



METANÁLISE DE ESTUDOS SOBRE O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR IDOSO

Universidade Federal de Viçosa - Departamento de Economia Doméstica

Vania Eugênia da Silva - vania.eugenia@ufv.br

Karla Maria Damiano Teixeira - kdamiano@ufv.br

Comportamento do consumidor; Idoso; Metanálise

Consumo - Ciências Sociais Aplicadas

Categoria do trabalho: Pesquisa

Introdução

Com o crescimento da população idosa, aumenta a necessidade de se compreender o comportamento deste consumidor, principalmente porque este possui necessidades diferentes de outros segmentos e tem se tornado um nicho de mercado considerável. O idoso contemporâneo, além de viver mais, é mais saudável, trabalha mais, tem maior poder aquisitivo e consome mais e não apenas por necessidade, mas também por prazer e diversão. Entretanto, os fatores que influenciam o comportamento do consumidor não têm sido frequentemente abordados nas pesquisas acadêmicas.

Objetivo

❖ Identificar os artigos publicados sobre comportamento do consumidor idoso nas primeiras duas décadas do século XXI, bem como os países e instituições que têm desenvolvido estudos sobre o tema.

Material e Métodos

O estudo trata-se de uma metanálise, na qual a busca foi feita em 17 de junho de 2020, pela plataforma Web of Science, a partir de 2001, utilizando-se os descritores "consumer behavior" e "elderly", selecionando apenas artigos em inglês, português e espanhol. Utilizou-se o programa VOSviewer para elaborar e visualizar as redes bibliométricas e clusters, a partir de relações de citação, acoplamento bibliográfico, co-citação e coautoria.

Resultados e Discussão

Foram encontrados 25 artigos, sendo 22 em inglês, dois em português e um em espanhol. Em relação à área de publicação, somente 12 eram em Economia, subdivididos em *Business* (9) e *Economics* (3). Os demais artigos estavam inseridos nas categorias *Food Science Technology*, *Environmental Studies*, *Agronomy*, *Biotechnology Applied Microbiology*, entre outros. Em relação à coautoria, 95% dos artigos foram escritos em parcerias que variaram de dois a nove pesquisadores, destacando-se Estados Unidos e França, e Estados Unidos e Coreia do Sul. As palavras-chave mais frequentes nos artigos foram *consumer behavior*, *consumption*, *information* e *elderly*. Os clusters formados tinham foco, respectivamente, em saúde, demandas, consumo do idoso e comportamento do consumidor idoso. Estados Unidos, França e Coreia do Sul se destacam entre os países que desenvolveram pesquisas sobre o tema. Entretanto, a rede formada por instituições de ensino e pesquisa era composta por 54% dos Estados Unidos e 36% da França.

Conclusões

Os estudos buscaram compreender o comportamento e a percepção dos idosos em relação ao consumo de crédito, alguns tipos de alimentos, produtos relacionados à mobilidade, tecnologias domésticas, vestuário, entre outros. Os resultados sugerem que, em relação ao comportamento do consumidor idoso, há um número ainda pouco expressivo de estudos com enfoque econômico. É necessário que governo e empresas desenvolvam políticas, estratégias, ações e produtos para esse segmento etário, além de estudos que visem compreender o consumidor idoso, suas necessidades, administração do orçamento familiar e dos gastos mensais, para que políticas públicas sejam elaboradas e implementadas a fim de amparar essa população.