

NATAL DA CRISE.

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

O Natal é a data que mais atrai consumidores anualmente, devido, entre outros fatores, ao 13º salário dos trabalhadores e as tradições em comemorar a festividade com presentes e pratos típicos da época. Objetivando a percepção nas variações de preços, a Secretaria de Planejamento, Gestão e Patrimônio (SEPLAG), através do Índice de Preço ao Consumidor (IPC), realizou entre os dias 01 e 07 de dezembro do ano de 2016, coletas de preços dos produtos mais procurados no período que antecede as festas natalinas – artigos de decoração, alimentação, bebidas, eletrônicos e vestuário. As análises presentes no texto foram baseadas na comparação para os mesmos produtos e período, entre os anos de 2015 e 2016 para a cidade de Maceió.

A crise econômica vivida pelo Brasil no ano de 2016, ocasionada pela instabilidade política, os ajustes econômicos realizados pelo governo, alta taxa de juros, índice elevado de desemprego, volatilidade cambial e falta de confiança tanto de empresários como de consumidores provocam retração na atividade econômica, a exemplo do que aconteceu em 2015 quando foi registrada uma queda de 3,80%. A previsão do mercado para 2016 é de uma retração de 3,30%.

Diante do exposto, o resultado é um aumento do índice de preços, que, segundo o IPCA/IBGE, atingiu o patamar de 6,99% nos últimos 12 meses. Já era de se esperar que os itens natalinos sofressem um elevação em seus preços, quando comparados com os do ano anterior – os fatores citados no parágrafo anterior somados à prática, por parte de alguns comerciantes, de um valor mais elevado que o ideal, bem como o peso dos impostos, justificam a inflação no período analisado.

Os preços dos artigos de decoração - mais procurados no período de festas natalinas - sofreram alterações, influenciados por diversos motivos, principalmente pelo aumento da inflação ao longo do ano.

A Figura 1 detalha a variação nos preços dos produtos do grupo *Decoração*, onde é possível notar que os itens sofreram aumentos, em média, de 7,00%, com excessão da *Bengala* que apresentou crescimento de 32,11% e de alguns itens que exibiram menor crescimento, como: *presentinhos* (1,37%), *toalhas de mesa* (2,68%) e o *papai Noel* (3,70%) ou nenhuma variação, tais como *cartões de Natal*, *anjo* e *jogo de xícaras*.

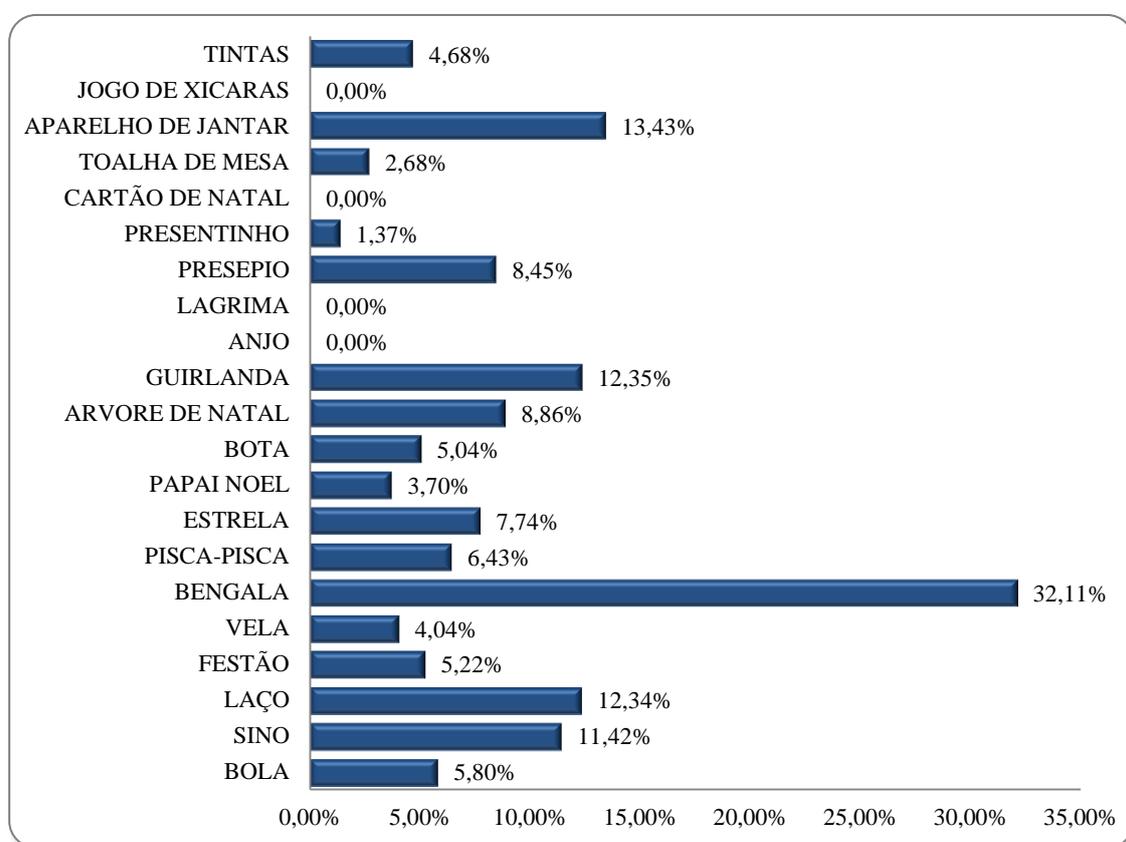


Figura 1: Variação Percentual Simples dos Preços de Decoração em Maceió/AL - (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Vale destacar que o grupo de decoração é um dos mais visados pelos consumidores alagoanos, uma vez que as famílias sempre acabam comprando algum item para enfeitar a casa ou a *árvore de Natal* (que nesse ano sofreu um aumento de 8,86%).

A Figura 2, apresenta as variações percentuais dos itens de alimentação, um dos mais importantes em qualquer pesquisa de preços, pois mesmo famílias que não compram os outros itens analisados, seja por questões financeiras ou pessoais, compram alimentos. Cabe destaque aos aumentos sofridos nos itens *azeite* (28,89%), *creme de leite* (27,24%), *nozês* (26,46%) e *chester* (19,80%), cujos valores foram influenciados pela variação do dólar, custo de transporte e pela alta dos preços dos laticínios. Em geral, os alimentos exibiram crescimento médio de 9,15%, com exceção do *abacaxi* e do *figo* que sofreu uma deflação de 8,67% e 6,36%, respectivamente.

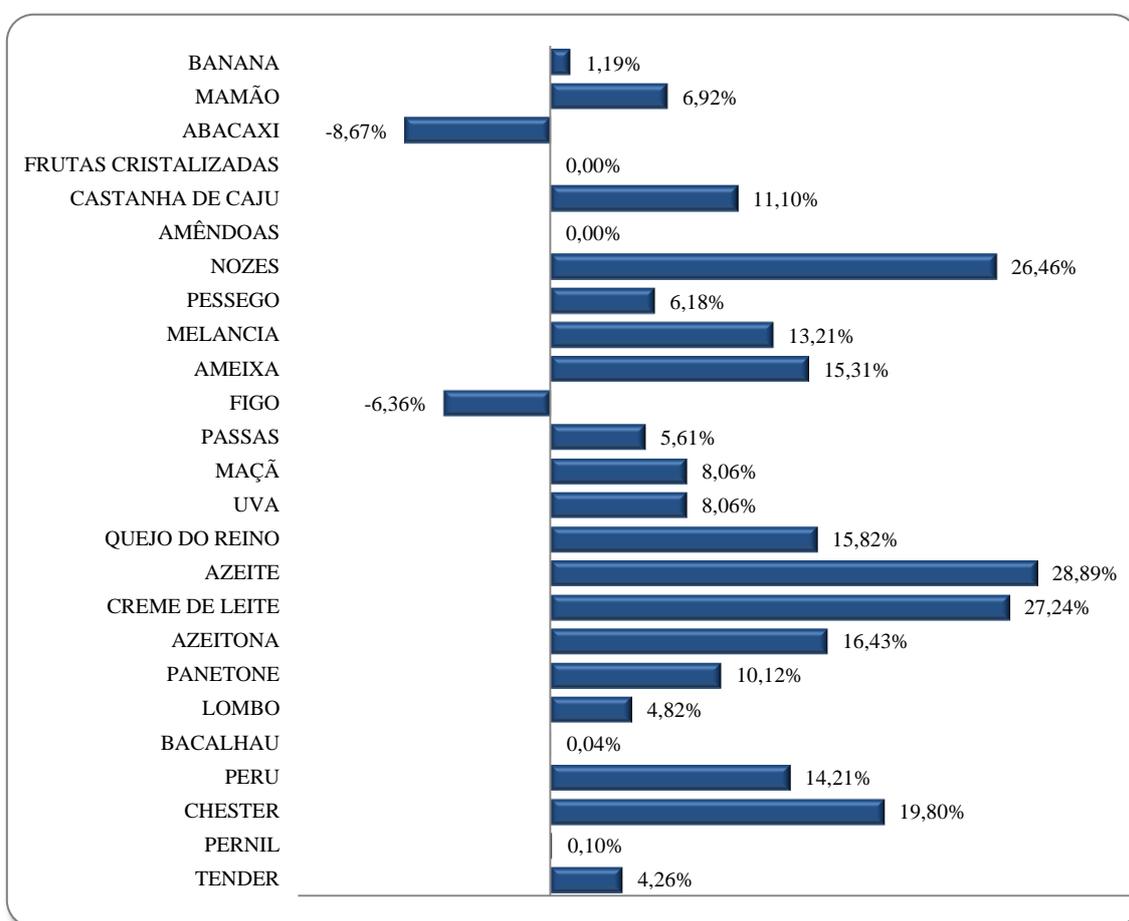


Figura 2: Variação Percentual Simples dos Preços de Alimentos em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Na figura 3 estão dispostas as variações percentuais dos eletrônicos, que aumentaram em média 13,61%, sendo esse o grupo o que exibiu maiores alterações nos

preços, tendo *celulares* (29%) e *notebooks* (23,42%) como produtos que mais encareceram. Os consumidores adquirem estes itens, em quantidades cada vez maiores, devido aos incrementos tecnológicos característicos deste grupo. Muitas pessoas deixam para trocar os aparelhos nessa época do ano, devido aos lançamentos dos fabricantes, promoções dos comerciantes ou mesmo ao 13º salário recebido pelos trabalhadores. Diante disso, com a demanda maior, os preços se elevam.

As TVs não sofreram um forte aumento nesse Natal (5,39%), devido, entre outras razões, ao fato de ser o item mais caro do grupo *eletrônicos*. As ofertas realizadas na Black Friday (novembro) bem como o grande número comprado de televisores nos últimos 2 anos, em função da Copa do Mundo em 2014 e das Olimpíadas do Rio de Janeiro, no ano de 2016, não influenciaram o crescimento da demanda.

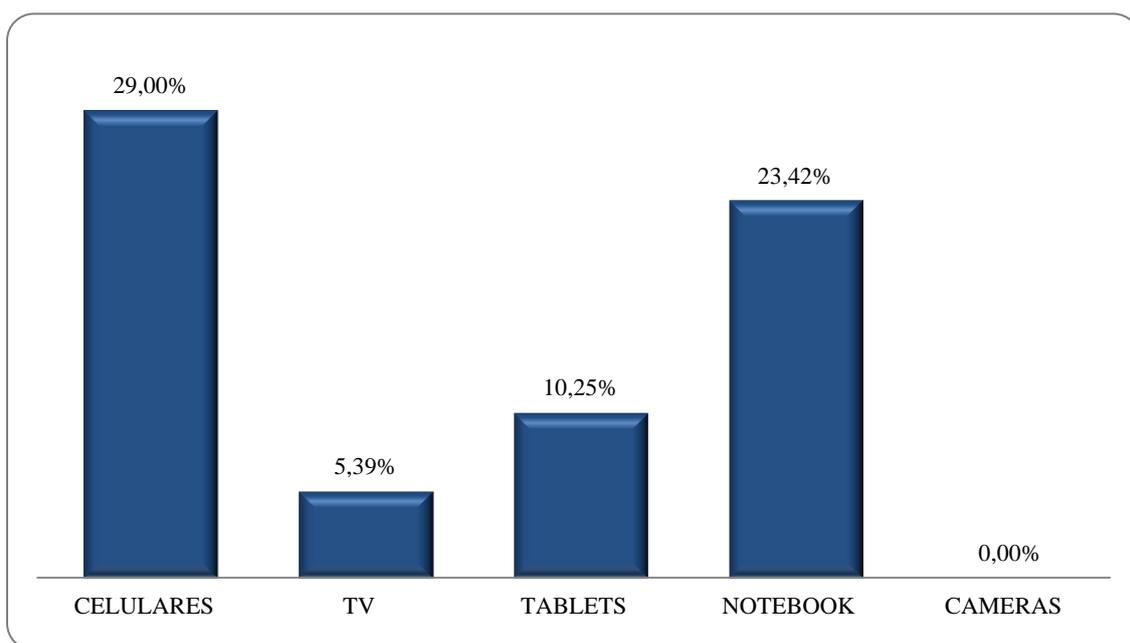


Figura 3: Variação Percentual Simples dos preços de Eletrônicos em Maceió/AL (2015-2016)

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 preços dos itens do grupo *vestuário* não sofreram grandes variações como os dos outros, subindo em média 5,74% peincipalmente pelo aumento do dólar que fortaleceu a indústria local, dando mais competitividade em relação aos produtos vindos da China.

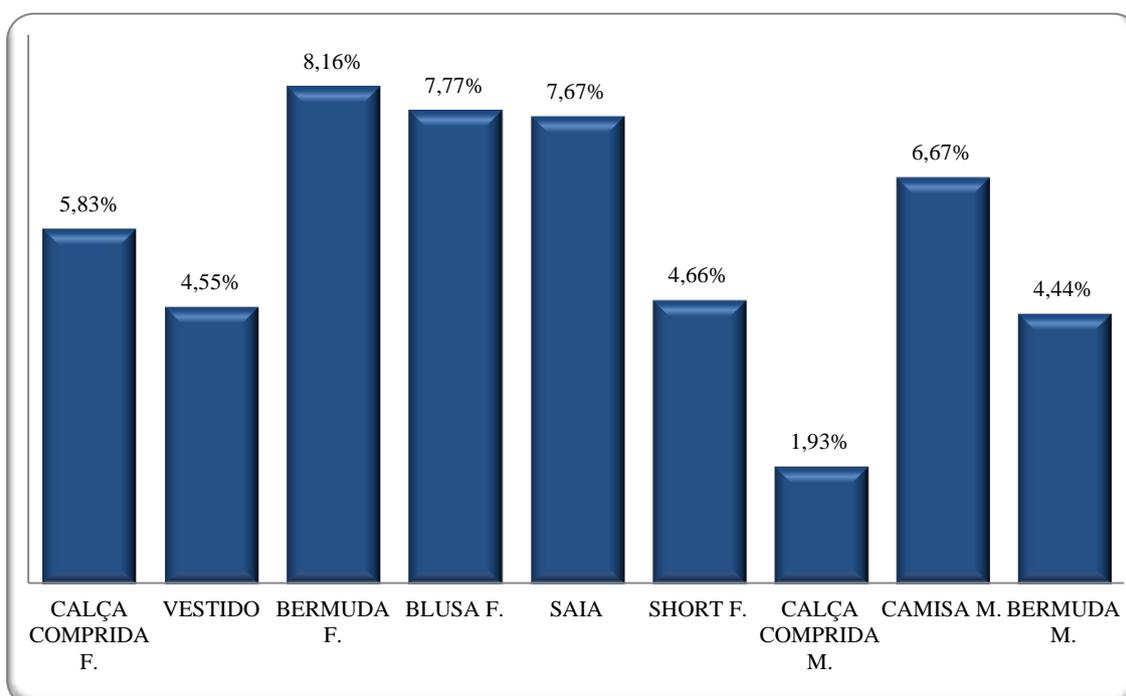


Figura 4: Variação Percentual Simples dos Preços de Vestuário em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Em relação aos calçados, os aumentos seguiram a tendência do grupo, com ritmo menor que os demais itens avaliados, com aumento médio de 3,23% (representando a menor variação de todos os grupos avaliados).

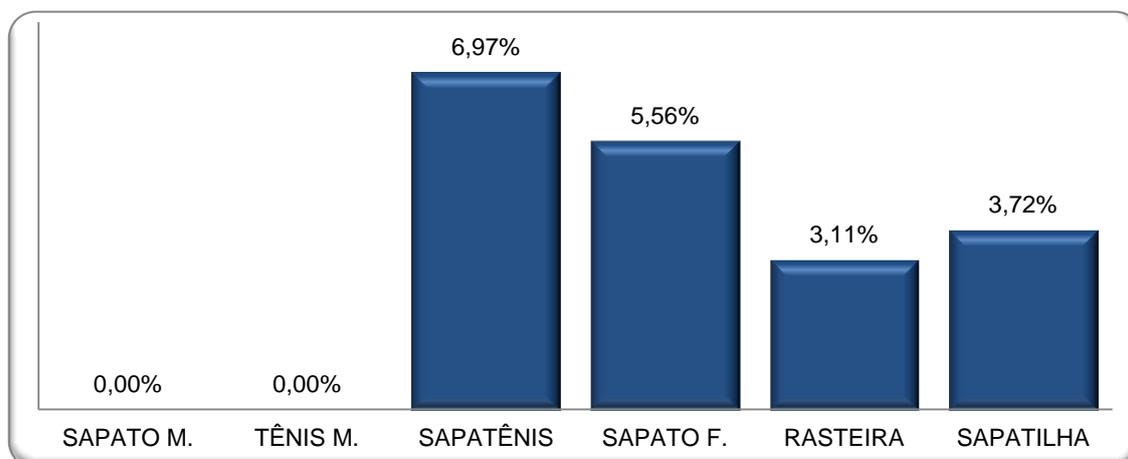


Figura 5: Variação Percentual Simples dos Preços de Calçados em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

No grupo de bebidas a *cerveja*, tão consumida pelos alagoanos, teve um aumento de 17,84% em relação ao ano de 2015, seguido pelos itens *refrigerantes* (13,68%) e *aguardente* (13,50%). A explicação para este comportamento foi a elevação dos impostos, tais como o ICMS, bem como a alta nos custos de transporte e de produção. O aumento médio do grupo de bebidas foi de 10,47%, o 2º maior aumento médio percebido.

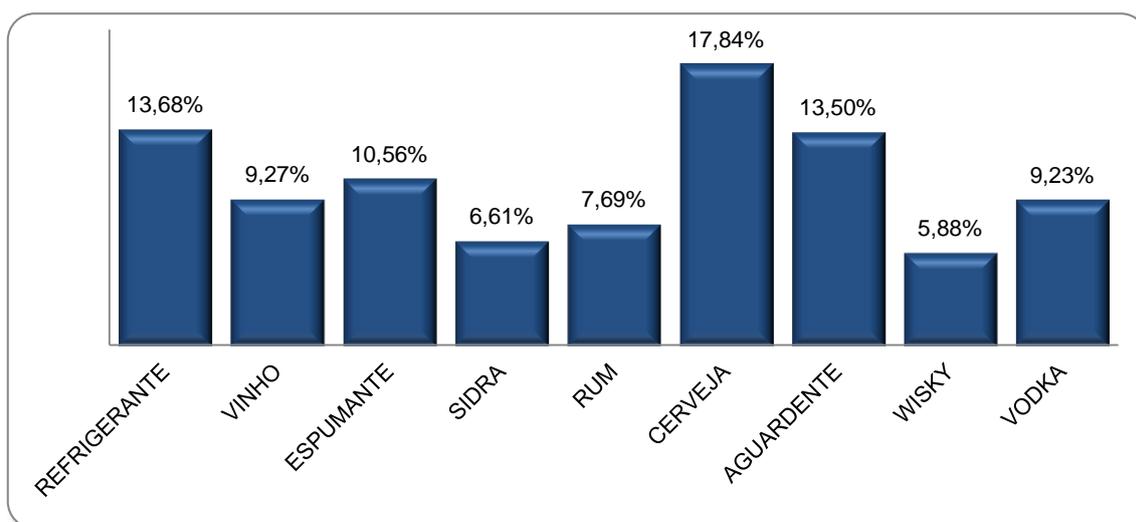


Figura 6: Variação Percentual Simples dos Preços de Bebidas em Maceió/AL (2015-2016)

Fonte: Seplag - AL/Sinc/IPC

Em síntese esta nota revela que o Natal será como foi ao longo do ano de 2016, marcado por preços altos, retração da demanda (devido a crise que o país vem enfrentando) e o elevado número de desempregados. Essa tendência também será reforçada pelo destino do 13º salário de muitos trabalhadores, que vão utilizá-lo para o pagamento de dívidas acumuladas ao longo do ano e futura poupança, pois a população não acredita em uma melhora recente na economia, ou seja, não confiam em uma estabilidade no mercado de trabalho, por isso vão evitar dívidas e gastos considerados “*supérfluos*”.

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 de natal.

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: dezembro de 2016.

Assembleia aprova reajuste fiscal proposto pelo governo do Estado de Alagoas.

Outubro de 2015. Portal g1. Disponível em: <<http://g1.globo.com/al/alagoas/noticia/2015/10/assembleia-aprova-projetos-que-aumentam-impostos-em-alagoas.html>>. Acesso em: dezembro de 2016.

PIB do Brasil cai 3,8% em 2015 e tem pior resultado em 25 anos.

Março de 2016. Portal g1. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/03/pib-do-brasil-cai-38-em-2015.html>. Acesso em: dezembro de 2016.

Inflação. Portal valor econômico. Disponível em: <http://www.valor.com.br/valor-data/tabela/5800/inflacao>. Acesso em: dezembro de 2016.

Mercado estima menos inflação e queda menor do PIB em 2016.

Portal g1. Setembro de 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/mercados/noticia/2016/09/mercado-estima-menos-inflacao-e-queda-menor-do-pib-neste-ano.html>. Acesso em: dezembro de 2016.