

# **INTENÇÃO DE CONSUMO DAS FAMÍLIAS - ICF**

PORTO ALEGRE - RS

FEVEREIRO/2013

## SUMÁRIO

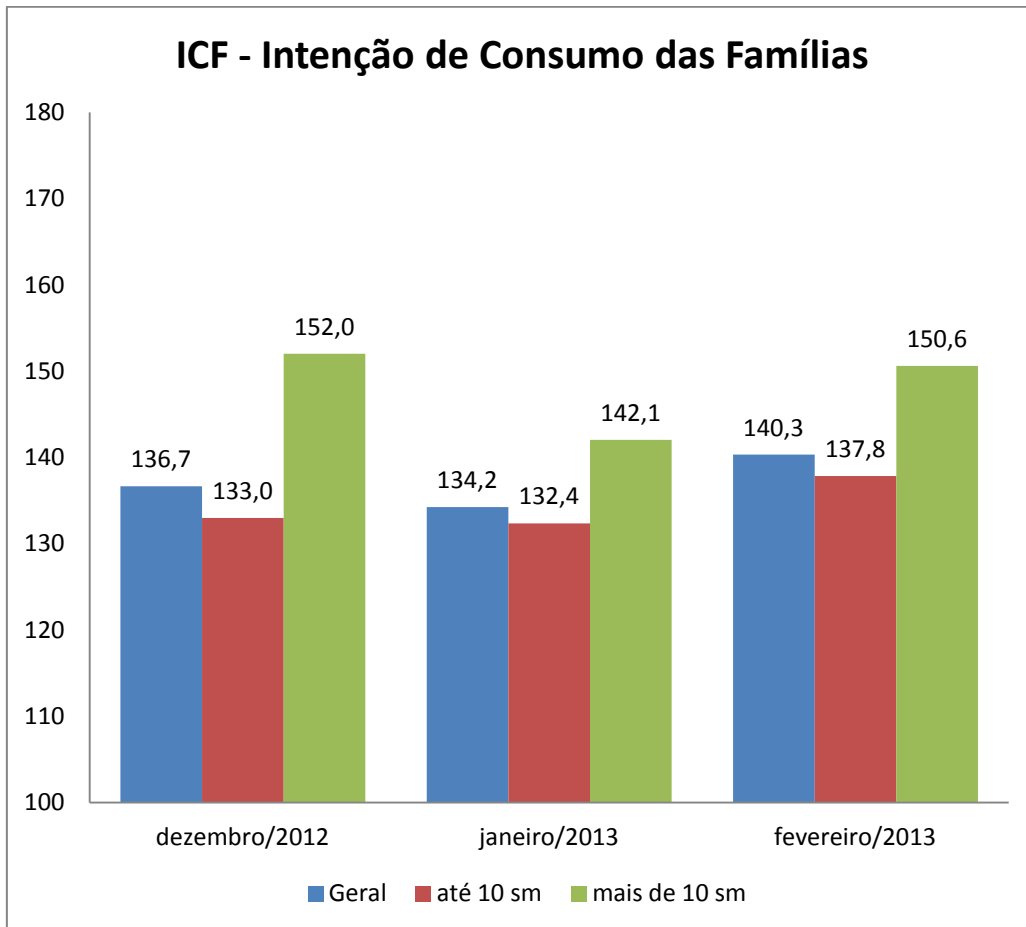
Série histórica do ICF.....	3
Resultado do ICF.....	4
Situação do emprego .....	5
Perspectiva profissional .....	6
Situação de renda.....	7
Acesso a crédito ou empréstimo.....	8
Consumo atual .....	9
Perspectiva de consumo .....	10
Momento para consumo de bens duráveis .....	11
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....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

## Série histórica do ICF

mês	Geral	Até 10 sm	mais de 10 sm
fev/2012	119,4	116,1	132,6
mar/2012	127,4	125,8	134,2
abr/2012	123,7	119,3	142,2
mai/2012	122,4	119,6	135,1
jun/2012	132,9	130,0	145,9
jul/2012	126,3	126,4	126,2
ago/2012	134,9	134,1	137,9
set/2012	134,3	132,9	140,0
out/2012	130,6	126,3	148,5
nov/2012	135,9	135,7	137,1
dez/2012	136,7	133,0	152,0
jan/2013	134,2	132,4	142,1
fev/2013	140,3	137,8	150,6



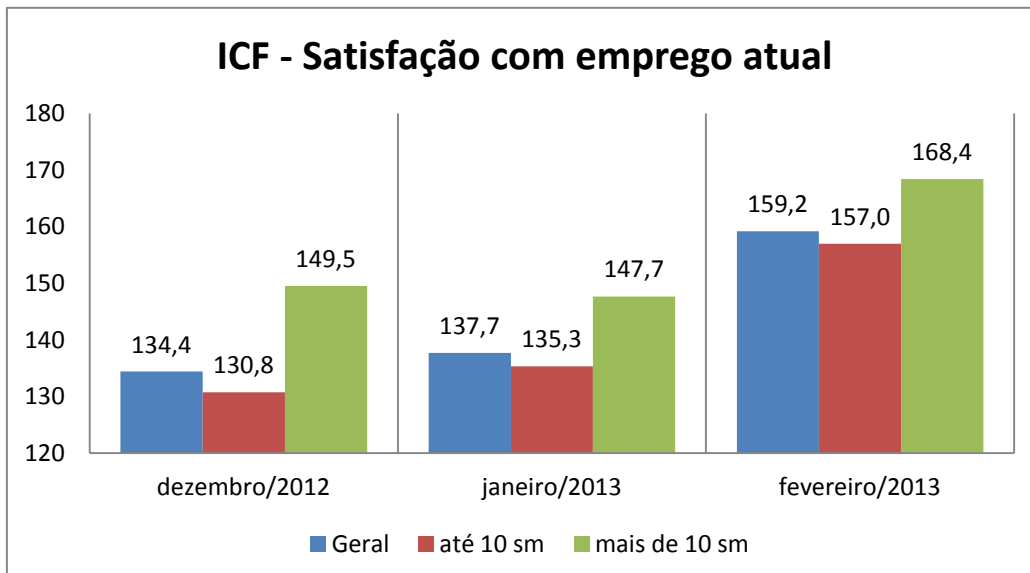
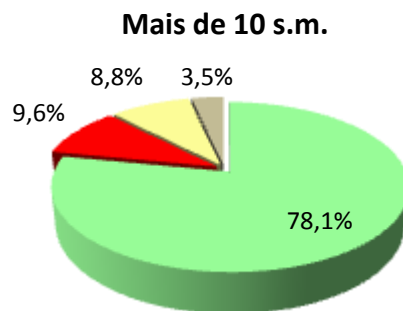
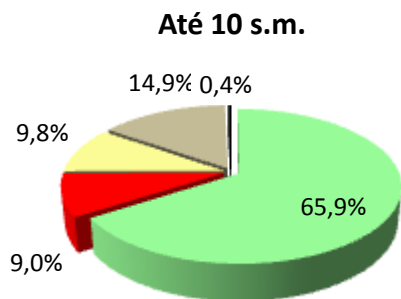
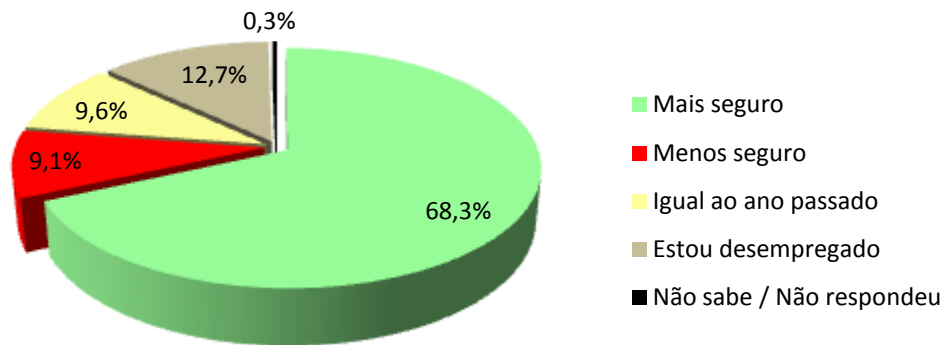
## Resultado do ICF



## 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?

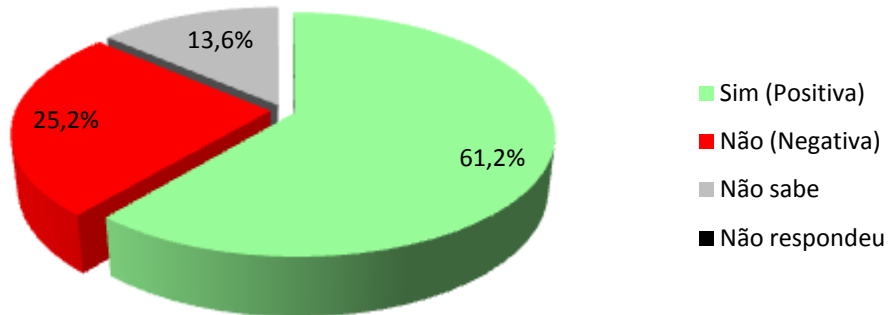
### ICF - Satisfação com emprego atual



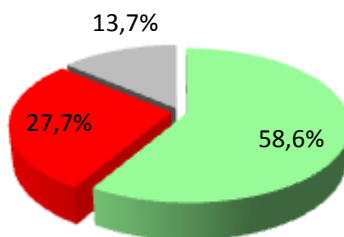
## Perspectiva profissional

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

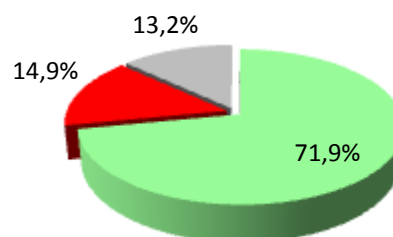
### ICF - Avaliação da perspectiva profissional



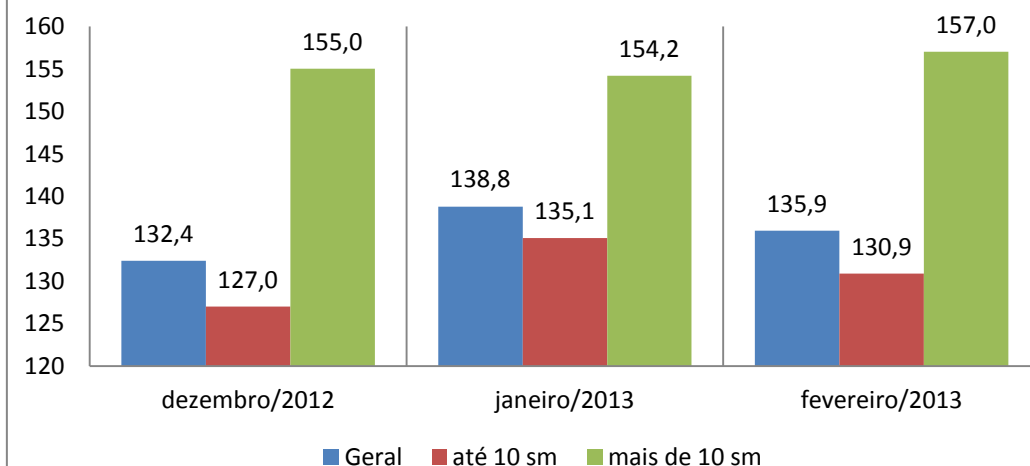
#### Até 10 s.m.



#### Mais de 10 s.m.



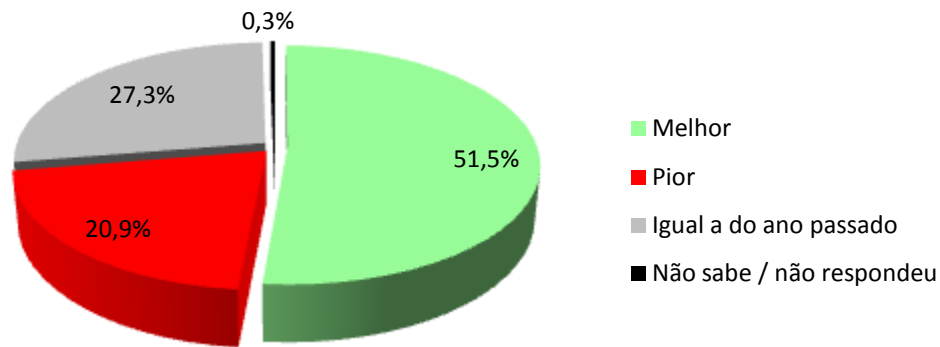
### ICF - Avaliação da perspectiva profissional



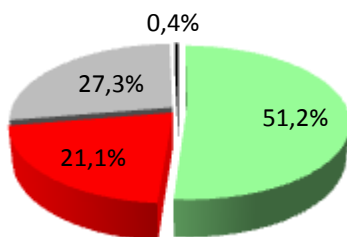
## Situação de renda

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

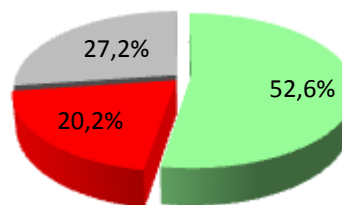
### ICF - Satisfação com a renda atual



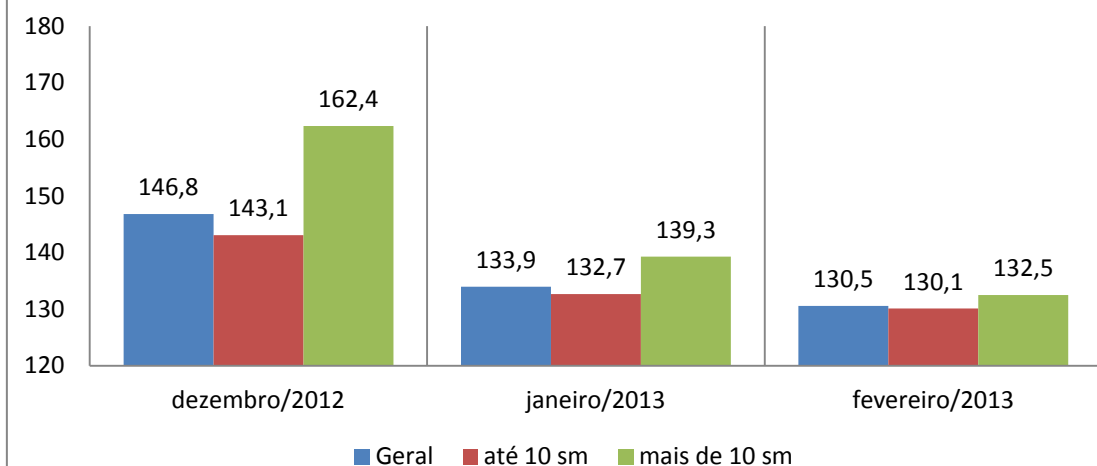
#### Até 10 s.m.



#### Mais de 10 s.m.



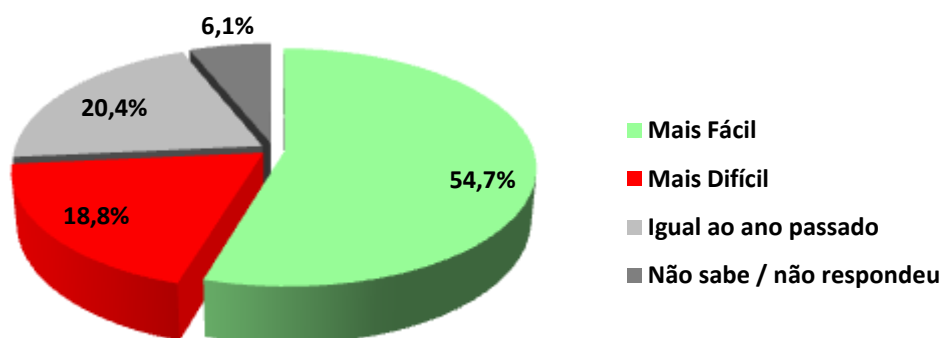
### ICF - Satisfação com a renda atual



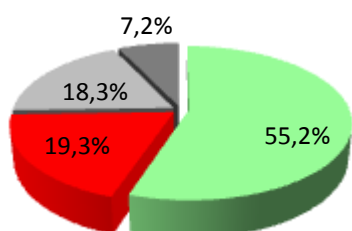
## Acesso a crédito ou empréstimo

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

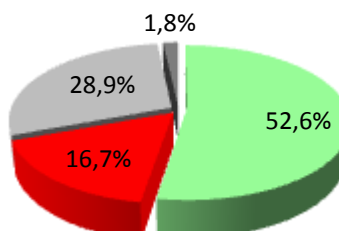
### ICF - Avaliação quanto ao acesso a crédito



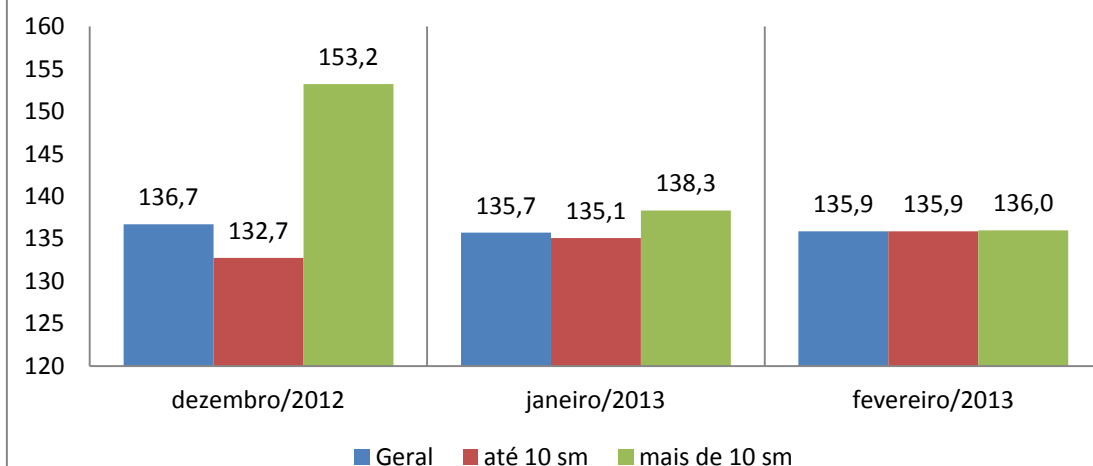
#### Até 10 s.m.



#### Mais de 10 s.m.



### ICF - Avaliação quanto ao acesso a crédito

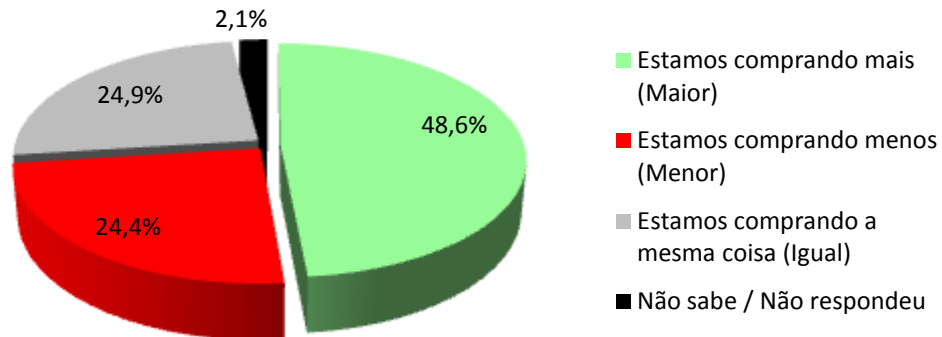




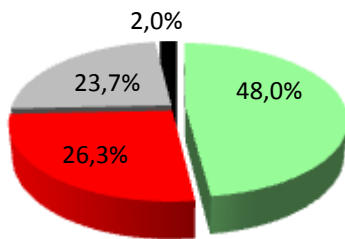
## Consumo atual

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

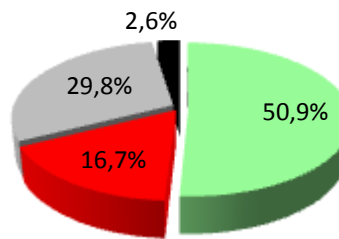
### ICF - Avaliação quanto ao nível de consumo atual



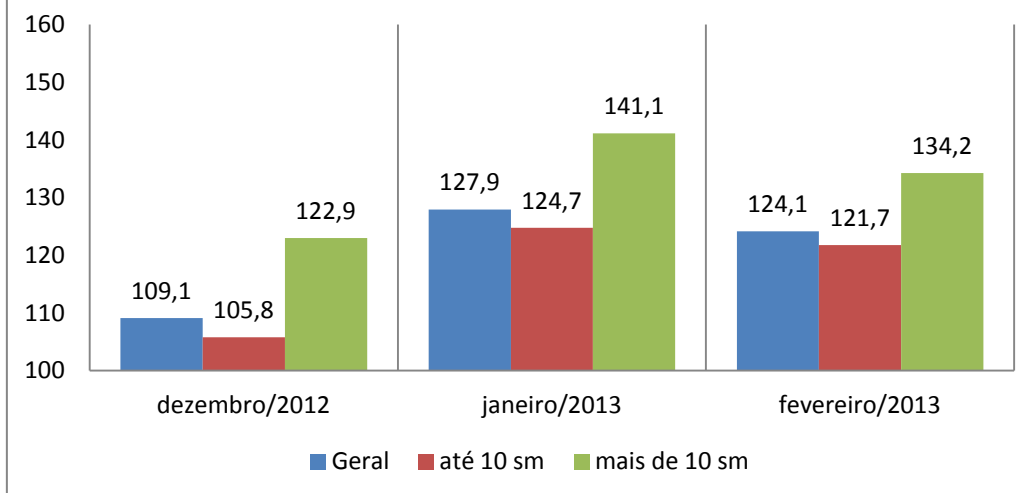
#### Até 10 s.m.



#### Mais de 10 s.m.



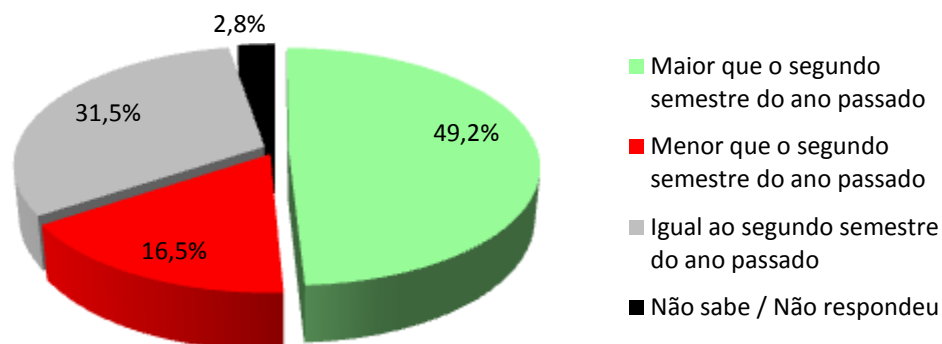
### ICF - Avaliação quanto ao nível de consumo atual



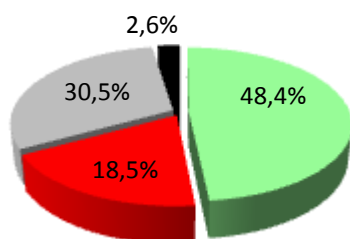
## Perspectiva de consumo

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

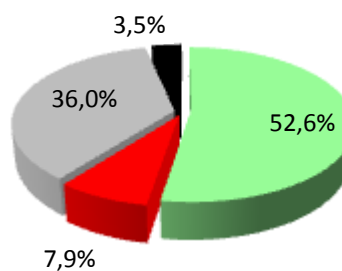
### ICF - Perspectiva de consumo



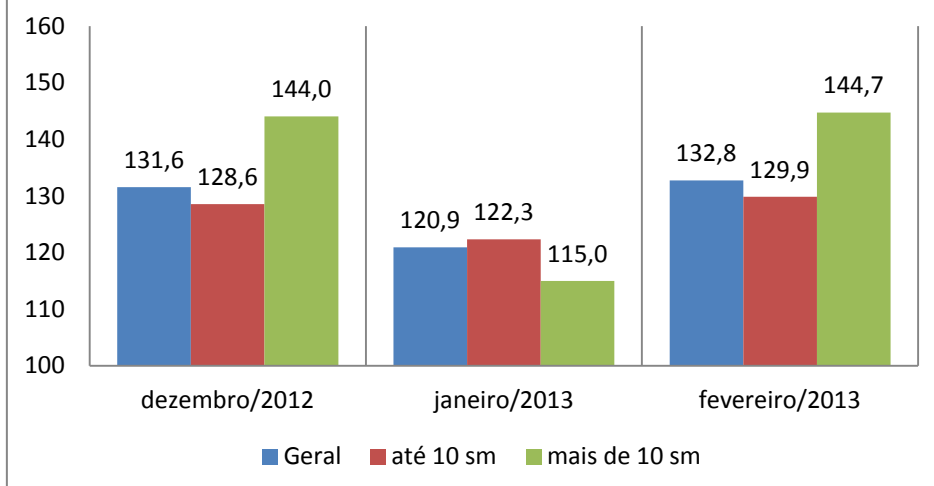
#### Até 10 s.m.



#### Mais de 10 s.m.



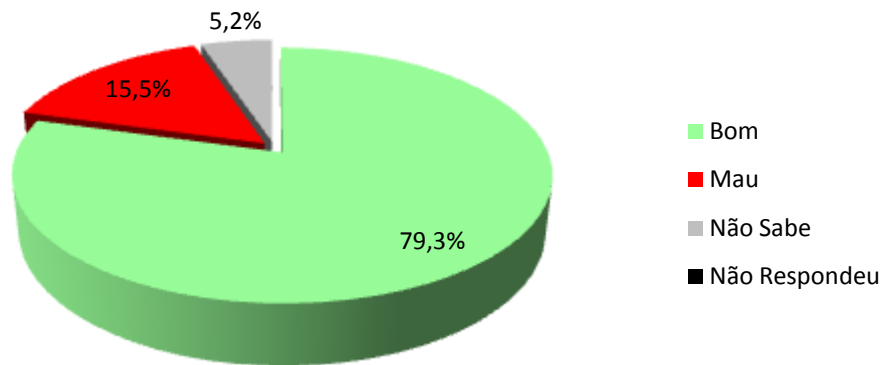
### ICF - Perspectiva de consumo



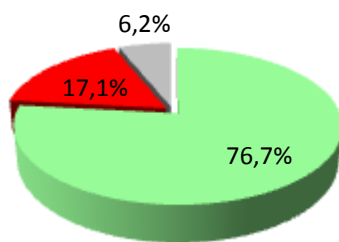
## Momento para consumo de bens duráveis

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?

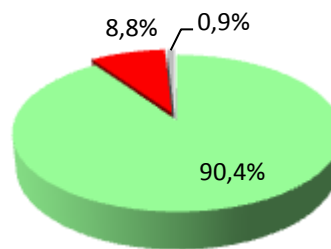
### ICF - Avaliação do momento para compra de duráveis



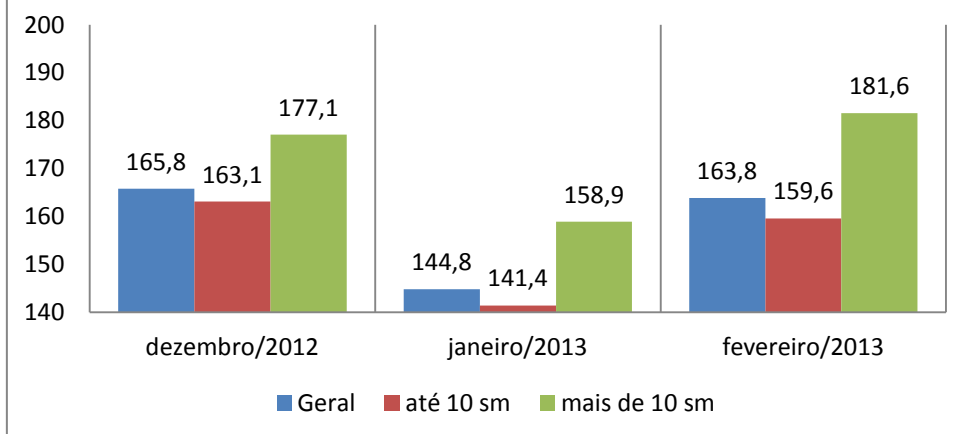
#### Até 10 s.m.



#### Mais de 10 s.m.



### ICF - Avaliação do momento para compra de duráveis



## ASPECTOS METODOLÓGICOS

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 00, ou seja, com uma amostra de no mínimo 00 famílias, esperou-se que 95% dos intervalos de confiança estimados, com semi-amplitude máxima igual a 0,035, contivessem as verdadeiras frequências.

### PERÍODO DE COLETA

A coleta dos dados é realizada sempre nos últimos dez dias do mês imediatamente anterior ao da divulgação da pesquisa. Assim, os dados da PEIC de fevereiro/2013 foram coletados nos últimos dez dias do mês de janeiro/2013.