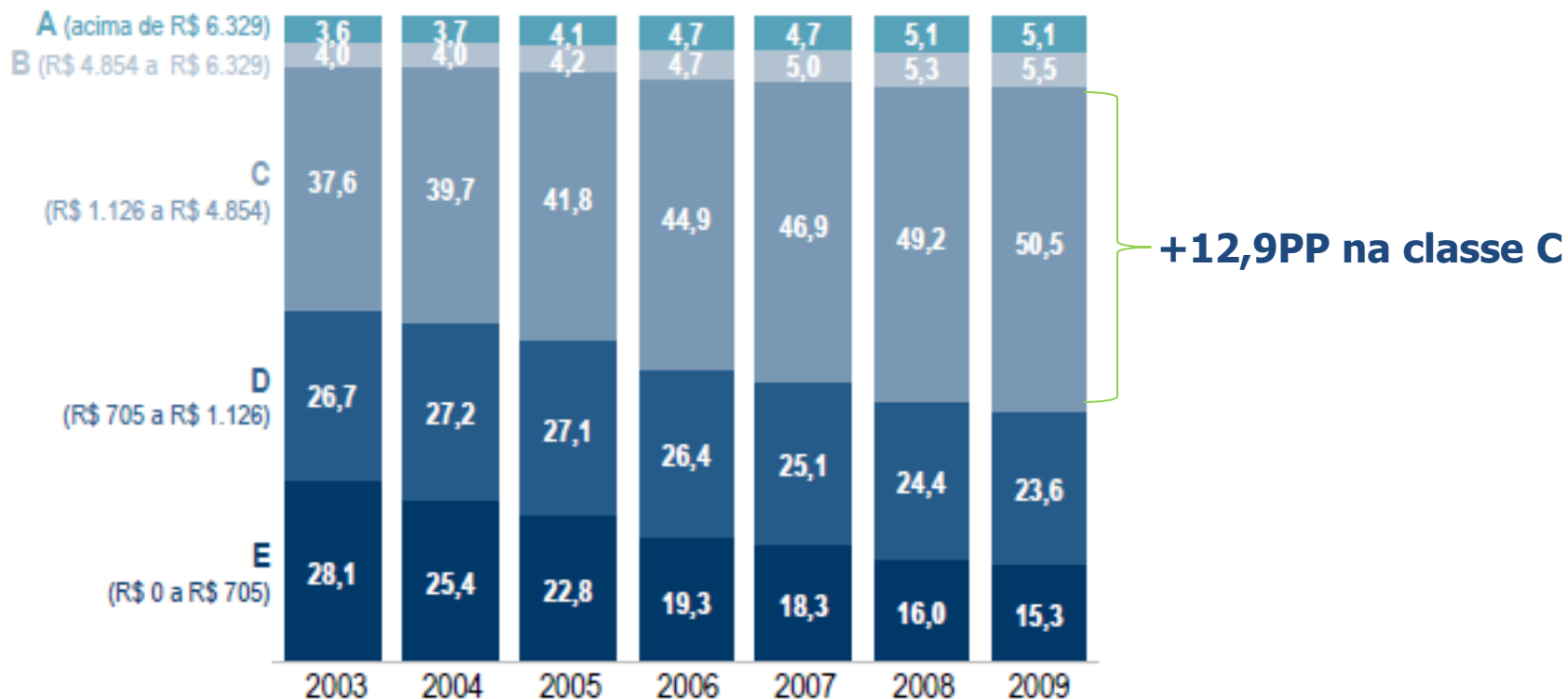




Pesquisas com a classe C

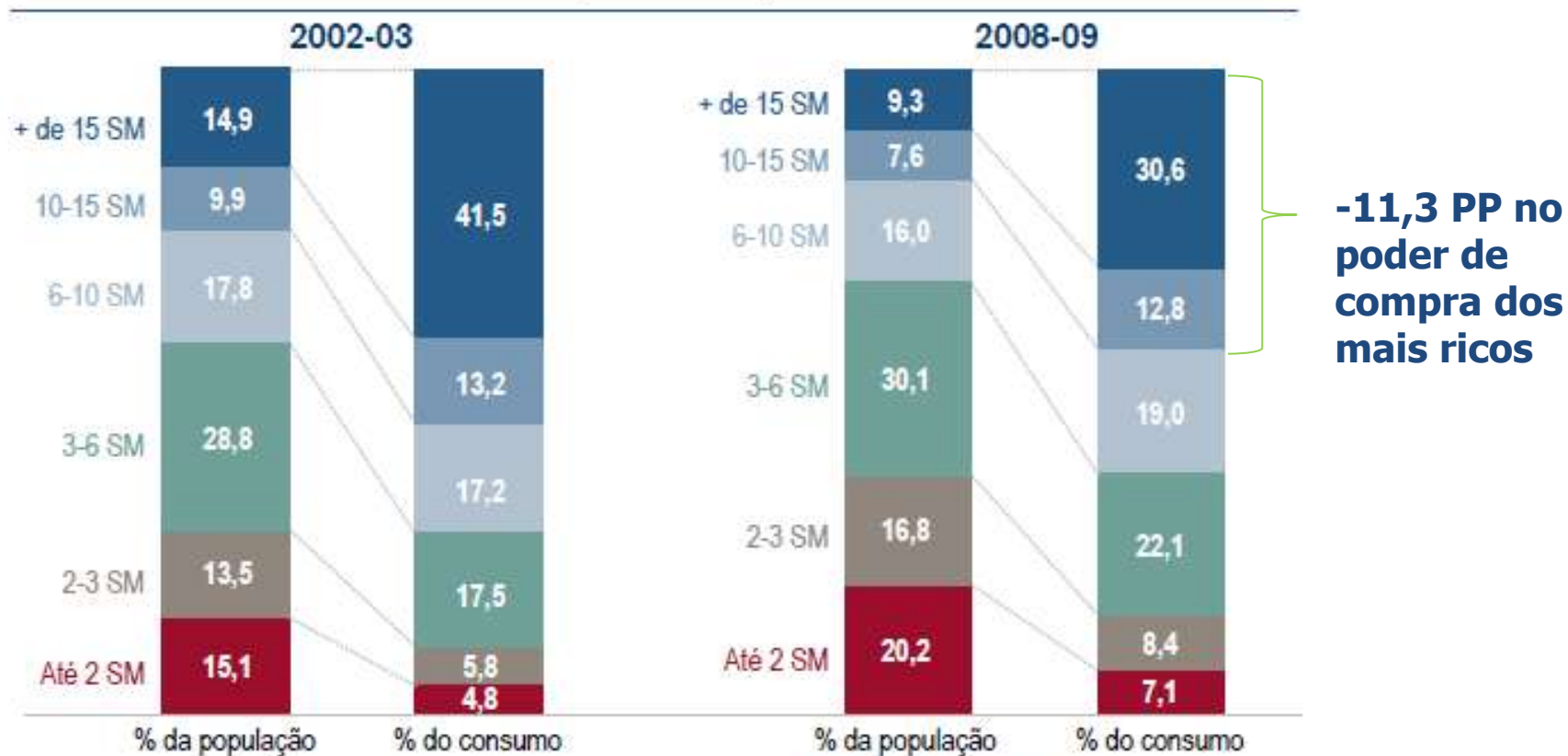
- ✓ A classe C vem crescendo consistentemente no Brasil, transformando o Brasil em um país de classe média

Composição da população por faixa de renda familiar mensal⁽¹⁾ (% do total)



- ✓ Este crescimento fez com que o poder de compra das classes mais altas diminuísse e grande parte das empresas passou a olhar com carinho para a nova classe média.

Composição da população
e do consumo por faixa de renda mensal
(% do total)



- ✓ **As empresas tem olhado muito para a nova classe média e lançado produtos para este público, mas certas dúvidas permanecem:**
- ✓ Como deve ser a comunicação para a classe C?
- ✓ A classe C quer produtos específicos para ela?
- ✓ Trade off: Serviços públicos X privados. Qual a equação preço + produto para recrutar a classe C?
- ✓ Qual o tamanho da classe C no Brasil e na minha cidade?
- ✓ Quais os primeiros produtos que a classe C vai deixar de consumir em caso de crise?
- ✓ E Quais passará a consumir quando aumentar a sua renda?
- ✓ **O Instituto Análise preparou uma série de metodologias para que a sua empresa passe a entender profundamente este público.**

Pesquisas para a classe C

✓ A gama de pesquisas criadas pelo Instituto Análise contempla uma série de métodos para aprofundar o conhecimento da sua empresa sobre a classe C:

Acompanhe a vida do público que mais cresce no Brasil. Pesquisas inovadoras com análise antropológica.

Pesquisas qualitativas e quantitativas

Avaliação qualitativa e quantitativa sobre a classe C: Quem são? O que fazem? O que consomem? Quando e com quem consomem?

Pesquisas quali e quanti com análise antropológica

Market syzing

Saiba o tamanho do mercado e o potencial do seu produto / serviço neste público.

Classe C

Palestras acadêmicas e corporativas para compartilhamento de conhecimentos e idéias acerca do tema.

Palestras sobre a classe C

Pesquisas com dados secundários

Levantamento de dados existentes sobre a classe C: Renda, tamanho das famílias, etc.

Metodologia – Pesquisas Qualitativas e Quantitativas tradicionais

Pesquisas
qualitativas e
quantitativas

✓ **Qualitativa:**

- ✓ Entrevistas em profundidade e grupos de discussão:
- ✓ O Instituto Análise possui diversos moderadores parceiros com grande experiência junto ao público de classe C.
- ✓ Temos sala de espelho moderna e preparada para recebê-lo

✓ **Quantitativa:**

- ✓ Entrevistas face a face, telefônicas ou via internet.
- ✓ Criação de comunidades virtuais para aplicação de pesquisas qualitativas e quantitativas => novidade



Metodologia – Market Sysing

“Sizing it up”

Market syzing

TO SIZE UP



- ✓ To make an estimate, opinion, or judgment of (...)
- ✓ Olhar de forma crítica, estimar, calcular, julgar, formar conceito de (...)
- ✓ If you SIZE UP a person or situation, you carefully look at the person or think about the situation, so that you can decide how to act.

Metodologia – Market Sizing

Os constructos do “Market Sizing”



Metodologia – levantamento de dados secundários

✓ Levantamento de dados secundários sobre o público consumidor com análises diferenciadas

Pesquisas com dados secundários

Ex: Potenciais por estado



Ex: Distribuição do público por renda

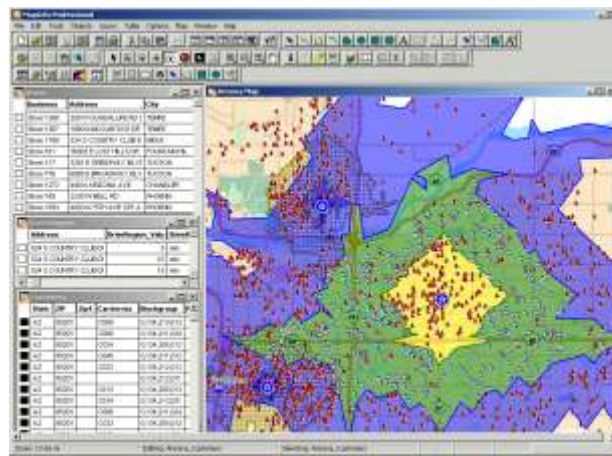


Ações estratégicas

Fontes de dados secundários

- ✓ Dados internos e externos do cliente
- ✓ Censo Demográfico do IBGE
- ✓ PNAD : Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
- ✓ POF : Pesquisa de Orçamentos Familiares
- ✓ RAIS : Ministério do Trabalho
- ✓ Estudos Ad Hoc:
 - ✓ Hábitos de Mídia
 - ✓ Hábitos de Consumo

Ex: Distribuição dos usuários na cidade X



Ações táticas

Metodologia – palestras sobre a classe C

- ✓ O Instituto Análise possui equipe de palestrantes com grande experiência sobre o tema:



Alberto Carlos Almeida

Diretor Geral do Instituto Análise

Palestras sobre a classe C

Autor do livro [A Cabeça do Brasileiro](#), e também [A Cabeça do Eleitor](#), ambos publicados pela editora Record. Dirigiu entre 2002 e 2004 as pesquisas de opinião da Fundação Getulio Vargas e entre 2005 e 2007 as pesquisas de opinião da Ipsos.

Clientes atendidos:

Credit Suisse, JP Morgan, Hedging Griffio, Opportunity, Itaú Corretora, Bradesco, ABN-Amro, Deutsch Bank, Banco Fibra, Gap Asset Management, Cetelem, Unilever, Fiesp, TIM, Aché, Estadão, Fecomércio-RJ, ACSP, HDI-Seguros, Prefeitura de São Paulo, Governo do Estado do Rio de Janeiro, Governo do Estado do Espírito Santo, The Economist Intelligence Unit, FGV, dentre outros.



Ricardo Duarte Contrera

Diretor de contas e Autor do Blog: [A classe C vem aí](#)

Autor do Blog [A classe C vem aí](#), com informações, pesquisas e tendências sobre a classe que mais cresce no Brasil

Experiência em Marketing – 5 anos: Clorox, Chapecó e Batavo

Experiência em pesquisa de mercado – 8 anos: Instituto Análise, Ipsos Marketing, Diageo e Nielsen.

Principais clientes atendidos: ICI - Coral, Fiat, Citroen, Volkswagen, AB Foods, Ferrero Rocher, Diageo, Distell, Burger King, Webjet, Batavo, Leo Burnett, Faber Castell, Mattel, GVT, Accor Services, Electrolux, entre outros.

Metodologia – Pesquisas etnográficas e quantitativas com análise antropológica

- ✓ **Qualitativa:**
- ✓ **Observações etnográficas** conduzidas por antropólogos renomados:
- ✓ Parceria com o Antropólogo Roberto Da Matta e equipe.
- ✓ Análise diferenciada e inovadora
- ✓ **Grupos com volta e acompanhamento via blog / comunidades online.**

- ✓ **Quantitativa:**

- ✓ Utilização de metodologias exclusivas do Instituto Análise que mesclam o conhecimento de mercado com pesquisas de opinião pública:
- ✓ Quais são os produtos / serviços de: Rico, classe média, pobre?
- ✓ Como o brasileiro se vê: Rico, classe média, pobre?
- ✓ Qual a cor mais associada a cada público: Preto, cinza, colorido, etc?

Pesquisas
quali e quanti
com análise
antropológica



Roberto Da Matta
parceiro - Instituto análise

✓ **Contato comercial:**

✓ **E-mail:** ricardo.contrera@institutoanalise.com

✓ **Telefone:** +55 11 3818 0132 - Direto / +55 11 3818 0129 - PABX

✓ **Confira o Blog da Classe C do Instituto Análise:**

✓ <http://www.aclasseC.wordpress.com>



Endereço:

Av Brigadeiro Faria Lima, 2355 cj 1901/1907 – 19º andar

CEP: 01452-000 São Paulo – SP BRASIL

Tel.: +55 (11) 3818-0129

www.institutoanalise.com

www.twitter.com/IAanalise