



## Argumentario

En defensa de los intereses de las personas mayores como consumidores específicos


docecausas  
para 2012





## Argumentario


En defensa de los intereses  
de las personas mayores  
como consumidores específicos





 Casi la totalidad de las personas mayores recibe alguna prestación económica del sistema público de pensiones (directamente o a través de la pensión del cónyuge). Las pensiones de jubilación (5,3 millones) son el tipo de pensión más extendida; hay 2,3 millones de pensiones de viudedad.

 El consumidor senior forma parte cada vez más de un colectivo muy heterogéneo. Los fabricantes y distribuidores tendrán que dar respuesta a un consumidor que forma parte de cuatro generaciones distintas, y que además formará durante al menos 30 años parte de ese target.

 El colectivo de consumidores mayores de 55 años es en el entorno de la Unión Europea, el menos informado sobre sus derechos y deberes, además de ser uno de los que mayor dificultad encuentra a la hora de interpretar información sobre el embalaje de los alimentos o la fecha de caducidad.

 Los hogares con persona de referencia de 65 ó más años tienen proporcionalmente los menores ingresos de los hogares españoles. Cerca de un cuarto de ellos no alcanza los 9.000 euros anuales.

 Según datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006 del INE, de los más de 17 millones de hogares que había en España en 2010, 2.898.061 (6.609.899 personas) estaban formados por varones de más de 65 años como sustentador principal.

 En el caso de las mujeres de más de 65 años como principal fuente de sustento alcanzaba el 1.726.264 de hogares (2.607.620 de personas).



El gasto medio anual por persona fue de 11.449,91 euros y de 12.648,51, para los hogares cuyo sustentador principal era un hombre mayor de 65 años y una mujer de 65 o más años, respectivamente.



Los hogares formados por mayores de 65 años reconocían en un 52,65% tener mucha o cierta dificultad para llegar a final de mes.



El porcentaje de hogares cuyo sustentador principal está formado por una persona de 65 o más años y que no puede permitirse algunos gastos como comprar ropa y calzado (el 2,49%), sustituir electrodomésticos (2,93%) o mantener la temperatura de la vivienda adecuada en los meses de invierno (9,42%) fue en 2010 inferior a la media total del 4,51%, 5% y 10,6% respectivamente.



El gasto fundamental de un hogar donde residen personas mayores es el mantenimiento de la propia vivienda (agua, electricidad, y otros gastos), superando el 40% de los gastos, seguido de alimentación y de los de ocio (espectáculos, hoteles, cafés, etc.). (Un perfil de las personas mayores en España, 2012. Indicadores estadísticos básicos. Informe Portal Mayores (junio 2012).





Según se recoge en un estudio reciente de Kantar Worldpanel el 56% del presupuesto que destinan a alimentación los hogares españoles `retirados`, lo destinan a los productos frescos, en especial a la compra de frutas y hortalizas y al pescado y marisco fresco.





Estos hogares realizan un 36% de su gasto en el comercio tradicional, convirtiéndose en sus principales clientes.



 También son buenos clientes de los supermercados (38,2%), aunque algo menos que la media (42,4%). El hipermercado es el que menos frecuentan (9,4%), frente al 14,4% del promedio total; seguido de las tiendas descuento (10,4%), frente al 11,3%.

 En cuanto al consumo extradoméstico, según datos del Estudio Consumo Alimentario Extradoméstico en España: Hábitos del Consumidor (otoño/invierno 10-11) Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, entre abril de 2010 y marzo de 2011, los mayores de 65 años fueron junto a los menores de 24 años, los que menos visitas realizaron a establecimientos de hostelería, un 11,5% y 10,4% del total respectivamente.

 La media del ticket por visita fue en los mayores de 65 años la más reducida 9,61 euros; y del ticket por comensal de 3,97 euros.

 Los mayores de 65 años acuden en su mayoría a restaurantes de menú (26,9%), a panaderías/pastelerías (25,1%), restaurante de comida rápida (11,6%), y cafetería (9,7%).

 Y consumen fundamentalmente, en un 26,9% bebidas alcohólicas (seguramente vino incluido en el menú); un 26,7% entrantes; un 16,8% postres; un 13,6% cervezas; y un 12,3% bebidas calientes.

 Según el Eurobarómetro especial que se hizo sobre El poder del consumidor Special Eurobarometer nº342 Consumer Empowerment publicado en abril de 2011 por la Comisión Europea, la confianza del consumidor en los bienes y servicios que se le ofrece desciende con la edad. Así el 78% de los consumidores



de entre 18 y 24 años encuestados en Europa, tenían total confianza en lo que consumían, el 76% de entre 25 y 39 años, 73% entre los de 40 y 54 años; y 63% entre los mayores de 55 años.



El 39% de los mayores de 55 años europeos consideraban que no tenían información suficiente a la hora de comprar bienes y servicios y en 52% no se sentían suficientemente protegidos como consumidores.



En general, en once Estados miembros de la Unión Europea, la mayor proporción de los encuestados dice que se siente seguro, protegido y bien informado como consumidores. En siete países Países Bajos (74%), Suecia (73%), Dinamarca (68%), Finlandia (66%), Irlanda (64%), Reino Unido (64%) y Bélgica (56%), son mayoría. En el otro extremo, Bulgaria (56%) y Grecia (47%) son los únicos países donde la mayor parte de los encuestados no se sienten ni seguros, ni protegidos, ni informados.



En España el porcentaje de los encuestados que se siente seguro, protegido y bien informado es del 30%; en el extremo contrario un 25% y ni una cosa ni otra un 56%.





A la hora de firmar un contrato de un servicio (luz, gas o electricidad) casi una cuarta parte (24%) de los encuestados dicen que no los lee.



La razón principal que daban los encuestados para no haber leído el documento era la longitud del mismo (57%); un 35% opinaba que el tamaño de impresión era demasiado pequeño y un 26% aseguraba que el contrato era demasiado difícil de entender.



 La longitud del contrato es la razón principal esgrimida por los grupos de edad más jóvenes, alrededor del 62% de los de 15-39 años; mientras que esta razón era alegada solo por el 49% de los mayores de 55 años que encontraban la principal dificultad en el tamaño de impresión (42%).

 Según las conclusiones del Estudio de personas mayores y servicios de suministro energético, realizado por el gobierno vasco de febrero a junio de 2012, el 61,20% de los encuestados reconoce que nunca ha leído detenidamente el contrato de suministro suscrito. Casi la mitad de las personas encuestadas no sabe si sus compañías hacen descuentos a personas de su edad.