

Pesquisa Hábitos do Consumidor da Classe C

VISA


finanças práticas
Seu assessor financeiro pessoal

BoaVista
Administradora do **SCPC**

➤ Objetivo, metodologia e amostra	03
➤ Perfil dos Respondentes	04
➤ Principais constatações sobre os hábitos de consumo da classe C	08
➤ Hábitos de Consumo	10
➤ Controle dos Gastos e Educação Financeira	20
• Economia de Água e Energia Elétrica	29
• Compras de Supermercados	32
• Forma como controla os gastos semanais	35
➤ Bancarização e Hábitos de Pagamento	39
➤ Hábitos de Poupança e Investimentos	45
➤ Cartão de Crédito	55
➤ Meios de Comunicação	61
➤ Anexo 1 – Análise por Região	64
➤ Anexo 2 – Análise por Sexo e Filhos	103

- **Objetivo:** A pesquisa teve por objetivo investigar os hábitos de consumo e a forma como os consumidores da Classe Média¹ lidam com suas finanças.
- **Metodologia:** Foi utilizada técnica de pesquisa quantitativa para realização da coleta das informações, por meio de pesquisa eletrônica via internet.
- **Período de realização da pesquisa:** 1º a 27 de outubro de 2014.
- **Target:** O universo da pesquisa é representado por consumidores que buscaram informações e orientações no site Consumidor Positivo da Boa Vista Serviços – www.consumidorpositivo.com.br
- **Amostra:** 1.000 respondentes, sendo consumidores pré-selecionados da Classe C.
- **Leitura dos resultados:** Para leitura geral dos resultados, deve-se considerar 95% de grau de confiança e margem de erro de 3%, para mais ou para menos.
- **Investimento:** O estudo foi realizado pela Área de Pesquisa da Boa Vista Serviços.

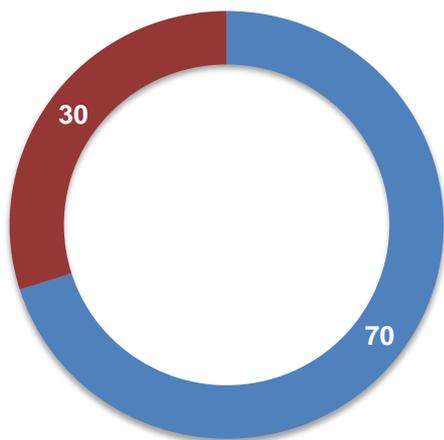
(1) Foi utilizado o Critério FGV 2012 para determinação da classe social, segundo rendimento familiar mensal, com valores adaptados ao salário mínimo vigente em JAN2014, sendo que os consumidores com rendimento familiar mensal entre R\$ 2.030,00 a R\$ 8.700,00 foram classificados como pertencentes à Classe Média ou Classe C.

Perfil dos Respondentes

70% dos respondentes são homens e 44% são casados
39% possuem idade entre 25 a 34 anos

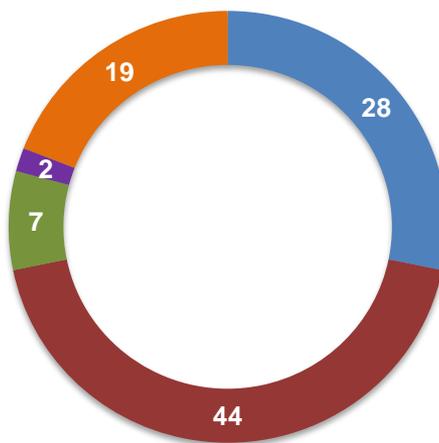
Sexo (%)

- Masculino
- Feminino



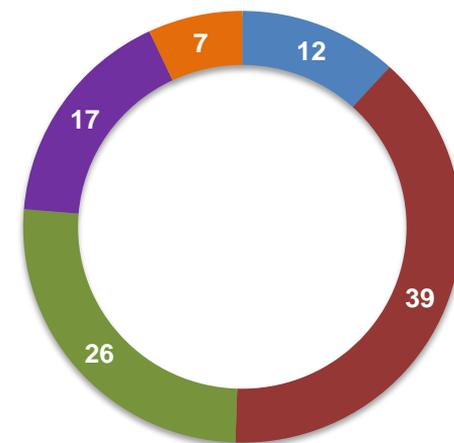
Estado Civil (%)

- Solteiro/a
- Casado/a
- Separado/a
- Viúvo/a
- União estável



Idade (%)

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



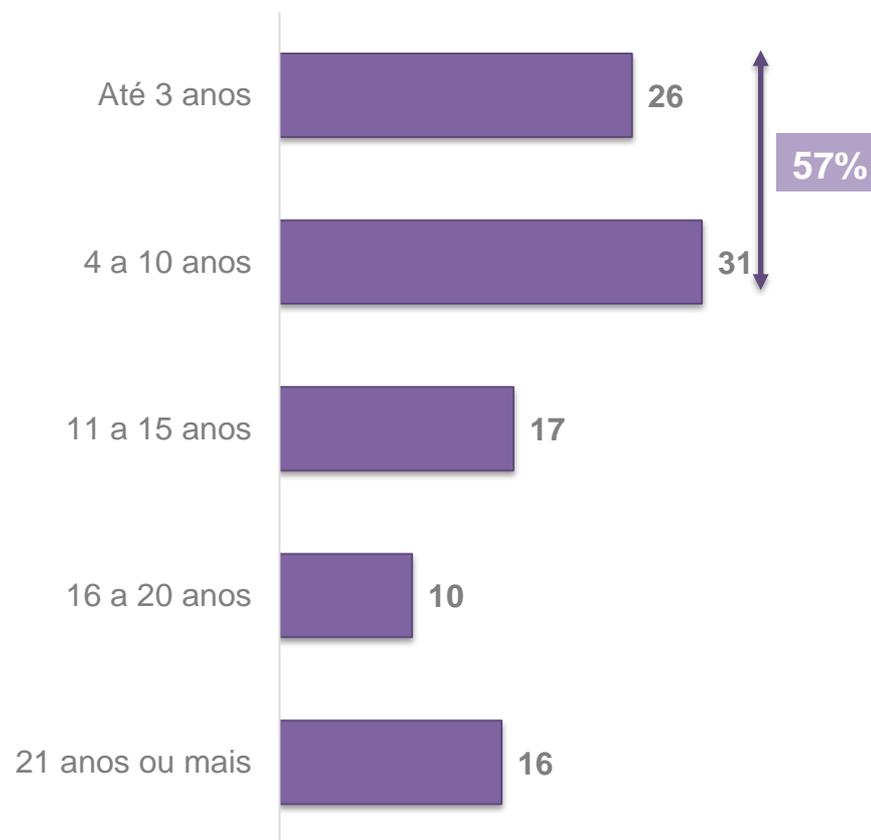
Perfil dos Respondentes

57% dos respondentes têm até 3 filhos, e as idades concentram-se na faixa de até 10 anos

Quantidade de Filhos (%)



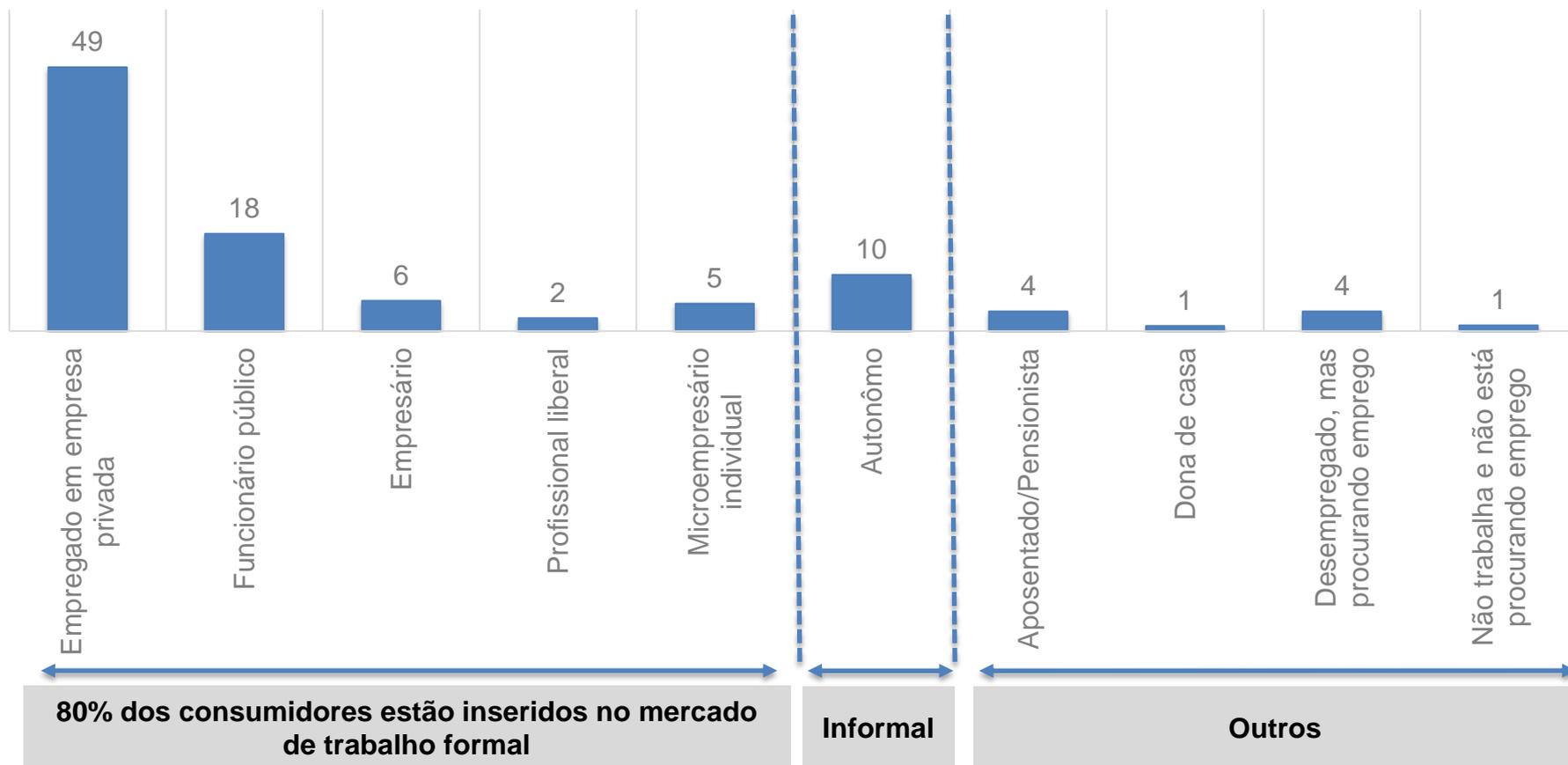
Idade do filho mais jovem (%)



Perfil dos Respondentes

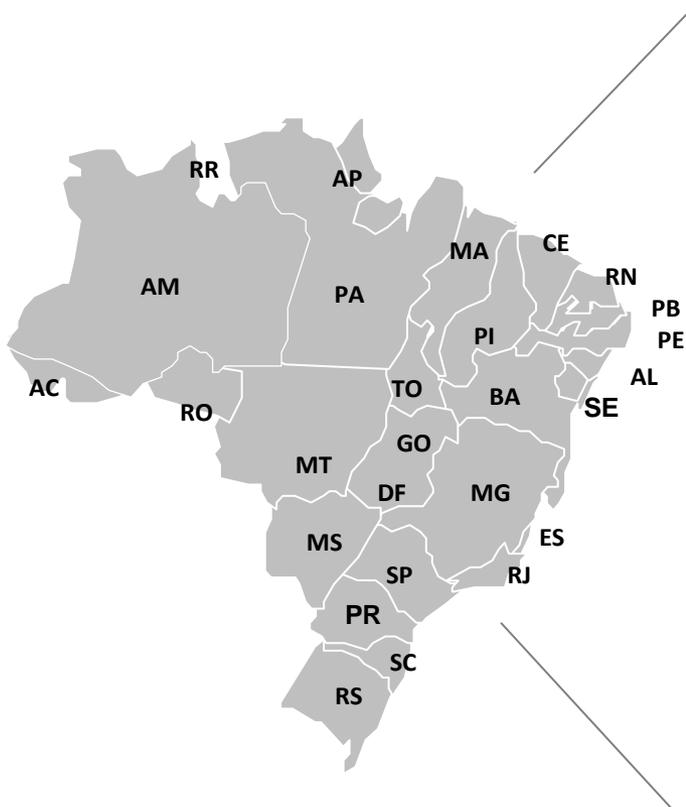
80% dos consumidores estão empregados atualmente, e 49% atuam em empresa privada

Situação atual de trabalho (%)



Perfil dos Respondentes

66% dos respondentes concentram-se na região Sudeste do país, seguida por Sul (14%), NE (9%), CO (7%) e N (4%)



Região	Estado	Representatividade por Estado	Representatividade por Região		
Norte	Pará	1%	4%		
	Tocantins	0%			
	Amazonas	1%			
	Amapá	0%			
	Rondônia	0%			
	Acre	0%			
	Roraima	1%			
Nordeste	Pernambuco	2%	9%		
	Alagoas	1%			
	Bahia	2%			
	Ceará	1%			
	Piauí	1%			
	Rio Grande do Norte	1%			
	Sergipe	0%			
	Maranhão	1%			
	Paraíba	0%			
	Centroeste	Mato Grosso do Sul		2%	7%
		Distrito Federal		2%	
Goiás		3%			
Mato Grosso		1%			
Sudeste	São Paulo	46%	66%		
	Minas Gerais	8%			
	Rio de Janeiro	10%			
	Espírito Santo	2%			
Sul	Rio Grande do Sul	6%	14%		
	Paraná	5%			
	Santa Catarina	4%			

Principais constatações sobre os hábitos de consumo da classe C

- **54% dos consumidores da classe C consideram-se equilibrados** com relação aos seus hábitos de consumo.
- **58% têm conhecimento da taxa de juros que incide sobre as compras parceladas** e **66% atribuem maior importância à taxa de juros em vez do valor das parcelas** quando se deparam com a decisão de uma nova compra.
- **80% pechinham antes de realizar uma nova compra** e destes **73% buscam informações na internet sobre preços para depois negociar condições melhores na loja** onde pretende adquirir o bem ou produto desejado.
- Quanto aos hábitos de pagamentos, **46% dizem escolher o menor prazo possível ao efetivarem uma compra parcelada** e em uma situação de uma compra de maior valor, **72% levam em consideração se o valor da parcela caberá no orçamento**.
- Quanto aos hábitos de compras, **57% discordam totalmente de que sejam influenciados por ofertas no momento da compra** e que acabariam comprando mais do que o planejado.
- **85% têm o costume de fazer algum tipo de controle de quanto ganham e gastam no mês**. Para isso, **53% costumam listar os itens realmente necessários** antes de fazer uma compra e **51% controlam estas informações por meio de uma planilha eletrônica/manual**.
- **79% avaliam o quanto do orçamento já está comprometido antes de efetuarem uma nova compra**, seja à vista ou parcelada.

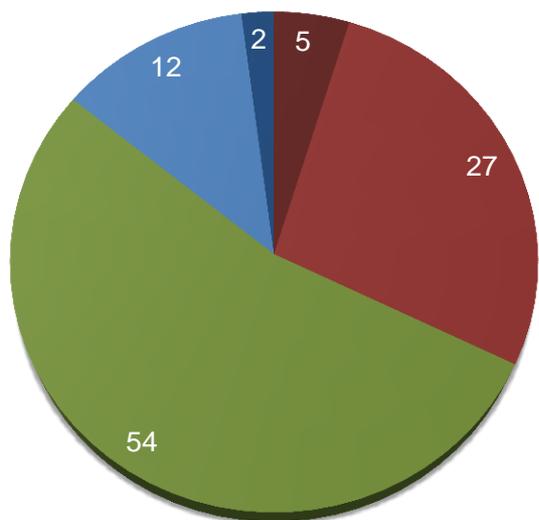
Principais constatações sobre os hábitos de consumo da classe C

- **94% dos consumidores da classe C realizam pesquisa de preço antes de efetuar a compra de algum novo produto ou serviço.**
- **66% sabem ou têm controle de quanto gastam (em valor) ao longo da semana** e 85% deste gasto total representa menos da metade de todos os rendimentos do mês.
- **96% dos consumidores da classe C possuem conta em banco** e 42% informam que utilizam com mais frequência para pagar as contas o débito, seguido por dinheiro (29%) e cartão de crédito (28%).
- Atualmente, **23% dos consumidores da classe C estão comprometidos com o pagamento de algum tipo de financiamento e outros 28% com o pagamento de compras parceladas.**
- **49% conseguem guardar dinheiro no final do mês e destes, 74% declaram conseguir guardar acima de R\$ 100,00.** 21% guardam entre R\$ 51,00 a R\$ 100,00 e 5% poupam até R\$ 50,00.
- Dos 49% que poupam no final do mês, **65% guardam dinheiro na poupança e 43% fazem esta reserva financeira para se precaverem de algum imprevisto**, ou mesmo emergência financeira.
- **32% possuem apenas um cartão de crédito** e, no geral, independente da quantidade de cartões que possuam, **para 59% destes consumidores, o cartão de crédito é uma forma de centralizar e controlar as despesas financeiras.**
- Em uma situação de aperto financeiro, 52% mencionam que em primeiro lugar reduziriam gastos com alimentação fora de casa (restaurantes), em segundo lugar, com 41% das menções, reduziriam o consumo de água para economizar dinheiro no final do mês e em terceiro lugar diminuiriam os gastos com saúde, com 70% das menções.

HÁBITOS DE CONSUMO

- 54% da classe C se considera equilibrada com relação aos seus hábitos de consumo;
- Mulheres e consumidores sem filhos são mais consumistas, 35% e 29% das menções;
- Centro-oeste tem maior concentração de consumidores da classe C que se consideram consumistas (39%); enquanto no Nordeste e no Sul é maior o número de consumidores equilibrados com relação aos hábitos de consumo, com 59% e 57% das menções.

Autopercepção sobre os hábitos de consumo (%)



■ Muito consumista
 ■ Consumista
 ■ Equilibrada
■ Econômica
 ■ Muito econômica

Percepção quanto aos hábitos de consumo (%) – POR SEXO	Total	Masc.	Fem.	Com filhos	Sem filhos
Muito consumista	5	4	6	4	6
Consumista	27	24	35	26	29
Equilibrada	54	57	47	54	54
Econômica	12	12	12	13	10
Muito econômica	2	3	0	3	1

Percepção quanto aos hábitos de consumo (%) – POR REGIÃO	Total	N	NE	CO	SE	S
Muito consumista	5	4	4	8	4	6
Consumista	27	22	23	31	28	26
Equilibrada	54	52	59	48	54	57
Econômica	12	22	14	10	12	9
Muito econômica	2	0	0	3	2	2

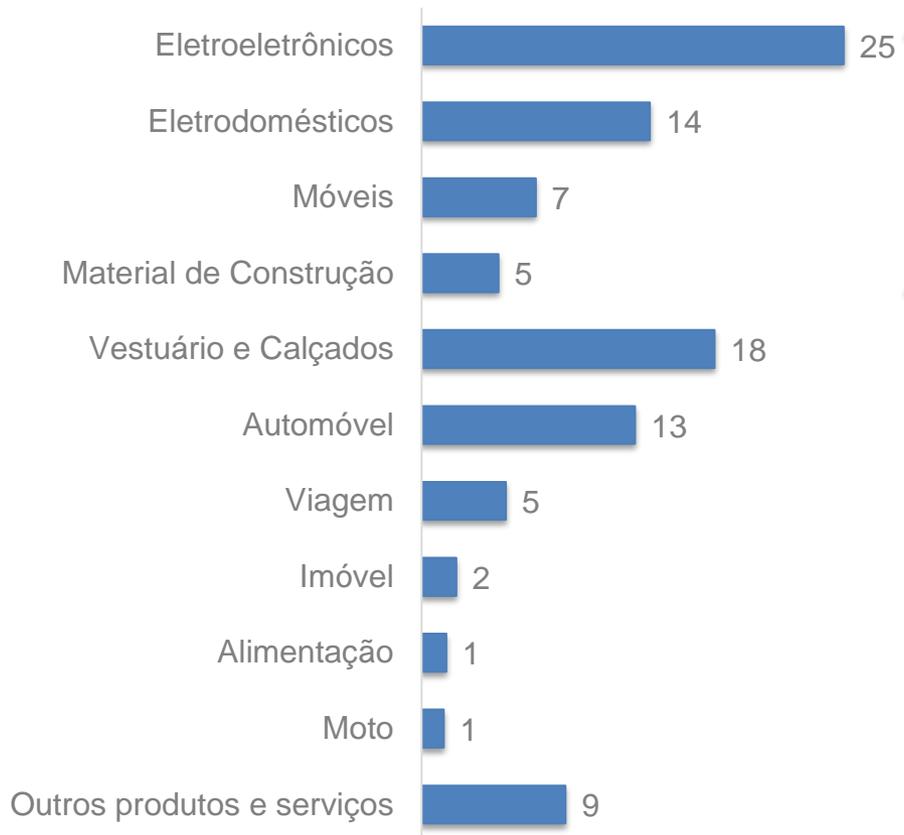
- 51% dos consumidores da classe C parcelaram a compra de itens para a casa nos últimos seis meses, sendo que eletroeletrônicos representam 25%, seguidos por 14% de eletrodomésticos, 7% de móveis e 5% material de construção.

Produto ou serviço cuja compra foi parcelada (%)

76% realizaram compras parceladas nos últimos seis meses



24% não realizaram



51% parcelaram a aquisição de produtos para a casa

- 51% dos consumidores da classe C que realizaram algum tipo de compra parcelada nos últimos seis meses gastaram menos em comparação ao mesmo período do ano anterior. Já consumidores da região Centro-Oeste (41%) e também aqueles sem filhos (34%), gastaram mais.

76% realizaram compras parceladas nos últimos seis meses e, em comparação ao mesmo período do ano anterior, destes consumidores...

31% compraram mais

18% compraram a mesma quantidade

51% compraram menos

Volume de compras realizadas no 1º semestre de 2014 em relação ao mesmo período do ano anterior (%)	Total	N	NE	CO	SE	S
Maior	31	27	35	41	30	27
Igual	18	11	16	16	20	14
Menor	51	62	49	43	50	59

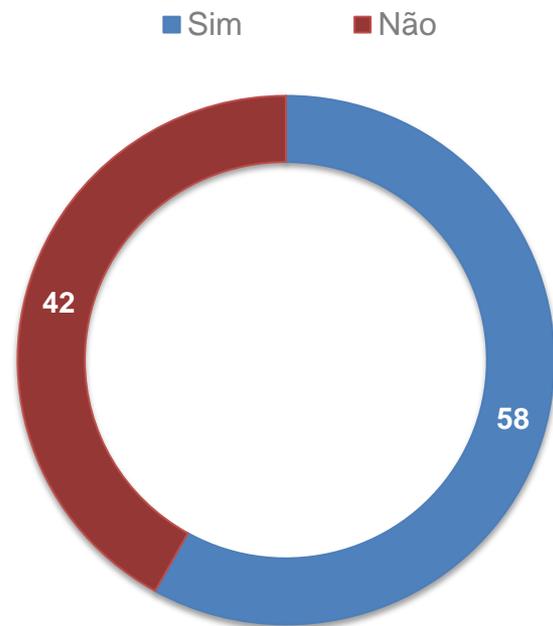
Volume de compras realizadas no 1º semestre de 2014 em relação ao mesmo período do ano anterior (%)	Total	Masculino	Feminino	Com filhos	Sem filhos
Maior	31	31	31	30	34
Igual	18	19	16	19	18
Menor	51	50	53	51	48

Base: 1.000

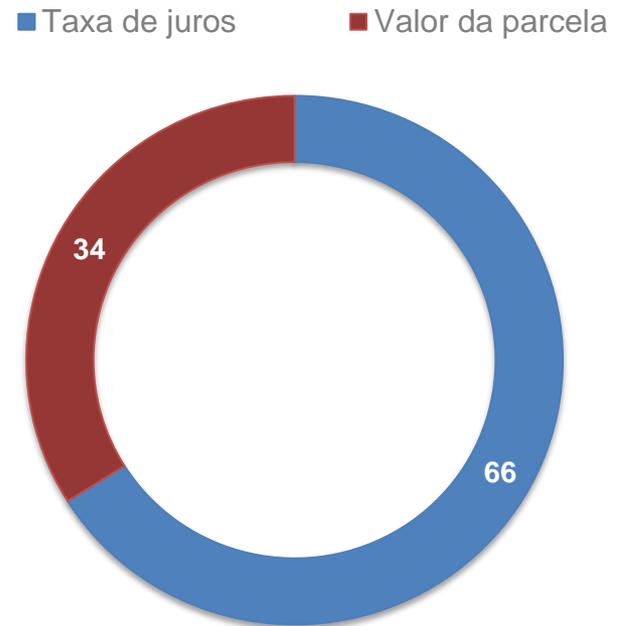
P. Se você fosse comparar a quantidade de compras parceladas realizadas nestes primeiros seis meses de 2014 com o mesmo período do ano passado, você diria que a quantidade de compras parceladas realizadas por você neste primeiro semestre foi? (resposta única)

- 58% dos consumidores da classe C declaram ter conhecimento sobre a taxa de juros cobrada quando realizam alguma compra parcelada, e 66% atribuem maior importância à taxa de juros em relação ao valor da parcela quando precisam tomar uma decisão de compra.

Conhecimento sobre a taxa de juros cobrada em parcelamentos (%)



O consumidor considera ser mais importante (%)

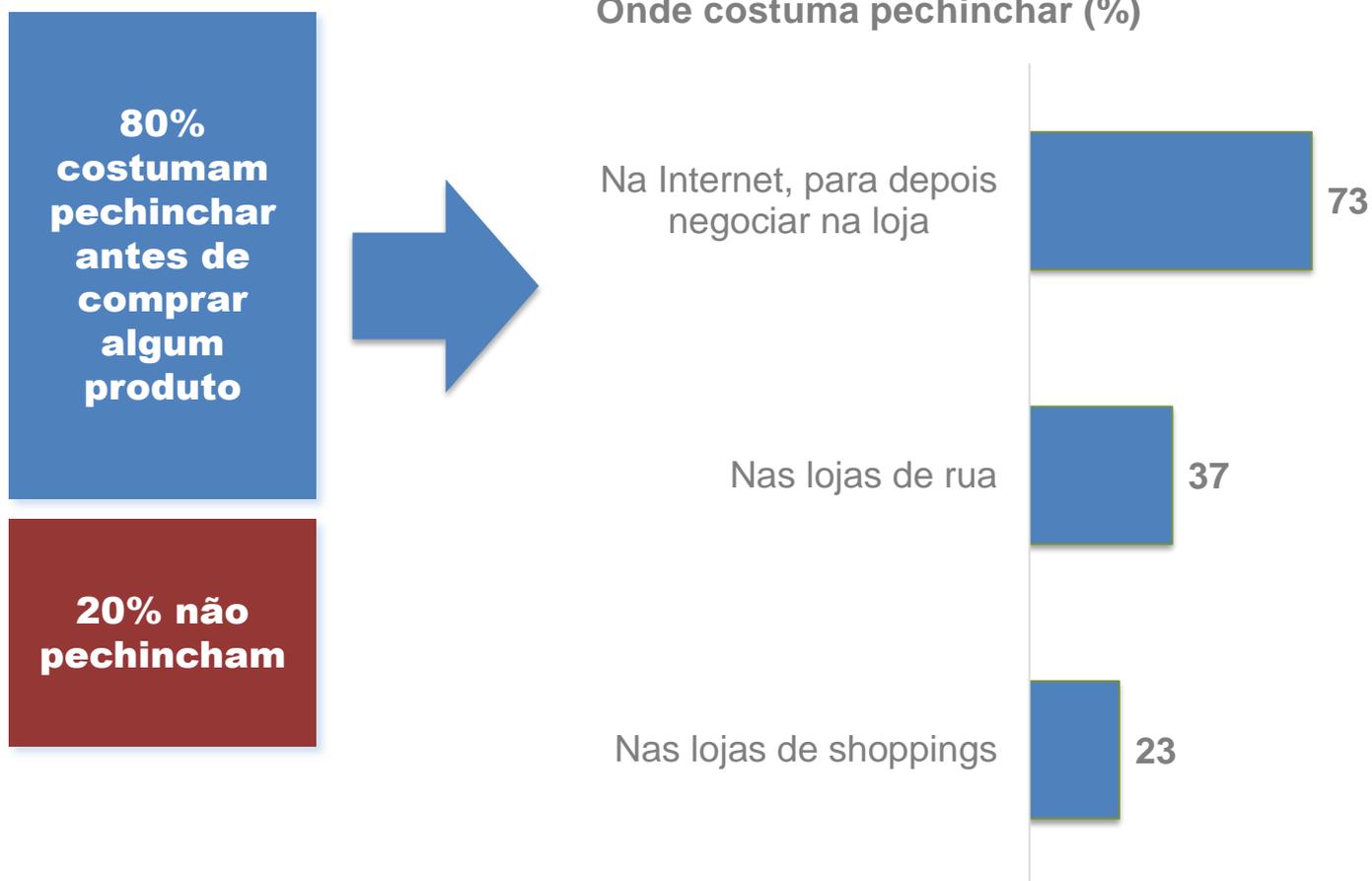


Base: 1.000

P. Você sabe qual é a taxa de juros cobrada nas suas compras parceladas? (resposta única)

P. O que é mais importante? A taxa de juros ou o valor da parcela? (resposta única)

- 80% dos consumidores da classe C possuem o hábito de pechinchar antes de efetivarem uma compra; destes 73% se utilizam da Internet para pesquisarem preços para depois negociarem o valor nas lojas.

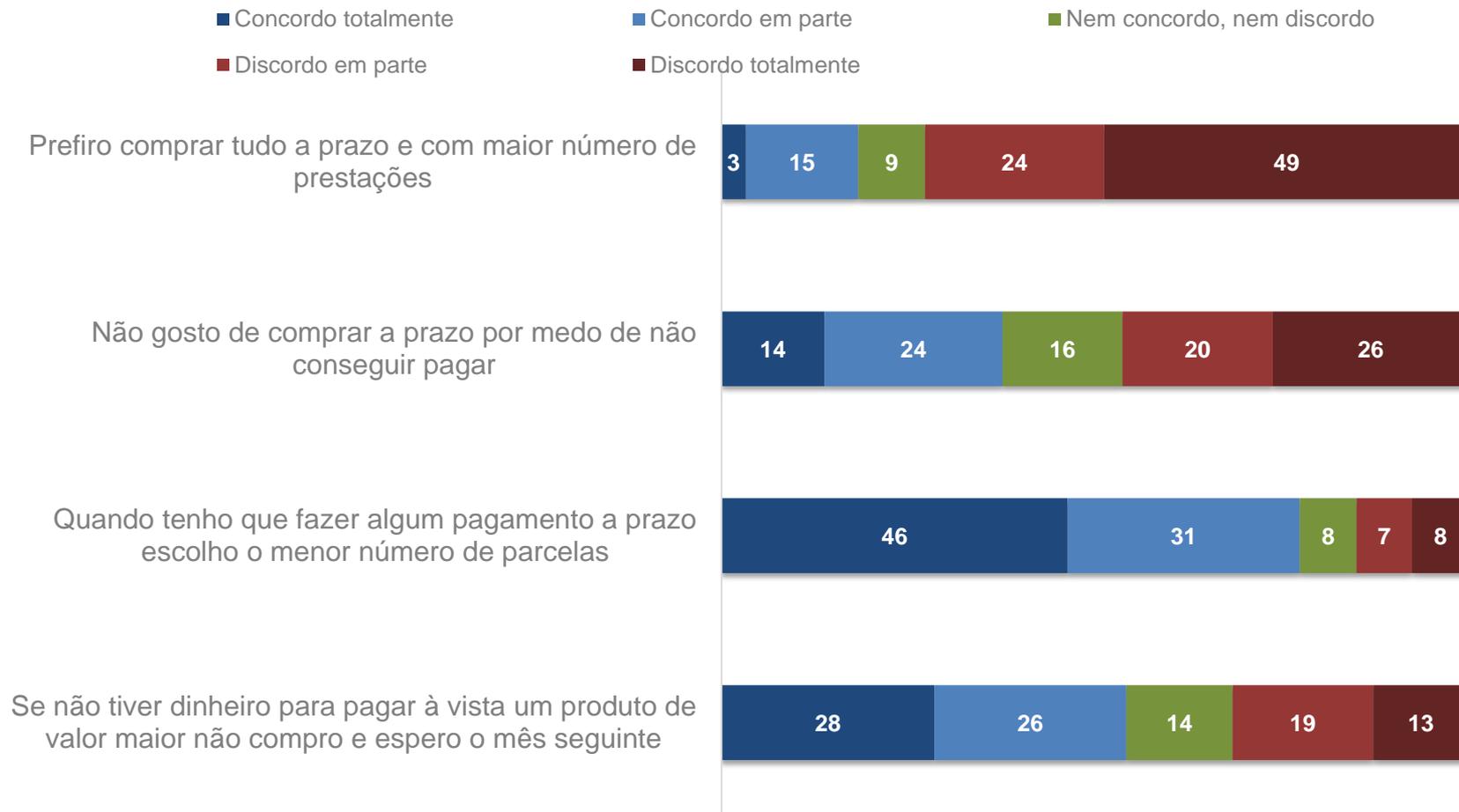


Base: 1.000

P. Você tem o hábito de pechinchar antes de comprar algum produto? (resposta única)
P. Onde costuma pechinchar? (resposta múltipla)

- Quanto aos hábitos de pagamentos, 46% dos consumidores da classe C concordam totalmente que ao fazerem algum pagamento a prazo, escolhem o menor número de parcelas. Outros 28% concordam totalmente que se não tiverem dinheiro para pagar à vista um produto de maior valor, esperam o mês seguinte.

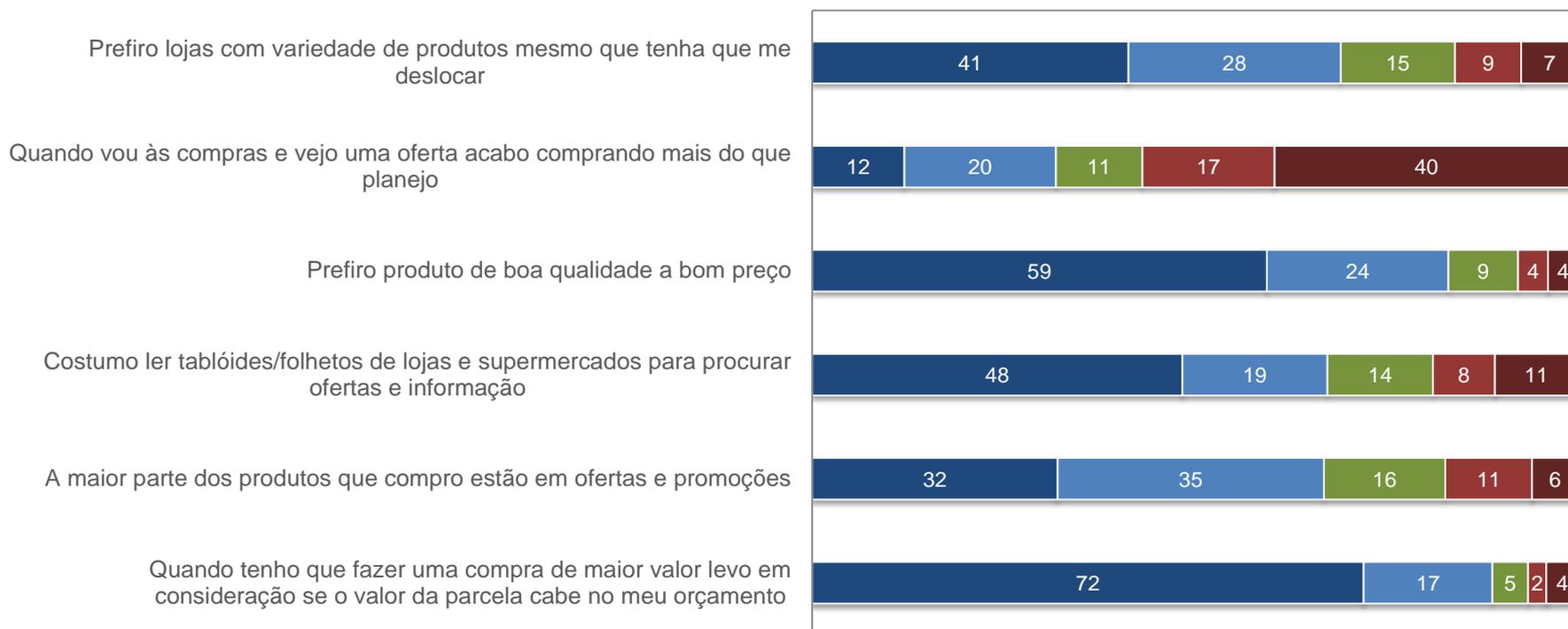
Concordância com relação aos hábitos de Pagamentos (%)



- Quanto aos hábitos de compras, 72% dos consumidores da classe C concordam totalmente que ao fazerem uma compra de maior valor consideram se o valor da parcela cabe no orçamento, e outros 59% buscam produtos de boa qualidade a bom preço.
- Apenas 12% destes consumidores compram mais do que planejam quando se deparam com ofertas, demonstrando certo grau de organização e planejamento dos gastos

■ Concordo totalmente ■ Concordo em parte ■ Nem concordo, nem discordo ■ Discordo em parte ■ Discordo totalmente

Concordância com relação aos hábitos de compras (%)



Hábitos de Consumo

- A pesquisa identificou que a atual classe C se mostra equilibrada com relação aos hábitos de compras e respectivos gastos, 54% dos consumidores se consideram equilibrados quando questionados sobre os seus hábitos de consumo. No Nordeste, este percentual é de 59%, no Sul 57% e no Sudeste 54%.
- Outros 32% deles se classificam como consumistas e é na região Centro-oeste que identificamos a maior concentração deles (39%). 32% das mulheres da classe C também se consideram consumistas, assim como os consumidores que declaram não ter filhos, com 29% das menções, respectivamente.
- No que se refere ao hábito de fazer compras parceladas, 76% dos consumidores da classe C realizaram algum tipo de compra parcelada nos primeiros seis meses de 2014, sendo que em 51% dos casos, os itens comprados e parcelados foram para uso doméstico – 25% eletroeletrônicos, 14% eletrodomésticos, 7% móveis e 5% material de construção. Os eletrônicos foram os itens mais procurados e cuja compra foi parcelada principalmente nas regiões Norte (38%), Sul (30%), Sudeste (25%) e Centro-oeste (22%).
- Ainda em relação aos consumidores que parcelaram suas compras neste primeiro semestre, 51% deles informam que gastaram menos em relação ao mesmo período do ano anterior. No Norte e no Sul os consumidores gastaram menos em relação às outras regiões, 62% e 59% contra 50% no Sudeste. No geral, os consumidores que não possuem filhos gastaram mais na comparação ao ano anterior, 34% contra 30% entre aqueles que possuem filhos.

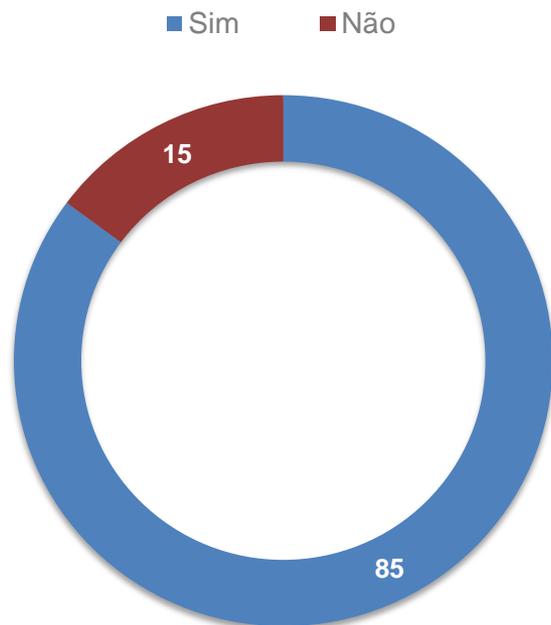
Hábitos de Consumo

- O equilíbrio percebido na maioria dos consumidores da classe C com relação aos gastos e hábitos de compra pode ser notado também quando 58% deles afirmam conhecer qual é a taxa de juros cobrada quando realizam uma compra parcelada, sendo que em 66% dos casos, eles consideram ou avaliam a taxa de juros antes de efetivar uma nova compra a prazo.
- As regiões Sudeste e Sul apresentam o maior percentual de consumidores da classe C que declaram conhecer a taxa de juros cobrada nos parcelamentos, com 60% e 59% das menções, em contrapartida Nordeste registra 50% e Norte 48%. No Sul, 73% dos consumidores levam em conta a taxa de juros para tomar uma decisão nova de compra parcelada, passando para 69% no Nordeste e 65% no Sudeste. Já os consumidores da região Norte são maioria na decisão de compra em cima do valor da parcela (48%), caindo para 38% no Centro-oeste, 35% Sudeste, 31% Nordeste e 27% no Sul.
- O hábito de pechinchar está presente em 80% das compras realizadas pelos consumidores da classe C, principalmente no Centro-oeste (87%) e também no Nordeste (84%) e Sudeste (81%). Antes de pechincharem, 73% dos consumidores buscam informações na internet sobre preço ou condições de pagamento para depois irem até a loja física e negociarem a compra do bem que desejam. As regiões Sul com 76% e a Sudeste com 75% são as que concentram o maior número de consumidores que praticam este ritual, e nas regiões Norte e Centro-oeste, a maioria prefere pechinchar diretamente na própria loja de rua, opinião representada por 54% e 43% dos consumidores destas localidades.
- A consciência sobre os gastos na classe C também é notada quando a pesquisa nos aponta que 77% destes consumidores escolhem prazos menores quando precisam fazer uma compra parcelada e outros 72% levam em consideração o valor da parcela, se caberá ou não no bolso.

CONTROLE DE GASTOS E EDUCAÇÃO FINANCEIRA

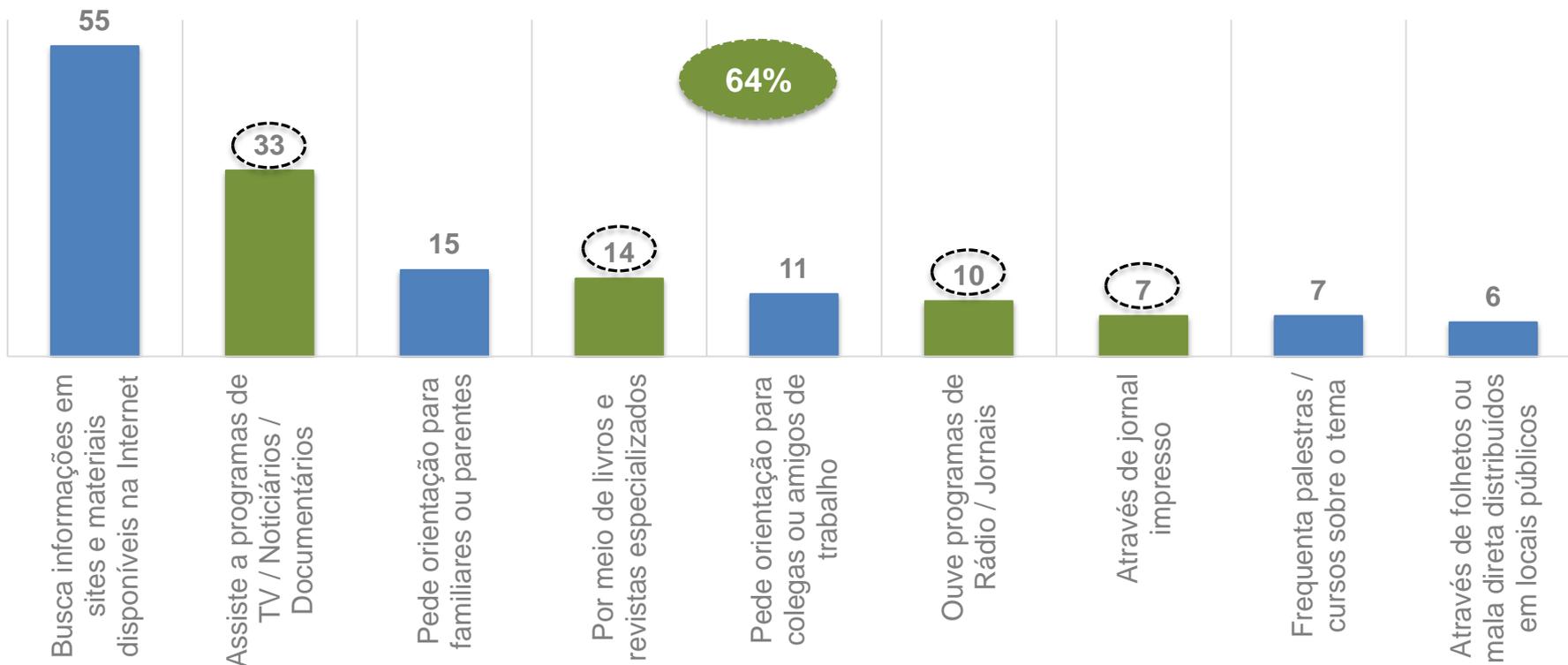
- Na classe C, 85% dos consumidores informam ter o costume de fazer algum tipo de controle de quanto ganham e gastam no mês, e em 53% dos casos costumam listar o que realmente precisam comprar como forma de controle, e em outros 51%, estes fazem uso de planilhas eletrônicas/manuais.

Faz controle de quanto ganha e gasta por mês (%)



- 64% dos consumidores da classe C buscam informações sobre como controlar seus gastos pessoais através de TV, Rádio, Jornais e revistas especializadas; 55% fazem uso da Internet através de sites e materiais disponíveis na rede.

Onde busca informações sobre como controlar os gastos (%)



Base: 1.000

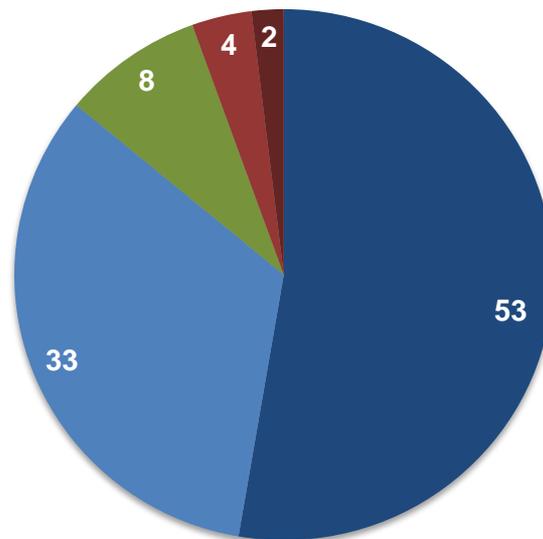
P. Onde você costuma buscar informações sobre como controlar os seus gastos pessoais? (resposta múltipla)

P. Se busca informações em sites e materiais de internet. Qual site? (Espontânea)

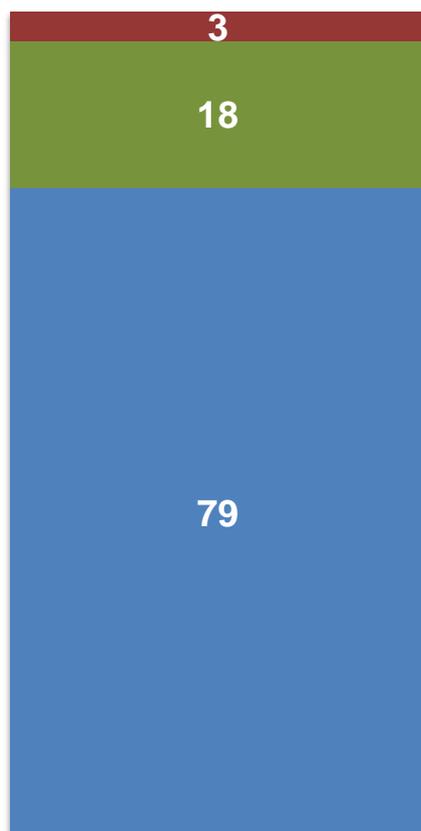
- Na opinião de 86% dos consumidores da classe C, compartilhar informações sobre como controlar os gastos pessoais com os familiares é muito importante/importante.

Importância de compartilhar informações com familiares sobre controle de gastos (%)

■ Muito importante ■ Importante ■ Indiferente ■ Pouco importante ■ Nada importante



- 79% dos consumidores da classe C levam em consideração as compras parceladas quando precisam fazer novas compras. 18% realizam novas compras contando com a entrada de dinheiro extra para auxiliar no pagamento delas e apenas 3% deles realizam novas compras sem nenhum planejamento



■ Não leva em consideração as compras já efetuadas e ainda não pagas

■ Mais ou menos, pois leva em conta o recebimento de quantias extras

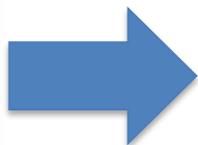
■ Leva em consideração todas as compras já efetuadas até o pagamento da última parcela

Ao realizar uma compra nova, à vista ou parcelada, você considera as compras parceladas ou financiamentos em andamento... (%)

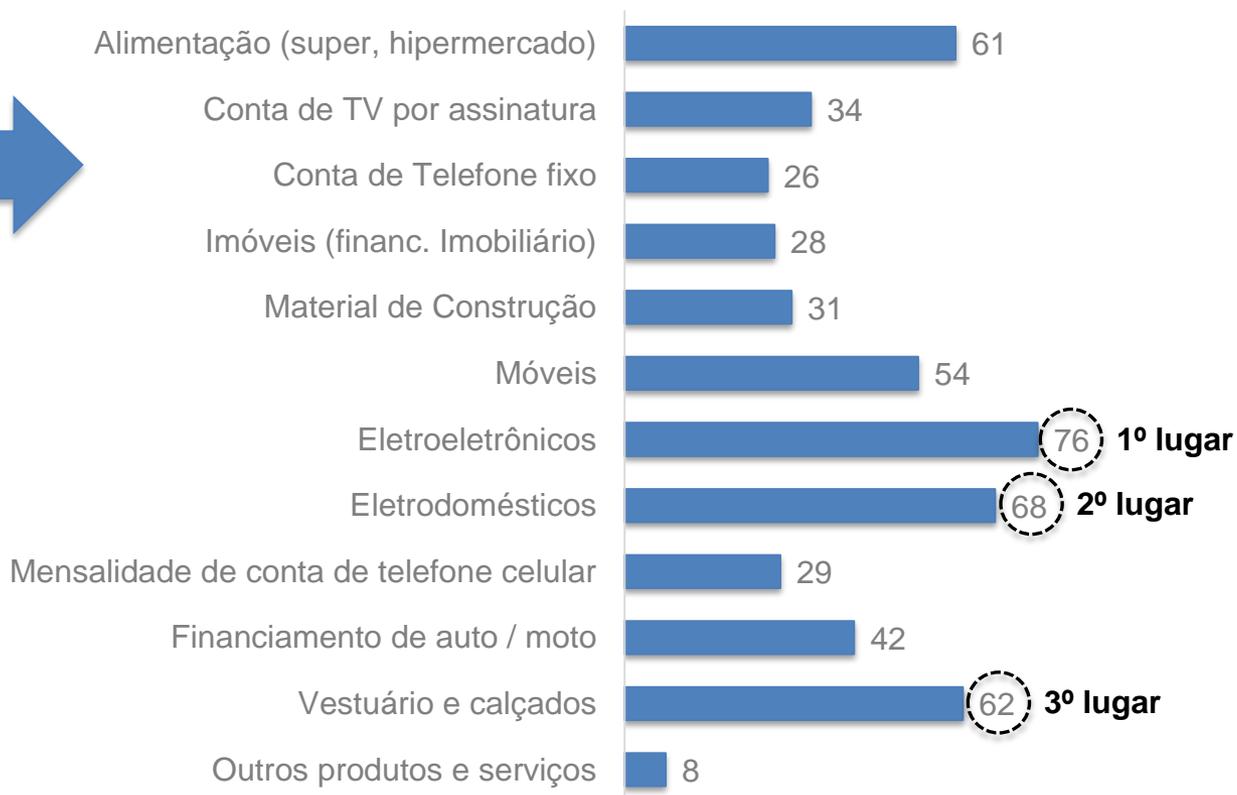
- O hábito de pesquisar preços antes de efetuar uma nova compra está presente na rotina de 94% dos consumidores da classe C e os três principais itens mais pesquisados antes da compra são eletroeletrônicos (76%), eletrodomésticos (68%) e vestuário e calçados (62%).

Hábito de pesquisar preços antes de comprar qual produto ou serviço (%)

94% realizam pesquisa de preço antes de efetuar uma compra



6% não realizam pesquisa antes de fazer uma compra



Controle de Gastos e Educação Financeira

- 85% dos consumidores da classe C informam fazer algum tipo de controle de quanto gastam e recebem no mês. Como uma das práticas para controlar os gastos, 53% deles apresentam o hábito de listar apenas o que precisam comprar e 51% fazem planilha eletrônica/manual.
- Na região Norte, 98% dos consumidores da classe C fazem este tipo de controle, seguido por Nordeste (88%), Sul (87%) e 84% nas regiões Centro-oeste e Sudeste. No Sudeste, 51% dos consumidores apresentam o hábito de listar apenas o que precisam comprar, 56% no Sul e 65% no Norte.
- Para se manterem informados sobre como fazer para controlar os gastos e receitas, 64% dos consumidores da classe C buscam estas informações na mídia através de programas de rádio, TV, jornais ou mesmo livros e revistas especializados sobre o tema e outros 55% buscam informações em sites e materiais disponíveis na Internet – canal mais usado também pelos consumidores das regiões Norte (63%), seguido por Centro-oeste (57%), Sudeste e Sul (55%) e Nordeste (51%).
- Outra forma de controle identificada na pesquisa é que 79% dos consumidores da classe C levam em consideração as compras parceladas já existentes antes de efetuarem novas compras parceladas, 18% levam parte das compras parceladas em consideração, pois dependem de dinheiro extra no final do mês para dar conta destes novos pagamentos e 3% não se preocupam com isso antes de realizarem novas compras parceladas.
- Na comparação entre as regiões, 82% dos consumidores nas regiões Sul e Norte costumam avaliar as compras parceladas já existentes antes de se comprometerem com novas compras, seguido por 81% na região Nordeste, 78% no Sudeste e 76% no Centro-oeste.

Controle de Gastos e Educação Financeira

- Pesquisar preços antes de efetuar uma nova compra também é para a classe C uma forma de controlar os seus gastos. 94% dos consumidores deste segmento da sociedade praticam a pesquisa de preço. Nas regiões Sudeste e Centro-oeste o percentual dos que pesquisam preço antes de uma nova compra é de 95%.
- Os itens que os consumidores costumam pesquisar com maior frequência antes de decidirem por uma nova compra são – eletroeletrônicos (76%), eletrodomésticos (68%) e itens de vestuário e calçados (62%). Na comparação entre as diferentes regiões do País, são os itens relacionados a eletroeletrônicos e eletrodomésticos os mais pesquisados.
- O aprendizado adquirido até o momento com a pesquisa nos permite dizer que o controle de gastos e a consciência sobre como gastar estão relacionados diretamente à educação financeira, pois para 86% dos consumidores da classe C é muito importante compartilhar este tipo de informação sobre como controlar os gastos pessoais com seus familiares.
- Com esta consciência, questionamos os consumidores sobre em quais itens eles economizariam em uma situação de emergência. Em primeiro lugar surge o corte de gastos com despesas de alimentação fora de casa/restaurante, com 52% das menções; em segundo lugar reduziriam os gastos com o consumo de água, com 41% das menções; e em terceiro lugar os consumidores reduziriam gastos com a saúde, com 70% das menções.
- A redução de gastos com a conta do restaurante aparece em primeiro lugar para os consumidores das regiões S e SE (56%) e CO (52%). No Nordeste seria a redução de energia (70%) e no Norte seriam os gastos com a compra de itens de vestuário (57%).