

Mosaic Brasil

Mais do que uma segmentação, infinitas possibilidades.

Serasa  Experian
Marketing Services





Mais de
400
variáveis

Mais segmentação. Mais alcance.

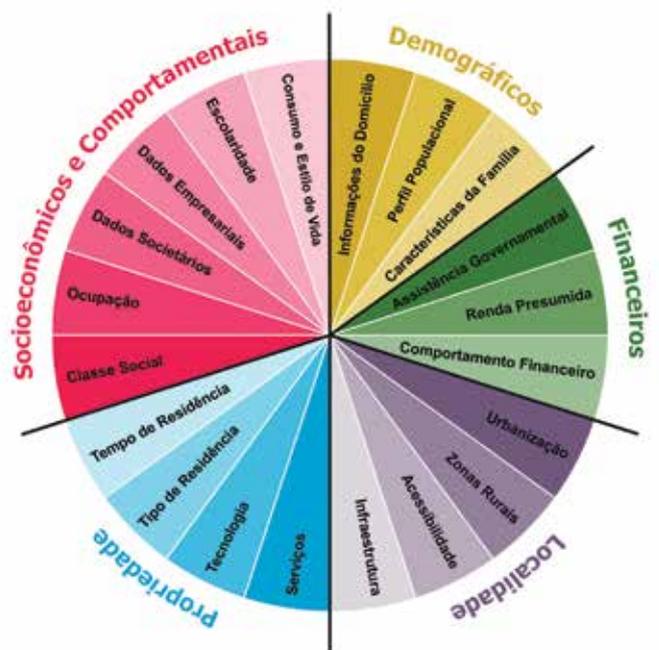
O Mosaic Brasil permite à sua empresa adquirir uma visão única e completa de seus clientes e prospects.

Baseado em sofisticados modelos estatísticos e analíticos, o Mosaic é uma poderosa solução de segmentação que já classificou mais de 2,3 bilhões de consumidores em 29 países.

No Brasil, foi desenvolvido com a expertise global da Experian e o apoio de um instituto de pesquisa, após profundo processo de estudo e análise de dados.

A combinação de mais de 400 variáveis da Serasa Experian e de outras fontes de informação sobre consumidores, empresas, domicílios e região resulta em uma alta capacidade para discriminar e descrever os consumidores brasileiros, classificando-os em 11 grupos e 40 segmentos.

Grupos de variáveis analisadas no desenvolvimento do Mosaic Brasil.



A segmentação Mosaic é o resultado da aplicação de modelos matemáticos e estatísticos que consideram diversas variáveis para determinar grupos da sociedade brasileira que possuem características semelhantes. Essa segmentação, bem como suas ilustrações e descrições, não necessariamente representa todas as características ou estilos de vida de cada um dos indivíduos classificados nos diversos segmentos.



Mais de
140 milhões
de consumidores

Conquiste, fidelize e rentabilize seus clientes com a solução da Serasa Experian que classifica os consumidores brasileiros em 11 grupos e 40 segmentos, baseados em aspectos financeiros, geográficos, demográficos, de consumo, comportamento e estilo de vida.

Por que segmentar os seus clientes e prospects?

O sucesso de qualquer estratégia de negócios está diretamente ligada à sua capacidade de segmentar e compreender, em profundidade, os perfis, os desejos e as necessidades de cada grupo de clientes. Por isso, a segmentação é uma importante ferramenta para a elaboração das suas ações de marketing.

O Mosaic Brasil da Serasa Experian fornece insights para que a sua empresa possa desenvolver estratégias de marketing consistentes e consiga direcionar esforços com eficiência.

Conheça algumas ações de marketing que podem ser aperfeiçoadas após o uso do Mosaic:

Oferta segmentada

Desenvolva, a partir da segmentação, campanhas para diferentes perfis de clientes.

Comunicação dirigida

Entenda as características dos consumidores e crie abordagens específicas nos canais mais relevantes para cada um dos grupos ou segmentos que quer atingir.

Prospecção de clientes

Adquira listas de prospecção segmentadas pelos grupos e segmentos Mosaic que quer atingir e aborde clientes similares aos da sua atual carteira.

Estudo de mercado

Dimensione o potencial do mercado e analise a distribuição geográfica e o comportamento dos consumidores de acordo com os perfis Mosaic.

Rentabilização da sua carteira

Identifique os seus clientes mais rentáveis e promova seu negócio por meio de ações de relacionamento para estimular cross-sell, up-sell e fidelização da sua carteira de clientes.

Grupos e segmentos que compõem o Mosaic Brasil



A versão brasileira
do Mosaic classifica mais de
140 milhões de consumidores
no País em 11 grupos
e 40 segmentos.

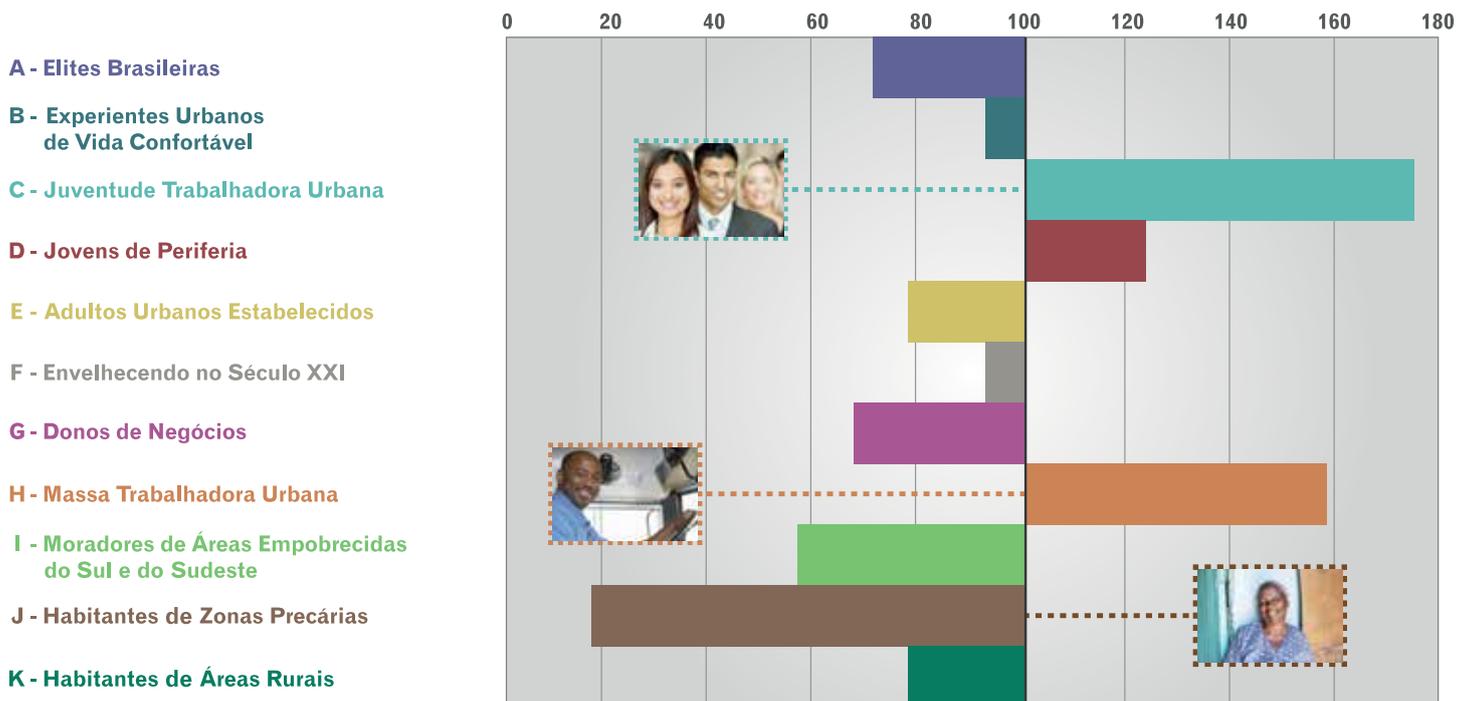
Grupos		👤 %	Segmento		👤 %
A	Elites Brasileiras	3,79	A01	Ricos e influentes	1,34
			A02	Elite urbana qualificada	2,45
B	Experientes Urbanos de Vida Confortável	6,25	B03	Idosos tradicionais de alto padrão	1,37
			B04	A caminho da aposentadoria nas melhores cidades	2,29
			B05	Assalariados de meia-idade 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 no 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 do 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 de 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 do Nordeste rural	2,41
			K39	Idosos da agricultura familiar do Norte e do Nordeste	1,55
			K40	Sertão profundo	1,27



As 3 principais aplicações do Mosaic Brasil

1. Análise de perfil

Compreenda as características predominantes dos seus clientes e prospects e obtenha uma visão aprofundada sobre o segmento no qual estão inseridos. Gere insights relevantes na elaboração de sua estratégia de negócios.



Esta imagem traz uma comparação entre os perfis de uma determinada base de clientes em relação à população brasileira, sendo que um índice igual a 100% indica similaridade entre as bases. Abaixo ou acima de 100%, indica uma distribuição menor ou maior respectivamente da base do cliente para determinado grupo ou segmento. Gráfico meramente ilustrativo.



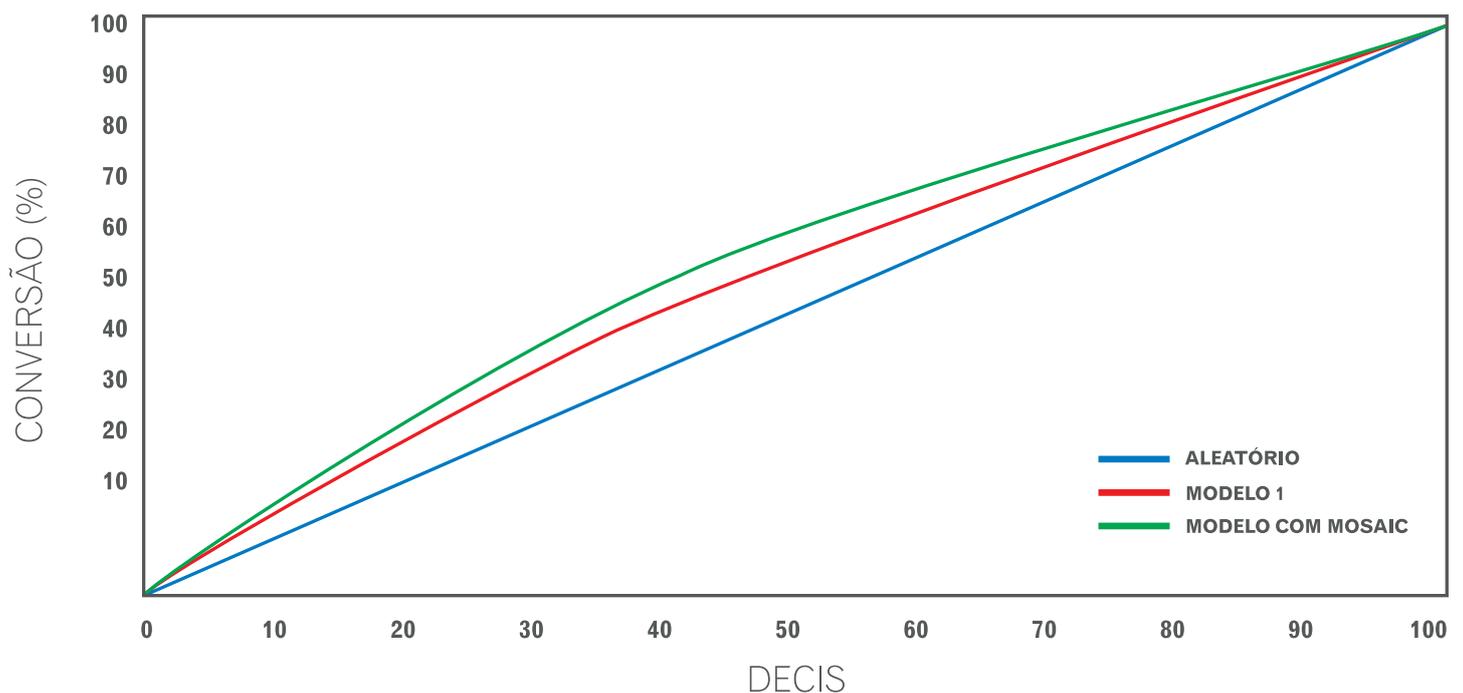
11
grupos



40
segmentos

2. Modelagem estatística

Melhore o desempenho de seus modelos estatísticos utilizando a segmentação Mosaic.



Este gráfico compara o resultado de ações baseadas em três tipos diferentes de seleção de público: Aleatório, Modelo 1, Modelo com Mosaic. A diferença entre as curvas indica o ganho incremental que cada uma das metodologias pode obter. O desempenho das respostas varia de acordo com a base do cliente, bem como com a ação desenvolvida. Gráfico meramente ilustrativo.



3. Geomarketing

Analise espacialmente seus consumidores, manipule informações do ponto de vista geográfico e aumente a eficácia na tomada de decisões com interpretações mais ágeis e intuitivas sobre informações complexas e estratégicas.

Mapa do Mosaic predominante no Município de São Paulo.

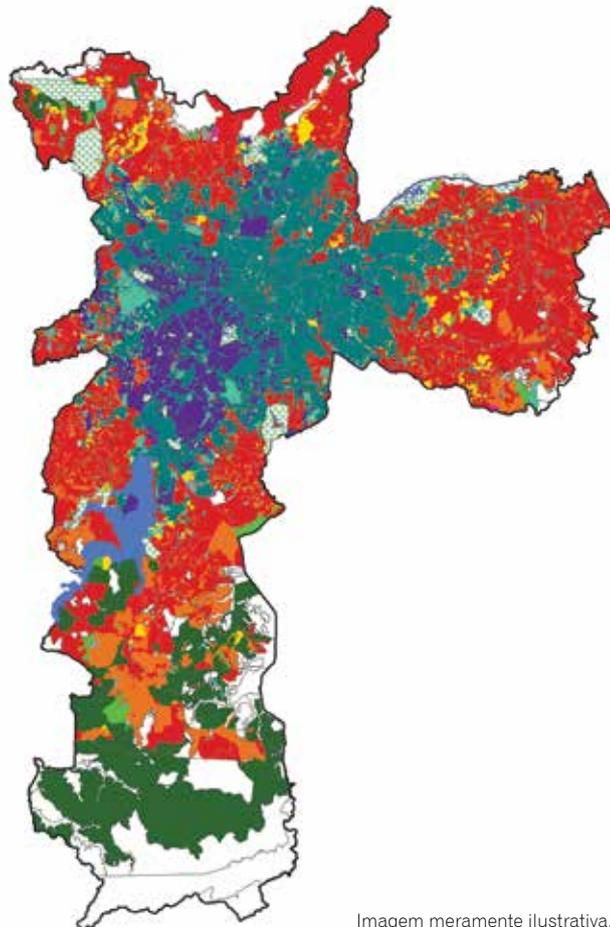


Imagem meramente ilustrativa.

LEGENDA:

- A
- B
- C
- D
- E
- F
- G
- H
- I
- J
- K
- Sem Info.
- Parques e Áreas Verdes
- Lagos e Represas



Aprofunde ainda mais
o seu conhecimento sobre
o consumidor brasileiro.

Visão Geral dos Grupos Mosaic

Conheça melhor o perfil de cada grupo que compõe o Mosaic Brasil.



Grupo A Elites Brasileiras

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



Grupo B Experientes Urbanos de Vida Confortável

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



Grupo F Envelhecendo no Século XXI

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



Grupo G Donos de Negócio

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



Grupo H Massa Trabalhadora Urbana

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



Grupo C
Juventude
Trabalhadora Urbana

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



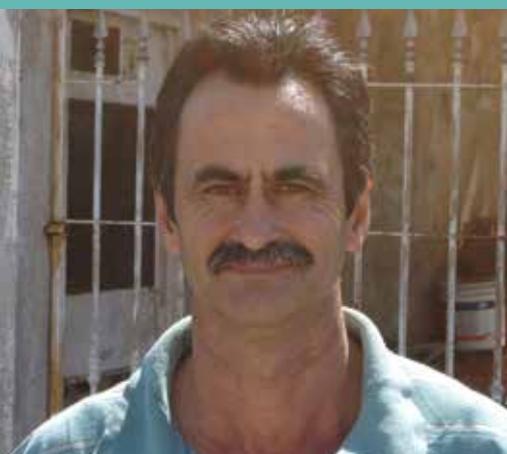
Grupo D
Jovens da Periferia

Jovens adultos moradores de zonas periféricas com difícil rotina devido às limitações no acesso à educação e por causa da falta de infraestrutura dos bairros onde moram. Porém, viram a vida melhorar e acreditam num futuro ainda melhor.



Grupo E
Adultos Urbanos
Estabelecidos

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.



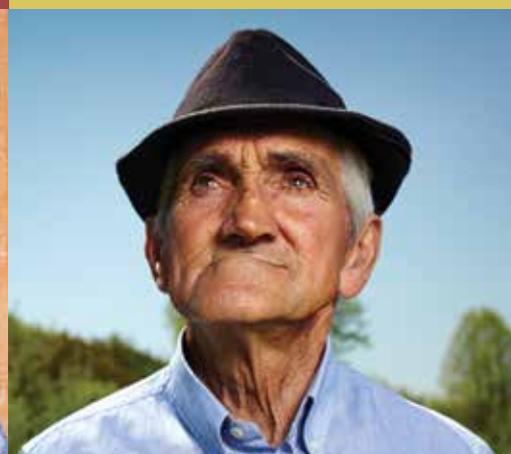
Grupo I
Moradores de Áreas Empobrecidas
do Sul e do Sudeste

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



Grupo J
Habitantes de
Zonas Precárias

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



Grupo K
Habitantes de
Áreas Rurais

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

Conheça em detalhes cada segmento

A descrição e a análise detalhada de cada segmento foram feitas com base em um profundo estudo, conduzido por uma equipe multidisciplinar de um instituto de pesquisa especializada em antropologia, psicologia e sociologia; marketing e comunicação; e comportamento e pesquisa do consumidor.

A Elites Brasileiras



A1 - Ricos e Influentes

Empresários e executivos dos setores privado e público, maduros e bem-sucedidos. São representantes paradigmáticos da elite brasileira.

Pessoas muito bem escolarizadas que vivem nas áreas mais prestigiadas e influentes do País, sobretudo nas capitais e regiões metropolitanas. Possuem apartamentos e carros de luxo e conseguem manter vários confortos, como empregados domésticos.

São consumidores exclusivos, que gostam de grifes e frequentam os melhores e mais caros espaços de suas cidades, como restaurantes, shopping centers, casas de shows, teatros, entre outros. A passeio ou a trabalho, constantemente realizam viagens nacionais e internacionais.

Em suas vidas profissionais, em geral tiveram sucesso ao mesclar tradição com ousadia. Mas, em outras dimensões de suas vidas, sobretudo política e educação, costumam ser um pouco conservadores.



A2- Elite Urbana Qualificada

Moradores de grandes centros urbanos, bem remunerados e estabelecidos em função da alta escolaridade.

Pessoas acima de 30 anos, mais concentradas na faixa dos 36 aos 70 anos.

Compõem a elite instruída do País. A maioria teve acesso à educação superior de qualidade, o que lhes permitiu alcançar ocupações profissionais importantes e rentáveis. Vivem nas grandes cidades, em especial nas regiões Sudeste e Sul, em bairros bastante valorizados. Em geral, moram em apartamentos de alto padrão.

A boa renda e o tipo de trabalho desempenhado permitem que essas pessoas desfrutem de um bom padrão de vida. Podem realizar viagens nacionais e internacionais com alguma frequência, costumam ir a bons restaurantes e têm acesso à vida cultural das grandes cidades.

B Experientes Urbanos de Vida Confortável



B3 - Idosos Tradicionais de Alto Padrão

São, majoritariamente, idosos no fim da carreira profissional ou já aposentados. Possuem excelente renda e vivem em áreas ricas das regiões metropolitanas do País, com destaque para grandes cidades litorâneas, como Santos, Rio de Janeiro ou Florianópolis.

Têm alta escolaridade, principalmente levando-se em conta a dificuldade de acesso à educação na época em que eram jovens. Grande parcela possui, inclusive, ensino superior completo. Dessa forma, conquistaram uma carreira profissional de sucesso e, em muitos casos, uma boa aposentadoria.

São pessoas ativas, que aproveitam a estabilidade financeira para desfrutar de mais qualidade de vida. É o caso das caminhadas à beira-mar, momento em que mesclam lazer e cuidados com a saúde.



B4 - A Caminho da Aposentadoria nas Melhores Cidades

São aposentados ou pessoas a caminho de uma aposentadoria confortável. A maioria tem idade acima de 50 anos, com maior presença de mulheres.

A grande maioria apresenta nível médio de escolaridade, o que lhes garante uma boa renda. São, geralmente, funcionários de empresas privadas. Além da renda fixa, proveniente de muitos anos de trabalho, contam com a possibilidade de continuar trabalhando após a aposentadoria.

Vivem com suas famílias, em geral com 2 ou 3 moradores na casa, e é possível encontrar pessoas que estejam em um segundo casamento. Moram em áreas de classe média-alta de capitais, regiões metropolitanas e cidades ricas do interior, em especial nas regiões Sudeste e Sul. Além da renda, contam também com a boa estrutura das regiões onde vivem, como centros comerciais, hospitais e parques.



B5 - Assalariados de Meia-Idade das Grandes Cidades

Em geral, são homens, chefes de família, conservadores e tradicionais em seus valores familiares. Em sua maioria, com mais de 40 anos e trabalhadores da iniciativa privada em cargos médios. Apesar da baixa escolaridade, adquiriram certa estabilidade financeira devido ao tempo de carreira. Ainda assim, vivem equilibrando as contas todos os meses, sem muita perspectiva de futuro, apesar de terem melhorado de vida nos últimos anos.

Vivem em áreas de classe média-baixa de capitais e regiões metropolitanas. Têm acesso a serviços básicos, porém com opções limitadas de lazer e espaço público.

Seus filhos já estão crescidos e batalham para fazer uma faculdade à noite, pois trabalham desde cedo. Isso é fonte de esperança, uma vez que eles mesmos não conseguiram o tão sonhado diploma.



C6 - Construindo uma Carreira Promissora

Filhos de famílias de alta renda, puderam começar suas vidas de forma mais confortável. O acesso a uma boa educação permite um início de carreira mais vantajoso e promissor. Assim, despontam como a futura elite do País.

Moram em apartamentos, em áreas urbanas de alto padrão. A maioria é solteira e alguns já moram sozinhos. Gostam de se divertir, viajam sempre que podem e aproveitam oportunidades de lazer, como cinemas, baladas e bares. Também apreciam consumir, em especial roupas e artigos eletrônicos.

Apesar de uma boa renda pessoal, têm um padrão de vida acima desse patamar. Como não precisam ajudar em casa, seus ganhos são exclusivamente para usufruto próprio. Isso não significa, entretanto, que todo o dinheiro ganho seja usado no consumo: costumam poupar, pensando no futuro.



C8 - Jovens Protagonistas da Classe Média

Com até 25 anos, são os filhos da classe média brasileira que ascendeu nos últimos anos. Diferentemente de seus pais, a grande maioria conseguiu completar o ensino médio sem precisar trabalhar ao mesmo tempo.

Estão no início de suas carreiras profissionais e ocupam cargos medianos ou baixos, mas pretendem continuar os estudos e cursar a universidade – sonho absoluto de seus pais.

Como são os “protagonistas” da família, é comum serem responsáveis por pequenos investimentos no lar, como conexão à internet ou TV por assinatura. Seus salários são direcionados principalmente para a universidade e gastos próprios, como roupas e lazer. Solteiros, comunicativos, costumam ter um círculo de amizade ampliado e realizam muitas atividades de lazer, geralmente mais voltadas para espaços privados.



C7 - Jovens Dependentes do Interior

Têm, na sua maioria, entre 26 e 35 anos e moram em áreas urbanas fora das capitais ou regiões metropolitanas. Embora tenham começado a trabalhar cedo, de certa forma ainda estão no início de suas carreiras profissionais. Possuem renda relativamente modesta, porém potencializada pelo menor custo de vida de suas regiões.

A maior parte ainda mora com os pais ou parentes e, assim, esses jovens podem investir em si mesmos, principalmente nos estudos. A vida é menos “corrida” que nas grandes cidades, mas costumam aproveitar bares, baladas e cinema. Roupas e eletrônicos são valorizados, ainda que não sejam sempre de última geração. São mais comuns as viagens de fim de semana ou férias no País, programadas com antecedência.

Sonham com uma melhora de renda para que, em um futuro próximo, possam sair da casa dos pais.

D Jovens da Periferia



D9 - Seguindo a Vida na Periferia

Jovens adultos, principalmente na faixa dos 26 aos 45 anos, moradores de grandes cidades, vivendo em zonas muito distantes do centro. Em geral, vivem com suas famílias estendidas, que, em muitos casos, são chefiadas por mulheres. Apesar de muitos possuírem escolaridade média, isso não significa que tenham garantia de boas ocupações: suas rendas são bem modestas.

Sofrem com a falta de opção de lazer público nos bairros em que vivem e acabam realizando a maioria das atividades dentro do espaço doméstico. Por isso, investem em televisores mais modernos, videogames e em pacotes mais simples de TV por assinatura.



D10 - No Coração da Periferia

São jovens moradores de zonas periféricas urbanas com baixa escolaridade. Em geral, nasceram nas periferias, e seus pais já viviam com renda mais baixa. Cerca de metade possui apenas o ensino fundamental. Dessa forma, são aptos a postos de trabalho de menor remuneração ou informais.

Em geral solteiros, muitos vivem em locais compartilhados de residência: uma mesma família dividindo uma casa cujos cômodos são separados ou em terrenos com mais de uma casa construída.

Moram em bairros com poucas opções de lazer. Mesmo assim é comum encontrarmos campos de futebol de várzea, direcionados sobretudo aos homens. Para as mulheres, o lazer pode ser o café com a vizinha ou a ida esporádica ao salão de beleza local. Em sua maioria, são consumidores do comércio de rua e não são frequentadores assíduos de shoppings.



D11 - Novos Moradores da Comunidade

Ainda muito jovens, com menos de 30 anos, já moram sem a família em áreas extremamente periféricas, em geral comunidades fora das capitais. Muitos deles chegaram recentemente a essas áreas, sendo que parte vem do interior de estados mais pobres, buscando melhores oportunidades em centros urbanos. Há maior presença de mulheres. Uma parte pequena, mas significativa, participa de programas sociais do governo.

São pessoas que levam a vida com dificuldades, com renda apertada e gastos que devem ser devidamente controlados. O orçamento não tem "folga" e qualquer imprevisto pode provocar um desequilíbrio financeiro. Por outro lado, muitos têm pequenos negócios informais e apostam nisso para melhorar suas condições.



D12 - Trabalhadores Vizinhos da Grande Cidade

São jovens e adultos, em geral solteiros. Trabalhadores de menor qualificação e baixa remuneração que, por morarem em cidades fora dos grandes centros urbanos (capitais e regiões metropolitanas), apresentam condições de vida relativamente melhores do que a renda inicialmente sugeriria.

Têm risco de crédito elevado, mas vivem uma vida um pouco mais tranquila do que os jovens com a mesma faixa de renda que vivem em periferias das regiões metropolitanas. Uma parcela participa de algum programa social do governo.

Por estarem mais longe dos centros urbanos, têm menos acesso a informações culturais e eventos em geral. São menos antenados com as novidades, apesar de possuírem acesso à internet e relativo interesse por tecnologia.



D13 - Independência na Casa dos Pais

São jovens solteiros que, apesar de ainda viverem com suas famílias estendidas, mantêm alguma independência econômica e conseguem se sustentar com seus próprios recursos. Assim, podem investir em bens de consumo, como computadores e roupas, e pensar em economizar para constituir uma família.

Vivem em áreas periféricas, em geral das regiões metropolitanas. Poucos moram nas capitais. Mesmo com a maior parte morando há mais de cinco anos no mesmo endereço, destaca-se o fato de que uma parcela já mudou de cidade pelo menos uma vez na vida.

Possuem baixíssimo acesso a atividades culturais e são mais frequentadores de comércio de rua. Apesar da vida difícil, sonham com um futuro melhor e acreditam que o trabalho formal possa lhes trazer alguma estabilidade ao longo dos anos.



D14 - Juventude de Baixa Renda do Interior Urbano

São jovens, na maioria, entre 18 e 25 anos, solteiros e sem filhos.

A baixa renda e a baixa escolaridade – a maioria não foi além do ensino fundamental – são compensadas, em parte, por viverem no interior e com suas famílias. Por outro lado, são mais dependentes, tanto dos familiares como de ajuda governamental. Uma parcela pequena trabalha na iniciativa privada e outros realizam trabalhos informais.

Sua vida é bastante modesta: pouco conseguem fazer além do básico. Por isso, os poucos momentos de lazer são mais voltados para o espaço doméstico, como a TV e a internet, ou espaços públicos gratuitos, embora essa opção seja escassa.

E Adultos Urbanos Estabelecidos



E15 - Esticando a Renda

Adultos, entre 36 e 60 anos, a maioria homens, que vivem com suas famílias, normalmente com duas a três pessoas na residência. São como “malabaristas” que conseguem tirar o máximo dos recursos disponíveis para ter a melhor condição de vida possível.

São profissionais de baixa a média escolaridade, que atingiram alguma estabilidade no emprego e possuem renda fixa, porém muitas vezes insuficiente para cobrir todos os gastos mensais. Assim, recorrem com frequência ao crédito – seja cartão de crédito, seja empréstimo pessoal – para poderem fechar as contas no fim do mês.

Metade já mudou de cidade pelo menos uma vez na vida. Moram, em geral, em regiões metropolitanas, onde o custo de vida é mais alto, e isso acaba dificultando o frágil equilíbrio que tentam manter entre despesa e renda.



E16 - Amadurecendo Confortavelmente no Interior

São pessoas maduras, já se aproximando da terceira idade, que tiveram uma boa educação e boas oportunidades na vida. Por isso, hoje possuem uma estabilidade financeira que indica a chegada a um futuro confortável.

Em geral, moram nas cidades do interior e, por isso, usufruem de melhores condições de vida. Esse fator permite que suas rendas ofereçam maior poder de compra, já que nesses locais o custo de vida é mais baixo. A maioria é casada, com uma boa parcela de idosos na residência.

A principal ocupação é o trabalho na iniciativa privada, seja como funcionário, seja como profissional liberal, e uma pequena parcela é dona do próprio negócio.

Acreditam que estão chegando a um ponto de amadurecimento em suas vidas e trabalham para garantir um futuro confortável e sem preocupação.



E17 - Ascendentes do Bairro

Adultos, maioria homens, com idade entre 30 e 55 anos. Apesar da faixa etária, muitos são solteiros.

Tiveram razoável acesso à educação, o que permitiu uma melhora de vida ao longo do tempo. Conseguiram carreiras boas e estáveis, e muitos trabalham no setor público, construindo carreiras como militares, bombeiros, professores, entre outras.

Moram nas capitais e regiões metropolitanas, em áreas menos nobres do que a renda indica. Destacam-se em seus bairros por terem os bens em melhores condições – carros mais novos, casas mais bem arrumadas, reformadas e equipadas, além de hábitos de lazer mais caros, como refeições fora de casa nos fins de semana e eventuais viagens nacionais.



E18 - Operários da Vila

São, em geral, homens chefes de família, na faixa dos 25 aos 45 anos, com baixa escolaridade. Ocupam cargos de baixa remuneração no setor industrial ou de serviços.

A família é o porto seguro, e o trabalho é o centro de suas vidas. Porém, como moram perto do emprego, têm mais tempo para o descanso. São bairros com infraestrutura básica, mas sem acesso a lazer e espaços públicos.

A vida é apertada em função da baixa renda, porém acreditam que vivem razoavelmente bem pelo fato de não terem estudado muito e estarem empregados. Além disso, costumam ser controlados em relação ao consumo, evitando recorrer ao crédito. Valorizam a educação, buscando melhorar sua qualificação ou garantir melhores condições para os filhos.

F Envelhecendo no Século XXI



F19 - Idosos Independentes da Classe Média

A boa escolaridade – uma parte importante concluiu o ensino superior – foi preponderante para a qualidade de vida atual, que não foi impactada de maneira decisiva pela aposentadoria.

Muitos vivem sozinhos e são independentes, inclusive financeiramente. Possuem um estilo de vida estável e confortável, morando no mesmo endereço, em geral em capitais e regiões metropolitanas, há muito tempo. Desse modo, têm relações enraizadas com o bairro e a vizinhança. Apresentam hábitos conservadores em diversas esferas de suas vidas, como no distanciamento em relação à tecnologia.

Esse conservadorismo se reflete também na relação com o consumo: não se arriscam muito em questões financeiras e, talvez por isso, quase não fazem uso do crédito a que possuem acesso em função da renda fixa.



F20 - “Jovens” Idosos Urbanos e Dinâmicos

A maioria tem mais de 65 anos, mas podem ser considerados jovens entre os idosos. Oriundos das classes baixa ou média-baixa, obtiveram um incremento de renda e melhor acesso a bens e serviços, proporcionados principalmente pelo tempo de vida e pelas mudanças socioeconômicas das últimas décadas.

Vivem em bairros de classe média-baixa, a maioria em regiões metropolitanas ou capitais. Sua renda pessoal média é ligeiramente superior à nacional, pois, além da aposentadoria, muitos mantêm alguma atividade rentável extra, dado a idade não tão avançada.

As dificuldades passadas na vida os tornaram um pouco mais flexíveis e, com a melhora dos últimos anos, mais otimistas. Por isso, apresentam comportamento financeiro e de consumo pouco conservador e recorrem ao crédito quando necessário.

G Donos de Negócio



F21 - Idosos Remediados do Interior

Com faixa etária média acima de 70 anos, são aposentados que vivem fora das regiões metropolitanas ou capitais, em áreas de menor desenvolvimento econômico e urbano, porém com custo de vida menor. Boa parte deste grupo é composta por mulheres viúvas. De um modo geral, são pessoas marcadas pela idade, mas que vivem uma vida tranquila.

Com baixa escolaridade, são conservadores, com pouquíssimo conhecimento das questões financeiras ou de crédito. Junto à baixa renda e aos elevados gastos fixos provocados pela idade, o receio em relação ao crédito faz dessas pessoas quase "não consumidoras", pois ficam restritas às necessidades mais básicas. No entanto, podem ceder o nome limpo para membros da família que precisem fazer um financiamento ou empréstimo.



G22 - Empresários Estabilizados

São predominantemente homens, com idade em torno dos 50 anos e alta escolaridade. Muitos começaram a vida como funcionários, em especial no setor público, mas resolveram investir no próprio negócio pensando em aumentar a renda, garantir o futuro e obter maior flexibilidade de horário.

Moram fora das capitais e têm a preocupação de ajudar os filhos, que não são mais crianças, a começarem suas vidas. Por isso, por vezes empregam filhos e demais parentes em seus negócios.

Como suas empresas em geral já passaram dos anos mais perigosos, nos quais muitas acabam fechando, possuem estabilidade, e isso lhes garante uma vida extremamente confortável se comparada aos padrões brasileiros. Conseguem consumir produtos de marcas famosas e ter acesso a bens culturais e viagens.



G24 - Pequenos Negociantes do Interior

Pequenos comerciantes de cidades do interior do País que enxergaram na abertura do negócio próprio uma boa oportunidade de aumento de renda e estabilidade financeira.

Alguns são ou já foram funcionários públicos que aproveitaram a estabilidade para fazer uma pequena poupança e investir em um negócio próprio, por vezes administrado inicialmente pela esposa ou algum parente, enquanto continuam atuando no trabalho assalariado.

Suas rendas não são altas, mas costumam ser constantes, o que lhes permite usufruir de vida confortável, principalmente porque nas cidades do interior o custo de vida tende a ser mais baixo. No entanto, diferentemente dos demais segmentos deste grupo, não há espaço para serem consumistas ou muito ambiciosos, pois atuam em mercados menos aquecidos.



G23 - Jovens Empreendedores e Ousados

São jovens adultos, entre os 26 e os 45 anos, que acreditam fortemente na possibilidade de uma renda maior se investirem em negócios próprios em vez de trabalharem como empregados.

Valorizam mais suas qualidades empreendedoras do que a própria escolaridade. Audaciosos e otimistas, lançam-se ao mercado. Como não estão muito bem preparados, muitas vezes passam por dificuldades, mas não desistem.

A maioria é composta por solteiros, e mais da metade já se mudou de cidade pelo menos uma vez. O mesmo apetite que apresentam em relação aos negócios é observado na vida pessoal: são ambiciosos e acreditam que a aquisição de bens demonstra seu status social e sua capacidade profissional. Assim, estão constantemente pressionados pelo desejo de alcançar o sucesso e pela necessidade de investimento que seus negócios iniciantes demandam.

H Massa Trabalhadora Urbana



H25 - Carteira Assinada nas Regiões Metropolitanas

São trabalhadores moradores dos subúrbios e periferias das regiões metropolitanas, cujo acesso ao emprego formal possibilitou que atingissem uma situação financeira mais estável e segura.

A maioria é casada e tem filhos. Em geral, vivem com suas famílias em bairros que, apesar de humildes, possuem serviços básicos de saneamento, saúde e educação, por estarem em grandes centros urbanos.

Apesar do alto índice de emprego formal, sua escolaridade é muito baixa, o que muitas vezes os impede de exercer funções mais prestigiadas e com remuneração mais elevada. Porém, por terem visto sua situação progredir, alimentam esperanças de um futuro melhor para si e para seus filhos.



H27 - Prestadores de Serviços nas Regiões Metropolitanas

O acesso à escolaridade formal proporcionou a esses adultos uma vantagem competitiva: conseguiram ocupações profissionais de nível superior ou técnico em setores administrativos e do comércio. São majoritariamente homens e se encontram na faixa dos 36 aos 55 anos.

Como, em geral, vivem fora das capitais, em cidades menores das regiões metropolitanas e, por vezes, do interior, o poder de compra de sua renda é potencializado pelo menor custo de vida desses locais.

Embora sua renda permita que tenham, no interior de suas casas, condições de vida melhores, com maior acesso a lazer e consumo um pouco além do básico, eles continuam vivendo em bairros simples, por vezes precários.



H29 - Comunidades do Litoral

Pessoas entre 26 e 50 anos, muitas solteiras. A maioria é moradora de favelas em áreas urbanas, predominantemente em capitais, nas regiões costeiras, com destaque para a cidade do Rio de Janeiro e para o Estado da Bahia. Essas moradias são em geral precárias, sem regulamentação fundiária, carentes de identificação das ruas, pavimentação, iluminação pública e serviços de coleta de lixo e saneamento básico.

Uma parte está inserida no mercado formal de trabalho. No entanto, a maioria atua na informalidade ou está desempregada. Muitos trabalham por conta própria em funções pouco rentáveis, ou seja, encontram algum jeito de ganhar a vida. Uma proporção expressiva recebe ajuda governamental. Apesar da violência em suas comunidades, conseguem construir redes de solidariedade e cultura.



H26 - Trabalhadores Manuais de Baixa Remuneração

São pessoas entre 30 e 55 anos, casadas, com filhos e moradoras das regiões metropolitanas. Trabalhadores pouco qualificados, estão usualmente em atividades manuais, de baixo prestígio e remuneração.

Em geral, moram em bairros pobres e afastados, com dificuldade de acesso a serviços básicos como saneamento, coleta de lixo e iluminação pública, assim como serviço de saúde pública e educação. Em sua maioria, moram há pouco tempo no mesmo endereço, dificultando a formação de laços sociais de solidariedade na vizinhança.

Vivem em situação de vulnerabilidade social e compõem parte expressiva de uma população urbana que é alvo de políticas públicas de assistência social.



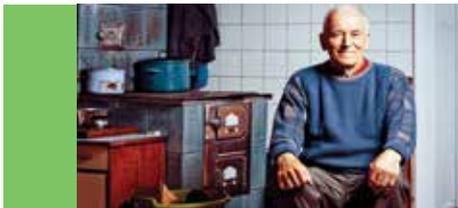
H28 - Jovens da Informalidade

Jovens, concentrados na faixa etária entre 26 e 40 anos, que atuam profissionalmente fora do mercado formal de emprego. Em função da baixa escolaridade, a renda também costuma ser baixa. Isso, somado à informalidade, coloca essas pessoas em situações claras de vulnerabilidade social, e muitos são alvo de políticas públicas de combate à pobreza.

Em geral, estão nas regiões metropolitanas, mas fora das capitais, em especial as situadas na costa brasileira. Isso faz com que haja presença de trabalho sazonal, de acordo com a vinda dos turistas.

São, em boa parte, moradores de favelas que vivem em situações limítrofes de habitação, com baixo acesso a serviços públicos de saúde e educação e sem muita perspectiva de vida. Muitas vezes, a praia é a única opção de lazer de que podem desfrutar.

Moradores de Áreas Empobrecidas do Sul e do Sudeste



I 30 - Envelhecendo com Simplicidade

São homens e mulheres chegando à terceira idade, concentrando-se na faixa dos 50 aos 70 anos. É comum, em decorrência das dificuldades que a vida lhes trouxe, apresentarem aparência física mais envelhecida do que a própria idade cronológica sugere.

São profissionais de baixa qualificação, quase sempre com apenas o ensino básico. Por isso, acabaram inseridos em cargos menos valorizados no mercado de trabalho.

A maioria é casada e vive com suas famílias estendidas em bairros periféricos, com acesso restrito à infraestrutura básica. Filhos costumam morar com os pais, assim como os avós ou parentes mais velhos.

Com pouco acesso a lazer público, no ambiente doméstico e na vizinhança estão os principais nós da rede de sociabilidade que dão sustento material e simbólico às suas vidas.



I 32 - Comunidade Madura

Homens e mulheres adultos que vivem em regiões precárias, concentradas nas áreas mais populosas do País. Com baixa escolaridade, muitos estão inseridos no mercado informal ou mesmo desempregados. Os filhos são os principais pontos de investimento, pois representam a esperança e a possibilidade de realização dos sonhos da família inteira.

A vida é bem modesta, mas há espaço para algumas manobras, como o churrasco no fim de semana, a compra de uma TV de LCD ou uma pequena reforma em casa. São caseiros, valorizam as famílias e o convívio com a vizinhança.

Distantes do emprego formal, tornam-se mais vulneráveis. Mas, por serem relativamente jovens e estarem em regiões mais populosas, têm mais "jogo de cintura" para encarar as situações adversas, ainda que à luz do subemprego.

J Habitantes de Zonas Precárias



J33 - Jovens Desprovidos

Embora jovens, eles já enfrentaram todo tipo de dificuldade: financeira e no acesso a serviços públicos e à cidadania. Por isso, muitas vezes parecem mais amadurecidos e envelhecidos do que realmente são.

Vivem em cidades pequenas, em geral do Nordeste e do Norte do País. Quando conseguem vencer a barreira do acesso, encontram uma educação de baixa qualidade, sem formação profissional. Dessa forma, só obtêm colocações informais ou de baixíssima remuneração.

Como dependem de suas famílias, dividem residências que são densamente povoadas, com pouco espaço para privacidade ou lazer. Fora de casa, o espaço público é carente de quase tudo. Possuem poucas expectativas em relação ao futuro, mas mantêm alguns sonhos de consumo, como um computador, uma TV grande e, quem sabe, uma moto.



I 31 - Periferia Jovem do Interior

Jovens adultos, cuja idade varia entre 26 e 40 anos. Na maioria solteiros, compartilham o domicílio com a família estendida, e parte convive com idosos em casa. Poucos possuem emprego com carteira assinada, indicando uma alta taxa de desemprego e de pessoas trabalhando informalmente. Alguns recebem ajuda governamental.

A maioria completou o ensino fundamental e uma boa parte chegou ao ensino médio. Seu consumo é bastante restrito a itens básicos relacionados a moradia, alimentação e vestuário. Mas são ligados na internet e não deixam de sonhar: por vezes, conseguem comprar produtos mais caros, como roupas de marca, eletrônicos (TV de LCD, videogame, smartphone) e eventualmente veículos, principalmente motocicletas.



J34 - Adultos Vulneráveis

Adultos com média etária em torno de 55 anos. Em geral, são trabalhadores com baixíssima qualificação, muitos na informalidade. Suas esposas são donas de casa ou também vivem situações profissionais desfavoráveis.

Moram em cidades pequenas, em áreas pouco desenvolvidas economicamente do Norte e do Nordeste do País. As casas são densamente habitadas, frequentemente com presença de idosos já aposentados, cuja renda influencia decisivamente nas condições de vida da família. Poucos conseguem consumir além das necessidades básicas relacionadas a moradia, alimentação e vestuário.

Tiveram pouco acesso à escolaridade, e alguns são analfabetos. Passaram boa parte de suas vidas à margem da cidadania, esquecidos pelo Estado. Assim, muitos encontram na religião uma forma de alento para o dia a dia sofrido.

K Habitantes de Áreas Rurais



K35 - Pedacinho de Terra

São trabalhadores e pequenos proprietários moradores das zonas rurais do Sul e do Sudeste do País. Com escolaridade mediana e condições de vida razoáveis, têm satisfação no trabalho com a terra e na distância dos problemas das grandes cidades.

Há pessoas distribuídas em uma ampla faixa etária, mas concentradas em uma média por volta dos 40 anos. Grande parte é de pessoas casadas, que vivem com suas famílias, incluindo idosos na residência.

A maioria é composta por empregados com registro formal, mas há também uma proporção significativa de pequenos proprietários. São também pessoas que apresentam certa mobilidade: muitos já mudaram de cidade ao menos uma vez.



K37 - Saudade da Roça

Idosos que moram há muito tempo no mesmo endereço em bairros ou pequenas cidades rurais do Sul e do Sudeste do País. Em geral, são homens, muitos deles viúvos. Alguns são filhos de imigrantes italianos, alemães ou japoneses.

Trabalharam a vida inteira na roça. Apesar de a maioria ser aposentada, há os que ainda trabalham como empregados formais. A idade, porém, é avançada para o trabalho rural e também requer cuidados mais constantes com a saúde. Por isso, deslocam-se com frequência para as cidades próximas. Muitas vezes, seus filhos acabam cuidando da terra e dando continuidade ao sustento da família.

São extremamente tradicionais, apegados a suas raízes e não se adaptam a certas mudanças que ocorreram nos últimos anos, como a chegada da tecnologia.



K39 - Idosos da Agricultura Familiar do Norte e do Nordeste

Idosos, vivem em áreas pobres das zonas rurais do Norte e do Nordeste do País. Há uma grande parcela de moradores de áreas consideradas vilas rurais isoladas. Muitos já deixaram de trabalhar regularmente, mas ainda fazem alguns "bicos" em lavouras de proprietários maiores para ter uma pequena renda.

A maioria não possui nenhum tipo de proteção social, como aposentadoria. Outros recebem ajuda de programas sociais do governo. Chegaram a uma fase da vida em que o cansaço venceu o trabalho cotidiano. Por isso, dependem do trabalho dos filhos.

Muitos possuem terras que foram ocupadas no passado e já estão regularizadas. As dificuldades pelas quais passaram na vida – inclusive fome – os fazem acreditar que, apesar da extrema pobreza, vivem hoje em melhores condições.



K36 - Jovens Trabalhadores do Agronegócio

Jovens moradores do interior do Sudeste e do Centro-Oeste do País, trabalhando em latifúndios ou empresas ligadas ao agronegócio. Em geral, nasceram em áreas rurais e suas famílias praticavam agricultura de subsistência. Muitos migraram de regiões mais ao sul, com os pais ou sozinhos para tentar a vida.

A escolaridade é baixa em relação à faixa etária, mas boa para a média em áreas rurais. A renda também é razoável. Parte é casada e vive com suas famílias, sendo comum a presença de crianças nas casas.

A residência muitas vezes é localizada em fazendas e cedida pelo grande proprietário empregador. Por isso, seu anseio é conseguir juntar dinheiro para ter sua própria terra, sem depender do patrão e sem precisar migrar novamente.



K38 - Juventude do Norte e do Nordeste Rural

São jovens moradores das áreas rurais do Norte e do Nordeste do País. Com baixa renda e situação informal de emprego, vivem em condições difíceis, com muita insegurança financeira e vulneráveis do ponto de vista social. Uma boa parte está inserida em programas sociais do governo.

Trabalham nas terras da família ou possuem um pequeno pedaço de terra para o cultivo de subsistência. Porém, isso não rende o suficiente para viverem com conforto, já que em suas regiões não há mercado consumidor para sobras da produção. São extremamente suscetíveis às condições climáticas.

Apesar da baixa escolaridade, muitos são a primeira geração da família que foi alfabetizada, o que lhes traz certas responsabilidades, inclusive a de ajudar seus pais. Alguns possuem telefones celulares ou até motos simples.



K40 - Sertão Profundo

Homens e mulheres de todas as idades, morando nas áreas mais distantes e rurais do País. A situação precária é marcada pela falta de água encanada, saúde, educação e até, por vezes, luz elétrica.

De escolaridade baixa, muitos nem conseguiram terminar o ensino fundamental. Suas rendas estão entre as mais baixas do País, ou seja, na linha da pobreza. Não possuem terra própria e dependem de subempregos em lavouras, que às vezes existem, às vezes não.

Estão à margem do sistema, e grande parte não possui sequer documentação básica. Sem nenhum tipo de garantias, sobrevivem quase que exclusivamente de ajuda governamental.

Alameda dos Quinimuras, 187
São Paulo SP Brasil 04068-900

serasaexperian.com.br/mosaic
0800 773 7728



Serasa Experian Marketing Services

O Mosaic Brasil faz parte do portfólio de produtos da unidade de Marketing Services da Serasa Experian, que oferece ao mercado soluções inovadoras para entendimento, prospecção, rentabilização e fidelização de clientes.

Conheça algumas soluções

- Localização online de consumidores (InfoBusca).
- Tratamento e atualização de dados online (InfoClean).
- Enriquecimento de dados online (InfoMais).
- Fornecimento de mailing qualificado (Lista Online).
- Inteligência digital (Hitwise).
- Desenvolvimento de modelos de propensão.
- Estudos de geomarketing.
- Envio e gestão de e-mail marketing, SMS e pesquisa (Virtual Target).
- Plataforma de cross-channel marketing (CCMP).

Diferenciais

- Completa base de dados de consumidores e empresas.
- Informações com origem comprovada e que respeitam a legislação vigente.
- Soluções desenvolvidas a partir de competências analíticas.

Saiba mais em: serasaexperian.com.br/marketingservices

Interações inteligentes. O tempo todo.



Prospecção
de Mercado



Gestão de
Clientes,
Retenção e
Rentabilização



Aquisição e
Concessão
de Crédito



Gestão de
Portfólio
de Crédito



Gestão da
Cobrança



Fraude



Autenticação