



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

- MARÇO-ABRIL 2023 -

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 14 meses - em pontos	4
Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 14 meses - em pontos	4
Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 14 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 14 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 14 meses	9
Ilustração 13 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no bimestre	9
Ilustração 14 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no bimestre	10
2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	10
1.1 Confiança dos Consumidores	10
Ilustração 15 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) por indicadores demográficos	10
Ilustração 16 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) por indicadores demográficos	11
Ilustração 17 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) 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 por indicadores demográficos	14
Ilustração 24 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no bimestre por sexo	15
Ilustração 25 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no bimestre por idade	15
Ilustração 26 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no bimestre por escolaridade ..	16
Ilustração 27 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no bimestre por renda familiar mensal	16

Ilustração 28 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no bimestre por sexo	17
Ilustração 29 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no bimestre por idade	17
Ilustração 30 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no bimestre por escolaridade ...	17
Ilustração 31 -Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no bimestre 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 14 meses - em pontos

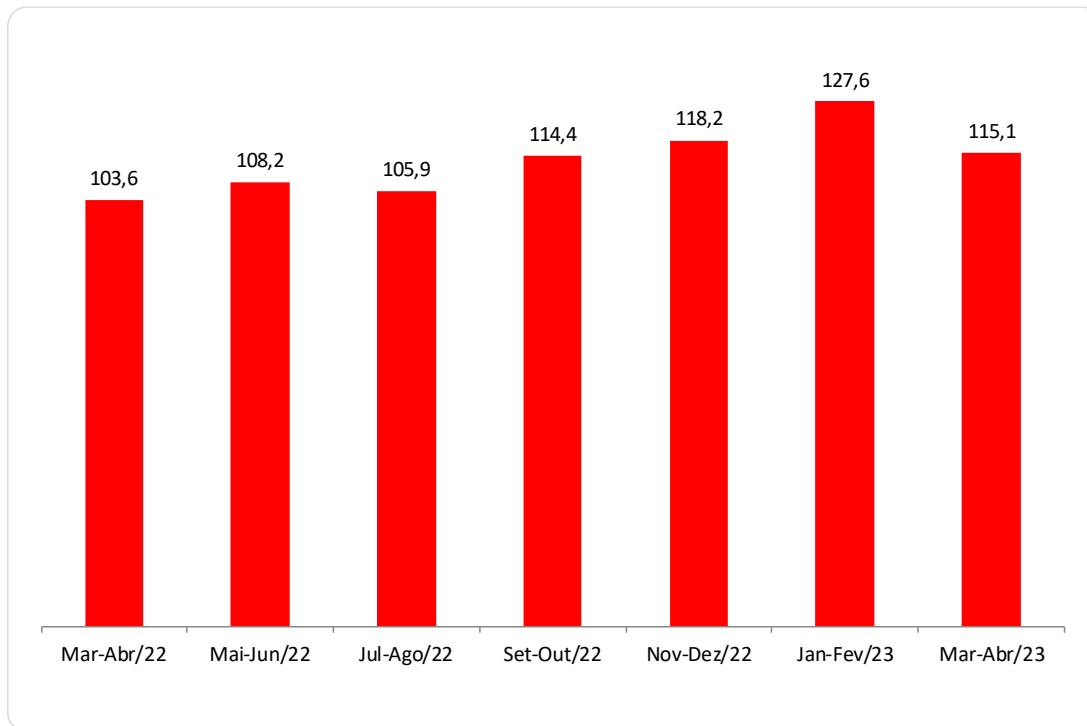


Ilustração 2 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) nos últimos 14 meses - em pontos

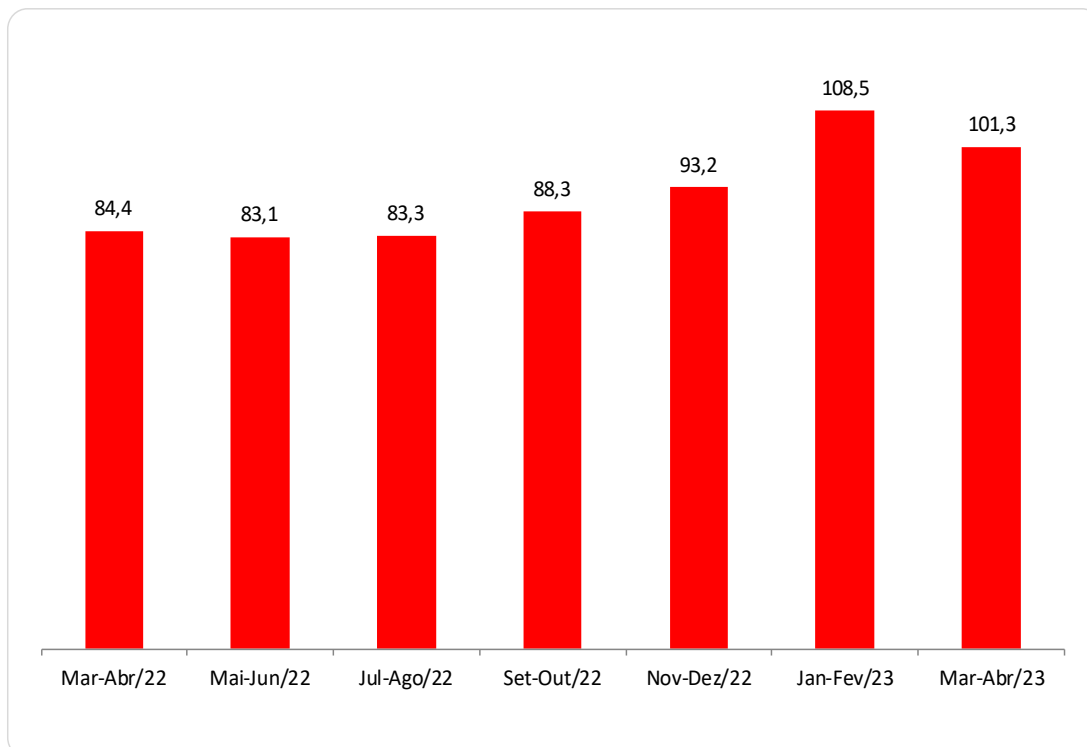


Ilustração 3 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) nos últimos 14 meses - em pontos

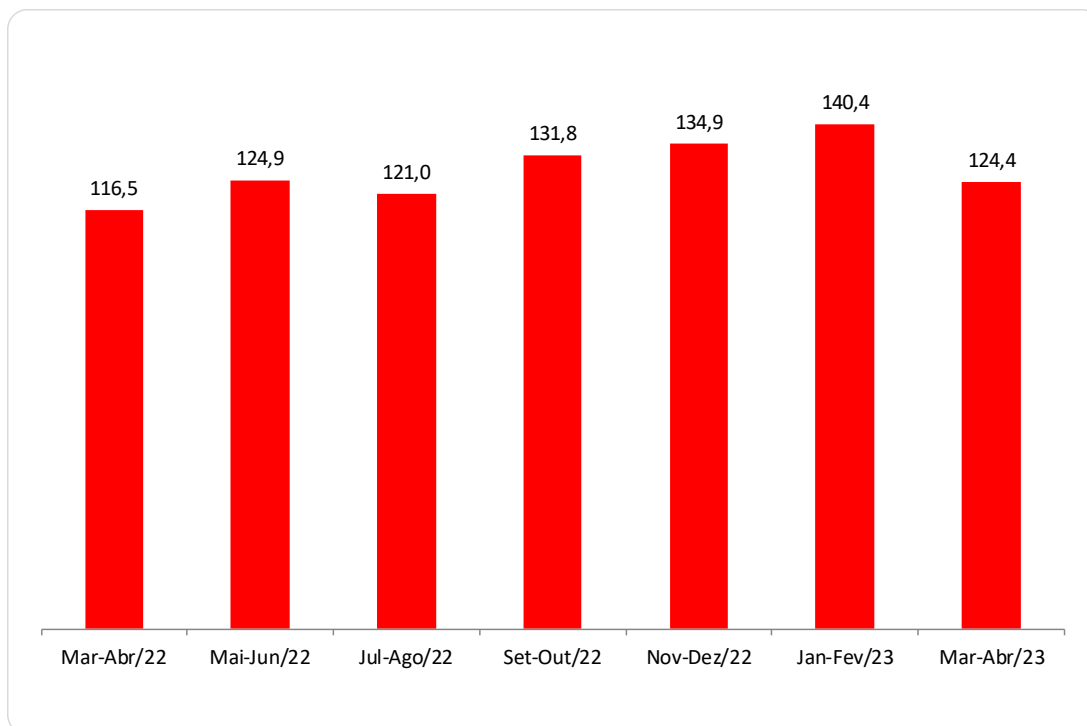


Ilustração 4 - Síntese dos índices de confiança dos consumidores no trimestre - em pontos

Índices	Valor Mensal - em pontos			Média
	Nov-Dez/22	Jan-Fev/23	Mar-Abr/23	Nov/22-Abr/23
Índice de Confiança do Consumidor (ICC)	118,2	127,6	115,1	120,3
Índice da Situação Presente (ISP)	93,2	108,5	101,3	101,0
Índice das Expectativas Futura (IEF)	134,9	140,4	124,4	133,2

Ilustração 5 - Taxas percentuais de variação dos índices de confiança dos consumidores nos últimos 14 meses, em relação ao mês anterior

Meses	Índice Mensal					
	Valor - em pontos			Variação - em (%)		
	ICC	ISP	IEF	ICC	ISP	IEF
Mar-Abr/22	103,6	84,4	116,5	-18,8	-22,2	-17,0
Mai-Jun/22	108,2	83,1	124,9	4,4	-1,5	7,2
Jul-Ago/22	105,9	83,3	121,0	-2,1	0,3	-3,1
Set-Out/22	114,4	88,3	131,8	8,0	6,0	9,0
Nov-Dez/22	118,2	93,2	134,9	3,3	5,5	2,3
Jan-Fev/23	127,6	108,5	140,4	8,0	16,5	4,1
Mar-Abr/23	115,1	101,3	124,4	-9,8	-6,7	-11,4

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

<p>Índice de Confiança do Consumidor - ICC</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Feminino possui maior índice de confiança: 121,7 pontos. ▪ A faixa etária 18 a 24 anos foi aquela com mais elevado índice: 111,5 pontos. ▪ A faixa de escolaridade Superior é a que apresenta maior índice de confiança: 124,2 pontos. ▪ A renda familiar que apresenta índice de confiança preponderante é a faixa < 5 SM: 121,6 pontos.
<p>Índice da Situação Presente - ISP</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Masculino é o que apresenta maior índice de situação presente: 106,8 pontos. ▪ A faixa etária 18 a 24 anos foi aquela com mais elevado índice: 114,3 pontos ▪ A escolaridade que possui maior índice de situação presente se encontra na faixa Superior: 108,7 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice de situação presente é a 5 a 10 SM: 109,3 pontos.
<p>Índice das Expectativas Futura - IEF</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O sexo Feminino possui maior índice das expectativas futura: 134,0 pontos. ▪ A faixa etária 25 a 34 anos foi aquela com mais elevado índice: 136,9 pontos. ▪ A escolaridade Superior é a que apresenta maior índice das expectativas futura: 134,6 pontos. ▪ A faixa de renda familiar que apresenta maior índice das expectativas futura é a < 5 SM: 133,0 pontos.

1.2 Percepções e Expectativas dos Consumidores

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

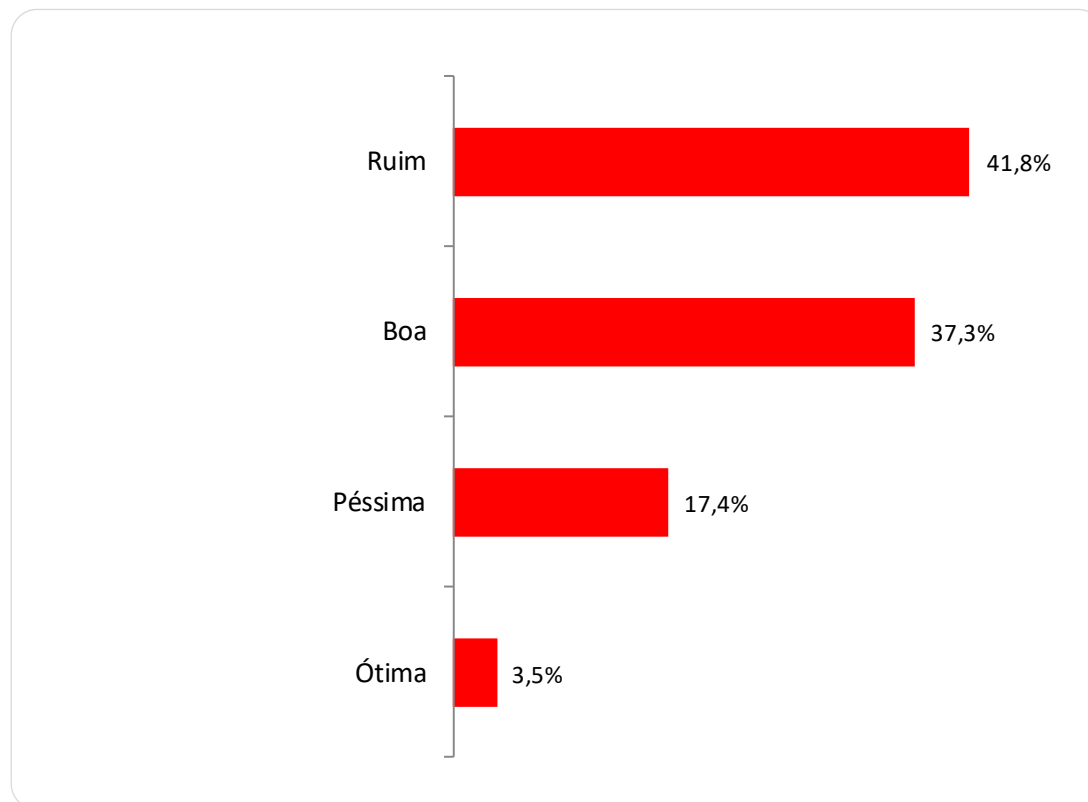


Ilustração 8 - Percepções dos consumidores sobre a situação financeira da família em relação há um ano

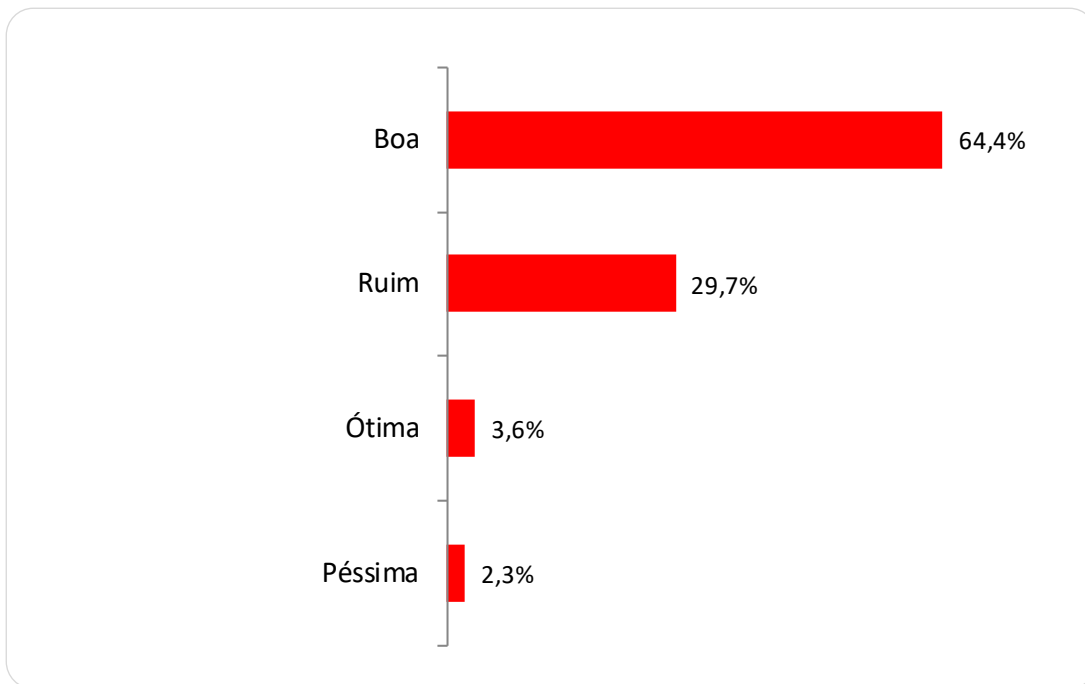


Ilustração 9 - Expectativas dos consumidores sobre a situação financeira da família para os próximos 12 meses

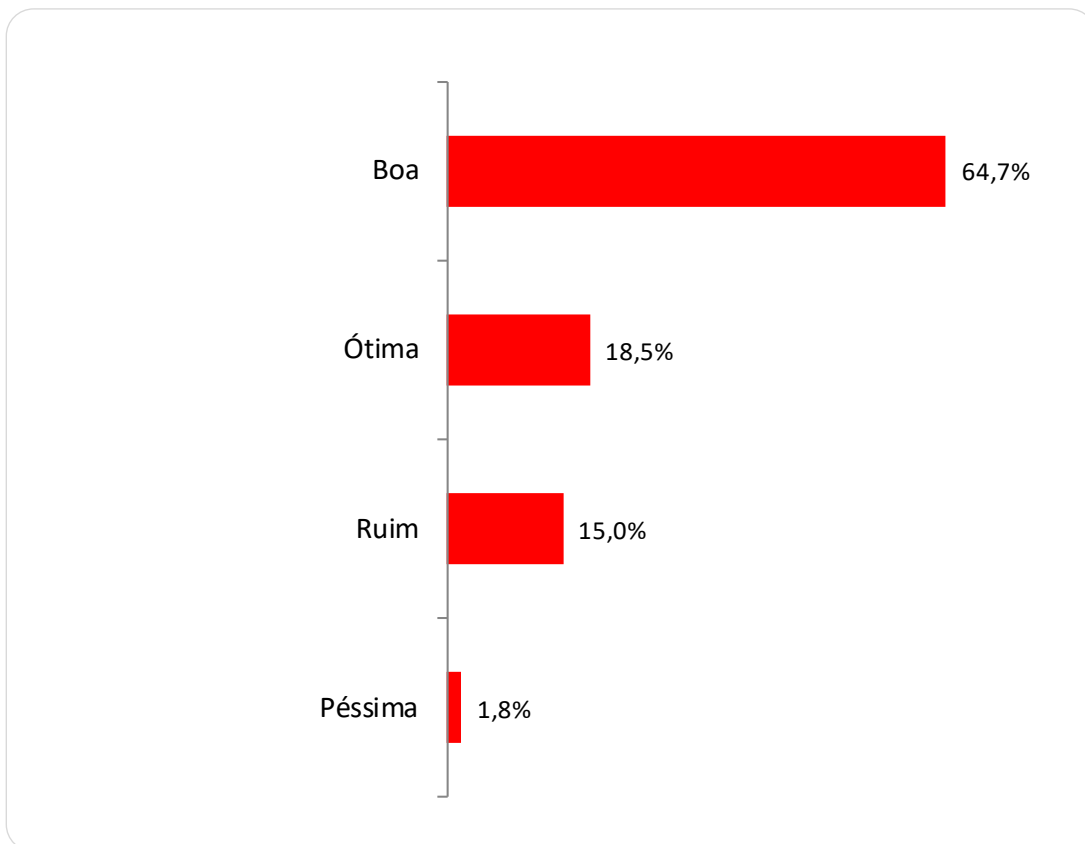


Ilustração 10 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 12 meses

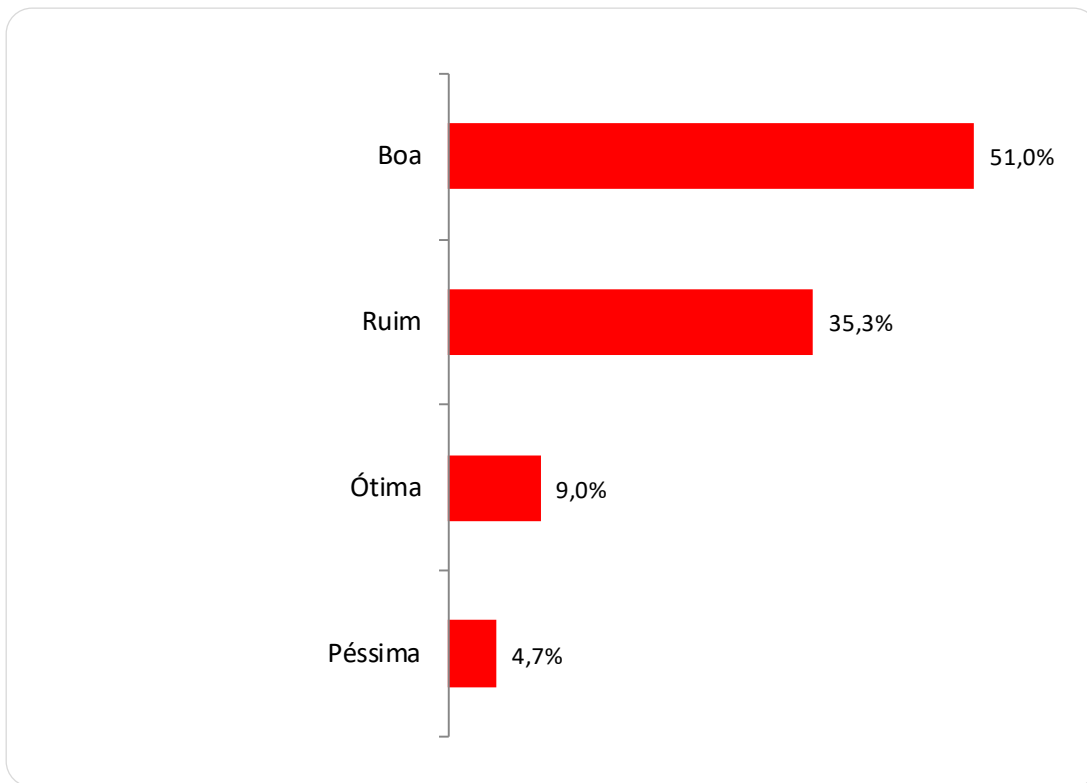


Ilustração 11 - Expectativas dos consumidores sobre a situação econômica do país para os próximos 5 anos

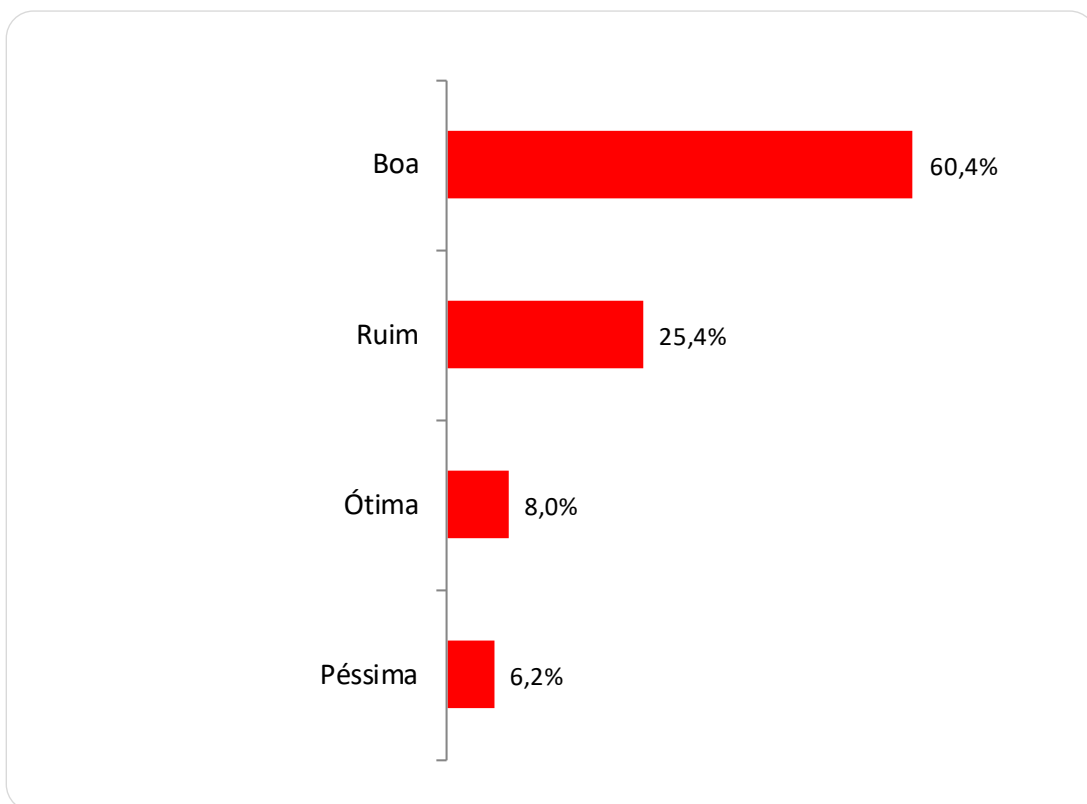


Ilustração 12 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores nos últimos 14 meses

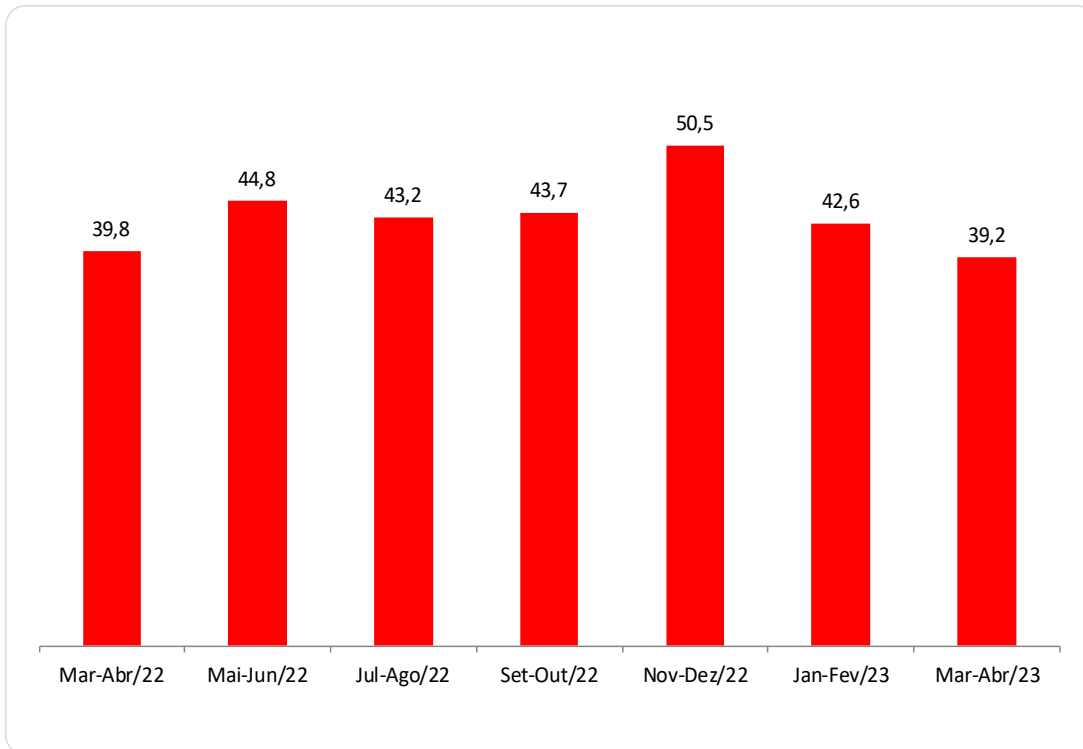


Ilustração 13 - Taxa percentual dos produtos que os consumidores desejam comprar no bimestre

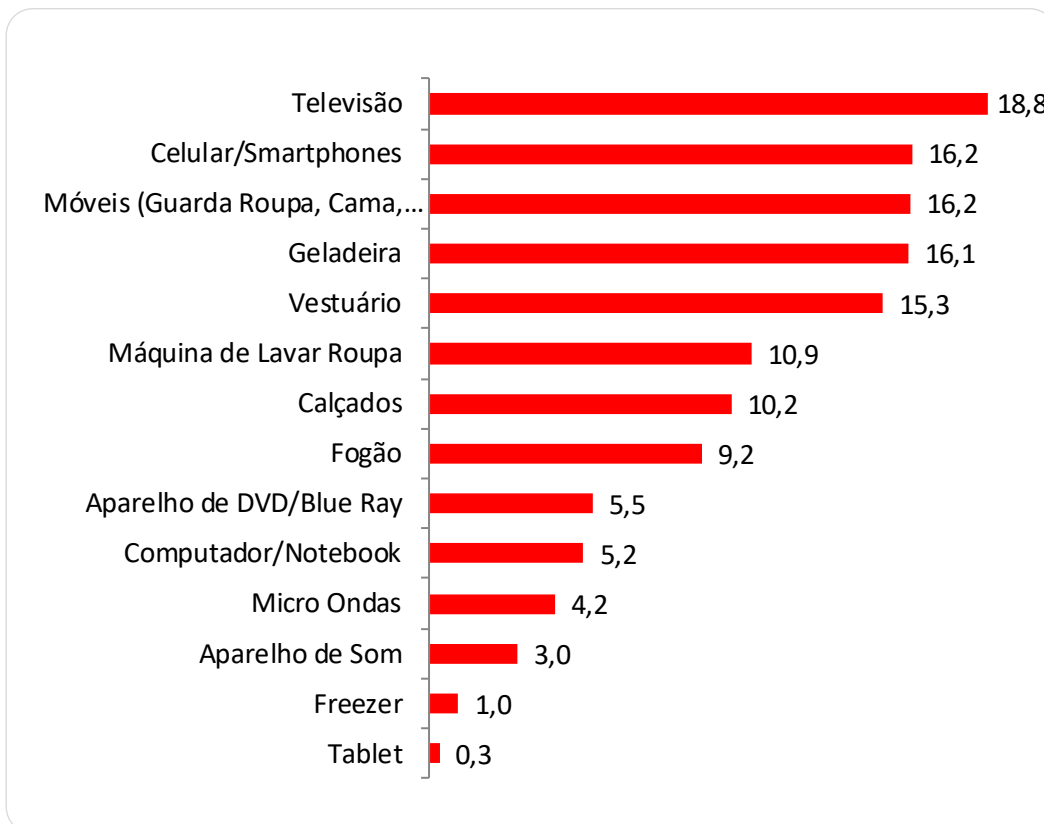
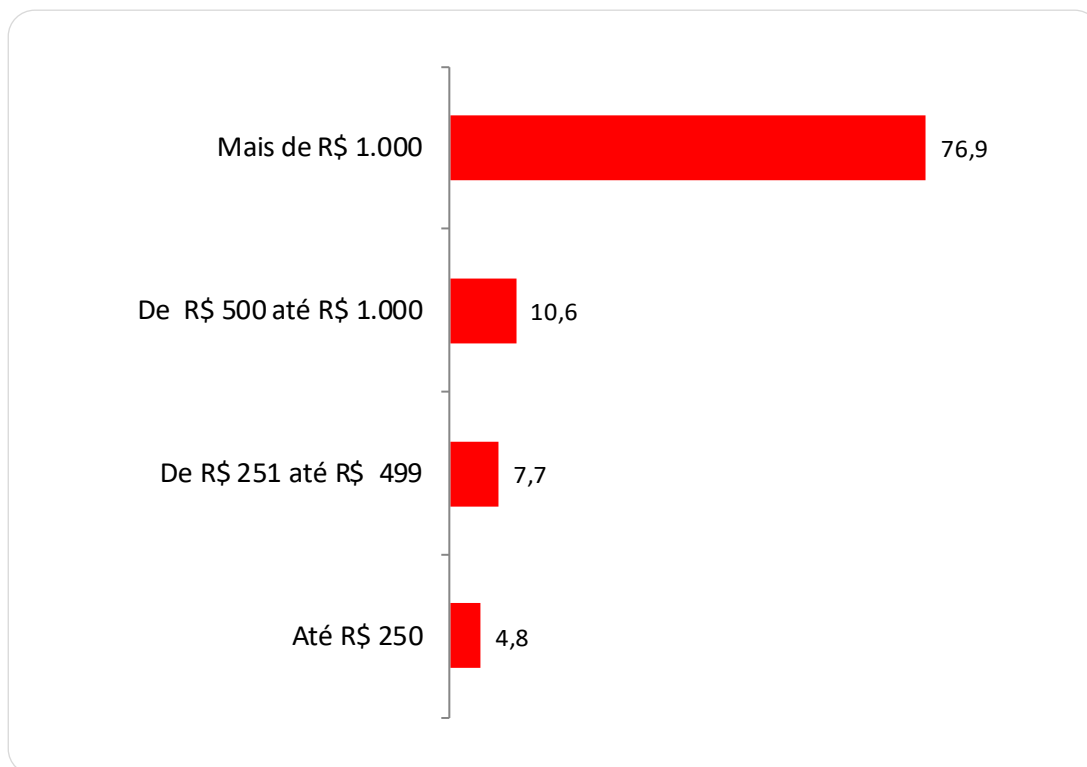


Ilustração 14 - Taxa percentual do valor das intenções de compra dos consumidores no bimestre



2. RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

1.1 Confiança dos Consumidores

Ilustração 15 - Índice de Confiança dos Consumidores (ICC) por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Nov-Dez/22	Jan-Fev/23	Mar-Abr/23	Nov/22-Abr/23	No Ano
Por Sexo					
Masculino	121,0	126,5	115,4	131,8	130,3
Feminino	115,9	128,5	114,9	134,4	134,0
Por Idade					
18 a 24 anos	120,5	128,7	123,9	134,9	134,3
25 a 34 anos	120,3	129,3	121,6	136,0	136,9
35 anos ou +	116,4	126,5	109,1	131,3	129,6
Por Escolaridade					
Fundamental	115,3	127,0	106,1	128,9	127,7
Ensino Médio	117,7	127,4	117,5	133,8	133,6
Superior	124,5	129,0	119,5	137,5	134,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	117,5	127,7	115,4	133,6	133,0
5 a 10 SM	124,0	126,1	112,8	129,0	126,2
> 10 SM				125,8	116,1
Total	118,2	127,6	115,1	133,2	132,4

Ilustração 16 - Índice da Situação Presente dos Consumidores (ISP) por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Nov-Dez/22	Jan-Fev/23	Mar-Abr/23	Nov/22-Abr/23	No Ano
Por Sexo					
Masculino	100,4	108,4	105,2	104,7	106,8
Feminino	87,2	108,6	98,0	97,9	103,3
Por Idade					
18 a 24 anos	97,3	113,3	115,2	108,6	114,3
25 a 34 anos	99,4	109,6	107,2	105,4	108,4
35 anos ou +	88,8	106,4	93,8	96,3	100,1
Por Escolaridade					
Fundamental	91,2	106,2	93,4	97,0	99,8
Ensino Médio	93,1	108,6	102,8	101,5	105,7
Superior	96,2	110,7	106,7	104,6	108,7
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	91,5	108,2	100,8	100,2	104,5
5 a 10 SM	108,2	111,1	107,4	108,9	109,3
> 10 SM	103,9	111,9	92,4	102,7	102,2
Total	93,2	108,5	101,3	101,0	104,9

Ilustração 17 - Índice das Expectativas Futuras dos Consumidores (IEF) por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal - em pontos			Média	
	Nov-Dez/22	Jan-Fev/23	Mar-Abr/23	Nov/22-Abr/23	No Ano
Por Sexo					
Masculino	134,7	138,6	122,1	131,8	130,3
Feminino	135,0	141,9	126,2	134,4	134,0
Por Idade					
18 a 24 anos	136,0	139,0	129,7	134,9	134,3
25 a 34 anos	134,2	142,5	131,3	136,0	136,9
35 anos ou +	134,8	139,9	119,3	131,3	129,6
Por Escolaridade					
Fundamental	131,3	140,8	114,5	128,9	127,7
Ensino Médio	134,1	139,9	127,3	133,8	133,6
Superior	143,4	141,2	128,0	137,5	134,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	134,8	140,8	125,1	133,6	133,0
5 a 10 SM	134,5	136,1	116,3	129,0	126,2
> 10 SM	145,1	147,9	84,3	125,8	116,1
Total	134,9	140,4	124,4	133,2	132,4

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	3,3	42,4	38,7	15,6	89,5
Feminino	3,7	33,0	44,4	18,8	79,2
Por Idade					
18 a 24 anos	1,2	50,7	36,8	11,3	96,8
25 a 34 anos	4,4	39,0	39,3	17,3	87,0
35 anos ou +	3,9	32,0	44,7	19,4	78,1
Por Escolaridade					
Fundamental	4,6	29,6	43,3	22,5	75,3
Ensino Médio	2,2	39,4	42,7	15,7	84,9
Superior	6,2	40,8	37,0	16,0	92,0
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	3,1	37,2	42,2	17,5	83,1
5 a 10 SM	9,2	38,1	37,6	15,1	94,3
> 10 SM	0,0	32,7	35,4	32,0	66,7
Total	3,5	37,3	41,8	17,4	83,9

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	4,9	64,5	28,5	2,0	120,9
Feminino	2,6	64,2	30,6	2,6	116,8
Por Idade					
18 a 24 anos	5,9	75,1	18,4	0,6	133,6
25 a 34 anos	4,0	72,3	21,7	2,0	127,3
35 anos ou +	2,7	57,1	37,2	3,1	109,6
Por Escolaridade					
Fundamental	3,2	58,4	35,0	3,3	111,6
Ensino Médio	2,8	67,5	27,8	1,9	120,8
Superior	6,9	62,3	28,3	2,5	121,4
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	3,3	64,7	29,7	2,3	118,5
5 a 10 SM	7,8	60,4	28,7	3,1	120,5
> 10 SM	0,0	68,0	32,0	0,0	118,0
Total	3,6	64,4	29,7	2,3	118,7

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	20,0	62,7	15,7	1,5	142,0
Feminino	17,3	66,3	14,4	2,0	141,2
Por Idade					
18 a 24 anos	24,2	65,1	10,1	0,6	151,1
25 a 34 anos	19,8	67,5	10,3	2,4	145,9
35 anos ou +	16,0	63,3	18,9	1,9	136,4
Por Escolaridade					
Fundamental	7,9	68,2	20,6	3,3	128,4
Ensino Médio	19,6	66,5	13,0	0,9	145,5
Superior	29,2	54,1	14,2	2,5	146,6
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	17,5	66,0	14,8	1,7	141,5
5 a 10 SM	28,3	51,5	17,0	3,1	142,5
> 10 SM	68,0	0,0	32,0	0,0	152,1
Total	18,5	64,7	15,0	1,8	141,6

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	8,2	47,4	38,0	6,4	106,5
Feminino	9,6	53,9	33,1	3,4	116,6
Por Idade					
18 a 24 anos	5,3	59,2	33,7	1,8	116,3
25 a 34 anos	12,8	52,6	30,1	4,4	119,6
35 anos ou +	8,4	47,4	38,3	5,8	107,1
Por Escolaridade					
Fundamental	6,9	47,0	40,3	5,8	104,5
Ensino Médio	8,4	54,1	33,3	4,2	114,6
Superior	13,5	46,1	35,4	5,0	113,8
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	8,8	52,4	34,7	4,1	113,5
5 a 10 SM	11,8	35,1	42,2	10,9	97,3
> 10 SM	0,0	0,0	68,0	32,0	34,0
Total	9,0	51,0	35,3	4,7	112,1

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	7,7	59,7	25,8	6,9	117,8
Feminino	8,3	61,1	25,0	5,6	120,8
Por Idade					
18 a 24 anos	8,9	60,3	27,3	3,5	121,8
25 a 34 anos	7,6	69,1	18,9	4,4	128,3
35 anos ou +	8,0	56,4	27,8	7,8	114,4
Por Escolaridade					
Fundamental	5,1	55,6	34,2	5,2	110,6
Ensino Médio	7,4	63,4	23,9	5,4	121,8
Superior	14,3	57,1	18,5	10,1	123,5
Por Renda Familiar Mensal					
< 5 SM	7,7	61,5	25,4	5,3	120,4
5 a 10 SM	12,4	48,1	24,2	15,2	109,2
> 10 SM	0,0	32,7	35,4	32,0	66,7
Total	8,0	60,4	25,4	6,2	119,4

1.3 Intenção de Compra dos Consumidores

Ilustração 23 - Taxa percentual de intenção de compra mensal dos consumidores por indicadores demográficos

Estratos	Valor Mensal			Média Nov/22-Abr/23
	Nov-Dez/22	Jan-Fev/23	Mar-Abr/23	
Por Sexo				
Masculino	52,1	43,3	41,3	45,6
Feminino	49,1	42,0	37,4	42,8
Por Idade				
18 a 24 anos	57,2	52,9	47,9	52,7
25 a 34 anos	55,8	46,1	47,1	49,7
35 anos ou +	45,7	37,5	32,5	38,6
Por Escolaridade				
Fundamental	46,3	42,4	31,7	40,1
Ensino Médio	51,0	43,2	41,4	45,2
Superior	55,1	40,9	41,8	45,9
Por Renda Familiar Mensal				
< 5 SM	49,7	42,7	39,0	43,8
5 a 10 SM	55,8	41,5	39,5	45,6
> 10 SM	74,3	43,0	68,0	61,8
Total	50,5	42,6	39,2	44,1

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

Tipo de Produto	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Geladeira	16,1	14,8	17,2
Freezer	1,0	1,5	0,6
Fogão	9,2	7,4	10,6
Televisão	18,8	22,3	16,0
Aparelho de DVD/Blue Ray	5,5	1,4	8,9
Máquina de Lavar Roupa	10,9	8,9	12,5
Aparelho de Som	3,0	3,7	2,3
Micro Ondas	4,2	1,5	6,5
Computador/Notebook	5,2	7,8	3,0
Celular/Smartphones	16,2	17,2	15,4
Móveis (Guarda Roupa, Cama, Mesa etc)	16,2	13,0	18,8
Vestuário	15,3	15,8	14,8
Calçados	10,2	11,0	9,5
Tablet	0,3	0,7	0,0

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

Tipo de Produto	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Geladeira	16,1	4,1	13,5	24,3
Freezer	1,0	0,0	2,1	0,8
Fogão	9,2	4,1	9,3	11,8
Televisão	18,8	15,0	19,6	20,4
Aparelho de DVD/Blue Ray	5,5	6,9	6,1	4,3
Máquina de Lavar Roupa	10,9	11,0	9,3	11,8
Aparelho de Som	3,0	0,0	4,1	3,8
Micro Ondas	4,2	4,1	4,1	4,4
Computador/Notebook	5,2	13,4	4,2	1,5
Celular/Smartphones	16,2	24,3	18,6	10,4
Móveis (Guarda Roupa, Cama, Mesa etc)	16,2	13,4	17,4	16,8
Vestuário	15,3	20,1	14,4	13,3
Calçados	10,2	6,7	9,3	12,5
Tablet	0,3	0,0	1,1	0,0

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

Tipo de Produto	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Ensino Médio	Superior
Geladeira	16,1	25,4	14,4	11,2
Freezer	1,0	0,0	1,1	1,8
Fogão	9,2	9,5	9,4	7,8
Televisão	18,8	25,9	17,0	16,9
Aparelho de DVD/Blue Ray	5,5	3,0	7,3	1,9
Máquina de Lavar Roupa	10,9	17,3	9,1	9,5
Aparelho de Som	3,0	3,4	3,1	1,9
Micro Ondas	4,2	3,3	4,7	3,6
Computador/Notebook	5,2	0,0	5,2	11,3
Celular/Smartphones	16,2	12,4	18,4	13,1
Móveis (Guarda Roupa, Cama, Mesa etc)	16,2	15,8	14,0	24,3
Vestuário	15,3	6,2	18,3	15,4
Calçados	10,2	4,8	8,5	22,6
Tablet	0,3	0,0	0,5	0,0

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

Tipo de Produto	Total	Renda Familiar em R\$		
		< 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Geladeira	16,1	16,5	10,7	0,0
Freezer	1,0	1,0	0,0	0,0
Fogão	9,2	9,1	9,9	0,0
Televisão	18,8	18,7	20,2	0,0
Aparelho de DVD/Blue Ray	5,5	5,2	9,9	0,0
Máquina de Lavar Roupa	10,9	10,9	10,3	0,0
Aparelho de Som	3,0	2,8	4,9	0,0
Micro Ondas	4,2	4,2	4,9	0,0
Computador/Notebook	5,2	4,9	9,7	0,0
Celular/Smartphones	16,2	16,3	15,1	0,0
Móveis (Guarda Roupa, Cama, Mesa etc)	16,2	15,6	25,1	0,0
Vestuário	15,3	13,9	35,3	0,0
Calçados	10,2	9,2	24,4	0,0
Tablet	0,3	0,0	4,8	0,0

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

Valor em R\$	Total	Sexo	
		Masculino	Feminino
Até 250	4,8	6,0	3,6
De 251 até 499	7,7	5,8	9,5
De 500 até 1.000	10,6	9,5	11,6
Mais de 1.000	76,9	78,7	75,3
Total	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>647,96</i>	<i>651,38</i>	<i>644,83</i>

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

Valor em R\$	Total	Idade		
		18 a 24 anos	25 a 34 anos	35 anos ou +
Até 250	4,8	6,1	6,0	3,3
De 251 até 499	7,7	12,3	10,2	3,7
De 500 até 1.000	10,6	11,1	11,1	10,1
Mais de 1.000	76,9	70,4	72,8	83,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>647,96</i>	<i>621,22</i>	<i>630,80</i>	<i>672,89</i>

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

Valor em R\$	Total	Escolaridade		
		Fundamental	Ensino Médio	Superior
Até 250	4,8	1,6	6,8	1,4
De 251 até 499	7,7	4,2	8,5	8,6
De 500 até 1.000	10,6	10,3	11,7	7,5
Mais de 1.000	76,9	83,9	73,0	82,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>647,96</i>	<i>679,27</i>	<i>631,85</i>	<i>668,35</i>

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

Valor em R\$	Total	Renda Familiar Mensal		
		até 5 SM	5 a 10 SM	> 10 SM
Até 250	4,8	5,2	0,0	0,0
De 251 até 499	7,7	7,5	11,2	0,0
De 500 até 1.000	10,6	11,2	4,1	0,0
Mais de 1.000	76,9	76,1	84,7	100,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Média em R\$</i>	<i>647,96</i>	<i>645,52</i>	<i>672,13</i>	<i>725,00</i>