

Barcelona Treball

Cápsula de tendencia sectorial: Bienestar e imagen personal

Noviembre 2012

Envejecimiento activo, fuente de especialización de bienes y servicios

El 2012 es el año del envejecimiento activo y de la solidaridad intergeneracional en Europa. El envejecimiento activo contribuye a dinamizar la sociedad y la economía de los países, ofrece oportunidades a las personas de la tercera edad y favorece su bienestar. Compartir la experiencia, seguir desempeñando un papel activo en la sociedad y vivir una vida saludable mejora su imagen personal y su bienestar.

El número de personas mayores crece y cambia su forma de vida. Los avances en medicina, el alto nivel de la sanidad pública, las mejoras en las condiciones de vida y la mayor información sobre hábitos de higiene y alimentación ha incrementado la esperanza de vida. **Las personas mayores viven más y mejor, y participan activamente de la sociedad hasta edades avanzadas.** Los cambios en este grupo de edad responden a las modificaciones locales y globales de nuestra sociedad.

Según la Organisation for Economic Cooperation and Development (OCDE), el período de vida tras la jubilación, en España, es de 17,3 años para los hombres y 21,4 para las mujeres. Este período es superior al de otros países desarrollados. Asimismo, la tasa de actividad de las personas mayores de 65 años se sitúa en el 4% en la Unión Europea (UE), y en el 2.1% en España. **La conclusión, pues, es que cada vez hay más gente jubilada que dispone de tiempo de ocio, y que necesita de bienes y servicios para la imagen personal y el bienestar.** Es por este motivo que, en todos los países de la UE, se está realizando un esfuerzo para atender las necesidades de este colectivo, pero el incremento en el número de personas mayores y el aumento de la esperanza de vida hace prever la necesidad de seguir aumentando esfuerzos y recursos.

Por otra parte, **el incremento de recursos dedicados a mejorar el bienestar y las condiciones de vida de las personas mayores se puede valorar como un gasto, o al contrario, como una inversión que dinamiza la economía por diversas**

razones. Por ejemplo, el incremento de consumo de bienes y servicios esenciales para el bienestar y la salud es una fuente importante de reactivación económica para el sector.

Adicionalmente, las **nuevas generaciones de jubilados comienzan a disfrutar de los planes de pensiones que generaron durante las décadas de los 70 y 80, con lo que tienen más capacidad de consumo y se convierten en públicos 'diana' para diversos sectores y servicios, que tratan de ajustarse a sus necesidades y preferencias.** Un ejemplo claro de ello es la creciente demanda de servicios de balneoterapia para personas mayores con el fin de fomentar su bienestar.

Así, el envejecimiento activo, basado en el bienestar y la mejora de la imagen personal y social de la tercera edad, favorece el consumo de este grupo de población, centrado en las siguientes necesidades¹:

- La necesidad de llenar de contenido su tiempo libre.
- La necesidad de relacionarse.
- La necesidad de transmitir conocimientos.
- La necesidad de recreo.

En este sentido, los consumidores de edad avanzada con una mente activa, tiempo libre y ganas de desarrollar actividades demandan servicios relacionados con el turismo, el ocio, la salud, y el bienestar y la imagen personal.

¹ La tercera edad y el consumo. Instituto Nacional del Consumo

Impacto en el sector

El envejecimiento activo constituye un reto para las empresas que fabrican productos y servicios dedicados al bienestar y la imagen personal de diferentes grupos de población. En caso de las personas mayores, los cambios derivados de la edad suponen modificaciones en la conducta y en los hábitos de consumo y, por tanto, **las empresas deben ser conscientes de que el envejecimiento activo implica una serie de cambios en las estrategias de negocio** para cubrir las necesidades de bienestar e imagen personal de la tercera edad.

De hecho, los consumidores de este grupo presentan unas necesidades específicas condicionadas por la edad y por su capacidad de gasto.

El gasto fundamental de un hogar donde viven personas mayores es el del mantenimiento de la propia vivienda (agua, luz y gas, entre otros), que llega hasta el 40%. El capítulo de alimentación es el segundo en importancia de gasto, con un 28%, seguido del de ocio (espectáculos, hoteles, cafés, etc.). El apartado de otros bienes y servicios representa un 30% del gasto que realiza este colectivo².

Entre los productos y servicios que consume este grupo de población se encuentran:

Productos y servicios para la salud:

- Tiendas exclusivas para la tercera edad con productos-solución: alimentos con fibras y bajos en grasas, audífonos, frascos de fácil apertura, etc.
- Centros de rehabilitación física.
- Gimnasios y piscinas.
- Residencias y centros de día.
- Instalaciones de mejora de la salud y el bienestar: spas, resorts y establecimientos de tratamientos personales como peluquerías y centros de estética.

Productos y servicios de ocio:

- Turismo por diferentes franjas de edad y poder adquisitivo.
- Espectáculos específicos.

Otros productos y servicios:

- Servicios financieros como seguros o asistencias legales y económicas.
- Adaptación y rediseño de infraestructuras del hogar: sillas elevadoras, cocinas y electrodomésticos, etc.
- Formación para personas mayores.

Las tendencias de consumo emergentes del colectivo de la tercera edad están orientadas a implantar unos buenos hábitos nutricionales para prevenir el deterioro funcional y ganar autonomía. Además, el cuidado de la imagen personal en las nuevas generaciones de personas mayores, sobre todo mujeres, se ha generalizado, y el uso de cosméticos ya no se limita a las personas jóvenes y de mediana edad.

Las empresas del sector del bienestar y la imagen personal (centros de estética, gimnasios, spas, hoteles-resorte, balnearios, peluquerías, grandes compañías de cosméticos,...) ya han empezado a invertir en productos específicos para personas de la tercera edad. Previsiblemente, los cambios en los hábitos de consumo derivados del envejecimiento activo se irán incrementando, sobre todo en cuanto a la preservación de la salud y la calidad de vida.

De hecho, algunos expertos apuntan que el turismo en la tercera edad se orientará cada vez más a la realización de actividades que mejoren la salud, por ejemplo, estancias en spas o caminatas al aire libre. De hecho, un ámbito donde la gente mayor se convertirá en nuevo target del sector es la balneoterapia, tanto en la modalidad urbana como en la de balnearios tradicionales de aguas termales.

La comunicación entre los agentes que trabajan en el sector del bienestar y la imagen personal, y otros como el turístico, será clave para aprovechar las oportunidades que ofrece la cobertura de las necesidades sociales y personales de la tercera edad.

El 1 de enero de 2012 había 8.221.047 personas mayores en España, el 17,4% de la población. En los próximos 40 años España será el segundo país más envejecido del mundo. En 2050 el 30% de la población española será mayor de 65 años.

Los mayores de 65 años representan el 28% del consumo. Según el Instituto Nacional del Consumo, el mercado de las personas mayores será cada vez mayor y moverá más recursos.

En los últimos 30 años el nivel educativo de las personas mayores ha evolucionado desde la educación primaria hasta la educación secundaria. En 2011 el 15% de las personas entre 65 y 69 años tenía educación superior.

² Un perfil de las personas mayores en España, 2012. Indicadores estadísticos básicos. Informes portal mayores nº131

Impacto sobre los perfiles profesionales

El envejecimiento activo es una de las consecuencias de la evolución del sector del bienestar y la imagen personal, sector que abarca profesionales de diferentes formaciones. Sin embargo todos ellos deberán hacer uso de competencias como la capacidad de comunicación, la flexibilidad, y la orientación a un público específico para poder dar respuesta a las necesidades y demandas de un importante grupo de clientes / consumidores: las personas de la tercera edad.

Un profesional dedicado a la cobertura de las necesidades de bienestar de las personas mayores debe tener conocimientos de nutrición y fisioterapia, de actividades relacionadas con el esparcimiento y el ocio, y de asistencia sanitaria.

Una de las claves para el envejecimiento activo y, por tanto, para favorecer el bienestar y la imagen personal de la tercera edad, es la promoción de la actividad física. El colectivo médico recomienda la práctica deportiva, específicamente, la realización de actividades no intensivas vinculadas al cuerpo y a la mente para que mejoren patologías habituales en esta etapa de la vida, como por ejemplo, las relacionadas con los huesos o las articulaciones. Adicionalmente, a las personas que padecen alguna enfermedad psíquica como, por ejemplo depresión, también se les recomienda realizar actividades de estas características. Por estos motivos, las administraciones públicas han puesto en marcha diferentes programas de actividad física enmarcados en los postulados del programa "Salud para todos en el Siglo XXI" (OMS, 1998).

Este programa promueve la realización **de actividades saludables gestionadas por especialistas de diferentes áreas³:**

- Sanitaria: médicos, biólogos, fisioterapeutas, enfermeros y terapeutas ocupacionales.
- Deporte y educación física: técnicos deportivos, especialistas en técnicas corporales para personas mayores o gestores deportivos.
- Social: sociólogos, economistas, educadores, trabajadores sociales o animadores socioculturales. Monitores.

Estos profesionales deberán ser capaces de llevar a cabo acciones específicas dentro de su ámbito de trabajo que promuevan la salud en la tercera edad y que se traduzcan en fomentar una vejez sana y activa. Para ello deberán ampliar o profundizar sus conocimientos en este ámbito de trabajo.

Algunos de los campos sobre los que habrá que especializarse son: nutrición y medicina preventiva, técnicas para mejorar la memoria y la concentración,

actividades para activar el sentido del humor y el pensamiento positivo, técnicas sobre movimientos corporales o actividades de fitness específicas, etc.

Por tanto, **los profesionales del sector del bienestar y la imagen personal deberán relacionarse con los del sector sanitario y social para complementar sus conocimientos y ser capaces de cubrir las necesidades físicas, psicológicas y de bienestar integral de este colectivo.**

Por otra parte, las empresas y los profesionales del sector del bienestar e imagen personal deberán modificar sus estrategias de negocio y reorientarlas, en parte, hacia este nuevo segmento de consumo.

Los **responsables de marketing de grandes empresas o los gestores de pequeños negocios** (gimnasios, peluquerías, spas, hoteles, etc.) deberán **valorar nuevas variables para adaptar sus productos y servicios:** necesidades de las personas mayores, intereses, capacidad económica, etc. Por ejemplo, diseño de actividades turísticas conjuntamente con el sector del turismo, orientadas a este colectivo. Esto requiere nuevas competencias relacionadas con la investigación de mercado y la promoción (ofertas, productos especializados, publicidad específica, etc.).

Por otra parte, las empresas de fabricación de aparatos de salud, en las que trabajan diseñadores industriales y mecánicos, también habrán de valorar este nuevo target. Si bien no será necesario que modifiquen sus competencias técnicas, sí que deberán adaptarse a los cambios y diseñar aparatos con nuevas funcionalidades más adecuadas para las personas mayores.

El envejecimiento activo y el aumento de la capacidad de consumo de la tercera edad impactará en todos los perfiles profesionales del ámbito del bienestar personal y tratamientos alternativos.

Amplía la información del sector en la Web Barcelona Trabajo

Mercado > Sectores Económicos > [Bienestar e imagen personal](#)

En este apartado web encontrarás un informe del sector en clave de empleo, podrás consultar las fichas ocupacionales con los diversos perfiles profesionales, y conocer los principales recursos para encontrar trabajo.

³ Libro blanco del envejecimiento activo. Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, e Insero. 2011

Cofinancian: