
Mercado

Más servicios y más 'eco': los 'seniors' definen el consumo de la ciudad del futuro

Para 2030, más de 5.000 millones de personas habitarán en áreas urbanas, según señala el informe *Targeting the New Urban Society*, de Euromonitor.

C. JUÁREZ
22 jul 2019 - 04:55



Los mayores definen el consumo de la ciudad del futuro. Para el año 2020, más de 5.000 millones de personas habitarán en áreas urbanas, siendo el grueso de ello personas mayores de sesenta años. Este sector de la población constituirá la mayor parte del consumo mundial y serán el motor de las nuevas tendencias.

El número de personas mayores años está creciendo cada vez más, no sólo en países desarrollados, sino también en mercados emergentes, lo que hace que las prioridades de consumo, y por tanto de las ciudades, también evolucionen.

Debido al crecimiento de la población urbana de la tercera edad, las tendencias de consumo se volcarán hacia los servicios y la experiencia, lo más demandado por los *seniors*

1 / 2

<https://www.ejeprime.com/mercado/mas-servicios-y-mas-eco-los-seniors-definen-el-consumo-de-la-ciudad-del-futuro>

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

, según se desprende del informe *Targeting the New Urban Society*, de Euromonitor.

Las tendencias de consumo se enfocarán en los servicios

Para dirigirse a los nuevos consumidores urbanos, las ciudades deben adaptar su *mix* comercial y planes de urbanismo. En este sentido, el informe señala que los operadores que se dirijan a los *seniors* deberán focalizarse en mantenerlos activos. Además, las compañías tendrán que garantizar que sus productos o servicios tengan fácil accesibilidad y de uso cómodo para los consumidores mayores.

En ese sentido, Euromonitor explica que en 2030 el consumidor será también más sofisticado, con un mayor poder adquisitivo, y *eco friendly*, por lo que las ciudades y los inmuebles deberán adaptarse también a estas nuevas exigencias.

El documento señala que marcas como Tesco, que está apostando por tiendas pequeñas de conveniencia o Coboc, especializada en bicicletas eléctricas para personas mayores, son el tipo de marcas que se han adaptado al consumidor de la ciudad del futuro.

En paralelo, el crecimiento de personas mayores evoluciona diferente según el continente, experimentando un mayor crecimiento en ciudades asiáticas. Es el caso de Shanghái, Tokio o Jakarta, donde el número *seniors* llegará al 20%, el 30% y el 10% de habitantes, respectivamente, en 2030.