

# Realidade e aspirações do Público Jovem 18/34 na Região Metropolitana de Porto Alegre

Realização:

Núcleo de Tendências e Pesquisa do Espaço Experiência da FAMECOS/PUCRS

Porto Alegre, dezembro de 2012

# ASPECTOS METODOLÓGICOS E TÉCNICOS

( 2 )

# Objetivos

- **Objetivo Geral:**

- Investigar as motivações apresentadas pelos jovens de 18 a 34 anos, residentes em Porto Alegre e Região Metropolitana, para morarem ou não com os pais.

- **Objetivos específicos:**

- Caracterizar hábitos de mídia: tradicionais e internet;
- Caracterizar hábitos de lazer e entretenimento;
- Caracterizar hábitos de consumo: serviços, produtos e marcas (onde gastam o dinheiro);
- Investigar motivações e aspirações no que se refere à questão de viver ou não com a família;
- Identificar sonhos e aspirações deste público de acordo com o momento de vida.

# Síntese Metodológica

- **Etapa 1: Desk Research**

- Levantamento de dados em fontes secundárias (impressas e digitais) para embasar o desenvolvimento das etapas posteriores.

- **Etapa 2: Pesquisa Qualitativa**

- Técnica 1 – Grupos de Discussão:
  - 02 grupos focais nos dias 03 e 04/10 de 2012, divididos em:
    - Jovens universitários que moram sozinhos;
    - Jovens universitários que moram com os pais.
- Técnica 2 – Entrevistas de Profundidade:
  - 09 entrevistas realizadas entre os dias 27/09 e 04/10 de 2012, divididas entre morar ou não com os pais, mas priorizando a faixa mais elevada em termos etários (25 a 34 anos).

# Síntese Metodológica

## • Etapa 3: Pesquisa Quantitativa

- Coleta por auto-preenchimento, por meio de questionário eletrônico.
- Foram desenvolvidas 33 perguntas, englobando dados básicos, hábitos de lazer e consumo, sonhos e mídia.
- Para o desenvolvimento do questionário, utilizamos a ferramenta disponível no pacote Google Docs.
- O questionário esteve no ar entre 28/10 e 12/11/12, com divulgação por redes sociais e e-mails.
- Segmentação:
  - Demografia: jovens, de ambos os gêneros, com idades de 18/24 e 25/34;
  - Ocupação: Estudantes e assalariados;
  - Abrangência geográfica: pessoas que moram em Porto Alegre e Região Metropolitana.
- Amostra total: 409 respondentes válidos (erro amostral estimado em 4,94% a partir de intervalo de confiança fixado em 95,5%).

# ETAPA 1: DESK RESEARCH

( 6 )

# Chegou a hora de sair de casa...

- Motivações:
  - Sair com o propósito de estudar, mesmo sendo sustentados pelos pais
  - Buscar independência e liberdade
  - Desavenças na família
- Em média, os jovens esperam que, ao sair de casa, aumentem seu nível de independência dos pais e seu nível de responsabilidade, mas, ao mesmo tempo, também esperam uma nítida redução em sua situação financeira

<http://www.cedeplar.ufmg.br/demografia/dissertacoes/2009/RegianeLucindaCarvalho.pdf>

# Ainda não está na hora...

- Falta de dinheiro mantém os jovens na casa dos pais
- Falta de opção de moradias que se adaptem ao orçamento e à necessidade
  - Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2009 (PNAD), do total de pessoas entre 18 e 29 anos que vivem em áreas urbanas no país, 61,7% moram na casa dos pais

<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=1241219&tit=Falta-de-dinheiro-mantem-jovens-na-casa-dos-pais>

# A lógica do consumo...

- Os jovens:
  - Buscam bons preços
  - Dispõem-se a pagar mais se entenderem que isto significa mais benefícios, como durabilidade e qualidade
  - Gastam mais tempo na internet do que a média da população, assistem menos TV e possuem hábitos menos saudáveis
  - São responsáveis por 40% do consumo de produtos embalados individualmente
  - Preferem fazer compras em um único lugar, que tenha produtos de diferentes segmentos

[http://www.abac.org.br/news/new58/abacnews\\_nacional58/sozinho.html](http://www.abac.org.br/news/new58/abacnews_nacional58/sozinho.html)

<http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/pessoas-que-moram-sozinhas-revelam-perfil-exigente-de-consumo/16572/>

## ETAPA 2: PESQUISA QUALITATIVA

( 10 )

# Jovens que Moram Sozinhos

# Motivos que levaram a morar sozinhos...

- Valorizam a liberdade
- Querem adquirir maturidade

*“Tu não precisa ficar dando satisfação para ninguém, entra e sai a hora que quiser ”*

*“Tu tem que aprender a ter maturidade, pagar as contas”*

# O que representa liberdade?

- Liberdade representa ter privacidade dentro de casa, não precisa dar satisfações aos pais ou responsáveis, ser independente

*“Fazer o que você quiser, a hora que quiser, sem ter que explicar nada a ninguém”*

*“Liberdade é você dever satisfação pra você mesmo. Você tem compromisso só com você mesmo”*

*“Liberdade para mim é ‘cagar’ [sic] de porta aberta”*



# Voltariam a morar com os pais?

- Acreditam que voltar a morar com os pais seria um retrocesso das coisas que conquistaram morando sozinhos

*“Voltar a morar com a família tira um pouco a sede de conquistar as coisas”*

*“Eu deixaria minha mãe morar comigo, na minha casa, com as minhas regras. Zero chances de morar com ela novamente”*

*“Porque é da vida a pessoa se desvincular, largar a família seria um retrocesso”*

# Processo de mudança...

- O processo de mudança foi dito como difícil, principalmente pela solidão e por ter que arrumar suas próprias coisas, se organizar

*“Me senti sozinho. Comprava coisas pra mim e nada pra minha casa. Tinha só um colchão na sala”*



*“Quando eu recebi o meu apartamento ele só tinha as paredes, eu que tive que comprar as coisas e instalar, e eu era uma pessoa desligada com o mundo, não tinha compromisso com nada”*

# O que se ganha saindo de casa?

- Ganham maturidade e responsabilidade, arcar com as consequências, resolver os problemas

*“Agora tu tem que responder pelos teus atos”*

*“Certa sagacidade com a vida, de ser mais malandro, tu aprende a ser mais profissional, agora eu que tenho que resolver: será que aceito uma coisa ou não, você fica mais esperto com as coisas”*

*- “Morar sozinho te faz ver os problemas da família de outro ângulo. Hoje converso com meu pai sobre coisas que antes nunca imaginei”*

# O que se perde morando sozinho?

- Perde-se a companhia dos pais, o conforto de casa e de ter tudo pronto

*“O pior é ficar doente e não ter ninguém pra cuidar de ti, fazer uma sopinha. Eu ficava doente e ia para o hospital sozinho”*

*“Quando tu mora com eles, tu não valoriza tanto a companhia, e agora que mora sozinho tu passa a valorizar mais”*

*“Perde a companhia, tu chegar em casa e contar as coisas, pedir opinião”*

# O que passou a valorizar agora que mora sozinho?

- Passaram a valorizar a companhia da família, aprenderam a dar mais valor ao dinheiro

*“Dinheiro”*

*“Antes, quando ia ao mercado, ia pegando tudo... agora pego só o básico”*



# Situação financeira...

- Dividem o dinheiro entre gastos em lazer e com o 'necessário'

*“Eu divido meu dinheiro em 50% pra me manter e 50% pra comprar o que eu quiser e festa”*

*“Acredito que quem mora sozinho, gasta uns 50 a 60% com bebida e festa”*

# Onde mais gastam o dinheiro, além de festa?

- Gastam com o que acham 'necessário': jogos, compras online, despesas de faculdade, alimentos e bebida

*“Acho que tu tem que gastar com coisas que te dão prazer”*

*“Eu consumia muito mais salsicha, muito mais ovo, tomava mais cerveja, agora eu comecei a tomar muito mais vodka”*



# Mudaram os hábitos de consumo pra não gastar tanto dinheiro?

- Preferem programas baratos
- Não querem gastar tanto ao sair
- Dão prioridade ao dinheiro, controlando se vale a pena gastar com aquilo ou não

*“Só vou naquilo que é de graça. Shows, teatros, museus, tudo que é grátis eu vou”*

*“Faço aquilo que é barato. Prefiro ir ao Zaffari, comprar uma pizza, um refrigerante e assistir um filme baixado, quanto mais barato o programa melhor.”*

*“Antes era fácil, era só pedir dinheiro pra sair, hoje eu me controlo, acho tudo caro”*

# Passaram a consumir menos?

- Economizam, cortam certos gastos para guardar dinheiro e, mais tarde, investir

*“Eu acabei conquistando mais coisas, conforme eu ia economizando, eu guardava dinheiro pra comprar coisas que eu queria, comprei meu computador, minha TV, meu celular, tu começa a economizar pra conquistar mais coisas”*



# Medo de ficar endividado?

- Mostraram não ter medo de ficar endividados, mas controlam bem os gastos

*“Eu tenho meu dinheiro muito bem controlado”*

*“O limite do meu cartão é muito baixo, então eu nem posso gastar muito”*

# Salário para estar estabilizado e salário dos sonhos...

- Citaram dois patamares:
  - O valor de R\$ 5.000,00 para estarem estabilizados e morando sozinhos; e
  - Um salário dos sonhos acima de R\$20.000,00

*“Salário para sair de casa para mim é R\$3 mil.  
Salário dos sonhos é R\$25 mil”*

*“Acho que uns R\$5.000,00 é suficiente”*

# O que sonhavam e virou realidade?

- Liberdade: ter os próprios horários e aproveitar essa situação

*“Tu morando sozinho,  
tem que aproveitar que tu pode sair com uma liberdade,  
é o momento de aproveitar a vida”*

# Planos para o futuro...

- Realização profissional
- Criar o próprio negócio
- Continuar estudando
- Ganhar dinheiro
- Ajudar os pais
- Morar no exterior

# Jovens que Moram com os Pais

# Por que ainda moram com os pais?

- Ainda permanecem em casa pelo fator financeiro (não ter dinheiro suficiente para sair de casa) e pelo conforto
- Também aparece o fator apego: não deixar para trás pais que estão envelhecendo

*“Agora que eles estão ficando mais velhos, não consigo simplesmente sair de casa e deixar eles sozinhos”*

*“Moro com meus pais porque ainda não consigo me sustentar”*

*“Só me mudo se tiver conforto, se não, eu não saio da minha casa”*

# Fatores que levaram a permanecer em casa...

- Questão financeira
- Conforto é ter tudo pronto:  
comida e roupa lavada

*“Eu tenho conforto em casa, já tá tudo montado,  
tem tudo o que eu preciso,  
tem TV, sofá, garagem, cozinha, comida, microondas...  
esse tipo de coisa que só facilita.  
E tem também a companhia da família, que é bom.”*

# Em relação ao guardar dinheiro pra sair de casa...

- Pretendem guardar dinheiro para futuramente sair de casa e não depender financeiramente dos pais

*“Acho que assim eu vou conseguir sair de casa com as minhas próprias pernas. Eu vejo muitos amigos meus que saem de casa, mas a mãe continua indo fazer o rancho pra eles, porque o filho que decidiu morar sozinho e tá sem dinheiro. Ou então a mãe vai limpar a casa do filho”*

# O que ganhariam saindo de casa?

- Independência
- Maturidade

*“Ganharia a experiência de morar sozinha.  
Aprenderia a fazer as coisas por mim mesma.  
Vai ser uma grande mudança na minha vida”*

# O que perderiam saindo de casa?

- Mordomias da mãe: colo, comida
- Mordomias de casa:
  - Roupa limpa
  - Casa organizada
  - Ter tudo sempre pronto

*“Quando eu digo perder dinheiro, quero dizer perder conforto.  
Dinheiro serve pra me dar conforto”*

*“Eu não tenho que fazer tudo que é necessário pra viver.  
Tem muitas coisas que são necessárias de fazer em uma casa e que eu não  
preciso fazer. Eu não tenho que comprar móveis, eletrodomésticos,  
em um primeiro momento.  
Em um segundo momento, eu não tenho que varrer o chão da casa...  
eu tenho uma faxineira uma vez por semana”*

# O que valorizam morando com a família?

- Segurança
- Conforto



# Consumo e lazer...

- Os jovens que moram com os pais não saem tanto quanto os que moram sozinhos, principalmente pelo fator liberdade (que os que moram sozinhos têm)

*“Não vale a pena pagar R\$30,00 para ouvir um CD”*

*“Os pais não sabem que os filhos gastam tanto com festas”*

*“Meus pais são felizes porque eu não saio, só jogo...  
Eles não gastam muito dinheiro comigo”*

# Liberdade x Dinheiro

- Vale esperar a estabilidade financeira para sair de casa e ganhar a liberdade total

*“Vale aguentar cobrança e brigas, vale a pena esperar para ter estabilidade financeira”*

*“Voltar para casa é perder a moral que conseguiu”*

*“Dinheiro é liberdade, mas ele sozinho não pode dar total liberdade”*

# Dependência financeira...

- Não gostam de ser dependentes dos pais: se têm o próprio dinheiro, preferem não pedir

*“Sempre que eu tenho dinheiro eu procuro não pedir nada pra eles, porque eles já fazem tanto por mim, já me deram tanto, pagam minha faculdade. Eu estou acostumada a não depender deles financeiramente”*

# Estabilidade financeira...

- Estabilidade financeira é poder pagar tanto pelo lazer quanto pelo 'necessário'
- *"É poder adquirir tudo o que eu quero, conseguir honrar todas as dívidas necessárias que a gente tem, como água, luz, telefone, e ter o suficiente para o que tu precisa, tanto pra lazer quanto para obrigações"*

# Cartão de crédito e controle do dinheiro...

- Preferem não usar o cartão de crédito, pois não têm um controle total sobre o dinheiro e sobre o que gastam: preferem pagar com dinheiro, à vista

*“Cancelei o meu, porque eu não me controlava”*

*“É uma droga estar endividado, é muito ruim tu ver teu nome sujo.*

*É uma bola de neve.*

*Meu pai me ajudou a me organizar e a pagar a dívida,*

*mas me deu um xixi.*

*“Prefiro dinheiro, pois o controle é melhor do que entra e o que sai”*

*“Uso dinheiro contado para gastar quando preciso”*

# Planos para o futuro...

- Ter um bom emprego
- Terminar a faculdade
- Fazer intercâmbio
- Ter dinheiro
- Morar no exterior
- Ser independente financeiramente
- Trabalhar em empresas grandes
- Abrir o próprio negócio
- Continuar estudando

**Para fechar esta etapa...**

# Jovens são todos iguais, só mudam de endereço...

- Sair de casa significa ganhar maturidade e liberdade
- Perde-se o conforto
- Economizam dinheiro para comprar coisas que precisam/ acham necessárias / para sair de casa
- Controlam o dinheiro
- Gastam bastante com o lazer
- Sonham alto: salário dos sonhos acima de R\$ 20.000,00
- Como planos para o futuro: continuar estudando, criar o próprio negócio, realização profissional, morar no exterior

# ...mas, quando mudam de endereço...

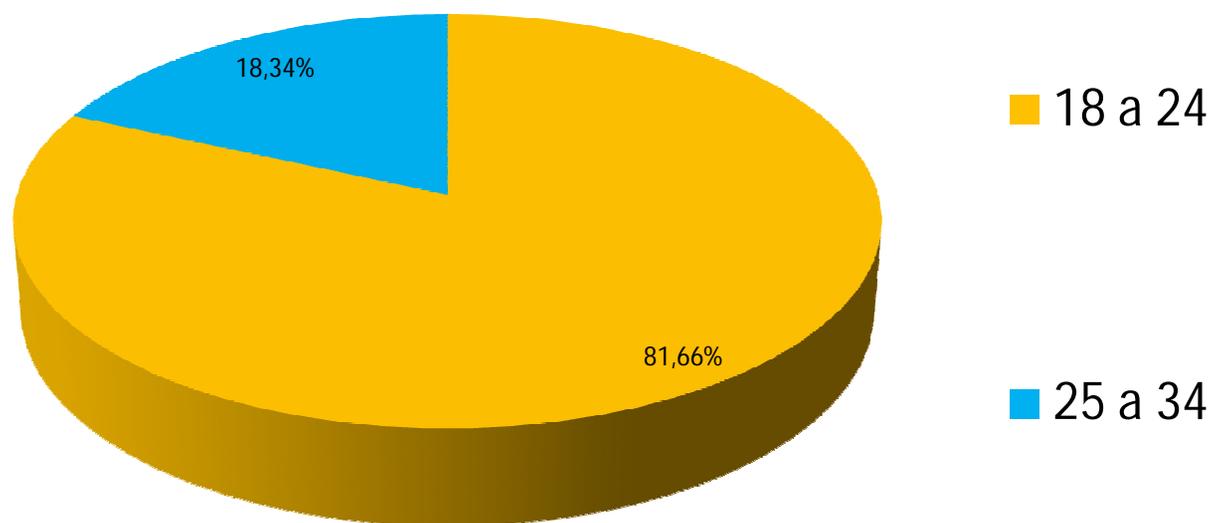
Moram sozinhos	Moram com os pais
<ul style="list-style-type: none"><li>— Vão a festas com mais frequência, pois não têm restrições quanto ao horário</li><li>— Passam a valorizar mais a família, pois não têm convívio diário</li><li>— Valorizam mais o dinheiro e cuidam os gastos, pois precisam dividir entre as despesas da casa e as pessoais</li><li>— Gastam muito com lazer, mas preferem programas mais baratos ou até gratuitos, como museus, teatros, etc.</li><li>— Nos hábitos de consumo, buscam qualidade, produtos que vão durar mais, mesmo que custem mais caro, porém não se importam em comprar em locais alternativos, como brechós e camelódromos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— Saem menos para festas, porque não têm tanta liberdade</li><li>— Valorizam a relação diária que têm com a família</li><li>— Não têm tantas preocupações quanto às despesas, pois gastam mais consigo mesmos</li><li>— Gastam com o lazer em programas como cinema, shopping, etc.</li><li>— Dizem preferir produtos de qualidade, não levam o preço tanto em consideração e consomem com mais frequência</li></ul>

## ETAPA 3: PESQUISA QUANTITATIVA

( 43 )

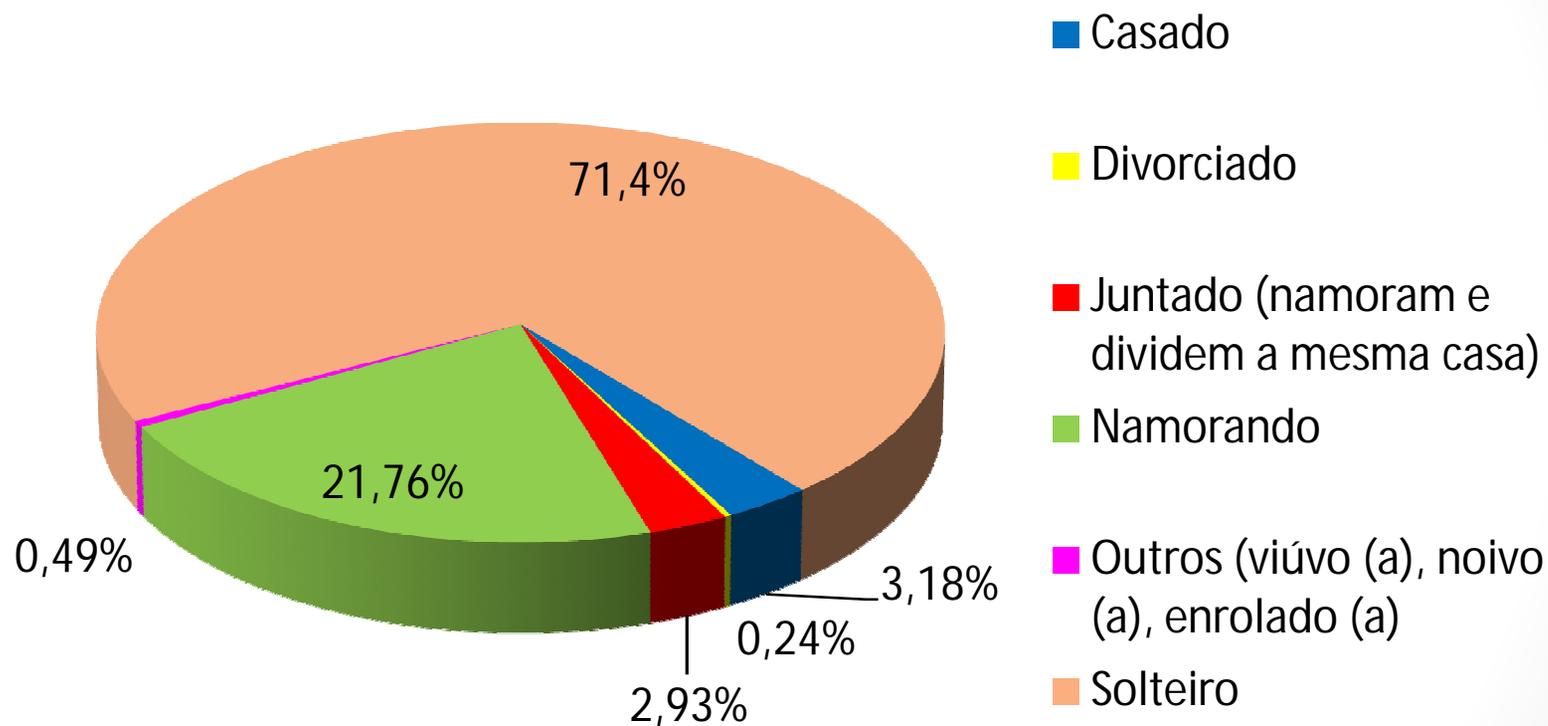
# Caracterização da Amostra

# Grupos etários dos entrevistados



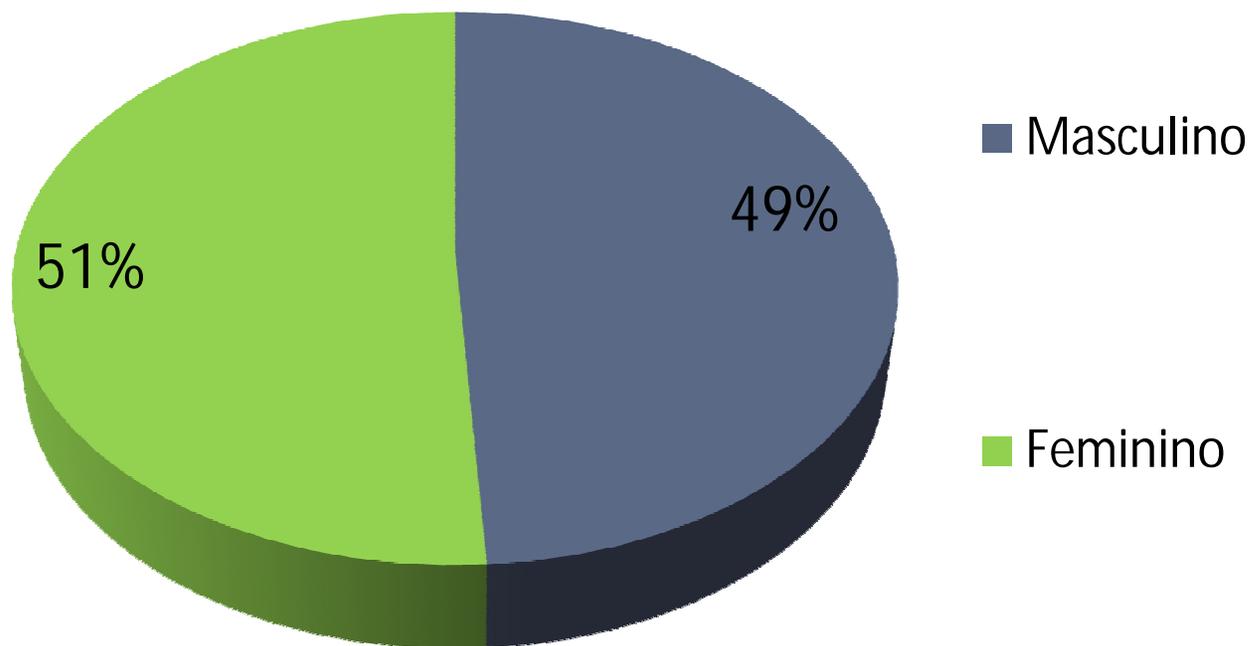
Base:409

# Estado Civil



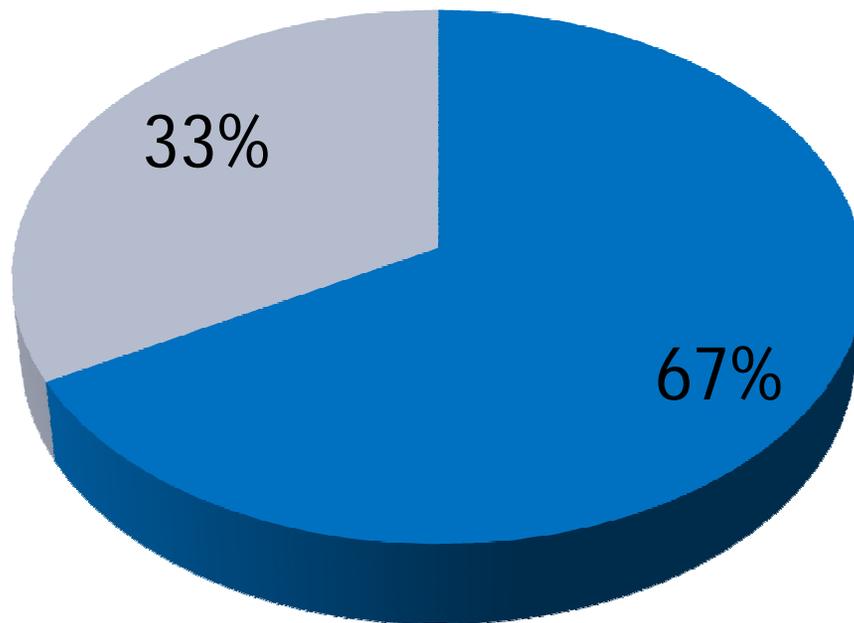
Base: 409

# Gênero



Base: 409

# Com quem mora

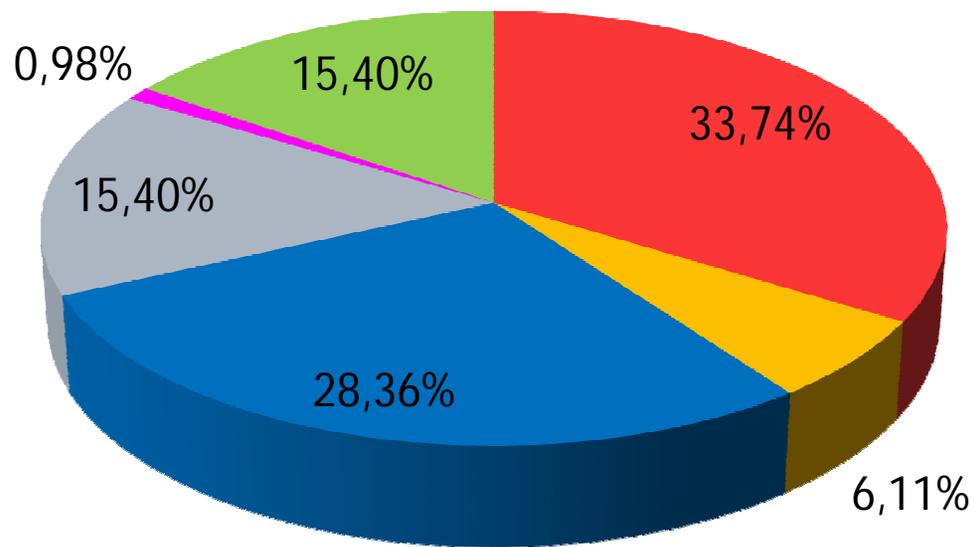


■ Com meus pais/ avós/ responsáveis - (relativo aos chefes da família)

■ Sozinho/ Irmãos/ Amigos/ Pensionato/ República/Namorado(a)/ Casado(a) /Juntado (a)

Base: 409

# Ocupação

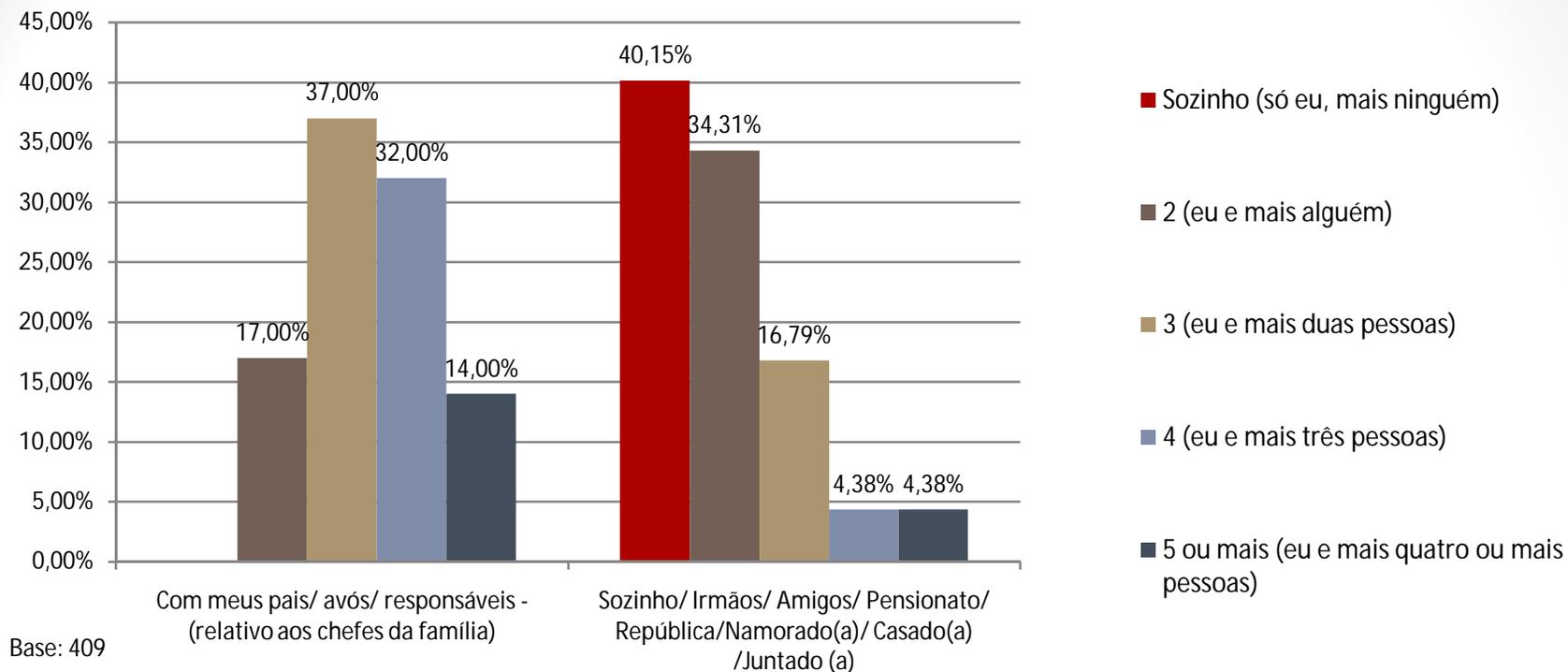


Base: 409

- Estudante
- Estudante em Estágio Não Remunerado
- Estudante em Estágio Remunerado
- Estudante em Trabalho Efetivo
- Não Trabalho e nem estudo / Sem atividade
- Trabalho Efetivo (apenas trabalho)

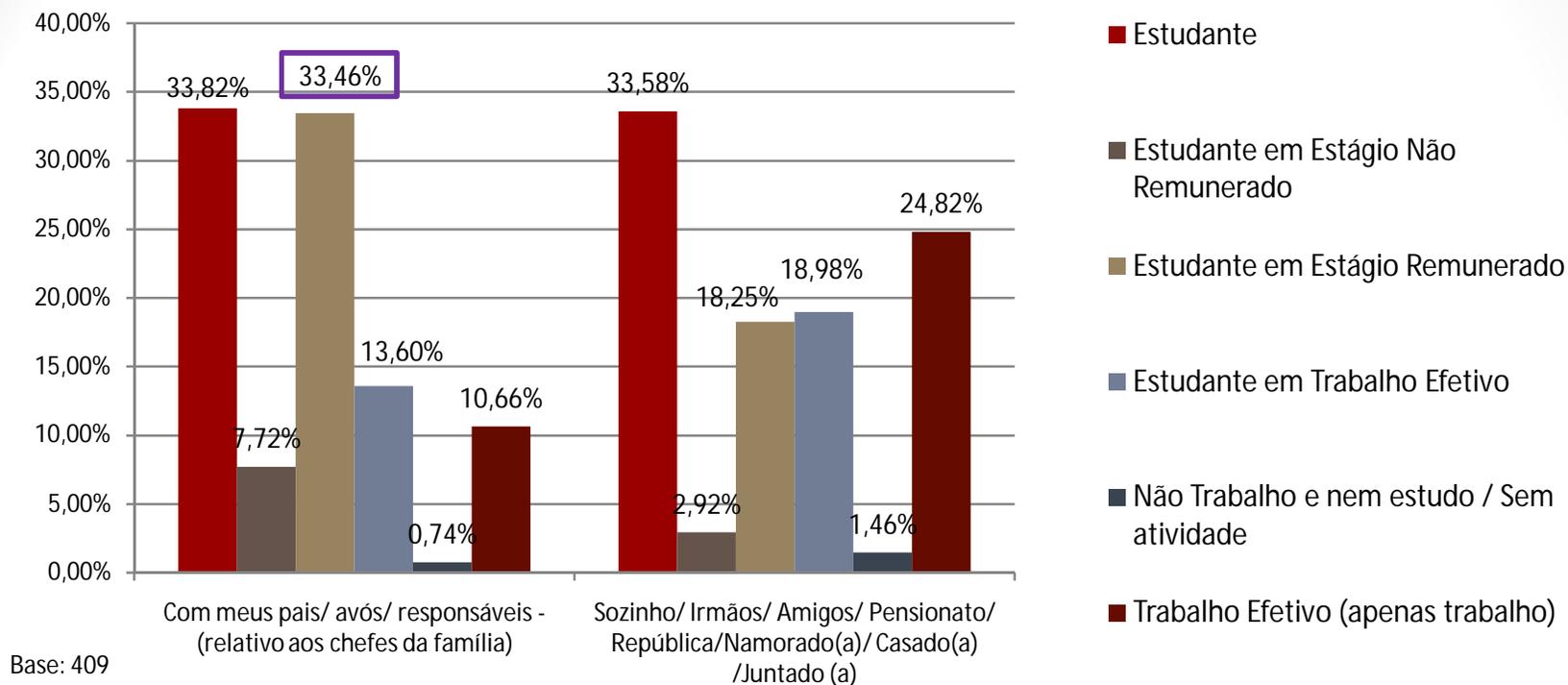
Comparação entre quem mora e quem  
não mora com os pais:  
perfil atual

## Com quantas pessoas convive em casa?



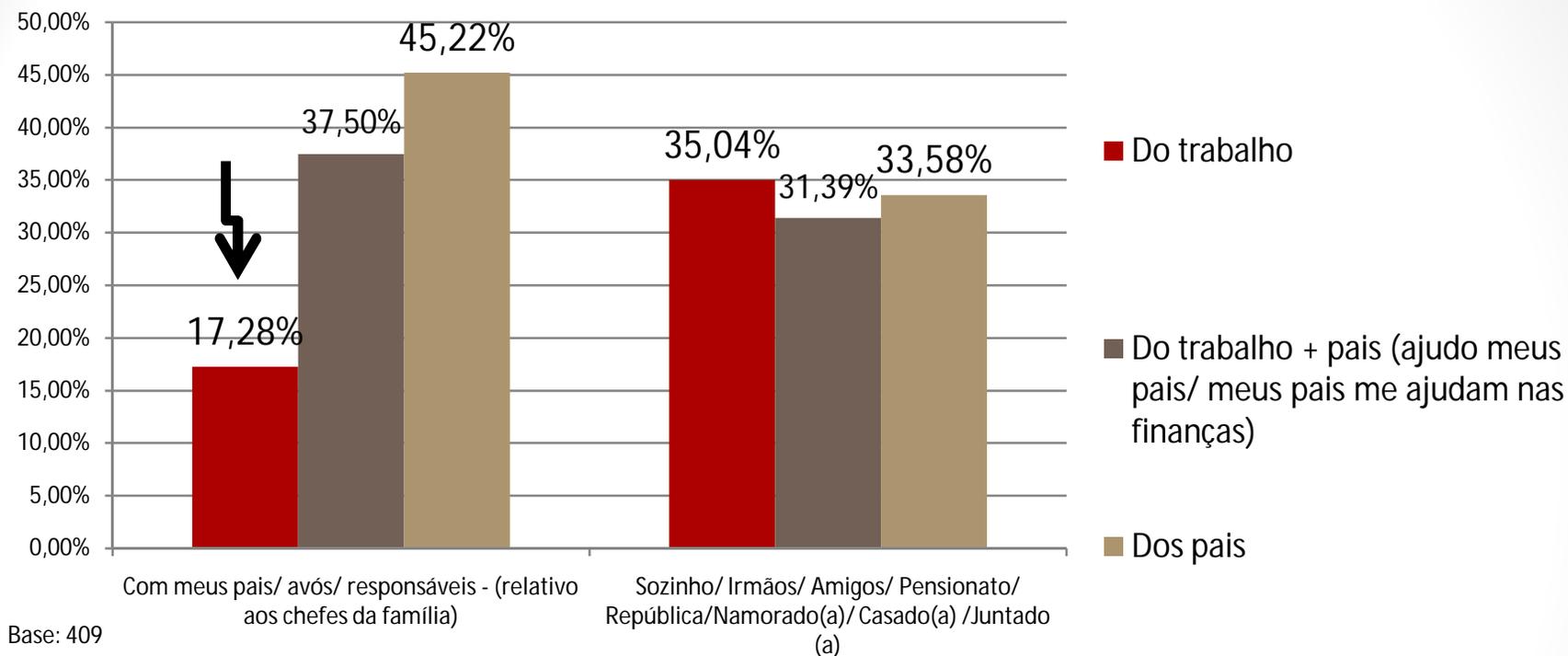
- As pessoas que continuam **morando com os pais** afirmaram, a grande maioria, que convivem com **mais de duas pessoas além delas** (83%).
- Pessoas que **saíram de casa** para morar sozinhas **realmente buscaram morar sozinhas**, como 40,15% dos entrevistados, **ou com mais uma pessoa** (34,31%).

## Ocupação



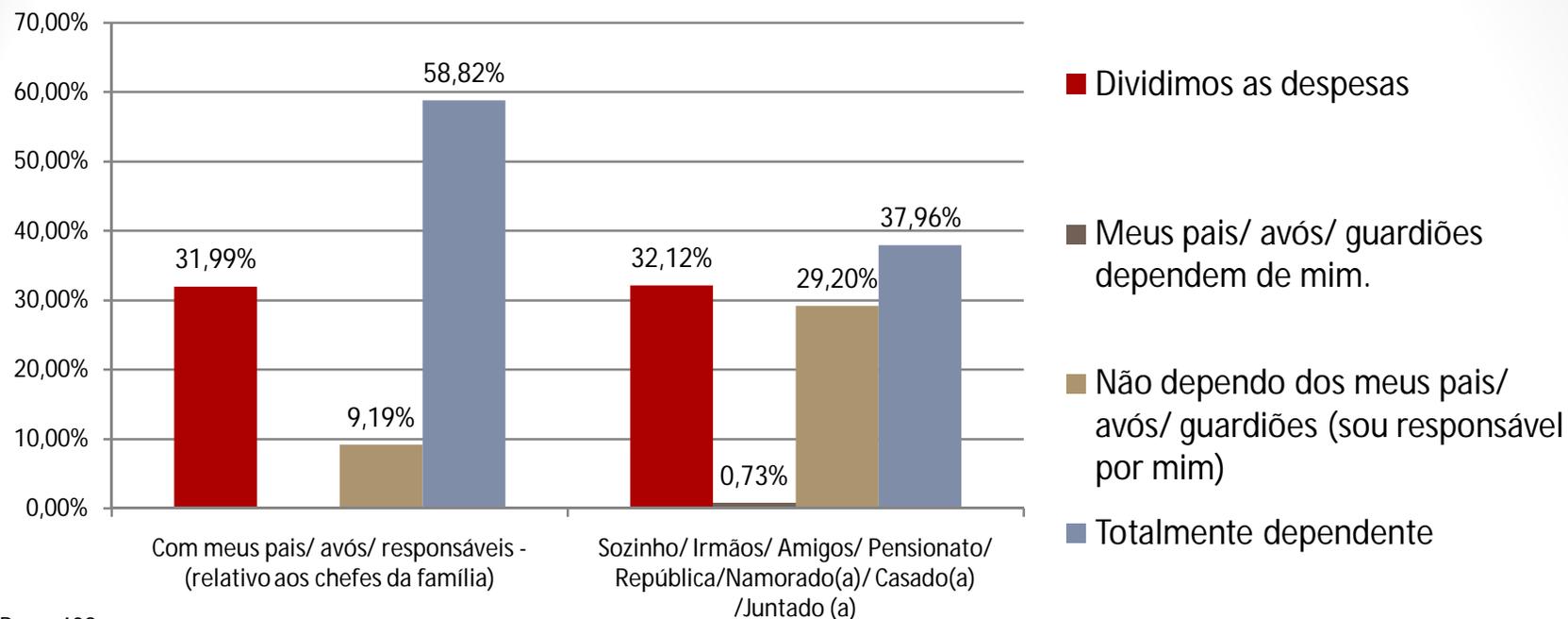
- Dos jovens que **moram com os pais**, 33,46% **estudam e fazem estágio remunerado** ou só estudam.
- É interessante destacar que há um **percentual levemente maior** na afirmação: **“não trabalho e nem estudo”** das pessoas que moram sozinhas.
- 24,82% dos jovens que **moram sozinhos** estão apenas em **trabalho efetivo**.

## De onde vem o dinheiro?



- Dos jovens que **moram sozinhos**, há **paridade** em relação à **origem do dinheiro**.
- Entre os respondentes que **moram com os responsáveis**, apenas **17,28%** vivem apenas do próprio dinheiro, enquanto **cerca de 83%** dependem total ou parcialmente dos responsáveis.

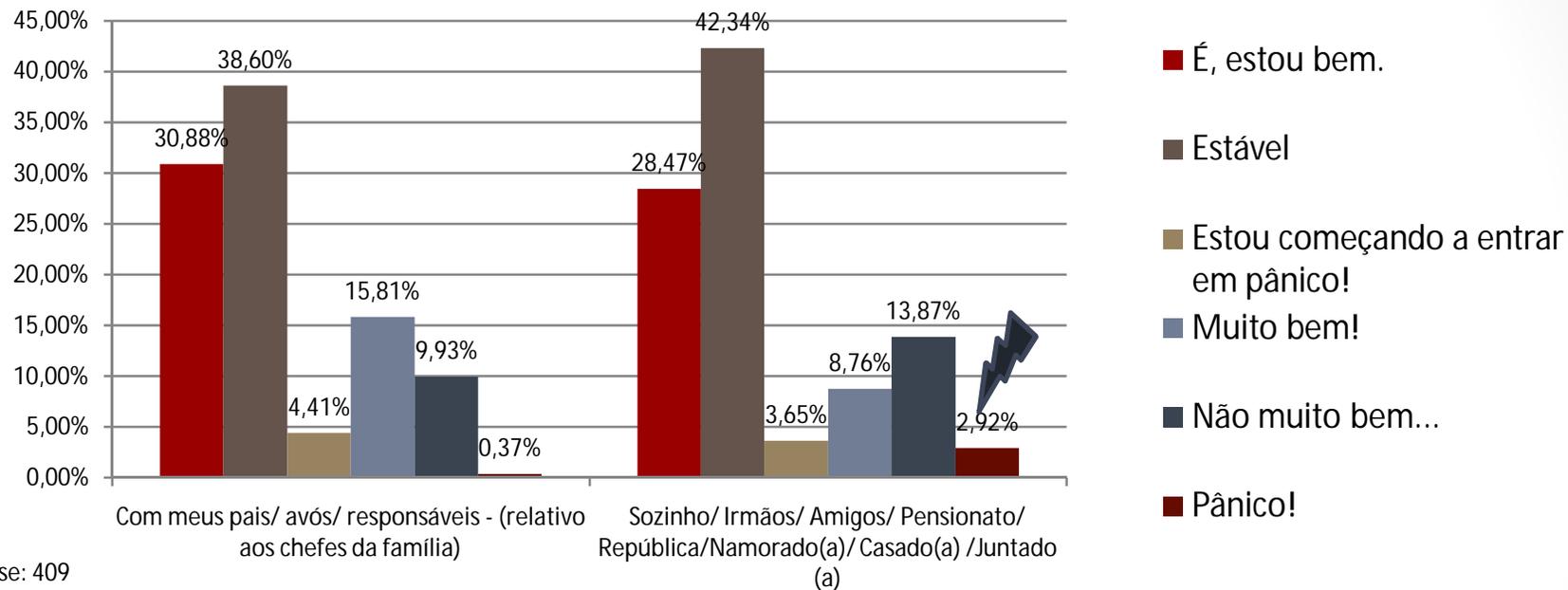
## Grau de dependência



Base: 409

- Grande parte de quem ainda **vive com os pais** afirmou que depende deles. Mas **32% dizem que dividem as despesas**.
- Entre quem **mora sozinho**, há três grupos bem definidos: aqueles que **dividem as despesas**, aqueles que são **totalmente dependentes** e aqueles que são **totalmente independentes**

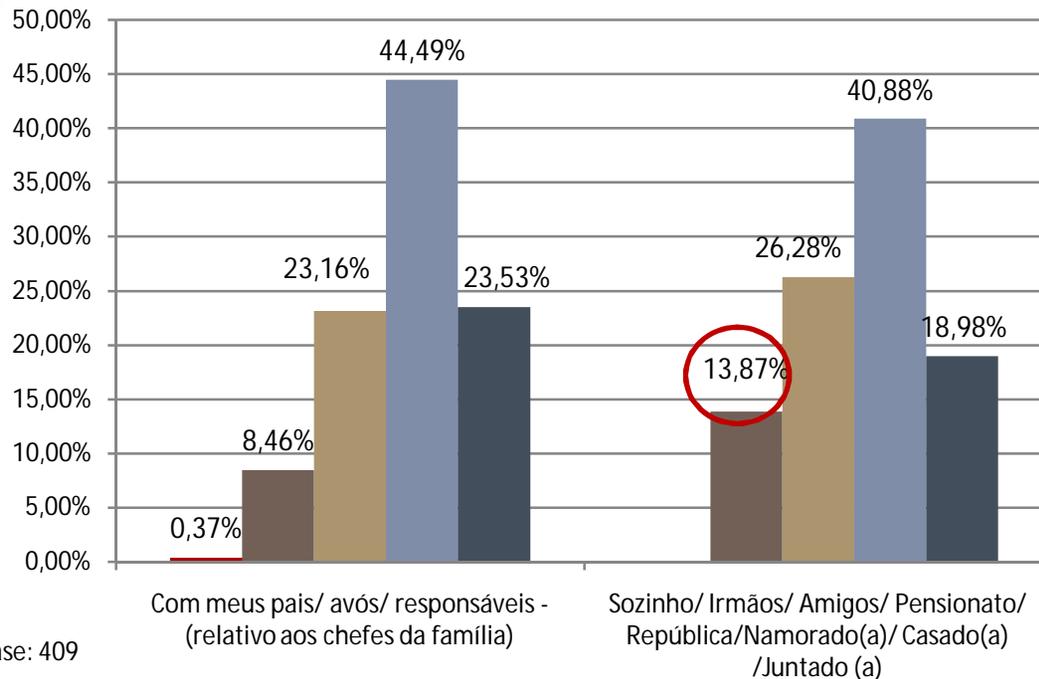
## Situação financeira



- A maioria, tanto daqueles que **moram com os pais** quanto daqueles que **vivem sozinhos**, diz estar **bem ou estável** quanto à situação financeira.
- Importante ressaltar que 16,79% das pessoas que **moram sozinhas** dizem se encontrar em situação pouco favorável ou de **'pânico'**.

Comparação entre quem mora e quem  
não mora com os pais:  
hábitos de consumo

## Shoppings

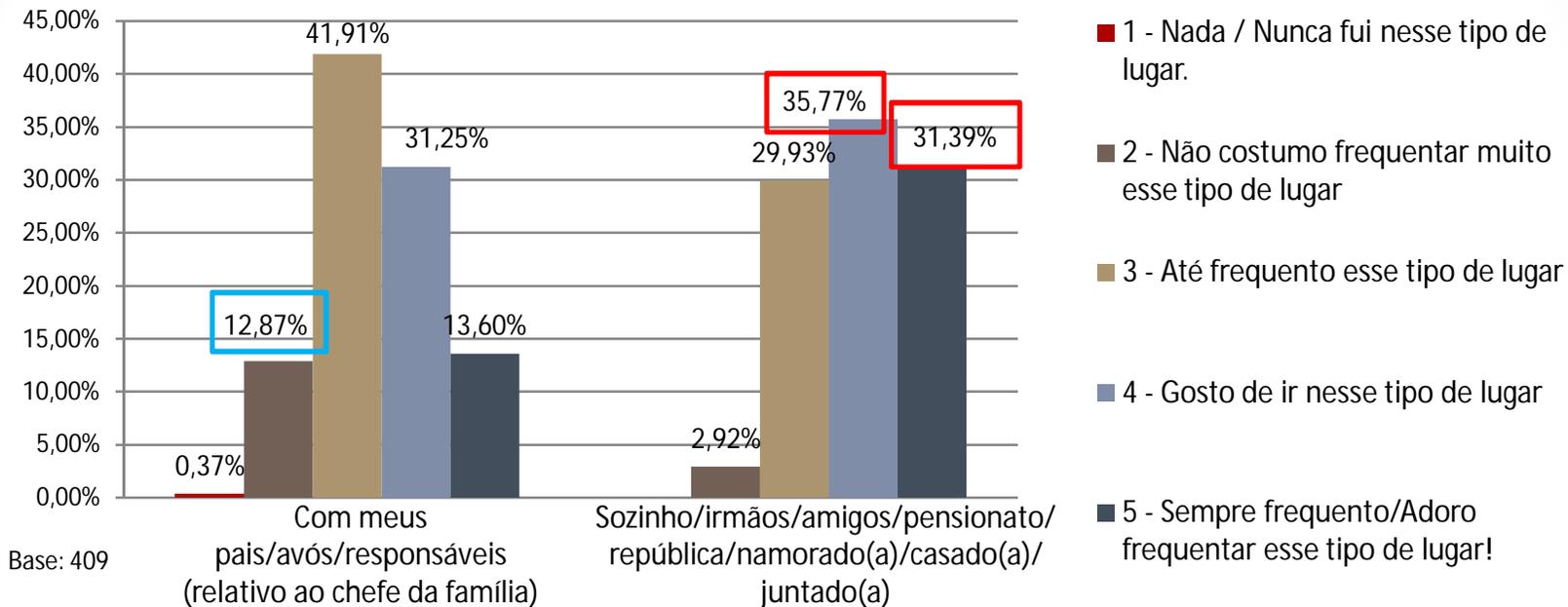


Base: 409

- **Shopping é um lugar para jovens!** E podemos comprovar isso baseados nos comportamentos semelhantes entre os dois grupos: **ambos gostam de ir ao Shopping.**
- Entre os respondentes que 'não costumam frequentar', observa-se que os que **moram sozinhos** apresentam percentual levemente maior, indicando uma possível restrição em termos financeiros ou de tempo.

“Antes, quando ia ao mercado, ia pegando tudo e agora só pego o básico”  
(Mulher, 22 anos)

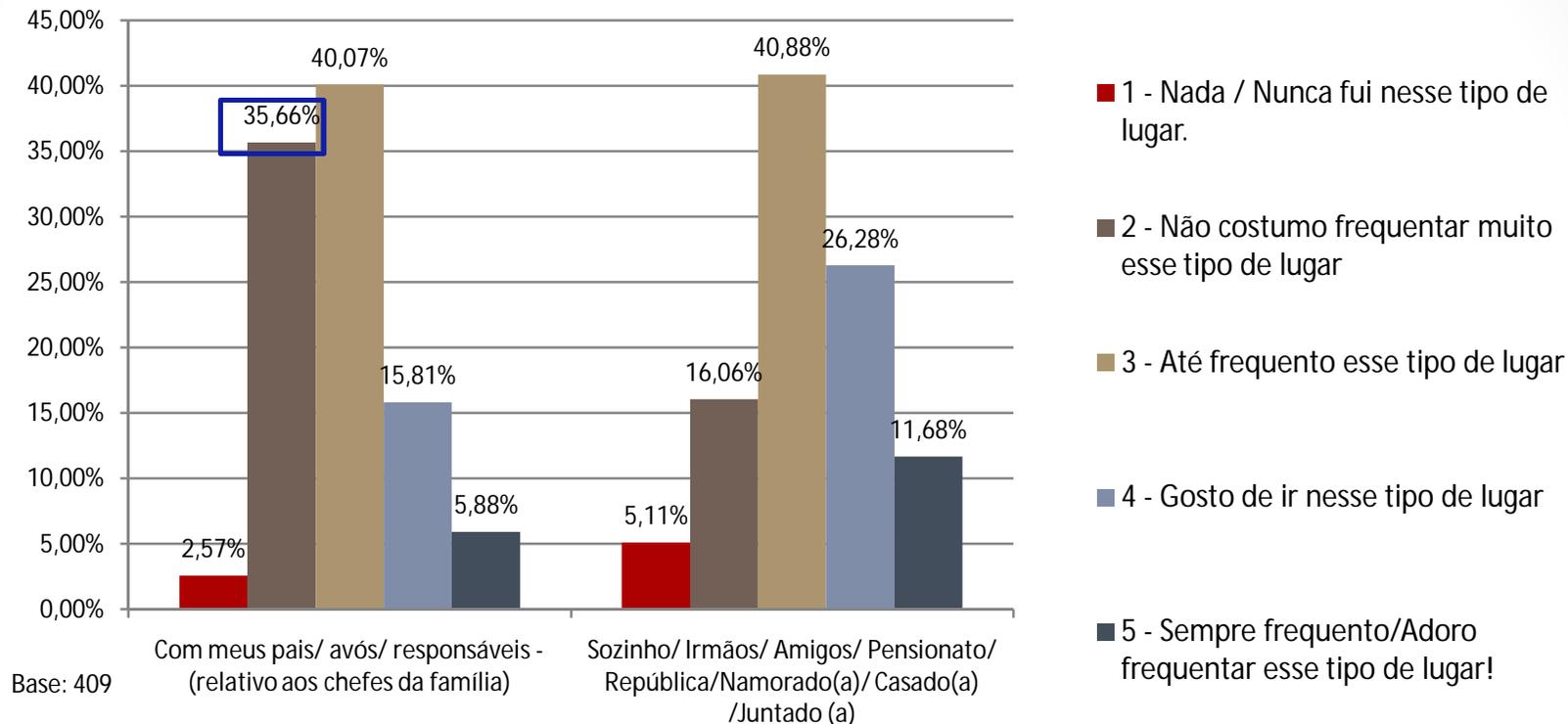
## Supermercados



- Pessoas que moram sozinhas admitem frequentar mais supermercados em relação às que moram com os pais. É bem provável que elas tenham o compromisso de ir até o local e realizar suas próprias compras.
- Por outro lado, 12,87% dos que moram com os pais **NÃO costumam frequentar supermercado.**

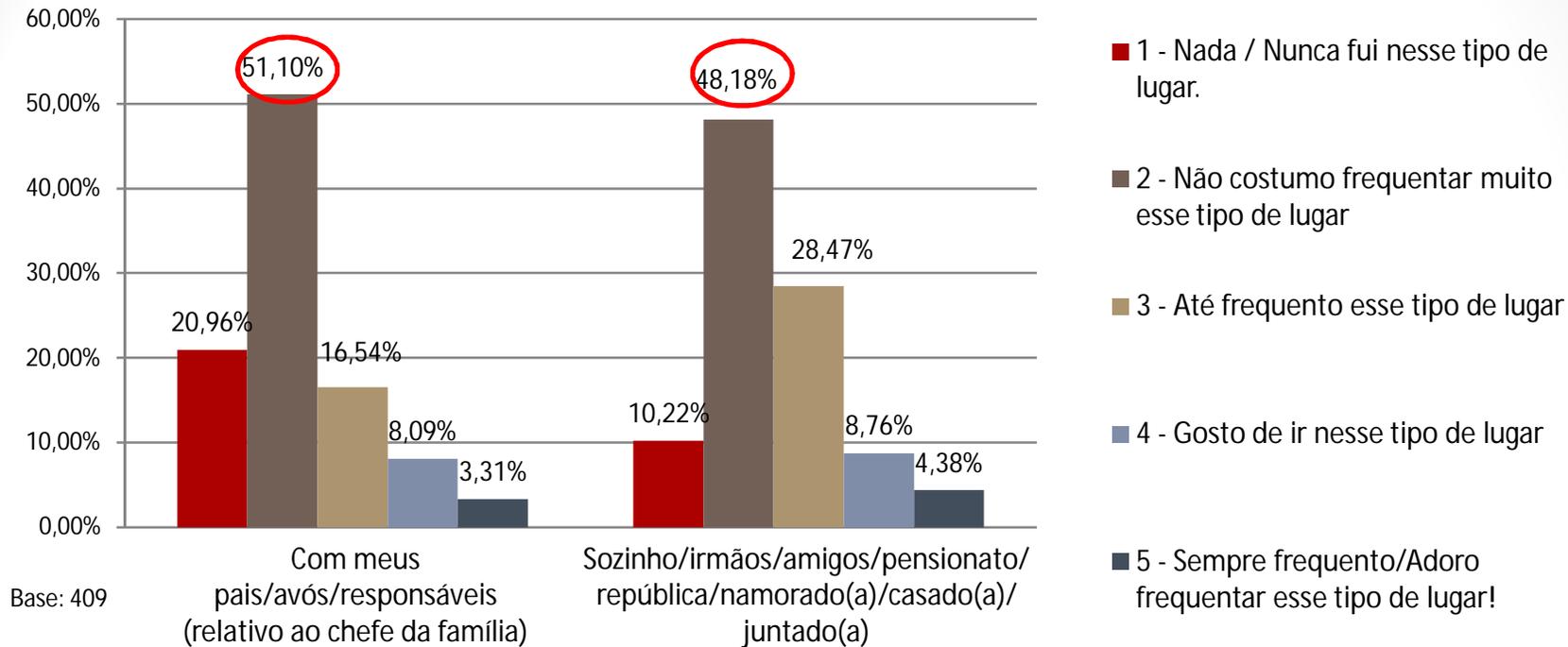
Os jovens, quando podem, deixam a responsabilidade das compras para os pais.

## Mercados pequenos



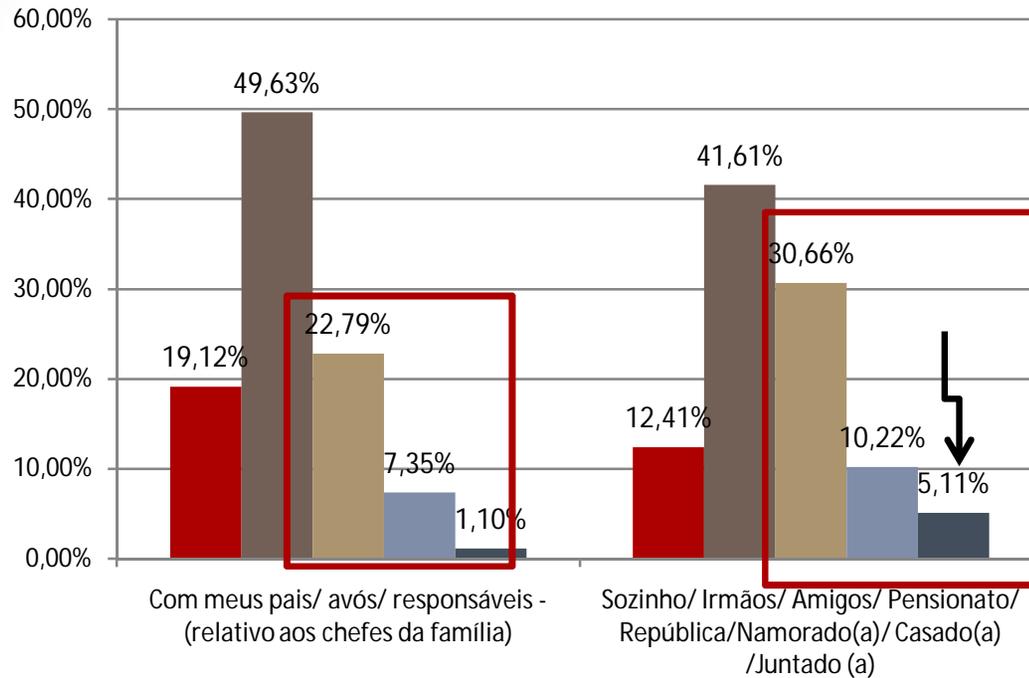
- Com 19,6 pontos percentuais de diferença, jovens que **moram com os pais** afirmam com mais força não frequentar muito os pequenos mercados.
- Dos que **vivem sozinhos**, cerca de 38% afirmam gostar ou adorar “*ir neste tipo de lugar*”.

## Camelódromo



- O gráfico dos jovens que **moram com os pais** apresenta **maior incidência** da opção **“nunca fui nesse tipo de lugar”**.
- Em ambos os segmentos, praticamente 50% afirmaram “não costumar frequentar”, mas, somando as opções 3, 4 e 5, mais de 40% dos que moram sozinhos têm permeabilidade a se fazer presente a este tipo de comércio.

## Lojas de varejo



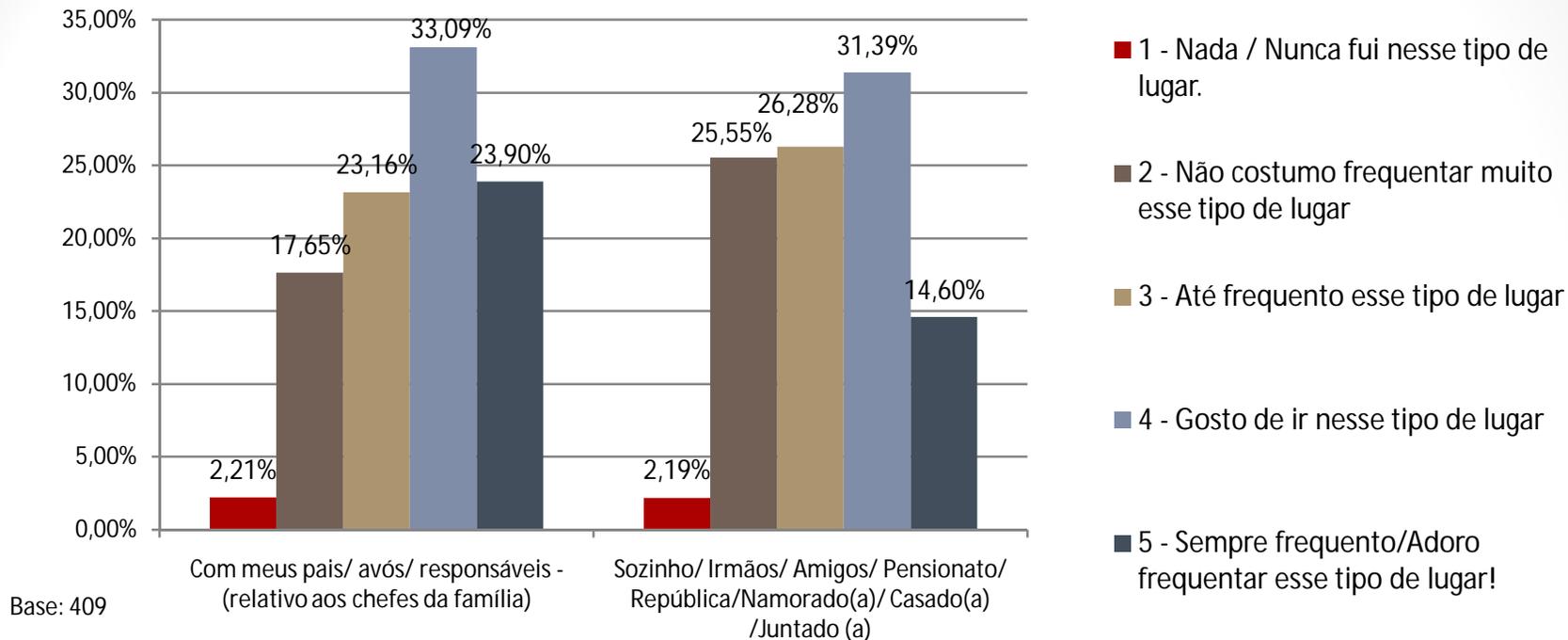
- 1 - Nada / Nunca fui nesse tipo de lugar.
- 2 - Não costumo frequentar muito esse tipo de lugar
- 3 - Até frequento esse tipo de lugar
- 4 - Gosto de ir nesse tipo de lugar
- 5 - Sempre frequento/Adoro frequentar esse tipo de lugar!

É algo como o dever de ir atrás do seu próprio 'fogão', necessidade que se torna real quando o jovem mora sozinho.

Base: 409

- 5,11% das pessoas que **moram sozinhas** afirmaram: ***“sempre frequento esse tipo de lugar”***.
- Os itens 3, 4 e 5, somados, correspondem a 46% para quem mora sozinho e 31,24% para quem mora com os pais. O que podemos analisar é que há maior incidência de frequência no primeiro grupo.

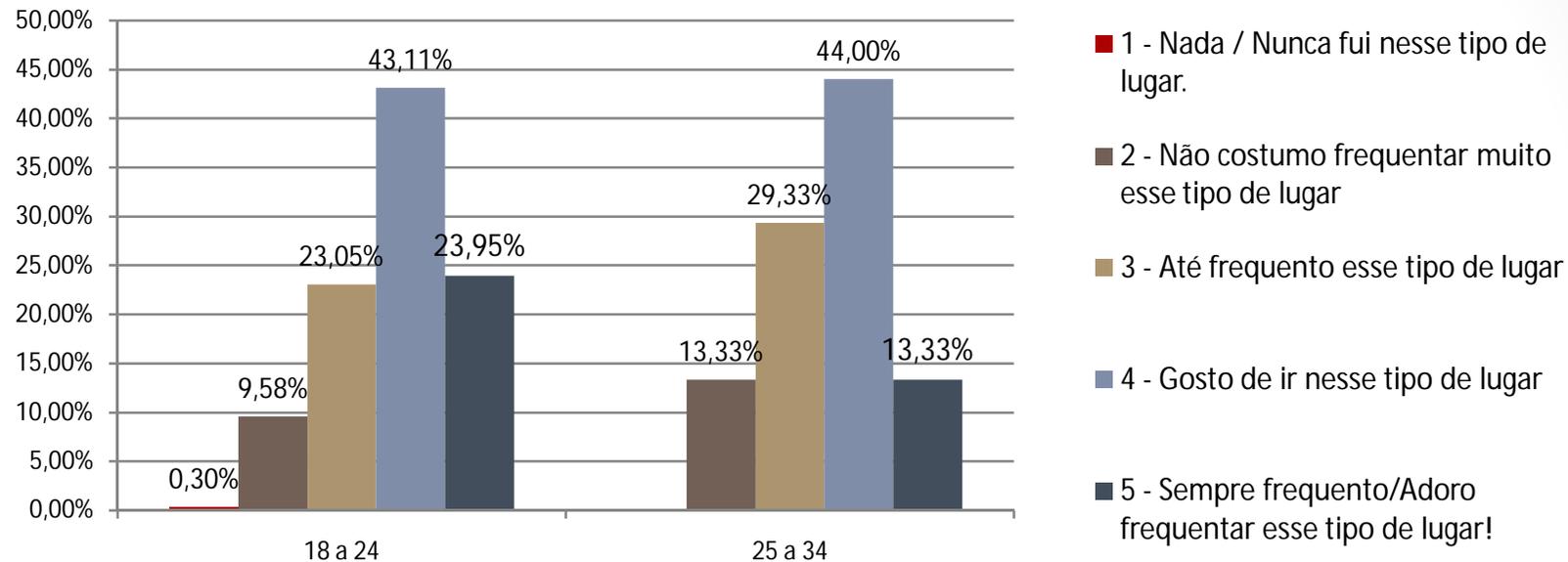
## Lojas especializadas



- O **comportamento** é semelhante, quando se trata de **“até frequentar”** ou **“gostar de ir”** em lojas especializadas.
- Comparando-se aos respondentes que moram com os pais, com uma diferença de 7,9 pontos percentuais, os jovens que **moram sozinhos** demonstram **menos costume de frequentar este tipo de lugar**.
- Com 10 pontos percentuais a mais, os que **moram com os pais** afirmam **maior apreço por frequentar lojas especializadas**.

# Comparação entre grupos etários: hábitos de consumo

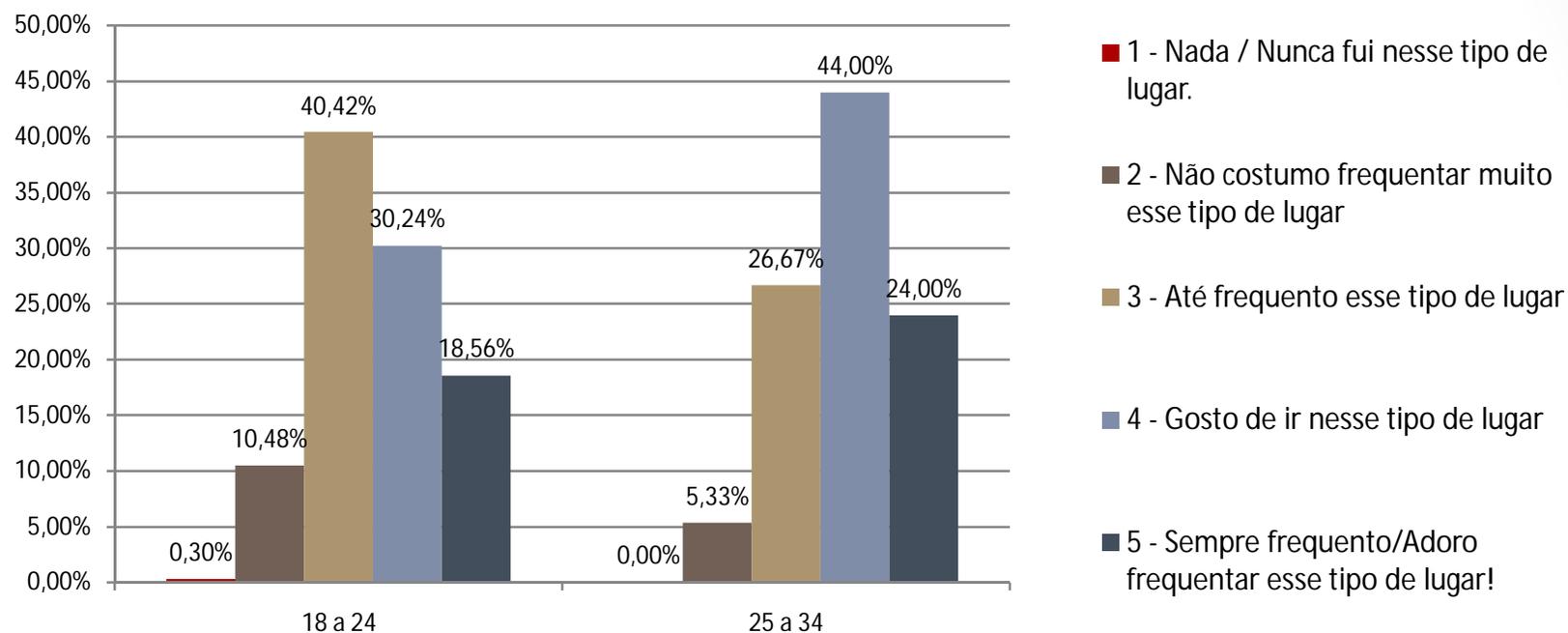
## Shoppings



Base: 409

- Resultados semelhantes: trata-se de um hábito, mas, **na faixa etária de 25 a 34 anos cresce a quantidade de pessoas que tem menos assiduidade aos templos de consumo.**

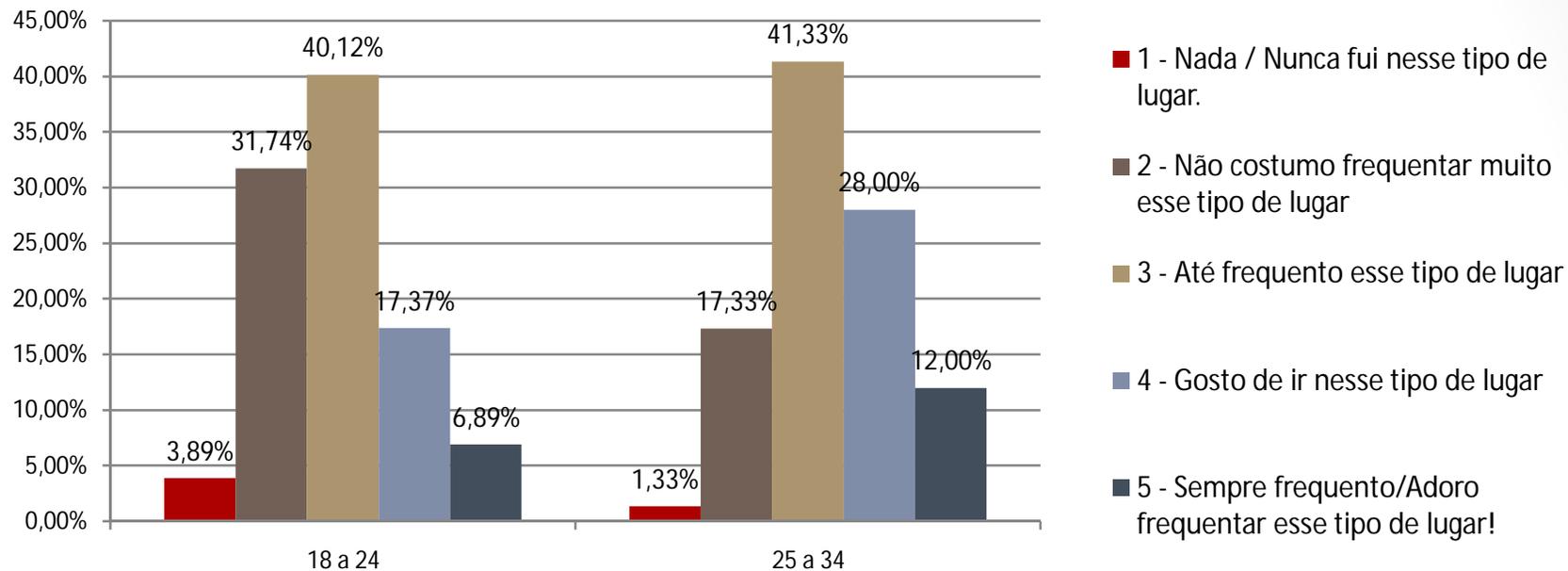
## Supermercados



Base: 409

- As pessoas de **25 a 34 anos gostam de frequentar** esse tipo de local, enquanto **menos respondentes de 18 a 24 anos dizem 'adorar'**.

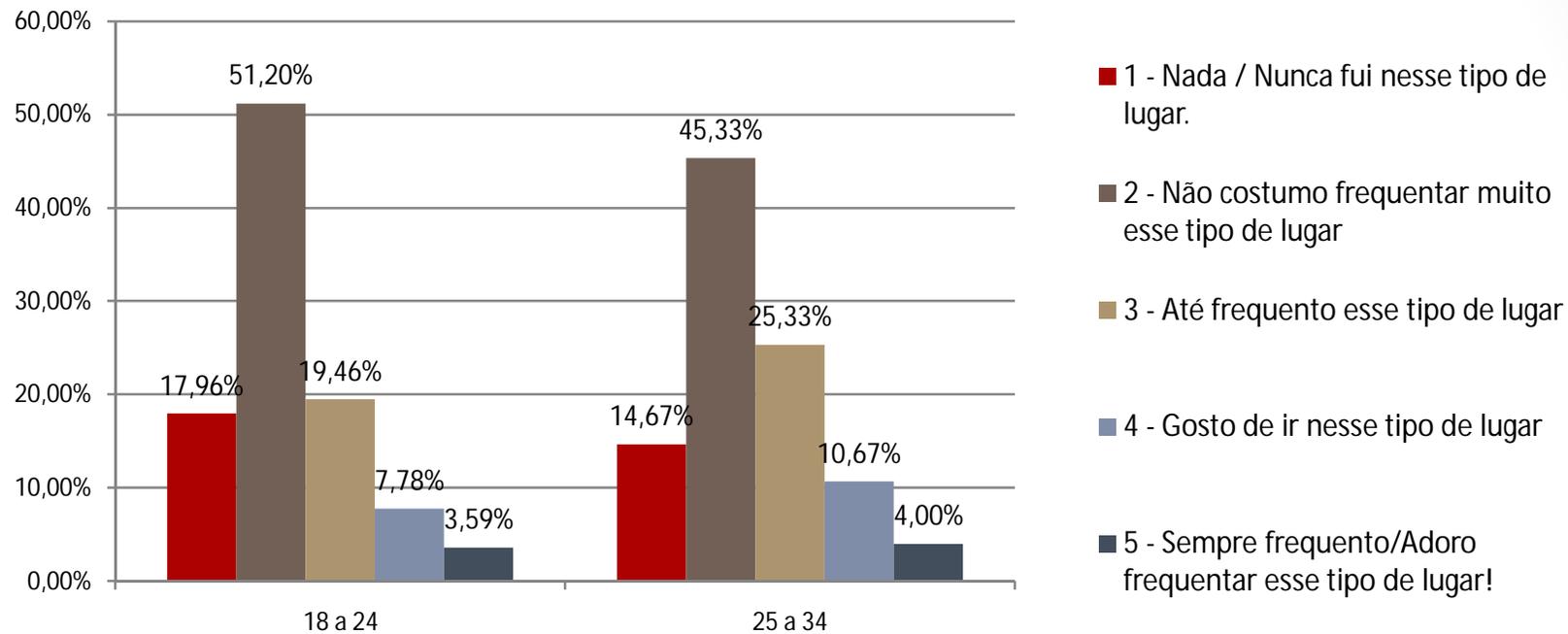
## Mercados pequenos



Base: 409

- Os jovens de 18 a 24 não costumam frequentar esse tipo de ambiente, enquanto 40% dos jovens de **25 a 34** afirmam **ir com frequência e gostar deste tipo de ambiente.**

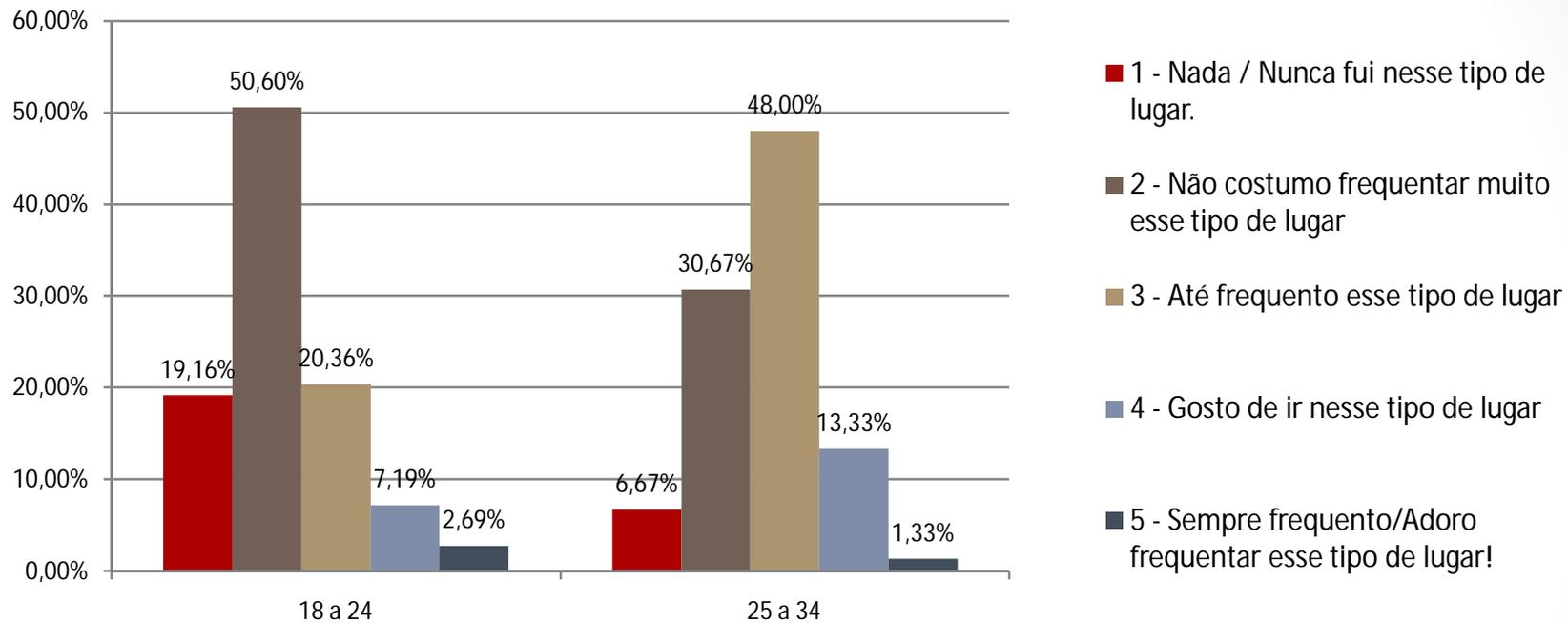
## Camelódromos



Base: 409

- Não chega a ser um hábito, visto que apenas mais de **60% dos dois grupos não costumam frequentar camelódromos.**
- Mas, **entre os jovens de 25 a 34 anos, a permeabilidade cresce para algo em torno de 40%.**

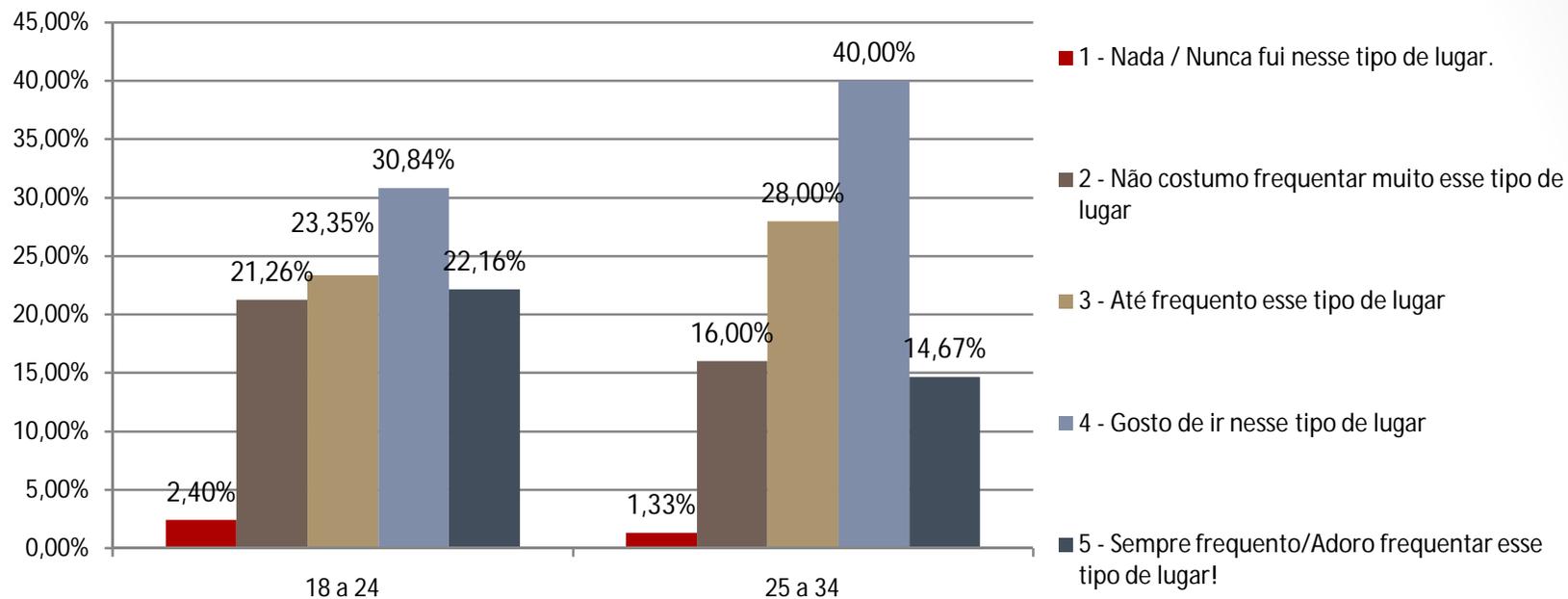
## Lojas de varejo



Base: 409

- A faixa etária de **25 a 34** anos **frequenta** muito mais **lojas de varejo**.
- Enquanto isso, mais de 50% dos jovens entre 18 e 24 anos afirmam que **“não costumam frequentar esse tipo de lugar”**.

## Lojas especializadas

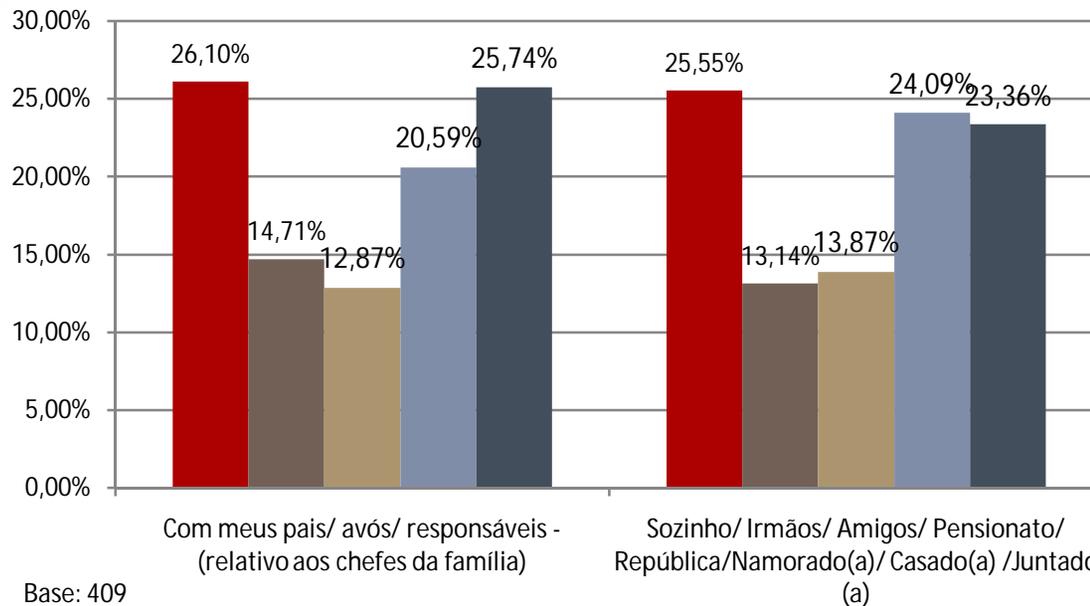


Base: 409

- O comportamento de ambos os grupos é **bastante similar**.

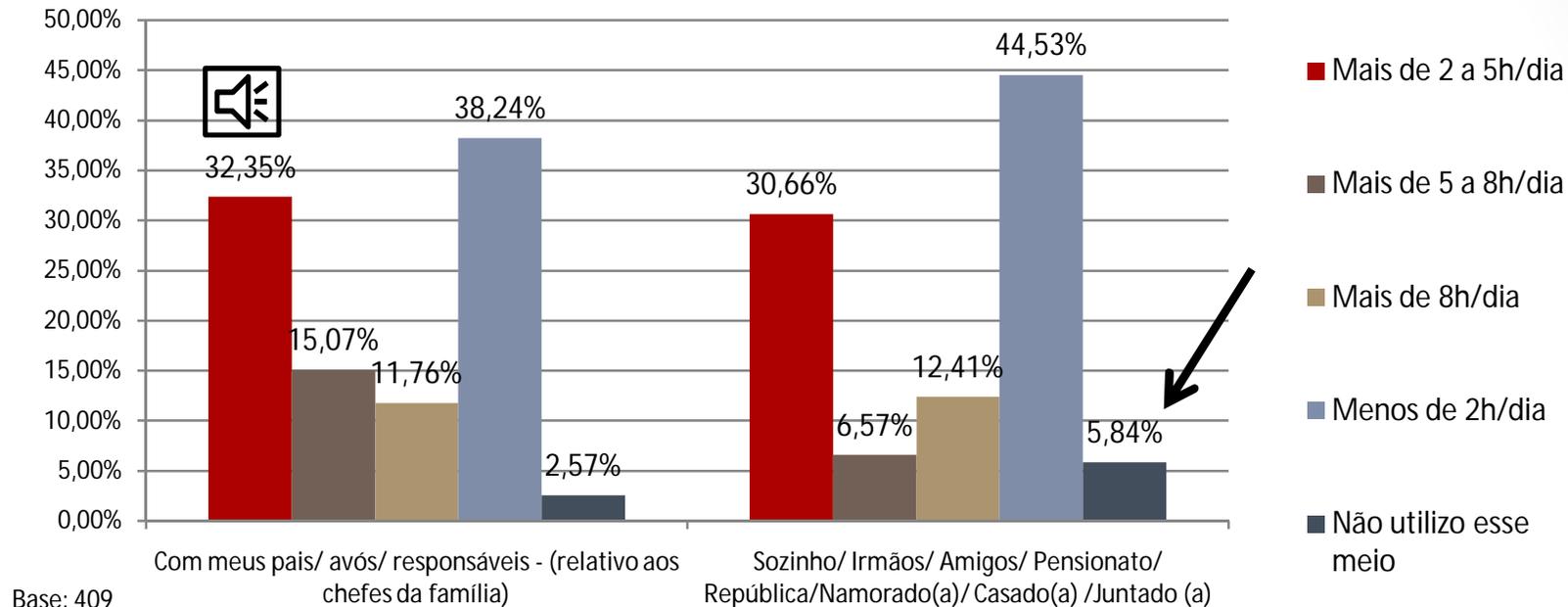
Comparação entre quem mora e quem  
não mora com os pais:  
hábitos de mídia

# Rádio



- O comportamento é **semelhante** em ambos os grupos.

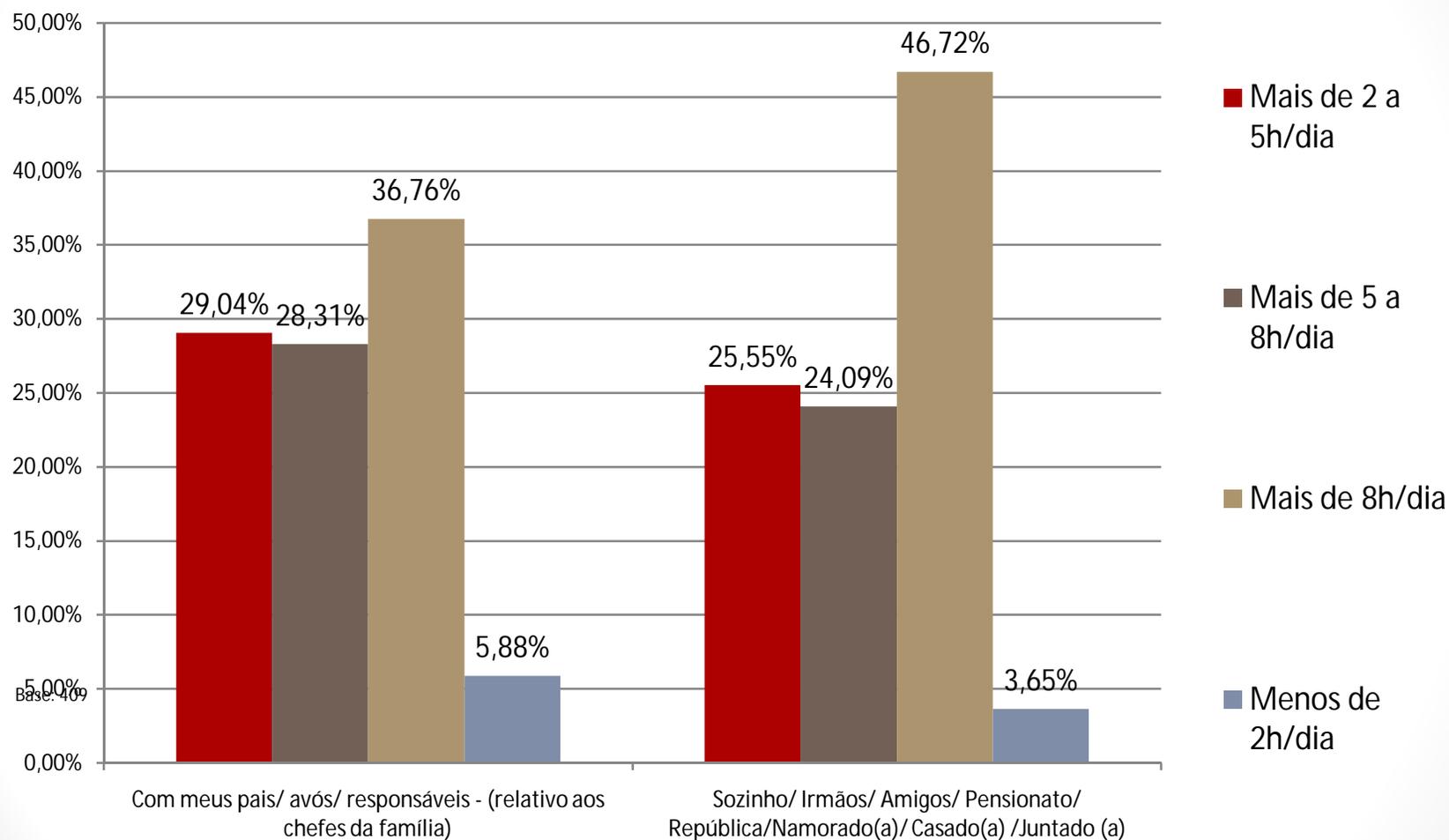
## Música



- 59,18% dos respondentes que **moram com os responsáveis** escutam **música** de 2h a mais de 8h por dia.
- 44,53% dos jovens que moram sozinhos escutam música menos de 2h por dia.

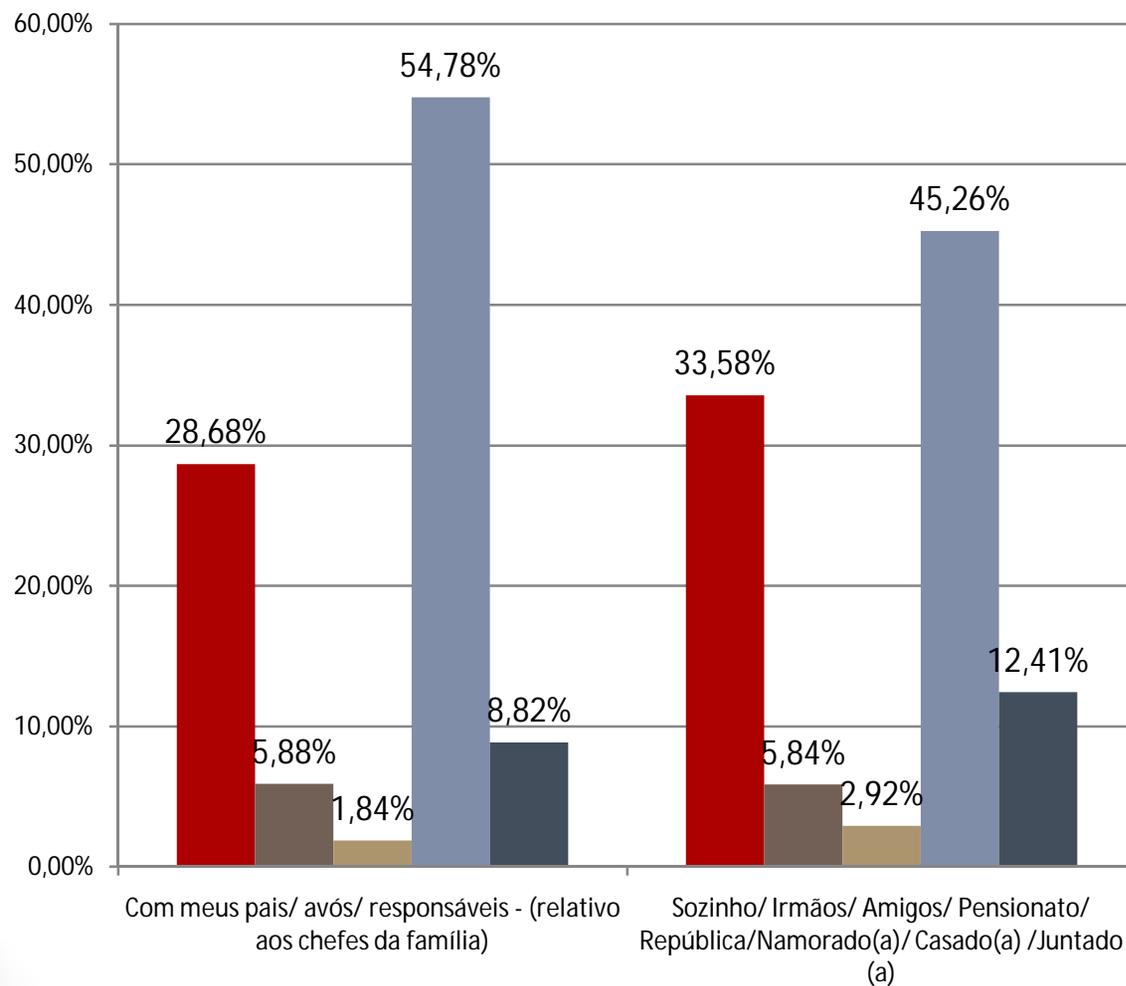
Os jovens que moram sozinhos trabalham mais, consequentemente ficam menos em casa, talvez não tendo tempo para escutar música.

# Computador



Base: 409

# Televisão



■ Mais de 2 a 5h/dia

■ Mais de 5 a 8h/dia

■ Mais de 8h/dia

■ Menos de 2h/dia

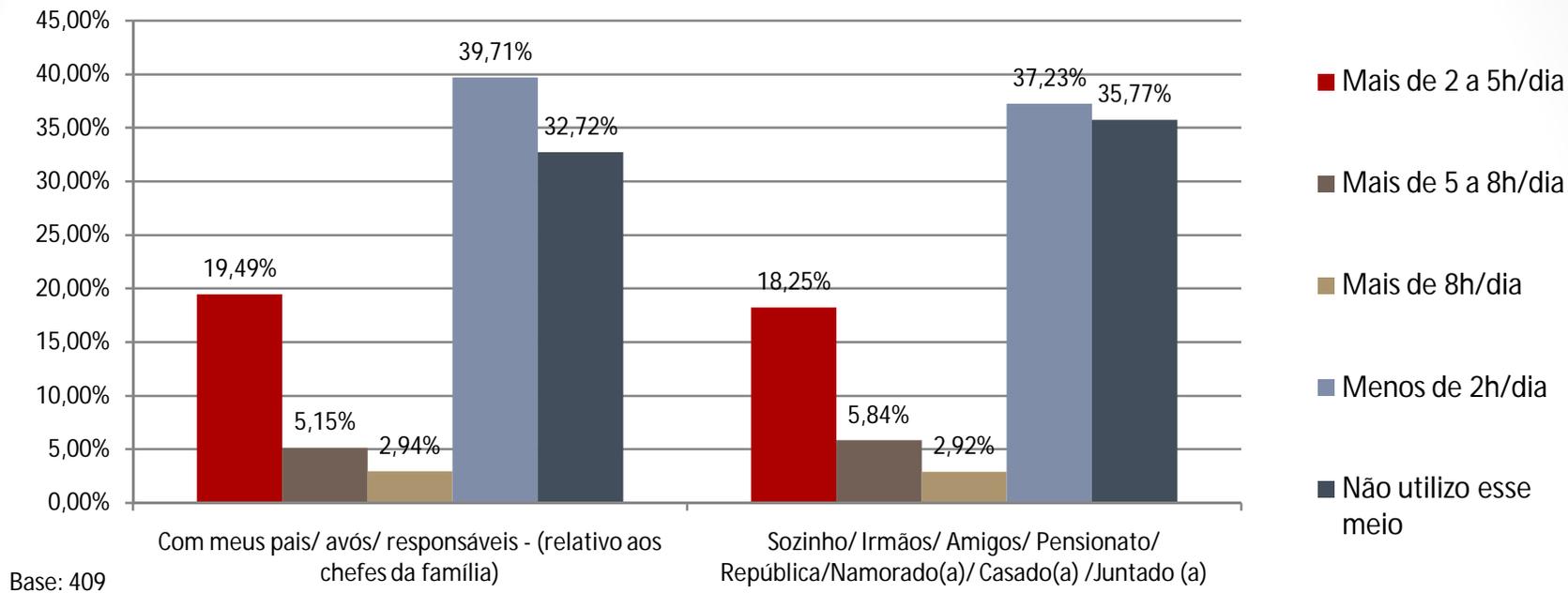
■ Não utilizo esse meio

Base: 409

## Televisão X Computador

- Jovens que moram sozinhos dão preferência ao computador em relação à TV (isso se eles tiverem televisão).
- Também é possível interpretar isso devido ao fato da TV ser um agregador familiar e, como moram sozinhos, não existe a 'hora do filme' ou a 'hora da novela', o que deixa evidente o maior uso da mesma em casas de pessoas que moram com os responsáveis.
- Podemos observar que o computador está ocupando um espaço maior na rotina de ambos os grupos, em detrimento da televisão.

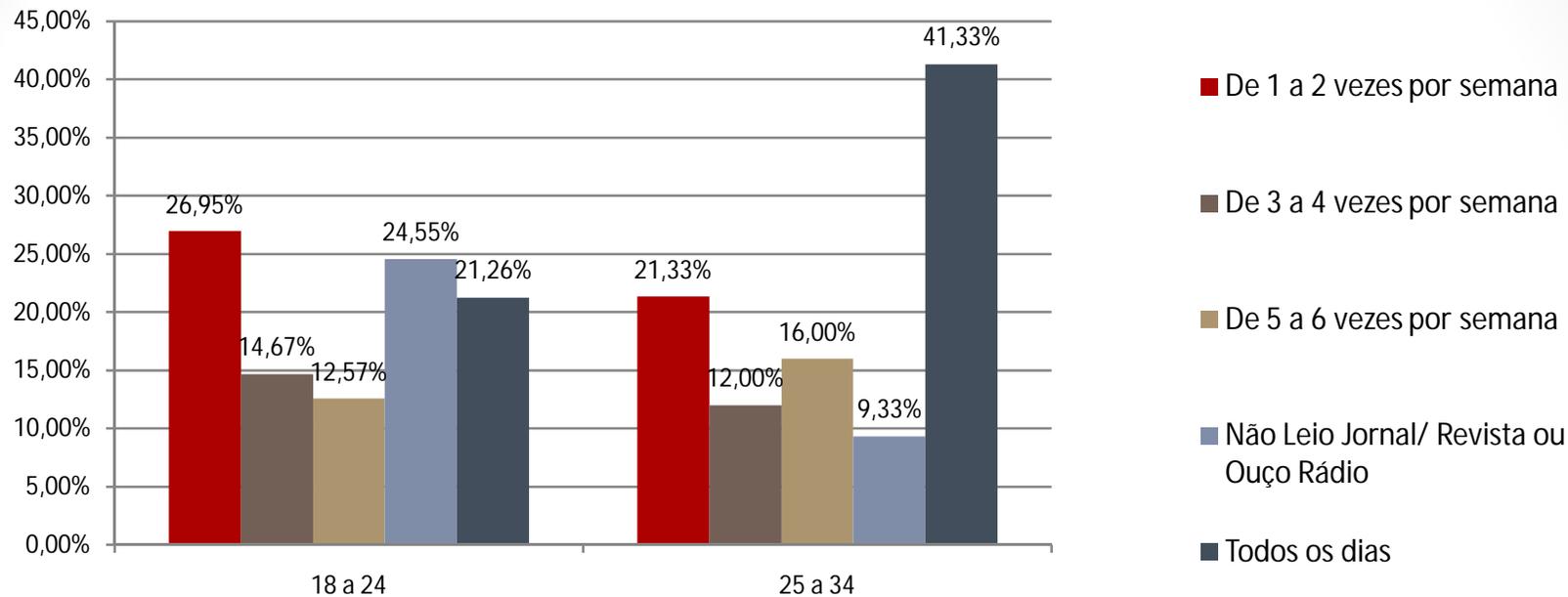
## Jogos/ Apps



- Apesar do aumento da oferta de jogos e apps, existe uma **grande quantidade** de pessoas que **não utilizam** esse tipo de produto, sendo um pouco **maior** no grupo dos respondentes que **moram sozinhos**.

# Comparação por grupos etários: hábitos de mídia

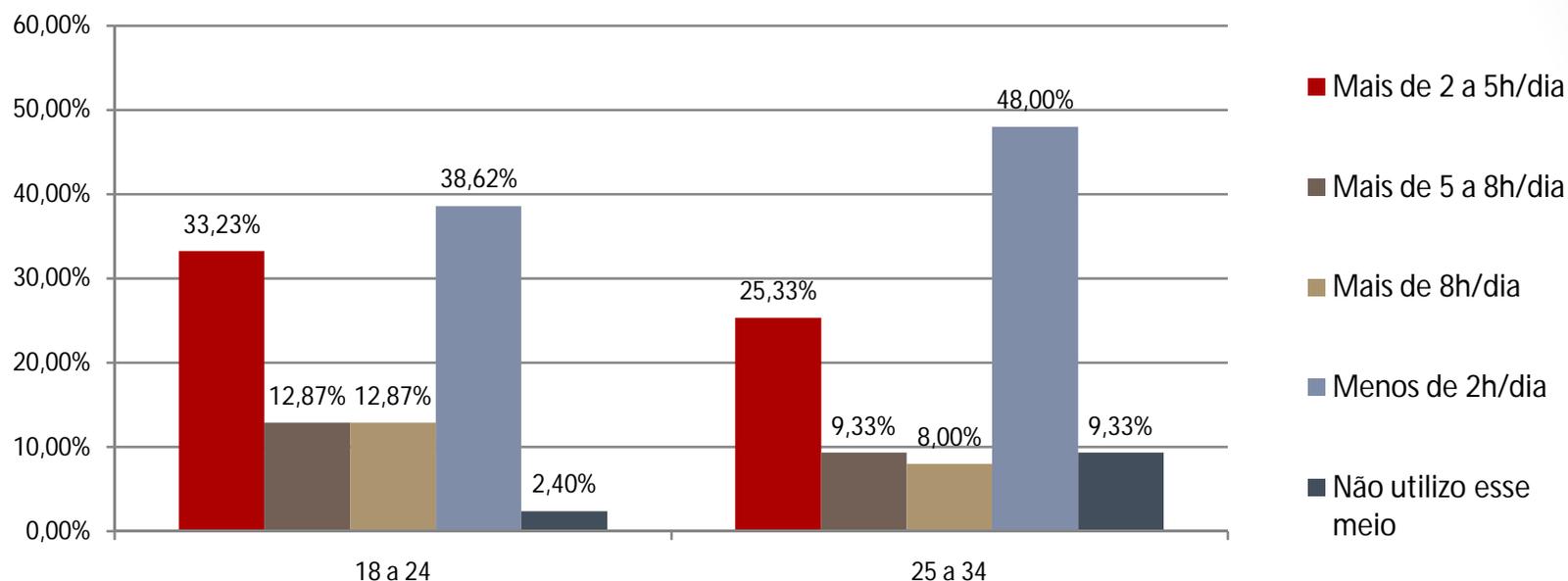
## Rádio



Base: 409

- 41,33% dos respondentes de **25 a 34 anos** relatam ter **o rádio** presente em todos os **dias da semana** (o dobro do que ocorre na amostra dos jovens de 18 a 24).
- 24,55% dos jovens de **18 a 24 anos afirmam não ouvir rádio** (quase três vezes mais que os jovens de 24 a 34).
- Isso pode dar um norte para as rádios quanto à seleção do público-alvo, destacando como maior ouvinte os jovens de 25 a 34 anos e buscando reverter uma baixa audiência de público na faixa dos 18 aos 24 anos.

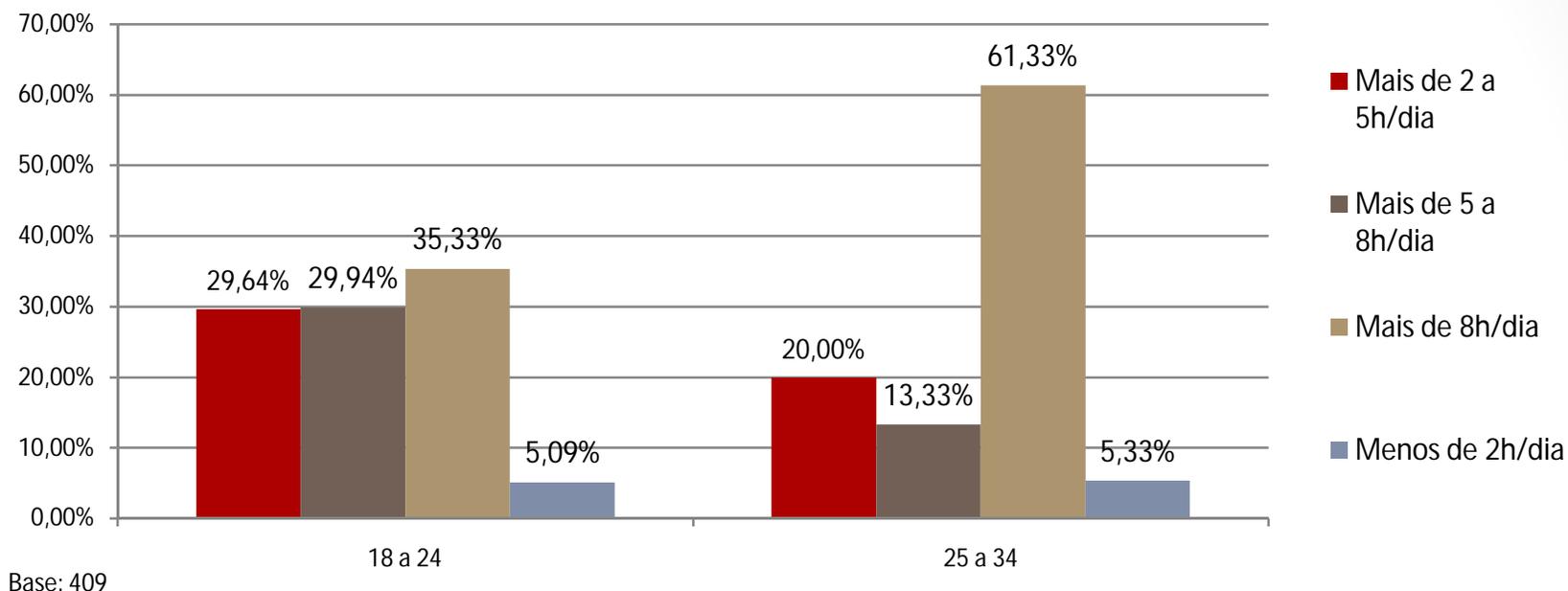
# Música



Base: 409

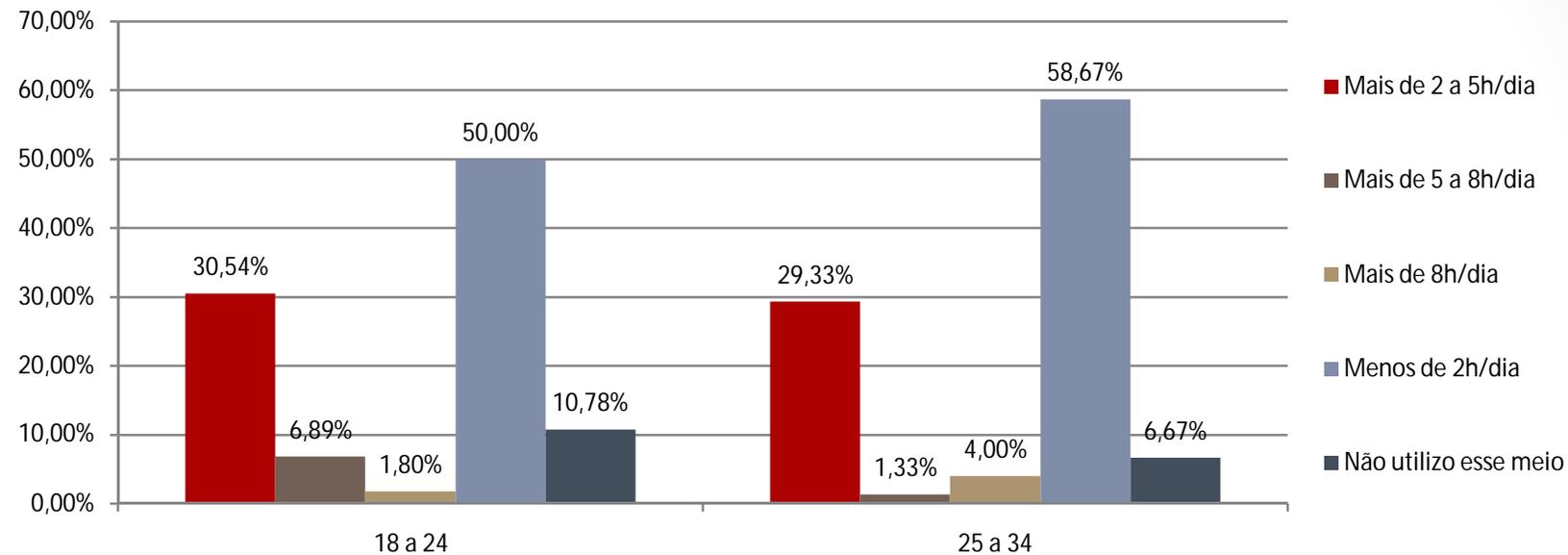
- O grupo de **25 a 34 anos** escuta **menos música**, se comparado ao de 18 a 24 anos.

# Computador



- Jovens de **25 a 34 anos utilizam mais computador**, possivelmente em decorrência das atividades relativas à ocupação profissional.

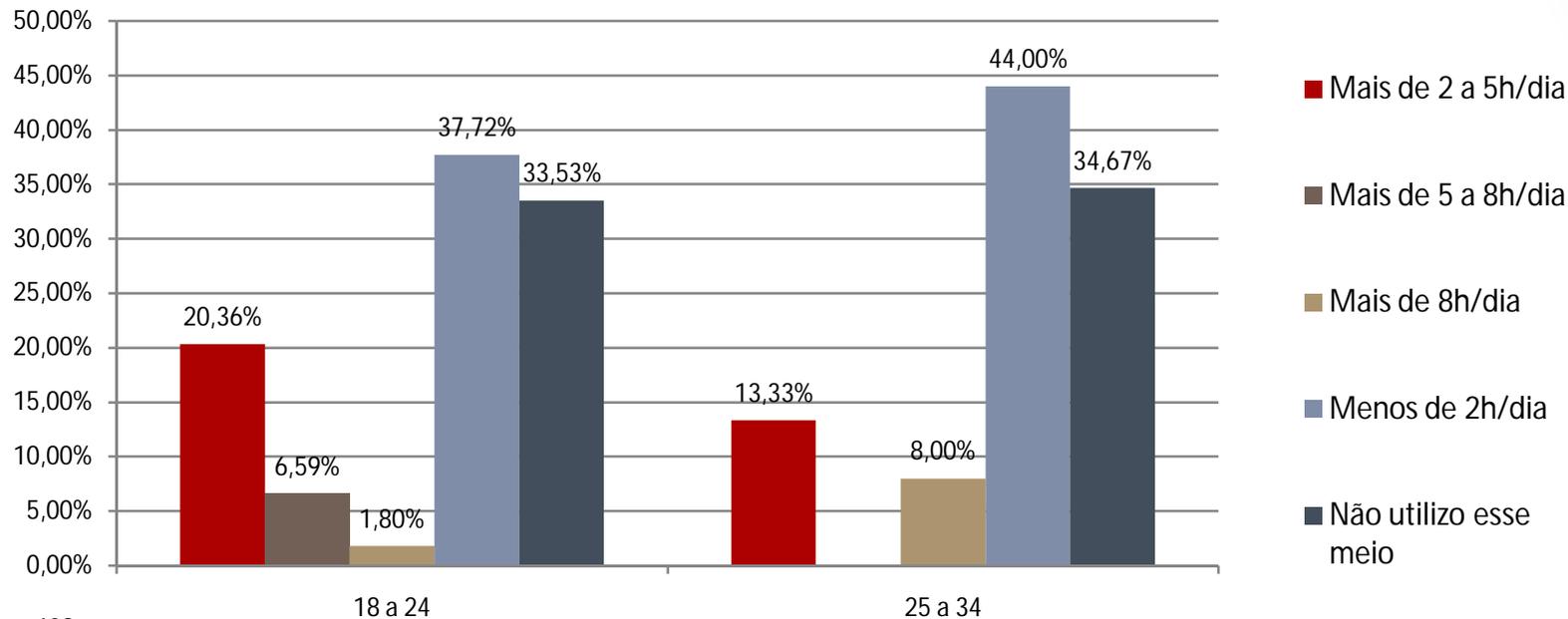
## Televisão



Base: 409

- O comportamento é **similar**.
- A **maior diferença** está na afirmação “**mais de 5 a 8h/dia**”, que aumenta no gráfico dos jovens de **18 a 24 anos**.

## Jogos/Apps

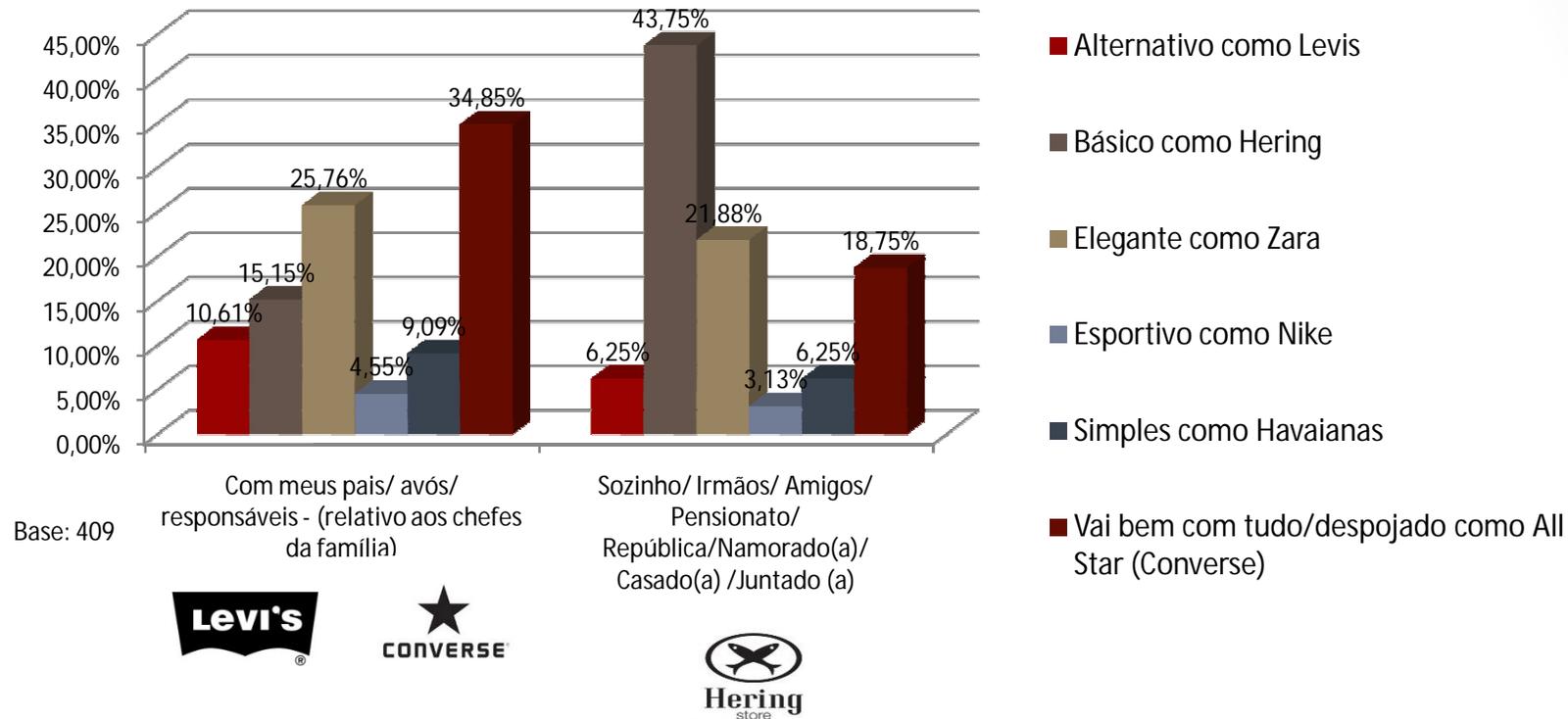


Base: 409

- O gráfico apresenta **dados similares**, não há grandes alterações ligadas aos hábitos de mídia e lazer relativo ao uso de jogos/apps.
- No gráfico de 18 a 24 anos há concentração maior de jovens que passam mais tempo jogando.

Comparação entre quem mora e quem  
não mora com os pais:  
aspirações

## Estilo: qual marca você seria?

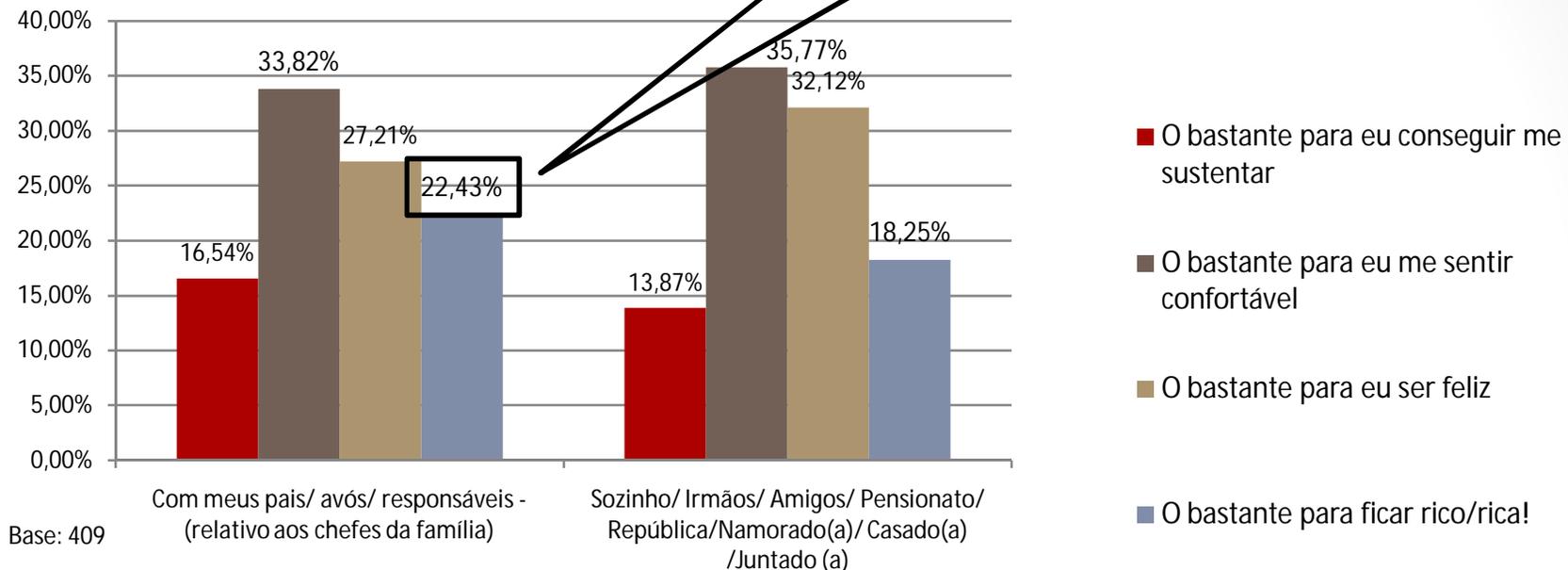


- Destaque da marca com **preço mais acessível** no gráfico das pessoas que **moram sozinhas** – “Básico como a Hering”.
- Destaque das marcas com o **preço elevado** no gráfico das pessoas que **moram com o pais** – “Despojado como All Star”/ “Alternativo como a Levis”

MARCA NACIONAL

MARCAS INTERNACIONAIS

## E o salário dos sonhos?



- Confirmando tendências pesquisadas na Geração Y, cerca de **60%** dos jovens **projetam um futuro de conforto e felicidade**.
- Por outro lado, **rompendo com o ideal da Geração X**, o conceito de **riqueza como projeto de vida é restrito a cerca de 20% deles**.

Ser jovem é ter sonhos...

## Com o que você sonha?

	18/24 (%)	25/34 (%)	GLOBAL PONDERADO (%)
Viajar pelo mundo	81	75	80
Ser feliz no trabalho	74	71	73
Diversão e curtir a vida	56	63	57
Formatura e currículo acadêmico	52	25	47
Formar família	46	49	47
Fazer intercâmbio	36	21	33
Ajudar as pessoas	24	31	25
Trabalhar	23	28	24
Conhecer gente	16	17	16
Paz mundial	11	12	11
Ser famoso	5	7	5

Base: 409

100% de 18 a 24 correspondem a 334 respondentes.  
100% de 25 a 34 correspondem a 75 respondentes.

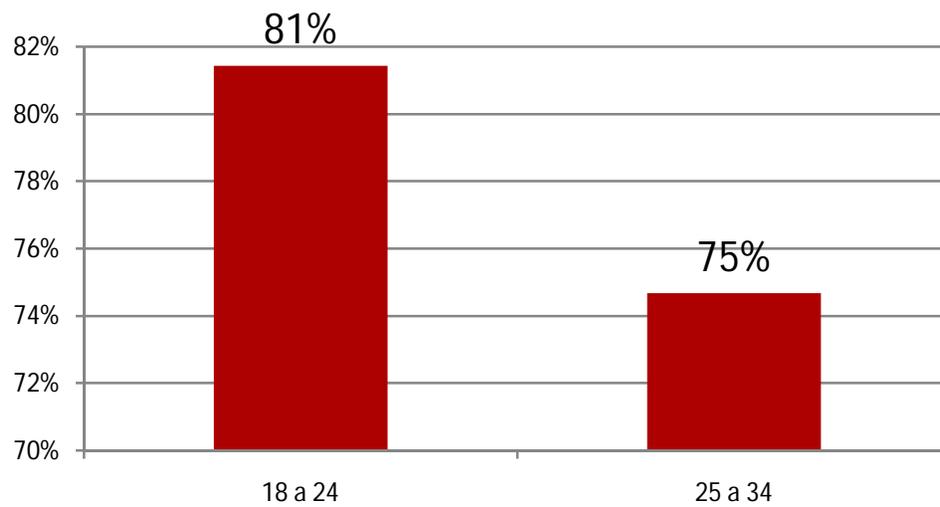
## Comparativo dos Jovens

### *Idade X Sonhos*

- Dos dados que relacionam IDADE x SONHOS apresentados até o momento, podemos observar **poucas alterações** quanto às **expectativas sobre o futuro/sonhos** dos respondentes de 18 a 34 anos.
- Podemos observar que, no que se refere aos dados sobre o sonho de "**Trabalhar!**" no futuro, os respondentes de 25 a 34 mostram-se levemente mais interessados do que os de 18 a 24.
- Por outro lado, os mais jovens demonstram mais interesse em aspectos ligados ao momento que vivem, como **formatura** e **intercâmbio**.

## Sonhos sem restrição de idade...

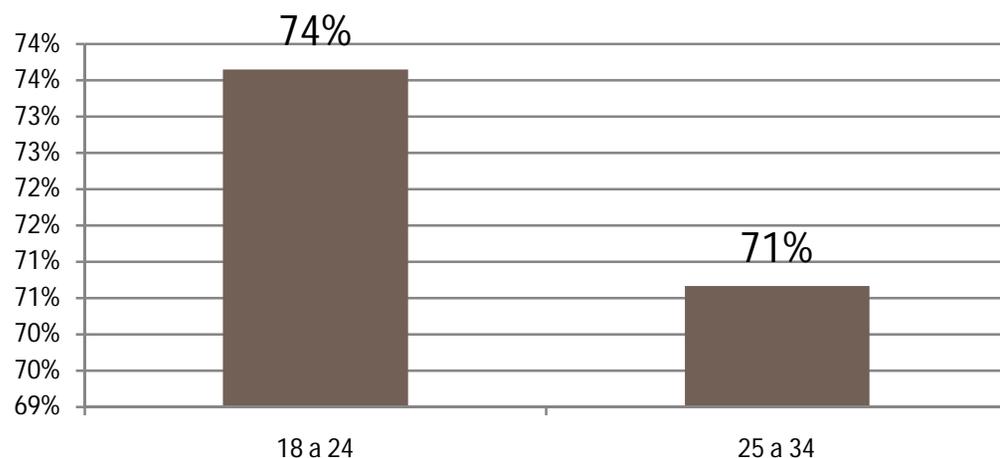
### VIAJAR PELO MUNDO!



- O gráfico correspondente ao sonho de viajar pelo mundo foi destacado por apresentar **pico de preenchimento** relativo a ambos os grupos.

## Sonhos sem restrição de idade...

SER FELIZ NO TRABALHO!

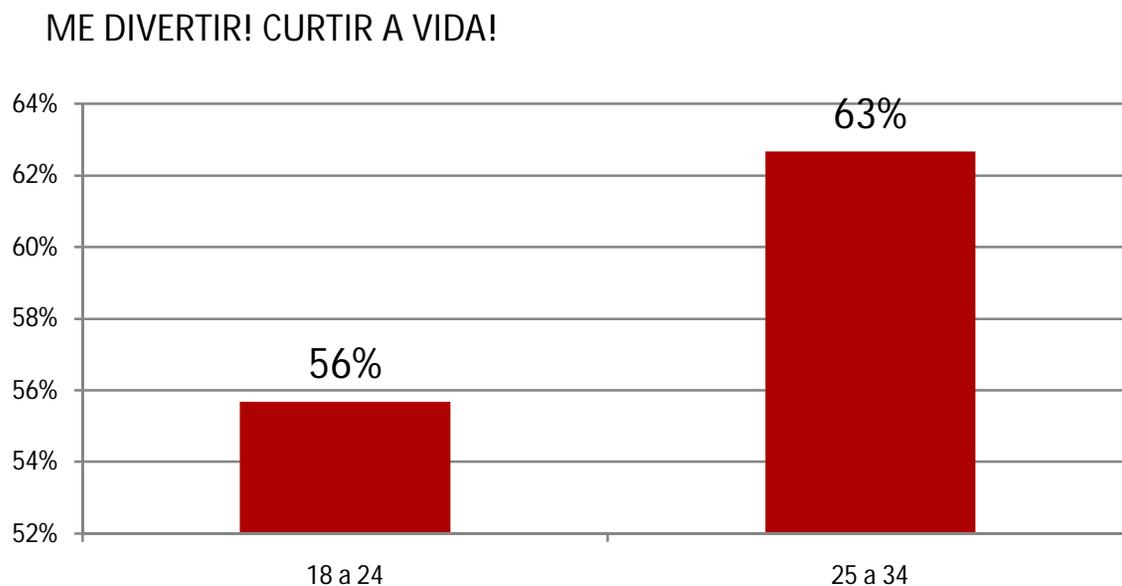


- Este é o segundo **pico de preenchimento**, ou seja, ambas as faixas etárias **almejam muito atingir este sonho**.

Base: 409

100% de 18 a 24 correspondem a 334 respondentes.  
100% de 25 a 34 correspondem a 75 respondentes.

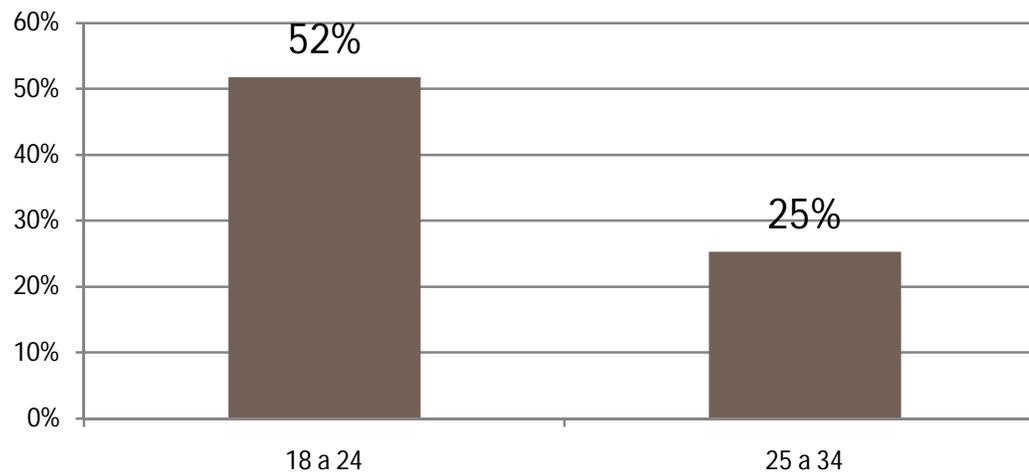
## Sonhos sem restrição de idade...



- O gráfico relativo a “Me Divertir! Curtir a Vida!” foi destacado devido ao fato de ser um dos **picos de preenchimento** e, também, pela peculiaridade de **os respondentes de idades entre 25 a 34 anos apresentarem maior percentual** do que os de 18 a 24.

## Sonho de quem é mais jovem...

ME FORMAR, CRIAR MEU CURRÍCULO ACADÊMICO!



- Os respondentes de **18 a 24 anos** demonstram mais interesse em formar o **currículo acadêmico**, o que provavelmente se deve ao fato de muitos respondentes de **25 a 34 já terem seu currículo formado**.

# CONCLUSÕES ( 93 )

Jovens são todos iguais, só mudam de endereço...

## SEMELHANÇAS DESTACADAS

Valorizam o dinheiro.

Almejam produtos de personalidade, que os descrevam!  
Compram pela proposta e não pela marca em si.

Quantidade não é qualidade.

Provam que qualidade é importante.

Utilizam mais o computador.

O 'salário dos sonhos' significa o bastante para se sentir confortável.

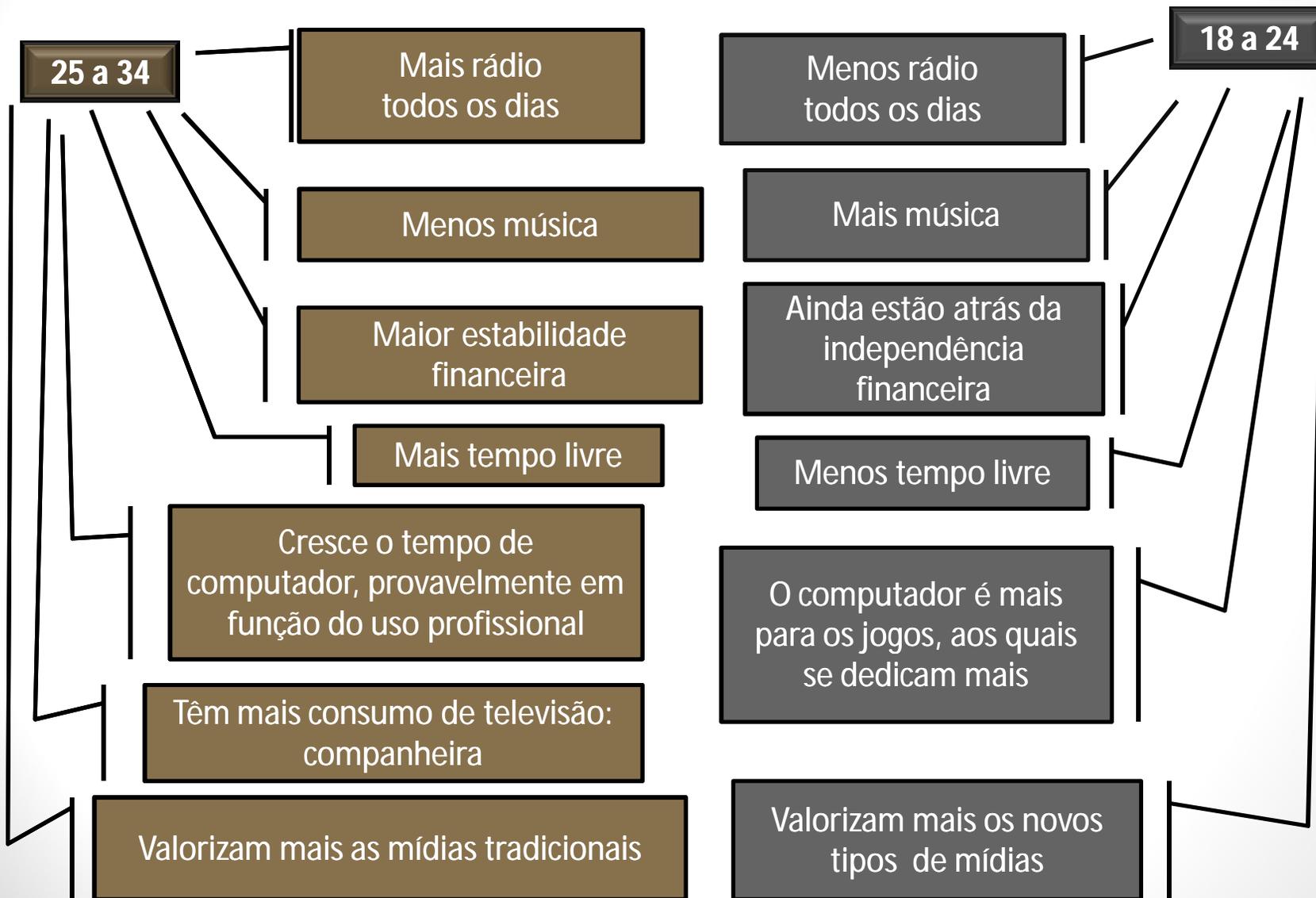
## Mas quando mudam de endereço...

MORAM SOZINHOS	MORAM COM OS RESPONSÁVEIS
Maior disponibilidade para ir ao supermercado. Compra feita a partir da própria percepção, da própria necessidade.	Os pais vão mais (eles até frequentam esse tipo de lugar) ao supermercado para eles, a compra é baseada nos conceitos dos pais (eles podem pedir para trazer coisas).
Admitem frequentar mais camelódromos.	Não admitem/não costumam frequentar camelódromos.
Costumam comprar mais em mercadinhos pequenos.	Não costumam frequentar esse tipo de estabelecimento, contudo ainda existe a ideia: 'Fulano vai buscar pão na padaria para a mãe'.
Estímulo de compra: Necessidade.*	Estímulo de compra: Desejo.*
Utilizam pouco ou não utilizam a televisão.	Até utilizam a televisão.
Consideram-se mais básicos, como Hering.	Consideram-se mais despojados, como All Star, ou alternativos, como Levi's
Maior número de Estudantes em Trabalho Efetivo.	Maior número de Estudantes em Estágio Remunerado.
Mais independentes.	Mais dependentes.

\* Baseado na ideia de comparação de preços: Os "mercadinhos do bairro" e camelódromos são mais baratos que Supermercados e Shoppings.

- Hábitos de lazer e mídia:

*Relativos ao uso da internet, rádio, jornal, revista, televisão, etc.*



- Sonhos:

25 a 34

Preocupam-se mais em ser feliz e curtir a vida do que os respondentes de 18 a 24.

Ambos grupos apresentaram **“Viajar pelo mundo!”** e **“Ser feliz no trabalho!”** como prioridades. Eles almejam esses sonhos com a mesma intensidade.

18 a 24

Apresentam maior preocupação em formar o currículo acadêmico do que simplesmente em curtir a vida. Isso pode ser graças ao fato de os respondentes de 25 a 34 anos já possuírem currículos formados. Deste modo, como sonhos são a longo prazo, alguns ficam para depois.

# IMPLICAÇÕES MERCADOLÓGICAS



Rádio, o futuro 'fóssil' da mídia?  
Ou será que ele volta com a idade?

- É possível observar que existe um comportamento de baixa procura dos jovens de 18/24 pelo rádio. Mesmo que o público 25/34 tenha neste meio um hábito, é recomendável que os veículos busquem uma aproximação maior com o auxílio de esforços de Cross-media, além de um possível rejuvenescimento através de ações que gerem afinidade e da criação de programas com os temas, ou até mesmo eventos, de interesse do grupo mais jovem.
- Será que as rádios estão se importando com a geração do momento, como faziam antigamente?



*"Ouvindo sua música favorita no rádio do carro"*

# O Mercado 'Individual'



*Bolo de caneca, porção individual.*

- Constatamos que existe um grupo grande de pessoas que moram sozinhas (só uma pessoa habitando uma casa), mas sabemos que o mercado não apresenta variedade de produtos em porções individuais.
- Os produtos individuais que hoje existem **não apresentam uma relação custo-benefício favorável para a pessoa que mora sozinha**. Por que a pessoa pagaria mais caro por uma porção menor? A ideia é **estimular a recompra**, criar produtos que supram as necessidades desse grupo, que não sejam caros (em comparação aos de porções 'familiares') e que sejam de consumo imediato, para que essas pessoas consumam mais e tenham benefícios a partir disso.
  - Lembrando que isso também vale para os produtos de higiene, que demoram mais tempo para acabar.

- **Fica a pergunta:**

*"Por que pagar R\$4,00 por um refrigerante de 600ml se um de 2L custa R\$3,50?"*

# O Mercado 'Young'



- Podemos destacar que os jovens têm um poder de compra muito forte. Eles já estão conquistando sua independência financeira, o que os possibilita liberdade de compra.
- Eles estão dispostos a gastar o necessário por qualidade, contudo, os **produtos precisam ter personalidade**. Com personalidade, queremos dizer: a personalidade deles, eles querem se identificar com a marca.
- **A marca deve, então, vender um estilo de vida** e não apenas o produto em si.
- Os jovens se propõem a comprar o produto investindo na imagem, qualidade, na identidade e na proposta que ele oferece.
- O rejuvenescimento do mercado é a chave para poder se comunicar com esse tipo de público e demonstrar entendimento sobre o que é estilo de vida para eles.
- Foi-se o tempo em que as pessoas compravam as marcas mais caras para se destacar socialmente. Agora, o novo ritmo é **'faço parte da galera: eu tenho e você também tem'**.

# Realidade e aspirações do Público Jovem 18/34 na Região Metropolitana de Porto Alegre

## **Realização:**

Núcleo de Tendências e Pesquisa do Espaço Experiência da FAMECOS/PUCRS

## **Equipe de Pesquisa:**

- Ana Benfica
- Bruna Córdova
- Cinara Padilha
- Danielle Bond Tretto
- Elisa Pegoraro
- João Pedro Krause
- Júlia Cunha

## **Coordenação de Núcleo:**

- Prof<sup>a</sup>. Me. Denise Avancini Alves (denise.alves@pucrs.br)
- Prof. Me. Ilton Teitelbaum (ilton.teitelbaum@pucrs.br)

## **Coordenação do Espaço Experiência:**

- Prof<sup>a</sup>. Me. Denise Avancini Alves

Porto Alegre, dezembro de 2012