

# Percepção dos gaúchos sobre a economia e uso de tecnologias

Abril, 2015





#### Síntese de informações técnicas

#### Público alvo

População do Rio Grande do Sul/RS a partir dos 16 anos.

#### Período de realização

De 07 a 13 de Abril de 2015

#### Número de entrevistas

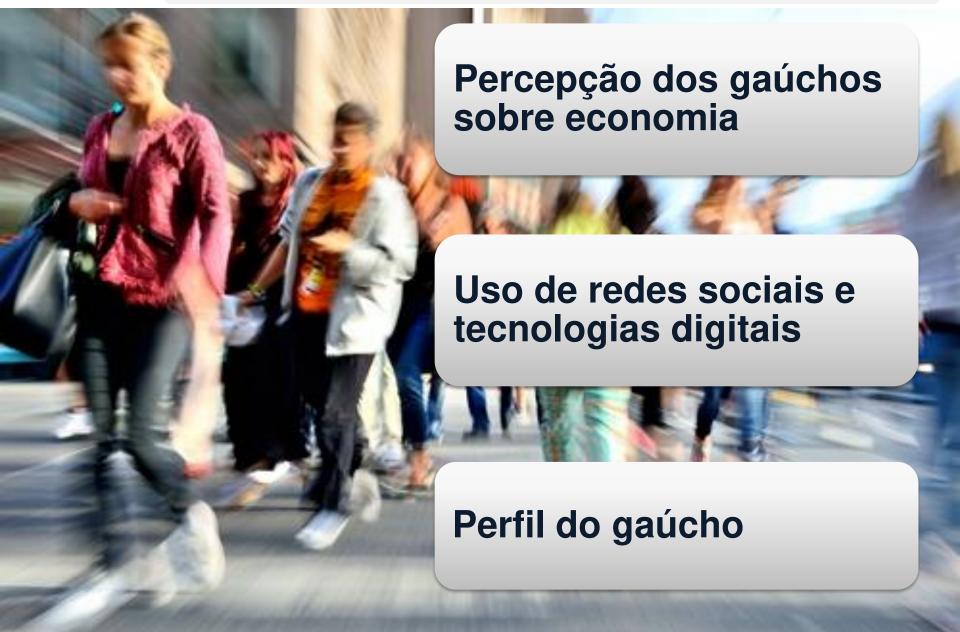
1.501 entrevistas

#### Técnica utilizada

Quantitativa probabilística estratificada representativa das sete mesorregiões do IBGE. Entrevista pessoal (face-to-face) em pontos de fluxo.



Esta apresentação está organizada da seguinte maneira

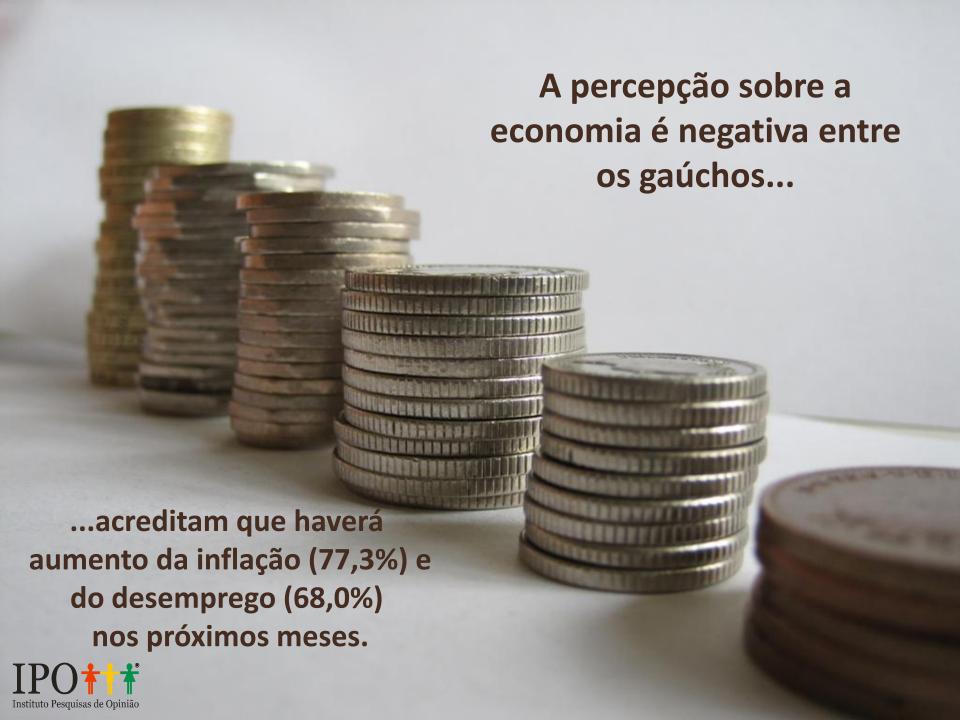




# Percepção dos gaúchos sobre economia













Os gaúchos estão bastante pessimistas em relação à economia do Estado e do país: a maior parte acredita que nos próximos meses vivenciarão um aumento da inflação e do desemprego.

Além desta expectativa negativa em relação ao cenário econômico, 93,2% dos gaúchos dizem ter sentido aumento de preços em produtos de consumo mensal. Este aumento dos preços é considerado maior do que o aumento dos salários para mais de 90,0% da população do Rio Grande do Sul.

#### ANÁLISE POR MESORREGIÃO

COMPARATIVO DAS RESPOSTAS MAIS CITADAS EM CADA QUESTÃO	Geral	Porto Alegre	Metropolitar	Nordeste	Noroeste	Sudoeste	Sudeste	Centro Ocidental	Centro
Inflação vai aumentar¹	77,3	78,6	82,9	76,0	75,5	66,7	75,6	79,7	74,5
Tem sentido aumento de preços	93,2	92,2	93,4	100,0	96,8	97,1	90,6	78,9	86,6
Preços têm aumentado mais que os salários	91,7	94,0	90,2	91,3	93,6	90,2	91,4	93,4	84,8
Desemprego irá aumentar	68,0	70,1	73,0	74,5	63,5	59,8	60,9	69,7	64,8

O endividamento está mais presente entre as mulheres e entre as pessoas com menor escolaridade e renda.



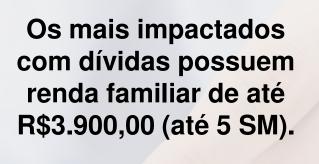




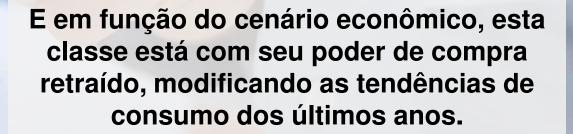
O perfil predominante entre os que estão com menos dívidas é:

- **√** Homens
- ✓ Pessoas no início da carreira profissional (25 a 34 anos)
- ✓ Pessoas mais velhas (acima de 60 anos);
- ✓E também, entre os gaúchos com Ensino Superior.





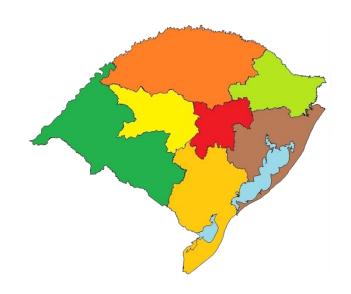
Esta faixa de renda contempla a nova Classe C.







#### Comparativo entre as regiões sobre o nível de endividamento



O endividamento da população de baixa renda está associado à utilização de cartão de crédito, financiamentos de bens de consumo duráveis e imóveis ou até mesmo a tomada de empréstimos em financeiras e bancos.

Como o consumidor de baixa renda e da nova classe C "está gastando mais do que ganha" e não tem perspectiva de novos programas sociais ou investimentos do governo na economia, a primeira tarefa das finanças domésticas será o pagamento das dividas, a redução das compras, diminuindo a capacidade de depósitos na poupança e aumentando as retiradas de economias.

NÍVEL DE ENDIVIDAMENTO	Geral	Porto Alegre	Metropolitana	Nordeste	Noroeste	Sudoeste	Sudeste	Centro Ocidental	Centro Oriental
Mais endividado	34,7	36,8	46,8	28,8	30,1	24,8	33,6	28,9	29,5
Mesmo número de dívidas	39,5	39,0	37,5	33,8	40,4	41,6	50,0	23,7	48,6
Menos endividado	25,8	24,2	15,7	37,4	29,4	33,7	16,4	47,4	21,9



#### Percepção geral sobre a economia

De modo geral pode-se inferir que neste estudo encontraram-se dois posicionamentos mais evidentes:

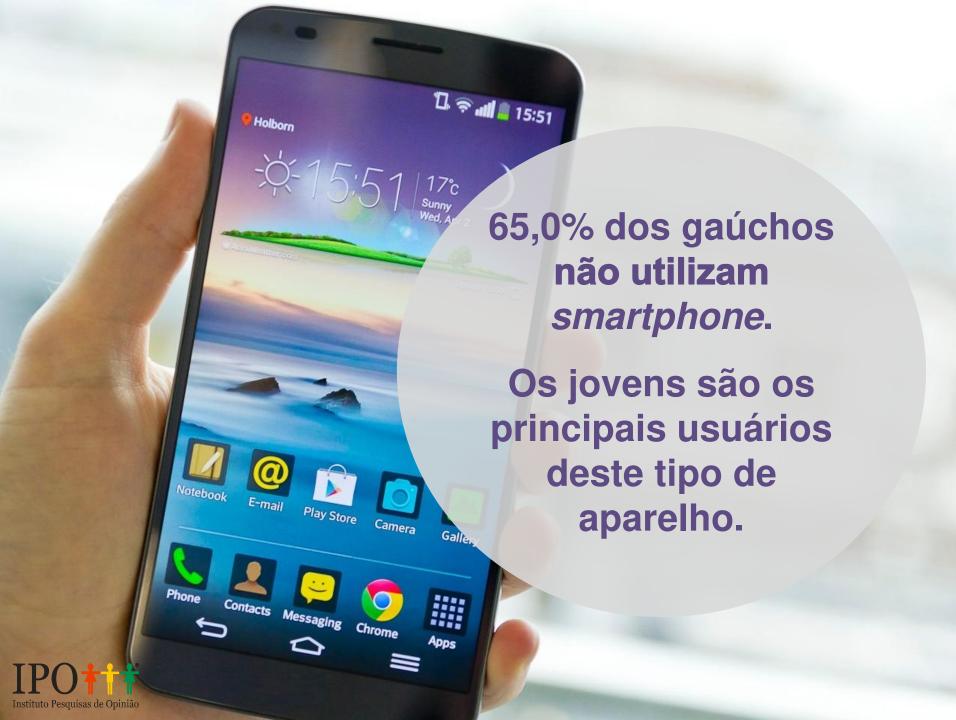
- ✓Os temerosos ou pessimistas em relação à economia, que são a maioria dos gaúchos e concentram-se principalmente entre pessoas com mais de 25 anos e também entre os que possuem maior renda familiar, e;
- ✓Os neutros, que são os mais jovens (até 24 anos), que não chegam a ter uma percepção otimista, mas a expectativa negativa não é predominante na faixa etária.





### Uso de tecnologias











#### Comparativo entre as regiões sobre o uso de tecnologias



As redes sociais estão presentes em todas as faixas de idade e de renda, entretanto, a pesquisa confirma que o maior grau de utilização ocorre entre os mais jovens e entre a população de maior renda. Porto Alegre e a região sudeste (Pelotas e outras) se destacam com maior percentual de população conectadas as redes.

Em relação ao perfil socioeconômico dos usuários de smartphone, verificou-se que quanto maior a renda e a escolaridade e quanto menor a idade, maior é o uso de smartphone. O principal uso do smartphone é para o acesso a redes sociais, 65,9% dos gaúchos diz que mais utiliza no aparelho é o acesso às redes. Em segundo lugar foram citadas as funções de ligações e mensagem via SMS (21,1%).

,		~
	FCURRE	
ANALISE	LJUIIIL	GIAU

COMPARATIVO DAS RESPOSTAS MAIS CITADAS EM CADA QUESTÃO	Geral	Porto Alegre	Metropolitana	Nordeste	Noroeste	Sudoeste	Sudeste	Centro Ocidental	Centro Oriental
Utiliza smartphone	35,0	49,7	42,6	23,3	22,1	23,5	32,0	26,3	35,7
Principal uso no smartphone é redes sociais	65,9	59,5	64,6	82,9	79,0	45,8	68,3	100,0	55,0
Participa de redes sociais	52,3	58,0	53,8	55,3	42,1	44,1	59,4	53,9	50,0



Hoje vivenciamos alguns cenários diferentes das crises econômicas anteriores...





1. A população está mais próxima de informações, em especial sobre política e sobre a economia;





2. O acesso a estas informações acontece literalmente em todos os lugares: em casa, no trabalho, na rua...





3. Cada dia fica mais fácil emitir opiniões, se posicionar sobre estes temas e compartilhar este posicionamento;





4. O debate sobre estas questões está mais acalorado e menos profundo (principalmente nas redes sociais), pois há maior preocupação em emitir uma opinião do que em ter conhecimento e compreensão do tema debatido.





5. Nossas análises sobre a economia em abril de 2015 indicam que os gaúchos estão mais temerosos ou pessimistas e preocupados com a inflação, com o aumento do desemprego.





6. Aproximadamente 1/3 dos gaúchos está mais endividado do que o normal, sendo que os mais preocupados e afetados estão na nova classe C, que será a primeira a reduzir o consumo e calcular investimentos futuros.





7. Em cenários de crise o consumidor tende a se reposicionar e a buscar alternativas de consumo, além disso, a solidariedade entre grupos costuma aumentar nestes períodos.





Com este cenário de crise as redes sociais e os smartphones naturalmente terão um papel importante como propulsores deste comportamento, que estimula a maior solidariedade, as integrações para decisão de compra e indicações. Neste cenário o marketing de relacionamento e o promocional terão um papel importante.





9. Estas mudanças devem ser observadas com atenção por agências e analistas de mercado.





10. Neste período de crise econômica também é importante que as empresas mapeiem seus diferenciais competitivos e tenham conhecimento de suas características em relação à concorrência. Muitas vezes pode ser a oportunidade de um reposicionamento estratégico no mercado.





11. As empresas que aproveitam os momentos de crise para reforçar os seus diferenciais competitivos, ampliar investimentos e atuar onde os concorrentes não atuam, tendem a ser as empresas que despontam e passam a atuar com maior solidez em seu nicho.





Os momentos de crise são oportunos para empresas que se propõem a liderar.

O consumidor gaúcho está temeroso e tende a fidelizar em marcas e produtos que ofereçam o melhor custo/beneficio, que se mostrem presentes nas suas vidas, seja nos bons ou nos maus momentos.

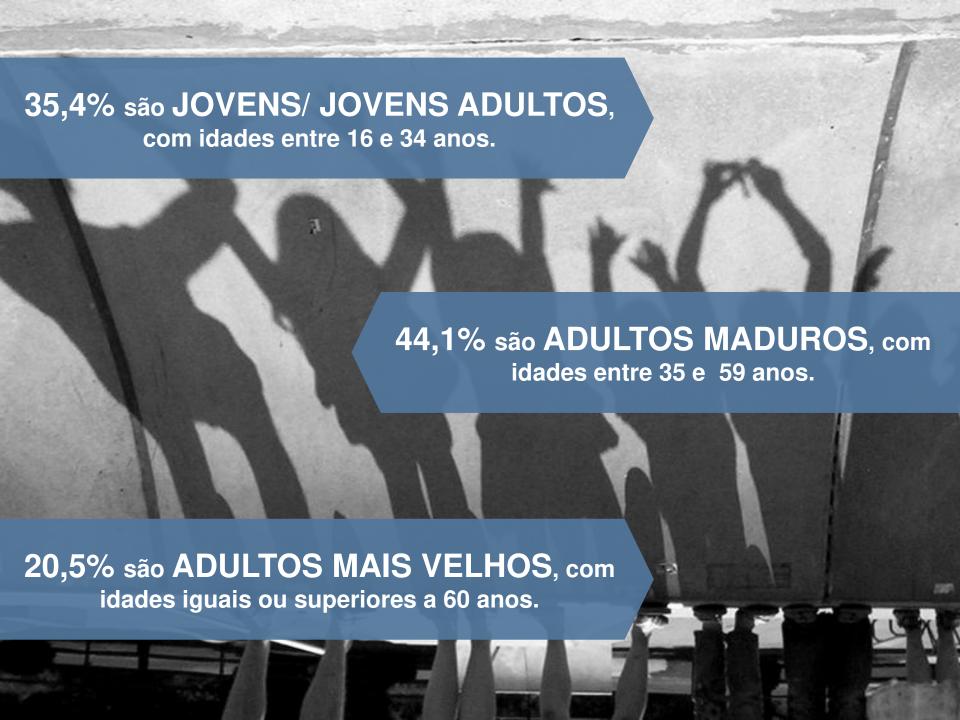




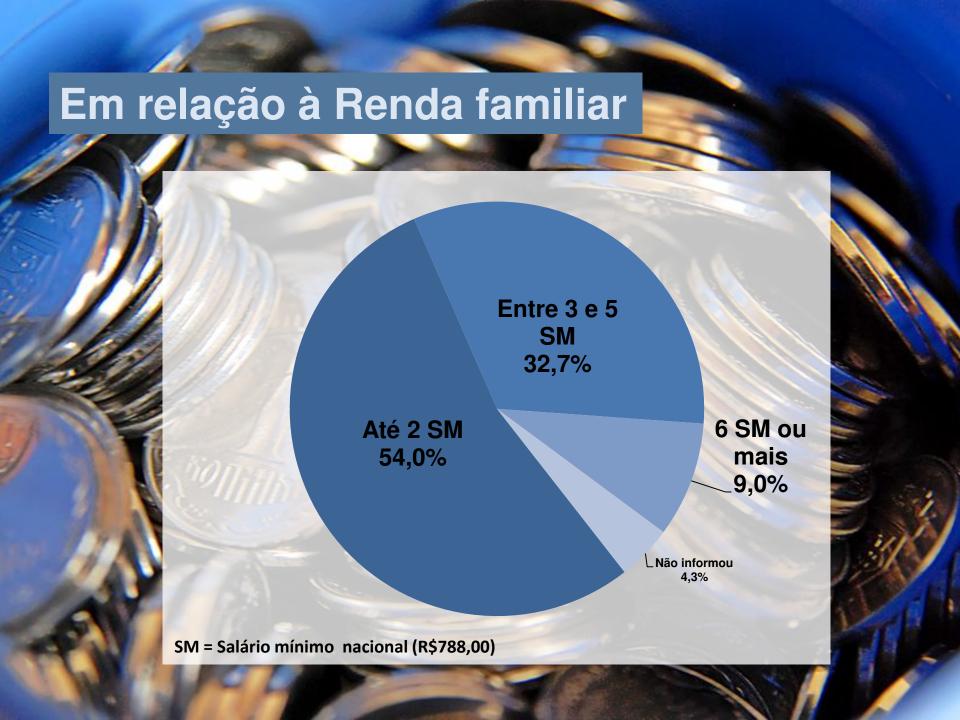
### Perfil dos gaúchos













#### Sobre a situação de trabalho:

Está trabalhando

64,2%

Não está trabalhando\*

35,8%

Não está trabalhando = Dona de casa, Aposentado/Pensionista, Estudante, Afastado do trabalho, Desempregado/procura emprego



## Obrigada!

#### Sede Porto Alegre



Av. São Manoel, 239 Rio Branco



(51) 3286.6156



ipo@ipo.inf.br

#### Sede Pelotas



Rua General Osório, 295



(53) 3278.2511



www.ipo.inf.br