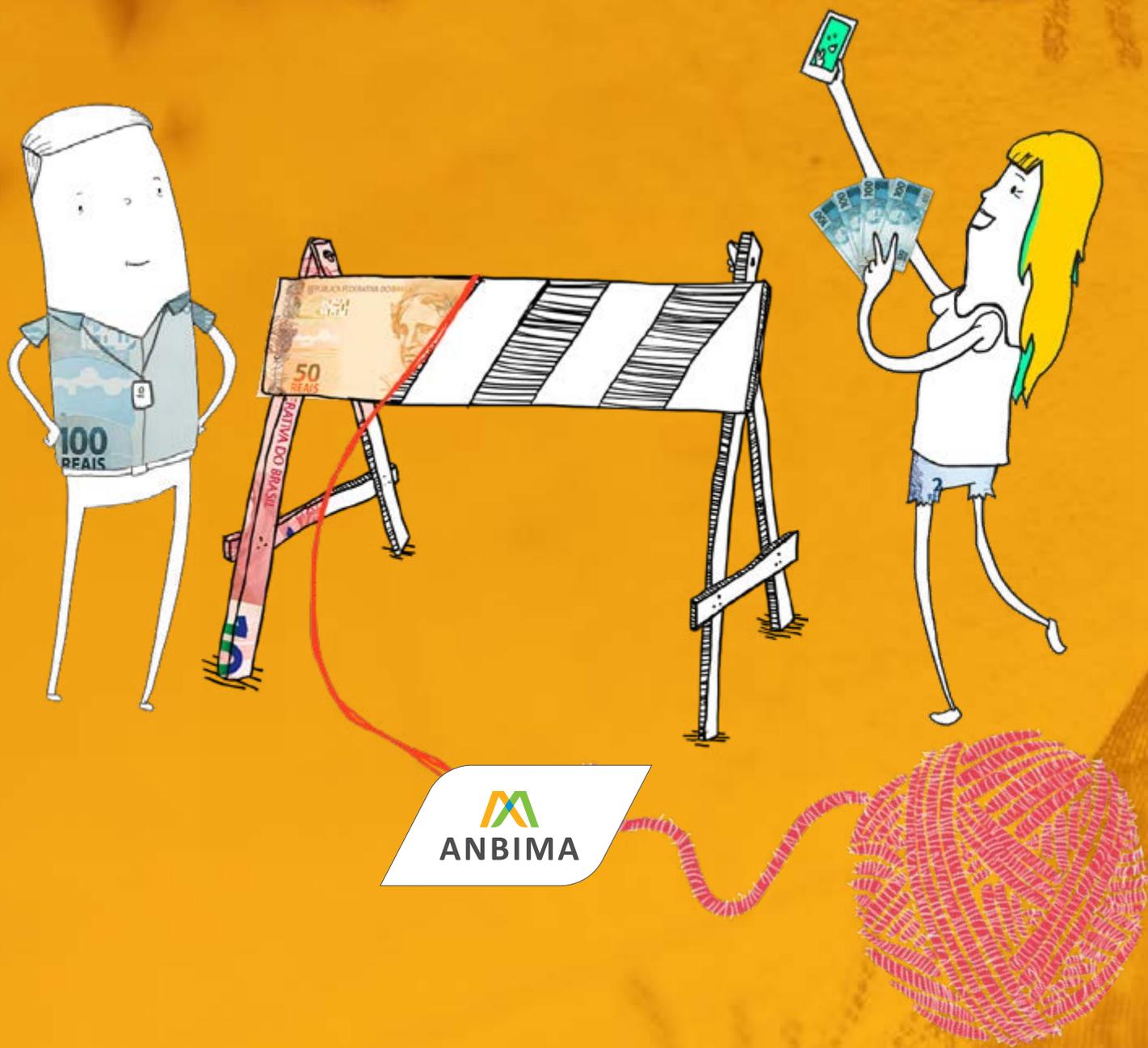
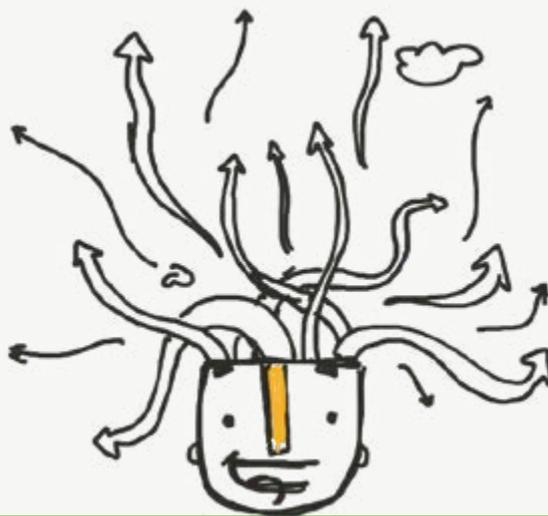


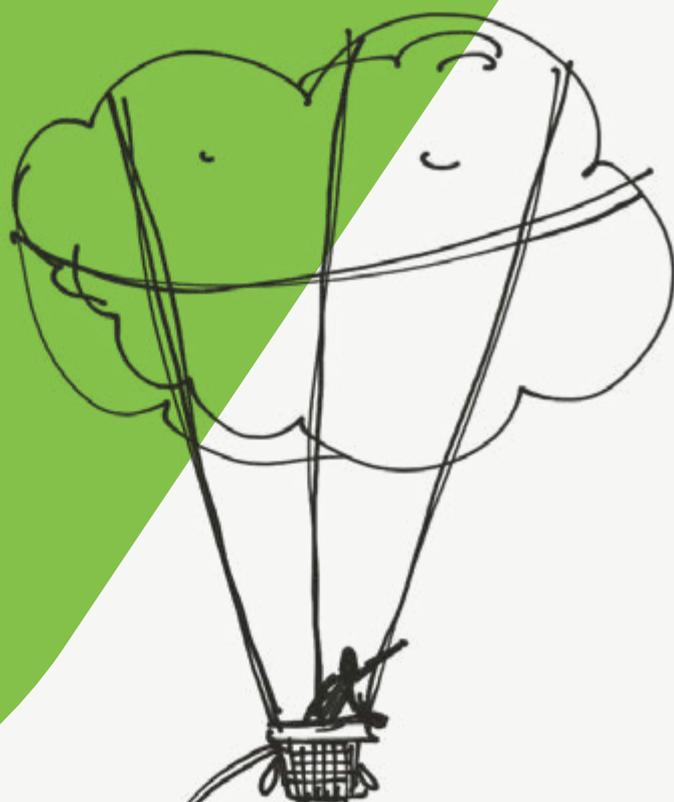
A trajetória financeira do brasileiro




ANBIMA



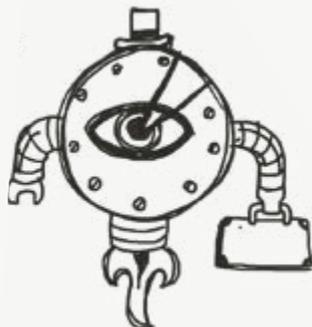
Apresentação.....	3
Fase qualitativa: um pouco da metodologia	5
Um pouco da metodologia quantitativa	8
1º perfil: o construtor	11
2º perfil: o camaleão	17
3º perfil: o planejador	23
4º perfil: o despreocupado	28
5º perfil: o sonhador	33
Panorama dos cinco perfis	38
A visão do brasileiro sobre o dinheiro.....	40
Visão sobre o futuro	41
Renda mensal.....	42
Significado do dinheiro	43
Poupar ou não poupar, eis a questão	44
Investimentos	45
Relação com os bancos	46
Relação com a família	47
Aposentadoria.....	48
O espírito do tempo	49
Consumo e corte de gastos	50
Espírito empreendedor	52
Fonte de renda	53
Casa própria e moradia	54
Materiais Relacionados	55



A construção de uma verdadeira cultura de investimento no Brasil enfrenta diversos obstáculos: a herança inflacionária que ainda alimenta contratos indexados, os altos níveis de taxas de juros, a preferência por opções de alta liquidez e prazo curtíssimo. Mas, além dos aspectos conjunturais, enfrentamos ainda uma característica estrutural que limita a expansão das carteiras de investimento das famílias brasileiras: os níveis baixíssimos de poupança no país. Os brasileiros poupam pouco, mesmo quando comparados a países de renda média menor que a nossa.

Uma das prioridades do nosso Comitê de Educação foi promover estudos que nos ajudassem a compreender o que leva a níveis tão baixos de poupança. Para explorar um tema tão complexo, o primeiro passo foi analisar o comportamento da população brasileira e avaliar quais são as motivações na hora de lidar com a vida financeira.

Antes de explorar diretamente a baixa propensão a poupar, fomos às ruas a fim de descobrir como as pessoas realmente lidam com o dinheiro. Quais são os motivadores dos brasileiros quando o assunto é poupança? Que fatores norteiam suas decisões financeiras? Há formas diferentes de relacionamento com o dinheiro?



Após sete meses, uma vasta pesquisa qualitativa e uma pesquisa quantitativa que cobriu todo o território nacional, chegamos a uma segmentação que revela muito sobre nossa vida financeira. O brasileiro tem cinco maneiras distintas de lidar com a vida financeira. O que define essa segmentação não são características sociodemográficas, como idade ou classe social. O que os resultados mostram é que o relacionamento com o dinheiro é um reflexo da visão de mundo das pessoas, da forma como elas encaram a vida, a família, seus relacionamentos pessoais.

Ao observar as características de cada um dos grupos, identificamos que, de maneira geral, a indústria de investimento só tem se comunicado com uma abordagem mais adequada com apenas um deles, que nem é o majoritário na população. Mais do que apontar um problema, o cenário abre uma oportunidade gigantesca para o setor. Com abordagem correta e produtos adequados a cada um dos cinco perfis, as instituições financeiras só têm a ganhar e ampliar seu diálogo com potenciais investidores.

O compromisso com a educação do investidor foi um dos motivadores do estudo. Educação é um de nossos pilares de atuação e constitui compromisso assumido publicamente com os associados e com a sociedade. Acreditamos que estimular a cultura de investimento favorece a formação de pessoas capazes de tomar decisões maduras e conscientes na hora de lidar com o dinheiro. Portanto, a nossa missão é ajudar as pessoas a pouparem mais e investirem melhor seu dinheiro.

Assim, educação do investidor é uma condição para o crescimento sustentável dos mercados. Por isso é tão importante para nós compartilharmos este trabalho com o maior número de agentes possível, com o propósito de estimulá-los a compreender seus clientes sob uma nova ótica; e a população, para que faça uma autoanálise e descubra os fatores que interferem em sua prosperidade financeira.

O estudo, suas conclusões e todo o material que fez parte dos levantamentos fica agora à disposição dos associados e da sociedade.

Esperamos que o conjunto de informações contribua para a formulação de estratégias de comunicação com os vários perfis de investidores; e que ajude na identificação de melhores estratégias, tanto para o desenvolvimento de produtos como para o relacionamento com os clientes. Para nós da ANBIMA, o trabalho funcionará como um norte, apoiando os esforços de comunicação e de educação do investidor.

Boa leitura!



Fase qualitativa: um pouco da metodologia

Para traçar a "trajetória financeira do brasileiro", optamos por iniciar o trabalho com uma ampla pesquisa qualitativa. A consultoria Na Rua foi selecionada para o trabalho de campo. Ao longo dos meses de fevereiro, março e abril de 2017 foram entrevistadas 400 pessoas em São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre.

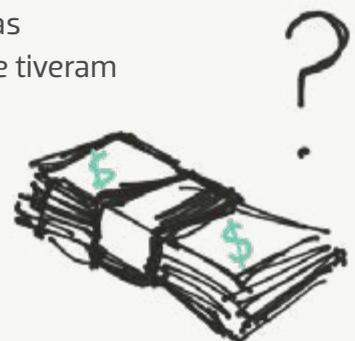
Os pesquisadores foram às ruas sem nenhuma tese pré-concebida. Daí a necessidade de a amostra ser tão representativa. A metodologia incluiu uma série de exercícios que, repetidos por centenas de participantes, permitiram segmentar de forma acurada os públicos pesquisados.

Os pesquisadores interagiram com cada um dos participantes de diferentes idades e classes sociais, selecionados em locais de grande concentração de pessoas nas cidades que fizeram parte do estudo.

Logo no início das abordagens, descobriu-se que, ao perguntar sobre dinheiro, a resposta sempre se relacionava ao que as pessoas fazem com ele: compra de bens, financiamento de cursos, viagens, ajuda a familiares, e por aí vai. Ou seja, para a grande maioria da população, o dinheiro em si não tem muito significado se for dissociado daquilo em que ele se transforma: na vida de cada pessoa.

Para falar de dinheiro é preciso falar da vida

Por isso, a empresa optou por seguir o estudo utilizando-se do exercício da "Montanha" para que cada participante conseguisse retratar o uso do dinheiro ao longo da vida. A proposta era que cada entrevistado desenhasse uma montanha mostrando os momentos financeiros marcantes na sua vida, explorando todos os seus picos e vales. Em cada situação mencionada era necessário indicar o ano em que aquilo aconteceu, os sentimentos daquele período e a forma com que o participante lidava com o dinheiro naquela época. Ao final, as pessoas definiam, em uma única frase, a essência da relação que tiveram com o dinheiro ao longo de suas vidas.





Ao analisar as 400 montanhas, os pesquisadores notaram que elas apresentavam padrões semelhantes, independentemente da idade, da cidade ou da classe social dos entrevistados. Diante dessa constatação, as ilustrações foram separadas de acordo com características em comum. O resultado foram cinco pilhas distintas de "montanhas", cada qual com curvas e trajetórias de vida bem semelhantes.

Esse foi o primeiro indício de que há cinco formas diferentes de o brasileiro se relacionar com o dinheiro ao longo da vida.

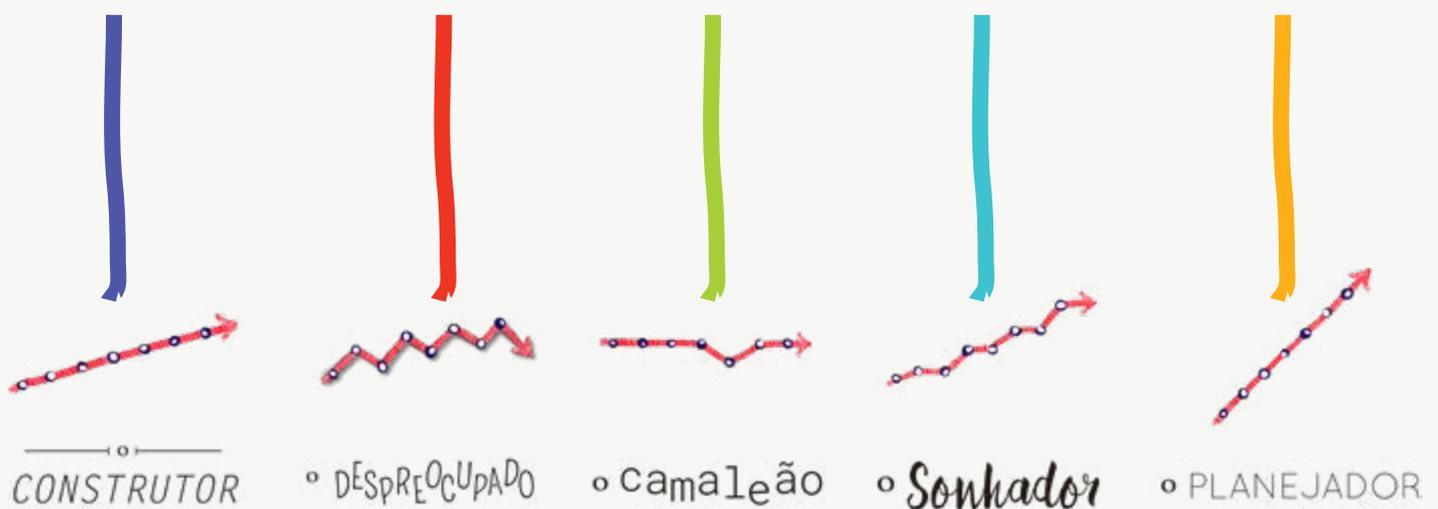
Olhar para a própria trajetória fez as pessoas se conhecerem melhor, observarem repetições de comportamentos e atitudes ao longo da vida, entendendo seus erros e acertos. Muitos entrevistados se emocionaram ao olhar para o exercício pronto, ao se dar conta do que fizeram e o porquê de lidarem com o dinheiro daquela forma. O exercício da "montanha" gera reflexão, criando um olhar distanciado dos participantes sobre si mesmos e abrindo espaço para questionamentos. Ele promove isso de modo lúdico e delicado, sem a rigidez dos números. Mesmo não tendo sido pensado com esse intuito, a montanha pode servir como primeiro passo de um processo de educação financeira.

Fase qualitativa: um pouco da metodologia

Para testar se essa tese era real, os pesquisadores realizaram 24 vivências, seis em cada cidade-alvo do estudo, com duração média de seis horas cada. Nessas ocasiões, eles mergulharam na vida das pessoas, acompanhando a rotina delas em casa, no trabalho e em momentos de lazer.

Além de desenhar a "montanha", cada entrevistado foi convidado a outro exercício lúdico, o de detalhar sua linha da vida. Com um novelo de lã em mãos, o participante ia desenrolando o fio e pendurava, em uma espécie de varal, fotos que representassem suas memórias, objetos, documentos, momentos importantes em ordem cronológica, junto com textos e vinhetas.

O exercício permitiu entender mais profundamente cada momento financeiro relevante da vida das pessoas. O resultado foi uma longa reflexão realizada à medida que cada um reconstruía o caminho que tomou com o seu dinheiro. Com isso, chegamos a mais uma confirmação de que as pessoas podem ser segmentadas em cinco grupos distintos quando o assunto é a forma com a qual conduzem suas finanças.



Por fim, foram realizadas três rodadas de pesquisa com grupos focais. Cada rodada reuniu cinco participantes de uma mesma faixa etária, mas que pertenciam a perfis diferentes quando o assunto é a relação com o dinheiro.

Um pouco da metodologia quantitativa

Findo todo esse processo, foi comprovado, mais uma vez, que é possível segmentar a população economicamente ativa em cinco tipos diferentes de pessoas, com características bem distintas de relacionamento com as finanças.



Com os cinco perfis em mãos, partimos para a etapa quantitativa do estudo. Saber que existem cinco formas distintas de relacionamento com o dinheiro no Brasil não era suficiente. Precisávamos identificar quantas pessoas fazem parte de cada um desses grupos, se há prevalência de algum deles em faixas etárias específicas e se existem diferenças marcantes por estado ou por classe social.

Para essa tarefa, foi destacado o Instituto Datafolha, que realizou 2.653 entrevistas em todo o Brasil, abrangendo 130 municípios, durante o mês de junho de 2017.

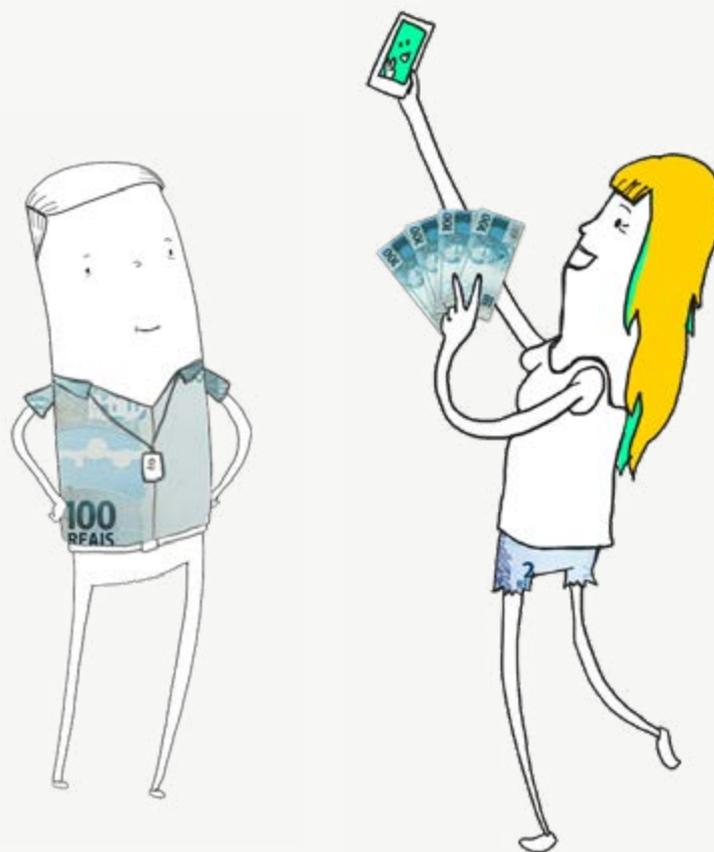
Para confirmação dos dados, houve checagem pessoal (in loco) e também telefônica após a coleta de dados, cobrindo no mínimo 20% do material que cada pesquisador obteve. A margem de erro ficou em 2 pontos percentuais para mais ou para menos, com nível de confiança de 95%.

Um pouco da metodologia quantitativa

O levantamento quantitativo mostrou algo que o qualitativo já tinha indicado: é natural que as pessoas enxerguem, em si, características de diferentes grupos. No entanto, em 98% dos casos, o conjunto de características predominantes possibilita caracterizá-las com segurança dentro de um dos cinco grupos. Apenas 2% da amostra* não apresentou nenhuma característica predominante e foi classificada como "outros". Os 2% da amostra correspondem a 2 milhões de habitantes.

Para efeitos de segmentação geracional, o estudo considera geração Z pessoas nascidas até 1996. Aqueles que nasceram de 1978 a 1995 são da geração Y, ou millennials. Os que nasceram entre 1965 e 1977 são considerados da geração X, enquanto que os que nasceram entre 1945 e 1964 são os baby boomers. Chamamos hipoteticamente de geração A aqueles que nasceram antes de 1945.

Os resultados da pesquisa quanti e qualitativa estão nas próximas páginas.



*População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

Os 5 perfis



1º perfil: o construtor



São pessoas que gostam de dar um passo de cada vez, habituadas a ir de degrau em degrau na sua trajetória financeira. Para elas, pequenas quantias fazem a diferença. Dão valor a qualquer quantidade de dinheiro e fazem economia, ainda que seja de pouquinho em pouquinho.

A frase com a qual as pessoas desse perfil mais se identificam é "Poupo sempre que sobra, mesmo que em pequenas quantidades". Entre os construtores, essa afirmação foi comum a 78,36% dos entrevistados.

Na sequência vem a afirmação "Sou do tipo que guarda sempre um pouco porque preciso de segurança para o amanhã", com 76,97% das respostas.

O mais disciplinado entre todos os perfis, o construtor gosta de ter sempre o controle da situação. Não se arrisca, pois prefere se sentir seguro em todas as situações. Ele desenvolve uma relação interessante com os limites que encontra pela vida, não se intimidando por eles. Mas isso não significa que chega a desafiá-los, simplesmente batalha muito para realizar o que quer e acaba conseguindo, mas sempre pouco a pouco, com parcimônia

1º perfil: o construtor



"Cada etapa da minha vida, cada oportunidade que vi, foi como um degrau. E cada degrau que subi foi uma conquista. Minha empresa, minha casa (que chamo de castelinho) são minhas maiores conquistas".

VIRGÍNIA, 43
Arqueóloga
Classe B / Rio de Janeiro

O construtor costuma ser humilde e persistente, e a dedicação envolvida em suas realizações é o que confere valor a elas. Conquistar algo sem esforço não está nos seus planos, pois nesse caso ele seria privado de grande parte do prazer da conquista. Portanto, para o construtor o esforço é parte intrínseca do valor do dinheiro, algo que imprime ainda mais importância à soma acumulada.

O construtor tem muito orgulho da sua capacidade de organização e acaba sendo aquele a quem todos recorrem financeiramente. Embora tenda a ser econômico, quando se dispõe a ajudar os outros isso o transforma em uma pessoa importante em seu círculo familiar e social. Ele reclama de ter que ajudar, mas, no fundo, isso se torna fonte de reconhecimento pessoal, quase um sentido para a vida. Por isso é bastante voltado aos outros e às suas necessidades, muitas vezes não tendo um desejo pessoal específico (comprar algo para si, por exemplo) por trás do seu exercício de poupança ou investimento.



1º perfil: o construtor

A frase "Na minha família sou aquele que trabalha duro, que se organiza e acaba ajudando os outros" é a terceira mais repetida pelos construtores: aparece na fala de 57,36% dos pesquisados.



"Eu acho que cada dia é uma batalha, todo dia você vai construindo aos poucos. Para mim é assim, nunca nada veio fácil".

DENISE, 30
Secretária
Classe B / Rio de Janeiro



As pessoas desse perfil dispõem grandes estratégias e ferramentas financeiras, pois cuidam do dinheiro dia após dia, em pequenas quantidades, mas de forma consistente. Para 55,5% dos construtores, "Dinheiro é transformação, cada real ajuda a fazer as coisas acontecerem".

Essas pessoas são mais intuitivas e emocionais do que estratégicas e racionais, mas acabam alcançando objetivos importantes no longo prazo. Muitas vezes guardam dinheiro em casa e gostam de uma certa concretude financeira, querem visualizar ou ter prova constante do dinheiro.

Muitas vezes precisam de alguém que os impulsionem em situações novas e oportunidades em que não entrariam de primeira.

1º perfil: o construtor



"Eu sou uma pessoa muito perseverante. Brinco que tenho ascendente em árabe... Então minha lojinha tem que ter tudo bem negociado. Eu vou pechinchar, nem que seja por apenas um real. Porque esse um real pode ser investido em algo importante para mim".

VIRGINIA, RJ

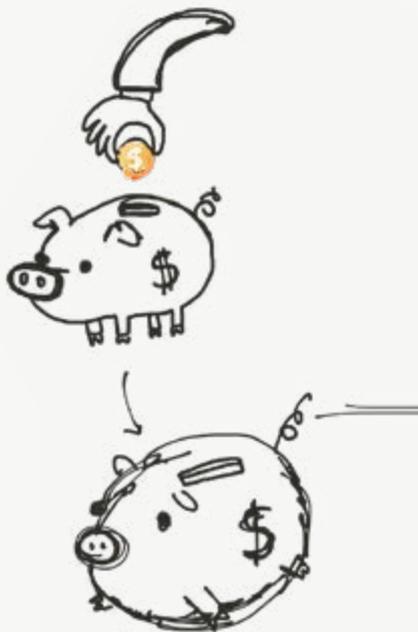
Acumular dinheiro é uma fonte de prazer para essas pessoas, e elas certamente utilizarão serviços bancários se tiverem conhecimento e renda para isso. Para 54,6% dos construtores, "O banco é como se fosse um porquinho, onde deixo seguro o meu dinheiro guardado".

O grande desafio do sistema financeiro é dar ao construtor a mesma sensação de segurança e concretude que ele tem ao ver o dinheiro na mão ou guardado em casa. E, como ele tem um sistema de acumular devagar e sempre, tende a ficar em investimentos mais garantidos e previsíveis.

A média de idade de um construtor é de 41,8 anos. Se olharmos por geração, notamos um pouco mais de construtores entre os baby boomers, nascidos de 1945 a 1965. Nessa faixa etária, 31% de pessoas se encaixam nesse perfil.

Entre os membros da geração X (nascidos entre 1965 e 1977), 30% são construtores, mesmo percentual que se observa na geração Y, que abrange quem nasceu de 1978 a 1995. Na geração Z, que engloba as pessoas que nasceram antes de 1996, a ocorrência é de 27%.

Entre os construtores, 48% são mulheres e 52% são homens, divisão bem parecida à encontrada no total da amostra; 51% são casados ou moram com companheiro, enquanto 33% são solteiros, 11% são separados/divorciados e 5% são viúvos.



1º perfil: o construtor



A grande maioria (68%) tem filhos. Desses, predominam os construtores com dois filhos (23%), em média.

O nível de escolaridade mais comum é o ensino médio (50%), seguido pelo ensino fundamental (28%) e o ensino superior (22%), também em linha com a amostra.

Ao olhar as classes sociais, a mais comum é a C (65%), seguida pela classe B (32%) e classe A (3%). Para efeitos de comparação, a amostra total se divide da seguinte forma: 4% classe A, 30% classe B e 66% classe C.

A segmentação dos construtores por região do país acompanha, também nesse caso, os percentuais totais da amostra. Temos 48% no Sudeste (do total de pessoas entrevistadas, 49% estão nessa região), 20% no Nordeste (igual ao percentual observado no total da amostra), 19% no Sul (17% da amostra) e 13% no Norte e Centro-Oeste (14% da amostra).



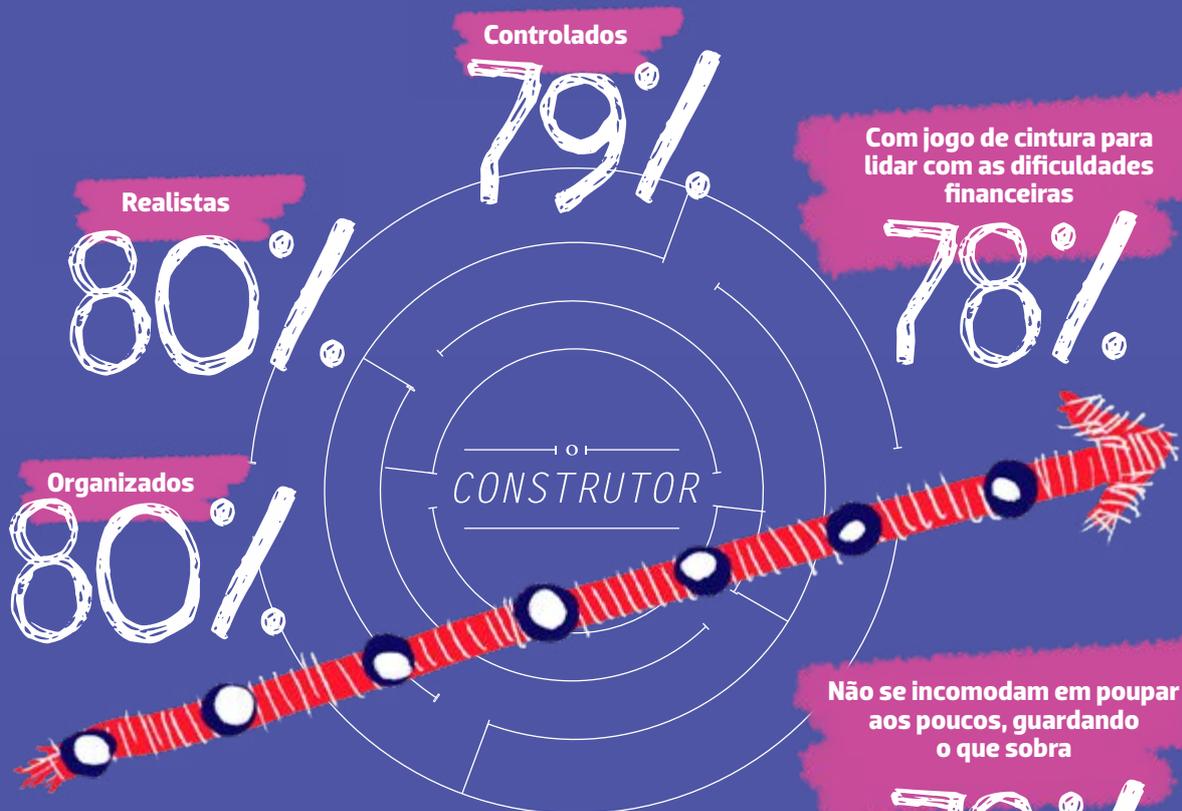
Veja documentário sobre
esse perfil: youtu.be/N1r2eGv5jFO

Principais características dos construtores

O perfil mais comum entre os brasileiros* é o construtor. Na amostra estudada, 30% das pessoas se encaixam nesse grupo, que se caracteriza por brasileiros que gostam de ter sempre o controle das situações.



% DOS CONSTRUTORES QUE SE DIZEM*:



CURIOSIDADES:

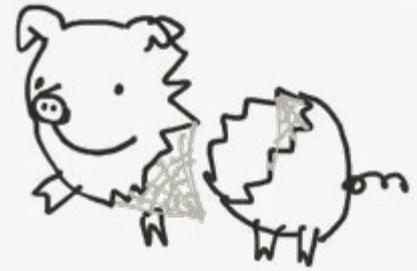
Veem a casa própria como uma garantia para o futuro

93%

*População, 16 anos ou mais, pertencentes às classes A, B e C, PEA, vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

2º perfil: o camaleão

Esse jeito de ser independe de ele estar com muito ou pouco dinheiro. A pesquisa qualitativa já havia mostrado e a quantitativa provou que há gente bem e malsucedida financeiramente em todos os perfis. No caso do camaleão, se tem mais dinheiro, ele gasta mais e continua a viver no eterno equilíbrio de dar um jeito para pagar as contas.



As pessoas que se enquadram nesse perfil são conformadas, mas não de forma negativa. O camaleão é aquele que aceita as coisas como elas são, adapta-se ao mundo em vez de fazer sua vontade predominar. O nome do grupo vem justamente dessa capacidade de se enquadrar bem em qualquer situação.

A frase que mais define esse perfil é "Sou do tipo que não consegue fazer sobrar, porque todo dinheiro que entra é para pagar as contas do mês". Dos camaleões ouvidos no estudo, 70% apontaram essa frase como sendo verdadeira.

A segunda sentença mais citada pelos camaleões é "Investimento é algo importante, mas nunca me sobra dinheiro para fazer". Entre os membros desse grupo, isso é verdade para 68,54% deles. Na sequência temos o "Não consigo poupar, os gastos consomem tudo o que eu ganho no mês", com recorrência de 63,37%.



2º perfil: o camaleão

Muitas vezes o camaleão vive momentos de dificuldade, mas segue levando a vida de forma positiva e fazendo os ajustes necessários. Tem convicção de que, apesar das dificuldades, consegue realizar aquelas coisas que são realmente importantes para ele, por isso não vê muito sentido em expor os seus altos e baixos.



"Eu acho que já nasci feliz, independente da minha condição. Acho que sou camaleão, sempre estou me adaptando. Se tiver um pouco, vou ser feliz com pouco. Se tiver mais, vou ser feliz com mais. Tento passar isso para os meus filhos".

ROBERTO, 46
Taxista
Classe C / Rio de Janeiro

O segredo do camaleão para viver relativamente bem com o dinheiro que tem é encontrar prazer e realização pessoal naquilo que é mais cotidiano, natural, e que exige pouco esforço financeiro. Esse tipo de brasileiro costuma valorizar os prazeres simples e não tem grandes ambições.



2º perfil: o camaleão

Para muitos membros desse grupo, ter o suficiente para um chope com os amigos no final de semana já é felicidade. Entre esses prazeres estão também coisas mais intangíveis, como a possibilidade de promover festinhas em casa com amigos próximos e família, atividades esportivas ou intelectuais, momentos de diversão em espaços públicos com pessoas queridas. Os camaleões se sentem bem ao manter a vida dentro das expectativas realistas.

O camaleão nunca tem dinheiro para necessidades ou desejos extras, mas lida bem com os limites e, em vez de contorná-los, simplesmente adapta-se a eles. Entregar-se às imposições externas sem deixar que elas gerem muita frustração é justamente seu grande feito: viver bem apesar de toda a dificuldade. Para 50,65% deles, dinheiro é solução de problemas que dá fôlego para viver um mês de cada vez.

"Eu não preciso viver no luxo.
A grana pra mim serve para pagar
as contas e tomar umas com os amigos.
De resto estou bem, obrigado",

FELIPE, 30
Vendedor
Classe B / São Paulo



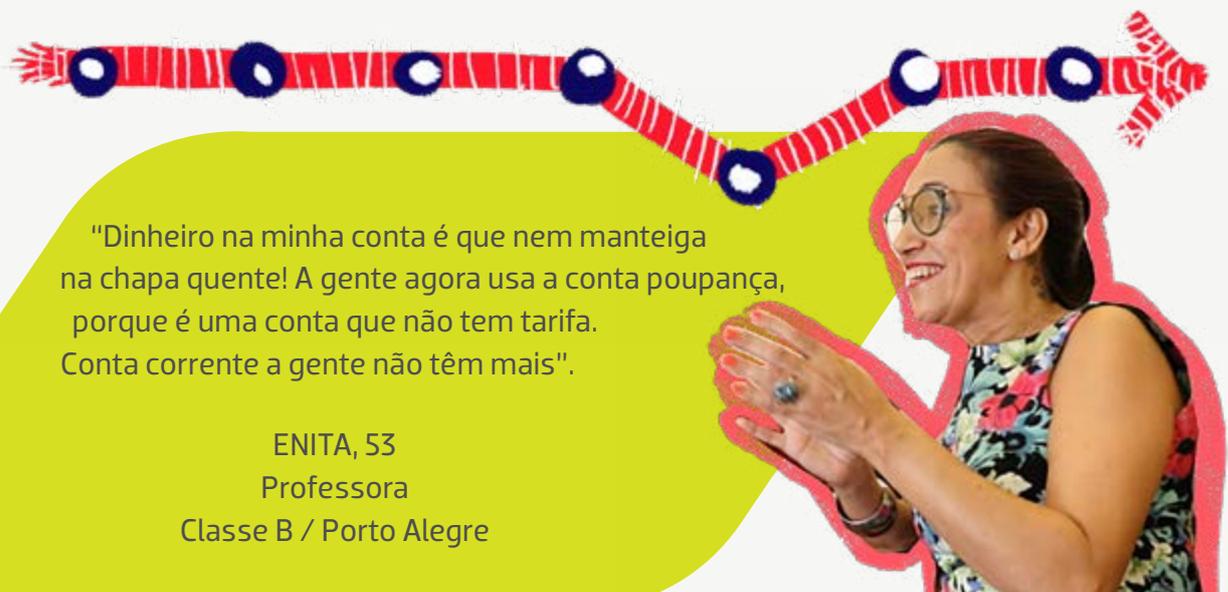
Camaleões são pessoas previsíveis, constantes e conservadoras, no sentido de não procurarem mudar a situação em que vivem. Contam frequentemente com amigos e parentes quando precisam de ajuda. Também são bons em convencer outras pessoas a ajudá-los quando compram fiado de pequenos comerciantes, por exemplo, e em desenvolver pequenas gambiarras financeiras que lhes permitem seguir em frente.

2º perfil: o camaleão

Têm conta poupança para não pagar taxa mensal, possuem mais de um cartão de crédito com datas de vencimentos diferentes, pedem emprestado a uma pessoa para pagar outra.

O dinheiro é algo bastante fugaz na vida do camaleão: não por gastar muito, mas porque sempre tem várias dívidas. Mesmo assim é criterioso ao lidar com dinheiro: para ele todo dinheiro é dinheiro, e faz o pouco render muito.

As pessoas desse perfil são bastante desconfiadas na sua relação com o dinheiro, pois raramente têm boas experiências nessa área, muito devido ao seu próprio desinteresse. Entre os camaleões, 55,59% dizem que "O banco para mim é um mal necessário, uso o mínimo possível para resolver os problemas".



"Dinheiro na minha conta é que nem manteiga na chapa quente! A gente agora usa a conta poupança, porque é uma conta que não tem tarifa. Conta corrente a gente não têm mais".

ENITA, 53
Professora
Classe B / Porto Alegre

O camaleão não consegue investir e fazer planos para o futuro; uma vez que o dinheiro fica pouco em suas mãos, não permite acumular a ponto de dar novas perspectivas. Mas essas pessoas se interessam em aprender mecanismos (dentro de ofertas e produtos financeiros básicos) que os ajudem a dar conta do dia a dia.

2º perfil: o camaleão

Se analisarmos a população por faixas etárias, notamos que os camaleões estão mais concentrados nas gerações X e baby boomers, com participação majoritária de 34% no total de cada um desses grupos. Se olharmos para os millennials, 27% deles são camaleões, enquanto que entre os membros da geração Z temos a menor concentração relativa: 11%.

Entre os camaleões, 55% são mulheres, contra a participação de 47% que observamos no total da amostra. Esse é o único grupo em que o sexo feminino é maioria. O percentual de casados (55%) também está acima dos índices observados no total da amostra (50%), assim como o número de pessoas que têm filhos (76%), bem acima dos 67% do universo de pessoas pesquisado.

Entre os camaleões, 73% estão na classe C, 25% na classe B e 2% na classe A. Ao olharmos o nível de escolaridade, temos 32% com ensino fundamental, 46% com ensino médio e 22% com ensino superior.

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.



Veja documentário sobre esse perfil: youtu.be/MP74ERT39KI

Principais características dos camaleões

Segundo maior grupo entre os brasileiros, os camaleões correspondem a 29% da população.*

O camaleão é a personificação do estereótipo do brasileiro, ou seja, aquela pessoa que está sempre dando um jeitinho para garantir que as coisas deem certo, que tira de um santo para oferecer ao outro, que cobre a cabeça e descobre os pés, porque vive com o cobertor curto.



% DOS CAMALEÕES QUE SE DIZEM*:



CURIOSIDADES:

A maioria considera importante ter uma reserva financeira

83%

Todo o dinheiro que entra é para pagar as contas

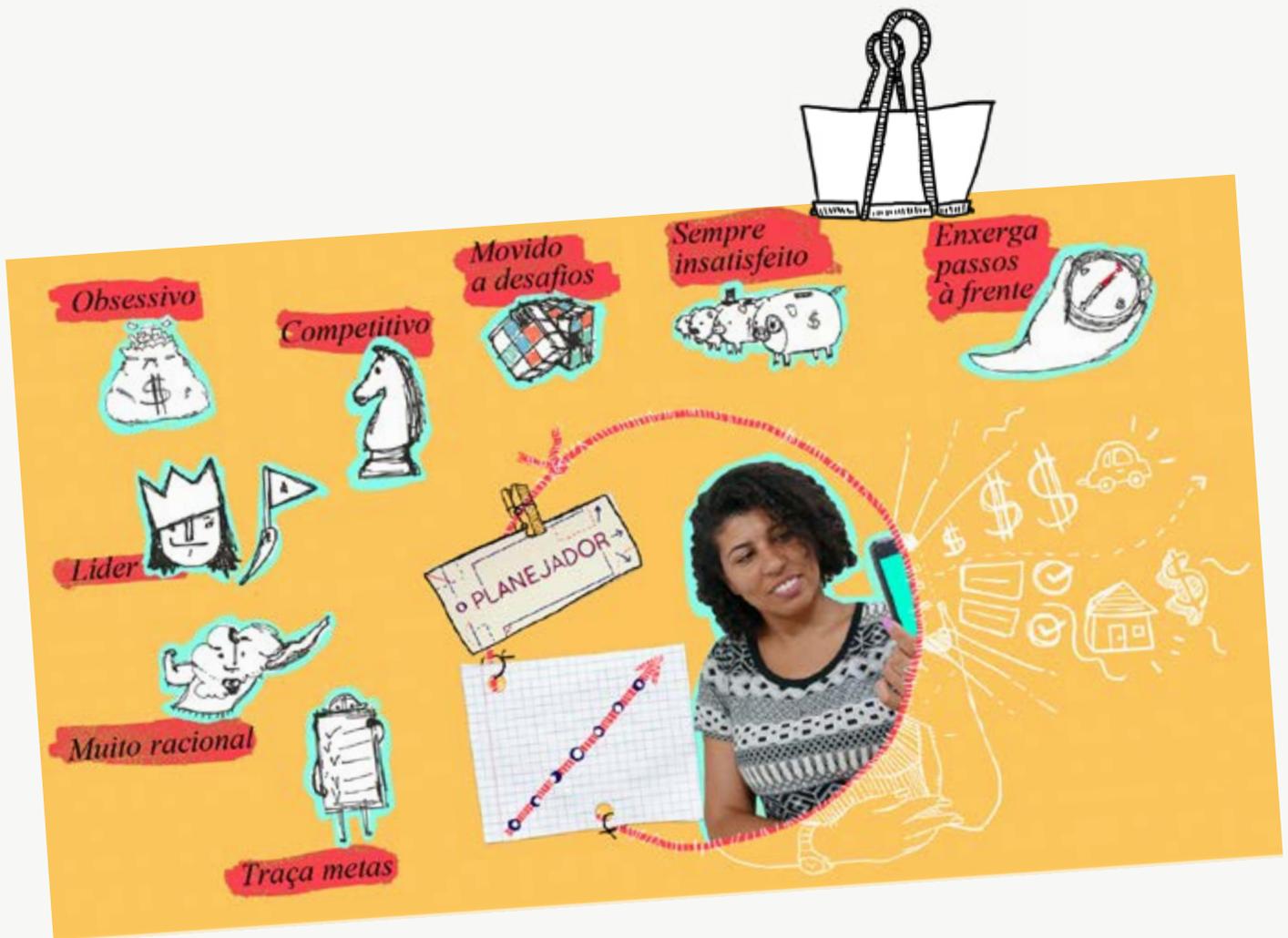
70%

Nunca sobra dinheiro para investir

63%

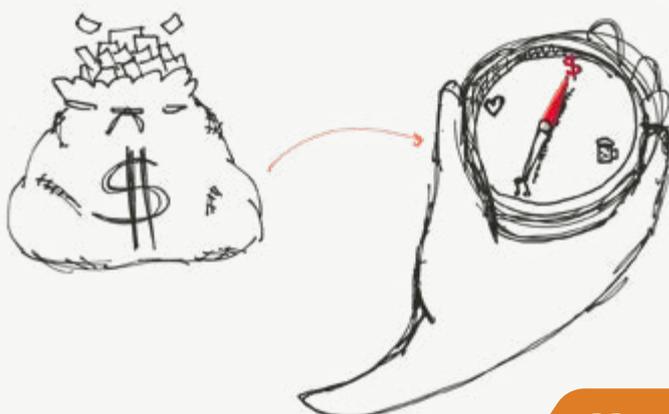
* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016). 95.144.206 habitantes.

3º perfil: o planejador



Não à toa, a frase mais comum entre os planejadores é "Guardar dinheiro é um compromisso, já reservo uma parte assim que entra na conta". Essa afirmação é realidade para 62,08% deles.

Para este segmento, as metas são fundamentais. O planejador costuma estipular para si mesmo objetivos a serem cumpridos em um tempo determinado, e frequentemente isso o estimula a seguir em frente e crescer. Para 52,47% deles é verdadeira a afirmação "Planejo todos os meus passos, tenho metas muito definidas para os próximos anos."



3º perfil: o planejador

O planejador não se assusta nem se incomoda com limitações, muito pelo contrário. Movido por desafios, consegue realizar o que deseja, contornando ou ultrapassando aquilo que encontra pelo caminho. Ele é muito seguro da sua capacidade de organização e realização e confia na sua alta racionalidade.

"Eu sempre soube onde quis chegar, desde que eu me entendo por gente. Eu conto todos os meus gastos, pra que eles se enquadrem em 50% da renda. Hoje é ainda mais fácil, porque minha receita é maior. Quando era menor, eu planejava o quanto podia sair e gastar".

ALAIN, 46
Advogado
Classe A / Rio de Janeiro

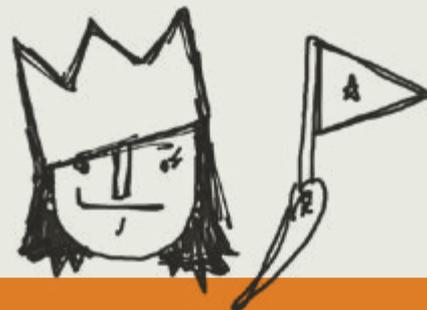


Independentemente de sua classe social, o planejador é, em geral, alguém bem-sucedido em seu negócio, investimento ou trabalho. Quando sua renda é maior, tende a saber mais sobre mercado financeiro e utiliza esses serviços para fazer o dinheiro render. Para 47,22% dos planejadores, "O banco ajuda a maximizar o dinheiro, para que ele possa atingir meus planos".

A relação do planejador com o dinheiro em si (valor acumulado) é bem forte. Acúmulo e crescimento financeiro são fontes de prazer que superam todas as outras, mais emocionais. "Eu faço investimento bem planejado, com foco nos resultados de longo prazo", afirmam 54,39% deles.

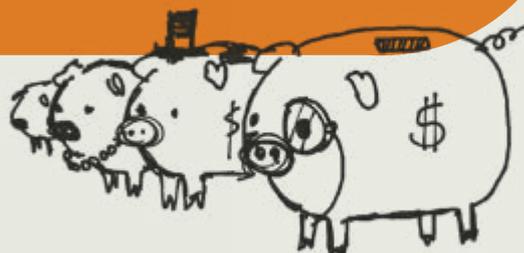
3º perfil: o planejador

Enquanto outros segmentos se apegam ao sentido e ao porquê do trabalho, o planejador é mais racional e deixa de lado os valores subjetivos para focar no resultado numérico. Ele prioriza o resultado final e não mede esforços para ganhar mais: pode mudar de profissão, cidade ou área de atualização, compra e vende imóveis.



"Tudo na minha vida é planejado: o custo, o benefício. Avalio todas as opções para não gastar tanto e aproveitar mais",

CHERRY, 25
Blogueira
Classe C / Recife



O acúmulo de dinheiro já é uma conquista em si e pode ser mais relevante do que aquilo que ele compra ou proporciona para si e sua família. Isso faz dele uma pessoa bastante flexível em relação a vários aspectos da vida, exceto em relação ao seu objetivo de ganhar e acumular dinheiro. Ele também é bastante determinado e sempre acredita que pode fazer e ganhar mais.

O planejador não só entende de finanças, mas gosta de usar o sistema a seu favor. Como ver o dinheiro se multiplicando é um prazer para ele, a instituição que oferecer o maior número de possibilidades de fiscalização e projeção futura e também ferramentas de planejamento certamente ganhará a sua atenção.

Mas é importante notar que ele pode acumular dinheiro de formas mais concretas, adquirindo bens, ou investindo em negócios lucrativos em vez de investir diretamente no mercado financeiro. O planejador da classe C parece seguir esse caminho também.

3º perfil: o planejador

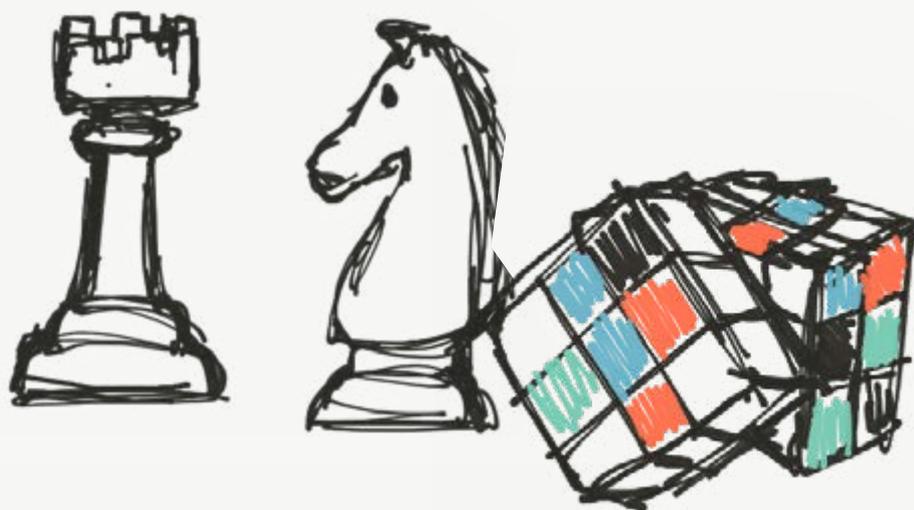
Entre os planejadores, 57% são homens. Na amostra, esse percentual é de 53%. Exatamente a metade daqueles que fazem parte desse perfil é casada, percentual idêntico ao apresentado pelo total de pessoas entrevistadas. Entre eles, 61% têm filhos.

Geograficamente, temos 51% dos planejadores no Sudeste, 20% no Nordeste, 16% no Sul e 12% no Norte/Centro-Oeste.

O grupo de planejadores também é o que traz o maior percentual de pessoas com ensino superior (32%). Para efeitos de comparação, na população entrevistada esse índice é de 24%. Em seguida vêm planejadores com ensino médio (50%) e ensino fundamental (19%).

Pertencem à classe C 57%, menor percentual entre os cinco perfis descobertos na pesquisa qualitativa. Grande parte deles está na classe B (36%) e o restante na classe A (7%).

Se olharmos para gerações, a que comparativamente concentra o maior percentual de planejados é a Z. Entre os nascidos até 1996, 29% são planejadores. Na sequência temos a geração Y/millennials com 25%, a geração X com 20% e os baby boomers com 18%.



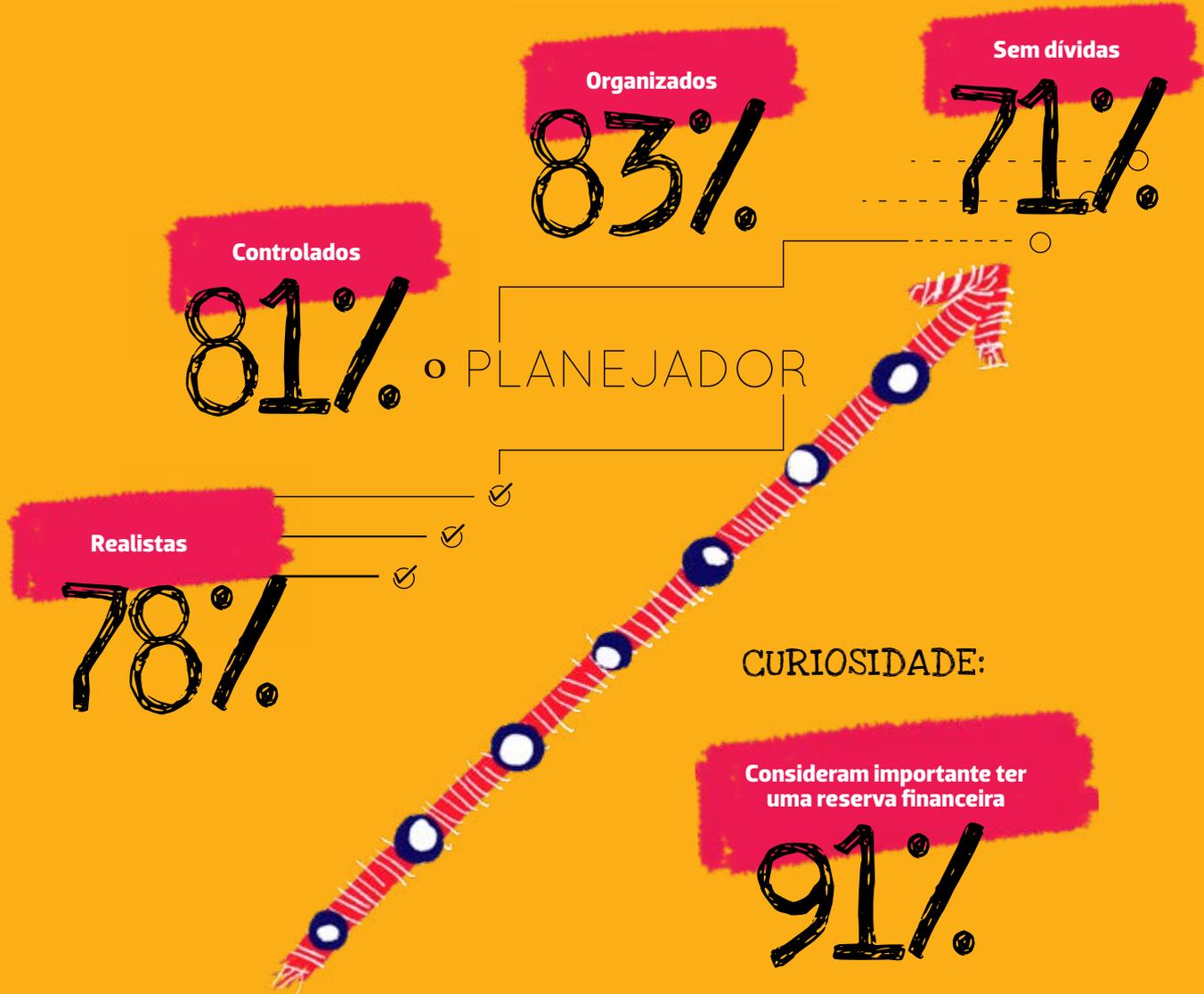
Veja documentário sobre esse perfil: youtu.be/rJ74HGux8Bc

Principais características dos planejadores

Terceiro maior grupo, os planejadores correspondem a 22% dos brasileiros.* Esse é o perfil com o qual o mercado financeiro e de capitais está habituado a se comunicar. Ele é composto por pessoas pragmáticas, que vivem plenamente na realidade e sabem lidar bem com ela, o que as faz muito competentes no que se propõem a realizar.



% DOS PLANEJADORES QUE SE DIZEM*:



* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

4º perfil: o despreocupado

Eles são 11% da população.* São pessoas que têm especial prazer na fluidez dos acontecimentos da vida e na possibilidade que ela traz de estarem integrados com o mundo lá fora: pessoas, situações, eventos e novas oportunidades.

Isso faz com que o despreocupado não se planeje nem se comprometa muito seriamente com nada, pois isso exigiria foco e estreitaria seu horizonte, significaria abrir mão de outras coisas. Ele prefere aguardar o que a vida pode lhe trazer hoje, vivendo intensamente um dia de cada vez.

A frase mais recorrente entre os membros desse grupo é "Não me preocupo tanto em poupar, prefiro viver o presente". Entre os despreocupados, ela foi citada por 63,66% dos entrevistados. "Dinheiro para mim é prazer, eu preciso dele para fazer as coisas que eu gosto" é outra máxima dos despreocupados e aparece na resposta de 50,64% de quem tem esse perfil.



4º perfil: o despreocupado

"Eu nunca planejei o futuro e tudo sempre aconteceu por acaso. Já ganhei muito dinheiro com umas ideias que me vinham do nada, e eu me jogo sem muito medo. Enquanto as coisas estão dando certo, estou dentro. Quando não estiverem mais, aí eu acho outra coisa para viver".

ADRIANA, 48
Recepcionista
Classe A / Recife



Por outro lado, as pessoas nesse segmento são muito competentes em aproveitar as oportunidades que aparecem à sua frente, o que de certa forma compensa a ausência quase total de planejamento em suas vidas. Embarcar nas oportunidades reforça sua crença de que "tudo vai dar certo". Se algo não dá certo é porque "não era para ser". É um jeito emocional de lidar com a vida, de fazer a dificuldade "sumir".

Naturalmente, o despreocupado não está atento ao que acontece com o dinheiro, e isso molda a forma como ele vive a vida, ainda que esteja no vermelho. Sabe os valores por alto e não tem prazer em lidar com atividades financeiras nem com o banco.

Porém, quando está em situação difícil, o despreocupado não se desespera: sempre dá um jeito de superar a dificuldade, por exemplo, conseguindo algum dinheiro emprestado ou doado. "Sou do tipo que gasta sem pensar muito, porque sempre consigo dar um jeito no final", dizem 59,24% deles.



4º perfil: o despreocupado

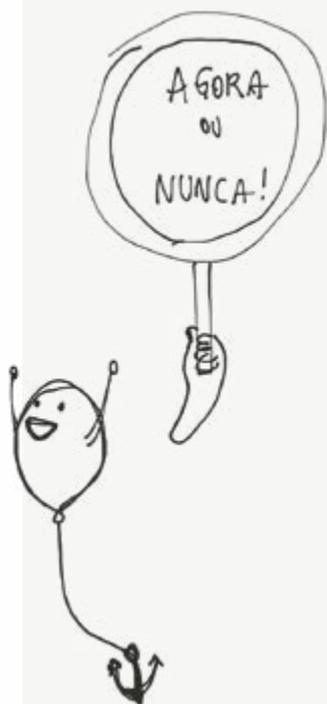


"Eu sou despreocupado. Eu sou aquele tipo de pessoa que vai encontrar uma conta de luz de dois meses atrás. E aí, sem problemas, eu pago".

JONATHAN, 36
Funcionário Público
Classe B / Porto Alegre



A relação do despreocupado com o dinheiro é fugaz: assim como entra, sai. Esse perfil tende a gastar sem pensar, pois quer gratificação imediata. O resultado é que praticamente não veem o dinheiro, não experimentam o seu acúmulo e acabam por não criar laços com ele. Apenas vivem das sensações e prazeres que ele proporciona: compras, diversões, viagens, experiências.



Na maioria das vezes o despreocupado tem um porto seguro, em geral, alguém da família, que usa como ponto de apoio para ajuda financeira. O ato de recorrer à família quase sempre gera um pouco de preocupação e culpa, mas são sentimentos rapidamente esquecidos.

"Investimento não é para mim, não consigo pensar nisso", é frase comum a 51,10% dos despreocupados. Já o mote "Não consigo pensar em aposentadoria, só sei que quero estar muito feliz e continuar aproveitando a vida" é comum a 49,94% deles.

Entre os despreocupados, 59% são homens e 41% são mulheres; 47% deles são solteiros, enquanto 42% são casados, 9% são separados/divorciados e 2% são viúvos; 59% deles têm filhos, em média, dois.

4º perfil: o despreocupado

A região que mais concentra despreocupados é a Sudeste (44%), seguida pela Nordeste (25%), Norte/Centro-Oeste (17%) e Sul (15%). Diferente dos outros grupos, este perfil se destaca entre os que residem em cidades da região metropolitana (23%), mas não nas capitais.

Deles, 49% têm ensino médio; 31%, ensino fundamental e 20%, ensino superior. Ao olhar para as classes sociais, nota-se que 70% são da C, seguida pela B (23%) e A (7%). É curioso notar que esse percentual no topo da pirâmide é exatamente igual ao de planejadores, o que só reforça a afirmação de que não há perfil certo ou errado, pois há pessoas bem e malsucedidas, com pouco e muito recurso financeiro, nas cinco formas distintas de relacionamento com o dinheiro.

Em termos de geração, a maior concentração de despreocupados é na Z: 17% das pessoas nascidas até 1996 se enquadram nesse perfil. Na sequência temos os baby boomers (12%) e com igual percentual a geração Y/millennials (10%) e geração X (10%).

"Sou daquelas que precisam ter telefone pré-pago para não receber uma conta milionária. Da mesma forma, não poderia ter um cartão com limite muito alto porque certamente iria gastar mais do que posso. Preciso desse controle que vem do banco".

LARISSA, 22
Esteticista
Classe A / São Paulo



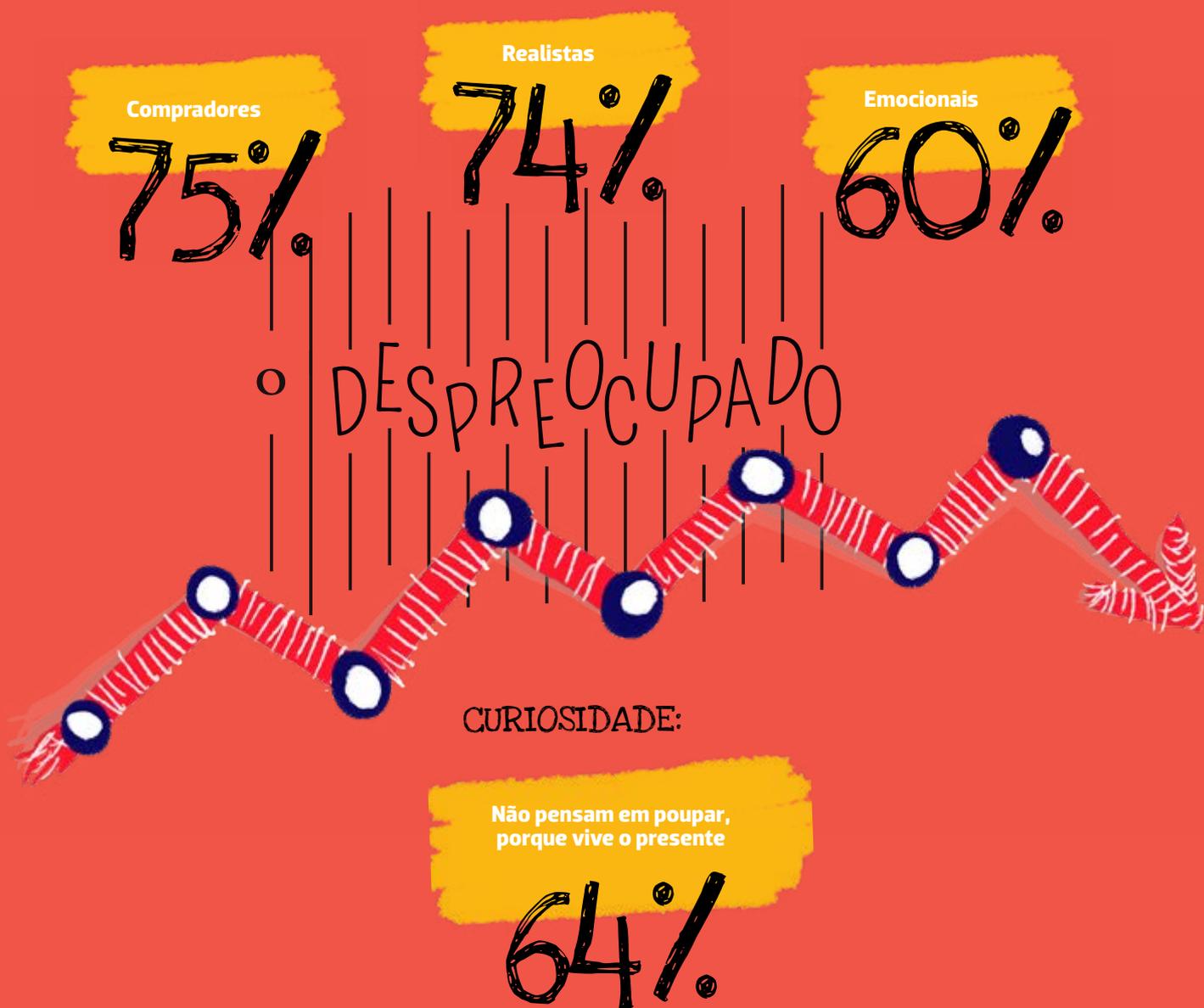
Veja documentário sobre esse perfil: youtu.be/daKZeaw1bD4

Principais características dos despreocupados

Os versos "Deixa a vida me levar, vida leva eu", do sambista Zeca Pagodinho, caem como uma luva para os despreocupados.



% DOS DESPREOCUPADOS QUE SE DIZEM*:

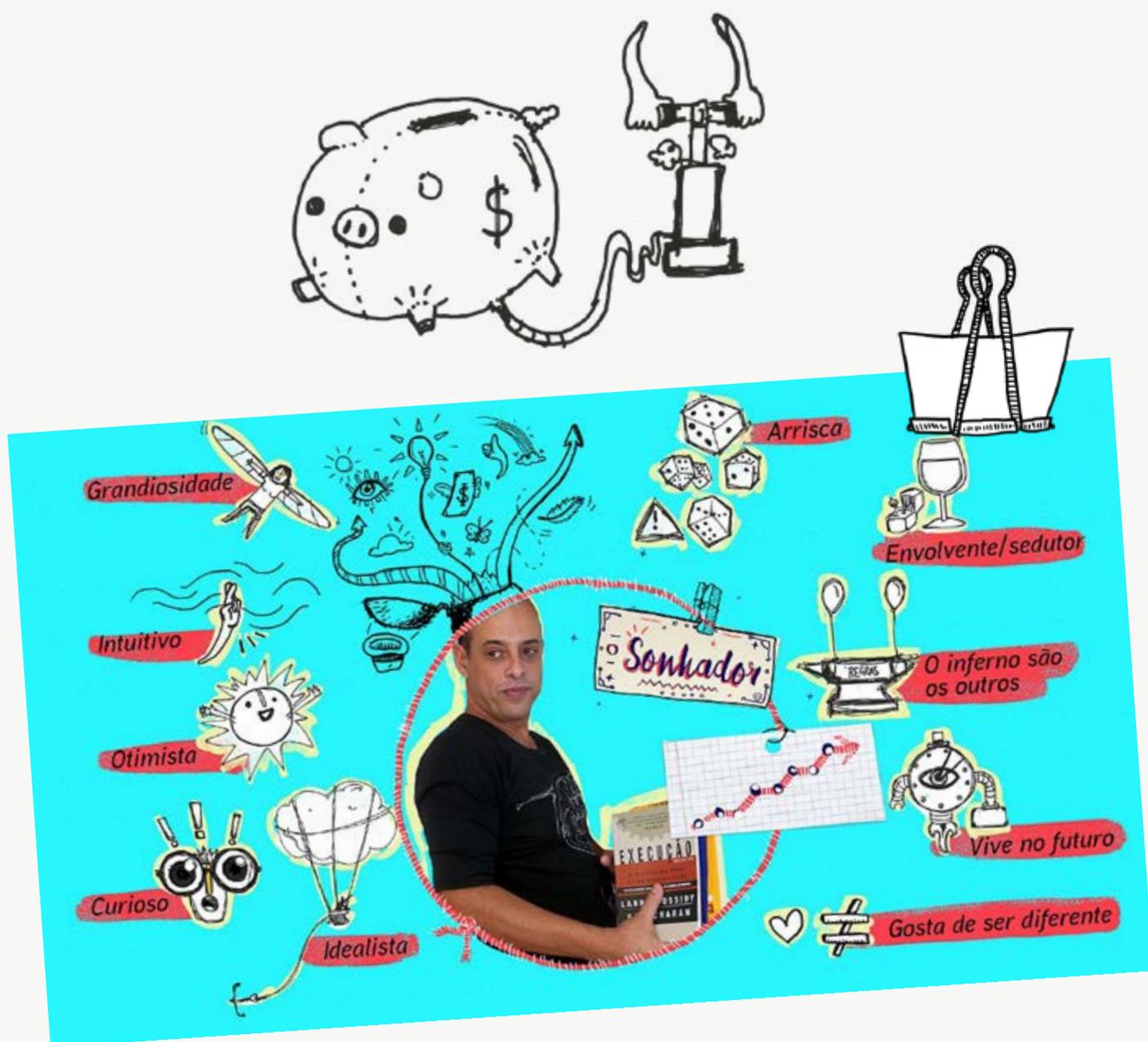


* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

5º perfil: o sonhador

Menor grupo entre os brasileiros, corresponde a apenas 6% das pessoas.* Para eles, a frase mais característica é "Dinheiro para mim é combustível para realizar meu grande sonho". Identificam-se com essa afirmação 51,67% dos sonhadores.

Ele tem mente inquieta, está sempre pensando em uma nova oportunidade de investir em algo, empreender, e é muito ligado nas oportunidades, mas sempre com a paixão influenciando as escolhas. A frase dita por 51,34% deles é "Sou do tipo que acredito no futuro, procuro investir tudo que posso no meu projeto pessoal".



5º perfil: o sonhador

"Eu prefiro mil vezes trabalhar mais pelo meu sonho pessoal do que trabalhar para os outros. Esse negócio de cumprir meta dos outros acabou comigo".

LEONARDO, 46
Empresário
Classe A / São Paulo



Para esse grupo, o propósito daquilo que faz e o prazer que isso proporciona são muito importantes, seja em investimentos em negócios ou em si mesmo (cursos, compras, lazer, entre outros). Seus sonhos são sempre construídos em cima de valores e fortes crenças pessoais, por isso o sonhador é tão resiliente. Mesmo quando seus planos não saem como esperado, ele permanece orgulhoso, otimista e crente no futuro.

"Quando eu conseguir realizar meus sonhos, eles vão me garantir uma vida boa", dizem 42,43% deles.

O excesso de confiança faz com que ele seja envolvente e convença as pessoas a partilharem do seu sonho (e com isso tenta fazer o universo conspirar a seu favor). No fundo, esse é um perfil impulsivo, que se joga em um caminho que nem sempre é muito racional.

A liberdade é um valor muito importante para este segmento. Por isso as regras podem representar limitações na busca de seus sonhos. Ele pode, por exemplo, reclamar das normas do mercado financeiro, pois gostaria que lhe permitissem ganhar mais ou ter mais crédito. Nesses momentos a realidade a sua volta aparece como "inimiga"; o traz para o chão quando ele gosta de voar.

Dinheiro é fundamental para suas empreitadas, mas não há apego ao dinheiro em si, ao valor numérico. O dinheiro é principalmente o meio para realizar um sonho, que sempre é grandioso – não apenas em termos financeiros, mas no que ele pode trazer para a sua vida em termos de sucesso e visibilidade.



5º perfil: o sonhador



As somas altas (em comparação aos gastos cotidianos ou à renda) que envolvem seus sonhos fazem o sonhador alguém ousado, que confia muito no futuro. Para ele qualquer quantia não é dinheiro. Muitas vezes, perde oportunidade de construir uma poupança por acreditar que é inútil se preocupar com pequenos valores que circulam no dia a dia. Entre eles, 50,09% se identificam com a afirmação "Não vou realizar meus sonhos com pequenos valores, preciso poupar um valor alto".

É bastante comum as pessoas desse grupo terem um parceiro ou familiar que funciona como porto seguro, alguém muito mais organizado e pé no chão, que segura as pontas enquanto o sonhador voa.

Os investimentos financeiros do sonhador são inconstantes, estão sujeitos a altos e baixos, e em geral são feitos com grande dose de ousadia e risco.

Para este segmento as ofertas de aplicações e crédito estarão sempre aquém do que ele gostaria. Sua visão é sempre maior do que a realidade, gerando um pequeno, porém constante, nível de frustração diante das limitações impostas a seus planos.



"Eu sonho e sonho sozinho. Eu acho que geralmente o banco tem um jeito de trabalhar, que não considera muito o potencial do meu projeto".

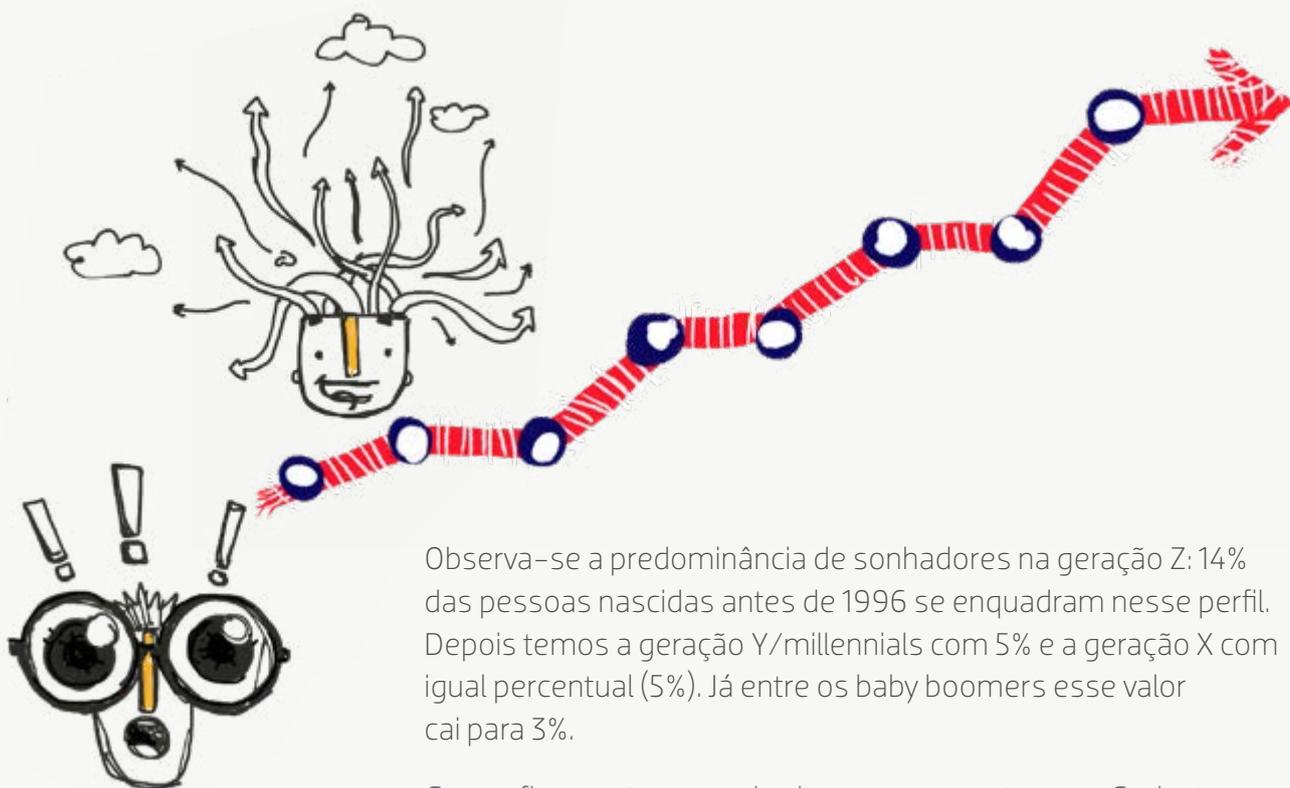
THOMAS, 53
Empreendedor
Classe A / Rio de Janeiro

5º perfil: o sonhador

Mas, se ele possui recursos suficientes, usará o sistema financeiro para conseguir o que quer e entenderá minimamente de aplicações financeiras.

Dos sonhadores, 62% são homens, percentual numericamente superior ao dos demais perfis e acima da média da amostra total estudada (53%). Esse grupo também apresenta, comparativamente, maior presença de solteiros (52%) e maior equilíbrio entre os com filhos (54%) e os sem filhos (46%).

Em termos de escolaridade, 52% dos sonhadores têm ensino médio, enquanto 26% têm ensino fundamental e 22%, ensino superior. Por classe social, dividem-se da seguinte forma: 65% na classe C, 31% na classe B e 4% na classe A.



Observa-se a predominância de sonhadores na geração Z: 14% das pessoas nascidas antes de 1996 se enquadram nesse perfil. Depois temos a geração Y/millennials com 5% e a geração X com igual percentual (5%). Já entre os baby boomers esse valor cai para 3%.

Geograficamente, os sonhadores se concentram no Sudeste (41%), seguido pelo Nordeste (16%), Sul (20%) e Norte/Centro-Oeste (22%). Metade deles mora no interior e metade em regiões metropolitanas.



Veja documentário sobre esse perfil: youtu.be/Y3Ukv5T3w2M

Principais características dos sonhadores



O sonhador, como o nome já diz, é movido por sonhos. Ele é impulsionado por uma grande força interior: uma ideia ou um plano grandioso, que desenvolve a partir de uma intuição e no qual acredita que terá muito sucesso, ganhando o reconhecimento de todos à sua volta quando realizado.

% DOS SONHADORES QUE SE DIZEM*:

Realista

77%

Controlado

69%

Organizado

68%

+
+
o **Sonhador**

CURIOSIDADE:

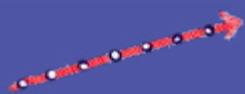
Considera importante ter uma reserva

84%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

Panorama dos cinco perfis

O perfil dos que crescem devagar e sempre.



CONSTRUTOR

Faz acontecer dia após dia

Pequenos valores/ valores contínuos

Pequenas conquistas materiais são investimentos

Realista e perseverante

Pessoas mais abertas ao fluxo da vida.



o **DESPREOCUPADO**

As conquistas acontecem ao acaso

Valores inconstantes

Poupança para emergência

Otimista

Aqueles que "se viram nos 30" em qualquer cenário.



o **Camaleão**

Se desdobra para chegar ao fim do mês

Valores que beiram o essencial

Entra no crédito para pagar as contas

Perspectiva contínua

Gente que deixa o sonho conduzir seus passos.



o **Sonhador**

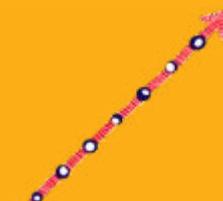
Motivado pelo futuro

Precisa de valores grandes para agir

Ideia de investimento acontece ocasionalmente

Expectativa emocional

Os que calculam suas metas de crescimento.



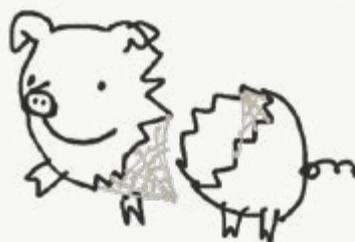
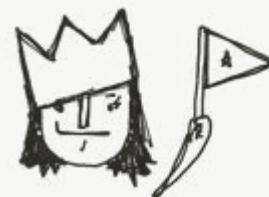
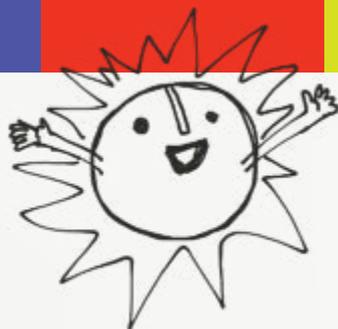
o **PLANEJADOR**

Atento às oportunidades

Maximiza os recursos

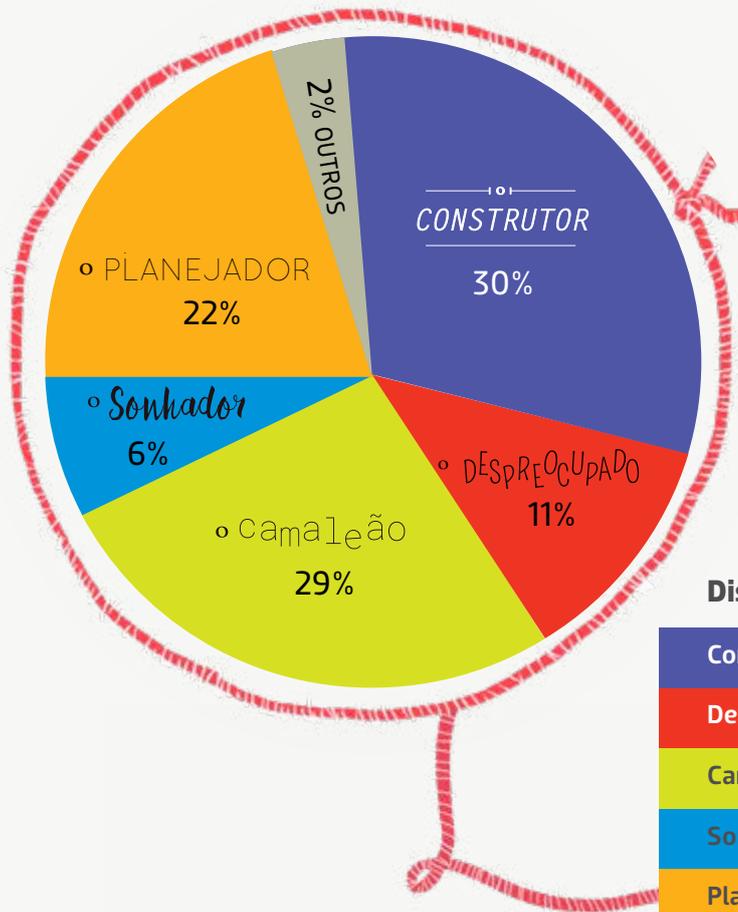
Investidor constante

Objetivo racional



Panorama dos cinco perfis

Total de brasileiros em cada perfil

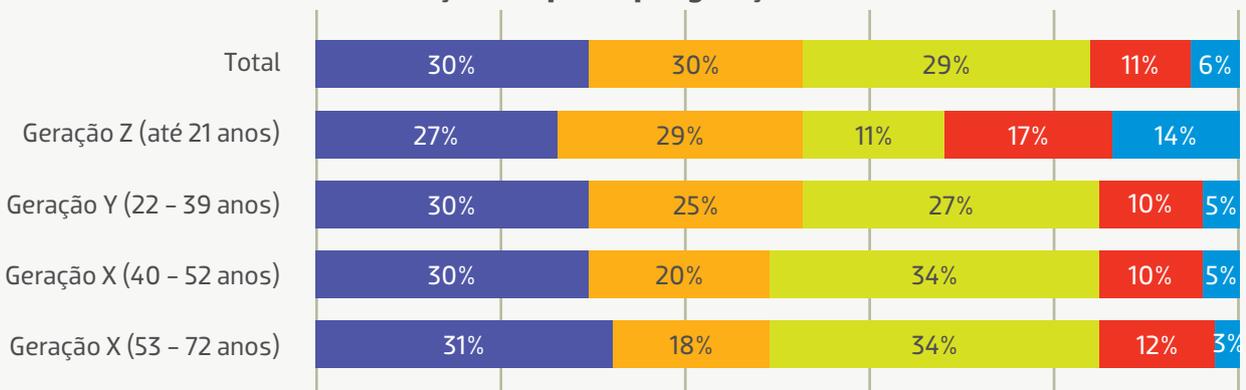


Distribuição dos perfis entre a população

Construtor	28,3 milhões de habitantes
Despreocupado	10,7 milhões de habitantes
Camaleão	27,7 milhões de habitantes
Sonhador	5,4 milhões de habitantes
Planejador	21,1 milhões de habitantes
Outros	2 milhões de habitantes

Houve um pequeno grupo que não apresentou nenhuma das características predominantes e foi classificado como OUTROS.

Distribuição dos perfis por geração



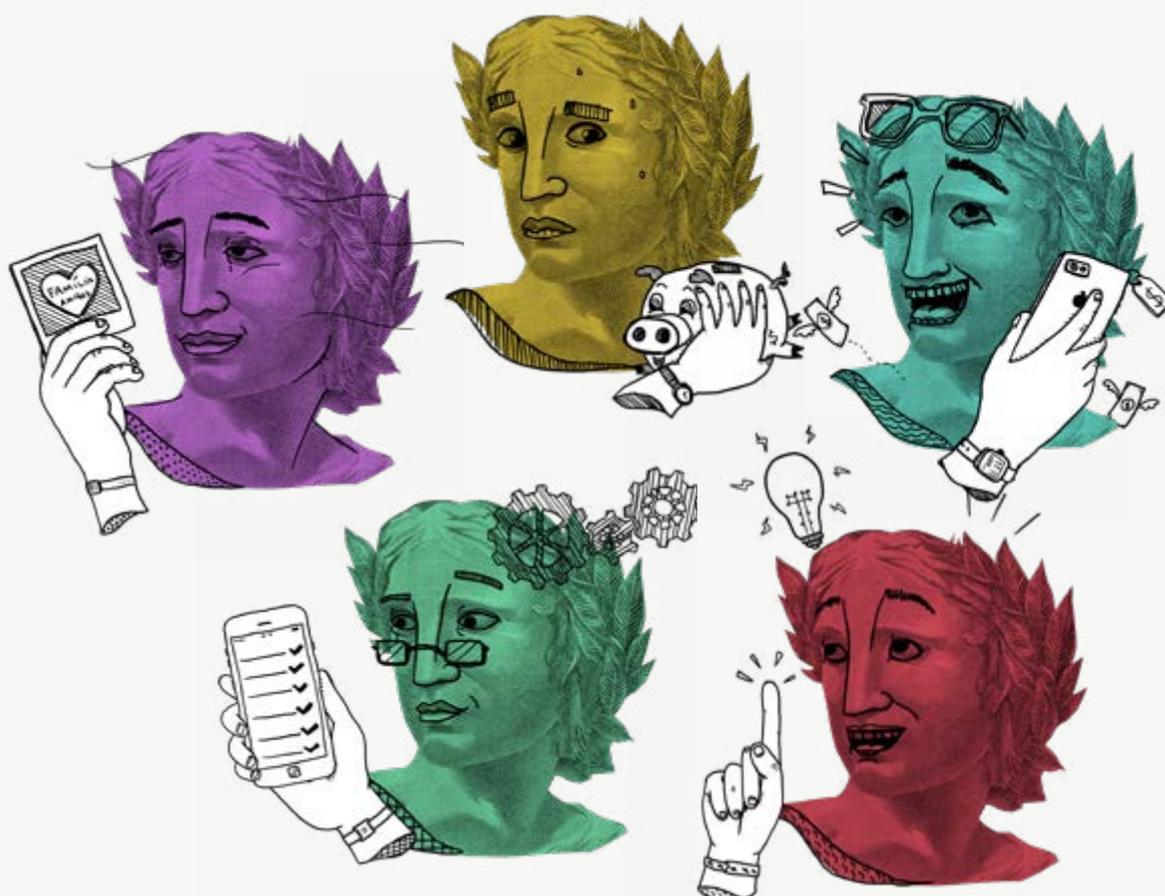
■ O construtor
 ■ O despreocupado
 ■ O sonhador
 ■ O camaleão
 ■ O planejador
 ■ Outros

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

A visão do brasileiro sobre o dinheiro

As etapas qualitativa e quantitativa contribuíram para a percepção de que a relação das pessoas com as finanças é complexa e marcada por diferentes comportamentos. Ficou claro que não há um indivíduo que seja 100% construtor, camaleão, planejador, despreocupado ou sonhador. Em um ou outro aspecto da vida apresentamos características que são mais comuns a um perfil que não necessariamente é aquele com o qual mais nos identificamos.

Em muitos momentos, o construtor e o planejador se confundem. Em outros, há uma intersecção grande entre o sonhador e o planejador. Também há situações em que o despreocupado e o camaleão têm grandes similaridades.



O que os brasileiros pensam sobre o futuro

Vivo a minha vida passo a passo, sempre construindo o dia de amanhã.	35%
Deixo a vida me levar, não penso muito no futuro.	8%
Vivo um dia após o outro, lutando para chegar ao mês seguinte.	19%
Abro mão das coisas hoje, sempre pensando na realização dos meus sonhos.	12%
Planejo todos os meus passos e tenho metas muito definidas para os próximos anos.	26%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016). 95.144.206 habitantes.

Quando questionado sobre o que pensa do futuro, a resposta mais comum dos brasileiros é "Vivo a minha vida passo a passo, sempre construindo o dia de amanhã". Enxergam-se dessa forma 35% dos entrevistados.

Entre os construtores, esse raciocínio é predominante (54%) e é interessante notar que 37% dos despreocupados e 32% dos sonhadores também responderam assim.

A segunda forma mais comum de pensar o futuro é planejar todos os passos, com metas muito definidas para os próximos anos. Essa afirmação, feita por 26% dos participantes da pesquisa, é mais recorrente entre os planejadores (52%), embora apareça com relativa força também entre os sonhadores (24%) e entre os construtores (20%).

Foram 19% os brasileiros que afirmam que vivem um dia após o outro, lutando para chegar ao mês seguinte. Essa frase, típica dos camaleões (43% se identificaram com ela), também é uma realidade para 13% dos sonhadores para 12% dos construtores.

Dos pesquisados, 12% se dizem movidos pelos sonhos a ponto de abrir mão de coisas hoje em nome de uma realização futura; 28% dos sonhadores pensam dessa forma, bem como 15% dos planejadores. É interessante notar que 9% entre construtores, despreocupados e camaleões também se enxergam dessa forma.

Apenas 8% da amostra identifica-se com a afirmação "Deixo a vida me levar, não penso muito no futuro". A maior incidência de pessoas com esse comportamento está entre os despreocupados (34%).



Como o brasileiro lida com a renda mensal

Sou do tipo que guarda sempre um pouco, porque preciso da segurança para o amanhã.	40%
Sou do tipo que gasta sem pensar muito, porque sempre consigo dar um jeito no final.	11%
Sou do tipo que não consegue fazer sobrar, porque todo dinheiro que entra é para pagar as contas do mês.	24%
Sou do tipo que acredita no futuro, procuro investir tudo que posso no meu projeto pessoal.	10%
Sou do tipo que faz metas, invisto tudo que posso hoje planejando o que vou colher no futuro.	15%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

Quando observamos a forma com a qual o brasileiro lida com a renda mensal, a grande maioria é do tipo que guarda sempre um pouco, porque precisa de segurança para o amanhã. Isso é uma verdade para 40% dos entrevistados.

Entre os construtores esse percentual alcançou 77%. No grupo de planejadores, o comportamento também é recorrente (42%), com menor incidência entre sonhadores (18%) e despreocupados (18%). A menor participação foi dos camaleões: 13% também se identificaram com essa afirmação.

A pesquisa mostra que não sobra dinheiro para 24% dos brasileiros. Para eles, todo o dinheiro que entra é para pagar as contas do mês. Os camaleões lideram esse comportamento: 70% se identificam com essa afirmação. Em seguida vêm os despreocupados (8%), construtores (6%), sonhadores (5%) e planejadores (3%).

Mas também há um grupo considerável de pessoas que traça metas e investe hoje planejando colher no futuro: 15% do total. Entre os planejadores, 41% vivem assim. A participação cai para 18% entre os sonhadores, 9% dos despreocupados, 7% dos construtores e 4% dos camaleões.

Da amostra, 11% gastam sem pensar muito, porque sempre conseguem dar um jeito no final. Embora seja comportamento típico dos despreocupados (59% desse grupo se identifica com a afirmação), 10% de camaleões também pensam assim, 8% de sonhadores, 3% de construtores e 2% de planejadores.



Significado do dinheiro

Por fim, 10% da amostra diz que acredita no futuro e investe tudo que pode no seu projeto pessoal. O comportamento é mais comum entre os sonhadores (51%), porcentual que cai para 11% entre os planejadores, 7% entre os construtores, 6% entre os despreocupados e 2% entre os camaleões.

A relação do brasileiro com o dinheiro

Dinheiro pra mim é transformação, cada real me ajuda a fazerem as coisas acontecerem.	31%
Dinheiro pra mim é prazer, eu preciso dele para fazer as coisas que eu gosto.	17%
Dinheiro pra mim é solução dos problemas, me dá fôlego para viver cada mês.	24%
Dinheiro pra mim é combustível para realizar meu grande sonho.	12%
Dinheiro pra mim é resultado do meu planejamento para acumular sempre mais.	16%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

O dinheiro tem diferentes significados para as pessoas. Para uma boa parcela delas (31%), dinheiro é transformação, pois cada real ajuda a fazer as coisas acontecerem. Entre os construtores, essa frase é mais recorrente (55%), mas também há um percentual considerável de planejadores (25%) com essa percepção. Para 24% dos entrevistados, dinheiro é solução de problemas e dá fôlego para viver mês após mês. A visão é mais forte entre os camaleões (51%).

O dinheiro é prazer para 17% dos entrevistados. Para eles, é o que permite fazer aquilo que mais se gosta. A resposta é recorrente entre os despreocupados (51%), seguidos por camaleões (15%) e construtores (13%). Sonhadores e planejadores empatam com 10%.

Apenas 12% dos brasileiros acreditam que dinheiro é combustível para realizar o seu grande sonho (entre os sonhadores essa resposta é comum a 52% dos entrevistados). E outros 16% afirmam que dinheiro é resultado do planejamento para acumular sempre mais (38% dos planejadores pensam assim).



Como os brasileiros guardam dinheiro

Poupo sempre que sobra, mesmo que pequenas quantidades.	40%
Não me preocupo tanto em poupar, prefiro viver o presente.	13%
Não consigo poupar, os gastos consomem tudo o que eu ganho no mês.	22%
Não vou realizar meus sonhos com pequenos valores, preciso poupar um valor alto.	4%
Guardar dinheiro é um compromisso, já reservo uma parte assim que entra na conta.	21%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

Os que afirmam poupar sempre que sobra, mesmo que em pequenas quantidades, são 40%. Entre os construtores, isso é realidade para 78% dos entrevistados. O comportamento também é comum a 31% dos planejadores, 21% dos sonhadores, 20% dos camaleões e 17% dos despreocupados.

Na outra ponta estão 22% que não conseguem poupar porque os gastos consomem tudo o que ganham no mês. A situação é mais recorrente entre os camaleões: 63% deles se identificaram com a afirmação. Entre os despreocupados, a taxa cai para 11%.

Há ainda uma parcela de 21% da população que entende que guardar dinheiro é um compromisso. Essas pessoas já reservam uma parte para investir assim que o dinheiro entra na conta. Realidade entre 62% dos planejadores, o comportamento também é comum a 20% dos sonhadores, 13% dos construtores, 7% dos despreocupados e 3% dos camaleões.

Por fim, 13% da amostra não se preocupa em poupar, pois prefere viver o presente, e 4% dos entrevistados afirmam que não adianta poupar só um pouquinho, pois precisam economizar grandes quantias para conseguir realizar seus sonhos.



A disposição a investir de forma planejada, com foco no longo prazo, é uma realidade para 23% dos brasileiros. O percentual é o mesmo entre os construtores e bem maior entre os planejadores (54%). A premissa vale para 19% dos sonhadores, 8% dos des preocupados e 6% dos camaleões.

Outros 22% afirmam que fazem investimentos aos poucos e sempre, inclusive em bens e imóveis. Isso é uma verdade para 42% dos construtores e 21% dos planejadores. A participação cai para 14% entre os sonhadores, 13% dos des preocupados e 9% dos camaleões.

A relação dos brasileiros com os investimentos

Eu faço investimentos aos poucos e sempre, inclusive em bens imóveis e outros.	22%
Investimento não é para mim, não consigo pensar nisso.	13%
Investimento é algo importante, mas nunca me sobra dinheiro para fazer.	34%
Investimento é algo grande – uma boa quantidade de dinheiro para viabilizar meu projeto pessoal.	7%
Eu faço investimento bem planejado, com foco nos resultados a longo prazo.	23%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.



Vale destacar que, para boa parte dos brasileiros, a ideia de investimento não é necessariamente a aplicação de dinheiro com a intenção de obter ganhos futuros. Nas respostas espontâneas, as pessoas classificaram compra de bens e pagamento da escola dos filhos, por exemplo, como investimento.

O grupo mais numeroso é aquele que reconhece a importância de guardar dinheiro, mas diz que não o faz porque nunca sobra. Mais recorrente entre os camaleões (69%), o comportamento é válido também para des preocupados (26%), construtores (22%), sonhadores (18%) e planejadores (12%).

Apenas 13% da amostra afirma que investimento não é para si, pois não consegue nem pensar nisso. A frase é mais comum para 51% dos des preocupados.

Relação com os bancos

A pesquisa indica uma visão positiva sobre os bancos para quase metade (48%) dos brasileiros. O percentual se divide em 28% para quem o banco é como se fosse um porquinho, onde o dinheiro fica seguro, e 20% enxergam o banco como uma ajuda para maximizar o dinheiro e auxiliar na conquista de planos e objetivos.

Outros 10% dos entrevistados se sentem brigados com o banco, como se fossem duas pessoas que não combinam muito. A percepção é mais forte entre os despreocupados (32%), seguidos por 13% dos camaleões.

Como os brasileiros enxergam os bancos

O banco para mim é como se fosse um porquinho, onde eu deixo seguro meu dinheiro guardado.	28%
O banco é brigado comigo, como se fossemos duas pessoas que não se combinam muito.	10%
O banco pra mim é um mal necessário, uso o mínimo possível para resolver os problemas.	35%
O banco pra mim é distante, ainda não enxergou meu potencial.	7%
O banco ajuda a maximizar o meu dinheiro, para que eu possa atingir meus planos.	20%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

O banco é algo distante para 7% da amostra, que reclama que as instituições não enxergam o seu potencial. Essa visão é mais predominante entre os sonhadores (20%); o percentual cai para 9% entre despreocupados e camaleões e despenca para 4% entre construtores e planejadores.

A maior parcela dos entrevistados (35%) vê o banco como um mal necessário, utilizado o mínimo possível e apenas para resolver problemas. Entre os camaleões, 56% pensam assim, taxa que cai para 32% dos despreocupados, 27% dos sonhadores, 24% de construtores e 23% de planejadores.



Relação com a família

A pesquisa mostrou que 62% dos brasileiros são os responsáveis por carregar as finanças da família. O número reflete a predominância de construtores e camaleões no conjunto da população.

Entre os entrevistados 35% se reconhecem como pessoas que trabalham duro, que se organizam e acabam ajudando familiares. Entre os construtores, 57% se identificam com a afirmação. A frase é verdadeira para 27% dos camaleões, 26% dos despreocupados, 25% dos planejadores e 24% dos sonhadores.

A relação dos brasileiros com suas famílias

Na minha família, sou aquele que trabalha duro, que se organiza e acaba ajudando os outros.	35%
Na minha família, sou o mais despreocupado, de vez em quando peça ajuda os outros.	9%
Na minha família, sou o que vai dando um jeito nas contas, juntando aqui e ali pra passar o mês seguinte.	27%
Na minha família, sou aquele que persegue seus sonhos, mesmo que pra isso seja preciso contar com a paciência dos outros.	15%
Na minha família, sou visto como racional com o dinheiro, o que consegue crescer mesmo quando os outros estão em crise.	13%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.

Outros 27% da amostra se enxergam como aquele que vai dando um jeito nas contas, juntando aqui e ali para conseguir chegar ao mês seguinte. Isso é verdade para 50% dos camaleões, 24% dos despreocupados, 15% dos sonhadores, 16% dos planejadores e 15% dos construtores.

Na outra ponta, 24% dos brasileiros dependem de outro membro da família para equilibrar as finanças. O percentual está em linha com o número de despreocupados e sonhadores que compõem a amostra.

São 15% dos brasileiros que se identificam com a afirmação "Na minha família, sou aquele que persegue os sonhos, mesmo que para isso seja preciso contar com a paciência dos outros". Entre os sonhadores, 37% pensam assim.



A pesquisa aponta que 22% da amostra planeja a aposentadoria e tem metas de chegar sossegado à velhice. A visão predomina entre os planejadores (49%), seguidos pelos construtores (18%), sonhadores (17%) e despreocupados e camaleões (ambos com 12%).

Apenas 10% dos entrevistados já são aposentados; 24% entendem que o dinheiro vem do próprio esforço e que no futuro não será diferente. A afirmação vale para 41% dos construtores, seguidos pelos camaleões (20%), sonhadores e planejadores (ambos com 17%), e despreocupados (11%).

A visão dos brasileiros sobre a aposentadoria

Meu dinheiro vem do meu esforço, no futuro também vai ser assim porque não me vejo parado, sem trabalhar.	24%
Não consigo pensar em aposentadoria, só sei que quero estar muito feliz e continuar aproveitando a vida.	18%
Ando preocupado porque o presente já está difícil, mas tenho jogo de cintura para me manter mês a mês.	16%
Quando conseguir realizar meus sonhos, eles irão me garantir uma vida boa.	9%
Estou planejando minha aposentadoria, porque tenho metas de chegar sossegado a velhice.	22%
Já é aposentado.	10%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.



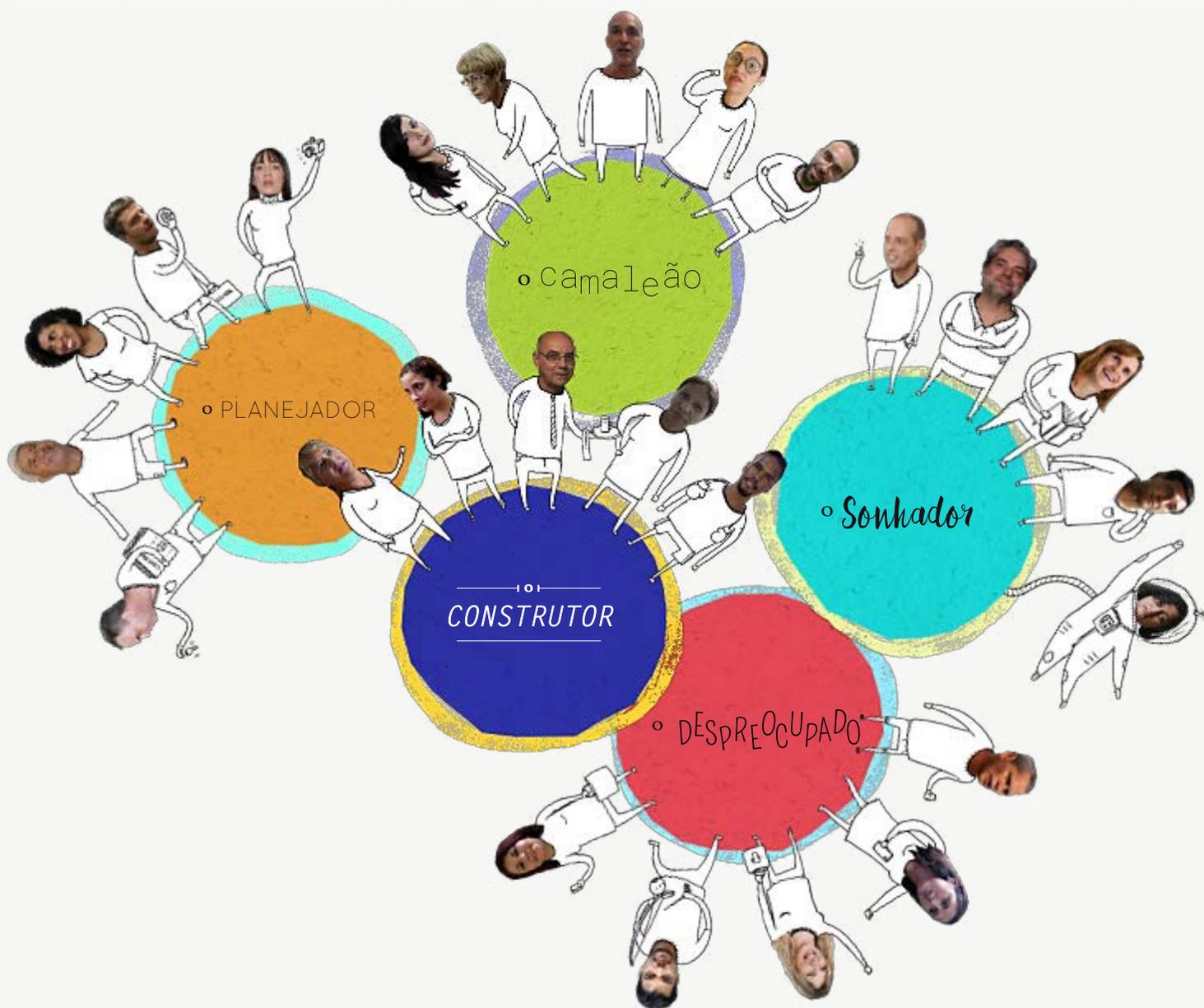
Os que não pensam em aposentadoria são 18%, mas desejam estar muito felizes e continuar aproveitando a vida na velhice. A percepção é mais forte entre os despreocupados (50%), percentual que cai para 17% entre os camaleões, 14% entre os sonhadores e 11% para construtores e planejadores.

Para 16% da população, o presente já está difícil, que dirá o futuro. Mas esse grupo se apoia na certeza de que tem jogo de cintura para se manter mês a mês.

Uma menor parcela da amostra (9%) acredita que, quando realizar seus sonhos, eles garantirão uma vida boa

O espírito do tempo

A pesquisa qualitativa identificou movimentos, hábitos de consumo e valores que estão dando nova forma à vida financeira das pessoas. Esses aspectos foram chamados de espírito do tempo, pois podem mudar de acordo com a situação do entrevistado e do cenário externo. Na sequência, a pesquisa quantitativa mediu o grau de percepção disso para cada um dos perfis. Destacamos alguns destes aspectos a seguir:



Consumo e corte de gastos

O levantamento identificou que 94% dos brasileiros já tomaram alguma atitude para reduzir os gastos do dia a dia e enfrentar a crise financeira. As principais atitudes foram comprar produtos de marcas mais baratas ou sem marca (72%); não adquirir itens de vestuário ou supérfluos (71%); e substituir viagens de férias por destinos mais baratos ou opções de lazer gratuitas (71%).

O grupo dos despreocupados é o menos engajado nesse tipo de ação. A adoção de marcas mais baratas, por exemplo, foi citada por 75% dos planejadores, percentual que cai para 59% entre os despreocupados. Deixar de comprar roupas ou itens supérfluos foi mencionado por 77% dos camaleões e por apenas 58% dos despreocupados.



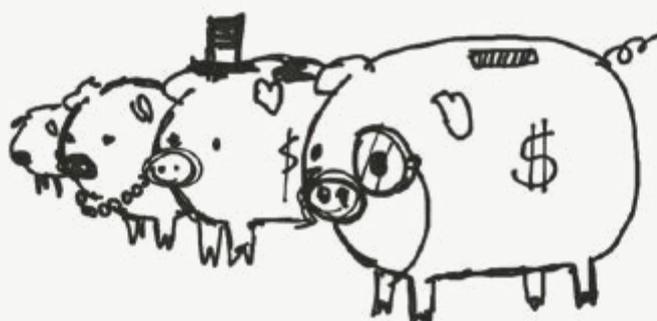
A tendência do compartilhamento também foi apontada como medida para reduzir gastos: 40% afirmaram que já trocaram produtos ou venderam itens que não usam mais; 31% trocaram serviços com outras pessoas e profissionais; 25% compartilharam carros e serviços de transportes em geral; e 17% montaram grupos para fazer compras em conjunto.

A adoção de medidas para contenção de despesas segue em linha com a intenção de fazer sacrifícios para manter o padrão de consumo: 85% da amostra acha que o sacrifício vale a pena, em menor ou maior grau. Neste caso, também não há variação significativa entre os perfis.

Medidas utilizadas pelos brasileiros para minimizarem os gastos mensais

ATITUDES PARA REDUZIR GASTOS	94,45%
Comprar marcas mais baratas ou produtos sem marca	72,23%
Deixar de comprar itens de vestuário ou outros menos necessários	70,76%
Procurar opções de lazer gratuitas e viagens de férias mais baratas	70,54%
Trocar produtos ou vender coisas que não uso mais	40,29%
Trocar serviços com outras pessoas e profissionais	31,13%
Compartilhar carro, veículos, transporte em geral	25,16%
Compartilhar serviços com outras casas - diária da faxineira, babá etc.	18,95%
Montar um grupo para fazer compras em conjunto	16,89%
Compartilhar casa – morar junto com outras pessoas, alugar cômodos da casa, receber viajantes (Airbnb, Rotary etc.)	16,44%
Economizar água/luz/energia/diminuir o tempo no chuveiro	1,35%
Diminuir os gastos/comprar apenas o necessário	0,92%
Aumentar a renda para enfrentar a crise (um segundo trabalho/ venda de produtos)	0,73%
Andar a pé/de bicicleta para economizar em condução ou gasolina/circula menos de carro	0,57%
Diminuir os gastos com baladas/passeios	0,45%
Pesquisar antes de comprar/fazer planejamento	0,41%
Deixar/diminuir a ida a restaurantes/fazer as refeições em casa	0,24%
Cortar gastos supérfluos (academia/internet/TV por assinatura/viagem)	0,22%
Comprar produtos em promoção	0,16%
Dispensar a faxineira/fazer a faxina de casa	0,11%
Evitar/negociar as dívidas/organizar as contas	0,08%
Outras respostas	1,74%
NÃO TOMOU ALGUMA ATITUDE PARA MINIMIZAR GASTOS	5,55%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.



Entre os entrevistados, 67% disseram que trocariam a estabilidade de um emprego para investir nos próprios sonhos. Entre os jovens de 16 e 24 anos o número é ainda maior: 72% pensam assim. A característica também é mais forte entre os homens (71%) do que entre as mulheres (62%).

A pesquisa identificou que quase 75% dos brasileiros consideram ter espírito empreendedor: a característica predomina entre os membros das classes A e B, que juntas representam 80%, mas também é forte entre o pessoal da classe C (72%).

Considerando os perfis, os sonhadores lideram a opção de troca do trabalho atual por uma atividade profissional em que se sintam realizados. Dentro desse grupo, 56% enxergam a possibilidade como verdadeira. A taxa cai para 49% entre os despreocupados e para 48% entre os planejadores.

o Sonhador



Fonte de renda

Do total da amostra, 28% declararam ter outras fontes de renda. A principal delas são os trabalhos extras, como bicos (17%). Na sequência, vem a renda extra decorrente de aluguel/imóveis (4%) e benefício do governo (2%).

A renda extra prevalece entre construtores e planejadores, com menor incidência entre os camaleões.

Ao projetar para o futuro, 61% dos entrevistados declaram que pretendem ter outra fonte de renda. A abertura de um negócio predomina, com 23% das citações, acompanhada de trabalhos extras (16%) e aluguel/imóveis (6%). Renda extra a partir de investimentos financeiros aparece com apenas 3%.

A opção por empreender/abrir um negócio é mais forte entre os sonhadores. Nesse grupo, 35% daqueles que responderam afirmativamente à intenção de ter renda extra no futuro pretendem fazê-lo por meio de negócio próprio. A segunda maior participação é do planejador (25%), seguida do camaleão (22%), do construtor (22%) e do despreocupado (18%).

Total da população que declara possuir outras fontes de renda

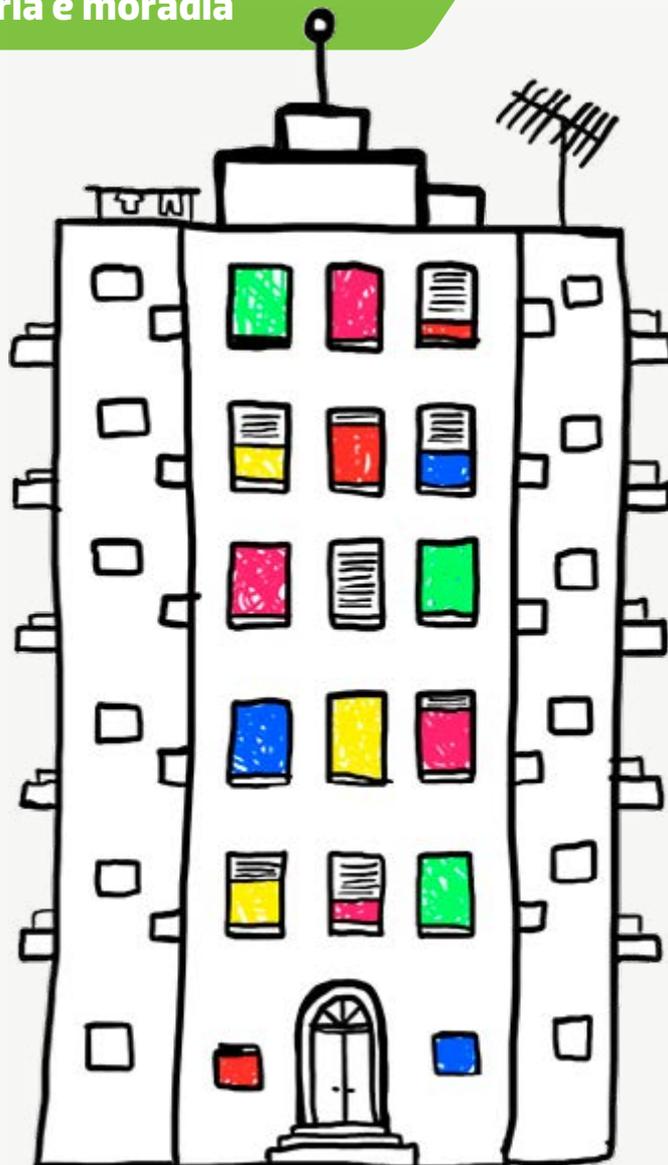


- Sim
- Não

Outras fontes de renda citadas pelos entrevistados:

- Trabalhos extras..... 17%
- Aluguel / aluguel de casas / imóveis / sítio arrendado.....4%
- Benefício do governo.....2%

* População economicamente ativa com 16 anos ou mais, pertencente às classes A, B e C, que vive de renda e aposentados – PNAD 2015 (estimativa 2016): 95.144.206 habitantes.



Quase a totalidade (91%) da amostra acredita que ter casa própria é garantia para o futuro. A percepção não varia entre os perfis. O despreocupado atribui importância à casa própria na mesma proporção dos demais grupos.

No quesito moradia, 75% dos entrevistados não moram mais com os pais. Destes, 45% avaliam que têm hoje uma situação melhor do que tinham antes, 24% apontam situação equivalente e 6% dizem ter um padrão de vida pior do que tinham quando moravam com os pais.

Na distribuição por perfil, o sonhador é o grupo com maior presença na casa dos pais: 42% deles ainda estão lá. Na outra ponta está o camaleão: só 17% moram com os pais.

Confira outros conteúdos que preparamos sobre o tema:

- Mini documentários sobre cada perfil;
- Tabela de dados completos colhidos pelo Datafolha em todas a fase quantitativa da pesquisa;
- Relatório de resultados da pesquisa qualitativa produzida pela Na Rua;
- Relatório de resultados da pesquisa quantitativa produzida pelo Datafolha;
- Vídeo completo do evento ANBIMA Debate que realizamos sobre este evento;
- Vídeo da reportagem do Jornal Nacional sobre a pesquisa;
- Vídeo da conversa sobre os perfis no programa Encontro com Fátima Bernardes;



Acesse tudo isso e muito 
goo.gl/oCKZRJ

