



¿Y si una sociedad de mayores estimulase el crecimiento económico en lugar de ser un lastre?

Los autores de *La revolución de las canas* así lo ven. Aquí nos explican sus razones y las oportunidades de negocio en la nueva economía del envejecimiento.

POR [PILAR ALCÁZAR MOLERO](#)
13/12/2018



España envejece. Hay menos nacimientos y la esperanza de vida es mayor. Es algo que sucede en todo el mundo desarrollado y que hasta ahora se ha abordado pensando en los problemas que un cambio tan radical de la configuración de la pirámide poblacional supone para nuestra economía y

que algunos ven como una gran oportunidad. En línea se pronuncian Iñaki Ortega, director de Deusto Business School y Antonio Huertas, presidente de Mapfre, en su libro *La revolución de las canas* en el que ponen nombre a esta nueva economía del envejecimiento: Ageingnomics.

“Esta idea viene de una investigación académica que hicimos Deusto Business School y el departamento de estudios de Mapfre. Entendemos que detrás del alargamiento de la vida además de una cosa muy buena, que es que vivimos más y con más calidad de vida, hay más oportunidades. El estudio demuestra varias cosas: una, que si tienes más calidad de vida, puedes trabajar más y si hay más gente trabajando crece la economía. Dos, si hay más gente trabajando y la gente cada vez está más preparada, la gente es cada vez más productiva. Y tres, que surgen nuevos nichos de actividad económica porque la gente de esa edad está cada vez más satisfecha con su vida”, explica Iñaki Ortega.



Iñaki Ortega (izquierda) y Antonio Huertas, autores de *La revolución de las canas*.

123Planeta

UNA ECONOMÍA DE MAYORES

El libro recoge términos como juvenescencia, senescencia, progeria, gerociencia, epigenética, healthspan, viejennials, silvers, antiaging... a los que nos vamos a tener que acostumbrar para pensar en esta economía dominada por mayores que puede asustar o ilusionar según con los ojos que se miren. “Aparece una nueva realidad económica inédita en la

historia, que es la mayoría de la población es mayor, cuando hasta ahora la mayoría era joven. Si a eso unes que la población mayor tiene más ingresos, porque ha trabajado, tiene ciertos ahorros, y la joven no, porque el trabajo es más precario e inestable, nos encontramos que por primera vez en la historia hay mucha gente mayor y con capacidad de consumir y con calidad de vida para vivir muchos años”, continúa Ortega, y matiza: “El 40% del consumo lo hacen personas de más de 60 años. Y a partir de esa realidad, hemos identificado nichos de empleo, nichos de actividad económica que pueden surgir. Por ejemplo, alrededor del ocio, del turismo, de la salud, de la vivienda, de la educación, la tecnología, de las finanzas, los seguros... y en general del consumo de bienes”.

¿QUÉ TIPO DE OPORTUNIDADES?

“En turismo, por ejemplo, el sector que más va a crecer es el de los mayores. Una persona de 60 años hoy lo que quiere es irse a Copenhague y conocerla en bicicleta, por ejemplo. Pueden hacer ese viaje en bicicleta eléctrica porque la cogen habitualmente y es lo que les apetece. O viajes de aventuras adaptados a ellos. La industria de viajes y de ocio no se ha enterado de que la mayoría de la población va a tener más de 60 años y que no quieren los productos que se ofrecían hace 20 años a los de 60. Quieren otros. Y esos productos, o son adaptados de los que se ofrecen a jóvenes, o son nuevos, diseñados e implementados para ellos. Hay que hacer productos a medida de los mayores y campañas de marketing a su medida. Ese es el reto que tienen por ejemplo en el turismo. Y en el ocio exactamente igual. Parece que si tienes más de 60 años tu ocio tiene que ser un concierto de ópera o ir a un balneario, cuando hay una gran mayoría que acude a conciertos de rock, de jazz o de blues. La edad media de quienes van al Oktoberfest o a los conciertos de los Rolling Stones y de ACDC es de más de 55 años”.

Pero no todo pasa por ocio. Hay también muchas oportunidades en torno a su día a día por la falta de oferta existente para necesidades muy concretas. En salud, por ejemplo. “Productos anti envejecimiento, terapias alternativas, servicios preventivos... También casas y ciudades más adaptadas a sus necesidades. Aceras más anchas, lugares públicos donde estar, permitir que los coches eléctricos puedan llegar hasta su casa, un mayor ejercicio de transporte público...”, comenta Ortega. Y algo que todavía no se ha empezado ni a desarrollar: formación para mayores. “Si vamos a vivir hasta los 90 y vamos a trabajar hasta los 70, porque vamos a tener salud, lo que estudiamos con 20 no nos vale. Un nicho claro que

todas las instituciones educativas tienen que ver y han visto es la formación continua, los postgrados, los másteres, la educación ejecutiva, etc. para adultos. Tenemos que reinventarnos tres o cuatro veces en nuestras carreras profesionales y eso supondrá volver a la escuela, a la universidad, a las escuelas de negocios. Porque las especialidades cambian mucho. Nadie sabía lo que era el big data hace cinco años. Ni el blockchain. Ni la inteligencia artificial...”.

Entre esas nuevas necesidades, Ortega destaca el coaching inverso. “Que los jóvenes ayuden a los seniors a entender el mundo digital. En lugar del coaching al que estamos acostumbrados, en el que un directivo ayuda a un joven o un directivo senior ayuda a un directivo de mediana edad para que se desarrolle profesionalmente, ahora también hay que hacer un coaching inverso. Muchos seniors a cómo desenvolverse en el mundo digital”.

EMPRENEDORES SENIOR

La forma de trabajar de estos adultos posiblemente tendrá que adaptarse con fórmulas nuevas. “Vamos a seguir siendo útiles mucho más tiempo pero quizás no con jornadas de ocho horas, sino con otras fórmulas. Puede ser trabajo a tiempo parcial, asesorías, consultoría o emprendimiento. Hoy ya hay más emprendedores de más de 50 que de menos de 25. Y nos empeñamos en decir que los emprendedores son jóvenes. El GEM ha hecho un monográfico sobre emprendimiento senior en todo el mundo –se refiere a *El Informe Especial GEM (Global Entrepreneurship Monitor) sobre Emprendimiento Senior*– que profundiza en este cambio”.