

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

- FEVEREIRO 2012 -

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 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 13 meses	9
Ilustração 13 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês	9
Ilustração 14 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês	10
2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	10
1.1 Confiança dos Consumidores	10
Ilustração 15 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) no trimestre, por indicadores demográficos	10
Ilustração 16 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) no trimestre, por indicadores demográficos	11
Ilustração 17 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) no trimestre, por indicadores demográficos	11
1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores	12
Ilustração 18 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis, por indicadores demográficos	12
Ilustração 19 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação a um ano, por indicadores demográficos	12
Ilustração 20 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos	13
Ilustração 21 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos	13
Ilustração 22 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos, por indicadores demográficos	14
1.3 Intenção de Compra dos Consumidores	14
Ilustração 23 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores no trimestre, por indicadores demográficos	14
Ilustração 24 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por sexo	15
Ilustração 25 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por idade	15
Ilustração 26 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por escolaridade	16

Ilustração 27 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por renda familiar mensal	16
Ilustração 28 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por sexo	17
Ilustração 29 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por idade	17
Ilustração 30 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por escolaridade	17
Ilustração 31 -Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por renda familiar mensal	17
Ilustração 32 -Total de consumidores, erro de amostragem, margem de segurança e tamanho da amostra	17
Ilustração 33 - Distribuição do tamanho da amostra, por sexo e faixa de idade	18

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

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

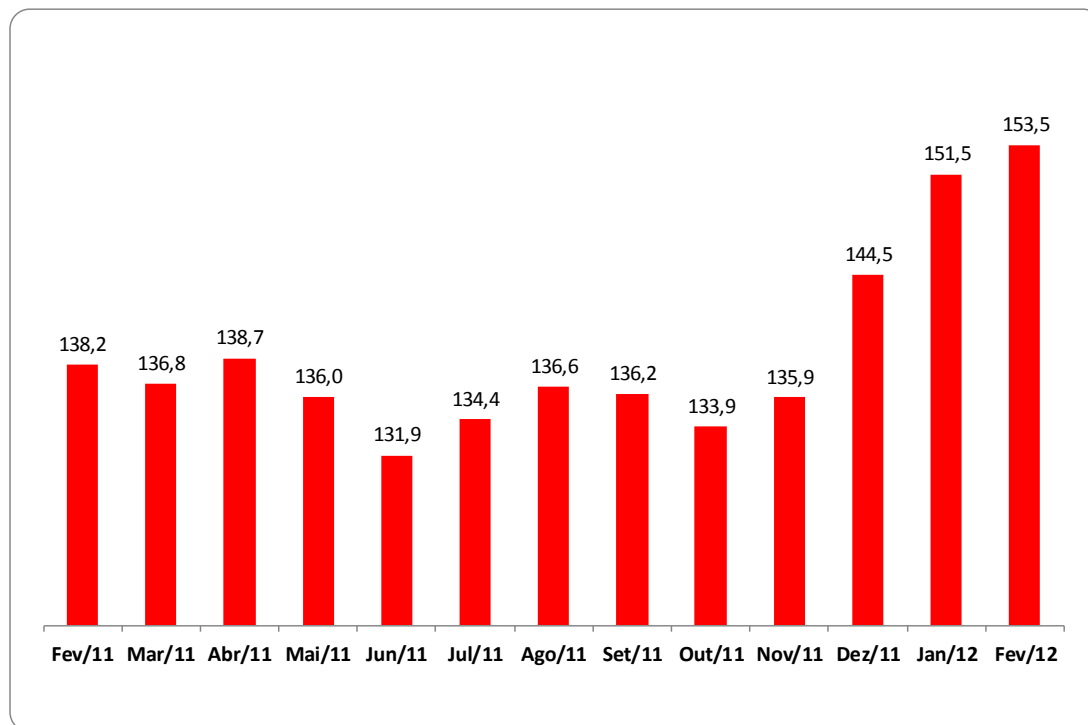


Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 13 meses - em pontos

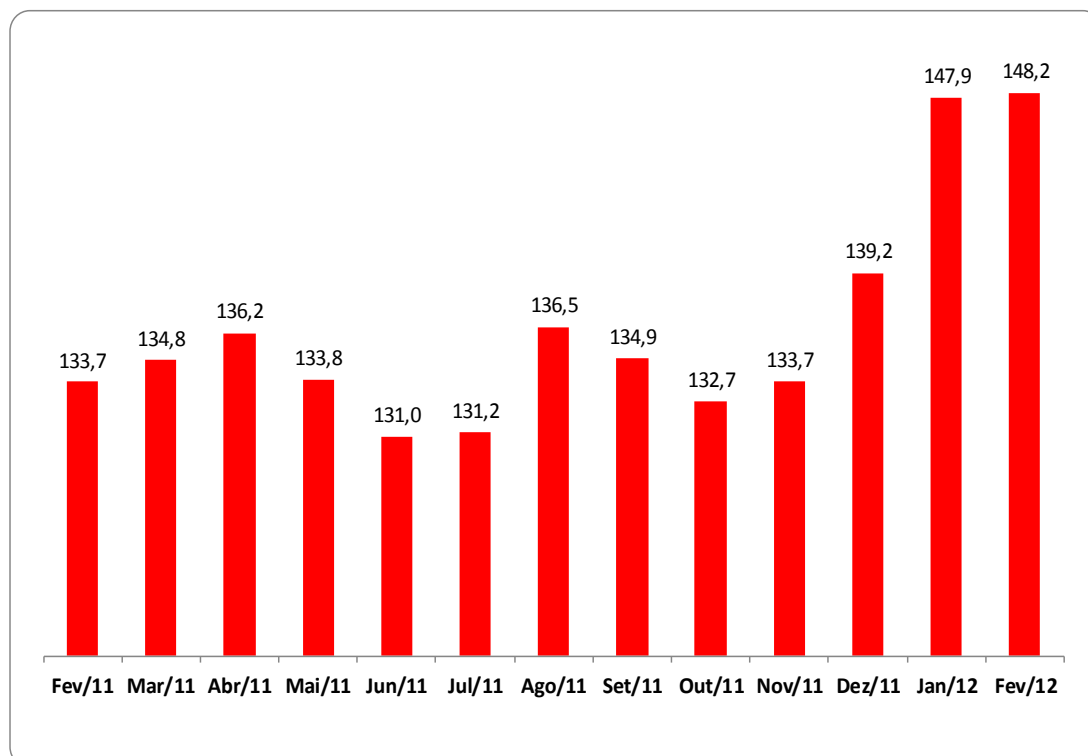


Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 13 meses - em pontos

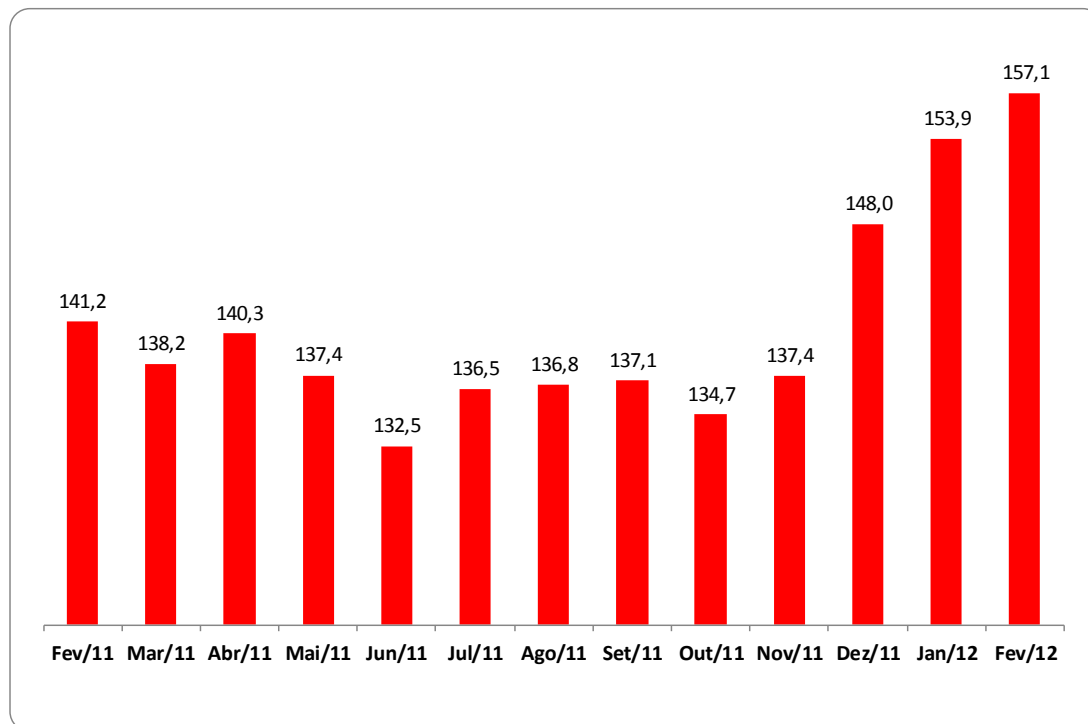


Ilustração 4 - Síntese dos índices de confiança dos consumidores no trimestre - em pontos

Índices	Valor Mensal - em pontos			Média no Ano
	Dez/11	Jan/12	Fev/12	
Índice de Confiança do Consumidor (ICC)	144,5	151,5	153,5	149,8
Índice da Situação Presente (ISP)	139,2	147,9	148,2	145,1
Índice das Expectativas Futura (IEF)	148,0	153,9	157,1	153,0

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
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
Jan/12	151,5	147,9	153,9	4,9	6,3	4,0
Fev/12	153,5	148,2	157,1	1,3	0,2	2,1

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 Feminino possui maior índice de confiança: 153,0 pontos. ▪ A faixa etária 18 a 24 anos foi aquela com mais elevado índice: 152,9 pontos. ▪ A faixa de escolaridade Ensino Superior é a que apresenta maior índice de confiança: 157,9 pontos. ▪ A renda familiar que apresenta índice de confiança preponderante é a faixa > 10 SM: 162,8 pontos.
Índice da Situação Presente - ISP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Feminino é o que apresenta maior índice de situação presente: 148,5 pontos. ▪ A faixa etária 35 anos ou + foi aquela com mais elevado índice: 148,0 pontos ▪ A escolaridade que possui maior índice de situação presente se encontra na faixa Ensino Superior: 154,1 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice de situação presente é a > 10 SM: 157,7 pontos.
Índice das Expectativas Futura - IEF	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Feminino possui maior índice das expectativas futura: 155,9 pontos. ▪ A faixa etária 18 a 24 anos foi aquela com mais elevado índice: 156,3 pontos. ▪ A escolaridade Ensino Superior é a que apresenta maior índice das expectativas futura: 160,5 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice das expectativas futura é a > 10 SM: 166,2 pontos.

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

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

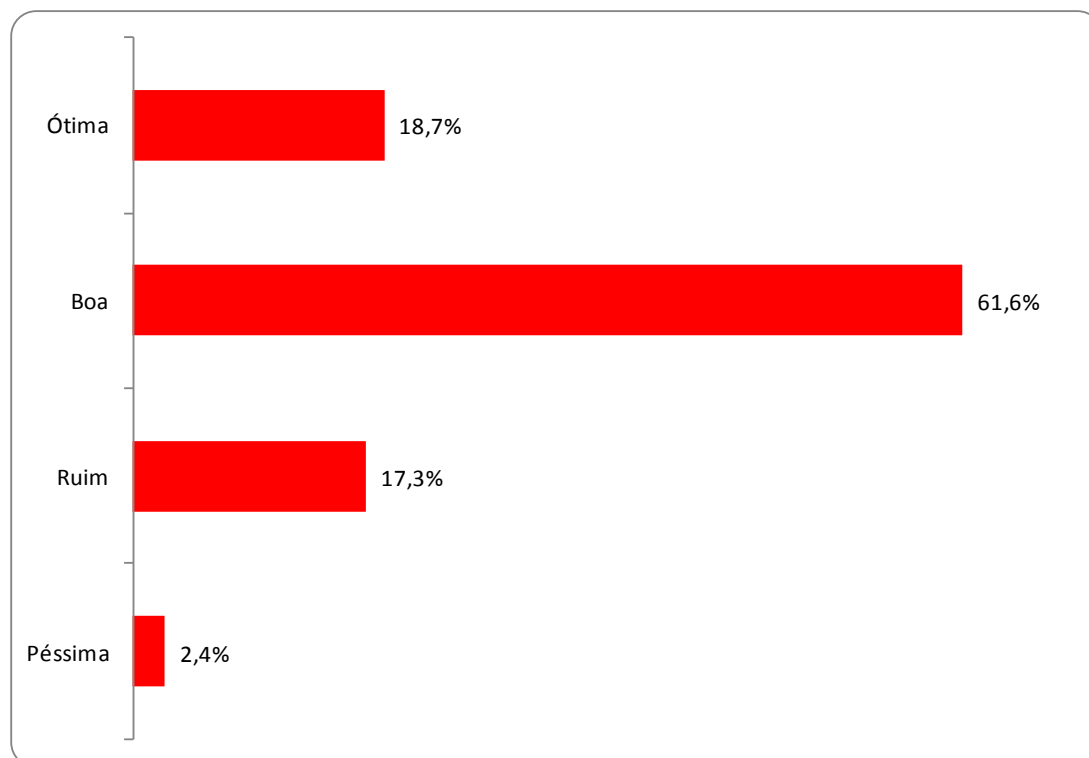


Ilustração 8 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação há um ano

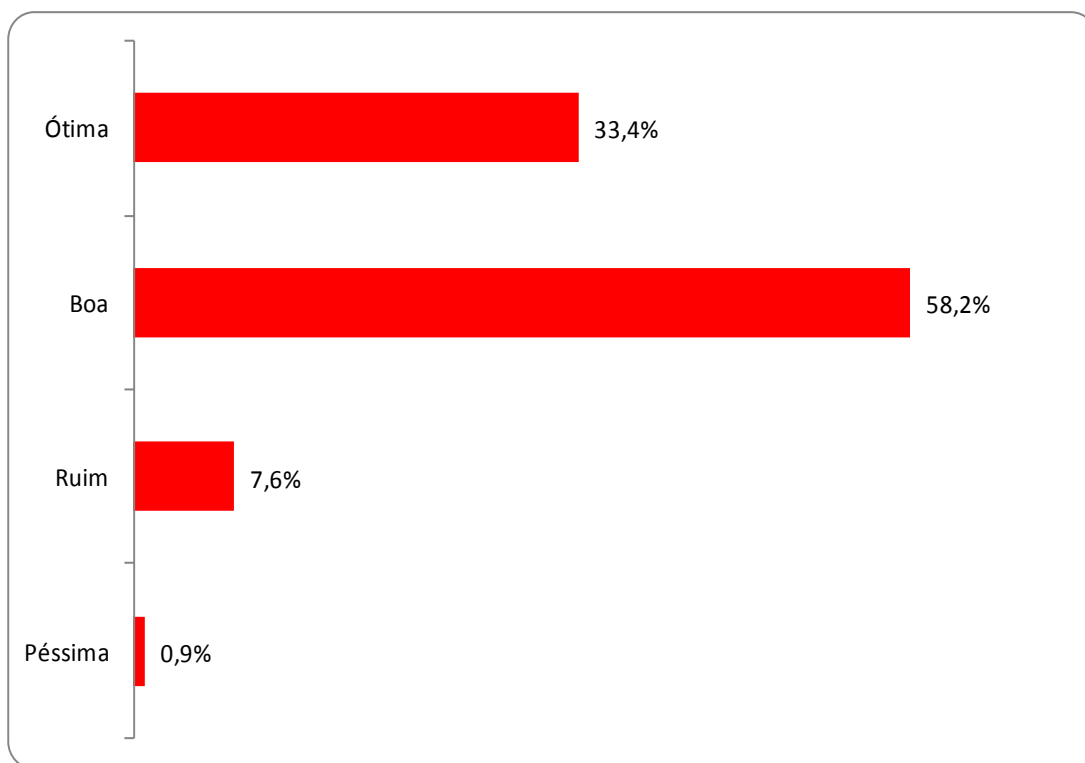


Ilustração 9 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses

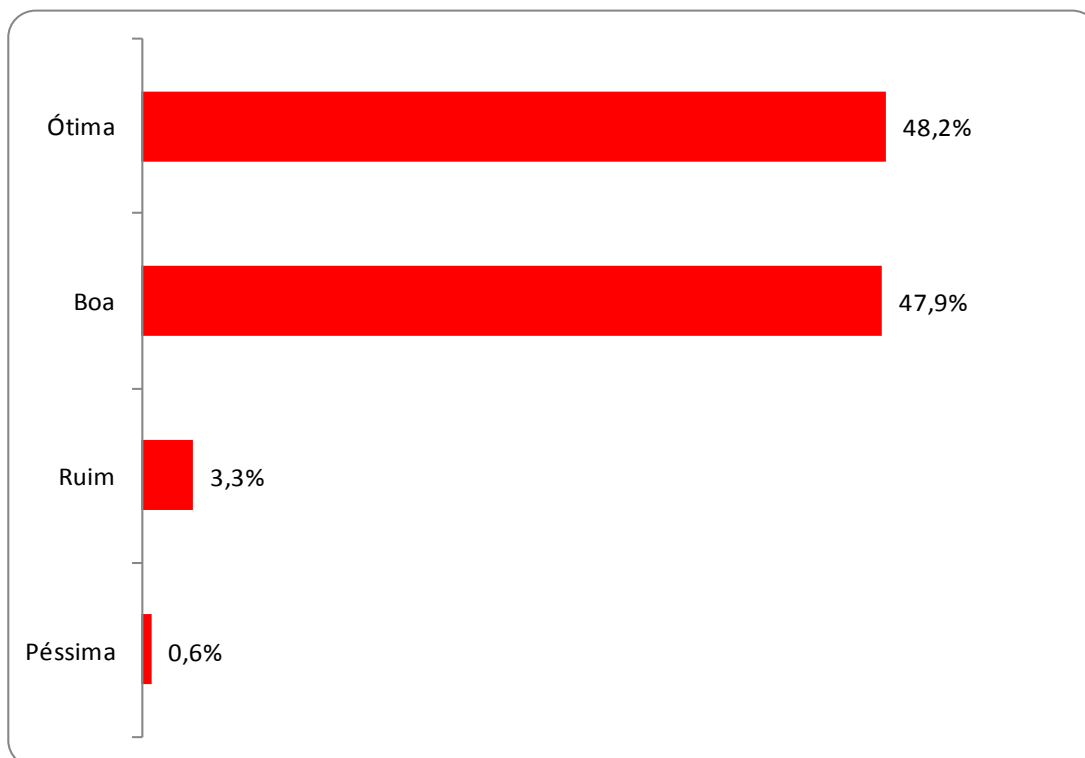


Ilustração 10 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses

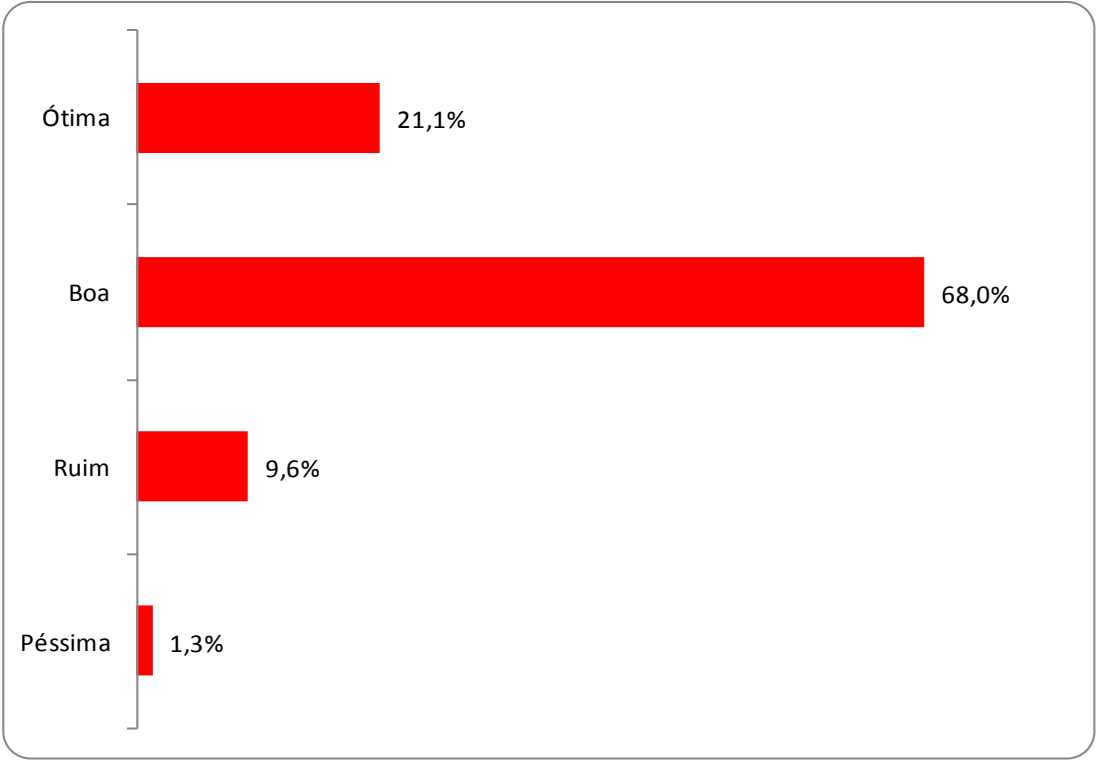


Ilustração 11 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos

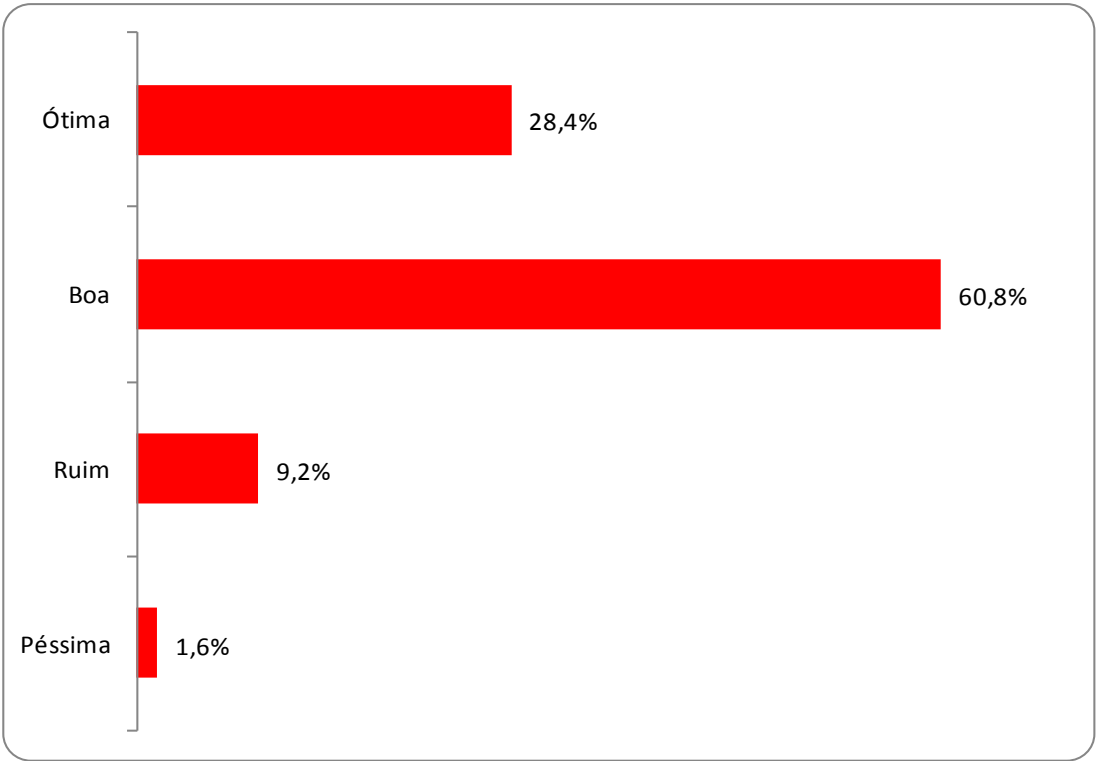


Ilustração 12 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 13 meses

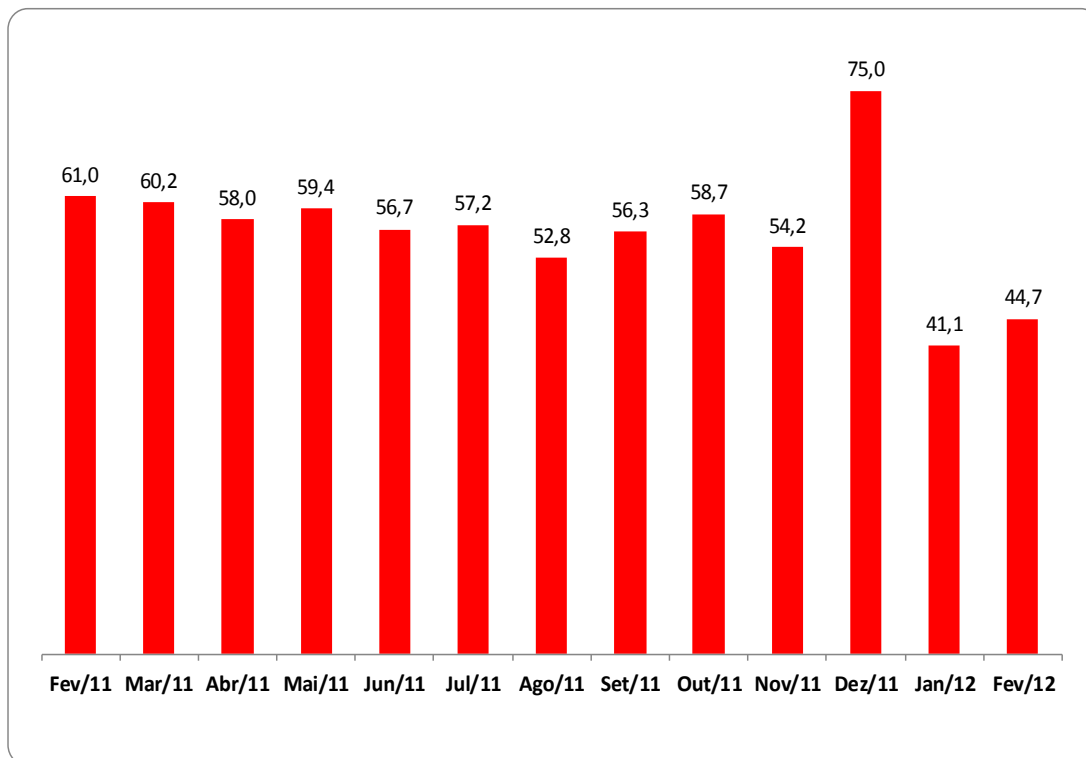


Ilustração 13 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês

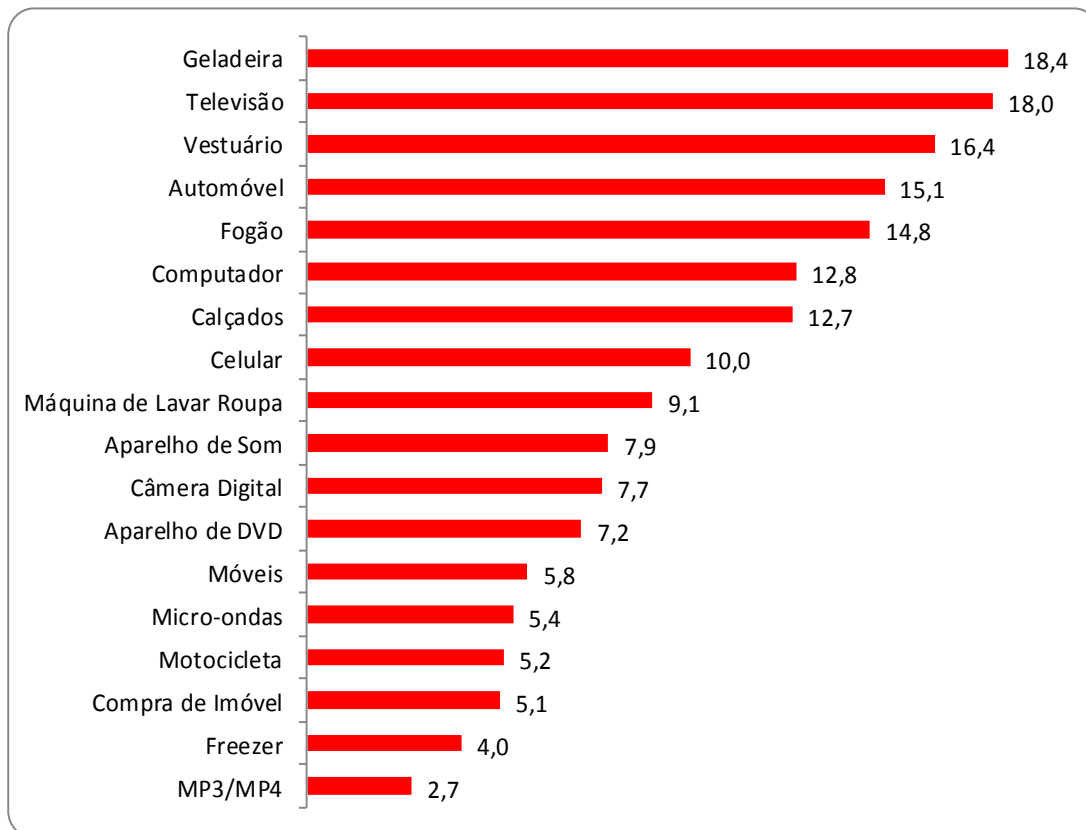
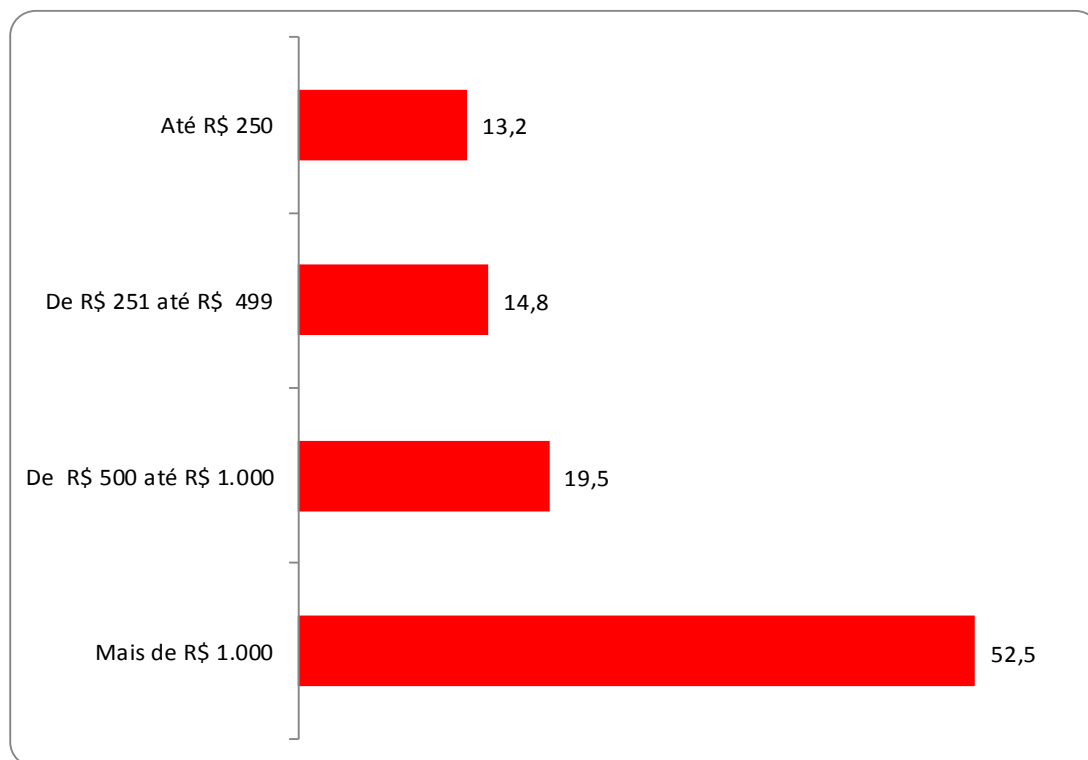


Ilustração 14 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês



2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

Ilustração 15 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Dez/11	Jan/12	Fev/12	Dez/11-Fev/12	No Ano
Por Sexo					
Masculino	145,6	151,7	152,2	149,8	152,0
Feminino	143,6	151,4	154,6	149,8	153,0
Por Idade					
18 a 24 anos	143,7	153,3	152,5	149,8	152,9
25 a 34 anos	146,6	149,6	155,7	150,6	152,6
35 anos ou +	144,0	151,7	152,8	149,5	152,3
Por Escolaridade					
Fundamental	132,2	144,4	148,1	141,6	146,3
Médio	145,2	144,6	150,5	146,8	147,5
Superior	147,2	159,0	156,9	154,4	157,9
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	140,5	145,3	150,1	145,3	147,7
5 a 10 SM	145,5	150,7	154,3	150,2	152,5
> 10 SM	151,9	164,2	161,4	159,2	162,8
Total	144,5	151,5	153,5	149,8	152,0

Ilustração 16 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Dez/11	Jan/12	Fev/12	Dez/11-Fev/12	No Ano
Por Sexo					
Masculino	142,2	147,6	147,2	145,7	147,4
Feminino	136,8	148,1	148,9	144,6	148,5
Por Idade					
18 a 24 anos	140,0	148,2	147,4	145,2	147,8
25 a 34 anos	143,4	145,6	150,1	146,4	147,9
35 anos ou +	137,6	148,4	147,5	144,5	148,0
Por Escolaridade					
Fundamental	132,9	140,1	146,7	139,9	143,4
Médio	141,7	139,7	145,0	142,1	142,3
Superior	138,5	156,9	151,2	148,9	154,1
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	137,1	141,9	146,4	141,8	144,2
5 a 10 SM	139,5	147,0	147,9	144,8	147,5
> 10 SM	143,7	160,8	154,6	153,0	157,7
Total	139,2	147,9	148,2	145,1	147,4

Ilustração 17 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Dez/11	Jan/12	Fev/12	Dez/11-Fev/12	No Ano
Por Sexo					
Masculino	147,8	154,5	155,5	152,6	155,0
Feminino	148,1	153,5	158,4	153,3	155,9
Por Idade					
18 a 24 anos	146,1	156,7	156,0	152,9	156,3
25 a 34 anos	148,7	152,2	159,4	153,4	155,8
35 anos ou +	148,3	153,9	156,4	152,9	155,2
Por Escolaridade					
Fundamental	131,8	147,3	149,1	142,7	148,2
Médio	147,5	147,9	154,1	149,9	151,0
Superior	153,0	160,4	160,6	158,0	160,5
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	142,7	147,6	152,5	147,6	150,1
5 a 10 SM	149,5	153,3	158,6	153,8	155,9
> 10 SM	157,3	166,5	165,9	163,2	166,2
Total	148,0	153,9	157,1	153,0	155,0

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

Ilustração 18 - 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	18,0	61,2	18,6	2,3	137,0
Feminino	19,2	62,0	16,3	2,4	139,7
Por Idade					
18 a 24 anos	16,8	64,9	17,7	0,6	139,8
25 a 34 anos	23,5	55,5	17,7	3,3	139,1
35 anos ou +	17,0	63,4	17,0	2,5	137,7
Por Escolaridade					
Fundamental	17,3	66,9	13,4	2,4	141,8
Médio	17,0	61,3	20,4	1,3	136,1
Superior	20,5	60,9	15,4	3,3	139,9
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	21,0	57,7	19,0	2,3	138,0
5 a 10 SM	14,0	67,7	17,2	1,1	138,2
> 10 SM	24,4	57,6	13,3	4,7	141,9
Total	18,7	61,6	17,3	2,4	138,5

Ilustração 19 - 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	32,5	58,9	7,9	0,6	157,4
Feminino	34,1	57,6	7,2	1,1	158,2
Por Idade					
18 a 24 anos	25,8	66,6	7,0	0,6	155,0
25 a 34 anos	36,7	56,7	5,6	1,1	161,1
35 anos ou +	34,4	56,1	8,7	0,8	157,3
Por Escolaridade					
Fundamental	26,3	62,0	11,6	0,0	151,6
Médio	27,2	63,4	8,8	0,6	153,9
Superior	39,9	53,2	5,7	1,2	162,4
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	30,0	60,6	8,2	1,3	154,9
5 a 10 SM	34,1	56,7	8,8	0,4	157,7
> 10 SM	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	33,4	58,2	7,6	0,9	157,9

Ilustração 20 - 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	48,2	47,2	3,9	0,7	169,3
Feminino	48,1	48,5	2,9	0,5	170,4
Por Idade					
18 a 24 anos	47,2	50,3	2,5	0,0	171,1
25 a 34 anos	47,9	48,3	3,3	0,5	169,9
35 anos ou +	48,6	46,9	3,6	0,8	169,4
Por Escolaridade					
Fundamental	29,0	64,2	6,8	0,0	157,7
Médio	43,1	52,7	3,9	0,3	167,1
Superior	55,2	41,5	2,4	0,9	173,8
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	46,0	49,2	4,5	0,3	168,0
5 a 10 SM	45,0	51,3	3,0	0,8	168,4
> 10 SM	62,6	35,5	1,0	1,0	178,9
Total	48,2	47,9	3,3	0,6	169,9

Ilustração 21 - 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	18,5	69,9	9,9	1,7	146,8
Feminino	23,2	66,4	9,4	1,0	150,7
Por Idade					
18 a 24 anos	19,3	68,7	11,3	0,7	147,4
25 a 34 anos	20,1	70,1	8,7	1,1	149,7
35 anos ou +	22,1	66,8	9,5	1,7	149,1
Por Escolaridade					
Fundamental	16,1	72,8	6,4	4,7	144,6
Médio	16,9	70,3	11,8	1,0	145,2
Superior	25,5	65,0	8,3	1,2	152,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	14,5	71,4	13,1	1,0	142,7
5 a 10 SM	23,7	68,0	6,8	1,5	152,8
> 10 SM	32,6	58,1	7,4	1,9	156,0
Total	21,1	68,0	9,6	1,3	148,9

Ilustração 22 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	27,8	60,2	9,4	2,6	150,6
Feminino	28,8	61,3	9,1	0,8	154,1
Por Idade					
18 a 24 anos	27,0	59,2	13,2	0,6	149,4
25 a 34 anos	35,0	56,8	6,5	1,7	158,5
35 anos ou +	25,7	63,2	9,2	1,9	150,7
Por Escolaridade					
Fundamental	25,2	59,2	11,6	4,0	145,1
Médio	26,7	60,5	11,7	1,1	150,0
Superior	30,1	61,2	6,9	1,8	155,5
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	23,7	62,0	13,0	1,3	146,9
5 a 10 SM	28,5	62,6	7,5	1,5	154,6
> 10 SM	41,1	52,6	3,4	2,9	162,8
Total	28,4	60,8	9,2	1,6	152,5

1.3 Intenção de Compra dos Consumidores

Ilustração 23 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal			Média
	Dez/11	Jan/12	Fev/12	Dez/11-Fev/12
Por Sexo				
Masculino	25,3	61,1	55,4	47,3
Feminino	24,7	57,4	55,2	45,8
Por Idade				
18 a 24 anos	24,5	63,2	57,4	48,4
25 a 34 anos	31,6	59,5	57,6	49,6
35 anos ou +	22,9	58,1	53,5	44,8
Por Escolaridade				
Fundamental	34,1	55,4	67,1	52,2
Médio	25,5	60,7	57,6	47,9
Superior	22,3	58,3	52,2	44,3
Por Renda Familiar Mensal				
< 5 SM	29,2	57,1	52,6	46,3
5 a 10 SM	26,8	62,0	54,2	47,7
> 10 SM	10,8	55,4	66,8	44,3
Total	25,0	58,9	55,3	46,4

Ilustração 24 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por sexo

Tipo de Produto	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Geladeira	18,4	19,2	17,7
Freezer	4,0	5,7	2,7
Fogão	14,8	16,5	13,3
Televisão	18,0	18,5	17,5
Aparelho de DVD	7,2	8,8	5,9
Máquina de Lavar Roupa	9,1	7,3	10,5
Aparelho de Som	7,9	7,5	8,2
Micro-ondas	5,4	4,1	6,5
Computador	12,8	12,8	12,9
Automóvel	15,1	15,4	14,9
Celular	10,0	6,3	13,1
Móveis	5,8	3,6	7,5
Vestuário	16,4	12,9	19,3
Calçados	12,7	8,1	16,5
Compra de Imóvel	5,1	6,3	4,0
Câmera Digital	7,7	6,1	9,1
MP3/MP4	2,7	1,6	3,7
Motocicleta	5,2	7,5	3,3

Ilustração 25 - 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	18,4	5,9	14,3	24,6
Freezer	4,0	0,0	2,6	6,1
Fogão	14,8	10,5	11,6	17,8
Televisão	18,0	13,3	11,7	22,6
Aparelho de DVD	7,2	3,0	2,5	10,9
Máquina de Lavar Roupa	9,1	9,4	9,1	8,9
Aparelho de Som	7,9	7,4	9,0	7,5
Micro-ondas	5,4	3,1	4,0	6,9
Computador	12,8	18,0	13,0	11,0
Automóvel	15,1	15,0	20,9	12,3
Celular	10,0	10,8	11,7	9,0
Móveis	5,8	5,9	7,7	4,8
Vestuário	16,4	25,4	12,8	15,1
Calçados	12,7	21,3	10,2	11,0
Compra de Imóvel	5,1	1,4	4,0	6,8
Câmera Digital	7,7	5,9	7,9	8,3
MP3/MP4	2,7	1,6	6,4	1,4
Motocicleta	5,2	4,2	6,6	4,8

Ilustração 26 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por escolaridade

Tipo de Produto	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Médio	Superior
Geladeira	18,4	19,1	26,9	10,6
Freezer	4,0	0,0	6,7	1,5
Fogão	14,8	20,7	21,0	8,3
Televisão	18,0	31,7	20,3	13,0
Aparelho de DVD	7,2	8,5	8,2	6,1
Máquina de Lavar Roupa	9,1	28,4	11,1	4,2
Aparelho de Som	7,9	9,4	8,5	7,2
Micro-ondas	5,4	9,7	8,3	2,2
Computador	12,8	17,4	12,8	12,3
Automóvel	15,1	4,9	9,2	22,2
Celular	10,0	15,1	9,4	10,0
Móveis	5,8	12,9	5,3	5,2
Vestuário	16,4	13,6	18,8	14,9
Calçados	12,7	13,6	10,4	14,8
Compra de Imóvel	5,1	4,8	0,0	9,7
Câmera Digital	7,7	14,8	5,9	8,4
MP3/MP4	2,7	5,0	2,4	2,7
Motocicleta	5,2	0,0	6,2	5,0

Ilustração 27 - 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	18,4	12,8	27,0	12,1
Freezer	4,0	2,6	6,5	2,0
Fogão	14,8	17,2	16,2	5,9
Televisão	18,0	17,4	21,4	11,7
Aparelho de DVD	7,2	3,0	12,0	6,1
Máquina de Lavar Roupa	9,1	9,6	11,6	2,0
Aparelho de Som	7,9	7,1	7,8	9,9
Micro-ondas	5,4	5,1	6,3	4,1
Computador	12,8	9,8	14,7	15,7
Automóvel	15,1	11,1	10,3	34,8
Celular	10,0	12,2	8,8	7,9
Móveis	5,8	3,7	6,9	8,2
Vestuário	16,4	18,7	19,8	3,9
Calçados	12,7	16,4	9,6	11,4
Compra de Imóvel	5,1	1,8	4,4	14,0
Câmera Digital	7,7	5,7	7,0	13,9
MP3/MP4	2,7	2,6	3,4	1,8
Motocicleta	5,2	6,5	3,3	6,1

Ilustração 28 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por sexo

Valor em R\$	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Até 250	13,2	12,7	13,5
De 251 até 499	14,8	12,7	16,5
De 500 até 1.000	19,5	16,6	21,8
Mais de 1.000	52,5	58,0	48,2
Total	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	557,70	574,39	544,52

Ilustração 29 - 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	13,2	11,4	15,9	12,4
De 251 até 499	14,8	19,6	9,6	15,7
De 500 até 1.000	19,5	28,5	16,9	17,6
Mais de 1.000	52,5	40,6	57,7	54,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	557,70	529,98	569,43	561,65

Ilustração 30 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por escolaridade

Até 250	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Médio	Superior
Até 250	13,2	12,3	18,6	8,4
De 251 até 499	14,8	22,4	20,2	8,8
De 500 até 1.000	19,5	26,0	22,8	15,6
Mais de 1.000	52,5	39,3	38,3	67,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	557,70	519,06	500,55	614,35

Ilustração 31 -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	13,2	16,9	13,5	3,8
De 251 até 499	14,8	19,1	15,1	4,1
De 500 até 1.000	19,5	22,0	21,5	9,0
Mais de 1.000	52,5	42,1	49,9	83,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	557,70	516,09	550,61	670,97

Ilustração 32 -Total de consumidores, erro de amostragem, margem de segurança e tamanho da amostra

Especificação	Valor
Total de consumidores	648.527
Erro de amostragem	3,7%
Margem de segurança	95,0%
Tamanho da amostra	700

Ilustração 33 - Distribuição do tamanho da amostra, por sexo e faixa de idade

Idade	Sexo				Total	
	Masculino		Feminino			
	Abs	%	Abs	%	Abs	%
18 a 24 anos	62	9	68	10	130	19
25 a 34 anos	84	12	98	14	182	26
35 ou +	170	24	218	31	388	55
Total	316	45	384	55	700	100