



CONSUMO E USO DO CRÉDITO NA TERCEIRA IDADE

Outubro 2016



- **Público alvo:** Consumidores com idade igual ou superior a 60 anos, residentes em todas as capitais brasileiras, homens e mulheres e pertencentes de todas as classes econômicas.
- **Método de coleta:** híbrido, com pesquisas feitas pessoalmente em ponto de fluxo e pela internet.
- **Tamanho amostral da Pesquisa:** 619 casos, gerando uma margem de erro no geral de 3,9 p.p para um intervalo de confiança a 95%.
- **Data de coleta dos dados:** 21 de julho a 05 de agosto de 2016.

OBJETIVOS DO ESTUDO



- Identificar a relação que este público mantém com as compras e o crédito, demanda considerando os próximos 12 meses, dificuldades e desejos não atendidos pelo mercado;
- Mapear o consumo de meios de comunicação;
- Investigar a posse de serviços financeiros;

- **Público alvo:** Consumidores com idade igual ou superior a 60 anos, residentes em todas as capitais brasileiras, homens e mulheres e pertencentes de todas as classes econômicas.
- **Método de coleta:** híbrido, com pesquisas feitas pessoalmente em ponto de fluxo e pela internet.
- **Tamanho amostral da Pesquisa:** 619 casos, gerando uma margem de erro no geral de 3,9 p.p para um intervalo de confiança a 95%.
- **Data de coleta dos dados:** 21 de julho a 05 de agosto de 2016.



Consumo na Terceira Idade

CONSUMO NA TERCEIRA IDADE



- 67% dos entrevistados são os únicos decisores sobre as compras que fazem, 33% usam parte da sua renda para gastos com outras pessoas/famíliaes. 39% têm consumido mais produtos que não consideram básicos e 17% viram as compras virarem a atividade de lazer preferida. Estes dados demonstram a importância da terceira idade para o mercado consumidor, demonstrando espaço para o seu crescimento.
- Até o fim do ano, desconsiderando compras para o abastecimento da residência, os entrevistados pretendem comprar roupas (29%), viagens (20%) e calçados (19%). No entanto, 29% acreditam que não irão comprar nada até o final do ano.
- 53% dos entrevistados pretendem comprar produtos/serviços que demandam uma quantia financeira maior nos próximos 12 meses: viagens (19%), eletrodomésticos (13%) e tratamentos dentários (12%) foram os mais citados. A demanda reprimida por produtos, em função dos custos, é vivenciada por 33% dos entrevistados e, entre estes, carro ou moto (10%) e viagens (5%) e eletrodomésticos (5%) são os mais citados.

- 55% e 10% dos entrevistados fizeram viagens nacionais e internacionais nos últimos 12 meses, respectivamente. Estas viagens geralmente são pagas à vista (45%) ou parceladas no cartão de crédito (36%).
- A escolha de um estabelecimento para fazer suas compras é feita levando em consideração principalmente preço (69%), qualidade (54%) e atendimento (48%). E os principais locais de compra são farmácias/drogarias (49%), lojas de rua/bairro (41%) e lojas de shoppings (25%).
- Com relação à oferta de produtos para a terceira idade, 31% concordam que há poucos produtos para este segmento e 34% sentem falta de produtos, sendo os mais citados, os celulares com teclado e letras maiores (13%), locais para diversão com público da terceira idade (12%) e roupas (11%). Com relação à roupas, 17% dos entrevistados concordam que é difícil comprá-las, uma vez que o que encontram disponível são para pessoas muito idosas ou muito jovens e não há uma identificação.

- Sobre as empresas e pontos de venda, também há melhoras que precisam ser feitas para 70% dos entrevistados, sendo as mais citadas um bom atendimento (37%), rótulos mais fáceis de serem lidos (34%), ter bancos para descanso (29%) e sinalizações com letras maiores (27%).
- Os serviços de entrega considerados mais relevantes pelos entrevistados são entrega de medicamentos (63%), de compras feitas em supermercados (50%) e lanches ou comida (32%).
- Os meios de comunicação mais consumidos pela terceira idade são a TV aberta (80%), rádio (50%), TV por assinatura (45%) e internet (43%). Novelas (54%), filmes (40%) e saúde (28%) são os tipos de conteúdos que os entrevistados possuem mais interesse.

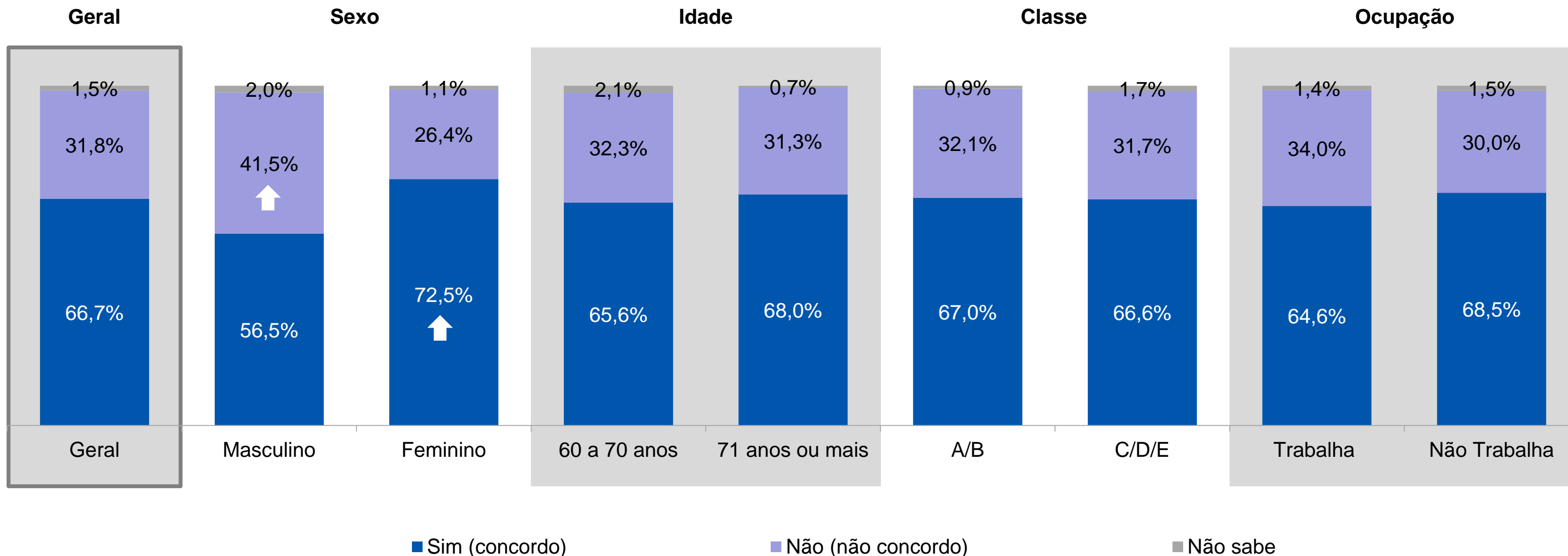
CONSUMO NA TERCEIRA IDADE: Os entrevistados demonstram uma autonomia significativa com relação ao próprio consumo, uma vez que 67% são os únicos decisores de suas compras. 39% aumentaram o consumo com produtos que desejam, ao invés de coisas básicas para casa, 33% usam parte da sua renda para gastos com outras pessoas/familiares e 17% considera as compras uma das atividades de lazer favoritas. Apesar deste protagonismo no consumo, 17% ainda têm dificuldades para comprar roupas que sejam apropriadas a sua idade e 31% concordam que há poucos produtos para a 3ª idade.



RESPOSTAS - RU (% "Sim")	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Eu sou a única pessoa que toma decisões sobre as compras que faço	66,7%	56,5%	72,5% ↑	65,6%	68,0%	67,0%	66,6%	64,6%	68,5%
Hoje gasto menos com coisas básicas para minha casa e mais com as coisas que desejo	39,5%	35,4%	41,8%	40,7%	38,1%	43,3%	37,6%	41,2%	38,0%
Boa parte da minha renda é destinada para gastos de outras pessoas, tais como filhos, netos, etc	33,2%	35,1%	32,2%	32,7%	33,9%	36,6%	31,5%	35,2%	31,5%
Acredito que há poucos produtos voltados para o público da minha idade	30,9%	26,7%	33,3%	26,7%	35,9% ↑	28,1%	32,3%	26,8%	34,6%
Tenho muita dificuldade em comprar roupas, pois a grande maioria é para muito velhinhos ou muito jovens	17,3%	14,2%	19,0%	17,4%	17,2%	13,4%	19,2%	13,6%	20,4%
Comprar virou uma das minhas atividades de lazer favoritas	17,1%	14,9%	18,3%	18,3%	15,7%	20,7%	15,3%	21,6% ↑	13,2%

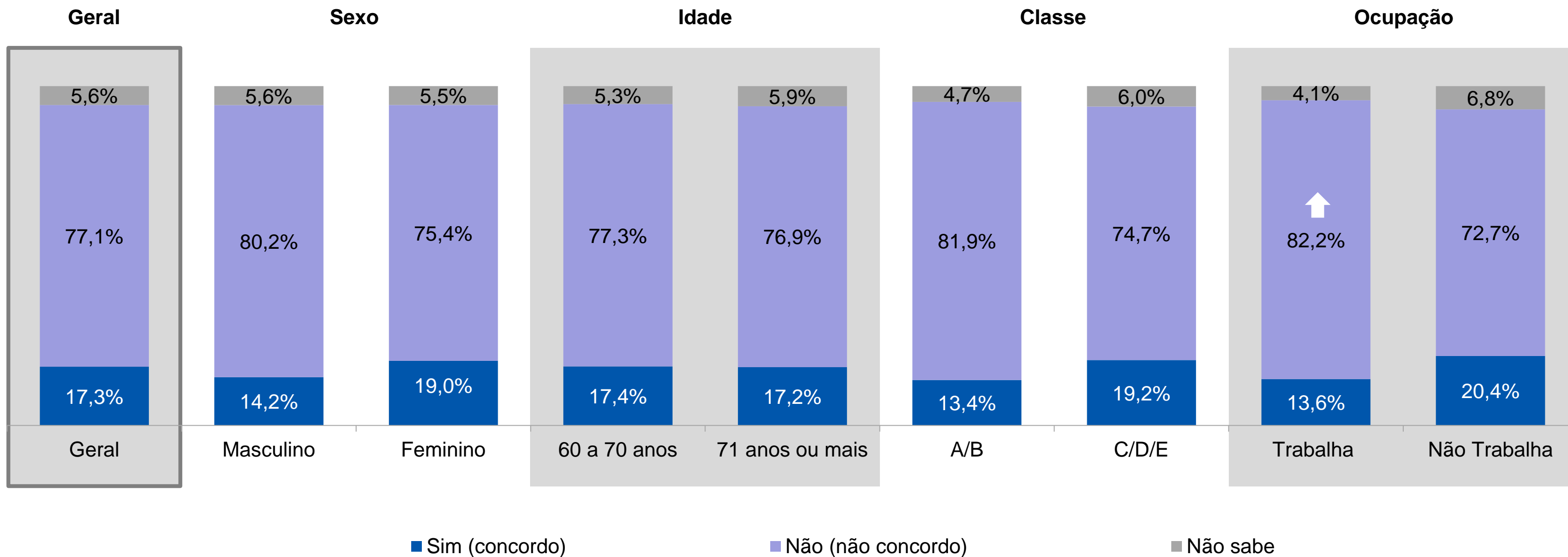
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

SOU A ÚNICA PESSOA QUE TOMA DECISÕES SOBRE AS COMPRAS QUE FAÇO: 67% tomam decisões sozinhas sobre suas compras, principalmente as mulheres.



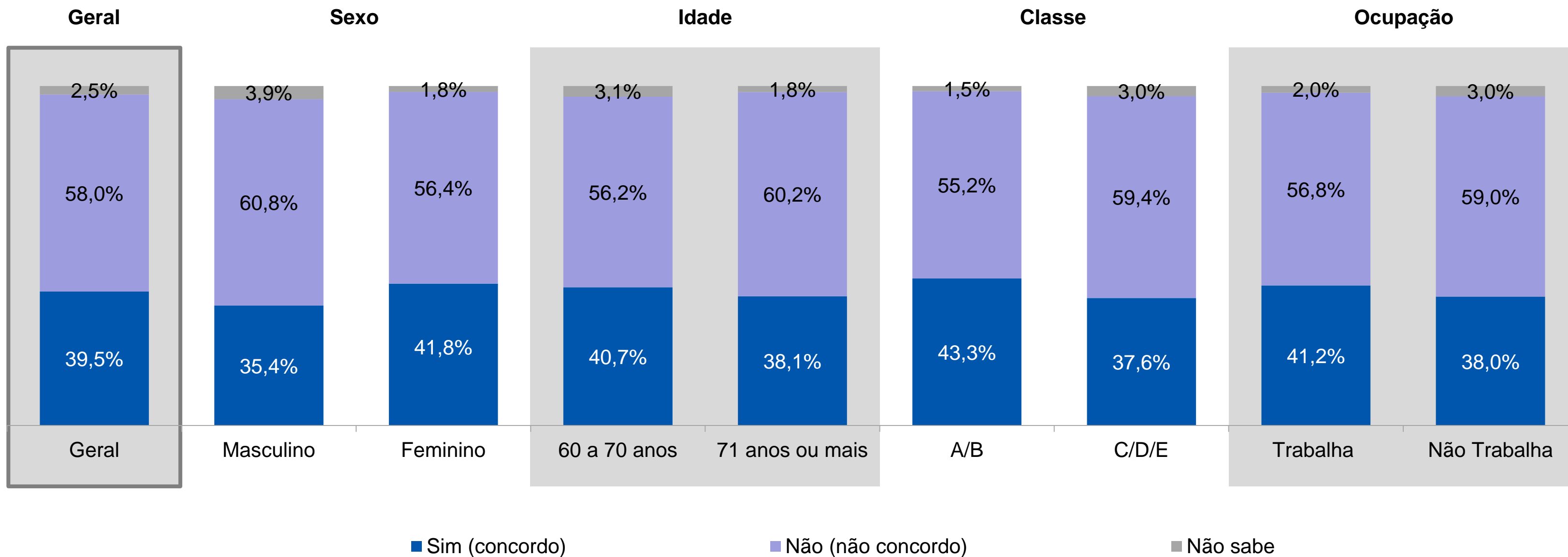
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TENHO MUITA DIFICULDADE EM COMPRAR ROUPAS, POIS A GRANDE MAIORIA É PARA MUITO VELHINHOS OU MUITO JOVENS: 17% têm dificuldades para comprar roupas.



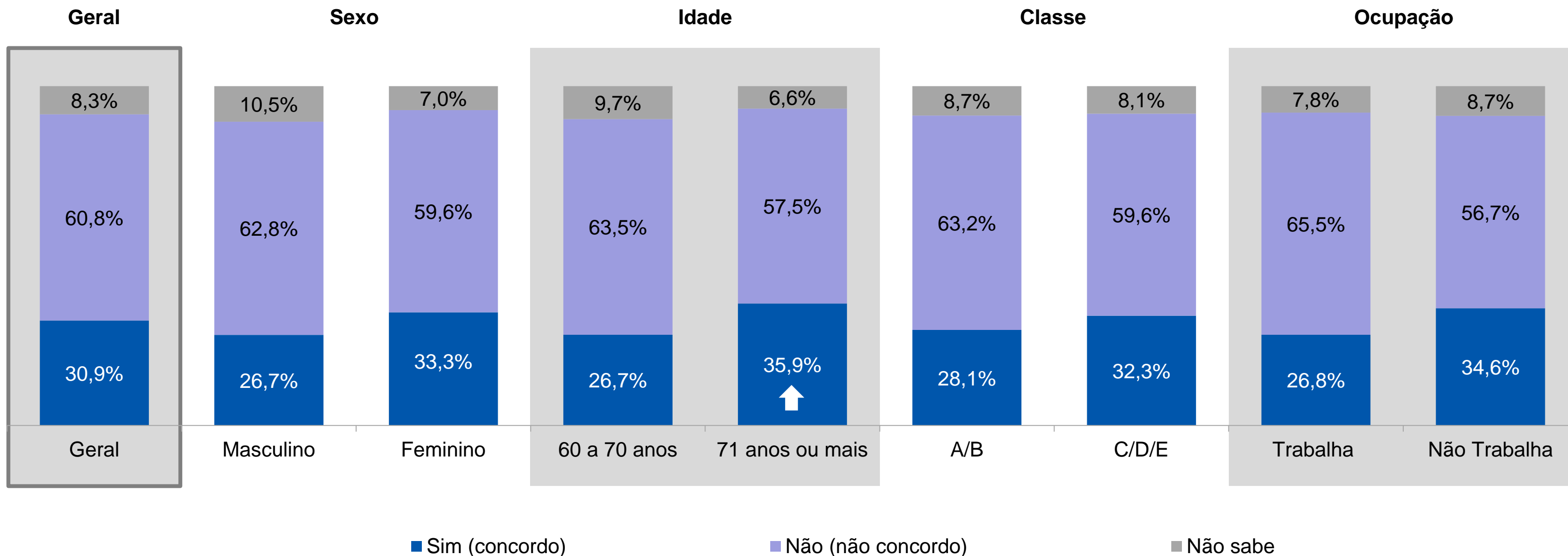
Demographic Group	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Geral	301	318	430	189	260	359	325	294

HOJE GASTO MENOS COM COISAS BÁSICAS PARA MINHA CASA E MAIS COM AS COISAS QUE DESEJO: 39% gastam mais atualmente com as coisas que deseja em detrimento de compras básicas para casa.



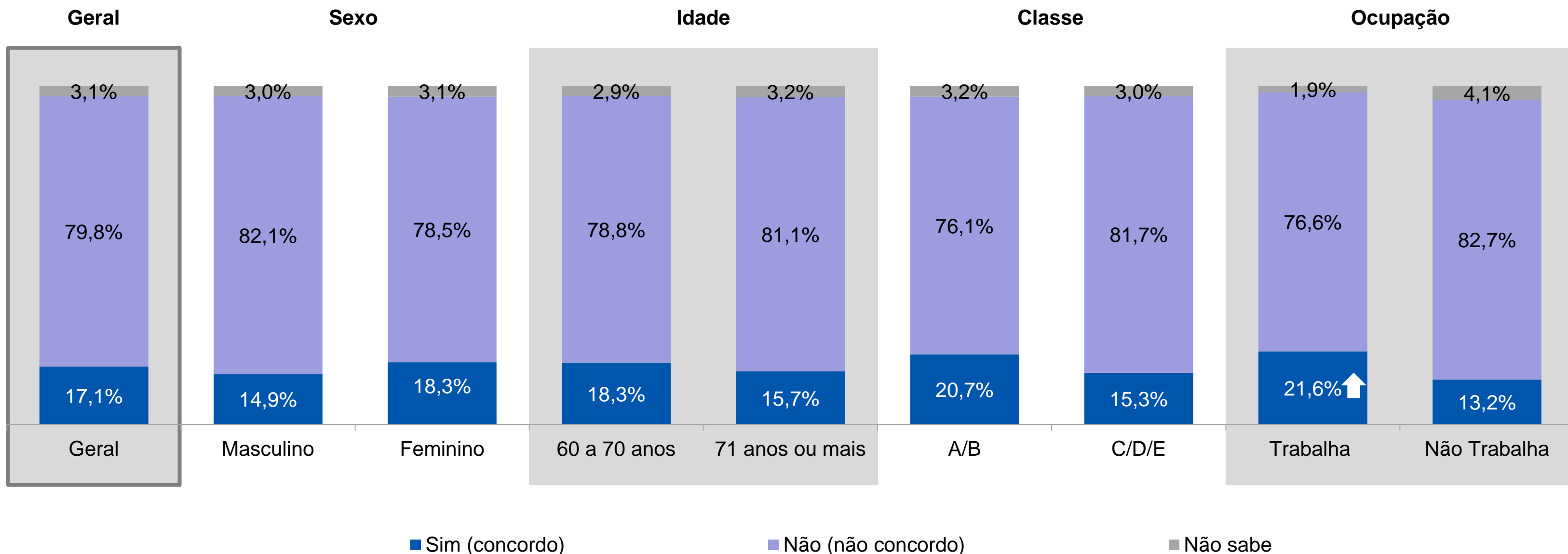
Demographic Group	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Geral	301	318	430	189	260	359	325	294

HÁ POUCOS PRODUTOS VOLTADOS PARA O PÚBLICO DA MINHA IDADE: 31% concordam que há poucos produtos para a 3ª idade, principalmente entre aqueles com mais de 70 anos.



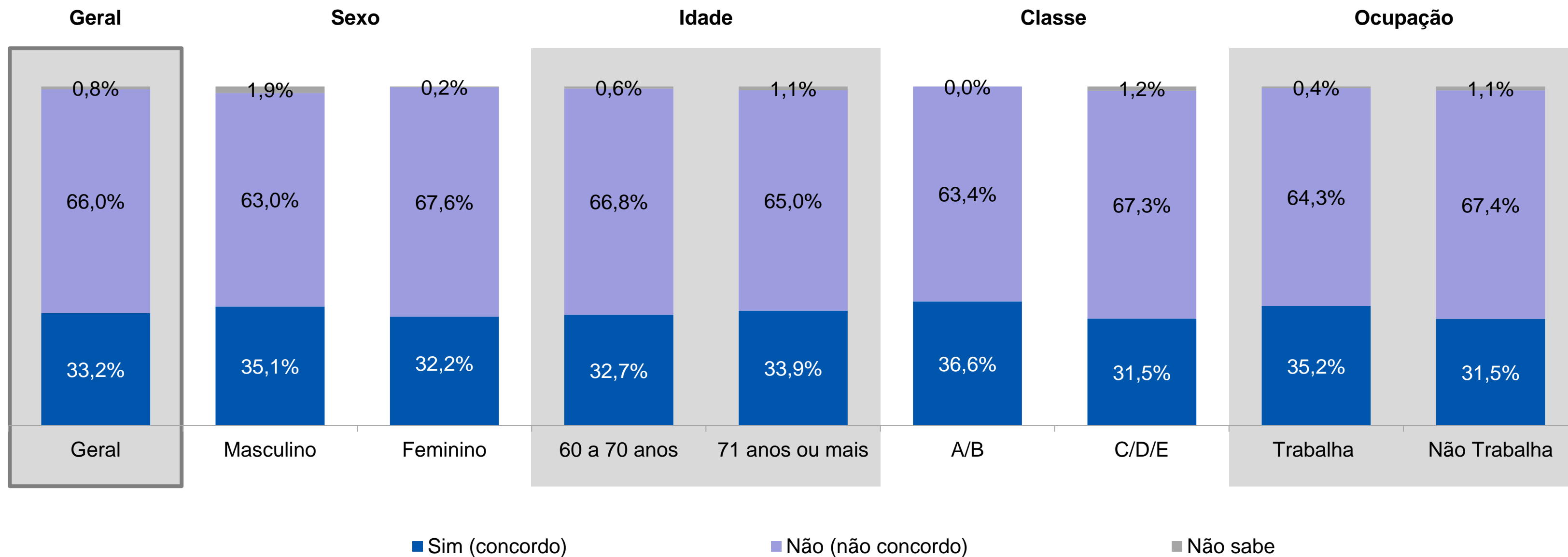
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

COMPRAR VIROU UMA DAS MINHAS ATIVIDADES DE LAZER FAVORITAS: 17% têm nas compras a atividade de lazer favorita, com destaque para quem ainda trabalha.



Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

BOA PARTE DA MINHA RENDA É DESTINADA PARA GASTOS DE OUTRAS PESSOAS: 33% usam parte da sua renda para gastos com outras pessoas/familiares.



Demographic Group	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Geral	301	318	430	189	260	359	325	294

LOCAIS ONDE VOCÊ MAIS REALIZA COMPRA DE PRODUTOS:

Farmácias/drogarias (49%), lojas de rua/bairro desconsiderando as de departamentos (41%, com destaque para a faixa acima de 71 anos e classes C/D/E) e shopping center (25%) são os pontos de venda mais frequentados pelos entrevistados.



RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Farmácias/drogarias	48,7%	52,4%	46,6%	45,0%	53,1%	45,8%	50,1%	45,9%	51,1%
Lojas de rua/bairro (exceto lojas de departamento)	40,6%	37,4%	42,4%	36,2%	46,0% ↑	34,2%	43,8% ↑	40,2%	41,0%
Shopping Center (exceto lojas de departamento)	24,8%	25,2%	24,5%	30,4% ↑	18,0%	45,7% ↑	14,2%	26,6%	23,2%
Lojas de departamento (Marisa, C&A, Renner, etc)	23,2%	19,4%	25,3%	28,7% ↑	16,6%	29,9% ↑	19,8%	26,5%	20,3%
Shopping popular/ galeria comercial	13,9%	13,6%	14,1%	16,2%	11,1%	14,8%	13,5%	16,4%	11,8%
Internet/ lojas virtuais (exceto sites de compra coletiva)	13,4%	21,3% ↑	8,9%	21,4% ↑	3,8%	21,9% ↑	9,1%	16,3%	10,9%
Revendedores de cosméticos Natura, Avon etc	11,9%	5,9%	15,3% ↑	16,6% ↑	6,4%	14,6%	10,6%	11,8%	12,1%
Comércio ambulante (camelô)	11,5%	6,8%	14,1% ↑	8,6%	14,9% ↑	6,2%	14,1% ↑	9,6%	13,1%
Sacoleiras / venda porta a porta	4,1%	4,4%	3,9%	4,6%	3,5%	3,2%	4,5%	4,6%	3,6%
Sites de Compra coletiva	2,5%	4,7%	1,3%	4,2% ↑	0,5%	5,6% ↑	0,9%	3,6%	1,6%
TV (Polishop, leilões na TV, Shoptime, etc)	1,7%	1,9%	1,5%	2,6%	0,5%	3,1%	0,9%	2,1%	1,3%
Outlets	1,1%	2,1%	0,5%	1,7%	0,4%	2,5%	0,3%	1,8%	0,4%
Não sabe	8,2%	9,3%	7,5%	6,1%	10,6%	4,4%	10,1% ↑	7,4%	8,9%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

O QUE PRETENDE OU ACREDITA QUE IRÁ COMPRAR ATÉ O FIM

DO ANO? Os produtos com maior intenção de compras até o fim do ano são roupas (29%, com destaque para a classe A/B), viagens (20%, com destaque para a faixa entre 60 a 70 anos, classe A/B e que ainda trabalham) e calçados (sobretudo homens, faixa de 60 a 70 anos e classe A/B). 29% acreditam que não irão comprar nada, principalmente entre os acima de 71 anos, das classes C/D/E e que não trabalham.



RESPOSTAS - RM (Parte 1/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Roupas	29,1%	31,1%	28,0%	31,3%	26,5%	40,0% ↑	23,7%	29,9%	28,4%
Viagens	19,6%	22,2%	18,0%	25,5% ↑	12,4%	32,6% ↑	13,0%	24,3% ↑	15,5%
Calçados (tênis, sandálias, scarpins, sapato social, etc)	19,5%	24,5% ↑	16,6%	24,5% ↑	13,4%	27,3% ↑	15,5%	22,7%	16,7%
Perfumes/Cosméticos	14,3%	13,3%	14,8%	17,9% ↑	9,9%	19,8% ↑	11,5%	18,6% ↑	10,6%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, cafeteira, etc)	13,6%	13,4%	13,8%	16,7% ↑	9,9%	20,2% ↑	10,3%	13,9%	13,4%
Tratamentos dos dentes (porcelana, implantes etc)	12,2%	16,0%	10,1%	15,9% ↑	7,8%	19,6% ↑	8,5%	14,1%	10,6%
Móveis	9,7%	10,0%	9,6%	10,3%	9,0%	10,7%	9,3%	10,0%	9,5%
Livros/revistas/jornais	8,6%	14,2% ↑	5,4%	12,8% ↑	3,5%	15,7% ↑	5,0%	10,9%	6,6%
Celular/ Smartphone	7,8%	12,5% ↑	5,2%	10,5% ↑	4,6%	11,4%	6,1%	12,7% ↑	3,7%
Eletrônicos (TV, DVD, aparelho de som, mp3, câmera digital, etc)	7,8%	10,7%	6,1%	8,5%	7,0%	11,5%	5,9%	8,5%	7,2%
Carro, moto	7,4%	12,8% ↑	4,4%	12,1% ↑	1,9%	10,2%	6,1%	12,0% ↑	3,5%
Acessórios (cintos, bolsas, bijouterias)	7,3%	2,8%	9,8% ↑	7,6%	7,0%	12,3% ↑	4,8%	6,6%	7,9%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

Continua...

O QUE PRETENDE OU ACREDITA QUE IRÁ COMPRAR ATÉ O FIM DO ANO? (continuação)



RESPOSTAS - RM (Parte 2/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Serviços de salão de beleza	6,0%	2,4%	8,0% ↑	6,1%	5,9%	11,1% ↑	3,4%	6,1%	5,9%
Maquiagens	6,0%	0,5%	9,0% ↑	6,9%	4,8%	11,3% ↑	3,3%	7,2%	4,9%
Computador/Notebook/ Tablet	5,9%	10,2% ↑	3,4%	9,0% ↑	2,1%	11,0% ↑	3,3%	7,6%	4,4%
Tratamentos dermatológicos (manchas, peelings, botox etc)	4,3%	4,0%	4,5%	4,3%	4,4%	6,2%	3,4%	3,4%	5,1%
Materiais de construção	1,3%	1,2%	1,3%	1,4%	1,2%	0,5%	1,7%	2,1%	0,6%
Jóias	0,5%	0,6%	0,4%	0,7%	0,2%	1,2%	0,1%	0,6%	0,4%
Presentes	0,5%	-	0,7%	-	1,0%	-	0,7%	-	0,8%
Casa	0,4%	-	0,6%	0,7%	-	-	0,6%	0,3%	0,5%
Cortinas	0,2%	-	0,2%	0,3%	-	0,5%	-	-	0,3%
Nenhum	29,5%	28,8%	29,9%	18,3%	42,9% ↑	20,5%	34,1% ↑	23,6%	34,6% ↑
Não sabe	6,6%	8,7%	5,5%	6,7%	6,6%	6,0%	6,9%	9,2% ↑	4,4%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

INTENÇÃO DE COMPRA DE PRODUTO E/OU SERVIÇO DE MAIOR VALOR FINANCEIRO NOS PRÓXIMOS 12 MESES:



47% não têm intenção de comprar nenhum produto ou serviço de alto valor nos próximos 12 meses, principalmente mulheres, aqueles acima de 71 anos e das classes C/D/E. Entre os que pretendem comprar, viagens (19%), eletrodomésticos (13%) e tratamento dos dentes (12%) são os mais citados.

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Nenhum	47,3%	39,2%	51,9% ↑	38,4%	57,9% ↑	33,0%	54,5% ↑	44,7%	49,6%
Viagens	19,1%	21,1%	18,0%	22,8% ↑	14,8%	35,1% ↑	11,1%	19,7%	18,6%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, cafeteira, etc)	12,6%	10,6%	13,8%	16,1% ↑	8,6%	16,9% ↑	10,5%	11,8%	13,4%
Tratamento dos dentes (porcelana, implantes etc)	11,7%	14,8%	10,0%	15,2% ↑	7,5%	12,7%	11,2%	12,7%	10,8%
Carro, moto	11,6%	19,9% ↑	7,0%	18,9% ↑	2,9%	20,2% ↑	7,3%	17,1% ↑	6,9%
Celular/ Smartphone	8,5%	12,9% ↑	6,0%	10,9% ↑	5,6%	11,4%	7,0%	12,3% ↑	5,2%
Móveis	8,3%	6,8%	9,1%	8,6%	7,9%	9,4%	7,7%	9,2%	7,5%
Eletrônicos (TV, DVD, aparelho de som, mp3, câmera digital, etc)	7,1%	9,0%	6,1%	6,3%	8,2%	9,0%	6,2%	7,0%	7,3%
Computador/Notebook/ Tablet	4,9%	10,4% ↑	1,8%	7,8% ↑	1,4%	9,1% ↑	2,8%	7,0%	3,1%
Outros	8,6%	9,9%	7,9%	9,0%	8,2%	10,5%	7,7%	9,7%	7,7%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

VIAGENS NACIONAIS A PASSEIO REALIZADAS NOS ÚLTIMOS



12 MESES: 55% fizeram ao menos uma viagem nacional nos últimos 12 meses, principalmente pessoas das classes A/B e que ainda trabalham. Em média foram feitas 2,7 viagens.

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Nenhuma	44,8%	41,0%	46,9%	40,9%	49,4%	26,8%	53,8% ↑	39,6%	49,2% ↑
1	22,1%	21,7%	22,3%	21,7%	22,5%	24,0%	21,1%	22,5%	21,7%
2	12,1%	12,3%	11,9%	14,3%	9,3%	14,1%	11,0%	14,8%	9,7%
3	7,7%	9,4%	6,8%	8,7%	6,6%	9,4%	6,9%	8,2%	7,3%
4	4,4%	2,2%	5,6%	3,9%	4,9%	7,1%	3,0%	4,3%	4,4%
5	3,7%	5,7%	2,6%	4,8%	2,4%	7,6% ↑	1,7%	4,3%	3,2%
6	2,0%	2,7%	1,7%	2,6%	1,4%	4,8% ↑	0,6%	2,2%	1,9%
7	0,5%	1,4%	-	0,3%	0,7%	0,9%	0,3%	-	0,9%
8	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	1,3%	0,1%	0,5%	0,5%
9	0,2%	0,5%	-	0,1%	0,3%	0,4%	0,1%	0,1%	0,3%
10	0,4%	0,3%	0,4%	0,2%	0,5%	1,1%	-	0,3%	0,5%
Mais de 10	1,7%	2,3%	1,4%	1,9%	1,5%	2,4%	1,4%	3,2% ↑	0,4%
Média	2,7	3,0	2,5	2,7	2,6	3,2 ↑	2,3	2,8	2,6

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

VIAGENS INTERNACIONAIS A PASSEIO REALIZADAS NOS

ÚLTIMOS 12 MESES: 10% fizeram ao menos uma viagem internacional nos últimos 12 meses, principalmente homens e pessoas das classes A/B. Em média foram feitas 2,0 viagens internacionais.



RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Nenhuma	90,5%	85,2%	93,4% ↑	88,8%	92,5%	78,0%	96,8% ↑	88,3%	92,3%
1	6,8%	9,5%	5,3%	7,3%	6,2%	16,8% ↑	1,8%	7,9%	5,8%
2	1,2%	1,1%	1,2%	2,0%	0,2%	2,9%	0,3%	1,5%	0,9%
3	0,3%	0,7%	0,1%	0,6%	-	0,8%	0,1%	0,6%	0,1%
4	0,2%	0,7%	-	0,2%	0,3%	0,4%	0,2%	-	0,5%
5	0,1%	0,3%	-	0,2%	-	-	0,2%	0,3%	-
6	0,0%	0,1%	-	0,1%	-	-	0,1%	-	0,1%
7	0,2%	0,5%	-	-	0,4%	0,5%	-	0,4%	-
8	0,4%	1,0%	-	0,3%	0,4%	0,5%	0,3%	0,4%	0,3%
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	0,1%	0,2%	-	0,2%	-	0,1%	0,1%	0,2%	-
Mais de 10	0,2%	0,6%	-	0,4%	-	-	0,3%	0,5%	-
Média	2,0	2,7	1,2	2,1	1,8	1,6	3,4	2,3	1,7

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

PRINCIPAL FORMA DE PAGAMENTO DAS VIAGENS: As principais formas de pagamento das viagens feitas são à vista (45%) e parcelado no cartão de crédito (36%, sobretudo 60 a 70 anos, classes A/B e que ainda trabalham).



RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
À vista	45,5%	52,0%	41,5%	47,0%	43,5%	42,1%	48,3%	43,1%	48,0%
Parcelado no cartão de crédito	35,7%	37,1%	34,8%	41,0% ↑	28,3%	43,0% ↑	29,8%	43,1% ↑	28,1%
Quem paga são outras pessoas/ familiares	11,5%	3,4%	16,6% ↑	7,1%	17,8% ↑	8,0%	14,4% ↑	7,7%	15,4% ↑
Parcelado no carnê	2,3%	1,6%	2,8%	1,4%	3,7%	3,6%	1,3%	2,3%	2,3%
Carteira do idoso	2,2%	2,1%	2,2%	1,3%	3,5%	2,2%	2,2%	1,0%	3,4%
Parcelado no cheque	0,2%	0,6%	-	0,4%	-	0,4%	0,1%	0,3%	0,1%
Não sabe	2,5%	3,2%	2,0%	1,9%	3,3%	0,8%	3,8%	2,4%	2,5%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
389	201	188	282	107	216	173	217	172

O QUE LEVA EM CONSIDERAÇÃO PARA DEFINIR O LOCAL EM QUE IRÁ ADQUIRIR UM PRODUTO OU SERVIÇO?

Preço (69%, sobretudo entre as mulheres), qualidade (54%, destaque para homens, classes A/B e que ainda trabalham) e atendimento (48%) são os atributos mais considerados no processo de decisão de um ponto de venda para a compra de produtos/serviços.



RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Preço	69,0%	62,6%	72,6% ↑	70,9%	66,7%	70,5%	68,3%	70,8%	67,5%
Qualidade	53,7%	61,8% ↑	49,1%	57,2%	49,5%	62,1% ↑	49,4%	61,1% ↑	47,2%
Atendimento	47,6%	44,1%	49,6%	49,3%	45,5%	46,6%	48,1%	47,0%	48,1%
Confiança no estabelecimento	28,4%	35,0% ↑	24,7%	34,8% ↑	20,7%	39,6% ↑	22,8%	29,8%	27,3%
Variedade de produtos e/ou serviços oferecidos	21,9%	23,7%	20,8%	25,4%	17,7%	27,6% ↑	19,0%	25,8%	18,5%
Localização	20,9%	17,4%	22,8%	21,6%	20,0%	21,3%	20,6%	21,7%	20,1%
Ser bem recomendado por amigos e conhecidos	11,2%	11,4%	11,1%	14,3% ↑	7,5%	17,1% ↑	8,2%	12,8%	9,8%
Propaganda	6,1%	8,2%	5,0%	5,8%	6,5%	7,8%	5,3%	4,9%	7,2%
Ser uma loja de uma rede grande	6,1%	9,4% ↑	4,2%	6,5%	5,6%	8,7%	4,7%	5,8%	6,3%
Ser bem recomendado por pessoas famosas	3,2%	5,5% ↑	1,9%	4,4%	1,7%	3,4%	3,1%	3,5%	2,9%
Não sabe	6,1%	8,0%	5,0%	4,4%	8,2%	7,1%	5,6%	5,5%	6,6%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

PRODUTOS QUE MAIS SENTEM FALTA PARA A 3ª IDADE:

34% sentem falta de produtos específicos para a 3ª idade, tais como celulares com teclados e letras maiores (13%), locais para sair como bares, restaurantes e casas noturnas voltados para a 3ª idade (12%, com destaque para os homens e pessoas de 60 a 70 anos) e roupas (11%).



RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Celulares com letras/teclados maiores	13,1%	10,9%	14,3%	12,7%	13,5%	11,6%	13,8%	12,9%	13,2%
Locais pra sair a noite (e de dia) / que tenham público da terceira idade/ bares, restaurantes e casas noturnas	11,7%	16,0% ↑	9,2%	14,6% ↑	8,2%	15,4%	9,8%	14,5%	9,3%
Roupas	11,3%	7,9%	13,3%	11,2%	11,4%	10,2%	11,9%	10,4%	12,1%
Alimentos especiais	8,5%	8,2%	8,7%	9,5%	7,3%	11,4%	7,1%	8,3%	8,7%
Turismo exclusivo para nossa idade	7,6%	9,5%	6,5%	9,7%	5,2%	9,3%	6,8%	7,9%	7,4%
Porções individuais de alimentos	5,7%	7,1%	4,9%	6,2%	5,1%	5,9%	5,6%	7,5%	4,2%
Produtos de beleza	3,4%	2,6%	3,8%	2,5%	4,4%	3,9%	3,1%	3,4%	3,3%
Academia	2,1%	3,4%	1,4%	3,9%	-	2,5%	1,9%	3,8%	0,6%
Maquiagem	2,0%	0,6%	2,9%	2,3%	1,8%	2,2%	2,0%	1,5%	2,5%
Não sinto falta de nada	65,4%	66,2%	65,0%	64,6%	66,4%	64,2%	66,0%	65,7%	65,2%
Não sabe	0,6%	0,9%	0,3%	-	1,2%	-	0,8%	-	1,0%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

O QUE PODERIA MELHORAR NAS EMPRESAS QUE PRODUZEM PRODUTOS E TAMBÉM ESTABELECEMENTOS COMERCIAIS?



70% acham que as empresas e pontos de venda têm algo a melhorar, principalmente o atendimento (37%, com destaque para homens), rótulos mais fáceis de serem lidos (34%, com destaque para as classes A/B), ter bancos para descanso (29%) e sinalizações com letras maiores (27%, sobretudo entre as mulheres).

RM (Parte 1/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Ter um bom atendimento	36,8%	42,9% ↑	33,3%	40,2%	32,7%	41,1%	34,6%	35,1%	38,3%
Ter rótulos de produtos que sejam fáceis de ler	34,2%	35,4%	33,6%	37,3%	30,6%	41,0% ↑	30,8%	32,9%	35,3%
Ter bancos para descansar	29,1%	30,5%	28,3%	27,5%	31,0%	27,6%	29,9%	27,5%	30,5%
Ter uma sinalização com letras maiores	27,5%	22,2%	30,6% ↑	27,8%	27,3%	26,9%	27,9%	26,5%	28,5%
Ter prateleiras fáceis de alcançar	23,5%	19,4%	25,8%	25,6%	21,0%	25,1%	22,7%	22,6%	24,2%
Ter uma boa iluminação	23,4%	26,2%	21,8%	27,5% ↑	18,4%	21,9%	24,1%	24,0%	22,8%
Ter acesso por rampas	23,3%	21,2%	24,5%	22,3%	24,5%	25,0%	22,4%	20,9%	25,4%
Ter embalagens fáceis de abrir	22,3%	23,8%	21,4%	26,8% ↑	16,8%	25,2%	20,8%	24,6%	20,2%
Informações nutricionais fáceis de entender nas embalagens	18,3%	23,6% ↑	15,4%	22,9% ↑	12,9%	22,4%	16,3%	16,6%	19,9%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

Continua...

O QUE PODERIA MELHORAR NAS EMPRESAS QUE PRODUZEM PRODUTOS E TAMBÉM ESTABELECEMENTOS COMERCIAIS? (continuação)



RESPOSTAS - RM (Parte 2/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Ter produtos que satisfaçam necessidades especiais de alimentação	12,8%	17,6% ↑	10,1%	18,9% ↑	5,6%	17,3%	10,6%	13,6%	12,1%
Ter sessões exclusivas para idosos	11,4%	15,5% ↑	9,1%	12,9%	9,7%	12,1%	11,1%	10,9%	11,9%
Ter embalagens com quantidade menor de produtos	10,1%	13,5%	8,1%	14,0% ↑	5,3%	11,6%	9,3%	11,7%	8,7%
Outros	0,7%	2,0%	0,0%	1,0%	0,4%	0,1%	1,0%	0,6%	0,8%
Nada, está tudo bom assim	25,5%	25,8%	25,3%	23,9%	27,4%	21,5%	27,5%	29,2%	22,3%
Não sabe	4,1%	2,2%	5,2% ↑	2,7%	5,8%	3,0%	4,7%	3,8%	4,4%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

SERVIÇOS OFERECIDOS EM DOMICÍLIO MAIS RELEVANTES:

Entrega de medicamentos (63%), de compras feitas em supermercados (50%) e lanches ou comida (32%) são os serviços oferecidos em domicílio mais relevantes para o público da 3ª idade. 14% não considera nenhum como relevante.



RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Entrega de medicamentos	63,1%	60,7%	64,4%	64,6%	61,3%	60,5%	64,3%	57,8%	67,6% ↑
Entrega de compras feitas nos supermercados	49,6%	41,1%	54,5% ↑	48,9%	50,5%	51,1%	48,9%	46,5%	52,3%
Entrega de lanches e comidas	32,5%	37,7%	29,6%	38,5% ↑	25,4%	40,7% ↑	28,4%	36,5%	29,2%
Consertos em geral / marido de aluguel	14,5%	12,9%	15,4%	19,1% ↑	9,0%	16,6%	13,4%	15,3%	13,7%
Serviços estéticos como cabeleireiro, manicure, etc	9,6%	8,0%	10,5%	10,2%	8,8%	13,0%	7,9%	10,3%	9,0%
Outros	0,3%	0,8%	-	0,5%	-	-	0,6%	0,3%	0,3%
Nenhum	13,6%	13,3%	13,8%	11,7%	16,0%	12,5%	14,2%	16,4%	11,2%
Não sabe	7,2%	9,2%	6,1%	6,6%	7,9%	7,6%	7,0%	6,6%	7,7%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

MEIOS DE COMUNICAÇÃO QUE ASSISTE, OUVE OU LÊ



FREQUENTEMENTE: A TV aberta ainda é o meio de comunicação mais consumido pela terceira idade (80%, com destaque entre as mulheres, pessoas acima de 71 anos e classes C/D/E), seguida à distância pelo rádio (50%), TV por assinatura (45%) e internet (43%).

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
TV aberta	80,3%	74,4%	83,7% ↑	75,4%	86,3% ↑	74,2%	83,4% ↑	82,2%	78,7%
Rádio	50,1%	54,6%	47,6%	50,9%	49,2%	50,0%	50,2%	51,7%	48,8%
TV por assinatura	44,9%	52,1% ↑	40,8%	53,3% ↑	34,8%	68,7% ↑	32,9%	43,1%	46,4%
Internet	43,1%	57,0% ↑	35,2%	63,2% ↑	19,1%	62,2% ↑	33,5%	53,9% ↑	33,8%
Jornal impresso	27,9%	37,5% ↑	22,5%	33,0% ↑	21,8%	40,0% ↑	21,8%	35,7% ↑	21,2%
Revista	20,2%	21,7%	19,3%	23,9% ↑	15,7%	31,4% ↑	14,5%	22,1%	18,5%
Nenhum	0,8%	2,1% ↑	0,1%	0,5%	1,1%	1,2%	0,6%	0,7%	0,8%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TIPO DE PROGRAMA OU ASSUNTO QUE MAIS GOSTA: Novelas (54%, principalmente entre as mulheres, pessoas acima de 71 anos e que não trabalham), filmes (40%, destaque para homens, 60 a 70 anos, classes A/B e que ainda trabalham) e saúde (28%) são os programas preferidos dos entrevistados.



* Apenas para quem consome algum meio de comunicação

RESPOSTAS - RM (Parte 1/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Novela	53,9%	25,3%	69,8% ↑	47,1%	62,1% ↑	53,0%	54,4%	48,6%	58,6% ↑
Filmes	40,5%	53,5% ↑	33,2%	49,6% ↑	29,5%	52,6% ↑	34,4%	47,1% ↑	34,7%
Saúde	28,5%	24,5%	30,7%	32,2%	24,1%	31,7%	26,9%	31,3%	26,1%
Política	27,9%	45,9% ↑	17,9%	32,6% ↑	22,2%	37,4% ↑	23,2%	29,9%	26,2%
Cultura	21,2%	29,7% ↑	16,5%	29,2% ↑	11,6%	31,3% ↑	16,2%	26,6% ↑	16,6%
Economia	20,6%	38,7% ↑	10,6%	27,8% ↑	12,0%	31,8% ↑	15,0%	27,5% ↑	14,6%
Gastronomia/culinária	20,4%	15,7%	23,1%	25,8% ↑	13,9%	28,7% ↑	16,3%	23,3%	17,9%
Humor	19,5%	24,8% ↑	16,5%	24,9% ↑	12,9%	26,9% ↑	15,8%	22,6%	16,8%
Notícias sobre celebridades/pessoas famosas	17,4%	10,5%	21,2% ↑	17,4%	17,4%	14,5%	18,8%	16,9%	17,8%
Seriados	15,9%	19,3%	13,9%	22,1% ↑	8,4%	23,2% ↑	12,2%	19,3%	12,9%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
613	296	317	427	186	257	356	323	290

Continua...

TIPO DE PROGRAMA OU ASSUNTO QUE MAIS GOSTA: (continuação)



* Apenas para quem consome algum meio de comunicação

RESPOSTAS - RM (Parte 2/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Programas de auditório	15,6%	12,3%	17,5%	15,8%	15,5%	14,7%	16,1%	13,6%	17,4%
Previsão do tempo	13,4%	17,8%	11,0%	16,7% ↑	9,5%	20,3% ↑	10,0%	14,7%	12,3%
Comportamento	10,1%	10,0%	10,2%	12,1%	7,7%	13,6%	8,4%	10,7%	9,6%
Moda	9,0%	3,4%	12,1% ↑	11,6% ↑	5,8%	14,2% ↑	6,4%	10,6%	7,5%
Beleza	8,5%	2,6%	11,8% ↑	12,3% ↑	4,0%	12,0%	6,8%	11,0%	6,4%
Jornal	6,4%	4,2%	7,6%	4,3%	8,9%	4,3%	7,5%	4,5%	8,1%
Esporte	3,8%	9,0% ↑	0,9%	3,7%	3,9%	3,5%	3,9%	3,8%	3,7%
Programas religiosos	3,5%	0,0%	5,5% ↑	1,7%	5,7% ↑	1,5%	4,6%	3,0%	4,0%
Noticiário	3,3%	3,6%	3,1%	2,6%	4,0%	4,1%	2,9%	4,4%	2,3%
Outros	1,6%	1,2%	1,8%	2,0%	1,1%	1,2%	1,8%	2,0%	1,2%
Não sabe	0,6%	1,1%	0,3%	0,4%	0,9%	-	0,9%	-	1,1%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
613	296	317	427	186	257	356	323	290



**Acesso à
serviços
financeiros e
Uso do crédito**

- Conta corrente (69%) e cartão de crédito (58%) são os serviços financeiros mais utilizados pelos entrevistados. Em seguida temos cartão de loja (37%), seguro de vida (25%), limite no cheque especial (19%), empréstimo consignado (18%), crediário/carnê (13%) e empréstimo pessoal (12%). De uma forma geral, percebe-se que as pessoas com idade entre 60 e 70 anos e das classes A/B são as que mais têm acesso aos serviços investigados e 41% não analisaram as tarifas ou juros cobrados ao contratar estes serviços.
- Os produtos que mais são comprados no crédito são o vestuário (39%), eletrodomésticos (33%) e eletroeletrônicos (26%). 34% dos entrevistados nunca compram no crédito. Considerando o último mês, 19% dos entrevistados da terceira idade compraram algo sem necessidade estimulados pelo crédito fácil, principalmente roupas.

USO DO CRÉDITO E ACESSO À SERVIÇOS FINANCEIROS



- 33% não compra algo que tem vontade por falta de crédito, sendo carro ou moto os mais desejados (10%). Em seguida temos viagens (5%) e eletrodomésticos (5%).
- 15% dos entrevistados já passaram pela situação de ter o crédito negado, principalmente em bancos (5%), lojas de eletroeletrônicos (4%) e financeiras (4%). Passar por isto gera sentimentos negativos em 77% dos entrevistados, principalmente constrangimento (29%), chateação (21%) e humilhação (16%).
- 19% já fizeram empréstimo pessoal ou consignado para uso de terceiros (filhos, cônjuge, outros familiares), sendo as principais finalidades o pagamento de dívidas (39%) e compra de carro/moto (15%). 16% não souberam dizer o destino do dinheiro.

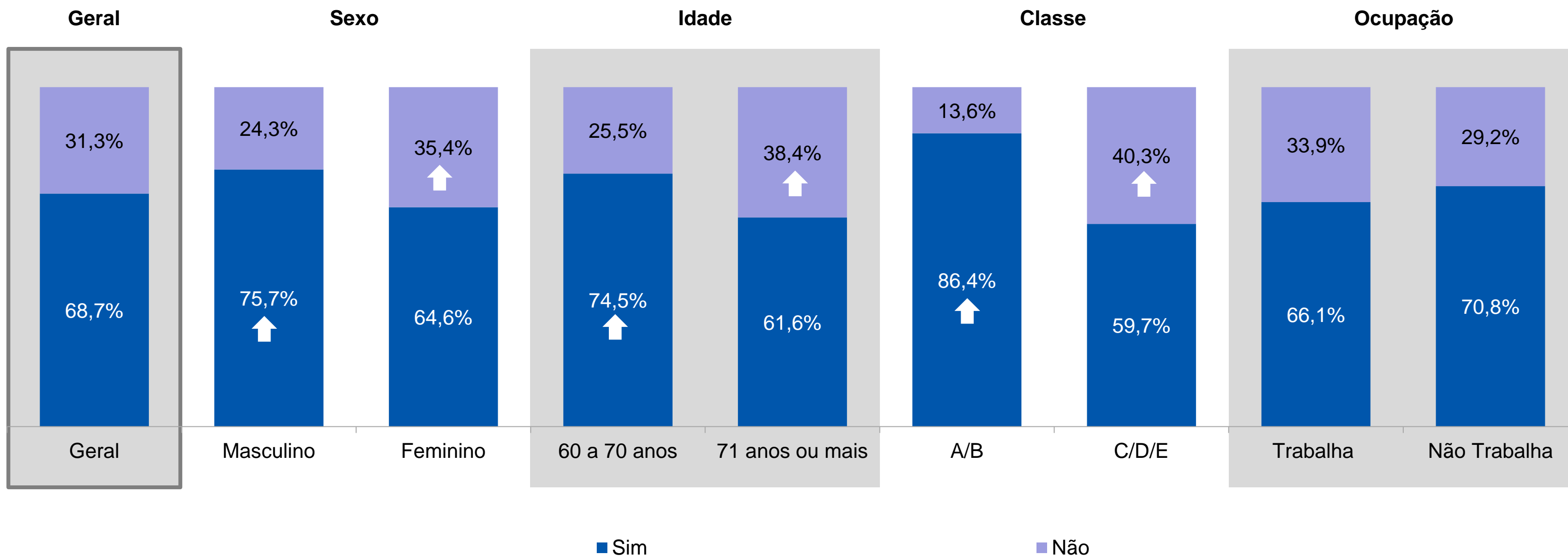
POSSE DE SERVIÇOS FINANCEIROS/CRÉDITO: Conta corrente (69%, com destaque para homens, 60 a 70 anos, das classes A/B) e cartão de crédito (58%, destaque para 60 a 70 anos, classes A/B) são os serviços mais utilizados pelos entrevistados. Empréstimos e crediários são os menos utilizados. De uma forma geral, percebe-se que as pessoas com idade entre 60 e 70 anos e das classes A/B são as que mais têm acesso aos serviços investigados.



RESPOSTAS - RU por item (% "Sim")	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Conta corrente	68,7%	75,7% ↑	64,6%	74,5% ↑	61,6%	86,4% ↑	59,7%	66,1%	70,8%
Cartão de crédito	58,0%	60,3%	56,8%	66,9% ↑	47,4%	76,7% ↑	48,7%	59,6%	56,7%
Cartão de loja	36,7%	32,7%	39,0%	40,6%	32,0%	40,2%	34,9%	38,2%	35,4%
Seguro de vida	24,9%	34,2% ↑	19,6%	28,6%	20,4%	42,3% ↑	16,1%	29,4%	20,9%
Limite extra de cheque especial em uso no momento	18,9%	21,8%	17,3%	23,4% ↑	13,6%	31,2% ↑	12,7%	22,1%	16,1%
Empréstimo consignado feito / ainda pagando as prestações	17,6%	21,7%	15,3%	23,9% ↑	10,1%	17,5%	17,7%	17,5%	17,8%
Crediário/ carnê	13,3%	14,0%	12,9%	16,7% ↑	9,2%	10,6%	14,7%	13,8%	12,9%
Empréstimo pessoal feito / ainda pagando as prestações	12,3%	16,8% ↑	9,7%	19,8% ↑	3,3%	15,7%	10,5%	14,4%	10,5%

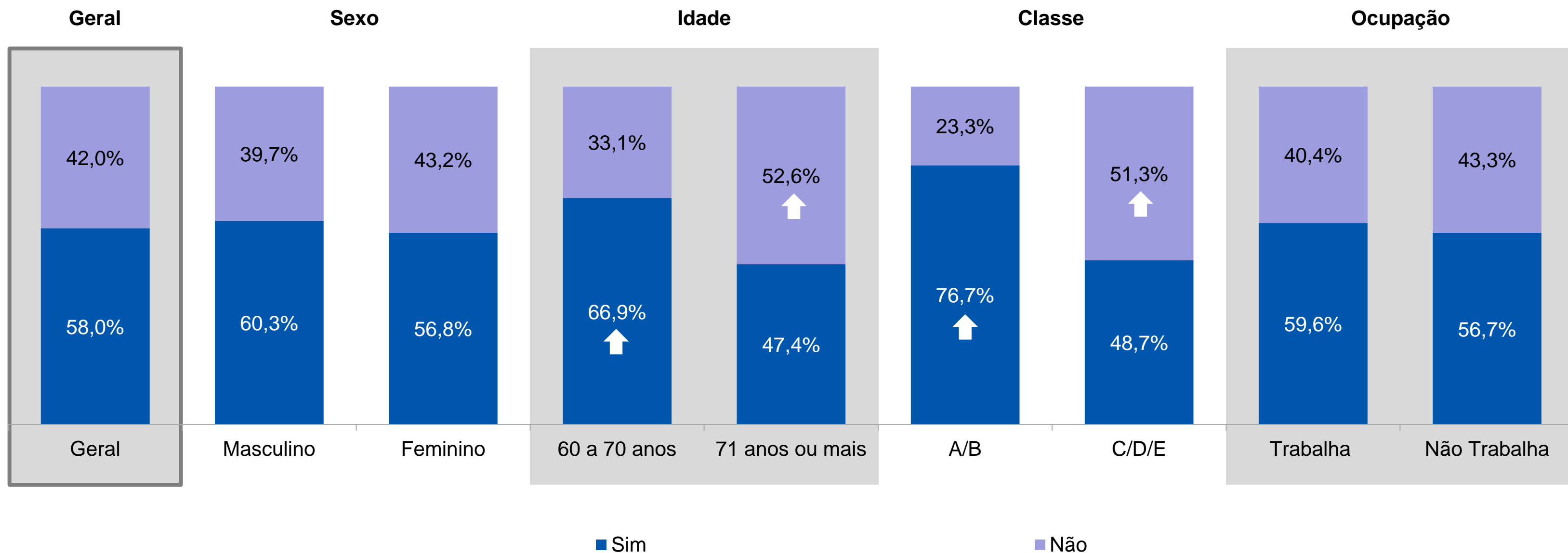
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TEM CONTA CORRENTE? 69% têm conta corrente, principalmente os homens, pessoas com 60 a 70 anos e das classes A/B.



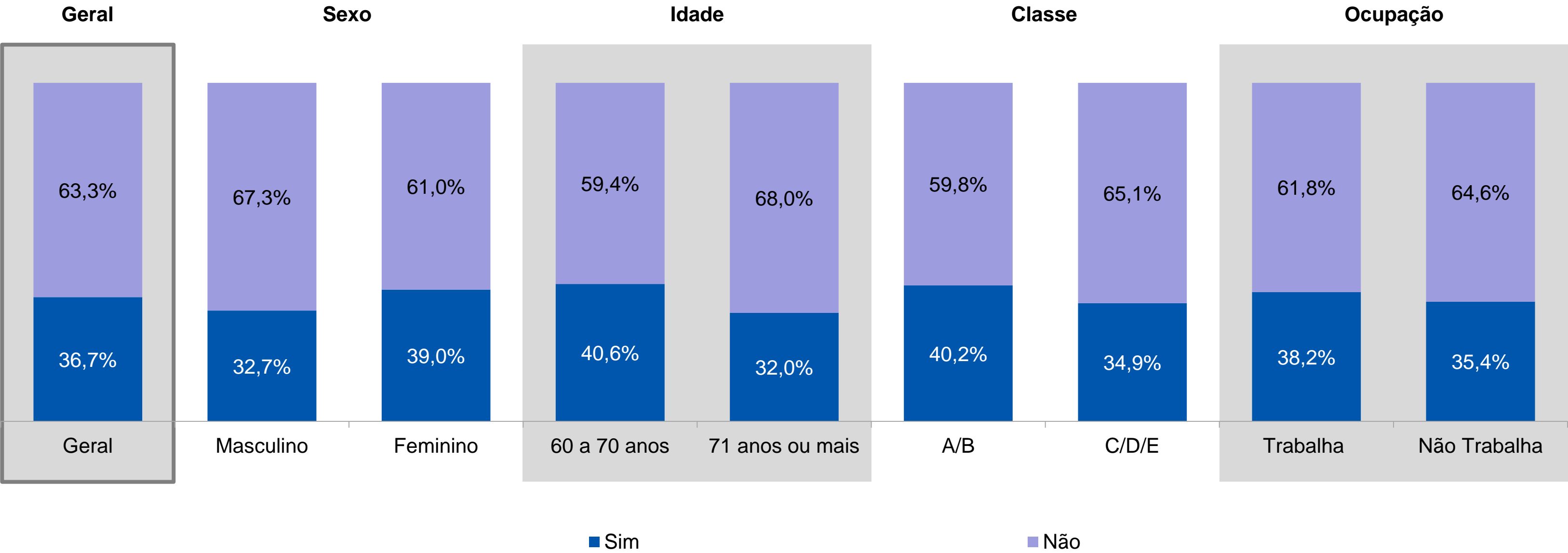
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TEM CARTÃO DE CRÉDITO? 58% têm cartão de crédito, principalmente os que têm idade entre 60 e 70 anos e das classes A/B.



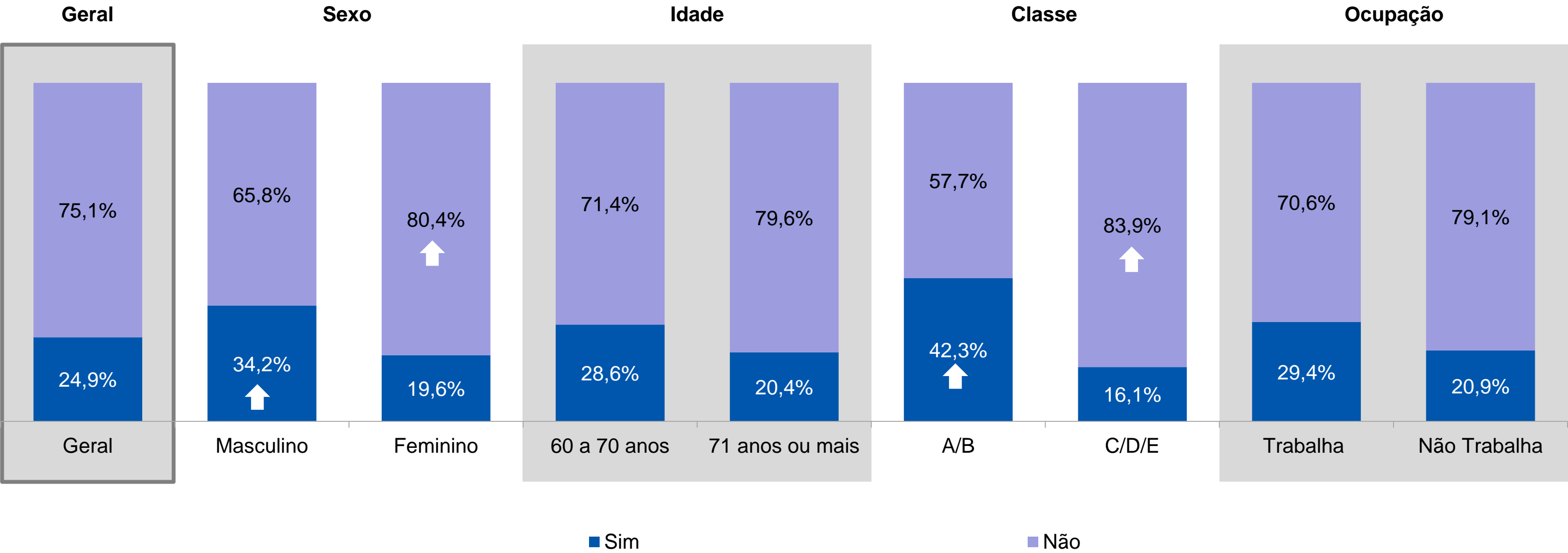
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TEM CARTÃO DE LOJA? 37% têm cartão de loja.



Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

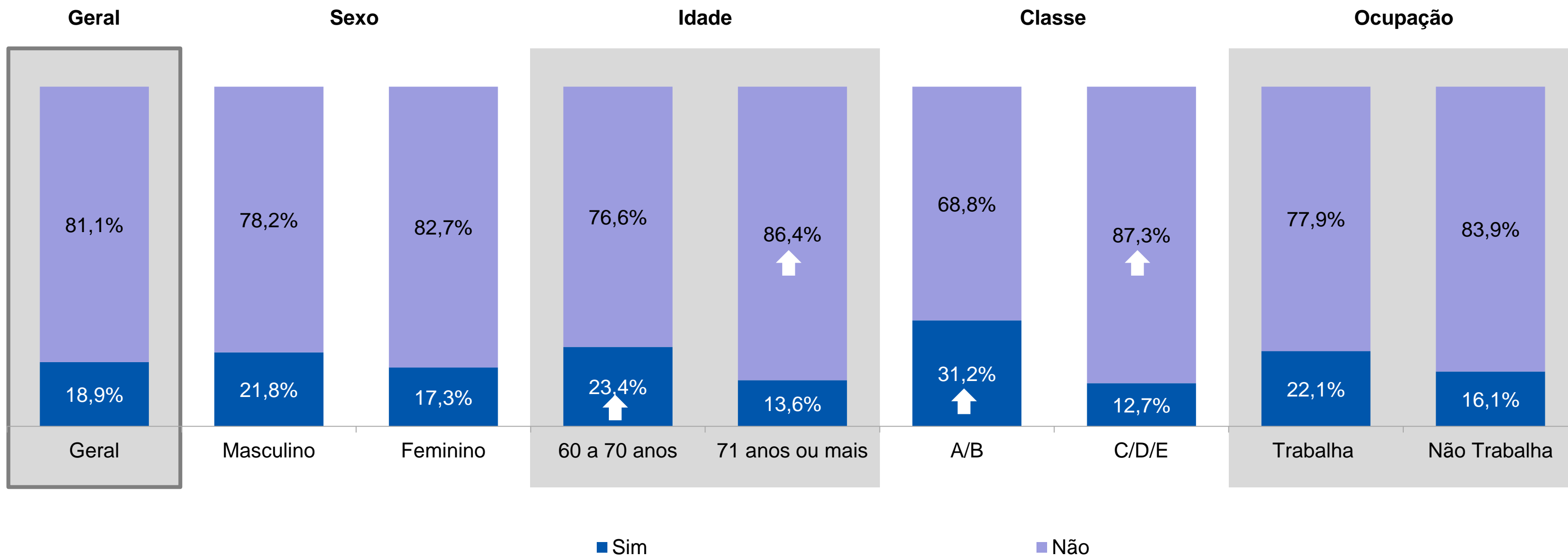
TEM SEGURO DE VIDA? 25% têm seguro de vida, principalmente os homens e pessoas das classes A/B.



Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

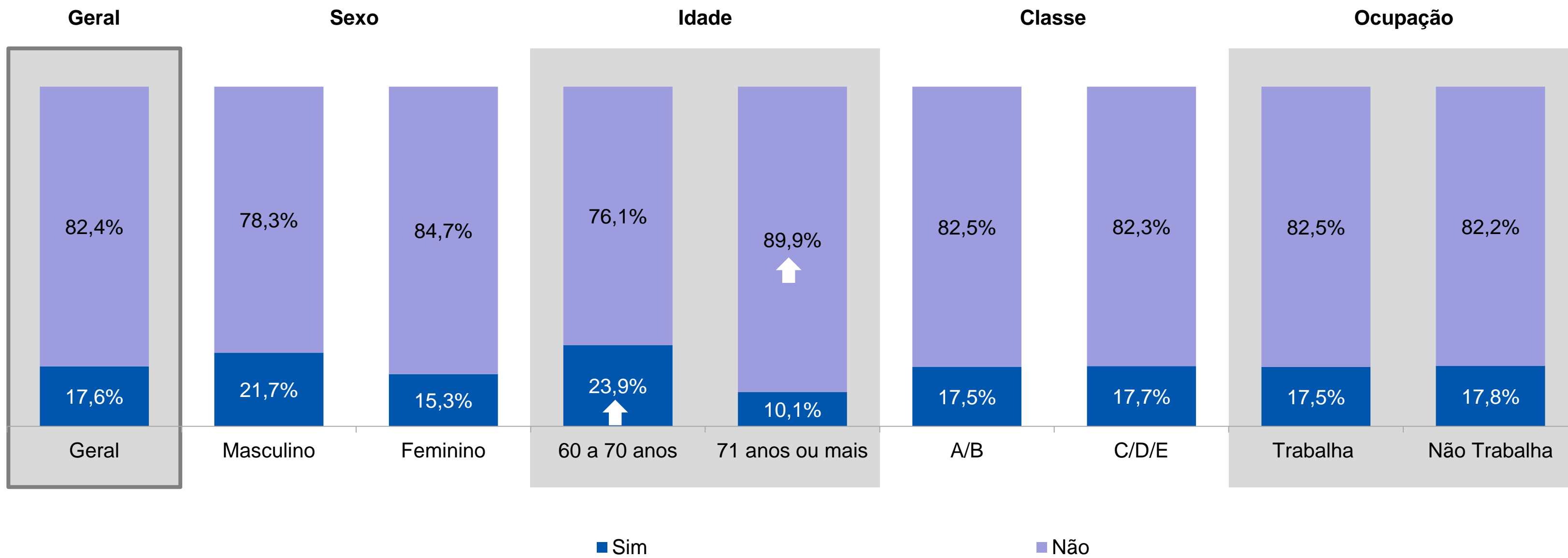
TEM LIMITE EXTRA DE CHEQUE ESPECIAL EM USO NO

MOMENTO? 19% estão utilizando o limite extra do cheque especial no momento, principalmente aqueles com idade entre 60 e 70 anos e das classes A/B.



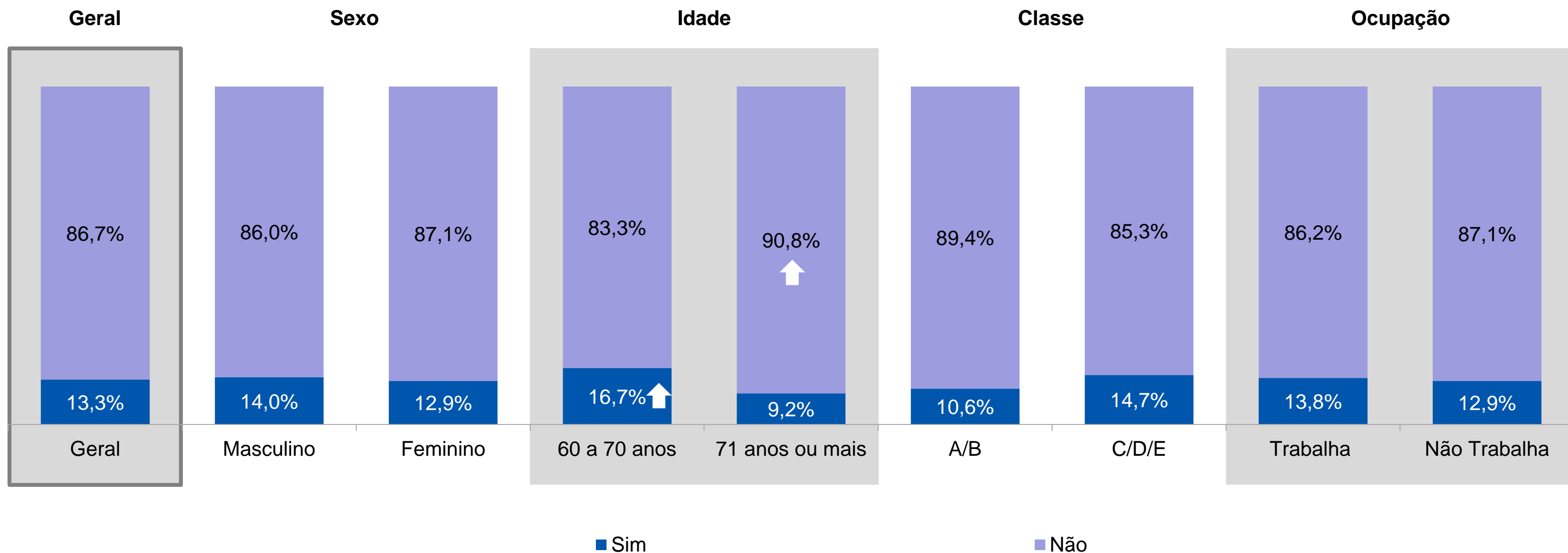
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TEM EMPRÉSTIMO CONSIGNADO FEITO / AINDA PAGANDO AS PRESTAÇÕES: 18% têm compromisso atualmente com parcelas de empréstimo consignado, principalmente aqueles com idade entre 60 e 70 anos.



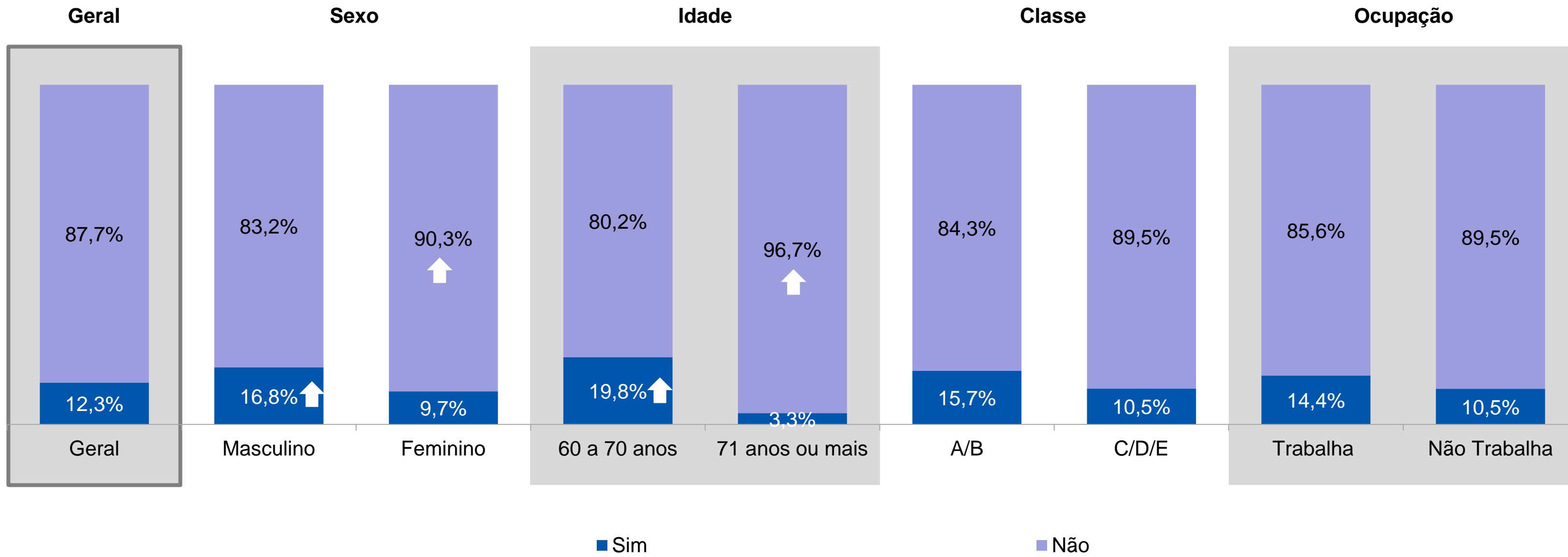
Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TEM CREDIÁRIO OU CARNÊ? 13% têm carnê ou crediário, principalmente os entrevistados de 60 a 70 anos.



Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

TEM EMPRÉSTIMO PESSOAL FEITO / AINDA PAGANDO AS PRESTAÇÕES? 12% pagam prestações de empréstimos pessoais, principalmente os entrevistados do sexo masculino e de 60 a 70 anos.



Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

AO CONTRATAR/ADQUIRIR ESTES SERVIÇOS ANALISOU AS TARIFAS E OS JUROS COBRADOS? 41% não analisaram as tarifas ou juros cobrados ao contratar serviços financeiros, principalmente por não terem pensado nisso no momento (20%). 48% analisaram, principalmente tarifas e juros cobrados (22%).



* Apenas para quem tem ao menos um dos serviços financeiros testados.

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Sim	47,8%	51,2%	45,8%	51,7%	42,6%	54,9% ↑	43,5%	49,9%	46,1%
Sim, verifiquei as tarifas e os juros cobrados	21,7%	29,3% ↑	17,1%	26,9% ↑	14,7%	27,1%	18,3%	24,7%	19,1%
Sim, verifiquei as tarifas cobradas	16,0%	13,1%	17,8%	14,8%	17,7%	17,7%	15,0%	14,1%	17,7%
Sim, verifiquei os juros cobrados	10,1%	8,9%	10,8%	10,0%	10,2%	10,0%	10,1%	11,1%	9,3%
Não	40,9%	38,0%	42,7%	39,2%	43,2%	37,4%	43,1%	43,4%	38,8%
Não, na hora nem pensei nisso	19,8%	16,2%	21,9%	19,1%	20,7%	15,2%	22,6%	17,4%	21,7%
Não, pois precisava do serviço independente dos custos que os envolvia	10,8%	8,6%	12,0%	7,6%	14,9% ↑	7,8%	12,6%	10,1%	11,4%
Não, pois não tive interesse	10,4%	13,2%	8,7%	12,4%	7,7%	14,3%	8,0%	15,9% ↑	5,8%
Não sabe	11,3%	10,8%	11,6%	9,1%	14,2%	7,8%	13,4% ↑	6,7%	15,1% ↑

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
549	277	272	392	157	255	294	285	264

PRODUTOS QUE GERALMENTE COMPRA A CRÉDITO: Vestuário (39%, destaque para 60 a 70 anos, classes A/B), eletrodomésticos (33%, sobretudo na faixa de 60 a 70 anos e classes A/B) e eletroeletrônicos (26%, com destaque para homens, pessoas de 60 a 70 anos e classes A/B) são os itens mais adquiridos por compras à crédito. 34% disseram nunca comprar a crédito.



RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Roupas, Calçados, Acessórios (bolsas, carteiras, cintos, bijuterias, etc)	38,8%	33,2%	41,9%	48,4% ↑	27,2%	45,4% ↑	35,4%	40,5%	37,2%
Eletrodomésticos	32,8%	37,1%	30,3%	40,7% ↑	23,3%	48,4% ↑	24,9%	36,3%	29,7%
Eletroeletrônicos (computadores, celulares, câmeras digitais, tablets, etc)	26,4%	33,7% ↑	22,2%	36,8% ↑	13,9%	43,4% ↑	17,8%	31,0%	22,4%
Alimentos (supermercado)	25,5%	26,8%	24,8%	31,0% ↑	18,9%	21,1%	27,7%	25,4%	25,6%
Móveis	19,6%	18,5%	20,2%	20,9%	18,0%	23,4%	17,7%	22,1%	17,4%
Artigos de cama, mesa e banho	15,4%	12,2%	17,2%	20,7% ↑	9,1%	19,4%	13,4%	15,6%	15,2%
Maquiagem, perfumes, cremes, loções, etc	8,7%	5,4%	10,6%	12,1% ↑	4,7%	8,9%	8,7%	8,8%	8,7%
Outros	3,2%	1,9%	3,9%	3,0%	3,5%	4,8%	2,4%	2,2%	4,1%
Não compro nada a crédito	33,8%	32,2%	34,7%	22,6%	47,1% ↑	24,9%	38,3% ↑	27,6%	39,2% ↑
Não sabe	4,6%	3,6%	5,2%	2,9%	6,6%	4,3%	4,8%	5,2%	4,1%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

NO ÚLTIMO MÊS COMPROU ALGUMA COISA QUE NÃO PRECISAVA PELA FACILIDADE DO CRÉDITO? 76% não compraram nada que não precisassem pela facilidade do crédito, principalmente aqueles acima de 71 anos e que não trabalham. Entre os que compraram, roupas (6%), perfumes (4%) e calçados (3%) foram os itens mais consumidos.



RESPOSTAS – RM (Principais citações)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Não comprei nada que não precisasse	76,5%	76,2%	76,7%	71,7%	82,3% ↑	72,5%	78,5%	72,1%	80,4% ↑
Roupas	6,2%	4,7%	7,1%	7,8%	4,3%	10,1% ↑	4,3%	6,2%	6,3%
Perfumes	3,8%	4,3%	3,5%	5,0%	2,4%	5,5%	3,0%	3,8%	3,8%
Calçados (tênis, sandálias, scarpins, sapato social, etc)	3,2%	4,6%	2,5%	5,6% ↑	0,4%	5,0%	2,4%	3,4%	3,1%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, cafeteira, etc)	2,7%	2,3%	2,9%	2,7%	2,7%	3,8%	2,1%	2,4%	3,0%
Eletrônicos (TV, DVD, aparelho de som, mp3, câmera digital, etc.)	2,7%	3,7%	2,1%	3,1%	2,2%	2,3%	2,9%	3,5%	2,0%
Idas a bares e restaurantes	2,5%	5,2% ↑	1,0%	4,3% ↑	0,4%	3,9%	1,9%	3,9%	1,4%
Cosméticos	2,4%	1,5%	2,9%	3,6% ↑	1,0%	3,0%	2,1%	2,0%	2,8%
Livros	2,2%	3,8%	1,2%	3,5%	0,6%	4,6%	0,9%	2,5%	1,9%
Salão de beleza	2,0%	1,3%	2,4%	3,7%	-	2,3%	1,9%	2,7%	1,4%
Outros	12,2%	19,6% ↑	8,1%	17,0% ↑	6,5%	20,5% ↑	8,0%	15,8% ↑	9,1%
Não sabe	4,3%	2,3%	5,4%	3,4%	5,3%	2,9%	4,9%	5,5%	3,2%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

EXISTE ALGO QUE TEM VONTADE DE COMPRAR, MAS NÃO PODE POR FALTA DE CRÉDITO QUE FACILITE A COMPRA?



33% não compra algo que tem vontade por falta de crédito, sendo carro ou moto os mais desejados (10%, principalmente entre os homens, entre 60 a 70 anos, e que ainda trabalham). Em seguida temos viagens (5%) e eletrodomésticos (5%).

RESPOSTAS - RM	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Nenhum	58,6%	56,4%	59,8%	50,2%	68,6% ↑	61,7%	57,0%	52,7%	63,6% ↑
Carro, moto	10,2%	17,4% ↑	6,1%	15,2% ↑	4,2%	14,5%	8,0%	15,2% ↑	5,8%
Viagens	5,4%	6,2%	4,9%	6,6%	3,9%	7,0%	4,5%	6,9%	4,1%
Eletrodomésticos (geladeira, fogão, cafeteira, etc)	5,1%	5,8%	4,7%	6,7%	3,1%	3,7%	5,8%	5,3%	4,9%
Tratamentos odontológicos	4,8%	6,0%	4,1%	6,0%	3,2%	2,8%	5,7%	5,2%	4,4%
Eletrônicos (TV, DVD, aparelho de som, mp3, câmera digital, etc)	4,0%	5,5%	3,2%	5,3%	2,5%	5,2%	3,5%	5,7%	2,6%
Móveis	3,9%	4,9%	3,4%	4,9%	2,8%	5,4%	3,2%	6,9% ↑	1,4%
Celular/ Smartphone	3,1%	4,1%	2,6%	4,1%	2,0%	2,0%	3,7%	4,2%	2,2%
Computador/Notebook/ Tablet	2,0%	3,2%	1,3%	3,1%	0,7%	2,9%	1,6%	3,7% ↑	0,5%
Roupas, Calçados, Acessórios (cintos, bolsas, bijouterias)	2,0%	2,3%	1,8%	3,3% ↑	0,4%	3,4%	1,3%	2,3%	1,8%
Cirurgias plásticas	2,0%	1,9%	2,1%	3,2% ↑	0,6%	4,0%	1,0%	1,6%	2,3%
Outro	10,3%	9,2%	11,0%	12,3%	7,9%	7,9%	11,5%	12,0%	8,8%
Não sabe	8,8%	6,4%	10,2%	7,9%	9,9%	7,1%	9,7%	8,6%	9,0%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

JÁ TEVE O CRÉDITO NEGADO EM ALGUM TIPO DE LOJA, BANCO, CONCESSIONÁRIAS? 15% já tiveram o crédito negado, principalmente homens, pessoas de 60 a 70 anos e que ainda trabalham. Os estabelecimentos onde isso mais ocorre são nos bancos (5%), lojas de eletroeletrônicos (4%) e financeiras (4%).



RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Sim	15,0%	22,6% ↑	10,7%	22,3% ↑	6,2%	12,7%	16,2%	21,3% ↑	9,5%
Sim, bancos	5,4%	8,1%	3,9%	8,8% ↑	1,3%	4,5%	5,8%	8,4% ↑	2,8%
Sim, lojas de eletroeletrônicos	4,2%	7,1% ↑	2,6%	6,9% ↑	1,0%	2,2%	5,2%	6,3%	2,4%
Sim, financeiras	4,2%	5,4%	3,5%	6,5% ↑	1,4%	2,7%	4,9%	5,6%	2,9%
Sim, lojas de roupas e calçados	3,6%	3,8%	3,4%	4,6%	2,3%	3,9%	3,4%	4,7%	2,6%
Sim, concessionárias de automóveis	1,7%	3,4%	0,8%	3,1%	-	2,1%	1,5%	3,0%	0,6%
Sim, supermercados	1,0%	2,5% ↑	0,2%	1,7%	0,2%	1,5%	0,8%	0,9%	1,2%
Sim, agências de viagem	0,3%	0,9%	-	0,6%	-	0,7%	0,2%	0,3%	0,4%
Não	85,0%	77,4%	89,3% ↑	77,7%	93,8% ↑	87,3%	83,8%	78,7%	90,5% ↑

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
619	301	318	430	189	260	359	325	294

COMO SE SENTIU AO TER O CRÉDITO NEGADO? Os sentimentos negativos são mais presentes quando o entrevistado passa por uma situação de ter o crédito negado, sendo os principais o constrangimento (29%), a chateação (21%) e a humilhação (16%).

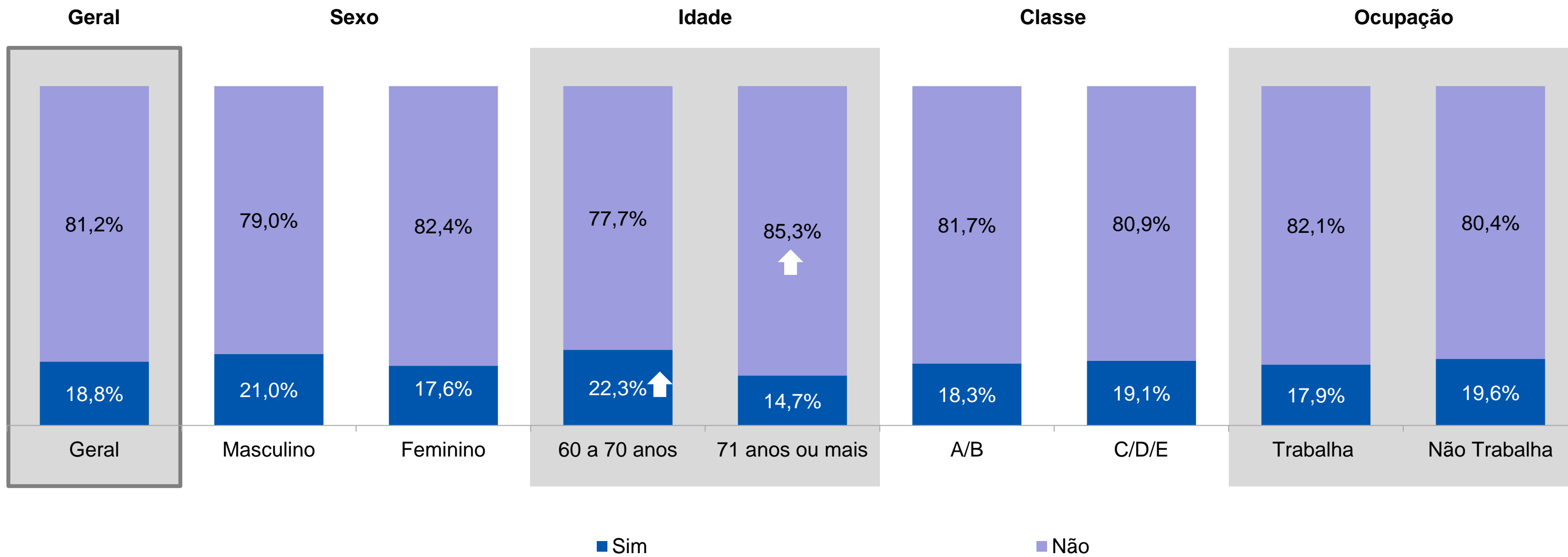


* Apenas para quem já teve o crédito negado

RESPOSTAS - RU	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Sentimentos negativos	77,0%	72,9%	81,9%	77,4%	75,3%	87,5%	72,9%	73,3%	84,3%
Constrangido	28,7%	24,7%	33,5%	29,8%	23,9%	38,2%	24,9%	28,0%	30,0%
Chateado	21,3%	22,2%	20,1%	19,2%	30,1%	19,4%	22,0%	21,9%	19,9%
Humilhado	16,1%	18,4%	13,4%	15,6%	18,4%	7,5%	19,5%	15,9%	16,5%
Desrespeitado	5,8%	6,1%	5,5%	7,2%	-	13,3%	2,9%	3,6%	10,2%
Irritado	4,5%	1,0%	8,7%	4,9%	2,9%	8,0%	3,1%	3,4%	6,7%
Raiva	0,6%	0,5%	0,8%	0,8%	-	1,0%	0,5%	0,4%	1,0%
Indiferente	11,7%	10,8%	12,8%	10,0%	18,9%	-	16,3%	13,5%	8,2%
Tranquilo	9,7%	15,8% ↑	2,5%	10,6%	5,8%	7,1%	10,8%	10,9%	7,4%
Não sabe	1,5%	0,5%	2,8%	1,9%	-	5,5%	-	2,3%	-

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
113	72	41	98	15	38	75	78	35

JÁ FEZ ALGUM EMPRÉSTIMO PESSOAL OU CONSIGNADO EM SEU NOME, PARA EMPRESTAR PARA OUTRA PESSOA? 19% já fizeram empréstimo pessoal ou consignado para outras pessoas (destaque para pessoas entre 60 a 70 anos).



Demográfico	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Geral	301	318	430	189	260	359	325	294

FINALIDADE DO EMPRÉSTIMO FEITO EM SEU NOME PARA

TERCEIROS: Os empréstimos feitos para terceiros tinham como principal finalidade o pagamento de dívidas (39%) e dar de entrada para a compra de automóvel ou moto (15%). 16% dos entrevistados não sabem qual foi o destino do dinheiro.



* Apenas para quem fez empréstimo pessoal ou consignado para terceiros.

RESPOSTAS - RU (Parte 1/2)	Geral	Sexo		Idade		Classe		Ocupação	
		Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
Pagar dívidas	39,4%	35,6%	42,0%	39,9%	38,5%	45,4%	36,5%	39,1%	39,6%
Dar entrada no automóvel/moto / comprar automóvel/moto	14,9%	15,7%	14,4%	12,7%	18,8%	10,1%	17,2%	11,9%	17,2%
Dar entrada na casa própria/comprar casa própria	9,0%	5,7%	11,2%	9,6%	7,8%	10,2%	8,4%	8,3%	9,4%
Comprar TV, celular ou computador	5,2%	2,6%	6,9%	2,1%	10,7%	2,4%	6,5%	1,1%	8,4%
Pagar tratamento de saúde / remédios	3,8%	6,5%	2,0%	5,3%	1,2%	7,9%	1,8%	4,9%	3,0%
Comprar itens básicos para o domicílio como alimentação	3,7%	9,2%	-	2,5%	6,0%	3,3%	4,0%	2,0%	5,1%
Compra de material de construção	1,9%	3,4%	0,9%	1,5%	2,7%	5,9%	-	2,1%	1,7%
Outros	6,3%	5,5%	6,9%						
Não quero falar	0,3%	-	0,5%	0,4%	-	-	0,4%	0,6%	-
Não sei	15,6%	15,9%	15,3%	21,6% ↑	4,6%	5,1%	20,6% ↑	23,4%	9,4%

Geral	Masculino	Feminino	60 a 70 anos	71 anos ou mais	A/B	C/D/E	Trabalha	Não Trabalha
120	63	57	91	29	49	71	61	59



Perfil da Amostra

REGIÃO:



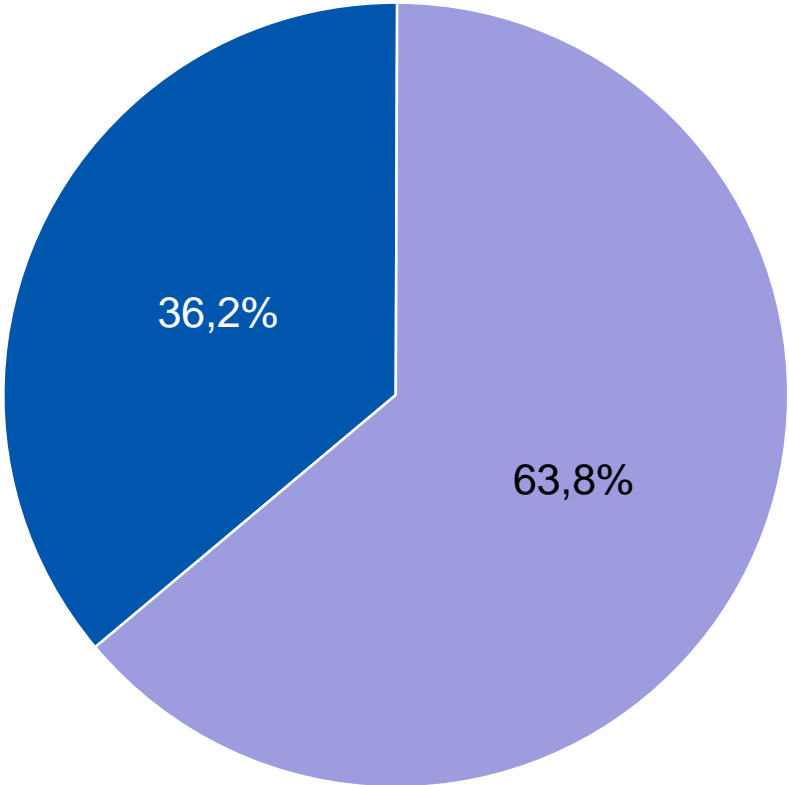
Região onde mora	% de entrevistas realizadas
Sudeste	41,4%
Nordeste	27,7%
Sul	14,2%
Norte	8,9%
Centro Oeste	7,7%

BASE	Geral
	619

Cidade	%	Cidade	%
Aracaju	1,2%	Manaus	2,7%
Belém	3,7%	Natal	2,4%
Belo Horizonte	5,7%	Palmas	0,5%
Boa vista	0,5%	Porto Alegre	6,3%
Brasília	3,6%	Porto Velho	0,3%
Campo Grande	1,2%	Recife	5,0%
Cuiabá	0,9%	Rio Branco	0,6%
Curitiba	6,0%	Rio de Janeiro	14,1%
Florianópolis	1,9%	Salvador	5,5%
Fortaleza	6,5%	São Luís	1,7%
Goiânia	2,1%	São Paulo	21,0%
João Pessoa	2,1%	Teresina	1,2%
Macapá	0,5%	Vitória	0,6%
Maceió	2,2%		

SEXO:

Sexo

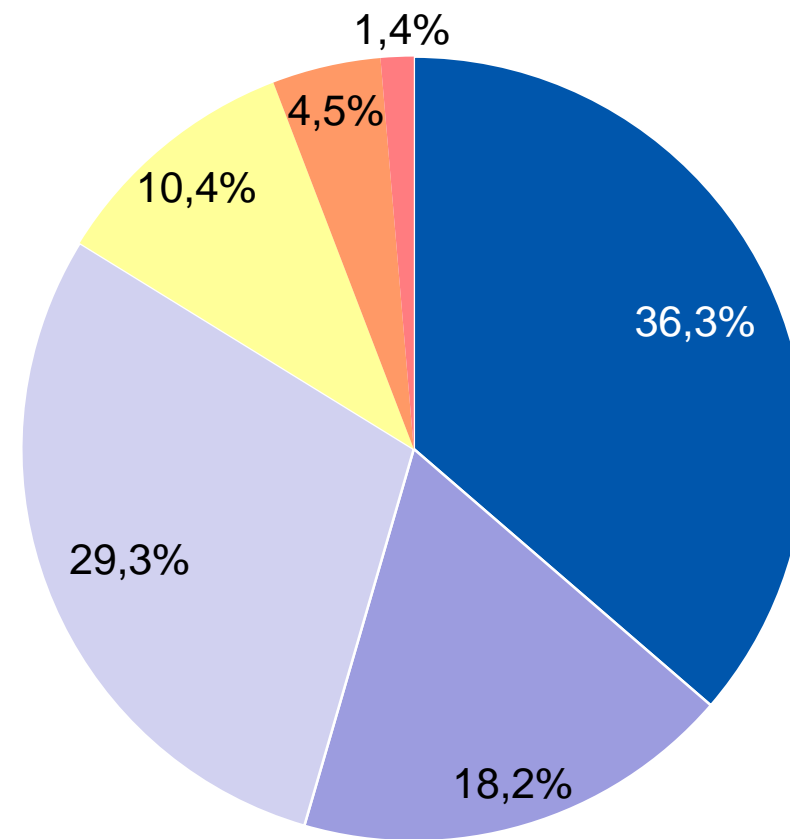


■ Masculino

■ Feminino

BASE	Geral
	619

Faixas etárias

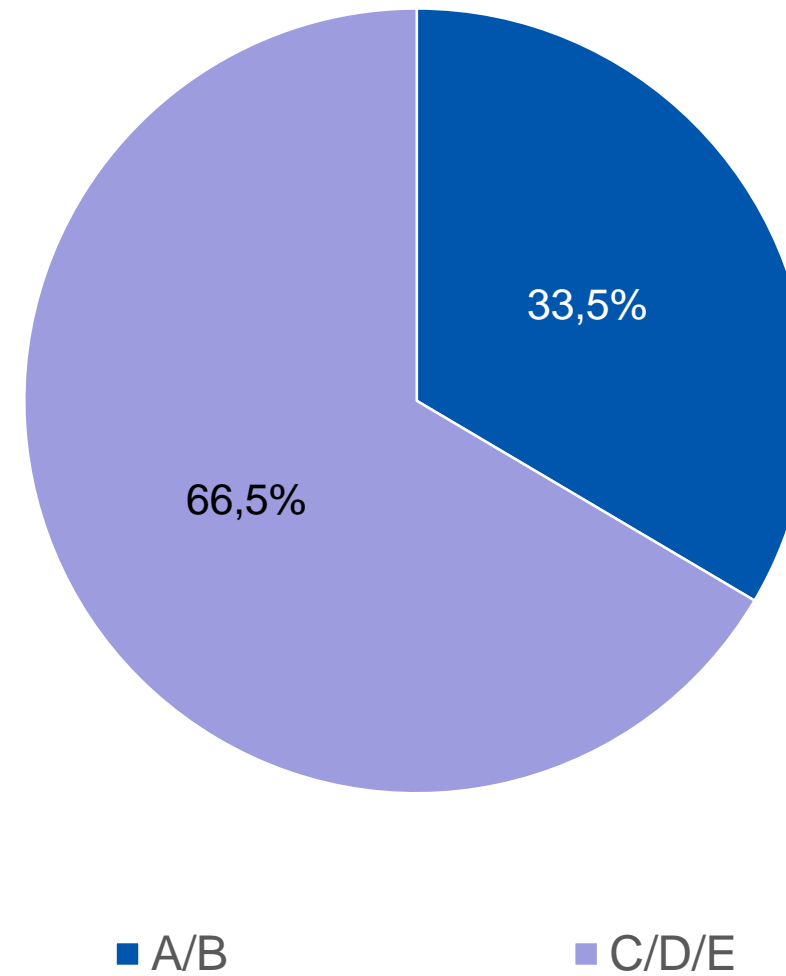


- De 60 a 65 anos
- De 66 a 70 anos
- De 71 a 75 anos
- De 76 a 80 anos
- De 81 a 90 anos
- 91 anos ou mais

BASE	Geral
	619

CLASSE:

Classe

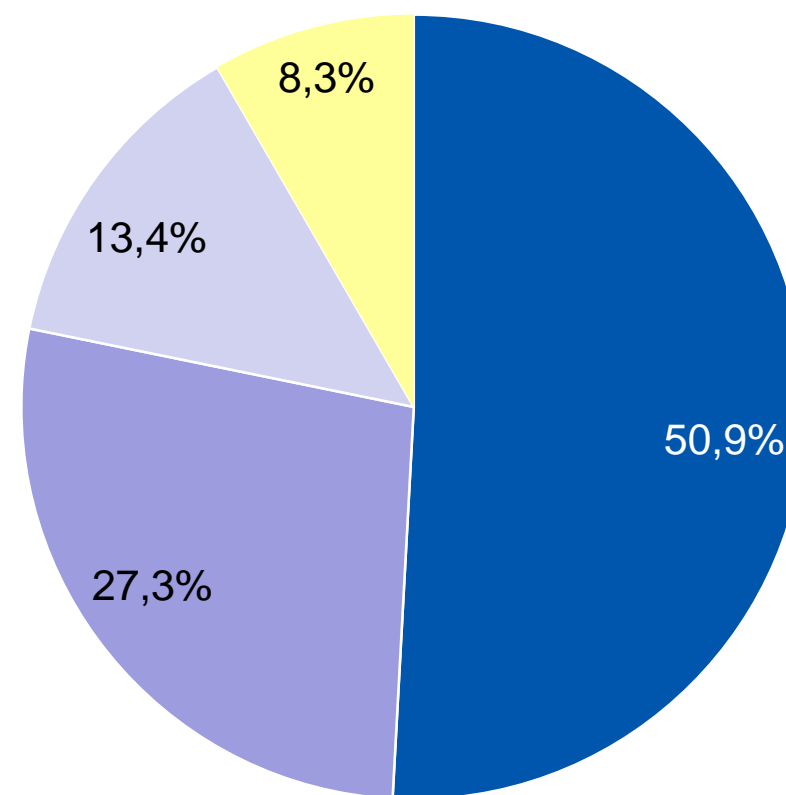


Média de moradores por domicílio: 2,8

BASE	Geral
	619

ESTADO CIVIL:

Estado Civil



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

BASE	Geral
	619

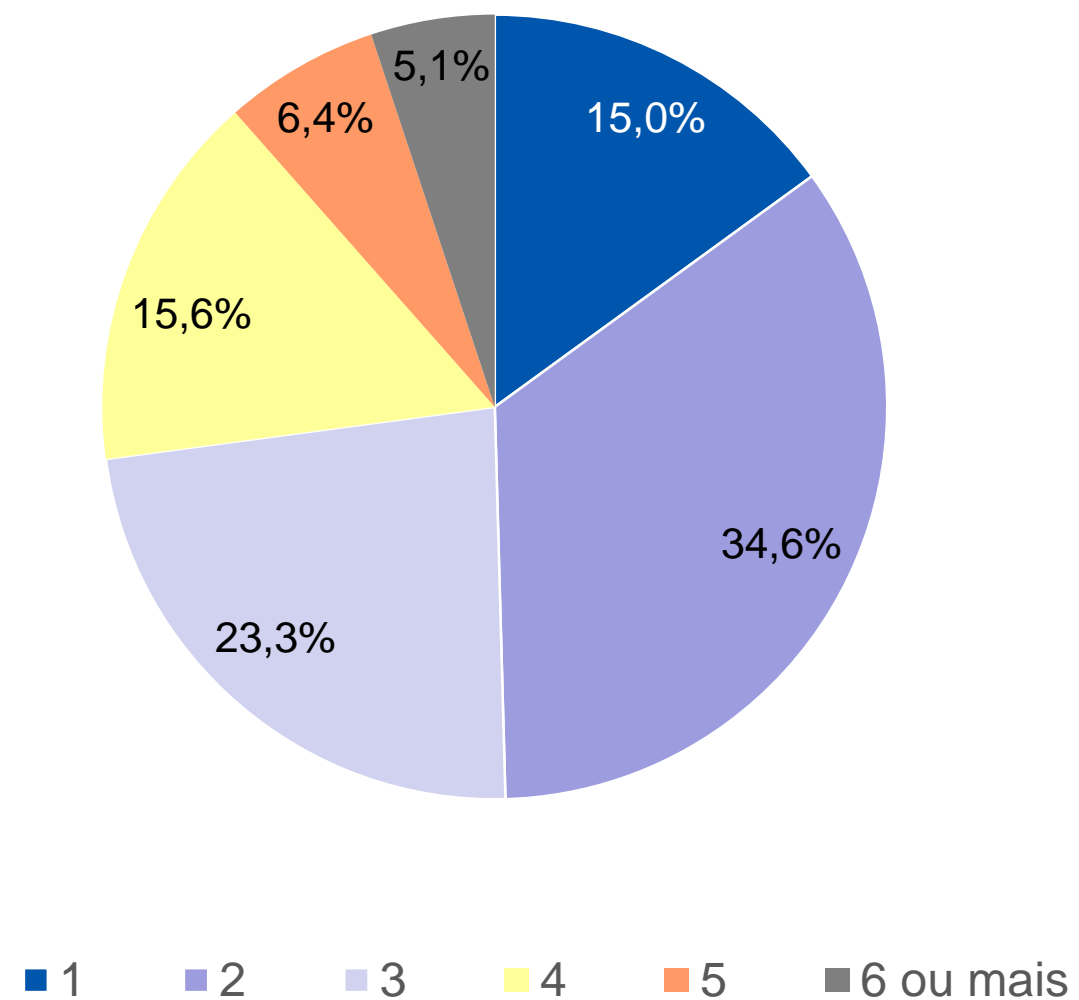
COM QUEM MORA? A maioria mora com o cônjuge/companheiro, filhos e netos.



Com quem mora (RM)	%	Com quem mora	%
Cônjuge/ companheiro(a)	50,0%	Funcionário/ enfermeiro(a)/ empregado doméstico	0,5%
Filho(a)s	49,8%	Bisneto	0,5%
Neto(s)	20,1%	Afilhada	0,5%
Sozinho	14,5%	Casa/ abrigo para idosos	0,3%
Genro/ nora	6,5%	Sogra	0,3%
Irmãos/ irmãs	3,1%	Cunhado	0,2%
Sobrinha(o)	1,2%	Enteada	0,1%
Mãe/ Pai	1,2%	Prima	0,1%
Amigos/ conhecidos (sem vínculo familiar)	1,1%		

NÚMERO DE PESSOAS QUE MORAM NA RESIDÊNCIA:

Número de pessoas que moram na residência



Média de moradores por domicílio: 2,8

BASE	Geral
	619