

## GRANDE VARIAÇÃO DE PREÇOS NO DIA DOS PAIS

Superintendência de Produção da Informação e do Conhecimento (SINC)

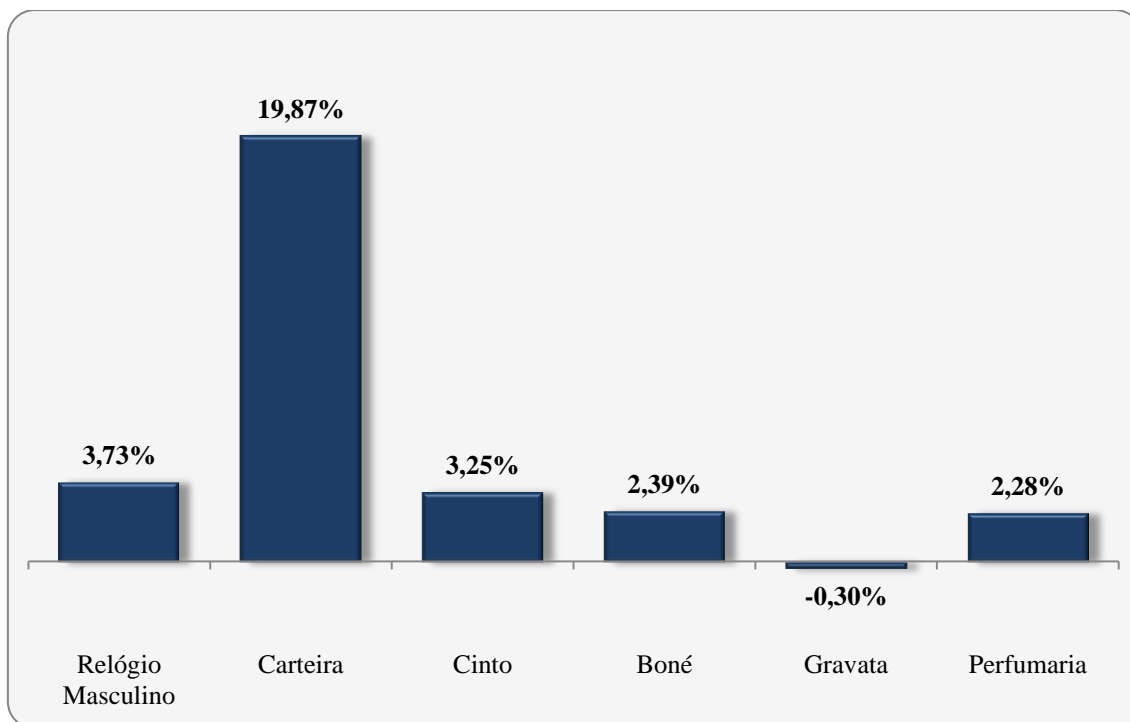
Gerência de Estatística e Indicadores

O Dia dos pais marca a abertura do calendário de datas comemorativas do segundo semestre. O apelo emocional estimula a demanda por artigos masculinos de vários segmentos do comércio, e é a quarta data que mais atrai consumidores anualmente (após Natal, Dia das Mães e Dia dos Namorados). No entanto, apresentou boas vendas, mesmo com as dificuldades que a economia brasileira apresenta. Objetivando aferir esta percepção, a Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio do Estado de Alagoas - SEPLAG, por meio do Índice de Preço ao Consumidor (IPC), realizou uma pesquisa dos produtos mais procurados nessa época em relação ao ano anterior, com o objetivo de analisar o comportamento da inflação. A pesquisa foi realizada no período de 23 a 27 de Julho do corrente ano, englobando itens de vestuário, acessórios, artigos esportivos, perfumaria, aparelhos eletroeletrônicos e bebidas.

A Figura 1 detalha a variação nos preços do produtos do grupo Acessorios. É possível notar que, exceto o item “**Gravata**”, que sofreu uma leve queda de 0,30%, os demais tiveram um acréscimo no seu preço. A **Carteira**, um dos mais procurados para presentear no dias dos pais, sofreu uma aumento de 19,87%, em função, dentre outros fatores, da riqueza no detalhamento de personalização refinada e na variedade de estilos, corroborou, de certa forma, para este resultado. O **Relógio masculino** teve um aumento de 3,73%, seguido pelo **Cinto** (3,25%), **Boné** (2,39%), e **Perfumaria** (2,28%).

Vale destacar que os grupos **Acessórios** e **Vestuário** possuem perfis mais visados pela maior parte dos consumidores alagoanos, uma vez que os preços destes são mais acessíveis.

Figura 1 - Variação Percentual Simples dos Preços de Acessórios em Maceió/AL - (2017-2018)

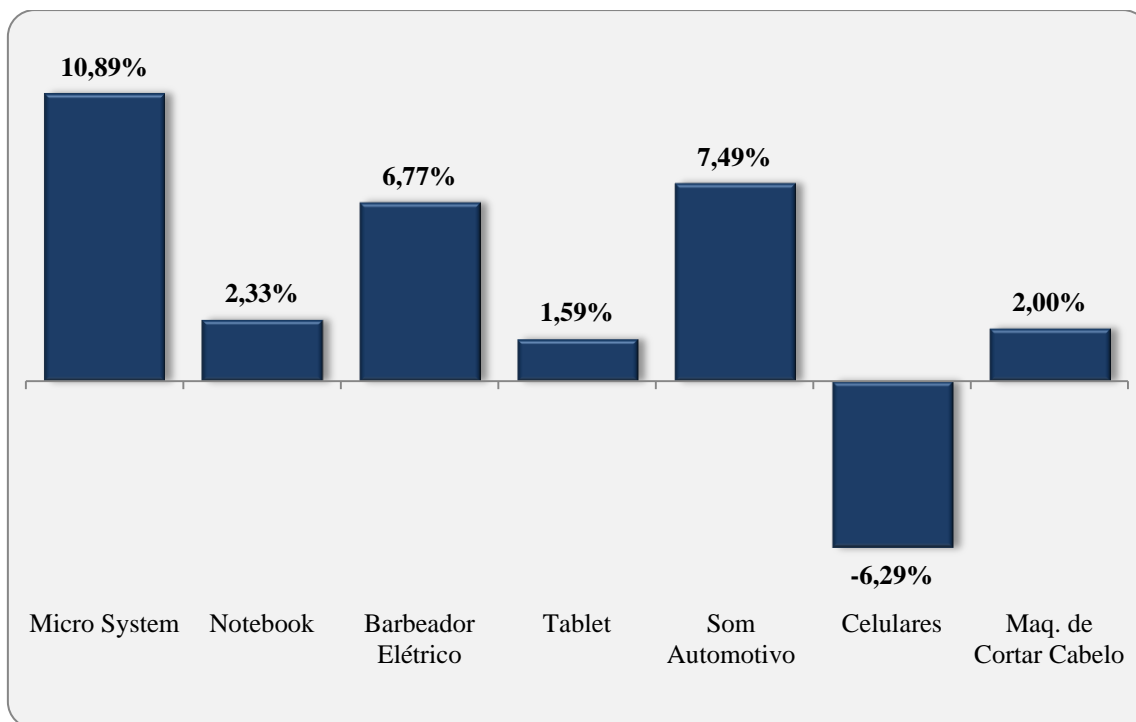


Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

A Figura 2 apresenta a variação percentual dos produtos **Eletroeletrônicos**. Cabe destaque aos itens **Micro system** e **Som automotivo** cujos preços se elevaram em 10,89% e 7,49%. Esse aumento se deu em função das inovações e modernizações tecnológicas existente no mundo atual. **Barbeador elétrico** exibiu crescimento de 6,77%, pois, cada vez mais, os homens estão se preocupando com a aparência, impactando na demanda. A relação segue com **Notebook**, **Máquina de cortar cabelo** e **Tablet**, com variações de 1,59%, 2,33% e 2,00%, respectivamente.

Os **Celulares** mostraram uma queda significativa em seu preço (-6,29%), devido a maior quantidade de empresas nesse segmento, ampliando a oferta.

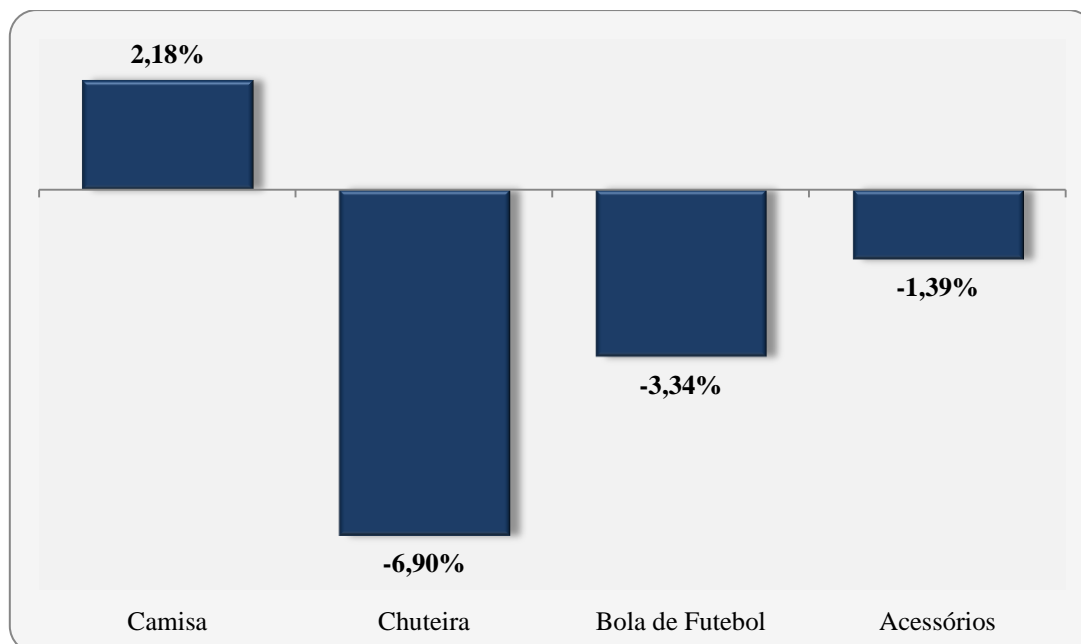
Figura 2 - Variação Percentual Simples dos Preços de Eletroeletrônicos em Maceió/AL (2017-2018)



Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

A Figura 3 apresenta a variação percentual dos Artigos Esportivos, sendo o item **Camisa** o único a exibir alta nos preços (2,28%), quando comparado com o mesmo período do ano anterior, visto que os homens alagoanos estão adquirindo esse produto cada vez mais, pois a boa fase que vive alguns times estaduais nos campeonatos nacionais corrobora para este cenário. Os demais produtos do grupo mostraram variação negativa, a saber: **Chuteira** (-6,90%), **Bola de futebol** (-3,34%) e **Acéssorios esportivos em geral** (-1,39%).

Figura 3 - Variação Percentual Simples dos preços de Material Esportivo em Maceió/AL (2018/2017)



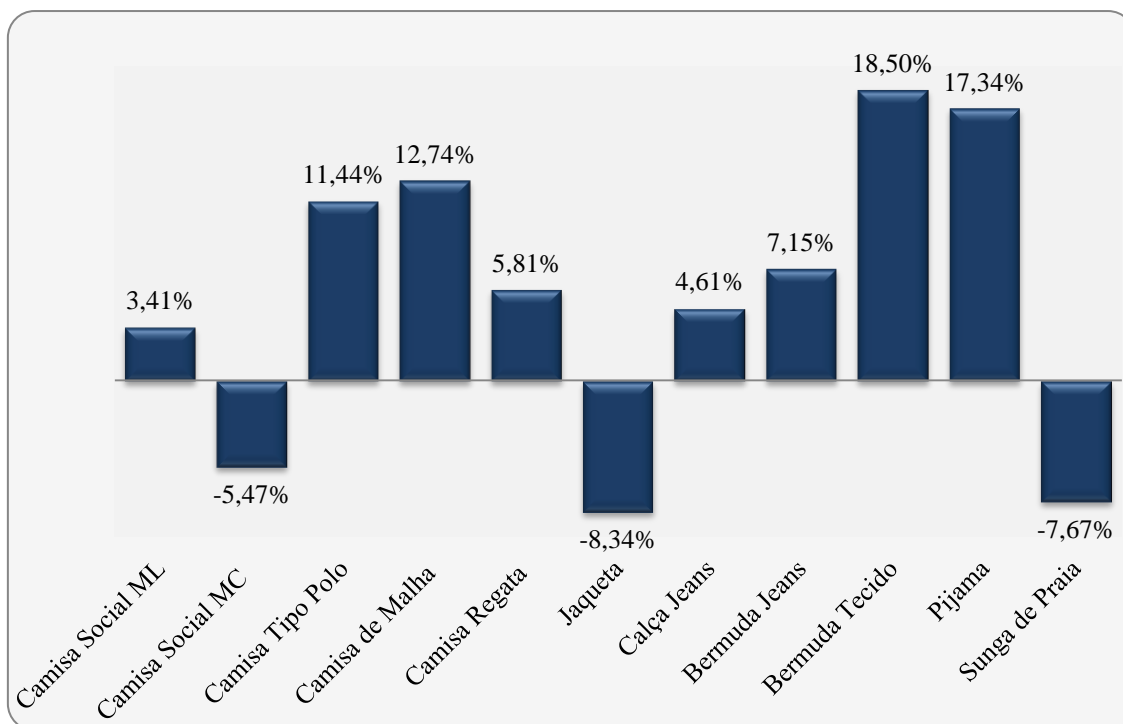
Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Uma série de oportunidades no setor de vestuário são impulsionadas pelo aumento do consumo de moda no Brasil como um todo. Cada vez mais os homens estão interessados em moda, o que tem feito desse segmento um mercado com grande potencial de expansão e lucratividade.

A Figura 4 detalha a variação de preços do grupo **Vestuário**, que exibiu aumento na **Bermuda de Tecido** (18,50%), **Pijama** (17,34%), **Camisa de malha** (12,74%), **Camisa tipo polo** (11,44%), **Bermuda Jeans** (7,15%), **Camisa Regata** (5,81%), **Calça Jeans** (4,61%) e **Camisa Social de Manga Longa** (3,41%).

Os itens **Jaqueta** (-8,34%), **Sunga de Praia** (-7,67%) e **Camisa Social Manga Curta** (-5,47%), foram os únicos itens que tiveram queda nos preços, devido a retração na demanda.

Figura 4 - Variação Percentual Simples dos Preços de Vestuário em Maceió/AL  
(2018/2017)

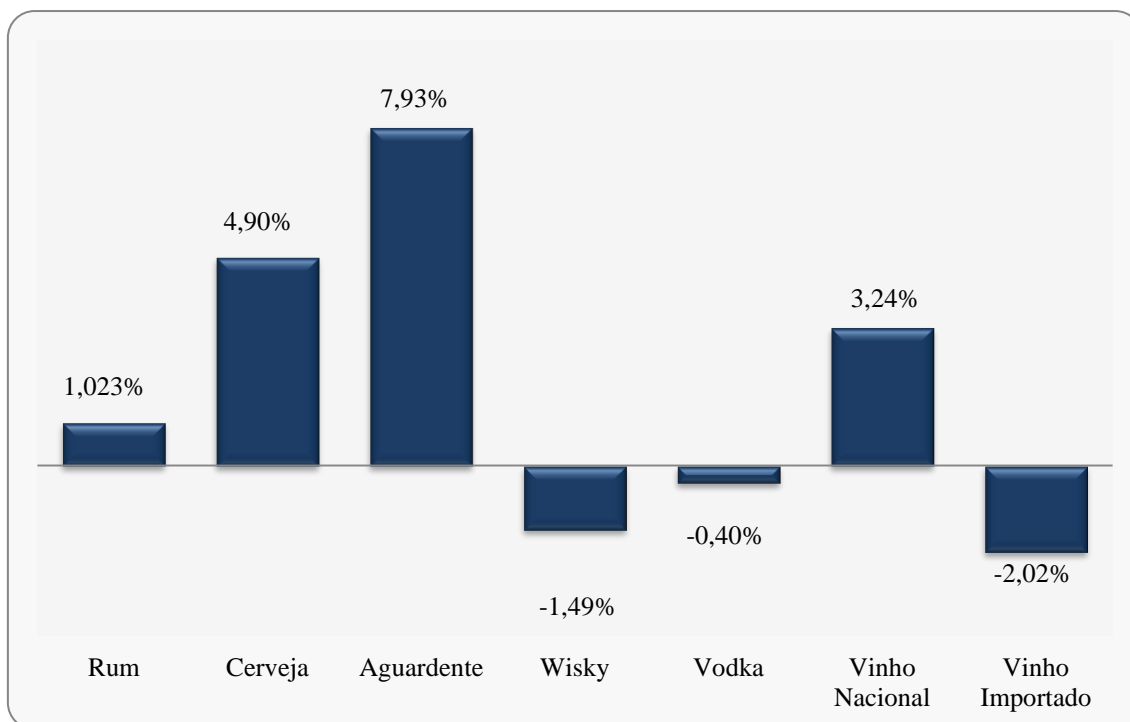


Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Em relação ao Grupo **Bebidas**, cabe destaque positivo ao **Aguardente** (7,93%), em função dos alagoanos consumirem mais esse produto, o qual era mais apreciado em outras regiões.

O item **Cerveja** aparece em segundo lugar com um aumento de 4,90%, seguida por **Vinho Nacional** (3,24%), e **Rum** (1,02%), pelo fato destes serem produtos mais populares e acessível a todas as classes sociais. O auto investimento em *marketing* e publicidade atrai cada vez mais os consumidores. A pequena queda de preço no grupo bebidas ficou por conta dos seguintes itens: **Vinho Importado** (-2,02%), **Whisky** (-1,49%) e **Vodka** (-0,40%), devido a um ajuste de preço local

Figura 5 - Variação Percentual Simples dos Preços de Bebidas em Maceió/AL  
(2016-2017)



Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Em suma, a maioria dos produtos pesquisados para o dia dos pais tiveram um acréscimo percentual nos preços em relação ao ano de 2017. Essa pequena elevação em alguns setores se deu, principalmente, pelo aumento da demanda e das inovações tecnológicas existentes nos dias atuais. Mesmo com o país em crise, os brasileiros continuam comprando, mas, com uma pequena variação pois, nas proximidade dessas datas tendem a comprar mais para poder presentear seus entes queridos. As categorias que tiveram um aumento mais elevado foram os que apresentaram uma maior procura, como por exemplo, vestuários, eletroeletrônicos e acessórios.

## REFERÊNCIAS

Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio (SEPLAG).  
Superintendência da Produção da Informação e do conhecimento (SINC). Índice de  
Preços ao Consumidor. **Pesquisa sobre itens para apresentar os pais.**

VARIAN, Hal R. **Microeconomia: princípios básicos.** 7<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Elsevier,  
2006.