



**PRODUTOS QUE DESEJA ADQUIRIR
E
PROPENSÃO A GASTAR**



Apoio



FORTALEZA – CE

Janeiro 2005

ÍNDICE

Aspectos Metodológicos 3

Produtos que Deseja Adquirir Erro! Indicador não definido.

Por Sexo 6

Por Idade 6

Por Escolaridade 7

Por Renda Familiar Mensal 7

Por Classe Socioeconômica 8

Propensão a Gastar em R\$ 9

Por Sexo 10

Por Idade 10

Por Escolaridade 10

Por Renda Familiar Mensal 10

Por Classe Socioeconômica 11

Aspectos Metodológicos

População

Consumidores em potencial residentes na Região Metropolitana de Fortaleza com idade superior a 18 anos estimado em torno de 1.217.576.

Classe Socioeconômica

O critério para a classificação econômica da população adotado pelo IPDC é o mesmo desenvolvido e adotado pela ABA - Associação Brasileira de Anunciantes -, e ANEP-Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, com a concordância da ABIPEME-Associação Brasileira de Institutos de Pesquisa de Mercado. Trata-se do *Critério de Classificação Econômica Brasil*.

Esse sistema procura estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificá-las em termos de "classes sociais". A divisão de mercado definida pelas entidades é, exclusivamente, de classes econômicas.

A classificação se dá através de pontuação em função da propriedade de bens e da escolaridade do chefe da família, conforme tabelas específicas: *Pontuação pela Posse de Bens* e *Pontuação pelo Grau de Escolaridade do Chefe de Família*.

Considerando a pontuação das tabelas acima dividiu-se a população brasileira em cinco classes econômicas, ou seja, cinco grupos com poder de compra diferenciado. As Classes A e B foram subdivididas em A1, A2, B1 e B2, oferecendo a possibilidade de maior precisão na

caracterização das classes com maior poder aquisitivo, chegando-se a um total de sete segmentos de renda e poder de compra. No nosso caso, preferiu-se adotar apenas cinco grupos com poder de compra diferenciado: A, B, C, D e E.

Deve-se salientar, também, que *O Critério de Classificação Econômica Brasil* permite, ainda, estabelecer um parâmetro confiável de renda familiar de cada classe, tanto em termos de "faixa de renda" como de "renda média".

Grandeza da Amostra

Para fixar a precisão do tamanho da amostra, admitiu-se que 95% das estimativas poderiam diferir do valor populacional desconhecido p por no máximo 3,27%, isto é, o valor absoluto d assumiria valor igual a 0,0327 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída de 1.217.576 consumidores em potencial.

Preferiu-se adotar o valor antecipado para p igual a 0,50 com o objetivo de maximizar a variância populacional, obtendo-se maior aproximação para o valor da característica na população. Em outras palavras, fixou-se um maior tamanho da amostra para a precisão fixada.

Assim, o número mínimo de consumidores a serem entrevistados foi de 900, ou seja, com uma amostra de no mínimo 900 consumidores, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude igual a 0,0327, contivessem as verdadeiras frequências.

Francisco Estevam Martins de Oliveira
Estatístico – CONRE 6183 - Ceará

Produtos que Deseja Adquirir - em (%)

Por Sexo

Tipo de Produto	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Geladeira	5,33	4,44	6,06
Freezer	0,67	0,99	0,40
Fogão	3,78	2,72	4,65
Televisão	5,44	7,65	3,64
Vídeo Cassete - DVD	7,00	9,88	4,65
Máquina de Lavar Roupa	1,89	0,99	2,63
Aparelho de Som	3,56	4,20	3,03
Micro Ondas	0,67	0,25	1,01
Computador	5,33	6,67	4,24
Automóvel	3,44	5,68	1,62
Celular	4,11	4,44	3,84
Móveis	7,11	4,44	9,29
Vestuário	6,33	6,42	6,26
Calçados	3,56	3,46	3,64
<i>Não Pretende Comprar Nada</i>	<i>51,67</i>	<i>50,12</i>	<i>52,93</i>

Por Idade

Tipo de Produto	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	34 anos ou +
Geladeira	5,33	4,31	5,04	5,96
Freezer	0,67		0,42	1,10
Fogão	3,78	2,39	2,94	4,86
Televisão	5,44	5,26	8,82	3,75
Vídeo Cassete - DVD	7,00	8,61	9,24	5,08
Máquina de Lavar Roupa	1,89	0,48	1,26	2,87
Aparelho de Som	3,56	5,26	5,04	1,99
Micro Ondas	0,67	0,48	0,42	0,88
Computador	5,33	7,66	5,46	4,19
Automóvel	3,44	3,83	4,62	2,65
Celular	4,11	8,61	2,52	2,87
Móveis	7,11	7,18	9,24	5,96
Vestuário	6,33	13,40	5,04	3,75
Calçados	3,56	5,74	2,52	3,09
<i>Não Pretende Comprar Nada</i>	<i>51,67</i>	<i>40,19</i>	<i>48,32</i>	<i>58,72</i>

Por Escolaridade

Tipo de Produto	Total	Escolaridade		
		até 1º grau	2º grau	Superior
Geladeira	5,33	7,23	4,56	3,31
Freezer	0,67	0,31	0,87	0,83
Fogão	3,78	4,72	3,04	4,13
Televisão	5,44	6,60	5,21	3,31
Vídeo Cassete - DVD	7,00	6,92	7,38	5,79
Máquina de Lavar Roupa	1,89	2,52	1,74	0,83
Aparelho de Som	3,56	4,09	4,12	
Micro Ondas	0,67		1,30	
Computador	5,33	3,14	6,51	6,61
Automóvel	3,44	1,89	3,25	8,26
Celular	4,11	1,89	5,86	3,31
Móveis	7,11	7,86	5,86	9,92
Vestuário	6,33	3,77	7,16	9,92
Calçados	3,56	1,57	4,56	4,96
<i>Não Pretende Comprar Nada</i>	51,67	53,77	50,33	51,24

Por Renda Familiar Mensal

Tipo de Produto	Total	Renda Familiar em R\$		
		até 5 SM	5 a 10 SM	+ de 10 SM
Geladeira	5,33	5,88	4,65	2,44
Freezer	0,67	0,31	1,16	2,44
Fogão	3,78	4,02	2,91	3,66
Televisão	5,44	6,66	1,74	3,66
Vídeo Cassete - DVD	7,00	7,28	8,72	1,22
Máquina de Lavar Roupa	1,89	2,01	1,74	1,22
Aparelho de Som	3,56	4,18	1,74	2,44
Micro Ondas	0,67	0,62	1,16	
Computador	5,33	4,33	6,98	9,76
Automóvel	3,44	2,17	5,81	8,54
Celular	4,11	4,02	3,49	6,10
Móveis	7,11	7,74	4,65	7,32
Vestuário	6,33	4,80	7,56	15,85
Calçados	3,56	2,79	4,65	7,32
<i>Não Pretende Comprar Nada</i>	51,67	52,17	52,33	46,34

Por Classe Socioeconômica

Tipo de Produto	Total	Classe Socioeconômica			
		A	B	C	D/E
Geladeira	5,33	3,64	4,35	3,79	8,05
Freezer	0,67	1,82	0,43	0,32	1,01
Fogão	3,78	1,82	4,35	3,47	4,03
Televisão	5,44	1,82	4,35	5,68	6,71
Vídeo Cassete - DVD	7,00	3,64	8,70	6,31	7,05
Máquina de Lavar Roupa	1,89	1,82	1,74	1,26	2,68
Aparelho de Som	3,56		1,30	5,36	4,03
Micro Ondas	0,67		1,74	0,63	
Computador	5,33	7,27	9,57	5,05	2,01
Automóvel	3,44	10,91	6,52	2,21	1,01
Celular	4,11	7,27	6,09	3,79	2,35
Móveis	7,11	1,82	6,09	9,46	6,38
Vestuário	6,33	18,18	7,83	5,36	4,03
Calçados	3,56	9,09	3,91	3,79	2,01
<i>Não Pretende Comprar Nada</i>	51,67	43,64	44,78	53,31	56,71

Propensão a Gastar em R\$ - em (%)

Por Sexo

Valor em R\$	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Até R\$ 250	8,47	9,22	7,79
De R\$ 251 até R\$ 499	68,19	67,48	68,83
De R\$ 500 até R\$ 1.000	15,79	15,53	16,02
Mais de R\$ 1.000	7,55	7,77	7,36

Por Idade

Valor em R\$	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	34 anos ou +
Até R\$ 250	8,47	27,20	14,63	17,46
De R\$ 251 até R\$ 499	68,19	23,20	26,83	25,40
De R\$ 500 até R\$ 1.000	15,79	23,20	30,89	26,98
Mais de R\$ 1.000	7,55	26,40	27,64	30,16

Por Escolaridade

Valor em R\$	Total	Escolaridade		
		até 1º grau	2º grau	Superior
Até R\$ 250	8,47	19,05	20,43	16,67
De R\$ 251 até R\$ 499	68,19	25,85	26,96	16,67
De R\$ 500 até R\$ 1.000	15,79	31,97	26,52	16,67
Mais de R\$ 1.000	7,55	23,13	26,09	50,00

Por Renda Familiar Mensal

Valor em R\$	Total	Renda Familiar Mensal		
		até 5 SM	5 a 10 SM	+ de 10 SM
Até R\$ 250	8,47	20,19	16,25	20,00
De R\$ 251 até R\$ 499	68,19	27,88	25,00	6,67
De R\$ 500 até R\$ 1.000	15,79	28,85	27,50	13,33
Mais de R\$ 1.000	7,55	23,08	31,25	60,00

Por Classe Socioeconômica

Valor em R\$	Total	Classe Socioeconômica			
		A	B	C	D/E
Até R\$ 250	8,47	29,03	15,87	21,57	18,11
De R\$ 251 até R\$ 499	68,19	12,90	20,63	24,84	33,07
De R\$ 500 até R\$ 1.000	15,79	9,68	25,40	28,10	31,50
Mais de R\$ 1.000	7,55	48,39	38,10	25,49	17,32