



Páscoa deve movimentar R\$ 5,3 bilhões em 2025

Brasileiro deve gastar, em média, R\$ 146

De acordo com pesquisa da Abecs, realizada em parceria com o Instituto Datafolha, a Páscoa deve movimentar **R\$ 5,3 bilhões** em 2025, valor **26,8%** mais alto se comparado a projeção feita no ano anterior. O estudo diz ainda que o brasileiro pretende gastar, em média, **R\$ 146** (R\$156 em 2024), com produtos tradicionais da data.

Em comparação ao ano passado, cerca de 7 em cada 10 pessoas (**67%**) pretendem comprar chocolates ou outros produtos na Páscoa em 2025.

A região Sul reúne o maior número de entrevistados com disposição para compras nesta Páscoa (**75%**). Entre homens (**69%**) e mulheres (**66%**), a intenção fica quase igualada. No recorte por faixa etária, a população entre 18 e 24 anos aparece em primeiro lugar, com **79%**, seguida de perto pelos entrevistados entre 25 e 34 anos, com **78%**. As classes A/B (**75%**) e C (**69%**) trazem média acima da nacional.

Dados por região

As regiões Sul (**R\$ 178**), Centro-Oeste (**R\$ 169**) e Sudeste (**R\$ 158**) apresentam a intenção de gasto médio acima da média nacional. Nessas regiões, a estimativa de movimentação é de **R\$ 984 milhões**, **R\$ 501 milhões** e **R\$ 2,3 bilhões**, respectivamente. A região Nordeste apresenta média de gasto de **R\$ 109** e previsão de **R\$ 1 bilhão** de movimentação. Com a menor média está a região Norte (**R\$ 108**) e movimentação de **R\$ 414 milhões**.

Os homens pretendem gastar mais nesta Páscoa (**R\$ 154**), assim como consumidores da faixa etária de 18 a 24 anos (**R\$ 157**) e das classes A/B (**R\$ 182**).

Parcelamento é opção

Ainda de acordo com a pesquisa, **42%** dos consumidores pretendem usar cartão de crédito ou débito para comprar os produtos da Páscoa neste ano. Outras formas de pagamento citadas pelos entrevistados são dinheiro (**43%**) e Pix (**39%**), enquanto **1%** cartão/ vale alimentação e refeição.

No Sudeste (**53%**) e no Sul (**47%**) o cartão é o meio de pagamento escolhido por quase metade dos entrevistados. É também a preferência entre homens (**43%**) e mulheres (**42%**) e passa da metade entre os consumidores das classes A/B: **58%**. No recorte de faixa etária, o cartão é preferência entre 25-34 anos com **45%** e 18-24 anos com **44%**.

Dentre os entrevistados, que pretendem comprar com cartão de crédito ou de loja, **45%** pretendem parcelar. No recorte por gênero, as mulheres pretendem parcelar as compras mais do que os homens: **49%** contra **38%**. Entre os consumidores, as pessoas com mais de 60 anos têm maior disposição para parcelar suas compras, com **57%**.

Ovo de Páscoa é preferência



O ovo de Páscoa é o produto pretendido mais citado (**64%**), seguido por bombons, caixa de bombons, trufas (**36%**) e barra de chocolate (**34%**). Brinquedos e cesta de Páscoa somaram **2%** das intenções de compra cada. Roupas **1%**. Outras respostas ou não sabem, **2%**.

Loja física e estabelecimento comercial são mais citados

Segundo o levantamento, **nove em cada dez** entrevistados (**91%**) pretendem comprar produtos ou presentes de Páscoa em uma loja física, enquanto apenas **9%** devem fazer as compras online. O resultado é similar a 2024.

A preferência por compras presenciais é maior também entre homens (**92%**) e mulheres (**91%**), assim como em todas as classes sociais (A/B e C: **90%** e D/E: **94%**). Vista pelo recorte de faixa etária, a preferência por lojas físicas é maior entre a população com mais de 60 anos (**96%**) e menor entre 25-34, com **89%**.

Cerca de **8 em cada 10** pessoas entrevistadas (**78%**) pretendem comprar em um estabelecimento comercial e **26%** de pessoa autônoma que vende por conta própria. Dois por cento não sabe ou não se decidiu.

Sobre a Abecs

Fundada em 1971, a Abecs representa todos os setores da indústria de meios eletrônicos de pagamento: bancos, bancos digitais, fintechs e outros emissores, credenciadoras incumbentes e independentes, subadquirentes, marketplaces, facilitadoras de pagamento, bandeiras (instituidores de arranjos abertos e fechados), fornecedores de tecnologia, fabricantes de hardware e software, entre outras.

Informações à imprensa
Ana Amaral

ana.amaral@inpresspni.com.br

11 98918 9208