



EXPECTATIVA DE VENDAS FESTA DE JUNINA

NÚCLEO DE PESQUISA & INTELIGENCIA | FECOMÉRCIO-MG

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 2026.

As comemorações de Festa Junina impactam, de forma positiva, 87,1% das empresas de segmento alimentício do comércio de Minas Gerais.

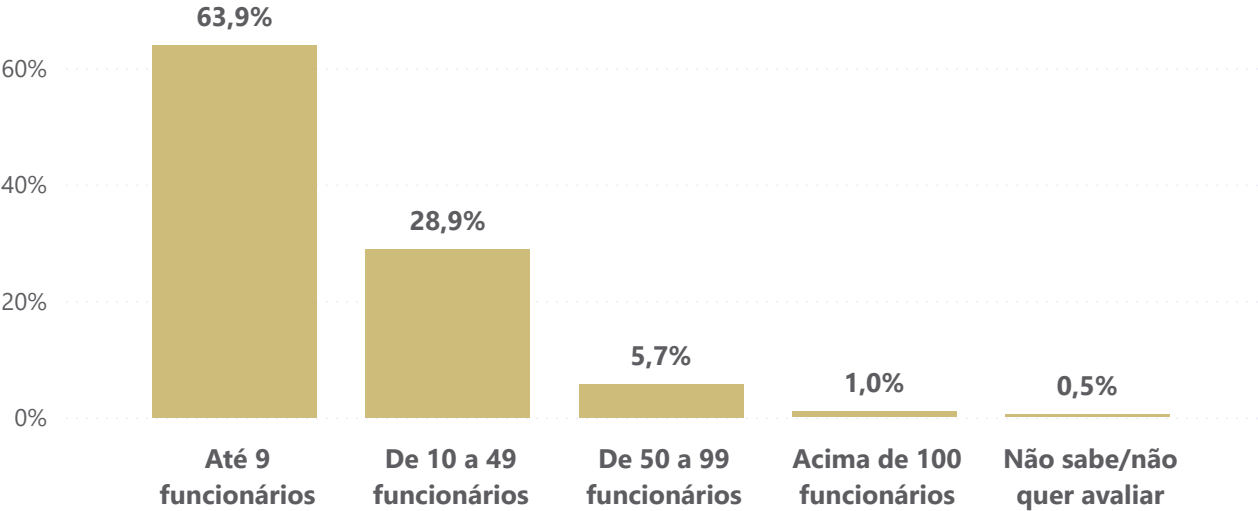
As comemorações de Festa Juninas geram impacto, de forma positiva, em 87,1% dos negócios. No período pesquisado, 62% das empresas já haviam feito os investimentos necessários, e 12,2% ainda pretendiam investir em produtos específicos para o período.

Quanto às expectativas de vendas, 48,4% dos entrevistados preveem que serão melhores que ao ano anterior, enquanto 41% esperam que sejam iguais, motivados pelo otimismo (50,2%) e expressividade da data (22,9%). Para aqueles que esperam vendas piores, os valores altos dos produtos (35,1%) é o principal fator. A maioria dos empresários (73,4%) planeja divulgações, com o Instagram (82,3%) e WhatsApp (47,9%) como canais predominantes, e o Pix (32,2%) desponta como a forma de pagamento preferencial.

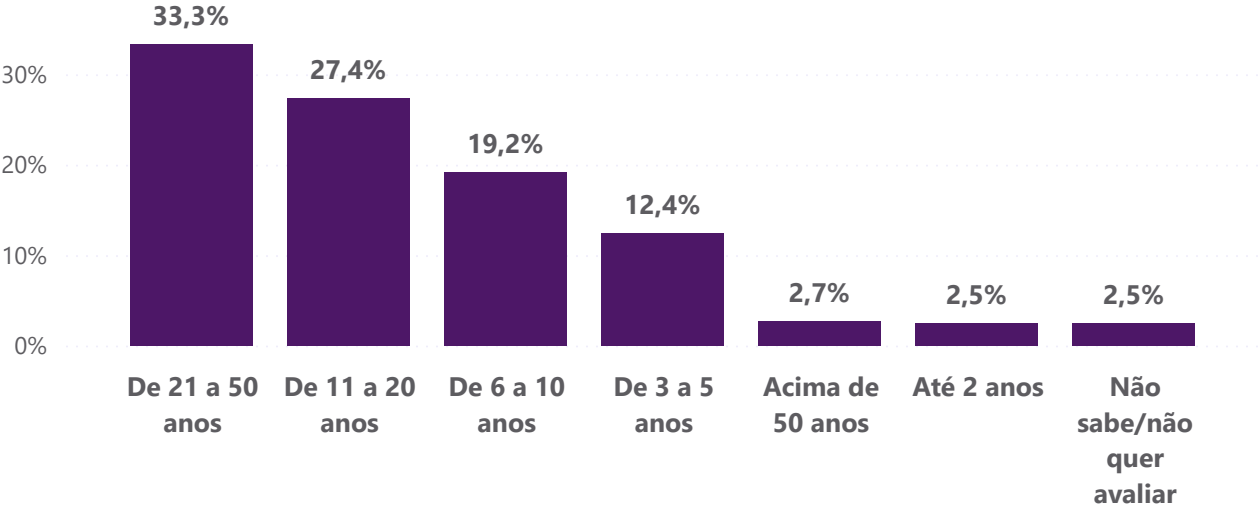
Por fim, o ticket médio esperado por consumidor concentra-se nas faixas de R\$70,01 a R\$100,00 (26,2%) e R\$100,01 a R\$200,00 (18,8%). Apesar de 63,9% dos negócios ainda não realizarem vendas online, entre os que o fazem, o WhatsApp (77,1%) é o canal dominante, indicando uma forte aposta na comunicação direta para impulsionar as vendas digitais.



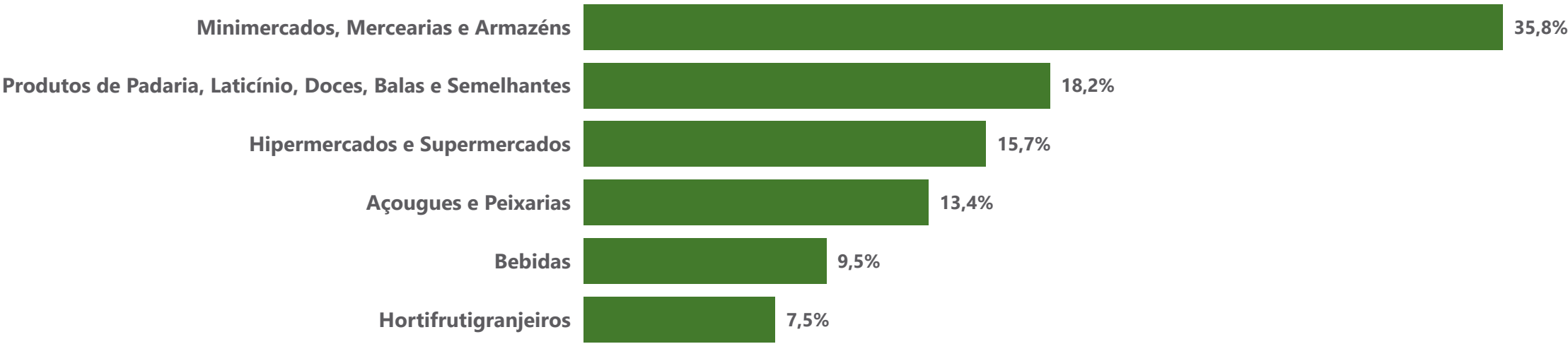
Quantos funcionários têm a sua empresa?



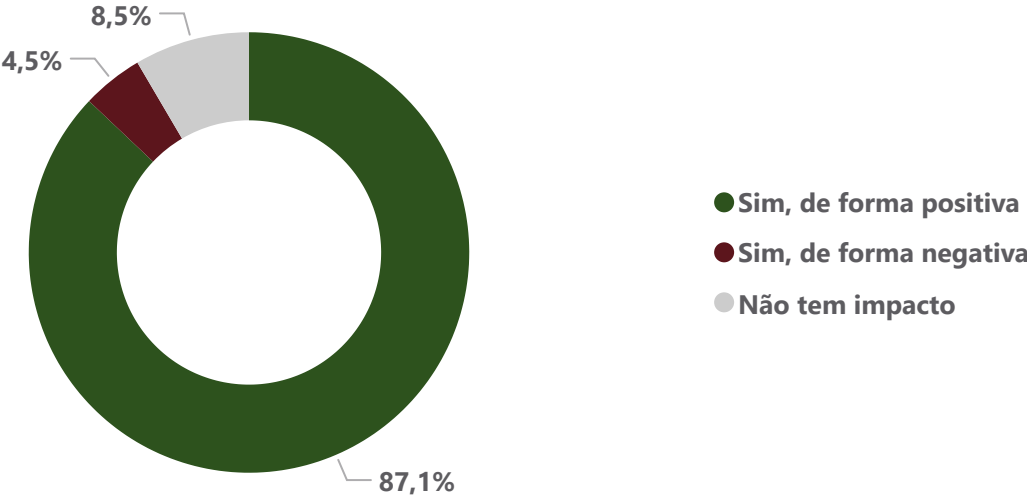
Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?



Segmento

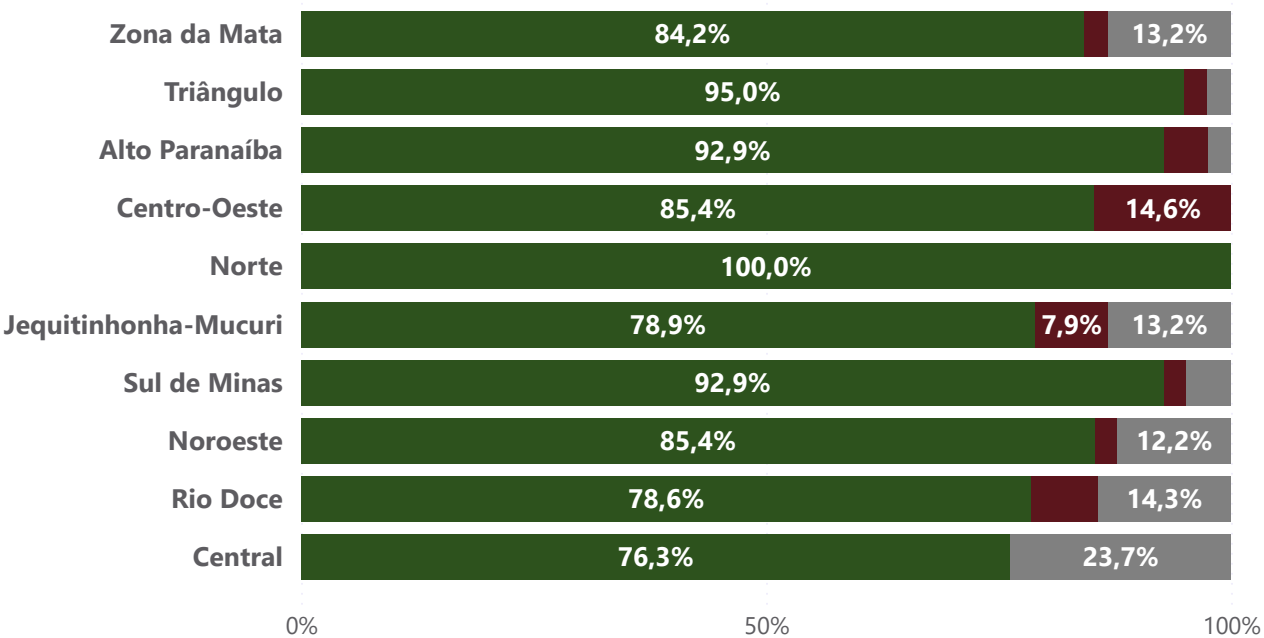


As comemorações de festa junina afetam o seu negócio? Se sim, de que forma?



Impacto da data nas amostras por região

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



De acordo com a pesquisa de expectativa para Festa Junina, 87,1% dos negócios são positivamente afetados pelo período. Por outro lado, apenas 4,5% reporta um impacto negativo, enquanto 8,5% não percebem nenhuma influência.

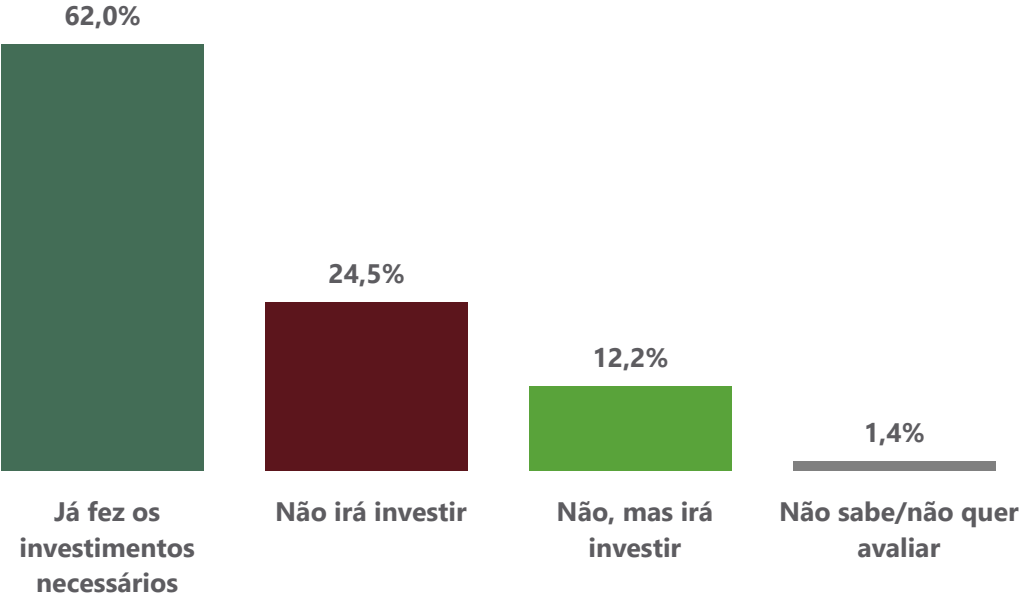
Todas as regiões percebem um impacto positivo da data nas amostras, com maior destaque para a região Norte (100,0%) e Triângulo (95,0%).

Investimento para o período

2026



O senhor investiu em produtos específicos para a data?

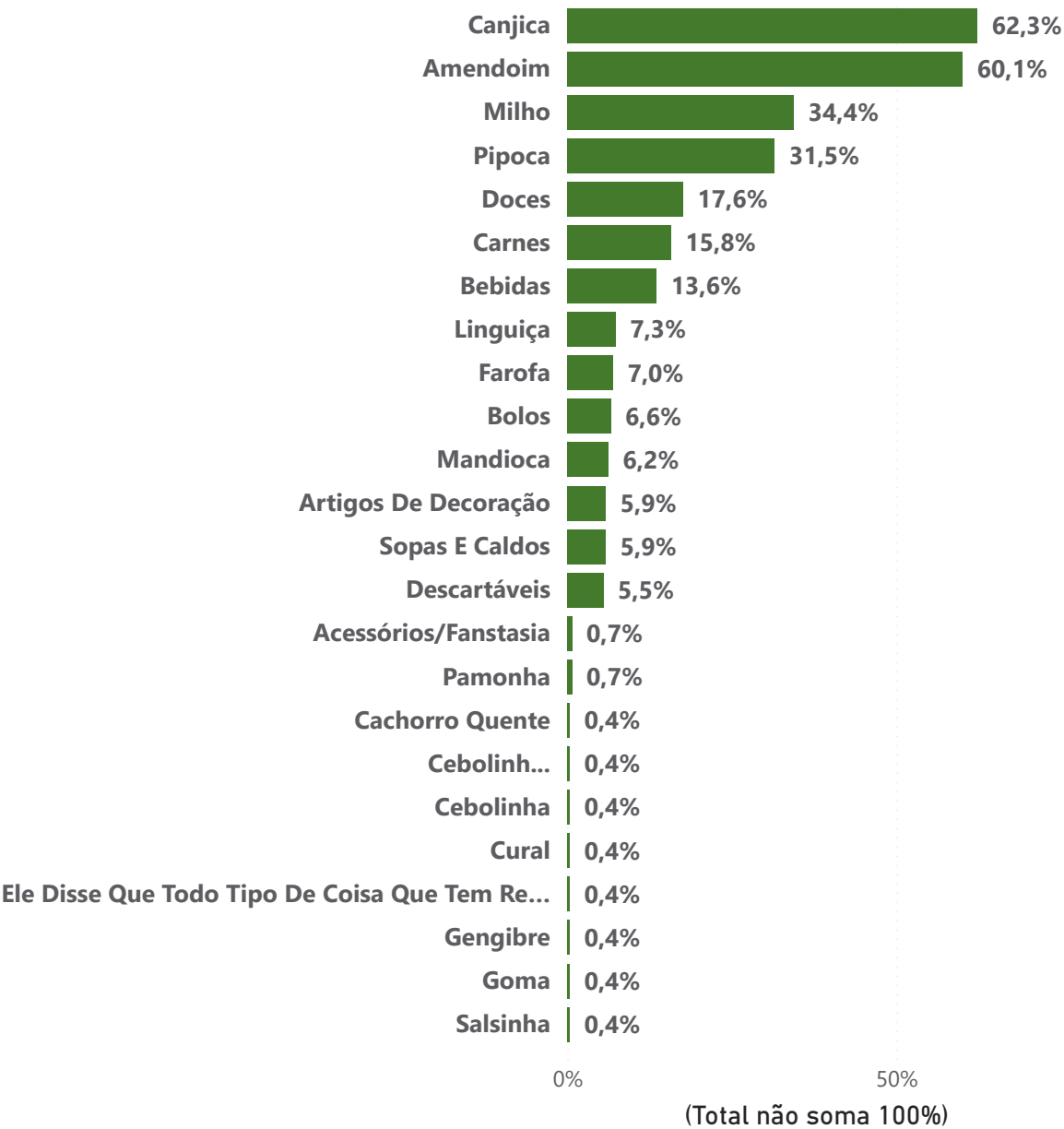


Na pesquisa sobre investimento para o período da Festa Junina em 2026, observa-se que uma parcela maior das empresas já realizou os investimentos necessários (62%). Em contrapartida, 24,5% ainda não investiram e 12,2% não o fizeram até o momento, mas afirmaram que irão investir. Apenas 1,4% não souberam ou não quiseram avaliar.

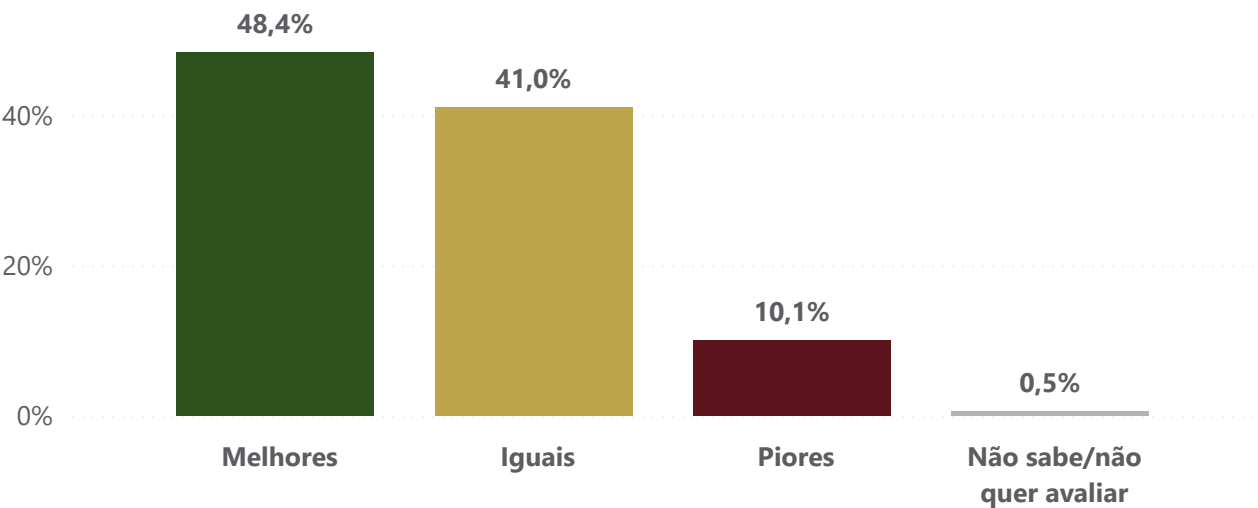
Os produtos em que os investimentos se destacaram nesse ano, entre aqueles que já investiram ou pretendem investir, foram a canjica (62,3%), o amendoim (60,1%), o milho (34,4%) e a pipoca (31,5%), indicando as principais apostas do comércio para impulsionar as vendas do período.

Quais os produtos específicos para a data?

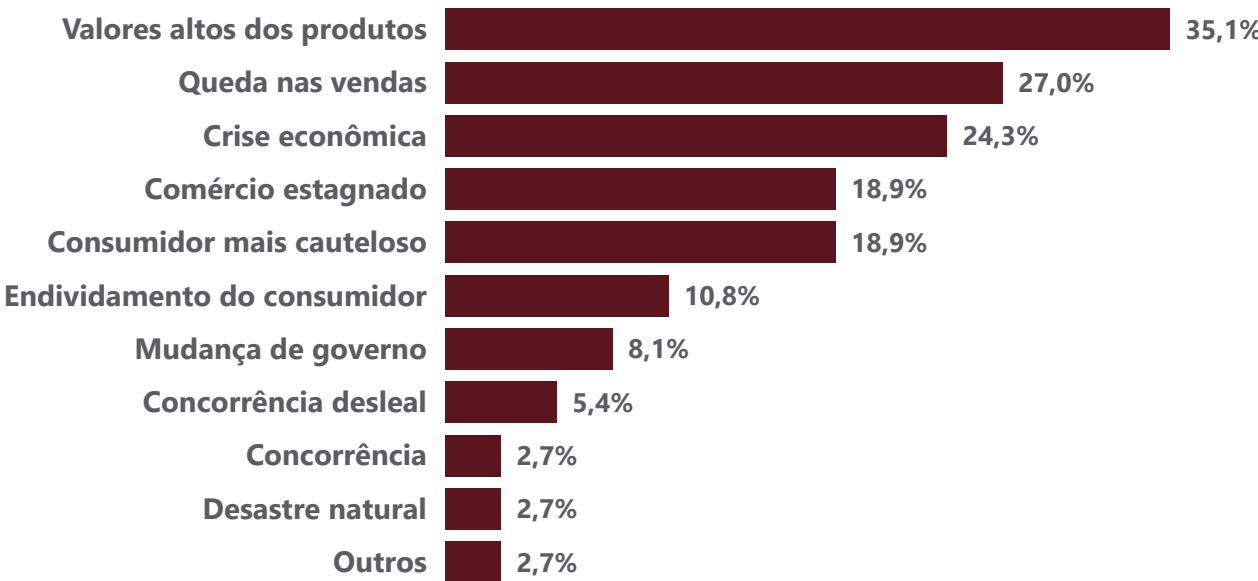
Produtos específicos



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

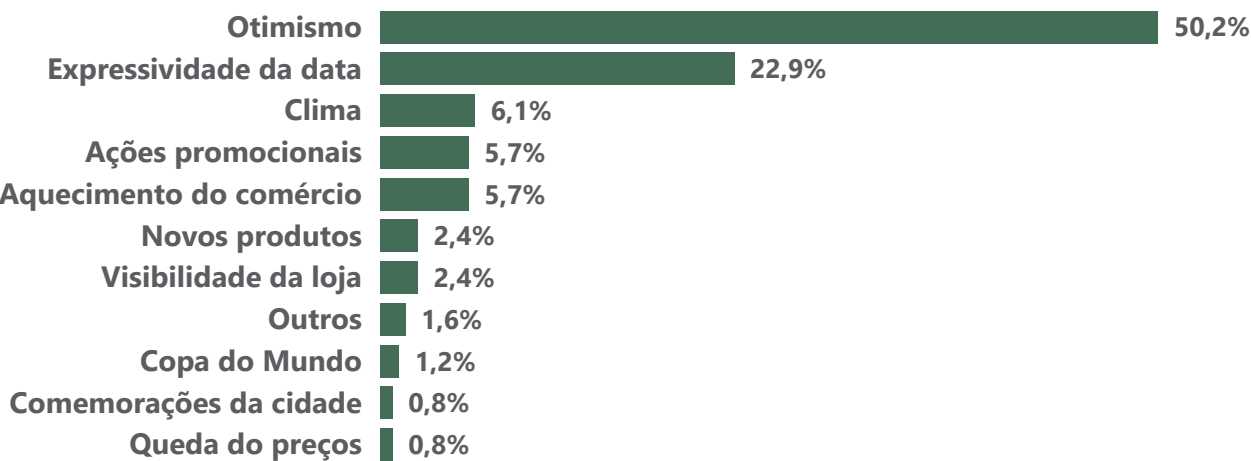


Por qual motivo? (PIORES)



% empresas (total não soma 100%)

Por qual motivo? (MELHORES)



% empresas (total não soma 100%)

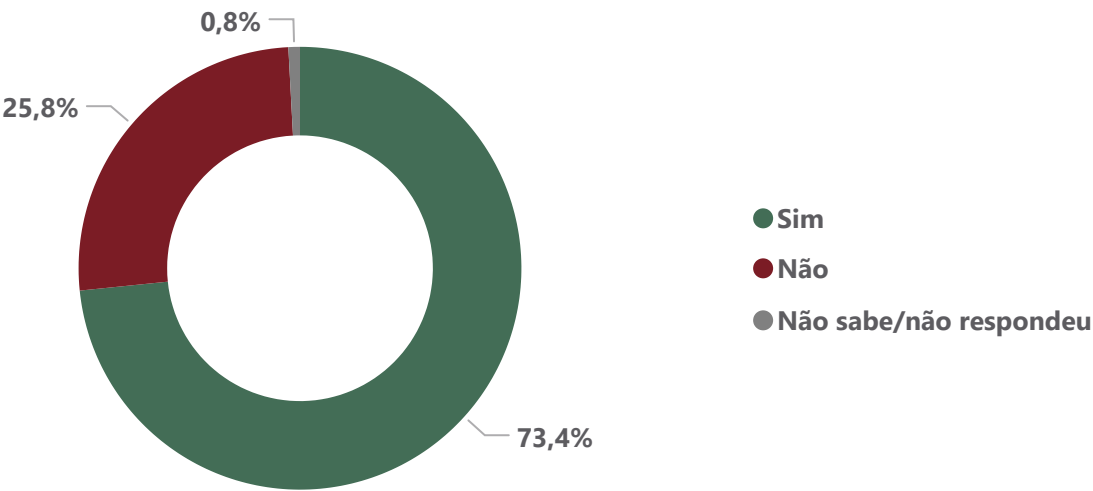
Na pesquisa de expectativa de vendas para o período da Festa Junina em 2026, a maioria dos entrevistados (48,4%) acredita que as vendas serão melhores em comparação com o ano anterior, enquanto 41% esperam vendas iguais e 10,1% projetam vendas piores. Uma pequena parcela de 0,5% não soube ou não quis avaliar.

Entre os que esperam vendas melhores, os principais motivos citados são o otimismo (50,2%) e a expressividade da data (22,9%) , seguidos do clima (6,1%), ações promocionais (5,7%) e aquecimento do comércio.

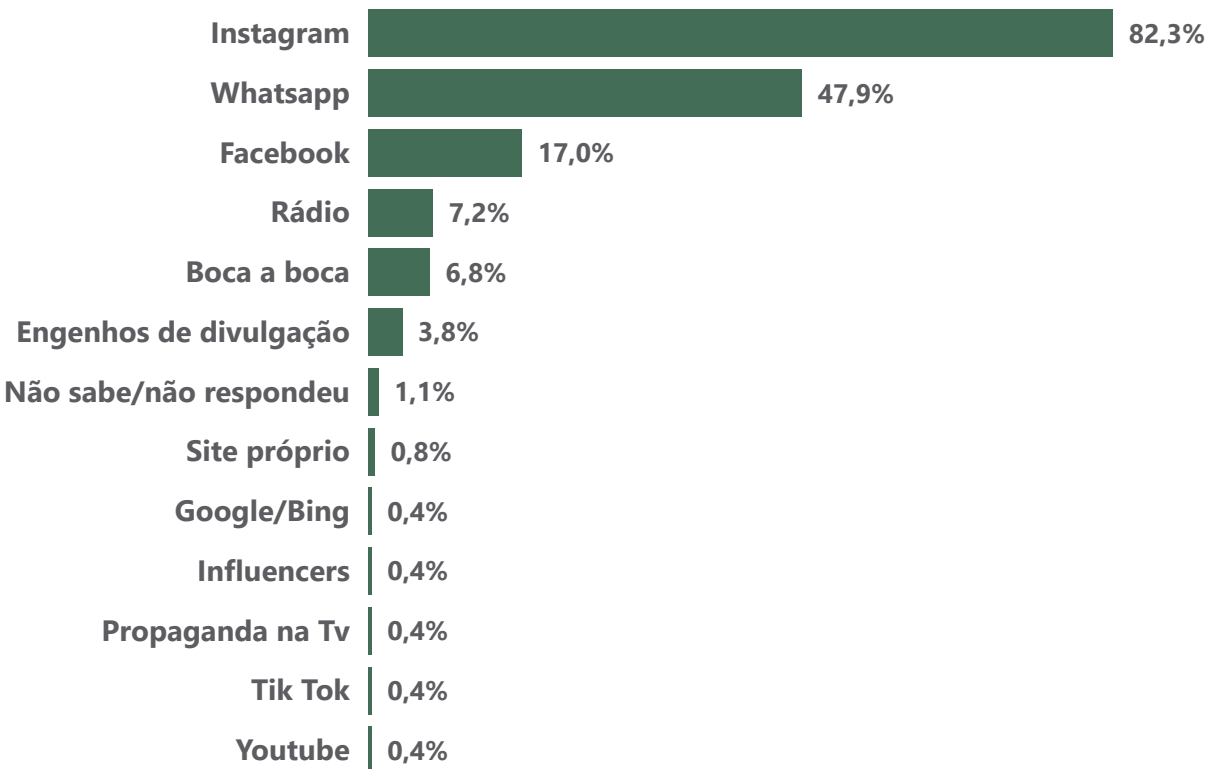
Já para aqueles que preveem vendas piores, a crise econômica é o fator mais relevante, apontado por 35,1% dos respondentes. Outros motivos significativos incluem a queda nas vendas (27,0%) e crise econômica (24,3%).



Realizará divulgações?



Quais as formas de divulgações a serem utilizadas?



% empresas (total não soma 100%)

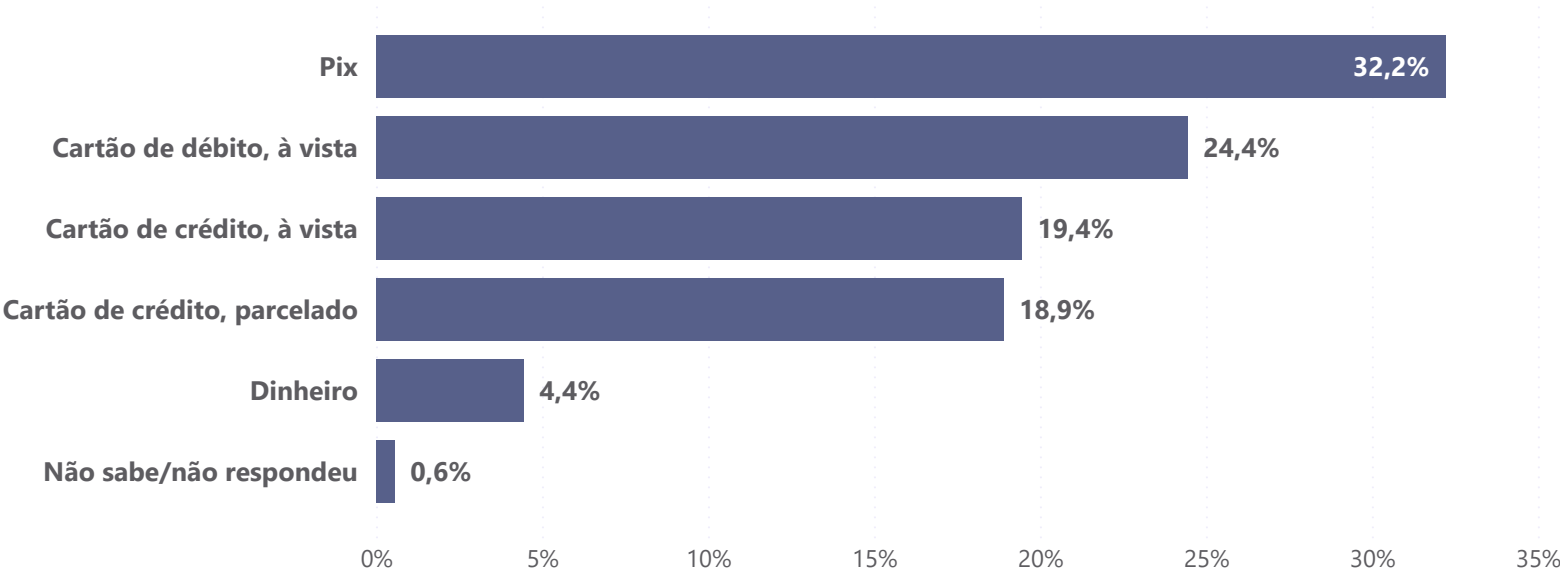
A maioria dos empresários (73,4%) confirmou que realizará divulgações. O Instagram assume a liderança como o principal canal, sendo a escolha de 82,3% das empresas, seguido do Whatsapp, com 47,9%.

Investimento para o período

2026

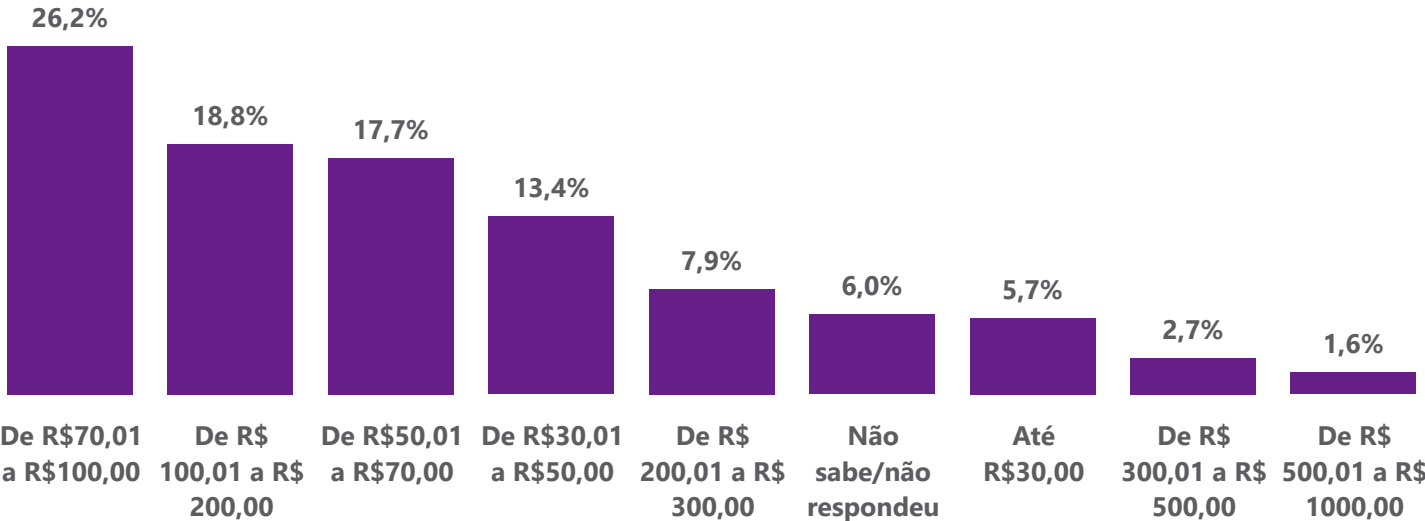


Qual a forma de pagamento deverá sobressair no período?



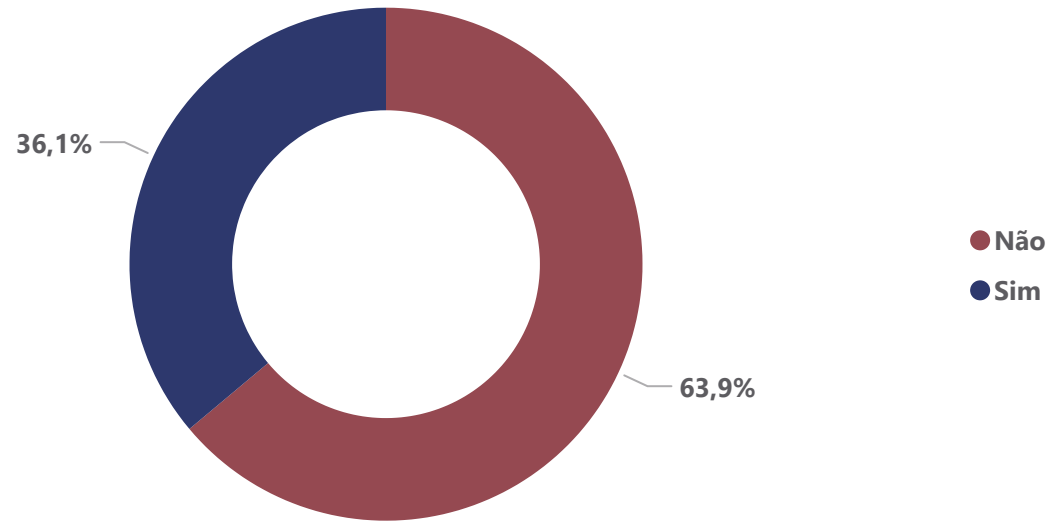
Para o período da Festa Junina de 2026, o Pix é a forma de pagamento que deverá se sobressair, sendo a preferência apontada por 32,2% dos entrevistados. Os cartões de débito (à vista com 24,4%) e crédito (à vista com 19,4% e parcelado com 18,9%) e seguem como opções fortes, enquanto o uso de dinheiro em espécie é esperado por apenas 4,4%.

Qual o ticket médio esperado por consumidor para o período?

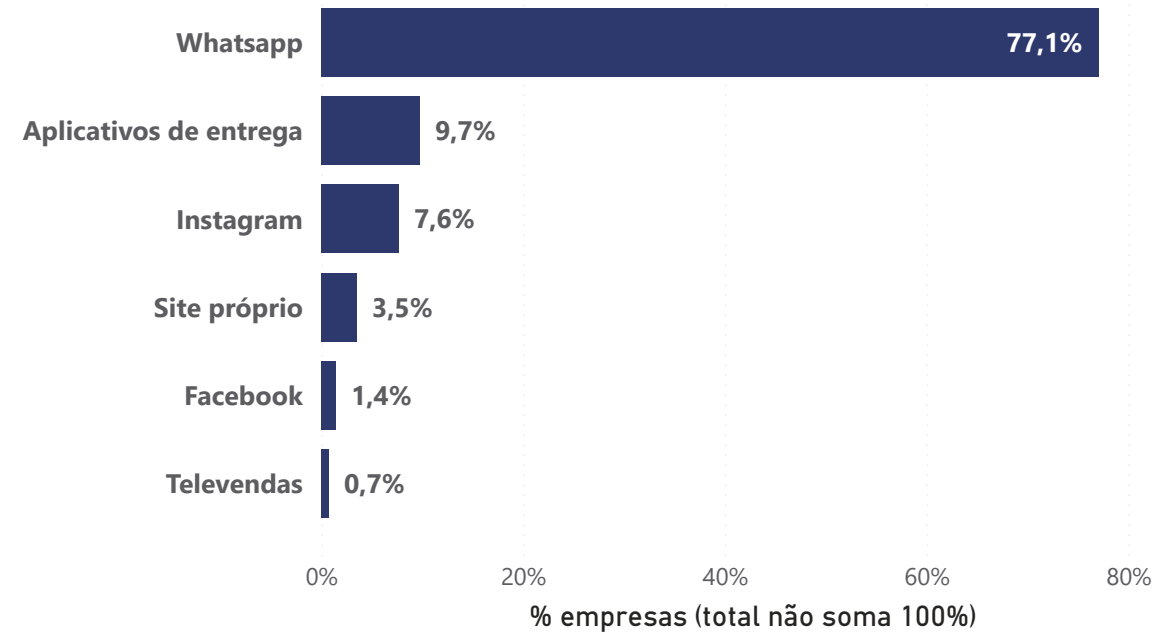


Em relação ao ticket médio esperado por consumidor para o período, a maioria das expectativas se concentra nas faixas de R\$70,01 a R\$100,00 (26,2%) e R\$100,01 a R\$200,00 (18,8%). Isso sugere que a maior parte dos gastos individuais tende a ser em valores mais moderados durante as celebrações juninas.

Realiza vendas on-line?



Por qual meio?



Com relação à realização de vendas on-line em 2026, 36,1% dos negócios dos segmentos entrevistados afirmaram que realizam vendas por meios digitais, enquanto a maioria, 63,9%, não as pratica no momento.

Entre os que realizam vendas on-line, o WhatsApp se destaca como o principal canal de vendas, sendo utilizado por 77,1% delas. O aplicativo de entrega aparece em segundo lugar, com 9,7%, seguido pelo Instagram (7,6%). Essa predominância do WhatsApp sugere uma forte aposta na comunicação direta e pessoal para impulsionar as vendas digitais.

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 19 e 27 de maio de 2026. Foram avaliadas 402 empresas, havendo pelo menos 39 em cada região de planejamento (Alto Paranaíba, Central, Centro-Oeste, Jequitinhonha-Mucuri, Zona da Mata, Noroeste, Norte, Rio Doce, Sul de Minas e Triângulo). Considerando uma amostragem aleatória simples de mesmo tamanho, a margem de erro seria da ordem de 4,89%, 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: Fernanda Caroline Gonçalves e Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Supervisor de Pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Millena Ketley Nunes Scofield e Pedro Henrique Mendes Costa

Menor aprendiz: Ellen de Abreu Dutra, Lucas Samuel da Silva e Pedro Augusto Borges Xavier

**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@fecomerciorg.org.br | www.fecomerciorg.org.br