METODOLOGIA

Versão 2.0

Brasília-DF

Maio/2019

METODOLOGIA

INEC ÍNDICE NACIONAL DE EXPECTATIVA DO CONSUMIDOR

Versão 2.0

Brasília-DF Maio/2019

© 2019. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

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

CNI

Diretoria de Políticas e Estratégia – DIRPE 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, 2019.
10 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.com.br

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992 sac@cni.com.br

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 pelo 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. 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-lbope, 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, a 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 eliminadas da composição do INEC, as perguntas sobre medo do desemprego¹ e satisfação com a vida continuam sendo realizadas no questionário da pesquisa CNI-lbope.

-

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.

Adicionalmente, as perguntas utilizadas na construção do INEC passaram a contar com cinco alternativas de resposta, 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.

Em 2019, o INEC passou por três grandes transformações: alteração na periodicidade, mudança no cálculo do indicador e o cálculo de índices individuais para os vários segmentos considerados na pesquisa.

Os dados das variáveis passaram a ser apurados trimestralmente e os resultados foram gerados a partir de março de 2009. No cálculo adotou-se a metodologia dos indicadores de difusão. Nesse caso os resultados variam de 0 a 100.

O INEC passou a ser calculado para cada segmento considerado no levantamento, ou seja:

- Sexo: masculino e feminino.
- Idade: 16 a 24; 25 a 34; 35 a 44; 45 a 54; 55 ou mais.
- Grau de instrução: até 4ª série do fundamental; 5ª a 8ª do fundamental; ensino médio;
 Superior.
- Região: Norte/ Centro-oeste; Nordeste; Sudeste; Sul.
- Condição do município: capital; periferia; interior.
- Renda familiar (em salários mínimos): mais de 5; mais de 2 a 5; mais de 1 a 2; até 1.

3 Metodologia

3.1 Objetivo da pesquisa

Sintetizar a opinião dos brasileiros quanto à conjuntura que afeta suas decisões de consumo futuro. Dessa forma age como 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 a partir dos dados da pesquisa de opinião realizada pelo IBOPE Inteligência em todo o território nacional.

3.3 Unidade de investigação

Eleitores com 16 anos ou mais, residentes em domicílios particulares de todas as regiões do Brasil.

3.4 Âmbito da pesquisa

Brasil.

3.5 Periodicidade

Trimestral.

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, são 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; 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; 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.

As fontes de dados utilizadas para a construção das amostras² são o Censo Demográfico, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios e o Tribunal Superior Eleitoral.

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 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 ou 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.
- Condição do município: capital; periferia; interior.

² Anualmente, as amostras são atualizadas a partir das novas versões das fontes de dados de referência.

3.7 Variáveis investigadas

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

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

3.8 Coleta e crítica dos dados

As pesquisas são realizadas pessoalmente em domicílios 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 cerca de 2.000 entrevistas no período de 4 a 5 dias corridos.

Todos os questionários, após a realização das entrevistas, são conferidos e aproximadamente 20% são fiscalizados.

3.9 Cálculo do Indicador de difusão

Os indicadores de difusão são indicadores de base móvel, de modo que o próprio indicador já aponta o nível de confiança da população, a evolução da situação da variável, ou a expectativa futura quanto a variável.

3.9.1 Indicador de difusão das variáveis, por segmento

Os indicadores de difusão de cada variável são calculados para cada um dos segmentos com base nas frequências relativas das opções de resposta atribuídas a cada par variável / segmento. Para cada alternativa de resposta é associada os pesos 0,0; 0,25; 0,50; 0,75 e 1,0, variando de acordo com a variável em questão.

O indicador de difusão do segmento é, portanto, a média ponderada das frequências relativas das opções de resposta pelos pesos atribuídos a cada opção de resposta, ou seja:

$$ID_{variável}^{Seg.} = \sum_{i=1}^{5} FR\%_{varável}^{i} \times w^{i}$$

Onde:

- ullet $ID_{variável}^{Seg.}$: Indicador de Difusão da variável no segmento
 - Seg.: Brasil, sexo^k, idade^k, grau de instrução^k, região^k, condição do município^k e renda familiar^k.
 - k: corresponde ao item do segmento pesquisado, por exemplo, sexo: k= {masculino, feminino}, etc..
 - Variável: Inflação, desemprego, própria renda, situação financeira, endividamento e compras de bens de maior valor.

- $FR\%_{varável}^{i}$: frequência relativa da opção de resposta da variável.
- w^i : peso associado a opção de resposta da variável. São eles:

Inflação	Desemprego	Endividamento	w^i
	Itens de resposta		
Vai aumentar muito	Vai aumentar muito	Muito mais endividado	1,00
Vai aumentar	Vai aumentar	Mais endividado	0,75
Não vai mudar	Não vai mudar	Mesmo número de dívidas	0,50
Vai diminuir	Vai diminuir	Menos endividado	0,25
Vai diminuir muito	Vai diminuir muito	Muito menos endividado	0,00

Própria renda	Situação financeira	Compras de bens de maior valor	w ⁱ
	Itens de respost	a	peso
Vai aumentar muito	Muito melhor	Aumentar muito	1,00
Vai aumentar	Melhor	Aumentar	0,75
Não vai mudar	Igual	Manter os mesmos	0,50
Vai diminuir	Pior	Diminuir	0,25
Vai diminuir muito	Muito pior	Diminuir muito	0,00

3.9.2 INEC

O INEC é uma média aritmética simples dos indicadores de difusão construídos para as seis variáveis:

- Expectativa de inflação^{inv}
- Expectativa de desemprego^{inv}
- Expectativa de renda pessoal
- Situação financeira
- Endividamento^{inv}
- Compras de bens de maior valor

Para o cálculo do INEC, os índices "expectativa de inflação", "expectativa de desemprego" e "endividamento" são recalculados utilizando os pesos invertidos, a saber:

Inflação	Desemprego	Endividamento	w^i
Itens de resposta		peso	
Vai aumentar muito	Vai aumentar muito	Muito mais endividado	0,00
Vai aumentar	Vai aumentar	Mais endividado	0,25
Não vai mudar	Não vai mudar	Mesmo número de dívidas	0,50
Vai diminuir	Vai diminuir	Menos endividado	0,75
Vai diminuir muito	Vai diminuir muito	Muito menos endividado	1,00

Assim, para os segmentos (Brasil, sexo, idade, etc.) temos:

$$INEC^{Seg.} = \frac{ID_{infl}^{Seg.} + ID_{desemp}^{Seg.} + ID_{endiv}^{Seg.} + ID_{pr\acute{o}prenda}^{Seg.} + ID_{sitfinanc}^{Seg.} + ID_{compras}^{Seg.}}{6}$$

Onde:

- Seg.: Brasil, Sexo {masculino, feminino}, Grupo de idade {16 a 24 anos; 25 a 34 anos; 35 a 44 anos; 45 a 54 anos; 55 anos ou 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}; Condição do município {capital; periferia; interior};
- ullet INEC $^{Seg.}$: Índice Nacional de Expectativa do Consumidor do segmento;
- $ID_{infl^{inv}}^{Seg.}$: Índice de expectativa de inflação (com pesos investidos) do segmento;
- $ID_{desempinv}^{Seg.}$: Índice de expectativa de desemprego (com pesos investidos) do segmento;
- $ID_{endiv^{inv}}^{Seg.}$: Índice de endividamento (com pesos investidos) do segmento;
- $ID_{pr\acute{o}prenda}^{Seg.}$: Índice de expectativa da própria renda do segmento;
- $ID_{sitfinanc}^{Seg.}$: Índice de situação financeira do segmento;
- $ID_{compras}^{Seg.}$: Índice de expectativa de compras de bens de maior valor do segmento.

Questões abordadas na pesquisa CNI-Ibope

Levando em conta a situação do país nos últimos seis meses, na sua opinião, vai aumentar muito, vai aumentar, vai diminuir, vai diminuir muito, ou não vai mudar nos próximos seis meses?

Α /	A inflaç	ão
	() Vai aumentar muito
	() Vai aumentar
	() Não vai mudar
	() Vai diminuir
	() Vai diminuir muito
	() Não sabe
	() Não respondeu
В	O dese	mprego
	() Vai aumentar muito
	() Vai aumentar
	() Não vai mudar
	() Vai diminuir
	() Vai diminuir muito
	() Não sabe
	() Não respondeu
ren	nda vai	ando em conta a situação do país últimos seis meses, na sua opinião, a sua própria aumentar muito, vai aumentar, vai diminuir, vai diminuir muito, ou não vai mudar mos seis meses?
	() Vai aumentar muito
	() Vai aumentar
	() Não vai mudar
	() Vai diminuir
	() Vai diminuir muito
	() Não sabe
	() Não respondeu

Pensando na sua situação financeira atual, o(a) sr(a) diria que ela é muito melhor, melhor, igual, pior, ou muito pior do que três meses atrás?
() Muito melhor
() Melhor
() Igual
() Pior
() Muito pior
() Não sabe
() Não respondeu
O(A) sr(a) diria que está muito mais endividado, mais endividado, com o mesmo número de dívidas, menos endividado, ou muito menos endividado do que nos últimos três meses?
() Muito mais endividado
() Mais endividado
() Mesmo número de dívidas dos últimos 3 meses
() Menos endividado
() Muito menos endividado
() Não tem dívidas (espontânea)
() Não sabe
() Não respondeu
Nos próximos seis meses, o(a) sr(a) acredita que seus gastos com bens de uso doméstico d maior valor, como móveis e eletrodomésticos, em comparação com os dos últimos seis meses irão
() Aumentar muito
() Aumentar
() Se manter mais ou menos os mesmos
() Diminuir
() Diminuir muito
() Não sabe
() Não respondeu

CNI - CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA

Elaboração

Aretha Silícia Lopez Soares Edson Velloso Gerência de Estatística - GEST Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade - GPC Diretoria de Políticas e Estratégia - DIRPE

Marcelo Souza Azevedo Gerência Executiva de Política Econômica - PEC Diretoria de Políticas e Estratégia - DIRPE

Produção editorial, projeto gráfico e diagramação

Carla Regina P. Gadelha

Coordenação de Divulgação

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade - GPC

Diretoria de Políticas e Estratégia - DIRPE

Normalização

Alberto Nemoto Yamaguti Área de Administração, Documentação e Informação - ADINF Diretoria de Serviços Corporativos - DSC

Para mais informações sobre este produto, acesse:

www.cni.com.br/inec

Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC

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

E-mail: sac@cni.com.br

www.portaldaindustria.com.br



Confederação Nacional da Indústria

PELO FUTURO DA INDÚSTRIA