

De olho em crescente população 60+, Nestlé aposta em iniciativas para levar saúde e inclusão para este público

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

O contingente de pessoas com mais 60 anos é um dos que mais cresce no Brasil e no mundo. Atualmente, esse público já representa 13% da população nacional segundo dados do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, com um potencial ainda maior de crescimento, que pode ultrapassar a marca de 30 milhões de indivíduos em 2025.

Segundo o IBGE, o Estado com a maior proporção de habitantes nessa faixa etária é o Rio de Janeiro (13,06%), seguido pelo Rio Grande do Sul (12,95%), São Paulo (11,27%) e por Minas Gerais (11,19%) segundo pesquisa "Onde estão os idosos? Conhecimento contra a Covid-19", divulgada pelo Centro de Políticas Sociais da Fundação Getulio Vargas - FGV.

Além do aumento em números, houve ainda uma forte alteração de perfil nas últimas décadas. Trata-se de um público economicamente e socialmente mais ativo, continua trabalhando e está cada vez mais conectado. E é para essa "nova" geração que a marca Nutren Senior faz questão de incentivar e apoiar com ações que atendam às suas demandas e ajudem a dar voz e representatividade. Nutren Senior é um complemento alimentar da Nestlé desenvolvido especialmente para pessoas 50+. Com 55% de representatividade na região Sudeste, a maior de todo o País, a marca teve no Rio de Janeiro, por exemplo, um crescimento de vendas da ordem de 29% em 2020 em comparação com 2019.

E exatamente desde o ano passado a pandemia de Covid-19, trouxe um salto de transformação digital, mas, por outro lado, expôs uma dificuldade da população mais idosa em lidar com a tecnologia. Para ajudar a amenizar o problema, foi criado em 2020 um BOT de inclusão digital, via WhatsApp, programado para responder dúvidas pré-identificadas. Com conteúdos educativos em vídeos didáticos e linguagem simplificada, auxiliava em atividades como pagar contas online, pedir delivery, assistir lives e usar as redes sociais. A marca também tem se empenhado em incentivar a representatividade desse novo perfil. Em 2021, por exemplo, foi patrocinadora da edição do The Voice+, reality show da Rede Globo com candidatos a partir de 60 anos, a fim de estimulá-los para que continuem mostrando ao país seus talentos e investindo em seus sonhos

"Novas campanhas com narrativas de empoderamento e produtos e opções que atendam a diferentes perfis de pessoas com 60+ já têm movimentado o mercado e promovido um novo jeito de conversar com esse público. Cada vez mais, iremos ajudar a dar voz e protagonismo a quem passou dos 50 e no intuito de que a longevidade venha sempre acompanhada de representatividade" afirma Luciana Buzolin, Head de Marketing Consumer Care da Nestlé Health Science (braço de saúde e ciência nutricional da Nestlé).

Sobre a Nestlé

É a maior empresa de alimentos e bebidas do mundo. Está presente em 190 países e seus 308 mil colaboradores estão comprometidos com o propósito da Nestlé de melhorar a qualidade de vida e contribuir para um futuro mais saudável. A Nestlé oferece um amplo portfólio de produtos e serviços para cada etapa de vida das pessoas e de seus animais de estimação. Suas mais de 2000 marcas variam dos ícones globais, como Nescafé ou Nespresso aos favoritos locais como Ninho. O desempenho da empresa

é impulsionado por sua estratégia de Nutrição, Saúde e Bem-Estar. Sua Sede fica na cidade suíça de Vevey, onde foi fundada há mais de 150 anos. No Brasil, instalou a primeira fábrica em 1921, na cidade paulista de Araras, para a produção do leite condensado Milkmaid, que mais tarde seria conhecido como Leite Moça. A empresa tem unidades industriais localizadas nos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Pernambuco, Goiás, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Espírito Santo. Emprega 32 mil colaboradores diretos e gera outros 200 mil empregos indiretos. A Nestlé Brasil está presente em 99% dos lares brasileiros, segundo pesquisa realizada pela Kantar Worldpanel.