



Fim de ano mobilizará comemorações em Caruaru

Consumidores

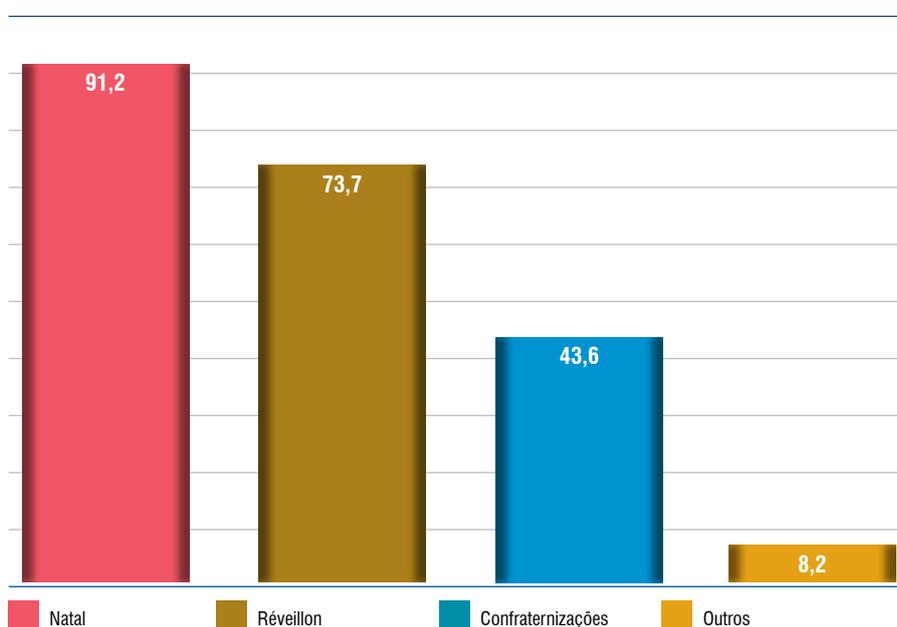
Expectativas de gastos animam o varejo

Em 2013, maior parte dos consumidores de Caruaru deseja comemorar de alguma forma os eventos de Fim de Ano (Gráfico 1), sendo maior a proporção daqueles que pretendem comemorar o Natal (91,2%). Também é expressiva a proporção de pessoas que demonstraram intenção de comemorar o Réveillon (73,7%) e de entrevistados que intencionam participar de confraternizações com parentes e amigos (43,6%).

As comemorações de Fim de Ano 2013, bem como as expectativas para os gastos dos consumidores nesse período servem tanto de termômetro como de ponderação aos empresários/gestores do comércio e serviços sobre as suas expectativas de faturamento. Neste sentido, é interessante observar que, não obstante a grande maioria dos empresários/gestores esperarem crescimento das vendas, apenas 40% dos consumidores pretendem gastar mais no Fim de Ano 2013 em comparação ao Fim de Ano 2012, enquanto 44,3% esperam manter o nível de gastos do ano anterior e 15,7% acreditam que os gastos serão menores (Gráfico 2).

Sobre o perfil dos gastos no Fim de Ano 2013, observa-se que a compra de presentes é intencionada por 91,6% entre os consumidores consultados (Gráfico 3), o que gera uma boa perspectiva para o varejo local. Os gastos com as ceias e festas para as comemorações do Fim de Ano foram assinaladas por 59,5% dos entrevistados e 31,4% conside-

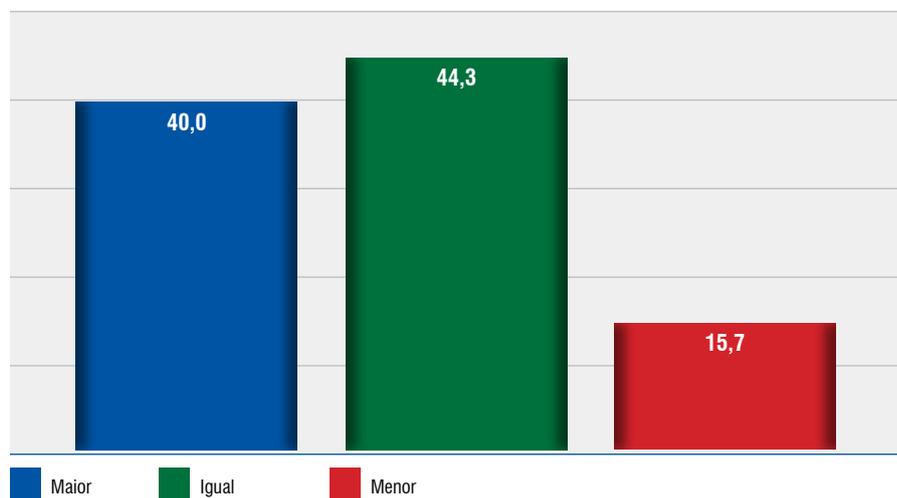
Gráfico 1 Eventos comemorados no fim de ano (%)



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

Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

Gráfico 2 Expectativa de gastos para o fim de ano 2013 (%)



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

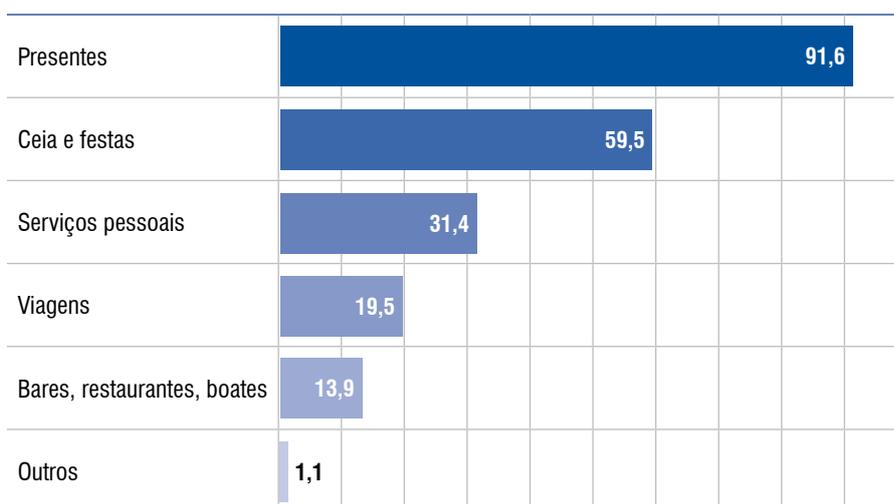
raram significativas as despesas que iriam efetuar com serviços pessoais, como buffets e salões de beleza. As viagens, por sua vez, são opção de 19,5% entre os consumidores como forma de comemorar as datas de Fim de Ano, enquanto 13,9% planejam confraternizar em bares, restaurantes ou boates.

“Gasto médio com a compra de presentes será de R\$ 541; gasto total, estimado em R\$ 1.070, será 5,7% superior este ano em relação a 2012”

Entre os que planejam a compra de presentes no Fim de Ano 2013, a previsão é de que o gasto médio com esses itens seja de R\$ 541 por consumidor (Gráfico 4). A perspectiva de gastos com ceias ou festas é de R\$ 259 em média e a pretensão de despesas com os serviços pessoais corresponde a um valor médio por consumidor de R\$ 170. Quem pretende comemorar em bares, restaurantes e boates deverá gastar em torno de R\$ 304 e para as viagens as despesas estão estimadas a um custo médio de R\$1.636.

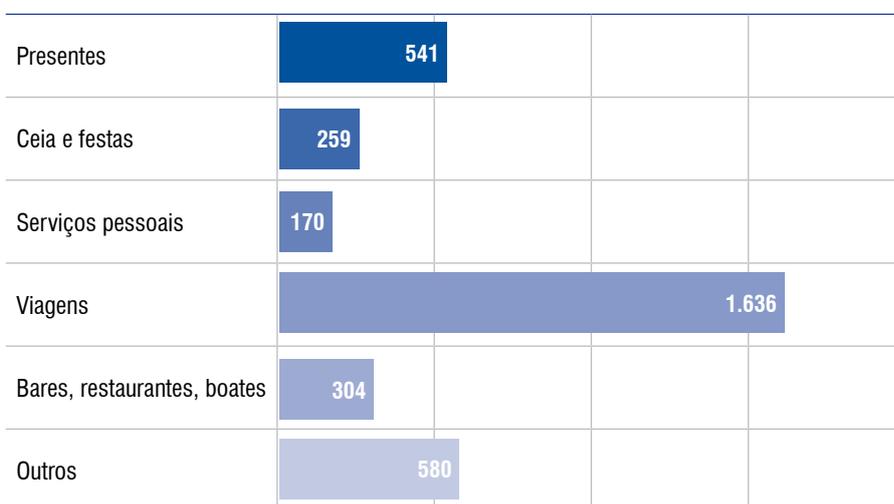
O perfil das despesas registrado pela sondagem em Caruaru permitiu aferir o gasto médio por consumidor previsto para este Fim de Ano 2013 na cidade observando, inclusive, a estimativa de crescimento desses gastos em relação ao ano anterior

Gráfico 3 Intenções de gastos no Fim de Ano 2013 (%)



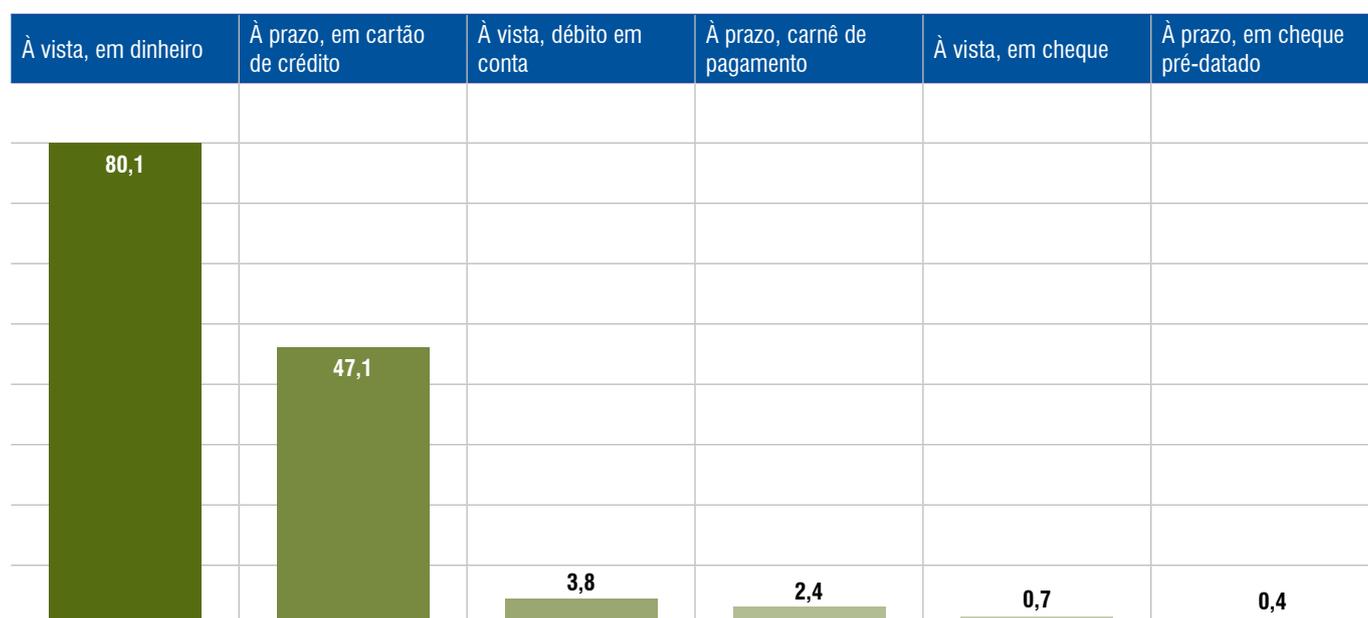
Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.
Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

Gráfico 4 Gasto médio no fim de ano por itens de despesa (R\$)



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

Gráfico 5 Formas de pagamento com gastos no fim de ano 2013 (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.
Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

segundo as classes de renda familiar (Tabela 1). O gasto médio total previsto para o Fim de Ano, de acordo com a pesquisa, será de R\$ 1.070, valor que se estima 5,7% maior que o ocorrido no ano anterior.

Considerando os estratos de renda, os consumidores das Classes A-B possuem o maior nível de despesas (R\$ 2.261), cerca de 2,6 vezes maior que o gasto por consumidor na classe C e 4,7 vezes maior que o das Classes D-E. A estimativa de crescimento dos gastos entre as classes de renda pesquisadas segue a mesma hierarquia, com as classes de maior poder aquisitivo prevendo aumentos significativamente maiores que aqueles apontados pelas classes inferiores.

“Predominarão os pagamentos à vista (em dinheiro) e através de cartão de crédito. Artigos de vestuário, perfumes e cosméticos serão os mais demandados”

As principais formas segundo as quais se realizarão pagamento (Gráfico 5) deverão ser as alternativas à vista (em dinheiro), como apontado por 80,1% das respostas, e à prazo através de cartão de crédito, indicado por 47,1% dos consultados na pesquisa. Em menor dimensão foram assinalados os pagamentos realizados à vista por meio do débito em conta (3,8%) e os pagamentos à prazo com o carnê de lojas. Os pagamentos com cheque,

Tabela 1 Gasto médio no fim de ano 2013 e crescimento de gastos em relação a 2012

Classes de Renda	Gasto médio - 2013 (R\$)	Crescimento em relação a 2012 (%)
Classes A-B	2.261,00	11,0
Classe C	861,00	5,9
Classes D-E	478,00	2,0
Total	1.070,00	5,7

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

Gráfico 6 Produtos preferidos pelos consumidores para presentear (%)

Vestuário	63,0
Perfumes e cosméticos	44,7
Brinquedos	38,9
Calçados e acessórios	37,4
Bijouterias, relógios e óculos	30,9
Móveis e eletrodomésticos	15,9
Informática e celulares	14,3
Livros	11,6
Cama, mesa e banho	4,8

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

Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

Gráfico 7 Gasto médio no fim de ano por tipo de presente (R\$)

Vestuário	155
Calçados e acessórios	134
Brinquedos	120
Perfumes e cosméticos	148
Bijouterias, relógios e óculos	268
Móveis e eletrodomésticos	303
Informática e celulares	348
Livros	86
Cama, mesa e banho	130

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

Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

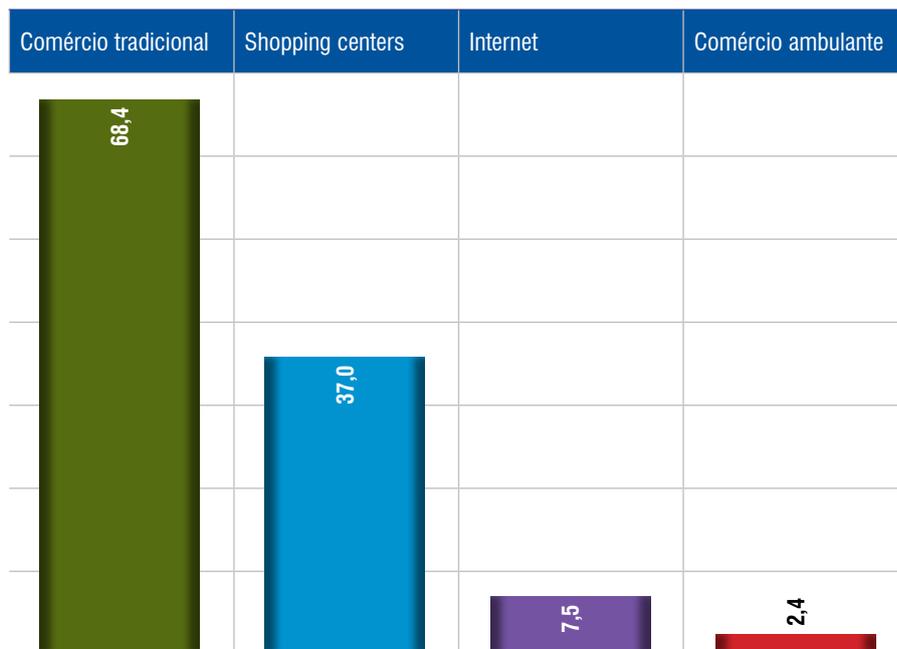
seja à vista ou à prazo, foram opções escolhidas por cerca de 1,0% dos consumidores entrevistados.

Entre os que pretendem presentear parentes e amigos neste fim de ano, é significativa a preferência por itens do segmento de vestuário, cuja aquisição é intencionada por 63,0% dos entrevistados (Gráfico 6). Os itens de perfumaria e cosméticos, por sua vez, são apontados como alternativas de presente em 44,7% das entrevistas, seguidos por brinquedos, indicados por 38,9%, e pelos itens de calçados e bijuterias/relógios e óculos, apontados por 37,4% e 30,9% dos consumidores, respectivamente.

O gasto médio com vestuário e perfumaria/cosméticos, artigos preferidos entre os presenteáveis neste Fim de Ano em Caruaru, deverá ser de respectivamente R\$ 155 e R\$ 134 (Gráfico 7). Os gastos mais expressivos correspondem aos produtos de informática e telefonia celular, cujo dispêndio médio previsto é de R\$ 348 por consumidor e aos móveis e eletrodomésticos, com gasto médio de aproximadamente R\$ 303. Já os brinquedos, os calçados e as bijuterias/relógios/óculos deverão resultar, respectivamente, em gastos de R\$ 120, R\$ 148 e R\$ 268 por consumidor. Por fim, os livros e artigos de cama/mesa/banho correspondem a gastos de R\$ 86 e R\$ 130.

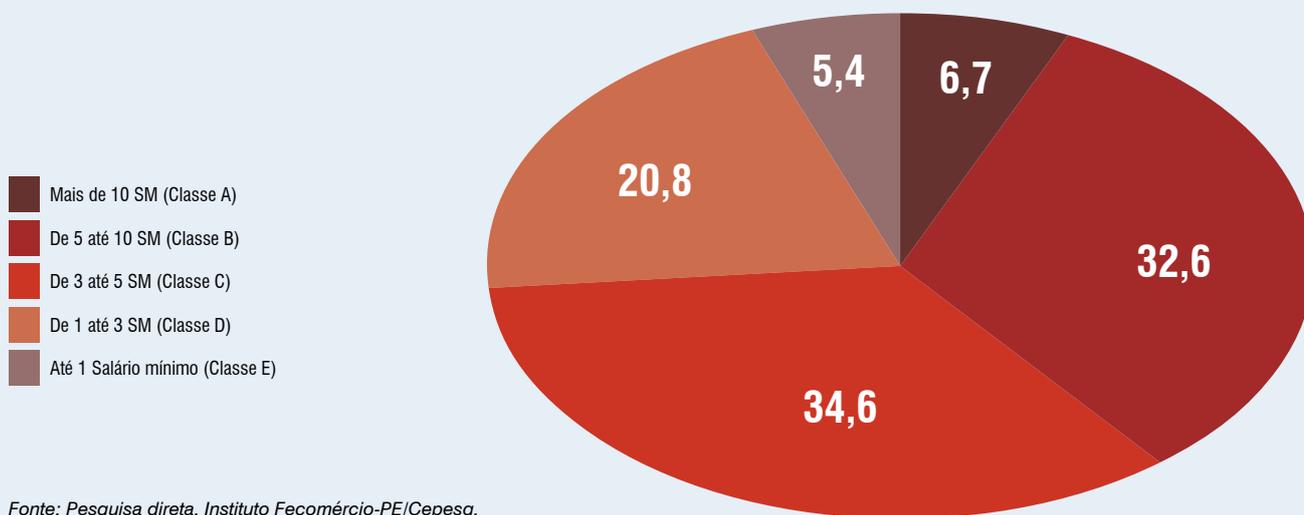
Entre os locais de compra apontados pelos consumidores

Gráfico 8 Locais preferidos para compra de presentes (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.
Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

Gráfico 9 Consumidores entrevistados por faixa de renda familiar (%)



Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.
Nota: Faixas de renda familiar em salários mínimos (SM)

(Gráfico 8), o comércio tradicional continua sendo massivamente preferido para a aquisição dos presentes. Apesar das novidades e variedades também ofertadas pelos shopping centers, estes centros de compras são procurados em menor proporção: 37,0% dos consumidores locais. Realizar compras através da internet é uma alternativa para 7,5% dos consumidores, enquanto 2,4% deles procuram os presentes no comércio ambulante.

Perfil socioeconômico

Entre os 453 consumidores consultados na sondagem do comércio em Caruaru, 64,5% representaram o sexo feminino (Tabela 2). Considerando a faixa etária desses consumidores, é bastante expressiva a presença de pessoas nas idades de 18 a 24 anos (24,8%) e de 25 a 44 anos (33,5%).

Os entrevistados das classes B, C, e D expressaram, respectivamente, 32,6%, 34,6% e 20,8% das opiniões na sondagem (Gráfico 9). As classes de A e E, por sua vez, representaram 6,7% e 5,4% das pessoas pesquisadas.

Quanto ao nível de escolaridade dos entrevistados (Gráfico 10), 35,2% concluíram o ensino médio e 14,7% possuíam ensino médio incompleto (11,1%) ou ensino fundamental completo, seja este regular (2,7%) ou supletivo (0,9%). A presença de consumidores em nível superior também foi expressiva, uma vez que 16,0% deles concluíram esse nível de ensino e 20,7% já frequentaram ou o frequentam.

Tabela 2 Consumidores entrevistados por gênero e faixa etária (%)

Faixa etária	Masculino	Feminino	Total
18 a 24 anos	11,4	24,8	36,2
25 a 44 anos	17,0	33,5	50,4
45 a 59 anos	5,4	4,2	9,6
60 anos ou mais	1,8	2,0	3,8
Total	35,5	64,5	100,0

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

Gráfico 10 Consumidores entrevistados por nível de escolaridade (%)

Médio completo	35,2
Superior incompleto	20,7
Superior completo	16,0
Médio incompleto	11,1
Ensino técnico	6,7
Supletivo do ensino médio	3,6
Fundamental completo	2,7
Pós-graduação	1,8
Fundamental incompleto	1,3
Supletivo do ensino fundamental	0,9

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

Sondagem de Opinião

Consumidores | 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, Jussira 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