

# MONITOR DE EMPRESAS DE LA ECONOMÍA SÉNIOR

2023

Resumen ejecutivo

## INTRODUCCIÓN

En diciembre de 2020 nace el **Centro de Investigación Ageingnomics en el seno de Fundación MAPFRE**. El centro tiene por objeto el estudio y promoción de la llamada “generación de las canas”, que se sitúa entre los 55 y los 75 años de edad. Son aquellas personas que tienen salud y calidad de vida para seguir aportando a la sociedad con su talento, trabajo social o capacidad de consumo.

Este centro nace con la visión de conseguir que España lidere una estrategia mundial para que el alargamiento de la vida suponga oportunidades para aquellos territorios que exploren nuevos nichos económicos. Para ello, desarrolla la misión de **divulgar una mirada positiva del cambio demográfico sobre la base de las oportunidades económicas y sociales que supone el envejecimiento de la población**.

En este documento se presentan los resultados del **Monitor de empresas del mercado silver en España 2022** que ha desarrollado el Centro de Investigación Ageingnomics en colaboración con la empresa de investigación Sigma Dos. A través de este estudio se persigue **identificar las estrategias y políticas de servicios y productos que las principales entidades de nuestro país tienen en relación con las personas mayores de 55 años**.

## RESUMEN EJECUTIVO

### OBJETIVO PRINCIPAL

Medir y hacer un seguimiento anual de las empresas que cuentan con ofertas y estrategias concretas para mayores de 55 años en España.

### UNIVERSO

100 empresas MERC0 2022 (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) y 82 empresas del mercado continuo bursátil (salvo excepciones, no pertenecientes al IBEX 35 a junio de 2022).

### METODOLOGÍA

Se ha seguido una metodología que combina:

- Encuesta *online* dirigida a las empresas objetivo del estudio, con un cuestionario semiestructurado de unos 12 minutos de duración.
- *Desk Research*: rastreo a través de la documentación pública disponible de las 182 empresas.

### TRABAJO DE CAMPO

De agosto a noviembre de 2022.

### CONTROL DE CALIDAD

Certificaciones de calidad ISO 9001 e ISO 20252.

# PRINCIPALES MAGNITUDES DE LAS EMPRESAS DE LA ECONOMÍA SÉNIOR EN ESPAÑA



**46 %**

tiene actividades **DIRIGIDAS A** **≥ 55 AÑOS**

BIENES Y SERVICIOS > **7/10**

CAMPAÑAS DE MARKETING > **6/10**

DESCUENTOS > **3/10**

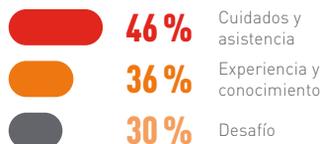


**empresas**  
en España

CANALES DE COMUNICACIÓN > **2/10**



¿A QUÉ ASOCIAN LAS EMPRESAS EL **ENVEJECIMIENTO?**



**>40 %**  
**FACTURACIÓN**  
proviene del sector sénior en el **56 %** de las empresas



**sectores más silver**

ASEGURADORAS

ASISTENCIA SANITARIA

FARMACÉUTICAS

GRAN CONSUMO

BANCA

DISTRIBUCIÓN/COMERCIO

TRANSPORTE

**36 %**

tienen previsto **DESARROLLAR ACTIVIDADES ESPECÍFICAS ≥55** en los próximos años

**33 %**

de las empresas han realizado estudios para **DETECTAR NECESIDADES SÉNIOR**

**24 %**

tienen programas de **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA ESPECÍFICOS SILVER**

**18 %**

de las empresas tienen algún **PROYECTO I+D SILVER**

# LA GENERACIÓN SÉNIOR EN ESPAÑA DE UN VISTAZO

## DEMOGRAFÍA

**16.000.000** personas de más de 55 años

**33%** población



**82 años**  
esperanza de vida



**80 años**  
hombres



**86 años**  
mujeres

**TERCERA DEL MUNDO**

20 AÑOS DE ESPERANZA DE VIDA A PARTIR DE LOS 65

## EMPLEO

**+4.000.000** señores activos

**3.600.000** señores trabajando

**+100.000** emprendedores

Los españoles son los señores europeos más emprendedores



**1/3**

autónomos

son sénior = casi **1.000.000**



**+300.000**

directivos son sénior

## ECONOMÍA



DEL GASTO  
ESPAÑOL



25%  
PIB



**8/10** poseen vivienda  
en propiedad

**+8.000.000**  
tienen planes de  
pensiones privados



Casi la **mitad**  
ahorra todos  
los meses

**11.000.000** están en internet

## PODER PÚBLICO



DEL CENSO  
ELECTORAL



Son sénior:



**1/4** diputados en  
parlamentos

**40%** consejeros  
de CC. AA.



**1/3** alcaldes



**7/10** viajan por ocio

generan **118.000.000.000 €**  
en ingresos fiscales

## DIRECCIÓN DEL PROYECTO

### ■ Centro de Investigación Ageingnomics (Fundación MAPFRE)

Juan Fernández Palacios e Iñaki Ortega Cachón

### ■ Sigma Dos

Miguel de la Fuente Sánchez y Elena de Agustín Pérez

## TIPOS DE ESTRATEGIAS

### ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS

que determinan si una empresa se dirige al mercado *silver*

Si la empresa ofrece al colectivo sénior:

- Bienes y servicios diferenciados.
- Campañas de marketing, posicionamiento o contenidos.
- Tarifas y descuentos u otro tipo de ventajas sobre bienes y servicios.
- Canales de comunicación específicos o servicios de atención preferente.

Estas son las empresas que han completado las principales variables contempladas en la investigación y que se pueden considerar EMPRESAS SILVER al cumplir alguno de estos cuatro aspectos.

### EMPRESAS MERCO



///ABANCA

L'ORÉAL

quirónsalud

MAPFRE

accenture

CaixaBank

Clínica  
Universidad  
de Navarra

endesa

Calidad  
Pascual

santalucía  
SEGUROS

bankinter.

EROSKI

P&G

BAYER

EY  
Building a better  
working world

orange

### EMPRESAS BURSÁTILES



ATRESMEDIA



BODEGAS  
RIOJANAS, S.A.

insur  
GRUPO

renta4banco

CEOP

atrys

IBERIA

ALANTRA

EcoLumber  
group

REIG JOFRE

El resto de empresas que realizan algún tipo de estrategia sénior (hasta alcanzar un 46 %) se han detectado a través del *Desk Research* a partir de información pública.

[www.fundacionmapfre.org](http://www.fundacionmapfre.org)

Paseo de Recoletos, 23  
28004 Madrid



Fundación MAPFRE y el Centro de Investigación Ageingnomics no se hacen responsables del contenido de este informe, ni el hecho de publicarlo implica conformidad o identificación con las opiniones vertidas en el mismo.

Maquetación y producción editorial:  
Cyan, Proyectos Editoriales, S.A.

Elaboración del estudio: SIGMADOS, S.L.

© 2023, Fundación MAPFRE