

*O novo Mosaic é uma solução que cruza dados da Serasa Experian, dados públicos e análises realizadas por um instituto de pesquisa. Traz um retrato acurado dos 11 grupos dominantes no País. O Mosaic Brasil permitirá às empresas, gestores de políticas públicas e agências de marketing conhecer os diferentes perfis da população brasileira*

A Serasa Experian anuncia hoje o mais completo estudo de segmentação já realizado no Brasil sobre a população brasileira acima de 18 anos. O levantamento é um retrato acurado dos perfis que compõe a população do país e vai permitir que empresas, agências e profissionais de marketing, estudiosos e gestores de políticas públicas tenham dados para traçar estratégias e desenvolver serviços e produtos para os diversos grupos que compõe a população brasileira.

O novo **Mosaic Brasil** é um modelo de segmentação do mercado consumidor brasileiro da Serasa Experian, baseado em dados socioeconômicos, demográficos, geográficos, comportamentais, de consumo e estilo de vida. Ele é parte de uma solução global de segmentação Mosaic, que segmenta o mercado consumidor de 29 países. “O novo Mosaic prova que a sociedade não está genericamente dividida apenas em classes A, B, C ou D”, explica o presidente da Serasa Experian, José Luiz Rossi. “Essa segmentação é mais complexa e composta de 11 grupos e 40 segmentos considerando uma análise minuciosa de mais de 400 variáveis.”

“O país é extremamente diversificado. Compomos um verdadeiro mosaico de cidadãos.” Segundo ele, tentar compreender uma sociedade tão complexa – na verdade, várias sociedades dentro de vários cenários – demanda um esforço que vai muito além da análise individual e pontual dos dados de renda, condições geográficas, comportamento, cultura, possibilidades locais, política e demais contextos que envolvem cada grupo de brasileiros. “Um primeiro passo é exatamente ter consciência da necessidade de considerar todas essas variáveis. E é isso que o Mosaic proporciona: um quadro-geral, um quebra-cabeça completo, um mosaico. A obra de arte que é o povo brasileiro.”

**Veja abaixo a tabela com os 11 grupos e subgrupos e os respectivos percentuais de participação na população brasileira, acima de 18 anos:**

Grupo		%	Segmento	%
A	Elites Brasileiras	3,79	A01 Ricos e Influentes	1,34
			A02 Elite Urbana Qualificada	2,45
B	Experientes Urbanos de Vida Confortável	6,25	B03 Idosos Tradicionais de Alto Padrão	1,37
			B04 A Caminho da Aposentadoria nas Melhores Cidades	2,29
			B05 Assalariados de Meia-idade das Grandes Cidades	2,58
C	Juventude Trabalhadora Urbana	6,87	C06 Construindo uma Carreira Promissora	2,01
			C07 Jovens Dependentes do Interior	2,81
			C08 Jovens Protagonistas da Classe Média	2,06
D	Jovens da Periferia	16,80	D09 Seguindo a Vida na Periferia	3,18
			D10 No Coração da Periferia	2,49
			D11 Novos Moradores da Comunidade	2,73
			D12 Trabalhadores Vizinhos da Grande Cidade	2,69
			D13 Independência na Casa dos Pais	3,37
			D14 Juventude de Baixa Renda do Interior Urbano	2,33
E	Adultos Urbanos Estabelecidos	10,24	E15 Esticando a Renda	2,07
			E16 Amadurecendo Confortavelmente no Interior	2,74
			E17 Ascendentes do Bairro	2,24
			E18 Operários da Vila	3,19
F	Envelhecendo no Século XXI	9,06	F19 Idosos Independentes da Classe Média	3,09
			F20 "Jovens" Idosos Urbanos e Dinâmicos	2,92
			F21 Idosos Remediados do Interior	3,06
G	Donos de Negócio	5,87	G22 Empresários Estabilizados	2,14
			G23 Jovens Empreendedores e Ousados	1,57
			G24 Pequenos Negociantes do Interior	2,16
H	Massa Trabalhadora Urbana	14,32	H25 Carteira Assinada nas Regiões Metropolitanas	4,30
			H26 Trabalhadores Manuais de Baixa Remuneração	2,48
			H27 Prestadores de Serviços nas Regiões Metropolitanas	2,92
			H28 Jovens da Informalidade	3,20
			H29 Comunidades do Litoral	1,42
I	Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e Sudeste	11,42	I30 Envelhecendo com Simplicidade	4,16
			I31 Periferia Jovem do Interior	3,60
			I32 Comunidade Madura	3,66
J	Habitantes de Zonas Precárias	5,99	J33 Jovens Desprovidos	2,72
			J34 Adultos Vulneráveis	3,27
K	Habitantes das Áreas Rurais	9,38	K35 Pedacinho de Terra	1,86
			K36 Jovens Trabalhadores do Agronegócio	1,06
			K37 Saudade da Roça	1,23
			K38 Juventude do Norte e Nordeste Rural	2,41
			K39 Idosos da Agricultura Familiar do Norte e Nordeste	1,55
			K40 Sertão Profundo	1,27

Esse modelo alia os mais de 25 anos de experiência em segmentação de mercado consumidor da Experian a uma fonte de dados complexa e diversificada composta pela base da Serasa, por fontes públicas, como Censo e PNAD (Pesquisa Nacional de Amostragem Domiciliar) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) e análises de um instituto de pesquisa.

A segmentação do Mosaic Brasil resulta da aplicação de modelos matemáticos e estatísticos que, a partir de mais de 400 variáveis, agrupa segmentos da sociedade que possuem características semelhantes, permitindo descrever e discriminar esses segmentos em termos de estilo de vida, localização, comportamento de consumo e financeiro. Saiba mais nesse link:

<http://www.serasaexperian.com.br/mosaic/>

Nesse sentido, o Mosaic Brasil é uma ferramenta de importante suporte no processo de definição de público alvo, identificação de cliente mais rentável, composição de mix de produtos para um determinado target, identificação de novos nichos de mercado, definição de modelo de comunicação, entre outros.

Segundo Juliana Azuma, “os perfis revelados pelo novo Mosaic Brasil permitem que as instituições agreguem essas informações aos seus dados internos para que obtenha uma visão segmentada desses consumidores e possam entender de que forma devem endereçar suas ações, produtos e serviços, criando soluções para os diferentes nichos. A solução possibilita empreender novas frentes de consumo e abordar com mais precisão esses mercados, gerando melhores oportunidades para o consumidor e movimentando a economia”, afirma a superintendente.

## **Conclusões**

### **Jovens Adultos da Periferia: formadores de opinião no grupo comunitário**

O novo Mosaic Brasil revela mudanças dentro de importantes grupos, como por exemplo, o Grupo D - Jovens Adultos da Periferia, que congrega os segmentos de moradores adultos de até 35 anos das periferias brasileiras, um dos protagonistas da ascensão da nova classe média brasileira. Este grupo é o que detém o maior percentual entre os 11 determinantes na população. Reúne 16,8% dos cidadãos. “Ao contrário dos jovens de elite, eles contribuem efetivamente, através de suas rendas modestas, com a manutenção do lar e são formadores de opinião significativos no interior do grupo comunitário, pois tiveram mais acesso à educação que os mais velhos, e introduzem novos hábitos de consumo nesses espaços, como o consumo online, uma vez que tendem a ser mais conectados”, diz Juliana. Este grupo responde por 20% de todo o crédito concedido do país.

### **Envelhecendo no século XXI: idosos com hábitos alterados; investem em lazer**

Outra conclusão importante na reformulação do Mosaic Brasil é o Grupo F - Envelhecendo no século XXI, que concentra 9,06% das pessoas. “O Brasil registra um processo de envelhecimento de sua população. A expectativa de vida aumentou tanto para homens quanto para mulheres e hoje temos uma população idosa significativa e com hábitos alterados em relação aos antigos idosos”, explica a superintendente. “A melhora das condições gerais da população acima dos 65 anos, que incluem mais recursos médicos, além de propiciarem longevidade, fazem com que essas pessoas envelheçam mais ativas, com condições de aproveitar melhor essa fase, investindo em lazer e em demais itens que promovam a qualidade de vida. E não apenas em cuidados da saúde.”

### **Massa trabalhadora urbana: buscam ascender socialmente e ter renda superior**

O Grupo H - Massa trabalhadora urbana - também ganha destaque no novo Mosaic Brasil. Este é o grupo que envolve as comunidades. “Atualmente as comunidades têm grande representatividade na sociedade brasileira e não são apenas territórios marcados pela tentativa de combate à violência, mas lugares onde vivem pessoas que buscam ascender socialmente, conquistando renda superior.” Para Azuma, as comunidades e seus moradores merecem um olhar mais atento do mercado. “As empresas, de maneira geral, já começam a investir nessas áreas.”

### **Donos de negócios: empreendedores**

Outro fato relevante no novo Mosaic Brasil é a identificação do Grupo G - Donos de Negócio, que além do segmento dos empresários estabelecidos apresenta com mais detalhes um grupo cada vez maior e mais importante na sociedade brasileira: os jovens empreendedores e o pequeno e microempresário.

### **Mudanças na sociedade brasileira**

O Brasil passou por profundas mudanças nos últimos anos. Do ponto de vista econômico, controlou a inflação, viveu um período de crescimento e longa estabilidade política e econômica. Do ponto de vista demográfico, destaca-se a progressiva diminuição do crescimento vegetativo e consequentemente o envelhecimento da população. No entanto, uma das maiores modificações ocorreu em termos de diminuição da pobreza e da desigualdade social, com o surgimento daquela que vem convencionalmente sendo chamada de Nova Classe Média.

Nesse contexto, uma grande parte da população saiu da pobreza e passou a integrar plenamente o universo do consumo, tornando-se atores importantes do mercado consumidor interno, trazendo consigo novos hábitos e demandas.

Atenta a essas mudanças, a Serasa Experian produziu uma atualização do modelo de segmentação do Mosaic Brasil, incluindo os dados que expressam essas alterações e que foram registrados nas fontes comumente acionadas para a elaboração da segmentação, chegando em 11 grupos e 40 segmentos que discriminam e descrevem a população adulta brasileira.

**Descrição de cada grupo:**

Saiba mais no site <http://www.serasaexperian.com.br/mosaic/>

**Grupo A - Elites Brasileiras**

Adultos acima de 30 anos, com alta escolaridade, bem-empregados ou donos do próprio negócio, desfrutando de alto padrão de vida.

**Minidescrição**

Empresários e executivos bem-sucedidos vivem os confortos permitidos pela alta renda: automóveis de luxo, viagens internacionais, restaurantes e produtos exclusivos.

**Características Principais:**

Alta escolaridade

Alto padrão de vida

Remuneração alta

Proprietários de empresas e imóveis

Urbanos

Casados

Adultos acima de 30 anos

**Visão Geral**

São pessoas com alta escolaridade, que vivem majoritariamente em regiões ricas e de prestígio nas áreas urbanas. Adultos acima de 30 anos, no auge de suas carreiras profissionais ou em momento de significativa ascensão.

Em função da alta remuneração, desfrutam de uma vida boa e com luxos. Viajam com frequência, inclusive para o exterior, e têm acesso a uma série de bens e serviços, como automóveis de luxo, imóveis próprios, bons restaurantes e vida cultural.

Em geral, não são conservadores – costumam ser muito abertos a novidades. Por outro lado, apresentam tendência ao ceticismo com relação ao desenvolvimento do País. Como consumidores, tendem a procurar bens cada vez mais exclusivos.

### **Descrição**

Moradores dos centros urbanos ou das metrópoles, com idade bem distribuída entre os 30 e 70 anos.

Com escolaridade e renda altas, a maioria é casada e vive com a família há muito tempo no mesmo endereço. Também podemos encontrar uma boa parcela de solteiros ou divorciados, com ou sem filhos. Vivem nos bairros de maior prestígio dos centros urbanos do País, em apartamentos ou casas de alto padrão, com mais de dois banheiros e mais de uma vaga na garagem.

Apesar de viverem em amplos espaços, em média apenas três ou quatro pessoas residem nesses locais.

A maioria é composta por funcionários altamente qualificados do setor público ou privado, e 3 em cada 10 são empresários.

Em geral, são profissionais bem-sucedidos – no auge de suas carreiras profissionais ou em momento de significativa ascensão – que vivem com conforto e luxo. Têm acesso aos melhores restaurantes, às melhores livrarias, aos shoppings mais luxuosos. Viajam com frequência, fazem compras no exterior e costumam ter vida cultural ativa.

Em função de possuírem escolaridade e renda elevadas, costumam ter acesso aos melhores produtos e serviços de tecnologia. Possuem amplo acesso à internet no trabalho, em suas residências ou através de dispositivos móveis.

Costumam realizar compras on-line, seja em sites nacionais ou internacionais.

Em muitas casas, ainda há empregados domésticos mensalistas, o que vem se tornando cada vez mais raro.

Têm acesso aos mais variados meios de comunicação, sendo os mais utilizados: TV por assinatura, internet e jornal. São o principal público leitor do País e com o maior poder de escolha em relação aos conteúdos acessados.

São, em geral, clientes diferenciados nos diversos bancos em que possuem conta, os chamados clientes VIP. Assim, o acesso ao crédito é amplo. Muitos possuem linhas de crédito especiais e mais de um cartão de crédito.

O padrão de vida atual lhes permite acreditar em um futuro bastante confortável, embora sejam receosos quanto à violência. São abertos às novidades e pouco conservadores, porém, apresentam características mais tradicionais em alguns aspectos, como relação aos valores familiares.

### **Grupo B - Experientes Urbanos de Vida Confortável**

Moradores de áreas urbanas, maduros, desfrutando de um bom padrão de vida.

#### **Minidescrição**

Com mais de 50 anos, são profissionais bem estabelecidos ou já aposentados. Usufruem agora do padrão de vida confortável conquistado com o trabalho. Moram em áreas urbanas, com destaque para o litoral.

## Características Principais

Maioria acima de 50 anos

Urbanos

Vivem com suas famílias

Presença comum de idosos na casa

Trabalhadores da iniciativa privada

Escolaridade média

Casa própria

## Visão Geral

Pessoas maduras, bem-empregadas ou aposentadas, com boa renda para os padrões brasileiros – o que lhes garante uma vida confortável. Compõem uma classe média tradicional madura, com escolaridade média.

Ocupam, em geral, espaços urbanos, em especial capitais e regiões metropolitanas, com destaque para as áreas litorâneas desenvolvidas do País.

A maioria vive com familiares e é comum que idosos morem com seus filhos. São, sobretudo, pessoas que trabalharam muito e conseguiram, assim, obter um padrão de vida diferenciado. Isso lhes confere um caráter mais conservador e tradicionalista em termos de moral, família, comportamento de consumo e política.

## Descrição

Grande parte deste grupo é composta por pessoas de meia-idade, com uma longa trajetória profissional e estabilidade financeira.

Possuem escolaridade média e uma boa renda, compatível com sua qualificação: 6 em cada 10 trabalham na iniciativa privada e possuem bons salários se comparados à média nacional, ainda que compatíveis com a escolaridade média que apresentam. Há, ainda, uma parcela de aposentados e pensionistas. Vivem em ambientes urbanos, em geral nas capitais, em domicílios compartilhados com sua família estendida. O tipo de moradia mais comum são casas de médio a alto padrão, com três a quatro pessoas, com presença de idosos e destaque para áreas litorâneas urbanas, onde vivem 3 em cada 10. Em geral, habitam zonas centrais, que já foram muito boas e muitas vezes se deterioraram, mas possuem bom acesso a bens e serviços. Por isso, desfrutam de conforto nesses locais. A grande maioria nunca morou em outro estado do Brasil.

Muitos possuem bens, como imóvel próprio e carro. Aqueles que trabalham não têm muito tempo livre, mas procuram realizar atividades de lazer, principalmente nos fins de semana. Reuniões familiares são mais frequentes e viagens de férias também costumam ser uma das formas de lazer, sendo em geral para destinos nacionais – viagens para o exterior são mais raras. São usuários dos meios de comunicação tradicionais, como rádio ou TV. Parte considerável é leitora de jornais, em especial os aposentados, que desfrutam de mais tempo livre. Conhecem os meios on-line, alguns os utilizam inclusive no trabalho, mas apresentam baixa propensão à utilização de forma geral. Assim, ainda desconfiam de certas operações, como internet banking. É comum recorrerem à ajuda de pessoas mais jovens, como filhos e enteados, que moram ou frequentam suas casas, quando precisam utilizar a internet.

Em geral, possuem relacionamento bancário com apenas uma instituição e o tipo de crédito a que mais recorrem é o do cartão. Muitos já foram adeptos da poupança no passado, forma pela qual conseguiram “juntar um dinheirinho” para garantir um futuro mais tranquilo.

São pessoas conservadoras, que valorizam a educação e os laços familiares. Com muito sacrifício, buscaram garantir aos filhos o ensino superior em uma época na qual a universidade não era tão acessível. Alguns ainda possuem filhos em idade escolar. Uma parte também acolhe seus pais idosos em suas casas ou são os próprios idosos morando com os filhos. Apesar de

terem vivido dias mais “apertados” no passado, apresentam certa nostalgia do tempo em que eram jovens, quando honestidade e trabalho duro eram, na opinião da maioria, valores consolidados na sociedade.

### **Grupo C - Juventude Trabalhadora Urbana**

Pessoas jovens, solteiras, moradoras de grandes áreas urbanas, iniciando suas carreiras.

#### **Minidescrição**

Com até 35, são jovens em início de carreira, mas ainda buscando aumentar sua escolaridade, que já é superior à dos pais. São otimistas e antenados, com acesso à tecnologia e de olho nas tendências.

#### **Características Principais**

Jovens até 35 anos

8 em cada 10 são solteiros

Maioria sem filhos

6 em cada 10 moram em regiões metropolitanas

Antenados

Gostam de tecnologia e acessam a internet

Diferentes perfis de renda

#### **Visão Geral**

Jovens adultos, em sua maioria com até 35 anos, moradores de grandes áreas urbanas do País. A maior parte possui ensino médio, mas com perspectiva de prosseguir com os estudos.

Estão no início de suas carreiras e com a vida ainda bastante aberta. Alguns já trabalham nas áreas que pretendem seguir, outros estão em trabalhos de “passagem”, para garantir a renda necessária para si, ajudar em casa e poder financiar os estudos.

São modernos, gostam de se divertir e, quando podem, aproveitam para viajar – de preferência para regiões de praia, com amigos ou namorados(as). Gostam de tecnologia, são antenados e buscam ter produtos de última geração. São otimistas e formadores de opinião, sobretudo em suas famílias, já que costumam ter escolaridade superior à de seus pais.

#### **Descrição**

Jovens, em sua maioria com até 35 anos, solteiros, moradores das regiões metropolitanas e grandes centros urbanos. São cosmopolitas e possuem estilo de vida moderno. Moram em bairros com bons serviços de saneamento básico e infraestrutura, distribuídos tanto em bairros mais nobres, de classe média-alta, como bairros mais simples, de classe média-baixa. Apesar de boa parte ainda morar com suas famílias, 4 em cada 10 já vivem sozinhos. A maioria mora em casas, mas o índice de moradia em apartamentos é maior do que a média nacional.

Cinco em cada 10 trabalham na iniciativa privada, em geral em início de carreira, mas com boas oportunidades de crescimento proporcionadas pela escolaridade em ascensão. Parcada exerce ocupações informais, como trabalho em pequenos negócios de seus parentes, profissões autônomas ou no setor de comércio e serviços. Como estão no início de suas carreiras, procuram se dedicar ao trabalho e investir em seu desenvolvimento profissional. Têm estilo de vida dinâmico e gostam de se divertir. A vida social vai além da vida familiar, mas valorizam a companhia de parentes, principalmente se forem da mesma faixa etária. As redes sociais são fundamentais para o exercício da sociabilidade e para a formação de opinião desses jovens, pois é uma importante fonte de informações. A tendência de substituição da TV pela internet neste grupo é altíssima, o que já acontece com frequência em relação ao rádio, trocado por muitos pelas músicas baixadas da internet ou acessadas on-line. Jornais e revistas são considerados meios obsoletos para a maioria.

O acesso à tecnologia é intenso: smartphone é utilizado ou desejado e não conseguem imaginar a vida sem o celular. São usuários frequentes de jogos eletrônicos e videogame e consomem on-line, embora parte deles prefira conferir o produto em lojas físicas antes de aproveitar as ofertas da internet, sobretudo quando se trata de produtos mais caros. Buscam se conectar com as últimas tendências e utilizam a moda como forma de expressão e pertencimento aos grupos que pertencem. Suas famílias possuem renda média boa, permitindo a esses jovens o acesso a uma vida relativamente melhor do que suas rendas pessoais de início de carreira lhes proporcionariam. O acesso e utilização do crédito é relativamente baixo, mas, como jovens, tendem a ser mais consumistas. Iniciaram a vida adulta em um período de desenvolvimento econômico intenso do País, por isso são otimistas. Valorizam a educação como forma de manutenção e ascensão social e tendem a ser menos conservadores do ponto de vista político, embora não se possa afirmar que sejam “politizados”. São pessoas que apresentam comportamento um pouco mais individualista do que as gerações anteriores – valorizam as conquistas de seus pais, mas preocupam-se com seu próprio futuro.

### **Grupo D - Jovens da Periferia**

Jovens moradores de zonas periféricas das áreas urbanas ou rurais com poucas oportunidades.

#### **Minidescrição**

As limitações no acesso à educação e na infraestrutura dos bairros onde moram torna mais difícil a rotina desses jovens. Porém, viram a vida melhorar e acreditam em um futuro melhor.

#### **Características Principais**

Jovens

Muitas mulheres chefes de família

Maioria solteiros

Moradores da periferia

Dividem residência com a família

## Visão Geral

Jovens moradores das zonas periféricas urbanas ou rurais. Em sua maioria solteiros, trabalham e contribuem efetivamente com o sustento do lar, geralmente dividido com demais membros da família. Destaca-se a presença de mulheres chefes de família.

Embora uma boa parte tenha acesso a emprego formal, a informalidade está muito presente, deixando a vida mais incerta. As transformações dos últimos anos proporcionaram melhora efetiva nas condições de vida de suas famílias, o que por vezes reforça neste grupo uma expectativa mais positiva em relação ao futuro pessoal e do País. Por outro lado, vivem uma realidade mais difícil - apesar do crescente acesso à informação, as desigualdades ainda persistem e os jovens mais pobres são os mais prejudicados.

## Descrição

Sete em cada 10 estão na faixa entre 21 e 35 anos, na maior parte solteiros e de baixa escolaridade. Nasceram e cresceram nos espaços periféricos dos centros urbanos ou rurais do País. 4 em cada 10 são mulheres chefes de família. Vivem com suas famílias estendidas em casas localizadas em bairros periféricos de capitais e regiões metropolitanas por vezes sem acesso satisfatório a serviços de saneamento básico. Por exemplo: 3 em cada 10 moram perto de terrenos baldios com presença de lixo, 3 em cada 10 dos domicílios não têm rua identificada e 5 em cada 10 vivem em regiões sem rede de esgoto ou bueiro. Uma parte, majoritariamente pertencente ao segmento D11 (Novos Moradores da Comunidade), tem condições precárias de moradia.

Do ponto de vista da ocupação, podemos dividir o grupo em três partes: trabalhadores da iniciativa privada ocupando cargos pouco expressivos e de baixa remuneração, trabalhadores informais e desempregados. Uma pequena parte recebe algum tipo de ajuda governamental.

Apesar da idade, as baixas condições financeiras podem ser limitadoras de atividades comuns à faixa etária e distanciar este grupo dos chamados "antenados". Mesmo com pouco acesso, valorizam as marcas, principalmente como forma de inclusão social ou demonstração de algum status. Vestuário e cosméticos são categorias que podem cumprir esse papel neste universo.

Por não terem opção de lazer público em seus bairros costumam se divertir dentro de casa ou, às vezes, em shoppings, onde costumam passear e, às vezes, fazer alguma refeição rápida.

Em função disso, a TV é o principal meio de comunicação e importante forma de lazer. A internet cumpre papel significativo, principalmente através das redes sociais. Uma boa parte possui acesso em casa, sendo inclusive uma prioridade em relação às demais despesas domésticas. Assim, acaba atuando como uma forma de inclusão para os jovens, uma vez que o acesso se dá independentemente da situação financeira - diferença reside na velocidade de conexão e na preferência de conteúdos. Para além do relacionamento, a internet é importante meio de pesquisa de preços e eventualmente compra on-line com pagamento tanto em cartão de crédito como em boleto bancário.

O acesso aos bancos é limitado, mas concentrado no grupo que possui emprego formal, ainda que de forma básica (conta corrente ou conta salário). Cartão de crédito, crediário ou outras formas que permitam parcelar as compras são os meios mais utilizados de crédito e dos quais dependem para ter acesso aos bens de valor um pouco mais elevado. 8 em cada 10 já tiveram algum tipo de dificuldade para honrar seus compromissos financeiros. São pessoas otimistas e têm uma percepção de que a vida mudou para melhor nos últimos anos, principalmente pelo maior acesso a bens de consumo que, na infância, suas famílias não tinham. Acreditam que suas vidas e o País continuarão a melhorar.

## Grupo E - Adultos Urbanos Estabelecidos

Pessoas em geral entre os 30 e 60 anos, urbanas, com boa renda e que atingiram um padrão de vida relativamente confortável.

### **Minidescrição**

O brasileiro adulto médio: com boa escolaridade e esforço, eles conquistaram uma vida profissional e financeira estável, ainda que sem luxos. São consumidores mais cautelosos.

### **Características Principais**

Adultos

Vida profissional estável

Urbanos

Boa renda

Tradicionalistas

Mais Homens

Chefes de Família

### **Visão Geral**

Pessoas adultas, que estão próximas ou já atingiram uma fase estável da vida profissional. Isso lhes permite ter uma boa renda média (alta para alguns), garantindo-lhes um bom e confortável padrão de vida. Profissionais escolarizados, atuam em geral na iniciativa privada, embora uma pequena parte possua algum tipo de negócio próprio.

Diferentemente do que vemos na população brasileira em geral, neste grupo há uma ligeira maioria de homens.

São pessoas com perfil mais conservador, que valorizam a família e as conquistas que obtiveram, segundo eles, com o próprio esforço. Tradicionais também em relação aos meios de comunicação vêm aos poucos adquirindo mais confiança na busca por informação e compras pela internet.

### **Descrição**

Adultos, boa parte homens chefes de família, que estão chegando a uma estabilidade na vida profissional. São urbanos, em geral vivendo fora das capitais, em cidades menores das regiões metropolitanas ou centros urbanos do interior. Vivem com suas famílias, na maioria em casas próprias com até quatro pessoas, com alguma presença de idosos. Seus bairros possuem bom acesso a serviços básicos de energia elétrica, abastecimento de água, coleta de lixo e esgoto.

O atual momento profissional lhes garante uma renda fixa razoável. A maioria (6 em cada 10) trabalha na iniciativa privada, ocupando cargos médios. Uma pequena parte é proprietária de algum negócio e podemos também encontrar uma parcela de profissionais liberais.

Por viverem majoritariamente fora de grandes centros urbanos, conseguem desfrutar de um bom padrão de vida, em condições mais confortáveis do que suas rendas poderiam sugerir. São consumidores “padrão”, com acesso aos principais bens de consumo, como eletroeletrônicos, móveis, alimentos, vestuário e, por vezes, automóveis. Mas estão relativamente distantes do mercado de luxo.

De acordo com a faixa etária e o local de moradia, as práticas de lazer costumam ser diferentes: alguns frequentam shopping centers, cinemas e restaurantes, outros podem usufruir de viagens nacionais, passeios e reuniões com a família. São mais suscetíveis aos meios de comunicação tradicionais, em especial a TV, já com grande acesso à TV por assinatura. O uso da internet para informação e compra tem crescido, mas trata-se de um grupo que ainda valoriza o “papel”, inclusive no acesso à imprensa, sempre que possível. Aos poucos, vão descobrindo que, muitas vezes, comprar pela internet pode ser mais barato. Além disso, vem diminuindo o receio em fazer transações on-line com o cartão de crédito.

A renda estável e emprego formal, na maioria das vezes, facilitam o acesso ao crédito, muito utilizado principalmente para potencializar seu poder de compra para bens e serviços de maior valor. Embora saibam que essa utilização possa, às vezes, acarretar algumas complicações financeiras, muitas vezes esse é o único caminho para conquistar o que desejam.

Valorizam o esforço individual e acreditam que as pessoas devem correr atrás das oportunidades. Não se envolvem muito em assuntos ligados à política, mas ainda assim acreditam em um futuro melhor. Podemos considerá-los como a representação do brasileiro médio adulto.

### **Grupo F - Envelhecendo no Século XXI**

Aposentados da classe média, acima de 60 anos, com hábitos arraigados, fruto do aumento da expectativa de vida.

#### **Minidescrição**

O crescente grupo de idosos da classe média usufrui hoje de melhores condições, devido à renda da aposentadoria e do maior acesso a serviços de saúde. Ainda assim, sentem nostalgia dos tempos mais simples.

#### **Características Principais**

Idosos

Aposentados

Tradicionalistas

Arredios à tecnologia

Urbanos

Controlados financeiramente

Escolaridade média para baixa

Classe média

#### **Visão Geral**

Compõem uma nova geração de idosos, fruto das alterações da pirâmide etária brasileira: o aumento significativo da expectativa de vida e o envelhecimento da população do País. A tendência para as próximas décadas é o crescimento desse grupo no Brasil.

São pessoas com mais de 60 anos, aposentadas, com escolaridade média para baixa. Hoje, usufruem de melhorias nas condições de vida em relação aos tempos de juventude, como maior

acesso à saúde pública, saneamento básico, valorização da medicina preventiva e de hábitos de vida mais saudáveis.

Uma de suas características mais marcantes é a estabilidade, adquirida em razão da renda fixa (a aposentadoria) e de um comportamento financeiro mais controlado. Este grupo pertence em sua maioria à classe média brasileira, ou seja, de renda média.

### **Descrição**

Pessoas mais velhas (acima de 60 anos) que, em geral, vivem junto com suas famílias estendidas e contribuem financeiramente com os gastos do lar. Cerca de 1/3 é chefe de família. Moram em áreas urbanas, seja na capital, seja no interior, em bairros de classe média, com bom atendimento de serviços públicos, como saneamento básico e fornecimento de energia elétrica. Têm fácil acesso a hospitais e escolas, em geral localizados próximos às suas residências. A maioria é aposentada e uma pequena parte ainda trabalha na iniciativa privada ou é proprietária de um pequeno negócio.

De modo geral, vivem há bastante tempo no mesmo bairro, por isso possuem bastante familiaridade com o espaço onde moram e laços com a vizinhança. Grande parte não possui carro e utiliza o transporte público para locomoção.

Adquiriram estabilidade financeira, sobretudo em função da renda fixa que a aposentadoria lhes propicia. Procuram manter as contas sob controle adotando um comportamento financeiro mais ponderado, menos voltado ao consumo.

Fazem uso de meios de comunicação mais tradicionais, como TV e rádio. Gostam de noticiários, novelas, programas de auditório e futebol.

São arredios à tecnologia. Embora a maioria viva em bairros e casas com acesso a serviço de internet, apenas uma pequena parcela pode ser considerada “conectada”. O uso do telefone celular costuma ser restrito às chamadas de voz.

São conservadores e tradicionais. Em geral, ainda que tenham renda para o acesso a crédito, costumam usá-lo pouco, muitas vezes por medo de se endividar. Embora a maioria possua uma renda fixa, ela em geral não é alta, portanto não costuma sobrar muito no fim do mês.

Em função da idade avançada, possuem gastos fixos com saúde relativamente altos.

Sentem certa nostalgia em relação ao passado e acreditam que, apesar da melhora geral nas condições de vida, algumas coisas “de antigamente” eram melhores, como o índice de violência e o respeito entre as gerações.

### **Grupo G - Donos de Negócio**

Predominantemente homens, na faixa entre 25 e 55 anos, que se caracterizam por ter um negócio próprio.

### **Minidescrição**

O sonho de ser o próprio patrão se tornou realidade para eles. São pequenos e médios empreendedores que investiram suas economias e começam a ver o resultado, ainda que com algumas instabilidades.

### **Características Principais**

Maioria homens

Predominantemente casados

Maior parte entre 25 e 55 anos

Escolaridade média a alta

Proprietários de pequenos e médios negócios

Grande parte fora das capitais

## **Visão Geral**

São pequenos e médios empreendedores, que vivem confortavelmente. Em geral, são homens entre 25 e 55 anos, casados, que vivem com suas famílias e ganham a vida com um negócio próprio. Eles acreditaram no próprio talento e resolveram investir no sonho de trabalhar para si mesmos. Começaram com propostas pequenas – até mesmo informais – e cresceram, alcançando certo sucesso e conseguindo, aos poucos, formalizar e ampliar seus negócios.

Otimistas, querem investir mais no futuro de seus negócios, pensando inclusive em deixar um patrimônio para as futuras gerações da família. Esperam que o Brasil cresça e lhes ofereça cada vez mais oportunidades. Almejam um foco do governo em seu segmento, com ações que facilitem o dia a dia do pequeno e médio empreendedor.

## **Descrição**

São pequenos e médios empresários com relativo sucesso. Adultos, entre 25 e 55 anos, em geral casados, que acreditaram em seus sonhos e investiram no negócio próprio. Vivem em endereços que muitas vezes coincidem com os de seus negócios – o que pode indicar que sejam, na maioria das vezes, proprietários de pequenos estabelecimentos comerciais ou empresas. Talvez, por isso, muitos morem em bairros cujo setor censitário está relacionado a rendas menores do que seus reais rendimentos.

Muitos já conseguiram atingir sucesso e estabilidade, alguns estão começando. Outros podem ainda conjugar o emprego de funcionários públicos com o negócio próprio. Como proprietários, cumprem uma jornada de trabalho longa e exaustiva, mas com alguma flexibilidade de horário. A escolaridade desse grupo é de média para alta: cerca de 1 em cada 10 possui nível superior, e 5 em cada 10, ensino médio. Pelo fato de possuírem uma renda relativamente alta, conseguem ir além dos gastos básicos e podem muitas vezes ter acesso a viagens nacionais ou internacionais, produtos de marcas famosas, equipamentos eletrônicos de boa performance e automóveis.

TV e internet são os meios de comunicação mais acessados por essas pessoas. Possuem amplo acesso e assistem à TV por assinatura, ainda que muitas vezes não haja tempo para esta atividade. A internet é utilizada inclusive para divulgação e operacionalização de seus negócios. No âmbito pessoal, são usuários de redes sociais, fazem pesquisa geral e uma parte utiliza e-commerce. Uma grande parte é usuária de smartphone. Outros meios de comunicação também têm peso para alguns segmentos do grupo: jornais, inclusive aqueles específicos para a área de economia e negócios, e revistas especializadas. Apesar da renda alta, estão muitas vezes sujeitos à sazonalidade. Como empresários, apresentam gastos mensais altos e muitas vezes estão no momento de reinvestir no negócio. O crescimento de suas empresas muitas vezes depende do acesso ao crédito, por isso são pessoas com média atividade e certo risco de crédito. É comum alguma confusão do “bolso pessoal” com o “bolso da empresa”, o que pode representar um risco administrativo para seus negócios. Trabalham muito, mas a recompensa vale a pena. São otimistas e acreditam muito em sua própria capacidade de trabalho.

O investimento em seu sonho lhes traz hoje retorno e realização. Esperam que o País cresça e que

os governantes invistam em melhorias, para que o cenário seja favorável ao pequeno e médio empresário, incluindo principalmente a redução da carga tributária.

### **Grupo H - Massa Trabalhadora Urbana**

Homens e mulheres casados, com baixa remuneração, ocupando atividades associadas ao trabalho manual, vivendo em grandes centros urbanos.

#### **Minidescrição**

Formando a massa de trabalhadores com baixa escolaridade e renda, eles vivem as vantagens e desvantagens das grandes cidades: o acesso ao consumo e à informação e os problemas de mobilidade e alto custo de vida.

#### **Características Principais**

Trabalhadores

Baixa escolaridade

Baixa renda

Com filhos

Emprego formal

Muitos moradores de favelas

#### **Visão Geral**

Trata-se da grande massa trabalhadora das grandes cidades e regiões metropolitanas do País. A maioria estudou apenas até o nível fundamental e ocupa funções de baixa qualificação, associadas ao trabalho manual. Consequentemente, grande parcela possui baixa renda.

Em geral, casados e com filhos, vivem com suas famílias estendidas e parentes idosos cujas aposentadorias contribuem significativamente para a manutenção do nível de vida da família.

Moram, em sua maioria, nas regiões metropolitanas, onde o custo de vida é alto. Sofrem com problemas de mobilidade urbana e a baixa educação. Muitas vezes, são moradores de favelas. Aproveitam o acesso ao consumo e à informação, que os tornam mais incluídos socialmente que pessoas com renda e escolaridade semelhantes.

#### **Descrição**

Grupo composto pelos trabalhadores urbanos de baixa renda do País. Com baixa escolaridade, encontram-se empregados em funções de pouca remuneração e prestígio social, em geral associadas ao trabalho manual e pouco qualificado.

Casados, com família e filhos, é comum que abriguem parentes idosos em suas casas (pai ou mãe, ou até tios e primos) cujas aposentadorias contribuem significativamente para a manutenção do nível de vida da família.

Moram, em sua maioria, nas regiões metropolitanas onde o custo de vida é alto, “achatando” ainda mais a renda limitada.

Sofrem com problemas de mobilidade urbana e preconceitos, por serem muitas vezes moradores de favelas (é o grupo que concentra essa população, cerca de 2 em cada 10 moram em comunidade). Muitos vivem de aluguel, 2 em cada 10, e sonham com a casa própria.

Compõem o grupo de pessoas que foram fortemente impactados pelas políticas de distribuição de renda e erradicação da pobreza extrema da primeira década dos anos 2000. Portanto, apesar de viverem em situação precária e muitos serem beneficiários de programas governamentais, tiveram uma relativa melhora nas condições de vida e aumento significativo no acesso ao consumo de bens e serviços proporcionados pelo aumento do emprego formal e acesso ao crédito.

Como são, na maioria, a primeira geração com acesso facilitado ao crédito, tiveram que passar por uma fase de adaptação a essa realidade - muitos se complicaram e contraíram dívidas. Estão aprendendo a negociar e evitar futuros excessos.

A melhora da vida torna essas pessoas otimistas em relação ao futuro, principalmente quando pensam na futura geração, dos filhos. Assim como a maioria dos brasileiros de baixa renda, valorizam o esforço próprio e a família.

Têm bom acesso a meios de comunicação como TV e rádio. Celulares e internet são bem popularizados, no entanto tratam-se de serviços mais baratos e de menor qualidade. Existe uma contradição em relação ao fato de viverem nos grandes centros urbanos: se por um lado o custo de vida é mais alto, por outro lado, o acesso ao consumo e à informação é muito mais próximo do que encontramos no Grupo I (Moradores de áreas empobrecidas do Sul e Sudeste) e no Grupo J (Habitantes de zonas precárias), por exemplo. Dessa forma, do ponto de vista de inclusão, mesmo morando em favelas, este grupo pode ser considerado mais inserido na sociedade atual do que os demais grupos com renda e escolaridade semelhantes.

### **Grupo I - Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e Sudeste**

Adultos, concentrados na faixa etária entre 36 e 70 anos, morando em locais pobres tanto em grandes cidades, como no interior.

#### **Minidescrição**

Trabalhadores com escolaridade e renda baixas, morando em áreas precárias, com difícil acesso a espaços e serviços públicos. Nos últimos anos, viram seu poder de consumo crescer, indo além das necessidades mais imediatas.

#### **Características Principais**

Adultos

Profissionais de baixa escolaridade

Moradores de zonas empobrecidas

Concentração nas regiões mais populosas do País

Famílias

Homens e mulheres

#### **Visão Geral**

Estão mais próximos da maturidade do que da juventude e habitam áreas empobrecidas dos

estados do Sul e Sudeste do País. Muitos concentram-se no interior desses estados, inclusive em zonas rurais. Vivem em condições precárias – alguns em favelas – muitas vezes em habitações em situação irregular, mal acabadas ou envelhecidas. Em geral, são trabalhadores de baixa escolaridade ocupando cargos de também baixa remuneração. Uma parte desse grupo depende de ajuda governamental.

Têm pouco acesso a espaços públicos de lazer e dificuldade para utilizar serviços públicos como saúde e educação. No entanto, compõem parte considerável de uma população diretamente beneficiada pelas mudanças sociais e econômicas dos últimos anos: o aumento real do salário mínimo e a consequente ampliação do consumo.

## **Descrição**

Adultos, homens e mulheres, vivendo em situação financeira precária em áreas empobrecidas das regiões Sul e Sudeste. 9 em cada 10 moram fora das capitais, e 7 em cada 10, fora das regiões metropolitanas. Uma parte habita zonas rurais. Há predomínio de moradias divididas com demais membros da família estendida e boa parte possui idosos em casa. Seus bairros são periféricos, afastados dos centros e com carência de infraestrutura, em especial no que diz respeito à rede de esgoto, coleta regular de lixo, pavimentação e identificação das ruas. Enfrentam problemas com deslocamento por estarem longe das áreas centrais nas quais se encontram a maioria dos empregos e serviços como médicos e escolas. São esforçados trabalhadores de baixa renda: 6 em cada 10 trabalham na iniciativa privada em cargos de baixa qualificação e remuneração.

Os demais tendem a atuar no mercado informal, prestando pequenos serviços, como atividades manuais. Possuem vida familiar intensa, tendo o lar como principal espaço de convivência, lazer e sociabilidade. São consumidores com possibilidades restritas, mas que viveram nos últimos anos uma melhora significativa em termos de consumo e acesso a bens, proporcionada pelo aumento real do salário mínimo, aumento do emprego formal e políticas de distribuição de renda. Essas mudanças foram capazes de expandir suas possibilidades para além das necessidades mais imediatas, diversificando o consumo com produtos alimentícios de marcas mais valorizadas.

Tiveram acesso a bens que possibilitam lazer no interior das casas como TV de tela plana, vídeo game, alguns serviços mais baratos de TV por assinatura, entre outros. O rádio também ainda é muito utilizado para o entretenimento (música) e informação (noticiários de curta duração).

Jornais, revistas e outras mídias alternativas têm pouco peso neste grupo. Uma parte possui acesso à internet em domicílio, mas o público usuário são os moradores mais jovens da casa, filhos ou netos. Apesar das condições financeiras mais restritas, o uso de aparelho celular é bastante difundido. Utilizam aparelhos mais simples, preferencialmente com a possibilidade de utilizar mais de um chip pré-pago. A telefonia celular pode ser utilizada inclusive como instrumento de trabalho, funcionando como uma espécie de escritório móvel. Se diferenciam do Grupo J (Habitantes de Zonas Precárias) por viverem em regiões mais ao sul, em geral mais desenvolvidas do que as regiões ao Norte e Nordeste.

Têm um posicionamento conservador em relação à vida e à sociedade. Costumam ser menos abertos a diversidade sexual e de gênero, mais rigorosos quanto à punição de criminosos e defensores dos valores familiares. Acreditam fortemente no valor do indivíduo e são esperançosos em relação ao futuro. O caminho da realização concentra-se na família, principalmente a próxima geração, vista como a possibilidade de mudarem suas histórias e melhorarem de vida coletivamente.

## **Grupo J - Habitantes de Zonas Precárias**

Pessoas pobres, habitando áreas de baixo desenvolvimento econômico, em geral no Nordeste e Norte do País.

## Minidescrição

Homens e mulheres que vivem próximos à linha de pobreza e, por isso, dependem de programas sociais. A baixa renda e escolaridade é agravada por estarem em regiões com acesso restrito a serviços públicos.

## Características Principais

Pobres

Vivendo em condições precárias

Em geral no Nordeste e Norte

Baixíssima escolaridade

Sem perspectiva de vida

Dependentes de ajuda governamental

## Visão Geral

Pessoas pobres que habitam regiões de baixíssimo desenvolvimento econômico. Em geral, vivem situações de vulnerabilidade social, com altos índices de desemprego e informalidade, baixa escolaridade e renda, muitas vezes restrita ao salário mínimo.

Há uma predominância de homens chefes de família e mulheres donas de casa ou sem atividade formal. O acesso a bens e serviços é bastante restrito e, em geral, moram em casas antigas ou inacabadas, nos limites do espaço urbano, quase rural.

Muitos dependem de algum tipo de ajuda governamental para estarem imediatamente acima da linha da pobreza. Em termos de consumo, poucos conseguem ir além do básico. Nos últimos anos, conhecem melhora pontual, mas ainda estão aquém da chamada classe média.

## Descrição

Adultos (jovens e maduros) dos 25 aos 70 anos, pobres que vivem com baixíssima renda e acesso a bens e serviços. Estão localizados em cidades menores da costa e do interior do País, principalmente nos estados do Nordeste e do Norte, em bairros no limite entre a zona urbana e rural. Muitas vezes não possuem calçadas e pavimentação nas ruas, as casas estão em situação precária, muito envelhecidas ou inacabadas. Têm dificuldades de acesso a serviços de saúde pública, lazer público e saneamento básico.

Muitas vezes estão desempregados ou atuando na informalidade, o que aumenta a precariedade e vulnerabilidade de suas condições de vida. É comum dependerem da ajuda governamental para que possam garantir o básico em suas vidas.

Vivem próximos do limite da linha da pobreza, com o consumo restrito aos bens de primeira necessidade. Quando possível, conseguem comprar um pouquinho mais, porém sempre dependendo do crédito – com acesso restrito – ou de um esforço econômico muito alto para isso.

Sofrem com a falta de atenção em saúde e educação e têm dificuldades para compreender certas linguagens utilizadas na mídia e comunicação em geral, em função da baixa escolaridade. TV e rádio são os meios mais utilizados e a internet é mais rara do que nos outros grupos, com algum acesso entre os jovens, que têm nas redes sociais formas de comunicação e lazer.

Provavelmente, fazem parte da parcela de não bancarizados do País. Cartão de crédito e modalidades de empréstimos consignados, em geral atrelado a algum aposentado da família, são tipos de produtos financeiros eventualmente acessados.

Mesmo com as dificuldades, a telefonia celular está presente, em especial através de planos pré-pagos e utilização de vários chips para se aproveitar o máximo das promoções. São pessoas com pouca perspectiva de vida, envelhecidas pela dureza da vida, ainda que cronologicamente possam ser jovens.

Experimentaram uma real melhora das condições gerais nos últimos anos através dos programas sociais, o que serve como um bálsamo ou alento para o futuro, mas sem grandes esperanças.

### **Grupo K - Habitantes das Áreas Rurais**

Homens e mulheres vivendo em setores censitários classificados como rurais. Idade média em torno de 50 anos, com baixa escolaridade.

#### **Minidescrição**

Moraram a vida toda em áreas rurais e isso define muito sobre eles: o trabalho para o agronegócio ou em lavoura para consumo próprio, a dificuldade para acessar educação e outros serviços públicos e o amor à terra.

#### **Características Principais**

Mais homens do que mulheres

Baixa renda

Vivem com família estendida

Alguns participam de programas sociais governamentais

Rurais

Acesso restrito à educação

#### **Visão Geral**

Moradores das áreas rurais do País, em geral casados e com filhos (crianças e adultos). Vivem do cultivo da terra ou de atividades ligadas ao agronegócio. Vivem com suas famílias, em casas com três ou quatro pessoas. É comum que parentes mais velhos vivam com eles em suas residências.

Nesse grupo, há predominância de homens. Muitos são trabalhadores com carteira assinada, em geral em atividades ligadas ao agronegócio. Outro são pequenos proprietários e aposentados.

O acesso à educação é mais restrito que em áreas urbanas e a renda também é inferior. Porém, o custo de vida é menor e algumas facilidades vêm chegando ao campo, como a difusão de antenas parabólicas e telefonia móvel.

#### **Descrição**

São pessoas que vivem em áreas rurais do País. Em geral, têm por volta de 50 anos de idade, muitos já se casaram (4 em cada 10) e alguns são viúvos.

Vivem com suas famílias, em casa com três ou quatro pessoas. É comum que parentes mais velhos estejam presentes nos domicílios.

Nesse grupo, há predominância de homens. 4 em cada 10 possuem carteira assinada, muitas vezes em trabalho associado ao agronegócio, há alguns pequenos proprietários (1 em cada 10) e aposentados. 1 em cada 10 recebe algum tipo de ajuda financeira governamental.

A vida dessas pessoas nem sempre é fácil. Enfrentam dificuldade de acesso a serviços de saúde pública, saneamento básico e educação em comparação com os habitantes das áreas urbanas. 7 em cada 10 possuem apenas escolaridade básica, indicando o quanto o acesso à educação nas áreas rurais ainda é mais restrito.

O menor custo de vida, no entanto, permite a eles situação financeira um pouco mais confortável em comparação aos que possuem a mesma renda em áreas metropolitanas.

Nos últimos anos, a difusão das antenas parabólicas e a expansão do sistema de telefonia móvel permitiram que essas pessoas tivessem maior acesso aos meios de comunicação para além do tradicional rádio.

Vivem com simplicidade e suas referências são diferentes daquelas dos moradores urbanos, por isso se consideram felizes. Afinal de contas, podem se alimentar bem e trabalhar.

Conservadores do ponto de vista financeiro e com renda restrita, têm resistência ao uso do crédito.

## **Personagens fictícios**

### **Grupo A - Elites Brasileiras**

**Tipo Ideal: Fernando**

Fernando nasceu em São Paulo, capital. Na infância, frequentava a pequena fábrica de materiais esportivos que seu pai fundou, junto a seus irmãos, na Mooca. Poucos anos depois, viu o negócio da família crescer substancialmente, tornando-se uma das maiores fábricas do ramo no País.

Desde pequeno, sabia que seu futuro seria na empresa do pai e dos tios, um negócio familiar a que, naturalmente, os filhos dariam continuidade. No entanto, sempre soube da necessidade de se qualificar para ter uma visão mais profissional do negócio. Escolheu o curso de Administração, em uma faculdade de ponta.

Depois de formado, resolveu trabalhar em outras empresas para adquirir experiência. Após cinco anos trabalhando na área e concluída a pós-graduação em Gestão de Negócios, Fernando foi para a empresa do pai, assumindo um cargo gerencial. Lá, passou por várias áreas até conhecer melhor o negócio e, então, chegar à diretoria.

Casou-se com Gláucia, dentista, que foi sua colega de classe no colégio. Hoje vivem com os dois filhos adolescentes, Larissa e Matheus, em um apartamento de 250m<sup>2</sup> na Vila Nova Conceição, bairro nobre de São Paulo. Os meninos estudam em um renomado colégio em Alto de Pinheiros. Matheus já está sendo preparado para seguir os passos de Fernando, assim como ele seguiu os de seu pai.

### **Grupo B - Experientes Urbanos de Vida Confortável**

**Tipo Ideal: Rosane**

Rosane tem 57 anos e é casada com Roberto, engenheiro civil aposentado. Ela fez um curso técnico

de enfermagem e trabalhou em um hospital privado de médio porte por muitos anos, chegando a ser supervisora de enfermagem, cargo que conquistou devido a sua perseverança e dedicação na função.

Eles têm três filhos, hoje adultos e independentes. O mais novo é estudante de Ciência da Computação, a do meio fez Administração de Empresas e o mais velho é engenheiro, como o pai.

Quando Roberto se aposentou, há dois anos, quis colocar em prática seu sonho de morar em uma cidade menor, com custo de vida mais baixo e melhor qualidade de vida. Como Rosane estava prestes a se aposentar, decidiram se mudar para Santos, no litoral do Estado.

Há um ano, venderam o apartamento de São Paulo e compraram um menor em Santos, com três dormitórios e a apenas três quadras do mar. Os dois têm uma rotina tranquila, gostam de caminhar pela manhã no calçadão, fazem uma pausa para beber água de coco e compram o jornal na banca de José, de quem Roberto ficou amigo.

Procuram viajar ao menos uma vez por ano para o exterior e, nos fins de semana e feriados, costumam hospedar a neta que vem de São Paulo para aproveitar a casa dos avós na praia.

### **Grupo C - Juventude Trabalhadora Urbana**

**Tipo Ideal: William**

William é filho de Ana, professora, e de José, técnico em elétrica, que trabalha como supervisor no setor de engenharia clínica em um grande hospital de São Paulo. A família mora em Santo Amaro, zona sul da capital paulista.

Ana e José criaram William com muito esforço e procuraram mostrar a ele que a educação é o maior bem que podem deixar como herança. Com isso, desde cedo William foi incentivado a estudar e se esforçar para “ser alguém na vida”.

Aos 18 anos, entrou para o curso de Administração em uma universidade pública de São Paulo, consagrando-se como o primeiro jovem da família a estudar em uma faculdade de ponta. Mas, como a “grana era curta”, desde o início teve que trabalhar para ajudar com as despesas de casa e da faculdade (livros, transporte etc.) e por isso fez dois estágios em empresas de médio porte durante o curso.

Hoje, com 25 anos e formado há dois, está terminando o período de trainee em uma empresa multinacional do ramo alimentício, com a esperança de uma contratação efetiva em breve.

Para ir ainda mais longe profissionalmente, William tem investido no aperfeiçoamento do inglês, língua que começou a estudar no início da faculdade, e pretende, com a efetivação do contrato, fazer um MBA em Marketing – setor ao qual tem se dedicado.

Seu sonho é crescer na empresa onde atua hoje. No futuro, William deseja viajar para fora do País, a lazer e a trabalho e, quem sabe, estudar e trabalhar no exterior.

### **Grupo D - Jovens da Periferia**

**Tipo Ideal: Priscila**

Priscila tem 26 anos e mora em Nova Iguaçu, na baixada fluminense. Aos 20 anos, ficou grávida do namorado David. Nessa época, eles decidiram morar juntos nos fundos da casa dos pais de Priscila, onde construíram um “puxadinho” com quarto, cozinha e banheiro.

Ela e David viveram juntos por três anos, mas o relacionamento não deu certo e Priscila voltou para a casa dos pais para aproveitar o rendimento do aluguel de sua antiga casa. David raramente dá alguma ajuda financeira para a filha Jéssica, que tem que contar com os avós maternos quando a situação aperta.

Quando engravidou, Priscila sonhava em fazer uma faculdade. O plano foi postergado, mas não abandonado. Ela trabalha como auxiliar administrativa em um pequeno escritório de advocacia no centro de Nova Iguaçu. Pela proximidade com a área, pretende, assim que possível, cursar Direito e conseguir um salário melhor na área em que já atua.

O sonho de Priscila é que sua filha não tenha que abandonar os estudos por ter engravidado tão cedo como ela e vá longe na vida por meio da educação. Ela pretende juntar dinheiro para colocar a Jéssica em uma escola particular quando se aproximar a época de prestar o vestibular.

Apesar das dificuldades que enfrenta diariamente, Priscila é otimista e tem certeza de que ela e Jéssica terão uma vida muito melhor no futuro. Afinal, nos últimos anos, a vida só tem melhorado. Recentemente, ela assinou um pacote básico de TV e internet e comprou um notebook, assim

pode ver seriados, filmes e desenhos com sua filha aos fins de semana. Isso sem falar na facilidade que tem para acessar redes sociais todos os dias.

## **Grupo E - Adultos Urbanos Estabelecidos**

**Tipo Ideal: Jorge**

Jorge é supervisor de obras de uma empreiteira em Porto Alegre. Nascido e criado na cidade, desde muito novo teve que trabalhar para ajudar nas despesas da casa, pois seu pai havia passado por dificuldades financeiras. Mais tarde, quando iniciava a vida adulta, as condições de seus pais melhoraram, mas ele já estava acostumado a ter o próprio dinheiro e não quis mais parar de trabalhar.

Começou como office-boy em uma pequena empresa de contabilidade de um amigo de seu pai. Quando estava terminando o ensino médio, já era assistente administrativo, mas seu sonho era ser engenheiro, então, estudioso, fez o vestibular e ingressou logo na faculdade.

No início do curso, continuou no escritório em que trabalhava, mas depois saiu para fazer um estágio em sua área. Formado, começou como engenheiro de obras de uma grande construtora, e foi subindo aos poucos, até se tornar supervisor do setor.

Após alguns anos, um colega da empresa o convidou para abrir uma pequena empreiteira que realizaria reformas ou pequenas construções. Receoso por achar arriscado largar um emprego certo por uma aventura, Jorge recusou o convite e continuou trabalhando na mesma empresa que o acolheu desde que se formou. Ele ainda alimenta a esperança de se tornar um empreiteiro, mas acha que não é o momento por não se sentir seguro para este tipo de desafio.

Jorge gosta muito do seu trabalho, tanto é que, sua filha Júlia, de tanto ver o pai entusiasmado com o trabalho desde criança, hoje está no quarto ano de Engenharia Civil e pretende seguir os passos do pai e, quem sabe, trabalhar como sua sócia em um futuro empreendimento.

## **Grupo F - Envelhecendo no Século XXI**

**Tipo Ideal: Dona Elza**

Dona Elza tem 75 anos e mora em Carangola, uma cidade do interior de Minas Gerais, perto do Espírito Santo. Aos 18 anos, casou-se com Antônio, um jovem caixeiro viajante, por quem se

apaixonou aos 16 anos. Após o casamento, Antônio se juntou ao irmão para montar uma pequena loja de tecidos na cidade, assim ambos puderam fixar residência.

Apesar de ter feito o curso normal, Dona Elza nunca trabalhou. Dedicou a vida à criação dos três filhos – Sandra, Maria Luzia e Toninho (Antônio Jr.) – e aos cuidados com a casa.

Os filhos se casaram, estudaram e se formaram. Maria Luzia foi morar em Belo Horizonte depois que se casou, Sandra se casou com um professor e trabalham juntos em uma escola em Carangola, e Toninho trabalhou com o pai até ele se aposentar e hoje é responsável pela loja.

Antônio faleceu há três anos e, hoje, pode-se dizer que Dona Elza superou a ausência do companheiro de longa data e vive relativamente bem. Mora na casa que construíram anos atrás e se mantém com a pensão do marido e a parcela dos rendimentos da loja a que tem direito.

Após ficar viúva, Dona Elza intensificou as idas às reuniões do grupo de amigas da igreja, que estão organizando uma viagem para a capital. Também passou a contribuir com seus trabalhos de tricô a um abrigo próximo de casa. Além das atividades da igreja, Dona Elza adora arrumar a casa para os netos, que sempre aparecem por lá durante as férias.

## **Grupo G - Donos de Negócio**

**Tipo Ideal: Geraldo**

Geraldo nasceu em Ipatinga (MG). Seu pai era engenheiro em uma siderúrgica, e sua mãe, professora de Educação Física. Ele morou em sua cidade até os 18 anos, quando decidiu se mudar para a capital para cursar Administração de Empresas. Formado, começou a trabalhar como auxiliar administrativo em uma grande montadora de automóveis que acabara de se instalar perto da sua cidade e permaneceu nela por 20 anos, galgando cargos e acumulando muita experiência, principalmente na área tributária.

Após 12 anos no cargo de gerente contábil e cansado da rotina diária na montadora, criou coragem e resolveu abrir seu próprio negócio. O fato de sua esposa, Alice, ser funcionária pública, deu mais coragem para o projeto de Geraldo, já que, se algo desse errado, poderia contar com a estabilidade da esposa no trabalho. Nessa época, os dois filhos do casal estavam prestes a entrar na faculdade, e ele sabia que isso traria um aumento significativo em suas despesas.

Assim, após pesquisar muito, alugou um espaço comercial e montou uma pequena loja de materiais de construção em um local bastante movimentado de Belo Horizonte. Aos poucos, a loja foi ganhando notoriedade pelo bom atendimento de Geraldo e o negócio prosperou, tornando-se uma fonte segura de renda até o momento em que ele decidir se aposentar.

Hoje, seus filhos já concluíram a faculdade, casaram-se e saíram de casa. Geraldo e Alice esperam ansiosamente pelo primeiro neto, fazem planos para vê-lo crescer e, quem sabe, até levá-lo à Disney.

## **Grupo H - Massa Trabalhadora Urbana**

**Tipo Ideal: Gabriel**

Gabriel tem 35 anos e é morador do bairro Mirante de Periperi, na cidade de Salvador, Bahia.

Vindo de uma família bastante humilde, migrante da região do sertão, Gabriel cresceu percorrendo as vielas desse bairro. Nunca gostou muito de estudar e acabou abandonando a escola antes de terminar o ensino médio para trabalhar e ajudar com as despesas de casa.

Aos 23 anos, Shirley, uma de suas namoradas de então, ficou grávida e, dessa relação, nasceu sua filha Maysa, com quem ele nunca conseguiu conviver muito, pois não quis se casar e tem uma relação bastante conflituosa com Shirley.

Gabriel continua morando com seu pai, sua mãe e um dos irmãos, que ainda não constituiu família.

Vivia pulando de emprego em emprego e já se aventurou a ter um negócio próprio. Não conseguiu progredir com a barraquinha de venda de coco que tentou abrir perto do Farol da Barra para atrair turistas do Sul e nem com o emprego de garçom que teve em um boteco em Itapuã.

Quando foi despedido do último emprego com carteira assinada, resolveu usar parte do seguro-desemprego para comprar uma moto usada e, hoje, trabalha como moto-táxi no próprio bairro onde vive.

Agora acredita que achou o serviço certo, pois faz o seu horário e passa o dia andando na moto que adora. Ainda sobra um tempinho para frequentar os ensaios da Timbalada, grupo musical do qual faz parte e que fica no Candeal, outra comunidade da cidade. No entanto, ainda sente que o dinheiro é curto e incerto – afinal, se um incidente acontecer com ele ou com sua moto, sabe que perderá imediatamente sua renda. Mas isso não tira o seu sono, afinal, a vida já lhe pregou tantas peças que, se tem uma coisa que ele sabe mesmo é “se virar” e seguir adiante.

## **Grupo I - Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e Sudeste**

**Tipo Ideal: Cristina**

Cristina tem 36 anos, trabalha como faxineira e é casada com Zé Reis, ajudante de pedreiro. Eles têm dois filhos, um de 12 e outro de 5 anos. Moram em uma casa alugada no bairro de Cidade Ademar, zonal sul de São Paulo.

A casa tem um quarto – onde dormem o casal e os filhos –, uma cozinha e um banheiro. A área de serviço é compartilhada com as demais casas do terreno.

Dona Neide, mãe de Zé, mora em uma dessas casas. Aposentada e viúva, à tarde cuida dos netos e de mais duas crianças, filhas de uma vizinha que a paga para “olhá-las” enquanto trabalha.

Cristina costuma fazer faxina no bairro de Pinheiros, zona oeste de São Paulo, e diariamente gasta de quatro a cinco horas no trânsito no trajeto de ida e volta entre a casa e o trabalho.

Conseguiu criar uma clientela fixa e hoje tem faxina todos os dias da semana, mas anda pensando sobre quanto tempo irá aguentar fazer esse serviço pesado todos os dias. Porém, não tem muito jeito. Zé também não tem emprego fixo, vai de obra em obra, trabalhando por empreitada.

Estão felizes porque conseguiram negociar uma dívida que fizeram no ano passado, quando compraram roupas para a família inteira e não conseguiram pagar as parcelas do cartão da loja porque Zé ficou sem trabalho. Desde então, estão mais atentos ao uso do cartão, mas não deixam de utilizá-lo sempre que necessário.

## **Grupo J - Habitantes de Zonas Precárias**

**Tipo Ideal: Maria**

Maria tem 34 anos, é casada com Mauro e moram na cidade de Quixadá, interior do Ceará. Ele trabalha em uma das granjas mais conhecidas da região, embalando ovos, ao passo que Maria é gari na cidade.

Eles têm quatro filhos: Nicéia tem 14 anos, Emerson tem 10, Cícero tem 8 e a caçula, Camily, tem 3 anos. Moram em um bairro distante do centro de Quixadá, com muitos problemas estruturais: a rua não é asfaltada, tem pouca iluminação e o serviço de coleta de lixo é incerto. Isso quando não falta água.

A escola fica longe de casa, mas Maria faz questão de que os filhos estudem. Para isso, caminham dois quilômetros todos os dias até o ponto mais próximo onde passa o ônibus escolar municipal. Camily, como ainda é pequena, fica aos cuidados da cunhada de Maria, que mora no mesmo bairro. Mas logo deve se juntar aos irmãos nos estudos.

O dia a dia de Maria é pesado, começa muito cedo: acorda às 4h para deixar o café da manhã e o almoço prontos para Mauro e os filhos, deixa Camily com a cunhada e depois vai para o trabalho. Pega a vassoura e trabalha até o meio-dia. Depois desse horário não dá mais para varrer, pois o calor é muito grande. Seus filhos do meio ficam a parte da manhã sozinhos em casa. Nicéia vai para a escola e Mauro sai para trabalhar às 7h. À tarde, Maria volta para cuidar da casa, dos filhos e fazer o jantar.

A casa da família é bem antiga, mas é própria. Nos fundos, criam galinhas para consumo próprio. Estão muito felizes porque hoje Maria e Mauro possuem celular, o que facilitou muito a comunicação, e estão conseguindo terminar de pagar a prestação da máquina de lavar e do fogão novos.

## **Grupo K - Habitantes das Áreas Rurais**

### **Tipo Ideal: Antenor**

Antenor tem 40 anos e é vaqueiro em uma fazenda de gado localizada em Teixeira de Freitas, no sul da Bahia. Nascido e criado em fazenda, Antenor sempre quis ser vaqueiro, como o pai. Adorava acordar cedo para ajudá-lo na lida com o gado, separar as vacas prenhas, cuidar dos bezerros, ajudar a escolher as melhores novilhas para reprodução, assim como os garrotes que iriam se tornar os reprodutores. Aprendeu com o pai todos os segredos que conhece a respeito da criação.

Aos 19 anos, conheceu Nalva, filha de um colega do pai que veio tentar a vida pelos lados de Teixeira, e foi amor à primeira vista. Após o casamento, Antenor decidiu que era hora de sair da fazenda onde havia nascido e procurar um trabalho para ele, pois não queria mais seguir na sombra do pai. Sua fama de bom vaqueiro era conhecida na redondeza e logo conseguiu vaga em uma fazenda próxima, onde foi morar com a esposa.

Tiveram três filhos: Neto, Luciano e Jamile. Neto e Jamile não gostam muito da vida na fazenda e querem seguir um caminho diferente dos pais, por isso cumprem uma rotina pesada de deslocamento até o centro da cidade para estudar. Já Luciano, que herdou do pai o gosto pela terra e pelos animais, não é muito chegado aos estudos – vai à escola apenas porque a mãe o obriga, o que gosta mesmo é de ajudar o pai na lida.

A família mora em uma casa na fazenda cedida pelo patrão, mas o sonho é conseguir comprar uma casinha em Teixeira, para poder contar com um teto quando não puderem mais trabalhar. Como o gado da fazenda é de corte, o patrão deixa Antenor explorar o leite, usado por Nalva para fazer o queijo que ela vende na feira. Além disso, foi permitido a eles fazer um pequeno roçado perto da casa, onde plantam milho, mandioca e feijão. Nalva usa o que sobra do consumo interno para fazer bolo, fubá e outros quitutes que ela também vende na feira.

## **Serasa Experian**

A Serasa Experian é líder na América Latina em serviços de informações para apoio na tomada de decisões das empresas. No Brasil, é sinônimo de solução para todas as etapas do ciclo de negócios,

desde a prospecção até a cobrança, oferecendo às organizações as melhores ferramentas. Com profundo conhecimento do mercado brasileiro, conjuga a força e a tradição do nome Serasa com a liderança mundial da Experian. Criada em 1968, uniu-se à Experian Company em 2007. Responde on-line/real-time a 6 milhões de consultas por dia, auxiliando 500 mil clientes diretos e indiretos a tomar a melhor decisão em qualquer etapa de negócio. É a maior Autoridade Certificadora do Brasil, provendo todos os tipos de certificados digitais e soluções customizadas para utilização da tecnologia de certificação digital e de Notas Fiscais Eletrônicas (NF-e), tornando os negócios mais seguros, ágeis e rentáveis.

Constantemente orientada para soluções inovadoras em informações para crédito, marketing, identidade digital e negócios, a Serasa Experian vem contribuindo para a transformação do mercado de soluções de informação, com a incorporação contínua dos mais avançados recursos de inteligência e tecnologia.

Para mais informações, visite [www.serasaexperian.com.br](http://www.serasaexperian.com.br)

### **Experian**

A Serasa Experian é parte da Experian, líder mundial em serviços de informação, fornecendo dados e ferramentas de análise a clientes ao redor do mundo. O Grupo auxilia os clientes no gerenciamento do risco de crédito, prevenção a fraudes, direcionamento de campanhas de marketing e na automatização do processo de tomada de decisão. A Experian também apoia pessoas físicas na verificação de seus relatórios e scores de crédito e na proteção a fraudes de identidade.

A Experian plc está registrada na Bolsa de Valores de Londres (EXPN) e compõe o índice FTSE 100. A receita total para o ano fiscal encerrado em 31 de março de 2014 foi de US\$ 4,8 bilhões. A empresa emprega cerca de 16.000 pessoas em 39 países e possui sede corporativa em Dublin, na Irlanda e sedes operacionais em Nottingham, no Reino Unido; na Califórnia, Estados Unidos, e em São Paulo, Brasil.

Para mais informações, visite [www.experianplc.com](http://www.experianplc.com)

**Fonte:** Serasa Experian, em 30.09.2014.