

PESQUISA: CONFIANÇA E INTENÇÃO DE COMPRA DO CONSUMIDOR

APRESENTAÇÃO DA PESQUISA

O Banco do Nordeste do Brasil, através do seu Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – ETENE, em parceria com as entidades que representam o setor Comércio nos Estados do Nordeste brasileiro, divulga a pesquisa **Confiança e Intenções de Compra do Consumidor**, realizada nas capitais do Nordeste.

1. OBJETIVO DA PESQUISA

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.

2. 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.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

População

Consumidores com idade superior a 18 anos.

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 estão explicitados nos resultados da pesquisa de cada mês.

Coleta de dados

Realizada nos três primeiros dias úteis do mês, através de questionário aplicado nos principais pontos de fluxo de consumidores da localidade.

Estratificação dos resultados

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