HÁBITOS DE CONSUMO NA TERCEIRA IDADE

MODELO ENEM – ID: JA5

redigir

Texto I

Quem são, de fato, os idosos brasileiros? A imagem daquela pessoa fragilizada e indisposta, muito comum no passado, ainda corresponde à realidade?

De acordo com a pesquisa "Estilo de vida e Consumo da Terceira Idade 2018", conduzida pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo SPC Brasil, muitos dos idosos brasileiros (...) sentem-se mais sábios, felizes e orgulhosos por suas realizações: eles acessam a internet com frequência e têm perfis nas redes sociais para relacionarem-se com outras pessoas e manterem-se bem informados; preocupam-se com a aparência e a autoestima, cultivam hábitos de lazer, adoram conviver com amigos e familiares, fazem planos e ainda esperam viver muito mais (...). O ímpeto de aproveitar a vida, aliás, está relacionado a alguns dos projetos futuros mais comuns na terceira idade: passar mais tempos com amigos e familiares e viajar. Ao mesmo tempo, algumas das maiores preocupações nesta etapa dizem respeito às condições de saúde (...). Entretanto, isso não impede os idosos de ocuparem seu lugar no mercado de consumo: muitos deles gastam, hoje, mais com o que gostam do que com aquilo que é considerado essencial. Dentre seus principais desejos de compra, por exemplo, estão roupas, calçados e viagens. (...) Assim como qualquer outro consumidor, os brasileiros da terceira idade querem ser bem atendidos e preocupam-se com o preço e a qualidade daquilo que pretendem adquirir. A maioria declara ser independente para poder tomar as próprias decisões de compra e está disposta a gastar mais com itens pessoais que desejam, ao invés de concentrarem seus gastos em coisas essenciais. O problema é que nem sempre os idosos encontram as melhores condições para consumir: seja pela escassez de serviços de entrega de determinados itens, seja pelo fato de que faltam determinados produtos destinados a essa faixa etária, além da dificuldade de ler rótulos com letras pequenas, por exemplo. Excluindo os mantimentos para casa, os produtos que pretendem adquirir até o fim do ano, os mais mencionados são roupas, calçados, viagens, perfumes/cosméticos e eletrodomésticos.

file:///C:/Users/Admin/Downloads/SPC-Analise-Terceira_Idade_Estilo-de-Vida-e-Consumo-1.pdf, adaptado

Texto II

A "economia prateada" é considerada a terceira maior atividade econômica do mundo, e movimenta US$ 7,1 tri anuais. Nos EUA, esse segmento já representa mais de 25% do consumo. No Brasil, o público maduro movimenta cerca de R$ 1,6 tri ao ano. De acordo com o grupo financeiro multinacional Goldman Sachs, se comparado aos mais jovens, o consumo dos 60+ cresceu três vezes mais rápido nos últimos dez anos. Ainda assim, 63% dos negócios não posicionam este público como alvo de suas estratégias. E isso pode ser contraditório: apesar de essa indústria movimentar a economia, ainda existem poucos produtos e serviços desenvolvidos e pensados na perspectiva das pessoas mais velhas. E, por vezes, consomem produtos que são mais ou menos adequados. (...) Se na oferta de produtos falta atenção a este público, o mesmo vale nos aspectos de atendimento e relacionamento: as empresas também estão perdidas nessas estratégias. É preciso urgentemente que as marcas tenham empatia, pois só isso alinhará esses processos.

https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/consumidores-com-mais-de-60-anos/

Texto III

"Os idosos de hoje estão no mercado de trabalho, consomem e são formadores de opinião", afirma Layla Vallias, cofundadora da Hype60+, consultoria de marketing especializada no "consumidor sênior". Eles têm muito mais dinheiro para gastar do que os mais jovens. O Federal Reserve (banco central dos EUA) identificou que, em 2020, o patrimônio das famílias somava U$ 116 trilhões – desse montante, 53,2% (U$ 61,9 trilhões) era controlado pelos *baby boomers* (os nascidos até 1964. Isso significa que eles são 12 vezes mais ricos do que os *millenials* – os mais jovens possuem U$ 5,9 trilhões, ou 5% da soma. (...) No Brasil, a concentração de rende da população idosa não é tão grande, mas existe. Um estudo da FGV indica que as pessoas com mais de 65 anos correspondem a 17% dos mais ricos do país, e a apenas 4% dos 40% mais pobre.

AMÉRICO, Juliana. https://vocesa.abril.com.br/economia/economia-prateada-a-ascensao-dos-consumidores-60/. Adaptado. Acesso em 12.set.2024.

Texto IV



Oito em cada dez consumidores com mais de 60 anos já fazem compras on-line — Foto: Editoria de arte

Disponível em: https://extra.globo.com/economia/noticia/2024/07/habitos-da-terceira-idade-pesquisa-revela-perfil-de-consumo-da-geracao-prateada-confira.ghtml. Acesso em 12.set.2024.

PROPOSTA DE REDAÇÃO: A partir do material de apoio e com base nos conhecimentos construídos ao longo de sua formação, redija um texto dissertativo-argumentativo, em norma padrão da língua portuguesa, sobre o tema: **"O reconhecimento dos novos hábitos de consumo na terceira idade"**. Apresente proposta de intervenção social que respeite os direitos humanos. Selecione, organize e relacione, de maneira coerente e coesa, argumentos e fatos para defesa de seu ponto de vista.