

Enfoka-Trends diciembre 2019

“THE SILVER ECONOMY”

El envejecimiento es un proceso de deterioro biológico celular que tiene consecuencias en nuestras capacidades cognitivas (oímos peor, vemos peor, tocamos peor, nuestra capacidad gustativa y olfativa se reduce, tocamos y cogemos las cosas con mayor dificultad, nos movemos con mayor torpeza) en consecuencia, este mercado precisará: espacios adaptados a ellos, productos/utensilios adaptados a ellos, servicios, lineales, displays y expositores adaptados a ellos, establecimientos adaptados a ellos y comercios que vendan los productos que demandan como gadgets adaptados, cosmética anti-envejecimiento, suplementos dietéticos, ropa y calzado adaptado, etc.

La CAPV se encuentra en un proceso de envejecimiento en el que las personas mayores de 65 años supondrán un 33,5% de la población total en 2061, 11,25 puntos porcentuales más que en la actualidad. Las oportunidades para crecer de las empresas que se centren en este perfil de consumidores parecen prometedoras.

Además existe otro gran mercado paralelo que es el de la nostalgia. La nostalgia vende, adquirir productos que comprábamos cuando éramos jóvenes es una tendencia en crecimiento. La autenticidad es un factor clave para los consumidores de “lo entrañable” quienes desean volver a recordar, regalar y consumir las chucherías, bebidas, juguetes, vinilos, bicicletas, moda vintage, colonias clásicas, etc que compraban cuando eran adolescentes,, en definitiva el auge del retrobranding.

Muchos consumidores con este perfil declaran encontrarse con dificultades a la hora de visitar un establecimiento en Euskadi. Por ejemplo, un 21,4% de las personas mayores declaran tener dificultades a la hora de realizar la compra, es decir, casi 100.000 personas necesitan ayuda para la realización de esta tarea. Esto ocurre en el 44% de las personas de 80 y más años.

Los comercios que estén adaptados para atender a los consumidores de mayor edad deberían plantearse adherirse a alguna de las iniciativas que certifican este tipo de política de servicios al cliente como por ejemplo Euskadi Lagunkoia – Establecimientos amigables, del Gobierno Vasco.

El objetivo de esta iniciativa es que los establecimientos sean más amigables para sus clientes. El programa ofrece gratuitamente la posibilidad de:

- Mejorar el servicio de atención al cliente y atención a las personas mayores a través de una mayor sensibilización del personal.
- Conseguir el Sello “somos amigables” que le permitirá difundir su compromiso.
- Promoción gratuita a través de la Red Euskadi Lagunkoia, el Mapa de Lugares Amigables y la Guía de Establecimientos Amigos.



BIBLIOGRAFÍA

- Dirigentes digital.com (2019). Economía plateada: cómo el envejecimiento se convierte en oportunidad. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://dirigentesdigital.com/economia/economia-plateada-como-el-envejecimiento-se-convierte-en-oportunidad-EX1264556>
- Marco Stampini (2019). La economía plateada, un mercado de nuevas oportunidades. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://blogs.iadb.org/salud/es/economia-plateada/>
- Inversión & finanzas (2019). La isla de Zorrotzaurre acogerá el centro que impulsará la economía plateada. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de http://www.finanzas.com/noticias/economia/20190226/isla-zorrotzaurre-acogera-centro-4000464_age.html
- Viviana Bran (2019). Nostalgia, un negocio rentable para las marcas. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://www.reporteindigo.com/reportes/nostalgia-un-negocio-rentable-para-las-marcas-marketing-vintage-retro-emociones-consumidores/>
- Start Point (2019). Cómo hacer crecer tu empresa con el negocio de la nostalgia. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://startpoint.cise.es/como-hacer-crecer-tu-empresa-con-el-marketing-de-nostalgia/>
- El país semanal (2018). El negocio de la nostalgia. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de https://elpais.com/elpais/2019/03/05/eps/1551786074_152123.html
- EUSTAT (2018). Escenarios Demográficos de la C.A. de Euskadi: ¿Dónde estaremos en el 2060. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://cutt.ly/brw1GQV>
- Benny F. Santana (2018). ¿Qué es la economía plateada? Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://seguifarma.com/que-es-economia-plateada/>
- Georgetown University Business Magazine (2018). The Rise of the Silver Economy. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://msb.georgetown.edu/news-story/rise-of-silver-economy/>
- Emprendedores (2017). Universo Melancolía: La nostalgia ahora es rentable. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://www.emprendedores.es/ideas-de-negocio/g75387/negocios-moda-tendencia-vintage-retro/>
- Foro Marketing (2016). La tercera edad, importante nicho de mercado y un reto para la sociedad. Recuperado el 18 de diciembre de 2019 de <https://www.foromarketing.com/entrevista-felipe-martin-consejero-estatal-personas-mayores/>

WEBS RELACIONADAS

- Naciones Unidas: perspectivas de la población mundial 2019: <https://population.un.org/wpp/>
- La economía plateada. Cambio demográfico: la oportunidad de Europa: <http://www.smartsilvereconomy.eu/>
- Pirámide interactiva de población de la CAPV: <https://www.eustat.eus/indic/indicadoresgraficosvistapir.aspx?idgraf=522&o=ig>
- Euskadi Lagunkoia Sustraietatik: <https://www.euskadilagunkoia.net/es/lagunsarea/establecimiento-amigo>
- Socem Hub. Emprendimiento y empleo en el sector del envejecimiento: <https://grupossi.es/socemhub-silver-economy-grupossi/>
- Primer congreso sobre Economía Plateada: <https://www.economiaplateada.org/>

VIDEOS RELACIONADOS

- La revolución madurescente: <https://www.youtube.com/watch?v=66SS3uDlnUw>