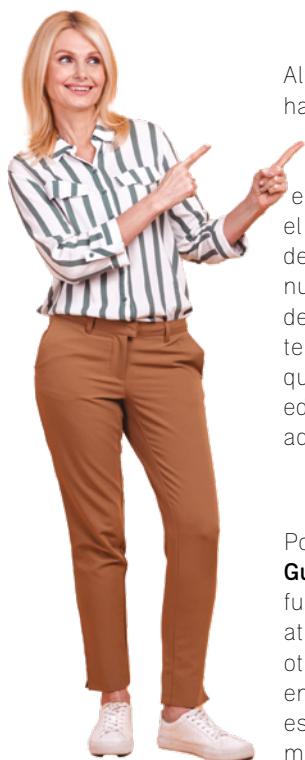


istmo *review* 19

Estimado lector: En esta edición nos enfocamos en un nuevo mundo, uno al que vamos a llegar casi sin esfuerzo. Este mundo va a ser dominado por los adultos mayores, demográficamente, por lo menos. Es una tendencia confirmada en Europa y Estados Unidos, y a la que se espera se unirá buena parte del planeta, como ya sucede en Japón y Corea, pero también en América Latina. En países preparados para ello, lo que sucede es el surgimiento de la *Silver Economy*, la Economía Plateada, en donde un grupo numeroso de mayores de 65 ejerce su poder de compra en las ciudades y se pasea por el mundo e invierte en bienes raíces, entre otras muchas actividades. En países que no estén preparados, el diagnóstico puede ser menos brillante, con temas como la soledad, la enfermedad y la pobreza como riesgo para quienes están en este grupo de edad.



Al respecto, **César Augusto Calderón** hace un recuento de todas las tendencias demográficas en juego a nivel mundial, y su influencia en los patrones de consumo. Con el surgimiento de la *Silver Economy*, deberán florecer negocios y *startups* nuevas, que atiendan los intereses de los adultos mayores, en donde el tema de la salud será más importante que entre los segmentos de menor edad, pero quizá exista más poder adquisitivo.

Por su parte, **María del Carmen Gutiérrez**, presidenta de una fundación importante que atiende a adultos mayores entre otros públicos, describe en entrevista cómo ha cambiado esta población meta. Es mucho más común hoy que las personas elijan entrar a una casa de retiro hasta pasados los 80 años que en edades más tempranas. En algunos casos, pueden alojarse aquí adultos que están activos económica y socialmente, por lo que apunta que las ciudades también deben prepararse con soluciones de movilidad más acordes con la edad de sus usuarios, por ejemplo.

Liliana Magaña se enfoca en derribar preconcepciones respecto de la edad madura, que deben tomar en cuenta gobiernos y empresas. Los mayores de 65 actualmente no quieren estar inactivos en lo laboral, ni en lo social, no están condenados a la infelicidad y no están desconectados de la innovación y los adelantos tecnológicos. La misión de la sociedad es captar y aprovechar todo ese *seniority*, llevando a estas personas a los Consejos de Administración y consultivos, para aprovechar algo que sólo se gana viviendo: la experiencia.

Para redondear este tema, es tan evidente que los adultos mayores están lejos de quedarse atrás tecnológicamente, que algunos sitios digitales buscan ofrecerles productos y servicios a través de internet y las redes sociales. **Joaquín Suárez** y su colectivo Digital Hippies están entre estos emprendedores, que buscan hablarle a este segmento y comparte sus experiencias en entrevista.

Giroscopio siempre vale la pena, pero hay que destacar el reportaje sobre los nuevos estilos de viaje, y el texto de **Héctor Zagal**, sobre cómo el arte no sólo representa, sino a veces contribuye a alterar nuestra realidad.

En entrevista, **Bárbara Diego** una empresaria que desde temprano descubrió su vocación por atender a los adultos mayores, señala que hay que luchar contra el edadismo económico y social. Empieza por apuntar a un hecho importante: no existe un grupo de mayores de 65. Existen una serie de segmentos entre esta edad y los 95 a 100 años, con comportamientos y necesidades muy diferentes.



¡Disfruta tu lectura!

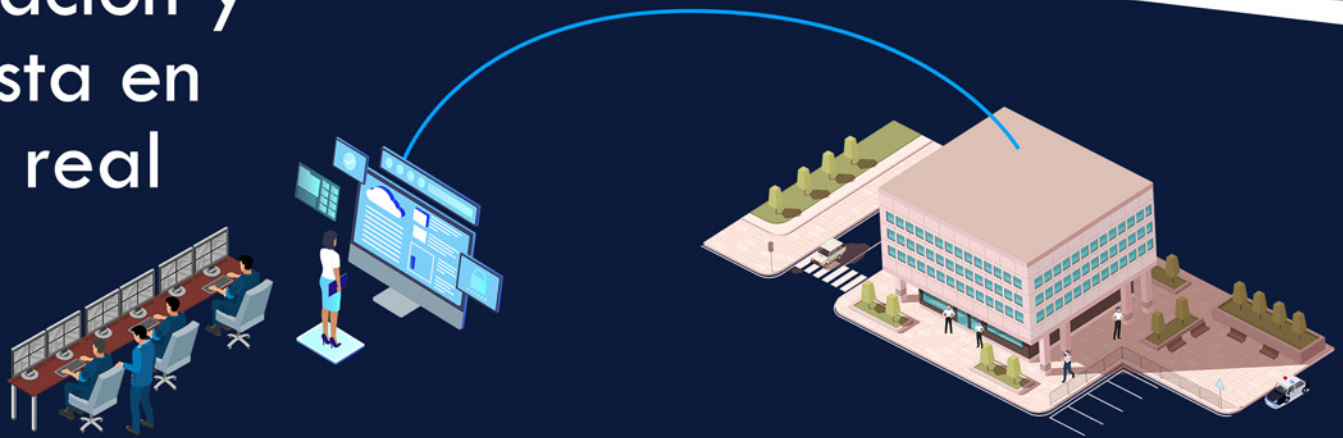
Carlos Ruiz González

Presidente del Consejo Editorial istmo



Disrupción en seguridad

Anticipación y respuesta en tiempo real



Biométricos



Registro de incidentes



Sistemas de acceso



Protección remota



Lectura digital



Guardias en sitio