

Jornada e Soluções de Longevidade e Intergeracionalidade

Ronnye Bernardo; Sandro Costa; Débora Lima;
Ricardo Kazama; Elizabeth Andrade

Brasilprev

REALIZAÇÃO:



Contexto & Desafio



- O envelhecimento populacional é uma das quatro megatendências globais (ONU)
- No Brasil, 25% da população terá mais de 60 anos até 2060 (IBGE)
- A expectativa de vida média já ultrapassa 76 anos. (IBGE)
- O 65% dos brasileiros não poupam para o futuro (Datafolha, 2021).
- 61% não possuem nenhum tipo de investimento.
- Apenas 9% consideram a previdência privada como alternativa de renda na aposentadoria (IBOPE).
- A pirâmide etária está se invertendo: de 4,4 filhos por mulher nos anos 80 para 1,72 atualmente.

O Desafio da Longevidade no XXI

Como preparar a sociedade para viver mais — e melhor?

Objetivo da Iniciativa



Transformar a forma como a sociedade e a organização enxergam o envelhecimento, promovendo uma cultura de planejamento de vida desde a juventude e combatendo o etarismo.

BRASILPREV

A Brasilprev assumiu o papel de educadora social, indo além da oferta de produtos financeiros para atuar como agente de transformação cultural.

Relevância para a Comunidade de Open Innovation:

- Cocriação com startups (Maturi, Mais Vívida, Máquina de Vendas) trouxe soluções inovadoras em inclusão, comunicação e experiência do cliente.
- A prática demonstra como inovação aberta pode ser aplicada a desafios sociais complexos, como o envelhecimento populacional.
- O projeto gerou impacto sistêmico: cultural, institucional, social e econômico.
- Serve como modelo replicável para outras organizações que desejam inovar com propósito e impacto.

Tipo de Caso & Descrição da Prática



Foi criado desenvolvido por meio de inovação aberta, com a participação ativa de startups especializadas e equipes internas da Brasilprev.

A prática envolveu a cocriação de soluções educacionais, comunicacionais e digitais voltadas à promoção da longevidade ativa e do planejamento de vida em todas as fases.

Exemplos de Implementações:

- **Maturi:** Workshops sobre inclusão geracional e empregabilidade 50+.
- **Mais Vívida:** Experiência imersiva com simulação do envelhecimento.
- **Máquina de Vendas:** Manual de boas práticas para comunicação com o público maduro e diretrizes para serviços digitais.
- **Brasilprev:** Trilha gamificada de longevidade, campanhas com influenciadores multigeracionais, jornadas digitais e assessoria personalizada para clientes 60+.



Originalidade & Inovação

O que torna essa prática única?

- Criação de uma área exclusiva de Longevidade, com equipe, orçamento e autonomia para inovar.
- Primeira empresa do setor financeiro brasileiro a receber o selo internacional Age Friendly.
- Jornada digital personalizada para clientes 60+, com assessoria na fase de desacumulação.
- Campanhas com influenciadores multigeracionais em canais como TikTok, YouTube e Instagram.
- Vivência imersiva com simulação do envelhecimento físico para colaboradores.
- Trilha gamificada de longevidade no portal educacional interno — abordagem inédita no setor.

Diferenças em relação a abordagens tradicionais:

- Enquanto o mercado tradicional foca apenas em produtos financeiros, o programa atua na mudança **cultural e educacional sobre o envelhecimento**.
- Em vez de comunicação genérica, a Brasilprev adotou **segmentação por gerações**, com linguagem e canais específicos.
- A inovação não está apenas no “o quê”, mas no “como”: **cocriação com startups, imersão sensorial, tecnologia aplicada à empatia**.



Colaboração & Engajamento

A longevidade é um desafio coletivo — e só é possível enfrentá-lo com colaboração, escuta ativa e inovação em rede.

Internos:

Equipe de Produtos e Longevidade da Brasilprev

Áreas de Comunicação, Educação Corporativa, Marketing e Tecnologia

Colaboradores como agentes de cocriação e multiplicadores

Externos:

Maturi – Inclusão geracional e empregabilidade 50+

Mais Viva – Experiência imersiva e conexão intergeracional

Máquina de Vendas – Comunicação empática e design de serviços.

Jotacom – Estratégia e produção de conteúdo multicanal

Mecanismos de Cocriação e Governança:

- Workshops colaborativos com startups e colaboradores
- Testes de conceito e validação com usuários reais
- Governança compartilhada entre áreas internas e parceiros externos
- Ciclos ágeis de desenvolvimento com feedback contínuo
- Trilhas de capacitação para engajamento interno

Compartilhamento de Valor:

Valor social: inclusão, empatia e combate ao etarismo







Valor institucional: fortalecimento da marca e cultura organizacional

Valor de mercado: fidelização de clientes e diferenciação competitiva





Valor para o ecossistema: modelo replicável de inovação aberta com impacto social





Demonstração de Resultados

Resultados Quantitativos:

-  **+2,5 milhões de visualizações** nos vídeos do programa
-  **+5 milhões de pessoas alcançadas** nas redes sociais
-  **+43 mil reações** e **4 milhões de impressões** (Instagram e Facebook)
-  **68% dos colaboradores** engajados em ações internas
-  **900 novos inscritos no YouTube**, representando **42% do total**
-  **+10 Mil pessoas impactadas presencialmente** em eventos como “Vamos Passear” e “Expo Longevidade”


Evidências Qualitativas:


-  **Depoimentos de colaboradores** sobre a campanha “Um olhar lá na frente” revelaram maior empatia e reflexão sobre o futuro.
-  **Minidocumentários** como “Geração Sanduíche” e “Baby Boomers” trouxeram à tona histórias reais e inspiradoras.
-  **Vivência imersiva com traje de simulação de idade** gerou forte impacto emocional e mudança de percepção entre os participantes.
-  **Integração do tema no calendário corporativo** com o “Mês da Longevidade” e trilhas gamificadas de aprendizagem.


 @ClaudeteSoares-p1w há 8 meses
O útil e o agradável. A experiência, a habilidade. A maturidade e a agilidade 🍷 😊 😊 😊
  Responder
▼  • 1 resposta

 elysaferreira Eu não conhecia mais já quero conhecer 🍷 😊
5 sem 1 curtida Responder Ver tradução ...


 agataviana Quero saber mais
5 sem 1 curtida Responder Ver tradução

 Adriana Aquino de Sousa 2 de jul.
Falar sobre longevidade nas empresas é essencial porque, no fundo, estamos falando de pessoas. Pessoas que querem viver bem, com saúde, propósito e dignidade
1


 Taita Martins Santos 2 de jul.
Falar sobre Longevidade nas empresas é muito importante porque há uma quebra de paradigma: antes as pessoas mais maduras se aposentavam e hoje mesmo aposentadas estão trabalhando. Além disso, com o envelhecimento da população todas as empresas precisam focar nesse público e entender como atendê-lo melhor.
1


 Laís Martins Prado Salgado da Silva 2 de jul.
Pessoas viverão e trabalharão por mais tempo, falar sobre longevidade é reconhecer o valor de todas as idades e construir ambientes mais diversos e sustentáveis.
1


 selmaferreira541 Minha musa inspiradora. Vou começar logo
4 sem 1 curtida Responder Ver tradução ...

 laylacorreia30 Inspiradora, maravilhosa, parabéns, adoro acompanhar tanta dedicação, determinação 🍷 😊
1 sem 1 curtida Responder

 Taisouza
Amo as publis daqui 🍷 são tão leves
é atrás Responder

 Debora de Fatima Lima dos Santos 24 de mar.
Eu gosto bastante de pilates 🍷
2

 Bruna Fernandes de Souza Queiros de Almeida 24 de mar.
Eu gosto muito de natação :D
2

 Elizabeth dos Santos Andrade 24 de mar.
Musculação me dá muito energia... 🍷
1

Escalabilidade & Replicabilidade

Fatores Críticos para Escalar:

Base digital e multicanal: uso de plataformas como YouTube, Instagram, blog e trilhas gamificadas facilita a expansão para novos públicos e regiões.

Modelo modular: ações como workshops e campanhas.

Parcerias estratégicas: colaboração com startups e especialistas permite customização conforme o contexto local.

Governança dedicada: existência de uma área exclusiva de longevidade garante foco, continuidade e capacidade de adaptação.

Alinhamento com ESG: o projeto se conecta a temas globais de sustentabilidade, inclusão e bem-estar, facilitando sua adoção por empresas com compromissos similares.

Recomendações para Adaptação em Outros Contextos:

Diagnóstico local: entender o perfil etário, cultural e socioeconômico do público-alvo antes de aplicar as ações.

Customização da linguagem e canais: adaptar a comunicação para refletir os hábitos e valores da nova audiência.

Engajamento interno: envolver colaboradores desde o início para garantir legitimidade e engajamento.

Parcerias locais: buscar startups, universidades ou ONGs com atuação regional para cocriar soluções contextualizadas.

Mensuração contínua: estabelecer KPIs desde o início para acompanhar impacto e ajustar estratégias.

Lições Aprendidas & Recomendações Práticas

Principais Obstáculos e Como Foram Superados:

Cultura organizacional resistente ao tema da longevidade

🔄 Superado com ações internas de sensibilização, como a campanha "Um olhar lá na frente" e o Mês da Longevidade.

Falta de familiaridade com o público 60+

🔄 Superado com workshops de empatia e cocriação com startups especializadas (Maturi, Mais Vívida).

Desconhecimento sobre inovação aberta dentro da empresa

🔄 Superado com governança colaborativa e envolvimento de múltiplas áreas no processo de inovação.

Desafio de engajar diferentes gerações

🔄 Superado com segmentação de conteúdo e uso de influenciadores multigeracionais em canais diversos.

Dicas Acionáveis para Replicação:



#1 Comece com escuta ativa: entenda as dores e percepções do público interno e externo.

#2 Forme um time multidisciplinar: envolva áreas como RH, Comunicação, Produtos e Inovação.

#3 Busque parceiros com propósito alinhado: startups e especialistas ampliam a visão e a execução.

#4 Use linguagem acessível e canais diversos: adapte a comunicação para cada geração.

#5 Mensure e celebre os resultados: KPIs e histórias reais ajudam a manter o engajamento e justificar a continuidade.

Encerramento & Contato

🌱 Síntese do valor entregue à organização e à comunidade de Open Innovation:

Inovação aberta aplicada

Cocriação com startups (Maturi, Mais Vívida, Máquina de Vendas) para soluções digitais, educacionais e de empatia.

Transformação cultural

Reposicionamento da longevidade como potência e protagonismo.

Engajamento multigeracional

Inclusão ativa de diferentes faixas etárias, com linguagem e canais personalizados.

Impacto institucional e social

Reconhecimento com selo Age Friendly, e alcance de milhões de pessoas.



Próximos passos:

Expandir parcerias com novos atores do ecossistema de inovação aberta focados em longevidade e inclusão.

Escalar a trilha educacional gamificada para outras empresas e instituições públicas.

Promover fóruns intergeracionais com participação ativa de colaboradores, clientes e sociedade.

Aprimorar o simulador de renda com inteligência preditiva e personalização.

Compartilhar boas práticas em redes de inovação, como o próprio Congresso e plataformas colaborativas e multiplicadores



Ronnye Bernardo

Fale com a gente:

Brasilprev | @brasilprev

ronnye.bernardo@brasilprev.com.br

(11) 99456-6511

4° Congreso
Latinoamericano
de Casos de
Open Innovation

Obrigado!
¡Gracias!



REALIZAÇÃO:

oiweek 100
open innovation week
LATAM

