

# Solitários têm renda maior e são mais exigentes

Instituto de opinião levantou perfil desse público, que já é alvo de boas oportunidades de negócios e deve chegar a 18 milhões de pessoas até 2020

23 de maio de 2011 | 11h 46

André Zara, especial para O Estado de S. Paulo

Eles moram sozinhos e estão na mira de novos negócios. Segundo o Censo 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a parcela da população que vive só já equivale a 12% dos domicílios no País - em 2000, eles eram 9%.

+ ampliar



Daniel Teixeira/ AE

Loja de Bianca recebe cães enquanto donos trabalham

Esse batalhão de consumidores soma 6,9 milhões de pessoas - e deve chegar a 18 milhões de brasileiros até 2020, de acordo com uma pesquisa feita em janeiro pelo instituto de opinião pública Market Analysis e obtida com exclusividade pelo Estado.

Os dados também apontam quais são as últimas tendências desse perfil de consumidor. "Já havíamos realizado um levantamento similar em 2008, mas houve grandes mudanças nesse público em pouco tempo", afirma Fabián Echegaray, responsável pelo estudo, que entrevistou 812 consumidores em nove capitais.

A principal mudança verificada foi em relação aos hábitos de alimentação dos moradores solitários. Antes devoradores de fast food, eles agora sinalizam claramente um interesse maior pela alimentação saudável.

"Para nossa surpresa, a maioria deles está comendo melhor e se preocupando mais com a saúde. Foi uma mudança significativa em pouco tempo", diz Echegaray. Para ele, esse cenário acompanha uma tendência de uma sociedade cada vez mais preocupada com qualidade de vida.

A análise da empresa revelou que o consumidor que mora sozinho é predominantemente feminino - o maior grupo é de mulheres na faixa dos 45 anos. Além disso, eles são mais velhos - com oito

anos a mais em relação aos que moram acompanhados - e são, em sua maior parte, aposentados, profissionais liberais ou donos do próprio negócio.

Eles têm renda média 4,5 vezes maior do que a de lares com duas ou mais pessoas e não se importam de gastar mais. Em contrapartida, são mais exigentes com o que consomem.

Para o professor de empreendedorismo do Instituto de Ensino e Pesquisa Insper, Marcos Hashimoto, o nicho dos solitários pode ser uma boa oportunidade de investimento. Mas, antes da empreitada, é preciso conhecer melhor o público-alvo e analisar a relação custo/benefício em suas compras. "O ideal é pesquisar muito e estabelecer uma estratégia clara para esses consumidores ", explica Hashimoto.

A empresa de venda de alimentos congelados Deep Freeze, que existe desde 1982 no Rio de Janeiro, revolucionou o negócio ao identificar esse perfil de consumidor. "Percebemos que a individualização no tamanho dos pratos atrairia o público que mora sozinho", diz um dos donos da empresa, Roberto Lemos. Os resultados não deixam dúvida: a empresa cresceu 20% no ano passado.

## Pioneirismo

Alguns nichos do mercado de produtos e serviços voltado para quem mora só já fazem sucesso no País. Um desses casos é do Pet das Meninas. Há oito anos, a empresa decidiu criar uma creche para cachorros, voltada para quem trabalha o dia inteiro e não quer deixar o seu bichinho de estimação sozinho.

A maioria dos clientes que usa o serviço - que pode custar até R\$ 500 por mês - é de pessoas que moram sozinhas e não economizam. "Esse público sempre gasta um pouco mais com seus animais", diz uma das sócias do pet shop, Bianca Mesquita, de 36 anos.

E o mercado também está aberto para empreendedores individuais. Desde 2003 no ramo de "marido de aluguel", Mauricio Bossa, 47, trabalha como faz-tudo nas residências dos sozinhos. O seu maior público é de mulheres que não têm habilidade para a manutenção, mas têm dinheiro para pagar. Ele é tão requisitado que para receber sua visita é preciso esperar 20 dias.

"Invisto em um serviço diferenciado, com atenção e limpeza, o que é muito apreciado por esse público exigente", revela Bossa.

Fonte: <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia+brasil,solitarios-tem-renda-maior-e-sao-mais-exigentes,68153,0.htm>