



*Festividades de fim
de ano em Caruaru
movimentam as vendas*

Introdução: aspectos socioeconômicos de Caruaru

Localizada na Região de Desenvolvimento Agreste Central, Caruaru exerce influência sobre uma área constituída por 25 municípios do estado, distribuídos nas RDs do Agreste Central, Agreste Setentrional e Mata Sul, junto aos quais agrega um número de pessoas equivalente a aproximadamente 11,0% da população de Pernambuco.

Segundo informações do Censo Demográfico de 2010 do IBGE, apenas em Caruaru residem cerca de 315 mil pessoas, 88,8% das quais em área urbana. Esta taxa de urbanização, que é maior que a apresentada pela média estadual (80,2%) e maior que a média apresentada pelo conjunto de municípios sob sua região de influência (73,8%), teve mudança insignificante no período intercensitário de 1991/2000, mas aumentou 3,1 pontos percentuais entre os anos 2000 e 2010.

A atual configuração urbana de Caruaru e sua região de influência tem relação com a maior importância econômica exercida pela cidade na última década. De fato, investimentos públicos e privados realizados no período recente favoreceram a dinâmica da economia municipal e tiveram rebatimentos sobre o comércio e a atividade imobiliária.

Entre 2000 e 2010, a economia caruaruense cresceu à taxa média anual de 4,8% e no último ano representava a sétima maior taxa de Pernambuco, compondo aproximadamente 3,2% do PIB estadual. Com uma População Economicamente Ativa (PEA) equivalente a 49,9% de sua população e uma taxa de desocupação de 6,9%, uma das menores do estado, Caruaru apresenta uma distribuição de renda de seus residentes melhor que a média apresentada em Pernambuco, com 49,6% deles percebendo rendimento domiciliar entre ½ salário mínimo e 3 salários mínimos per capita. Vale salientar

que nas faixas de renda domiciliar acima de 3 salários mínimos per capita Caruaru acompanha a média da distribuição estadual e nas faixas de renda inferiores a ½ salário mínimo per capita a cidade apresenta, igualmente, um desempenho melhor que o do estado.

Setorialmente, a atividade terciária (comércio e serviços) é mais expressiva, participando em 59,8% do Valor Adicionado Bruto (VAB) e ocupando 53,7% da População (POC). A indústria, incluindo as atividades de extração, transformação, construção e serviços de utilidade pública, é responsável por 13,8% do VAB e abrange 30,3% da POC. Destaca-se, entre as atividades econômicas da cidade, o ramo de confecções, que representa 67,8% das ocupações na indústria de transformação e 13,1% das ocupações no comércio.

Os dados da RAIS-MTE revelam que a distribuição dos empregos formais – isto é, com registro em carteira profissional – vem acompanhando o perfil ocupacional do município, com as participações expressivas do comércio e serviços (60,1%) e da indústria (25,8%). No entanto, é relevante observar que apesar de o crescimento do número de estabelecimentos (8,0% a.a.) e de empregos formais (10,8% a.a.) verificado no período 2000/2010 expressar a dinâmica das atividades econômicas urbanas do município, a informalidade no mercado de trabalho ainda é relativamente alta comparada ao padrão estadual. A parcela dos trabalhadores desprotegidos, ou seja, aqueles que não contribuem ao Instituto de Previdência, representa 52,4% da população ocupada em Caruaru, enquanto a média de Pernambuco é 43,3%. Considerando os trabalhadores não-remunerados e os que produzem para o próprio consumo, a taxa de informalidade sobe para 55,2%.

Com respeito à situação educacional, os indicadores são favoráveis a Caruaru frente à média dos indicadores apresentada pelos demais municípios. Segundo dados do INEP-MEC, em 2010, a taxa de defasagem idade-série na educação fundamental do município era de 27,0%, valor que para a média de Pernambuco alcançou 30,8%. Entre os que concluíram pelo menos o ensino médio ou estavam cursando ensino superior encontravam-se 25,9% das pessoas, percentual similar ao caso da média estadual.

No que se refere aos serviços de saúde, o levantamento do índice de desempenho do SUS (IDSUS-MS 2011) revelou que a cobertura populacional das Equipes Básicas de Saúde no município era de 25,5%. Ressalta-se que os índices de atenção básica à saúde devem melhorar em Caruaru, devido às obras de reforma e ampliação de 29 Unidades Básicas de Saúde iniciadas em 2013 e à quase universalização dos serviços de saneamento básico no município.

Em termos de infraestrutura, a cidade é cortada por duas importantes rodovias federais, na direção leste-oeste pela BR-232 e na direção norte-sul pela BR-104 (em fase final de duplicação no trecho Caruaru-Toritama), que servem ao transporte de cargas e facilitam a comunicação com outras cidades, incluindo a capital de Pernambuco e uma das principais cidades da Paraíba, Campina Grande. Entre os equipamentos do serviço público e outras instituições na cidade, destacam-se os campi das Universidade de Pernambuco (UPE) e do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE), o Centro Acadêmico do Agreste/UFPE, a unidade hospitalar Regional do Agreste e as unidades do Sistema S (Senai, Sesi, Sebrae, Sesc e Senac). Ressalta-

-se também o Hospital Regional do Agreste é um hospital de emergência e ambulatorial, referência em traumas de alta complexidade para 87 municípios no entorno caruaruense.

Além do bom desempenho econômico e das melhorias sociais, Caruaru também oferece atrativos turísticos, destacando-se: etapa do Campeonato Brasileiro de Fórmula Truck, no Autódromo Ayrton Senna; a comemoração dos festejos juninos, uma das maiores festas do São João nordestino, atraindo milhares de pessoas para a “Capital do Forró”; a Feira de Caruaru, considerada a maior feira ao ar livre do mundo e patrimônio imaterial do Brasil, segundo o IPHAN; o Museu do Forró, dedi-

cado a Luiz Gonzaga e aos festejos juninos, localizado no Parque Asa Branca; a Casa Museu Mestre Vitalino e o Memorial Mestre Galdino, ambos localizados no Alto do Moura, que é considerado pela Unesco o maior Centro de Artes Figurativas das Américas; e outros atrativos históricos e naturais como o Memorial de Caruaru, o Morro do Bom Jesus e a Serra dos Cavalos.

No comércio, além da pluralidade de artigos populares disponíveis na já referida Feira de Caruaru e no centro comercial da cidade, tem-se verificado também experiências exitosas no varejo moderno, com a presença de dois shopping centers (North Shopping e o Shopping Difu-

sora), o Polo Caruaru e a Fábrica da Moda, importantes centros de compras voltados para a comercialização de vestuário.

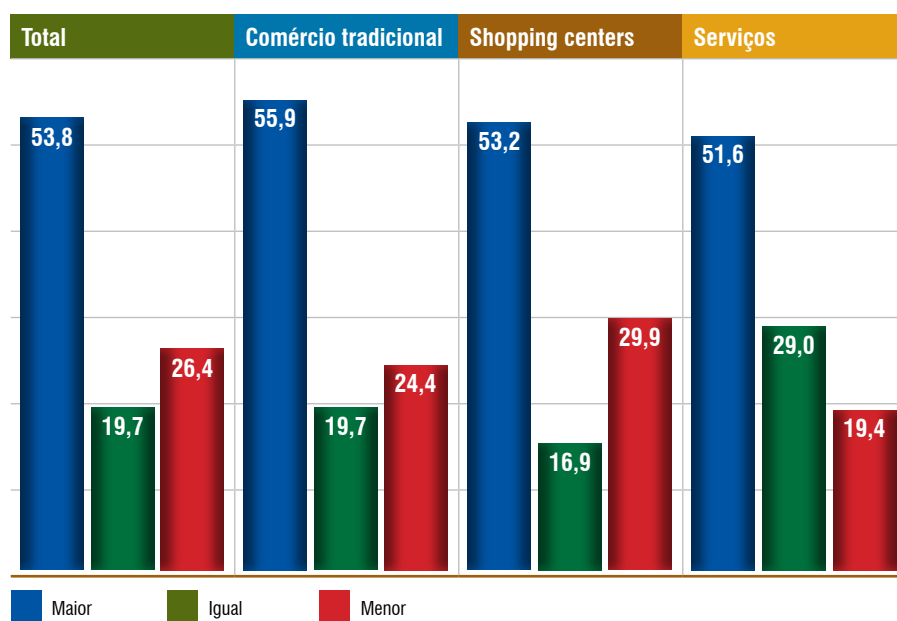
Em vista desses aspectos socioeconômicos e da importância da cidade, a Fecomércio-PE em parceria com o Sebrae-PE, através do Centro de Pesquisas (Cepesq) do Instituto Fecomércio-PE, executou a sondagem de opinião no comércio de Caruaru. A pesquisa foi realizada entre os dias 11 e 14 de novembro, com consulta direta a 391 empresários/gestores e 453 consumidores, permitindo identificar as perspectivas do varejo local para o Fim de Ano 2013.

“Empresários/gestores de Caruaru esperam crescimento de 5,9% nas vendas neste fim de ano, em relação ao mesmo período de 2012”

Em Caruaru, para 53,8% dos empresários/gestores consultados na sondagem do comércio, predominam as expectativas de que as vendas no Fim de Ano 2013 serão maiores em relação ao Fim de Ano 2012. As opiniões expressam a oportunidade de aquecimento nas vendas decorrentes da proximidade dos festejos natalinos e do aumento da circulação de dinheiro nos meses de novembro e dezembro, devido ao recebimento, por parte dos consumidores, do 13º salário.

As expectativas de crescimento das vendas são bem semelhantes entre os segmentos do varejo local (Gráfico 1): com a média de todos os empresários/gestores entrevistados girando em torno de 53,8%, no Comércio Tradicional esse valor foi de 55,9% das respostas; nos Shopping Centers, de 53,2%; e nos estabelecimentos de Serviços 51,6%. Nestes últimos, as opiniões menos otimistas, que apontam queda das vendas,

Gráfico 1 Expectativa dos empresários/gestores sobre as vendas de Fim de Ano 2013 comparadas ao Fim de Ano 2012 (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

estão em menor proporção (19,4%), comparadas às opiniões dos empresários/gestores do Comércio Tradicional (24,4%) e dos Shopping Centers (29,9%).

No computo geral, essas expectativas apontam um crescimento de 5,9% nas vendas do Fim de Ano 2013 em relação ao ano anterior (Gráfico 2). No Comércio Tradicional, esse parâmetro está acima da média, alcançando o patamar de 7,1%. Os empresários/gestores dos Shopping Centers, por sua vez, esperam um crescimento de 5,8%, muito próximo à média do varejo em geral. Os estabelecimentos dos Serviços, por fim, são mais cautelosos em apontar o aumento do faturamento, esperando uma variação de 3,7%.

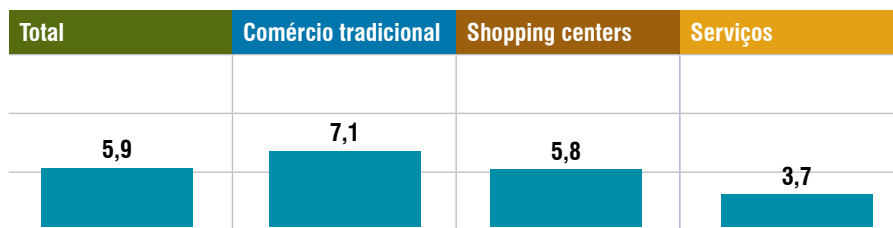
“Ofertas e promoções, campanhas publicitárias e poder de compra dos consumidores baseiam expectativas de crescimento das vendas”

Consultados sobre os fatores mais relevantes sobre as expectativas apontadas para o Fim de Ano 2013 (Gráfico 3), 56,7% dos empresários/gestores mais otimistas acreditam que as ofertas e promoções são ações determinantes ao bom desempenho das vendas. Em menores proporções, 34,8% desses empresários/gestores assinalaram que as campanhas publicitárias também são importantes e 26,2% consideraram que a manutenção do poder de compra dos consumidores também leva ao crescimento das vendas.

Entre os que esperam manter o nível de vendas do ano anterior, a grande maioria (72,7%) apontou que o endividamento/inadimplência do consumidor são os fatores que impactam as suas expectativas. Para 45,5% desses empresários/gestores, as ofertas e promoções, por outro lado, são fatores importantes para, pelo menos, manter o nível de vendas do ano anterior, ao passo que para 35,1% dos entrevistados o principal fator negativo corresponde a inflação.

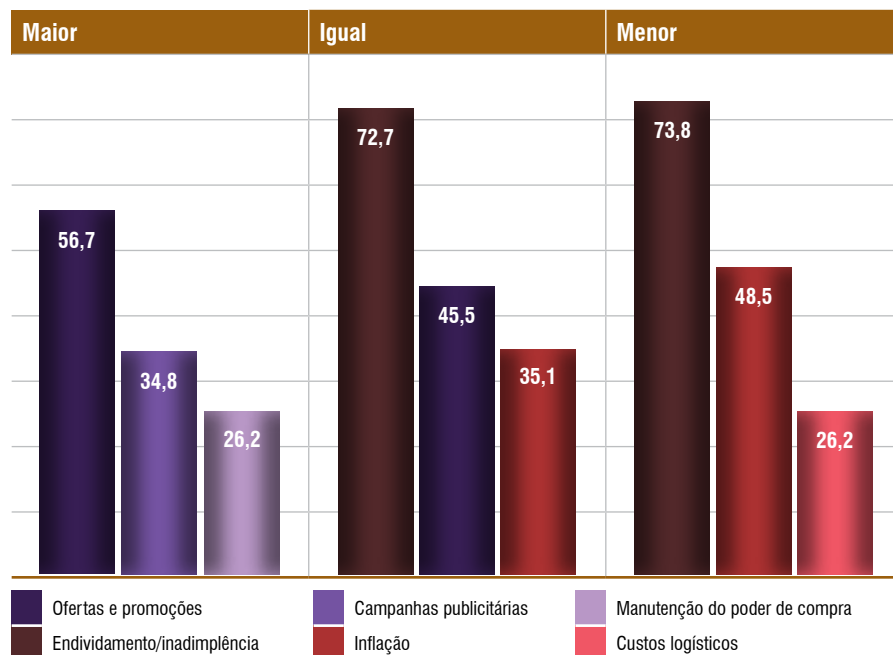
Para os que sugerem a queda das vendas no Fim de Ano 2013, 73,8% das respostas indicaram que o nível de endividamento/inadimplência puxa para baixo as expectativas do varejo local, uma vez que esse fator reduz a disposição a pagar dos consumidores já endividados e restringe o crédito aos inadimplentes. A inflação também foi assinalada

Gráfico 2 Estimativa de crescimento das vendas de Fim de Ano 2013 comparadas ao Fim de Ano 2012 (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

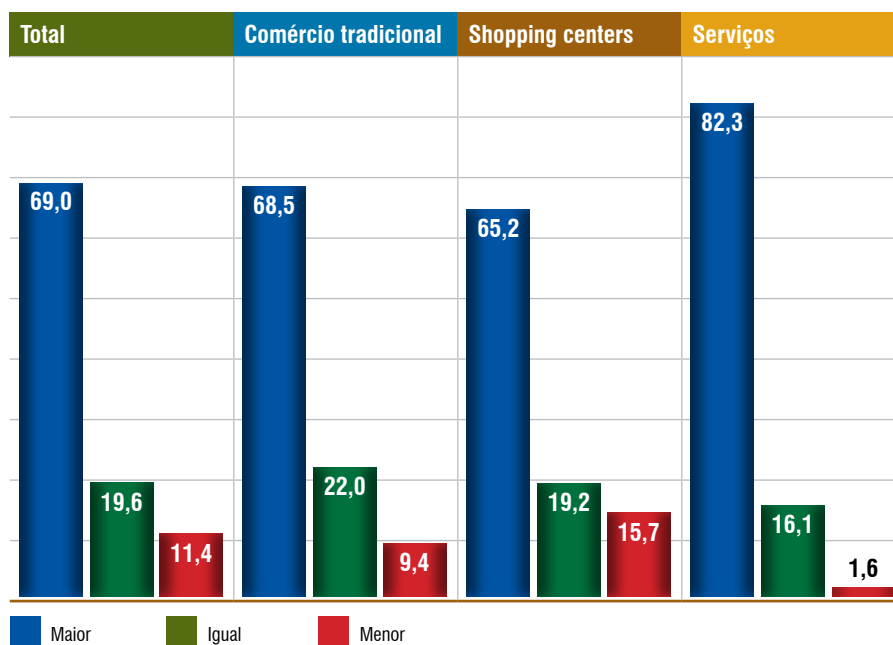
Gráfico 3 Fatores mais relevantes para as expectativas de vendas no Fim do Ano 2013 (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

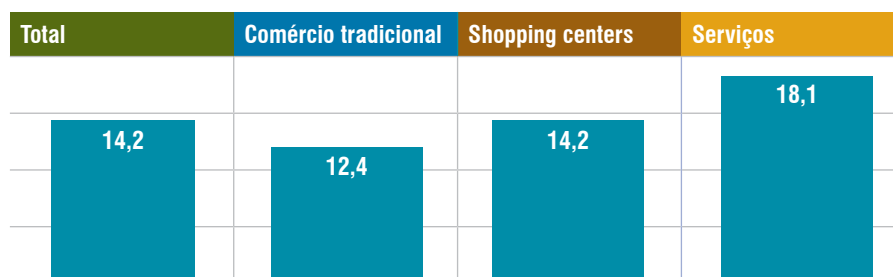
Nota: O somatório dos Fatores mais relevantes não totaliza 100%, pois a questão levantada é de múltipla resposta

Gráfico 4 Expectativa dos empresários/gestores sobre as vendas acumuladas do Ano de 2013 comparadas ao Ano de 2012 (%)



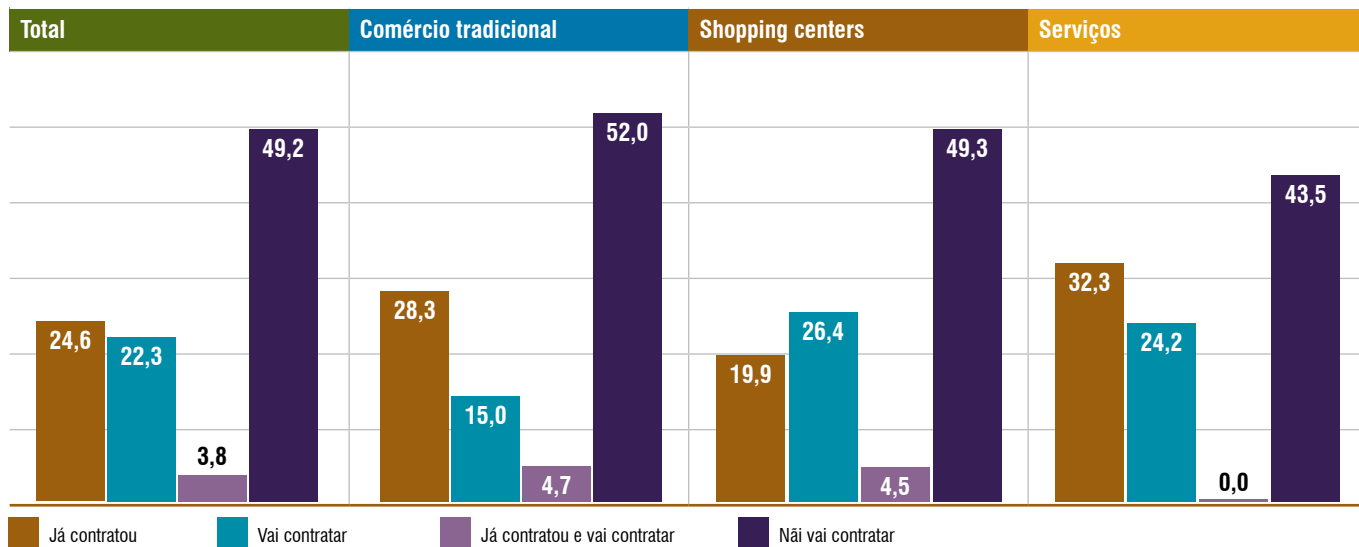
Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

Gráfico 5 Estimativa de crescimento das vendas de Fim de Ano 2013 comparadas ao Fim de Ano 2012 (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

Gráfico 6 Contratação de mão de obra temporária para o fim de ano 2013 (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

como outro fator impactante sobre as vendas (48,5%), assim como o custo logístico (26,2%).

“No acumulado do ano, desempenho das vendas em 2013 é superior ao mesmo período do ano passado: 14,2% de crescimento”

Já no comparativo entre o volume acumulado das vendas em 2013 e o observado em 2012, as opiniões foram bem diversas e ainda mais otimistas, apontando crescimento para 69,0% dos empresários/gestores consultados (Gráfico 4). Entre os estabelecimentos de Serviços, 82,3% das opiniões indicam um crescimento expressivo. Essa proporção é menor nos casos do Comércio Tradicional (68,5%) e nos Shopping Centers (65,2%).

O crescimento esperado para as vendas acumuladas do ano de 2013 no varejo local é estimado em 14,2% com relação às vendas acumuladas no ano anterior (Gráfico 5). As estima-

Tabela 1 Efetivo de mão-de-obra e média de pessoas contratadas e a contratar em 2012 e 2013

Discriminação	Total	Comércio tradicional	Shopping centers	Serviços
Efetivo de mão-de-obra contratada e a contratar				
Fim de ano 2012 (A)	674	351	238	85
Fim de ano 2013 (B)	711	339	234	138
Var. %	5,5	-3,4	-1,7	62,4
Média de pessoas contratadas e a contratar				
Fim de ano 2012 (A)	1,7	2,8	1,2	1,4
Fim de ano 2013 (B)	1,8	2,7	1,2	2,2

Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

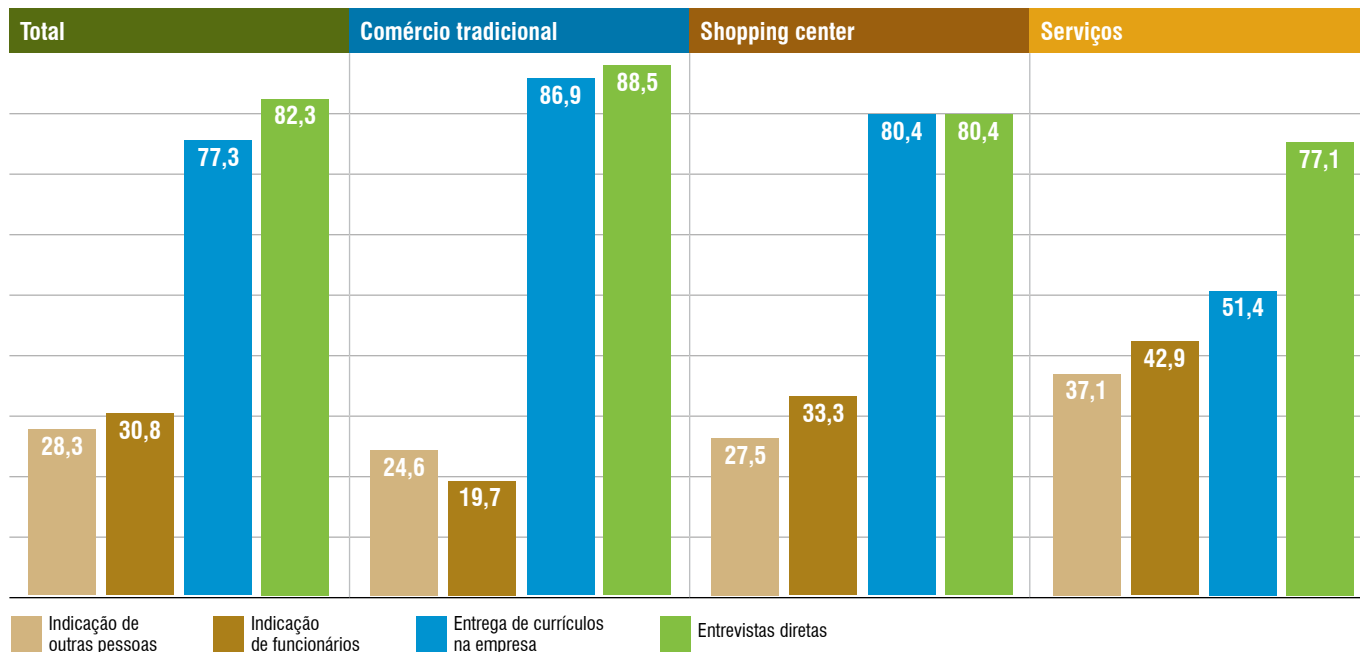
tivas são mais promissoras nos estabelecimentos de Serviços, onde os empresários/gestores indicam crescimento de 18,1%. Os empresários/gestores dos estabelecimentos do Comércio Tradicional e dos Shopping Centers esperam crescimentos de 12,4% e 14,2%, respectivamente.

As expectativas para o bom desempenho das vendas no comércio

e serviços locais neste final de ano terá repercussões sobre o mercado de trabalho. É o que dizem as intenções de contratação de mão de obra de caráter temporário, que apontam também perspectivas de geração de empregos efetivos após o período de festas.

Considerando os entrevistados que já contrataram, vão contratar ou

Gráfico 7 Principais meios de contratação de mão de obra temporária (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

Nota: O somatório dos Fatores mais relevantes não totaliza 100%, pois a questão levantada é de múltipla resposta

que já contrataram e ainda vão contratar, observa-se que praticamente metade dos estabelecimentos consultados assinalaram que estão nos seus planos a contratação de mão de obra temporária neste Fim de Ano 2013 (Gráfico 6). A proporção de estabelecimentos que pretende contratar é maior entre os estabelecimentos de Serviços (56,5%), seguidos dos Shopping Centers (50,8%) e do Comércio Tradicional (48,0%).

“Crescimento na contratação de mão-de-obra temporária será de 5,5% neste fim de ano, em relação ao mesmo período do ano anterior. 69,2% dos empresários pretendem efetivar essa mão-de-obra após as festividades de dezembro”

Entre os empresários e gestores que declararam intenção de contratar mão de obra temporária no Fim de Ano 2013, espera-se que o contingente de pessoas nessa situação supere em 5,5% o total observado em 2012, variação que deve ser maior nos estabelecimentos de Serviços (62,4%). Já no Comércio Tradicional e Shopping Centers a expectativa é de que o número de contratações seja menor que no final de ano anterior.

A intenção de contratar mão de obra no Fim de Ano 2013 gera uma média de 1,8 novos funcionários por estabelecimento, ligeiramente maior que a média alcançada no Fim de Ano 2012 (1,7 funcionários). Nos estabele-

cimentos de Serviços a média de contratações sobe de 1,4 em 2012 para 2,2 em 2013, desempenho não acompanhado pelos estabelecimentos do Comércio Tradicional e dos Shopping Centers, onde as médias de contratação serão, respectivamente, de 2,7 e 1,2 funcionários no Fim de Ano 2013 – sem evoluir, portanto, com relação a 2012.

Os meios mais utilizados pelos empresário/gestores para contratar a mão de obra (Gráfico 7) necessária para o Fim de Ano 2013 são as entrevistas diretas (82,3%) e a entrega de currículos por esses candidatos no próprio estabelecimento (77,3%). Nos Shopping Centers, as duas formas de seleção são igualmente utilizadas pelos empresários/gestores, nos estabelecimentos de Serviços prevalecem as entrevistas diretas (77,1%) e no Comércio Tradicional a diferença entre ambas as formas de contratação é de 1,6 pontos percentuais.

A indicação de candidatos por funcionários ou por outras pessoas também é considerada relevante, como apontado, respectivamente, por 30,8% e 28,3% dos empresários/gestores. Nos estabelecimentos de Serviços esses métodos são bem significativos, uma vez a indicação por funcionários é utilizada por 42,9% e a indicação de outras pessoas é utilizada por 37,1% dos empresários e gestores. A indicação por funcionários também é um método difundido

entre os empresários/gestores no Shopping Centers, segundo 33,3% das opiniões.

Entre os empresários/gestores que pretendem contratar mão de obra neste final de ano, é intenção de 69,2% destes efetivarem essas pessoas no quadro de funcionários para o ano de 2014. Essa proporção é menor nos estabelecimentos de Serviços, onde a intenção é de 64,7% dos empresários/gestores, e maior no Comércio Tradicional e nos Shopping Centers, onde 70,5% e 80,0% dos consultados pretendem manter os contratados no estabelecimento para o ano seguinte (Gráfico 8).

Consultados sobre as funções a serem desempenhadas pelos contratados no final de ano, os empresários/gestores indicaram que as principais demandas serão por vendedores (80,3%) e operadores de caixa (21,7%). De fato, essas funções são de importância significativa, dada a expectativa de crescimento das vendas apontada pelos estabelecimentos para este fim de ano. No Comércio Tradicional, além das funções de vendedor (93,4%) e operadores de caixa (31,1%), também serão demandados funcionários para a área de administração das mercadorias, como reposidores (16,4%) e estoquistas (19,7%). Nos estabelecimentos de Serviços, também serão bastante procurados os cozinheiros (57,1%), recepcionistas (42,9%) e garçons (37,1%).

Sondagem de Opinião

Empresários | Caruaru

Fecomércio-PE

Rua do Sossego, 264, Boa Vista, Recife-PE, Cep: 50050-080

Tel.: (81) 3231.5393 | Fax: (81) 3222.9498

Presidente: Josias Silva de Albuquerque

Instituto Fecomércio-PE

Centro de Pesquisa (Cepesq)

Av. Visconde de Suassuna, 114, Santo Amaro, Recife-PE, Cep: 50050-540

Tel.: (81) 3231.6175 | Fax: (81) 3423.3024

E-mail: pesquisa@fecomerccio-pe.com.br ou pesquisafecomercio-pe@hotmail.com

Diretor executivo: Oswaldo Ramos

Equipe técnica: Lailze Santos e Urbano da Nóbrega

Economistas responsáveis: Tania Bacelar, Osmil Galindo e Fábio Oliveira

Pesquisadores: Fernando Amaral, Hedjailda Santos, Jussiara Cléa, Kaio Cesar, Mayara Shayelle, Natasha Rodrigues e Patrícia Gondim

Design: André Marinho e Thiago Maranhão

Tiragem: 500 exemplares | Impressão: Gráfica Flamar


Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio


SEBRAE