

Intenção de Consumo

Páscoa | 2026



A Páscoa é uma data tradicional do calendário religioso e também um período que costuma movimentar o comércio, especialmente os segmentos relacionados à venda de chocolates. Considerando esse impacto na atividade comercial, a área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG realizou levantamento com o objetivo de conhecer a intenção de compras dos consumidores de Belo Horizonte para a data e, dessa forma, orientar os empresários do setor em relação ao comportamento esperado para o período.

64,1% dos consumidores da cidade de Belo Horizonte pretendem presentear durante as comemorações da Páscoa neste ano; desses, 98,1% devem comprar chocolates.

Neste ano, 64,1% dos consumidores da cidade de Belo Horizonte pretendem presentear durante as comemorações da Páscoa. Já 34,9% não devem realizar compras para a data. Entre aqueles que não irão presentear, 40,4% afirmam que não têm o costume de dar presentes nesse período, enquanto 18,0% apontam os preços elevados dos produtos e 17,4% dizem não ter a quem presentear.

Entre os consumidores que pretendem comprar presentes, os ovos de Páscoa industrializados aparecem como a principal escolha, citados por 53,8% dos entrevistados. Em seguida aparecem os chocolates industrializados em geral, mencionados por 34,4%. Os principais presenteados serão namorado(a) ou esposo(a) (29,2%), filhos (25,4%) e netos (16,4%).

Em relação aos gastos, 72,8% dos consumidores pretendem gastar o mesmo valor ou menos do que no ano anterior, enquanto 26,8% afirmam que deverão gastar um pouco mais com as compras para a data. Quanto ao comportamento de compra, 49,8% indicam que pretendem adquirir poucos produtos de menor valor, enquanto 29,5% planejam comprar poucos produtos de maior valor.

Os supermercados e hipermercados devem concentrar a maior parte das compras para a Páscoa, sendo citados por 50,3% dos consumidores, seguidos pelas lojas de shopping (28,6%) e pelas lojas da vizinhança (8,5%). Entre os fatores que mais podem atrair os consumidores às lojas estão as promoções (42,6%) e os preços reduzidos (28,0%).

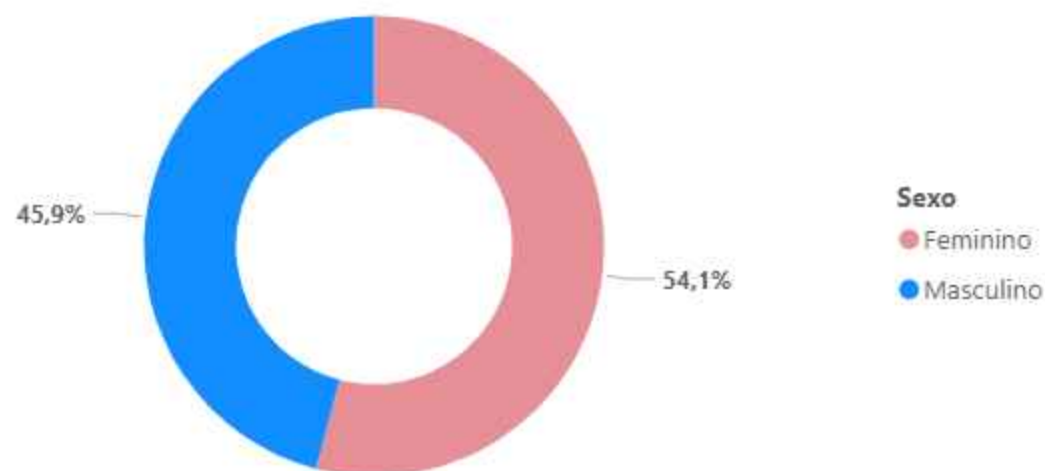
Quanto à forma de pagamento, o cartão de débito e o cartão de crédito em uma parcela aparecem como as principais opções, ambos com 26,4%, seguidos pelo Pix (23,0%). Além disso, 9,1% dos consumidores pretendem adquirir artigos religiosos durante o período e 15,7% afirmam que irão viajar no feriado.

Perfil dos consumidores

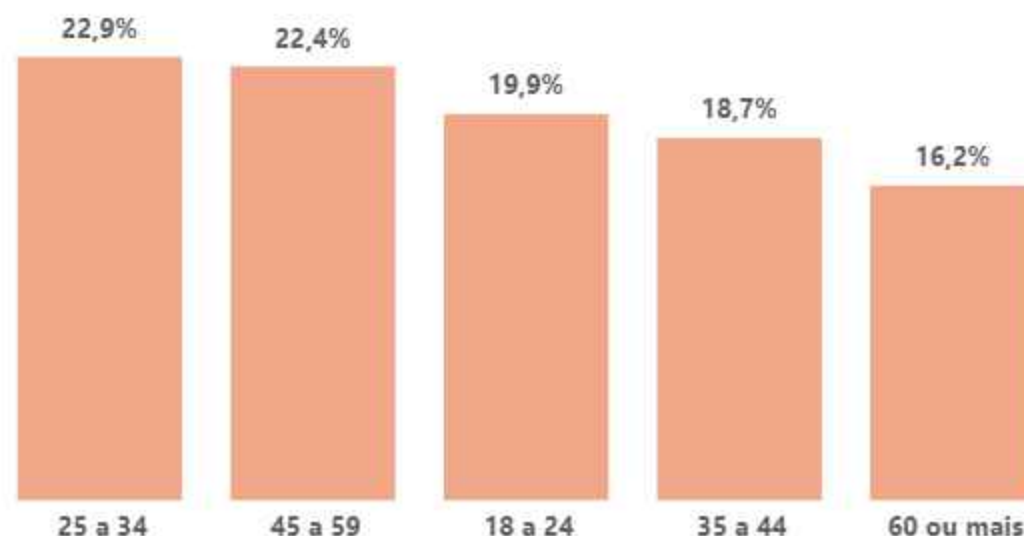
2026



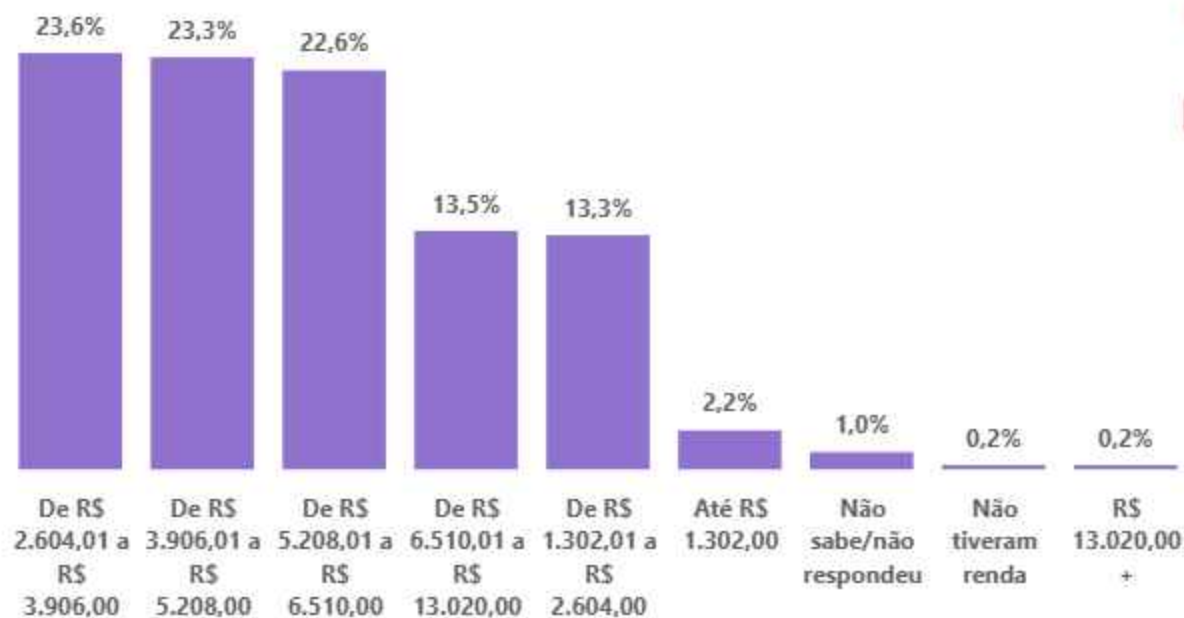
Sexo



Idade



Renda familiar no mês de janeiro



O(A) Sr(a) faz algum trabalho remunerado?

● Não ● Sim



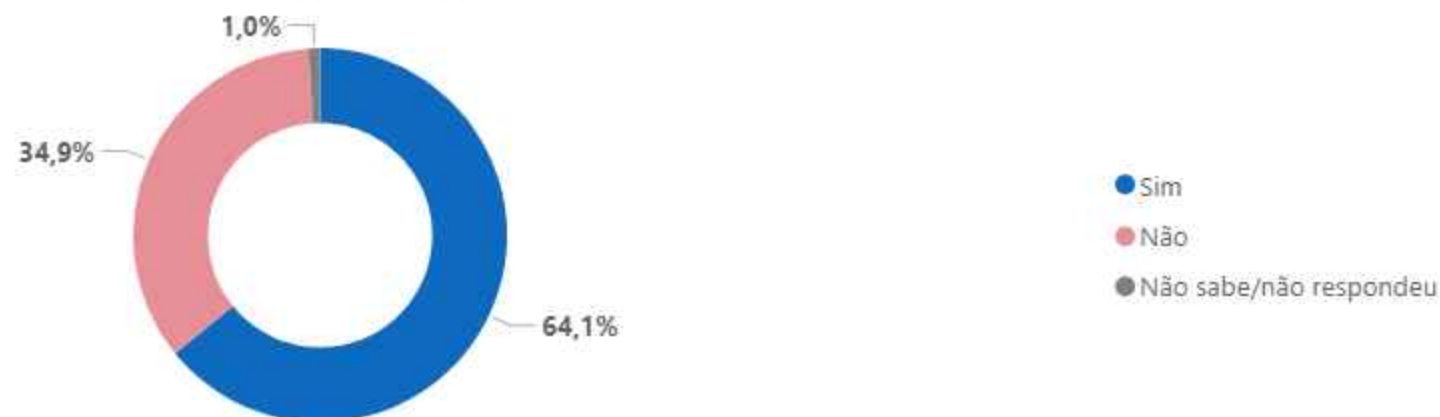
No seu trabalho o(a) Sr(a). é:



(SE NÃO TRABALHA) Qual é a sua ocupação principal: só estuda, é aposentado(a)?



O(a) Sr(a). pretende presentear nesta páscoa?



Por que não irá presentear?

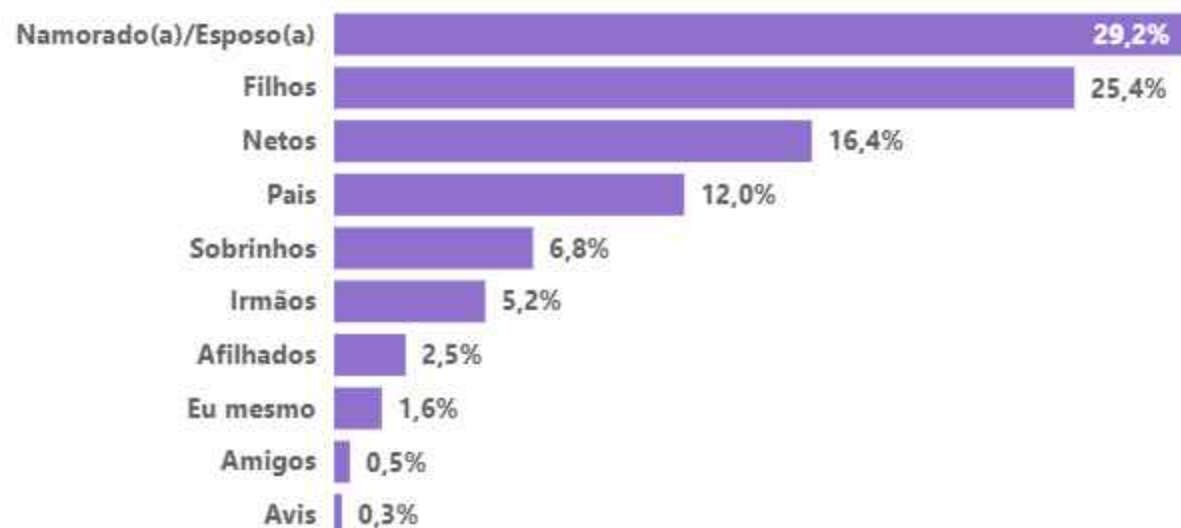


% respostas (total não soma 100%)

Neste ano, 64,1% dos consumidores belo-horizontinos afirmam que irão presentear na Páscoa. Já 34,9% não pretendem realizar compras para a data.

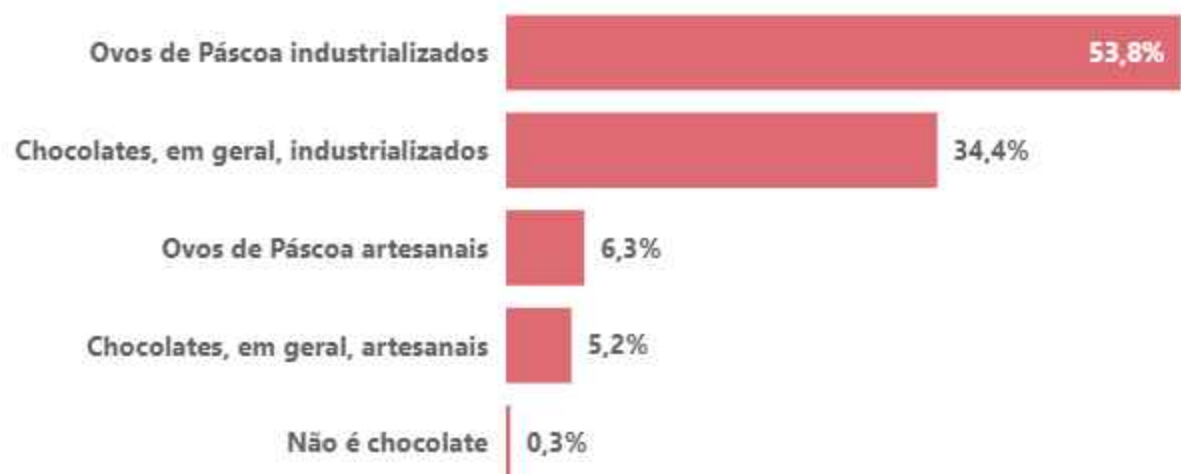
Entre os que não irão presentear, 40,4% afirmam que não têm o costume de presentear na Páscoa. Outros 18,0% apontam o preço elevado dos produtos e 17,4% dizem não ter a quem presentear.

Quem irá presentear?



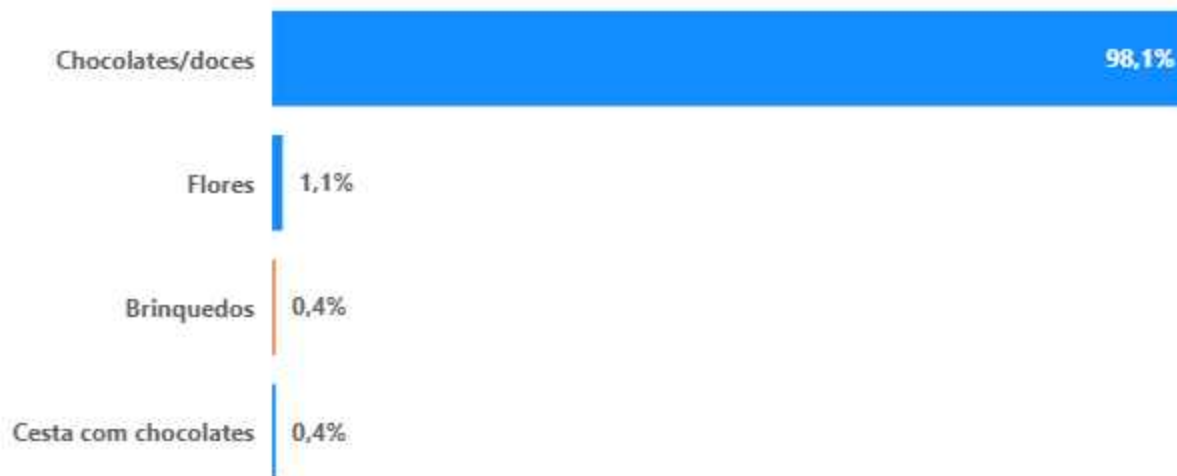
% respostas (total não soma 100%)

Se CHOCOLATES, qual tipo de produto?



% respostas (total não soma 100%)

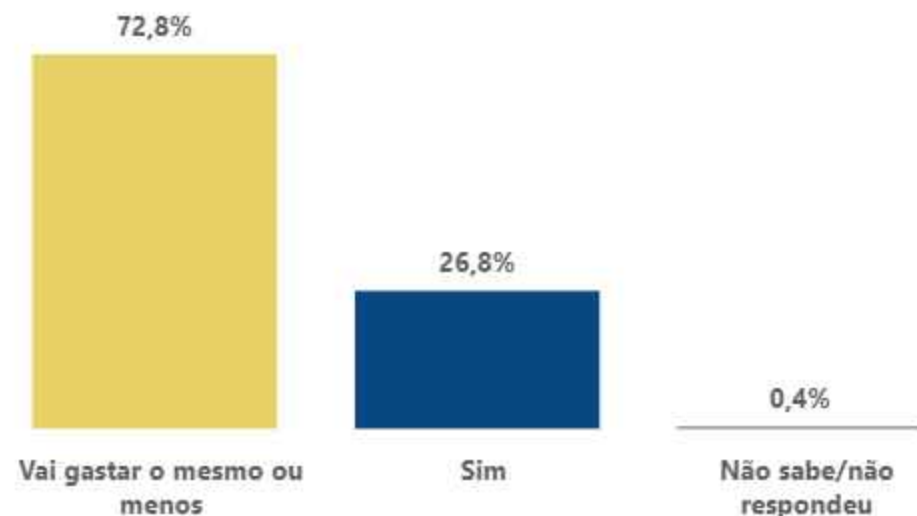
Quais presentes pretende comprar?



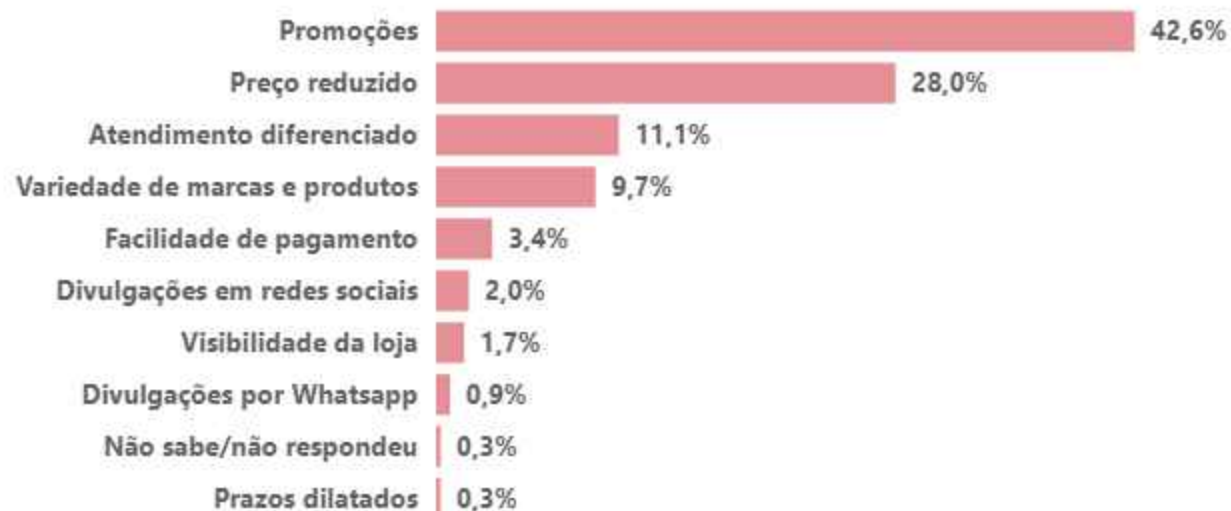
Namorados(as) ou esposos(as), filhos e netos estão entre os principais presenteados na data. Os chocolates e doces seguem como os produtos mais procurados, sendo citados por 98,1% dos consumidores que pretendem comprar presentes.

Entre os itens escolhidos, destacam-se os ovos de Páscoa industrializados (53,8%) e os chocolates industrializados em geral (34,4%).

Você planeja gastar um pouco MAIS este ano com presentes de Páscoa em relação ao ano passado?

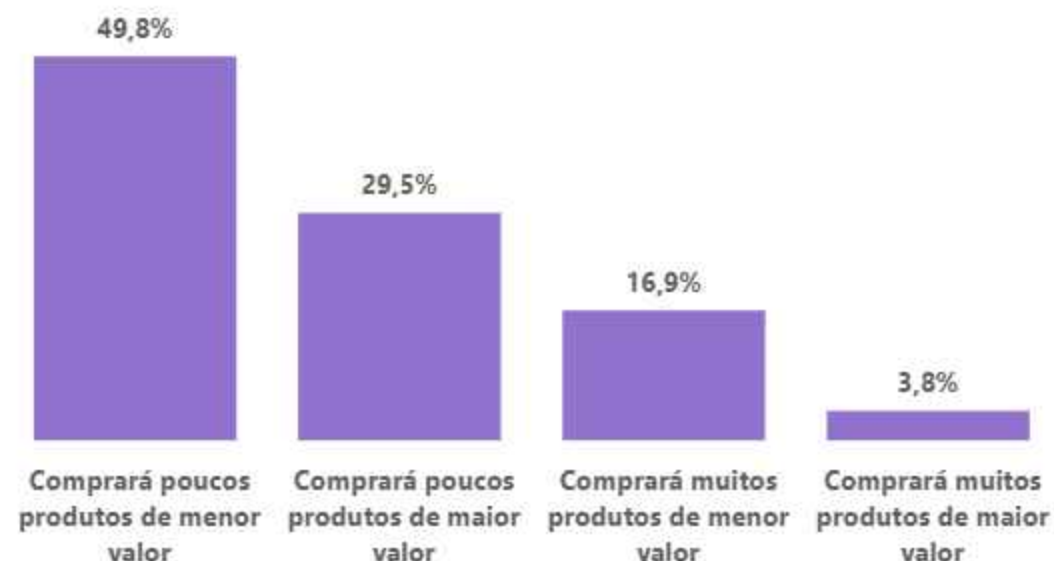


Quais ações podem atrair?



% respostas (total não soma 100%)

Em relação aos produtos que irá comprar, qual será o seu comportamento?

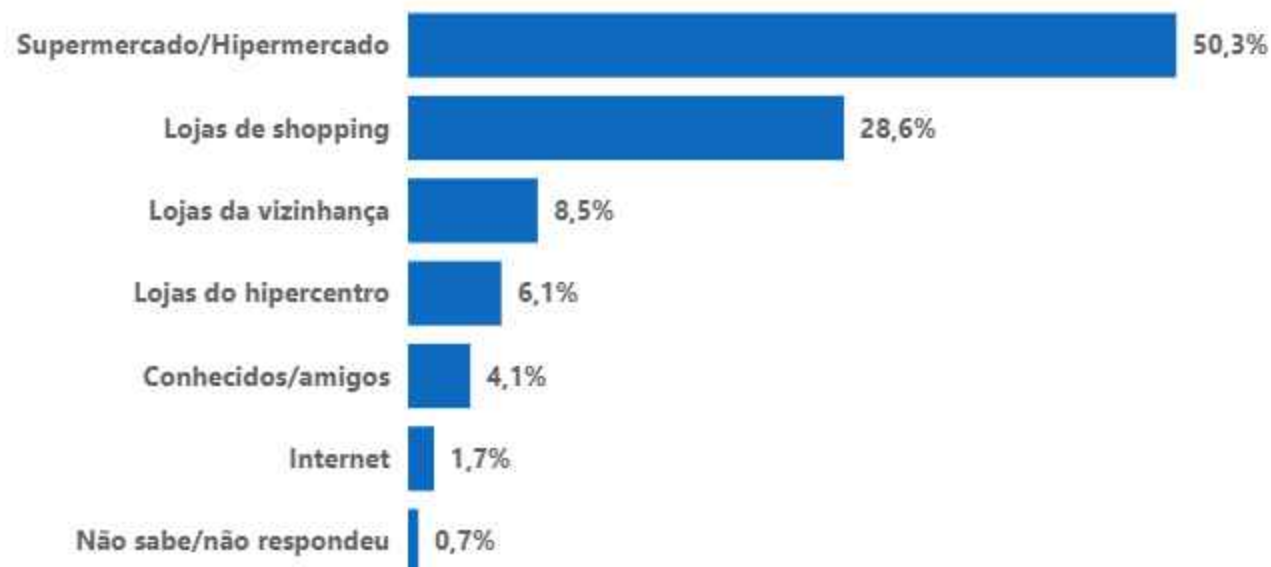


Para a Páscoa de 2026, 72,8% dos consumidores pretendem gastar o mesmo valor ou menos em comparação ao ano passado.

Outros 26,8% afirmam que irão gastar um pouco mais. Em relação ao comportamento de compra, 49,8% pretendem adquirir poucos produtos de menor valor. Já 29,5% devem comprar poucos produtos de maior valor.

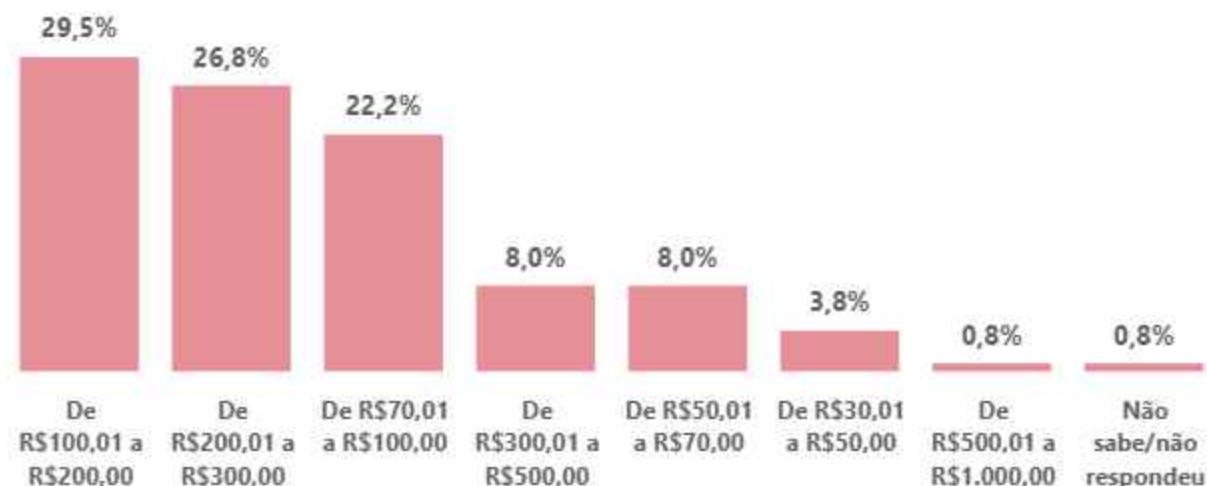
As ações que mais podem atrair os consumidores são promoções (42,6%) e preços reduzidos (28,0%).

Onde pretende realizar as compras?

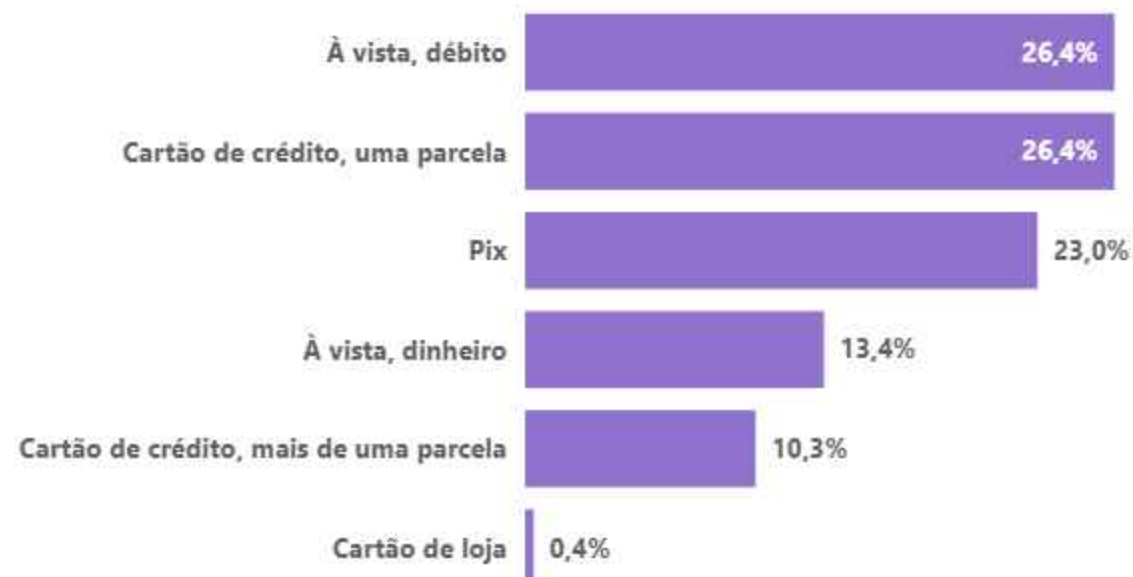


% respostas (total não soma 100%)

Em média, quanto pretende gastar com as compras de Páscoa?



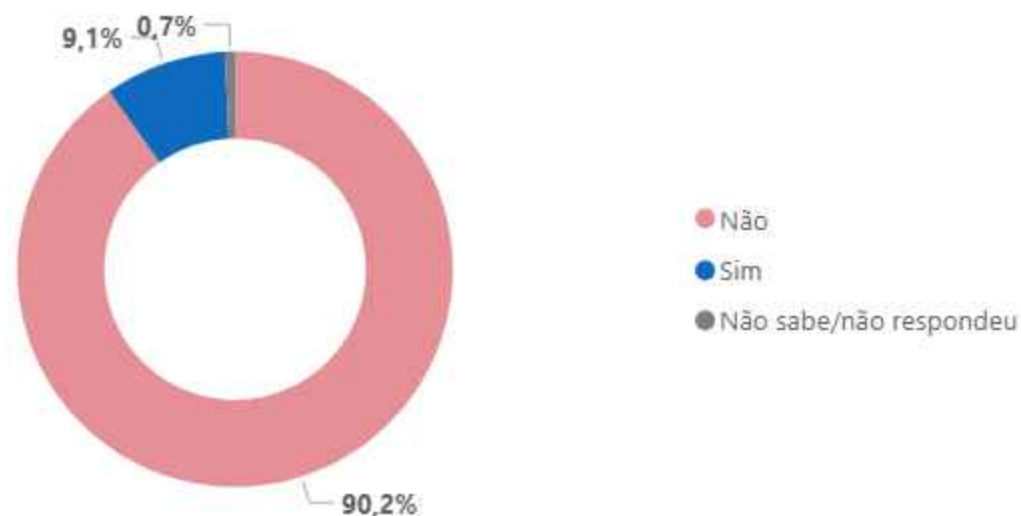
Em geral, como pretende pagar as compras do período?



Os supermercados e hipermercados deverão concentrar a maior parte das compras, sendo citados por 50,3% dos consumidores. Em seguida aparecem as lojas de shopping (28,6%) e as lojas da vizinhança (8,5%). Quanto à forma de pagamento, o cartão de débito e o cartão de crédito em uma parcela aparecem como as principais opções, ambos com 26,4%.

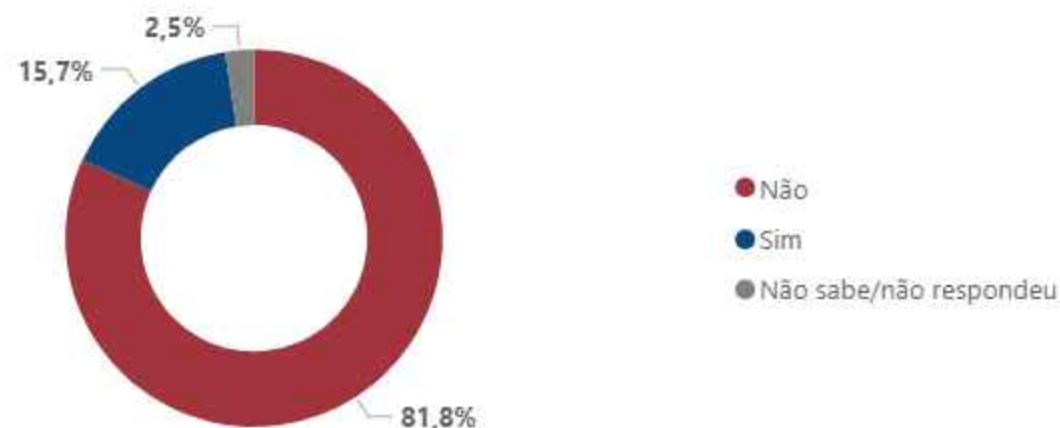
O Pix é citado por 23,0% dos consumidores. Em relação ao valor gasto, a maior parte pretende desembolsar entre R\$100,01 e R\$200,00 (29,5%) ou entre R\$200,01 e R\$300,00 (26,8%).

Pretende adquirir artigos religiosos no período?

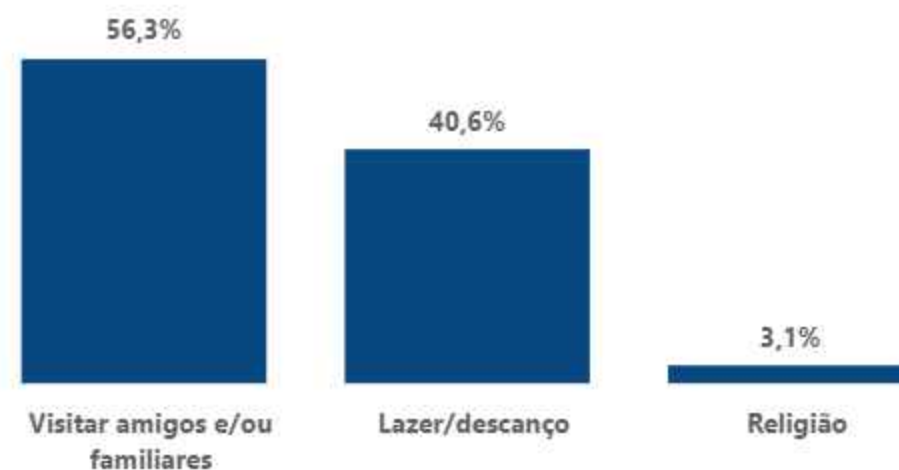


Uma pequena parcela dos consumidores pretende adquirir artigos religiosos no período da Páscoa. Segundo a pesquisa, 9,1% afirmam que devem comprar esse tipo de produto. A maior parte dos entrevistados, 90,2%, indica que não pretende realizar esse tipo de compra.

Irá viajar no feriado?



Qual o motivo da viagem?



O feriado prolongado da Sexta-feira Santa também pode estimular viagens no período. De acordo com o levantamento, 15,7% dos consumidores pretendem viajar, enquanto 81,8% não devem sair da cidade. Entre aqueles que irão viajar, o principal motivo será visitar amigos ou familiares, citado por 56,3% dos entrevistados. As viagens motivadas por lazer ou descanso aparecem em seguida, com 40,6%.

Para essa pesquisa, utilizou-se metodologia de aplicação de questionários (survey) em uma amostra dos consumidores do município de Belo Horizonte, com cotas proporcionais de acordo com sexo, grupo de idade e regionais (Barreiro, Centro-Sul, Leste, Oeste, Nordeste, Noroeste, Norte, Pampulha e Venda Nova). Foram entrevistadas 407 pessoas, entre os dias 10 e 13 de março de 2026. O intervalo de confiança da amostra foi de 95% e a margem de erro de 5,0 pontos percentuais.

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 Pesquisa e Inteligência: Devid Lima da Silva

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

Menores aprendizes: Isabelly Veloso de Oliveira e Samuel Lucas Ramos de Oliveira

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