

51% das mulheres brasileiras  
declaram que estão vivendo melhor  
do que há um ano



IBOPE  
media

IBOPE  
media



## 51% das mulheres brasileiras declaram que estão vivendo melhor do que há um ano

*Levantamento do IBOPE Media feito em todo o Brasil mostra que elas estão contentes com a vida financeira, mas se descuidam da saúde.*

**São Paulo, 07 de março de 2013** – Quem é e o que pensa a mulher brasileira? Para responder essas perguntas, o IBOPE Media, por meio do Target Group Index, analisou os dados da pesquisa realizada em nove regiões metropolitanas, além do interior de São Paulo e das regiões Sul e Sudeste. O estudo mostra, por exemplo, que a brasileira está satisfeita com a sua vida econômica, espera melhorar ainda mais, porém vem se descuidando da saúde.

Esperançosas, 82% das mulheres acreditam que, no futuro, sua situação financeira será melhor do que hoje. Ao analisar o último ano, 51% declararam que estão vivendo melhor do que há um ano. “Isso é sinal do desenvolvimento econômico vivido pelo país nos últimos anos”, explica Dora Câmara, diretora regional Brasil do IBOPE Media. Elas também não gostam de ter dívidas (75%), se informam antes de investir em uma aplicação financeira (49%) e se consideram boas administradoras (57%). Além disso, 58% das mulheres dizem que gostariam de economizar, mas acham difícil atingir essa meta.

Situação Financeira Futura:	elementos	Amostra Total	Mulheres 18+	Homens 18+
Amostra Total	% vert	100%	100%	100%
Melhor daqui 1 ano	% vert	81%	82%	81%
Pior daqui 1 ano	% vert	4%	4%	4%
Mesma daqui 1 ano	% vert	13%	13%	13%

Situação Financeira Atual:	elementos	Amostra Total	Mulheres 18+	Homens 18+
Amostra Total	% vert	100%	100%	100%
Melhor que 1 ano atrás:	% vert	52%	51%	54%
Pior que 1 ano atrás:	% vert	14%	15%	14%
Igual 1 ano atrás:	% vert	33%	34%	33%



Frases Finanças	elementos	Amostra Total	Feminino 18+	Masculino 18+
Amostra Total	% vert	100%	100%	100%
Eu não gosto de ter dívidas	% vert	75%	75%	75%
Eu sou muito bom para administrar meu dinheiro	% vert	57%	57%	58%
Eu gostaria de economizar dinheiro, mas acho difícil	% vert	58%	58%	58%
Eu me informo bem antes de investir em uma aplicação financeira	% vert	51%	49%	52%
Estou perfeitamente feliz com meu padrão de vida	% vert	43%	43%	45%

Um dado que chama a atenção é que somente 34% das brasileiras dizem que aproveitam o presente sem se preocupar com o futuro.

Em relação aos hábitos de consumo, a brasileira procura descontos e ofertas (84%) e gosta de planejar a compra de produtos caros (69%). As mulheres não se importam em pagar um pouco mais por produtos de higiene pessoal de qualidade (80%) e, segundo informam 70% delas, são fieis às marcas. Um hábito para 63% delas é procurar a marca dos produtos na embalagem e 59% costumam ler as informações que estão nos rótulos dos produtos. “Isso mostra que a mulher brasileira está disposta a pagar mais por produtos de sua preferência e que sejam sinônimos de qualidade ou status”, explica a executiva do IBOPE Media.

Frases Compras	elementos	Amostra Total	Feminino 18+	Masculino 18+
Eu sempre procuro ofertas e descontos	% vert	82%	84%	80%
Vale a pena pagar um pouco mais por produtos de higiene pessoal de boa qualidade	% vert	78%	80%	75%
Eu procuro os preços mais baixos quando vou fazer compras	% vert	72%	75%	69%
Quando encontro uma marca que eu gosto sou fiel a ela	% vert	67%	70%	64%
Eu geralmente planejo bem a compra de produtos caros	% vert	68%	69%	66%
Quando é possível compro produtos e artigos produzidos em meu próprio país	% vert	65%	67%	64%
Eu sempre procuro a marca dos produtos na embalagem	% vert	60%	63%	56%
Eu costumo ler as informações no rótulo do produto	% vert	56%	59%	52%
Sinto prazer em qualquer tipo de compra	% vert	48%	54%	41%



Para fazer compras, elas preferem as lojas de rua (82%) em primeiro lugar e, em segundo, os shoppings (66%).

	elementos	Amostra Total	Feminino 18+	Masculino 18+
Amostra Total	% vert	100%	100%	100%
Em lojas (na rua)	% vert	80%	82%	77%
Em shoppings	% vert	66%	66%	66%
Em lojas de departamentos	% vert	51%	52%	49%
Hipermercados	% vert	39%	36%	42%
Por catálogos	% vert	19%	23%	14%
Galerias comerciais (não é shopping)	% vert	23%	23%	23%
Pela internet	% vert	24%	21%	28%
Tele vendas (por telefone)	% vert	5%	5%	6%

### Saúde e comportamento

De acordo com a pesquisa do IBOPE Media, 82% das mulheres dizem que é importante manter a forma física, porém apenas 56% admitem ter uma dieta balanceada. 68% admitem que, em algumas ocasiões, se dão o prazer de ingerir comidas que não são boas para a saúde.

Um dado preocupante é que apenas 48% das mulheres dizem usar preservativo em todo novo relacionamento. Este índice é inferior à média da amostra, que é de 50%, e ao percentual de homens, que é de 54%.

Pelo menos 61% das mulheres admitem que só vão ao médico quando se sentem realmente doentes. No total, 48% das brasileiras utilizam apenas o serviço público de saúde e 56% confiam na medicina caseira e na homeopatia. O número de mulheres que afirmam praticar esportes ou exercícios pelo menos uma vez por semana é de 34%, bem abaixo da média dos homens, que é de 45%.

Apesar de se cuidar pouco, 82% das mulheres afirmam que pagariam qualquer preço pela saúde.



Frases - Saúde	elementos	Amostra Total	Feminino 18+	Masculino 18+
Amostra Total	% vert	100%	100%	100%
Eu pagaria qualquer preço por minha saúde	% vert	81%	82%	79%
É importante manter a forma física	% vert	81%	82%	81%
Estou de acordo com as restrições aos fumantes	% vert	72%	73%	71%
Em algumas ocasiões me dou o prazer de ingerir comidas que não são boas para a saúde	% vert	65%	68%	62%
Eu me informo bem antes de comprar novos produtos alimentícios	% vert	62%	65%	60%
Tenho que estar realmente doente para ir ao médico	% vert	64%	61%	67%
Confio na medicina homeopática/ medicina caseira	% vert	52%	56%	48%
Eu procuro ter uma dieta bem balanceada	% vert	52%	56%	48%
Devido à minha vida pessoal tão agitada, não me cuido como deveria	% vert	54%	53%	55%
Eu sempre escolho meu médico por indicação	% vert	43%	48%	38%
Só utilizo serviços públicos de saúde	% vert	49%	48%	50%
Uso preservativos em todo novo relacionamento	% vert	50%	48%	54%
Quase sempre estou tratando de perder quilos	% vert	35%	40%	29%
Sempre verifico o conteúdo nutricional dos alimentos	% vert	36%	39%	32%
Sempre considero as calorias dos alimentos que como	% vert	35%	37%	33%
Eu não tenho tempo para preparar refeições saudáveis	% vert	39%	37%	42%
Eu pratico esportes ou exercícios pelo menos uma vez por semana	% vert	39%	34%	45%
Sempre procuro as versões diet/light dos alimentos e bebidas	% vert	25%	29%	21%
Sou vegetariano	% vert	8%	8%	8%

## Vida digital

Seguindo uma tendência mundial, o número de mulheres que assistem TV e acessam a internet ao mesmo tempo vem crescendo, passando de 24%, em 2010, para 31%, em 2012.

## Consumo simultâneo dos meios - Mulheres 18+

total	elementos	2010	2011	2012
Amostra total	%Vert	100%	100%	100%
Mídia: Habitualmente assisto TV e leio jornal ao mesmo tempo	%Vert	23%	23%	23%
Mídia: Habitualmente assisto TV e leio revista ao mesmo tempo	%Vert	20%	19%	19%
Mídia: Habitualmente assisto TV e acesso a internet ao mesmo tempo	%Vert	24%	25%	31%
Mídia: Habitualmente assisto TV e ouço rádio ao mesmo tempo	%Vert	15%	15%	13%
Mídia: Habitualmente ouço rádio e leio jornal ao mesmo tempo	%Vert	12%	11%	11%
Mídia: Habitualmente ouço rádio e leio revista ao mesmo tempo	%Vert	11%	12%	11%
Mídia: Habitualmente ouço rádio e acesso a internet ao mesmo tempo	%Vert	14%	16%	17%

### Sobre o Target Group Index

O Target Group Index é um estudo *single source* sobre o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas, presente em 68 países. Desenvolvido na Inglaterra em 1968, chegou ao Brasil em 1999 numa parceria da Kantar Media Research (KMR) com o IBOPE Media.

**Cobertura:** entrevistas realizadas nas regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, Brasília e nos interiores de São Paulo e das regiões sul e sudeste.

**Universo Pesquisado:** pessoas de ambos os sexos das classes AB, C e DE com idades entre 12 e 75 anos e, também, total de domicílios das regiões pesquisadas.

**Representatividade:** 49% da população brasileira entre 12 e 75 anos. 71 milhões de pessoas. Na análise domiciliar, representa aproximadamente 28 milhões de domicílios.

Ano 13 onda 1 + onda 2 - 20.736 entrevistas - jul11-ago12.



## Sobre o IBOPE Media

Maior empresa latino-americana de pesquisa de mídia, o IBOPE Media é especialista nas soluções de audiência e monitoramento de meios de comunicação, estudos sobre hábitos e atitudes dos consumidores e serviços analíticos para apoiar decisões de negócios de mídia. Possui operações em 15 países da América Latina e um escritório comercial em Miami.

O IBOPE Media tem parceria com as duas maiores empresas globais de pesquisa de mercado: Kantar Group e Nielsen Company.

**Siga-nos no Twitter: @grupoibope**

**Para maiores informações,**

**Graziela Caldas**

atendimento

☎ 55 11 3066 7866

✉ [graziela.caldas@ibope.com](mailto:graziela.caldas@ibope.com)

[www.ibope.com](http://www.ibope.com)

**IBOPE**  
media



**IBOPE**  
media