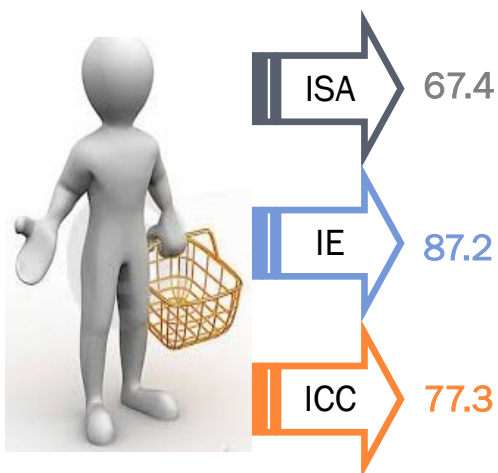


ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR DE LUANDA VOLTA A CAIR EM ABRIL

Índice de Confiança do Consumidor—ABRIL/2015

77.3



O Índice de confiança do consumidor (ICC) de Luanda caiu na passagem do mês de março para abril, 7.7 pontos, chegando a atingir 77.4, a menor marca desde o início da sondagem.

O recuo do ICC representa o actual cenário económico que o país vem passando, com a retirada da subvenção dos combustíveis e o seu preço chegando ao limite estabelecido, o aumento contínuo dos preços dos produtos nos mercados e o desabastecimento de alguns produtos nas gôndolas em Luanda.

O componente de confiança é resultado do Índice de situação actual (ISA) e do Índice de Expectativas (IE). O ISA do mês de abril registou 67.4 pontos, variação de -2.1 pontos no mês. A queda é explicada pela redução na avaliação de duas das três variáveis que compõem o indicador: ambiente económico actual (-8.5 pontos), e avaliação da situação Financeira das famílias (-6.6 pontos). Embora o índice de satisfação actual tenha reduzido

na passagem do mês, há um aumento na variável demanda actual, que verifica se o consumidor pretende adquirir algum produto (8.7 pontos), porém, ainda considerado uma situação negativa.

No que se refere às expectativas dos consumidores de Luanda para os próximos seis meses, o Índice de expectativa (IE) obteve uma acentuada queda em relação ao mês anterior, fixando-se em 87.2, decréscimo de 13.3 pontos na pesquisa, menor índice registado até o momento. A variável que mais pesou para essa redução, foi a situação financeira futura, com uma queda de 25.6 p.p., seguido de ambiente económico futuro, com um decréscimo de 19.9 pontos.

Essa redução do índice para abaixo dos 100,0 pontos, demonstra que os consumidores não depositam boas esperanças no futuro próximo, como os relatados nas sondagens anteriores.

Emprego e Inflação sob avaliação

Para os consumidores inquiridos em Luanda, conseguir um emprego continua sendo uma tarefa árdua no cenário actual do país. Para 87,3% dos entrevistados, conseguir uma ocupação foi classificado como uma situação difícil ou muito difícil. Um aumento de 2,4% em relação ao mês anterior. Já em relação a expectativa futura de empregabilidade, há uma esperança de melhoria, no entanto, o quadro ainda permanece negativo. No

cenário futuro, para 79% dos inquiridos a expectativa de emprego continuará negativa.

Ainda referente a pesquisa realizada no mês de abril, 82,5% dos entrevistados afirmam que os preços dos produtos em Luanda estão muito mais elevados em relação aos praticados no mês anterior, reflexo ainda dos elevados preços do barril de petróleo e das escassez de oferta de alguns produtos.

A expectativa de preços para os próximos seis meses é um pouco melhor do que para o ambiente actual, no entanto, ainda não é um bom cenário, uma vez que 68,8% dos inquiridos acreditam que os preços estarão mais altos.

Os grupos de produtos mais citados como desejo de consumo são: electrodomésticos (44,6%), computadores e tablets (22,3%) e móveis (20,1%).

ENTENDA O ÍNDICE

A sondagem do consumidor de Luanda é uma pesquisa de caráter qualitativo ordinal, o que quer dizer que busca transformar em indicador numérico a avaliação dos consumidores a respeito das variáveis investigadas de acordo com as frequências relativas para cada opção de resposta. As respostas são classificadas de maneira ordinal de acordo com o grau de avaliação mais negativo seguindo ao mais positivo, ou seja: as respostas possíveis sempre são e serão: Muito ruim, Ruim, Normal, Bom, Muito Bom.

O mérito da pesquisa qualitativa é a possibilidade de captar, e antever, movimentos no ambiente económico no curto e médio prazo através da mensuração, em forma de Indicador de dispersão que varia de 0 a 200 pontos, onde valores inferiores a 100 reflectem avaliação negativa e valores acima de 100 mostram-se como avaliações positivas para cada indicador investigado.

Os resultados gerados são de grande valia para o aprimoramento das políticas económicas implementadas, uma vez que capta informações que pesquisas tradicionais, de cunho quantitativo, não conseguem capturar.

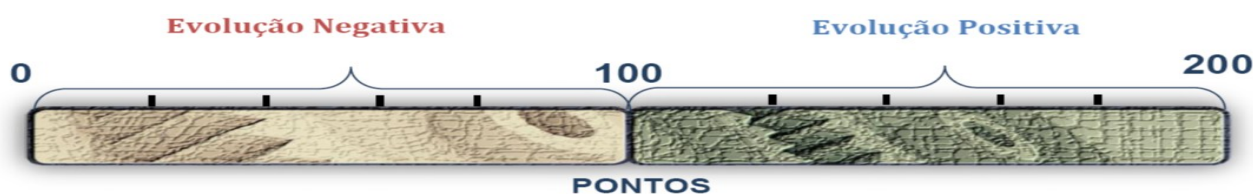
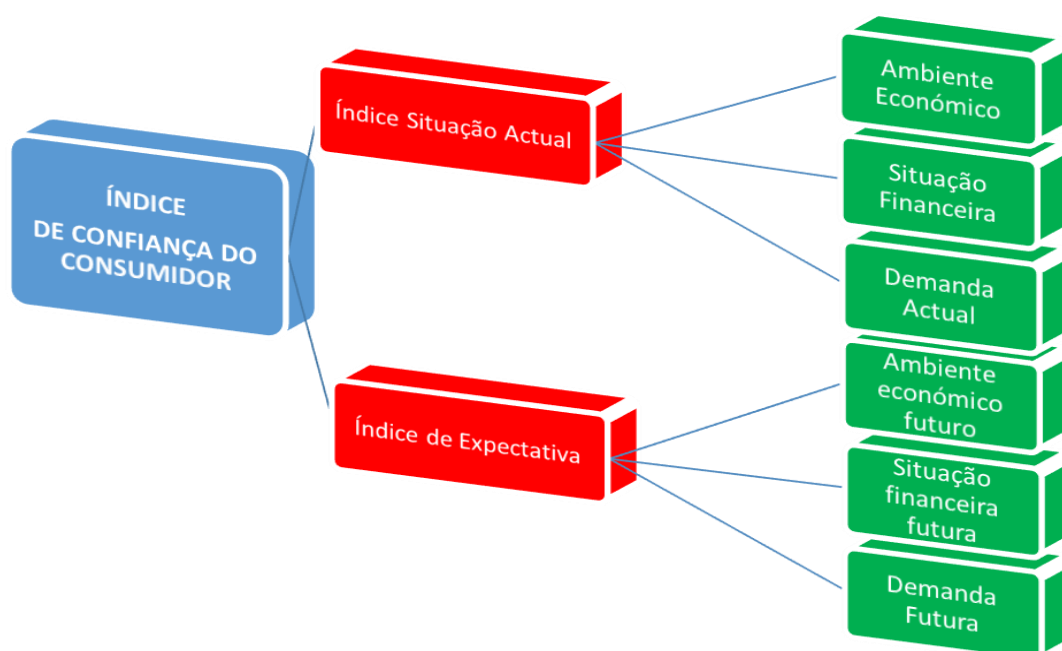


Figura 1: Concepção da formação do indicador

Onde, $Indicador = 100 + (RF_i - RD_i)$

RF_i → proporção de respostas favoráveis na questão "i"

RD_i → proporção de respostas desfavoráveis na questão "i"



Período de Coleta

Foram entrevistadas 413 pessoas entre os dias 21/04 a 28/04 de 2015



Mais informações

Para mais detalhes metodológicos, questionários e sítios de coleta, http://www.ceicin.com/pdf/Metodologia_Sondagem_do_Consumidor.pdf

SÉRIE HISTÓRICA

Período	SITUAÇÃO ACTUAL			EXPECTATIVAS			INDICADOR		
	Ambiente Económico	Situação Financeira	Demanda	Ambiente Económico	Situação Financeira	Demanda	ISA	IE	ICC
	EM PONTOS								
ago/14	76.6	86.2	108.5	98.0	153.0	109.8	90.4	120.3	105.4
set/14	75.9	84.9	86.9	84.7	144.5	112.5	82.6	113.9	98.2
out/14	77.4	87.4	82.2	93.4	154.9	94.4	82.3	114.2	98.3
nov/14	72,1	88,7	71,1	85,1	159	110,8	77,3	118,3	97,8
dez/14	60.3	92.4	83.6	74.9	141.2	95.5	78.8	103.9	91.3
jan/15	37.6	74.5	74.3	75.7	130.5	81.9	62.1	96.0	79.1
fev/15	55.4	89.8	81.6	87.6	139.9	83.9	75.6	103.8	89.7
mar/15	43.8	86	78.8	68.4	141.6	91.6	69.5	100.5	85.0
abr/15	35.3	79.4	87.5	48.5	116.0	97	67.4	87.2	77.3

Conheça nossas pesquisas

www.ceicin.com

**CENTRO DE ESTUDOS E
INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA**

Av, 21 de janeiro— Travessa de
Talatona, s/n, Campus Universitário do
Morro Bento II, 1º andar | Edifício da
Biblioteca

Tel: +244 916 84 91 26

Fax: +244 915 84 53 38

Correio eletrónico:

info@ceicin.com

**CENTRO DE ESTUDOS E
INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA**

Barómetro de Conjuntura Trimestral

Sondagem do Empresário

Sondagem do Consumidor

Linhas de Pesquisa:

Macroeconomia e Conjuntura Internacional

Finanças Públicas e Economia Monetária

Economia Regional

Mercado de Trabalho e Empregabilidade

A INSTITUIÇÃO

O Centro de Estudo e Investigação Científica - CEICin é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, independente e autónoma criada em 2012 para apoiar aos cursos de Ciências Sociais aplicadas do Instituto Superior Politécnico Metropolitano de Angola (IMETRO), com destacada atuação nas áreas de pesquisa, ensino e consultoria

MISSÃO

“Produzir, articular e disseminar conhecimento, seja na realização de pesquisas, trabalhos técnicos ou na capacitação de pessoas, para contribuir para o desenvolvimento angolano nos âmbitos económico e social.”



SONDAGEM CONSUMIDOR | Publicação mensal do Centro de Estudos e Investigação Científica | Unidade de Pesquisas | Equipe Técnica: César Andrade, Thiago Nascimento e Zeferino Venâncio | Estudantes pesquisadores: Edgar Pedro, Elisandra Chissola, Elsa Gonçalves e Valeriano Sorte | Secretária Executiva: Zola Karina | Campus Universitário Imetro, 1º andar, edifício da biblioteca | Contatos: (+244) 916 99 56 78 | (+244) 993 21 49 74