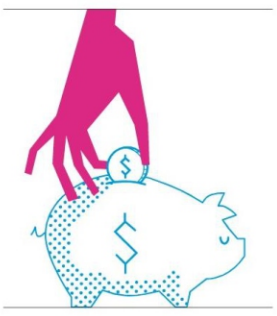
Gatilhos de consumo

Carteira Correio Veja os principais estímulos que levam a comprar mais

Priscila Natividade
REPORTAGEM
priscila.oliveira@redebahia.com.br



As 50 peças de roupa no armário ainda com as etiquetas de compra denunciam que o vitrinista Davi Carvalho é daqueles que não podem passar perto de uma loja em promoção. "Coloco a roupa no corpo, internalizo na cabeça que preciso e quando eu me dou conta estou saindo com as sacolas", admite.

Não resistir a promoções é só um dos principais motivos que levaram o consumidor a gastar mais no último ano, segundo dados apurados pela Kantar Worldpanel. Em média, três em cada dez brasileiros compram além do que previam ao ver o produto mais barato (33%). Também se somam aos cinco motivos mais relevantes o encontro de promoções que não esperavam (18%), produtos mais caros do que previam (7%), compra de itens recém-lançados (2%) e a aquisição de marcas mais caras (1%).

Todos esses gatilhos funcionaram muito bem com Davi, que chegou a zerar a conta bancária só de promoção em promoção. O barato acabou saindo caro: "Fiz uma limpa no guarda-roupa, olhei o que tinha, o que preciso e não preciso e me segurei para não comprar mais até as contas se ajustarem".

Atrás de promoção, a diarista Sirlete Silva é mais uma capaz de qualquer coisa. Sobretudo, se a oferta estiver no supermercado. Para comprar frango por R$ 2,99 o quilo, ela chegou a ir a pé de Pernambués a Barros Reis. "Não posso ver um encarte. Cheguei lá, comprei frango e mais um monte de coisa que estava na promoção e coloquei tudo no cartão de crédito da minha amiga, inclusive a corrida do táxi", lembra. Sem nem gostar de miojo, ela comprou também 30 pacotes. "Cada um saía por R$ 0,23 e a Maria Promoção não aguentou. Só depois me dei conta que ninguém lá em casa gosta de miojo".

Em outra situação, a conta de luz... Sobrou. "Fui ao supermercado só para pagar a conta de luz, mas aí anunciaram uma promoção de frango. eu não resisti - coxa de frango e filé de frango por R$ 6,99? Gastei o dinheiro da luz. Cheguei na minha casa foi um transtorno, porque eu não tinha onde colocar tanto frango e não tinha também o dinheiro pra pagar a luz e tive que pedir emprestado. Não tem jeito, se estiver barato, eu compro".

EVANDRO VEIGA

Davi não nega: gasta muito e não usa tudo que comprou quando se depara com promoções

VANTAGEM?

Mas o que está por trás destas decisões de compra do consumidor? Quem responde a pergunta é o professor dos MBAs da Fundação Getúlio Vargas (FGV) na área de Marketing de Varejo, Roberto Kanter. "Em um momento de crise é muito valorizado o 'eu mereço'. Minha vida está difícil, mas eu mereço tomar uma cerveja mais cara, ou gastar com esse produto".

> **Coloco a roupa no corpo, internalizo na cabeça que preciso e quando eu me dou conta estou saindo com as sacolas**
> **Davi Carvalho**
> vitrinista

Diante do consumidor com o orçamento apertado, ainda de acordo com Kanter, acaba se gastando mais por esta decisão de merecimento. "Quanto maior a vantagem, mas este estímulo irá seduzi-lo a comprar", explica.

Outra estratégia determinante é a oferta de um produto de maior valor agregado oferecido em quantidade limitada em um curto espaço de tempo. "Isso é matador para o consumidor. Por necessidade, as decisões de compra são guiadas sempre de forma racional. Quando entra o desejo, as escolhas são emocionais", destaca.

No entanto, outros fatores estão provocando o consumidor. Para o professor do curso Ciências Sociais e do Consumo da ESPM, Fábio Mariano Borges, em um mundo onde a tecnologia permite que as empresas conheçam mais o consumidor do que a ele próprio, novos interesses motivacionais estão surgindo e transformando a decisão de compra.

"Os discursos sobre inclusão da diversidade, empoderamento feminino e sustentabilidade são os exemplos mais atuais desses interesses", analisa o especialista.

A abordagem vem seguindo a linha 'responsável', conforme defende Mariano. "Consumidores endividados consomem menos e têm um ciclo de vida menor com a marca. O Marketing de Consumo tem concluído que o melhor é ter o consumidor como um aliado por muitos anos do que estimular um consumo que pode comprometer suas finanças ou bem estar", completa.

SINAL DE ALERTA

O fato é que promoção é bom e todo mundo gosta. O risco, na verdade é, quando o consumo além do que se pode pagar, torna-se um vilão do orçamento financeiro. Para a educadora financeira da Dsop, Cíntia Senna, o alerta deve ser ativado quando o consumidor passa a "comprar por comprar". "Ao não ter um planejamento, qualquer "oportunidade" que aparece é motivo para fazer uso do recurso que está disponível", aconselha.

Eu quero? Eu preciso? Eu posso? - O conselho da planejadora financeira da GFAI, Planejamento Financeiro Pessoal, Daniela Mir, passa por estas três perguntas. "Evite levar no primeiro momento em que viu o produto. As promoções se tornam atrativas, pois geram uma necessidade de ter aquilo. Diante disso, é ser racional e ponderar sempre estas decisões".

Potencial de consumo na Bahia em 2018 é de R$ 237,1 bi

Os baianos devem movimentar R$ 237,1 bilhões na economia, segundo estimativa do estudo IPC Maps 2018. O levantamento é feito com base no cálculo de índices de potencial de consumo nacional, tendo como referência dados oficiais. Na comparação com o ano passado, a Bahia ganhou participação em potencial de consumo - crescimento que pode representar R$ 1,3 bilhão a mais no bolso do consumidor.

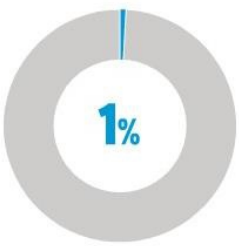
Ainda de acordo com o IPC Maps, em 2017, o estado respondeu por 5,31% do consumo brasileiro e, em 2018, será responsável por 5,334%. "Apesar de percentualmente parecer pequeno, este avanço de participação reflete um acréscimo superior a um bilhão", analisa o responsável pela pesquisa, Marcos Pazzini.

A população gastará a maior parte dos recursos com a manutenção do lar, que irá comprometer 23,4% do orçamento. Outro dado que chama a atenção é que o gasto do baiano com alimentação supera a média nacional - 20,5% contra 17,2% (no domicílio e fora).

"Isso coloca o padrão de consumo dos baianos com grande comprometimento em despesas básicas, o que significa que sobra menos dinheiro para consumo com produtos que não são de primeira necessidade ou pouco espaço para compra de produtos mais caros ou com maior valor agregado", completa.

5 PRINCIPAIS MOTIVOS QUE FAZEM VOCÊ GASTAR ALÉM DO LIMITE

FONTE: KANTAR WORLDPANEL

		PROBLEMA	SOLUÇÃO
1	COMPRAM MAIS PRODUTOS SE ESTÃO MAIS BARATOS	**Eu realmente preciso de tudo isso?** Nítido exemplo de, leve três pelo preço de dois, onde na verdade você só precisa de um. Neste caso, o consumidor leva a mais, gasta o dobro, desnecessariamente, e corre o risco de comprometer o orçamento. Ainda que mais barato, o desvio afeta o pagamento de outras contas, incorrendo no não pagamento, ou na busca por empréstimos.	**Limites** No seu planejamento financeiro, não deixe de definir uma meta de gastos por tipo de despesa. Mesmo que um produto esteja mais barato, avalie antes da compra, o quanto pode destinar para aquela aquisição, bem como se precisa de uma quantidade maior do mesmo produto. Antes de comprar, sempre se pergunte: "Eu quero? Eu preciso? Eu posso?
2	ENCONTRAM PROMOÇÕES QUE NÃO ESPERAVAM	**Tentação** O cartão de crédito é um amigo para compras não-planejadas. Quem não fica feliz quando encontra uma promoção inesperada? Porém, sair do limite pode levar ao rotativo, que acumula no ano juros em 282,56%. Você aproveita a promoção, mas vai cair em um efeito bola de neve difícil de sair que vai triplicar sua dívida.	**Planejamento** Planejar, planejar e planejar. Essa é a palavra de ordem. Não saia comprando sem se planejar. Evite passeios em locais que estimulam compras sem o cartão de crédito e leve uma lista do que precisa realmente comprar. Essas são só algumas das estratégias para não cair em tentações. Ande somente com o dinheiro necessário.
3	OS PRODUTOS ESTAVAM MAIS CAROS DO QUE ESPERAVAM	**Como assim?** Muitas vezes as pessoas até se planejam para adquirir algo, mas quando vão efetivamente realizar a compra, o valor não é mais o visualizado anteriormente. Consumir esses produtos que estão mais caros do que tinha se proposto a gastar fará com que o orçamento sinta o peso dessa grana a mais e aí a conta pode não fechar.	**Pesquise** Se o que deseja está mais caro do que esperava, não compre. Aguarde a redução do valor ou solicite ainda um desconto. Outra alternativa é juntar o montante que falta para posteriormente poder realizar a aquisição. Compare e pesquise se realmente não existem outros locais com o mesmo produto e com um valor mais em conta.
4	COMPRAM PRODUTOS RECÉM-LANÇADOS	**Sonho de consumo** Como na compra pela marca, o gasto com lançamentos pode trazer um prazer pelo status. Se é algo novo, provavelmente não estava previsto no orçamento, e na maioria das vezes não é um item necessário. É uma situação que mais uma vez torna o consumidor vulnerável a assumir dívidas e desequilibrar o orçamento.	**Paciência** Será que preciso comprar no momento em que um produto é lançado? Em alguns meses, com certeza, você poderá encontrar o mesmo produto com um valor promocional. O tempo de espera vale a pena também para juntar a grana que precisa, fazer uma boa reserva para adiquirir o item, sem ter que sair da loja endividado.
5	ADQUIREM PRODUTOS DE MARCAS MAIS CARAS 	**Vale o quanto custa?** Ao comprar produtos de marcas mais caras, mesmo existindo outras com um valor mais em conta, o consumidor apenas escolhe o produto, sem avaliar se efetivamente tem condições de arcar. Como é uma aquisição não planejada, isto acaba afetando outras necessidades que dependem até de menos recursos.	**Análise** Pense em duas bolsas de couro. Ambas com uma boa costura, no mesmo tamanho e cor, mas uma tem "nome" e a outra não. Aqui o consumidor gasta mais com um item pela marca, ao invés de pensar neste custo conscientemente. Refletir sobre o real valor das coisas versus sua funcionalidade pode evitar um gasto acima do real.