Clientes idosos devem gastar R$ 400 bilhões neste ano

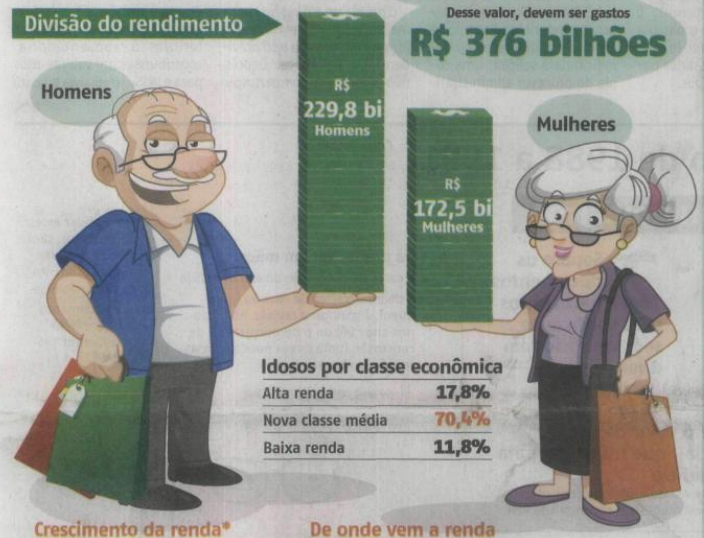
O consumidor da terceira idade

Brasil tem **22,4 milhões** de pessoas com 60 anos ou mais; eram 16 milhões em 2002

Em 2012, os idosos devem ganhar **R$ 402,3 bilhões**

Desse valor, devem ser gastos **R$ 376 bilhões**

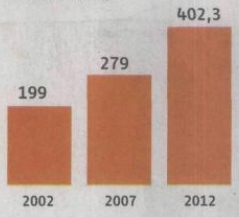
Divisão do rendimento



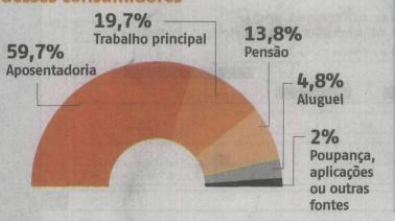
Idosos por classe econômica

Alta renda	17,8%
Nova classe média	70,4%
Baixa renda	11,8%

Crescimento da renda*
Em bilhões de R$



De onde vem a renda desses consumidores

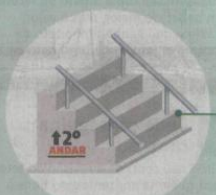


Veja os erros cometidos pelas lojas

- **Exigir pressa** na relação de compra
- Não ter paciência para esclarecer dúvidas
- Colocar apenas funcionários de mais idade para atender idosos (eles preferem ser atendidos por jovens porque, para eles, é sinal de eficiência)

- Oferecer o produto **só pela internet, já que o idoso ainda prefere usar os cinco sentidos** na compra para "experimentar" o produto
- Vender produtos que não são adequados para essa faixa etária (exemplo: loja de roupas para senhoras que só tem blusa sem manga, sendo que sua cliente procura esconder o braço)

- Usar **letras minúsculas** em embalagens, composição dos produtos e em remédios
- Identificar o produto como sendo feito para idosos. Isso porque os idosos não querem ser tratados como idosos



- Colocar produtos para esse consumidor no **segundo andar** da loja, o que exige que ele suba escadas
- Fazer o consumidor preencher ficha e insistir para ele colocar a idade
- Tratá-lo mal porque usa roupa mais simples

* Valores atualizados pela inflação do período Fonte: Data Popular, com projeções do IBGE, e professor Gilberto Cavicchioli, da ESPM

Apesar do grande potencial para o consumo, lojas ainda dão pouca atenção para a terceira idade

Consumidores com mais de 60 anos devem movimentar neste ano R$ 400 bilhões. O valor, que equivale ao PIB da Irlanda, é 45% maior do que há cinco anos.

No total, 22,3 milhões de pessoas estão nessa faixa etária. Dessas, 5,4 milhões ainda trabalham. Apesar do potencial, o varejo dá pouca atenção à terceira idade.

"Só recentemente o comércio começou a se preocupar de fato com hábitos e costumes desse consumidor e a treinar seus funcionários", diz Gilberto Cavicchioli, professor do Núcleo de Gestão de Pessoas da ESPM.

Sete em cada dez idosos recebem renda pela Previdência. Ou seja, 73,5% dos rendimentos deles (R$ 295,6 bilhões) vêm de benefícios do INSS. Só 20% dessa renda depende do mercado de trabalho, segundo o instituto Data Popular, com informações da Pnad (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) e do Censo 2010.

"A redução acelerada da taxa de natalidade e o aumento da expectativa de vida, associada à mudança de consumidores das classes D e E para outras, muda o consumo. As famílias gastam mais e melhor e o varejo tem que se preparar", afirma Antonio Carlos Borges, diretor-executivo da FecomercioSP.

Para Claudio Felisoni, presidente do Ibevar (instituto de executivos do varejo), o varejo está aprendendo. Ele defende o incentivo ao uso de cartão da loja —65% dos pesquisados entendem que ser fiel é vantajoso. Para ele, o comércio também deveria facilitar o acesso a informações sobre produtos —seis em cada dez idosos fazem suas compras sozinhos. "Organizar promoções aos finais de semana é outra ação que o varejo deve estar atento."

Além disso, o gasto com produtos não básicos aumentou 7% em seis anos, segundo pesquisa da consultoria Kantar Worldpanel. Adoçante, detergente líquido para roupa, tintura para cabelos, sopa semipronta, bebidas à base de soja e requeijão são alguns itens que entraram na casa dos consumidores mais velhos. (FSP)