

48% dos brasileiros que moram sozinhos tomaram essa decisão por vontade própria, revela estudo do SPC Brasil

72% acreditam que viver sozinho dá mais liberdades para gastar dinheiro; 42% sentem falta de produtos em quantidades adequadas para quem mora só e 19% fazem a maior parte das refeições em restaurantes

Uma pesquisa feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) investigou os hábitos de vida e consumo dos brasileiros que moram só e, descobriu que, **48% dessas pessoas decidiram viver sozinhas por vontade própria**. Para 51% dos entrevistados, contudo, morar sozinho não foi uma escolha pessoal e sim, uma consequência de algum acontecimento como, a morte do cônjuge (20%), separação (18%) ou saída dos filhos de casa (10%).

De modo geral, o levantamento demonstra que a experiência de viver sozinho é vista de maneira positiva pela maior parte dos entrevistados. **Quatro em cada dez (41%) brasileiros que não dividem a residência** com outras pessoas pretendem continuar morando só, descartando a possibilidade de no futuro dividirem o lar com outras pessoas.

Quando indagados sobre o principal significado de morar sozinho, as principais associações são **independência (25%), sensação de liberdade (23%) e paz (12%)**. Uma parcela pequena associa essa condição a sentimentos negativos como solidão (10%), tristeza (3%) e abandono (1%). Na visão dos entrevistados, os principais benefícios de não se ter ninguém morando sob o mesmo teto é ter **privacidade (50%)**, não ser obrigado a dar satisfação da própria vida a outras pessoas (37%), ter liberdade para realizar atividades diárias sem interferência de ninguém (30%) e poder receber visitas quando quiser (23%). Apenas 10% disseram não enxergar nenhum ponto positivo no fato de morarem sozinhos.

Já com relação as desvantagens, as mais temidas são o receio de se sentirem mal e não ter ninguém para pedir socorro (50%), não ter companhia para conversar (48%), medo de sofrer algum tipo de violência, como ter a casa assaltada (36%) e não poder contar com ninguém para dividir as despesas domésticas (23%).

Para os especialistas do SPC Brasil, o aumento do número de pessoas que moram sozinhas está relacionado a atual fase de transição demográfica, com aumento da expectativa de vida e queda nas taxas de fecundidade. Segundo dados oficiais do IBGE, **há mais de 10,4 milhões de pessoas que moram sozinhas no Brasil**, o que representa quase 15% de todos os domicílios do país. “Há também outros processos sociais e culturais que contribuem para o crescimento desse número, como o aumento de divórcios e a redução da quantidade de casamentos. Sem mencionar as pessoas que, em determinada fase da vida, ainda jovens, tomam esta decisão em busca de independência, autonomia ou motivadas pelo desejo de estudar e trabalhar em outra cidade”, explica a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Para 72%, viver sozinho dá mais liberdade para gastar dinheiro

O levantamento revela que ser o único residente de uma casa traz impactos significativos na maneira com que o consumidor compra e lida com seu dinheiro. Praticamente a **metade (50%) dos entrevistados** admitiram que começaram a desenvolver gostos mais refinados na hora das compras, optando mais vezes por produtos especiais e de melhor qualidade. Além disso, **72% dos brasileiros entrevistados** disseram que se sentem mais livres para gastar seus rendimentos desde que passaram a viver sozinhos. As atividades de lazer preferidas das pessoas que moram sozinhas são ficar em casa assistindo a filmes ou séries (43%), ouvir música (40%) e navegar na internet (30%). Ainda assim, 48% acreditam que têm uma vida social ativa e 28% costumam viajar a lazer.

Gastos com **bebidas (20%), vestuário (20%)** e saídas para bares, restaurantes ou casas noturnas (14%) são os tipos de gastos que quem mora sozinho mais realiza sem se importar em não comprometer as finanças, mesmo que de vez em quando. Outro dado é que parte considerável dos consumidores que moram sozinhos reconhece que não abre mão da comodidade dos serviços de delivery, sejam eles de entrega de comidas (29%), compras de supermercados (18%) ou de produtos de farmácias (37%).

Mesmo sem levar em consideração as compras básicas e de primeira necessidade, os **supermercados (59%)** concentram a maior parte das compras dos brasileiros que moram sozinhos. Outros locais que eles também costumam frequentar são as padarias (52%) e as farmácias ou drogarias (43%). Apenas 27% admitem o hábito de fazer compras pela internet, sendo que neste caso os

produtos mais comprados são artigos do vestuário (12%). No momento de definir o local de compra, os fatores que mais pesam para esse tipo de consumidor são o preço (59%), a qualidade dos produtos (41%) e as ofertas e promoções (41%). Na maioria das vezes, as compras são pagas à vista (83%), seja no dinheiro (71%) ou no cartão de débito (11%). Outros 16%, por sua vez, preferem o cartão de crédito.

56% preparam a própria refeição e 19% se alimentam fora de casa

O levantamento do SPC Brasil ainda demonstra que o mercado precisa atender melhor a este tipo de consumidor, oferecendo opções de compras que se ajustem às necessidades do cotidiano das pessoas que não compartilham a casa com terceiros. Dados do estudo apontam que **44% desses indivíduos têm dificuldade em evitar que alimentos estraguem na geladeira ou na despensa**, ao passo que 42% sentem dificuldades em encontrar produtos que tenham a quantidade adequada para quem mora sozinho. Consequência direta desta realidade é que 90% evitam ao máximo o desperdício de alimentos, procurando fazer compras mais planejadas.

Cozinhar a própria refeição é um hábito presente para a maioria das pessoas que vivem só: **56% delas admitem cozinhar** o que comem no dia a dia, principalmente as mulheres (75%). Os que se alimentam na maior parte das vezes fora de casa, como em restaurantes, somam 19% de entrevistados, sendo um comportamento mais frequente entre homens (29%) e pessoas mais jovens (30%). **Um em cada quatro entrevistados gostaria de contar com a ajuda de uma empregada doméstica (23%) ou faxineira (22%)** para realizar atividades do lar, mas não o fazem por falta de dinheiro.

Carro, viagem e casa próprios são principais sonhos para 2017; 42% ainda vivem de aluguel

Comprar um carro ou uma moto (24%), fazer uma viagem (15%) ou adquirir a casa própria (15%) são os três principais sonhos de consumo para 2017 do brasileiro que vive sozinho. No geral, quatro em cada dez (42%) brasileiros que moram só vivem em residências alugadas. Embora a maioria dessas pessoas tenha planos em mente, **apenas 35% admitem fazer algum preparo financeiro para alcançar seus objetivos**. Nesse caso, os meios mais comuns de planejamento são usar uma reserva financeira que dispõem (14%) ou utilizar algum dinheiro que esperam receber de terceiros (13%).

Para o educador financeiro do portal '[Meu Bolso Feliz](#)', José Vignoli, é fundamental manter o foco e a organização afim de realizar sonhos de consumo, independentemente da renda. "Se a pessoa tem metas a alcançar, só há um caminho: economizar uma determinada quantia a cada mês, por menos que seja, com disciplina para evitar os excessos do consumismo. Engana-se quem pensa que só podem poupar aqueles que ganham altos salários. O segredo está na perspectiva de longo prazo", explica.

Solteiros são maioria entre os que vivem só; rendimento médio é de quase R\$ 2.200

A maioria dos entrevistados que moram sozinhos são **solteiros (42%)**, mas também há percentuais relevantes de indivíduos separados ou divorciados (29%) e viúvos (25%). Há ainda uma parcela de 2% dos entrevistados casados ou em união estável que vivem em casas separadas (2%). De modo geral, a média de idade observada entre as pessoas que moram sozinhas é de 52 anos, sem prevalência de gênero, uma vez que tanto homens, quanto mulheres representam cerca de 50% desta população.

Quanto aos rendimentos, **o valor médio mensal é de quase R\$ 2.184**, sendo que um terço dessas pessoas (33%) são aposentadas. Outros 27% vivem de trabalhos informais e 21% possuem carteira assinada.

Metodologia

A pesquisa entrevistou 600 consumidores que vivem sozinhos nas 27 capitais brasileiras de ambos os gêneros, acima de 18 anos e de todas as classes sociais. A margem de erro é de no máximo 3,99 pontos percentuais a uma margem de confiança de 95%.

Baixa a íntegra da pesquisa em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas>

Informações à Imprensa

Vinicius Bruno
(11) 3251 2035 | 9 7142 0742
vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Renan Miret
(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355
renan.miret@inpresspni.com.br

Cinara Lopes
(61) 3213 2006 | (61) 9 8154 9557
cinara.lopes@inpresspni.com.br