

PÁSCOA: Pesquisa da Fecomércio mostra o perfil do consumidor na Páscoa



A Páscoa, tradicionalmente marcada por celebrações religiosas e momentos em família, promete movimentar o comércio no período.

A pesquisa "Intenção de Consumo para a Páscoa", realizada pelo Núcleo de Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa da Fecomércio MG, destaca um panorama otimista para o período. Em Belo Horizonte, 45,8% dos consumidores pretendem presentear na data, com os chocolates mantendo sua posição como os itens mais desejados, representando 91,4% das intenções de compra. Entre os itens mais procurados estão os ovos de Páscoa industrializados (47%) e chocolates industrializados em geral (34,2%). "Os chocolates continuam sendo o símbolo da Páscoa no Brasil. O destaque para produtos industrializados reflete a preferência por praticidade e variedade", explica a economista Gabriela Martins, da Fecomércio MG.

O estudo também destaca que a maioria dos presentes será destinada a cônjuges (31,1%) e filhos (29%). Além disso, 49,5% dos entrevistados pretendem gastar mais do que no ano passado, enquanto a outra metade planeja manter ou reduzir os gastos. A faixa de gasto médio estimada varia entre R\$100 e R\$300 para 62% dos consumidores. "A busca por promoções e preços reduzidos será um dos principais atrativos para o consumidor neste ano. Os consumidores vêm tendo mais consciência em relação na hora de gastar, priorizando compras à vista e aproveitando promoções e preços reduzidos.", completa Gabriela.

A pesquisa aponta que 51,6% dos consumidores pretendem pagar suas compras à vista, utilizando dinheiro ou cartão de débito. O Pix também aparece como uma alternativa crescente (8,7%). Além disso, metade dos entrevistados planeja gastar mais do que no ano passado, enquanto a outra metade pretende manter ou reduzir os gastos. "Essa tendência de consumo consciente é positiva tanto para os consumidores quanto para o comércio. Ela demonstra um equilíbrio entre o desejo de celebrar a data e a preocupação com a saúde financeira", destaca a economista.

Em relação aos locais de compra, supermercados e hipermercados se destacam como a principal preferência dos consumidores (39,8%), seguidos pelas lojas de shopping centers (32,3%). Quanto às formas de pagamento, a maioria dos consumidores (51,6%) planeja utilizar modalidades à vista, enquanto o Pix ganha espaço como uma alternativa crescente, sendo a escolha de 8,7%. Um dado positivo é que quase metade dos belo-horizontinos mantém a tradição de presentear na Páscoa. Além disso, mais da metade dos consumidores demonstra uma preferência por pagamentos à vista.

A busca por economia é evidente, com promoções e preços reduzidos sendo apontados como fatores decisivos na decisão de compra. Supermercados e lojas de shopping centers devem concentrar o maior movimento no comércio durante o período. Além do consumo tradicional de chocolates, uma parcela de 4,7% dos consumidores planeja adquirir artigos religiosos. O feriado prolongado também deve impulsionar o turismo, com 10,9% da população planejando viajar,

principalmente para lazer ou para visitar familiares. Segundo Gabriela Martins, "esses dados são fundamentais para orientar os empresários do setor sobre as tendências e preferências do consumidor neste período tão importante para o comércio".

Foto: Divulgação

<https://www.jornalpanfletus.com.br/noticia/6529/pascoa-pesquisa-da-fecomercio-mostra-o-perfil-do-consumidor-na-pascoa> em 23/06/2026 11:44