



Expectativa de Vendas

Festa Junina
2023

Festa Junina

Tradicionalmente as festas juninas representam potencial e se revelam como uma oportunidade para o comércio aquecer as vendas de diversos segmentos - com destaque para o de produtos alimentícios - que registram alta nos negócios durante todo o mês de junho. O movimento nas empresas tende a ser maior na segunda quinzena do mês, quando serão comemorados os dias de São João (24) e São Pedro (29).

As festas juninas têm ganhado força entre as datas comemorativas do calendário comercial. Por isso, vale a pena investir numa boa decoração e em promoções para atrair os clientes, que sempre acabam levando também outros produtos, além dos itens específicos para o período.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou esta pesquisa no intuito de identificar a expectativa dos empresários do comércio varejista de gêneros alimentícios para as comemorações de Festa Junina 2023.

As comemorações de Festa Junina impactam, de forma positiva, 44,1% das empresas de segmento alimentício do comércio de Minas Gerais.

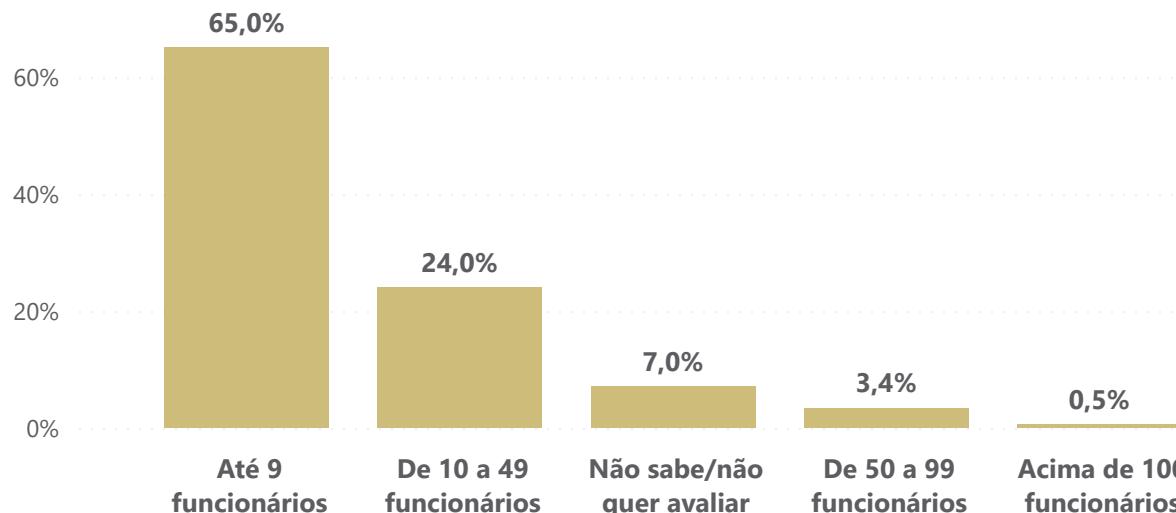
As comemorações de Festa Juninas geram impactam, de forma positiva, 44,1% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios do estado de Minas Gerais. No período pesquisado, 59,7% das empresas já haviam feito os investimentos necessários quando entrevistadas e, 2,3% ainda pretendem investir em produtos específicos para o período.

O produto que mais se destaca para 71,6% das empresas que investem na temporada, é a canjica. Em seguida, aparece o amendoim (57,8%), milho para pipoca (36,7%) e o milho para receitas cozidas (30,3%).

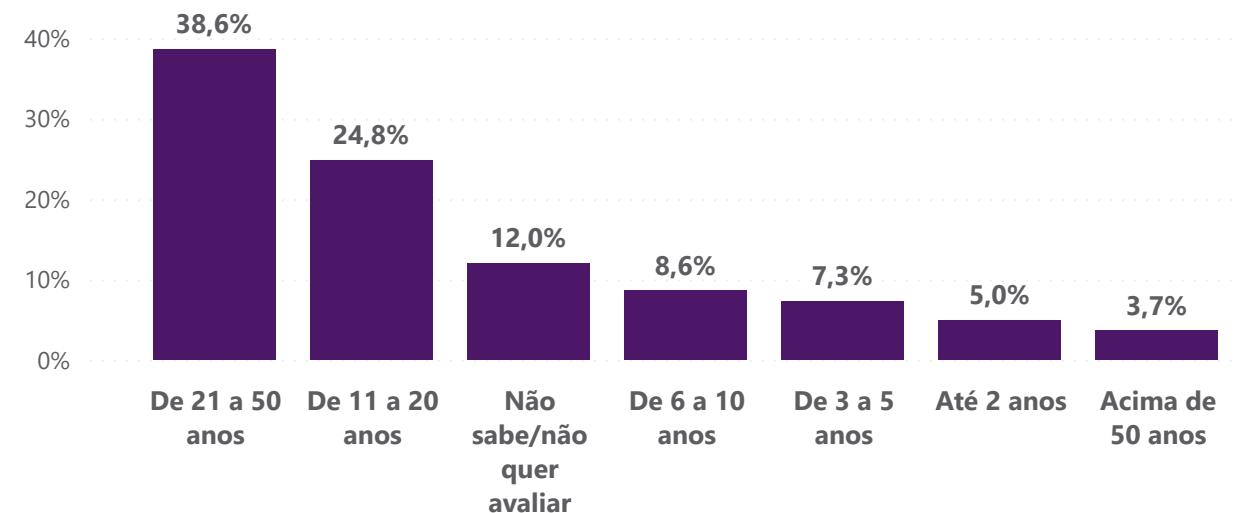
Entre as empresas que são impactadas pelas festas, 45,5% acreditam que os resultados das vendas esse ano serão melhores e 31,8% acreditam que serão iguais aos de 2022. O motivo mais apontado para tal expectativa é o aquecimento do comércio.

Perfil de empresas

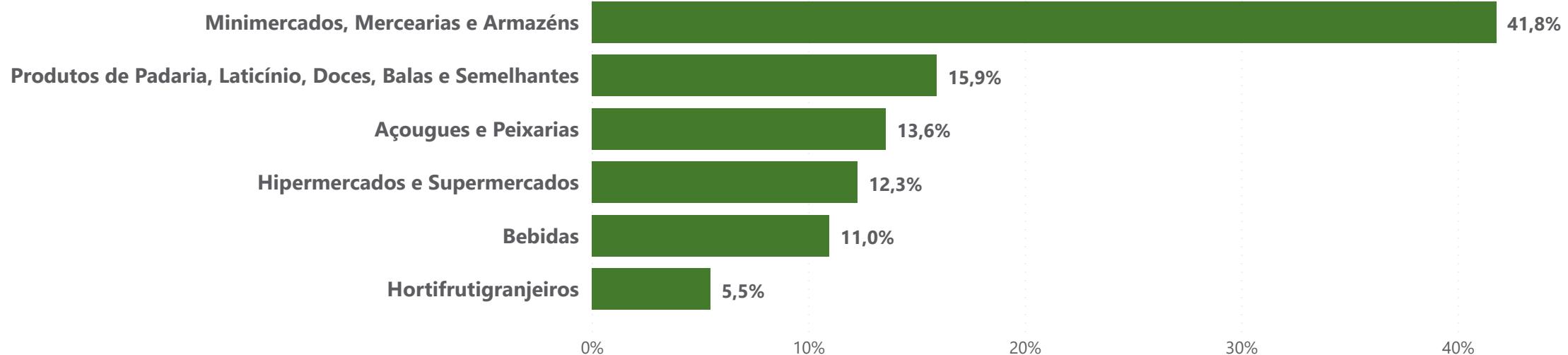
Quantos funcionários têm a sua empresa?



Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?

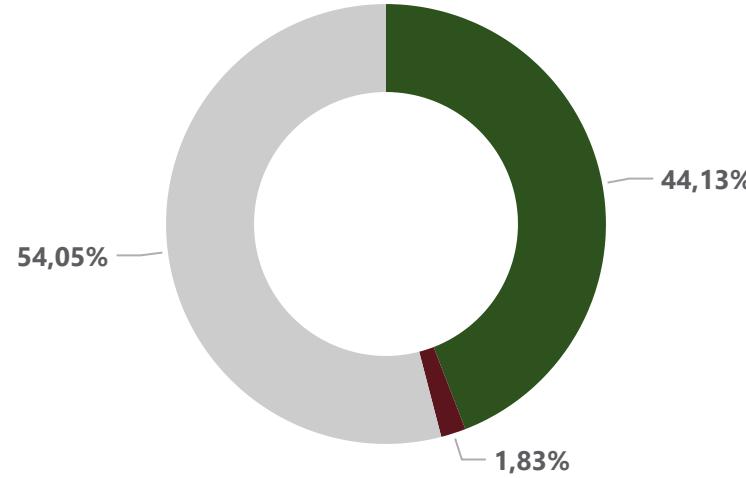


Segmento



Impacto do período de Festa Junina nas vendas da loja

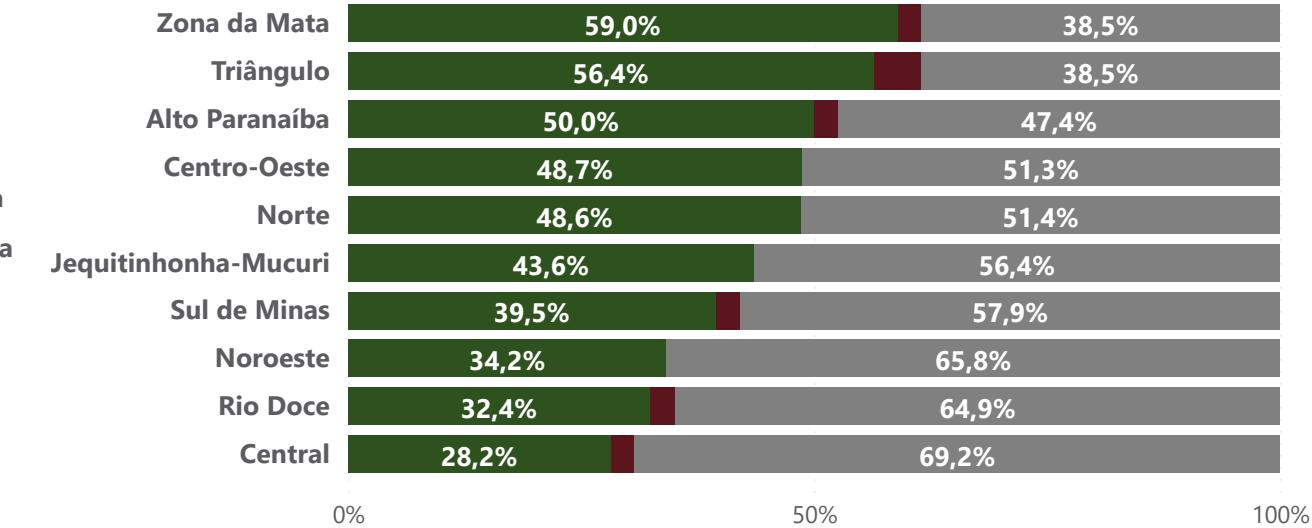
As comemorações de festa junina afetam o seu negócio? Se sim, de que forma?



- Sim, de forma positiva
- Sim, de forma negativa
- Não tem impacto

Impacto da data por região

● Sim, de forma positiva ● Sim, de forma negativa ● Não tem impacto

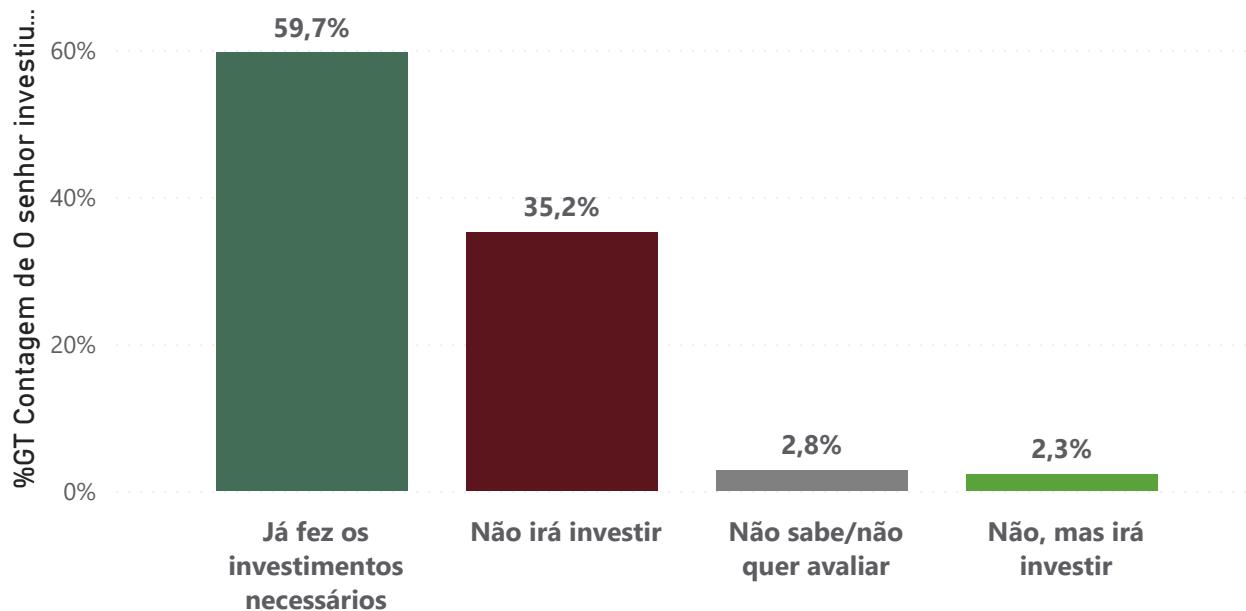


Na pesquisa de festa junina, observou-se que a data impacta 46% do comércio, aproximadamente, e, não influencia na venda de 54%. Para 44,1%, o impacto é positivo e, para 1,83%, o impacto da data é negativo.

Nas amostras por região, as empresas com mais respostas de impacto positivo foram a Zona da Mata, Triângulo e Alto Paranaíba.

Investimento para o período

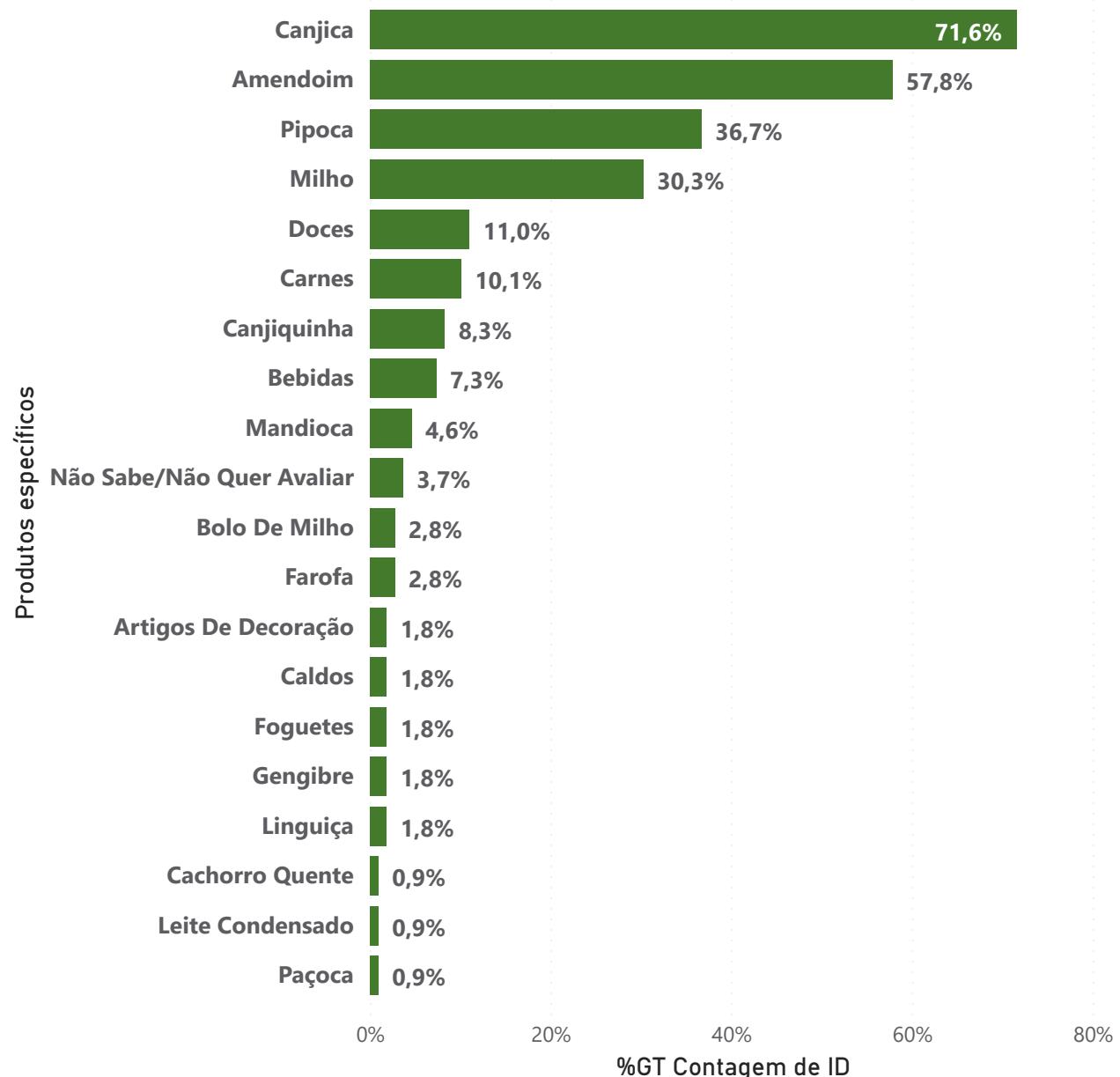
O senhor investiu em produtos específicos para a data?



Entre as empresas que são impactadas pelas festas, 59,7% investiu em produtos da data para dispor a seus clientes. Enquanto isso, 35,2% não investiram/pretendem investir em produtos específicos da data. Apenas 2,3% não investiram até o momento da aplicação da pesquisa, mas disseram que irão investir.

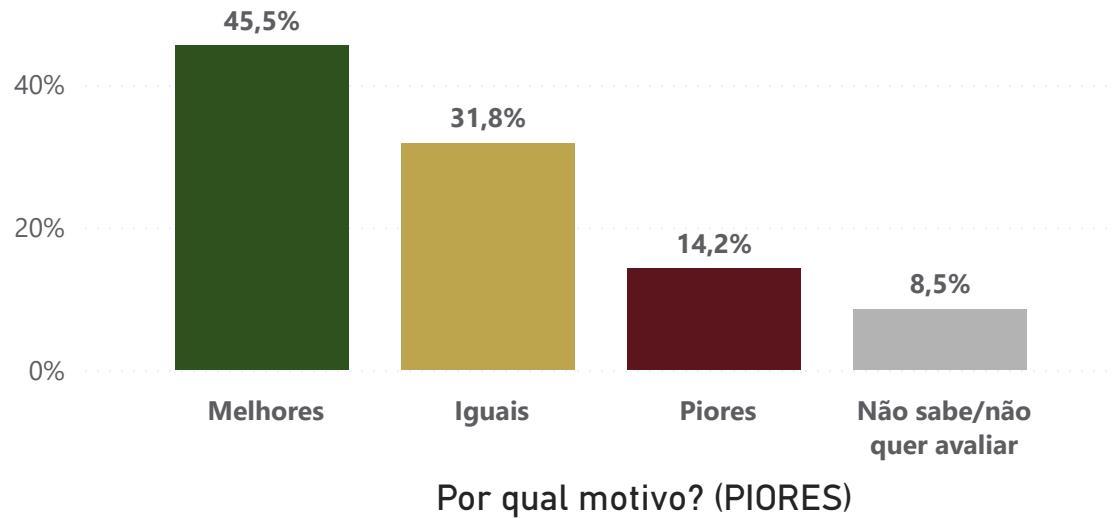
Os produtos que mais se destacam entre aqueles que investiram ou pretendem investir é a canjica, amendoim, pipoca e o milho. Doces diversos e carnes também aparecem com boa adesão.

Quais os produtos específicos para a data?

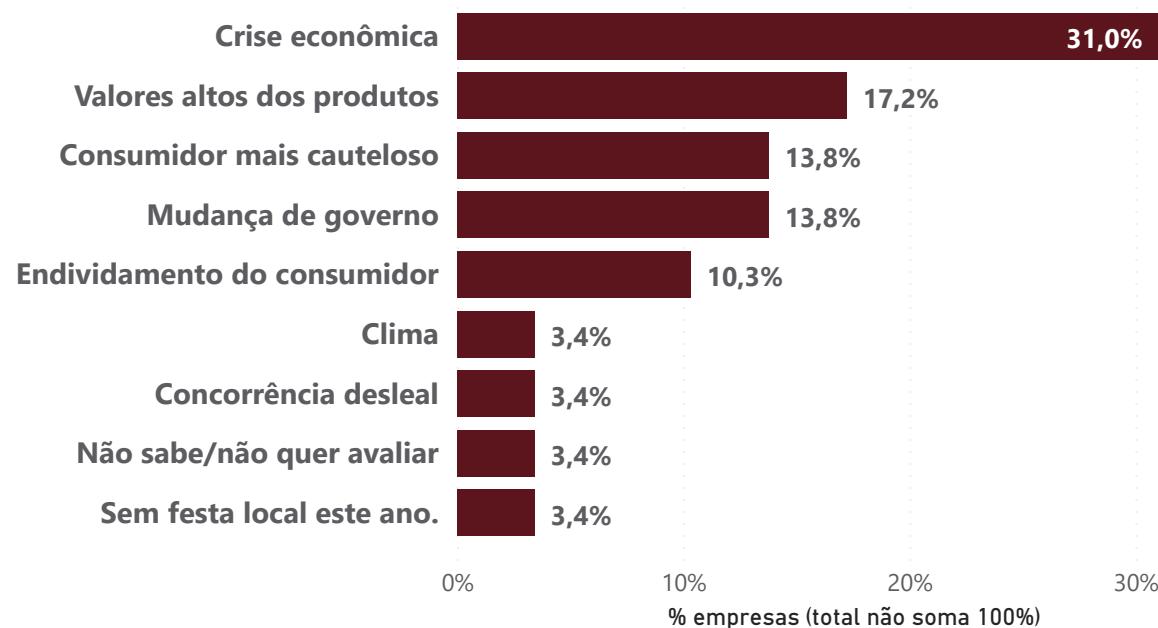


Expectativa de vendas

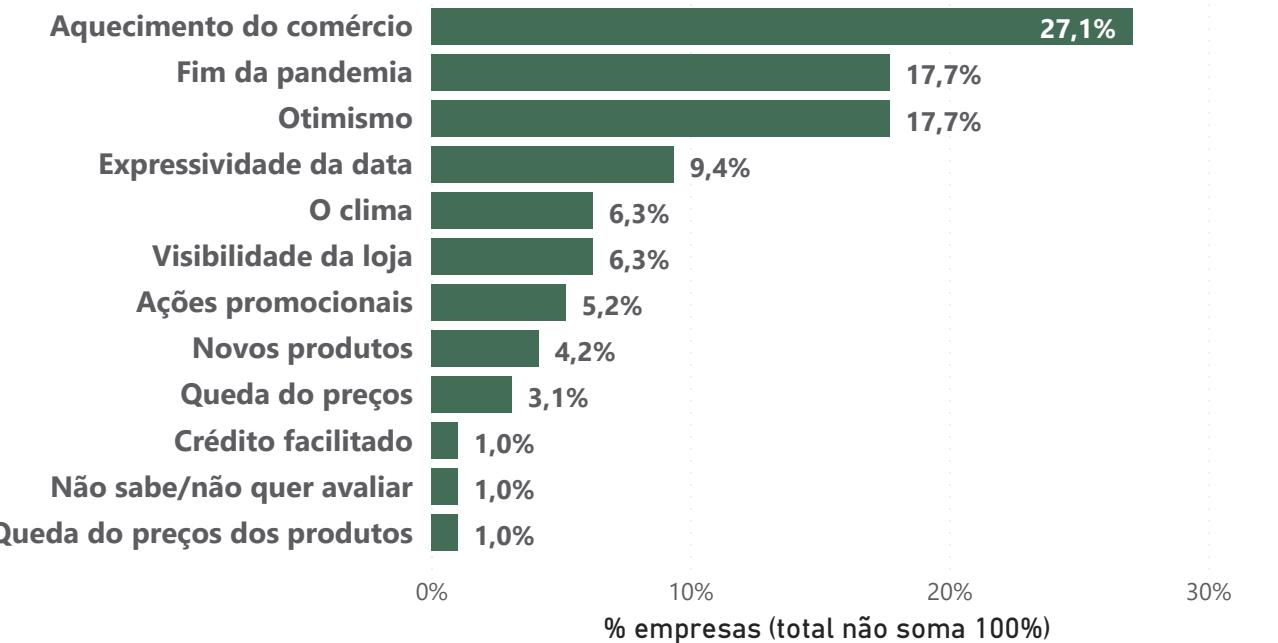
Acredita que as vendas para o período, em relação ao ano anterior, serão?



Por qual motivo? (PIORES)



Por qual motivo? (MELHORES)



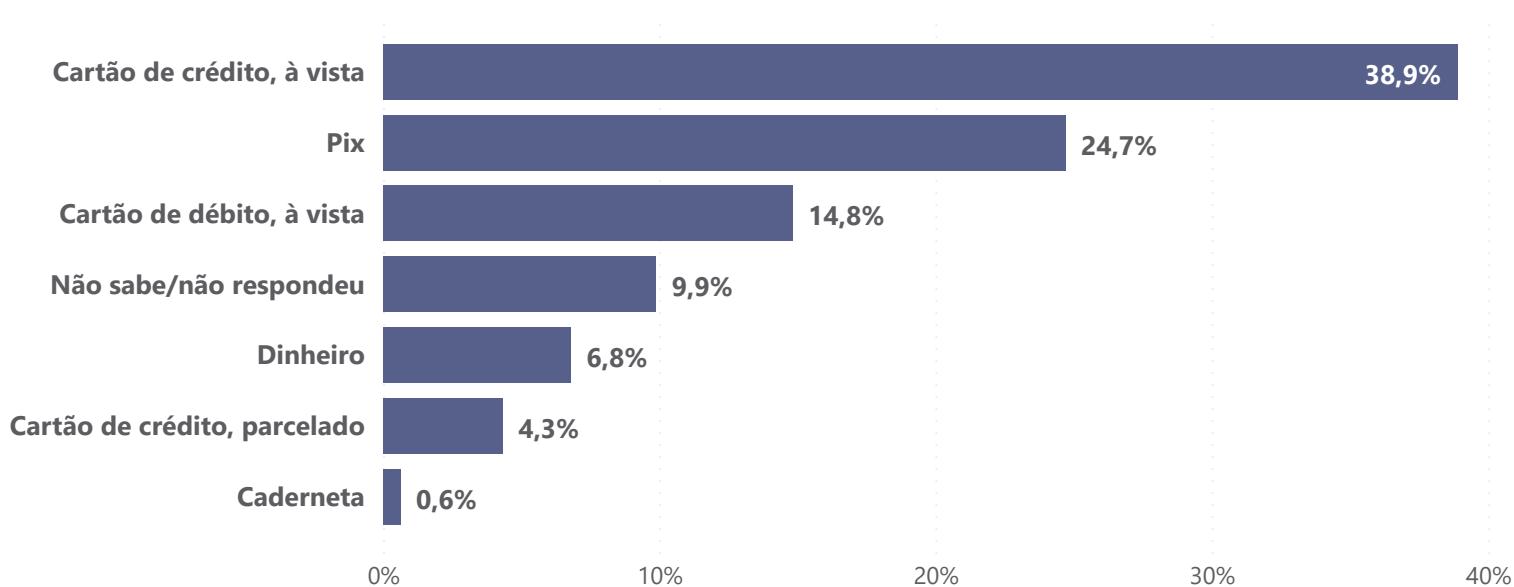
Entre os empresários impactados pela data, 45,5% acreditam que o resultado das vendas do período serão melhores se comparados ao ano passado. 31,8% acreditam que os resultados serão iguais e, 14,2%, que serão piores.

Para 27,1%, a expectativa de vendas melhores este ano é justificada pelo aquecimento do comércio, enquanto para 17,7% é pelo fim da pandemia e, para 17,7%, o otimismo. A expressividade da data é apontada por 9,4% para explicar a boa expectativa.

Para aqueles com expectativa de piora nas vendas, o motivo mais apontado foi a crise econômica, seguido do valor alto dos produtos, do consumidor mais cauteloso e também a mudança de Governo.

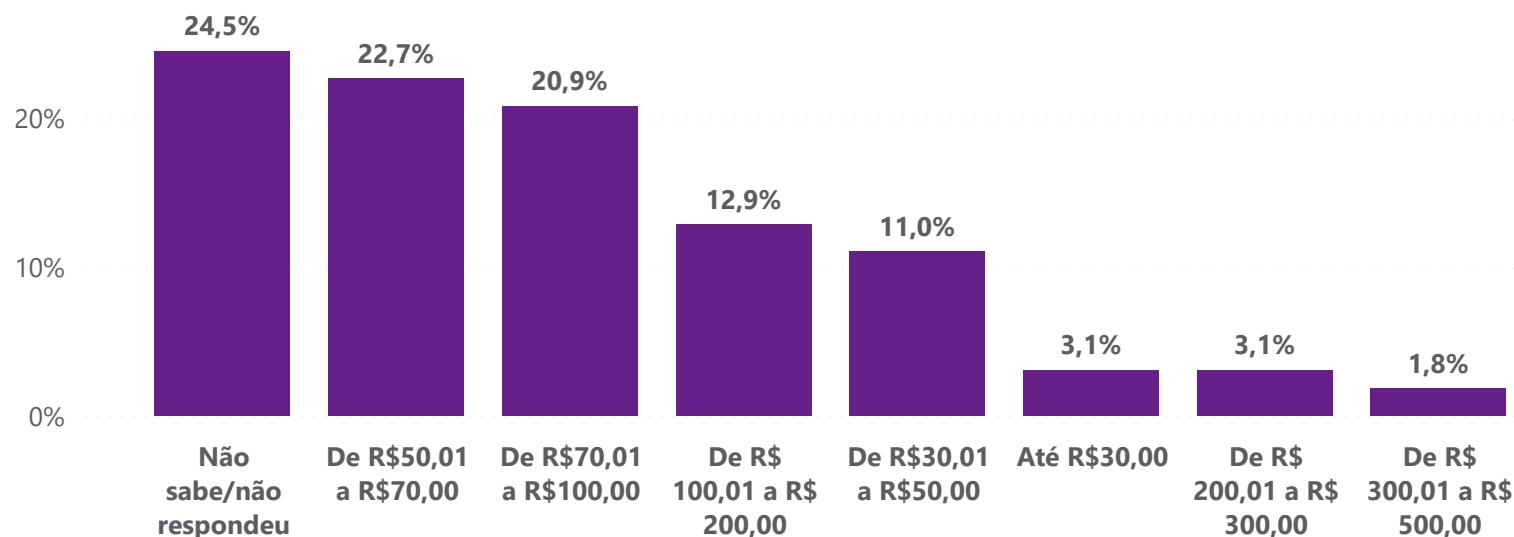
Investimento para o período

Qual a forma de pagamento deverá sobressair no período?



O cartão de crédito à vista aparece como a principal forma de pagamento a ser praticada nas compras das comemorações, de acordo com as empresas. Em segundo lugar, aparece o pix, que vem ocupando espaço na hora do consumidor realizar seus pagamentos.

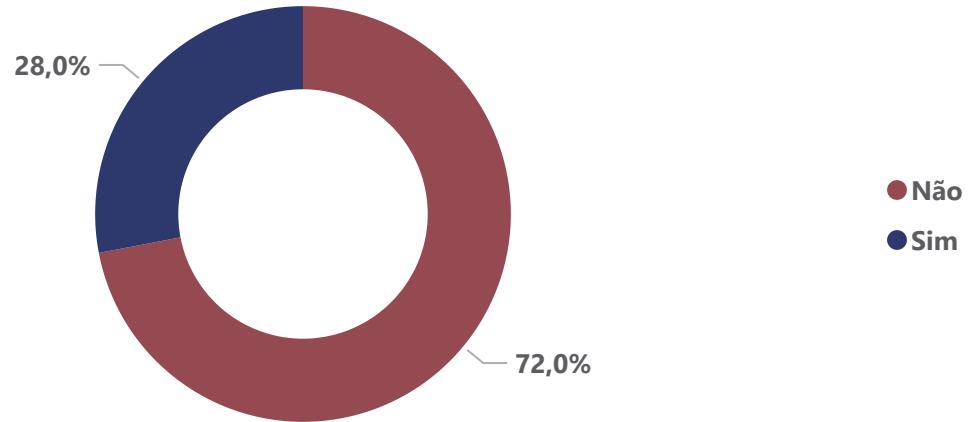
Qual o ticket médio esperado por consumidor para o período?



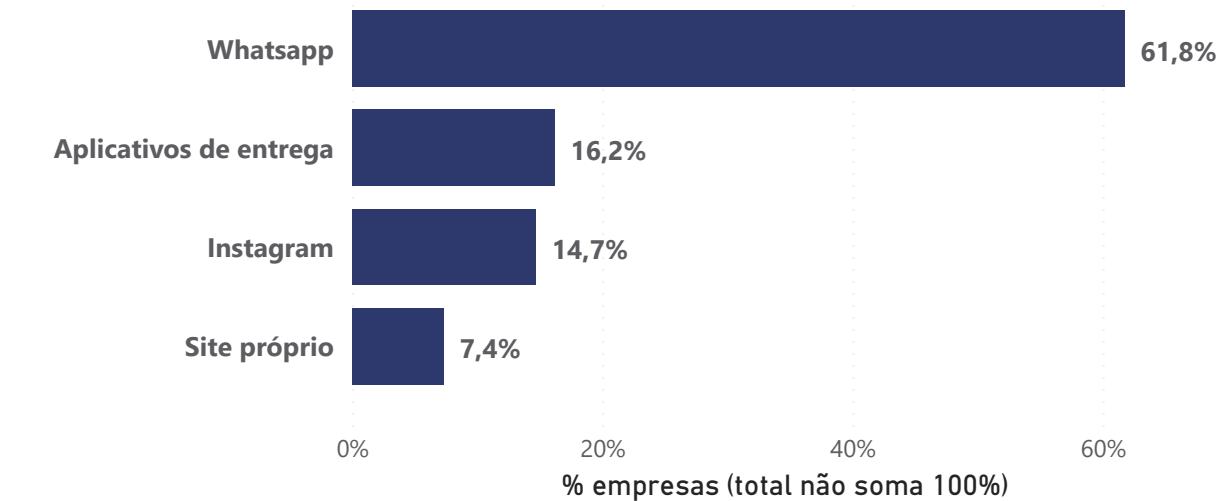
Quando perguntados sobre o gasto médio do consumidor com as compras relacionadas ao período, 24,5% não souberam indicar esse gasto. Contudo, 43,6% informaram que deve girar em torno R\$50,01 a R\$100,00.

Vendas on-line

Realiza vendas on-line?



Por qual meio?



72,0% das empresas impactadas pelas comemorações realizam vendas on-line. Desses, 61,8% utilizam o Whatsapp para negociar e vender seus produtos, 16,2% estão em aplicativos de entrega, 14,7% utilizam o Instagram e 7,4% utilizam sites próprios.

Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do segmento alimentício do Comércio Varejista do Estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 12 a 15 de junho de 2023. Foram avaliadas 383 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 Econômico e de Inteligência & Pesquisa

Responsável: Stefan Wilson D'Amato

Analista de economia: Gabriela Filipe Martins

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Rafael Rei de Oliveira e Polyane Pereira Casagrande

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@fecomercomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br



Sistema Comércio