

# O OBSERVADOR BARÔMETRO

## **METODOLOGIA DA PESQUISA**

OS DADOS FORAM COLETADOS ATRAVÉS DE 1.500 ENTREVISTAS, PESSOAIS E DOMICILIARES, REALIZADAS ENTRE OS DIAS 12 E 21 DE DEZEMBRO DE 2007. A AMOSTRA FOI PROBABILÍSTICA COM COTA REPRESENTATIVA DO ELEITORADO BRASILEIRO. AS COTAS DE SEXO, IDADE, EDUCAÇÃO, ATIVIDADE ECONÔMICA E REGIÃO SÃO BASEADAS EM DADOS OFICIAIS DO IBGE (PNAD 2005 E TSE 2004).

FORAM SELECIONADAS 70 CIDADES E 9 REGIÕES METROPOLITANAS. TAIS UNIDADES PRIMÁRIAS FAZEM PARTE DO *SAMPLE FRAME IPSOS-PUBLIC AFFAIRS*.

A AMOSTRA DESENHADA FOI PROPORCIONAL À POPULAÇÃO BRASILEIRA E TEM MARGEM DE ERRO DE  $\pm 3$  PONTOS PERCENTUAIS A 95% DE INTERVALO DE CONFIANÇA.

## **DEFINIÇÃO DAS CLASSES**

AS CLASSES SOCIAIS UTILIZADAS PARA ESTE ESTUDO SÃO AS CLASSES DEFINIDAS PELO CCEB – CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO ECONÔMICA BRASIL. O CCEB – COMUNTEMENTE TRATADO POR CRITÉRIO BRASIL – ESTIMA O PODER DE COMPRA DOS INDIVÍDUOS E FAMÍLIAS URBANAS, CLASSIFICANDO-OS POR CLASSES ECONÔMICAS (A1, A2, B1, B2, C, D, E). O CRITÉRIO BRASIL É FORNECIDO PELA ABEP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA.

RENDA  
A PIRÂMIDE SOCIAL  
BRASILEIRA

UM PAÍS EM EVOLUÇÃO

P. 04

INTENÇÃO DE  
COMPRA

UM RITMO DE CONSUMO  
ACELERADO QUE DEVE  
CONTINUAR EM 2008

P. 18

OTIMISMO

A MELHOR NOTA DOS ÚLTIMOS  
3 ANOS

P. 28

A INTERNET E O  
CONSUMO

INTERNET, UM MERCADO  
AINDA EM EXPANSÃO

P. 36



# CONTEÚDO



## UM PAÍS EM EVOLUÇÃO

Em apenas 2 anos, as classes D/E deixaram de representar mais da metade da população brasileira para representar apenas 39% dos brasileiros, menos que a proporção da classe C.

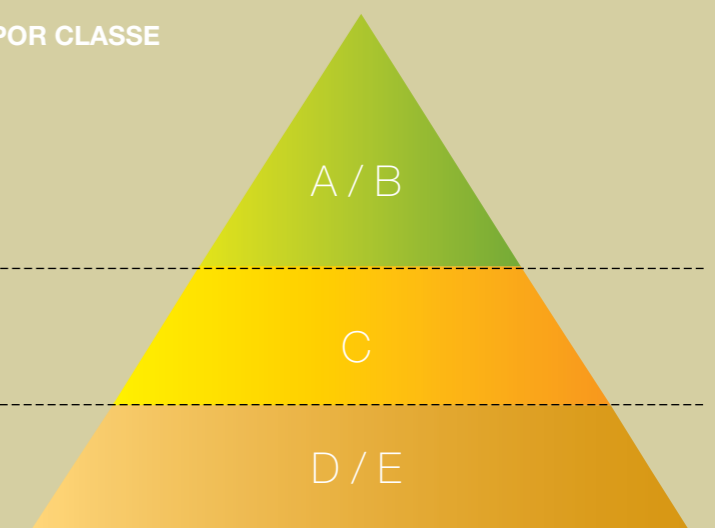
# 01. RENDA A PIRÂMIDE SOCIAL BRASILEIRA

O processo de mudança socioeconômica da população brasileira tem sido formidável nos últimos 2 anos. Desde 2005, 15% da população adulta brasileira era das classes A e B de consumo. Em 2006 essa proporção foi para 18% e agora está novamente em 15%. Somente aí não houve mudança. A classe C aumentou de forma consistente, e possivelmente irreversível, nesse período. Em 2005, 34% da população era da classe C. Essa proporção aumentou para 36%

em 2006 e 46% em 2007. Um acréscimo de 12 pontos percentuais em 2 anos. O outro lado da moeda é o decréscimo de também 12 pontos percentuais da proporção de pessoas que formam as classes D/E: era 51% em 2005, foi para 46% em 2006 e atingiu 39% em 2007. Até 2006 a proporção de pessoas das classes D/E era maior do que da classe C. Em 2007 é o inverso: a classe C ultrapassou em proporção e em número as classes D/E.

DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA POR CLASSE DE CONSUMO (%) 2005-2006-2007

2005	2006	2007
15%	18%	15%
34%	36%	46%
51%	46%	39%



FONTE: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007

Houve um crescimento significativo do número de pessoas que passaram a pertencer à classe C. É verdade que no mesmo período a população brasileira também aumentou, passando de aproximadamente 182 milhões em 2005 para pouco mais de 184 milhões em 2006 e, finalmente, 187.227.792 em 2007. No mesmo

período, o número absoluto de pessoas da classe C cresceu em ritmo bem mais veloz: era 62.702.248 em 2005, passou para quase 67 milhões em 2006 e atingiu aproximadamente 86 milhões agora em 2007. Já as classes D/E diminuíram. Elas eram de quase 93 milhões em 2005, caindo para quase 73 milhões em 2007.

#### MOBILIDADE SOCIAL - 2005/2006/2007 (NÚMERO ABSOLUTO DE PESSOAS)

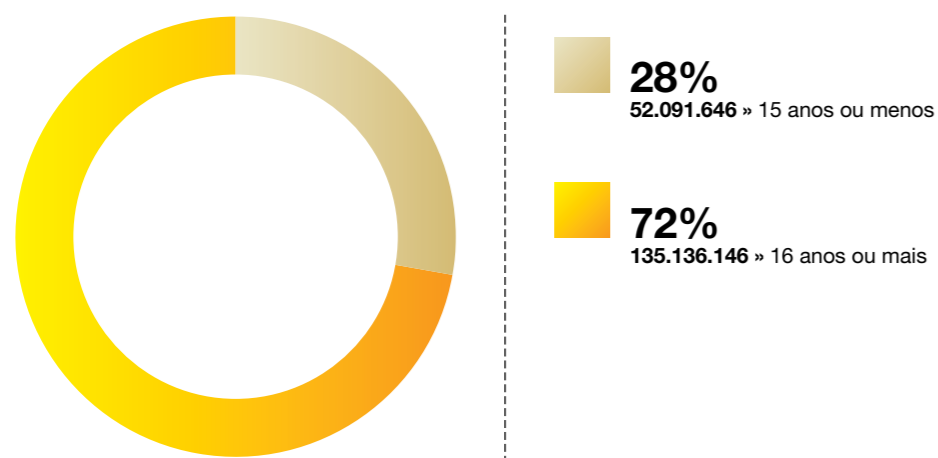
Classe	2005	2006	2007
A/B	26.421.172	32.809.554	28.078.466
C	62.702.248	66.716.976	86.207.480
D/E	92.936.688	84.862.090	72.941.846
Total	182.060.108	184.388.620	187.227.792

FONTE: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007

A população brasileira divide-se em faixa de idade da seguinte forma: 28% - o que equivale a pouco mais de 52 milhões de brasileiros - tem 15 anos ou menos

de idade, enquanto 72% está acima dessa faixa etária. Esse contingente corresponde a aproximadamente 135 milhões de brasileiros.

#### DISTRIBUIÇÃO DA POPULAÇÃO BRASILEIRA POR FAIXA ETÁRIA



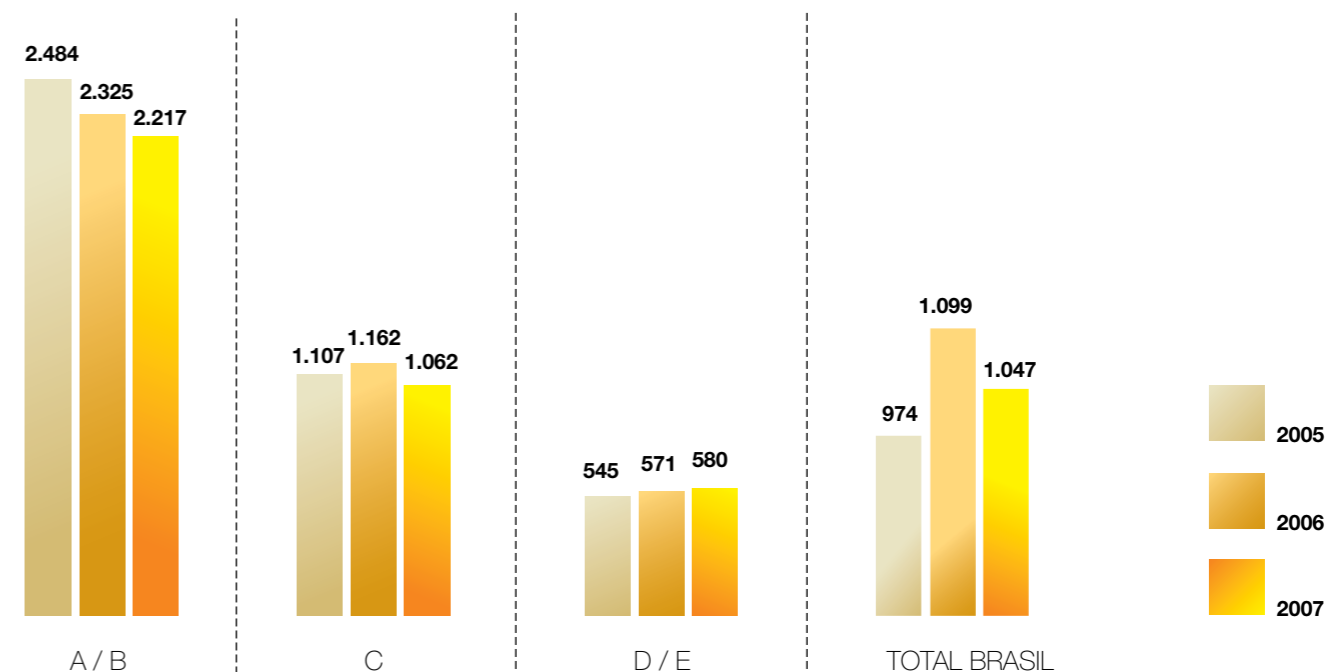
POPULAÇÃO BRASILEIRA - TOTAL: 187.227.792 - FONTE: PNAD 2006

#### DIMINUIÇÃO NA DESIGUALDADE DE RENDA

No período estudado, a renda média das classes A/B caiu um pouco e a renda média das classes D/E apresentou pequeno aumento. Além disso, como foi grande o contingente de pessoas que passou das classes D/E para a classe C, foi grande o número de pessoas que passou de um patamar inferior para outro superior de renda. Em 2005 a renda média familiar das classes A/B era R\$ 2.484. Ela caiu sucessivamente para R\$ 2.325 e depois atingiu R\$ 2.217 em 2007. Isso corresponde a uma redução de aproximadamente 11%. Nas classes D/E

a renda média familiar subiu de R\$ 545 em 2005 para R\$ 571 e depois R\$ 580 em 2007. Um crescimento de pouco mais de 6%. A renda média da classe C permaneceu no mesmo patamar quando se consideram esses 3 anos: algo em torno de R\$ 1.100. É importante ressaltar que o número de pessoas que passou de D/E para C teve um aumento de sua renda média mensal de R\$ 580 para esses R\$ 1.100. Pode-se afirmar que o bem-estar da sociedade brasileira passa por uma pequena revolução.

#### RENDA FAMILIAR MÉDIA POR CLASSE DE CONSUMO - 2005/2006/2007

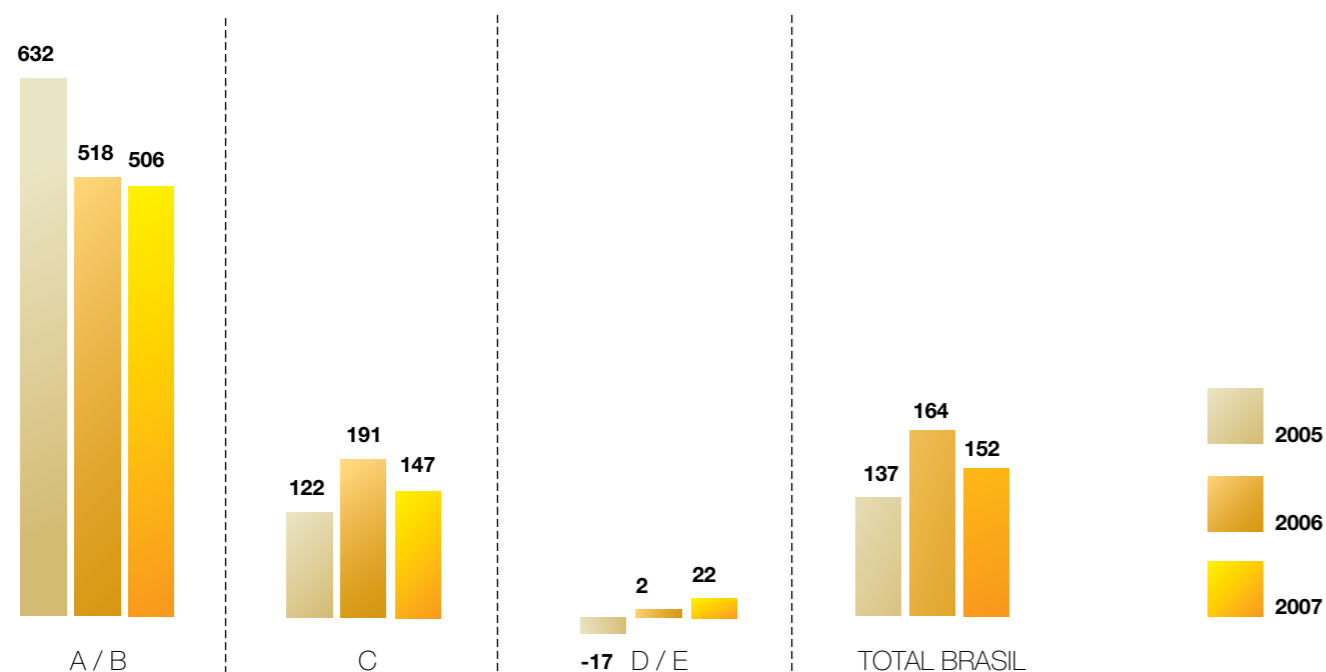


FONTE: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007

Um outro acontecimento positivo foi a melhoria da renda disponível das classes C e D/E. A renda disponível das classes D/E foi negativa em 2005, - R\$ 17. Ou seja, essas pessoas terminaram aquele ano endividadas. Elas praticamente zeraram em 2006, obtendo uma renda disponível de um pouco mais de R\$ 2, e conseguiram ter R\$ 22 de renda disponível agora em 2007. A classe C também experimentou aumento de renda disponível.

Ela era R\$ 122 em 2005, passou para R\$ 191 em 2006 e caiu para R\$ 147 em 2007. Apesar da queda no último ano, quando se toma todo o período, o crescimento foi de 20%, algo bastante significativo. Apenas as classes A/B viram diminuir sua renda disponível, caindo de R\$ 632 em 2005 para R\$ 506 em 2007, uma redução de 20%.

### RENDA DISPONÍVEL POR CLASSE – 2005/2006/2007



FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

A renda familiar média no Brasil aumentou bastante entre 2005 e 2006, e depois caiu um pouco em 2007. Em 2005 a renda familiar média em dezembro foi de R\$ 974, saltando para R\$ 1.099 em 2006 e caindo um pouco para R\$ 1.047 no último mês de 2007. O número que se refere à renda média familiar mostra a mesma tendência, uma melhora significativa em 2005, e

em seguida uma estabilização – com pequena queda – em 2007. O mesmo fenômeno ocorreu na renda média disponível. Ela foi R\$ 137 em 2005, saltou para R\$ 164 no ano seguinte e caiu para R\$ 152 no último ano. A queda não foi grande, mas interrompeu o crescimento verificado em 2006.

### RENDA FAMILIAR MÉDIA E RENDA DISPONÍVEL POR REGIÃO

	2007	
	Renda Familiar Média	Renda Disponível
Nordeste	621,45	7,09
Norte/Centro-Oeste	1.301,28	273,13
Sudeste	1.287,79	233,11
Sul	879,11	68,73
<b>Total</b>	<b>1047,23</b>	<b>151,95</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM – 2007



Nos últimos 2 anos as classes D/E reverteram um déficit de R\$ 17 no orçamento doméstico, para apresentar um superávit de R\$ 22

A variação dos gastos essenciais seguiu um padrão semelhante nos anos anteriores. Houve uma forte melhora entre 2005 e 2006, e estabilidade entre 2006 e 2007. Em 2005 os gastos essenciais ficaram em aproximadamente R\$ 512. Um ano mais tarde, eles subiram para R\$ 543, mantendo o mesmo patamar em 2007: R\$ 545. Essa

estabilidade no último ano esconde, todavia, uma variação interna interessante; houve queda em vários itens, com destaque para aluguel, e um aumento dos gastos de supermercado, que foram de R\$ 314 para R\$ 322.

#### GASTOS TOTAIS ESSENCIAIS 2005/2006/2007

	Base Total 2005	Base Total 2006	Base Total 2007	Diferença 2006/2007-%
Despesas de supermercado (alimentação, limpeza, higiene pessoal, padaria, açougue)	298,61	314,84	322,79	+2
Energia elétrica	61,67	63,98	60,49	-5
Aluguel	31,85	45,96	38,01	-17
Remédios	34,79	34,45	34,13	+1
Gás de rua ou de botijão	28,54	30,28	30,55	+1
Água e esgoto	27,23	30,11	30,15	0
Transporte coletivo	29,18	22,56	25,24	+12
Condomínio	0,72	3,25	3,98	+22
<b>Gastos essenciais</b>	<b>512,59</b>	<b>543,43</b>	<b>545,34</b>	<b>0</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007



As despesas de supermercado são o único item de gastos essenciais que realmente cresceu em 2007.

No que tange aos gastos não-essenciais, após 1 ano de forte subida entre 2005 e 2006, houve uma redução de cerca de 10% em 2007. Os gastos não-essenciais eram R\$ 323 em 2005, saltaram para R\$ 389 no ano

seguinte e em 2007 encolheram aproximadamente R\$ 40, indo para R\$ 349. Os gastos não-essenciais que mais sofreram redução foram: telefonia fixa, educação, combustível e prestações de crediário.

#### GASTOS NÃO-ESSENCIAIS TOTAIS 2005/2006/2007

	Base Total 2005	Base Total 2006	Base Total 2007	Diferença 2006/2007-%
Vestuário homem, mulher ou criança (roupas, sapatos)	42,17	52,41	61,70	+18
Pagamento de prestações/crediário	55,06	73,06	60,60	-17
Combustível	33,70	47,00	39,48	-16
Lazer (cinema, restaurante, casas noturnas, CDs e fitas etc.)	25,07	30,46	32,47	+7
Telefone fixo	36,97	42,12	31,93	-24
Educação (mensalidade escolar)	34,53	38,43	28,64	-25
Outros gastos mensais	23,12	17,24	18,87	+9
Telefone celular (pré ou pós-pago)	16,14	20,87	18,08	-13
Cigarro	12,67	14,09	15,81	+12
Convênio médico / Plano de saúde	15,81	21,89	15,35	-30
Empregada doméstica mensalista ou diarista	11,08	10,35	8,56	-17
Prestação/Financiamento do domicílio	7,54	5,24	6,85	+3
Assinatura de TV a cabo, satélite, Internet	3,04	4,32	5,42	+25
Seguros (de vida, automóvel, casa)	5,71	8,34	5,32	-36
Previdência privada	1,17	4,16	0,87	-79
<b>Gastos totais (não-essenciais)</b>	<b>323,78</b>	<b>389,98</b>	<b>349,95</b>	<b>-10</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007

O consumidor brasileiro gastou 10% a menos com gastos não-essenciais em 2007 do que em 2006. Uma das maiores reduções foi no custo mensal relativo a pagamento de prestações/crediário.

A análise dos gastos essenciais por região do Brasil mostra que no Sudeste e no Norte/Centro-Oeste ficaram acima da média nacional, ao passo que Nordeste e Sul ficaram abaixo. No Sudeste eles foram de R\$ 611; no Norte/Centro-Oeste, de R\$ 574; no Sul eles atingiram R\$ 524 e no Nordeste, a região historicamente mais carente do Brasil, ficaram em R\$ 432.

#### GASTOS ESSENCIAIS TOTAIS POR REGIÃO DO BRASIL

	Total	Nordeste	Norte/ Centro- Oeste	Sudeste	Sul
Despesas de supermercado (alimentação, limpeza, higiene pessoal, padaria, açougue)	322,79	280,14	336,12	344,11	323,87
Energia elétrica	60,49	40,65	62,22	73,37	55,94
Aluguel	38,01	14,11	41,98	53,52	30,97
Remédios	34,13	24,77	38,01	39,38	31,90
Gás de rua ou de botijão	30,55	33,48	28,61	29,86	29,05
Água e esgoto	30,15	21,75	32,81	33,76	32,08
Transporte coletivo	25,24	17,97	33,66	29,46	18,74
Condomínio	3,98	0,00	1,42	7,89	1,49
<b>Gastos totais (essenciais)</b>	<b>545,34</b>	<b>432,87</b>	<b>574,83</b>	<b>611,35</b>	<b>524,04</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Os gastos essenciais consomem em média R\$ 611 no Sudeste, 41% mais do que no Nordeste.

Quanto aos gastos não-essenciais, aqueles que têm maiores chances de serem aumentados ou diminuídos com mais facilidade, foram Norte/Centro-Oeste, com R\$ 453; seguidos do Sudeste que atingiu o valor de R\$ 443. O Nordeste com R\$ 181 e o Sul com R\$ 286 ficaram, novamente, abaixo da média nacional.

#### GASTOS NÃO-ESSENCIAIS TOTAIS POR REGIÃO NO BRASIL

	Total	Nordeste	Norte/ Centro- Oeste	Sudeste	Sul
Vestuário homem, mulher ou criança (roupas, sapatos)	61,70	43,16	71,43	76,79	41,91
Pagamento de prestações/crediário	60,60	29,58	83,46	62,76	89,92
Combustível	39,48	17,83	49,11	48,98	41,65
Lazer (cinema, restaurante, casas noturnas, CDs e fitas etc.)	32,47	21,93	42,33	41,21	17,24
Telefone fixo	31,93	14,47	32,12	45,43	22,64
Educação (mensalidade escolar)	28,64	14,52	68,29	30,36	16,21
Outros gastos mensais	18,87	7,60	29,75	28,21	2,31
Telefone celular (pré ou pós-pago)	18,08	13,00	22,85	21,07	14,30
Cigarro	15,81	8,53	11,56	19,82	20,13
Convênio médico / Plano de saúde	15,35	3,47	18,99	25,22	4,13
Empregada doméstica mensalista ou diarista	8,56	2,21	6,66	13,31	7,27
Prestação/Financiamento do domicílio	6,85	0,14	6,71	11,39	5,33
Assinatura de TV a cabo, satélite, Internet	5,42	1,03	4,42	9,61	1,57
Seguros (de vida, automóvel, casa)	5,32	3,67	4,16	7,86	1,66
Previdência privada	0,87	0,32	1,48	1,30	0,07
<b>Gastos totais (não-essenciais)</b>	<b>349,95</b>	<b>181,46</b>	<b>453,32</b>	<b>443,32</b>	<b>286,34</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

No Sudeste gasta-se R\$ 443 com gastos não-essenciais, contra R\$ 181 no Nordeste, ou seja, mais do que o dobro.

Os gastos essenciais e não-essenciais por classe social são coerentes com a própria definição de classe social. Como era de esperar, as classes A/B tiveram os maiores patamares das duas modalidades de gastos. Os gastos essenciais atingiram praticamente R\$ 788 e os não-essenciais alcançaram quase R\$ 923. Para a classe C esses gastos foram, respectivamente, R\$ 564 e R\$ 350, e nas classes D/E foram R\$ 429 e R\$ 128.

Vale ressaltar a grande distância entre as classes A/B e as demais no que se refere a um item específico dos gastos essenciais, as despesas com supermercado. As classes A/B declararam ter gasto, em dezembro de 2007, a quantia de R\$ 462, ao passo que a classe C gastou quase R\$ 330 e as classes D/E pouco mais de R\$ 261.

#### GASTOS ESSENCIAIS TOTAIS POR CLASSE

	Total	A/B	C	D/E
Despesas de supermercado (alimentação, limpeza, higiene pessoal, padaria, açougue)	322,79	462,69	329,15	261,41
Energia elétrica	60,49	99,04	64,61	40,79
Aluguel	38,01	49,95	47,20	22,54
Remédios	34,13	50,69	28,94	33,87
Gás de rua ou de botijão	30,55	31,91	30,57	30,02
Água e esgoto	30,15	46,24	30,49	23,56
Transporte coletivo	25,24	37,48	28,54	16,62
Condomínio	3,98	10,81	4,79	0,39
<b>Gastos totais (essenciais)</b>	<b>545,34</b>	<b>788,81</b>	<b>564,29</b>	<b>429,20</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

As despesas de supermercado correspondem a cerca de 60% dos gastos essenciais para todas as classes.

Nos gastos não-essenciais, o que mais destaca as classes A/B em face das demais são os gastos com seguros (de vida, automóvel, casa), empregada doméstica mensalista ou diarista e assinatura de TV a cabo, satélite e internet. Os gastos com seguros foram de quase R\$ 29. Com empregada doméstica foram gastos pouco mais de R\$ 45 e com assinatura de TV a cabo um pouco mais de R\$ 26. Quando se passa para a classe C, respectivamente

nesses 3 gastos, as cifras atingidas foram: R\$ 2,15, R\$ 3,18 e R\$ 2,79. Para as classes D/E tais gastos são ainda menores, praticamente zero.

#### GASTOS NÃO-ESSENCIAIS TOTAIS POR CLASSE

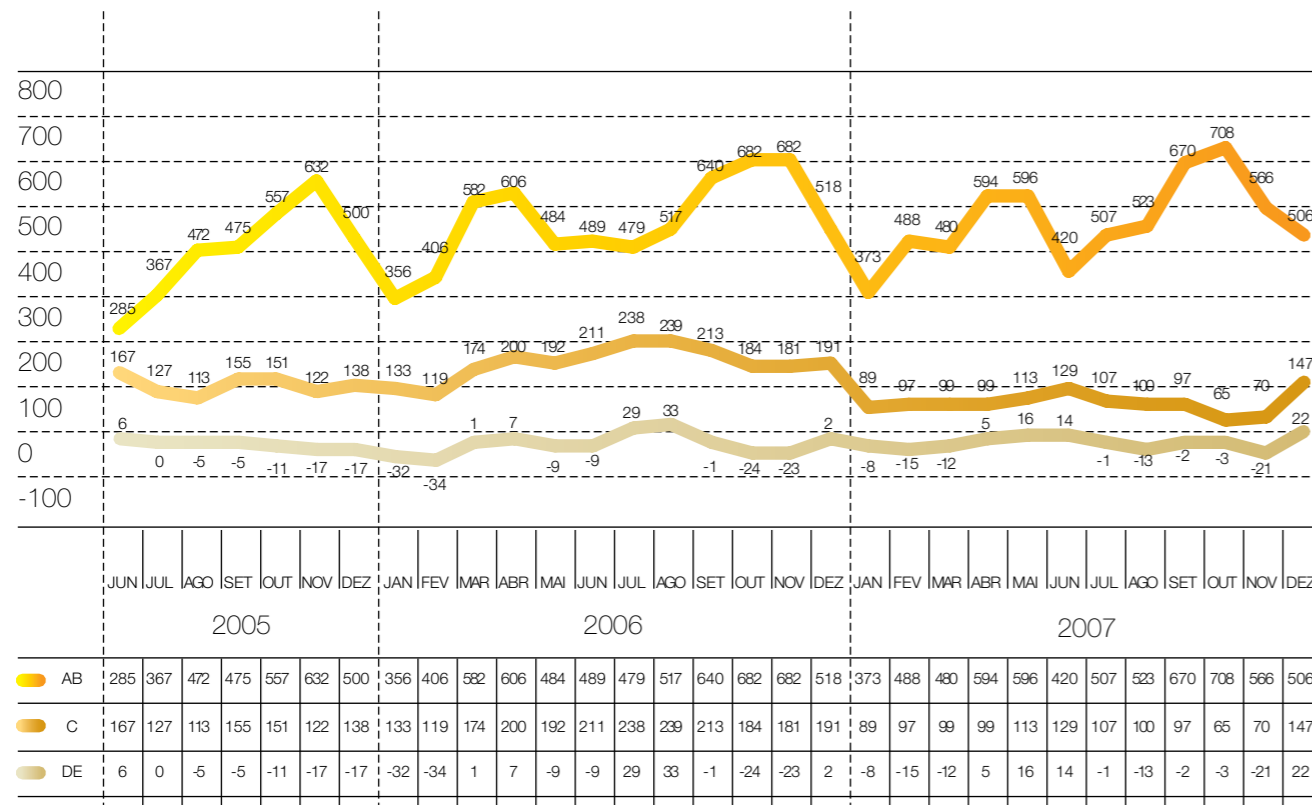
	Total	A/B	C	D/E
Vestuário homem, mulher ou criança (roupas, sapatos)	61,70	115,43	72,62	28,12
Pagamento de prestações/crediário	60,60	100,87	66,86	37,70
Combustível	39,48	141,87	34,93	5,46
Lazer (cinema, restaurante, casas noturnas, CDs e fitas etc.)	32,47	84,71	34,02	10,52
Telefone fixo	31,93	85,66	30,57	12,86
Educação (mensalidade escolar)	28,64	120,29	21,65	1,62
Outros gastos mensais	18,87	23,08	28,52	5,83
Telefone celular (pré ou pós-pago)	18,08	44,38	18,67	7,25
Cigarro	15,81	18,89	16,53	13,76
Convênio médico / Plano de saúde	15,35	64,22	10,34	2,45
Empregada doméstica mensalista ou diarista	8,56	45,49	3,78	0,00
Prestação/Financiamento do domicílio	6,85	19,56	6,48	2,39
Assinatura de TV a cabo, satélite, Internet	5,42	26,41	2,79	0,44
Seguros (de vida, automóvel, casa)	5,32	28,83	2,15	0,01
Previdência privada	0,87	2,92	0,61	0,39
<b>Gastos totais (não-essenciais)</b>	<b>349,95</b>	<b>922,61</b>	<b>350,52</b>	<b>128,80</b>

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

É possível notar que, com exceção das classes A/B, não existe um padrão de comportamento da renda disponível nas classes C e D/E. Tomando-se os 31 meses que separam junho de 2005 e dezembro de 2007, nota-se que a renda disponível das classes A/B atinge os picos nos meses de outubro e novembro, caindo drasticamente nos meses seguintes (dezembro e janeiro). Nas demais classes, não é possível afirmar que existe um padrão de

variação. Um dos motivos é a mudança da pirâmide social, já que, enquanto a classe C foi a que mais aumentou, as classes D/E foram as que mais diminuíram nos últimos 2 anos.

#### RENDA DISPONÍVEL POR CLASSE E POR MÊS – 2005/2006/2007



FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Após quase 3 anos de observação, confirma-se uma forte sazonalidade na renda disponível, sobretudo das classes A/B.

Uma importante reversão da tendência verificada no ano passado diz respeito às diferenças de aspirações de consumo entre as classes A/B e C. Entre 2005 e 2006 tais diferenças tinham diminuído. Isso indicava a diminuição de um outro tipo de desigualdade, aquela que diz respeito ao “direito” de aspirar às mesmas coisas. Em 2007 essa tendência se reverteu, e com muita força. As classes A/B, em face da classe C, dispararam nas aspirações por decoração, móveis, eletrodomésticos e computador, todos itens que dizem respeito à casa, ao lar, à moradia. Além

disso, lazer e viagem também apresentaram uma enorme disparidade na comparação entre essas classes. Isso é reflexo da valorização do real e, conseqüentemente, do barateamento das viagens ao exterior.

É possível afirmar que a desigualdade de aspirações aumentou? Sem dúvida que sim. Porém, esses 2 anos vêm ensinar que esse indicador pode sofrer variações extremamente conjunturais e que, portanto, será necessário analisá-lo ano a ano com muita cautela.

#### DIFERENÇAS NAS ASPIRAÇÕES DE CONSUMO DAS CLASSES A/B-C – 2005/2006/2007

	A/B-C (2005)	A/B-C (2006)	A/B-C (2007)
Lazer/Viagem	18	13	32
Decoração	7	8	14
Carro	14	8	9
TV, Hi-Fi e Vídeo	3	5	8
Móveis	0	-1	8
Eletrodomésticos	3	1	8
Equipamentos esportivos	6	7	4
Computador para casa	11	1	4
Ferramentas para trabalhos gerais do tipo “faça-você-mesmo”	0	-2	3
Propriedades	3	3	2
Telefone celular	3	1	-1
Moto	2	3	-1

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Lazer e viagem também apresentaram uma enorme disparidade na comparação das classes A/B e C. Isso é reflexo da valorização do real.



Um ritmo de consumo acelerado que deve continuar em 2008.

## 02. INTENÇÃO DE COMPRA

Em 2006 mostramos com destaque que os maiores crescimentos na intenção de compra de bens foram para móveis, eletrodomésticos, lazer/viagem, TV, Hi-Fi e vídeo, telefone celular e computador para casa. Foram 7 de 12 itens analisados. Agora, em 2007, desses 6 itens, 3 mantiveram-se em trajetória de crescimento: passou de 19% para 24% a intenção de compra de

telefone celular; computador para casa subiu de 17% para 20% no último ano; e decoração foi de 16% para 18%. A intenção de adquirir uma propriedade também continua em uma trajetória de alta, saindo de 10% para 11% e agora em 2007, 13%.

### PRETENSÃO DE COMPRA NO PRÓXIMO ANO – 2005/2006/2007 - %

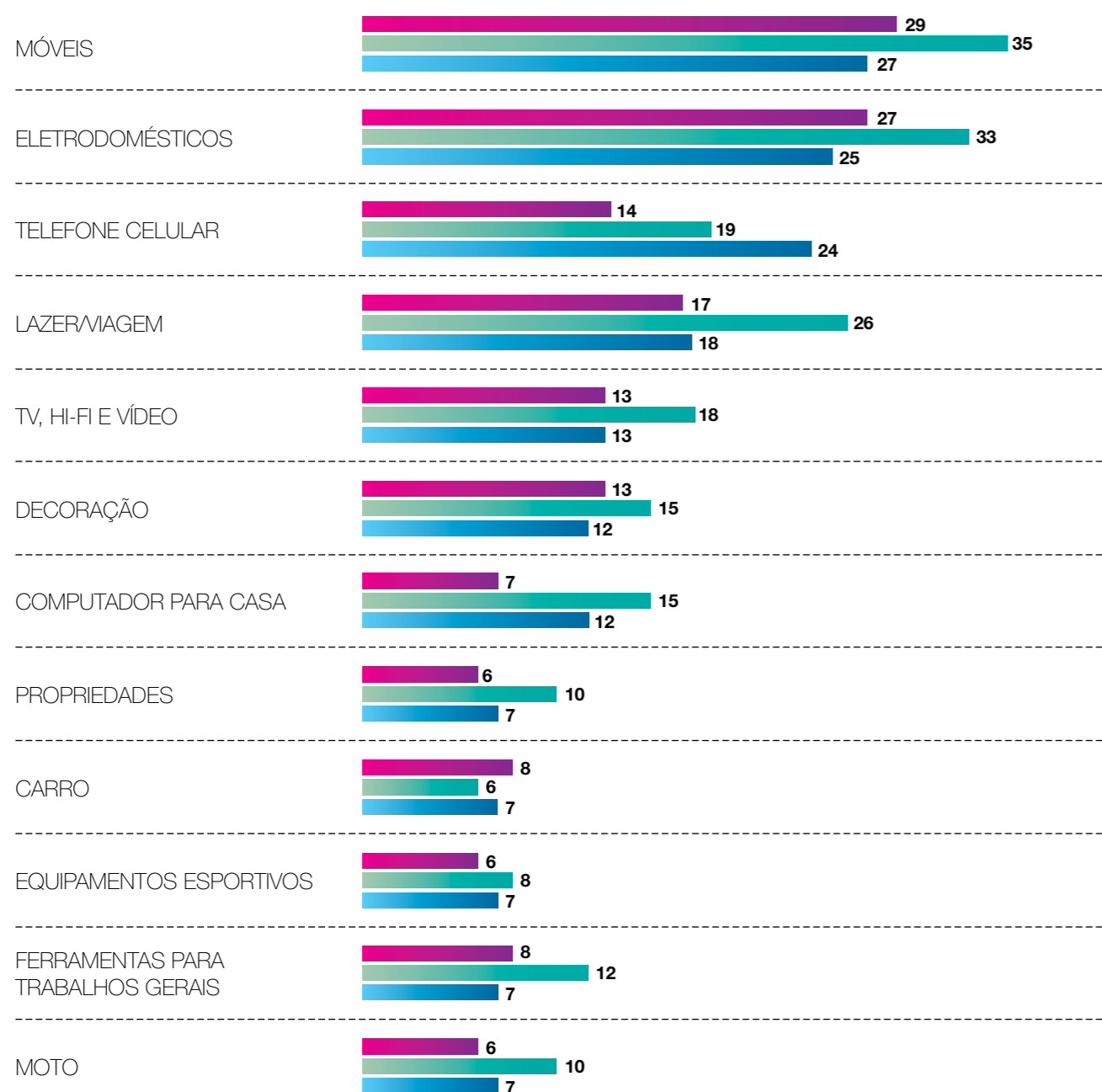
	2005	2006	2007	Diferença 2007/2006
Móveis	31	37	37	0
Eletrodomésticos	31	37	36	-1
Lazer/Viagem	25	29	27	-2
Telefone celular	16	19	24	5
Computador para casa	13	17	20	3
Decoração	14	16	18	2
TV, Hi-Fi e Vídeo	17	19	18	-1
Carro	16	16	17	1
Propriedades	10	11	13	2
Ferramentas para trabalhos gerais do tipo "faça-você-mesmo"	13	16	13	-3
Equipamentos esportivos	10	9	8	-1
Moto	8	9	8	-1

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

No Nordeste, em 2007, houve mais queda que aumento na intenção de compra. Diminuíram as intenções de comprar móveis, eletrodomésticos, lazer/viagem, TV, Hi-Fi e Vídeo, decoração, computador para casa, propriedades, equipamentos esportivos, ferramentas para trabalhos gerais e moto. Entre 2005 e 2006 todos esses itens tiveram aumento na intenção de compra. Dois itens

de consumo tiveram acréscimo na intenção de compra no Nordeste: carro e telefone celular. Este último saltou de 14% para 19% no primeiro ano da série, e agora foi para 24%. Um crescimento de 10 pontos percentuais em 2 anos. No último ano a intenção de compra de carro aumentou apenas 1 ponto percentual.

#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO POR REGIÃO – NORDESTE – 2005/2006/2007

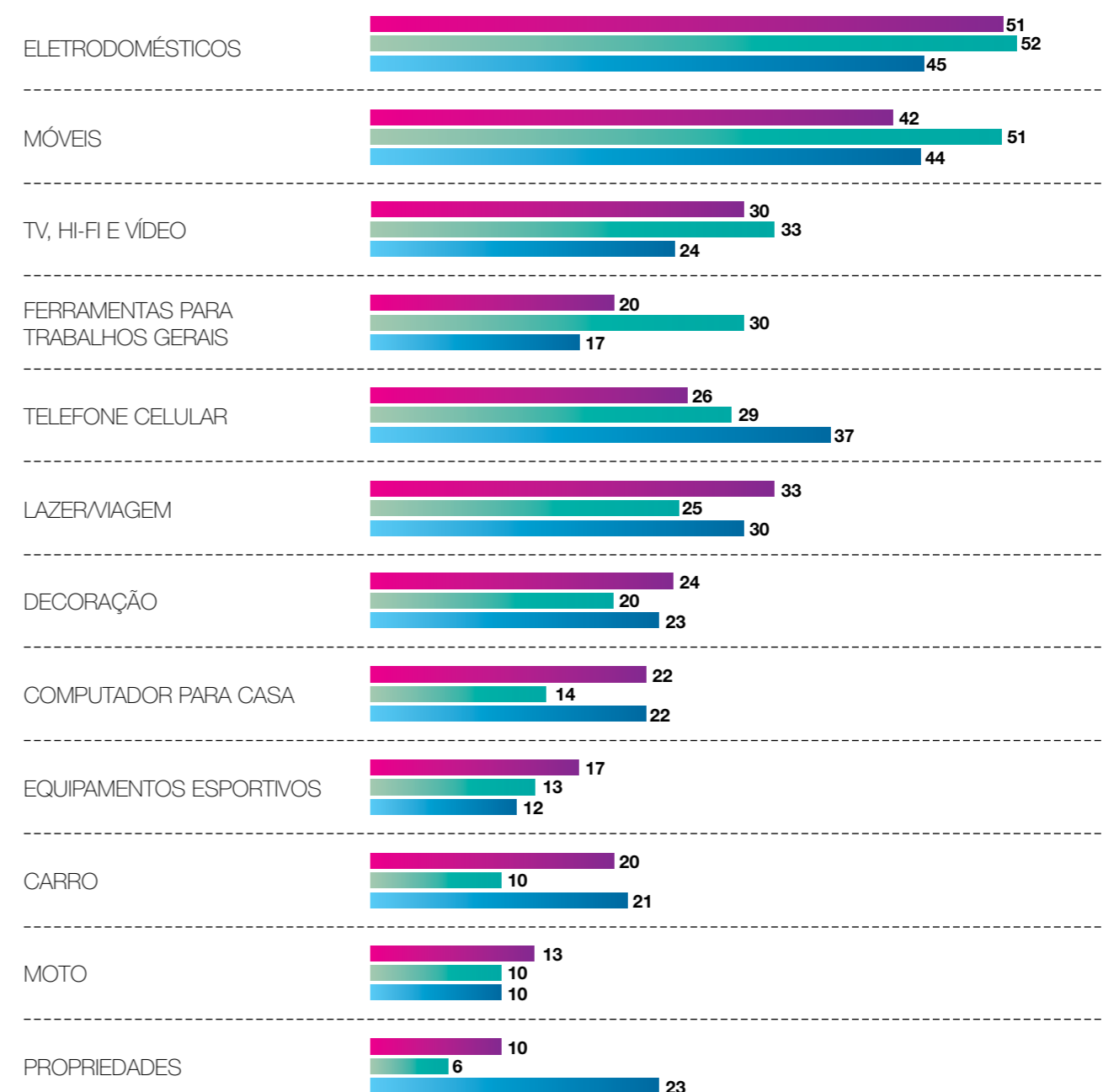


FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Nas regiões Norte/Centro-Oeste as intenções de compra que diminuíram no último ano foram para eletrodomésticos, móveis, TV, Hi-Fi e Vídeo, equipamentos esportivos e ferramentas para trabalhos em geral. Os aumentos foram verificados em telefone celular, lazer/viagem, decoração, computador para casa, carro e propriedades. A intenção de comprar telefone celular

cresceu consecutivamente, de 26% para 29% e depois daí para 37% agora em 2007. Merece destaque o salto das intenções de compra para carro e propriedades, 2 itens que têm valor de compra mais alto. A intenção de compra de carros aumentou de 10% para 21% no último ano e propriedades saltou de 6% para 23%.

#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO POR REGIÃO - NORTE / CENTRO-OESTE – 2005/2006/2007

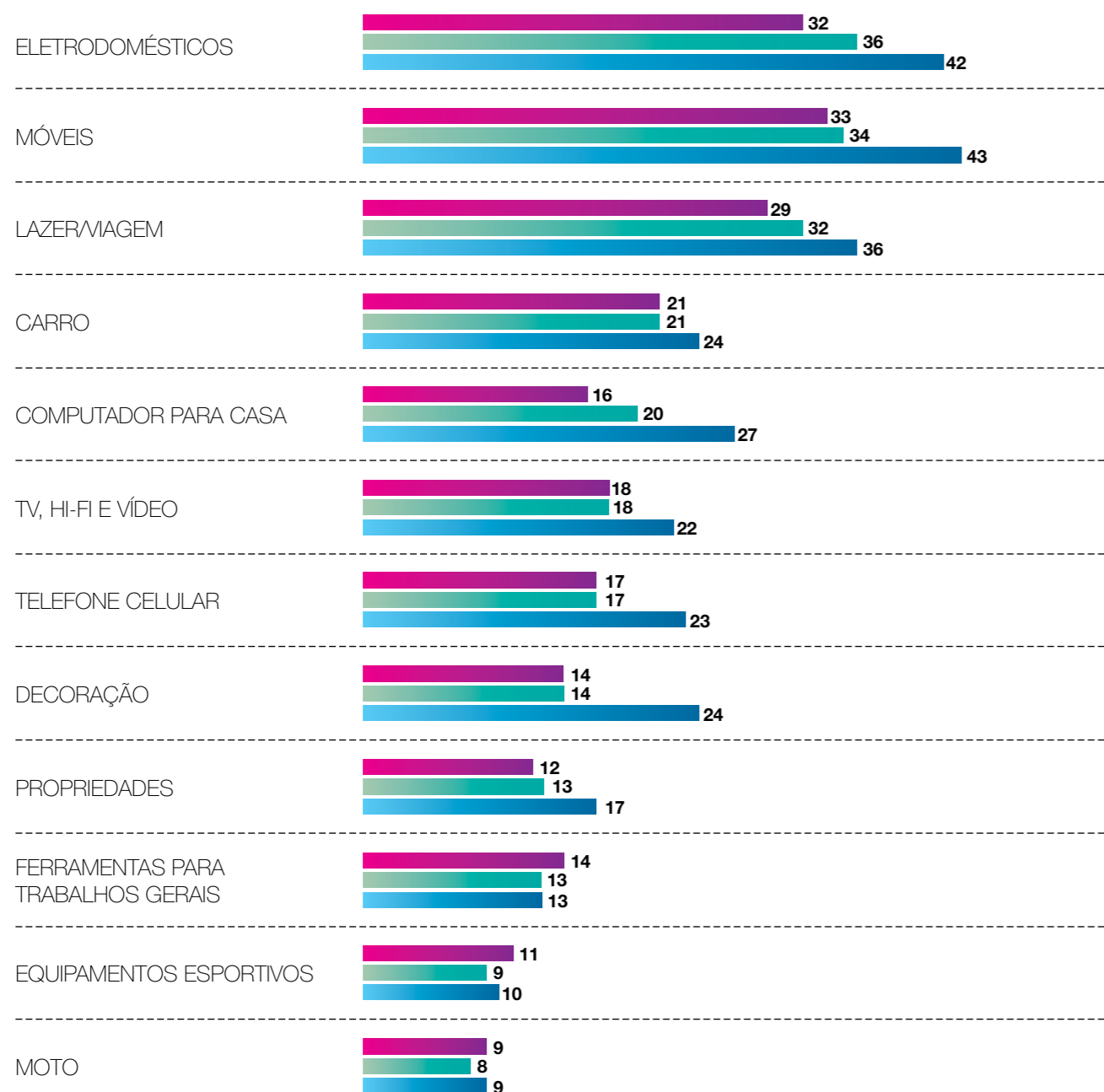


FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

A intenção de compra no Sudeste cresceu 2 anos consecutivos para 5 itens: eletrodomésticos, móveis, lazer/viagem, computador para casa e propriedades. Nos 3 anos, respectivamente, o crescimento para eletrodomésticos foi de 32% para 36% e depois para 42%. No caso de móveis foi de 33% para 34% e finalmente 43%. Lazer/viagem subiu de 29% para 32% e daí para

36%. Computador para casa saltou de 16% para 20% e para 27%. E propriedades foi de 12% para 13% e depois para 17%, ou seja, de maneira global o Sudeste é o grande destaque este ano quando analisamos a evolução nas intenções de compra.

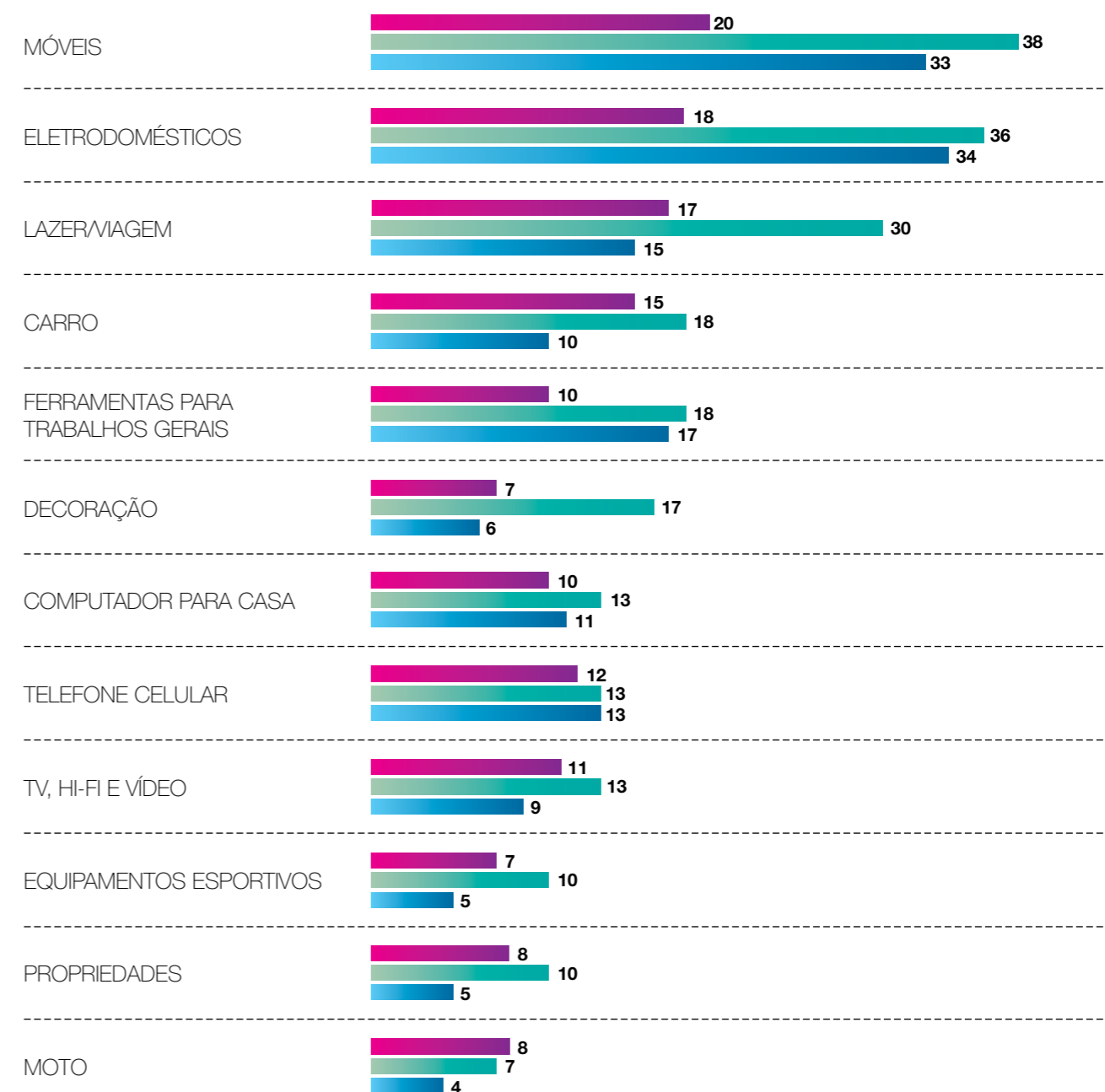
#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO POR REGIÃO – SUDESTE – 2005/2006/2007



Fonte: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

A situação da intenção de compra no Sul é reflexo da variação da renda média familiar e da renda disponível na região. Como a variação destas foi negativa, também acabou sendo a intenção de compra. De todos os 12 itens analisados houve queda, entre 2006 e 2007, na intenção de compra de 11 itens. E o único que não caiu, telefone celular, também não aumentou.

#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO POR REGIÃO – SUL – 2005/2006/2007

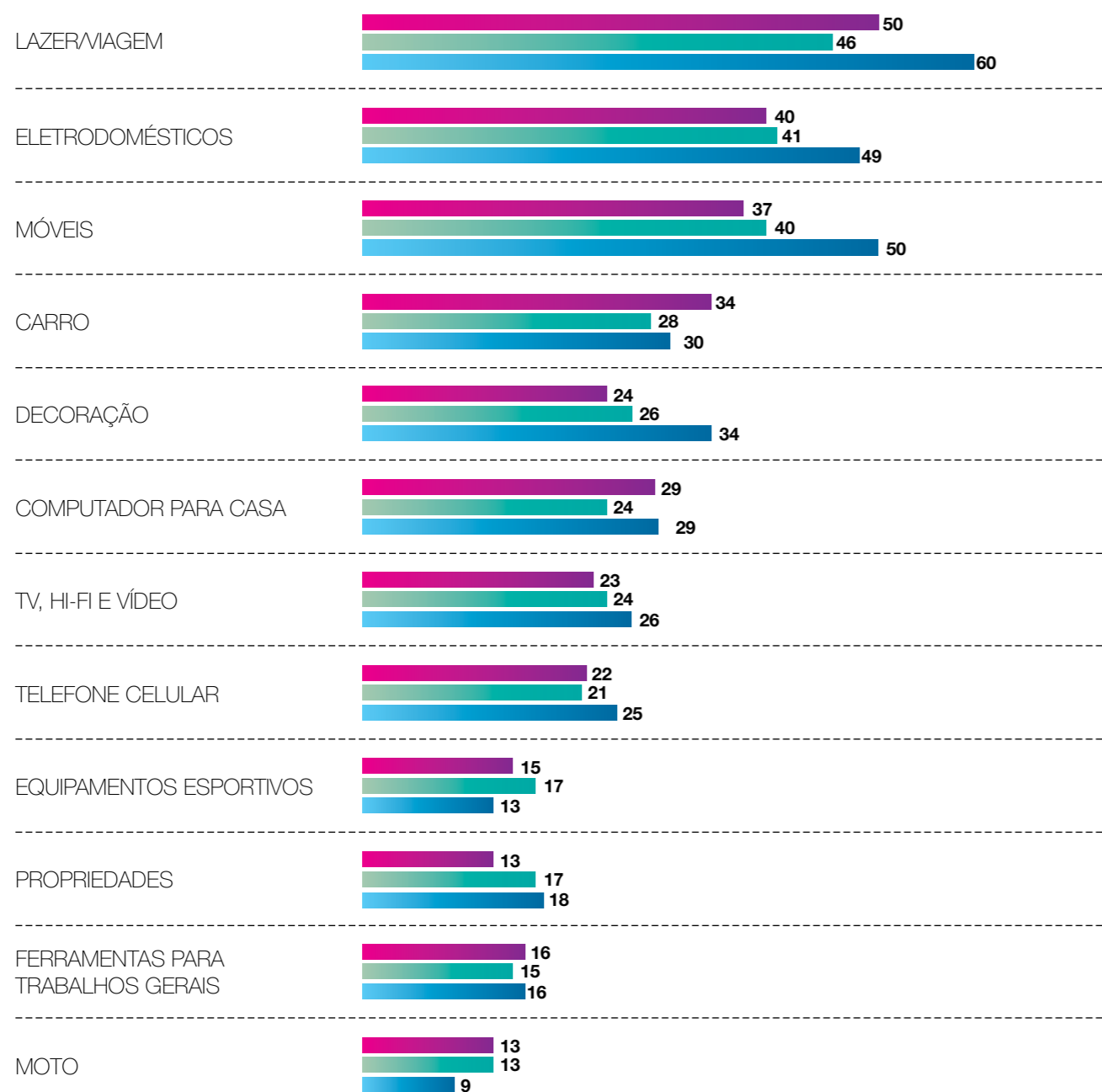


Fonte: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Quando se analisam os dados para a intenção de compra por classe social, notam-se algumas diferenças importantes. No caso das classes A/B, a intenção de compra aumentou por 2 anos consecutivos para 5 itens: eletrodomésticos, móveis, decoração, TV, Hi-Fi e Vídeo e propriedades. De 2005 para 2006, e daí para 2007, a intenção de compra de eletrodomésticos cresceu, respectivamente, de 40% para 41% e para

49%. No caso de móveis esses números são 37%, 40% e 50%. Em decoração a intenção de compra aumentou de 24% para 26% e daí para 34%. Propriedades teve um acréscimo de 13% para 17% e finalmente para 18% no último ano. Dos 12 itens estudados, apenas 2 tiveram redução da intenção de compra em 2007: equipamentos esportivos e moto.

#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO SEGUNDO CLASSE DE CONSUMO A/B – 2005/2006/2007

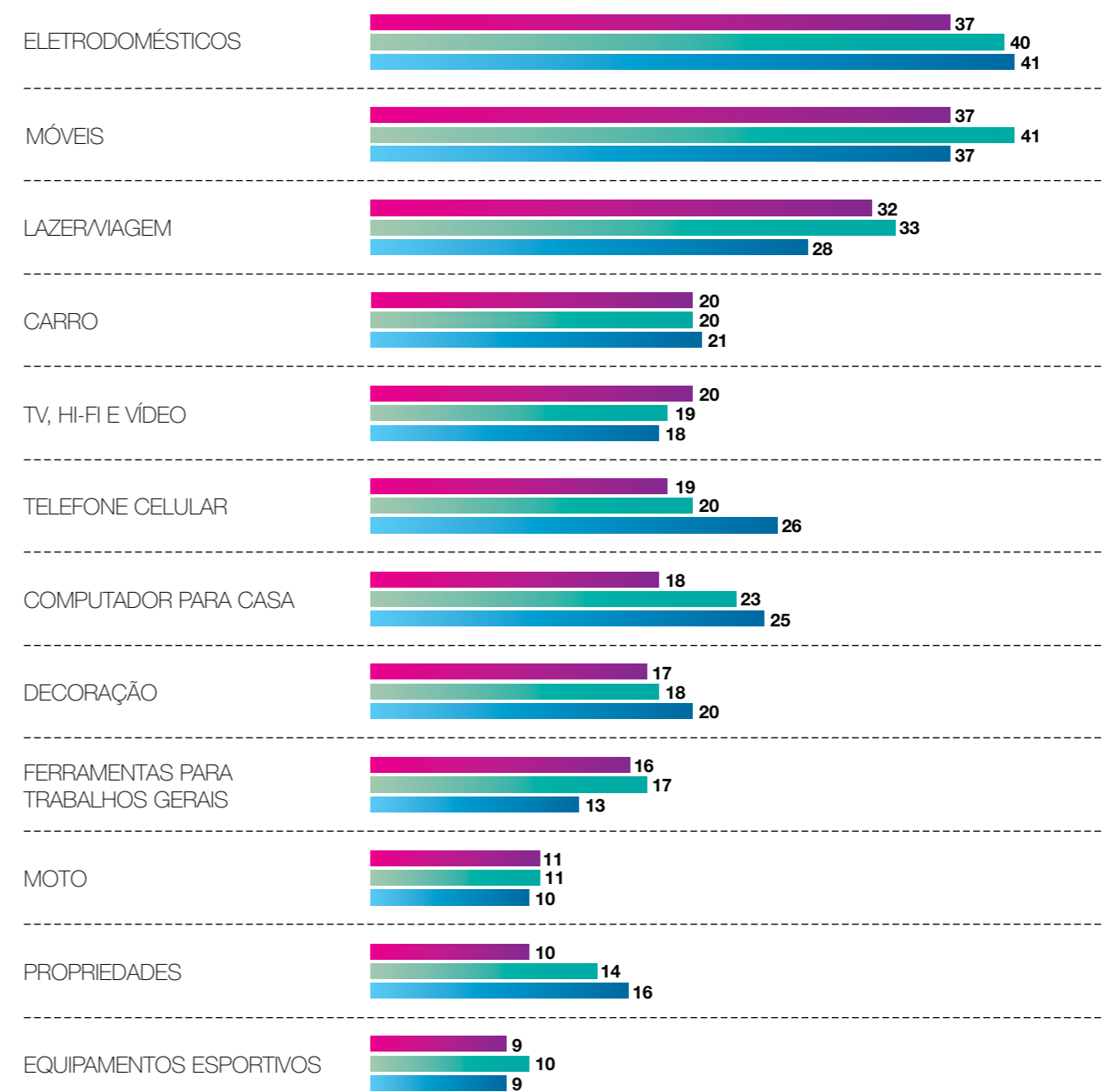


FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Na classe C a intenção de compra cresceu por 2 anos consecutivos, assim como para as classes A/B, em 5 itens: eletrodomésticos, telefone celular, computador para casa, decoração e propriedades. Nota-se que alguns desses itens são comuns às classes A/B e C. Houve uma queda da intenção de compra, pequena, mas consistente, no caso de TV, Hi-Fi e Vídeo e moto.

Destaca-se também a intenção de consumo de propriedades, que saiu de 10% em 2005, pulou para 14% em 2006 e agora atinge o recorde de 16% com acesso ao crédito facilitado. Nunca a classe C quis adquirir tanto um imóvel como hoje.

#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO SEGUNDO CLASSE DE CONSUMO C – 2005/2006/2007

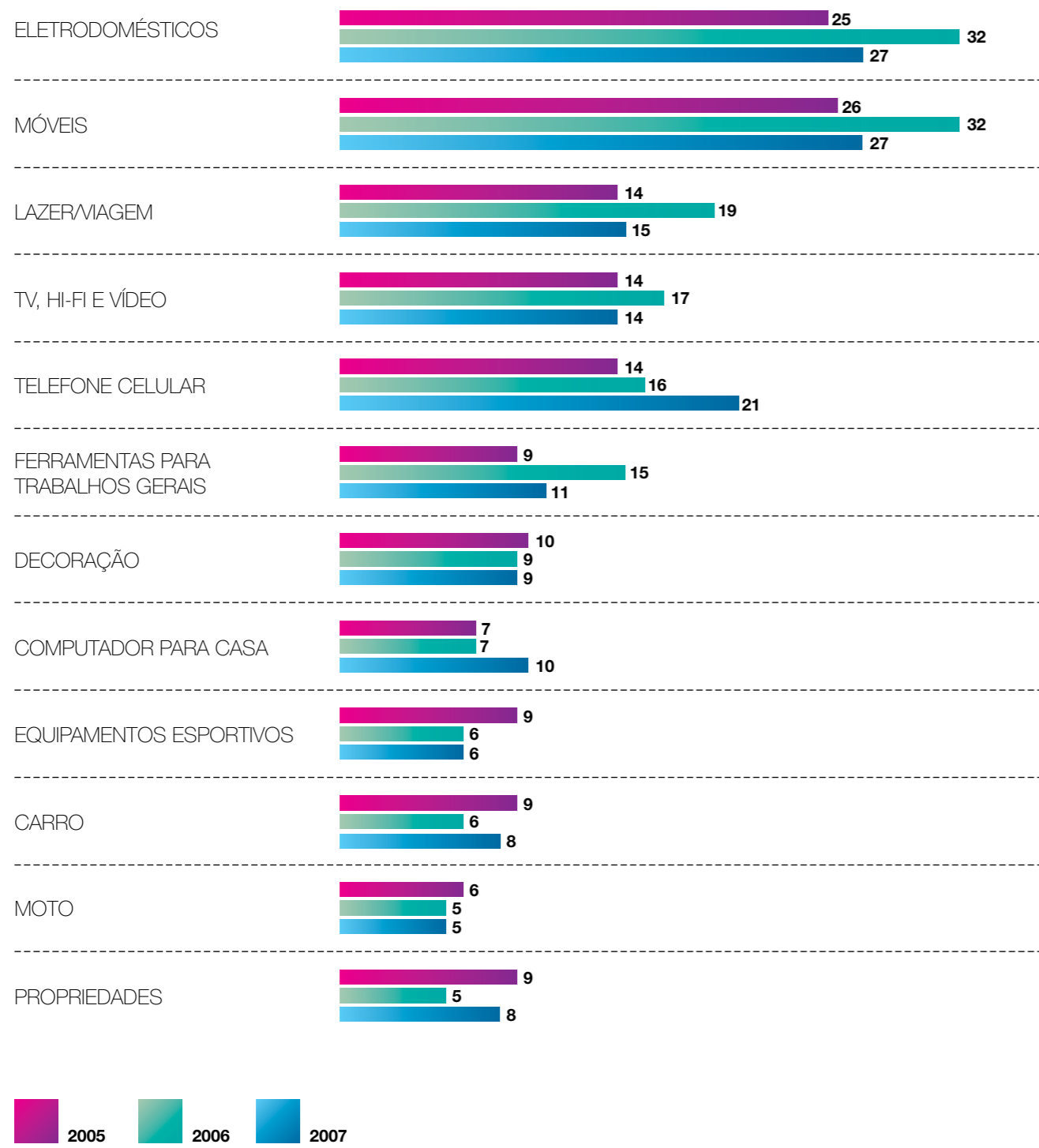


FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

As classes D/E são as que têm o menor poder de compra, e isso se reflete na trajetória de sua intenção de compra. Para esse segmento, só houve crescimento consecutivo na intenção de compra de telefone celular. Esta saltou de 14% para 16% em 2006, e daí para 21% em 2007. Computador para casa aumentou 3 pontos

percentuais no último ano, propriedades também e carro aumentou 2 pontos percentuais. Ainda no último ano houve queda da intenção de compra desse segmento para eletrodomésticos, móveis, lazer/viagem, TV, Hi-Fi e vídeo e ferramentas para trabalhos gerais.

#### O QUE PRETENDE COMPRAR NO PRÓXIMO ANO SEGUNDO CLASSE DE CONSUMO D/E – 2005/2006/2007



2005 2006 2007

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007





5,3 foi a nota média dada pelos brasileiros para a situação do país. É a melhor nota dos últimos 3 anos.

## 03. OTIMISMO

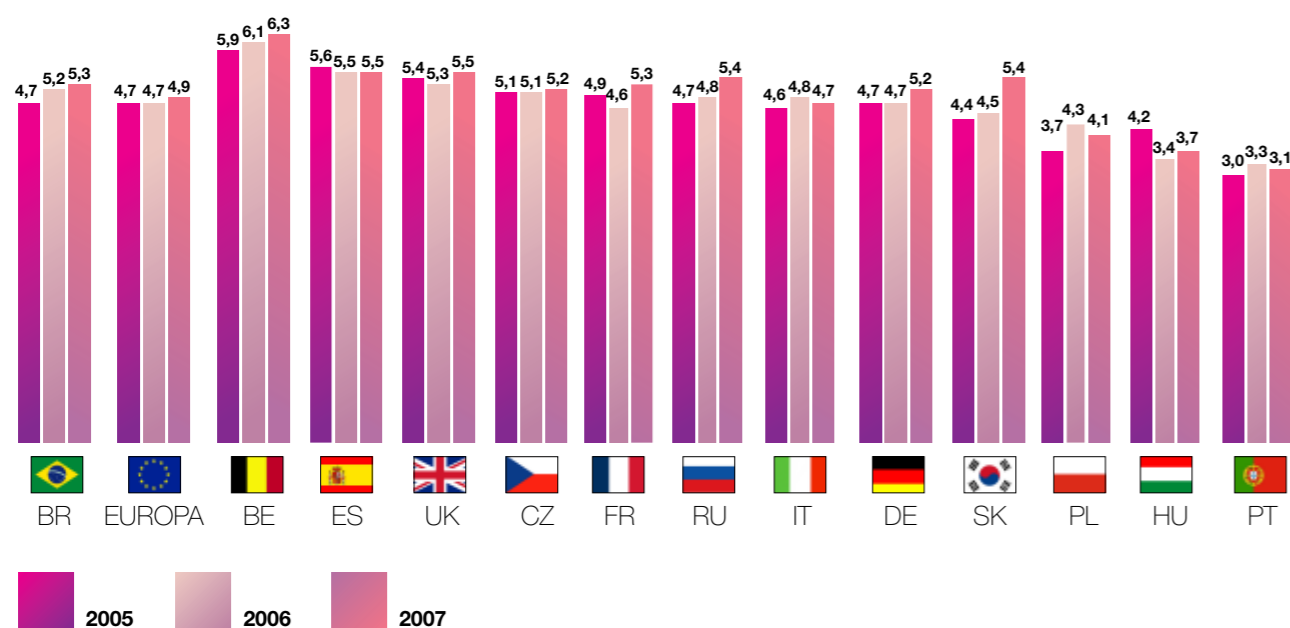
Renda em alta, renda disponível em crescimento, otimismo também. Quando se perguntou, em 2005, qual a nota que as pessoas davam para a situação atual do Brasil, esse número atingiu 4,7 entre 0 e 10. Em 2006 foi para 5,2 e finalmente para 5,3 em 2007.

A nota média dada pelo brasileiro para a situação atual do país é superior à nota dada pelo europeu, 4,9.

Em 2005 a nota foi a mesma, 4,7; em 2006 os brasileiros eram mais otimistas, 5,2 contra 4,7. 2007 reforça ainda mais este otimismo.

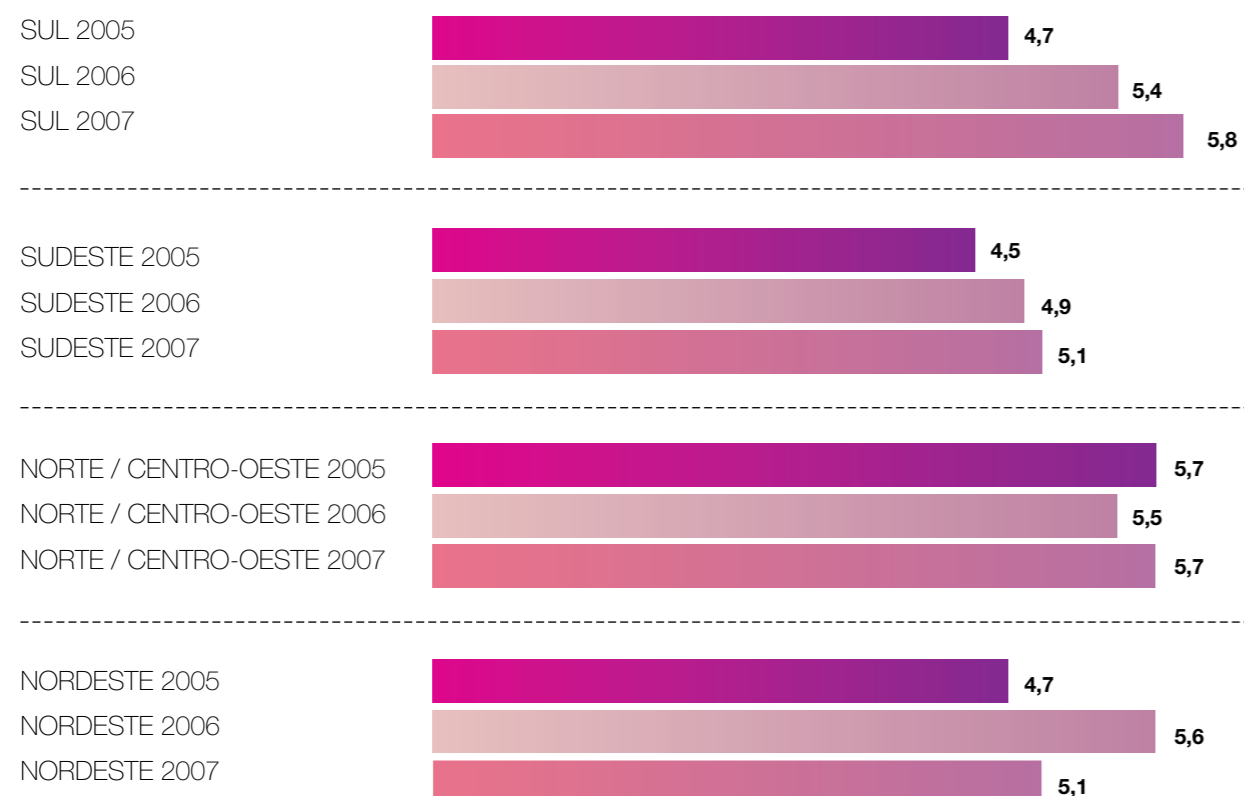
Há diferenças entre regiões e classes sociais no que tange ao otimismo são importantes. Nas regiões brasileiras a nota média conferida à situação do Brasil aumentou de forma diferenciada. Sul e Sudeste tiveram um padrão

de crescimento semelhante entre si, mas diferente de Norte/Centro-Oeste e Nordeste. No Sul e no Sudeste a nota média cresceu todos os anos. Era 4,7 em 2005 no Sul, passou para 5,4 no ano seguinte e chegou a 5,8 em 2007. No Sudeste, a primeira nota da série foi 4,5. Subiu para 4,9 em 2006 e 5,1 em 2007. No Norte /Centro-Oeste, ao contrário das outras duas regiões, o otimismo mensurado pela nota ficou praticamente inalterado em todo o período. Era 5,7 em 2005, passou para 5,5 e subiu para 5,7 agora em 2007. Pode-se afirmar que nessas regiões o otimismo praticamente não variou. O Nordeste também teve um comportamento diferenciado. Subiu muito em 2006 e caiu em 2007. Começou com 4,7, foi para 5,6 e caiu para 5,1.



FONTE: PESQUISA CETELEM/IPSOS – 2005/2006/2007/ L' OBSERVATEUR CETELEM FRANÇA 2006/2007

#### NOTA MÉDIA PARA A SITUAÇÃO ATUAL DO PAÍS POR REGIÃO – 2005/2006/2007

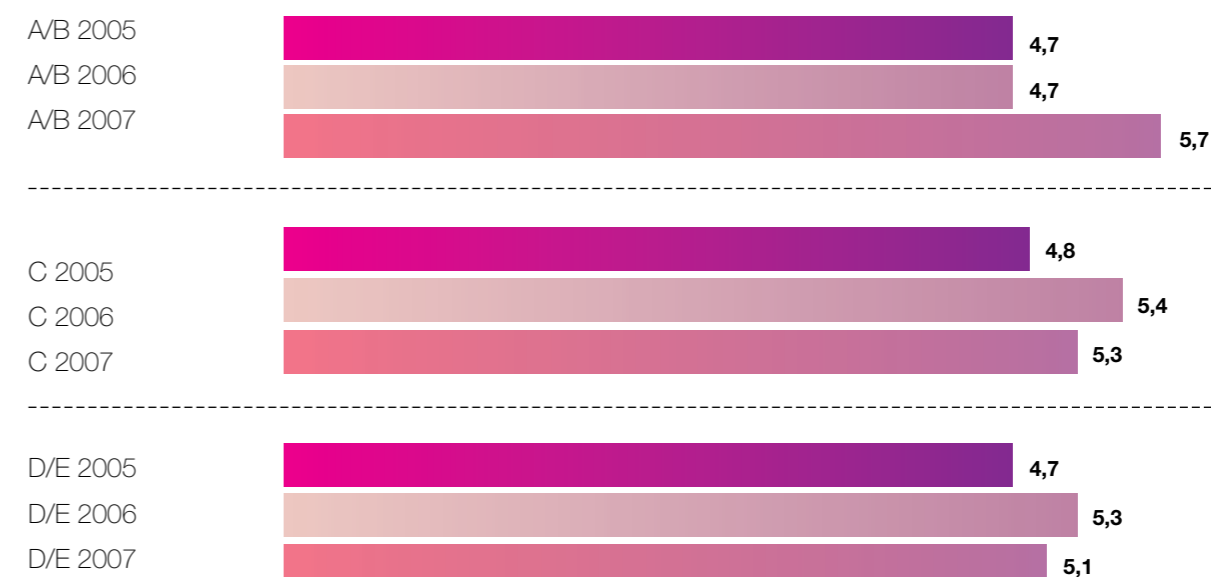


FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

As classes sociais também conceberam de forma diferente o otimismo, de um lado ficaram A/B e de outro ficaram C, D/E. As classes A/B deram a mesma nota para a situação do Brasil em 2005 e 2006, 4,7. Houve, porém, um forte crescimento em 2007, pulando para 5,7. Para as demais classes, o otimismo aumentou de 2005 para

2006 e caiu nesse último ano. Para a classe C a primeira nota da série foi 4,8. Aumentou para 5,4 e diminuiu para 5,3. Nas classes D/E a primeira nota conferida foi 4,7. Aumentou para 5,3 em 2006 e depois caiu para 5,1 no último ano.

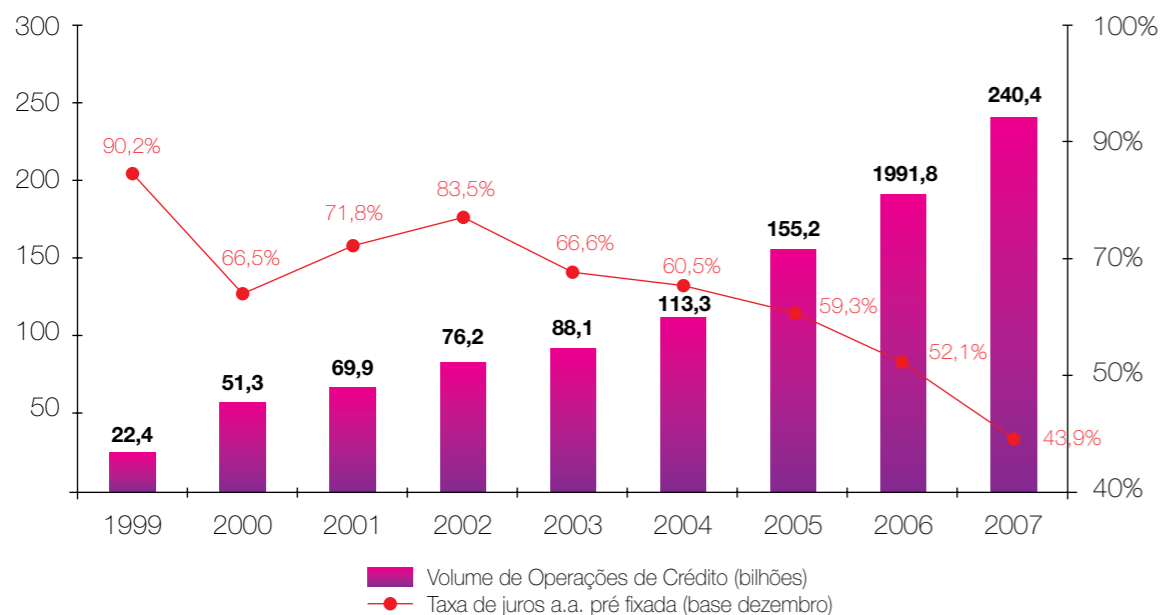
#### NOTA MÉDIA PARA A SITUAÇÃO ATUAL DO PAÍS POR CLASSE – 2005/2006/2007



FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Se em 2006 foram as classes C e D/E que puxaram para cima a nota média dada para a situação do país, este ano foi a avaliação das classes A/B, que saltou de 4,7 para 5,6, que melhorou a nota geral.

**TAXA DE JUROS MÉDIA (PRÉ FIXADA) DAS OPERAÇÕES DE CRÉDITO COM RECURSOS LIVRES REFERENCIAIS - TOTAL PESSOA FÍSICA - % a.a.**



FONTE: BACEN

Uma outra forma de avaliar o otimismo da população brasileira é pela análise do sentimento em relação ao futuro. Nota-se que houve uma grande mudança entre 2005 e 2006, e ficou praticamente inalterada no último ano. Em 2005, 20% da população afirmava estar otimista em relação ao futuro e 6% se dizia entusiasmada. Um total de 26%. Em 2006 esse total alcançou 37%, sendo

28% o que ficou com o otimismo e 9% o que afirmou estar entusiasmado. No mesmo período houve uma leve queda no sentimento de revolta e uma oscilação grande no sentimento de preocupação. A revolta caiu 3 pontos percentuais e a preocupação, que era a resposta de 48% da população, caiu para 42% em 2006 e subiu para 46% em 2007. Apesar disso, o balanço do período é positivo.

**SENTIMENTO EM RELAÇÃO AO FUTURO – 2005/2006/2007 - %**

	2005	2006	2007
Entusiasmo	6	9	7
Otimismo	20	28	28
Resignação	4	3	2
Preocupação	48	42	46
Revolta	19	17	16
Nenhum destes	3	1	1

De modo geral, quando se tomam em conjunto todos os indicadores de otimismo, pode-se notar que houve uma melhora em todos os anos (2005/2006/2007). Essa melhora foi mais acentuada em 2006 e menos forte em 2007. Por exemplo, aumentou de 37% em 2005 para 44% em 2007 a proporção de pessoas que acham que será possível gastar com a compra de um carro ou uma casa. A percepção que as pessoas têm da capacidade de fazer compras para o seu domicílio também cresceu. Foi de 40% em 2005 para 44% em 2006 e 48% em 2007.

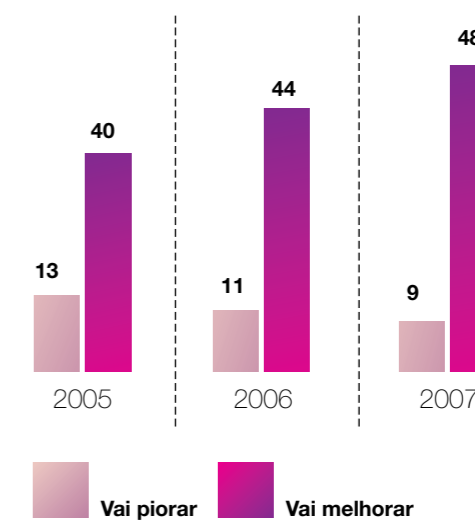
O que ficou relativamente estagnado entre os 2 últimos anos foi a visão que as pessoas têm de seu padrão de vida em geral e de sua situação financeira em particular. No que tange ao padrão de vida, em 2005 exatos 44% disseram que iria melhorar. Essa proporção subiu para 51% em 2006, onde permaneceu em 2007. Quanto à situação financeira os números são os mesmos para os respectivos anos.

**SUA CAPACIDADE DE REALIZAR GRANDES INVESTIMENTOS: CARRO, CASA OU TRABALHO (%)**



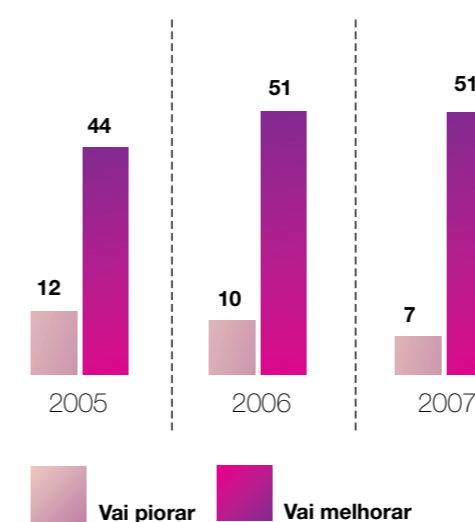
FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

**SUA CAPACIDADE DE FAZER COMPRAS PARA O SEU DOMICÍLIO (%)**



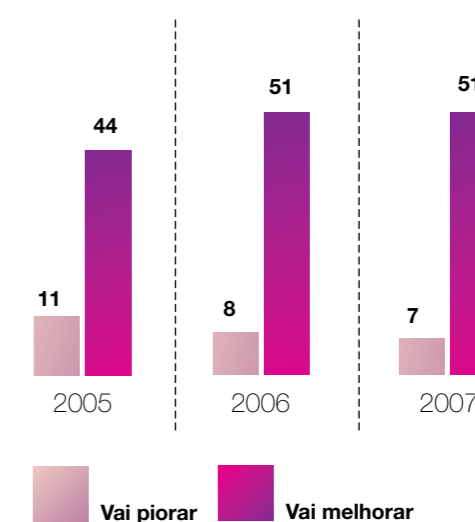
FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

**SUA SITUAÇÃO FINANCEIRA EM GERAL (%)**



FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

**SEU PADRÃO DE VIDA EM GERAL (%)**

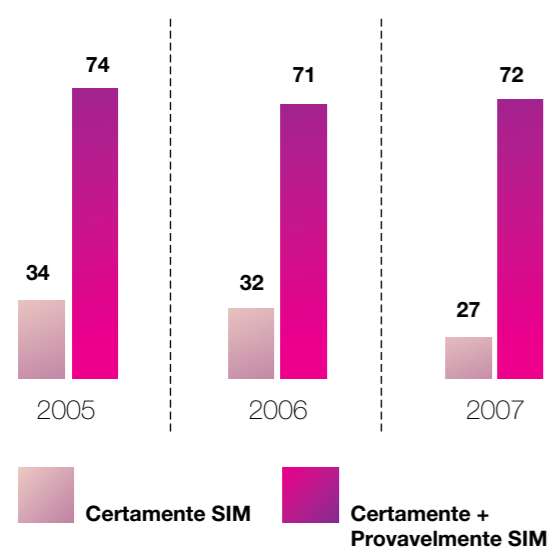


FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2005/2006/2007

Há um indicador indireto de que a confiança na economia cresceu ano após ano. A proporção de quem afirmava, em 2005, que pretendia aumentar suas economias permaneceu praticamente inalterada, ao passo que a proporção dos que disseram que iriam aumentar os gastos cresceu. Em 2005, a soma dos que disseram

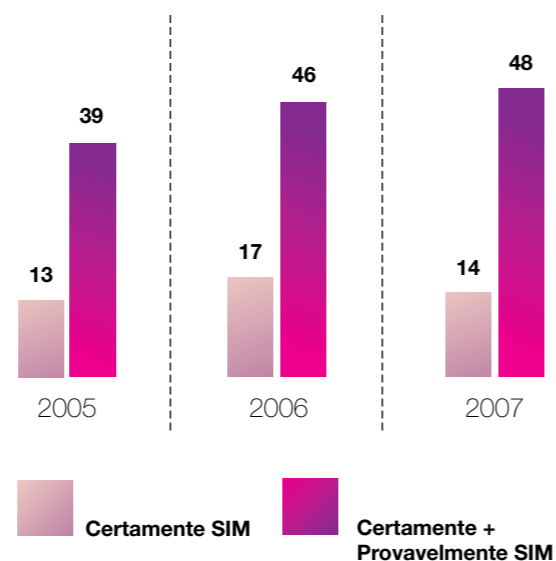
que certamente ou que provavelmente aumentariam seus gastos era 39%. Em 2006 essa proporção foi para 46% e chegou a 48% em 2007. Essa mesma soma, para aumentar as economias, foi 74%, 71% e 72%, respectivamente, para os anos de 2005 a 2007.

**PRETENDE AUMENTAR SUAS ECONOMIAS NOS PRÓXIMOS 12 MESES**



Fonte: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007

**PRETENDE AUMENTAR SEUS GASTOS NOS PRÓXIMOS 12 MESES**



Fonte: PESQUISA CETELEM - IPSOS 2005/2006/2007

Nunca o brasileiro iniciou um ano com tanto otimismo, confiança no país e com tanta intenção de consumir. Se o Brasil resistir à turbulência externa, 2008 deverá ser mais um ano de forte expansão, puxado pelo consumo interno.





Internet, um mercado ainda em expansão.

## 04. A INTERNET E O CONSUMO

A tendência verificada em 2006 de aumento da utilização e do acesso à internet manteve-se em 2007. Se de 2005 a 2006 houve um aumento de mais de 3 milhões de pessoas que passaram a ter acesso à internet, de 2006 a 2007 esse número quase dobrou: mais de 5 milhões e meio de pessoas passaram a fazê-lo. A proporção de brasileiros adultos com acesso à internet era de 26% e passou para 29%.

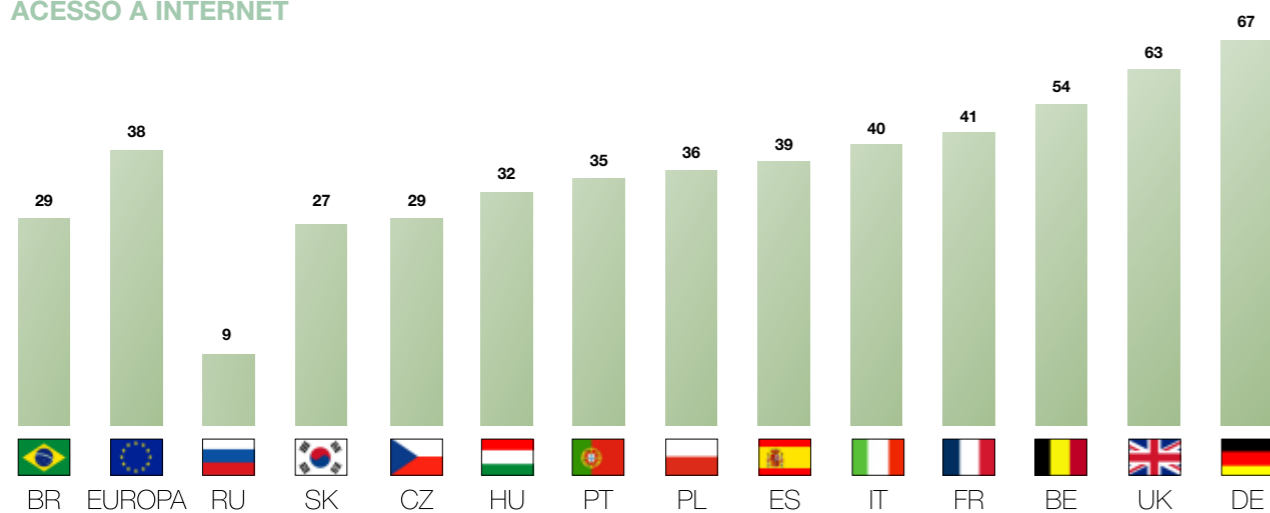
### ACESSO À INTERNET NO BRASIL – 2005/2006/2007

Brasil	2005	2006	2007
Acesso à internet	24%	26%	29%
Projeção na população*	30.713.863	33.921.167	39.769.879

FONTE: PESQUISA CETEM – IPSOS 2005/2006 \* PROJEÇÃO POPULACIONAL SEGUNDO PNAD 2005

A internet vem se democratizando no Brasil, hoje 29% dos brasileiros tem acesso à rede, índice acima dos países do leste europeu.

### ACESSO À INTERNET



FONTE: PESQUISA CETELEM/IPSOS – 2005/2006/2007/ L'OBSERVATEUR CETELEM FRANÇA 2006/2007

Assim como em 2006, um dos desafios para a ampliação do acesso à internet ainda é desvinculá-lo do nível de renda. De um modo geral, as pessoas com renda média mais alta – R\$ 1.603 – têm acesso à internet, e as pessoas com renda média mais baixa – R\$ 816 – não têm. A renda disponível daqueles que têm acesso à internet é quase 6 vezes maior que daqueles que não têm.

No caso dos que têm acesso, passou-se de um pouco mais de R\$ 275 para quase R\$ 178.

### ACESSO À INTERNET NO BRASIL, SEGUNDO RENDA FAMILIAR E RENDA DISPONÍVEL

Brasil	%	RENDA FAMILIAR		RENDA DISPONÍVEL	
		Média (R\$)	Média (R\$)	Média (R\$)	População > 16
Não tem acesso à internet	71%	816,61	30,66	95.366.267	
Tem acesso à internet	29%	1.603,47	177,94	39.769.879	

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2007

A renda disponível daqueles que tem acesso à internet é quase 6 vezes maior do que daqueles que não tem.

Embora tenha aumentado o índice de pessoas que têm acesso à internet, percebemos uma queda significativa de 5%, de 2006 para 2007, na proporção de pessoas

que têm intenção de fazer compras on-line. Ainda assim, o índice de pessoas que declararam comprar pela internet manteve-se o mesmo desde o ano passado, em 5%.

### INTENÇÃO DE COMPRA E COMPRA VIA INTERNET NO BRASIL - %

	2007
Total acessa internet	29
Intenção de compra via internet	14
Compra via internet	5

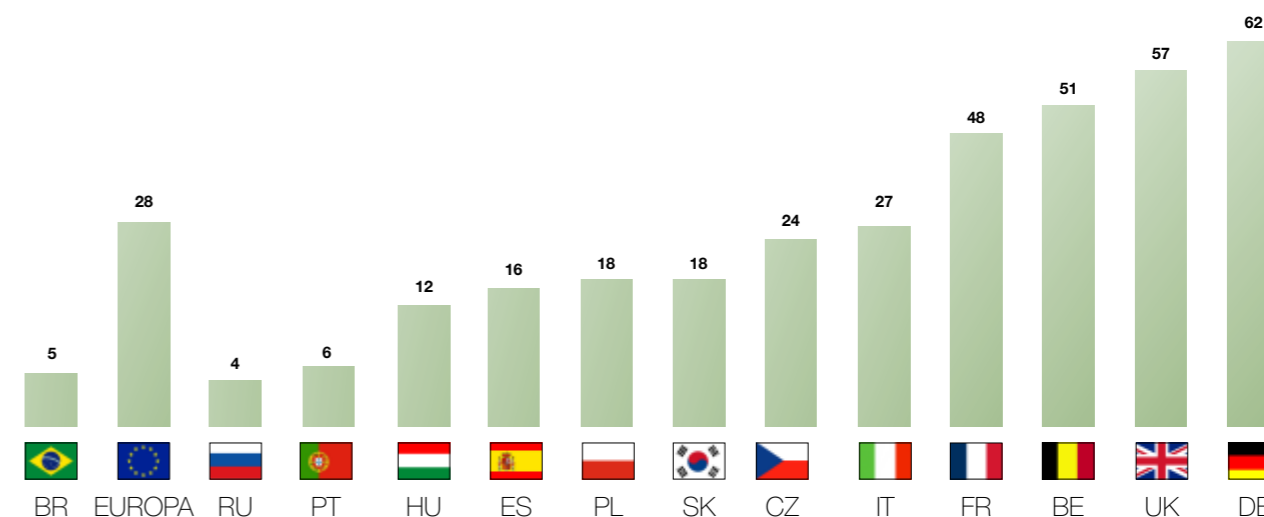
FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2007

Também houve uma queda do percentual de pessoas que pretendem usar a internet como fonte de informação para a compra: de 47% em 2006 para 40% em 2007. A utilização da internet como fonte de informação para o consumidor está relacionada à renda, tanto disponível quanto familiar. De maneira geral, a renda disponível daqueles que utilizam a internet como fonte de informação é quase 6 vezes maior que a daqueles que não utilizam. Já a renda familiar dos consumidores que se informam

pela internet é o dobro daqueles que não o fazem. Assim como foi verificado no acesso à internet, percebe-se uma queda gradativa das rendas médias, familiar e disponível, de 2005 até 2007.

Ainda há muito potencial de crescimento do e-commerce no Brasil. Mais de 5% da população declara comprar pela rede; o brasileiro atinge um índice equivalente a Portugal, mas bem abaixo da média européia, por exemplo.

### PORCENTAGEM DE PESSOAS QUE COMPRARAM PELA INTERNET



FONTE: PESQUISA CETELEM/IPSOS – 2005/2006/2007/ L'OBSERVATEUR CETELEM FRANÇA 2006/2007

**INTENÇÃO DE USAR A INTERNET COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA A COMPRA, POR RENDA DISPONÍVEL E RENDA FAMILIAR – 2005/2006/2007**

	ANO/%			RENDA DISPONÍVEL/R\$			RENDA FAMILIAR/R\$		
	2005	2006	2007	2005 Média	2006 Média	2007 Média	2005 Média	2006 Média	2007 Média
<b>Brasil</b>									
Não pretende usar a internet como fonte de informação para compra	67	53	60	178,61	96,69	68,61	1.200,66	1.142,56	1.086,76
Pretende usar a internet como fonte de informação para a próxima compra de pelo menos um produto	33	47	40	1.041,10	563,58	399,92	2.930,54	2.788,74	2.652,55

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2007

No mesmo sentido dos indicadores anteriores, o maior acesso à internet também acarretou uma menor proporção de pessoas que já compraram algo via web: de 18% em 2006 para 15% de 2007.

O que ocorre é que surgiram novos internautas que ainda precisam aprender a comprar pela web.

Fruto de um acesso facilitado, a renda familiar do consumidor na internet vem caindo nos últimos 3 anos. Mesmo assim, essa renda continua sendo 3 vezes maior do que a do consumidor que não usa a rede.

Há diferenças importantes na renda disponível entre os internautas que compram e os que não compram produtos pela internet. Os que já compraram alguma coisa pela internet têm renda disponível e renda média significativamente mais elevadas do que aqueles que não utilizaram a rede para compras. A renda disponível dos compradores é R\$ 702,04 e dos não-compradores é R\$ 61,40; e a renda média familiar dos compradores é R\$ 3.632,58, enquanto a dos não-compradores é R\$ 1.130,49.

**COMPRAS EFETIVADAS PELA INTERNET SEGUNDO RENDA DISPONÍVEL E RENDA FAMILIAR – 2005/2006/2007**

	ANO/%			RENDA DISPONÍVEL/R\$			RENDA FAMILIAR/R\$		
	2005	2006	2007	2005 Média	2006 Média	2007 Média	2005 Média	2006 Média	2007 Média
<b>Brasil (Internautas)</b>									
Nunca comprou nada via internet	84	82	85	159,83	86,52	61,40	1.248,97	1.188,53	1.130,49
Já comprou algo via internet	16	18	15	1.827,61	989,35	702,04	4.013,28	3.819,09	3.632,58

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2007

A intenção de utilizar a internet como fonte de informação para a compra é maior para produtos de lazer/viagem e produtos culturais. Houve uma queda no percentual de declaração de compra desses produtos via internet, principalmente eletrodomésticos, carros novos e móveis.

**INTENÇÃO DE UTILIZAR A INTERNET COMO FONTE DE INFORMAÇÃO PARA COMPRA, SEGUNDO O ITEM DE COMPRA – 2005/2006/2007**

	2005	2006	2007	Diferença 2006-2007
Lazer/Viagem	6	13	10	-3
Produtos culturais (livros, CD, videogames...)	7	13	10	-3
Eletrodomésticos, TV HI-FI ou Vídeo	7	14	9	-5
Ferramentas para trabalhos gerais do tipo "faça-você-mesmo"	5	7	6	-1
Carros novos	4	11	5	-5
Móveis	5	10	5	-5
Comida	3	6	4	-1
Produtos financeiros (crédito, investimentos, etc.)	4	7	4	-3

FONTE: PESQUISA CETELEM – IPSOS 2006/2007

# O maior grau de satisfação de quem fez compra pela internet está relacionado à variedade de escolha, às informações sobre os produtos e à qualidade dos produtos.

O maior grau de satisfação de quem fez compra pela internet está relacionado à variedade de escolha (96% declararam estar satisfeitos ou muito satisfeitos), às informações sobre os produtos e à qualidade dos

produtos, ambos com 94%. O menor grau de satisfação, no entanto, está associado às possibilidades de crédito (com 86% de satisfeitos ou muito satisfeitos) e à segurança na realização do pagamento (83%).

## GRAU DE SATISFAÇÃO NAS COMPRAS VIA INTERNET – 2007

