



Enfoka-Trends abendua 2019

“THE SILVER ECONOMY”

Zelulen narriadura biologikoaren prozesu bat da zahartzea eta ondorioak ditu gure gaitasun kognitiboetan (okerrago entzuten dugu, okerrago ikusten dugu, okerrago ukitzen dugu, murriztu egiten dira gure dastamena eta usaimena, zailtasun handiagoaz ukitu eta hartzen ditugu gauzak, baldarrago mugitzen gara). Beraz, adinekoren merkatu horrek ondokoak behar izango ditu: haientzat egokitutako espazioak, haientzat egokitutako produktuak/tresnak, haientzat egokitutako zerbitzuak, linealak, displayak eta erakustokiak, haientzat egokitutako establezimenduak eta saltokiak, eskatzen dituzten produktuak saltzen dituztenak: zahartzearen aurkako kosmetika, osagarri dietetikoak, arropa eta oinetako egokituak eta abar.

EAE zahartze-prozesu batean dagon orain; 65 urtetik gorako pertsonak guztizko populazioaren % 33,5 izango dira 2061ean, 11,25 puntu portzentual gehiago oraingoaren aldean. Kontsumitzaile-profil horretan oinarrituko diren enpresek hazteko izango dituzten aukerak itxaropentsuak ematen dute beraz.

Gainera, beste merkatu paralelo bat dago, nostalgiarena, alegia. Nostalgiak saldu egiten du, gazteak ginenean erosten genituen produktuak eskuratzea hazten ari den joera bat da orain. Autentikotasuna funtsezko faktorea da “bihotza ukitu” egiten dieten gauzen kontsumitzaileentzat, gogoratu, oparitu eta kontsumitu nahi dituztenentzat nerabe zirenean erosten zituzten litxarreriak, edariak, jostailuak, biniloak, bizikletak, vintage moda, kolonia klasikoak eta abar; retrobranding-aren goraldia, azken batean.

Profil horretako kontsumitzaile askok diote zailtasunak izaten dituztela saltoki bat bisitatzeko Euskadin. Adibidez, pertsona adindunen % 21,4ek diote zailtasunak dituztela erosketak egiteko garaian, hau da, ia 100.000 pertsonak behar dute laguntza zeregin horretarako. 80 urte edo gehiago dituzten pertsonen % 44en kasua da hori.

Adineko kontsumitzaileentzako arretara egokitutako saltokiek planteatu egin behar dute bezeroarentzako zerbitzu-politika mota hori ziurtatzen duten ekimenetakoren bati atxikitzea, eta horren adibide bat dugu Euskadi Lagunkoia-Establezimendu Lagunkoia, Eusko Jaurlaritzaren ekimena.

Ekimen honen helburua da saltokiak lagunkoia goak izatea beren bezeroentzat. Programak doan eskaintzen ditu aukera hauek:

- Bezeroarentzako arreta-zerbitzua hobetzea baita adinekoei ematen zaiena ere langileen sensibilizazio handiago baten bidez.
- “Lagunkoia gara” zigilua lortzea zure konpromisoa ezagutzera emateko.
- Doako promozioa izatea Euskadi Lagunkoia Sarearen, Leku Lagunkoien Maparen eta Establezimendu Lagunkoien Gidaren bitartez.





BIBLIOGRAFIA

- Dirigentes digital.com (2019). Economía plateada: cómo el envejecimiento se convierte en oportunidad. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik <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. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik <https://dirigentesdigital.com/economia/economia-plateada-como-el-envejecimiento-se-convierte-en-oportunidad-EX1264556>
- Inversión & finanzas (2019). La isla de Zorrotzaurre acogerá el centro que impulsará la economía plateada. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik http://www.finanzas.com/noticias/economia/20190226/isla-zorrotzaurre-acogera-centro-4000464_age.html
- Viviana Bran (2019). Nostalgia, un negocio rentable para las marcas. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik <https://www.reporteindigo.com/reporte/nostalgia-un-negocio-rentable-para-las-marcas-markeing-vintage-retro-emociones-consumidores/>
- Start Point (2019). Cómo hacer crecer tu empresa con el negocio de la nostalgia. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik <https://startpoint.cise.es/como-hacer-crecer-tu-empresa-con-el-marketing-de-nostalgia/>
- El país semanal (2018). El negocio de la nostalgia. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik https://elpais.com/elpais/2019/03/05/eps/1551786074_152123.html
- EUSTAT (2018). Euskal AEko Ikuspegi Demografikoak: Non egongo gara 2060an? 2019ko abenduaren 18an berreskuratua hemendik <https://cutt.ly/brw1GQV>
- Benny F. Santana (2018). ¿Qué es la economía plateada? 2019ko abenduaren 18an berreskuratua <https://seguifarma.com/que-es-economia-plateada/>
- Georgetown University Business Magazine (2018). The Rise of the Silver Economy. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua <https://msb.georgetown.edu/news-story/rise-of-silver-economy/>
- Emprendedores (2017). Universo Melancolía: La nostalgia ahora es rentable. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua <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. 2019ko abenduaren 18an berreskuratua <https://www.foromarketing.com/entrevista-felipe-martin-consejero-estatal-personas-mayores/>

LOTURIKO WEBAK

- Nazio Batuak: munduko populazioaren ikuspegiak 2019: <https://population.un.org/wpp/>
- Zilarrezko Ekonomia. Aldaketa demografikoa: Europaren aukera: <http://www.smartsilvereconomy.eu/>
- EAEko biztanleriaren piramide interaktiboa: <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/>
- Zilarrezko Ekonomiari buruzko I. Kongresua: <https://www.economiaplateada.org/>

LOTURIKO BIDEOAK

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