



Sondagem Empresarial do Comércio Varejista: Resultados das Vendas da Páscoa 2026

Amostra de 53 estabelecimentos - Manaus

O levantamento foi realizado pelo Instituto Fecomércio de Pesquisas Empresariais do Amazonas (IFPEAM), no contexto da Páscoa de 2026, por meio de amostra não probabilística por conveniência, composta por empresas do comércio varejista atuantes na comercialização de produtos típicos do período, como ovos de chocolate, chocolates em barra, bombons e itens correlatos, no município de Manaus.

Por se tratar de uma amostra não probabilística, os resultados possuem caráter indicativo, refletindo a percepção das empresas participantes, não sendo passíveis de generalização estatística para todo o universo de estabelecimentos.

Período de coleta: de 07 a 08 de abril de 2026 - Manaus

Sondagem Empresarial - Resultados das Vendas da Páscoa 2026.

DESTAQUES:

A Páscoa de 2026 em Manaus apresentou um crescimento próximo de **5%**, caracterizando um ciclo de **expansão moderada**, puxado mais por **volume e ação do varejo** do que por ganho de renda do consumidor.

Desempenho geral: crescimento consistente, porém heterogêneo:

- **74% dos estabelecimentos registraram melhora nas vendas** em relação a 2025
- **61% apresentaram crescimento no faturamento**
- **83% atingiram ou superaram expectativas**

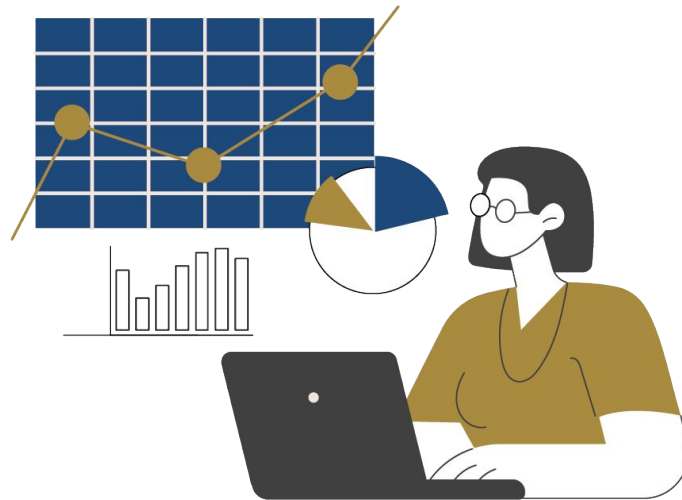
Estimativa de crescimento médio do varejo na Páscoa 2026: entre as empresas consultadas pelo IFPEAM, e com base na distribuição da variação de faturamento:

- 38% cresceram entre **5% e 10%**
- 23% cresceram **acima de 10%**
- 30% ficaram estáveis
- 9% apresentaram queda

Vetores de crescimento: protagonismo do varejo: O desempenho positivo foi impulsionado majoritariamente por fatores internos: **Promoções agressivas (75%)** – principal driver, **Maior fluxo de consumidores (40%)** **Calendário favorável (28%).**

A Páscoa de 2026 em Manaus apresentou **crescimento real moderado (≈5%)**, sustentado por um varejo ativo e competitivo, em um contexto de **consumidor resiliente, porém financeiramente pressionado.**

Metodologia



Público Alvo

Principais empresas do comércio varejista atuantes na comercialização de produtos típicos do período da Páscoa na zona urbana de Manaus, selecionados por relevância no segmento.

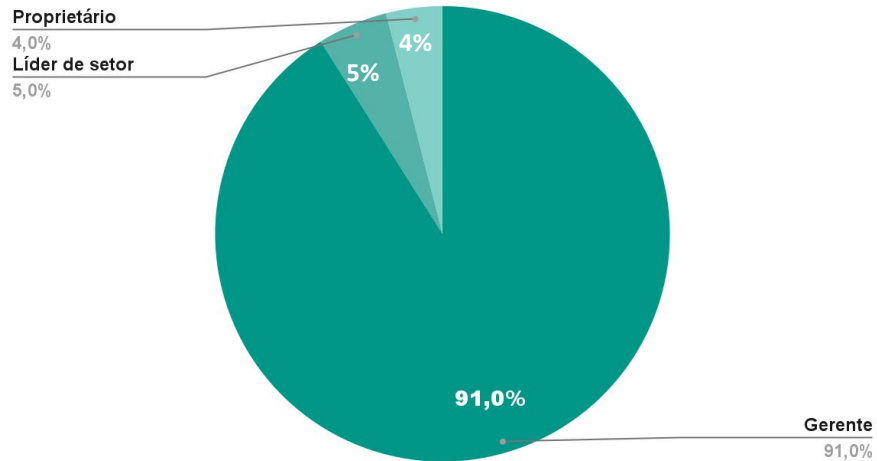
Método de Coleta

Pesquisa realizada por meio de entrevistas pessoais presenciais com apoio de formulário eletrônico em formato Google Forms.

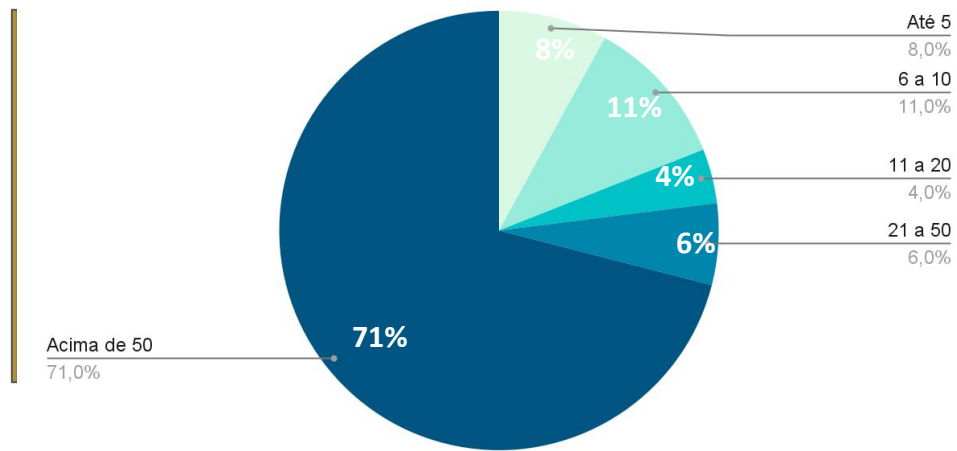
Amostra por Conveniência

Amostra não probabilística por conveniência, 53 empresas do comércio varejista atuantes na comercialização de produtos típicos do período da Páscoa

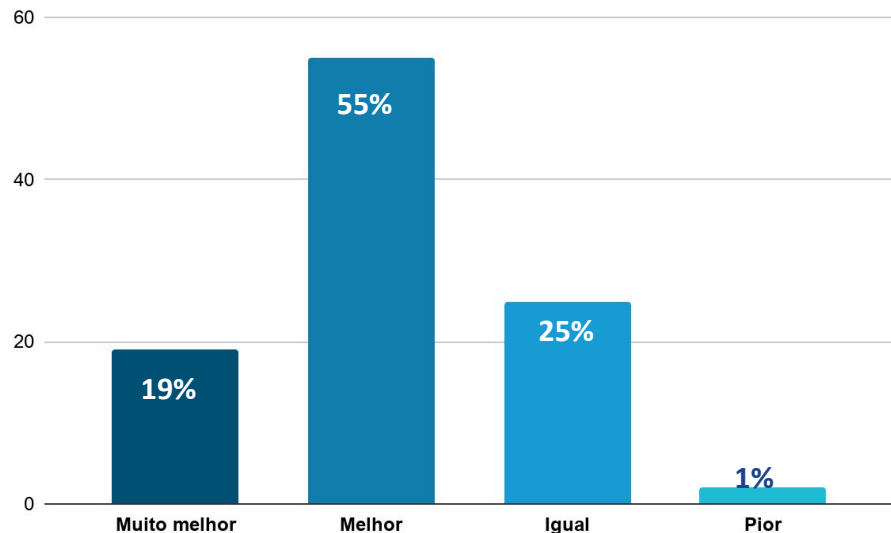
CARGO DO PARTICIPANTE



PORTE DA EMPRESA POR NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS



Desempenho das vendas na Páscoa de 2026



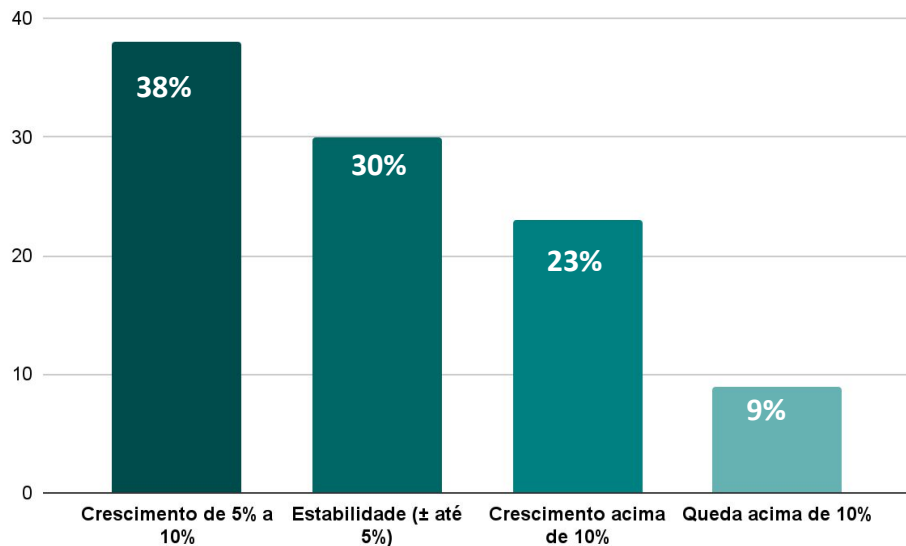
A soma das categorias “**Muito melhor**” (19%) e “**Melhor**” (55%) alcança 74% dos estabelecimentos, evidenciando um cenário de expansão consistente da atividade comercial.

Estabilidade ainda relevante: Um quarto dos estabelecimentos (25%) declarou vendas **iguais ao ano anterior**, o que aponta para:

- Um ambiente ainda **heterogêneo**, onde nem todos os segmentos ou perfis de empresa conseguiram capturar o crescimento.

Apesar disso, em termos econômicos, estabilidade em um cenário de expansão geral pode ser interpretada como **manutenção de mercado**, ainda que sem ganho de participação.

Variação estimada no faturamento em relação à Páscoa de 2025:



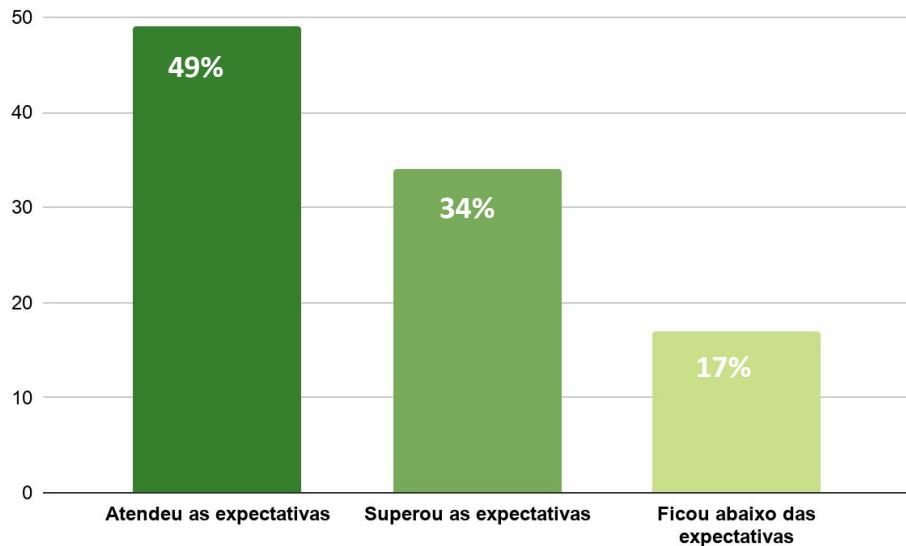
A soma dos estabelecimentos que registraram **crescimento de 5% a 10% (38%)** e **crescimento acima de 10% (23%)** totaliza **61% da amostra**, indicando que a maioria das empresas experimentou **expansão real no faturamento**.

O destaque para a faixa de **5% a 10%** revela um crescimento **moderado e consistente**, típico de um ambiente econômico com recuperação gradual.

Já os **23% com crescimento acima de 10%** indicam um grupo de empresas com desempenho superior, possivelmente associado a: **Melhor gestão de estoque e precificação; Apostas em produtos de maior valor agregado (ovos premium, kits personalizados); e Estratégias comerciais mais eficazes.**

Os **9% que reportaram queda acima de 10%** indicam uma **retração pontual**, ainda que minoritária.

Volume de vendas atingiu a expectativa do lojista?



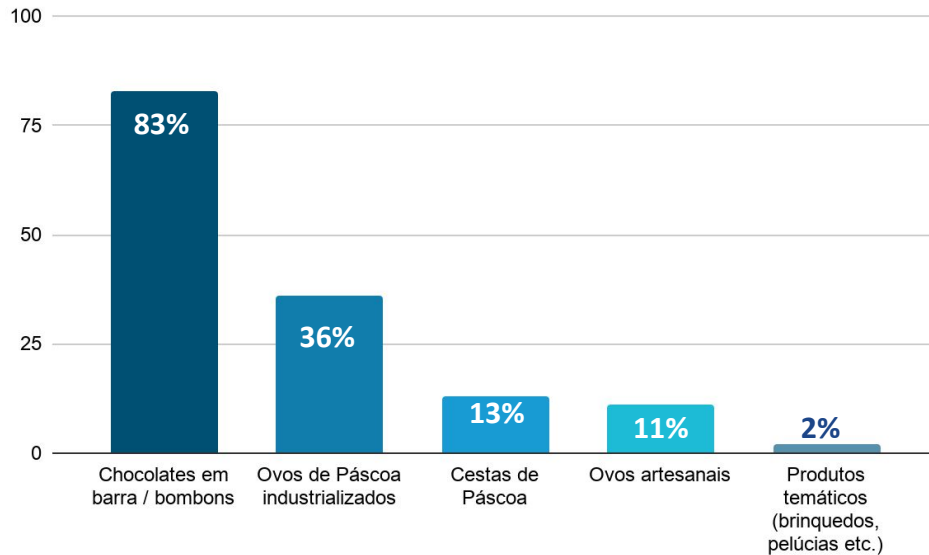
O percentual de **49%** indica que quase metade do varejo operou dentro do que foi projetado, sugerindo: **Planejamento adequado** (estoque, precificação e mix de produtos); e Boa leitura da demanda por parte dos empresários.

Já os **34% que superaram as expectativas** representam um resultado expressivo, indicando: **Subestimação da demanda** ou **Ambiente de consumo mais aquecido do que o previsto**; Estratégias comerciais eficazes que ampliaram vendas além do esperado.

Os **17% que ficaram abaixo das expectativas** indicam um grupo relevante que não conseguiu atingir o desempenho planejado. Esse resultado pode estar associado a: **Erros de previsão de demanda**;

Apesar disso, o percentual não compromete a leitura geral positiva do período.

Quais categorias tiveram maior volume de vendas?



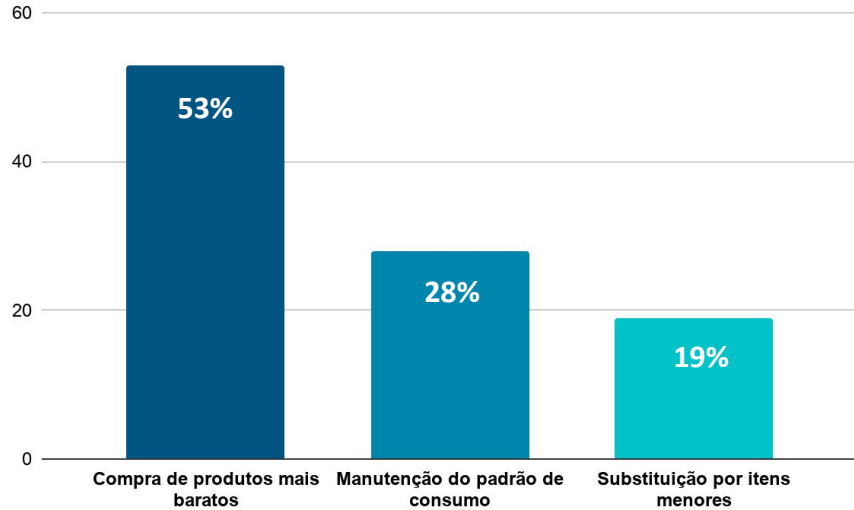
Liderança absoluta de chocolates em barra e bombons: A categoria de **chocolates em barra / bombons**, com **83% das menções**, se consolida como o principal driver de volume no período.

Esse resultado indica uma clara preferência por produtos: **Mais acessíveis em termos de preço**; de **compra recorrente e menor comprometimento financeiro**; Mais adequados a um cenário de consumo cauteloso.

Do ponto de vista econômico, essa liderança sugere: **Sensibilidade do consumidor ao preço**; e Estratégia de substituição parcial de itens mais caros (como ovos de Páscoa).

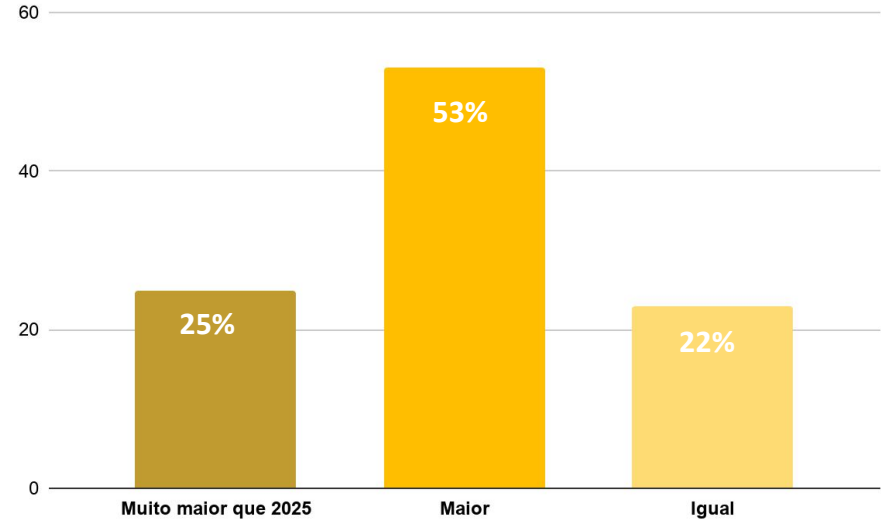
Os percentuais não fecham em 100%, devido a múltiplas escolhas

Análise do Comportamento do Consumidor – Páscoa 2026:



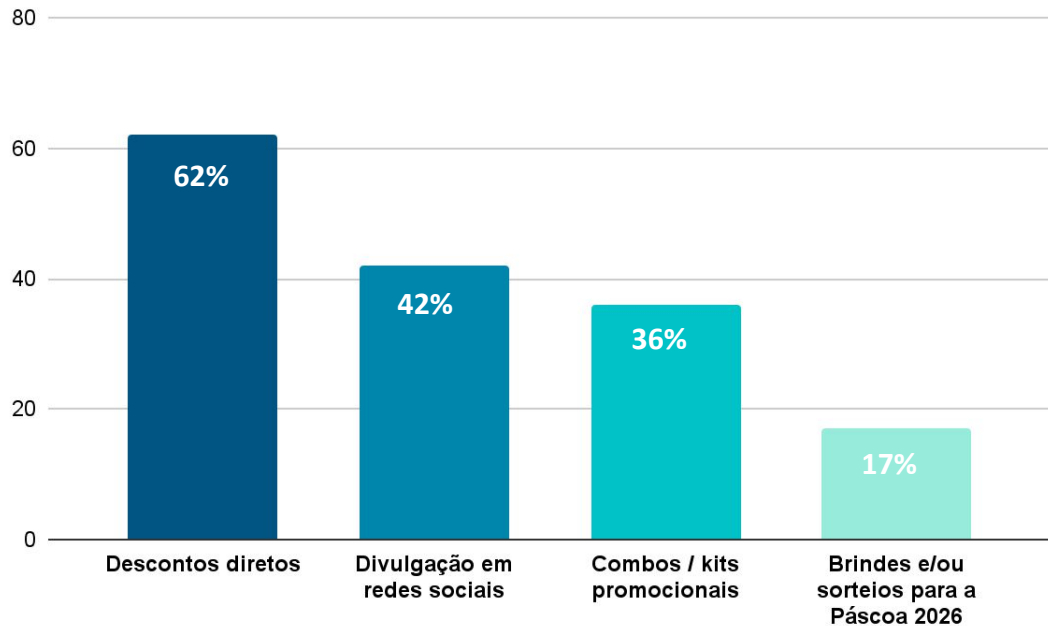
O comportamento do consumidor na Páscoa de 2026 revela um padrão claro de: **Consumo resiliente**, sem retração significativa; **Ajuste qualitativo do gasto**, com foco em economia e eficiência. Esse cenário é típico de um ambiente econômico com: **Pressão sobre renda disponível**, mas sem colapso do consumo;

Análise do Fluxo de Clientes – Páscoa 2026:



O aumento do fluxo de clientes, combinado com os demais indicadores já analisados (vendas, faturamento e comportamento), permite uma leitura mais robusta: O maior fluxo, no entanto, não se traduziu integralmente em crescimento proporcional do faturamento para todos, devido a: **Ticket médio mais contido**, e Predominância de **compras mais econômicas**.

Atrativos mais utilizados na data comemorativa



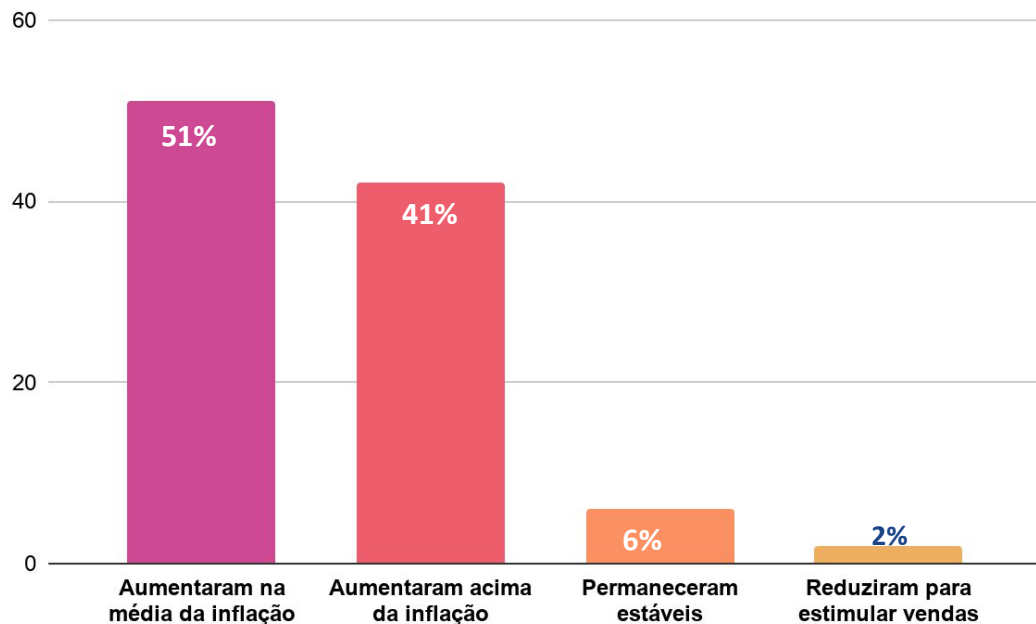
O conjunto dos dados revela um varejo com foco em:

- Conversão imediata de vendas, com predominância de incentivos financeiros (descontos);
- Uso estratégico de canais digitais para ampliar alcance e gerar fluxo;
- Tentativas de equilíbrio entre volume e ticket médio, via combos.

Esse comportamento é coerente com um cenário de:

- Consumidor mais sensível ao preço;
- Necessidade de estimular a demanda em ambiente competitivo.

Em relação aos preços praticados



Pressão inflacionária presente na cadeia de consumo, especialmente em produtos derivados do chocolate;

O grupo de **51% (na média da inflação)** sugere um comportamento mais conservador, com:

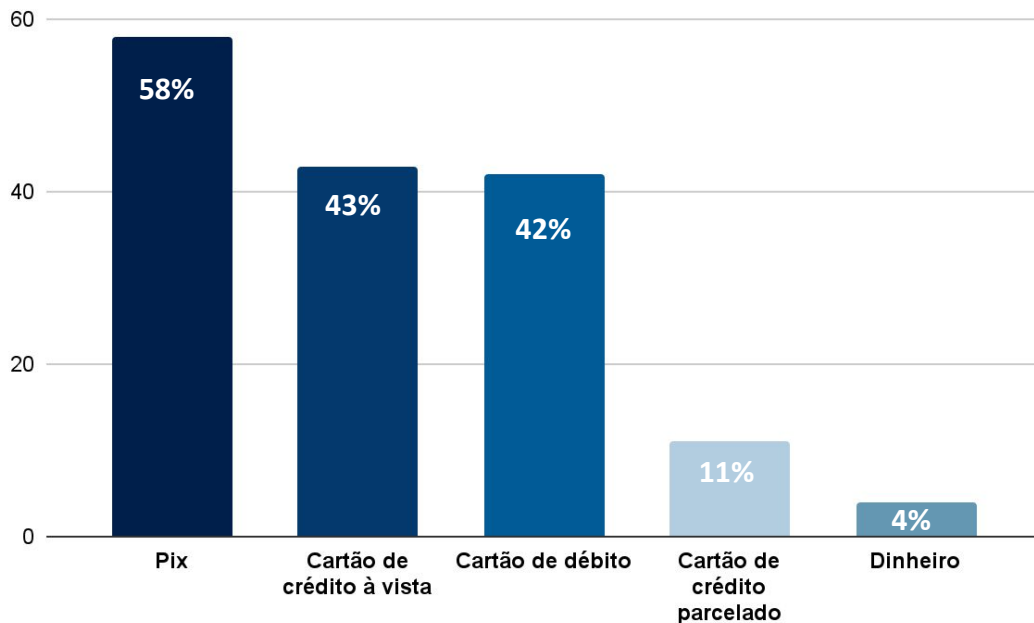
- **Repasse parcial ou proporcional de custos;**
- Tentativa de **equilibrar competitividade e margem.**

Já os 41% acima da inflação indicam:

- **Pressões de custo mais intensas** (insumos, logística, câmbio, especialmente no chocolate);
- Ou estratégias deliberadas de **recomposição de margem**, aproveitando a sazonalidade da data.

Apenas **6% mantiveram preços estáveis**

Formas de pagamento mais utilizadas pelos clientes:



O padrão de pagamento observado revela:

Um consumidor: Digitalizado e Pragmático e orientado ao controle financeiro;

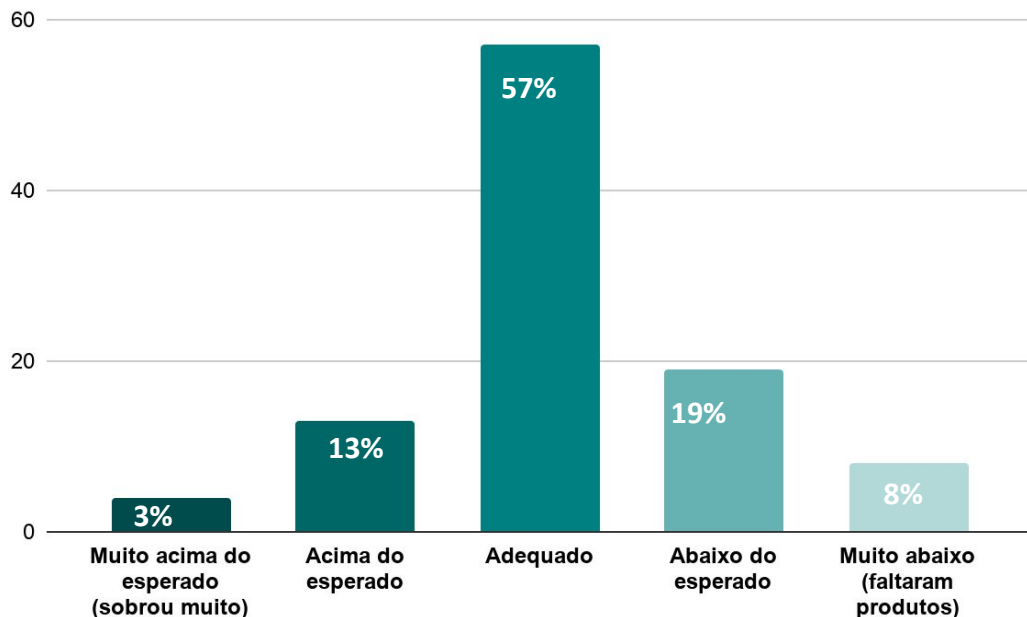
Predominância de pagamentos: À vista (Pix, débito, crédito à vista), e Com baixa dependência de crédito parcelado.

Esse comportamento é consistente com outros achados da pesquisa:

- Preferência por produtos mais baratos;
- Substituição por itens de menor valor;
- Busca por equilíbrio orçamentário.

Os percentuais não fecham em 100%, devido a múltiplas escolhas

O nível de estoque ao final do período foi:



Predomínio de estoque adequado (57%)

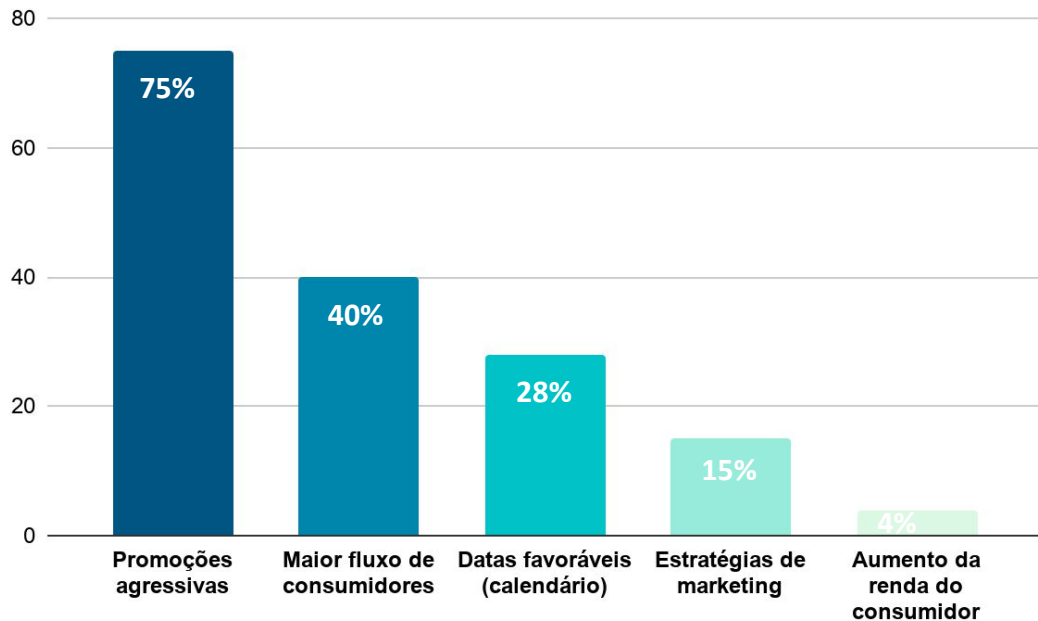
A maioria dos estabelecimentos (57%) declarou nível de estoque adequado ao final do período, o que evidencia:

- Planejamento assertivo de compras e reposição;
- Boa leitura da demanda sazonal;
- Capacidade de ajuste entre oferta e vendas.

Do ponto de vista operacional, esse resultado é altamente positivo, pois indica:

- Minimização de perdas por excesso;
- Redução de rupturas que poderiam comprometer vendas.

Quais fatores impactaram **positivamente** as vendas?



O conjunto dos resultados revela um cenário de:

- Crescimento puxado pelo varejo, e não pela renda;

Forte dependência de:

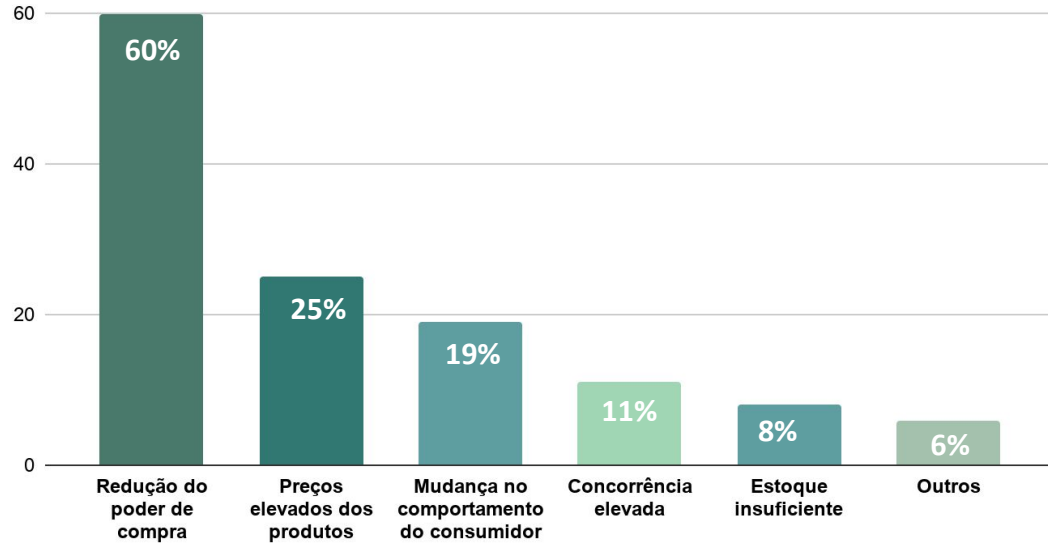
- Promoções e estratégias comerciais;
- Aumento do fluxo de consumidores;

Consumidor:

- Ativo, porém sensível a preço;
- Com comportamento mais racional e seletivo.

Os percentuais não fecham em 100%, devido a múltiplas escolhas

Quais fatores impactaram **negativamente** as vendas?



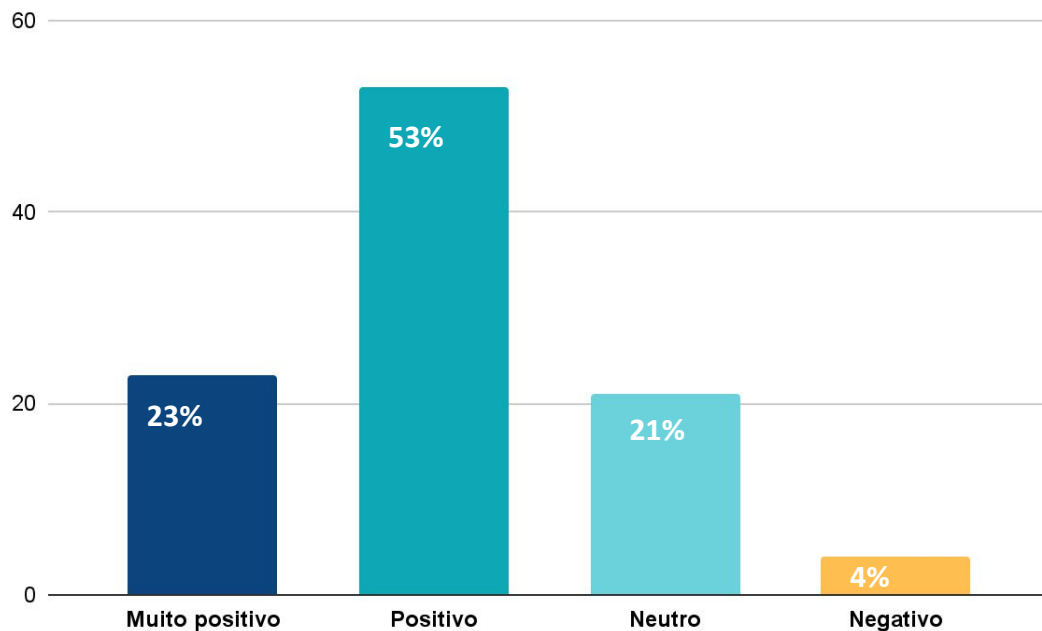
O principal vetor negativo foi a **redução do poder de compra (60%)**, indicando um cenário de restrição orçamentária das famílias. Sugerindo impacto direto de variáveis como inflação acumulada, comprometimento de renda e priorização de gastos essenciais.

Em segundo plano, aparecem os **preços elevados dos produtos (25%)**, que reforçam o diagnóstico anterior. Aqui há um efeito combinado: além da menor capacidade de compra, o próprio encarecimento dos itens sazonais — especialmente chocolates — gera um efeito de “dupla pressão” sobre a demanda.

A **mudança no comportamento do consumidor (19%)** é um ponto estrutural relevante. Esse indicador sugere que não se trata apenas de um ciclo econômico adverso, mas de uma possível transformação no padrão de consumo.

Os percentuais não fecham em 100%, devido a múltiplas escolhas

Como avalia o impacto da Páscoa no resultado do mês?



Observa-se que **76%** dos estabelecimentos avaliaram o impacto como positivo (**23% muito positivo + 53% positivo**). Esse dado confirma o forte caráter sazonal da data, capaz de impulsionar vendas e compensar, ao menos parcialmente, a desaceleração do consumo observada no cenário macroeconômico. Mesmo diante de fatores negativos previamente identificados — como **perda de poder de compra** — a Páscoa conseguiu gerar incremento real no fluxo de receitas para a maioria das empresas.

Por outro lado, **21% apontaram impacto neutro**, o que é um sinal relevante. Esse grupo indica que, para uma parcela significativa do varejo, a Páscoa **não foi suficiente para alterar o desempenho mensal**

A ausência de respostas **“muito negativo (0%)”** reforça que, de forma geral, a data não trouxe prejuízos significativos ao setor.



Fecomércio **AM**
CNC Sesc Senac

IFPEAM
Instituto Fecomércio de Pesquisas
Empresariais do Amazonas

Obrigado!