



Adequação do Ambiente de Loja de Varejo de Autosserviço Alimentar para o Consumidor de Terceira Idade

Bruna Souza Silveira¹, Lélis Balestrin Espartel¹ (orientador)

¹*Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia (FACE), PUCRS*

Resumo

A influência do ambiente varejista na percepção e no comportamento do consumidor é um tópico promissor devido ao significativo poder de compra e capacidade de consumo do público-alvo do presente estudo, a terceira idade. O conjunto de fatores que integram o ambiente de loja comporta elementos de design, ambientais e sociais (no conjunto, denominados ambientais). Somado a isso, a compra de alimentos tem como cenário de maior destaque dentro do autosserviço alimentar o formato de supermercado.

É dentro desse contexto que se insere a pretendida análise de adequabilidade da ambientação da loja de varejo de autosserviço alimentar da cidade de Porto Alegre às características do consumidor da terceira idade. Subsidiariamente - e utilizando como substrato para a consecução do objetivo geral do projeto -, propõe-se o exame das características do consumidor do segmento de mercado referido, bem como da percepção dessa figura a respeito dos fatores ambientais do ambiente de varejo alvo da análise, englobando seu mapeamento e sua descrição e, ainda, a identificação de convergências e divergências entre a opinião de especialistas, a percepção dos consumidores e a realidade do mercado.

A metodologia proposta comporta três etapas de desenvolvimento: etapa qualitativa junto a especialistas (i), a qual objetiva o melhor entendimento do público-alvo da pesquisa e do mercado varejista de autosserviço alimentar sob a óptica dos especialistas; etapa qualitativa junto a consumidores de terceira idade (ii), que tem como escopo avaliar a percepção desse consumidor a respeito da ambientação de loja; e etapa de mapeamento de varejo (iii), cujo objetivo é, por meio da observação, o mapeamento do varejo e a verificação de sua adaptabilidade ao público analisado. Após, proceder-se-á à triangulação de dados.

Como resultado, espera-se a verificação de uma contribuição à maior da adaptabilidade do varejo de autosserviço alimentar às necessidades decorrentes das características inerentes ao consumidor de terceira idade. Adicionalmente, tem-se como escopo a identificação dos fatores ambientais que compõe o referido ambiente de varejo sob a óptica das personagens operantes nesse meio (quem projeta, quem opera e quem é especialista no estudo e no tratamento psicológico desta faixa etária), não olvidando, ainda, de considerações acerca da percepção acerca das características do consumidor público-alvo do ponto de vista de especialistas de varejo e em terceira idade.