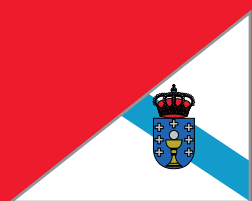


I BARÓMETRO



DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

ECONOMÍA PLATEADA

EDICIÓN GALICIA



I BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

ECONOMÍA PLATEADA

EDICIÓN GALICIA

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:

2026, Fundación Mapfre

Paseo de Recoletos, 23. 28004 Madrid

www.fundacionmapfre.org

Más información en:

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

Citar como:

Juan Fernández Palacios e Iñaki Ortega Cachón (dirs.), *I Barómetro del consumidor sénior. Economía plateada. Edición Galicia* (febrero de 2026). Madrid: Fundación Mapfre, 2026.

Coordinación: Ana María Sojo

Edición: Míriam López Díaz

Maquetación y producción editorial: Cyan, Proyectos Editoriales, S.A.



Índice

Sobre el Centro de Investigación Ageingnomics de Fundación Mapfre	4
I Barómetro del consumidor sénior en Galicia	5
Perfil sociodemográfico de los séniores gallegos	6
Características del consumidor sénior gallego	7
Prioridades de gasto, ahorro y coberturas de riesgo	7
Vivienda	18
Turismo y ocio	22
Tecnología e información	25
Conducción	29
Calidad de vida en su comunidad autónoma	33
Actitudes hacia la vida de los séniores gallegos	37
Vitalidad y envejecimiento saludable	37
Mascotas	47
Planes de vida y edadismo	50
Las 10 claves que definen al colectivo sénior de Galicia	57
Conclusiones	58
Anexo I. Cuestionario	59



SOBRE 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. 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 y que es la primera entrega centrada en Galicia), el mercado laboral (*Mapa de talento sénior*, que ya alcanza la quinta 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.

I BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR EN GALICIA

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Universo: personas de 55 y más años residentes en Galicia.

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

Tamaño muestral: 400 entrevistas.

Distribución de las encuestas de acuerdo con la edad:

55-59 años:	19 %
60-64 años:	18 %
65-69 años:	16 %
70 y más años:	47 %

Error muestral: $\pm 5,0$ % 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 2025, 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

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS SÉNIORES GALLEGOS

INE

Instituto Nacional de Estadística

	Población total	Población 55 y más		Esperanza de vida	
		Población	%	Mujeres	Hombres
Galicia	2.705.833	1.121.695	41 %	87	81
España	48.085.361	16.763.543	34 %	86	81

I BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

EDICIÓN GALICIA

Comparativa realizada a partir de los datos publicados en el *VI Barómetro del Consumidor Sénior 2025* desarrollado a nivel nacional.

Distribución por sexo

Galicia	Hombre 44 %	Mujer 56 %	España	Hombre 46 %	Mujer 54 %
---------	--------------------	-------------------	--------	--------------------	-------------------

Distribución por estrato de edad

Galicia	55-65 años 36 %	66 y más 64 %	España	55-65 años 41 %	66 y más 59 %
---------	------------------------	----------------------	--------	------------------------	----------------------

Distribución por situación laboral

Galicia	Trabaja actualmente 29 %	Parado 6 %	Jubilado / Retirado / Incapacitado 58 %	Solo sus labores (no trabaja) 7 %
España	Trabaja actualmente 28 %	Parado 6 %	Jubilado / Retirado / Incapacitado 61 %	Solo sus labores (no trabaja) 5 %

Distribución según el número de miembros del hogar

	Uno	Dos	Tres	cuatro o +	Media
Galicia	23 %	46 %	20 %	12 %	2,2
España	19 %	52 %	18 %	11 %	2,2

Distribución según el número de personas en el hogar que aportan ingresos

	Uno	Dos	Tres	cuatro o +	Media
Galicia	42 %	44 %	11 %	2 %	1,7
España	40 %	51 %	7 %	2 %	1,7

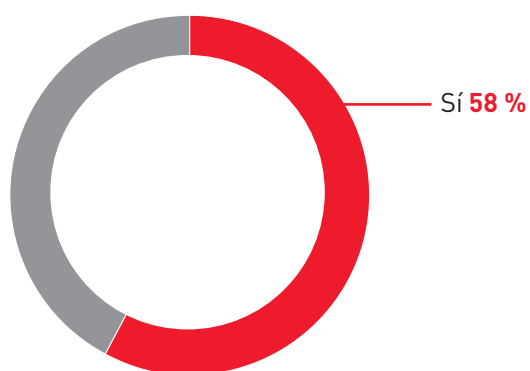
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR GALLEGO

PRIORIDADES DE GASTO, AHORRO Y COBERTURAS DE RIESGO



CAPACIDAD DE AHORRO

¿Consigue ahorrar a final de mes? (P5)

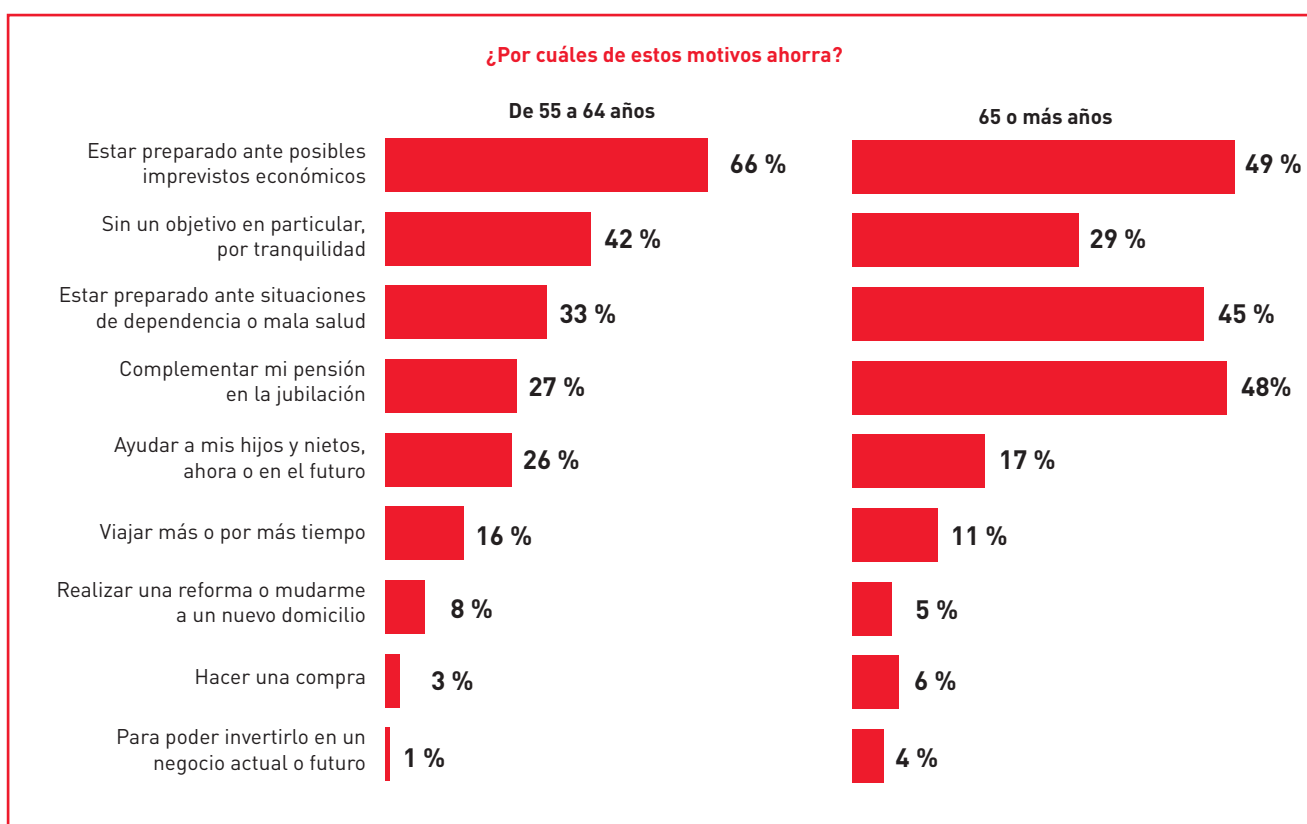


Más de la mitad de los séniores gallegos...

Ahorra a final de mes

El volumen de séniores que ahorran es **significativamente mayor al del conjunto de España (51 %).**

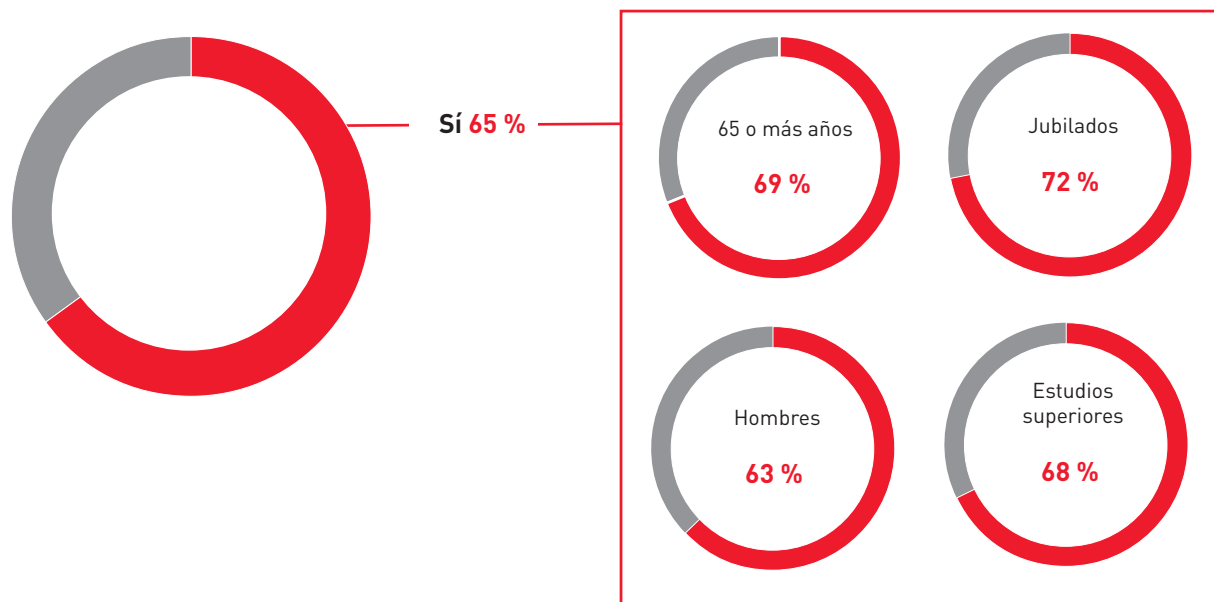
Ahorran principalmente **para estar preparados ante imprevistos, por tranquilidad.**



Poder **prestar apoyo económico a familiares** y poder **afrontar posibles situaciones de dependencia** también son destacados **motivos para ahorrar, especialmente** entre los séniores **a partir de los 65 años.**

PERCEPCIÓN DE TRANQUILIDAD

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

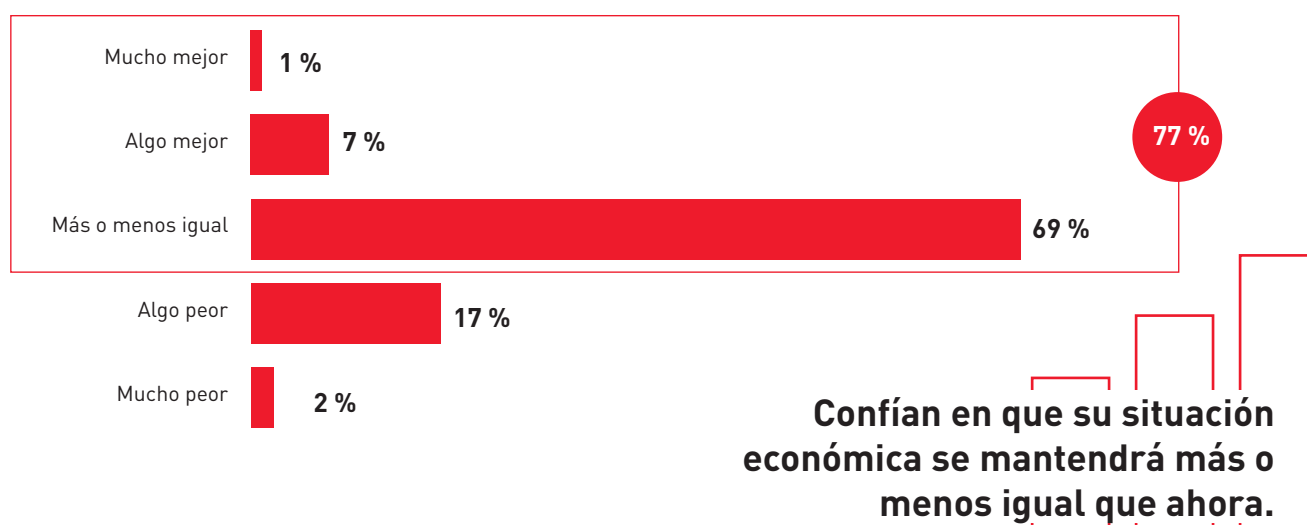


El 61 % muestra **tranquilidad respecto a su situación económica.**

El 69 % si nos centramos en los **mayores de 64 años** o el 72 % entre las **personas jubiladas.**

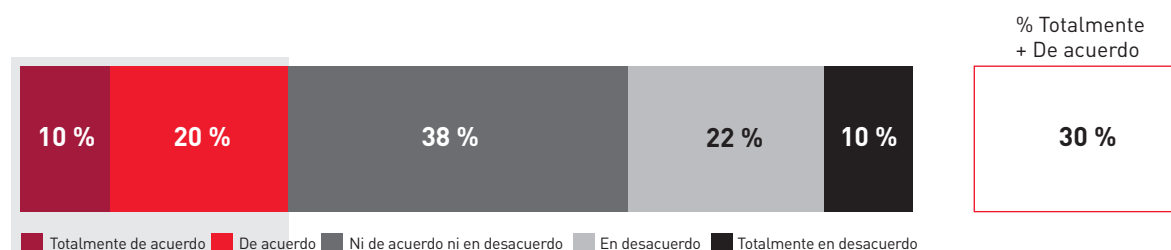
SITUACIÓN ECONÓMICA FUTURA

¿Cómo cree que será su situación económica a partir de ahora? (P7B)

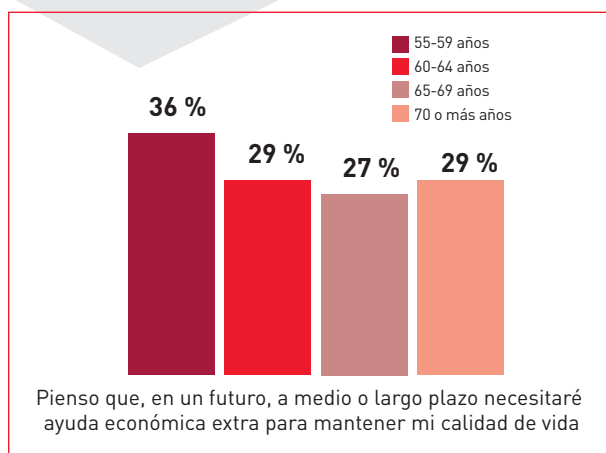


Un 77 % considera que su **situación económica** se mantendrá **igual o será mejor.**

En un futuro, a medio o largo plazo necesitaré ayuda económica extra para mantener mi calidad de vida (P26)



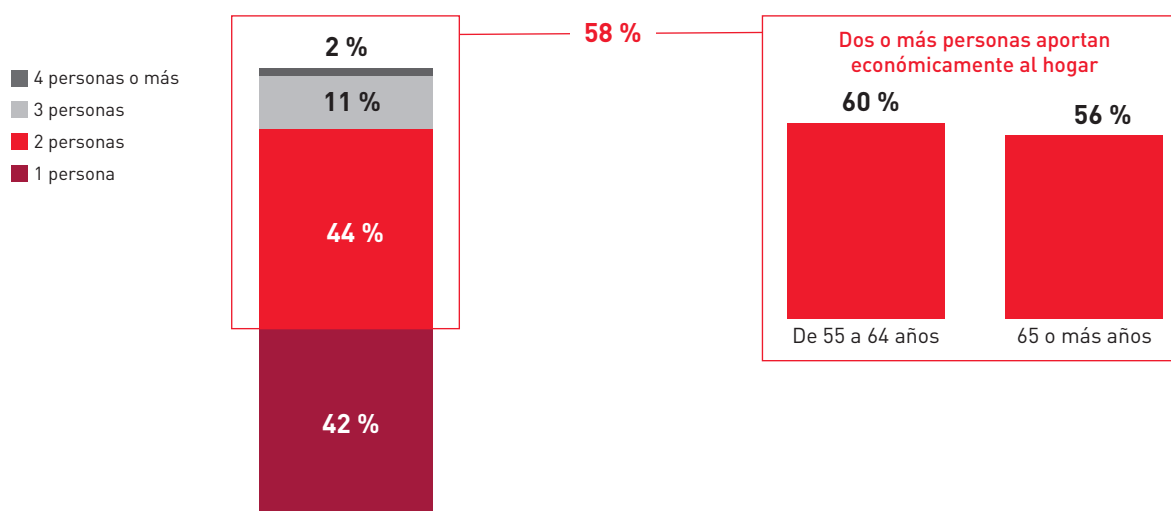
Totalmente de acuerdo + De acuerdo



A partir de los 60 años disminuye la percepción de que se necesitará ayuda económica en un futuro.

INGRESOS EN EL HOGAR

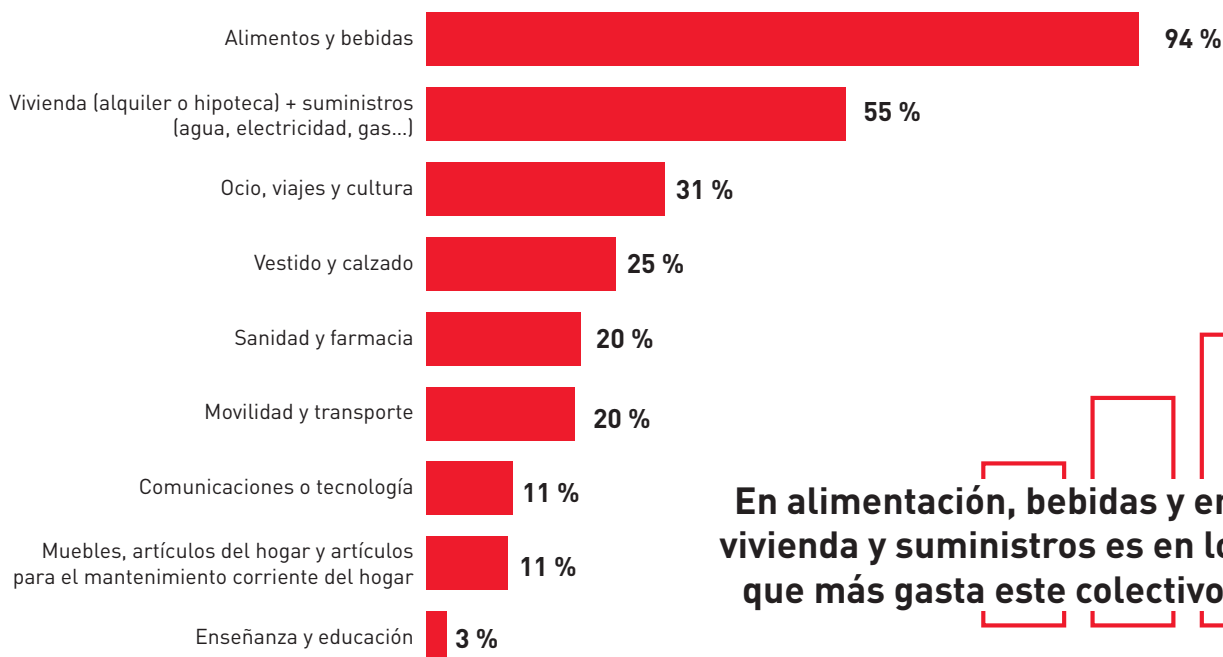
Número de personas que aportan ingresos al hogar (A6)



En el **58 %** de los hogares con un sénior, **dos o más personas** aportan ingresos a este.

PRINCIPALES PARTIDAS DE GASTOS

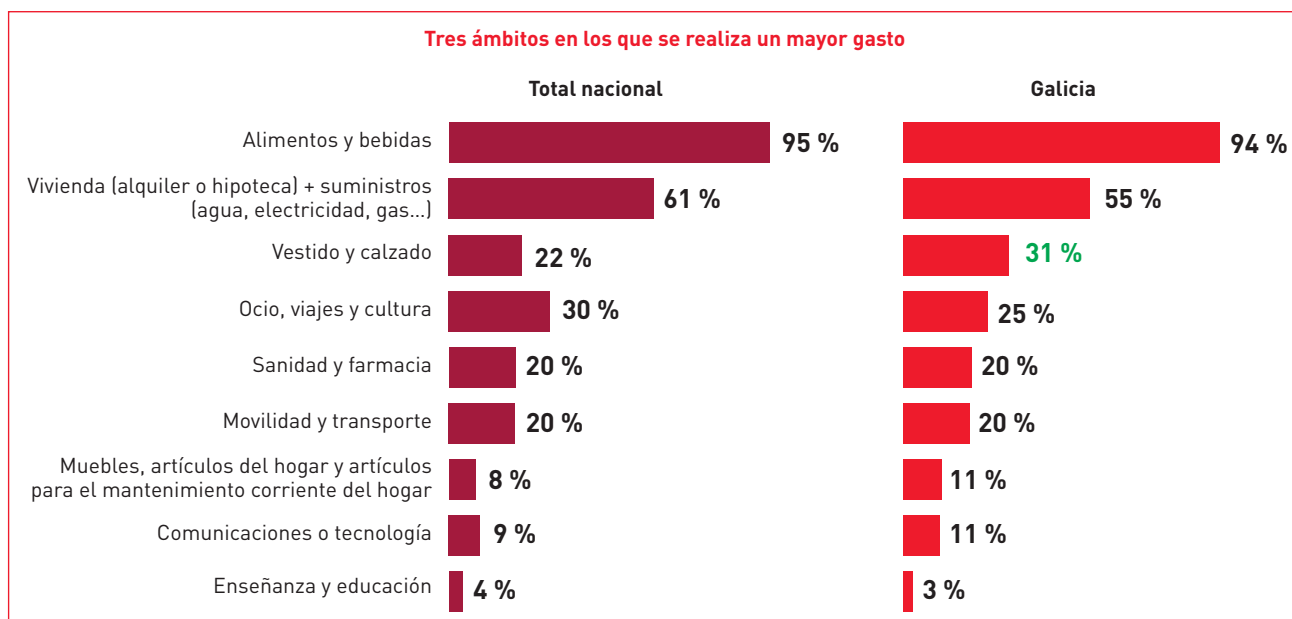
De los siguientes ámbitos, ¿cuáles son los tres en los que realiza un mayor gasto? (P1)



En alimentación, bebidas y en vivienda y suministros es en lo que más gasta este colectivo.

En tercer lugar, para los señores gallegos, por encima del ocio o viajes, se sitúa el gasto en **vestido y calzado**.

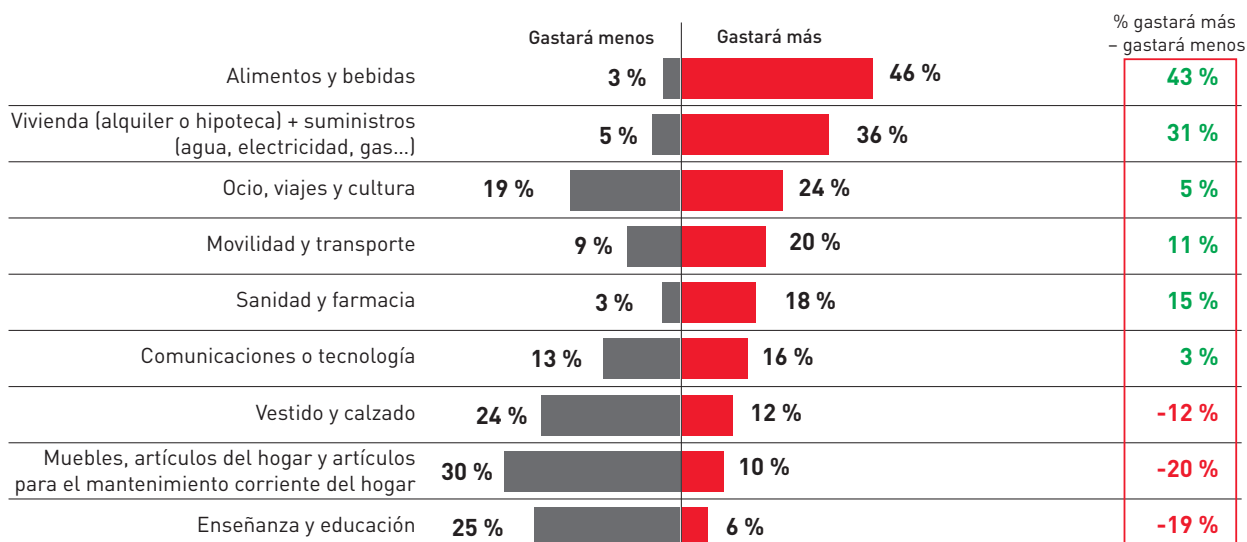
Un **31 %** considera **este uno de sus tres principales gastos**, cifra significativamente **superior** a la que podemos observar entre los señores del **conjunto de España** (22 %).



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

PERSPECTIVA DE GASTO EN 2026

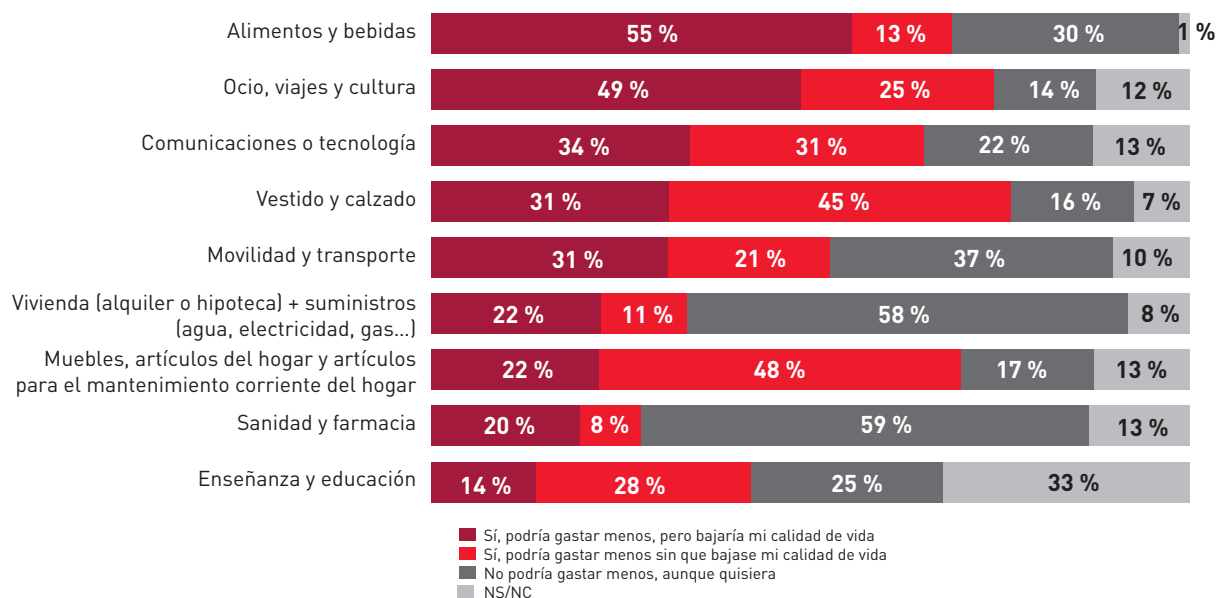
Pensando en el próximo año 2026, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos considera que va a gastar más y en cuáles va a gastar menos? (P2*)



* Gastará lo mismo o no sabe: 100 % - (gastará más + gastará menos).

Alimentación, bebidas y vivienda, seguido de sanidad, farmacia, transporte u ocio, viajes y cultura, son los ámbitos en los que un mayor volumen de señores prevén incrementar su gasto durante 2026.

¿Podría usted gastar menos en cada uno de los siguientes ámbitos? (P3)

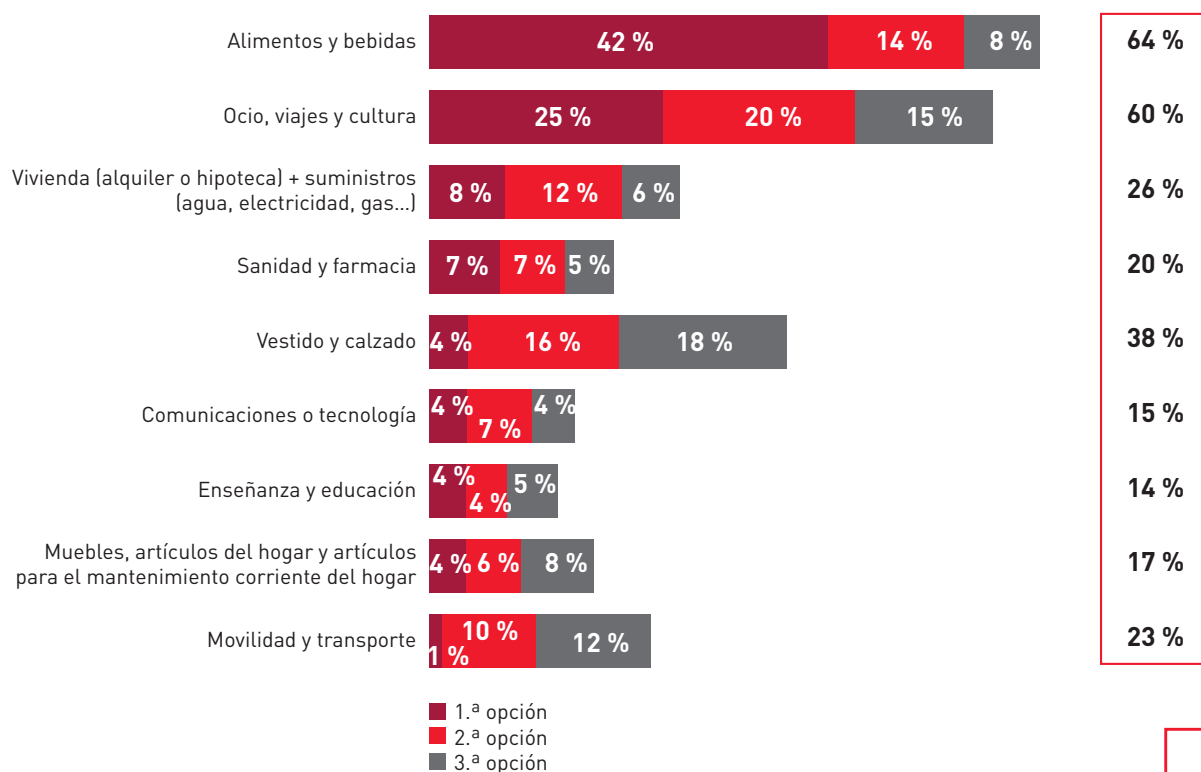


Podrían reducir su gasto en alimentación y bebidas o en ocio, viajes y cultura, pero consideran que esto sería una pérdida de calidad de vida.

DESTINO DE INGRESOS EXTRA

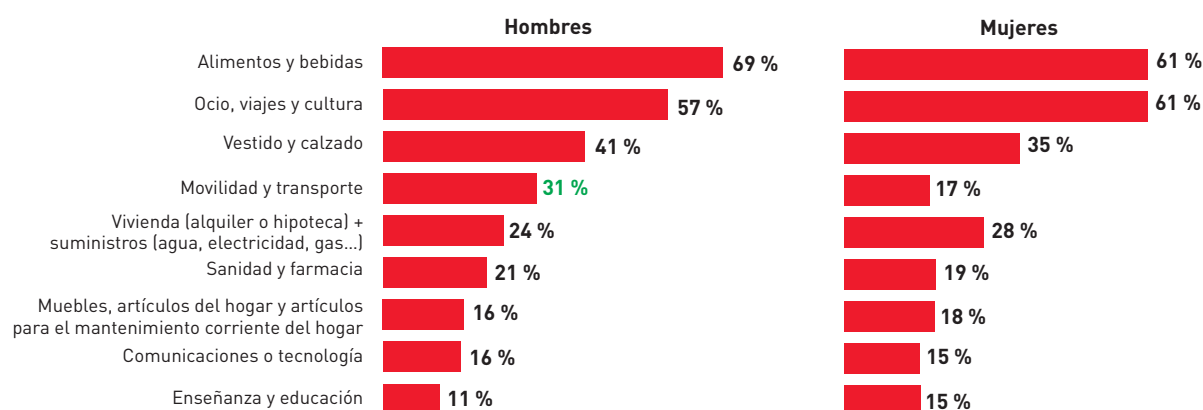
Para mejorar su calidad de vida, ¿en qué ámbitos aumentaría su gasto si contase con 500 € extra todos los meses? (P4)

No solo es que consideren que si redujeran su gasto en **alimentación, bebidas u ocio** disminuiría su calidad de vida. Es que **si tuvieran un ingreso extra aumentarían su gasto en estos ámbitos**.



Más del 60 % gastaría más en alimentación, bebidas, ocio, viajes y cultura si dispusiese de un ingreso extra.

Ámbitos en los que aumentaría su gasto con 500 € extra todos los meses, según sexo

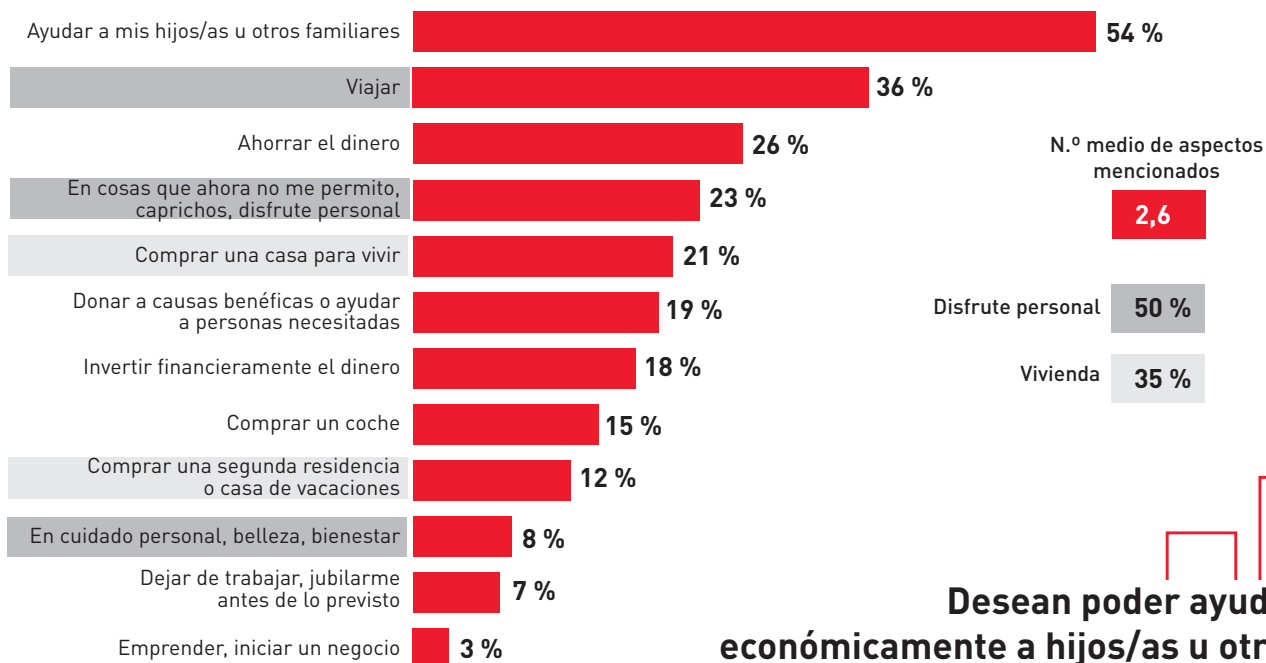


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

Si dispusiese de un ingreso extra **un 31 % de los hombres** aumentaría su gasto en **movilidad y transporte**.

SI LE TOCARAN 400.000 € EN LA LOTERÍA

¿En qué emplearía ese dinero? (P4B*)



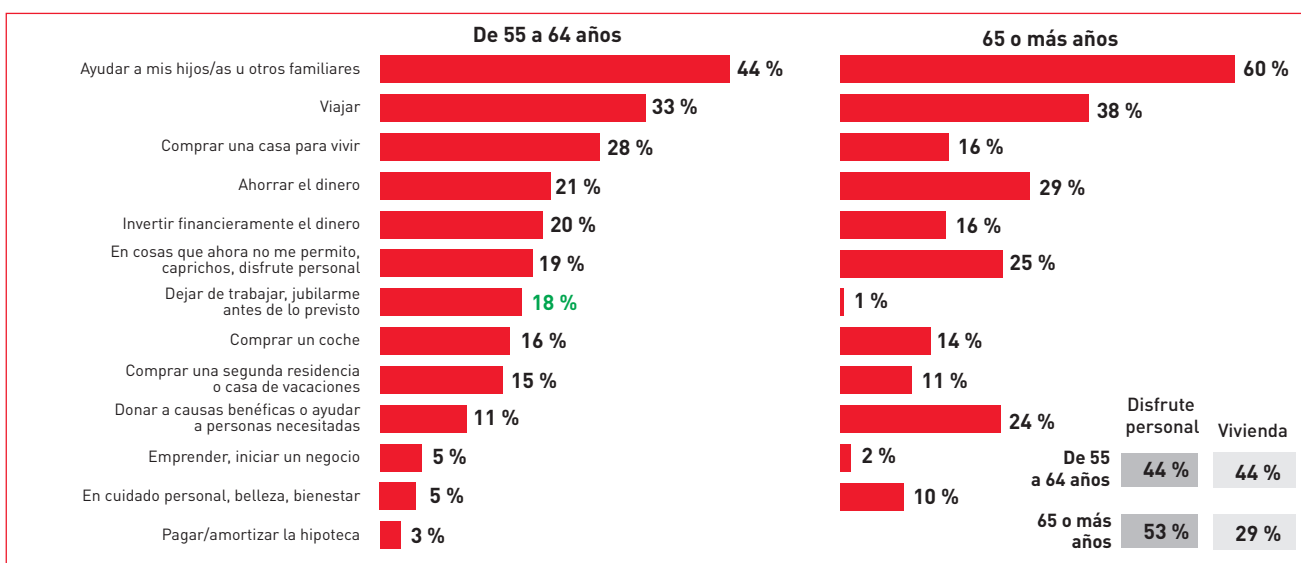
* Se recogen los aspectos mencionados por más del 2 % de los séniores.

Desean poder ayudar económicamente a hijos/as u otros familiares y también viajar.

De media, **le darían tres tipos de uso distintos (2,6)** a este premio de la lotería.

Ayudarían económicamente a su familia (54 %). Pero también destinarían **parte a su propio disfrute (50 %).** **Sobre todo viajando y dándose algún capricho** o empleándolo en su **cuidado personal, belleza o bienestar.**

Un **18 %** de los séniores **más jóvenes (de 55 a 64 años)** se jubilarían antes de tiempo.

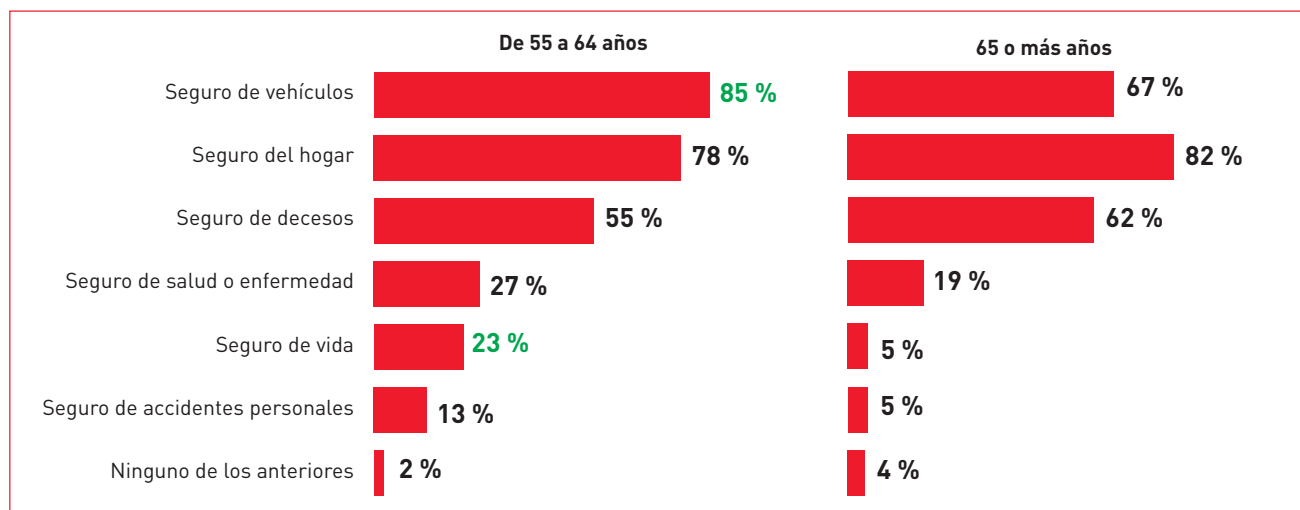


* Se recogen los aspectos mencionados por más del 2 % de los séniores.

% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

SEGUROS CONTRATADOS

¿Cuál de los siguientes seguros tiene contratado actualmente? (P17)



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.



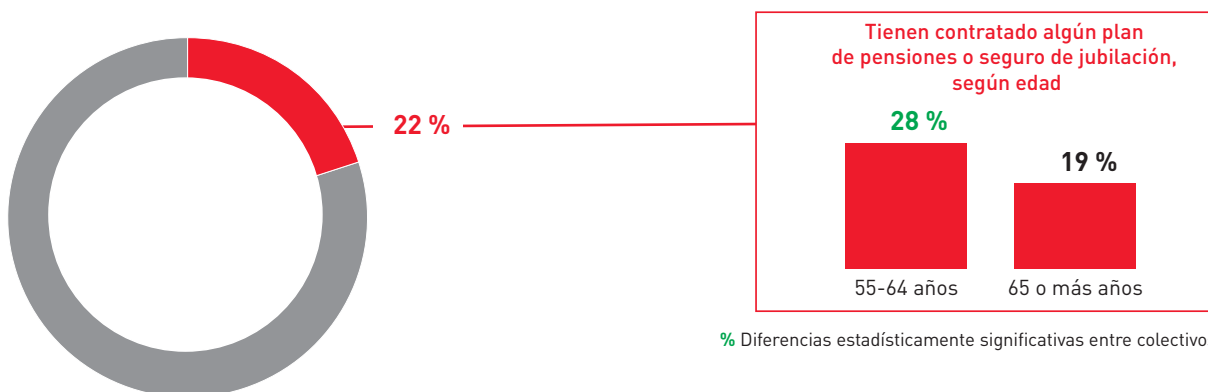
Prácticamente todo el colectivo sénior cuenta con algún tipo de seguro contratado.

De **media**, disponen de **2,7 tipos de seguro diferentes**, siendo los más habituales los **de hogar, vehículos y decesos**.

Entre los **55 y 64 años**, destaca la tenencia de **seguro de vida (23 %)** y de **auto (85 %)**.

PLANES DE PENSIONES

¿Tiene contratado algún plan de pensiones o seguro de jubilación? (P19)

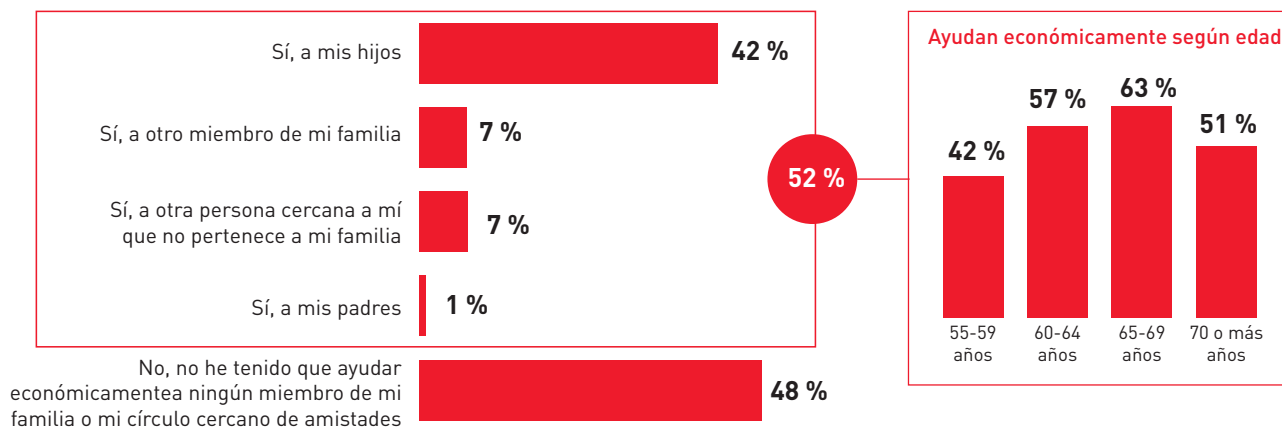


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

Un **22 %** tiene contratado un **plan de pensiones**. Un **28 %** entre los **55 y 64 años**.

APOYO ECONÓMICO EN EL HOGAR

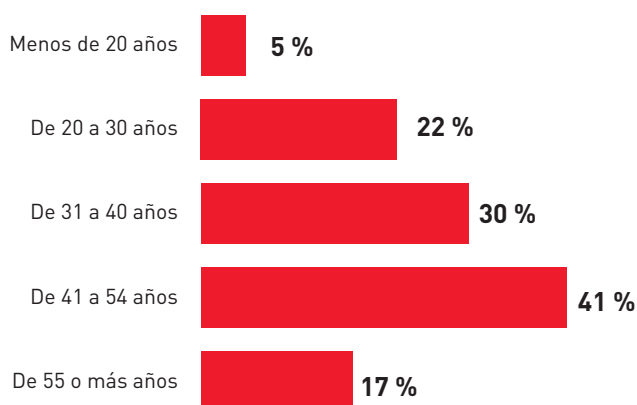
¿Ha ayudado usted económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el último año? (P8A*)



* Posibilidad de respuesta múltiple por lo que los porcentajes pueden sumar más de 100 %.

El 52 % de los séniores ha ayudado económicamente a su entorno en el último año, principalmente a sus hijos/as.
En mayor medida los séniores entre 60 y 69 años.

¿Qué edad tienen las personas a las que ha ayudado económicamente en el último año? (P8B*)

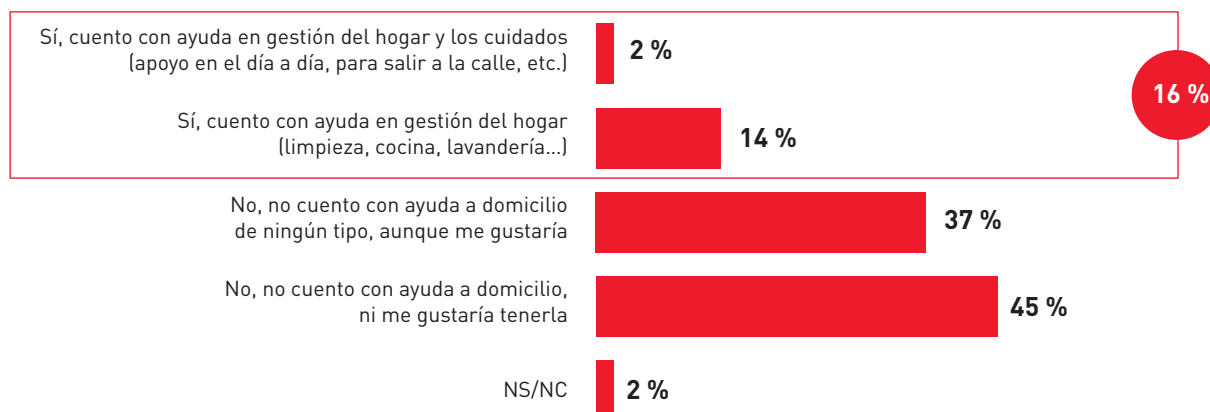


* Posibilidad de respuesta múltiple por lo que los porcentajes pueden sumar más de 100 %.

La mayoría de las ayudas económicas se han prestado a personas de entre 31 y 54 años.

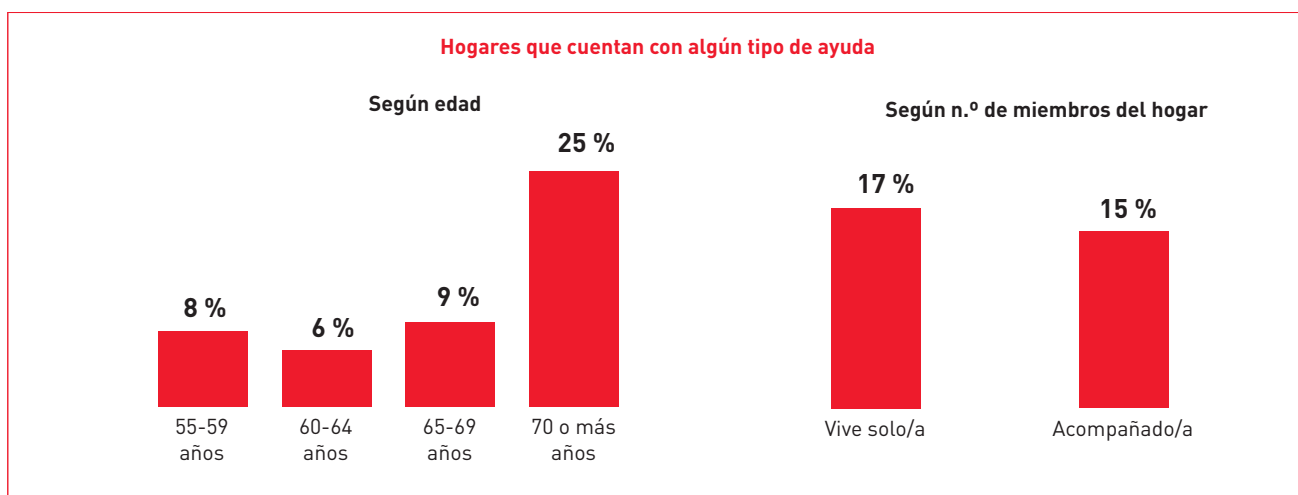
AYUDA A DOMICILIO

¿Cuenta usted actualmente con algún tipo de ayuda en su domicilio? (P12)



Solo un **16 %** de los séniores cuentan con **algún tipo de ayuda en el hogar**.

Este porcentaje **no supera el 25 %** entre las **personas de más edad**, ni el **17 %** entre las que viven solas.



Un **37 %** no cuenta con ella actualmente, pero le gustaría contar con algún tipo de ayuda en el hogar.

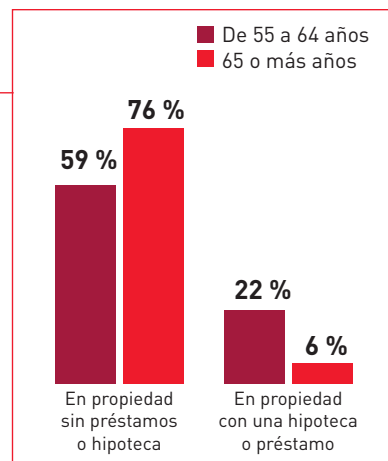
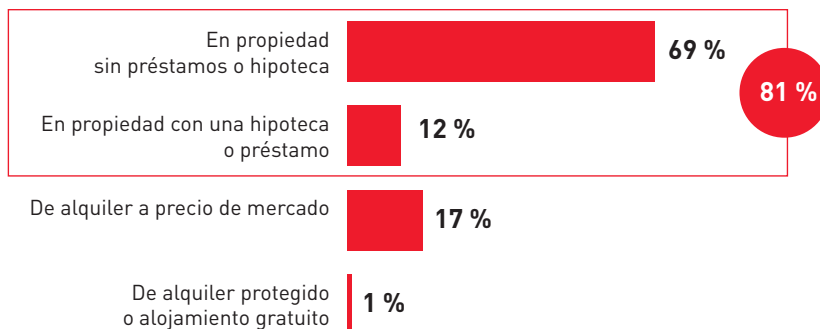
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR GALLEGO

VIVIENDA



RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

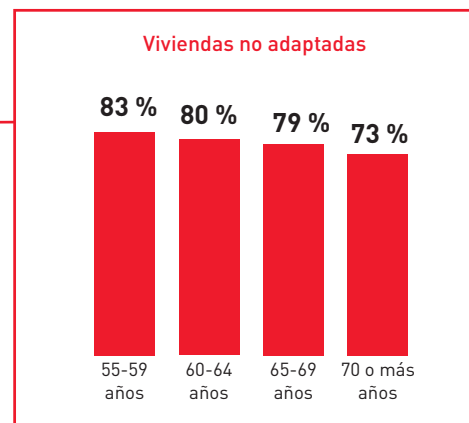
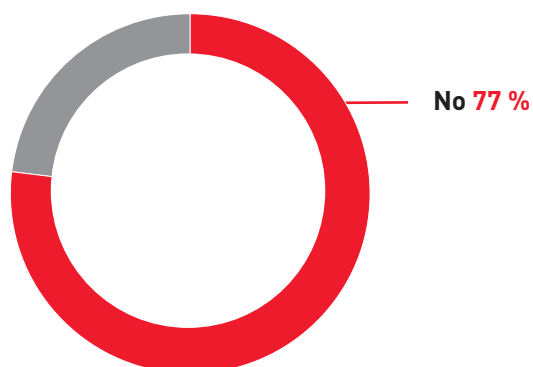
Su vivienda actual es... (P24)



El 81 % son propietarios de su vivienda, la mayoría sin cargas.

VIVIENDA ADAPTADA

¿Está su casa adaptada para una persona dependiente? (P25)

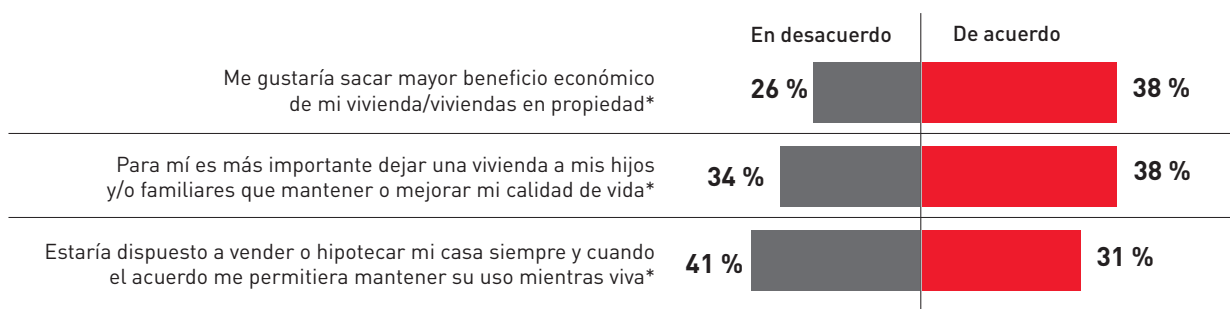


El 77 % de las viviendas en las que vive un sénior no están adaptadas para una posible situación de dependencia.

Incluso entre los **mayores de 70 años**, las viviendas sin adaptar alcanzan el **73 %**.

PREFERENCIAS SOBRE SU VIVIENDA

Indique por favor su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones (P26*)



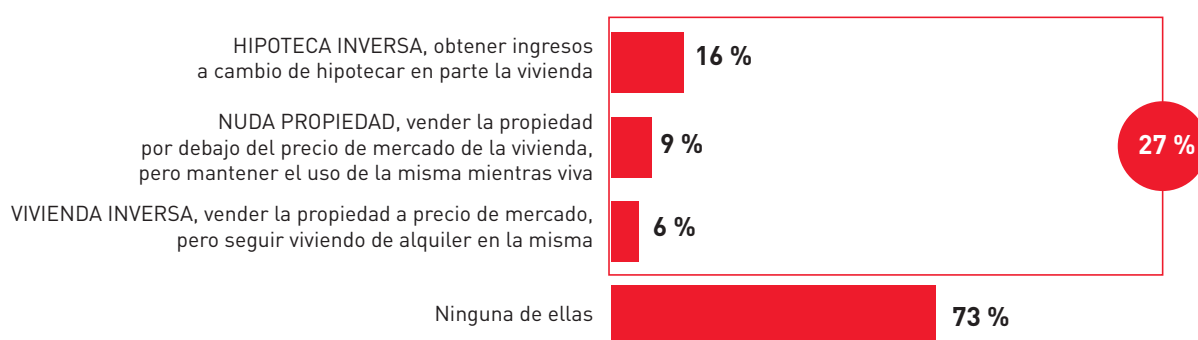
* % sobre los señores que son propietarios de su vivienda.

A un **38 %** de los señores **les gustaría sacar mayor beneficio económico de su vivienda**. Para **el mismo porcentaje es importante dejar una vivienda a sus hijos/as o familiares**.

Reúne **menos grado de acuerdo la posibilidad de vender o hipotecar su casa** aun cuando el acuerdo les **permitiera mantener su uso mientras vivan**. Un **41 %** se muestra **en desacuerdo** con esta afirmación.

INGRESOS POR SU VIVIENDA

¿Qué fórmula le genera más confianza para obtener ingresos por su vivienda, sin dejar de vivir en ella? (P28*)



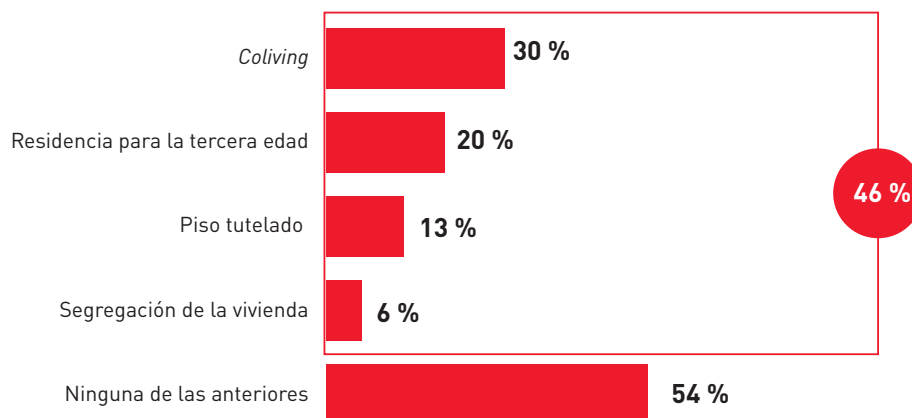
27 %

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

Un **27 %** de los señores **confían en alguna de las alternativas** propuestas para **obtener ingresos por su vivienda**. La fórmula que despierta **más simpatía** es la **hipoteca inversa**.

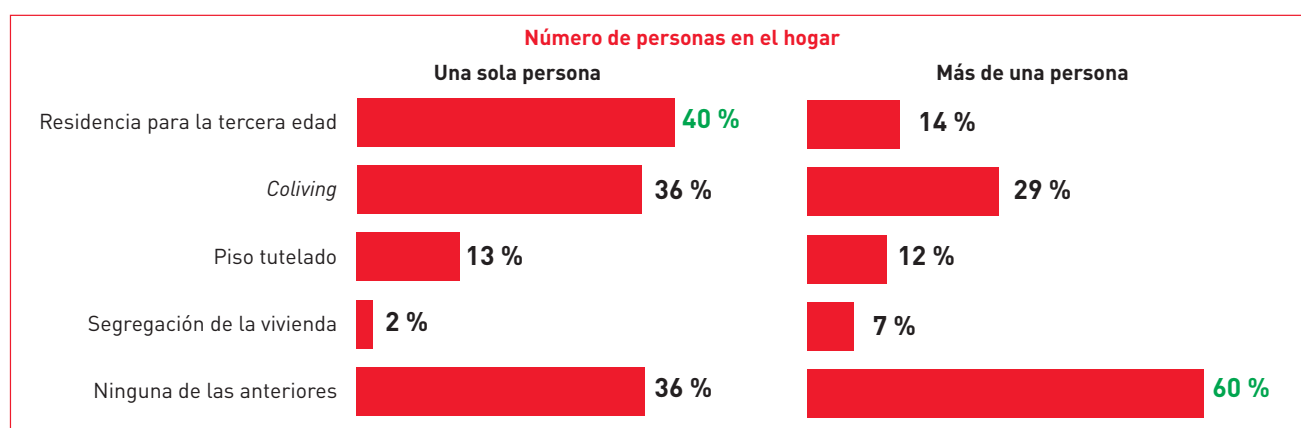
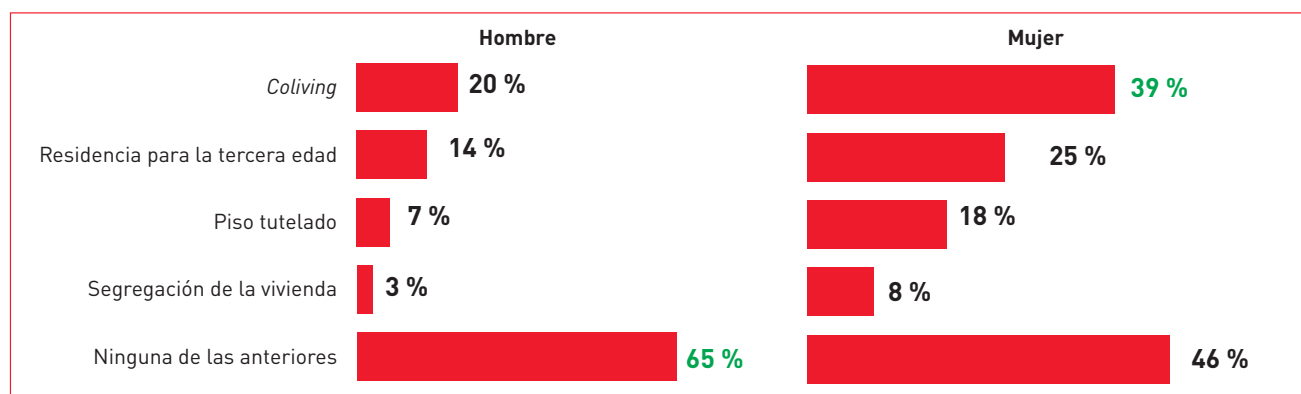
ALTERNATIVAS RESIDENCIALES

¿Contemplaría usted alguna de las siguientes opciones? (P27)



El **46 % de los séniores** se muestran dispuestos a considerar alguna de estas alternativas residenciales. Se observa una **mayor apertura entre las mujeres**.

Un **40 % de las personas que ahora viven solas** están abiertas a trasladarse a una residencia en un futuro.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR GALLEGO

TURISMO Y OCIO

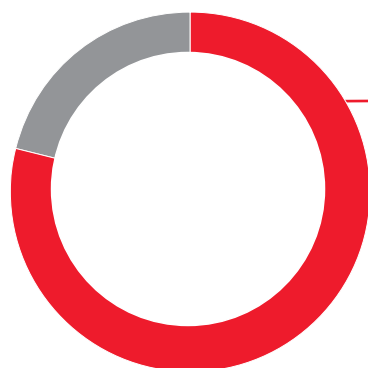


PREDISPOSICIÓN POR VIAJAR

¿Planea realizar algún viaje por ocio o turismo en el próximo año? (P14)

8 de cada 10 séniores planean viajar durante 2026.

El interés por viajar es notable en todos los tramos de edad.



Sí 79 %

Séniores que planean viajar

55-59 años 81 %

60-64 años 81 %

65-69 años 84 %

70 o más años 77 %

Hasta 1.º grado 61 %

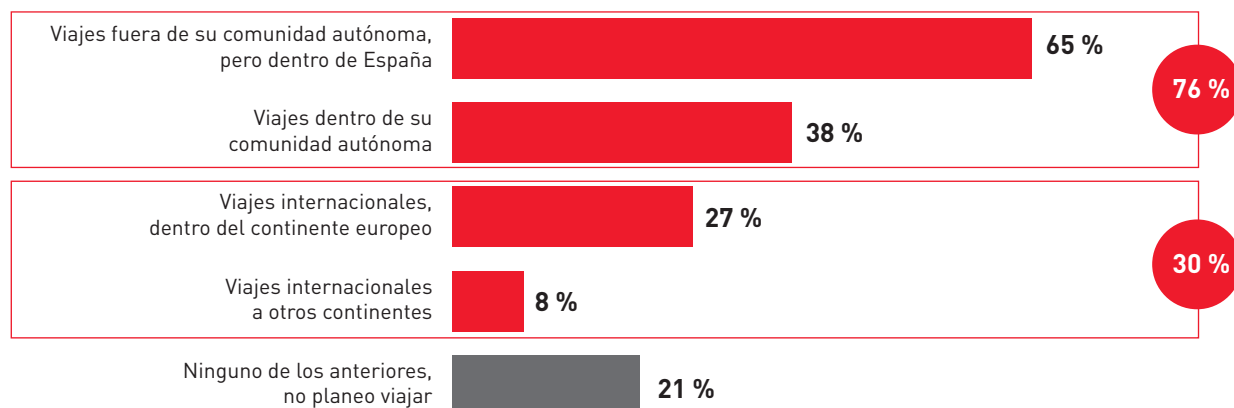
1.º ciclo de 2.º grado 55 %

2.º ciclo de 2.º grado 87 %

Estudios superiores 85 %

DESTINOS

El próximo año, ¿qué tipo de viajes planea realizar por turismo? (P14*)



* Posibilidad de respuesta múltiple por lo que los porcentajes pueden sumar más de 100 %.

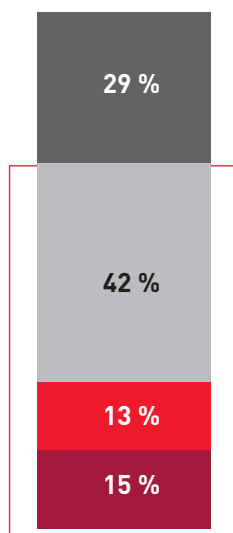
Los viajes previstos se realizarán principalmente **dentro de España**. Aunque, un 30 % tiene planeado viajar al extranjero.

Un 38 % prevé realizar viajes por turismo **dentro de Galicia**.

OCIO CULTURAL

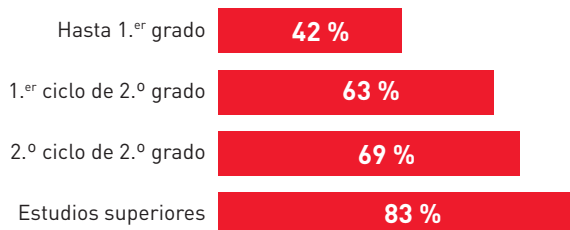
Frecuencia de visita a museos, exposiciones, conferencias o eventos culturales. Al margen de las que realizan en sus viajes por turismo (P15)

- Nunca
- Entre 1 y 3 veces al año
- Entre 4 y 6 veces al año
- Más de 6 veces al año



Un 71 % realiza ocio cultural, al margen del que disfruten en sus viajes.

Séñiores que realizan ocio cultural, según nivel de estudios



Los **séñiores con mayor nivel formativo** practican en mayor medida este tipo de ocio.

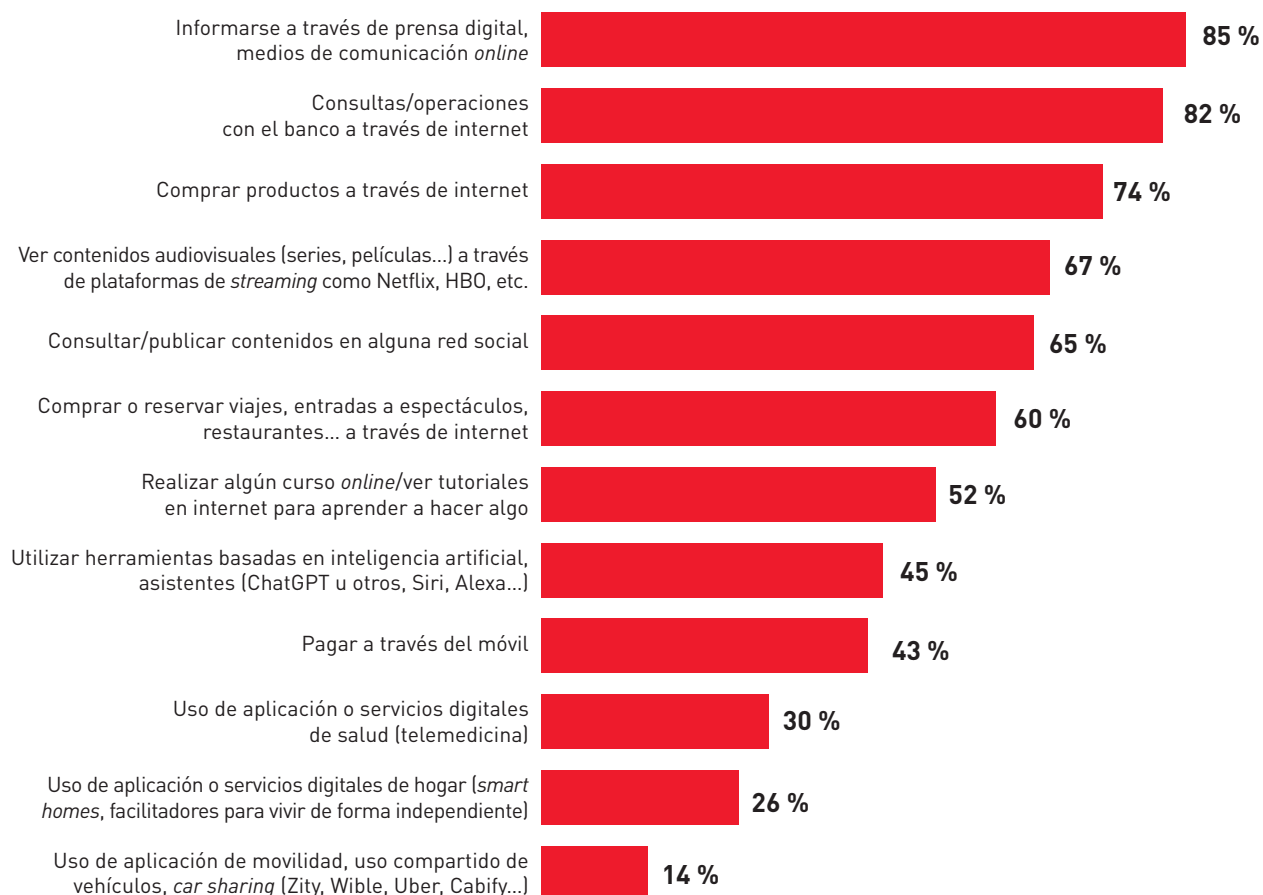
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR GALLEGO

TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN

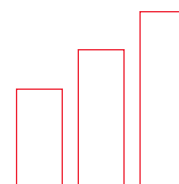


HÁBITOS TECNOLÓGICOS

Porcentaje de séniores que realizan cada una de estas actividades en alguna ocasión (P13)

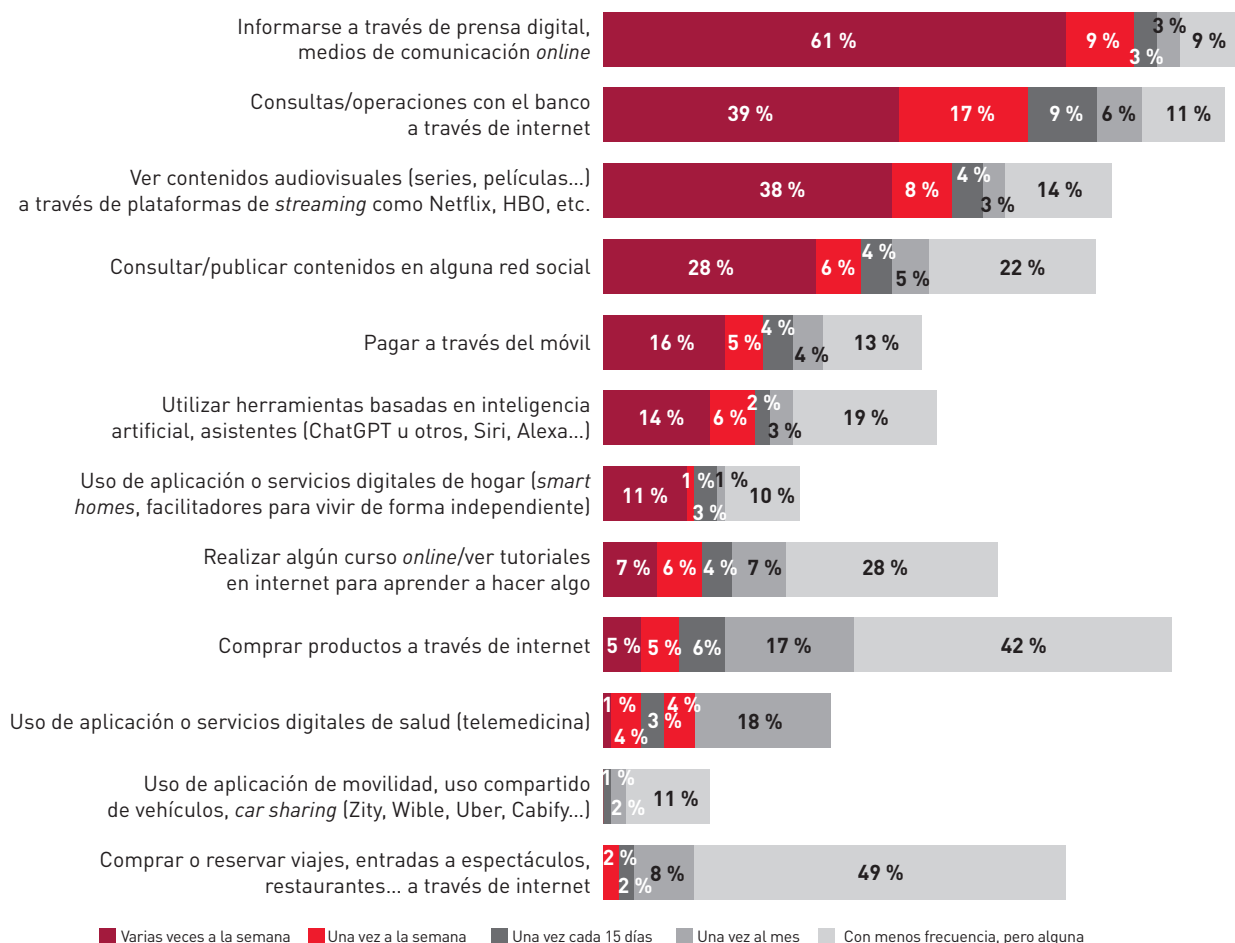


**Los séniores son digitales.
Más del 80 % se informan a través de canales digitales
o realizan operaciones *online* con su banco.
El 74 % realiza compras *online*, etc.**



HÁBITOS TECNOLÓGICOS

Frecuencia con la que realizan las siguientes actividades* (P13)



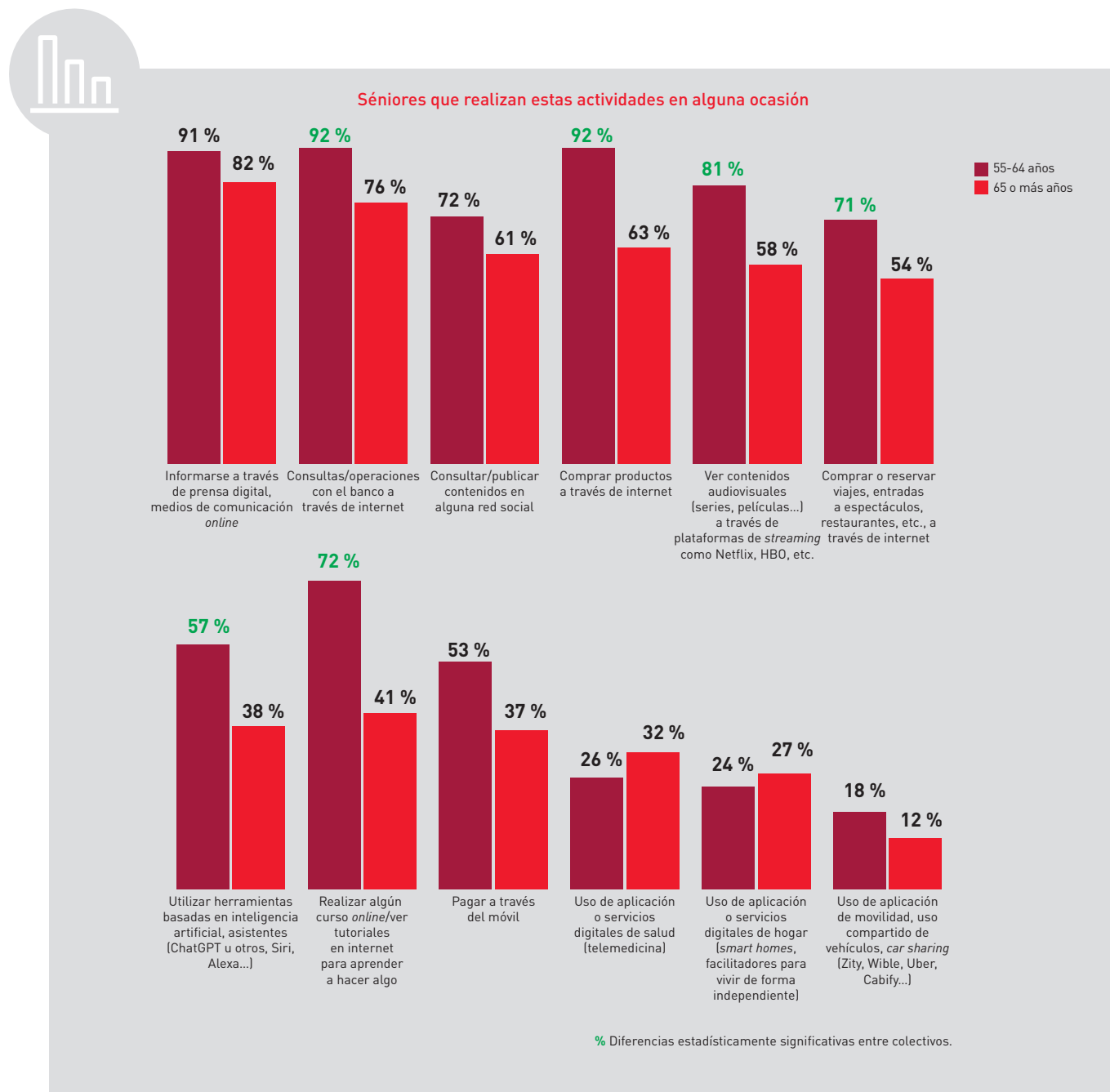
Realizan estas actividades **con asiduidad**:

- El **61 % se informa a través de canales digitales varias veces a la semana.**
- También varias veces a la semana, el **39 % consulta banca *online***, el **38 % accede a plataformas** como Netflix, HBO, etc., un **28 % consulta redes sociales** o el **16 % paga a través del móvil.**

Estas actividades digitales se realizan en mayor medida por los séniores más jóvenes, pero no solo por ellos.

Entre las personas de 65 o más años, también observamos porcentajes de utilización notables.

El 82 % de las personas a partir de esta edad se informan a través de canales digitales, el 76 % opera a través de la banca *online* en alguna ocasión, el 63 % compra a través de internet, etc.



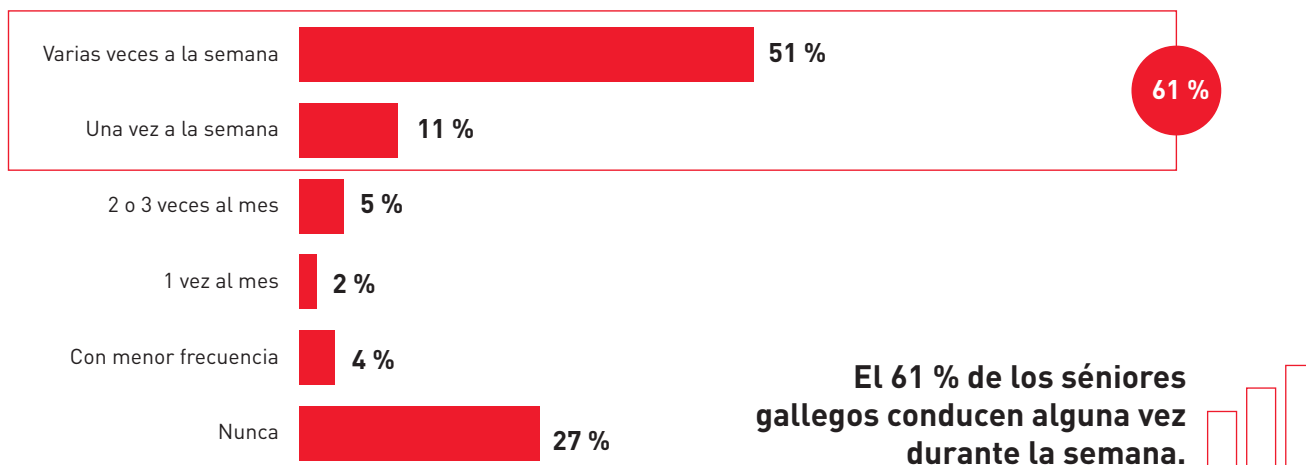
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR GALLEGO

CONDUCCIÓN

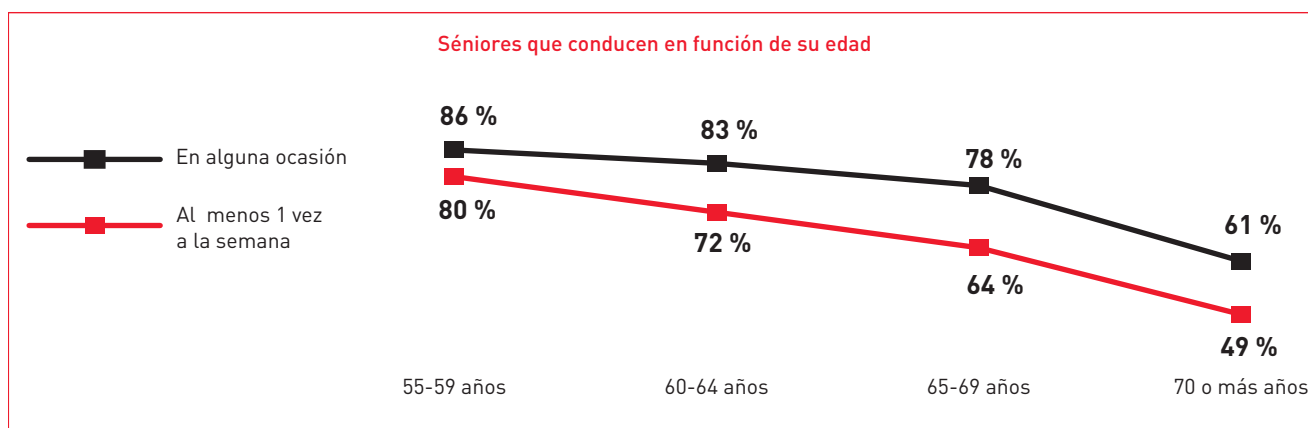


FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN

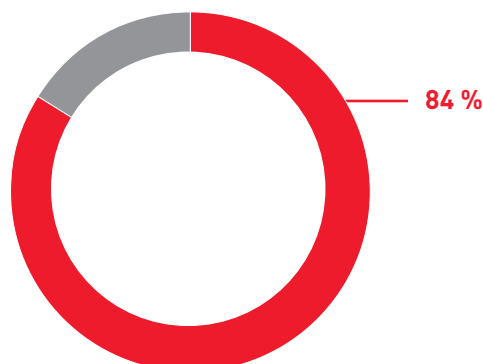
¿Con qué frecuencia conduce usted un vehículo? (P36)



Se reduce el volumen de séniores que conducen a medida que se incrementa la edad, pero se mantiene elevado hasta los 69 años.



EDAD A LA QUE SE ES MAYOR PARA CONDUCIR (P38)



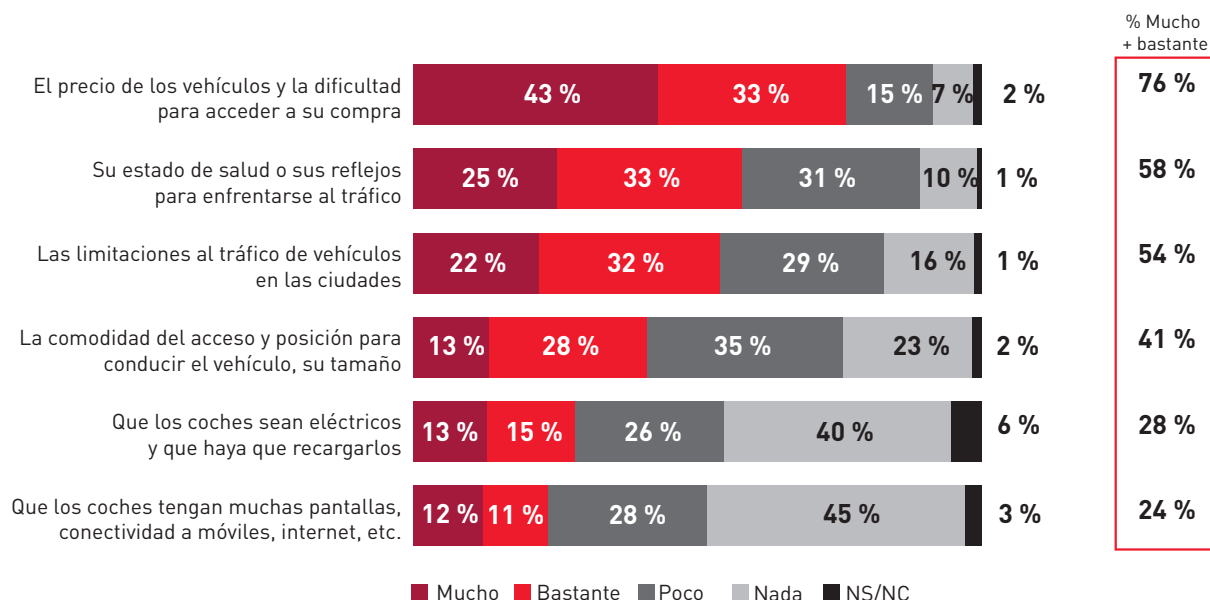
Existe un consenso generalizado entre los séniores, en cuanto a que no hay una edad concreta a la que se debe dejar de conducir, sino que **esto deben determinarlo las condiciones individuales de cada persona.**

No hay una edad a la que se sea mayor para conducir.

Esta postura es similar independientemente de la edad del sénior al que se pregunte.

RIESGOS PARA LA FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN

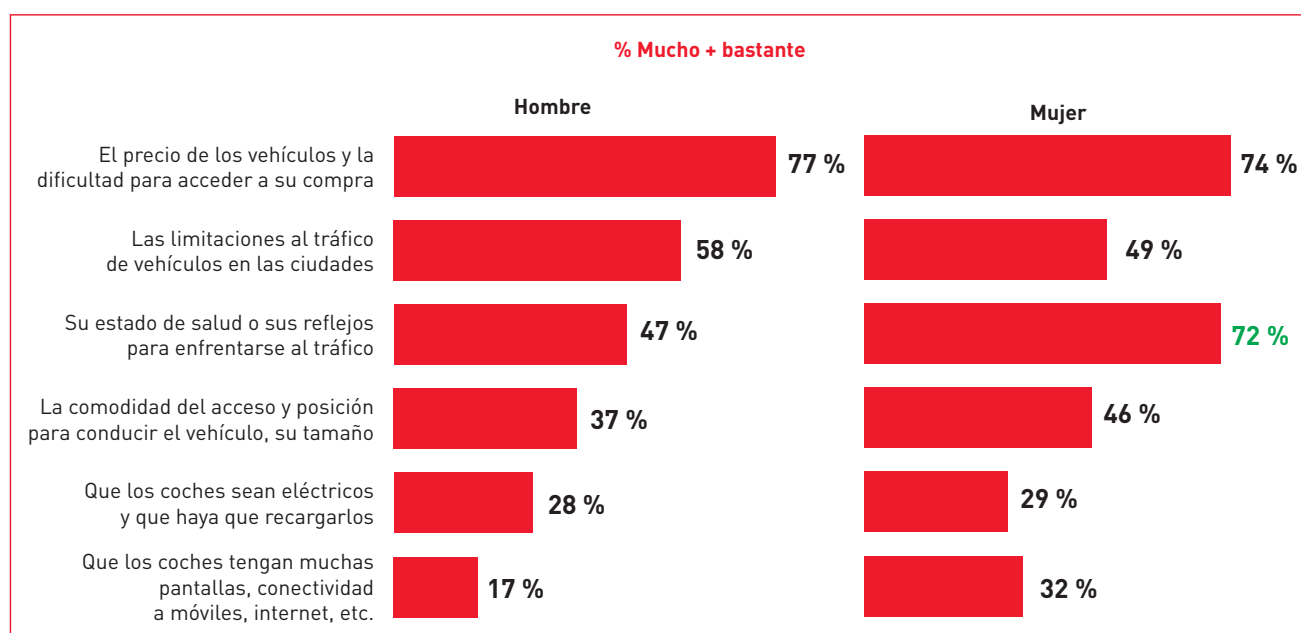
¿En qué medida le preocupa que la frecuencia con la que usted conduce se pueda ver afectada por...? (P37*)



El **precio** de los vehículos es el **factor que en mayor medida puede afectar a su frecuencia de conducción** futura según los propios séniores.

Tras esto el empeoramiento de la **salud o reflejos** y las **limitaciones al tráfico en las ciudades**.

Las **mujeres son más cautas** en cuanto a la **proyección que hacen del impacto del empeoramiento de su salud o reflejos sobre su frecuencia de conducción**.

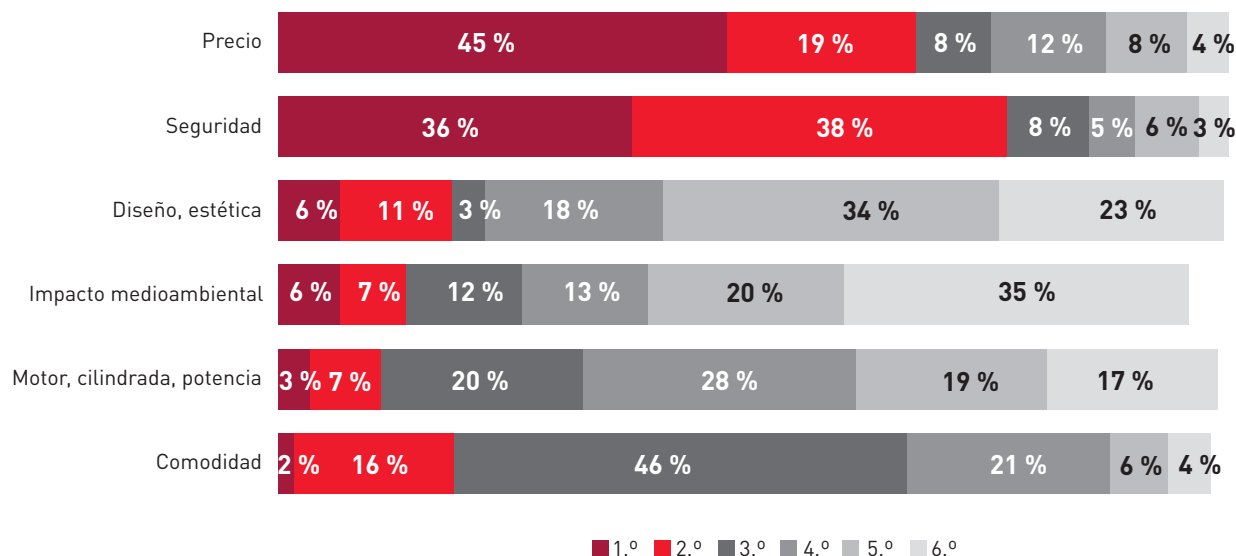


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

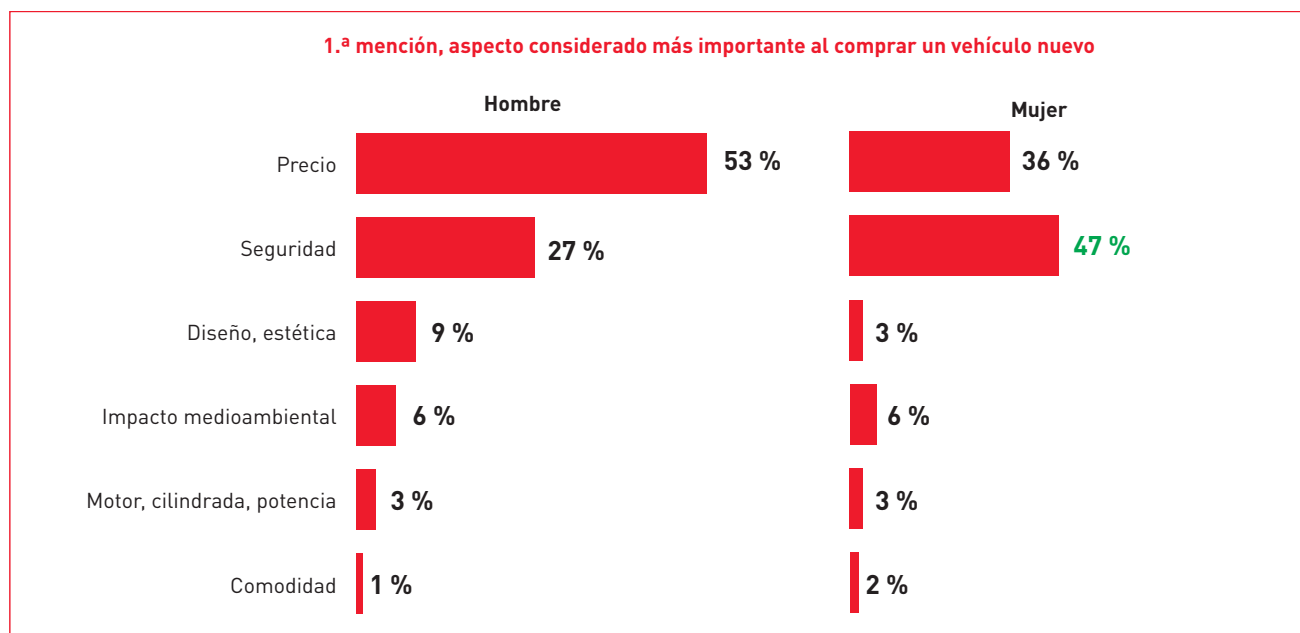
* Séniores que conducen.

ASPECTOS RELEVANTES AL COMPRAR UN VEHÍCULO NUEVO

¿Qué importancia daría a los siguientes aspectos? (P39*)



Para los **hombres** el **precio** es el factor más tomado en consideración a la hora de tomar la decisión de **comprar un vehículo**. La **seguridad** cobra **más importancia** entre las **mujeres**.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

* Séniores que conducen.

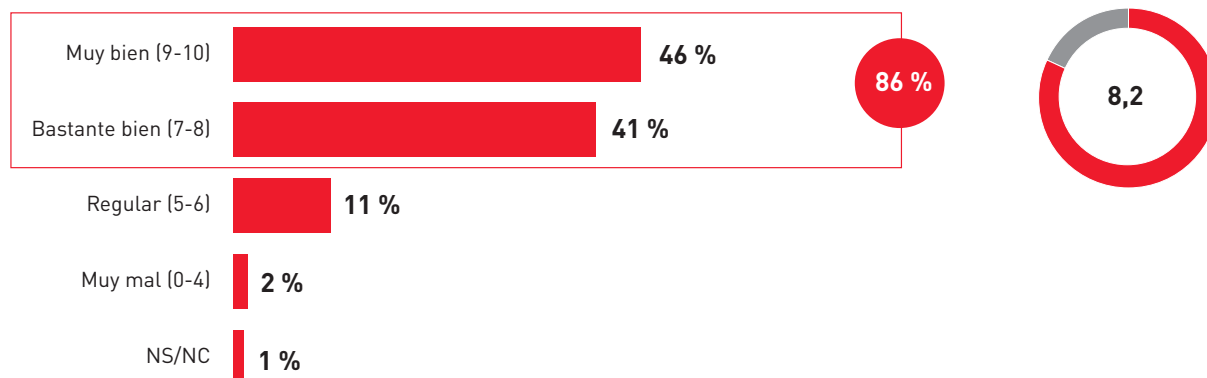
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR GALLEGO

CALIDAD DE VIDA EN SU COMUNIDAD AUTÓNOMA



CALIDAD DE VIDA EN SU COMUNIDAD AUTÓNOMA

¿Cómo diría que se vive en la comunidad autónoma en la que reside? (P40)



Un **86 %** considera que en **Galicia se vive bastante o muy bien**.

Valoran su vida aquí
con un **8,2** de media.

Los **séñiores gallegos** están **significativamente más satisfechos con su vida en Galicia, de lo que lo está** este colectivo si atendemos a la satisfacción del **conjunto nacional** con sus respectivas comunidades autónomas de residencia.

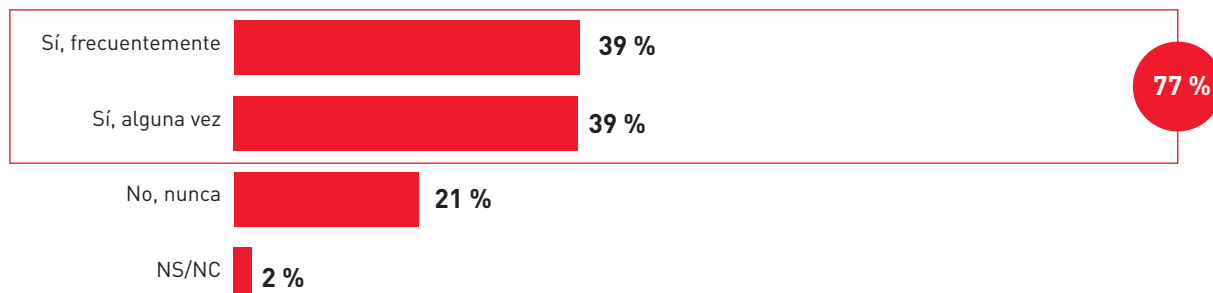
% séñiores que valoran bastante o muy bien la vida en sus respectivas CC. AA.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

COMUNICACIÓN ENTRE COMUNIDADES AUTÓNOMAS

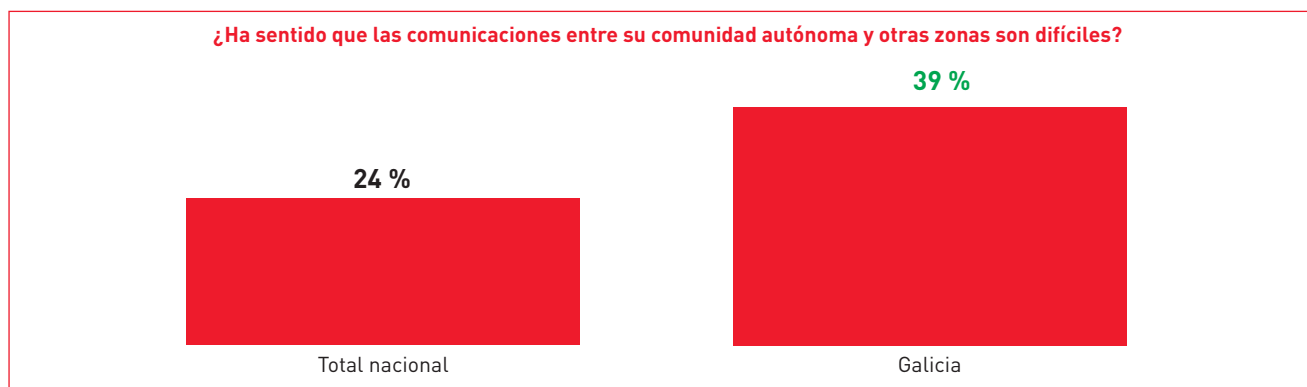
¿Ha sentido alguna vez que las comunicaciones entre su comunidad autónoma y otras zonas de España por carretera, tren, avión... son difíciles? (P45)



El **77 %** de los séniores gallegos consideran que es **difícil moverse entre Galicia y otras zonas de España.**

El **39 %** siente frecuentemente que las comunicaciones con otras zonas de España son difíciles.

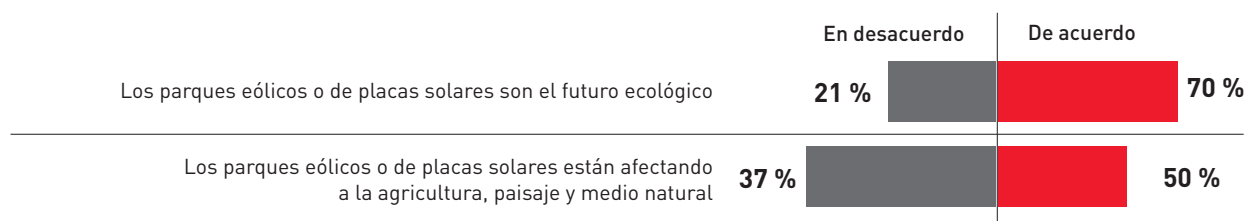
Esta percepción de dificultad es **15 puntos superior respecto** a la percepción del **total nacional de séniores.**



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

SÉNIORES Y PARQUES EÓLICOS Y SOLARES

¿Hasta qué punto está de acuerdo con las siguientes afirmaciones? (P46)



La mayoría de los séniores consideran que los parques eólicos y solares representan el futuro ecológico (70 %), aunque también la mitad opina que tienen un impacto sobre la agricultura, el paisaje y el entorno natural (50 %).

Si cruzamos su opinión en ambas posturas **podemos categorizar a los séniores así:**

- **Partidarios 33 %:** están de acuerdo con que **son el futuro ecológico** y consideran que no afecta al medio natural. Esta **postura es más común entre los séniores gallegos** que entre los del conjunto nacional (33 % en Galicia frente al 28 % del total nacional).
- **Detractores 18 %:** consideran que afectan al medio natural, agricultura y paisaje (bastante o muy de acuerdo) y para ellos no son el futuro ecológico (nada+poco).
- **Ambivalentes 29 %:** postura mayoritaria, son el **futuro ecológico, pero** también **afectan a la agricultura, el paisaje y el medio natural**.
- **Indiferentes 2 %:** para estos ni afecta al medio natural, ni son el futuro ecológico.

		Afectan a la agricultura, paisaje y medio natural	
		Nada + poco	Bastante + mucho
Futuro ecológico	Nada + poco	Indiferentes 2 %	Detractores 18 %
	Bastante + mucho	Partidarios 33 %	Ambivalentes 29 %

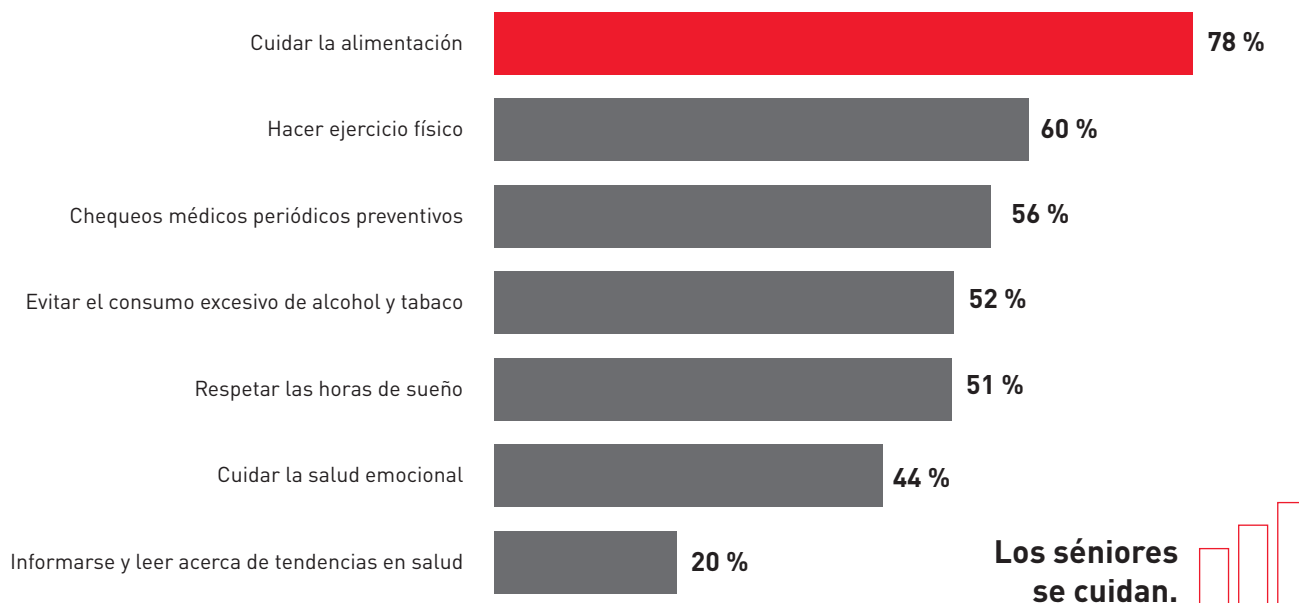
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES GALLEGOS

VITALIDAD Y ENVEJECIMIENTO SALUDABLE



CUIDADO DE LA SALUD

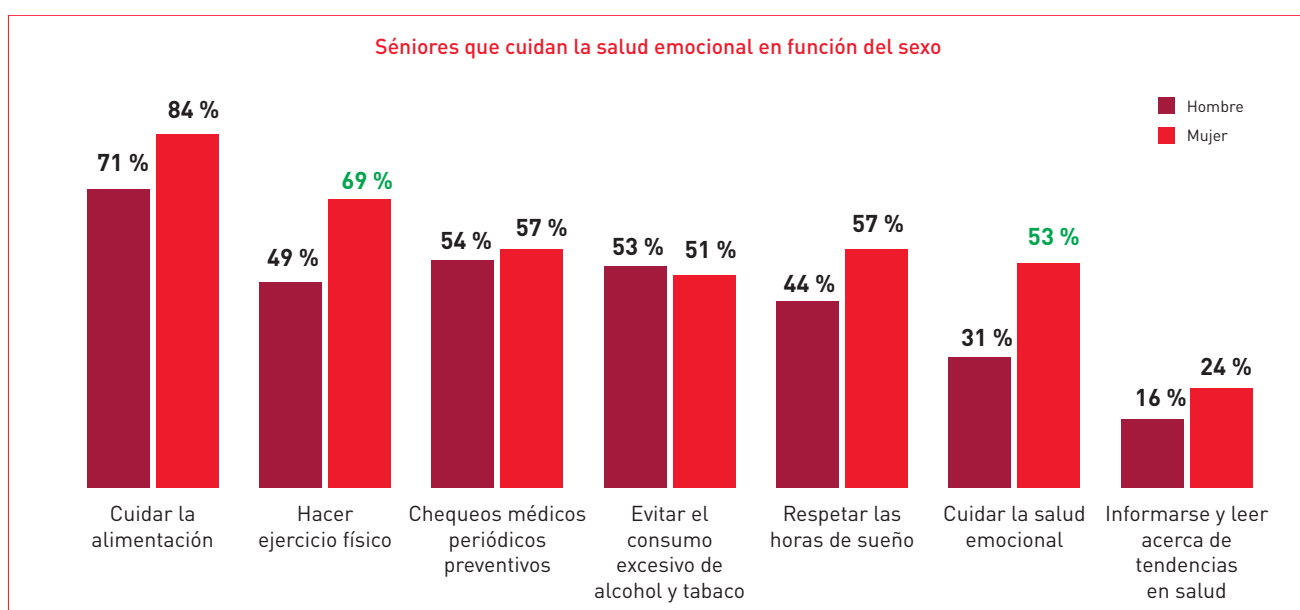
De las siguientes acciones, ¿cuáles suele realizar habitualmente? (P10)



El 78 % **cuida su alimentación** para mantener una buena salud, el 60 % hace **ejercicio físico**.

Más de la mitad se hace **chequeos preventivos**, **evita** el consumo de **alcohol y tabaco** o **respet**a las horas de **sueño**.

Algunas de estas **conductas saludables** están **en mayor medida adquiridas** entre las **mujeres**, especialmente **realizar ejercicio y cuidar su salud emocional**.

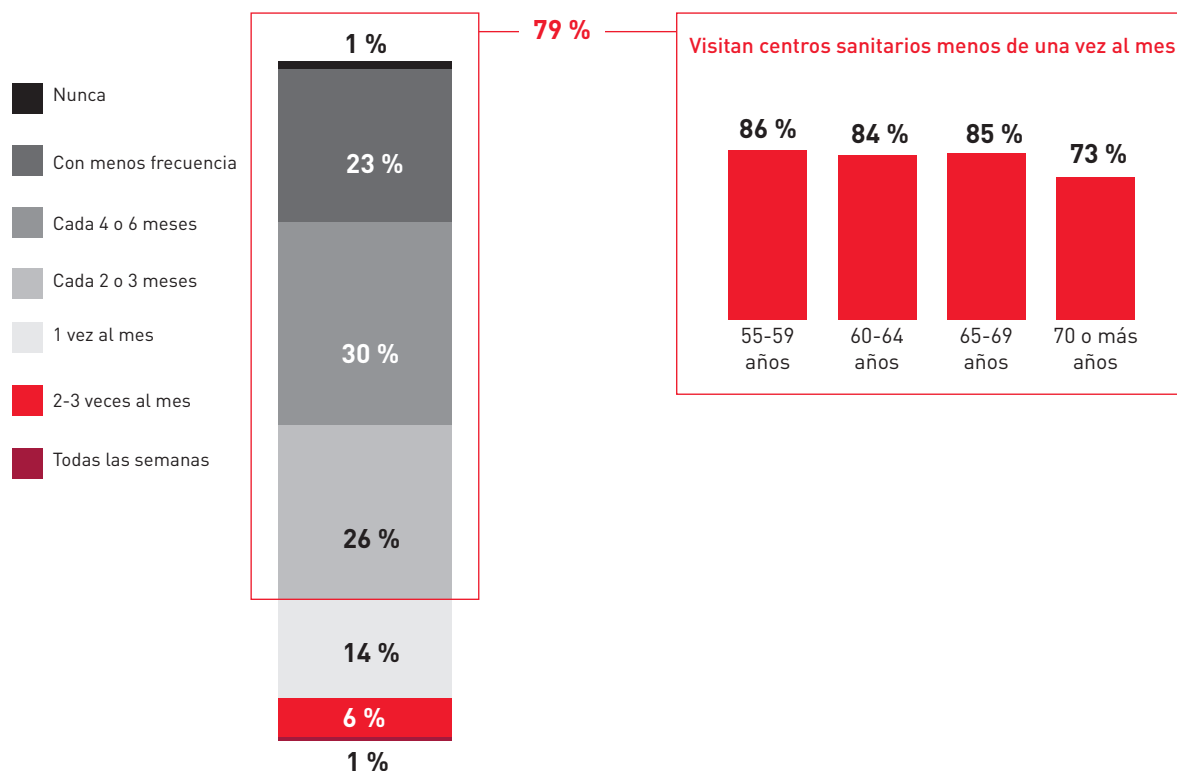


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

FRECUENCIA DE LAS VISITAS A CENTROS SANITARIOS

¿Con qué frecuencia suele realizar visitas a centros sanitarios (consulta, revisiones periódicas, urgencias...)? (P11)

Teniendo en cuenta únicamente las visitas realizadas por usted (no como acompañante)

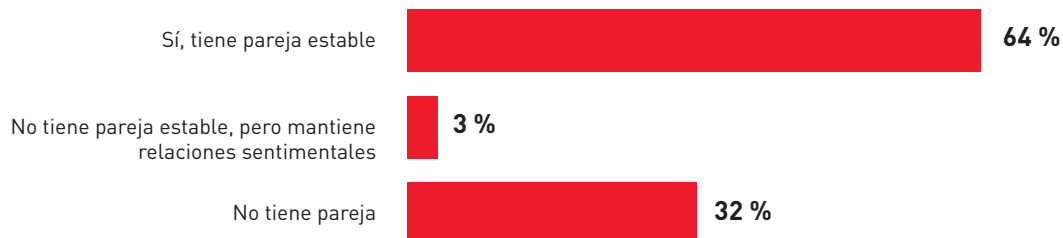


En contra de lo que podría pensarse, los séniores gallegos visitan al médico con poca frecuencia: un 79 % lo hace menos de una vez al mes.

La frecuencia de las visitas aumenta a partir de los 70 años, aunque sigue siendo notable el porcentaje de personas que acuden menos de una vez al mes con esta edad (73 %).

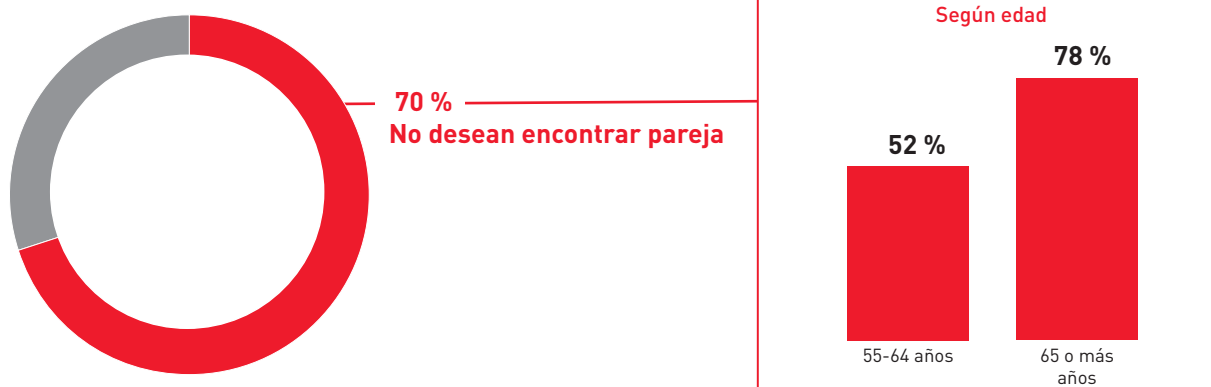
SÉNIOR Y PAREJA

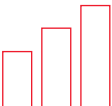
¿Tiene usted pareja? (P34)



¿Le gustaría encontrar pareja, entablar una relación sentimental con alguien? (P36C)

Entre quienes no tienen pareja estable.



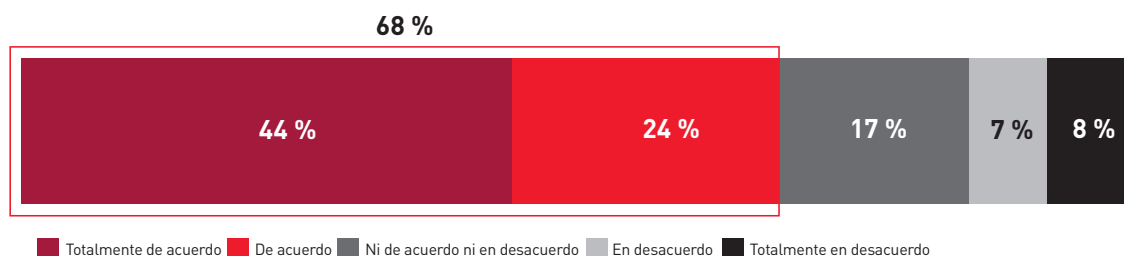
 **7 de cada 10 séniores sin pareja quieren seguir así.**

Casi 8 de cada 10 entre los mayores de 65 años.

Mis hijos/as apoyarían que saliera a conocer personas con fines sentimentales (P35)

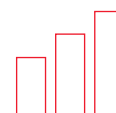
Séniore sin pareja estable y con hijos/as.

Grado de acuerdo con la afirmación.



Independientemente de que actualmente deseen encontrar pareja o no, los séniore...

Sienten que sus hijos/as les apoyarían si quisieran conocer a personas con fines sentimentales (68 %).



Un 15 % cree que **no sería apoyado por su entorno en esto.**

El porcentaje de séniore que sienten que serían apoyados por su entorno en Galicia es significativamente superior al del total nacional.

% de séniore totalmente de acuerdo o de acuerdo con que sus hijos/as apoyarían que saliera a conocer personas con fines sentimentales

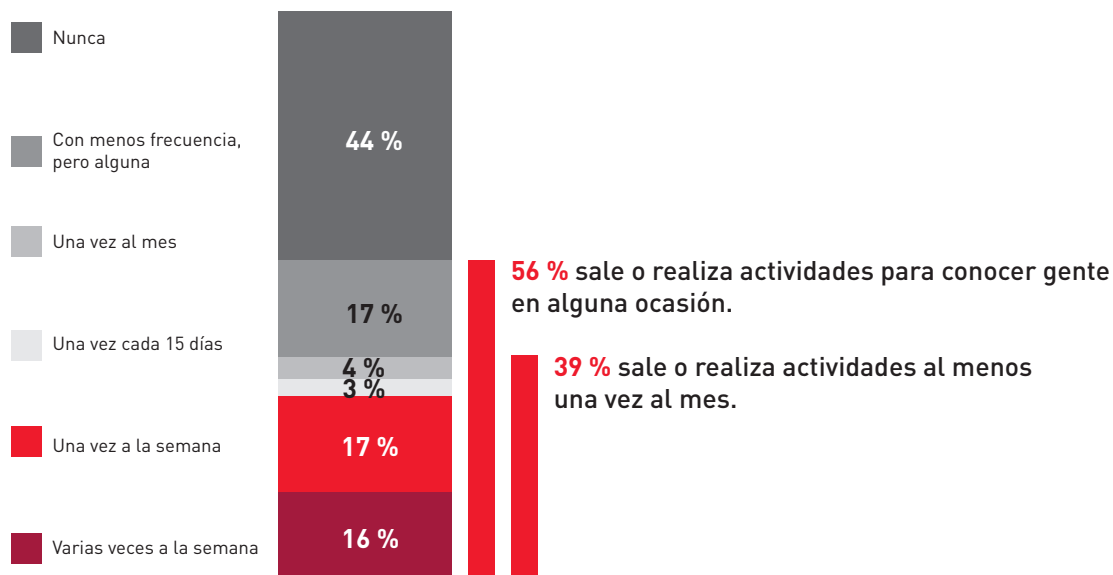


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

SOCIABILIDAD DE LOS SÉNIORES

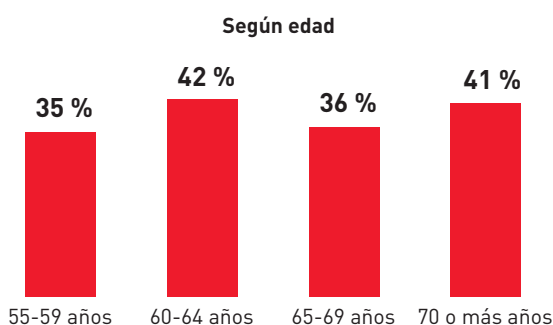
¿Con qué frecuencia sale o realiza actividades para conocer gente? (P36A)

Salir a bares, participar en actividades, viajes, utilizar aplicaciones, pedir a amigos que les presenten a alguien.



El **56 % de los seniors** salen o participan en **actividades para conocer gente** en alguna ocasión y un **39 %** lo hace **al menos una vez al mes**, esto **con independencia de su edad** concreta.

Séniores que realizan actividades al menos una vez al mes



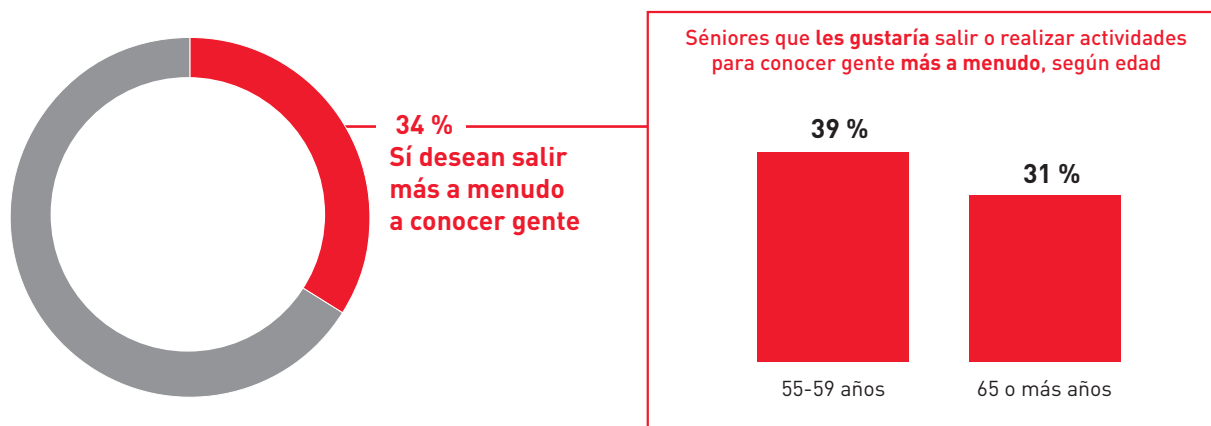
Séniore que realizan actividades al menos una vez al mes



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

Los **séniore en Galicia realizan actividades para conocer gente con mayor frecuencia** que los del conjunto de España.

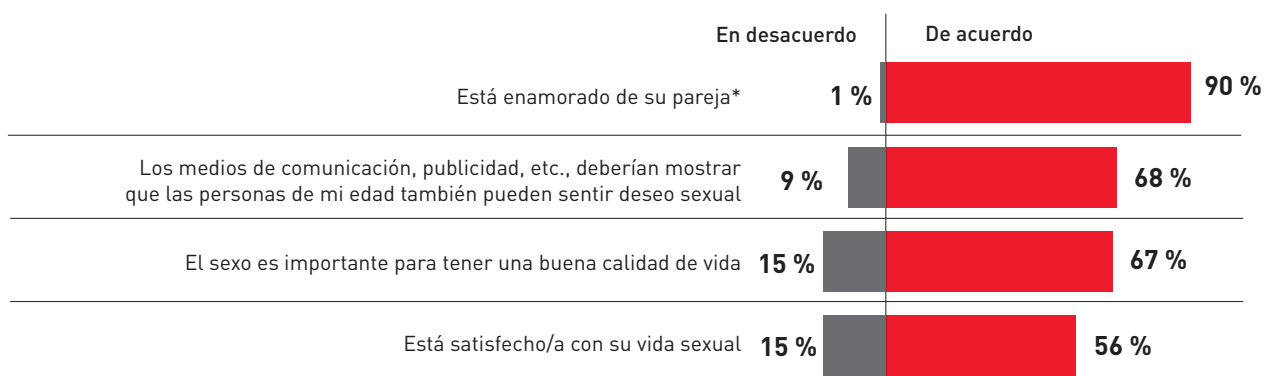
Le gustaría salir o realizar actividades para conocer gente más a menudo (P36B)



Al **34 % de los séniore les gustaría socializar** y conocer gente con mayor frecuencia, independientemente de la frecuencia con la que lo haga actualmente.

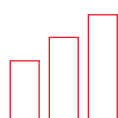
ACTITUDES HACIA EL SEXO

¿Hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones? (P35)



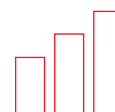
* Séniores con pareja.

9 de cada 10 séniores siguen enamorados de su pareja.



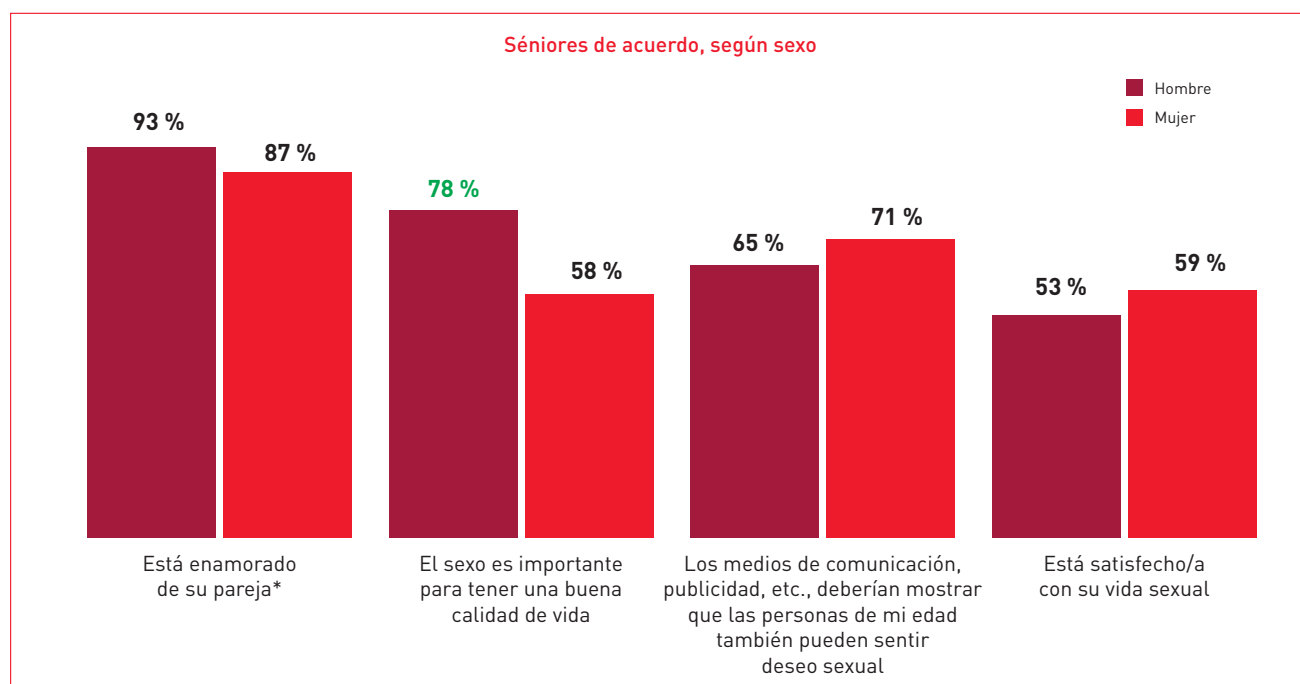
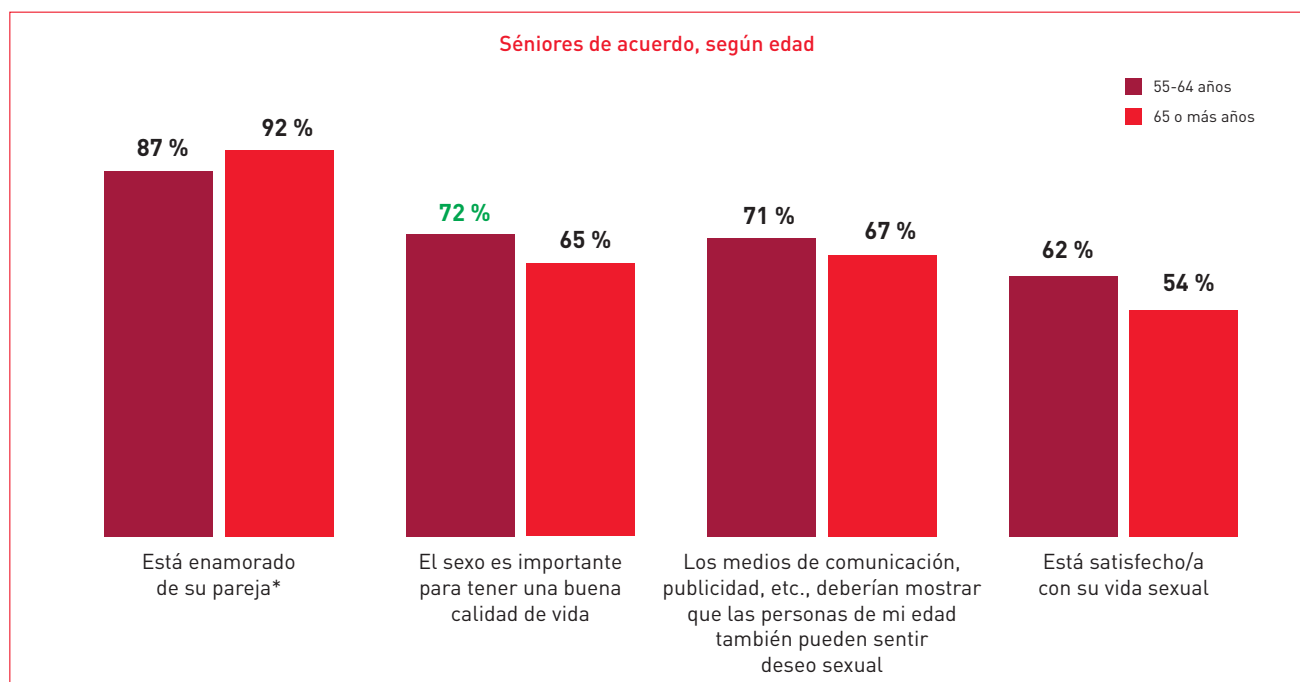
Consideran que el sexo es importante para tener una buena calidad de vida (67 %).

Creen que los medios de comunicación, publicidad, etc., deberían mostrar que el deseo sexual no está excluido del colectivo sénior (68 %).



Esta es una **demanda** que se realiza en similar medida independientemente de la edad del sénior.

¿Hasta qué punto está usted de acuerdo con las siguientes afirmaciones? (P35)



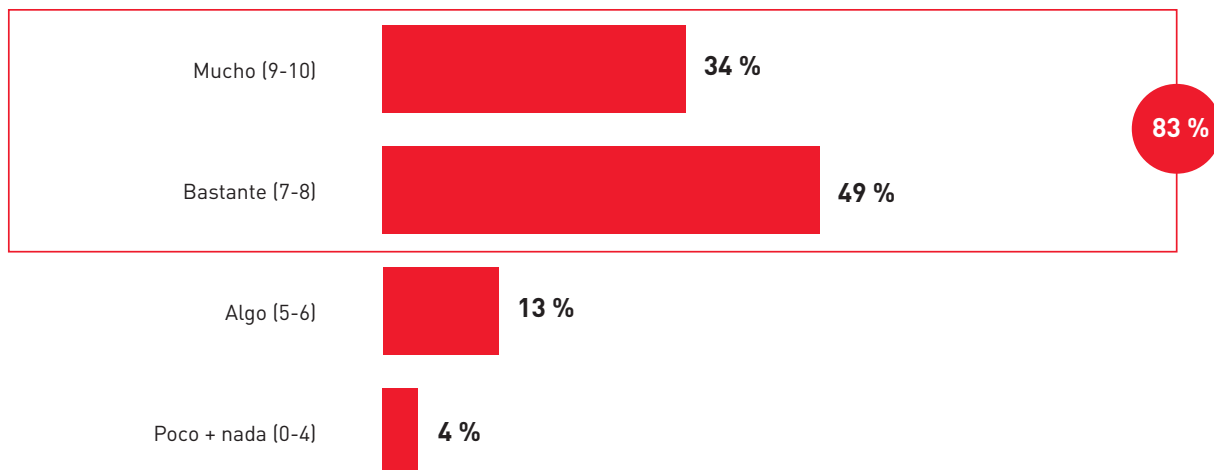
% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

* Séniors con pareja.

El porcentaje de **hombres** que está **de acuerdo con que el sexo es importante para tener una buena calidad de vida es superior** al de las mujeres.

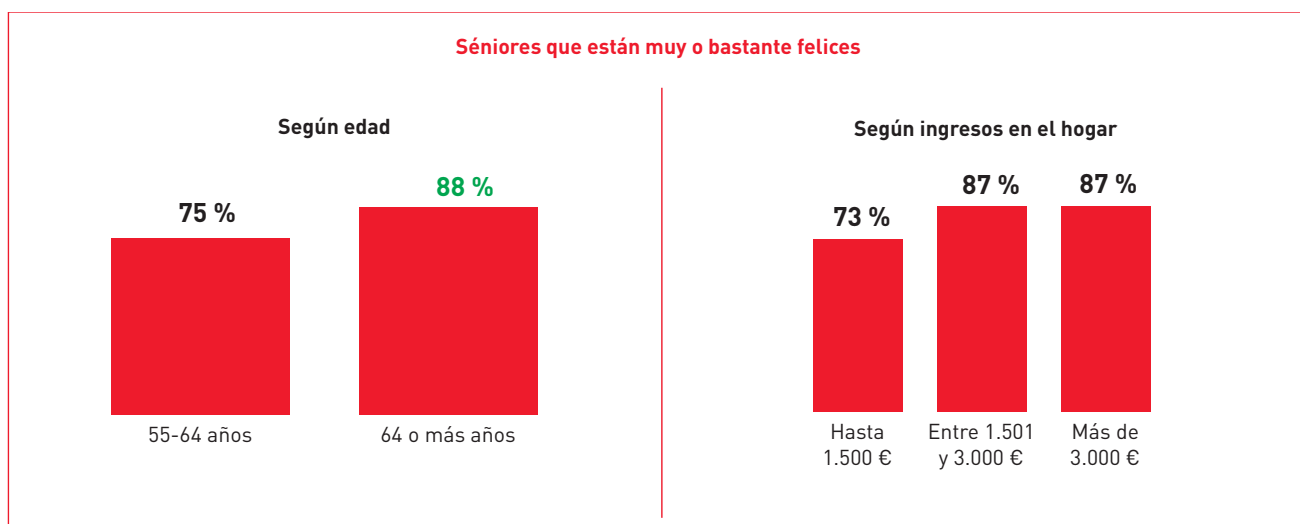
FELICIDAD ACTUAL

¿Hasta qué punto es feliz actualmente? (P36D)



8 de cada 10 séniores se declaran bastante o muy felices.

Siendo **destacado en todos los casos, el grado de felicidad** es ligeramente **más elevado a partir de los 65 años**.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

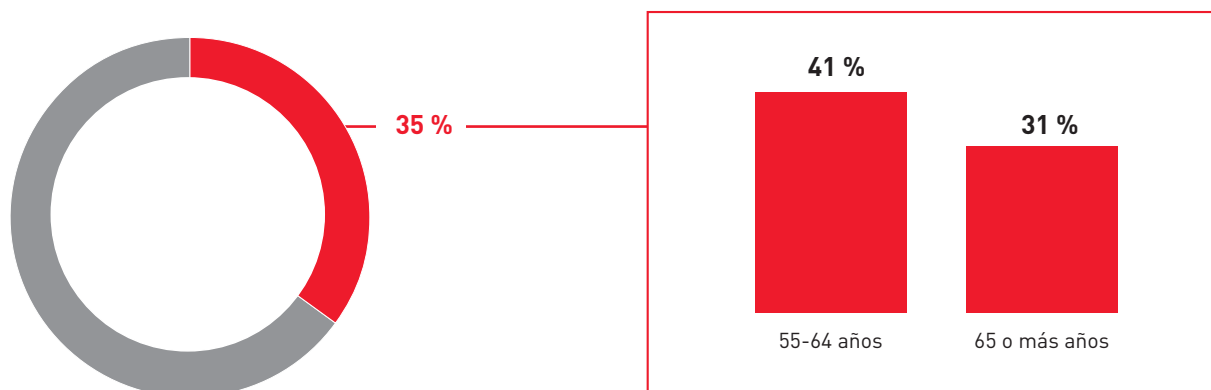
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES GALLEGOS

MASCOTAS



CONVIVENCIA CON MASCOTAS

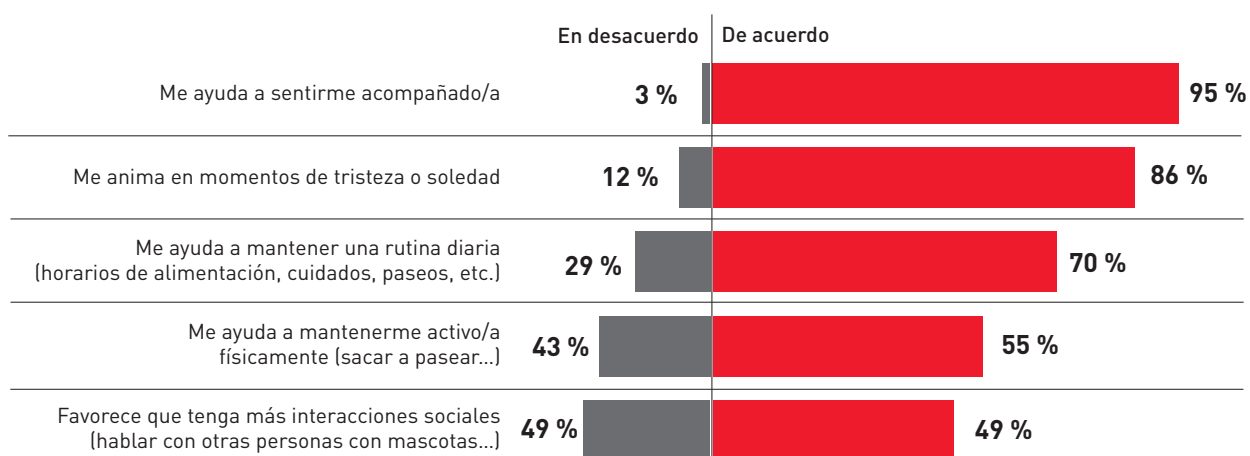
¿Convive usted con alguna mascota? (P12B)



Un 35 % de la población sénior en Galicia **convive con alguna mascota**.

¿A QUÉ CONTRIBUYE LA MASCOTA?

¿Hasta qué punto está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre su mascota? (P12D)



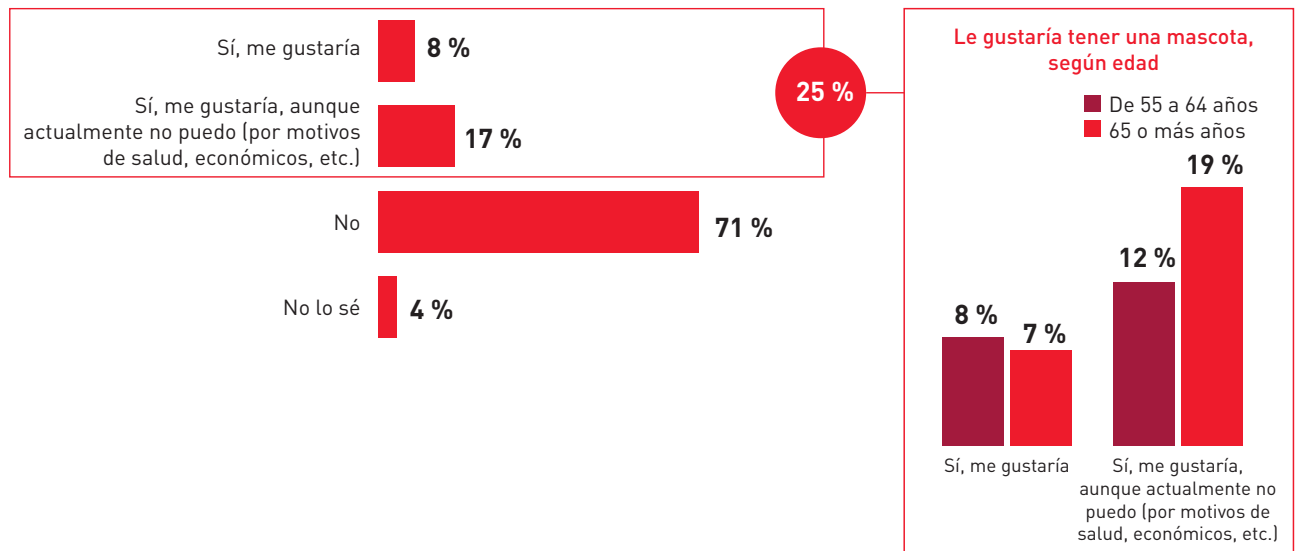
Hay un **claro consenso** respecto a que tener **un animal de compañía favorece el sentirse acompañado**.

También destaca la percepción de que las mascotas **ayudan a mantener una rutina diaria y a permanecer activos, ya sea física como socialmente**.

PREDISPOSICIÓN A TENER MASCOTA

¿Le gustaría tener una mascota? (P12E)

Séniore que no tienen mascota.



A uno de cada cuatro séniore, actualmente sin ella, le gustaría convivir con una mascota.

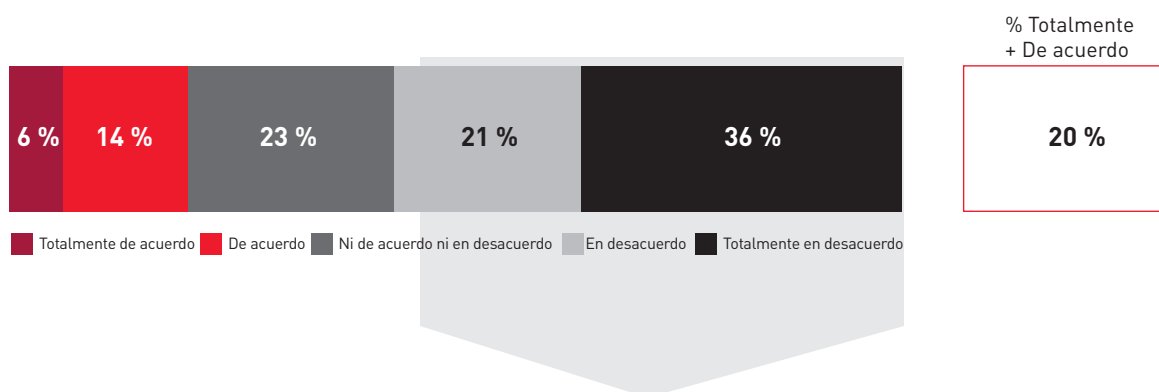
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES GALLEGOS

PLANES DE VIDA Y EDADISMO



PLANES DE VIDA

Trabajaría menos horas en un trabajo menos exigente, aunque bajaran mis ingresos mensuales (P16*)

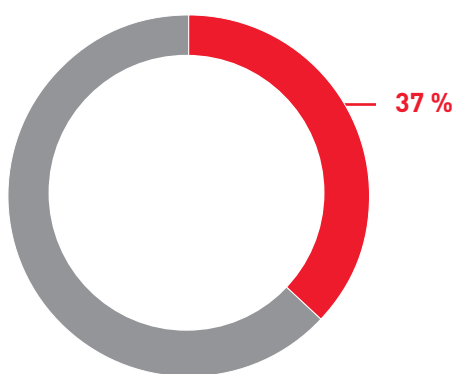


El colectivo sénior **no parece dispuesto a reducir su jornada laboral** si eso supone una reducción de su salario (57 %).
El **20 % sí lo haría.**

COMPATIBILIZAR TRABAJO Y PENSIÓN

¿Le gustaría cuando llegue su edad de jubilación poder compatibilizar trabajo y pensión? (P16B*)

Además del salario se cobraría: el 45 % de la pensión el primer año, el 55 % el segundo año, el 65 % el tercer año, el 80 % el cuarto año, el 100 % de su pensión el quinto año.



Un 37 % estaría dispuesto a combinar trabajo y la pensión llegada su edad de jubilación.

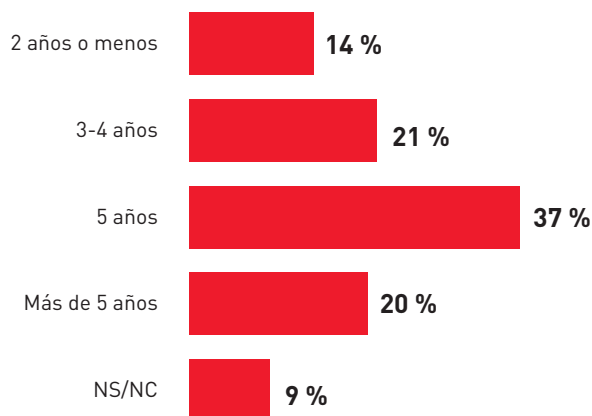
* Séniores en activo.

COMPATIBILIZACIÓN DE PENSIÓN Y TRABAJO

¿Cuántos años le gustaría poder estar compatibilizando trabajo y pensión de jubilación? (P16C)

Entre quienes les gustaría compatibilizar trabajo y pensión.

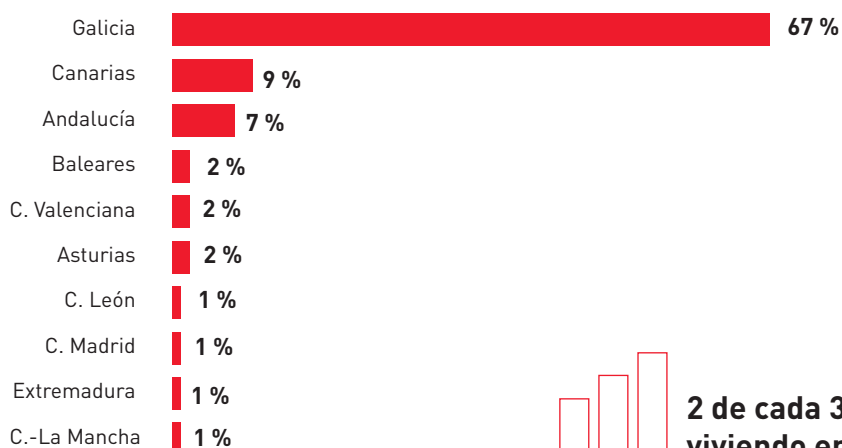
Además del salario se cobraría: el 45 % de la pensión el primer año, el 55 % el segundo año, el 65 % el tercer año, el 80 % el cuarto año, el 100 % de su pensión el quinto año.

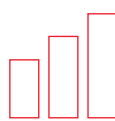


Los señores a los que les gustaría **compatibilizar pensión y trabajo** se decantan mayoritariamente por hacerlo **durante 5 años**.

COMUNIDAD AUTÓNOMA IDEAL PARA RETIRARSE

Cuando se jubile, ¿en qué comunidad autónoma le gustaría vivir? (P42)

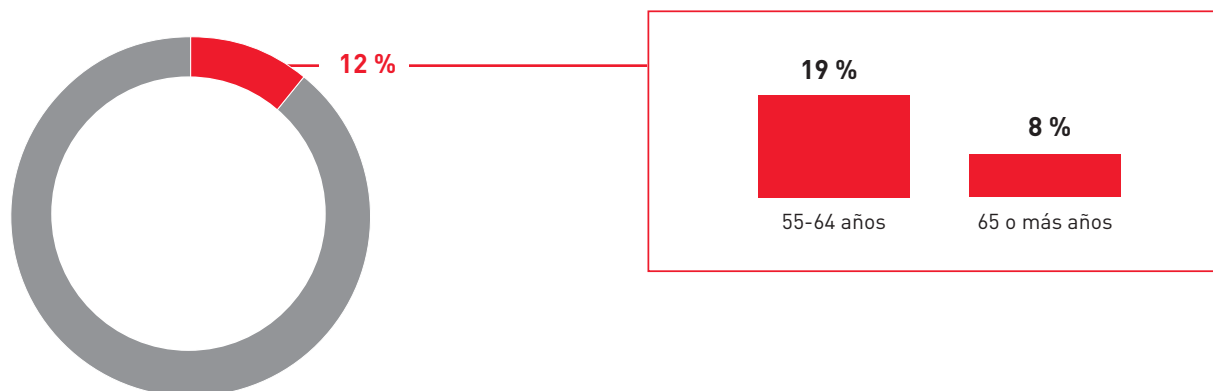


 **2 de cada 3 señores desean seguir viviendo en Galicia cuando se jubilen.**

Quienes **desean residir en otra comunidad autónoma** cuando se jubilen se reparten principalmente entre **Canarias, Andalucía, Baleares o la Comunidad Valenciana**.

DISCRIMINACIÓN POR EDAD

¿Se ha sentido alguna vez discriminado/a por motivo de su edad? (P33)



Un 12 % se ha sentido discriminado por su edad. Un 19 % si nos centramos en los séniores de 55 a 64 años.

Se sienten menos discriminados por su edad que el conjunto de séniores españoles (12 % en Galicia, frente al 20 % nacional).

ÁMBITOS DE DISCRIMINACIÓN

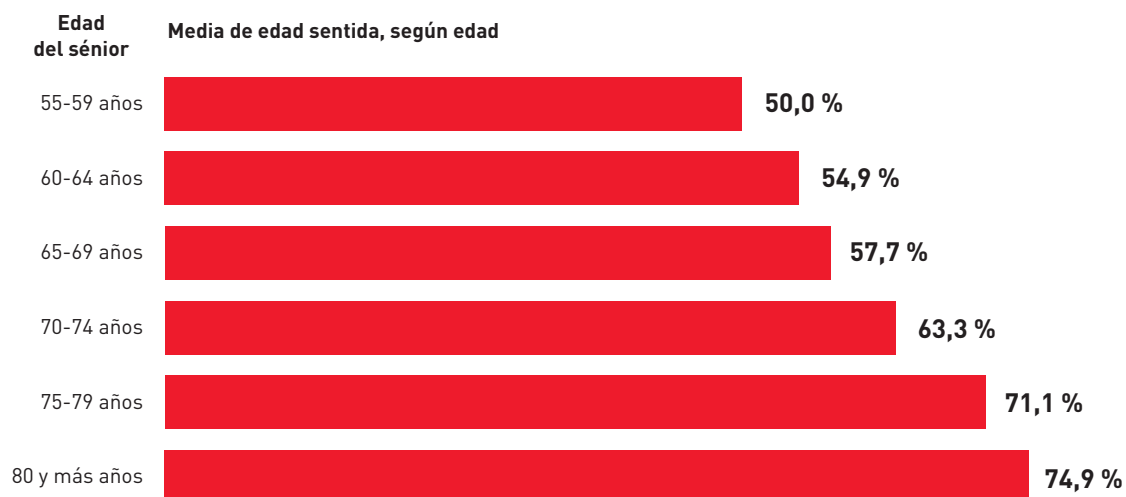
¿En qué ámbitos se ha sentido discriminado/a por motivos de su edad? (P33A)



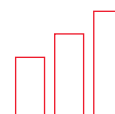
El colectivo sénior declara haberse sentido **discriminado, de media, en dos ámbitos distintos**. Mayoritariamente en el **entorno laboral, pero también** en el acceso a servicios financieros, la Administración pública y la atención sanitaria.

EDAD SENTIDA FRENTE A EDAD CRONOLÓGICA

Tiene ____ años, pero ¿qué edad siente que tiene? (P33C)



Independientemente de su edad actual, los séniores se sienten como si tuvieran al menos entre 5 y 10 años menos de media.

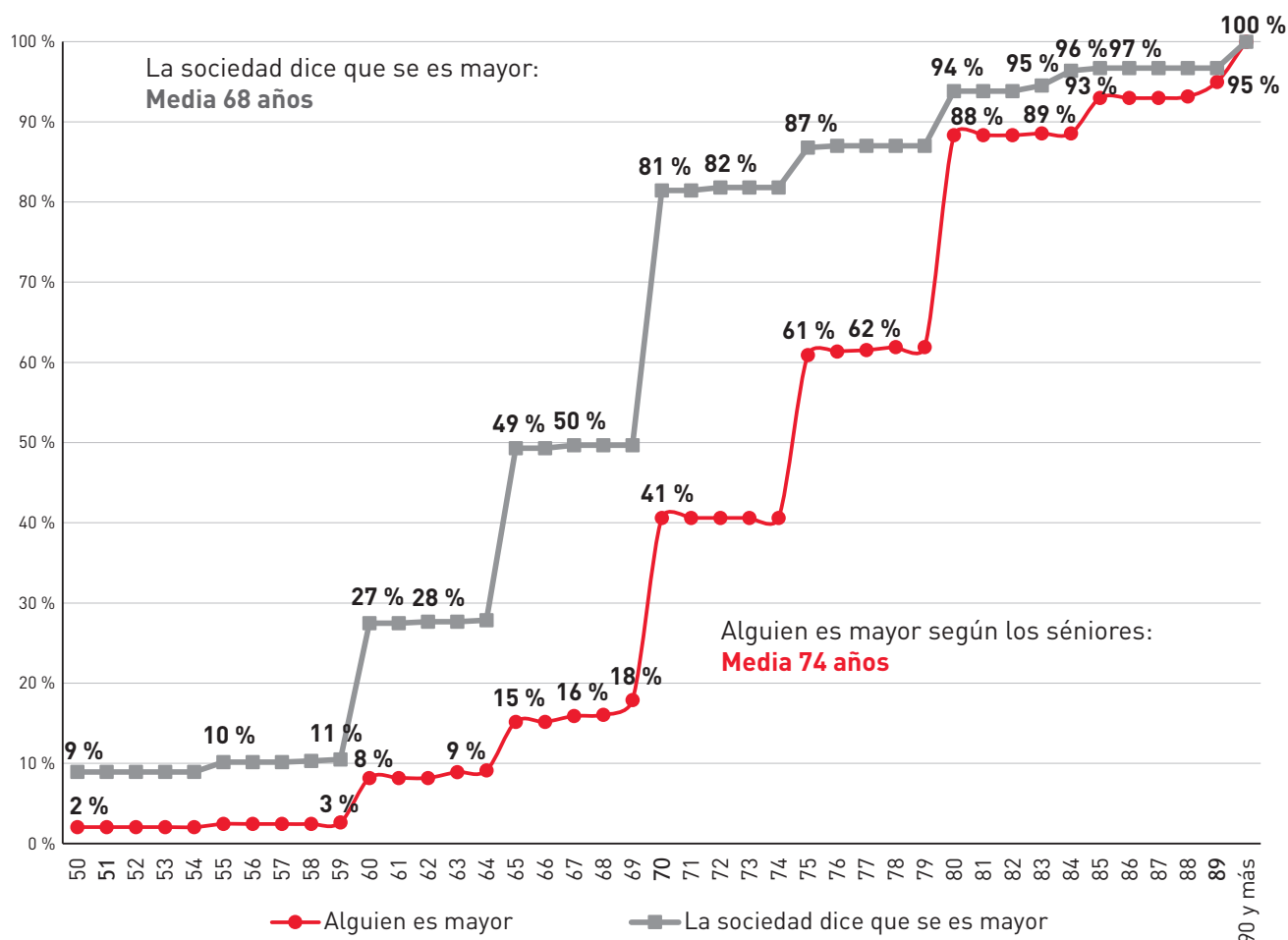


EDAD A LA QUE SE ES MAYOR VS. EDAD A LA QUE LA SOCIEDAD CONSIDERA QUE SE ES MAYOR

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

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

6 años hay de 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”.



La sociedad considera que una persona es mayor a los 68 años mientras que los séniores consideran que alguien es mayor a los 74 años.

LAS **10 CLAVES** QUE DEFINEN AL COLECTIVO SÉNIOR DE GALICIA

Nos encontramos ante un colectivo que presenta una situación económica desahogada, que responde al esfuerzo realizado durante años, lo que le permite sentirse tranquilo y confiado en ese sentido. De la misma manera, se muestran optimistas respecto a la evolución de su situación económica en un futuro, considerando que, en el peor de los casos, se mantendrá igual que hasta ahora.

TIENEN UNA ACTITUD OPTIMISTA

1

Viven tranquilos con su situación económica

El 77 % considera que su situación económica será igual o mejor a partir de ahora.

Viven enamorados de sus parejas y, además, están satisfechos con su vida sexual.

PROMUEVEN SU CALIDAD DE VIDA

2

A través del autocuidado y la prevención

Cuidan su alimentación, hacen ejercicio físico, respetan sus horas de sueño y evitan excesos. Además, se realizan chequeos preventivos y, como consecuencia, visitan poco la consulta del médico.

3

A través de la búsqueda de su bienestar y disfrute

No están dispuestos a gastar menos en ocio, restauración, viajes o cultura, consideran que esto sería reducir su calidad de vida. De hecho, si consiguieran un ingreso extra, en parte lo dedicarían a estas actividades. También destinarían parte de esos ingresos extra al vestido y calzado, una partida que ya se sitúa entre las tres principales para los séniores gallegos. Calidad de vida también es para este colectivo una vida afectiva y sexual plena.

PROMUEVEN EL BIENESTAR DE LOS SUYOS

4

Los ayudan económicamente

El 52 % ha ayudado económicamente a su entorno en el último año, principalmente a sus hijos/as. Aun así, les gustaría hacerlo en mayor medida, si les tocara 400.000 € en la lotería destinarían parte de ese dinero a ayudarles (54 %). En segundo lugar, lo emplearían en su propio disfrute (50 %).

5

Ese deseo de ayudar también es a futuro

El 58 % ahorra, el 61 % tiene vivienda en propiedad y desea que sus descendientes la hereden (38 %).

Este deseo convive con el interés por rentabilizar su patrimonio (38 %). En general, no tienen claro qué fórmula les generaría más confianza para hacerlo, pero entre las opciones planteadas destaca el atractivo de la hipoteca inversa.

ES UN COLECTIVO VITAL

6

Se sienten al menos cinco años más jóvenes

El 73 % conduce y lo hace con notable frecuencia, el 71 % realiza ocio cultural y el 79 % planea viajar el año que viene. Un 38 % desea hacer turismo dentro de Galicia.

Son vitales y en ocasiones sin demasiada ayuda logística, solo un 16 % cuenta con algún tipo de ayuda en el hogar (un 37 % querría tenerla). Un 77 % de sus viviendas no están adaptadas para una posible situación de dependencia.

7

Son digitales

Más del 80 % se informa a través de canales digitales u opera a través de la banca *online*. El 74 % compra a través de internet. Estas actividades se realizan de forma asidua, mayoritariamente varias veces a la semana. Actividades de más reciente incorporación a la vida cotidiana como el uso de herramientas basadas en inteligencia artificial, también tienen destacada presencia en el colectivo sénior (45 %).

8

Promueven su sociabilidad, salen con frecuencia

El 39 % realiza actividades para conocer gente al menos una vez al mes. Este comportamiento es más frecuente entre los señores gallegos que si atendemos al conjunto nacional (31 %). Además, al 34 % le gustaría hacerlo más a menudo.

Quieren conocer a otras personas, pero no entablar una relación sentimental (70 %). Si quisieran hacerlo lo harían sin lastres: el 68 % considera que cuenta con el apoyo de sus hijos/as (si los tiene). Esta sensación también es mayor que la que muestran los señores del conjunto de España (51 %). Los gallegos se sienten más apoyados por su entorno en este sentido.

Tanto los hombres como las mujeres reivindican visibilizar en medios que el deseo sexual no está excluido del mundo sénior (68 %).

EN GALICIA SE VIVE ESPECIALMENTE BIEN

9

Valoran la vida en esta comunidad autónoma con un 8,2 de media. El 86 % declara que en Galicia se vive bastante o muy bien. Este dato se sitúa 10 puntos por encima del que declara el colectivo sénior respecto a la comunidad autónoma en la que reside si atendemos al total nacional.

En el plano negativo, las vías de comunicación con otras zonas de España no son bien valoradas. Un 77 % considera que desplazarse a otras zonas de España desde Galicia es difícil. Esta percepción se observa en mayor medida entre los señores de esta región que entre los que residen en otras zonas.

LA PECULIARIDAD GALLEGA

10

La sociedad gallega está más envejecida que la española y tiene más pensionistas, pero son más felices y ahorradores que el resto de los españoles. Además, los gallegos mayores piensan que viven muy bien en su tierra y no la cambiarían por otra comunidad autónoma, cosa que sí haría, de media, el conjunto de españoles. También los señores de Galicia están más a favor de las renovables y se sienten menos discriminados por su edad que el conjunto de mayores de 55 años españoles.

CONCLUSIONES

El **Centro de Investigación Ageingnomics** de **Fundación Mapfre** inició su andadura a finales de 2020 precisamente con un barómetro para medir el consumo sénior para el conjunto de España. Ahora en 2026 publicamos el primer barómetro del consumidor sénior gallego.

Este I Barómetro para Galicia que tiene en sus manos mide el estado de la población mayor de 55 años a través de su consumo, estado de ánimo y las actitudes ante el ahorro, el trabajo o la residencia.

Conforme a datos obtenidos en el otoño de 2025, podemos afirmar que los adultos mayores gallegos tienen una 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 y la mayoría quiere viajar por placer, incluso al extranjero. La digitalización de los mayores de 55 años gallegos también es notable. Más del 80 % se informa a través de canales digitales u opera a través de la banca *online* en alguna ocasión.

Los séniores ayudan económicamente a su entorno cercano, principalmente a sus hijos y velan por poder hacerlo también en un futuro.

Queda recorrido aún en la adaptación a la dependencia de sus hogares, prácticamente 8 de cada 10 casas de los séniores no están adaptadas para esta situación.

A pesar de que los datos anteriores demuestran la fortaleza del colectivo de mayores gallegos, se traslada 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 de estos, olvidando que España es uno de los mejores países del mundo para envejecer, al mismo tiempo que los séniores gallegos 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 de la vida y también del sexo.

Nuestro compromiso es dar seguimiento a los hallazgos de este I Barómetro para contrastarlos, pero también difundir 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. En el caso de Galicia, este potencial se concreta en más de un millón de séniores.

ANEXO I.

CUESTIONARIO



BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR 2025

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. Es:

1. Hombre
2. Mujer

A2. ¿Cuántos años tiene?

- 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 y más años

A2b. Especificar edad

_____ edad

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

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.)	6	6

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

PRIORIDADES DE GASTO

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

1. Alimentos y bebidas
2. Vestido y calzado
3. Vivienda (alquiler o hipoteca) + suministros (agua, electricidad, gas...)
4. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
5. Sanidad y farmacia
6. Movilidad y transporte
7. Comunicaciones o tecnología
8. Ocio, viajes y cultura
9. Enseñanza y educación

P2. Y pensando en el próximo año 2026, ¿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
 - B. Vestido y calzado
 - C. Vivienda (alquiler o hipoteca) + suministros (agua, electricidad, gas...)
 - D. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 - E. Sanidad y farmacia
 - F. Movilidad y transporte
 - G. Comunicaciones o tecnología
 - H. Ocio, viajes y cultura
 - I. 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
 - B. Vestido y calzado
 - C. Vivienda (alquiler o hipoteca) + suministros (agua, electricidad, gas...)
 - D. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 - E. Sanidad y farmacia
 - F. Movilidad y transporte
 - G. Comunicaciones o tecnología
 - H. Ocio, viajes y cultura
 - I. 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
 - No sabe/no contesta

P4. Pensando en mejorar su calidad de vida, ¿en cuáles de los siguientes ámbitos aumentaría usted su gasto en el caso de contar con 500 € extra todos los meses? ¿En qué sería en lo que más aumentaría su gasto? Y ¿cuál sería la 2.ª y la 3.ª opción?

- 1. Alimentos y bebidas
 - 2. Vestido y calzado
 - 3. Vivienda (alquiler o hipoteca) + suministros (agua, electricidad, gas...)
 - 4. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 - 5. Sanidad y farmacia
 - 6. Movilidad y transporte
 - 7. Comunicaciones o tecnología
 - 8. Ocio, viajes y cultura
 - 9. Enseñanza y educación
- 1.ª
 - 2.ª
 - 3.ª

P4B. Si le tocaran 400.000 € en la lotería, ¿en qué emplearía ese dinero?

- 1. Comprar una casa para vivir
- 2. Comprar una segunda residencia o casa de vacaciones
- 3. Ahorrar el dinero
- 4. Invertir financieramente el dinero
- 5. Viajar
- 6. Ayudar a mis hijos/as u otros familiares
- 7. Donar a causas benéficas o ayudar a personas necesitadas
- 8. Empezar, iniciar un negocio
- 9. Comprar un coche
- 10. Dejar de trabajar, jubilarme antes de lo previsto
- 11. Gastarlo en cosas que ahora no me permito, caprichos, disfrute personal
- 12. Gastarlo en cuidado personal, belleza, bienestar
- 13. Otros (especificar)

CAPACIDAD DE AHORRO

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

P7B. ¿Cómo cree que será su situación económica a partir de ahora?

1. Mucho mejor
2. Algo mejor
3. Más o menos igual
4. Algo peor
5. Mucho peor

APOYO ECONÓMICO AL ENTORNO CERCANO

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. ¿Qué edad tienen las personas a las que ha ayudado económicamente en el último año? Indique las edades de todas las personas a las que ha ayudado

1. Menos de 20 años
2. De 20 a 30 años
3. De 30 a 40 años
4. De 40 a 54 años
5. De 55 o más años

CALIDAD DE VIDA

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), ¿con qué frecuencia suele realizar visitas a centros sanitarios (consulta, revisiones periódicas, urgencias...)?
POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Todas las semanas
2. 2-3 veces al mes
3. 1 vez al mes
4. Cada 2 o 3 meses
5. Cada 4 o 6 meses
6. Con menos frecuencia
7. Nunca

P12. ¿Cuenta usted actualmente con algún tipo de ayuda en su domicilio?

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

MASCOTAS

P12B. ¿Convive usted con alguna mascota?

1. Sí
2. No

A QUIENES RESPONDEN SÍ EN P12B

P12C. ¿Con qué tipo de mascota?

- Perro
- Gato
- Otro animal

P12D. ¿Hasta qué punto está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre su mascota?

- Me ayuda a sentirme acompañado/a
- Me anima en momentos de tristeza o soledad
- Me ayuda a mantener una rutina diaria (horarios de alimentación, cuidados, paseos, etc.)
- Me ayuda a mantenerme activo/a físicamente (sacar a pasear...)
- Favorece que tenga más interacciones sociales (hablar con otras personas con mascotas...)
 - Muy de acuerdo
 - Bastante de acuerdo
 - Poco de acuerdo
 - Nada de acuerdo

P12E. ¿Le gustaría tener una mascota?

1. Sí, me gustaría
2. Sí, me gustaría, aunque actualmente no puedo (por motivos de salud, económicos, etc.)
3. No
4. No lo sé

P13. Anote con qué frecuencia realiza las siguientes actividades. RESPUESTA ÚNICA POR ACTIVIDAD

- Comprar productos a través de internet
 - Comprar o reservar viajes, entradas a espectáculos, restaurantes... a través de internet
 - Pagar a través del móvil
 - Consultas/operaciones con el banco a través de internet
 - Consultar/publicar contenidos en alguna red social
 - Realizar algún curso *online*/ver tutoriales en internet para aprender a hacer algo
 - Uso de aplicación o servicios digitales de salud (telemedicina)
 - Uso de aplicación o servicios digitales de hogar (*smart homes*, facilitadores para vivir de forma independiente)
 - Uso de aplicación de movilidad, uso compartido de vehículos, *car sharing* (Zity, Wible, Uber, Cabify...)
 - Ver contenidos audiovisuales (series, películas...) a través de plataformas de *streaming* como Netflix, HBO, etc.
 - Informarse a través de prensa digital, medios de comunicación *online*
 - Utilizar herramientas basadas en inteligencia artificial, asistentes (ChatGPT u otros, Siri, Alexa...)
- 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

TURISMO Y OCIO

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. ¿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

TRABAJO Y JUBILACIÓN

P16. Indique, por favor, su grado de acuerdo con la siguiente afirmación: trabajaría menos horas o en un trabajo menos exigente, aunque bajaran mis ingresos mensuales

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

P16B. ¿Le gustaría poder compatibilizar trabajo y pensión de jubilación? Cuando llegue su edad de jubilación podría seguir trabajando y además cobrar parte de su pensión. Además de su salario cobraría: el 45 % de su pensión el primer año, el 55 % de su pensión el segundo año, el 65 % de su pensión el tercer año, el 80 % de su pensión el cuarto año, y el 100 % de su pensión el quinto año.

1. Sí, me gustaría compatibilizar trabajo y pensión
2. No, preferiría jubilarme y no seguir trabajando

A QUIENES RESPONDEN CÓDIGO 1 EN P16B

P16C. ¿Cuántos años le gustaría poder estar compatibilizando trabajo y pensión de jubilación?

1. 1 año
2. 2 años
3. 3 años
4. 4 años
5. 5 años
6. Más de 5 años

AHORRO Y COBERTURAS DE RIESGO

P17. ¿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

P19. ¿Tiene contratado algún plan de pensiones o seguro de jubilación?

- Sí
- No

VIVIENDA

P24. 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/s 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

A QUIENES TIENEN UNA 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

VIVENCIA DEL ENVEJECIMIENTO

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

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

A QUIENES RESPONDEN CÓDIGO SÍ EN P33

P33A. ¿En qué ámbitos se ha sentido discriminado/a por motivos de su edad?

- Trabajo, mercado laboral
- Atención sanitaria
- Acceso a servicios financieros (bancos, compañías de seguros...)
- Atención al cliente en comercios u otros servicios (restaurantes, tiendas...)
- En actividades de ocio, turismo, culturales
- En la representación que hacen los medios de comunicación, publicidad... de las personas de mi edad
- En las relaciones personales o familiares (me tratan como si no fuera capaz, autónomo...)
- Al realizar trámites con la Administración pública
- Otros ámbitos

P33B. ¿Diría usted que aparenta...?

- Ser más joven de lo que es
- La edad que tiene
- Ser más mayor de lo que es

P33C. Tiene _____ años, pero ¿qué edad siente que tiene?

_____ edad

RELACIONES DE PAREJA/VIDA AFECTIVA

P34. ¿Tiene usted pareja?

- Sí, tiene pareja estable
- No tiene pareja estable, pero mantengo relaciones periódicamente
- No tiene pareja

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

1. Está satisfecho/a con su vida sexual
 2. El sexo es importante para tener una buena calidad de vida
 3. Está enamorado de su pareja
 4. Mis hijos/as apoyarían que saliera a conocer gente con fines sentimentales
 5. Los medios de comunicación, publicidad, etc., deberían mostrar que las personas de mi edad también pueden sentir deseo sexual
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

P36A. ¿Con qué frecuencia sale o realiza actividades para conocer gente (salir a bares, participar en actividades, viajes, utilizar aplicaciones, pedir a amigos que le presenten a alguien)?

1. Varias veces a la semana
2. Una vez a la semana
3. Una vez cada 15 días
4. Una vez al mes
5. Con menos frecuencia, pero alguna
6. Nunca

P36B. ¿Le gustaría salir o realizar actividades para conocer gente más a menudo?

- Sí
- No

P36C. ¿Te gustaría encontrar pareja, entablar una relación sentimental con alguien?

- Sí
- No

P36D. De 0 nada a 10 mucho, ¿hasta qué punto es feliz actualmente?

- 0 - nada
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 - mucho

MOVILIDAD

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

P37. ¿Hasta qué punto está Vd. de acuerdo con las siguientes afirmaciones? 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
- Mucho
 - Bastante
 - Poco
 - Nada

A TODAS LAS PERSONAS ENTREVISTADAS

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

A QUIENES RESPONDEN CÓDIGO 1, 2, 3 O 4 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
1. Seguridad
2. Comodidad
3. Motor, cilindrada, potencia
4. Diseño, estética
5. Impacto medioambiental

VINCULACIÓN AL TERRITORIO

P40. De 0 muy mal a 10 muy bien, ¿cómo diría que se vive en _____?

- 0 - Muy mal
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 - Muy bien

P41. Si ahora pudiera elegir, ¿en qué provincia le gustaría vivir?

_____ provincia

P42. Cuando se jubile, ¿en qué provincia le gustaría vivir?

_____ provincia

P43. Y si no fuera en la suya, ¿en cuál le gustaría vivir?

_____ provincia

P44. ¿Cuáles serían los principales motivos para elegir esa provincia?

1. Mejor clima y entorno rural
2. Menor coste de la vida (vivienda, servicios, etc.)
3. Mejor acceso a servicios sanitarios
4. Proximidad a familiares o amistades
5. Mayor oferta cultural, de ocio o vida social
6. Mayor tranquilidad o menor ritmo de vida
7. Otros (especificar)

INFRAESTRUCTURAS (red de comunicaciones, energía eólica, solar)

P45. ¿Ha sentido alguna vez que las comunicaciones entre _____ y otras zonas de España por carretera, tren, avión... son difíciles?

1. Sí, frecuentemente
2. Sí, alguna vez
3. No, nunca

P46. ¿Hasta qué punto está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?

1. Los parques eólicos o de placas solares son el futuro ecológico
2. Los parques eólicos o de placas solares están afectando a la agricultura, paisaje y medio rural
 - Muy de acuerdo
 - Bastante de acuerdo
 - Poco de acuerdo
 - Nada de acuerdo

P47. Por último, ¿en cuál de los siguientes intervalos se encuentran los ingresos mensuales netos de su hogar (incluya todos los ingresos mensuales del hogar: pensiones, salarios, rentas...)

1. Hasta 900 €/mes
2. Entre 901 y 1.500 €/mes
3. Entre 1.501 y 2.000 €/mes
4. Entre 2.001 y 2.500 €/mes
5. Entre 2.501 y 3.000 €/mes
6. Entre 3.001 y 3.500 €/mes
7. Entre 3.501 y 4.500 €/mes
8. Más de 4.500 €/mes

