

Número da pesquisa: CESOP / DATAFOLHA / 00009

Título da Pesquisa:

PLANO ECONÔMICO - CRUZADO I (8 MESES)

Local da Pesquisa: SÃO PAULO-Cap/SP

Data: 22/09/86

Tamanho da amostra: 996

Universo: População de 18 anos ou mais

FX_ID Faixa de idade

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 18 a 24 anos	200	20,1	20,1	20,1
	2 25 a 39 anos	429	43,1	43,1	63,2
	3 40 anos ou mais	367	36,8	36,8	100,0
	Total	996	100,0	100,0	

SEXO

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 Masculino	500	50,2	50,2	50,2
	2 Feminino	496	49,8	49,8	100,0
	Total	996	100,0	100,0	

q01 Depois do choque econômico que instituiu o plano cruzado há 8 meses, o(a) Sr.(a) diria que, de um modo geral, sua vida melhorou ou piorou?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 Melhorou	527	52,9	52,9	52,9
	2 Piorou	181	18,2	18,2	71,1
	3 Ficou igual	271	27,2	27,2	98,3
	4 Não sabe	17	1,7	1,7	100,0
	Total	996	100,0	100,0	

q02 Hoje seu poder de compra é maior, igual ou menor que antes do choque econômico?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 Maior	432	43,4	43,4	43,4
	2 Igual	379	38,1	38,1	81,4
	3 Menor	171	17,2	17,2	98,6
	4 Não sabe	14	1,4	1,4	100,0
	Total	996	100,0	100,0	

q03 Em relação aos resultados do plano cruzado, hoje o(a) Sr.(a) está:

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 Muito satisfeito	111	11,1	11,1	11,1
	2 Satisfeito	449	45,1	45,1	56,2
	3 Pouco satisfeito	260	26,1	26,1	82,3
	4 Insatisfeito	159	16,0	16,0	98,3
	5 Não sabe	17	1,7	1,7	100,0
	Total	996	100,0	100,0	

q04 O Sr.(a) pagou na compra de alguma mercadoria ou serviço valor acima do preço congelado ou acima da tabela?

		Frequência	Porcentagem	Porcentagem válida	Porcentagem acumulativa
Válido	1 Sim, mercadoria	431	43,3	43,3	43,3
	2 Sim, serviço	24	2,4	2,4	45,7
	3 Sim, ambos	132	13,3	13,3	58,9
	4 Sim, não lembra	18	1,8	1,8	60,7
	5 Não	355	35,6	35,6	96,4
	6 Não sabe	36	3,6	3,6	100,0
	Total	996	100,0	100,0	