



Como Ajudar Refugiados Pode Ajudar Uma marca

Uma análise da percepção dos consumidores brasileiros

Metodologia

Em setembro de 2019, a Qualtrics entrevistou 4.000 consumidores no Brasil, de 18 anos ou mais. Perguntamos a esses consumidores se seria mais ou menos provável que comprassem produtos de uma marca se soubessem que essa mesma marca se tivesse comprometido, de várias formas, a ajudar refugiados venezuelanos no Brasil.

O Brasil recebeu mais de 200.000 refugiados venezuelanos

- Mais de 4,5 milhões de pessoas fugiram da Venezuela nos últimos anos. Neste momento, existem 250.000+ venezuelanos no Brasil
- A crise de refugiados venezuelanos não mostra nenhum sinal de diminuir - mas quando isso acontecer, centenas de milhares de pessoas continuarão deslocadas pela região, incluindo no Brasil, durante muitos anos
- Os refugiados venezuelanos são em sua maioria jovens, moderadamente bem-educados e ansiosos para preencher lacunas no mercado de trabalho
- Refugiados e pessoas que pedem asilo tem o direito legal de trabalhar no Brasil

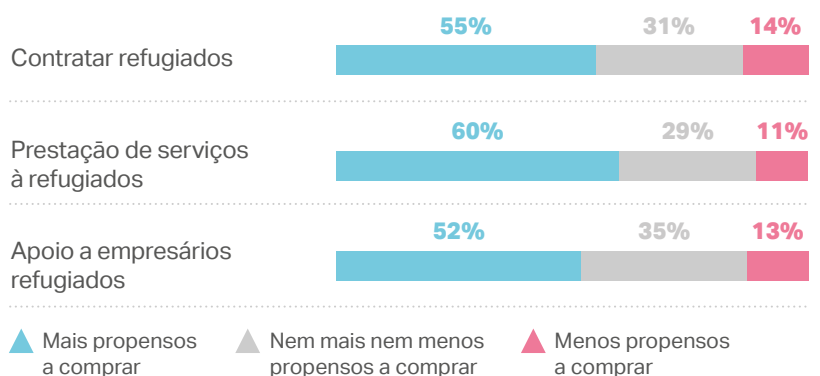


PRINCIPAIS CONCLUSÕES

01.

Geralmente, os consumidores brasileiros estão mais inclinados a comprar de marcas que apoiam os refugiados venezuelanos de várias formas - desde contratando-os até apoiando empreendedores refugiados.

Resposta dos consumidores brasileiros por tipo de compromisso feito pela empresa

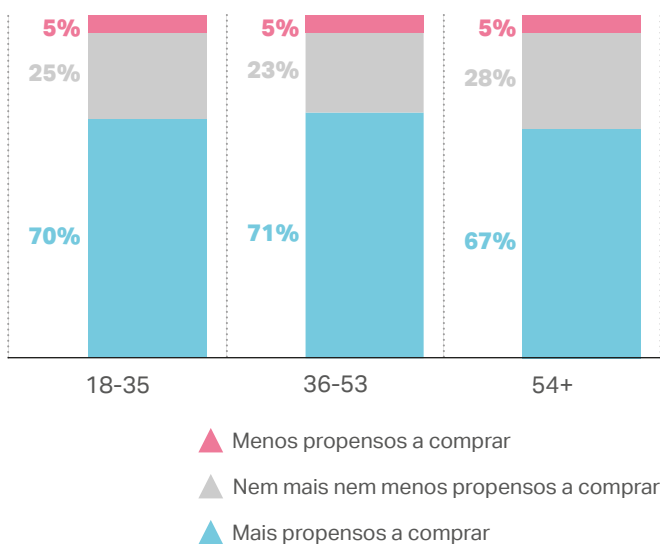


PRINCIPAIS CONCLUSÕES

02.

A idade não é um fator importante na resposta dos consumidores - pessoas de todas as idades tendem a comprar mais de marcas que apoiam os refugiados venezuelanos.

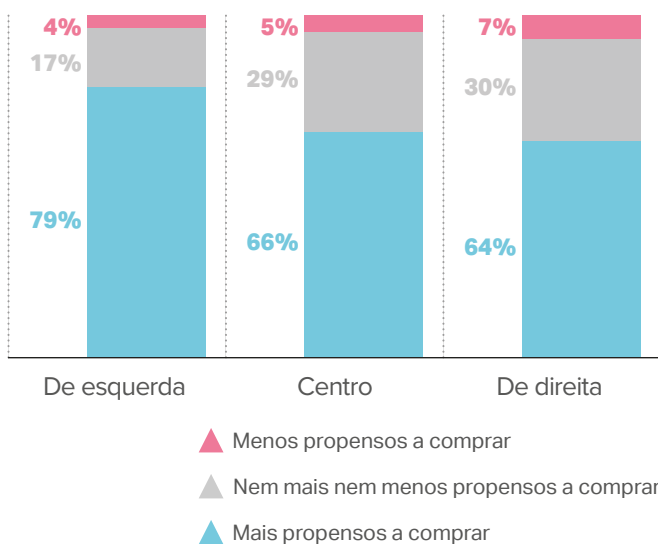
Resposta dos consumidores brasileiros por grupo de idade relativo à contratação de refugiados venezuelanos



03.

Os consumidores brasileiros de todos espectros políticos tendem a comprar mais de marcas que apoiam refugiados venezuelanos, mas consumidores que se identificam de esquerda são mais propensos a fazê-lo.

Resposta dos consumidores brasileiros por afiliação política relativa à contratação de refugiados venezuelanos



A Tent pode compartilhar os dados das percepções dos consumidores brasileiros com empresas que fazem parte da Tent Partnership, assim como outras empresas que querem descobrir como ajudar refugiados. Para mais informação, por favor contate-nos: info@tent.org

Aproveite a Consultoria de Comunicações Gratuita da Tent

A Tent trabalha com empresas no Brasil e por toda América Latina, ajudando-as a comunicar seus compromissos com os refugiados. Para receber nossos Princípios de Comunicações ou consultoria de comunicações sob medida, contate-nos: media@tent.org

Sobre a Tent Partnership for Refugees

A Tent Partnership for Refugees, fundada por Hamdi Ulukaya, CEO da Chobani, mobiliza a comunidade empresarial para melhorar a vida e os meios de subsistência de 26 milhões de refugiados deslocados de seus países de origem. A Tent acredita que a comunidade empresarial está unicamente posicionada para lidar com a crise global de refugiados, mobilizando redes, recursos, inovação e seu espírito empreendedor. A Tent também acredita que as empresas têm o maior impacto alavancando suas principais operações de negócios contratando refugiados, integrando-os nas cadeias de abastecimento, e investindo e prestando serviços a eles. **A lista completa dos mais de 100 membros da Tent pode ser encontrada [aqui](#). Descubra mais sobre a Tent: www.tent.org.**