



LA ECONOMÍA SÉNIOR ES UNA ECONOMÍA DE OPORTUNIDADES

TEXTO **JAVIER FERNÁNDEZ @JFG68** | FOTOGRAFÍAS **MAPFRE**

Fundación MAPFRE ha creado el **Centro de Investigación Ageingnomics** para analizar en positivo la longevidad, y canalizar lo que se denomina “economía silver” hacia la creación de oportunidades que contribuyan al crecimiento y a la generación de empleo. Al frente del centro se sitúa Juan Fernandez Palacios, uno de los mayores expertos de España en ahorro ya que toda su vida laboral ha estado relacionada con el análisis e impulso de los seguros de vida. Inspector de Seguros en sus inicios, después ha desarrollado la mayor parte de su carrera en MAPFRE donde hasta finales de 2020 ha sido consejero delegado de MAPFRE Vida. Ahora, liberado de la gestión empresarial, lidera este centro con su visión actuarial, imprescindible cuando hablamos de ahorro-futuro, y su enorme capacidad de impulsar ideas y equipos.



MÁS INFORMACIÓN EN
[HTTPS://AGEINGNOMICS.FUNDACIONMAPFRE.ORG/](https://ageingnomics.fundacionmapfre.org/)

ENTREVISTA A JUAN FERNÁNDEZ PALACIOS

Juan Fernández Palacios interviene en la presentación del Centro de Investigación Ageingnomics de Fundación MAPFRE

¿Por qué Fundación MAPFRE ha creado este Centro de Investigación Ageingnomics y en este momento?

En MAPFRE siempre hemos pensado que el aumento de la longevidad y la mejora paralela en las condiciones de vida constituía un cambio estructural que impacta en la mayoría, si no en todos, los sectores de la actividad económica. Después de varios años impulsando desde la compañía trabajos de análisis y eventos orientados a la identificación de dichos impactos y sus consecuencias económicas y sociales, conjuntamente con la Universidad de Deusto, constatamos que el fenómeno iba a más; por eso, en 2020 se llegó a la conclusión de que era necesario darle un impulso al análisis y creación de propuestas sobre el envejecimiento, enriquecido también con una aproximación más académica, y que su entorno más adecuado era en Fundación MAPFRE, que tiene entre sus objetivos la educación financiera y la divulgación de la cultura aseguradora.

¿Cuáles son sus objetivos?

El Centro de Investigación Ageingnomics aspira a proyectar una mirada positiva sobre el fenómeno del envejecimiento poblacional, ayudando a los ciudadanos, empresas e instituciones a aprovechar las oportunidades que el mismo ofrece. Se trata de identificar e impulsar vías de desarrollo económico y social asociadas al reto demográfico, desde una perspectiva exenta de todo ánimo de lucro, de ahí su ubicación en Fundación MAPFRE.

¿En qué líneas de actuación va a poder aportar y a qué público se dirigen?

La que ya he comentado de divulgación, investigación y apoyo a proyectos emprendedores de impacto social. Con nuestra labor divulgadora aspiramos a concienciar a los ciudadanos sobre el potencial que ofrece la demografía y ayudar a superar el síndrome paternalista respecto a los mayores. A través de los trabajos de investigación que ya estamos impulsando trataremos, entre otros aspectos, de medir la contribución de los sénior a la economía y monitorizar su evolución, además de líneas de mejora en aspectos concretos de la vida de las personas. Por último, incentivaremos a través de instrumentos como los Premios a la Innovación Social de Fundación MAPFRE la puesta en marcha de proyectos de emprendimiento, procurando acompañar a aquellos que puedan ser económicamente viables.

¿Qué es un sénior?

Es una buena pregunta, que no tiene una respuesta unívoca. A veces se asocia el término sénior con los adultos expertos en alguna profesión o actividad que han dejado de ser juniors, y otras con las personas mayores necesitadas de cuidados. Para nosotros sénior son aquellos individuos que han alcanzado una

edad madura, que convenimos en situar, con flexibilidad, por encima de los 55 años; lo que viene denominándose la generación de las canas. A su vez, dentro de ese segmento diferenciamos cuatro categorías principales: los sénior plenamente integrados en el mundo laboral, profesional o empresarial; los que han entrado en una situación de dedicación parcial a esas actividades; quienes han cesado totalmente en las mismas, manteniendo buenas condiciones físicas con plena autonomía personal; y aquellos que por su edad y situación de salud necesitan parcial o totalmente de cuidados de otras personas o instituciones.

¿Por dónde cree que hay que empezar?

Lo primero, como comentábamos, es cambiar la visión sobre un segmento de edad que hasta hace poco se daba por amortizado; todavía vemos como en muchas empresas, por diversas razones, se posterga a aquellos trabajadores que han superado cierta edad. Hay mucho recorrido hacia el aprovechamiento del talento sénior en el ámbito laboral y profesional; para ello es importante la concienciación de los agentes sociales, pero también una acción de las administraciones públicas orientada a flexibilizar el acceso a la jubilación y a favorecer la prolongación de la vida activa por aquellos ciudadanos que así lo decidan.

10 CLAVES QUE DEFINEN AL CONSUMIDOR SENIOR

CUENTAN CON **PODER ADQUISITIVO**

POSEEN LA SEGURIDAD DE SER **PROPIETARIOS**

DISPONEN DE CAPACIDAD DE **AHORRO** PESE A LA CRISIS

SON **OPTIMISTAS** FRENTE A SU SITUACIÓN FUTURA

SON **TECNOLÓGICOS**

PREFIEREN SEGUIR VIVIENDO EN SUS **HOGARES**

ESTÁN PREPARADOS PARA **VIVIR MÁS Y MEJOR**

SON UN **MOTOR TURÍSTICO**

MANTIENEN SUS PRIORIDADES DE GASTO CON LA EDAD

EN 2021 ESPERAN AUMENTAR SU GASTO

¿Qué sectores van a salir beneficiados si hacemos las cosas bien, en términos de oportunidades, de crecimiento y de empleo?

Todos ganan, de una u otra manera, si hacemos las cosas bien y nos preparamos para esta revolución que supone vivir más años y con mayor calidad de vida. La economía sénior va a impactar en la mayoría de los sectores de actividad y es una economía de oportunidades, tanto por el lado de la demanda como por el de la oferta. Los sénior ya constituyen un motor económico; como ha puesto de manifiesto uno de los primeros trabajos del centro, el primer Barómetro del Consumo Sénior, este segmento de la población cuenta con poder adquisitivo (el 55% viven en hogares en los que al menos dos personas aportan ingresos mensualmente), un 90% son propietarios de su vivienda, el 56% dispone de capacidad de ahorro y, algo muy importante para nuestro país, son un motor turístico. Se trata de impulsar el aprovechamiento

de esos recursos en términos de crecimiento y de empleo.

¿Cómo se financia una economía cuando un tercio de su población está jubilado o semijubilado?

El sostenimiento de la demanda procedente de este sector de la población, cada vez más numeroso,



El acto de presentación del Centro de Investigación Ageing Economics de Fundación MAPFRE, celebrado el 10 de diciembre, contó con la presencia de Teresa Ribera, vicepresidenta cuarta y ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, en la foto junto a Antonio Huertas, presidente de Fundación MAPFRE, Ignacio Baeza, vicepresidente de Fundación MAPFRE, Juan Fernández Palacios, CEO de MAPFRE Vida, e Iñaki Ortega, director de Deusto Business School Madrid.

requiere la disposición por parte del mismo de un nivel de renta suficiente. De ahí la importancia de contar con sistemas de pensiones y ahorro para la jubilación, públicos y privados, robustos y sostenibles, lo que constituye una asignatura pendiente de resolver en nuestro país. En esa línea, impulsar el círculo virtuoso de utilización de recursos que hasta ahora no se aprovechaban, con la consiguiente generación de nuevas fuentes de renta, se presenta como una de las vías de solución de efectos más inmediatos. Es decir, tenemos que asegurarnos hoy de que los actuales trabajadores van generando ahorro para ese futuro longevo que les espera después de la jubilación.

LOS SÉNIOR SON UNA GENERACIÓN CON PODER ADQUISITIVO, ACTIVOS Y ALTAMENTE TECNOLÓGICOS, SE CUIDAN Y SON UNA GARANTÍA DE CONSUMO EN MOMENTOS DE CRISIS

¿Puede ser la longevidad nuestro mejor recurso natural, y convertirnos en el país de referencia para ese modelo de sociedad adaptada a jóvenes mayores de 70 años?

Es esa una visión muy interesante. En un país como el nuestro, con una esperanza de vida de las más altas del mundo y unos niveles crecientes de vida saludable, acompañados, desafortunadamente, con una de las tasas de natalidad más bajas, la masa creciente de población sénior se convierte en una fuente

de riqueza, un bono demográfico, que no podemos desaprovechar. Y no se trata sólo de hacer de la necesidad virtud, digamos a nivel



macroeconómico, sino también de ofrecer oportunidades de realización y desarrollo vital a los individuos y a las familias.

¿La pandemia ha frenado a la demografía?

El tremendo impacto de la pandemia en nuestra generación más mayor tiene necesariamente que notarse en los índices de supervivencia y habrá producido sin duda un efecto de reducción de la esperanza de vida en términos estadísticos. Pero estoy convencido de que el efecto va a ser coyuntural y que no alterará la tendencia estructural a la mejora de la longevidad. Es más, en mi opinión, la pandemia ayuda a entender mejor este fenómeno, directamente ligado a la mejora de la higiene social y a los avances en la vacunación y medios de diagnóstico y tratamiento de las enfermedades. Las UCI, los respiradores, las medicinas de que hoy disponemos, junto al rápido desarrollo de las vacunas contra la COVID-19, ilustran por qué los seres humanos llevan décadas venciendo a las enfermedades y alargando la duración de la vida.

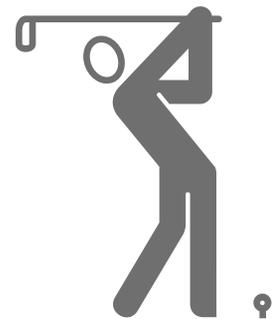


LOS 4 TIPOS DE SEÑOR

MAYORES DE 55 AÑOS PLENAMENTE INTEGRADOS EN EL MUNDO LABORAL, PROFESIONAL O EMPRESARIAL

LOS QUE HAN ENTRADO EN UNA SITUACIÓN DE **DEDICACIÓN PARCIAL** A ESAS ACTIVIDADES

NO TRABAJAN PERO MANTIENEN **BUENAS CONDICIONES FÍSICAS** CON PLENA AUTONOMÍA PERSONAL



AQUELLOS QUE POR SU EDAD Y SITUACIÓN DE SALUD **NECESITAN PARCIAL O TOTALMENTE DE CUIDADOS** DE OTRAS PERSONAS O INSTITUCIONES