



Comemorações no fim de ano
criam boas perspectivas
para o comércio em
Vitória de Santo Antão

SONDAGEM FINAL DE ANO 2013

VITÓRIA DE SANTO ANTÃO - CONSUMIDORES

No Fim de Ano 2013, grande parte dos consumidores em Vitória de Santo Antão pretendem comemorar o Natal (62,6%) e o Réveillon 2014 (61,2%) como se vê no gráfico 1. É igualmente significativa a proporção de pessoas que pretendem realizar confraternizações (44,3%), confirmando assim a boa perspectiva para o comércio e serviços nesse período, não obstante a expectativa pouco otimista apresentada pelos empresários e gestores do setor no município.

De fato, as comemorações no fim de ano promovem gastos que podem vir a animar o setor terciário local, e tal aspecto é confirmado pela expectativa revelada pelos consumidores sobre os gastos neste período em 2013 (gráfico 2).

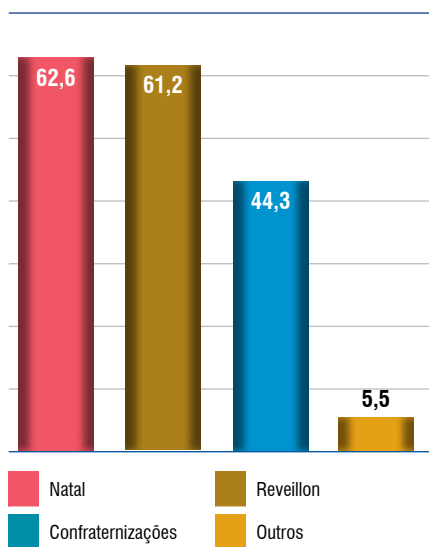
Para 54,2% dos consumidores entrevistados, os gastos no fim de ano em 2013 serão maiores que os realizados em 2012 (gráfico 2). Apenas 18% esperam que os gastos em 2013 sejam mais modestos nessa época do ano e outros 27,8% acreditam que manterão o nível de gastos do ano anterior.

Consultados sobre qual a configuração desses gastos no fim de ano (gráfico 3), a maior parcela dos consumidores indicou que as despesas serão realizadas com a compra de presentes (78,9%), com ceias e festas (62,2%) e serviços pessoais (30,8%). As comemorações em bares e restaurantes são intencionadas por 11,9% dos consumidores e as viagens são alternativas para 3,3% dos entrevistados.

Gasto médio dos consumidores em Vitória de Santo Antão será de R\$ 596 neste fim de ano: crescimento em relação a 2012 é de 10,2%

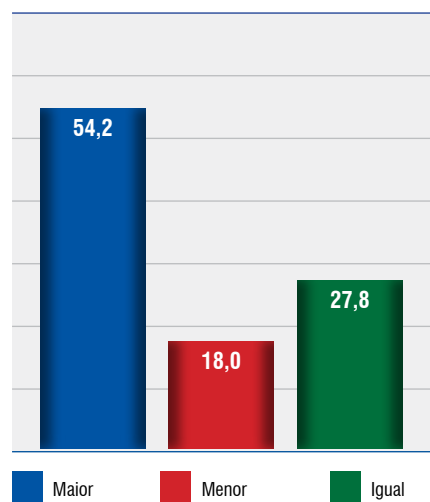
A configuração registrada pela sondagem aponta que o gasto médio por consumidor neste final de ano, em Vitória de Santo Antão, se-

Gráfico 1 Eventos comemorados no fim de ano (%)



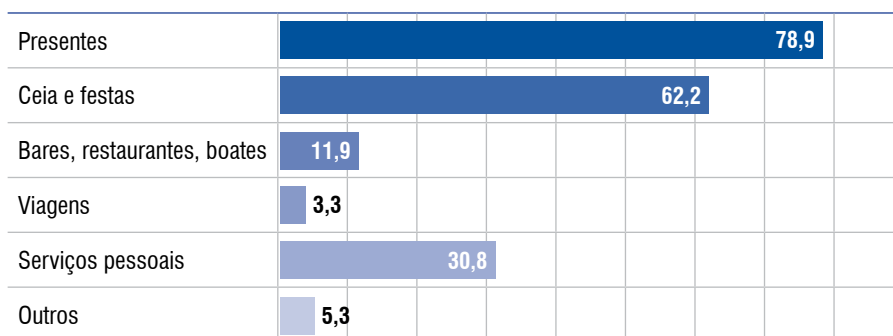
Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.
Nota: O somatório não totaliza 100%, pois se trata de múltiplas respostas.

Gráfico 2 Expectativa de gastos para o fim de ano comparada a 2012 (%)



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

Gráfico 3 Principais itens de despesa nas comemorações/compras do fim de ano 2013 (%)



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

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	939,00	14,4
Classe C	954,00	16,1
Classes D-E	523,00	9,3
Total	596,00	10,2

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

rá de R\$ 596. Este valor será 10,2% maior que o apresentado no ano anterior (tabela 1). Entre as classes de renda, a variação nos gastos previstos para o fim de ano é maior para os consumidores da Classe C, que prevêem aumento de 16,1% com relação aos gastos realizados no fim de ano 2012. Nas Classes A-B e D-E esse crescimento será de 14,4% e 9,3%, respectivamente. Vale salientar que além de indicar um aumento substancial, a Classe C também assinala a maior média de gastos entre as classes de renda observadas na pesquisa.

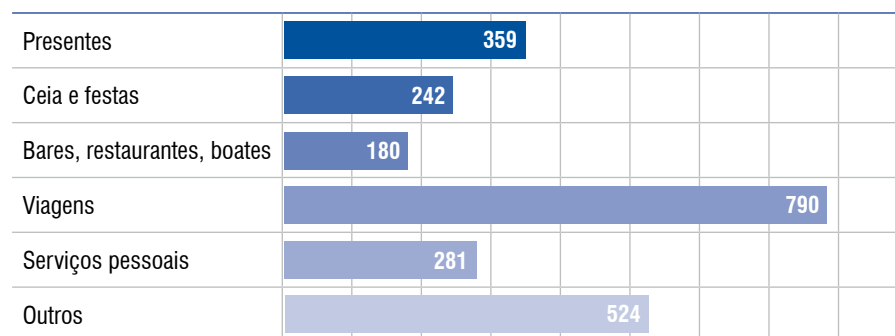
Entre os que anseiam presentear parentes e amigos neste fim de ano, o gasto médio com este item de despesa deverá ser de R\$ 359. Os gastos com serviços pessoais, em salões de beleza e outros, será de R\$ 281, ligeiramente maior que o gasto médio com as despesas das ceias e festas nas comemorações do Natal e Réveillon (gráfico 4). As comemorações ou confraternizações em bares e restaurantes, por sua vez, promoverão um gasto de R\$ 180 por consumidor que deseja frequentá-los e as despesas em viagem incorrerão em um gasto médio de R\$ 790.

Os produtos mais procurados pelos consumidores que desejam presentear (gráfico 5) são os itens de vestuário (71,1%), calçados (52,5%) e brinquedos (30,6%), seguidos de perfumes e cosméticos (26,1%) e bijuterias, relógios e óculos (24,3%). Em menor proporção, está a procura por itens de cama, mesa e banho (3,2%), livros (2,5%) e móveis e eletrodomésticos (1,8%). Os itens de informática e telefonia celular, por sua vez, são preferência para menos de 1% dos consumidores.

Não obstante serem menos demandados, os artigos de informática e telefonia celular geram um gasto de R\$ 680 por consumidor (gráfico 6). As compras de vestuário, produto preferido entre os presenteáveis, geram um gasto médio de R\$ 247/consumidor, enquanto os móveis e eletrodomésticos devem resultar em um gasto de R\$ 206/consumidor.

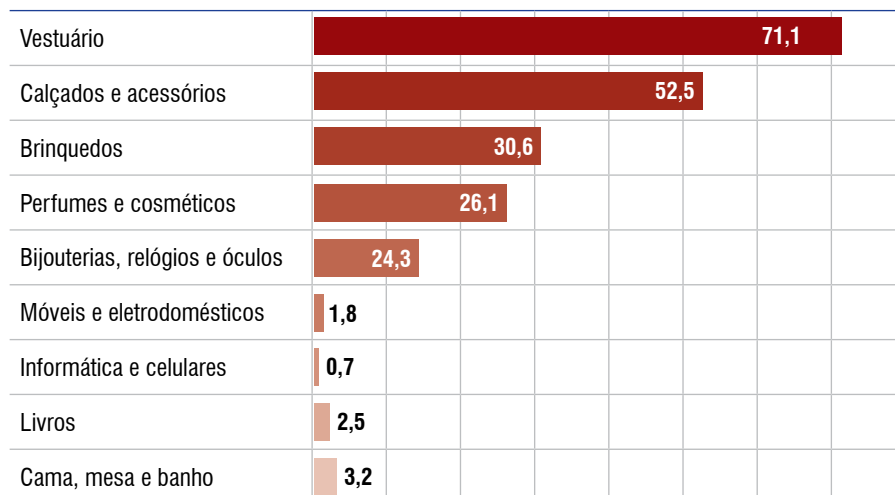
Sobre as formas de pagamento (gráfico 7), 84,4% dos entrevistados

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



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

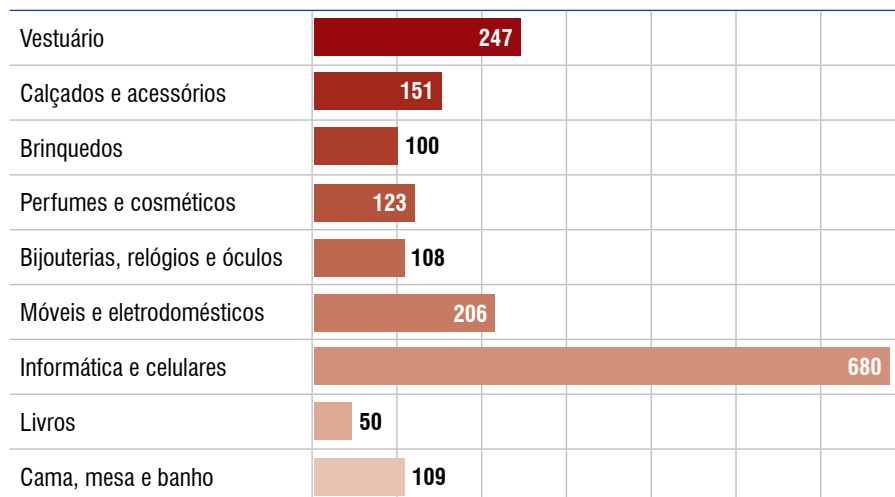
Gráfico 5 Produtos preferidos pelos consumidores para presentear (%)



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

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

Gráfico 6 Gasto médio no fim de ano por tipo de presente (R\$)



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

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

confirmaram a preferência pelo uso do dinheiro neste fim de ano. O cartão de crédito também foi apontado como um importante meio de pagamento, segundo 64,2% das respostas. Esse comportamento indica que os consumidores de Vitória de Santo Antão priorizarão o pagamento à vista das despesas, de modo a não comprometer a capacidade de gas-

to em função do pagamento de dívidas assumidas pelas compras no fim de ano.

Em menores proporções, os pagamento à vista com débito em conta (7,5%) e à prazo com carnê (6,7%) também foram assinalados. Os pagamentos com cheque foram indicados como opção por menos de 2,0% dos entrevistados (gráfico 7).

Consultados sobre o local onde pretendem realizar as compras (gráfico 8), 85,9% dos consumidores optaram pelo comércio tradicional. É interessante destacar que 34,2% realizarão suas compras em shopping centers da Região Metropolitana do Recife, enquanto outros 25,7% indicaram o comércio ambulante como alternativa e apenas 7,4% pretendem utilizar a internet para fazer compras no fim de ano.

Entre os 360 consumidores entrevistados, a maior proporção era de mulheres, que expressaram 68,5% das opiniões, restando 31,5% aos consumidores masculinos (tabela 2).

Os consumidores da classe D abrangiam 55,9% das pessoas consultadas, a classe E correspondeu a 27,1% (gráfico 9). As classes C, B e A expressaram, respectivamente, 12,1%, 4,0% e 0,8% das opiniões entre os consumidores na sondagem.

Quanto ao nível de escolaridade dos entrevistados (tabela 3), 32,5% deles concluíram regularmente o ensino médio completo e 25,2% possuíam ensino médio incompleto (15,1%) ou ensino fundamental completo, seja este regular (9,0%) ou supletivo (1,1%). Os analfabetos representaram apenas 1,1% entre os consultados e 9,8% não concluíram o ensino fundamental.

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

Faixa etária	Masculino	Feminino	Total
18 a 24 anos	5,2	15,8	20,9
25 a 44 anos	22,6	43,8	66,5
45 a 59 anos	2,9	6,3	9,2
60 anos ou mais	0,9	2,6	3,4
Total	31,5	68,5	100,0

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

Gráfico 7 Formas de pagamento dos gastos no fim de ano 2013 (%)

À vista, em dinheiro	84,4
À prazo: cartão de crédito	64,2
À vista: débito em conta	7,5
À prazo: carnê de pagamento	6,7
À vista: cheque	1,4
À prazo: cheque pré-datado	0,3

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

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

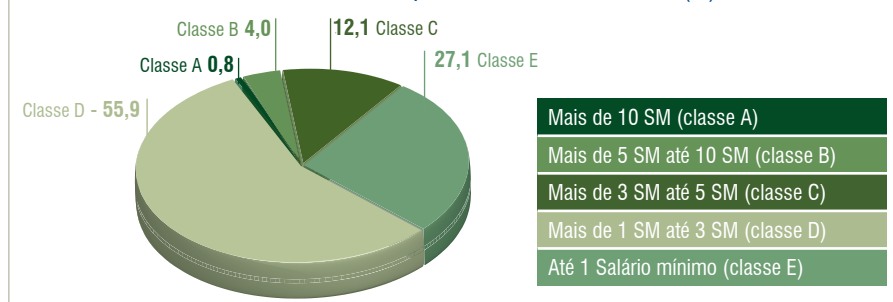
Gráfico 8 Locais preferidos para compra de presentes (%)

Comércio tradicional	85,9
Shopping centers da RMR	34,2
Comércio ambulante	25,7
Internet	7,4

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.

Tabela 3 Consumidores entrevistados por nível de escolaridade (%)

Médio completo	32,5	Médio incompleto	15,1
Superior completo	5,0	Superior incompleto	13,2
Fundamental completo	9,0	Fundamental incompleto	9,8
Supletivo do ensino fundamental	1,1	Supletivo do ensino médio	3,4
Pós-Graduação	1,1	Analfabeto	1,1
Ensino técnico	8,1		

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

Sondagem de Opinião

Consumidores | Vitória de Santo Antão

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@fecomercio-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: Daíza Lima, Gézia Nascimento, Glauciane Maria, Isabella Santiago,

Rosângela Rodrigues, Sandra Lidiany, Tarcísio Araujo e Thays Gabryella

Design: André Marinho e Thiago Maranhão


Fecomércio PE
 Sesc | Senac
 Instituto Fecomércio


SEBRAE