



CONFIANÇA E INTENÇÃO DE COMPRA
DO CONSUMIDOR DE FORTALEZA (CE)

- JANEIRO 2026 -

Elaboração:

Francisco Estevam Martins de Oliveira, Estatístico

Roberto Guerra, Coordenador de campo

SUMÁRIO

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA	4
1.1 Confiança dos Consumidores	4
Ilustração 1 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) nos últimos 13 meses - em pontos	4
Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 13 meses - em pontos	4
Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 13 meses - em pontos	5
Ilustração 4 - Síntese dos índices de confiança dos consumidores no trimestre - em pontos	5
Ilustração 5 - Taxas percentuais de variação dos índices de confiança dos consumidores nos últimos 13 meses, em relação ao mês anterior	5
Ilustração 6 - Valores modais dos índices de confiança dos consumidores no ano	6
1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores	6
Ilustração 7 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis	6
Ilustração 8 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação há um ano	7
Ilustração 9 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses	7
Ilustração 10 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses	8
Ilustração 11 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos	8
Ilustração 12 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 13 meses	9
Ilustração 13 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês	9
Ilustração 14 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês	10
2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	10
1.1 Confiança dos Consumidores	10
Ilustração 15 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) no trimestre, por indicadores demográficos	10
Ilustração 16 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) no trimestre, por indicadores demográficos	11
Ilustração 17 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) no trimestre, por indicadores demográficos	11
1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores	12
Ilustração 18 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis, por indicadores demográficos	12
Ilustração 19 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação a um ano, por indicadores demográficos	12
Ilustração 20 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos	13
Ilustração 21 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos	13
Ilustração 22 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos, por indicadores demográficos	14
1.3 Intenção de Compra dos Consumidores	14
Ilustração 23 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores no trimestre, por indicadores demográficos	14
Ilustração 24 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por sexo	15
Ilustração 25 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por idade	15
Ilustração 26 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por escolaridade	16

Ilustração 27 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por renda familiar mensal	16
Ilustração 28 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por sexo	16
Ilustração 29 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por idade.....	17
Ilustração 30 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por escolaridade	17
Ilustração 31 -Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por renda familiar mensal	17

1. RESULTADOS SINTÉTICOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

Ilustração 1 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) nos últimos 13 meses - em pontos

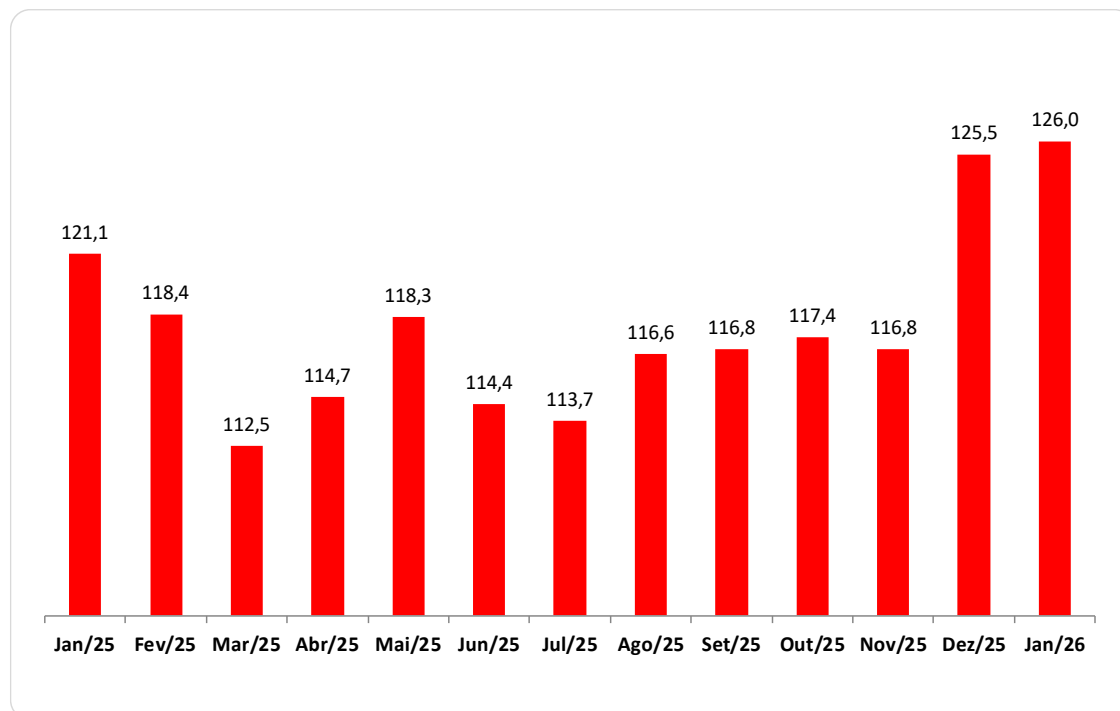


Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 13 meses - em pontos

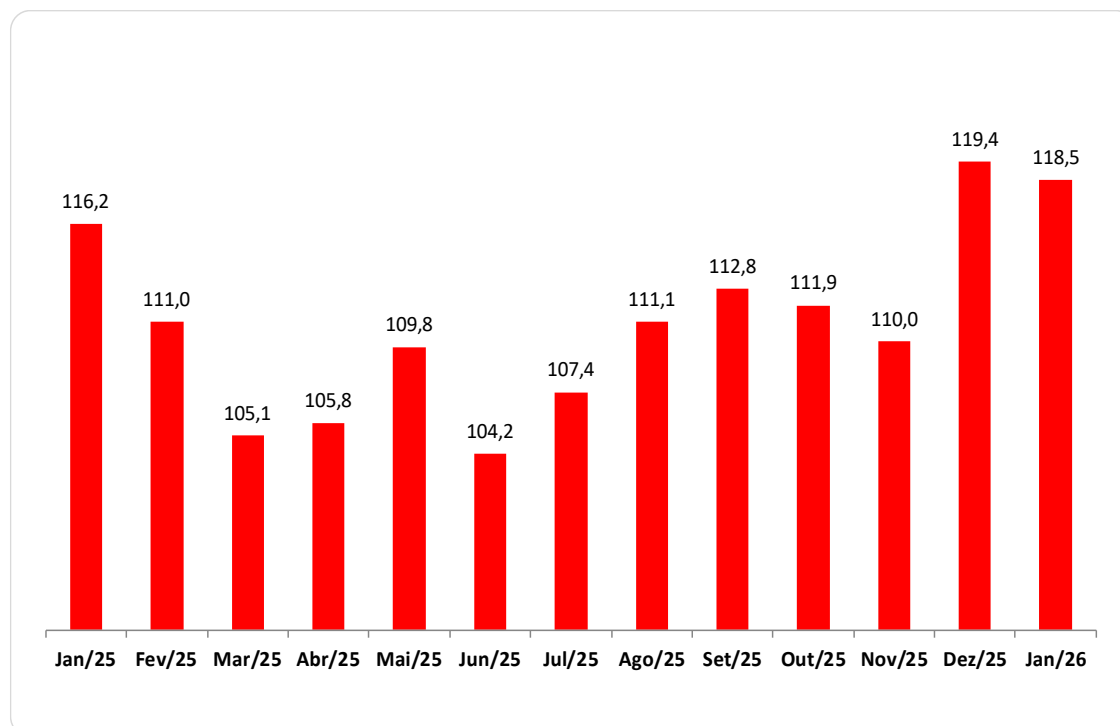


Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 13 meses - em pontos

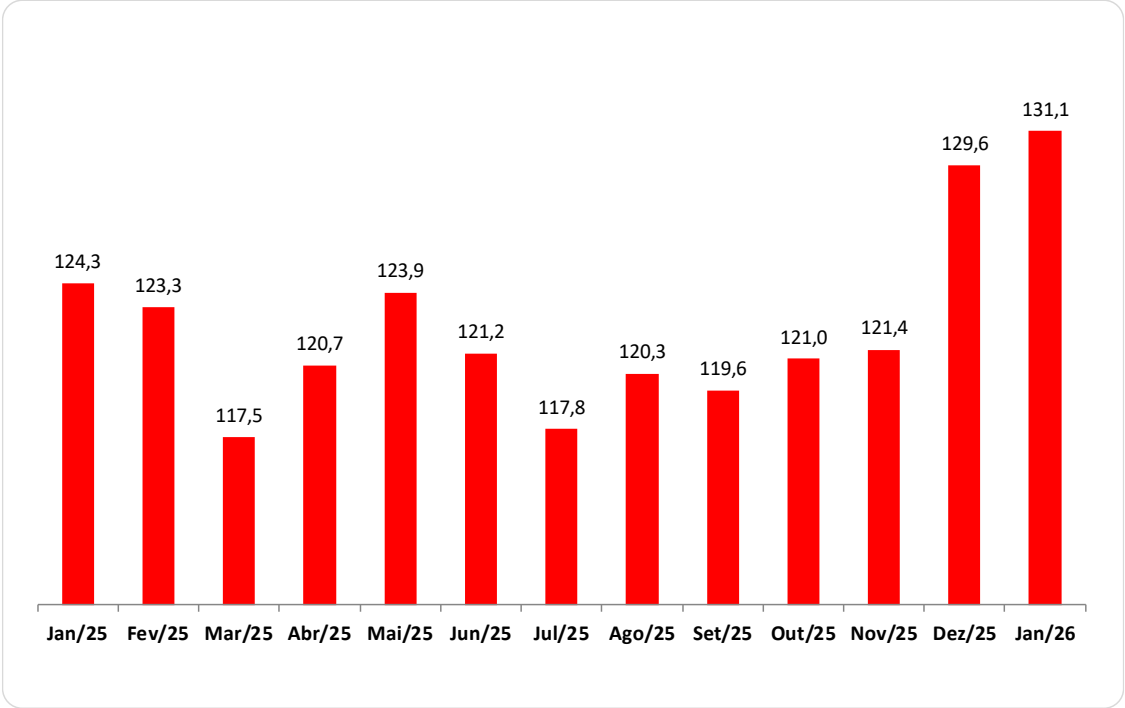


Ilustração 4 - Síntese dos índices de confiança dos consumidores no trimestre - em pontos

Índices	Valor Mensal - em pontos			Média no Trimestre
	Nov/25	Dez/25	Jan/26	
Índice de Confiança do Consumidor (ICC)	116,8	125,5	126,0	122,8
Índice da Situação Presente (ISP)	110,0	119,4	118,5	116,0
Índice das Expectativas Futura (IEF)	121,4	129,6	131,1	127,4

Ilustração 5 - Taxas percentuais de variação dos índices de confiança dos consumidores nos últimos 13 meses, em relação ao mês anterior

Meses	Índice Mensal					
	Valor - em pontos			Variação - em (%)		
	ICC	ISP	IEF	ICC	ISP	IEF
Jan/25	121,1	116,2	124,3	-3,5	-2,7	-4,0
Fev/25	118,4	111,0	123,3	-2,2	-4,4	-0,9
Mar/25	112,5	105,1	117,5	-4,9	-5,3	-4,7
Abr/25	114,7	105,8	120,7	1,9	0,6	2,7
Mai/25	118,3	109,8	123,9	3,1	3,7	2,7
Jun/25	114,4	104,2	121,2	-3,3	-5,1	-2,2
Jul/25	113,7	107,4	117,8	-0,6	3,1	-2,8
Ago/25	116,6	111,1	120,3	2,6	3,4	2,1
Set/25	116,8	112,8	119,6	0,2	1,5	-0,6
Out/25	117,4	111,9	121,0	0,4	-0,7	1,2
Nov/25	116,8	110,0	121,4	-0,4	-1,7	0,3
Dez/25	125,5	119,4	129,6	7,4	8,5	6,7
Jan/26	126,0	118,5	131,1	0,4	-0,8	1,2

Ilustração 6 - Valores modais dos índices de confiança dos consumidores no ano

Índice de Confiança do Consumidor - ICC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino possui maior índice de confiança: 126,1 pontos. ▪ A faixa etária 25 a 34 anos foi aquela com mais elevado índice: 132,7 pontos. ▪ A faixa de escolaridade Ensino Médio é a que apresenta maior índice de confiança: 128,0 pontos. ▪ A renda familiar que apresenta índice de confiança preponderante é a faixa 4 a 7 SM: 132,6 pontos.
Índice da Situação Presente - ISP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino é o que apresenta maior índice de situação presente: 118,6 pontos. ▪ A faixa etária 25 a 34 anos foi aquela com mais elevado índice: 126,6 pontos ▪ A escolaridade que possui maior índice de situação presente se encontra na faixa Ensino Médio: 121,3 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice de situação presente é a > 7 SM: 131,6 pontos.
Índice das Expectativas Futura - IEF	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino possui maior índice das expectativas futura: 131,1 pontos. ▪ A faixa etária 25 a 34 anos foi aquela com mais elevado índice: 136,7 pontos. ▪ A escolaridade Ensino Superior é a que apresenta maior índice das expectativas futura: 133,1 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice das expectativas futura é a 4 a 7 SM: 136,6 pontos.

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

Ilustração 7 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis

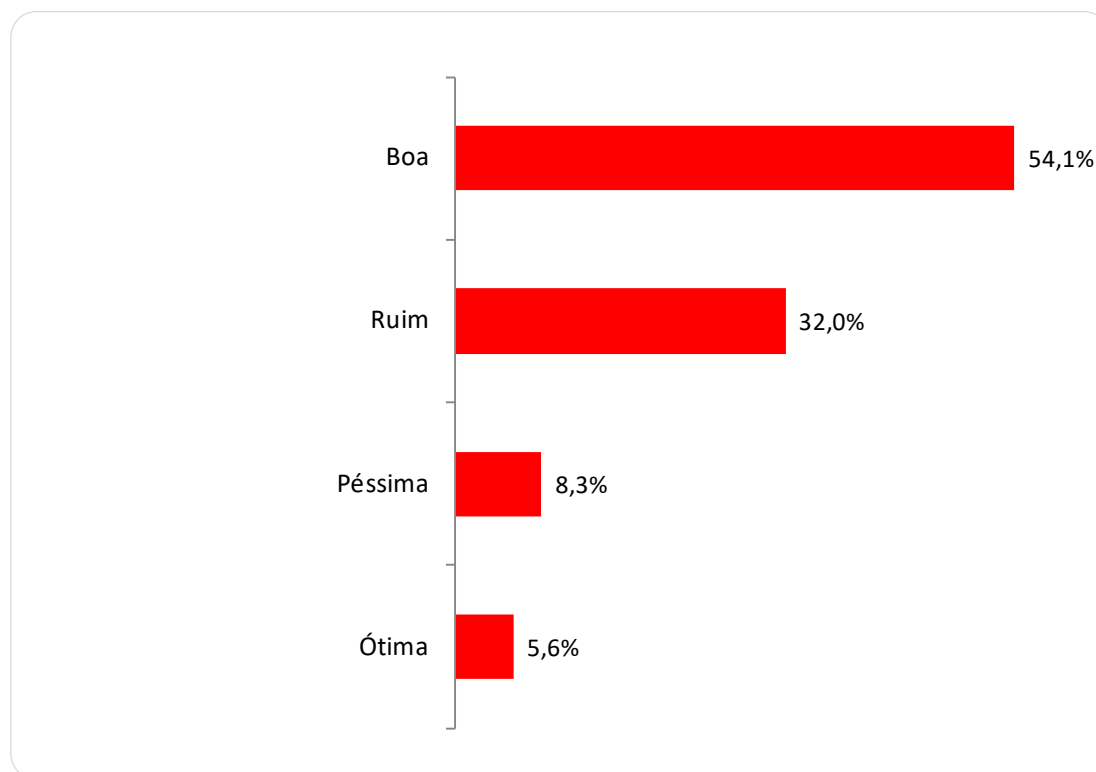


Ilustração 8 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação há um ano

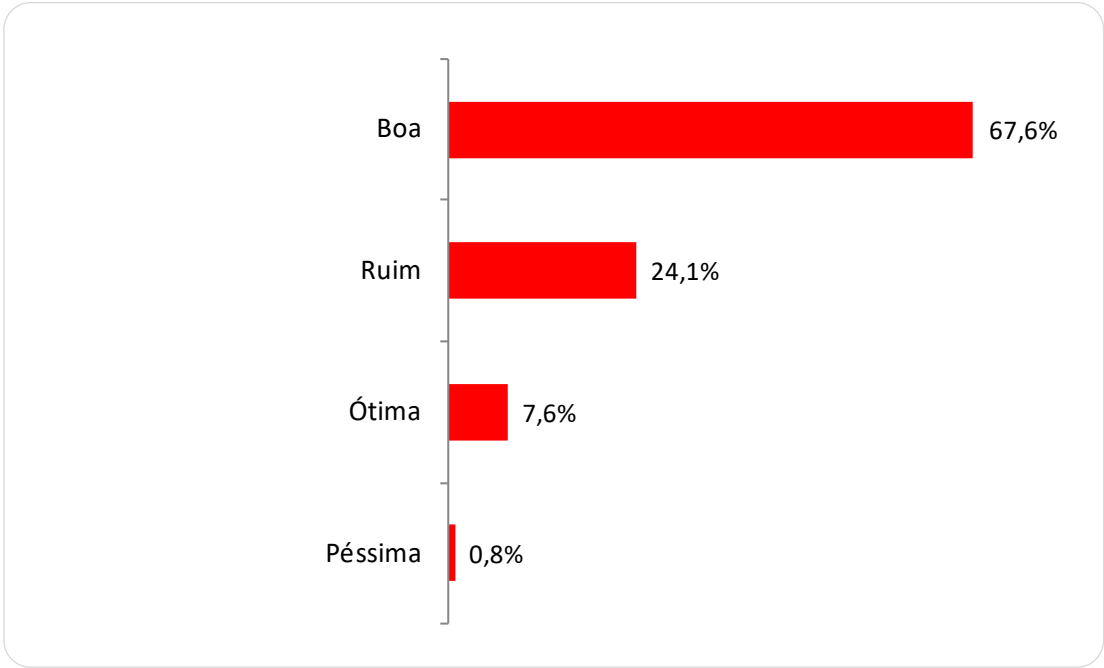


Ilustração 9 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses

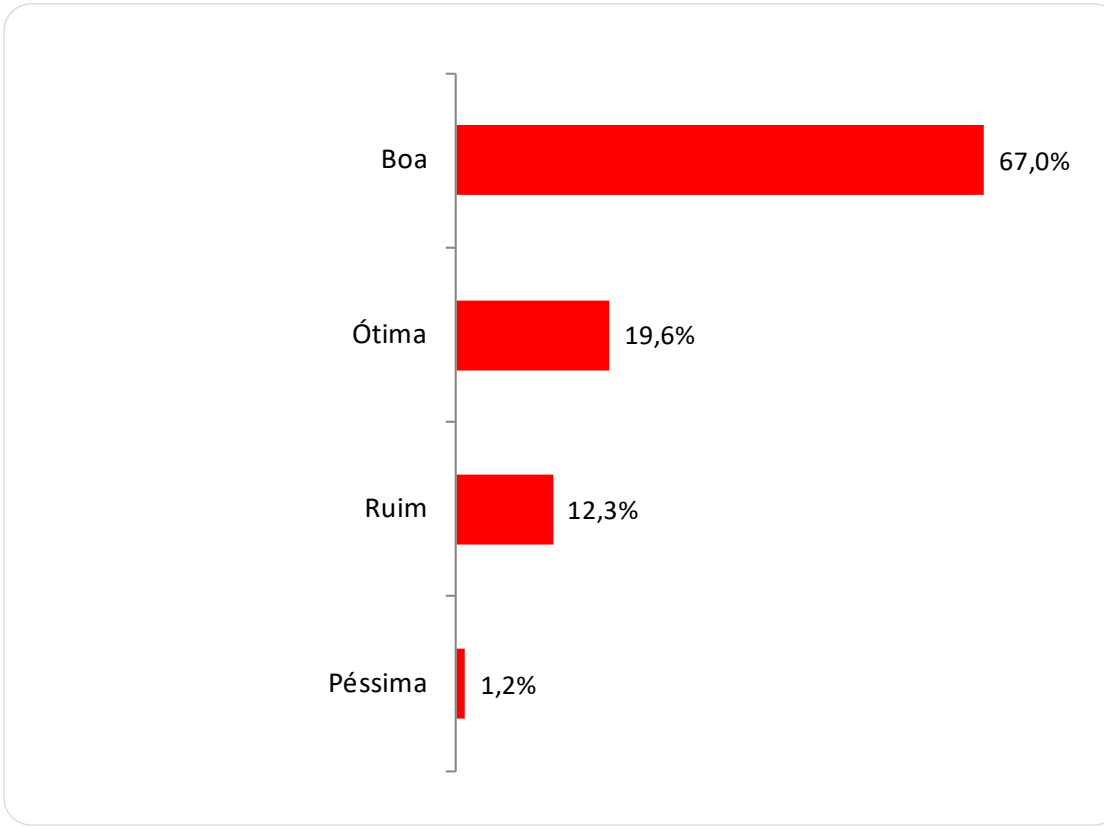


Ilustração 10 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses

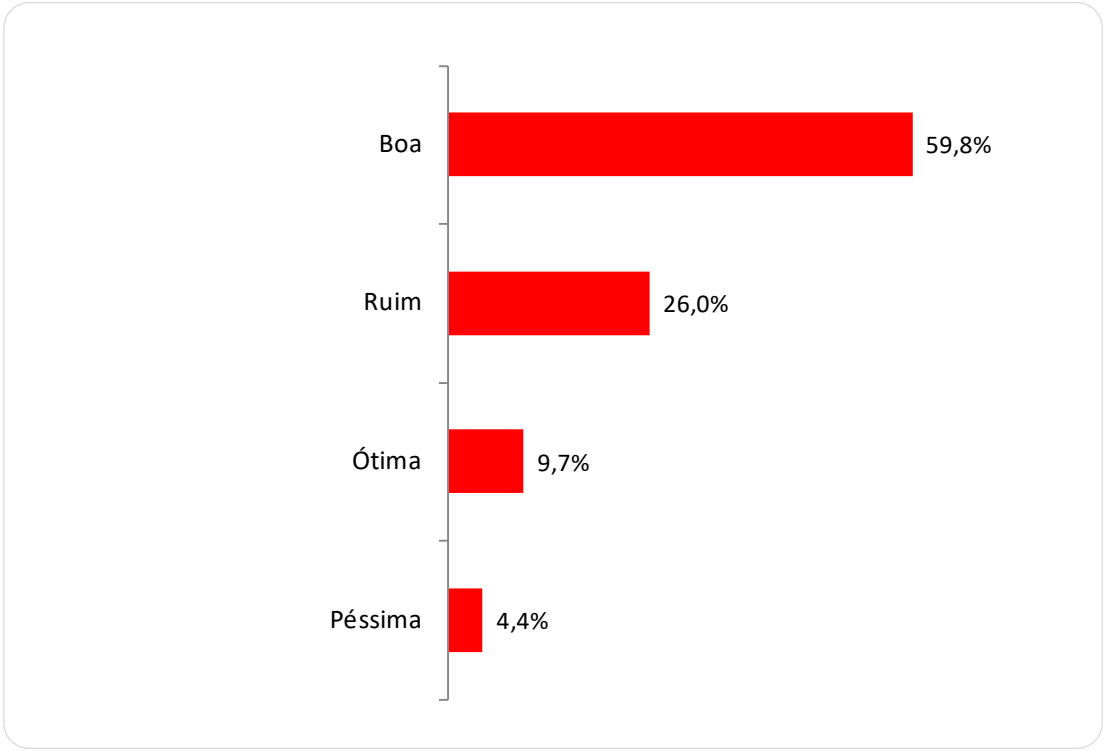


Ilustração 11 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos

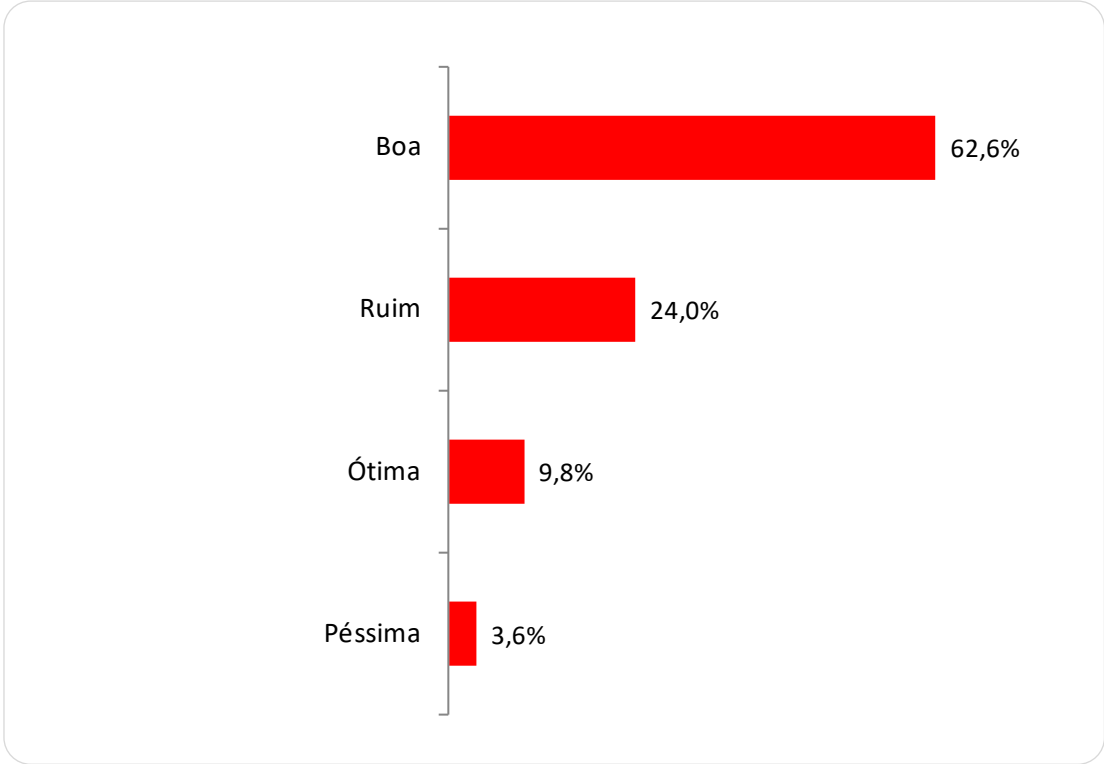


Ilustração 12 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 13 meses

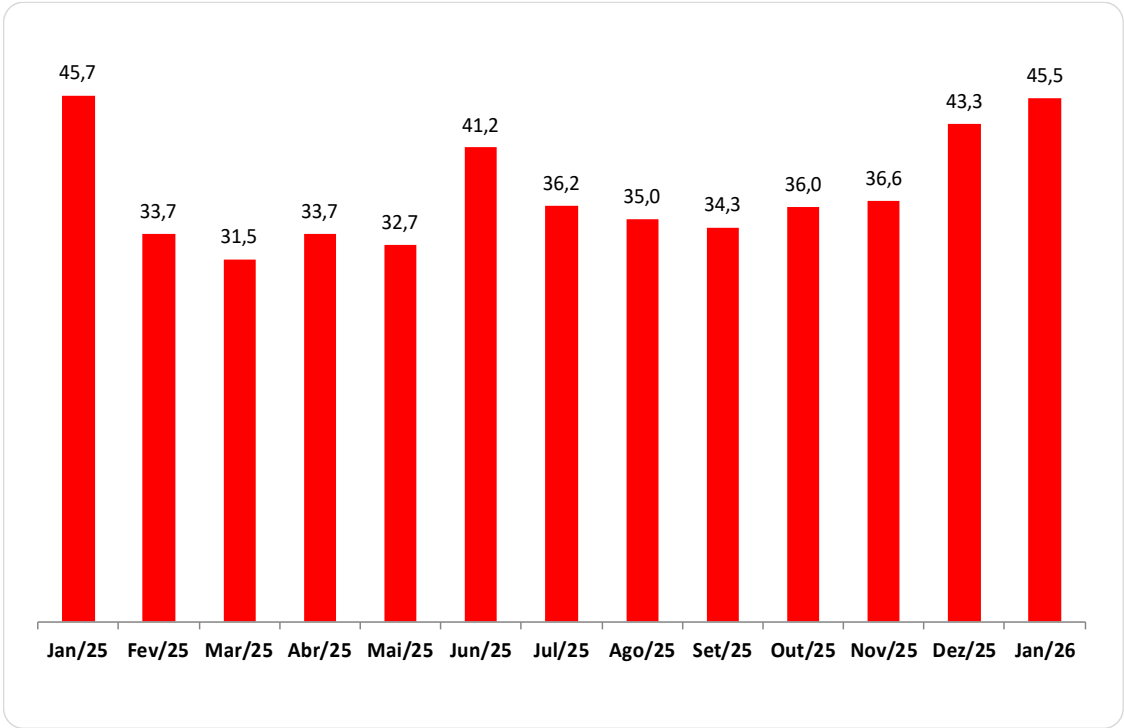


Ilustração 13 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês

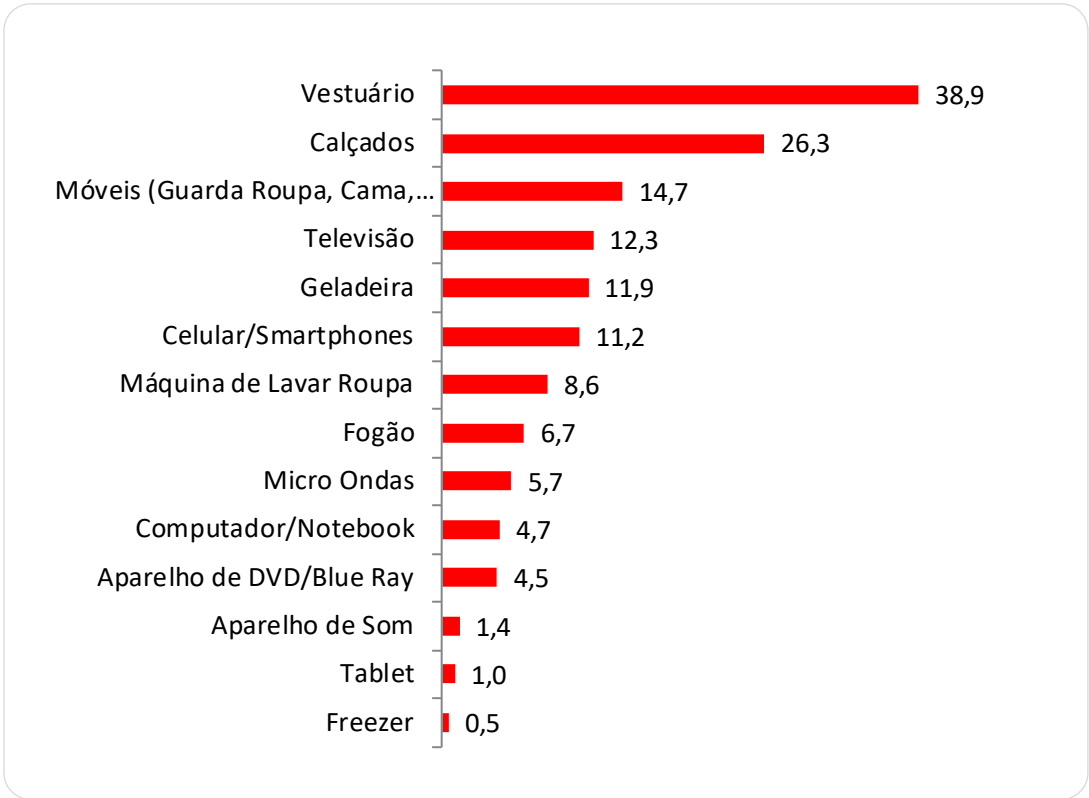
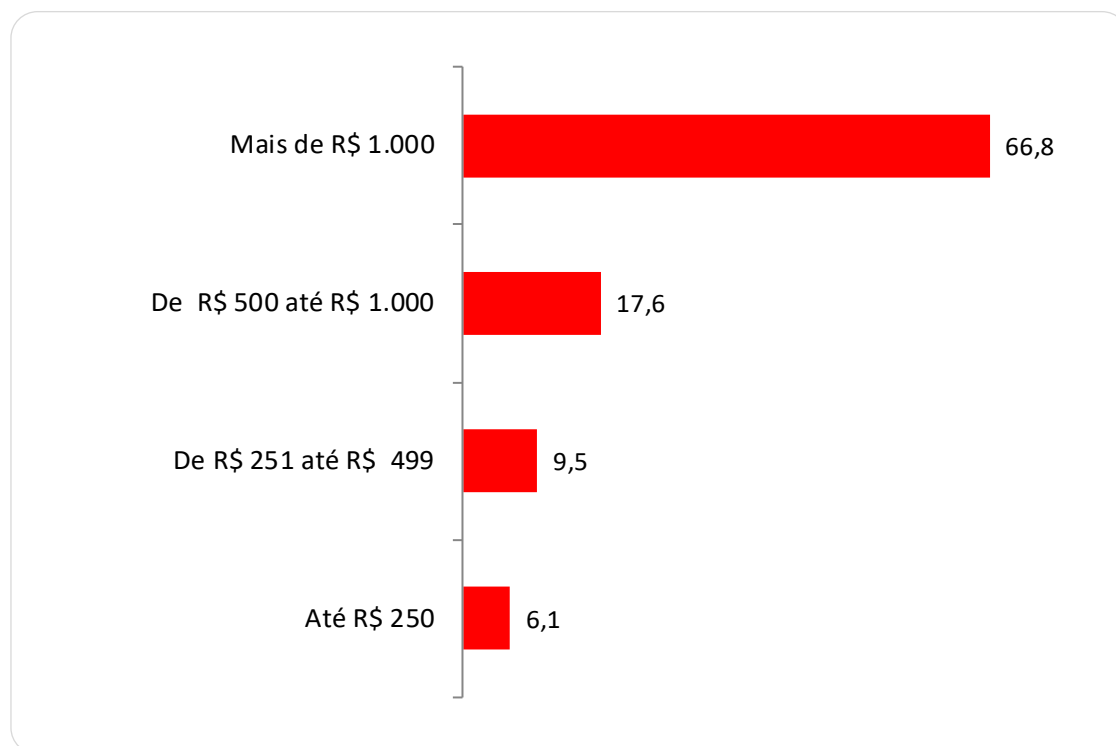


Ilustração 14 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês



2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

Ilustração 15 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Nov/25	Dez/25	Jan/26	Nov/25-Jan/26	No Ano
Por Sexo					
Masculino	118,4	128,0	126,1	124,2	126,1
Feminino	115,5	123,4	126,0	121,6	126,0
Por Idade					
18 a 24 anos	125,0	132,7	125,8	127,8	125,8
25 a 34 anos	120,7	131,8	132,7	128,4	132,7
35 anos ou +	113,8	121,9	123,9	119,9	123,9
Por Escolaridade					
Fundamental	109,6	116,7	115,4	113,9	115,4
Ensino Médio	118,0	124,6	128,0	123,6	128,0
Superior	118,6	132,6	127,0	126,1	127,0
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	117,1	123,4	124,1	121,5	124,1
3 a 7 SM	117,5	131,2	132,6	127,1	132,6
> 7 SM	110,8	135,6	130,0	125,5	130,0
Total	116,8	125,5	126,0	122,8	126,0

Ilustração 16 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Nov/25	Dez/25	Jan/26	Nov/25-Jan/26	No Ano
Por Sexo					
Masculino	113,1	120,3	118,6	117,3	118,6
Feminino	107,5	118,7	118,3	114,8	118,3
Por Idade					
18 a 24 anos	116,5	127,3	118,7	120,8	118,7
25 a 34 anos	117,1	128,0	126,6	123,9	126,6
35 anos ou +	106,3	114,9	115,7	112,3	115,7
Por Escolaridade					
Fundamental	104,1	108,7	106,6	106,5	106,6
Ensino Médio	111,6	119,1	121,3	117,3	121,3
Superior	110,1	126,4	118,0	118,2	118,0
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	110,3	117,3	115,4	114,3	115,4
3 a 7 SM	110,5	124,0	126,6	120,4	126,6
> 7 SM	104,5	135,7	131,6	123,9	131,6
Total	110,0	119,4	118,5	116,0	118,5

Ilustração 17 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Nov/25	Dez/25	Jan/26	Nov/25-Jan/26	No Ano
Por Sexo					
Masculino	122,0	133,2	131,1	128,8	131,1
Feminino	120,9	126,6	131,1	126,2	131,1
Por Idade					
18 a 24 anos	130,6	136,2	130,6	132,5	130,6
25 a 34 anos	123,0	134,2	136,7	131,3	136,7
35 anos ou +	118,9	126,6	129,4	124,9	129,4
Por Escolaridade					
Fundamental	113,2	122,0	121,2	118,8	121,2
Ensino Médio	122,3	128,3	132,6	127,7	132,6
Superior	124,2	136,8	133,1	131,4	133,1
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	121,6	127,4	129,8	126,3	129,8
3 a 7 SM	122,2	136,0	136,6	131,6	136,6
> 7 SM	115,1	135,6	128,9	126,5	128,9
Total	121,4	129,6	131,1	127,4	131,1

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

Ilustração 18 - Percepções dos consumidores sobre o mês seguinte para compra de bens duráveis, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	5,3	57,0	30,0	7,7	111,2
Feminino	5,8	51,7	33,6	8,9	106,0
Por Idade					
18 a 24 anos	6,4	50,9	33,6	9,0	106,0
25 a 34 anos	5,7	62,4	26,6	5,3	118,3
35 anos ou +	5,4	52,0	33,4	9,2	105,5
Por Escolaridade					
Fundamental	3,9	49,6	34,1	12,4	99,2
Ensino Médio	4,9	56,4	31,7	7,0	110,3
Superior	8,4	50,7	31,3	9,5	108,5
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	4 a 7 SM	> 7 SM	33,5	8,7	105,9
3 a 7 SM	5,8	59,1	27,1	8,1	113,7
> 7 SM	16,9	49,7	28,6	4,8	122,6
Total	5,6	54,1	32,0	8,3	108,3

Ilustração 19 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação a um ano, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	7,4	65,3	26,8	0,6	126,0
Feminino	7,8	69,5	21,8	0,9	130,7
Por Idade					
18 a 24 anos	6,2	72,6	19,9	1,3	131,3
25 a 34 anos	6,1	75,7	18,2	0,0	134,8
35 anos ou +	8,4	63,8	26,9	0,9	125,9
Por Escolaridade					
Fundamental	5,0	57,1	36,7	1,1	114,1
Ensino Médio	7,1	71,9	20,5	0,5	132,3
Superior	10,4	62,4	26,0	1,2	127,4
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	5,7	66,6	26,8	0,8	124,9
3 a 7 SM	14,2	68,6	16,3	0,9	139,5
> 7 SM	9,0	77,2	13,9	0,0	140,6
Total	7,6	67,6	24,1	0,8	128,6

Ilustração 20 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	17,9	67,0	13,1	2,0	142,9
Feminino	20,9	66,9	11,7	0,5	148,0
Por Idade					
18 a 24 anos	23,1	67,3	8,9	0,7	151,7
25 a 34 anos	18,6	70,8	9,7	0,8	148,4
35 anos ou +	19,1	65,6	13,9	1,4	143,5
Por Escolaridade					
Fundamental	11,3	65,5	20,3	2,9	131,0
Ensino Médio	18,0	70,2	11,3	0,5	146,9
Superior	28,3	59,5	10,4	1,8	151,1
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	16,8	68,3	13,6	1,4	142,8
3 a 7 SM	25,9	66,8	7,3	0,0	155,6
> 7 SM	35,7	48,1	13,1	3,1	150,1
Total	19,6	67,0	12,3	1,2	145,7

Ilustração 21 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	10,5	58,8	26,1	4,6	122,3
Feminino	9,0	60,7	25,9	4,3	122,1
Por Idade					
18 a 24 anos	6,5	60,2	30,2	3,2	118,3
25 a 34 anos	10,9	62,8	23,5	2,8	127,8
35 anos ou +	10,0	58,8	25,9	5,3	121,2
Por Escolaridade					
Fundamental	9,3	53,1	34,3	3,3	115,5
Ensino Médio	8,7	62,9	24,2	4,1	123,9
Superior	12,5	55,8	25,8	5,9	121,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	8,9	59,9	27,6	3,6	121,5
3 a 7 SM	13,1	59,2	21,2	6,5	125,5
> 7 SM	8,6	61,6	20,8	9,0	120,1
Total	9,7	59,8	26,0	4,4	122,2

Ilustração 22 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos, por indicadores demográficos

Estratos	Conceito - em (%)				Escala Semântica
	Ótima	Boa	Ruim	Péssima	
Por Sexo					
Masculino	10,6	64,0	22,2	3,2	128,2
Feminino	9,1	61,5	25,5	3,9	123,1
Por Idade					
18 a 24 anos	5,2	66,4	23,3	5,0	121,7
25 a 34 anos	9,7	70,5	17,8	2,0	134,0
35 anos ou +	10,8	59,2	26,2	3,9	123,4
Por Escolaridade					
Fundamental	6,4	60,2	28,4	5,0	117,3
Ensino Médio	8,6	65,4	23,3	2,8	126,8
Superior	14,8	56,8	23,3	5,0	126,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 3 SM	8,3	64,3	24,3	3,1	125,2
3 a 7 SM	14,9	58,2	22,9	4,0	128,5
> 7 SM	11,4	54,8	23,2	10,6	116,5
Total	9,8	62,6	24,0	3,6	125,4

1.3 Intenção de Compra dos Consumidores

Ilustração 23 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores no trimestre, por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal			Média
	Nov/25	Dez/25	Jan/26	Nov/25-Jan/26
Por Sexo				
Masculino	39,2	41,0	46,4	42,2
Feminino	34,4	45,1	44,8	41,5
Por Idade				
18 a 24 anos	42,1	50,6	56,1	49,6
25 a 34 anos	46,6	48,6	45,4	46,9
35 anos ou +	32,1	39,9	43,3	38,4
Por Escolaridade				
Fundamental	29,6	36,6	35,1	33,8
Ensino Médio	35,8	41,6	43,3	40,2
Superior	42,6	51,1	57,2	50,3
Por Renda Familiar Mensal				
< 3 SM	33,5	42,0	41,9	39,1
3 a 7 SM	47,6	44,3	57,3	49,7
> 7 SM	37,7	62,9	53,4	51,3
Total	36,6	43,3	45,5	41,8

Ilustração 24 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por sexo

Tipo de Produto	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Geladeira	11,9	13,3	10,8
Freezer	0,5	1,2	0,0
Fogão	6,7	5,8	7,5
Televisão	12,3	16,3	9,0
Aparelho de DVD/Blue Ray	4,5	4,5	4,5
Máquina de Lavar Roupas	8,6	9,2	8,2
Aparelho de Som	1,4	2,3	0,7
Micro Ondas	5,7	5,2	6,1
Computador/Notebook	4,7	4,7	4,7
Celular/Smartphones	11,2	11,6	10,9
Móveis (Guarda Roupas, Cama, Mesa etc)	14,7	12,7	16,5
Vestuário	38,9	35,1	42,0
Calçados	26,3	26,2	26,4
Tablet	1,0	1,2	0,9

Ilustração 25 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por idade

Tipo de Produto	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Geladeira	11,9	6,8	11,7	13,5
Freezer	0,5	0,0	0,9	0,6
Fogão	6,7	4,8	6,2	7,4
Televisão	12,3	8,2	17,9	11,5
Aparelho de DVD/Blue Ray	4,5	2,4	5,4	4,8
Máquina de Lavar Roupas	8,6	3,4	8,0	10,3
Aparelho de Som	1,4	3,7	3,6	0,0
Micro Ondas	5,7	2,2	6,2	6,5
Computador/Notebook	4,7	10,3	4,5	3,2
Celular/Smartphones	11,2	17,4	17,0	7,4
Móveis (Guarda Roupas, Cama, Mesa etc)	14,7	10,0	11,6	17,2
Vestuário	38,9	49,2	27,7	39,9
Calçados	26,3	37,0	19,7	25,7
Tablet	1,0	1,1	0,9	1,1

Ilustração 26 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por escolaridade

Tipo de Produto	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Ensino Médio	Superior
Geladeira	11,9	12,5	14,0	7,7
Freezer	0,5	3,2	0,3	0,0
Fogão	6,7	15,8	5,7	5,4
Televisão	12,3	19,1	12,4	9,9
Aparelho de DVD/Blue Ray	4,5	0,0	3,7	7,8
Máquina de Lavar Roupas	8,6	5,0	8,0	11,2
Aparelho de Som	1,4	0,0	1,7	1,3
Micro Ondas	5,7	6,1	4,8	7,3
Computador/Notebook	4,7	5,1	4,1	5,7
Celular/Smartphones	11,2	5,4	10,9	14,0
Móveis (Guarda Roupas, Cama, Mesa etc)	14,7	13,6	12,2	20,1
Vestuário	38,9	24,7	36,6	48,3
Calçados	26,3	19,0	24,7	32,0
Tablet	1,0	0,0	0,9	1,8

Ilustração 27 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no mês, por renda familiar mensal

Tipo de Produto	Total	Renda Familiar em R\$		
		< 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Geladeira	11,9	11,7	11,6	16,2
Freezer	0,5	0,8	0,0	0,0
Fogão	6,7	7,6	3,4	10,4
Televisão	12,3	13,1	10,7	11,0
Aparelho de DVD/Blue Ray	4,5	3,6	4,3	16,2
Máquina de Lavar Roupas	8,6	6,8	9,8	24,5
Aparelho de Som	1,4	1,5	0,8	3,5
Micro Ondas	5,7	5,3	4,3	16,2
Computador/Notebook	4,7	4,6	6,0	0,0
Celular/Smartphones	11,2	9,1	11,8	33,1
Móveis (Guarda Roupas, Cama, Mesa etc)	14,7	14,1	12,4	31,6
Vestuário	38,9	33,1	50,8	54,8
Calçados	26,3	19,0	39,1	56,6
Tablet	1,0	0,6	2,6	0,0

Ilustração 28 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por sexo

Valor em R\$	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Até 250	6,1	2,1	9,5
De 251 até 499	9,5	9,3	9,7
De 500 até 1.000	17,6	21,0	14,7
Mais de 1.000	66,8	67,6	66,1
Total	100,0	100,0	100,0
Média em R\$	619,98	635,04	607,07

Ilustração 29 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por idade

Valor em R\$	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Até 250	6,1	9,9	4,4	5,5
De 251 até 499	9,5	11,1	11,7	8,3
De 500 até 1.000	17,6	23,0	19,6	15,4
Mais de 1.000	66,8	56,0	64,3	70,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>619,98</i>	<i>582,44</i>	<i>615,76</i>	<i>631,89</i>

Ilustração 30 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por escolaridade

Valor em R\$	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Ensino Médio	Superior
Até 250	6,1	4,6	6,3	6,1
De 251 até 499	9,5	8,6	11,8	5,3
De 500 até 1.000	17,6	25,2	17,7	14,7
Mais de 1.000	66,8	61,6	64,1	74,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>619,98</i>	<i>616,02</i>	<i>609,07</i>	<i>642,80</i>

Ilustração 31 -Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no mês, por renda familiar mensal

Valor em R\$	Total	Renda Familiar Mensal		
		até 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Até 250	6,1	6,6	6,0	0,0
De 251 até 499	9,5	10,5	6,9	8,7
De 500 até 1.000	17,6	19,4	16,9	0,0
Mais de 1.000	66,8	63,5	70,2	91,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>619,98</i>	<i>609,59</i>	<i>632,02</i>	<i>690,30</i>