

economia

Público 60+ impulsiona consumo no Brasil

Dados do Anuário Mosaic Insights, da Serasa Experian, mostram que grupo mantém movimentações superiores à média nacional

/ CONSUMO

Sofia Kramp Leke
sofial@jcrs.com.br

Atualmente, brasileiros com 60 anos ou mais, o chamado público 60+, têm se destacado no consumo, gastando acima da média nacional. Dados do 1º Anuário Mosaic Insights, da Serasa Experian, braço empresarial da Serasa, mostram que o envelhecimento da população não representa retração no consumo, mas sim uma reorganização na forma de comprar. A pesquisa revela que o interesse desse grupo está diretamente ligado à qualidade de vida, com gastos organizados de modo que as compras sejam realmente úteis.

O foco está na manutenção do bem-estar, o que faz com que cinco categorias se destaquem acima da média nacional,

como as mais essenciais e recorrentes: mercado (+5,3%), farmácia (+4,4%), lazer (+3,4%), casa (+3,0%) e eletrônicos (+2,7%).

Esse movimento acontece devido a um contexto de envelhecimento demográfico no País. Segundo dados do Censo 2022, feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil já soma mais de 32 milhões de pessoas com 60 anos ou mais, número que cresceu de forma acelerada nas últimas décadas.

No Rio Grande do Sul, por exemplo, essa parcela da população já representa 20,2% dos habitantes, indicando uma transformação mais avançada nas dinâmicas de adaptação para esse público.

Para Gustavo Inácio de Moraes, professor e economista na escola de negócios da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Pucrs), o consumo

dos 60+ não é apenas uma inclinação momentânea, mas sim estrutural. “Esse maior consumo representa duas tendências, uma relacionada ao fato de que na maioria são pensionistas e seus rendimentos tiveram ganhos reais com o aumento do salário-mínimo, e outra com o fato de não terem uma tendência de estímulos à poupança pela sua idade avançada, podendo direcionar tudo ao consumo”, analisa.

Diante desse cenário, Giovana Giroto, CMO e VP de Marketing Solutions da Serasa Experian, afirma que “a principal leitura é que envelhecer não significa consumir menos, mas consumir de outra forma.”

A mudança demográfica ainda é recente, mas algumas alterações já estão ocorrendo. Na área da publicidade, as pessoas com 60 anos ou mais têm sido representadas em maior número de



TÂNIA MEINERZ/JC

Grupo concentra maiores gastos em mercado, farmácia, lazer e itens para o lar

produtos voltados para o consumo específico como alimentos, cuidados médicos e cosméticos.

No Rio Grande do Sul, Patrícia Palermo, economista-chefe da Fecomércio-RS, afirma que “muitos ainda nem perceberam que a mudança geográfica está

ocorrendo e, com isso, tem atrasado as adaptações necessárias, porém algumas transições já estão ocorrendo”, assim como “o varejo gaúcho está se adaptando, aprendendo o que o consumidor espera e como se comporta”, conta.

MAPA ECONÔMICO DO RS

Participe do Mapa Econômico do RS

Regiões:

Região Sul

Centro Sul

Campanha

Fronteira Oeste

EDIÇÃO SUL

TERÇA-FEIRA: 12/05

Horário: 17h

Santana do Livramento
SEST SENAT
Av. Intendente Altivo Esteves Freire, 1868 - Parque do Sol

Realização

Jornal do Comércio

O jornal de economia e negócios do RS

Apoio

CNT | SEST SENAT | ITL
Sistema Transporte

Media partner

RECORDER
GUÁIBA

ESCANEIE O QR Code E PARTICIPE DO EVENTO

Patrocínio:

