

Realizar un proceso de compra adecuado es clave para asegurar que un producto o servicio se ajusta a nuestras necesidades, capacidades y preferencias.

De lo contrario, nos podemos encontrar con productos y servicios que nos dificultan o incluso impiden su uso. Estos problemas se intensifican en las personas mayores ya que, generalmente, muchos de los productos y servicios no se ajustan a sus capacidades.

Por ello, se ha desarrollado una innovadora metodología que permite formar a los mayores en el proceso de compra, y que éstos, a su vez, sean capaces de transmitir los conocimientos a otros mayores. Así se favorece una rápida y eficiente transmisión de las claves en el proceso de compra.

Este proyecto, realizado en colaboración con la UDP, se enmarca en las campañas de formación, promoción y sensibilización alrededor del sello SIMPLIT.

Older people: learning how to purchase

Performing a proper purchasing process is a key process to ensure that a product or service meets our needs, capabilities and preferences. Otherwise, we can find products and services that may hinder or even prevent their use.

These problems are even more important in the older people as many of products and services do not meet their capabilities. For this reason, an innovative training methodology has been developed that educates older people in the purchasing process and, at the same time, enables them to transfer the knowledge to other seniors. This promotes a fast and efficient transmission of the keys of the purchasing process.

This project, performed together with UDP, is framed under the training, promotion and awareness campaigns around the SIMPLIT seal.

Personas mayores: aprendiendo a comprar

Estela Suárez García¹, José Laparra Hernández¹, Cristina Fernández Palomo², María Sancho Mollá¹, Laura Pérez Morata¹, Antonio Gómez Hernández¹, Clara Bollaín Pastor¹, Amparo Guerrero Alonso^{1,3}, Rakel Poveda Puente¹

¹ INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA

² UNIÓN DEMOCRÁTICA DE PENSIONISTAS Y JUBILADOS DE ESPAÑA

³ UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

INTRODUCCIÓN

El **consumo** es un proceso en el que se van completando una serie de etapas encaminadas a adquirir un producto de entre varios que circulan por el mercado. Este acto lo realizamos de forma periódica todas las personas, por lo que podríamos afirmar que el consumo y la compra son actividades que forman parte de nuestro estilo de vida.

Según el estudio "Hábitos de compra y consumo de las personas mayores" (IBV, 2006), el 26% de las ventas de distribución de gran consumo se concentra en las personas mayores. Pese a ello, los mayores manifiestan que no se les tiene en cuenta a la hora de diseñar los productos, ya que a menudo no se ajustan a sus necesidades, capacidades y preferencias.

Para abordar este problema e incluir a las personas mayores en el diseño y valoración de los productos que posteriormente van a utilizar, nace el sello **SIMPLIT**, desarrollado por el Instituto de Biomecánica (IBV) y la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP). SIMPLIT es el primer sello que garantiza que un producto es útil, fácil y cómodo de utilizar para la mayoría de las personas ya que son ellas mismas las encargadas de evaluar su facilidad de uso.

Alineándose con esta filosofía, se han comenzado a realizar campañas de sensibilización, publicidad y formación. Un ejemplo de ello es la iniciativa de formación que se detalla a continuación.

El objetivo principal del proyecto "**Formación de agentes de consumo para la mejora de la calidad de vida**" ha sido desarrollar material formativo que proporcione a los directivos y socios de la UDP cualificación acerca de las características que se deben considerar en la selección de productos y servicios. A la vez, se proporciona una formación orientada a ejercer un consumo para la mejora de la calidad de vida, siendo conscientes de los requisitos que debe cubrir un producto o servicio para satisfacer sus necesidades y demandas. La UDP es una asociación a nivel nacional de pensionistas y jubilados fundada en 1977 que integra a más de un millón de socios. Trabaja desarrollando actividades de ayuda a los mayores y están representados en organizaciones nacionales e internacionales relacionadas con el ámbito de las personas mayores.

Esta formación se ha centrado en cubrir los siguientes **objetivos** específicos:

- Conocer el proceso de compra de cinco productos y los requisitos dimensionales, funcionales, de confort y de usabilidad que deben cumplir para facilitar su uso por las personas mayores.



- > -- Formar a los directivos de la UDP en esta materia para que impartan estos contenidos al resto del colectivo de mayores que se agrupan en la UDP.
- Dar a conocer el sello SIMPLIT entre los asociados de la UDP.
- Proporcionar todos estos contenidos de forma sencilla y amena para que puedan ser aplicados por las personas mayores en su vida diaria.

METODOLOGÍA

La metodología empleada para llevar a cabo este proyecto gira en torno al modelo de compra (Figura 1), un ciclo formado por cuatro grandes etapas que relacionan a las personas y los productos. A través de ellas, el consumidor va tomando decisiones, que paulatinamente reducen el número de alternativas a escoger entre los diferentes productos disponibles. El modelo cuenta con las siguientes fases en las que las personas mayores deben plantearse una serie de preguntas (Figura 2):

- **Activación:** El consumidor toma la decisión de buscar, comprar y/o usar un producto. Por ejemplo, a una persona le puede surgir la necesidad de comprar un teléfono móvil porque está mucho tiempo fuera de casa y quiere estar localizable por sus familiares y amigos. Al presentarse esta necesidad, el consumidor deberá describir las tareas, principales y secundarias, que quiere realizar con el teléfono móvil, como llamar y recibir llamadas, enviar mensajes de texto, cargar la batería, hacer fotos, etc.
- **Búsqueda:** Una vez activada la necesidad, se toma la decisión de buscar productos para realizar la compra. En esta etapa se ha de reflexionar sobre las características que debe tener el teléfono móvil para utilizarlo sin problemas en función de las capacidades del usuario. Se debe tener en cuenta cómo es el teclado del teléfono, la pantalla, el audio, la batería, la operativa y las instrucciones. De este modo, el comprador se asegura de que conoce todas las partes que componen el teléfono móvil y de que las puede utilizar de forma fácil y sencilla, así como cuáles son las capacidades que intervienen para utilizar cada parte del teléfono. Por ejemplo, si el consumidor tiene problemas de vista, deberá comprar un teléfono con un teclado adecuado para diferenciar y ver las teclas sin tener problemas.
- **Selección y compra:** En esta etapa el consumidor decide entre un conjunto de alternativas reducido. Llegados a este punto del proceso, el consumidor se encontrará en un comercio donde deberá decidir entre diferentes teléfonos móviles y tendrá que elegir aquél que cubra sus necesidades. Es adecuado analizar si es posible realizar todas las tareas que se han seleccionado en el paso de activación y que se pueden utilizar todas las partes del teléfono que se han señalado en el paso de búsqueda. También se deben tener en cuenta otros aspectos, no menos importantes, como el periodo de devolución, la forma de pago, la certificación SIMPLIT que asegura que es fácil de usar para la mayoría de las personas y que las características tecnológicas y de diseño del teléfono móvil sean del agrado de usuario.
- **Uso y evaluación:** El uso del producto da lugar a un grado de satisfacción con la compra efectuada. Una vez que se

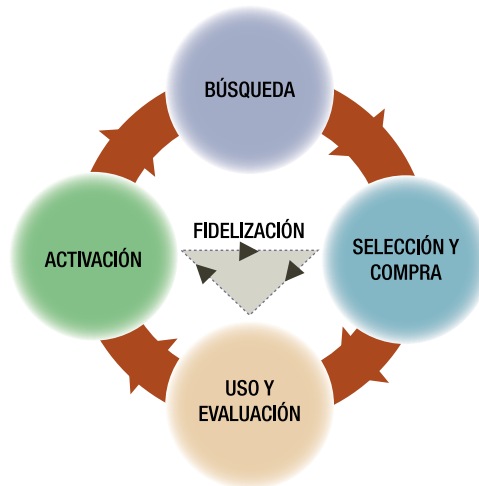


Figura 1. Modelo de compra de un producto.

<p>ACTIVACIÓN (Definir capacidades y tareas previstas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué necesito/quiero este producto? • ¿Qué tareas quiero realizar con el producto? • ¿Cuáles de mis capacidades y preferencias debo considerar?
<p>BÚSQUEDA (Definir características del producto y relación con las capacidades y tareas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué características del producto debo considerar según mis capacidades y las tareas a realizar? • ¿Qué características mínimas debe tener el producto?
<p>SELECCIÓN Y COMPRA (Elegir y valorar entre diferentes productos)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué producto cubre todas las tareas que quiero realizar? • ¿Qué producto tiene las características más adecuadas? • ¿Qué condiciones ofrece producto? • ¿Qué producto se ajusta mejor a mis preferencias?
<p>USO Y EVALUACIÓN (Analizar y valorar el uso para futuras compras)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Realizo todas las tareas de forma satisfactoria? • ¿Qué problemas de uso tengo con el producto? • ¿Qué servicio de asistencia técnica me están dando? • ¿Cumple el producto con mis expectativas?

Figura 2. Fases del proceso de compra.



Figura 3. Ejemplo ficha informativa teléfono móvil.



Figura 4. Ejemplo guía fácil teléfono móvil (portada y primera fase).

haya elegido el teléfono móvil más adecuado para el usuario en la etapa anterior, hay que comprobar si realmente es el producto que se está buscando. Para ello, se debe comprobar que puede realizar todas las tareas de forma sencilla, que se ajusta a sus preferencias, etc. Si no lo es, se puede repetir el proceso por si se ha cometido algún error o volver a la tienda para preguntar al dependiente si puede resolver los problemas que se hayan presentado o devolver el teléfono si no cumple las necesidades del cliente.

Si al utilizar el teléfono móvil el consumidor no tiene ningún problema de uso y se ajusta a sus preferencias, la experiencia de compra habrá sido positiva.

Para transmitir la información anterior se han desarrollado una serie de **materiales** de gran utilidad tanto para directivos de la UDP como para el resto de asociados asistentes a los cursos con el propósito de facilitar:

- El **aprendizaje** de los asistentes a los cursos: módulo introductorio, módulos de cinco productos y libro de ejercicios del módulo introductorio y de los cinco productos. En el módulo introductorio se explica, de forma general, el proceso de compra de cualquier producto según las necesidades del consumidor. Los módulos muestran la aplicación del módulo introductorio a determinados productos como teléfono móvil, armario, lavadora, horno y sistema de teleasistencia. Por último, los libros de ejercicios permiten afianzar los conceptos aprendidos en cada uno de los módulos.
- La **impartición** de las clases de los directivos de la UDP: una guía didáctica y diferentes presentaciones power point. Por un lado, la guía didáctica es un documento donde se dan pautas para dar las clases, materiales a utilizar, tiempo a emplear en cada sesión, etc. Por otro lado, las presentaciones sirven de apoyo para las clases.

- La **aplicación** en la selección de productos **en situaciones reales**: una ficha informativa (Figura 3) y una guía fácil para cada uno de los productos (Figura 4). La ficha informativa resalta los aspectos más importantes a tener en cuenta en cada etapa del proceso de compra y la guía fácil sirve de ayuda para la selección y compra del producto que la persona mayor debe completar sobre sus necesidades, características, etc., en cada una de las etapas del proceso de compra sobre el producto que desee adquirir.

Todos estos documentos se han utilizado en la formación ofrecida dentro de este proyecto. Esta formación se ha realizado en dos fases: por una parte la formación ofrecida por personal del IBV a diferentes directivos de la UDP y, por otra, la impartida por los directivos de la UDP a los socios de sus respectivas asociaciones. Este método de formación es **novedoso e innovador** en este ámbito y los resultados obtenidos son muy positivos ya que las personas mayores se sienten más activas e involucradas en temas que, como éste, inciden directamente en el desarrollo de su vida diaria.

Por una parte, el IBV impartió cuatro sesiones formativas en Alicante, Valencia, Jumilla (Murcia) y Madrid. En estas clases se les exponía el temario a los diferentes directivos de UDP para que entendieran los contenidos y que pudiesen transmitirlos cuando impartiesen sus jornadas formativas. Por otro lado, en Penáguila (Alicante) se realizó una sesión por parte de un directivo de la UDP al resto de socios de su asociación tras acudir a la sesión de Alicante. Con esta sesión se pretendía validar que los materiales desarrollados y el curso ofrecido eran adecuados tanto para los directivos de la UDP como para el resto de asociados.

Cada curso, con una duración aproximada de cuatro horas, está estructurado de la siguiente forma: breve presentación del curso y explicación del sello SIMPLIT, explicación del módulo introductorio, descanso, explicación y práctica del

- > módulo del teléfono móvil y, para finalizar, un breve análisis de la adecuación de los servicios a las personas.

CONCLUSIONES

Los contenidos desarrollados, los materiales aportados y la metodología propuesta han sido valorados de forma muy positiva. Esta afirmación se basa en los **resultados de las encuestas** realizadas tras finalizar cada sesión formativa a los directivos de la UDP.

Por otro lado, la satisfacción de las personas asistentes a los cursos ha sido muy alta, los materiales desarrollados y la metodología propuesta han sido valorados de forma muy positiva. Para hacer esta afirmación se utilizan los resultados de las encuestas realizada tras finalizar cada sesión de validación de la formación.

De las sesiones impartidas a directivos de UDP el 98% está de acuerdo o muy de acuerdo con la facilidad de comprensión del contenido desarrollado. **El 100% de los encuestados afirma que utilizará esta metodología en próximas compras que efectúen** y alrededor del 92% de los directivos considera muy útil el material desarrollado para impartir las clases.

En el caso de los asociados que acudieron a la sesión impartida por un directivo de la UDP, todos afirmaron estar de acuerdo o muy de acuerdo con la facilidad de los contenidos desarrollados. El 95% de los encuestados respondió que eran muy acertados los ejemplos y prácticas propuestas y la valoración general del curso fue de 4.4 sobre 5.

Como trabajo futuro relevante asociado a este proyecto se pretende continuar con la formación de un número más amplio de directivos de la UDP, ampliando con ello también la zona geográfica de impartición así como ampliar el número de productos que cuentan con material específico desarrollado bajo esta metodología. ●

AGRADECIMIENTOS

A la Unión Democrática de Pensionistas y Jubilados de España (UDP).

Al Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO), organismo que ha apoyado económicamente este proyecto.