



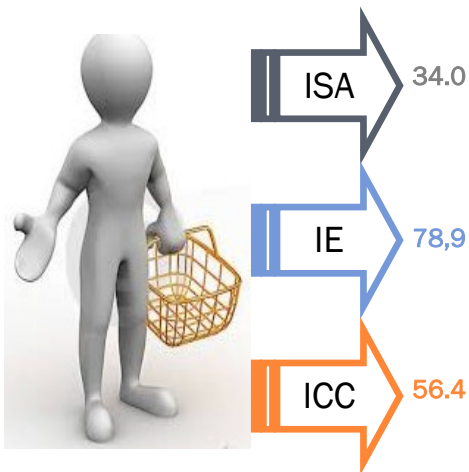
# SONDAGEM DO CONSUMIDOR

LUANDA

## EM LUANDA, ICC REGISTA TERCEIRO MÊS DE QUEDA CONSECUTIVA

### Índice de Confiança do Consumidor— Maio/2016

**56.4**



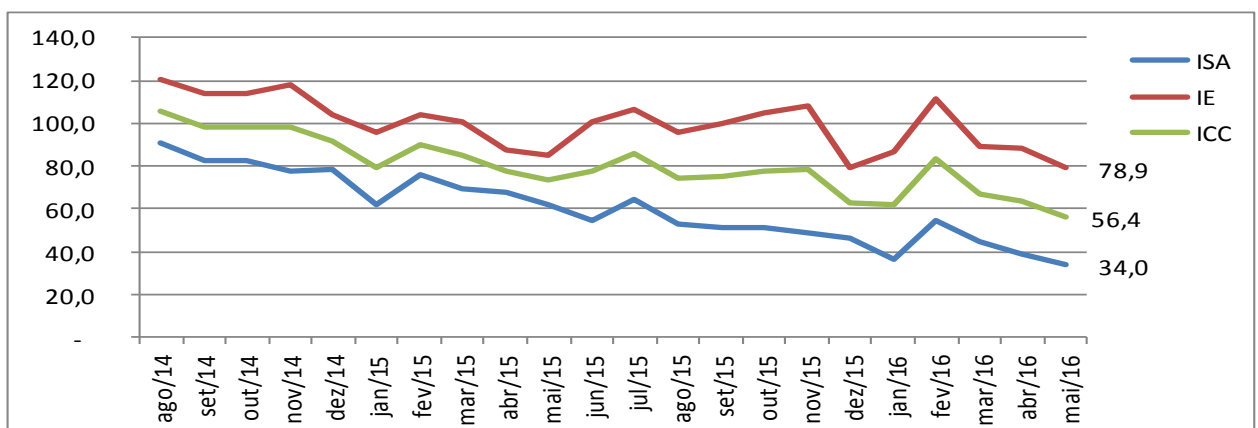
O Índice de Confiança do Consumidor de Luanda registou no mês de Maio a sua terceira queda consecutiva, confirmando assim a falta de confiança do consumidor luandense na actual situação económica do país. Os empresários nacionais continuam com dificuldades de importar bens de consumo básico, por falta de cambiais nos bancos comerciais. Apesar da polícia nacional ter criminalizado a venda de divisas no mercado paralelo, essa prática ainda é bem visível nas ruas de Luanda, estando a nota de USD 100 ser comercializada acima dos AKZ 50.000.

Segundo dados do INE, o IPC nacional variou de 3,31% entre Abril e Maio; Luanda consta como a terceira província com a maior variação, pontuando 3,69%. A classe de alimentação e bebidas não alcoólicas foi a que mais contribuiu para a inflação, variando 2,05 p.p durante o mês de Maio.

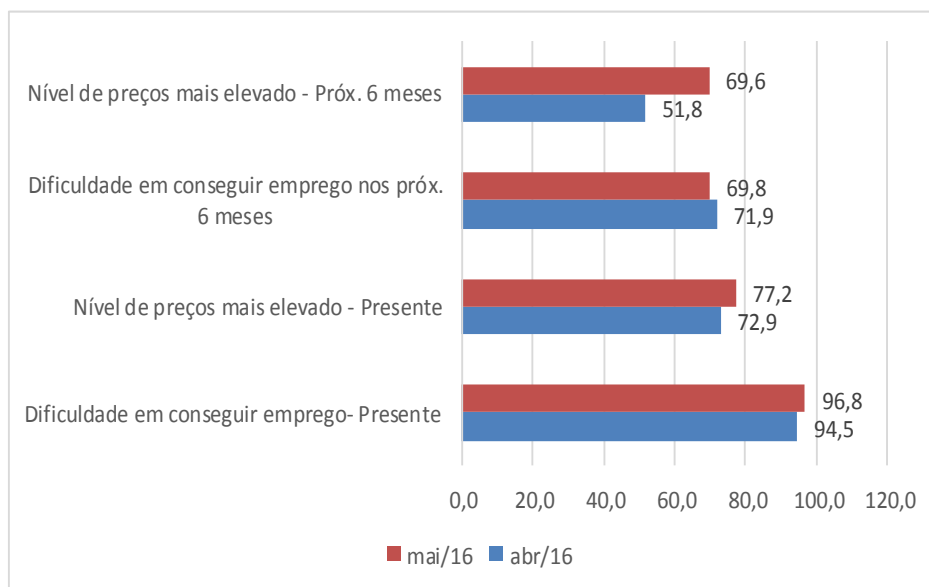
O ICC resulta da compilação de dois sub-índices: o índice de situação actual (ISA) e o índice de expectativa (IE). À semelhança do ICC, o ISA do mês de Maio caiu pela terceira vez consecutiva, pontuando 34,0. Este resultado reflecte a queda brutal de uma das variáveis que o compõem— demanda actual— que registou 26,7 pon-

tos, 14,6 p.p a menos que Abril; as outras variáveis— situação financeira e ambiente económico— ficaram praticamente estáveis em relação à Abril, mas sempre no negativo, pontuando 55,3 e 19,3 pontos, respectivamente. O poder de compra dos luandenses continua a degradar-se, o que explica o facto de ter sido a demanda actual a variável que mais perdeu pontos entre os dois meses de referência.

A queda do IE de 88,6 para 78,9, entre Abril e Maio, é consequência do descalabro das suas três componentes, em relação ao mês de Abril: o ambiente económico que pontuou 49,9 (-5,0p.p), a situação financeira que pontuou 115,8 (-6,0p.p), e a demanda futura 70,9 (-18,2p.p). O sinais previsionais enviados pela economia do país ao consumidor luandense não são animadores: tendência do desemprego crescente (conforme mostra o gráfico da página a seguir), inflação crescente, escassez de produtos de primeira necessidade, entre outros. Tal como para o ISA, a demanda futura foi a variável que mais impactou negativamente o IE, com uma perda de 18,2 p.p.



## INFLAÇÃO SOB INVESTIGAÇÃO



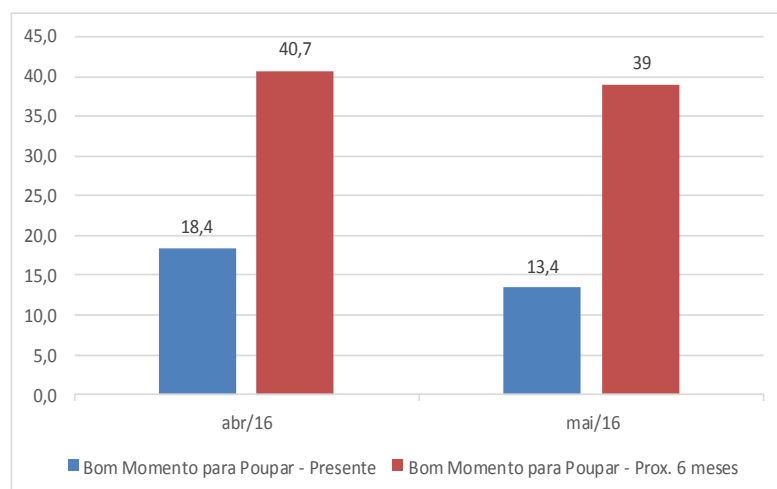
Para o mês de Maio, o nosso indicador mostrou que 96,8% dos entrevistados acredita que há muita dificuldade em encontrar um emprego fixo, superando de 2,3 p.p o mês de Abril. Os empresários continuam prisioneiros da moeda norte americana para importar inputs necessários à produção.

Para os próximos seis meses a perspectiva é mais animadora, porquanto a percentagem de entrevistados pouco esperançosos no melhoramento do merca-

do de trabalho passou de 71,9% em Abril para 69,6% em Maio.

De uma forma geral, os preços continuaram a subir, tanto no mercado formal quanto no informal. Foram 77,2% de entrevistados que consideram que os preços estiveram mais elevados em Maio, contra 72,9% no mês anterior. As expectativas em relação aos preços também não são animadoras, porque o número de consumidores menos otimistas aumentou de 17,8%. No mês de Maio, os luandenses testemunharam o surgimento da primeira loja da rede do hipermercado “Candando”, no shopping Avennida, que se espera venha aumentar a oferta de produtos, impactar sobre os preços e aliviar a escassez dos mesmos produtos, algo que se vem sentindo há já algum tempo nos principais supermercados da capital angolana. Quanto à demanda por bens duráveis, destacamos em primeiro lugar os computadores e os tablets (47,5%), os electrodomésticos (28,8%) e por último os electrónicos (27,1%).

## POUPANÇA SOB INVESTIGAÇÃO



A pesquisa de Sondagem do consumidor capta igualmente a percepção dos inquiridos em relação a capacidade de poupar diante das condições actuais e futuras da economia. Como fizemos referência no princípio, a inflação do mês de Abril em Luanda foi de 3,69%. Esta variação foi sentida pelos consumidores: a percentagem de pessoas que não consegue fazer poupança passou de 13,4 para 18,4%. A perda do poder de compra das famílias é preocupante, ao ponto de algumas necessidades básicas já estarem a parecer produtos de luxo.

Para os próximos seis meses, há um ligeiro aumento percentual no número de pessoas que estima que a sua capacidade de poupar poderá aumentar (1,7%). Apesar de existirem sinais claros de que a conjuntura económica actual não é boa, os luandenses querem-se otimistas, esperançosos de que as políticas macroeconómicas aplicadas pelo executivo surtam os efeitos esperados, no curto e médio prazo.

## ENTENDA O ÍNDICE

A sondagem do consumidor de Luanda é uma pesquisa de carácter 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, que vai do mais negativo ao mais positivo, ou seja: as respostas possíveis sempre são e serão: Muito mal, Mal, 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 captar.

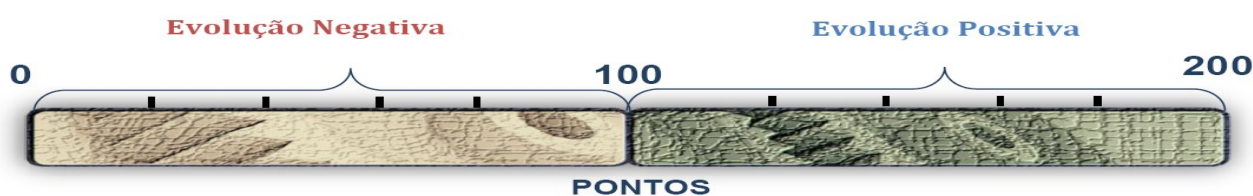
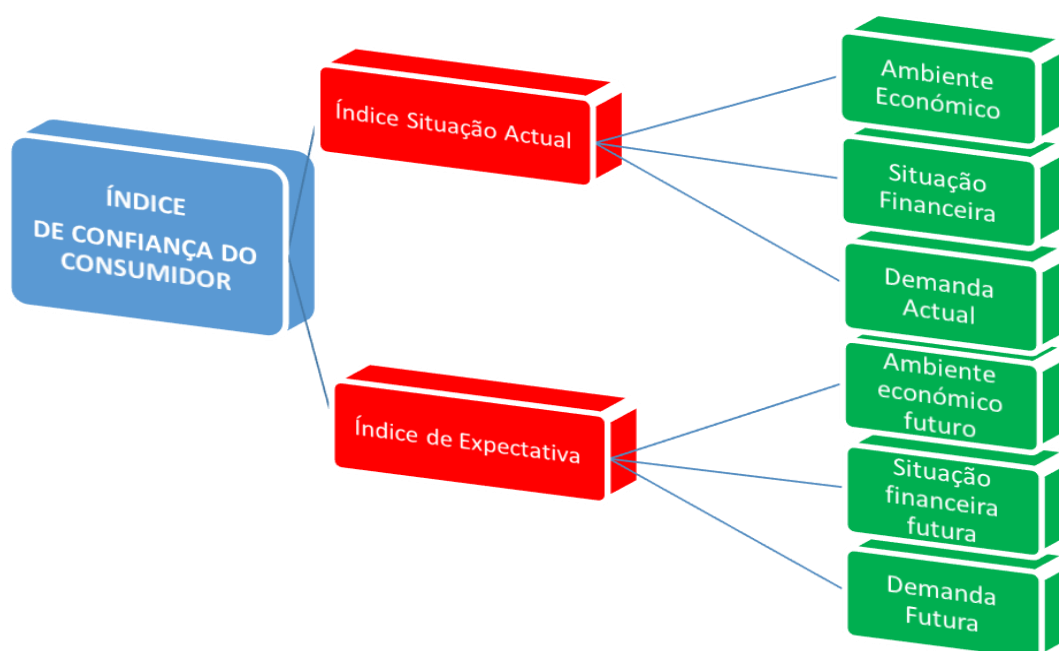


Figura 1: Concepção da formação do indicador

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 565 pessoas entre os dias 30/05 a 07/06 de 2016



### 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

DezPeríodo	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
Jul/15	34.9	79.2	79.5	79.9	128.9	110.7	64.5	106.5	85.5
Ago/15	32.2	72.4	54.0	63.7	120,0	102,9	52,9	95,5	74,2
Set/15	15.8	69.0	67.5	64.4	120.4	114.6	50.8	99.8	75.3
Out/15	25.6	72.6	55.3	79.5	125.7	108.9	51.2	104.7	77.9
Nov/2015	29.2	62.6	53.8	72.8	130.7	121.7	48.5	108.4	78.5
Dez/2015	28.3	57.3	53.7	47.2	88.7	100.6	46.4	78.8	62.6
Jan/2016	31.7	48.7	29.7	72.9	106.5	79.6	36.7	86.3	61.5
Fev/2016	48.6	69.5	46.4	103.3	138.5	91.8	54.8	111.2	83.0
Mar/2016	44.2	57.4	32.6	65.6	121.5	81.3	44.7	89.5	67.1
Abr/2016	19.5	55.9	41.3	54.9	121.8	89,1	38.9	88.6	63.8
Mai/2016	19.9	55.3	26.7	49.9	115.8	70.9	34.0	78.9	56.4

**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**

**Observatório do Petróleo**

**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 e Zeferino Venâncio | Estudantes pesquisadores: Adriano Domingos, Denise António e Elizandra Chissola | Secretária Executiva: Zola Karina | Campus Universitário IMETRO, 1º andar, edifício da biblioteca | Contatos: (+244) 916 99 56 78 | (+244) 993 21 49 74