

20  
25

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos

**Fecomércio PE**  
CNC Sesc Senac  
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

**SEBRAE**

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

### APRESENTAÇÃO

A pesquisa de campo para a Sondagem dos Festejos Juninos 2023 teve como referência o período de 19 a 27 de maio de 2025, envolvendo um plano amostral de 1.000 consumidores e 500 empresas do comércio varejista e dos serviços de alimentação.

Por um lado, a pesquisa teve por objetivo sondar a intenção dos consumidores pernambucanos a respeito da comemoração do Dia dos Namorados e do São João, visando entender as expectativas para a compra de presentes e os preparativos para as festas juninas. Já com o público empresarial, a sondagem buscou captar a expectativa dos estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação quanto ao desempenho das vendas relacionadas ao período, com enfoque em cada uma das datas comemorativas. A pesquisa com os consumidores envolveu um plano amostral de 1.000 pessoas de 18 anos ou mais, com cotas entre homens e mulheres e classes de renda mensal domiciliar a partir de 1 salário mínimo, nos principais pontos de fluxo comerciais dos municípios de Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista, Cabo de Santo Agostinho, Camaragibe, São Lourenço da Mata, Abreu e Lima, Vitória de Santo Antão, Goiana, Caruaru, Garanhuns, Santa Cruz do Capibaribe, Toritama, Petrolina, Salgueiro e Serra Talhada.

Com o público empresarial, abrangendo um plano amostral de 500 estabelecimentos, foram consultados empresários e gestores nas atividades do varejo restrito ('hipermercados e supermercados', 'vestuário, calçados, bolsas', 'artigos de cama, mesa e banho', 'móveis e eletrodomésticos', 'farmácias, perfumarias e cosméticos', 'livrarias e papelarias', 'informática e comunicação' e 'outros artigos de uso pessoal e doméstico', incluindo lojas de departamento) e dos serviços de alimentação ('restaurantes, bares e lanchonetes'), considerando ainda os tipos de empreendimento, se localizado em endereços de comércio tradicional ou em espaços de shopping centers.

Sobre os consumidores, a coleta de dados permitiu mensurar, entre outras informações, a proporção de consumidores que intencionam comemorar o Dia dos Namorados, suas formas de comemoração, a perspectiva de compras e o valor médio dos presentes, bem como as atividades que os consumidores pretendem realizar durante o período junino, especialmente no feriado de São João.

No que diz respeito aos empresários e gestores, a pesquisa buscou mensurar principalmente a expectativa das atividades de varejo e alimentação quanto ao desempenho do volume de vendas, bem como a intenção de recrutar colaboradores temporários visando apoiar as vendas e as estratégias relacionadas aos eventos.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

### 1. SÃO JOÃO

#### 1.1. CONSUMIDORES

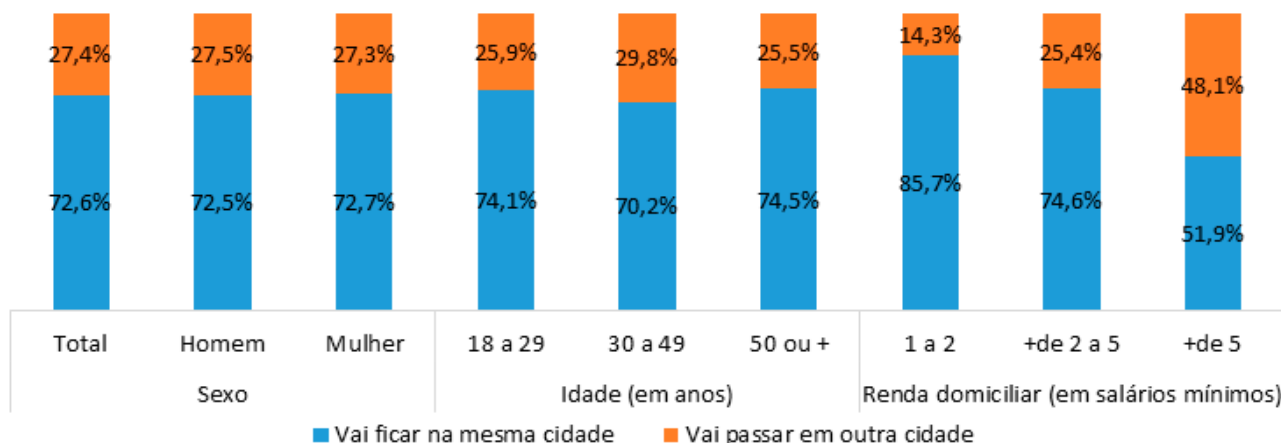
Não obstante o Dia dos Namorados, após a Páscoa e o Dia das Mães, encerrar o ciclo das principais comemorações afetivas e familiares do primeiro semestre, as festas do ciclo junino – assim como o Carnaval no mês de fevereiro –, representam um importante período de manifestações culturais, que movimentam a economia através de atividades turísticas, especialmente no Nordeste.

Independente do desejo de participar das festividades, não tendo o interesse nas músicas e ou mesmo na culinária típica da época, alguns podem enxergar no período uma boa oportunidade para realizar atividades de lazer ou para repouso, sobretudo quando a data do São João, em 24 de junho, implicar em um feriado entre a segunda e a sexta-feira.

Por esse motivo, inicialmente a sondagem sobre o São João buscou investigar a intenção dos consumidores quanto ao local onde pretendem passar o período de São João em 2025.

Segundo a pesquisa, pouco mais de ¼ dos consumidores (27,4%) pretendem passar o São João fora de sua cidade de domicílio, perspectiva que se observa com maior possibilidade entre as pessoas que percebem renda domiciliar mensal acima de 5 salários-mínimos – classe em que quase metade das pessoas (48,1%) pretende passar o São João longe de casa –, e que cai para 14,3% entre as pessoas com renda domiciliar até 2 salários-mínimos.

**Gráfico 1 - Pessoas de 18 anos ou mais, segundo a perspectiva de onde pretendem passar o período do São João**



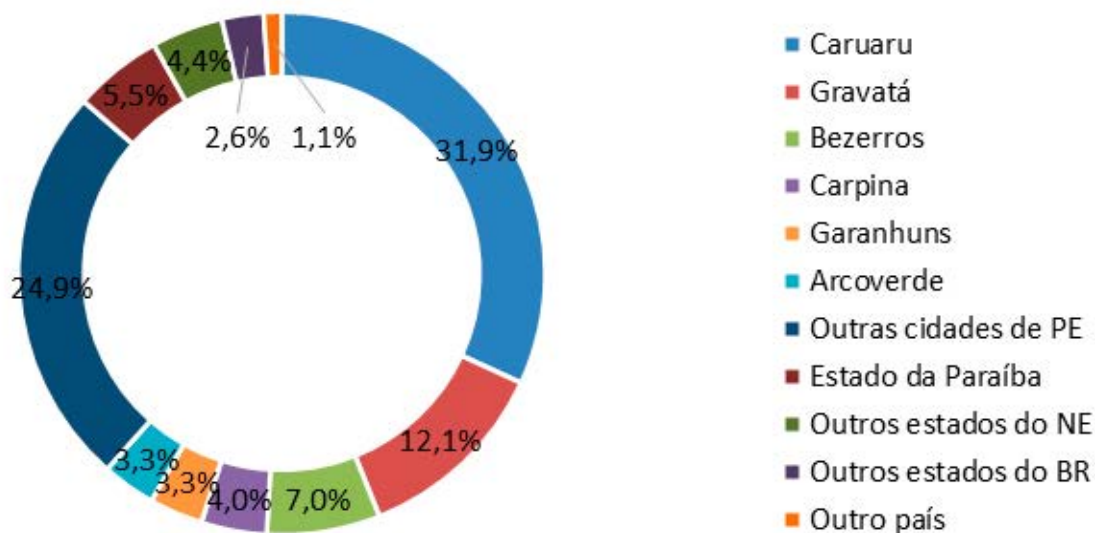
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração CEPLAN.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

Entre as pessoas que pretendem viajar para outra cidade, a maioria (86,4%) demonstra intenção de permanecer no estado de Pernambuco, registrando Caruaru como o principal destino (31,9%). Em segundo lugar, destaca-se o município de Gravatá (12,1%) como um destino de preferência pelos entrevistados. Entre aqueles que farão deslocamento interestadual (13,6% dos consumidores), o principal destino será o estado da Paraíba, em que se destacam as cidades de Campina Grande e João Pessoa.

**Gráfico 2 - Pessoas de 18 anos ou mais e que pretendem passa o São João fora da cidade de domicílio, segundo o destino da viagem**



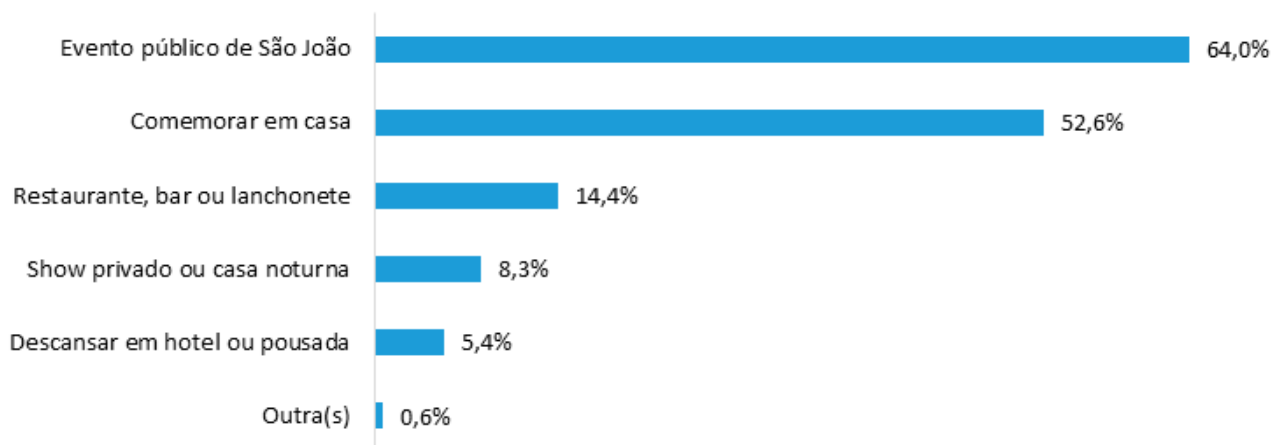
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração CEPLAN.

Quanto às formas de como pretendem aproveitar as festividades do São João, 64,0% demonstram intenção de frequentar algum evento em espaço público, como shows promovidos por prefeituras ou concursos comunitários de quadrilhas juninas. Já a busca por eventos privados, em shows ou casas noturnas, é pretendida por apenas 8,3% das pessoas. Já 14,4% pretendem frequentar estabelecimentos de serviços de alimentação, como bares e restaurantes e outros 5,4% declaram que pretendem aproveitar parte dos dias de festejos também para descansar em hotéis ou pousadas. Além disso, 52,6% têm interesse em realizar comemorações em casa, confraternizando com parentes e amigos.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

**Gráfico 3 - Pessoas de 18 anos ou mais e que pretendem comemorar as festividades do São João, segundo as atividades que pretendem realizar**



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração CEPLAN. Nota: a soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

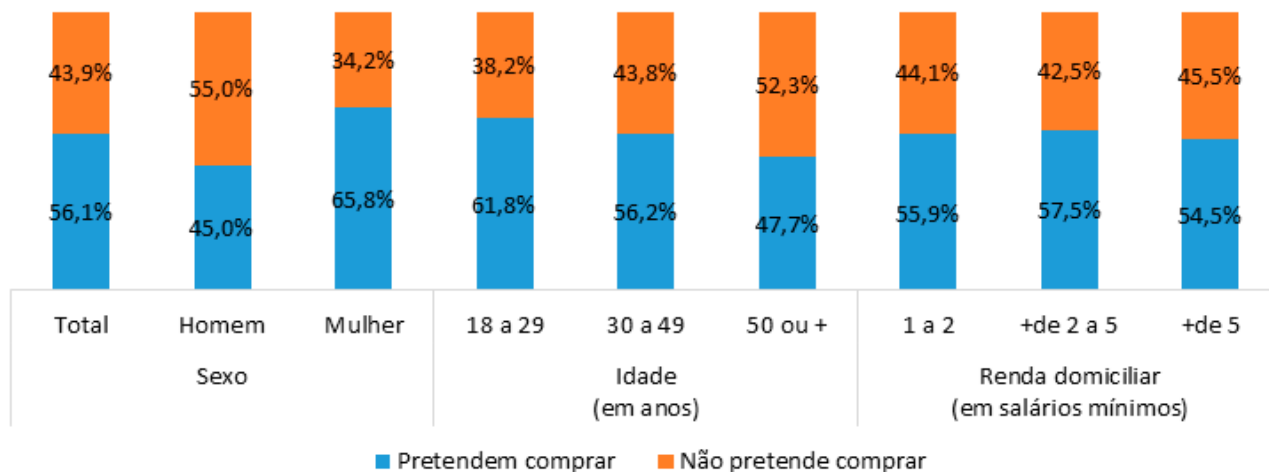
Para participar das comemorações juninas, muitos consumidores buscam adquirir produtos de uso pessoal, seja para renovar o visual, seja para incorporar elementos típicos do período. É comum a procura por blusas xadrez, calças jeans, botas e sapatos novos, além de chapéus de palha, lenços e adereços que remetem à estética rural. O cuidado com a aparência também se estende ao uso de cosméticos, maquiagens temáticas e perfumes. Essa dinâmica estimula o consumo sazonal e impulsiona setores como vestuário, calçados e beleza, especialmente no varejo de rua e em centros comerciais populares.

Questionados sobre a aquisição de produtos para uso pessoal durante as festividades, 56,1% dos consumidores responderam positivamente. Essa intenção é compartilhada de maneira muito similar quando se observa as classes de renda domiciliar, oscilando de 54,5% entre as pessoas que percebem 5 ou mais salários mínimos a 57,5% entre as que percebem de 2 a 5 s.m. Observando por sexo e por faixa etária, as diferenças entre as intenções são mais significativas, ficando em 45,0% no sexo masculino e chegando a 65,8% entre as pessoas de sexo feminino. Com relação às faixas etárias, a intenção de comprar produtos de uso pessoal tende a reduzir com o avanço da idade, caindo de 61,8% entre os mais jovens para 47,7% entre aqueles com idade de 50 anos ou mais.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

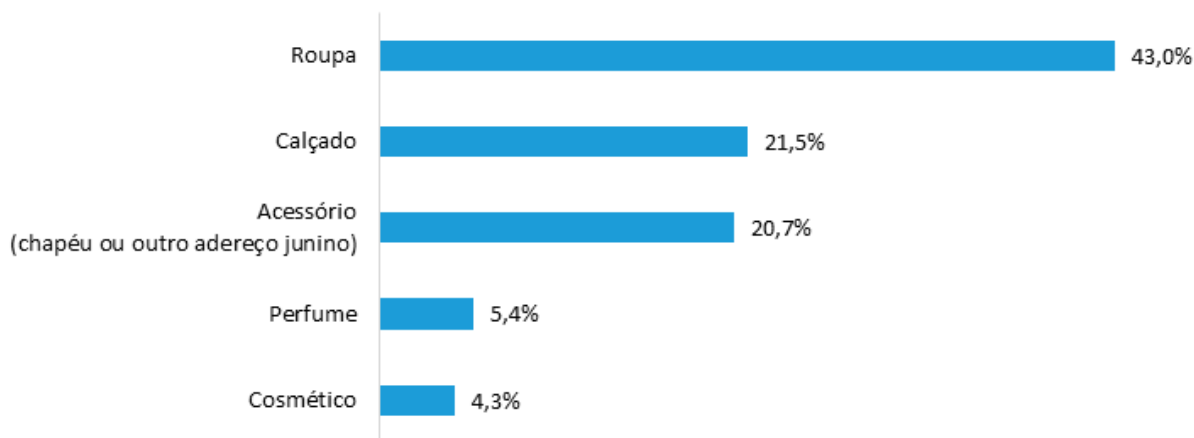
Gráfico 4 - Pessoas de 18 anos ou mais e que pretendem comemorar as festividades do São João, segundo a intenção de comprar produtos de uso pessoal



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração CEPLAN.

Na procura por itens de uso pessoal, a categoria mais citada é a de 'roupas', segundo apontam 43,0% dos consumidores. Por sua vez, a busca por 'calçados' e de 'acessórios' tende a um aquecimento de vendas muito similar, em torno de 20%. Já os perfumes e cosméticos tendem a ser procurados por cerca de 4% a 5% dos consumidores.

Gráfico 5 - Pessoas de 18 anos ou mais e que pretendem comprar produtos de uso pessoal para comemorar as festividades do São João, segundo a categoria de produtos



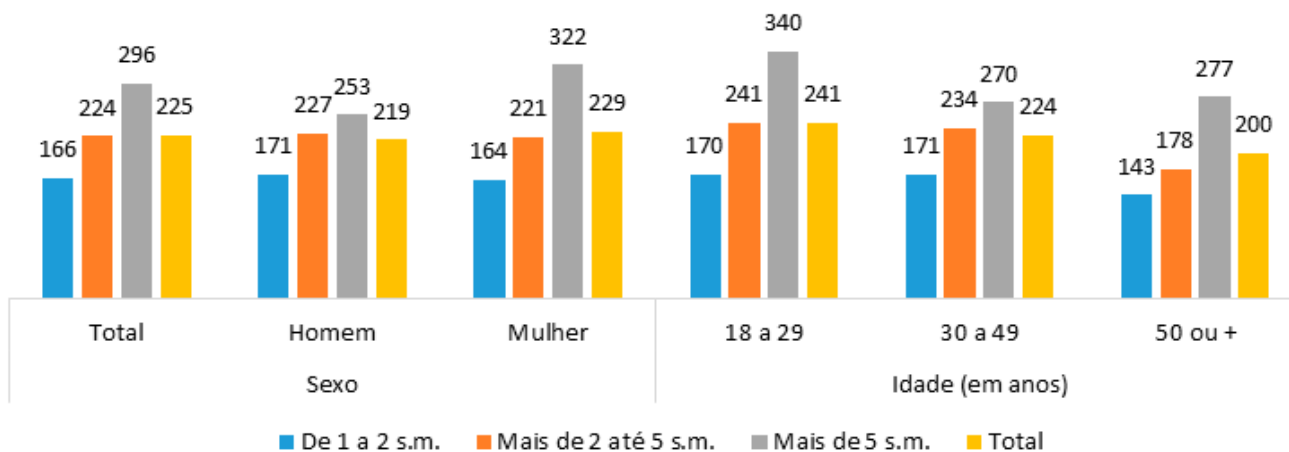
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração CEPLAN. Nota: a soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

O ticket médio estimado para a compra de produtos de uso pessoal destinados às comemorações do São João aponta um gasto de R\$ 225, por consumidor, considerando o perfil geral. Entre as classes de renda, o gasto médio deve chegar a R\$ 296. Ressalta também o registro entre as pessoas com 18 a 29 anos de idade, onde o gasto médio ficou bem acima da média nas classes de renda acima de 2 salários-mínimos.

**Gráfico 6 - Gasto médio com a compra de produtos para uso pessoal no período do São João, em R\$ por consumidor**



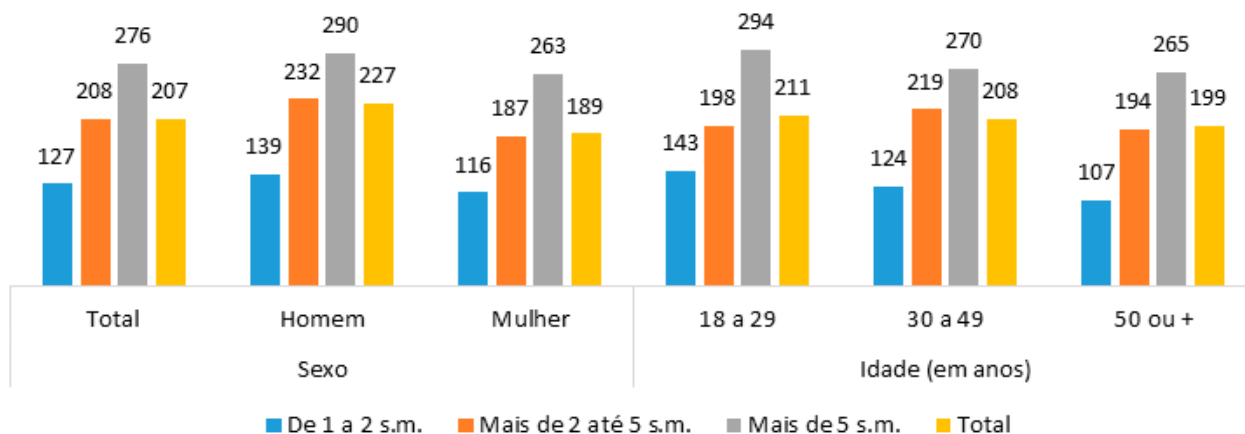
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração Ceplan.

Já o ticket médio com o consumo em restaurante, bares e lanchonetes durante as festividades tende a R\$ 207 por pessoa, chegando a R\$ 276 na classe de renda acima de 5 salários-mínimos, onde o patamar fica ainda mais próximo de R\$ 300 na faixa etária de 18 a 29 anos.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

Gráfico 7 - Gasto médio com o consumo em serviços de alimentação e bebidas no período do São João, em R\$ por consumidor



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração Ceplan.

Quanto aos meios de pagamento dos gastos no São João, o cartão de crédito tende a ser bastante utilizado, sendo opção para 46,4%. Entre as formas de pagamento à vista, destaca-se o PIX, que deve ser utilizado por 37,1% dos consumidores que pretendem comemorar as festividades juninas.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

**Tabela 1 - Pessoas de 18 anos ou mais e que pretendem comemorar o São João, segundo a forma de pagamento dos gastos referentes ao período**

Perfil		Cartão de crédito	PIX	Dinheiro	Cartão de débito	Outra(s)
Sexo	Homem	46,4%	37,1%	19,5%	14,4%	3,4%
	Mulher	41,7%	44,4%	21,9%	13,6%	4,3%
	Total	50,4%	30,7%	17,4%	15,1%	2,6%
Faixa etária (anos)	18 a 29	51,4%	40,5%	17,7%	14,5%	3,2%
	30 a 49	48,5%	35,4%	16,4%	14,2%	2,9%
	50+	35,3%	35,3%	27,5%	14,4%	4,6%
Renda domiciliar (s.m.)	1 a 2	40,6%	33,2%	29,2%	8,9%	5,0%
	+2 a 5	47,6%	40,9%	18,1%	17,7%	1,6%
	+5	50,8%	36,1%	11,0%	15,7%	4,2%

Fonte: Pesquisa direta Fecomércio-PE. Elaboração CEPLAN. Nota: a soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

## 1.2. EMPRESAS

Conforme mencionado anteriormente, as datas comemorativas de junho têm uma importância especial para o Nordeste. Tradicionalmente a região abriga os principais destinos turísticos relacionados ao São João, como os polos de Caruaru, em Pernambuco, e Campina Grande, na Paraíba.

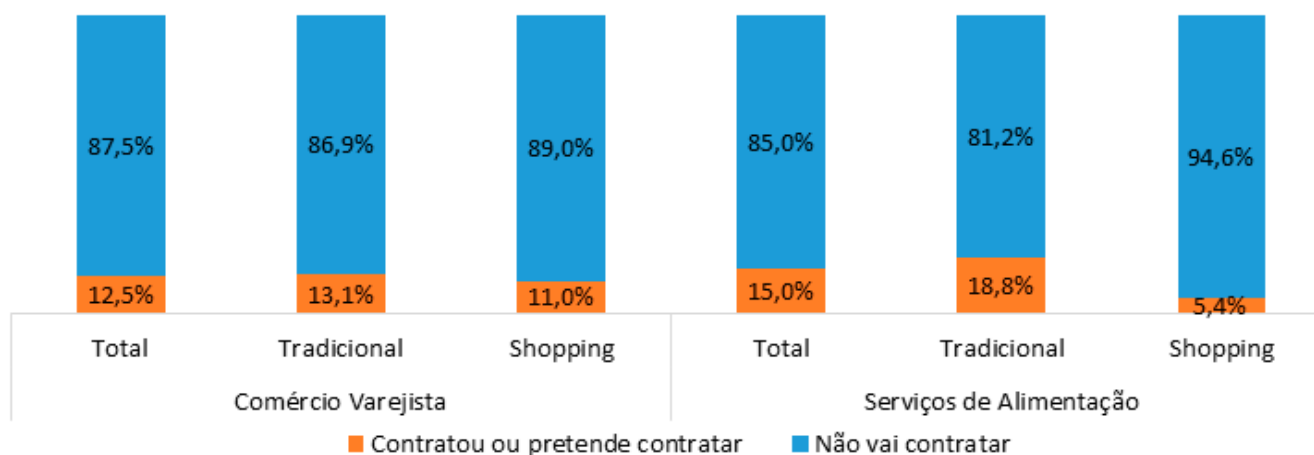
O envolvimento da população com as festividades movimentou especialmente os segmentos do varejo relacionados ao consumo de bens não duráveis e semiduráveis, como supermercados, vestuários e calçados, perfumarias e farmácias, além de serviços de cuidados pessoais e de alimentação. Nesse sentido, a sondagem buscou também avaliar a perspectiva dos empresários e gestores locais sobre a reflexo do São João para os negócios.

No que diz respeito à contratação de temporários para apoiar com as vendas relacionadas ao período junino, 12,5% demonstram essa intenção entre os empresários e gestores do comércio varejista. Nos serviços de alimentação a intenção alcança 15,0% dos empresários e gestores, com maior relevância entre os estabelecimentos tradicionais (18,8%), enquanto nos shopping centers, por outro lado, essa intenção é compartilhada por apenas 5,4%.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

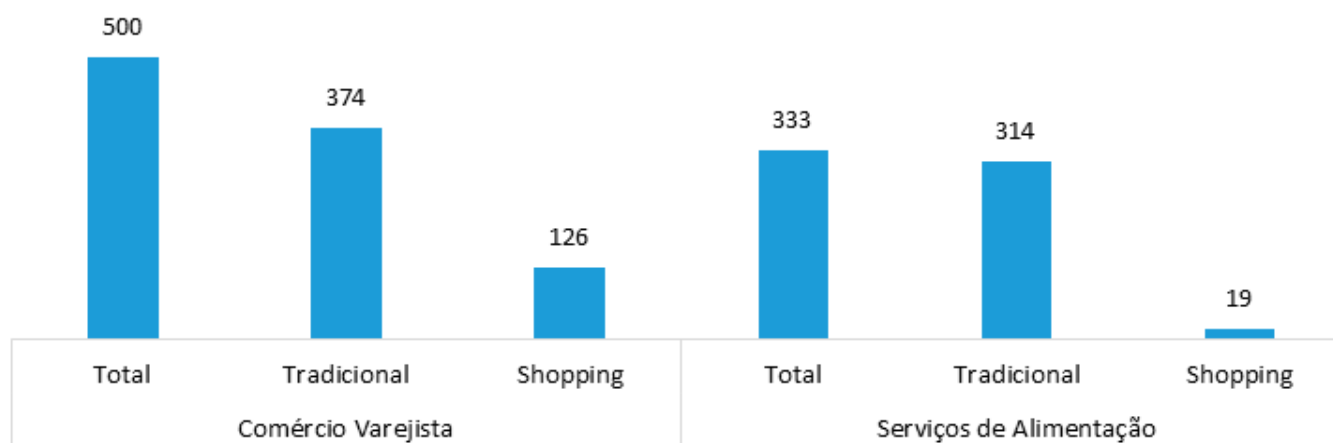
**Gráfico 8 - Estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação, segundo a intenção de contratar colaboradores temporários para as vendas referentes ao São João**



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Elaboração CEPLAN.

A média de colaboradores temporários recrutados por estabelecimento contratante deve ficar em 3 pessoas no comércio varejista, chegando a 4 nos estabelecimentos tradicionais. Nos serviços de alimentação, a média deve chegar a 4 colaboradores temporários por estabelecimento contratante, ficando em até 2 colaboradores nos estabelecimentos localizados em shopping centers. Ao todo, a expectativa é de uma contratação de aproximadamente 800 temporários para o período de vendas, sendo 60% no comércio varejista e 40% nos serviços de alimentação.

**Gráfico 9 - Estimativa de contratação de colaboradores temporários para o São João nos estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação**



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Elaboração CEPLAN.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

Quanto à utilização de estratégias com o intuito de tentar impulsionar as vendas, destaca-se o uso da internet e redes sociais, que representa a principal ação em ambos os segmentos. Além dessa estratégia digital de exposição da empresa, também serão consideradas relevantes as iniciativas que visam engajar a equipe de colaboradores em busca de conversão de vendas, seja através de incentivos diretos ou através de qualificação dos funcionários.

**Tabela 2 - Estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação, Estratégias para alavancar as vendas referentes ao São João**

Estratégias	Comércio Varejista			Serviços de Alimentação		
	Tradicional	Shopping	Total	Tradicional	Shopping	Total
Uso de internet ou redes sociais	53,3%	57,1%	54,5%	51,3%	35,3%	46,7%
Incentivos à equipe de colaboradores	24,3%	30,3%	26,1%	22,7%	38,0%	27,1%
Qualificação dos funcionários	22,2%	13,1%	19,4%	23,6%	27,8%	24,8%
Publicidade de rua <sup>1</sup>	21,1%	18,6%	20,4%	7,9%	5,9%	7,3%
Desconto em kit ou combos de produtos	14,4%	11,5%	13,5%	17,3%	26,9%	20,1%
Abertura em horário especial	18,9%	4,3%	14,4%	19,7%	9,6%	16,8%
Publicidade indoor <sup>2</sup>	16,8%	10,5%	14,8%	4,8%	3,8%	4,5%
Ações de engajamento nas redes sociais <sup>3</sup>	11,0%	6,7%	9,7%	14,8%	1,9%	11,1%
Maior limite de parcelas sem juros	11,3%	10,7%	11,1%	1,9%	12,4%	5,0%
Maior prazo de parcelamento	10,3%	15,3%	11,8%	1,0%	0,0%	0,7%
Parcerias com artistas e influencers locais	1,2%	8,4%	3,4%	7,5%	6,3%	7,2%
Distribuição de brindes	4,2%	4,6%	4,4%	1,1%	5,6%	2,4%
Primeira parcela após 60 ou 90 dias	4,9%	5,3%	5,0%	0,8%	0,0%	0,6%
Sorteio de prêmios	3,3%	1,5%	2,7%	1,0%	0,0%	0,7%
Outra(s)	3,3%	16,1%	7,3%	3,8%	9,4%	5,4%
Não vai adotar nenhuma estratégia	12,8%	10,7%	12,1%	19,2%	20,2%	19,5%

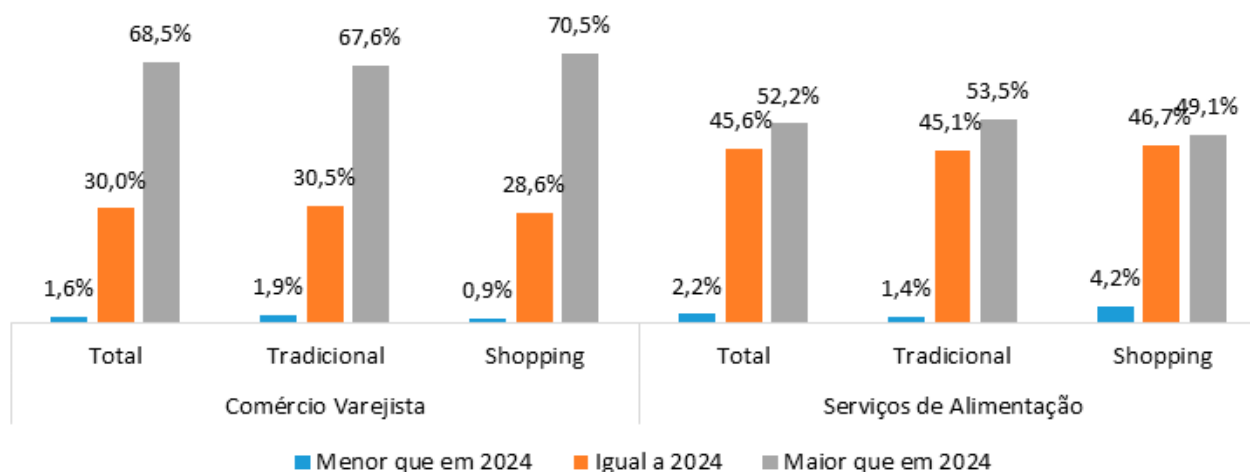
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Elaboração CEPLAN. Nota: \* A soma das categorias ultrapassa 100%, pois a pergunta permite múltipla escolha; <sup>1</sup> panfletos, outdoor, ações externas, entre outras); <sup>2</sup> sinalização interna, atividades lúdicas, entre outras; <sup>3</sup> memes, quizzes, sorteios etc.

# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

No que diz respeito à expectativa sobre o desempenho das vendas relacionadas ao São João, comparativamente ao mesmo ciclo de vendas no ano anterior, o segmento do varejo tem a maior proporção de estabelecimentos otimistas, com 68,5% dos empresários ou gestores esperando avanço no volume de vendas. Nos serviços de alimentação, a perspectiva é de avanço nas vendas é compartilhada por 52,2% dos empresários ou gestores, enquanto 45,6% esperam um desempenho similar ao do ano anterior. A proporção dos que esperam resultado inferior é bastante reduzida, tanto no varejo (1,6%) quanto nos serviços de alimentação (2,2%).

**Gráfico 10 - Estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação, segundo a expectativa sobre o desempenho das vendas referentes ao São João**



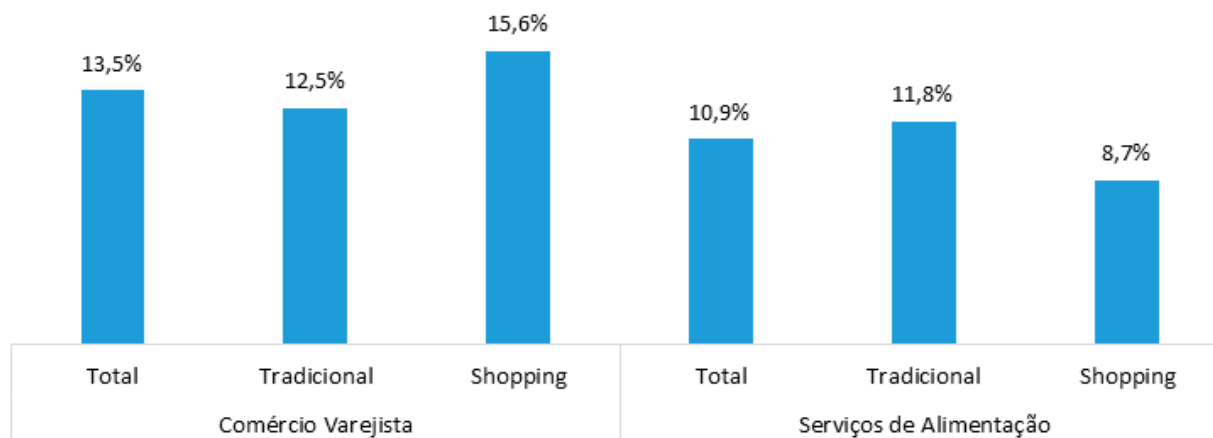
Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Elaboração CEPLAN.

Nesse contexto, estima-se entre os empresários e gestores uma variação de 13,5% no volume de vendas do comércio varejista, enquanto nos serviços de alimentação a perspectiva é de um crescimento de 10,9%.


# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025

Gráfico 11 - Expectativa de variação das vendas referentes ao São João nos estabelecimentos do comércio varejista e dos serviços de alimentação



Fonte: Pesquisa direta Fecomércio. Elaboração CEPLAN.



# Pesquisa de Opinião

## Festejos Juninos 2025




### EXPEDIENTE FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Bernardo Peixoto  
Diretora Geral Executiva da  
Fecomércio PE: Cleide Pimentel  
Designer Gráfico: Nilo Monteiro  
Estagiária em Design Gráfico:  
Maria Eduarda Morato

---

### EXPEDIENTE CEPLAN-PE

Jorge Jatobá | Economista  
Tania Bacelar | Economista  
Ademilson Saraiva | Economista





**Avenida Visconde de Suassuna, nº265,  
Santo Amaro, Recife-PE | CEP 50050-540  
Tel.: (81) 3231-5393 / 3231-6175  
[www.fecomercio-pe.com.br](http://www.fecomercio-pe.com.br)**



[fecomercio-pe.com.br](http://fecomercio-pe.com.br)



[@fecomerciope](https://www.facebook.com/fecomerciope)

**Fecomércio PE**  
CNC Sesc Senac  
Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

**SEBRAE**

