Insper

Business and Economics Working Papers

BEWP 064/2009

Índice de confiança do empresário de Pequenos e Médios Negócios no Brasil (IC-PMN): desenvolvimento e consolidação

José Luiz Rossi Júnior
Sílvio Abrahão Laban Neto
Danny Pimentel Claro
Luciana Corrêa Bolzani
Jussara Yaksic

Este documento integra a produção acadêmica da comunidade Insper e está disponível na *Coleção Working Papers*, no **Repositório Institucional**: https://repositorio.insper.edu.br/home. Para mais informações contate repositório@insper.edu.br

Índice de Confiança do Empresário de Pequenos e Médios Negócios no Brasil (IC-PMN): Desenvolvimento e Consolidação

José Luiz Rossi Júnior, Sílvio Abrahão Laban Neto, Danny Pimentel Claro[1], Luciana Corrêa Bolzani, Jussara Yaksic Espinoza

Insper Instituto de Ensino e Pesquisa

Resumo

O trabalho apresenta e analisa os resultados do índice de confiança do empresário de pequenos e médios negócios no Brasil (IC-PMN) referentes às coletas realizadas no último trimestre de 2008, primeiro e segundo trimestres de 2009. Além disso, o trabalho estuda a correlação entre o IC-PMN e os principais índices de confiança brasileiros e internacionais e fornece uma primeira evidência acerca da utilidade do índice para prever algumas várias macroeconômicas. Os resultados indicam que o empresário brasileiro de pequenos e médios negócios encontrava-se otimista com relação à trajetória da economia antes da crise financeira mundial. A crise resultou em uma queda significativa da confiança do empresariado, mas os resultados referentes à última coleta com medições para as expectativas referentes ao 3° trimestre de 2009 indicam o arrefecimento da crise, demonstrado através de um aumento da confiança do empresário de pequenos e médios negócios. Por fim, o trabalho mostra que o IC-PMN apresenta um comportamento semelhante a de outros índices e confirma a possibilidade de ser usado como um indicador antecedente da trajetória de algumas variáveis macroeconômicas como o PIB, produção industrial e consumo.

Palavras-Chave: Confiança, empresas, economia, indicador.

Classificação JEL: E30; E32.

---

[1] Autor para Correspondência. Endereço: Insper Instituto de Ensino e Pesquisa, Centro de Pesquisas em Estratégia – Rua Quatá 300 – Vila Olímpia – São Paulo – SP 04546-042. Telefone: 11 4504-2383. Email: cpe@isp.edu.br

1. Introdução

O mundo vem passando por uma das mais severas crises econômicas desde o crash da bolsa de 1929. Iniciando nos EUA com a queda no preço de ativos imobiliários e com o aumento da inadimplência no pagamento de hipotecas, a crise tornou-se um fenômeno global após a quebra do banco Lehman Brothers em setembro de 2008. Houve então uma redução generalizada no crédito disponibilizado pelos bancos ao setor produtivo, levando a uma queda na produção e a uma forte piora nas expectativas.

O fato de índices como o Índice de Confiança do empresário de pequenos e médios negócios no Brasil (IC-PMN) serem construídos para medirem as expectativas dos agentes econômicos com relação ao futuro da economia os torna de vital importância. Formuladores de políticas econômicas desejam que as medidas tomadas com o intuito de reduzir o impacto de crises na economia tenham um efeito instantâneo nas expectativas dos agentes, reduzindo o grau de pessimismo na trajetória da economia, diminuindo assim a persistência do choque negativo e evitando o agravamento de crises.

Desta maneira para que um índice de confiança apresente alguma utilidade para o entendimento da economia é importante testar se o mesmo consegue captar de maneira rápida e precisa as mudanças nas expectativas dos agentes. Nesse contexto, a crise nos fornece um evento único com o intuito de analisar a capacidade dos índices de observar mudanças nas expectativas dos agentes.

Este trabalho analisa o comportamento do IC-PMN desde a primeira coleta no último trimestre de 2008 até a última realizada no 2° trimestre de 2009. Além disso, o trabalho estuda a correlação entre o IC-PMN e os principais índices de confiança nacionais e internacionais com o objetivo de avaliar possíveis discrepâncias entre o IC-PMN e os outros índices utilizados. Por fim, o trabalho fornece uma primeira evidência acerca da utilidade do índice para prever algumas várias macroeconômicas.

Os resultados indicam que o empresário brasileiro de pequenos e médios negócios encontrava-se otimista com relação à trajetória da economia antes da crise financeira mundial. A crise resultou em uma queda significativa da confiança do empresariado, mas os resultados referentes à última coleta com medições para as expectativas referentes ao 3° trimestre desse ano indicam o arrefecimento da crise

demonstrado através de um aumento da confiança do empresário de pequenos e médios negócios.

O trabalho mostra que existe uma heterogeneidade do impacto da crise. Embora as expectativas tenham piorado em todos os aspectos questionados na construção do índice, as expectativas com relação à economia em geral e a contratação de empregados apresentaram as maiores quedas e apresentam uma inércia maior no processo de melhora das expectativas.

Os resultados também mostram que todos os ramos de atividade – comércio, indústria e serviços – foram afetados igualmente pela crise e que houve uma forte inversão de expectativas na região nordeste que na primeira coleta encontrava-se no mais alto grau de otimismo e na última pesquisa tornou-se a região mais pessimista. O trabalho mostra também que o IC-PMN apresenta uma alta correlação com outros índices e, por fim, confirma a possibilidade de o IC-PMN ser usado como um antecedente de variáveis macroeconômicas como o PIB, produção industrial e consumo.

O trabalho está estruturado da seguinte maneira. Na seção 2 serão apresentados os resultados do IC-PMN no período do estudo. A seção 3 compara a evolução do IC-PMN com os principais índices de confiança nacionais e internacionais. A seção 4 apresenta uma visão do possível relacionamento entre o índice e agregados macroeconômicos. A seção 5 conclui e apresenta os desafios de pesquisa para as próximas coletas.

2 – Resultados do IC-PMN

A primeira coleta para a construção do IC-PMN foi realizada entre os dias 08 de setembro e 10 de outubro, onde foram analisadas 1023 respostas. Já a segunda e a terceira coletas foram realizadas, respectivamente, no período de 27 de Janeiro a 10 de Fevereiro de 2009 e de 28 de Abril a 07 de Maio de 2009. Nas duas últimas coletadas foram entrevistados 1200 empresários.[2] A tabela 1 apresenta os resultados das diferentes coletas.

Os resultados encontrados na tabela 1 indicam um padrão comum nos resultados do índice. Inicialmente, os empresários estavam otimistas com relação à economia. Em uma escala de 0 a 100, onde 100 representa o extremo do otimismo e 50 a neutralidade, o índice apresentou o valor 69,54, indicando uma inclinação na direção do otimismo. Já a segunda coleta mostra o impacto da crise sobre os empresários. O índice geral caiu

[2] Para maiores detalhes acerca da metodologia da pesquisa veja Claro et. al. (2008)

para 57,2 e não se pode rejeitar a hipótese que os indivíduos ficaram neutros com relação às perspectivas da economia.

Tabela 1 – Resultados do IC-PMN por Coleta Realizada

A tabela 1 mostra os resultados do índice geral de confiança dos pequenos e médio negócios no Brasil para as diferentes coletas realizadas.

	Primeira Coleta	Segunda Coleta	Terceira Coleta
Índice Geral			
IC-PMN	**69,5**	**57,2**	**64,3**
Média por Questão			
Economia	65,5	52,8	61,6
Ramo	71,7	60,9	67,8
Faturamento	74,1	62,5	69,5
Lucro	71,6	59,2	66,2
Número de Empregados	68,4	52,6	58,1
Investimento	65,9	56,3	62,4
Média por Ramo de Atividade			
Comércio	68,5	57,0	65,1
Indústria	70,8	58,8	64,2
Serviços	70,8	56,9	62,8
Média por Região			
Norte	70,4	64,0	72,6
Centro-Oeste	70,7	60,4	67,3
Nordeste	74,7	58,8	62,5
Sudeste	68,4	56,3	64,2
Sul	69,5	55,8	63,2

Os resultados da última coleta indicam que as medidas tomadas pelos Bancos Centrais e governos vêm dando resultados. Os resultados do IC-PMN mostram que os agentes começaram a recuperar sua confiança na economia embora ainda estejam menos otimistas do que antes da crise financeira mundial. O IC-PMN referente ao terceiro trimestre de 2009 atingiu 64,3 pontos, superior ao resultado anterior em 7,1 pontos (12,4%), porém ainda inferior ao resultado da primeira coleta.

Os resultados apresentados na tabela 1 indicam que este movimento de queda entre a primeira e a segunda e de melhoria entre a segunda e terceira coletas pode ser visto como um padrão em relação a todas as questões. Quando consideramos a distribuição do índice por questão, a tabela 1 mostra alguns interessantes padrões de comportamento do empresariado. Os resultados indicam que os empresários não só apresentam sistematicamente um grau mais baixo de otimismo com relação ao desempenho da economia como um todo, mas também esta questão apresentou resultados extremante voláteis. Comparando a primeira e a segunda coletas a questão

apresentou a segunda maior queda em pontos (-12,7), mas já entre a segunda e terceira coletas esta apresentou a maior alta em pontos (8,8). Este resultado é uma demonstração de que os empresários são extremante susceptíveis a informações sobre a economia, principalmente notícias provenientes da mídia gerando assim um alto grau de volatilidade sobre as expectativas acerca da trajetória da economia.

Os resultados encontrados na tabela 1 quando analisados por questão também indicam que os empresários são sistematicamente mais otimistas com relação ao seu próprio desempenho. Perguntas com respeito às expectativas dos empresários sobre o seu ramo de atividade, faturamento e lucro apresentaram nas três coletas o maior grau de otimismo, mas com o mesmo padrão temporal das outras questões.

Outro resultado apresentado na tabela 1 é que empresários tendem a reagir rapidamente com relação às perspectivas negativas de contratação e lentamente para reverter estas expectativas. A questão sobre o número de empregados na empresa apresentou a maior queda em pontos no período entre a primeira e a segunda coleta (-15,8) e o menor crescimento entre a segunda e terceira coletas (+5,5). Este resultado confirma o fato que os empresários apresentam alguma inércia na contratação de empregados no início de processos de recuperação da economia já que, dados os custos trabalhistas, para tomar a decisão sobre novas contratações, o empresário necessita de sinais mais fortes com respeito à recuperação da economia.

Considerando os diferentes ramos de atividade, os resultados presentes na tabela 1 mostram que todos os setores apresentam um grau semelhante de otimismo já que um teste de comparação aplicado aos índices não rejeita a hipótese de que os diferentes ramos apresentaram igual grau de otimismo. Os resultados indicam que o setor de serviços sentiu mais fortemente a crise apresentando a maior queda em pontos (-13,9 e o comércio apresentou a maior recuperação (+8,10), provavelmente resultado das medidas governamentais de isenção de impostos, especialmente o IPI, que levou a um aumento das vendas. Desta maneira os dados da última coleta indicam que o comércio (65,1) parece estar ligeiramente mais otimista que indústria (64,2) e serviços (62,8).

Os resultados encontrados na tabela 1 mostram que houve diversas alterações no grau de otimismo dos empresários quando a análise é realizada por região. Inicialmente, a região sudeste apresentava o mais baixo grau de confiança (68,4). Já na segunda coleta este papel passou para a região Sul e, por fim, na terceira coleta a região Nordeste apresentou o mais baixo grau de confiança.

Interessante observar o impacto da crise sobre a região Nordeste que antes da crise (primeira coleta) apresentava o mais alto grau de confiança (74,7). Os empresários nordestinos tiveram a maior queda do otimismo (-15,9) e o mais baixo aumento da confiança entre a segunda e a terceira coletas (+3,7), tornando-se os mais pessimistas na amostra.

3 – O IC-PMN e outros índices de Confiança

O trabalho comparou os resultados do IC-PMN com os principais índices nacionais, a saber:

- Índice de Confiança do Consumidor (ICC) da Fundação Getúlio Vargas. O índice é composto de dois outros índices. O índice de situação atual (ISA) e o índice de expectativas (IE). As expectativas referem-se à situação financeira da família nos próximos seis meses é e composto por cinco quesitos presentes na sondagem de expectativas do consumidor que é realizada mensalmente com uma amostra de mais de 2000 famílias em sete capitais brasileiras.

- Índice de Confiança da Indústria (ICI) da Fundação Getúlio Vargas. Parte da sondagem da indústria de transformação também apresenta a divisão entre o índice de situação atual (ISA) e o índice de expectativas (IE) que correspondem a expectativas para os próximos três meses. Apresenta peridiocidade mensal.

- Índice de Confiança do Consumidor (ICC) é apurado mensalmente pela Fecomercio – Federação do Comércio de São Paulo. Os dados são coletados junto a cerca de 2.100 consumidores no município de São Paulo. Sua composição, além do índice geral, apresenta-se em: Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) e Índice das Expectativas do Consumidor (IEC).

- Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI) – realizado pela CNI e as federações da indústria de 19 estados abrange questões sobre as condições e expectativas para a indústria e economia como um todo em uma perspectiva para os próximos seis meses. Apresenta peridiocidade trimestral.

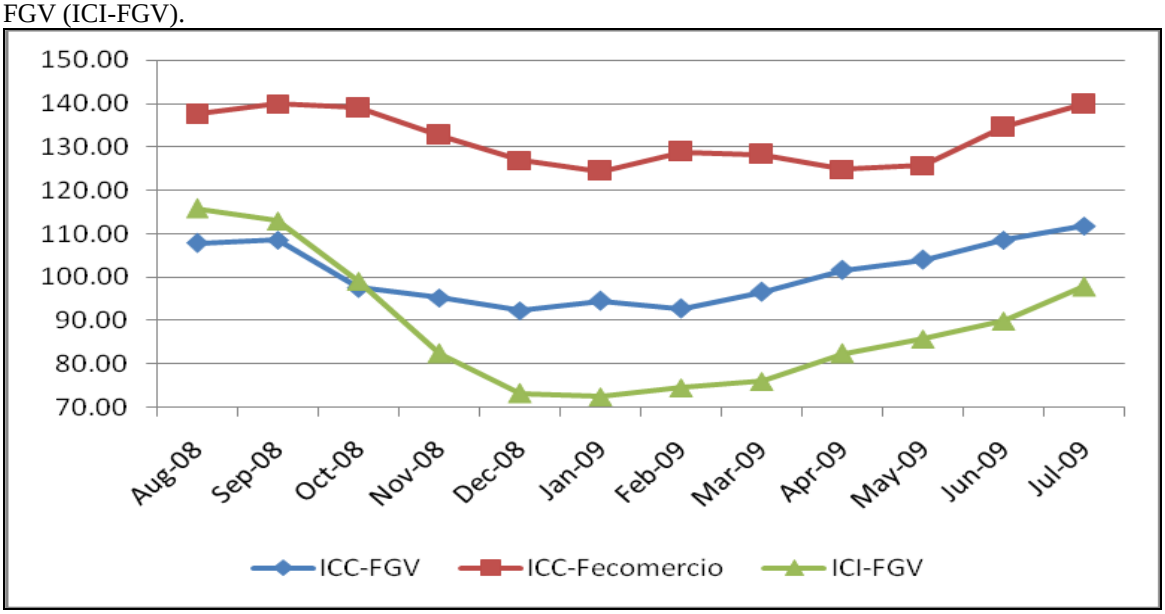
A primeira dificuldade com relação à comparação dos índices refere-se aos diferentes objetivos de cada índice. Alguns dos índices apresentados adotam questões sobre as expectativas e a situação presente da empresa. Neste caso com o intuito de compatibilizar com o IC-PMN optou-se por comparar os índices que analisam as expectativas dos agentes, pois estes estão mais de acordo com a proposta do IC-PMN.

Outra dificuldade refere-se à peridiocidade dos índices. O IC-PMN apresenta peridiocidade trimestral enquanto os ICCs e o ICI apresentam peridiocidade mensal. Optou-se inicialmente por utilizar os dados mensais a partir de Agosto de 2008, pois desta maneira embora com peridiocidade diferente os índices analisam um período de tempo semelhante.

O gráfico 1 apresenta os resultados dos principais índices de confiança nacionais com peridiocidade mensal. A observação visual dos gráficos mostra que os diferentes índices apresentam algumas similaridades. Todos partem de patamares altos em valores para os referidos índices que representariam uma situação de otimismo dos empresários. Este período de otimismo foi seguido por uma queda dos índices, seguido de um novo período de aumento da confiança.

Gráfico 1 – Evolução dos Principais Índices de Confiança Brasileiros

O gráfico 1 apresenta a evolução do índice de confiança do consumidor da FGV (ICC-FGV), do índice de confiança do consumidor da Fecomercio (ICC-Fecomercio) e do índice de confiança da indústria da FGV (ICI-FGV).



O gráfico 1 também apresenta algumas disparidades entre os diversos índices. Tanto o ICC-FGV quanto o ICC-Fecomercio indicam o mês de Setembro como

apresentando o auge do otimismo em 2008, enquanto isso ICI-FGV já apresentou uma queda entre Agosto e Setembro de 2008. Isto pode ser devido a diferenças na composição dos índices, uma vez que a indústria pode sentir primeiro os efeitos da crise devido a uma necessidade maior de crédito para suas operações que já havia se deteriorado antes de Setembro de 2008.

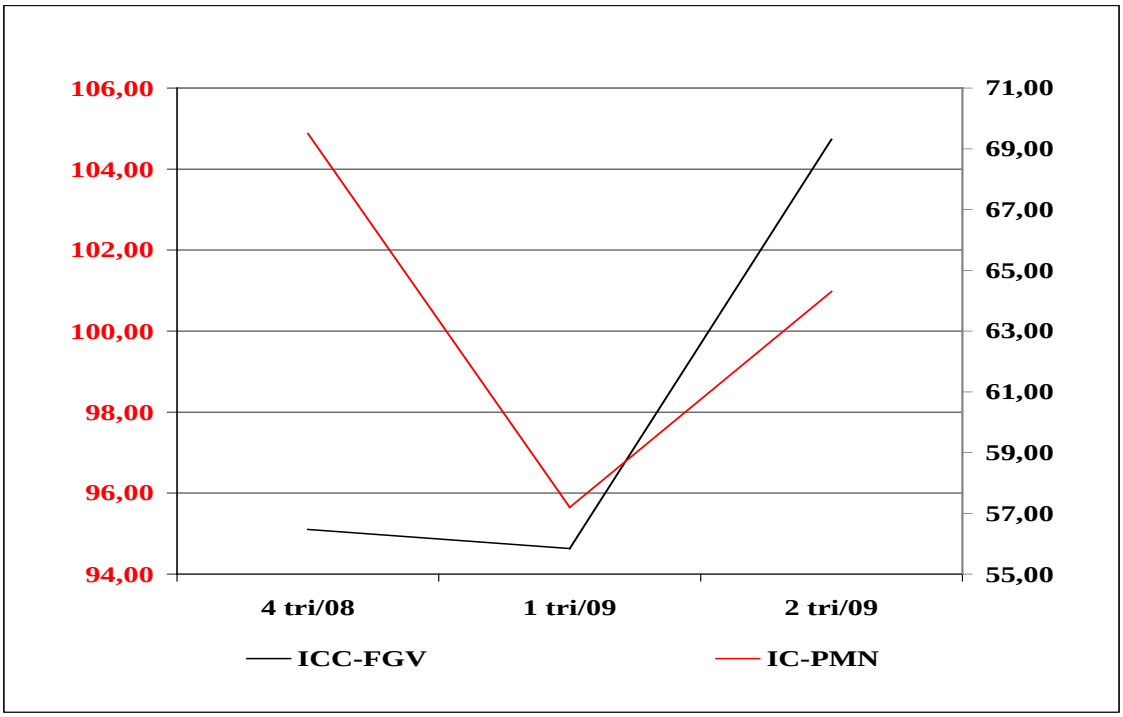
Esta diferença também está presente na queda da confiança. Em termos percentuais, a queda do ICI-FGV foi maior do que a dos índices do consumidor, provavelmente pelo forte impacto no crédito destinado às indústrias.

Tanto o ICI quanto o ICC-FGV mostram uma melhora consistente da confiança na economia a partir de fevereiro de 2009. Já o ICC-Fecomercio apresenta um comportamento mais oscilante do que os outros índices.

Outra diferença entre os índices é que tanto o ICC-FGV quanto o ICC-Fecomercio já se apresentam em Julho de 2009 em um patamar mais elevado do que o patamar em Agosto de 2008 implicando que os consumidores já se encontram tão confiantes quando do início da crise. Isto não é verificado com relação ao ICI-FGV que, embora tenha subido nos últimos meses, ainda se encontra em um patamar mais baixo do que antes da crise.

Gráfico 2 – Evolução dos Principais Índices de Confiança Brasileiros

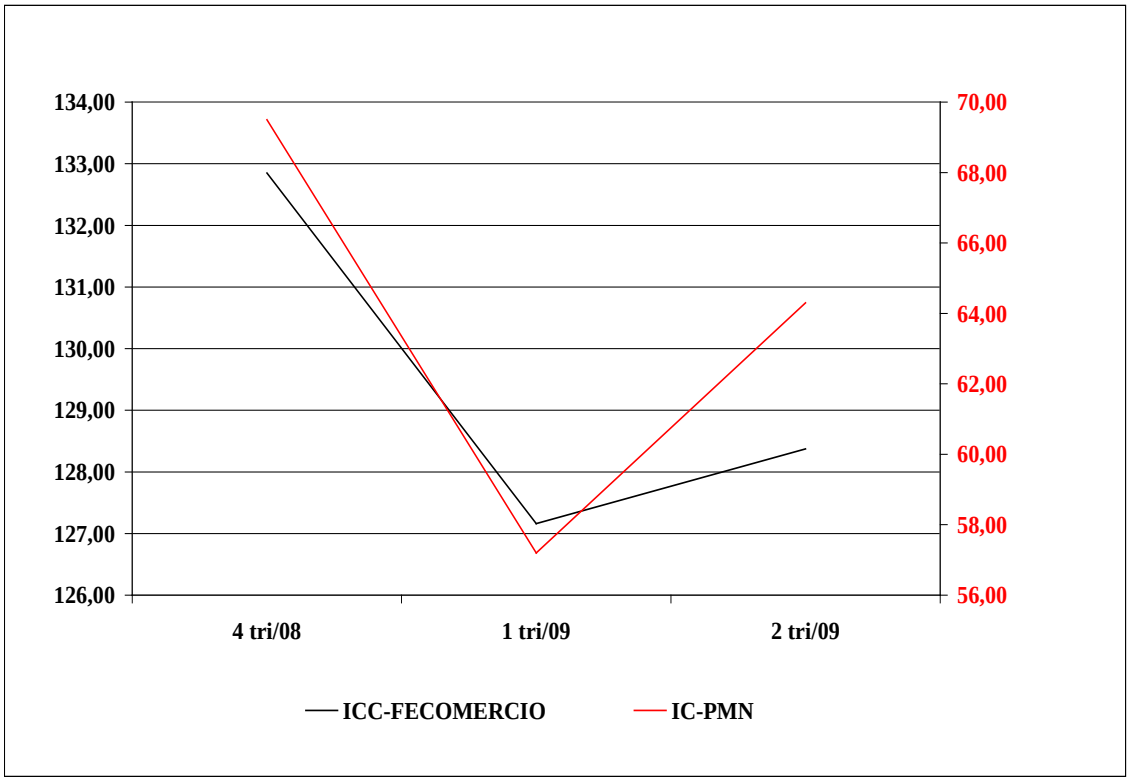
O gráfico 2 apresenta a evolução do índice de confiança do consumidor da FGV (ICC-FGV) e do índice de confiança do pequeno e médio empresário (IC-PMN).



Os gráficos 2 a 5 comparam o índice do confiança do pequeno e médio empresário (IC-PMN) com os diversos índices nacionais. Para que possibilitar a realização de uma comparação entre os índices foram considerados os resultados para períodos semelhantes de coleta com base na coleta do IC-PMN. Os resultados apresentados nos gráficos indicam que o IC-PMN apresenta um comportamento bem semelhantes aos outros índices de confiança nacionais com exceção do ICC-FGV. O gráfico 2 mostra que o ICC-FGV apresentou uma queda mais suave nas expectativas dos consumidores e uma forte retomada no segundo trimestre do ano.

Gráfico 3 – Evolução dos Principais Índices de Confiança Brasileiros

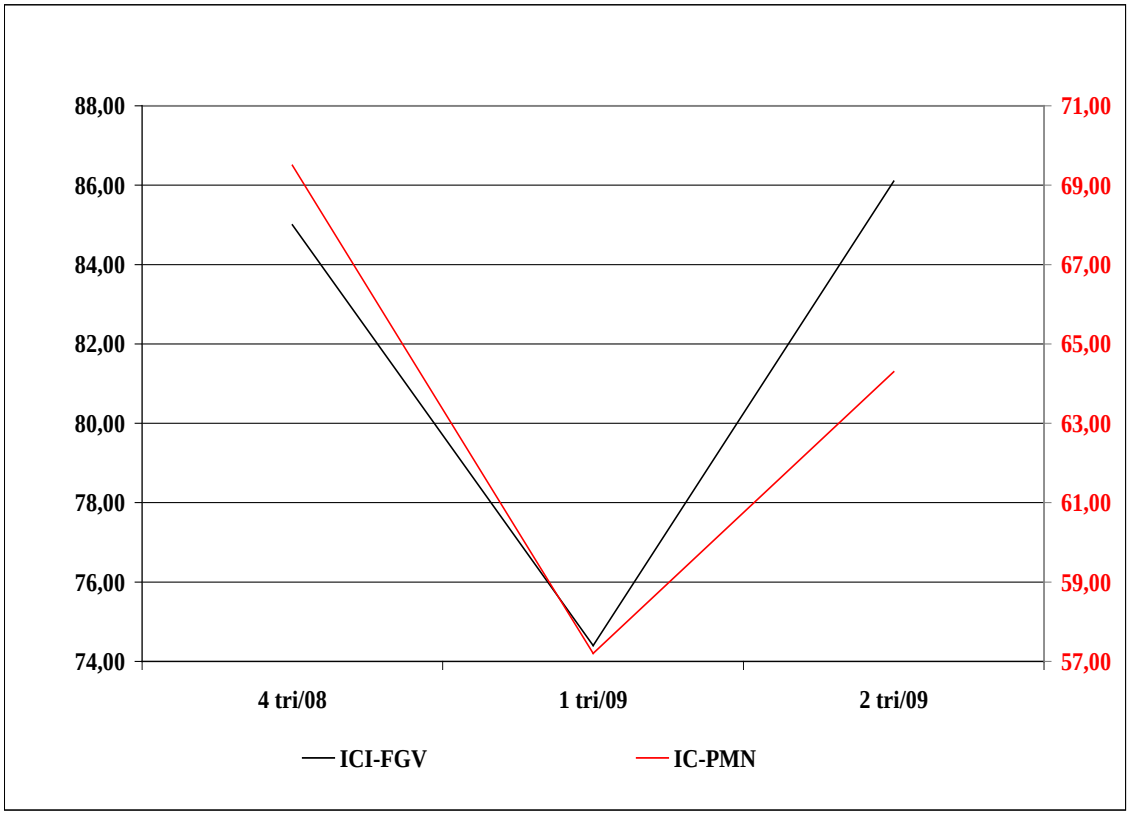
O gráfico 3 apresenta a evolução do índice de confiança do consumidor da Fecomercio (ICC-Fecomercio) e do índice de confiança do pequeno e médio empresário (IC-PMN).



Os gráficos 3, 4 e 5 confirmam que os pequenos e médios empresários apresentam um comportamento com relação às suas expectativas semelhante a outros segmentos da sociedade brasileira. Pode-se observar o padrão comum nos resultados. Expectativas otimistas para o último trimestre do ano que foram reduzidas drasticamente pela crise financeira e uma retomada das expectativas já no segundo trimestre de 2009. Os índices diferem no grau de impacto da crise e na velocidade de retomada no segundo trimestre.

Gráfico 4 – Evolução dos Principais Índices de Confiança Brasileiros

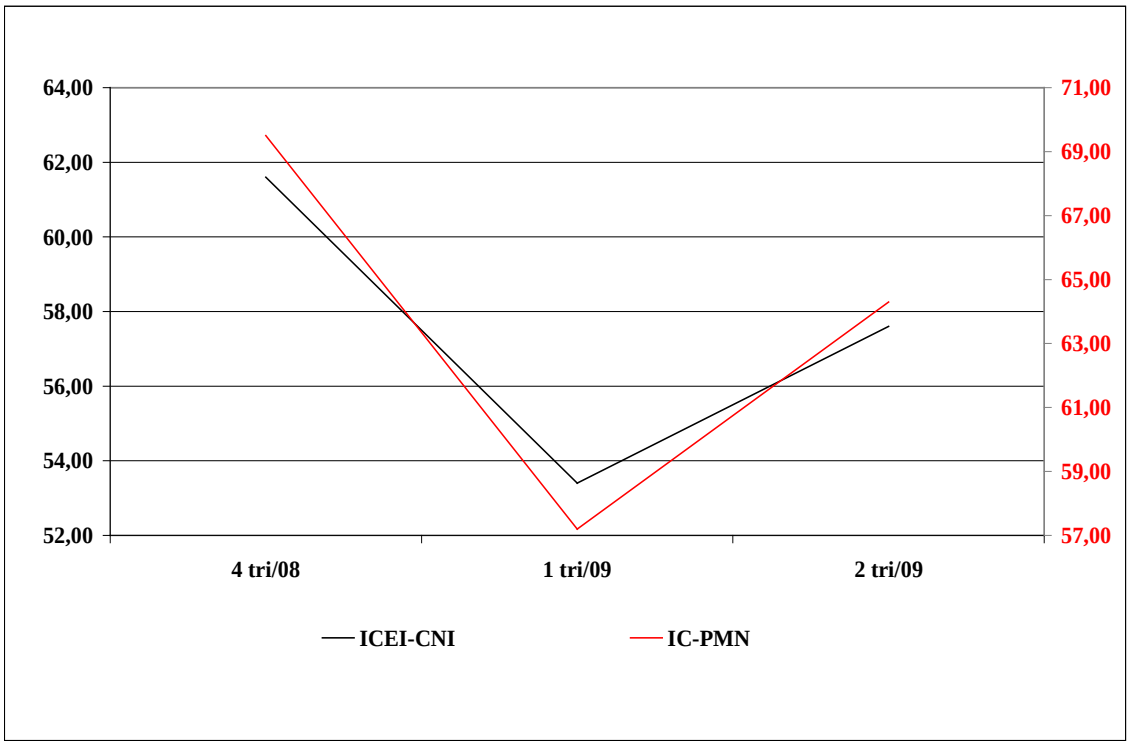
O gráfico 4 apresenta a evolução do índice de confiança da indústria da FGV (ICI-FGV) e do índice de confiança do pequeno e médio empresário (IC-PMN).



O gráfico 5 apresenta a evolução do índice de confiança do empresário industrial da CNI. Os resultados indicam um comportamento bem semelhante ao encontrado para o IC-PMN. O gráfico mostra um setor industrial que estava extremamente otimista até a metade de 2008, onde passou a apresentar uma queda de sua confiança apresentando um mínimo no final do ano, onde a confiança passou a subir alcançando ao final do segundo trimestre um nível semelhante ao período pré-crise. Os resultados apresentados no gráfico 2 confirmam que o setor industrial começou a sentir os efeitos da crise antes de setembro, sendo assim um antecedente com relação a índices do consumidor. Em um resultado preliminar, observa-se uma correlação superior a 0,90 entre o ICEI-CNI e o IC-PMN.

Gráfico 5 – Evolução dos Principais Índices de Confiança Brasileiros

O gráfico 5 apresenta a evolução do índice de confiança da indústria da CNI (ICEI-CNI) e do índice de confiança do pequeno e médio empresário (IC-PMN).



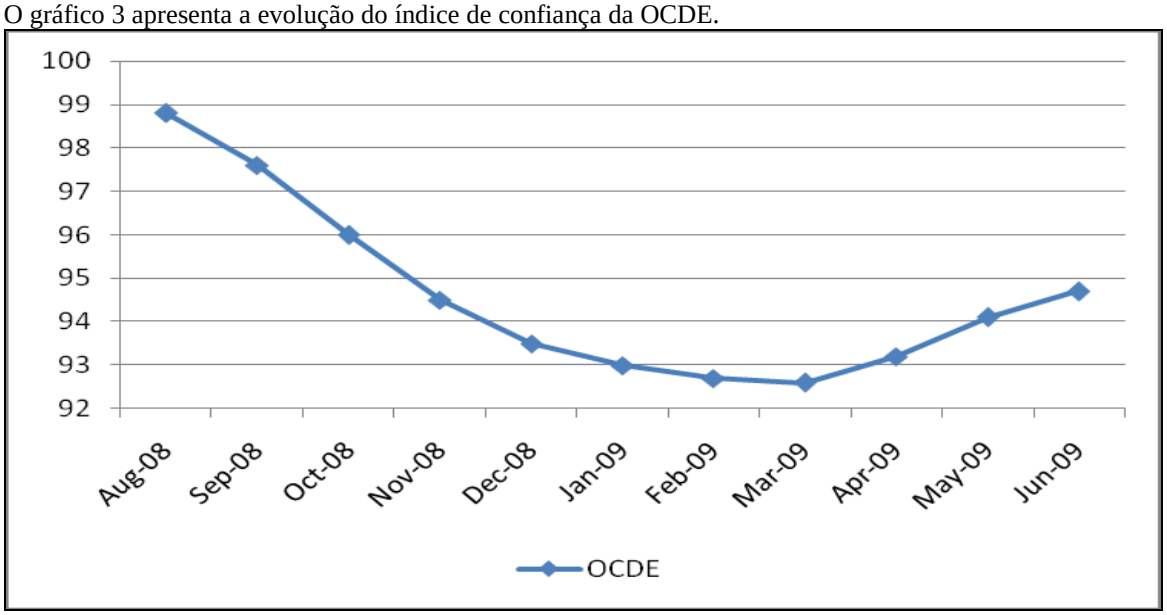
As diferenças encontradas entre os índices podem ser vistas como indícios de diferenças no comportamento dos consumidores e dos setores produtivos. Índices como o IC-PMN ou o ICI-FGV tendem a reagir mais rapidamente a choques negativos já que as decisões das firmas tendem a ser mais relacionadas ao curto-prazo e as decisões dos consumidores tendem a ser mais suaves, portanto menos sensíveis aos choques. Mas, os resultados também indicam que todas as medidas tendem à cointegração no tempo. Esta característica de detectar mais rapidamente as mudanças de expectativa torna os índices como o IC-PMN baseados em setores da atividade e não consumidores mais atraentes como indicadores antecedentes da atividade.

O gráfico 6 apresenta a evolução do índice de confiança da OCDE. Este índice é importante pois a metodologia de construção do IC-PMN foi baseada neste índice. Os resultados mostram que a confiança nos países da OCDE teve uma evolução semelhante a confiança dos empresários de pequenos e médios negócios brasileiros conforme medido pelo IC-PMN. Desde Agosto de 2008 o gráfico 3 mostra que houve uma queda da confiança nos países da OCDE. Diferentemente do Brasil, a recuperação da confiança nestes países além de começar após a recuperação brasileira, somente em

Março de 2009 a confiança observou um aumento nos países membros da OCDE. Outra diferença é que a recuperação foi mais tímida do que a recuperação brasileira já que o índice em Junho de 2009 ainda se encontra abaixo do índice no período pré-crise.

Gráfico 6 – Evolução dos Principais Índices de Confiança

O gráfico 3 apresenta a evolução do índice de confiança da OCDE.



4 – O IC-PMN e Variáveis Econômicas

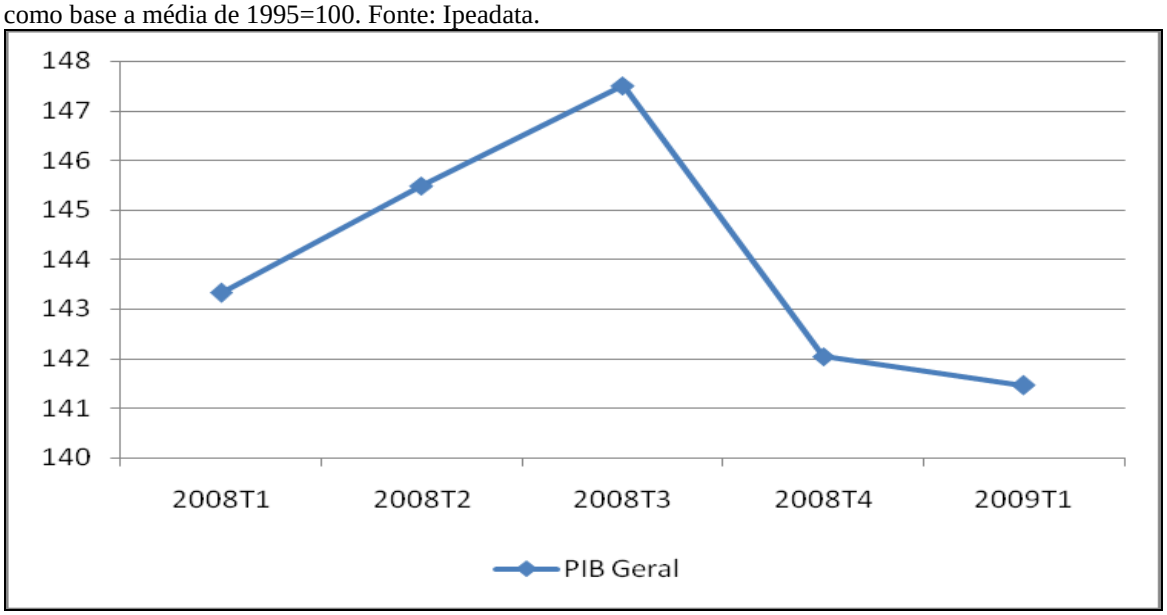
O objetivo primordial para a construção de índices de confiança é que estes sirvam como balizadores das expectativas dos agentes e, portanto, sirvam como indicadores antecedentes das ações que serão tomadas pelos agentes econômicos. Mas, esta ligação não é perfeitamente clara. Devido à subjetividade em sua medida, a confiança dos agentes pode representar não somente as expectativas dos agentes com relação ao futuro da economia, mas também pode refletir o resultado de movimentos passados nas variáveis econômicas. Neste caso, haveria um conflito entre a teoria e a prática já que surgiria um relacionamento inverso do esperado, com a causalidade indo da condição da economia para a confiança dos agentes. Além disso, existe a possibilidade dos agentes não serem capazes de construir cenários econômicos, gerando a inexistência de um relacionamento entre o indicador de confiança e a trajetória da economia. [3]

[3] Ver Santero e Westerlund (1996), Huffner e Schroder (2002), Bram e Ludvigson (1998), Parigi e Golinelli (2004), Barnes e Ellis (2005) e Abberger (2007) para uma análise do relacionamento entre indicadores de confiança e variáveis macroeconômicas.

Nesta seção é feita uma análise gráfica da evolução de algumas variáveis macroeconômicas brasileiras no período das coletas do IC-PMN. É importante realçar que neste momento a análise limita-se a uma descrição qualitativa do possível relacionamento, pois qualquer teste estatístico necessita de uma amostra maior do que as três coletas já realizadas.

Gráfico 7 – Evolução das Principais Variáveis Macroeconômicas

O gráfico 7 apresenta a evolução do Produto Interno Bruto Brasileiro. O índice dessazonalizado tem como base a média de 1995=100. Fonte: Ipeadata.



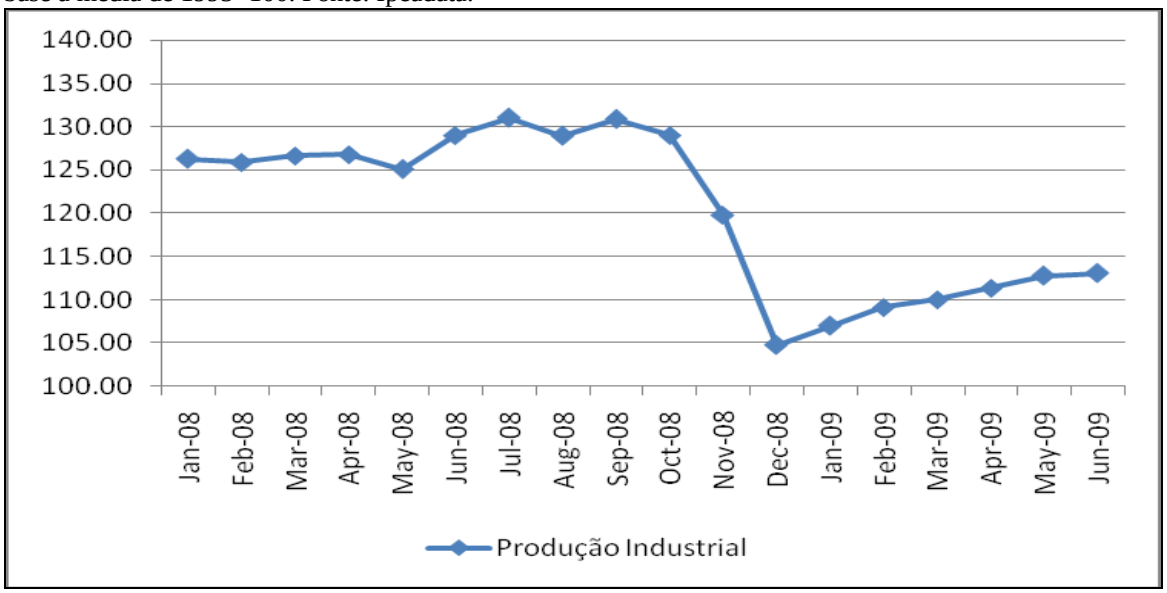
O gráfico 7 apresenta a evolução do produto interno bruto brasileiro no período. O PIB brasileiro vinha crescendo no ano de 2008 no período pré-crise, o gráfico 7 mostra que entre o primeiro e terceiro trimestres de 2008 o PIB brasileiro cresceu aproximadamente 3%. O quarto trimestre de 2008 e o primeiro trimestre de 2009 foram marcados pelo impacto da crise, havendo assim uma queda no PIB que se encontrava em um patamar mais baixo do que o nível no primeiro trimestre de 2008.

Esta evolução do PIB brasileiro confirma a possibilidade de existência de uma relação causal entre os indicadores de confiança e o PIB nacional. A queda da confiança foi acompanhada pela queda do PIB. Interessante observar que dois fatos podem permitir pensar que o índice realmente pode ser um indicador antecedente da evolução do PIB. Conforme analisado em Claro et. al. (2008) a última semana da primeira coleta já mostrou uma queda do índice, portanto prevendo a queda futura da atividade. Outra possibilidade é que o IC-PMN mostra uma melhora na última coleta o que poderá antecipar os próximos resultados do PIB com relação ao segundo trimestre de 2009 que

ainda não foram divulgados. Os dados mostrados nos gráficos 5 e 6 fornecem alguma confirmação dessa possibilidade.

Gráfico 8 – Evolução das Principais Variáveis Macroeconômicas

O gráfico 8 apresenta a evolução da produção industrial brasileira. O índice dessazonalizado tem como base a média de 1995=100. Fonte: Ipeadata.



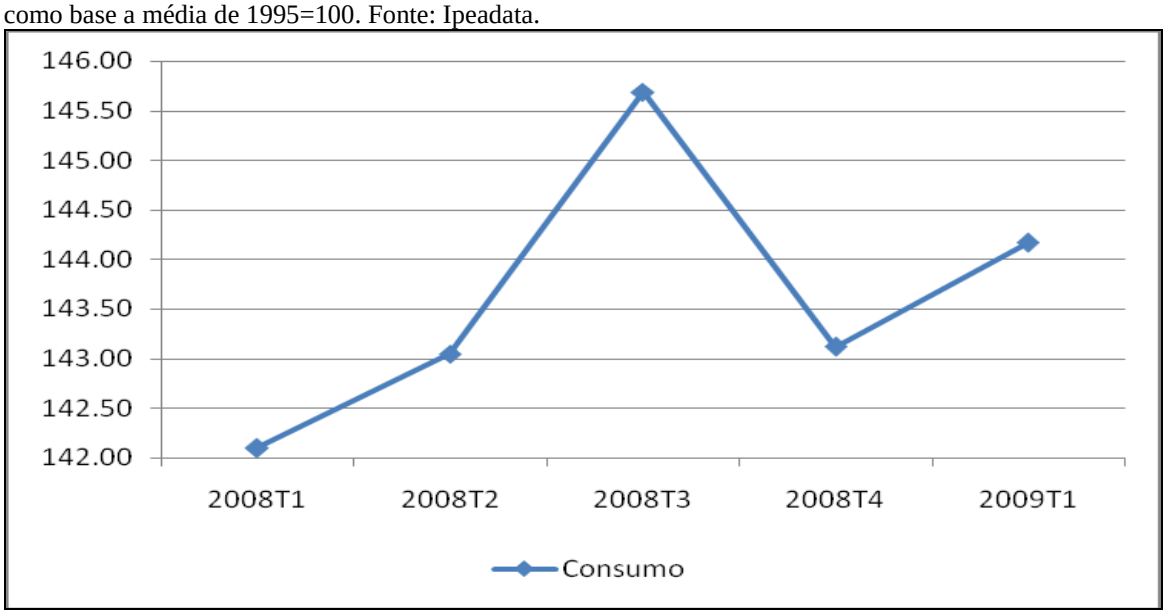
O gráfico 8 apresenta a evolução da produção industrial mensal da indústria brasileira. O gráfico indica que a partir de outubro de 2008 até dezembro do mesmo ano houve uma queda brusca da produção industrial brasileira e a partir de janeiro de 2009 o gráfico mostra um aumento suave da produção com esta ainda abaixo do nível encontrado no período pré-crise.

O mesmo padrão é encontrado no gráfico 6 através da análise da trajetória do consumo final das familias brasileiras. O consumo no período pré-crise vinha apresentando uma elevada taxa de crescimento, comparando o terceiro com o primeiro trimestre de 2008 o consumo das famílias brasileiras cresceu 2,5% ou seja em uma taxa anual superior a 5%. No último trimestre do ano apresentou uma forte queda e conseguiu uma recuperação no primeiro trimestre de 2009 e, diferentemente da produção industrial, encontra-se em um patamar mais elevado do que o primeiro trimestre de 2008 embora também não tenha atingindo o valor anterior a crise.

Desta maneira, a avaliação dos gráficos permite levantar a hipótese que o IC-PMN seja um indicador antecedente do PIB e um indicador coincidente da produção industrial e consumo.

Gráfico 9 – Evolução das Principais Variáveis Macroeconômicas

O gráfico 9 apresenta a evolução do consumo final das famílias brasileiras. O índice dessazonalizado tem como base a média de 1995=100. Fonte: Ipeadata.



5 – Conclusões e Pesquisa Futura

O trabalho apresenta e analisa os resultados do índice de confiança do empresário de pequenos e médios negócios no Brasil (IC-PMN) referentes às coletas realizadas no último trimestre de 2008 e no primeiro e segundo trimestre de 2009. Os resultados confirmam que o índice conseguiu captar adequadamente o impacto da crise econômica global. A segunda coleta mostrou uma queda significativa no índice. Já o terceiro resultado mostrou uma recuperação da confiança do empresariado, reflexo da atenuação do impacto da crise.

Os resultados mostram alguns padrões quando a pesquisa é analisada por questão, ramo de atividade ou região geográfica. O empresário de pequeno e médio negócio é sistematicamente mais otimista com relação a sua atividade e mais pessimista com relação ao desempenho da economia. Os resultados também mostram que a crise afetou severamente a expectativa de aumento de número de empregados que apresentou a maior queda e a mais lenta recuperação. Quanto aos aspectos regionais, foi observada uma mudança no otimismo na região Nordeste que alternou do primeiro lugar em otimismo na primeira coleta para o maior grau de pessimismo na última coleta. A causa dessa mudança deve ser pesquisada com relação às características das empresas na região, pois pode ser uma indicação de uma maior dependência de crédito das empresas nordestinas.

O trabalho também estuda a correlação entre o IC-PMN e os principais índices de confiança brasileiros. Os resultados indicam que o índice está bem construído e que pequenos e médios empresários apresentam expectativas semelhantes aos outros agentes econômicos. O IC-PMN apresentou no período uma trajetória semelhante aos demais índices de confiança principalmente índices focados na confiança industrial.

Por fim, foi mostrada uma primeira evidência acerca da utilidade do índice para prever as variáveis econômicas. A análise dos gráficos da evolução do PIB, produção industrial e consumo indica que o IC-PMN apresenta uma relação com essas variáveis macroeconômicas e que há uma evidência que o índice antecede movimentos do PIB e é coincidente com movimentos do consumo e produção industrial. No entanto, estas hipóteses ainda não podem ser testadas estatisticamente pelo tamanho reduzido de coletas realizadas e constituem oportunidades a serem exploradas através do projeto de pesquisa de construção do índice.

5 – Bibliografia

Abberger, K. (2007). The use of qualitative business tendency surveys for forecasting business investment in Germany. *Forecasting Letters*.

Barnes, S. e Ellis, E. (2005). Indicators of short-term movements in business confidence. Bank of England Quarterly Bulletin.

Bram, J. e Ludvigson, S. (1998). Does consumer confidence forecast household expenditure? A sentiment index horse race. *Federal Reserve Bank of New York Policy Review*, June, pp.59-78.

Claro, D., Rossi, J., Laban, S., Lucci, C., Bolzani, L., Carvalho, M. (2008). Índice de Confiança do Empresário de Pequenos e Médios Negócios no Brasil (IC-PMN): Metodologia e Resultados Preliminares. Insper Instituto de Ensino e pesquisa Working paper .

European Comission Directorate-General for Economic and Financial Affairs (2007). The joint harmonises EU programme of Business and Consumer Surveys User Guide.

Garner, A. (1991). Forecasting Consumer Spending: Should economists pay attention to consumer confidence surveys? *Federal Reserve Bank of Kansas City Economic Review*, May/June, pp. 57-71.

Huffner, F. e Schroder, M. (2002). Forecasting economic Activity in Germany: How useful are sentiment indicators? *Centre for European Economic Research Discussion Paper 02-56*.

ICEI – Índice de Confiança do Empresário Industrial (2007). Mudanças Metodológicas no Índice de Confiança do Empresário Industrial. CNI – Documento Técnico Nr. 6.

Parigi, G. e Golinelli, R. (2004). Consumer sentiment and economic activity: a cross country comparison. *Journal of Business Cycle Measurement and Analysis*, vol. 1(2), pp.147-170.

Santero, T. e Westerlund, N. (1996). Confidence indicators and their relationship to changes in economic activity. *OECD Economics Department Working papers Nº170*.