

Por Alexandre Sammogini



O envelhecimento da população brasileira representa uma revolução silenciosa e uma grande oportunidade. Com essa chamada, Renato Meirelles, especialista em longevidade e Fundador do Instituto Locomotiva, traçou sua apresentação na segunda Insight Session do 46º Congresso Brasileiro de Previdência Privada (CBPP). Com o tema “Envelhecimento ativo e o mercado da longevidade”, ele mostrou as diferenças de visão entre as classes sociais e como elas afetam na perspectiva de aumento da longevidade e cobertura previdenciária.

Ele apresentou dados gerais que mostram que próximo ao ano de 2040, a população de mais de 60 anos de idade, vai superar o grupo com menos de 19 anos. “O Brasil está no fim do bônus demográfico e esse processo acontece em velocidade 5 vezes maior que na Europa”, comentou. O crescimento da expectativa de vida deveria gerar maior interesse nas coberturas de planos de previdência, mas há diversos obstáculos para serem superados.

O primeiro fator limitante, obviamente, é a falta de dinheiro, sobretudo para as famílias das classes C, D e E. Metade das famílias brasileiras ganha menos de R\$ 3700 por mês. “Vivemos em um país que paga boleto, que está endividado. Vocês entendem o desafio de vender previdência? Devemos estabelecer um diálogo com o Brasil real. É um desafio falar sobre longevidade”, disse. Em suas pesquisas, o especialista mostrou que 4 em cada 10 famílias gastam mais que ganham; e 7 em cada 10 estão endividadas.

Outro dado alarmante: 60% não possuem reserva financeira e o restante, ou seja, 40%, mantém reserva menor a 2 meses de salário. Mesmo com as dificuldades, Meireles mostrou que se trata de um mercado com enorme potencial. Mais de 55% das classes mais baixas têm menos de 34 anos de idade e estão envelhecendo com maior expectativa de vida. “No caso de vender previdência para o mercado mais jovem, com o olhar voltado para as pessoas das mais classes mais baixas, os valores devem ser menores, com períodos mais longos de acumulação e maior uso de tecnologia”, apontou.

E disse ainda que as pessoas estão preocupadas com a longevidade, e isso se expressa em maior interesse por alimentação saudável, saúde mental e práticas físicas. “Será que falta conscientização? Acho que não. Falta dinheiro mesmo”, apontou. Mas nem por isso não se pode oferecer planos voltados para esse público.

O especialista trouxe dados também que mostram o acesso à internet e meios de informação da população 60 mais. E que muitos deles começaram a acessar as redes para buscar informações sobre previdência. Estes dados são importantes porque podem dar pistas de como chegar a esse público que pode influenciar os mais jovens a se preocuparem mais com o envelhecimento. As pessoas com mais de 60 anos de idade “podem ser garotos propaganda para planos previdenciários”, disse.

Meirelles terminou com um convite ao melhor entendimento do fenômeno da longevidade para buscar um melhor posicionamento no mercado. “Envelhecer é projeto de país, é um projeto de futuro. Quem entende isso, vai liderar o mercado no futuro. Temos de buscar soluções acessíveis para a melhora de vida dessas pessoas”, comentou. Ele acredita que a maturidade vai contribuir para o crescimento econômico do país.

O 46º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocínio Diamante: ASA, Evertex, Itajubá Investimentos. Patrocínio Ouro: Aditus Consultoria Financeira, Aon Consultoria, BB Asset, BNP Paribas Asset Management, Bradesco Asset, Galapagos Capital, Itaú, MAG Seguros, Mirae Asset, Principal Asset Management, REV Corretora, Safra, Santander Asset Management, SulAmérica Investimentos, XP Investimentos. Patrocínio Prata: Caixa Asset, Inter,

Legismap Roncarati

46º CBPP: Especialista em longevidade analisa dos desafios para atrair o público de classes mais baixas para a Previdência Complementar

MarketAxess, PFM Consultoria e Sistemas, Porto Asset, Trígono Capital, Vinci Compass. Patrocínio Bronze: Anbima, Az Quest, Consepro AI, Constância Investimentos, Fin4She, FRAM Capital, HMC Capital, Icatu Vanguarda, IIA Brasil, Investira, MAF Consultoria e Treinamento, MAPFRE Investimentos, Mirador Atuarial, Multifonds, Opportunity, Patrimonial Gestão de Recursos, Polo Capital, PORTO REAL, PRI, PRP Soluções, Real Investor, RJI Investimentos, TAG Investimentos, Tivio Capital, Vila Velha Corretora de Seguros, WEDAN Consultoria. Parceiro de Mídia: Gazeta Mercantil. Apoio Promocional: ABIPEM, Abrasca, ABRH, ABVCAP, ANABB, ANCEP, ANFIP Nacional, APIMEC Brasil, ASCPrev, B3, CRA-SP, FACPCS, FEBRABAN, FIAP, FIPECAFI, IBA, IBGE, Ibracon, PLANEJAR, Previpar, Tchê Previdência, UNIDAS.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 23.10.2025.