

056

**A OFERTA DE MARKETING PARA A TERCEIRA IDADE EM PORTO ALEGRE.** *Suelen de Souza Ferreira, Paulo Ricardo Meira (orient.) (Uniritter).*

Esta pesquisa relata o estudo da oferta de marketing à Terceira Idade com foco em Porto Alegre. Está centrada em aspectos que interferem de alguma forma no comportamento desse consumidor perante a oferta de produtos físicos e serviços específicos para eles e nas estratégias de empresas que investem e preocupam-se com esse segmento. O estudo leva em conta o estilo de vida e as necessidades do idoso, para identificar dimensões relevantes nos seus hábitos de consumo. Levando em consideração que a população idosa mundial só tende a crescer, devido a melhorias na qualidade de vida da população, percebeu-se que é muito importante que as empresas considerem a Terceira Idade como um mercado em potencial. Verificou-se durante este projeto de pesquisa que algumas empresas ainda não despertaram para o potencial do idoso como cliente. Para desmitificar isso, esclareceu-se sobre as potencialidades dos consumidores idosos e sua real contribuição no mercado. Os resultados foram diretos. O consumidor da terceira idade é uma fonte rica para que as organizações invistam. Fez-se uma pesquisa de caráter exploratório, por meio de revisões bibliográficas e pesquisas de campo, onde foram aplicadas entrevistas com roteiro semi-estruturado, nas empresas que possuem uma segmentação para a Terceira Idade. A identificação dessas empresas se deu por anúncios na mídia impressa e eletrônica, matérias de jornais e revistas, indicação de profissionais e pelos próprios idosos.