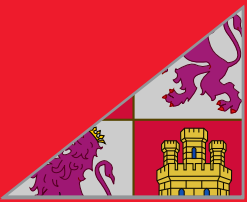


I BARÓMETRO



DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

ECONOMÍA PLATEADA

EDICIÓN CASTILLA Y LEÓN



I BARÓMETRO

DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

ECONOMÍA PLATEADA

EDICIÓN CASTILLA Y LEÓN

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 Castilla y León* (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 Castilla y León	5
Perfil sociodemográfico de los séniores castellanoleoneses	6
Características del consumidor sénior castellanoleonés	7
Prioridades de gasto, ahorro y coberturas de riesgo	7
Vivienda	20
Turismo y ocio	25
Tecnología e información	28
Conducción	33
Calidad de vida en su comunidad autónoma	37
Actitudes hacia la vida de los séniores castellanoleoneses	41
Vitalidad y envejecimiento saludable	41
Mascotas	51
Planes de vida y edadismo	54
Las 10 claves que definen al colectivo sénior en Castilla y León	60
Conclusiones	62
Anexo I. Cuestionario	63



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 Castilla y León), 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 CASTILLA Y LEÓN

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Universo: personas de 55 y más años residentes en Castilla y León.

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 CASTELLANOLEONESES

INE

Instituto Nacional de Estadística

	Población total	Población 55 y más		Esperanza de vida	
		Población	%	Mujeres	Hombres
Castilla y León	2.391.682	1.022.693	43 %	87	82
España	48.085.361	16.763.543	34 %	86	81

I BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR

EDICIÓN CASTILLA Y LEÓN

Comparativa realizada a partir de los datos publicados en el VI Barómetro del consumidor sénior 2025 desarrollado a nivel nacional.

Distribución por sexo

Castilla y León **Hombre 47 %** Mujer **53 %**

España **Hombre 46 %** Mujer **54 %**

Distribución por estrato de edad

Castilla y León **55-65 años 37 %** 66 y más **63 %**

España **55-65 años 41 %** 66 y más **59 %**

Distribución por situación laboral

Castilla y León **Trabaja actualmente 24 %** **Parado 5 %** Jubilado / retirado / incapacitado **61 %** Solo sus labores (no trabaja) **10 %**

España **Trabaja actualmente 28 %** **Parado 6 %** Jubilado / retirado / incapacitado **61 %** Solo sus labores (no trabaja) **5 %**

Distribución según el número de miembros del hogar

Media

Castilla y León **Uno 26 %** **Dos 49 %** **Tres 16 %** **cuatro o + 10 %** **2,1**

España **Uno 19 %** **Dos 52 %** **Tres 18 %** **cuatro o + 11 %** **2,2**

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

Media

Castilla y León **Uno 49 %** **Dos 43 %** **Tres 5 %** **cuatro o + 2 %** **1,6**

España **Uno 40 %** **Dos 51 %** **Tres 7 %** **cuatro o + 2 %** **1,7**

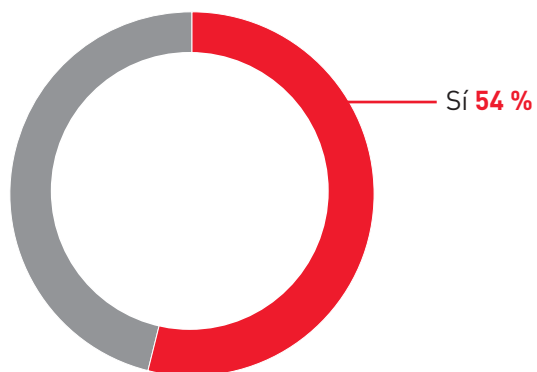
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
SÉNIOR CASTELLANOLEONÉS

PRIORIDADES
DE GASTO,
AHORRO Y
COBERTURAS
DE RIESGO



CAPACIDAD DE AHORRO

¿Consigue ahorrar a final de mes? (P5)

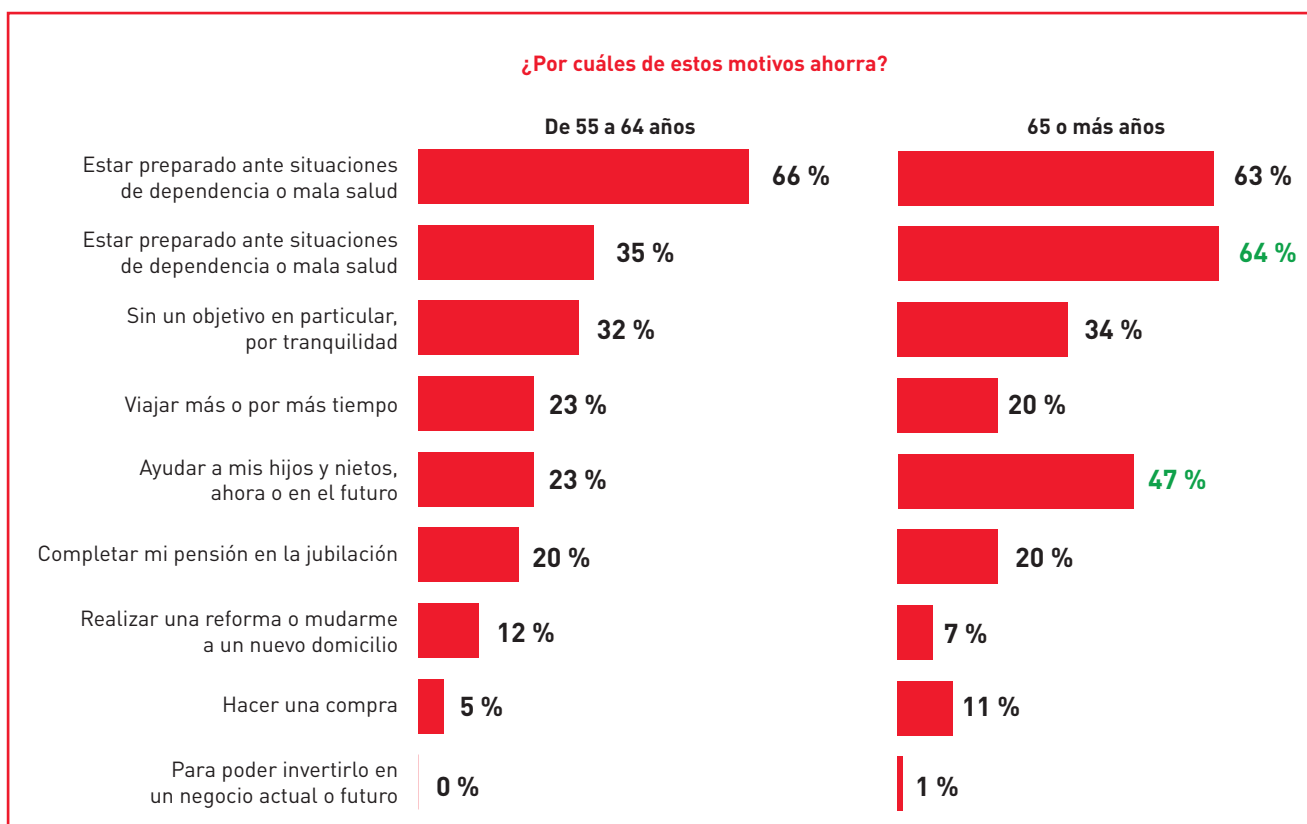


Más de la mitad de los séniores castellanoleoneses...

Consiguen ahorrar a final de mes.

Principalmente, lo hacen **para estar preparados ante imprevistos económicos.**

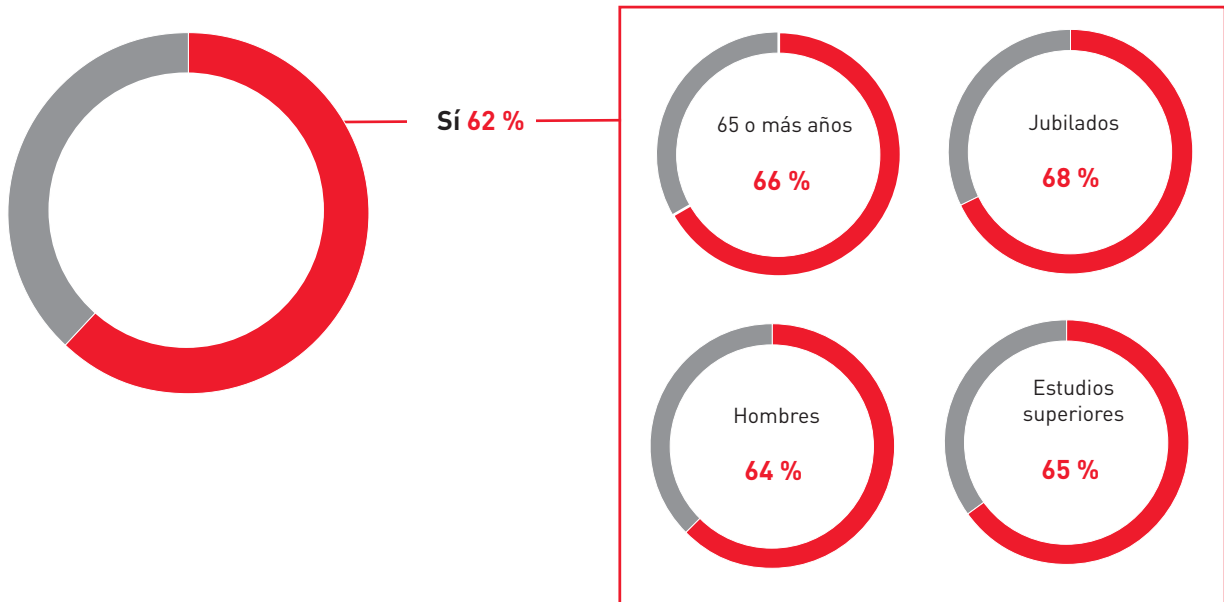
A partir de los 65 años adquiere **mayor importancia** el **ahorro** como forma de estar preparado ante posibles **problemas de salud o dependencia**, así como para **brindar apoyo económico a familiares**.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

PERCEPCIÓN DE TRANQUILIDAD

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

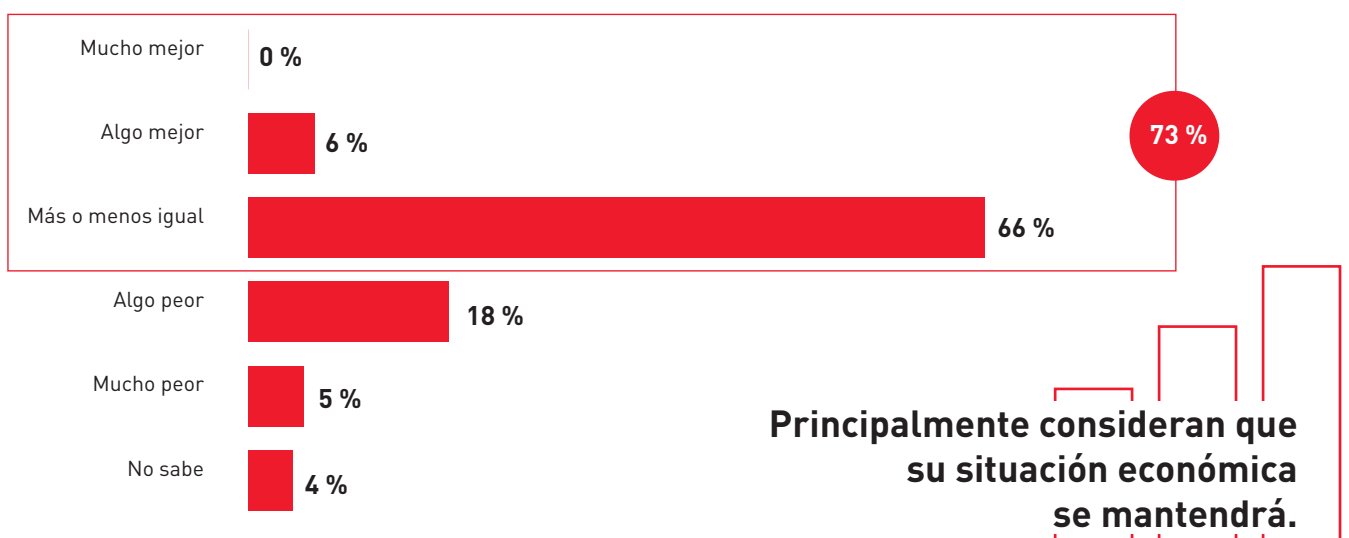


El 62 % muestra tranquilidad respecto a su situación económica.

Algo más si nos centramos en los mayores de 65 años y en una proporción similar las personas jubiladas o aquellas que tienen estudios superiores.

SITUACIÓN ECONÓMICA FUTURA

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



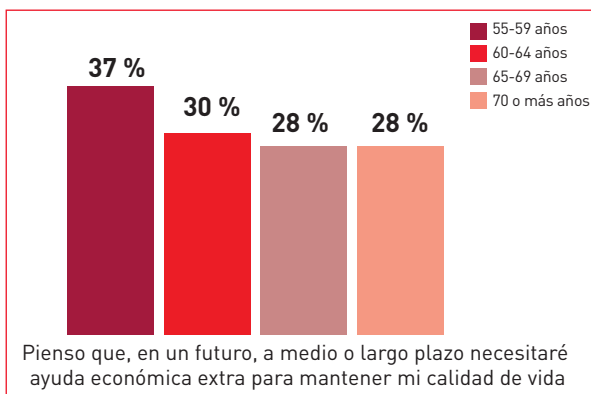
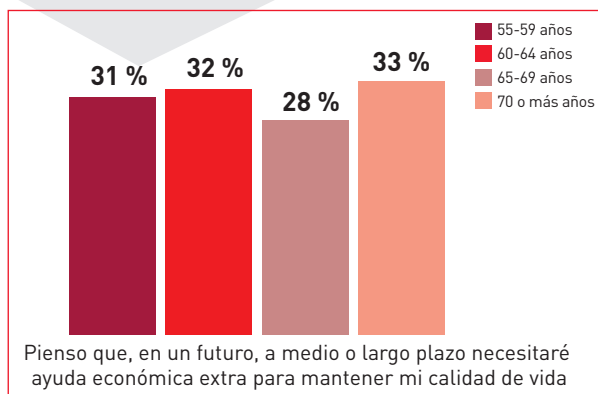
Un 73 % considera que su situación económica será igual o mejor a partir de ahora.

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



Totalmente de acuerdo + De acuerdo

Total nacional

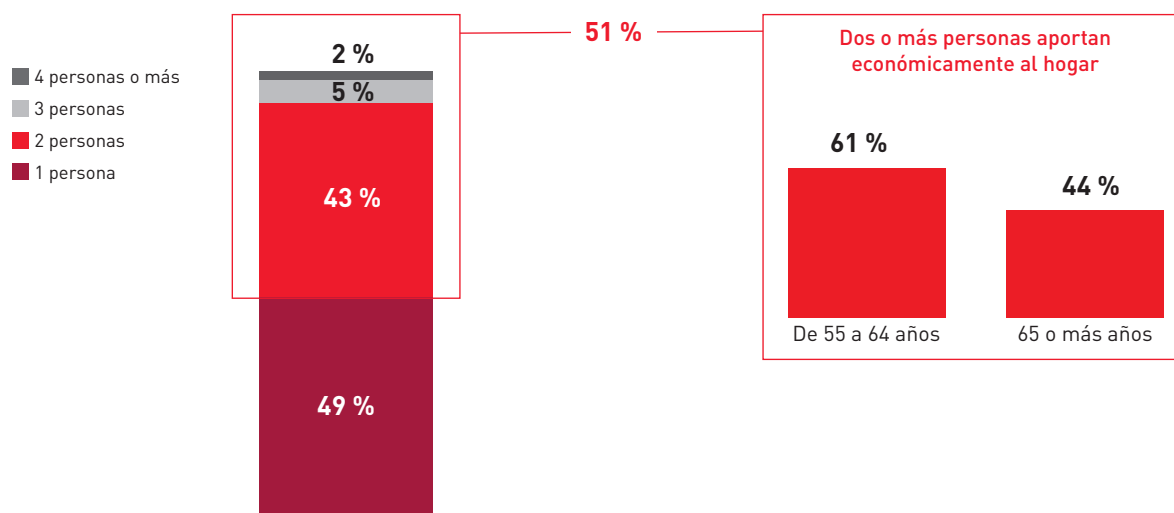


Los señores más jóvenes en Castilla y León **consideran, en menor medida que los del conjunto nacional, que necesitarán ayuda económica** para mantener su calidad de vida.

La percepción no varía en función de la edad.

INGRESOS EN EL HOGAR

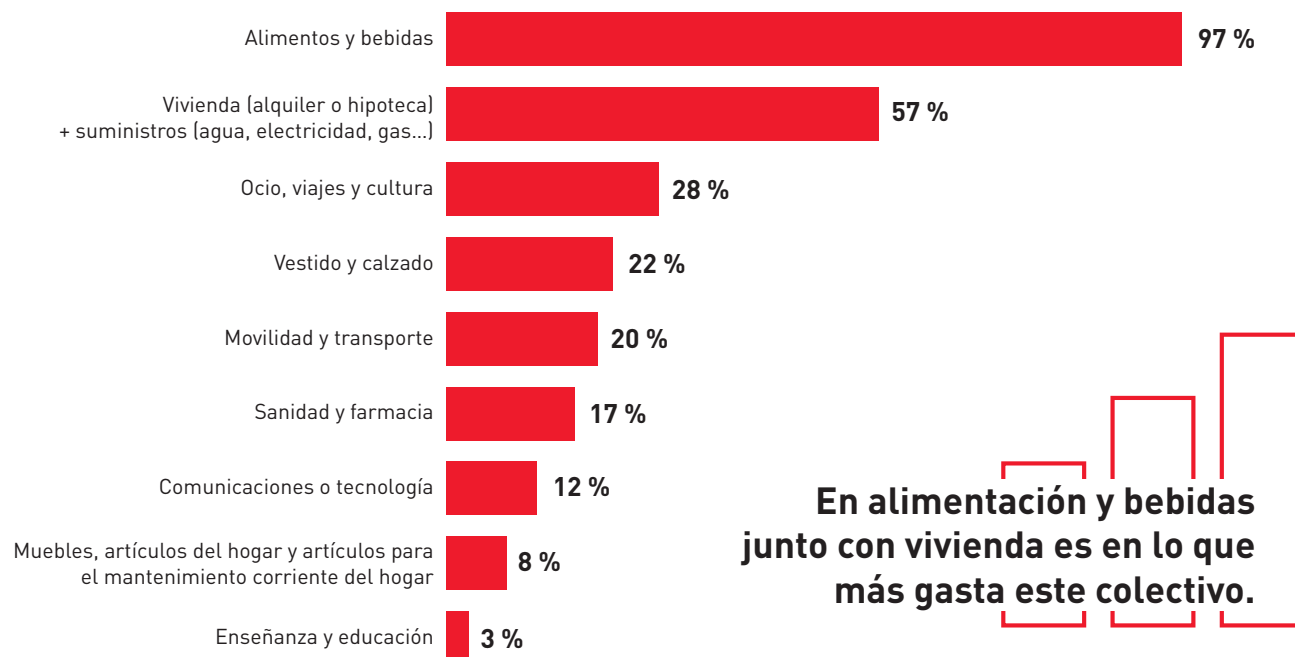
Número de personas que aportan ingresos al hogar (A6)



En **la mitad** de los hogares con un séniór, **dos o más personas aportan con sus ingresos**. En los hogares con personas más jóvenes es más común que dos o más personas aporten ingresos.

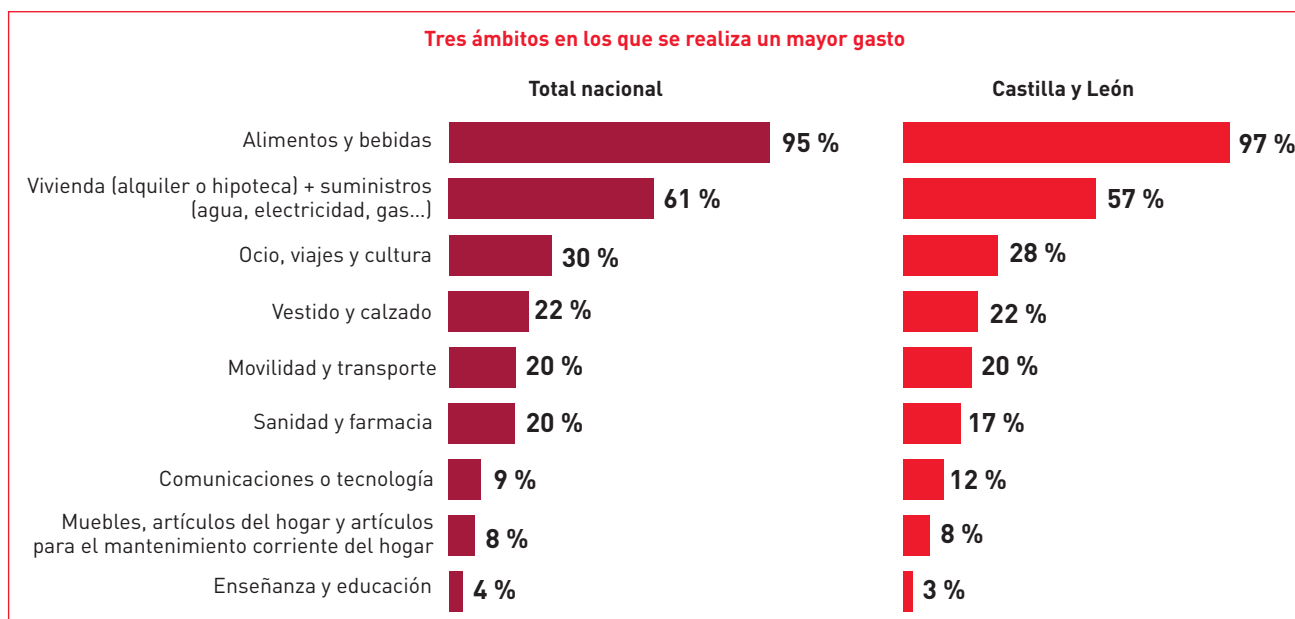
PRINCIPALES PARTIDAS DE GASTOS

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



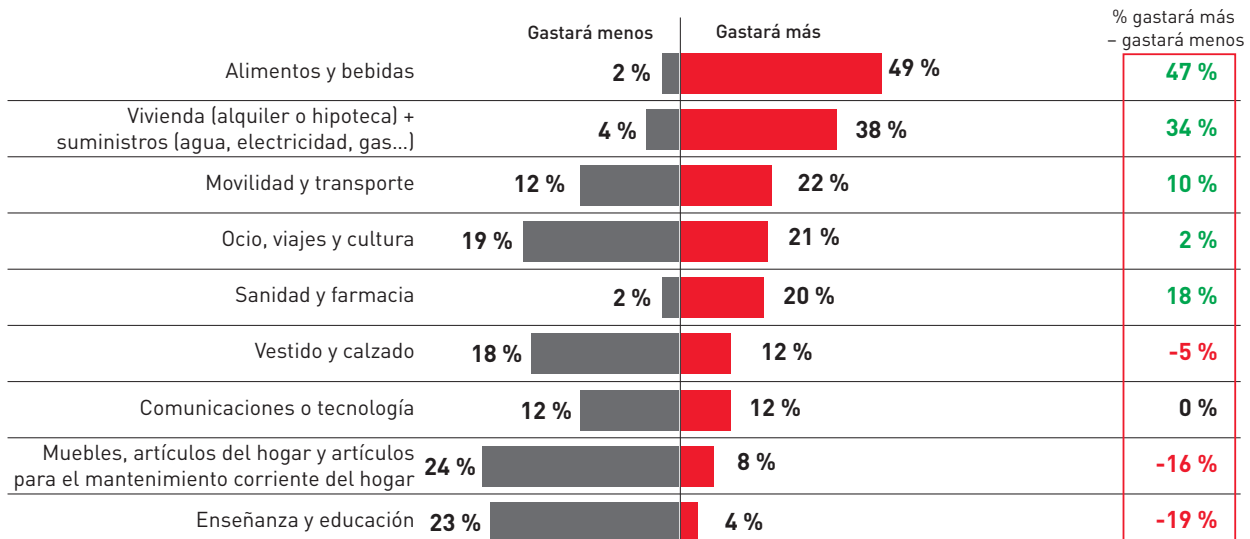
Se reproduce el mismo patrón de gasto en comparación con el del conjunto de séniores en España.

Siendo ligeramente inferior el porcentaje que considera la vivienda uno de sus tres principales gastos en Castilla y León.



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*)

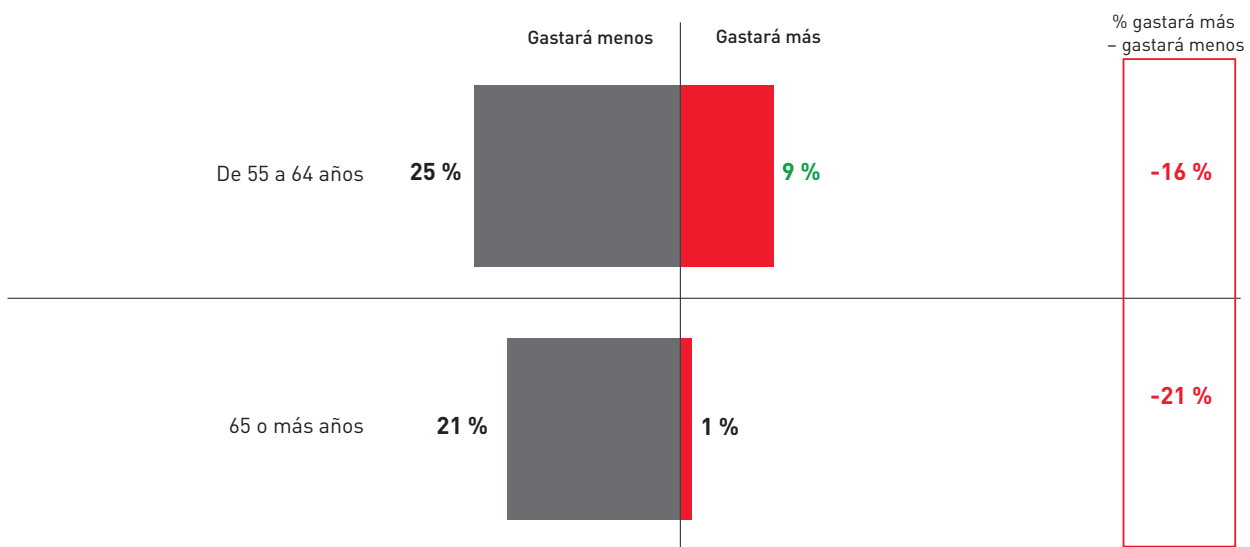


* Gastará lo mismo o no sabe: 100 % - (gastará más + gastará menos).

El colectivo sénior **prevé aumentar su gasto** sobre todo en **alimentación y bebidas; vivienda; sanidad y farmacia, así como en movilidad y transporte.**

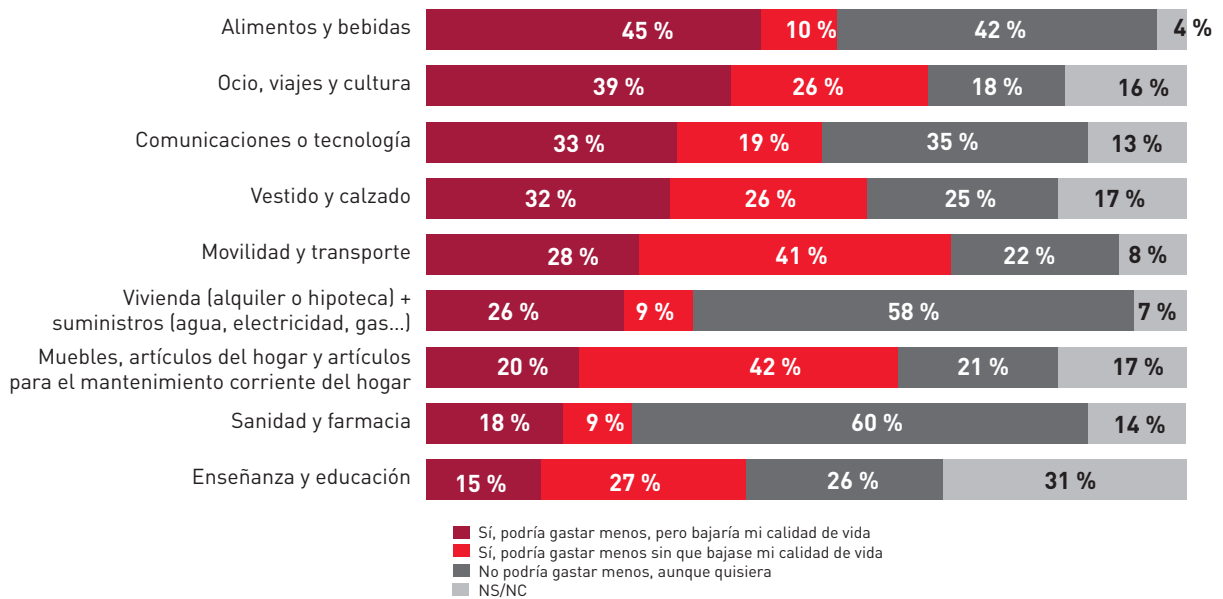
Aunque en ambos casos el saldo es negativo, el gasto en educación se prevé superior entre los séniores de 55 a 64 años.

Gasto en enseñanza y educación



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

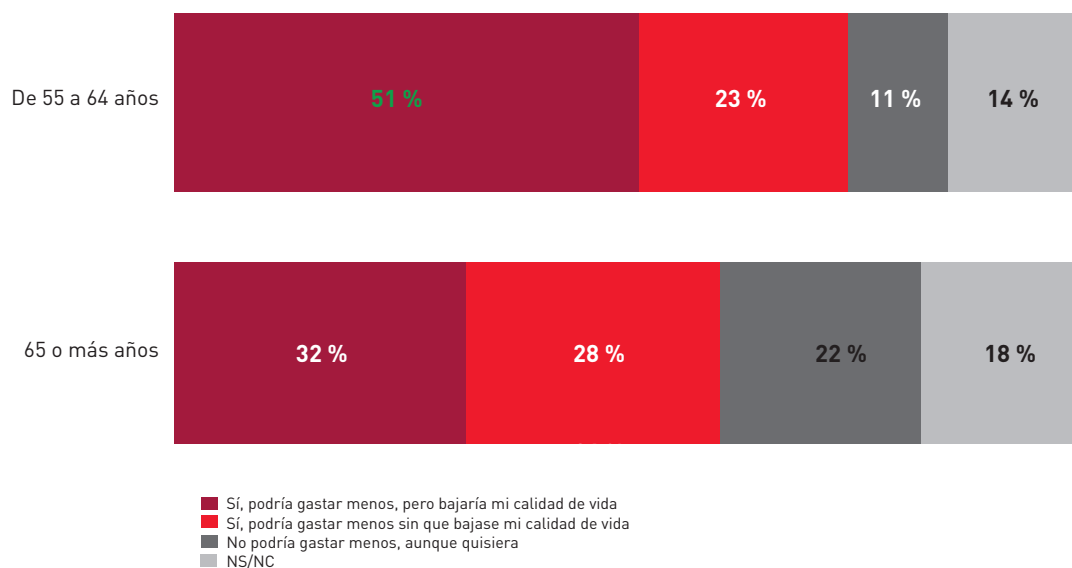
¿Podría usted gastar menos en cada uno de los siguientes ámbitos? (P3)



Podrían reducir su gasto en alimentación y bebidas o en ocio, viajes y cultura, pero de hacerlo, consideran que perderían calidad de vida.

Los séniores de 55 a 64 años consideran en mayor proporción que de gastar menos en ocio, viajes y cultura se resentiría en mayor medida su calidad de vida (51 %).

Podría gastar menos en ocio, viajes y cultura



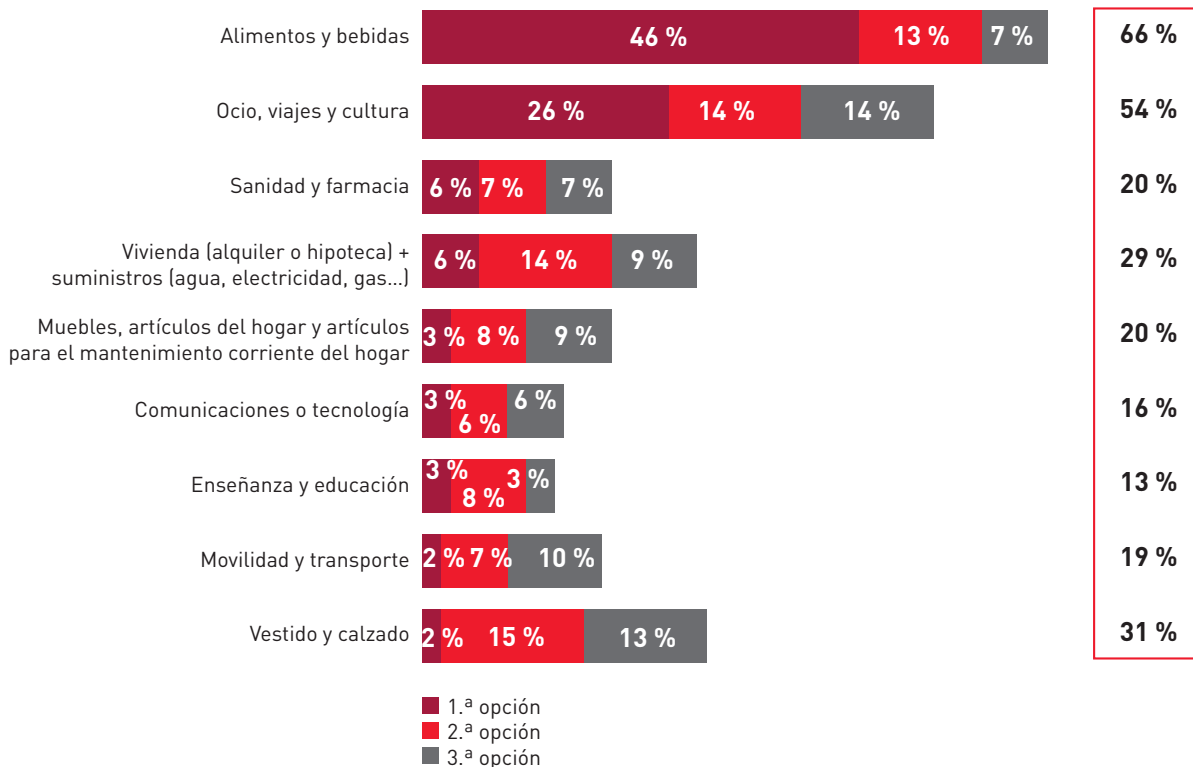
% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

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 y ocio** disminuirían su calidad de vida. Es que...

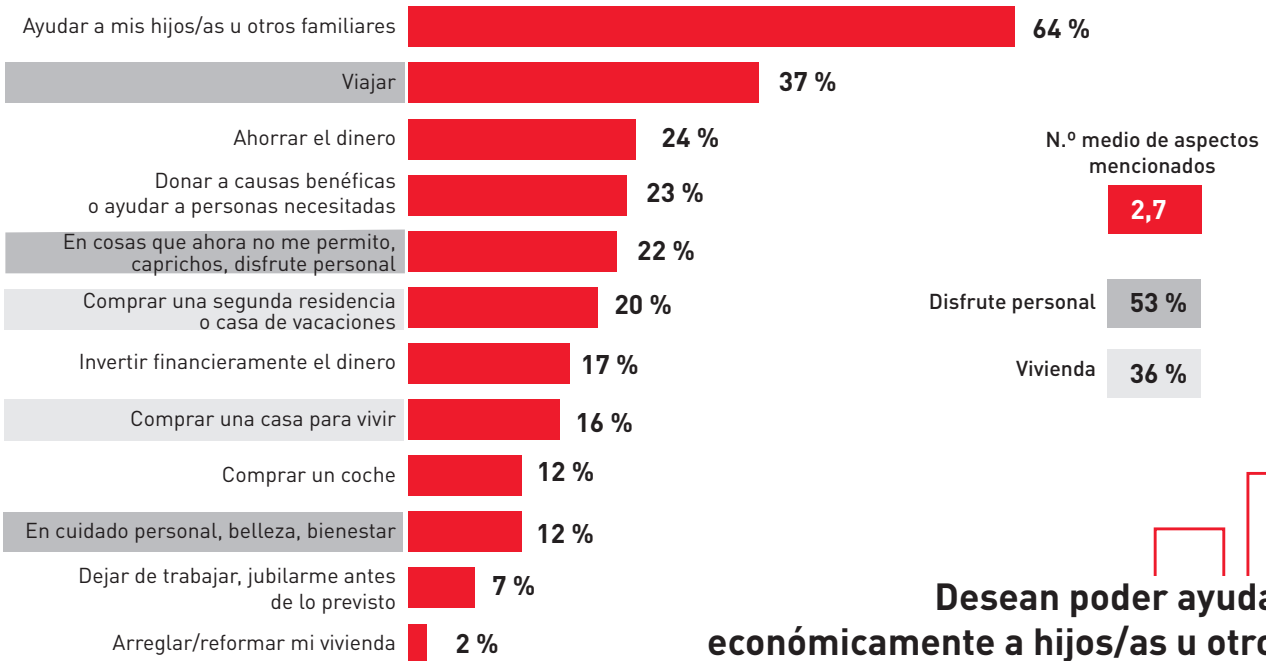
Más de la mitad de los séniores en caso de disponer de un ingreso extra aumentarían su gasto en estos ámbitos.



Un 29 % lo incrementaría en la **vivienda** y un 20 % lo haría en **sanidad y farmacia**.

SI LE TOCARAN 400.000 € EN LA LOTERÍA

¿En qué emplearía ese dinero? (P4B*)

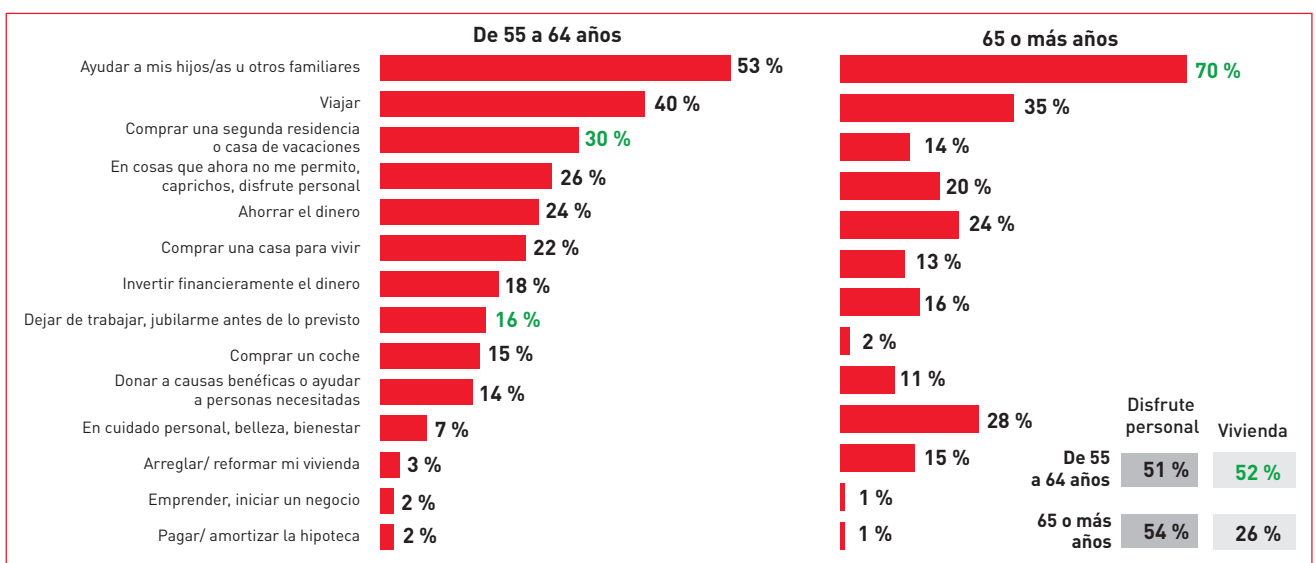


* Se recogen los aspectos mencionados por más del 2 % de los señores.

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

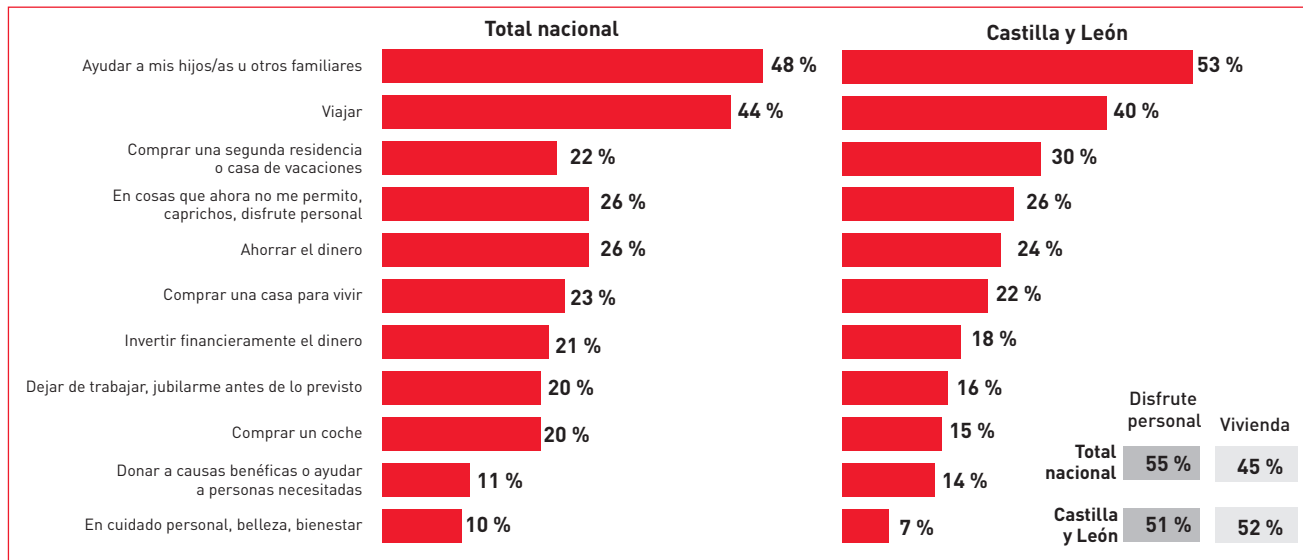
Por término medio **emplearían en 2,7 cuestiones distintas** este hipotético premio de lotería.

Ayudarían económicamente a su familia (64 %). Pero también destinarían **parte a su propio disfrute (53 %).** **Sobre todo, viajando, pero también con algún capricho** o empleándolo en su **cuidado personal, belleza o bienestar.**



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

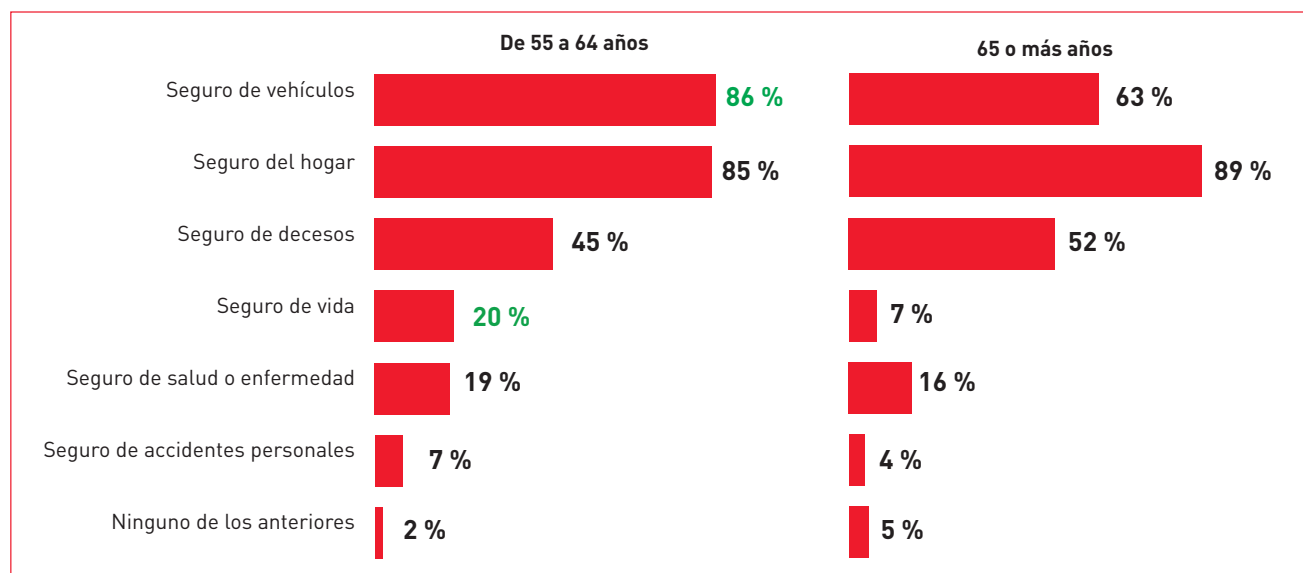
Séniore de 55 a 64 años



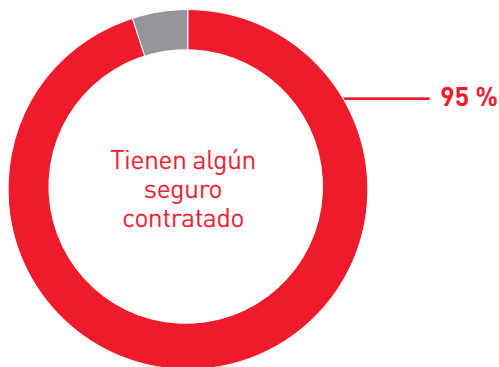
Un **30 %** de los séniore de menor edad (**de 55 a 64 años**) se comprarían una segunda residencia; este gasto se sitúa en tercer lugar para el séniore castellanoleonés con una cifra superior a la del total nacional (22 %).

SEGUROS CONTRATADOS

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



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.



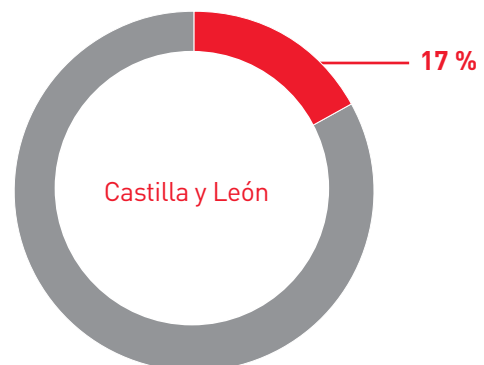
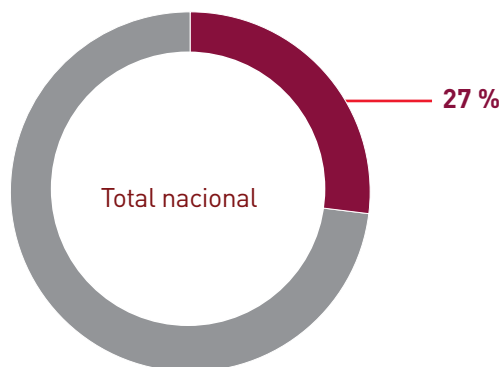
El 95 % del colectivo sénior tiene contratada alguna de estas tipologías de seguro.

De media, tienen **2,6 tipos de seguros distintos**, siendo los más comunes los de **hogar, vehículos y decesos**.

Entre los séniores de **55 y 64 años**, destaca la tenencia de **seguro de auto (86 %)** y de un seguro de **vida (20 %)**, en comparación con los mayores de 65 años.

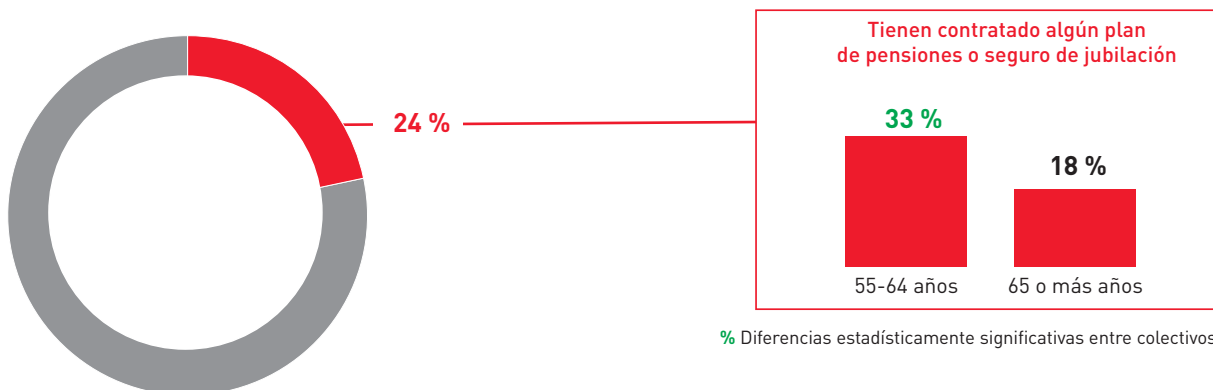
La proporción de castellanoleonese que tienen un seguro de salud es significativamente inferior a la media nacional.

% séniores que tienen algún seguro de salud o enfermedad



PLANES DE PENSIONES

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

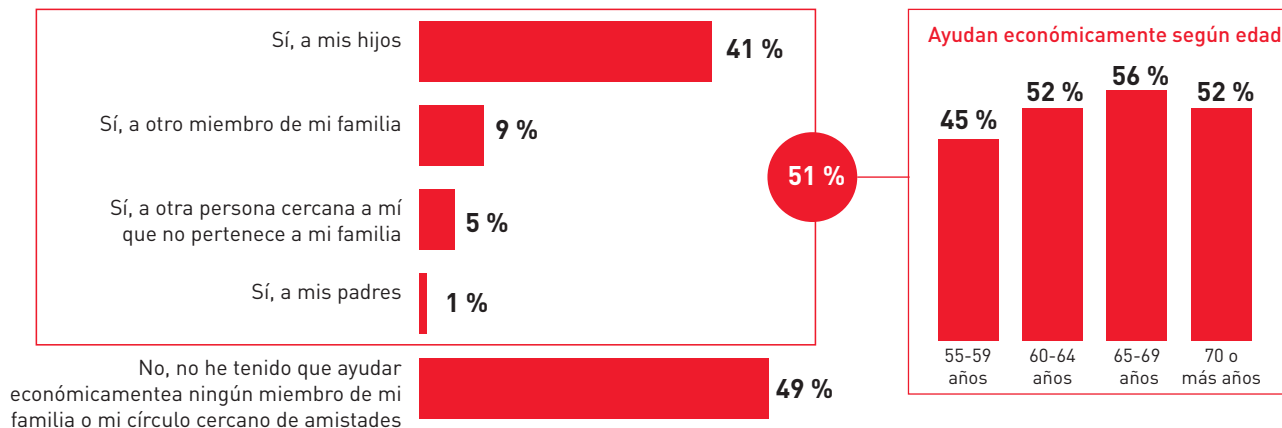


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

Una **cuarta parte** de los séniores tienen contratado un **plan de pensiones o seguro de jubilación**. Este resultado es **significativamente superior** entre el colectivo más **joven**.

APOYO ECONÓMICO EN EL HOGAR

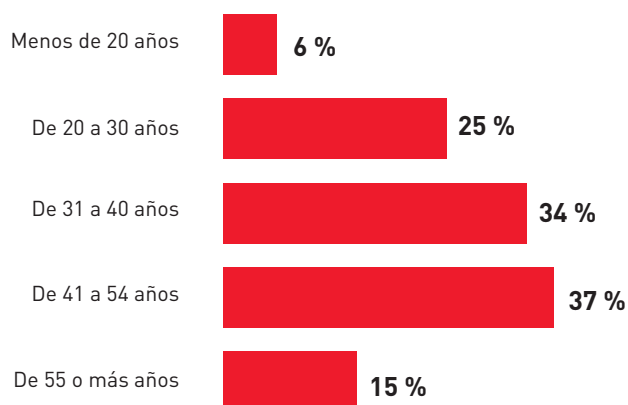
¿Ha ayudado usted económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el último año? (P8A*)



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

El 51 % de los séniores han prestado ayuda económica a sus familiares o círculo cercano.
 Especialmente a partir de los 60 años.

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

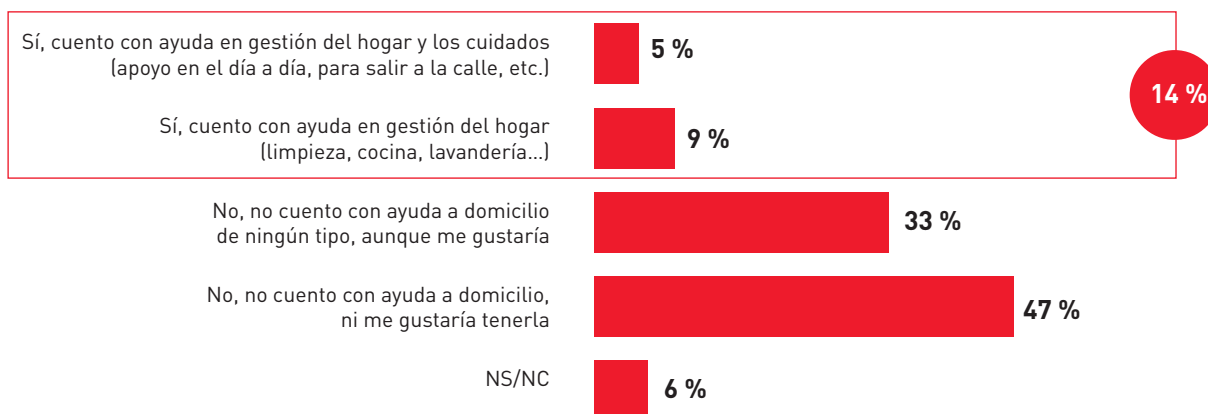


* Posibilidad de respuesta múltiple por lo que los porcentajes pueden sumar más de 100 %.

La mayoría de las ayudas económicas de los séniores se dirigen a personas entre 30 y 55 años.

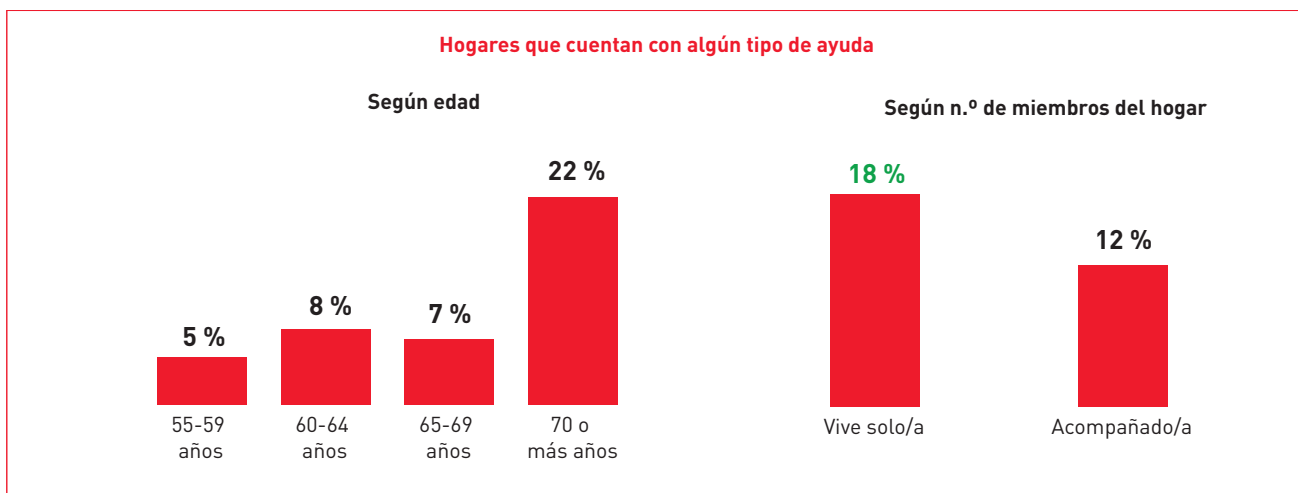
AYUDA A DOMICILIO

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



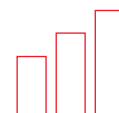
Solo un **14 %** de los séniores cuentan con **algún tipo de ayuda en el hogar**.

Esta proporción es mayor entre quienes **viven solos, no supera el 18 %**.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

A un tercio de la población sénior de Castilla y León le gustaría tener apoyo en el hogar.



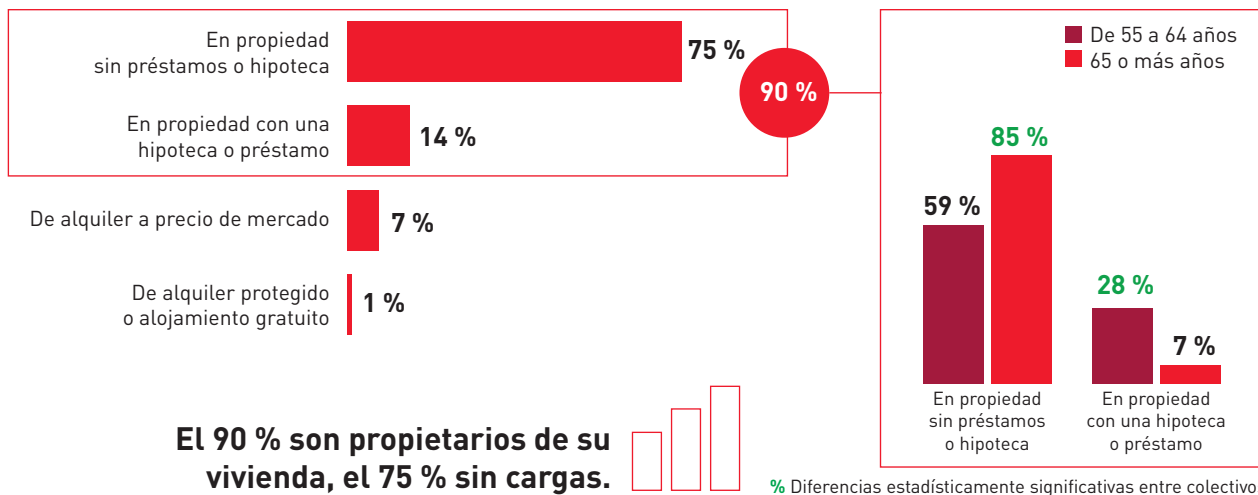
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
SÉNIOR CASTELLANOLEONÉS

VIVIENDA



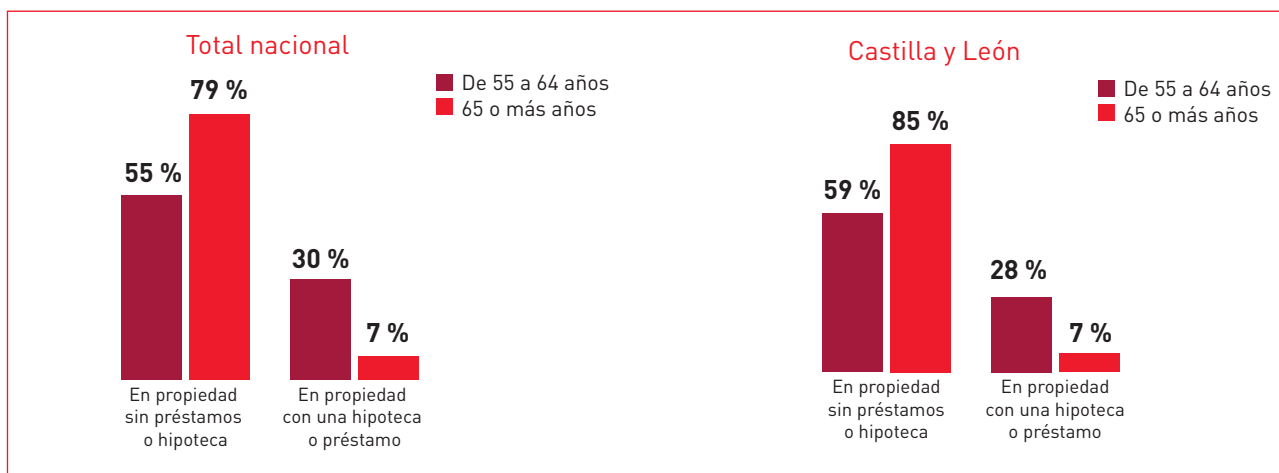
RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

Su vivienda actual es... (P24)



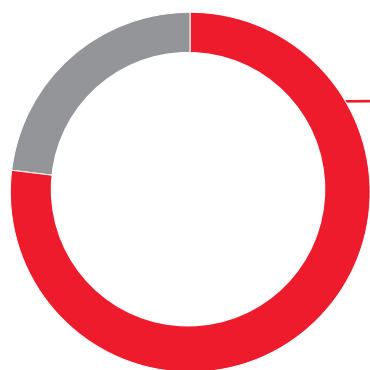
El 28 % de las personas de 55 a 64 años tiene una hipoteca, este dato se reduce al 7 % entre las personas mayores de esta edad.

Los séniores más jóvenes en Castilla y León son propietarios sin hipoteca en mayor medida que los del conjunto nacional (85 vs. 79 %).

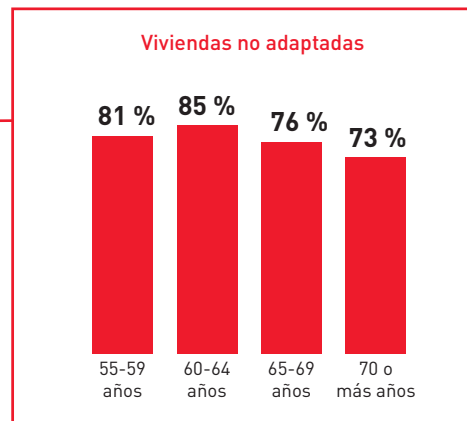


VIVIENDA ADAPTADA

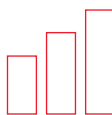
¿Está su casa adaptada para una persona dependiente? (P25)



No 77 %



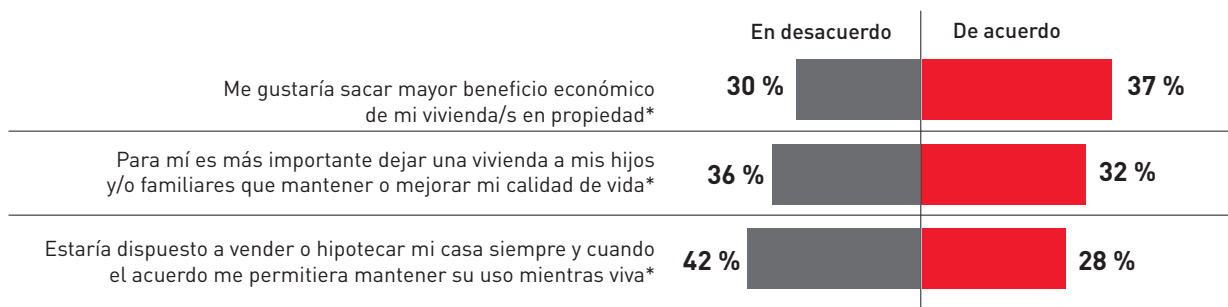
El 77 % de las viviendas en las que vive un séniór no están adaptadas para una posible situación de dependencia.



El porcentaje de **viviendas adaptadas aumenta a medida que aumenta la edad** del séniór; sin embargo, incluso entre los **mayores de 70 años, menos de un tercio cuenta con adaptaciones en su hogar.**

PREFERENCIAS SOBRE SU VIVIENDA

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



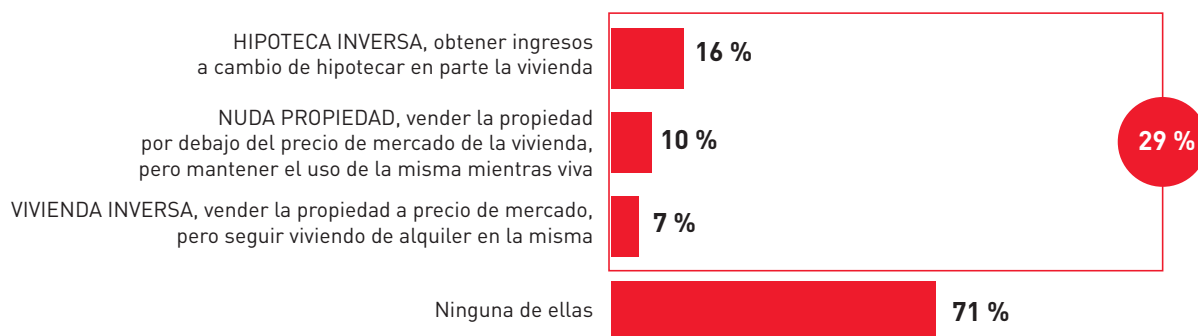
* % sobre los sénióres que son propietarios de su vivienda.

Un **37 %** de los sénióres querría **sacar mayor beneficio económico de su vivienda**, mientras que un 30 % no es partidario de esa idea.

Un **42 %** de los sénióres castellanoleoneses no está interesado en **vender o hipotecar su vivienda**, aunque le **permitiesen seguir viviendo en ella, el 28 %** sería partidario de esa idea.

INGRESOS POR SU VIVIENDA

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

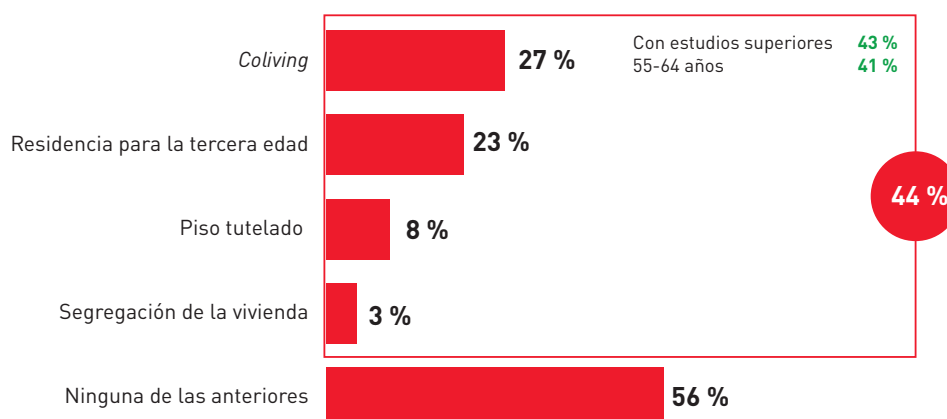


* % sobre los señores que son propietarios de su vivienda.

Al 71 % de los señores castellanoleonés no les genera confianza ninguna de las fórmulas planteadas. En todo caso, la **hipoteca inversa** es aquella que despierta **más interés**.

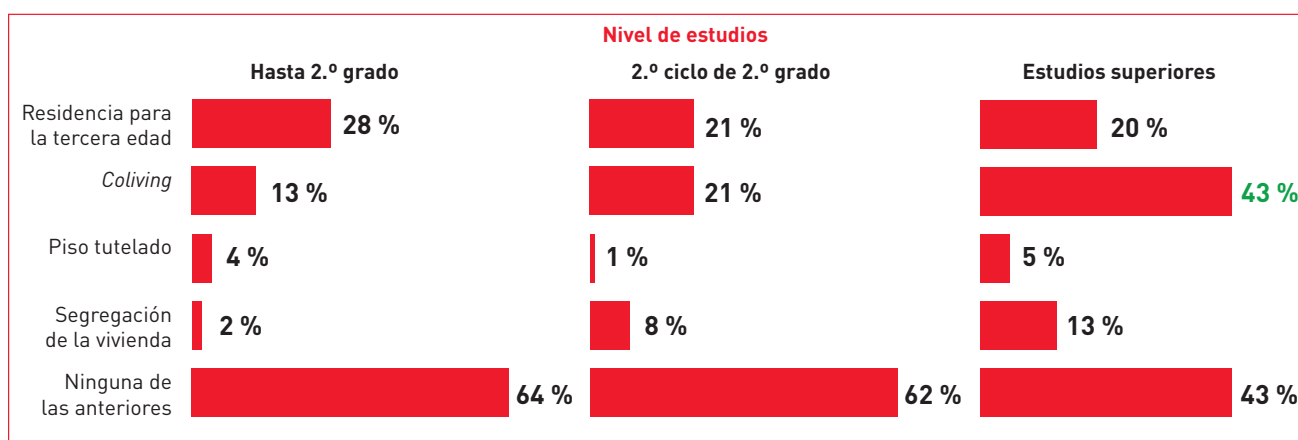
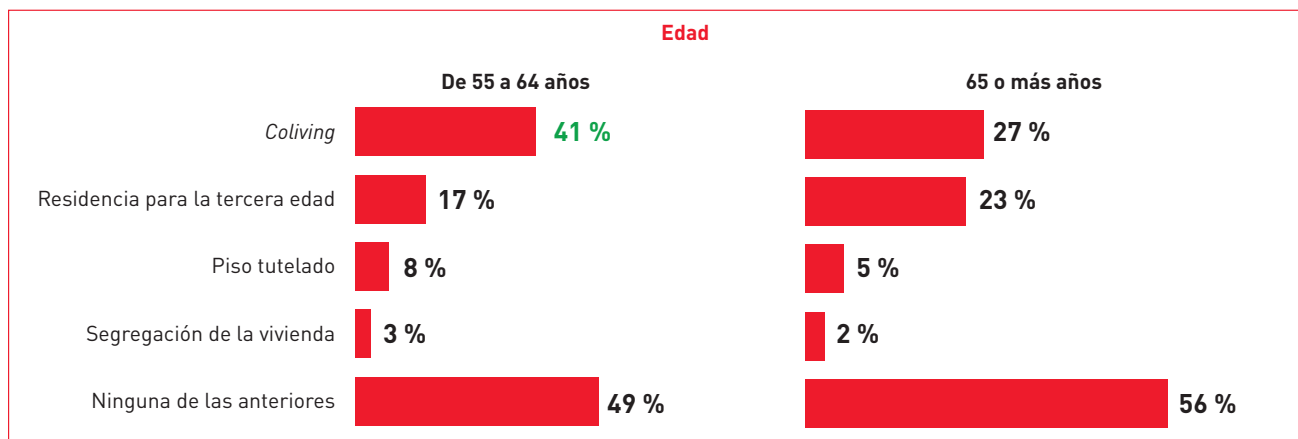
ALTERNATIVAS RESIDENCIALES

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



El 44 % de los señores está abierto a valorar alguna de estas alternativas residenciales.

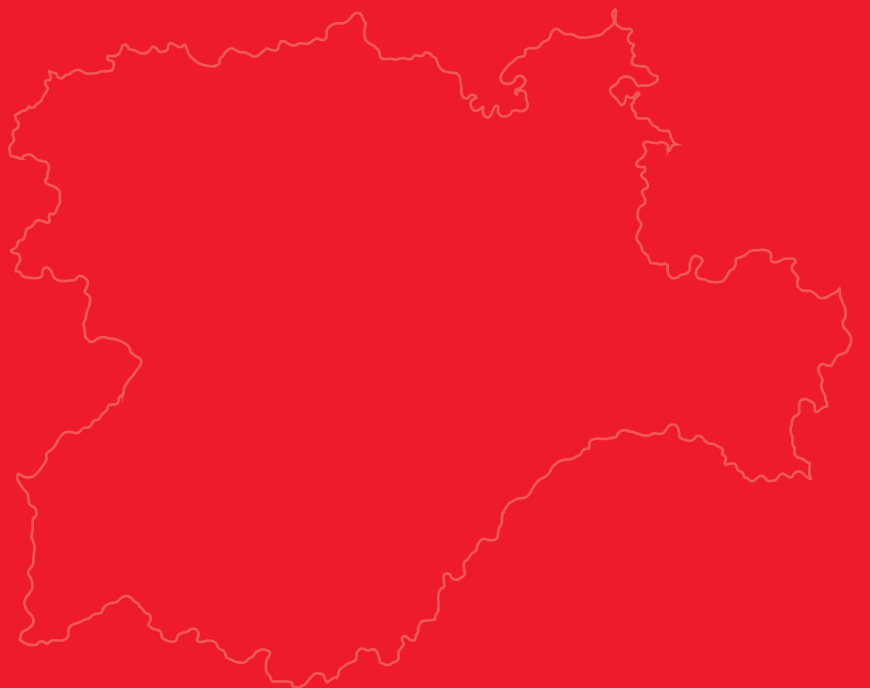
La fórmula de **coliving** (modelo residencial comunitario en el que cada residente es independiente) es la que **mayor aceptación tiene**. Esta cifra es **superior** entre quienes tienen **menos de 65 años** y las personas con **estudios superiores**.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
SÉNIOR CASTELLANOLEONÉS

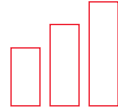
TURISMO Y OCIO



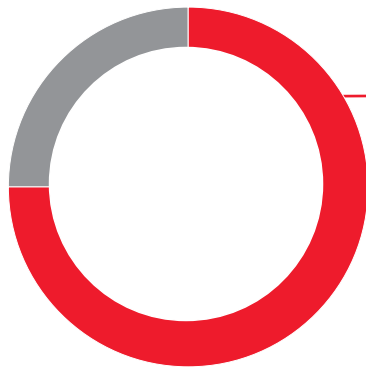
PREDISPOSICIÓN POR VIAJAR

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

Tres cuartas partes de los **séniore**s castellanoleonese**s** planean viajar durante 2026.



El interés por viajar es **elevado**, en **significativa mayor medida** entre los **menores de 70 años** y las **personas con mayor nivel educativo**.

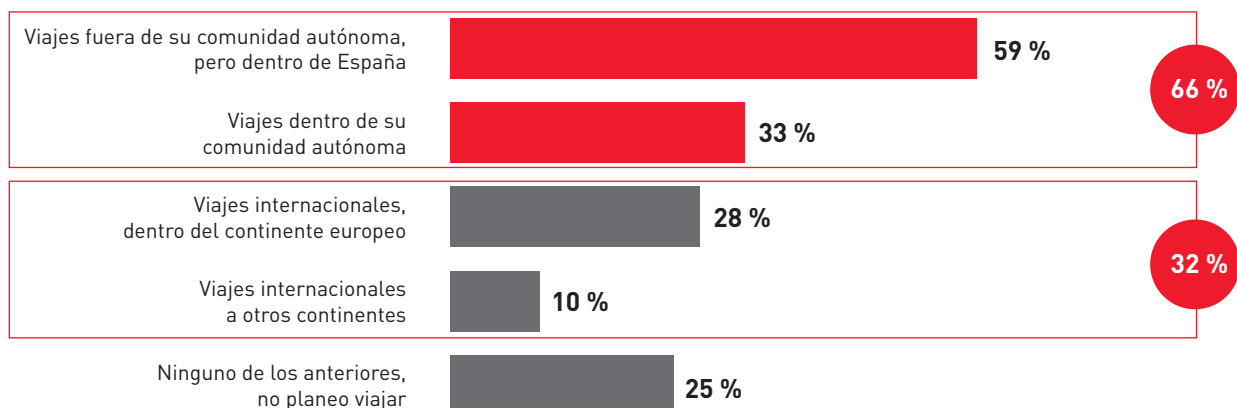


Sí **75 %**

Séniores que planean viajar	
55-59 años	87 %
60-64 años	91 %
65-69 años	86 %
70 o más años	61 %
<hr/>	
Hasta 1.º grado	49 %
1.º ciclo de 2.º grado	73 %
2.º ciclo de 2.º grado	80 %
Estudios superiores	86 %

DESTINOS

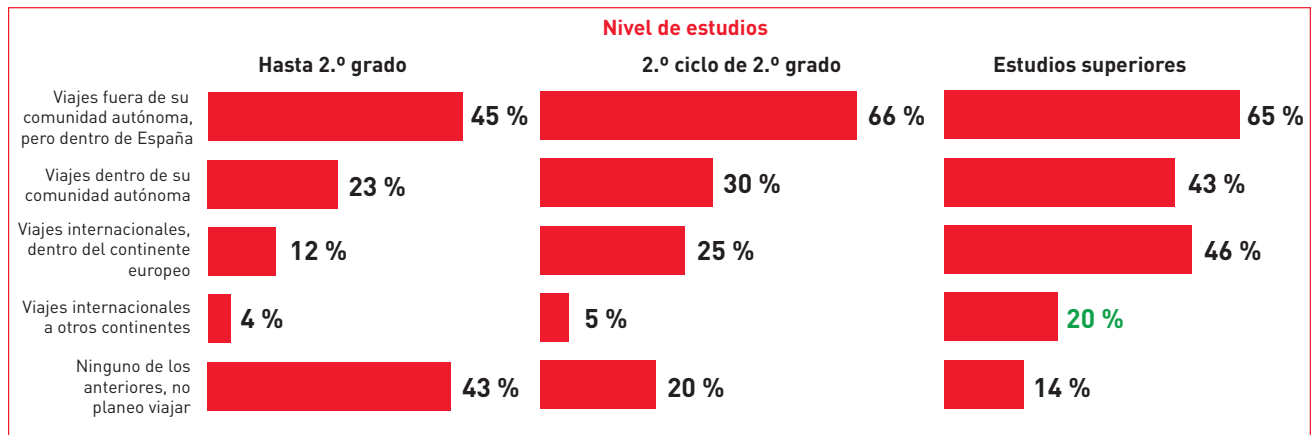
El próximo año, ¿qué tipo de viajes planea realizar por turismo? (P14)*



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

La **mayoría** de los **viajes** previstos se realizarán **dentro de España**, aunque un **32 %** de los séniore**s** tiene intención de **viajar al extranjero**.

Las personas con **mayor nivel formativo** planean viajar en mayor medida al **extranjero**.

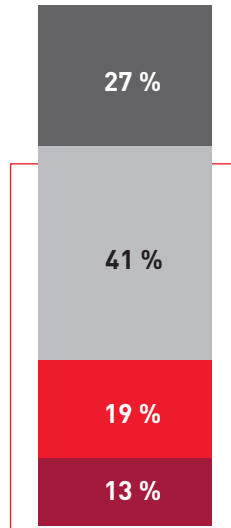


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

OCIO CULTURAL

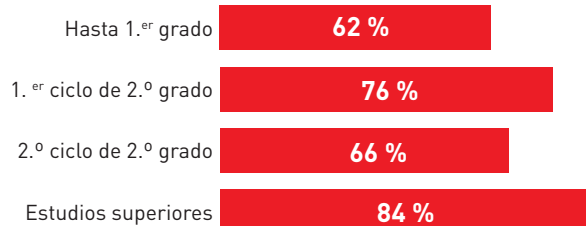
Frecuencia de visita a museos, exposiciones, conferencias o eventos culturales. Al margen de las que realizan en sus viajes por turismo (P15)

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



El 73 % de los séniores participan del ocio cultural.

Séniores que realizan ocio cultural, según nivel de estudios



CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
SÉNIOR CASTELLANOLEONÉS

TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN

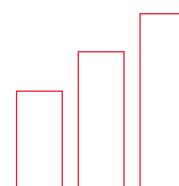


HÁBITOS TECNOLÓGICOS

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

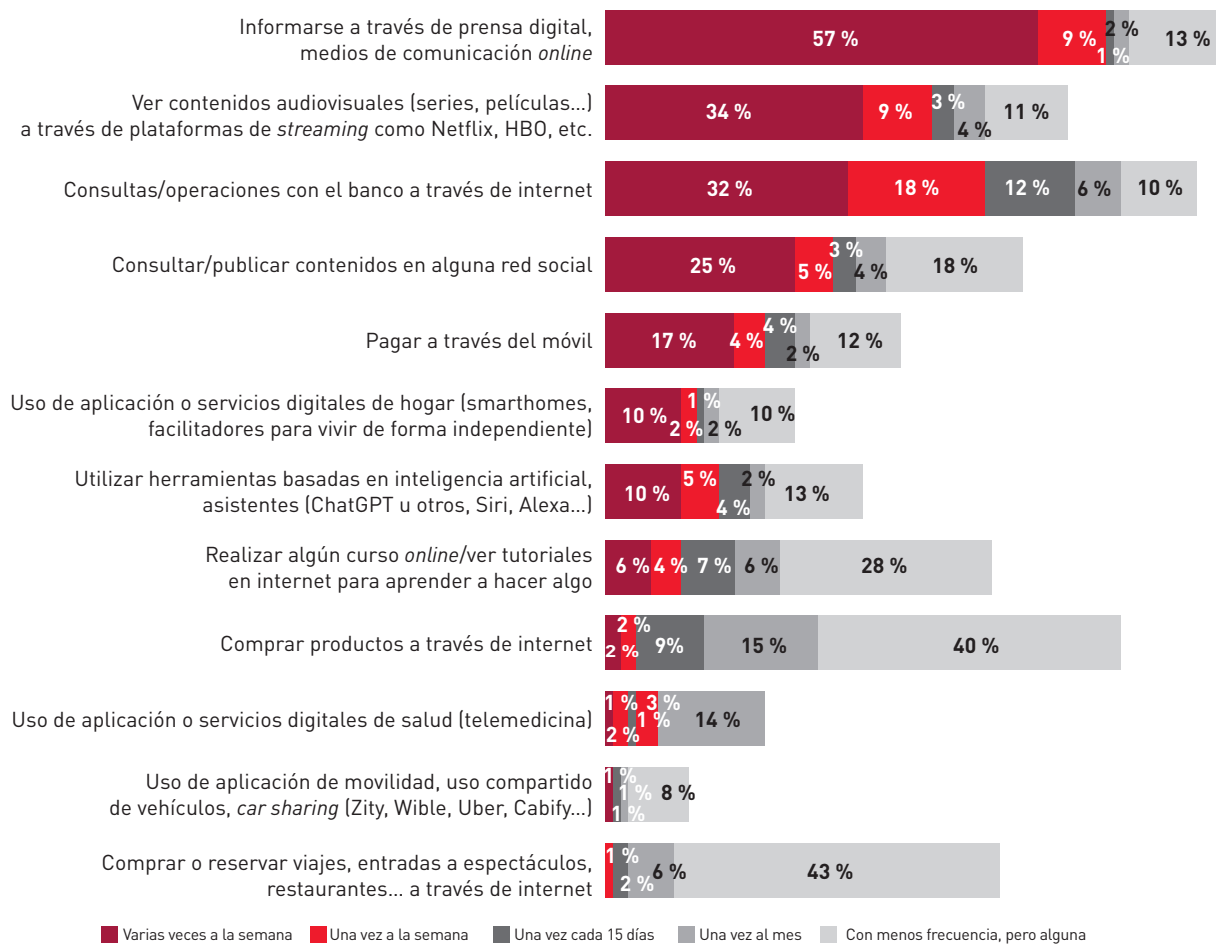


Los séniores castellanoleoneses son digitales. Más del 80 % se informan a través de medios digitales o realizan operaciones *online* con su banco.



HÁBITOS TECNOLÓGICOS

Frecuencia con la que realizan las siguientes actividades (P13)



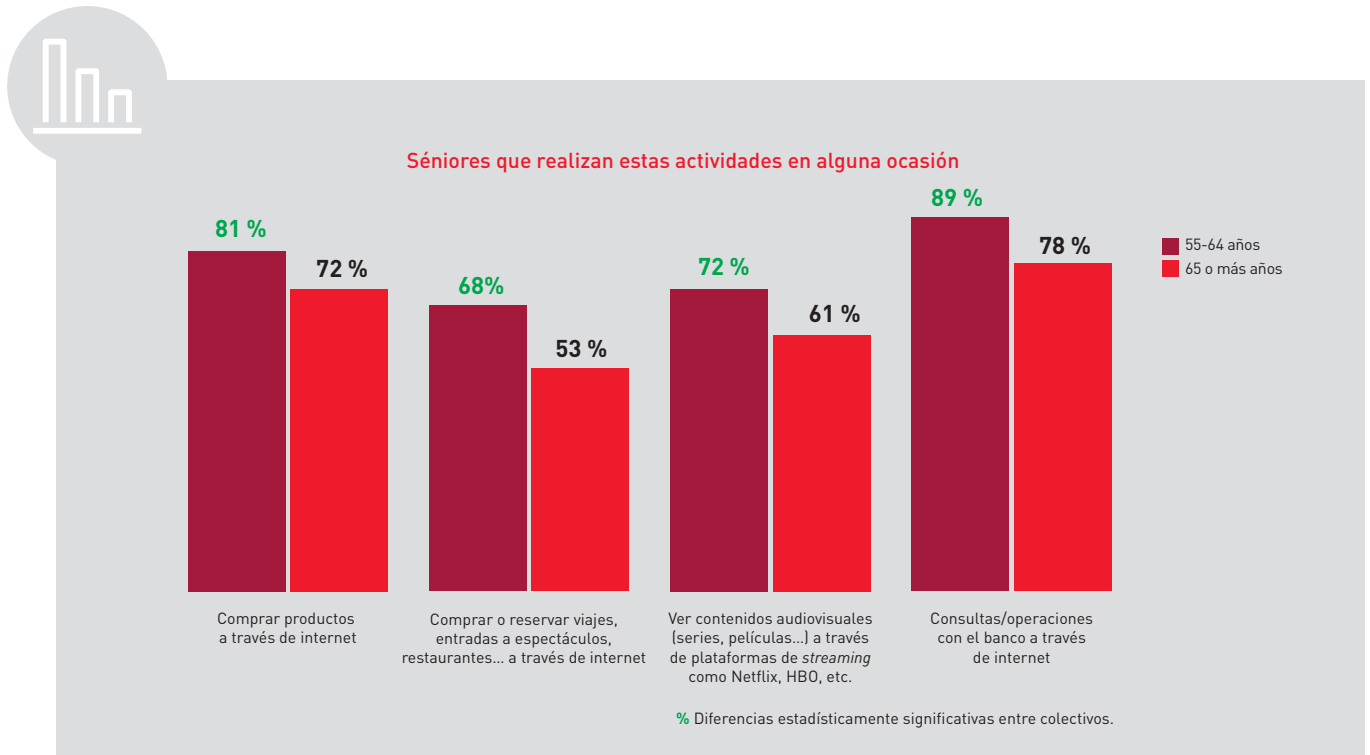
Son **usuarios habituales**:

- La mayoría **se informa a través de canales digitales varias veces a la semana** (57 %).
- El 34 % **ve contenido digital en plataformas como Netflix, HBO, etc.**
- Un 32 % realiza consultas u **operaciones bancarias de forma *online***.
- El 25 % **realiza consultas o publicaciones en alguna red social, con dicha frecuencia**.

La proporción de castellanoleoneses que realizan las siguientes actividades es **significativamente inferior a la media nacional**.

- Compra *online* de productos o reserva *online* de viajes, entradas.
- Consulta u operaciones de banca *online*.
- Ver contenido en plataformas de *streaming*.

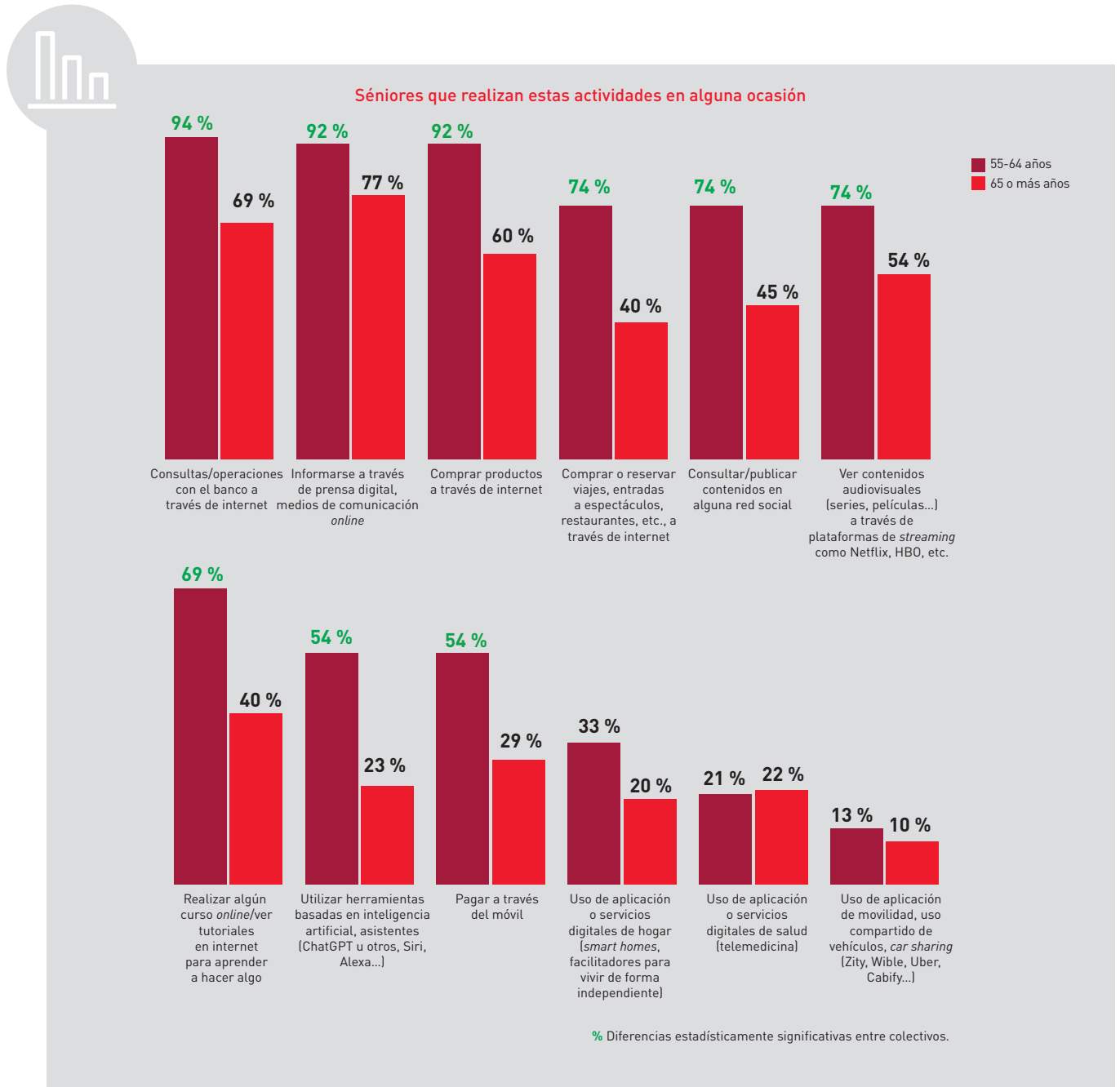
Tengamos en cuenta que **el peso de las personas de más edad (más de 70 años) en el conjunto del colectivo es superior en esta comunidad autónoma** (47 % en Castilla y León frente al 43 % en el conjunto de España).



En todo caso, la actividad digital **se realiza en mayor medida por los séniors más jóvenes, pero no solo por ellos.**

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

El 77 % de las personas a partir de esta edad se informan a través de canales digitales, el 69 % opera a través de la banca *online* en alguna ocasión, el 60 % compra a través de internet, etc.



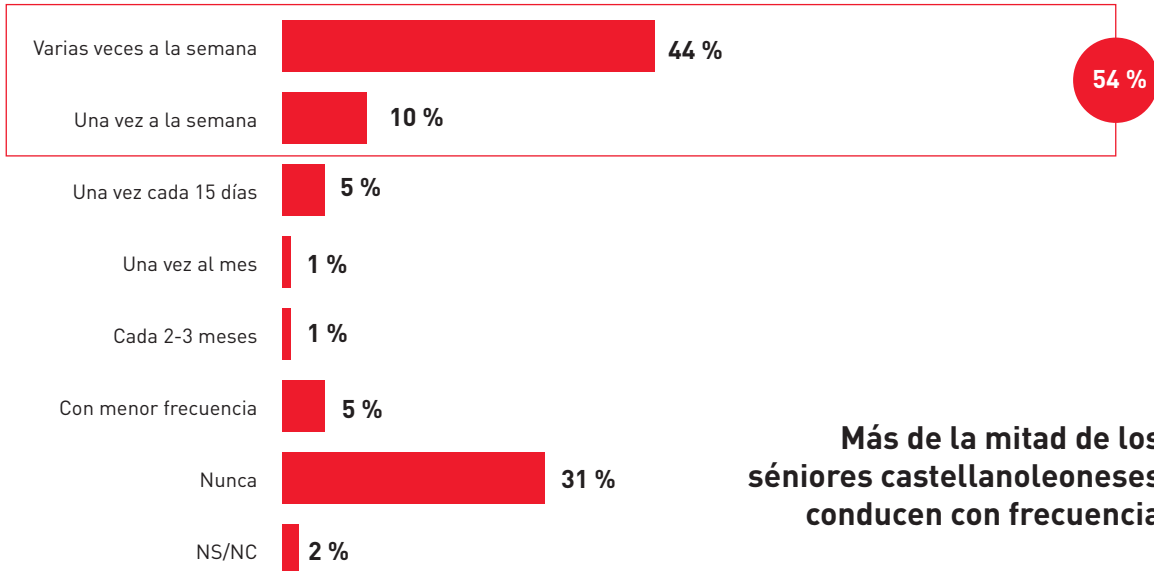
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
SÉNIOR CASTELLANOLEONÉS

CONDUCCIÓN



FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN

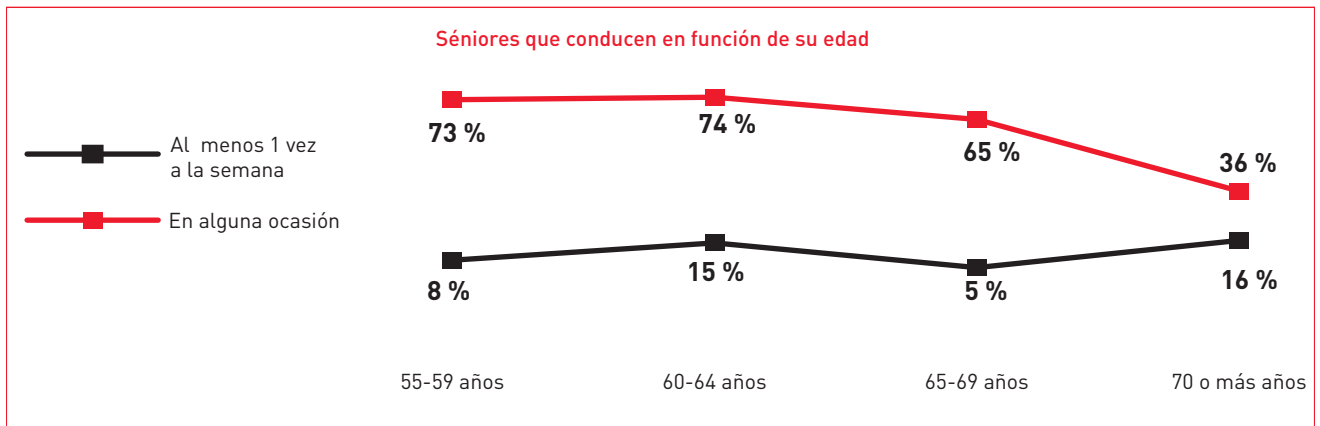
¿Con qué frecuencia conduce usted un vehículo? (P36)



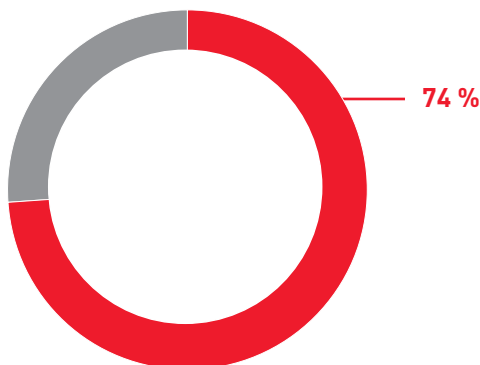
Más de la mitad de los séniores castellanoleoneses conducen con frecuencia

A medida que **avanza la edad, la frecuencia de conducción disminuye**, aunque se mantiene elevada hasta los 70 años.

Entre los séniores **hombres se reduce al 10 % el porcentaje que declara no conducir nunca**.



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



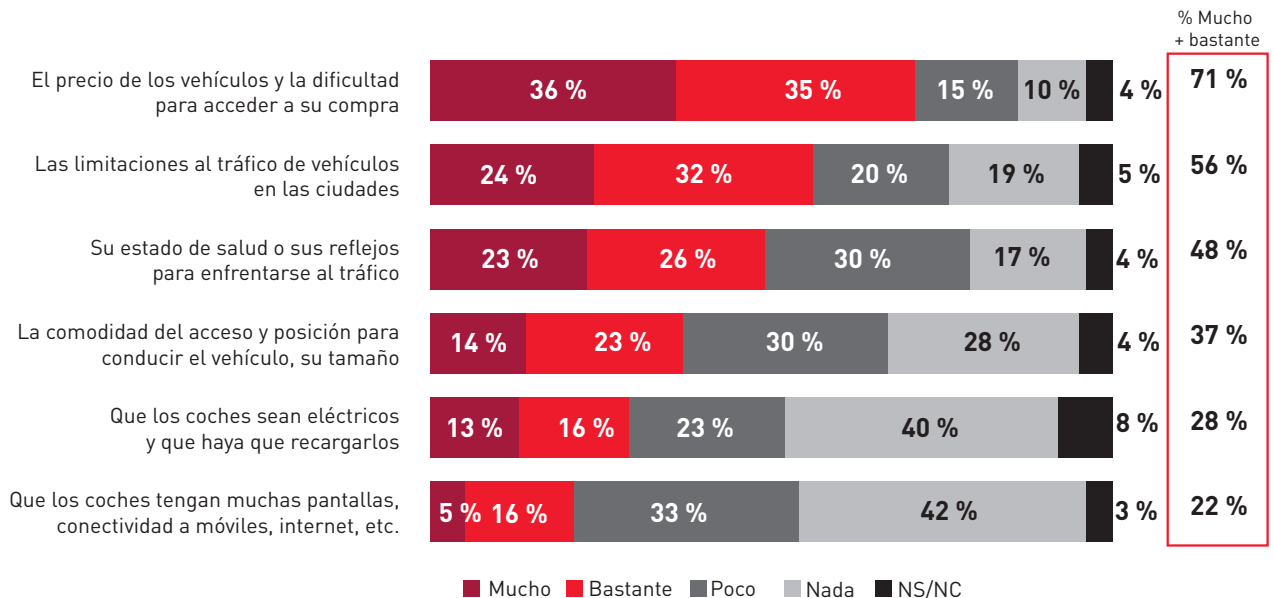
Gran parte de los séniores castellanoleoneses (74 %) opina que no existe una edad para dejar de conducir.

No consideran que haya una edad de conducción límite.

Esta postura es similar independientemente de la edad del sénior consultado.

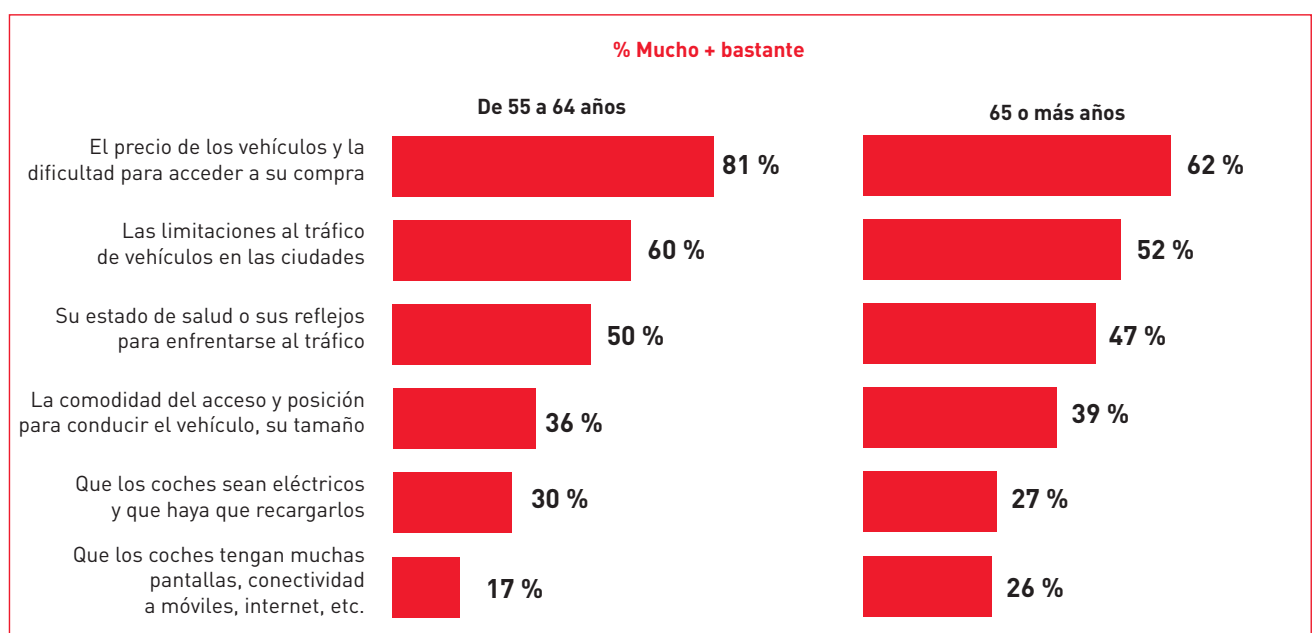
RIESGOS PARA LA FRECUENCIA DE CONDUCCIÓN

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



El **coste de los vehículos** es el **factor** con mayor **capacidad de influencia** en la frecuencia de **conducción**. En un plano secundario, **destacan las restricciones de tráfico en las ciudades y el deterioro de la salud o de los reflejos**.

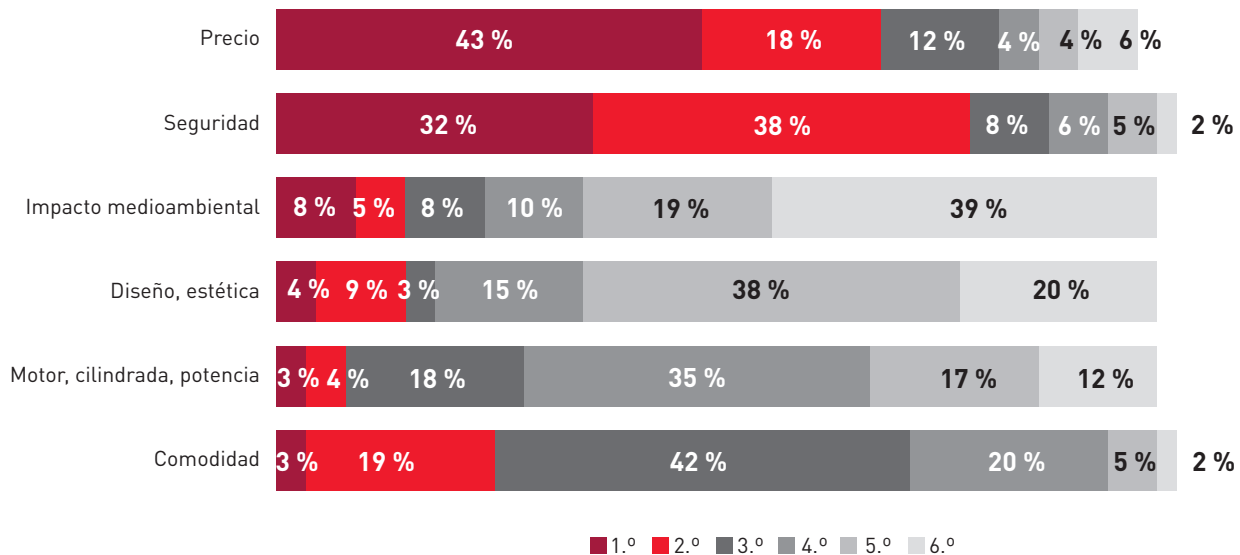
En sentido contrario, **la conectividad de los vehículos es el aspecto que menos impacto tendría** en la frecuencia de conducción, incluso entre los señores de mayor edad.



* Señores que conducen.

ASPECTOS RELEVANTES AL COMPRAR UN VEHÍCULO NUEVO

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



* Seniores que conducen.

Precio y seguridad del vehículo son los **aspectos** más importantes a la hora de comprar un vehículo para los **séniore**s castellanoleoneses. **En un tercer estadio destaca el impacto medioambiental.**

El **impacto ambiental** del vehículo sería el **tercer factor** con mayor **dato porcentual** en **primera cita independientemente de la edad del conductor sénior.**

No se observan diferencias destacadas atendiendo a la edad ni tampoco al sexo de los **séniore**s que conducen.

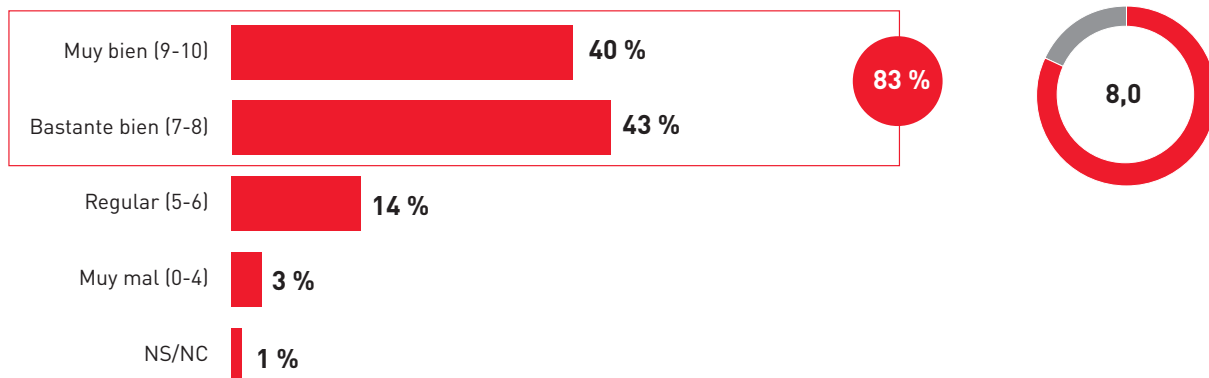
CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR
SÉNIOR CASTELLANOLEONÉS

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)

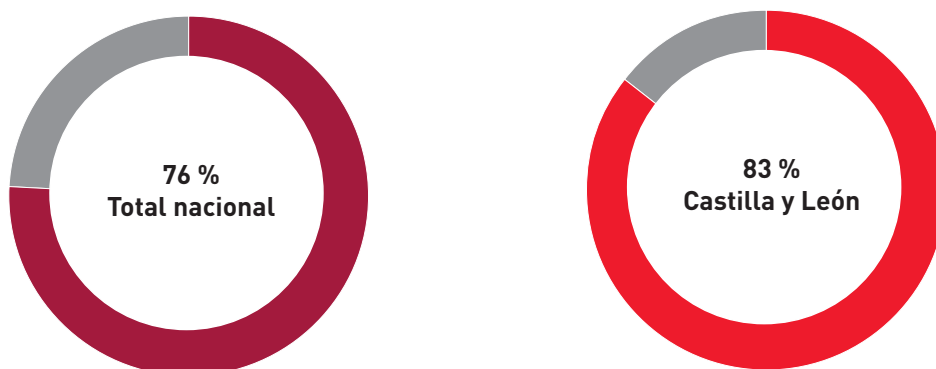


Un **83 %** destaca la calidad de vida en **Castilla y León**.

Valoran la vida en su comunidad con un 8,0 de media.

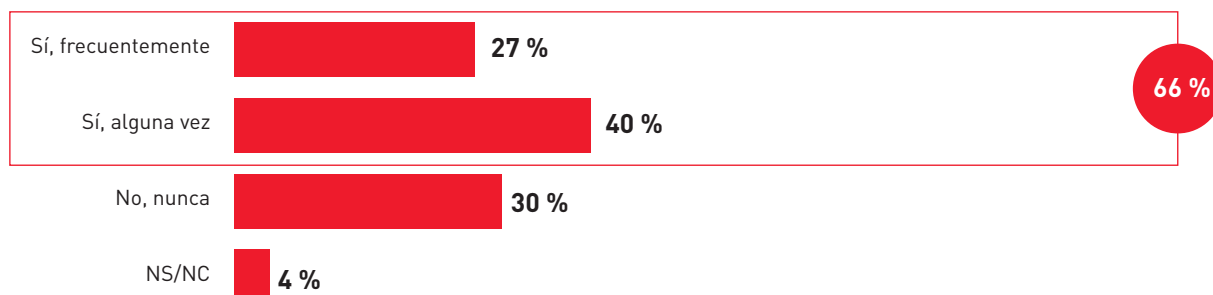
La satisfacción con la calidad de vida en Castilla y León es ligeramente superior en comparación con la del conjunto de España, con sus respectivas comunidades autónomas de residencia.

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



COMUNICACIÓN ENTRE COMUNIDADES AUTÓNOMAS

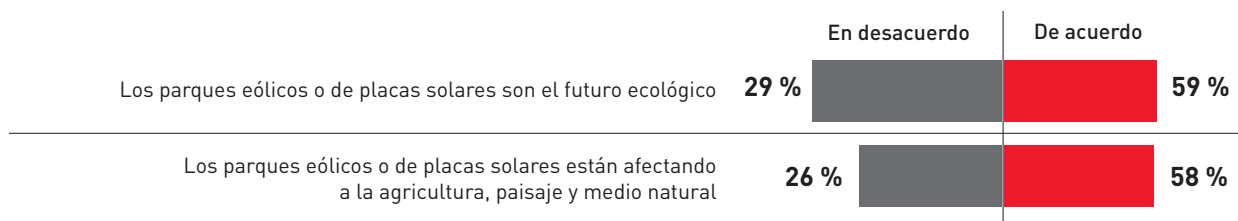
¿Ha sentido alguna vez que las comunicaciones entre su comunidad autónoma y otras zonas de España por carretera, tren, avión... son difíciles? (P45)



Dos de cada tres séniores perciben déficits en las comunicaciones entre Castilla y León y el resto de España.

SÉNIORES Y PARQUES EÓLICOS Y SOLARES

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



Es similar el número de señores que consideran que, si bien los parques eólicos son el futuro ecológico, también están afectando a la agricultura, paisaje y medio natural. Castilla y León es la comunidad autónoma con mayor potencia eólica instalada*.

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

- **Partidarios 23 %:** están de acuerdo con que **son el futuro ecológico** y consideran que no afecta al medio natural.
- **Detractores 25 %:** 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 28 %:** postura mayoritaria, son el **futuro ecológico, pero también afectan a la agricultura, el paisaje y el medio natural.**
- **Indiferentes 3 %:** para estos, ni afecta al medio natural, ni son el futuro ecológico.

La presencia de señores detractores es superior a la del conjunto nacional (25 % en Castilla y León frente al 19 % del conjunto nacional).

		Afectan a la agricultura, paisaje y medio natural	
		Nada + poco	Bastante + mucho
Futuro ecológico	Nada + poco	Indiferentes 3 %	Detractores 25 %
	Bastante + mucho	Partidarios 23 %	Ambivalentes 28 %

* Informe del viento 2024. Red Eléctrica.

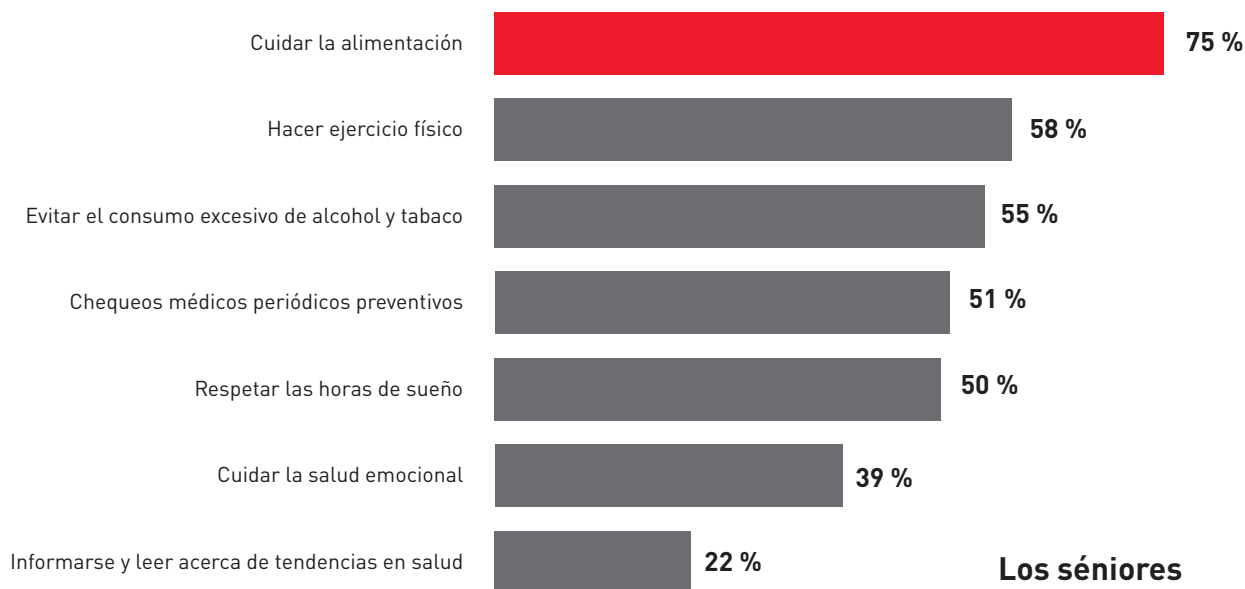
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES CASTELLANOLEONESES

VITALIDAD Y ENVEJECIMIENTO SALUDABLE



CUIDADO DE LA SALUD

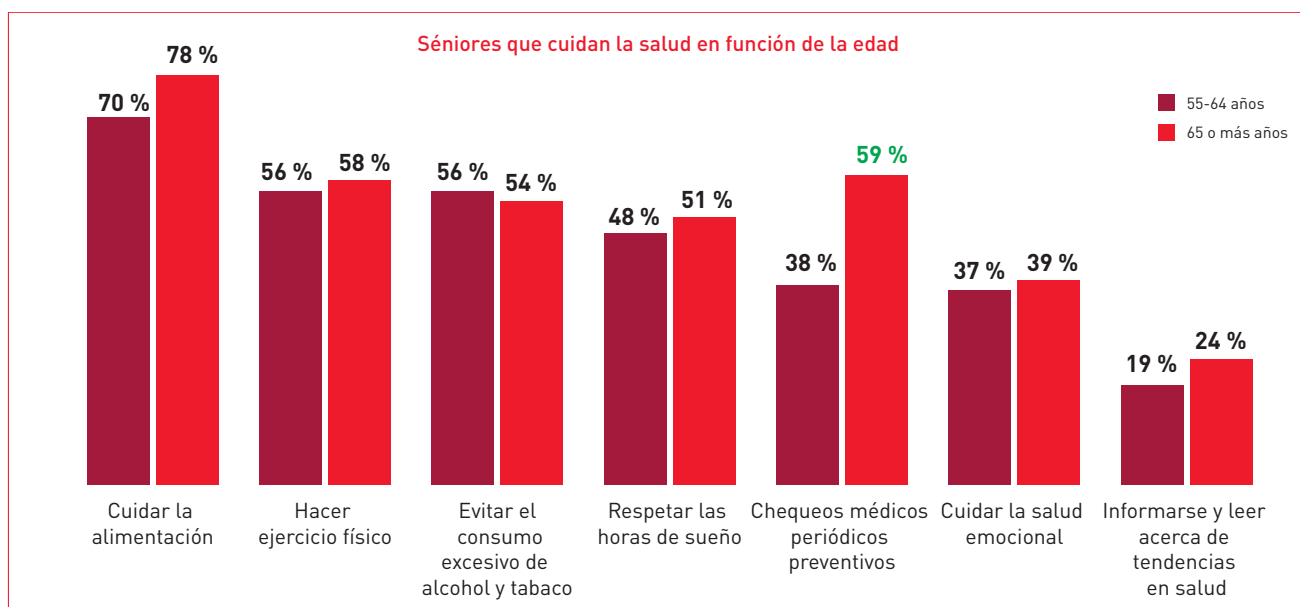
De las siguientes acciones, ¿cuáles suele realizar habitualmente? (P10)



Los séniore
 castellanoleoneses se
 cuidan y mantienen hábitos
 de vida saludables.

El **75 % cuida su alimentación**, la mayoría hacen **ejercicio físico**, **evitan** el consumo excesivo de **alcohol y tabaco** y **la mitad** se hace **chequeos preventivos o respeta las horas de sueño**.

En función de la edad, la realización de **chequeos médicos periódicos es superior entre los mayores de 64 años**.

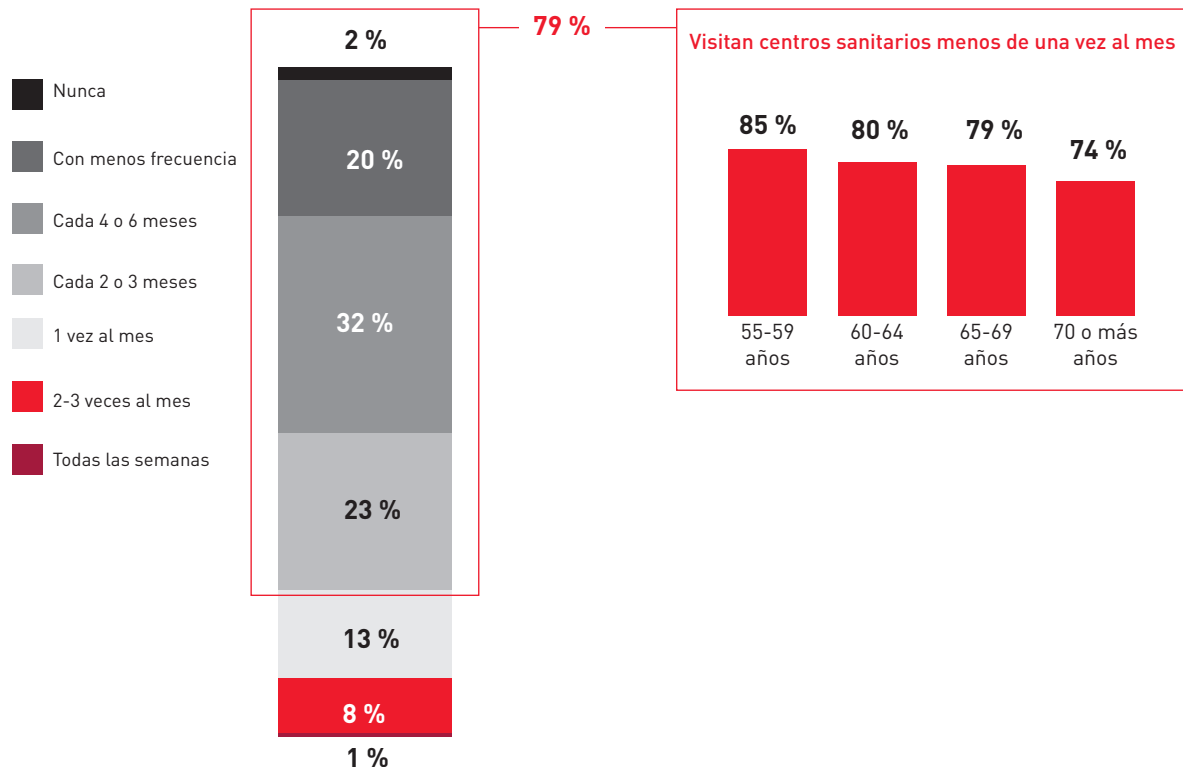


% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

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).

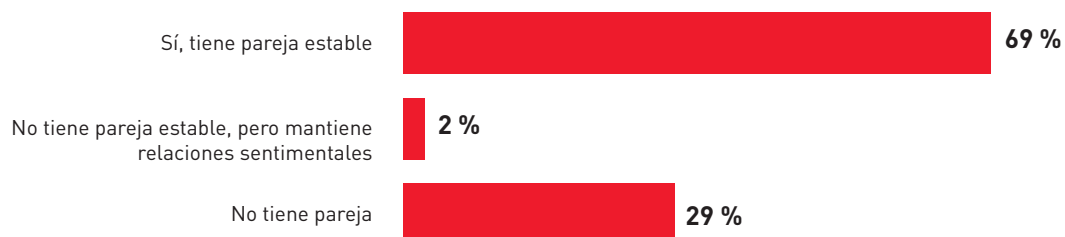


El 78 % de los séniores acuden menos de una vez al mes a los centros sanitarios.

A medida que aumenta la edad se incrementa la frecuencia de visita, pero sigue siendo **notable** el porcentaje de personas que **acuden al médico menos de una vez al mes**, también a partir de los 70 años.

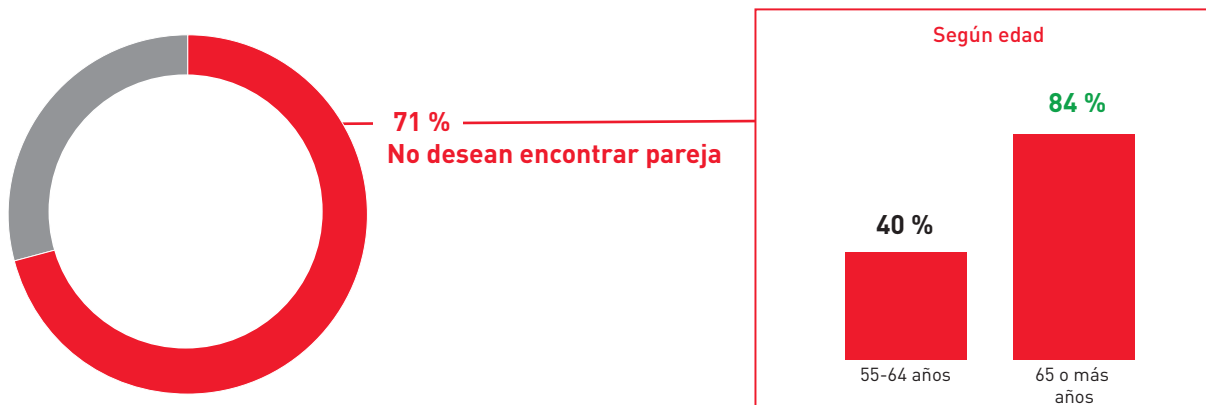
|| SÉNIOR Y PAREJA

¿Tiene usted pareja? (P34)

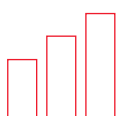


¿Le gustaría encontrar pareja, entablar una relación sentimental con alguien? (P36C)

Entre quienes no tienen pareja estable.



% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.



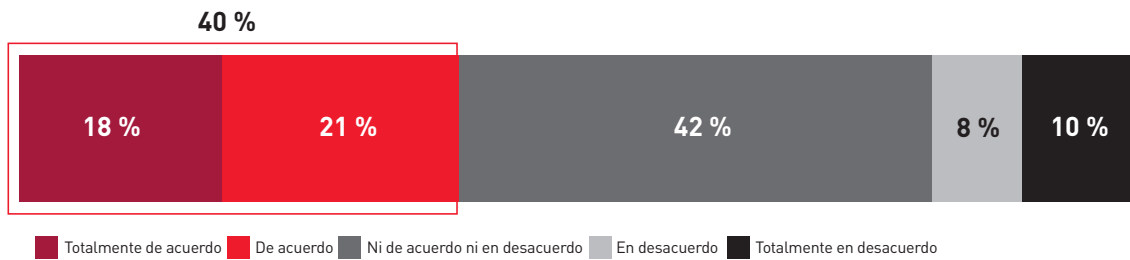
El 71 % de los séniores sin pareja no desean encontrarla.

Este resultado es significativamente superior entre los mayores de 64 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...

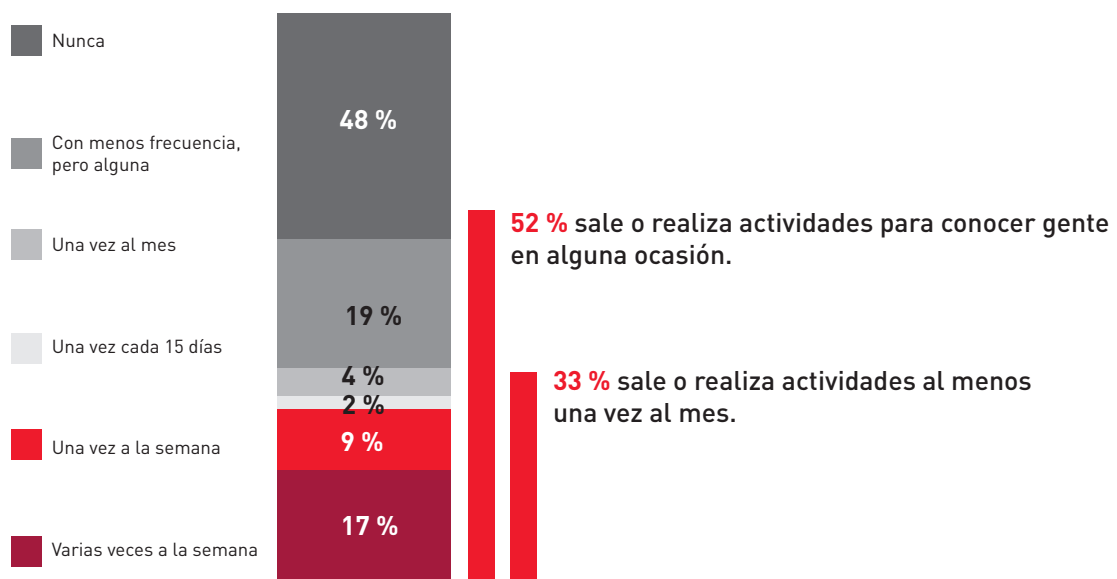
Consideran que sus hijos/as les apoyarían si quisieran conocer a otras personas con fines sentimentales.

Un 18 % no está de acuerdo con que fuese a tener ese apoyo.

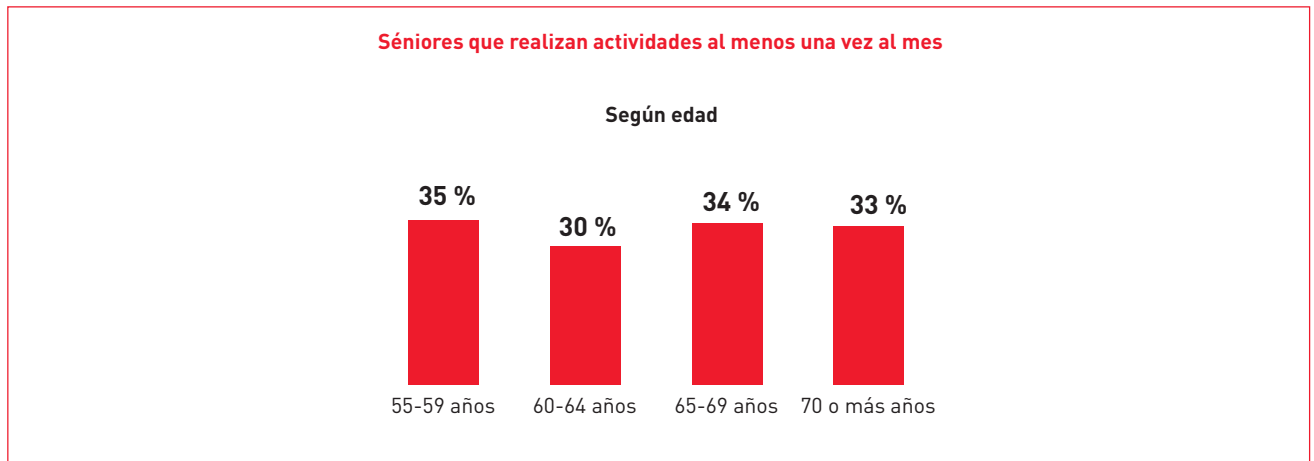
SOCIABILIDAD DE LOS SÉNIORES

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

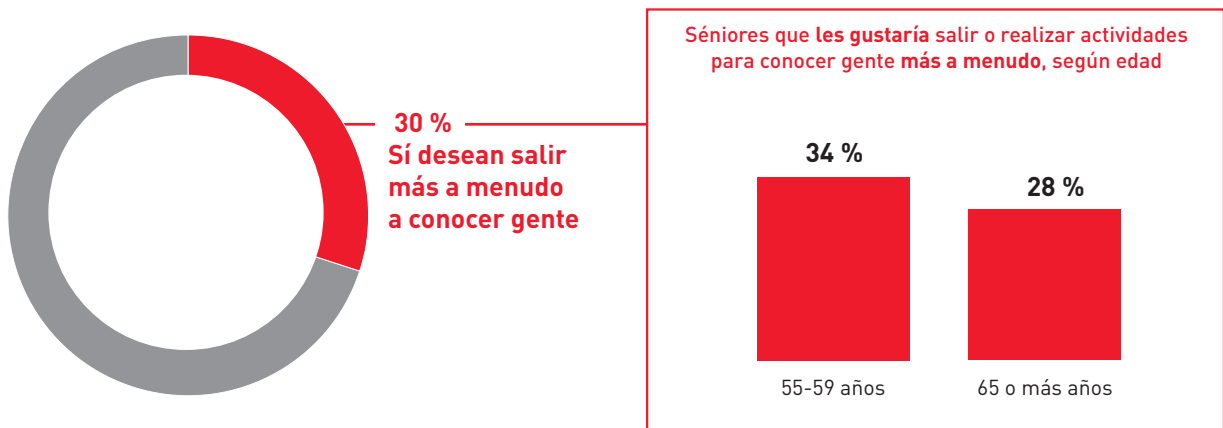
Salir a bares, participar en actividades, viajes, utilizar aplicaciones, pedir a amigos que le presenten a alguien.



La mitad de los séniores castellanoleoneses salen o participan en actividades para conocer gente y un tercio lo hacen al menos una vez al mes, esto con independencia de su edad.



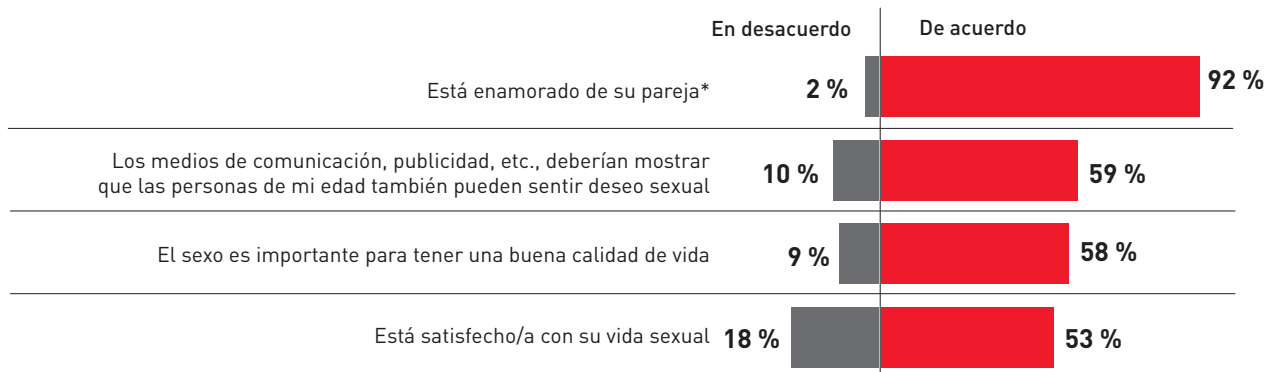
Le gustaría salir o realizar actividades para conocer gente más a menudo (P36B)



A un 30 % le gustaría salir a conocer gente más a menudo, independientemente de la frecuencia con la que lo hace en la actualidad.

ACTITUDES HACIA EL SEXO

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



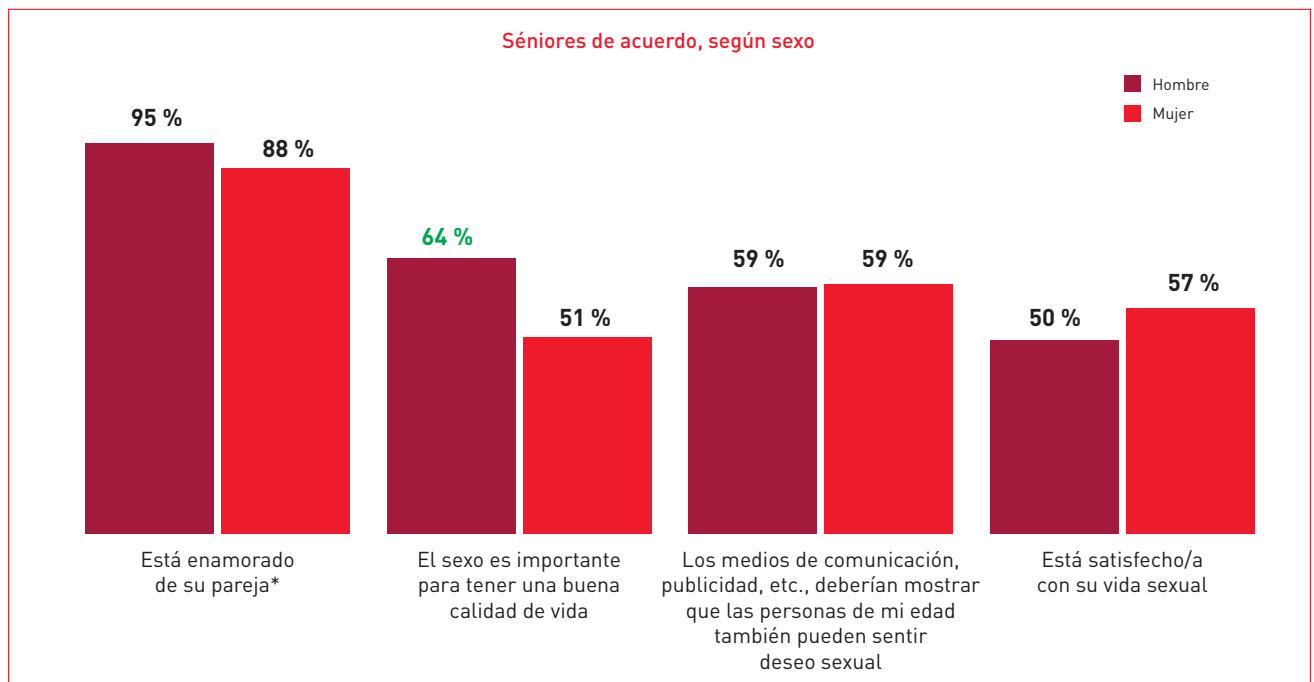
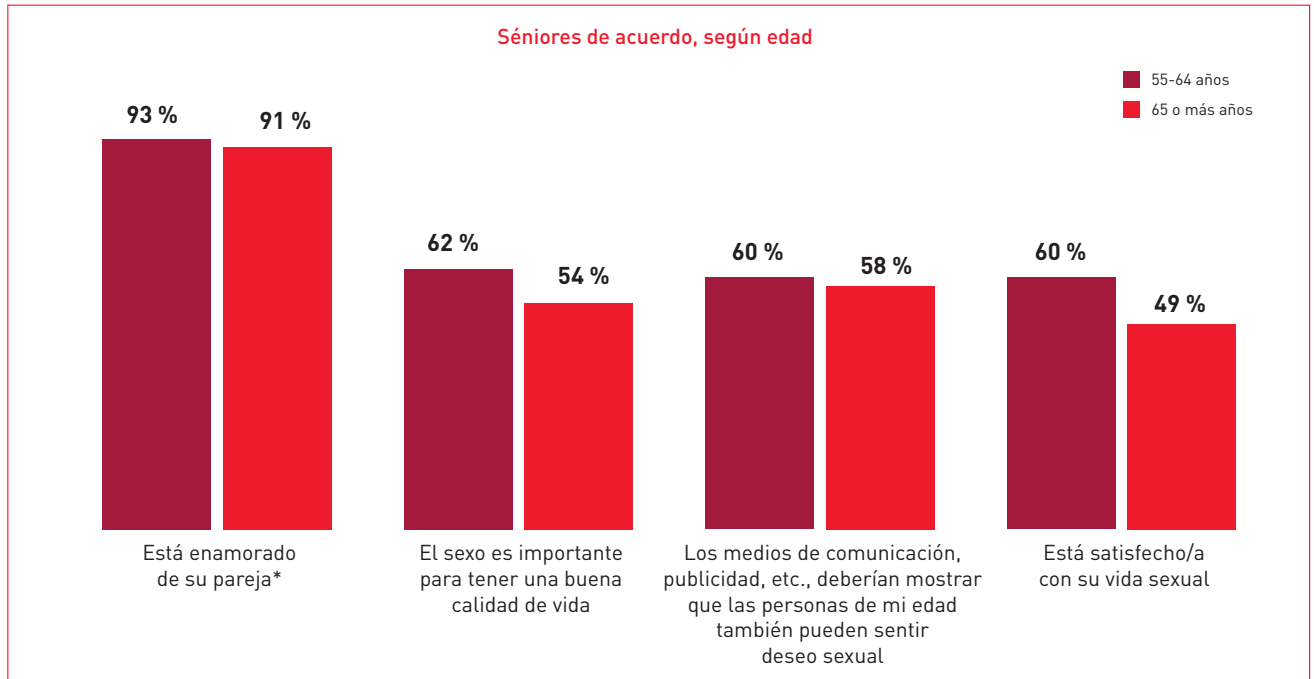
* Séniores con pareja.

El 92 % de los séniores siguen enamorados de sus parejas.

La mayoría consideran que el sexo es importante para tener una buena calidad de vida y demandan que los medios muestren con naturalidad que los séniores pueden sentir deseo sexual.

Esto es así, independientemente de su edad.

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



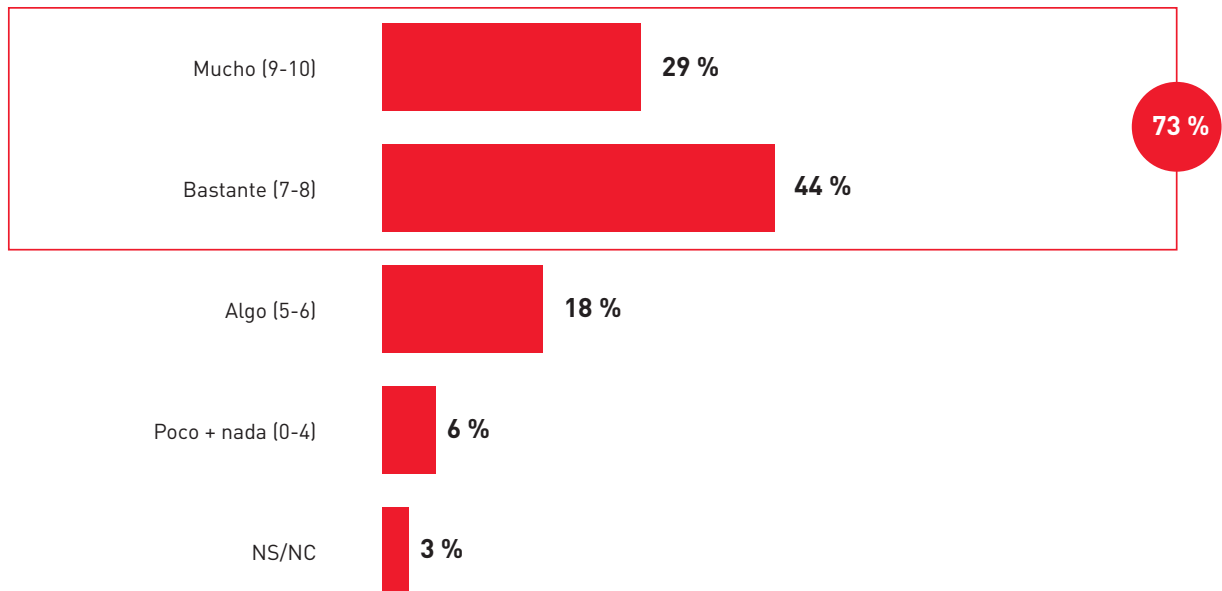
% Diferencias estadísticamente significativas entre colectivos.

* Séniore con pareja.

Los hombres le conceden mayor relevancia al sexo para la calidad de vida en comparación con las mujeres.

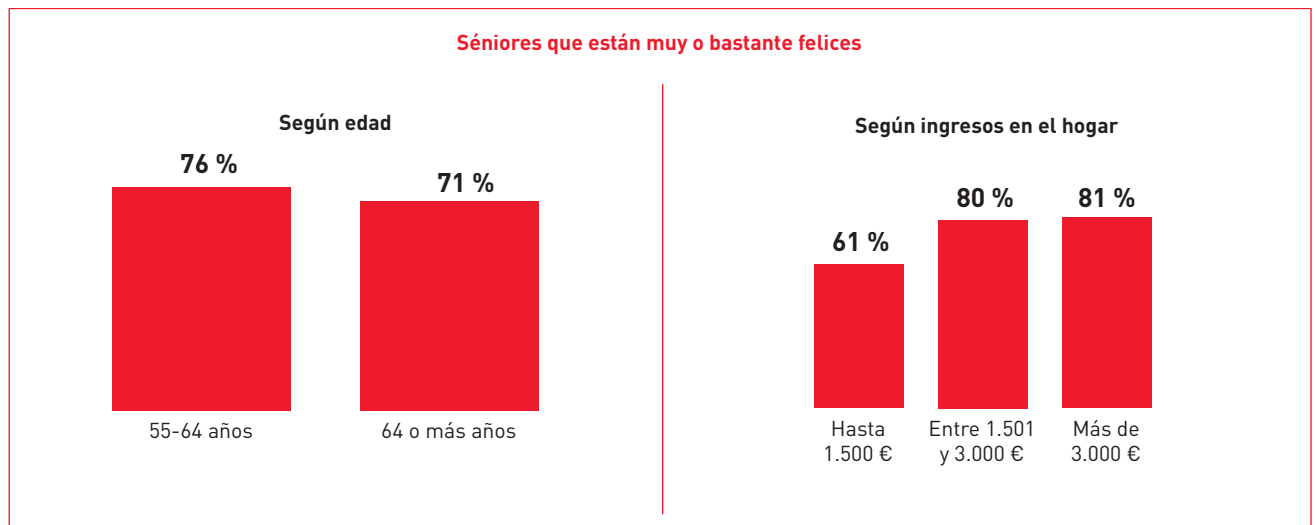
FELICIDAD ACTUAL

¿Hasta qué punto es feliz actualmente? (P36D)



El 73 % de los séniores
castellanoleoneses son bastante
o muy felices.

A medida que se incrementan los ingresos la percepción de felicidad es mayor.



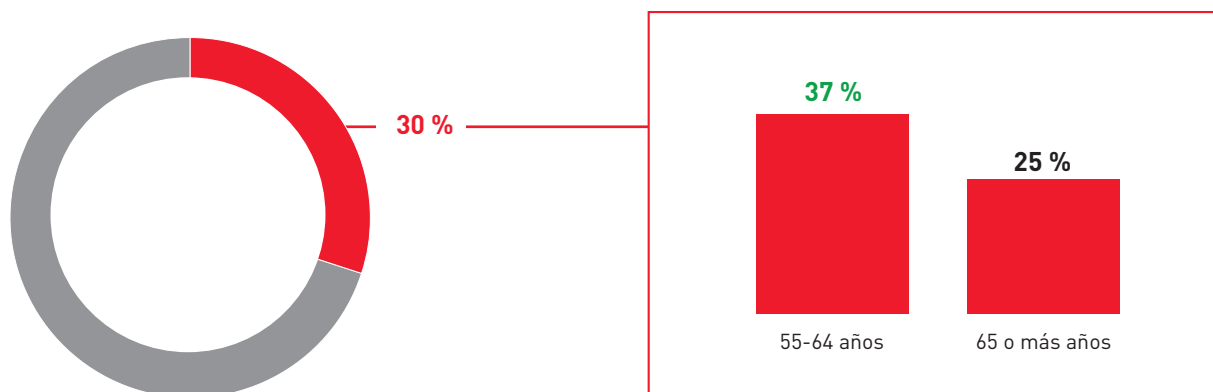
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES CASTELLANOLEONÉS

MASCOTAS



CONVIVENCIA CON MASCOTAS

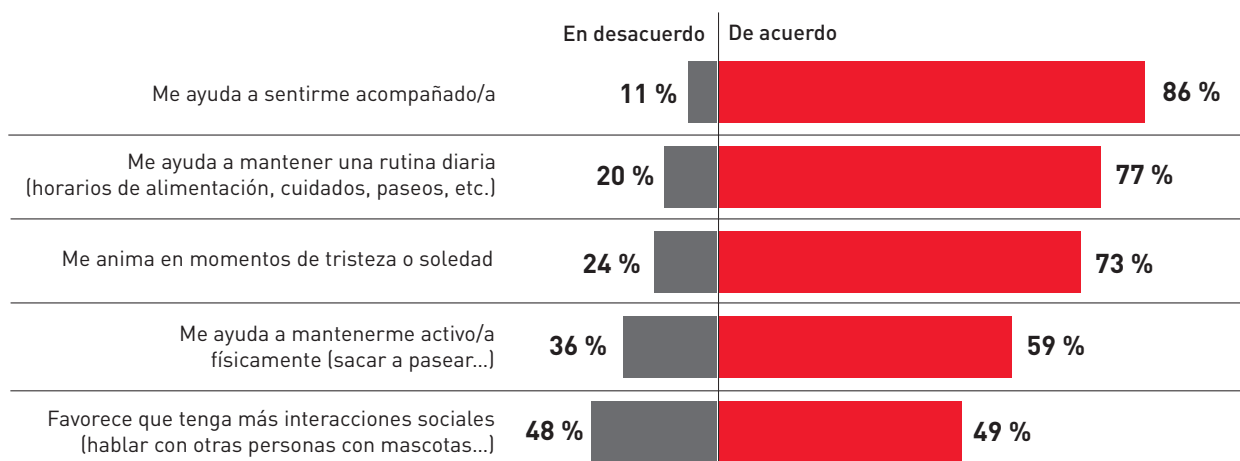
¿Convive usted con alguna mascota? (P12B)



Tres de cada 10 séniores castellanoleoneses conviven con alguna mascota. En mayor medida los más jóvenes.

¿A QUÉ CONTRIBUYE LA MASCOTA?

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



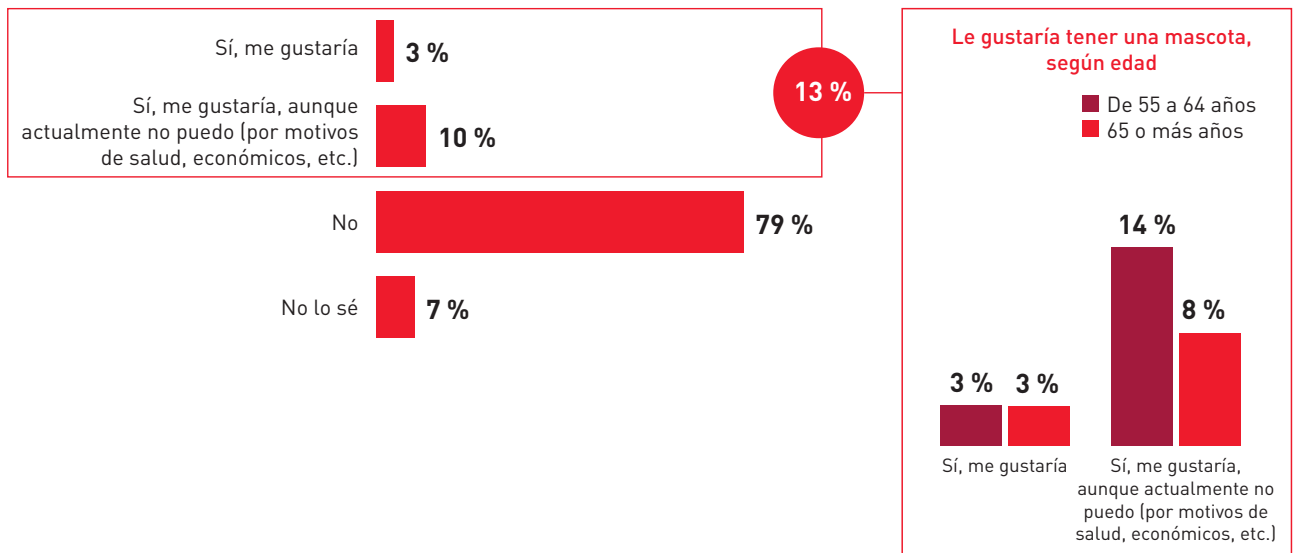
Tener mascota ayuda a sentirse acompañado, a mantener una rutina y anima a los séniores en momentos de soledad y tristeza, independientemente de la edad, sexo o si vive en pareja o no.

La opinión de los séniores castellanoleoneses se divide cuando analizamos otros beneficios relativos a las mascotas como el favorecer las relaciones sociales.

■ ■ ■ PREDISPOSICIÓN A TENER MASCOTA

¿Le gustaría tener una mascota? (P12E)

Séniore que no tienen mascota.



La mayoría de los séniore en Castilla y León no tienen actualmente interés en tener una mascota (79 %).

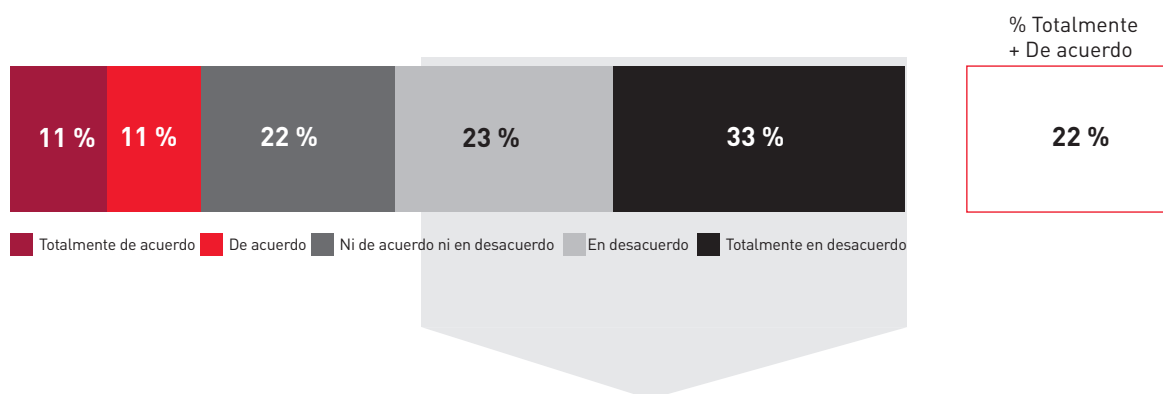
ACTITUDES HACIA LA VIDA
DE LOS SÉNIORES CASTELLANOLEONÉS

PLANES DE VIDA Y EDADISMO



PLANES DE VIDA

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

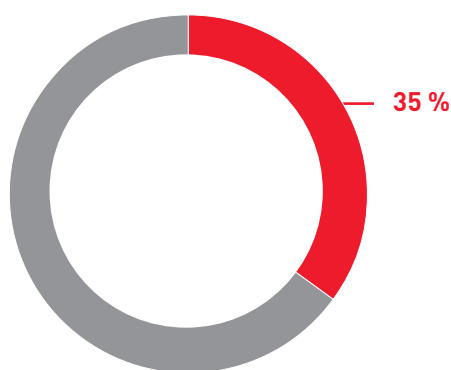


El 56 % del colectivo sénior **no estaría dispuesto a reducir su jornada laboral si eso conllevase una reducción de su salario.**

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 tercio de los séniores optaría por combinar trabajo y pensión llegada su edad de jubilación.

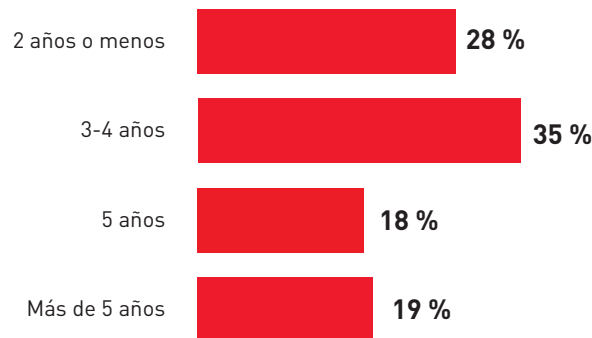
* Séniores en activo.

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.

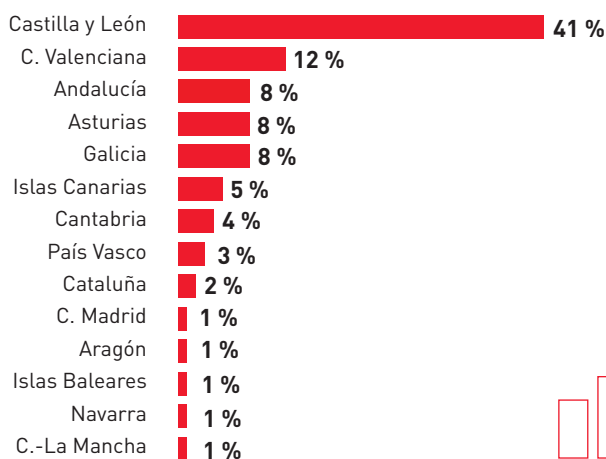
Además del salario se cobraría: el 45 % de la pensión el primer año, el 55 % el segundo año, el 65 % el tercer año, el 80 % el cuarto año, el 100 % de su pensión el quinto año.



Los séniore a los que les gustaría **compatibilizar pensión y trabajo** muestran su preferencia por hacerlo **hasta 4 años**.

COMUNIDAD AUTÓNOMA IDEAL PARA RETIRARSE

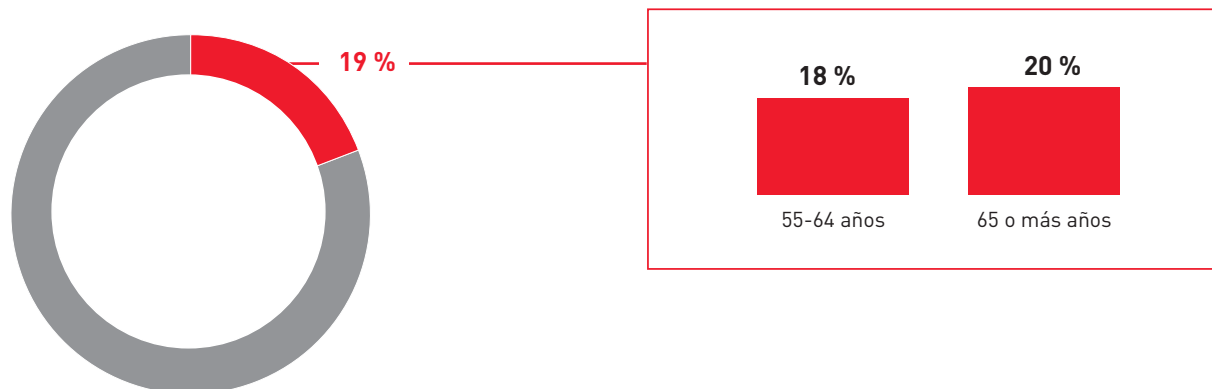
Cuando se jubile, ¿en qué comunidad autónoma le gustaría vivir? (P42)



Destaca la preferencia por la Comunidad Valenciana, Andalucía y comunidades limítrofes como Asturias o Galicia.

DISCRIMINACIÓN POR EDAD

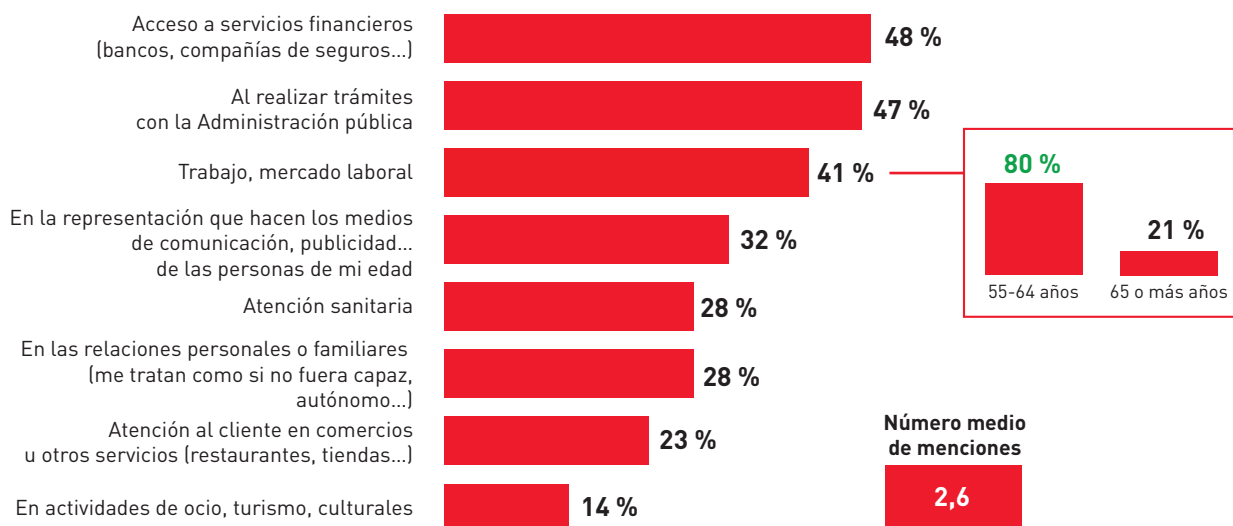
¿Se ha sentido alguna vez discriminado/a por motivo de su edad? (P33)



Un 19 % se ha sentido discriminado por su edad en alguna ocasión.

ÁMBITOS DE DISCRIMINACIÓN

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

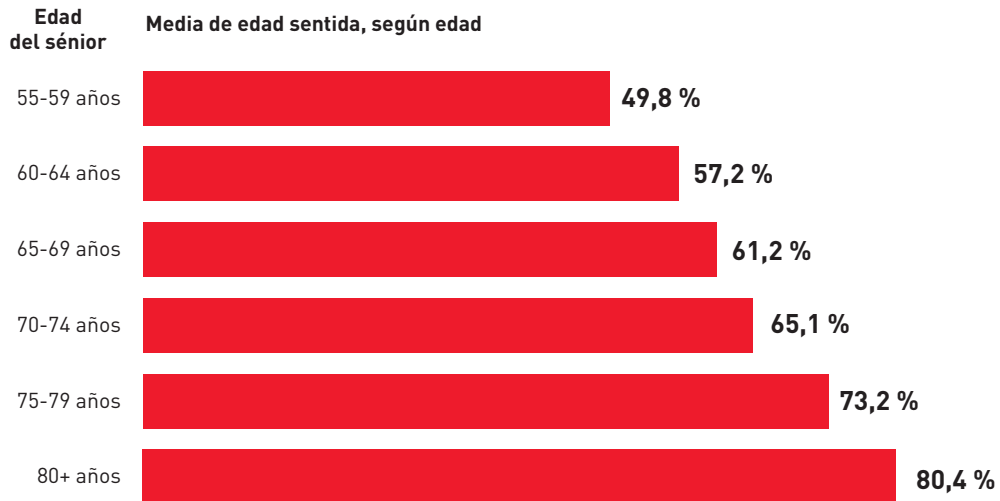


El colectivo sénior **declara haberse sentido discriminado**, de media, en **casi tres ámbitos distintos**. La percepción es más acusada en el acceso a **servicios financieros y en la realización de trámites con la Administración pública**.

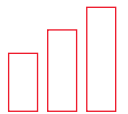
En un **segundo nivel** se sitúan el **mercado laboral** (con mayor dato porcentual entre los señores de 55 a 64 años) y la **representación del colectivo sénior en los medios de comunicación**.

EDAD SENTIDA FRENTE A EDAD CRONOLÓGICA

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



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

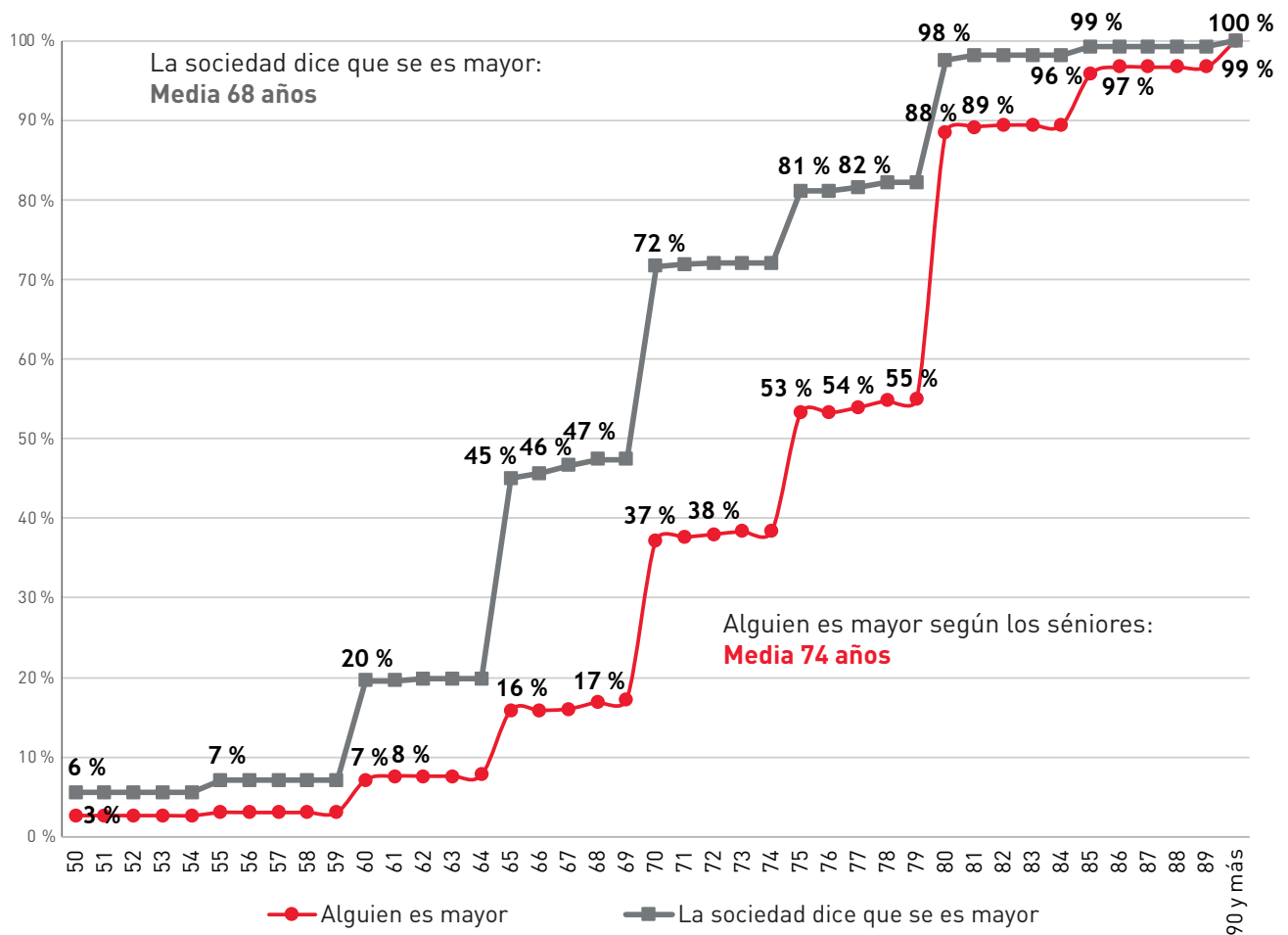


EDAD A LA QUE SE ES MAYOR VS. EDAD A LA QUE LA SOCIEDAD CONSIDERA QUE SE ES MAYOR

¿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)

Hay 6 años de diferencia entre la percepción de los séniores 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 este umbral se sitúa en los 74 años.

LAS **10 CLAVES** QUE DEFINEN AL COLECTIVO SÉNIOR EN CASTILLA Y LEÓN

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 73 % considera que su situación económica será igual o mejor a partir de ahora.

Tres cuartas partes declaran que son bastante o muy felices.

Comparativamente con el conjunto nacional, los señores más jóvenes (55-64 años) en Castilla y León consideran en menor medida que necesitarán ayuda en el futuro para mantener su calidad de vida.

2

PROMUEVEN SU CALIDAD DE VIDA

Cuidan su alimentación, hacen ejercicio físico, respetan sus horas de sueño y evitan excesos. Además, se realizan chequeos preventivos y, como consecuencia, visitan con poca frecuencia los centros sanitarios.

3

Buscan su propio bienestar y disfrute personal

Si redujeran su gasto en alimentación, ocio, viajes o cultura, se vería afectada su calidad de vida. De hecho, en caso de disponer de un ingreso extra, lo dedicarían en parte a estas actividades y también destinarían parte de esos ingresos a la vivienda.

PROMUEVEN EL BIENESTAR DE LOS SUYOS

4

Los ayudan económicamente

El 51 % declara haber ayudado económicamente a su familia o entorno cercano en el último año, principalmente a sus hijos/as. Y lo harían en mayor proporción si les tocara un premio en la lotería (64 %).

También destinarían parte del premio a disfrutar en esta etapa y están interesados en mayor medida que los señores del conjunto de España en comprar una segunda residencia con ese hipotético premio.

5

Ese deseo de ayudar también es a futuro

La mitad ahorra, el 90 % tiene vivienda en propiedad, también en mayor medida que el conjunto de señores españoles, especialmente los más jóvenes.

Un 36 % desea dejar esta propiedad en herencia a sus familiares.

ES UN COLECTIVO VITAL

6

Se sienten al menos cinco años más jóvenes

El 67 % conduce y más de la mitad lo hace de forma frecuente, el 73 % disfruta del ocio cultural y el 75 % planea viajar el año que viene. Un 33 % desea hacer turismo dentro de su comunidad autónoma.

Son vitales y en ocasiones sin demasiada ayuda logística, solo un 14 % cuenta con asistencia en el hogar, aunque a un 33 % le gustaría tenerla. Un 77 % de sus viviendas no están adaptadas para una posible situación de dependencia.

7

Son digitales

Cerca del 80 % se informa a través de canales digitales u opera a través de la banca *online*. El 72 % compra a través de internet. Estas actividades se realizan de forma frecuente.

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 (35 %).

Pero, aun así, la proporción de castellanoleoneses que reconocen ciertas actividades es inferior a la media nacional: compra o reserva *online*; operaciones de banca *online* y ver contenidos en plataformas de *streaming*. Debemos destacar que la población de esta comunidad autónoma es algo más envejecida que la española, siendo su esperanza de vida un año superior.

8

Promueven su sociabilidad, salen con frecuencia

El 33 % sale o realiza actividades para conocer gente al menos una vez al mes y además a un 30 % le gustaría hacerlo más a menudo.

Quieren conocer a otras personas, pero no entablar una relación sentimental (71 %). Si quisieran podrían hacerlo con el apoyo de sus hijos/as (si los tiene).

La mayoría consideran que el sexo es importante para tener una buena calidad de vida y demandan que los medios de comunicación muestren con naturalidad que los señores pueden sentir deseo sexual.

9

EN CASTILLA Y LEÓN SE VIVE BIEN

Valoran la vida en esta comunidad autónoma con un 8,0 de media. El 83 % declara que en Castilla y León se vive bastante o muy bien.

10

LA PECULIARIDAD CASTELLANOLEONESA

La sociedad castellanoleonesa cuenta en menor medida que el resto de los españoles con un seguro privado de salud. Seis de cada 10 señores desearían cambiar de residencia a otra comunidad autónoma cuando se jubilen. Se decantan por las costas o regiones limítrofes. Tienen una visión más crítica de los efectos de los parques eólicos en el medio natural.

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 sexta edición. El término barómetro, 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 Castilla y León a través de su consumo, pero también, siguiendo la definición de la RAE, su proceso y evolución.

Así, este *I Barómetro del consumidor sénior*, conforme a datos obtenidos en el otoño de 2025, permite conocer el comportamiento de los mayores castellanoleoneses como consumidores. Respecto a estas últimas, podemos afirmar que los adultos mayores castellanoleoneses 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 quieren seguir viajando por placer, incluso al extranjero. La digitalización de los mayores de 55 años castellanoleoneses se sitúa este año hasta alcanzar 787.000 séniores.

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

Queda recorrido aún en la adaptación a la dependencia de sus hogares, prácticamente el 77 % de las casas de los séniores no están adaptadas para la dependencia. Al mismo tiempo, una parte pequeña 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.

A pesar de todos los datos anteriores que demuestran la fortaleza del colectivo de mayores castellanoleoneses, 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 castellanoleoneses 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 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. En este caso, Castilla y León se salda con 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

P35A. ¿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

P35B. ¿Le gustaría salir o realizar actividades para conocer gente más a menudo?

- Sí
- No

P35C. ¿Te gustaría encontrar pareja, entablar una relación sentimental con alguien?

- Sí
- No

P35D. 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

