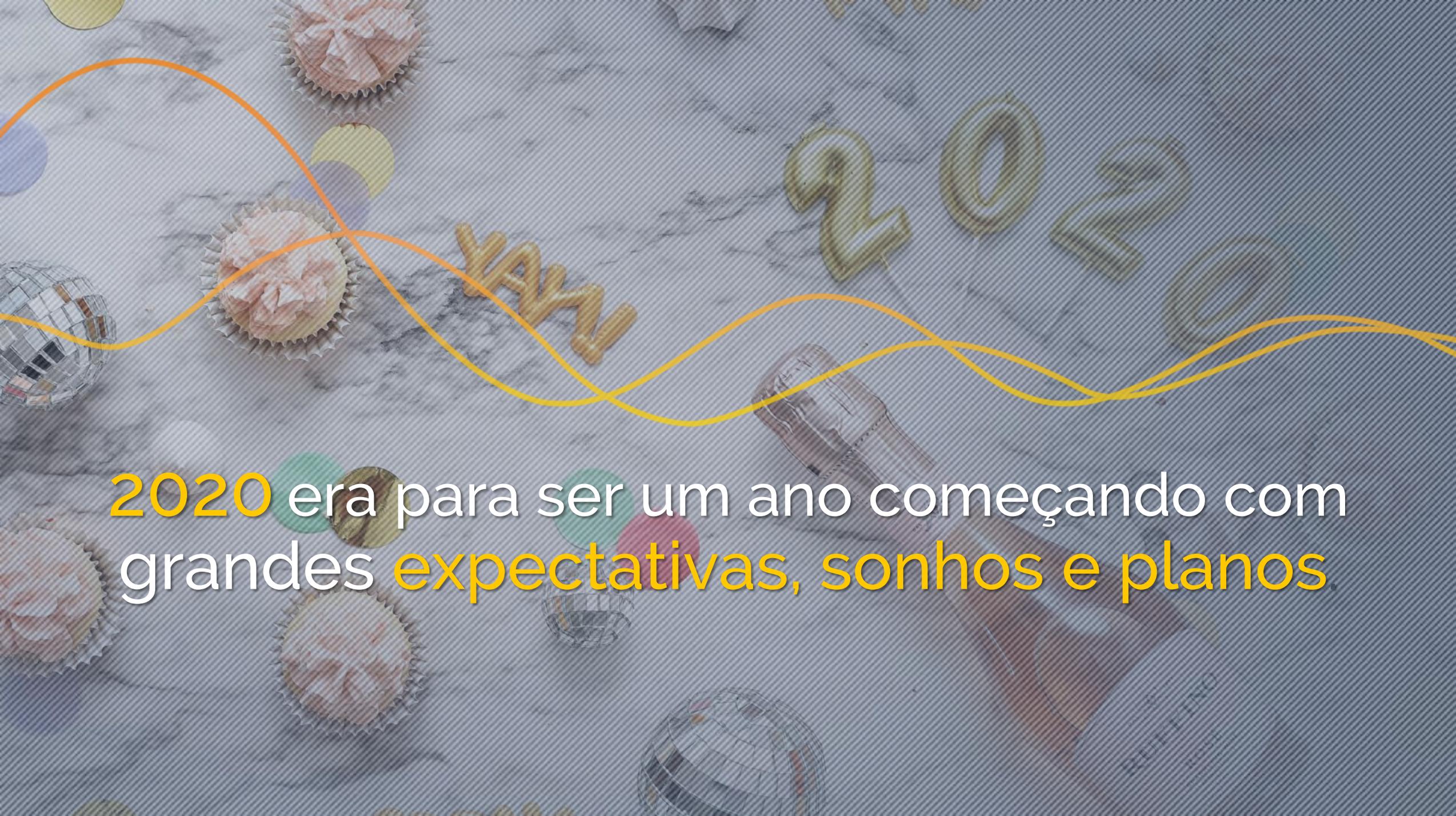




 qualibest

A nova realidade

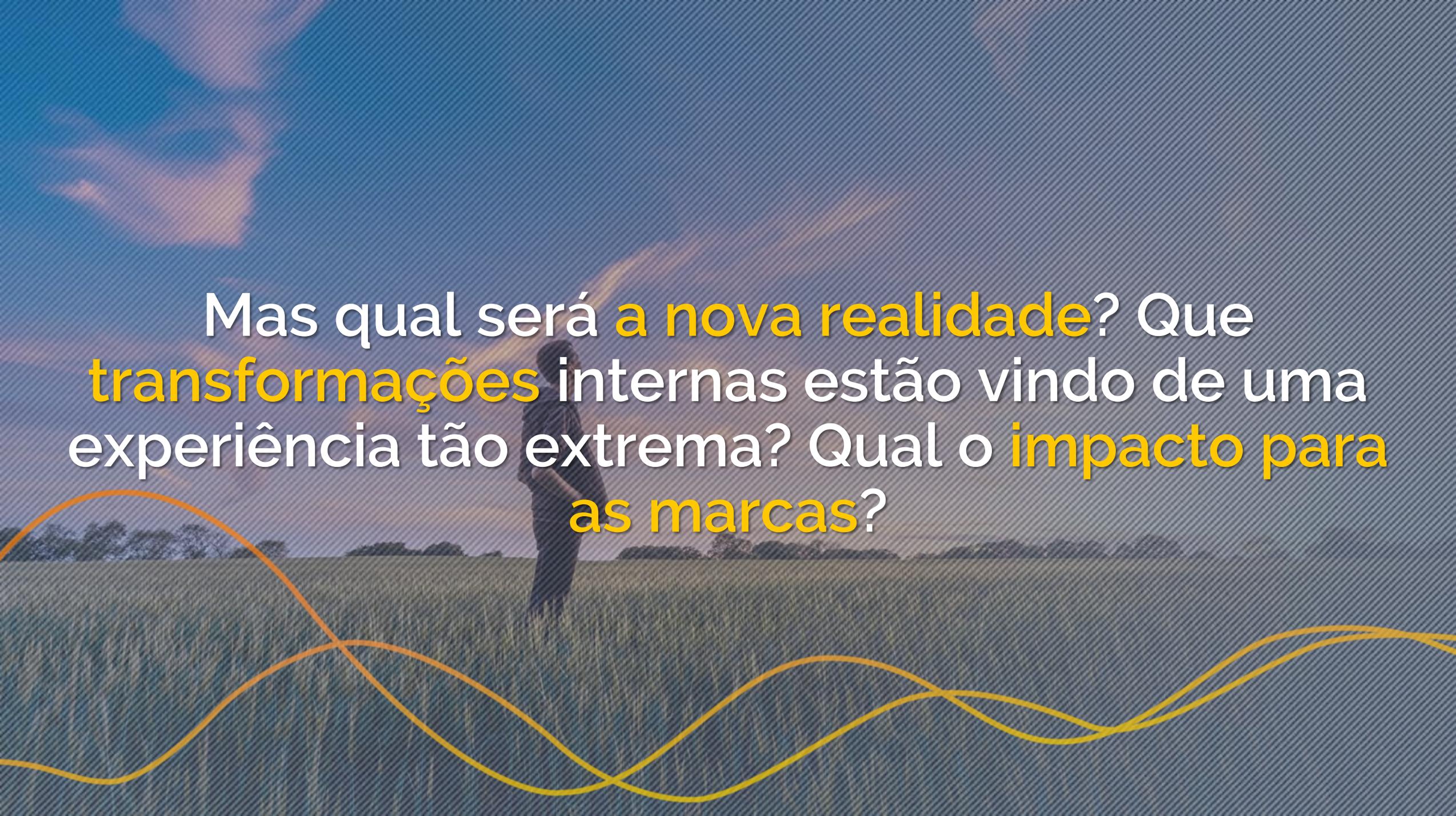


2020 era para ser um ano começando com grandes expectativas, sonhos e planos.

Mas algo que ninguém consegue **ver, cheirar  
ou ouvir**, mudou os rumos do planeta.  
Mudou **hábitos** e transformou casas em  
escritórios e escolas.



Gerou estoque de **itens impensáveis** e até lançou uma **nova moda...**  
Esvaziou as ruas e as deixou do jeito que só vemos em **filmes e cartões postais...** E mesmo não parecendo **real**, foi capaz de **mudar a realidade...**

A person stands in a field of tall grass, looking towards a sunset sky with soft, colorful clouds. The scene is overlaid with several wavy, orange and yellow lines that sweep across the bottom and middle of the frame. The text is centered in the upper half of the image.

Mas qual será **a nova realidade**? Que **transformações** internas estão vindo de uma experiência tão extrema? Qual o **impacto para as marcas**?

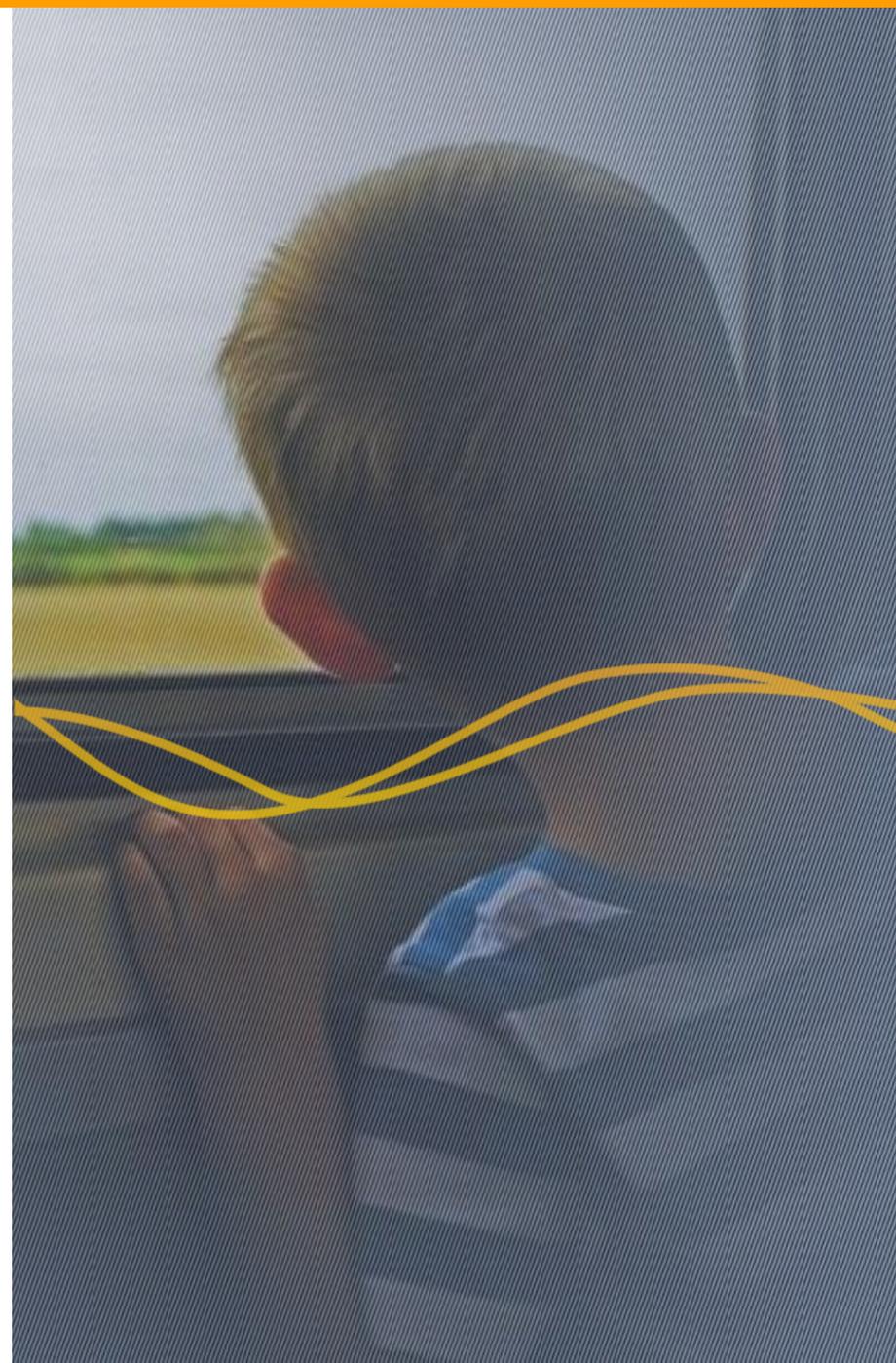
Esse projeto nasceu da vontade de trazer um **novo olhar sobre a quarentena** e de, mais do que investigar o que as pessoas estão consumindo ou deixando de consumir, buscamos **entender como elas se veem daqui para frente e questionar se haverá uma nova realidade de fato** ou se tudo isso não terá passado de uma breve reflexão.

Como tudo muda o tempo todo, pensamos que o projeto deveria refletir este **dinamismo em toda sua execução** (que levou 8 dias corridos). Também realizamos um **trabalho totalmente projetivo** para tirar as pessoas de sua zona de conforto e das respostas racionais.

Desta forma reunimos 24 painelistas em uma comunidade online e pedimos que respondessem 8 perguntas através de imagens e depoimentos que, ao final, analisamos.

Com exceção das capas introdutórias, **todas as demais imagens e depoimentos apresentados ao longo deste e-book foram postadas pelos participantes.**

Esperamos que este material os inspire a olhar para tudo isto de uma nova forma, sempre indo além.



The image features a background with a color gradient from orange to green to blue. In the center, there are dark silhouettes of a man and a woman looking at a smartphone together. Overlaid on the scene are several wavy lines in orange and yellow. At the bottom, there is a dark blue horizontal band containing white and yellow text.

**O MAIS SIMPLES TORNOU-SE O MAIS IMPORTANTE**

## O ISOLAMENTO SOCIAL TROUXE À TONA UMA SÉRIE DE REFLEXÕES

O Contato virtual era uma escolha, agora que é mandatório sentem falta do contato físico...



Nos últimos tempos tenho me contentado com os encontros e diálogos virtuais, como se eles fossem suficientes. Nestes dias de quarentena tenho refletido sobre o valor do encontro, do toque, do abraço. Tenho sentido muita falta.

Na correria do dia a dia, nós costumávamos substituir o contato físico com as pessoas pelo contato virtual. Um "oi" por telefone era mais conveniente do que um abraço pessoalmente. Hoje, privados disso, eu vejo o quanto era importante. Com certeza a minha maior reflexão nesse período foi aprender a valorizar mais os contatos pessoais.

Pretendo estar mais próxima das pessoas. Entender que o contato virtual nunca irá substituir o contato físico, um abraço e um beijo. A privação do contato físico nos faz rever várias coisas, inclusive que o contato físico é insubstituível.



# Sentem falta dos amigos, da família e de um abraço apertado

Queria dar e receber um abraço bem apertado, daquele que a gente demora mais tempo e não tem pressa, daquele que a gente deixa um pedacinho da gente e carrega no peito um pedacinho da pessoa amada.



Família, família, família!! Voltarei a ver meus pais com a mesma frequência, a tomar chá e comer pão caseiro na casa da minha tia, a ver nossas séries preferidas no sofá da casa dos meus pais, a observar meu filho brincar o dia inteiro com "vovô e vovó" e pedir pra ficar na casa deles "pra sempre"...

E pensam como os valores estavam se invertendo: Valorizam mais as pequenas coisas – que, afinal, não eram tão pequenas assim...

Tenho refletido muito em quanto sou grata a minha vida e saúde! Tenho tentado agradecer mais e pedir e reclamar menos. Somos privilegiados em ter um trabalho q nos possibilita trabalhar em casa, a ter conforto e acesso aos recursos necessários para combater essa pandemia!



Tenho redescoberto o valor das coisas simples e de como a liberdade nos é cara. Temos, em situações diferentes da de agora, a possibilidade de ir e vir tranquilamente e não nos damos conta da importância dessa autonomia.

# O digital deve ser para as coisas que o dinheiro compra: o uso massivo da Internet e aplicativos vai se consolidando como um hábito



Nesse período de quarentena tenho utilizado bastante a internet para fazer as compras. É algo que pretendo seguir praticando depois.





MESMO **ISOLADAS** (E ATÉ POR ISSO) AS  
PESSOAS **SE UNIRAM**

# O SENSO DE IGUALDADE DITA NOVOS COMPORTAMENTOS

Estar sob a mesma ameaça e experimentar a mesma vulnerabilidade lembra que somos todos iguais. Não podem dar as mãos mas querem estendê-las a quem precisa.

É o velho, se não aprende por bem....  
não importa raça, etnia, classe social.. nessas horas todos somos iguais, e ou vc para pra respirar e repensar na vida, ou vai faltar fôlego pra continuá-la



Vou fazer parte de grupos de voluntários, fazer o bem sem olhar a quem

# OS PRODUTORES E COMÉRCIOS MENORES GANHAM IMPORTÂNCIA

Se compadecem vendo pessoas com dificuldades financeiras e querem ajudar. Surge assim uma grande valorização aos produtores e aos comerciantes menores

Creio que é um período para repensar o consumo sob diversas perspectivas: comprar somente o necessário, valorizar o microempreendedor, verificar com mais seriedade a qualidade e durabilidade de um produto, observar a limpeza do ambiente de armazenamento do alimentos, etc.

valorizar o comércio local, as pequenas empresas que estão passando por dificuldades ao invés de comprar de grandes marcas e estabelecimentos.



# O CONSUMO SUSTENTÁVEL VAI SE CONSOLIDANDO

O pensar no todo reflete-se na importância de olhar também para a cadeia produtiva. A sustentabilidade e a responsabilidade social falarão cada vez mais alto

Pensando aqui... outra coisa que já vinha fazendo e vou aumentar é só comprar de empresa que mostre algum comprometimento com a sociedade, com o meio ambiente. Não compro de empresa alinhada com mentalidade de exploração do trabalhador, supressão de direitos, e que coloca seu lucro acima da vida.

Vou analisar melhor onde comprar, procedência dos produtos, se a empresa tem responsabilidade social.



A man in a dark suit is walking a tightrope against a blue sky background. The tightrope is a thin black line that curves across the frame. To the right of the man, there is a large, tangled mass of black lines, resembling a ball of yarn or a complex knot. Several wavy lines in orange and yellow colors arc across the sky above the man. The overall scene suggests a metaphor for navigating uncertainty and seeking control.

AS **INCERTEZAS** TRAZEM UM DESEJO DE  
CONTROLE E UMA **NOVA VISÃO DA VIDA**

# A RECESSÃO ECONÔMICA LEMBRA DA IMPORTÂNCIA DE SE PLANEJAREM MAIS

Há uma oportunidade para que bancos e financeiras os ajudem neste momento e futuramente



Tenho pensado na questão de planejar melhor o futuro, pois tudo pode mudar muito rápido. Vejo as reduções de salários que estão acontecendo, demissões... enfim, penso muito nisso, planejar o futuro.

Tenho pensado muito nas coisas supérfluas que eu costumava comprar, e que só agora eu percebi que não são tão necessárias, pois não estão sendo usadas ou não estão fazendo falta nesse momento. Espero que depois do período de isolamento eu consiga manter essa consciência sobre o meu consumo.

Acredito que mudará bastante. Pouco antes do período de quarentena eu já estava implantando novas regras pessoais para compras, e esse período de isolamento me ajudou bastante a manter essa mesma linha. Valorizar comércios locais é uma das opções de mudança, além do consumo mais consciente e reeducação financeira, pois não sabemos o que acontecerá amanhã. Ter uma reserva de emergência é fundamental.

# O CONSUMO TORNA-SE MAIS CONSCIENTE

Um consumo mais racional gera a necessidade de repensar estratégias de marketing. Haverá maior questionamento sobre a necessidade do ter e as compras por impulso podem diminuir



Tenho pensado muito nas coisas supérfluas que eu costumava comprar, e que só agora eu percebi que não são tão necessárias, pois não estão sendo usadas ou não estão fazendo falta nesse momento. Espero que depois do período de isolamento eu consiga manter essa consciência sobre o meu consumo.



Vou parar e me organizar, comprar agora somente o necessário, o q verdadeiramente preciso, esquecer a ilusão de comprar só porque esta em promoção ou é lançamento.

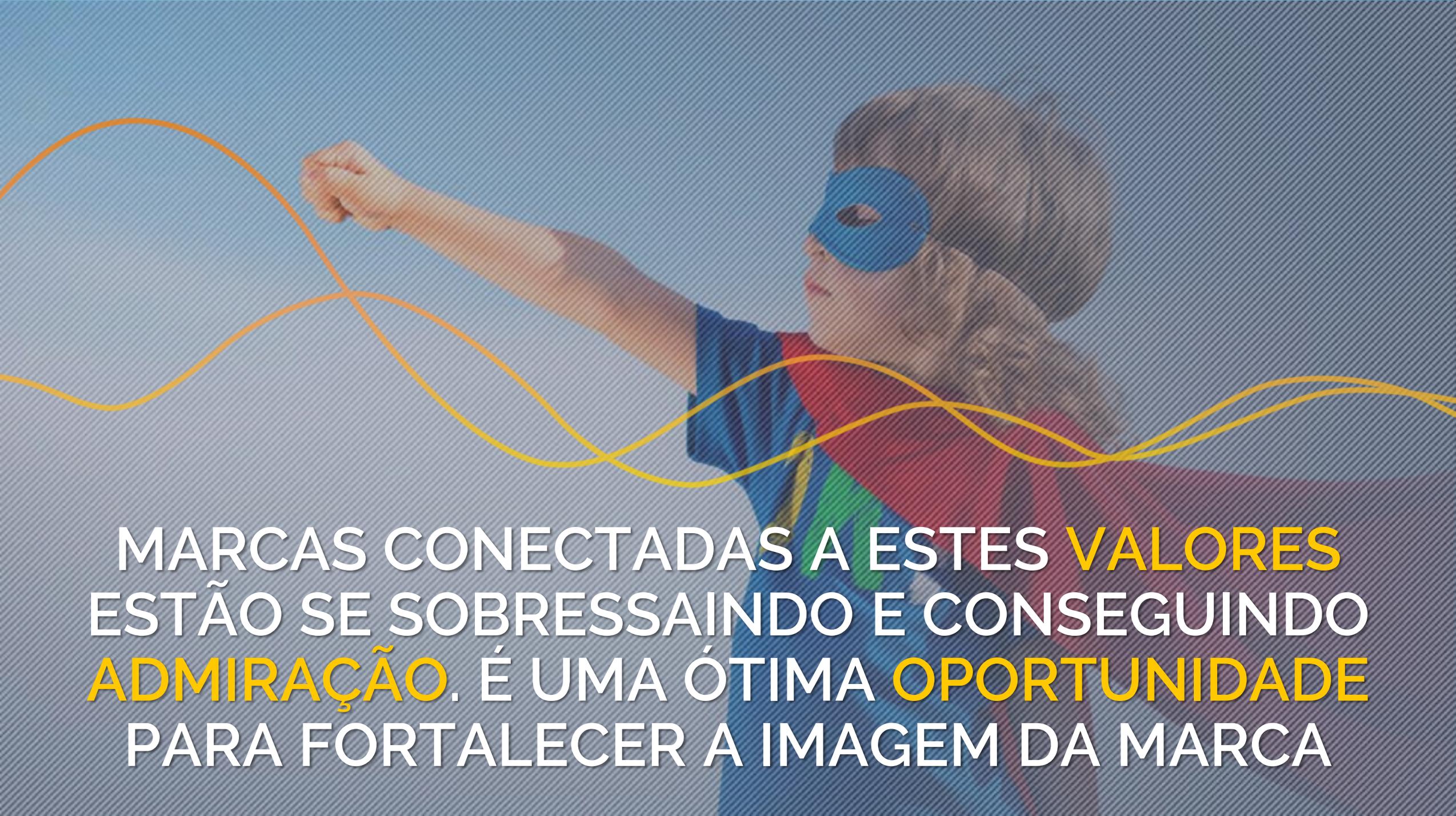
# CRIAR EXPERIÊNCIAS DE MARCA É CADA VEZ MAIS IMPORTANTE

Refletem sobre a importância de aproveitar a vida ao máximo, de explorar e conhecer novos lugares.

Neste período de isolamento, percebi o quanto eu gastava dinheiro com pequenas compras supérfluas, com coisas que não são realmente necessárias e que não acrescentavam muito na minha vida. Sempre procurei economizar neste tipo de gasto, tentando guardar dinheiro para gastar mais em experiências do que em bens materiais. Espero que depois do período de isolamento eu consiga manter meus gastos supérfluos reduzidos e consiga ter mais momentos felizes e experiências que me enriquecem mais do que bem materiais.



Desejo viajar com a minha família, conhecendo novos lugares, principalmente aqueles que nos proporcionem um contato maior com a natureza.



MARCAS CONECTADAS A ESTES VALORES  
ESTÃO SE SOBRESSAINDO E CONSEGUINDO  
ADMIRAÇÃO. É UMA ÓTIMA OPORTUNIDADE  
PARA FORTALECER A IMAGEM DA MARCA

São tantos os exemplos! Desde pequenas empresas até grandes empresas! Alguns donos de mercados e padarias colocaram em seus estabelecimentos a prateleira solidária, para aqueles que estão em situação de necessidade. Grandes empresas adaptaram sua linha de produção para o combate ao COVID-19 como a Ambev que está produzindo álcool em gel para doação; a Lupo e a Alpargatas estão produzindo e doando máscaras para hospitais do SUS; a Newbalance que também está fabricando máscaras, entre outras empresas que doaram quantias em dinheiro para aquisição de respiradores e construção dos hospitais de campanha.

Empresa de cosméticos Natura, esta distribuindo álcool 70% para hospitais, creches etc.

A Magazine Luiza fez diversas doações e afirmou que não irá demitir ninguém; a Ambev está usando seu maquinário para fabricar álcool em gel; e tantas pequenas empresas que, dentro das suas possibilidades, têm ajudado nesse momento difícil para todos...





A woman in a red dress is shown from the waist up, pointing her right hand towards the left. She is wearing a dark headpiece. The background is a light blue-grey gradient. Overlaid on the image are several wavy lines in orange and yellow. The text 'E, AFINAL, QUAL SERÁ A NOVA REALIDADE?' is positioned in the lower half of the image.

E, AFINAL, QUAL SERÁ **A NOVA REALIDADE?**

ALGUNS, ACHAM QUE A PÁGINA ESTÁ EM BRANCO...

---

# ...E UMA NOVA HISTÓRIA SERÁ REESCRITA

## COM NOVOS VALORES:

1. Um olhar mais grato e menos amargo para suas vidas
2. Uma maior proximidade física das pessoas que lhes são queridas

## E COM NOVAS ATITUDES:

1. Consolidação de hábitos de compras pela Internet
2. Maior uso de Apps que trarão novas dinâmicas para o dia a dia
3. Priorização de compra através de pequenos produtores e comerciantes
4. Consumismo perdendo espaço para um consumo mais consciente
5. Consumo consciente englobando a preocupação com toda a cadeia produtiva
6. Uma maior busca de experiências em suas vidas (e, claro, com as marcas)

**Culminando em uma valorização na imagem de marcas conectadas a tudo isto**

# MAS TAMBÉM, HÁ QUEM ACREDITE QUE TUDO ISSO SERÁ ESQUECIDO...



Penso que voltaremos as nossas rotinas.

Acredito que a princípio estaremos mais próximos e unidos mas não sei se será algo levado a longo prazo. Com o passar do tempo, as rotinas retornam e tudo volta como era antes!



## ...E NÃO HAVERÁ UMA NOVA REALIDADE

A woman with blonde hair, wearing a white dress, is shown in profile, looking down at a small object she is holding in her hands. The background is a light-colored wall with vertical lines. Overlaid on the image are two wavy lines, one orange and one yellow, that curve across the top and middle of the frame. The text 'SERÁ?' is centered in the lower half of the image.

**SERÁ?**

## Notas Técnicas

### Estudo desenvolvido em 8 dias

Recrutamento realizado no painel QualiBest	1 dia
Comunidade online	3 dias
Análise e produção	4 dias

### 24 pessoas recrutadas

Homens e Mulheres

30 a 55 anos

Classes AB

Que estão em quarentena em casa

Amostra e perfil dos participantes



A nova realidade

**Gerente responsável:** Adriana Koenigsfeld

**E-mail:** [adriana@institutoqualibest.com.br](mailto:adriana@institutoqualibest.com.br)

**Telefone:** +55 11 3215 6647