



Novos ciclos de vida na maturidade



• CLEA KLOURI

Com mais de trinta anos atuando na área de planejamento de grandes agências de publicidade, é formada em comunicação com especialização em marketing de serviços. Especialista no mercado da longevidade, também fundou o Silver Makers, hub de marketing de influência 50+. É a responsável pelos novos negócios e lidera os projetos de pesquisa adhoc do Data8.

NEGÓCIOS DA LONGEVIDADE

30% Engajamento e Propósito

45% Gestão Financeira

40% Saúde e Bem-Estar

25% Educação

20% Tecnologia

15% Sustentabilidade

10% Diversidade e Inclusão

5% Outros

AGINC 2.0

ILC

hype 50+

Conheça o mercado que mais cresce no Brasil no mundo

HÁBITOS DOS 50+

Um estudo sobre como os maduros consomem

MINDMINERS hype60+

Estudo Original MindMiners

MADUROS E DIGITAIS:

redes sociais, influenciadores e vida após os 50

MINDMINERS hype60+

FDC

LONGEVIDADE

PESSOAS

Agosto 2020

TrendBook Volume 1

FDC

LONGEVIDADE

NEGÓCIOS

Novembro 2020

TrendBook Volume 2

FDC

LONGEVIDADE

SOCIEDADE

Maio 2021

TrendBook Volume 3

FDC

LONGEVIDADE

PREVIDÊNCIA

Outubro 2021

TrendBook Secorial

TSUNAMI PRATEADO

UM MAR DE PESSOAS

60+

Trend Book Longevidade

2019

TSUNAMI

2020

TSUNAMI 60+

Trend Book Longevidade

Wellness & Beleza Prateada

DEZON

TSUNAMI

JANEIRO 2020

TSUNAMIOO

LATAM

UN OCEANO DE OPORTUNIDADES EN LA REGIÓN QUE MÁS RÁPIDO ENVEJECE DEL MUNDO



O planeta envelheceu!

No mundo, desde 2019,
**já temos mais pessoas acima
de 65 anos do que crianças
até 5 anos de idade.**





Expectativa de Vida

Em 1945



Em 2022



Aposentadoria

Em 1945



Em 2022

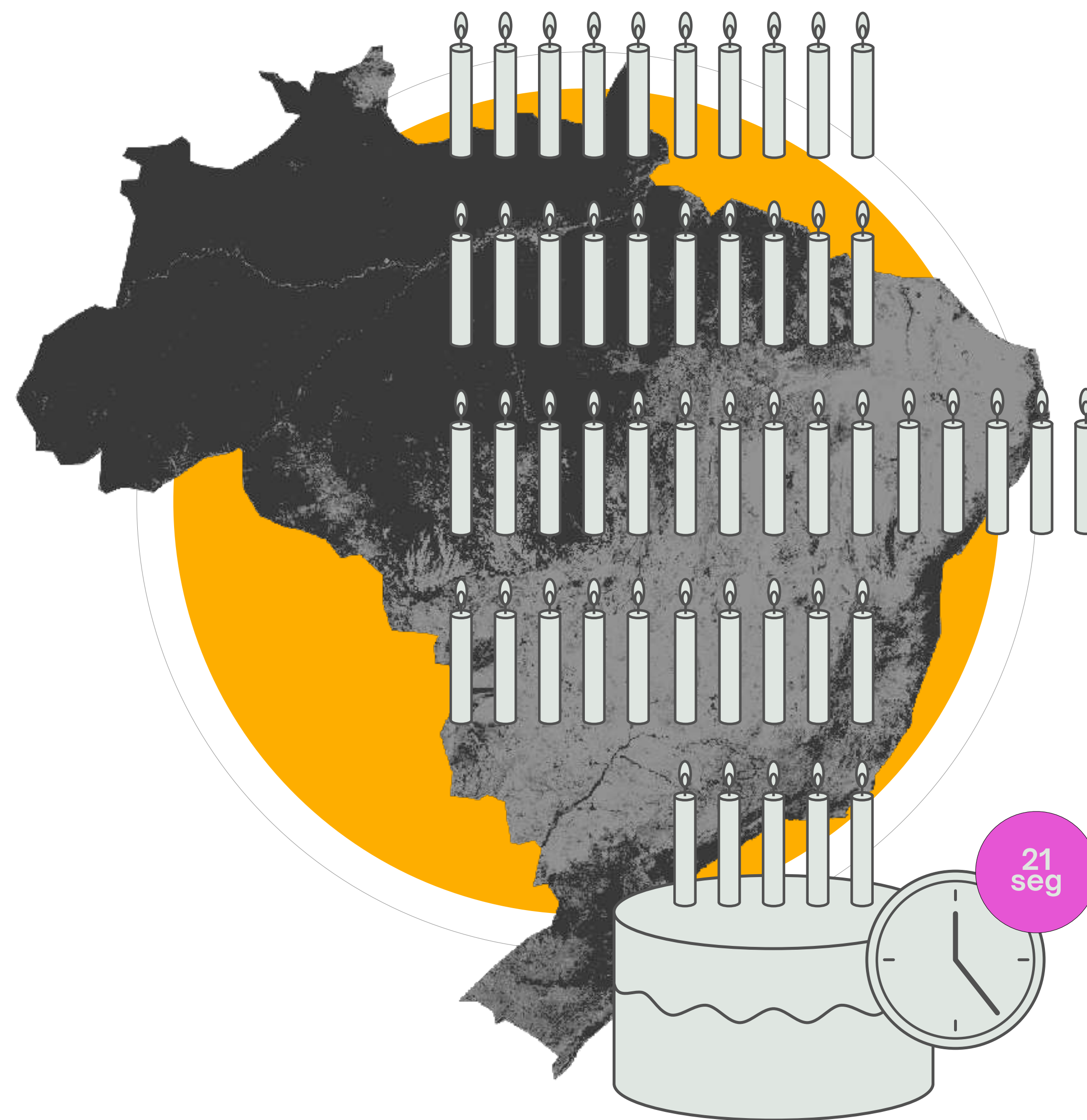


Brasil, país de jovens? Não mais!

A cada 21 segundos, um brasileiro faz 50 anos.

Em 2022, já são quase 55 milhões de brasileiros acima de 50 anos, o que representa 25% da população brasileira.

Fonte: IBGE e PNAD





**Já temos mais
pessoas acima de 50
anos no Brasil do que
adolescentes até
17 anos de idade.**

Fonte: IBGE e PNAD

INSIGHT

1



O conceito
de velho
ficou velho



É NECESSÁRIO UM NOVO PLANO DE VIDA PARA OS DIFERENTES CICLOS



M I D D L E S C E N C E

45 - 65 ANOS

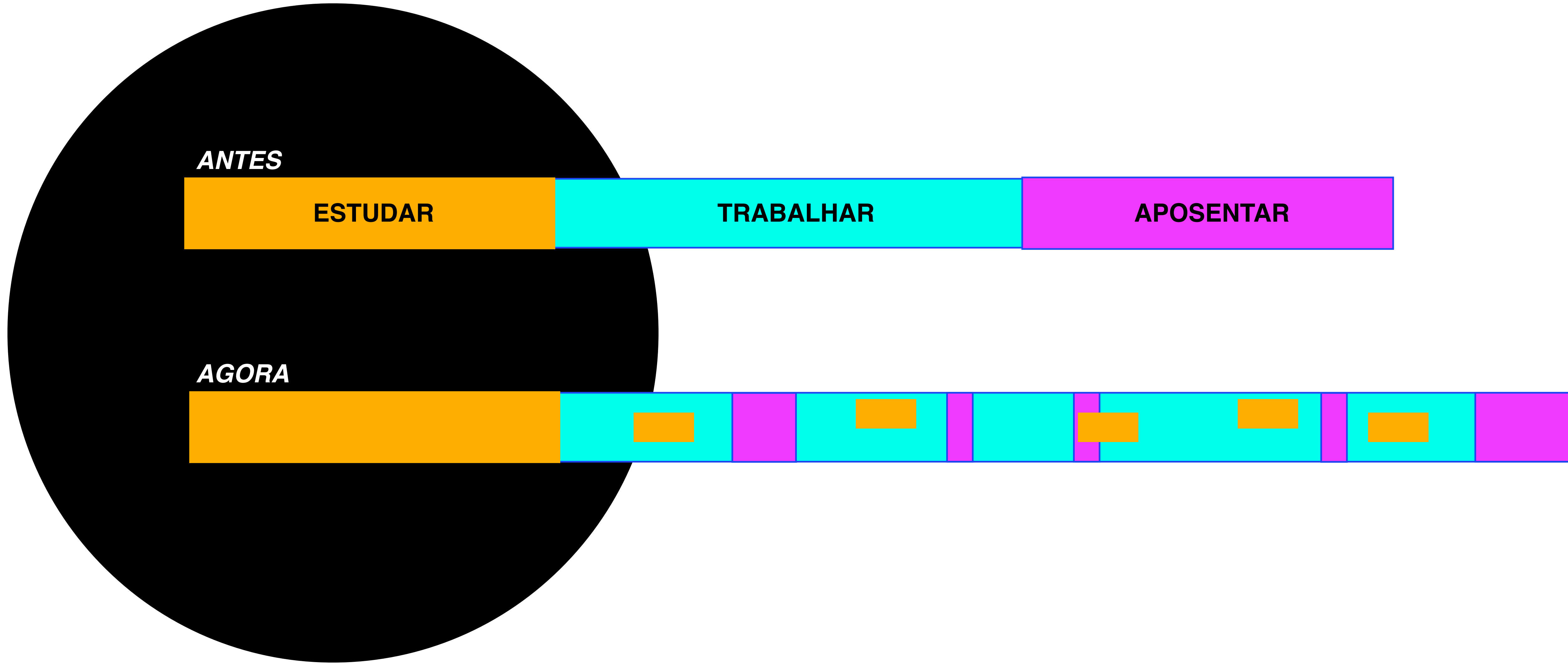
**PESSOAL
FAMILIAR
FINANCEIRO
PROFISSIONAL**

INSIGHT

2



Middlecence a nova cara da maturidade





NOVAS
DESCOBERTAS

NOVOS
AMORES

NOVAS
CARREIRAS

**+100
ANOS**

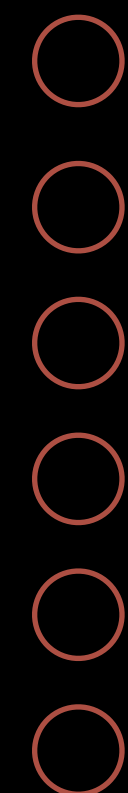


NOVOS CONSUMOS

**+25
ANOS**

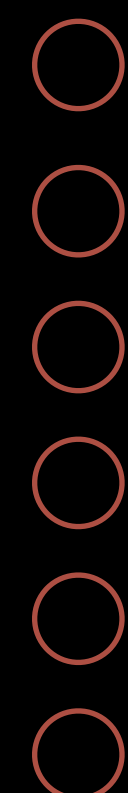


ECONOMIA PRATEADA



No Brasil

**2 trilhões
de reais.**



No Mundo

**15 Trilhões
de Dólares.**

INSIGHT

3



**A partir dos
50, muitas
mudanças
acontecem**



desafios



São os pais mais velhos que demandam diferentes apoios e arranjos familiares



São filhos e netos que saem e retornam ao lar redefinindo toda a rotina e o espaço íntimo e individual



É o corpo físico e mental que apontam os primeiros sinais do envelhecimento natural



É o emprego e as oportunidades profissionais que parecem diminuir conforme a idade avança

Um desafio é comum para todos: ninguém se preparou financeiramente para a extensão da vida



A vida financeira do Brasil 50+

data∞
POWERED BY HYPE50+

OS TRÊS DRIVES DA MATURIDADE

01 CARPE DIEM

60%

Dos brasileiros 50+ dizem que não se sentem com a idade que têm!

40%

Dos brasileiros 65+ dizem que vão viver mais de cem anos!



"Foda-se. É uma questão de prioridades, hoje é saúde e liberdade, você não ter nada que te prenda, não tem nenhuma regra".

01

mulher, 72 anos, classe C, Rio de Janeiro

02 MOVIMENTO

39%

Dos brasileiros 50+ dizem que são a única fonte de renda de sua casa.

73%

Dos brasileiros 55+ dizem que vivem do seu próprio sustento, sem depender de filhos e/ou netos.



“Quero continuar dando aulas de pinturas. E hoje eu fiz a minha primeira aula de música... Eu tenho alguma coisa dentro de mim que não me deixa parar! Eu gosto de aprender coisas novas, fazer coisas novas... Fazer coisas! Deus está me dando forças para continuar....” .” .

03 DIGITAIS

77%

Dos brasileiros 50+ acessam a internet todos os dias!

43%

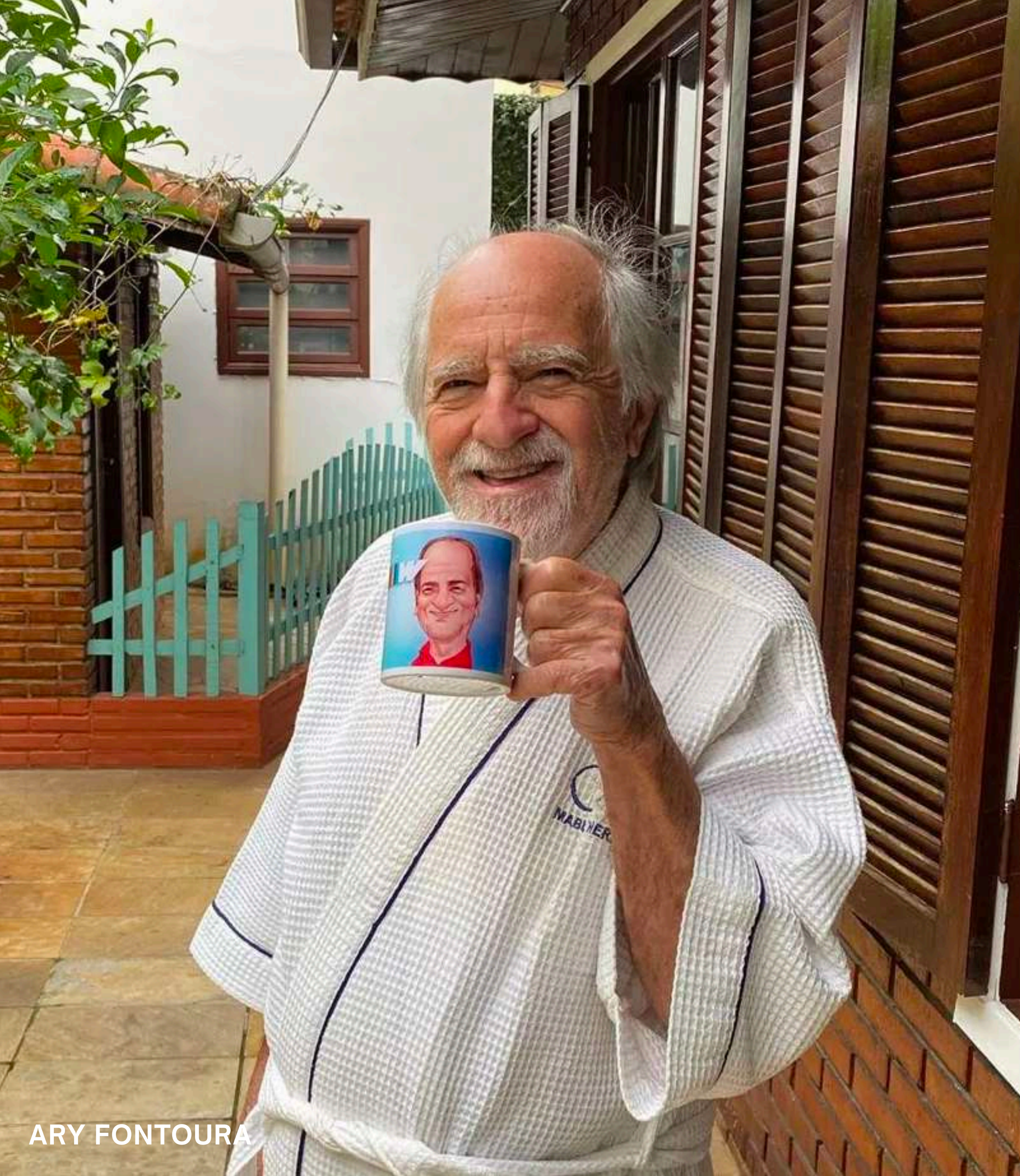
Dos brasileiros 50+ compraram produtos e/ou serviços pela internet nos últimos 12 meses.



"Essas coisas de confeitaria, aprendi tudo na internet. Primeiro, na TV, vendo Ana Maria Braga e esses programas, depois no YouTube. E, com a tecnologia, consegui divulgar meu trabalho também."


03

mulher, 64 anos, classe C, Recife



**7 de cada 10
brasileiros 50+
usam as redes
sociais para se
conectar
profissionalmente**

**E como os diversos 50+
lidam com dinheiro?**

A woman with short brown hair is looking into a mirror, applying a thick white face mask. She is wearing a light-colored shirt with a floral pattern. The background is a bathroom with a mirror and a window with blinds.

**Em 2021 descobrimos
6 perfis inéditos de
consumidores
brasileiros acima
dos 50 anos.**

Os auto-suficientes

“Já falei para meus filhos que com 85 anos quero ir para essas casas de repouso. Você participa da vida da família, vai nos almoços de família, mas tem sua autonomia e não incomoda os outros.”

*Mulher, 69 anos, classe A,
Porto Alegre*



Os sábios

“Eu sou viciado em jornais. Se eu não me cuidar eu assisto um depois do outro.”

Homem, 78 anos, classe A, Porto Alegre



As cuidadoras

“Minha neta almoça todo dia conosco, eu pego ela na escola e almoçamos eu, minha esposa e ela. E meus filhos estão sempre aqui, ou para almoçar ou para jantar (...) Essa vinda esporádica pesa no orçamento doméstico. Se você abrir os armários da nossa cozinha, vai ver que aquilo não é comida para 2 pessoas.”

Homem, 63 anos, classe B, Recife BH



Os auto-suficientes

“Já falei para meus filhos que com 85 anos quero ir para essas casas de repouso. Você participa da vida da família, vai nos almoços de família, mas tem sua autonomia e não incomoda os outros.”

*Mulher, 69 anos, classe A,
Porto Alegre*



Os exploradores

“Estou na melhor fase, claro que me preocupo com os filhos, mas a responsabilidade já não é mais minha. Eu amava meu marido, mas ele me prendia muito, tinha horário pra tudo, horário para comida, e hoje eu não tenho isso. Estou mais livre.”

Mulher, 74 anos, classe C, Rio de Janeiro, BH



**E como bancar uma vida
cada vez mais extensa e
imprevisível?**

04 FINANÇAS

9 de cada 10

Dos brasileiros acima de 60 anos ajudam financeiramente suas famílias,

Na faixa 65-74

77% têm a aposentadoria como principal fonte de renda, **19%** trabalham por conta própria e **apenas 6%** estão empregados com carteira assinada.



Apesar de produtivos, persiste o desafio da empregabilidade na vida madura: 3 de cada 5 brasileiros 50+ já sofreu algum tipo de preconceito etário dentro das organizações.

"O AGEÍSMO É O PRECONCEITO CONTRA VOCÊ DO FUTURO"

43%

se sente descartado
pelo mercado de
trabalho

50%

um sentimento presente
entre **1 em cada 2** dos
brasileiros entre 65 e 74
anos



As oportunidades do Silver Money

data∞
POWERED BY HYPE50+

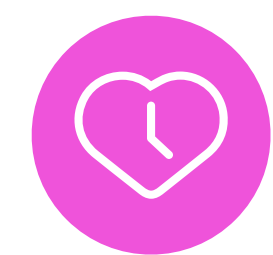
O Fórum Mundial Econômico (2020), mapeou alguns dos principais desafios a serem repensados por governos, empresas, empreendedores e investidores para o futuro das finanças prateadas:



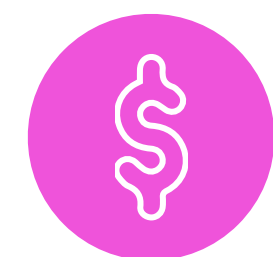
Redesenhar as **receitas dos maduros**



Redesenhar o **planejamento familiar**



Redesenhar o que sabemos sobre **finanças e longevidade**



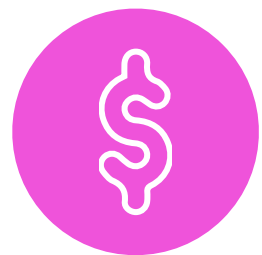
Redesenhar os **planos financeiros**



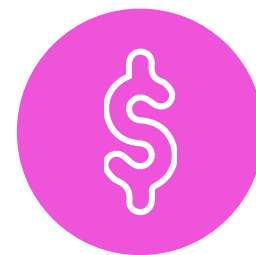
Redesenhar **opções de investimentos**



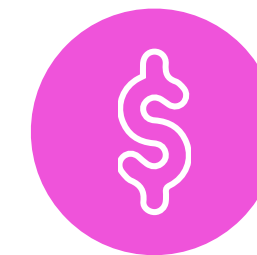
trends



**Gig Economy, ou
Economia do Bico**



**Vintage Workers
Retenção &
Atração de
Talentos Maduros**



**O cliente Gold é
Prata**



**A Geração
Sanduíche é a
grande
influenciadora da
maturidade**



INDIA

Meesho

Sediada em Bangalore, na Índia, a Meesho permite que vendedores ofereçam seus produtos online e, depois, finalizem a venda em plataformas sociais como Facebook, Instagram e Whatsapp. Em artigo publicado na plataforma MoneyTimes em 2019, o cofundador e CEO da Meesho, Vidit Aatrey, diz que os vendedores são, principalmente, pequenos varejistas, mulheres, estudantes e cidadãos aposentados, sendo que 70% são donas de casa que encontraram liberdade financeira e uma identidade de negócios sem precisar sair de casa.

Putting experience to work

WAHVE bridges the gap between an insurance firm's need for experienced talent and vintage insurance professionals wanting to phase into retirement working from home.



Staffing reimagined

- WAHVE is a freelance contract staffing solution.
- Insurance firms gain qualified experts matched to their specific needs.
- Retiring professionals can extend their careers working from home.

Cost solution for insurance firms
Save time and money on recruiting, hiring and training, and reduce HR functions and turnover costs.

Cost solution for retiring insurance professionals
Enjoy the type of work and schedule you want, and maintain your income while phasing into retirement.

"Our wahve has been amazing. She is smart, quick as a whip and wonderful to work with."
Bailey M. Battle | Keen Battle Mead & Company

"WAHVE is the best thing that ever happened to me; it charged my life."
Judy Busch | a work at home vintage expert

www.WAHVE.com

ESTADOS UNIDOS

Work At Home

A Wahve conecta executivos maduros do setor de seguros e contabilidade, em transição para aposentadoria (pretirement, no jargão da empresa) e dispostos a trabalhar a distância com empresas com necessidade de profissionais altamente capacitados nessas áreas.



CHINA

TaoBao for Seniors

O ecommerce C2C do Alibaba inovou ao criar uma versão age friendly de seu aplicativo, com letras maiores e maior usabilidade de navegação. De acordo com a empresa, eles já tem mais de 30 milhões de usuários com mais de 50 anos e mais de 1000 produções de livestream focadas no target prateado.



ESTADOS UNIDOS

Silvur

Serviço de planejamento e previsão de renda na aposentadoria. A startup combina sugestões de como maximizar a renda recebida da previdência pública, dicas de redução de custos de vida (com comparação entre cidades americanas), cálculo de custos de planos de saúde no futuro e clube de benefícios.



REINO UNIDO

Pepper and Wits

Creminhos vaginais da marca Peppers & Wits da P&G. A inovação na comunicação se dá pela personagem Ageless - sem idade, assim como o climatério não é uma questão de idade cronológica, mas sim hormonal.





BRASIL

Boticário 45+

Em comemoração aos 45 anos de história, o **Boticário** vai realizar uma série de ações e abrir uma conversa sobre o tema etarismo, apoiar e criar ações de capacitação de mulheres e convidar celebridades para falar abertamente sobre recomeços na maturidade.

Com a extensão da vida, os novos ciclos apresentam desafios, mas muitas oportunidades de viver diversas vidas dentro desta.

O planejamento se torna ainda mais essencial em uma trajetória não linear.

data∞

POWERED BY HYPE50+

OBRIGADA!

CLEA KLOURI
clea@data8.com.br