

Título: Análise do comportamento do consumidor: levantamento do perfil da melhor idade

Autor(es) Andréia Cássia de Moura*; Juliana França Martins; Dario Alexandre Pinto Junior; Rayza Claudio de Azevedo; Leyla de Lourdes Azulay Cardoso

E-mail para contato: andreia.moura@estacio.br

IES: FESBH / Minas Gerais

Palavra(s) Chave(s): comportamento do consumidor; perfil melhor idade; estilo de vida

RESUMO

Mais recentemente, o segmento da melhor idade tem sido alvo de investimentos tanto do setor público e, principalmente do privado. O envelhecimento da população e a melhoria da qualidade de vida, tem trazido para o mercado consumidor um público com faixa etária maior e com potencial de gastos ainda maiores. Dentro desse contexto, o ramo empresarial tem se valido de estratégias para atrair esse segmento de mercado visando, obviamente, retornos crescentes do seu investimento. Dessa forma, no intuito de contribuir no levantamento do perfil sócio-econômico da melhor idade, bem como estudar o comportamento da maior idade é que esse projeto foi elaborado. Os objetivos específicos são: a) identificar o perfil da melhor idade quanto a dados sócio-econômicos tais como renda, idade e outros; b) levantar o estilo de vida predominante a partir da escala VALS (Values and Lifestyles); c) identificar hábitos de vida em relação ao uso do computador; d) identificar hábitos comportamentais em relação ao uso do tempo com lazer, esporte e entretenimento; e) fazer uma descrição completa do perfil para analisar o comportamento desse segmento. A metodologia classifica-se como conclusiva descritiva, com o uso do método survey. Em um estudo preliminar, uma amostra de 111 respondentes foi consultada em novembro de 2013 e foram alcançados os seguintes resultados: o perfil predominante da melhor idade quanto a dados sócio-econômicos caracterizou-se: faixa etária de 51 a 70 anos (73%); aposentados (68,47%); possuem renda familiar bruta de mais de R\$ 8280,00 (30,63%). Em relação ao uso do computador, 78% dos entrevistados usam o computador com pouca ou muita frequência. O que mais utilizam no computador é a Rede Social (48,64%), seguido do Youtube (23,42%). No que se refere ao estilo de vida, predominou na amostra o estilo de vida "satisfeito" (49,54% das respostas), ou seja, pessoas maduras, contentes, reflexivas, que dão preferência à durabilidade e ao valor dos produtos. Em segundo lugar foi apontado o estilo "executor" com 37,83% de respostas, isto é, um estilo de vida caracterizado por pessoas práticas, auto-suficientes, tradicionais, orientados para a família. Quanto ao lazer, esporte e entretenimento, 88,28% responderam que viajam com pouca ou muita frequência; 63,04% responderam que pertencem a algum grupo (voluntariado, igreja, instituição de ensino e outros); praticam atividade física sendo que 55,85% fazem caminhada e 41% frequentam academia. Referente ao gasto do tempo a predominância foi com viagens (63,06%); cinema (54,95%); grupos de maturidade (47,74%). Estes resultados são ainda parciais, pois a pesquisa está em andamento.