

MERCADO CONSUMIDOR

50+

produtos e serviços prestados

**GERAÇÃO
MATURI**

A nova
perspectiva
dos 50+

MATURIJOBS

 **noz**
pesquisa e inteligência

O estudo Mercado Consumidor 50+ tem o objetivo de mapear a percepção geral sobre alguns segmentos de serviços e de produtos para o público Maturi.

Hoje com mais de 50 anos, a Geração Maturi é formada pelos jovens das décadas de 60 e 70, que acompanharam e realizaram as grandes transformações que vivenciamos em nossa sociedade atual. Essa geração mudou a forma como é vista a juventude, e influenciou a forma como analisamos tendência.

Com os avanços na expectativa de vida e a queda nas taxas de fecundidade, as faixas etárias com mais de 50 anos são as que mais crescem na população brasileira. Além disso, são uma parcela importante de consumidores, já que possuem capacidade econômica maior que a dos jovens. Entretanto, apenas uma pequena parte das estratégias de marketing são pensadas para os 50+, e essas tendem a direcionar suas ações para o estereótipo do idoso.

Esse nosso primeiro estudo sobre os consumidores 50+, portanto, tem a intenção de gerar questionamentos e debates sobre o papel das marcas em oferecer produtos e serviços com significado e relevância para a Geração Maturi.

MATURIJOBS

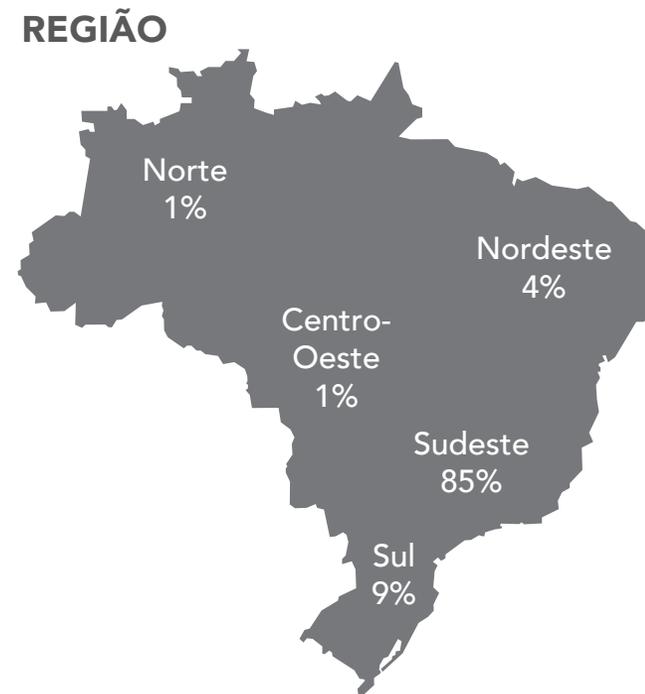
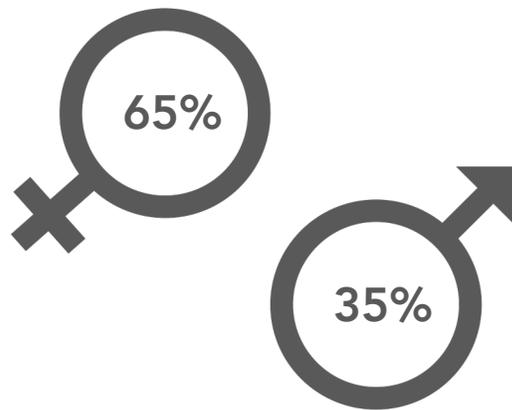
 **NOZ**
pesquisa e inteligência

METODOLOGIA E AMOSTRA

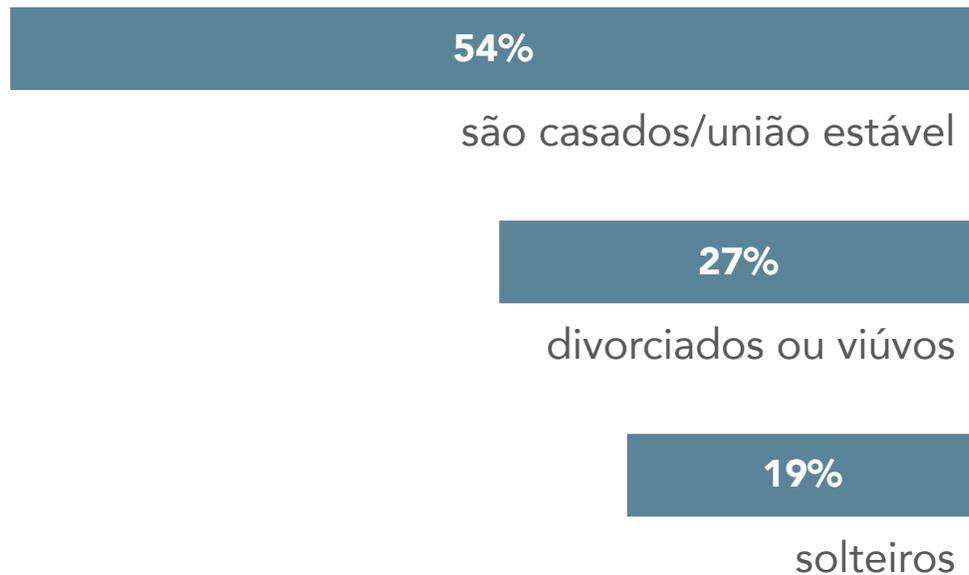
Pesquisa quantitativa online com questionário de autopreenchimento voluntário, sem nenhum incentivo aos respondentes.

Respostas coletadas entre os dias 22 de maio e 20 de julho de 2018

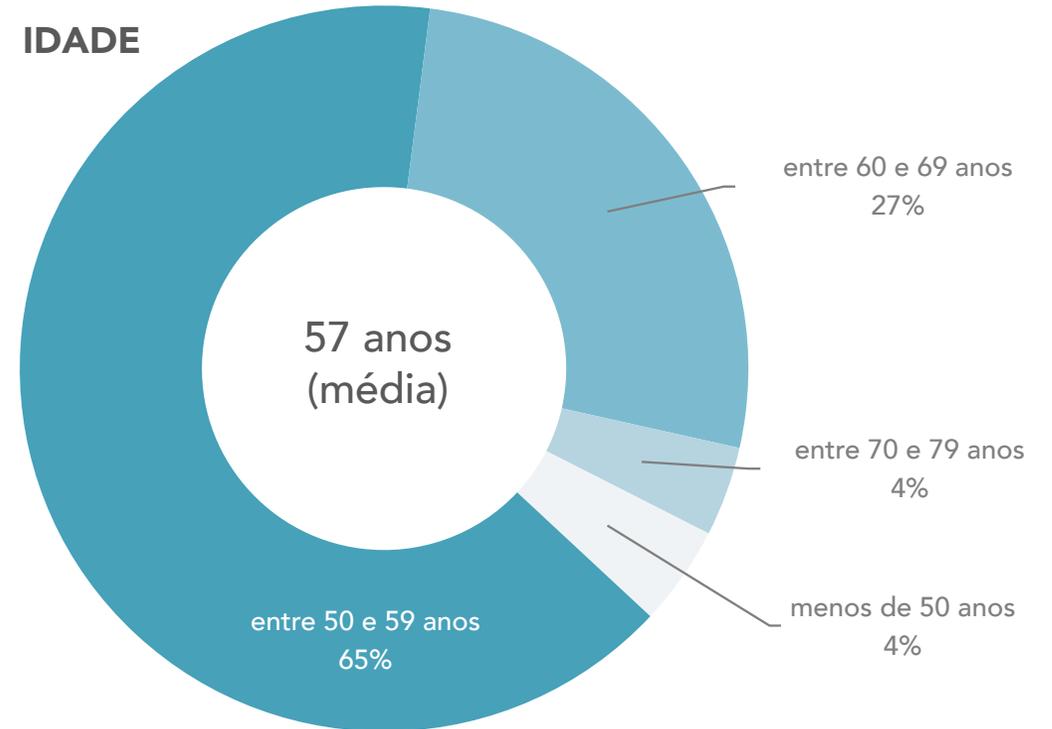
853 respondentes, sendo:



PERFIL DA AMOSTRA

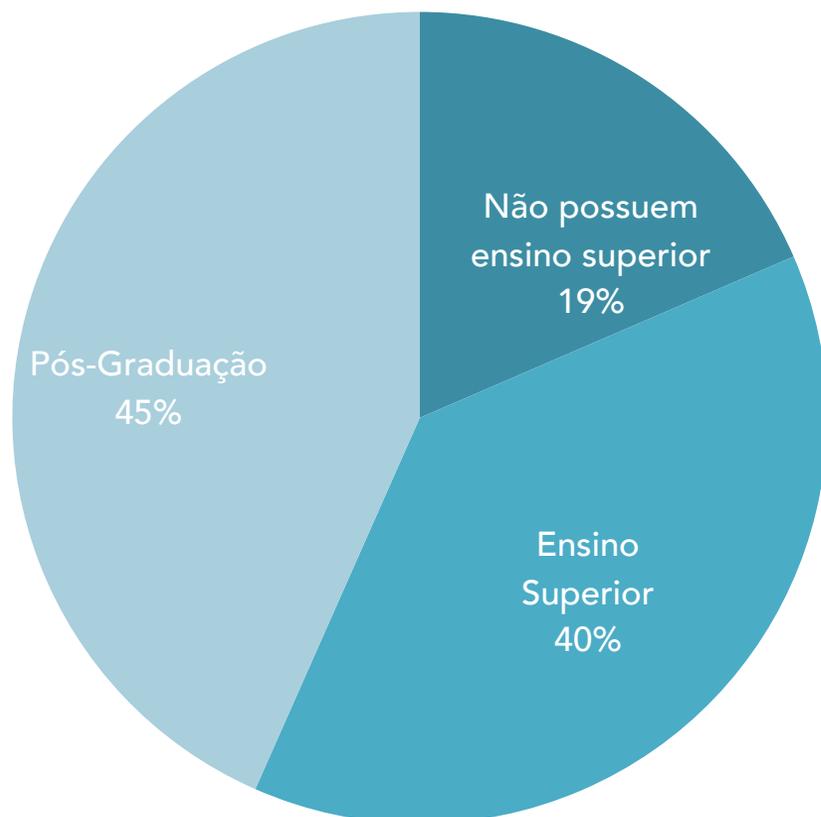


IDADE

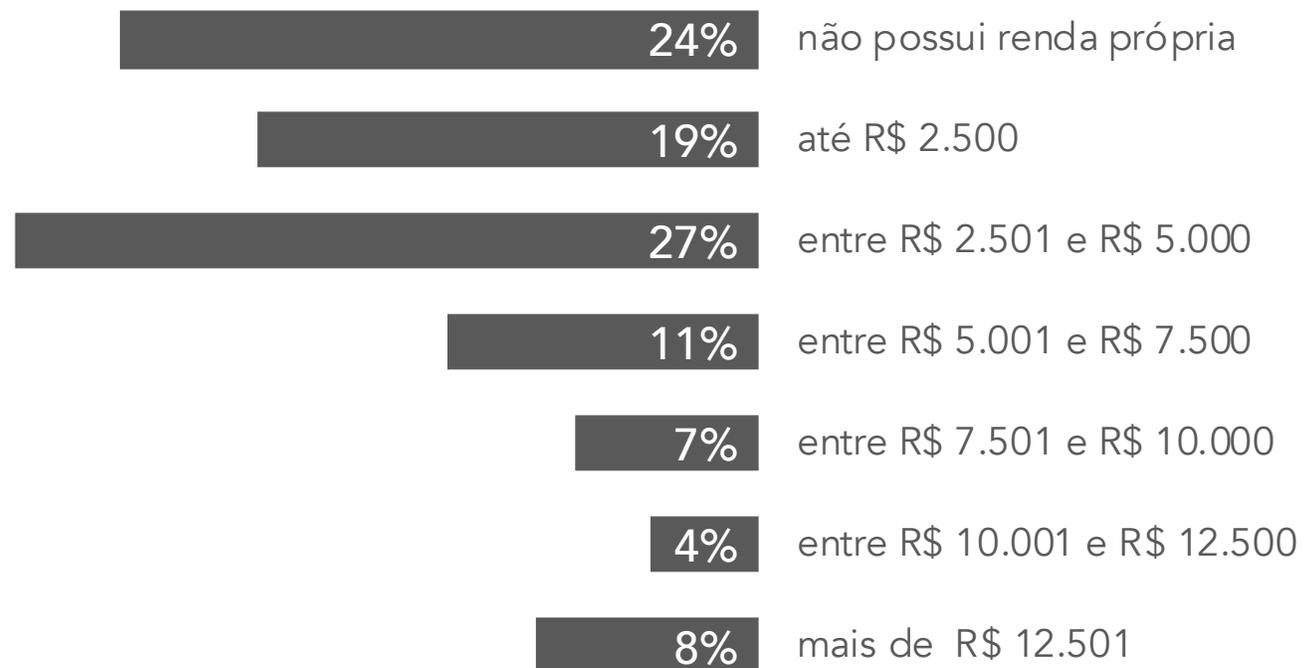


PERFIL DA AMOSTRA

ESCOLARIDADE



RENDA MENSAL

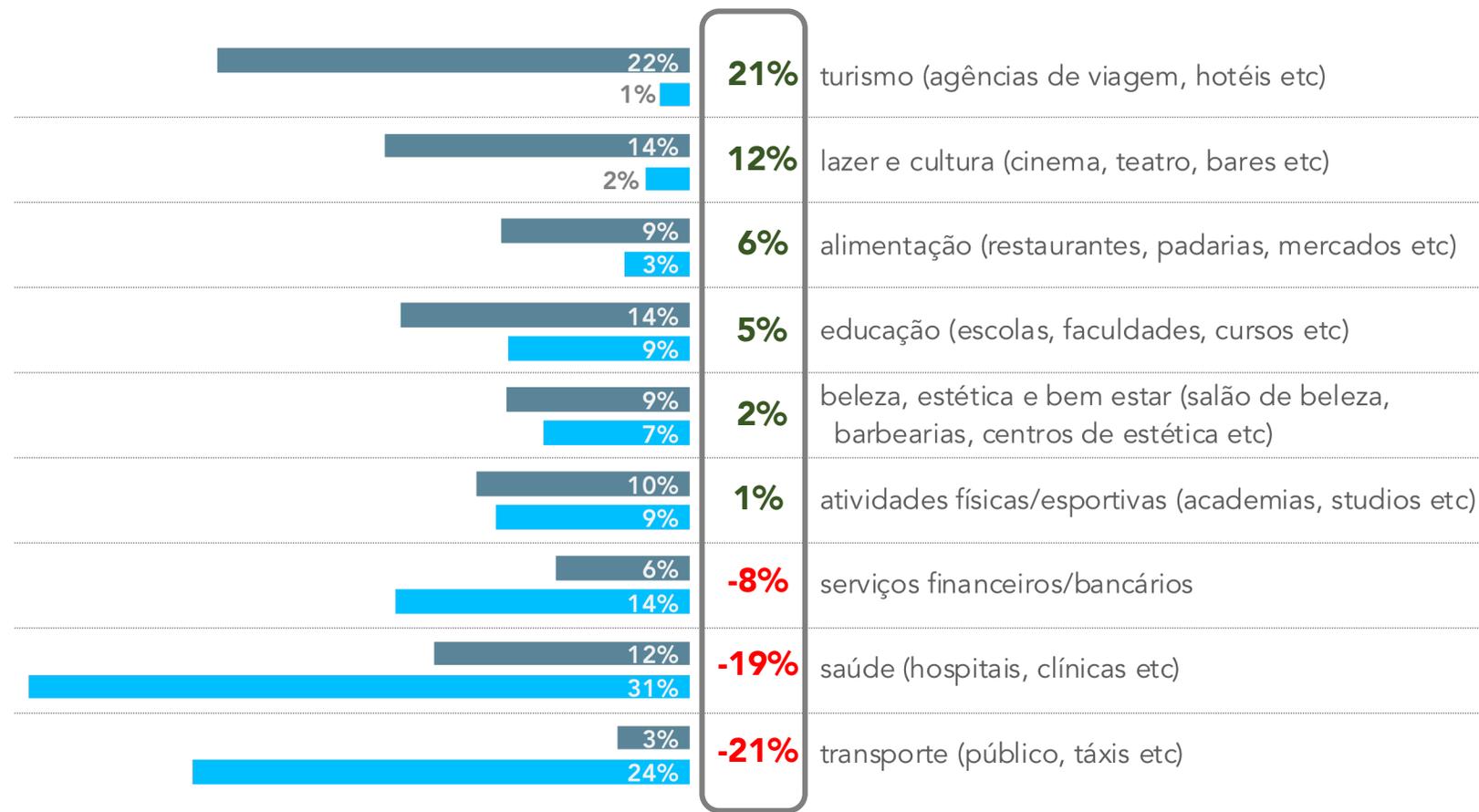


PRESTADORES DE SERVIÇOS: A melhor e a pior identificação

% que considera o
MELHOR¹

% que considera o
PIOR²

Fator de Associação:
% melhor - % pior



(1) Pensando em grandes segmentos de PRESTADORES DE SERVIÇOS. Qual segmento apresenta MELHOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os melhores serviços prestados para as suas necessidades?

(2) Novamente pensando em grandes segmentos PRESTADORES DE SERVIÇOS, qual apresenta PIOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os piores serviços prestados para as suas necessidades?

PRESTADORES DE SERVIÇOS: A melhor e a pior identificação



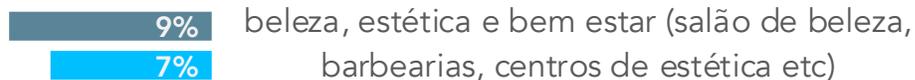
MELHOR para **10%** das mulheres e **20%** dos homens



MELHOR para **12%** das mulheres e **6%** dos homens



MELHOR para apenas **5%** para quem tem renda acima de R\$ 5.000



MELHOR para **11%** das mulheres e **3%** dos homens e apenas para **5%** dos com mais de 60 anos



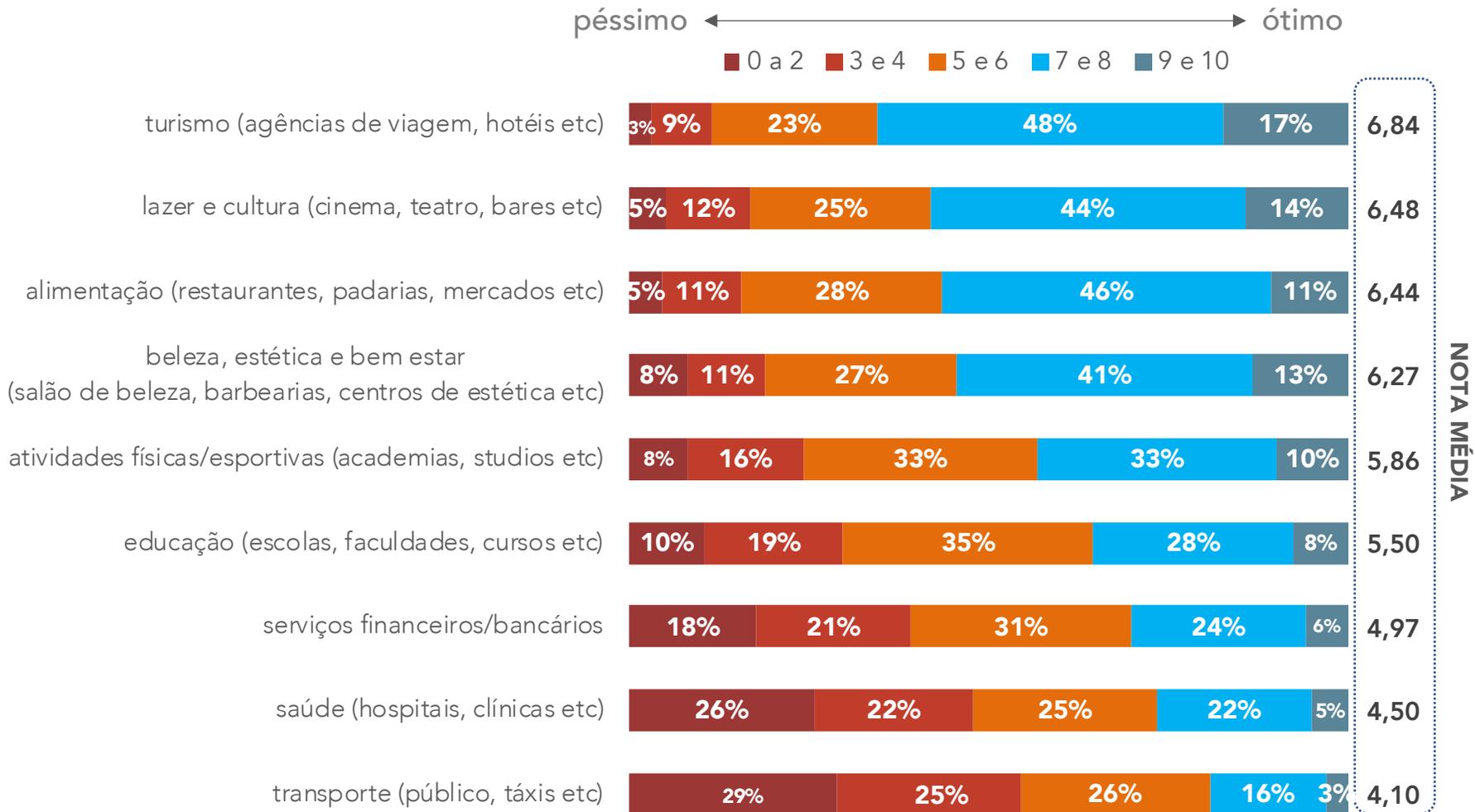
PIOR para **27%** dos que não têm renda própria, **23%** com renda abaixo de de R\$ 7.500 e **19%** para os acima

Pensando em grandes segmentos de PRESTADORES DE SERVIÇOS. Qual segmento apresenta MELHOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os melhores serviços prestados para as suas necessidades?

Novamente pensando em grandes segmentos PRESTADORES DE SERVIÇOS, qual apresenta PIOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os piores serviços prestados para as suas necessidades?

PRESTADORES DE SERVIÇOS:

Avaliação em relação ao atendimento das necessidades do público Maturi*



Há algumas variações consideráveis entre os serviços pesquisados, com destaque para turismo.

Entretanto, a percepção do público é, em geral, muito abaixo das expectativas.

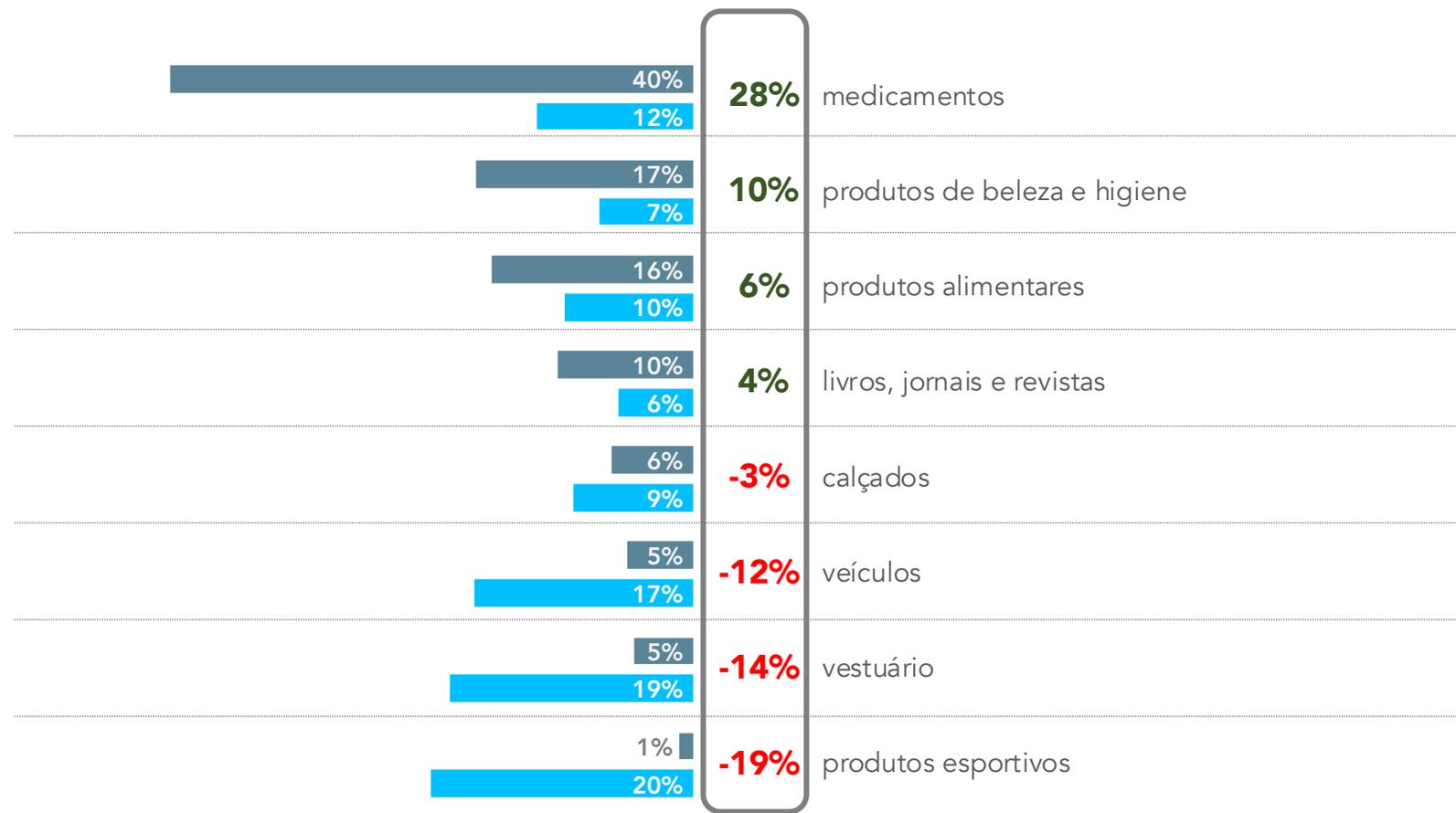
Notas iguais ou menores que 6 são consideradas como índices de **insatisfação**.

PRODUTOS: A melhor e a pior identificação

% que considera o
MELHOR¹

% que considera o
PIOR²

Fator de Associação:
% melhor - % pior



(1) Pensando agora em grandes segmentos de PRODUTOS qual segmento apresenta MELHOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os melhores produtos pensando para as suas necessidades?

(2) Novamente pensando em grandes segmentos de PRODUTOS, qual segmento apresenta PIOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os piores produtos pensando para as suas necessidades?

PRODUTOS:

A melhor e a pior identificação



medicamentos

MELHOR

45% das pessoas acima de 60 anos



produtos de beleza e higiene

MELHOR

para 20% dos abaixo de 60 anos e apenas 9% entre os acima de 60 anos



produtos de beleza e higiene

PIOR

para apenas 4% das mulheres, mas para 13% dos homens



produtos esportivos

PIOR

para 23% dos homens e para 22% de quem tem para acima de R\$ 5.000



vestuário

PIOR

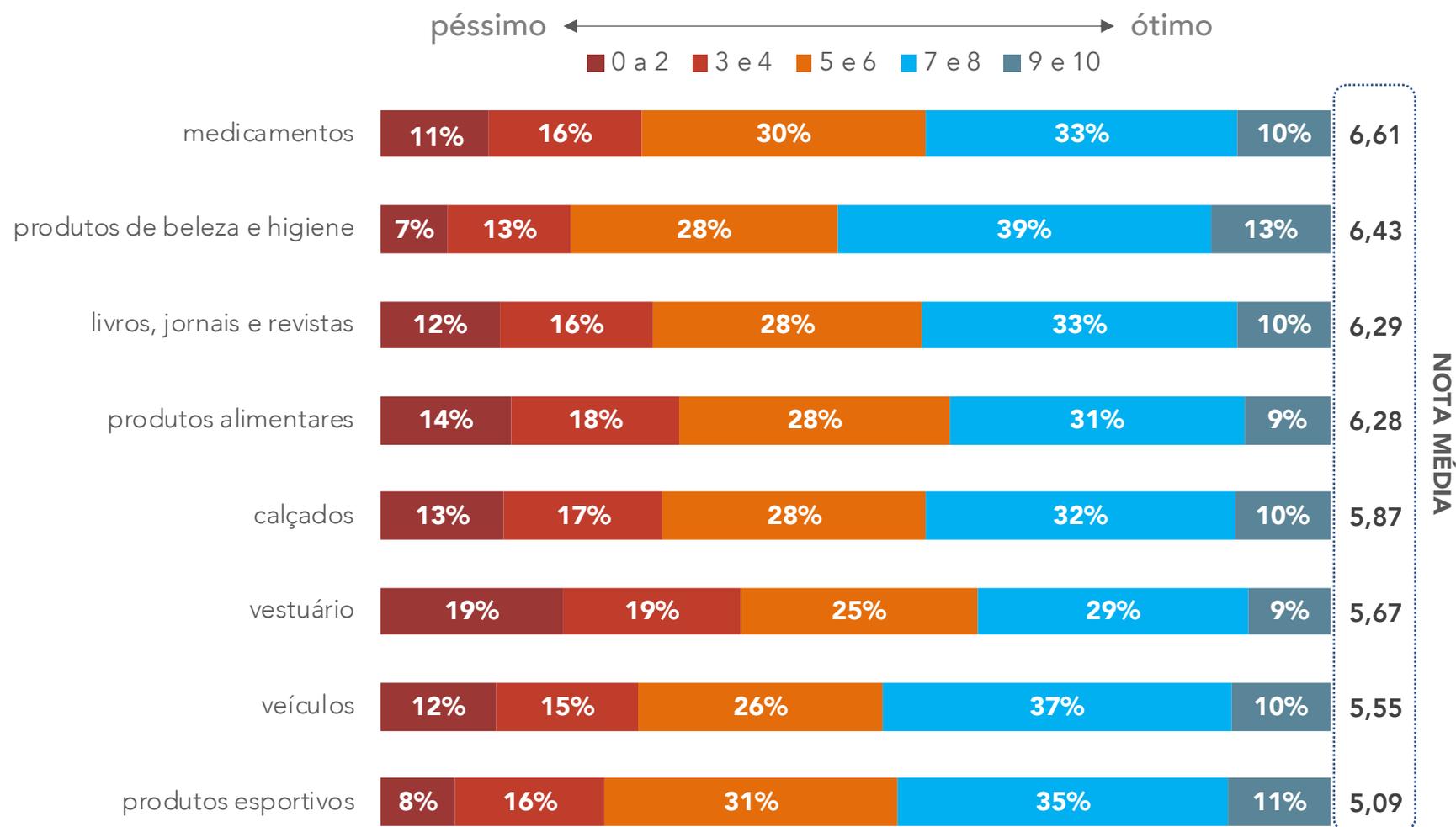
para 23% das mulheres e para 10% dos homens

Pensando agora em grandes segmentos de PRODUTOS qual segmento apresenta MELHOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os melhores produtos pensando para as suas necessidades?

Novamente pensando em grandes segmentos de PRODUTOS, qual segmento apresenta PIOR identificação com o público Maturi, acima de 50 anos, e consequentemente tem os piores produtos pensando para as suas necessidades?

PRODUTOS:

Avaliação em relação ao atendimento das necessidades do público Maturi*



A avaliação dos produtos é bastante similar entre os itens analisados. Não há nenhum destaque positivo, que poderia ser observado pela concentração de notas 9 e 10. A percepção geral, também está abaixo das expectativas.

Notas iguais ou **menores que 6** são consideradas como índices de **insatisfação**.

COMENTÁRIOS FINAIS

Foram avaliados 9 segmentos de serviços e 8 de produtos em relação à identificação e atendimento às necessidades do público Maturi, acima de 50 anos.

Não foi encontrado nenhum destaque positivo entre os segmentos de serviços e de produtos analisados. Mesmo os considerados “o melhor” nas duas categorias – turismo e medicamentos – obtiveram notas inferiores a 7 nas avaliações.

Analisando os serviços e produtos com maiores classificações entre “o melhor” e o “pior”, mais as notas das avaliações, podemos concluir que as marcas e ações de marketing ainda atuam para o estereótipo do idoso.

Entretanto, podemos analisar esse cenário, como uma oportunidade para as marcas entenderem o novo perfil dos 50+, entenderem a Geração Maturi.



Você conhece a
GERAÇÃO MATURI



A Geração Maturi tem hoje mais de 50 anos,
foram os jovens nos anos 60 e 70 que
mudaram a forma como é vista a juventude e
influenciaram a forma como analisamos tendências hoje.

A partir de 2030 será a única faixa etária
que irá aumentar no Brasil.
É o mercado que mais cresce.

MATURIJOBS

 **noz**
pesquisa e inteligência

O que o mercado sabe sobre a **GERAÇÃO MATURI**



Os serviços e os produtos são pensados para esse público?

O que sua empresa sabe sobre a Geração Maturi?

**Conectamos marcas, projetos e o mercado
com a Geração Maturi.**

**Promovemos a integração do mercado,
das instituições, empresas e sociedade à Geração Maturi.**

**Realizando pesquisas e consultoria sobre
perfil, comportamento e tendência dos 50+.**

MATURIJOBS

 **NOZ**
pesquisa e inteligência



Atuamos em três níveis estratégicos

ESTUDAR

COMPREENDER

TRADUZIR



**GERAÇÃO
MATURI**
A nova
perspectiva
dos 50+

ESTUDAR

Pesquisamos Comportamento, Tendências e Novas Oportunidades.

Estudamos seu negócio, o mercado em que atua e os públicos envolvidos.

COMPREENDER

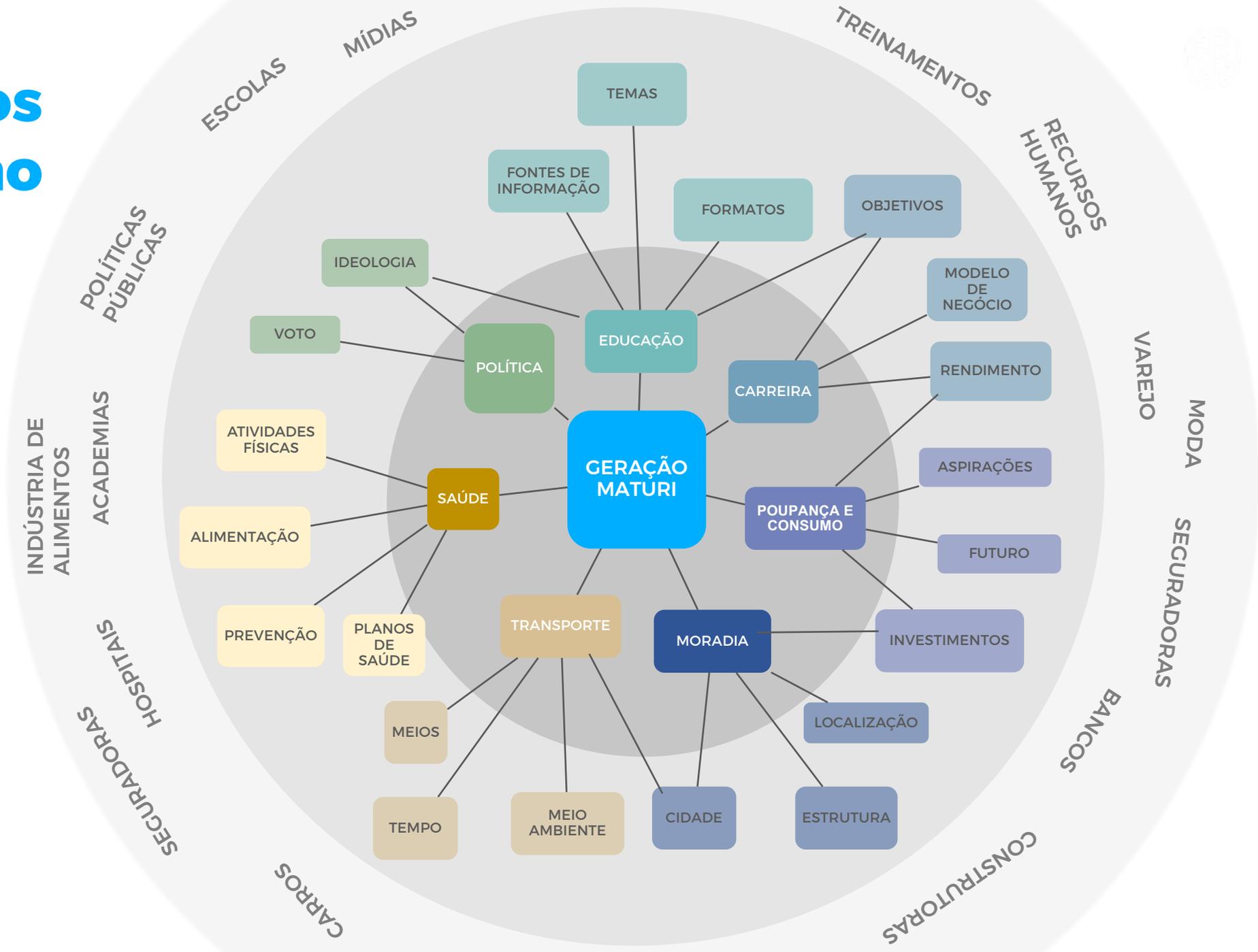
Conectamos empresas, marcas e projetos às demandas deste grande público, entendendo as necessidades de produtos e serviços.

TRADUZIR

Promovemos o **engajamento**.

Geramos identificação do público com sua marca, identificamos perfis inspiradores, causas, projetos e eventos.

Geramos Conexão



**Podemos ter ambientes de trabalho
mais representativos.**

**Podemos oferecer à Geração Maturi, marcas,
produtos e serviços com significado e relevância.**

**Acreditamos que empresas e marcas
devem apoiar a diversidade etária.**

**Acreditamos que Pesquisar, Conectar e Engajar
a Geração Maturi é uma causa com ganho
para toda a sociedade.**

MATURIJOBS





Vamos nessa?

geracaomaturi@maturijobs.com

(11) 98518 5659

MATURIJOBS

Criada por Mórris Litvak em junho de 2015, a MaturiJobs hoje é a maior plataforma online de oportunidades de trabalho e desenvolvimento profissional para pessoas acima de 50 anos do país.

Atualmente já conta com mais de 80 mil profissionais cadastrados em todos os estados do Brasil, fomentando a empregabilidade e empreendedorismo para os 50+.



A NOZ é um ateliê de pesquisa e inteligência de negócios.

Seu trabalho é ouvir, observar e interpretar. Entender desejos e comportamentos humanos, como vê novas ideias.

Por meio de metodologias de inteligência de mercado e pesquisas, atua em todo ciclo de negócio de empresas.

GERAÇÃO MATURI

A nova
perspectiva
dos 50+

geracaomaturi@maturijobs.com



maturijobs.com



noz-pesquisaeinteligencia.com