

DIA DOS PAIS COM AQUECIMENTO NAS VENDAS.

Superintendência de Produção da Informação e do Conhecimento (SINC)
Gerência de Estatística e Indicadores

O Dia dos Pais é a quarta data que mais atrai consumidores anualmente (após Natal, Dia das Mães e Dia dos Namorados). Apresentando, no entanto, para o ano de 2016 elevação nas vendas, mesmo com mau momento pelo qual passa a economia brasileira. Objetivando aferir esta percepção, a Secretaria de Estado do Planejamento, Gestão e Patrimônio do Estado de Alagoas, 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 01 a 05 de Agosto do corrente ano, englobando itens de vestuário, acessórios, telefonia, artigos esportivos, perfumaria e aparelhos eletroeletrônicos.

A Figura 1, detalha variação nos preços do produtos do grupo Acessórios. É possível notar que, exceto o item “Boné, todos os itens sofreram elevação nos seus preços em relação ao mesmo período de 2015. O produto **Carteiras** sofreu um aumento de 11,15%, cujo detalhamento de personalização refinado e variedade de estilos corroborou, de certa forma, para esta variação. **Cinto**, com 10,94%, **Perfumaria** (7,39%), **Gravata** (3,40%) e **Relógio masculino** (3,30%) seguem a relação de produtos que tiveram aumento nos seus preços. O único item, no grupo, que teve uma variação negativa no valor foi **Boné** (-6,95%). Essa baixa foi influenciada pelos descontos ofertados aos clientes, por parte dos vendedores, para estimular as compras.

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

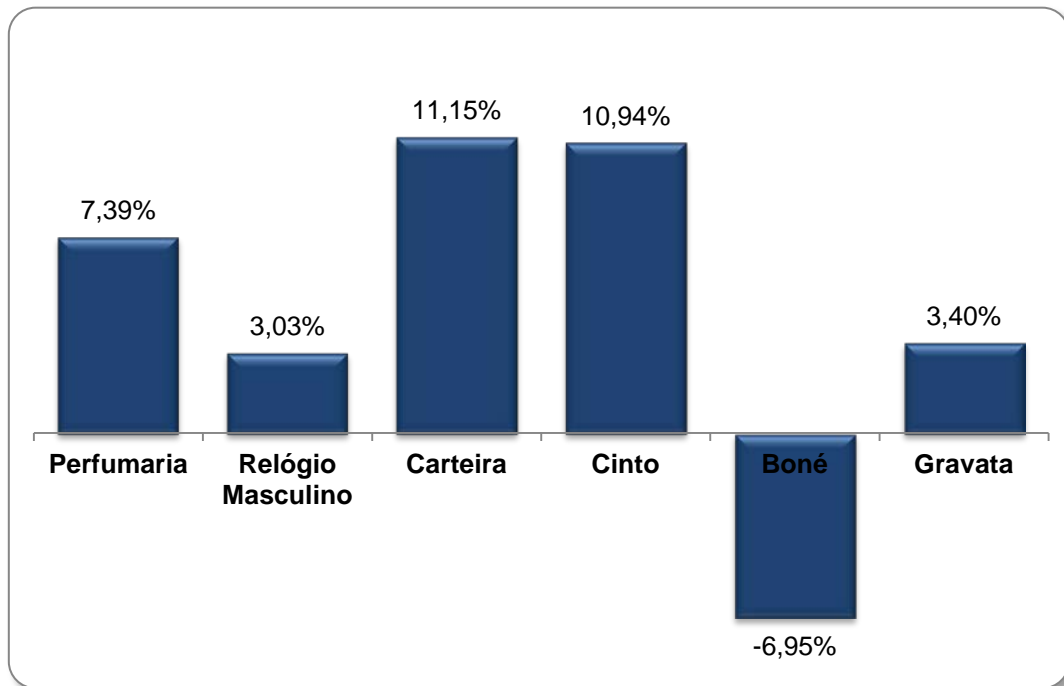


Figura 1: Variação Percentual Simples dos Preços de Acessórios em Maceió/AL - (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

A Figura 2, acima, apresenta a variação percentual dos itens **Eletroeletrônicos**. Cabe destaque aos itens **Notebook** cujos preços se elevaram em 31,94%, **Celulares** com 21,64%, justamente, por possuírem processos de modernização tecnológica com produtos mais personalizados e/ou com maior praticidade. As **Máquinas Digitais** sofreram uma queda de 10,54% no preço, em comparação com o mesmo período do ano de 2015. Em partes, essa variação negativa (das **Máquinas Digitais**) é resultado da concorrência com os smartphones que apresentam câmeras fotográficas de alta resolução¹.

Os itens **Micro System**, **GPS** e **Som Automotivo**, sofreram queda de (19,38%), (12,60%) e (13,44%), respectivamente.

¹ Nesse aspecto, o Smartphone é um substituto indireto da Máquina Digital.

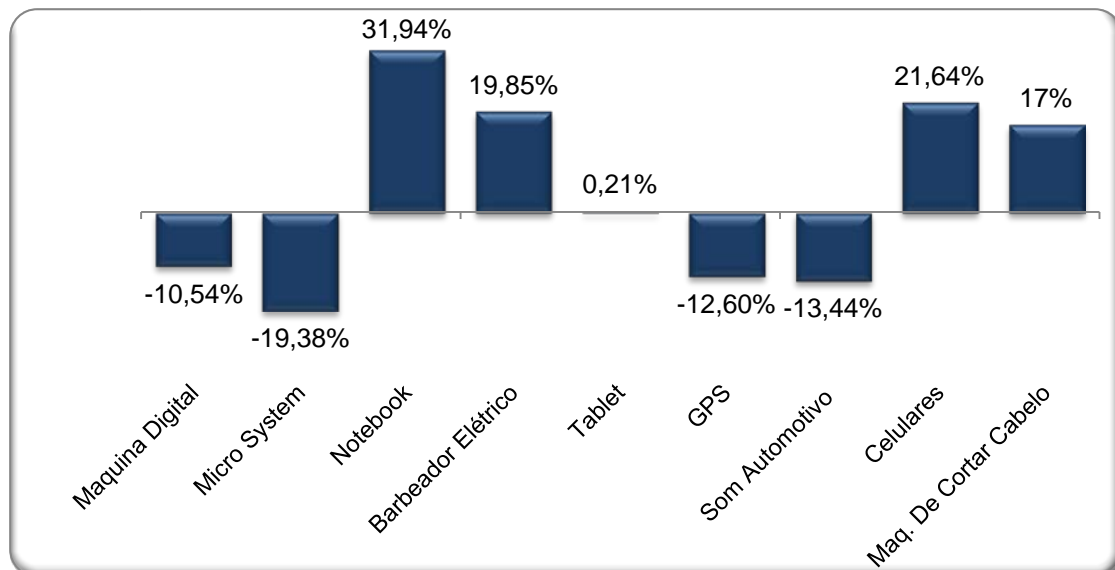


Figura 2: Variação Percentual Simples dos Preços de Eletroeletrônicos em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Na figura 3 esta disposta a variação percentual dos **Artigos Esportivos**, tendo como **Chuteira** (18,91%) e **Camisa** (15,73%), as maiores altas. Os homens estão cada vez mais adquirindo esses produtos e com a demanda mais alta, tendem a elevar o preço.

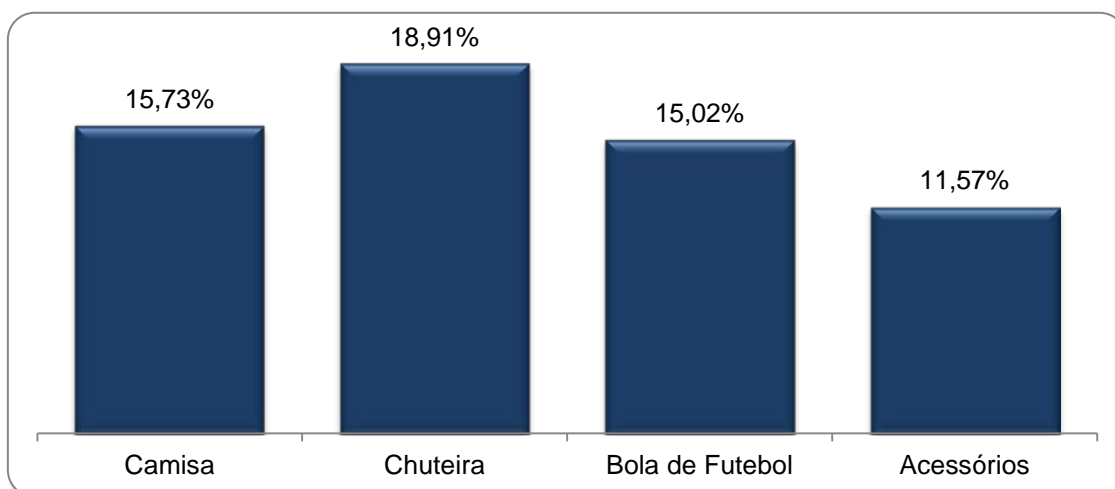


Figura 3: Variação Percentual Simples dos preços de Material Esportivo em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Segundo o Sebrae (2015), 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

Os itens representados no **Grupo Vestuário** demonstram um aumento nas **Camisas Social Manga Curta** (46,55%), **Camisa Polo** (26,21%), **Jaqueta** (30,55%), produtos bastante utilizados por homens acima de 30 anos (Camisa Social Manga Curta) e sofisticação (Jaquetas).

O item **Pijama** e **Camisa de Malha** foram os únicos itens que tiveram queda nos preços, com -2,36% e -0,31%, respectivamente, devido a uma queda na demanda.

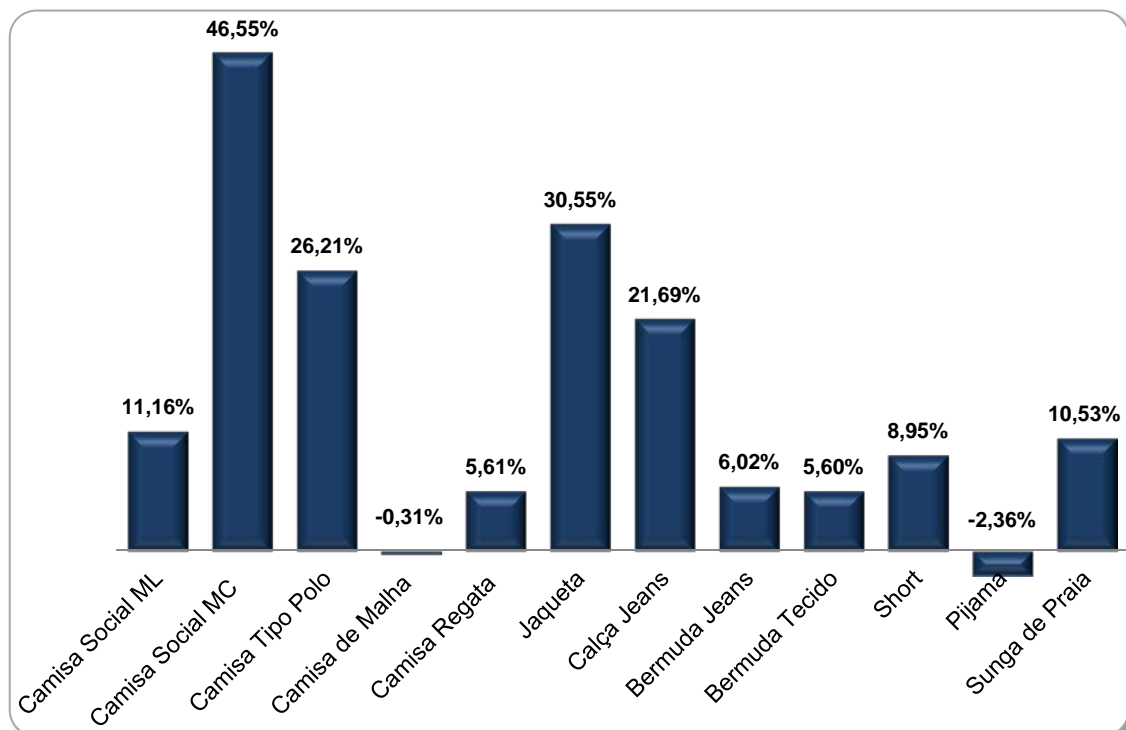


Figura 4: Variação Percentual Simples dos Preços de Vestuário em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Em relação ao **Grupo Bebidas**, destaque para **Whisky** (41,87%). A classe média está cada vez mais aderindo o whisky, um produto que era consumido mais pela Classe A.

A **Cerveja** aparece em segundo lugar (26,23%) pelo fato de ser um produto popular e para todas as classes, o auto investimento em marketing e publicidade atrai cada vez mais os consumidores.

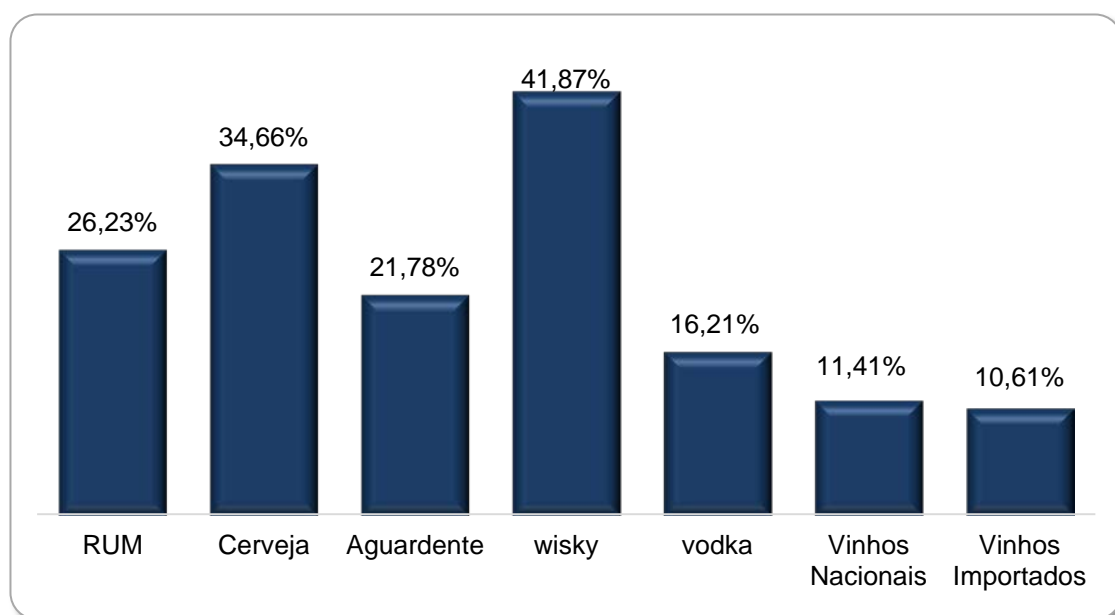


Figura 5: Variação Percentual Simples dos Preços de Bebidas em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Em suma, a maioria dos itens pesquisados para o dia dos pais tiveram um acréscimo percentual nos preços em relação ao ano de 2015. Essa elevação se deu, principalmente, pelo aumento da demanda. Mesmo com o país em crise, os brasileiros continuam comprando, 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 esportes, bebidas e alguns itens de vestuário.

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.**

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Sistema Inteligência Setorial. Relatório de Inteligência (Moda Masculina). Dezembro de 2015. Disponível em: <<https://sis.sebrae-sc.com.br/produtos/relatorios-de-inteligencia/modamasculina/54c6815af17388e7058b4b48>>. Acesso em: agosto de 2016.

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