



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (ICADE)

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO E INVERSIÓN DERIVADAS DE LA LONGEVIDAD

Autor: Nicolás González Carrasco
Directora: Cristina Lozano Colomer

RESUMEN

Este trabajo pretende realizar un análisis profundo de las causas del envejecimiento poblacional y de las oportunidades de negocio e inversión que traen consigo este hecho demográfico. Para ello, se indagará en qué perfil tiene este segmento de la población como consumidores y en sus necesidades y preferencias en las distintas fases que se recorren al envejecer. Por otro lado, el estudio se completa con la propuesta de una idea de negocio que trata de ayudar a la tercera edad en diferentes tareas con las que tienen problemas con el fin de aumentar su calidad de vida, haciéndoles la vida más sencilla.

ABSTRACT

This end-of-degree project aims to carry out an in-depth analysis of the causes of population aging and the different business and investment opportunities that has been made in this demographic event. To this end, the profile of this segment of the population will be studied, as well as their needs and preferences in the different stages that take place as they age. On the other hand, the project is completed with the proposal of a business idea that is about helping the elderly in different areas in which they struggle to complete, in order to increase their quality of life, making their life easier.

Términos clave: Envejecimiento poblacional, economía de plata.



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. OBJETIVOS.....	6
1.2. METODOLOGÍA	6
2. ENVEJECIMIENTO POBLACIONAL	7
2.1. CAUSAS	7
2.2. FASES DEL ENVEJECIMIENTO	14
2.3. ECONOMÍA DE PLATA. PERFIL DE CONSUMIDORES.....	16
3. CAMBIOS Y OPORTUNIDADES EN SECTORES COMO CONSECUENCIA DEL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	26
3.1. SECTOR FARMACÉUTICO Y DE CUIDADO DE LA SALUD	26
3.2. URBANIZACIÓN Y RESIDENCIA.....	31
3.3. NUTRICIÓN.....	35
3.4. TECNOLOGÍA	36
3.5. VIAJES Y OCIO	39
3.6. SERVICIOS FINANCIEROS	41
3.7. PRODUCTOS Y SERVICIOS ANTI-EDAD	46
4. CONCLUSIÓN	48
5. BIBLIOGRAFÍA	52

ÍNDICE DE GRÁFICOS

FIGURA 1: ESPERANZA DE VIDA POR CONTINENTES.....	8
FIGURA 2: NIVEL DE FECUNDIDAD GLOBAL.....	9
FIGURA 3: TASA DE FECUNDIDAD POR MUJER.....	10
FIGURA 4: POBLACIÓN DE JAPÓN POR GRUPO DE EDAD.....	13
FIGURA 5: POBLACIÓN DE ALEMANIA POR GRUPO DE EDAD.....	13
FIGURA 6: GASTO MEDIO PONDERADO DE LA ECONOMÍA DE PLATA EN LOS PAÍSES QUE FORMAN LA UNIÓN EUROPEA POR GRUPO DE EDAD.....	19
FIGURA 7: LA ECONOMÍA DE PLATA COMO CONSUMIDORES.....	24
FIGURA 8: PREFERENCIAS PARA VIVIR DE LOS ADULTOS DE UNA EDAD A PARTIR DE 65 AÑOS EN EL SUPUESTO DE QUE NO PUDIERAN SEGUIR SIENDO INDEPENDIENTES.....	32
FIGURA 9: TIPO DE GASTO EN REFORMAS DE VIVIENDAS EN BILLONES DE DÓLARES.....	33
FIGURA 10: RATIO DE DEPENDENCIA EN PORCENTAJE EN JAPÓN, ESPAÑA, ITALIA, PORTUGAL, ALEMANIA Y A NIVEL GLOBAL (HISTÓRICOS Y ESTIMACIONES).....	37
FIGURAS 11: GASTO PÚBLICO EN PENSIONES COMO PORCENTAJE DEL PIB BRUTO EN ESPAÑA Y EN LA MEDIA DE LOS 25 PAÍSES INTEGRANTES DE LA UNIÓN EUROPEA HASTA 2006.....	43
FIGURA 12: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA CON TENENCIA DE VEHÍCULOS DE AHORRO POR GRUPO DE EDAD.....	44
FIGURA 13: PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA CON CULTURA FINANCIERA EN TÉRMINOS DE INFLACIÓN, TIPO DE INTERÉS COMPUESTO Y DIVERSIFICACIÓN DEL RIESGO.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: FASES DEL ENVEJECIMIENTO EN FUNCIÓN DEL ESTADO DE SALUD Y LUGAR DE RESIDENCIA.....	14
TABLA 2: GENERACIONES CLASIFICADAS POR FECHA DE NACIMIENTO.....	17
TABLA 3: GASTO MEDIO PONDERADO DE LAS PERSONAS QUE FORMAN LA ECONOMÍA DE PLATA EN LOS PAÍSES QUE INTEGRAN LA UNIÓN EUROPEA POR GRUPO DE EDAD Y VARIACIÓN DE UNA FASE A OTRA.	21
TABLA 4: ENFERMEDADES MÁS COMUNES ENTRE LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD Y REMEDIOS.....	26

1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVOS

Los principales objetivos de este trabajo residen en conocer en profundidad las causas del envejecimiento poblacional, conocer el perfil como consumidores de la economía de plata, la parte de la economía que satisface las necesidades de las personas mayores de 50 años; e identificar oportunidades de inversión dentro de algunos de los sectores que se van a ver beneficiados en términos de crecimiento como consecuencia de este hecho demográfico.

Finalmente, tras exponer todas las áreas en las que hay oportunidades de crecimiento, se tratará de englobar varias de ellas mediante una idea de negocio enfocada a mejorar la calidad de vida de este segmento de la población.

1.2. METODOLOGÍA

Con el fin de conseguir los objetivos propuestos en este Trabajo de Fin de Grado, se seguirá una metodología de inductiva y cualitativa, basada en la búsqueda y recopilación de información en fuentes secundarias, principalmente artículos, tesis y trabajos profesionales que hablan sobre el envejecimiento poblacional y la economía de plata.

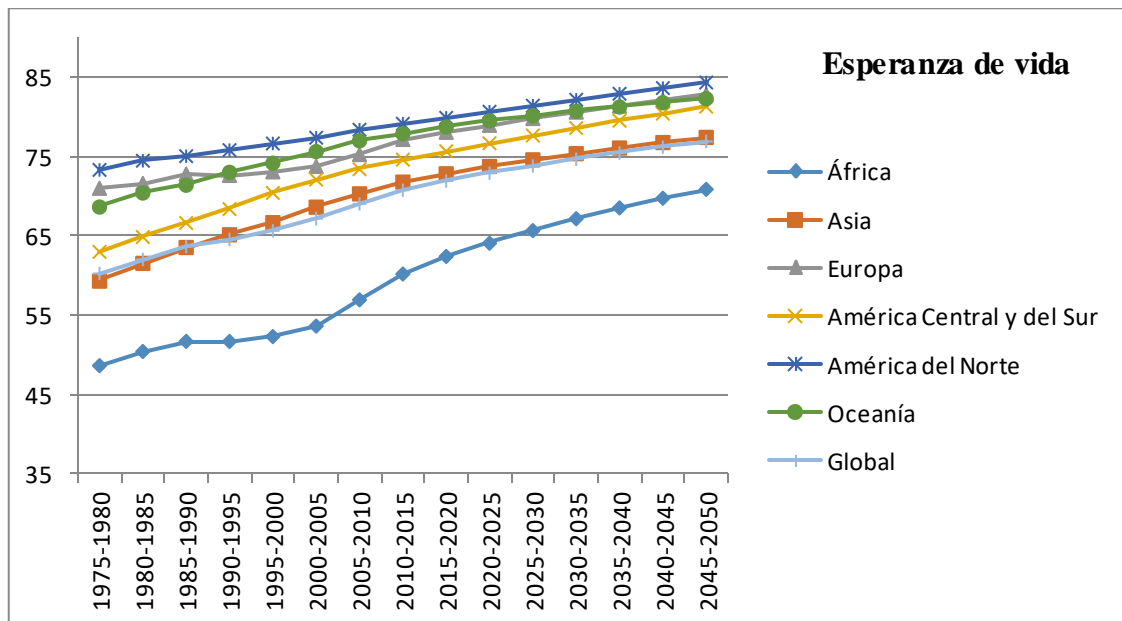
2. ENVEJECIMIENTO POBLACIONAL

2.1. CAUSAS

La mayoría de los países del mundo están experimentando un incremento tanto en el número de personas ancianas, como en la proporción que estas representan en el total de la población. El envejecimiento poblacional, tal y como se denomina este fenómeno, es “un relato de éxito en la historia de la humanidad” (Neal y DeLaTorre, 2016) y un proceso irreversible en cualquier escenario (Stefanik, 2013) consecuencia de dos factores: el aumento de la esperanza de vida y el descenso de las tasas de fecundidad.

En primer lugar, la esperanza de vida a nivel global se ha incrementado 3.6 años en la última década. De esta forma, tal y como podemos observar la figura 1, se ha pasado de 67.2 años de esperanza de vida en los años entre 2000 y 2005 a 70.8 años en el periodo entre 2010 y 2015, y se espera que esta aumente hasta los 77 años para el periodo comprendido entre 2045-2050. Es especialmente destacable el incremento esperado en África, donde se espera que la esperanza de vida aumente aproximadamente 11 años, superando así la barrera de los 70 años, hasta los 71, y reduciendo la diferencia que históricamente ha existido, y sigue existiendo, con el resto de continentes más desarrollados (United Nations, 2017).

Figura 1: Esperanza de vida por continentes.

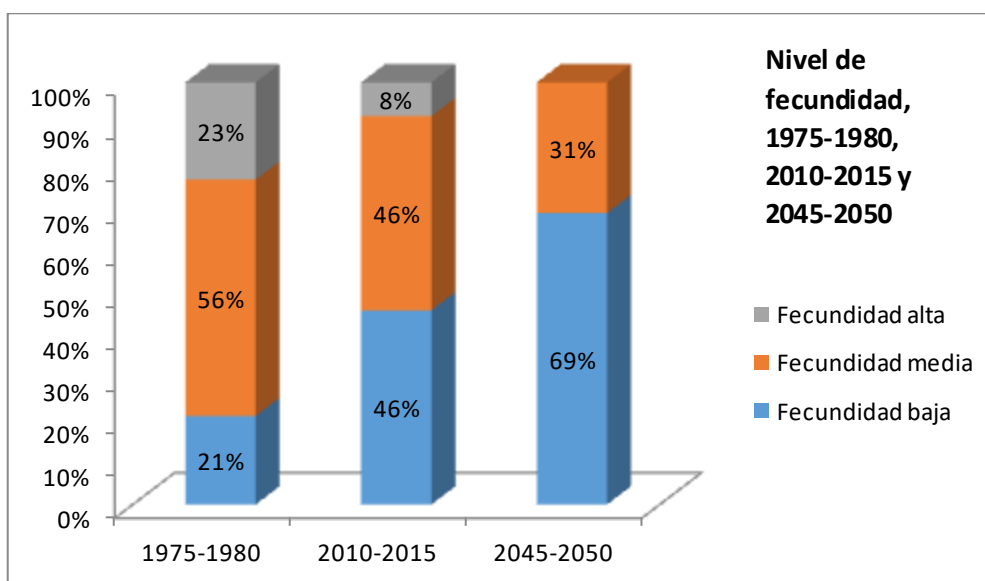


Fuente de datos: Naciones Unidas. Gráfico de elaboración propia.

Este aumento de la esperanza de vida, es consecuencia del aumento de calidad de vida y del éxito que se ha tenido en el último siglo gracias a la mejora de los servicios médicos, especialmente en la atención durante y después del parto; al control y erradicación de enfermedades mediante vacunas, a la mejora de la higiene personal y de los lugares de trabajo, y a una mejora tanto en la calidad de los alimentos, como de la dieta de las personas (CDC, 2017). De hecho, los nacidos en 2011 ya tienen un 30% de posibilidades de vivir más de 100 años (Anzilotti, 2017).

En segundo lugar, el destacable descenso progresivo de las tasas de fecundidad de manera global también es un factor que ha contribuido al envejecimiento de la población. En el periodo comprendido entre 1975 y 1980, el 23% de las familias tenían una fecundidad alta, superando así, los 5 nacimientos por mujer; mientras que el 56% de las familias tenían una fecundidad media, teniendo entre 2 y 5 hijos; y el 21% de estas, una fecundidad baja, con menos de 2 nacimientos (United Nations, 2017).

Figura 2: Nivel de fecundidad global.



Fuente de datos: Naciones Unidas. Gráfico de elaboración propia.

Por otro lado, en el siguiente periodo estudiado, el comprendido entre 2010 y 2015, la tasa de fecundidad alta descendió desde el 23% del periodo anterior hasta un 8%, con el 92% restante repartido de forma proporcional entre fecundidad media y baja, con un aumento significativo de esta última, pasando de representar al 21% de las familias en el periodo entre 1975 y 1980 a un 46% entre 2010 y 2015. De esta manera, tal y como podemos observar en la figura 3, tan solo en los países de África del Norte y Oeste hay una fecundidad alta, con 5.2 nacimientos por mujer; mientras que en el resto de regiones predomina una tasa de fecundidad intermedia. La tasa de fecundidad a nivel global en 2017 fue de 2.5 nacimientos por mujer (United Nations, 2017).

Figura 3: Tasa de fecundidad por mujer.



Fuente de datos: Naciones Unidas. Gráfico de elaboración propia.

Finalmente, se espera que para el periodo 2045-2050 el 31% de las familias tengan una fecundidad media, mientras que la mayoría de la población mundial, un 69%, tenga una tasa de fecundidad baja. Así, en este periodo dejaría de haber familias con tasa de fecundidad alta. Este hecho, además de representar un cambio cultural progresivo, no supera la tasa estimada requerida de más de 2 nacimientos por mujer que garantiza el reemplazo de la población, por lo que se espera que reduzca el tamaño de la población mundial en las próximas décadas (Naciones Unidas, 2017).

Como consecuencia del aumento de la esperanza de vida y del descenso de las tasas de fecundidad, las personas mayores de 60 años alcanzan ya una cifra de más de 960 millones de personas, representando el 13% de la población mundial. Además, especialmente llamativa es la situación de lugares como Europa o América del Norte, donde este grupo de la población representa un 25% y un 22% respectivamente, siendo un porcentaje mayor que el que representan los niños de hasta 14 años de edad, con un 16% y 19% respectivamente; o los jóvenes de entre 15 y 24 años de edad, con un 11% y un 13% respectivamente (Naciones Unidas, 2017)

Adicionalmente, se estima que la cantidad de personas en la tercera edad en el mundo sumarán 1.4 de 8.5 billones de personas en 2030, representando así el 16.5% de la

población mundial; y 2.1 de 9.7 para el año 2050, lo cual representaría el 21.7%. Este hecho es especialmente significativo, dado que será la primera vez en la historia en la que las personas mayores de 65 años serán más que los niños de hasta 15 años, tal y como se espera que ocurra en el año 2050 (Roberts y Mehlman, 2018).

Este incremento progresivo del porcentaje que representan las personas en la tercera edad, que con casi total seguridad afectará al desarrollo de la economía a largo plazo, especialmente al consumo, ahorro e inversión, dado que nuestros comportamientos, gustos y necesidades varían con la edad (Stefanik, 2013); tiene el potencial de cambiar de manera significativa algunos de los sectores de la sociedad tal y como los conocemos actualmente, además de plantear retos y ofrecer oportunidades.

Por un lado, la inversión de la pirámide poblacional aumentará progresivamente el ratio de dependencia, el cual mide el número de personas jubiladas entre las personas que las mantienen, es decir, las que trabajan; y disminuirá el ratio de apoyo potencial, el cual mide lo contrario que el ratio anterior, el número de trabajadores por cada persona retirada (GSA, 2018). Los cambios progresivos en los valores de estos ratios tienen la capacidad de suponer nuevos retos a los gobiernos, como nuevos sistemas de pensiones o repensar la edad de jubilación; y a las empresas, como por ejemplo, cómo alargar la estancia de las personas mayores en su puesto de trabajo el mayor tiempo posible cuando sigan en plenas condiciones para hacerlo.

Por otro lado, el envejecimiento poblacional también traerá consigo múltiples oportunidades y cambios en diversos campos como por ejemplo, en el financiero, desde el que se tendrá que plantear un nuevo sistema de pensiones, además de ayudar a las personas de la tercera edad a gestionar sus ahorros; o en el de bienes y servicios, con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de este segmento de la población de permanecer independientes y activos, y mejorar su calidad de vida.

Además, ya que una gran cantidad de las personas de la tercera edad gozan de un espléndido estado de salud con ninguna o pocas limitaciones, en el campo laboral también se podría producir una gran revolución. Por este motivo, y dado que cada vez se requieren menos habilidades físicas en los puestos de trabajo y por el contrario, se valora más la experiencia, las habilidades sociales, el lidiar con y liderar en situaciones de estrés y la red de contactos, se podrían desarrollar nuevas formas de emplear a las

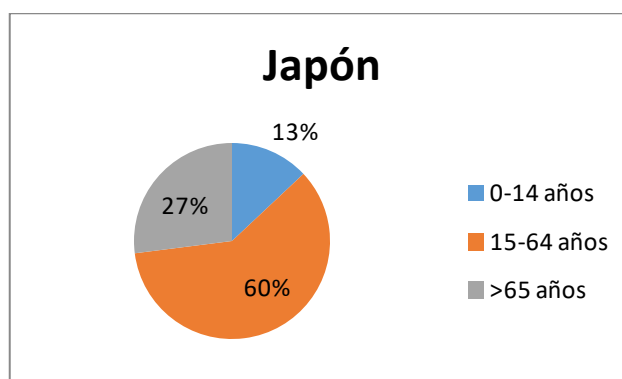
personas que no deseen jubilarse y estén en condiciones físicas y mentales para trabajar, como ser empleado por proyectos o con contratos renovables año a año, pues son el segmento de la población que mejor reúne las características que más demandan las empresas en la actualidad.

Las innovaciones tecnológicas también están proporcionando grandes avances y mejoras en la calidad de vida de las personas mayores haciendo posible que se mantengan en su lugar de residencia habitual durante el mayor tiempo posible, en lugar de que ingresen en residencias de ancianos. Un ejemplo de esta innovación, son los asistentes de voz que ayudan a controlar todos los elementos de la casa sin necesidad de moverse e incluso recuerdan a las personas mayores que tienen que tomarse las pastillas, frigoríficos inteligentes que hacen la lista de la compra en función de los alimentos que se van agotando o coches semiautónomos que son de gran ayuda para que esta parte de la población pueda seguir conduciendo (GSA, 2018).

Sin duda, la amenaza del envejecimiento poblacional no está en el envejecimiento de la población de por sí, sino en no saberse adaptar a la situación que viene y afrontar los diferentes retos de la mejor manera posible. Este cambio demográfico no debe verse como una carga para la sociedad, sino como una fuente de grandes oportunidades para hacer del mundo un lugar mejor en el que envejecer. Para ello, es necesario que cambiemos nuestra actitud, despojándonos de los prejuicios negativos que tenemos sobre la vejez, dando respuestas y soluciones al envejecimiento. Así, las personas mayores y los jóvenes aprenderán unos de otros y se beneficiarán de manera recíproca (Anzilotti, 2017).

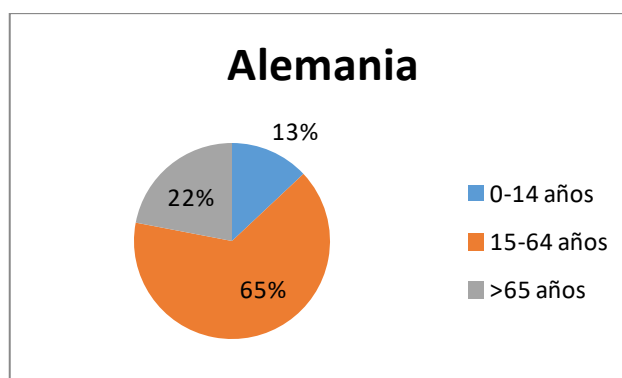
Este proceso demográfico está más que avanzado en algunos países como Japón o Alemania. En Japón, la prolongación de la esperanza de vida hasta los 84 años, la baja fecundidad, con tan solo 1.5 nacimientos por mujer (United Nations Population Fund, 2019); y el rechazo a dar facilidades para la entrada de inmigrantes provocaron este fenómeno (Okamoto, 2014). Así, los adultos mayores de 65 años representan el 27% de la población, un porcentaje mayor que el que representan los niños de hasta 14 años de edad (United Nations Population Fund, 2019).

Figura 4: Población de Japón por grupo de edad.



Fuente de datos: United Nations Population Fund. Gráfico de elaboración propia.

Figura 5: Población de Alemania por grupo de edad.



Fuente de datos: United Nations Population Fund. Gráfico de elaboración propia.

Con el fin de adaptarse a este proceso, el gobierno de Japón ha tomado algunas medidas como prolongar la edad de jubilación de 62 a 65 años. Además, los ciudadanos japoneses tienden a elegir seguir trabajando más allá de la edad de jubilación, normalmente en empleos que requieren esfuerzo físico y con un salario bajo (GSA, 2018). Este hecho está motivado porque las pensiones que reciben no cubren sus necesidades básicas, mientras que otros lo hacen para mantenerse en buen estado, pues hay menos riesgo de tener una enfermedad cognitiva si se sigue trabajando (Ujikane, Kuwako & Schneider, 2016; Tomioka, Kurumatani & Hosoi, 2017).

Finalmente, en Alemania ya hay un 22% de la población mayor de 65 años, siendo mayor también que el de niños de 14 años de edad. Este hecho ha sido provocado por un aumento de la esperanza de vida hasta los 81.5 años y una tasa de fecundidad baja de

1.5 nacimientos por mujer (United Nations Population Fund, 2019). Sin embargo, al contrario que Japón, Alemania ha sido capaz de aprovechar las pocas barreras existentes entre los integrantes de la Unión Europea, y ha acogido así a una gran cantidad de inmigrantes provenientes de otros países de la UE que ayudan a compensar el ratio de dependencia y a conseguir el objetivo de ser una potencia tecnológica (GSA, 2018). Además, al igual que Japón, se ha visto forzada a aumentar la edad de jubilación desde los 65 años a los 67 (GSA, 2018).

2.2. FASES DEL ENVEJECIMIENTO

Es un hecho innegable que con el paso de los años hasta las personas que mejor envejecen experimentan un proceso fisiológico en el que van perdiendo de forma progresiva e inevitable, tanto algunas de las facultades físicas, como cognitivas y sociales de todo ser humano.

Sin embargo, afortunadamente, este proceso es muy largo y tiene diferentes etapas en las que se producen muchos cambios importantes en diferentes variables en la vida de las personas. Así, de acuerdo con la Sociedad Gerontológica de Estados Unidos, el envejecimiento tiene las cinco fases siguientes:

Tabla 1: Fases del envejecimiento en función del estado de salud y lugar de residencia.

Fase	Estado de salud	Lugar de residencia
Go-Go	Muy bueno	Habitual
Go-Slow	Bueno, pero con limitaciones	Habitual con asistencia
Slow-Go	Normal, limitaciones en algunas tareas cotidianas	Habitual con asistencia
Slow-Slow	Justo, limitaciones en la	Habitual con asistencia o en

	mayoría de las tareas cotidianas	residencia
No-Go	Pobre, limitaciones en tareas básicas	Habitual con asistencia permanente o en residencia

Fuente: GSA, 2018.

- Fase “Go-Go”:
- Las personas que están en esta fase suelen tener entre 55 y 65 años de edad. Gozan de un excelente estado de salud, requieren muy poca atención médica y tienen una vida profesional muy activa, ya que la mayor parte de ellos siguen trabajando. Esta actividad profesional la llevan a cabo, ya sea teniendo una larga carrera en una empresa, emprendiendo con la creación de su propia empresa o trabajando como consultores para empresas que valoran de forma positiva su conocimiento, habilidades y experiencia. Por otra parte, al ser aún jóvenes y no estar limitados en ningún sentido, son completamente independientes y suelen vivir en su lugar de residencia habitual con sus familias (GSA, 2018).
- Fase “Go-Slow”:
- Durante esta fase las personas siguen gozando de un muy buen estado de salud, pero comienzan a tener algunas pequeñas limitaciones, como problemas en la vista, dolor en las articulaciones o pérdida de memoria y flexibilidad. Sin embargo, dichas limitaciones no les suponen ningún tipo de problema para seguir llevando a cabo una vida normal. Durante esta fase muchos de ellos deciden jubilarse y disfrutar de sus ahorros, especialmente viajando y realizando aquellas cosas que siempre habían deseado. Otros, aquellos que tienen un mayor deseo de seguir activos o que están más reticentes a un cambio de vida radical, siguen asumiendo roles como consultores, normalmente en la empresa o sector en el que han desempeñado la mayor parte de su carrera profesional. Además, esta es la fase en la que más se involucran con acciones filantrópicas, a través de donaciones e incluso como voluntarios en

diferentes ONGs, recolectando y distribuyendo comida o recaudando fondos (GSA, 2018).

- Fases “Slow-Go” y “Slow-Slow”: Durante estas fases las personas de la tercera edad comienzan a tener un peor estado de salud y se incrementan las limitaciones que sufren. Normalmente, durante la fase “Slow-Go” son capaces de seguir viviendo en su lugar de residencia habitual, pero necesitan algunas reformas con el fin de que su día a día les resulte más sencillo, como por ejemplo, poner más puntos de luz e interruptores o instalar sillas para salvar escaleras y cocinas adaptadas. También pueden necesitar ayuda de personas externas, como familiares o cuidadores, para diferentes actividades cotidianas como cocinar, limpiar, hacer la compra o desplazarse en coche, especialmente si viven de manera solitaria. Por este motivo, especialmente durante la fase “Slow-slow” en el que dichas limitaciones se acentúan, muchos de los familiares de estas personas deciden ingresarlos en residencias (GSA, 2018).
- Fase “No-Go”: Durante la última fase del envejecimiento el estado de salud de las personas empeora considerablemente y se vuelve bastante pobre, siendo incapaces de llevar a cabo funciones tan básicas como comer, vestirse, ducharse o andar por sí mismas. Debido a esto, requieren tanto de atención médica de manera frecuente, como de cuidados y ayuda en las tareas cotidianas de forma constante. Así, al no ser capaces de realizar casi ninguna tarea de forma independiente, suelen vivir o bien en casa de algún familiar cercano que se ocupen de ellos, en su lugar de residencia con un cuidador que vive y cuida de ellos las 24 horas del día o en residencias para personas de la tercera edad (GSA, 2018).

2.3. ECONOMÍA DE PLATA. PERFIL DE CONSUMIDORES.

La economía de plata o economía longeva, es la parte de la economía que satisface las necesidades de las personas mayores de 50 años, sin importar si están jubiladas o se mantienen activas en su puesto de trabajo; y que contribuyen a la creación de riqueza

para la economía de manera directa, a través del gasto y la actividad que generan; e indirecta, a través de la actividad económica generada para abastecer la demanda y necesidades de este segmento de la población (AARP & Oxford Economics, 2016).

De esta manera, la economía de plata no solo incluye a las personas de la tercera edad, sino también a las personas que están en el tramo final de su carrera profesional. Estas personas gozan de mejor salud y mayor esperanza de vida que las de sus generaciones anteriores, se sienten jóvenes y vivos, quieren seguir socializando, teniendo conversaciones y compartiendo experiencias con gente más joven; y tienen la ambición de seguir ocupados y sintiéndose necesarios el mayor tiempo posible. Así, esta definición engloba a las siguientes generaciones:

Tabla 2: Generaciones clasificadas por fecha de nacimiento.

Generación	Rango de fecha de nacimiento
Generación Grandiosa	1901 - 1924
Generación Silenciosa	1925 – 1942
Baby Boomers	1943 – 1960
Generación X	1963 - 1976

Fuente: adaptado de AARP & Oxford Economics, 2016.

Por otro lado, son personas cuyos mayores miedos son la pérdida de capacidades físicas y mentales que les generen una pérdida de independencia; mientras que sus mayores deseos son los de mantener una vida social activa, entretenida y de forma independiente, a la par que comer sano y mantenerse en un estado físico y mental óptimo.

Actualmente hay más de 1.6 billones de personas que podrían considerarse parte del grupo que forma la economía de plata, siendo esta cifra más del doble que en el 1980. Además, se espera que se vuelva a duplicar esta cifra para el año 2050, alcanzando así los 3.2 billones de personas. Para entonces, se espera que este segmento de la población

genere más de un tercio del crecimiento del consumo, siendo uno de los principales motores de crecimiento de la economía global (AARP & Oxford Economics, 2016).

En regiones como en los 28 países que forman parte de la Unión Europea, en 2015 las personas consideradas parte de la economía de plata representaban el 39% de la población de la UE, con más de 242 millones de personas. Además, se espera que para el año 2030 la economía de plata en esta unión monetaria aumente en número en más de 45 millones, llegando a sumar 287 millones de personas y representando de esta forma el 43.5% de la población de la UE. De hecho, para ese año se espera que solo las personas mayores de 60 años representen el 35.2% de la población de la UE, aumentando 8 puntos porcentuales con respecto a 2005 (Stefanik, 2013).

Esto se producirá en gran medida como consecuencia del incremento de personas mayores de 65 años que se comenzará a producir conforme la generación de los Baby Boomers vaya haciéndose mayor. Además, los países de UE que se verán más afectados por el envejecimiento poblacional serán Alemania e Italia, seguidos por otros como España, Malta, Eslovenia o los Países Bajos (Stefanik, 2013).

En otros países como Estados Unidos, se estima que actualmente la economía de plata actualmente representa aproximadamente el 35% de la población (AARP & Oxford Economics, 2016), generando más de 98.9 millones de puestos de trabajo, además de estar contribuyendo aproximadamente con una cantidad de más de 7.1 trillones de dólares al 46% del total del PIB (BofA Merrill Lynch, 2014). Esta cantidad se espera que se incremente progresivamente hasta representar el 50% del PIB en el año 2032 (AARP & Oxford Economics, 2016).

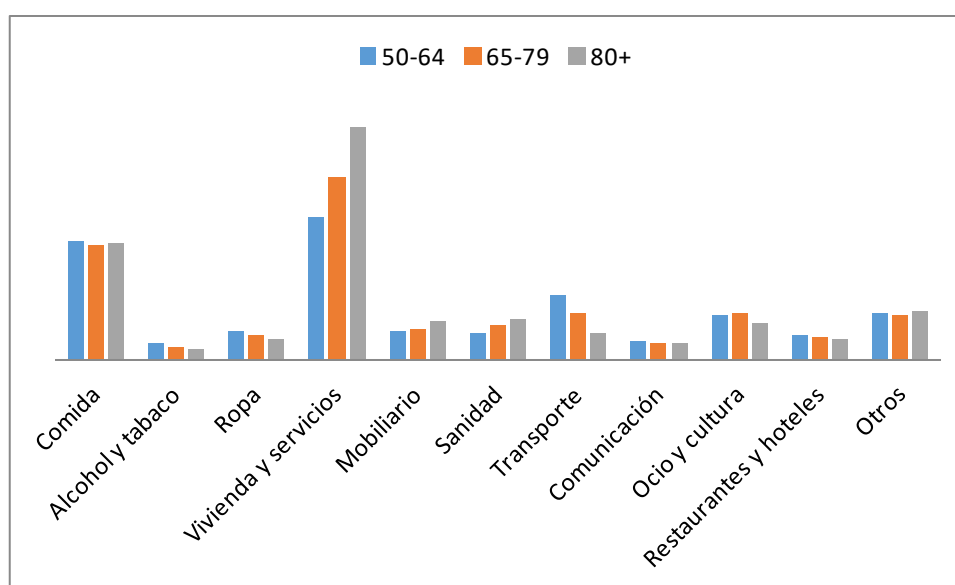
Esta cantidad de 7.1 trillones de dólares del PIB de Estados Unidos atribuible a la población más longeva, es mayor que el PIB de países considerados potencias económicas como Japón, Alemania, Francia o el Reino Unido. De hecho, sería la tercera economía del mundo de ser un país (Bofa Merrill Lynch, 2014). Por otro lado, en comparativa, en Estados Unidos las personas menores de 50 años tienen un gasto aproximado de 4.9 trillones de dólares, por lo que la diferencia entre ambos segmentos de población es significativa.

Sin embargo, ¿qué productos y servicios consumen y en qué gastan sus ahorros los individuos que forman la economía de plata?

Tal y como se puede observar en la figura 6, los principales gastos de las personas consideradas como parte de la economía de plata son los dos siguientes: vivienda y servicios, y comida. El primero, se refiere al dinero que gasta este tipo de personas dentro de casa, ya sea al reformar su lugar de residencia para hacerlo más práctico con el fin de hacer más sencillo su día a día o para pagar servicios básicos, tales como la energía eléctrica, el agua o las comunicaciones con el fin de tener calefacción, televisión o Internet en sus viviendas.

Por otra parte, el segundo, el gasto en comida, se refiere a la comida que compran estas personas para consumir en su vivienda posteriormente, pues el gasto en salir a comer fuera de casa se recoge en el apartado “restaurantes y hoteles”. Además, también hay un consumo notable en transporte, ocio y cultura y en otros gastos, especialmente durante las primeras fases del envejecimiento: la “Go-Go” y la “Go-Slow”, en las cuales estas personas disfrutan de un gran estado de salud con apenas ninguna limitación, lo cual les permite seguir llevando haciendo vida de forma normal e independiente.

Figura 6: Gasto medio ponderado de la economía de plata en los países que forman la Unión Europea por grupo de edad.



Fuente de datos: Stefanik, 2013. Gráfico de elaboración propia.

En otro orden de cosas, tal y como se puede apreciar en la tabla 3, dentro del grupo que forma la economía de plata en los distintos países de la Unión Europea, las personas mayores de 80 años son aquellas con un consumo más elevado, con un gasto de alrededor de 965 millones de euros. Este segmento de la población consume de manera principal lo mencionado anteriormente: vivienda y servicios, y comida, ordenados de mayor a menor. De esta forma, de una hipotética renta de mil euros, 380 de ellos irían destinados a gastos de vivienda, 190 a comprar comida y 430 al resto de gastos, los cuales incluyen servicios médicos o actividades recreativas y culturales.

Por otra parte, las personas de rangos de edad de entre 50 y 64 años y 65 y 79 años, tienen un gasto considerable en transporte, ocio y cultura y otros bienes y servicios, tales como aparatos de radio y televisión o servicios financieros; además del principal gasto en necesidades básicas, como vivienda y comida, en el que coinciden con las personas mayores de 80 años.

Sin embargo, el incremento esperado de renta por vivienda, especialmente en aquellos países con salarios más bajos en la actualidad, parece indicar que el consumo en bienes y servicios más lujosos, como las actividades recreativas y culturales o el gasto en viajes, restaurantes y hoteles; aumentará en los próximos años (Stefanik, 2013). Esto, sin duda, es una enorme oportunidad para aquellas empresas que logren identificar esta tendencia, y hagan de los individuos que forman la economía de plata como su público objetivo.

Tabla 3: Gasto medio ponderado de las personas que forman la economía de plata en los países que integran la Unión Europea por grupo de edad y variación de una fase a otra.

	50-64 años	% sobre el total	Variación de 50-64 a 65-79 años	65-79 años	% sobre el total	Variación de 65-79 a 80+ años	80+ años	% sobre el total	Variación de 50-64 años a 80+ años
Comida	189,61	21%	-4,11%	181,82	20%	2,52%	186,41	19%	-1,69%
Alcohol y tabaco	26,78	3%	-26,92%	19,57	2%	-24,73%	14,73	2%	-45,00%
Ropa	43,91	5%	-12,21%	38,55	4%	-17,20%	31,92	3%	-27,31%
Vivienda y servicios	225,6	25%	29,55%	292,27	32%	26,93%	370,98	38%	64,44%
Mobiliario	45,97	5%	4,68%	48,12	5%	27,95%	61,57	6%	33,94%
Sanidad	40,59	5%	31,07%	53,2	6%	21,22%	64,49	7%	58,88%
Transporte	102,92	12%	-26,83%	75,31	8%	-45,70%	40,89	4%	-60,27%
Comunicación	30,05	3%	-17,40%	24,82	3%	2,78%	25,51	3%	-15,11%
Ocio y cultura	71,77	8%	4,04%	74,67	8%	-22,15%	58,13	6%	-19,01%
Restaurantes y hoteles	38,92	4%	-10,17%	34,96	4%	-7,95%	32,18	3%	-17,32%
Otros bienes y servicios	74,58	8%	-3,34%	72,09	8%	8,03%	77,88	8%	4,42%
Total	890,7		2,77%	915,38		5,39%	964,69		

Fuente de datos: Stefanik, 2013.

También es destacable el hecho de que conforme las personas comienzan a hacerse mayores el consumo en vivienda, mobiliario y sanidad aumenta de manera muy considerable. De esta forma, tal y como se observa en la última fila del gráfico anterior, el gasto en vivienda aumenta en las personas mayores de 80 años con respecto a las personas de un rango de edad de entre 50 y 64 años un 64.44%, mientras que el de mobiliario lo hace un 33.9%. Esto se debe, presumiblemente, al hecho de que conforme las personas envejecen aumentan sus necesidades tanto de la remodelación de sus viviendas para hacer más fácil su día a día, como de productos que les permitan envejecer en casa. En cuanto al gasto en sanidad, el cual aumenta casi un 60%, se debe a la necesidad de una mayor atención sanitaria como consecuencia de las enfermedades crónicas y degenerativas que comienzan a aparecer con el paso de los años.

Sin embargo, el consumo de la economía de plata no crece en todos los campos conforme las personas van envejeciendo. De hecho, en la mayoría de ellos decrece. Mientras que el gasto en productos de alimentación y en otros bienes y servicios se mantiene prácticamente constante, en otros como el consumo de alcohol y tabaco o el gasto en transporte decrece.

En cuanto al gasto en alcohol y del tabaco, este se reduce casi a la mitad, pasando de ser casi 27 millones de euros cuando las personas tienen una edad que les permite seguir activos profesionalmente a apenas 15 millones cuando son mayores de 80. Esto se produce presumiblemente por dos motivos: o bien porque a medida que las personas se hacen mayores tienden a consumir productos más sanos con el fin de prolongar su esperanza de vida, o bien porque las personas con vicios como el alcohol y el tabaco no suelen alcanzar edades tan avanzadas. Por otra parte, en cuanto al gasto en transporte, este se reduce más de un 60%. Esto es debido a que conforme las personas van envejeciendo, o bien pierden capacidades para conducir y al dejar de hacerlo no compran más ningún coche o cualquier otra clase de vehículos; o pierden movilidad y por tanto, salen menos de su lugar de residencia.

En el resto de sectores en los cuales este segmento de la población consume menos, como es en el caso del sector de ocio y cultura, en el de la hostelería y restauración o en el de la moda; el gasto de la economía de plata en estos productos y servicios se reduce probablemente porque conforme estas personas van jubilándose, disfrutan de una renta

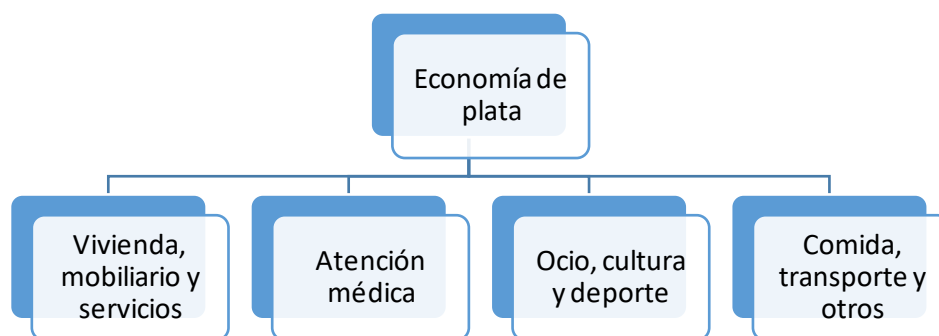
menor de la que tenían cuando estaban activos profesionalmente (Stefanik, 2013), por lo que no se pueden permitir grandes excesos.

A pesar de que los datos comentados anteriormente se basan en la Unión Europea, al tratarse de una muestra de personas muy grande y al ser el envejecimiento poblacional un fenómeno global, con tendencias similares a las de la UE en países como Estados Unidos o Japón (BofA Merrill Lynch, 2014), estos datos se podrían extrapolar al resto de la población. Sin embargo, debemos ser muy cuidadosos al hacerlo, ya que es importante tener en cuenta que estos datos de consumo no son exactos. Esto es debido a la existencia de un margen de error como consecuencia de diferencias culturales o en la renta o incluso, en los gustos y preferencias de cada persona en diferentes puntos geográficos (Stefanik, 2013).

De manera contraria, a pesar de que las cifras de consumo no sean iguales en las distintas zonas geográficas, y con el fin de ceñirse al objetivo de este trabajo, que no es otro que el de identificar los principales sectores con potencial de crecimiento como consecuencia del envejecimiento poblacional; se asumirá, tal y como es razonable, que las personas que forman parte de la economía de plata tienen unas necesidades similares de forma global y por tanto, su cesta de consumo está compuesta por productos y servicios de los sectores que se pueden encontrar en la tabla 3, entre otros.

De esta manera, la cesta de consumo de una persona que forme parte de la economía de plata podría incluir algunos de los bienes y servicios incluidos en la figura 7, los cuales se explican de manera posterior.

Figura 7: La economía de plata como consumidores.



Fuente: elaboración propia.

- **Productos y servicios que les permiten envejecer en casa:** La mayoría de los integrantes de este segmento de la población tienen el deseo de permanecer en su lugar de residencia habitual mientras envejecen, de forma activa e independiente. Así, innovaciones como la localización remota o aplicaciones y dispositivos, como los asistentes de voz, que se conectan a la casa mediante el Internet de las cosas que benefician a todos los individuos de la sociedad, están resultando especialmente útiles para las personas de la economía de plata (AARP & Oxford Economics, 2016). Para lograr envejecer en casa, muchos de ellos necesitan llevar a cabo remodelaciones en sus viviendas, incluyendo cocinas adaptadas o sillas mecánicas que suben escaleras, que les hacen más práctico y sencillo su día a día (GSA, 2018). Finalmente, tal y como se ha explicado anteriormente, tienen un consumo considerable en servicios que cubren necesidades básicas dentro de la vivienda, como el agua, luz o el gas (Stefanik, 2013).
- **Productos y servicios de atención y cuidado:** Al aumentar la esperanza de vida y mejorar las prácticas médicas, han disminuido las enfermedades infecciosas, pero por el contrario, han aumentado las crónicas y degenerativas (BofA Merrill Lynch, 2014). Las innovaciones tecnológicas también han supuesto un cambio importante en este ámbito, a través de un aumento de la prestación de servicios

médicos a distancia gracias al control remoto de pacientes y una mejora en la calidad y acceso a la información (GSA, 2018).

- **Productos y servicios de ocio, cultura y ejercicio físico:** Al gozar de un mejor estado de salud que sus generaciones anteriores, sobre todo en términos de movilidad y recursos, las personas de la tercera edad gastan gran parte de sus ahorros en actividades de ocio, como viajar, cenar fuera de casa, en entretenimiento, como ir al cine, a museos o al teatro; y en cumplir aquellos deseos que han ido acumulando a lo largo de su vida. De hecho, el gasto en actividades de ocio de este segmento de la población es mayor que el de otros grupos de edad más jóvenes. Por otra parte, también son usuarios frecuentes de gimnasios en los que realizan ejercicios de aeróbic, resistencia o flexibilidad con el fin de mejorar y prevenir las enfermedades crónicas (GSA, 2018).
- **Comida, transporte y otros productos y servicios:** Uno de las principales fuentes de gasto de la economía de plata es en comida, el cual representa casi el 20% del total de sus gastos (Stefanik, 2013). Además, también tienen un gasto significativo en transporte, ya sea desplazándose gracias a aplicaciones como Uber, o por cuenta propia, cuando no tienen ningún tipo de limitación que les impida conducir. Como consecuencia, compañías de automóviles como Ford están diseñando coches más cómodos y funcionales para esta parte de la población. La autonomía de los vehículos también supondrá un gran cambio en la calidad de vida de las personas mayores, permitiéndoles seguir conduciendo durante mayor tiempo y ayudando a reducir posibles accidentes (GSA, 2018). Por otra parte, las personas de la economía de plata también consumen en servicios educativos, ya sea para ellos con el fin de seguir formándose y no quedarse atrás con respecto a las nuevas generaciones; o para familiares cercanos, como hijos o nietos, de los que ejercen de tutores. Finalmente, también consumen productos financieros, siendo estos principalmente productos de ahorro e inversión.

3. CAMBIOS Y OPORTUNIDADES EN SECTORES COMO CONSECUENCIA DEL ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

3.1. SECTOR FARMACÉUTICO Y DE CUIDADO DE LA SALUD

La mejora de los servicios y los avances médicos han sido una parte esencial en el aumento de la esperanza de vida. Gracias a esto, la mortalidad por enfermedades infecciosas ha disminuido. Por el contrario, han aumentado las enfermedades degenerativas, como el cáncer o el Alzheimer; y crónicas, como la artritis (BofA Merrill Lynch, 2014). De esta manera, un 80% de las personas mayores sufren una enfermedad crónica, y un 50% de ellos, al menos dos (Health, 2016). Por otra parte, hasta un 90% de las personas en países desarrollados muere como consecuencia de una enfermedad relacionada con envejecer (BofA Merrill Lynch, 2014) y hasta 14 millones de personas mueren todos los años a causa de alguna de las principales fuentes de fallecimiento: enfermedades cardiovasculares, cáncer o diabetes (WHO, 2018).

Todo esto, supone un gran potencial de crecimiento, en las áreas de investigación y desarrollo de tecnología y aparatos médicos, con el fin de curar o mejorar el estado de las personas que sufren enfermedades degenerativas y crónicas. Además, los productos destinados a mejorar la condición y el bienestar tanto de las personas que pierden vista u oído, como de las personas que las rodean, también tienen un futuro prometedor (BofA Merrill Lynch, 2014).

Tabla 4: Enfermedades más comunes entre las personas de la tercera edad y re medios.

Enfermedad	Soluciones
Enfermedades cardiovasculares	Medicamentos de prevención y cuidado: antihipertensivos
Cáncer	Quimioterapia y tratamiento hormonal

Artritis	Prótesis ortopédicas
Deterioro del oído	Audífonos e implantes cocleares
Deterioro de la vista	Lentes de contacto y lentillas
Incontinencia y ostomía	Bolsas de urostomía, compresas y pañales

Fuente: elaboración propia.

Para el año 2030 se espera que el número de personas que sufren **enfermedades cardiovasculares** en el mundo ascienda a 23.6 millones (WHO, 2017). Este tipo de enfermedades, causadas principalmente por problemas de tensión sanguínea, colesterol o una pobre dieta y escaso ejercicio físico, entre otras (BofA Merrill Lynch, 2014); afecta en especial a las personas mayores de 60 años y aparecen con mayor frecuencia conforme las personas van avanzando en edad, especialmente a partir de los 80 años (American Heart Association, 2016). En 2016, el mercado global de medicamentos de prevención y cuidado de este tipo de enfermedades, alcanzó un tamaño de 80 billones de dólares, y se espera que para el año 2025 tenga un tamaño de 91 billones de dólares (Transparency Market Research, 2018), creciendo así casi un 14% en este periodo. El mercado de mayor tamaño de estos medicamentos es Estados Unidos, donde se venden aproximadamente 4 de cada 10 de ellos (BofA Merrill Lynch, 2014).

Dentro del mercado de medicamentos de enfermedades cardiovasculares, destacan los antihipertensivos, que son aquellos medicamentos destinados a reducir la presión arterial. Este mercado, que tenía un tamaño de 30 billones de dólares en 2010 (BofA Merrill Lynch, 2014), con un crecimiento de 6% de tasa de crecimiento anual compuesto desde principios del actual siglo; es la principal fuente de ingresos de los laboratorios de medicamentos que luchan contra enfermedades cardiovasculares.

El hecho de que, tal y como se ha mencionado anteriormente, las personas que sufren enfermedades cardiovasculares vayan a aumentar hasta 23.6 millones para el año 2030 (WHO, 2017), hace que este tipo de medicamentos vayan a experimentar una mayor demanda en los próximos años. Como consecuencia, alguna de las 10 empresas líderes,

como por ejemplo Novartis (NYSE: NVS), AstraZeneca (NYSE: AZN) o Daiichi-Sankyo (TYO: 4568.T), que suman más de un 50% de cuota de mercado, son opciones de inversión a tener en cuenta.

Por otra parte, el **cáncer**, el cual afecta cada año a más de 12 millones de personas y provoca casi 10 millones de muertes, siendo la segunda causa de muerte en el mundo; afecta a un 25% de las personas mayores de 65 años (WHO, 2018). Actualmente se estima que el 39.66% de los hombres desarrollará algún tipo de cáncer a lo largo de su vida, mientras que la perspectiva para las mujeres es ligeramente mejor, siendo un 37.65% las que lo sufrirán (American Cancer Society, 2018). A pesar de que ha habido un gran progreso en la prevención, detección y tratamiento del cáncer, la cura de esta enfermedad es uno de los principales retos a los que nos enfrentamos (BofA Merrill Lynch, 2014).

Como consecuencia, el tamaño del mercado de tratamiento de esta enfermedad se estima que globalmente ascenderá a 144 billones de dólares para 2023, creciendo un 166% desde 2010, cuando ascendía a 54 billones de dólares ellos (Hexa Reports, 2013). De esta manera, en cuestión de una década el tamaño de este mercado se ha multiplicado por tres, convirtiéndose así, en el segundo mayor por tamaño, tras el de medicamentos para enfermedades cardiovasculares (BofA Merrill Lynch, 2014). Actualmente, el cáncer se trata con dos tratamientos principalmente: la quimioterapia, la cual se aplica en el 85% de los casos; y el tratamiento hormonal, que se aplica en el restante 15% (BofA Merrill Lynch, 2014).

El mercado de tratamiento del cáncer está muy concentrado, con las 10 empresas líderes sumando en conjunto un 87% de cuota de mercado (Hexa Reports, 2013), teniendo por mercados principales Estados Unidos, Japón, Francia, Alemania, España y Reino Unido (BofA Merrill Lynch, 2014). La búsqueda de una cura con el fin de erradicar esta enfermedad, hace que sea un sector con un crecimiento al alza en los próximos años. Así, empresas públicas como Novartis (NYSE, NVS) o Roche (SIX: ROG.VX), la cual tiene casi un 50% de cuota de mercado, son opciones interesantes de inversión.

Otra de las enfermedades más comunes conforme las personas van envejeciendo es la **artritis**, la cual la sufren el 49.6% de las personas a partir de los 65 años (CDC, 2018), causando mayores limitaciones a quienes la sufren que otras enfermedades como las

cardiovasculares, el cáncer o la diabetes. Los hechos de que no exista cura alguna hasta el momento de esta condición física, de que los únicos tratamientos que existen son para lidiar con el dolor, y el aumento del número de personas que la sufren; han provocado un aumento en la demanda de prótesis ortopédicas, especialmente de las de rodilla y cadera (BofA Merrill Lynch, 2014). Aproximadamente, se venden más de 3 millones de prótesis al año, con un tamaño de 7 billones de dólares del mercado de las prótesis de rodilla y de 6 billones, en el caso de las prótesis de cadera (BofA Merrill Lynch, 2014). Como consecuencia, las 7 empresas líderes de este mercado, como Johnson & Johnson (NYSE: JNJ) o Zimmer Biomet (NYSE: ZBH), las cuales suman un 95% de cuota de mercado (BofA Merrill Lynch, 2014), tienen potencial de crecimiento en los próximos años y pueden ofrecer una buena rentabilidad a sus inversores.

Además, el **deterioro del oído** es otra de las afecciones más comunes entre las personas mayores, pues al menos una de cada tres de ellas lo sufren, especialmente en los países industrializados (WHO, 2012). Además, este número se espera que se duplique en el periodo 2030-2050 (Amplifon, 2017). El mercado de productos que mejoran esta condición física ha alcanzado un tamaño de 13.5 billones de euros (Amplifon, 2019), creciendo a un ritmo del 4% de crecimiento anual compuesto durante los últimos años (BofA Merrill Lynch, 2014). Sin embargo, aún hay potencial de crecimiento, dado que la penetración en el mercado de estos productos sigue siendo baja actualmente: solo los utilizan entre un 15 y un 20% de las personas que tienen problemas de escucha, principalmente por prejuicios y estigmas sociales (BofA Merrill Lynch, 2014).

Así, se espera que este mercado crezca incluso a un ritmo superior en el futuro debido al envejecimiento de la población, a la contaminación acústica, a una mejor tecnología en el desarrollo de producto y a una mayor aceptación de este tipo de productos. Esto último, es consecuencia de una mayor concienciación de este problema entre la población, y de cambios culturales, con el deseo de tener vidas activas y plenas de las personas mayores tras su jubilación (Amplifon, 2017).

Debido a esta mayor aceptación, la edad media de usuarios de productos como audífonos se irá reduciendo progresivamente desde los 72 años en la que se encuentra en la actualidad (BofA Merrill Lynch, 2014). Esto, no solo beneficiará a aquellas personas que sufren problemas de sordera, al integrarlos en más actividades grupales y

al aumentar su seguridad; sino que también aumentará el bienestar de aquellas personas que las rodean, al permitir comunicarse con ellas de manera más efectiva y mejorar así sus relaciones con ellos (Anovum, 2018).

Por otra parte, el hecho de que las 6 empresas líderes del sector, como Amplifon (BIT: AMP.MI) o Sonova Holding AG (SWX: SOON), compartan prácticamente el 100% de la cuota de mercado; junto con las grandes barreras de entrada que existen en la industria, destacando especialmente entre ellas la tecnología necesaria para desarrollar el producto y la fidelización del cliente como gracias a la personalización del producto (BofA Merrill Lynch, 2014) hace que estas empresas sean una apuesta segura de inversión.

Otro de los sentidos que se va deteriorando con el paso de la edad es la **vista**. El sector del cuidado de la vista alcanzó un tamaño aproximado de casi 50 billones de dólares en 2017, con una gran parte del crecimiento debido a las personas de la tercera edad (BofA Merrill Lynch, 2014). Sin embargo, tal y como sucede con el deterioro del oído, la penetración de productos como las gafas o las lentes de contacto, aún es baja. De hecho, en economías desarrolladas como la europea tan solo el 44% de las personas que tienen problemas de vista utilizan lentes, siendo este porcentaje considerablemente mayor en economías menos desarrolladas. Consecuentemente, el crecimiento potencial de este sector es amplio, especialmente en países asiáticos como India o China, donde la tasa de penetración apenas es del 7 y 24%, respectivamente (BofA Merrill Lynch, 2014).

De esta manera, el aumento de problemas en la vista en el futuro, junto con el amplio margen de penetración en el mercado de los productos para la vista; hace que empresas como Essilor Lenses (EPA: EL) o Carl Zeiss (ETR: AFX.DE), las cuales tienen una cuota de mercado del 47% y 34% respectivamente (BofA Merrill Lynch, 2014), tengan margen de crecimiento a largo plazo y por tanto, sean compañías interesantes en las que invertir.

Finalmente, otro de los problemas más comunes que tienen las personas de la tercera y cuarta edad es la **incontinencia y ostomía**. Este problema afecta a más de 200 millones de personas de manera global, y especialmente a aquellas personas mayores de 65 años; pues el 35% de ellas tienen sufren este problema (Merrill Lynch, 2014). Así, como consecuencia del envejecimiento poblacional, el mercado del cuidado de la

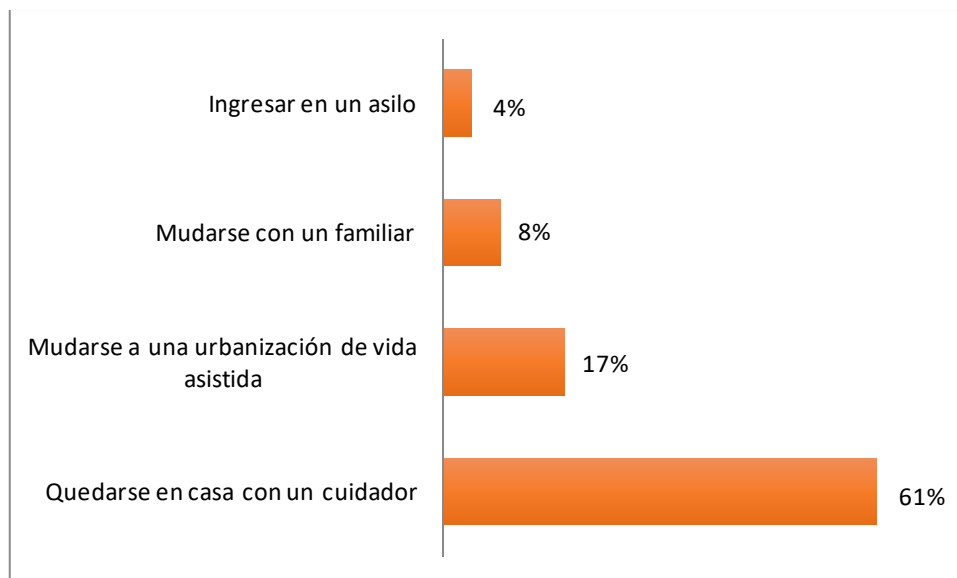
incontinencia y de la ostomía se espera que alcance un tamaño de 17.2 billones de dólares para el año 2020, en comparación 11.5 billones que representaba en el año 2012 (Grand View Research, 2016). Este crecimiento global del más del 5% de interés compuesto anual, se debe principalmente a productos que utilizan la tecnología más avanzada como, por ejemplo, las bolsas de urostomía; y al gran crecimiento esperado de este sector en los países asiáticos (Grand View Research, 2016), especialmente en China, donde se espera que crezca hasta 2020 al 24% de tasa compuesta anual, desde 2013 (BofA Merrill Lynch, 2014).

De esta forma, empresas centradas en el mercado de la incontinencia como Kimberly-Clark (NYSE: KMB) y empresas con el foco puesto en el de la ostomía, como Coloplast (CPH: COLO-B), tienen buenas perspectivas de futuro, siendo opciones de inversión que merecen la pena estudiar.

3.2. URBANIZACIÓN Y RESIDENCIA

El 80% de las personas mayores de 50 años desean envejecer en su casa y comunidad (AARP, 2018) mientras que la cifra baja hasta el 61% en las personas mayores de 65 años que siguen siendo independientes (Pew Research Center, 2016). Esto es así, por diferentes motivos: están muy ligados a su hogar, a su barrio y a la comunidad, dado que guardan un gran número de recuerdos del tiempo que han pasado allí; y además, su casa es una de las grandes inversiones que han hecho a lo largo de su vida y para cuando les llega la hora de jubilarse, la hipoteca suele estar ya pagada (CNBC Television, 2018).

Figura 8: Preferencias para vivir de los adultos de una edad a partir de 65 años en el supuesto de que no pudieran seguir siendo independientes.



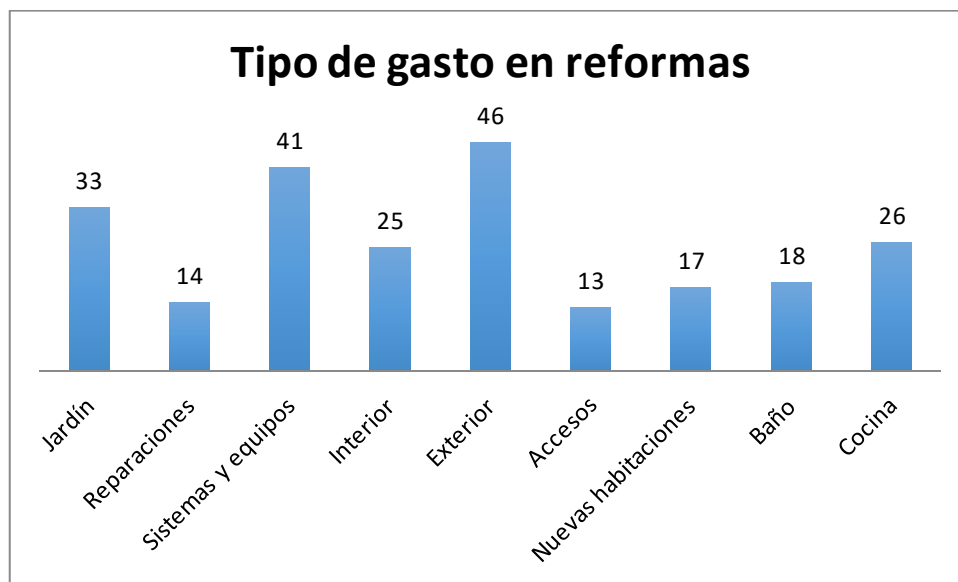
Fuente de datos: Pew Research Center, 2016. Gráfico de elaboración propia.

Así, tal y como podemos ver en la figura 8, la mayor parte de las personas conforme envejecen son reticentes a abandonar su lugar de residencia habitual incluso en el supuesto de tener limitaciones que les impidiesen seguir siendo personas independientes. Un 8% de ellos se plantea mudarse a la casa de un familiar, mientras que el 17% de ellos se plantearía a posibilidad de mudarse a complejos en los que pueden convivir con otras personas de su edad, recibir ayuda en caso de necesitarla y sobre todo, tener más libertad y flexibilidad, sintiéndose de esa manera más como en casa y menos parte de institución (Heartside Senior Living, 2019). Por otro lado, tan solo un 4% se plantea la posibilidad de ingresar en un asilo o residencia de ancianos con cuidados médicos intensivos, en los que la edad media de entrada se encuentra entre los 80 y 90 años (CBRE, 2018).

A pesar de que esta sea su voluntad, envejecer en casa no suele ser posible a menos que se lleven a cabo una serie de **reformas** que hagan su vivienda más sencilla de mantener y más práctica para las personas de la tercera y cuarta edad. Entre este tipo de reformas destacan arreglos tanto en el cuarto de baño, como por ejemplo instalar una ducha en lugar de una bañera, como en la cocina; instalación de sistemas y equipos de última tecnología, instalaciones de un mayor número de puntos de luz y suelos que resbalen

menos en el interior del hogar o reformas en el jardín y exterior de la vivienda (JCHS, 2017).

Figura 9: Tipo de gasto en reformas de viviendas en billones de dólares.



Fuente de datos: JCHS, 2017. Gráfico de elaboración propia.

Este tipo de mejoras, además de hacer la vida de este segmento de la población más sencilla, también les permite envejecer en su casa, al menos durante más tiempo. Por este motivo, aproximadamente el 50% de las remodelaciones de viviendas son realizadas por personas mayores de 55 años, cifra que por otra parte, ha aumentado considerablemente en los últimos años desde su nivel histórico de 30% debido al envejecimiento de los Baby Boomers (Will, 2015).

Como consecuencia, el sector de reformas y mejora de las viviendas tienen un gran margen de crecimiento en los próximos años como consecuencia del envejecimiento de la población. En los últimos años, ha tenido una tasa de crecimiento anual compuesta del 6.4%, alcanzando un tamaño de casi 100 billones de dólares en el año 2018 (IBISWorld, 2018), con las personas mayores de 55 años duplicando su gasto en este tipo de reformas en la última década (BofA Merrill Lynch, 2014).

Sin embargo, no todas las personas tienen la suerte de poder envejecer en su hogar, impidiéndoselo algunas de las limitaciones físicas o mentales que pueden llegar a sufrir

a lo largo de su vida. De hecho, hasta el 40% de las personas que superan los 65 años de edad necesitan ayuda con actividades diarias como consecuencia de dichas limitaciones, aumentando estas con la edad (BofA Merrill Lynch, 2014). Como consecuencia el 35% de ellos acabarán ingresando en un asilo de ancianos (FCA, 2015). Con el objetivo de satisfacer los deseos y necesidades de este nicho de la población y de tener un rango de servicios más atractivos a la par que competitivos, las residencias de ancianos están ofreciendo unas infraestructuras más modernas, con todo tipo de servicios y extras, como gimnasios, acceso a educación y sanidad y entretenimiento o conexión instantánea con familiares y amigos mediante aplicaciones de voz o imagen como Skype (BofA Merrill Lynch, 2014).

De esta manera, la industria de las residencias de ancianos que ha experimentado una tasa de crecimiento compuesto anual superior al 2% en el último lustro, hasta alcanzar un tamaño de 190 billones de dólares en 2019; se espera que crezca en los próximos años a una tasa del 4.1% (IBISWorld, 2019). Existe un gran potencial de crecimiento en la demanda todavía, ya que la penetración en el mercado de este tipo de servicios aún es relativamente baja, llegando aproximadamente al 10% de los ancianos (CBRE, 2018).

Esta industria se encuentra bastante fragmentada, sin ninguna empresa estableciéndose como clara dominadora del mercado. Esto, supone una gran oportunidad de expansión y crecimiento en cuota de mercado para empresas pequeñas, especialmente a través de la creación de un nombre de marca fuerte. Entre las empresas más grandes y reconocidas actualmente, se encuentran Orpea (EPA: ORP) y Brookdale Senior Living (NYSE: BKD).

Finalmente, también debemos ser conscientes de la importancia de transformar las ciudades a espacios más prácticos con las personas mayores con el fin de que estas puedan envejecer de manera tranquila con la mejor calidad de vida posible. De esta forma, algunos servicios, como el transporte público que facilita la movilidad de estas personas; o mejoras, como la instalación bancos cerca de las estaciones de transporte más transitadas, el estrechamiento de las calzadas o el alargamiento del tiempo de los semáforos, con el fin de que estas personas puedan cruzar la calle sin problemas; son esenciales no solamente para hacer de las ciudades un mejor lugar para la tercera edad, sino también para toda la sociedad (BofA Merrill Lynch, 2014).

3.3. NUTRICIÓN

Conforme las personas envejecen, tienden a desarrollar hábitos más saludables con el fin de prolongar su esperanza de vida y llegar al tramo final de esta en el mejor estado de salud posible, con el fin de disfrutar de sus seres queridos. Además, estos hábitos les permiten dar ejemplo a las generaciones posteriores, como sus hijos o nietos.

De esta manera, en lo que a nutrición se refiere, una gran parte de la economía de plata tiende a consumir suplementos dietéticos que les permiten mantener una dieta equilibrada con el número de calorías que necesitan, evitando así la desnutrición y previniendo diferentes enfermedades. Así, un 45% de las personas que toman este tipo de productos lo hacen para mejorar su estado de salud, mientras que un 33% lo hacen para mantenerse en un estado óptimo (Bailey, Gahche, Miller, Thomas y Dwyer, 2013).

Entre los suplementos nutricionales más comunes entre este segmento de la población, especialmente entre las personas mayores de 65 años, los cuales consumen el 36% de estos productos (McKinsey, 2013); se encuentran los siguientes: vitaminas, minerales, hierbas y aminoácidos (BofA Merrill Lynch, 2014), los cuales son consumidos por vía oral especialmente a través de cápsulas o polvos; además de productos para bajar el colesterol o suplementos para controlar problemas del corazón (Bailey, Gahche, Miller, Thomas y Dwyer, 2013)

Así, el mercado de este tipo de suplementos ha crecido desde 2012 a una tasa anual compuesta del 5% hasta 2017, alcanzando un tamaño superior a los 100 billones de dólares (McKinsey, 2013). En los próximos años, las principales fuentes de crecimiento se espera que sean productos como los aceites de pescado, los antioxidantes y los de ayuda digestiva (BofA Merrill Lynch, 2014).

Por otro lado, el resto del sector alimenticio deberá adaptarse a este cambio demográfico para hacer más atractivos y fáciles de consumir sus productos. Un ejemplo de esto lo pone Nestlé, que ha comenzado a crear capsulas y envases de chocolates más fáciles de abrir y de agarrar, haciéndolos así más prácticos para las personas de edades más avanzadas (Rothschild, 2018). Otro ejemplo de esto, son los supermercados de países muy envejecidos como Alemania o Japón, donde con el fin de adaptarse a este cambio demográfico, han aumentado la iluminación de los locales y han puesto los productos de

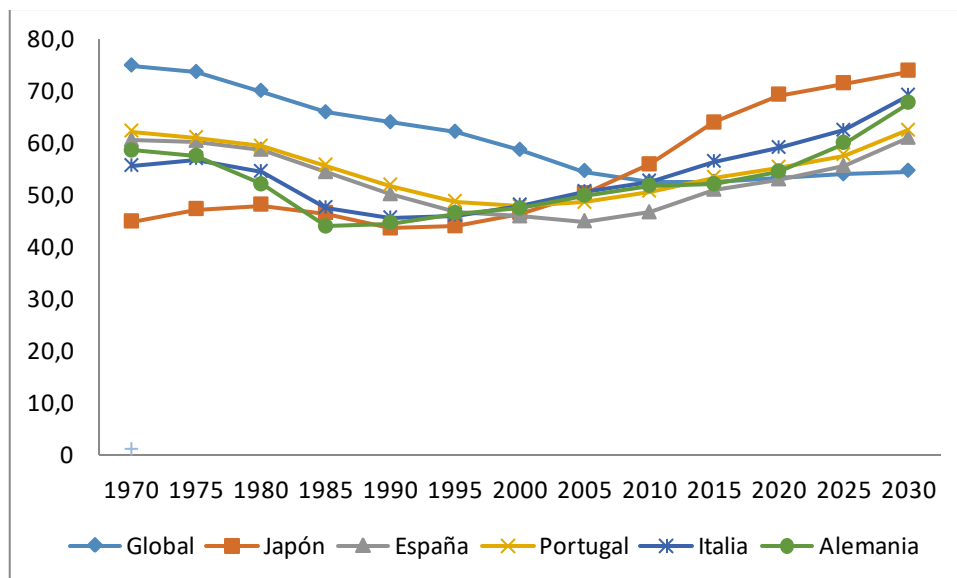
necesidad básica en los estantes inferiores, además de equipar los estantes con escaleras y lupas (GSA, 2018).

Finalmente, empresas de comida a domicilio para personas mayores de 65 años también están teniendo éxito especialmente entre las personas que viven solas que no son capaces de llevar una dieta equilibrada por sí mismas o personas con dependencia y limitaciones (Ayuntamiento de Madrid, 2019). Estas, se tratan principalmente de menús semanales preparados en cocinas industriales con niveles bajos en grasa y sal que los ancianos solamente tienen que calentarlas en el microondas durante un par de minutos. Algunos ejemplos de este tipo de empresas son las españolas Ucalisa, Gesgourmet, No cocino más o MenuDiet.

3.4. TECNOLOGÍA

El aumento de la esperanza de vida junto con los descensos de las tasas de mortalidad y fecundidad tienen como consecuencia un aumento en el ratio de dependencia. Este, a nivel global se situaba en el año 2015 en un nivel del 52.5% y se espera que se sitúe en 59.1% para el año 2050 (United Nations, 2017). En diferentes países como Japón, España, Portugal, Italia o Alemania se espera que estos ratios alcancen valores mayores, siendo Japón el país con el ratio esperado más alto, con un valor de 73.9% para el año 2030 (United Nations, 2017), siendo 15 puntos básicos mayor que el global.

Figura 10: Ratio de dependencia en porcentaje en Japón, España, Italia, Portugal, Alemania y a nivel global (históricos y estimaciones).



Fuente de datos: United Nations, 2017. Gráfico de elaboración propia.

Además, no solo los valores del ratio de dependencia son significativos, sino que también se puede observar a nivel global una tendencia de mudarse a las ciudades en las personas más jóvenes. Así, los jóvenes de entre 20 y 30 años representan el 40% de las personas que se mudan a las ciudades procedentes de zonas rurales (The World Bank, 2011).

Como consecuencia de esta mudanza de los jóvenes a las ciudades, los cuales tradicionalmente se encargaban de cuidar a las personas de edades más avanzadas, este rol lo deben asumir las enfermeras y otros profesionales, como los cuidadores. Sin embargo, la mayoría de las personas que ocupan esta profesión pertenecen a la generación de los Baby Boomers, con una media de edad de 49.2 años (NAC& AARP, 2015), por lo que la jubilación de estos, puede provocar una escasez de enfermeros y cuidadores profesionales, creando de esta forma, un vacío en el cuidado de las personas mayores (National Center for Health Workforce Analysis, 2002).

Así, no solo surge la pregunta de quién va a mantener a las personas jubiladas, sino que también la de quién va a cuidar de ellas cuando comiencen a ser dependientes de otras

personas como consecuencia de las limitaciones que aparecen en el proceso de envejecer.

Una posible solución la puede ofrecer el desarrollo del sector tecnológico. Este, tiene el potencial de beneficiar en gran medida a las personas de la tercera y cuarta edad, cambiándoles la vida por completo gracias a aparatos que les ayuden en sus tareas domésticas, haciéndoles su día a día más práctico y sencillo. Por lo tanto, el desarrollo de este sector, tiene la capacidad de hacer realidad el deseo de las personas mayores de mantenerse independientes en su vivienda habitual durante el mayor tiempo posible.

Una de las tecnologías que más se ha desarrollado en los últimos años ha sido el **Internet de las Cosas**, la cual ofrece una mayor conveniencia y seguridad, tanto para las personas mayores en su vivienda como a sus familiares en caso de que las primeras tengan algún tipo de accidente o problema doméstico.

Por ejemplo, este tipo de tecnología puede aumentar la **conveniencia** de las personas de la tercera edad al permitir apagar las luces o el aire acondicionado sin necesidad de levantarse de la cama por la noche, haciendo la compra por ellos en función de sus necesidades o recordándoles la hora de tomar sus medicamentos (BofA Merrill Lynch, 2014 y Aging in Place, 2019).

Además, pueden aumentar su **seguridad** mediante cámaras, cerraduras inteligentes y sensores que detectan movimientos inusuales alrededor de sus viviendas; y la **tranquilidad** de sus familiares mediante sensores que si no detectan ningún movimiento durante un largo periodo de tiempo llaman directamente al teléfono de emergencias (Aging in Place, 2019) y mediante dispositivos como relojes que emiten señales de emergencia a los hospitales en caso de que detecten un paro cardíaco, el cual miden a través de las pulsaciones de la muñeca (BofA Merrill Lynch, 2014).

Otra de las tecnologías que están resultando especialmente útiles para las personas de la tercera edad es la **inteligencia artificial**, ya que la utilizan como ayuda en **tareas domésticas**. Principalmente usados son los robots que aspiran la casa, friegan la cocina o cortan el césped del jardín los cuales facilitan el día a día de las personas de la tercera edad y les facilita la permanencia en su lugar de residencia habitual. Además, también se está utilizando esta tecnología en el campo de la medicina, especialmente en procesos

quirúrgicos complejos, como en colonoscopias o neurocirugías (BofA Merrill Lynch, 2014).

De esta forma, se espera que en los próximos años el crecimiento del mercado de ambas tecnologías sea de doble dígito, tal y como ha sido en los últimos años en los que los dispositivos de ayuda doméstica han crecido a un interés anual compuesto del 39% (ABI Research). En Internet de las Cosas, la cuota de mercado se la reparten prácticamente entre Amazon (NASDAQ: AMZN), con su dispositivo Echo y Google (NASDAQ: GOOGL), con el suyo llamado Alexa; teniendo aún gran margen de crecimiento en las ventas de estos productos. Por otro lado, en cuanto a los robots domésticos, iRobot (NASDAQ: IRBT) con sus robots Roomba (aspirador) y Braava (friegasuelos) se posiciona como líder del sector.

3.5. VIAJES Y OCIO

Una de las actividades preferidas entre las personas de la economía de plata es **viajar**, la cual les permite descubrir nuevos lugares o volver a sitios que han disfrutado, al mismo tiempo que desconectar de su rutina y de los problemas del día a día.

Dentro de la economía de plata, las personas recién jubiladas y los Baby Boomers gozan de un tiempo libre y un poder adquisitivo considerable, dado que disponen del dinero que han ido ahorrando en los años que han trabajado. Estos últimos, los Baby Boomers, son el grupo poblacional más activo en cuanto a viajes se refiere, llevando a cabo una media de entre 4 y 5 viajes con fines vacacionales (AARP, 2017). De estos, los viajes con destinos domésticos, como escapadas de fin de semana o vacaciones de verano; y aquellos con destinos internacionales, especialmente a aquellos lugares que siempre han querido visitar; se reparten a partes iguales (AARP, 2017).

De esta manera, existe una oportunidad de crecimiento en la industria de viajes de vacaciones enfocado a este segmento de la población, que requiere un tipo de acomodación y un tipo de viaje y destino diferente al de personas de otras edades (BofA Merrill Lynch, 2014). La demanda de este tipo de viajes por parte de las personas mayores de 55 años se espera que se incremente exponencialmente en los próximos años, al mismo tiempo que se reduzca para las personas de un rango de edad de entre 15 y 34 años. En países como Estados Unidos estas personas ya representan el 36% de

todas las personas que llevan a cabo viajes con fines de ocio o vacacionales (BofA Merrill Lynch, 2014).

Uno de los tipos de viajes más populares entre las personas de la economía de plata son los **cruceros**, que en países como Reino Unido los pasajeros ya cuentan con una edad media superior a los 55 años (BofA Merrill Lynch, 2014). Esto es así, ya que este tipo de viaje engloba características muy valoradas por las personas de la economía de plata: te permiten visitar diferentes lugares del mundo en un mismo viaje, te dan libertad para hacer tanto como desees, ya sea mucho o poco; y mientras viajas, tienen un rango amplio de actividades de ocio (BofA Merrill Lynch, 2014). Además, los integrantes de la economía de plata tienden a preferir por viajes con un itinerario largo, de entre una y dos semanas, y cruceros de un menor tamaño y más exclusivos con gente de su rango de edad con la que puedan socializar (Smith, K., 2001).

Como consecuencia, se espera que la industria del turismo crezca a un 4% anual hasta el año 2024 (BofA Merrill Lynch, 2014). Dentro de esta industria, el segmento de los viajes en cruceros, el cual desde 1970 ha experimentado un crecimiento superior al 2000% y que cuenta con más de 20 millones de pasajeros al año (BofA Merrill Lynch, 2014), es el que presenta mayores oportunidades, con empresas como Carnival Cruise Line (NYSE: CCL), Royal Caribbean Cruises (NYSE: RCL) o Norwegian Cruise Line Holdings (NYSE: NCLH), presentándose como opciones interesantes de inversión.

Por otra parte, otra manera de entretenimiento que se está haciendo muy popular entre las personas mayores de 65 años son las **apuestas y los casinos**, debido a que estas personas visualizan esta actividad como una manera de entretenerse y socializa, a la par que como algo emocionante (BofA Merrill Lynch, 2014). De esta forma, en países como Estados Unidos, las personas de la economía de plata representan el 64% del total de visitantes de los casinos, mientras que uno de cada dos personas mayores de 65 años admiten haber apostado en el último año (AGA 2013).

A pesar de que este hábito desarrollado por las personas de la tercera edad sea preocupante e incluso temerario, diferentes estudios han demostrado que aquellos que apuestan mantienen un estado de salud y una calidad de vida superior a la de aquellos que no lo hacen, probablemente por el hecho de socializar y el reto mental que va implícita con la actividad (BofA Merrill Lynch, 2014).

Como consecuencia, en los últimos años la industria global de juegos y apuestas ha crecido a una tasa compuesta de crecimiento anual de 9.2%, hasta alcanzar los 118 billones de dólares en 2015 (PWC, 2011). En el futuro, se espera que las principales fuentes de crecimiento en la industria del juego sean los países asiáticos, concentrando el 43.4% de las ventas de la industria, creciendo 14 puntos porcentuales comparado a lo que representaban cinco años antes superando así a Estados Unidos (PWC, 2011), como la principal región.

3.6. SERVICIOS FINANCIEROS

En cuanto al sector financiero, existe un gran potencial de crecimiento en diferentes áreas como los seguros, reaseguros, gestión de activos y de patrimonios o la asesoría financiera (BofA Merrill Lynch, 2014).

Tal y como se ha explicado anteriormente, el envejecimiento poblacional junto con descensos en las tasas de fecundidad y mortalidad, tienen como consecuencia un aumento del ratio de dependencia, es decir, del número de personas jubiladas que han de ser mantenidas por cada trabajador a través de cotizaciones a la Seguridad Social.

De esta manera, uno de los principales riesgos al que los proveedores de pensiones se van a enfrentar es el llamado riesgo de longevidad, que consiste en las personas mayores vivan más de lo esperado y por tanto, se tengan que financiar jubilaciones cada vez más largas (NorteHispana, 2016).

Como consecuencia, esto implicaría que los pagos a las personas jubiladas se prolonguen durante más tiempo, siendo una clara amenaza a la solvencia de los proveedores de pensiones (BofA Merrill Lynch, 2014). Tan solo tres años más de esperanza de vida por persona, tiene el potencial de duplicar la cantidad total de fondos de pensiones no cubiertos, aumentando el gasto de la mayoría de países con fondos de pensiones públicos en un 50% (International Monetary Fund, 2012).

Históricamente, las personas se han apoyado en tres pilares para recibir fondos durante la jubilación: en el Estado, en sus propios ahorros y en las empresas en las que han trabajado la mayor parte de su vida. Dentro de estas últimas, se pueden distinguir dos

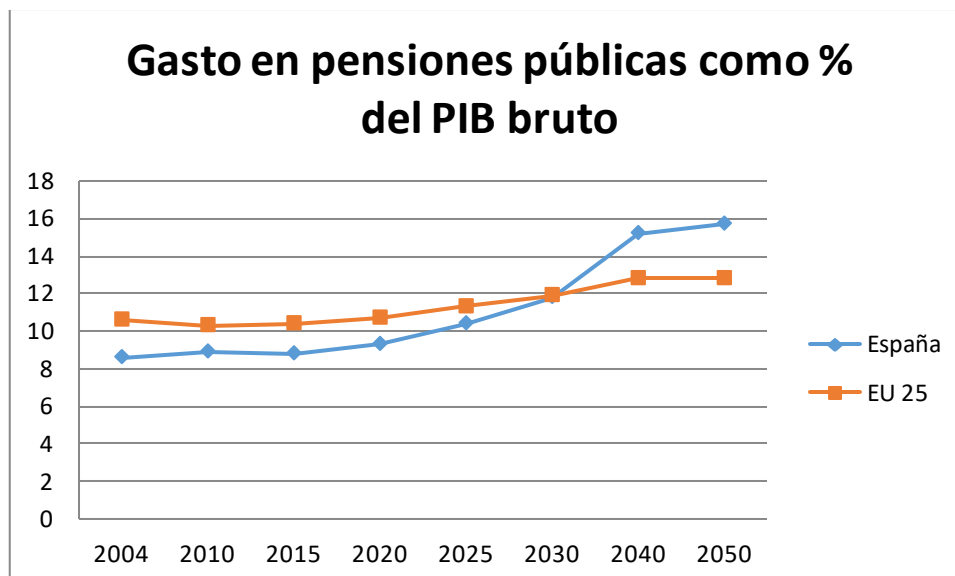
diferentes tipos de planes de pensiones: los de prestación definida y los de aportación definida.

En los planes de pensiones de prestación definida, la empresa define el beneficio que recibe el empleado una vez retirado, basado en diferentes variables como la antigüedad en la empresa o el salario medio que ha recibido. En este tipo de planes, es la empresa la que se tiene que ocupar de lograr todos los fondos requeridos, asumiendo así la totalidad del riesgo de inversión (Inverco, 2019).

Por otra parte, en los planes de pensiones de aportación definida, la empresa accede a realizar contribuciones anuales al beneficio del empleado, normalmente aportando un porcentaje del salario de este a un fondo de pensiones; mientras que el empleado tiene la opción de proporcionar el resto de los fondos (Inverco, 2019). Por lo tanto, en este tipo de planes, la empresa asume un menor riesgo que en los planes de prestación definida, pues lo transfiere en gran medida al empleado (BofA Merrill Lynch, 2014).

Así, el hecho de que a pesar de que el gasto público necesario para cubrir las pensiones vaya en aumento, tal y como se ve en la figura 11; el hecho de que las empresas privadas cada vez tienden más a ofrecer planes de aportación definida (BofA Merrill Lynch, 2014) sugiere que en el futuro la responsabilidad de tener una pensión suficiente para mantener un determinado nivel de calidad de vida, recaerá en cada individuo.

Figura 11: Gasto público en pensiones como porcentaje del PIB bruto en España y en la media de los 25 países integrantes de la Unión Europea hasta 2006.



Fuente de datos: Salomaki, 2006. Gráfico de elaboración propia.

De hecho, en la última década los activos bajo planes de pensiones de aportación definida han aumentado un 5.6% de manera global, por un 3.1% de los activos bajo planes de beneficios definidos (Willis Towers Watson, 2018). Especialmente llamativo es el caso de Estados Unidos, donde en 1975 el 70% de los empleados con planes de pensiones privados ofrecidos por su empresa contaban con un plan de prestación definida, por tan solo un 15% en el año 2005 (Turner y Hughes, 2008).

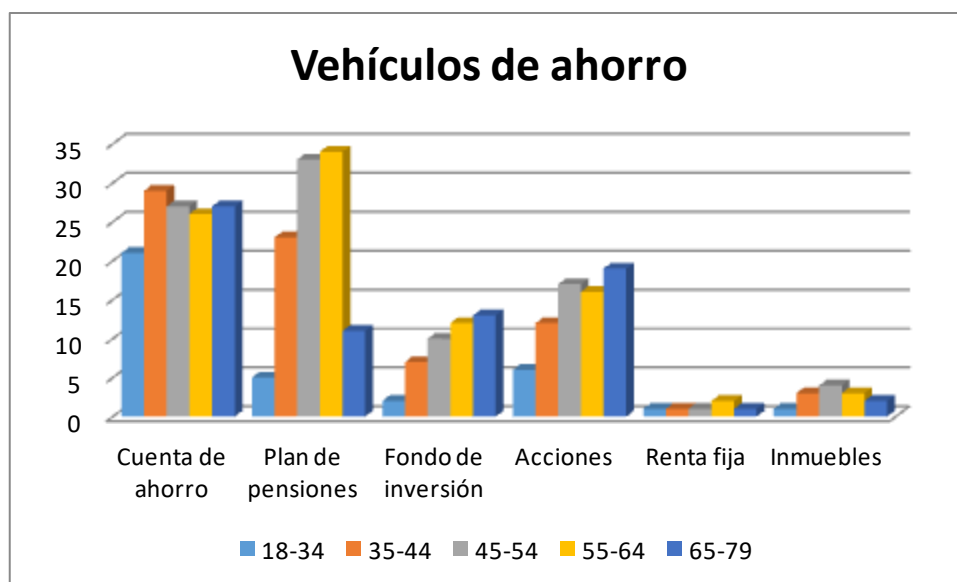
Por lo tanto, es razonable pensar que el papel de los planes de pensiones de gestión privada aumentará en los próximos años, suponiendo una gran oportunidad para los **fondos de pensiones** de gestión privada, normalmente compañías de gestión de activos y aseguradoras, que sean capaces de gestionar los fondos que reciben de sus clientes durante la fase de capitalización y los riesgos durante la fase de distribución. Además, los **seguros de vida** que protejan a los individuos durante la fase de ahorro y de capitalización también cobrarán vital importancia (BofA Merrill Lynch, 2014).

Por otro lado, dado que los riesgos implícitos con vivir durante más años son considerables, los fondos de pensiones podrían gestionar el riesgo de longevidad transmitiéndoselo a terceras partes mediante prácticas habituales de la industria como

productos financieros estructurados, productos derivados o reaseguradoras que mediante permutas de incumplimiento crediticio se hagan cargo del pago de las pensiones en caso de que los asegurados no sean capaces de hacer frente a la fase de distribución (BofA Merrill Lynch, 2014).

Dentro de las maneras en las que las personas de la economía de plata ahorran, además de las cuentas corrientes, destacan tres: las cuentas de ahorro, los planes de pensiones y la renta variable (CNMV, 2016). Dentro de los planes de pensiones, normalmente los fondos que los llevan optan por productos de renta fija dentro del grado de inversión y acciones de empresas que se encuentran en fases de madurez y ofrecen altos dividendos (BofA Merrill Lynch, 2014). Además, tal y como se puede observar en la figura 12, conforme las personas envejecen comienzan a tener más preocupación sobre el dinero que van a recibir a partir de su jubilación y por tanto, sus inversiones aumentan. Este hecho es especialmente significativo en las personas de un rango de edad de entre 45 y 54 años.

Figura 12: Porcentaje de la población española con tenencia de vehículos de ahorro por grupo de edad.



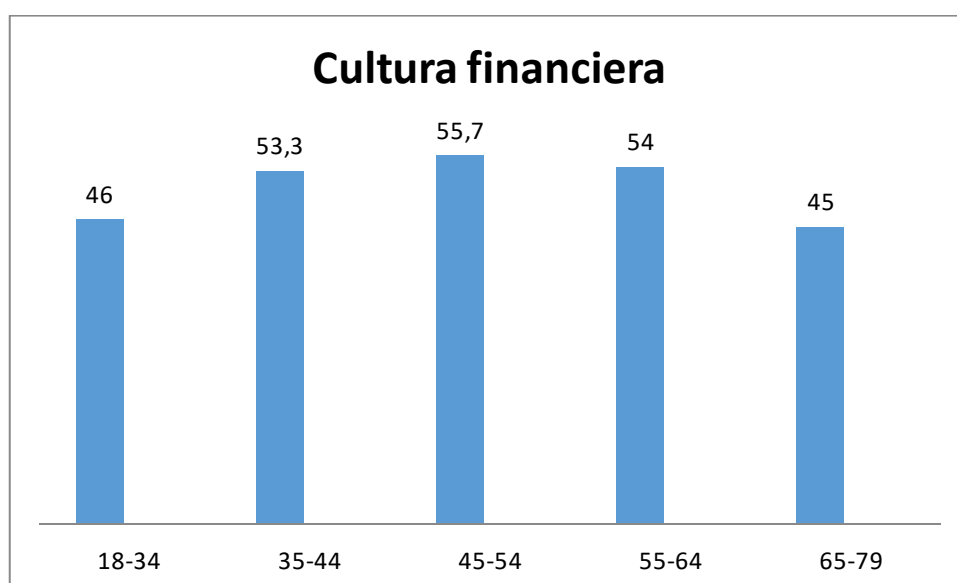
Fuente de datos: CNMV, 2016. Gráfico de elaboración propia.

Sin embargo, como consecuencia del riesgo de longevidad, los fondos de pensiones privados, que normalmente se han caracterizado por su perfil conservador a la hora de invertir, podrían comenzar a asumir mayores riesgos en busca de una mayor rentabilidad con el objetivo de poder hacer frente a los pagos de la fase de distribución (BofA Merrill Lynch, 2014).

Por otra parte, los fondos de **gestión de patrimonio** también van a salir beneficiados del envejecimiento poblacional, pues tan solo en Estados Unidos, aproximadamente 30 trillones de dólares en activos financieros y no financieros pasarán de estar en las manos de los Baby Boomers a la siguiente generación, la generación X, en los próximos 30-40 años (Sigalos, 2018).

Finalmente, en cuanto a la **asesoría financiera**, en países desarrollados como Estados Unidos tan solo 4 de cada 10 personas jubiladas cuenta con un consultor o asesor financiero (Institute and Faculty of Actuaries, 2018) que les ayude a gestionar su patrimonio, sus ahorros o a gestionar sus gastos. Esto, añadido al hecho de que los conocimientos financieros de las personas suelen ser bajos, como por ejemplo, en España donde el 46% de las personas consideran que sus conocimientos financieros son bajos o muy bajos (CNMV, 2016); se presuponen como factores claves para que el campo de la asesoría financiera crezca en los próximos años.

Figura 13: Porcentaje de la población española con cultura financiera en términos de inflación, tipo de interés compuesto y diversificación del riesgo.



Fuente de datos: CNMV, 2016. Gráfico de elaboración propia.

3.7. PRODUCTOS Y SERVICIOS ANTI-EDAD

Conforme las personas envejecen, tienen que hacer frente a una mayor cantidad de prejuicios provenientes de generaciones más jóvenes que al ver que aumenta su fragilidad, los consideran menos capaces para llevar a cabo tareas con las que han lidiado la mayor parte de sus vidas. Esto, puede provocar que las personas de la economía de plata puedan sentirse infravaloradas, incluso haciéndolas sentir inseguras. Por este motivo, muchas de ellas optan por utilizar productos cosméticos anti-edad con el fin de sentirse y parecer más jóvenes, como por ejemplo tintes para el cabello o cremas antiarrugas.

Este tipo de productos son especialmente utilizados por aquellas personas de la economía de plata que aún se mantienen activas profesionalmente, es decir aquellas de un rango de edad de entre 50 y 65 años. Además, ya que las personas de este rango de edad siguen trabajando, cuentan con el poder adquisitivo suficiente como para adquirir este tipo de productos. Como consecuencia, se espera que sean la mayor fuente de crecimiento de la industria cosmética en los próximos años (BofA Merrill Lynch, 2014).

En general, hay tres motivos por los que las personas de la economía de plata se convierten en consumidores de productos anti-edad:

1. Carrera profesional: Al hacerles parecer más joven, el resto de personas en el ambiente laboral las perciben como personas más enérgicas y productivas (BofA Merrill Lynch, 2014), permitiéndoles así prolongar su carrera profesional durante un mayor número de años.
2. Amor: Cada vez hay un mayor número de personas que llegan a la mitad de su vida sin pareja sentimental, como consecuencia de un mayor número de divorcios a escala global (Datos Macro, 2017). Así, para este tipo de personas, lucir bien con el objetivo de encontrar a un compañero de vida sigue siendo muy importante para ellas (BofA Merrill Lynch, 2014), lo que les hace consumidores de este tipo de cosméticos.
3. Salud y belleza: La motivación de algunas otras personas para consumir este tipo de productos, además de para aparentar ser más jóvenes, puede ser para cuidarse y estar más sanas o simplemente para estar más a gusto ellas mismas con su aspecto físico.

De esta manera, el mercado de productos y servicios anti-edad como las cremas antiarrugas, cirugía plástica o implantes de cabello; se estima que alcanzará un tamaño de 192 billones en este presente 2019, creciendo así a una tasa anual compuesta de alrededor del 8% desde 2013, cuando tenía un tamaño aproximado de 122 billones de dólares (Transparency Market Research, 2014). Dentro de este mercado, el segmento más grande está representado por los productos de cuidado de la piel, los cuales son principalmente consumidos (el 34%) por mujeres mayores de 60 años, las cuales consumen más del doble en este tipo de productos que las mujeres menores de 25 años (L'Oreal, 2008).

4. CONCLUSIÓN

Sin duda, el envejecimiento poblacional trae consigo múltiples oportunidades de negocio e inversión para todas aquellas personas que se centren en satisfacer las necesidades de las personas que forman parte de la economía de plata. Así, sectores como el farmacéutico, el de urbanización, el de nutrición, el tecnológico, el financiero y el turístico son algunos ejemplos de sectores que se van a ver beneficiados en términos de crecimiento como consecuencia de este hecho demográfico.

Además, el hecho de que hay una probabilidad alta de que en algún momento de sus vidas las personas mayores necesiten ayuda en diferentes áreas (BofA Merrill Lynch, 2014), invita a pensar que una buena manera de aprovechar este cambio demográfico emprendiendo e innovando, sería atendiendo todas aquellas tareas con las que este segmento de la población tiene problemas o que les resultan tediosas de hacer, a través de una gestoría que podría ofrecer los servicios y asesoramiento en los campos como el financiero, legal, tecnológico y el general, a cambio de una tarifa mensual:

- ❖ **Servicios financieros:** Entre los servicios financieros que se podrían ofrecer destacan el asesoramiento financiero, la gestión y generación de ahorro y la elaboración de la Declaración de la Renta:
 - Asesoramiento financiero adaptado a los objetivos, necesidades, circunstancias y al horizonte temporal del cliente, y de manera continuada con el fin de tomar decisiones teniendo en cuenta el nivel de aceptación de riesgo de los clientes. Además, al ser una gestoría independiente, el asesoramiento estaría exento de conflictos de interés.
 - Gestión del ahorro, a través de la selección e inversión en aquellos productos financieros que se ajusten al perfil de riesgo que las personas de la tercera edad, y que sean líquidos con el fin de garantizar a los clientes un flujo de ingresos periódico que garantice su estándar de calidad de vida. Para ello, y dado que el perfil de riesgo de este segmento de la población suele ser bajo, la mayoría de las inversiones serían en renta fija y en acciones de empresas estables con un pago de dividendos por acción elevado.

- Generación de ahorro, dado que cualquier forma de ahorro, por pequeña que sea, puede tener un gran impacto en la mejora de la calidad de vida de las personas mayores, la gestoría también ofrecería un servicio de investigación, comparación y selección de los mejores proveedores en cuanto a la relación calidad-precio de servicios básicos como el tener agua, luz, gas, electricidad, línea telefónica o Internet, el precio de los seguros o las mejores opciones a la hora de hacer la compra.
 - Declaración de la Renta: Al ser la Declaración de la Renta una de las tareas anuales más tediosa de elaborar, la gestoría ofrecería a sus clientes la posibilidad de llevarla a cabo.
- ❖ **Servicios legales:** Dentro de los servicios legales que se ofrecerían, destacan el derecho de nuda propiedad y la elaboración de testamentos y herencias:
- Nuda propiedad: Mediante el ejercicio del derecho de nuda propiedad las personas mayores tienen la posibilidad de vender su vivienda y continuar viviendo en ella hasta su fallecimiento. De esta manera, gracias al dinero que reciben a través de la venta pueden vivir bien hasta que fallezcan.
 - Testamentos y herencias: Ayudar a otorgar testamento es un servicio esencial para las personas mayores, pues es el medio que permite que su patrimonio lo hereden las personas que desean y además, evita posibles conflictos entre sus familiares y sus seres queridos.
- ❖ **Servicios tecnológicos:** Dentro del área de la tecnología se ofrecería tanto educación como asesoramiento tecnológico:
- Educación tecnológica: La disrupción tecnológica que ha tenido lugar en los últimos años ha creado una brecha digital que afecta especialmente a las personas de la tercera edad. De esta manera, con el fin de que estas personas no se conviertan en marginados digitales, la gestoría podría actuar como puente entre las personas mayores y cursos de educación digital.
 - Asesoría tecnológica: Además, dado que muchas de estas personas afectadas por la brecha digital tienen problemas para llevar a cabo algunas tareas digitales

básicas, como mandar un email o subirle el brillo a la pantalla del móvil, en la gestoría también se ofrecería atención y solución para esos problemas.

❖ **Servicios generales:** Además de los servicios mencionados anteriormente, la gestoría también podría ofrecer otro tipo de servicios como el de reparaciones, el de gestión de tareas del hogar, el de selección de cuidadores, el de anti estafas y el de emergencias:

- Reparaciones: A través de este servicio, la gestoría ofrecería la posibilidad a sus clientes de ocuparse de tareas que les puedan costar llevar a cabo, bien por desconocimiento o bien por limitaciones, como arreglar un grifo o cambiar bombillas.
- Gestión de tareas del hogar: Mediante esta característica, se les ofrecería a los clientes la posibilidad de tener a su disposición profesionales que les ayuden a llevar a cabo tareas domésticas, como limpiar o cocinar.
- Selección de cuidadores: En el caso de que los clientes tuviesen algún tipo de limitación y necesitasen una persona que los atendiese y ayudase durante las 24 horas del día, la gestoría pondría a su disposición una serie de candidatos con capacidad de adaptación a sus necesidades.
- Servicio anti-estafas: Desafortunadamente, hay un gran número de personas que tratan de aprovecharse de la ingenuidad de algunas personas mayores a través de estafas como ir a sus casas a revisar el gas durante media hora por lo que cobran más de 100 euros, o estafas por Internet en las que les piden el número de tarjeta de crédito a cambio de presuntos regalos. Por ello, desde la gestoría se les informaría de las estafas detectadas, se les enseñaría a identificarlas y también administraría las visitas de técnicos profesionales a sus casas, con el fin de reducir el número de estafas.
- Servicio de emergencias: Mediante este servicio, los clientes de la gestoría tendrían a su disposición las 24 horas del día una línea telefónica a la que podrían llamar en caso de tener cualquier tipo de urgencia.

Las posibilidades de crecimiento de un negocio enfocado en las necesidades de la tercera edad, son muy grandes gracias a la posibilidad de venta cruzada de servicios,

que permitirían abarcar cada vez más tareas por cliente, mejorando así la calidad de vida de estos.

Sin embargo, para tener éxito en un modelo de negocio como este, logrando tener más clientes y llevando a cabo más tareas para cada uno de ellos, es indispensable generar confianza y ser completamente transparente con los clientes en cualquier tipo de servicio. Por este motivo, se necesitan unos códigos éticos muy exigentes y unos valores inquebrantables transmitidos por todos los empleados de la gestoría.

Así, la honestidad, la empatía y las ganas de ayudar y mejorar las vidas de estas personas, junto con actuar siempre con la mejor de las intenciones, poniendo sus intereses siempre por delante de los de la empresa, especialmente en el campo financiero; son clave no solo a la hora de ganarse la confianza de este segmento de población, sino también a la hora de dar un gran servicio al cliente.

5. BIBLIOGRAFÍA

- AARP & Oxford Economics. (2016): *The longevity economy, how people over 50 are driving economy and social value in the US*. Estados Unidos.
- AARP. (2017): *Travel Research: 2018 Travel Trends*. Estados Unidos.
- AARP. (2018): *2018 Home and Community Preferences Survey: A National Survey of Adults Age 18-Plus Chartbook*. Estados Unidos.
- Aging in Place. (2019): *IoT and seniors*. <https://www.aginginplace.org/iot-and-seniors/> [Último acceso 27 de marzo de 2019].
- American Cancer Society. (2018): *Lifetime Risk of Developing or Dying from Cancer*. https://www.cancer.org/cancer/cancer-basics/lifetime-probability-of-developing-or-dying-from-cancer.html#written_by [Último acceso 17 de marzo de 2019].
- American Gaming Association (AGA). (2013): *State of the States: The AGA Survey of casino entertainment*. Estados Unidos.
- American Heart Association. (2016): *Older Americans & Cardiovascular Diseases: Statistical Fact Sheet 2016 Update*. Estados Unidos.
- Amplifon. (2017): *Annual Report 2017*. Italia.
- Amplifon. (2019): *Industry and market trends: A highly attractive market*. <http://corporate.amplifon.com/industry-market-trends> [Último acceso 18 de marzo de 2019].
- Anovum. (2018): *Eurotrak UK 2018: Results*. Reino Unido.
- Anzilotti, E. (2017): *Our Aging Population Can Be An Economic Powerhouse – If We Let It*. Fast Company. <https://www.fastcompany.com/3068543/our-aging-population-can-be-an-economic-powerhouse-if-we-let-it> [Último acceso 20 de febrero de 2019].
- Ayuntamiento de Madrid. (2019): *Comida a domicilio para mayores*. <https://sede.madrid.es/porta/site/tramites/menuitem.62876cb64654a55e2dbd7003a8a409a0/?vgnnextoid=e426ef82e1bed010VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=61eba38813180210VgnVCM100000c90da8c0RCRD&vgnnextfmt=default> [Último acceso 26 de abril de 2019].

- Bailey, RL, Gahche JJ, Miller PE, Thomas PR y Dwyer JT. (2013): *Why US Adults Use Dietary Supplements*. JAMA Intern Med. 2013; 173(5): 355-361. Estados Unidos.
- Bank of America, Merrill Lynch (2014): *The silver dollar – Longevity revolution primer*. Estados Unidos.
- CBRE. (2018): *Senior Housing: Market Insight 2018 Q2 Review*. Estados Unidos.
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC). (2018): *Arthritis-Related Statistics*. https://www.cdc.gov/arthritis/data_statistics/arthritis-related-stats.htm [Último acceso 17 de marzo de 2019].
- Centers for Disease Control and Prevention National Center for Health Statistics (CDC). (2017): *With chartbook on long-term trends in health*. Estados Unidos.
- CNBC Television. (2018): *Aging in place*. [Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=64wIWVUnCog&t=40s> [Último acceso 23 de marzo de 2019].
- CNMV. (2016): *Encuesta de competencias financieras*. España.
- Datos Macro. (2017): *Divorcios*. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/divorcios> [Último acceso 28 de marzo de 2019].
- Family Caregiver Alliance (FCA). (2015): *Selected Long-Term Care Statistics*. <https://www.caregiver.org/selected-long-term-care-statistics> [Último acceso 31 de marzo de 2019].
- Grand View Research. (2016): *Incontinence and ostomy care products market to grow at a CAGR of 5.2% from 2013 to 2020*. <https://www.grandviewresearch.com/press-release/incontinence-and-ostomy-care-products-market> [Último acceso 18 de marzo de 2019].
- Heartside Senior Living. (2019): *Nursing Home vs Assisted Living*. <https://www.hearthsideseniorliving.com/nursing-home-vs-assisted-living/> [Último acceso 31 de marzo de 2019].
- Hexa Reports. (2013): *Cancer Drugs & Treatments Market Data, Global Insights, Share, Size, Emerging Trends, Growth, Analysis and Forecasts to 2023*. Canadá.

- IBISWorld. (2018): *Remodeling Industry in the US*. Estados Unidos.
- IBISWorld. (2019): *Nursing Care Facilities Industry in the US*. Estados Unidos.
- IEB. (2018): ¡Situación de nuestro sistema público de pensiones! <https://www.ieb.es/situacion-de-nuestro-sistema-publico-de-pensiones/> [Último acceso 23 de abril de 2019].
- Institute and Faculty of Actuaries. (2018): *Can we help consumers avoid running out of money in retirement?* Reino Unido.
- International Monetary Fund, Monetary and Capital Markets Department. (2012): *Global Financial Stability Report, April 2012: The Quest for Lasting Stability*. Estados Unidos.
- Inverco. (2019): *Modalidades de planes y fondos de pensiones*. <http://www.inverco.es/28/0/94> [Último acceso 24 de mayo de 2019].
- Joint Center for Housing Studies of Harvard University (JCHS). (2017): *Homeowner improvement expenditures by project type*. Estados Unidos.
- L’Oreal. (2008): *Annual Report 2008*. Francia.
- Mckinsey. (2013): Cashing in on the booming market for dietary supplements <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/cashing-in-on-the-booming-market-for-dietary-supplements> [Último acceso 26 de abril de 2019].
- National Alliance for Caregiving (NAC) y AARP. (2015): *Caregiving in the US. 2015 Report*. Estados Unidos.
- National Center for Health Workforce Analysis. US Department of Health and Human Services. (2002): *Projected Supply, Demand and Shortages of Registered Nurses: 2000-2020*. Estados Unidos.
- National Prevention, Health Promotion, and Public Health Council. US Department of Health and Human Services. (2016): *Healthy aging in action: Advancing the national prevention strategy*. Estados Unidos.
- Neal, M. y DeLaTorre, A. (2016): *The Case for Age-Friendly Communities*. Institute on Aging Publications. Paper 20. Estados Unidos.
- NorteHispana. (2016): *¿Qué es el riesgo de longevidad?* <https://www.nortehispana.com/blog/riesgo-de-longevidad/> [Último acceso 24 de mayo de 2019].

- Okamoto, Y. (2014): *Japan's innovation strategy toward Asia*. Policy Research Institute, Ministry of Finance. Vol. 10, No.1. Japón.
- Pew Research Center. (2016): *Most older adults want to age in place*. https://www.pewsocialtrends.org/2016/02/18/smaller-share-of-women-ages-65-and-older-are-living-alone/st_2016-02-18_older-adult_0-02/ [Último acceso 31 de marzo de 2019].
- PWC. (2011): *Global Gaming Outlook*. Reino Unido.
- Roberts, P. y Mehlman, K. (2018): *What does Population Aging Mean for Growth and Investments?* Volumen 1.1. Estados Unidos.
- Rothschild. (2018): *Investment views: The silver economy*. Issue 3 Fourth Quarter 2018. Francia.
- Rovner, M. (2013): *The next generation of American giving: The charitable habits of generations X, Y, Baby Boomers and Matures*. Blackbaud. Estados Unidos.
- Salomali, A. (2006): *Public pension expenditure in the EPC and the European Commission projections: an analysis of the projection results*. European Economy Economic Papers N° 268. December 2006. Bélgica.
- Sigalos, M. (2018): *\$68 trillion is about to change hands in the US*. CNBC. <https://www.cnbc.com/2018/11/20/great-wealth-transfer-is-passing-from-baby-boomers-to-gen-x-millennials.html> [Último acceso 1 de marzo de 2019].
- Smith, K. (2001): *Cruise Vacations for Mature Travelers*.
- Stefanik, M. (2013). *Modelling the economic potential of the silver economy*. Neujobs Working Paper No. D12.3.
- The Gerontological Society of America (GSA). (2018): *Longevity Economics, leveraging the advantages of an Aging Society*. Estados Unidos.
- The World Bank. (2011): *From Farm to Firm: Rural-Urban Transition in Developing Countries*. Estados Unidos.
- Tomioka, K. Kurumatani, N. y Hosoi, H. (2017): *Beneficial effects of working later in life on the health of community-dwelling older adults*. Geriatrics and Gerontology International.
- Transparency Market Research. (2014): *Anti-aging market (Anti-wrinkle products, hair color, hair restoration treatment, breast augmentation and Radio*

frequency devices) – Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast, 2013-2019. Estados Unidos.

- Transparency Market Research. (2018): *Pharmaceutical Market Research Report: Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends and Forecast 2017-2025.* Estados Unidos.
- Turner, J. y Hughes, G. (2008): *Large Declines in Defined Benefit Plans are not inevitable: The experience of Canada, Ireland, the United Kingdom, and the United States.* Pensions Institute. Discussion Paper PI-0821. Reino Unido.
- Ujikane, K. Kuwako, K. y Schneider, J. (2016): *60 seen as too young to retire in aging, worker-short Japan.* The Japan Times. <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/07/15/national/60-seen-young-retire-aging-worker-short-japan/> [Último acceso 20 de febrero de 2019].
- United Nations Population Fund. (2019): *Population Dashboard* <https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard> [Último acceso 20 de febrero de 2019].
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2017): *World Population Prospects: The 2017 Revision, Key Finding and Advanced Tables.* Estados Unidos.
- United Nations. (2017): *World Population Prospects 2017.* <https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Population/> [Último acceso 1 de abril de 2019].
- Vivo Emprendiendo. (2019): *¿A qué generación perteneces?* <https://vivoemprendiendo.com/2016/02/23/a-que-generacion-perteneces/> [Último acceso 23 de enero de 2019].
- Will, A. (2015): *Aging in Place: Implications for Remodeling.* Joint Center for Housing Studies of Harvard University. Estados Unidos.
- Willis Towers Watson. (2018): *Global pension assets study 2018.* Thinking Ahead Institute. Febrero 2018. Irlanda.
- World Health Organization (WHO). (2012): *WHO Global estimates on prevalence of hearing loss.* Suiza.

- World Health Organization (WHO). (2017): *Cardiovascular diseases (CVDs): Key Facts*. [https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/cardiovascular-diseases-\(cvds\)](https://www.who.int/en/news-room/fact-sheets/detail/cardiovascular-diseases-(cvds)) [Último acceso 15 de marzo de 2019].
- World Health Organization (WHO). (2018): *Cancer: Key Facts*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/cancer> [Último acceso 17 de marzo de 2019].
- World Health Organization (WHO). (2018): *The top 10 causes of death*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death> [Último acceso 15 de marzo de 2019].