

O Observador Brasil mostra que a classe C cresce sem parar e recebeu 2,7 milhões de pessoas em 2011

A classe C recebeu mais 2,7 milhões de brasileiros em 2011, vindos da classe DE. Além disso, a classe AB cresceu, com a entrada de 230 mil pessoas vindas da classe C, de acordo com a pesquisa O Observador 2012, realizada pelo sétimo ano seguido pela Cetelem BGN, empresa do grupo BNP Paribas, em conjunto com a Ipsos Public Affairs.

Na pesquisa de 2010, os dados mostraram que o desenho da estrutura social do País já tinha mudado de uma pirâmide para um losango.

Analisando os números desta edição, notamos que a mobilidade social continua a ser intensa no Brasil, com aumento significativo da classe C e a incorporação de milhares de pessoas na classe AB. Em 2011, a classe C representava 54% da população brasileira, em comparação a 34% em 2005, quando o levantamento começou a ser realizado no País. Já a classe DE teve movimento inverso, passando de 51% da população em 2005 para 24% em 2011.

Otimismo, uma marca do brasileiro

A pesquisa mostrou também que os brasileiros continuam otimistas em relação ao futuro da economia. Metade dos entrevistados acredita que o Brasil fechará este ano em situação melhor do que em 2011.

Além disso, os brasileiros mantêm a liderança mundial em relação à avaliação da situação do País. Este ano, as notas entre Brasil e Alemanha foram muito próximas, 6.3 e 6.2, respectivamente. Em 2011 o Brasil estava sozinho na liderança, com nota 6,84.

Classe C tem mais dinheiro para gastar

A pesquisa O Observador 2012 revela que a renda disponível(*) dos brasileiros teve um crescimento de mais de 20%, passando de R\$ 368 em 2010 para R\$ 449 em 2011. O destaque fica por conta da classe C, que teve alta de quase 50%.

A renda média familiar das classes AB e DE se manteve estável em 2011, mas a renda da classe C teve um crescimento de quase 8%.

A pesquisa também revelou que os brasileiros estão gastando menos e priorizando investimentos. As classes AB investiram cerca de R\$ 735, enquanto a classe C investiu R\$ 486.

Em 2011 o brasileiro conseguiu economizar cerca de R\$ 249 da renda disponível declarada, contra R\$ 201, em 2010, aumentando em R\$ 48 o saldo positivo dos consumidores.

() Renda disponível é calculada subtraindo-se do rendimento total da família e de todos os gastos.*

Brasileiro gasta mais com aluguel e serviços domésticos

Os gastos dos brasileiros em 2011 refletiram as diferenças na renda das famílias. A Classe C foi a única que teve gasto declarado maior em 2011, em relação a 2010. Nas demais classes, o gasto total da família foi menor.

O Observador 2012 revela certa estabilidade em relação aos gastos básicos como supermercado, energia, gás, água, transporte e remédios. Entretanto, a moradia ficou mais cara para aqueles que pagam aluguel: alta de 14% em 2011 em relação a 2010. As despesas com serviços domésticos também registraram aumento, um total de 29%. No último ano, os brasileiros gastaram mais com empregadas domésticas, uma média de R\$ 300 contra R\$ 232, em 2010.

Móveis, eletrodomésticos e casa própria estão no topo entre sonhos de consumo

De acordo com o Observador 2012, a intenção de compra de móveis e eletrodomésticos foi a que mais cresceu entre todos os bens. A seguir, aparecem lazer/viagem, telefone celular, TV/HI-Fi e vídeo, computador doméstico, decoração, carro, ferramentas, propriedades, moto e equipamentos esportivos.

Chama também a atenção o aumento na intenção de compra de propriedades pela classe DE.

A pesquisa aponta um novo crescimento na pretensão de aquisição de propriedades à vista. Na classe AB é maior a intenção de pagamento à vista de imóveis (31%, contra 19% na classe C e 11% nas classes DE).

A pesquisa também indica crescimento na pretensão de pagamento à vista de carros em 2012.

Internet: Brasileiro está mais digital

O Observador 2012 confirma o aumento da proporção de usuários de Internet no país, que chegou a 44% em 2011. Entre os locais de acesso, a casa continua em primeiro lugar e ganhou ainda mais força em 2011: 27% da população brasileira afirmou acessar a Internet em casa.

Os entrevistados disseram usar a internet como fonte de informação, especialmente para a compra de artigos eletrônicos, lazer/viagens e produtos culturais – seguindo a tendência dos anos anteriores. Eles também disseram considerar a comodidade e o preço na hora de decidir entre uma loja virtual e uma loja de rua.

A pesquisa aponta que 37% dos brasileiros já ouviram falar em sites de compras coletivas, representando um crescimento de 6 pontos percentuais em relação a edição anterior do Observador.

86% dos brasileiros acessam alguma rede social

Na edição de 2012, o Observador traz algumas novidades relativas ao uso de Redes Sociais pela população brasileira.

Dentre os usuários de Internet, 86% acessam alguma rede social. Quase a metade desses usuários (42%) utilizam as redes sociais como fonte de busca de informações ou opiniões sobre produtos e serviços.

Orkut é a rede social mais mencionada (74%), seguida pelo Facebook (53%) e Twitter (26%).

“Conectar-se aos amigos” e “Fazer novos amigos e/ou romances” são os principais motivos para o acesso das redes sociais atualmente, informa a maioria dos entrevistados.

O Observador – Brasil 2012

O Observador 2012 é a sétima edição consecutiva da pesquisa encomendada pela Cetelem BGN, empresa do grupo BNP Paribas, à Ipsos Public Affairs, que mapeia os hábitos de consumo dos brasileiros.

A amostra inclui 1.500 entrevistas e entrevistados com mais de 15 anos, o que representa 74% da população brasileira. A maioria dos entrevistados são casados (59%).

As entrevistas, pessoais e domiciliares, foram realizadas em 70 cidades das 9 regiões metropolitanas do país.

A Cetelem BGN

No Brasil desde 1999, a Cetelem marcou o início de suas atividades com destaque na oferta de cartões de crédito e hoje atua em conjunto com mais de 60 redes do varejo em segmentos como supermercados, materiais de construção, eletroeletrônicos, e-commerce e materiais esportivos.

Criado em 1994, o BGN, umas das marcas de financiamento de crédito consignado mais renomadas do País, com presença marcante no Nordeste, passou em 2007 a fazer parte do portfólio de produtos da Cetelem como principal marca de soluções de crédito e financiamento do grupo. Uma união que sem dúvida traz possibilidades de negócios ainda maiores devido à solidez e ao maior leque de produtos e serviços que as duas empresas dispõem para clientes de todo o Brasil.

A Cetelem BGN representa, no Brasil, o BNP Paribas Personal Finance, uma subsidiária integral do BNP Paribas Personal Finance França, empresa presente em 30 países, posicionada entre os líderes mundiais do mercado de crédito ao consumo. Hoje, a Cetelem BGN atende às necessidades de clientes de todas as classes sociais e contribui para a consolidação do crédito como uma ferramenta importante de fidelização e de gerenciamento do orçamento doméstico.

Para fazer o download da pesquisa O Observador 2012 basta acessar o blog - <http://oobservadorbrasil.blogspot.com.br>

Mais informações

Tamer Comunicação Empresarial

Tel: 55.11 3031-2388

www.tamer.com.br