



Aleph

Un mercado sin explorar:

¿Por qué deberías probar campañas de marketing en mayores de 60 años?

En el 2050 la población de América Latina y el Caribe alcanzará los

193M

de personas mayores de 60 años (generación Baby Boomer)

9 de 10

Baby Boomers argentinos están conectados a Internet a través de un teléfono móvil

Representan una audiencia digital

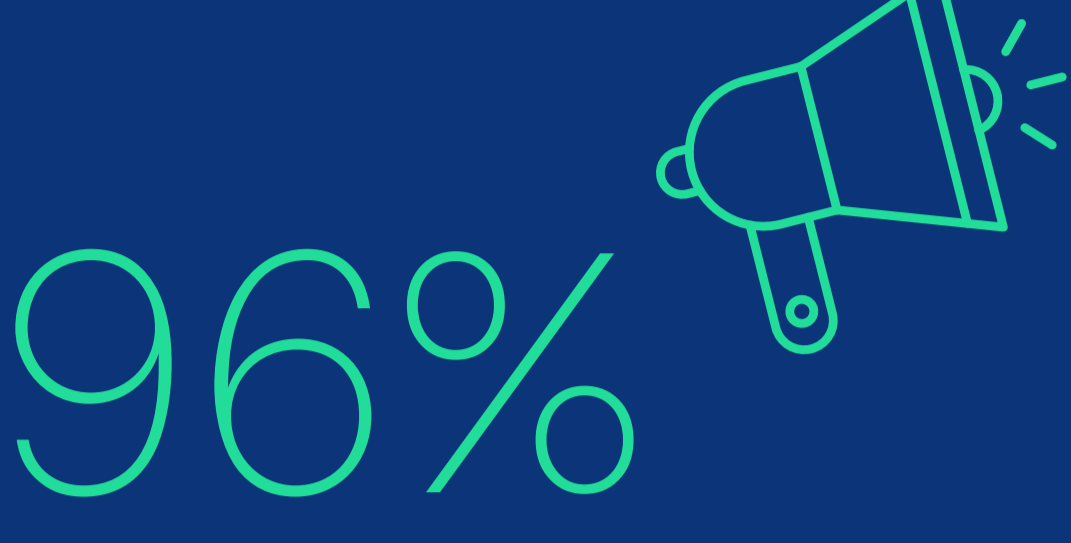
6.5M



25%
de la población total



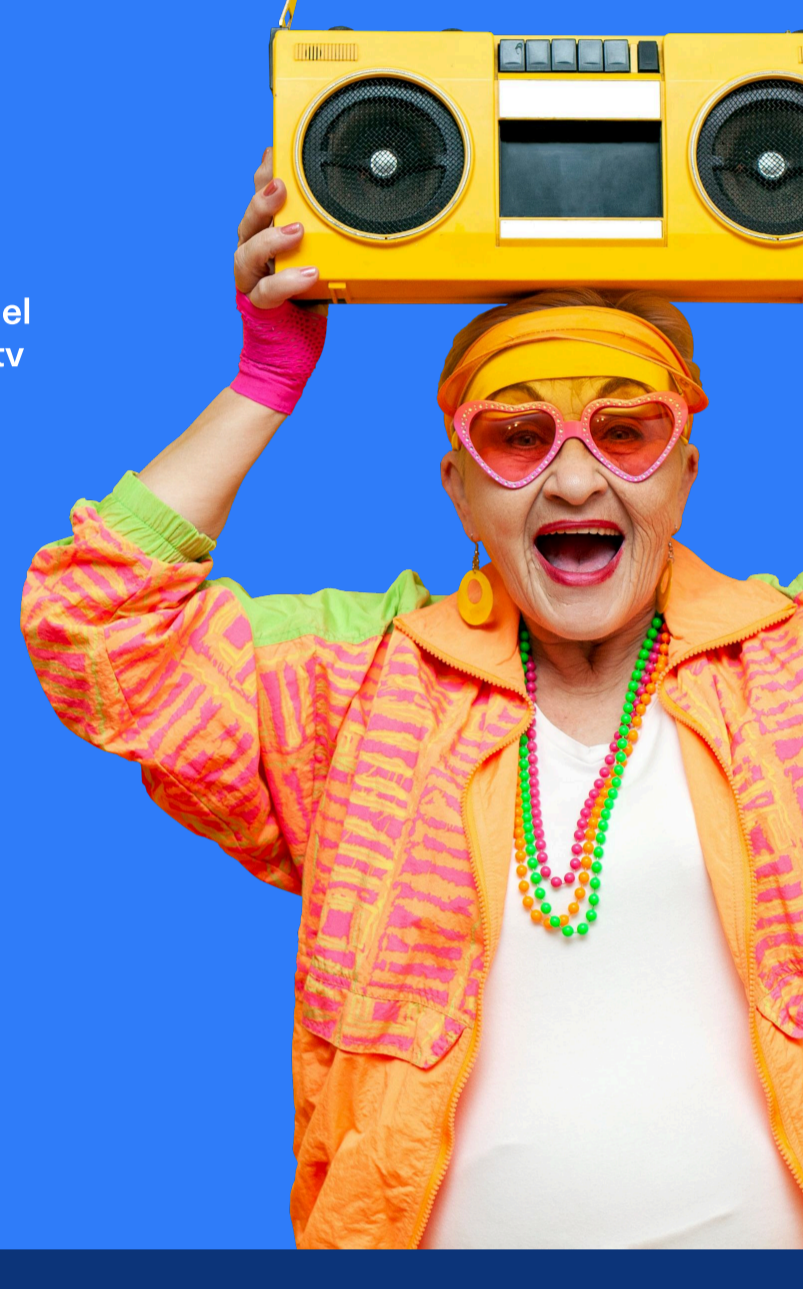
Y solo 1 de cada 10 campañas están dirigidas a Baby Boomers (DATA Global)



los Boomers no se sienten identificados con la publicidad, 3X más que Gen Z

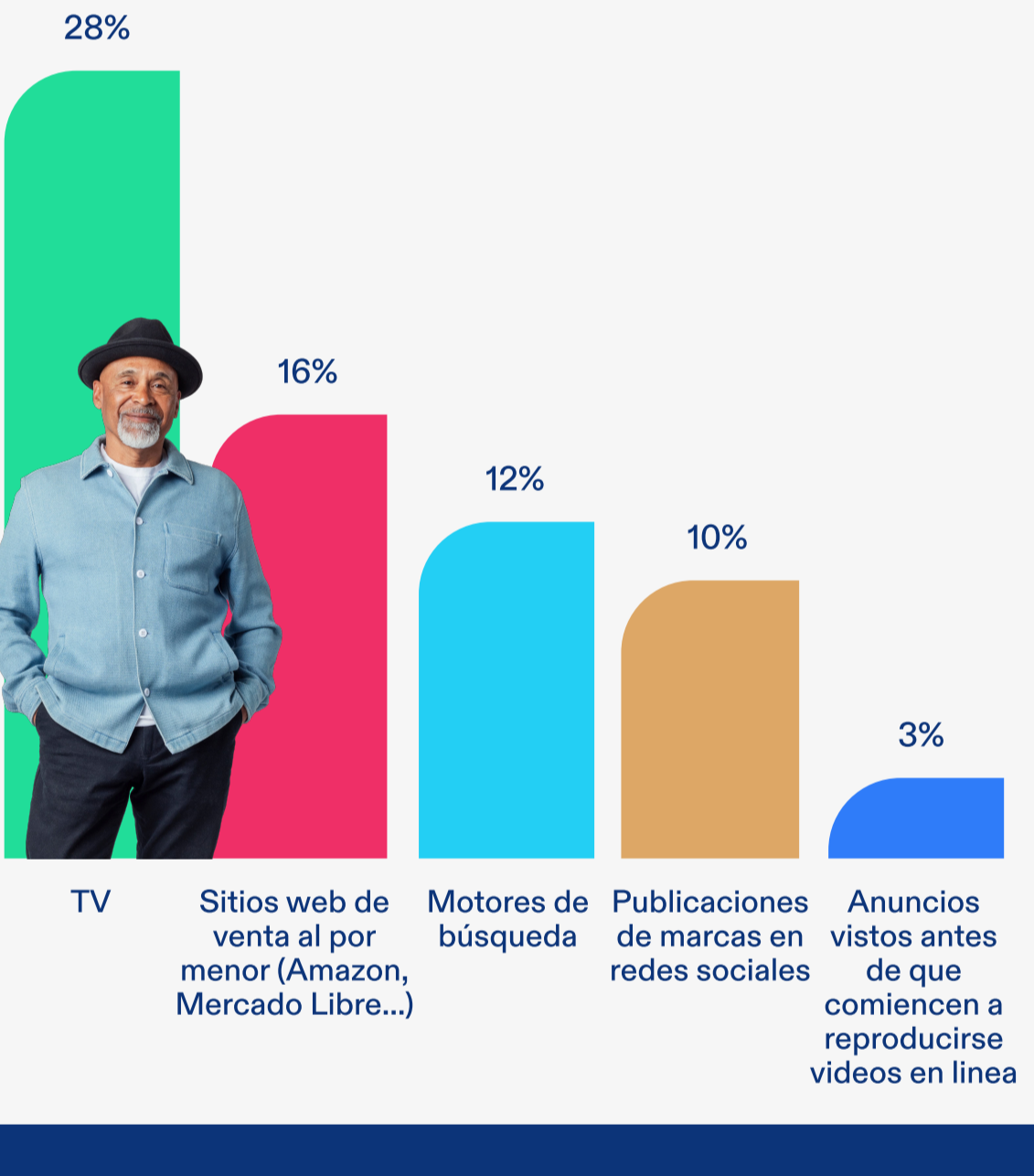
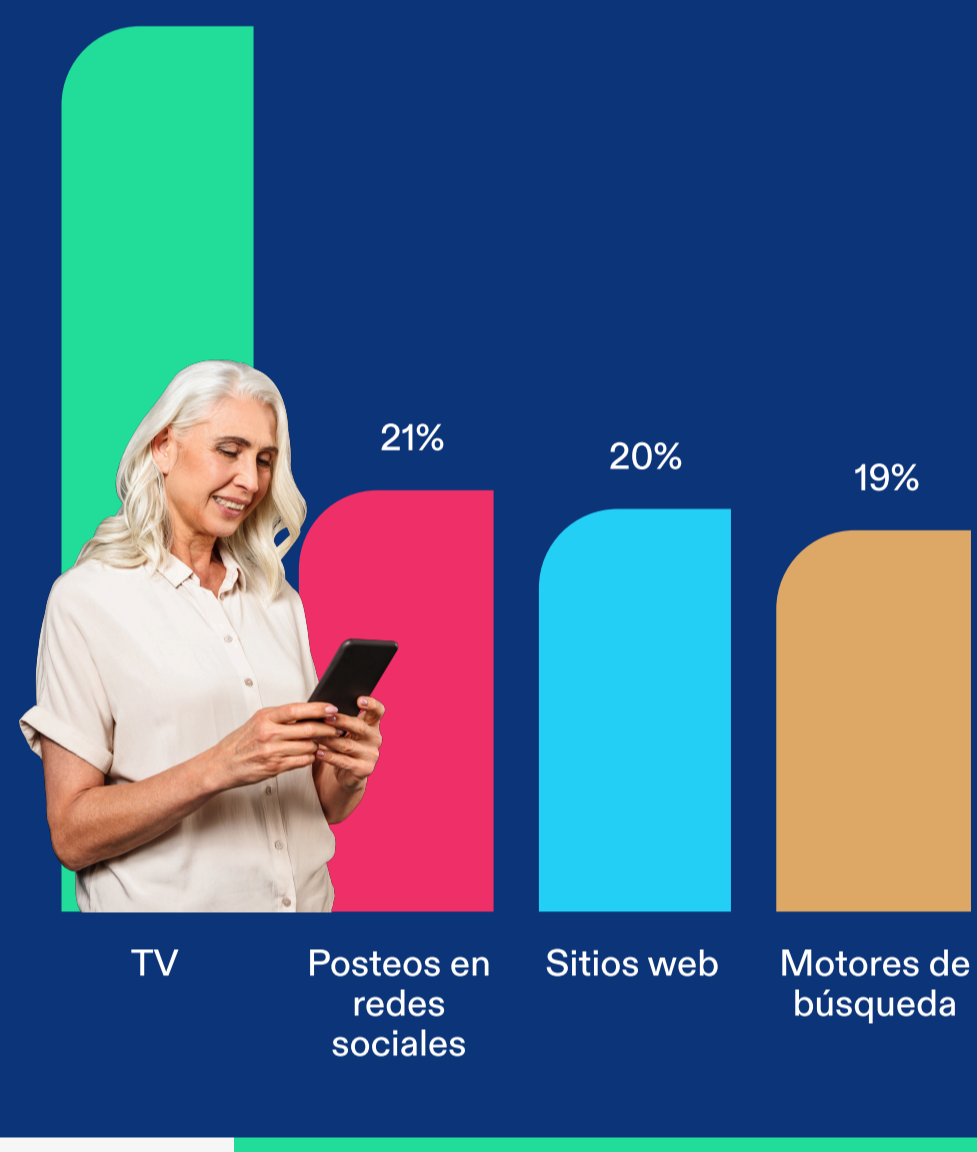
Los medios digitales son los más consumidos

Redes Sociales	99%	16% más que el consumo de tv
TV	85%	
Motores de búsqueda	85%	
Plataformas de video	82%	
Plataformas de Streaming	62%	31% más que la radio
Streaming de música	47%	
Prensa o revistas	47%	
Juegos en apps de teléfono o tablet	31%	
Radio	27%	



Además, impulsan la consideración de productos/servicios en el embudo de marketing

Los medios digitales tienen una influencia comparable a la televisión en esta generación.



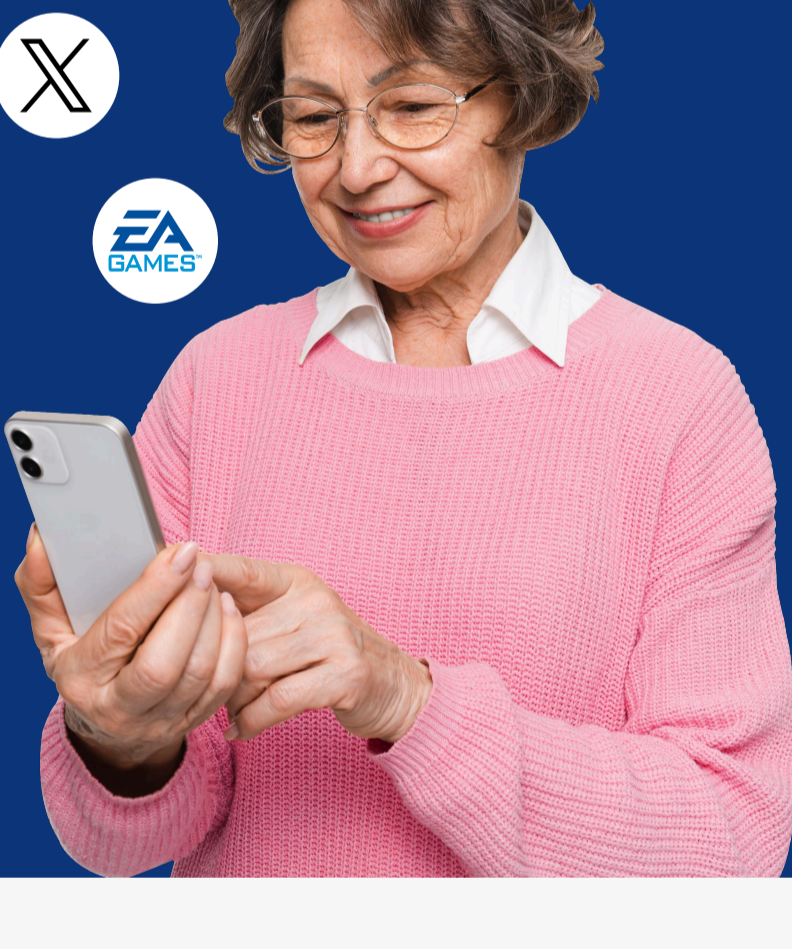
También tienen una gran influencia en la decisión de compra

Los medios digitales pueden impactar en todo el embudo, al nivel de la televisión, el medio favorito de los especialistas en marketing para conectar con los Baby Boomers.

Con las plataformas Aleph, puedes alcanzar al

78%

de los Baby Boomers en Argentina



No es solo influencia.

El 34%

de los Baby Boomers hacen, al menos, la mitad de sus compras de modo online.



Mostrando un creciente interés en las temporadas de descuentos



Además, los +60 están preparados para este tipo de compras

3 de 10 tienen tarjeta de crédito

52% tiene billetera o banco virtual

5 Claves para Conectar con los Baby Boomers

Rompe los estereotipos: Los +60 son activos, tecnológicos y buscan nuevas experiencias. Reconoce su capacidad e intereses.

Actualiza la perspectiva: Los Boomers no son pasivos, están muy conectados. Adapta tus estrategias a su perfil digital.

Unifica el enfoque: Para conectar con ellos, los equipos de producto, estrategia y creatividad deben colaborar.

Sé auténtico y respetuoso: Evita el lenguaje condescendiente. Refleja sus valores y estilo de vida moderno.

Enfócate en nuevas necesidades: Los +60 buscan más que productos para su edad. Muestra cómo tus productos mejoran su vida y ofrecen nuevas experiencias.

Lee el reporte completo en [Baby Boomers, The Untapped Market Report 2025!](#)

Contáctanos para más información de cómo alcanzar a los Boomers: marketing@alephholding.com

Fuentes: Global Web Index Q4 2023 - Q3 2024; Media Essentials by Aleph 2024; Nacional de Estadística e Informática (INEI); TGI Latina Kantar 2024 R2; Cronista, ¿Por qué las marcas subestiman a los mayores de 60 pese a su potencial económico?