



Confiança dos consumidores estabiliza-se ao redor do mundo

Global@dvisor apresenta estudo realizado pela Ipsos em 23 países, e revela que os consumidores já começam a ver sinais de esperança em relação à economia global

São Paulo, 2 de junho de 2009 - Depois de cair por 18 meses seguidos, a confiança do consumidor global começa a estabilizar-se. É o que revela a 5ª. onda do Global@dvisor, pesquisa semestral realizado pela Ipsos, multinacional francesa de pesquisa. O estudo *online* foi realizado entre os dias 14 de abril e 7 de maio, com 23 mil consumidores de 23 países (mil em cada país).

O número de consumidores que consideram que a situação econômica de seus respectivos países é muito boa ou razoavelmente boa tem se estabilizado, com uma pequena quebra de 2% entre novembro de 2008 e abril de 2009 (passando de 31% para 29%). Essa queda havia sido de 12% no semestre anterior, e de 11% entre outubro de 2007 e abril de 2008.

Alguns países, como os EUA, apresentaram crescimento na confiança dos consumidores. O número de americanos que consideram muito boa ou razoavelmente boa a situação econômica do país subiu entre novembro de 2008 e abril deste ano (passou de 11% para 13%) após três semestres de quedas sucessivas. Este desempenho pode ter sido impulsionado pela eleição de Barack Obama. China e Índia apresentaram os maiores crescimentos no período: 15% (de 46% para 61%) e 5% (de 65% para 70%), respectivamente.

Já na maior parte dos países da Europa e América Latina (incluindo o Brasil) foram registradas quedas na confiança, mesmo que, na maioria dos casos, sejam muito inferiores às apresentadas nas pesquisas anteriores. Na Europa, apenas a Itália dá sinais de crescimento (passou de 10% para 17% no período). O Brasil, único dos 23 países que havia apresentado aumento da confiança entre abril e novembro de 2008, agora teve queda de 5% (passando de 61% para 56%), o que demonstra que o consumidor brasileiro começou a sentir os impactos da depressão econômica mundial.

Outro dado trazido pelo estudo é de que 40% dos consumidores acreditam que os culpados pela turbulência econômica global são os bancos e profissionais financeiros. Outros 16% culpam a administração de George W. Bush e 11% acham que o governo dos Estados Unidos é o principal responsável pela crise.



O Global@advisor da Ipsos revela ainda que, em resposta à turbulência econômica, a maioria dos consumidores entrevistados (73%) cortaram suas despesas domésticas. Estes cortes, no entanto, mantiveram-se constantes nos últimos dois semestres, o que pode ser mais um indicador da estabilização da confiança do consumidor. Gastos “não-essenciais”, como entretenimento, férias e luxo, são os primeiros a serem cortados (o que disseram ter feito 74%, 71% e 70% dos entrevistados, respectivamente). Em seguida, aparecem os gastos com vestuário (61%), consumo de energia (53%) e gasolina/dirigir (42%).

Metodologia Global@advisor

O estudo é realizado pela Ipsos Public Affairs (área da empresa multinacional francesa de pesquisa Ipsos especializada em pesquisas de opinião pública social e de consumo) e mede o nível de confiança dos consumidores ao redor do mundo e é realizado semestralmente, por meio de questionário eletrônico. Essa última onda aconteceu entre os dias 14 de abril e 7 de maio, em 23 países: Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, Argentina, Coreia do Sul, China, Japão, Austrália, Índia, Rússia, República Tcheca, Polônia, Hungria, Turquia, Suécia, Itália, Holanda, Bélgica, Alemanha, França, Espanha e Grã-Bretanha. Foram ouvidas 23 mil pessoas (mil de cada país), balanceadas por idade, sexo, população da cidade e escolaridade. A margem de erro é de 3,1% para mais ou para menos.

Sobre a Ipsos

A Ipsos é referência mundial em pesquisa de mercado e interpretação de dados que geram conhecimento estratégico para clientes e sociedade. Criada em 1975 na França, e presente no Brasil desde 1997, a Ipsos consolidou-se como uma das maiores empresas de pesquisa do mundo, estruturando-se por meio de áreas especializadas, que contam com profissionais altamente qualificados em estudos de tendências e mercado. Eles atuam para entender e traduzir a percepção das pessoas, sociedade e dos mercados, com conteúdos que vão além da identificação dos dados, mas compreendem conhecimento e visões multidisciplinares, pensamento analítico e recomendações estratégicas.

Possui escritórios em 64 países e realiza pesquisas em mais de 100. Atualmente atende mais de 5.000 clientes no mundo e possui mais de 8.000 funcionários. No Brasil, com a aquisição da Alfacom, conta com quase 600 funcionários diretos, sendo a maior empresa de pesquisa ad hoc.



Sobre a Ipsos Public Affairs

Pesquisa de opinião pública social e de consumo

Como o cidadão vê o país? Como o consumidor vê o contexto econômico? Como esse cidadão-consumidor entende a sua empresa? Este setor da Ipsos trabalha com imagem corporativa e opinião pública nos níveis social e político. Fornece estudos detalhados a respeito da relação entre empresas e a sociedade e também cenários político-eleitorais.

Ipsos

Gerente de Comunicação

Gisele Lupiani

www.ipsos.com.br

Informações para a Imprensa:

Global Assessoria de Comunicação

Telefone: (11) 3864-1553 / 8550-2388

Jornalista Responsável: Adriana Freitas (Mtb 29906)

Contato com: Priscila Hygino: priscila@globalcomunica.com.br

Cinthia Rossi: cinthia@globalcomunica.com.br