

Pesquisa de

Intenções de compras para a

Páscoa

Março 2026

Mossoró





Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | Instituto Fecomércio

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO RIO GRANDE DO NORTE

Marcelo Fernandes de Queiroz

Presidente

Laumir Almeida Barreto

Diretor Executivo

DIVISÃO DE INOVAÇÃO E COMPETITIVIDADE DA FECOMÉRCIO RN

Luciano Kleiber

Diretor

Lívia Aires

Coordenadora de Inovação e Competitividade

Luiz Henrique Martins

Analista de Negócios

Eriadne Teixeira

Designer gráfico

INSTITUTO FECOMÉRCIO RN

Laumir Almeida Barreto

Diretor Executivo

Tiago Chacon Fontoura

Estatístico

Natália Pereira

Maria Eduarda

Josiel da Costa

Jacqueline Aires

Rogério Antunes

Hugo Sergio

Kéren Heloísa

Nivaldo Gonçalves

Débora Soares

Maria do Socorro

Maria Glória

Pesquisadores

SUMÁRIO

1. Introdução	04
----------------------	-----------

2. Aspectos técnicos	06
-----------------------------	-----------

3. Síntese dos resultados	08
----------------------------------	-----------

Intenções de compras	08
----------------------	----

Perfil dos compradores	09
------------------------	----

Motivação para ir às compras	10
------------------------------	----

Motivos para não comprar	11
--------------------------	----

Presenteados	13
--------------	----

Produtos	14
----------	----

Forma de pagamento	17
--------------------	----

Local e período de compras	19
----------------------------	----

Consumo de peixes	23
-------------------	----

Pretensões de viagem	26
----------------------	----

Gastos	29
--------	----

Movimentação econômica	33
------------------------	----

1

Introdução

A Páscoa figura entre as datas mais importantes para o comércio varejista, sendo tradicionalmente marcada pelo hábito de presentear com chocolates e pelo aumento do consumo de pescados durante a Semana Santa. Esse conjunto de costumes culturais e religiosos contribui para intensificar a circulação de consumidores no comércio, gerando impacto direto na atividade econômica. Diante desse cenário, compreender as intenções de compra, os padrões de consumo e os fatores que influenciam as decisões dos consumidores torna-se fundamental para orientar o planejamento e as estratégias do setor produtivo.

Nesse contexto, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Rio Grande do Norte (Fecomércio RN), por meio do Instituto Fecomércio RN (IFC), realizou a pesquisa “Intenções de Compras para a Páscoa 2026”. O estudo tem como objetivo identificar o comportamento do consumidor em relação à data comemorativa, investigando aspectos como a intenção de presentear, os valores que os consumidores pretendem gastar, os produtos mais procurados, os critérios utilizados na escolha das compras e os locais preferidos para adquiri-las. Além disso, a pesquisa também contempla informações sobre o consumo de pescados e as pretensões de viagem durante o feriadão da Semana Santa, permitindo uma visão mais abrangente da movimentação econômica associada ao período.

As pesquisas realizadas pela Fecomércio RN são amplamente reconhecidas pelo setor empresarial como instrumentos estratégicos de monitoramento do mercado potiguar. As informações levantadas permitem compreender com maior profundidade as tendências de consumo e os comportamentos da população, oferecendo subsídios importantes para o planejamento de ações comerciais, definição de estoques, estratégias de preços e campanhas promocionais por parte de empresários e empreendedores.

Com a divulgação desta pesquisa, a Fecomércio RN busca atender às demandas informacionais não apenas do empresariado, mas também de associações comerciais, gestores públicos, lojistas, produtores e demais agentes econômicos interessados em compreender a dinâmica do consumo durante a Páscoa. A

amplitude e a consistência dos dados apresentados contribuem para ampliar o conhecimento sobre o comportamento do consumidor em Natal, Mossoró e no Rio Grande do Norte, fortalecendo o processo de tomada de decisão e o planejamento das atividades econômicas relacionadas ao período pascal.

2

Aspectos técnicos

A pesquisa foi realizada no período de 27 de fevereiro a 05 de março de 2026, intervalo definido estrategicamente para possibilitar tempo adequado para a tabulação, análise e divulgação dos resultados antes da celebração da Páscoa, permitindo que as informações sirvam de apoio ao planejamento do comércio e demais atividades econômicas relacionadas ao período.

O estudo adotou abordagem quantitativa, utilizando como instrumento de coleta de dados um questionário estruturado e padronizado, aplicado por meio de entrevistas presenciais junto a uma amostra representativa da população consumidora do município de Mossoró. As informações coletadas são dados primários, obtidos diretamente em campo, seguindo uma metodologia descritiva, com objetivo de identificar as intenções de compra, hábitos de consumo e demais aspectos relacionados ao comportamento do consumidor durante o período pascal.

A amostra da pesquisa foi composta por 501 entrevistados, definida com base em critérios estatísticos que asseguram representatividade da população estudada. As entrevistas foram distribuídas proporcionalmente entre as regiões administrativas do município, respeitando a estrutura demográfica local. Considerando o tamanho da amostra e a metodologia empregada, a pesquisa apresenta nível de confiança de 95% e margem de erro aproximada de 4 pontos percentuais, conferindo consistência e confiabilidade estatística aos resultados obtidos.

O instrumento de coleta utilizado foi um questionário composto por 26 perguntas, predominantemente fechadas, embora algumas permitissem múltiplas respostas, especialmente nas questões relacionadas a preferências e comportamentos de consumo. Em função dessa característica, bem como de eventuais arredondamentos estatísticos, alguns resultados podem não totalizar exatamente 100%.

A coleta de dados foi realizada por entrevistadores treinados e com experiência em pesquisas de campo, seguindo rigorosamente os critérios definidos no plano amostral. Todo o processo contou com sistema de controle e verificação

de qualidade, incluindo a supervisão do trabalho de campo, conferência dos questionários aplicados e checagem da consistência das informações coletadas, garantindo maior precisão e confiabilidade aos dados. Após a coleta, os dados foram submetidos a tratamento estatístico e análise descritiva, sendo organizados em tabelas e gráficos que permitem interpretar de forma clara as tendências de consumo observadas.

3

Síntese dos resultados

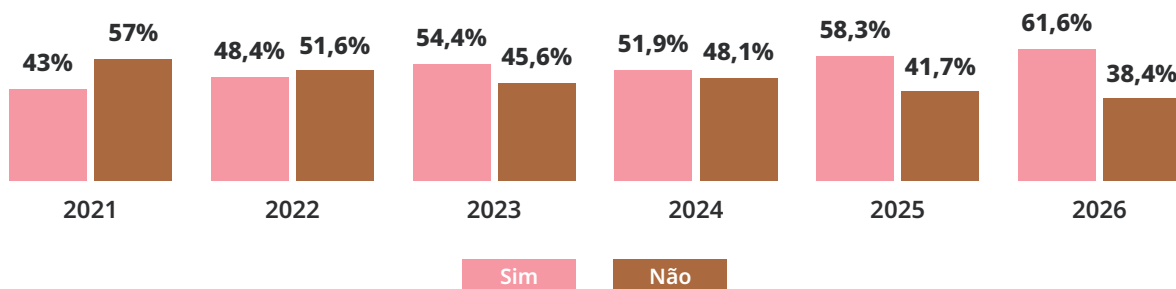
Intenções de compras

A intenção de presentear durante a Semana Santa/Páscoa de 2026 em Mossoró alcançou 61,6% dos consumidores, enquanto 38,4% afirmaram que não pretendem realizar compras relacionadas à data. O resultado indica um cenário positivo para o comércio local, evidenciando que a maioria da população mantém o hábito de presentear no período pascal. O índice também reforça a relevância da Páscoa para o varejo, especialmente para os segmentos ligados a chocolates, alimentos e itens típicos da data.

A intenção de compras, que passou de 58,3% em 2025 para 61,6% em 2026, representando um crescimento de 3,3 pontos percentuais. Essa evolução sugere um aumento da disposição dos consumidores em realizar compras na data, mesmo em um contexto em que a avaliação do momento econômico mostrou-se mais cautelosa.

Quando analisada a série histórica, percebe-se uma tendência geral de crescimento na intenção de presentear ao longo dos últimos anos. Em 2021, apenas 43% dos consumidores declaravam intenção de comprar presentes na Páscoa. Esse percentual avançou gradualmente para 48,4% em 2022 e 54,4% em 2023, refletindo uma recuperação do consumo. Apesar de uma pequena retração em 2024 (51,9%), o indicador voltou a crescer em 2025 e atingiu seu maior patamar em 2026, consolidando uma tendência de fortalecimento do consumo durante a data comemorativa em Mossoró.

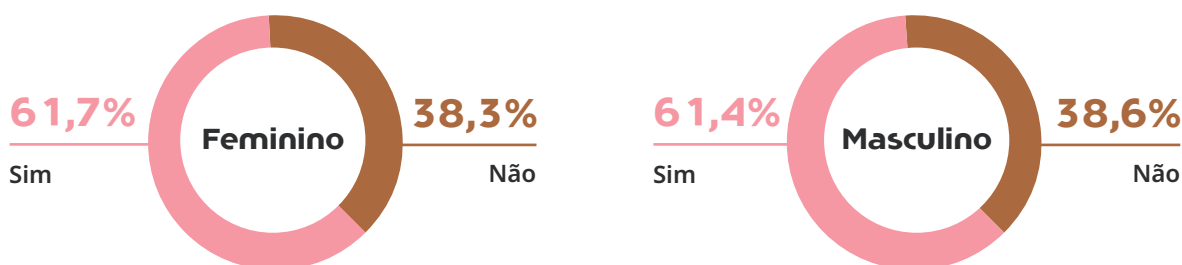
Gráfico 1 Intenção de presentear durante a Semana Santa/Páscoa:



Perfil dos compradores

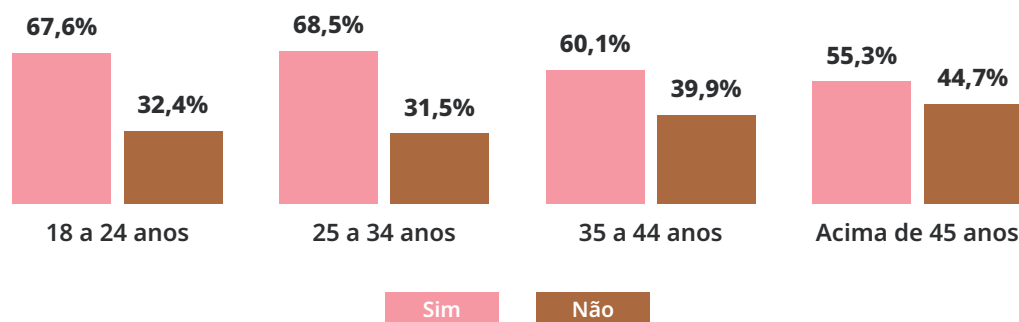
A análise do perfil dos consumidores que pretendem presentear na Páscoa de 2026 em Mossoró mostra que a intenção de compra está distribuída de forma bastante equilibrada entre homens e mulheres, com 61,7% das mulheres e 61,4% dos homens afirmando que irão presentear alguém na data.

Gráfico 2 Gênero:



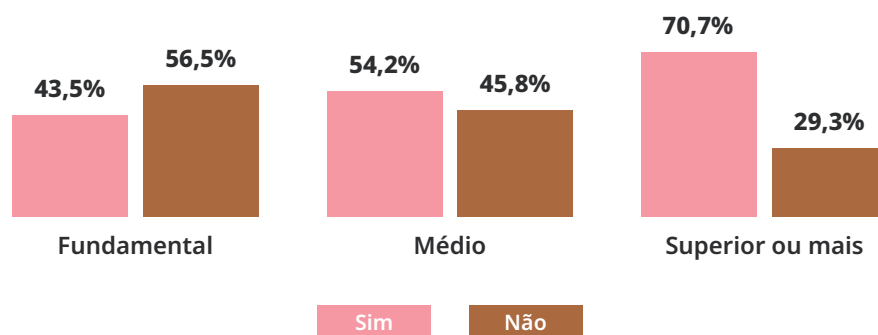
Entre as faixas etárias, observa-se maior propensão ao consumo entre os consumidores de 25 a 34 anos (68,5%) e 18 a 24 anos (67,6%), enquanto entre aqueles com mais de 45 anos a intenção de compra é menor, embora ainda majoritária (55,3%).

Gráfico 3 Faixa etária:



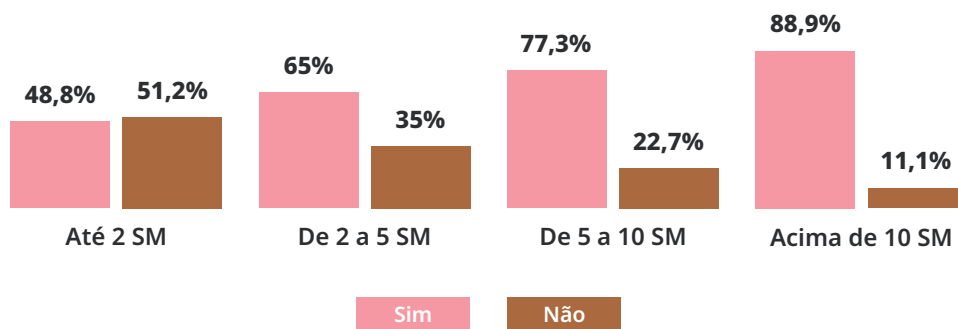
No recorte por escolaridade, percebe-se uma relação clara entre maior nível de instrução e maior propensão ao consumo. Entre os entrevistados com ensino superior ou mais, 70,7% pretendem presentear, percentual significativamente superior ao observado entre aqueles com ensino médio (54,2%) e ensino fundamental (43,5%). Esse comportamento pode estar associado a fatores como maior renda e maior participação em atividades de consumo relacionadas a datas comemorativas.

Gráfico 4 Escolaridade:



O mesmo padrão é observado quando se analisa a renda familiar. À medida que o nível de renda aumenta, cresce também a intenção de compra. Entre os consumidores com renda de até dois salários-mínimos, apenas 48,8% pretendem presentear. Já entre aqueles com renda de 2 a 5 salários-mínimos, o índice sobe para 65%, alcançando 77,3% entre os que ganham de 5 a 10 salários-mínimos e chegando a 88,9% entre os que possuem renda acima de 10 salários-mínimos. Esses dados evidenciam que o poder aquisitivo continua sendo um fator determinante para o consumo durante a Páscoa, influenciando diretamente a decisão de compra dos consumidores mossoroenses.

Gráfico 5 Renda média mensal:



Motivação para ir às compras

Entre os consumidores de Mossoró que afirmaram que pretendem presentear na Páscoa, o principal motivo apontado foi o costume de presentear na data, citado por 53,6% dos entrevistados, evidenciando o forte peso da tradição no

comportamento de consumo durante o período pascal. Em seguida aparece o fator gostar das pessoas que serão presenteadas, mencionado por 47,4%, reforçando o caráter afetivo da celebração. Também foram citados o gosto por chocolate (26,3%), produto tradicionalmente associado à data, e a percepção de que o presente representa um gesto importante (16,9%). As demais respostas tiveram participação residual.

O motivo costume de presentear na data apresentou crescimento expressivo, passando de 39,7% para 53,6%, assumindo a liderança entre as justificativas. Já a motivação ligada ao afeto pelas pessoas presenteadas apresentou queda significativa, recuando de 67,5% para 47,4%. O gosto por chocolate também apresentou redução, passando de 37,7% para 26,3%, enquanto o item gesto importante registrou aumento, saindo de 8,6% para 16,9%.

As motivações para presentear oscilam entre fatores afetivos e culturais. O fator gostar das pessoas presenteadas foi predominante em diversos anos, como 2021 (68,7%), 2023 (59,2%) e 2025 (67,5%), enquanto o costume de presentear se destacou especialmente em 2022 (55,4%), 2024 (53,4%) e novamente em 2026 (53,6%). Já o gosto por chocolate apresenta oscilações ao longo do período, com destaque para 2025 (37,7%), quando atingiu seu maior nível. Os resultados indicam que as compras de Páscoa em Mossoró são impulsionadas principalmente pela tradição da data e pelos vínculos afetivos entre as pessoas, elementos que sustentam o consumo nesse período do ano.

Tabela 1 **Motivos para presentear:**

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Costume de presentear na data	42,9%	55,4%	47,4%	53,4%	39,7%	53,6%
Gosta das pessoas que vai presentear	68,7%	31%	59,2%	52,3%	67,5%	47,4%
Gosto por chocolate	18%	18,2%	28,7%	22,9%	37,7%	26,3%
Gesto importante	14,3%	27,7%	9,9%	17,7%	8,6%	16,9%
Outros	0%	0%	0%	1,1%	0,3%	0%

Motivos para não comprar

Entre os consumidores de Mossoró que afirmaram não pretender comprar presentes na Páscoa, o principal motivo apontado foi a falta de dinheiro, mencionada por 47,9% dos entrevistados, evidenciando que fatores financeiros

continuam sendo o principal limitador do consumo. Em seguida aparece a opção não gosta ou não comemora a data, citada por 36,5%, indicando que uma parcela relevante da população simplesmente não tem o hábito de presentear nesse período. Outros motivos também foram mencionados, como poupar recursos (11,5%), desemprego (3,6%), distância das pessoas a serem presenteadas (3,1%) e dívidas ou contas em atraso (2,1%).

Na comparação direta com 2025, observa-se relativa estabilidade na falta de dinheiro como principal motivo, passando de 48,8% para 47,9%, mantendo-se como a principal barreira ao consumo. Por outro lado, houve crescimento na parcela de consumidores que afirmam não gostar ou não comemorar a data, que subiu de 28,7% para 36,5%, tornando-se o segundo motivo mais relevante com maior peso neste ano. Já o motivo poupar apresentou redução significativa, passando de 18,7% para 11,5%, enquanto justificativas relacionadas a desemprego, distância das pessoas e dívidas também apresentaram queda em relação ao ano anterior.

A falta de dinheiro se mantém como o principal fator para a ausência de compras ao longo de todo o período, atingindo seu pico em 2022 (62,4%) e mantendo níveis elevados nos anos seguintes. Já a opção não gosta ou não comemora a data ganhou maior relevância a partir de 2023, alcançando 34,4% em 2024 e chegando a 36,5% em 2026, um dos maiores patamares da série. O motivo poupar também apresentou oscilações importantes ao longo do período, com destaque para 2023 (32,9%), enquanto fatores conjunturais como pandemia, que tiveram forte impacto em 2021 (37,2%), desapareceram completamente nas pesquisas mais recentes. A decisão de não presentear está predominantemente associada a restrições financeiras e escolhas pessoais dos consumidores, refletindo aspectos econômicos e comportamentais do consumo no período da Páscoa em Mossoró.

Tabela 2 Motivos para não presentear:

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Falta de dinheiro	51%	62,4%	39,9%	33,2%	48,8%	47,9%
Não gosta/Não comemora	11,8%	18,6%	21,5%	34,4%	28,7%	36,5%
Poupar	18,4%	16,7%	32,9%	7,7%	18,7%	11,5%
Desemprego	13,9%	14,7%	10,1%	8,5%	9,6%	3,6%
Distância das pessoas	9,4%	2,7%	3,5%	7,7%	6,2%	3,1%
Dívidas/Contas em atraso	3,1%	2,3%	14,5%	7,7%	7,7%	2,1%
Pandemia	37,2%	0,4%	0%	0%	0%	0%
Outros	1,4%	3,5%	2,2%	1,6%	3,8%	0%

Presenteados

Entre os consumidores de Mossoró que pretendem comprar presentes na Páscoa, os filhos aparecem como os principais destinatários, mencionados por 60,4% dos entrevistados, percentual significativamente superior aos demais grupos. Em seguida aparecem os companheiros(as), com 29,9%, e os sobrinhos, citados por 19,5%. Outros familiares também se destacam, como netos (13,6%) e afilhados (13%), além de presentes para si próprio (11%), pais ou mães (9,1%) e irmãos (6,8%). Também aparecem menções a enteados (4,9%), amigos (4,2%), primos (1%), avós (0,6%) e outros (2,3%). Os resultados reforçam que a maior parte das compras de Páscoa continua concentrada no ambiente familiar.

A intenção de presentear filhos passou de 50,7% em 2025 para 60,4% em 2026, ampliando ainda mais a liderança desse grupo entre os presenteados. Em contrapartida, houve redução entre os companheiros(as), que caíram de 34,9% para 29,9%. Destacam-se ainda os crescimentos nas menções pais ou mães (8,6% para 9,1%), afilhados (de 9,6% para 13%) e netos (de 9,6% para 13,6%), além da redução na opção de presentear a si próprio, que caiu de 15,4% para 11%.

Os filhos têm se mantido como os principais destinatários dos presentes de Páscoa ao longo dos anos, com percentuais sempre elevados, variando entre 50% e 60%, atingindo o maior patamar em 2026 (60,4%). Os companheiros(as) aparecem de forma recorrente como o segundo grupo mais citado, com crescimento entre 2023 e 2025, seguido de leve redução em 2026. Outros familiares, como sobrinhos, netos e afilhados, também aparecem com participação relevante ao longo do período, reforçando o caráter familiar da celebração. As compras de Páscoa em Mossoró continuam fortemente direcionadas aos filhos e parentes próximos, evidenciando a importância dos laços familiares no comportamento de consumo durante a data.

Tabela 3 Quem serão os presenteados nesta data?

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Filho	56,2%	53,3%	58,5%	51,9%	50,7%	60,4%
Companheiro(a)	25,8%	25,2%	29%	34,6%	34,9%	29,9%
Sobrinhos	21,7%	19,4%	18,4%	20,7%	18,8%	19,5%
Netos	9,2%	13,2%	13,2%	13,5%	9,6%	13,6%
Afilhados	4,1%	5%	5,9%	6,4%	9,6%	13%
O próprio	5,1%	3,7%	5,5%	6,4%	15,4%	11%
Pai/Mãe	16,1%	11,6%	14,7%	13,5%	8,6%	9,1%
Irmãos	2,8%	5,8%	1,8%	2,6%	3,4%	6,8%
Enteados	1,4%	1,2%	0,4%	1,5%	0%	4,9%
Amigos	5,1%	2,1%	1,1%	5,3%	7,5%	4,2%
Primos	0,5%	0,4%	0%	0%	1%	1%
Avós	0,5%	0,8%	0,4%	0,8%	0,3%	0,6%
Outros	1,4%	2,1%	0,4%	0,4%	0,3%	2,3%

Produtos

Os chocolates aparecem de forma praticamente absoluta como o principal produto escolhido pelos consumidores de Mossoró para presentear na Páscoa, sendo mencionados por 99,4% dos entrevistados que pretendem comprar presentes. Em patamar bastante inferior aparecem brinquedos (6,8%), seguidos por vinhos ou bebidas (3,2%) e alimentos ou bebidas em geral (2,6%). Outros itens aparecem com participação mais reduzida, como livros (1%) e vestuário (0,3%), enquanto as opções outros e não sabe não registraram menções neste ano. Os resultados reforçam que o chocolate permanece como o símbolo central da Páscoa, dominando amplamente as escolhas dos consumidores.

Sobre 2025, os chocolates passaram de 97,3% para 99,4%, atingindo o maior percentual da série histórica. Também houve aumento na compra de brinquedos, que subiram de 6,2% para 6,8%, e crescimento nas categorias vinhos/bebidas, que avançaram de 1% para 3,2%, e alimentos/bebidas, que passaram de 1% para 2,6%. Por outro lado, itens como vestuário apresentaram redução, passando de 1,4% para 0,3%, enquanto as opções outros e não sabe, que haviam registrado pequenas participações em anos anteriores, não foram mencionadas em 2026.

Ao analisar a série histórica, percebe-se que os chocolates sempre ocuparam posição dominante nas intenções de compra, com percentuais acima de 95% em todos os anos analisados, alcançando patamares ainda mais elevados a partir de 2023, quando passaram a superar 96%. Os demais produtos aparecem apenas como complementares nas escolhas dos consumidores, variando em níveis muito inferiores. De forma geral, os resultados confirmam que o mercado de presentes de Páscoa em Mossoró permanece fortemente concentrado no consumo de chocolates, consolidando esse item como o principal impulsionador das vendas no período.

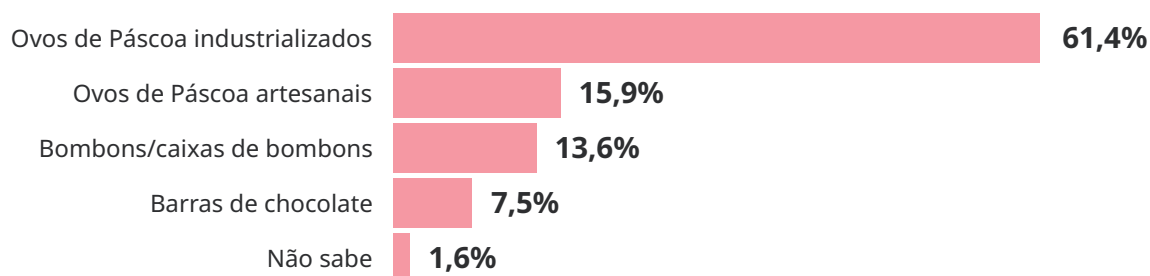
Tabela 4 Produtos com os quais pretende presentear:

Múltiplas respostas

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Chocolates	95,4%	96,3%	96,7%	98,5%	97,3%	99,4%
Brinquedos	6%	3,7%	1,8%	5,3%	6,2%	6,8%
Vinhos/bebidas	1,4%	4,1%	3,3%	6%	1%	3,2%
Alimentos/Bebidas	2,3%	1,7%	0,4%	4,1%	1%	2,6%
Livros	1,8%	0%	0%	0,4%	0,7%	1%
Vestuário	4,1%	1,7%	1,8%	1,5%	1,4%	0,3%
Outros	1,8%	2,9%	0,7%	0,4%	0%	0%
Não sabe	1,8%	2,9%	2,2%	0,8%	0%	0%

Entre os consumidores de Mossoró que pretendem comprar chocolates para presentear na Páscoa, os ovos de Páscoa industrializados aparecem como a principal escolha, sendo mencionados por 61,4% dos entrevistados. Em seguida surgem os ovos de Páscoa artesanais, citados por 15,9%, indicando a presença relevante de produtos produzidos por confeitarias e pequenos empreendedores locais. Também aparecem como alternativas os bombons ou caixas de bombons (13,6%) e as barras de chocolate (7,5%), opções geralmente associadas a preços mais acessíveis ou à praticidade na hora da compra.

A grande maioria dos consumidores já possui definição sobre o tipo de chocolate que pretende adquirir. A pesquisa mostra que, embora os ovos de Páscoa tradicionais continuem dominando as preferências, há também uma parcela relevante de consumidores que opta por produtos artesanais ou alternativas como bombons e barras, evidenciando maior diversidade nas escolhas de presentes durante a Páscoa.

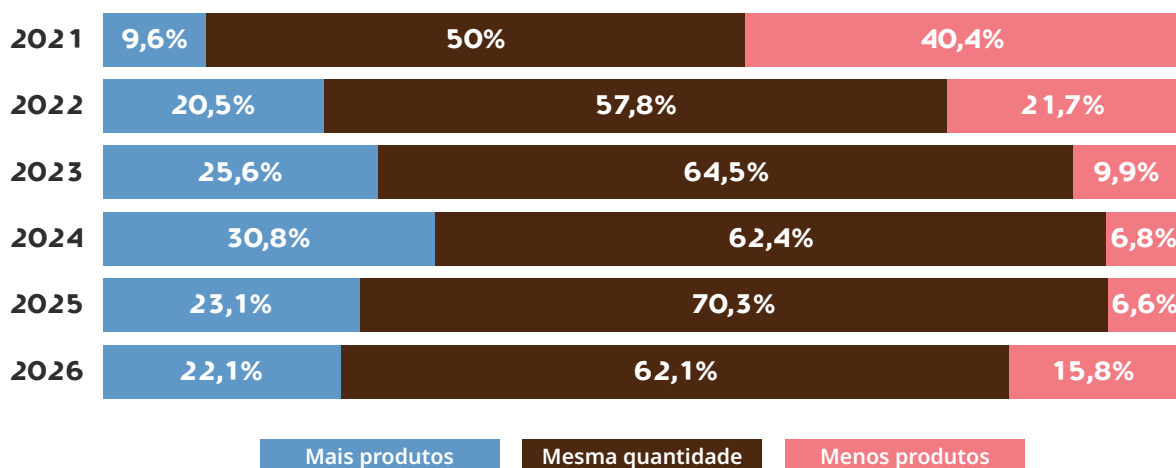
Gráfico 6 Tipos de chocolates:

A maior parte dos consumidores de Mossoró pretende manter o mesmo volume de compras realizado na Páscoa do ano anterior. Segundo os dados da pesquisa, 62,1% afirmaram que pretendem comprar a mesma quantidade de produtos, enquanto 22,1% indicaram que devem adquirir mais itens e 15,8% pretendem comprar menos. O resultado demonstra que, apesar de um ambiente de consumo ainda marcado por cautela, a maioria dos consumidores tende a manter seus hábitos de compra durante a data, preservando o padrão observado no ano anterior.

Nota-se uma redução entre aqueles que pretendem comprar a mesma quantidade de produtos, passando de 70,3% em 2025 para 62,1% em 2026, ao mesmo tempo em que cresceu o percentual de consumidores que afirmaram que devem comprar menos, que subiu de 6,6% para 15,8%. Já a parcela que pretende adquirir mais produtos apresentou leve queda, passando de 23,1% para 22,1%, indicando um comportamento um pouco mais cauteloso em relação ao ano anterior.

Em 2021, período em que predominava a redução de compras, com 40,4% afirmando que comprariam menos produtos. A partir de 2022, houve uma mudança gradual nesse comportamento, com aumento daqueles que mantinham ou ampliavam o volume de compras. Em 2023 e 2024, por exemplo, cresceu a parcela que pretendia comprar mais produtos, atingindo 30,8% em 2024, o maior percentual da série. Em 2025, a estabilidade nas compras foi ainda mais forte, chegando a 70,3%. Já em 2026, observa-se um leve recuo nessa estabilidade e um aumento entre os que pretendem reduzir compras, o que pode refletir um comportamento mais prudente dos consumidores diante do cenário econômico.

Gráfico 7 Com relação à Páscoa do ano passado, pretende comprar:



Forma de pagamento

O pagamento à vista via PIX ou dinheiro continua sendo a forma mais utilizada pelos consumidores de Mossoró para as compras de Páscoa, representando 47,7% das respostas. Em seguida aparece o cartão de crédito, com 44,5%, indicando uma participação bastante próxima entre as duas modalidades. Já o cartão de débito foi citado por 7,5% dos entrevistados, enquanto as opções outros não registraram menções e apenas 0,3% ainda não haviam definido a forma de pagamento. O resultado demonstra que o consumidor permanece dividido entre a liquidez do pagamento imediato e a flexibilidade proporcionada pelo crédito.

A preferência pelo pagamento à vista passou de 48,8% em 2025 para 47,7% em 2026, enquanto o cartão de crédito apresentou crescimento, avançando de 41,2% para 44,5%. Já o cartão de débito registrou nova queda, passando de 10% para 7,5%, reforçando a tendência de redução dessa modalidade entre os consumidores.

A série histórica mostra uma mudança significativa na estrutura dos meios de pagamento ao longo dos anos. Em 2021, predominava de forma mais ampla o pagamento à vista (57,4%), enquanto o crédito representava 42,1%. A partir de 2022 e 2023, houve diversificação com o crescimento do uso do cartão de débito, que chegou a 23,4% em 2023 e 27,4% em 2024. Em 2024, inclusive, o

cartão de crédito tornou-se a principal modalidade (46,6%), refletindo maior utilização de crédito pelos consumidores. Já em 2025 e 2026, observa-se uma reacomodação, com retomada da preferência pelo pagamento à vista, especialmente impulsionado pela popularização do PIX, embora o crédito continue mantendo participação elevada nas compras de Páscoa.

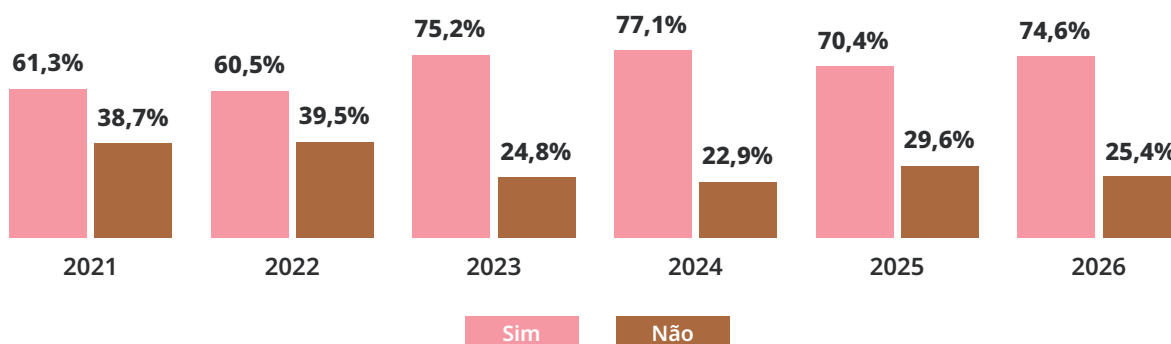
Tabela 5 Formas de pagamento utilizadas:

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
À vista - PIX/Dinheiro	57,4%	52,7%	40,3%	25,2%	48,8%	47,7%
Cartão de crédito	42,1%	35,4%	35,9%	46,6%	41,2%	44,5%
Cartão de débito	0%	10,7%	23,4%	27,4%	10%	7,5%
Outros	0,5%	0%	0,4%	0%	0%	0%
Não sabe	0%	1,2%	0%	0,8%	0%	0%

A maioria dos consumidores de Mossoró afirmou que pretende realizar pesquisa de preços antes de efetuar suas compras de Páscoa, percentual que alcança 74,6% das respostas. Já 25,4% declararam que não pretendem comparar preços antes da compra. O resultado demonstra que a busca por melhores condições de preço continua sendo uma prática consolidada entre os consumidores, refletindo um comportamento mais planejado e atento ao orçamento familiar.

A intenção de pesquisar preços passou de 70,4% em 2025 para 74,6% em 2026, o que representa um aumento de 4,2 pontos percentuais. Esse movimento indica que, mesmo com maior disposição de consumo observada na pesquisa, os consumidores continuam atentos às variações de preço e buscam alternativas mais vantajosas antes de decidir pela compra.

Ao analisar a evolução, percebe-se que o hábito de pesquisar preços se intensificou especialmente a partir de 2023, quando o indicador saltou para 75,2%, mantendo-se em níveis elevados nos anos seguintes. Em 2021 e 2022, cerca de 60% dos consumidores realizavam esse tipo de comparação, enquanto a partir de 2023 o percentual passou a superar 70%, evidenciando um consumidor cada vez mais informado e cuidadoso no processo de decisão de compra durante a Páscoa.

Gráfico 8 Irá realizar pesquisa de preço antes de comprar?

Local e período de compras

A maior parte dos consumidores de Mossoró pretende realizar suas compras na semana que antecede a Semana Santa/Páscoa, percentual que alcança 73,4% das respostas. Outros 23,7% afirmaram que devem comprar com cerca de quinze dias de antecedência, enquanto 2,6% já haviam realizado suas compras no momento da pesquisa. Apenas 0,3% ainda não haviam decidido o período da compra e nenhum entrevistado mencionou a intenção de comprar após a Páscoa. O resultado demonstra que o comportamento predominante continua sendo o de realizar as compras próximo à data comemorativa, concentrando o movimento no comércio nos dias imediatamente anteriores ao período pascal.

O percentual de consumidores que já haviam comprado caiu, passando de 12% em 2025 para 2,6% em 2026, enquanto a parcela que pretende comprar na semana da Páscoa voltou a crescer, de 59,1% para 73,4%. Já aqueles que pretendem comprar com quinze dias de antecedência recuaram de 28,2% para 23,7%. Esse movimento indica uma retomada do comportamento mais tradicional de deixar as compras para mais próximo da data.

Observando os anos anteriores, em 2021, 2022 e 2023, mais de 74% dos consumidores realizavam suas compras nesse período, chegando a 79,4% em 2022. Em 2024 e 2025, houve uma maior antecipação das compras, com aumento da parcela que comprava com até quinze dias de antecedência e também daqueles que já haviam adquirido os produtos. Já em 2026, verifica-se um

retorno ao padrão histórico, com maior concentração das compras nos dias imediatamente anteriores à Semana Santa.

Tabela 6 Quando irá realizar as compras?

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Na semana que antecede a Semana Santa/Páscoa	74%	79,4%	76,9%	69,4%	59,1%	73,4%
Quinze dias antes	20,5%	13,6%	22%	29,4%	28,2%	23,7%
Já comprou	5,1%	2,9%	0,7%	1,1%	12%	2,6%
Depois do período da Páscoa	0,5%	0%	0,4%	0%	0%	0%
Não sabe	0%	4,1%	0%	0%	0,7%	0,3%

O comércio de rua segue como o principal local escolhido pelos consumidores de Mossoró para a compra de presentes de Páscoa, concentrando 47,1% das intenções de compra. Em seguida aparecem os shoppings, com 37,3%, reforçando a relevância desses centros comerciais no período. As compras por encomenda ou com autônomos representam 13,1%, enquanto a internet aparece com 2,6% das citações. As opções outros e não sabe não registraram participação neste ano, indicando que os consumidores já possuem maior definição sobre onde realizar suas compras.

Na comparação imediata com 2025, houve crescimento na participação tanto do comércio de rua, que passou de 44,3% para 47,1%, quanto dos shoppings, que avançaram de 35,4% para 37,3%. Já as compras por encomenda ou com autônomos apresentaram leve retração, saindo de 15,8% para 13,1%, enquanto as compras pela internet também recuaram de 3,8% para 2,6%. Esse movimento sugere uma retomada da preferência pelos canais físicos tradicionais de compra.

Ao longo do tempo percebe-se que o comércio de rua historicamente lidera as intenções de compra, chegando a 61,3% em 2021 e mantendo patamares elevados até 2023 (60,4%). Nos anos seguintes houve redução dessa participação, acompanhada pelo crescimento dos shoppings, que passaram de 22,6% em 2021 para mais de 30% a partir de 2022, atingindo 35,4% em 2025 e 37,3% em 2026. Esse comportamento indica uma diversificação gradual dos locais de compra, embora o comércio de rua continue desempenhando papel central no varejo local durante a Páscoa.

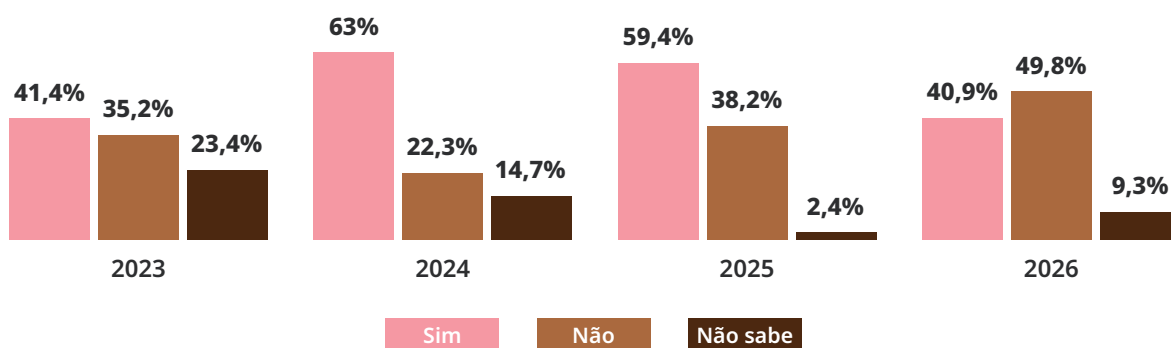
Tabela 7 Onde pretende comprar o presente?

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Comércio de rua	61,3%	56,4%	60,4%	52,3%	44,3%	47,1%
Shopping	22,6%	32,1%	21,2%	29,7%	35,4%	37,3%
Encomenda/Autônomo	10,6%	6,6%	6,2%	9,8%	15,8%	13,1%
Internet	5,1%	4,9%	2,6%	5,3%	3,8%	2,6%
Outros	0%	0%	0%	0%	0,3%	0%
Não sabe	0,5%	0%	9,5%	3%	0,3%	0%

A pesquisa mostra que a maior parte dos consumidores de Mossoró pretende comprar em lojas diferentes das utilizadas nos anos anteriores, comportamento citado por 49,8% dos entrevistados. Por outro lado, 40,9% afirmaram que devem comprar nas mesmas lojas, enquanto 9,3% ainda não haviam decidido onde realizar suas compras. Esse resultado sugere um consumidor mais disposto a experimentar novos estabelecimentos, possivelmente motivado por fatores como busca por melhores preços, promoções ou maior variedade de produtos disponíveis no mercado.

No ano anterior, 59,4% pretendiam comprar nas mesmas lojas, enquanto 38,2% indicavam que mudariam de estabelecimento. Em 2026, essa relação se inverteu: houve queda expressiva na fidelidade às lojas habituais e aumento entre os consumidores que pretendem buscar novos pontos de compra.

A evolução desde 2023 revela que o comportamento do consumidor tem apresentado oscilações importantes. Em 2023, havia elevado nível de indecisão (23,4% não sabiam onde comprar), além de uma divisão mais equilibrada entre permanecer ou mudar de loja. Em 2024, ocorreu um forte aumento da fidelização, com 63% pretendendo comprar nos mesmos estabelecimentos, possivelmente refletindo experiências positivas anteriores ou estratégias de retenção do comércio. Já em 2025, esse indicador começou a recuar, e em 2026 a tendência de mudança de loja tornou-se predominante, indicando um consumidor mais sensível a fatores competitivos como preço, promoções e variedade.

Gráfico 9 Pretende comprar nas mesmas lojas que comprou em anos anteriores?

O nível de preços aparece novamente como o principal fator decisivo na escolha do presente de Páscoa em Mossoró, citado por 47,5% dos consumidores. Em seguida aparecem a qualidade dos produtos (18,7%) e a variedade de produtos (15,4%), indicando que, além do preço, os consumidores também consideram aspectos relacionados ao padrão e às opções disponíveis nos estabelecimentos. Outros fatores relevantes foram a localização das lojas (10,8%), enquanto conforto/comodidade (2,6%), atendimento (2,3%), entrega (1%) e vendas online (1%) tiveram participações menores. Já a facilidade de pagamento (0,3%) e segurança (0,3%) tiveram pouca influência nas decisões de compra.

Houve um crescimento da importância do preço, que passou de 35,3% em 2025 para 47,5% em 2026, reforçando o peso desse fator no processo de decisão do consumidor. Em contrapartida, houve redução na importância da variedade de produtos, que caiu de 28,4% para 15,4%, enquanto a qualidade dos produtos apresentou leve retração, de 21,6% para 18,7%. Outro ponto de destaque foi o aumento da relevância da localização, que passou de 2,7% em 2025 para 10,8% em 2026, indicando maior atenção à conveniência do ponto de venda.

Ao longo dos anos o preço sempre foi um dos principais determinantes da decisão de compra, destacando-se em 2021 (45,1%) e 2023 (47,6%), com uma leve redução em 2024 e 2025, período em que a variedade e a qualidade dos produtos ganharam maior importância. Já em 2026, observa-se uma retomada do protagonismo do preço, o que pode refletir maior sensibilidade do consumidor ao custo dos produtos. Esse comportamento sugere um consumidor mais atento ao orçamento, priorizando estabelecimentos que ofereçam melhores condições de preço sem abrir mão de qualidade e opções de escolha.

Tabela 8 Fatores decisivos na escolha do presente:

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Nível de preços	45,1%	38,3%	47,6%	35%	35,3%	47,5%
Qualidade dos produtos	8,8%	25,5%	8,8%	23,7%	21,6%	18,7%
Variedade de produtos	16,3%	21%	31,5%	27,8%	28,4%	15,4%
Localização	13,5%	6,2%	5,9%	6,8%	2,7%	10,8%
Conforto/Comodidade	3,3%	4,5%	1,1%	1,5%	1,4%	2,6%
Atendimento	6,5%	2,1%	2,6%	2,6%	7,2%	2,3%
Entrega	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Vendas online	0%	0%	0%	0%	0%	1%
Facilidade de pagamento	2,3%	0,4%	1,8%	1,1%	0,7%	0,3%
Segurança	0%	0%	0%	0%	0%	0,3%
Outros	4,2%	2,1%	0,7%	1,5%	2,7%	0%

Consumo de Peixes

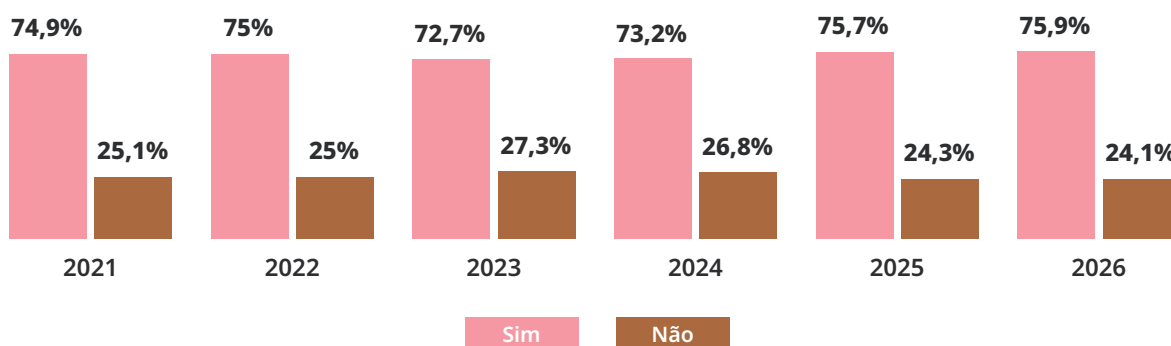
O consumo de peixes e crustáceos durante a Semana Santa permanece como um hábito fortemente consolidado entre os consumidores de Mossoró. Segundo os dados da pesquisa, 75,9% dos entrevistados afirmaram que pretendem consumir pescados no período, enquanto 24,1% declararam que não irão consumir esses produtos. O resultado confirma a relevância dessa tradição cultural e religiosa, que continua impulsionando a demanda por pescados no comércio local durante a Semana Santa.

A intenção de consumo passou de 75,7% em 2025 para 75,9% em 2026, indicando estabilidade no comportamento dos consumidores em relação a esse hábito alimentar. Esse pequeno avanço reforça que o consumo de pescados permanece consistente ao longo do tempo, mesmo diante de variações econômicas ou mudanças no padrão de consumo.

Em referência aos anos anteriores, o consumo de peixes e crustáceos durante a Semana Santa se mantém sempre acima de 70% entre os consumidores mossoroenses. Em 2021 e 2022, os índices foram de 74,9% e 75%, respectivamente. Em 2023, houve uma pequena redução para 72,7%, seguida de recuperação em 2024 (73,2%) e crescimento em 2025 (75,7%), culminando no maior percentual da série em 2026 (75,9%). Esse comportamento demonstra a força da tradição alimentar no período pascal, que continua sendo um

importante fator de movimentação para o setor de alimentos, especialmente para o comércio de pescados.

Gráfico 10 Consumo de peixes e crustáceos na Semana Santa:

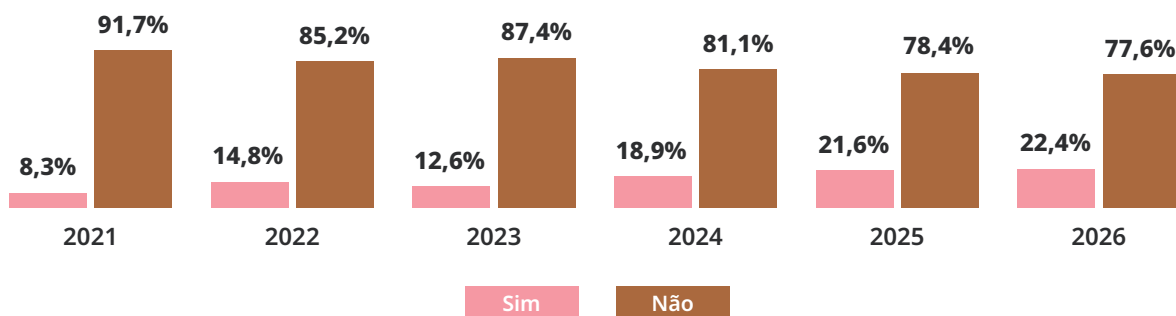


Pretensões de Viagem

A intenção de viagem durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa em Mossoró alcançou 22,4% dos consumidores, enquanto 77,6% afirmaram que não pretendem viajar no período. O resultado indica que, embora a maior parte da população permaneça na cidade durante a data, uma parcela relevante dos consumidores planeja aproveitar o feriado prolongado para realizar deslocamentos, contribuindo também para a movimentação do setor de turismo e serviços.

A intenção de viagem passou de 21,6% em 2025 para 22,4% em 2026, representando um aumento de 0,8 ponto percentual. Esse avanço reforça a tendência de expansão gradual do interesse por viagens durante o período pascal, acompanhando a retomada das atividades turísticas observada nos últimos anos.

A série temporal apresenta um crescimento na intenção de viajar ao longo dos anos. Em 2021, apenas 8,3% dos consumidores declaravam essa intenção. O percentual praticamente dobrou em 2022 (14,8%), manteve-se em patamar semelhante em 2023 (12,6%) e voltou a crescer de forma mais significativa em 2024 (18,9%). Nos dois últimos anos, 2025 e 2026, o indicador atingiu seus maiores níveis, ultrapassando 20%, o que demonstra uma ampliação gradual do interesse por viagens durante o feriado da Semana Santa entre os consumidores mossoroenses.

Gráfico 11 Pretensão de viajar durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa:

O interior do Rio Grande do Norte aparece como o principal destino escolhido pelos consumidores de Mossoró que pretendem viajar durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa, com 50,9% das citações. Em seguida surge o litoral do estado, mencionado por 30,9%, enquanto 18,2% afirmaram que pretendem viajar para outros estados. Assim como em anos recentes, não houve registro de intenção de viagens internacionais entre os entrevistados. O resultado indica uma forte preferência por destinos regionais, especialmente dentro do próprio estado, o que reforça a importância do turismo interno no período.

No ano anterior, o litoral do RN liderava as intenções de viagem com 47,7%, seguido por outros estados (29%) e apenas 23,4% indicavam o interior do estado. Em 2026, esse cenário se inverteu: o interior voltou a ocupar a primeira posição, com crescimento expressivo de 23,4% para 50,9%, enquanto o litoral apresentou queda, passando de 47,7% para 30,9%. Já a intenção de viajar para outros estados também recuou, de 29% para 18,2%.

O interior do RN historicamente se destaca como principal destino para os mossoroenses durante a Semana Santa. Entre 2022 e 2024, por exemplo, essa categoria apresentou crescimento contínuo, passando de 44,6% em 2022 para 50,5% em 2024. A exceção foi 2025, quando houve uma mudança no padrão de viagem, com maior procura pelo litoral e por outros estados. Em 2026, entretanto, verifica-se um retorno ao comportamento predominante da série histórica, com forte preferência por viagens para o interior, possivelmente associadas a visitas familiares, turismo religioso e deslocamentos de curta distância durante o feriado.

Tabela 9 Se pretende viajar, qual o destino?

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Interior do RN	38,1%	44,6%	46,8%	50,5%	23,4%	50,9%
Litoral do RN	42,9%	37,8%	38,7%	34%	47,7%	30,9%
Outro Estado	16,7%	17,6%	12,9%	15,5%	29%	18,2%
Exterior (Internacional)	2,4%	0%	1,6%	0%	0%	0%

Gastos

Neste ano, a maior parte dos consumidores de Mossoró pretende gastar entre R\$ 51 e R\$ 100 na compra do presente de Páscoa, faixa que concentra 51,2% das respostas. Em seguida aparecem aqueles que pretendem desembolsar entre R\$ 101 e R\$ 200 (30,2%), enquanto 13,7% afirmaram que devem gastar mais de R\$ 200. A parcela que pretende investir até R\$ 50 representa apenas 4,9% dos entrevistados. Esse resultado indica uma concentração de gastos em valores intermediários, sugerindo que os consumidores mantêm cautela, mas ainda preservam o hábito de presentear durante a data.

A faixa de R\$ 51 a R\$ 100 apresentou leve aumento, passando de 50,5% em 2025 para 51,2% em 2026, enquanto a categoria entre R\$ 101 e R\$ 200 também registrou pequena alta, de 29,4% para 30,2%. Já o grupo que pretende gastar acima de R\$ 200 permaneceu praticamente estável (13,8% em 2025 e 13,7% em 2026), enquanto aqueles que gastariam até R\$ 50 continuaram em queda, passando de 6,2% para 4,9%, indicando uma redução gradual nos gastos mais baixos.

A evolução ao longo dos anos mostra uma mudança no perfil de gastos. Em 2021, os valores mais baixos tinham maior representatividade, com 29% gastando até R\$ 50. Com o passar do tempo, essa faixa perdeu participação, enquanto aumentou o peso das categorias de gastos mais elevados. Em 2024, por exemplo, houve crescimento expressivo da faixa entre R\$ 101 e R\$ 200 (38,8%), refletindo um avanço no ticket de consumo. Já em 2025 e 2026, consolidou-se a predominância da faixa entre R\$ 51 e R\$ 100, demonstrando que, apesar do aumento gradual dos valores gastos ao longo da série histórica, os consumidores têm concentrado suas compras em faixas intermediárias de preço.

Tabela 10 Quanto pretende gastar com presentes no período da Semana Santa/Páscoa?

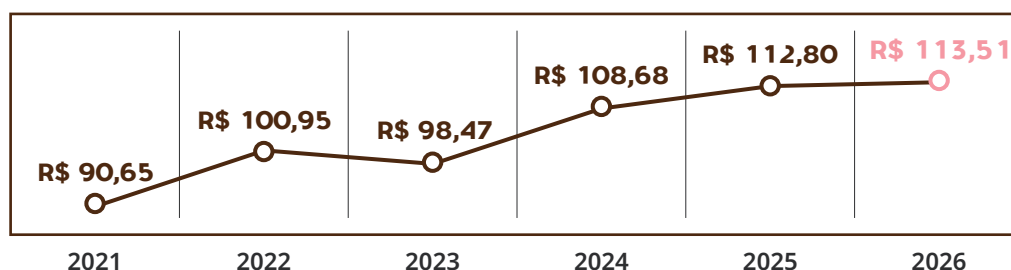
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 50	29%	25,6%	23,6%	12,8%	6,2%	4,9%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	43,9%	37,9%	43,7%	42,1%	50,5%	51,2%
Entre R\$ 101 e R\$ 200	22%	26,5%	23,1%	38,8%	29,4%	30,2%
Mais de R\$ 200	5,1%	10%	9,6%	6,2%	13,8%	13,7%

O gasto médio dos consumidores de Mossoró com presentes de Páscoa foi estimado em R\$ 113,51, indicando uma leve elevação em relação ao ano anterior. O resultado demonstra que, apesar de um comportamento de consumo ainda marcado por cautela, os consumidores continuam dispostos a manter ou até ampliar ligeiramente o valor destinado às compras da data comemorativa.

Em relação a 2025, quando o ticket médio foi de R\$ 112,80, observa-se um aumento nominal de R\$ 0,71, o que representa uma variação de aproximadamente 0,6%. Esse crescimento modesto indica estabilidade no nível de gastos, mostrando que o consumo relacionado à Páscoa se mantém relativamente consolidado no orçamento das famílias mossoroenses.

Em 2021, o gasto médio era de R\$ 90,65, avançando para R\$ 100,95 em 2022. Em 2023, houve uma pequena retração para R\$ 98,47, seguida por uma retomada mais consistente em 2024 (R\$ 108,68) e 2025 (R\$ 112,80). O valor registrado em 2026 representa o maior ticket médio da série histórica, reforçando a tendência de aumento gradual nos gastos com presentes ao longo dos últimos anos.

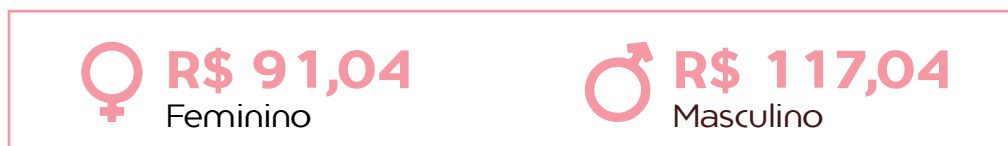
Gráfico 12 Gasto médio com presentes:



A análise do gasto médio com presentes de Páscoa em Mossoró em 2026 revela diferenças relevantes entre os perfis dos consumidores. Entre os gêneros, os homens apresentam maior ticket médio (R\$ 117,04) em comparação às

mulheres (R\$ 91,04), indicando maior disposição de gasto entre o público masculino para a data.

Gráfico 13 Gasto médio com presentes por gênero:



No recorte etário, os consumidores de 16 a 24 anos lideram o valor médio de gastos (R\$ 122,35), seguidos por aqueles entre 45 e 59 anos (R\$ 116,56) e 35 a 44 anos (R\$ 107,07). Já o grupo de 25 a 34 anos apresenta o menor gasto médio entre as faixas analisadas (R\$ 96,43).

Gráfico 14 Gasto médio com presentes por faixa etária:



Quando analisada a escolaridade, observa-se uma relação direta entre nível de instrução e valor gasto. Consumidores com ensino superior ou mais apresentam o maior ticket médio (R\$ 129,38), enquanto aqueles com ensino médio gastam em média R\$ 95,26 e os entrevistados com ensino fundamental registram o menor gasto médio (R\$ 66,67). Esse comportamento reforça a influência do nível socioeconômico no padrão de consumo durante a Páscoa.

Gráfico 15 Gasto médio com presentes por escolaridade:



O mesmo padrão é observado no recorte por renda familiar. Entre os consumidores com renda de até dois salários-mínimos, o gasto médio é de R\$ 92,57, aumentando para R\$ 100,00 entre aqueles que recebem de 2 a 5 salários-mínimos. Já entre os consumidores com renda de 5 a 10 salários-mínimos, o valor médio sobe para R\$ 134,57, alcançando R\$ 157,00 entre os entrevistados com rendimentos acima de 10 salários-mínimos. Esses dados demonstram que o poder de compra continua sendo um fator determinante para o valor gasto com presentes na Páscoa, evidenciando uma clara relação entre renda e intensidade de consumo.

Gráfico 16 Gasto médio com presentes por faixa de renda:



Entre os consumidores de Mossoró que pretendem comprar pescados durante a Semana Santa, a maior parcela estima gastar entre R\$ 51 e R\$ 100, faixa mencionada por 42,3% dos entrevistados. Em seguida aparecem aqueles que pretendem gastar entre R\$ 101 e R\$ 150 (20,7%), enquanto 19,4% afirmam que devem gastar até R\$ 50. Já 13,8% projetam desembolsar acima de R\$ 150, indicando que uma parcela relevante da população pretende realizar compras de maior valor nesse período. Outros 3,7% ainda não sabem quanto pretendem gastar. Os resultados demonstram que, embora a faixa intermediária continue predominando, há um crescimento significativo das categorias de gasto mais elevado.

Comparando com 2025, houve uma redução na participação da faixa de menor gasto, que passou de 22,2% para 19,4%, e também queda na faixa entre R\$ 51 e R\$ 100, que recuou de 52,9% para 42,3%. Por outro lado, houve aumento nas faixas superiores, especialmente entre R\$ 101 e R\$ 150, que cresceu de 15,5% para 20,7%, e acima de R\$ 150, que avançou de 8,3% para 13,8%. Esse movimento indica que os consumidores mossoroenses estão destinando valores maiores para as compras de pescados em 2026.

Quando observada a série histórica, nota-se que nos primeiros anos predominavam as faixas de menor gasto, principalmente até R\$ 50 e entre R\$ 51 e R\$ 100, que concentravam a maior parte das respostas em 2021, 2022 e 2023. A partir de 2024, no entanto, começa a se destacar um crescimento gradual das faixas de gasto mais elevadas, especialmente entre R\$ 101 e R\$ 150 e acima de R\$ 150. Em 2026, esse movimento se intensifica, com aumento expressivo dessas duas categorias, indicando uma mudança no padrão de consumo e maior disposição dos consumidores de Mossoró em investir valores mais altos nas compras de pescados durante a Semana Santa.

Tabela 11 Quanto pretende gastar com pescado no período da Semana Santa/Páscoa?

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 50	38,5%	39,7%	36,2%	26,2%	22,2%	19,4%
Entre R\$ 51 e R\$ 100	43,3%	33,9%	40,7%	41%	52,9%	42,3%
Entre R\$ 101 e R\$ 150	14,2%	12,8%	12,5%	19,4%	15,5%	20,7%
Acima de R\$ 150	2,4%	5,6%	7,8%	9,6%	8,3%	13,8%
Não sabe	1,6%	8%	2,8%	3,8%	1,1%	3,7%

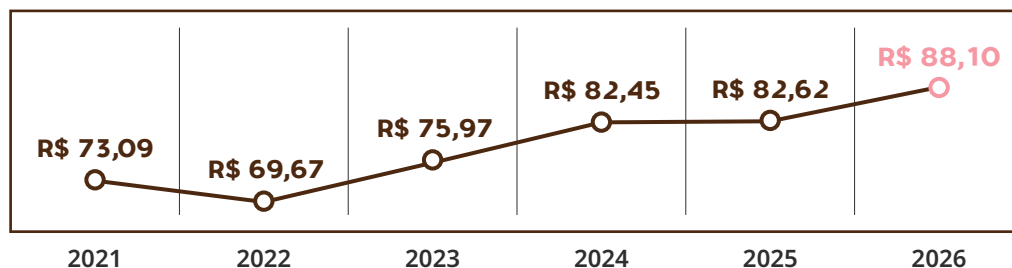
O gasto médio dos consumidores de Mossoró com pescados durante a Semana Santa atingiu R\$ 88,10, representando o maior valor registrado em toda a série histórica analisada. O resultado indica um aumento no valor destinado à compra desses produtos, reforçando a importância dos pescados no consumo tradicional do período pascal e demonstrando maior volume de recursos direcionados a esse tipo de alimento.

Em relação a 2025, quando o gasto médio foi de R\$ 82,62, observa-se um crescimento. Esse aumento acompanha o deslocamento observado nas faixas de gasto, com maior participação dos consumidores nas categorias acima de R\$ 100, indicando uma elevação no valor médio destinado às compras de pescados.

A evolução ao longo dos anos indica uma tendência gradual de crescimento do ticket médio. Em 2021, o gasto médio era de R\$ 73,09, caindo ligeiramente em 2022 (R\$ 69,67) e voltando a crescer em 2023 (R\$ 75,97). A partir de 2024, os valores passaram a apresentar elevação mais consistente, alcançando R\$ 82,45 em 2024 e R\$ 82,62 em 2025. O avanço observado em 2026 consolida essa trajetória de aumento, sugerindo tanto impacto da elevação de preços

dos pescados quanto maior disposição dos consumidores em investir nesse tipo de produto durante a Semana Santa.

Gráfico 17 Gasto médio com pescados:



Os gastos previstos pelos consumidores de Mossoró com viagens durante o feriadão da Semana Santa concentram-se principalmente nas faixas intermediárias. A maior parcela dos entrevistados (37,6%) pretende gastar entre R\$ 201 e R\$ 500, seguida por 26,6% que devem desembolsar até R\$ 200. Outros 22,9% afirmaram que pretendem gastar entre R\$ 500 e R\$ 1.000, enquanto 12,8% planejam investir acima de R\$ 1.000 na viagem. Nenhum entrevistado declarou não saber o valor que pretende gastar, indicando maior definição do orçamento destinado ao período.

A faixa entre R\$ 201 e R\$ 500, que passou de 33,9% em 2025 para 37,6% em 2026, e também na categoria entre R\$ 500 e R\$ 1.000, que avançou de 21,1% para 22,9%. Já os gastos até R\$ 200 apresentaram redução, passando de 31,2% para 26,6%, enquanto a faixa acima de R\$ 1.000 recuou ligeiramente de 13,8% para 12,8%. Esses movimentos indicam uma redistribuição dos gastos, com maior concentração nas faixas intermediárias.

Em 2021, predominavam despesas mais baixas, com 43,9% dos consumidores gastando até R\$ 200. A partir de 2022, começaram a ganhar espaço as faixas de maior valor, especialmente entre R\$ 500 e R\$ 1.000 e acima de R\$ 1.000, refletindo maior disposição para investir em viagens. Nos anos mais recentes, incluindo 2025 e 2026, verifica-se uma maior concentração nas faixas entre R\$ 201 e R\$ 500, indicando que, embora o interesse por viagens tenha aumentado, os consumidores tendem a manter um planejamento financeiro mais equilibrado para esse tipo de gasto durante a Semana Santa.

Tabela 12 Na sua viagem, qual o seu gasto médio, incluindo todos os itens?

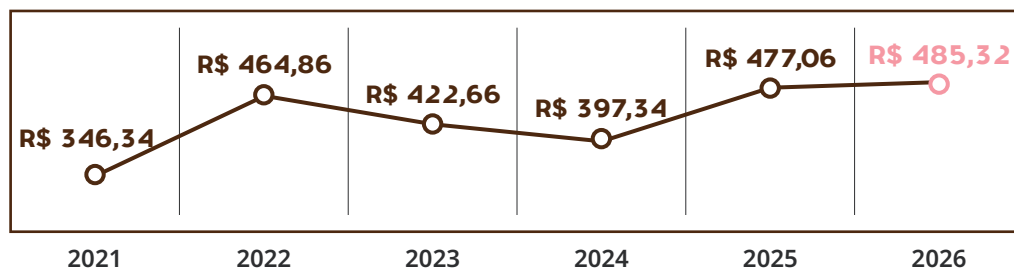
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Até R\$ 200	43,9%	24,3%	25%	34%	31,2%	26,6%
De R\$ 201 a R\$ 500	39%	37,8%	48,4%	44,7%	33,9%	37,6%
De R\$ 500 a R\$ 1.000	9,8%	21,6%	18,8%	16%	21,1%	22,9%
Acima de R\$ 1.000	4,9%	12,2%	6,3%	5,3%	13,8%	12,8%
Não sabe	2,4%	4,1%	1,6%	0%	0%	0%

O gasto médio previsto pelos consumidores de Mossoró com viagens durante o feriadão da Semana Santa/Páscoa foi estimado em R\$ 485,32, representando o maior valor da série histórica analisada. O resultado indica uma maior disposição de investimento nas viagens durante o período, reforçando a importância do feriado não apenas para o comércio varejista, mas também para o setor de turismo e serviços.

Em 2025, quando o gasto médio havia sido de R\$ 477,06, observa-se um crescimento de R\$ 8,26, o que corresponde a uma variação aproximada de 1,7%. Embora o aumento seja moderado, ele demonstra continuidade na tendência de elevação dos valores destinados às viagens, acompanhando o crescimento gradual da intenção de viajar observado nos últimos anos.

Durante os anos os gastos com viagens apresentaram oscilações, mas com tendência geral de crescimento. Em 2021, o gasto médio era de R\$ 346,34, avançando significativamente em 2022 (R\$ 464,86). Em 2023 e 2024, houve uma leve retração, com médias de R\$ 422,66 e R\$ 397,34, respectivamente. Já em 2025, o valor voltou a crescer de forma expressiva, atingindo R\$ 477,06, movimento que se consolida em 2026 com o maior ticket médio da série. Esse comportamento sugere uma recuperação gradual do consumo relacionado às viagens no período pascal, com consumidores destinando valores cada vez maiores para esse tipo de experiência.

Gráfico 18 Gasto médio com viagem:



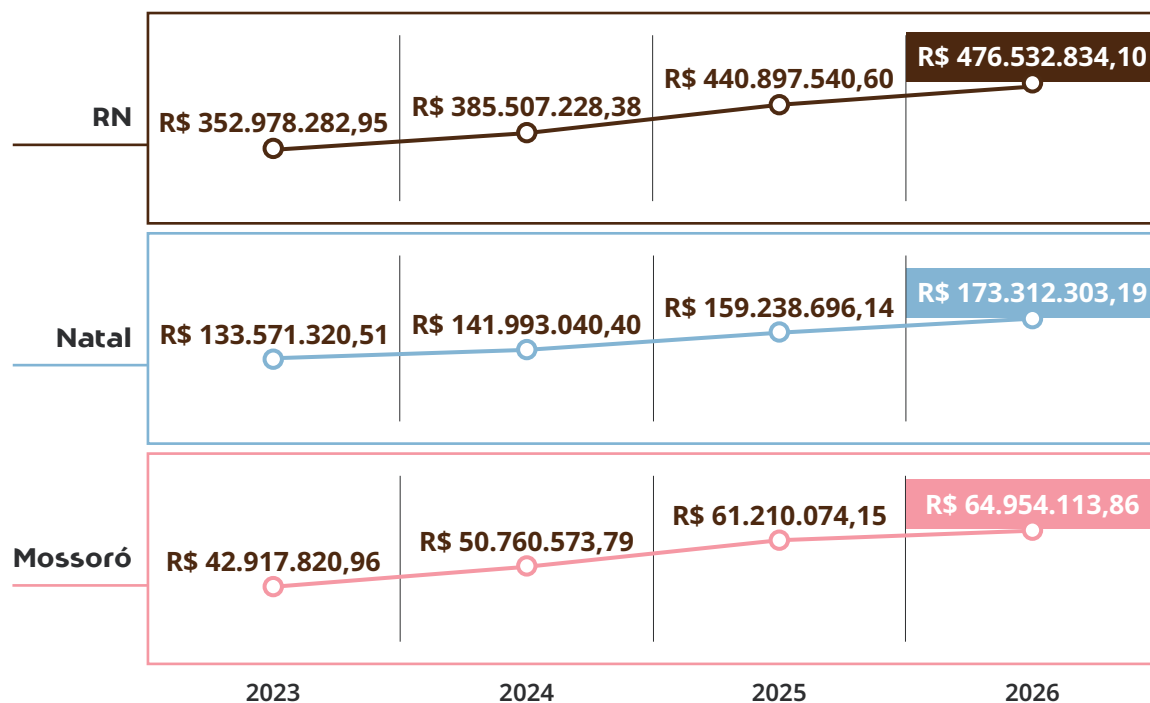
Movimentação econômica

A estimativa de movimentação econômica gerada pela Páscoa no Rio Grande do Norte alcançou R\$ 476,5 milhões, considerando os gastos com presentes, pescados e viagens durante o período. Desse total, Natal concentra R\$ 173,3 milhões, enquanto Mossoró registra R\$ 65 milhões em movimentação financeira. Os resultados reforçam a relevância econômica da data para o comércio e para os setores ligados ao consumo sazonal, como supermercados, chocolaterias, pescados e turismo.

No Rio Grande do Norte, o volume financeiro passou de R\$ 440,9 milhões para R\$ 476,5 milhões, representando crescimento de aproximadamente 8,1%. Em Natal, a movimentação avançou de R\$ 159,2 milhões para R\$ 173,3 milhões, um aumento nominal de cerca de 8,8%. Já em Mossoró, o volume passou de R\$ 61,2 milhões para R\$ 65 milhões, registrando crescimento nominal aproximado de 6,1%. Esses resultados indicam uma expansão do consumo associado à data, impulsionada principalmente pelo aumento do ticket médio de compras e pela manutenção da intenção de consumo.

Ao analisar a evolução desde 2023, percebe-se uma trajetória consistente de crescimento da movimentação econômica da Páscoa no estado. No Rio Grande do Norte, o volume estimado passou de R\$ 353 milhões em 2023 para R\$ 385,5 milhões em 2024, chegando a R\$ 440,9 milhões em 2025 e atingindo R\$ 476,5 milhões em 2026, consolidando uma tendência de expansão anual do consumo. Esse movimento também é observado nas principais cidades analisadas. Em Natal, a movimentação saiu de R\$ 133,6 milhões em 2023 para R\$ 142 milhões em 2024, R\$ 159,2 milhões em 2025 e R\$ 173,3 milhões em 2026. Já em Mossoró, o volume evoluiu de R\$ 42,9 milhões em 2023 para R\$ 50,8 milhões em 2024, R\$ 61,2 milhões em 2025 e R\$ 65 milhões em 2026. A Páscoa vem se consolidando como um período de crescimento contínuo da atividade econômica, impulsionado pela combinação entre consumo no varejo, alimentação típica da Semana Santa e viagens realizadas durante o feriado prolongado.

Gráfico 19 Estimativa de movimentação econômica por ano:



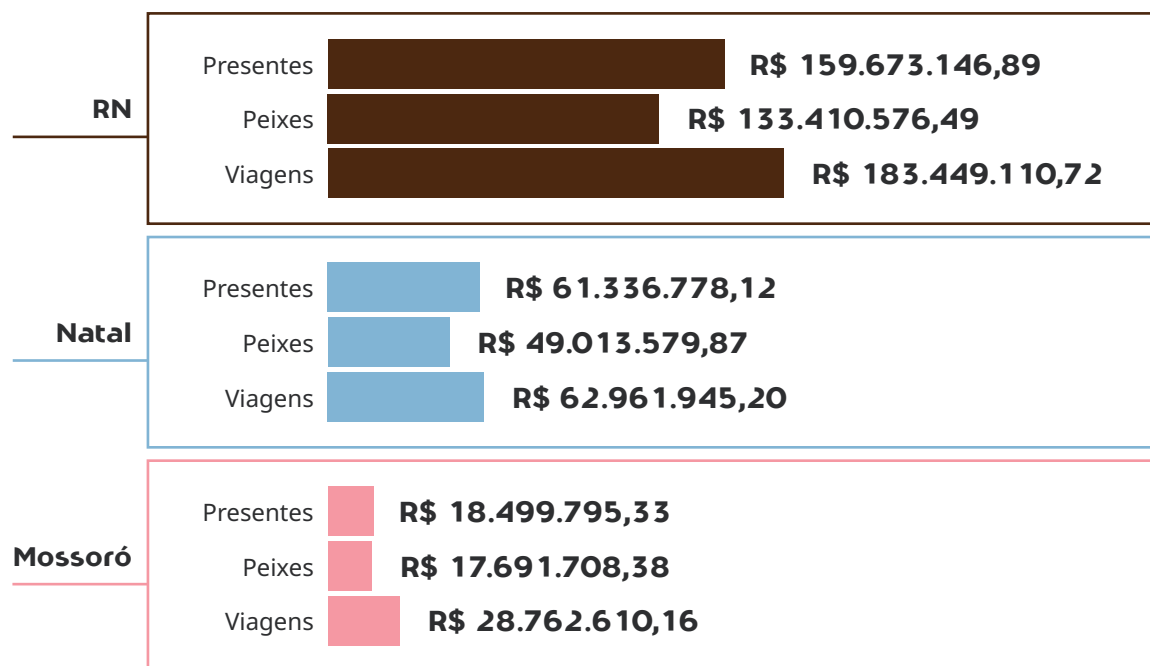
A estimativa de movimentação econômica da Páscoa de 2026 evidencia a relevância da data para a economia do Rio Grande do Norte, considerando três importantes segmentos de consumo associados ao período: compra de presentes, aquisição de pescados e realização de viagens durante o feriadão da Semana Santa. No estado, a movimentação total estimada atinge aproximadamente R\$ 476,5 milhões, sendo R\$ 183,4 milhões provenientes de viagens, R\$ 159,7 milhões relacionados à compra de presentes — principalmente chocolates — e R\$ 133,4 milhões decorrentes do consumo de peixes e crustáceos. Esse resultado demonstra que, além do tradicional consumo de chocolates e pescados, o período também estimula significativamente o turismo e os deslocamentos dentro e fora do estado.

Em Natal, principal centro econômico do estado, a movimentação estimada alcança cerca de R\$ 173,3 milhões, com destaque para os gastos com viagens, que somam aproximadamente R\$ 63 milhões, seguidos pelas compras de presentes, que devem movimentar cerca de R\$ 61,3 milhões, e pelo consumo de pescados, estimado em R\$ 49 milhões. Esse comportamento reforça a diversidade do impacto econômico da data na capital, evidenciando não apenas

a força do comércio varejista, mas também a importância das atividades relacionadas ao lazer e ao turismo durante o feriado prolongado.

Já em Mossoró, segundo maior município do estado, a movimentação econômica estimada para a Páscoa de 2026 alcança aproximadamente R\$ 64,9 milhões. Assim como observado no cenário estadual e na capital, o segmento de viagens apresenta o maior volume financeiro, com cerca de R\$ 28,8 milhões, seguido pelas compras de presentes, que devem movimentar R\$ 18,5 milhões, e pelo consumo de pescados, estimado em R\$ 17,7 milhões. Esse cenário demonstra que, mesmo fora da capital, a data mantém forte capacidade de dinamizar diferentes setores da economia local.

Gráfico 20 Estimativa de movimentação econômica, por segmento:





Fecomércio RN

CNC Sesc Senac

Sindicatos Empresariais | IFC