

CURADORIA

Escola
» Encantech

INSIGHTS

ROCK ENCANTECH

PÁSCOA 2025

COMO O SHOPPER COMPROU E O
QUE ISSO REVELA SOBRE O CONSUMO

ROCK · ENCANTECH

Páscoa 2025 cresce em faturamento, impulsionada por ticket maior e **engajamento do shopper**

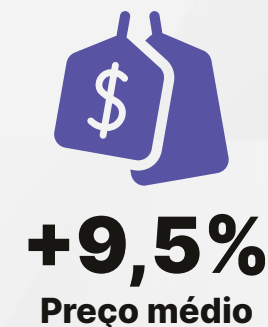
2025X2024 – VAREJO ALIMENTAR

O crescimento da Páscoa em 2025 reforça uma mudança importante no consumo: o aumento de faturamento está diretamente ligado ao aumento do ticket médio (+11,2%) e do preço (+9,5%), enquanto o volume de compras apresenta leve retração (-0,9%).

Isso indica um cenário em que o shopper continua participando da data, mas com decisões mais seletivas, priorizando valor percebido e ajustando quantidade.

Priorize estratégias de aumento de ticket, não só de fluxo (combos, kits de Páscoa, cross-sell)

QUINZENA DA PÁSCOA: 17/03/2024 A 31/03/2024 E 06/04/2025 A 20/04/2025



O crescimento veio do **shopper fidelizado**

2025X2024 - VAREJO ALIMENTAR

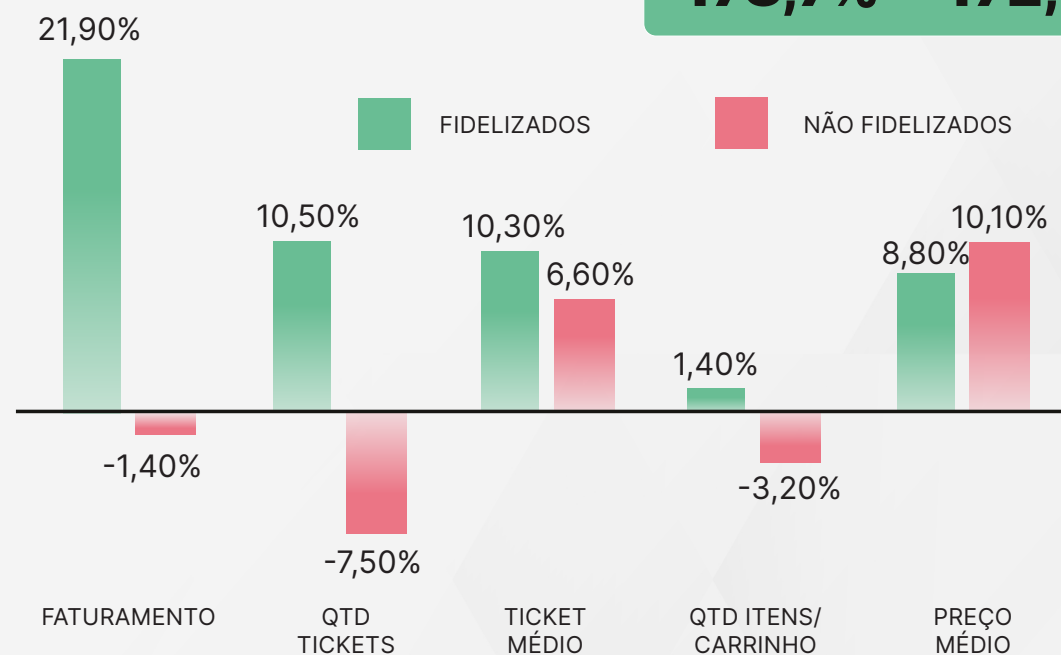
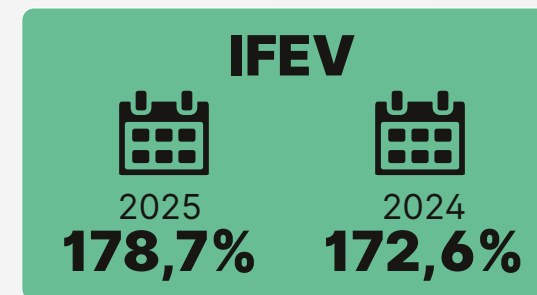
O crescimento da Páscoa foi puxado por uma base mais engajada, que responde melhor a relacionamento e estímulos.

Enquanto a base fidelizada apresentou expansão consistente em todos os indicadores, os não fidelizados reduziram frequência e volume de compra, compensando parcialmente apenas com aumento de ticket médio.

Intensifique campanhas para base ativa (CRM, app, ofertas personalizadas)

Crie benefícios exclusivos para fidelizados na Páscoa

Use a data como momento de ativação e retenção, não só aquisição



A cesta mostra um equilíbrio entre **tradição e adaptação ao preço**

2025X2024 – VAREJO ALIMENTAR

CATEGORIAS	FATURAMENTO 2025 x 2024	QTD DE ITENS 2025 x 2024	PREÇO MÉDIO		
			2024	2025	2025 x 2024
ING. P/ FABR. TOTAL	16,3%	1,7%	R\$ 6,42	R\$ 5,61	14,4%
CONFEITOS	24,7%	11,1%	R\$ 7,13	R\$ 6,35	12,3%
COCO RALADO	19,2%	3,2%	R\$ 6,52	R\$ 5,65	15,4%
LEITE EM PÓ	18,1%	0,8%	R\$ 12,44	R\$ 10,62	17,1%
CREME DE AVELÃ	16,8%	-1,1%	R\$ 23,72	R\$ 20,08	18,1%
LEITE CONDENSADO	15,7%	-4,5%	R\$ 6,11	R\$ 5,05	21,1%
LEITE DE COCO	14,0%	-0,7%	R\$ 5,17	R\$ 4,51	14,8%
CREME DE LEITE	12,7%	7,3%	R\$ 3,25	R\$ 3,09	5,0%
PERSONALIZADO	11,3%	-12,7%	R\$ 11,06	R\$ 8,68	27,4%
AZEITONAS	11,3%	-3,0%	R\$ 8,40	R\$ 9,64	14,8%
CHOCOLATES	10,9%	-9,1%	R\$ 8,25	R\$ 6,76	22,0%
COLOMBA	7,2%	-4,1%	R\$ 18,29	R\$ 16,38	11,7%
OVO DE PÁSCOA	4,1%	-5,5%	R\$ 45,55	R\$ 41,35	10,2%
PEIXES	3,2%	-6,5%	R\$ 16,14	R\$ 14,62	10,4%
AZEITES	-2,7%	-0,8%	R\$ 27,91	R\$ 28,44	-1,9%
BATATA	-13,7%	7,3%	R\$ 5,02	R\$ 6,24	-19,6%

QUINZENA DA PÁSCOA: 17/03/2024 A 31/03/2024 E 06/04/2025 A 20/04/2025

A cesta mostra um equilíbrio entre tradição e adaptação ao preço

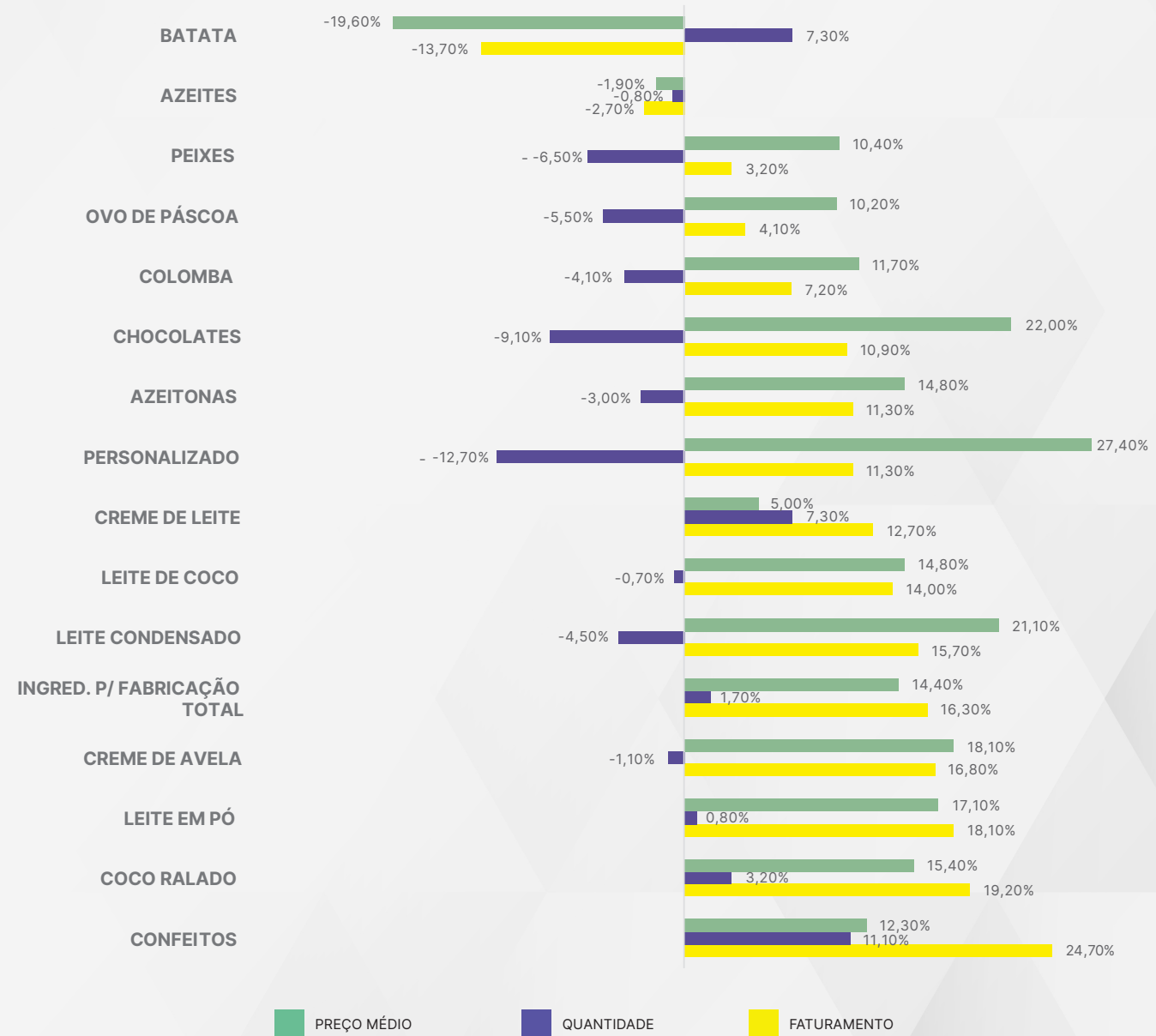
2025X2024 – VAREJO ALIMENTAR

A cesta de Páscoa revela um comportamento híbrido: o shopper mantém itens tradicionais, mas adapta o consumo diante de pressão de preço.

- › Redução de volume em categorias mais caras
- › Crescimento em itens ligados ao preparo caseiro
- › Busca por alternativas de maior controle de gasto

Essa dinâmica indica uma Páscoa menos impulsiva e mais planejada.

QUINZENA DA PÁSCOA: 17/03/2024 A 31/03/2024 E 06/04/2025 A 20/04/2025

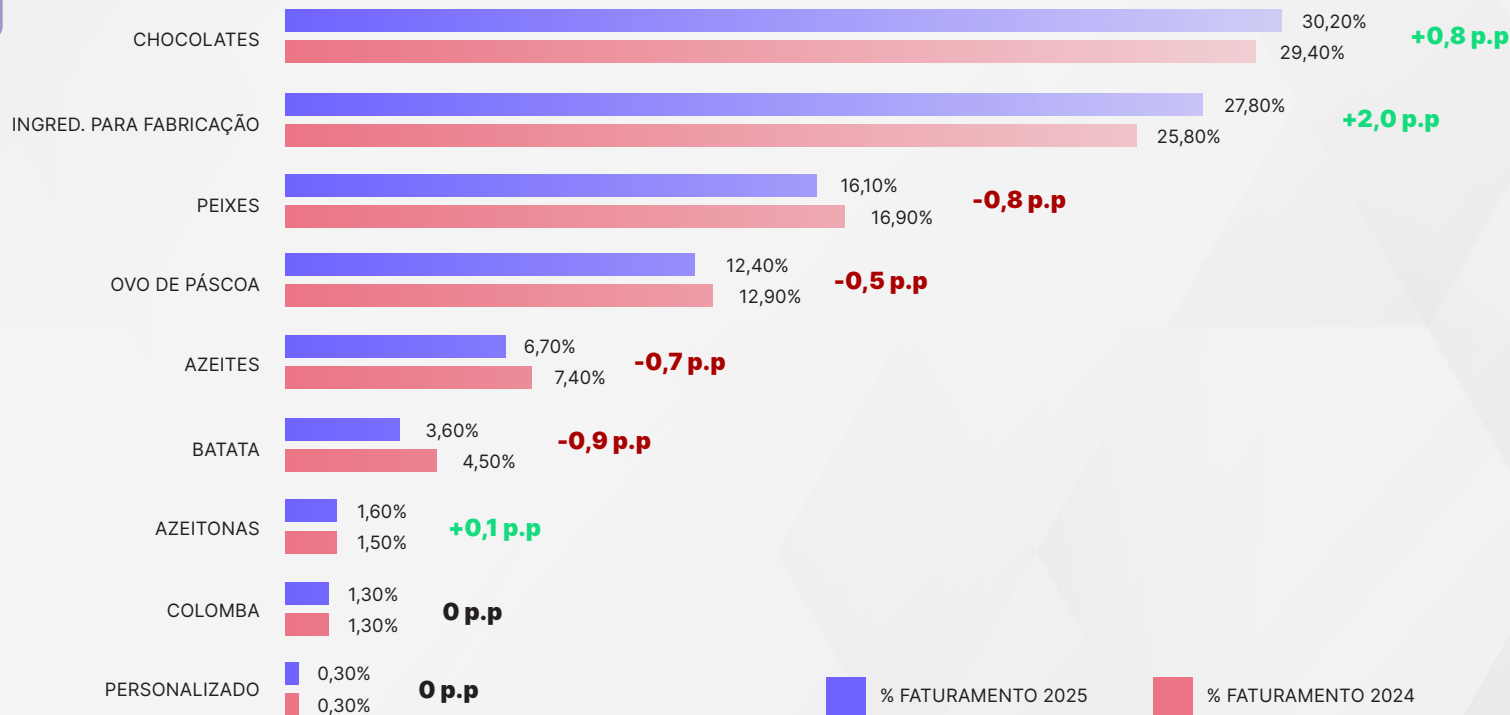


Os itens tradicionais ainda concentram o faturamento

2025X2024 - VAREJO ALIMENTAR

Mesmo com a evolução de categorias ligadas à fabricação, os itens tradicionais seguem concentrando a maior parte do faturamento, com destaque para chocolates e peixes.

A relevância dessas categorias reforça que a Páscoa permanece uma data altamente simbólica, em que a tradição ainda pesa mais do que substituição completa de consumo.



Trabalhe exposição reforçada
(ilhas, pontas de gôndola)

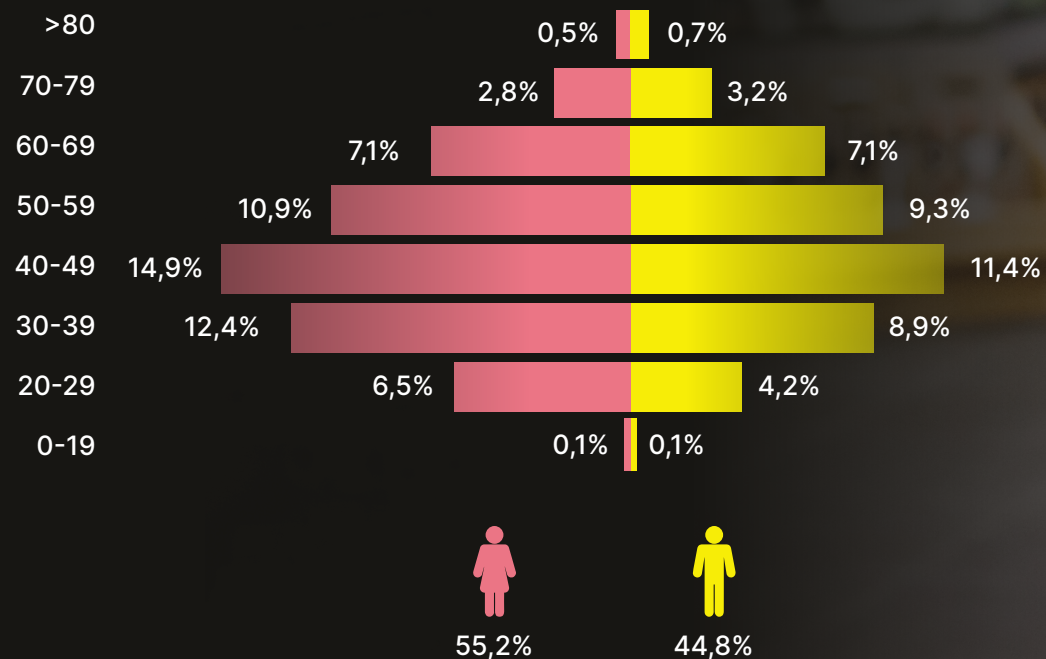
Use categorias tradicionais como
âncora de tráfego e margem

QUINZENA DA PÁSCOA: 17/03/2024 A 31/03/2024 E 06/04/2025 A 20/04/2025

Quem é o shopper da páscoa?

2025X2024 – VAREJO ALIMENTAR

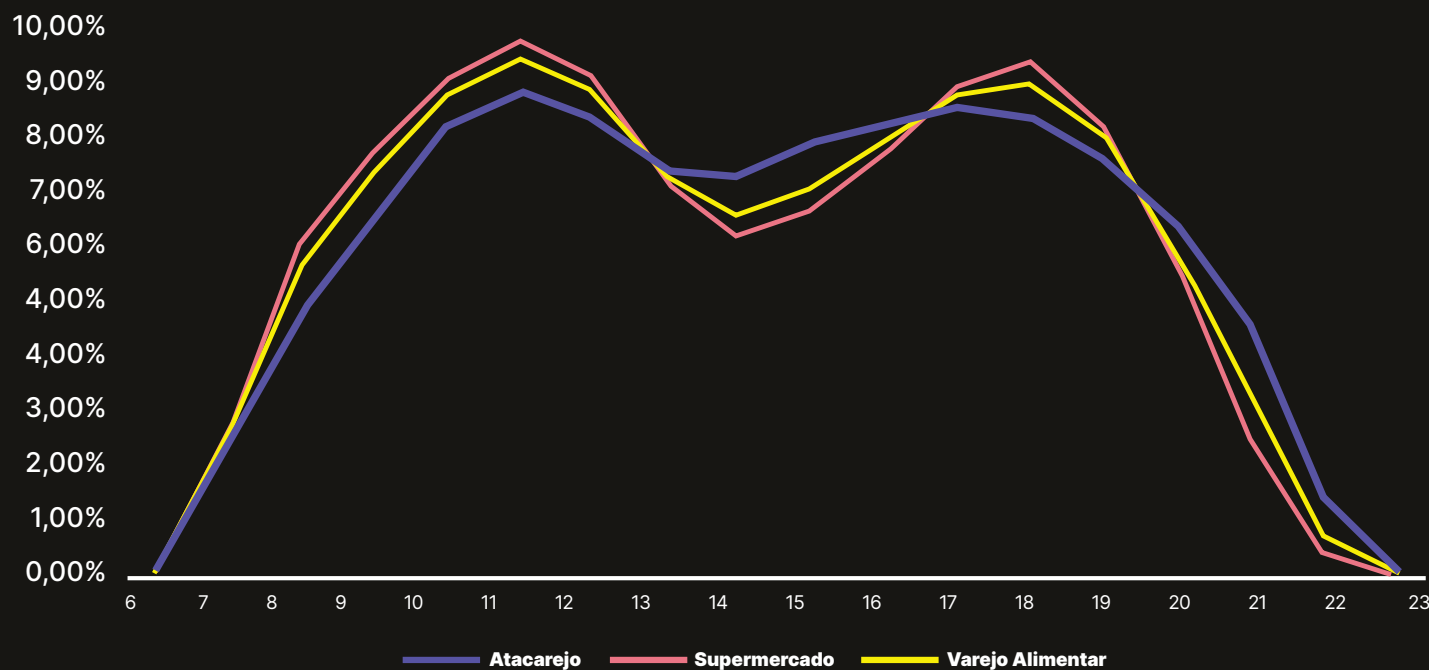
A Páscoa é impulsionada principalmente por um público adulto, com maior concentração entre 30 e 49 anos, e leve predominância feminina.



Quem é o shopper da páscoa?

2025X2024 – VAREJO ALIMENTAR

VENDAS POR HORA



A previsibilidade ao longo do dia indica oportunidades claras para ativação promocional e operacional.

Como esse shopper compra?

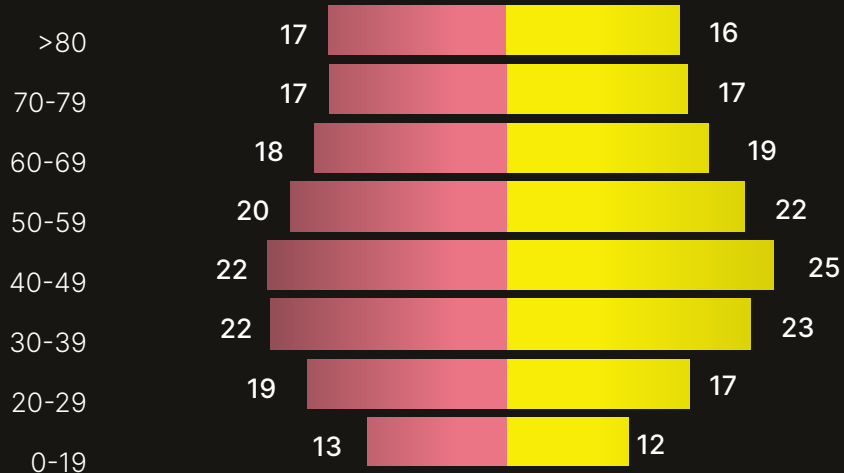
2025X2024 – VAREJO ALIMENTAR

A Páscoa se consolida como uma missão de compra estruturada, menos fragmentada e mais concentrada em perfis-chave.

Os dados mostram uma concentração clara de consumo nas faixas centrais de idade, que combinam maior número de itens por carrinho com maior gasto médio. Esses shoppers representam o núcleo econômico da data, combinando volume e valor.



ITENS NO CARRINHO



GASTO MÉDIO





VISÃO DE CANALIS

Supermercado vs Atacarejo

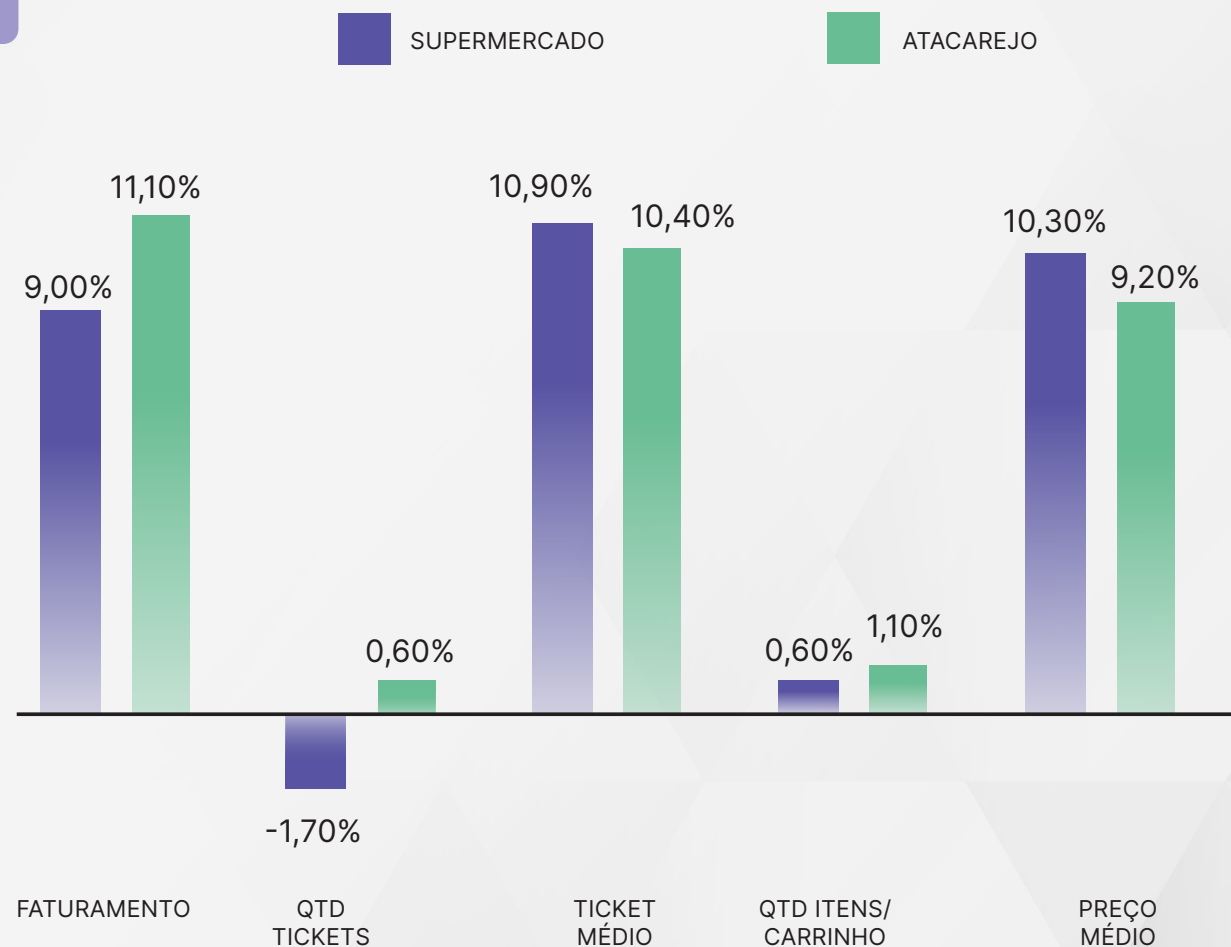
O atacarejo lidera crescimento, mas ambos dependem de ticket

2025X2024 - SUPERMERCADO VS ATACAREJO

O crescimento entre canais segue uma lógica semelhante: ambos apresentam expansão de faturamento sustentada principalmente pelo aumento do ticket médio.

O atacarejo se destaca por manter crescimento também em volume, enquanto o supermercado apresenta retração de fluxo.

O cenário reforça o papel do atacarejo como canal de abastecimento e do supermercado como canal de conveniência.



Supermercados

2025X2024

Nos supermercados, o crescimento da Páscoa está diretamente associado ao aumento do ticket médio **(+10,9%)** e do preço médio **(+10,3%)**, mesmo com queda na frequência de compra **(-1,7%)**.

O shopper mantém a relevância da data, mas reduz visitas, concentrando mais valor por ida.



Trabalhe campanhas de cesta complementar

Explore compras de última hora

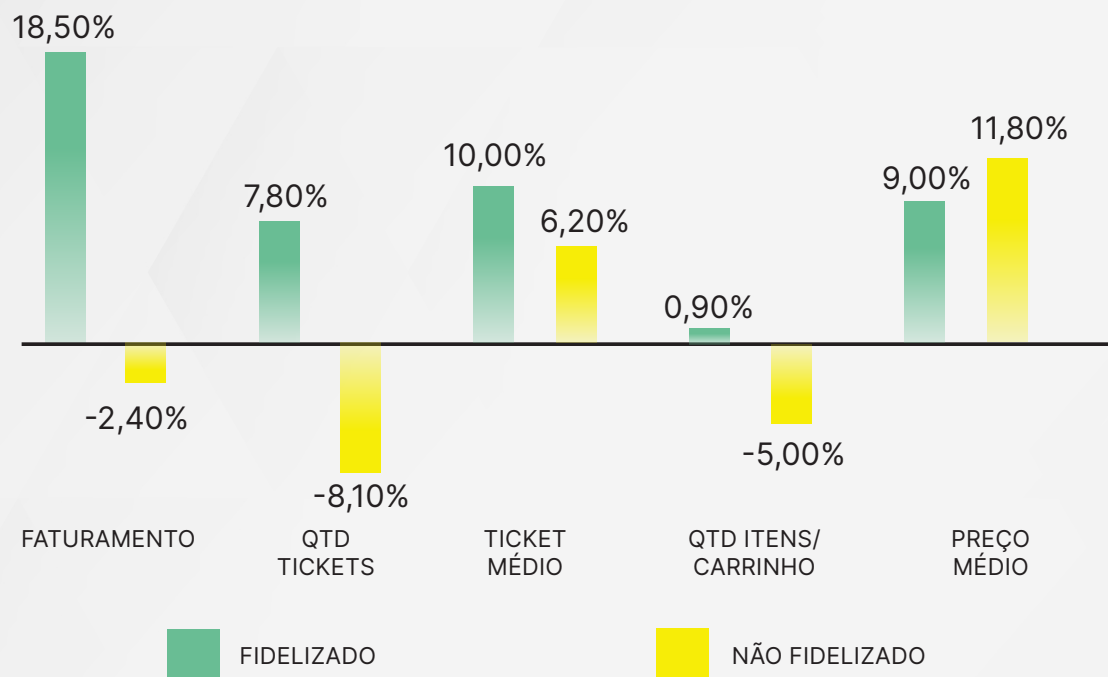
Invista em visibilidade dentro da loja (layout e exposição)

QUINZENA DA PÁSCOA: 17/03/2024 A 31/03/2024 E 06/04/2025 A 20/04/2025

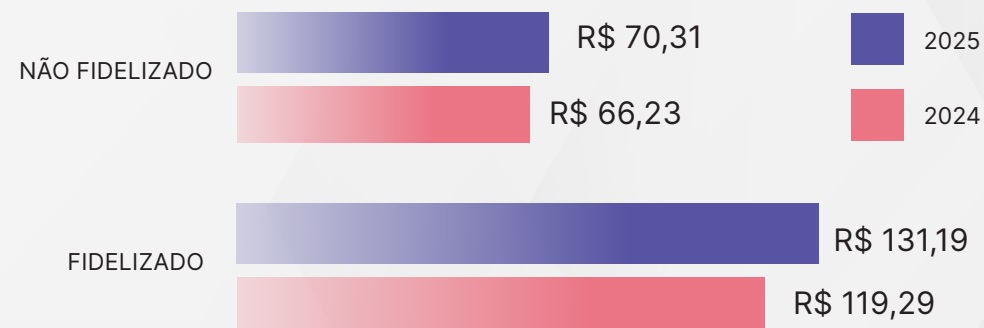
Fidelidade nos supermercados

2025X2024

Clientes fidelizados não apenas gastam mais, como mantêm ou ampliam sua frequência. Os clientes fidelizados tiveram um gasto médio **11%** maior e mostraram crescimento de **0,9%** na frequência em 2025, em comparação a 2024



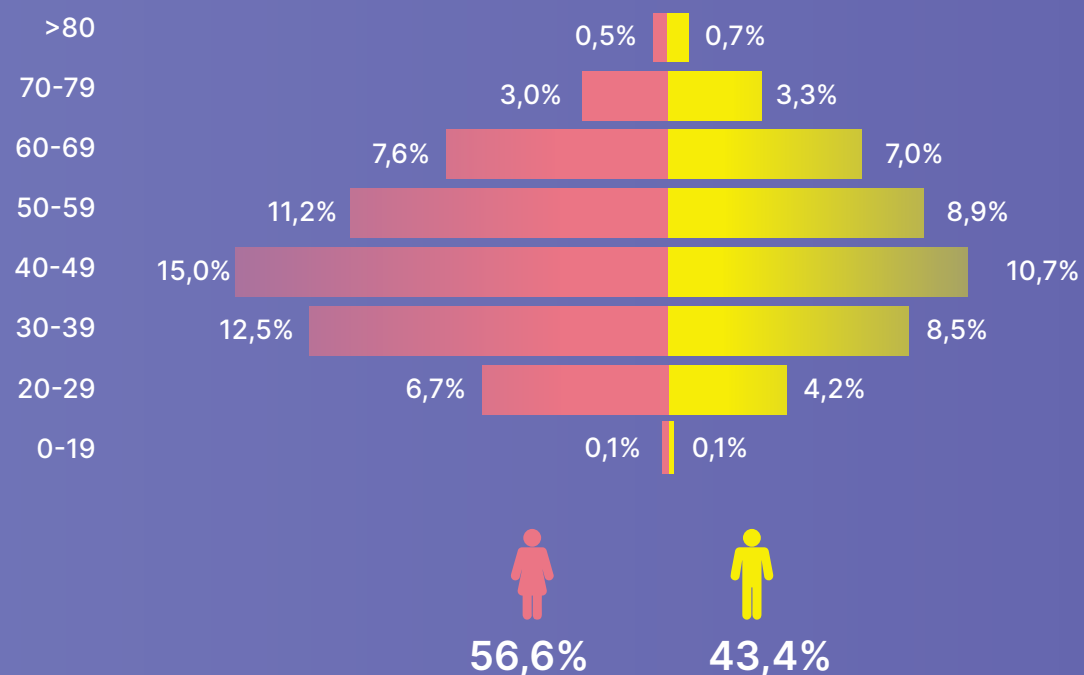
TICKET MÉDIO



A diferença de ticket médio entre fidelizados e não fidelizados evidencia o impacto direto de estratégias de relacionamento na captura de valor.

Quem é o shopper do supermercado na páscoa?

2025X2024



O perfil do shopper se mantém consistente com o varejo geral, com **predominância feminina** e concentração em adultos. Isso indica que o supermercado acompanha o comportamento estrutural da data, sem grandes desvios de perfil.

Como esse shopper compra?

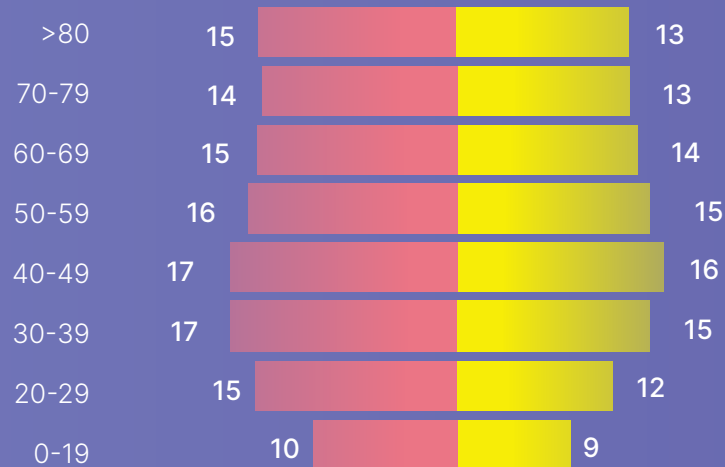
2025X2024

Nos supermercados, os carrinhos são menores e o gasto médio mais contido quando comparado ao atacarejo, reforçando seu papel em compras mais imediatas e complementares.

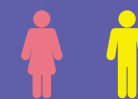
A Páscoa no supermercado tende a ser uma compra mais tática do que de abastecimento.



ITENS NO CARRINHO



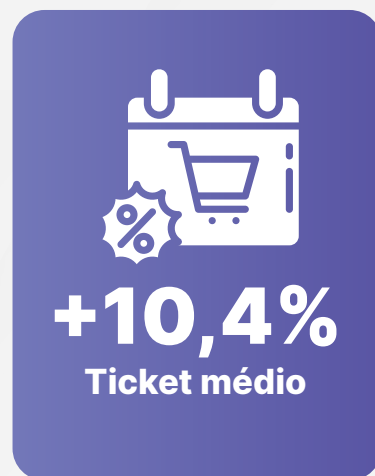
GASTO MÉDIO



Atacarejo

2025X2024

O atacarejo apresenta o crescimento mais robusto da Páscoa, com expansão tanto em faturamento quanto em volume de tickets. Diferente do supermercado, o crescimento aqui combina preço e volume, indicando maior resiliência do canal.

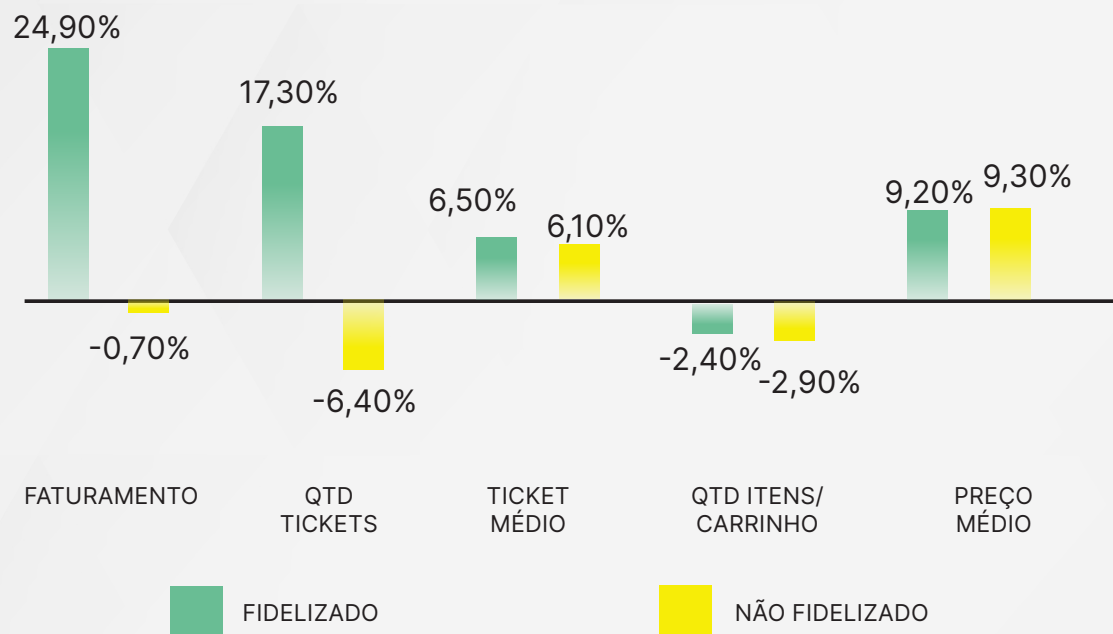


QUINZENA DA PÁSCOA: 17/03/2024 A 31/03/2024 E 06/04/2025 A 20/04/2025

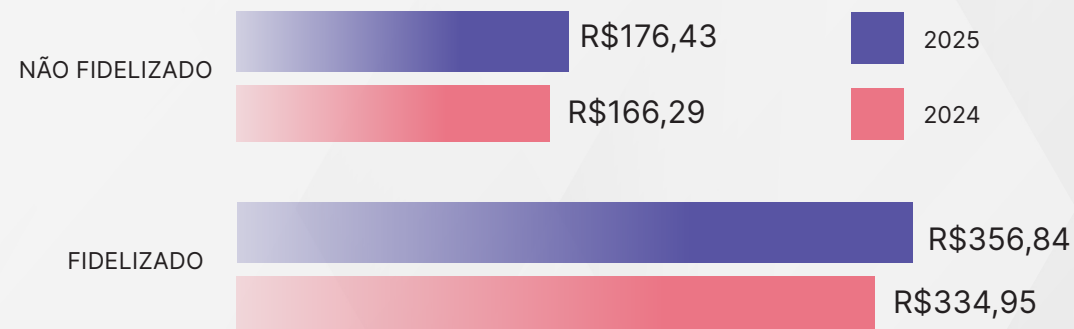
Fidelidade nos atacarejos

2025X2024

A fidelização no atacarejo também impulsiona resultados, embora com menor diferença de ticket médio em relação ao supermercado. O impacto da fidelização existe, mas é mais diluído em um canal já orientado a volume.



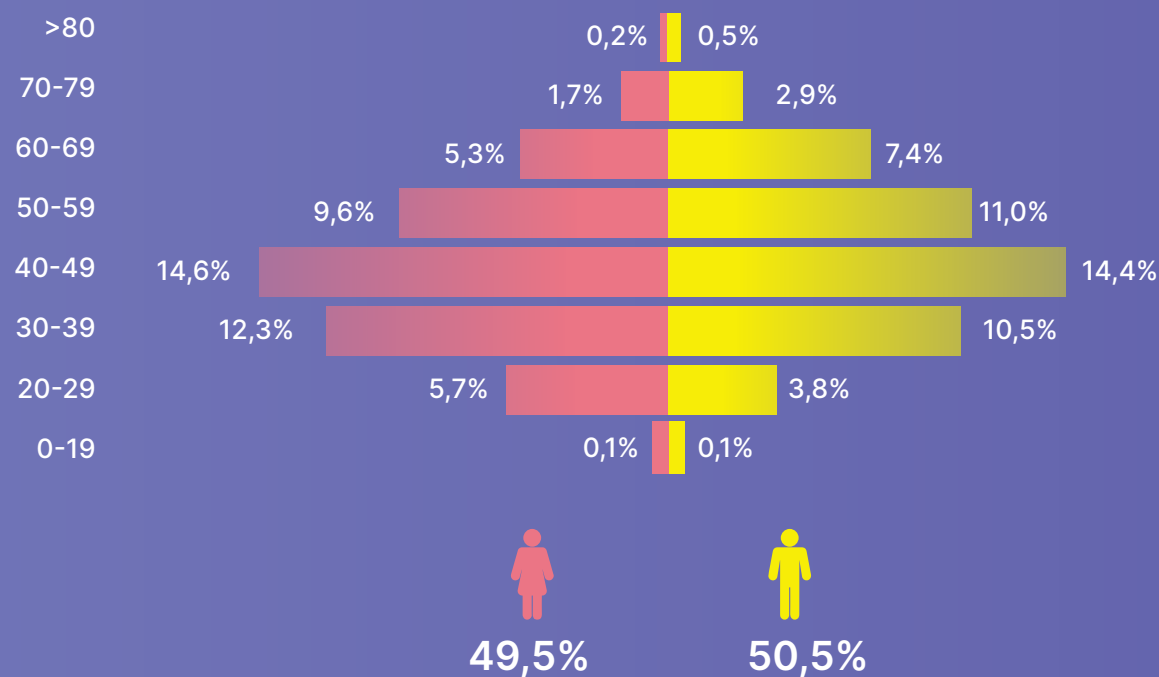
TICKET MÉDIO



Os clientes fidelizados tiveram um gasto médio 7% maior e mostraram crescimento de 0,4% na frequência, quando comparamos 2025 com 2024.

Quem é o shopper do atacarejo na páscoa?

2025X2024



O atacarejo apresenta um perfil mais equilibrado entre gêneros e maior dispersão etária.

Isso reforça seu papel como canal mais amplo e transversal no consumo.

Como esse shopper compra?

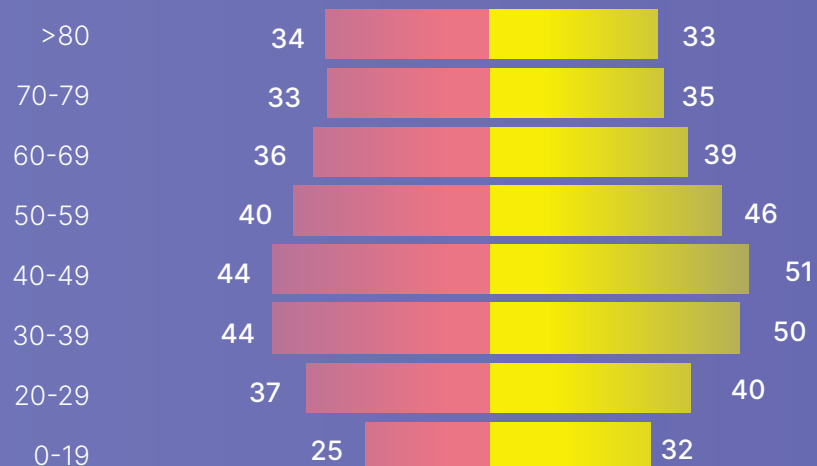
2025X2024

O atacarejo concentra os maiores carrinhos e os maiores níveis de gasto médio, especialmente nas faixas de 30 a 49 anos.

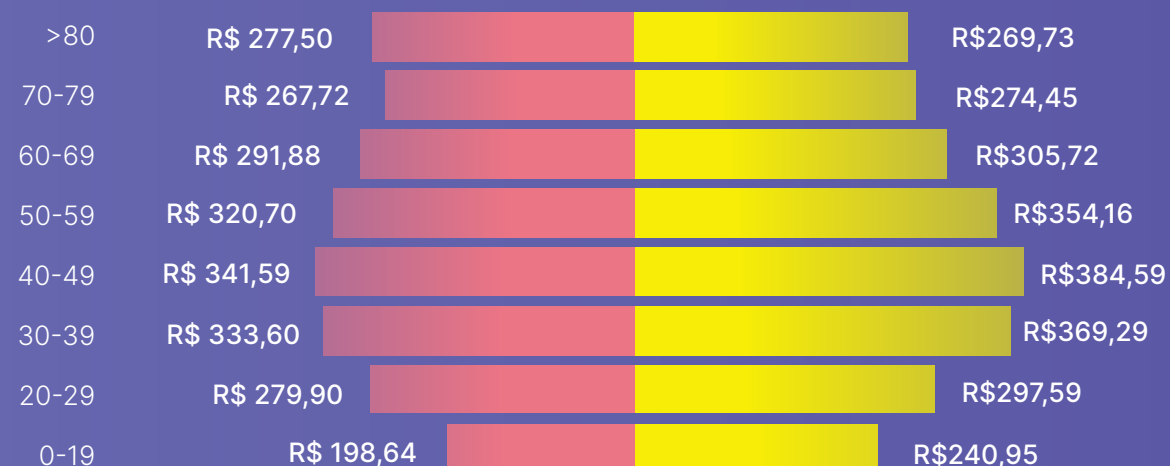
A Páscoa no atacarejo está diretamente associada a compras de abastecimento e maior planejamento financeiro.



ITENS NO CARRINHO



GASTO MÉDIO



A Páscoa cresce, mas com um **novo padrão de consumo**

O shopper segue presente na data, mas mais racional, seletivo e concentrado. Quem consegue ativar melhor sua base e ajustar sua proposta de valor captura mais resultado.

Como capturar essa oportunidade:

1

Priorize aumento de ticket, não só fluxo

Trabalhe combos, kits e cross-sell para ampliar o valor por compra.

2

Ative sua base fidelizada

Clientes engajados são os principais responsáveis pelo crescimento.

3

Equilibre tradição e acessibilidade

Garanta os itens clássicos, mas ofereça alternativas mais econômicas.

4

Adapte a estratégia por canal

Atacarejo para volume e abastecimento e supermercado para conveniência e reposição.

ROCK.
ENCANTECH



customer.insights
Newsletter da Rock Encantech no LinkedIn

rockencantech.com.br