



El mercado plateado crecerá considerablemente en las próximas décadas en nuestro país debido al acelerado proceso de envejecimiento poblacional.

SE ESPERA QUE SU PARTICIPACIÓN ECONÓMICA AUMENTE SOSTENIDAMENTE:

EN CHILE LAS PERSONAS MAYORES REPRESENTAN EL 39% DEL PIB

ROSA MARTÍNEZ

El término Economía Plateada engloba todas las actividades económicas destinadas a satisfacer las necesidades de personas mayores de 50 años, segmento que, según datos de un reciente estudio elaborado por Data8 en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), aporta significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) de países como Chile, Argentina, Paraguay y Uruguay.

Según el informe, la tendencia global del envejecimiento poblacional, marcada por un aumento en la esperanza de vida y una disminución en la mortalidad, es especialmente notable en América Latina y el Caribe, siendo esta la región que envejece más rápidamente a nivel mundial, al punto que la esperanza de vida promedio al nacer en esta región ha experimentado un aumento significativo, pasando de 29 años en 1900, a 75 años en 2021.

Y a pesar de que la narrativa predominante sobre esta transición demográfica se ha centrado mayormente en los desafíos que impone, la realidad es que el envejecimiento poblacional impulsa la economía al generar demandas de nuevos productos y servicios.

El estudio de Data8 y el BID proyecta específicamente para Chile y países vecinos un crecimiento significativo en distintos ámbitos del consumo de las personas mayores. Destaca particularmente un incremento del 43% en el gasto destinado a recreación y cultura durante las próximas dos décadas, evidenciando cambios profundos en los hábitos de consumo y las aspiraciones de las personas mayores, que buscan una vida más activa y enriquecedora.

En el caso específico de Chile, además del sector recreativo, se observan oportunidades importantes en áreas como servicios

financieros, vivienda y urbanismo, transporte y movilidad, así como empleabilidad senior.

Valentina Gamboa, líder de desarrollo y estrategia del SeniorLab UC, señala que estos sectores no solo representan oportunidades de negocio, sino también espacios para la innovación y desarrollo de soluciones que verdaderamente empoderen a las personas mayores, permitiéndoles mantener autonomía y calidad de vida.

"Hemos notado que el mercado se ha centrado principalmente en áreas como la salud y el bienestar, siendo este último el sector con mayor oferta de productos y servicios. Gran parte de esta oferta, sin embargo, está enfocada en el cuidado y atención a la dependencia. Esto, deja de lado a parte de la población mayor que no necesariamente requiere de estos servicios y que buscan experiencias que los lleven a ser autónomos, con

participación activa e incluso ocio", apunta.

NECESIDAD DE CAMBIOS

La economía plateada no solo representa grandes oportunidades económicas y de innovación, sino también la necesidad urgente de cambios en cómo las empresas abordan, entienden y se relacionan con este creciente segmento poblacional.

El envejecimiento poblacional se ha consolidado como una de las megatendencias económicas y sociales más relevantes del siglo XXI, impulsando un mercado en expansión conocido como la "Economía Plateada".

Uno de los aspectos relevantes abordados por Gamboa es la creciente digitalización de servicios pues, aunque la tecnología facilita el acceso a servicios esenciales como telemedicina, plataformas de aprendizaje, banca en línea y entretenimiento, también presenta desafíos importantes. "La brecha digital continúa siendo un factor determinante; no todas las personas mayores



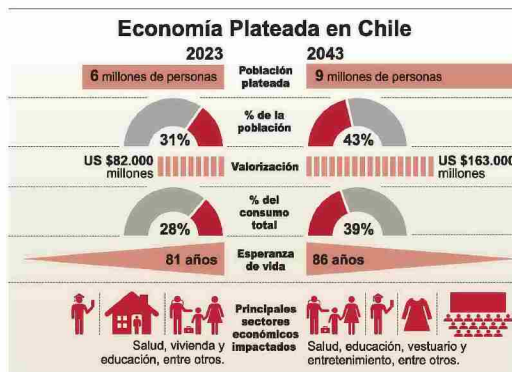
Valentina Gamboa, líder de desarrollo y estrategia del SeniorLab UC, resalta la importancia de referirse al grupo plateado como "personas mayores", en vez de "adultos mayores", enfatizando la diversidad existente en este segmento poblacional.

poseen las mismas competencias digitales o el mismo acceso a la tecnología. Por eso, las estrategias de implementación tecnológica deben contemplar accesibilidad, capacitación digital y un diseño intuitivo que no excluya sino que integre a esta población", sostiene Gamboa.

Otro de los desafíos es superar una visión homogénea del envejecimiento ya que, a criterio de la líder de desarrollo y estrategia del SeniorLab UC, muchas empresas todavía caen en enfoques asistencialistas, subestimando la diversidad de estilos de vida, intereses, niveles socioeconómicos y expectativas de las personas mayores. Para enfrentar esto, Gamboa recomienda la co-creación como estrategia fundamental, involucrando directamente a las personas mayores en el proceso de desarrollo y validación de productos y servicios.

"Es necesario comprender la diversidad del envejecimiento, pues no existe un único perfil de persona mayor. Hay diferencias en estilos de vida, nivel socioeconómico, nivel educativo y expectativas. Muchas empresas caen en el error de ver a la vejez desde una perspectiva homogénea y asistencialista, lo que puede limitar la efectividad de sus propuestas", recalca.

Finalmente, Gamboa entrega otras recomendaciones claves para las empresas que buscan aprovechar este mercado en auge: "Primero, investigar profundamente al público objetivo desde una perspectiva diversa y sin prejuicios; segundo, comunicar de manera inclusiva, resaltando su autonomía y potencial; y tercero, aprovechar la tecnología con propósito, diseñando soluciones accesibles e intuitivas que sirvan realmente para mejorar la calidad de vida".



Fuente: La Economía Plateada en Argentina, Chile, Paraguay y Uruguay de 2023 a 2043, un retrato de hoy a 20 años de proyección. BID.