

Para brasileiros, prosperidade vai além do dinheiro, aponta estudo Sicredi/Datafolha

Pesquisa inédita revela como as pessoas definem prosperidade, quais fatores influenciam essa percepção e o quanto elas se consideram prósperas

Para os brasileiros, os fatores econômicos são os que têm maior relevância no entendimento sobre o que é prosperidade, mas o conceito vai muito além do dinheiro. É o que revela estudo inédito encomendado pelo Sicredi, instituição financeira cooperativa, em parceria com o instituto de pesquisas Datafolha. O levantamento buscou entender como as pessoas definem prosperidade, o quanto elas se consideram prósperas e como vivenciam o conceito no cotidiano.

A pesquisa **“O que é prosperidade para o brasileiro”** indica que há uma grande diversidade de interpretações sobre o tema. No entanto, identificou que o conceito pode ser compreendido a partir de quatro dimensões principais: a **econômica**, na qual prosperidade envolve qualificação profissional, conquistas, estabilidade e acesso a oportunidades; a **psicológica**, relacionada a bem-estar emocional, autoestima e autonomia; a **espiritual**, ligada a práticas e crenças, propósito de vida e sentimento de conexão com algo maior; e a **social**, que diz respeito a vínculos e à vida em comunidade.

“Ao longo da pesquisa, observamos que as pessoas têm vivências muito diversas, e isso gera respostas múltiplas sobre o que é prosperidade, um conceito subjetivo. As quatro dimensões, obtidas a partir da etapa qualitativa, organizam essa pluralidade de definições em uma estrutura sistematizada, o que permite analisar tendências e compreender como as pessoas pensam e agem em relação ao assunto”, explica Paulo Alves, gerente de pesquisa de mercado do Datafolha.

Entre essas dimensões, a **econômica** aparece como a base mais sólida na construção do conceito de prosperidade, **com 39% de relevância**, indicando que oportunidades e estabilidade financeira são vistas como essenciais para uma vida próspera. Em segundo lugar, vem a psicológica (com peso de 26%), seguida pela espiritual (21%) e pela social (14%).

“Esses dados mostram que, embora a prosperidade seja ampla, ainda é fortemente associada a questões econômicas. Mas o dinheiro é visto como um meio, e não um fim. É a base para sustentar outros aspectos relevantes - garante acesso à educação, saúde, moradia e oportunidades -, criando condições para que as demais dimensões também se desenvolvam. Aspectos emocionais, espirituais e sociais também entram na equação do que é prosperidade, com uma relevância significativa”, salienta Alves.

O quanto os brasileiros se sentem prósperos?

A pesquisa revela que a percepção de prosperidade entre os brasileiros é marcada por movimento e esforço. Quase metade da população (47%) afirma prosperar “com dificuldade”. Apesar da relevância da dimensão econômica para prosperidade, ela também é marcada por desafios. Muitos entrevistados destacam o esforço necessário



para “chegar ao fim do mês”, apontando insegurança no mercado de trabalho, desigualdade no acesso a bens e serviços e falta de apoio para lidar com o dinheiro de forma segura e autônoma.

Ainda assim, **41% dos respondentes se consideram muito prósperos (notas 9 e 10)**. Outros 40% se veem em um patamar intermediário (notas 7 e 8), mostrando que a maioria das pessoas associa sua vida a um grau elevado de prosperidade, mesmo diante das adversidades.

Os dados demográficos reforçam nuances dessa percepção. Mulheres se consideram mais prósperas que homens (47% vs. 34%), e a prosperidade tende a aumentar com a idade: entre jovens de 16 a 24 anos, apenas 28% se veem plenamente prósperos, enquanto entre pessoas com 60 anos ou mais esse índice chega a 49%. A escolaridade também tem relação: quem tem ensino fundamental apresenta maior percepção de prosperidade total (54%), enquanto entre os que possuem ensino superior esse índice cai para 30%.

O gerente de pesquisa de mercado do Datafolha, Paulo Alves, contextualiza essas diferenças demográficas: “Entre pessoas com maior escolaridade e residentes em algumas regiões mais desenvolvidas, identifica-se um grupo insatisfeito que, apesar de apresentar nível de renda mais elevado, entende que ainda há um caminho a percorrer para atingir um patamar de prosperidade mais alto”.

O Nordeste é a região onde mais pessoas se consideram plenamente prósperas, com 49% dos entrevistados atribuindo notas 9 ou 10 para sua própria prosperidade. Já o Norte aparece em segundo lugar, com 45%. A pesquisa também mostra diferenças entre áreas urbanas e interior: moradores do interior tendem a se sentir mais prósperos (43% atribuíram notas 9 e 10) do que aqueles das regiões metropolitanas (37%), o que pode refletir fatores como custo de vida, relações sociais mais próximas e sensação de pertencimento.

“Prosperidade é a essência do nosso propósito, por isso essa pesquisa é tão relevante para o Sicredi. Com esses resultados, vamos direcionar nossas estratégias de maneira ainda mais intencional, seja por meio de soluções financeiras, seja por meio de programas de educação financeira e projetos sociais que fortaleçam as comunidades onde estamos presentes. Mais do que um estudo, este é um passo para mensurar e ampliar nosso compromisso com o tema, alinhando nossas ações às expectativas das pessoas e ao futuro que queremos construir”, afirma Alexandre Barbosa, diretor-executivo de Estratégia, Sustentabilidade, Administração e Finanças do Sicredi.

Papel das instituições financeiras

A pesquisa também investigou a relação entre instituições financeiras e o sentimento de prosperidade. A etapa qualitativa mostrou que, para grande parte da população, especialmente nas classes mais baixas, a relação é marcada por distância, desconfiança e experiências negativas, como dívidas e falta de orientação. Já nas classes AB, essa



relação é vista de forma mais organizada e planejada, embora persista o receio diante da instabilidade econômica.

O estudo também revelou que brasileiros que se percebem mais prósperos utilizam, em média, 4,6 produtos financeiros, contra 3,8 entre aqueles com percepção de baixa prosperidade, evidenciando a conexão entre sensação de prosperidade e maior diversificação financeira. Além disso, o modelo cooperativo se destaca como catalisador desse sentimento: 86% dos respondentes que se relacionam com cooperativas de crédito se consideram prósperos, índice que chega a 92% entre associados do Sicredi.

"Os resultados mostram que prosperidade não é apenas sobre renda, mas também sobre acesso e orientação financeira. Quando as pessoas encontram instituições que oferecem proximidade, confiança e soluções adequadas, elas se sentem mais seguras para planejar e realizar seus objetivos. Esse é um papel essencial para transformar a relação das pessoas com o dinheiro e ampliar a percepção de prosperidade no país", salienta Barbosa.

Metodologia

A pesquisa "O que é prosperidade para o brasileiro" foi realizada em duas etapas. Primeiro, uma fase qualitativa com pesquisa teórica e grupos focais de todas as regiões, das classes ABC, para entender como os brasileiros definem e vivenciam o conceito. Essa base orientou a etapa quantitativa, que ouviu 2.003 pessoas em 113 cidades de 25 estados, entre os dias 8 e 17 de setembro de 2025. Com margem de erro de 2 pontos percentuais e nível de confiança de 95%, o levantamento incluiu homens e mulheres a partir de 16 anos, de todas as classes econômicas, nas cinco regiões do país. Mais informações sobre a pesquisa no site: [O que é prosperidade para o brasileiro?](#).

Sobre o Sicredi

O Sicredi é uma instituição financeira cooperativa comprometida com o crescimento de seus associados e com o desenvolvimento das regiões onde atua. Possui um modelo de gestão que valoriza a participação dos mais de 9,5 milhões de associados, que exercem o papel de donos do negócio. Com mais de 3 mil agências, o Sicredi está presente fisicamente em todos os estados brasileiros e no Distrito Federal, disponibilizando uma gama completa de soluções financeiras e não financeiras.

Site do Sicredi: [Clique aqui](#)

Redes Sociais: [Facebook](#) | [Instagram](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [YouTube](#) | [TikTok](#)