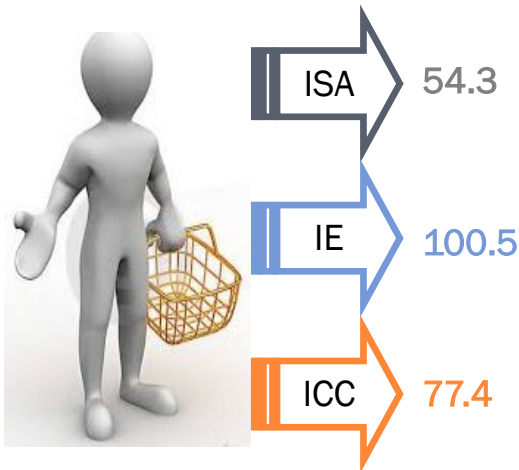


## ÍNDICE DE EXPECTATIVAS FUTURAS DO CONSUMIDOR DE LUANDA CRESCE EM JUNHO

### Índice de Confiança do Consumidor—JUNHO /2015

**77.4**



O índice de confiança do consumidor de Luanda (ICC) subiu para 77,4 pontos neste último mês de maio com aumento de 3,8 pontos, após um período de contínuas quedas desde fevereiro de 2015. Embora tenha havido um leve crescimento, o índice ainda apresentou um resultado desfavorável, muito abaixo dos 100 pontos. Isso pode ser explicado em decorrência da actual crise económica que o país está a passar: baixo preço do barril de petróleo, estreitamento da receita, aumento dos tributos, elevação dos preços dos produtos na economia, entre outros factores.

O componente Confiança do Consumidor é resultado do Índice de situação actual (ISA) e do Índice de Expectativas (IE). O ISA do mês de junho registou 54,3 pontos, variação de -7,8 pontos em relação ao mês anterior. A queda é explicada pela redução na avaliação das três variáveis que compõem o indicador: ambiente económico actual (-2,1 pontos), avaliação da situação Financeira das famílias (-5,3 pontos) e demanda actual, com uma elevada queda de 16 pontos, o que implica dizer que em virtu-

de do actual cenário económico, as pessoas não desejam adquirir algum bem durável no momento.

No que se refere às expectativas dos consumidores de Luanda para os próximos seis meses, o Índice de expectativa (IE) obteve uma acentuada elevação em relação ao mês anterior, fixando-se em 100,5, um aumento de 15,4 pontos na pesquisa, o que significa dizer que foi esse componente que elevou ICC em relação aos meses anteriores. As variáveis que elevaram o IE foram ambiente económico futuro, situação financeira futura das famílias e demanda futura com aumentos em relação ao mês de maio de 24,7 pontos, 8,2 pontos e 13,3 pontos respetivamente.

Em conclusão, pode-se afirmar que embora o ICC ainda esteja representando uma situação desfavorável, em decorrência do cenário actual, há uma expectativa positiva dos consumidores inquiridos na melhoria do ambiente económico futuro.

### Emprego e Inflação sob avaliação

Para os consumidores inquiridos nos sítios de Luanda, conseguir um emprego continua sendo uma tarefa nada fácil no cenário actual do país. Para 92,2% dos entrevistados, conseguir uma ocupação foi classificado como uma situação difícil ou muito difícil. Um aumento de 6,0% 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 68,8% dos inquiri-

dos a expectativa de emprego continuará negativa.

Ainda referente a pesquisa realizada para a sondagem do consumidor de junho, 85,4% dos entrevistados afirmam que os preços dos produtos em Luanda estão mais elevados em relação aos praticados no mês anterior, reflexo ainda dos baixos preços do barril de petróleo e da escassez de oferta de alguns produtos nos principais supermercados de Luanda.

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 58,5% dos inquiridos acreditam que os preços estarão mais altos.

Diante do panorama económico, apenas 23,2% dos inquiridos realizaram algum tipo de consumo de bens duráveis no mês de referência. Os grupos de produtos mais citados como desejo de consumo são: eletrodomésticos (33,3%), móveis (24,2%) e computadores e tablets (21,8%).

## 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.

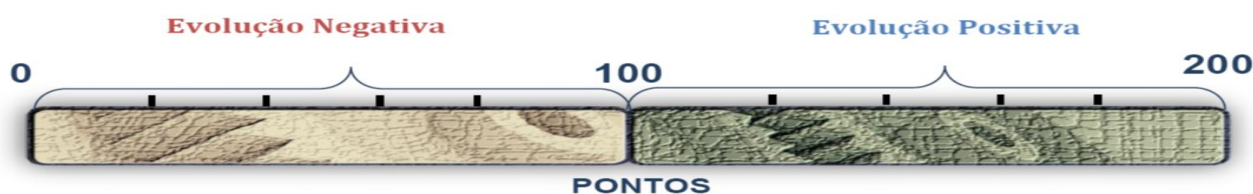
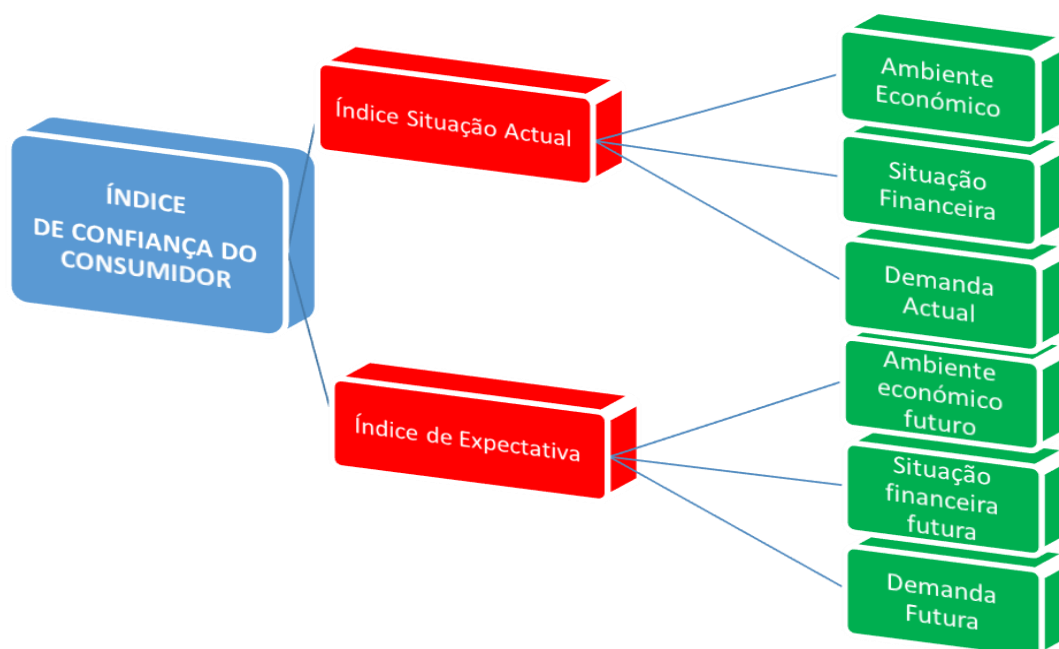


Figura 1: Concepção da formação do indicador

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

$RF_i \rightarrow$  proporção de respostas favoráveis na questão "i"

$RD_i \rightarrow$  proporção de respostas desfavoráveis na questão "i"



### Período de Coleta

Foram entrevistadas 386 pessoas entre os dias 06/07 a 10/07 de 2015



### Mais informações

Para mais detalhes metodológicos, questionários e sítios de coleta, [http://www.ceicin.com/pdf/Metodologia\\_Sondagem\\_do\\_Consumidor.pdf](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
mai/15	29.2	79.0	78.0	49.3	113.8	92.2	62.1	85.1	73.6
jun/14	27.1	73,7	62.0	74.0	122.0	105.5	54.3	100,5	77.4

**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: Adriano Domingos, Edgar Pedro, Elisandra Chissola e Mônica Leonardo | Secretária Executiva: Zola Karina | Campus Universitário Imetro, 1º andar, edifício da biblioteca | Contatos: (+244) 916 99 56 78 | (+244) 993 21 49 74