

LOCOMOTIVA

PESQUISA & ESTRATÉGIA



“BRASIL MADURO”

Reflexões sobre o impacto do
envelhecimento da população na
sociedade

Renato Meirelles

 + 55 11 3881-2591

 renato@ilocomotiva.com.br

 [/renatomeirelles](https://www.facebook.com/renatomeirelles)



**Essa apresentação é um convite...
Que tal olharmos o Brasil pela ótica dos brasileiros?**

**Mais importante do que os gráficos
e estatísticas é entendermos que
hoje nós vamos falar de gente!**

Hoje, $\frac{1}{4}$ da população brasileira tem 50 anos ou mais

São **47 milhões** de brasileiros

1 Espanha



46,4 milhões
de pessoas

ou

2 Austrálias



23,9 milhões
de pessoas

Em 2045 teremos

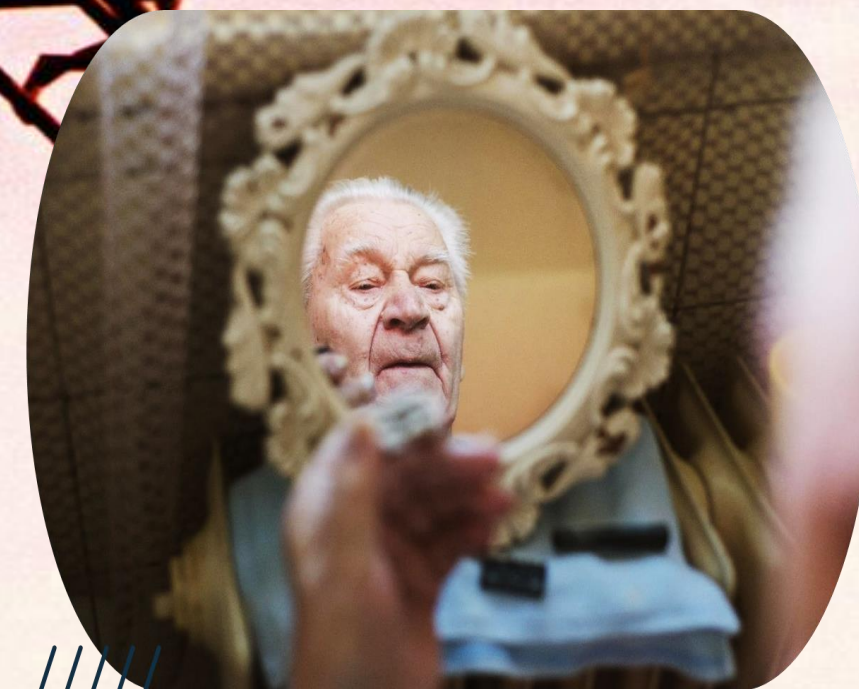
93 milhões

de brasileiros 50+



Houve uma mudança significativa no caráter simbólico do envelhecimento

Os recentes avanços da medicina trouxeram uma melhora na qualidade e na expectativa de vida e, conseqüentemente, um prolongamento da vida produtiva dos idosos.



E atualmente a imagem de uma pessoa que já passou dos 50 anos não condiz com o que era no passado

**Mas como vivem os
habitantes desse
“Brasil Maduro”**



Maior parte dos internautas com 50 anos ou mais pertencem à classe alta, e possuem um nível alto de escolaridade

Classe econômica

Classe A	28%	67%
Classe B	39%	
Classe C	31%	31%
Classe D	2%	2%
Classe E	0%	

Escolaridade

24% até fundamental
36% ensino médio
40% superior ou acima

São menos críticos em relação ao país

69% (50+) **47% (18 a 24)**

Avaliam o Brasil como um ótimo
/bom lugar para se viver

70% das pessoas com mais de 50 anos
têm mais orgulho do que vergonha de
ser brasileiro



São mais otimistas em relação a vida pessoal

42%

acham que a economia
vai piorar em 2016



63%
acham que a vida pessoal
será melhor em 2016
do que em 2015

E são tão responsáveis e abertos ao novo quanto os demais

% Entre quem têm 50 anos ou mais

85% Acreditam que tudo sempre tem um lado positivo

57% Dizem que trabalho vem sempre em primeiro lugar

38% Dizem querer experimentar coisas novas o tempo todo



Pela sociedade

58%

acreditam que a situação atual das pessoas mais velhas é melhor do que quando eram mais jovens



86%

acreditam existir preconceito contra pessoas mais velhas



**Se este impacto
populacional
não mobiliza
uma mudança
de atitude...**





Para pensarmos juntos ...

Estamos preparados para envelhecer neste país que estamos construindo?

LOCOMOTIVA

PESQUISA & ESTRATÉGIA



UM PAÍS CHAMADO “MADURO”

Reflexões sobre o impacto do
envelhecimento da população na
sociedade

Renato Meirelles

+ 55 11 3881-2591

renato@ilocomotiva.com.br

/renatomeirelles

Em um mundo que se transforma cada vez mais rápido, verdades absolutas são a todo momento destruídas, e apenas uma certeza parece segura: novas mudanças virão. Mudam as tecnologias, mudam as relações humanas, mudam os clientes, novos negócios surgem e outros tornam-se obsoletos.

No Brasil não é diferente. Mudamos muito na última década e vamos continuar mudando. O consumidor amadureceu, o cidadão ficou mais exigente e já temos uma geração inteira que nasceu conectada. Nos últimos 10 anos, mais de 10 milhões de mulheres entraram no mercado de trabalho, 53 milhões de pessoas passaram a ter acesso à Internet, 50 milhões de contas bancárias foram abertas e o país ganhou 10 milhões de universitários. Todas essas mudanças são responsáveis por um novo modo de pensar que não está necessariamente relacionado ao bolso do consumidor.

Depois de tudo isso, será que as estratégias que nos trouxeram até aqui nos levarão adiante? O Instituto Locomotiva nasce para transformar dados em estratégias e ações para que empresas, instituições públicas e organizações do terceiro setor dialoguem com esses brasileiros cada vez mais informados e exigentes.

Presidente do Instituto de Pesquisa Locomotiva. Foi fundador e presidente do Data Favela e do Data Popular, onde conduziu diversos estudos sobre o comportamento do consumidor emergente brasileiro, atendendo as maiores empresas do Brasil. Em 2012, Renato fez parte da comissão que estudou a nova Classe Média Brasileira, na Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. Considerado um dos maiores especialistas em consumo e opinião pública do país, foi colaborador do livro “Varejo para Baixa Renda”, publicado pela Fundação Getúlio Vargas e autor dos livros “Guia para enfrentar situações novas sem medo” e “Um País Chamado Favela”. Renato também é colunista da revista Brasileiros e da Exame.com.

RENATO MEIRELLES



CARLOS ALBERTO JÚLIO

Carlos Júlio é sócio e head de estratégia e inovação do Instituto Locomotiva. Foi presidente ou conselheiro independente de empresas como a Tecnisa, HSM e Polaroid do Brasil, Camil Alimentos, Aramis, Par Corretora e GSA Alimentos. Carlos Júlio é formado em administração de empresas, tendo estudado na Harvard Business School, London Business School e no IMD de Lausanne-Suíça. É autor na área de gestão e negócios com 8 livros publicados no Brasil e exterior, colunista da rádio CBN e professor na ESPM, FGV e FIA/USP.



MAÍRA SARUÊ MACHADO

Diretora de pesquisa do Instituto Locomotiva, é mestre em Sociologia e Graduada em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo (USP), possui 15 anos de experiência em pesquisa de mercado, social e acadêmica.

Já conduziu projetos para as áreas pública, privada e para o terceiro setor, com os mais distintos escopos e objetivos, utilizando metodologias qualitativas e quantitativas.

Foi diretora de pesquisa do instituto Data Popular por mais de 4 anos, onde coordenou projetos com foco em baixa renda, mulheres e idosos, entre outros segmentos.

Como gerente de pesquisa de Public Affairs na Ipsos, conduziu estudos sobre reputação corporativa e políticas públicas.

Na sua trajetória profissional, atendeu clientes como C&A, Febraban, Avon, Via Varejo, Coca-Cola, Ambev, Disney, Vivo, entre outros.

CAROLINA NACLE

Gerente de projetos do Instituto Locomotiva, é bacharel em Comunicação Social com habilitação em Propaganda e Marketing pela ESPM, com pós-graduação em Adm. de Empresas pela FAAP.

17 anos de experiência na área de marketing com destaque para o desenvolvimento de projetos e estratégias de marketing e comunicação, com utilização de todas as ferramentas: propaganda, promoção, marketing direto, internet, eventos, marketing de guerrilha e pesquisa de mercado.

Em 2002 participou da criação e lançamento do Banco ibi pela empresa C&A, início de uma longa jornada junto ao público de baixa renda.

Foi gerente de projetos do Instituto Data Popular, trabalhando com empresas como: C&A, Febraban, Via Varejo, Serasa Experian, Mongeral, Visa, Disney, entre outras.

JOÃO PAULO DE RESENDE CUNHA

Gerente de pesquisa do Instituto Locomotiva, é Bacharel em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo / Université de Paris X - Nanterre, é pós-graduado em Análise Econômica pela FIPE-USP e Master em Economia pela Université Pierre-Mendès-France.

Trabalhou em projetos de pesquisa social em instituições como DCP-USP, CEDEC e CERU/ Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento Social de São Paulo.

Foi gerente de pesquisa quantitativa do Instituto Data Popular, onde coordenou estudos para clientes como AES Eletropaulo, C&A, Grupo RBS, Editora Abril, Magazine Luiza, Bunge, Pfizer, entre outros.



Quer saber mais? Fale conosco:



(11) 3881-2591



contato@ilocomotiva.com.br



/ilocomotiva



Cadastre-se para acessar conteúdo da palestra: www.ilocomotiva.com.br