

Consumidores de Petrolina acreditam que vão gastar mais neste fim de ano

Aspectos socioeconômicos da região de Petrolina

A cidade de Petrolina polariza, juntamente com Juazeiro-BA, uma área de influência constituída que envolve cerca de 60 municípios nos Estados de Pernambuco, Bahia e Piauí, que contemplam uma população de aproximadamente 2,5 milhões de habitantes. Segundos dados do Censo Demográfico de 2010 do IBGE, Petrolina contava com 318 mil habitantes em 2013, enquanto Juazeiro-BA com 215 mil. Somadas, as populações das duas cidades representam 21,3% da população total dos 60 municípios de toda a área de influência do polo Petrolina-Juazeiro.

Essa condição demográfica é reforçada pelo fato de que, segundo dados da Empresa Petrolinense de Trânsito e Transporte Coletivo (EPTTC), todos os dias circulam no município em torno de 6 mil pessoas, com diferentes propósitos: a trabalho, para fazer compras, estudar, tratar da saúde, etc.

A economia da área em questão vem passando por grandes transformações nos últimos anos, decorrentes de um significativo bloco de investimentos que provocou grande dinamismo na atividade produtiva e no mercado de trabalho. Tais impactos já alcançaram e vão ter continuidade na economia local. Como exemplo, pode-se mencionar a instalação de que circula, no principal shopping center da região, uma média de 670 mil pessoas por mês.

Um fator que contribuiu para esse crescimento foi a instalação da Fundação Universidade Federal do Vale do São Francisco (Univasf), que iniciou suas atividades em 2004, com sede em Petrolina, sendo a primeira universidade regional dentro do Programa Especial de Desenvolvimento do Polo Petrolina-PE/Juazeiro-BA, e que hoje se distribui em cinco campi: dois em Petrolina, dois na Bahia (um em Juazeiro e outro em Senhor do Bonfim) e um em São Raimundo Nonato (Serra da Capivara), no Piauí. Atualmente esse complexo universitário tem cerca de 15 mil alunos. Também no setor educacional, ressalta-se a presença do Instituto Federal de Educação, que tem investido significativamente na região e, além do campus de extensão de Petrolina, possui centros de ensino em Floresta, Ouricuri e Salgueiro. Isso contribuiu de forma significativa para alavancar a cadeia produtiva de serviços de educação, tecnologia da informação e comunicação, recentemente adensada com a inauguração da rede de televisão Clube/Record.

No que se refere ao mercado de trabalho, de acordo com dados da Relação Anual de Informações Sociais (Rais), nos últimos dez anos, o número de empregos formais da Região de Desenvolvimento do Sertão do São Francisco mais do que dobrou, apresentando taxas médias de crescimento anual de 8%, relativamente mais expressivas na construção civil, no segmento de minerais não metálicos e na indústria metalúrgica. Mesmo diante desse dinamismo, o comércio varejista ainda é a atividade que mais emprega na região: aproximadamente 20% das pessoas ocupadas formalmente. Outra importante fonte de emprego é a agricultura – 18% do total de empregos formais no Sertão do São Francisco –, impulsionada pelo crescimento expressivo da atividade ligada à fruticultura.

Esse dinamismo é o resultado de transformações estruturais que redefiniram um território cuja economia era baseada na atividade pecuária tradicional e na função de entreposto comercial e que transitou para uma moderna economia, em que passou a prevalecer a fruticultura irrigada, que experimentou significativa expansão nos últimos 20 anos.

Neste particular, deve-se ressaltar a grande concentração de investimentos na área, em especial no município de Petrolina, cidade na qual se localiza parcela importante dos empreendimentos em operação e que estão sendo implantados. Como resultado, novas oportunidades econômicas deverão se consolidar no futuro imediato, impactando positivamente a renda e o nível de emprego local.

Em relação ao setor de comércio e serviços, destaca-se o varejo moderno, com a instalação de importantes redes varejistas nacionais, como as Casas Bahia e as lojas Riachuelo. Ressalta-se ainda a presença de grandes supermercados, como Makro, G Barbosa, Balcão Petrolina e Pajeú.

Igualmente relevantes para a cidade e sua área de influência são a conclusão da segunda ampliação do River Shopping – que terá três lojas âncora (C&A, Marisa e Bompreço) e duas megalojas, às quais se agregará uma terceira (Lojas Americanas) e mais 30 lojas – e a recém-anunciada construção de um novo shopping center na cidade. Outro aspecto a ser destacado é a instalação, nos dois últimos anos, das concessionárias de veículos Citroën, Hyundai, Kia, Nissan e Peugeot, que se juntaram às já existentes Chevrolet, Fiat, Ford, Honda, Mitsubishi e Volkswagen.

Também no mesmo período verificou-se um boom do mercado imobiliário, ocorrido em parte pelos investimentos econômicos, contribuindo para o crescimento do segmento da construção civil, que vem se mostrando ser um dos mais dinâmicos da economia local. O dinamismo desse mercado pode ser evidenciado pela construção e ampliação da rede hoteleira visando atender ao fluxo crescente de hóspedes, respondendo, em grande parte, à demanda habitacional dos empresários e profissionais que atuam na região. Por sua vez, é constante na cidade o lançamento de condomínios fechados e de prédios residenciais, além do engajamento local no programa Minha Casa, Minha Vida, responsável pela construção de 6 mil casas nos últimos três anos.

As expectativas de crescimento da área são bastante promissoras diante desse contexto e com a perspectiva da concretização da Ferrovia Transnordestina; do início da exploração de minério de ferro nos municípios de Paulistana, Curral Novo e Simões, no sul do Piauí, que deverá ter investimentos de aproximadamente R\$ 3,4 bilhões; e de conclusão do Canal do Sertão, que deverá irrigar 150 mil hectares de 17 municípios localizados em Pernambuco.

Nesse contexto dinâmico, o Centro de Pesquisa (Cepesq) do Instituto Fecomércio-PE, em convênio com o Sebrae-PE e em parceria com o Sindilojas Petrolina, realizou sondagem de opinião de 7 a 11 de outubro, com a finali-

dade de identificar as perspectivas para o fim de ano nesse importante centro econômico do Sertão pernambucano.

Para isso, foram ouvidos, através de pesquisa direta, 254 empreendedores e 387 compradores na cidade de Petrolina, totalizando 641 entrevistas em estabelecimentos do comércio tradicional, em lojas do shopping center e em prestadores de serviços de alimentação. Nos estabelecimentos comerciais, foram pesquisados os segmentos de vestuário/acessórios, calçados/acessórios, eletroeletrônicos, perfumarias/cosméticos, informática/celular, revenda

de bebidas, supermercados, livrarias/ papelarias, cine-foto-som/ópticas e artigos esportivos. Nos serviços de alimentação, foram ouvidos bares/lanchonetes e restaurantes/pizzarias. A essas pessoas, o Instituto Fecomércio-PE, em nome dos demais parceiros, agradece de forma especial pela atenção dedicada aos pesquisadores e pela presteza nas informações concedidas, sem as quais este trabalho não poderia ser realizado.

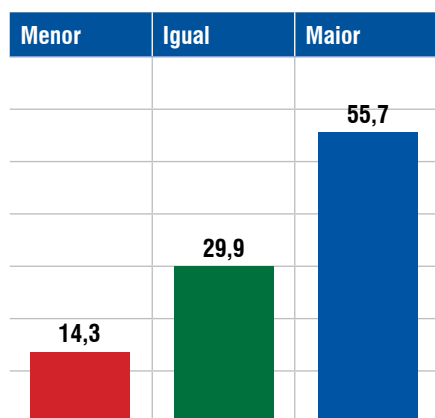
Os principais resultados da pesquisa estão apresentados a seguir.

CONSUMIDORES

Em 2013, grande parte dos consumidores de Petrolina pretende comemorar de alguma forma as festividades de fim de ano. Observa-se que 83,5% dos entrevistados têm a intenção de festejar a chegada de 2014, enquanto 79,8% pretendem participar dos festejos natalinos. Quase metade também demonstrou interesse em participar de confraternizações (48,6%) com amigos e familiares (gráfico 1). Esses eventos promovem gastos que animam a expectativa dos empresários do comércio e de serviços da cidade.

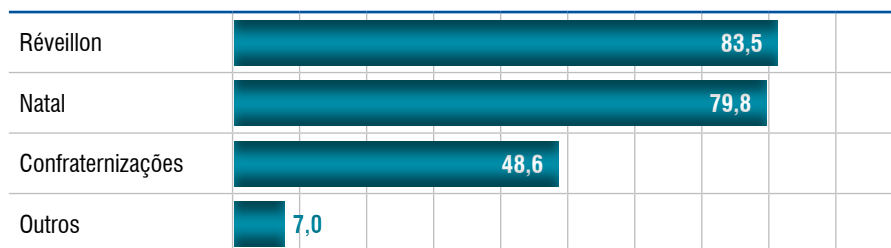
A expectativa se confirma porque 55,7% dos consumidores acreditam que os gastos neste fim de ano serão maiores que os do mesmo período do ano anterior, enquanto 29,9% esperam no mínimo que as despesas mantenham o mesmo patamar do fim de ano de 2012. No entanto, 14,3% das pessoas entrevistadas foram mais cautelosas ao afirmarem que realizarão um volume de gastos menor neste fim de ano em relação ao mesmo período de 2012 (gráfico 2).

Gráfico 2 Expectativa para os gastos no fim de ano de 2013 (%)



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

Gráfico 1 Eventos comemorados no fim de ano de 2013 (%)



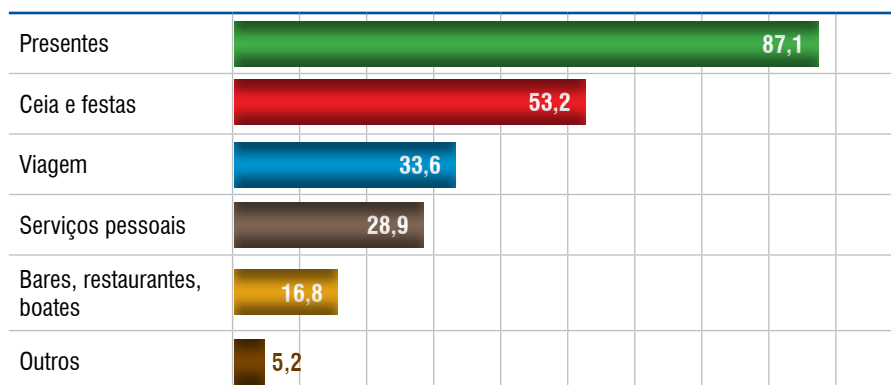
Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

Nota: o somatório dos eventos não totaliza 100%, pois a questão levantada envolve resposta múltipla.

Sobre a configuração desses gastos, a sondagem revela que a intenção de compra de presentes é de 87,1% entre os consumidores consultados, dos quais 53,2% deverão realizar gastos com ceias ou festas para as comemorações do fim de ano e 28,9% efetuarão despesas com serviços pessoais, como em salões de beleza. As viagens são opção de 33,6% entre os consumidores como forma de comemorar as datas de fim de ano, enquanto 16,8% planejam comemorá-las em bares, restaurantes ou boates (gráfico 3).

Entre os que planejam comprar presentes no fim de ano, a previsão é que o gasto médio com esses itens seja de R\$ 491,00 por consumidor. A perspectiva de gastos com ceias ou festas foi de R\$ 270 em média e a pretensão de dispêndio com os serviços pessoais corresponde a um gasto médio por consumidor de R\$ 181,00. Quem pretende comemorar as festividades do fim de ano em bares, restaurantes e boates deverá gastar em torno de R\$ 205,00 e as viagens, por sua vez, estão estimadas a um custo médio per capita de R\$ 881,00 (gráfico 4).

Gráfico 3 Intenções de gasto no fim de ano de 2013 (%)



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

Nota: o somatório das intenções não totaliza 100%, pois a questão levantada envolve resposta múltipla.

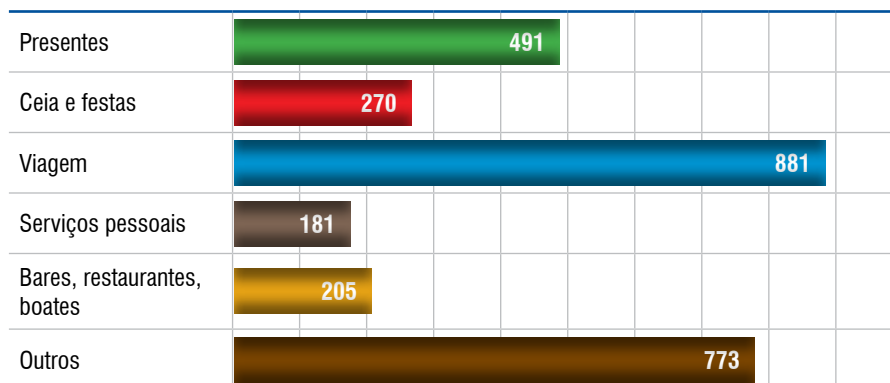
O gasto médio total previsto para o fim de ano, de acordo com a pesquisa, será de R\$ 994,00, com participação expressiva das classes A-B (R\$ 1.864,00 por consumidor) e da classe C (R\$ 1.258,00 por pessoa), que preveem aumentos de 18,8% e 17,1%, respectivamente, em relação aos gastos no mesmo período do ano anterior. As classes D-E, por conseguinte, sugerem um gasto menor (R\$ 653,00 por consumidor) relativamente aos estratos de rendimento anteriores, ainda assim com uma significativa estimativa de crescimento (8,9%) em relação ao fim de ano de 2012. No cômputo geral, o crescimento dos gastos de fim de ano deverá chegar a 12,6% em 2013 comparativamente às despesas previstas para 2012 (tabela 1).

As principais formas de previsão do pagamento dos gastos serão à vista em dinheiro, como apontado por 79,8% das respostas, e a prazo com cartão de crédito, como indicado por 58,9% dos consultados na pesquisa. Também será relevante a proporção de pagamentos realizados à vista por meio do débito em conta, segundo 16,3% dos entrevistados. Em menor dimensão, os pagamentos à vista com cheque e a prazo com carnê e com cheque pré-datado deverão representar, respectivamente, 3,1%, 2,8% e 0,8% dos meios utilizados pelos consumidores (gráfico 5).

Quanto à escolha dos presentes de fim de ano, é significativa a preferência dos consumidores por itens do segmento de vestuário, uma vez que a intenção de adquirir esses produtos foi indicada por 81,6% dos que pretendem comprar presentes. Os itens de calçados e acessórios, por conseguinte, são apontados como alternativas de presente por 44,2% dos entrevistados, seguidos pelos itens de brinquedos, indicados por 38,0%, e pelos itens de perfumaria e cosméticos, apontados por 28,2% dos consumidores (gráfico 6).

O gasto médio com os artigos de vestuário e os artigos de calçado, os tipos preferidos de presentes a serem adquiridos, deverão ser de, respectivamente, R\$ 211,00 e R\$ 175,00, segundo os consumidores entrevistados. Os gastos mais elevados correspondem aos produtos eletroeletrônicos e de comunicação, como informática e celulares, cujo gasto médio previsto será da ordem de R\$ 576,00, e aos móveis e eletrodomésticos, com gasto médio de aproximadamente R\$ 441,00 (gráfico 7).

Gráfico 4 Gasto médio no fim de ano 2013 por item de despesa (R\$)



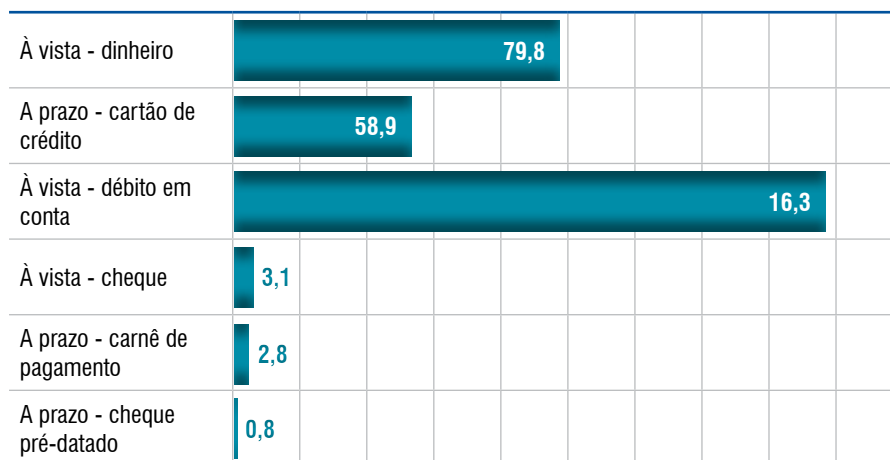
Fonte: Pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE/Cepesq.

Tabela 1 Gasto médio e crescimento dos gastos no fim de ano de 2013 em relação ao mesmo período do ano passado por classes de renda

Classes de Renda	Gasto Médio no Fim de Ano 2013 (R\$)	Crescimento em Relação ao Fim de Ano de 2012 (%)
Classes A-B	1.864,00	18,8
Classe C	1.258,00	17,1
Classes D-E	633,00	8,9
Total	994,00	12,6

FONTE: pesquisa direta. Instituto Fecomércio-PE / CEPESQ

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



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

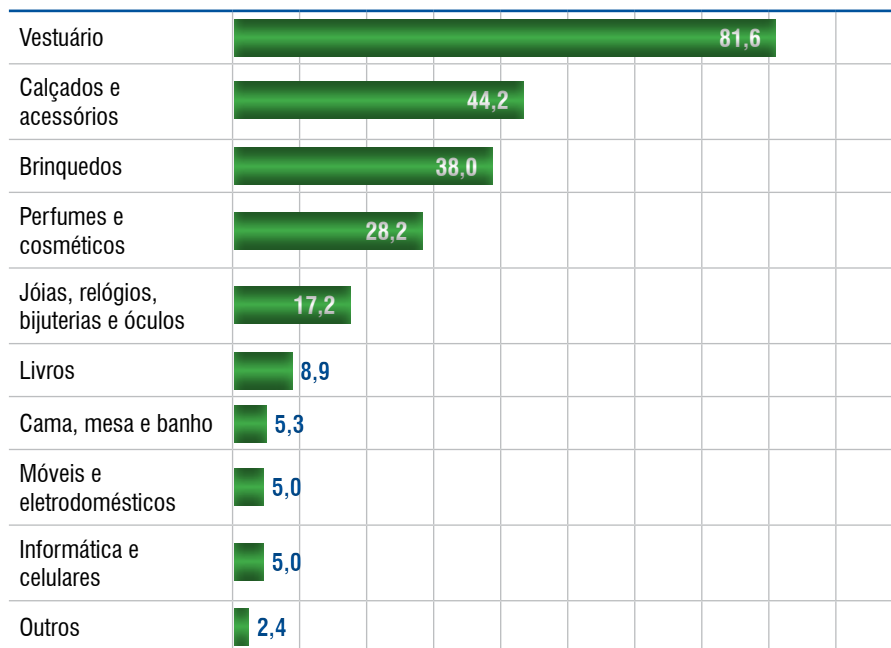
Nota: O somatório dos pagamentos não totaliza 100%, pois a questão levantada envolve resposta múltipla.

O comércio tradicional predomina amplamente como local de compra preferido pelos consumidores de Petrolina para aquisição dos presentes, opção indicada por 89,9% dos entrevistados, enquanto o shopping é alternativa para pouco mais que um quarto dos consultados. As compras on-line também representam um meio de compra significativo, uma vez que 10,7% dos consumidores declaram que realizarão compras pela internet. O comércio ambulante, por sua vez, é o local de compra procurado por 7,7% dos consumidores locais (gráfico 8).

Um dado importante para os gastos nas comemorações do fim de ano 2013 diz respeito ao décimo terceiro salário, recebido por quase dois terços dos consumidores entrevistados (65,1%). O principal uso dessa gratificação salarial é o pagamento de dívidas (35,9% das respostas), embora também sejam significativas as proporções de pessoas que utilizam esse recurso para comemorações (33,1%) e para compras em geral, incluindo presentes (32,6%). Destaca-se ainda a parcela de 10,9% dos consumidores que aproveitam essa bonificação salarial para poupar (gráfico 9).

A maior parcela de consumidores que usam o décimo terceiro salário para efetuar compras está na classe C (45,2%) e a menor verifica-se nas classes A e B (27,0%), enquanto nas classes D e E essa proporção é de 28,9%. É também na classe C que se nota a maior quantidade de entrevistados que pretendem utilizar o décimo terceiro salário nas comemorações de fim de ano (41,9%), parcela que corresponde a 31,1% nas classes D e E, abrangendo 27,0% nas classes A e B. A utilização desse abono para pagamento de dívidas é majoritária nas classes D e E (40,8%), ao passo que nos estratos A e B equivale a 22,2% dos entrevistados e na classe C corresponde a 34,4%. A maior parcela dos entrevistados que decidem aplicar o dinheiro do décimo terceiro em poupança ocorre nas classes A e B (12,7%), enquanto nas classes D e E atinge 11,4%. Os menos previdentes nesse sentido são os consumidores da classe C, na qual apenas 7,5% têm intenção de poupar.

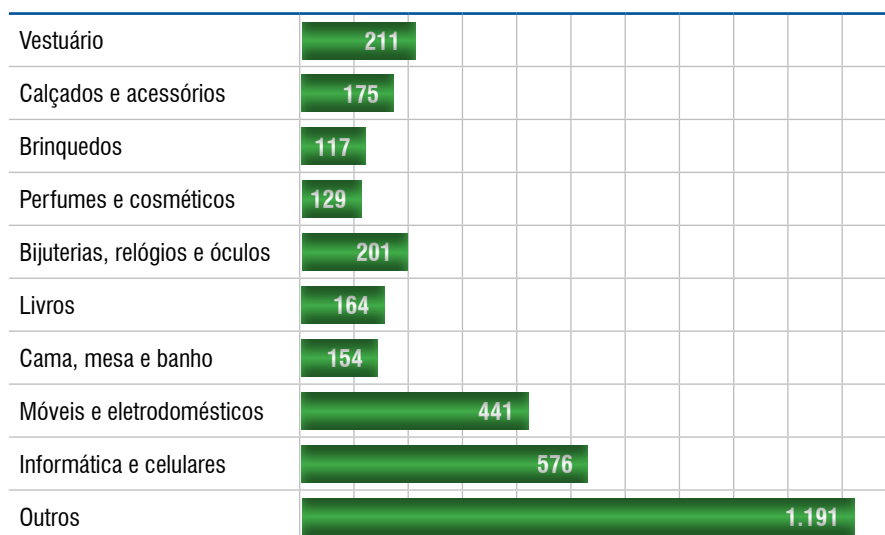
Gráfico 6 Produtos preferidos pelos consumidores para presentear no fim de ano de 2013 (%)



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

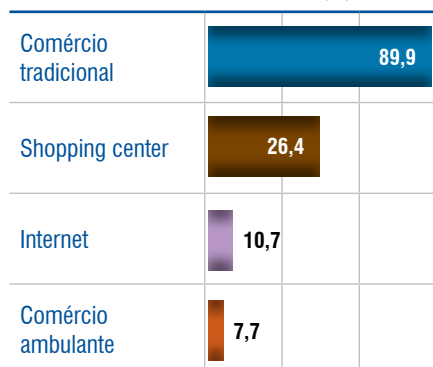
Nota: O somatório dos produtos não totaliza 100%, pois a questão levantada envolve resposta múltipla.

Gráfico 7 Gasto médio no fim de ano de 2013 por tipo de presente (R\$)



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

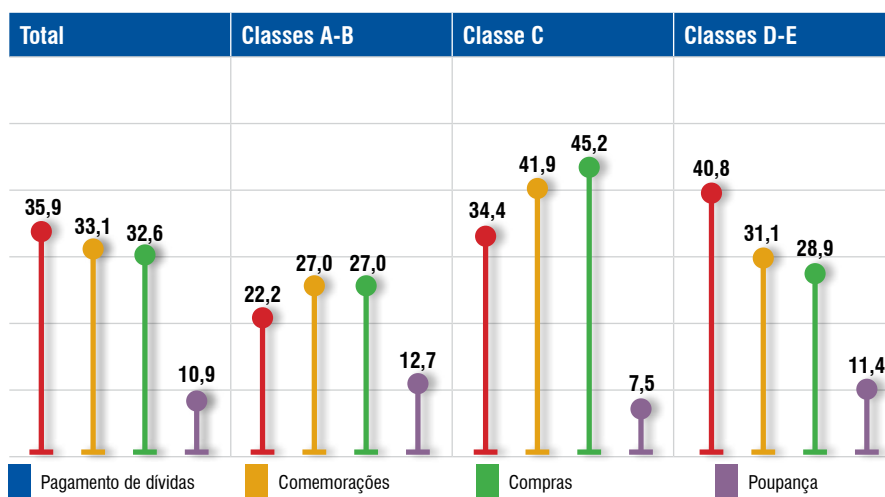
Gráfico 8 Locais de compra dos presentes do fim de ano de 2013 (%)



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

Nota: O somatório dos locais não totalizam 100%, pois a questão levantada envolve resposta múltipla.

Gráfico 9 Principais usos do décimo terceiro salário para o fim de ano de 2013 (%)



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

Nota: O somatório dos usos não totaliza 100%, pois a questão levantada envolve resposta múltipla.

Sondagem de Opinião

Consumidores | Petrolina

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 (Cepesa)

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: Alice Rocha, Flávio Fonseca, Jeová Rodrigues, Jéssica Adelaide, Jonnas Nunes,
Leandro Marçal, Mariana Macêdo e Sérgio Dantas
Design: André Marinho e Thiago Maranhão



Fecomércio PE
Sesc | Senac
Instituto Fecomércio



SEBRAE