

Perspectivas 2015



Political & Social
SIAC 2014 - Perspectivas 2015

© TNS 06.11.2014



Objetivo:

Capturar as primeiras impressões e expectativas da população logo após o “alívio da definição” pós eleição presidencial

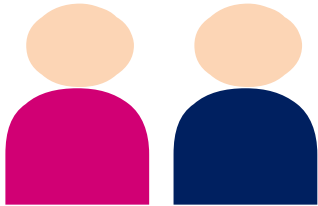
Metodologia



CAWI

Campo online

- 1001 entrevistas
- Realizadas nos dias 27, 28 e 29 de outubro de 2014.
- Todas as regiões do Brasil



Sexo

- 53% mulheres
- 47% homens



Idades

- Entre 18 e 65 anos

Realização do campo:



1

Futuro do Brasil

Qual deve ser a prioridade da Presidenta em 2015

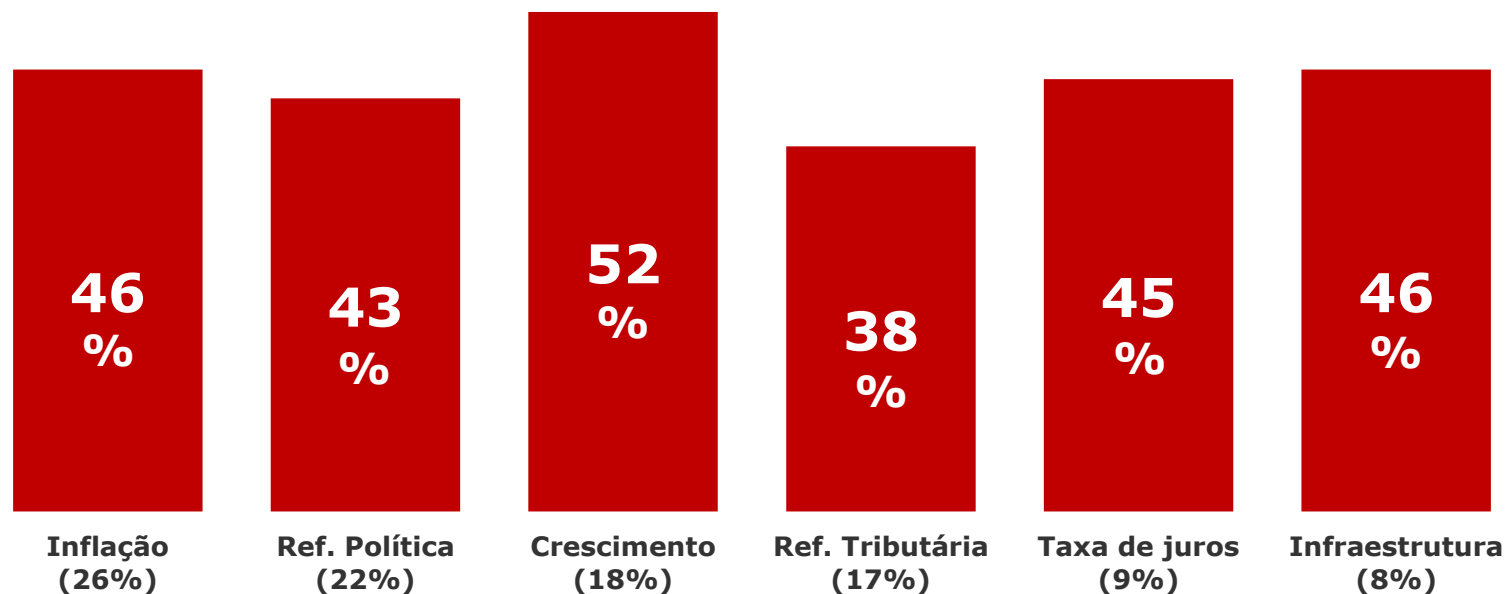


Acha que a Presidenta conseguirá resolver essa prioridade?

45% (média)

Considera que **"Sim"**

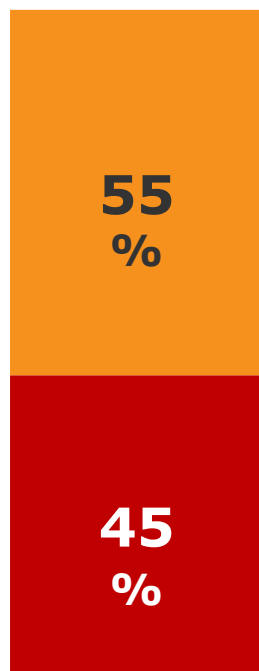
a Presidenta conseguirá resolver cada prioridade



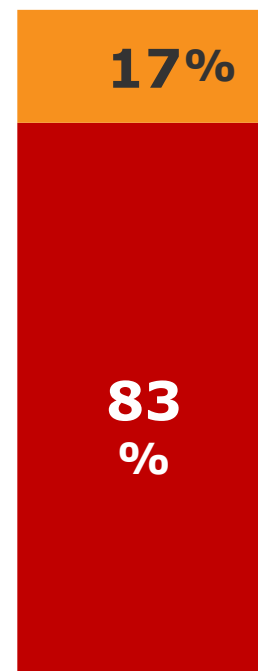
Acha que a Presidenta conseguirá resolver essa prioridade?

Não

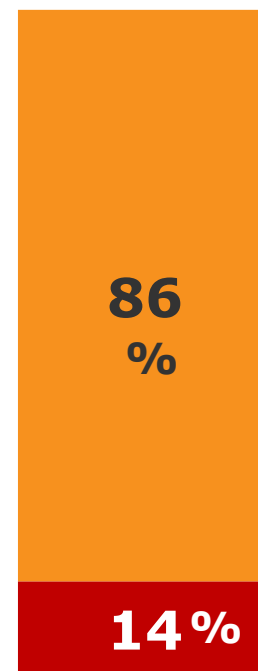
Sim



Média

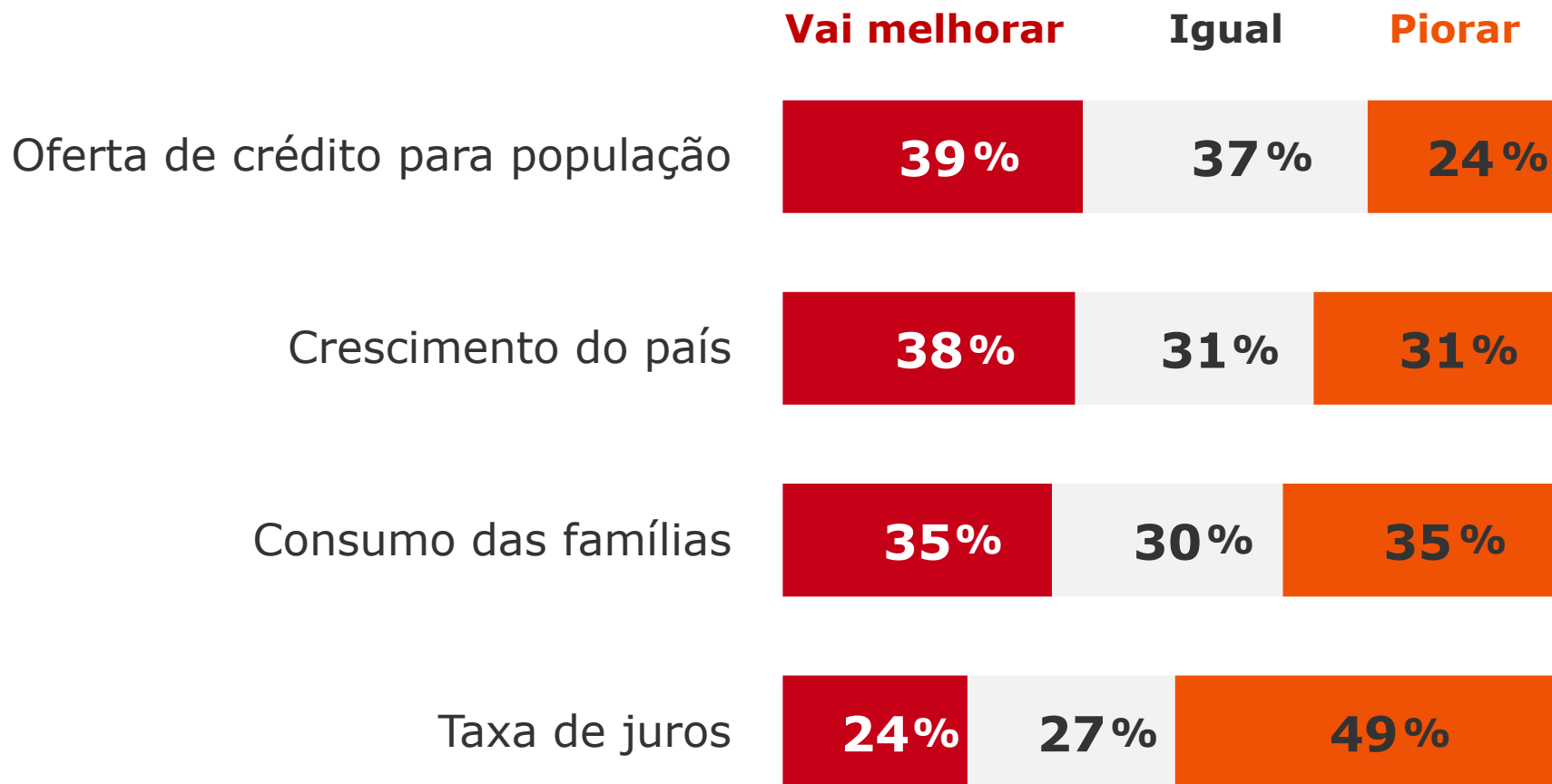


**Eleitores
Dilma**



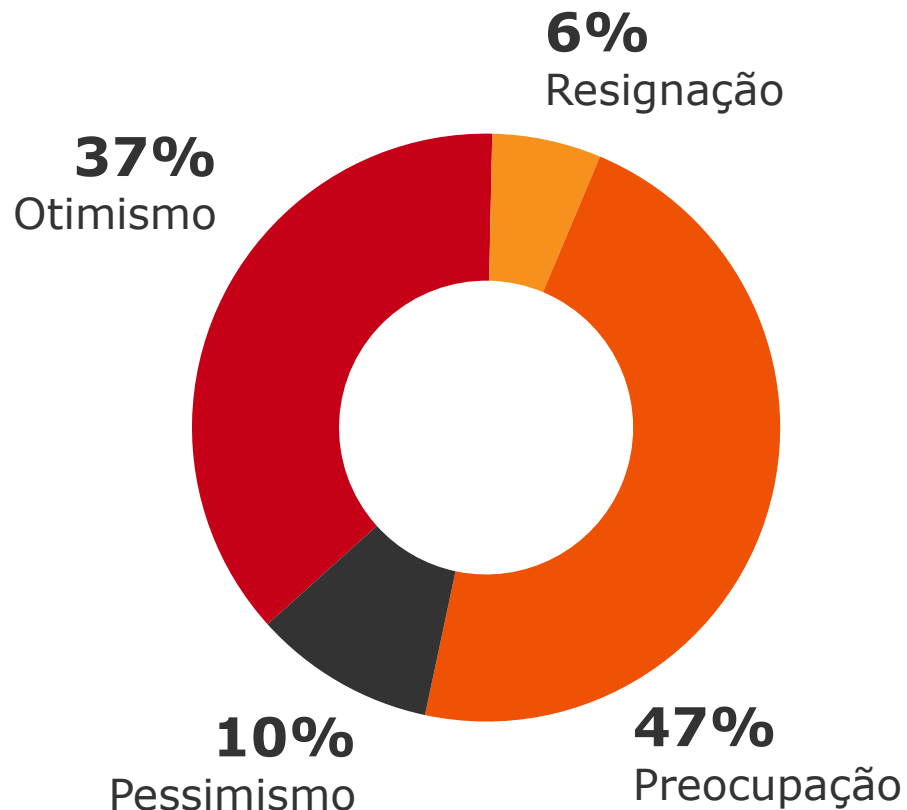
**Eleitores
Aécio**

Pensando na situação do Brasil em 2015 como avalia ...

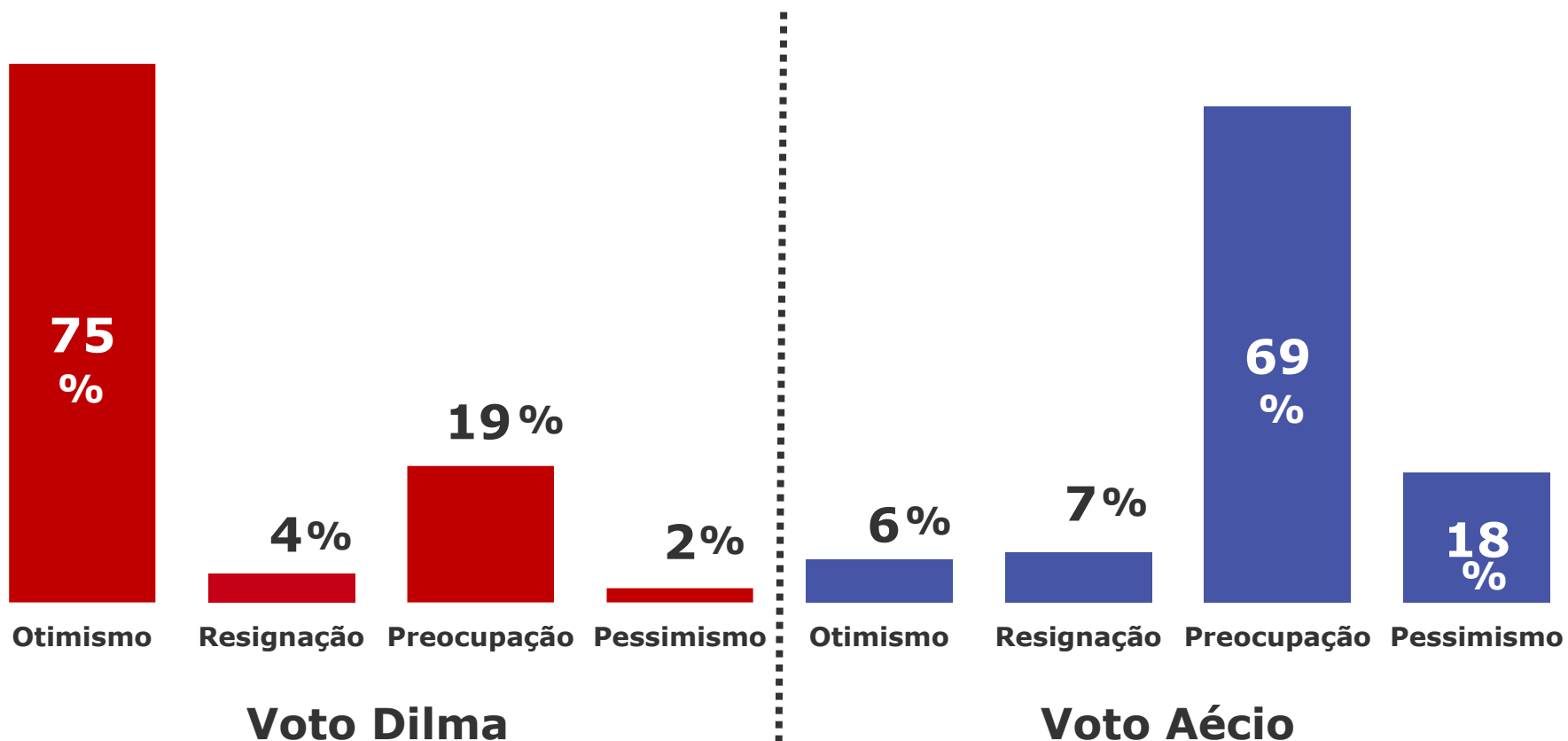


Sentimento em relação ao futuro

“Agora que **temos** uma importante **definição** para o Brasil, qual das seguintes palavras descreve melhor o seu **sentimento** em relação ao **futuro?**”



Sentimento em relação ao futuro

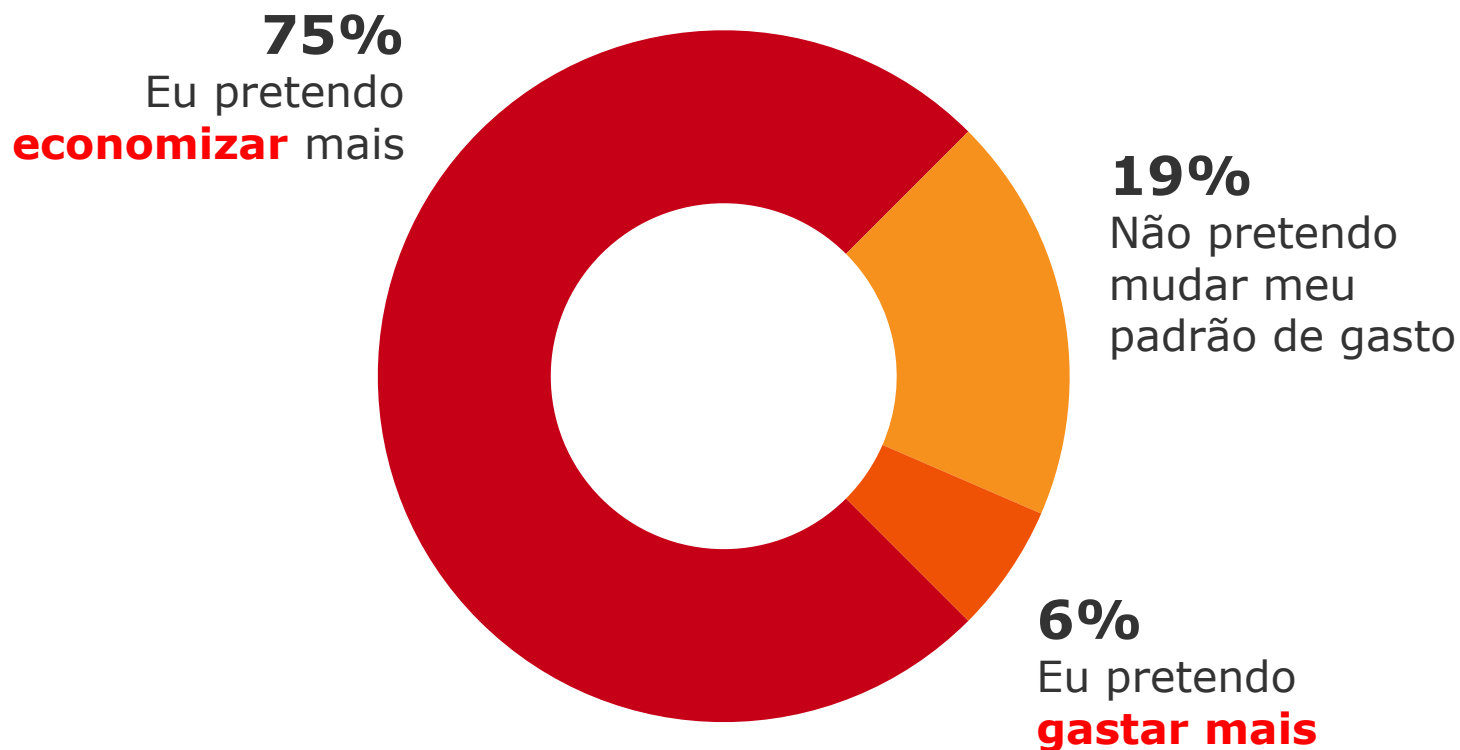


Avaliação da situação pessoal

Pensando 2015, como imagina sua situação no próximo ano?



Qual frase melhor descreve seu sentimento para 2015 com relação a dinheiro e gastos?

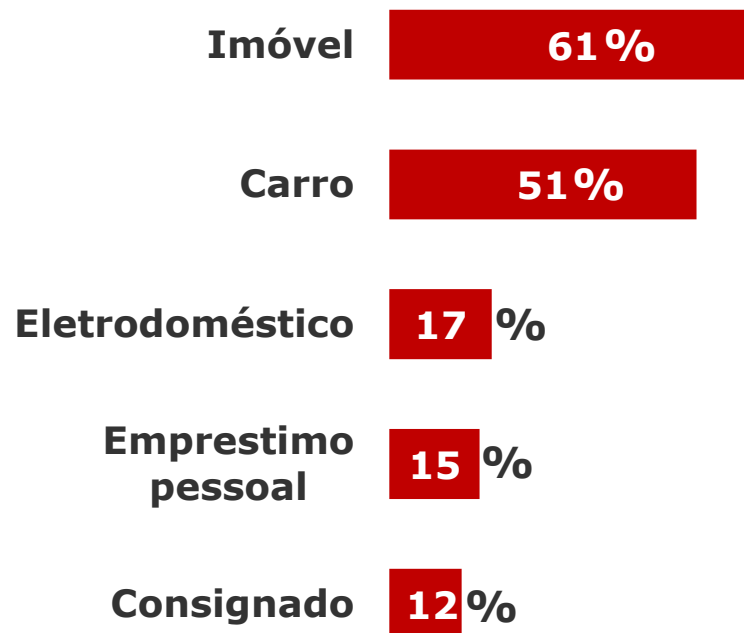


Propensão a financiamento

Nesse contexto que discutimos, você se sente **propenso** a fazer um **financiamento em 2015**?



Qual ou quais desses itens você **financiaria** ou utilizaria? **(39%)**

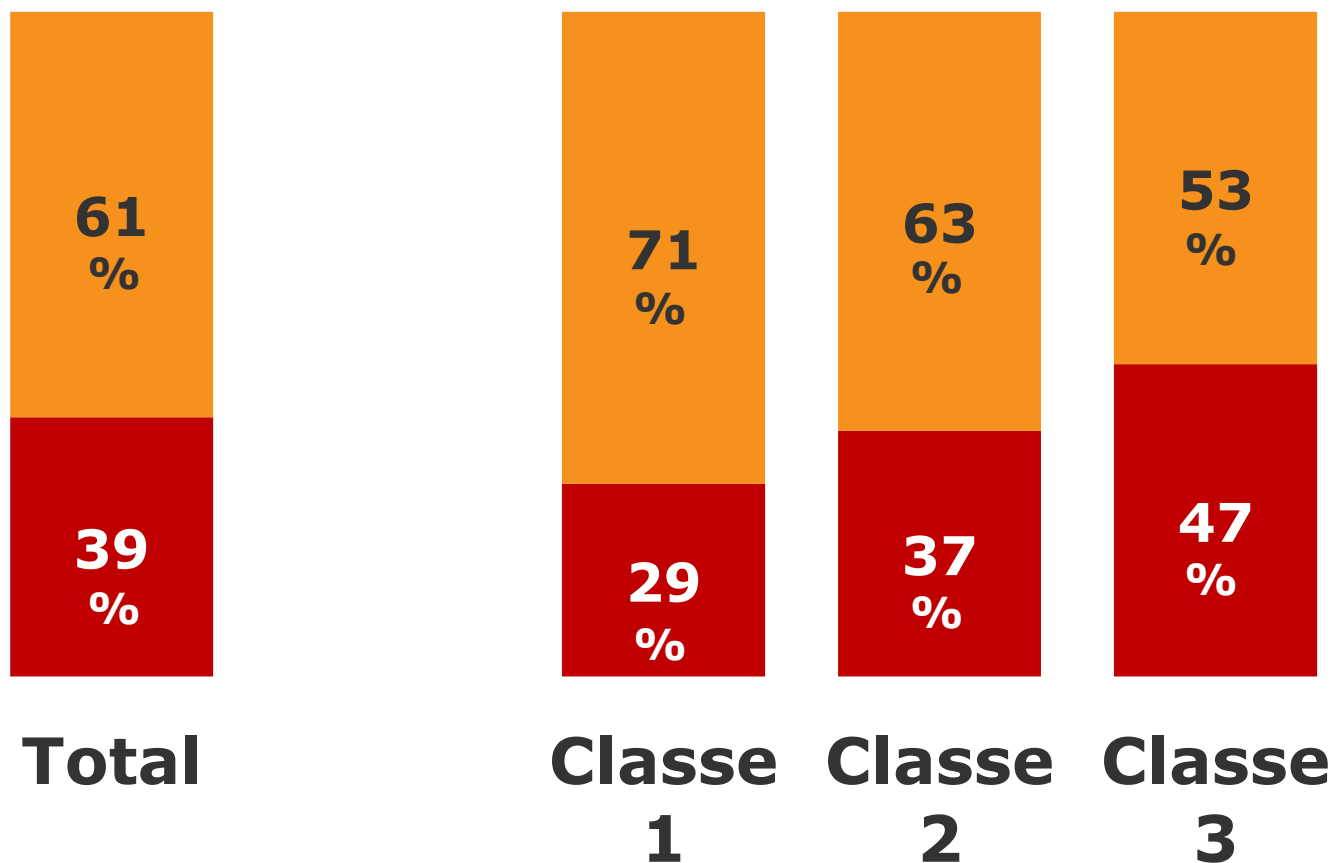


RM

Nesse contexto que discutimos, você se sente propenso a fazer um financiamento em 2015?

Não

Sim



Total

Classe 1

Classe 2

Classe 3

Considerações finais

Uma agenda de mudanças

- **Inflação** e **reforma política** são as principais prioridades. Independente do voto.

Persiste divisão na sociedade

- Em levantamento tão próximo da eleição é natural que o duro embate que permeou a eleição continue marcando tão determinadamente as expectativas, mas **por quanto tempo** isso perdurará?

Na incerteza, padrão de ação é economizar

- **75% dos consumidores declaram** que pretendem mudar o padrão de consumo **economizando** mais em 2015. Sem clareza sobre os desdobramentos práticos do resultado da eleição a população tende a **parar (de consumir) e esperar**.

Obrigado



Political & Social
SIAC 2014 - Perspectivas 2015

© TNS 06.11.2014

