

Por Fernando Potsch

A ascensão da geração prateada já é uma realidade. O setor movimenta R\$ 2 trilhões anualmente somente no Brasil, conforme dados da consultoria Data8. Podemos observar uma sociedade que integra expressiva presença de indivíduos com 50 anos ou mais, em comparação com duas décadas atrás. Conforme a Organização Mundial da Saúde (OMS), a expectativa de vida atual é de 73,3 anos. No país, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) relata aumento médio de seis anos.

As pessoas estão ficando mais velhas e ativas por mais tempo, portanto é essencial atender plenamente às suas necessidades. Ressignificar o conceito de velhice se torna crucial para a reconstrução social, a fim de transformar integralmente a experiência após a meia-idade.

Nesse contexto, a economia prateada surge como um mercado em ascensão, reconhecido pela ONU como uma das quatro megatendências do século 21. Sendo assim, é preciso desmistificar o pensamento empresarial, visando a formas inovadoras de servir a um grupo em constante crescimento, que está enriquecendo e adquirindo mais poder de compra e escolha.

Oceano de oportunidades

Os seniores estão se destacando como uma classe consumidora robusta, indo muito além das despesas com saúde. Eles viajam, investem, namoram, empreendem, continuam trabalhando e voltam às salas de aula. Essa ampliação de interesses é evidenciada pelo aumento no percentual de longevos que utilizam a internet, subindo de 24,7% em 2016 para 62,1% em 2022, conforme dados do IBGE.

Apesar do notável crescimento do mercado, a oferta ainda não atende plenamente à demanda em progresso contínuo. Os 50+ frequentemente expressam insatisfação devido à escassez de produtos e serviços adaptados às suas necessidades. Nesse cenário, emergem as seniortechs, startups dedicadas a suprirem dores específicas dessa geração, promovendo longevidade ativa e melhor qualidade de vida.

Em resumo, para prosperar no mercado 50+, é fundamental evitar estereótipos nas abordagens. Empresas devem focar no estágio de vida do cliente mais do que na idade e adotar um pensamento multigeracional. A constante evolução do setor exige atenção às tendências. Reconhecer a importância desse público no mundo é o ponto-chave para não cometer erros. Investir em conhecimento aprofundado e representação realista em campanhas de marketing também pode resultar em notáveis benefícios.

**Fernando Potsch é CEO da Seniortech Ventures – seniortech@nbpress.com.br*

Sobre a Seniortech Ventures

Fundada em 2022, a Seniortech Ventures é uma *venture builder* que tem como propósito contribuir com a longevidade, fortalecendo a qualidade de vida da população 50+. Trata-se de um hub de inovação de impacto social que constrói o futuro selecionando de forma contínua seniortechs com soluções inovadoras para as necessidades da geração prateada (50+). Ligada ao grupo FCJ Venture Builder, cria soluções, conecta empresas e compartilha conhecimento. Para mais informações, acesse: <https://seniortechventures.com/>