

Grupo foi responsável por 21,7% do total de consultas de crédito para compra de carros ou motos entre julho e setembro deste ano

Do total de consultas de crédito voltadas para compra de veículos novos e usados (carros e motos) feitas entre julho e setembro deste ano, 21,7% foram provenientes de consumidores do grupo Jovens Adultos da Periferia, composto por moradores de zonas periféricas das áreas urbanas ou rurais. Este é o resultado de um estudo inédito da Serasa Experian que tem como base o modelo de segmentação Mosaic Brasil, que leva em conta 11 grupos dominantes da população brasileira.

O levantamento considerou um total de 2.741.632 consultas de crédito realizadas no período, número 1,0% menor que o registrado no mesmo período de 2013 (2.764.898). O estudo aponta que em segundo lugar no ranking de compra de veículos está o grupo denominado Adultos Urbanos Estabelecidos, composto por pessoas com boa renda e padrão de vida relativamente confortável, que foi responsável por 19,5% das consultas de crédito no período.

Na terceira colocação entre os maiores compradores de veículos do Brasil está o grupo chamado de Massa Trabalhadora Urbana, composto por pessoas de baixa remuneração que, em geral, exercem atividades associadas ao trabalho manual e vivem em grandes centros urbanos. Este grupo respondeu por 13,0% do total de consultas de crédito do período.

Em quarto lugar no ranking estão os Donos de Negócio, predominantemente homens empreendedores entre 25 e 55 anos. Este segmento respondeu por 12,6% das consultas. A Juventude Trabalhadora Urbana, composto em sua maioria por pessoas solteiras, moradoras de grandes áreas urbanas e em início de carreira, vem em seguida na lista com 11,2% das consultas. Veja o ranking completo na tabela abaixo.

O Mosaic Brasil, usado como base para este levantamento, é o mais completo estudo de segmentação já realizado no país sobre a população brasileira acima de 18 anos e tem como resultado a identificação de 11 grupos dominantes e 40 segmentos. O levantamento é um retrato acurado dos perfis que compõem a população do país e considera mais de 400 variáveis da Serasa Experian, além de outras fontes de informação sobre consumidores, empresas e domicílios, sempre em consonância com a legislação brasileira. No mundo todo o Mosaic já classificou mais de 2,3 bilhões de consumidores em 29 países com a expertise global da Experian.

Saiba mais sobre o Mosaic Brasil e os 11 grupos dominantes da população brasileira em <http://www.serasaexperian.com.br/mosaic/>

Percentual do total de consultas de crédito voltadas para compra de veículos em julho, agosto e setembro

Grupo	Percentual
Jovens Adultos da Periferia	21,7%
Adultos Urbanos Estabelecidos	19,5%
Massa Trabalhadora Urbana	13,0%
Donos de Negócio	12,6%
Juventude Trabalhadora Urbana	11,2%
Elites Brasileiras	7,1%
Habitantes de Áreas Rurais	4,9%
Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e Sudeste	4,8%
Habitantes de Zonas Precárias	2,3%
Experientes Urbanos de Vida Confortável	2,1%
Envelhecendo no Século XXI	0,7%
Total	100%

11 grupos e subgrupos do Mosaic Brasil e os respectivos percentuais de participação na população brasileira:

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

Conheça o perfil dos principais grupos:

Jovens Adultos da Periferia:

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

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.

Massa Trabalhadora Urbana:

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

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. 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.

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. 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.

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. 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.

Fonte: [Serasa Experian](#), em 24.11.2014.