

# TRANSNEWS

EDICION N° 137 | SEPTIEMBRE | 2006

•••• **Adultos mayores:  
Los nuevos súper consumidores**

•••• **El valor de una buena  
imagen corporativa**

## Consumidores de 60 años y más: El nuevo poder maduro



CON LOS AVANCES DE LA MEDICINA ACTUAL, EL SER HUMANO LLEGA A LA LLAMADA "TERCERA EDAD", GOZANDO DE BUENA SALUD Y CON ENORMES GANAS DE DISFRUTAR LA VIDA.

Recientes estudios demográficos nacionales indican que en Chile el 11,4% de la población está integrado por personas que ya soplaron 60 velas, sino más. Llevado a números, son casi 1 millón 700 mil los abuelos y abuelas que viven en el país.

Al igual que las naciones europeas, a juzgar por la tasa de natalidad chilena (1,9 hijos por cada mujer), para el año 2020 los mayores de 60 serán más que los menores de 14 años. Menos niños y más abuelos en resumidas cuentas, lo que trae asociado un cambio cultural y económico de proporciones aún inconmensurables. Según analistas expertos en demografía, estaríamos a un paso de dejar de ser un país joven. De hecho, de mantenerse la tasa de natalidad actual es muy probable que, de aquí al 2050, seremos sólo 11 millones los chilenos. Según el último Censo, realizado en abril de 2002, la población del país es de aproximadamente 15.116.435 personas.

Por lo visto, el consumidor mayor llegó para instalarse. Es un grupo que la está

llevando. Hay una gran oferta de bienes y servicios a su medida. A tranco firme, el comercio ha empezado a desarrollar líneas de producto especialmente pensadas para las particulares necesidades de este grupo etéreo. Y es que, en los sectores socioeconómicos medio y alto del país, este segmento cuenta con recursos como para darse algunos gustos. Ya jubilados y retirados de las pistas laborales, por fin tienen un tiempo para ellos mismos.

### Cursos y beneficios

La primera gran lección es dejar atrás cualquier prejuicio que asocie inexorablemente a los mayores de 60 a enfermedades y achaques. Atrás quedaron los días en que los abuelitos sólo pisaban farmacias, hospitales y clínicas. Hoy están vigentes, activos y llenos de panoramas.

Como un botón de muestra: distintas municipalidades de la Región Metropolitana han desarrollado una completa e interesante oferta cultural, gastronómica, social y turística especialmente diseñada para el consumidor maduro.

Así, paseos en bus a termas, rutas del vino, entre otros destinos, han resultado ser todo un éxito. El paseo -por lo general a un precio razonablemente asequible- incluye traslados, almuerzos o degustaciones y un guía turístico.

Las mismas municipalidades ofrecen cursos y clases de la más variada índole para satisfacer hasta los más caprichosos. Talleres de Bridge, computación, Internet, pintura, actualidad, se llenan de aplicados y entusiastas alumnos.

La práctica deportiva también suma adeptos entre los mayorcitos. Desde la siempre benigna natación hasta el tai chi o el yoga, los abuelos de hoy ya no se están quietos. Muchos de ellos están consientes de que la actividad física los mantiene saludables. No en vano, el antiguo refrán "en cuerpo sano, mente sana". ¡Hay hasta clases de tango para los más osados y dados a mover el esqueleto!

A estos programas para el adulto mayor hay que agregar una variada y nutrida gama de descuentos en el comercio establecido, en cines, museos, galerías, teatros. El consumidor maduro tiene no sólo un precio preferencial, sino muchas veces un trato VIP (cajas especiales en supermercados e instituciones

financieras y asientos reservados en el transporte público).

### Productos especiales

La vejez conlleva algunos cambios. Ya no es tan fácil realizar funciones tan básicas como abrocharse los zapatos o tomar una taza. Por esta razón se han



desarrollado innumerables productos y artefactos para ayudar a los mayores en la vida diaria.

Este nicho está siendo fuertemente explotado. De hecho, se venden todo tipo de utensilios domésticos diseñados para personas con artrosis, por ejemplo. Desde cortaúñas hasta almohadas especiales, todo pensado para satisfacer las demandas de confort y calidad de vida del nicho de los años dorados.

También se han desarrollado líneas de productos alimenticios que entregan los nutrientes y vitaminas que los mayores necesitan en esta etapa de su vida. Hay leches, sopas en polvo, e incluso preparados energéticos sólo para su deleite.

Los artículos de rehabilitación tanto importados como hechos en Chile buscan satisfacer sus necesidades. A las tradicionales sillas de ruedas y andadores o bastones se suma una amplia gama de productos que son "ayudas técnicas". Hoy se puede contar con grifería especial, sanitarios y mobiliario de baño, todo pensado para evitar accidentes y facilitar las actividades de la vida diaria. Y es que, el anhelo de seguir siendo autovalentes es clave entre los nuevos súper abuelos.



### Abuelos en Cifras

Según la última Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional, CASEN 2003, el 56% de los adultos mayores del país son mujeres. De ellas, el 61,2% tiene más de 76 años. De ese total, más de la mitad están casadas (52,3%); el 38,1% enviudó y el 12,4% viven solas.

El mismo estudio del MIDEPLAN reveló que el 10 por ciento de los adultos mayores vive solo. El hecho de que la mujer es más longeva que el hombre hace que el 38% de esos hogares unipersonales esté formado por una mujer.

En los distintos sectores socioeconómicos, casi el 80% de los mayores de 60 años vive en su casa propia pagada. El 6% aún está pagando su casa y el 4,2 %, arrienda.



# Punto Mayor: Soluciones para la tercera edad

SE TRATA DE UNA TIENDA QUE CONCENTRA EN UN ÚNICO LUGAR LOS MÁS DIVERSOS Y NOVEDOSOS ARTÍCULOS, PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS MAYORES. UN NEGOCIO ORIENTADO A UN SEGMENTO MUY ESPECÍFICO, PERO CUYA DEMANDA VA “IN CRESCENDO”.

generando. “No es fácil innovar. Cuando traes productos nuevos es difícil, pero eso no significa que no tengan que estar, porque en algún minuto va a aparecer la necesidad”.

## El servicio

Como estrategia comercial y por tratarse de artículos innovadores, ambos socios colaboran permanentemente con congresos de profesionales de la salud vinculados al área del adulto mayor, ya que son ellos, finalmente, quienes pueden conocer e indicar los productos. Otra ventaja de Punto Mayor es que importa y distribuye, ya que cuenta con una amplia red de contactos en diversos países.

Y como también son fabricantes, ante cualquier problema ofrecen una respuesta rápida y efectiva. “Conocemos el producto desde su origen, resolvemos cualquier cosa y eso es importante. Podemos reparar de un día para otro una silla de ruedas. Tratamos de dar siempre un buen servicio”, enfatiza Yolanda Lifante.

Los socios de este local especializado en artículos para la tercera edad, Yolanda Lifante y Henry Baldan, traían consigo una vasta experiencia previa en el rubro cuando decidieron crear un negocio que reuniera centenares de productos que facilitan la vida a las personas mayores. La idea de asociarse y abrir una tienda grata, amplia y que entregue un buen servicio, se concretó en diciembre pasado. Yolanda Lifante explica que hasta ahora se están verificando las metas trazadas. “La evaluación, en general, es buena, se están cumpliendo las expectativas que teníamos y creemos que vamos a seguir creciendo”, explica y agrega: “El 55% de las ventas las realizamos con Tarjetas de Crédito, ya que es actualmente el medio de pago más seguro y cómodo, tanto para el comprador como para el vendedor”.

Dentro de las ventajas de Punto Mayor destaca la trayectoria y profundo conocimiento de ambos socios en artículos orientados a la tercera edad. Yolanda Lifante cuenta que de tanto viajar a eventos y ferias vinculados a los adultos mayores, surgió la idea de levantar un negocio que cubriera una necesidad incipiente aún en Chile, pero bastante desarrollada en el exterior. “Veíamos que había una carencia en este segmento que rápidamente ocupará un papel protagónico”.

## Productos innovadores

La diversidad y funcionalidad de los 700 productos que exhibe Punto Mayor, es, definitivamente, sorprendente. Por ejemplo, hay una lupa de cuello que deja las manos libres, lo que facilita bordar o leer; un pequeño aparato que ayuda a abotonarse, otro que permite ponerse

los calcetines; un partidador de pastillas, una caja plástica para administrar ordenadamente los medicamentos; entre otros.

La tienda también posee artículos orientados a enfermos y discapacitados como sillas de ruedas, bastones, andadores, camas clínicas y scooters. La mayoría de los productos de ayudas técnicas son importados, principalmente de Alemania, Estados Unidos y China. Asimismo, posee artículos de salud y belleza, como también libros y juegos, entre muchos otros.

Yolanda Lifante afirma que aún no existe la demanda en el mercado de ciertos artículos, pero que ésta se va a ir

**“El 55% de las ventas las realizamos con Tarjetas de Crédito, ya que es actualmente el medio de pago más seguro y cómodo, tanto para el comprador como para el vendedor”, afirma Yolanda Lifante, dueña de Punto Mayor.**

