

CAMBIOS DEMOGRÁFICOS Y TENDENCIAS DE CONSUMO EN ADULTOS MAYORES. ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE MÉXICO Y ESPAÑA

Gutiérrez Gómez Elda Yolanda (1); Vega Macías Héctor Daniel (2)

¹ [Licenciatura en Mercadotecnia, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [eygg.16@gmail.com]

² [Departamento de Estudios Culturales, Demográficos y Políticos, División de Ciencias Sociales y Administrativas, Campus Celaya Salvatierra, Universidad de Guanajuato] | Dirección de correo electrónico: [daniel.vm@ugto.mx]

Resumen

Introducción. En esta investigación se analiza el proceso de envejecimiento poblacional en México y sus implicaciones en nuevas tendencias de consumo de adultos mayores desde una perspectiva comparada con España, ya que dicho país es un ejemplo de una población envejecida que ha avanzado en cuanto a la atención de necesidades para atender a la creciente población mayor a 65 años. **Fuentes de información y Métodos.** Esta investigación es de tipo cuantitativa, basado en técnicas demográficas con base en datos de proyecciones de población producidas por organismos oficiales. **Resultados y discusión.** Mientras que España está viviendo el envejecimiento de su población a México solo le quedan algunos años para estar en la misma situación. De esta manera, es importante conocer las próximas tendencias de consumo ante una población envejecida. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que la situación en cuanto a España y México son totalmente diferentes en los aspectos: políticos, culturales y sobre todo económicos.

Abstract

Introduction. This research analyzes the process of population aging in Mexico and its implications in new trends in consumption of older adults from a perspective compared with Spain, since that country is an example of an ageing population. **Methods.** The approach that is used in this research is quantitative, based in population prospects provided by different official organizations. **Results and discussion.** Spain is in a stage of advanced population aging while the Mexican population is gradually aging. In this sense it is important to know the upcoming trends of elderly people's consumption patterns. However, we need to keep in mind that the situation with regard to Spain and Mexico are totally different in the political, cultural and especially economic aspects.

Palabras clave

Cambio demográfico; Envejecimiento; Tendencias de consumo.

INTRODUCCIÓN

Como resultado de la transición demográfica, en el mundo hay una alta proporción de ancianos en constante incremento y muy pocas proyecciones de reversibilidad. El envejecimiento no es un hecho nuevo, ya que este ha sido un proceso relativo a las características de la dinámica social hasta este momento; sin embargo, constituye uno de los principales retos del siglo XXI, muchos países incluyendo México están atravesando una transición hacia una sociedad envejecida.

Cuando se habla del envejecimiento de una población se hace referencia a un proceso, con dimensión temporal (un pasado, presente y futuro) y con una dimensión territorial. El envejecimiento de la población española ha sido un proceso analizado y conocido en las últimas décadas. El siglo XX se ha caracterizado por un lento y sostenido envejecimiento de la población, sobre la base del descenso continuado con la fecundidad salvo el breve periodo del baby-boom y la prolongación de la esperanza de vida, resultado del descenso de la tasa de mortalidad de todas las edades. [1]. España sigue su proceso de envejecimiento. Según los datos del Padrón Continuo de Habitantes, del Instituto Nacional de Estadística (INE) en 2016 había cerca de 8.7 millones de personas mayores de 65 y más años, un 18.4% sobre el total de la población (46.6 millones). Según la proyección del INE, en 2066 habrá más de 14 millones de personas mayores, 34.6% del total de la población que alcanzará los 41 millones habitantes. La década de los 30 y 40 registrará los mayores incrementos, con la llegada de las cohortes del baby-boom. [2]

El análisis en cuanto a aspectos relacionados con el consumo y sus características demográficas es importante para una interpretación adecuada de resultados. Tal y como lo plantea Porter las características demográficas de una población son causas objetivas y capaces de propiciar la disminución o incremento en la compra de productos específicos [3]. Otro punto ligado a los aspectos demográficos es el cambio de necesidades de la población, en este caso las principales necesidades de los adultos mayores en España nos plantean las demandas que se derivan de la nueva autonomía que las personas mayores van a tener, al poder disfrutar durante muchos años a partir de la edad de la jubilación necesidades tales como aprovechar su tiempo libre, sentirse útiles, relacionarse, transmitir conocimientos y esparcimiento, debido a estas necesidades surgen nuevos hábitos de compra y consumo [4].

La conducta de los adultos mayores depende de factores tales como ingresos económicos, salud, alimentación, familia y ocio. En cuanto a hábitos de compra y consumo nos damos cuenta de que los supermercados son el lugar más habitual de compra pero que a medida que avanza la edad, se incrementa el porcentaje de los encuestados que compran en tiendas de cercanía, comercio local y mercados municipales. En España, los mayores de 65 años acuden caminando al establecimiento un 79% más que los jóvenes. Aunque el uso de nuevas tecnologías para la compra en cuanto a productos ha ido en aumento, para las personas mayores de 65 años prefieren acudir al establecimiento seguido de comprar por teléfono. Al momento de recibir ofertas prefieren los canales clásicos (radio, prensa, buzón, tv, en el establecimiento) [5].

Con base a este contexto; esta investigación tiene como objetivo analizar el proceso de envejecimiento poblacional en México y sus implicaciones en nuevas tendencias de consumo de adultos mayores desde una perspectiva comparada con España. Se hace una comparación con este país debido que es un ejemplo de una población envejecida que ha avanzado en las acciones en cuanto a cubrir las necesidades para atender a la creciente población mayor de 65 años.

MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación es de naturaleza cuantitativa, la cual está definida según Malhotra como “[la cuantificación] de datos dirigidos a la aplicación de algún tipo de análisis estadístico” [6]. De acuerdo con esto se realizó un análisis con técnicas demográficas basado en información poblacional utilizando como fuente de información principal las Proyecciones de Población Mundial publicada por las Naciones Unidas en 2017, de la cual se obtuvieron los datos relacionados con la población tomando en cuenta ambos sexos y edades a partir de los 65 años en adelante.

Además, para el caso de México se utilizaron las proyecciones de población en México realizada por el Consejo Nacional de Población (CONAPO), así como datos arrojados por los últimos registros censales llevados a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En el caso de España se utilizó además la información Nacional de Estadística (INE) para la obtención de datos más específicos y comparables en cuanto a la población española y las proyecciones poblacionales.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los cambios demográficos en México debido a la reducción de fecundidad, natalidad, mortalidad y el incremento en la esperanza de vida han sido indicadores que contribuyen al incremento de la población del país, la transformación de la estructura por género y edades ha generado que el grupo de población de 65 años este comenzando a generar una importancia significativa [7].

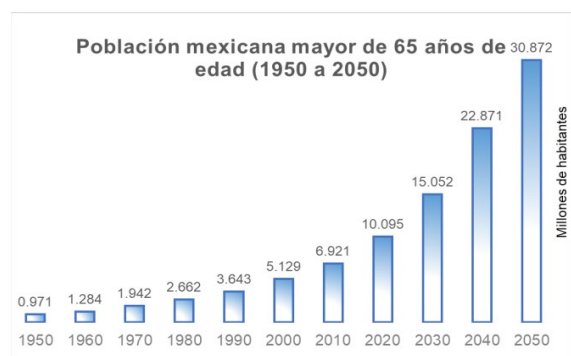
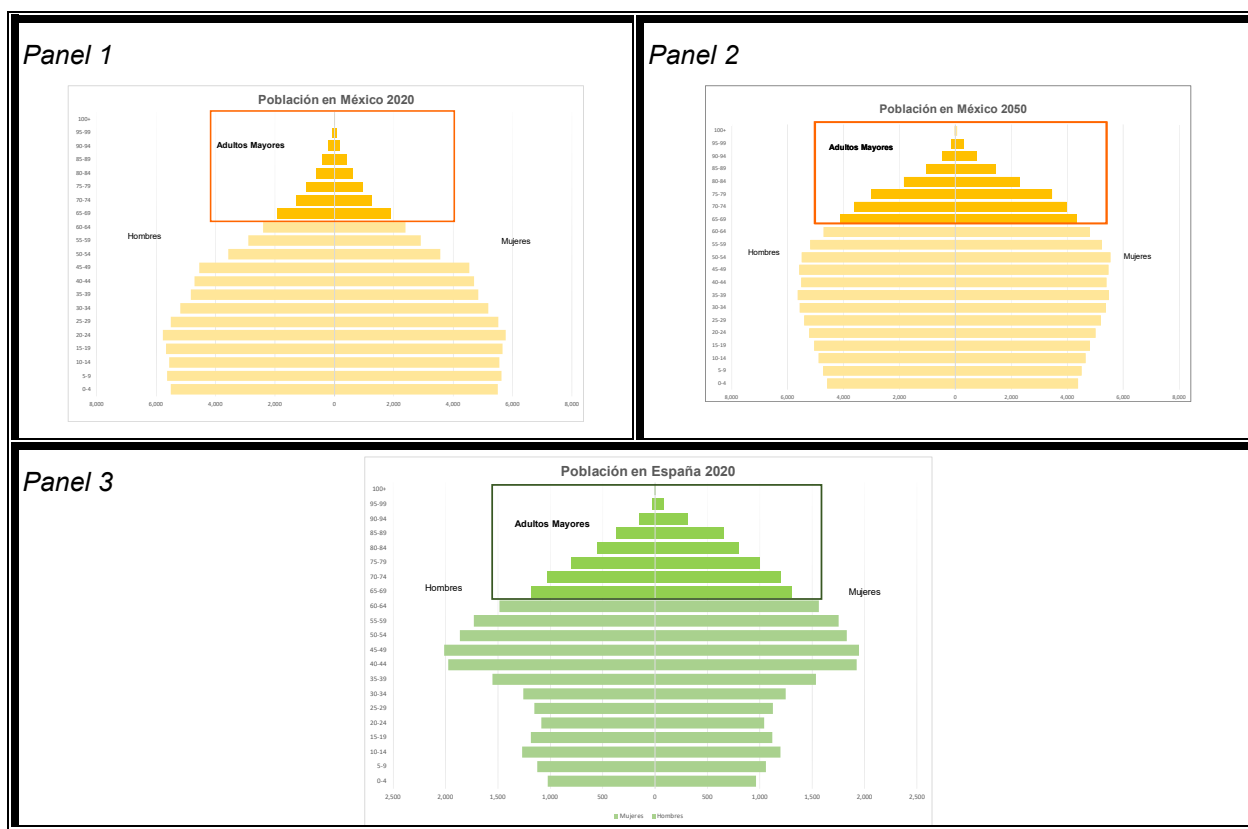


Gráfico 1 Incremento de la población mexicana de los años 1950 al 2050

Como se muestra en el gráfico 1, ha ido en incremento la población de adultos mayores en las últimas décadas, de 1950 a 1980. Únicamente se contemplaba población de 65 a más de 80 años de edad; sin embargo, en 1990 hay un incremento en cuanto a la esperanza de vida de más de 20 años, ya que no solamente comenzaba a haber personas de más de 80 años, sino que estas alcanzaban ya como un máximo los 100 años de vida. Probablemente esto se debió a la implementación de programas relacionados con la salud pública, al igual que la incorporación a la constitución de derecho a la protección de la salud entre otros casos que influyeron en el crecimiento poblacional del país.

El envejecimiento de la población mexicana iniciado hace algunos años, se acelerará significativamente en el presente siglo ya que en las últimas dos décadas el incremento de adultos mayores ha sido de un 210% a comparación de las últimas 5 décadas del siglo pasado. En el año 2000 residían en México 5.1 millones de personas mayores de 65 años, en 2030 serán 15 millones y se espera que para la mitad del siglo se alcancen 30.9 millones de adultos mayores. Cabe destacar 86.74% de este incremento ocurrirá a partir del 2020, lo que le brinda al país apenas dos décadas para preparar las condiciones para actuar adecuadamente este proceso.

México y España a pesar de ser dos países con cambios demográficos diferentes, se han caracterizado por tener un proceso de envejecimiento rápido, la creciente población mayor de 65 años y sobre todo la de más de 80 años se enfrenta a dificultades que la población debe considerar inherentes a su edad. España tiene una proyección poblacional para 2020 de 46.5 millones de habitantes de los cuales 9.48 millones son adultos mayores de 65 años, es decir el 20.4% de su población está conformada por adultos mayores, mientras que México en 2020 se proyecta una población total de 133.9 millones de habitantes de los cuales 10.1 millones son adultos mayores, lo cual representa un 7.54% del total de la población. Sin embargo; la característica principal que comparte México con España en cuanto a cambios demográficos es que para el año 2050, en México de los 164.28 millones de habitantes el 18.8% serán adultos mayores marcando una diferencia mínima con España de tan solo el 1.60% de lo que actualmente se está viviendo en aquel país.



Cuadro 1 Comparación de graficas poblacionales México (2020 y 2050), España 2020

En este contexto se hace una comparación México-España (véase Cuadro 1). En el Panel 1 podemos observar las proyecciones poblacionales de México en 2020, sin duda alguna no tiene alguna similitud a la proyección poblacional de España 2020, es decir; lo único que tienen en común es el año, en cambio al analizar la proyección de México en 2050 con la de España en 2020 ambos países en cuanto a la población de adultos mayores son similar, lo que nos indica que México en los próximos años sufrirá de un incremento de envejecimiento poblacional. Por lo tanto, es importante tomar en cuenta algunas de las acciones de España sobre la publicidad y consumo de adultos mayores para tener una guía sobre el inevitable futuro que le depara a México debido al envejecimiento de su población.

En España se han desarrollado diversas campañas publicitarias derivadas del consumo en adultos mayores. Como se habló anteriormente este mercado está mayormente enfocado en aspectos relacionados a su salud, alimentación, economía, familia y ocio. Por ejemplo, las empresas que fabrican compresas tienen una línea para mujeres mayores con incontinencia; en España son comercializadas por INDAS y TENA. Otro caso es el de BBVA, una entidad financiera que se está orientando en un producto financiero a los adultos mayores que quieren proporcionar estudios de posgrado a sus nietos, aunque es de señalar que otras empresas ya lo habían hecho como es el caso de Caja España. Los seguros médicos no están quedando fuera de dicha situación ya que Sanitas hace tiempo viene colaborando afanosamente con diversas entidades públicas y privadas que trabajan a favor del envejecimiento saludable. Marcas como NIKE y VISIONLAB se están adaptando a dicho mercado español, ya que estos están destacando spots donde los productos son utilizados principalmente para adultos mayores. Cabe destacar también el Ministerio de Asuntos Sociales, ya que han creado programas como vacaciones para la tercera edad, en la que invitan a esta población a viajar con algunas promociones incitando así el turismo en el país principalmente y sus alrededores. Por último, ponemos un ejemplo de una funeraria que logra emocionar con su campaña publicitaria “Te acompañamos en tu camino”, a pesar de ser un tema

delicado de tratar el Grupo ASV Servicios Funerarios supo manejar el tema y obtuvo positivos resultados a través de este spot.

CONCLUSIONES

España y México son dos países en estadios diferentes de la transición demográfica, mientras que España ya está viviendo el envejecimiento en su población, a México sólo le quedan algunos años para estar en la misma situación. Es por eso por lo que en el país se debe de comenzar a pensar en un futuro donde los adultos mayores sean un mercado potencial y este a su vez sea satisfecho de acuerdo con las necesidades de consumo que presente. En México se debe tener pensado un tipo de consumo diferente al que se tiene en España, resaltando por supuesto que los adultos mayores mexicanos para el 2050, se desarrollaron en un ambiente totalmente diferente en cuanto a la población envejecida de España, tanto los aspectos culturales como económicos.

La comparación con España nos sirve para tener un ejemplo de lo que sucederá en México en los próximos años, pero es importante aclarar que no podemos tomar decisiones pensando que vivimos la misma situación que en dicho país, ya que uno de los principales aspectos a considerar en México es el factor económico ya que actualmente en promedio solo el 25.8% de adultos mayores de 65 años reciben pensión o están jubilados, esto nos quiere decir que el otro 74.2% tendrá que seguir trabajando para cubrir sus necesidades, según datos de la Encuesta Intercensal 2015, publicada por el INEGI. Derivado de nuestra investigación es posible concluir que el país está pasando por un proceso demográfico que cambiará radicalmente la población de adultos mayores, razón por la cual se puede considerar como una oportunidad para la mercadotecnia buscar nuevas estrategias ante este segmento que va en aumento.

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación fue financiada por el Programa de Veranos de Investigación Científica de la Universidad de Guanajuato. Además, los autores agradecen al Laboratorio de Métodos Cuantitativos Aplicados a las Ciencias Sociales y Administrativas del Campus Celaya-Salvatierra, por facilitar el uso de sus instalaciones y las facilidades para asistir a los cursos y conferencias impartidas durante la estancia.

REFERENCIAS

- [1] González, M.J., Begoña, S.M. (2001) El envejecimiento de la población española y sus consecuencias sociales. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/5705>
- [2] García, A., García A., Rodríguez, R. (2017). Un perfil de las personas mayores en España 2017. Indicadores estadísticos básicos. Recuperado de <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-indicadoresbasicos17.pdf>
- [3] Porter, M. (2008). Estrategia competitiva. México: Grupo Editorial Patria.
- [4] Instituto Nacional de Consumo (2013). La tercera edad y el consumo. Recuperado de: <http://datos.redomic.com/Archivos/Informes/I13.pdf>
- [5] MPAC. (2016). Encuesta de hábitos de consume. Recuperado de <http://www.fuci.es/wp-content/uploads/2016/06/Resultados-I-Bloque-Encuesta-Habitos-de-compra-y-consumo-2016.pdf>
- [6] Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercados. Un enfoque práctico. México: Prentice Hall.
- [7] Ballesteros, A., Álvarez, M., Gómez, M. El envejecimiento de las poblaciones: los casos de España y México (2003) Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/38823075.pdf>
- [8] Partida, V. La transición demográfica y el proceso de envejecimiento en México. (2005) 11 (45) Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252005000300002