

Papo de Especialistas

Tudo sobre a nova classe média.



pesquisa

HOJE EU POSSO

Dados inéditos sobre costumes e
comportamento da nova classe média gaúcha.

Papo
de
Especialistas
Tudo sobre a nova classe média.

CLASSE C

Trajetórias e Oportunidades

METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa, foram aplicadas diferentes metodologias de pesquisa, que, somadas, apresentam um conjunto complexo e extremamente rico de informações para o conhecimento e estudo da nova classe emergente de Porto Alegre e da Região Metropolitana.

Acreditamos que só através de diálogos contínuos com as pessoas é que podemos identificar suas práticas e seus hábitos de consumo. O objetivo deste material é traduzir esses diálogos em informações para o direcionamento estratégico das marcas que estão dispostas a se relacionar de forma eficiente com a nova classe C gaúcha.

O que fizemos:

- Home invasion: entrevista em profundidade com diferentes perfis de consumidores para identificarmos

o contexto de moradia, estilo de vida, padrão de consumo. Muito mais do que só ouvir, usamos todos os sentidos para gerar diferentes insights.

- Guerrilha: entrevistas com pessoas em centros movimentados de Porto Alegre com objetivo de identificar seus sonhos e desejos. Essa etapa foi realizada no Centro da cidade em 2 dias diferentes.

- Pesquisa quantitativa online: 717 entrevistados das classes B- / C e moradores da Grande Porto Alegre (erro nas estimativas de 3,5 pontos percentuais para mais ou menos) com objetivo de mensurar comportamentos e trazer dados de sua realidade.

- Pesquisa quantitativa online: 550 entrevistados das classes B- / C e moradores do Grande Rio e Grande São Paulo como base de comparação com os resultados gaúchos.

Realização:



Grupo **RBS**

Execução:



Supervisão:

escala

Junto às muitas mudanças que ocorreram no Brasil, o fortalecimento da classe C foi o principal responsável pela revolução socioeconômica que se deu no país. Por isso, o Diário Gaúcho realizou uma pesquisa inédita com foco na classe gaúcha que mais cresce: para entender todos os detalhes de sua trajetória, de suas expectativas e do rumo que ela está traçando.

A pesquisa “Hoje Eu Posso” – realizada nos limites da Grande Porto Alegre – estabelece um comparativo entre a nossa classe C com a classe C do RJ e de SP e, ainda, esclarece como atingir a nova classe média gaúcha, através de uma combinação ousada e eficaz de diferentes metodologias. O vídeo-ataque, que serviu para esclarecer algumas particularidades; a home invasion, perfeita para entender o dia a dia dos entrevistados; e a entrevista quantitativa, que estabelece as estatísticas.

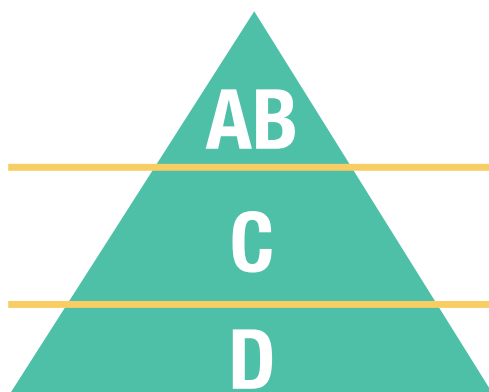
SUMÁRIO

1. TRAJETÓRIA.....	04
a) Evolução.....	04
b) Quadro Atual	08
c) Expectativas	11
d) Entenda melhor.....	11
2. OPORTUNIDADES.....	12
a) Turismo	13
b) Tecnologia	16
c) Supermercado.....	17
d) Móveis e Eletrodomésticos	18
e) Mercado Imobiliário	
e Construção Civil	19
3. FECHAMENTO	20

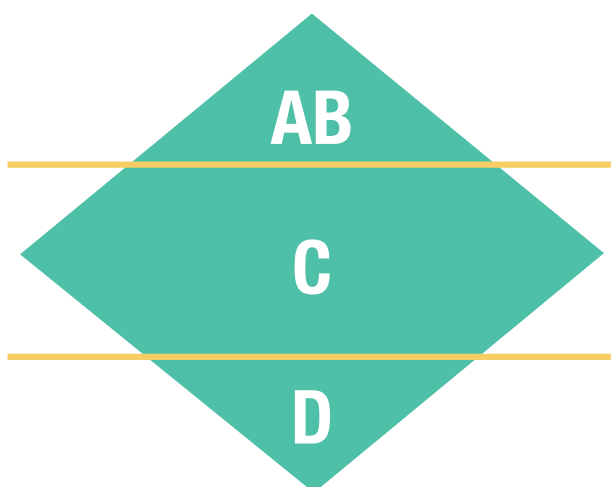
a) Evolução

Com as transformações sociais e econômicas, estabeleceu-se maior acessibilidade a diferentes produtos e serviços, causando uma enorme mudança nos hábitos de consumo da classe C.

Início dos anos 2000:



Hoje:



Fonte: Cetelem BGN / Ipsos - O Observador Brasil 2012.



FOMOS DO FRANGO AO AVIÃO, PASSANDO PELO IOGURTE E PELA DENTADURA.

As pessoas da classe C gaúcha passaram a se preocupar com outros fatores além de suas necessidades básicas. Essa mudança teve um forte impacto, sobretudo, no consumo das famílias brasileiras.

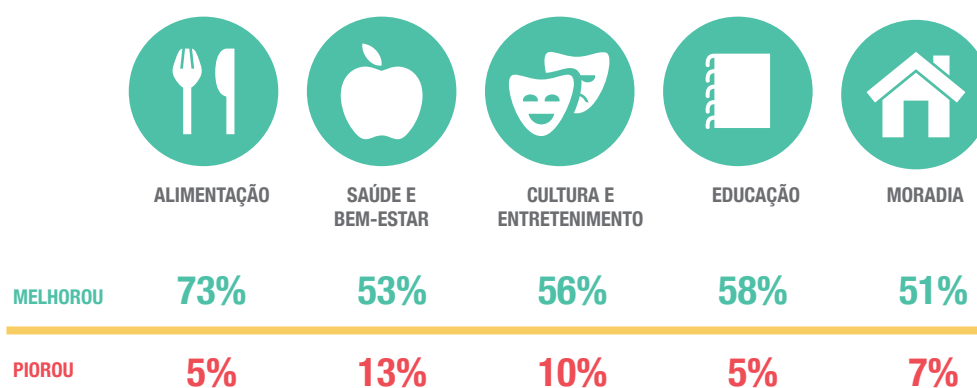


a) Evolução

A renda média individual da classe C gaúcha cresceu 59% nos últimos 5 anos, seguindo o salário mínimo – que obteve crescimento de 56% no mesmo período. (Fonte: Ministério do Trabalho)



Houve maior investimento em diferentes aspectos da vida cotidiana da classe C, que vão da alimentação à moradia – visto que as pessoas conseguiram arcar com estilos de vida mais abrangentes.



Foi esse conceito que inspirou o nome da pesquisa. “Hoje Eu Posso” concretiza a força atual da classe C e manifesta seu novo poder aquisitivo.

Nos últimos 5 anos, a situação favorável permitiu que as famílias consumissem bens e serviços antes exclusivos das classes com maior renda. A contratação de serviços e compra de bens de alto valor foram intensificadas nos últimos 2 anos.

		POSSUEM	Compraram/contrataram pela primeira vez nos últimos 2 anos	Compraram/contrataram pela primeira vez entre 3 e 5 anos atrás	Compraram/contrataram pela primeira vez há mais de 5 anos
	WI-FI EM CASA	79%	46%	37%	17%
	TV POR ASSINATURA	63%	51%	32%	17%
	PLANO DE SAÚDE	52%	33%	21%	46%
	MÓVEIS PLANEJADOS	16%	48%	31%	21%
	CARRO ZERO	20%	52%	31%	17%
	SMARTPHONE	63%	77%	21%	3%
	TABLET	30%	89%	11%	0%

ATÉ QUEM NÃO TEM, NÃO VAI DEMORAR A TER.

		Ainda este ano	Em 2015
	WI-FI EM CASA	27%	13%
	SMARTPHONE	22%	9%
	TABLET	15%	10%
	CARRO ZERO	20%	26%

b) Quadro Atual

Alguns segmentos possuem grande peso no orçamento da classe C gaúcha. As despesas fixas da casa e de lazer, mais os gastos no supermercado representam um terço dos recursos disponíveis. Outro um terço é gasto com moda/beleza, entretenimento e alimentação fora de casa.

GASTO MÉDIO INDIVIDUAL MENSAL



GASTO MÉDIO FAMILIAR MENSAL

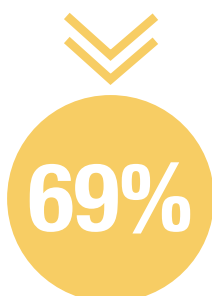


A solução para tantos gastos e recursos limitados é a GINÁSTICA FINANCEIRA, modalidade praticada pela classe C com extremo dinamismo: habilidade de lidar com o dinheiro próprio e demais recursos disponíveis para comprar o que deseja e não faltar o que precisa. Em média, um indivíduo da classe C gaúcha consegue economizar R\$ 193 por mês.



O sucesso na ginástica financeira é um dos principais motivos de orgulho da classe C – orgulho esse que também está presente nas pequenas e grandes conquistas, como entrar na faculdade, adquirir independência financeira, pagar viagens, sair da casa dos pais, entre outras.

orgulho



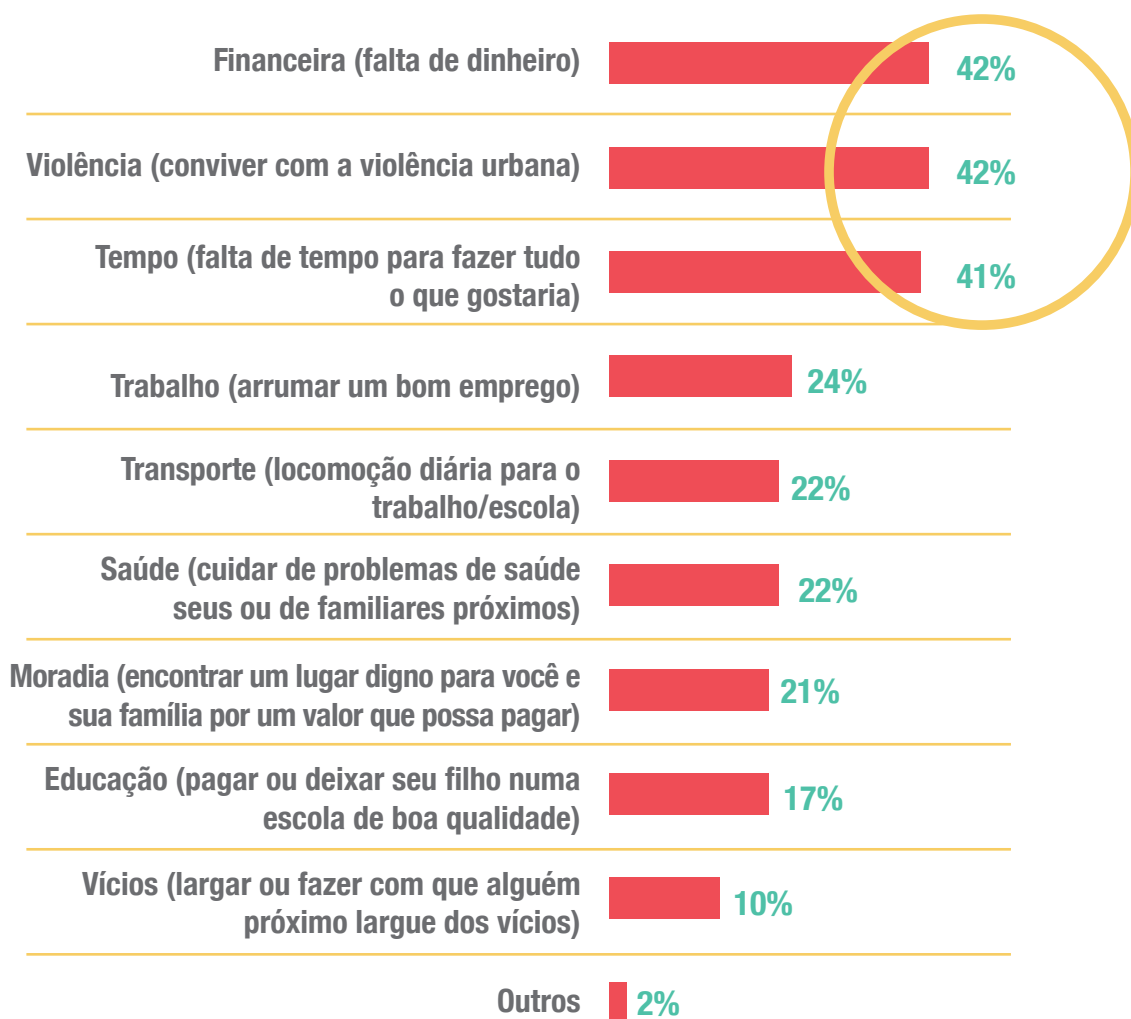
SE ORGULHAM DE ALGUMA COISA QUE CONSEGUIRAM COMPRAR NOS ÚLTIMOS 5 ANOS.



b) Quadro Atual

Embora a atual situação da classe C gaúcha seja promissora, ainda há o que melhorar. A falta de dinheiro, de segurança e de tempo são as maiores dificuldades encontradas.

PRINCIPAIS DIFICULDADES



c) Expectativas

A nova classe média gaúcha possui maior positividade e conta com grandes expectativas. Eles acreditam que a realização dos sonhos não depende de outros fatores, senão do esforço próprio.



91%

dos entrevistados
acreditam que os
próximos 5 anos serão
melhores do que foram
os últimos 5.



86%

dos entrevistados
acreditam que o
futuro de seus filhos
será mais tranquilo
do que foi a sua vida.

d) Entenda melhor

Para falar com essa classe emergente do Rio Grande do Sul, é importante entender seus sonhos, saber a importância das relações familiares e reconhecer o valor que ela dá às conquistas.

Nos dias de hoje, promoções e preços baixos não são os fatores mais atraentes para a classe C gaúcha – é necessário cativar. Eles prezam por ambientes limpos, produtos de qualidade e atendimento especializado, o que prova que é preciso ganhar esses clientes e não comprá-los.

2

OPORTUNIDADES

Os novos hábitos de consumo da classe C gaúcha oferecem diversas oportunidades de negócio a vários segmentos. O comércio de bens e serviços possui um espaço potencial muito grande na renda da nova classe média, mas é necessário saber se comunicar com ela.

Novos mercados caíram no gosto da classe gaúcha emergente, enquanto, em outros mercados, ocorreu uma mudança no perfil de consumo. Já os mercados previamente presentes no cotidiano dessa classe passaram a ser consumidos a partir de um diferente mix de produtos.



a) Turismo

Existe um potencial enorme para que, nos próximos anos, uma grande parcela da classe C gaúcha viaje mais. Potencial esse intensificado pelas grandes mudanças demográficas e culturais que o país vem passando.



Aumento do poder de compra (classe C)

+ **DINHEIRO**



Envelhecimento da população

+ **TEMPO**



Aumento do uso da internet

+ **INFORMAÇÃO**

A soma dos 3 fenômenos – maior poder de consumo, mais tempo disponível e maior acesso à informação – tem efeito positivo no cenário futuro do segmento de turismo no Estado.

a) Turismo

A vontade de viajar aumentou junto ao acesso à informação. Como a porcentagem de pessoas que viajaram nos últimos 5 anos é de 46%, presume-se que os outros 54% viajarão muito em breve. Atualmente, com a classe C do Rio Grande do Sul, querer é poder.

VIAJOU DE AVIÃO NOS ÚLTIMOS 5 ANOS:

1 VEZ  13%

2 VEZES   11%

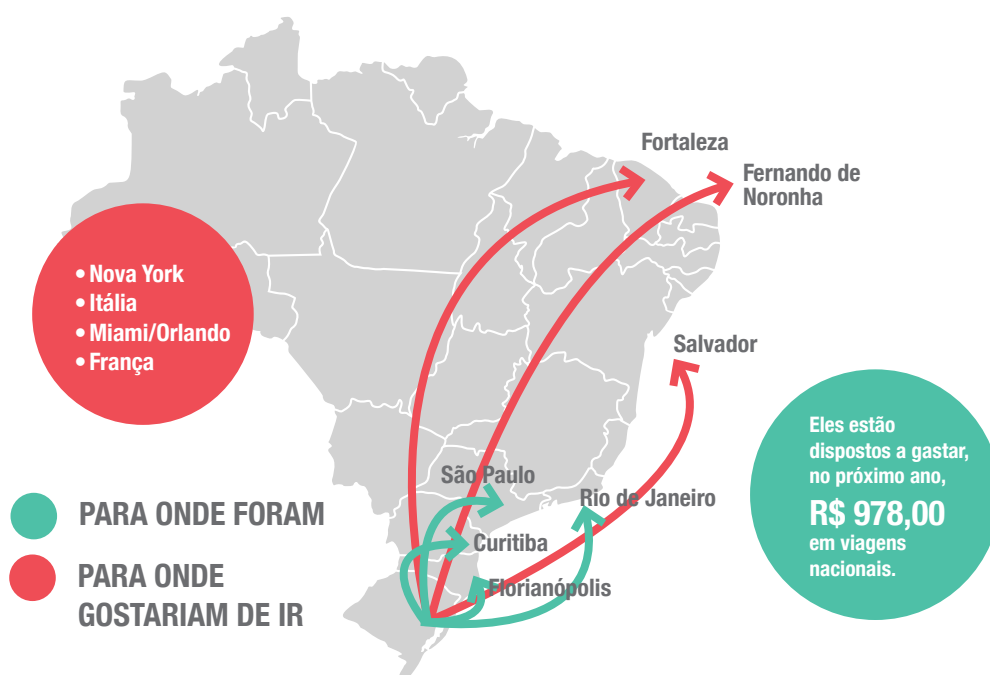
3 A 5 VEZES     11%

MAIS DE 5 VEZES        11%

54%

NÃO VIAJARAM
DE AVIÃO NOS
ÚLTIMOS 5 ANOS

A maioria das viagens realizadas pela nova classe média gaúcha não ultrapassa o sudeste do Brasil, porém eles desejam ir mais longe – até para fora do país.



62%

dos entrevistados acreditam que seus filhos e netos conhecerão mais lugares do que eles.

55%

dos entrevistados dizem que está cada vez mais fácil viajar para fora do Brasil.

48%

deles afirmam que viajar faz parte da rotina de férias de suas famílias.

20%

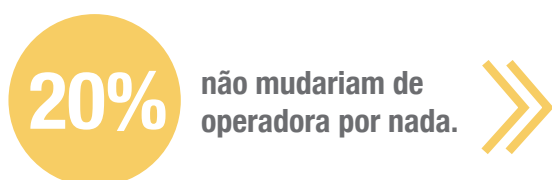
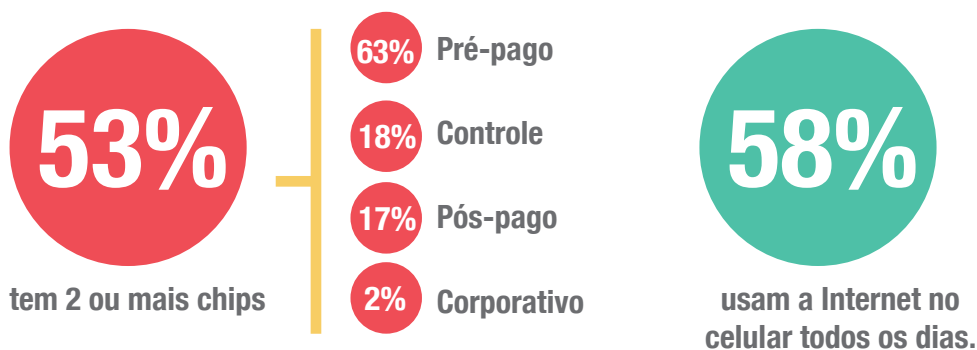
garantem que suas economias são para viajar.

2

OPORTUNIDADES

b) Tecnologia

A tecnologia é um dos segmentos que mais se desenvolveu para a classe média gaúcha, nos últimos dois anos. É comprovado que novos produtos estão mudando os hábitos e desejos dos novos consumidores – porém o uso dos dispositivos foi adaptado às necessidades do dia a dia da nossa classe C.



O QUE FARIA COM QUE MUDASSEM DE OPERADORA?



NOVOS PRODUTOS, NOVOS USOS = NOVOS HÁBITOS

c) Supermercado

A renda mensal da nova classe média cresceu, e com ela vieram novas possibilidades (mais caras e saudáveis) para a cesta alimentar básica – que antes carregava apenas os alimentos mais essenciais. Como uma boa parte dessa renda mensal é destinada para comida, percebemos uma grande oportunidade para a indústria alimentícia, principalmente aos produtores de alimentos mais saudáveis.

**O QUE A CLASSE C
GAÚCHA NÃO TINHA
CONDIÇÕES DE COMPRAR
E AGORA TEM:**

ARROZ
INTEGRAL

AZEITE
DE OLIVA

CARNE
BOVINA

CEREAIS

FRUTAS

IOGURTE

d) Móveis e Eletrodomésticos

Móveis e eletrodomésticos não são mais novidades em um domicílio da nova classe C, porém está chegando a hora de trocá-los. A combinação de dinheiro disponível e desejo de renovação são fatores que impulsionarão o mercado num futuro próximo.

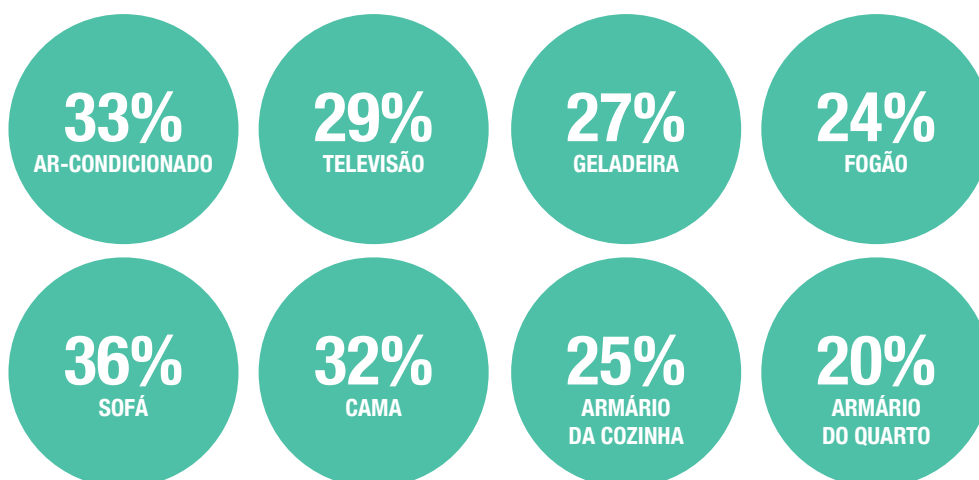


**QUEM AINDA NÃO COMPROU
ESTÁ LOUCO PARA TER.**

É nessa categoria que a nova classe média gaúcha mais se diferencia da classe média brasileira. Aqui aparecem algumas necessidades diferentes das pertencentes aos cariocas e paulistas.

O PRODUTO MAIS DESEJADO DOS GAÚCHOS, POR EXEMPLO, É O AR-CONDICIONADO, ENQUANTO NO EIXO RIO-SP É A TELEVISÃO.

Abaixo estão os móveis e eletrodomésticos que os entrevistados pretendem trocar ou comprar nos próximos 6 meses – provando como esse continua sendo um segmento muito promissor, quando focado na nova classe média gaúcha.

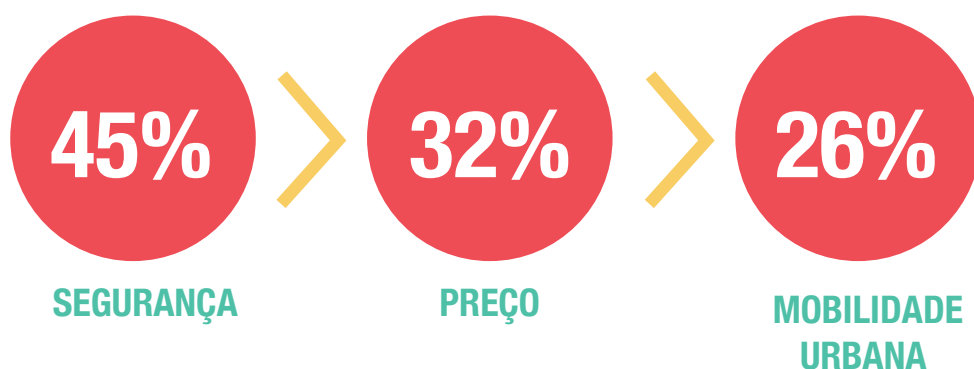


e) Mercado Imobiliário e Construção Civil

Uma das prioridades da classe C do RS são as reformas do lar – o que é uma grande oportunidade para o segmento de construção civil.

Ao falar de mercado imobiliário, a compra de novos imóveis depende cada vez menos do valor, com o surgimento de outras necessidades – como a segurança e problemas de mobilidade urbana.

CRITÉRIOS LEVADOS EM CONSIDERAÇÃO EM CASO DE MUDANÇA:



28%

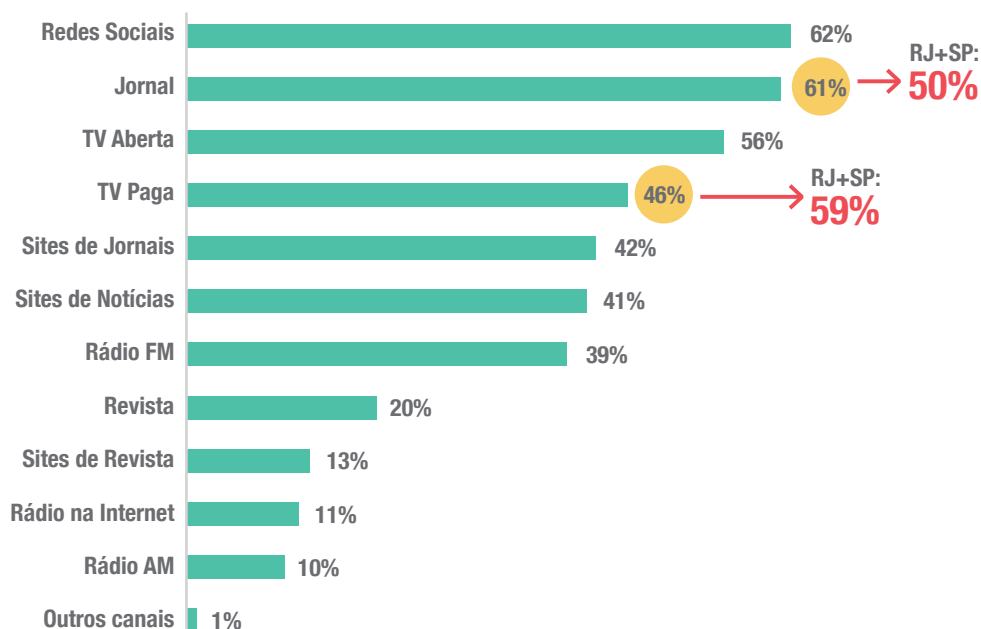
DOS ENTREVISTADOS
PENSAM EM SE MUDAR
OU REFORMAR SUA CASA
DENTRO DE 12 MESES.

3

FECHAMENTO

Para se comunicar com a nova classe média gaúcha, é necessário compreender suas necessidades e desejos, além de entender que ela é diferente da classe média do RJ e de SP.

Um dos dados retirados da pesquisa “Hoje Eu Posso” é a forma como a nossa classe C obtém informação. Junto com as redes sociais, o jornal é um dos meios mais importantes – provando que, no Rio Grande do Sul, a mídia mais tradicional da comunicação pode ser eficaz para anunciar produtos, gerar conteúdo e consolidar marcas.



Além disso, o Diário Gaúcho é o jornal mais lido pela classe C do sul do país: é um verdadeiro especialista no assunto. Por isso, sabemos como alcançar a classe que mais cresce no Estado, por estarmos em constante contato com ela.

COMO ATINGIR A CLASSE QUE MAIS CRESCE NO RS:

É necessário entender o valor que a nova classe média gaúcha dá às suas conquistas, sejam elas pequenas ou grandes. Deve-se compreender que é a partir de seus esforços, suas lutas e seu trabalho que eles atingem seus objetivos. Não se pode nunca subestimar sua capacidade de consumo e a importância que a classe dá às relações familiares.



A classe C gaúcha dispensa ajuda de terceiros, mas está aberta a parceiros – que possam contribuir para seu crescimento.



Este é o resultado de uma pesquisa realizada pelo Diário Gaúcho em parceria com a Consumoteca, entre os meses de julho, agosto e setembro de 2014. A pesquisa foi feita com o público de Porto Alegre e da Região Metropolitana, das classes B2 e C, entre 18 e 55 anos. Os resultados dessa pesquisa foram comparados às pesquisas realizadas sobre a classe C do eixo Rio-SP para identificarmos as semelhanças e diferenças entre o comportamento da nova classe média gaúcha com a nova classe média do sudeste do país. As análises e os resultados foram apresentados presencialmente no evento Papo de Especialistas, no dia 10 de setembro de 2014, em Porto Alegre.