



promoção  
10% a 40%  
de desconto

## NEGÓCIOS

Por Melissa Cerozzi

“Por trás de um grande homem existe, sempre, uma grande mulher”. O famoso ditado popular usado na maioria das vezes para ressaltar a importância da figura feminina em um relacionamento, vem sendo repetido e refletido por empresários do mundo todo que almejam crescimento dos negócios. A explicação é simples. Pesquisas nacionais feitas por empresas de consultorias e indústrias de diversos segmentos, apontaram que as brasileiras representam um consumo de mais de 90% do setor de imóveis e pacotes de viagens, 50% de automóveis e mais de 85% no que compete à aquisição de planos de saúde. Além disso, empresas de créditos e instituições financeiras também estão criando produtos

consumidor final. Por sua própria natureza, as mulheres são também grandes compradoras por causa de sua capacidade de atenção pulverizada. Enquanto o homem sai para comprar como quem sai para caçar, a mulher tem um pensamento voltado para o coletivo, o que a leva a sair em busca de muitas coisas por ter também um espectro maior de interesses, como beleza, saúde, casa, filhos e até as necessidades do marido”, enfatiza o consultor e professor de estratégias de comunicação e marketing Mário Persona.

Enquanto no Brasil elas ainda estão sendo descobertas pelo grande mercado, nos Estados Unidos elas representam 51,3% da riqueza do país e ainda são responsáveis por quase 90% dos gastos e contas do lar, inclusive as des

# "O PODER DA BOLSA"

**Consideradas o público mais consumidor do planeta, as mulheres chamam a atenção de empresas que desejam aumentar o lucro e a ‘popularidade’ no mercado**

específicos para esse público, já que o interesse delas por assuntos econômicos cresce na mesma proporção em que sua autoconfiança. Ou seja, como se não bastasse o título de ‘maiores consumidoras do mundo’, além de comprar bem mais que os homens, elas também influenciam na decisão sobre o que eles querem levar.

Há casos em que, literalmente, é ela quem dá a última palavra na compra de um bem de alto valor (como um imóvel ou carro) inclusive a responsabilidade de assinar um cheque ou fechar um contrato. Bem mais cautelosas e habilidosas quando o assunto é a compra de um novo produto, elas não analisam apenas o uso imediato daquilo que compram, mas têm uma visão muito mais holística sobre o que vão levar para casa.

“A mulher é hoje o alvo mais importante da indústria dirigida ao

despesas ‘inesperadas’ como conserto de carros, troca de pneus, manutenção de eletrodomésticos e eletrônicos, obras e reformas do imóvel. Tal influência é tão significativa que até mesmo as grandes empresas e marcas que antes tinham como público alvo os homens, reformularam as estratégias de vendas. É o caso, por exemplo, da indústria automobilística, cuja inspiração foi o guarda-roupa feminino. “Esse setor (automóveis) e de produtos eletroeletrônicos acompanham os grandes desfiles de moda para saber quais serão as tendências de cores para o ano seguinte. Essas tendências no ‘vestir’ têm um grande impacto na escolha das cores dos carros e eletro-eletrônicos porque elas traduzem o gosto estético da população, ou pelo menos o que será ‘vendido’ pelo estético durante algum tempo” enfatiza Persona. Isso é que é poder de persuasão!



1/2 plié FORUM Cacaú  
LINGERIE



**Libélula**  
LINGERIE

Av. Nadma Damha, 2045  
Pq. Residencial Damha  
Lake Center - loja 22/23  
(17) 3225-5357