



data
apresenta em 2025

foto: Fred Othero

SÉRIE

BRASIL PRATEADO

INSIGHT 02: A Economia Climatérica está em alta!

Série Brasil Prateado

Em 2025, celebramos mais de 8 anos de estrada do data8, provocando o mercado com pesquisas e tendências sobre longevidade.

E, agora, compartilhamos nossos principais insights com você!



O QUE É O BRASIL PRATEADO?

Uma série de conteúdos e insights que reúne 8 anos de aprendizados e dados produzidos pelo data8 sobre a população prateada brasileira e a revolução da longevidade no país e no mundo.

QUERO! COMO ACESSO?

O lançamento da série aconteceu final de maio (acesse o video case [aqui!](#))
E esse relatório é o segundo de mais 6 que vamos compartilhar nos próximos meses! Fique ligado nos nossos canais para não perder nenhum conteúdo!!



SIGA NOSSAS REDES E
FIQUE DE OLHO NOS
PRÓXIMOS LANÇAMENTOS!



VIDEO CASE

Assista os 8 insights inéditos para navegar neste Tsunami Prateado



LANÇAMENTO

Evento online exclusivo (apenas para participantes)



INSIGHT #1

Economia Prateada no Brasil (faça o download [aqui](#))



INSIGHT #2

Economia climática (ESSE PAPER LINDÃO QUE VOCÊ TÁ LENDO!)



INSIGHT #3

Mercado de luxo prateado



INSIGHT #4

Velhice periférica



INSIGHT #5

O desafio financeiro da longevidade



INSIGHT #6

Longevidade produtiva



INSIGHT #7

O papel estratégico do cuidador



INSIGHT #8

Perfis atitudinais dos brasileiros prateados

INTRODUÇÃO

O TSUNAMI PRATEADO

NO BRASIL E NO MUNDO

PS: Se você já conhece os nossos
números e já leu o primeiro relatório
da Série Brasil Prateado, pule direto
para a página do [insight 2](#). ;)

Enquanto as empresas debatem a forma de lidar com os Millennials e as gerações Z e Alpha, o **PLANETA ENVELHECE**

A população com **mais de 50 anos** cresce **3% ao ano no mundo** chegando, a quase

2 bilhões de pessoas

[Organização das Nações Unidas (ONU) 2024]

Dentro desta inversão demográfica global, **a América Latina é a região que mais rápido envelhece!**



Entre 1950 e 2018: a esperança de vida na região **aumentou 25 anos**

[UN, World Population Ageing 2020]



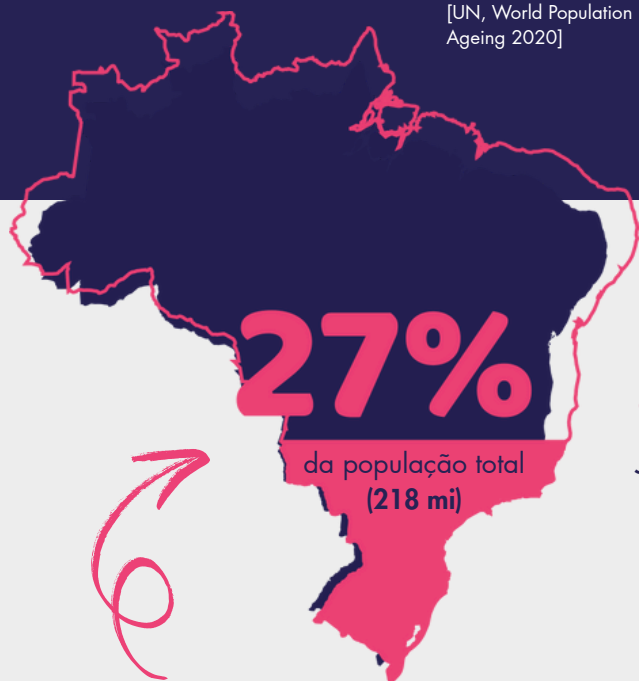
Até 2050, a cada **10 latino-americanos, 3 terão mais de 60 anos**

[UN World Population Prospects 2017]



Entre 1950 e 2020, a taxa de fecundidade na região caiu de **6 para 2 filhos nascidos vivos por mulher**

[Los sistemas de pensiones y salud en América Latina, CAF 2020]



No contexto latino-americano, o Brasil é protagonista!

Já temos dentro de casa **uma nação de prateados**.

Em 2024: **59 000 000 brasileiros 50+**

[Organização das Nações Unidas (ONU) 2024]

Com um padrão de envelhecimento avançado na região, **até 2044 os prateados serão 40% da população total do Brasil**

[Organização das Nações Unidas (ONU) 2024]



A **França** demorou **120 anos** para sair de **10% para 20% da sua população com mais de 65 anos**. No Brasil, vamos chegar nesse número **em 20 anos**.

[Envejecer en América Latina y Caribe, BID, 2023]

As duas faces desse Tsunami Prateado

Um dos maiores **desafios** da atualidade é, também, uma grande **oportunidade** econômica

“A população envelhecida não é somente grande, é enorme. É quase como se um novo continente estivesse emergindo do oceano, com mais de 1 bilhão de consumidores implorando por produtos que satisfaçam suas demandas.”



JOSEPH F. COUGHLIN,
fundador e diretor do Agelab, programa de pesquisa sobre comportamento da população 50+ do MIT - Instituto de Tecnologia de Massachussets, EUA



No mundo, o
consumo
50+
já movimenta
**22 trilhões de
dólares por ano**

Não é exagero dizer que os maduros são e serão os principais consumidores de todos os setores da economia. Sem contar as projeções de crescimento e de novos recursos quando se somam além dos consumidores 50+ no mundo, todos os **cuidadores familiares, profissionais, jovens e adultos em busca de ajuda para melhorar seus serviços e gestão do envelhecimento.**

Fonte: Oxford Economics

**Na Argentina, Chile,
Paraguai e Uruguai,
a Economia Prateada
DUPLICARÁ nos
próximos 20 anos**

Em parceria com o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), BID Invest e BID Lab, o data8 realizou um retrato inédito do consumo prateado atual e projeções para 20 anos na região do Cone Sul.

Click [aqui](#) para acessar o estudo

No **Brasil**, a economia
prateada em 2024 representou

R\$ 1,8 trilhão

**do consumo privado
total do país**



Isso significa uma fatia de **24%**
do consumo privado total dos
domicílios brasileiros.



Em **20 anos**, este consumo
aumentará para

R\$ 3,8 trilhões

Em 2044, a Economia
Prateada irá representar

35% do consumo

domiciliar privado total no país

**O valor da Economia
Prateada no Brasil irá
duplicar em apenas
20 anos!**

O resultado disso tudo?

Uma nova **força econômica
global**, um **novo protagonismo**
que já não pode ser ignorado.

**Silver Money é o novo
oceano prateado!**

A geração prateada foi a que
mais gerou riqueza na história
da humanidade!



INSIGHT

02

A Economia Climatérica está em alta!

Esse insight foi desenvolvido a partir da parceria do **data8** com o **No Pausa**, startup especializada em menopausa da mulher latino-americana.



NOPAUSA

Uma organização latinoamericana que promove o diálogo aberto e intergeracional sobre a menopausa.
<https://nopausa.com/>

VISÃO SÓCIO HISTÓRICA

Como a menopausa foi percebida ao longo dos anos?

Genesis 21

No Antigo Testamento: "Sara engravidou e deu a Abraão um filho na sua **velhice**"



Idade Média e Renascimento

Mulher menopáusica = **bruxa**
Homem maduro = **sábio**

Início do etarismo contra a mulher madura!

Século XIII

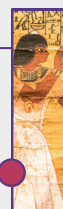
Mais de 30 **trabalhos acadêmicos** elaborados sobre "os transtornos do fim da menstruação".

1850

Edward Tilt, pioneiro nos estudos sobre tratamento da menopausa, listou mais de 100 **possíveis sintomas** da síndrome.

1940

Era de Ouro das terapias hormonais: diversos endocrinologistas e ginecologistas estudam os benefícios das terapias com estrogênio.



Manuscritos egípcios

Descrevem as mulheres divididas entre "**vermelhas**", que menstruam, e "**brancas**", que não menstruam mais.

Século XII

Primeiras menções a mulheres menopáusicas "Cause et Curae" de Santa Hildegarda de Bingen.

Em 1812, nasce o termo MENOPAUSA

*"[a mulher na menopausa] é como uma **rainha destronada**, ou melhor, uma deusa cujos adoradores já não frequentam mais seu templo."*

Colombat de L'Isere, século XIX

Século XX

Sigmund Freud sobre a menopausa: "São briguentas e obstinadas, mesquinhas, sádicas e obsessivamente neuróticas."



1964

Início da libertação sexual e consolidação dos movimentos feministas.

As mulheres prateadas de hoje foram às ruas!

Últimos 20 anos

Do antiaging ao proaging

A última metade do século XX é marcada por uma sociedade global e meios de comunicação que **valorizam a juventude, enquanto a maturidade é vista como negativa**, problemática e uma fase a ser evitada.

Demonização dos tratamentos de reposição hormonal.

*"Mais de 60% da comunidade do No Pausa **associa a menopausa à finitude e velhice.**"*

*"Não há nada a ser feito". Somente **20% dos médicos ginecologistas** são especialistas em menopausa e climatério!*

O glossário climatérico

Menopausa

A menopausa marca o **fim do estágio reprodutivo** de uma pessoa com útero.

É considerada **o dia da última menstruação** e oficialmente diagnosticada depois de 12 meses sem menstruar.

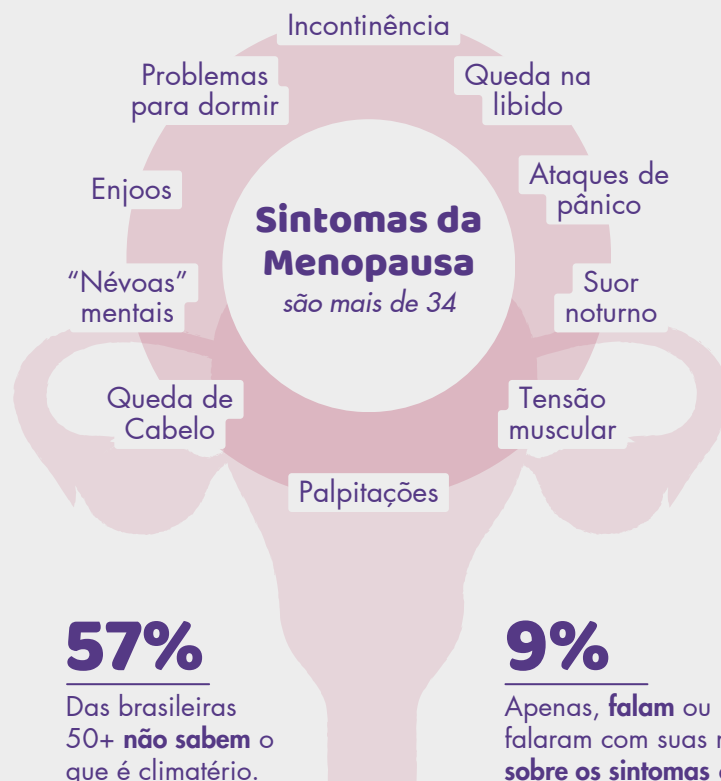
Climatério

O climatério, por sua vez, é a **fase** no qual os hormônios femininos diminuem e os sintomas da menopausa começam a aparecer.

Essa fase, que pode começar até antes dos 40 anos de idade, incluem a perimenopausa e pós-menopausa.

O que muitas vezes confundimos como menopausa, é, na verdade, uma fase do climatério.

Na média, as pessoas com útero sofrem de **6 a 8 sintomas diferentes a cada ano** e o impacto físico e emocional em suas vidas é muito significativo.



57%

Das brasileiras 50+ **não sabem** o que é climatério.

Fonte: Tsunami Prateado, Data8

9%

Apenas, **falam** ou já falaram com suas mães **sobre os sintomas** da menopausa.

Fonte: State of Menopause

70%

Das pessoas com útero chegam à menopausa **sem informação** suficiente e sem saber como agir.

Fonte: OMS

77%

Das pessoas com útero **não sabem** a diferença entre menopausa e climatério.

Fonte: NoPausa

77%



Fogachos/Suor Noturno

60%



Secura Vaginal

50%



Incontinência Urinária

50%



Problemas de Pele

15%



Insônia

10%



Mudanças de Humor

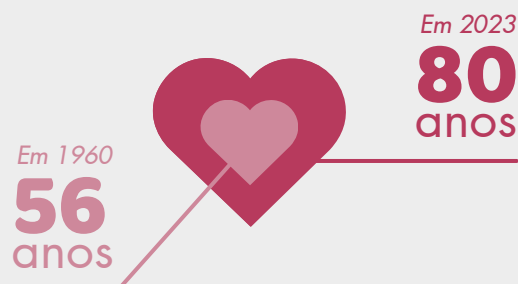
+50% da comunidade NoPausa dormem mal

83% da comunidade NoPausa sofrem angústia ou depressão

fonte: NoPausa

Mais anos de vida, novas questões na longevidade feminina

Expectativa de vida



Envelhescência

Adolescência da velhice

É o período de transição entre a idade adulta e a velhice, marcado pela menopausa. O termo surgiu para reforçar a importância de se preparar, física, emocional e socialmente, para essa fase. Assim como a adolescência, é um momento de questionamentos, adaptações e busca por novos propósitos.



Hoje já vivemos cerca de **1/3** de nossas vidas no climatério!

Muito em breve, a fase climatérica representará a **maior parte** das nossas vidas.

Elas se cuidam cada vez mais e **potencializam novos mercados** na longevidade.

67%

Faz checkup médico pelo menos uma vez ao ano

49%

Segue uma dieta alimentar balanceada definida por mim mesma

46%

Toma vitaminas e minerais para desafios da sua idade

46%

Controla seu peso corporal e índice de gordura

Hábitos de saúde incorporados na rotina por mulheres

39%

Toma medicamentos por conta própria

35% Pratica atividades físicas regularmente

31% Compra produtos congelados regularmente

26% Insere alimentos específicos na sua rotina pensando em melhorar pele e cabelos

15% Toma suplementos específicos para desafios da sua idade

15% Faz acompanhamento alimentar com médico/nutricionista

13% Faz rituais para conseguir uma boa noite de sono

12% Usa soluções e ou cosméticos que estimulam o crescimento capilar e previnem a calvície

11% Segue referência e dicas em alimentação da internet (blogueiras, influenciadores)

\$ Mercados potencializados \$



Exercícios

Para envelhecimento saudável, incontinência urinária, aumento do prazer feminino

- Força e resistência como base da longevidade
- Atividades funcionais e integradas ao dia a dia
- Mobilidade, prevenção e bem-estar holístico
- Pompoarismo



Alimentação

Para envelhecimento saudável, climatério e pós-menopausa

- Nutrição personalizada para fases da vida
- Ingredientes funcionais "pró-idade"

Procedimentos

Estética não invasiva e regenerativa

- Laser e luz pulsada (IPL)
- Bioestimuladores de colágeno
- (ex: Sculptra, Radiesse)
- Toxina botulínica (botox)
- Preenchimentos estruturais
- Fios de PDO
- "Slow beauty", "beleza real"



Bem-estar & Prazer

Saúde física, mental e sexual para mulheres maduras

- Suporte mental e emocional personalizado
- Medspas e day spas com foco em integridade
- Turismo de bem-estar
- Retiros especializados em menopausa
- Autocuidado e regeneração física e mental
- Devices, toys, dispositivos que unem saúde íntima + prazer



Suplementação

Vitaminas e compostos que acompanham o estilo de vida

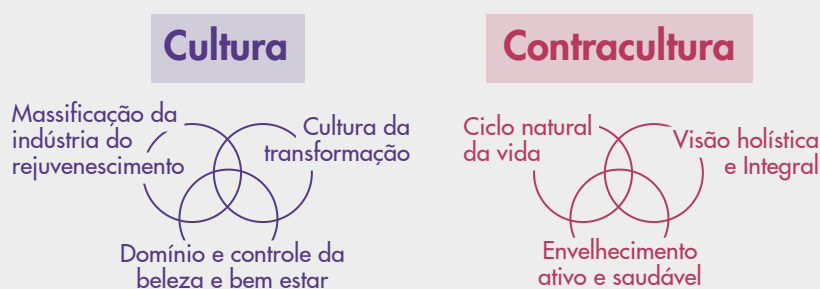
- Suplementos para menopausa e perimenopausa
- Suplementos de saúde e beleza (beauty-from-within)
- Proteínas e nutricosméticos
- Ingredientes focados e de alta performance (colagenos, Fitoestrógenos, Adaptógenos)
- Saúde holística e envelhecimento saudável



"COMO ENVELHECER"

virou uma expressão de identidade.

A escolha da jornada individual de envelhecimento passa por um **paradoxo**:



Economia Climatérica é um mercado em expansão

A economia climatérica refere-se a **produtos e serviços** que apoiam pessoas com útero na fase da **menopausa e climatério**.

20 mil

Fonte: Female Founders Fund

é o que uma mulher geralmente gasta entre diagnósticos equivocados, visitas médicas, medicamentos de tentativa e erro.

\$

60 trilhões

de demandas não satisfeitas

Fonte: Female Founders Fund

500 dólares

é o custo que uma argentina tem ao deixar de menstruar

Fonte: Nopausa e Defensoria del Pueblo de Buenos Aires

33 trilhões

é o tamanho do mercado de medicamentos para a menopausa

Fonte: Mkt Research Future

60 trilhões

será o tamanho do mercado de cosméticos para a menopausa em 2026

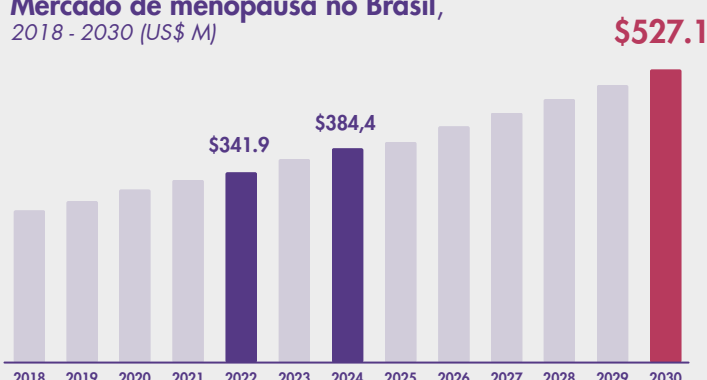
Fonte: Female Founders Fund

Na América Latina, o **Brasil** deverá **liderar**, até 2030, o **mercado da menopausa** na região em geração de receita.



Suplementos alimentares foram o maior segmento, com uma participação de receita de 99,45 % em 2024.

Mercado de menopausa no Brasil, 2018 - 2030 (US\$ M)



Fonte: Fonte: Grand view research - menopause-market 2025

As mulheres **gastam mais** com produtos relacionados à **menopausa** e à **gravidez** do que com outros produtos de saúde.

Fonte: Mkt Research Future

Produtos de saúde para mulheres comprados nos EUA, por tipo

Gasto médio das respondentes norte-americanas, em \$

47

Produtos para cuidados menstruais

83

28

Produtos para saúde sexual

44

10

Aplicativos para acompanhamento do ciclo menstrual ou da fertilidade

33

8

Produtos para menopausa

103

6

Produtos para gravidez/pós-parto

96

4

Dispositivos de fertilidade

96

Cases de sucesso



Better, Not Younger

Linha de **produtos capilares** que tem como alvo mulheres com **mais de 40 anos** e que apresentam fios com desgaste e ressecamento, muitas vezes associado à menopausa.



Now Foods & Menopause Plus

Fórmulas que combinam vitaminas, fitoestrógenos e nutrientes focados em alívio dos **sintomas do climatério**.

Destaque: Boa adesão e acessibilidade econômica (R\$ 23–145).



Kindra

A Kindra tem a missão de ajudar mulheres com mais de 40 anos a se prepararem, gerenciarem e abraçarem as **mudanças hormonais naturais** do seu corpo.

Desenvolveu um kit de cuidado com cosméticos para cabelos, lábios e pele para a menopausa.



Womaness

13 produtos para **menopausa** —skincare, cápsulas e produtos íntimos— todos com bom design e preço acessível. Oferecerá também aconselhamento e educação confiáveis.

Destaque: apoiada pela Unilever Ventures e ventures capital.



Vichy Neovadiol

A menopausa é um momento na vida da mulher que é, geralmente, rodeado por muita insegurança, medo e falta de informação. E foi pensando nisso que Vichy iniciou o movimento **#menopausasemtabu**, **oferecendo informação, acolhimento e suporte** de profissionais qualificados e de outras mulheres que estão vivendo as atribuições do climatério.

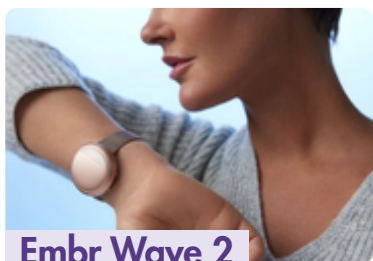
Angélica e Zezé Motta são as embaixadoras da primeira linha de produtos da Vichy que minimiza os efeitos da menopausa na pele.



Peri

Dispositivo em formato de “pílula” que se adere ao torso, **monitorando sintomas como ondas de calor**, sudorese noturna, alterações de humor e sono, através de sensores e algoritmos dedicados à perimenopausa.

Destaque: Ideal para quem busca dados objetivos e personalizados do corpo durante a transição para a menopausa.



Embr Wave 2

Pulseira que detecta ondas de calor e proporciona **alívio termorregulado** no pulso.

Destaque: Solução não farmacológica amplamente elogiada e acessível (≈ R\$ 1.050).



Issviva

Dispositivo para **fortalecimento dos músculos pélvicos** de forma eficaz, confortável e sem esforço — direto da sua casa.

Destaque:

- 92% das usuárias relataram melhora nos sintomas de incontinência urinária
- 83% de taxa de satisfação
- 100% não apresentaram perda de força muscular
- 54% sentiram mais firmeza vaginal



Mirror (índia)

Plataforma que oferece apoio integral à menopausa: comunidade, especialistas e suplementos.

Destaque: Modelo comunitário + comercial, combatendo estigma cultural e ampliando visibilidade do autoperceito feminino.



HUB DE PESQUISA, TENDÊNCIA E INOVAÇÃO QUE ESTUDA OS IMPACTOS DA REVOLUÇÃO DA LONGEVIDADE NO BRASIL E NO MUNDO

Desde 2016 lideramos o conhecimento sobre a Economia da Longevidade na América Latina com os maiores estudos sobre o comportamento e hábitos de consumo dos 50+, tendências e oportunidades de negócios no mercado da maturidade.

Com uma equipe multigeracional e pioneira, com expertises complementares, provocamos organizações e instituições a repensarem suas relações e negócios, trazendo insights valiosos para quem quer liderar a revolução da longevidade.



LAYLA VALLIAS

Sócia-fundadora
e conselheira



CLÉA KLOURI

Sócia-fundadora - Head de
Relacionamento & Mercado



ADRIANA QUEIROZ

Sócia - Head de
Inovação & Insights



LIVIA HOLLERBACH

Sócia - Head de
Comportamento & Dados

PRINCIPAIS ESTUDOS E PROJETOS

2018

Tsunami 60+



**Mapa de Negócios
da Longevidade**



2021

**Tsunami Prateado
Brasil**



2022

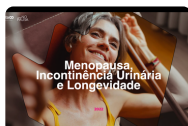
**Tsunami Prateado
LATAM**



Perfis da Maturidade



Menopausa e Longevidade



2023

Velhices Periféricas



2024

**La Economía Plateada en
Argentina, Chile,
Paraguay y Uruguay**



Mercado Prateado Brasil



E MUITO MAIS...

ALGUNS DE NOSSOS CLIENTES



NOSSA MISSÃO

**COCRIAR UMA
SOCIEDADE LONGEVA
MAIS INCLUSIVA E
PRÓSPERA**

Venha com a gente!



data

Há 8 anos criando oportunidades de
negócio no mercado da longevidade

SIGA NOSSAS REDES E FIQUE DE OLHO
NOS PRÓXIMOS CONTEÚDOS DA SÉRIE
BRASIL PRATEADO!