



Economia Prateada

Estudo de Oportunidades

Autores:

Felipe Montanari Valverde

Giulia Castello Branco Peracio

José Alberto Chreem

Luiza Pardellas Pires e Albuquerque

Sofia Vasilcovsky

Esse estudo é parte do **ThinkTank – Caminhos para o Rio**, projeto conduzido por alunos de graduação em Administração da PUC-Rio. Como parte da sua formação em empreendedorismo, os estudantes se organizam em grupos de pensadores que, sob a orientação de docentes, desenvolvem estudos sobre problemas e tendências relevantes para o Rio de Janeiro.

Organização



iag

ESCOLA
DE NEGÓCIOS
PUC-RIO

Apoio



Sumário

Introdução.....	1
1. Contextualização da Transformação.....	2
1.1. Oportunidade da transformação econômica.....	2
1.2. Setores econômicos mais impactados	3
1.3. Políticas públicas relacionadas à transformação.....	5
1.4. Caminhos para a transformação	8
2. Análise do Contexto.....	10
2.1. Contextualização a partir dos ODS	10
2.2 Contextualização a partir do World Economic Forum (WEF).....	14
3. Exploração de campo dos problemas mapeados.....	16
3.1. Mapa de Stakeholders	16
3.2. Mapa de Empatia.....	23
3.3 Árvore de Problemas	24
4. Mapeamento das oportunidades no contexto do Rio de Janeiro	27
4.1 Oportunidades de soluções relacionadas a políticas públicas.....	28
4.2 Oportunidades de soluções relacionadas a novos negócios	29
4.3 Análise de tendências tecnológicas para possíveis soluções.....	31
4.4 Mapeamentos de startups que oferecem soluções	33

Introdução

De acordo com a definição da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, a chamada “silver economy”, em português “economia prateada”, é um ambiente em que as pessoas com mais de 60 anos progridem no trabalho, abrem empresas inovadoras, são consumidores ativos e levam uma vida dinâmica e produtiva¹. Com o intuito de apontar oportunidades de transformação para o desenvolvimento da cidade do Rio de Janeiro, esse estudo tem como essência o debate do potencial da economia prateada, além das demandas, hábitos de consumo e oportunidades de mercado da longevidade. Como resultado de um declínio geral nas taxas de natalidade combinado com o aumento da expectativa de vida da população, está previsto para 2050 que o número de idosos chegue ao marco de 2 bilhões de habitantes, superando os jovens, de acordo com dados da OMS². Nessa perspectiva, consumidores com mais de 60 anos terão trilhões de dólares em poder de compra, assumindo, portanto, um protagonismo em diversas frentes da vida social e econômica. Contudo, a geração prateada não tem recebido a devida atenção como consumidores, ou até mesmo como sujeitos de direitos e deveres, muitas vezes, por conta de preconceitos relacionados ao envelhecimento enraizados. Assim, muitas vezes, esses indivíduos têm suas necessidades negligenciadas pelas empresas e pelo poder público, que mostram-se desalinhados às mudanças demográficas do mundo. Dessa forma, cria-se oportunidades para investir de forma mais significativa em processos mais saudáveis de envelhecimento, atuando no combate às condições adversas de saúde relacionadas, além de melhorar a capacidade funcional e até mesmo aumentar a produtividade da economia local.

Nesse contexto, o estímulo da economia prateada é encarado como uma ótima estratégia para transformar a população mais velha em um grande ativo e motor econômico. Por intermédio do incentivo à extensão das vidas profissionais e a promoção do empreendedorismo sênior, será possível permitir que as pessoas mais velhas aproveitem melhor o seu conhecimento institucional e sua sabedoria, impulsionando a produtividade e a criação de vagas de emprego no Rio de Janeiro.

¹ Relatório Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. Disponível em <https://www.oecd.org/sti/silver-economy-facts-challenges-and-opportunities.htm>. Acesso em 09/09/2021 às 17:33.

² Relatório World Economic Forum. Disponível em <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb000000LHRxEAO?tab=publications>. Acesso em 26/08/2021 às 14:17.

1. Contextualização da Transformação

Neste capítulo será feita uma introdução a respeito da economia prateada, sendo analisada a sua oportunidade, por meio de diversos aspectos econômicos e sociais envolvidos. Também serão abordadas questões políticas que abrangem o tema, e o que pode ser feito para interferir e ajudar essa parte da população.

1.1. Oportunidade da transformação econômica

Atualmente, o mundo está vivendo um fenômeno chamado “tsunami prateado” em decorrência do aumento da expectativa de vida associado a uma queda da taxa de natalidade. Considerada a geração do futuro, a população madura é responsável por 20% do consumo nacional e já movimenta cerca de US\$ 7 trilhões por ano. Segundo a OMS, o número de pessoas com mais de 60 anos chegará a 2 bilhões até 2050, um quinto da população mundial, e, de acordo com dados do Ministério da Saúde de 2016, o Brasil acompanha essa tendência, apresentando a quinta maior população idosa do mundo³. Contudo, o *idadismo ou ageismo*, termo utilizado para caracterizar o preconceito baseado na idade, permanece enraizado em nossa sociedade e, como resultado, muitos consumidores acima de 60 anos não se sentem representados como pessoas, ou consumidores. Torna-se, portanto, uma grande oportunidade para a economia carioca o de investimento em projetos de inclusão geracional.

Diante deste cenário, organizações podem enxergar o envelhecimento da população como uma oportunidade para planos estratégicos futuros, com o potencial de incentivar mudanças no local e na força de trabalho, além de impulsionar a produtividade. Com relação ao Rio de Janeiro, segundo dados do IBGE, há 1,5 milhão de idosos na cidade, o que representa 22% dos cariocas.⁴ Dessa forma, o número de idosos acaba ultrapassando o número de jovens. Neste contexto, surge a oportunidade de um mercado voltado aos que envelhecem, uma vez que os idosos não só vivem mais, como também consomem mais.

³Artigo Aquário Casa Firjan. Disponível em: <https://www.firjan.com.br/noticias-1/aquario-casa-firjan-preconceito-habitos-de-consumo-e-o-potencial-da-geracao-prateada-1.htm?IdEditoriaPrincipal=4028818B46EEB3CD0147276DBF7865ED>. Acesso em 03/09/21 às 08:43.

⁴ Artigo Band News FM Rio. Disponível em: <http://www.bandnewsfmrio.com.br/editorias-detalhes/estudo-aponta-envelhecimento-da-populacao-car#:~:text=Atualmente%2C%20h%C3%A1%201%20mil%C3%A3o,a%20partir%20dados%20do%20IBGE>. Acesso em 03/09/21

Para entender os impactos positivos, é necessário compreender o comportamento, objetivos e questionamentos dessa parte da população, e ter a empatia suficiente para discutir e combater o *idadismo*, algo estrutural da sociedade e pouco falado, mas que é perceptível através dos estereótipos, como a crença de que o idoso é um "ser frágil", ou que não consegue se adaptar às inovações tecnológicas. Tal preconceito também pode ser percebido a partir da existência de uma ínfima quantidade de produtos e serviços que temos hoje, pensados para esse público, ou que sequer os incluem. Alguns exemplos claros são os produtos de beleza, as roupas, e os serviços de transporte, seja os aplicativos, seja o sistema de transporte público, que falham em atender as necessidades de deslocamento da população 60+ nesse meio.

Se está claro que as pessoas nessa faixa de idade possuem recursos e tempo para desfrutar, é possível realizar uma dedicação de esforços a fim de obter grandes avanços na inovação na indústria da longevidade. Esforços como a melhoria no atendimento, fidelização dos clientes, impulsionamento da criação de profissões e postos de trabalho, e principalmente, consolidação de um mercado que valoriza a vida. A existência de investimentos e adaptações apropriados para a promoção do envelhecimento saudável, incluindo serviços de saúde e assistência social integrados criará um ambiente mais inclusivo para as pessoas idosas, potencializando inovações digitais, tecnologias assistenciais, médicas e científicas que possam promover uma longevidade saudável.

1.2. Setores econômicos mais impactados

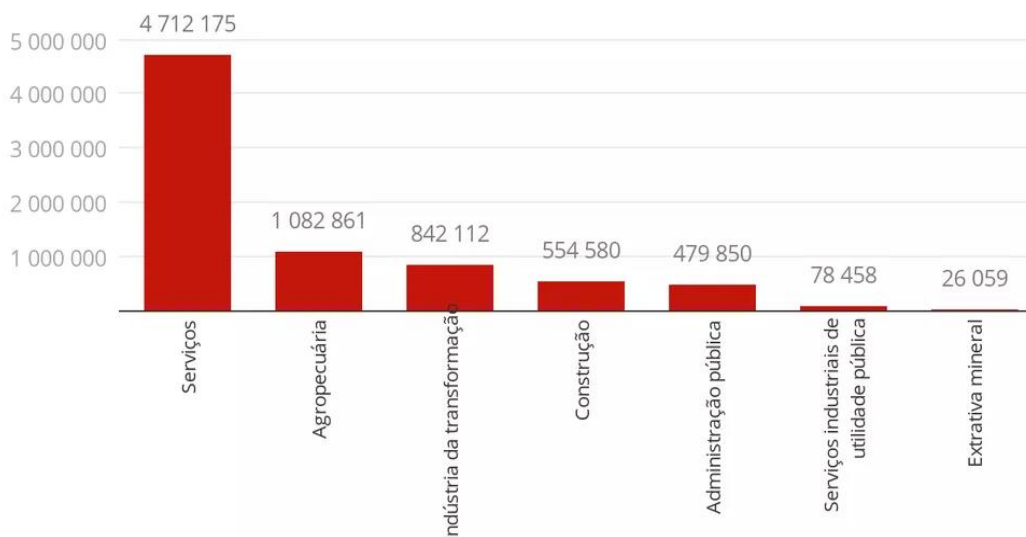
Como consequência do envelhecimento populacional carioca, os setores econômicos do Rio de Janeiro já sofrem diversas influências provocadas pela movimentação econômica da população 60+, que apresenta grande potencial de consumo, assim como de participação produtiva, criativa e inovadora. Dentre eles, os que mais se destacam são o setor de agropecuária, o de indústrias de transformação e, principalmente, o setor de serviços. Considerando a projeção de um crescimento cada vez maior da expectativa de vida, surgem nesses setores diversas oportunidades para a realização de investimentos e adaptações apropriados para a promoção do envelhecimento saudável.

O setor de serviços é o mais movimentado dentre os citados, tanto em relação a demanda de serviços pelos consumidores acima de 60 anos, quanto pela prestação de serviços por esse mesmo público. Nos dias de hoje, 53% dos trabalhadores dessa faixa etária estão no setor de serviços, em que, ao mesmo tempo, existe uma demanda muito alta por parte da população

mais velha pela prestação de serviços de cuidados com os mesmos, possibilitando cada vez mais oportunidades de crescimento para esse setor, em se tratando da economia prateada.

Setores com mais idosos

Trabalhadores com mais de 60 anos se concentram no setor de serviços



Fonte: Pnad; elaborado por iDados

Figura 1: Setores econômicos com mais idosos

De fato, o setor de Serviços do Brasil é um dos setores que mais impacta a economia brasileira, com índices de 75% da atividade econômica do país, conforme ilustrado na Figura 1⁵. No estado do Rio de Janeiro, este setor é ainda mais impactante, chegando a valores de 85% do PIB carioca. Por conta das crises causadas pelo COVID-19, o país e o estado do Rio de Janeiro sofreram com alta queda na atividade econômica, agravando a situação do desemprego, tendo em vista que este setor foi o mais afetado devido à pandemia. Hoje o país conta com um índice de desemprego jamais visto, com 14% da população economicamente ativa, que seriam 14,8 milhões de brasileiros e brasileiras⁶.

⁵ Gráfico ilustrando os setores econômicos com mais idosos. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/05/08/brasil-tem-77-milhoes-de-trabalhadores-idosos-no-grupo-de-risco-para-coronavirus.ghtml> Acesso em 03/09/21 às 10:58.

⁶ Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024. Disponível em: <https://plano-estrategico-2021-a-2024-pcrj.hub.arcgis.com/>. Acesso em 16/09/21 às 11:45.

Além disso, evidencia-se também que setores com maior trabalho manual, são aqueles onde a maioria do povo maduro está centralizado, como o setor da agropecuária e o de indústrias da transformação, são os que vêm logo em seguida do setor de serviços em relação à concentração da população madura no mercado de trabalho. Isso se dá pela pequena porcentagem da população que tem escolaridade média ou superior, sendo ela de 25% do total de pessoas com 60 anos para cima que estão inseridas no mercado de trabalho⁷.

1.3. Políticas públicas relacionadas à transformação

O termo “políticas públicas”, está diretamente ligado com as atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação. Quando relacionamos tais atividades a população com de idade avançada, o principal avanço que gerou esse suporte nas últimas décadas é o estatuto do idoso (Lei Nº 10.741), sancionado em 2003 pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

O cenário atual do estado necessita de uma atenção maior para cumprir os artigos, junto com uma revisão mais eficaz do estatuto, tendo em vista que as atualizações apresentadas nos últimos anos são sutis, debatendo a idade mínima válida para o mesmo, que seria de 60 ou 65 anos. Onde que em meio a esta discussão, temos maiores desafios para enfrentar como a garantia para o emprego do público maduro, cuja taxa de desemprego chegou ao seu nível mais alto em 2020, quando ultrapassou 7% pela primeira vez desde 2012. Com o objetivo de promover a inclusão social e garantir os direitos desses cidadãos, os principais avanços obtidos para os diversos setores econômicos vieram através do capítulo referente à Profissionalização e do Trabalho, onde são apresentados os seguintes artigos: “Art. 26. O idoso tem direito ao exercício de atividade profissional, respeitadas suas condições físicas, intelectuais e psíquicas. Art. 27. Na admissão do idoso em qualquer trabalho ou emprego, é vedada a discriminação e a fixação de limite máximo de idade, inclusive para concursos, ressalvados os casos em que a natureza do cargo o exigir”.

Tendo em vista cenário atual do Rio de Janeiro, é necessário maior rigor para o cumprimento de tais artigos e uma maior revisão de forma mais constante e eficaz do estatuto, visto que, as atualizações apresentadas nos últimos anos são sutis (a maior delas, é o debate acerca

⁷ Artigo "Idosos estão adiando cada vez mais a saída do mercado de trabalho". Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-10/idosos-estao-adiando-cada-vez-mais-saida-do-mercado-de-trabalho#:~:text=Do%20contingente%20de%20trabalhadores%20com,5%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20at%C3%A9%202060.> Acesso em 03/09/21 às 10:58.

da idade mínima válida para o estatuto, de 60 ou 65 anos)⁸, e de certa forma irrelevantes no contexto geral, quando principal foco a ser debatido, deveria ser algo que traga mais garantia para o emprego dessas pessoas, visto que a taxa de desemprego de pessoas com 50 anos ou mais no Brasil chegou ao seu ápice.

Dentre as políticas públicas voltadas para o fomento e desenvolvimento dos setores econômicos da cidade do Rio de Janeiro, destacam-se as ações voltadas à recolocação dos trabalhadores e trabalhadoras no mercado de trabalho e o desenvolvimento da economia solidária na cidade, como as iniciativas “Emprega Rio”, “Economia Solidária” e “Decola Rio”:
Emprega Rio - Consiste em oferecer a intermediação de mão de obra visando proporcionar aos trabalhadores a recolocação no mercado de trabalho e a busca do primeiro emprego, realizando orientações e encaminhamentos à qualificação profissional, e aos empregadores o preenchimento de sua vaga de trabalho reduzindo seus custos e otimizando seu tempo. A intermediação de mão de obra é realizada por meio do SINE - Sistema Nacional de Emprego, inclusive.

Economia Solidária - Política pública de geração de trabalho, distribuição de renda e inclusão social, na forma de uma corrente que busca igualdade, comércio justo e consumo solidário;

Decola Rio - Programa de Desenvolvimento do Comércio Local: tem como ações centrais apoiar o desenvolvimento de clusters comerciais na cidade do Rio de Janeiro e o segmento da Economia Sobre Rodas. Este Programa engloba os seguintes projetos: Truck Rio, Retomada do Programa Polos do Rio, Mercado São Sebastião, Cobal Humaitá e Mercado Municipal do Produtor da Zona Oeste, sendo que este projeto integra a IE Mudanças Climáticas e Resiliência, Área de Resultados: Agricultura Urbana.⁹

Essas iniciativas, por sua vez, acabam por impactar diretamente a população madura que se encontra ativa nos setores descritos no tópico anterior (1.2).

Quanto às políticas públicas relacionadas ao envelhecimento saudável da população, destacam-se algumas iniciativas da prefeitura da cidade do Rio de Janeiro que propõem a criação e o incremento de serviços e projetos de promoção e proteção, adoção de hábitos saudáveis, melhoria da qualidade de vida, e condições de dignidade e garantia de direitos, ao mesmo tempo que fomentam o desenvolvimento do setor de serviços da economia carioca.

⁸ Artigo sobre o Projeto de Lei 5383/19: <https://www.gazetadigital.com.br/editorias/politica-nacional/projeto-muda-de-60-para-65-anos-idade-para-pessoa-ser-considerada-idosa/602960>. Acesso em 16/09/21 às 11:45.

⁹ Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024. Disponível em: <https://plano-estrategico-2021-a-2024-pcrj.hub.arcgis.com/>. Acesso em 16/09/21 às 11:45.

As seguintes iniciativas - obtidas por intermédio do Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024- têm como objetivo atender a população residente no município, que esteja em processo de envelhecimento a partir de 40 anos (1.785.937) e da população idosa a partir de 60 anos (1.283.140), perfazendo um total de 3.069.084 cidadãos:

Projeto 60+Carioca: atenderá 586 idosos e idosas em situação de vulnerabilidade pessoal e social, com idade a partir de 60 anos, residentes no município, sem renda ou com renda mínima de até 2 salários, inscritos no Cadastro Único, viabilizando uma concessão de benefício de transferência de renda;

Projeto Vida Ativa: será desenvolvido em até 300 (trezentos) núcleos, localizados dentro do município, em locais públicos ou cedidos sem ônus à municipalidade, que atenderão em média 135 pessoas, anualmente cada, e oferecerão aulas de ginástica, dança, yoga, tai chi chuan ou hidroginástica e funcionarão de 7h às 10h, de segunda a sexta-feira, para pessoas com idade igual ou superior a 40 anos;

Projeto Conviva: visa promover atividades planejadas e sistematizadas para pessoas a partir de 60 anos, em espaços ociosos cedidos à municipalidade, de forma a contribuir para o envelhecimento ativo e saudável, evitando o isolamento social, favorecendo a ampliação das relações sociais, bem como a construção de uma rede social de apoio;

Projeto Mais Cidade: visa garantir o direito à cidade, oportunizando o acesso da população idosa, através de visitas a espaços culturais, turísticos, artísticos e de lazer estimulando o convívio coletivo e contribuindo para a melhoria da qualidade de vida desse público;

Casas de Convivência e Lazer Para Idosos: será desenvolvido em sete espaços de inserção social, integração, convivência, troca de experiência e fortalecimento de vínculos, de tal forma a evitar o isolamento social e contribuir na prevenção de agravos, fortalecendo a autonomia, a emancipação social e um envelhecimento ativo e saudável;

Projeto C.A.S.A: será realizado na residência da pessoa idosa, através de atuação qualificada de Auxiliar Comunitário de Cuidado e Fisioterapeuta, criando condições de vida mais digna, mantendo o idoso em sua residência e na comunidade, evitando ou postergando a institucionalização, conforme preconizado na legislação vigente e com possibilidade de cuidado em tempo integral.

Projeto Centro Dia Idoso: O projeto visa estabelecer, em Centros Dia para idosos e idosas, atendimento de atenção integral às pessoas a partir de 60 anos em situação de vulnerabilidade e semi-dependentes que não tenham condições de permanecer no seu domicílio e que necessitem de cuidados. Proporcionará o atendimento das necessidades

básicas, cujo propósito é manter a pessoa junto à família, reforçar o aspecto de segurança, autonomia, bem-estar e a sua própria socialização

1.4. Caminhos para a transformação

Com a pandemia decorrente do Covid-19 os idosos, que eram completamente invisíveis socialmente, passaram a ser mais vistos. Se, de um lado, houve a ascensão do *ageismo*, por outro, alguns especialistas se deram conta de que é no “oceano azul da longevidade reside as grandes oportunidades para o futuro”. Nesse sentido, surgem diversos agentes facilitadores para que ocorra uma transformação, sendo eles, ONGS, influenciadores, políticos e, principalmente, empreendedores.

Em primeiro lugar, com base em um levantamento conduzido pela Pipe.Social, existem mais de trezentos negócios voltados para atender a “revolução prateada”, que envolvem aplicativos para gestão do cuidado, soluções para construção de cidades inteligentes, experiências para bem-estar e melhorar a qualidade de vida dos idosos e até suporte para planejamento da morte. Trata-se de um mercado extremamente novo, mas com ritmo acelerado de crescimento, à medida que é visto como uma boa oportunidade para o Brasil. Isso porque, no Brasil, existem mais de 50 milhões de pessoas com mais de 55 anos. Segundo Layla Vallias, empreendedora de economia prateada e cofundadora da Hype50+ -se juntássemos “tudo o que essas pessoas já consomem hoje ou que vão vir a consumir no futuro, o país teria a terceira economia do planeta, logo atrás da China e dos Estados Unidos”.

Além disso, de acordo com o Instituto Locomotiva, o valor de R\$1,8 trilhões da economia brasileira está nas mãos das pessoas com mais de 55 anos. No entanto, no Brasil, existe uma grande quantidade de idosos que não possuem o mínimo necessário para uma sobrevivência digna. Segundo Alexandre Kalache, para se envelhecer bem é preciso do capital financeiro. No entanto, a maioria das pessoas não têm a oportunidade de acumulá-lo, por isso, um importante desafio neste contexto é educar as pessoas para que elas possam pensar no futuro¹⁰.

Vale ressaltar também que, segundo o IBGE, estados como Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul possuem uma população de idosos superior ao número de jovens com 14 anos, idosos esses que cada vez mais investem, empreendem e consomem, inclusive pela internet. Por

¹⁰ Entrevista com Alexandre Kalache. Disponível em: <https://aupa.com.br/alexandre-kalache/>. Acesso em 23/09/21 às 9:42.

essa razão, a economia prateada é uma importante solução para o crescimento econômico do nosso estado.

Em suma, para que esse mercado, praticamente intocado, possa vir a crescer, é necessário construir produtos e serviços pensando na perspectiva das pessoas mais velhas. Além disso, no Brasil, algumas áreas podem ser muito mais exploradas nesse contexto da economia prateada, como a área da saúde, através de agências de prestação de cuidados, por exemplo, a área da moradia, através da hipoteca revertida.

2. Análise do Contexto

Neste capítulo serão apresentados os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) relacionados à economia prateada. Também serão abordados aspectos relevantes pesquisados no World Economic Forum conectados com o tema.

2.1. Contextualização a partir dos ODS

Em 2012, a Organização das Nações Unidas (ONU) instituiu os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que compõem uma agenda mundial composta por 17 objetivos e 169 metas a serem atingidos até 2030. Esses objetivos buscam superar os maiores desafios dos tempos atuais, cuidar do meio ambiente e trazer melhorias para a vida de todos os indivíduos. Nesse compromisso fundamental para o futuro da humanidade, estão previstas ações mundiais em diversas áreas que também contribuem para o envelhecimento saudável que está intrinsecamente vinculado à economia prateada. Em especial, o cumprimento dos objetivos "Boa Saúde e Bem-Estar" e "Trabalho decente e crescimento econômico" assumem posição de suma importância para o alcance do bem-estar e a qualidade de vida da população madura do Rio de Janeiro.

De acordo com a ONU, o objetivo #8 "Trabalho decente e crescimento econômico" busca *"promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos"*¹¹. A realização desse objetivo está vinculado à diversas metas para 2030, dentre as quais destacam-se as metas 8.2 e 8.3, que visam respectivamente, *"atingir níveis mais elevados de produtividade das economias por meio da diversificação, modernização tecnológica e inovação, inclusive por meio de um foco em setores de alto valor agregado e dos setores intensivos em mão de obra"*, e *"promover políticas orientadas para o desenvolvimento que apoiem as atividades produtivas, geração de emprego decente, empreendedorismo, criatividade e inovação, e incentivar a formalização e o crescimento das micro, pequenas e médias empresas, inclusive por meio do acesso a serviços financeiros"*¹².

Tais metas geram implicações diretas para a geração madura da cidade do Rio de Janeiro, uma vez que a população em idade ativa – que inclui muitas pessoas idosas – carece de oportunidades de emprego e condições dignas de trabalho. Apesar de ser a segunda cidade

¹¹Relatório Nações Unidas Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/8>. Acesso em 02/09/21 às 22:59.

¹² Relatório Nações Unidas Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/3>. Acesso em 07/09/21 às 17:06

mais importante do país, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Rio de Janeiro ocupa somente a 14o posição no Índice de Cidades Empreendedoras (ICE) feito pela Endeavor Brasil (2016), apresentando uma trajetória de queda¹³. Nesse sentido, de acordo com o Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024, a prefeitura, por intermédio de diversas iniciativas, como ações voltadas à recolocação dos trabalhadores e trabalhadoras no mercado de trabalho e o desenvolvimento da economia solidária na cidade, pretende reverter esse quadro, dinamizando e aumentando a diversidade da economia da cidade, atraindo atividades econômicas de alto valor agregado para o município. Dessa forma, busca-se alcançar uma redução das taxas de desemprego na cidade e aumentar a empregabilidade da população adulta, inclusive, a população madura ativa.

Além disso, a renda individual e o acesso a serviços financeiros são essenciais para o acesso a serviços de saúde e produtos, reduzindo o risco de gastos exuberantes por parte dessa população. É preciso salientar também que, a partir da realização das metas 8.2 e 8.3, é fomentada uma força de trabalho saudável, que por sua vez, acaba por retroalimentar a economia da cidade, movimentando transações, aumentando a produtividade e reduzindo o desemprego. Em setores como saúde, serviços financeiros, varejo, viagens e entretenimento, por exemplo, os trabalhos prestados pelos maduros que atendem a outras pessoas mais velhas podem ajudar a atrair um poder de gastos relevante e pouco explorado na cidade. Nesse sentido, o Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024 apresenta como meta MT7 “Implementar o Programa de Desenvolvimento do Comércio Local (DECOLA RIO), com a ativação de 43 clusters comerciais nas áreas de gastronomia, cultura, turismo e produção rural, até 2024”¹⁴.

Já o objetivo #3 de desenvolvimento sustentável da ONU diz respeito ao bem estar e saúde que busca “*Garantir o acesso à saúde de qualidade e promover o bem-estar para todos, em todas as idades*”¹⁵, onde é possível perceber diversas metas e indicadores em que a parte da população com mais de 50 anos de idade deve ser o foco para concluí-las até o ano de 2030. Este objetivo foi selecionado por conta do momento atual de pandemia do Covid-19 que afeta profundamente o público maduro.

¹³ Relatório Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024. Disponível em: <https://plano-estrategico-2021-a-2024-pcrj.hub.arcgis.com/>. Acesso em 16/09/21 às 11:40.

¹⁴ Relatório Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024. Disponível em: <https://plano-estrategico-2021-a-2024-pcrj.hub.arcgis.com/>. Acesso em 16/09/21 às 11:45.

¹⁵ Relatório Nações Unidas Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/3>. Acesso em 07/09/21 às 17:06.

Os objetivos 3.8 e 3.9 buscam, respectivamente, “atingir a cobertura universal de saúde, incluindo a proteção do risco financeiro, o acesso a serviços de saúde essenciais de qualidade e o acesso a medicamentos e vacinas eficazes, de qualidade e a preços acessíveis para todos” e “reduzir substancialmente o número de mortes e doenças por produtos químicos perigosos, contaminação e poluição do ar e água do solo”¹⁶. Tais metas se relacionam com o objetivo de “Trabalho decente e crescimento econômico” e só poderão ser solucionadas a partir de investimentos no país para uma taxa de desemprego e uma inflação cada vez mais baixas e um salário mínimo e investimentos no sistema público de saúde e educação cada vez maiores, e no caso do rio de janeiro o primeiro passo passa por “ampliar para 40.000 o número de pessoas em processo de envelhecimento e de pessoas idosas atendidas nos projetos e programas de promoção e proteção social até 2024”¹⁷.



Figura 2- Envelhecimento saudável e objetivos de desenvolvimento sustentável.

Vale ressaltar que, segundo Alexandre Kalache, presidente do International Longevity Center-Brazil, em uma entrevista para a Aupa em 2020: *“muita gente, no entanto, envelhece muito mal, sem o básico. por exemplo, 83% dos idosos no brasil dependem única e exclusivamente*

¹⁶ Relatório Nações Unidas Brasil. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdqs/3>. Acesso em 07/09/21 às 17:20.

¹⁷ Relatório de Plano Estratégico da cidade do Rio de 2021-2024. Disponível em: <https://plano-estrategico-2021-a-2024-pcrj.hub.arcgis.com/>. Acesso em 16/09/21 às 12:50.

do SUS para os seus serviços de saúde.”¹⁸ Quando se analisa esse número, esclarece a importância do Sistema Único de Saúde no dia a dia da população, pois toda essa parte de tratamento, medicamento e atendimento, acaba sobrecarregando um único meio, e que para tratar dessa questão, é necessário ou um investimento alto por parte do governo para tornar o sistema uma referência, e/ou como no outro objetivo, dar poder econômico as pessoas, para estas, terem a chance de buscarem tudo isso no meio privado (Figura 2).



Figura 3- Ciclo para a conclusão dos objetivos.

Contudo, nota-se que as soluções passam pelo crescimento econômico do país, que segundo o último PIB divulgado, de queda de 0,1% no segundo trimestre de 2021¹⁹, o que acaba tornando a conclusão dessas metas até 2030, um processo complicado. Com isso, pode-se perceber que ambos os objetivos caminham de maneira muito próxima, e dependem um do

¹⁸Aupa. Disponível em: <https://aupa.com.br/alexandre-kalache/>. Acesso em 07/09/21 às 17:34.

¹⁹ Agência IBGE. Disponível em: [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31495-pib-fica-estavel-no-segundo-trimestre-e-continua-no-patamar-pre-pandemia#:~:text=PIB%20fica%20est%C3%A1vel%20no%20segundo%20trimestre%20e%20continua%20no%20patamar%20pr%C3%A9%20pandemia,-Editoria%3A%20Estat%C3%ADsticas%20Econ%C3%B4micas&text=O%20Produto%20Interno%20Bruto%20\(PIB,seguidos%20de%20crescimento%20da%20economia](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/31495-pib-fica-estavel-no-segundo-trimestre-e-continua-no-patamar-pre-pandemia#:~:text=PIB%20fica%20est%C3%A1vel%20no%20segundo%20trimestre%20e%20continua%20no%20patamar%20pr%C3%A9%20pandemia,-Editoria%3A%20Estat%C3%ADsticas%20Econ%C3%B4micas&text=O%20Produto%20Interno%20Bruto%20(PIB,seguidos%20de%20crescimento%20da%20economia.). Acesso em 07/09/21 às 17:44.

outro para se alinharem rumo a seu progresso, e como consequência, passamos a dar mais oportunidade de um envelhecimento saudável para as pessoas (Figura 3).

2.2 Contextualização a partir do World Economic Forum (WEF)

O World Economic Forum é uma organização sem fins lucrativos que possui o objetivo de analisar algumas das questões mais urgentes enfrentadas mundialmente, como saúde e meio ambiente, em base de reuniões anuais que integram alguns dos principais políticos e líderes empresariais. Nesse contexto, a organização contém iniciativas e envolve empresas em parceria para suportar o sistema de saúde, além disso, tem o desenvolvimento e descobrimento de novas tecnologias, com o intuito de encontrar novas vacinas e aumentar o crescimento econômico.

O relatório produzido pelo fórum, “Como a longevidade do século 21 pode criar mercados e impulsionar o crescimento econômico”, teve como projeção impulsionar empresas a enxergarem o envelhecimento populacional como uma forma de planos estratégicos futuros. “Como tal, o envelhecimento se torna uma oportunidade comercial que alimenta as linhas de cima e de baixo, incentiva mudanças no local e na força de trabalho, pode impulsionar a produtividade, além de fornecer apoio por meio de valores compartilhados e parcerias sustentáveis com governo e sociedade civil.”

Vale ressaltar que, em 2020, dois estudos realizados pela WEF e pela consultoria McKinsey²⁰, pesquisaram sobre futuras tendências de mercado após a pandemia. Na investigação, foi observado que a tecnologia vai acabar substituindo a mão de obra humana, dessa forma, a inteligência artificial e a automação irão futuramente dominar o mercado de trabalho. De acordo com o estudo, os resultados apontaram o uso das tecnologias, por 43% das empresas líderes internacionais, e da destruição de parte dos empregos vigentes.

O uso da tecnologia assistiva tem um enorme potencial para aumentar a capacidade dos idosos de viver de forma independente e autônoma e de exercer plenamente seus direitos humanos em igualdade de condições com os outros. Os robôs e a tecnologia de monitoramento podem reduzir o abuso e maus-tratos de pessoas idosas em ambientes de cuidados e fornecer melhores informações sobre a saúde das pessoas idosas. A mesma

²⁰ Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/the-future-of-work-after-covid-19/pt-BR> Acesso em 19/09/21 às 21:23.

negligência. Precisamos garantir que as tecnologias sejam projetadas e implantadas com segurança, o que requer a participação ativa dos idosos em seu desenvolvimento.

No contexto atual, a lição mais importante da pandemia COVID-19 é saúde para todos - ou seja, universalidade de acesso, o que implica plena cidadania. A tecnologia não é politicamente neutra nem livre de valores. Com muita frequência, ele divide em vez de unir grupos. Devemos buscar ativamente aqueles que não estão se beneficiando das inovações, como é o caso de muitos idosos atualmente.

De acordo com o WEF, a ferramenta mais importante já está disponível. Já em 2017, havia 198 milhões de smartphones em uso no Brasil. O design do aplicativo que produz diagnósticos de saúde facilmente acessíveis e baratos no nível de atenção primária à saúde e avança significativamente a alfabetização em saúde terá o maior impacto no envelhecimento saudável e na longevidade.

3. Exploração de campo dos problemas mapeados

Neste capítulo iremos identificar os Stakeholders diretamente relacionados com a economia prateada, identificando o seu grau de envolvimento com o tema, a contribuição que eles acrescentam para a população madura e seu desenvolvimento de oportunidades. Com isso, possibilitando nosso mapa de stakeholders, podendo classificar os mesmos em uma imagem com seus respectivos graus de envolvimento e a influência que representam. Também iremos apresentar nosso mapa de empatia em relação ao tema, possibilitando uma análise melhor dos consumidores, juntamente com nossa árvore de problemas do assunto, demonstrando a situação-problema e suas principais causas.

3.1. Mapa de Stakeholders



Figura 4 - Mapa de Stakeholders - Economia Prateada

Stakeholder 1: Público 60+ - Grau de envolvimento Muito Alto

O público 60+ é o foco da economia prateada, é ele que dita os interesses e as pautas a serem discutidas, e quem qualifica e quantifica os dados para as pesquisas. As principais pautas em questão para essa parte da população são o engajamento, saúde física, saúde mental e a educação financeira, e por conta disso, existem os desdobramentos de todos os stakeholders mapeados.

Stakeholder 2: Governo Federal - Grau de envolvimento Alto

O Governo Federal tem um grau de envolvimento muito alto quando se trata da economia prateada, muitas questões e projetos estarão em pauta para a melhora da qualidade de vida e do sistema econômico de forma geral, dentro dos próximos anos, o principal a ser destacado, refere-se a reforma da previdência, que passou por mudanças, das quais as principais foram o aumento da idade mínima para aposentadoria, passando de 61 para 65 anos para homens com um tempo mínimo de contribuição de 35 anos, e para as mulheres o mínimo para a aposentadoria passou dos 56 para 62 anos, com ao menos 30 anos de contribuição.²¹

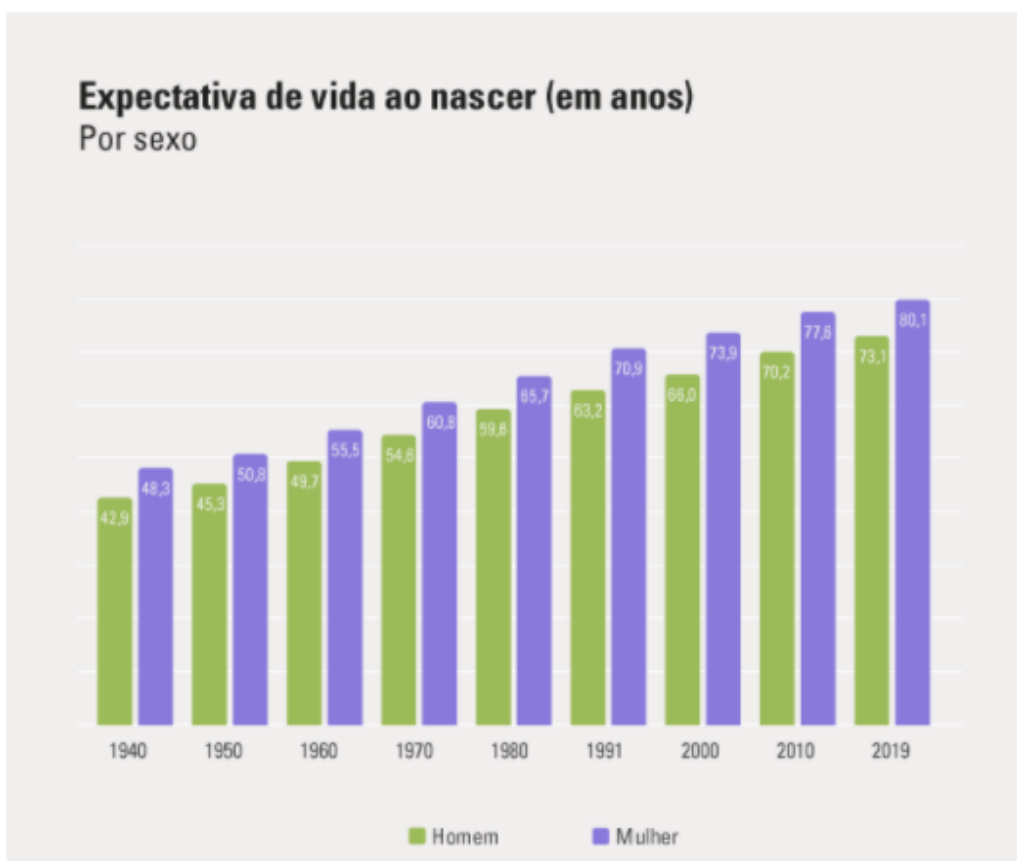


Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2012/2019.

Figura 5 - Comparação Pirâmide etária 2012-2019

²¹ Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/economia/novas-regras-previdencia-em-vigor-2021/>

Mesmo com a reformulação, o projeto precisará sempre ser revisto e estar em constante mudança, visto o aumento da população com mais de 60 anos, com base na pirâmide etária (Figura 5), e o aumento da expectativa de vida (Figura 6) , com esses fatos, o projeto não apresenta sustentação no longo prazo, já apresentando déficit como no ano 2017, o déficit previdenciário acumulou R\$182,4 bilhões, correspondendo a 8,5% do nosso PIB. Para reverter isso, diferentes estudos devem ser realizados para analisar o cenário, e para os próximos anos o governo terá de olhar de perto para essa parte da população, para garantia dos direitos básicos.



Fonte: Tábuas Abreviadas e Tábuas Completas de Mortalidade IBGE

Figura 6 - Evolução da expectativa de Vida no Brasil

Stakeholder 3: Mídia do Brasil - Grau de envolvimento Alto

A mídia oferece o retrato social de como a velhice é abordada, assumindo papéis que variam em função dos interesses, embates e dilemas sociais. Atualmente podemos perceber uma circulação maior de informações na mídia acerca do aumento da expectativa de vida humana

e do significativo crescimento de uma população cada vez mais velha no mundo inteiro, fato preocupante numa sociedade extremamente capitalista onde prevalece uma cultura que valoriza o novo em detrimento do velho. Esse fator traz novas expressões da questão social no campo de intervenção do Serviço Social. Portanto, é importante compreender o papel da mídia no processo de construção social dos idosos, relações entre gerações e ao final a imagética de felicidade do poder aquisitivo dos idosos em relação às publicidades bancárias.

Parte-se do pressuposto de que a mídia é responsável por divulgar novos conceitos sobre ser velho na contemporaneidade, escutamos falar sobre o aumento da expectativa de vida e do significativo aumento de uma população cada vez mais velha, muito tem se falado em terceira idade e melhor idade, tem surgidos novos estereótipos atrelados ao período da velhice, podendo ser identificados no retrato falado na mídia.

Esse comportamento é expresso diante da negação do estado de velhice da não aceitação e quando a sociedade estigmatiza excluindo socialmente esse indivíduo, bem como temos, por outro lado, a garantia de efetivação de direitos dessa categoria, fato que gera desafios na atuação profissional do Serviço Social.

Por muito tempo, o idoso foi considerado como um peso social, improdutivo, doente e incapaz, gerando assim preconceitos por parte da sociedade. Portanto, a mídia do Brasil tem um papel muito importante nesse contexto pois tem a responsabilidade de mudar esses estereótipos de diversas maneiras, seja nos jornais, revistas, televisão e outros.

Stakeholder 4: Instituições Públicas - Grau de Envolvimento: Médio

Instituição de longa permanência para idosos (ILPI)

Para a Anvisa, ILPIs são instituições governamentais ou não-governamentais, de caráter residencial, destinadas a domicílio coletivo de pessoas com idade igual ou superior a 60 anos, com ou sem suporte familiar, em condição de liberdade, dignidade e cidadania. Essas instituições fornecem cuidados médicos, que são atividades caracterizadas como serviços de saúde. Por isso, também devem atender a outras normas específicas ou transversais.

É comum associar ILPIs a instituições de saúde. Mas elas não são estabelecimentos voltados à clínica ou à terapêutica, apesar de os residentes receberem - além de moradia, alimentação e vestuário - serviços médicos e medicamentos. Os serviços médicos e de fisioterapia são os mais frequentes nas instituições brasileiras, encontrados em 66,1% e 56,0% delas, respectivamente. No entanto, 34,9% dos residentes são independentes. Por outro lado, a oferta de atividades que geram renda, de lazer e/ou cursos diversos é menos frequente,

declarada por menos de 50% das instituições pesquisadas. O papel dessas atividades é o de promover algum grau de integração entre os residentes e ajudá-los a exercer um papel social.

No Brasil, não há consenso sobre o que seja uma ILPI. Sua origem está ligada aos asilos, inicialmente dirigidos à população carente que necessitava de abrigo, frutos da caridade cristã diante da ausência de políticas públicas. Isso justifica que a carência financeira e a falta de moradia estejam entre os motivos mais importantes para a busca, bem como o fato de a maioria das instituições brasileiras ser filantrópica (65,2%), o preconceito existente com relação a essa modalidade de atendimento e o fato de as políticas voltadas para essa demanda estarem localizadas na assistência social.

Stakeholder 5: Instituições Privadas - Grau de Envolvimento: Médio

A seguir exemplificaremos a influência de instituições privadas com três iniciativas:

Hype 50+

O hype 50+ é uma instituição que tem como seu objetivo incentivar organizações a repensarem seus objetivos, produtos e serviços com um olhar voltado especificamente para o público maduro. Hoje a empresa consta como a principal empresa de marketing voltada para este público, criando uma visibilidade muito maior aos mesmos através de seus projetos e campanhas.

A empresa tem seu foco voltado para campanhas de marketing que incentivam e geram resultados e visibilidade para o público sênior, onde temos como exemplo de campanha, o “Silver Makers”, um hub de influenciadores maduros com o objetivo de incentivar este mercado tecnológico que apresenta uma tendência de crescer cada vez mais.

A instituição também apresenta seu projeto chamado “MV Marketing”, a primeira agência de marketing digital voltada para engajar e converter o consumidor maduro no País, se tornando um dos principais agentes de transformação no quesito da economia prateada, tendo em vista sua contribuição para desenvolver oportunidades ao mesmo.

Maturi

Maturi é uma plataforma pioneira no Brasil, que reúne oportunidades de trabalho, desenvolvimento pessoal, capacitação profissional, empreendedorismo e networking, com o objetivo de conectar pessoas maduras e experientes em busca de atividades e ocupação entre si e com empresas. A Maturi entende que, gerando oportunidades para as pessoas mais

maduras poderem continuar trabalhando, aprendendo, ensinando, se motivando e inspirando, promovemos a saúde e o bem-estar social.

Além disso, estão certos de que incentivando também o diálogo intergeracional, a empresa cria uma cultura que valoriza a sabedoria de quem já tem uma longa história de vida, o que é fundamental para quebrarmos o paradigma existente no mercado de trabalho atualmente onde os mais velhos são vistos simplesmente como obsoletos.

Instituto LAB60+

Criado em 2014, o Movimento LAB60+ é um grande laboratório social colaborativo, distribuído em diversas cidades do Brasil e Chile, que busca soluções práticas para a co-construção de um mundo preparado para uma população mais madura do que nunca na história da humanidade. Dessa forma, eles reúnem pessoas de todas idades em um ambiente de confiança intergeracional, convidativo a organizações de diversos setores, tamanhos e segmentos. Todos, em busca de um mundo com oportunidades para todas as idades e conscientes das demandas específicas que temos nas diferentes fases da vida.

O Movimento LAB60+ espalha-se pelo Brasil através de suas embaixadas, formadas por pessoas que acreditam nesta causa e buscam uma mesma mudança sistêmica: integração da diversidade geracional para construção de um mundo mais igual. Pessoas, empresas, governos, universidades e ONGs vêm assumindo o protagonismo desta mudança ao se tornarem Embaixadores LAB60+. Embaixadas dão vida ao movimento social e ativam um ecossistema que envolve mais de 800 organizações. Entre seis e dez encontros da rede se realizam a cada mês em diferentes Embaixadas. Somente em 2018, mais de 400 iniciativas se apresentaram, se conectaram e assim, todos se fortalecem.

Stakeholder 6: Organização Mundial da Saúde (OMS) - Grau de envolvimento pequeno

O papel da OMS no Contexto da Economia Prateada é ajudar governos e países a criar as chamadas comunidades “age-friendly” – termo traduzido para o português como sociedades amigas dos idosos. A Organização Mundial de Saúde (OMS) criou um guia com diretrizes de como transformar cidades em espaços onde pessoas de todas as idades possam viver de forma saudável e ativa. Esses lugares adaptados proporcionam aos maduros a possibilidade de envelhecer em casa, participando de atividades que gostam e contribuindo para suas comunidades, até o fim. Após fazer uma profunda pesquisa em 35 cidades pelo mundo e travar conversas em profundidade com quase 1.500 pessoas acima de 60 anos, a OMS conseguiu destacar oito áreas que devem ser consideradas para o desenvolvimento de uma cidade amiga de todas as idades. São elas: transporte; moradia; participação social; respeito

e inclusão; trabalho e engajamento cívico; comunicação e informação; apoio comunitário e serviços de saúde; e prédios públicos e espaços abertos (Figura 5).²² Apesar de atuar de maneira bastante relevante no contexto da Economia Prateada, conclui-se que o grau de envolvimento é baixo, pois ocorre de maneira indireta, uma vez que essas sociedades amigas dos idosos dependem do poder público, da comunidade e da economia local para que sejam, de fato, implementadas.



Fonte: Relatório Fundação Dom Cabral Longevidade - Sociedade

. Figura 7 - Guia para as cidades da OMS

Stakeholder 7: Influenciadores maduros - Grau de envolvimento pequeno

Nos últimos anos, os maduros começam a ver nos meios digitais não só um canal de relacionamento, mas de expressão: muitos indivíduos da geração prateada encontraram de

²² Disponível em Relatório FDC Longevidade: Sociedade capítulo 1, página 24.

forma espontânea e natural a sua expressão nas redes sociais, interagindo e se relacionando não apenas com o público jovem, mas também com a população que mais cresce no país, os idosos. Atualmente, vivemos um momento onde as marcas estão ainda aprendendo a conversar no ambiente digital e o influenciador pode ajudar muito nessa estratégia.

Papel dos Influenciadores Maduros no Contexto da Economia Prateada: atuar não somente como um porta-voz da marca, mas também como um elemento fundamental para ajudar a reverberar assuntos, construir storytelling sólidos e inclusive trabalhar a “escuta” do seu consumidor. Dessa forma, os influenciadores maduros têm o papel de criar uma rede de credibilidade e transparência nas ações de comunicação e marketing no contexto da Economia Prateada. Esses influenciadores são tidos como uma das principais alavancas para a estratégia de comunicação, pois eles carregam os fatores: aval, recomendação e convencimento que propaganda tradicional não consegue entregar. Para a maioria das empresas, ter o apoio de pessoas que já tenham algum tipo de envolvimento com o consumidor final facilita a comunicação da empresa, pois o influenciador consegue transferir o equity da marca de maneira natural. Apesar de esses stakeholders da Economia Prateada desempenharem um papel relevante influenciando o conhecimento e o consumo, poucas marcas começaram a enxergar esse público: as dúvidas do quanto os maduros são digitais ainda existe na cabeça de muitos anunciantes. Contudo, acredita-se que um novo movimento protagonizado por eles nas redes sociais pode diminuir esse abismo entre as marcas e o público sénior. Porém, enquanto esse movimento ainda não acontece, concluímos que esses stakeholders apresentam ainda um grau de envolvimento pequeno no contexto da Economia Prateada.

3.2. Mapa de Empatia

Com base na análise de dados primários - obtidos por intermédio de pesquisas de natureza qualitativa e quantitativa realizadas com o tema "Tecnologia e Maturidade" - e com base na análise de dados secundários, foi construído um "Mapa de Empatia" (Figura 5) que tem como objetivo compreender o principal stakeholder da Economia Prateada - o público 60+ - de uma forma visual, estabelecendo hipóteses claras a respeito das necessidades, comportamentos e outros atributos da geração prateada. Nesse esquema visual, dentro das caixas verdes estão representados as crenças e os atributos relacionados à população 60+ mais escutados por esses indivíduos, como a concepção de que são indivíduos frágeis, desatualizados, pouco produtivos e pouco ativos, contudo são sábios, experientes e apresentam grande potencial de consumo.

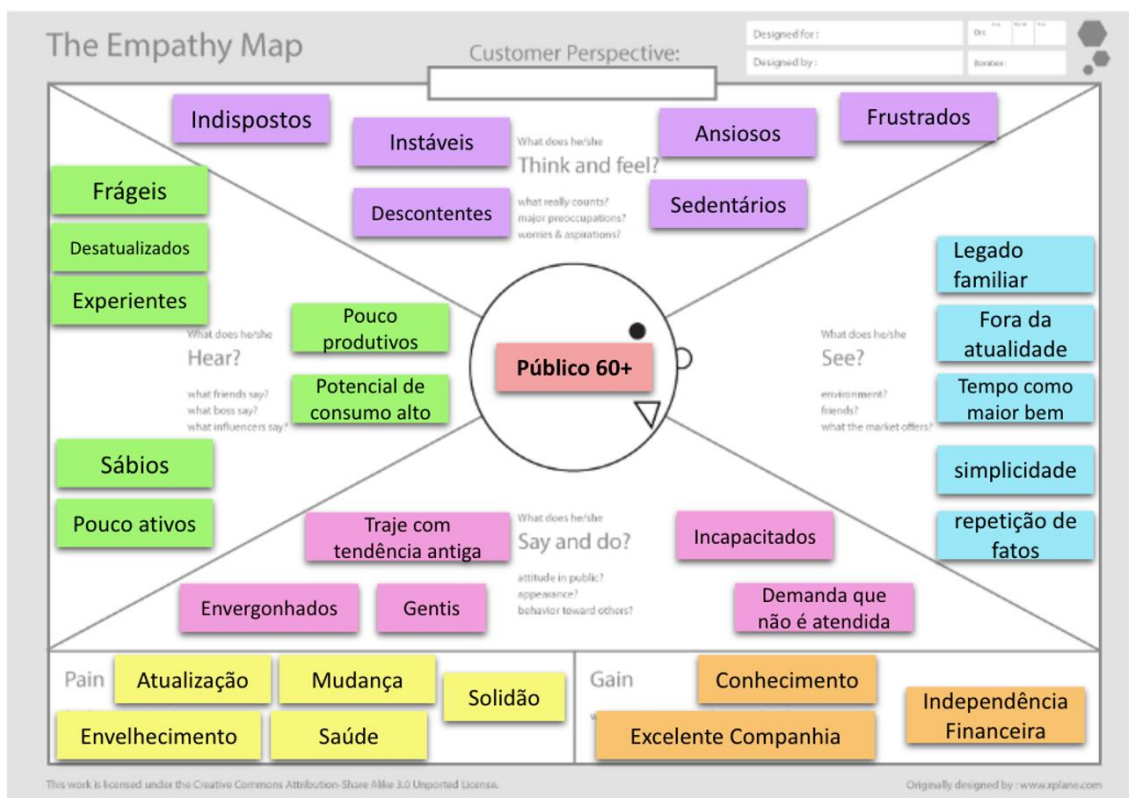


Figura 8 - Mapa de Empatia: Economia Prateada

A partir da coleta de informações, foi visto que as maiores dores dessa parcela da população são a questões que envolvem a necessidade de se sentirem atualizados, de acompanhar todas as mudanças no mundo, e entender e aceitar o processo natural de envelhecimento, os problemas de saúde e o sentimento de solidão comum na idade.

Na parte do Mapa de Empatia sobre o que o público 60+ vê, tem como principal fator o legado familiar, assim, nesse momento é crucial ter um apoio e servir de inspiração para os filhos e os netos. Com isso, esse apoio familiar, é um grande facilitador para a inclusão dos idosos na sociedade, até porque eles veem bastante dificuldade de se encaixar na atualidade. Além disso, o tempo acaba sendo mais relevante, então há o maior aproveitamento dele de forma mais leve, sendo menos estressante e mais tranquilo.

3.3 Árvore de Problemas

A partir da análise de dados primários - obtidos por meio das pesquisas qualitativa e quantitativa com o tema "Tecnologia e Maturidade" - e com base na análise de dados secundários, foi construída também uma Árvore de Problemas, que tem como objetivo

relacionar o principal problema dentro do contexto da Economia Prateada - a invisibilidade do público 60+ enquanto consumidores e força produtiva - com as suas causas (diretas, contribuintes e raiz) e com sintomas sentidos pela sociedade, estabelecendo também as relações entre eles.

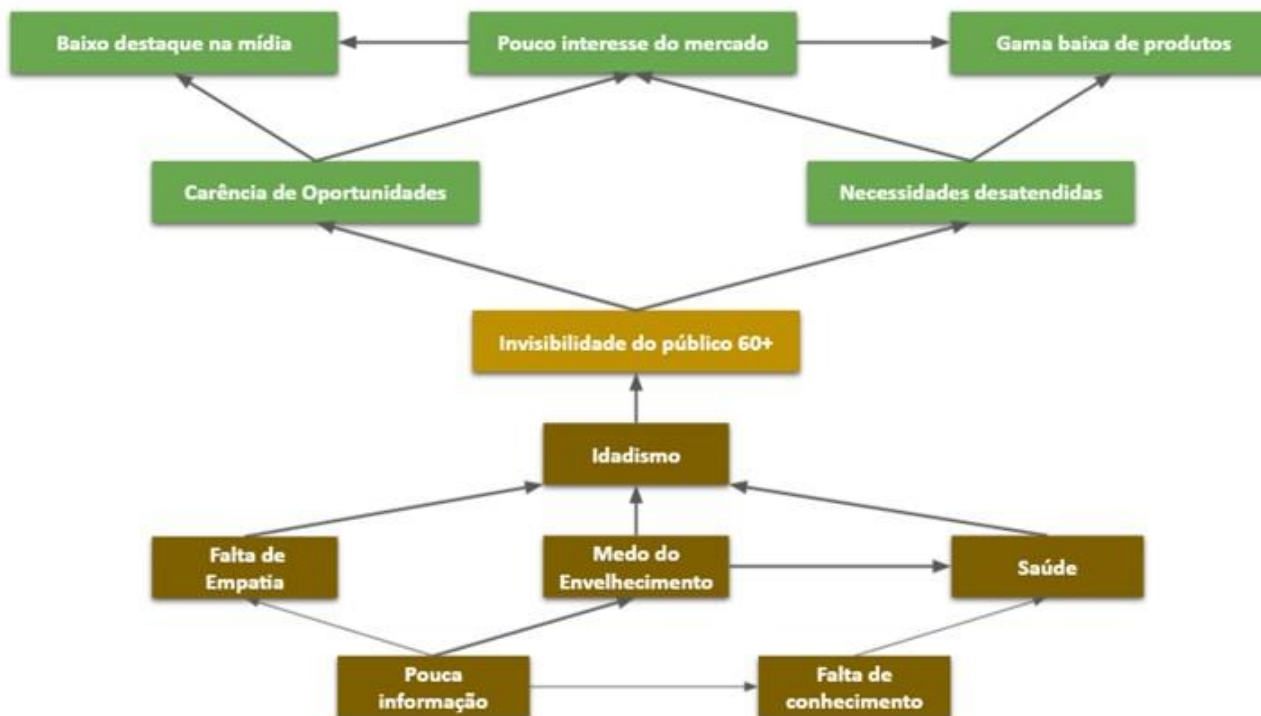


Figura 9- Diagrama da Árvore de Problemas: Economia Prateada

Dentro da nossa árvore de problemas, temos como o problema central o Idadismo, que é o preconceito baseado na idade ocasionando em discriminação, sendo um ato influenciado por suas causas diretas. As principais causas diretas para o problema central é a falta de empatia pelo público maduro, o que é um total desrespeito com nossa população, tendo em vista suas condições, que conseqüentemente levam ao problema maior. A outra causa que impacta o maior problema é a questão da saúde do público maduro, que está diretamente ligada com outra causa direta que é o “medo do envelhecimento”, que é um pensamento bastante frequente, no entanto, temos nossa expectativa de vida subindo cada vez mais graças a tecnologia, e a saúde é um fator muito importante para poder enfrentar esse medo, até porque

o envelhecimento está cada vez mais demorado e longo, baseando-se no aumento da expectativa de vida.

Todas as causas citadas seguem a linha encaminhada pela causa raiz do problema, que nada mais é do que a falta de conhecimento e pouca informação que a nossa população tem sobre o público maduro, e a falta de informações muitas vezes leva a pessoa a acreditar em fatos que não são reais, desencadeando uma série de problemas, onde os principais estão demonstrados na nossa árvore.

4. Mapeamento das oportunidades no contexto do Rio de Janeiro

O preconceito de idade e as normas sociais desatualizadas levaram muitos adultos mais velhos, tanto em comunidades rurais quanto urbanas, a se sentirem isolados e marginalizados. Ajudar os idosos a se engajarem - e a se manterem - significativamente envolvidos é fundamental para sua saúde e para a saúde de nossas comunidades. Formas novas e criativas são necessárias não apenas para explorar sua sabedoria, mas também para fornecer oportunidades de aprendizagem ao longo da vida e envolvimento significativo ao longo de toda a vida. Portanto, neste capítulo explicamos que qualquer oportunidade relacionada a políticas públicas e perspectivas para novos negócios podem causar um impacto positivo na vida da população idosa.

Além disso, como citado no Aging 2.0, objetos do dia a dia, casas e comunidades, não originalmente concebidos com a longevidade em mente, muitas vezes se tornam obstáculos ao movimento, segurança, independência e socialização. Com a segurança e a mobilidade continuando a ser as principais prioridades para os idosos, há uma necessidade de produtos, programas e serviços que permitam às pessoas maximizar sua segurança, força, equilíbrio, aptidão física, independência e mobilidade à medida que envelhecem. Nesse contexto, acreditamos que o governo poderia providenciar mais programas e serviços de assistência para a população mais velha, para poder manter uma boa mobilidade e capacidade de movimento para eles.

Outro tópico a ser discutido é ligado a novas oportunidades de negócios em relação à população idosa. Na nossa sociedade, as relações de trabalho envolvendo trabalhadores idosos constituem um relevante problema que precisa ser amplamente discutido e equacionado, a fim de se diminuir a discriminação, a vulnerabilidade e a exclusão social às quais tais indivíduos estão expostos, bem como facilitar sua reinserção e permanência no mercado de trabalho.

Cada vez mais as pessoas idosas precisam ou querem se manter no mundo do trabalho, situação que parece se distanciar do previsto para pessoas nessa faixa etária, pois a sociedade, de forma geral, espera que elas se encaminhem para a aposentadoria e para o afastamento do mundo laboral. Essa perspectiva deveria permitir uma nova lógica, instituindo o retorno do idoso ao mercado de trabalho, uma vez que ele pode contribuir com as suas experiências adquiridas em anos de vivência e de vida laboral. O trabalho faz com que a pessoa esteja mais integrada com o mundo, possibilitando ao indivíduo obter e construir conhecimentos, desenvolver argumentos próprios para solução de problemas diários, usando

meios que estão disponíveis ao seu redor para cumprir plenamente sua função de ser humano¹⁰, podendo, com isso, ter maior autonomia ao planejar o difícil seguimento para a aposentadoria.

4.1 Oportunidades de soluções relacionadas a políticas públicas

4.1.1. Política pública de reintegração social e combate a depressão da maturidade

Aging 2.0²³, uma iniciativa global que visa impulsionar a colaboração em torno dos maiores desafios e oportunidades do envelhecimento. No relatório 2018-2019, são listados oito tópicos que trazem diversas oportunidades relacionadas a políticas públicas e perspectivas para novos negócios. Dentre um dos tópicos abordados, está o dilema do engajamento e propósito, pois quando se atinge um estágio avançado em questão de idade, se torna necessário ajudar os idosos a se manterem significativamente envolvidos e participativos na sociedade visando uma melhoria tanto para sua saúde, quanto para a saúde de nossa comunidade. Afinal, problemas como a depressão e a solidão se tornam cada vez mais comuns nessa faixa etária. Com isso, formas novas e criativas são necessárias não apenas para explorar sua a sabedoria e suas trajetórias, mas também para fornecer oportunidades de aprendizagem ao longo da vida e envolvimento significativo ao longo de toda a vida.

Nesse contexto surge a possibilidade, por parte do governo estadual, da criação de um número ou portal de domínio público, para que o idoso possa se conectar e receber um atendimento psicológico, gerando assim, uma posição de auxílio à reintrodução no contexto social, oferecendo suporte e direcionamento ao público maduro, sugerindo e consultando o mesmo a como obter os seus direitos; as suas possibilidades de benefícios e ainda fornecer um atendimento humanizado, combatendo os problemas mais comuns nessa fase da vida como a solidão e a depressão.

Temos alguns projetos que podem servir de exemplo hoje, como o Centro de Valorização da Vida, onde qualquer pessoa que disque 188 no telefone recebe um suporte de apoio emocional, esse projeto tem como o foco da prevenção do suicídio, ocorrendo um atendimento de forma gratuita para todas as pessoas que querem e precisam conversar, sob total sigilo por telefone, email e chat 24 horas todos os dias.

²³ Aging2.0's Grand Challenges. Disponível em: <https://www.aging2.com/grandchallenges/>. Acesso em 24/09/21 às 15:27.

4.1.2. Política Pública de Assistência a Movimentação e Mobilidade

O público maduro enfrenta diversas dificuldades e problemas no seu dia a dia que acabam afetando sua vida, ou então desmotivando os mesmos a continuarem fazendo aquilo que gostam por conta de suas condições. A campanha da Aging 2.0 ilustra muito bem esses desafios, juntamente ao que se faz para contorná-los, fazendo com que o mundo veja as diversas oportunidades que podemos abraçar em sua relação.

Dentro da campanha da Aging 2.0, um dos tópicos mais importantes é a questão da mobilidade e movimento, onde hoje em dia o público maduro não tem a assistência necessária para poder manter uma boa mobilidade, e conseguir se locomover com tranquilidade para onde deseja. Isso afeta muito mais do que o corpo do público maduro, tendo em vista a dificuldade que eles apresentam para se locomover, acaba os desmotivando de saírem, seja para fazer o que gostam, trabalhar e até mesmo impede de chegarem em consultas médicas.

Tendo em vista essa situação que o público maduro vem sofrendo, o Governo tem diversas oportunidades e iniciativas que podem tomar para contribuir para a saúde, lazer e vida profissional deste público. Uma das iniciativas que o Governo poderia tomar seria de criar programas e serviços de assistência para as pessoas de idade mais avançada, para poder manter uma boa mobilidade e capacidade de movimento, permitindo com que sigam suas carreiras profissionais, continuem aproveitando sua vida sem estar limitada, dentre outras inúmeras possibilidades que antes eram impedidas pela falta de mobilidade e facilidade de movimento.

4.2 Oportunidades de soluções relacionadas a novos negócios

4.2.1. Novo nicho para o mercado de beleza voltado à longevidade

A atenção das empresas para com o mercado da longevidade cresceu nos últimos tempos, com o avanço da pandemia. As organizações perceberam um fenômeno de comportamento: a crescente preocupação das pessoas em envelhecer bem. A busca pela beleza e a fonte da juventude vem desde os tempos mais antigos, e atualmente, na área de beleza e cuidados com a pele, os consumidores mais velhos tendem a gastar mais, tornando-os uma demografia fundamental para empresas que criam novos produtos voltados para atender as necessidades da maturidade.

Mesmo que estejamos longe de resolver o problema, percebemos que, hoje, certas empresas de beleza incluem, cada vez mais, um público em sua publicidade que não era visto como

“padrão”. Ademais, muitos idosos têm sido cada vez mais incluídos no mercado de trabalho, fenômeno esse conhecido como “economia prateada”, por meio do qual, pessoas que antes eram tidas como “inválidas” passam a ser vistas como fonte propulsora da economia nacional. O público 60+ vem quebrando estereótipos e mudando seus hábitos de consumo, de acordo com uma pesquisa da GFK publicada no Mundo do Marketing, 54% dos idosos gostam de experimentar novas marcas.

Segundo a futuróloga Mariana Fonseca, cofundadora da Pipe.Social e uma das coordenadoras do Projeto Tsunami 60+, analisa que: ²⁴“envelhecer é uma novidade – e o futuro é velho. Por mais que a frase possa parecer uma contradição, estamos vivendo mais do que o esperado, encontrando desafios nunca enfrentados e mudando paradigmas antigos sobre a idade. Os estereótipos estão sendo quebrados por esses brasileiros prateados”.

Desde a pandemia, após serem vistos como grupo de risco, os holofotes voltaram-se para as pessoas acima de 60 anos. Estima-se que, com o aumento da longevidade e o envelhecimento acelerado da população, o número de idosos no Brasil atingirá 65 milhões. Nesse contexto, foi criado o FDC longevidade, que é voltado justamente em fornecer informações para as empresas sobre as potencialidades do mercado composto por pessoas com mais de 50 anos.

4.2.2. Capacitação digital da população madura

Atualmente, a Internet desempenha um papel cada vez mais central na conexão de indivíduos de todas as idades a notícias e informações, serviços governamentais, recursos de saúde, oportunidades de apoio social, entre diversas outras soluções. Nos dias de hoje, milhões de adultos mais velhos são motivados a se conectar e adotar tecnologias digitais em seu cotidiano. Porém, uma parcela bastante significativa da população madura ainda enfrenta dúvidas sobre como usar um dispositivo e como proteger sua privacidade.

Com o distanciamento social provocado pela crise sanitária do Covid-19, de acordo com uma pesquisa da AARP realizada em setembro e outubro de 2020, os adultos mais velhos aumentaram as compras de tecnologia durante a pandemia, contudo mais da metade (54%) disse que precisava entender melhor os dispositivos que adquiriram. Além disso, dados da

²⁴ <https://www.hmemrevista.com.br/geracao-prateada/>

pesquisa apontam que quase 4 em cada 10 (37%) admitiram que não estavam confiantes sobre o uso dessas tecnologias²⁵.

Nesse contexto, surgem oportunidades para o surgimento de organizações e empreendimentos especializados em alfabetização digital para adultos mais velhos. Para capitalizar essas oportunidades, destaca-se a possibilidade de um novo empreendimento que ofereça serviços de treinamento técnico a idosos por meio de um modelo de aprendizado intergeracional. Ao ter como missão formar comunidades intergeracionais que mantém a população jovem e madura socialmente conectada e engajada, esse empreendimento atuará na capacitação de jovens que, ao receber aulas e atividades de aprendizagem, serão treinados para atuar como mentores digitais dos mais velhos. Esses mentores digitais, por sua vez, oferecerão treinamento em tecnologia eficaz aos idosos, tanto presencialmente em centros de treinamento, quanto de maneira remota por meio de aulas e tutoriais online.

Essa oportunidade trará grandes benefícios para a população madura - indivíduos com grande potencial de consumo - que, ao ter atendimento especializado e voltado para as suas principais dificuldades, alcançará mais destreza e habilidade tecnológica, tendo diversas atividades do cotidiano facilitadas: desde fazer compras de supermercado online até pagar boletos e efetuar transações financeiras. Além disso, por meio dos serviços de treinamento, esses indivíduos mais velhos estarão cada vez mais capacitados, podendo se manter ativos durante mais tempo no mercado de trabalho, ambiente no qual as competências digitais estão sendo cada vez mais exigidas. Esse novo empreendimento poderá contribuir, portanto, de maneira bastante significativa para o envelhecimento saudável e produtividade da população madura, fomentando também o desenvolvimento da economia prateada.

4.3 Análise de tendências tecnológicas para possíveis soluções

4.3.1. Plataformas de ensino à distância

A evolução tecnológica proporcionou grandes mudanças em todos os setores de nossas vidas. A internet alterou o cotidiano das pessoas e criou novos hábitos, facilitando a comunicação e dando uma série de serviços para a população madura. A tecnologia também

²⁵ Pesquisa AARP “Tecnologia pessoal e a pandemia: adultos mais velhos estão se atualizando para uma experiência online melhor”. Disponível em: <https://www.aarp.org/research/topics/technology/info-2021/2021-technology-trends-older-americans.html>. Acesso em 22/09/21 às 16:41.

permitiu a criação de plataformas de educação a distância, que já evoluíram muito ultimamente.

Hoje em dia, o EaD possibilita uma experiência completa em termos de aprendizado e capacitação profissional. Diversos estudos já foram realizados sobre a educação a distância, com o objetivo de fazer o melhor uso possível das mídias eletrônicas para gerar conhecimento. Além disso, o EaD também garante uma fácil e rápida comunicação com os professores. Quando o estudante tem dúvidas, basta enviar uma mensagem. O professor tem um prazo curto para responder, também via mensagem. Há também exercícios online e algumas instituições de ensino que disponibilizam chats para a turma, de forma que a interação entre os estudantes não seja sempre vinculada ao estudo.

Com a pandemia, a educação a distância acabou tornando o estudo muito mais conveniente para milhões de estudantes no Brasil. Com a crescente evolução das plataformas de educação a distância, acredita-se que os métodos de aprendizado serão cada vez melhores e mais acessíveis para qualquer idade.

4.3.2. Plataformas de atendimento psicológico à distância




Nos dias de hoje a tecnologia acoplada aos smartphones e computadores movimenta muito capital devido às necessidades diárias que os aparelhos conseguem suportar como chamadas de vídeos, aulas online, médicos entre outros. E nos dias de hoje um aplicativo de fácil manejo tecnológico para a população madura e que possa auxiliá-los seria perfeito.


O público maduro apresenta diversas necessidades psicológicas e que se tivessem um pouco mais de atenção e acesso fácil para ajudá-los a se manterem com um bom psicológico, melhoraria muito sua qualidade de vida. Um aplicativo para smartphones e computadores onde seria uma plataforma de conexão rápida e fácil com psicólogos, podendo agendar consultas diretamente no aplicativo e de uso exclusivo pelo público maduro.

Este aplicativo não teria só um bom impacto no psicológico dos pacientes, mas também em sua rotina, permitindo que possam voltar a exercer atividades que acreditavam que não conseguiriam realizar no passado, e hoje tem a motivação para fazer. Podendo ser um meio alternativo para que muitos que estão dentro da população madura, encontrem seu caminho de volta para o mercado de trabalho.

4.4 Mapeamentos de startups que oferecem soluções

Neste capítulo é apresentado uma tabela explorando quatro startups que agregam valor e oferecem soluções para as oportunidades referentes à economia prateada.

Nome da Startup	Logomarca	Website	Resumo do negócio	País de origem
Psicologia Viva		https://www.psicologiaviva.com.br/	O Psicologia Viva é uma plataforma que visa democratizar o acesso ao atendimento psicológico, aproximando pacientes e profissionais de todas as idades por meio da internet.	Brasil
MIT AgeLab		https://agelab.mit.edu/about-agelab	O MIT AgeLab é um programa de pesquisa multidisciplinar que trabalha com empresas, governo e ONGs para melhorar a qualidade de vida dos idosos e daqueles que cuidam deles.	Estados Unidos
Evi Brasil		https://evibrasil.com.br/	A Evi é uma marca de cosméticos que vê nas mulheres com mais de 40 uma beleza estonteante. Porque é diferente. Mais segura de si, mais certa de suas decisões, mais livre. Nesse sentido, defende uma "beleza sem data de validade" e desenvolve produtos especialmente para a pele madura brasileira.	Brasil

Maturi		https://www.maturi.com.br/	<p>Pioneira no Brasil, a Maturi é uma plataforma que reúne oportunidades de trabalho, desenvolvimento pessoal, capacitação profissional, empreendedorismo e networking, com o objetivo de conectar pessoas maduras e experientes em busca de atividades e ocupação entre si e com empresas.</p>	Brasil
--------	---	---	---	--------