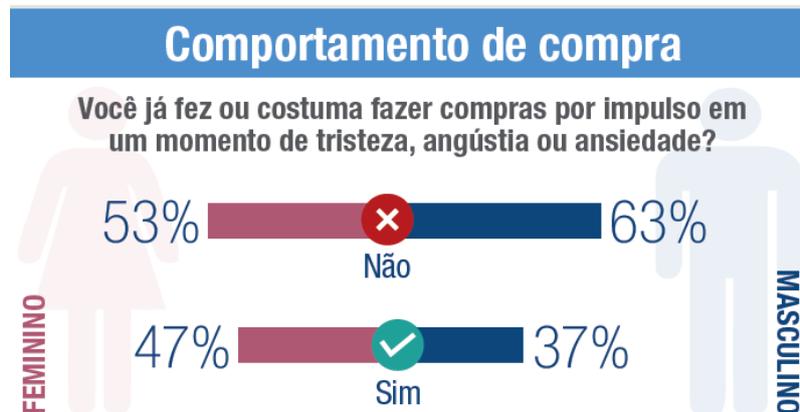


## Mulheres fazem mais compras emocionais do que os homens, aponta estudo do SPC Brasil

*Três em cada dez mulheres admitem gastar excessivamente quando estão na TPM. Insatisfação com o trabalho é uma das razões que mais influenciam os homens*

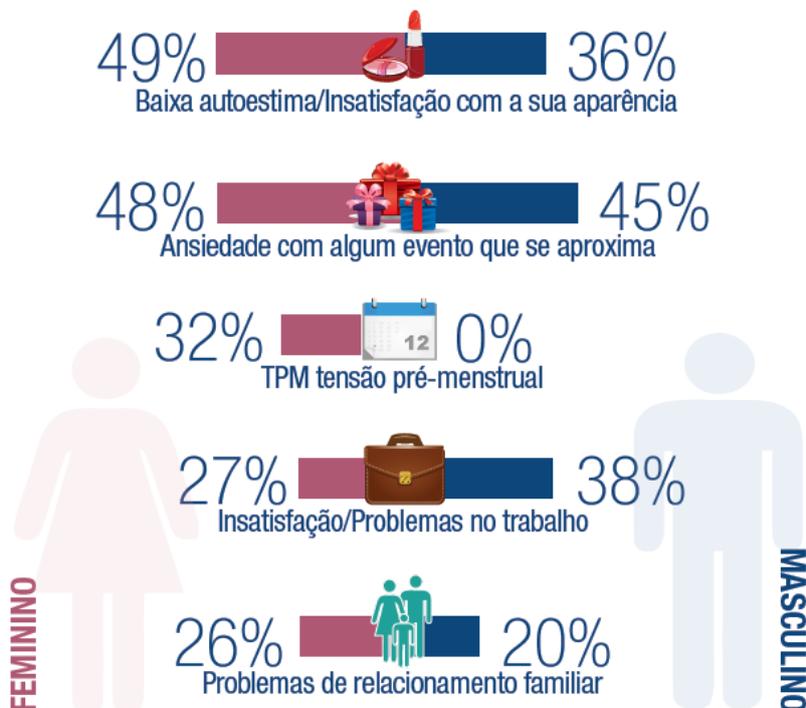
Mulheres tendem a fazer mais compras motivadas por impulsos emocionais do que homens. A conclusão é de um estudo inédito encomendado pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) para testar as práticas e o grau de conhecimento do brasileiro sobre educação financeira.

De acordo com os dados, 47% das mulheres entrevistadas já realizaram compras por impulso em momentos de tristeza, angústia ou ansiedade. Já entre os homens, este percentual cai para 37% dos casos.



Quando os consumidores admitem comprar movidos por algum impulso, a razão mais preponderante entre as mulheres é a baixa autoestima (49%) como problemas relacionados à vaidade e insegurança com a própria aparência. Já o público masculino se descontrola nas compras por conta da ansiedade com algum evento que se aproxima como viagens, férias ou festas (45%). Outros pretextos citados por ambos os sexos são tensão pré-menstrual — citado pelas mulheres em 32% dos casos — e situações de crise que envolvem o trabalho — segunda razão mais mencionada pela parcela masculina dos entrevistados (38%).

### Qual(is) sentimento(s) o(a) impulsionou/ impulsiona a comprar nestas ocasiões?



“Embora os fatores emocionais estejam mais associados às mulheres, a pesquisa detecta que o percentual de homens que faz compras por impulso também é elevado”, afirma a economista do SPC Brasil, Ana Paula Bastos.

Na avaliação da especialista, o gradual processo de inserção de mulheres no mercado de trabalho e, conseqüentemente, com um maior poder aquisitivo, fez com que elas passassem a consumir não somente para atender as necessidades básicas, mas inclusive, para saciar desejos, fato que sinaliza a necessidade de um aprendizado maior para lidar com o próprio dinheiro.

#### Como lidam com dinheiro

De acordo com o levantamento, 43% das mulheres e 41% dos homens chegam ao final do mês sem conseguir guardar nada de seus rendimentos. Dentre os que conseguem poupar, 70% das mulheres e 76% dos homens juntam dinheiro para garantir uma reserva financeira para ser usada em momentos de emergência.

O percentual dos que guardam dinheiro para aplicar em poupança ou comprar bens de consumo duráveis, como casas e automóveis, é maior entre os homens: 41% e 34%, respectivamente, contra 35% e 29% das mulheres.

“Ainda que a participação das mulheres no mercado de consumo tenha aumentado e tomado uma importância cada vez maior, a posição de ambos os sexos no ambiente de trabalho persiste de maneira desigual. Como em média a mulher recebe menos, é natural que ela poupe em razões de emergência, caso fique desempregada ou doente, em detrimento de outros tipos de investimentos mais caros”, explica Ana Paula Bastos.

## Planejamento

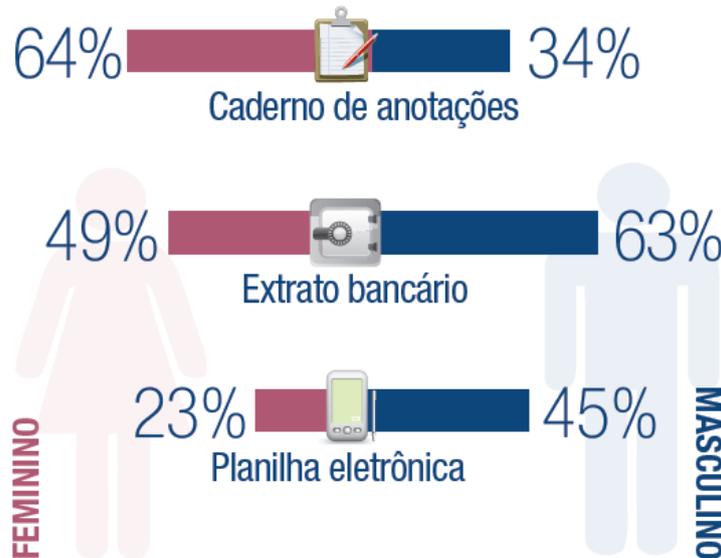
Quando perguntados se realizam algum planejamento orçamentário, a maioria dos homens afirmou fazer apenas o planejamento pessoal (34%), enquanto a maior parte das mulheres afirmou não fazer qualquer tipo de planejamento (35%).



Uma das principais diferenças constatadas pela pesquisa é a maneira com que homens e mulheres controlam suas despesas. 45% dos homens afirmam utilizar uma planilha eletrônica para computar gastos e custos contra apenas 23% do público feminino. As mulheres optam na maior parte dos casos pelo tradicional caderno de anotações (64%), que conta somente com 34% da preferência masculina.

“Como os homens estão inseridos no mercado de trabalho há mais tempo e, por consequência, estão mais habituados ao ambiente dos negócios, eles tendem a utilizar meios de pagamento ou controle de gastos digitais com mais frequência que as mulheres”, esclarece a economista.

### Como você realiza o acompanhamento dos seus gastos mensais?



### Controle financeiro

Na avaliação de Ana Paula Bastos, estabelecer um controle orçamentário ajuda o consumidor a ter uma visão mais ampla das pendências financeiras, além de evitar que o dinheiro comprometido com gastos fixos e inadiáveis seja gasto impulsivamente em compras momentâneas.

“Um dos principais problemas associados ao comportamento compulsivo é o risco de endividamento excessivo. Quando as dívidas vão se acumulando e comprometem o dinheiro destinado aos gastos imprescindíveis, como despesas da casa e contas de primeira necessidade, é hora de o consumidor procurar ajuda porque ele pode cair na inadimplência”, alerta a especialista.

## Metodologia

Foram ouvidos 646 entrevistados (57% de mulheres e 43% de homens) em todas as capitais brasileiras com alocação em cada capital proporcional ao tamanho da população economicamente ativa (PEA). A margem de erro é de 3,9%.

## Informações à imprensa:

In Press  oficina

Guilherme de Almeida

(61) 3213-2030 | (61) 9536 9800 | (61) 3049-9550

[guilherme.dealmeida@inpressoficina.com.br](mailto:guilherme.dealmeida@inpressoficina.com.br)

Vinícius Bruno

(11) 3549-6800 Ramal: 6908 | (11) 9-9821-6181

[vinicius.bruno@inpressoficina.com.br](mailto:vinicius.bruno@inpressoficina.com.br)

Sistema CNDL