

A ECONOMIA NA MATURIDADE

GABRIELA TOZATTI

UNICENTRO - UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE, GUARAPUAVA - PR

Este artigo faz uma abordagem sobre o crescimento da população de idosos no Brasil, evidenciando as características sócio-econômicas dos indivíduos acima dos 60 anos. Para levantamento do panorama dos idosos no Brasil considerou-se os dados secundários disponibilizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, bem como, pesquisa documental e bibliográfica sobre a terceira idade, as suas potencialidade de consumo, a maneira como a mídia retrata esse público e o trinômio trabalho-velhice-aposentadoria. Estima-se que a população de idosos brasileira representa um contingente de aproximadamente 16 milhões de pessoas, ou seja, de aproximadamente 9,25% da população. A tendência é que esta população chegue a 32 milhões até 2025, quando o Brasil será o sétimo país em número absoluto de idosos. Em termos mundiais, poderá resultar em um contingente de cerca de 800 milhões de idosos, sendo que mulheres representarão a maioria. A terceira idade tem se mostrado um consumidor em potencial, sendo que os idosos têm, em média, 69 anos de idade e 62,4% deles são responsáveis economicamente pelos domicílios. No ano de 2000, 37,6% eram do sexo feminino. E, estima-se que em 2004, essa proporção tenha alcançado 79%. Assim, as empresas devem também criar produtos pensando nessa faixa etária, para que não percam consumidores fiéis, cujo comportamento, gostos e preferências precisam fazer parte das estratégias de mercado. Eles não se enquadram somente, em estereótipos de vovôs radicais ou de velhinhos abandonados em asilos. A visão negativa que a sociedade teima em apresentar da velhice, também permeia os próprios idosos, fazendo com que eles apresentem uma grande aversão ao rótulo de terceira idade. Neste sentido, o mercado precisa aproveitar dessa população o desejo de serem incluídos, também como consumidores. Além do mais, as pessoas querem envelhecer ativas, com saúde e qualidade de vida.

Palavras-chave: economia da maturidade; terceira idade; consumidor idoso

gabitozatti@yahoo.com.br