



CONFIANÇA E INTENÇÃO DE COMPRA
DO CONSUMIDOR DE MACEIÓ (AL)

- DEZEMBRO 2011 -

ESCRITÓRIO TÉCNICO DE ESTUDOS ECONÔMICOS DO NORDESTE – ETENE

Superintendente: José Narciso Sobrinho

Ambiente de Estudos, Pesquisas e Avaliação
Gerente: Wellington Santos Damasceno

Célula de Estudos Macroeconômicos, Industriais e de Serviços
Gerente: Laura Lúcia Ramos Freire

Coordenação Técnica: José Varela Donato

Elaboração:
Francisco Estevam Martins de Oliveira, Estatístico AD HOC

SUMÁRIO

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA	4
1.1 Confiança dos Consumidores	4
Ilustração 1 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) nos últimos 13 meses - em pontos	4
Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 13 meses - em pontos	4
Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 13 meses - em pontos	5
Ilustração 4 - Síntese dos índices de confiança dos consumidores no trimestre - em pontos	5
Ilustração 5 - Taxas percentuais de variação dos índices de confiança dos consumidores nos últimos 13 meses, em relação ao mês anterior	5
Ilustração 6 - Valores modais dos índices de confiança dos consumidores no ano	6
1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores	6
Ilustração 7 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis	6
Ilustração 8 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação há um ano	7
Ilustração 9 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses	7
Ilustração 10 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses	8
Ilustração 11 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos	8
Ilustração 12 - Fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país	9
Ilustração 13 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 13 meses	9
Ilustração 14 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês	10
Ilustração 15 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês	10
2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	11
1.1 Confiança dos Consumidores	11
Ilustração 16 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) no trimestre, por indicadores demográficos	11
Ilustração 17 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) no trimestre, por indicadores demográficos	11
Ilustração 18 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) no trimestre, por indicadores demográficos	12
1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores	12
Ilustração 19 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis, por indicadores demográficos	12
Ilustração 20 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação a um ano, por indicadores demográficos	13
Ilustração 21 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos	13
Ilustração 22 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos	14
Ilustração 23 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos, por indicadores demográficos	14
Ilustração 24 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por sexo	15
Ilustração 25 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por idade	15

Ilustração 26 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por escolaridade	15
Ilustração 27 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por renda familiar mensal	15
1.3 Intenção de Compra dos Consumidores.....	16
Ilustração 28 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores no trimestre, por indicadores demográficos	16
Ilustração 29 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por sexo	16
Ilustração 30 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por idade	17
Ilustração 31 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por escolaridade.....	17
Ilustração 32 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por renda familiar mensal	18
Ilustração 33 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por sexo	18
Ilustração 34 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por idade	18
Ilustração 35 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por escolaridade.....	18
Ilustração 36 -Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por renda familiar mensal	19
Ilustração 37 -Total de consumidores, erro de amostragem, margem de segurança e tamanho da amostra	19
Ilustração 38 - Distribuição do tamanho da amostra, por sexo e faixa de idade	19

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

Ilustração 1 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) nos últimos 13 meses - em pontos

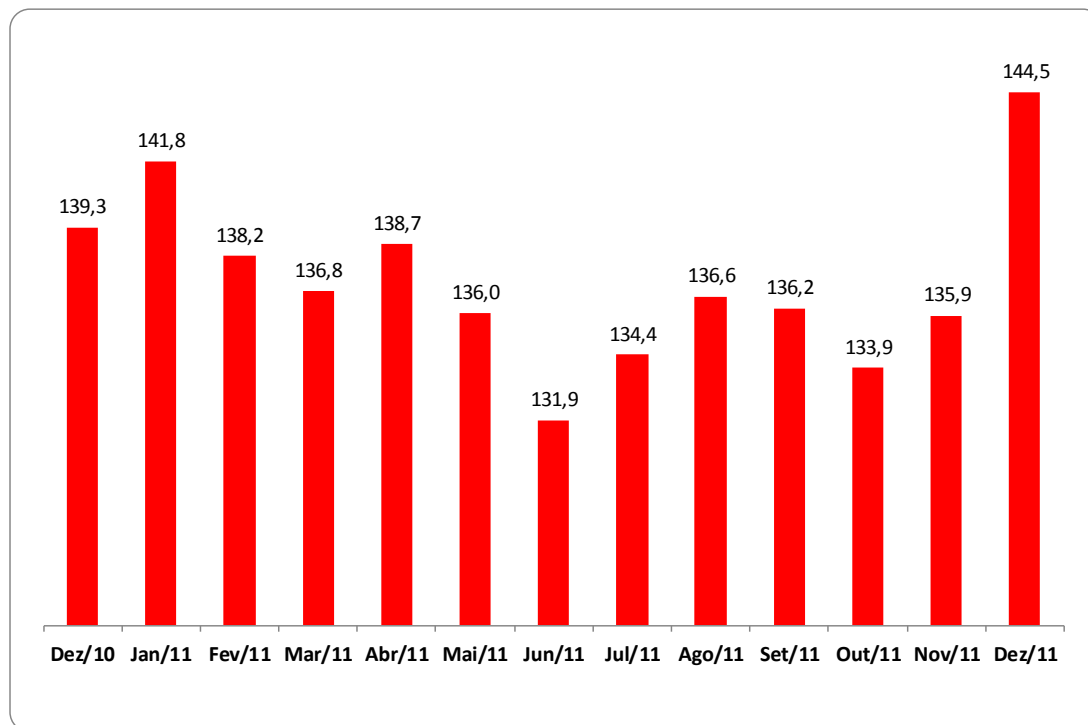


Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 13 meses - em pontos

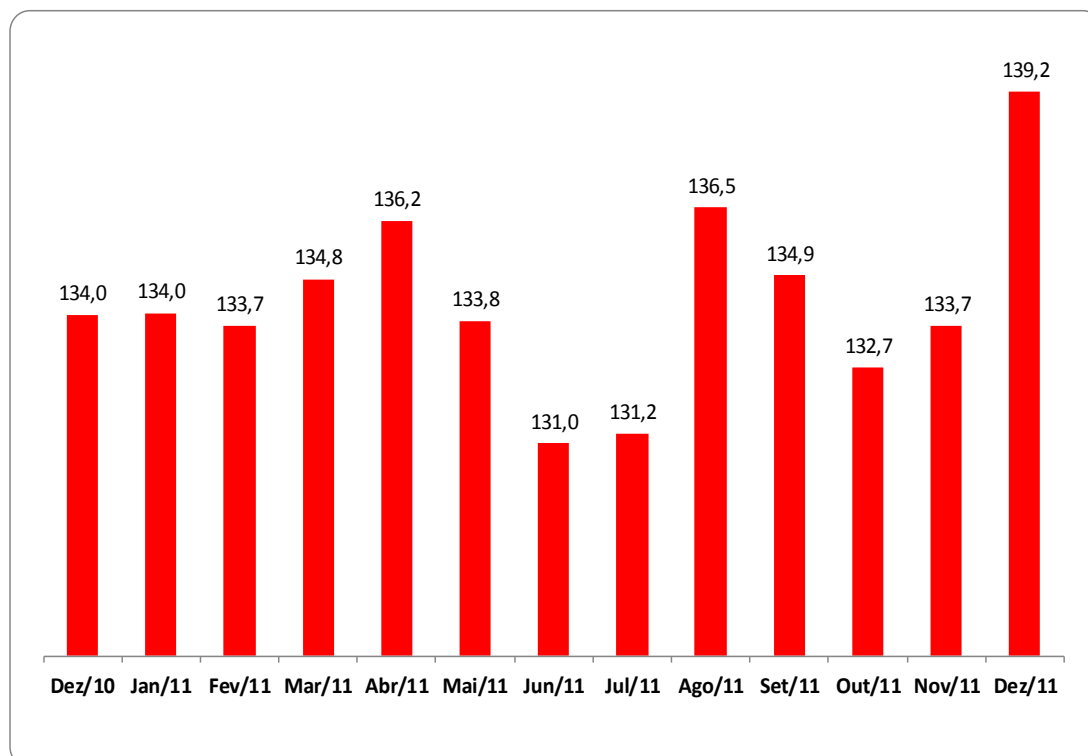


Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 13 meses - em pontos

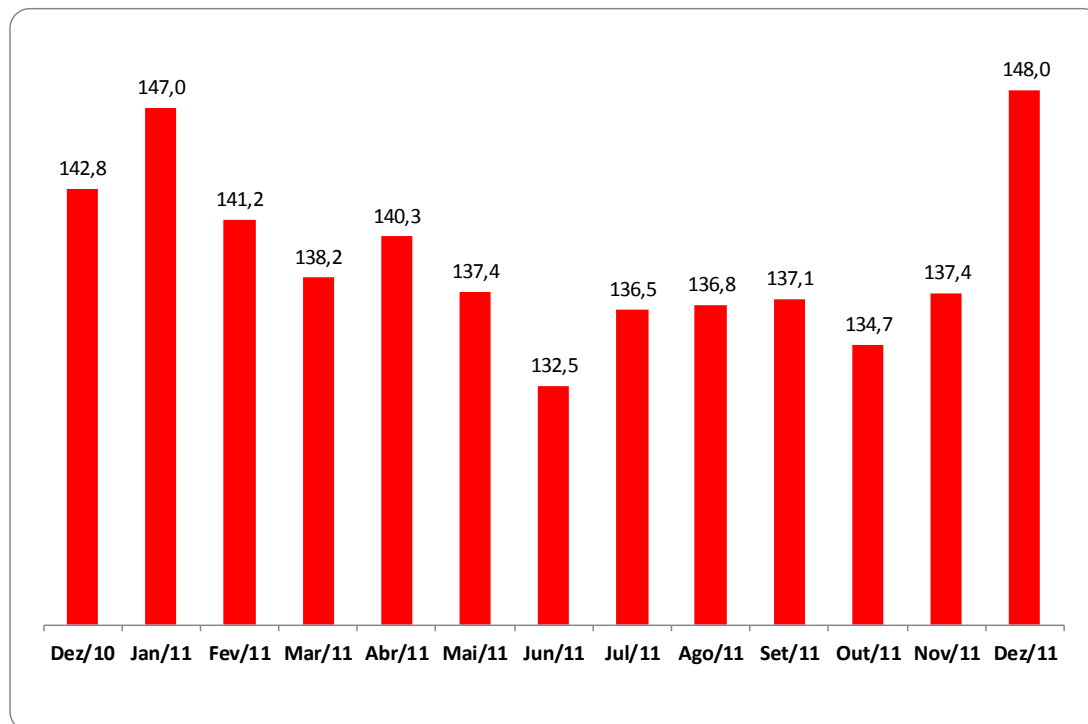


Ilustração 4 - Síntese dos índices de confiança dos consumidores no trimestre - em pontos

Índices	Valor Mensal - em pontos			Média no Ano
	Out/11	Nov/11	Dez/11	
Índice de Confiança do Consumidor (ICC)	133,9	135,9	144,5	138,1
Índice da Situação Presente (ISP)	132,7	133,7	139,2	135,2
Índice das Expectativas Futura (IEF)	134,7	137,4	148,0	140,0

Ilustração 5 - Taxas percentuais de variação dos índices de confiança dos consumidores nos últimos 13 meses, em relação ao mês anterior

Meses	Índice Mensal					
	Valor - em pontos			Variação - em (%)		
	ICC	ISP	IEF	ICC	ISP	IEF
Dez/10	139,3	134,0	142,8	-0,4	-1,0	-0,1
Jan/11	141,8	134,0	147,0	1,8	0,0	2,9
Fev/11	138,2	133,7	141,2	-2,6	-0,2	-4,0
Mar/11	136,8	134,8	138,2	-1,0	0,8	-2,1
Abr/11	138,7	136,2	140,3	1,3	1,0	1,5
Mai/11	136,0	133,8	137,4	-1,9	-1,7	-2,1
Jun/11	131,9	131,0	132,5	-3,0	-2,1	-3,6
Jul/11	134,4	131,2	136,5	1,9	0,2	3,0
Ago/11	136,6	136,5	136,8	1,7	4,0	0,2
Set/11	136,2	134,9	137,1	-0,3	-1,2	0,2
Out/11	133,9	132,7	134,7	-1,7	-1,6	-1,7
Nov/11	135,9	133,7	137,4	1,5	0,7	2,0
Dez/11	144,5	139,2	148,0	6,3	4,1	7,7

Ilustração 6 - Valores modais dos índices de confiança dos consumidores no ano

Índice de Confiança do Consumidor - ICC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino possui maior índice de confiança: 138,8 pontos. ▪ A faixa etária 18 a 24 anos foi aquela com mais elevado índice: 140,3 pontos. ▪ A faixa de escolaridade Ensino Superior é a que apresenta maior índice de confiança: 139,8 pontos. ▪ A renda familiar que apresenta índice de confiança preponderante é a faixa 5 a 10 SM: 141,0 pontos.
Índice da Situação Presente - ISP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino é o que apresenta maior índice de situação presente: 136,4 pontos. ▪ A faixa etária 18 a 24 anos foi aquela com mais elevado índice: 137,7 pontos ▪ A escolaridade que possui maior índice de situação presente se encontra na faixa Ensino Superior: 138,6 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice de situação presente é a 5 a 10 SM: 140,9 pontos.
Índice das Expectativas Futura - IEF	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino possui maior índice das expectativas futura: 140,4 pontos. ▪ A faixa etária 25 a 34 anos foi aquela com mais elevado índice: 143,0 pontos. ▪ A escolaridade Ensino Médio é a que apresenta maior índice das expectativas futura: 140,9 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice das expectativas futura é a 5 a 10 SM: 141,0 pontos.

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

Ilustração 7 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis

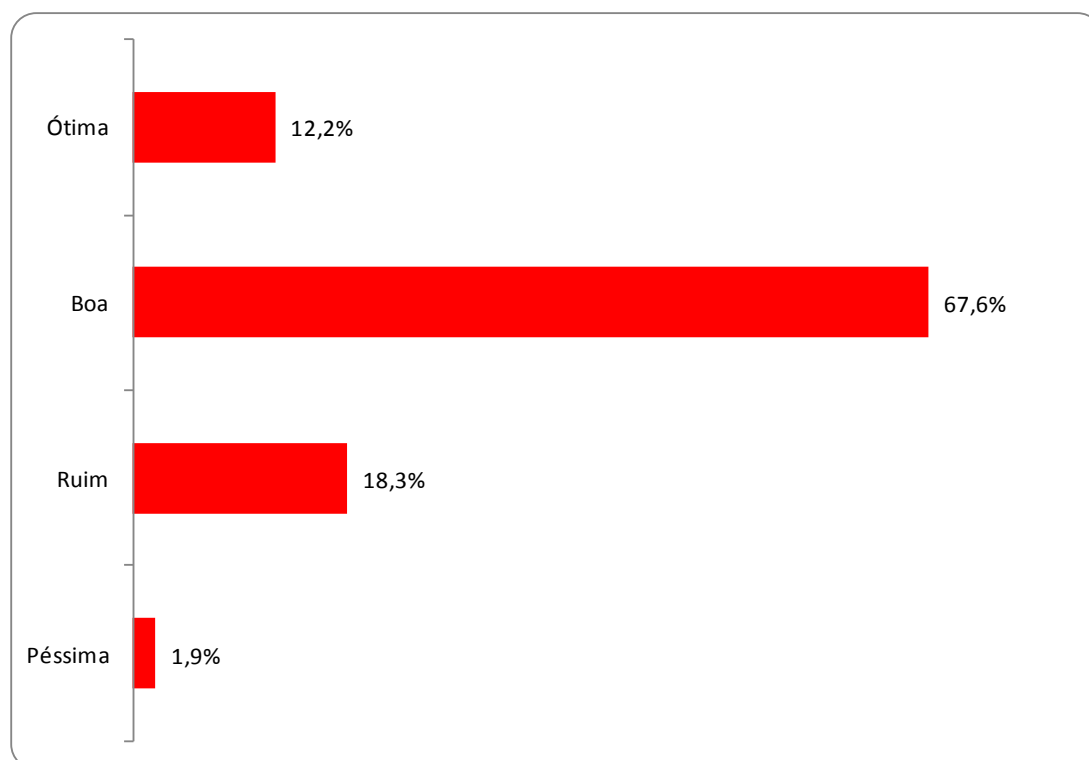


Ilustração 8 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação há um ano

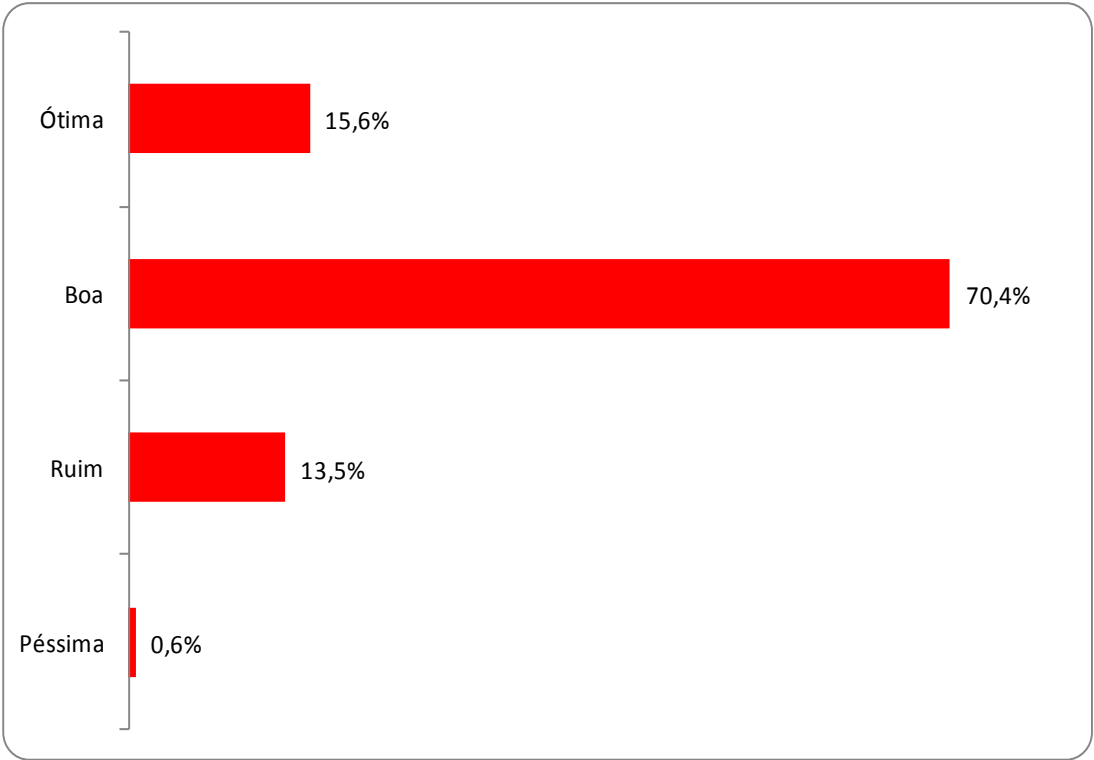


Ilustração 9 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses

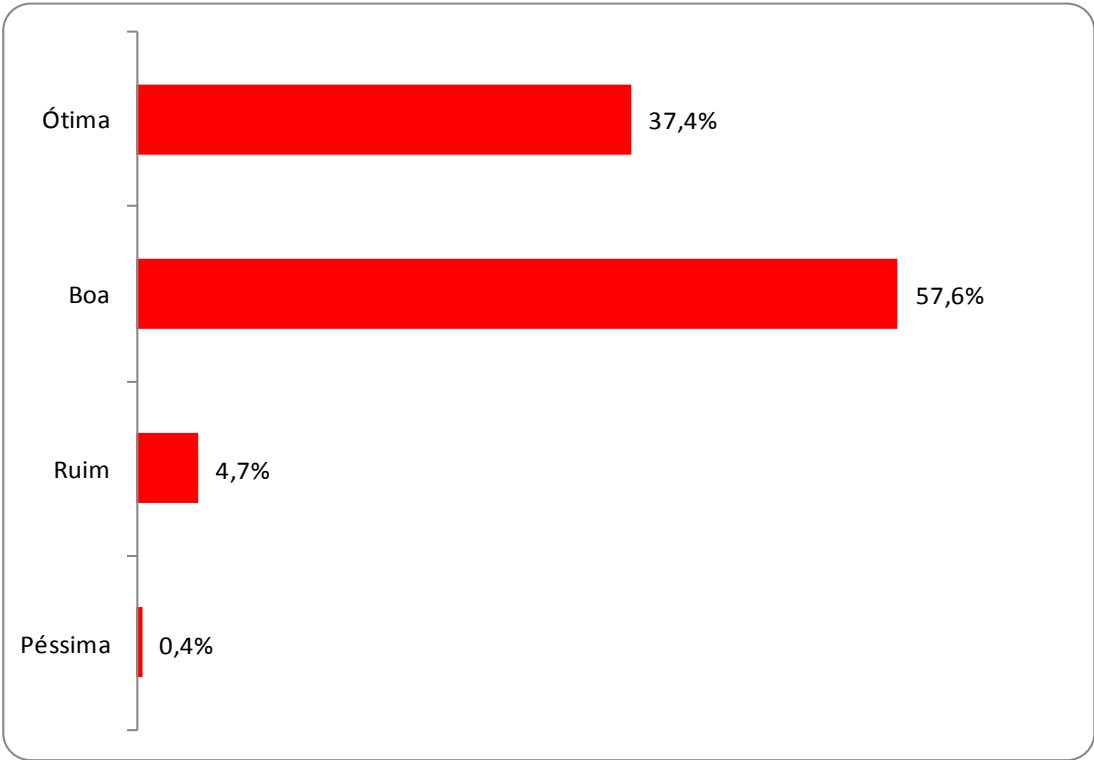


Ilustração 10 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses

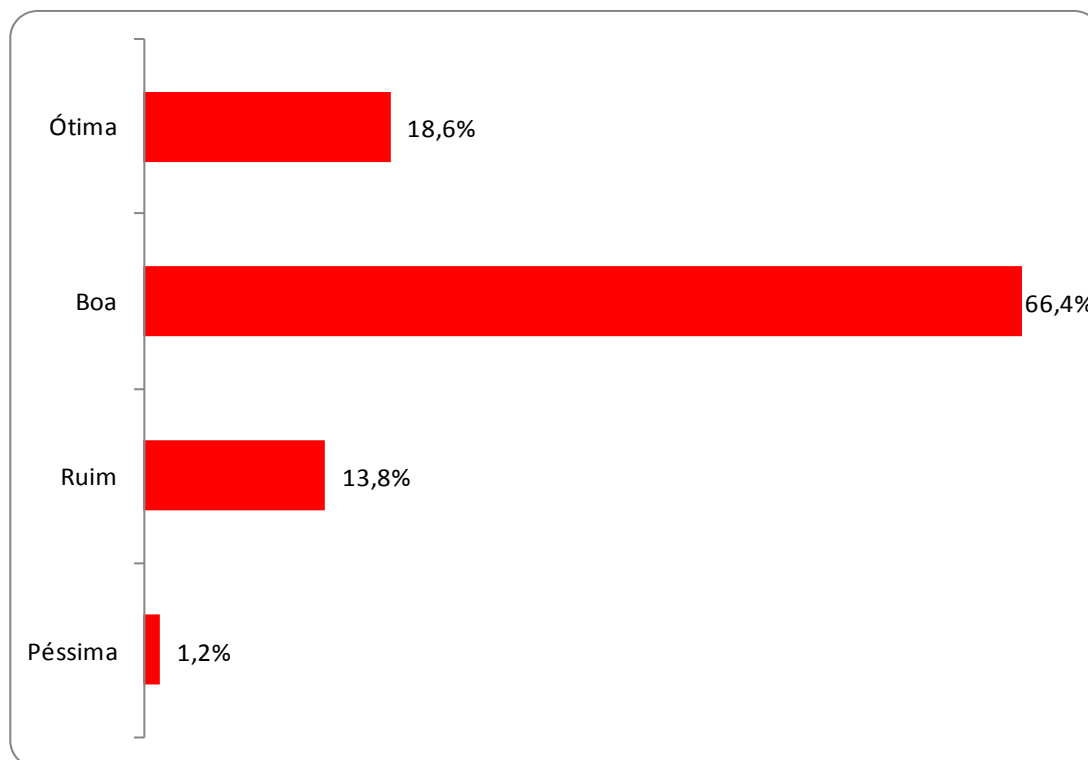


Ilustração 11 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos

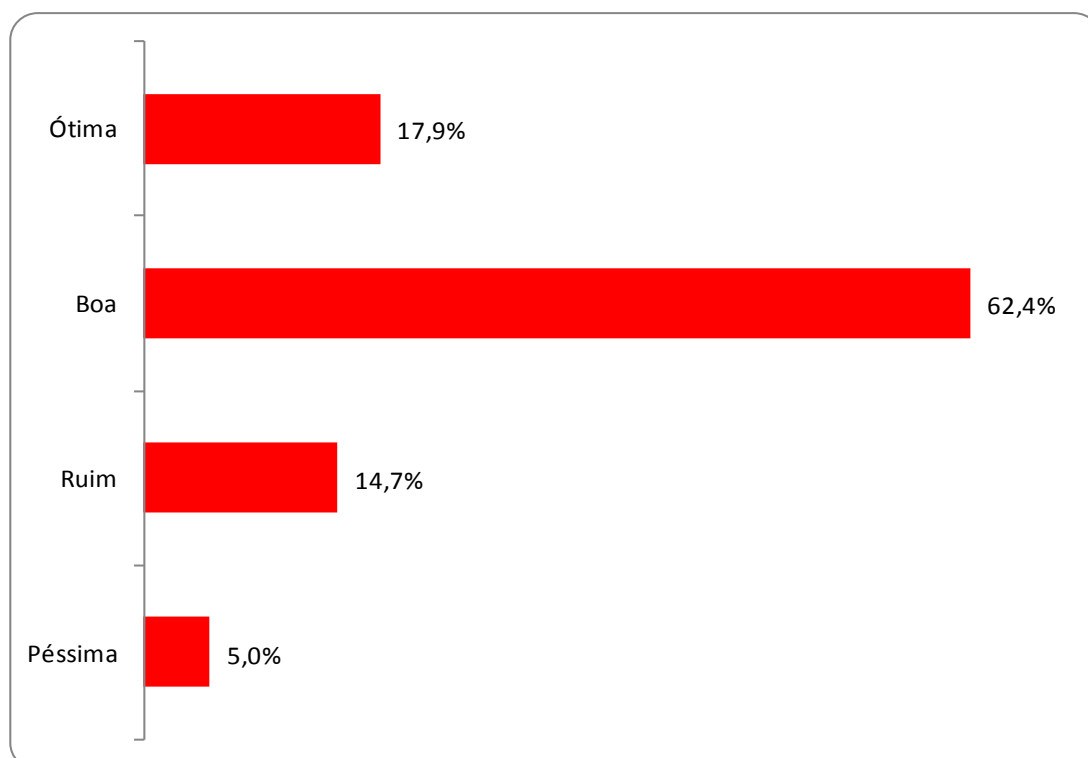


Ilustração 12 - Fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país

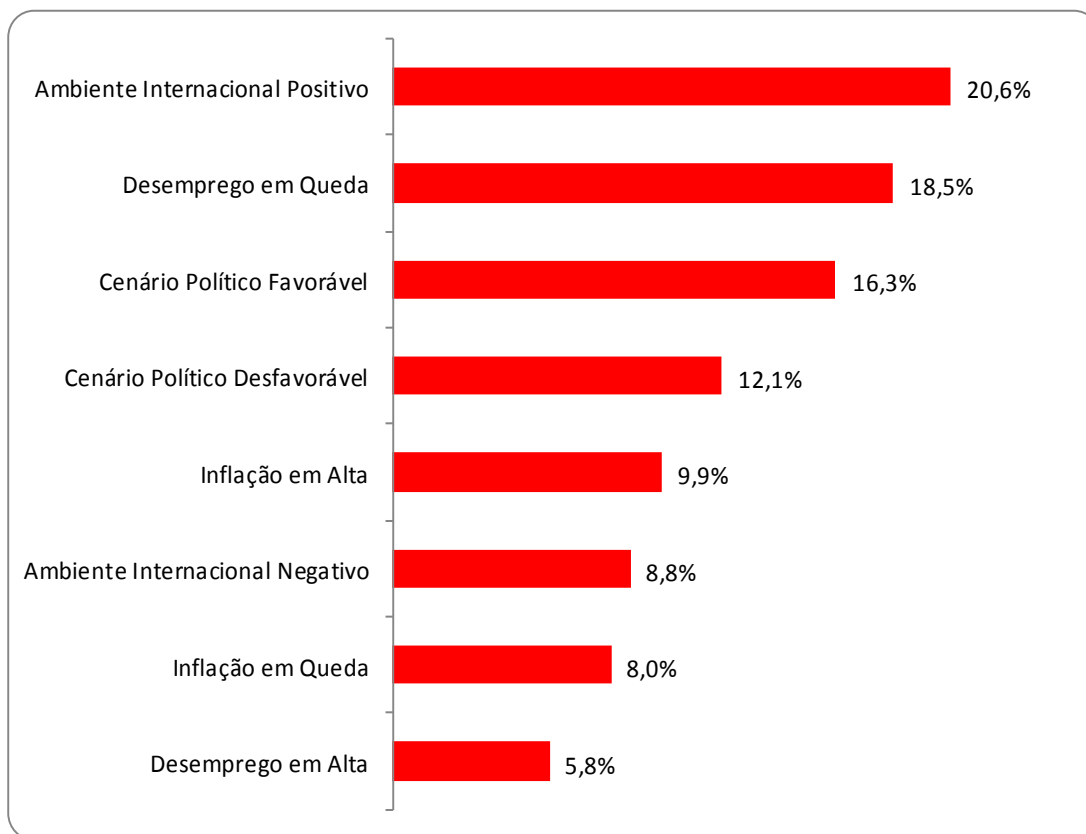


Ilustração 13 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 13 meses

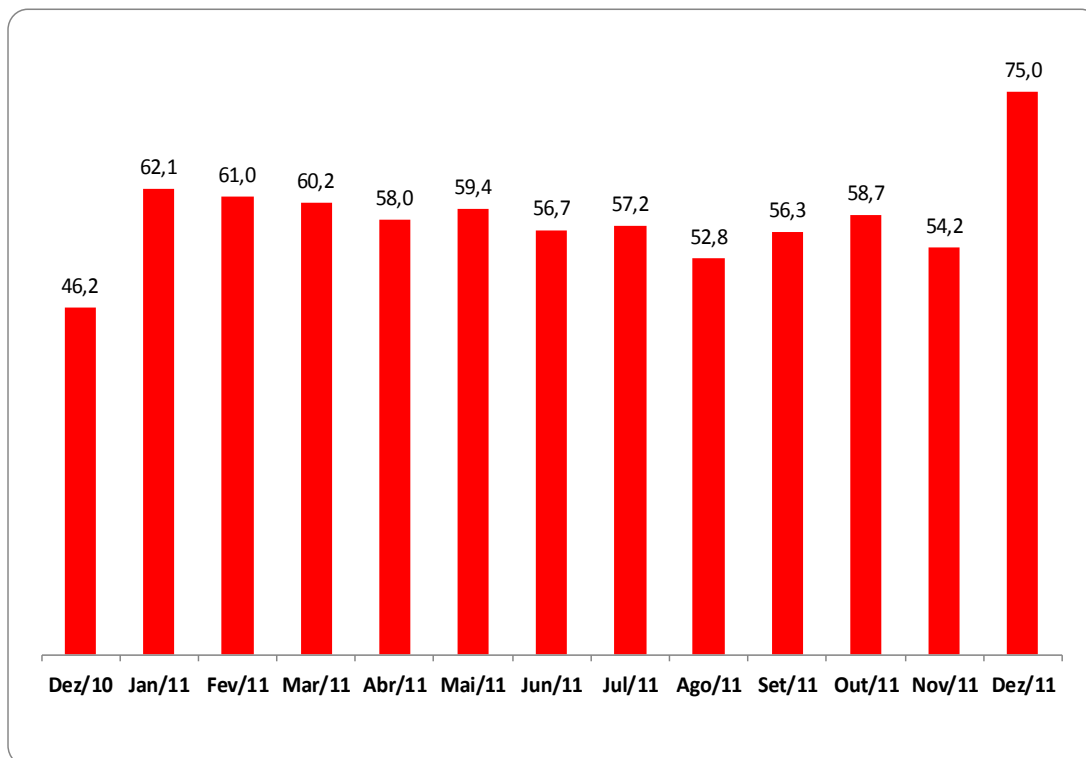


Ilustração 14 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês

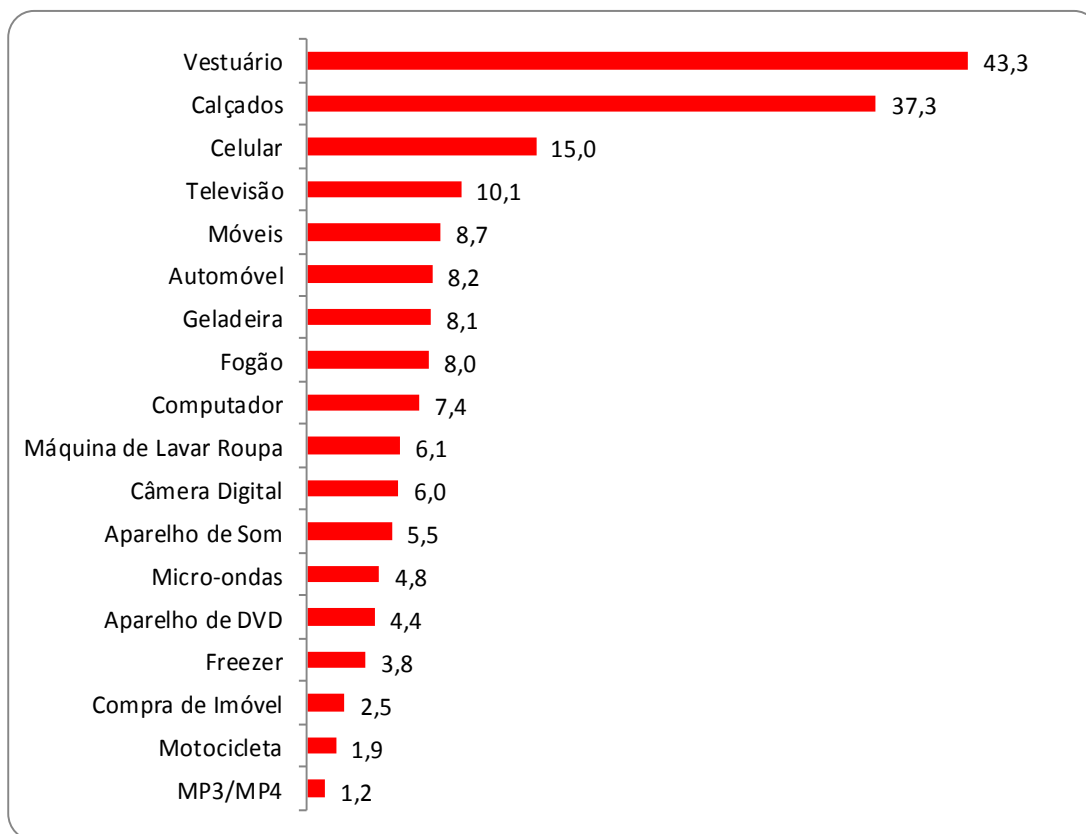
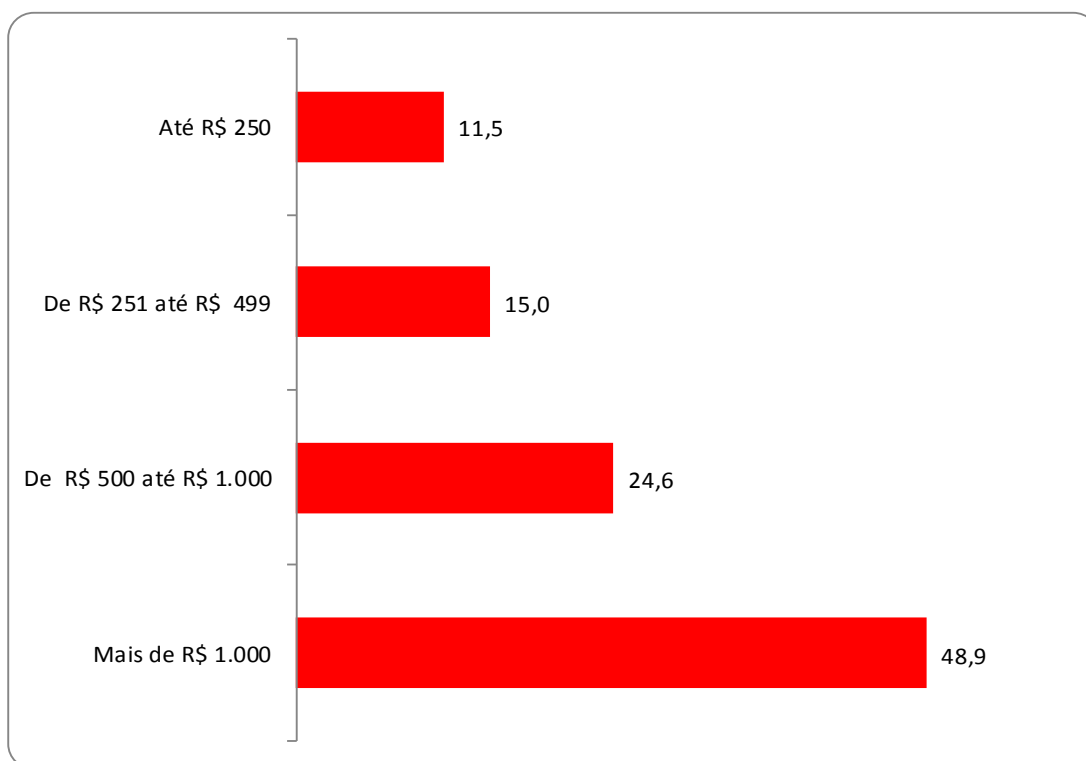


Ilustração 15 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês



2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

Ilustração 16 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Out/11	Nov/11	Dez/11	Out/11-Dez/11	No Ano
Por Sexo					
Masculino	135,7	137,7	145,6	139,6	138,8
Feminino	132,7	134,7	143,6	137,0	136,0
Por Idade					
18 a 24 anos	138,2	140,1	143,7	140,6	140,3
25 a 34 anos	137,1	138,9	146,6	140,9	140,2
35 anos ou +	132,2	134,3	144,0	136,8	135,6
Por Escolaridade					
Fundamental	129,8	133,4	132,2	131,8	132,8
Médio	136,7	137,5	145,2	139,8	139,0
Superior	134,1	136,2	147,2	139,2	139,8
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	133,1	134,8	140,5	136,1	136,1
5 a 10 SM	138,2	139,3	145,5	141,0	141,0
> 10 SM	136,1	142,7	151,9	143,6	139,4
Total	133,9	135,9	144,5	138,1	138,8

Ilustração 17 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Out/11	Nov/11	Dez/11	Out/11-Dez/11	No Ano
Por Sexo					
Masculino	136,1	135,3	142,2	137,9	136,4
Feminino	130,5	132,7	136,8	133,3	133,0
Por Idade					
18 a 24 anos	135,8	139,1	140,0	138,3	137,7
25 a 34 anos	134,9	134,6	143,4	137,6	136,1
35 anos ou +	131,6	132,4	137,6	133,8	133,2
Por Escolaridade					
Fundamental	128,4	130,3	132,9	130,5	130,3
Médio	135,7	134,5	141,7	137,3	136,1
Superior	132,7	138,9	138,5	136,7	138,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	131,7	132,7	137,1	133,8	133,0
5 a 10 SM	139,2	136,3	139,5	138,3	140,9
> 10 SM	132,2	141,7	143,7	139,2	140,5
Total	132,7	133,7	139,2	135,2	136,4

Ilustração 18 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Out/11	Nov/11	Dez/11	Out/11-Dez/11	No Ano
Por Sexo					
Masculino	135,3	139,3	147,8	140,8	140,4
Feminino	134,2	136,1	148,1	139,5	138,0
Por Idade					
18 a 24 anos	139,8	140,7	146,1	142,2	142,0
25 a 34 anos	138,7	141,7	148,7	143,0	143,0
35 anos ou +	132,6	135,6	148,3	138,8	137,2
Por Escolaridade					
Fundamental	130,6	135,4	131,8	132,6	134,4
Médio	137,4	139,5	147,5	141,5	140,9
Superior	135,0	134,4	153,0	140,8	140,5
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	134,0	136,2	142,7	137,7	138,2
5 a 10 SM	137,5	141,3	149,5	142,8	141,0
> 10 SM	138,6	143,4	157,3	146,5	138,7
Total	134,7	137,4	148,0	140,0	140,4

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

Ilustração 19 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	Semântica
Por Sexo					
Masculino	14,8	65,9	17,1	2,2	137,0
Feminino	10,1	69,0	19,3	1,7	133,2
Por Idade					
18 a 24 anos	13,7	68,3	16,8	1,2	138,2
25 a 34 anos	14,5	63,7	20,1	1,7	134,6
35 anos ou +	11,0	68,7	18,1	2,2	134,1
Por Escolaridade					
Fundamental	16,7	58,0	20,4	4,9	130,6
Médio	14,2	67,7	15,6	2,5	137,9
Superior	9,2	69,8	20,4	0,7	133,2
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	14,2	64,3	18,5	3,0	134,1
5 a 10 SM	10,8	70,8	17,8	0,6	136,7
> 10 SM	10,9	69,0	17,6	2,4	134,2
Total	12,2	67,6	18,3	1,9	134,9

Ilustração 20 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação a um ano, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	Semântica
Por Sexo					
Masculino	16,4	72,8	10,5	0,3	147,3
Feminino	14,9	68,5	15,9	0,8	140,3
Por Idade					
18 a 24 anos	15,5	68,9	14,9	0,6	141,9
25 a 34 anos	17,5	76,3	5,7	0,5	152,3
35 anos ou +	14,9	68,9	15,6	0,6	141,0
Por Escolaridade					
Fundamental	11,0	69,0	19,0	1,0	135,1
Médio	14,2	74,3	11,0	0,4	145,5
Superior	18,2	66,8	14,3	0,6	143,9
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	12,3	72,1	14,9	0,7	140,2
5 a 10 SM	14,7	70,6	14,3	0,5	142,3
> 10 SM	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	15,6	70,4	13,5	0,6	143,4

Ilustração 21 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	35,4	59,3	5,3	0,0	162,4
Feminino	39,0	56,2	4,1	0,7	164,3
Por Idade					
18 a 24 anos	39,3	56,9	2,5	1,3	165,3
25 a 34 anos	36,3	59,2	4,5	0,0	163,6
35 anos ou +	37,3	57,2	5,3	0,3	163,0
Por Escolaridade					
Fundamental	22,6	65,1	12,3	0,0	149,0
Médio	33,7	62,8	3,1	0,4	163,2
Superior	45,6	49,9	4,0	0,5	168,0
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	28,2	65,4	6,0	0,4	157,4
5 a 10 SM	40,0	56,5	2,9	0,5	166,3
> 10 SM	52,6	42,5	4,9	0,0	171,4
Total	37,4	57,6	4,7	0,4	163,5

Ilustração 22 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	22,6	60,3	16,1	1,1	143,6
Feminino	15,5	71,3	11,9	1,3	143,9
Por Idade					
18 a 24 anos	16,1	64,0	18,7	1,2	137,6
25 a 34 anos	15,1	68,6	15,7	0,5	141,0
35 anos ou +	20,4	66,3	11,9	1,4	146,2
Por Escolaridade					
Fundamental	11,3	67,3	19,1	2,4	133,0
Médio	20,3	65,2	13,2	1,3	145,1
Superior	18,9	67,5	12,8	0,8	145,5
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	19,3	62,5	16,7	1,5	140,7
5 a 10 SM	17,1	68,8	13,4	0,7	144,1
> 10 SM	20,9	70,1	7,5	1,5	150,7
Total	18,6	66,4	13,8	1,2	143,8

Ilustração 23 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	Semântica
Por Sexo					
Masculino	19,8	60,1	15,4	4,7	137,4
Feminino	16,4	64,3	14,1	5,2	136,2
Por Idade					
18 a 24 anos	21,5	56,9	14,0	7,6	135,3
25 a 34 anos	17,9	66,0	13,3	2,8	141,5
35 anos ou +	17,0	62,7	15,4	5,0	135,6
Por Escolaridade					
Fundamental	13,7	48,9	25,6	11,9	113,4
Médio	19,6	58,4	14,9	7,0	134,4
Superior	17,4	69,8	11,6	1,2	145,4
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	18,5	56,3	17,0	8,2	130,0
5 a 10 SM	16,3	65,4	14,7	3,6	138,0
> 10 SM	20,5	69,6	9,0	0,9	149,9
Total	17,9	62,4	14,7	5,0	136,8

Ilustração 24 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por sexo

Categoria	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Ambiente Internacional Negativo	8,8	8,7	8,8
Ambiente Internacional Positivo	20,6	23,5	18,2
Desemprego em Alta	5,8	6,5	5,2
Desemprego em Queda	18,5	16,6	20,0
Inflação em Alta	9,9	8,8	10,9
Inflação em Queda	8,0	8,0	8,1
Cenário Político Desfavorável	12,1	13,3	11,2
Cenário Político Favorável	16,3	14,6	17,8

Ilustração 25 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por idade

Categoria	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Ambiente Internacional Negativo	8,8	10,7	6,7	8,9
Ambiente Internacional Positivo	20,6	18,2	20,8	21,1
Desemprego em Alta	5,8	9,4	7,8	4,2
Desemprego em Queda	18,5	17,7	17,4	19,0
Inflação em Alta	9,9	13,8	7,3	9,8
Inflação em Queda	8,0	2,5	14,1	7,5
Cenário Político Desfavorável	12,1	17,5	10,0	11,4
Cenário Político Favorável	16,3	10,0	15,8	18,1

Ilustração 26 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por escolaridade

Categoria	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Médio	Superior
Ambiente Internacional Negativo	8,8	3,9	8,4	10,6
Ambiente Internacional Positivo	20,6	19,6	24,5	17,2
Desemprego em Alta	5,8	13,5	5,5	4,1
Desemprego em Queda	18,5	13,6	14,5	23,8
Inflação em Alta	9,9	13,1	11,7	7,6
Inflação em Queda	8,0	5,8	8,4	8,4
Cenário Político Desfavorável	12,1	16,3	10,8	11,5
Cenário Político Favorável	16,3	14,2	16,2	16,8

Ilustração 27 - Taxa percentual dos fatores que contribuíram para formação das expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país, por renda familiar mensal

Categoria	Total	Renda Familiar Mensal		
		< 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Ambiente Internacional Negativo	8,8	10,6	8,9	4,7
Ambiente Internacional Positivo	20,6	20,7	23,1	15,4
Desemprego em Alta	5,8	8,7	4,6	2,0
Desemprego em Queda	18,5	15,0	18,8	24,6
Inflação em Alta	9,9	12,2	8,5	8,3
Inflação em Queda	8,0	6,2	9,0	10,3
Cenário Político Desfavorável	12,1	12,9	11,3	10,8
Cenário Político Favorável	16,3	13,7	15,7	24,0

1.3 Intenção de Compra dos Consumidores

Ilustração 28 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal			Média
	Out/11	Nov/11	Dez/11	Out/11-Dez/11
Por Sexo				
Masculino	42,1	47,4	25,3	38,3
Feminino	40,8	44,7	24,7	36,7
Por Idade				
18 a 24 anos	52,8	53,6	24,5	43,7
25 a 34 anos	44,0	59,6	31,6	45,1
35 anos ou +	38,3	40,5	22,9	33,9
Por Escolaridade				
Fundamental	39,1	39,5	34,1	37,5
Médio	44,6	48,0	25,5	39,4
Superior	35,1	52,7	22,3	36,7
Por Renda Familiar Mensal				
< 5 SM	42,0	43,5	29,2	38,2
5 a 10 SM	39,5	54,3	26,8	40,2
> 10 SM	31,4	56,6	10,8	32,9
Total	41,3	45,8	25,0	37,4

Ilustração 29 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por sexo

Tipo de Produto	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Geladeira	8,1	8,9	7,5
Freezer	3,8	3,5	4,1
Fogão	8,0	6,3	9,2
Televisão	10,1	13,2	7,7
Aparelho de DVD	4,4	4,9	4,0
Máquina de Lavar Roupas	6,1	5,0	6,9
Aparelho de Som	5,5	5,3	5,7
Micro-ondas	4,8	5,6	4,1
Computador	7,4	10,1	5,2
Automóvel	8,2	13,7	3,9
Celular	15,0	15,5	14,6
Móveis	8,7	6,8	10,3
Vestuário	43,3	36,7	48,5
Calçados	37,3	29,6	43,3
Compra de Imóvel	2,5	2,5	2,5
Câmera Digital	6,0	6,5	5,6
MP3/MP4	1,2	0,9	1,4
Motocicleta	1,9	1,9	1,8

Ilustração 30 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por idade

Tipo de Produto	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Geladeira	8,1	7,0	5,4	9,2
Freezer	3,8	0,9	4,4	4,5
Fogão	8,0	4,4	8,1	8,9
Televisão	10,1	3,5	7,2	12,8
Aparelho de DVD	4,4	0,9	3,6	5,6
Máquina de Lavar Roupa	6,1	3,5	7,1	6,5
Aparelho de Som	5,5	4,3	6,4	5,6
Micro-ondas	4,8	4,4	0,9	6,0
Computador	7,4	11,4	7,1	6,4
Automóvel	8,2	9,6	5,3	8,7
Celular	15,0	19,2	14,4	14,0
Móveis	8,7	3,5	11,6	9,3
Vestuário	43,3	40,6	51,9	41,5
Calçados	37,3	31,9	45,7	36,3
Compra de Imóvel	2,5	3,5	1,8	2,4
Câmera Digital	6,0	6,2	4,5	6,4
MP3/MP4	1,2	0,9	0,0	1,6
Motocicleta	1,9	3,5	2,7	1,2

Ilustração 31 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por escolaridade

Tipo de Produto	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Médio	Superior
Geladeira	8,1	14,3	8,1	6,9
Freezer	3,8	8,0	4,6	2,2
Fogão	8,0	11,8	8,0	7,2
Televisão	10,1	10,1	10,0	10,0
Aparelho de DVD	4,4	4,0	4,2	4,9
Máquina de Lavar Roupa	6,1	8,0	7,7	4,2
Aparelho de Som	5,5	9,2	6,6	3,8
Micro-ondas	4,8	8,3	5,3	3,5
Computador	7,4	3,2	6,9	8,4
Automóvel	8,2	3,0	7,7	9,9
Celular	15,0	16,5	15,3	14,4
Móveis	8,7	4,1	9,5	9,4
Vestuário	43,3	33,5	40,1	48,8
Calçados	37,3	19,7	35,6	43,3
Compra de Imóvel	2,5	1,5	1,6	3,7
Câmera Digital	6,0	4,8	5,8	5,9
MP3/MP4	1,2	2,5	0,6	1,5
Motocicleta	1,9	0,0	2,4	1,9

Ilustração 32 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por renda familiar mensal

Tipo de Produto	Total	Renda Familiar em R\$		
		< 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Geladeira	8,1	7,5	10,0	5,5
Freezer	3,8	3,1	5,8	2,0
Fogão	8,0	8,7	9,8	3,7
Televisão	10,1	11,9	8,4	9,9
Aparelho de DVD	4,4	3,7	5,5	3,2
Máquina de Lavar Roupa	6,1	7,5	6,7	2,4
Aparelho de Som	5,5	8,0	4,5	2,8
Micro-ondas	4,8	6,2	3,2	4,8
Computador	7,4	7,3	5,9	10,2
Automóvel	8,2	5,9	8,4	12,3
Celular	15,0	15,6	16,4	11,7
Móveis	8,7	8,3	9,8	8,0
Vestuário	43,3	35,6	48,6	48,7
Calçados	37,3	26,4	44,2	46,7
Compra de Imóvel	2,5	2,8	0,4	5,6
Câmera Digital	6,0	6,8	3,6	8,7
MP3/MP4	1,2	1,3	0,4	2,4
Motocicleta	1,9	1,8	0,8	3,8

Ilustração 33 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por sexo

Valor em R\$	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Até 250	11,5	9,7	12,8
De 251 até 499	15,0	11,1	18,1
De 500 até 1.000	24,6	24,9	24,5
Mais de 1.000	48,9	54,3	44,6
Total	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	555,40	579,93	536,43

Ilustração 34 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por idade

Valor em R\$	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Até 250	11,5	15,9	9,1	11,0
De 251 até 499	15,0	15,1	19,1	13,9
De 500 até 1.000	24,6	24,5	24,5	24,7
Mais de 1.000	48,9	44,6	47,3	50,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	555,40	532,48	552,01	562,54

Ilustração 35 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por escolaridade

Até 250	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Médio	Superior
Até 250	11,5	16,0	16,7	5,6
De 251 até 499	15,0	24,1	18,3	9,8
De 500 até 1.000	24,6	26,8	22,4	26,7
Mais de 1.000	48,9	33,1	42,6	57,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	555,40	490,90	519,57	602,82

Ilustração 36 -Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por renda familiar mensal

Valor em R\$	Total	Renda Familiar Mensal		
		até 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Até 250	11,5	16,5	11,0	3,2
De 251 até 499	15,0	18,5	15,3	6,9
De 500 até 1.000	24,6	23,2	27,9	22,3
Mais de 1.000	48,9	41,7	45,8	67,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	555,40	517,61	550,30	636,25

Ilustração 37 -Total de consumidores, erro de amostragem, margem de segurança e tamanho da amostra

Especificação	Valor
Total de consumidores	1.373.293
Erro de amostragem	3,3%
Margem de segurança	95,0%
Tamanho da amostra	900

Ilustração 38 - Distribuição do tamanho da amostra, por sexo e faixa de idade

Idade	Sexo				Total	
	Masculino		Feminino			
	Abs	%	Abs	%	Abs	%
18 a 24 anos	96	11	109	12	205	23
25 a 34 anos	109	12	128	14	237	26
35 ou +	200	22	258	29	458	51
Total	405	45	495	55	900	100