

Confiança no Consumidor

1º Trimestre 2022

Próxima edição: julho 2022

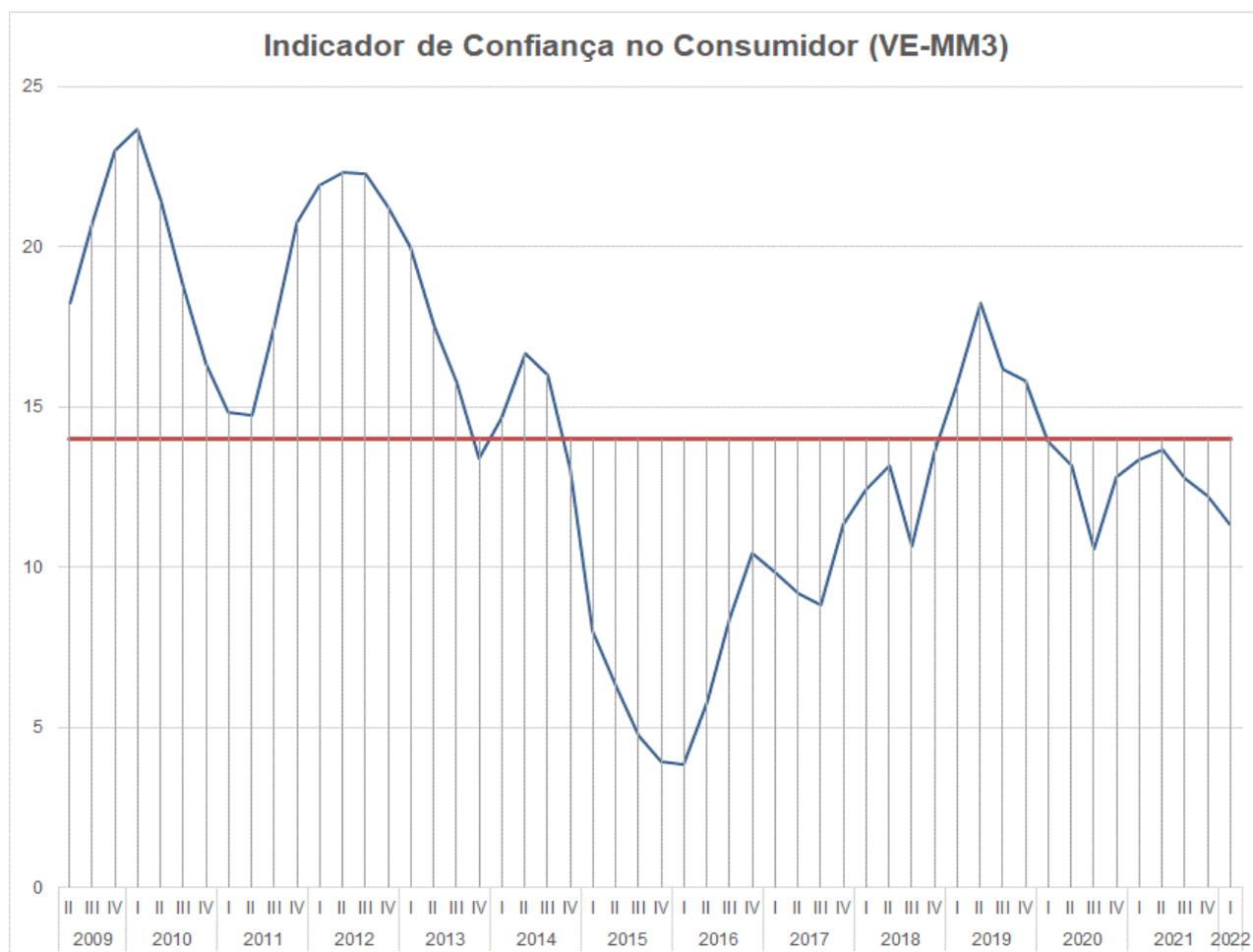
Contacto:

Evelise Carvalho

escarvalho@ine.gov.cv

Indicador de Confiança no Consumidor:

No primeiro trimestre do ano 2022, o indicador de confiança no consumidor manteve a tendência descendente dos últimos trimestres, realçando a diminuição da confiança das famílias cabo-verdianas. O referido indicador evoluiu desfavoravelmente face ao mesmo período do ano 2021.



Indicador de Confiança no Consumidor:

Os resultados do 1º trimestre de 2022, demonstram que o indicador de confiança no consumidor manteve a tendência descendente dos últimos trimestres, situando abaixo da média da série, realçando a diminuição da confiança das famílias Cabo-Verdianas. Nota-se ainda, que o referido indicador evoluiu negativamente face ao trimestre homólogo.

Situação Presente e Passado:

Para as famílias inquiridas, nos últimos 12 meses, tanto a sua situação económica do seu lar como a situação económica do país evoluíram negativamente face ao trimestre homólogo. Na opinião dos inquiridos, os preços aumentaram enquanto o desemprego diminuiu, relativamente ao mesmo período do ano 2021.

Poupança:

Relativamente ao item poupança, a maioria (**87,6%**) dos inquiridos no primeiro trimestre do ano de 2022 considerou que, ainda, a atual situação económica do país não permite poupar dinheiro. No trimestre homólogo, esse percentual foi de **86,2%**, o que representa um aumento (**1,4 pontos percentuais**) entre os dois períodos. De realçar que **7,8%** dos inquiridos afirmaram ser possível poupar algum dinheiro com a atual situação económica do país sendo que, no trimestre homólogo, era de **10,1%**, apresentando um decréscimo de **2,3 pp**.

Situação Futuro Perspetiva:

De acordo com os inquiridos, para os próximos 12 meses, tanto a situação financeira das famílias como a situação económica do país deverão evoluir negativamente face ao trimestre homólogo. Para as famílias inquiridas, tanto o desemprego como os preços deverão diminuir, face ao trimestre homólogo.

Intenção de Comprar Carro nos Próximos 12 meses:

Cerca de 89 em cada 100 entrevistados afirmaram ter a certeza absoluta que não tencionam comprar um carro nos próximos dois anos.

Intenção de Comprar ou Construir uma casa nos Próximos 2 anos:

No 1º trimestre de 2022, **13,7%** dos inquiridos afirmaram, que provavelmente sim, irão construir ou comprar uma casa (**contra 27,0% no período homólogo**) representando, uma **diminuição de 13,3 pp**.

NOTA TÉCNICA

CONCEITO

Um inquérito de conjuntura no consumidor é um instrumento efetivo de análise e interpretação da evolução da atividade económica no curto prazo. As perguntas são de carácter qualitativo e refletem as opiniões das famílias sobre a situação económica e financeira do país, bem como a sua própria situação económica e financeira, avaliando ainda a intenção de poupança das referidas famílias.

METODOLOGIA:

Pretende-se descrever de forma resumida a metodologia utilizada no inquérito de conjuntura no consumidor:

Âmbito do inquérito:

O inquérito é representativo ao nível do país, sendo que a recolha é feita nos seguintes domínios de estudo:

- a) Praia
- b) Santa Catarina
- c) São Vicente
- d) Sal

Periodicidade de recolha:

A recolha dos dados acontece na primeira quinzena do fim de cada trimestre (março, junho, setembro e dezembro) e a divulgação dos resultados um mês depois.

Indicador de Confiança no Consumidor - Metodologia de Composição:

Média aritmética simples dos saldos de respostas extremas (s.r.e.) das seguintes variáveis:

- Situação financeira do seu lar (agregado familiar) nos próximos 12 meses (questão 2);
- Situação económica geral do país nos próximos 12 meses (questão 4);
- Desemprego no país nos próximos 12 meses com sinal invertido (questão 8);
- Situação económica atual do seu lar (questão 10).

Saldo de respostas extremas

Diferença entre as respostas positivas e respostas negativas dividido pelo número total de respostas

$$S.R.E = [(X_1 \times 1 + X_2 \times 0,5) - (X_3 \times (-0,5) + X_4 \times (-1))]$$

Apresentação de Resultados

Os resultados são apresentados sob a forma das médias móveis de três termos (MM3).