

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE ALAGOAS
INSTITUTO FECOMÉRCIO DE ESTUDOS, PESQUISAS E
DESENVOLVIMENTO DE ALAGOAS

Relatório sobre a Pesquisa de Intenção de Consumo de Natal/2020

Instituto Fecomércio de Pesquisas de Alagoas

Maceió, dezembro de 2020

Presidente da Federação do Comércio de Alagoas

José Gilton Pereira Lima

Vice-Presidente da Federação do Comércio de Alagoas

Valdomiro Feitosa Batista

Arthur Georges Guillou

Nilo Ítalo Zampieri Júnior

Vice-Presidente Administrativo da Federação do Comércio de Alagoas

Ana Luíza Araújo Freire Soares

Vice-Presidente Financeiro da Federação do Comércio de Alagoas

Adeildo Sotero da Silva

Diretor Financeiro Adjunto da Federação do Comércio de Alagoas

José de Sousa Vieira

Superintendente da Federação do Comércio de Alagoas

Allan Araújo de Souza

Assessoria de Comunicação da Federação do Comércio de Alagoas

Sandra Peixoto

Assessoria Econômica da Federação do Comércio de Alagoas

Felippe Rocha Presado Menezes de Barros

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	4
3. POPULAÇÃO AMOSTRAL	4
4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS	5
5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA	7

1. INTRODUÇÃO

Após um ano bastante turbulento pautado em uma pandemia de proporções globais, que afetou a cadeia econômica, a produção e reduziu a jornada de trabalho ao redor do globo, muitos países adotaram políticas assistenciais a sua população evitando um problema ainda maior: a pobreza e a fome. No Brasil, ainda que estejamos sofrendo as consequências da pandemia, a flexibilização se deu ao final de julho e ainda permanece, permitindo crescimento de 7,7% no terceiro trimestre, o que ainda não recupera os 11,2% de prejuízo do primeiro semestre de 2020. Além disso, ainda que tenha ocorrido crescimento no trimestre contra um trimestre imediatamente anterior, marcado pelo fechamento temporário de diversos estabelecimentos, quando comparamos contra o mesmo trimestre do ano passado, temos uma queda de 4%.

Assim, a recuperação dos postos de trabalho, mesmo que lenta, vem ocorrendo, em compasso com o ligeiro aumento da renda das famílias por conta do Auxílio Emergencial e do saque emergencial do FGTS, ajudaram a manter aquecidos alguns setores da economia, como a cadeia de alimentos e de materiais de construção no país. A Black Friday, que agora vem servindo de termômetro do natal, apontou crescimento nas vendas em termos de valores monetários, ainda que, em volume, ou seja, no número de consumidores tenha sido menor.

Para o Comércio, este é o melhor período para vendas no ano. É tempo de tentar reduzir o prejuízo de 4 meses de inanição. Então temos fatores positivos que podem ajudar a esse momento ser melhor do que o esperado, o 13º salário, o auxílio emergencial, mesmo que menor, o saque emergencial do FGTS e a contratação de temporários podem estimular boas vendas para o período. O turismo já é sabido que será mais tímido, mas ainda assim, haverá turistas, o que poderá elevar o faturamento do trade turístico da região.

Assim, segundo nossa pesquisa estima-se que, em Maceió, o dispêndio com presentes, em relação ao valor médio que será gasto, será de R\$ 360,57 (em 2019, R\$ 273,20 e em 2018, R\$ 290,18), demonstrando que, devido a inflação e a alta exagerada nos preços, os consumidores perceberam que deverão dispendir mais para adquirir presentes que queiram distribuir entre parentes e amigos, permitindo uma circulação maior de dinheiro, cerca de R\$ 44 milhões (em 2019, R\$ 35 milhões e em 2018, R\$ 38 milhões) em bens e serviços, na capital.

Ou seja, embora a intenção este ano para aquisição de produtos seja menor, devido ao ticket médio mais elevado, o valor médio gasto, na capital, será R\$ 9 milhões acima do que em 2019. A recuperação da economia, em conjunto com uma redução das taxas de desemprego, nacional, estadual e da capital alagoana, deve motivar os empresários a contratar mais temporários, investir mais na diversificação de mercadorias e serviços disponíveis. Estimulando toda uma cadeia econômica já bastante aquecida.

Para entender melhor o cenário de realização de consumo e para efeito comparativo, a Federação do Comércio de Alagoas, em conjunto com o Instituto Fecomércio de Pesquisas de Alagoas, foi a campo para determinar o nível de consumo da população de Maceió, com a intenção de subsidiar os empresários dos mais diversos nichos de comércio e serviços da região, permitindo-os rever e prever melhor seus níveis de estoque e de demanda, além de informar a sociedade o nível de atividade econômica da capital de Alagoas.

2. ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

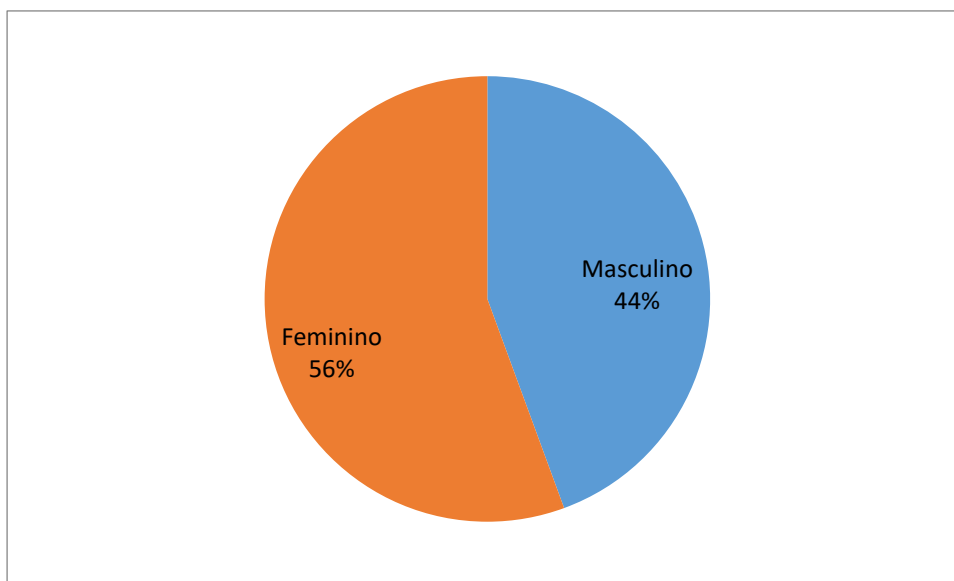
A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento – IFEPD/AL no período de 30 de novembro a 02 de dezembro de 2020. Durante o período as entrevistas foram realizadas em ambientes de consumo de grande circulação. A técnica utilizada foi de pesquisa quantitativa/qualitativa por amostragem. A técnica de coleta de dados foi a de entrevista pessoal individual aplicada com base em questionário estruturado desenvolvido pelo núcleo de pesquisa do IFEPD/AL composto por 11 perguntas fechadas (entre respostas múltiplas e únicas). O tamanho mínimo da amostra estimado foi determinado em 500 entrevistados da capital de Alagoas, com nível de confiança de 95% e margem de erro de 5%. (2,5% para mais ou para menos).

3. POPULAÇÃO AMOSTRAL

O universo da pesquisa foi o de homens e mulheres maiores de 18 anos e que sejam participantes da população economicamente ativa, residentes da zona urbana. A pesquisa foi feita de forma aleatória obedecendo os critérios da probabilidade aleatória. Os dados foram processados eletronicamente e receberam tratamento estatístico.

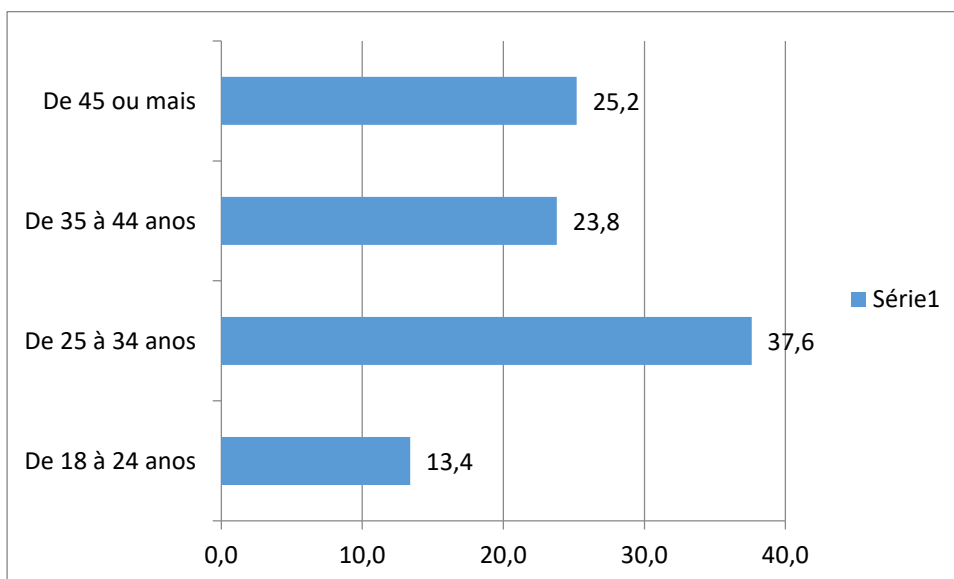
4. PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Gráfico 1 – Perfil de gênero dos entrevistados (em %)



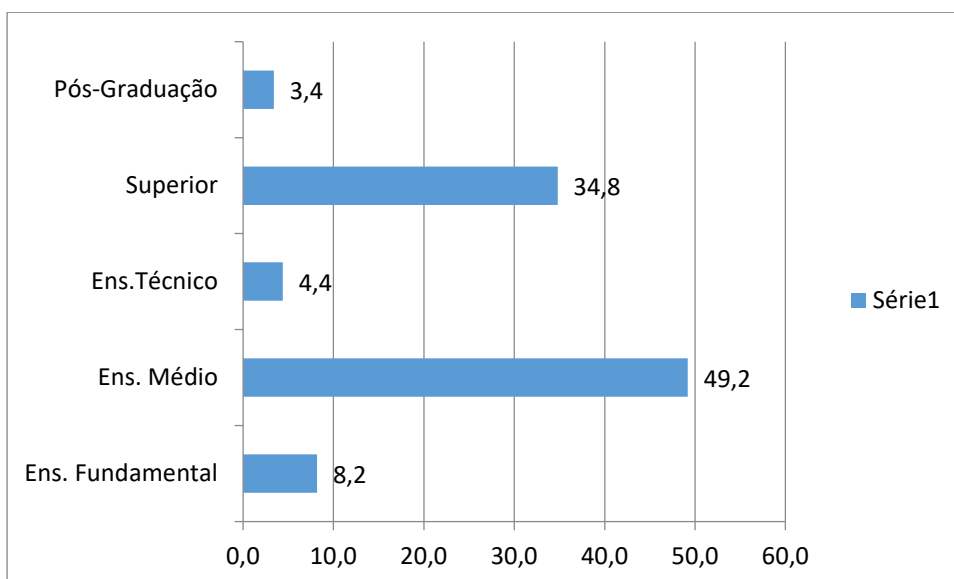
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 2 – Perfil etário dos entrevistados (em %)



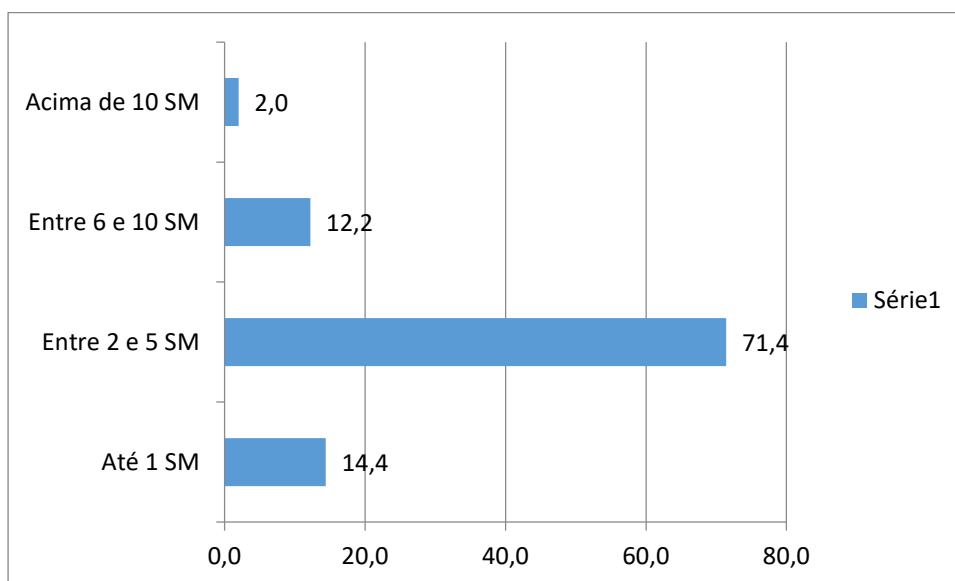
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 3 – Perfil de escolaridade dos entrevistados (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

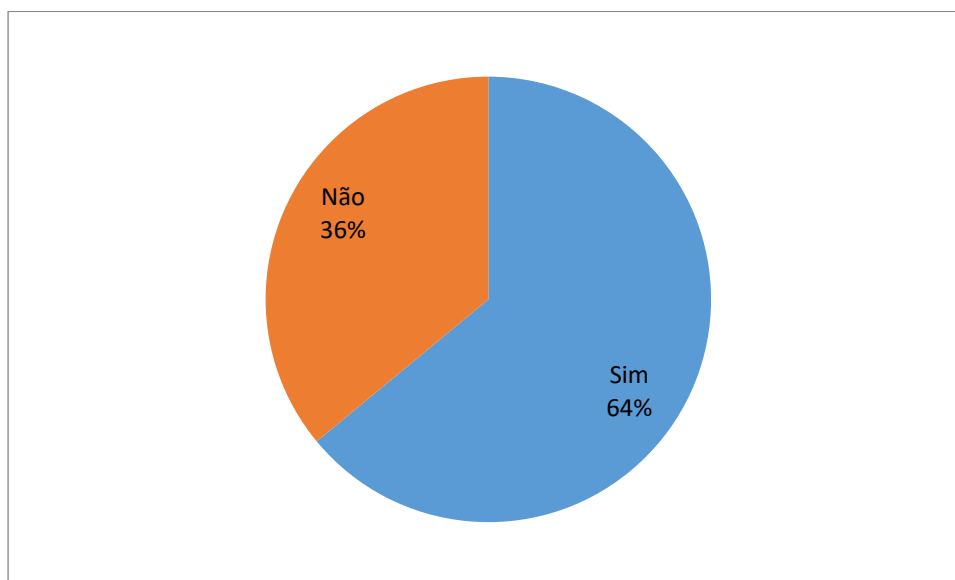
Gráfico 4 – Perfil de renda dos entrevistados (em %)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

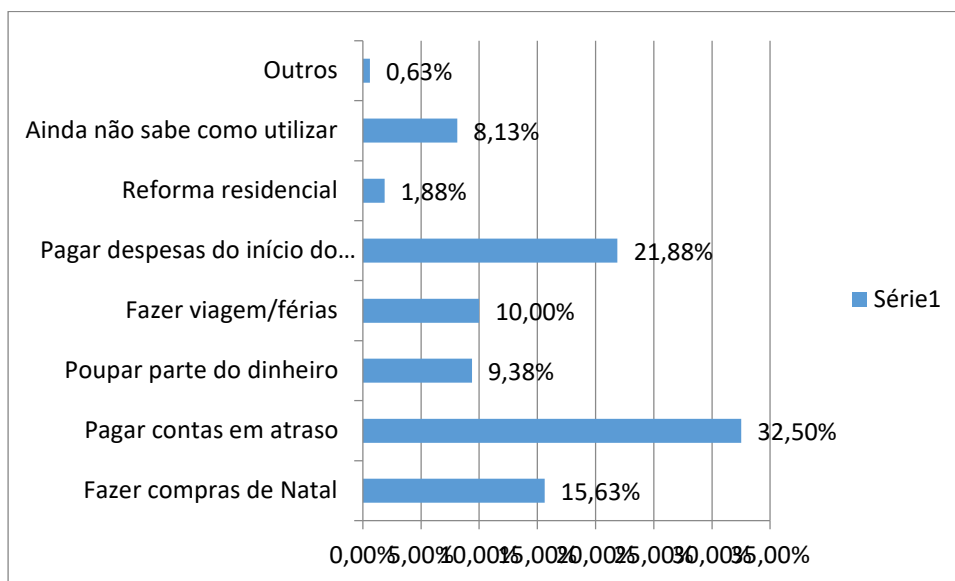
5. RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Gráfico 5 – O Sr.(a) recebe o décimo terceiro salário?



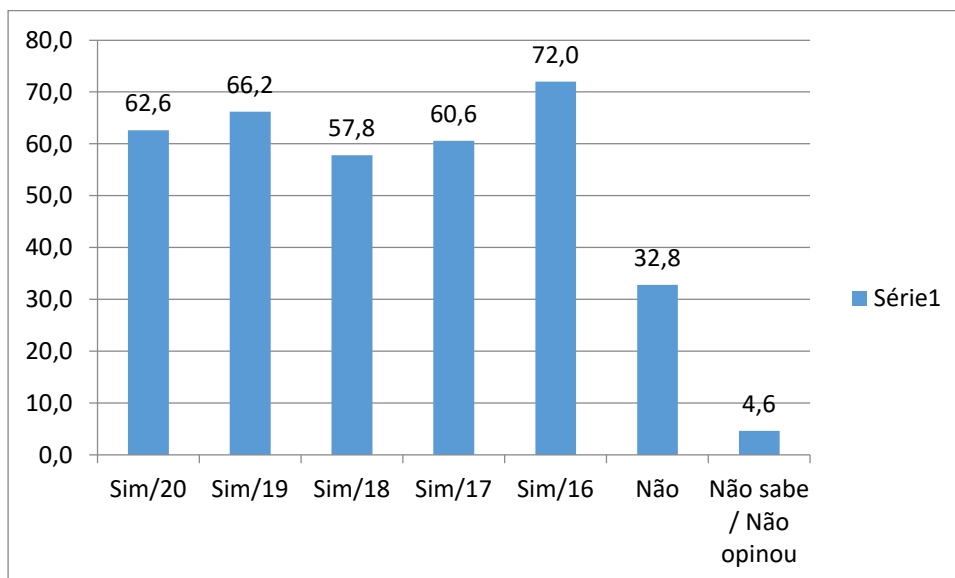
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 6 – O que o senhor(a) pretende fazer com o décimo terceiro (% dos que informaram receber o 13º salário)?



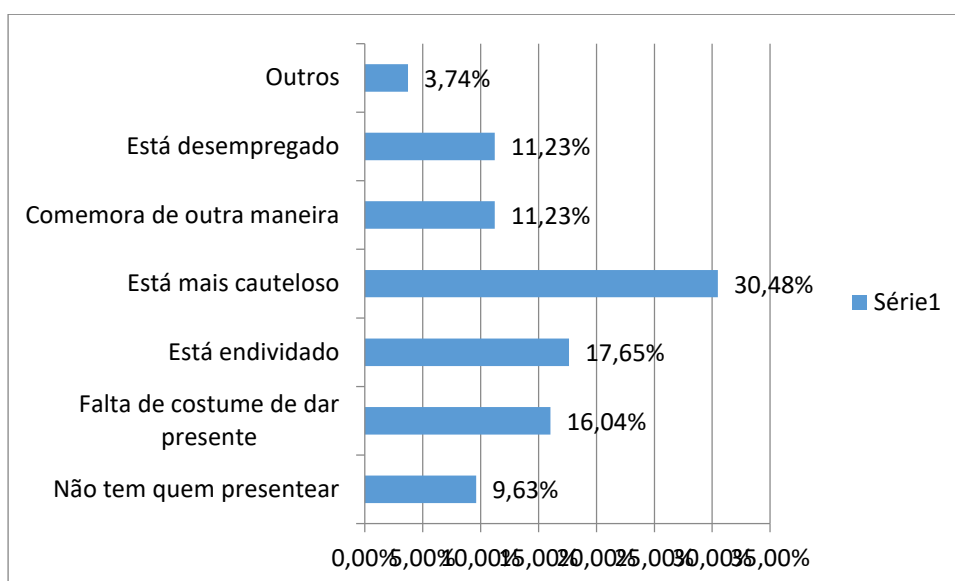
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 7 – O Sr.(a) irá comprar neste final de ano/Natal?



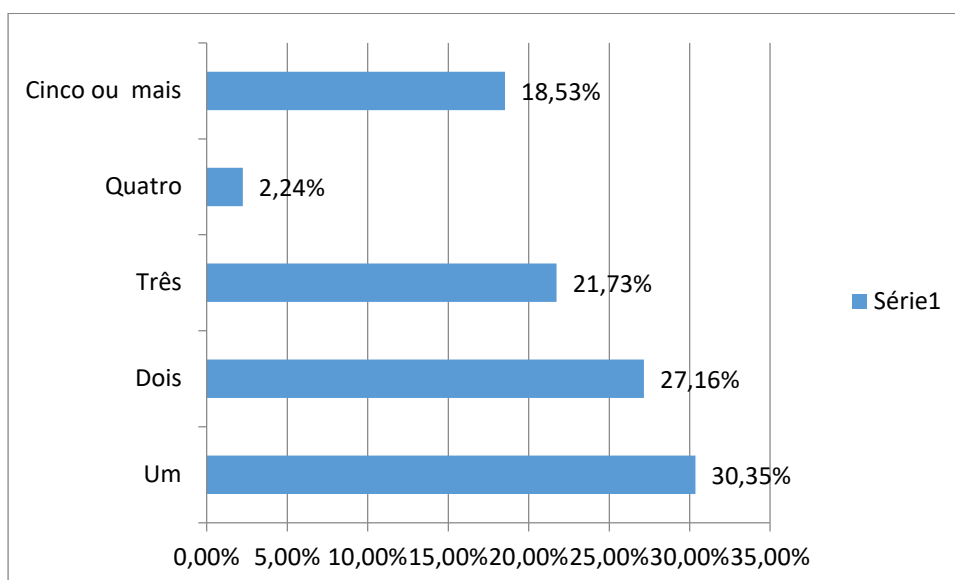
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 8 – Se não, quais os motivos (% apenas de quem respondeu não)

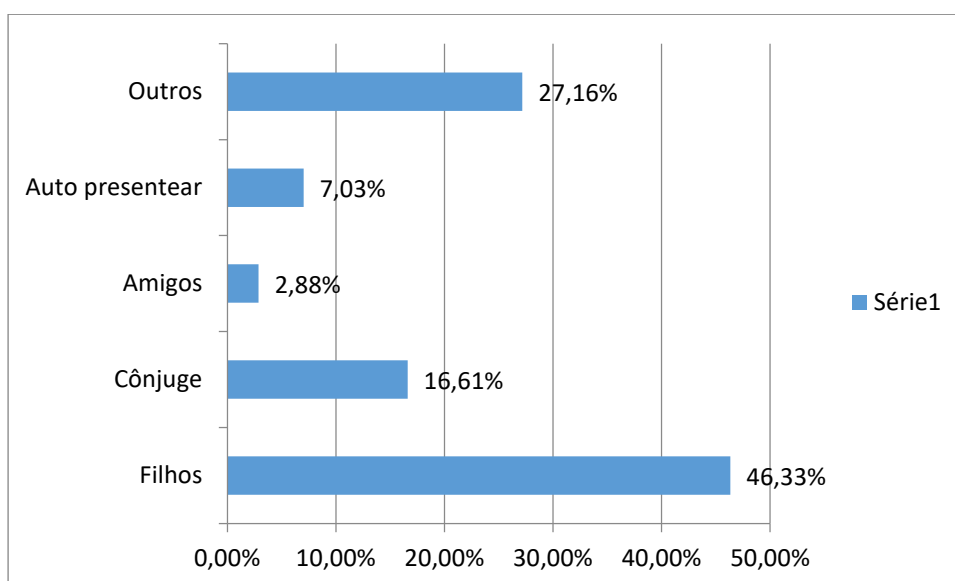


Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

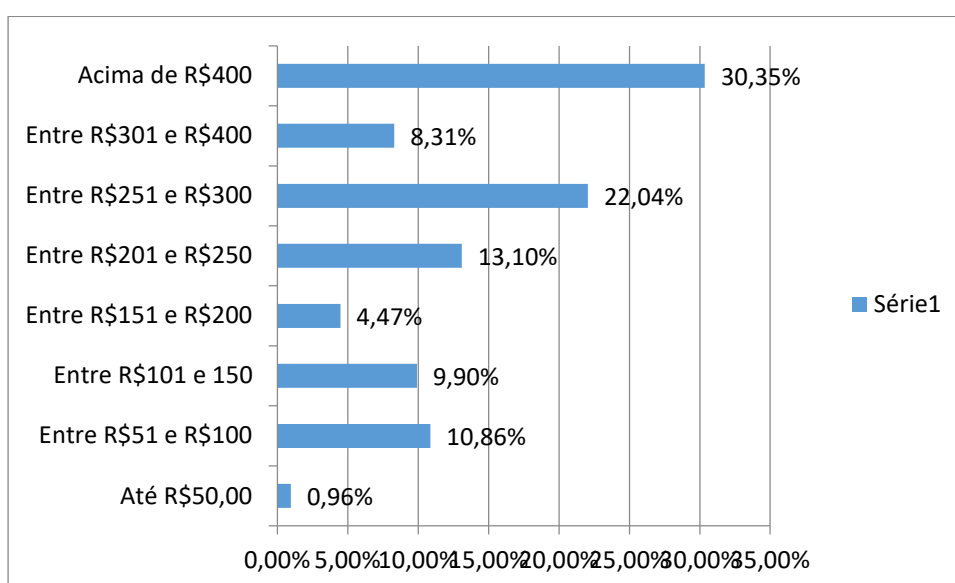
Gráfico 9 – Quantos produtos você pretende adquirir (% daqueles que informaram “sim”)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 10 – Quem você pretende presentear? (Porcentagem dos que disseram “sim”)

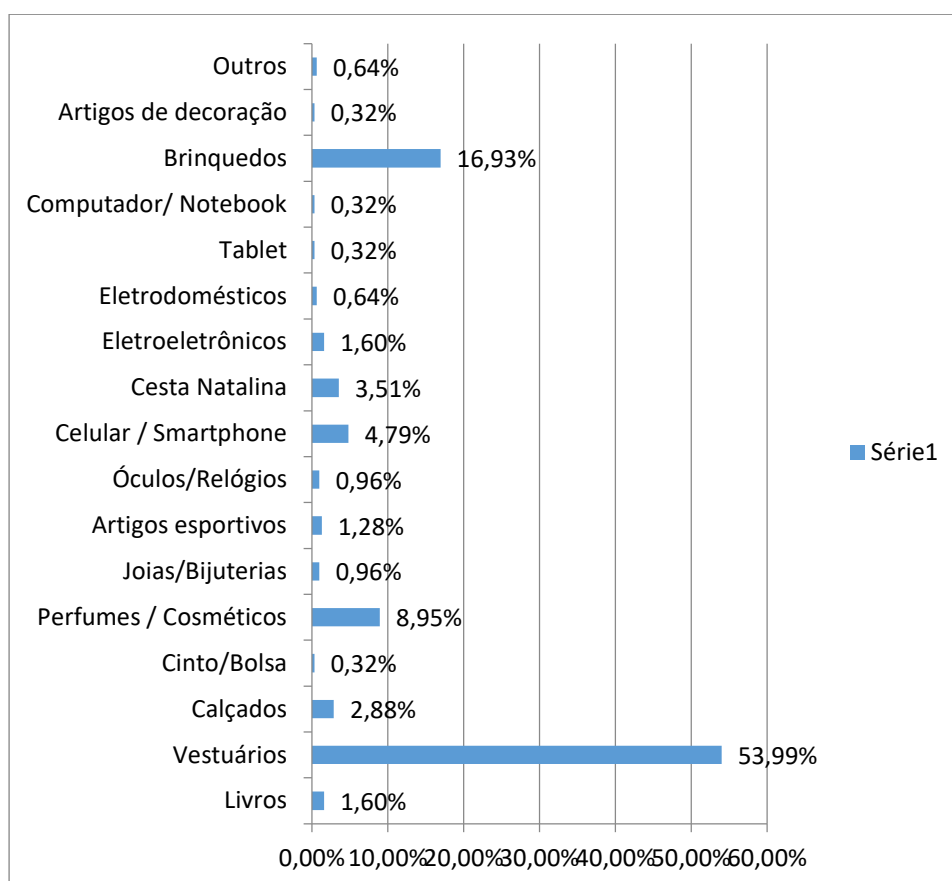
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 11 – Quanto você pretende gastar com presentes de Natal? (% dos que informaram sim)

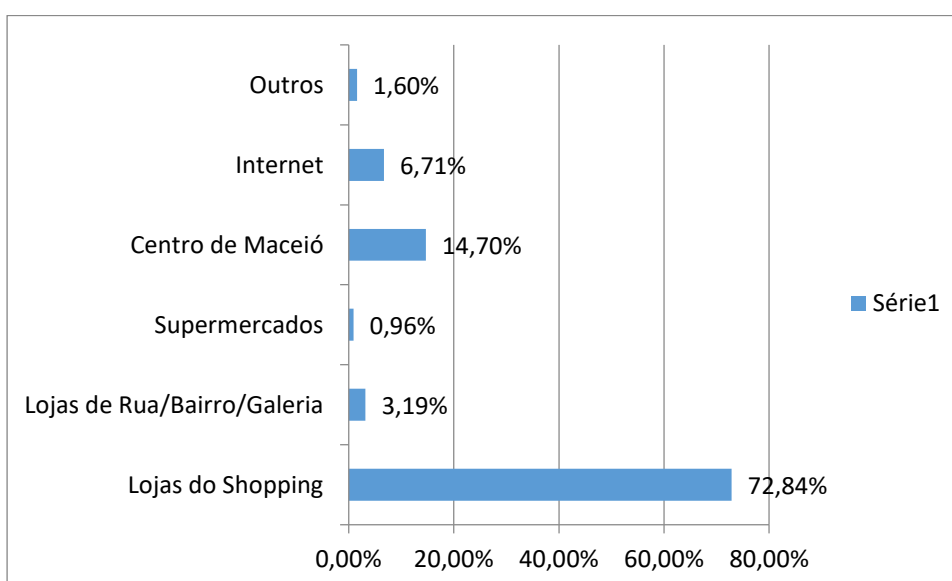
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Ticket Médio – R\$ 360,57

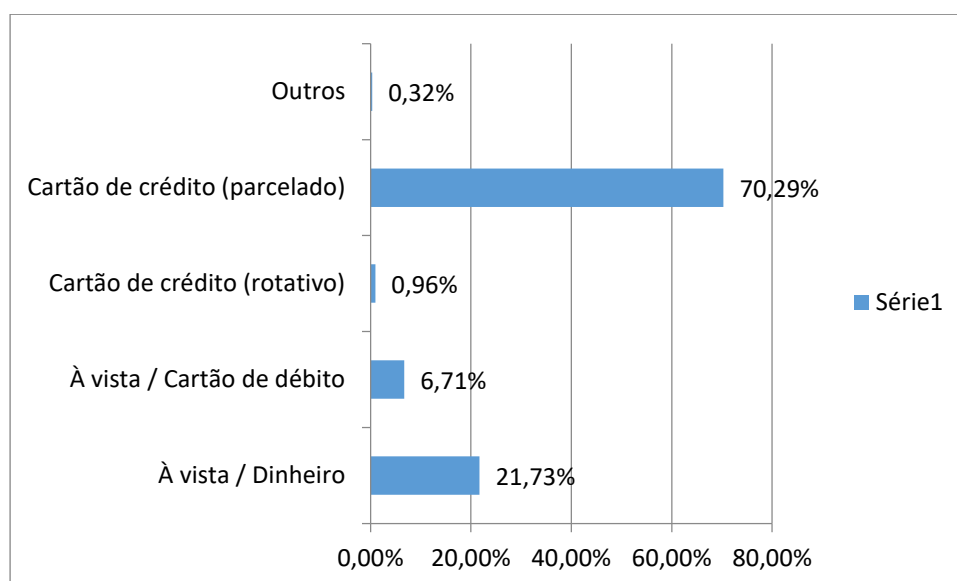
Gasto Total Médio – R\$ 44.977.615,81

Gráfico 12 – Quais produtos o Sr(a). pretende comprar?

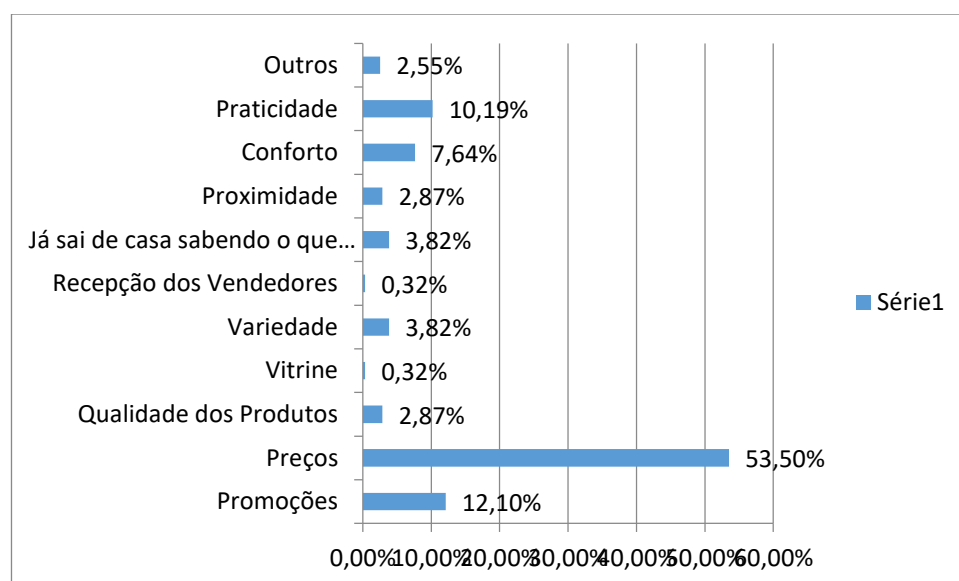
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 13 – Onde o senhor(a) pretende comprar o presente de Natal/Final de Ano?

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 14 – Qual a forma de pagamento preferencial para adquirir os presentes de Natal?

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas

Gráfico 15 – Quais motivos te levam a entrar em uma loja?

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento de Alagoas