

Expectativa de Vendas

Festa Junina - 2024



• Fecomércio MG • Sesc • Senac • Sindicatos Empresariais

Sistema Comércio

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 2024.

**As comemorações de Festa Junina impactam,
de forma positiva, 51,1% das empresas de segmento
alimentício do comércio de Minas Gerais.**

As comemorações de Festa Juninas geram impactam, de forma positiva, 51,1% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios do estado de Minas Gerais. No período pesquisado, 50,9% das empresas já haviam feito os investimentos necessários quando entrevistadas e, 2,4% ainda pretendiam investir em produtos específicos para o período.

O produto que mais se destaca para 74,3% das empresas que investem na temporada, é a canjica. Em seguida, aparece o amendoim (57,5%) e doces típicos (44,2%).

Entre as empresas que são impactadas pelas festas, 43,4% acreditam que os resultados das vendas esse ano serão iguais e 31,8% acreditam que serão melhores em relação aos de 2023. Os motivo mais apontado para tal expectativa é a expressividade da data, o otimismo e o aquecimento do comércio.

Perfil de empresas

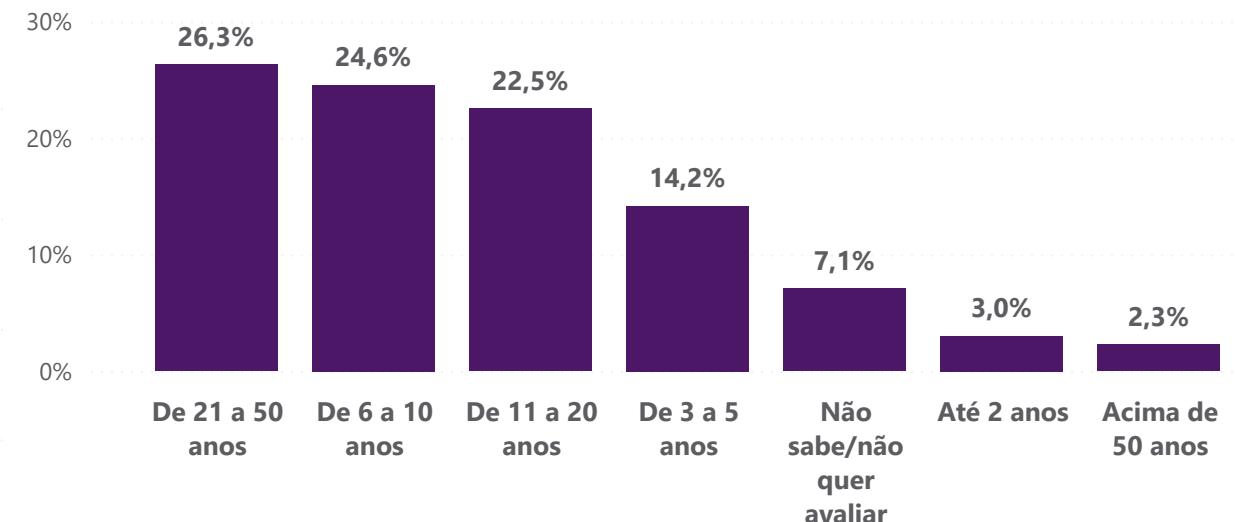
2024



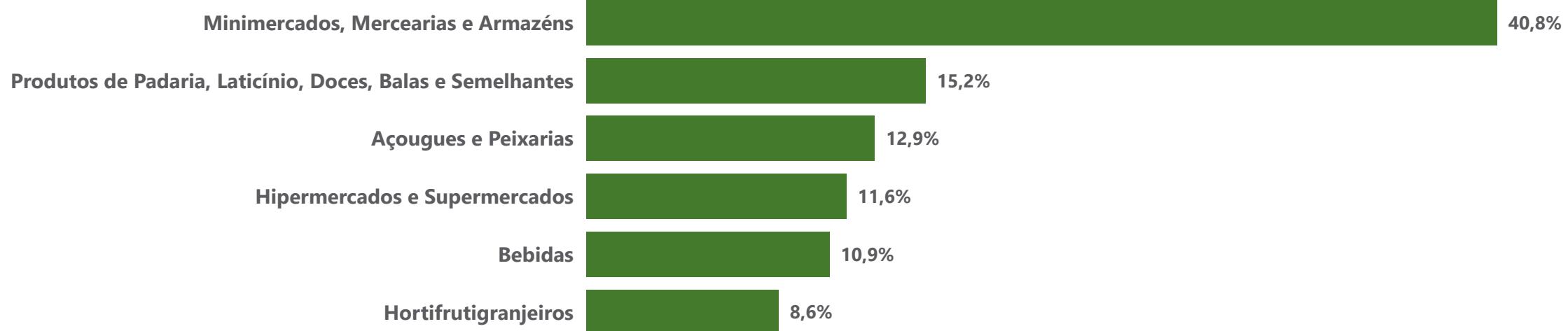
Quantos funcionários têm a sua empresa?



Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento

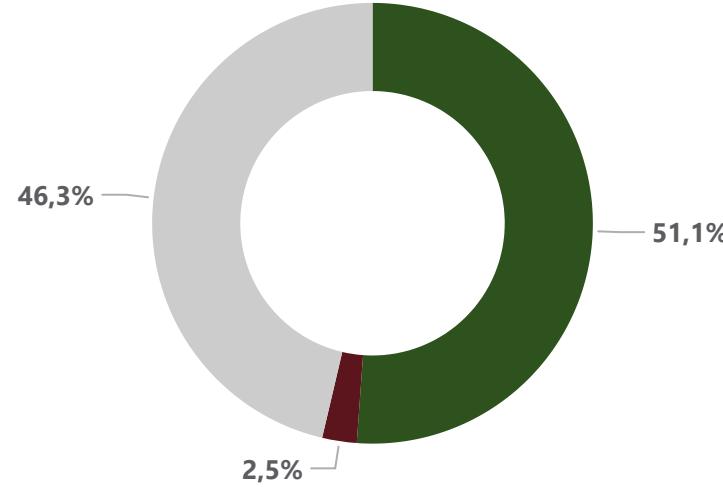


Impacto do período de Festa Junina nas vendas da loja

2024



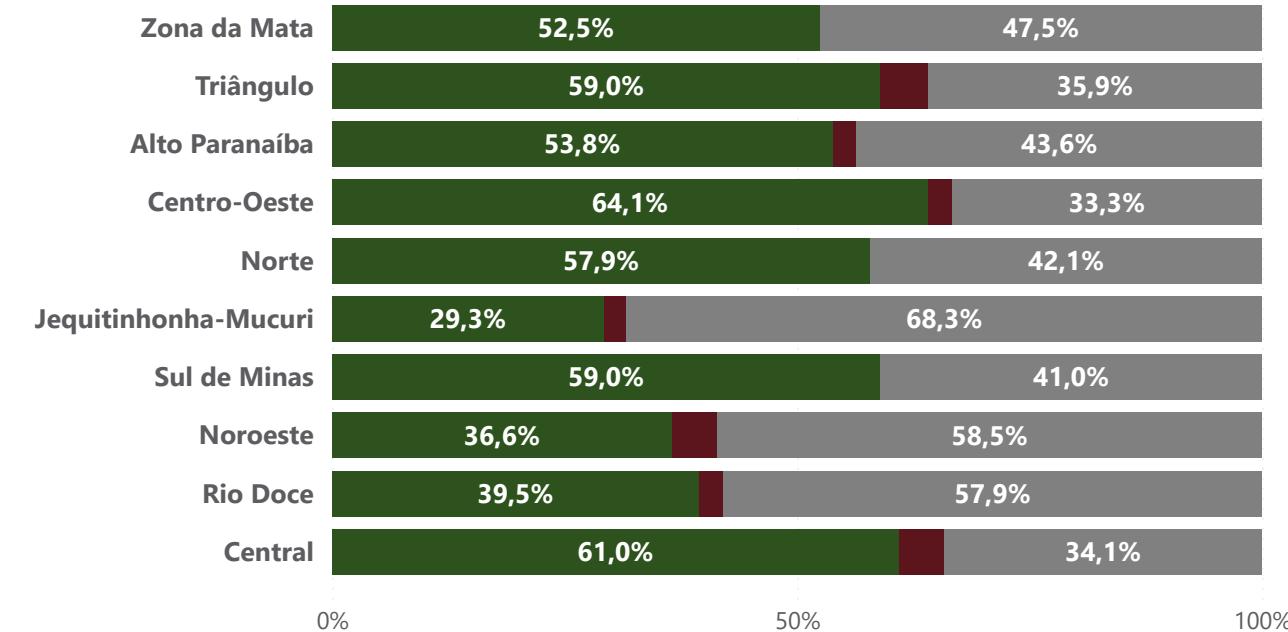
As comemorações de festa junina afetam o seu negócio? Se sim, de que forma?



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

Impacto da data nas amostras por região

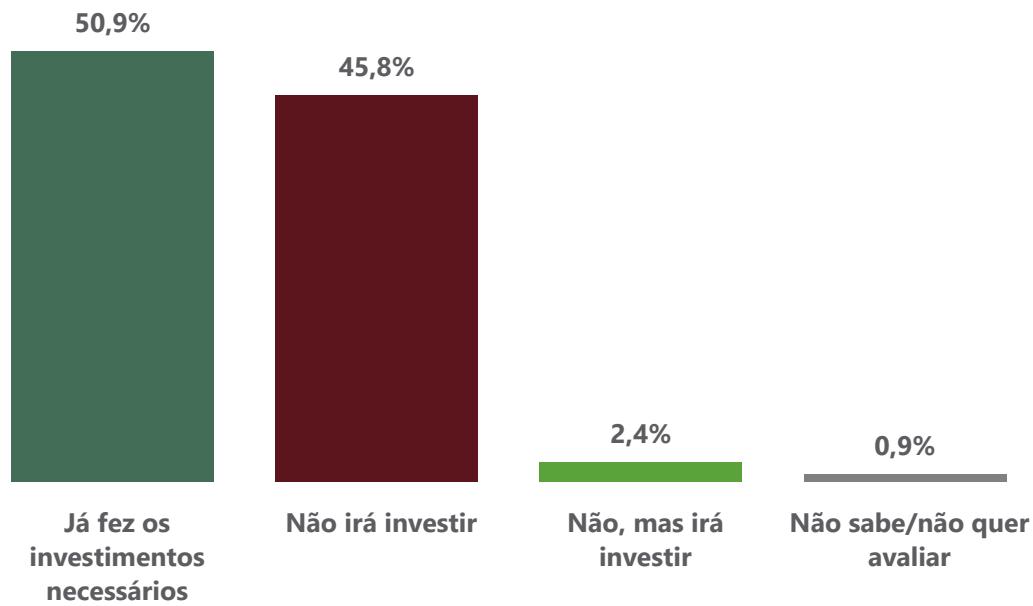
● Sim, de forma positiva ● Sim, de forma negativa ● Não tem impacto



Na pesquisa de expectativa para Festa Junina, observou-se que a data impacta 53,6% do comércio, aproximadamente, e, não influencia na venda de 46,3%. Para 51,1%, o impacto é positivo e, para 2,5%, o impacto da data é negativo.

Nas amostras por região, as empresas com mais respostas de impacto positivo foram as da Região Centro-Oeste, Central e Triângulo.

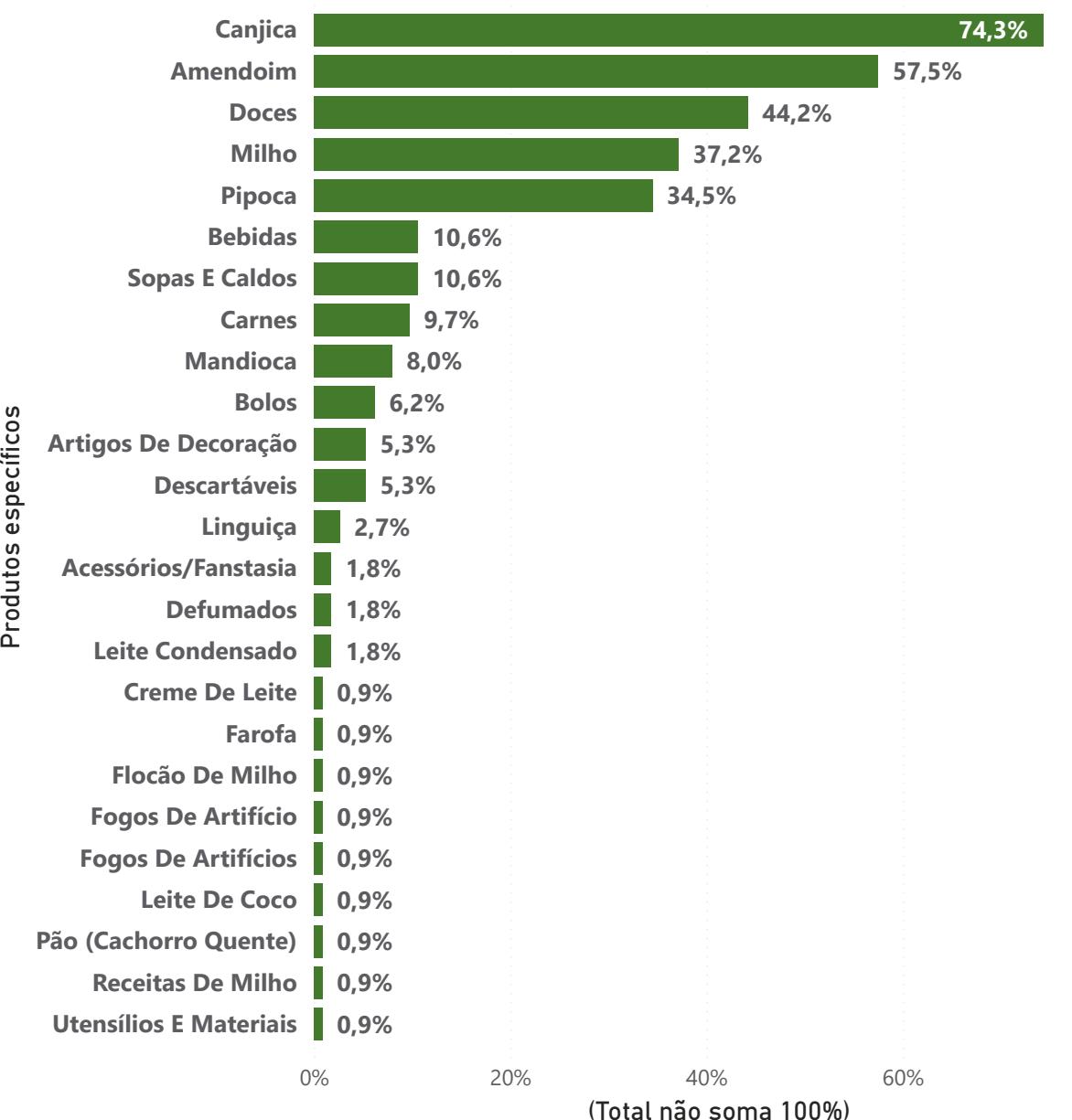
O senhor investiu em produtos específicos para a data?



Entre as empresas que são impactadas pelas festas, 50,9% investiram em produtos mais utilizados no período para dispor a seus clientes. Enquanto isso, 45,8% não investiram/pretendem investir em produtos específicos da data. Apenas 2,4% 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, doces típicos, milho e pipoca.

Quais os produtos específicos para a data?

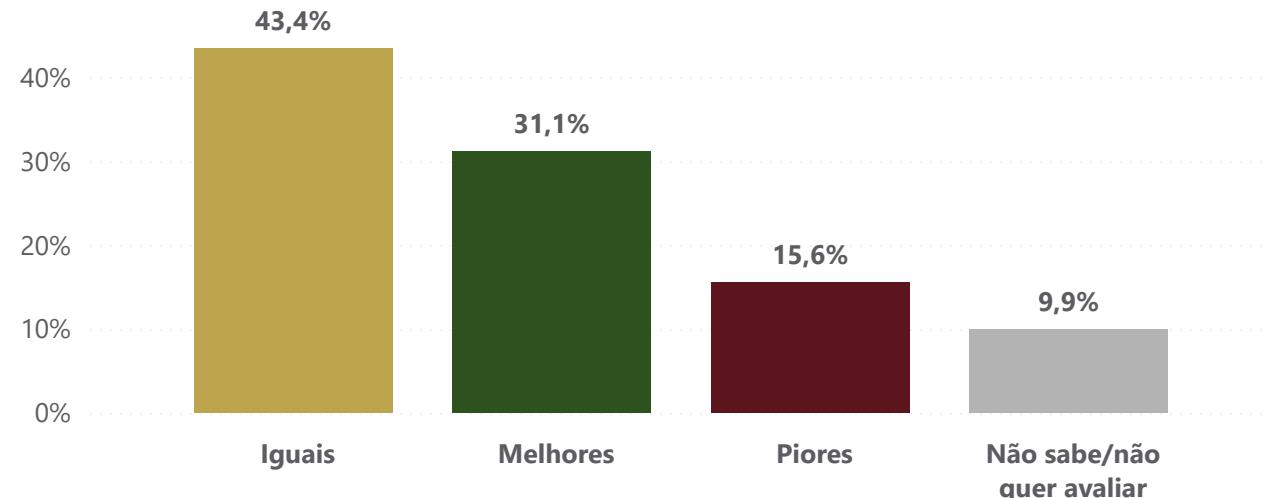


Expectativa de vendas

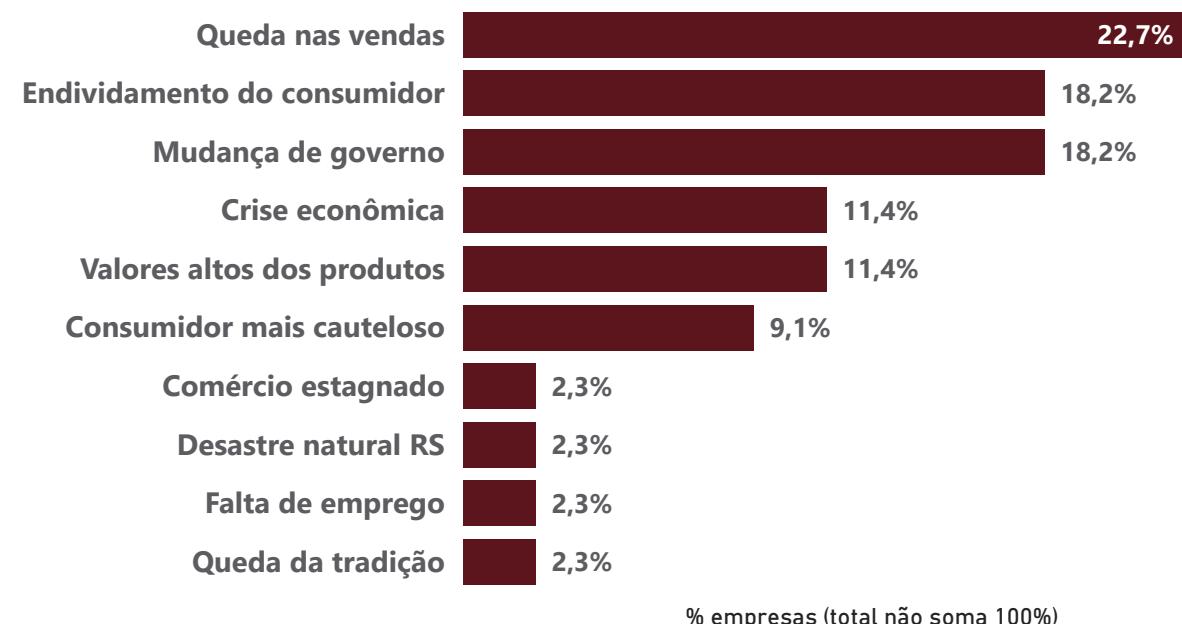
2024



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

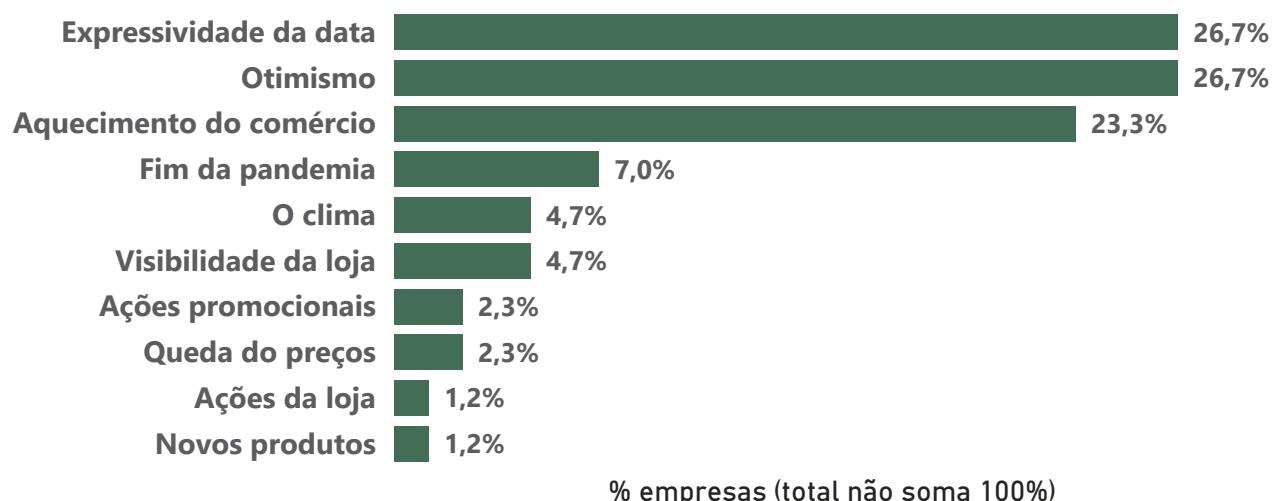


Por qual motivo? (PIORES)



% empresas (total não soma 100%)

Por qual motivo? (MELHORES)



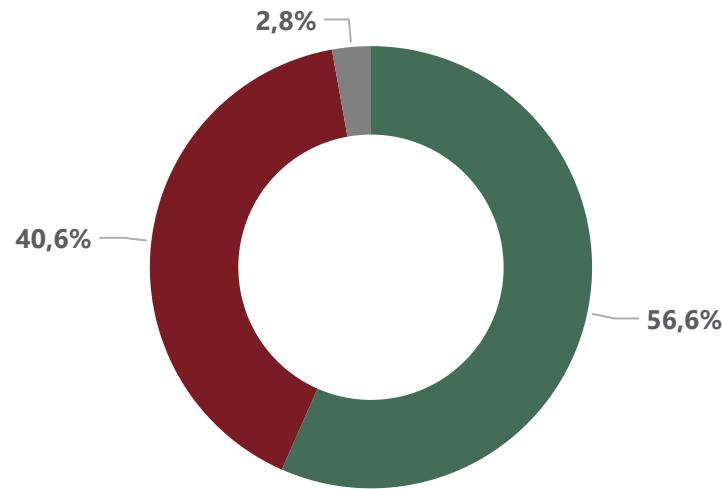
% empresas (total não soma 100%)

Entre os empresários impactados pela data, 43,4% acreditam que o resultado das vendas do período serão iguais se comparados ao ano passado. 31,1% acreditam que os resultados serão melhores e, 15,6%, que serão piores.

A expressividade da Festa Junina foi apontada por 26,7% daqueles com expectativa de melhora nas vendas. O otimismo e o aquecimento do comércio também foram apontados por parte significativa desse grupo.

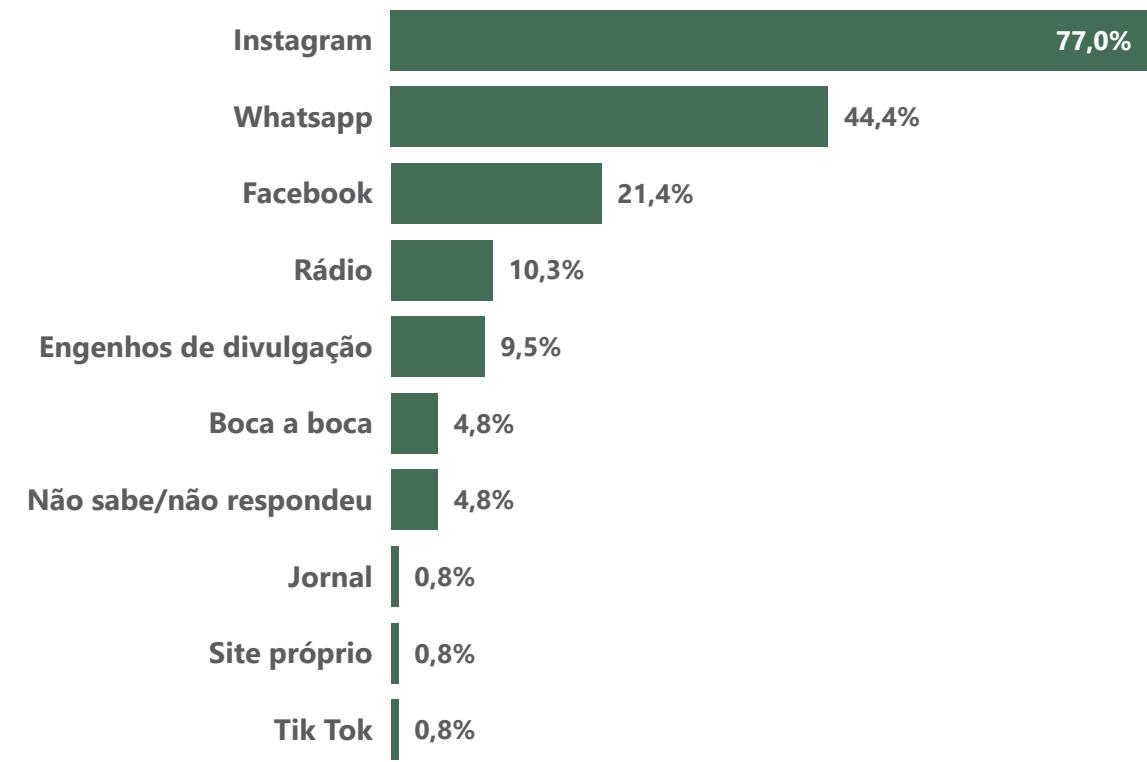
Para aqueles com expectativa de piora nas vendas, o motivo mais apontado foi a queda nas vendas, seguido do endividamento do consumidor e mudança de governo.

Realizará divulgações?



- Sim
- Não
- Não sabe/não respondeu

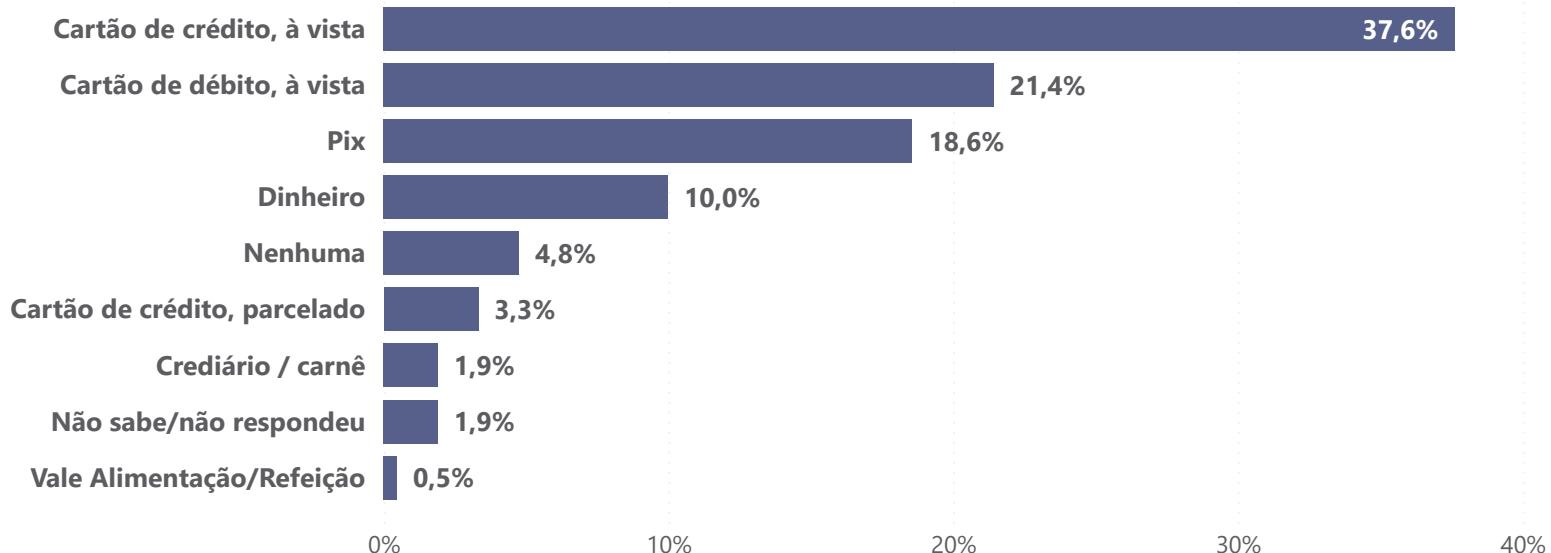
Quais as formas de divulgações a serem utilizadas?



% empresas (total não soma 100%)

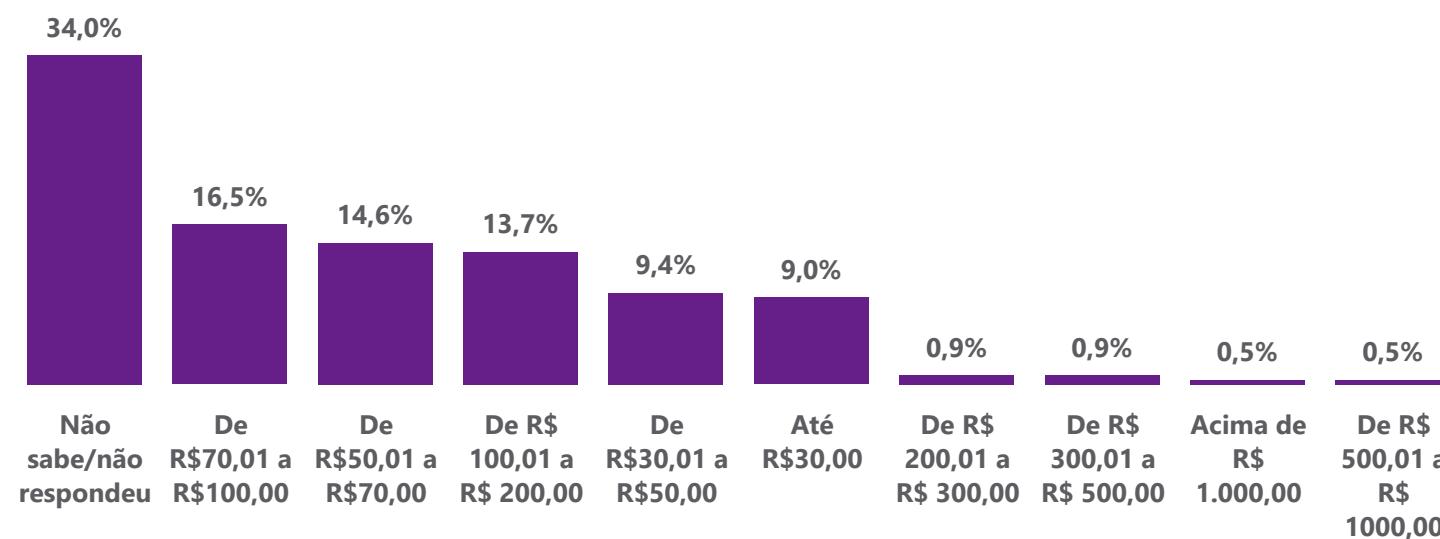
Entre os empresários que são impactados pela período de Festas Junina, 56,6% realizaram ou realizarão divulgações. O principal meio será o instagram, seguido do Whatsapp.

Qual a forma de pagamento deverá sobressair no período?



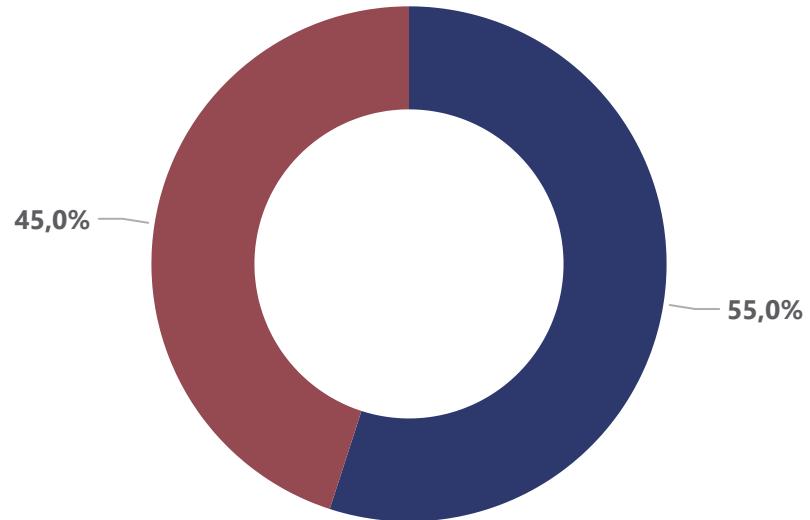
O cartão de crédito à vista aparece como a principal forma de pagamento a ser praticada nas compras das comemorações (37,6%), de acordo com as empresas. Em seguida, aparece o cartão de débito (21,4%) e o pix (18,6%) - que vem ocupando espaço na hora do consumidor realizar seus pagamentos.

Qual o ticket médio esperado por consumidor para o período?

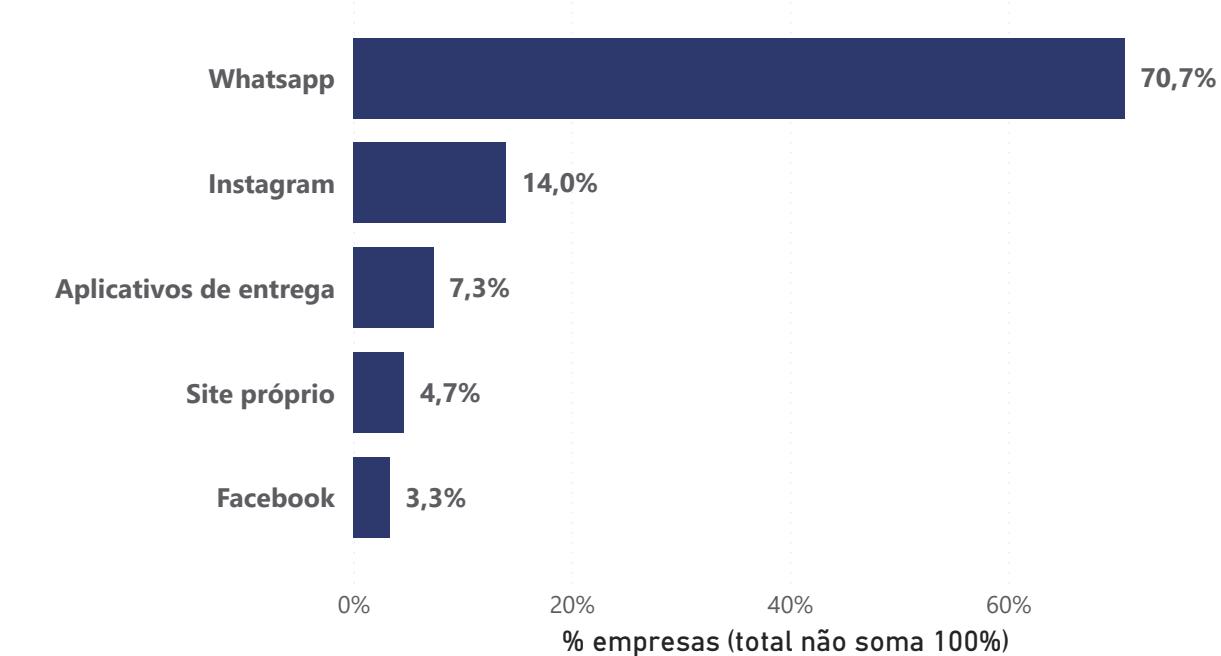


Quando perguntados sobre o gasto médio do consumidor com as compras relacionadas ao período, 34,0% não souberam indicar esse gasto. Contudo, 31,1% informaram que deve girar em torno R\$50,01 a R\$100,00.

Realiza vendas on-line?



Por qual meio?



As vendas online são realizadas por 55,0% das empresas impactadas. Os canais de venda que se destacam são o Whatsapp (70,7%), o Instagram (14,0%) e aplicativos de entrega (7,3%).

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 18 a 24 de junho de 2024. Foram avaliadas 395 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 Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Coordenador CEDES – Centro de Desenvolvimento Econômico Sustentável: Jorge Marinho Rolla

Supervisora Estudos Econômicos: Gabriela Filipe Martins

Analista de economia: Gilson Jose Machado

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos e Polyane Pereira Casagrande

Menor aprendiz: Arthur Jonathan Ramos Leandro

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