La Economía Plateada vale su peso en oro

Tiempo de lectura: 7 min.

Daniel Russo V.

El mundo está experimentando una transformación demográfica sin precedentes que está reconfigurando silenciosamente su panorama económico.

Dentro de estos movimientos demográficos y fenómenos sociales recientes, surge la llamada “Economía Plateada”, que se presentó inicialmente como concepto en Japón en la década de 1970 y hoy está considerada una mega tendencia que abarca todas las actividades económicas, productos y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de personas de cierta edad en adelante.

Lo comento así porque dependiendo de la fuente que se consulte, se incluye a los que tienen +50, +55, +60 o +65. Las Naciones Unidas, así como el Global Coalition of Aging colocan un punto de referencia en los 60 años en adelante. Ciertamente hay autores y fuentes que consideran más apropiado no tener un corte de edad sino una actitud y estilo de vida para definir la entrada en ese grupo.

Lo cierto es que esta potencia económica, impulsada por el aumento de la longevidad, un poder adquisitivo sustancial y preferencias de consumo en evolución, representa una oportunidad de mercado que las empresas y sociedades ya no pueden permitirse ignorar.

En términos generacionales y, dependiendo del criterio que tomemos para su clasificación, para 2025 la economía plateada comprendería las siguientes generaciones:

– Baby Boomers: nacidos entre 1946 y 1964. Al día de hoy tendrían entre 61 y 79 años.

– Generación X: aquellos nacidos entre los años 1965 y 1979, es decir, hoy entre aproximadamente 46 y 60 años.

Según las Naciones Unidas, se espera que la población mundial de personas mayores (+60 años) alcance los 1.4 mil millones en 2030, lo que representaría un aumento del 40% en una década. Según Oxford Economics, las personas mayores representarán una parte importante del consumo mundial y se prevé que su poder adquisitivo ascienda a 15 billones de dólares en 2030.

El Fondo Monetario Internacional ha emitido publicaciones y en sus muchas exposiciones, ha presentado a la “economía plateada” como una gran fuente de trabajo. Al día de hoy muchas de las personas que consideraríamos en edad de retiro, están en un punto de productividad interesante. En referencia a esto, la consultora Bain & Company opina que para el año 2030, más de 150 millones de empleos habrán pasado a manos de trabajadores de mayor edad en todo el mundo.

Esta expansión notable está impulsada por cambios demográficos fundamentales que están remodelando el paisaje económico mundial. Podemos englobar el crecimiento de este segmento detrás de cuatro razones que resaltan entre otras, así:

El envejecimiento poblacional mundial. Al momento hay más de 1 billón de personas mayores de 60 años en el mundo, representando cerca de un 12% de la población, y esta cifra se espera se duplique para el año 2050 con un peso de circa 18% del total.

La concentración de riqueza entre los adultos mayores es particularmente impactante. Hay países en los que este segmento de edad tiene más del 50% del peso total.

El consumidor senior moderno desafía los estereotipos tradicionales del envejecimiento. Son consumidores activos que priorizan la calidad, funcionalidad, reputación de marca y el excelente servicio al cliente sobre las consideraciones de

precio.

Uno de los desarrollos más notables de este segmento poblacional es la rápida adopción de diversas tecnologías. El estereotipo de seniors tecnófobos ha sido completamente desmentido por datos recientes que muestran niveles sin precedentes de participación digital.

Tendencias de consumo que moldean el mercado

Son decenas las empresas con visión de futuro que ya están capitalizando en el segmento. Nuevas marcas, acciones de ventas, experiencias y, sobre todo, entendimiento del usuario se hacen presentes a nivel global.

La salud y el bienestar representan el área de enfoque primario, con seniors invirtiendo cada vez más en productos y servicios que promueven la longevidad, el estar cada día más activo y la independencia.

El compromiso digital se ha convertido en una piedra angular del comportamiento moderno del consumidor senior. Contrario a suposiciones previas, los adultos mayores están adoptando el comercio electrónico, todas las redes sociales, la inteligencia artificial y las herramientas de comunicación digital a tasas sin precedentes.

Por otra parte, este segmento tiene en general más tiempo para viajar y a menudo prefieren estancias más largas, destinos fuera de temporada y experiencias enfocadas en comodidad y bienestar. Esta demografía está impulsando el crecimiento en viajes de crucero, turismo de bienestar y experiencias culturales.

Compañías han incorporado características enfocadas en la salud específicamente diseñadas para usuarios mayores. Detección de apnea del sueño, soluciones para la pérdida auditiva, dispositivos médicos y tecnología de hogar inteligente, medición de la edad biológica, mejora de la calidad de nutrición, aumento de la longevidad a través de medicamentos específicos, y cuidado de la belleza para “envejecer con gracia” son ejemplos actuales.

Son decenas de marcas como Oura, Apple, Timeline Nutrition, Pfizer, Estée Lauder, Nestlé, Phillips y muchísimas más. Lo propio sucede en otros segmentos como automóviles, bienes raíces, seguros, banca, moda y decoración, entre muchos otros. Las marcas que tienen éxito en este mercado se enfocan en calidad, confiabilidad y

beneficios significativos en lugar de mensajes específicos para la edad que podrían alienar a su público objetivo.

América Latina: la frontera plateada emergente

Nuestro continente representa una de las regiones más dinámicas para el crecimiento de la economía plateada, a pesar de tener actualmente un perfil demográfico más joven comparado con las economías desarrolladas.

La región está experimentando una transición demográfica rápida que remodelará fundamentalmente su panorama económico durante las próximas tres décadas. Se espera que el crecimiento poblacional de los seniors ocurra a un ritmo mucho más rápido que el experimentado por países desarrollados, creando tanto oportunidades como desafíos.

Los cálculos más recientes indican que las personas mayores de 60 años representan alrededor del 13% de la población total. Sin embargo, según proyecciones demográficas, se espera que para 2050 el 25% de la población en esta región tenga 60 años o más.

El Banco Interamericano de Desarrollo ha identificado más de 200 organizaciones en América Latina cuyos productos o servicios se dirigen específicamente a poblaciones mayores. México lidera la región, seguido por Brasil, Chile y Argentina. Esta distribución refleja tanto la madurez del mercado como el grado de envejecimiento poblacional en diferentes países.

Los sectores de salud y cuidados dominan el panorama de la economía plateada latinoamericana. Esta concentración sugiere que la región aún está en las primeras etapas del desarrollo del segmento, con oportunidades significativas para expansión en otros sectores como turismo, tecnología y entretenimiento.

Venezuela: un perfil único

Nuestro país presenta un caso algo distinto dentro del panorama latinoamericano. Con un peso que supera el 12% de la población total, el segmento de los de más de 60 años tienen un ritmo acelerado de crecimiento en comparación con el resto de la región. Así mismo, la proyección de dependencia de edad avanzada de Venezuela es significativamente alta y está en aumento, según Helgi Library.

La economía plateada venezolana enfrenta desafíos únicos debido a la situación económica del país. De acuerdo a data de HelpAge International, la mayoría de los adultos mayores en Venezuela luchan para permitirse necesidades básicas incluyendo alimentos y medicinas. Esto crea tanto preocupaciones humanitarias como oportunidades potenciales de mercado para empresas que puedan proporcionar productos y servicios esenciales a precios asequibles.

A pesar de los desafíos económicos, la población envejeciente de Venezuela representa una tendencia demográfica importante que las empresas y formuladores de políticas no pueden ignorar. El aumento gradual en la proporción de adultos mayores crea demanda para servicios de atención médica, sistemas de apoyo social y productos apropiados para la edad.

El gobierno venezolano, así como organizaciones locales e internacionales, han comenzado a reconocer la importancia de abordar los desafíos relacionados con el envejecimiento. Sin embargo, la economía plateada del país permanece subdesarrollada comparada con otras naciones latinoamericanas, sugiriendo un potencial significativo para el crecimiento una vez que las condiciones se estabilicen.

Una oportunidad sin límite de edad

La economía plateada es una fuerza dinámica y transformadora que da forma al panorama empresarial mundial. El envejecimiento de la población presenta una serie de oportunidades para las empresas dispuestas a adaptarse y adoptar estrategias de marketing innovadoras.

Abrazar la economía plateada no es solo una oportunidad de negocio; es un camino hacia la construcción de una sociedad más inclusiva, equitativa y próspera para todas las edades.

Las empresas exitosas serán aquellas que reconozcan a la generación plateada no como una carga sino como una oportunidad: una demografía vibrante y económicamente poderosa que está remodelando el comercio y la sociedad de maneras profundas y duraderas.

Todos tenemos derecho de adentrarnos en edades avanzadas de manera adecuada. No solamente representar un poder de consumo, sino también tener la garantía de ser productivos hasta una edad suficiente, de tener bienes y servicios que nos

beneficien en ese período de la vida y de estar protegidos ante cualquier eventualidad.

Es por eso por lo que la “edad plateada” debe verse como un todo, entenderse desde varias perspectivas y abordarse de manera temprana. Los gobiernos, sociedades, organizaciones, compañías e individuos debemos participar activamente para garantizar que ese período de la vida sea de la mejor calidad posible, siempre y en todo lugar.

14 de junio 2025

https://finanzasdigital.com/economia-plateada-oportunidad-mercado/

ver PDF
Copied to clipboard