



Fecomércio PE

Sesc | Senac

Instituto Fecomércio

Sondagem de Opinião

Festejos Juninos 2016

SONDAGEM DE OPINIÃO

Festejos Juninos 2016

APRESENTAÇÃO

No período de 13 a 29 de junho, comemoram-se os festejos juninos no Brasil. Trazidas da Europa pelos portugueses durante o período colonial, originalmente, as celebrações remetem aos santos católicos Antônio (13), João (24) e Pedro (29) e à época de boas colheitas. No Brasil, elementos de várias culturas se fundiram até a caracterização popularmente conhecida: fogos de artifício (China), trajes (França), danças (Península Ibérica) e personagens reais ou imaginários do folclore brasileiro são alguns exemplos.

No Nordeste, especialmente nos estados de nos estados de Pernambuco e Paraíba, com destaque para as cidades de Caruaru e campina grande, respectivamente, o período o período junino apresenta a sua maior expressividade, atraindo turistas que buscam o clima ameno da região neste período, as quadrilhas, as músicas e as comidas típicas e, conseqüentemente, animando as vendas do comércio e as atividades dos serviços. Além dessas tradições, muitas pessoas da economia local aproveitam o momento de comemorações no meio do ano para realizarem compras de produtos de uso pessoal, viajar e frequentar bares e lanchonetes.

Em Pernambuco, Caruaru é o município com maior tradição nas comemorações dos festejos juninos. De fato, a cidade atrai milhares de pessoas de dentro e de fora do estado, sob

o slogan do “Maior São João do Mundo”, com a apresentação de grandes nomes da música no Pátio de Eventos. Não obstante a tradição caruaruense, o crescimento da demanda por eventos ligados a esse festejo tem fortalecido outros polos de diversão, tanto no Sertão como na Região Metropolitana, atendendo a população que não pretende viajar.

O instituto fecomércio-pe, em convênio com o Sebrae-PE, realizou sondagem de opinião nos municípios de Recife, Jaboatão e Olinda, na região metropolitana do Recife, em Caruaru e em Serra Talhada, no período de 23 a 28 de maio. Tal sondagem visou a identificar as intenções de compras e a disposição de gastos dos consumidores e as expectativas de vendas dos empresários/gestores do comércio varejista e dos serviços de alimentação no que concerne aos festejos juninos de 2016, envolvendo os eventos comemorativos de são joão e são pedro.

Ressalta-se que os municípios pesquisados, juntos, compõem 49% do PIB (IBGE, 2013) e 33% da população pernambucana (IBGE, 2015), com grande importância para o Comércio e Serviços, Caruaru, no Agreste, representa o 5º maior PIB do estado, enquanto Serra Talhada é o segundo maior PIB do Sertão. Os demais municípios, Recife, Jaboatão e Olinda, representam a 1ª, 2ª e a 7ª maiores economias de Pernambuco, respectivamente.

1. ASPECTOS METODOLÓGICOS

A sondagem referente aos Festejos Juninos de 2016 envolveu a realização de 1.847 entrevistas, realizadas com 1.305 consumidores e 542 empresários/gestores nas principais áreas de concentração comercial dos municípios de Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda na RMR, Caruaru, no Agreste, e Serra Talhada, no Sertão, tanto em estabelecimentos do comércio tradicional quanto nos shopping centers.

Nas entrevistas com os consumidores foram consideradas no planejamento amostral as pessoas com 18 anos ou mais, com rendimento familiar mensal a partir de 1 salário mínimo, estratificadas por sexo, por faixa etária e por classes de renda. Dessa forma, respeitando-se as proporções populacionais na área estudada, procedeu-se a distribuição do número de pessoas entrevistadas com a seguinte configuração:

- 54,2% da amostra correspondem a mulheres e 45,8% a homens;
- 29,0% têm idade de '18 a 29 anos', 39,6% de '30 a 49 anos', 14,4% de '50 a 59 anos' e 16,9% são pessoas com '60 anos ou mais';
- 30,3% da amostra possuem renda média familiar de '1 a 2 salários mínimos', 18,4% se encontram no estrato de 'mais de 2 a 3 s. m.', 19,2% recebem 'mais de 3 a 5 s.m.', 16,6% estão na faixa de 'mais de 5 a 10 s.m.', e 15,5% têm rendimentos familiares de 'mais de 10 s.m.'

No caso dos empresários/gestores, foram considerados os estabelecimentos comerciais nos segmentos de 'aparelhos de informática e comunicação' envolvendo a comercialização de aparelhos celulares e acessórios, (smartphones,

tablets etc.), 'calçados e artigos de couro e para viagem', 'cama, mesa e banho', 'eletrodomésticos', 'farmácias, perfumarias e cosméticos', 'hipermercados e supermercados', 'livrarias e papelarias' (incluindo a venda de mídias digitais como CD, DVD, blu-ray etc.), 'móveis', 'outros artigos de uso pessoal e doméstico' (joias/bijuterias, relógios, brinquedos, artigos óticos, esportivos e para decoração e lojas de departamento com produtos diversos para a pessoa e o lar), 'vestuário e acessórios' e 'tecidos', além dos estabelecimentos prestadores de serviços de alimentação (restaurantes, bares e lanchonetes). Ressalte-se que foi previamente observada a representatividade desses estabelecimentos no conjunto das atividades de comércio e serviços locais.

Saliente-se que aproximadamente 7 em cada 10 empresários/gestores consultados (69,9%) representavam estabelecimentos localizados em áreas do comércio tradicional, enquanto 30,1% se encontravam em lojas nos shopping centers (Shopping Center Recife, Plaza Shopping, Shopping Tacaruna, Shopping Rio Mar, Shopping Boa Vista, Shopping Guararapes, Caruaru Shopping e Shopping Difusora). Os estabelecimentos do comércio varejista abrangeram 65,4% da amostra, enquanto 34,6% corresponderam a prestadores de serviços de alimentação.

No que se refere ao tamanho dos estabelecimentos pesquisados, a maior parcela se encontra na faixa de 10 a 19 empregados formais (35,6%). Em seguida se tem 15,5% de empresas com 20 a 29 postos de trabalho; 14,6% de unidades entre 30 a 49 trabalhadores; 13,1% com até 9 empregados; 12,2% na faixa de 50 a 99 funcionários; e 9,0% com 100 ou mais ocupações formais.

¹O Instituto Fecomércio-PE, em nome dos demais parceiros, agradece às empresas e consumidores do comércio varejista e de serviços de alimentação entrevistados pela atenção dedicada aos pesquisadores e à presteza pelas informações concedidas, sem as quais este trabalho não poderia ser realizado.

2. SONDAGEM COM EMPRESÁRIOS/GESTORES

Conjuntura adversa leva a maioria dos empresários/gestores à expectativa de vendas menores para os festejos juninos em 2016

O aprofundamento da crise nacional, onde pontuam o desemprego, a inflação e o custo do crédito - que se mantêm elevados por conta da indefinição do quadro político e econômico - levou os empresários a registrarem baixos índices de expectativas sobre os negócios no curto prazo, inclusive com redução na intenção de contratação e investimentos para os meses seguintes. Esse conjunto de fatores teve forte impacto sobre a renda das famílias, com reflexos negativos sobre as vendas do setor terciário - tanto no comércio quanto nos serviços. Tal é o ambiente no qual se realizou a sondagem referente às festividades do mês de junho, que envolve os eventos comemorativos de São João e São Pedro.

Diante desse contexto, o resultado da enquete junto aos empresários/gestores não poderia ser outro: a maior parcela dos entrevistados (37,1%) está convencida de que o volume de vendas referente aos Festejos Juninos de 2016 será menor comparativamente aos negócios efetuados nas festividades do ano passado (**Gráfico 1**). Nos estabelecimentos do comércio varejista, essa proporção é de 34,8%, enquanto nos serviços de alimentação equivale a 42,0%.

As respostas das lideranças dos estabelecimentos tradicionais nesse sentido representaram 41,6%, enquanto as das lojas localizadas nos shoppings equivalem a 28,1%. Na RMR a parcela de respostas nesse sentido é de 35,9% (no Recife equivale a 32,5%, menor proporção de empresários/gestores com esse pensamento entre todos os municípios onde a sondagem foi realizada), em Caruaru corresponde a 35,3% e em Serra Talhada representa 36,0%.

A expectativa dos empresários/gestores que

acreditam que os negócios efetuados nas comemorações dos eventos juninos, neste ano, deverão repetir os resultados verificados em 2015 compreende 39,8% das respostas, proporção que é mais elevada entre os entrevistados nos serviços de alimentação, enquanto no comércio varejista equivale a 38,2%. Nos estabelecimentos tradicionais, os empresários/gestores com esse sentimento abrangem 41,5% das respostas, ao passo que nos estabelecimentos dos shopping centers essa parcela compreende 36,5%.

Do ponto de vista espacial, 40,7% das consultas feitas na RMR apontam que o volume de vendas para os eventos juninos em 2016 reproduzirá 2015 (no Recife essa parcela corresponde a 44,8%) ao passo que em Caruaru e em Serra Talhada equivale, respectivamente, a 35,3% e 24,0%.

A proporção de empresários/gestores que tecem expectativa mais otimista, prevendo maiores vendas para os festejos de São João e São Pedro em 2016, comparativamente ao ano passado, corresponde apenas a 23,1%. O otimismo é maior entre os empresários/gestores que representam estabelecimentos localizados nos shopping centers (35,4%), parcela que entre os entrevistados dos estabelecimentos tradicionais representa 16,9%.

Entre os municípios, o sentimento mais otimista, mesmo diante da situação difícil que o país atravessa, é verificado em Serra Talhada, com 40,0% dos empresários/gestores opinando que suas vendas serão maiores para os Festejos Juninos de 2016 em relação ao mesmo período do ano anterior. Na RMR essa perspectiva é expressada por 23,4% dos entrevistados (no Recife é de 22,7%), enquanto em Caruaru 18,5% se consideram esperançosos quanto ao rumo das vendas no período junino.

Gráfico 1 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção dos empresários/gestores, segundo a expectativa sobre as vendas referentes aos Festejos Juninos 2016 (%)



Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

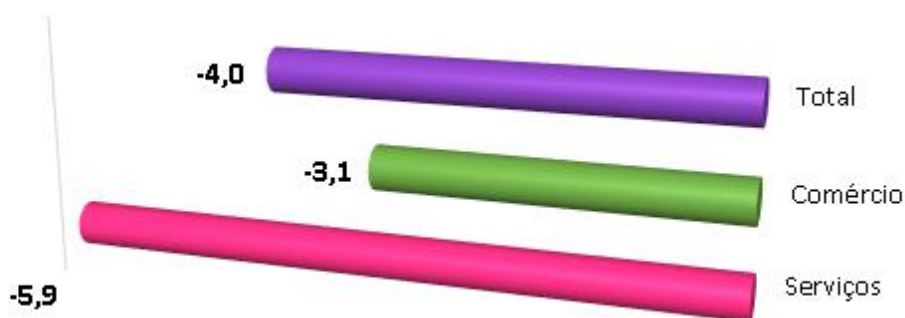
Empresários/gestores preveem queda no volume das vendas referentes aos festejos juninos em 2016. Retração mais acentuada é esperada em Caruaru e a expectativa mais favorável foi registrada em Serra Talhada

A maior parcela de empresários/gestores com expectativas pessimistas, em relação às vendas de 2016, leva a uma estimativa de queda no volume de vendas no período dos Festejos Juninos deste ano, em relação ao volume de negócios realizados no mesmo período de 2015. Com base nas evidências existentes, os entrevistados

esperam retração de 4,0% (Gráfico 2). Em relação às atividades, a previsão mais desfavorável é observada entre os empresários/gestores dos serviços de alimentação, com variação de -5,9%, enquanto no comércio varejista o indicativo é de 3,1% de queda.

Segundo o tipo de estabelecimento, as lojas e prestadoras de serviços em estabelecimentos tradicionais preveem queda de 6,5% no volume de vendas, enquanto nos shopping centers a expectativa é para o crescimento de 1,0%.

Gráfico 2 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: variação estimativa de variação do volume das vendas referentes aos Festejos Juninos 2016, comparado ao mesmo período de 2015 (%)

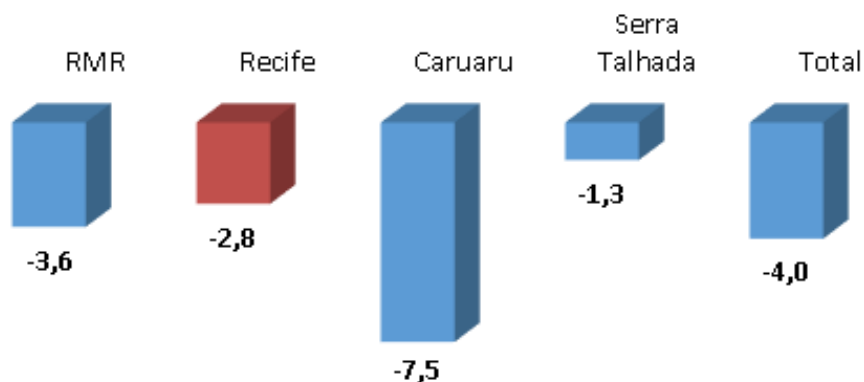


Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

Em termos de localidade, a maior previsão de queda dos empresários/gestores é verificada em Caruaru, cuja estimativa de variação é de -7,5% (**Gráfico 3**). A retração nos municípios selecionados da RMR é da ordem de 3,6% (no Recife

equivale a 2,8%). Por sua vez, as opiniões menos pessimistas entre os empresários/gestores de Serra Talhada levaram à menor estimativa de queda entre os municípios pesquisados (-1,3%).

Gráfico 3 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: Estimativa de crescimento do volume das vendas nos Festejos Juninos 2016, comparado ao de 2015, segundo os empresários/gestores por localidade (%)



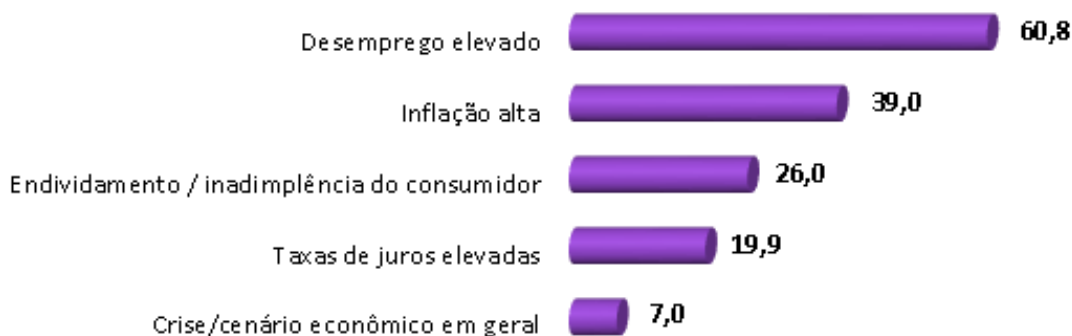
Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

Expectativas de queda no volume de vendas durante os Festejos Juninos de 2016 são atribuídas, principalmente, ao desemprego elevado

O desemprego elevado é o principal motivo alegado pelos empresários/gestores pernambucanos que presumem menor volume de vendas nos Festejos Juninos deste ano comparativamente ao de 2015. O **Gráfico 4** mostra que a proporção de empresários/gestores com essa opinião representa 60,8%. Também aparece com indicação expressiva a opinião de que a inflação

alta é um agravante para a retração nas vendas no período em questão (39,0%). Os demais argumentos citados, a exemplo dos dois com maior proporção de indicação, também dizem respeito a aspectos diretamente relacionados à crise que o país atravessa: 26,0% atribuem a queda nos negócios ao endividamento/inadimplência dos consumidores, 19,9% imputam tal condição aos juros elevados, enquanto 7,0% creditam a diminuição nas vendas de forma generalizada à crise e ao cenário econômico do país.

Gráfico 4 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de empresários/gestores, segundo as razões que justificam as expectativas de vendas menores (%)



Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

* O somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

Expectativas de crescimento nas vendas são atribuídas, principalmente, aos descontos nas compras à vista, planejando atrair mais clientes

Já na visão dos empresários/gestores cuja previsão é de crescimento no volume de vendas alusivas às festividades de São João e São Pedro, essa expectativa positiva está majoritariamente

atrelada a ações entre as quais prevalece o desconto nas compras à vista, sugerido por 32,8% dos entrevistados, seguido da redução nos preços dos produtos com 17,2% das respostas (**Gráfico 5**). Em menor proporção foram apontados, entre outros artifícios, o sorteio de prêmios (6,6%), a divulgação (4,1%) e a oferta de novidades (2,1%).

Gráfico 5 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de empresários/gestores, segundo as razões que justificam as expectativas de vendas maiores (%)



Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

* O somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

Poucos empresários/gestores revelaram intenção de contratar mão de obra temporária

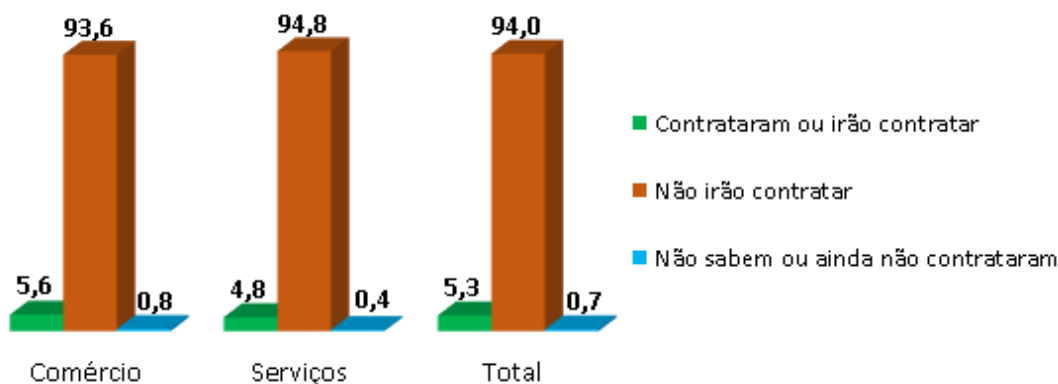
A expectativa de retração no volume de vendas para os Festejos Juninos leva grande maioria dos empresários/gestores do comércio varejista e dos serviços de alimentação a evitar a contratação de mão de obra temporária para esse período (94,0%), como se observa no **Gráfico 6**. Somente 5,3% dos entrevistados demonstra essa intenção, parcela que é ligeiramente superior no comércio varejista (5,6%), enquanto nos serviços de alimentação corresponde a 4,8%. A parcela dos indecisos, ou seja, dos que não sabem se irão contratar ou ainda não contrataram representa apenas 0,7% do universo consultado.

Nos estabelecimentos tradicionais, a intenção de contratar mão de obra temporária é de 5,3%, quase a mesma proporção apontada pelos empresários/gestores das lojas dos shopping centers (5,5%). Na RMR apenas 4,6% dos consultados contrataram ou irão contratar trabalhadores

temporariamente, visando a reforçar sua mão de obra por conta dos Festejos Juninos, parcela que no Recife corresponde a 5,3%. Como os festejos de São João e São Pedro são mais comemorados no interior, em Caruaru 10,6% dos empresários/gestores declararam essa intenção, parcela que se eleva para 12,0% em Serra Talhada.

Ainda em relação à localidade, na RMR a parcela daqueles que contrataram ou pretendem contratar trabalhadores temporários é maior entre os empresários/gestores do comércio varejista (5,2% contra 3,4% nos estabelecimentos de serviços de alimentação). Já nos municípios do interior ocorre o contrário: em Caruaru 20,0% dos entrevistados dos estabelecimentos de serviços de alimentação declararam essa intenção (no comércio é 8,1%); em Serra Talhada a proporção de empresários/gestores dos serviços alimentares é de 33,3% contra 9,1% nos do comércio varejista.

Gráfico 6 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção dos empresários/gestores, segundo a intenção de contratar de mão de obra temporária para os Festejos Juninos de 2016 (%)

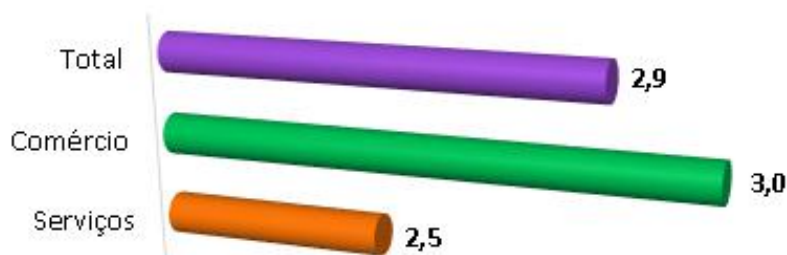


Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

Dentre os empresários/gestores que declararam intenção de contratar ou já contrataram trabalhadores temporários, o número médio de empregos dessa natureza corresponde a 2,9 postos por estabelecimento, quantidade que nas lojas do comércio varejista equivale a 3,0 pessoas e nas de serviços de alimentação equivale a 2,5 ocupações (**Gráfico 7**).

No que se refere ao local de realização da sondagem, a média de contratação temporária por estabelecimento, entre os consultados que pretendem contratar, é bastante aproximada: 3,0 trabalhadores em Serra Talhada e na RMR (no Recife representa 2,9) e 2,8 em Caruaru.

Gráfico 7 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: média de emprego temporários, entre os estabelecimentos que pretendem contratar, segundo a atividade



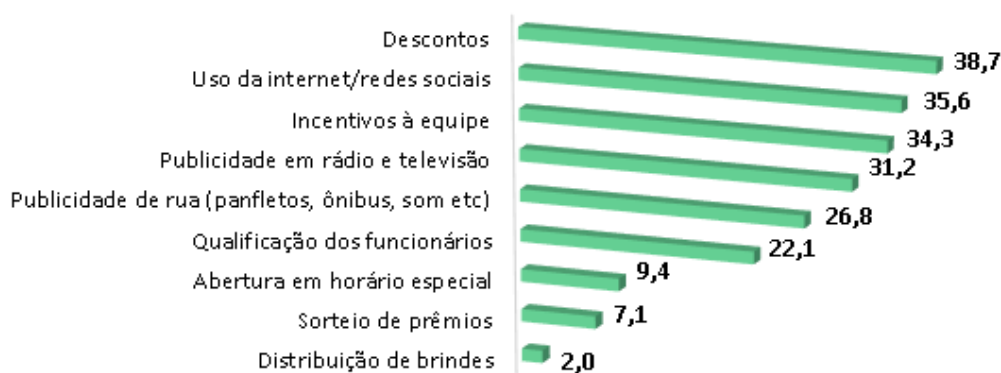
Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

Devido à crise, e à maior expectativa de redução no volume de vendas referentes ao período dos Festejos Juninos, praticamente a totalidade dos empresários/gestores consultados (96,6%) apontaram intenção de realizar ou já estão executando alguma estratégia com o objetivo de incrementar as vendas.

O **Gráfico 8** mostra que a principal ação corresponde a descontos que os entrevistados oferecem à clientela, estratégia com 38,7% de respostas. Também com significativa proporção, tem-se o uso da internet e das redes sociais como meio de propaganda, apontada por 35,6% dos empresários/gestores. A terceira estratégia mais sugerida foi o estímulo aos funcionários, como forma

de motivá-los a alcançar um maior volume de vendas (34,3%), mencionando-se também nessa linha o investimento na qualificação dos funcionários (22,1%). Com o intuito de divulgar o estabelecimento no que se refere aos produtos ou serviços oferecidos, foram mencionadas ações de publicidade em rádio e televisão (31,2% das respostas) e na publicidade de rua via panfletos, propaganda em ônibus ou de outros tipos (26,8%). Em proporção mais reduzida, foram sugeridas estratégias antes tradicionalmente utilizadas como abertura em horário especial (9,4%), sorteio de prêmios (7,1%) e distribuição de brindes (2,0%).

Gráfico 8 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: empresários/gestores, segundo as estratégias realizadas para o aumento das vendas (%)



Fonte: Pesquisa direta Instituto Fecomércio-PE e Ceplan Multiconsultoria.

* O somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

SÍNTESE: SONDAÇÃO COM EMPRESÁRIOS/GESTORES

Pouco mais de 1/5 dos empresários/gestores consultados na Sondagem dos Festejos Juninos 2016 (23,1%) esperam que o volume de vendas dos seus estabelecimentos seja maior que as verificadas nos festejos de São João e São Pedro de 2015. Por sua vez, a crise econômica nacional, que vem pautando a conjuntura adversa, levou a que 37,1% dos empresários/gestores apontassem expectativa de menor volume de vendas. Patamar um pouco mais alto, 39,8% dos entrevistados acreditam que os negócios gerados nos eventos juninos de 2016 manter-se-ão no mesmo patamar que o verificado no ano passado.

As expectativas pessimistas e os indícios de que a crise econômica irá continuar levaram os empresários/gestores estimarem queda na ordem de 4,0% no volume de vendas nos Festejos Juninos deste ano, comparativamente aos negócios constatados no mesmo período do ano anterior, previsão que é mais desfavorável nos estabelecimentos prestadores de serviços de alimentação. A situação menos desconfortável é a de Serra Talhada, onde os entrevistados estimam redução no volume de vendas de apenas 1,3%.

Para os empresários/gestores que esperam crescimento nas vendas, tal expectativa é atribuída principalmente aos descontos que eles estão oferecendo nas compras à vista, além da redução nos preços dos produtos. Já para os que esperam vender menos, o desemprego elevado e a alta da inflação correspondem aos principais motivos alegados para a retração nos negócios no período dos Festejos Juninos.

A expectativa de retração no volume de vendas leva a grande maioria dos empresários/gestores a não contratar trabalhadores temporários para os Festejos Juninos (94,0%). Em média, 5,3% dos entrevistados pretendem contratar ou já empregaram mão de obra nessa condição, proporção que é pouco maior entre os comerciantes do comércio varejista (5,6%), na RMR a proporção pe de apenas 4,6% (no Recife corresponde a 5,3%). Em Caruaru essa parcela é de 10,6% e em Serra Talhada 12,0%. Nesses dois municípios, os serviços de alimentação têm maior intenção de contratar mão de obra temporária: 20,0% em Caruaru e 33,3% em Serra Talhada.

Para incrementar as vendas, os entrevistados

estão executando ou pretendem realizar algum tipo de estratégia, dentre as quais ressaltam a oferta de descontos, o uso da internet e das redes sociais como fonte de propaganda, o estímulo aos funcionários dos estabelecimentos como

forma de motivação para vender mais e ações de publicidade através de vários canais.

3. SONDAGEM COM OS CONSUMIDORES

Pouco mais de 3/5 dos consumidores pretendem comemorar os Festejos Juninos 2016; proporção é maior nos municípios do interior

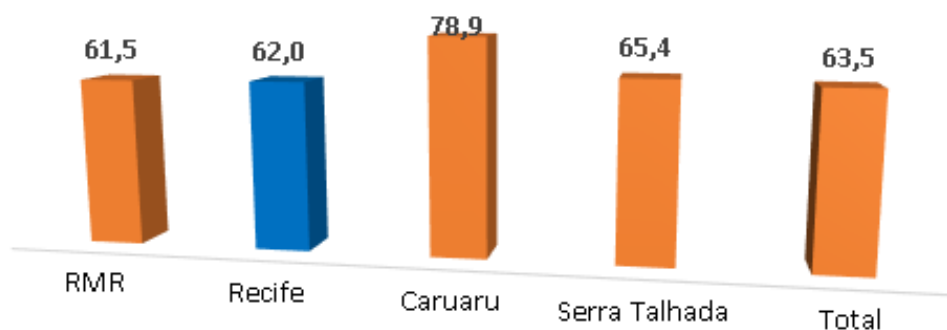
Desde 2013, quando começou a se delinear a crise que perdura até o presente momento, vem sendo minado o poder de compra das famílias. Os reflexos dessa conjuntura vêm sendo registrados nas diversas sondagens de opinião sobre datas comemorativas realizadas pela Fecomércio-PE (Final de Ano, Dia dos Pais, Dia dos Namorados, Dia das Mães), em que, a cada ano, reduz-se a proporção de pessoas que festejam esses eventos.

Para os Festejos Juninos 2016, a situação não poderia ser outra. A sondagem junto aos consumidores revela que pouco mais de 3/5 das pessoas entrevistadas, mais especificamente 63,5% (municípios do Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda, na RMR; Caruaru, no Agreste; e Serra Talhada, no Sertão) demonstram intenção de comemorar o período de São João e São Pedro de 2016 (**Gráfico 9**).

Nos municípios do interior, onde as comemorações dos eventos do mês de junho relacionados aos referidos acontecimentos são tradicionalmente intensas, a proporção de pessoas que pretendem participar dos Festejos Juninos corresponde a 78,9% dos entrevistados de Caruaru (onde se verifica melhor São João do estado e um dos mais significativos da região nordestina) e 65,4% em Serra Talhada. Na RMR 61,5% dos consumidores registram a intenção de comemorar, parcela que no Recife corresponde a 62,0%.

É na faixa etária mais jovem ('18 a 29 anos') que se registra a maior parcela de pessoas com intenção de comemorar a data (65,7%). Quanto ao nível de renda, os consumidores que mais pretendem festejar as comemorações juninas ocorrem nos dois estratos de renda familiar mais elevada: 71,0% na faixa de '5 a 10 salários mínimos' e 66,8% na de 'mais de 10 s.m.'.

Gráfico 9 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de pessoas que pretendem comemorar os Festejos Juninos, por localidade (%)



Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Nota: o somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta realizada permite múltiplas respostas.

Pouco mais de 1/3 dos consumidores não pretendem comemorar os festejos juninos. O desinteresse em não festejar esse tipo de evento e questões econômicas foram os principais motivos mencionados

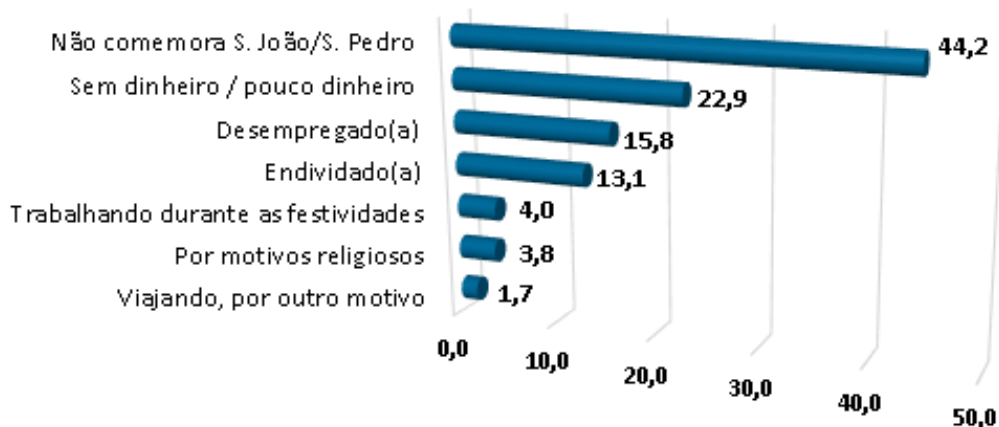
Para os consumidores que declararam não ter intenção em comemorar os Festejos Juninos 2016 (36,5% dos entrevistados), o motivo mais alegado é o de as pessoas não festejarem os eventos de São João e São Pedro, com 44,2% das indicações, como mostra o **Gráfico 10**, seja por desinteresse no evento ou por não considerá-lo relevante, entre outros motivos. Tal razão foi mais sugerida: (a) aos consumidores de Serra Talhada (53,8% das respostas dos que não pretendem comemorar); (b) pelas pessoas com 60 anos ou mais (47,1%); e aos entrevistados com nível de rendimento mais alto ('10 ou mais salários mínimos'), 67,2% das pessoas. Ou seja, para a maior parte dos consumidores de Serra Talhada que não comemoram, não são os motivos econômico-financeiros que levam a essa decisão. O mesmo argumento, portanto, é válido para o conjunto das pessoas que não comemoram na faixa etária de '60 anos ou mais' ou para os que não comemoram com

renda familiar de '10 ou mais salários mínimos'.

Os três principais motivos citados para não comemorar as datas se referem a fatores econômicos, todos relacionados com a crise que o país atravessa: 22,9% indicam estar sem dinheiro ou com pouco dinheiro – majoritariamente em Serra Talhada (38,5%), no estrato com maior idade (28,2%) e no de pessoas com mais baixa renda (36,9%); 15,8% argumentam estar desempregados (as) – com maior proporção de intenção em Caruaru (25,0%), entre os entrevistados mais jovens (20,0%) entre a classe de rendimento familiar mais baixa (22,2%); e 13,1% afirmam se encontrar endividados(as) – mais apontados em Caruaru (21,9%), entre os idosos (16,5%) e no estrato de renda familiar de '2 a 3 s.m.' (17,9%).

Em menor proporção, 4,0% dos consumidores justificam como razão para não comemorar os Festejos Juninos o fato de estarem trabalhando nesse período e 3,8% atribuem essa decisão a motivos religiosos.

Gráfico 10 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de pessoas que não pretendem comemorar os Festejos Juninos 2016, por motivo (%)



Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Nota: o somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta realizada permite múltiplas respostas.

Efetuar compras pessoais, viajar e ir a shows e boates são as formas mais usuais dos consumidores participarem dos festejos juninos

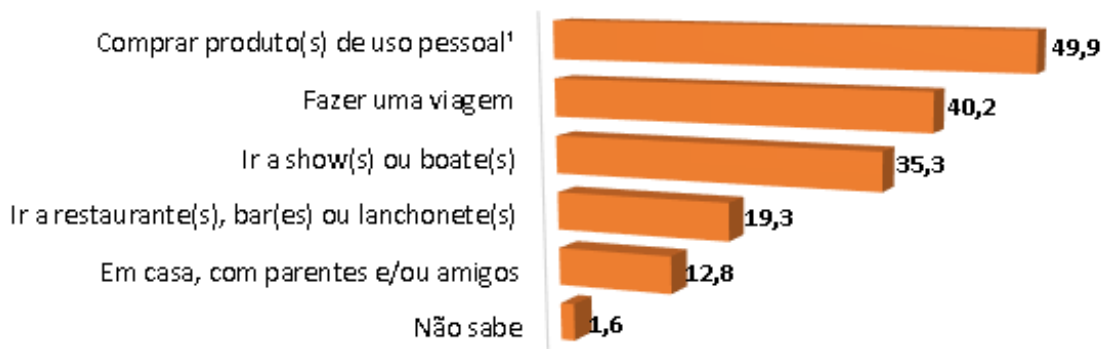
Realizar compras de produtos para uso pessoal é uma ação arraigada na tradição popular durante os Festejos Juninos, principalmente no Nordeste. No interior da região, o período é tradicionalmente marcado pelas preces ou comemorações direcionadas aos santos católicos para a efetivação de boas safras, simbolizadas no consumo de comidas à base do milho e da mandioca, por exemplo. Para este período, visando a participar das várias formas de expressão cultural (danças, quadrilhas, queima de fogos, eventos religiosos, entre outras), muitas pessoas realizam compras pessoais, como vestuário, acessórios, calçados, cosméticos, perfumes, artesanatos etc., além de produtos de maior valor agregado, a exemplo de aparelhos audiovisuais (para animar a celebração), itens de alimentação (para o preparo de comidas típicas) e bebidas (alcoólicas e não alcoólicas). Destarte, a compra de

produtos de uso pessoal figura entre as principais formas de participação dos festejos de junho, sendo apontada por quase metade dos consumidores consultados (49,9%), conforme o **Gráfico 11**. Esse fato contribui para incrementar as vendas do varejo nesse período.

Em seguida verifica-se a intenção de viajar, com percentual significativo de respostas (apontada por 40,2% dos consumidores). Ainda entre as formas de participação preferidas pelos consumidores pernambucanos ressalta-se a ida a shows (entre os quais se incluem frequentar arraiais populares e quadrilhas matutas) e/ou boates (35,3% do total de consumidores).

Em proporções mais modestas foram mencionadas: a ida a restaurantes, bares e lanchonetes (19,3% das respostas do total de consumidores) e festividades caseiras, com parentes e/ou amigos (12,8%).

Gráfico 11 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de pessoas que pretendem comemorar os Festejos Juninos 2016, por formas de participação (%)



Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Nota: O somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

¹Vestuário, calçados, acessórios, perfumes, cosméticos etc.

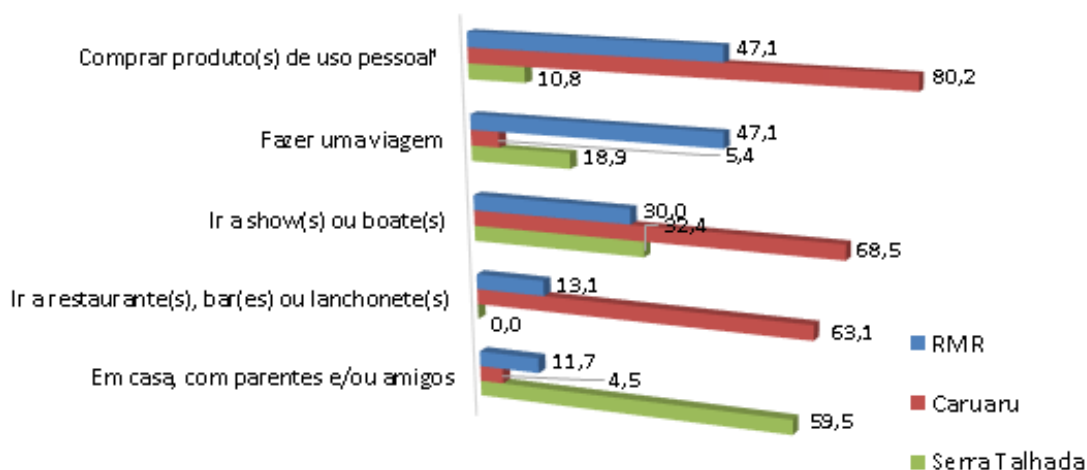
O desejo de viajar foi destacado por 47,1% dos consumidores da RMR, parcela relativamente elevada devido ao fato de as pessoas se locomoverem para municípios do interior, principalmente para onde as festividades juninas são mais comemoradas (Caruaru e Campina Grande, na Paraíba, além de outros). Nessa mesma linha de raciocínio, porém no sentido contrário, os consumidores do interior, principalmente os de Caruaru, pouco fizeram alusão a esse tipo de comemoração (5,4%), parcela que também é relativamente baixa em Serra Talhada (18,9%).

Entre os que pretendem ir a shows e/ou boates, a parcela dos que assim se posicionaram é mais intensa em Caruaru representando 68,5% das respostas, enquanto em Serra Talhada equivale a 32,4% e na RMR corresponde a 30,0%.

No caso da comemoração em restaurantes, bares e lanchonetes, é em Caruaru onde a intenção de comemorar os Festejos Juninos tem maior registro (63,1% das respostas), parcela que representa 13,1% das respostas na RMR 13,1%, não se verificando nenhuma ocorrência em Serra Talhada (ver **Gráfico 12**). No que se refere à comemoração em família e/ou amigos, o maior quantitativo de indicações se dá em Serra Talhada (59,5% das respostas), parcela que na RMR corresponde a 11,7%, e em Caruaru representa apenas 4,5% da intenção dos consumidores.

O propósito de efetuar compras pessoais é observado em grande proporção entre os consumidores de Caruaru, onde 80,2% das pessoas ali residentes assim se pronunciaram, parcela que na RMR representa 47,1% e em Serra Talhada equivale apenas a 10,8%.

Gráfico 12 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de pessoas que pretendem comemorar os Festejos Juninos 2016, por forma de participação e por localidade (%)



Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Nota: O somatório das categorias não totaliza 100%, pois a pergunta permitiu múltipla resposta.

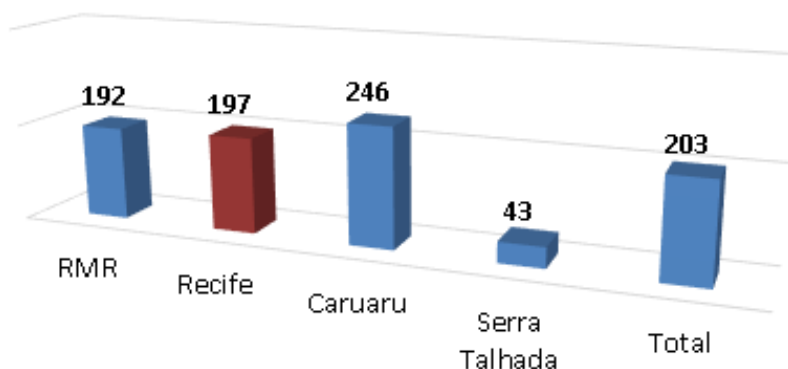
^f Vestuário, calçados, acessórios, perfumes, cosméticos etc.

Entre os dispêndios previstos, os consumidores destacam os gastos na compra de produtos de uso pessoal (R\$ 203,00) e com bares, restaurantes e lanchonetes (R\$ 165,00)

No que diz respeito aos gastos previstos pelos consumidores para o período dos Festejos Juninos, procurou-se analisar aqueles que mais se relacionam com as atividades do comércio varejista e dos serviços de alimentação. Nesse sentido, ressaltam-se as despesas na compra de produtos para uso pessoal e os dispêndios com a comemoração em bares, restaurantes e lanchonetes.

Quanto ao gasto médio na aquisição de produtos de uso pessoal, o consumidor prevê despendar R\$ 203,00 (Gráfico 13). O maior dispêndio estimado é em Caruaru, onde as pessoas pretendem gastar cerca de R\$ 246,00. Na RMR o consumidor tem intenção de disponibilizar R\$ 192,00 para essas compras (no Recife corresponde a R\$ 197,00), ao passo que em Serra Talhada esse tipo de despesa é de apenas R\$ 43,00.

Gráfico 13 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: gasto médio com a compra de produtos de uso pessoal, por município (R\$)

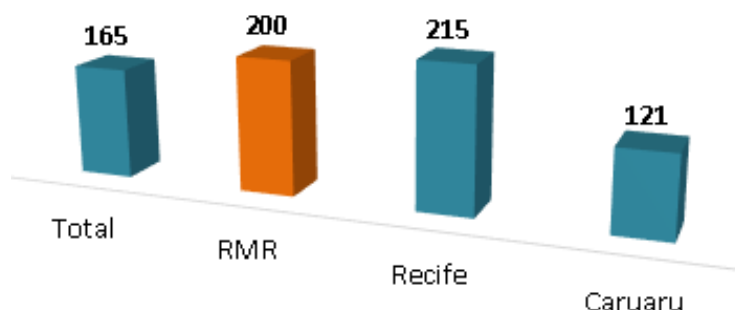


Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Em relação às despesas com bares, restaurantes ou lanchonetes, os consumidores têm a intenção de efetuar gasto médio de R\$ 165,00 (Gráfico 14). O maior dispêndio previsto ocorre

no Recife (R\$ 215,00), quantia que chega a R\$ 200,00 na RMR e em Caruaru representa R\$ 121,00. Não ocorre registro nessa forma de comemorar os Festejos Juninos em Serra Talhada.

Gráfico 14 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: gasto médio na comemoração em bares, restaurantes ou lanchonetes, por município (R\$)



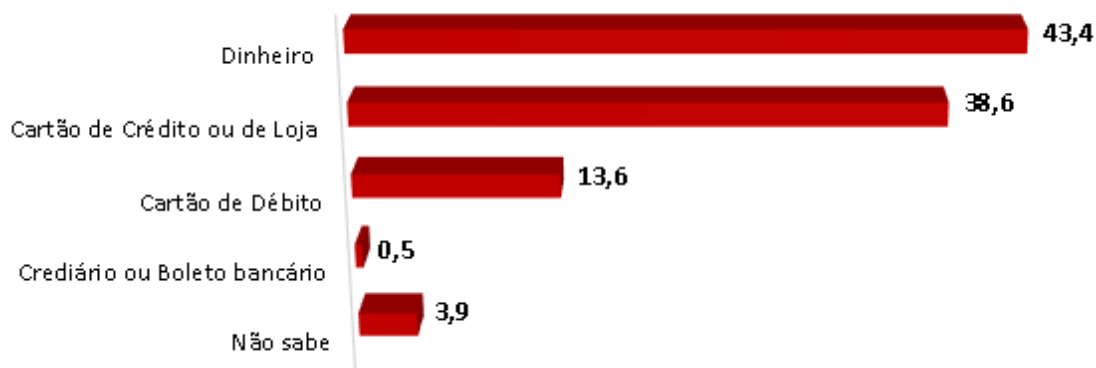
Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Na aquisição de produtos de uso pessoal prevalece o pagamento em dinheiro

Para a aquisição de produtos pessoais, mais da metade dos consumidores pretende efetuar os pagamentos das despesas à vista (43,4% em dinheiro e 13,6% através de cartão de débito), como se vê no Gráfico 15, intenção que tem percentuais aproximados em todas as faixas etárias,

o que atesta a fuga dos consumidores das elevadas taxas de juros praticadas pelo mercado financeiro. Ainda assim, 39,1% das respostas se direcionam para quitação dos débitos a prazo, através de cartão de crédito ou de loja (38,6%) ou de crediário ou boleto bancário (0,5%), opção que encontra maior parcela de adeptos entre os consumidores situados no estrato de renda familiar de '3 a 5 salários mínimos'.

Gráfico 15 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de pessoas que pretendem comprar produtos de uso pessoal, por forma de pagamento (%)



Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

Lojas do comércio tradicional são preferência na compra de produtos de uso pessoal

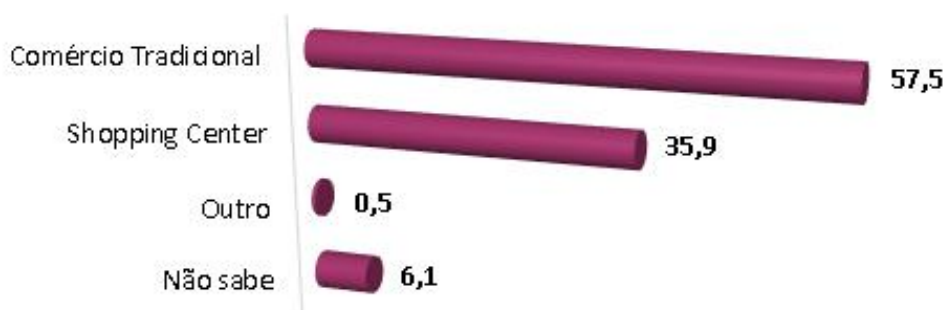
Para a aquisição dos produtos de uso pessoal, mais da metade dos consumidores pretendem efetuar suas compras nas lojas do comércio tradicional (57,5%), enquanto 35,9% manifestaram intenção pelas lojas dos shopping centers (Gráfico 16).

O propósito de efetuar as compras em estabelecimentos do comércio tradicional é maior entre os entrevistados do estrato de rendimento familiar mais baixo ('1 a 2 salários mínimos'),

equivalendo a 78,8% das respostas nessa faixa, proporção que declina paulatinamente na medida em que aumenta o nível de renda média familiar, atingindo 41,1% no estrato mais elevado.

No sentido oposto se verifica a intenção de adquirir os produtos em lojas dos shopping centers: a proporção é mais alta (50,7%) entre as pessoas com maior rendimento médio familiar 'mais de 10 salários mínimos', reduzindo consecutivamente até atingir a parcela de 14,1% na menor faixa.

Gráfico 16 - RMR (Recife, Jaboatão dos Guararapes e Olinda), Caruaru e Serra Talhada: proporção de pessoas que pretendem comprar produtos de uso pessoal, por local de compra (%)



Fonte: Instituto Fecomércio-PE/CEPESQ e Ceplan Multiconsultoria.

SÍNTESE: SONDAGEM COM OS CONSUMIDORES

A sondagem junto aos consumidores da RMR mostra que 63,5% pretendem comemorar as festividades juninas de São João e São Pedro. Entre os 36,5% que não têm intenção de comemorar esses eventos, a maior proporção alega a falta de interesse por esse tipo de evento, sendo também citadas questões econômicas. Entre os principais motivos foram mencionados a escassez e/ou a falta de dinheiro, o fato de estar desempregado(a) e encontrar-se endividado(a).

Durante a comemoração, quase metade dos consumidores aproveitam a ocasião das festas para realizar compras pessoais, ação que abrange maior parcela dos consumidores em Caruaru. As viagens foram a segunda forma de participação mais indicada, principalmente pelos consumidores da RMR. Menciona-se ainda a ida a shows e/ou frequentar arraiais populares e quadrilhas matutas e/ou boates, com maior frequência em Caruaru. Em menor parcela, registra-se a comemoração em restaurantes, bares e lanchonetes,

majoritária em Caruaru, e festejar em casa com parentes e/ou amigos, com maior ocorrência em Serra Talhada.

Quanto aos gastos durante a comemoração, as despesas com bares, restaurantes e lanchonetes são mais elevadas no Recife. Já no que se refere aos dispêndios na compra de produtos para uso pessoal, o maior gasto é estimado em Caruaru. Em ambos os casos, os consumidores pretendem efetuar os pagamentos das despesas à vista, em dinheiro. No que diz respeito à aquisição de produtos de uso pessoal, a preferência das pessoas é pelas lojas do comércio tradicional, principalmente entre os consumidores do estrato de rendimento familiar mais baixo “1 a 2 salários mínimos”. Já os consumidores com nível de renda média familiar mais elevado priorizam a aquisição dos produtos em lojas dos shopping centers.

EXPEDIENTE - FECOMÉRCIO-PE

Presidente: Josias Silva de Albuquerque
Diretora-executiva do Instituto
Fecomércio: Brena Castelo Branco
Economista: Rafael Ramos
Designer: Nilo Monteiro
Revisão de Texto: Iaranda Barbosa
Revisões Textuais

EXPEDIENTE - CEPLAN-PE

Jorge Jatobá
Tania Bacelar
Osmil Galindo
Roberto Alves
Ademilson Saraiva

Sede provisória : Rua do Sossego, 264, Boa Vista ,
Recife, Pernambuco, CEP 50.050-080
Tel.: (81) 3231-5393 (PABX)
Fax.: (81) 3222-9498 / 3231-291 2

Anexo: Av. Visconde de Suassuna, 114, Boa Vista ,
Recife, Pernambuco, CEP 50.050-540
Tel.: (81) 3231-6175 (PABX)
Fax: (81) 3423-3024

