

264

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO EM CENTROS URBANOS: O CASO DE PORTO ALEGRE. *Carolina Quadros de Almeida, Paulo Ricardo dos Santos Meira, Alessander Weber Heger, Luiz Eduardo Amaro (orient.) (Uniritter).*

A população brasileira vem envelhecendo rapidamente. Em 2025, o Brasil terá a sexta maior concentração de sexagenários do planeta: algo em torno de 32 milhões de pessoas. Para as organizações, entender o comportamento de consumo desse segmento agora significará maiores possibilidades de satisfazê-lo e fidelizá-lo no futuro. Esta pesquisa mostra que, além de se sentirem mais jovens do que são cronologicamente, os idosos de Porto Alegre – e, por extensão, de outras regiões metropolitanas brasileiras - formam um grande segmento de mercado com nichos específicos no seu interior. Esses nichos variam em função de características como sexo e renda, tendo as mulheres um papel muito importante nos seus comportamentos de consumo. Dado o baixo nível de informação acerca do comportamento do consumidor idoso brasileiro, crê-se que o estudo encaminha importantes questões de pesquisa para trabalhos futuros.