

Brasileiro gasta mais na Páscoa, mas compra menos produto

Feriado prolongado e aumento das viagens ajudam no desempenho neste ano, aponta levantamento da Getnet

Por **Lucianne Carneiro** — Do Rio

25/04/2025 05h00 - Atualizado há uma hora

Mais gasto e menos quantidade: este é o retrato das vendas de Páscoa na comparação entre o feriado de 2025 e o de 2024, segundo levantamento da Getnet, empresa de tecnologia de soluções de pagamento do grupo PagoNxt, do Santander. Dados antecipados com exclusividade ao **Valor** mostram crescimento de 14,3% no valor gasto pelos brasileiros na Páscoa de 2025, mas redução de 1,4% no número de transações. Se a inflação afetou as vendas de alimentos - especialmente com alta do preço do cacau -, por outro lado a união da Semana Santa com o feriado de Tiradentes teve influência positiva, apontam especialistas.

A pesquisa da Getnet compara o movimento das máquinas de pagamento da empresa no período de 29 a 31 de março de 2024 (data da Páscoa no ano passado) e de 18 a 20 de abril de 2025. As informações incluem operações de varejo e atacado em lojas físicas e digitais.

O valor médio das transações foi de R\$ 96,56 em 2025, uma alta de 15,8% ante os R\$ 83,34 de 2024. No varejo, houve aumento de 6,1% do faturamento e recuo de 3% do número de transações. No atacado, foram registradas alta de 22,9% e 1,5%, respectivamente.

Superintendente de analytics da Getnet, Rodrigo Carvalho disse que o desempenho deste ano reflete, ao mesmo tempo, a inflação de cerca de 9% dos ovos de Páscoa e o aumento das compras por causa do feriado de quatro dias.

“Tivemos uma Páscoa tímida, mas com crescimento nos valores e no ticket médio, em razão do feriado prolongado e do aumento das viagens no período. Parte desse aumento de 14% do valor está relacionada a uma inflação de produtos, não necessariamente a um aumento do volume vendido ou do aumento do ticket médio.”

“

Foi uma Páscoa de estratégias para lidar com o desafio da inflação de alimentos”

— Fábio Queiróz

Os dados da Getnet mostram que aumento de 4,2% dos valores gastos em supermercados e hipermercados e de 12,5% em postos de combustíveis e gás veicular. Segundo a empresa, o aumento no valor das transações foi puxado pelo atacado em lojas físicas, com alta de 18%, e pelo atacado de alimentos, que subiu 8,7%.

A economista da **Tendências** Consultoria Isabela Tavares destacou que o cenário macroeconômico, com alta da inflação, continua afetando o orçamento. “A confiança do consumidor teve ligeira alta na margem, após quedas fortes. Temos inflação de alimentos, que segue pressionando o orçamento familiar, além de aumento do custo do crédito. Esses fatores influenciam e as pessoas acabam comprando quantidades menores, embora gastando mais.”

Acompanhamento feito pela Associação de Supermercados do Estado do Rio de Janeiro (Asserj) apontou alta de até 10% das vendas na Páscoa de 2025. “Não posso dizer que foi excelente, mas foi uma boa Páscoa”, afirmou o presidente da associação, Fábio Queiróz.

Segundo ele, os consumidores estavam “preocupados com o preço” e por isso muitos recorreram a produtos alternativos - como chocobiscoito no lugar do ovo e peixe nacional como opção ao bacalhau.

“Foi uma Páscoa de estratégias dos supermercados para lidar com o desafio da inflação de alimentos. Quanto mais opções para gostos e bolsos, mais se garantiu a venda”, disse.

O Índice Cielo do Varejo Ampliado (ICVA), divulgado nesta quinta-feira (24), também apontou alta de 6,4% das vendas na Páscoa de 2025, após queda de 5% na data em 2024. A variação de 6,4% é a mais intensa desde 2019. O varejo alimentício especializado - com chocolaterias e docerias - avançou 10,2%, ao lado de alta de 12,1% em turismo e transporte.

A economista Isabela Tavares acredita que o consumo continue em alta, mas em ritmo menor. A projeção da **Tendências** para 2025 é de aumento de 1,9% do varejo restrito, ante alta de 4,1% em 2024.