

ÍNDICE DE CONFIANÇA DAS FAMÍLIAS - ICF

PORTO ALEGRE - RS

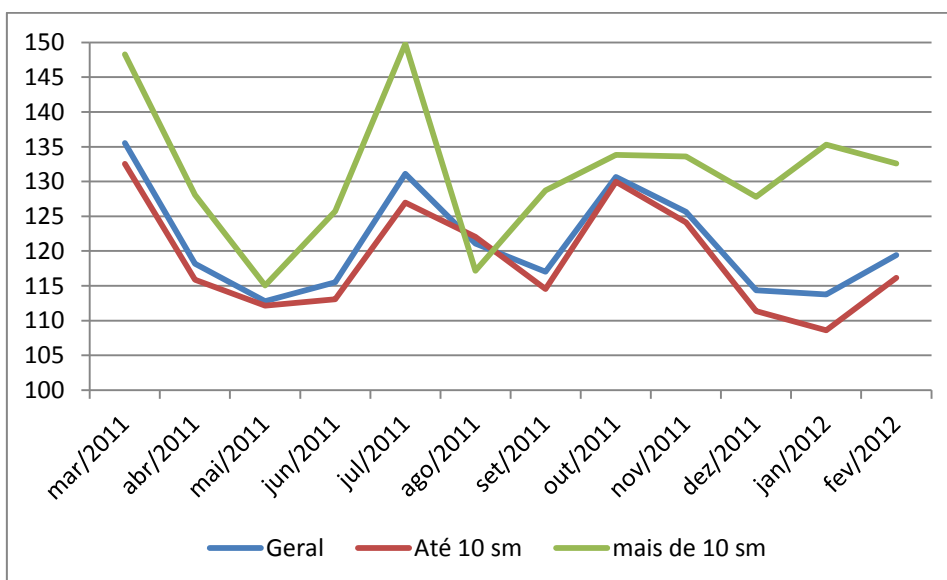
FEVEREIRO/2012

SUMÁRIO

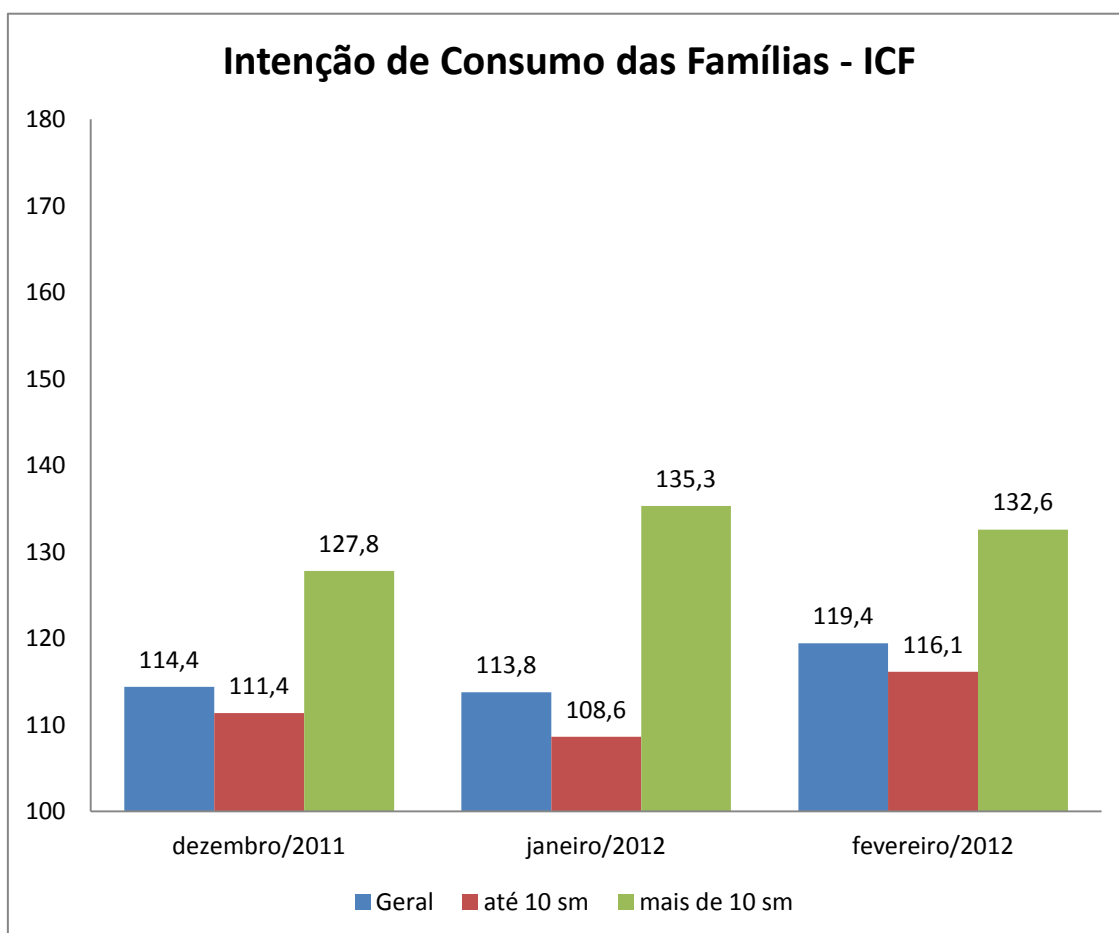
Série histórica do ICF.....	3
Resultado do ICF.....	4
Situação do emprego	5
Perspectiva profissional	6
Situação de renda.....	7
Acesso a crédito ou empréstimo.....	8
Consumo atual	9
Perspectiva de consumo	10
Momento para consumo de bens duráveis	11
Aspectos metodológicos	12

Série histórica do ICF

	Geral	Até 10 sm	mais de 10 sm
mar/2011	135,5	132,6	148,3
abr/2011	118,2	115,9	128,1
mai/2011	112,8	112,2	115,0
jun/2011	115,5	113,1	125,7
jul/2011	131,1	127,0	149,8
ago/2011	121,1	122,0	117,2
set/2011	117,0	114,5	128,7
out/2011	130,7	130,0	133,8
nov/2011	125,6	124,1	133,6
dez/2011	114,4	111,4	127,8
jan/2012	113,8	108,6	135,3
fev/2012	119,4	116,1	132,6



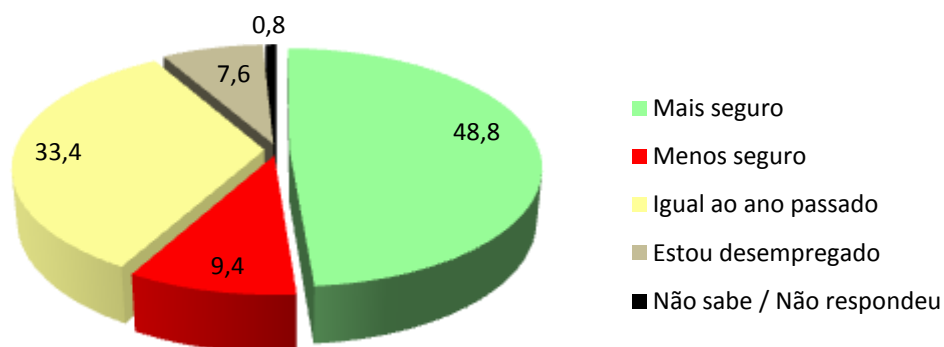
Resultado do ICF



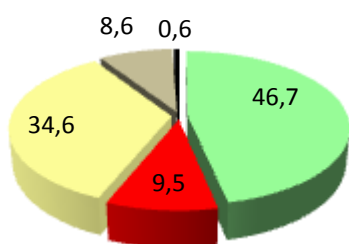
Situação do emprego

Em relação ao seu emprego, como o(a) sr.(a) se sente em comparação com a sua situação nesse mesmo período do ano passado?

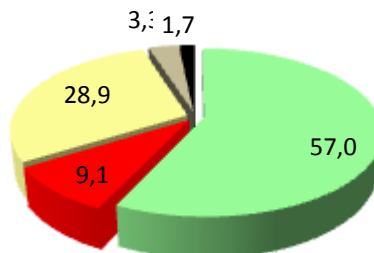
Emprego atual (%)



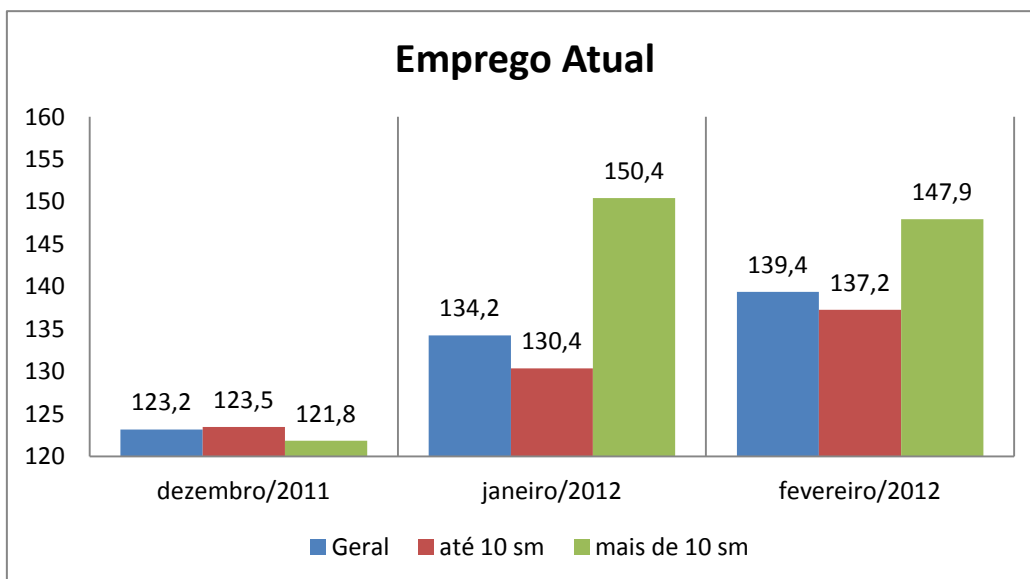
Até 10 s.m.



Mais de 10 s.m.



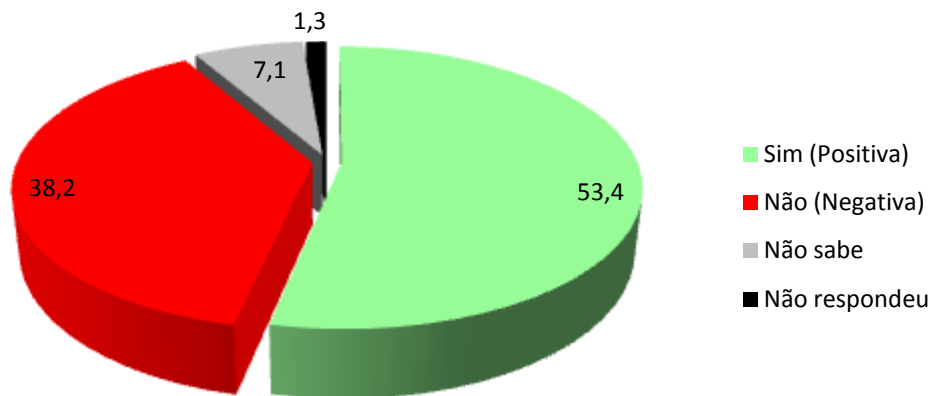
Emprego Atual



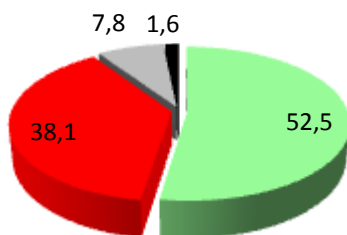
Perspectiva profissional

O responsável pelo domicílio acha que terá alguma melhora profissional nos próximos seis meses?

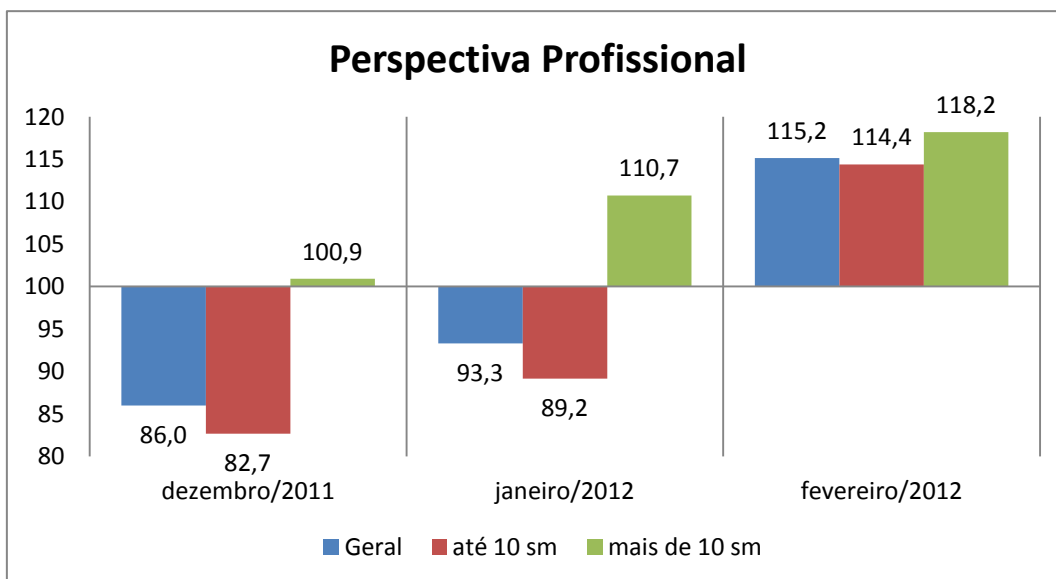
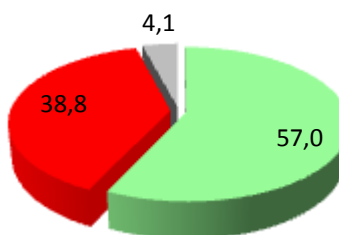
Perspectiva profissional (%)



Até 10 s.m.



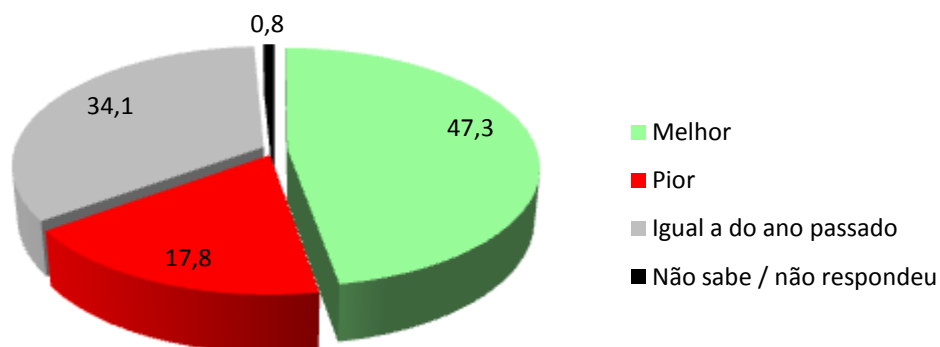
Mais de 10 s.m.



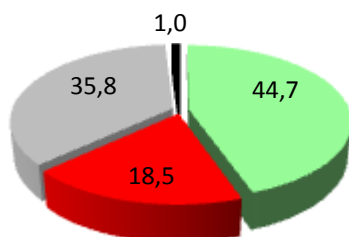
Situação de renda

O sr(a). avalia que hoje, em comparação ao mesmo período do ano passado, a renda familiar está...

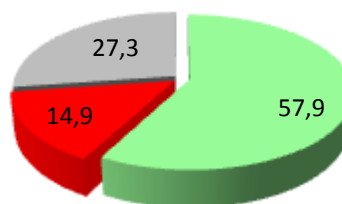
Renda atual (%)



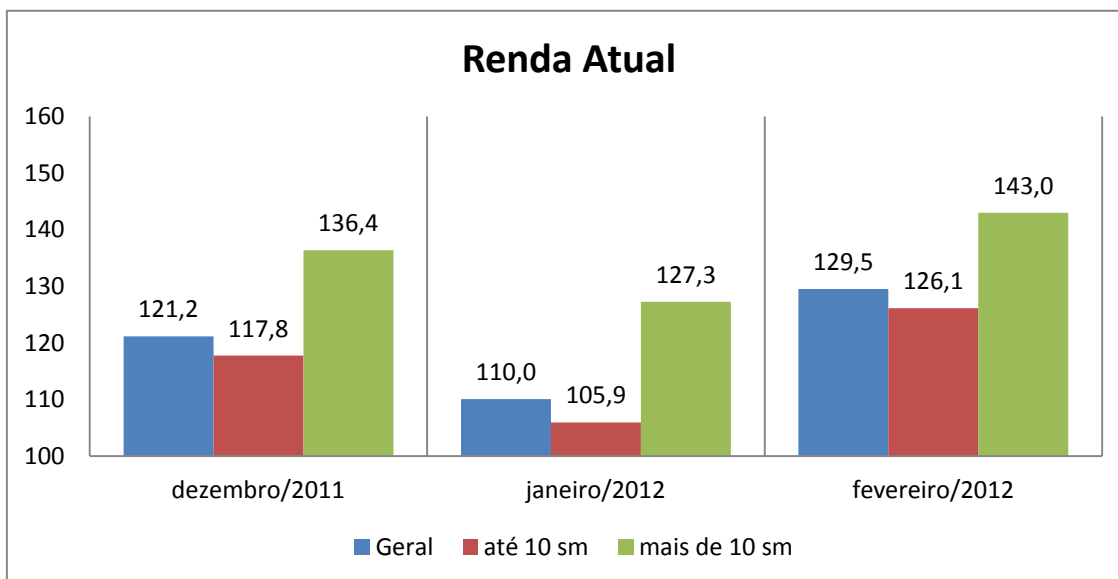
Até 10 s.m.



Mais de 10 s.m.



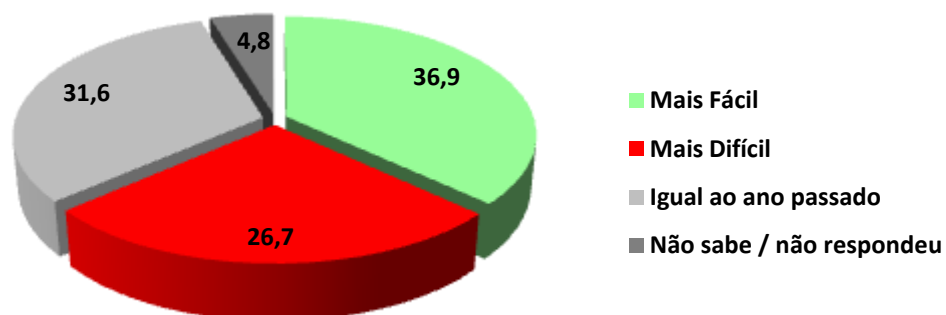
Renda Atual



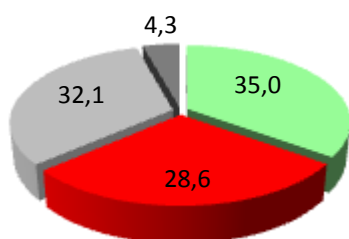
Acesso a crédito ou empréstimo

O sr(a). acha que, comparando com o ano passado, está mais fácil ou mais difícil conseguir empréstimo/crédito para comprar a prazo?

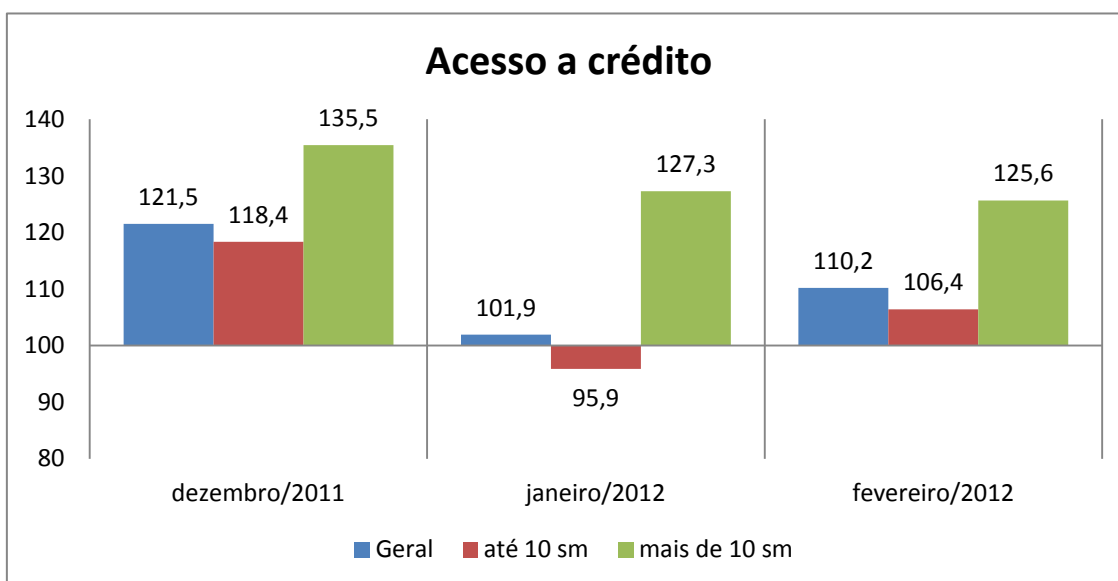
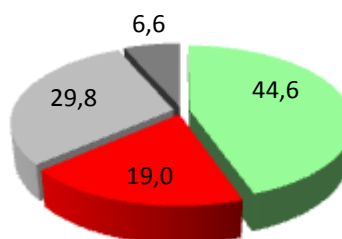
Acesso a crédito (%)



Até 10 s.m.



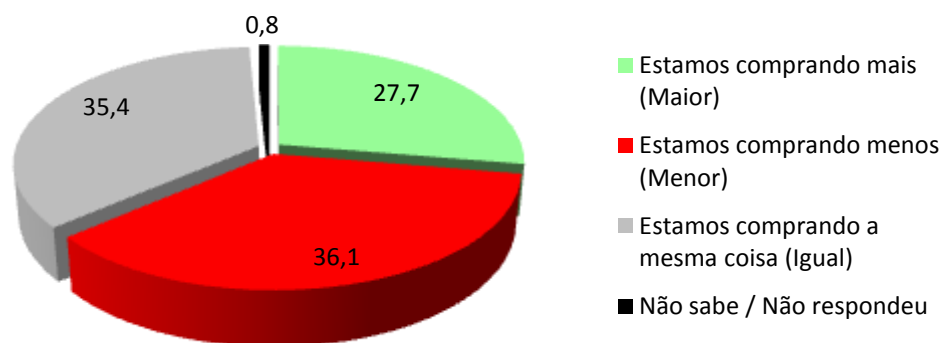
Mais de 10 s.m.



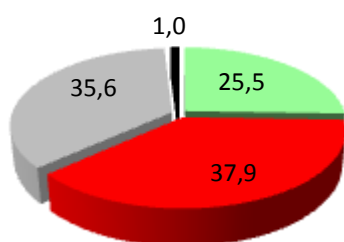
Consumo atual

A sua família está atualmente comprando mais, menos ou igual ao ano passado?

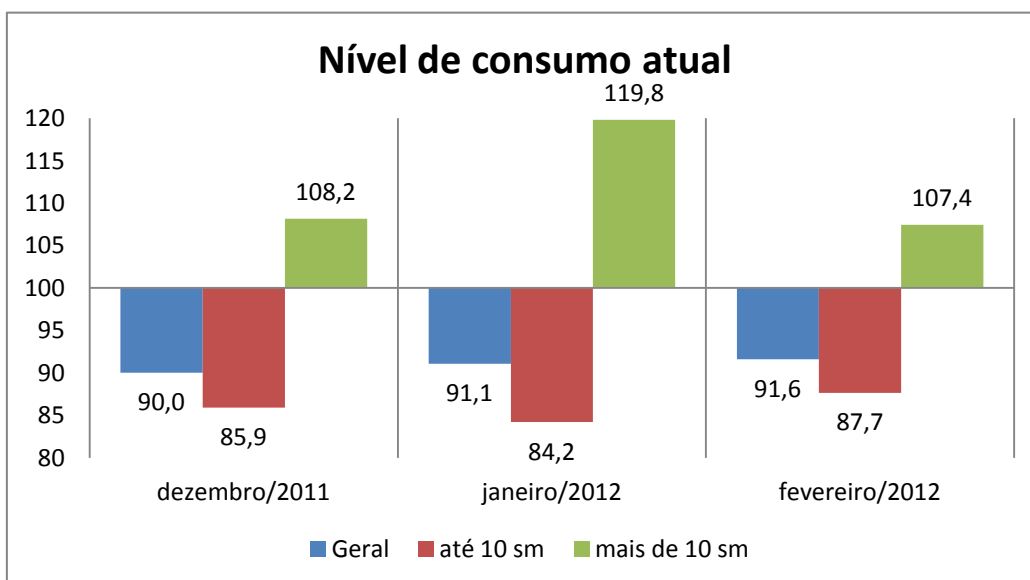
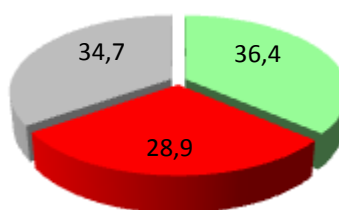
Nível de consumo atual (%)



Até 10 s.m.



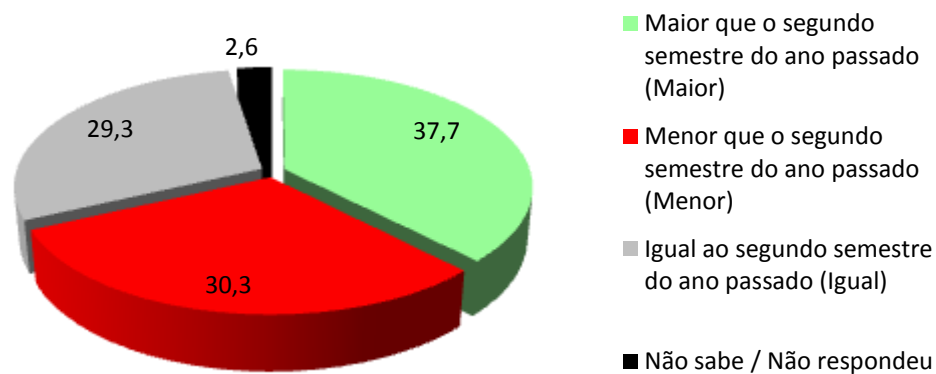
Mais de 10 s.m.



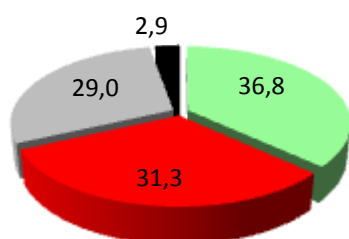
Perspectiva de consumo

Para os próximos meses, o sr(a). acha que o consumo de sua família e da população em geral tende a ser...?

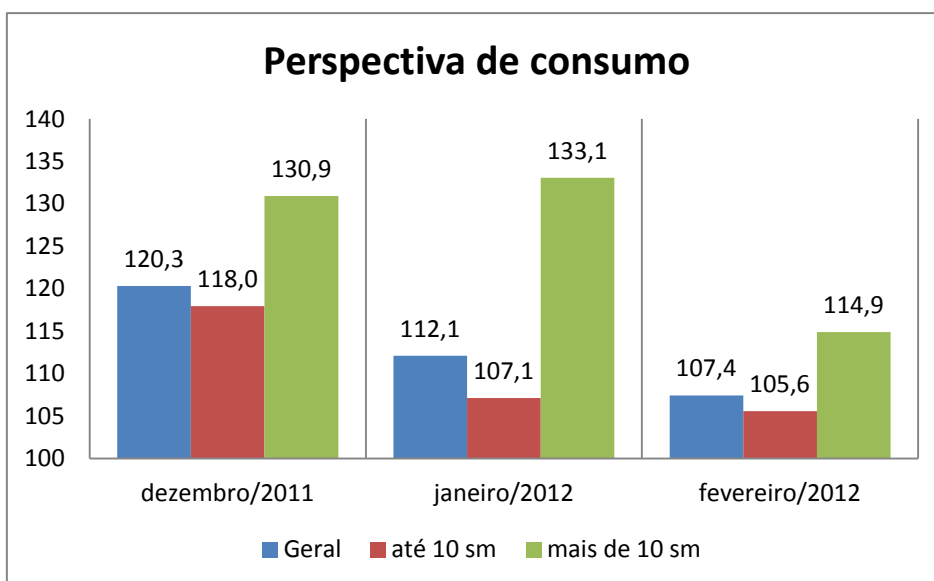
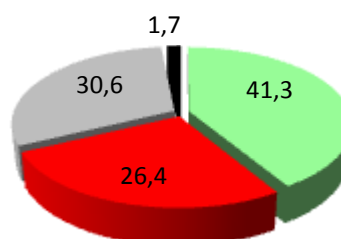
Perspectiva de consumo (%)



Até 10 s.m.



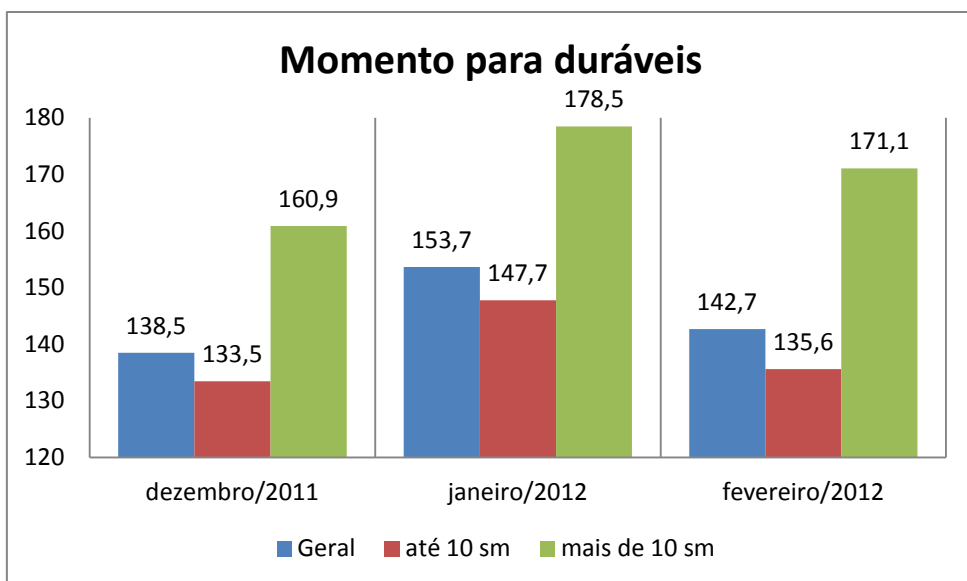
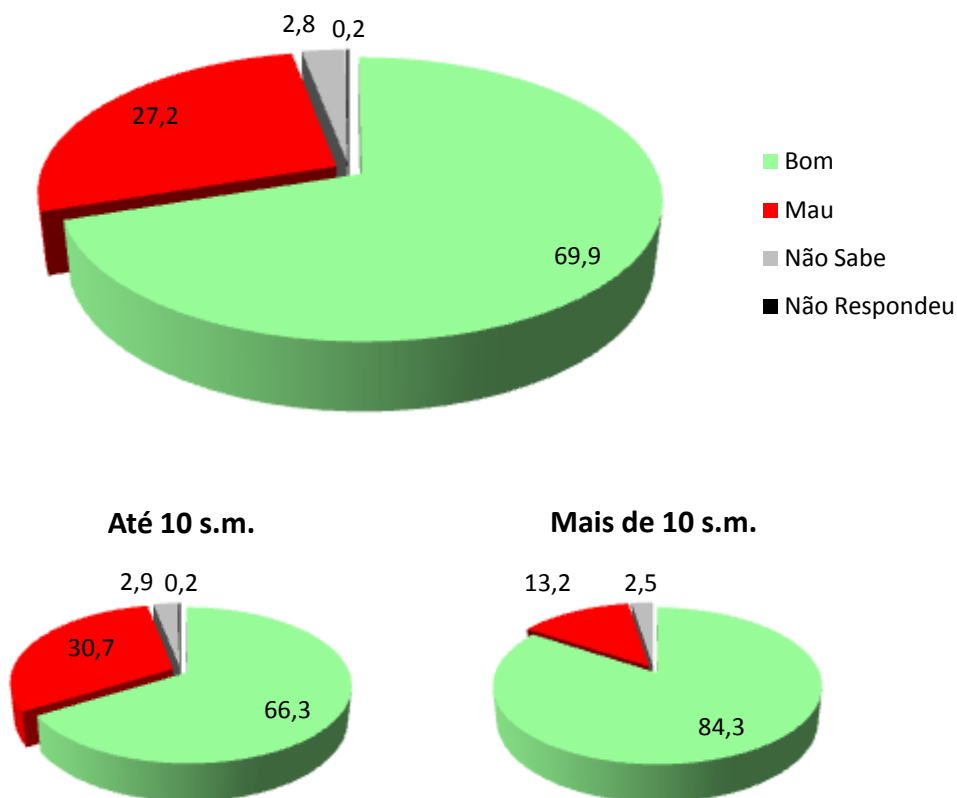
Mais de 10 s.m.



Momento para consumo de bens duráveis

Pensando em bens duráveis (eletrodomésticos, TV, som, etc.) para casa, o sr(a) acredita que, em termos gerais, atualmente é um bom ou mau momento para as pessoas comprarem essas mercadorias?

Momento para duráveis (%)



Aspectos metodológicos

Introdução

A pesquisa de Intenção de Consumo das Famílias tem como objetivo produzir um indicador inédito com capacidade de medir, com a maior precisão possível, a percepção que as famílias têm sobre seu nível futuro de propensão a consumir em curto e médio prazo. Em outras palavras, um indicador antecedente de vendas do comércio, a partir do ponto de vista das famílias e não por uso de modelos econométricos, tornando-o uma ferramenta poderosa para o varejo, fabricantes, consultorias e instituições financeiras

Este indicador poderá ser largamente utilizado pelo setor privado no seu planejamento de estoques e investimentos. Seu uso pode ser particularmente importante para o comércio varejista.

A metodologia adotada parte de um conjunto de perguntas qualitativas referidas às “Intenções de Consumo” das famílias. Estas perguntas qualitativas serão transformadas em um indicador que antecipe os resultados das Vendas do Comércio Varejista.

Por meio de uma transformação específica, cada pergunta (P_i) se transforma em um indicador quantitativo (X_i) variando entre 0 e 200 pontos, que é a variação da escala semântica. O índice 100 demarca a fronteira entre a avaliação de insatisfação e de satisfação das famílias: abaixo de 100 pontos diz respeito à situação de pessimismo enquanto acima de 100 encontra-se a situação de otimismo.

População

Famílias em potencial, residentes no Município de PORTO ALEGRE.

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 3,5%, isto é, o valor absoluto d (erro amostral) assumiria no máximo valor igual a 0,035 sob o nível de confiança de 95%, para uma população constituída de famílias 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 famílias a serem entrevistadas foi de 600, ou seja, com uma amostra de no mínimo 600 famílias, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.