

Surveys & Insights Felicidade



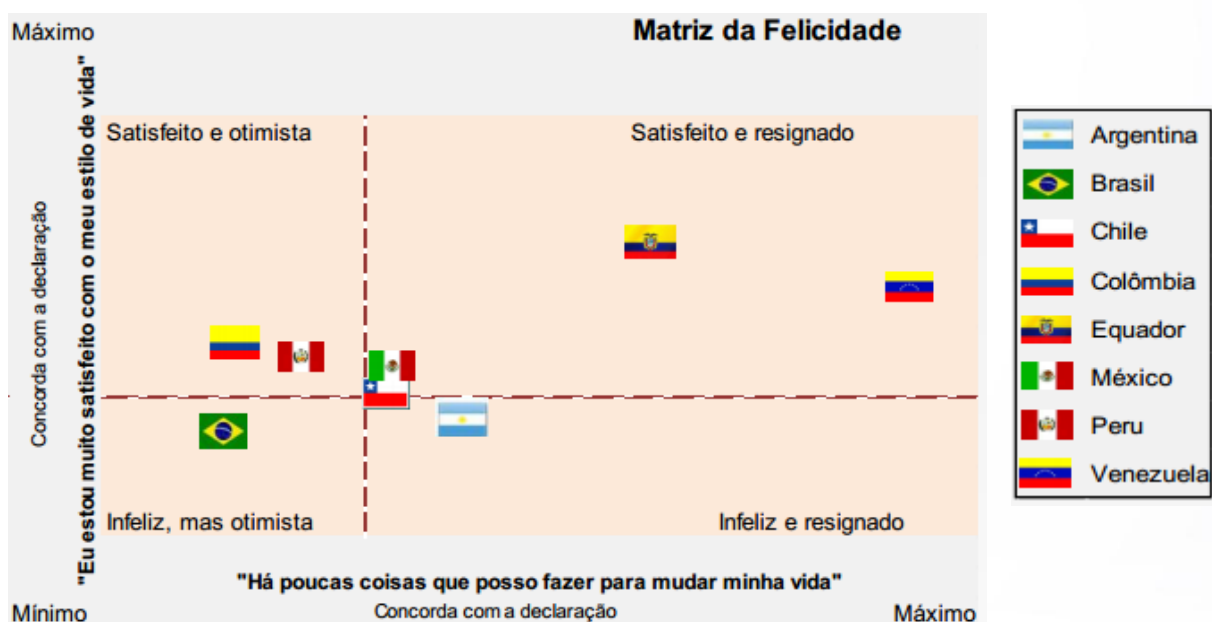
IBOPE
media

IBOPE
media



Felicidade

Apesar da crise global, de acordo com relatório do CEPAL - Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe, a maioria dos países da América Latina apresentou um panorama favorável no primeiro trimestre de 2012, com bom crescimento econômico associado à demanda interna. Neste clima promissor, o Target Group Index revelou que as classes médias da região, que formam um grupo substancial com grande potencial aquisitivo, se demonstraram no geral satisfeitas com a situação, como podemos ver a seguir.



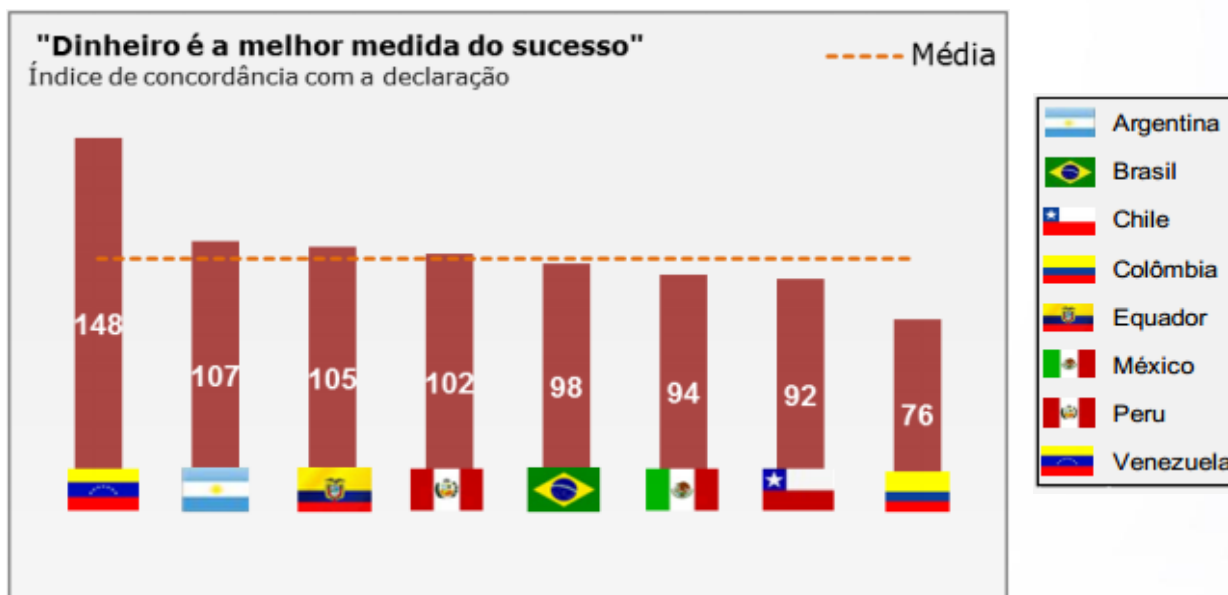
**Filtro: Adultos com 18+ anos do nível social 3 (Next 30%)
Target Group Index Latina Y12w2 + Y13w1**

No gráfico acima, cada mercado é examinado em relação ao nível de concordância dos consumidores com duas declarações atitudinais: "eu estou muito satisfeito com meu estilo de vida" e "há poucas coisas que posso fazer para mudar minha vida", revelando o comparativo dos níveis de satisfação e otimismo entre os países. A Colômbia e o Peru são os únicos países em que a classe média está no quadrante "satisfeito e otimista". Já a Argentina, país que passa por uma crise econômica já há alguns anos, tem a única classe média infeliz e resignada. Por outro lado, a do Equador é a que está mais satisfeita com o estilo de vida, seguida pela da



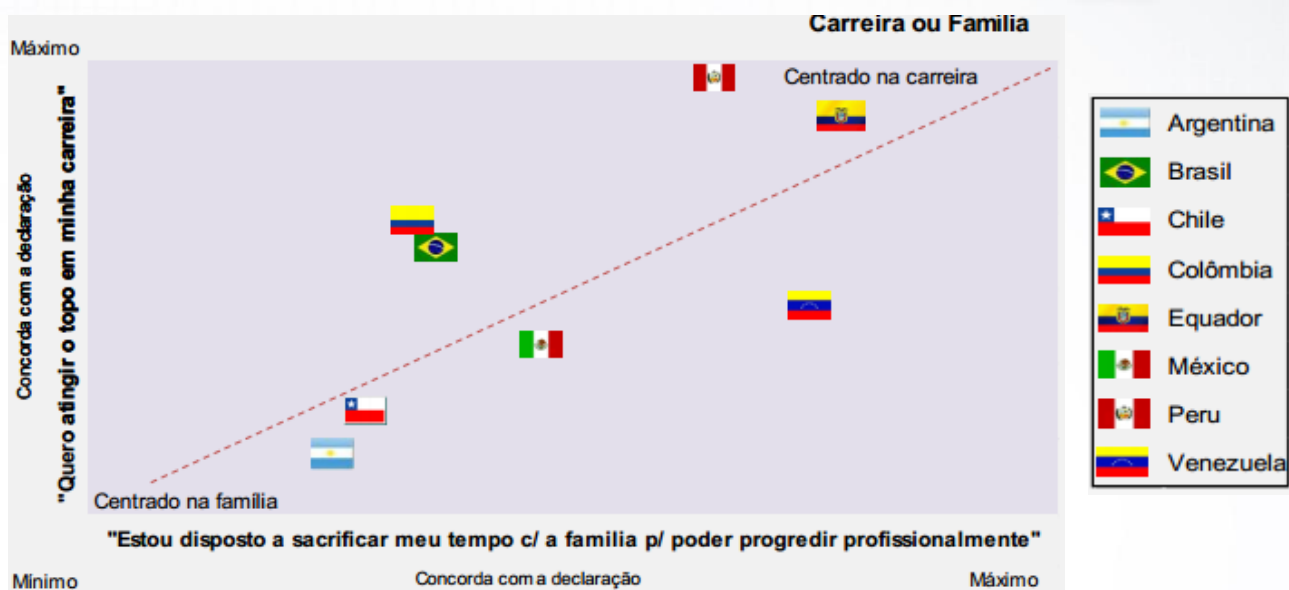
Venezuela, mas em ambos os países acreditam que há poucas coisas que podem fazer para mudarem suas vidas. O México e o Chile estão quase na média nas duas declarações, pendendo para o lado dos satisfeitos, mas resignados. No Brasil, essa classe encontra-se na posição de infelicidade com o estado atual, mas com perspectivas otimistas.

O que motiva a satisfação?



**Filtro: Adultos com 18+ anos do nível social 3 (Next 30%)
Target Group Index Latina Y12w2 + Y13w1**

A classe média da Colômbia, uma das mais otimistas e satisfeitas com sua atual posição, é também a que menos acredita que dinheiro é a melhor medida do sucesso. Por outro lado, a da Venezuela, que também está feliz com sua posição, mas é a mais resignada, vê o dinheiro como determinante do sucesso. Assim como a classe média da Argentina, que é uma das que se encontram mais insatisfeitas e resignadas.



**Filtro: Adultos com 18+ anos do nível social 3 (Next 30%)
Target Group Index Latina Y12w2 + Y13w1**

Há também evidências de que as classes médias que estão mais satisfeitas com o padrão de vida atual, estão mais dispostas a sacrificar o tempo com a família em prol de sua vida profissional, como é o caso da Venezuela e do Equador. No Peru também notamos essa característica, além do desejo de chegar ao topo da carreira maior do que a média dos outros países. Na Argentina, a classe media é mais voltada para a família, assim como no Chile.

Quais são as oportunidades criadas?

A grande demanda interna desses países, reforçada pela queda do desemprego e aumento dos salários, demonstram porque as classes médias estão voltadas para o trabalho e a carreira. No entanto, é necessário balancear a vida familiar e profissional para não perder a motivação no dia-adia. Produtos e serviços que ajudassem a suavizar a contradição, promovendo a habilidade de aumentar o bem-estar, seriam bem valorizados.

Esta análise seguiu os parâmetros da oitava edição do boletim Dispatches do Target Group Index **Global**: http://globaltgi.com/images/uploads/files/GlobalTGI_Dispatches08_web2.pdf



Sobre o IBOPE Media

O IBOPE Media é a maior empresa latino-americana de pesquisa de mídia. Especializada no monitoramento de meios de comunicação e sua relação com os consumidores, a empresa provê a seus clientes sistemas de apoio baseados principalmente em pesquisa de mídia e serviços analíticos e consultivos para subsidiar a tomada de decisão de negócios. Possui operações em 14 países da América Latina e um escritório comercial em Miami, responsável pelo atendimento a clientes internacionais.

Siga-nos no Twitter: @grupoibo

Para maiores informações,

Eduardo A S Pereira

atendimento

☎ 55 11 3066 1731

✉ eduardo.pereira@ibo.com

www.ibo.com

