



Expectativa do Comércio Varejista
Páscoa 2025



A Páscoa é uma data de forte apelo comercial para o segmento alimentício, especialmente nas linhas de chocolates, peixaria e guloseimas, cujo foco principal é o público infantil e jovem, além de movimentar artigos religiosos. O símbolo maior da data é o ovo de Páscoa, que a cada ano ganha uma novidade por parte da indústria, atraindo os consumidores.

A área de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio realizou esta pesquisa, com o objetivo de captar a percepção, as estratégias e as tendências a serem adotadas pelos empresários do comércio varejista de gêneros alimentícios de Minas Gerais com vistas a aproveitar o ambiente de negócios gerado pela Páscoa.

O período que envolve a Páscoa afeta aproximadamente a metade (44,9%) das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Minas Gerais

A Páscoa gera um resultado positivo para 41,7% das empresas do comércio varejista de produtos alimentícios de Minas Gerais. Entre as amostras das regiões de planejamento, aquelas com maiores percentuais de impacto positivo da data nas vendas são: Sul de Minas, Mata, Jequitinhonha-Mucuri e Central, nesta ordem. Tendo em vista o impacto da data sobre as vendas, 72,4% dessas empresas já disponibilizaram produtos associados à Páscoa. Desses produtos, 28,2% das empresas disseram que os ovos de páscoa serão os mais vendidos, para 27,6% é a caixa de bombom, em seguida aparecem a barra de chocolate (15,4%), doces, bolos e be...

Entre os empresários impactados pela data que esperam aumento das vendas da data em comparação com o resultado obtido no ano passado (39,9%), o valor afetivo da data foi o motivo mais citado para tal expectativa, seguido pelo otimismo/esperança. Para alavancar as vendas no período, 36,9% pretendem investir em promoções e liquidações para atrair o consumidor e 36,3% apostam em um atendimento diferenciado.

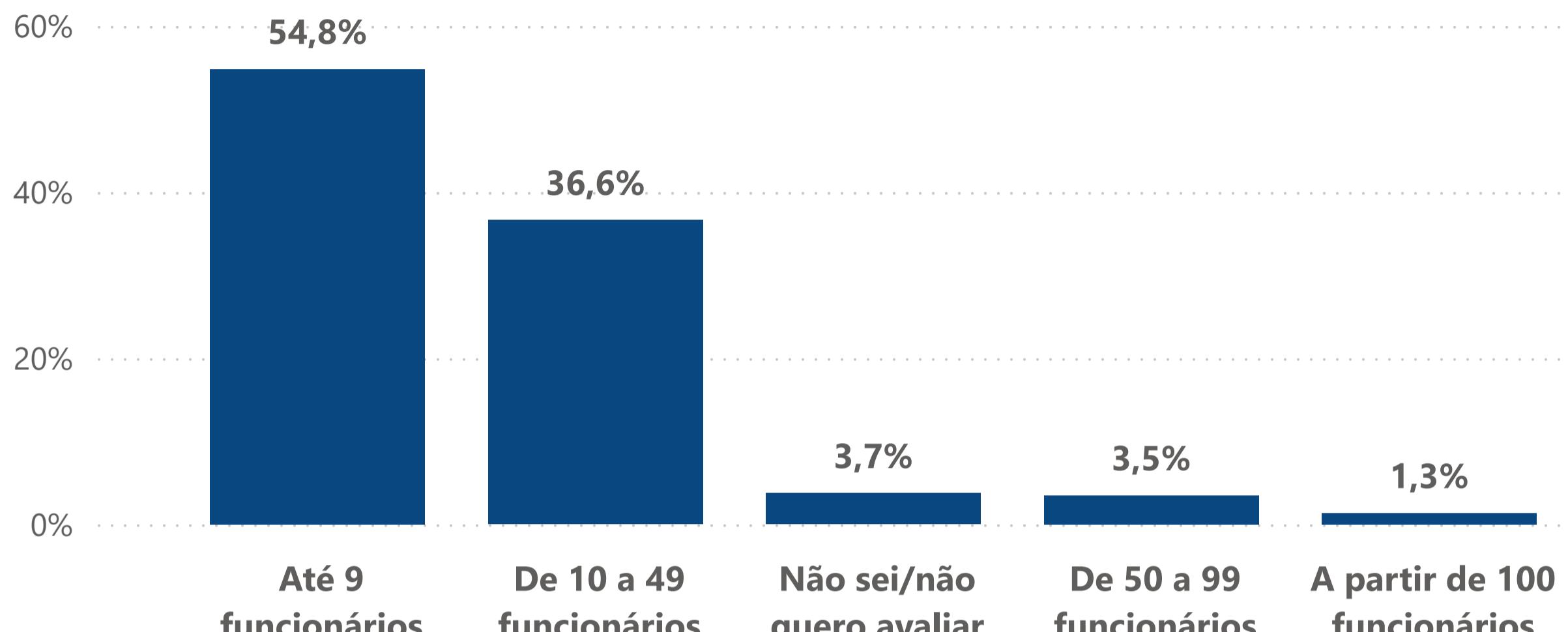
Perfil das empresas - segmento alimentício

Ano

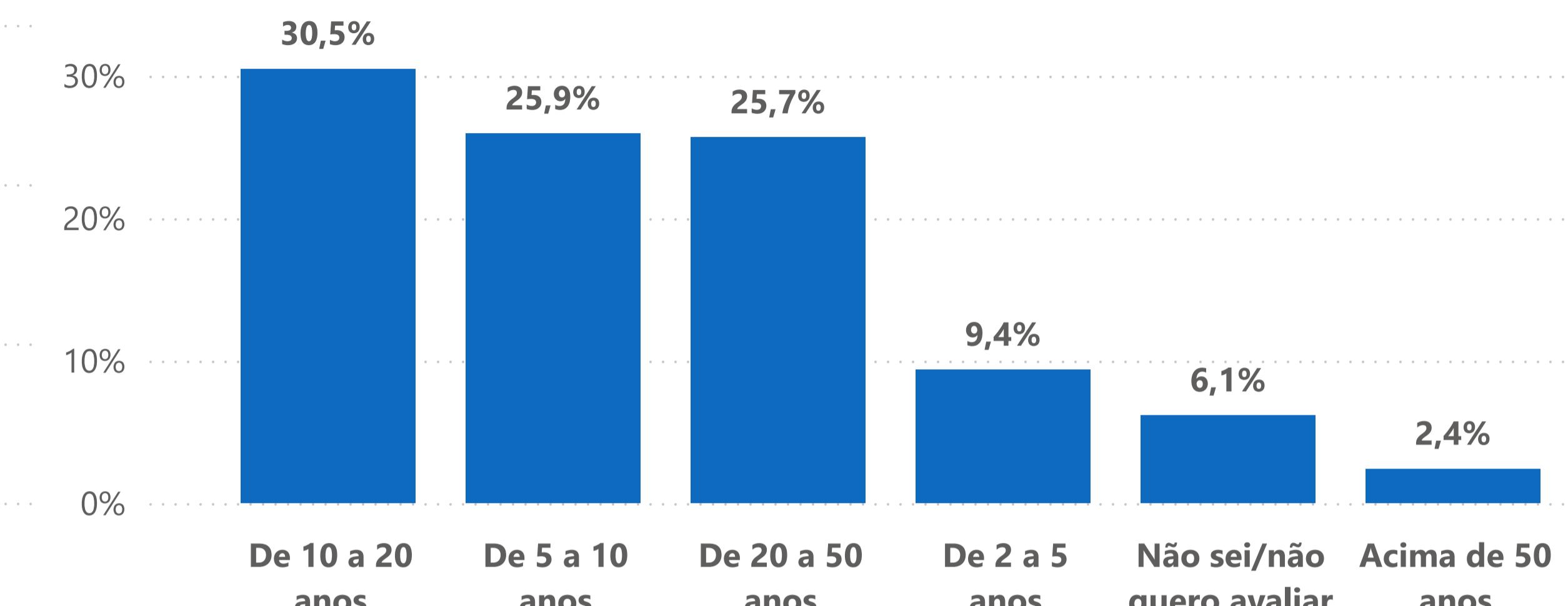
2025



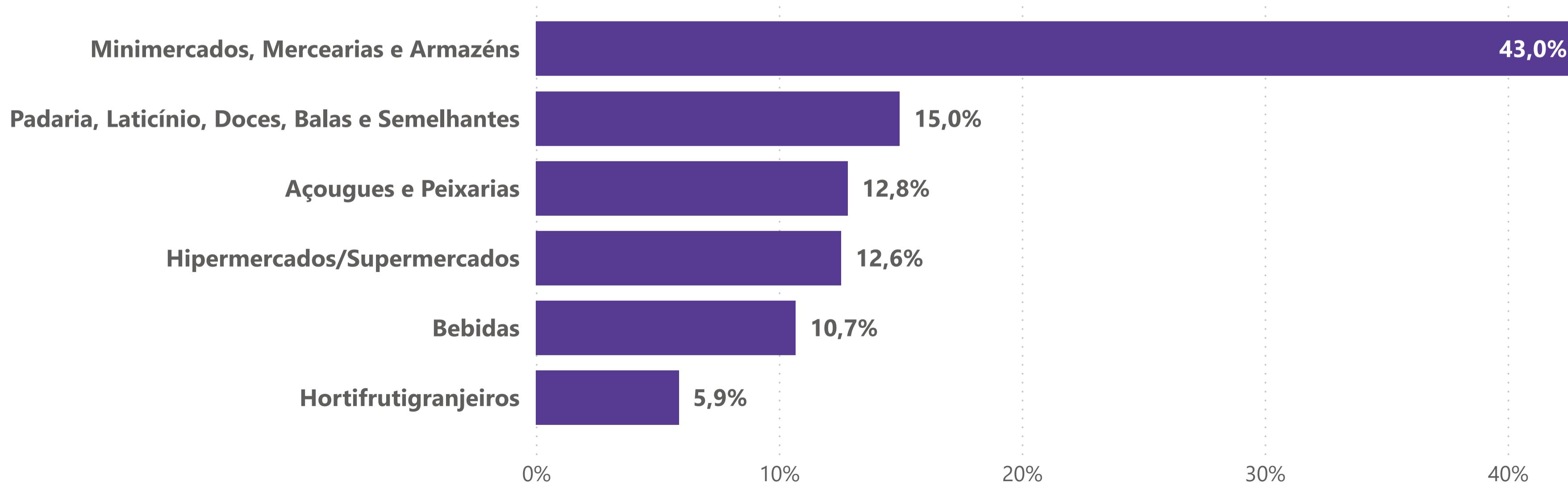
Quantidade de funcionários



Tempo de atuação



Segmento



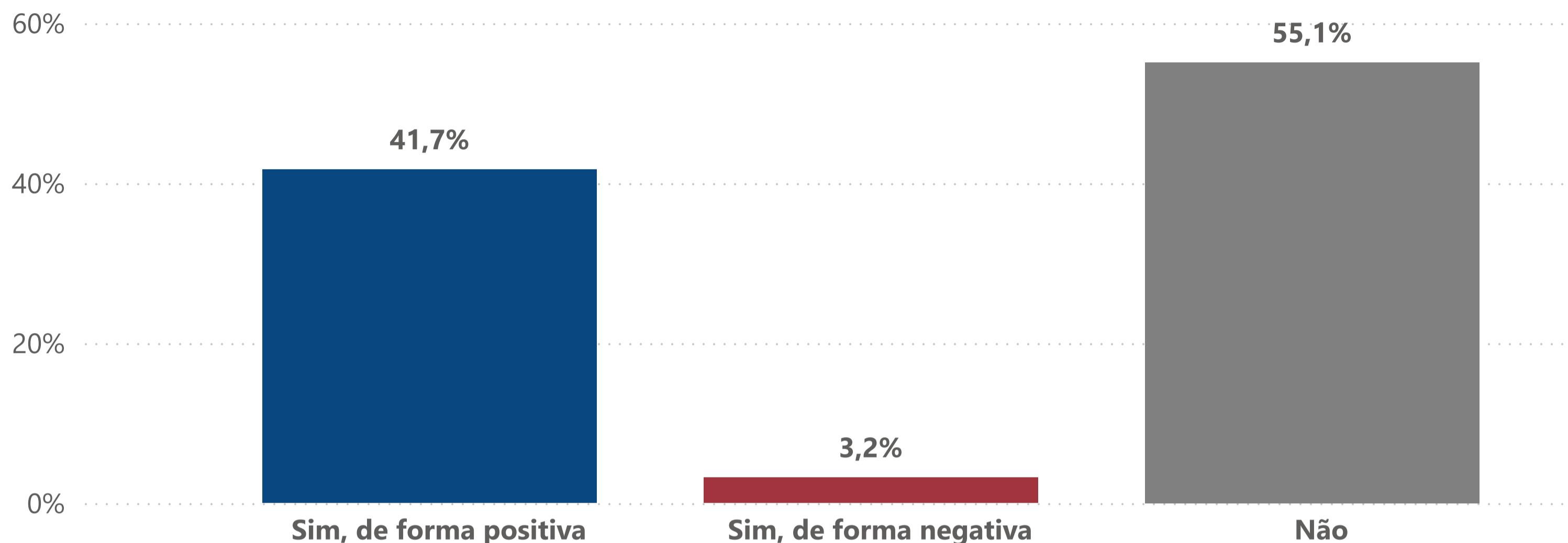
Impacto nas vendas

Ano

2025



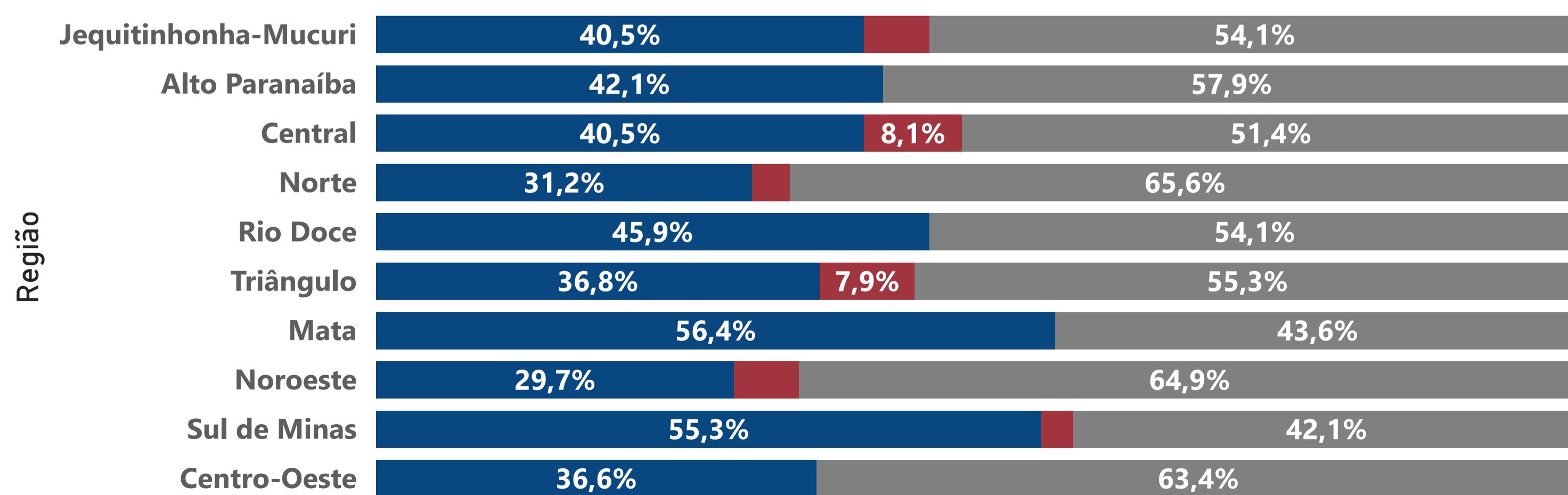
O período que abrange a Páscoa (27/02 a 16/04) influencia suas vendas?



A data impacta 44,9% do segmento alimentício do Comércio Varejista. Para 41,7%, a data influencia positivamente nas vendas.

O período que abrange a Páscoa (que pode ser do dia 27/02 a 16/04) influencia suas vendas?

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



Considerando os estratos da amostra por região, Sul de Minas, Mata, Jequitinhonha-Mucuri e Central foram os que apresentaram maior percentual de influência positiva da data, nesta ordem.

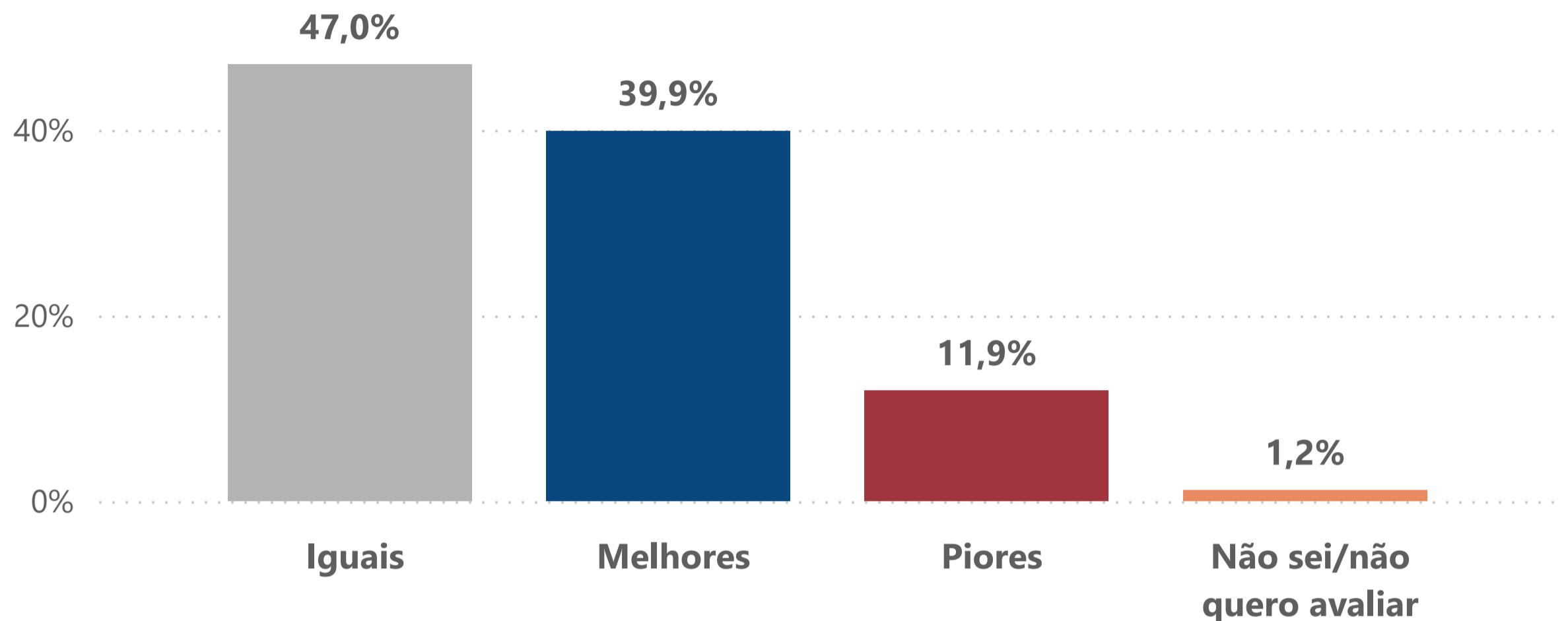
Expectativa de vendas

Ano

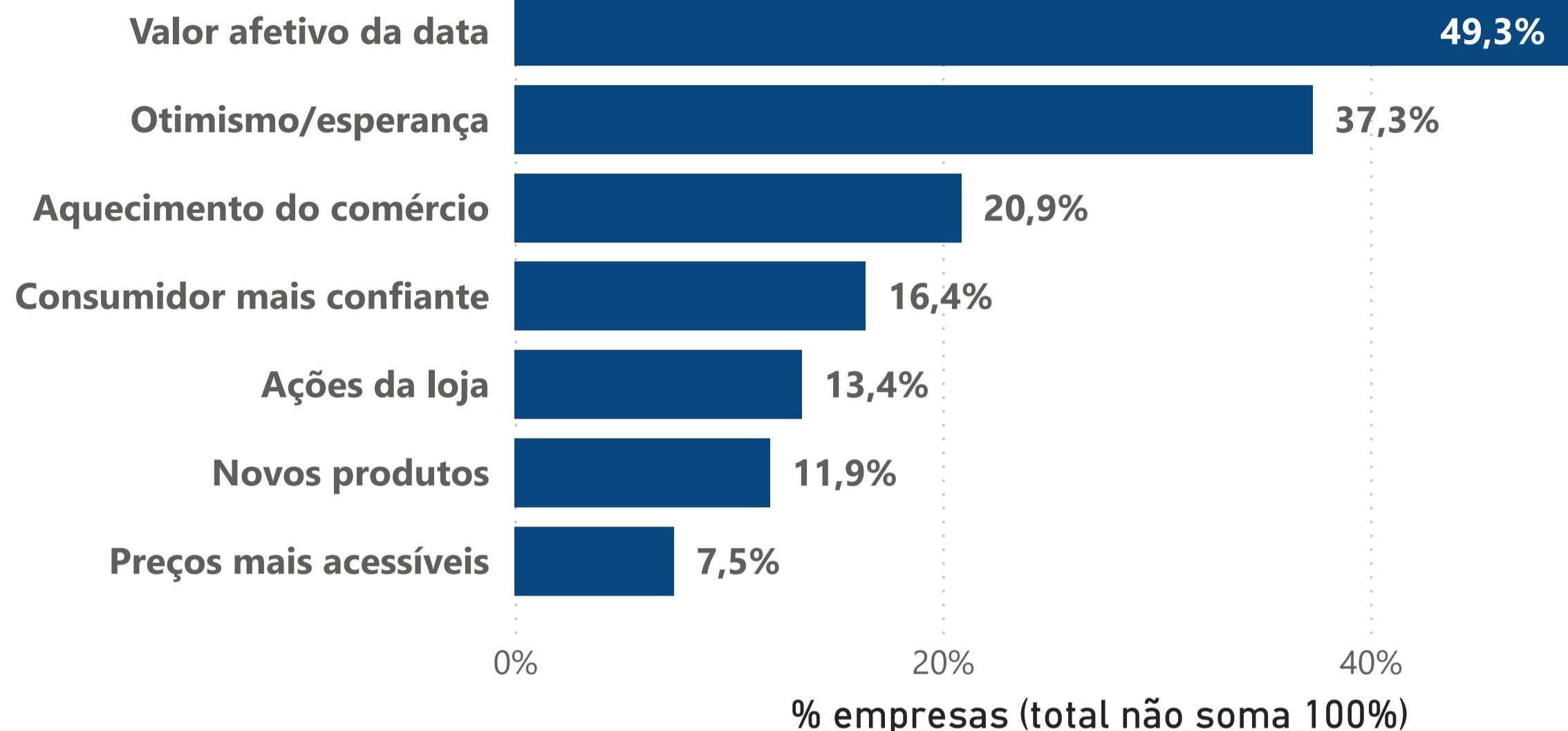
2025



Acredita que as vendas para a Páscoa, em relação ao ano anterior, serão?

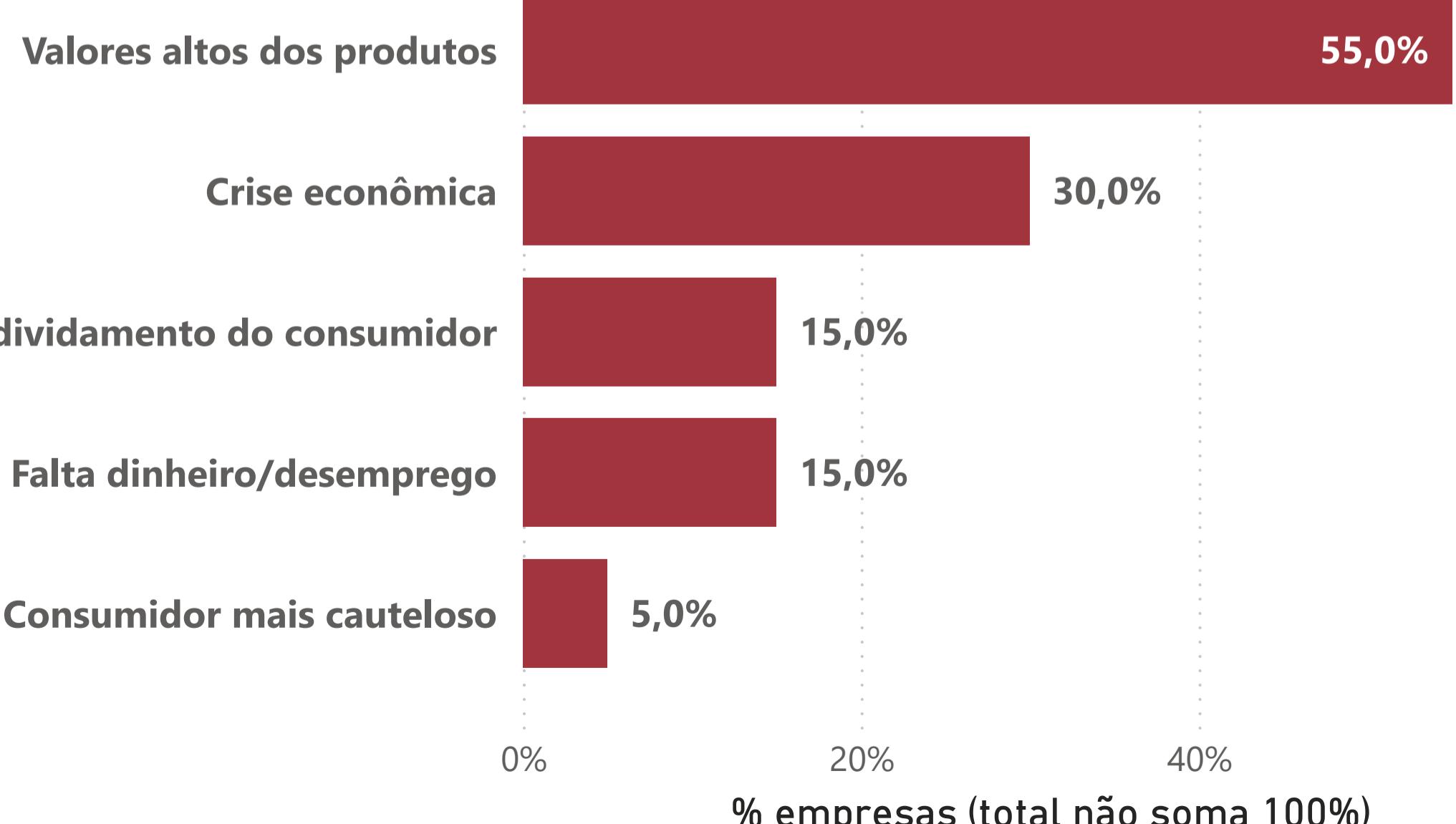


Motivos - Melhores



Motivos - Piores

Motivos - Piores



Para 39,9% das empresas que tem influencia da data, a expectativa é de que as vendas sejam melhores este ano que no ano passado, enquanto que 47,0% esperam resultados semelhantes e 11,9% esperam resultados piores.

Entre os que têm boas expectativas, os motivos que mais se destacam para tal resultado são: valor afetivo da data (49,3%), otimismo/esperança (37,3%) e aquecimento do comércio (20,9%). Já para aqueles com expectativa de resultados piores, o valor alto dos produtos (55,0%), seguida da crise econômica (30,0%) e fdo endividamento do consumidor (15,0%) são os motivos mais apontados para esse resultado.

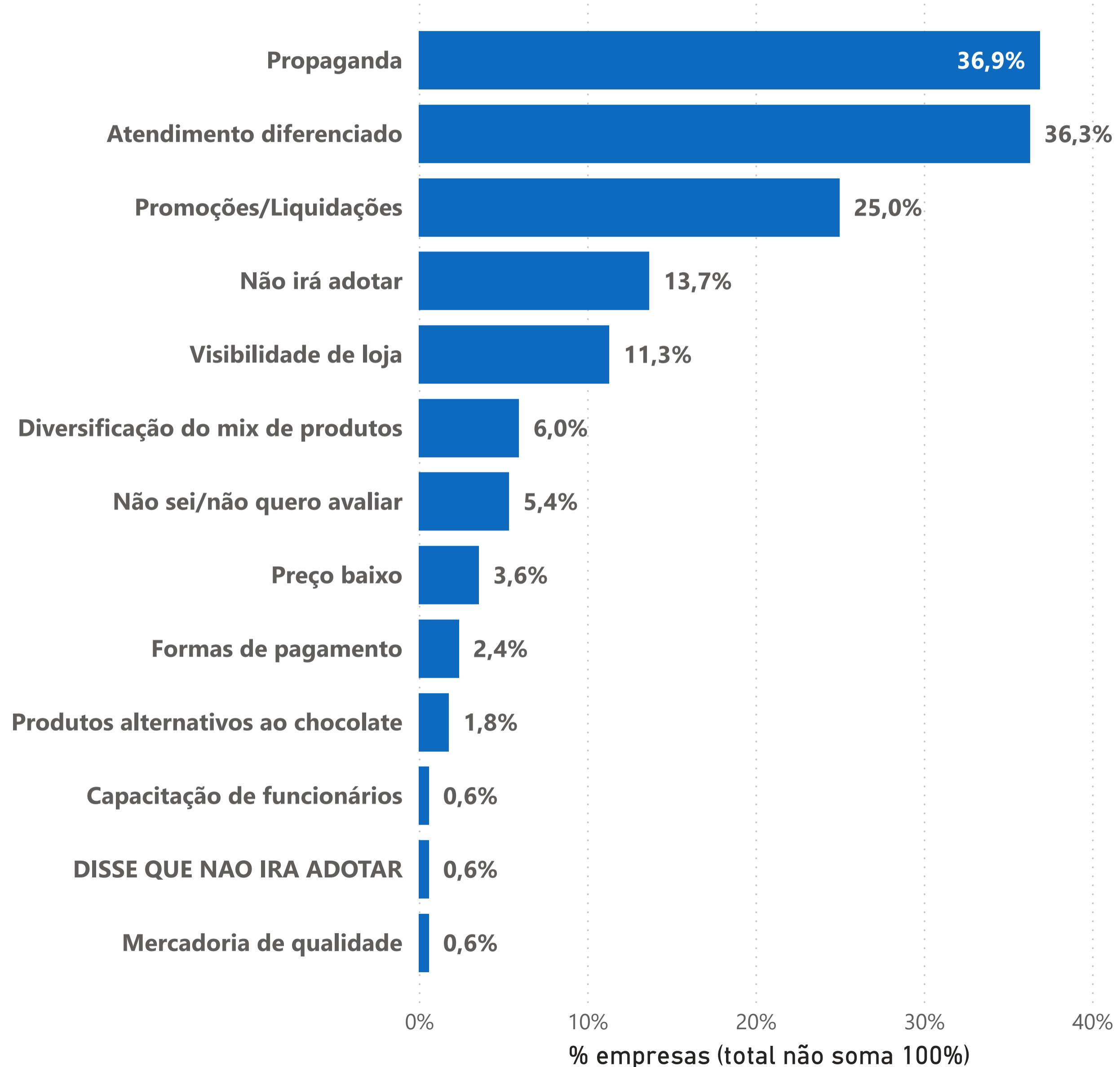
Ações para o período

Ano

2025



Ações adotadas para impulsionar as vendas na data



Em muitas das lojas que a data influencia, adotar algum tipo de ação para garantir bons resultados é importante, como realizar propagandas (36,9%) e garantir um atendimento diferenciado (36,3%), contudo, 13,7% das lojas estão optando por não adotar qualquer ação para impulsionar suas vendas.

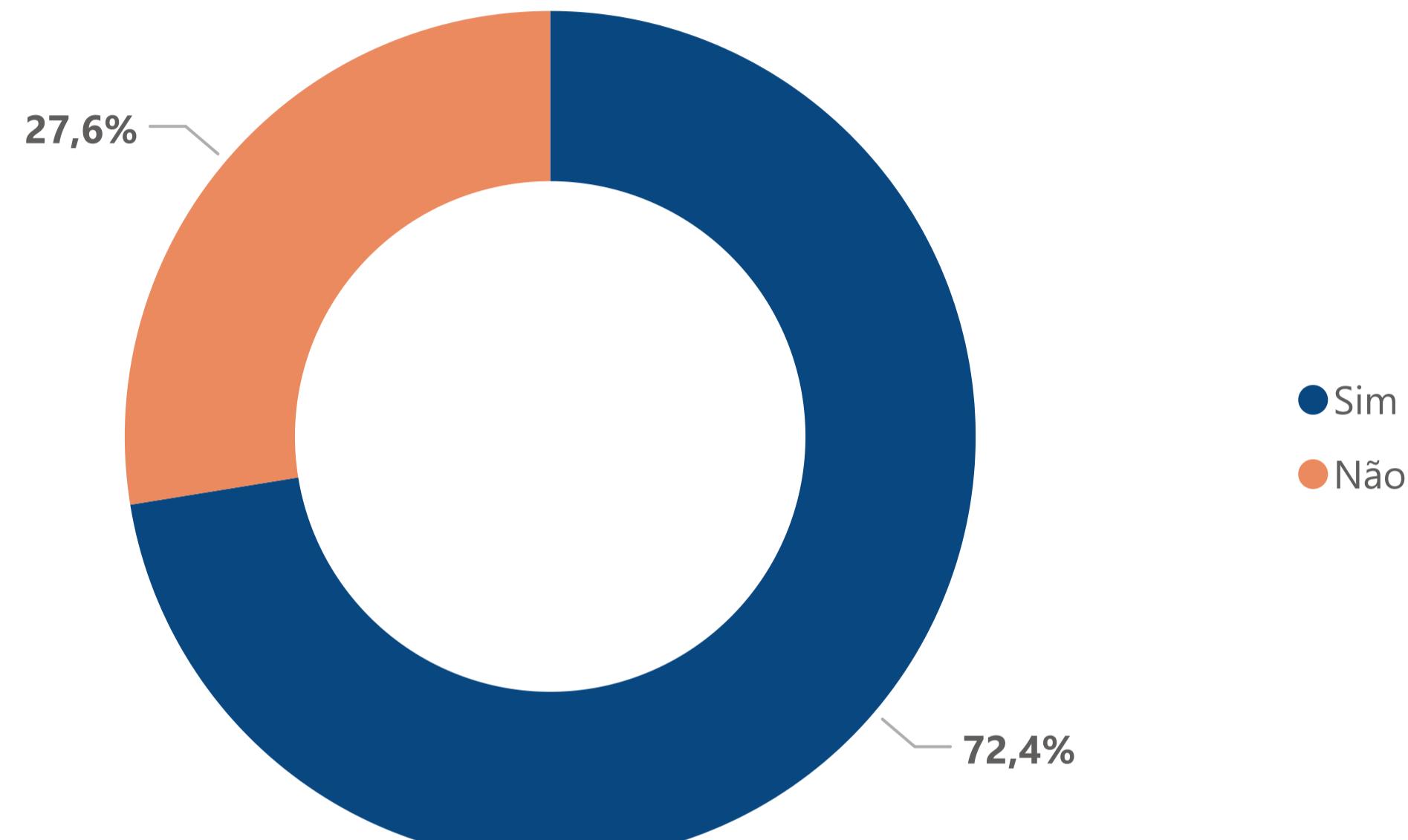
Vendas

Ano

2025

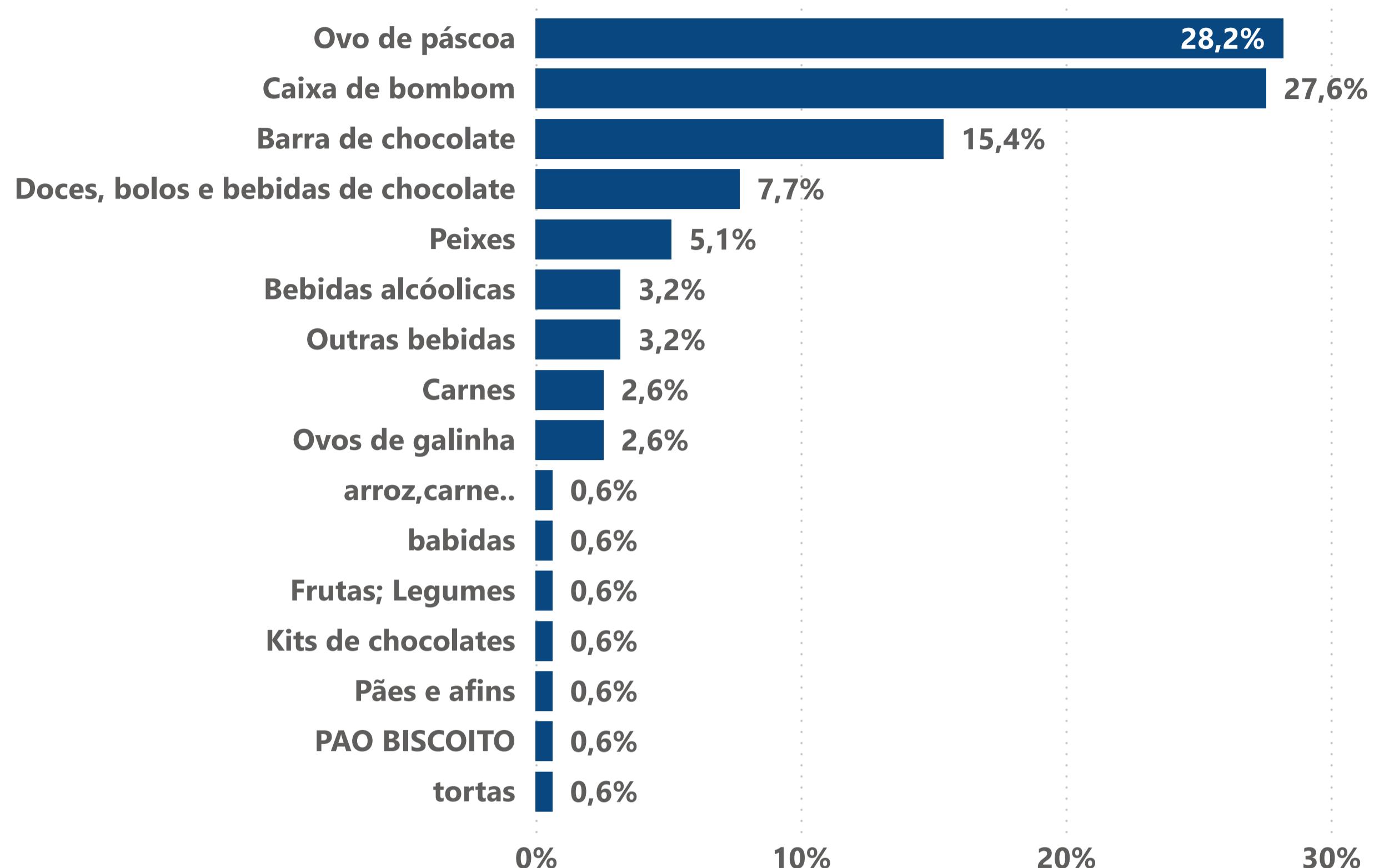


Já iniciou as vendas de Páscoa?



● Sim
● Não

Qual o produto mais vendido nesse período?



Mais da metade das lojas do segmento alimentício já iniciaram as vendas de Páscoa. Os produtos mais vendidos atrelados à data e ao período deverão ser: ovo de páscoa, caixa de bombom e barra de chocolate.

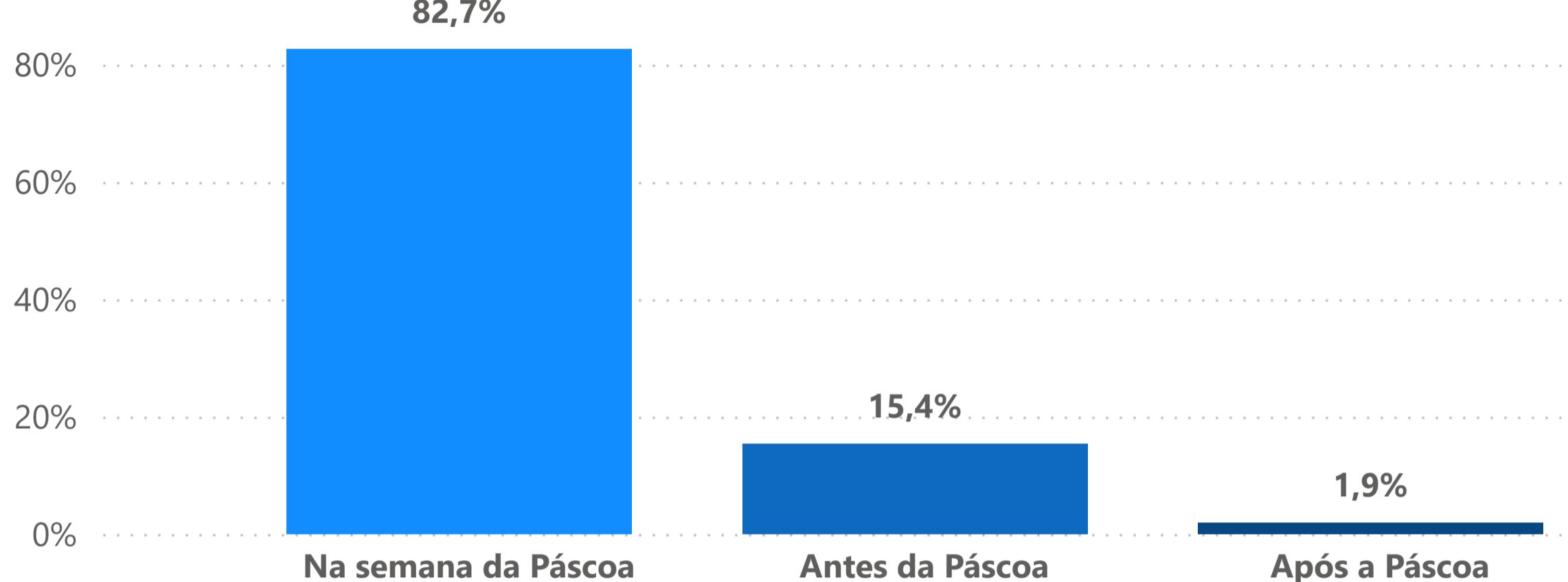
Perfil de compras

Ano

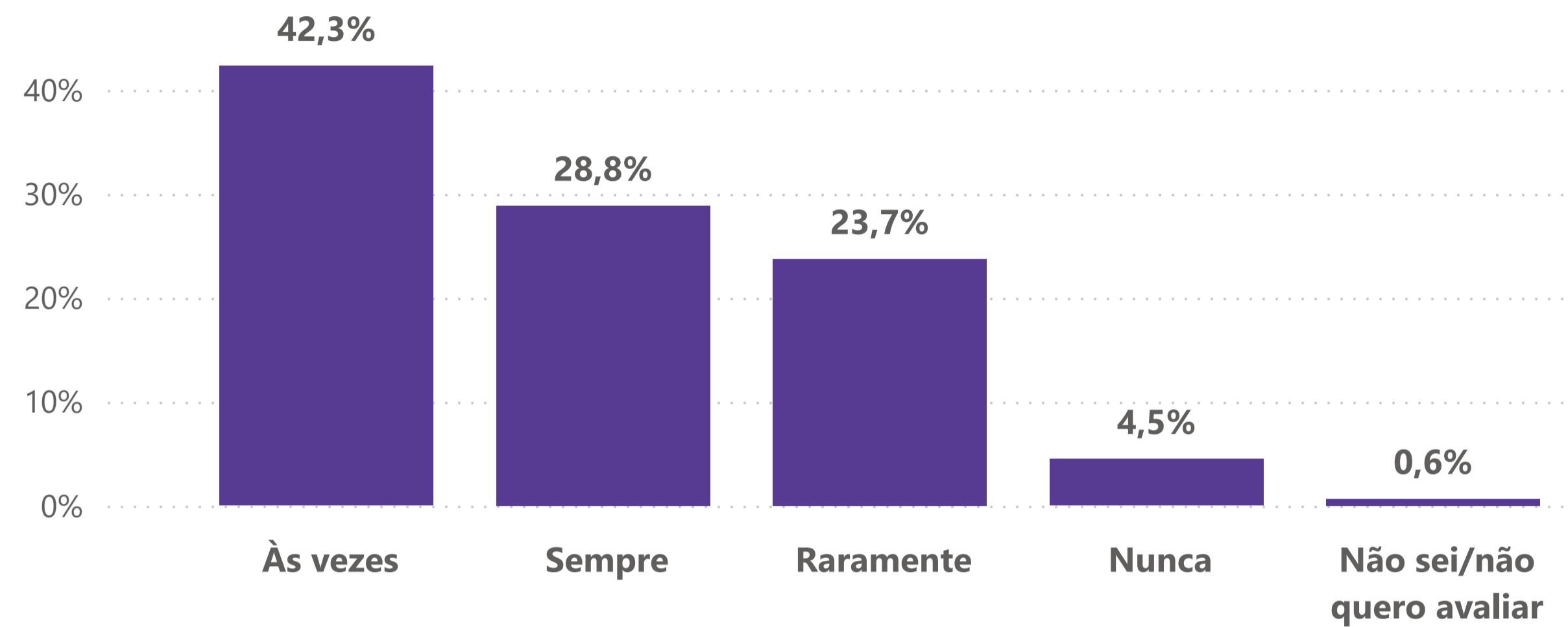
2025



Em qual período você acredita que há maior procura por produtos relacionados à Páscoa?



Com que frequência acredita que os consumidores realizarão pesquisa de preços?



Na opinião da maioria dos empresários (82,7%), o consumidor prefere realizar as compras na semana da Páscoa..

Ainda, grande parte (42,3%) observa que os consumidores pesquisam às vezes os preços dos produtos. Entretanto, 28,8% dos comerciantes observam que os consumidores estão atentos às possíveis variações de preços de estabelecimento para estabelecimento, pesquisando sempre os preços.

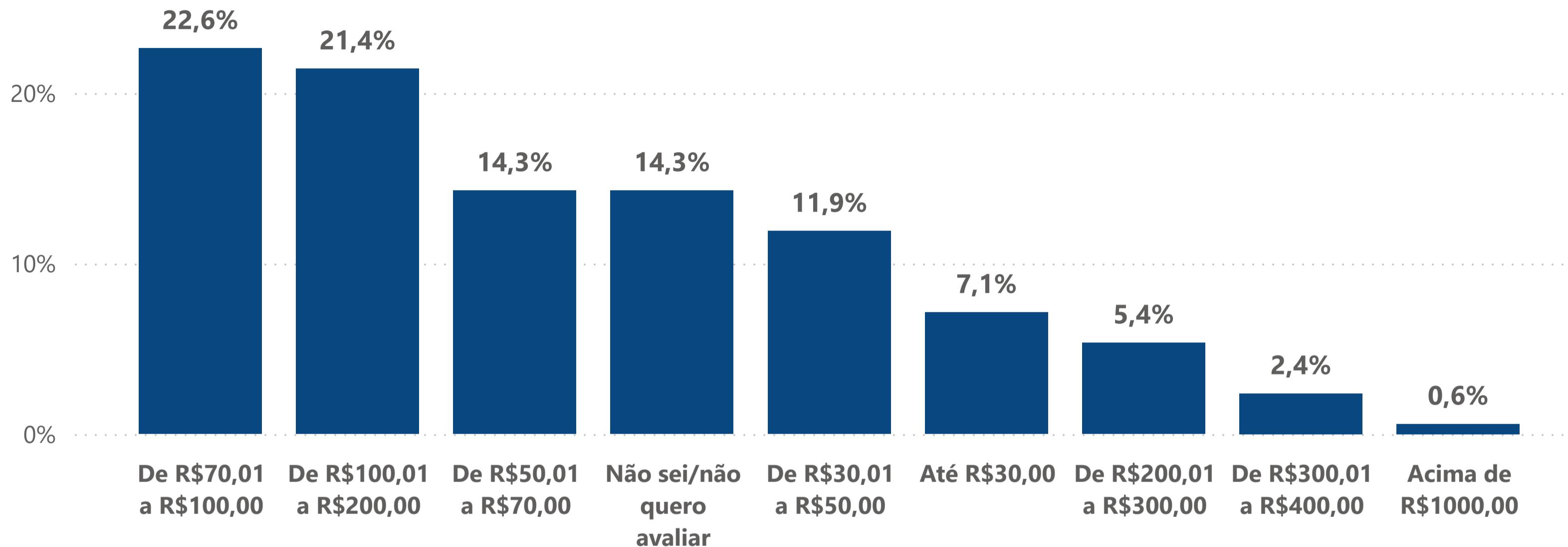
Perfil de compras

Ano

2025

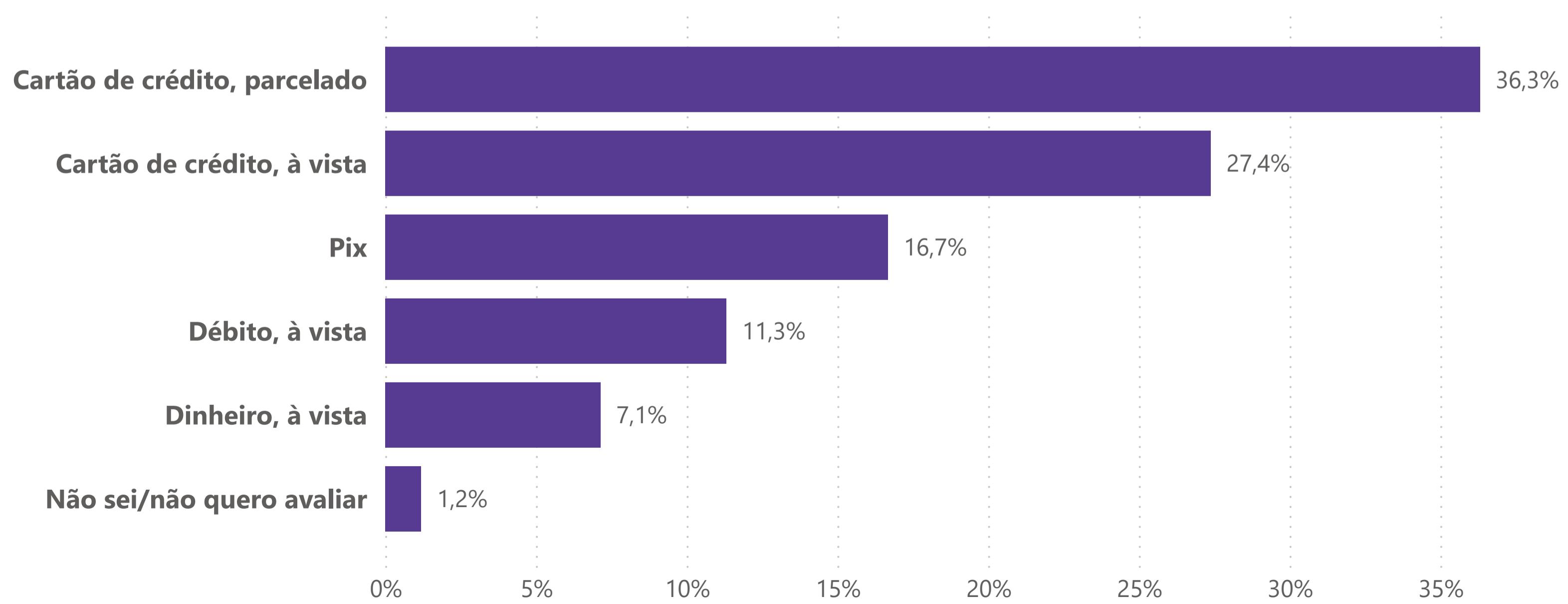


Em sua opinião, qual será o gasto médio para as compras de Páscoa?



O gasto médio deverá variar de R\$70,00 a R\$100,00, na opinião de 22,6% dos lojistas.

Qual a forma de pagamento o(a) Sr(a). acredita que irá se sobressair nas compras do período?



A forma de pagamento predominante é o crédito parcelado para as compras de Páscoa (36,3%). O crédito à vista e o PIX aparecem em seguida, com 27,4% e 16,7%, respectivamente.

Perfil de compras

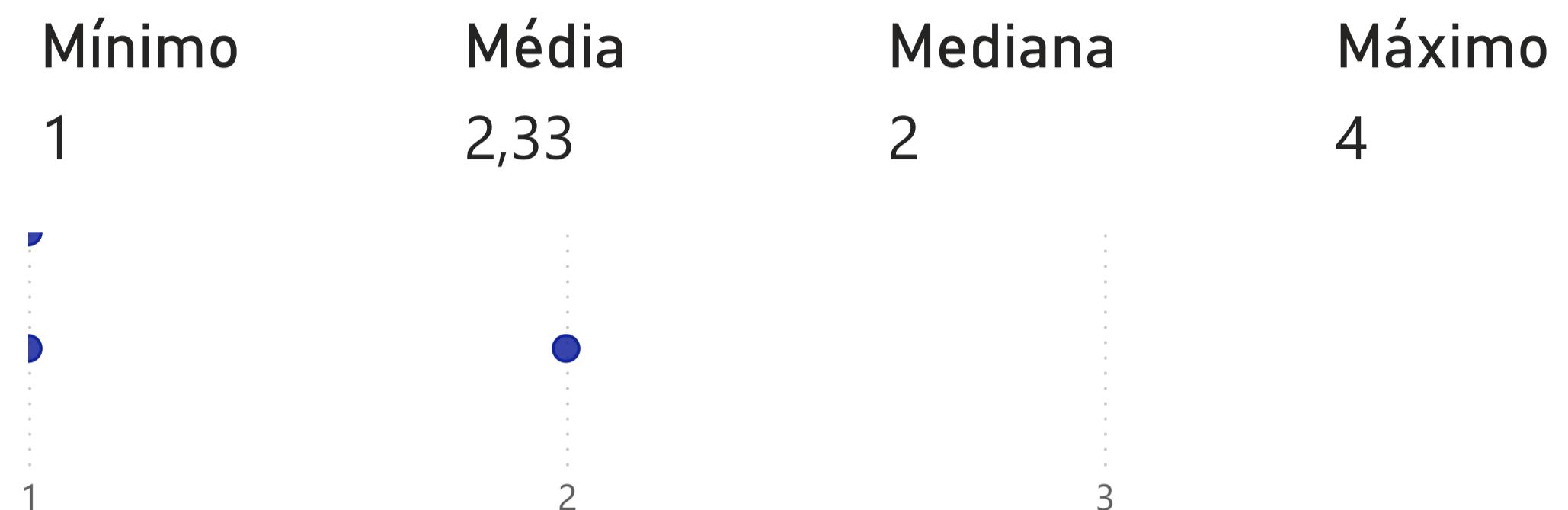
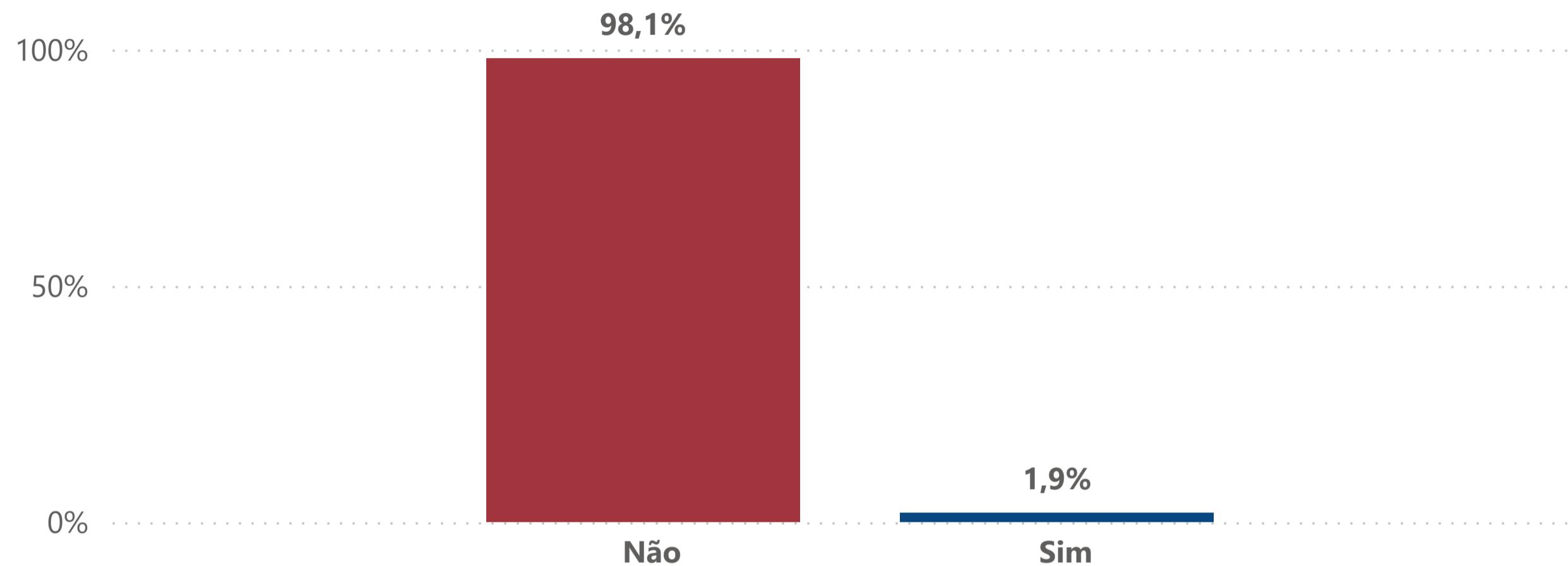
Ano

2025



A loja contratou ou pretende contratar funcionários temporários para as vendas de Páscoa?

Quantos?



Para a Páscoa, 98,1% das empresas não contrataram e não pretendem contratar funcionários temporários. Somente 1,9% adotaram essa medida para o atendimento de seus consumidores.

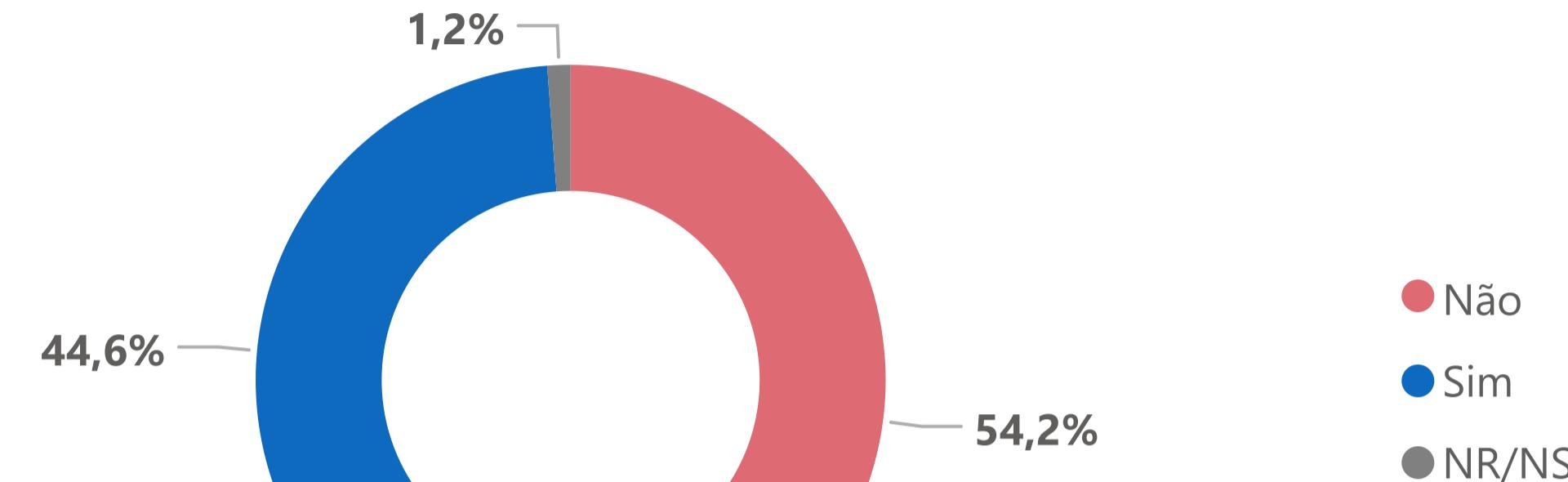
50% dessas empresas contrataram ou contratarão até 2 funcionários. A contratação máxima em números informada foi de 4 funcionários.

Perfil de compras

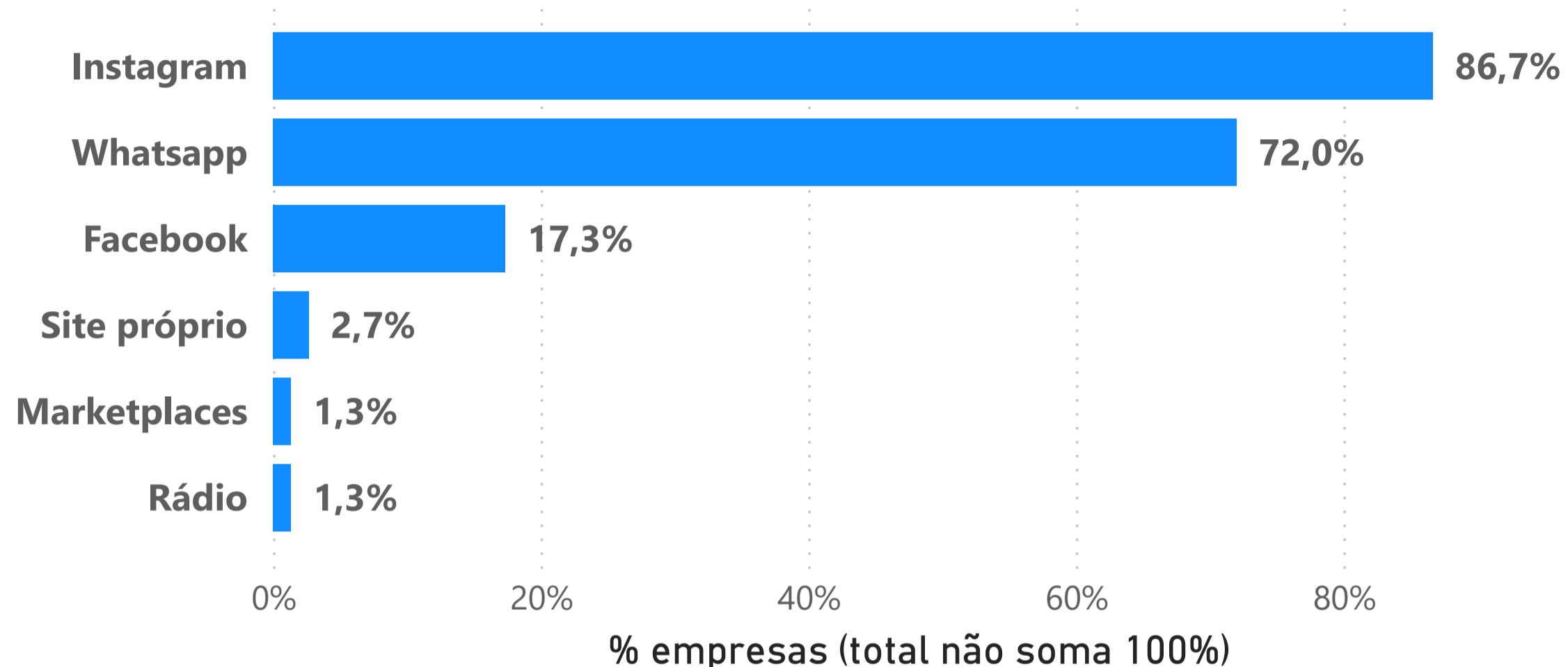
Ano

2025

Irá realizar promoções e divulgações em canais on-line?



Se sim, por quais canais?



Promoções e divulgações por canais virtuais serão praticadas por 44,6% das empresas pesquisadas impactadas pela data.

O principal canal utilizado no período será o Instagram (86,7%), seguido do Whatsapp (72,0%).

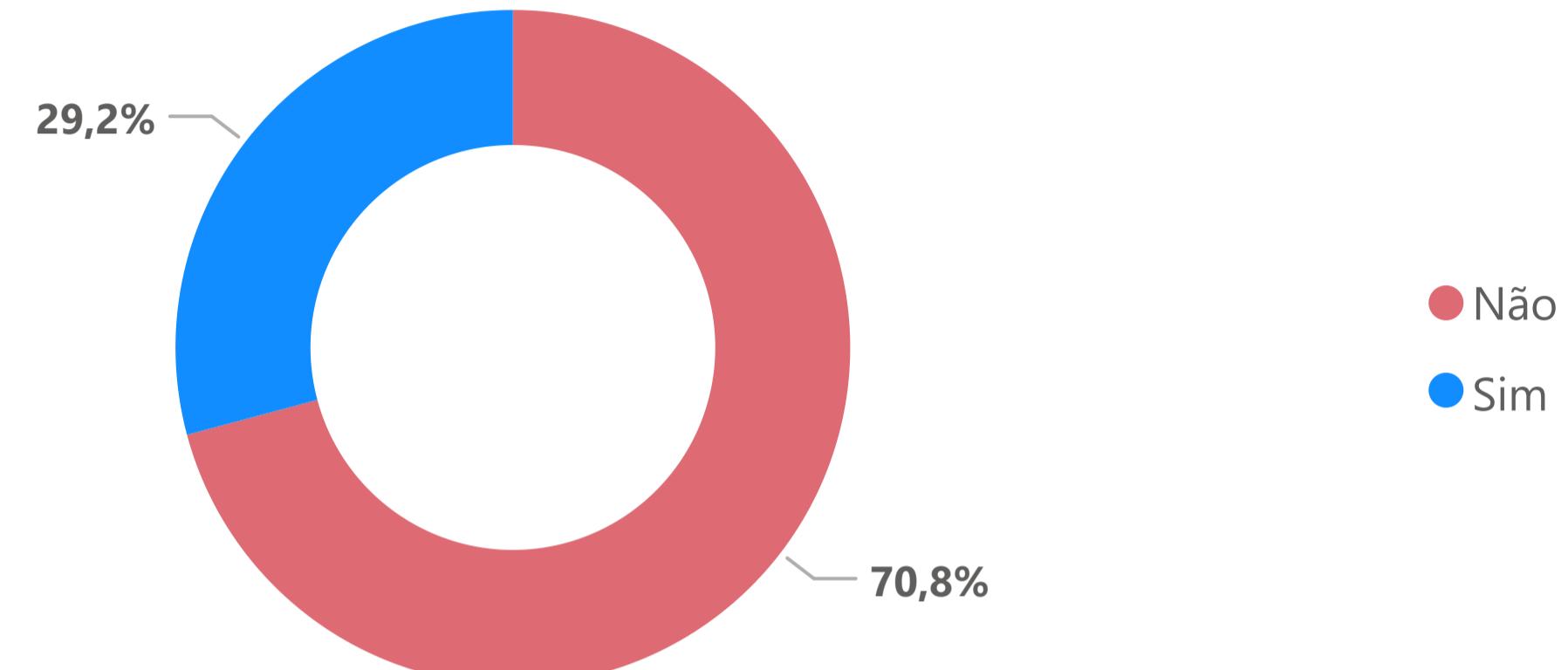
Perfil de compras

Ano

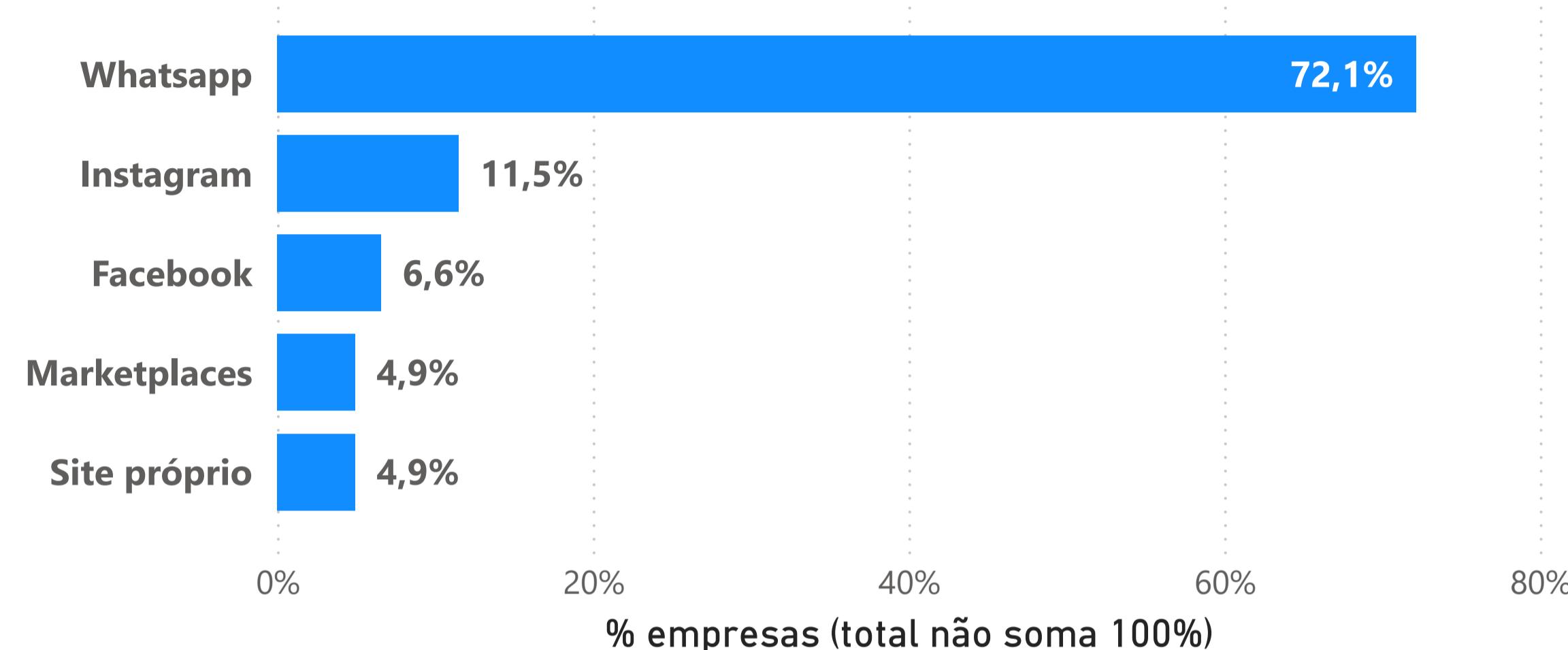
2025



Realiza vendas pela internet?



Por quais canais realiza vendas on-line?



Ainda, 29,2% das empresas entrevistadas realizam vendas pela internet.

O Whatsapp é o principal canal virtual utilizado para quem realiza vendas pela internet (72,1%), seguido do Instagram (11,5%) e Facebook (6,6%).

Metodologia

Ano

2025



Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra do comércio varejista de produtos alimentícios do estado de Minas Gerais. A pesquisa foi realizada entre os dias 10 e 20 de março de 2025. Foram avaliadas 374 empresas, sendo pelo menos 37 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

Coordenador de Estudos Econômicos: Gabriela Felipe Martins

Analista de economia: Fernanda Caroline Gonçalves, Henrique Monteiro Braga

Assistente de economia: Filipe do Nascimento Souza

Analista de pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, João Vitor Gomes dos Santos, Milena Ketley Nunes Scofield