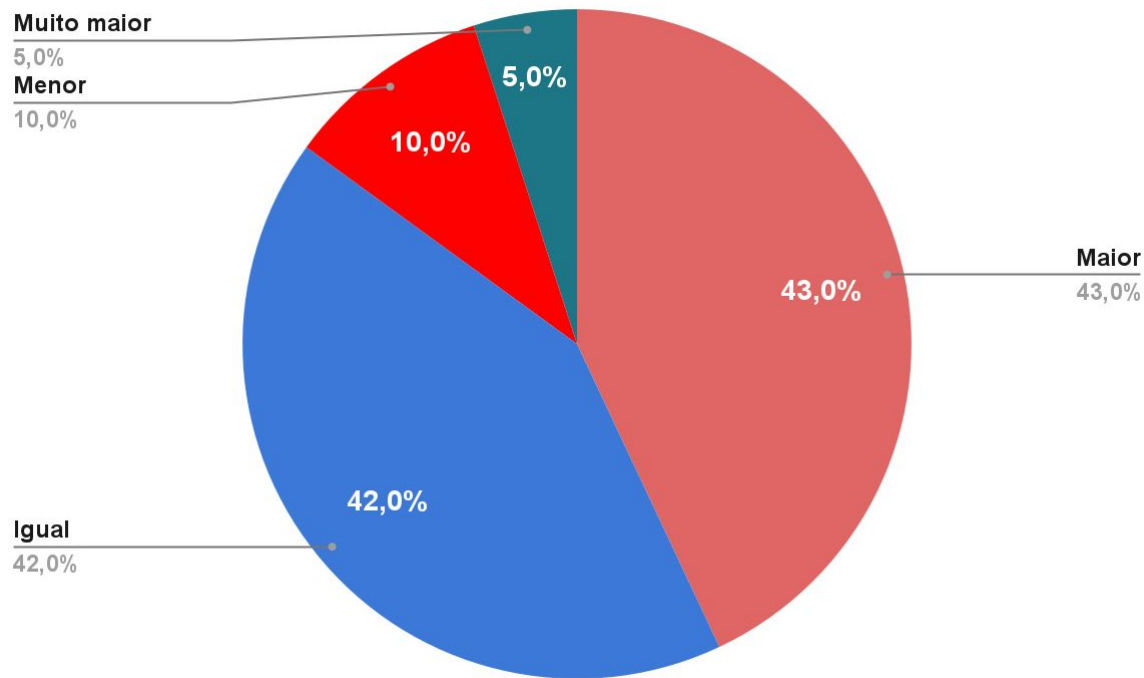


Em relação ao ano passado, como seu estoque estava para o Dia dos Pais?

Com base nos dados, a situação do estoque para o Dia dos Pais em comparação com o ano anterior foi a seguinte:

- **43%** das empresas tinham um estoque **maior**.
- **42%** tinham um estoque **igual**.
- **10%** tinham um estoque **menor**.
- **5%** tinham um estoque **muito maior**.

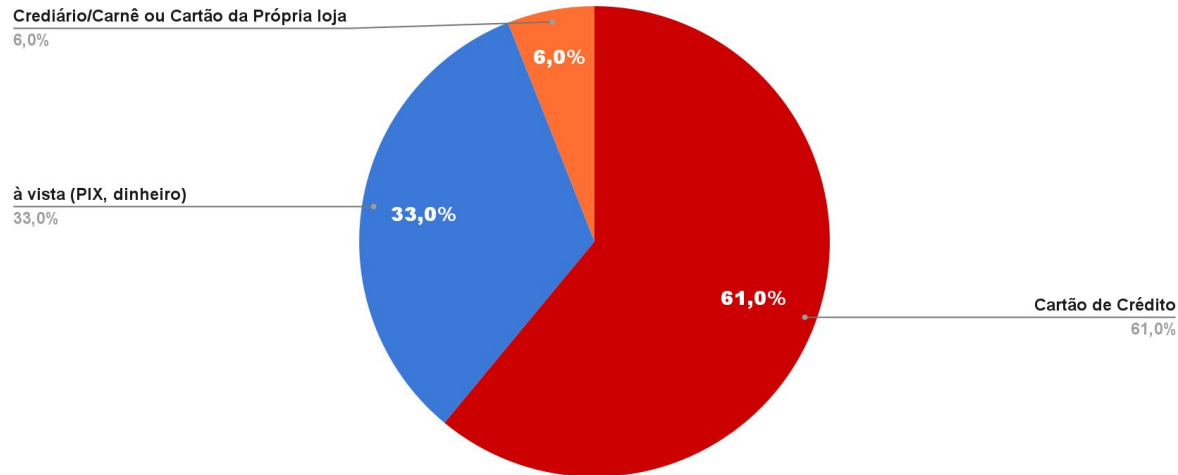
Juntando as categorias, **48%** das empresas (43% + 5%) aumentaram o volume de seus estoques, enquanto a maioria (**42%**) manteve o mesmo nível. Apenas uma pequena parcela (**10%**) trabalhou com um estoque menor.



QUAL A MEIO DE PAGAMENTO MAIS UTILIZADO?

Com base nos dados que você forneceu, o meio de pagamento mais utilizado é o **cartão de crédito**, que corresponde a **61%** das transações.

Em seguida, vêm os pagamentos **à vista** (incluindo PIX e dinheiro), com **33%**. Por fim, o **crediário, carnê ou cartão da própria loja** representam apenas **6%** das opções.



VALOR MÉDIO DE COMPRAS

Na **Pesquisa de Intenção de Compra do Consumidor**, aplicada 2 meses antes do Dia dos Pais de 2025, o consumidor foi indagado sobre sua pretensão de gastos para a data comemorativa. Do total de 1.165 participantes na pesquisa, **73% afirmaram pretensão em gastar de R\$81,00 a R\$250,00** com presentes. Seguido de **11%** que afirmaram pretensão em gastar de R\$ 251,00 a R\$ 400,00. E **16%** afirmaram pretensão em gastar até R\$ 80,00

Já nesta **Pesquisa Sondagem Vendas - Devolutiva**, aplicada após a data comemorativa, realizada desta vez com o empresário do comércio varejista, o **Valor Médio de Compras por Consumidor** foi de R\$ 285,00 representando um **aumento de 25%** em relação ao informado em 2024 (R\$ 228,25).

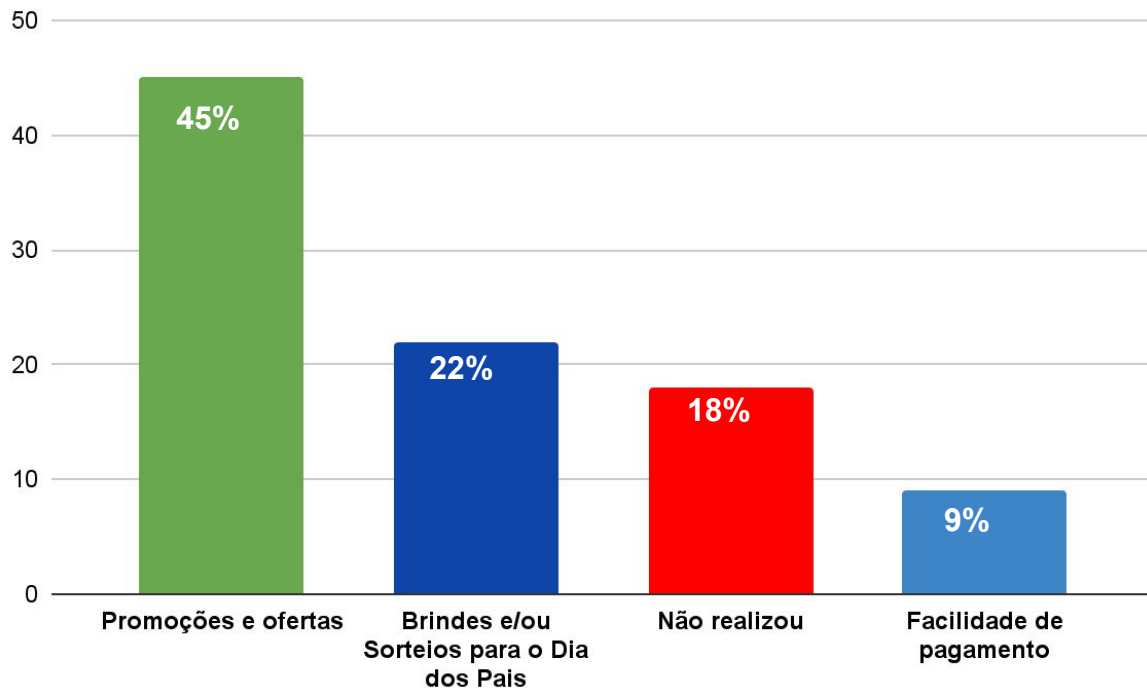


ATRATIVOS PARA A DATA COMEMORATIVA

Com base nos dados, os principais atrativos utilizados pelas empresas para o Dia dos Pais foram:

- **Promoções e ofertas:** Utilizado por **45%** das empresas, foi o atrativo mais comum.
- **Brindes e/ou sorteios:** Representou **22%** das ações.
- **Facilidade de pagamento:** Oferecida por **9%** das empresas.
- **18%** das empresas não realizaram nenhum atrativo especial.

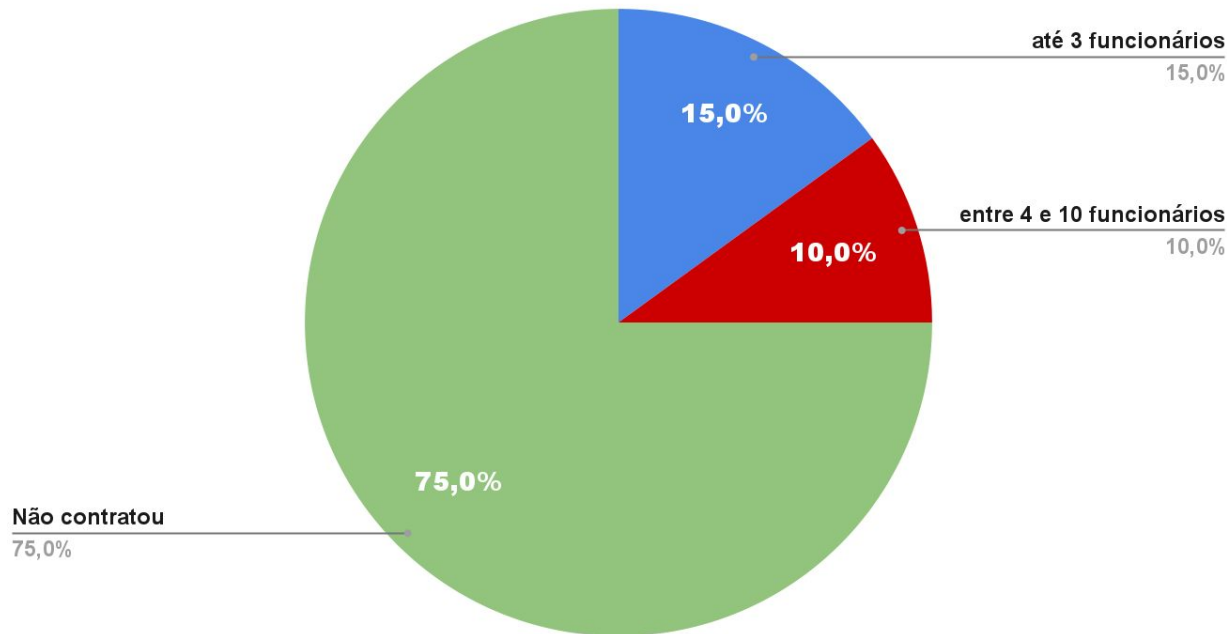
Além desses atrativos, os entrevistados também mencionaram **Condições especiais de frete:** Usado por **3%** das empresas. E **Outros atrativos:** Mencionado por **3%** dos entrevistados.



CONTRATAÇÃO DE MÃO DE OBRA

Contratação de Mão de Obra em 2024 vs. 2025

Análise da Contratação: Em 2025, houve uma tendência de **redução na contratação de mão de obra temporária** para a data comemorativa, com um aumento na porcentagem de empresas que não contrataram. **No entanto**, as empresas que de fato contrataram demonstraram uma leve mudança de comportamento: a contratação de um número maior de funcionários (**entre 4 e 10**) se tornou mais comum do que em 2024.

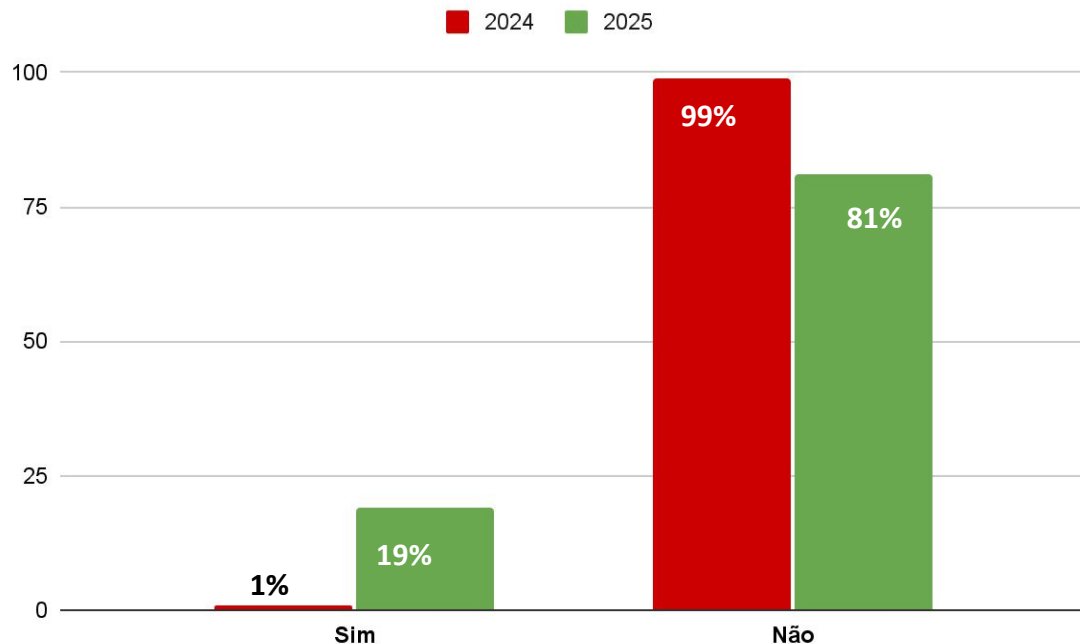


SEGURANÇA PÚBLICA:

Com base nos dados, a percepção de segurança pública para as empresas mudou significativamente entre 2024 e 2025:

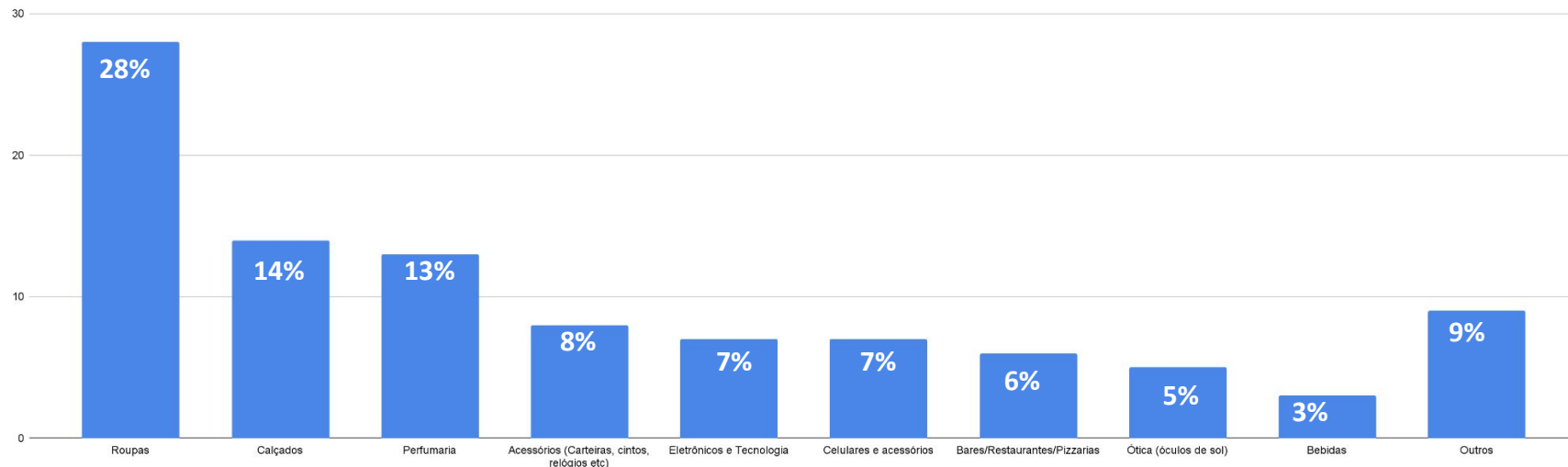
- Em **2024**, a grande maioria, **99%** das empresas, não sofreu ou teve conhecimento de assaltos/furtos nos dois meses anteriores. Apenas **1%** reportou ter sido afetada.
- Em **2025**, o número de empresas que sofreram ou tiveram conhecimento de assaltos/furtos saltou para **19%**. Apesar de a maioria ainda não ter sido diretamente afetada, a percepção de insegurança aumentou consideravelmente.

A diferença entre os dois anos é notável, indicando um aumento de **18 pontos percentuais** na ocorrência ou conhecimento de crimes, sugerindo uma deterioração na segurança pública percebida pelas empresas.



SEGMENTOS PARTICIPANTES NA PESQUISA:

Entre os participantes da **pesquisa** estão estabelecimentos de vários tamanhos e variados setores que contribuíram de forma significativa para a realização deste estudo realizado pelo IFPEAM, conforme abaixo: Na opção **outros segmentos** foram agrupados outros segmentos que contribuíram para a realização desse levantamento, tais como: **Armarinhos, Artigos esportivo, Cama Mesa e Banho, dentre outras.**





Fecomércio **AM**
CNC Sesc Senac

IFPEAM
Instituto Fecomércio de Pesquisas
Empresariais do Amazonas

Obrigado!