

# UNA APROXIMACIÓN A LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS CONSUMIDORES SENIORS EN ESPAÑA: USOS Y VALORES

---

GEMA MARTÍNEZ NAVARRO

MARÍA JESÚS MERINO SANZ

ANA SEBASTIÁN MORILLAS

*gema.martineznavarro@gmail.com; mariajesus.merino@esic.es;  
ana.sebastianmorillas@gmail.com*

*ESIC Business & Marketing School*

## RESUMEN

*En España, el envejecimiento poblacional se ha convertido en uno de los asuntos más preocupantes hoy en día debido a un aumento de la esperanza de vida. Los mayores de 65 años, son el segmento de población que más ha crecido en los últimos años. En este sentido, el presente trabajo en curso analizaría el impacto de las nuevas tecnologías en sus habilidades cognitivas, afectivas y sociales tales como: estilo de vida, aprendizaje, mejora de habilidades, socialización, utilidad terapéutica o fines didácticos. También se estudiaría como el incremento de éstas genera una mayor capacidad integradora en las personas de la tercera edad. Asimismo, se evaluarían las estrategias de las empresas para acercar las nuevas tecnologías a este colectivo. Se espera que los resultados ayuden a las empresas a descubrir nuevas oportunidades de negocio vinculadas a este segmento.*

## Palabras clave:

Seniors, habilidades sociales, nuevas tecnologías, redes sociales, internet, videojuegos.

## 1. Introducción.

El envejecimiento poblacional se ha convertido en uno de los asuntos más preocupantes hoy día en los países occidentales debido a un aumento de la esperanza de vida y la baja tasa de natalidad. Concretamente en España, los mayores de 65 años, son el segmento de población que ha crecido en una proporción considerablemente superior, evolucionando de un 5,2 % a principios de siglo a un 16,7 % en 2009, según el Padrón municipal a 1 de enero de 2009. En concreto hay contabilizadas 7.782.904 personas de 65 y más años. Las proyecciones de población elaboradas por el INE auguran un incremento de este envejecimiento que duplicará el actual. De hecho para el año 2060, los mayores de 65 años supondrán el 29,9% de la población total (INE, 2009). En cuanto al género, existe un desequilibrio en la distribución de personas mayores siendo superior el número de mujeres mayores de 65 años. Según el Libro Blanco del Envejecimiento (IMSERSO, 2010), el 86 % de las personas mayores no supera los estudios primarios, por ello el cambio más significativo en las próximas generaciones que lleguen a una mayor edad, será el mayor nivel educativo de que dispondrán, pero ahora, es imprescindible aprovechar la capacidad de aprendizaje de las personas mayores para participar en iniciativas que permitan su desarrollo personal. La nueva sociedad de tecnología, información y comunicación conlleva peligros y oportunidades. La posibilidad de nuevos analfabetismos (informático, tecnológico, técnico, científico, etc.) constituye un riesgo para las sociedades modernas al incrementar la desigualdad y exclusión entre sus miembros y colectivos. Una de las funciones del aprendizaje a lo largo de la vida es minimizar este peligro y lograr que la sociedad de la información no pierda su dimensión humana (IMSERSO, 2010). El interés por los adultos mayores en el uso de la tecnología informática se identificó a partir de estudios sobre el empleo de su tiempo libre donde aparecía la necesidad del acceso a nuevos conocimientos (Triana y Reyes, 2001). La introducción en la vida cotidiana de las personas mayores de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (T.I.C.) es progresiva, aunque lenta. Según el Libro Blanco del Envejecimiento antes citado, un 17 % de la población mayor declara que tiene en su vivienda ordenador y un 10% acceso a Internet. Usan el ordenador todos los días un 3 % y alguna vez por semana 6 %, e internet un 2 % ,y un 4 % respectivamente. Las diferencias vienen marcadas por la edad. Son principalmente el grupo entre 65 y 70 años quien las utiliza y, por género, los hombres están más interesados que las mujeres. Además el hábitat urbano lidera su uso frente al rural e incluso hay una diferencia notable entre comunidades autónomas. Así, las Comunidades Autónomas en las que sus vecinos mayores más usan Internet son Madrid y Cataluña y en el polo opuesto se sitúan Castilla-La Mancha, La Rioja, Murcia o Extremadura. En los apartados siguientes se lleva a cabo una revisión de la literatura de tres de las principales áreas de las nuevas tecnologías: redes sociales, videojuegos e internet, vinculadas con los consumidores seniors. Se propone descubrir las motivaciones y frenos con los que se encuentran las empresas del sector a la hora de dirigirse a este segmento, y la utilización que este grupo de consumidores hace de las nuevas tecnologías. Para ello, se presenta una metodología cualitativa y cuantitativa que justifiquen las hipótesis de partida.

## 2. La influencia de las redes sociales en los seniors.

Con la perspectiva antes enunciada, donde la penetración de internet en los mayores tiene un ritmo más lento que en otros sectores de la población, cada vez más personas mayores se van desenvolviendo en el mundo on line. A pesar de ello, aún nos encontramos distanciados de los países europeos en relación a la frecuencia con la que los mayores de 65 años se conectan a Internet con regularidad. A modo de ejemplo, un estudio publicado en 2010 por la organización benéfica Booktrust, muestra Internet como una herramienta que está favoreciendo el interés entre los mayores británicos por los libros y la escritura. El 31% de los mayores de 60 años británicos se conectan para publicar historias cortas y participar en clubes de lectura y actividades on line. Según el instituto americano Forrest Research (2000), Estados Unidos cuenta entre sus internautas con un 27% de personas mayores de 55 años y en Europa son más de 100 millones. El uso de las redes sociales más generalistas como Facebook o Twitter está dominado por los jóvenes entre 15 y 25 años aunque los mayores de 55 años han tomado fuerza en redes especializadas como SigoJoven.com,

todomayores.com, los mayores.es o imersomayores.csic.es. Estos portales pretenden facilitar la actividad diaria y mejorar la calidad de vida de los mayores y de personas que trabajan o conviven con ellos. Los usuarios mayores utilizan las redes para mantenerse en contacto con familiares y amigos y para conocer nuevas amistades. También utilizan las Redes para enviar mensajes, leer noticias y compartir fotografías. Según el estudio elaborado por The Cocktail Analysis sobre Redes Sociales (2011), el uso de las redes sociales se está sustentando principalmente desde su funcionalidad como herramienta de comunicación y relación caracterizada por la gratuidad. Si se compara con otras herramientas de comunicación clásicas, especialmente con el teléfono móvil (llamadas, SMS y MMS): “pagas la tarifa de Internet pero te ahorras en llamadas”. Por otra parte, las redes sociales constituyen una plataforma lúdica a través de sus distintos formatos: videos, fotos, juegos, chats e invita a explorar por los perfiles. De esta manera, el usuario es consciente de la potencial audiencia de los propios contenidos. La interacción es fácil, exige poco esfuerzo y es entretenida. Además, tiende a sustituirse el uso del teléfono móvil, fijo, email por el uso de la red social (“hablas con gente con la que normalmente no hablarías”) y aparecen oportunidades para publicar información a tiempo real sobre sus vidas.

### **3. La influencia de los videojuegos en los seniors.**

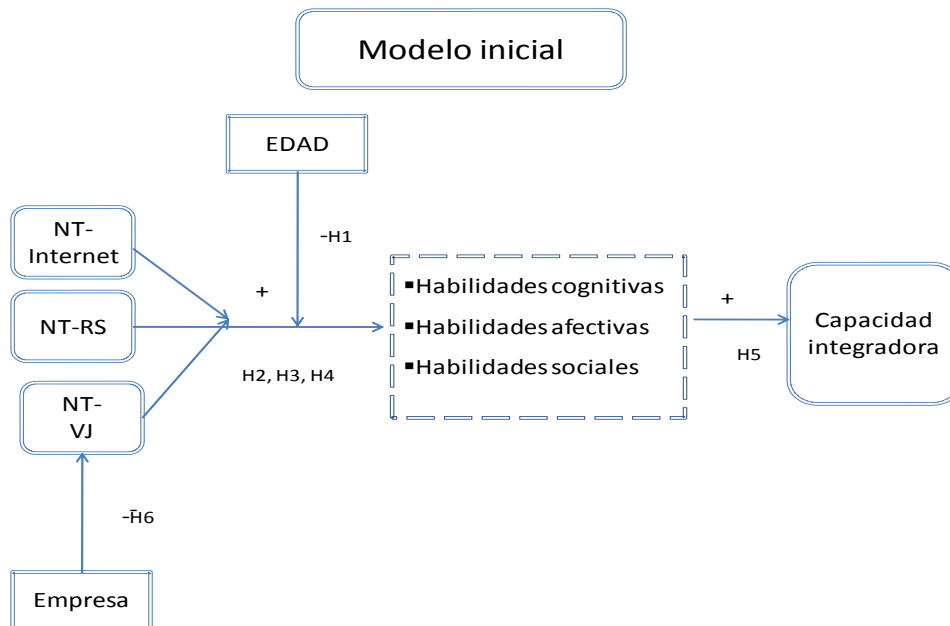
En España el consumo de videojuegos representa el 57% del total del ocio audiovisual, situándose a la cabeza del mismo. Con más de 10 millones de jugadores, España es el cuarto país de Europa con mayor consumo de videojuegos, y el sexto del mundo (ADESE, 2010). Por eso, en nuestro país los videojuegos han adquirido la categoría de industria cultural, comparable al cine, la música, o las artes plásticas. Una vieja aspiración de un joven sector que, en su corta trayectoria (comparado con los clásicos citados), se ha sentido menospreciado a pesar de su envidiable pujanza económica y creativa. Con el paso de los años el gusto por los videojuegos ha dejado de ser patrimonio exclusivo de niños y jóvenes. Así lo demuestra un estudio de la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento en el que se concluye que la mayoría de los jugadores entre 55 y 65 años dedican más de tres horas diarias a jugar. Y uno de cada cuatro mayores de 65 años, juega una vez por semana (ADESE, 2008). Estos datos pueden tener su explicación en que los jugadores mayores de 65 años son el grupo de población que dispone de más tiempo libre para dedicarlo al ocio, menor presión laboral, etc. Cada vez son más los que van incorporando los videojuegos a su vida diaria como herramienta de socialización con sus hijos, nietos, y personas de su misma edad. Históricamente los videojuegos han sido ignorados por este segmento por el miedo a la tecnología, la necesidad de saber informática, conocer y controlar términos extraños y, sobre todo, porque no se habían estudiado los beneficios que pueden aportar los videojuegos. Hoy en día podemos encontrar estudios sobre la relación de los videojuegos con los niños, jóvenes, adolescentes, mujeres y personas de mediana edad, donde se pone de manifiesto cómo, además de ser una forma de entretenimiento y diversión, aportan conocimientos, destrezas, habilidades, etc. Pero no encontramos apenas estudios centrados en la tercera edad, donde se reflejen los beneficios de los videojuegos en este segmento en crecimiento. Poco a poco la publicidad ha ido mostrando cómo la tercera edad interactúa con esta nueva tecnología. La actriz Amparó Baró mostró cómo a las personas mayores también podía resultarles interesante jugar a videojuegos con el título “Brain Training” y Eduardo Punset “alucina” en un spot con la videoconsola portátil Nintendo 3DS. En España hay pocas investigaciones sobre la relación de los videojuegos con la tercera edad. Sin embargo Mihai Nadin, Catedrático de la Estadounidense Universidad de Texas en Dallas, lidera un proyecto de investigación para ayudar a las próximas generaciones de ancianos a mantener sus capacidades cognitivas, de anticipación y físicas en buen estado, y afirma que “Los juegos motivarán a la gente a mantenerse física y mentalmente activa mientras envejece, para conectarse con otros”, sueña con ofrecer un día a los ancianos tardes de golf, natación o boxeo virtuales (La Nación, 2006). Con ello se puede concluir que los videojuegos son una herramienta a tener en cuenta para mejorar la forma de vida de las personas mayores, como dice Nadin “Los videojuegos no son una oportunidad de mercado sino una responsabilidad social”.

### **4. La influencia de Internet en los seniors.**

Las nuevas tecnologías, y en particular Internet, son en la actualidad una de las principales vías de comunicación en el mundo. Este hecho no es ajeno a las personas mayores, que son conscientes de que pueden beneficiarse de esta herramienta para mejorar su calidad de vida a nivel general. Aunque la literatura es cada vez más extensa sobre el tema Internet y seniors, en España se han realizado aún pocos estudios que profundicen estas cuestiones así como en la actitud y en los patrones de búsqueda de información de los mayores en Internet. El desarrollo de Internet en los últimos años ha abierto un gran abanico de posibilidades, especialmente en el área de las personas mayores y además, el crecimiento del número de mayores que se incorporan al uso de nuevas tecnologías es cada vez mayor. De hecho, y como se desprende del último estudio sobre personas mayores realizado por el Imsero (2010), un 60% usan el ordenador alguna vez por semana y un 30% lo hacen todos los días. El mismo estudio refleja además como las tic's se han instalado también en el hogar de nuestros seniors así, el 42% dispone de móvil en casa, el 17% tiene ordenador y el 10% conexión a internet desde el propio hogar. Según datos de la tercera oleada del EGM (octubre - noviembre, 2010) el número de individuos usuarios de internet es del 54,8% de los cuales, un 7,7% tienen edades comprendidas entre los 55 a los 64 años y un 5,4% tienen más de 65 años. El uso de internet por edades también avanza para el caso de los seniors que cada vez amplían más el abanico de posibilidades que Internet les ofrece. Según el último Informe Pew (2010) , realizado por el Pew Research Center, sobre el uso de internet por generaciones, en general, parece existir una tendencia a que ciertas actividades claves de Internet sean cada vez utilizadas de forma más uniforme entre todos los grupos de edad, por lo que las diferencias en el uso de Internet por grupos de edades empieza a reducirse. La relación de los seniors con Internet es cada vez más habitual y se materializa principalmente en la utilización del correo electrónico y de los motores de búsqueda en concreto, para buscar información sobre temas relacionados con la salud. Aunque cabe destacar, que hay una tendencia cada vez mayor a que las personas de más edad amplíen su ámbito de acción y pasen a utilizar Internet también como medio de compra por dos razones principales, han aprendido a hacerlo y además ha aumentado su nivel de confianza en la herramienta (informe "Generaciones online 2010"). Por otro lado, no puede obviarse el valor de esta herramienta como elemento afectivo e integrador para los grupos de mayor edad puesto que Internet permite romper el aislamiento social de los mayores acercándoles de forma activa a la sociedad.

## **5. Esquema inicial e hipótesis de partida.**

**FIGURA 1**  
**Esquema inicial**



*H1: Existe una relación inversa entre las nuevas tecnologías y la edad de los consumidores*

*H2: Para las personas mayores las nuevas tecnologías suponen un instrumento que favorece sus habilidades cognitivas*

*H3: Para las personas mayores las nuevas tecnologías suponen un instrumento que favorece sus habilidades afectivas*

*H4: Para las personas mayores las nuevas tecnologías suponen un instrumento que favorece sus habilidades sociales*

*H5: El desarrollo de las habilidades cognitivas, afectivas y sociales genera una mayor capacidad integradora en las personas de la tercera edad.*

*H6: Las empresas vinculadas a las nuevas tecnologías desarrollan pocas estrategias para fomentar la utilización de nuevas tecnologías por parte de los seniors*

## 6. Metodología.

En cuanto a la naturaleza de la información utilizada se sigue un doble enfoque cualitativo y cuantitativo. Como paso previo a la fase cuantitativa se llevarán a cabo cuatro dinámicas de grupo con consumidores seniors. En concreto, los asistentes a tres de ellas serán consumidores mayores que utilizan internet y a la cuarta asistirán consumidores mayores que tengan acceso a internet pero que no lo utilicen. En esta misma fase, se incluyen cinco entrevistas en profundidad a directivos de marketing de empresas de nuevas tecnologías de información. Por lo que se refiere a la fase cuantitativa se implementará a través de un cuestionario estructurado administrado de forma personal a los entrevistados. De forma general, el universo estará formado por personas de más de 60 años que residan en España y que sean usuarios activos de internet. En relación al alcance geográfico de la muestra se seleccionarán seis ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, Pamplona y Zaragoza con el objetivo de tener una buena representación nacional. El tamaño muestral establecido es de 800 personas y se hará un muestreo estratificado proporcional al tamaño del segmento de personas de más de 60 años y que utilicen internet. Este tamaño muestral supone asumir un error de un 4,9% para un 95% de confianza. El procedimiento de muestreo adoptado será un muestreo de rutas aleatorias, estableciendo cuotas de edad y género para que la muestra refleje la estructura demográfica de la población española. De esta forma, la muestra estará formada por un número similar de hombres y mujeres ponderando las personas mayores de edad inferior a 75 años con un nivel de formación medio. Con los resultados obtenidos en esta segunda fase se realizará un análisis con ecuaciones estructurales, lo que permitirá validar las hipótesis planteadas en el modelo inicial.

## 7. Resultados esperados.

Este trabajo permitirá conocer la relevancia que las nuevas tecnologías tienen o pueden tener en la vida cotidiana de este grupo de consumidores como ya ocurre en Alemania, concretamente en la Universidad de Ulm, con el programa “Learning in Later Life” o en la Universidad de Texas en Dallas, con un proyecto de investigación orientado a ayudar a las próximas generaciones de ancianos a mantener sus capacidades cognitivas, de anticipación y físicas en buen estado. Asimismo, los resultados aportarán a las empresas un mayor conocimiento de este segmento de población para poder dirigirse a ellos de una manera más eficaz. Con esta investigación se pretende estudiar la relación de los seniors con las nuevas tecnologías y analizar cómo han influido en sus vidas y qué repercusiones están teniendo con respecto al aprendizaje, mejora de habilidades, socialización, utilidad terapéutica y fines didácticos.

## Referencias bibliográficas.

- ABELLÁN GARCÍA, A.; ESPARZA CATALÁN, C. (2009). “Percepción de los españoles sobre distintos aspectos relacionados con los mayores y el envejecimiento. Datos de mayo de 2009”. *Madrid, Portal Mayores, Informes Portal Mayores*, nº 91. [Fecha de publicación: 22/06/2009]. Disponible en: <http://www.imsersomayores.csic.es/documentos/documentos/pm-barometro-cis-mayo-2009-01>
- ADESE. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (2010). “¿Cómo se proyecta el videojuego del futuro?” Disponible en: <http://www.adese.es/pdf/videojuegosimport.pdf>
- ADESE. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (2010). “Balance económico de la industria del videojuego 2010”. Disponible en: <http://www.adese.es/pdf/balanceeconomico2010.pdf>
- ADESE. Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (2008). “Hábitos e iniciación a los videojuegos en mayores de 35 años”. Disponible en: <http://www.adese.es/pdf/vjadultosestudio.pdf>
- ANTONUCCI, T.; AKIYAMA, H. (2001). Social Networks in Adult life preliminary examination of de covoy model. En *Jorunal of Gerontology*.
- ARANGUREN, J. L. (1992): *La vejez como autorrealización personal y social*. Ensayo sobre la situación de las personas mayores en la sociedad actual y sus posibilidades de acción. Ministerio de Asuntos Sociales
- BERNARD, M, et al. (2001). “Determining the Best Online Font for Older Adults. Diciembre de 2001 (ref. de 21 de octubre de 2008). Disponible en: <http://www.surl.org/usabilitynews/31/fontSR.asp>
- CAMPOS, L. (2002). “La Tercera Edad en Internet”. (Citado el 12 de Julio 2002). Disponible en: [www.propuente.esbibliotecavirtual](http://www.propuente.esbibliotecavirtual)
- CARRILLO MARQUETA, J.; SEBASTIÁN MORILLAS, A. (2010). Marketing Hero. Las herramientas comerciales de los videojuegos. Esic
- COLEMAN, P.; BOND, J. (1990). “Ageing in the twentieth century”. En BOND, J.; COLEM, P. *Ageing in society. An introduction to Social Gerontology*. Sage. Londres.
- CUBIDES MARTÍNEZ, O. (1999). “Los mayores también navegan por internet”. (Citado 21 Febrero. 1999). Disponible en: [www.Uaambit.org/internet.htm](http://www.Uaambit.org/internet.htm).
- CUENCA, M. (1995). “El tiempo libre y ocio en las personas mayores”, en *Las actividades económicas de las personas mayores*. Seniors Españoles para la Cooperación Técnica.
- DENGRA, R.; BABIANO, N. Y GÓMEZ, J. (2000). “Actitudes de las personas mayores hacia las nuevas tecnologías. En: VALENZUELA, E. y ALCALÁ, E. (eds). El aprendizaje de los mayores ante los retos del nuevo milenio. Madrid: Dykinson. pp. 237-274.
- ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS, EGM (2010). “Audiencia de Internet en el EGM”. 3ª Ola 2010. Octubre-Noviembre 2010
- EQUIPO ANALÍSTA: DÍAZ, C.(Coord). “65 años cumplidos: los ancianos en la Comunidad de Madrid”. Dpto. de Estadística. Consejería de Economía. Madrid.
- FORREST RESEARCH (2000). “Sube la edad promedio de los usuarios de internet”. Disponible en: <http://www.clarin.com.ar/diario/2000-12-27/s-04601.htm>
- GOTTLIEB, B. (1981). Social networks and social support. Beverly Hills, CA: Sage
- GRANDE, I. (1993). Marketing estratégico para la tercera edad. ESIC. Pozuelo de Alarcón

## UNA APROXIMACIÓN A LA INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS CONSUMIDORES...

HAI (2002). El informe sobre el envejecimiento y desarrollo. Pobreza, independencia y las personas mayores en el mundo. Disponible en: <http://www.helppage.org>

INFORME IMSERSO (2010). “Las personas mayores en España”.

IMSERSO (2010). Libro blanco del envejecimiento

INE (2009). “Estimaciones de la Población Actual”

INFORME PEW (2010). “Generaciones online 2010”, Pew Research Center

LA NACIÓN (2006, 9 de octubre). “Videojuegos para la tercera edad”. Disponible en: [http://www.lanacion.cl/prontus\\_noticias/site/artic/20061008/pags/20061008191134.html](http://www.lanacion.cl/prontus_noticias/site/artic/20061008/pags/20061008191134.html)

LENNARTSSON, C.; SILVERSTEIN, M. (2001). “Does engagement with life enhance survival of elderly people in Sweden? The role of social and leisure activities”. *Journals of Gerontology: Social Sciences*, 56B, S335-S342.

NATIONAL INSTITUTE AGING (2008, 21 de octubre). Disponible en: <http://www.nia.nih.gov/NewsAndEvents/PressReleases/PR2001022>

PAVÓN RABASCO, F.; ORTÍZ MÁRQUEZ, I. (2002). “Líneas de investigación en personas mayores y nuevas tecnologías”. *Revista Educación y Pedagogía*. Vol. XIV, No. 33, 2002 pp. 123-134

ROSENBERG, D. et Al. (2010). “Exergames for Subsyndromal Depression in Older Adults: A Pilot Study of a Novel Intervention”. *American Journal of Geriatric Psychiatry*; 18(3): 221-226

THE COCKTAIL ANALYSIS (2011). “Tercera ola del observatorio de redes sociales”

TRIANA ALVAREZ, E. y REYES CAMEJO, T. (2001). El adulto mayor como usuario de las tecnologías de la información y comunicación. *Revista electrónica de Geriátría y Gerontología*