

Iniciativa para una Longevidad Positiva

LA REVOLUCIÓN DE LA LONGEVIDAD

Las Oportunidades Estratégicas para las Empresas

Mercedes Jones - Florencia Salvi



CIS

Centro de
Innovación Social



Universidad de
San Andrés

El Centro de Innovación Social (CIS) de la Universidad de San Andrés desarrolla, desde el año 2007, actividades, proyectos y programas que, con una perspectiva estratégica, contribuyen a fortalecer el compromiso y las capacidades de empresas, Gobiernos, organizaciones de la sociedad civil, emprendedores, fundaciones donantes e inversores sociales privados, para generar impacto y transformaciones sociales positivas.

Sin duda, en un mundo complejo e incierto —que afronta todavía las consecuencias de la pandemia—, se requiere estar atento y alerta respecto de las nuevas tendencias y los caminos posibles para acompañar e impulsar estas transformaciones. Entre estas tendencias, la revolución de la longevidad es un campo de oportunidades estratégicas para toda la sociedad.

La economía plateada tiene un enorme potencial de desarrollo, pero es necesaria una transformación radical de los prejuicios y la desinformación que rodean a las personas mayores. Frente a esta situación, el CIS ha impulsado el lanzamiento de la Iniciativa para una Longevidad Positiva, la cual busca producir conocimiento acerca de las características reales de los seniors¹, comprender el proceso de silverización de la sociedad; promover espacios de diversidad generacional, y potenciar a empresas, Gobiernos, organizaciones, personas mayores y emprendedores como actores relevantes para que generen respuestas innovadoras frente a las oportunidades que plantea la economía silver. Al mismo tiempo, el CIS aspira a crear sinergias con un ecosistema más amplio de innovación para una longevidad positiva, trabajando con base en la colaboración y la articulación en red y promoviendo el valor de la reciprocidad.

En este marco, agradecemos a todas las personas y organizaciones que posibilitaron el desarrollo del Ciclo de Webinars 2021 y ponemos a disposición, junto con los vídeos de los cuatro encuentros, este documento de síntesis de los principales intercambios realizados, elaborado por Mercedes Jones y Florencia Salvi, quienes lideraron este proyecto.

Muchas gracias.

Gabriel Berger

Director Centro de Innovación Social
Universidad de San Andrés
Argentina

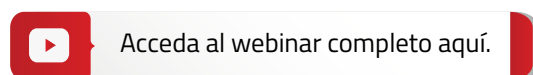
¹ A pesar de que el diccionario de la Real Academia Española incluye el término con tilde (sénior, séniores), optamos por utilizar la voz latina (sin tilde) por considerarla más acorde con el ámbito que nos atañe y, por tanto, de mayor comprensión para el lector.

Primer Webinar ²

LA REVOLUCIÓN DE LA LONGEVIDAD Y LAS OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS PARA LAS EMPRESAS

Presentación del modelo ageingnomics de MAPFRE y del libro "La revolución de las canas"

15 de abril de 2021



APERTURA:

- Gabriel Berger, director del Centro de Innovación Social, UdeSA
- Carlos Estebenet, presidente no ejecutivo de MAPFRE Argentina.

EXPOSITORES:

- Mercedes Jones, directora de proyectos del Centro de Innovación Social, UdeSA
- Salvador Rueda, CEO de MAPFRE Argentina.
- Iñaki Ortega Cachón, consejero asesor del Centro de Investigación Ageingnomics.
- Juan Fernández Palacios, director del Centro de Investigación Ageingnomics, Fundación MAPFRE.

CLAUSURA:

- Antonio Huertas, presidente de MAPFRE y de Fundación MAPFRE.

MODERACIÓN:

- Florencia Salvi, Centro de Innovación Social, UdeSA.

IDEAS PRINCIPALES

El panorama del envejecimiento de los seres humanos presenta variedades casi infinitas según las condiciones demográficas, económicas, culturales y políticas. No obstante, hay algo en común: es un tema del que, en general, no se habla. Por eso, a la revolución de la longevidad, revolución plateada o revolución de las canas, también se la llama la «revolución silenciosa».

La revolución de la longevidad incluye tres revoluciones: 1) la demográfica, gran número de seres humanos alcanza edades avanzadas con buena salud; 2) la científica y tecnológica, hay nueva información que contradice lo que se conocía sobre la vejez; 3) la cultural y emocional, se requiere un cambio de perspectiva individual y social respecto de la vejez.

² Somos conscientes del trasfondo de discriminación del masculino genérico, sin embargo, por cuestiones de economía lingüística, optamos por utilizarlo en este documento.

Es necesario modificar la percepción negativa que se tiene de la vejez y adoptar el concepto de «longevidad positiva». Los Gobiernos, las empresas y los individuos tienen la posibilidad de influir, mediante cambios de actitud, revisión de los estereotipos culturales e inclusión de la diversidad tomando en cuenta la edad. La filósofa española Adela Cortina afirma que conviene recordar que las sociedades están rejuveneciendo y no envejeciendo, insiste en que la gerontofobia y el edadismo son absolutamente perniciosos y en que hay que eliminarlos, por lo que invita a difundir el mensaje «no somos viejos, sino longevos»³.

El libro *La revolución de las canas*,⁴ de Antonio Huertas (Mapfre) e Iñaki Ortega (Deusto), que se presentó en este encuentro, desarrolla cinco temas clave: 1) nueva vida, la longevidad; 2) nueva edad, la generación de las canas; 3) nuevos trabajos en una nueva economía, *ageingnomics*; 4) nuevo mundo, nuevas ciudades; 5) nuevos liderazgos y una nueva capacitación.

El término *ageingnomics* fue acuñado por MAPFRE y la Deusto Business School. Es un neologismo que surge de la unión de las palabras en inglés *ageing* ('envejecimiento') y *economics* ('economía'), con el que se ha querido resumir una visión constructiva de las oportunidades económicas del envejecimiento demográfico. Uno de los objetivos que se proponen en el Centro de Investigación Ageingnomics es superar el síndrome paternalista para con las personas mayores. Erradicar el edadismo y la gerontofobia va de la mano con la valoración de la diversidad etaria y la inclusión de los seniors.

LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y LA INCLUSIÓN SILVER

Las iniciativas de inclusión senior son un eje fundamental para contribuir a la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), que establece que es necesario no solo evitar la discriminación y/o exclusión de las personas de más edad, sino también garantizar su participación como agentes activos para la economía y el mercado laboral. Esto implica que a las organizaciones que quieran ser innovadoras en la gestión de la diversidad y cumplir con los ODS les conviene incluir el tópico senior entre sus estrategias y aprender a gestionar la diversidad generacional.

Con el aumento de la esperanza de vida, ha surgido un nuevo grupo social a medio camino entre la edad adulta y la ancianidad. Estos años extras detonan las teorías tradicionales del ciclo de vida. Las personas tienen vidas más prolongadas y productivas; a lo largo de su existencia, también pueden hacer un aporte económico mayor que el de los miembros de las generaciones pasadas.

A nivel mundial, las personas senior consumen y tienen patrimonio, pero hay pocos productos diseñados para esta población, lo que conlleva una oportunidad para las empresas en los segmentos de educación, ocio, salud, soluciones habitacionales, productos de ahorro y salud financiera, emprendedurismo⁵ senior, gerontecnología, entre otros.

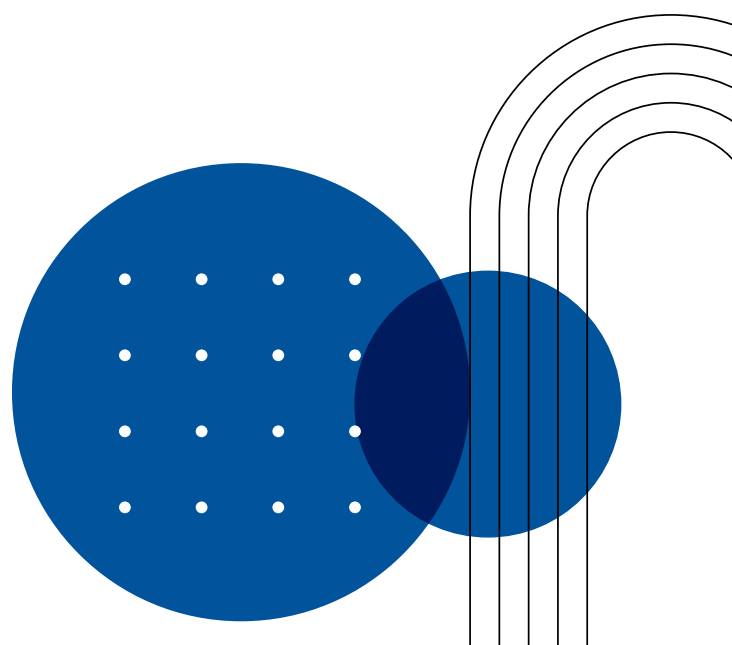
Ya nació la economía *silver* y, en el plano social, existe un movimiento mundial de empresas, organizaciones y ciudades amigables con las personas mayores que está creciendo, lo que constituye una oportunidad de desarrollo económico, participación e inclusión social.

³Cortina, Adela. 2020. Conferencia Inaugural. Seminario de Envejecimiento y COVID-19. Centro de Investigación Ageingnomics. <https://mapfre.vancastvideo.com/event/wM1L64TF/1615?lang=1335>

⁴Huertas, Antonio; Ortega, Iñaki. 2018. *La revolución de las canas: Las oportunidades de una economía del envejecimiento*. Barcelona. Planeta.

⁵A pesar de que el término no aparece en el diccionario de la Real Academia Española y de que esta aconseja, en este caso, utilizar *emprendimiento*, consideramos que el neologismo *emprendedurismo* es de mayor comprensión para el lector.

Por último, con respecto a la vejez, es necesario prepararse y adaptarse, pero se requieren, sobre todo, cambios culturales profundos que estén fundamentados en los más recientes datos de la ciencia. Esta transición demográfica tiene que movilizar a las personas y también a Gobiernos, empresas, organizaciones sociales y universidades.

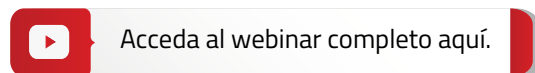


Segundo Webinar

LA SILVER ECONOMY Y SUS OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

Tendencias silver en negocios, productos y servicios: los casos del Banco Santander, Unilever y Tech Future

7 de octubre de 2021



EXPOSITORES:

- Laura Barnator, gerente general de Unilever Argentina y Uruguay.
- Natalia Fernández, fundadora y CEO de Tech Future.
- Mercedes Jones, directora de proyectos del Centro de Innovación Social, UdeSA.
- Silvia Tenazinha, gerente principal de la Banca Comercial del Banco Santander.

MODERACIÓN:

- Gabriel Berger, director del Centro de Innovación Social, UdeSA.

IDEAS PRINCIPALES

La revolución demográfica, que sucedió en tiempos acelerados, agregó entre treinta y cuarenta años a la esperanza de vida de la humanidad; se trata de una conquista social de gran escala. Este cambio no resulta neutro, es positivo y dinámico, y podrá mantenerse así en la medida en que sus dimensiones económicas, sociales y políticas sean afrontadas con propuestas innovadoras.

Hay impactos profundos en la vida de cada persona y en la composición de la familia, las empresas, los Gobiernos y las universidades. Tal como se afirma desde la sociología, se modificó el concepto mismo de vejez y se dio lugar al de madurescencia⁶ y longevidad.

Surge la economía plateada, en la que las personas mayores impulsan uno de los mercados más rentables y dinámicos de los últimos años. Así, convierten un desafío en una oportunidad, con un abanico de opciones para promover la recuperación económica después de la pandemia.

DEFINICIÓN DE ECONOMÍA PLATEADA

Se define a la silver economy o economía plateada como el 'conjunto de las oportunidades derivadas del impacto económico y social de las actividades realizadas y demandadas por la población mayor de cincuenta y cinco años.'

⁶ *Middlescence*, traducido como 'madurescencia', es un concepto acuñado en 2006 por Robert Morison, Tamara Erickson y Ken Dychtwald en el artículo «Managing Middlescence», publicado por Harvard *Business Review*. Ver el artículo en <https://hbr.org/2006/03/managing-middlescence>

Una persona es mayor a partir de los cincuenta y cinco años, según la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos). Para la OMS⁷ y el BID, lo es a los sesenta años y, en Argentina, se considera mayor a una persona entre los sesenta y los sesenta y cinco.⁸ Aunque por una cuestión de síntesis se hable del «segmento senior», es algo que hay que revisar, porque no es lo mismo una persona de cincuenta y cinco años que su padre de setenta y cinco o su abuela de noventa. Pero a todos se los ubica en la categoría de segmento senior o «persona mayor».

El rol de las empresas es un engranaje fundamental para el desarrollo de la economía de la longevidad. En Argentina hay propuestas innovadoras que demuestran que la economía *silver* es una oportunidad para todo tipo de empresas, y estas prácticas, en la medida que se conozcan, permiten generar aprendizajes compartidos.

Relataron sus experiencias tres empresas, muy diversas en cuanto a tamaño, sector y propósito, pero que tienen algo en común: son pioneras en el ecosistema de innovación *silver*.

Banco Santander



El Banco Santander es una entidad comprometida con las personas, las empresas y el planeta, con un fuerte foco en la educación financiera, la inclusión, la diversidad y los créditos a emprendedores de todas las edades. La economía *silver* es algo que descubrieron hace pocos años. Buscaron la transformación interna y se preguntaron cómo diferenciarse y hablar de una manera distinta a los seniors. Se puso en marcha una oferta senior, que incluye diversos productos financieros y servicios para mayores de sesenta y cinco años. Cuando investigaron las costumbres de los seniors, descubrieron que es una audiencia leal con atributos propios, muy rentable, para la que, por ahora, hay poca oferta de productos y servicios. El sector financiero tendrá que desarrollar e incentivar planes de ahorro a largo plazo, planes de pensiones privadas, y evaluar la posibilidad de financiar emprendimientos a seniors.

Tech Future



Tech Future, Tecnología para Cuidarnos es una empresa argentina de triple impacto, que busca ampliar el acceso a la tecnología para empoderar la vida de las personas. Es una empresa B certificada cuya misión se focaliza en abogar por la autonomía de los usuarios y utilizar la tecnología al servicio de ese valor. Dispone de productos que apuntan a este objetivo y que se adaptan a cada necesidad. Consideran a los seniors de manera segmentada porque trabajan sobre la diversidad y tienen variedad de testimonios y experiencias de ellos como usuarios, ya que no siempre son los hijos —como se supone en general— los que compran productos de seguimiento o vigilancia. Se encontraron con clientes senior que saben lo que quieren respecto de la tecnología. Hay un grupo que está dispuesto a experimentar y otro que prefiere llevarse todo configurado y listo para usar. Las oportunidades de inversión en la llamada «gerontecnología» son considerables y es un campo de enorme potencial.

⁷La Organización Mundial de la Salud (OMS) define como «anciano(a)» a aquella persona mayor de sesenta años, hombre o mujer, sano(a) o enfermo(a), competente o incompetente, desde el punto de vista neuropsicológico. La edad se fijó tomando como base los criterios de jubilación utilizados a nivel mundial: sesenta y cinco años en los países industrializados y sesenta para los menos desarrollados: https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Informes/Especiales/INFORME_PERSONAS_MAYORES_19.pdf

⁸El énfasis particular puede diferir, al igual que los rangos de edad citados como aplicables, aunque normalmente la edad de cincuenta años es el límite inferior. Ver en «The silver economy: Opportunities from ageing»: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/565872/EPRS_BRI\(2015\)565872_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/565872/EPRS_BRI(2015)565872_EN.pdf)

Unilever

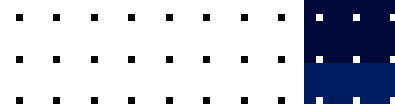


Unilever es una compañía que considera que la inclusión es parte de su propósito, porque lo que no se incluye se excluye. Las empresas de consumo masivo tienen una responsabilidad, ya que generan modelos y mensajes sociales. En Unilever se valora la diversidad, y la marca Dove tiene como propósito que la belleza sea la belleza real, en todas las edades. Aunque los datos indican que la generación *silver* se siente productiva, el 80% de los avisos de búsqueda laboral excluye a los mayores de cuarenta y cinco años, y el 50%, a los mayores de treinta y cinco. En el marco de estos descubrimientos, surge el Proyecto Sesentennials para la inclusión. Se realizó una convocatoria para contratar personas seniors y se invitó a personas activas, curiosas, con buenas habilidades de comunicación, amigos de la tecnología y con ganas de seguir aprendiendo. ¡Ah!, y que fueran mayores de sesenta años. El proyecto tuvo gran impacto y aceptación, con resultados inesperados. Esta experiencia muestra que la genuina valoración de la diversidad etaria requiere la inclusión laboral concreta de las personas mayores.

Los seniors, el trabajo y la silver economy

Los trabajadores mayores, llamados «generación senior, muestran un fuerte compromiso con su empleo, altos niveles de motivación y gran madurez para la toma de decisiones. Al mismo tiempo, las oportunidades ofrecidas por las tecnologías en la apertura de nuevos mercados, la generación de modernos modelos de financiación o la incorporación de marcos flexibles de trabajo y jubilación, entre otros, son aspectos que se deben considerar en el contexto de la llamada «economía de la longevidad». Promover el ecosistema *silver* es un desafío y, para ser realmente innovadores, además de empresas, Gobiernos y universidades, convendría incluir a las organizaciones sociales y a los seniors como actores relevantes. Se está hablando de una innovación de cuádruple hélice.

La *silver economy* llegó para quedarse, y va más allá de la economía: puede ser un motor potente para un cambio positivo de toda la sociedad. Depende de cada persona iniciarlo y sumarse a la transformación general.



Tercer Webinar

DIVERSIDAD INTERGENERACIONAL, EMPRENDEDORISMO Y CONSUMO SENIOR

4 de noviembre de 2021



EXPOSITORES:

- Miriam De Paoli, Tsunami LATAM, cofundadora de Cultura de la Influencia y No Pausa.
- Virginia Fontana, responsable de talento en Sanofi, Cono Sur.
- Tito Loizeau, emprendedor, autor del libro *Emprender hasta los 90*.
- Paula Molinari, fundadora del Grupo Whalecom, profesora en UTDT.

MODERACIÓN:

- Mercedes Jones, directora de proyectos del Centro de Innovación Social, UdeSA.

IDEAS PRINCIPALES

Nunca antes habían vivido más de tres generaciones en una empresa. Ahora, conviven cuatro, cinco y hasta seis generaciones de una misma familia. La diversidad generacional, el talento, el emprendedorismo y el consumo de los seniors se ubican en un nuevo campo de la economía: la economía plateada o *silver economy*.

El *Libro Blanco Talento Sénior*⁹, publicado por las Fundaciones ADECCO Y SERES de España, fue presentado en este encuentro por sus autores y aportó a la comprensión de un tópico poco explorado en la mayoría de las regiones del mundo: el talento senior.

Desde el punto de vista individual, el talento es una especial capacidad intelectual o aptitud que una persona tiene para aprender las cosas con facilidad o para desarrollar con mucha destreza una actividad. En el talento, además de las habilidades, se mezclan conocimientos y actitudes, que llegan a su punto de maduración con la experiencia.

El *Libro Blanco Talento Sénior* propone integrar el talento senior en el cuadro de mando, impulsar iniciativas de intercambio generacional, apostar por el #TalentoSinEtiquetas y garantizar la productividad de los profesionales a medida que cumplen años, a través del aprendizaje permanente y de acciones de *reskilling* y *upskilling*.

⁹ Libro Blanco Talento Sénior. SERES y Fundación Adecco. Ver en:

<https://www.fundacionseres.org/Repositorio%20Archivos/Informes/Libro%20blanco%20Talento%20Senior%20SERES%20Adecco.pdf>

La conclusión es que el talento es una aptitud que no tiene edad, pero los sesgos inconscientes tejen la trama del edadismo sobre la que se sustentan los prejuicios, que incurren finalmente en la discriminación laboral. Un 40% de los profesionales de RR. HH. admite descartar automáticamente los currículos de los profesionales mayores de cincuenta y cinco años, según el informe #TuEdadEsUnTesoro, de la Fundación ADECCO. Por dicho motivo, se requiere un firme compromiso con el liderazgo inclusivo y la diversidad generacional.

Por los síntomas de esta época de transición, se habla de tiempos de «turbulencia generacional». Hoy se piensa en un «segundo tiempo» como una etapa donde hay vitalidad y ganas de aportar, con estabilidad emocional. Se puede hacer lo que se prefiere, se puede encontrar coherencia entre lo que «me gusta», lo que «sé hacer» y lo que «hago». Este segundo tiempo es un nuevo segmento de consumo y productividad que se autopercibe activo y vital, pero no está siendo considerado.

Las empresas mejores en diversidad van a ser más atractivas; sin embargo, todavía tienen poco en cuenta a la dimensión *silver*, que será un aspecto clave del futuro corporativo, en el que va a haber escasez de talento joven. Las empresas deberían abrirse a aprovechar este segmento senior.

Sanofi decidió ser una compañía diversa, donde el talento para aportar a lo largo de las distintas etapas de la vida está en la agenda de los líderes. Existe un *comité de diversidad* constituido por variedad de integrantes con un buen entramado cultural, dado que participan empleados de distintos países. Se fomenta un entorno de convivencia y socialización en el que el mentoreo reverso es una forma de desarrollo. Se reconoce que cada generación tiene sus particularidades y se trata de que el entorno laboral genere un espacio en el que cada uno pueda agregar valor y tener una actitud de aprendizaje y desaprendizaje permanente, con autonomía y autogestión.

En esta situación de cambios, diversidad y turbulencias, pareciera que emprender hasta los noventa es un nuevo modo de vivir el trabajo, organizar la vida y apostar al futuro. Si se logra modificar el paradigma de lo que significa el trabajo, se puede lograr una situación vital de equilibrio personal y satisfacción, donde también exista la oportunidad de gestionar el propio desarrollo laboral. Las zonas azules y el *ikigai* son elementos que brindan claves para reconfigurar la actividad y seguir trabajando en modelos independientes, autogestionados, con iniciativas en las que se logra asociar el emprendedurismo a nuevas opciones que incluyen a los jóvenes y a los seniors.

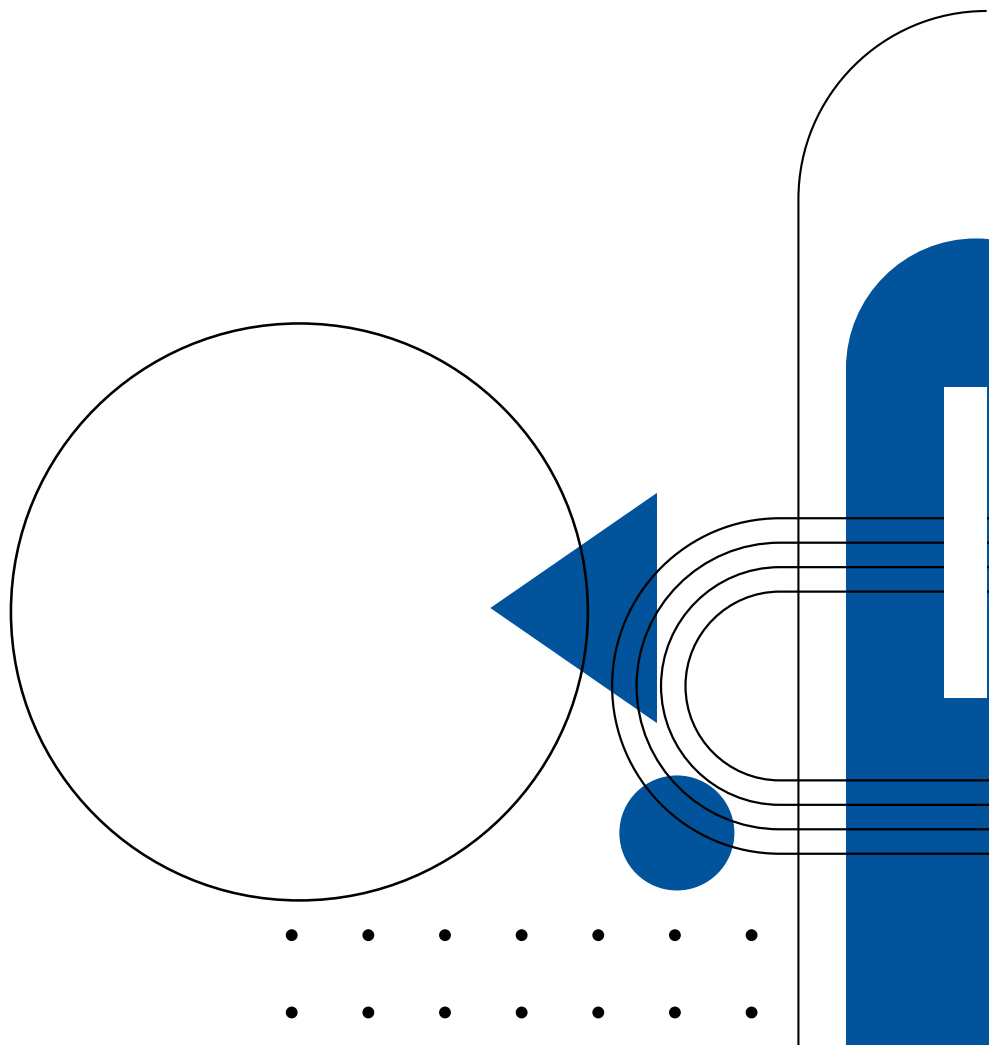
Datos sobre mayores de cincuenta y cinco en Argentina:

- 6 de cada 10 declaran una rutina de vida intensa con diversas actividades.
- 5 de cada 10 sienten que las empresas y marcas no los consideran como consumidores.
- Son digitales.
- 3 de cada 10 usan internet para buscar trabajo.
- 5 de cada 10 usan internet para buscar contactos profesionales.
- 98% usa WhatsApp.
- 81% usa YouTube.
- 79% usa Instagram.
- 70% usa Facebook.

Frente a la ceguera cuantitativa que existe respecto del mundo silver, Tsunami LATAM se convirtió en el estudio sobre madurez más grande del mundo. Para poder entender el comportamiento, las necesidades y los sueños de las personas latinoamericanas mayores de cincuenta y cinco años, se realizaron más de veinte mil encuestas en Argentina, Uruguay, Perú, Colombia, México y Brasil, a partir de entrevistas cuantitativas y cualitativas.

Tener información actualizada y confiable es una prioridad para visibilizar al colectivo silver, que en Argentina es el responsable del 31.2% del consumo y en el mundo es un mercado de quince billones de dólares.

Conviene poner esto en la agenda de las empresas, los emprendedores, las agencias de publicidad, las universidades y los Gobiernos, ya que en Tsunami LATAM señalan que los seniors, además de invisibles para la sociedad, son consumidores ignorados. Por ejemplo, en Cannes, en una rueda sobre consumo senior, el 70% de los creativos afirmó que nunca recibieron un *brief*¹⁰ relacionado con esta generación.

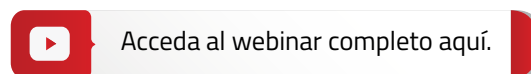


¹⁰ El brief o briefing es un documento que sirve como herramienta de comunicación entre una empresa de publicidad y sus clientes y proveedores de marketing.

Cuarto Webinar

ECOSISTEMA E INNOVACIÓN SENIOR: ACTORES CLAVES Y HALLAZGOS

2 de diciembre de 2021



APERTURA INSTITUCIONAL:

- Mercedes Jones, directora de proyectos del Centro de Innovación Social, UdeSA

INTERVENCIÓN DE TSUNAMI LATAM:

- Layla Vallias, cofundadora de Hype50+, coordinadora de Tsunami LATAM.

PANEL DE ESPECIALISTAS DEL BID-BID LAB:

- Marco Stampini, especialista en protección social del BID.
- Masato Okumura, especialista en desarrollo, innovación y estrategia del BID Lab.
- Mariel Sabra, especialista del BID Lab.

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO SILVERTECH:

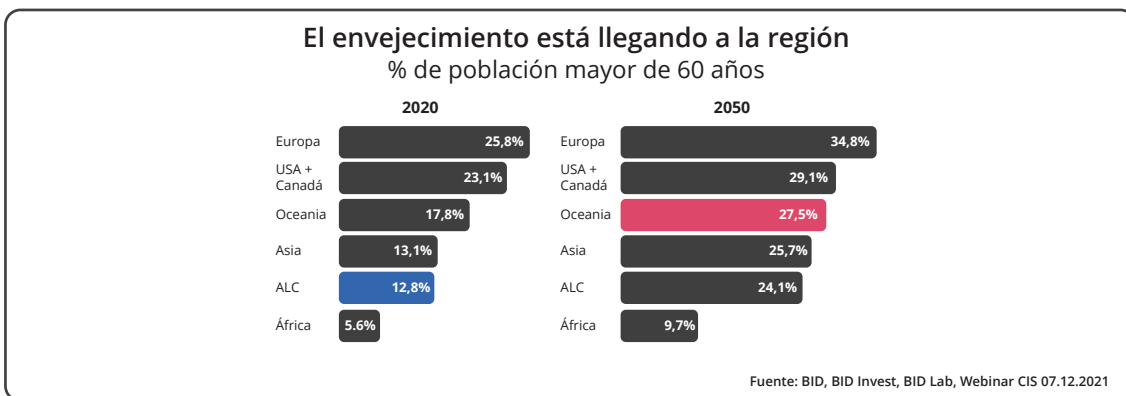
- Laura Paonessa, coordinadora de programa SilverTech, Eidos.
- Verónica Mizrahi, responsable corporativa de Diagonal Asociación Civil.
- Alejandro Anderlic, director de asuntos gubernamentales para Latinoamérica de Salesforce.

IDEAS PRINCIPALES

Se realizó la descripción del informe Economía Plateada: Mapeo de Actores y Tendencias en América Latina y el Caribe. Sus autores, el BID y el BID Lab, presentaron los hallazgos de este relevamiento, donde se muestran servicios y productos dirigidos a las personas mayores y se examinan las tendencias de la economía plateada en la región por sector: salud, atención a la dependencia, finanzas, vivienda, transporte, mercado laboral, educación, entretenimiento y digitalización.

En las próximas décadas, América Latina y el Caribe presentarán el mayor ritmo de envejecimiento poblacional del mundo, lo que crea retos en todos los niveles.





Es un desafío para la política pública, en particular, para la sostenibilidad del gasto en pensiones y salud. El BID está apoyando a los países a implementar las reformas necesarias de los sistemas de pensión para aumentar la cobertura y la sustentabilidad. En lo que respecta a la salud, se están haciendo esfuerzos para poner al individuo en el centro de la atención. Se apoya a los servicios que maximizan la autonomía de las personas mayores. Estas acciones podrían contener el crecimiento del gasto público, ya que salud, cuidados y autonomía se deben mirar de manera conjunta.

El sector financiero está comenzando a cubrir una amplia gama de demandas de las personas mayores mediante la oferta de servicios relacionados con las remesas o el manejo de propiedades, y lo que se conoce como «hipoteca inversa». A esto se suman los servicios más tradicionales relativos a las pensiones, el ahorro o la inversión.

El mercado laboral ofrece a las personas mayores oportunidades para que sigan contribuyendo con la sociedad, ya sea mediante el aporte de su experiencia o la generación de ingresos; las plataformas dirigidas a ellas y la inclusión digital son clave.

Frente a estos desafíos, el envejecimiento saludable tiene una cara positiva y productiva, y hay personas mayores que están rompiendo los antiguos paradigmas de la vejez.

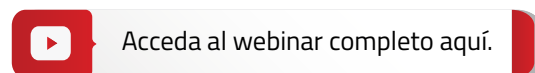
El BID Lab lanzó en Argentina el proyecto SilverTech: aprovechando el talento y la experiencia de las personas mayores, se genera inclusión laboral mediante el uso de la tecnología. El proyecto SilverTech convocó a Eidos, Diagonal, Accenture, Microsoft y Salesforce para apalancar el talento senior, la capacitación, la educación a lo largo de toda la vida y el uso de la tecnología. El objetivo del proyecto es mejorar la empleabilidad de las personas de más de cincuenta años. El desafío es atraer a la población senior, ofrecerle entrenamiento gratuito y online y acompañarla en un programa de inserción laboral. Así, se les brinda a los seniors la posibilidad de pensar un futuro trabajando en tecnología.

Este mapeo es un precedente para futuros análisis, pero es también una plataforma viva y la hoja de ruta para promover la creación de un ecosistema que agrupe a todos los actores del sector de la economía plateada, de manera que entre ellos puedan surgir sinergias y oportunidades de colaboración que beneficien tanto a las propias empresas y organizaciones como a sus destinatarios y usuarios objetivo, es decir, las personas mayores de hoy y del mañana de los países que conforman la región de América Latina y el Caribe.

Quinto Webinar

DESAFÍOS Y REFLEXIONES SOBRE LA *SILVER ECONOMY* Y SUS OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

7 de abril de 2022



EXPOSITORES:

- Mercedes Jones, directora de proyectos del Centro de Innovación Social, UdeSA.
- Alejandro Melamed, director general de Humanize Consulting, profesor de la Escuela de Negocios, UdeSA.
- María Clara Bibiloni, abogada y especialista en gestión gerontológica.

PANEL ABIERTO:

- Laura Cañete Guzmán, directora de Innovación y Formación en la Fundación ASISPA-España, referente del movimiento iberoamericano Stop Edadismo.
- Isolina Dabove, experta internacional en derechos de las personas mayores, investigadora principal del CONICET.
- Daniel Nieto Michel, subsecretario de Desarrollo Inclusivo del Ministerio de Desarrollo Económico y de Producción de la Ciudad de Buenos Aires. Área de Economía Plateada.
- Francisco Riobó, fundador e integrante del Grupo Super Seniors de ACDE.
- Diana Rodríguez, referente y responsable de recursos humanos de reconocidas empresas petroleras y mineras de Salta.
- Magdalena Saieg, directora ejecutiva de la Fundación Navarro Viola.
- Geraldine Wasser, gerenta de Diversidad, Equidad e Inclusión de Globant.
- Laura Yorghanjian, directora ejecutiva de la Cámara de Comercio Argentino Canadiense.

IDEAS PRINCIPALES

Centrados originalmente en explorar la revolución de la longevidad y las oportunidades estratégicas para las empresas, se reconoce que, de manera espontánea, en los cuatro webinars se logró la participación de personas y organizaciones de un espectro muy amplio. En el quinto y último encuentro se invitó a personas referentes, expertas e interesadas en la temática de la longevidad positiva para que, desde una variedad de intereses, analizaran las ideas expresadas en los cuatro encuentros anteriores y mostrarán las oportunidades propias del ecosistema silver. En síntesis, en este quinto encuentro se expandió la perspectiva de la *silver economy*.

Si la pregunta que guio los primeros cuatro encuentros fue «¿qué es la *silver economy*?», y la respuesta fue «es la economía del futuro», resultó imprescindible avanzar y plantearse las siguientes cuestiones: ¿cómo implementar estos hallazgos?, ¿cómo producir innovación que atienda a los desafíos planteados?, ¿cómo incluir la diversidad en las organizaciones?

No se respondieron todos estos interrogantes, pero quedaron esbozadas ciertas sugerencias.

A continuación, se registran esquemáticamente los contenidos de las intervenciones iniciales y las realizadas por los integrantes del panel abierto.

La economía es una dimensión constitutiva de la vida humana y es parte del sentido amplio que le damos a la vida social. Como base del análisis, convendría mirar a la economía —y a la economía plateada— como un concepto amplio. Por tal motivo, sería muy apropiado hablar de «economía de la longevidad». Se enfatizó la necesidad de generar un mapeo del ecosistema de la longevidad a nivel local.

Con respecto a la inclusión de las personas senior se señaló que la pandemia de COVID-19 permitió pensar que hay que contratar personas diversas para lograr innovación. Pero se puede trabajar en diversidad y no ser inclusivo en las organizaciones. La realidad muestra que la diversidad radica en contratar gente diferente, y la inclusión es la valoración de esas personas por su unicidad.

Asociada a la inclusión está la seguridad psicológica, que facilita el crecimiento individual, la confianza y los logros compartidos. El concepto de «seguridad psicológica» es clave para lograr una inclusión genuina, dado que se puede incorporar a personas diversas, pero, si no tienen seguridad psicológica, esto no sirve, ya que serán expulsadas de las organizaciones, por ellas mismas o por otros.

La seguridad psicológica es uno de los conceptos más buscados por las organizaciones y también uno de los más ausentes. Es la creencia de que el ambiente de trabajo es seguro para la toma de riesgos interpersonales. Es entender que todo lo que se hace en el ámbito de trabajo es seguro para asumir dichos riesgos. Para ello, es necesario creer que la persona no será castigada ni humillada por expresar ideas, preguntas, inquietudes o errores. Está demostrado que los beneficios de la seguridad psicológica son una contribución significativa a la innovación.

La confianza y la seguridad psicológica se retroalimentan. La confianza es un bien intangible valioso y las personas confiables crecen en las organizaciones donde existe la seguridad psicológica. En la misma línea, las personas que integran la generación silver se reconocen por atributos asociados a que ellas saben de lo que hablan, son confiables, generan relaciones cercanas y se preocupan por los demás.

Todas las empresas necesitan talento, y en el ecosistema *silver* hay una gran oportunidad.

La tecnología está asociada a mejorar la calidad de vida y a la generación de productos o servicios que sean realmente inclusivos. Sin embargo, cuando se piensa en el talento vinculado a la tecnología, el foco queda en la gente joven, aunque hoy la innovación está en encuentros culturales de equipos caracterizados por la diversidad etaria.

Entonces, surgió la pregunta: ¿por qué las organizaciones no contratan seniors? No hay respuesta más allá de los modelos mentales y prejuicios que llevan a pensar con sesgos.

Se observa que existen empresas que tienen políticas de procesos inclusivos en la selección de personal y aun en ellas se manejan estereotipos que plantean la exclusión por edad. Otras desarrollan programas e iniciativas para dar herramientas a los mayores de cuarenta y cinco años y concientizarlos. Sin embargo, la mayoría lanzan productos al mercado y obvian al 31% de la población, lo que implica que se está perdiendo una posibilidad económica.

En un plano amplio, la dificultad de emplear a personas mayores o inclusive de convocar a jubilados como voluntarios es cultural.

Es necesario derribar estereotipos vinculados a la edad en todos los sectores. Hay grupos de súper seniors que generan una comunidad que los ayuda a vivir positivamente las etapas avanzadas de la vida.

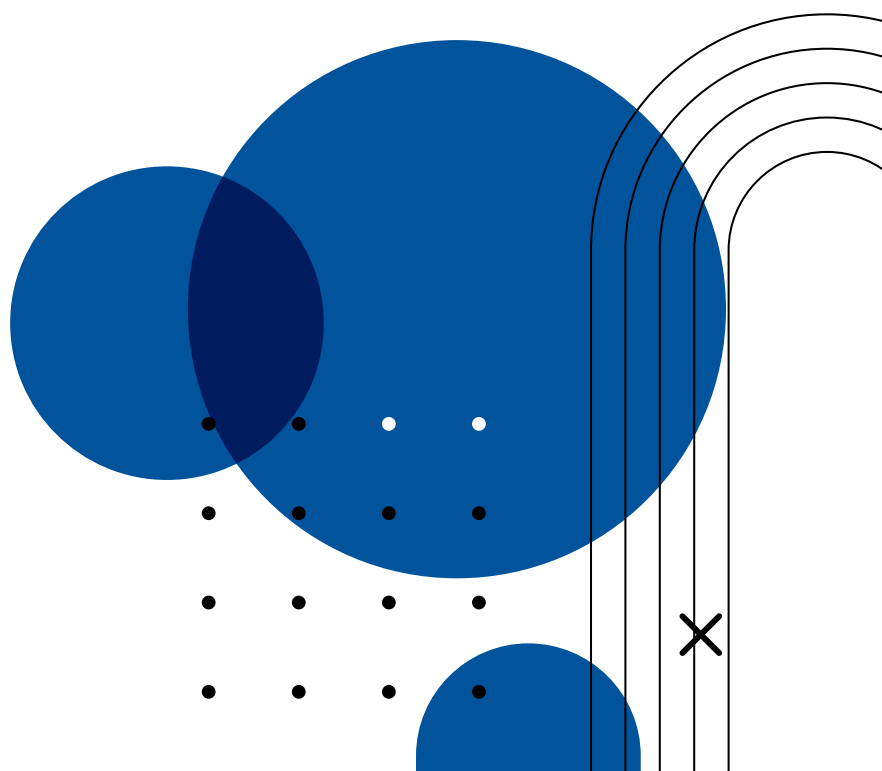
Asimismo, Mayores en Acción es una plataforma que da visibilidad al ecosistema y también un espacio de convocatoria inclusivo.

Para combatir la discriminación por edad, se suma #StopEdadismo, que es un movimiento iberoamericano que invita a personas y organizaciones a terminar con la exclusión por edad.

La autonomía de las personas mayores se podrá dar en la medida que se desarrolle un sistema económico productivo y jurídico-político que les permita elegir.

En esta línea, desde varios niveles del Gobierno argentino se trabaja para que la agenda de la *silver economy*, el emprendedorismo, el talento senior y la longevidad positiva sean parte de la política pública y que la empleabilidad tenga foco en la diversidad y la inclusión.

Hay países, como Canadá, donde la temática de los seniors ya es una política de Estado, que promueve inclusión y participación, y donde el primer ministro tiene un consejo asesor senior con cuyos miembros define, por ejemplo, cómo eligen trabajar y retirarse los seniors.



CONCLUSIÓN

En el Ciclo de Webinars sobre la Longevidad Positiva se presentaron libros y reflexiones innovadoras, tales como *La revolución de las canas*, el *Libro Blanco Talento Sénior* o el tema de «emprender hasta los noventa». Además, el BID mostró el Mapa de Actores de la Economía Plateada en Latinoamérica, Tsunami LATAM brindó información general y datos sobre Argentina, y se conocieron ejemplos de productos, servicios y casos de empresas pioneras en estas temáticas. Asimismo, se realizaron reflexiones críticas y propuestas.

Los intercambios y aprendizajes construidos en este ciclo han sido tan potentes que requieren un proceso de decantación conceptual abierto y receptivo. Vale aclarar que la decantación es un método que se utiliza para separar mezclas heterogéneas, los sólidos de los líquidos de diferentes densidades.

De la misma manera, convendría tomar el amplio campo de la revolución de las canas y la economía plateada (o economía de la longevidad, como sugieren comenzar a llamarla) con una perspectiva holística, pero, al mismo tiempo, abordar sus múltiples componentes como elementos que requieren ser analizados con una atención diferencial, políticas específicas y acciones mancomunadas, porque tienen diferentes densidades e importancia según los grupos sociales que se estén considerando. El emprendedorismo social y el desarrollo del talento senior surgieron como componentes relevantes de la inclusión, y las políticas públicas deben crear marcos propicios para ayudar a que estos esfuerzos florezcan.

En la dinámica de la innovación, la equidad y la inclusión, como en casi todos los asuntos complejos, adoptar el concepto de ecosistema permite ver que se requieren fuertes procesos de articulación colaborativa, generación e intercambio de recursos y conocimientos, y algo fundamental: se necesitan datos e información. Este último punto es de gran importancia porque el enfoque en la medición y el acceso a los datos en una escala apropiada permiten la información general y también que las características individuales y las particularidades puedan ser consideradas.

Justamente, tomar en cuenta la diversidad fue la consigna prioritaria que surgió de todas las exposiciones. Y esta se refiere no solamente a las diferencias relacionadas con las personas longevas en sí y su perspectiva estratégica para las empresas, sino también a las organizaciones e instituciones como espacios culturales, geográficos y políticos potencialmente habilitantes e inclusivos o que expulsan y marginan.

Por último, la economía *silver* exige una dinámica constante de innovación y de valoración de los procesos de longevidad, de la promoción de la diversidad generacional, del talento senior y de crear nuevos roles y oportunidades para que las personas experimenten propósito, pertenencia y valor en todas las etapas de la vida. Parece simple, pero hacerlo realidad es un desafío formidable, porque esta revolución demográfica deberá estar acompañada de la promoción de una transformación cultural, un cambio de paradigma donde los prejuicios en contra de la vejez y el envejecimiento se transformen en una visión de la longevidad positiva e inclusiva que impulse una transformación humana profunda.

Buenos Aires, 26 de mayo, 2022.

Contacto con la Iniciativa Longevidad Positiva, CIS, UdeSA: cis-senior@udesa.edu.ar