

Pesquisa comportamental

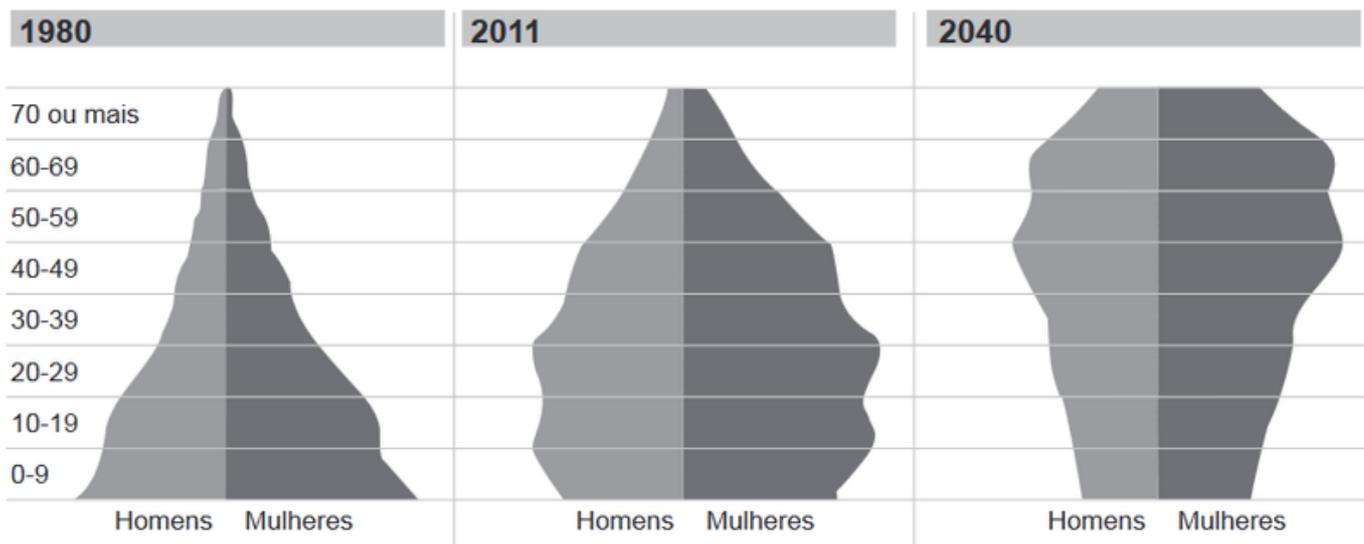
Pessoa idosa e o mercado de consumo



Introdução

O envelhecimento populacional no Brasil já é uma realidade palpável. No decorrer das últimas cinco décadas a sociedade brasileira transitou de uma população rural, caracterizada por famílias numerosas, alto índice de mortalidade infantil e majoritariamente jovem, para uma sociedade urbana onde os cidadãos têm poucos filhos. A expectativa de vida, que girava em torno de 62,5 anos em 1980, passou para 76,8 em 2020 e pode chegar a 81,29 anos até 2050, segundo estimativa feita pelo IBGE. Assim, é possível observar um crescimento significativo da população idosa ao mesmo tempo, onde a taxa de natalidade apresenta queda — de 4,04 nascimentos por mulher em 1980 para 1,72 em 2019 (Banco Mundial).

Composição da população brasileira, por faixa de idade



Fonte: IBGE

Esse processo de envelhecimento da população brasileira resultou em uma mudança nos padrões de consumo, abrindo espaço para a expansão de um novo mercado. Englobando 54 milhões de consumidores com 50 anos ou mais, a chamada Economia de Longevidade, termo alcunhado por Jorgemar Soares Felix (PHD em ciências sociais - PUC/SP), movimenta 1,6 trilhão por ano no Brasil. É, dessa forma, possível constatar a relevância do assunto e a necessidade de estudo sobre as tendências na esfera econômica que as adequações ao novo perfil demográfico podem trazer.

Justificativa

O Procon Municipal de Juiz de Fora constatou, por análise feita na plataforma do SINDEC (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor) em maio de 2022, que 57,59% das reclamações são abertas por pessoas com 51 anos ou mais e que 36,68% das aberturas foram feitas por pessoas com 61 anos ou mais, demonstrando dessa forma as problemáticas da vivência dessa parcela da população no mercado de consumo. Dentre essas reclamações, metade (50,7%) são por produtos com vício e 13,7% são fruto de demora na entrega ou até mesmo não recebimento do produto. Chama atenção ainda a grande diversidade dessas reclamações que tornam até mesmo inviável caracterizar esses problemas sinteticamente. Desta forma, a partir dos dados apresentados, constata-se o grande potencial consumerista das pessoas idosas no mercado de consumo e, por este motivo, levantar o perfil destas pessoas, bem como hábitos de consumo, é rica fonte para melhor qualificar os problemas enfrentados, visando a organização de ações educativas, de orientação e formação de fornecedores para o melhor atendimento às pessoas idosas, bem como das próprias pessoas idosas para terem condições de prevenir abusos financeiros e fazerem melhores escolhas de consumo.

Metodologia

A pesquisa foi aplicada através de questionário 'on-line' divulgado pelo Procon e, com o intuito de diversificar e expandir o público alvo, houve a aplicação também por meio presencial nos cursos e palestras ofertadas pela Agência no período de 27/06/22 a 29/07/22.

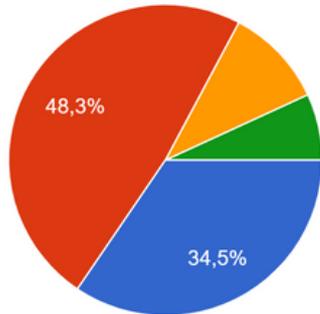
Público Alvo

Pessoas acima dos 50 anos de toda a cidade e participantes dos cursos e palestras ofertados pelo Procon de Juiz de Fora.

Resultados

Qual a sua idade?

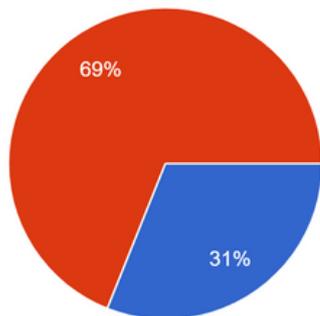
29 respostas



- 50-59 anos
- 60-69 anos
- 70-79 anos
- 80-89 anos
- 90 anos ou mais

Qual seu gênero?

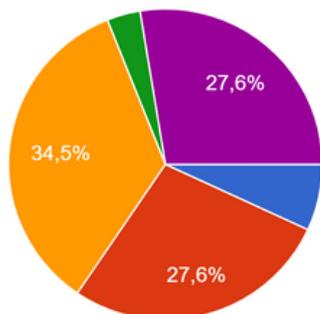
29 respostas



- Masculino
- Feminino
- Não-binário
- Outro

Qual a sua renda mensal aproximada?

29 respostas

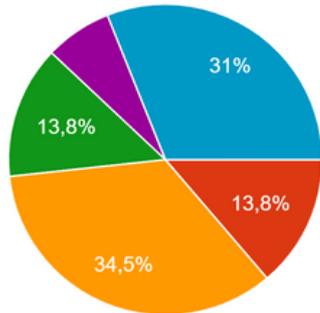


- Menos de 1 salário mínimo
- 1 a 2 salários mínimos
- 3 a 5 salários mínimos
- 6 a 8 salários mínimos
- 9 ou mais salários mínimos

Resultados

Qual a sua escolaridade?

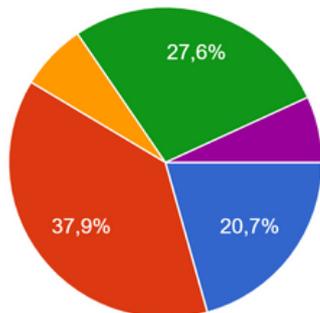
29 respostas



- Não possui
- Ensino básico incompleto
- Ensino básico completo
- Educação superior incompleta
- Educação superior completa
- Pós graduação/ Mestrado/ Doutorado

Seus hábitos de consumo incluem compras on-line?

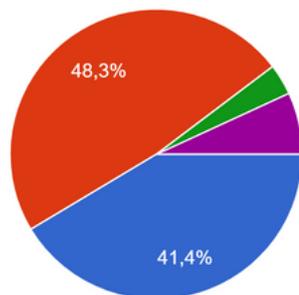
29 respostas



- Sim, a maioria das minhas compras são feitas on-line
- Sim, às vezes
- Sim, raramente
- Não, sempre que possível compro presencialmente
- Não, nunca realizo compras on-line

O mercado hoje oferta produtos e serviços de seu interesse e viabilidade financeiras?

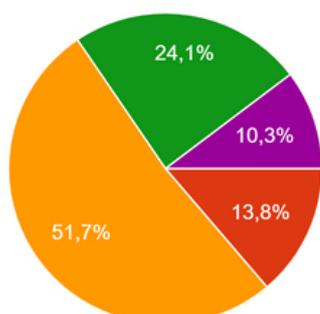
29 respostas



- Sim, encontro produtos de meu interesse e dentro de minhas possibilidades financeiras.
- Encontro produtos de meu interesse, mas nem sempre com preços acessív...
- Não encontro produtos de meu interesse.
- Não encontro produtos com preços acessíveis.
- Não tenho opinião formada

Com que frequência você adquire produtos e serviços não essenciais (restaurantes, vestuário, hotéis, cosméticos, bebidas alcoólicas, festas, jogos)?

29 respostas

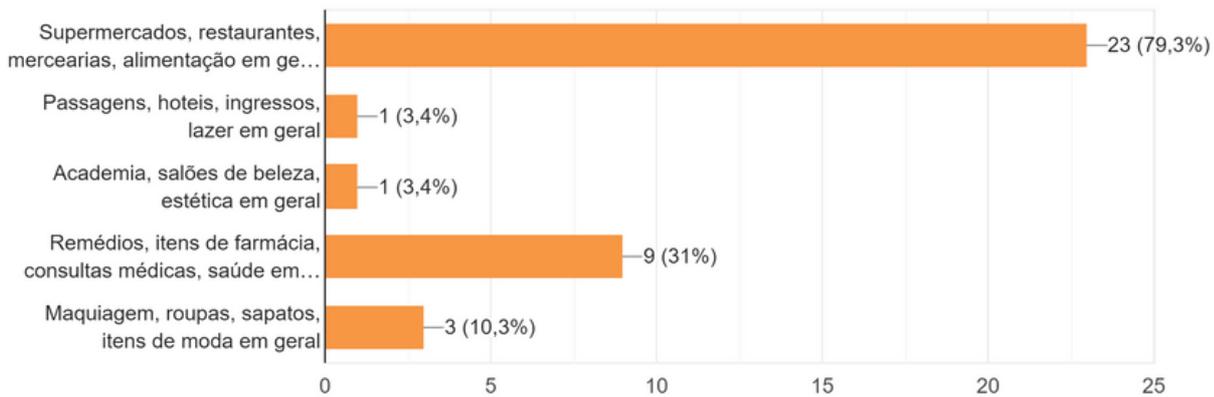


- Todos os dias
- Algumas vezes por semana
- Algumas vezes ao mês
- Raramente
- Nunca

Resultados

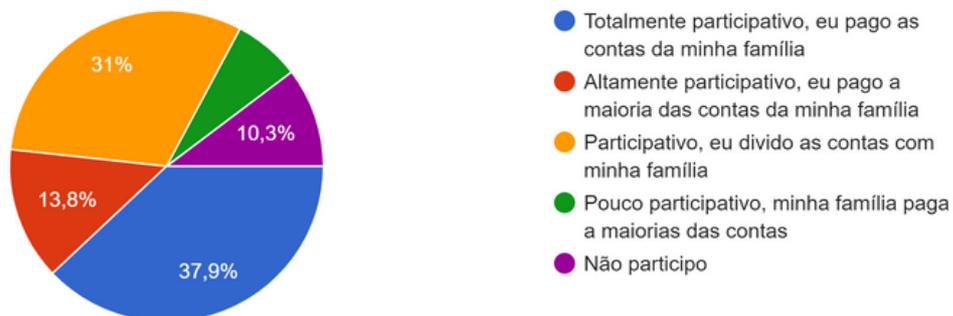
Marque abaixo os produtos e serviços com os quais você mais gasta seus recursos financeiros

29 respostas



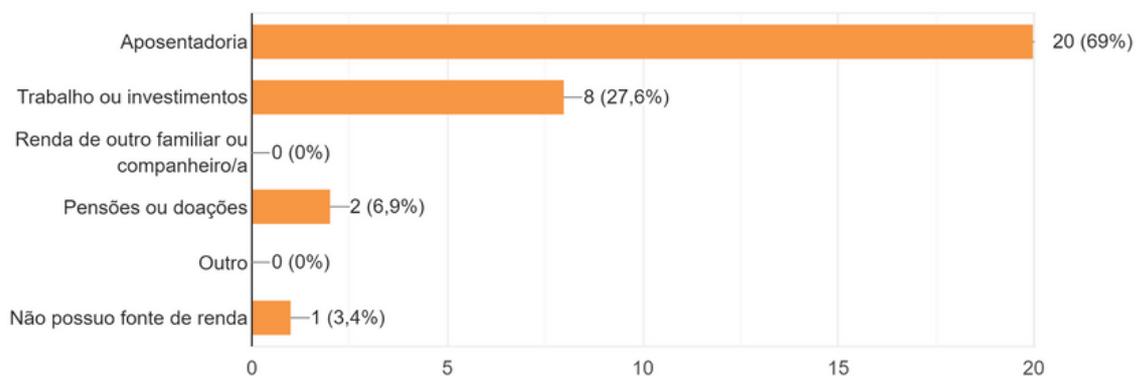
Como é sua participação no orçamento familiar?

29 respostas



Qual sua principal fonte de renda?

29 respostas



Análise dos Resultados

Analisado o resultado da pesquisa, podemos traçar um perfil dos participantes, bem como o seu comportamento e a sua satisfação no mercado de consumo. Semelhante a atual situação demográfica brasileira, o sexo feminino foi maioria, sendo 20 das 29 respostas obtidas (69%). Seguido de uma participação maior da população que possui idade entre 60 e 69 anos, que se agregada a categoria de 50 – 59 anos representaria 82,75% dos dados. Desta forma, não é um absurdo afirmar que ainda são pessoas com capacidade econômica e ativas no mercado de consumo. O gráfico de renda reforça a afirmativa, já que aproximadamente 65% dos entrevistados têm uma renda acima de 3 salários mínimos, e 27,6% indicaram ter uma renda acima de 9 salários mínimos. Dentre as respostas possíveis para a fonte da renda, apenas uma pessoa afirmou não possuir, enquanto 69% têm a aposentadoria como valor predominante em suas receitas.

Referente a participação nas relações de consumo, diante do avanço tecnológico, cerca de 65% dos respondentes assinalaram que, mesmo que em alguns casos de forma pouco habitual, realizam compras on-line, tendo 20,7% a internet como meio principal de consumo, uma parcela que possivelmente seria maior em um cenário de melhor acessibilidade. Quanto a frequência de gastos em serviços não essenciais, assumido que feito racionalmente, 51,7% realiza esse tipo de consumo algumas vezes por mês, 13,8% algumas vezes por semana, 79% direciona seus custos substancialmente para supermercados, restaurantes, mercearias e alimentação em geral. Dados que tornam relevante a participação da terceira idade no mercado de serviços, setor que atualmente emprega a maioria dos brasileiros. A pesquisa mostra também que 51,7% dos idosos entrevistados são responsáveis pelo sustento da sua família, e apenas 10,3% não têm participação no orçamento familiar, ressaltando o quão significativa é a contribuição financeira da categoria para as famílias e para a economia nacional.

Com a projeção do país ter a quinta maior quantidade de idosos no mundo daqui a dez anos, a pesquisa do Procon atesta a oportunidade de mercado em uma classe com consumo crescente, diversificada em todas as faixas de renda e alto poder de compra. Os fornecedores devem atentar sobre os produtos e serviços disponíveis para a terceira idade a fim de atender as demandas específicas dessa parcela da população, onde vários estão no ápice do seu poder econômico. Dentro das suas possibilidades financeiras, apenas 41,4% afirma encontrar produtos e serviços para a sua idade, assim, estar preparado para tal tipo de atendimento é uma diferenciação no mercado atual, além de que, incluí-los no mercado de consumo é uma responsabilidade social com o bem-estar desta e das próximas gerações.

Artigo

Pessoas idosas e mercado de consumo: atuação e demandas

O Brasil vive hoje um processo de envelhecimento populacional acompanhado por um crescimento na participação da parcela de pessoas idosas no mercado de consumo. Segundo dados do IBGE, dos 210 milhões de brasileiros, aproximadamente 38 milhões possuem 60 anos ou mais, e, de acordo com Alexandre Kalache, co-presidente da Aliança Global do Centro Internacional da Longevidade, essa parcela é responsável por movimentar cerca de 1,5 trilhões de reais (20% do PIB) por ano na economia. Desta forma, é de alta relevância a análise do segmento do mercado de produtos e serviços consumidos e utilizados por essa parcela da população.

O Procon de Juiz de Fora constatou, por meio de análise realizada na plataforma SINDEC, (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor), em maio de 2022, 57,59% das reclamações foram abertas por pessoas com 51 anos ou mais e 36,68% das aberturas foram feitas por pessoas com 61 anos ou mais. Os dados demonstram, dessa forma, as problemáticas da vivência dessa parcela da população no mercado de consumo. Dentre essas reclamações, metade (50,7%) são por produtos com vício e 13,7% são fruto de demora na entrega ou até mesmo não recebimento do produto. Chama atenção ainda a grande diversidade dessas reclamações que tornam até mesmo inviável caracterizar esses problemas sinteticamente.

No nosso país, não é raro que os idosos — especialmente os de idade mais avançada e/ou com limitações — não encontrem condições favoráveis de consumo, tanto por dificuldades físicas ou técnicas quanto pela ausência de oferta de produtos, ou serviços específicos que atendam as suas demandas. Essas condições, no entanto, não são suficientes para frear o alto impacto dessa parcela da população no mercado de consumo, especialmente tendo em vista que, nos próximos anos, se espera que a população idosa triplique, segundo a série de projeções de longo prazo sobre o avanço populacional no Brasil do IBGE. Analisando o desempenho do e-commerce em 2021, é possível identificar não somente o impacto da terceira idade no mercado de consumo como também um fato inédito: de acordo com levantamento realizado pela Ebit | Nielsen desde 2001, no último ano consumidores com 50 anos ou mais foram responsáveis por 33,9% dos pedidos on-line.

Artigo

Acerca da população idosa de Juiz de Fora é possível observar regiões da cidade onde o percentual de idosos confere maior quantidade. A exemplo, na região central, segundo dados do Censo/IBGE, a população de idosos corresponde a 19,92% da população total, sendo o maior percentual por região encontrado na cidade. Em seguida, destaca-se a região leste, com 14,01% de sua população total, correspondendo a pessoas com 60 anos ou mais. Não obstante, a isso, vale destacar que nas outras regiões da cidade, o percentual sempre se mantém acima de 10%. Em valores absolutos, os bairros Centro e São Mateus despontam com os maiores números de pessoas pertencentes a essa parcela da população, sendo 5392 e 3938 respectivamente o número de habitantes nos bairros citados. Ressalta-se que, em virtude da pandemia e a não realização do censo 2020, até o momento os dados acima são referentes ao ano de 2010, podendo não refletir necessariamente a continuação dos padrões encontrados, mas ainda, sim, servindo como base para os estudos demográficos da cidade.

Ainda seguindo o último Censo do IBGE do ano de 2010, Juiz de Fora possuía 70.288 habitantes idosos, o que representava 13,61% da população total. Esta porcentagem era maior que a referente ao estado de Minas Gerais (11,9%) e ao Brasil (11%). Em relação ao crescimento dessa parcela da população, entre 2000 e 2010, o número de idosos em Juiz de Fora cresceu 45%, percentual também maior do que os de Minas Gerais e do Brasil, que foram de 42% e 41% respectivamente (IBGE, 2010). Esses dados indicam que Juiz de Fora vem se tornando uma cidade envelhecida, por isso, deve dispor de recursos para atender às demandas da pessoa idosa. Dessa forma, foi assinada uma lei municipal n.º 14.195 — de 16 de junho de 2021 que estabelece a realização de uma campanha de proteção às finanças das pessoas idosas.

Artigo

A legislação brasileira por meio da Lei nº 11.340, amplamente conhecida como Lei Maria da Penha, define que a violência patrimonial deve ser entendida como qualquer conduta que configure retenção, subtração, destruição parcial ou total de seus objetos, instrumentos de trabalho, documentos pessoais, bens, valores e direitos ou recursos econômicos, incluindo os destinados a satisfazer suas necessidades. Assim, juridicamente a violência patrimonial contra as pessoas idosas é qualquer prática que vise a apropriação ilícita do patrimônio de uma pessoa idosa e pode ser cometida por familiares, profissionais ou instituições. Sendo assim, forçar, induzir ou enganar a pessoa idosa para ela assinar um documento, celebrar um contrato ou alterar o seu testamento, realizar uma doação ou compra, ou até mesmo tomar decisões sobre o seu patrimônio sem a sua autorização, ou ciência são exemplos de violência financeira.

É evidente pelo Estatuto do Idoso que esse tipo de prática rompe frontalmente com a garantia legal de que é obrigação conjunta do Estado e da sociedade, assegurar à pessoa idosa a liberdade, o respeito e a dignidade, como pessoa humana e sujeito de direitos civis, políticos, individuais e sociais, garantidos na Constituição. O estatuto declara ainda como dever de todos zelar pela dignidade do idoso, colocando-o a salvo de qualquer tratamento de caráter desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor.

Por muitos motivos comportamentais, para além do mercado de consumo a violência patrimonial acaba vitimando especialmente idosos. A perda de autonomia que acompanha o envelhecimento normalmente se dá de modo orgânico e natural, como resultado do agravamento de questões de saúde física e/ou mental. Essa perda, no entanto, se estende ao imaginário popular de tal forma que há a errônea convicção de que o patrimônio das pessoas idosas pertence automaticamente aos seus familiares e que os familiares e as instituições têm legitimidade para decidir em nome das pessoas idosas. O cenário se agrava pelo fato de que a população em geral não tem plena consciência e convicção de seus direitos e deveres, tornando situações como essas mais permissivas.

Referências:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm

<https://sidra.ibge.gov.br>

<https://enembulando.com.br/evolucao-da-piramide-etaria-enem-2018-2a-aplicacao>

<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2022/02/economia-da-longevidade-ja-movimenta-mais-de-r-1-tri-e-segue-em-expansao.shtml>

<https://www.maturi.com.br/economia/o-consumidor-maturi-e-sua-importancia-para-a-economia-da-longevidade/>

<https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/9389/1/Jorgemar%20Soares%20Felix.pdf>

<https://jornalempresasenegocios.com.br/economia/nove-em-cada-dez-idosos-ajudam-financeiramente-a-familia/>

Fabíola Mendes de Oliveira Meirelles

Procon-JF / Gerente do Departamento de Estudos, Pesquisas e Projetos

Gisele Zaquini Lopes Faria

Procon-JF / DEPP / Supervisora de Estudos e Pesquisas

Gustavo Henrico da Silva Souza

Estagiário de Geografia

Mariana Vilela Curbani

Estagiária de Ciências Econômicas

Vinícius Di Paula Santos Costa

Estagiário de Ciências Econômicas