



Entretelones

“Generación plateada”: el 58% cree que ninguna marca se preocupa de la tercera edad

• MARÍA JESÚS COLOMA

La “generación plateada” es un término utilizado para describir a los adultos mayores, haciendo referencia al tono de su cabello. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), se considera adulto mayor a una persona a partir de los 60 años, y se utiliza el término “cuarta edad” para quienes superan los 80 años.

En Chile, este grupo está compuesto por personas nacidas en 1964 o antes y representa 19% de la población, con 54% de hombres y 45% de mujeres. “La población chilena está envejeciendo de manera acelerada. Incluso, según recientes datos del INE, hay regiones donde las defunciones superan los nacimientos”, señala Roberto Izikson, gerente general de Cadem, sobre el estudio que realizaron y que revela sus hábitos y preferencias de consumo.

Este segmento enfoca su consumo en la satisfacción de necesidades básicas, priorizando el gasto en vestuario, alimentación y medicamentos. Esto coincide con los canales de compra más habituales; supermercados, seguidos de farmacias, verdulerías y ferías.

Además, la presencialidad sigue siendo prioritaria: tres de cada cuatro adultos mayores prefiere realizar sus compras en locales físicos. Sin embargo, para el pago de cuentas usan métodos en línea.

Hay un nicho que valora comprar a través de internet por la inmediatez con que logran encontrar productos, conveniencia de precios y ofertas, además de la comodidad.

El 49% prefiere comprar con tarjeta de débito, superando incluso al efectivo. Con una alta bancarización, la Cuenta RUT es el producto más utilizado.

En cambio, la relación con las marcas está al debe. El 58% cree que ninguna se preocupa por la tercera edad y un 17% de los encuestados declara que no son relevantes en su vida. Sobre la primera que se les viene a la mente, mencionaron a Samsung, seguida de Coca-Cola y Colón. “El consumo en esta etapa está orientado a satisfacer necesidades esenciales, con un fuerte enfoque en el orden y la responsabilidad financiera. Sin embargo, las personas mayores sienten que las marcas no los consideran lo suficiente”, dice el informe.

Adicionalmente, el 40% con-

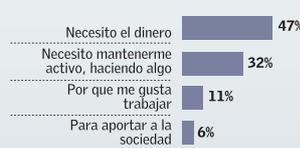
Cómo es la generación plateada en Chile



¿Cuál es el hito o acontecimiento que hace que una persona se sienta de la tercera edad?



¿Cuál de las siguientes alternativas representa mejor el motivo por el que trabajas actualmente?



¿Cuál es la principal razón por la que estás sin trabajo?



Fuente: Cadem

EL MERCURIO

sidera que no existe ninguna institución que se preocupe por ellos. Entre las que sí lo hacen, mencionan a las municipalidades, Hogar de Cristo, el Cefsam, Senama y la Fundación Las Rosas. “Hay una enorme oportunidad para las marcas, las empresas, de conectar con este segmento de la población”, indica el gerente general de Cadem.

Según el informe, uno de sus mayores temores, incluso por

sobre la muerte, es la dependencia. “Una de las características de la tercera y cuarta edad es el deterioro de la salud, tanto física como mental. Las políticas públicas han hecho intentos por enfrentar este problema, pero la soledad y la prevención de la dependencia también son aspectos a trabajar”, enfatiza Izikson.

La familia, en tanto, sigue siendo un pilar fundamental,

tanto en el ámbito emocional como funcional. De hecho, muchos asumen roles activos dentro de ella, como el cuidado de los nietos, lo que refuerza su sentido de utilidad y pertenencia.

No obstante, las nuevas tecnologías y los cambios en el estilo de vida han implicado un proceso de adaptación y aprendizaje con beneficios, y que también crea brechas. Si bien facilitan la comunicación, estas

tecnologías a veces afectan las relaciones presenciales.

Los ingresos de este grupo provienen de pensiones, mientras que solo un 13% mantiene un trabajo fijo. En este contexto, un 40% reporta dificultades económicas y afirma que le cuesta llegar a fin de mes. Además, un tercio confesó haber tenido que pedir dinero a sus hijos en el último año, especialmente las mujeres.