



**Estudo Especial Serasa Experian**

**Dia Internacional da Mulher**

**Sob embargo até 08 de março de 2010, à 0h.**

**SOB EMBARGO ATÉ 08 DE MARÇO DE 2010, à 0h.**

**ESTUDO ESPECIAL SERASA EXPERIAN – DIA INTERNACIONAL DA MULHER**

Prezado jornalista,

encaminhamos abaixo, **SOB EMBARGO**, o texto referente a um estudo inédito da Serasa Experian em homenagem ao Dia Internacional da Mulher, em 8 de março: Mulher investe em educação e rumo à liderança nos segmentos sociais mais ricos do Brasil.

O estudo é baseado em informações extraídas do *Mosaic* Brasil, um novo produto da Serasa Experian que faz uma avaliação detalhada da sociedade, cruzando dados cadastrais da Serasa Experian, do Censo e da Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (PNAD), ambos dados públicos oriundos do IBGE. Somaram-se ao resultado os estudos aprofundados de dez professores doutores da Universidade de São Paulo, que avaliaram os resultados da segmentação e, utilizando várias fontes de informação, gerando uma ampla radiografia da sociedade, na qual o caráter humano sobrepõe-se aos números.

O *Mosaic* mostra que as pessoas não estão agrupadas genericamente em classes A, B ou C, mas, sim, em dez grupos e 39 subgrupos (segmentos) formados em função da renda, da geografia, da demografia, de padrões estabelecidos e estilo de vida. O estudo abaixo avaliou cada um dos segmentos, nos quais a mulher é predominante.

Enviamos sob embargo para a preparação de reportagens e realização de entrevistas. A divulgação para toda a imprensa será realizada pela Serasa Experian segunda-feira, 8 de março de 2010, à 0h.

**Relações com a Imprensa Serasa Experian**

|                     |  |                |
|---------------------|--|----------------|
| Victoria Iturrieta  | <a href="mailto:victoria.iturrieta@br.experian.com">victoria.iturrieta@br.experian.com</a>   | (11) 2847 8426 |
| Eldi Willms         | <a href="mailto:eldi.willms@br.experian.com">eldi.willms@br.experian.com</a>                 | (11) 2847 8427 |
| Ricardo Vicalvi     | <a href="mailto:ricardo.vicalvi@br.experian.com">ricardo.vicalvi@br.experian.com</a>         | (11) 2847 8428 |
| Viviane Evangelista | <a href="mailto:viviane.evangelista@br.experian.com">viviane.evangelista@br.experian.com</a> | (11) 2847 8456 |
| Marcos Fidalgo      | <a href="mailto:marcos.fidalgo@br.experian.com">marcos.fidalgo@br.experian.com</a>           | (11) 2847 9181 |

## Estudo Inédito da Serasa Experian:

### Mulher investe em educação e ruma à liderança nos segmentos sociais mais ricos do Brasil

#### ASSUNTOS ABORDADOS NO ESTUDO:

##### 1. RICAS E PRÓSPERAS

Nos grupos ricos e prósperos mulheres são 4,9 milhões e homens 4,7 milhões.....pág. 04

##### 2. PODER DE COMPRA NA TERCEIRA IDADE

Mulheres são maioria no segmento Aposentadoria dos Sonhos.....pág. 05

##### 3. SUPER PODEROSAS

Cerca de 1 milhão de mulheres compõem o grupo mais poderoso do *Mosaic*.....pág. 05

##### 4. JOVEM PROMISSORA

Presença feminina lidera subgrupo de pessoas até 30 anos e com bons salários.....pág. 06

##### 5. RUMO AO SUCESSO

Mulher lidera grupo “Aspirantes Sociais (E)”, que aposta na educação.....pág. 07

##### 6. TABELA

Tabela com os grupos e segmentos do *Mosaic* Brasil.....pág. 07

##### 7. INSTITUCIONAL

Serasa Experian.....pág. 08

Experian.....pág. 08

## ESTUDO ESPECIAL SERASA EXPERIAN – DIA INTERNACIONAL DA MULHER

### Estudo inédito da Serasa Experian:

#### Mulher investe em educação e rumo à liderança nos segmentos sociais mais ricos do Brasil

*O Mosaic Brasil – estudo que cruza dados da Serasa Experian, do IBGE, com a análise de professores da USP – revela que o Brasil tem hoje 4,9 milhões de mulheres nos segmentos sociais com mais poder econômico. Homens são 4,7 milhões, mas lideram o grupo mais rico*

**São Paulo, 2 de março de 2010** - Em uma base de dados de 135 milhões de brasileiros, as mulheres são maioria quando observamos alto poder de compra, bons salários e ampla atividade de crédito no País. Elas lideram em dois dos três grupos mais abastados da população, revelou estudo do *Mosaic Brasil*, nova solução da Serasa Experian para segmentação de mercado que faz uma avaliação precisa da sociedade, dividindo-a em dez grupos, que contemplam 39 subgrupos (segmentos), formados em função da renda, geografia, demografia, padrões comportamentais e estilo de vida. É uma classificação mais precisa que a de classes A, B, C, D ou E.

Este reagrupamento (veja tabela da página 07) foi o resultado do cruzamento de informações de *marketing* e consumo e dos dados referentes ao perfil de risco e comportamento de crédito levantados pela própria Serasa Experian, além de registros do Censo e da Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar (ambos do IBGE). Somou-se ao resultado o estudo e análise de dez professores-doutores da Universidade de São Paulo, que se aprofundaram nos resultados da pesquisa e, utilizando várias fontes de informação, chegaram a um verdadeiro raio-x dessa sociedade, na qual o caráter humano foi sobreposto aos números.

O estudo levantou dados surpreendentes sobre os papéis da mulher no País. “Agora podemos identificar quem são essas mulheres, onde moram, em que trabalham, o que consomem, do que gostam e o que as motiva a comprar”, diz o presidente da Serasa Experian, Ricardo Loureiro. “Os dados estatísticos da pesquisa e a análise dos acadêmicos da USP revelam que a mulher não é apenas rica porque vive em uma família com boas condições financeiras, mas sim porque é agente econômica desse clã.” Elas representam nada menos que 49% do panorama *Mosaic* e estão alocadas em patamares estratégicos no que se refere ao consumo e poder de compra.

### 1. RICAS E PRÓSPERAS

#### Nos grupos ricos e prósperos, mulheres são 4,9 milhões e homens 4,7 milhões

Em uma fatia social que responde por 7,12% da população avaliada – e tem representantes de dois dos dez grupos do *Mosaic* – **Ricos, Sofisticados e Influentes (A) e Prósperos Moradores Urbanos (B)** – nota-se que, dentre eles, nos seis subgrupos (segmentos) mais abastados – *Empresários de Sucesso nas Grandes Cidades (A1); Executivos e Formadores de Opinião (A2); Prósperos e Tradicionais (B3); Vida*

*Contemporânea (B4); Empregos Estáveis (B5); Aposentadoria dos Sonhos (B6)* – as mulheres são cerca de 4,9 milhões, contra 4,7 milhões de homens.

Para se ter uma ideia da presença das mulheres como agentes de consumo ou potencializadoras de crédito, no grupo dos **Prósperos Moradores Urbanos (B)** – que possui uma população com situação financeira favorável – a mulher é maioria em  $\frac{3}{4}$  dos segmentos. A pesquisa aponta que 60% das pessoas (972 mil) do segmento *Prósperos e Tradicionais (B3)* são mulheres maduras, com alto grau de instrução e ótima renda. Este segmento se caracteriza pela opção pelo conforto e qualidade de vida. Na planilha que aponta os maiores segmentos com proporção feminina, o *Prósperos e Tradicionais (B3)* está em terceiro lugar.

Já no segmento *Vida Contemporânea (B4)*, as mulheres não são maioria (46%), mas somam o total importante de 690 mil, comum alto estilo de vida e valorizando produtos que são diferenciados e inovadores. Elas estão alocadas nas grandes cidades do País e são jovens solteiras, recém-casadas ou adultas maduras.

Outro dado que surpreendeu os pesquisadores neste mesmo grupo **(B)** refere-se ao segmento *Empregos Estáveis (B5)*. Também aqui o universo cor de rosa prevalece: entre os profissionais das grandes cidades, com carreiras estáveis, bons salários e que recorrem ao crédito com frequência, as mulheres representam 59% do grupo, que é o quinto com maior proporção feminina no País. Em números absolutos, aqui estão 1,15 milhão de mulheres.

## 2. PODER DE COMPRA NA TERCEIRA IDADE

### Mulheres são maioria no segmento Aposentadoria dos Sonhos

Outra novidade trazida pelo *Mosaic* é que as mulheres são a maioria no segmento *Aposentadoria dos Sonhos (B6)*, com 54% do total. São pessoas com ótima situação financeira e que desfrutam de uma melhor idade confortável com a família. “Trata-se do segmento na nona colocação nacional com maior proporção de mulheres”, diz o presidente da Unidade de Negócios de *Marketing Services* da Serasa Experian, Juliano Marcilio. No Rio de Janeiro este grupo aparece em destaque, como o segundo com mais componentes femininos do Estado (3,2% de mulheres). No País o segmento tem a presença de cerca de 1,1 milhão de mulheres.

Outro grupo no qual o poder aquisitivo das mulheres acima dos 56 anos se destaca é o **Assalariados Urbanos (C)**, no segmento classificado como *Antigos Moradores (C7)*. Neste nicho também a supremacia é feminina, com 52% do total. São 1,14 milhão de mulheres com muitos anos de profissão e já próximas de suas aposentadorias. Possuem renda superior à média nacional.

## 3. SUPER PODEROSAS

### Cerca de 1 milhão de mulheres compõem o grupo mais poderoso do Mosaic

No grupo **Ricos, Sofisticados e Influentes (A)**, que responde por 1,86% da população geral analisada, que em números absolutos são cerca de 2,5 milhões de pessoas, as mulheres somam cerca de 1 milhão.

No segmento *Empresários de Sucesso das Grandes Cidades (A1)*, as mulheres representam 39%, 611 mil executivas. Este grupo é composto por profissionais liberais ou empresários bem-sucedidos, que vivem em áreas nobres das grandes cidades. Segundo a apuração do *Mosaic*, formam o subgrupo mais rico da sociedade brasileira e vivem com luxo e conforto. São indivíduos entre 40 e 60 anos que materializam seu status social com o consumo de bens e serviços exclusivos.

As mulheres somam 340 mil no segmento *Executivos e Formadores de Opinião (A2)* e são 36% do total geral dessa população, que vive confortavelmente graças aos altos ganhos de uma carreira profissional de sucesso como executivas, funcionárias públicas de alto escalão ou profissionais liberais. São pessoas que têm o reconhecimento de seu sucesso e usufruem bens materiais de luxo por se considerarem merecedoras de tais regalias.

Para a professora e doutora em Sociologia, Cristina Panella, que participou dos estudos do *Mosaic*, a presença das mulheres em altos cargos segue uma curva ascendente. “Ainda existe a disparidade porque o justo seria termos 50% de mulheres ocupando cargos executivos de alto escalão”, diz Cristina. “Mas se pensarmos que este êxodo feminino para o mercado de trabalho teve início na década de 60, chegamos à conclusão que é um fenômeno recente e, portanto passível de acomodações.” Segundo a professora, algumas empresas já adotam políticas para aumentar o número de mulheres em postos de liderança. “Não é apenas uma tendência social, mas corporativa”, explica. “Os salários ainda são diferentes, mas rumamos para a equiparação.”

Muitos aspectos da vida social e familiar foram modificados a partir do momento em que a mulher passou a ter emprego. “Hábitos alimentares que incluem comer em restaurantes, busca por serviços de creche, lavanderias, etc. são alguns exemplos das mudanças de hábito promovidas pela mulher inserida em um contexto distinto do que prevaleceu até o final do século passado, quando— na melhor das hipóteses — apenas administrava os ganhos da família. Agora ela não só influencia as vendas, como decide pela compra e paga. Portanto, não é exagero pensar que a mulher inserida em certos grupos sociais se tornou uma espécie de força motriz da economia”, afirma Marcílio.

#### 4. JOVEM PROMISSORA

##### Presença feminina lidera subgrupo de pessoas até 30 anos e com bons salários

Ainda dentro do grupo **Assalariados Urbanos (C)**, o futuro começa a ser desenhado no segmento *Jovens Promissoras (C8)*, no qual as mulheres também são maioria, com 57% de presença. Aqui estão pessoas com até 30 anos, na grande maioria solteiros, morando em regiões urbanas confortáveis e que investem na carreira e na profissionalização. Este segmento está em sexto lugar na tabela geral com maior proporção de mulheres.

“Um dado interessante referente ao *Jovens Promissoras (C8)* é que 5% da população feminina do Distrito Federal está representada aqui”, analisa Juliano Marcílio. “Em termos nacionais são 1,15 milhão de *jovens promissoras*.”

## 5. RUMO AO SUCESSO

### Mulher lidera grupo “Aspirantes Sociais (E)”, que aposta na educação

Dois segmentos do grupo **Aspirantes Sociais (E)** podem ser mencionados como trampolim para o sucesso profissional e financeiro. O segmento *Profissionais em Ascensão Social (E14)* – que engloba um universo de 2,83 milhões de pessoas, cuja população feminina chega a 55% do total – é uma prova de que o desenho da sociedade sofre constantes alterações. São pessoas entre 26 e 40 anos, que vivem longe dos melhores bairros das grandes cidades, mas buscam um novo patamar social graças à dedicação ao trabalho e aos estudos.

Da mesma forma, em *Jovens em Busca de Oportunidades (E16)*, com 4,53 milhões de integrantes, a presença feminina é importante, com 60% de participação. São pessoas que dividem o tempo entre o trabalho e o estudo, visando melhorar suas condições econômicas e seu poder de compra. Têm entre 20 e 35 anos, moram sozinhas ou com a família em periferias, mas se empenham para conquistar um futuro melhor.

Para Juliano Marcilio, existe um forte indício de que as mulheres são as mais empenhadas em virar a própria mesa por meios convencionais, com graduação e qualificação educacional. “Tratam-se de segmentos de passagem. Muitos de seus integrantes deverão estar em patamares mais elevados em curto e médio prazos. Plantam para depois colher os dividendos”. Marcilio destaca que o *Mosaic Brasil* levou um ano para ficar pronto, será atualizado semestralmente e refeito a cada dois anos e meio. “Com o passar do tempo, poderemos entender as movimentações e, assim, avaliar a evolução da sociedade brasileira. No próximo ano, em especial, as mulheres.”

### TABELA COM OS GRUPOS E SEGMENTOS DO MOSAIC BRASIL

| Grupo | Nome do Grupo                    | % #    | Tipo | Segmento                                      | % #   | %H  | %M  |
|-------|----------------------------------|--------|------|---|-------|-----|-----|
| A     | Ricos, Sofisticados e Influentes | 1,86%  | 1    | Empresários de Sucesso das Grandes Cidades    | 1,16% | 61% | 39% |
|       |                                  |        | 2    | Executivos e Formadores de Opinião            | 0,70% | 64% | 36% |
| B     | Prósperos Moradores Urbanos      | 5,26%  | 3    | Prósperos e Tradicionais                      | 1,20% | 40% | 60% |
|       |                                  |        | 4    | Vida Contemporânea                            | 1,11% | 54% | 46% |
|       |                                  |        | 5    | Empregos Estáveis                             | 1,45% | 41% | 59% |
|       |                                  |        | 6    | Aposentadoria dos Sonhos                      | 1,50% | 46% | 54% |
| C     | Assalariados Urbanos             | 8,93%  | 7    | Antigos Moradores                             | 1,63% | 48% | 52% |
|       |                                  |        | 8    | Jovens Promissores                            | 1,93% | 43% | 57% |
|       |                                  |        | 9    | Técnicos e Operários                          | 2,63% | 44% | 56% |
|       |                                  |        | 10   | Vida no Aperto                                | 2,74% | 51% | 49% |
| D     | Empreendedores e Comerciantes    | 5,01%  | 11   | Empreendedores Bem-Sucedidos                  | 1,48% | 61% | 39% |
|       |                                  |        | 12   | Pequenos Empresários                          | 1,66% | 52% | 48% |
|       |                                  |        | 13   | Microempresários                              | 1,87% | 60% | 40% |
| E     | Aspirantes Sociais               | 9,74%  | 14   | Profissionais em Ascensão Social              | 2,10% | 45% | 55% |
|       |                                  |        | 15   | Boa Vida no Interior                          | 1,36% | 59% | 41% |
|       |                                  |        | 16   | Jovens em Busca de Oportunidades              | 3,36% | 40% | 60% |
|       |                                  |        | 17   | Consumidores Indisciplinados                  | 2,92% | 57% | 43% |
| F     | Periferia Jovem                  | 20,92% | 18   | Jovens Trabalhadores de Baixa Renda           | 3,55% | 39% | 61% |
|       |                                  |        | 19   | Jovens na Informalidade                       | 2,74% | 34% | 65% |
|       |                                  |        | 20   | Trabalhadores de Baixa Qualificação           | 4,68% | 62% | 38% |
|       |                                  |        | 21   | Excluídos do Sistema                          | 5,49% | 53% | 47% |
|       |                                  |        | 22   | Estudantes da Periferia                       | 1,32% | 52% | 47% |
|       |                                  |        | 23   | Famílias Assistidas da Periferia              | 3,13% | 51% | 49% |
| G     | Envelhecendo na Periferia        | 8,04%  | 24   | Maturidade Difícil                            | 2,74% | 49% | 51% |
|       |                                  |        | 25   | Casais Maduros de Baixa Renda                 | 2,16% | 49% | 51% |
|       |                                  |        | 26   | Operários Aposentados da Periferia            | 3,15% | 52% | 48% |
| H     | Aposentadoria Tranquila          | 14,99% | 27   | Aposentados de Boa Vida                       | 3,91% | 53% | 51% |
|       |                                  |        | 28   | Aposentadoria Sem Conforto                    | 5,31% | 53% | 51% |
|       |                                  |        | 29   | A Melhor Idade No Interior                    | 5,77% | 55% | 48% |
| I     | Envelhecendo no Interior         | 9,19%  | 30   | Aposentados Rurais do Nordeste                | 4,03% | 53% | 47% |
|       |                                  |        | 31   | Famílias Assistidas do Interior               | 2,36% | 49% | 51% |
|       |                                  |        | 32   | Idosos do Agreste                             | 2,81% | 48% | 52% |
| J     | Brasil Rural                     | 16,05% | 33   | A Pequena Alemanha no Brasil                  | 1,28% | 51% | 49% |
|       |                                  |        | 34   | Trabalhadores Rurais em Busca de Oportunidade | 1,63% | 52% | 47% |
|       |                                  |        | 35   | Trabalhadores e Proprietários da Terra        | 1,13% | 54% | 46% |
|       |                                  |        | 36   | Jovens Empregados do Agronegócio              | 4,73% | 52% | 47% |
|       |                                  |        | 37   | Jovens Trabalhadores do Nordeste Rural        | 3,98% | 50% | 50% |
|       |                                  |        | 38   | Migrantes do Centro-Oeste                     | 1,82% | 55% | 45% |
| 39    | Ribeirinhos da Grande Amazônia   | 1,47%  | 53%  | 47%   |       |     |     |

## Institucional

### Serasa Experian

A Serasa Experian é líder na América Latina em serviços de informações para apoio na tomada de decisões das empresas. No Brasil, é sinônimo de solução para todas as etapas do ciclo de negócios, desde a prospecção até a cobrança, oferecendo às organizações as melhores ferramentas. Com profundo conhecimento do mercado brasileiro, conjuga a força e a tradição do nome Serasa com a liderança mundial da Experian. Criada em 1968, uniu-se à Experian Company em 2007. Responde on-line/real-time a 4 milhões de consultas por dia, auxiliando 400 mil clientes diretos e indiretos a tomar a melhor decisão em qualquer etapa de negócio. É a maior Autoridade Certificadora do Brasil, provendo todos os tipos de certificados digitais e soluções customizadas para utilização da tecnologia de certificação digital e de Notas Fiscais Eletrônicas (NF-e), tornando os negócios mais seguros, ágeis e rentáveis.

Constantemente orientada para soluções inovadoras em informações para crédito, *marketing* e negócios, a Serasa Experian vem contribuindo para a transformação do mercado de soluções de informação, com a incorporação contínua dos mais avançados recursos de inteligência e tecnologia.

Para mais informações, visite <http://www.serasaexperian.com.br>

### Experian

A Serasa Experian é parte do grupo Experian, líder mundial em serviços de informação, fornecendo dados e ferramentas de análise a clientes em mais de 65 países. A empresa auxilia os clientes no gerenciamento do risco de crédito, prevenção a fraudes, direcionamento de campanhas de *marketing* e na automatização o processo de tomada de decisão. A Experian plc também apóia pessoas físicas no gerenciamento de seus relatórios e scores de crédito e na proteção a fraudes de identidade.

A Experian plc está registrada na Bolsa de Valores de Londres (EXPN) e compõe o índice FTSE 100, que é o principal indicador do desempenho médio das cotações da Bolsa de Londres. A receita total para o ano fiscal encerrado em 31 de março de 2009 foi de US\$ 3,9 bilhões. A empresa emprega cerca de 15.000 pessoas em 40 países e possui sede corporativa em Dublin, na Irlanda e sedes operacionais em Nottingham, no Reino Unido; em Costa Mesa, na Califórnia e em São Paulo, Brasil.

Para mais informações, visite <http://www.experianplc.com>