

A cabeça do consumidor gaúcho

Abril, 2016

Elis Radmann

Socióloga MTb 721

Mestre em Ciência Política UFRGS

Diretora do IPO



01) O olhar do gaúcho sobre as crises

As crises percebidas pelo gaúcho

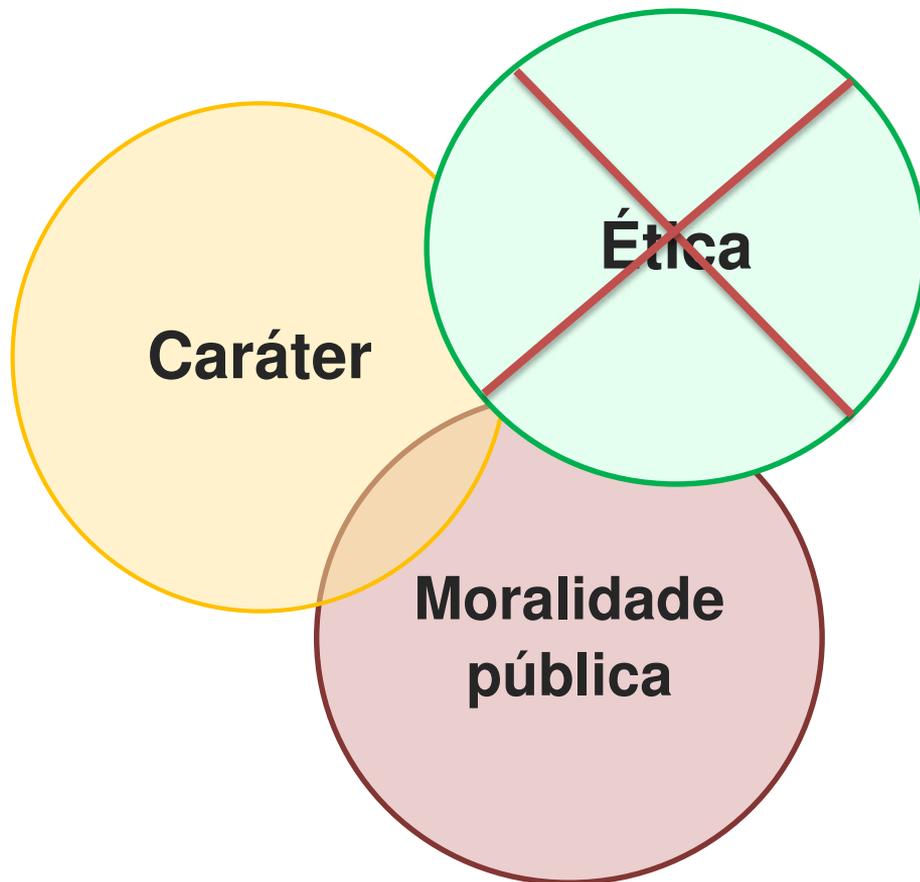


- ✓ Crise política;
- ✓ Crise econômica;
- ✓ Crise social;
- ✓ Crise (in)segurança.

O sentimento do gaúcho!



A negação do termo ética!



Mudança de paradigma!



Em 2014 a mudança estava **“dentro de casa”** com o aumento do poder de compra e os programas sociais! O debate era cuidar do Estado: **“fazer o que precisa ser feito”**.

Neste momento o problema está **“dentro e fora de casa”**. O desejo é pela segurança social, com a estabilidade das crises, em especial, a econômica. O debate centra-se na **piora da qualidade de vida**. E o conceito é: **“como está não pode ficar”**.

Retrocesso das demandas sociais!

**Estado
de
direito**

**Direito a
vida,
liberdade e a
propriedade**

**Estado
social
de
direito**

**Direitos
sociais**

**Estado
democrá-
tico de
direito**

**Direitos
humanos**

Na percepção da população a luta é pela sobrevivência, um cenário de temor que reposiciona a população nas demandas do **Estado de Direito!**



02) Novo comportamento de consumo

As mudanças estão associadas:

- a) as tecnologias/ relação do consumidor com a web e **mídias sociais** que estimula o desejo de “ter” ou “fazer” e onde o “viver é publicar”;
- b) na cultura da **individuação** da vida cotidiana (comportamento singular e egocêntrico);
- c) na crise econômica, **diminuição do poder de compra**, grau de endividamento e receio com o desemprego;
na crise política e na diminuição da confiança nas instituições.



As mudanças no consumo!

As ações do consumidor

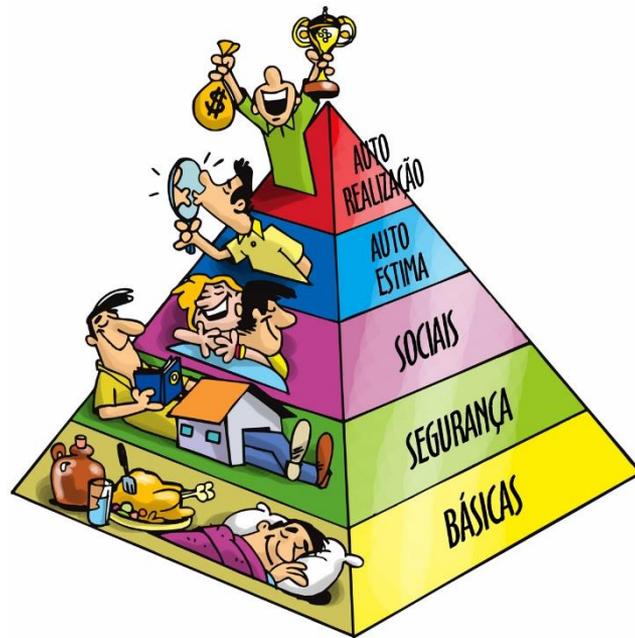
Elaboração de lista de compras;

Corte de itens supérfluos da lista

Substituição por marcas alternativas

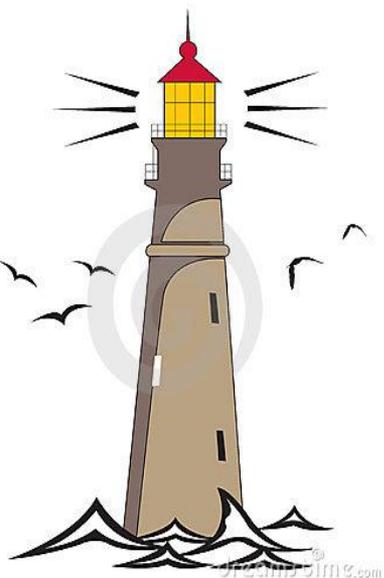
Diminuição da quantidade consumida (como carnes);

Mudança nos hábitos festivos ou de integração social



Corte das refeições fora de casa

O consumidor por corte etário!



Mais de 40 anos...
já vivenciou a
experiência da
inflação e sabe que
a solução é:
Economia + trabalho

Menos de 40 anos!
Cresceu em um cenário
de estabilidade, sempre
foi “servido” e precisa
aprender a “servir”

A decisão de compra!



O atendimento se torna vital em momentos de novos hábitos de consumo!

O vendedor consultor alia capacidade de driblar a crise e dialogar com as tecnologias!



1/4 dos gaúchos compram por e-commerce!



A importância da loja física no RS!

74,3% o primeiro passo está na visita as lojas.

- Procura promoções olhando na loja
- Entra em diversas lojas que vendem o produto
- Olha vitrines para ver onde encontra o produto

24,3% o primeiro passo está via mídia (TV + internet).

- Presta atenção em propaganda (TV e jornal)
- Pesquisa na internet e redes sociais

O fatores de motivação de compra!

Promoções

Descontos

Pagamento
facilitado



Mais do que uma oportunidade, uma necessidade!

Os momentos de crise econômica e política são oportunos para instituições ou pessoas que se propõem a liderar, mostrar novas formas de consumo ou produtos.

O gaúcho está temeroso e tende a dar atenção a debates que mostrem a realidade (seus dilemas cotidianos) e que indiquem soluções.

em tempos de
CRISE
tire o “S”

**Espaço para mudanças de
cultura ou conceitos.**

Obrigada!



www.ipo.inf.br



ipo@ipo.inf.br



IPO-Instituto Pesquisas de Opinião

Sede Porto Alegre



Av. São Manoel, 239 - Rio Branco



(51) 3286.6156

Sede Pelotas



Rua General Osório, 295



(53) 3278.2511