

Quatro em cada dez idosos passaram a gastar mais com produtos que gostam, mostra pesquisa do SPC Brasil

Apesar da maior disposição para gastar, 45% sentem dificuldades para encontrar produtos adequados para a sua idade. 64% decidem sozinhos o que fazer com o próprio dinheiro

Uma pesquisa inédita realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pelo portal de educação financeira 'Meu Bolso Feliz' com pessoas acima de 60 anos nas 27 capitais revela que o consumidor brasileiro da terceira idade tem aumentado o seu potencial de consumo e a disposição para gastar mais. De acordo com o levantamento, que foi realizado pessoalmente, os idosos têm mudado suas prioridades de consumo com o passar do tempo e hoje, 41% deles afirmam gastar mais com produtos que desejam do que com itens relacionados às necessidades básicas da casa.

Embora representem um nicho promissor – já que a população idosa deve ultrapassar a marca de 30 milhões de indivíduos em 2025, segundo dados do IBGE - o mercado brasileiro parece não estar plenamente preparado para atender às demandas desses consumidores. Pelo menos 45% dos entrevistados afirmaram enfrentar dificuldades para encontrar produtos destinados ao público de sua idade. Essa impressão é mais notada, especificamente, pelas mulheres (47%) e pelas pessoas entre 70 e 75 anos (51%).

Entre os produtos que esses consumidores mais sentem falta estão roupas (20%), celulares com letras e tecladas maiores (12%), locais que sejam frequentados por pessoas da mesma idade (9%), turismo exclusivo (7%) e produtos de beleza (3%).

“Os consumidores da terceira idade constituem, um importante mercado a ser explorado pelos setores do comércio e de serviços. A pesquisa indica que há uma demanda significativa no setor de moda e vestuário para a terceira idade. Essa parcela da população sente falta de peças não estereotipadas e que não os façam se sentir inadequados para a idade que têm”, afirma a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Outro desafio para as empresas, mas que pode representar uma oportunidade de expansão dos negócios, é o comércio eletrônico. Pelo menos 7% dos entrevistados da terceira idade já adquiriram o costume de comprar pela internet. É um número ainda reduzido, mas em alguns extratos o percentual aparece com mais força, como entre os idosos que possuem curso superior (26%) e que pertencem as classes A e B (17%).

Mais consumistas e mais independentes

Ao mesmo tempo em que estão consumindo mais, os consumidores brasileiros da terceira idade têm demonstrado um perfil mais exigente em relação aos produtos que estão adquirindo. Exemplo disso é que mais da metade (52%) da amostra alega dar mais valor à qualidade dos produtos, mesmo que seja preciso pagar mais caro por isso. Outra constatação é que quase um quarto (23%) dos idosos incorporou a experiência de ir às compras como uma atividade de lazer do seu dia a dia.

Seis em cada dez (66%) entrevistados da terceira idade disseram que a vida financeira que levam atualmente é melhor do que há alguns anos. Além disso, 72% da amostra considera sua situação financeira estável ou boa. Em relação à fonte de renda, sete em cada dez (73%) entrevistados recebem auxílio da aposentadoria do INSS ou o pagamento de pensão, 14% se dedicam ao trabalho informal ou freelancer, 9% são trabalhadores com carteira assinada, 7% contam com os rendimentos da previdência privada, 5% recebem ajuda dos filhos e somente 4% não possuem qualquer renda.

O levantamento também revela que o dinheiro da terceira idade exerce um papel fundamental na vida de muitas famílias brasileiras. Sete em cada dez (74%) entrevistados conseguem satisfazer suas necessidades com os rendimentos que possuem (mesmo que para 37% o salário represente o valor exato para pagar as contas) e pelo menos 94% da população acima dos 60 anos contribuem para o sustento da casa, sendo que 54% são os únicos responsáveis pelo pagamento das despesas.

Mais independentes e com a expectativa de vida melhor do que há algumas décadas, a maior parte dos brasileiros (64%) chega à terceira idade como a

único responsável por suas decisões de compras. É uma parcela considerável, que aumenta para 68% entre as mulheres entrevistadas.

“Mesmo considerando as responsabilidades assumidas com o orçamento familiar, eles encontram meios de cumprir suas expectativas de consumo. Com o aumento da expectativa de vida, e a melhora na qualidade de vida dos idosos, o comportamento independente em relação às decisões de consumo será cada vez mais frequente neste grupo”, comenta a economista.

Consumo como lazer

Admitir o fato de se ter chegado à terceira idade não parece ser um problema para os consumidores entrevistados: 83% da amostra acredita pertencer a este grupo. Em média, os entrevistados consideram 63 anos como o marco para a entrada na terceira idade.

Aproveitar a vida é considerado por seis em cada dez entrevistados (66%) como a grande prioridade de suas vidas no atual momento. Nesse mesmo sentido, para quase metade (49%) dos idosos ouvidos, neste estágio da vida, aproveitar os momentos consumindo é mais importante do que poupar.

Os entrevistados da terceira idade estão muito bem resolvidos com relação ao modo como preferem passar seu tempo livre. Para 46%, o lazer ficou mais frequente com a chegada da terceira idade e 41% preferem sair a ficar em suas próprias casas. Exemplo disso, é que quase um quinto (18%) dos idosos afirmam gastar parte da renda com alguma atividade física e gastar mais dinheiro com viagens do que antigamente (20%).

O levantamento concluiu que alguns hábitos se tornaram mais frequentes. Mais de um terço (33%) dos idosos disseram investir mais em roupas atualmente para ficarem bonitos e manter uma boa aparência - principalmente os idosos da classe C (37%) - e outros 26% afirmam gastar mais com tratamentos estéticos ou utilizar produtos de beleza para se sentir mais jovens.

“Se antes, a velhice era sinônimo de descanso, atualmente, ela significa uma oportunidade de transformar o tempo livre para novas atividades, como lazer,



socialização e até mesmo o consumo”, afirma o educador financeiro do portal ‘Meu Bolso Feliz, José Vignoli.

“Uma das principais conclusões da pesquisa é que os consumidores da terceira idade, mais ativos no mercado de trabalho e com melhor qualidade de vida, estão satisfeitos com sua vida financeira. Em sua maioria são otimistas e começam, inclusive, a demandar produtos específicos para a sua faixa etária.”, comenta a economista Marcela Kawauti.

Metodologia

O objetivo do estudo foi mapear o perfil e o comportamento de consumo da população brasileira idosa. Para chegar às respostas, o SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito) e o portal de educação financeira ‘*Meu Bolso Feliz*’ entrevistaram pessoalmente 632 consumidores com idade acima de 60 anos de ambos os gêneros e de todas as classes sociais nas 27 capitais brasileiras. A margem de erro é de no máximo 3,9 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%. Isso significa que em 100 levantamentos com a mesma metodologia, os resultados estarão dentro da margem de erro em 95 ocasiões.

Baixe a pesquisa completa em:
<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Confira dicas de educação financeira em: <http://meubolsofeliz.com.br/>

Informações à imprensa:

Guilherme de Almeida
(61) 3213-2030 | (61) 8350 3942
guilherme.dealmeida@inpressoficina.com.br

Vinícius Bruno
(11) 3251-2035 | (11) 9-7142-0742 | (11) 9-4161-6181
vinicius.bruno@inpressoficina.com.br