

TEXTO I

Consumismo no Brasil: entenda o que realmente é e conheça o panorama no país.

Qual é o panorama do consumismo no Brasil?

De acordo com um estudo do SPC e da CNDL, cerca de 3 em cada 10 consumidores no Brasil consideram as compras como o tipo de lazer favorito.

Esse levantamento do Serviço de Proteção ao Crédito e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas descobriu, ainda, que 40,2% dos entrevistados das classes A e B admitem que comprar é uma forma de reduzir o estresse do cotidiano.

Em um outro estudo, realizado pelas mesmas instituições, revelou-se que as classes C, D e E são as que mais compram sem necessidade, motivadas por promoções.

São números que deixam claro o quanto o consumismo está presente entre os brasileiros e que esse comportamento do consumidor ocorre em todas as classes sociais. Mas por que ele ocorre?

Conforme a nossa sociedade foi criando padrões de comportamento que demonstram o quanto bem-sucedido um indivíduo é — padrões esses reforçados pela mídia —, pessoas de todas as classes sociais passaram a ter vontades semelhantes em relação aos “sonhos de consumo”.

Porém, o acesso aos bens de consumo mais caros não é tão simples para os grupos de baixo poder aquisitivo, que acabam gerando despesas superiores ao rendimento quando querem satisfazer esses desejos.

De certa forma, podemos dizer que o consumismo ajuda a acentuar a diferença de classes no nosso país.

Será, então, que existem maneiras para frear o consumismo?

Disponível em: <http://marketingdeconteudo.com/consumismo-no-brasil/> Disponível em: Acesso em 14 julho 2017

TEXTO II

Pesquisa diz que três em cada dez brasileiros são consumidores conscientes

Apenas três em cada dez brasileiros são consumidores conscientes, anunciaram hoje (18) o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) com base em pesquisa.

Em uma escala de 1 a 10, consumidores entrevistados dão nota média de 8,9 para a importância do tema consumo consciente, mas apenas três em cada dez consultados (32%) podem ser considerados, de fato, conscientes – um aumento de 10,2 pontos percentuais em relação a 2015, quando esse percentual era de 21,8%.

Apesar de ter apresentado melhora, o aumento do indicador foi discreto em relação a 2015, avaliam o SPC Brasil e a CNDL. “Assim como em 2015, os entrevistados associam mais frequentemente o consumo consciente com atitudes relacionadas apenas a aspectos financeiros, ficando em um segundo plano as esferas ambientais e sociais”, disse a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, em nota.

Indicador

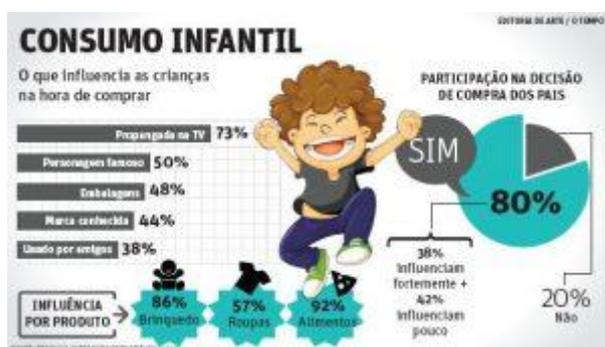
O Indicador de Consumo Consciente (ICC), calculado pelo segundo ano seguido, atingiu 72,7%, permanecendo praticamente estável em relação a 2015, quando estava em 69,3%. O ICC pode variar de 0% a 100%: quanto maior o índice, maior é o nível de consumo consciente.

O estudo do SPC Brasil segmentou consumidores em três categorias, de acordo com a intensidade da prática dos comportamentos considerados adequados: consumidores conscientes – que apresentam frequência de atitudes corretas acima de 80% – consumidores em transição, cuja frequência varia entre 60% e 80% de atitudes adequadas e consumidores nada ou pouco conscientes, quando a incidência de comportamentos apropriados não atinge 60%.

Para elaborar o indicador, foi realizada uma pesquisa com perguntas para investigar os hábitos, atitudes e comportamentos que fazem parte da rotina de 600 consumidores nas 26 capitais mais o Distrito Federal, com idade a partir de 18 anos. Essas questões permearam as três dimensões que compõem o conceito de consumo consciente, e todas elas obtiveram resultados abaixo do desempenho ideal de 80%: práticas ambientais (72,5%), práticas financeiras (73,8%) e práticas sociais (70,6%).

Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2016-07/pesquisa-diz-que-tres-em-cada-dez-brasileiros-sao-consumidores-consciente> Acesso em 14 julho 2017

TEXTO III



Disponível em: <http://consumismo2ag07.blogspot.com.br/> Acesso em 14 julho 2017