

METODOLOGIA

INEC ÍNDICE NACIONAL DE EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Versão 1.2

Brasília-DF

Fevereiro/2015

METODOLOGIA

INEC ÍNDICE NACIONAL DE EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA

Versão 1.2

Brasília-DF

Fevereiro/2015

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI

Robson Braga de Andrade

Presidente

Diretoria de Políticas e Estratégia

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Diretoria de Desenvolvimento Industrial

Carlos Eduardo Abijaodi

Diretor

Diretoria de Relações Institucionais

Mônica Messenberg Guimarães

Diretora

METODOLOGIA

INEC ÍNDICE NACIONAL DE EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR

Versão 1.2

Brasília-DF

Fevereiro/2015

© 2015. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Gerência de Pesquisa e Competitividade – GPC

Gerência de Política Econômica – PEC

FICHA CATALOGRÁFICA

C748m

Confederação Nacional da Indústria.
Metodologia do Índice Nacional de Expectativa do
Consumidor (INEC) / Confederação Nacional da Indústria. –
Brasília, 2015.
21 p. : il.

1 Consumidor - Indicadores 2. Metodologia – Índice
Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC) I. Título

CDU: 328.34

CNI

Confederação Nacional da Indústria

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3317- 9001

Fax: (61) 3317- 9994

<http://www.cni.org.br>

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC

Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992

sac@cni.org.br

Sumário

1 Introdução 9

2 Histórico 10

3 Metodologia 11

3.1 Objetivo da pesquisa 11

3.2 Abrangência 11

3.3 Unidade de investigação 11

3.4 Âmbito da pesquisa (população objetivo) 11

3.5 Periodicidade 11

3.6 Construção da Amostra 11

3.7 Variáveis investigadas 13

3.8 Coleta e crítica dos dados 13

3.9 Indicador 13

Anexo

Anexo A. Pesos atribuídos às opções de respostas das perguntas que compõem o INEC 19

1 Introdução

O **Índice Nacional de Expectativa do Consumidor (INEC)** é um indicador criado pela Confederação Nacional da Indústria que sintetiza a opinião dos brasileiros, capturada em pesquisa de opinião pública, sobre alguns aspectos capazes de afetar as suas decisões de consumo.

A pesquisa tem abrangência nacional e é realizada mensalmente em parceria com o IBOPE Inteligência. Fornece um instrumento para apurar o sentimento ou confiança do consumidor, o que constituiu a principal motivação para a construção do índice.

A relevância dos indicadores de expectativa do consumidor reside no fato de que sua evolução ajuda a antecipar variações no ritmo da atividade econômica. Isto se dá porque a avaliação do consumidor quanto à conjuntura antecede e, em alguma medida, determina variações no consumo e poupança das famílias. Uma avaliação otimista promove a confiança do consumidor e a inclinação em aumentar o consumo, enquanto a incerteza quanto ao futuro semeia pessimismo e o desejo de cortar gastos e recompor as reservas financeiras.

As expectativas ou sentimento do consumidor, portanto, tendem a ser um indicador antecedente das variações no consumo das famílias e, por conseguinte, do nível de atividade da economia. Adicionalmente, como derivam de pesquisas de opinião pública, seus resultados são obtidos de forma bastante ágil em comparação com outras estatísticas.

Indicadores de confiança ou sentimento do consumidor são calculados com regularidade em vários países industrializados. Nos Estados Unidos, por exemplo, são calculados há décadas pelo The Conference Board.

2 Histórico

O INEC foi criado a partir de perguntas presentes no questionário da pesquisa CNI-IBOPE Inteligência, que procura levantar, junto aos eleitores da área em estudo, opiniões relacionadas a assuntos econômicos, políticos e sociais. O INEC foi iniciado em 1996, com coleta trimestral. Em 1998 e 1999, contudo, esta periodicidade foi alterada para atender ao interesse da CNI de levantar a opinião pública sobre outros assuntos além daqueles estritamente relacionados ao INEC.

A partir do segundo levantamento de 2008 o INEC passou por uma reformulação ampla. Procurando avaliar melhor a percepção dos consumidores acerca de economia brasileira e seus efeitos no consumo, foram excluídas do cálculo do índice as perguntas sobre perspectivas para o ano, satisfação com a vida, compras no trimestre, medo do desemprego e expectativa de evolução da renda em geral. Adicionalmente, foram incluídas as perguntas sobre situação financeira, grau de endividamento e compras de bens de maior valor. Ressalte-se que, embora eliminada da composição do INEC a pergunta sobre medo do desemprego¹ e a pergunta sobre satisfação com a vida continuam sendo realizadas no questionário da pesquisa CNI-IBOPE Inteligência.

Adicionalmente, as perguntas utilizadas na construção do INEC passam a contar com cinco alternativas de respostas, procurando entender com maior clareza o sentimento do consumidor.

A partir de abril de 2010, a CNI firmou parceria com o IBOPE Inteligência e o INEC, assim como seus componentes, passaram a ser divulgados mensalmente.

¹ A partir da pergunta sobre medo do desemprego passou a ser calculado o Índice de Medo do Desemprego, divulgado a partir de abril de 2009, em publicação de mesmo nome. A partir de março de 2012, a pergunta de satisfação com a vida passou a ser utilizada para calcular o Índice de Satisfação com a Vida, divulgado conjuntamente com o Índice de Medo do Desemprego na publicação Termômetros da Sociedade Brasileira. A partir de setembro de 2014, a publicação mudou de nome, para Medo do Desemprego & Satisfação com a Vida. Para mais informações, consulte a metodologia da pesquisa de Medo do Desemprego & Satisfação com a Vida.

3 Metodologia

3.1 Objetivo da pesquisa

O INEC é um indicador elaborado pela Confederação Nacional da Indústria com o objetivo de sintetizar a opinião dos brasileiros quanto à conjuntura nos aspectos capazes de afetar suas decisões de consumo futuro. O INEC foi concebido com a finalidade de ser um indicador antecedente das variações na demanda agregada da economia e, por conseguinte, do nível geral de atividade.

3.2 Abrangência

O INEC é obtido com dados de pesquisa de opinião realizada em parceria com o IBOPE Inteligência todo o território nacional.

3.3 Unidade de investigação

População residente em domicílios particulares permanentes de todas as regiões do Brasil.

3.4 Âmbito da pesquisa (população objetivo)

Eleitores com 16 anos ou mais.

3.5 Periodicidade

O INEC é realizado mensalmente.

3.6 Construção da Amostra

As amostras utilizadas são representativas da população em estudo, estratificada com alocação proporcional à população de cada estrato. Os estratos considerados são os estados brasileiros, com exceção dos estados do Acre, Amapá e Roraima, que juntos constituem apenas um estrato.

Dentro de cada estrato, nas regiões metropolitanas e nos demais municípios de cada estado, serão selecionadas amostras probabilísticas de conglomerados em três estágios, da seguinte forma:

- a) No primeiro estágio, os municípios são selecionados probabilisticamente através do modelo PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), com base na população de 16 anos ou mais de cada município.
- b) No segundo estágio, são selecionados os conglomerados: setores censitários, com PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho) sistemático. A medida de tamanho é a população de 16 anos ou mais residente nos setores.

c) Finalmente, no terceiro estágio é selecionado em cada conglomerado um número fixo de eleitores segundo cotas de variáveis descritas como se segue:

- Sexo: Masculino e Feminino.
- Grupos de idade: 16-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-65 e 65 anos ou mais.
- Instrução: Até a 4ª série do fundamental; 5ª a 8ª série do fundamental; Ensino Médio; Superior.
- Atividade: Setor de dependência – agricultura, indústria de transformação, indústria da construção, outras indústrias, comércio, prestação de serviços, transporte e comunicação, atividade social, administração pública, outras atividades, estudantes e inativos.
- Renda familiar (em salários mínimos): Até 1; Mais de 1 a 2; Mais de 2 a 5; Mais de 5.
- Região: Norte / Centro-Oeste; Nordeste; Sudeste; Sul.
- Condição do município: Capital; Periferia; Interior.
- Porte do município (em número de habitantes): Até 20 mil; Mais de 20 a 100 mil; Mais de 100 mil.

Fontes de dados para a elaboração da amostra: Censo 2010, com correção pelos dados mais atualizados da PNAD 2012.

O intervalo de confiança estimado é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.

Os resultados são então tabulados segundo as seguintes variáveis:

- Sexo: Masculino e Feminino.
- Grupo de idade: 16 a 24 anos; 25 a 34 anos; 35 a 44 anos; 45 a 54 anos; 55 anos e mais.
- Escolaridade: Até 4ª série do fundamental; 5ª a 8ª série do fundamental; Ensino médio; Superior.
- Renda familiar (em salários mínimos): Até 1; Mais de 1 a 2; Mais de 2 a 5; Mais de 5.
- Região: Norte / Centro-Oeste; Nordeste; Sudeste; Sul.

3.7 Variáveis investigadas

São pesquisadas variáveis de dois tipos: tendência futura e situação atual.

TABELA 1 - Variáveis que compõem o INEC

Variável	Tipo	Período de referência
EXPECTATIVA		
Inflação	Tendência futura	Próximos seis meses com relação aos seis meses anteriores
Desemprego	Tendência futura	Próximos seis meses com relação aos seis meses anteriores
Renda pessoal	Tendência futura	Próximos seis meses com relação aos seis meses anteriores
Compras de bens de maior valor	Tendência futura	Próximos seis meses com relação aos seis meses anteriores
CONDIÇÕES FINANCEIRAS		
Situação financeira	Situação atual	Momento da resposta com relação aos três meses anteriores
Endividamento	Situação atual	Momento da resposta com relação aos três meses anteriores

3.8 Coleta e crítica dos dados

As pesquisas são domiciliares, realizadas pessoalmente por uma equipe de entrevistadores contratada pelo IBOPE Inteligência, devidamente credenciada, com experiência e treinamento específico em pesquisas de opinião pública, com utilização de questionário elaborado de acordo com os objetivos da pesquisa.

São realizadas 2002 entrevistas no período de 4-5 dias corridos.

Quanto à consistência e preenchimento, todos os questionários, após a realização das entrevistas, são conferidos e aproximadamente 20% dos questionários são fiscalizados.

3.9 Indicador

O INEC é um índice de base fixa (média 2001 = 100), construído com base em seis perguntas:

- P_{α} - Expectativa de inflação
- P_{β} - Expectativa de desemprego
- P_{γ} - Expectativa de renda pessoal
- P_{τ} - Situação financeira
- P_{ϵ} - Endividamento
- P_{λ} - Compras de bens de maior valor

Para cada uma das perguntas são calculados indicadores de base fixa, que são obtidos a partir da frequência relativa das respostas válidas.

Cada pergunta permite cinco alternativas excludentes²: muito negativa, negativa, neutra, positiva e muito positiva. A essas alternativas são atribuídos pesos conforme descrito no Anexo A.

Calcula-se a média desses escores ponderada pelas frequências relativas das respostas.

$$IP_i^t = \sum_{j=1}^5 (f_{ij}^t \cdot E_j) \quad (1)$$

Onde:

IP_i^t : Indicador da pergunta i , onde $i = P_\alpha, P_\beta, P_\gamma, P_\tau, P_\epsilon, P_\lambda$ no mês t .

f_{ij}^t : Frequência relativa das respostas do tipo j , para a pergunta i , no mês t .

E_j : Pesos da resposta do tipo $j = 1, \dots, 5$

Para as perguntas $P_\alpha, P_\beta, P_\gamma, P_\tau$, e P_λ assume-se que $E_1 = 1$; $E_2 = 1$; $E_3 = 2$; $E_4 = 3$ e $E_5 = 3$.

Para a pergunta sobre compras de bens de maior valor (P_ϵ), assume-se que $E_1 = 1$; $E_2 = 2$; $E_3 = 3$; $E_4 = 4$ e $E_5 = 5$.

Da mesma maneira, é obtido o indicador da pergunta i nos meses de 2001 e então é calculado o valor médio do indicador da pergunta i em 2001, ou seja:

$$\overline{IP}_i^{2001} = \frac{\sum_{k=1}^4 IP_i^{k/2001}}{4} \quad (2)$$

Onde:

\overline{IP}_i^{2001} : Média do indicador da pergunta i em 2001.

$IP_i^{k/2001}$: Indicador da pergunta i no trimestre $k = 1, \dots, 4$ de 2001 (conforme equação (1)).

Calcula-se então o índice de base fixa da pergunta i fazendo:

$$IBF_i^t = \frac{IP_i^t}{\overline{IP}_i^{2001}} \cdot 100 \quad (3)$$

² No caso da pergunta de endividamento, há uma sexta possibilidade de resposta, de forma espontânea (ou seja, não apresentada no momento da pergunta): “não tenho dívidas”. Essa alternativa de resposta não é válida para a construção do índice.

Onde:

IBF_i^t : Índice de base fixa da pergunta i , no mês t .

IP_i^t : Indicador da pergunta i , no mês t .

\overline{IP}_i^{2001} : Média do indicador da pergunta i em 2001.

Por fim, para se calcular o INEC, faz-se a média dos seis índices de base fixa obtidos, ou seja:

$$INEC^t = \frac{\sum IBF_i^t}{6} \quad (4)$$

Onde:

$INEC^t$: Índice Nacional de Expectativa do Consumidor no mês t .

IBF_i^t : Índice de base fixa da pergunta i , no mês t .

Anexos

Anexo A – Pesos atribuídos às opções de respostas das perguntas que compõem o INEC

 P_{α} - Expectativa de inflação

Tipo de resposta	Expectativa de inflação	Peso
1	Vai aumentar muito	1
2	Vai aumentar	1
3	Não vai mudar	2
4	Vai diminuir	3
5	Vai diminuir muito	3

 P_{β} - Expectativa de desemprego

Tipo de resposta	Expectativa de desemprego	Peso
1	Vai aumentar muito	1
2	Vai aumentar	1
3	Não vai mudar	2
4	Vai diminuir	3
5	Vai diminuir muito	3

 P_{γ} - Expectativa de renda pessoal

Tipo de resposta	Expectativa de renda pessoal	Peso
1	Vai diminuir muito	1
2	Vai diminuir	1
3	Não vai mudar	2
4	Vai aumentar	3
5	Vai aumentar muito	3

 P_{τ} - Situação financeira

Tipo de resposta	Situação financeira	Peso
1	Muito pior	1
2	Pior	1
3	Igual	2
4	Melhor	3
5	Muito melhor	3

P_ϵ - Endividamento

Tipo de resposta	Endividamento	Peso
1	Muito mais endividado	1
2	Mais endividado	1
3	Mesmo número de dívidas dos últimos três meses	2
4	Menos endividado	3
5	Muito menos endividado	3

 P_λ - Compras de bens de maior valor

Tipo de resposta	Compras de bens de maior valor	Peso
1	Diminuir muito	1
2	Diminuir	2
3	Manter mais ou menos os mesmos	3
4	Aumentar	4
5	Aumentar muito	5

CNI

DIRETORIA DE POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade – GPC

Renato da Fonseca

Gerente-Executivo

Gerência Executiva de Política Econômica – PEC

Flávio Pinheiro de Castelo Branco

Gerente-Executivo

DIRETORIA DE COMUNICAÇÃO – DIRCOM

Carlos Alberto Barreiros

Diretor

Gerência Executiva de Publicidade e Propaganda – GEXPP

Carla Cristine Gonçalves de Souza

Gerente-Executiva

Alisson Costa

Carla Regina P. Gadêlha

Produção Editorial

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Área de Administração, Documentação e Informação – ADINF

Marcos Tadeu

Gerente-Executivo

Gerência de Documentação e Informação – GEDIN

Fabíola de Luca Coimbra Bomtempo

Gerente de Documentação e Informação

Renata Lima

Normalização



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA