

NOTA METODOLÓGICA - CONSTRUÇÃO DOS ÍNDICES MARKTEST

Os índices MARKTEST foram construídos depois de uma rigorosa análise estatística da informação de base, tendo-se utilizado técnicas de análise multivariada, como Componentes Principais, regressão e Stepwise. A fórmula de cálculo é a seguinte:

$$Ic = \frac{\sum_{j=1}^n Pcj}{n}$$

em que Pcj representa o peso do concelho c em relação à variável j (expresso em permilagem).

SALES INDEX

O sales index resulta da combinação de dois índices: o índice de rendimento e o índice de população, segundo a seguinte fórmula:

$$\text{Sales Index} = .8 * I.\text{Rendimento} + .2 * I.\text{População}$$

Assume um valor de 1000 para o total dos concelhos do Continente e é expresso em permilagem. Permite conhecer como os vários concelhos do Continente se posicionam face a esse total de 1000 (que contribuição relativa cada um deles tem).

ÍNDICE DE RENDIMENTO

Na construção do índice de rendimento foram consideradas as seguintes variáveis:

- . Índice de Carga Fiscal: (variáveis: IRS, Imposto de SISA, Contribuição Autárquica e Imposto sobre Veículos)
- . Consumo de Energia em Baixa Tensão
- . Vendas de Veículos Ligeiros de Passageiros e Mistos
- . Número de Dependências Bancárias
- . Número de Estabelecimentos Comerciais Retalhistas

Assume um valor de 1000 para o total dos concelhos do Continente e é expresso em permilagem.

ÍNDICE DE POPULAÇÃO

O índice de população é construído com base na população residente estimada para 31/12 de cada ano.

Assume um valor de 1000 para o total dos concelhos do Continente e é expresso em permilagem.

ÍNDICE DE CONSUMO

O índice de consumo resulta de um rácio (divisão) entre o Sales Index e o Índice de População.

Assume um valor de 100 para o Continente. Valores acima deste limite indicam potencial para o consumo superior à média nacional, e vice-versa.