

APRESENTAÇÃO

PESQUISA CONFIANÇA E INTENÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

Francisco Estevam Martins de Oliveira

Estatístico – CONRE 6183

SUMÁRIO

1. Introdução.....	3
2. Objetivos.....	3
3. Resultados da Pesquisa.....	3
4. Estratificação dos resultados.....	4
5. População.....	4
6. Amostra.....	4
7. Coleta de Dados.....	4

1. Introdução

O índice de confiança do consumidor é um dos indicadores de nível de atividades mais utilizados nos países desenvolvidos. Ele mede a confiança do consumidor na sua capacidade de compra e na situação do país, abordando expectativas em relação à inflação, ao desemprego e a rendimentos futuros. Nos Estados Unidos, por exemplo, seu uso é generalizado tanto pelo setor privado, quanto pelo governo e pela mídia.

Em geral, este indicador tem a capacidade de antecipar as variações do nível de atividade econômica. Isto ocorre porque este índice procura avaliar a expectativa real dos consumidores em relação a compras a serem realizadas no futuro próximo.

2. Objetivos

Fornecer informações mensais sobre as expectativas da situação financeira da família e situação econômica do país pelos consumidores das capitais nordestinas, bem como sobre suas intenções de compra, a fim de orientar decisões de empresários, governo e outros agentes econômicos.

3. Resultados da Pesquisa

Os resultados da pesquisa revelam:

- índices de confiança dos consumidores e fatores que contribuíram para formação das suas expectativas;
- percepção sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis;
- intenções de compra dos consumidores;
- tipos de produtos duráveis que os consumidores pretendem comprar no próximo mês;
- estimativa do valor das intenções de compra dos consumidores de produtos duráveis no próximo mês;
- formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para realizar suas intenções de compra de produtos duráveis no próximo mês.

A pesquisa calcula três índices de confiança dos consumidores, reveladores do seu potencial de compras:

- Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) : avalia a percepção dos consumidores quanto à sua situação econômica.

- Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) – avalia o momento para compra de bens duráveis e a situação financeira atual das famílias dos consumidores, em um período de, no máximo, 30 dias.
- Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) – avalia as expectativas dos consumidores, em um horizonte de 12 meses, quanto à situação econômica e geral do Brasil e à situação financeira das famílias dos consumidores.

Os índices de confiança variam entre 0 a 200 pontos. O índice 100 demarca a fronteira entre a situação de pessimismo e otimismo: abaixo de 100, diz respeito à situação de pessimismo; acima de 100, de otimismo.

No que diz respeito às percepções e expectativas dos consumidores, a pesquisa se refere somente a uma cesta de 18 produtos duráveis. Quanto às intenções de compra, a pesquisa se refere a todos os produtos que os consumidores desejam comprar.

4. Estratificação dos resultados

Os resultados da pesquisa são estratificados por sexo, idade, escolaridade e renda familiar mensal.

5. População

População com idade superior a 18 anos.

6. Amostra

O tamanho da amostra foi definido para um nível de confiança de 95%, com margem de erro máximo de 3,5%. O número e estratificação dos consumidores pesquisados serão explicitados nos resultados da pesquisa de cada mês.

7. Coleta de Dados

A coleta de dados se faz nos principais pontos de fluxos, sempre nos três primeiros dias úteis de cada mês.