

V BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR



ECONOMÍA PLATEADA

Con la colaboración de **Google**



V BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

Con la colaboración de **Google**

ÍNDICE

El Centro de Investigación Ageingnomics de Fundación MAPFRE	4
V Barómetro del consumidor sénior	5
Perfil sociodemográfico de los séniores españoles	7
Características del consumidor sénior español	
Prioridades de gasto, ahorro y coberturas de riesgo	8
Vivienda	17
Turismo y ocio	21
Tecnología e información	25
Conducción	30
Actitudes hacia la vida de los séniores españoles	
Vitalidad y envejecimiento saludable	33
Soporte familiar	38
Planes de vida y edadismo	43
Las 10 claves que definen al colectivo sénior en España	48
Conclusiones	51
Anexo I. Cuestionario	52
Anexo II. Tablas estadísticas	62

|| EL CENTRO DE INVESTIGACIÓN AGEINGNOMICS DE FUNDACIÓN MAPFRE

Desde el año 2016 MAPFRE, acompañado de una serie de investigadores, ha desplegado en la opinión pública una estrategia para asociar el reto demográfico con oportunidades económicas. Bajo el neologismo *ageingnomics*, y en asociación con varias instituciones académicas, se ha desarrollado una intensa actividad pública. Esta realidad, conocida como economía plateada o economía sénior, había sido detectada por instituciones como el Foro Económico Mundial, la OCDE o la Comisión Europea, pero no había tenido un impacto relevante en la opinión pública en España hasta el último lustro. A ello ha contribuido especialmente el libro *La revolución de las canas*, escrito por el presidente de Fundación MAPFRE, Antonio Huertas, y el profesor Iñaki Ortega, que ha sido traducido al inglés y al portugués. También desde 2018, como consecuencia de dicha publicación, numerosos artículos, entrevistas en medios de comunicación, seminarios o un ciclo de debate permiten reflexionar sobre las oportunidades de cumplir años con salud en ámbitos tan diversos como la movilidad, la salud, el emprendimiento, la innovación social o las finanzas.

Así, en diciembre de 2020, nace el Centro de Investigación Ageingnomics en el seno de Fundación MAPFRE, bajo la dirección del economista y actuario Juan Fernández Palacios. El centro tiene por objeto el estudio y promoción de la llamada "generación de las canas", que se sitúa entre los 55 y los 75 años de edad. Son aquellas personas que tienen salud y calidad de vida para seguir aportando a la sociedad con su talento, trabajo social o capacidad de consumo. Todos los estudios de economía plateada sitúan la franja de edad en el entorno de los 55 años, mientras que el Centro de Investigación Ageingnomics cierra la cohorte con la llamada edad prospectiva o inicio de la ancianidad, en los 75 años.

Este centro nace con la visión de conseguir que España lidere una estrategia mundial para que el alargamiento de la vida suponga oportunidades para aquellos territorios que exploren nuevos nichos económicos.

Para ello, desarrolla la misión de divulgar una mirada positiva del cambio demográfico sobre la base de las oportunidades económicas y sociales que supone el envejecimiento de la población.

Los objetivos del Centro de Investigación Ageingnomics pasan por desplegar una actividad pública que incida en el potencial de los séniores para crear valor y contribuir al desarrollo económico y social. Estas personas, hoy, no solo viven más años, sino que lo hacen con una calidad de vida que les permite poder seguir aportando a la sociedad más allá de su jubilación. Las actuaciones que desarrolla el centro ayudan a que ciudadanos e instituciones –territorios o empresas– tomen las decisiones adecuadas para alargar la vida laboral, mejorar la vida de los mayores con nuevas soluciones, pero también para que se ahorre más en previsión de una larga vejez y se invierta más en proyectos que sirvan a una cada vez más amplia población mayor. Estas actuaciones se sitúan en tres grandes campos que se complementan.

El primero, la divulgación, que supone elaborar documentos accesibles para el gran público como las guías para el emprendimiento sénior o el envejecimiento activo. El segundo, la investigación, con documentos que monitorizan el consumo (este *Barómetro del consumidor sénior* que tiene en sus manos es la quinta entrega), el mercado laboral (*Mapa de talento sénior*, que ya alcanza la cuarta edición), las empresas oferentes (*Monitor de empresas de la economía sénior*) y las propias Administraciones (*Ranking de territorios por la economía sénior*). Sin olvidar los seminarios académicos en formato *call of papers*, siempre en colaboración con universidades o proyectos de alcance como el que pretende conseguir un estándar en la medición de la economía plateada. Finalmente, el centro acompaña y fomenta proyectos de emprendedores de impacto social en el campo de esta economía de la longevidad, como las incubadoras para séniores en universidades públicas (TALES) o los premios a la innovación social.

|| V BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

El *V Barómetro del consumidor sénior*, elaborado en noviembre de 2024 –de nuevo con la ayuda de Google–, permite conocer los hábitos de los más de 16 millones de españoles que superan los 55 años. La realidad puesta de manifiesto en este estudio vuelve a alejarse de los negativos clichés sobre esta cohorte de edad y ayuda a acabar con el preocupante edadismo.

La población sénior española tiene más de un ingreso en su hogar (57 %) y ayuda económica-mente a sus familiares o amigos (51 %). Pero no solo esto, esta parte de la población es un importante soporte en cuanto a los cuidados en su entorno familiar, un 34 % se encarga de sus nietos o del cuidado de familiares mayores al menos alguna vez a la semana. Apenas usan la sanidad hasta que cumplen 70 años (el 77 % de los séniores acude al médico menos de una vez al mes).

En cuanto a la vivienda, los séniores son propietarios (8 de cada 10), pero no la tienen adaptada para la dependencia (7 de cada 10). Están muy presentes en internet (75 %) y son optimistas respecto a su situación económica. Un 73 % considera que su situación económica se mantendrá igual o mejorará.

El Barómetro, que estudia a los séniores por segmentos de edad, encuentra comportamientos claramente diferenciados, especialmente a partir de los 70 años, como observaremos a lo largo de este documento.

Además de estar ante un barómetro de consumo, esta investigación también ahonda en la percepción de la generación *silver* de una manera más global, profundizando en temáticas diversas y sus actitudes ante la vida (salud, sénior como red de apoyo, edadismo, incluso vida sexual).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Universo: personas de 55 y más años residentes en España. Según datos del INE, actualizados a 1 de enero de 2023, este *target* es de más de 16 millones de personas.

Diseño muestral: muestra aleatoria, estratificada y con afijación proporcional por sexo y edad.

Tamaño muestral: 2.259 entrevistas. La distribución de las encuestas de acuerdo con la edad ha sido:

55-59 años:	23 %
60-64 años:	21 %
65-69 años:	16 %
70 y más años:	40 %

El error muestral es $\pm 2,1$ %, en las condiciones habituales de muestreo con $p = q = 0,5$ y con un nivel de confianza del 95,5 %.

Método: encuesta mixta telefónica-*online* (CATI-CAWI), con un cuestionario estructurado y cerrado, con una duración de aproximadamente 20 minutos para su cumplimentación.

Trabajo de campo: realizado en octubre de 2024, garantizando el anonimato de las respuestas de las personas entrevistadas.

Control de calidad: de acuerdo con la norma ISO 20252, certificada por AENOR, y al código internacional de conducta ICC/ESOMAR.

Dirección del Centro de Investigación Ageingnomics

Juan Fernández Palacios

Dirección del Barómetro

Iñaki Ortega Cachón

Equipo técnico: Ikerfel

METODOLOGÍA Google



Para la elaboración del *V Barómetro del consumidor sénior* se ha contado con la colaboración de Google. Los datos que aporta al presente informe corresponden a fecha de 31 de agosto de 2024.

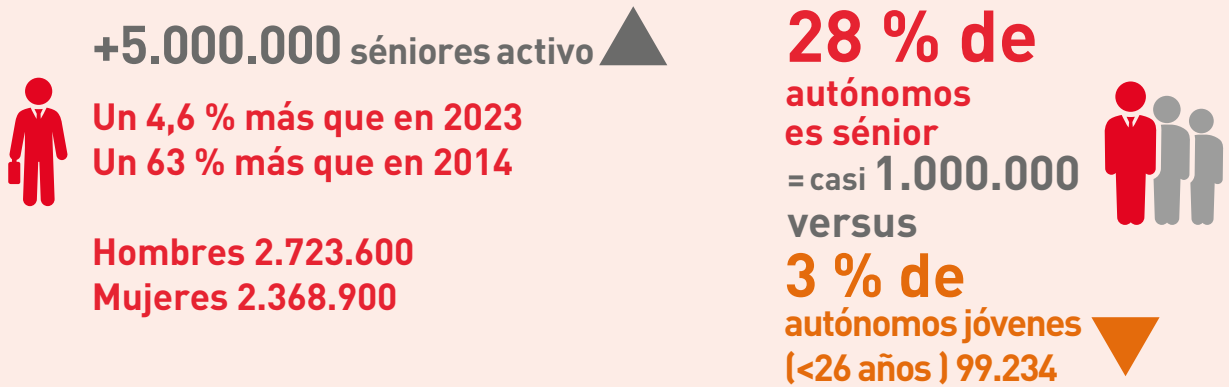
Audiencia: definida como población en España, hombres y mujeres mayores de 55 años digitalmente activos, 12.373.000 de personas.

LA GENERACIÓN SÉNIOR (55+) DE UN VISTAZO 2024

DEMOGRAFÍA



EMPLEO



ECONOMÍA

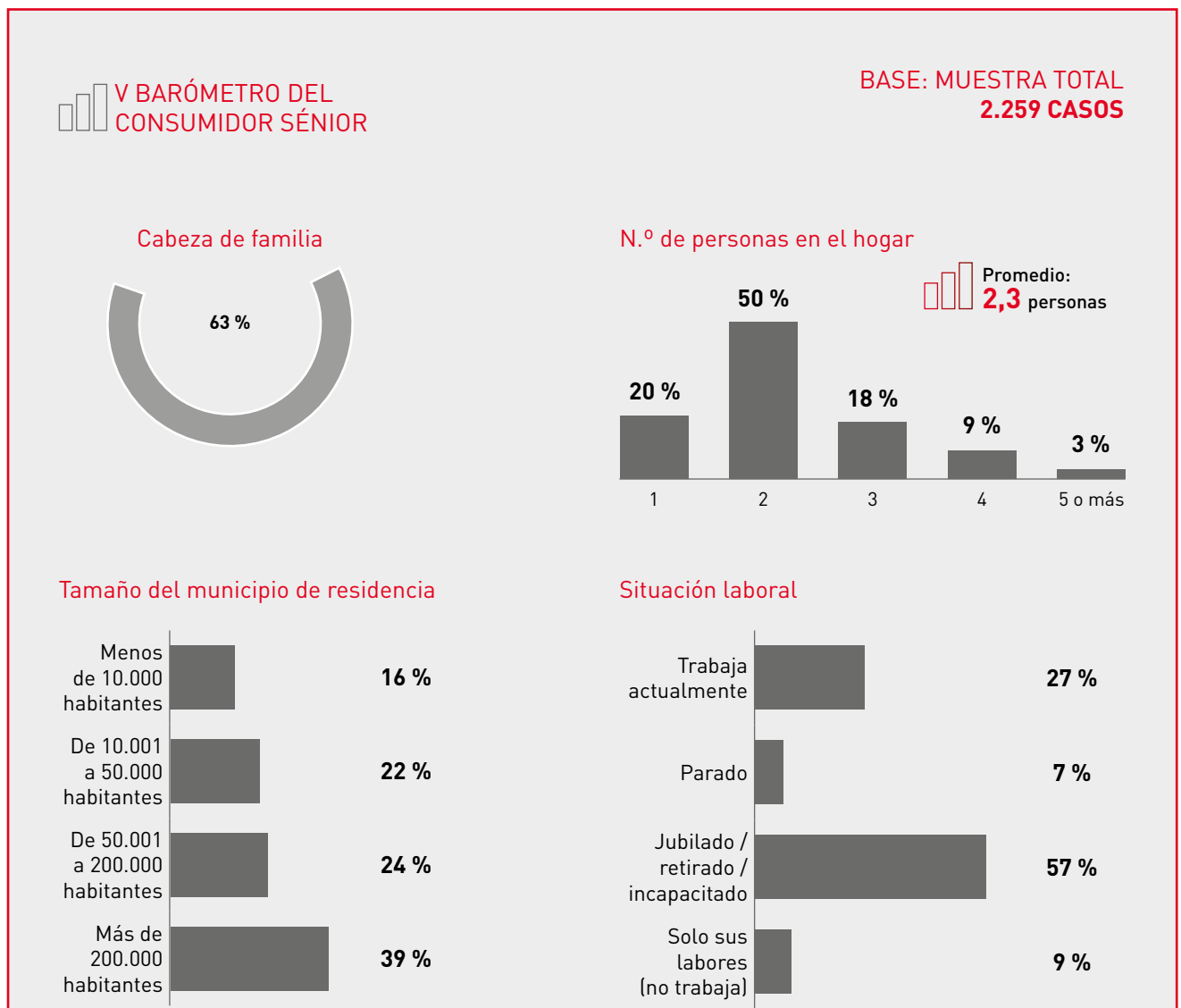
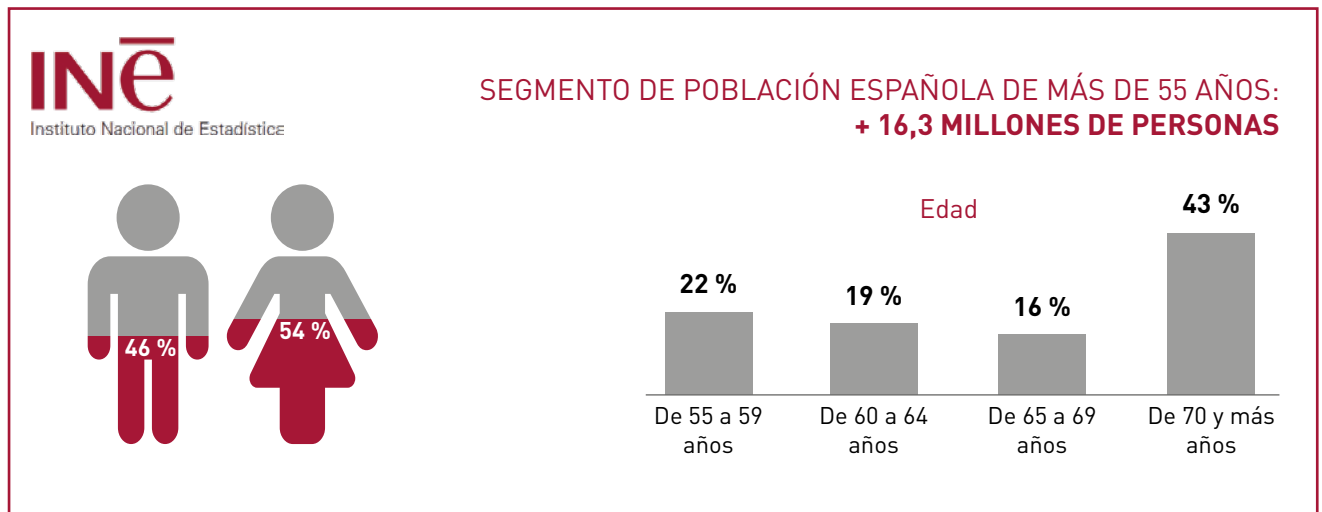


PODER PÚBLICO



* Fuentes: INE Censo anual de población. 2023. Incremento o descenso respecto a los datos de 2023.
INE Encuesta de Población Activa. Cuarto trimestre de 2024.
Ministerio de Trabajo y Economía Social. Estadística de personas trabajadoras por cuenta propia afiliadas a la Seguridad Social. Marzo de 2024.
Datos suministrados por Google conforme a información de Comscore. Agosto de 2024.
Ranking de territorios por la economía sénior 2024. Centro de Investigación Ageingnomics. Fundación MAPFRE.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS SÉNIORES ESPAÑOLES



CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR ESPAÑOL

PRIORIDADES DE GASTO, AHORRO Y COBERTURAS DE RIESGO

INGRESOS Y AHORRO

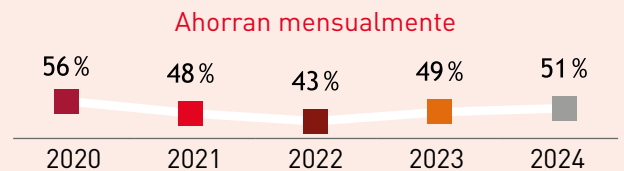
Habitualmente, ¿consigue ahorrar a final de mes?



LA MITAD DE LA POBLACIÓN SÉNIOR ESPAÑOLA TIENE CAPACIDAD DE AHORRO.

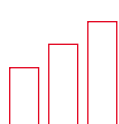
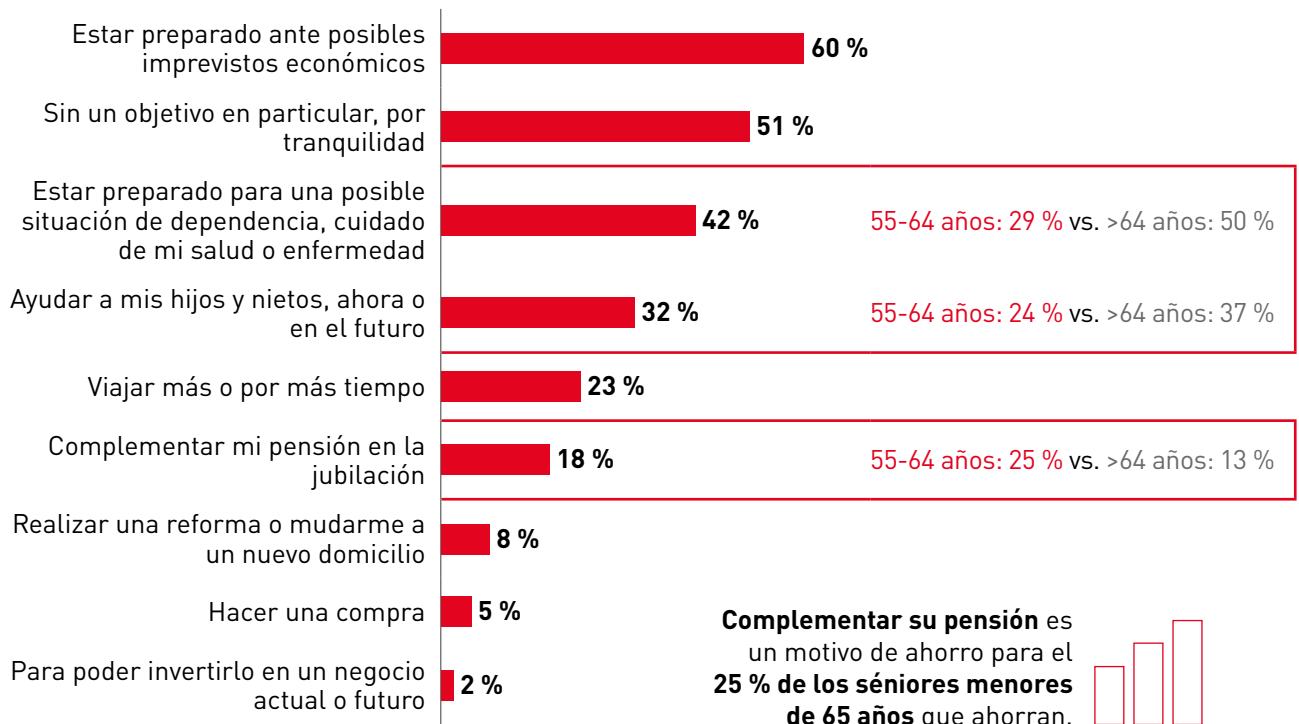


SE MANTIENE EL INCREMENTO DE SÉNIORES AHORRADORES QUE SE PRODUJO EN 2023.



FINALIDAD DEL AHORRO

¿Por cuáles de estos motivos ahorra?



En general, **ahorran con el fin de obtener seguridad y tranquilidad** ante posibles imprevistos, para poder hacer frente a **futuras situaciones de enfermedad o dependencia**, así como para ayudar a familiares. Estos dos últimos motivos de ahorro **cobran mayor relevancia según se avanza en edad.**

INGRESOS Y AHORRO

Ante el reto de optimizar sus recursos y patrimonio tras la jubilación, los **séniors digitales** son cada vez más **proactivos** y se informan más. **Abriéndose a nuevas soluciones**, como las **fórmulas para aprovechar el ahorro disponible** tanto en **bienes inmuebles** como en **activos financieros**.

TENDENCIA SÉNIOR DETECTADA POR Google



Un **17 % de los D55+** en España busca referencias sobre **inversión económica online**.

Es un **33 %** más probable encontrar a personas que estén en proceso de planificación financiera que en el resto de las edades.



Un **16 % de los D55+** en España busca referencias sobre **planificación patrimonial**.

Es un **50 %** más probable encontrar a personas que estén en proceso de planificación patrimonial que en el resto de las edades.

PERCEPCIÓN DE RIESGO

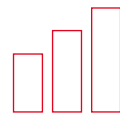
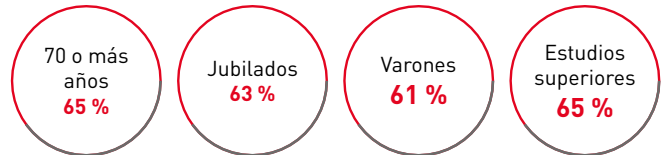
¿Se siente usted seguro/tranquilo con respecto a su situación económica actual?



Sí **58 %**

MÁS DE LA MITAD DE LOS SÉNIORES (58 %) ESTÁN TRANQUILOS CON RESPECTO A SU SITUACIÓN ECONÓMICA.

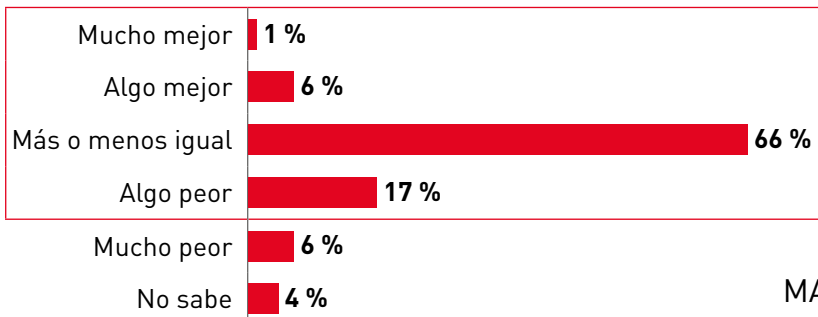
Los grupos de población sénior que se sienten más tranquilos con su situación económica:



Este porcentaje es más bajo entre los sénior más jóvenes (55-59 años), 47 % y entre los que siguen en activo, 45 %.

SITUACIÓN ECONÓMICA FUTURA

¿Cómo cree que será su situación económica a partir de ahora?

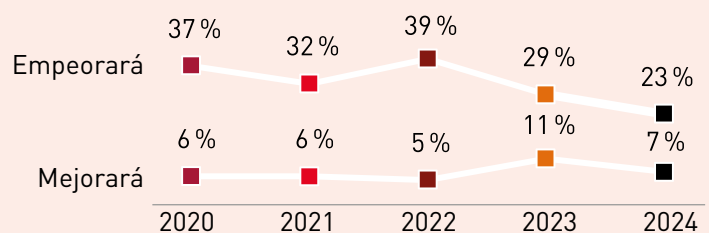


EL 73 % CONSIDERA QUE SU SITUACIÓN ECONÓMICA SE MANTENDRÁ IGUAL O MEJORARÁ.



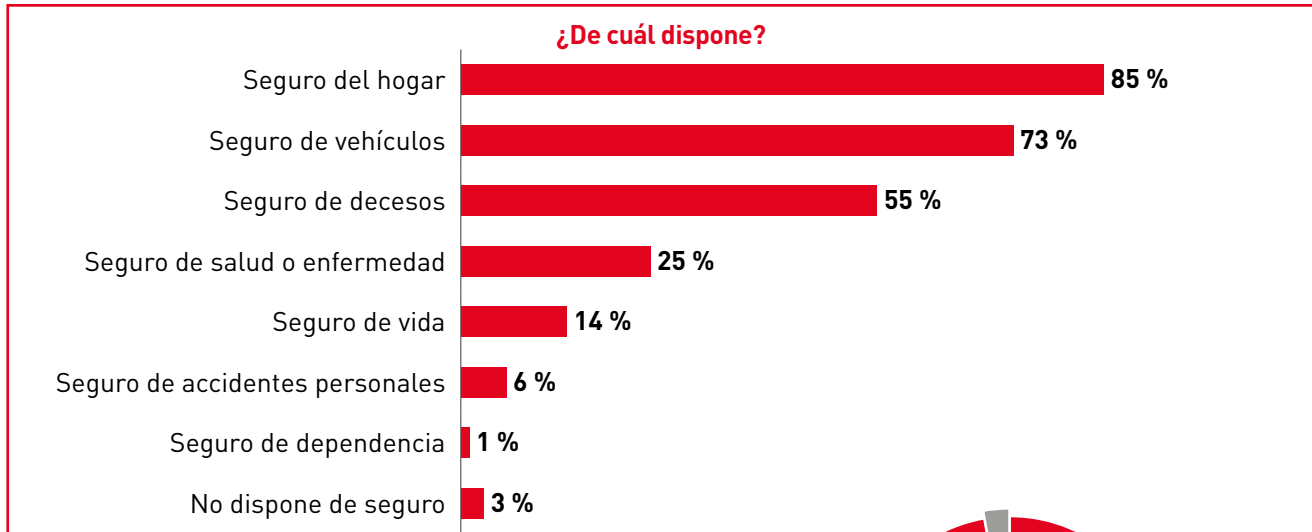
SIGUE DESCENDIENDO EL PORCENTAJE DE SÉNIORES QUE CONSIDERAN QUE SU SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL EMPEORARÁ.

Creen que su situación económica mejorará o empeorará

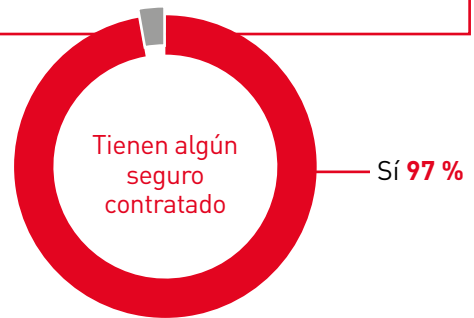


III SEGUROS CONTRATADOS

¿Tiene contratado algún seguro?

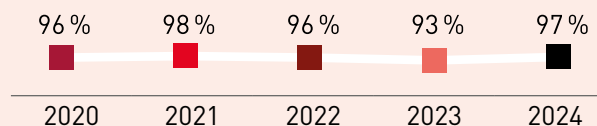


DE MEDIA, TIENEN CONTRATADOS **2,7 TIPOS DE SEGUROS DISTINTOS**, SIENDO LOS MÁS COMUNES LOS DE **HOGAR, VEHÍCULOS Y DECESOS**



ELEVADO PORCENTAJE DE **TENENCIA DE SEGUROS**, QUE SE **MANTIENE ESTABLE DESDE 2020**.

Tienen algún seguro contratado

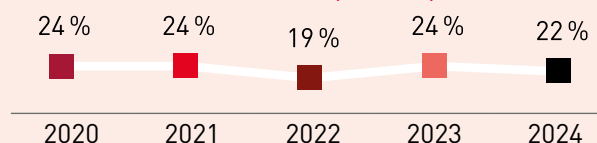


III PLANES DE PENSIONES

¿Tiene contratado algún plan de pensiones o seguro de jubilación?

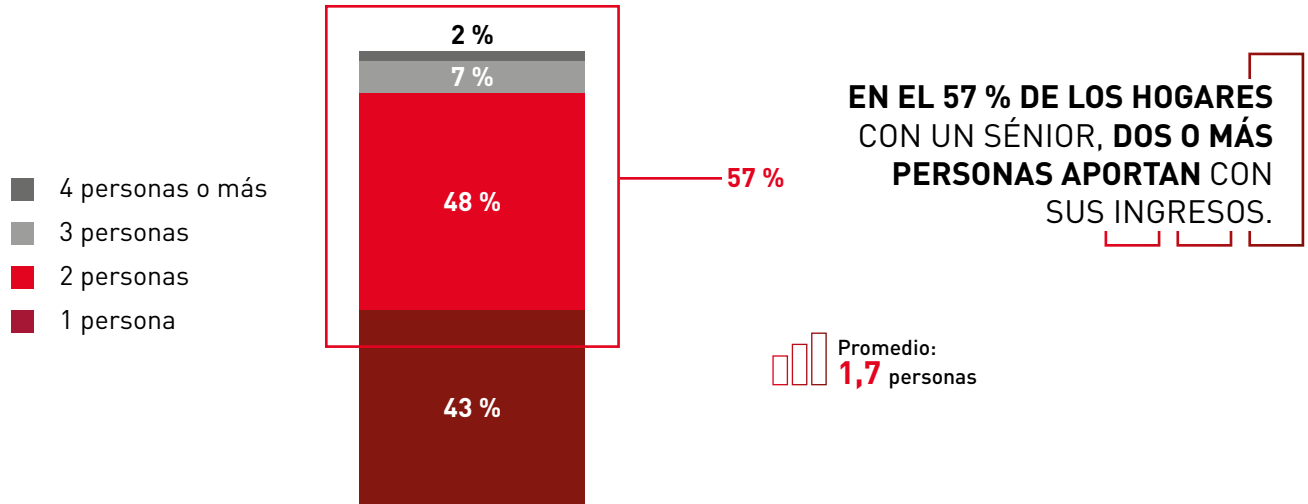
TAMBIÉN SE **MANTIENE ESTABLE** EL VOLUMEN DE SÉNIORES QUE TIENE CONTRATADO UN **PLAN DE PENSIONES**, **22 %**.

Tienen contratado un plan de pensiones



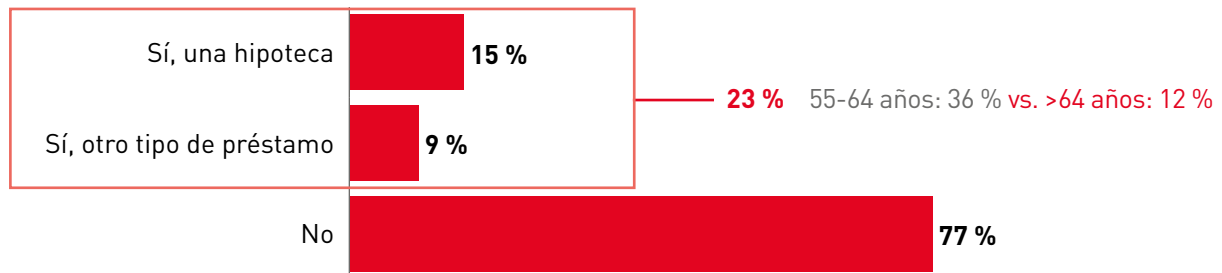
INGRESOS EN EL HOGAR

Número de personas que aportan ingresos al hogar



PAGO DE PRÉSTAMOS

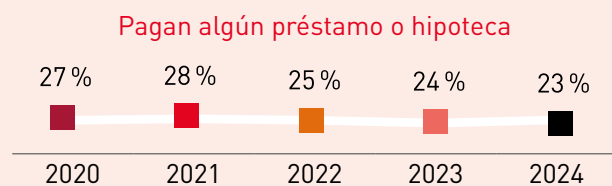
¿Está pagando en la actualidad algún préstamo o hipoteca?



SOLO 1 DE CADA 4 SÉNIORES (23 %) PAGA ALGÚN PRÉSTAMO Y/O HIPOTECA.



ESTABILIDAD EN EL PORCENTAJE DE POBLACIÓN SÉNIOR CON CARGAS EN FORMA DE HIPOTECA O PRÉSTAMOS.



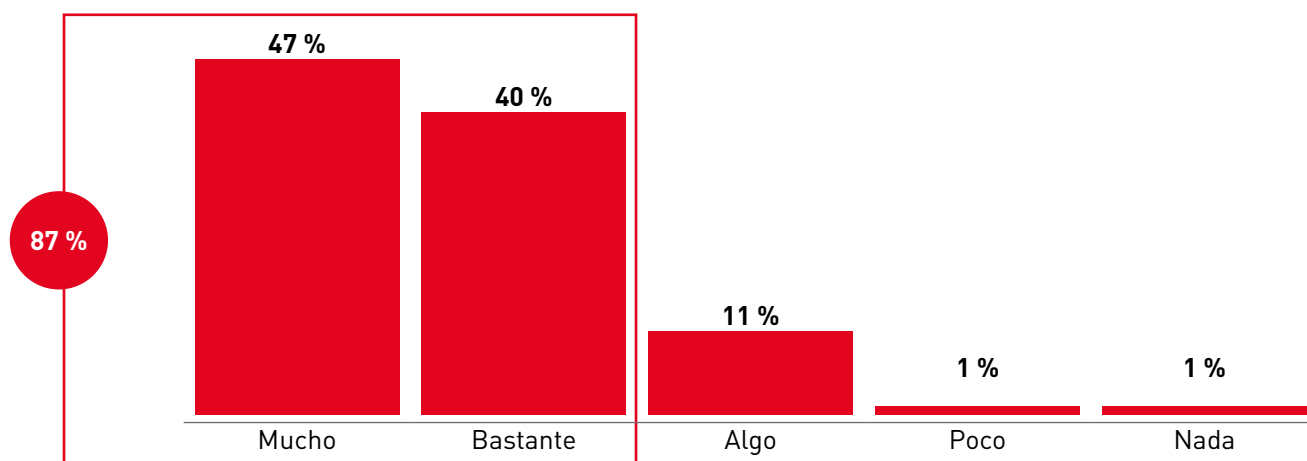
PRINCIPALES PARTIDAS DE GASTOS

De los siguientes ámbitos que le cito a continuación, dígame los tres en los que realiza un mayor gasto

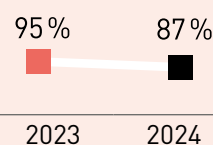


SUBIDA DE LA CESTA DE LA COMPRA

¿En qué medida ha notado la subida de la cesta de la compra?

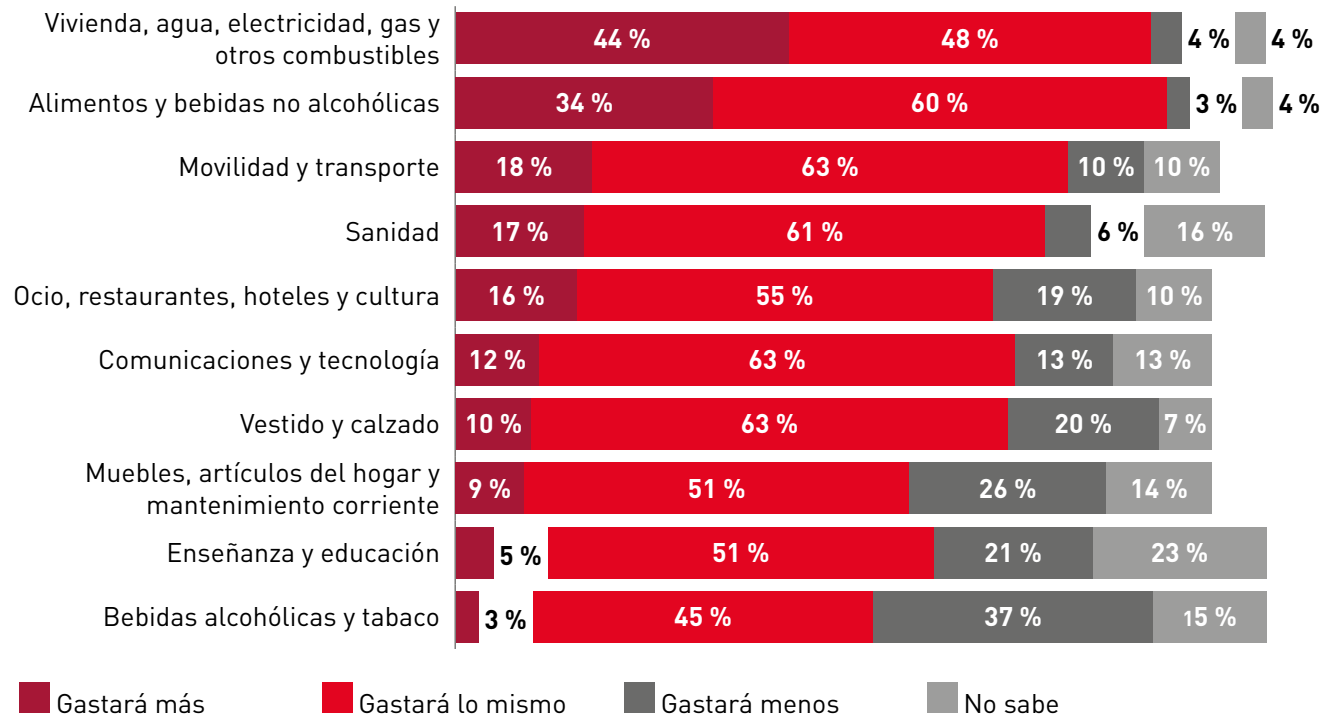


AUNQUE SIGUE SIENDO ELEVADO, SE REDUCE EL VOLUMEN DE SÉNIORES QUE HA NOTADO BASTANTE O MUCHA SUBIDA EN EL PRECIO DE LA CESTA DE LA COMPRA.



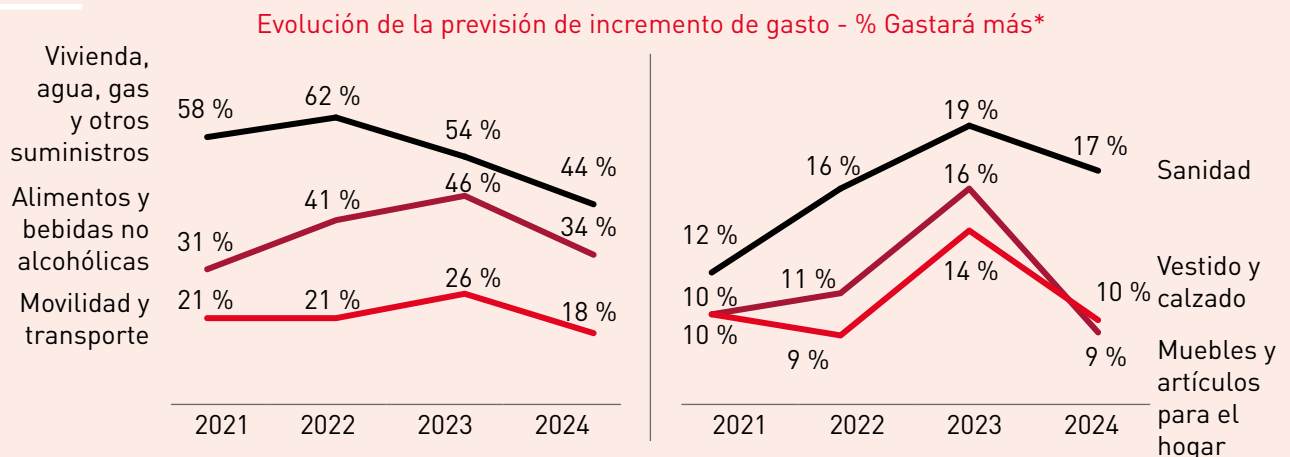
||| PERSPECTIVA DE GASTO

Pensando en el próximo año 2025, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos considera que va a gastar más, en cuáles va a gastar lo mismo que ahora y en cuáles va a gastar menos?



En todo caso, en todas las partidas analizadas decrece el porcentaje de sénior que considera que gastará más en 2025.

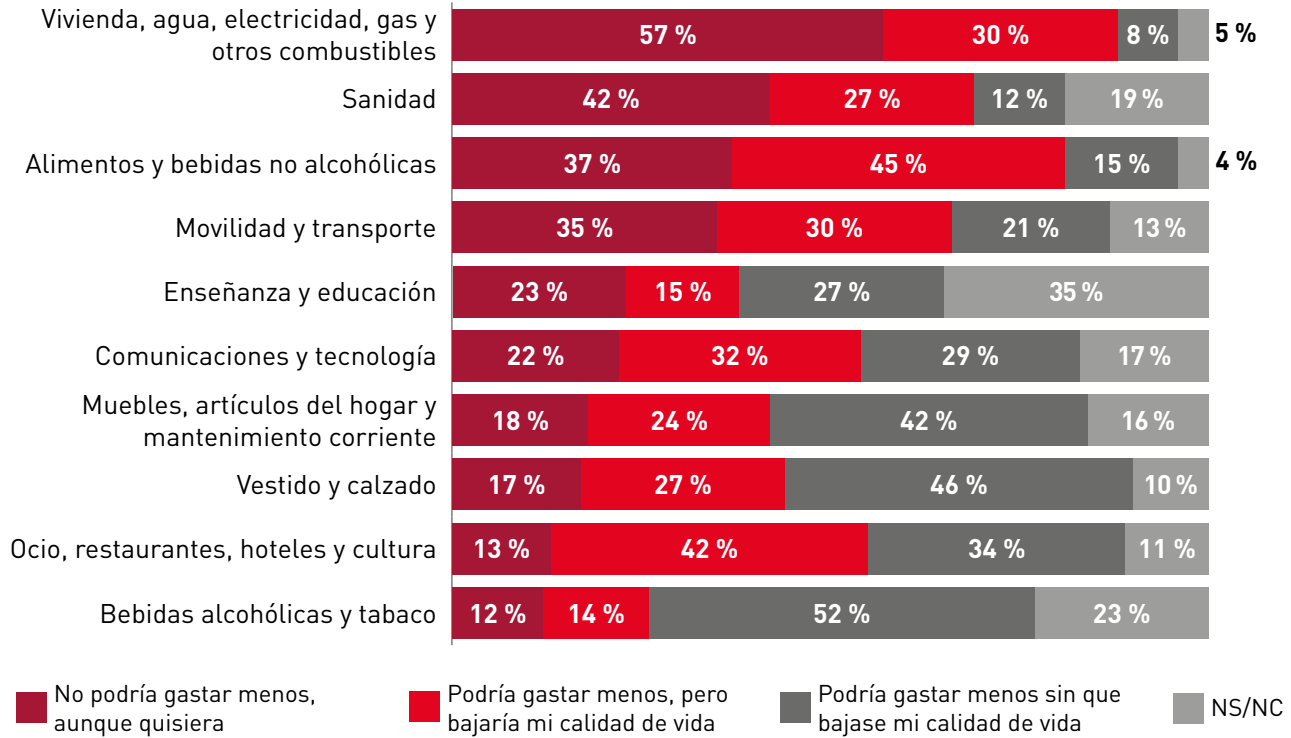
LAS PARTIDAS PARA LAS QUE SE PREVÉ UN MAYOR INCREMENTO DEL GASTO EN 2025 SON: VIVIENDA, SUMINISTROS Y COMBUSTIBLES, JUNTO CON LA DE ALIMENTACIÓN.



*En 2024 se ha preguntado conjuntamente por las partidas de gasto "comunicaciones" y "tecnología". También por las partidas "Ocio, restaurantes, hoteles" y "cultura". Por ello no se muestra su evolución.

DISMINUCIÓN DEL GASTO

¿Podría usted gastar menos en cada uno de los siguientes ámbitos?



MÁS DE 8 DE CADA 10 SÉNIORES CREEN NO PODER GASTAR MENOS, O QUE HACERLO SUPONDRÍA PERDER CALIDAD DE VIDA, EN VIVIENDA Y SANIDAD. TAMBIÉN ES NOTABLE EL PORCENTAJE DE AQUELLOS QUE CONSIDERAN QUE NO PODRÍAN GASTAR MENOS EN ALIMENTACIÓN Y MOVILIDAD O TRANSPORTE.

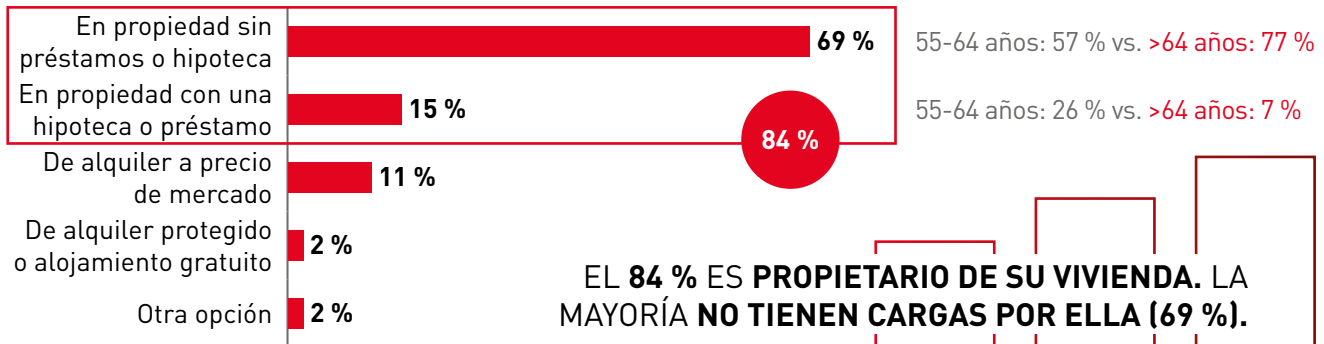
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR ESPAÑOL

VIVIENDA



|| RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

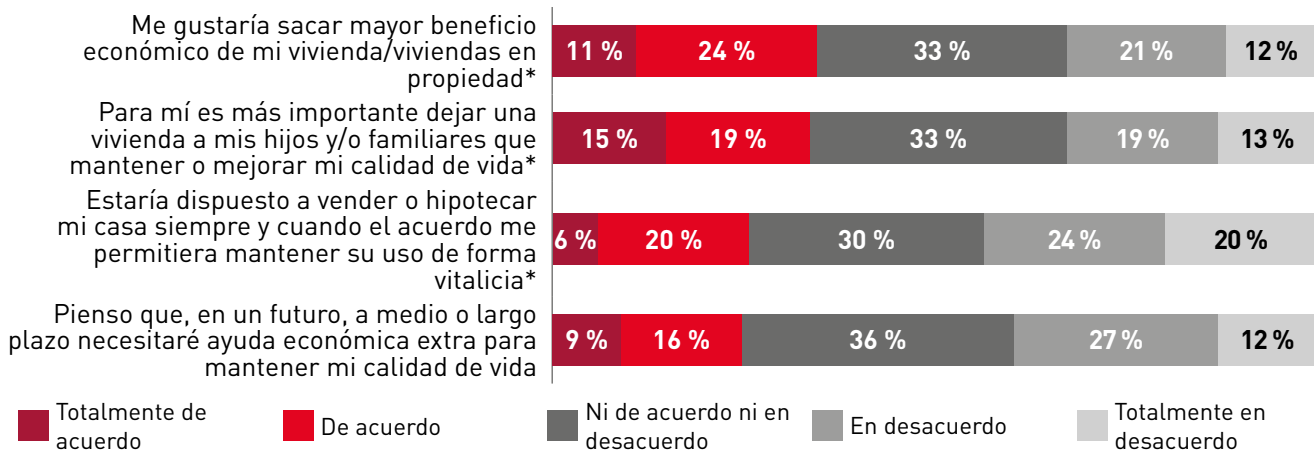
Dígame, por favor, el tipo de vivienda en la que reside



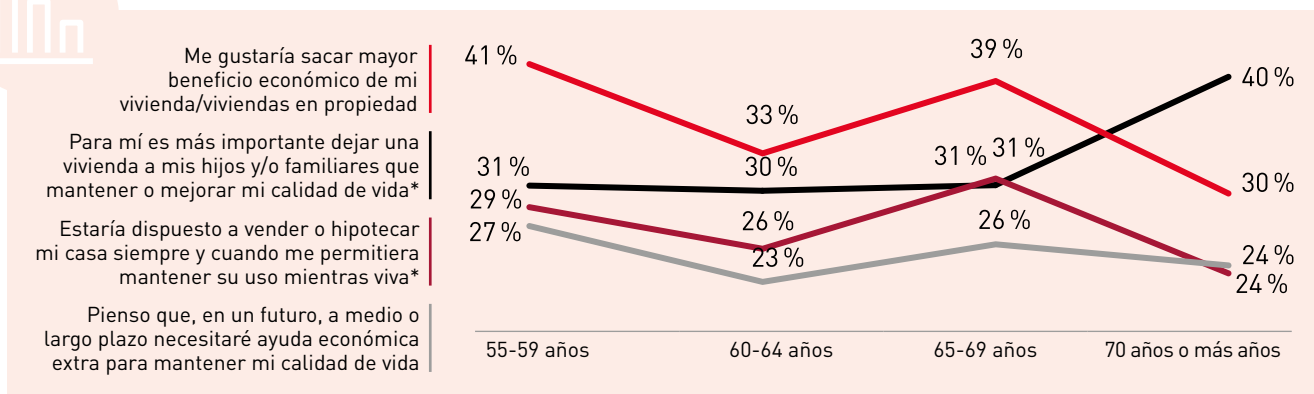
UN 77 % ENTRE LOS MAYORES DE 64 AÑOS.

UN 23 % DEL TOTAL DE SÉNIORES TIENEN SU VIVIENDA ADAPTADA A UNA PERSONA DEPENDIENTE.

Indique por favor su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones



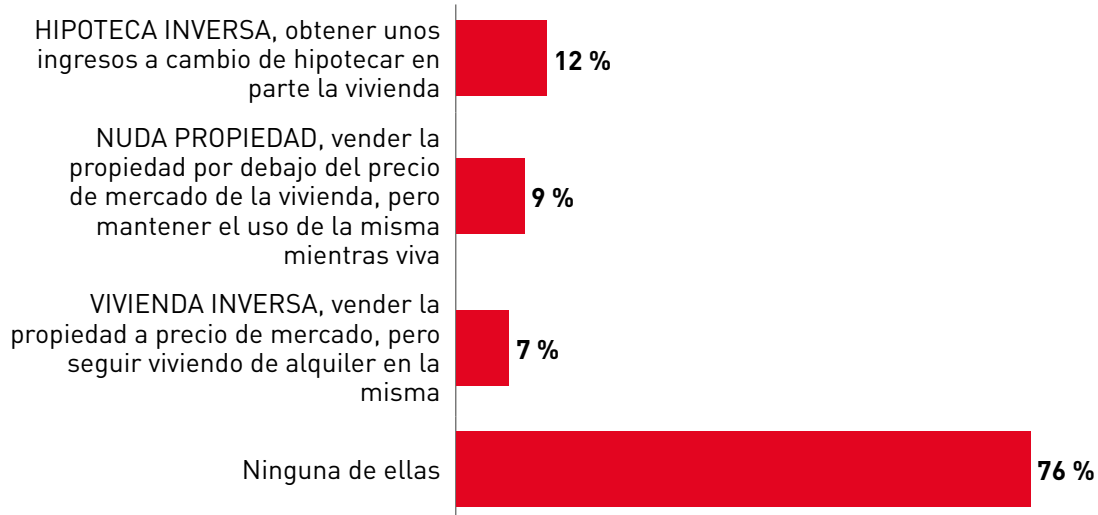
A algo más de un tercio de séniores (35 %) les gustaría sacar mayor beneficio económico de su vivienda, especialmente a los más jóvenes (41 %). Otro 35 % prioriza dejar su vivienda en herencia a sus hijos, especialmente los más mayores (40 %).



* % sobre los séniores que son propietarios de su vivienda.

INGRESOS POR SU VIVIENDA

¿Qué fórmula le genera más confianza para obtener ingresos por su vivienda, sin dejar de vivir en ella?*

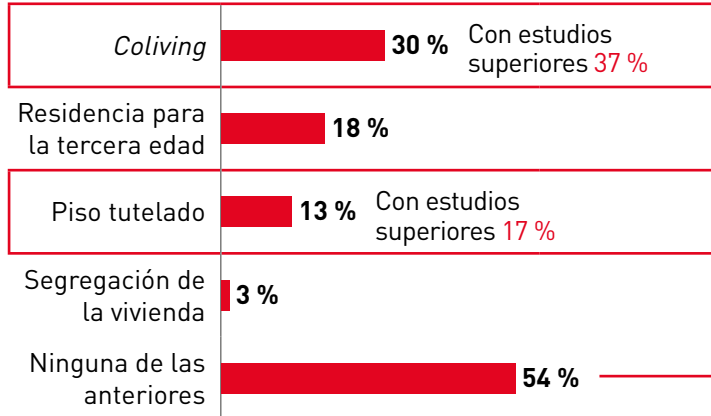


1 DE CADA 4 SÉNIORES CONFÍA EN ALGUNA DE LAS ALTERNATIVAS PROPUESTAS PARA OBTENER INGRESOS POR SU VIVIENDA.

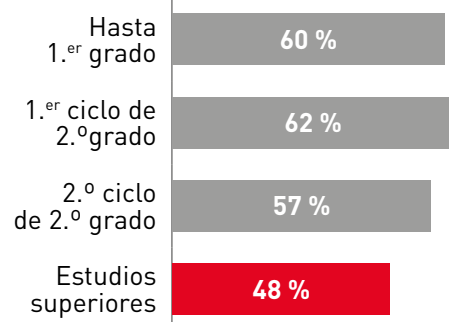
* % sobre los séniores que son propietarios de su vivienda.

ALTERNATIVAS RESIDENCIALES

¿Viviría usted en alguna de las siguientes opciones?



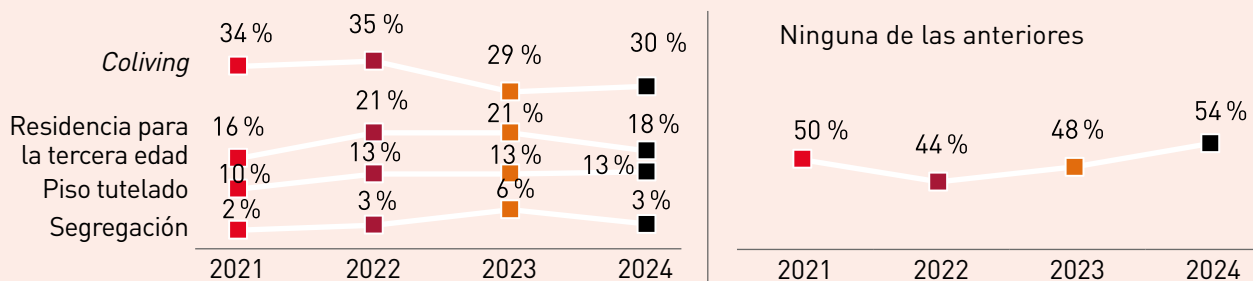
Sénior que no optarían por ninguna de las alternativas propuestas, según nivel de estudios



UN 30 % ESTÁ **ABIERTO AL COLIVING** (MODELO RESIDENCIAL COMUNITARIO EN EL QUE CADA RESIDENTE ES INDEPENDIENTE). **ESTA CIFRA ES SUPERIOR ENTRE QUIENES TIENEN ESTUDIOS SUPERIORES.**

UN 54 % NO CONSIDERA ACTUALMENTE NINGUNA DE LAS ALTERNATIVAS RESIDENCIALES PROPUESTAS. SE INCREMENTA ESTA CIFRA RESPECTO A MEDICIONES ANTERIORES.

Evolución del porcentaje de sénior abiertos a los distintos modelos de vivienda alternativos



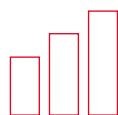
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR ESPAÑOL

TURISMO Y OCIO

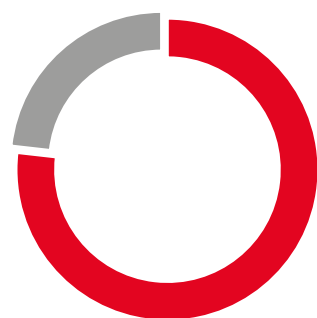


|| PREDISPOSICIÓN PARA VIAJAR

¿Planea realizar algún viaje por ocio o turismo en el próximo año?

 El interés por viajar se mantiene muy elevado hasta los 70 años.

EL **77 %** DE LA POBLACIÓN SÉNIOR ESPAÑOLA TIENE PREVISTO **REALIZAR ALGÚN VIAJE** POR OCIO O TURISMO A LO LARGO DEL **PRÓXIMO AÑO.**



Sí **77 %**

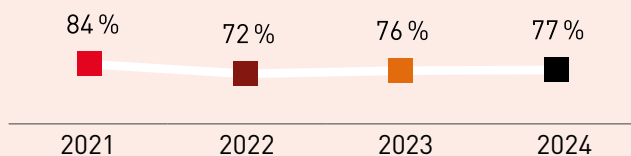
Séniore que planean viajar

55-59 años	83 %
60-64 años	80 %
65-69 años	86 %
70 o más años	69 %
Hasta 1.º grado	60 %
1.º ciclo de 2.º grado	63 %
2.º ciclo de 2.º grado	77 %
Estudios superiores	87 %
Menos de 10.000 habitantes	71 %
De 10.001 a 50.000 habitantes	72 %
De 50.001 a 200.000 habitantes	82 %
Más de 200.000 habitantes	78 %



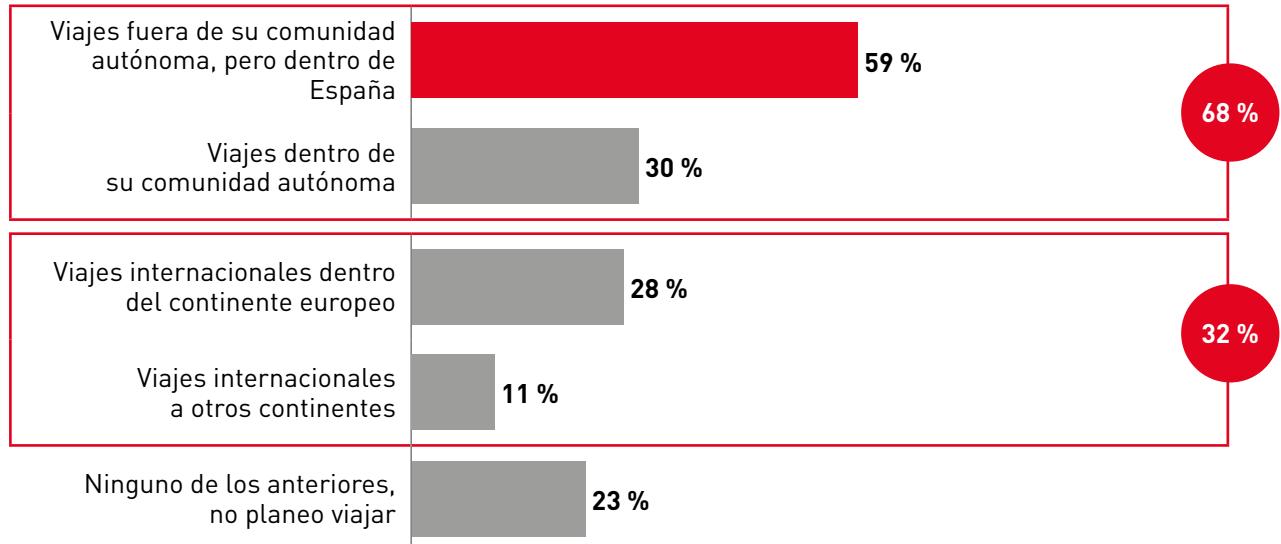
SE MANTIENE ELEVADA LA PREDISPOSICIÓN A VIAJAR DE LOS SÉNIORES ESPAÑOLES.

Séniore que planean viajar



DESTINOS

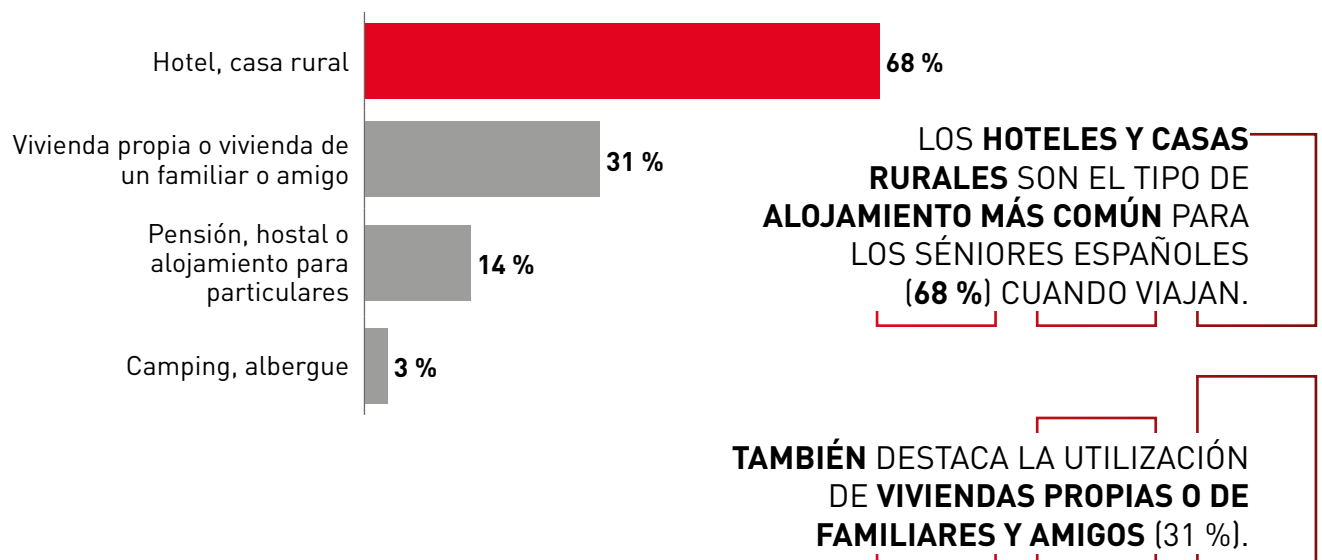
¿Planea realizar algún viaje por ocio o turismo en el próximo año?*



Principalmente se trata de **escapadas dentro de España**. Si bien un 32 % tiene planeado viajar al extranjero.

ALOJAMIENTO HABITUAL

¿Dónde suele alojarse cuando viaja por ocio o turismo?



TAMBIÉN DESTACA LA UTILIZACIÓN DE **VIVIENDAS PROPIAS O DE FAMILIARES Y AMIGOS** (31 %).

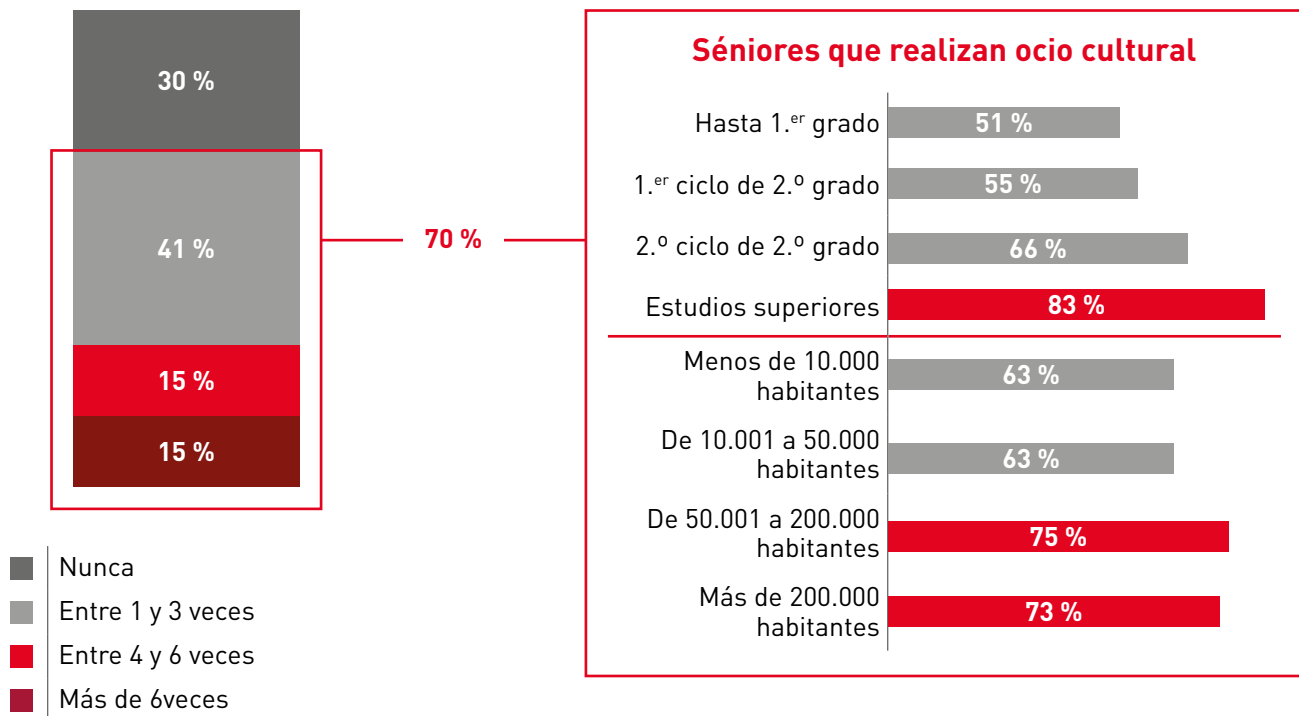
LA DIGITALIZACIÓN DEL COLECTIVO SÉNIOR SEGÚN comscore

3,9 M utilizan Booking
32 % D55+

3,0 M planifican sus viajes en Tripadvisor
24 % D55+

OCIO CULTURAL

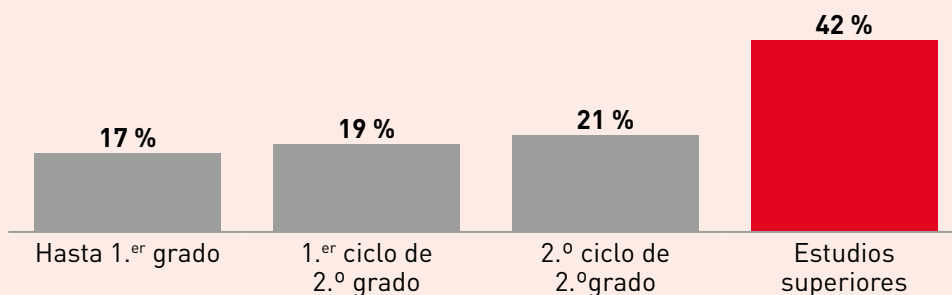
¿Cuántas veces al año realiza visitas a museos, exposiciones, conferencias o eventos culturales al margen de las que realiza en sus viajes por turismo?



7 DE CADA 10 SÉNIORES REALIZAN OCIO CULTURAL ALGUNA VEZ AL AÑO. UN 30 % CADA TRES MESES O CON MÁS FRECUENCIA (MÁS DE 4 VECES AL AÑO).

EL 42 % DE LOS SÉNIORES CON ESTUDIOS SUPERIORES REALIZA OCIO CULTURAL MÁS DE 4 VECES AL AÑO.

Séniore que realizan ocio cultural – Más de 4 veces al año



CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR ESPAÑOL

TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN



LA DIGITALIZACIÓN DEL COLECTIVO SÉNIOR SEGÚN comscore



En 2020

57 %

de la población mayor de 55 años está conectada a internet*



En 2021

60 %

de la población mayor de 55 años está conectada a internet*



En 2022

70 %

de la población mayor de 55 años está conectada a internet*



En 2023

73 %

de la población mayor de 55 años está conectada a internet*



En 2024

75 %

de la población mayor de 55 años está conectada a internet*



12,0 M

utilizan YouTube. La mayoría en el móvil **97% D55+**



11,9 M

utilizan Google. La mayoría en el móvil **97% D55+**



8,4 M

utilizan IG **67,9% D55+**



11,0 M*

utilizan Facebook* **89% D55+**



10,2 M

tienen Android **83% D55+**



6,5 M

utilizan TikTok **52,4% D55+**

amazon.com

7,1 M

utilizan Amazon **57,4% D55+**



WIKIPEDIA
La enciclopedia libre

5,7 M

Recurren a la Wikipedia* **46,2% D55+**



5,6 M

utilizan Temu **45,0% D55+**

Medios de comunicación con más visitantes:

EL ESPAÑOL

7,9 M

67,8% D55+

as

7,8 M

64,3% D55+

EL MUNDO

7,5 M

61,1% D55+

Utilizan internet diariamente (al menos 5 días a la semana)**	Edad			
	55-64	65-74	75-84	85 y más
2023	80,0 %	59,9 %	29,9 %	8,6 %
2024	83,2 %	65,1 %	38,0 %	11,4 %

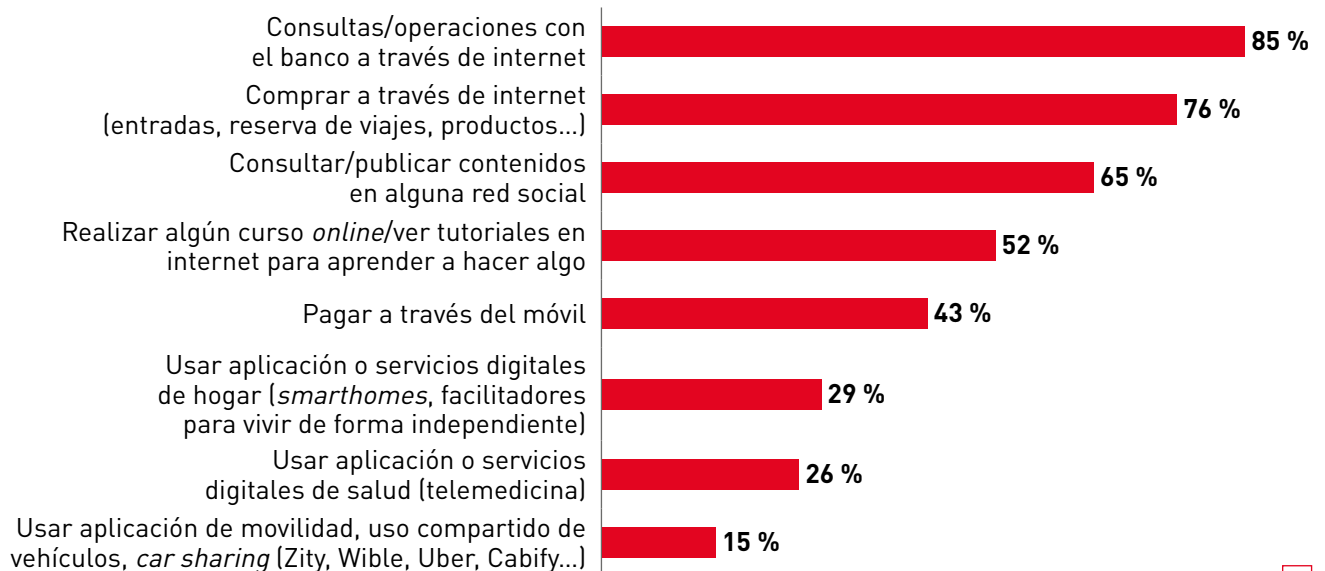
* Datos suministrados por Google conforme a información de Mobile (smartphone y tableta) según Comscore; Wikipedia = Wikimedia Foundation Sites; Dominio de Facebook, no parent (todas las marcas asociadas como Whatsapp, Instagram...).

** Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares 2022 y 2023 (INE).

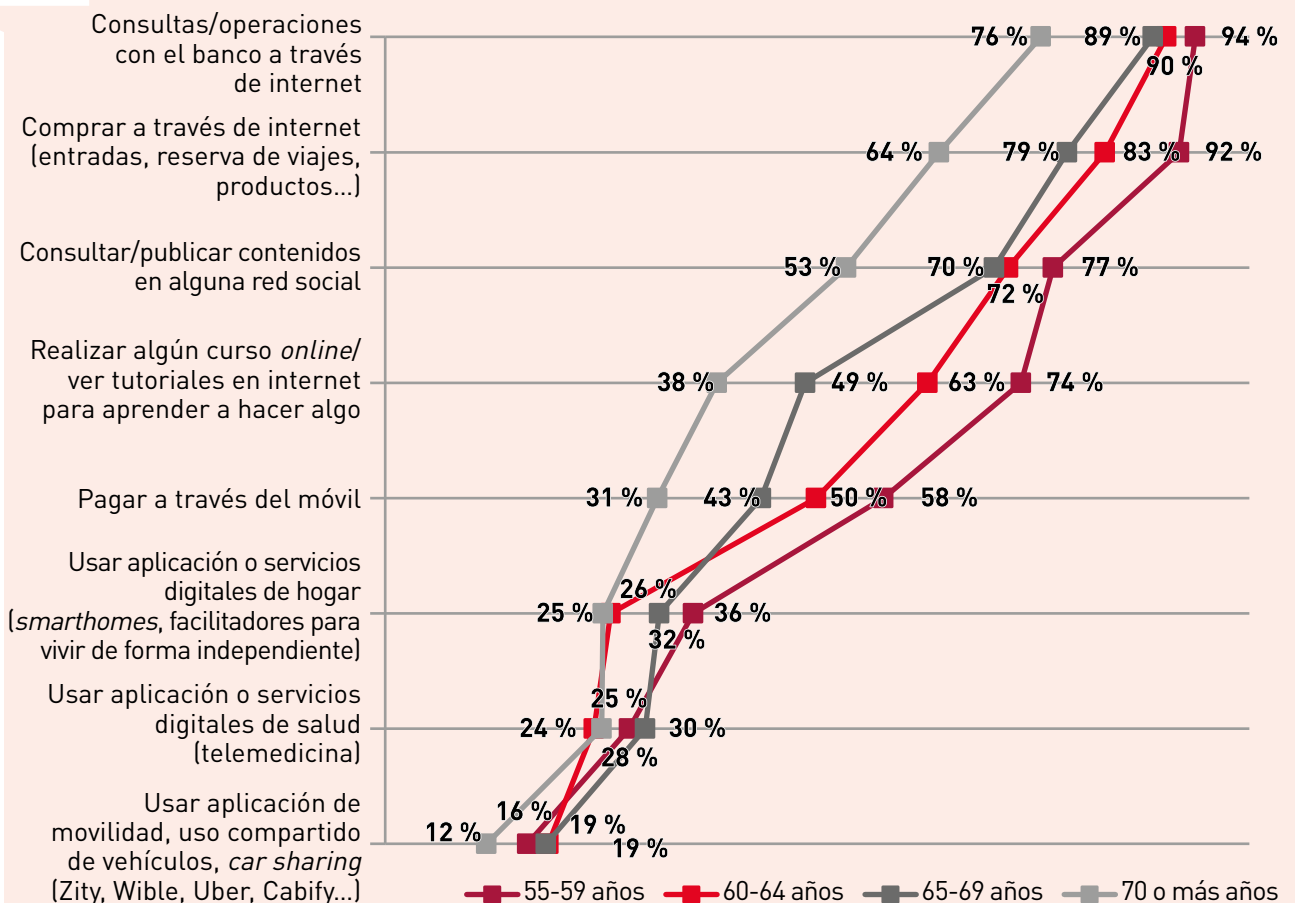
D55+ = Séniores digitales (12.373.000).

HÁBITOS TECNOLÓGICOS

Séniore que declaran realizar cada una de estas actividades en alguna ocasión

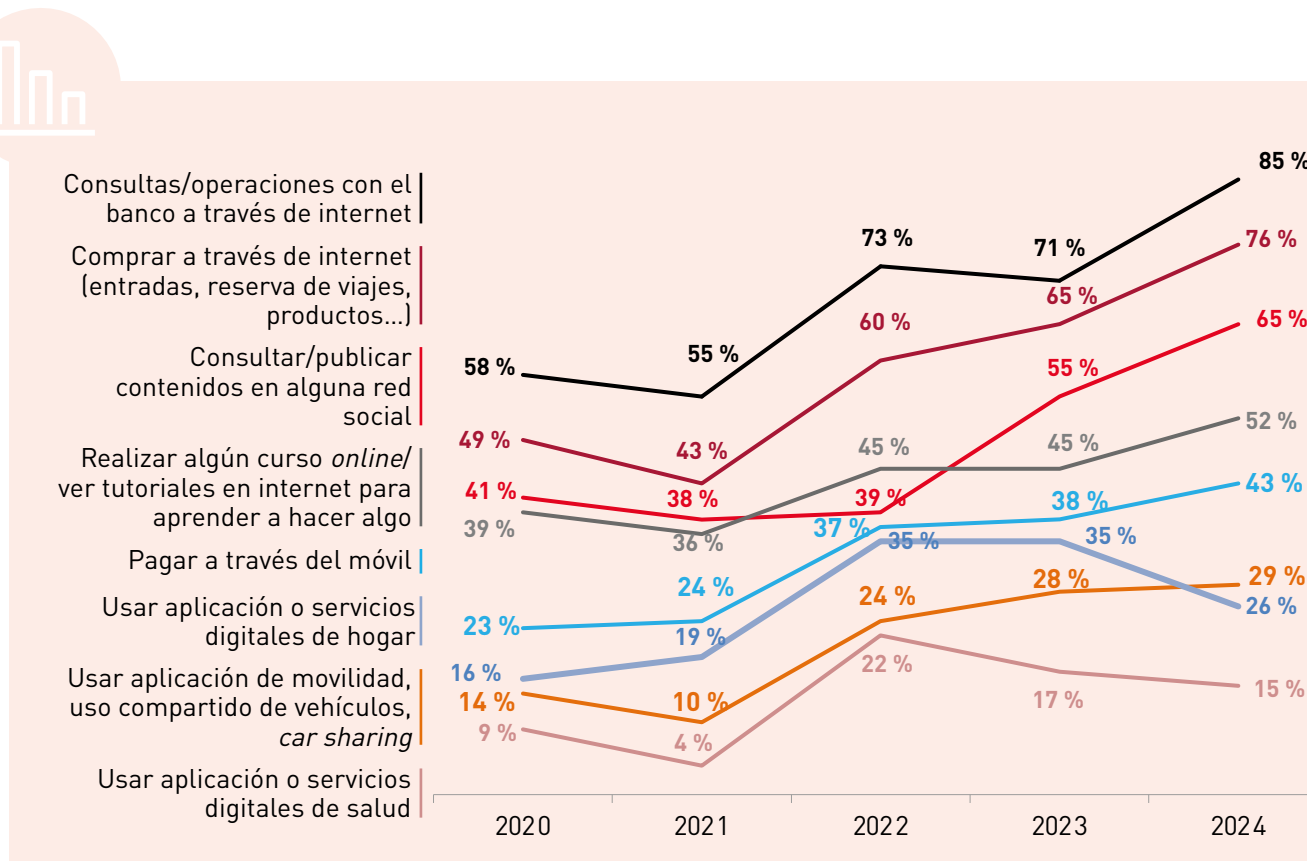


Los séniore realizan estas actividades digitales en importante medida. Los porcentajes de realización de estas actividades solo se distancian del Resto entre los mayores de 69 años.



HÁBITOS TECNOLÓGICOS

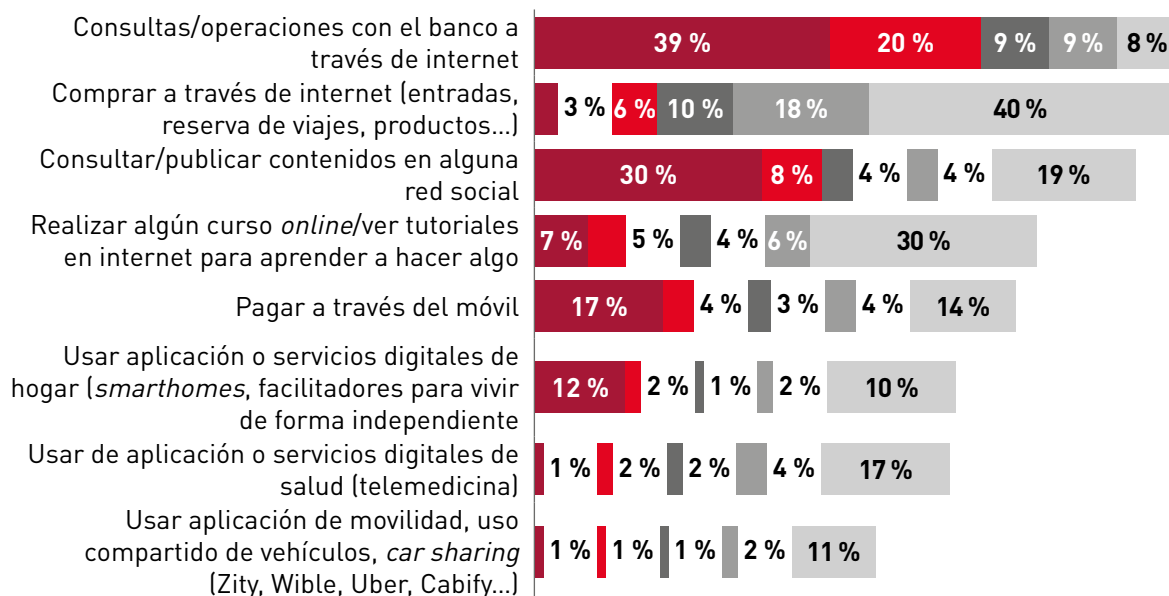
Séniore que realizan cada una de estas actividades en alguna ocasión



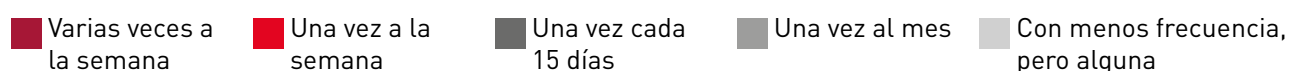
EL COLECTIVO SÉNIOR **SE HA DIGITALIZADO DE MANERA MUY RÁPIDA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.**

HÁBITOS TECNOLÓGICOS

Frecuencia con la que realizan las siguientes actividades*



*Ordenado en función de porcentaje de séniores que realizan cada una de estas actividades en alguna ocasión.



LAS ACTIVIDADES *ONLINE* QUE LOS ESPAÑOLES SÉNIOR REALIZAN CON MAYOR FRECUENCIA SON LAS OPERACIONES BANCARIAS Y EL USO DE REDES SOCIALES.

TENDENCIA SÉNIOR DETECTADA POR Google



Es un 43 % más probable de encontrar a un lector interesado en **noticias políticas** que en el resto de las edades; un 44 % de los D55+ (séniores digitales).



Es un 34 % más probable de encontrar a una persona **apasionada por los libros** que en el resto de las edades; un 43 % de los D55+ (séniores digitales).



Es un 25 % más probable de encontrar a un lector interesado en **noticias locales** que en el resto de las edades; un 32 % de la población digital D55+ (séniores digitales).



Es un 28 % más probable de encontrar a una persona que **busca recetas** que en el resto de las edades; un 64 % de la población digital D55+ (séniores digitales).

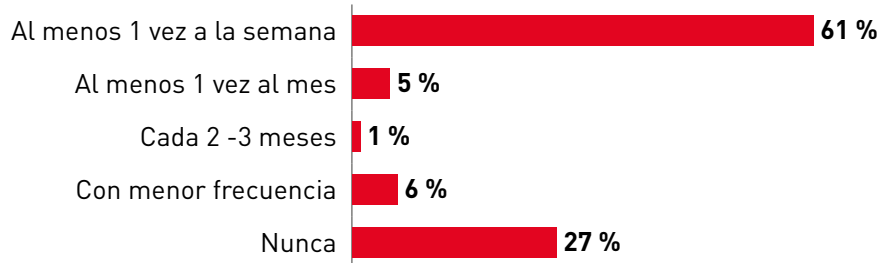
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR ESPAÑOL

CONDUCCIÓN



FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN

¿Con qué frecuencia conduce usted un vehículo?

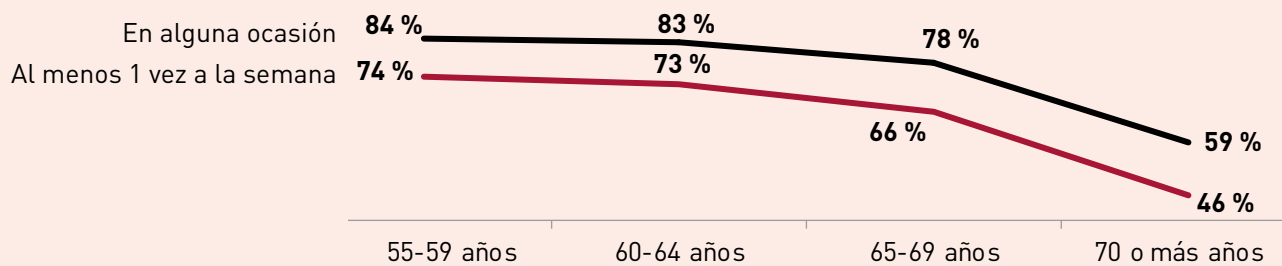


ESTA FRECUENCIA SOLO DECRECE SIGNIFICATIVAMENTE A PARTIR DE LOS 70 AÑOS.

3 DE CADA 5 SÉNIORES CONDUCEN AL MENOS 1 VEZ A LA SEMANA.

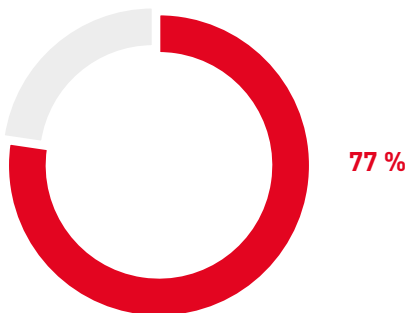


Séniore que conducen en función de su edad



EDAD A LA QUE SE ES MAYOR PARA CONDUCIR

No hay edad, depende de las condiciones de cada persona

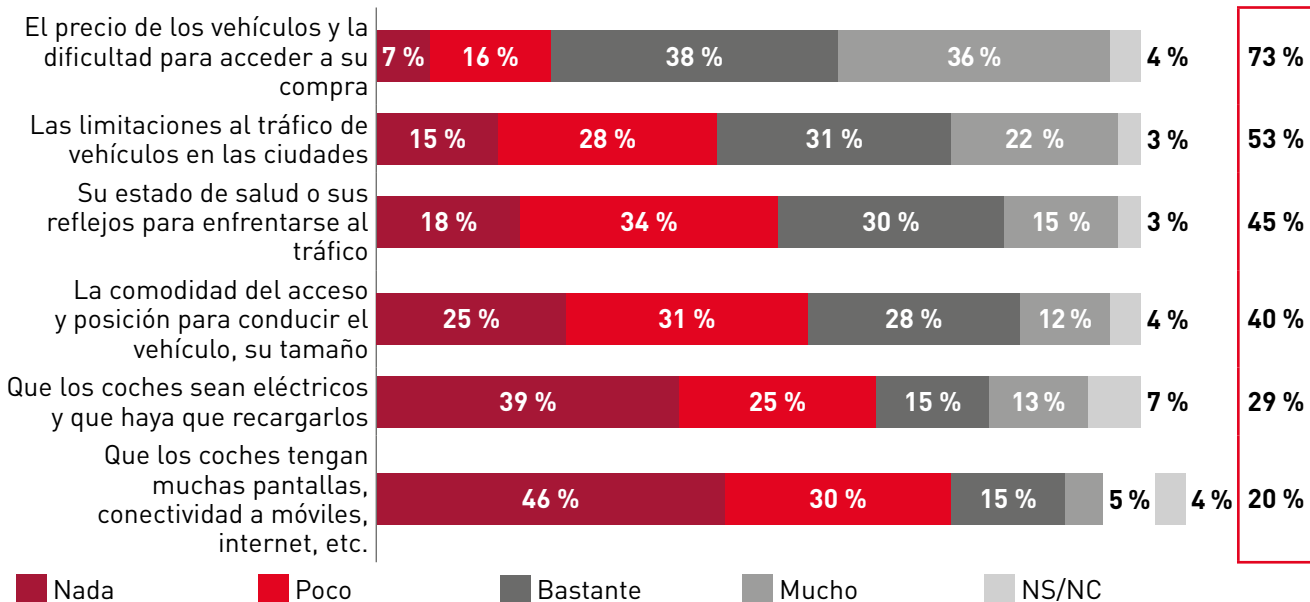


EL 77 % DE LOS SÉNIORES CONSIDERA QUE NO HAY UNA EDAD CONCRETA A LA QUE SE ES MAYOR PARA CONDUCIR.

Esta cifra es similar independientemente de la edad del séniore al que se pregunte.

RIEGOS PARA LA FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN

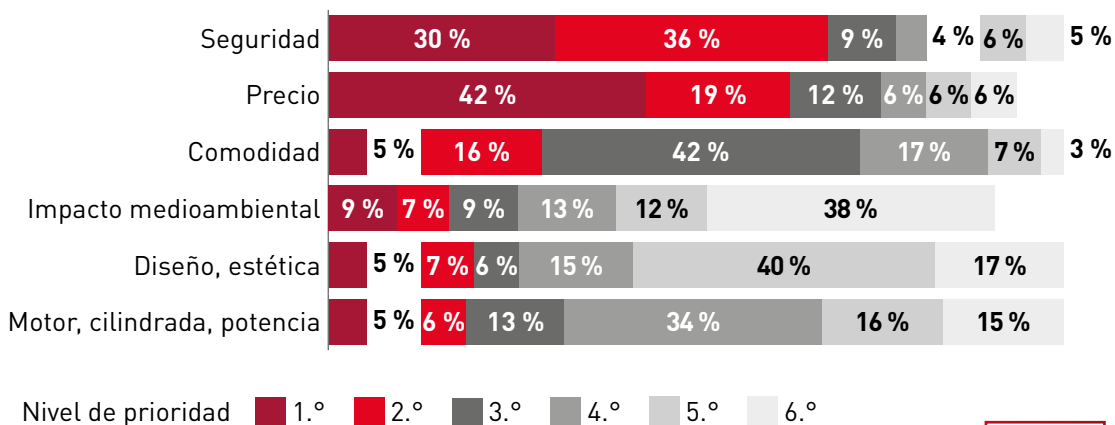
¿En qué medida le preocupa la frecuencia con la que usted conduce se pueda ver afectada por...?*



ADEMÁS DEL PRECIO DE COMPRA DE LOS VEHÍCULOS, LAS LIMITACIONES AL TRÁFICO Y EL EMPEORAMIENTO DE LA SALUD O REFLEJOS SON POTENCIALES FRENOS A LA FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN PARA ALREDEDOR DE LA MITAD DE LOS SÉNIORS.

ASPECTOS RELEVANTES A LA HORA DE COMPRAR UN VEHÍCULO

Si tuviera que comprar un vehículo nuevo, qué importancia daría a los siguientes aspectos, ordénelos de 1 el más importante a 6 el menos importante*



PRECIO Y SEGURIDAD SON LOS PRINCIPALES ELEMENTOS PARA DECIDIR LA COMPRA DE UN VEHÍCULO. TRAS ESTO SE SITÚA LA COMODIDAD DEL VEHÍCULO.

*Séniors que conducen.

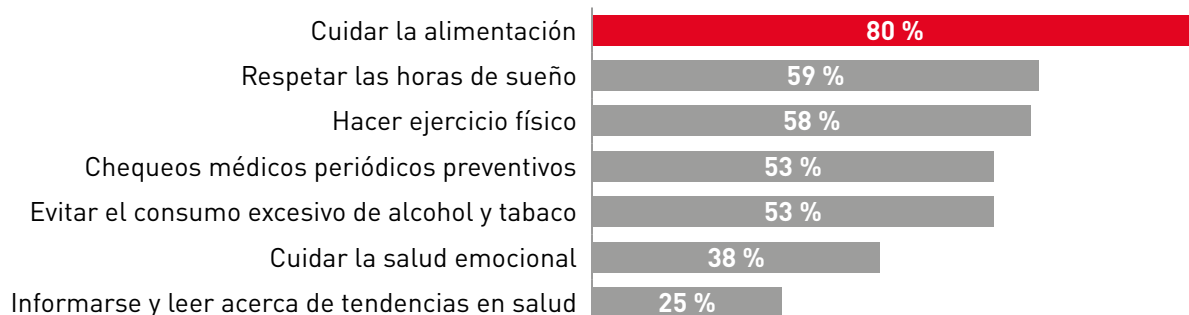
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES ESPAÑOLES

VITALIDAD Y ENVEJECIMIENTO SALUDABLE



|| CUIDADO DE LA SALUD

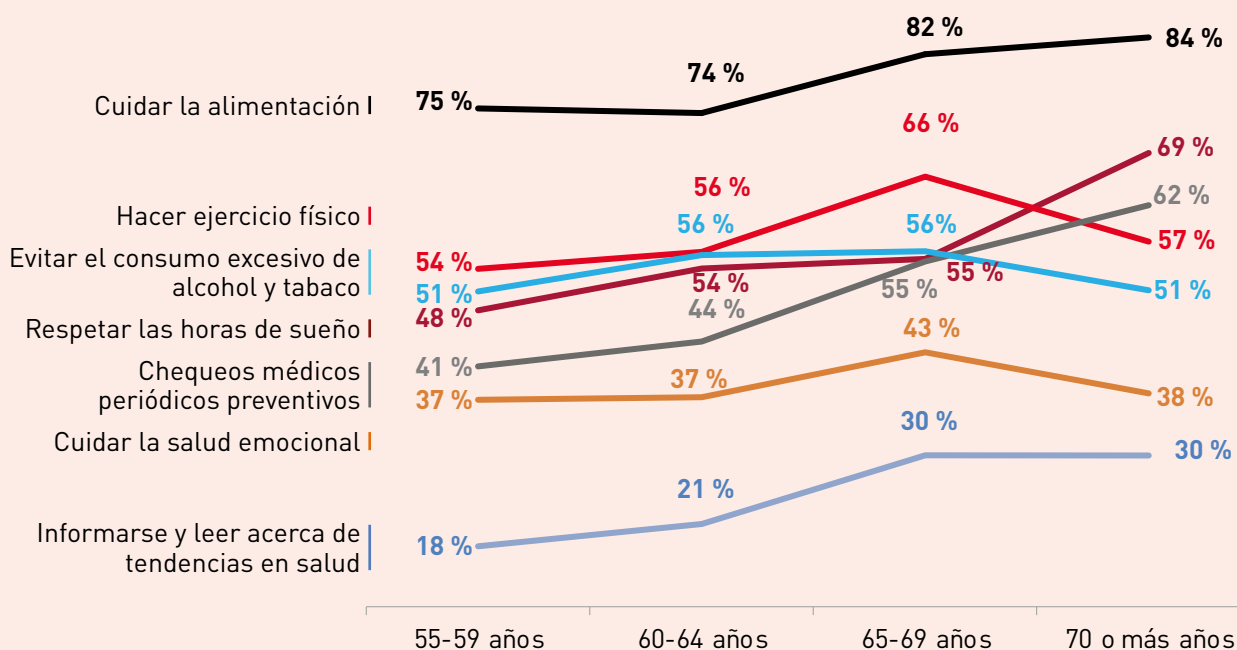
¿Qué acciones positivas para su salud realiza de forma habitual?



A PARTIR DE LOS 65 AÑOS, SE INCREMENTA LA PRÁCTICA DE CIERTAS ACTIVIDADES BENEFICIOSAS PARA LA SALUD, COMO EL EJERCICIO FÍSICO, EL CUIDADO DE LA ALIMENTACIÓN, INFORMARSE SOBRE SALUD O LOS CHEQUEOS PREVENTIVOS.

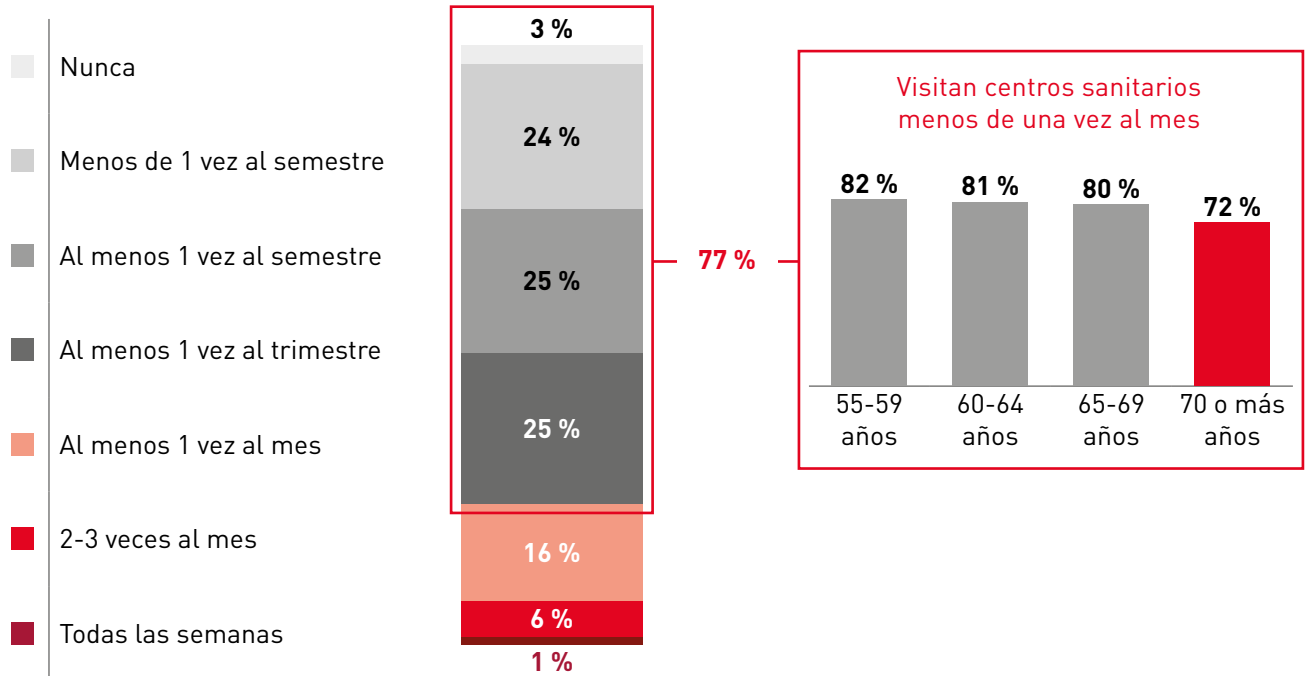
4 DE CADA 5 SÉNIORES CUIDAN SU ALIMENTACIÓN PARA MANTENER UNA BUENA SALUD.

Séniore que conducen en función de su edad



FRECUENCIA DE LAS VISITAS A CENTROS SANITARIOS

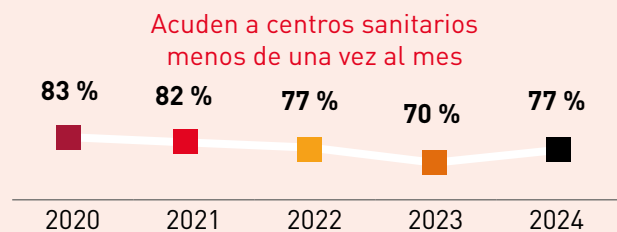
¿Con qué frecuencia suele realizar visitas a centros sanitarios (consulta, revisiones periódicas, urgencias...)?



LOS SÉNIORES APENAS USAN LA SANIDAD HASTA QUE CUMPLEN 70 AÑOS. DE ESTOS, EL 72 % ACUDE AL MÉDICO MENOS DE UNA VEZ AL MES.



EL 77 % ACUDE MENOS DE UNA VEZ AL MES A UN CENTRO DE SALUD, LO QUE SUPONE UNA **VUELTA A DATOS ANTERIORES A 2023**.



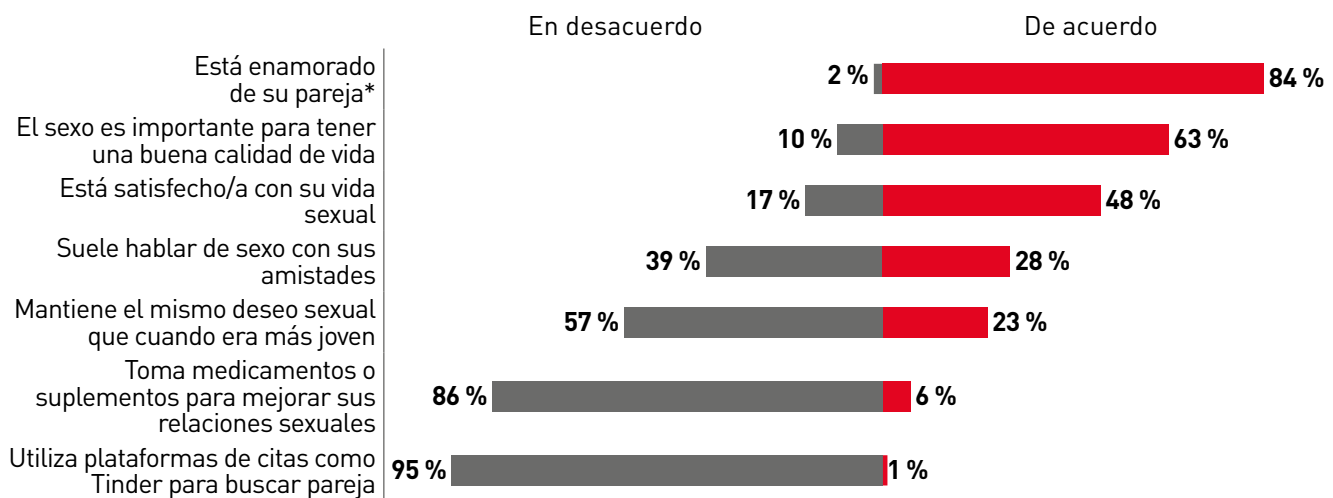
|| SÉNIORES CON PAREJA

¿Tiene usted pareja?



|| ACTITUDES HACIA EL SEXO

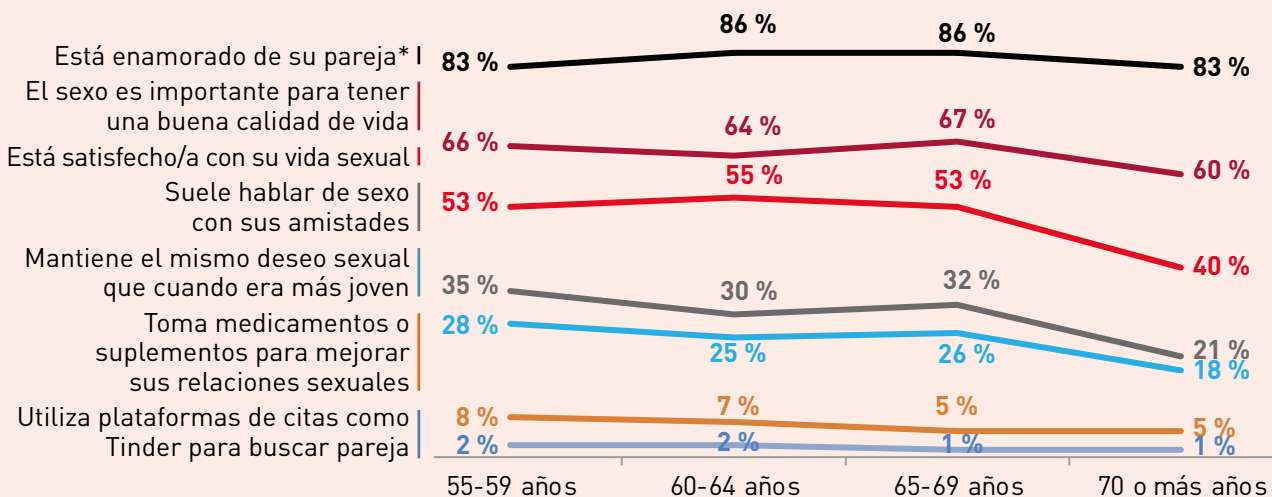
¿Hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones?



Más de 160.000 personas mayores de 55 años utilizan aplicaciones de citas.

3 DE CADA 5 SÉNIORES CONSIDERAN QUE EL SEXO ES IMPORTANTE PARA TENER UNA BUENA CALIDAD DE VIDA. ESTA CIFRA ES SIMILAR INDEPENDIEMENTE DE LA EDAD.

Séniors de acuerdo o totalmente de acuerdo, según edad

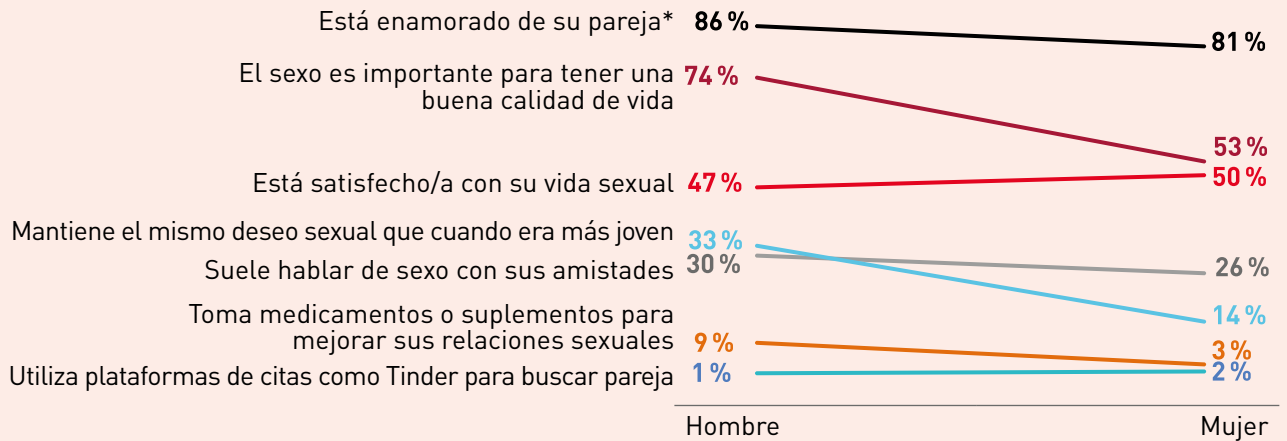


*Séniors con pareja.

ACTITUDES HACIA EL SEXO

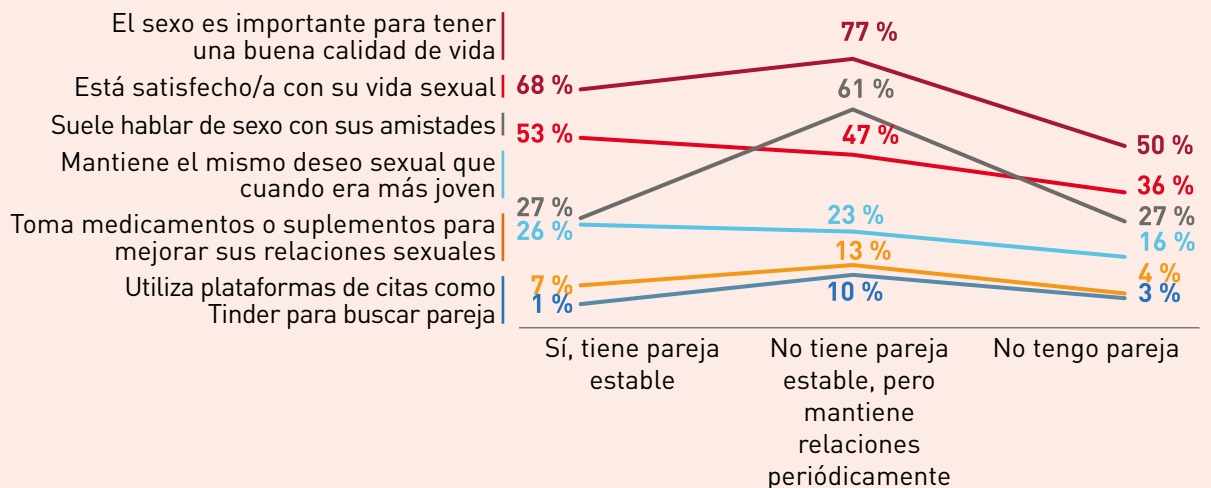
¿Hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

Séniore de acuerdo o totalmente de acuerdo, según género



*Séniore con pareja.

Séniore de acuerdo o totalmente de acuerdo, según género



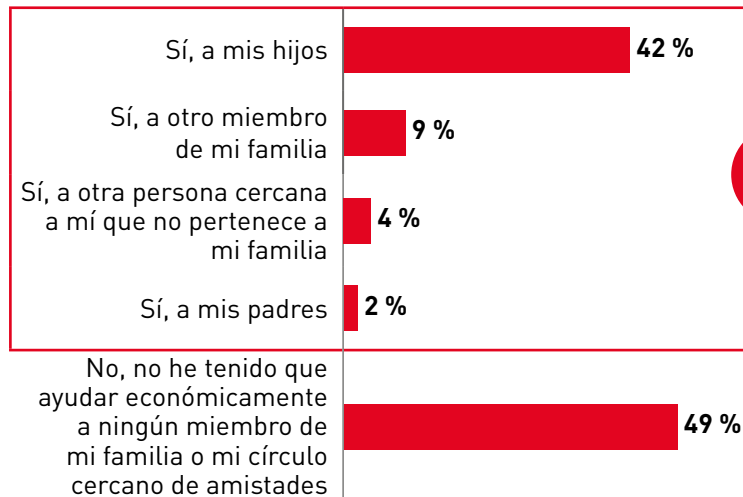
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES ESPAÑOLES

SOPORTE FAMILIAR

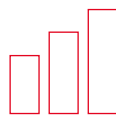
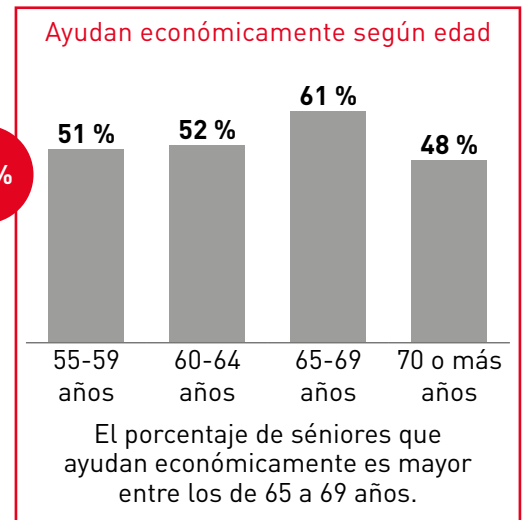


APOYO ECONÓMICO EN EL HOGAR

¿Ha ayudado usted económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el último año?



51 %

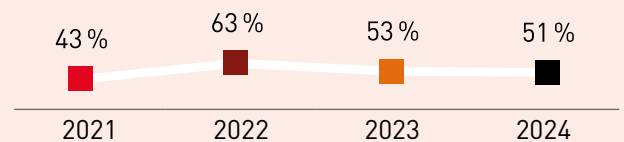


La mitad de la generación *silver* ayuda económicamente a su círculo cercano, principalmente a sus hijos/as.



SE MANTIENE EL PORCENTAJE DE SÉNIORES QUE AYUDAN ECONÓMICAMENTE A SU ENTORNO.

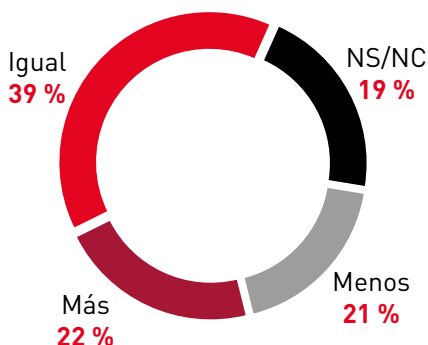
Séniores que ayudan económicamente



PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL APOYO ECONÓMICO

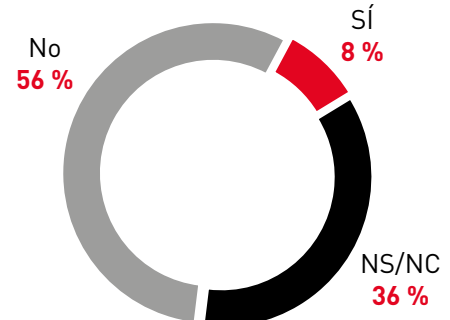
¿Cómo cree usted que evolucionarán estas ayudas económicas a su entorno el próximo año 2025?

Entre quienes han ayudado en 2024



¿Cree que tendrá que ayudar económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el próximo año 2025?

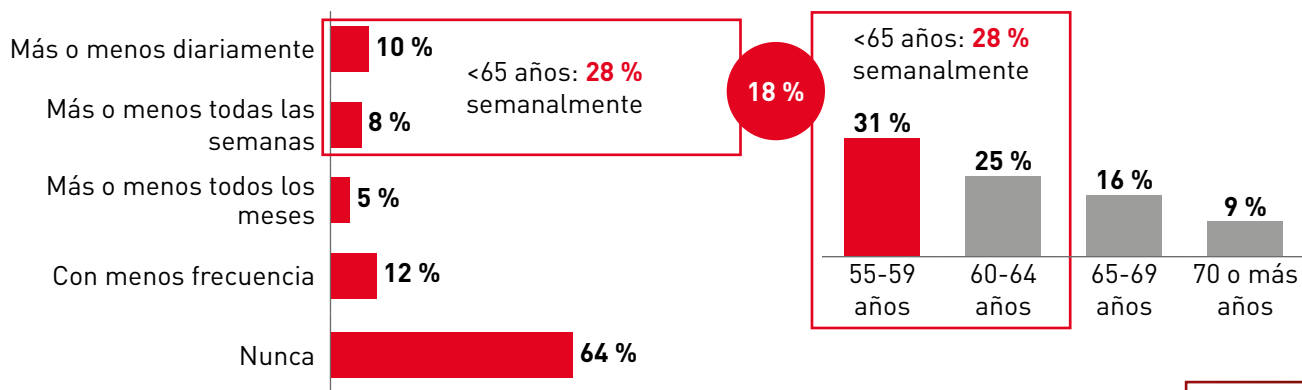
Entre quienes no han ayudado en 2024



Además de ayudar económicamente, los señores son un importante soporte para los cuidados de la familia.

|| CUIDADOS HACIA SUS MAYORES

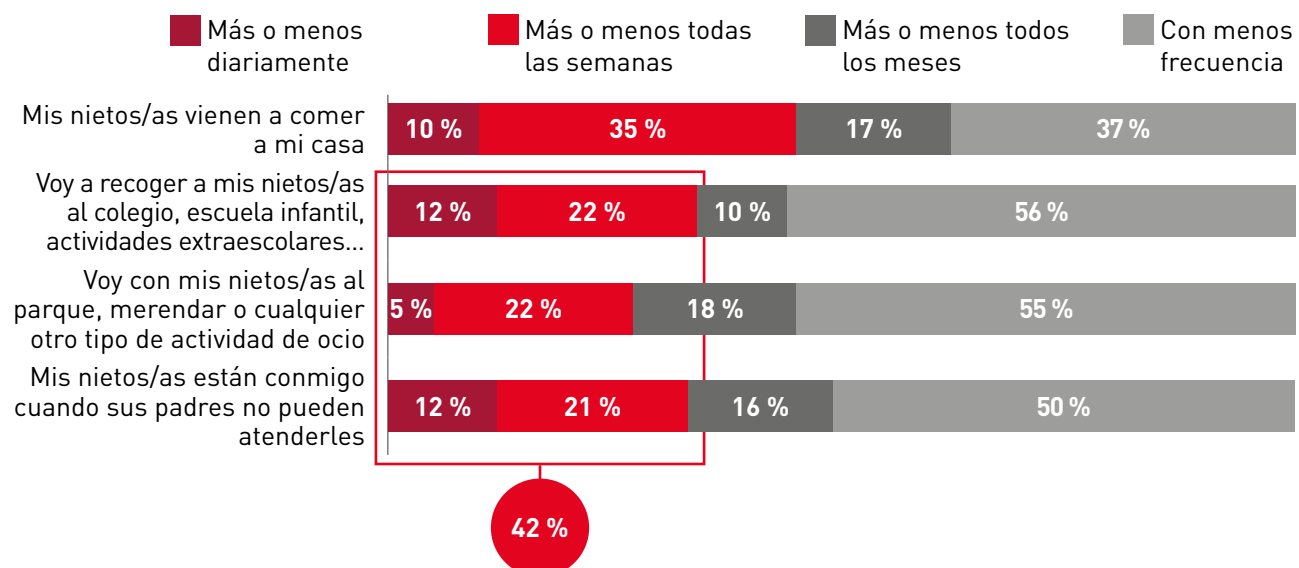
Durante los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha cuidado de familiares mayores, padre, madre, suegro/a, tíos/as...?



CERCA DE 2 DE CADA 10 SÉNIORES CUIDAN A ALGÚN FAMILIAR MAYOR AL MENOS UNA VEZ POR SEMANA. 3 DE CADA 10 ENTRE LOS DE 55 A 65 AÑOS.

|| CUIDADOS HACIA SUS MENORES

¿Con qué frecuencia realiza alguna de estas actividades?*



EL 42 % DE LOS SÉNIORES CON NIETOS/AS SE ENCARGA DE ELLOS/AS AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA, POR NO PODER SUS PADRES. VA A POR ELLOS/AS AL COLEGIO O ESCUELA INFANTIL, AL PARQUE, A MERENDAR O REALIZA ACTIVIDADES DE OCIO CON ELLOS/AS.

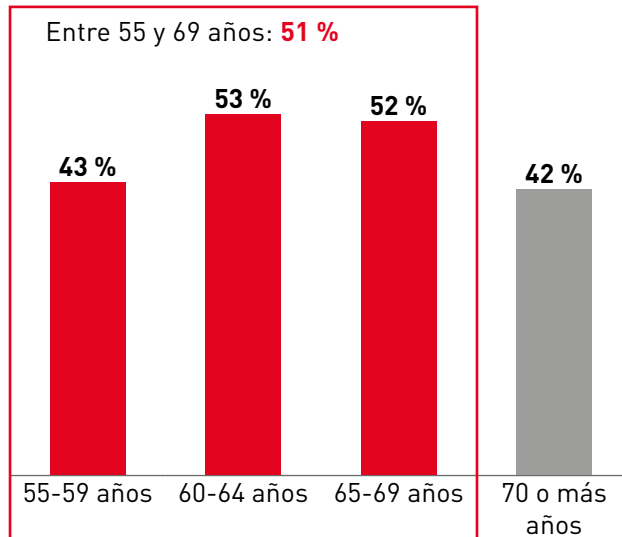
*Tienen nietos/as menores de edad.

|| CUIDADOS HACIA SUS MAYORES

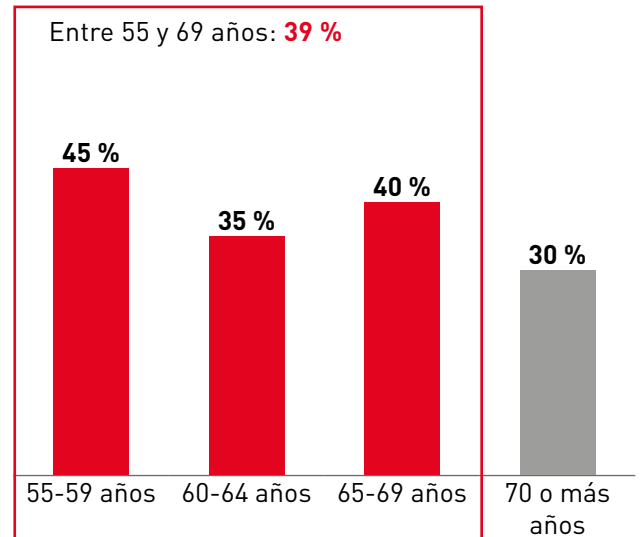
¿Con qué frecuencia realiza alguna de estas actividades?*

Más o menos diariamente o más o menos todas las semanas

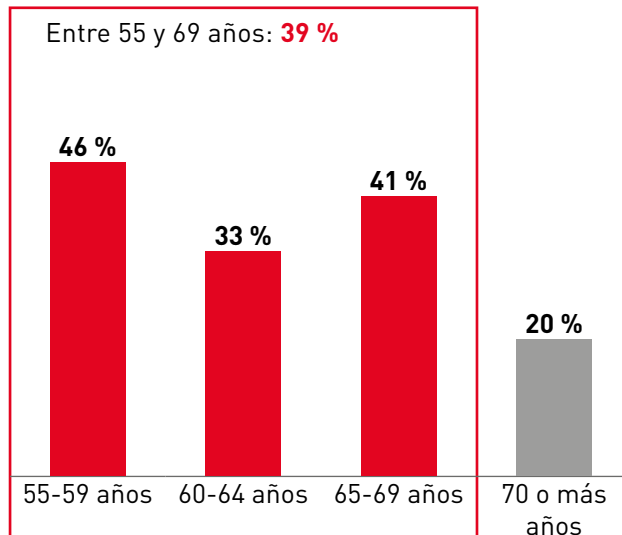
Mis nietos/as vienen a comer a mi casa



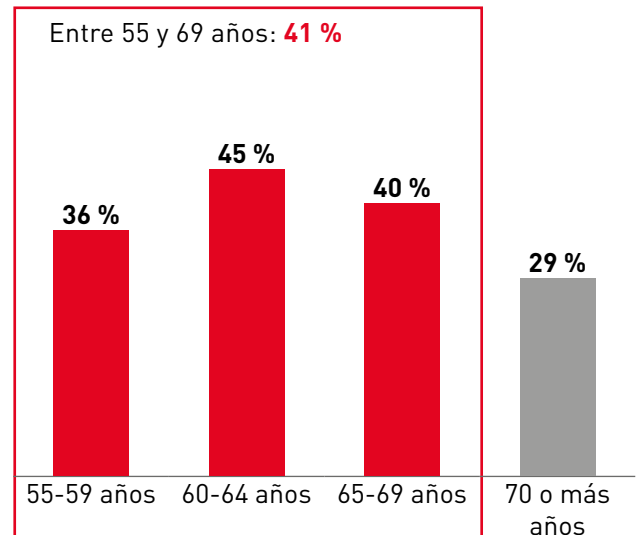
Voy a recoger a mis nietos/as al colegio, escuela infantil, actividades extraescolares...



Voy con mis nietos/as al parque, merendar o cualquier otro tipo de actividad de ocio



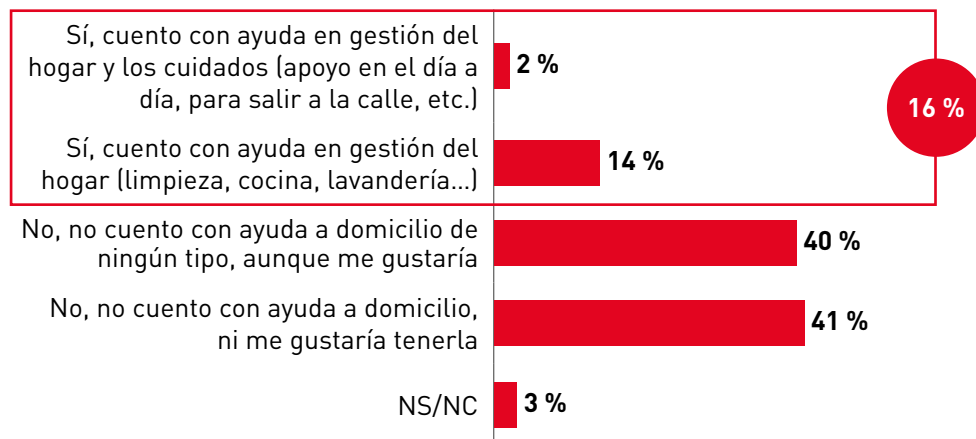
Mis nietos/as están conmigo cuando sus padres no pueden atenderles



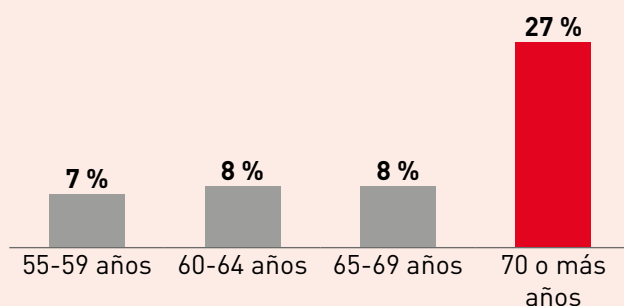
*Tienen nietos/as menores de edad.

AYUDA A DOMICILIO

¿Cuenta usted actualmente con algún tipo de ayuda en su domicilio?



UNA PEQUEÑA PARTE DE LOS SÉNIORES CUENTA CON AYUDA A DOMICILIO. INCLUSO ENTRE LOS MÁS MAYORES SOLO 1 DE CADA 4 CUENTA CON ESTE SERVICIO.



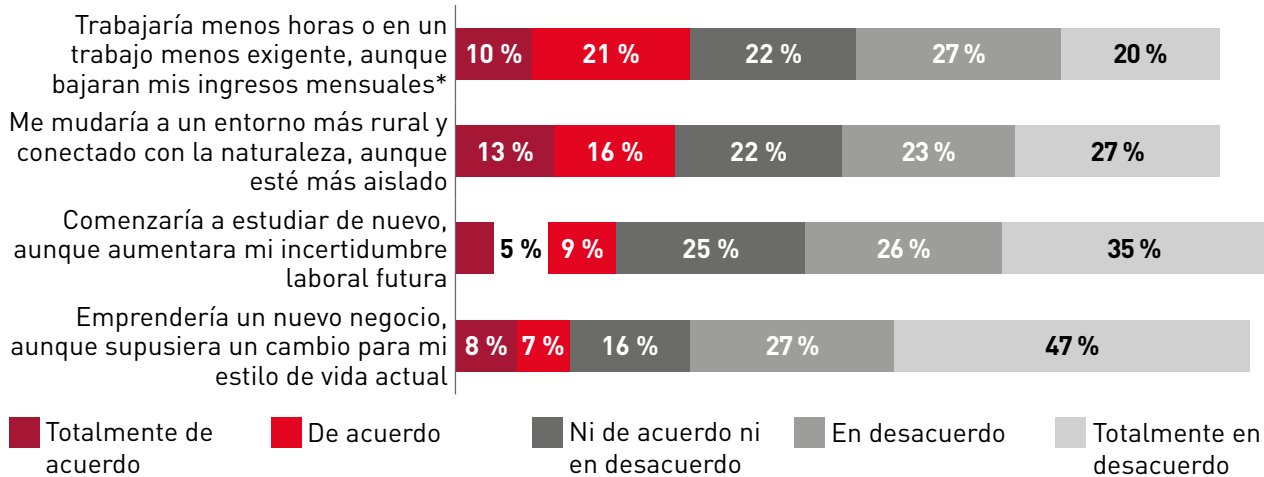
ACTITUDES HACIA LA VIDA DE LOS
SÉNIORES ESPAÑOLES

PLANES DE VIDA Y EDADISMO



PLANES DE VIDA

¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?



* Séniores en activo.

CERCA DE LA MITAD DE LOS SÉNIORES EN ACTIVO (47 %) NO ESTARÍAN DISPUESTOS A REDUCIR SU JORNADA LABORAL SI ESO SUPONE UNA REDUCCIÓN DE SU SALARIO. EL 31 % SÍ LO HARÍA.

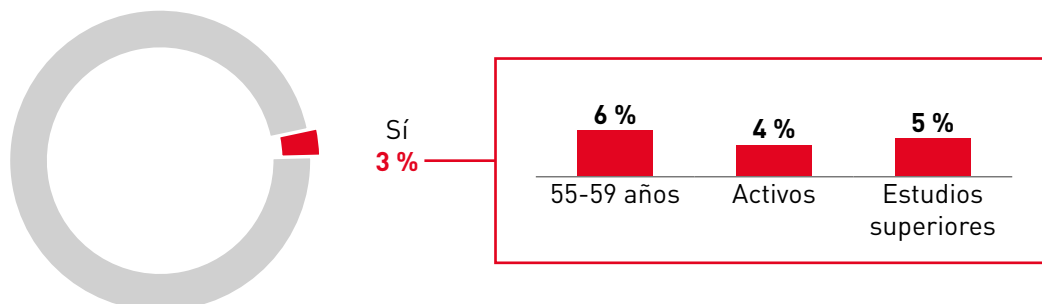
COMPATIBILIZAR TRABAJO Y PENSIÓN

¿Le gustaría poder compatibilizar trabajo y pensión de jubilación?



SÉNIOR ESTUDIANDO

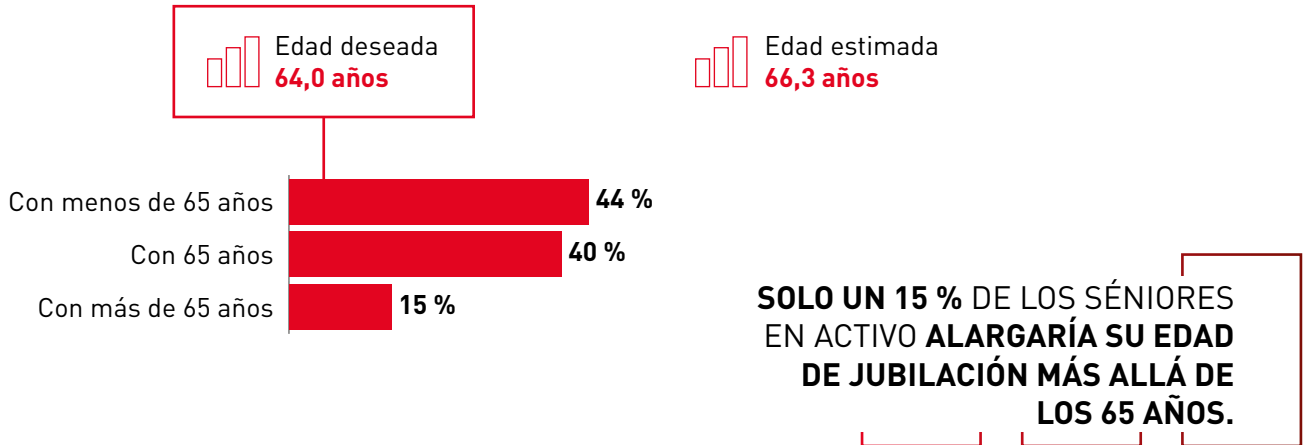
¿Está cursando estudios universitarios o algún otro tipo de formación reglada?



EDAD DE JUBILACIÓN DESEADA VS. ESTIMADA Séniore en activo

¿A qué edad le gustaría jubilarse?

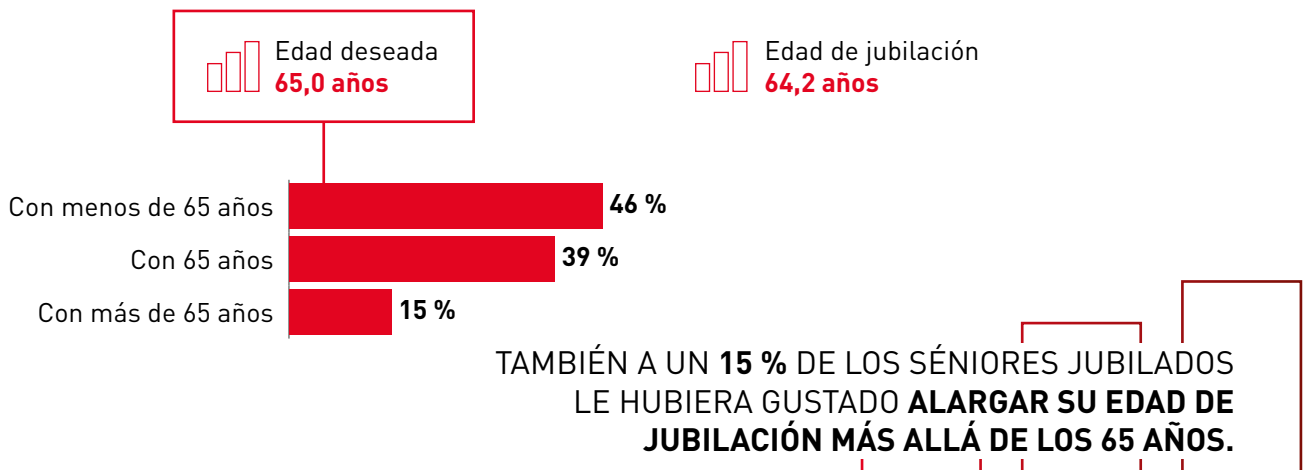
¿Y a qué edad considera que finalmente se jubilará?



EDAD DE JUBILACIÓN VS. DESEADA Séniore jubilados

¿A qué edad le gustaría jubilarse?

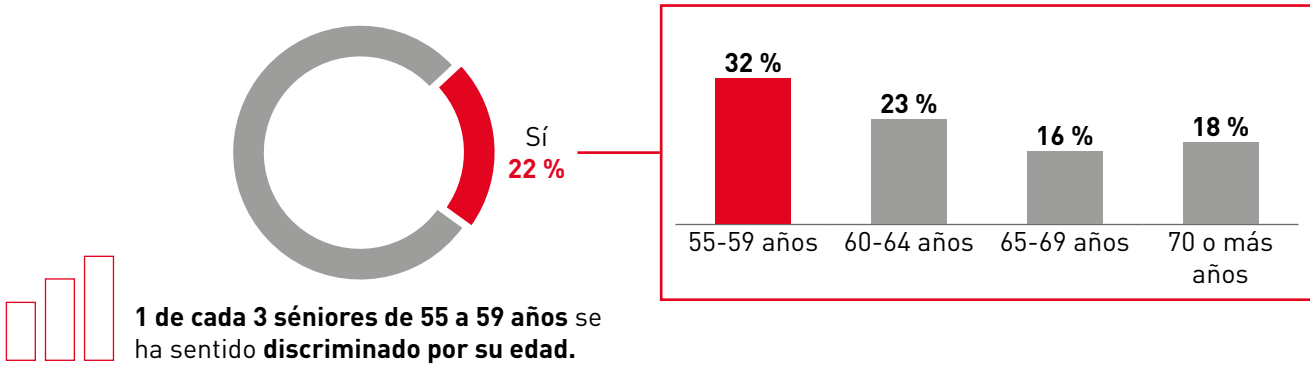
¿Y a qué edad considera que finalmente se jubilará?



DISCRIMINACIÓN POR EDAD

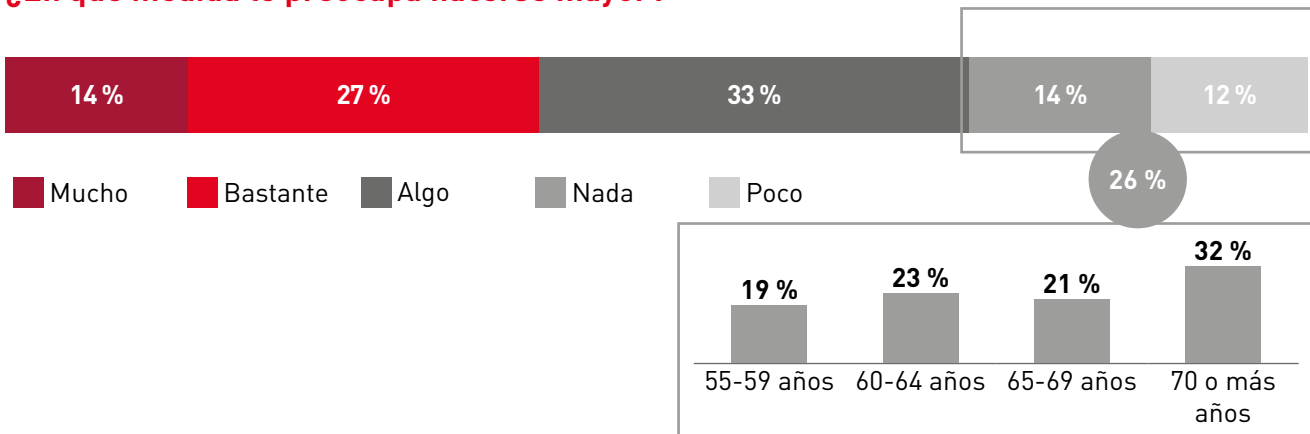
¿Se ha sentido alguna vez discriminado/a por motivo de su edad?

Nos referimos a situaciones en las que haya percibido un trato desigual a causa de su edad a la hora de acceder a un empleo, a los servicios de atención sanitaria, a los bancos, etc.



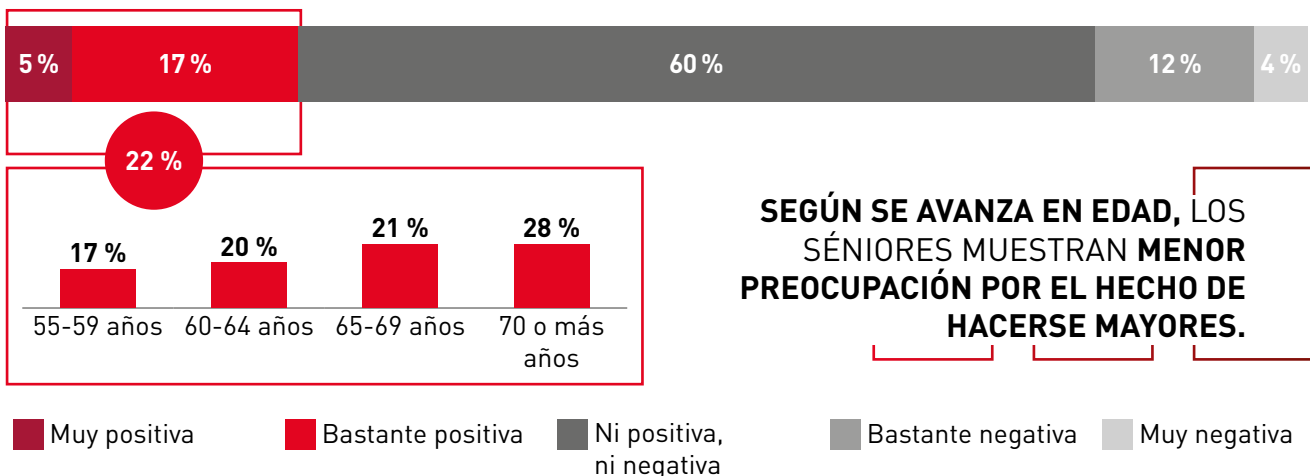
PREOCUPACIÓN POR HACERSE MAYOR

¿En qué medida le preocupa hacerse mayor?



LA EXPERIENCIA DE HACERSE MAYOR

En general, ¿hacerse mayor está siendo una experiencia positiva o negativa para usted?

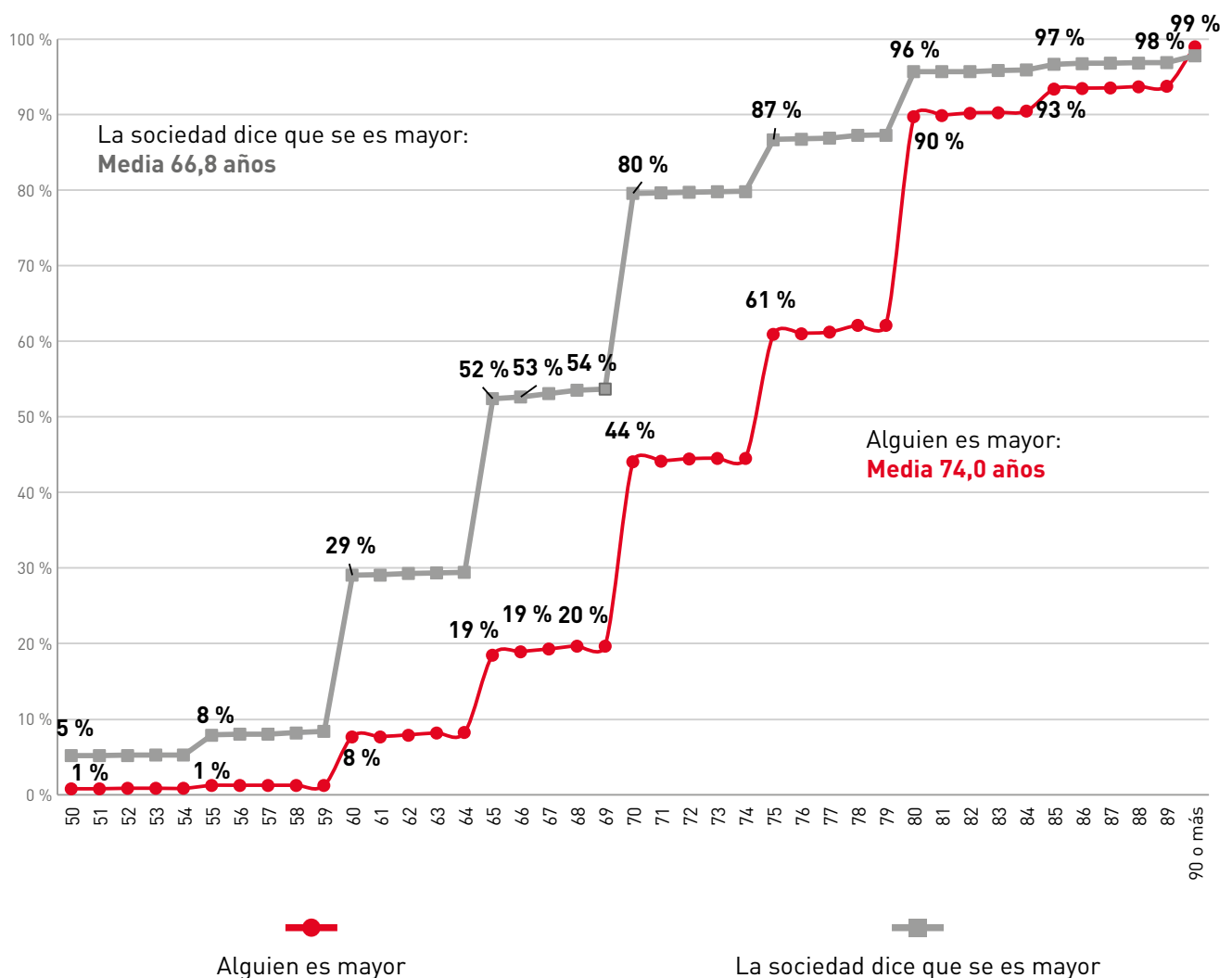


|| EDAD A LA QUE SE ES MAYOR VS. EDAD A LA QUE LA SOCIEDAD CONSIDERA QUE SE ES MAYOR

IMPORTANTE DIFERENCIA ENTRE LO QUE **LOS SÉNIORES PIENSAN Y LO QUE CONSIDERAN QUE PIENSA EL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD** RESPECTO A LA EDAD A LA QUE “SE ES MAYOR”.

¿A partir de qué edad cree usted que, en general, se puede decir de alguien que es una “persona mayor”?

¿A partir de qué edad cree usted que la sociedad dice de alguien que es una “persona mayor”?



LOS SÉNIORES CONSIDERAN QUE ALGUIEN ES MAYOR, DE MEDIA, A LOS 74 AÑOS. MIENTRAS QUE CONSIDERAN QUE LA SOCIEDAD FIJA ESE CORTE EN LOS 67 AÑOS.

LAS 10 CLAVES

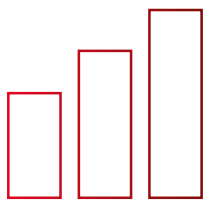
QUE DEFINEN AL COLECTIVO
SÉNIOR EN ESPAÑA



LAS 10 CLAVES QUE DEFINEN AL COLECTIVO SÉNIOR EN 2024

En la actualidad el edadismo está presente en la sociedad española. Se constata una discriminación persistente de un colectivo que, sin embargo, se caracteriza por una notable aportación a la economía del país. Buena parte siguen en activo, son un motor del consumo y asumen con sus recursos económicos y con sus cuidados una parte relevante del gasto social. Los señores se han ganado, y siguen haciendo méritos para ello, el disfrutar de esta etapa, y reclaman su derecho hacerlo.

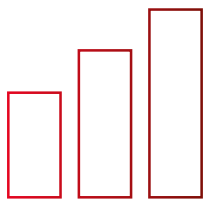
ESPAÑA ES TODAVÍA UN PAÍS EDADISTA



1

Sienten que la sociedad “les envejece” antes de tiempo

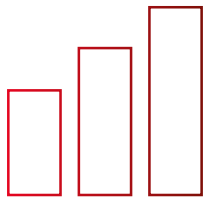
Para la mayoría de los señores, **alguien es mayor** a partir de los 74 años, pero consideran que la **sociedad fija ese momento en los 67 años**.



2

Se les discrimina por motivos de edad

No es solo una percepción acerca de lo que el resto de la sociedad piensa. 3,6 millones de personas mayores de 55 años* se habrían sentido discriminadas por su edad.

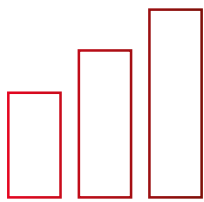


3

Discriminación por edad sobre todo en la fase activa

Uno de cada 3 señores de 55 a 59 años, 1,1 millones*, ha sentido discriminación por su edad, lo que evidencia que comienza a producirse en el entorno laboral, disminuyendo en las siguientes etapas.

PILAR BÁSICO DE LA SOCIEDAD



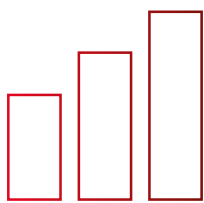
4

Son la red de seguridad de la sociedad

Un **51 % ha ayudado económicamente** a su entorno cercano en el último año. Pero no solo ayudan económicamente, sino **también dedicando su tiempo**.

El 42 % de los que tienen nietos/as **se encarga** al menos una vez a la semana **de sus cuidados cuando sus padres no pueden**.

Además, **los señores cuidan de otros señores**. La mitad de las personas entre 55 y 65 años cuida a algún familiar mayor o dependiente.



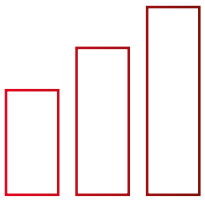
5

Son propietarios de su vivienda

El **84 %** tiene **vivienda en propiedad**, la mayoría de ellos sin **cargas (69 %)**. A un **35 % les gustaría sacar más partido** a ese **ahorro inmobiliario, prácticamente el mismo porcentaje que sigue priorizando dejar su casa en herencia**.

Mayoritaria preferencia por mantenerse residiendo en su vivienda.

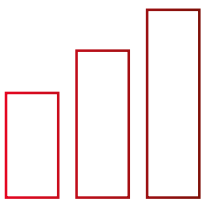
QUIEREN DISFRUTAR PORQUE “SE LO HAN GANADO”



6

Apuesta por el envejecimiento saludable

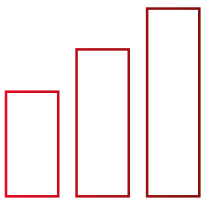
Los séniores mayoritariamente **cuidan su alimentación (80 %)**, sus **horas de sueño (59 %)** y **practican ejercicio físico (58 %)**, actitudes que se **incrementan a partir de los 65 años**. Cerca de **2 de cada 3** séniores consideran que **el sexo es importante** para mantener una buena **calidad de vida**.



7

Rechazo a la prohibición de conducir por razón de la edad

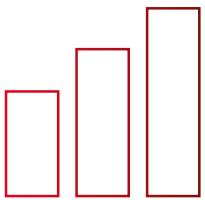
El **77 %** de los séniores considera que **no hay una edad concreta a la que se es demasiado mayor para conducir**; las posibles **limitaciones** deben establecerse **en función de las condiciones, salud y reflejos** de cada persona.



8

Aprecio por el ocio, el turismo y la cultura

Ocho de cada 10 séniores **prevén viajar por turismo** el próximo año. Además, el **70 % participa en actividades culturales** (exposiciones, conferencias, eventos al margen del turismo...) alguna vez durante el año.

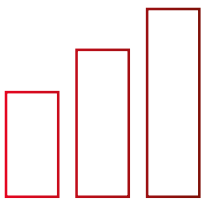


9

Desacuerdo con el retraso de la jubilación

Solo un 15 % alargaría o hubiera alargado la **jubilación más allá de los 65 años**. **Desearía**, sin embargo, **poder compatibilizar ingresos por trabajo y pensión un 38 % de los séniores en activo** y un **25 % de los ya jubilados**.

PLENAMENTE CONECTADOS AL MUNDO DIGITAL



10

Cada vez están más conectados al mundo a través de las nuevas tecnologías y las redes sociales

Cada año cientos de miles de personas mayores de 55 años **se incorporan a su uso**. Incluso entre los séniores de más edad. Respecto a 2023, un **27 % más de personas entre 74 y 85 años utiliza internet de forma diaria**, más de 850.000 personas*.

CONCLUSIONES

El **Centro de Investigación Ageingnomics** de **Fundación MAPFRE** inició su andadura a finales de 2020 precisamente con la primera edición de este Barómetro del consumidor sénior que tiene en sus manos y que ya alcanza la quinta edición. El término barómetro que, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE), se refiere a un índice o medida de un determinado proceso o estado.

Este informe mide el estado de la población mayor de 55 años en España a través de su consumo, pero también, siguiendo la definición de la RAE, su proceso y evolución. Por ello, el *Barómetro del consumidor sénior* se lleva elaborando ya cinco años, en concreto los años 2020, 2021, 2022, 2023 y ahora en 2024, para hacer un seguimiento de sus hábitos de consumo.

Así, este *V Barómetro del consumidor sénior*, conforme a datos obtenidos en el otoño de 2024, permite conocer los cambios en el comportamiento de los mayores españoles como consumidores y corrobora algunas tendencias. Respecto a estas últimas, podemos afirmar que los adultos mayores españoles mantienen su sólida posición económica con una mayoría que tiene al menos un ingreso en el hogar, vivienda en propiedad y capacidad de ayudar a su entorno. También se cuidan, acuden con baja frecuencia al médico hasta los 70 años y la mayoría quiere seguir viajando por placer. La digitalización de los mayores españoles ha seguido aumentando este año hasta alcanzar 12.373.000 millones de mayores activos.

Los séniores constituyen una red de apoyo muy importante en sus entornos familiares. Prestan cuidados a mayores y menores. En muchos casos son más cuidadores que cuidados.

Siete de cada 10 casas de los séniores no están adaptadas para la dependencia. Al mismo tiempo, parte de los séniores se declaran abiertos a usar su vivienda para obtener ingresos extra para el retiro.

Este estudio analiza por tramos de cinco años la realidad de los mayores de 55 años. Los datos resultantes permiten identificar pautas de comportamiento

diferenciadas en el colectivo a partir de los 70 años en cuestiones de salud, vivienda, etc.

Finalmente, el presente informe ha seguido con la práctica instaurada en el año 2021 de analizar monográficamente el impacto de la tecnología en el consumo sénior. Gracias a la colaboración de Google, complementada con la valiosa información obtenida en el INE, se ha constatado que la brecha digital sigue cerrándose a un ritmo acelerado, siendo ya más de un 75 % los mayores activos en internet.

A pesar de todos los datos anteriores que demuestran la fortaleza del colectivo de mayores españoles, se sigue trasladando a la sociedad que los séniores son una pesada carga. Expresiones como “bomba demográfica” o “mayores que drenan recursos a los jóvenes” se usan para calificar el envejecimiento español, olvidando que España es uno de los mejores países del mundo para envejecer, al mismo tiempo que los séniores españoles son profundamente solidarios con el resto de las generaciones.

Frente a los estereotipos que se han instalado en nuestra sociedad, debido a que hace un siglo la vida activa y sana finalizaba antes de los 50 años, el estudio del **Centro de Investigación Ageingnomics** demuestra una realidad bien distinta: la conocida como generación de las canas tiene capacidad de gasto, se está adaptando rápidamente a la digitalización y reclama su derecho a disfrutar la vida y también del sexo.

Nuestro compromiso es dar seguimiento a los hallazgos de este V Barómetro para contrastarlos, pero también continuar con la difusión de la positiva imagen del colectivo sénior entre el tejido económico de cara a que surjan nuevas iniciativas que generen empleo y riqueza, y también resuelvan las nuevas necesidades de los séniores. De este modo, España se beneficiará de este dividendo demográfico causado por más de 16 millones de mayores que generan riqueza con su consumo, ahorro y trabajo. Un “euro plateado” para España a nuestro alcance.

ANEXO I. CUESTIONARIO



ENCUESTA V BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR 2024

A2. ¿Cuántos años tienes

- Menos de 55 años. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
 - 55-59 años
 - 60-64 años
 - 65-69 años
 - 70-74 años
 - 75-79 años
 - 80+ años

A2b. Especificar edad

_____ edad

A0. Podría decirme si usted o algún miembro de su familia trabaja en alguno de los siguientes sectores:

- Investigación de Mercados. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
- Marketing. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
- Relaciones Públicas. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
- Publicidad. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
- Periodismo. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
- Consultoría. FIN DE ENTREVISTA. NO VÁLIDA
- Ninguna de las anteriores. CONTINUAR

A1. Eres:

1. Hombre
2. Mujer

A3. Provincia de residencia

- Andalucía
- Aragón
- Canarias
- Cantabria
- Castilla y León
- Castilla-La Mancha
- Cataluña
- Comunidad Foral de Navarra
- Extremadura
- Galicia
- Islas Baleares
- La Rioja
- Principado de Asturias
- Región de Murcia
- País Vasco
- C. Madrid
- C. Valenciana

A4. ¿Podría señalar cuál es el número de habitantes que tiene la localidad donde reside?

1. Menos 10.001 habitantes
2. 10.001-50.000 habitantes
3. 50.001-200.000 habitantes
4. Más de 200.000 habitantes

A5. Incluyéndose a usted, ¿cuántas personas viven en su hogar?

_____ n.º de personas

A6. ¿Y cuántas personas aportan ingresos en su hogar?

_____ n.º de personas

A7. ¿Es usted la persona que aporta el mayor número de ingresos en su hogar?

- Sí
- No

A8. ¿Cuál es su nivel de estudios?

A9. ¿Cuál es el nivel de estudios de la persona que aporta el mayor número de ingresos al hogar?

	ENTR.	C. F.
	()	()
• Menos de estudios primarios (estudios primarios sin terminar, no lee ni escribe)	1	1
• Estudios primarios (primer grado, certificado escolar/hasta 10 años o menos)	2	2
• Estudios de formación profesional	3	3
• Bachiller elemental/EGB (graduado escolar, hasta 14 años más o menos)	4	4
• Bachiller superior/BUP/COU (hasta 18 años más o menos)	5	5
• Estudios de grado medio (equivalente a ingeniero técnico, 3 años, diplomados, etc.)	6	6
• Estudios universitarios (licenciados, facultades, doctorados, etc.)	7	7

A10. ¿Cuál es su situación laboral?

A11. ¿Cuál es la situación laboral de la persona que aporta el mayor número de ingresos al hogar?

	ENTR.	C. F.
	()	()
• Trabaja actualmente	1	1
• Parado (antes trabajaba)	2	2
• Parado (nunca ha trabajado)	3	3
• Jubilado/retirado/incapacitado	4	4
• Estudiante (no trabaja)	5	5
• Solo sus labores (no trabaja)	6	6

[Preguntar a aquellos que trabajan actualmente (1), parados (antes trabajaban) (2) y jubilados (4). Si parado (antes trabajaba) o jubilado: preguntar profesión anterior]

A12. Concretamente ¿es usted...?

A12. Concretamente ¿la persona que aporta el mayor número de ingresos al hogar es...?

	ENTR.	C. F.
	()	()
• Empresario agrario con asalariado		
• Empresario agrario sin asalariados (pequeños agricultores y miembros de cooperativas agrarias)		
• Empresario de la industria y los servicios con menos de 10 trabajadores		
• Empresario de la industria y los servicios con más de 10 trabajadores		
• Profesional liberal o asimilado (abogado, médico, aparejador, personal del sector servicios por cuenta propia)		
• Empresario sin asalariados o trabajador independiente (autónomo)		
• Directivos y altos funcionarios (empresa y Administración pública)		
• Profesional, técnico o asimilado (no cargo directivo), en empresa o Administración pública		
• Gerente de empresa o sociedad no agraria		
• Directores, gerentes, personal técnico de explotación agraria		
• Jefes de departamento (personal intermedio)		
• Empleado de oficina		
• Vendedor o comercial		
• Resto de personal de servicios (subalterno, cartero, etc.)		
• Capataz o contraamaestre		
• Trabajador cualificado		
• Trabajador no cualificado		
• Trabajador agrícola		
• Fuerzas Armadas		
• NS/NC		

P1. De los siguientes ámbitos que le cito a continuación, por favor, dígame los tres en los que realiza un mayor gasto. POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Alimentos y bebidas no alcohólicas
2. Bebidas alcohólicas y tabaco
3. Vestido y calzado
4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles
5. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
6. Sanidad
7. Movilidad y transporte
8. Comunicaciones o tecnología
9. Ocio, restaurantes, hoteles, cultura
10. Enseñanza y educación

P2. Y pensando en el próximo año 2025, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos considera que va a gastar más, en cuáles va a gastar lo mismo que ahora y en cuáles va a gastar menos? RESPUESTA ÚNICA POR ÁMBITO

- A. Alimentos y bebidas no alcohólicas
 - B. Bebidas alcohólicas y tabaco
 - C. Vestido y calzado
 - D. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles
 - E. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 - F. Sanidad
 - G. Movilidad y transporte
 - H. Comunicaciones o tecnología
 - I. Ocio, restaurantes, hoteles, cultura
 - J. Enseñanza y educación
- Gastará más
 - Gastará lo mismo
 - Gastará menos
 - No sabe

P3. ¿Podría usted gastar menos en cada uno de los siguientes ámbitos? RESPUESTA ÚNICA POR ÁMBITO

- A. Alimentos y bebidas no alcohólicas
 - B. Bebidas alcohólicas y tabaco
 - C. Vestido y calzado
 - D. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles
 - E. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 - F. Sanidad
 - G. Movilidad y transporte
 - H. Comunicaciones o tecnología
 - I. Ocio, restaurantes, hoteles, cultura
 - J. Enseñanza y educación
- No podría gastar menos, aunque quisiera
 - Sí, podría gastar menos, pero bajaría mi calidad de vida
 - Sí, podría gastar menos sin que bajase mi calidad de vida

P5. Habitualmente ¿consigue ahorrar a fin de mes?

- Sí
- No

P6. ¿Por cuáles de estos motivos ahorra? POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Para estar preparado ante posibles imprevistos económicos que me puedan suceder
2. Para realizar una reforma o mudarme por compra o alquiler a un nuevo domicilio
3. Para estar preparado cuando tenga una situación de dependencia, cuidado de mi salud o enfermedad
4. Para poder invertirlo en un negocio actual o futuro
5. Para hacer una compra
6. Para poder ayudar a mis hijos y nietos, ahora o en el futuro
7. Para viajar más o por más tiempo
8. Ahorro sin un objetivo en particular, simplemente por tranquilidad
9. Para complementar mi pensión en la jubilación

P7. ¿Se siente usted seguro/tranquilo con respecto a su situación económica actual?

- Sí
- No

P8A. ¿Ha ayudado usted económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el último año?

POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Sí, a mis hijos
2. Sí, a mis padres
3. Sí, a otro miembro de mi familia
4. Sí, a otra persona cercana a mí que no pertenece a mi familia
5. No, no he tenido que ayudar económicamente a ningún miembro de mi familia o mi círculo cercano de amistades

A QUIENES RESPONDEN CÓDIGOS 1, 2, 3 O 4 EN P8A

P8B. ¿Cómo cree usted que evolucionarán estas ayudas económicas a su entorno el próximo año en 2025?

1. Creo que tendré que ayudar económicamente más a mis seres cercanos
2. Creo que tendré que ayudar económicamente lo mismo a mis seres cercanos
3. Creo que tendré que ayudar económicamente menos a mis seres cercanos

A QUIENES RESPONDEN CÓDIGO 5 EN P8A

P8C. ¿Cree que tendrá que ayudar económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el próximo año 2025?

- Sí
- No

A TODOS/AS

P9C. ¿En qué medida ha notado la subida de la cesta de la compra?

1. Mucho
2. Bastante
3. Algo
4. Poco
5. Nada

P9A. ¿Tiene nietos/as?

1. Sí, menores de 12 años
2. Sí, mayores de 12 años y menores de 18 años
3. Sí, mayores de 18 años
4. No, no tengo nietos/as

A LOS QUE TIENEN NIETOS/AS MENORES DE 18 AÑOS

P9B. ¿Con qué frecuencia realiza alguna de estas actividades?

- A. Mis nietos/as vienen a comer a mi casa
 - B. Voy a recoger a mis nietos/as al colegio, guardería, actividades extraescolares...
 - C. Voy con mis nietos/as al parque, merendar o cualquier otro tipo de actividad de ocio
 - D. Mis nietos/as están conmigo cuando sus padres no pueden atenderles
- Más o menos diariamente
 - Más o menos todas las semanas
 - Más o menos todos los meses
 - Con menor frecuencia

P9D. Durante los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha cuidado de familiares mayores, padre, madre, suegro/a, tíos/as...?

1. Más o menos diariamente
2. Más o menos todas las semanas
3. Más o menos todos los meses
4. Con menos frecuencia
5. Nunca

P10. De las siguientes acciones, ¿cuáles suele realizar habitualmente? POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Hacer ejercicio físico
2. Cuidar la alimentación
3. Informarse y leer acerca de tendencias en salud
4. Respetar las horas de sueño
5. Evitar el consumo excesivo de alcohol y tabaco
6. Cuidar la salud emocional
7. Chequeos médicos periódicos preventivos

P11. Teniendo en cuenta únicamente las visitas realizadas por usted (no para acompañar a ningún familiar/ conocido), dígame, ¿con qué frecuencia suele realizar visitas a centros sanitarios (consulta, revisiones periódicas, urgencias...)?

1. Todas las semanas
2. 2-3 veces al mes
3. Al menos 1 vez al mes
4. Al menos 1 vez al trimestre
5. Al menos 1 vez al semestre
6. Menos de 1 vez al semestre
7. Nunca

P12. Por favor, dígame con qué frecuencia realiza las siguientes actividades. RESPUESTA ÚNICA POR ACTIVIDAD

- A. Pagar a través del móvil
- B. Consultas/operaciones con el banco a través de internet
- C. Realizar compras a través de internet (entradas, reserva de viajes, productos...)
- D. Consultar/publicar contenidos en alguna red social
- E. Realizar algún curso online/ver tutoriales en internet para aprender a hacer algo
- F. Uso de aplicación o servicios digitales de salud (telemedicina)
- G. Uso de aplicación o servicios digitales de hogar (smarthomes, facilitadores para vivir de forma independiente)
- H. Uso de aplicación de movilidad, uso compartido de vehículos, car sharing (Zity, Wible, Uber, Cabify...)
 - Varias veces a la semana
 - Una vez a la semana
 - Una vez cada 15 días
 - Una vez al mes
 - Con menos frecuencia, pero alguna
 - Nunca
 - No sabe

P13. ¿Cuenta usted actualmente con algún tipo de ayuda en su domicilio?

- o No, no cuento con ayuda a domicilio de ningún tipo, aunque me gustaría
- o No, no cuento con ayuda a domicilio, ni me gustaría tenerla
- o Sí, cuento con ayuda en gestión del hogar y los cuidados (apoyo en el día a día, para salir a la calle, etc.)
- o Sí, cuento con ayuda en la gestión del hogar (limpieza, cocina, lavandería...)

P14. En el próximo año, ¿qué tipo de viajes planea realizar por turismo? POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Viajes dentro de su comunidad autónoma
2. Viajes fuera de su comunidad autónoma, pero dentro de España
3. Viajes internacionales, dentro del continente europeo
4. Viajes internacionales a otros continentes
5. Ninguno de los anteriores, no planeo viajar

P15. ¿En qué tipo de alojamiento se queda usted habitualmente durante sus viajes? POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Vivienda propia o vivienda de un familiar o amigo
2. Hotel, casa rural
3. Pensión, hostel o alojamiento para particulares
4. Camping, albergue

P15.B ¿Cuántas veces al año realiza visitas a museos, exposiciones, conferencias o eventos culturales al margen de las que realiza en sus viajes por turismo?

1. Nunca
2. Entre 1 y 3 veces
3. Entre 4 y 6 veces
4. Más de 6 veces

P15.C ¿Está cursando estudios universitarios o algún otro tipo de formación reglada?

1. Sí
2. No

P16. Hablando ahora sobre sus planes de vida, dígame, por favor, su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. RESPUESTA ÚNICA POR AFIRMACIÓN

1. Me mudaría a un entorno más rural y conectado con la naturaleza, aunque esté más aislado
 2. Trabajaría menos horas o en un trabajo menos exigente, aunque bajaran mis ingresos mensuales
 3. Comenzaría a estudiar de nuevo, aunque aumentara mi incertidumbre laboral futura
 4. Emprendería un nuevo negocio, aunque supusiera un cambio para mi estilo de vida actual
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

P17. Cambiando de tema, ¿cuál de los siguientes seguros tiene contratados actualmente? POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Seguro de vida
2. Seguro de accidentes personales
3. Seguro de salud o enfermedad
4. Seguro de dependencia
5. Seguro de decesos
6. Seguro de vehículos
7. Seguro del hogar
8. Ninguno de los anteriores

P18. ¿Está pagando en la actualidad algún préstamo o hipoteca? POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

- Sí, una hipoteca
- Sí, otro tipo de préstamo
- No

P19. ¿Tiene contratado algún plan de pensiones?

- Sí
- No

P20. ¿Cómo cree que será su situación económica a partir de ahora?

- Mucho mejor
- Algo mejor
- Más o menos igual
- Algo peor
- Mucho peor
- No sabe

A QUIENES NO ESTÁN JUBILADOS

P21A. ¿A qué edad le gustaría jubilarse?

_____edad

A QUIENES NO ESTÁN JUBILADOS

P21A. ¿Y a qué edad considera que finalmente se jubilará?

_____edad

A QUIENES ESTÁN JUBILADOS

P22A. ¿A qué edad se jubiló usted?

_____edad

A QUIENES ESTÁN JUBILADOS

P22B. ¿Y a qué edad le hubiera gustado jubilarse?

_____edad

A TODOS/AS

P23. ¿Le gustaría poder compatibilizar trabajo y pensión de jubilación?

- Sí
- No

P24. Dígame, por favor, si su vivienda actual es... RESPUESTA ÚNICA

- De alquiler a precio de mercado
- De alquiler protegido o alojamiento gratuito
- En propiedad con una hipoteca o préstamo
- En propiedad sin préstamos o hipoteca
- Otra. ¿Cuál?

P25. ¿Está su casa adaptada para una persona dependiente?

- Sí
- No

P26. Indique por favor su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. RESPUESTA ÚNICA POR AFIRMACIÓN

1. Para mí es más importante dejar una vivienda a mis hijos y/o familiares que mantener o mejorar mi calidad de vida
 2. Estaría dispuesto a vender o hipotecar mi casa siempre y cuando el acuerdo me permitiera mantener su uso mientras viva
 3. Me gustaría sacar mayor beneficio económico de mi vivienda/viviendas en propiedad
 4. Pienso que, en un futuro, a medio o largo plazo necesitaré ayuda económica extra para mantener mi calidad de vida
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

P27. ¿Contemplaría alguna de las siguientes opciones? RESPUESTA ÚNICA

1. Alquilar parte de su vivienda a otras personas. Segregación de la vivienda (SOLO A QUIENES TIENEN VIVIENDA EN PROPIEDAD)
2. Modelo residencial comunitario para personas de la tercera edad, que permite la independencia de vivienda de cada residente (coliving)
3. Piso tutelado para personas autónomas que no tienen su casa adaptada e incluyendo servicios de supervisión, atención y apoyo
4. Residencia para la tercera edad
5. Ninguna de las anteriores

SOLO A QUIENES TIENEN VIVIENDA EN PROPIEDAD

P28. ¿Qué fórmula le genera más confianza para obtener ingresos por su vivienda, sin dejar de vivir en ella? RESPUESTA ÚNICA

1. Hipoteca inversa, obtener unos ingresos a cambio de hipotecar en parte la vivienda
2. Nuda propiedad, vender la propiedad por debajo del precio de mercado de la vivienda, pero mantener el uso de la misma mientras viva
3. Vivienda inversa, vender la propiedad a precio de mercado, pero seguir viviendo de alquiler en la misma
4. Ninguna de ellas

P29. ¿En qué medida le preocupa hacerse mayor?

1. Mucho
2. Bastante
3. Algo
4. Poco
5. Nada

P30. ¿A partir de qué edad cree usted que, en general, se puede decir de alguien que es una “persona mayor”?
_____edad

P31. ¿A partir de qué edad cree usted que la sociedad dice de alguien que es una “persona mayor”?
_____edad

P32. En general, ¿hacerse mayor está siendo una experiencia positiva o negativa para usted?

1. Muy positiva
2. Bastante positiva
3. Ni positiva, ni negativa
4. Bastante negativa
5. Muy negativa

P33. ¿Se ha sentido alguna vez discriminado/a por motivo de su edad? Nos referimos a situaciones en las que usted haya percibido un trato desigual a causa de su edad a la hora de acceder a un empleo, a los servicios de atención sanitaria, a los bancos, etc.

- Sí
- No

P34. ¿Tiene usted pareja?

- Sí, tiene pareja estable
- No tiene pareja estable, pero mantiene relaciones periódicamente
- No tengo pareja

P35. ¿Hasta qué punto está Ud. de acuerdo con las siguientes afirmaciones? RESPUESTA ÚNICA POR AFIRMACIÓN

1. Está satisfecho/a con su vida sexual
 2. Suele hablar de sexo con sus amistades
 3. El sexo es importante para tener una buena calidad de vida
 4. Toma medicamentos o suplementos para mejorar sus relaciones sexuales
 5. Utiliza plataformas de citas como Tinder para buscar pareja
 6. Está enamorado de su pareja
 7. Mantiene el mismo deseo sexual que cuando era más joven
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

P36. ¿Con qué frecuencia conduce usted un vehículo?

1. Al menos 1 vez a la semana
2. Al menos 1 vez al mes
3. Cada 2-3 meses
4. Con menor frecuencia
5. Nunca

SI HA RESPONDIDO ALGO DISTINTO A NUNCA EN P36

P37. ¿En qué medida le preocupa que la frecuencia con la que usted conduce se pueda ver afectada por...?

RESPUESTA ÚNICA POR AFIRMACIÓN

1. Que los coches sean eléctricos y que haya que recargarlos
 2. Que los coches tengan muchas pantallas, conectividad a móviles, internet, etc.
 3. El precio de los vehículos y la dificultad para acceder a su compra
 4. La comodidad del acceso y posición para conducir el vehículo, su tamaño
 5. Las limitaciones al tráfico de vehículos en las ciudades
 6. Su estado de salud o sus reflejos para enfrentarse al tráfico
- Nada
 - Poco
 - Bastante
 - Mucho

A TODOS/AS

P38. ¿A qué edad cree usted que se es demasiado mayor para conducir un vehículo?

_____edad

No hay edad, depende de las condiciones de cada persona (no leer)

SI HA RESPONDIDO ALGO DISTINTO A NUNCA EN P36

P39. Si tuviera que comprar un vehículo nuevo, qué importancia daría a los siguientes aspectos, ordénelos de 1 el más importante a 6 el menos importante

1. Precio
 2. Seguridad
 3. Comodidad
 4. Motor, cilindrada, potencia
 5. Diseño, estética
 6. Impacto medioambiental
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6

ANEXO II. TABLAS ESTADÍSTICAS



Puede consultarse la información completa del campo del *V Barómetro del consumidor sénior* en:

Barómetro del consumidor sénior – Ageingnomics
(fundacionmapfre.org)

<https://documentacion.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/media/group/1126134.do>

Este estudio ha sido elaborado por el **Centro de Investigación Ageingnomics** de **Fundación MAPFRE**.

Se autoriza la reproducción parcial de la información contenida en el mismo siempre que se cite su procedencia. La publicación de este estudio no supone necesariamente para Fundación MAPFRE conformidad con todo lo expresado en el mismo.

© De los textos: Juan Fernández Palacios e Iñaki Ortega Cachón.

© De esta edición:

2024, Fundación MAPFRE

Paseo de Recoletos, 23. 28004 Madrid

www.fundacionmapfre.org

Depósito Legal: M-29964-2022

Más información en:

<https://ageingnomics.fundacionmapfre.org/>

Citar como:

Fernández Palacios, Juan y Ortega Cachón, Iñaki (dirs.). *V Barómetro del consumidor sénior. Economía plateada* (diciembre de 2024). Madrid: Fundación MAPFRE, 2024.

