

Como hemos mencionado en la propuesta de valor, nuestro cliente objetivo son las personas pertenecientes al grupo de la tercera edad, es decir mujeres que superan los 60 años y varones mayores de 65. A través este apartado, trataremos de profundizar en las características que poseen nuestros clientes, siendo estas principalmente las múltiples necesidades que se dan debido a la edad.

Se trata de un mercado segmentado, ya que como anteriormente hemos especificado con claridad, ofrecemos un servicio que cubre ciertas necesidades de un colectivo en concreto, que en este caso se trata de las personas correspondientes al grupo de la 3ª edad. Estas son en su mayoría, personas jubiladas que disponen del suficiente tiempo como para disfrutar de las diferentes actividades que nuestra empresa les ofrece.



Este grupo de personas dispone de mucho tiempo, ya que a diferencia de los demás grupos de edad, no tienen obligaciones claras como el trabajo, o cuidar de sus hijos, por lo que pueden permitirse dedicarle más tiempo a hobbies, a actividades etc. La familia para ellos es lo central, se sienten acompañados y confían en los suyos. Son optimistas sobre el futuro, y a pesar de las dificultades, confían en Dios. A pesar de que no pueden hacer todas las cosas que desean, se sienten felices por las cosas que han realizado en su vida y conservan la esperanza sobre el futuro. Es el grupo que menos hace uso de Internet para comunicarse, pues ven la tecnología un poco complicada para ellos, y son amantes de la radios y los periódicos. Se autodefinen en general como conservadores organizados, atentos y creativos. Los componentes de este grupo de adultos mayores se consideran de clase media baja. La mayoría solo han terminado o simplemente dejado incompleto la educación secundaria. Muy pocos ahorran (13%) y muy pocos están endeudados (17%). Una parte de ellos aún trabaja como autónomos o en la actividad comercial, y las actividades que más realizan diariamente son leer los diarios (60%), libros (50%) e ir a Misa (50%). Lo que menos hacen es ir a eventos culturales (20%) e ir de compras (26%). Solo el 26% se conecta a Internet por Banda Ancha. Después de analizar todo esto, a parte de darnos cuenta de que este servicio tiene que ser sencillo y atractivo para llamar su atención, también llegamos a la conclusión de que habría que llegar a ellos de las formas mas tradicionales posibles, como el periódico o la radio, ya que según las encuestas son los medios que más utilizan y por tanto con los que más cómodos se sienten.

En esta etapa del ciclo vital, se presenta un declive de todas aquellas estructuras que se habían desarrollado en las etapas anteriores, con lo que se dan cambios a nivel físico, cognitivo, emocional y social. Es propenso analizar a nuestros mayores solamente por sus aspectos

negativos, que son entre otros: la vulnerabilidad, la incapacidad, la dependencia constante de terceras personas (ya sea la familia, o asistentes), la propensión a las enfermedades, la progresiva marginación etc., en vez de valorar su experiencia o sabiduría como ocurre en otras sociedades, debido al pretexto de que la opinión de un mayor no vale tanto ya que sus facultades mentales pueden estar alteradas. Es por ello que la mayoría de personas que se están acercando a esta etapa, y más aún quienes la viven, se sienten excluidos, abandonados y discriminados laboralmente.



Por otro lado, cabe destacar que durante estas últimas décadas, se han alargado las posibilidades de vida y es nuestra obligación mantener a estas personas en las mejores condiciones posibles, tal y como nos gustaría que nos cuidasen y protegiesen a nosotros mismos cuando llegemos a esta etapa, proporcionándoles un trato digno, una actitud cariñosa y respetuosa que les ayude a superar este periodo más felices.

Como bien sabemos, todas las comodidades y cuidados que vamos a ofrecer, requieren de su correspondiente pago a cambio de hacer uso de ellas. Aunque algunas estrategias y políticas de las empresas opinan que los valores de los productos para la tercera edad deben ser bajos, justificándose argumentando que esta posee rentas menores que otros segmentos más jóvenes, está comprobado que la tercera edad está siendo cada vez más un grupo de población con mayor poder adquisitivo ya que, los planes de ahorro y las pensiones permitirán a estos en el futuro un gran poder de compra.

Es posible, y no negamos, que los más mayores se guíen solo por el precio al comprar, aunque también nosotros los jóvenes en algunas ocasiones lo hacemos. Algunos afirman que los consumidores de la tercera edad son pobres, no son fieles a las marcas porque se guían por el precio y las marcas blancas son las adecuadas para ellos. Los consumidores de la tercera edad puede que tengan rentas bajas, pero no por eso son pobres. Es más, afirmar que la tercera edad

no es fiel a la marca no es del todo cierto, estos son fieles al producto que mejor les sirva ya sean de marca o solo por ser más baratos.

Finalmente, cabe destacar que las empresas que siguen una política de precios bajos para la tercera edad se encuentran con algunos problemas claros tales como: proporcionar poca información sobre comodidad, garantía y efectividad debido a su bajo costo, algo en lo que nuestra empresa hará especial hincapié. Además, normalmente estos productos suelen disponer de poca calidad; y las empresas que lo utilizan pueden tener éxito al inicio pero al poco tiempo fracasan en su producto por su confiabilidad.

Teniendo todo esto en cuenta, hemos llegado a la conclusión de que como todos sabemos, envejecer es un hecho ineludible, pero la manera de enfrentar este proceso es una decisión individual, ya que depende de cada uno hacer realidad el dicho de que la juventud va por dentro. Aún así, hay personas que necesitan ayuda para comprender esto, ya que algunos desprecian esta etapa, y no se dan cuenta de lo bonita que puede llegar a ser. Por eso desde aquí, queremos ofrecer un servicio capaz hacer sobretodo más independientes a nuestros mayores, y que con esto también puedan verse más vitales, activos y sentirse felices, que en definitiva es el objetivo de este proyecto.

