

PESQUISA: 2015

AMOSTRA:

525 pessoas da classe AB

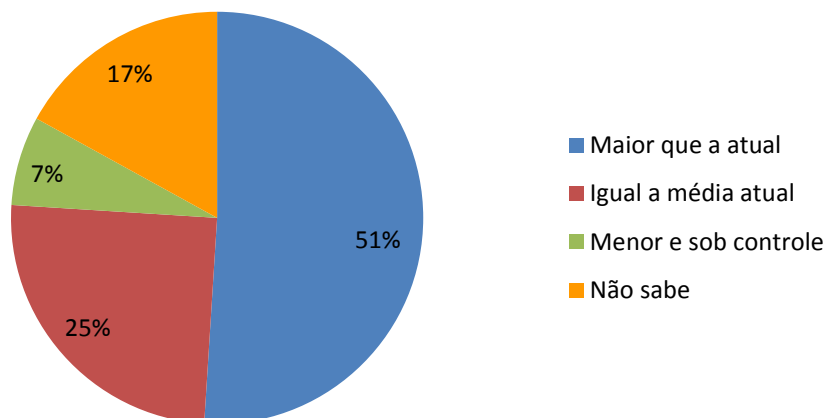
13 de dezembro

5 capitais brasileiros: Curitiba, São Paulo, Belo Horizonte, Salvador e Brasília

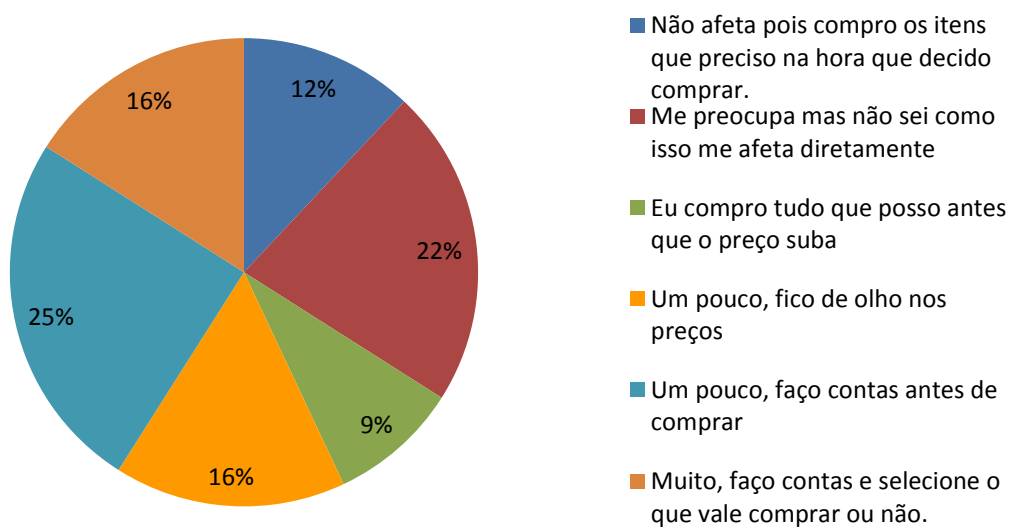
A ideia da pesquisa foi entender as expectativas do brasileiro de classe média alta para 2015.

INFLAÇÃO

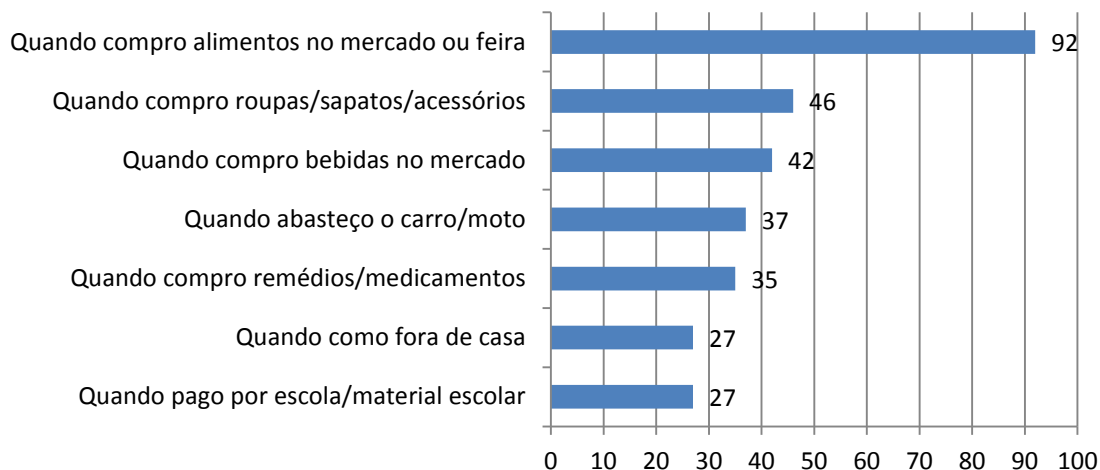
Iniciamos a entrevista questionando sobre como o brasileiro espera que a inflação seja em 2015 e mais da metade dos entrevistados acredita que teremos um número maior que em 2014.



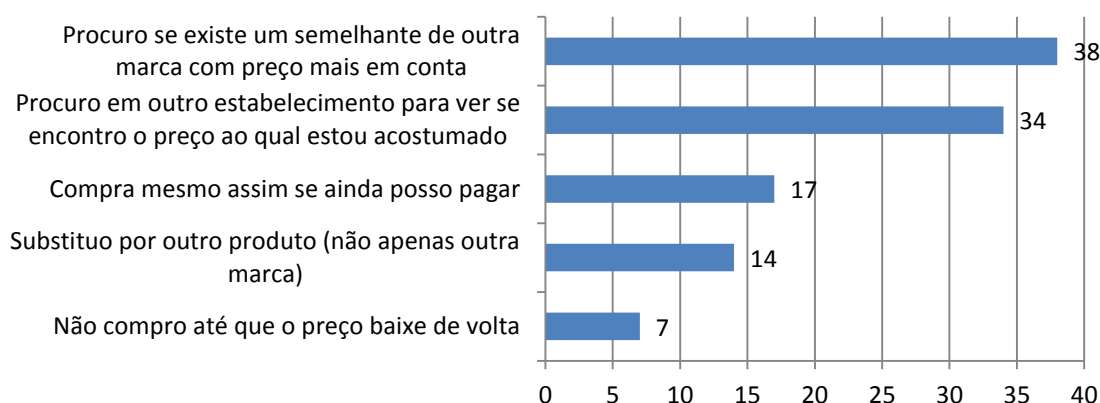
Ao saber destes aumentos por jornais (impressos e TV), estimulamos a pergunta de se isso impacta na forma que ele gasta seu dinheiro:



E na sequência questionamos onde no seu dia a dia onde ele mais percebe que a inflação está presente.



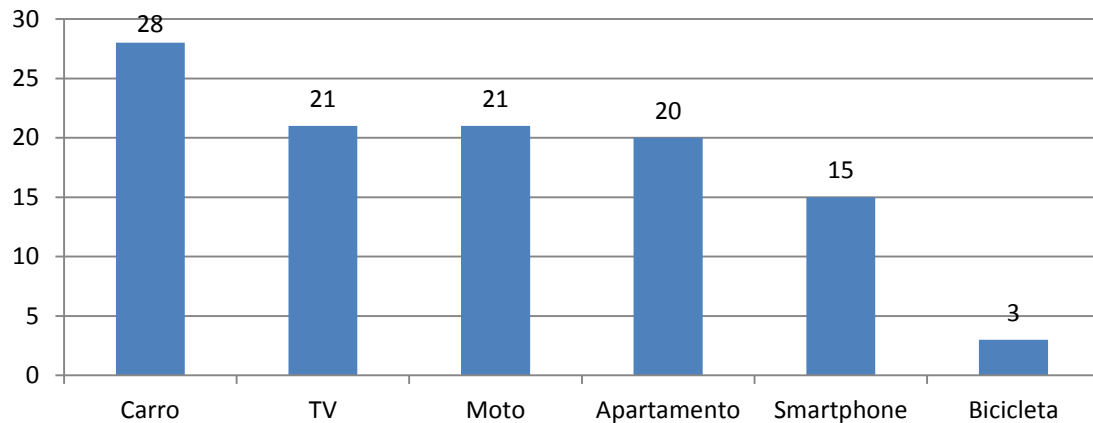
E quando o produto da marca que o entrevistado está acostumado aumento de preço como ele procede:



Aqui vemos que o brasileiro está dividido entre ser fiel a marca ou ao produto com um preço mais acessível, lembrando que a pesquisa foi feita com a classe média alta e classe alta – a 3ª opção é pagar o valor mais caro.

2015 – BEM DURÁVEL

Questionamos sobre a expectativa de aquisição de alguns bens no próximo ano e o resultado. 42% dos brasileiros não pretendem comprar nenhum dos itens estimulados em 2015, o restante pretende adquirir:



E na sequência aos que pretendem adquirir os produtos perguntamos quanto pretendem investir na compra por produto:

Bicicleta:

Mínimo: R\$ 450,00
Média: R\$ 620,00
Máximo: R\$ 2.100,00

Smartphone:

Mínimo: R\$ 500,00
Média: R\$ 1.000,00
Máximo: R\$ 2.000,00

TV

Mínimo: R\$ 800,00
Média: R\$ 1.180,00
Máximo: R\$ 2.000,00

Moto:

Mínimo: R\$ 1.000,00
Média: R\$ 6.025,00
Máximo: R\$ 15.000,00

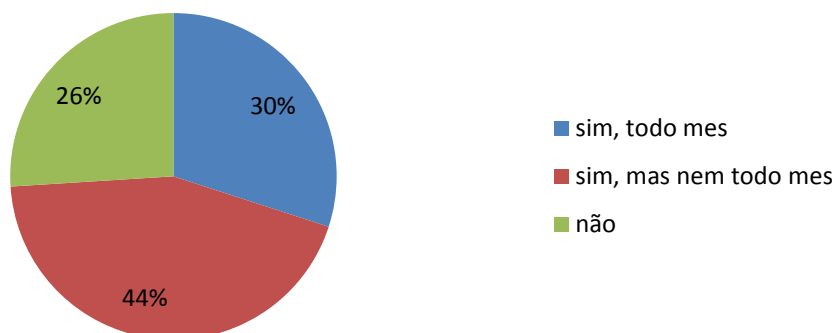
Carro

Mínimo: R\$ 5.000,00
Média: R\$ 27.500,00
Máximo: R\$ 50.000,00

Apartamento

Mínimo: R\$150.000,00
Média: R\$ 270.000,00
Máximo: R\$ 500.000,00

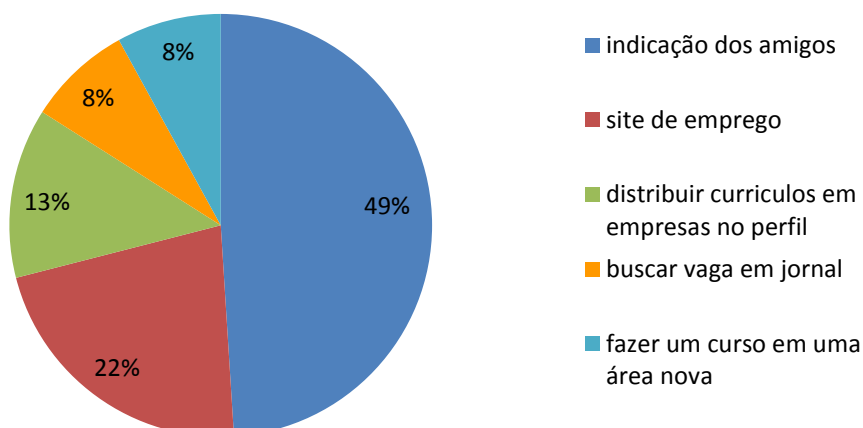
Seguindo o pensamento da compra de um bem mais caro, o questionamento seguinte foi sobre conseguir poupar dinheiro, observa-se que os brasileiros tem buscado realizar economia para aquisição de bens futuros mesmo que sem uma rotina consolidada.



EMPREGOS

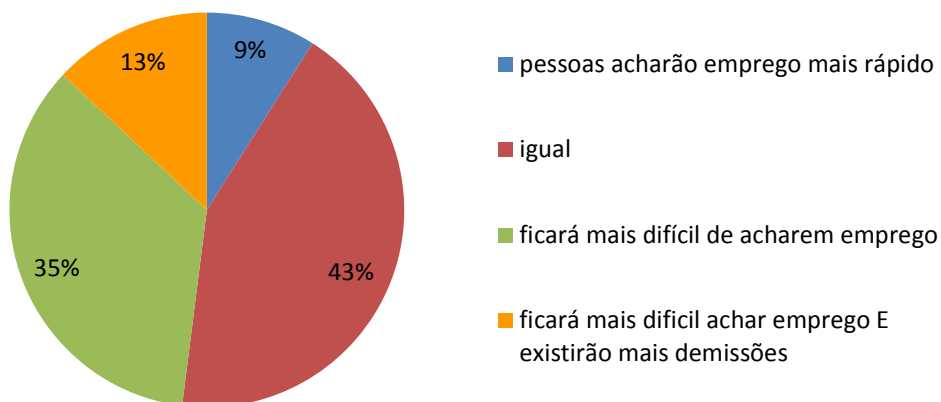
Para manter a roda financeira girando questionamos os entrevistados sobre o mercado de empregos e a primeira pergunta foi se dentro do seu círculo primário de convívio (família e amigos mais próximos), alguém está desempregado neste momento e a resposta foi que 87% dos entrevistados conhece alguém nesta situação.

E na busca por recolocação profissional a indicação no meio ainda é a maior força pois associa o nome do "indicador" e a confiança ao mesmo na aceitação para uma entrevista e nos requisitos básicos do profissional desejado.



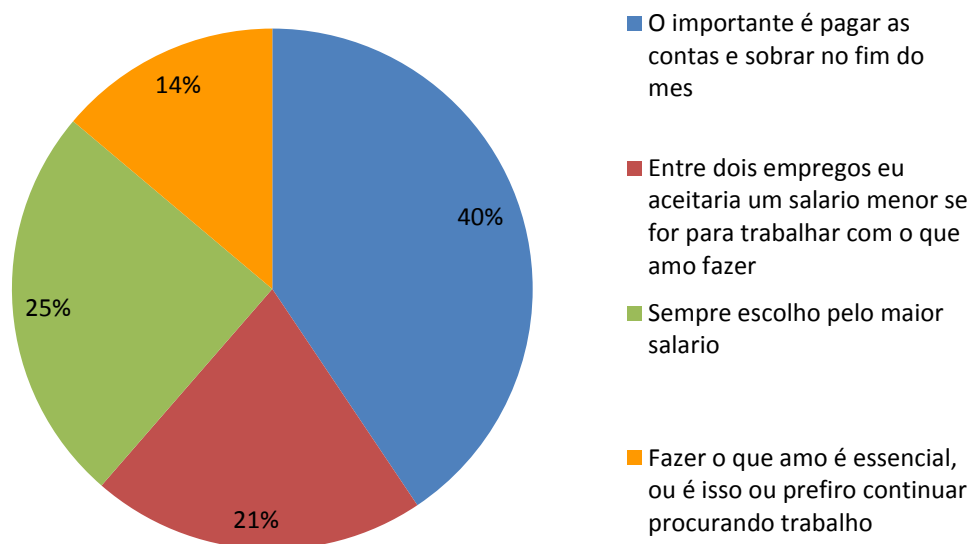
E seguindo no tema, 43% brasileiro acredita que o cenário ficara igual ao de 2014, sem melhoras nem maiores baixas nos números relacionados a empregos no Brasil.

Os demais:



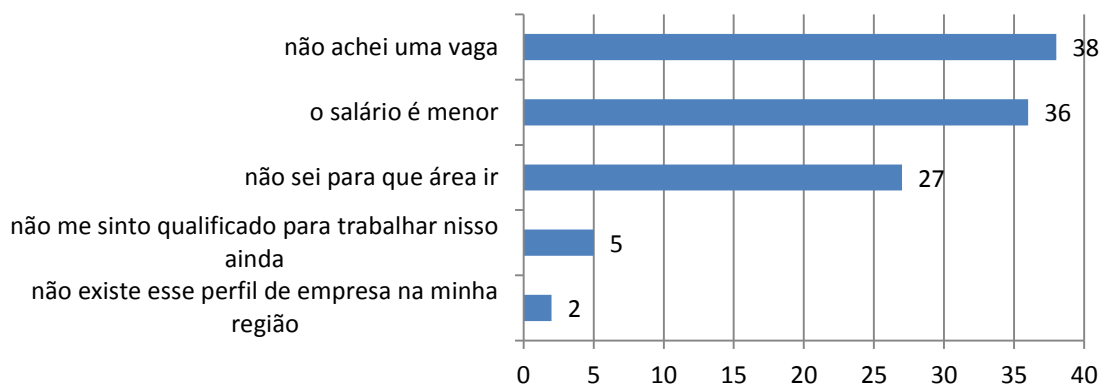
75% vem no regime de CLT a preferência para contratação profissional, seguido de 14% dos entrevistados que acredita que o importante é pagar as contas independente do regime de contratação, 10% acredita que o trabalho informal é a melhor forma e apenas 1% vê na contratação PJ uma boa forma de remuneração.

Ainda falando sobre trabalho questionamos o quanto é relevante para o brasileiro trabalhar com algo que goste e infelizmente a maioria vê no emprego apenas o meio de pagar as contas sem se preocupar com essa realização.



41% dos entrevistados já pensou/pensa em mudar sua área de atuação, o que demonstra claramente que independente do motivo as pessoas estão insatisfeitas com seu momento profissional.

Destes 41% que pensaram em mudar, apenas 2% está no momento de mudança, os demais não mudaram e os principais motivos foram:



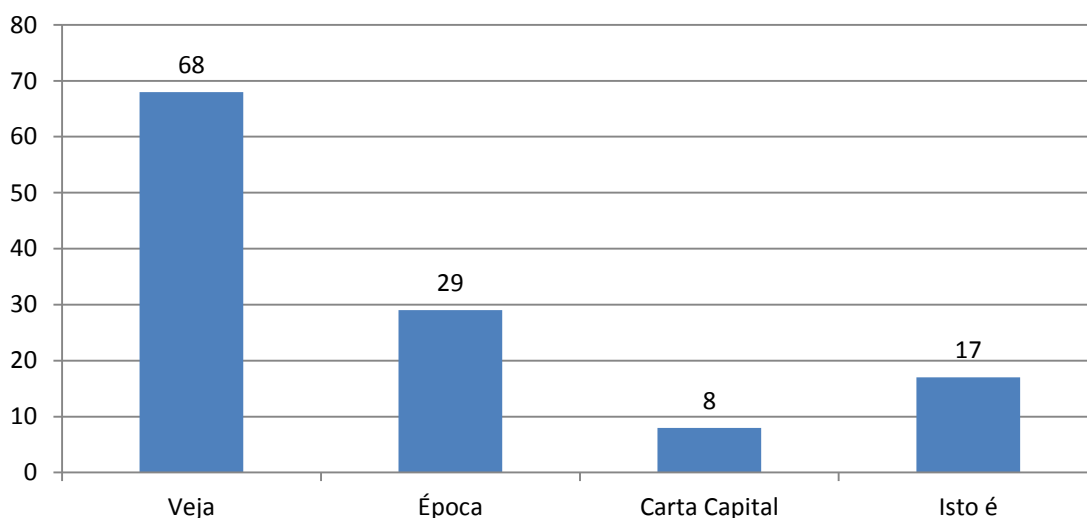
HABITOS DE MIDIA

Os temas levantados nesta pesquisa estão constantemente em voga pelo país, por isso ao analisarmos alguns hábitos temos:

84% estão no facebook

94% busca informações na internet

Leitura das revistas semanais: (lembrando que o questionamento é se a pessoa lê a revista em algum momento da semana)



EXTRA:

Aqui ao analisarmos os dados da pesquisa como um todo, observamos que os leitores das revistas Veja e Época afirmam com mais relevância o aumento da inflação para 2015 que os demais entrevistados que não leem nenhum título citado.

Isso na visão de análise demonstra que a leitura destes títulos contribui para a formação da percepção de país destes brasileiros, é possível ver a relação entre informação e expectativa para 2015 quanto a inflação e capacidade do governo.

Lembrando que o leitor da Carta Capital não foge a média geral.

