

# Sonhos de consumo dos brasileiros

Janeiro 2015



# Objetivo, Metodologia e Amostra

## Objetivo

Identificar o comportamento dos brasileiros para decisão de compra, planejamento e aquisição do sonho de consumo.

## Metodologia

Pesquisa quantitativa realizada através de questionários autoaplicáveis via painel em internet.

## Público-Alvo

Pessoas maiores de 18 anos de famílias com rendimento



## Amostra (distribuída conforme a população – fonte IBGE)

NO	NE	CO	SUL	RJ	SP	MG/ES	TOTAL
49	184	73	62	88	106	58	<b>620</b>

A amostra foi ponderada segundo dados da população: sexo, idade, grau de instrução (IBGE) e classe sócio econômica (fonte: Critério Brasil)

## Período de Campo

6 a 15 de novembro

# Como as diferentes experiências de compra foram estudadas?

Consumo em 2014 (etapa 1): foram mapeados os produtos consumidos em 2014 de acordo com uma lista contendo 23 tipos de produtos e serviços\*.

Categorização do consumo (etapa 2): os produtos consumidos foram classificados pelos entrevistados em: necessário, supérfluo e **sonho de consumo**.

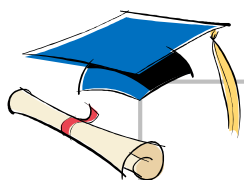
Gastos em 2014 (etapa 3): Foi feito um ranking de gastos com produtos em 2014 dentro de cada experiência de consumo (necessária, supérflua e **sonho de consumo**)

Sonho de consumo (etapa 4): A análise dos produtos considerados como **sonho de consumo** nos permite entender a experiência de compra destes produtos e a realização ou não destes sonhos

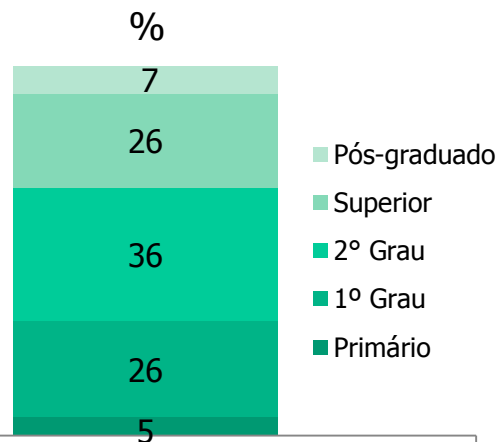
\* O item casa própria não foi considerado na lista de produtos e serviços.

# Escolaridade, renda e reserva financeira.

Um pouco mais da metade dos entrevistados NÃO possui poupança (53%), sendo que este grau de incidência é maior nas classes CDE (64%)

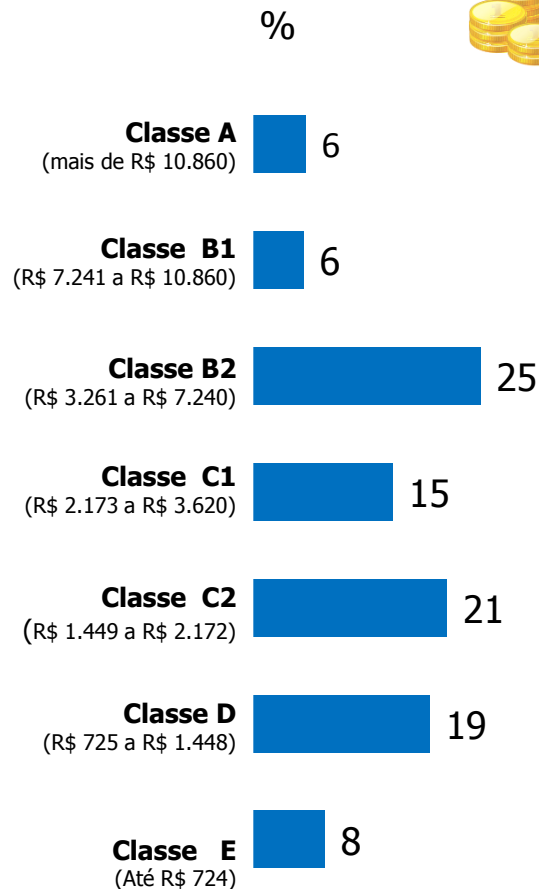


## Escolaridade (cota segundo IBGE)



## Renda Familiar

(cota segundo critério Brasil)



## Sonhos de consumo: processo de concretização

- ❖ 7 em cada 10 sonhos de consumos do brasileiros ainda não foram realizados, com destaque para a compra de viagens turísticas internacionais e carro.
- ❖ Itens de menor valor, como viagens turísticas nacionais e de finais de semana são os sonhos de consumo mais realizados. A realização viagem nacional destaca-se entre as classes A e B.
- ❖ A pesquisa mostrou que a constituição de uma reserva financeira faz diferença para alcançar a realização do sonho de consumo:
  - 73,7% dos consumidores não tem reserva financeira para realizar seus sonhos de consumo,
  - A realização do sonho em grande medida depende da preparação feita: **entre os que não tem poupança, 16% dos produtos almejados não foram alcançados, de acordo com os entrevistados. Entre os que têm poupança esta porcentagem cai para 2,2%;**

**SONHOS DE CONSUMO (por categoria):** Itens relacionados a beleza aparecem em segundo lugar como sonho de consumo, principalmente entre as mulheres.

Sonhos de Consumo dos Brasileiros - Realizados e Não Realizados	GERAL	SEXO		CLASSE	
		Mulher	Homem	A/B	C/D/E
Viagens (nacionais e internacionais)	34,2%	32,5%	37,3%	47,5%	29,7%
Itens relacionados a beleza	17,6%	21,3%	11,0%	15,4%	18,3%
Restaurantes, bares e boates	15,0%	15,8%	13,7%	11,5%	16,3%
Carro	9,3%	8,8%	10,3%	9,5%	9,2%
Eletroeletrônico (tablets, smartphones como iphone samsung galaxy e similares)	4,9%	4,4%	5,9%	4,3%	5,1%
Academia e outras atividades esportivas	4,7%	5,9%	2,6%	1,5%	5,8%
Show/teatro/cinema e demais eventos culturais	3,3%	2,9%	4,1%	1,9%	3,8%
Acessórios para automóveis / motos	3,2%	2,8%	3,9%	2,7%	3,3%
Eletrodoméstico (máquina de lavar roupas, ar condicionado, micro-ondas, máquina de lavar louça)	3,1%	2,3%	4,4%	2,4%	3,3%
Acessórios (relógio, cinto, bolsa, gravata, bijuteria, jóia, dentre outros)	1,6%	0,7%	3,3%	0,4%	2,1%
Brinquedos	1,4%	1,1%	1,9%	2,1%	1,1%
Conta de celular/internet	1,3%	1,5%	1,0%	0,9%	1,5%
Roupas	0,2%	0,1%	0,5%	0,1%	0,3%
Calçados	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,2%

## **SONHOS DE CONSUMO:** Viagens turísticas internacionais lideram a lista dos sonhos de consumo. Destaque para as classe A/B.

Sonhos de Consumo dos Brasileiros - Realizados e Não Realizados	GERAL	SEXO		CLASSE	
		Mulher	Homem	A/B	C/D/E
Viagens turísticas – internacionais	15,3%	13,9%	17,6%	25,3%	11,8%
Viagens turísticas – nacionais	11,5%	10,8%	12,6%	14,6%	10,4%
Carro	9,3%	8,8%	10,3%	9,5%	9,2%
Viagens de finais de semana	7,5%	7,7%	7,1%	7,5%	7,4%
Cirurgia plástica	7,0%	7,7%	5,6%	8,9%	6,3%
Tratamentos estéticos / spa	6,2%	8,4%	2,3%	5,5%	6,5%
Eletroeletrônico (tablets, smartphones como iphone samsung galaxy e similares)	4,9%	4,4%	5,9%	4,3%	5,1%
Academia e outras atividades esportivas	4,7%	5,9%	2,6%	1,5%	5,8%
Restaurantes chiques / conhecidos / badalados	4,0%	4,1%	3,8%	2,9%	4,4%
Restaurantes que costuma ir com amigos/família	3,8%	4,4%	2,7%	3,9%	3,7%
Show/teatro/cinema e demais eventos culturais	3,3%	2,9%	4,1%	1,9%	3,8%
Acessórios para automóveis / motos	3,2%	2,7%	3,9%	2,7%	3,3%
Eletrodoméstico (máquina de lavar roupas, ar condicionado, micro-ondas, máquina de lavar louça)	3,1%	2,3%	4,4%	2,4%	3,3%
Bares chiques / conhecidos / badalados	3,0%	2,9%	3,0%	1,7%	3,4%
Salão de beleza (manicure / corte cabelo / tintura/ depilação )	2,9%	3,6%	1,6%	0,6%	3,7%
Boates chiques / conhecidos / badalados	2,5%	2,4%	2,8%	2,3%	2,6%
Bares que costuma ir com amigos/família	1,8%	2,0%	1,4%	0,7%	2,1%
Acessórios (relógio, cinto, bolsa, gravata, bijuteria, joia, dentre outros)	1,6%	0,7%	3,3%	0,4%	2,1%
Maquiagem / cremes / produtos de beleza	1,5%	1,5%	1,4%	0,4%	1,9%
Brinquedos	1,4%	1,1%	1,9%	2,1%	1,1%
Conta de celular/internet	1,3%	1,5%	1,0%	0,9%	1,5%
Roupas	0,2%	0,1%	0,5%	0,1%	0,3%
Calçados	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,2%

## SONHOS DE CONSUMO REALIZADOS (por categoria):

Itens de menor valor, como restaurantes, bares e boates aparecem em segundo lugar entre os sonhos já realizados.

Sonhos de Consumo dos Brasileiros - Realizados	GERAL	SEXO		CLASSE	
		Mulher	Homem	A/B	C/D/E
Viagens	30,6%	32,8%	29,0%	48,5%	22,6%
Restaurantes, bares e boates	21,9%	25,5%	19,3%	19,9%	22,8%
Itens relacionados a beleza	7,7%	10,1%	5,9%	5,8%	8,5%
Eletroeletrônico (tablets, smartphones como iphone samsung galaxy e similares)	6,9%	4,9%	8,3%	4,4%	8,0%
Eletrodoméstico (máquina de lavar roupas, ar condicionado, micro-ondas, máquina de lavar louça)	6,3%	2,9%	8,8%	1,0%	8,6%
Show/teatro/cinema e demais eventos culturais	5,2%	4,0%	6,0%	4,4%	5,5%
Acessórios (relógio, cinto, bolsa, gravata, bijuteria, jóia, dentre outros)	4,2%	0,9%	6,6%	1,0%	5,6%
Carro	4,1%	5,9%	2,7%	3,2%	4,5%
Acessórios para automóveis / motos	3,8%	1,1%	5,8%	1,9%	4,6%
Brinquedos	3,6%	4,5%	2,9%	5,7%	2,6%
Academia e outras atividades esportivas	3,0%	4,4%	2,0%	1,8%	3,6%
Conta de celular/internet	1,9%	2,3%	1,6%	2,3%	1,7%
Roupas	0,6%	0,4%	0,7%	0,2%	0,8%
Calçados	0,4%	0,4%	0,4%	0,0%	0,6%



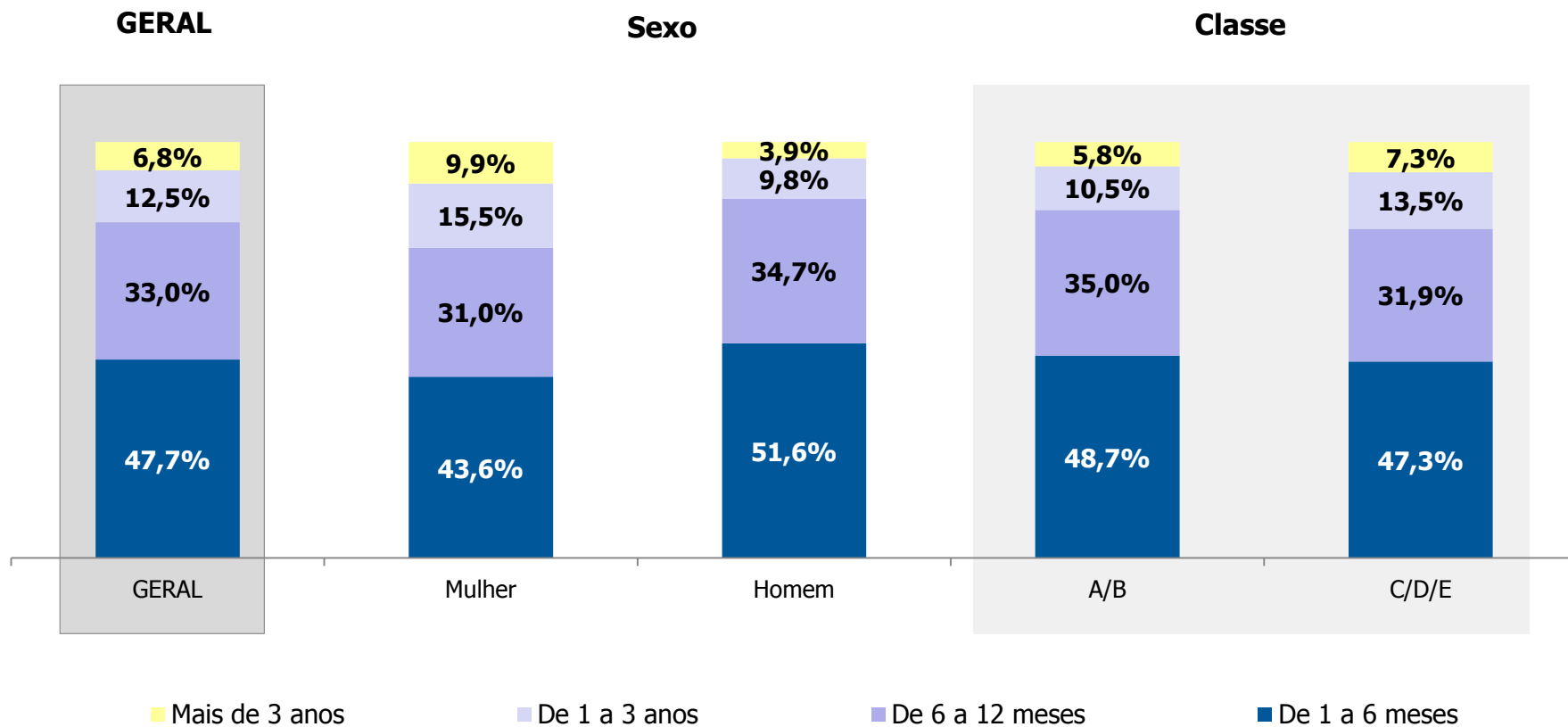
# SONHOS DE CONSUMO REALIZADOS: Viagens turísticas

nacionais e de finais de semana são os sonhos de consumo que mais foram realizados. A realização de viagem nacional destaca-se entre as classes A e B.

Sonhos de Consumo dos Brasileiros - Realizados	GERAL	SEXO		CLASSE	
		Mulher	Homem	A/B	C/D/E
Viagens turísticas – nacionais	14,2%	15,5%	13,3%	22,5%	10,5%
Viagens de finais de semana	10,3%	11,7%	9,2%	16,3%	7,6%
Eletroeletrônico (tablets, smartphones)	6,9%	4,9%	8,3%	4,4%	8,0%
Restaurantes chiques / conhecidos / badalados	6,4%	6,8%	6,1%	5,2%	6,9%
Bares chiques / conhecidos / badalados	6,4%	8,9%	4,5%	3,5%	7,6%
Eletrrodoméstico (máquina de lavar roupas, ar condicionado, micro-ondas, máquina de lavar louça)	6,3%	2,9%	8,8%	1,0%	8,6%
Viagens turísticas – internacionais	6,1%	5,7%	6,5%	9,7%	4,6%
Show/teatro/cinema e demais eventos culturais	5,2%	4,0%	6,0%	4,4%	5,5%
Restaurantes que costuma ir com amigos/família	4,6%	4,9%	4,3%	6,3%	3,8%
Acessórios (relógio, cinto, bolsa, gravata, bijuteria, jóia, dentre outros)	4,2%	0,9%	6,6%	1,0%	5,6%
Carro	4,1%	5,9%	2,7%	3,2%	4,5%
Acessórios para automóveis / motos	3,8%	1,1%	5,8%	1,9%	4,6%
Brinquedos	3,6%	4,5%	2,9%	5,7%	2,6%
Salão de beleza (manicure / corte cabelo / tintura/ depilação )	3,1%	2,6%	3,5%	1,6%	3,8%
Academia e outras atividades esportivas	3,0%	4,4%	2,0%	1,8%	3,6%
Bares que costuma ir com amigos/família	2,5%	2,8%	2,3%	1,2%	3,1%
Boates chiques / conhecidos / badalados	2,1%	2,1%	2,1%	3,8%	1,3%
Maquiagem / cremes / produtos de beleza	2,1%	3,4%	1,1%	0,5%	2,8%
Conta de celular/internet	1,9%	2,3%	1,6%	2,3%	1,7%
Tratamentos estéticos / spa	1,3%	2,3%	0,6%	2,6%	0,7%
Cirurgia plástica	1,2%	1,7%	0,7%	1,1%	1,2%
Roupas	0,6%	0,4%	0,7%	0,2%	0,8%
Calçados	0,4%	0,4%	0,4%	0,0%	0,6%

# TEMPO LEVADO PARA ALCANÇAR O SONHO DE CONSUMO:

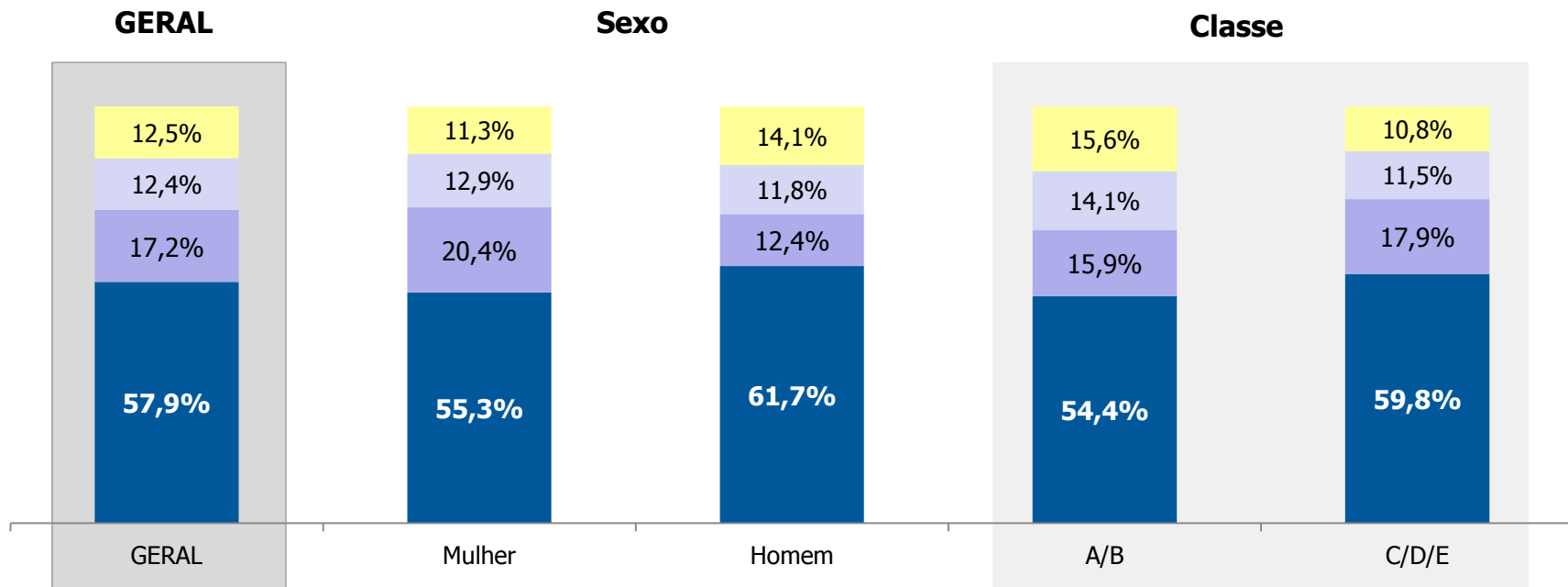
Quase metade dos sonhos almeçados pelos entrevistados demoraram de 1 a 6 meses para serem alcançados.



Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
	425	205	220	144	281

# COMO SE PREPARA PARA ATINGIR O SONHO DE

**CONSUMO:** Planejamento financeiro e compras dentro do orçamento são apontadas na maioria dos casos como a forma de planejamento para a realização de sonho.



- Não me preparo, se eu gostar compro através de algum tipo de financiamento ou cartão de crédito e deixo para olhar meu orçamento depois.
- Guardo determinada quantidade de dinheiro e parcelo o restante
- Não tenho um controle rígido das minhas finanças, mas geralmente poupo até conseguir todo o dinheiro necessário
- Faço um planejamento analisando meu orçamento pessoal e só realizo a compra quando não houver nenhum comprometimento das minhas finanças

Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
	445	265	180	158	288

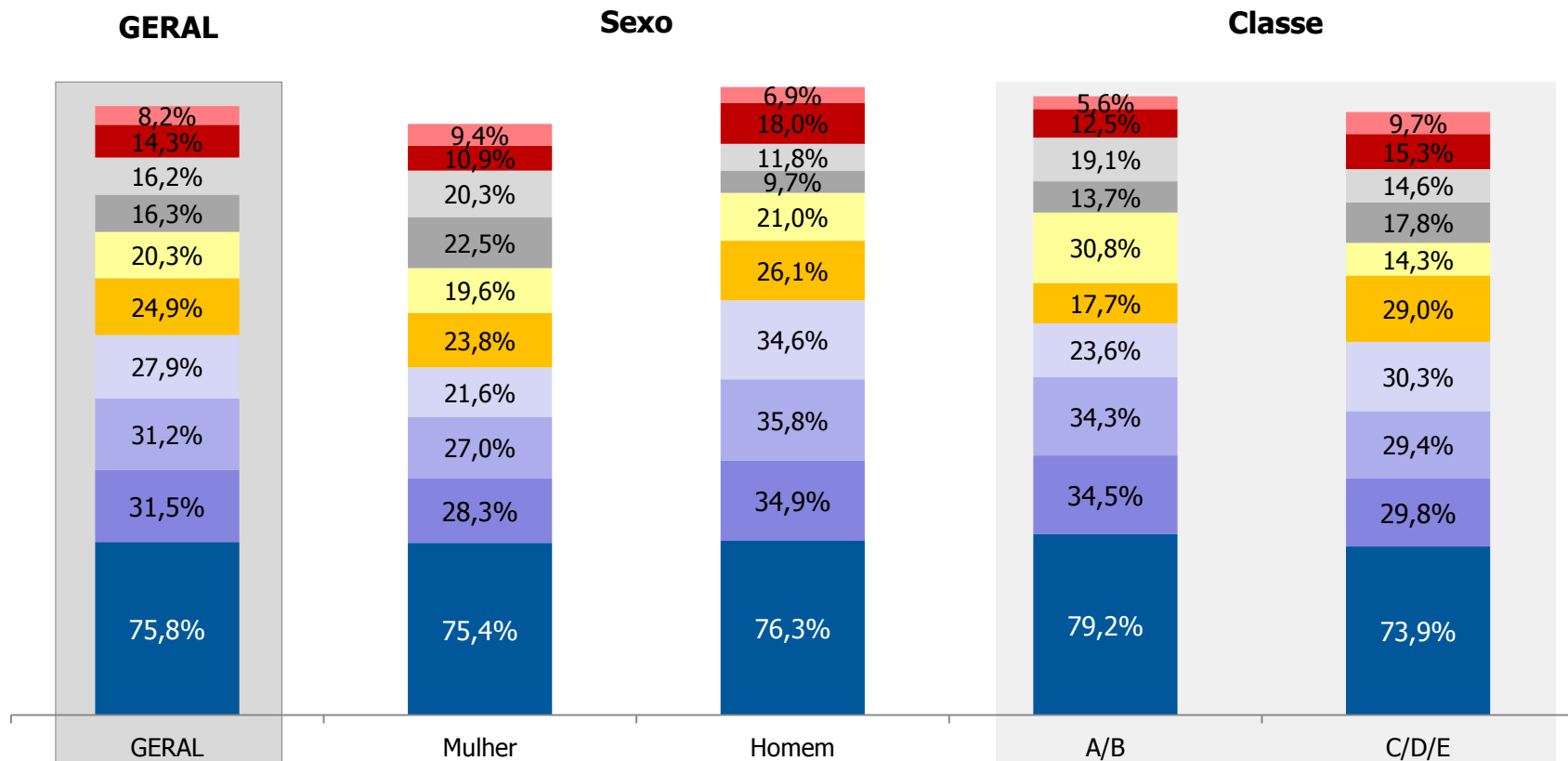
## **GASTO MÉDIO POR SONHO DE CONSUMO:** Os gastos com viagens turísticas são os maiores dentre os sonhos de consumo

Produto	Total	AB	CDE	Masculino	Feminino
VIAGENS TURÍSTICAS – INTERNACIONAIS	15.145	-	-	-	-
VIAGENS TURÍSTICAS – NACIONAIS	1.929	1.724	2.118	2.334	1.474
ELETROELETRÔNICO (TABLETS, SMARTPHONES COMO IPHONE SAMSUNG GALAXY E SIMILARES)	782	-	720	831	-
ELETRODOMÉSTICO (MÁQUINA DE LAVAR ROUPAS, AR CONDICIONADO, MICRO-ONDAS, MÁQUINA DE LAVAR LOUÇA)	493	-	485	564	-
VIAGENS DE FINAIS DE SEMANA	467	658	263	619	284
RESTAURANTES QUE COSTUMA IR COM AMIGOS/FAMÍLIA	348	-	-	-	-

Total	AB	CDE	Homens	Mulheres
5.407	6.402	4.837	7.094	3.396

# FATORES QUE AJUDAM NA DECISÃO DA COMPRA:

Maioria dos brasileiros acredita que desconto é o fator que mais influencia na decisão de compra.

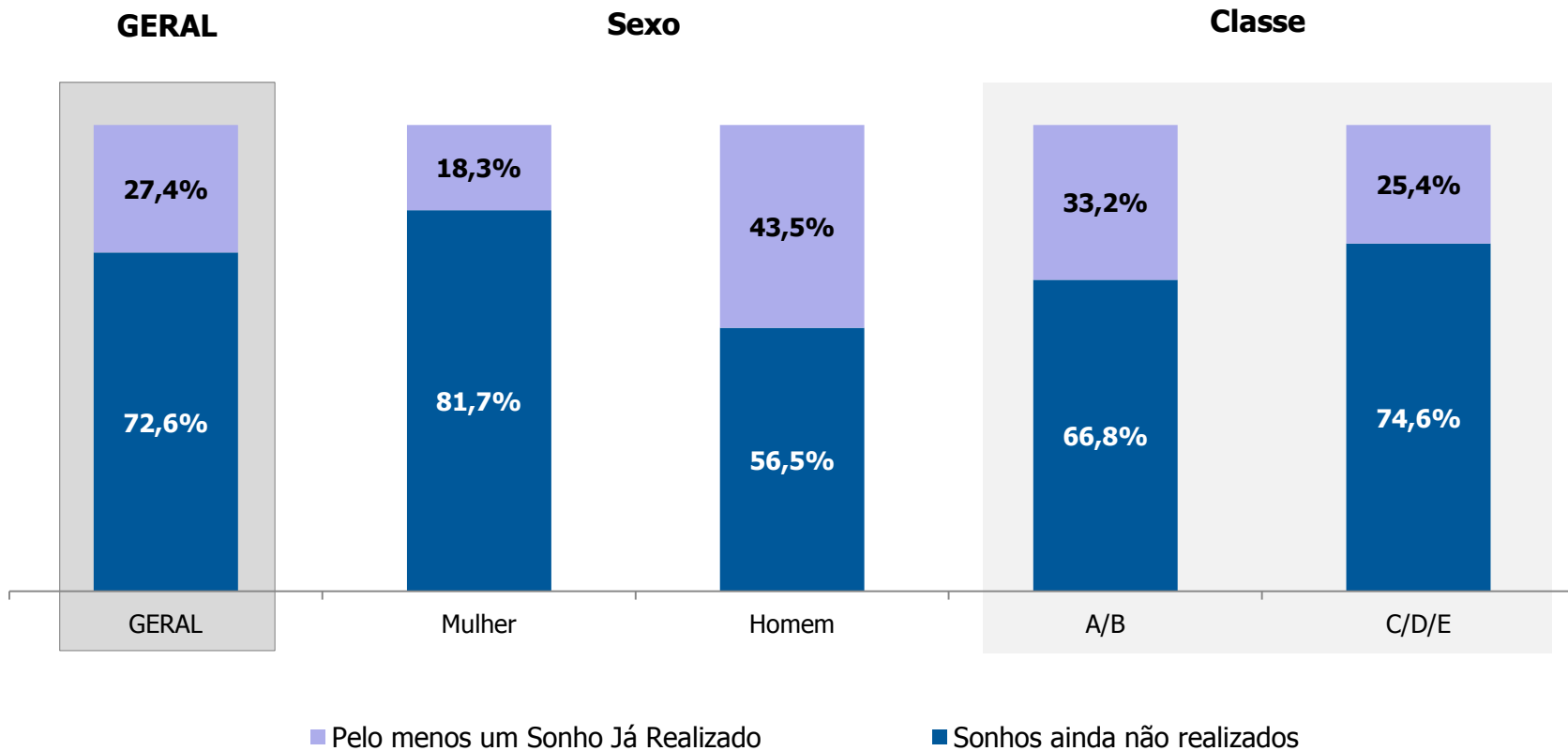


- Influência de amigo que acompanha a compra
- Influência de familiar que acompanha a compra
- Saber que o produto pode acabar, se não comprar agora
- Outras razões
- Argumentos do vendedor
- Menor prazo de entrega
- Comprar sem entrada
- Maior prazo para pagamento
- Uma demonstração do produto
- Um desconto

Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
	620	336	284	284	336

# REALIZAÇÃO DO SONHO DE CONSUMO: 7 em cada 10 sonhos de consumo dos brasileiros ainda não foram realizados.

## manchete



Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
		2243	1433	810	571

## SONHOS DE CONSUMO NÃO REALIZADOS (por categoria): Viagens e carro são os sonhos que mais aparecem na lista daqueles não realizados.

Sonhos de Consumo dos Brasileiros - Não Realizados	GERAL	SEXO		CLASSE	
		Mulher	Homem	A/B	C/D/E
Viagens (nacionais e internacionais)	35,5%	32,4%	43,7%	46,9%	32,1%
Itens relacionados a beleza	21,3%	23,8%	14,9%	20,1%	21,7%
Restaurantes, bares e boates	12,4%	13,6%	9,3%	7,3%	14,0%
Carro	11,3%	9,4%	16,1%	12,7%	10,9%
Academia e outras atividades esportivas	5,3%	6,2%	3,0%	1,3%	6,5%
Eletr eletrônico (tablets, smartphones como iphone samsung galaxy e similares)	4,2%	4,3%	4,0%	4,2%	4,2%
Acessórios para automóveis / motos	2,9%	3,1%	2,5%	3,1%	2,9%
Show/teatro/cinema e demais eventos culturais	2,7%	2,7%	2,7%	0,6%	3,3%
Eletrdoméstico (máquina de lavar roupas, ar condicionado, micro-ondas, máquina de lavar louça)	1,8%	2,1%	1,1%	3,2%	1,4%
Conta de celular/internet	1,1%	1,4%	0,6%	0,2%	1,4%
Acessórios (relógio, cinto, bolsa, gravata, bijuteria, jóia, dentre outros)	0,7%	0,6%	0,8%	0,1%	0,9%
Brinquedos	0,6%	0,3%	1,2%	0,3%	0,6%
Roupas	0,1%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Calçados	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

# SONHOS DE CONSUMO NÃO REALIZADOS: Viagens

internacionais e carro são os sonhos que mais aparecem na lista daqueles não realizados.

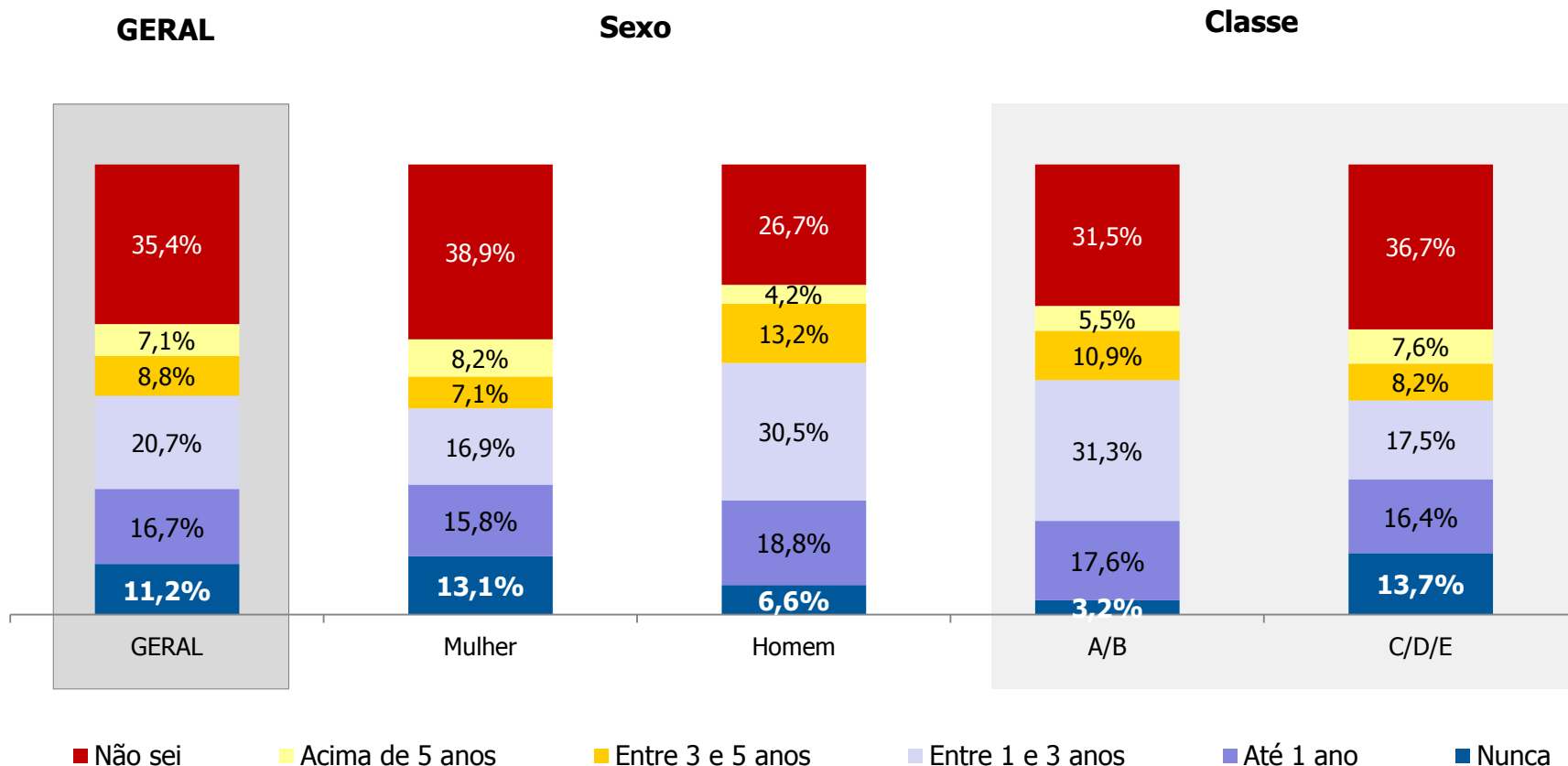
Sonhos de Consumo dos Brasileiros – Não Realizados	GERAL	SEXO		CLASSE	
		Mulher	Homem	A/B	C/D/E
Viagens turísticas – internacionais	18,7%	15,8%	26,1%	33,0%	14,3%
Carro	11,3%	9,4%	16,1%	12,7%	10,8%
Viagens turísticas – nacionais	10,4%	9,8%	12,1%	10,7%	10,4%
Cirurgia plástica	9,1%	9,1%	9,4%	12,8%	8,0%
Tratamentos estéticos / spa	8,1%	9,8%	3,7%	6,9%	8,5%
Viagens de finais de semana	6,4%	6,8%	5,5%	3,2%	7,4%
Academia e outras atividades esportivas	5,3%	6,2%	3,0%	1,3%	6,5%
Eletroeletrônico (tablets, smartphones)	4,2%	4,3%	4,0%	4,2%	4,2%
Restaurantes que costuma ir com amigos/família	3,5%	4,3%	1,4%	2,7%	3,7%
Restaurantes chiques / conhecidos / badalados	3,1%	3,5%	2,1%	1,7%	3,6%
Acessórios para automóveis / motos	2,9%	3,1%	2,5%	3,1%	2,9%
Salão de beleza (manicure / corte cabelo / tintura/ depilação )	2,8%	3,8%	0,2%	0,2%	3,6%
Boates chiques / conhecidos / badalados	2,7%	2,4%	3,3%	1,6%	3,0%
Show/teatro/cinema e demais eventos culturais	2,7%	2,7%	2,6%	0,6%	3,3%
Eletrrodoméstico (máquina de lavar roupas, ar condicionado, micro-ondas, máquina de lavar louça)	1,8%	2,1%	1,1%	3,2%	1,4%
Bares chiques / conhecidos / badalados	1,7%	1,6%	1,9%	0,8%	1,9%
Bares que costuma ir com amigos/família	1,5%	1,8%	0,7%	0,4%	1,8%
Maquiagem / cremes / produtos de beleza	1,3%	1,1%	1,6%	0,3%	1,6%
Conta de celular/internet	1,1%	1,4%	0,6%	0,2%	1,4%
Acessórios (relógio, cinto, bolsa, gravata, bijuteria, jóia, dentre outros)	0,7%	0,6%	0,8%	0,1%	0,9%
Brinquedos	0,6%	0,3%	1,2%	0,3%	0,6%
Roupas	0,1%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%
Calçados	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%



# TEMPO PARA ALCANÇAR O SONHO DE CONSUMO

**NÃO REALIZADO:** a maior parte dos entrevistados nem sabe quando realizará o seu sonho de consumo (35,4%), o que indica a falta de planejamento financeiro.

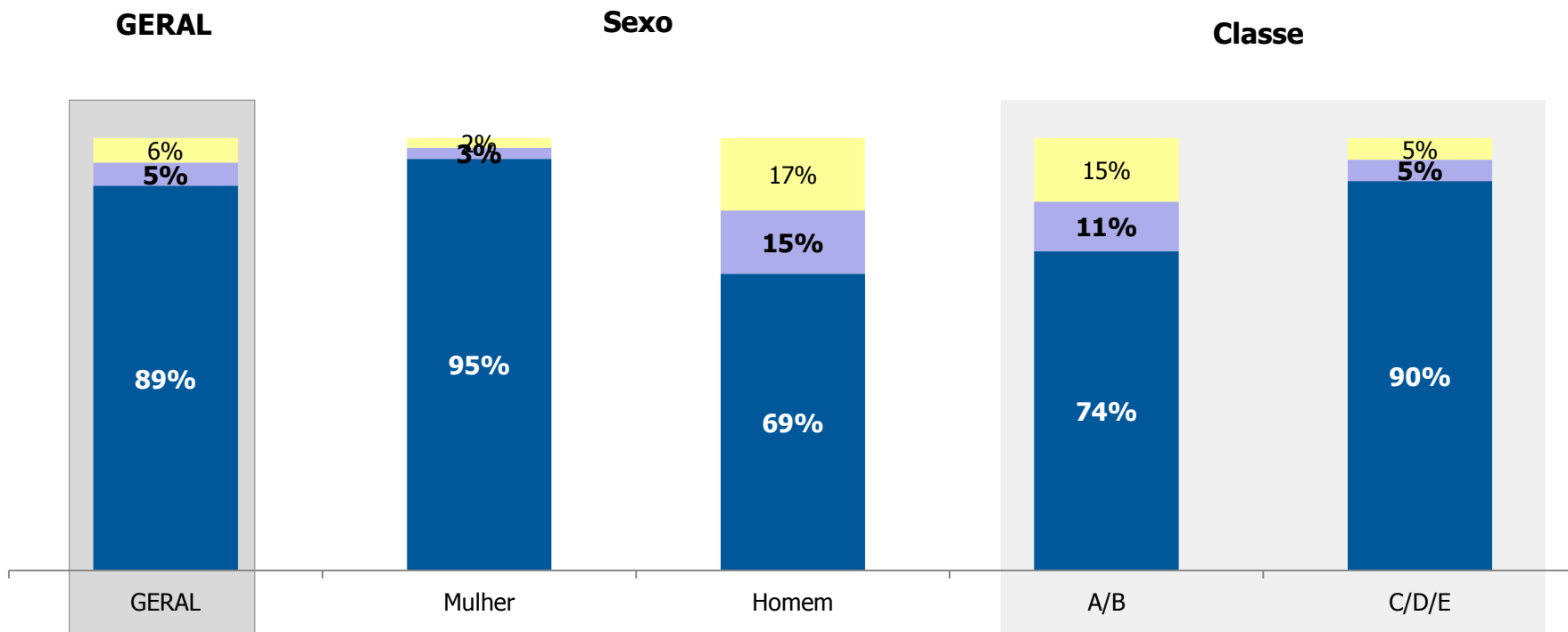
## Linha fina



Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
	1629	1171	458	381	1248

# MOTIVOS QUE IMPEDEM DE REALIZAR O SONHO DE CONSUMO:

Em 89% dos casos, o valor acima da realidade financeira do é o motivo apontado para impedir a realização do sonho de consumo.

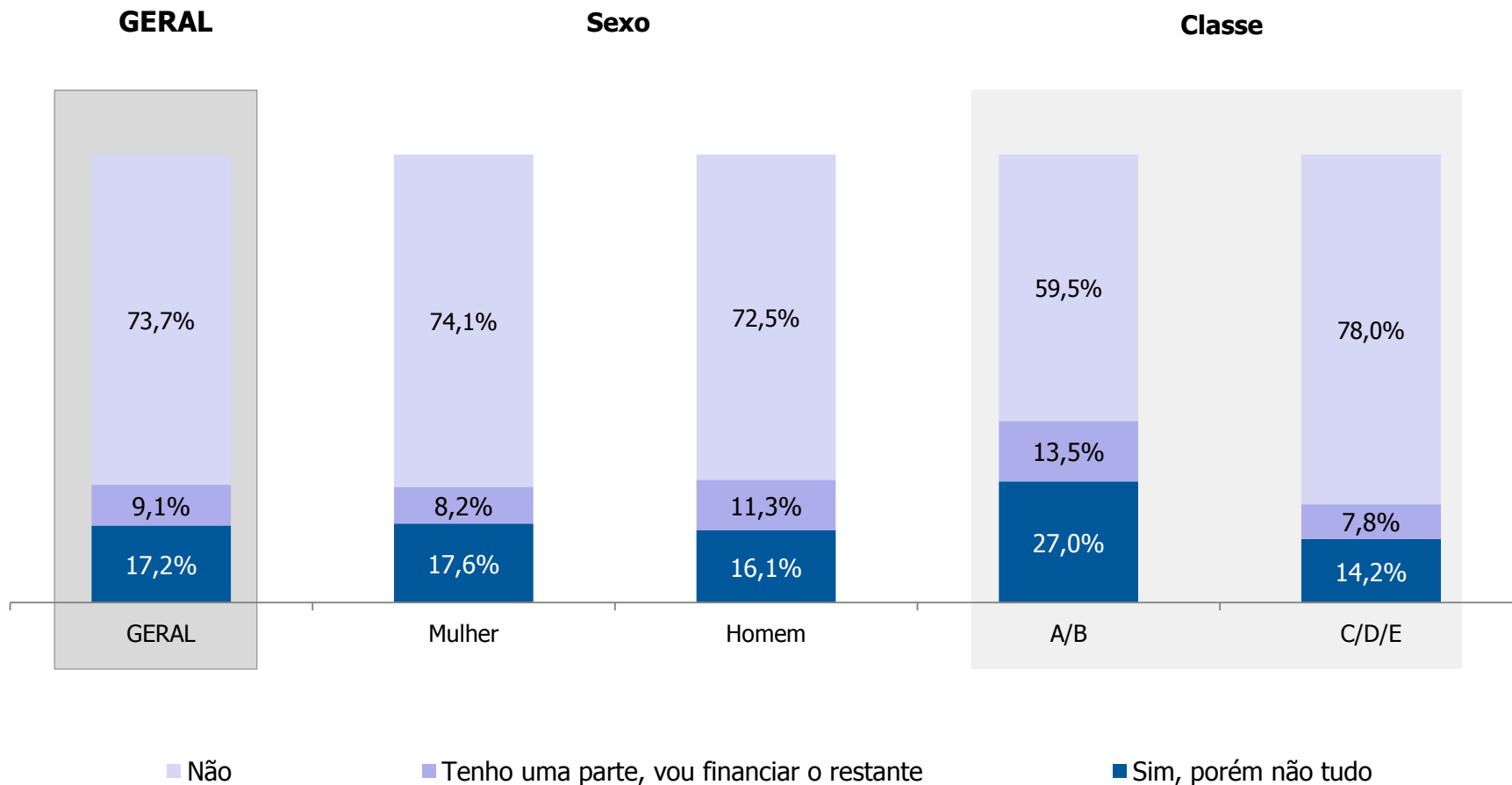


- Sou indisciplinado, não consigo controlar minhas finanças.
- Nunca sobra dinheiro para comprar. Sempre acabo comprando muitas coisas e meu orçamento fica comprometido com dívidas.
- Apesar de controlar minhas finanças, não conseguirei ter dinheiro para concretizar este sonho. O valor está fora da minha realidade financeira

Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
	183	140	43	12	171

# POSSUI RESERVA FINANCEIRA PARA REALIZAR SEU

**SONHO DE CONSUMO:** 74% dos consumidores não possuem reserva financeira para realizar seu sonho de consumo.



Base	Geral	Mulher	Homem	A/B	C/D/E
	1629	1173	456	381	1248