

Pesquisa Hábitos de Consumo Dia Mundial do Consumidor 2016

BoaVista SCPC



Índice

○ Objetivo, metodologia e amostra	03
○ Perfil dos respondentes	04
○ Percepção da Economia Brasileira (2016 contra o ano anterior)	07
○ Percepção sobre as Finanças Pessoais (2016 contra o ano anterior)	10
○ Auto percepção do consumidor com relação aos seus hábitos de consumo	12
○ Itens que mais pesaram no orçamento do consumidor frente à inflação e reajuste de preços	18
○ Itens que mais os consumidores diminuíram os gastos para tentar equilibrar o orçamento	24
○ Itens que priorizariam a redução de gastos em caso de redução da renda ou desemprego	30

Objetivo, metodologia e amostra

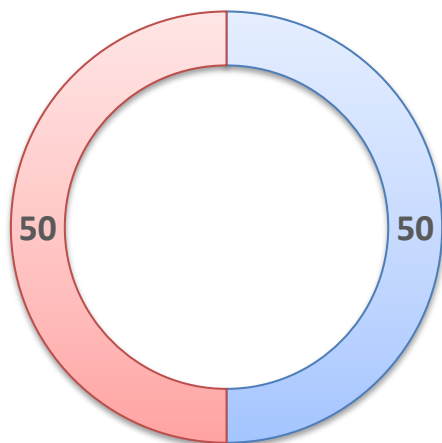
- **Objetivo:** A pesquisa teve por objetivo identificar a percepção do consumidor com relação a economia brasileira e suas finanças pessoais, e seu comportamento frente ao atual cenário econômico do país, suas expectativas para o próximo ano. A pesquisa identificou também novos hábitos dos consumidores.
- **Metodologia:** metodologia quantitativa para realização da coleta das informações, por meio de pesquisa eletrônica via internet.
- **Período de realização da pesquisa:** 03 a 23 de fevereiro de 2016.
- **Target:** O universo da pesquisa é representado por consumidores que buscaram informações e orientações no site Consumidor Positivo da Boa Vista SCPC – www.consumidorpositivo.com.br
- **Amostra:** 504 respondentes
- **Leitura dos resultados:** Para leitura geral dos resultados, deve-se considerar 95% de grau de confiança e margem de erro de 4,3%, para mais ou para menos.

PERFIL DOS RESPONDENTES

- Os respondentes estão divididos em 50% homens e 50% mulheres.
- 35% dos consumidores concentram-se na faixa etária de 25 a 34 anos.
- 53% representam as Classes D/E, 41% a Classe C e 6% as Classes A/B.

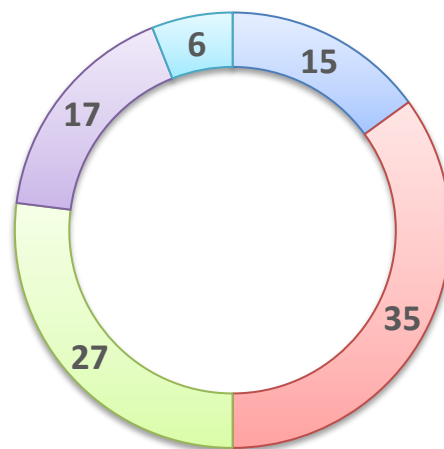
Gênero (%)

- Masculino
- Feminino



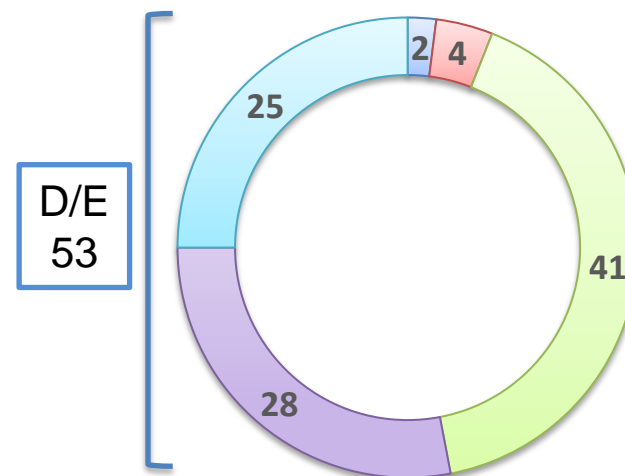
Idade (%)

- Até 24 anos
- 25 a 34 anos
- 35 a 44 anos
- 45 a 54 anos
- 55 anos ou mais



Classe Social (%)

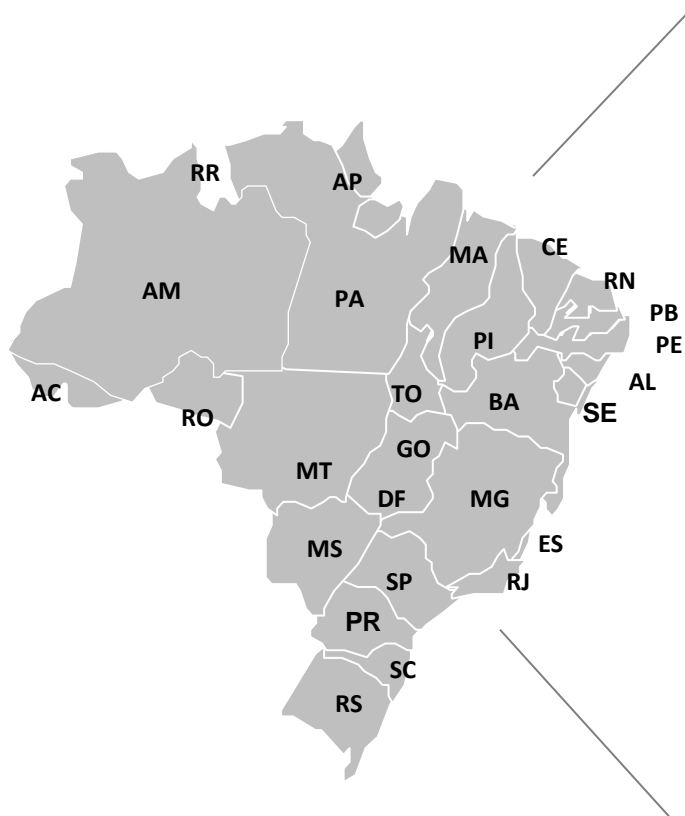
- Classe A
- Classe B
- Classe C
- Classe D
- Classe E



Equivalência Renda Familiar Mensal

Classe A – acima de R\$ 11.300
 Classe B – de R\$ 8.700 a R\$ 11.300
 Classe C - de R\$ 2.030 a R\$ 8.700
 Classe D – de R\$ 1.230 a R\$ 2.030
 Classe E – até R\$ 1.230

- 65% dos consumidores que responderam a pesquisa concentram-se na Região Sudeste do país, 45% deles em São Paulo. O Sul tem 13% de representatividade, seguido pelas regiões Nordeste (11%), CO (6%) e N (5%).



Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região
Norte	Pará	3%	5%
	Tocantins	0%	
	Amazonas	1%	
	Amapá	0%	
	Rondônia	0%	
	Acre	0%	
	Roraima	0%	
Nordeste	Pernambuco	2%	11%
	Alagoas	1%	
	Bahia	2%	
	Ceará	2%	
	Piauí	0%	
	Rio Grande do Norte	1%	
	Sergipe	0%	
	Maranhão	0%	
	Paraíba	1%	
	Mato Grosso do Sul	1%	
	Distrito Federal	2%	
Centroeste	Goiás	2%	6%
	Mato Grosso	1%	
	São Paulo	45%	
	Minas Gerais	9%	
Sudeste	Rio de Janeiro	9%	65%
	Espírito Santo	2%	
	Rio Grande do Sul	5%	
	Paraná	5%	
Sul	Santa Catarina	3%	13%

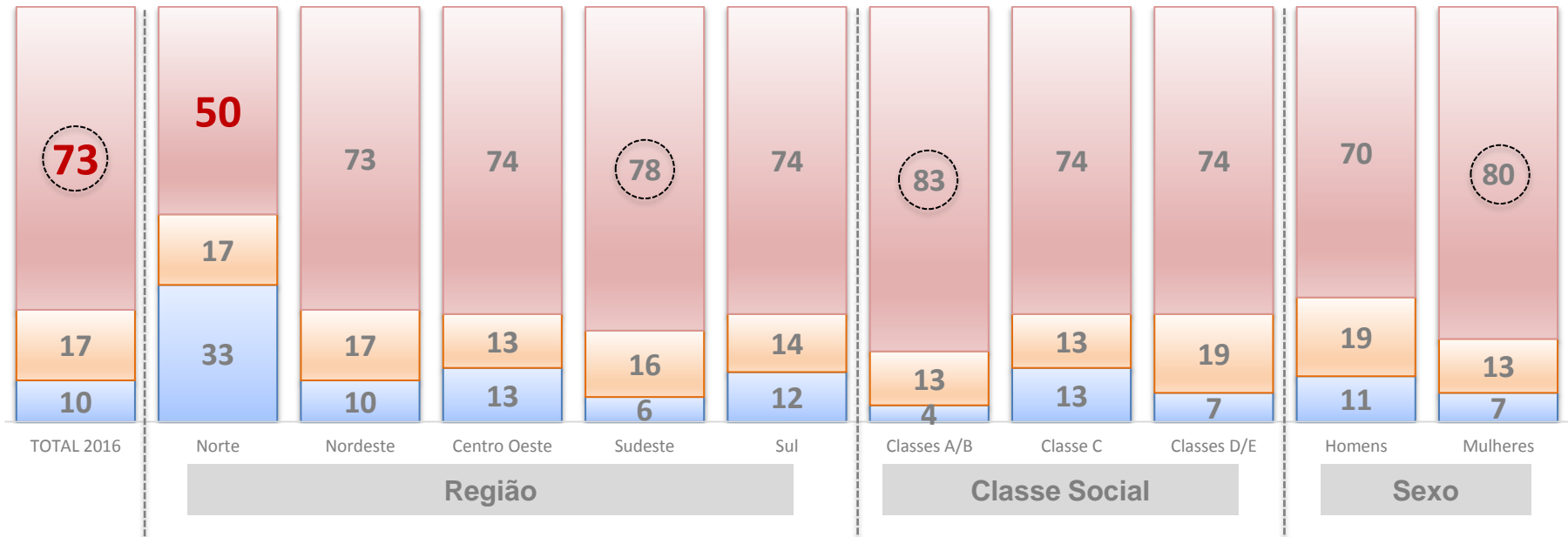
PERCEPÇÃO DA ECONOMIA BRASILEIRA

(Situação atual e principais preocupações do consumidor)

Atualmente, 73% dos consumidores percebem a economia brasileira como pior em relação à 2015. Essa percepção é maior no SE com 78% das menções, se comparada às demais regiões. Para 83% dos consumidores das classes A/B a economia estará pior em 2016. Entre as mulheres a percepção de piora supera a dos homens (80% contra 70%).

Percepção da Economia Brasileira em 2016 se comparada ao ano anterior (%)

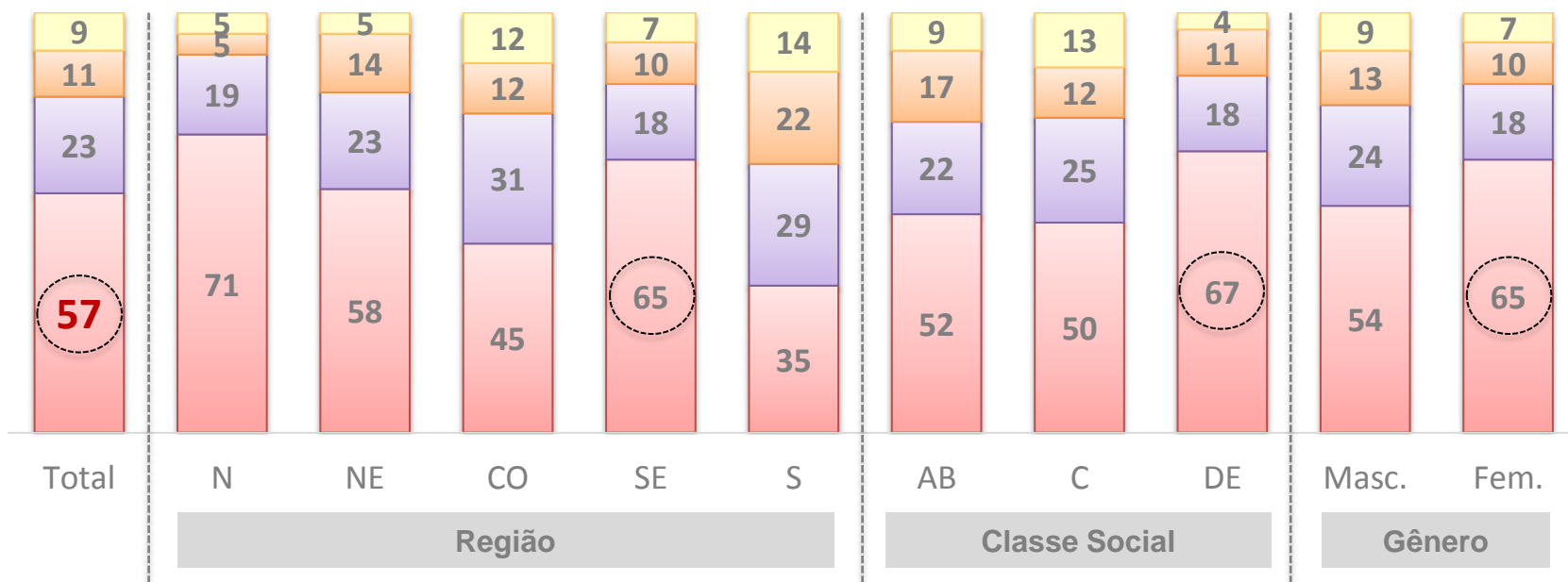
■ Melhor ■ Igual ■ Pior



57% dos consumidores têm como principal preocupação, no atual cenário econômico, o desemprego. No Sudeste esse percentual é ainda maior, com 65% das menções, e para as classes D/E (67%).

O que mais lhe preocupa no atual cenário econômico? (%)

- Desemprego
- Inflação
- Diminuição da renda
- Redução das linhas de crédito e financiamentos

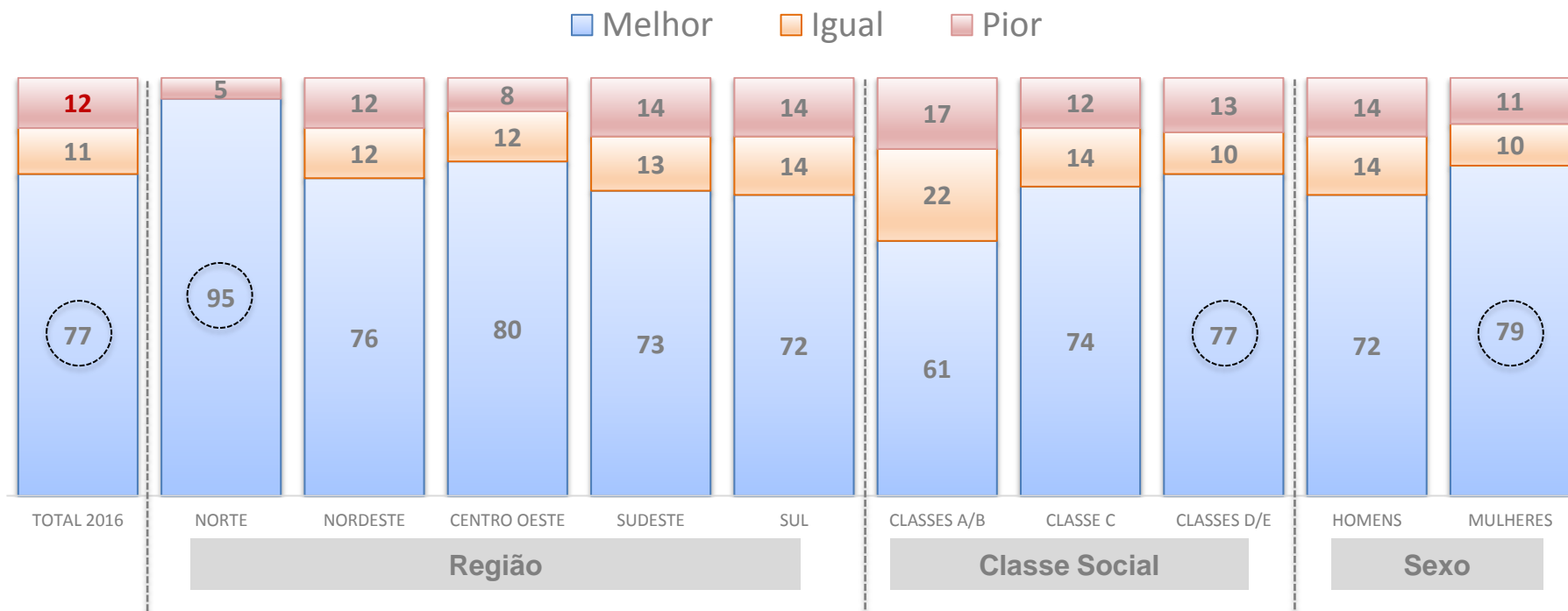


PERCEPÇÃO SOBRE AS FINANÇAS PESSOAIS

(Expectativas do consumidor quanto ao rendimento pessoal)

Atualmente, apenas 12% dos consumidores avaliam que suas finanças pessoais estarão piores em comparação ao ano de 2015. As mulheres estão mais confiantes do que os homens e 79% (contra 72%) acreditam que as finanças pessoais estarão melhores em 2016 na comparação com 2015.

Percepção sobre as Finanças Pessoais em 2016 em comparação com o ano anterior (%)



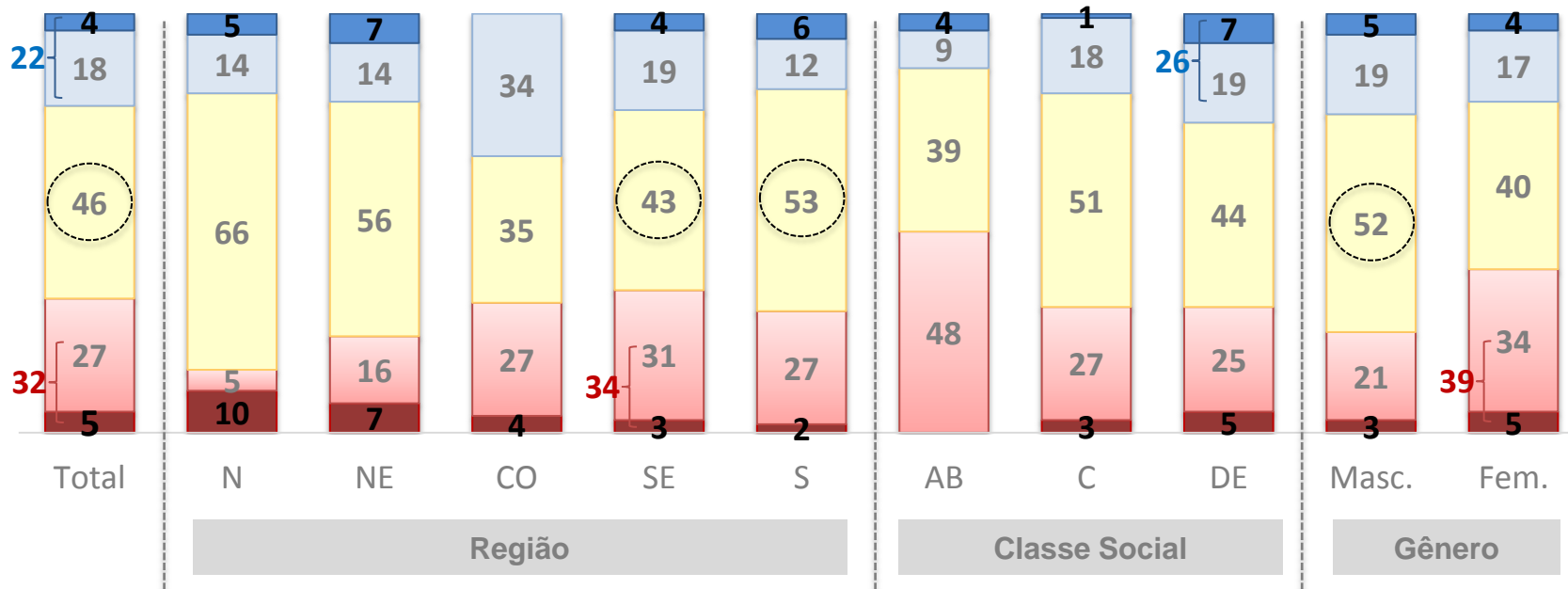
AUTO PERCEÇÃO DO CONSUMIDOR

(Como o consumidor se vê, frente aos seus hábitos de consumo?)

46% dos consumidores consideram-se equilibrados com relação aos seus hábitos de consumo. Na região Sul, 53% dos consumidores consideram-se equilibrados. No Sudeste, 43% se dizem equilibrados e 23% econômicos e muito econômicos. Mas, é nesta região que também encontram-se os mais consumistas, representando 34% do público.

Como avalia seu perfil de consumo? (%)

■ Muito consumista ■ Consumista ■ Equilibrado
■ Econômico ■ Muito econômico

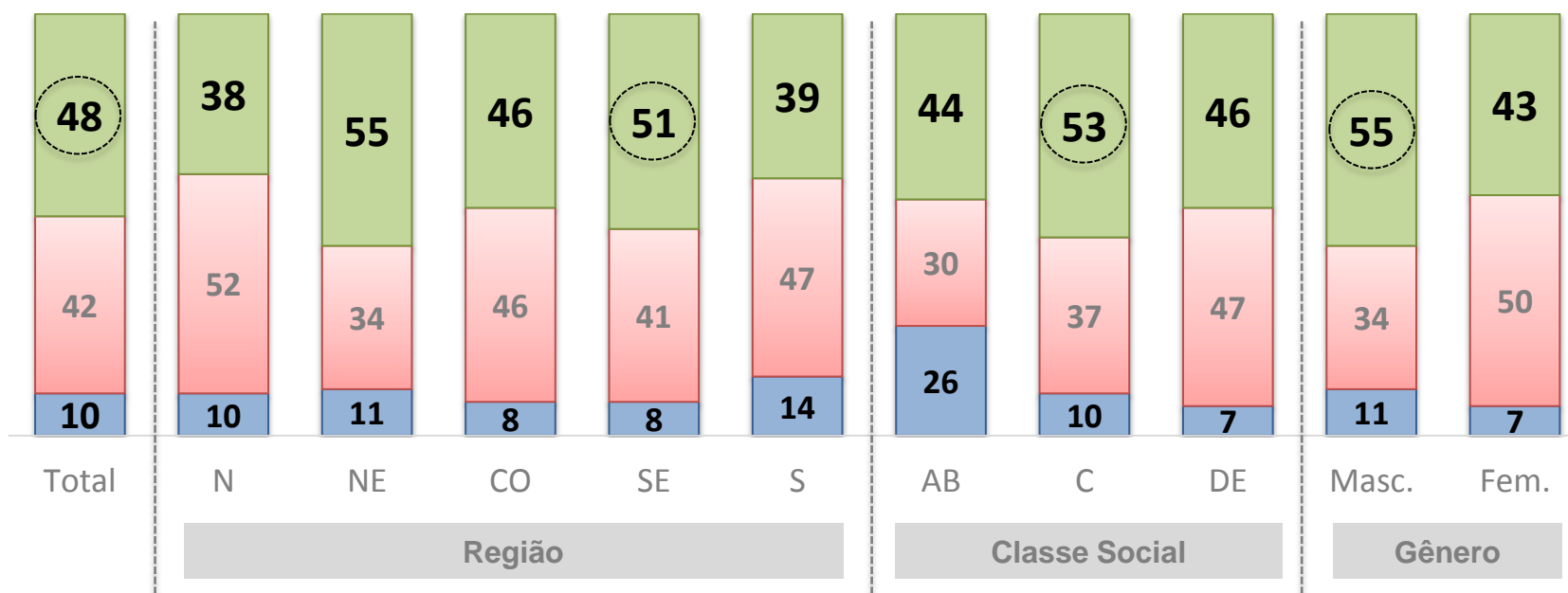


De modo geral, considerando tudo o que recebem e gastam no mês, 48% dos consumidores declaram que as contas estão equilibradas. Já outros 42% gastam mais do que recebem.

No Sudeste, 51% dos consumidores afirmam estarem com as contas equilibradas, 41% gastam mais do que recebem, e apenas 8% recebem mais do que gastam no mês.

Percepção quanto a relação recebimentos versus gastos (%)

- Recebe mais do que gasta no mês
- Gasta mais do que recebe no mês
- As contas estão equilibradas

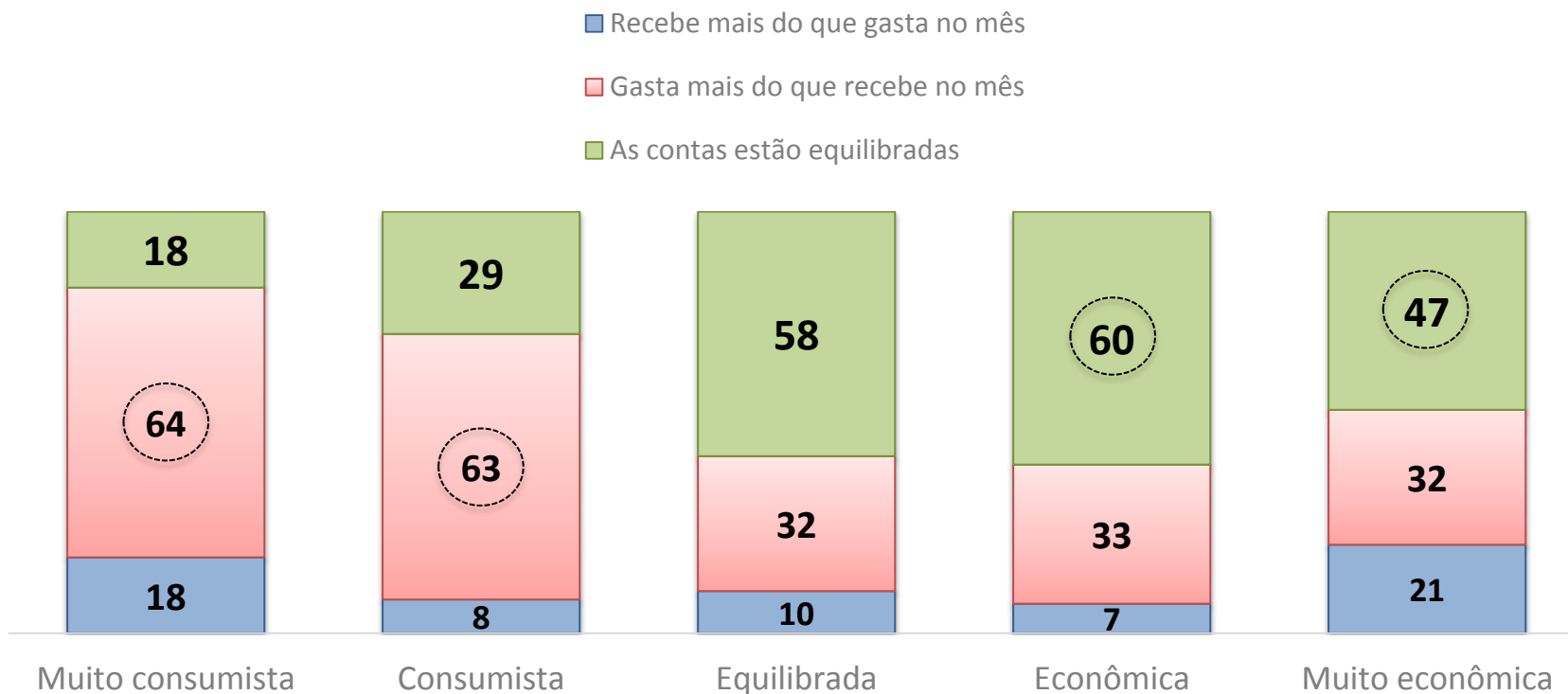


Os consumidores intitulados como “muito consumistas e consumistas” são os que gastam mais do que recebem, com 64% e 63% das menções.

60% dos que se declaram econômicos, são os que possuem as contas do mês equilibradas.

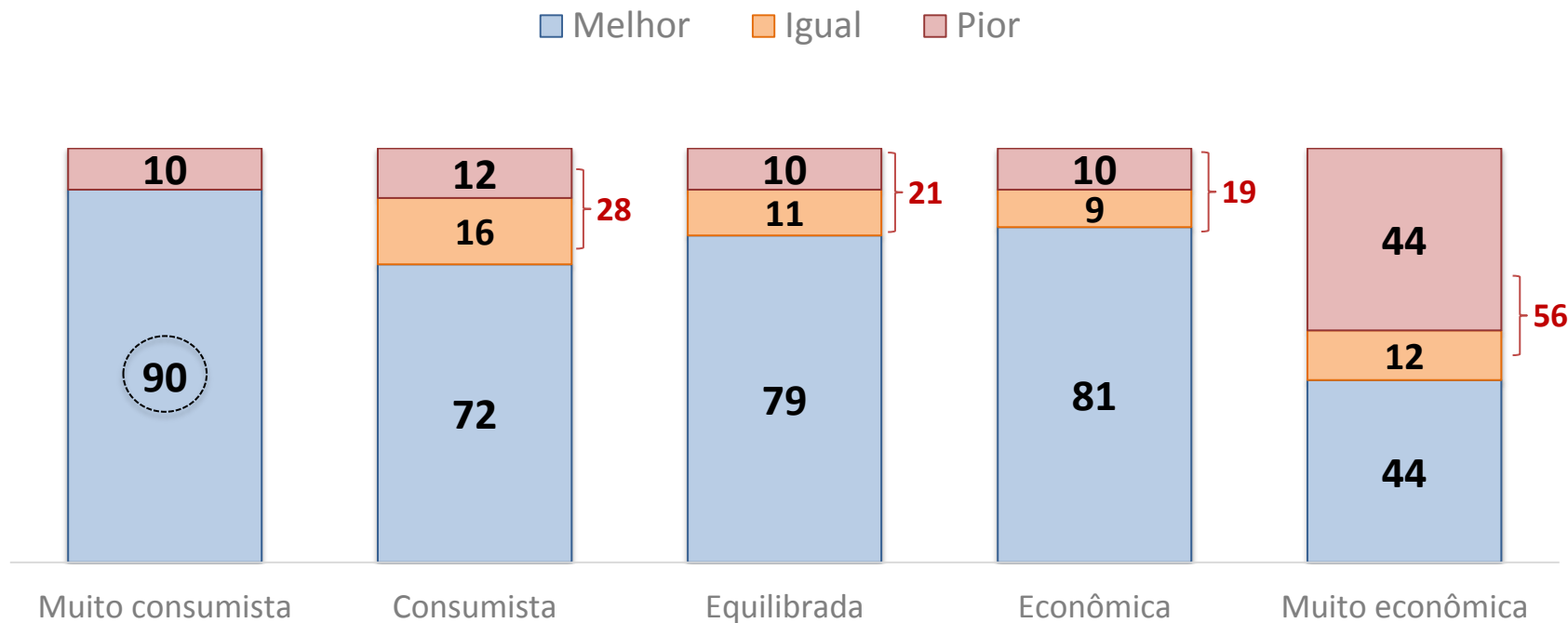
Entre os “muito econômicos”, 47% estão com as contas do mês equilibradas e, 21% deles, afirmam receber mais do que ganham.

Perfil do Consumidor versus a Percepção quanto a relação recebimentos versus gastos (%)



Os consumidores “muito econômicos” são aqueles que demonstram maior preocupação ou “pessimismo” no que se refere às finanças pessoais, uma vez que 56% deles acreditam que as finanças pessoais estarão iguais ou piores em 2016, se comparado ao ano passado. Já para os “muito consumistas”, 90% acreditam que as finanças estarão melhores.

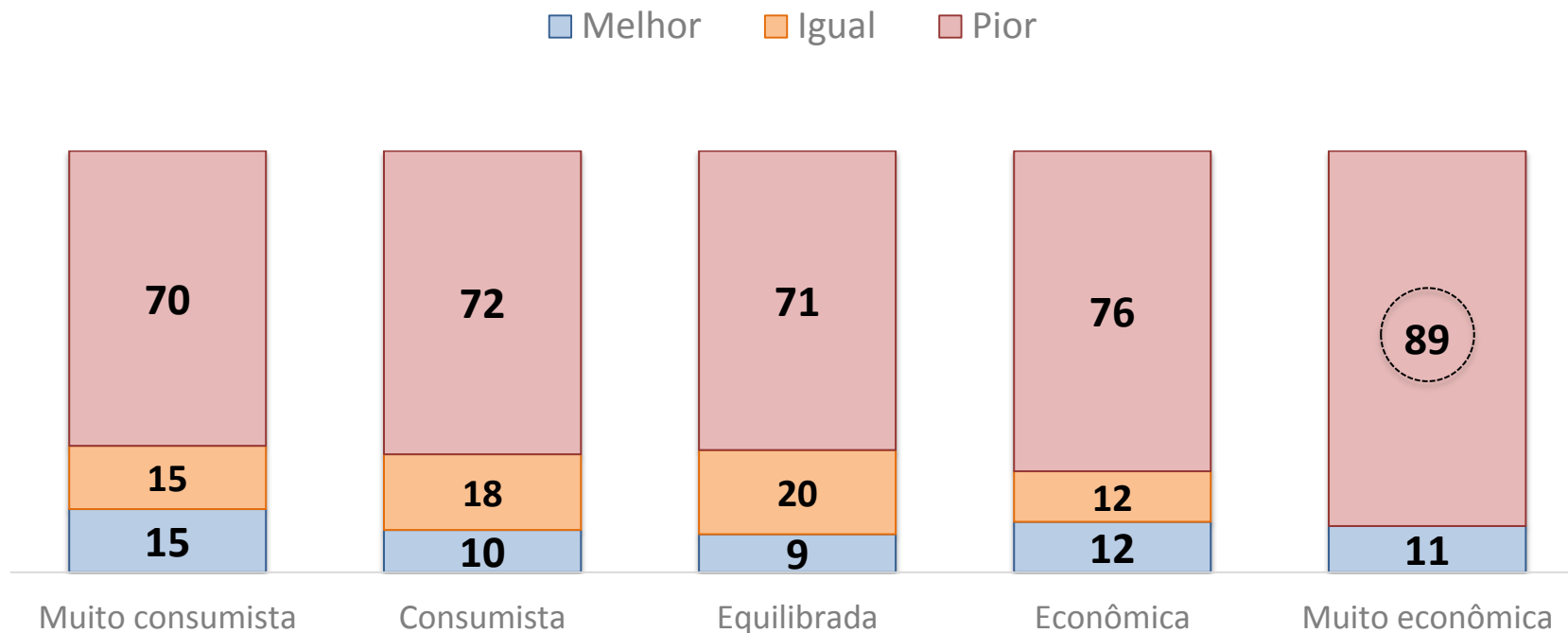
Perfil do Consumidor versus a Percepção sobre as finanças pessoais (%)



Quanto mais econômico o consumidor diz ser, maior é a percepção dele sobre a piora da Economia Brasileira para este ano de 2016.

89% dos consumidores classificados como “muito econômicos” esperam piora da situação econômica neste ano, contra 70% entre aqueles denominados “muito consumistas”.

Perfil do Consumidor versus a Percepção da Economia Brasileira (%)



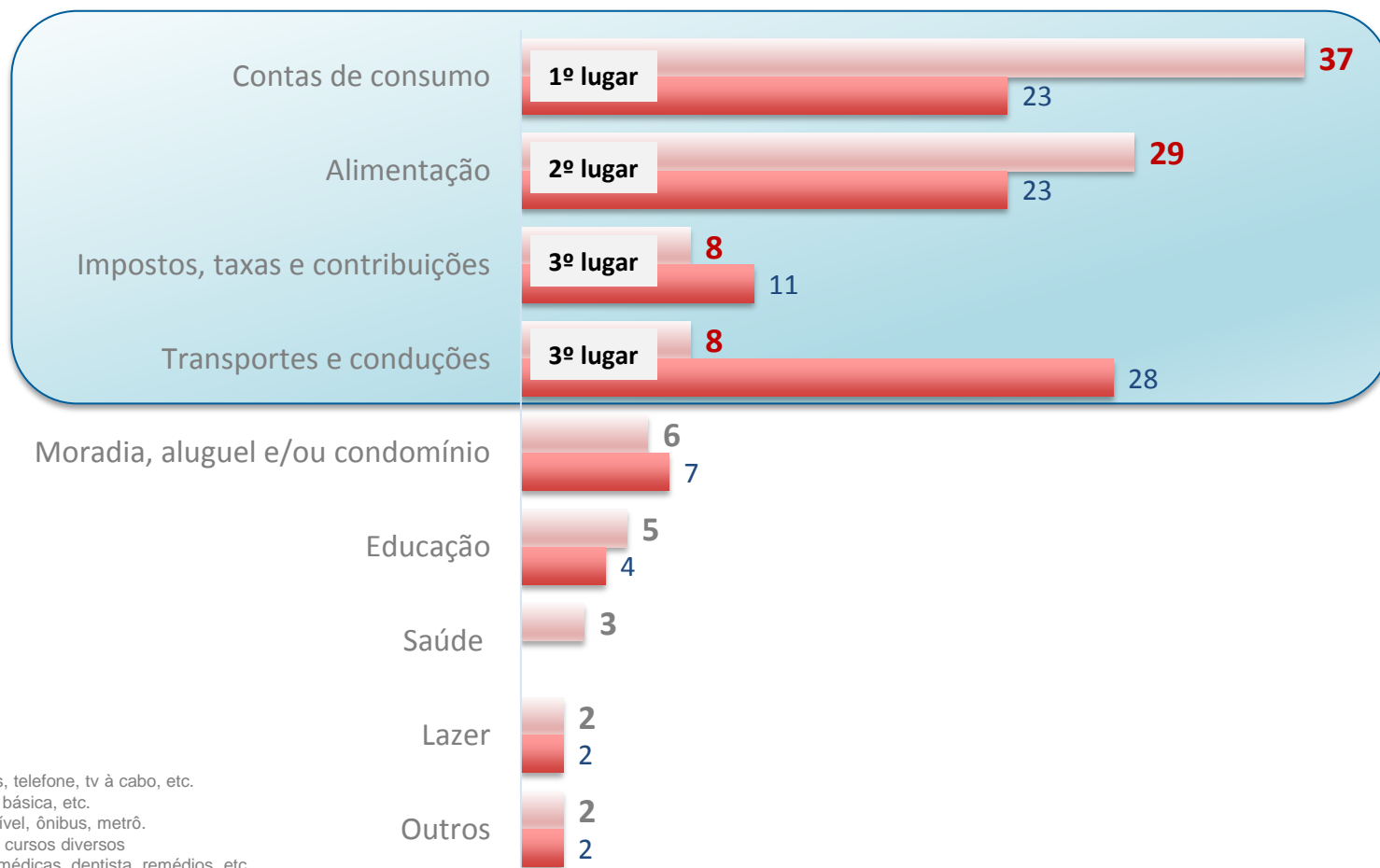
O QUE MAIS PESOU NO ORÇAMENTO DO CONSUMIDOR

(Considerando o cenário de inflação e reajuste de preços)

No atual cenário de inflação e reajuste de preços, cresce o percentual de consumidores que apontam como principal “vilão” do orçamento doméstico os gastos com contas de consumo, um aumento de 14p.p em comparação ao ano passado, de 23% para 37% das menções.

Em segundo lugar aparecem as despesas com alimentação (de 23% para 29%), seguido por impostos e despesas com transportes, empatados com 8% das menções cada.

No atual cenário de inflação e reajuste nos preços, que tipo de serviço ou despesa que pesou mais no Orçamento Doméstico (%)



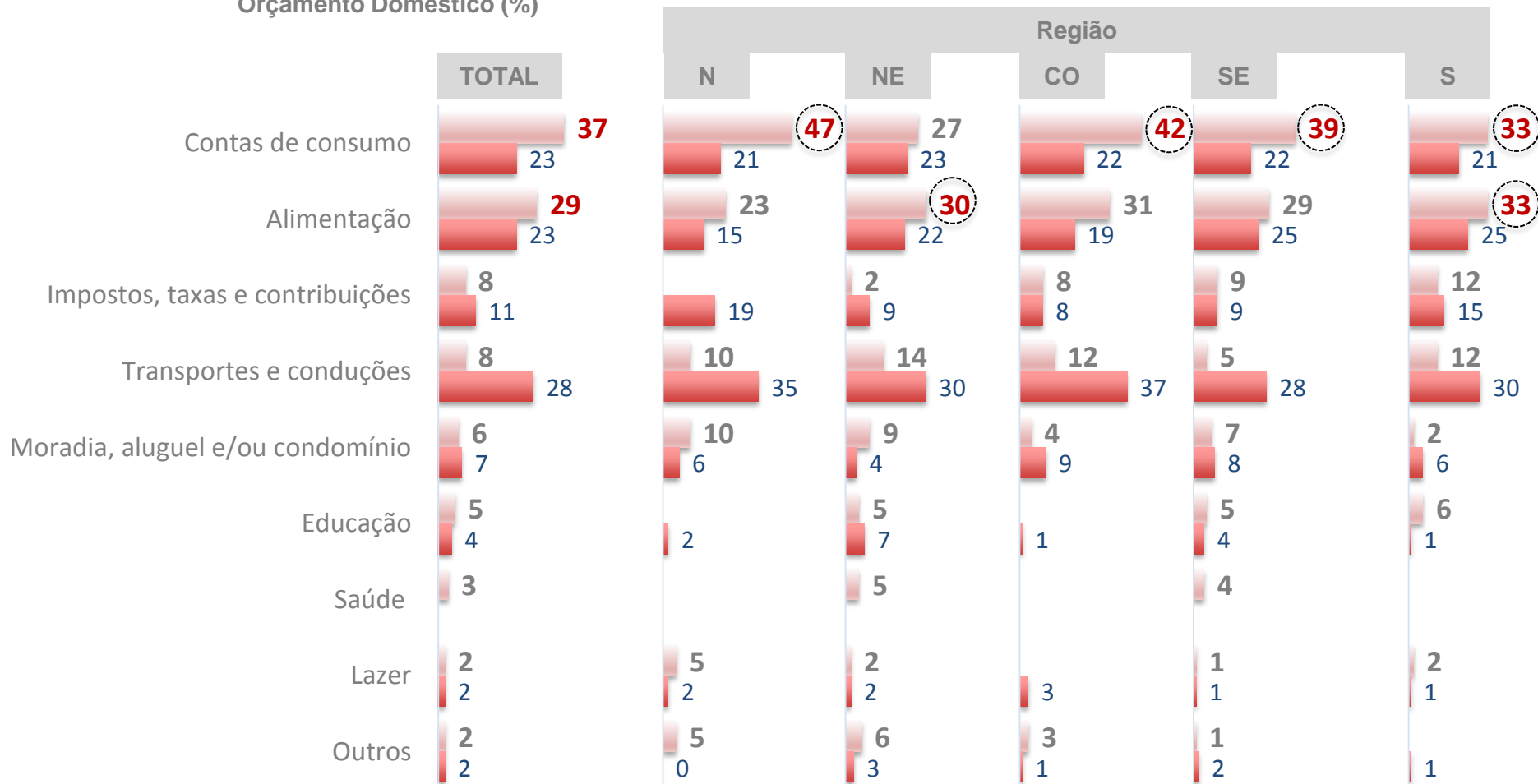
Legenda

- (1) Contas de Consumo = água, luz, gás, telefone, tv à cabo, etc.
- (2) Alimentação = Supermercado, cesta básica, etc.
- (3) Transportes e conduções = combustível, ônibus, metrô.
- (4) Educação = Faculdade, matrículas e cursos diversos
- (5) Saúde = Plano de saúde, despesas médicas, dentista, remédios, etc.

Contas de consumo (água, luz, gás, telefone, tv à cabo, etc.) é o que mais pesa no orçamento doméstico nas regiões N (47%), CO (42%), SE (39%).

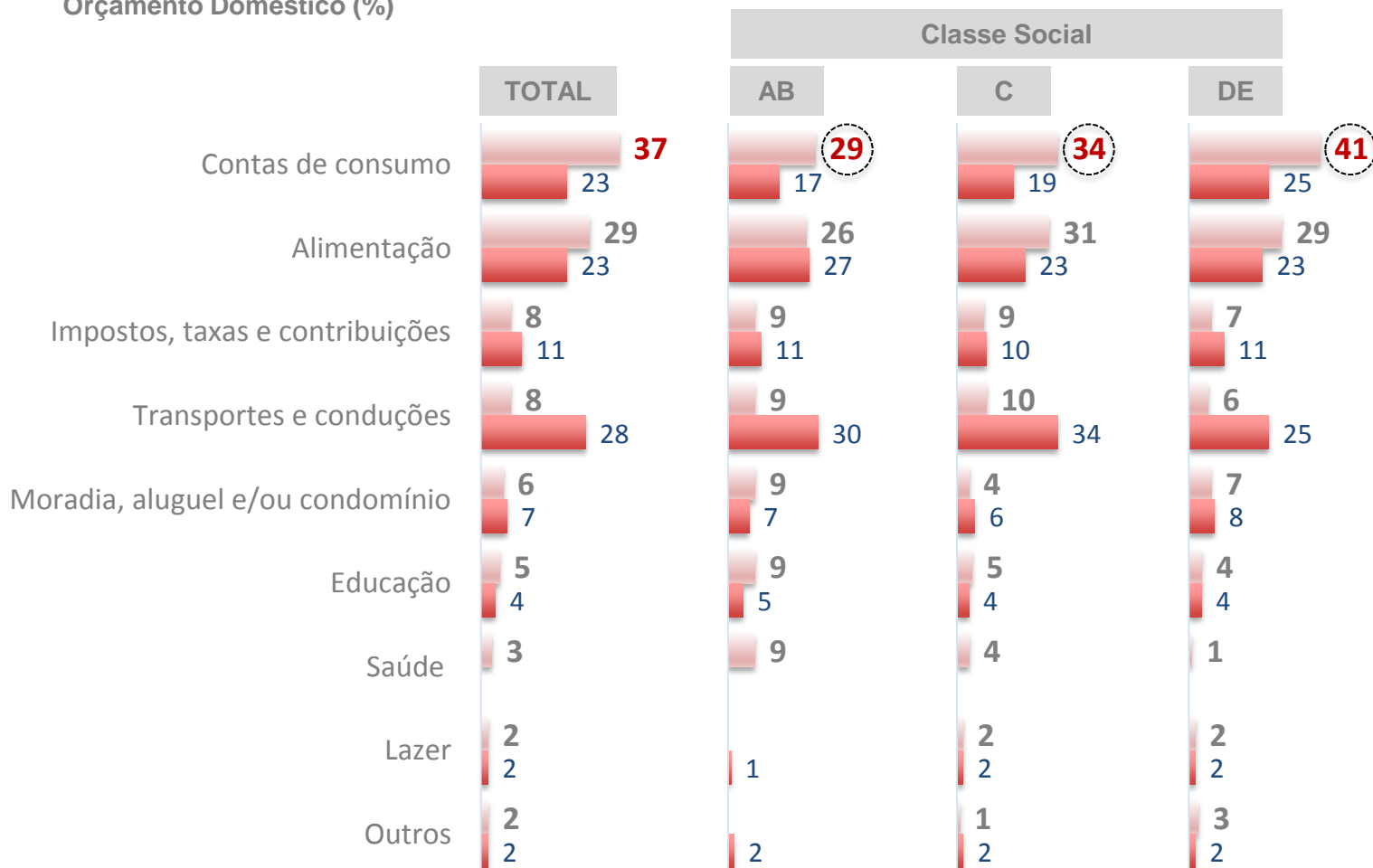
No Sul, além das contas de consumo, os gastos com alimentação também pesam mais no orçamento, assim como percebido na região Nordeste, com 33% e 30% das menções.

No atual cenário de inflação e reajuste nos preços, que tipo de serviço ou despesa que pesou mais no Orçamento Doméstico (%)



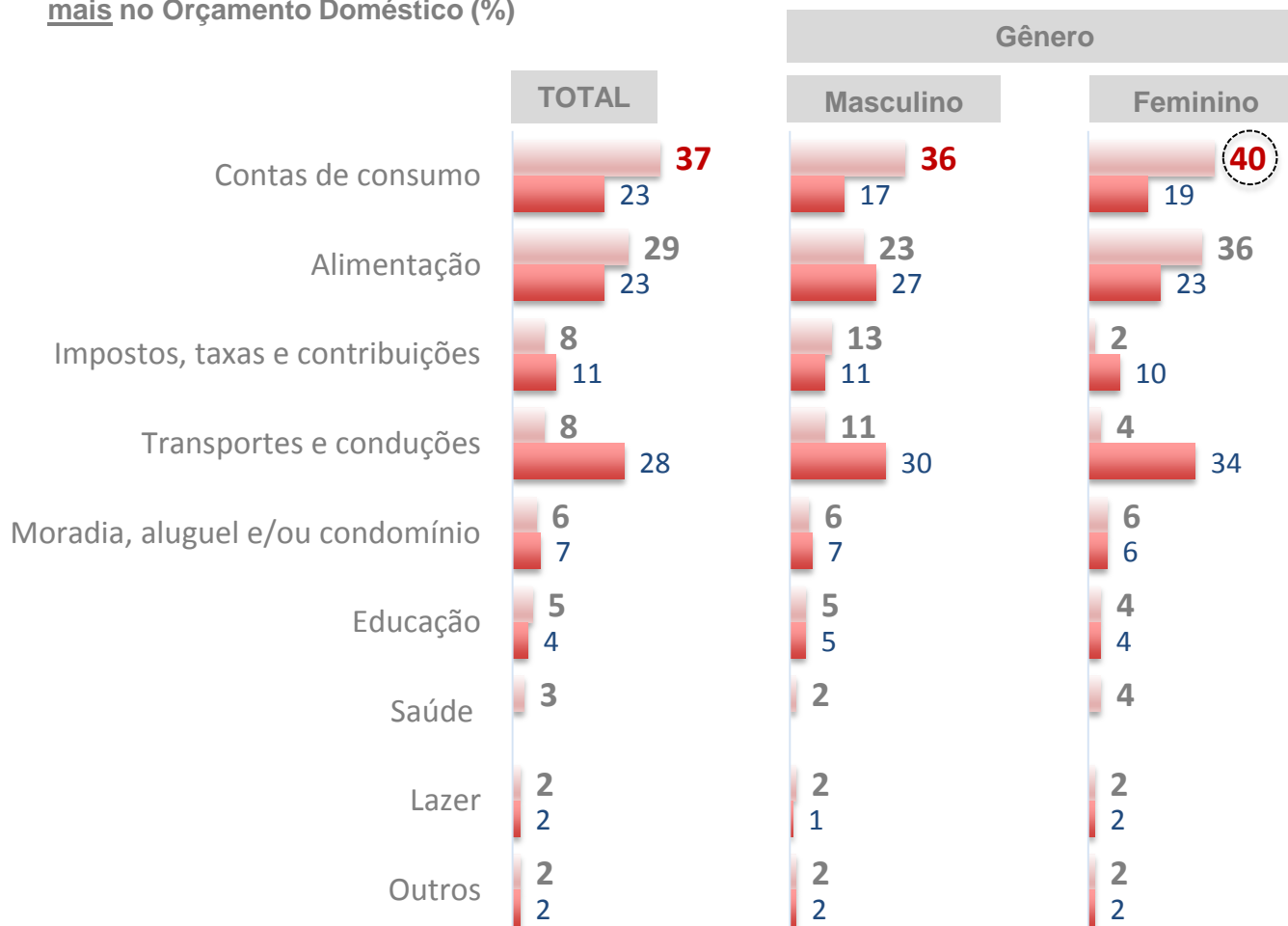
Nas três classes sociais analisadas, as contas de consumo (água, luz, gás, telefone, tv à cabo, etc.) foram as que mais pesaram no orçamento doméstico, principalmente entre os consumidores das classes DE (41%).

No atual cenário de inflação e reajuste nos preços, que tipo de serviço ou despesa que pesou mais no Orçamento Doméstico (%)



A percepção de que as contas de consumo (água, luz, gás, telefone, tv à cabo, etc.) foi o item que mais pesou no orçamento doméstico é maior entre as mulheres, com 40% das menções. Entre os homens, este percentual é de 36% das menções.

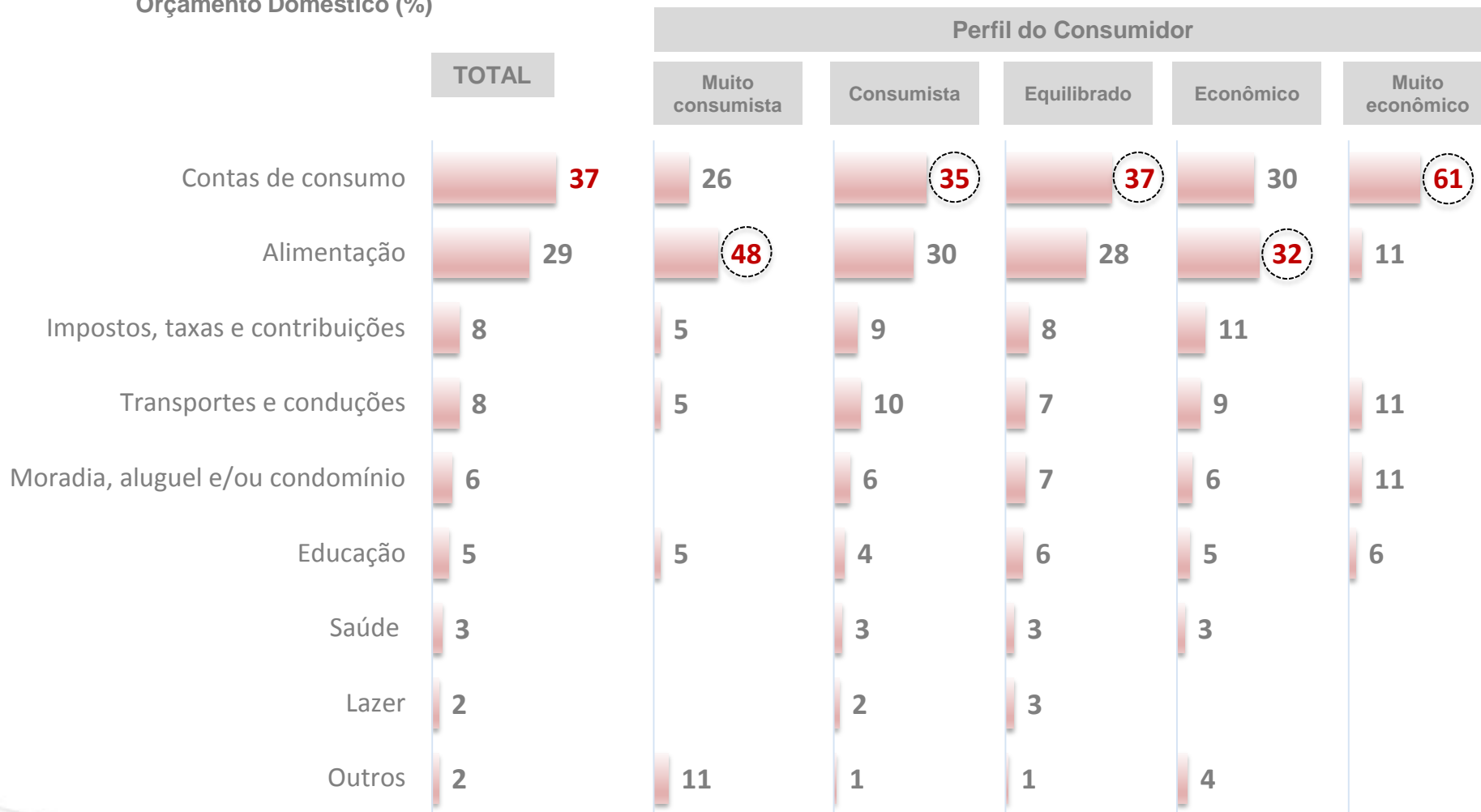
No atual cenário de inflação e reajuste nos preços, que tipo de serviço ou despesa que pesou mais no Orçamento Doméstico (%)



Por perfil de consumo, as contas de água, luz, gás, telefone, tv à cabo pesaram mais no orçamento dos “muito econômicos” (61%).

Gastos com alimentação: 48% entre os muito consumistas e 32% para os econômicos.

No atual cenário de inflação e reajuste nos preços, que tipo de serviço ou despesa que pesou mais no Orçamento Doméstico (%)

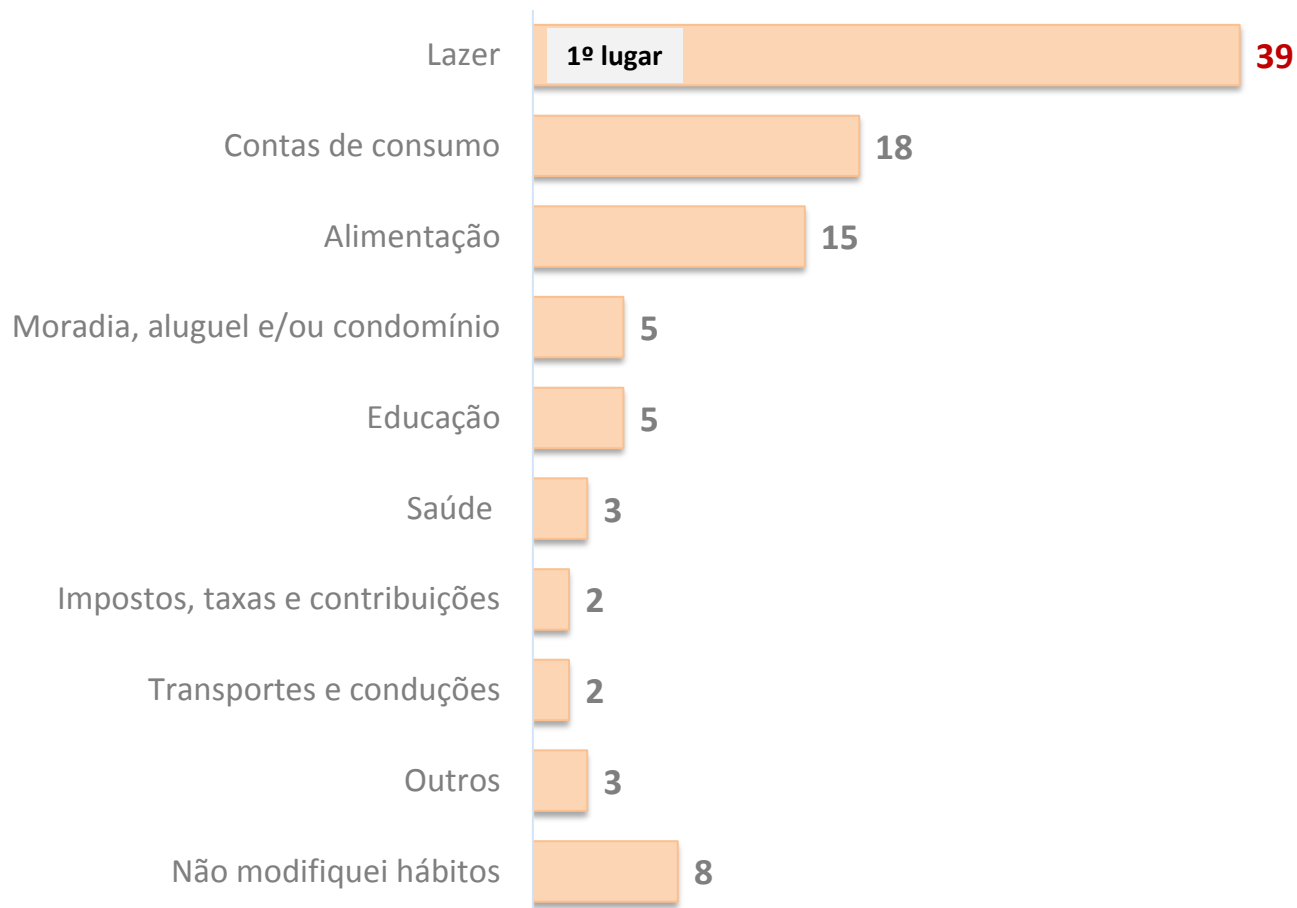


ITEM QUE MAIS DIMINUIU OS GASTOS PARA TENTAR EQUILIBRAR O ORÇAMENTO DOMÉSTICO

(Hábitos de compra ou consumo adotados para diminuir os gastos)

39% dos consumidores afirmam ter modificado seus hábitos de compra ou consumo para diminuir os gastos com lazer, como alternativa para conseguirem equilibrar o orçamento doméstico.

Tipo de serviço ou despesa que mais diminuiu os gastos no Orçamento Doméstico (%)



Legenda

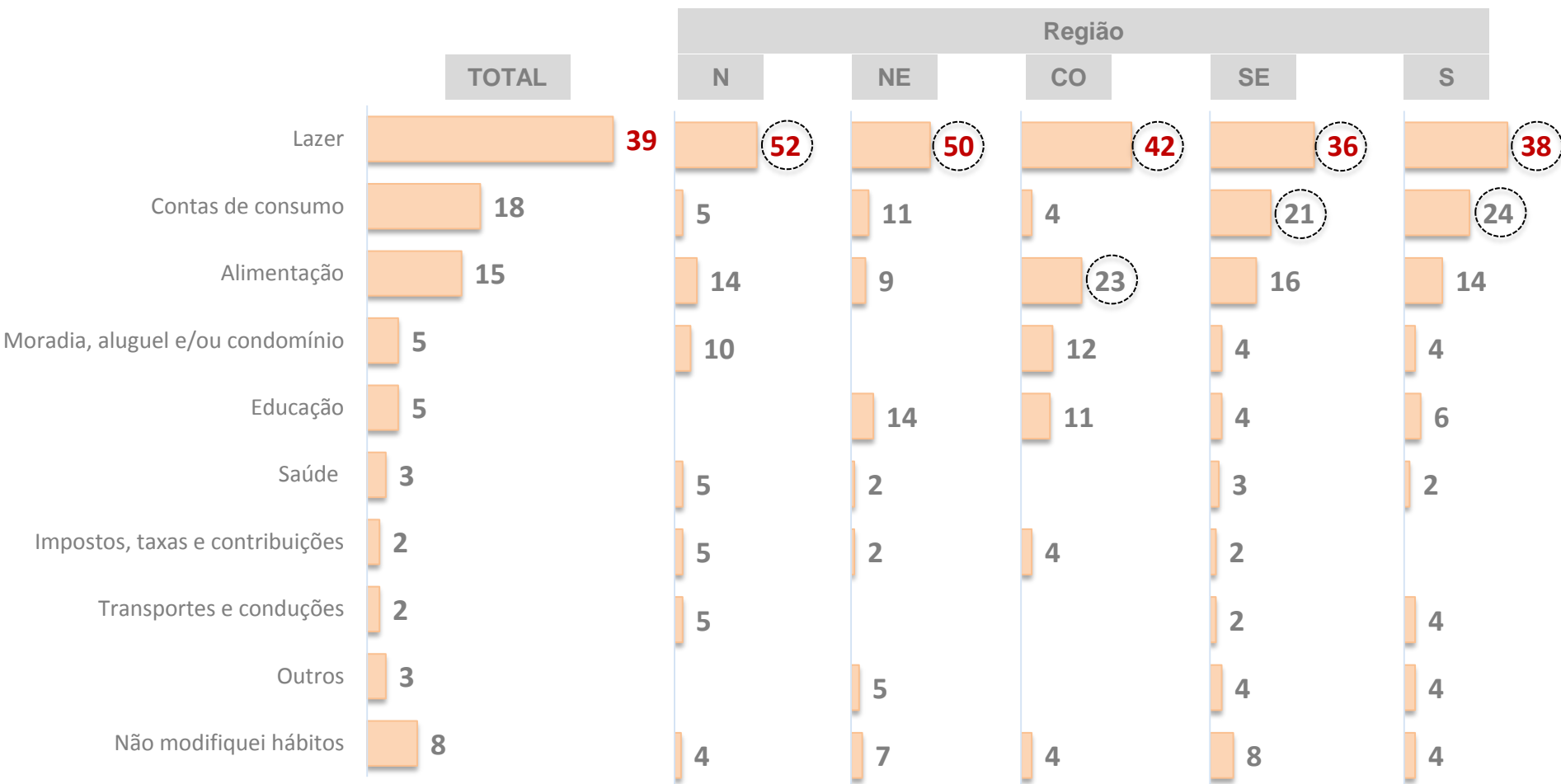
- (1) Contas de Consumo = água, luz, gás, telefone, tv à cabo, etc.
- (2) Alimentação = Supermercado, cesta básica, etc.
- (3) Transportes e conduções = combustível, ônibus, metrô.
- (4) Educação = Faculdade, matrículas e cursos diversos
- (5) Saúde = Plano de saúde, despesas médicas, dentista, remédios, etc.

Os hábitos de compra relacionados ao lazer são os que mais os consumidores estão diminuindo gastos, em todas as regiões do País.

Contas de consumo aparecem em segundo lugar no Sudeste (21%) e Sul (24%).

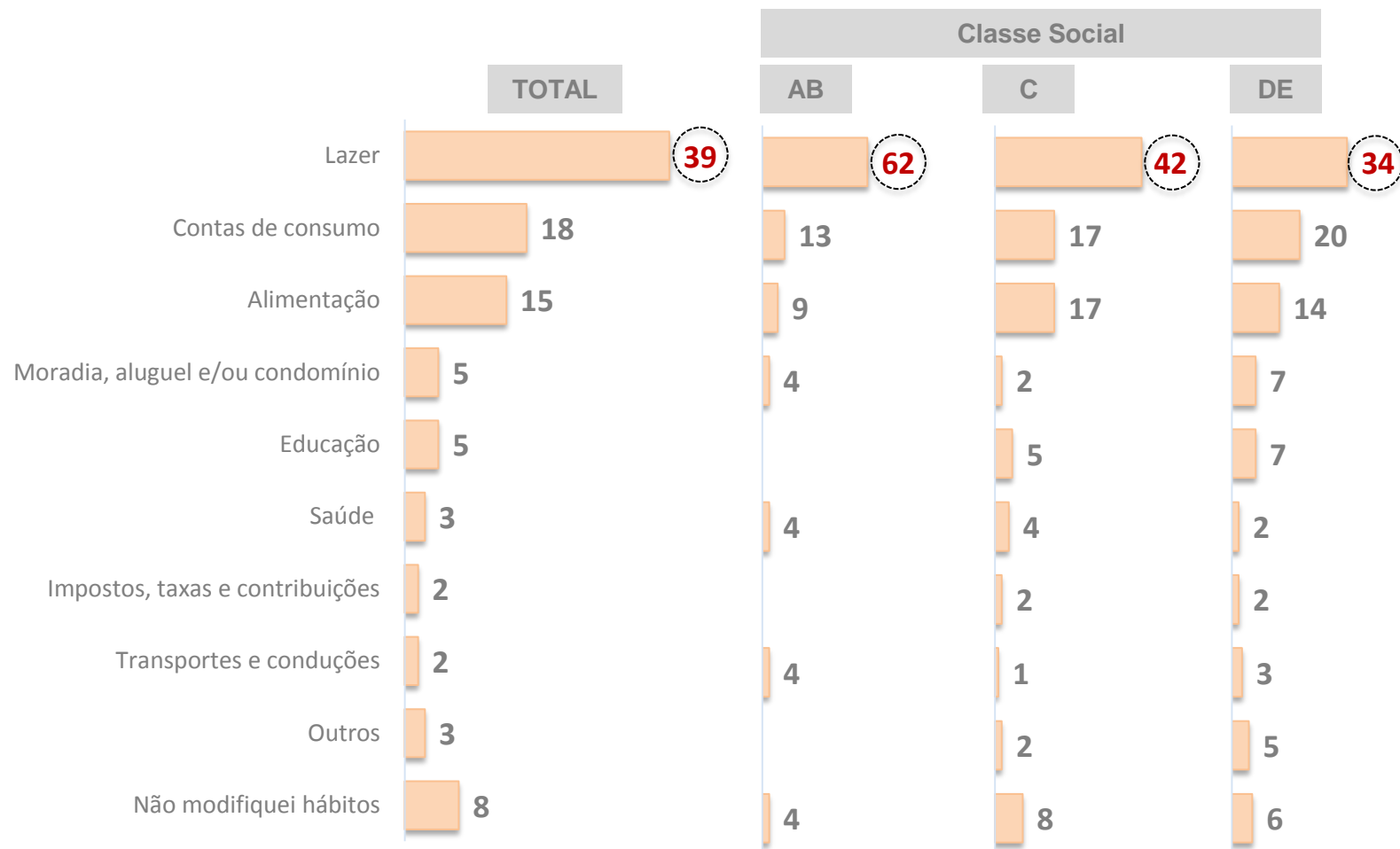
A diminuição de gastos com alimentação é maior entre os consumidores do Centro-oeste (23%).

Tipo de serviço ou despesa que mais diminuiu os gastos no Orçamento Doméstico (%)



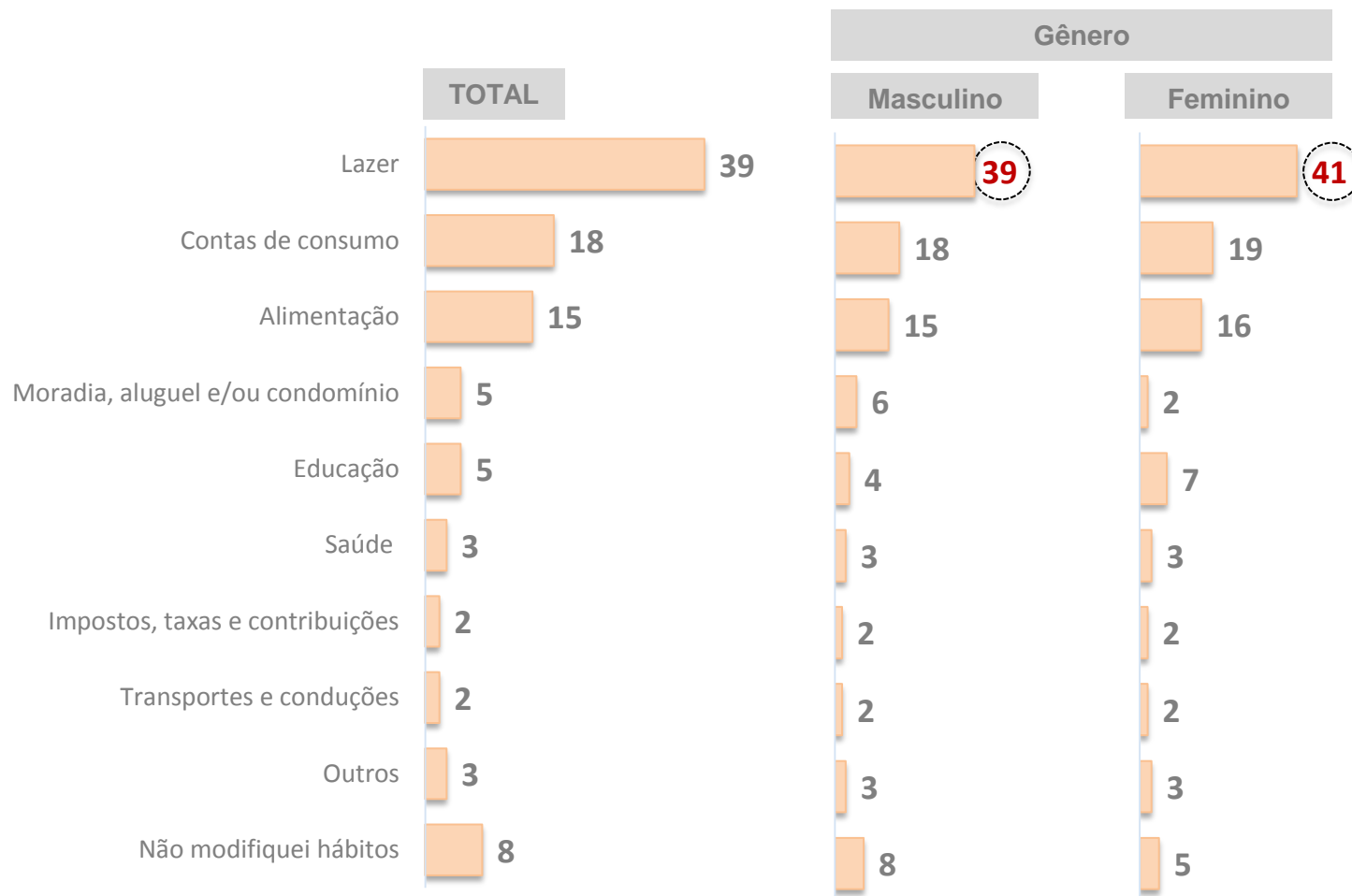
Entre as despesas do dia a dia, são as relacionadas ao lazer que mais estão sofrendo redução entre os consumidores, principalmente entre aqueles de maior poder aquisitivo, 62% dos consumidores da classe AB tem diminuído os gastos com este item com a intenção de equilibrar o orçamento.

Tipo de serviço ou despesa que mais diminuiu os gastos no Orçamento Doméstico (%)



41% das mulheres e 39% dos homens diminuíram as despesas do dia a dia relacionadas ao lazer, seguido pela diminuição das despesas geradas por contas de consumo.

Tipo de serviço ou despesa que mais diminuiu os gastos no Orçamento Doméstico (%)

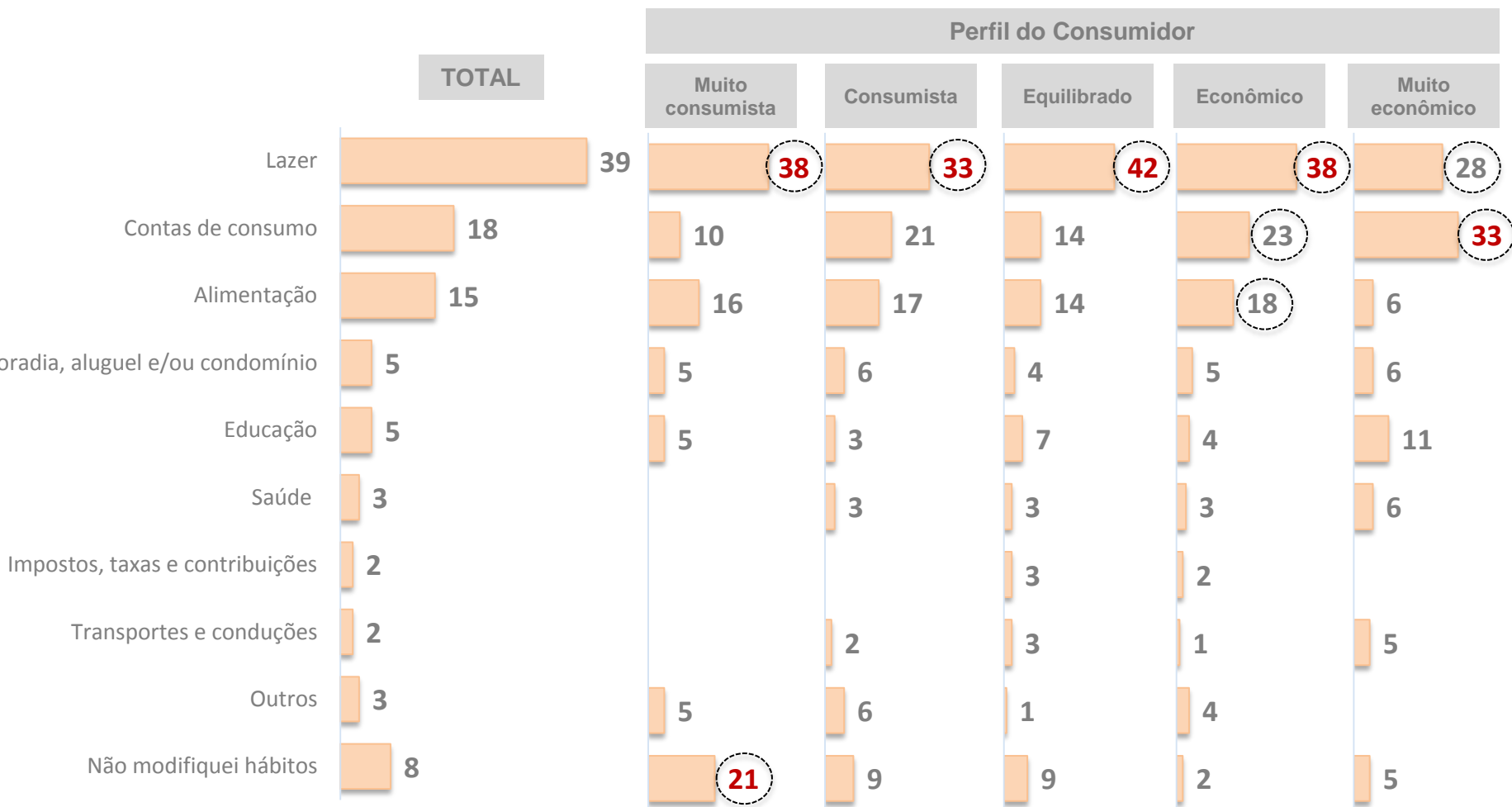


Independente do tipo de consumidor, a maioria está reduzindo gastos com lazer, principalmente entre aqueles que se consideram mais equilibrados, com 42% das menções.

Entre os econômicos, a redução de gastos com contas de consumo e alimentação é maior, 23% e 18%.

Já 21% dos muitos consumidores afirmam não ter modificado nenhum hábito para tentar economizar.

Tipo de serviço ou despesa que mais diminuiu os gastos no Orçamento Doméstico (%)

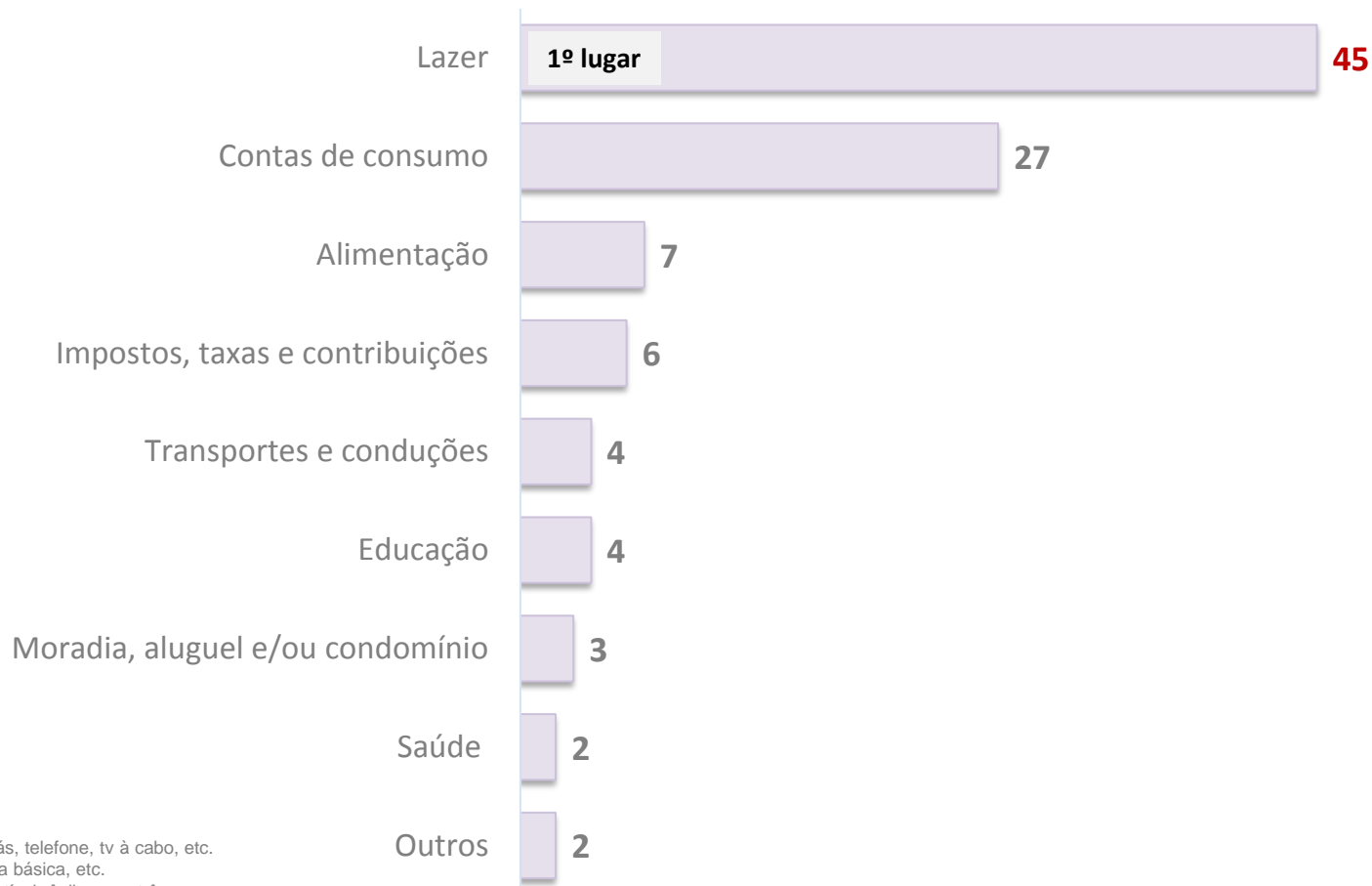


ITEM QUE REDUZIRIA OS GASTOS EM SITUAÇÃO DE EMERGÊNCIA FINANCEIRA

(Tipo de despesa que reduziria, em primeiro lugar, na hipótese de uma eventual diminuição da renda, desemprego ou na falta de dinheiro)

45% dos consumidores reduziriam, em primeiro lugar, os gastos com lazer, em caso de perda ou diminuição da renda, desemprego ou falta de dinheiro.

Tipo de serviço ou despesa que reduziria os gastos, em primeiro lugar, em caso de diminuição da renda (%)

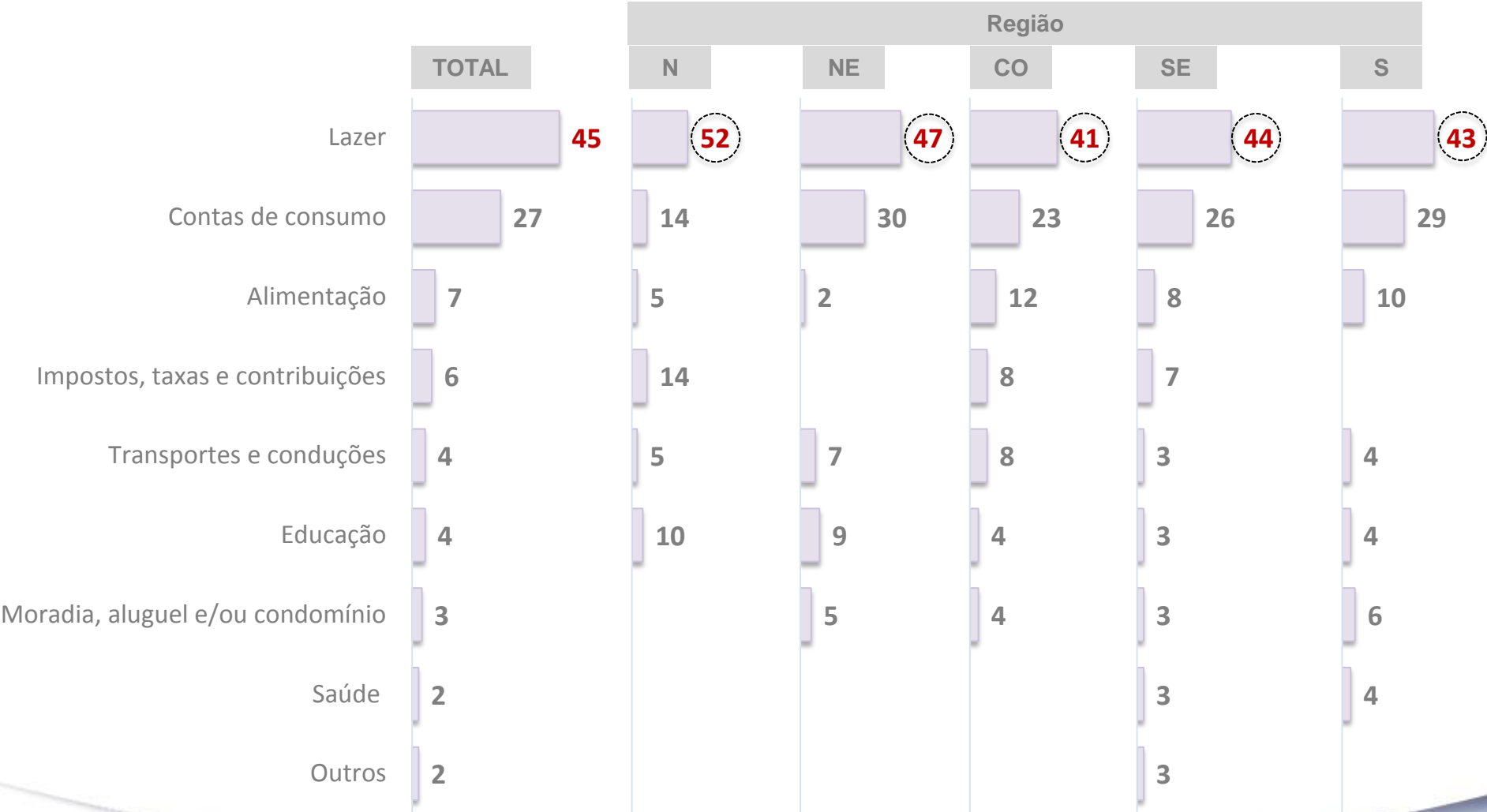


Legenda

- (1) Contas de Consumo = água, luz, gás, telefone, tv à cabo, etc.
- (2) Alimentação = Supermercado, cesta básica, etc.
- (3) Transportes e conduções = combustível, ônibus, metrô.
- (4) Educação = Faculdade, matrículas e cursos diversos
- (5) Saúde = Plano de saúde, despesas médicas, dentista, remédios, etc.

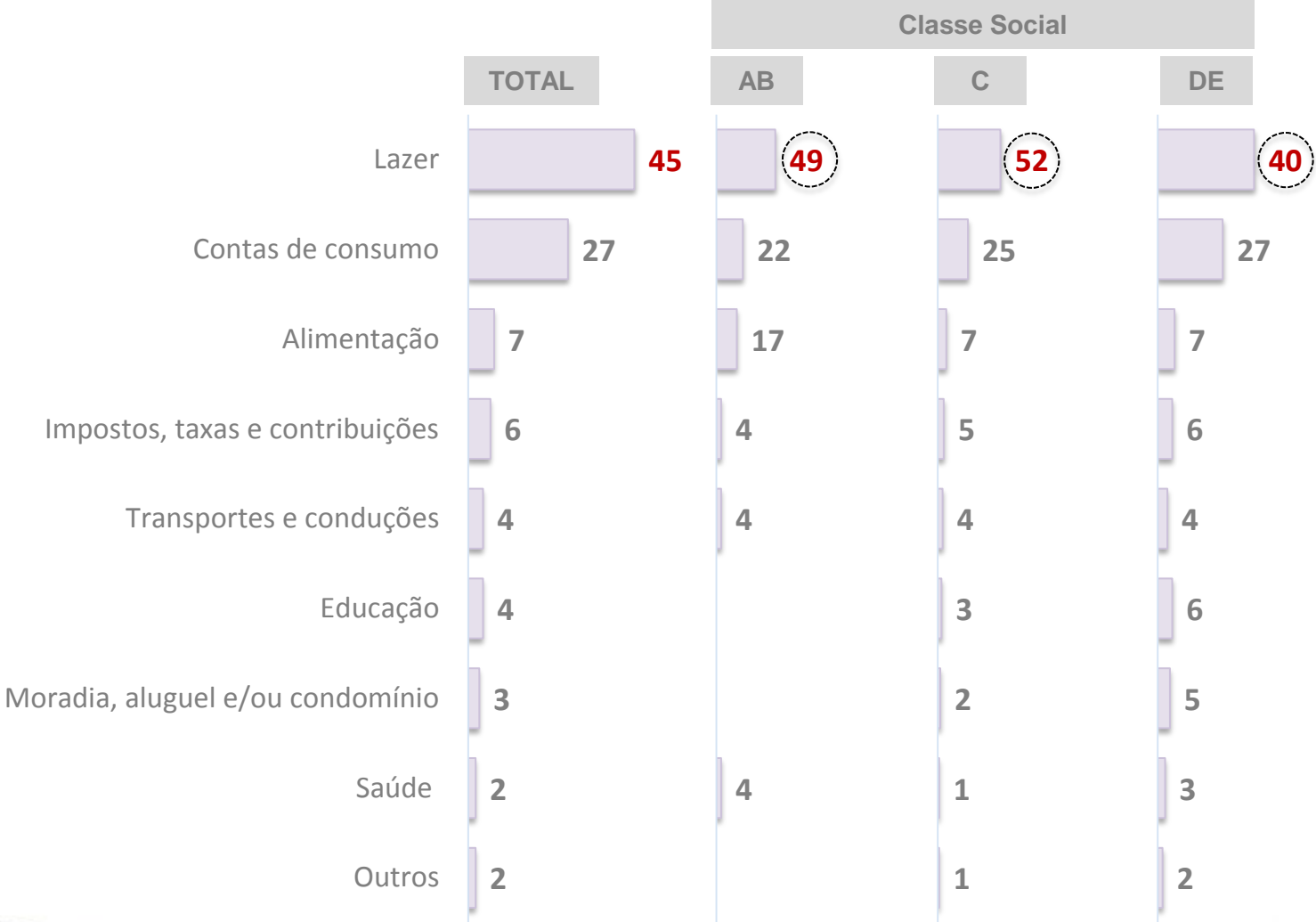
Questionados sobre uma possível situação de redução da renda ou desemprego, a maior parte dos consumidores apontam que reduziriam em primeiro lugar os gastos e despesas com lazer, principalmente aqueles localizados no N(52%) e NE(47%).

Tipo de serviço ou despesa que reduziria os gastos, em primeiro lugar, em caso de diminuição da renda (%)



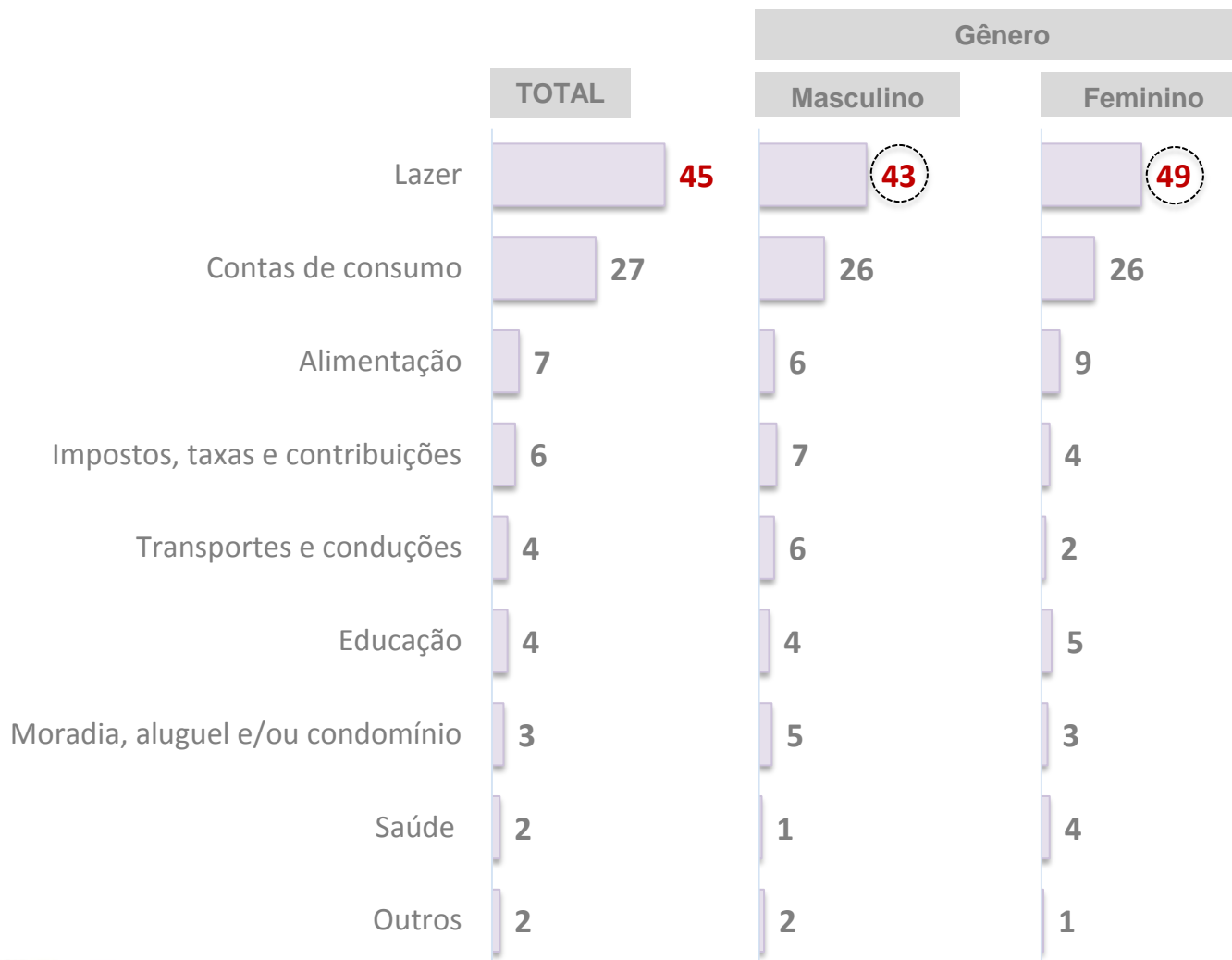
52% dos consumidores da classe C reduziriam em primeiro lugar os gastos com lazer, caso estivessem em uma situação mais difícil como redução de renda ou desemprego. Na classe AB este percentual seria de 49%. Nas classes DE a redução seria de 40% para o lazer.

Tipo de serviço ou despesa que reduziria os gastos, em primeiro lugar, em caso de diminuição da renda (%)



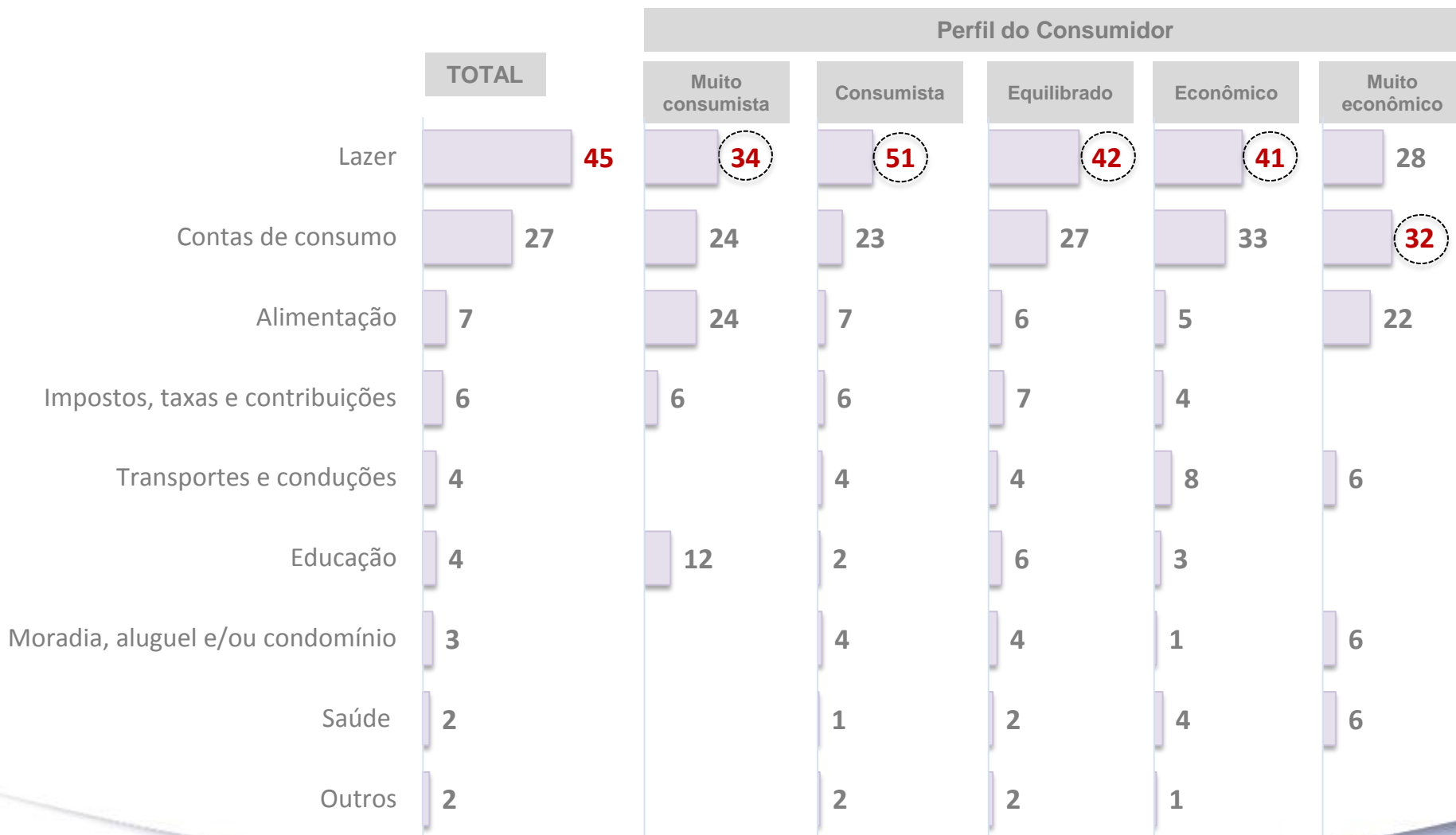
Há um empate entre as opiniões de homens e mulheres no que se refere aos gastos que reduziriam em primeiro lugar, sendo que 43% deles apontam a redução de gastos com lazer como prioritário em caso de redução da renda mensal ou em uma situação de desemprego.

Tipo de serviço ou despesa que reduziria os gastos, em primeiro lugar, em caso de diminuição da renda (%)



32% dos consumidores que se auto intitularam como muito econômicos reduziram em primeiro lugar as despesas com as contas de consumo, caso estivessem em uma situação de aperto financeiro ou mesmo desempregados. Os consumistas reduziram, em primeiro lugar, os gastos com lazer, assim como aqueles que se dizem equilibrados.

Tipo de serviço ou despesa que reduziria os gastos, em primeiro lugar, em caso de diminuição da renda (%)



Relações com a Imprensa

Tamer Comunicação Empresarial

Liliana Liberato

(11) 3031-2388 ramal 236

liliana@tamer.com.br

Theo Carnier

(11) 3031-2388 ramal 224

theo@tamer.com.br

Boa Vista SCPC

Leandro Jordão

(11) 3016-6310

leandro.jordao@boavistascp.com.br