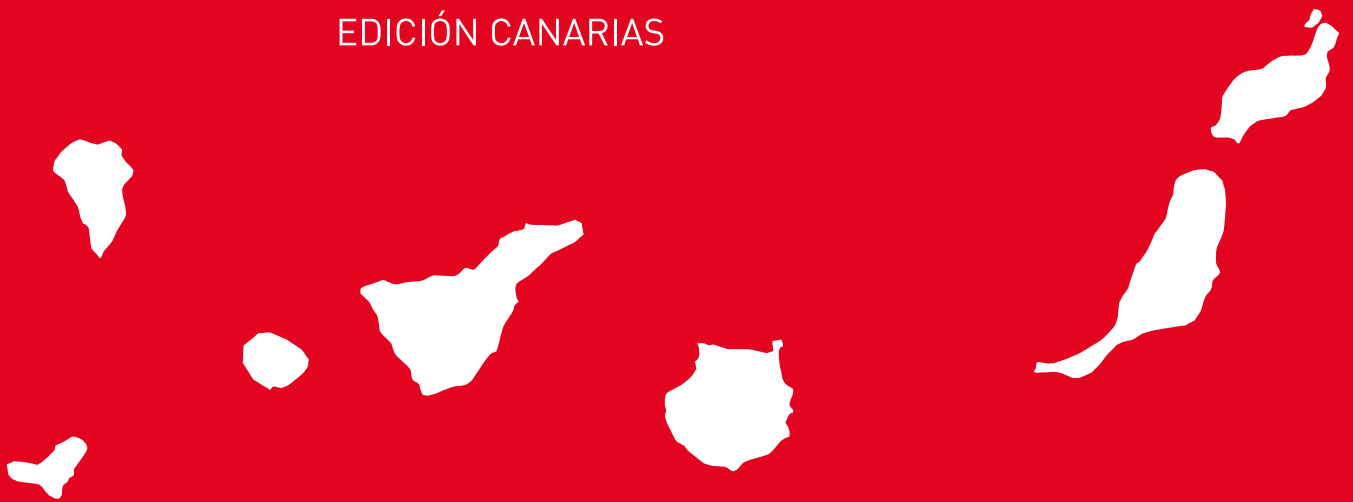


II BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR



ECONOMÍA PLATEADA

EDICIÓN CANARIAS





Índice

Sobre el Centro de Investigación Ageingnomics	4
II Barómetro del consumidor sénior en Canarias	5
Perfil sociodemográfico de los séniores canarios	6
Características del consumidor sénior canario	7
Capacidad de ahorro	7
Poder adquisitivo	11
Vivienda	17
Salud y calidad de vida	21
Tecnología e información	22
Turismo, ocio y consumo	25
Trabajo y jubilación	28
Las 10 claves que definen al consumidor sénior en Canarias	31
Conclusiones	34
Anexo I. Cuestionario	35
Anexo II. Tablas estadísticas	45

|| 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 segunda entrega para Canarias), el mercado laboral (*Mapa de talento sénior* que ya alcanza la tercera edición), las empresas oferentes (*Monitor de empresas de la economía sénior*) y las propias Administraciones (*Ranking de territorios por la economía sénior*, que en 2023 se ha elaborado también para Portugal). Sin olvidar los seminarios académicos en formato *call of papers* siempre en colaboración con universidades o proyectos que pretenden ser de alcance como el de 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.

II BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR EN CANARIAS

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

Diseño muestral: muestra aleatoria, estratificada y con afijación proporcional por sexo y edad, con un tamaño muestral de 400 entrevistas. La distribución de las encuestas de acuerdo a la edad ha sido:

55-60 años:	29 %
61-65 años:	21,3 %
66-70 años:	15,3 %
71 y más años:	34,5 %

Error muestral: ± 5 %, en las condiciones habituales de muestreo con $p = q = 0,5$ y con un nivel de confianza del 95,5 %.

Método: encuesta mixta personal-*online* (CAPI-CAWI), con un cuestionario estructurado y cerrado, con una duración de aproximadamente 12 minutos para su cumplimentación.

Trabajo de campo: en octubre de 2023, garantizando el anonimato de las respuestas de los entrevistados.

Control de calidad: de acuerdo a 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 More Than Research

Manuel Gallego

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS SÉNIORES CANARIOS

INē Instituto Nacional de Estadística	Población total	Población 55 y más		Esperanza de vida	
		Población	%	Mujeres	Hombres
Canarias	2.227.488	734.113	33,0 %	84,3	79,3
España	48.446.594	16.705.812	34,5 %	85	82,2

II BARÓMETRO DEL CONSUMIDOR SÉNIOR Edición Canarias

Comparativa realizada a partir de los datos publicados en el *Barómetro del consumidor sénior 2023* desarrollado a nivel nacional

Distribución por sexo



Distribución por estrato de edad



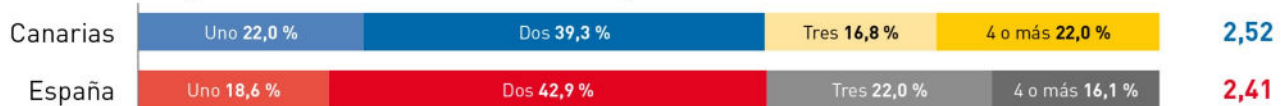
Distribución según rol en el hogar



Distribución por tamaño de hábitat



Distribución según el número de miembros en el hogar



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



CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

CAPACIDAD DE AHORRO

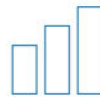
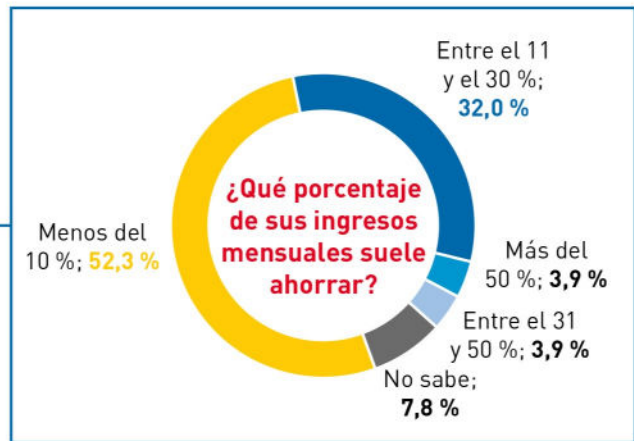


INGRESOS Y AHORRO

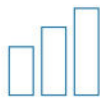
¿Consigue ahorrar a final de mes?



Menos de 4 de cada 10 séniores canarios pueden ahorrar (38 %), de esos, más de la mitad solo puede ahorrar un 10 % o menos.



La capacidad de ahorro ha bajado respecto a 2021.

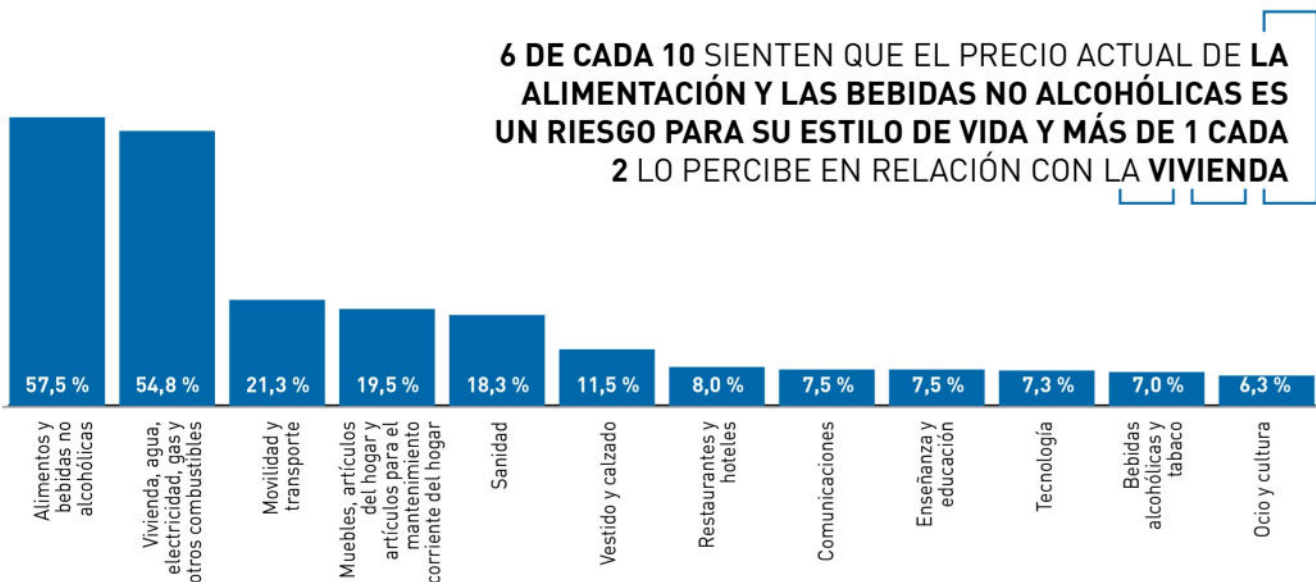


Los séniores canarios tienen menos capacidad de ahorro que el resto de los españoles (48,7 %).

SOLO UN 8 % AHORRA MÁS DEL 30 % DE LOS INGRESOS QUE PERCIBE

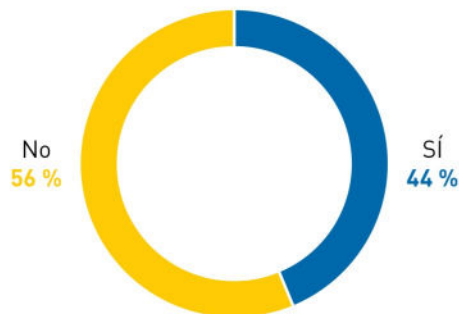
PERCEPCIÓN DE RIESGO DEBIDO AL COSTE

Teniendo en cuenta los precios actuales, ¿cuáles de las siguientes partidas de gasto representan el mayor riesgo para su estilo de vida?



PERCEPCIÓN DE RIESGO

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



Grupos de población sénior que se sienten tranquilos con su situación económica

Jubilados
50 %

Mayores de 65 años
50 %

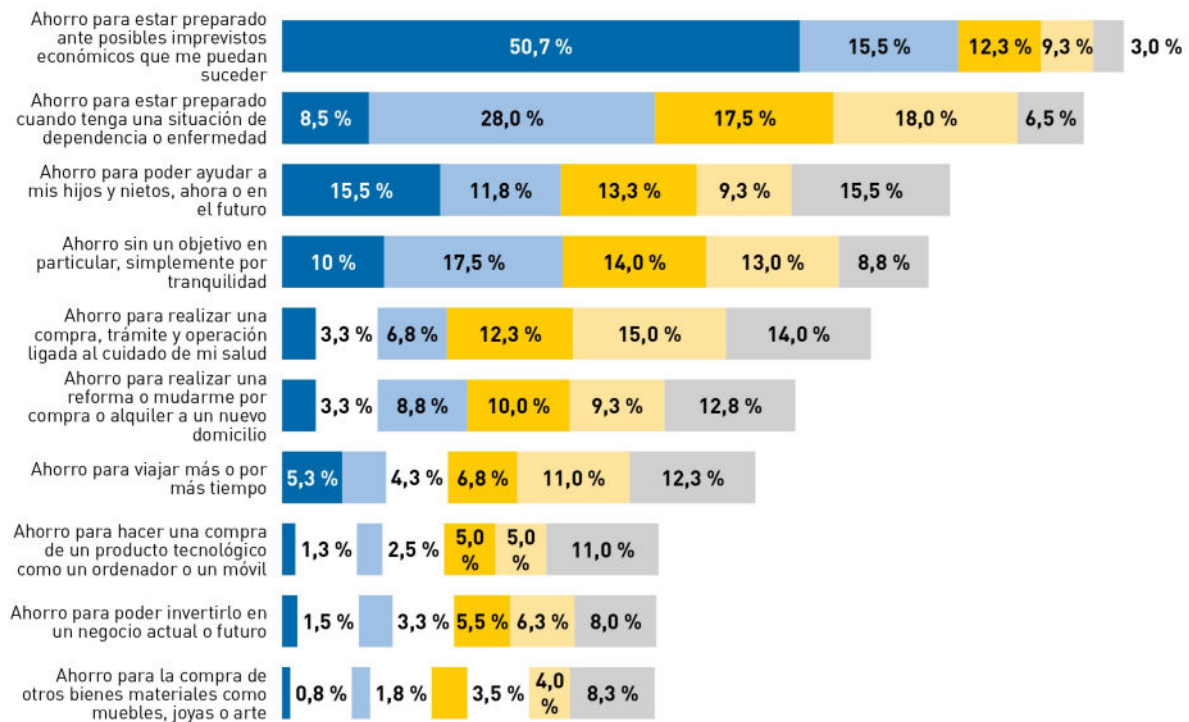
Los séniores canarios están **más inseguros** (56 %) con la **situación económica** que el resto de los españoles (50 %).

MÁS DE LA MITAD DE LA POBLACIÓN CANARIA SÉNIOR (56 %) NO SE SIENTE **SEGURA CON RESPECTO A SU SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL**

FINALIDAD DEL AHORRO

¿Con qué objetivo ahorra?

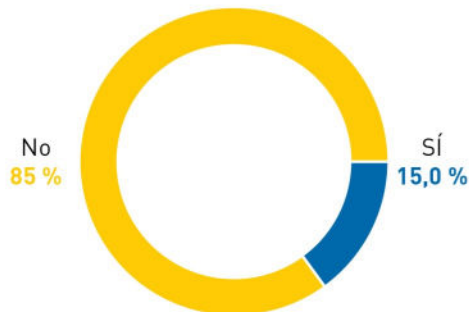
Nivel de prioridad: 1.º 2.º 3.º 4.º 5.º



EL **AHORRO** SE REALIZA CON EL FIN DE OBTENER **SEGURIDAD Y TRANQUILIDAD** ANTE POSIBLES IMPREVISTOS, PARA AYUDAR A FAMILIARES

PLAN DE PENSIONES

¿Tiene contratado algún plan de pensiones?



Los séniore **canarios** tienen menos **planes de pensiones** que el resto de los españoles (24,1 %).

Grupos de población sénior con plan de pensiones



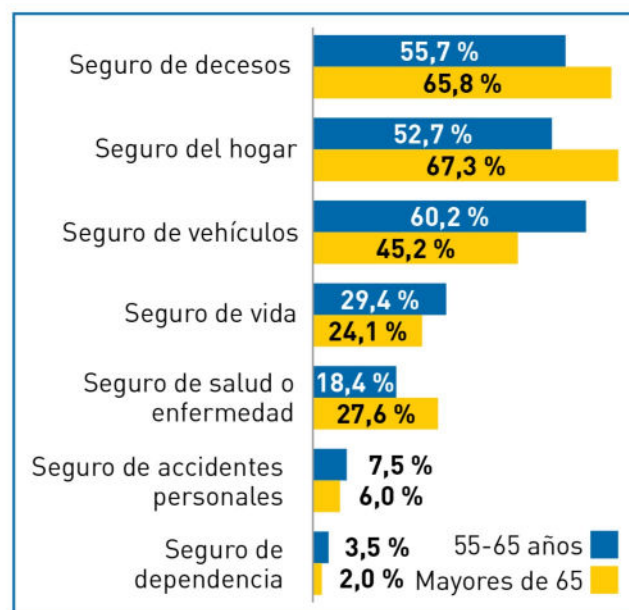
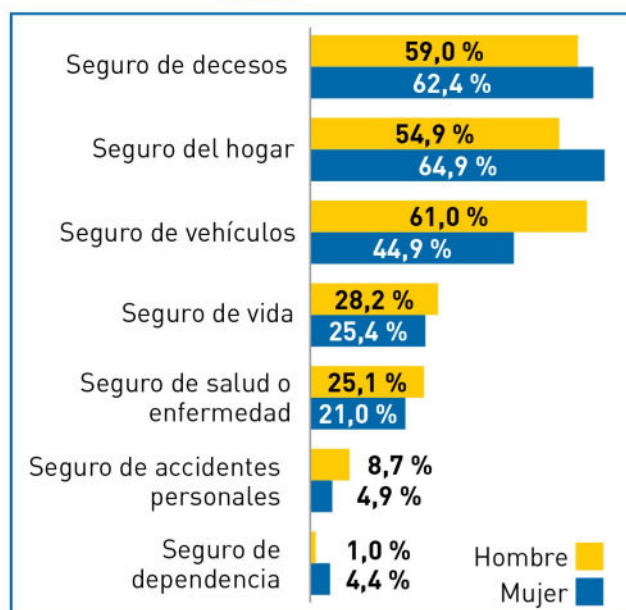
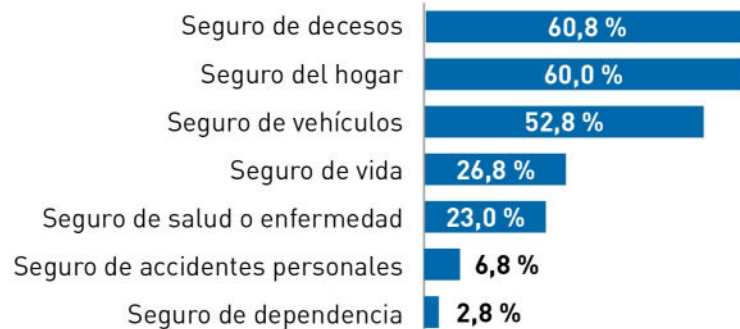
ÚNICAMENTE EL **15 %** DE LOS **SÉNIORES DE CANARIAS** TIENE CONTRATADO ALGÚN **PLAN DE PENSIONES**

SEGUROS CONTRATADOS

¿Tiene contratado algún seguro?



De cuál dispone



La práctica totalidad de los séniore de canarias posee un seguro, siendo los más comunes los de **decesos y hogar**.

Los séniore de canarias tienen **decesos y hogar** mientras que **ellos** tienen más el **seguro del vehículo**.

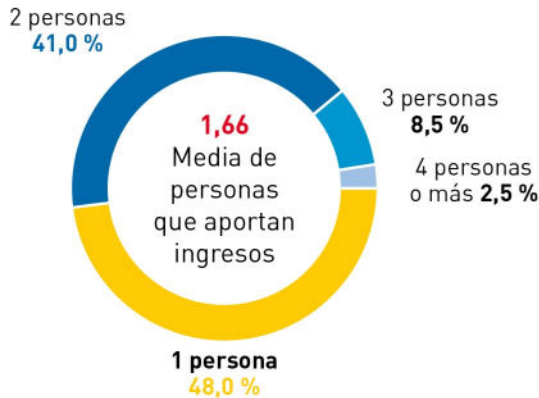
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

PODER ADQUISITIVO



INGRESOS EN EL HOGAR

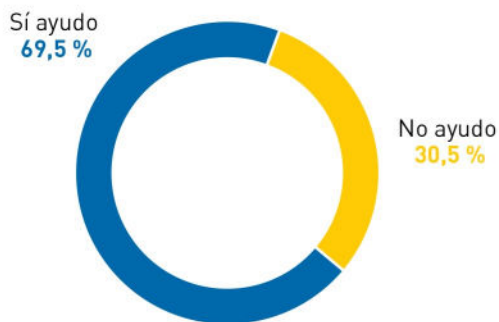
Número de personas que aportan ingresos al hogar



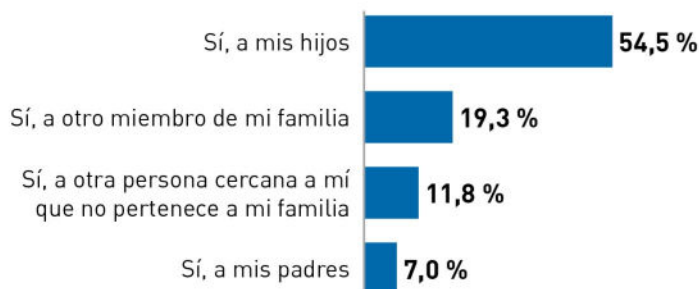
EN MÁS DE LA MITAD DE LOS HOGARES (52 %) DE SÉNIORES CANARIOS HAY **DOS PERSONAS O MÁS** QUE **APORTAN INGRESOS** A LA UNIDAD DE CONVIVENCIA

APOYO ECONÓMICO A PERSONAS DEL ENTORNO

¿Ayuda a algún miembro de su familia o de su círculo cercano?



El porcentaje de séniores canarios que **ayudan** (69,5 %) **ha aumentado desde 2021** (53,4 %).



EL **55 %** DE LA POBLACIÓN SÉNIOR CANARIA **AYUDA ECONÓMICAMENTE A SUS HIJOS**, AUNQUE TAMBIÉN LO HACEN CON OTROS MIEMBROS DE SU FAMILIA O CON PERSONAS DE SU ENTORNO CERCANO

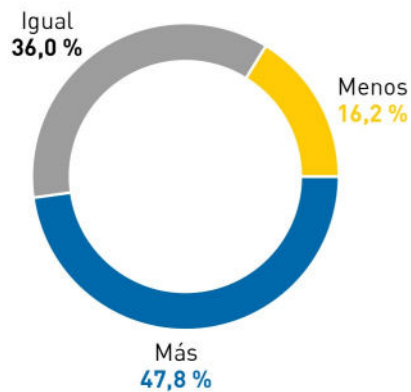
¿Con qué frecuencia se realiza esta ayuda económica?



EL **35 %** DE ESTAS AYUDAS TIENE **CARÁCTER MENSUAL**

PERCEPCIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL APOYO ECONÓMICO

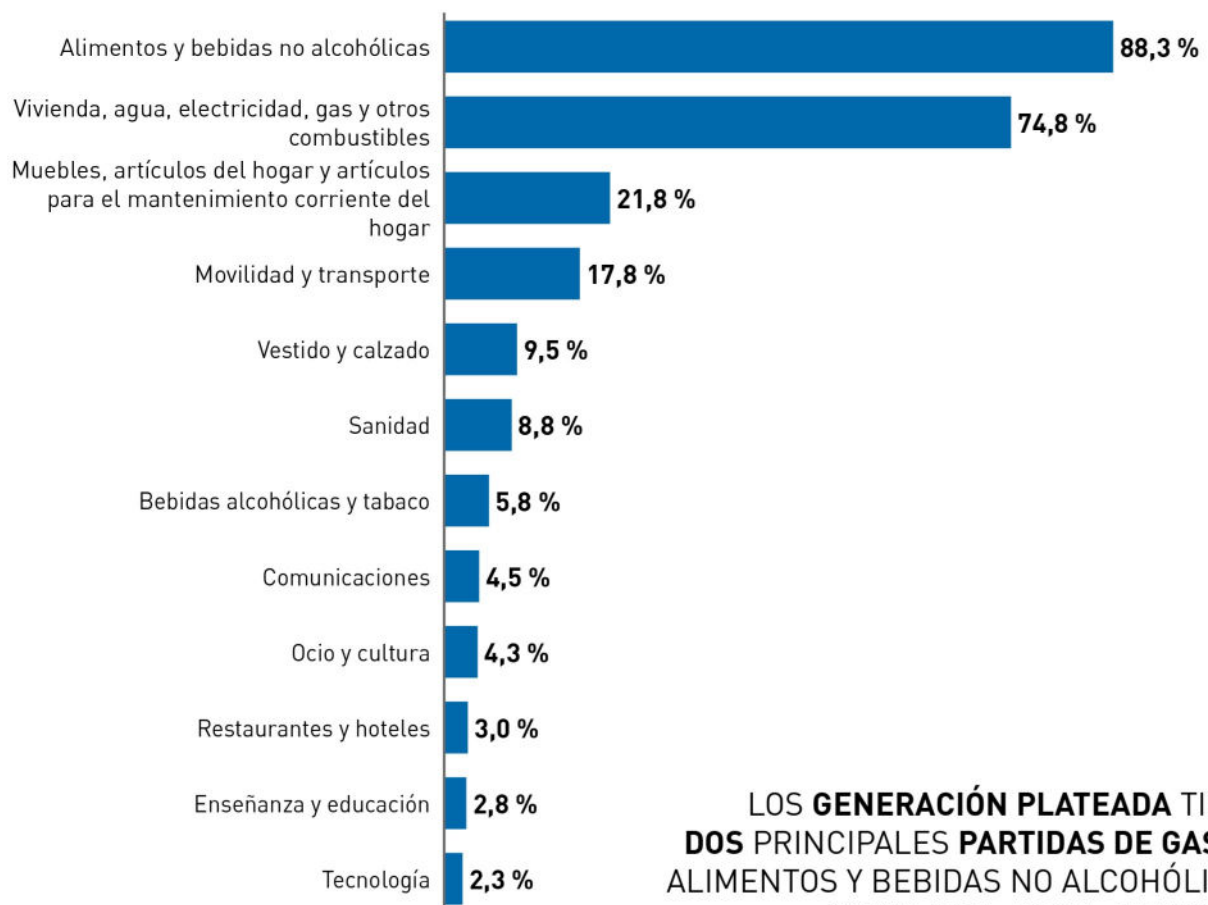
¿En qué medida cree que tendrá que ayudar a sus seres cercanos en el futuro?



CASI LA **MITAD DE LOS SÉNIORES** CANARIOS CREE QUE LA **AYUDA** A SERES CERCANOS TENDRÁ QUE SER **MAYOR EN EL FUTURO** (47,8 %)

PRINCIPALES PARTIDAS DE GASTO

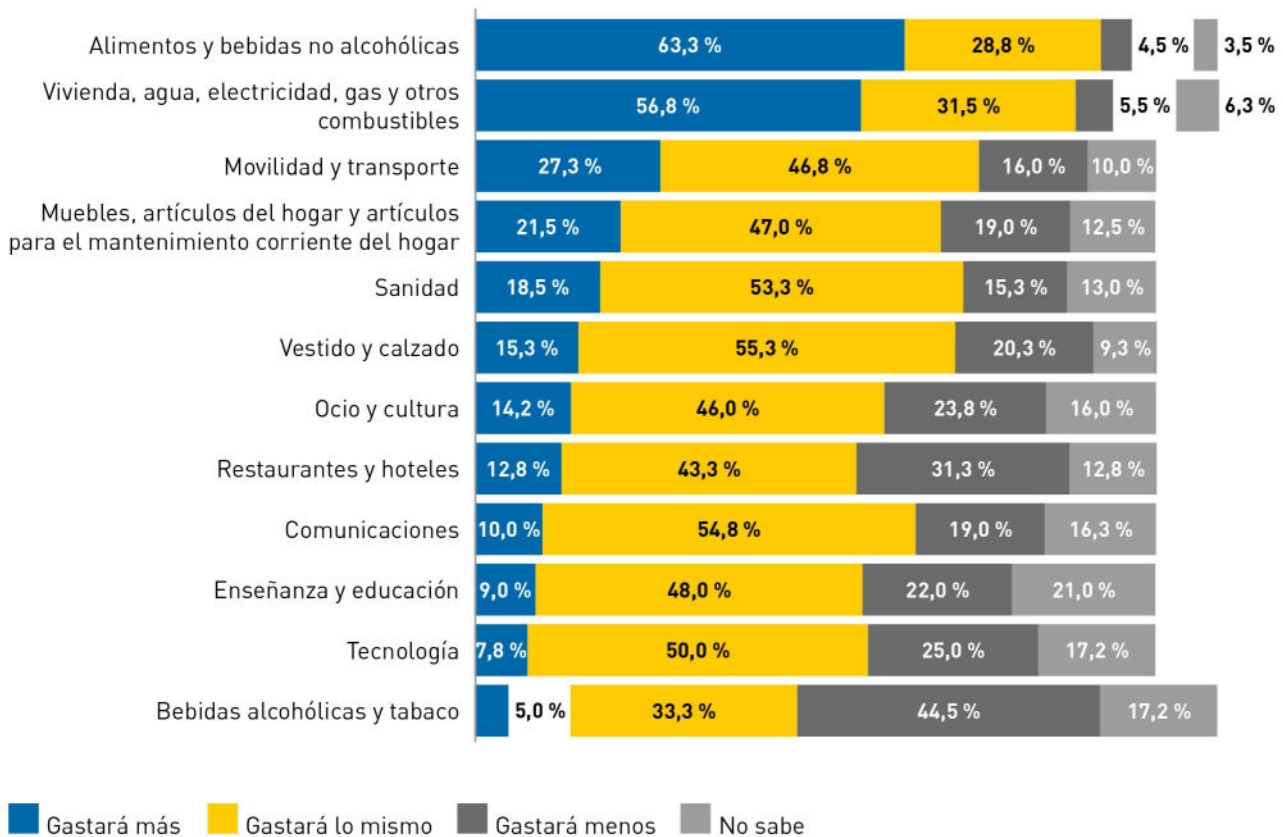
Indique los tres ámbitos en los que, según su percepción, realiza un mayor gasto



LOS **GENERACIÓN PLATEADA** TIENE **DOS PRINCIPALES PARTIDAS DE GASTO:** ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS Y VIVIENDA, AGUA, ENERGÍA Y SUMINISTROS BÁSICOS

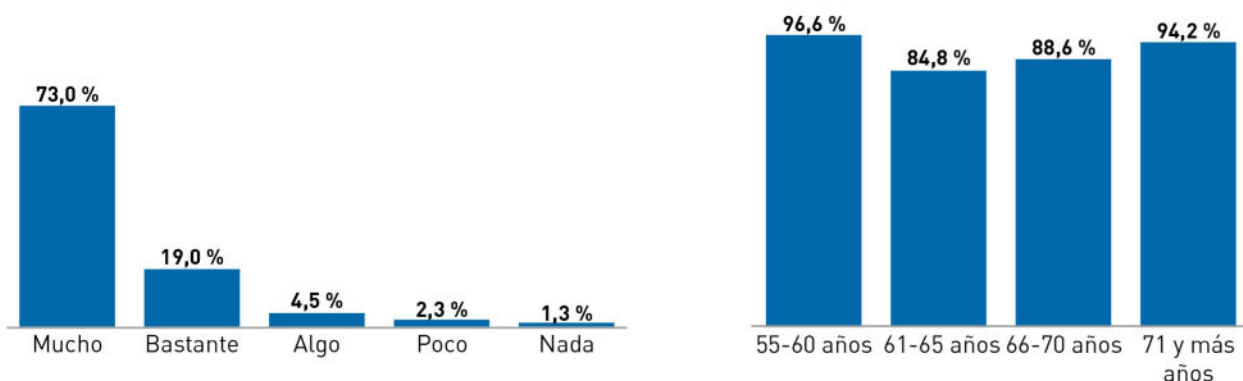
|| PERSPECTIVA DE GASTO

¿En cuáles de los siguientes ámbitos considera que gastará más, en cuáles lo mismo y en cuáles menos que este año?



Para 2024, se prevé un **incremento del gasto en alimentación y vivienda**, así como una **disminución en bebidas alcohólicas y tabaco**.

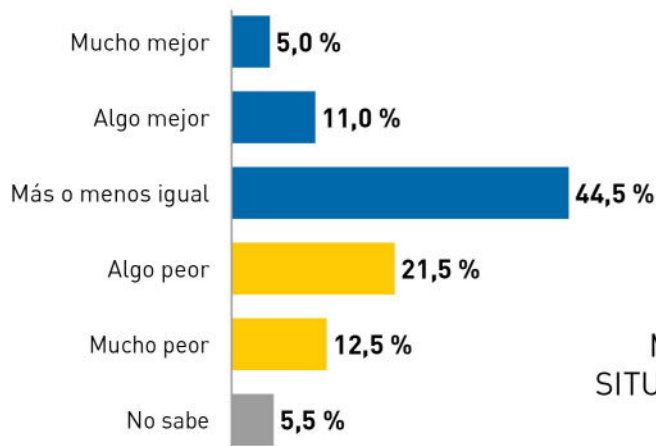
¿En qué medida ha notado la subida de la cesta de la compra?



MÁS DE 9 DE CADA 10 SÉNIORES HAN NOTADO BASTANTE O MUCHO LA SUBIDA DE LOS PRECIOS FRUTO DE LA INFLACIÓN DE LA CESTA DE LA COMPRA (92,0 %)

||| SITUACIÓN ECONÓMICA FUTURA

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

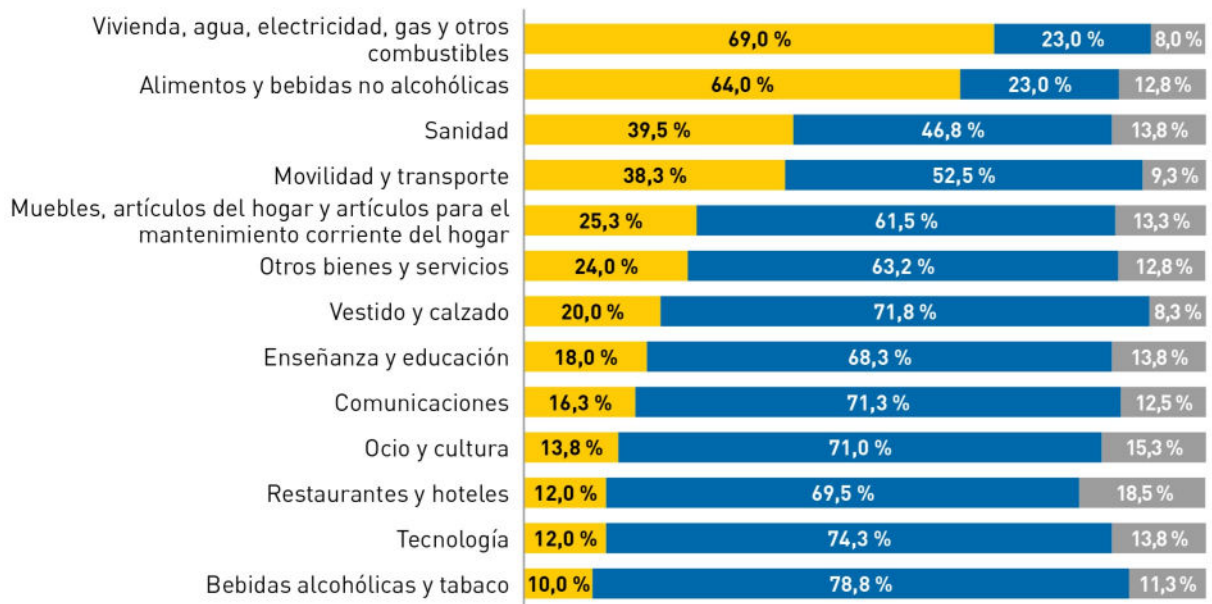


Ha aumentado el pesimismo entre los séniores canarios con respecto al año 2021.

El 34 % de los séniores canarios se muestra más pesimista respecto de su situación económica futura que el resto de los séniores españoles (29 %)

||| DISMINUCIÓN DEL GASTO

¿En qué partidas considera que podría gastar menos sin que se viera afectada la calidad de vida?



No podría gastar menos, aunque quisiera

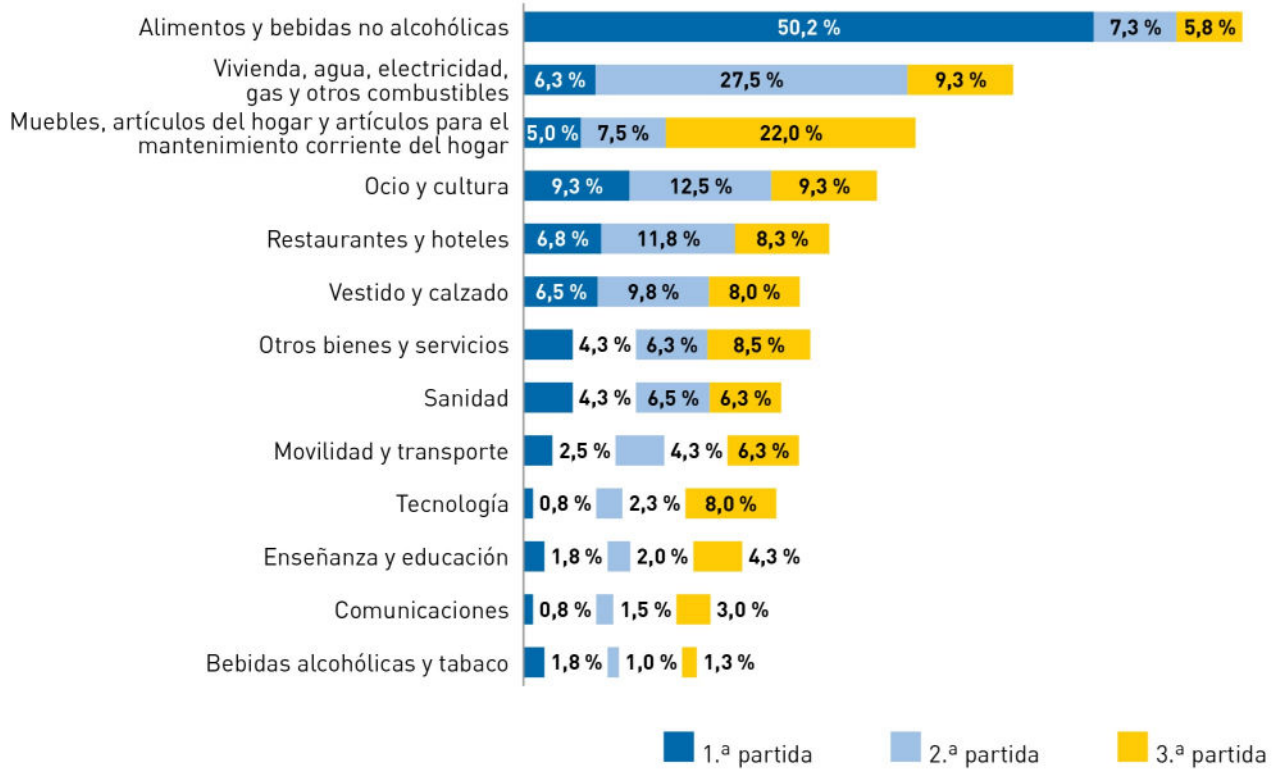
Podría gastar menos sin que bajase mi calidad de vida

Podría gastar menos, aunque bajaría mi calidad de vida

7 DE CADA 10 CANARIOS SÉNIOR CREEN NO PODER GASTAR MENOS EN VIVIENDA (69 %) NI EN ALIMENTACIÓN (64 %) SIN BAJAR SU CALIDAD DE VIDA. POR EL CONTRARIO, 7 DE CADA 10 PIENSAN QUE SÍ PUEDEN HACERLO EN VESTIDO Y CALZADO, EN COMUNICACIONES, OCIO Y CULTURA, TECNOLOGÍA Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO

|| PARTIDAS DE DESTINO DE INGRESOS MENSUALES EXTRA

¿En qué partida gastarías más si tuviera un ingreso extra todos los meses?



EN EL CASO DE DISPONER DE **MAYORES INGRESOS**, LA POBLACIÓN SÉNIOR LOS **INVERTIRÍA EN ALIMENTACIÓN** (63 %) Y SEGUIDO DE **VIVIENDA** (43 %)

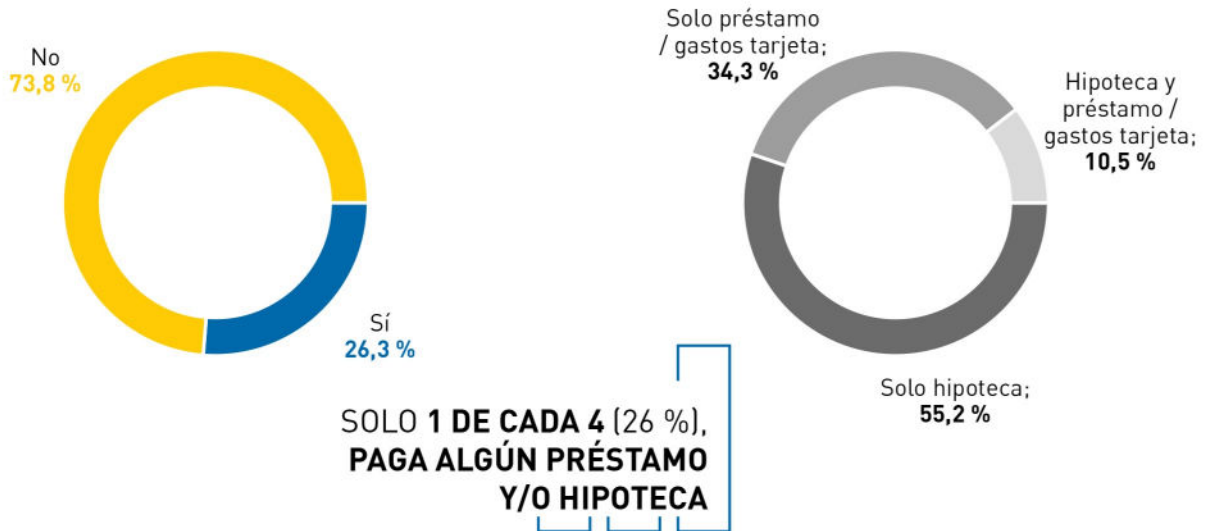
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

VIVIENDA

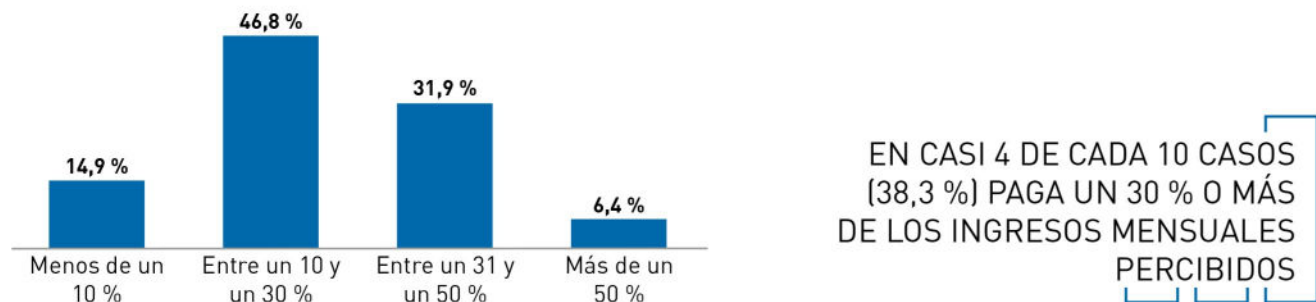


|| PAGO DE PRÉSTAMOS

¿Está pagando algún préstamo o hipoteca? Si es así, ¿de qué tipo?

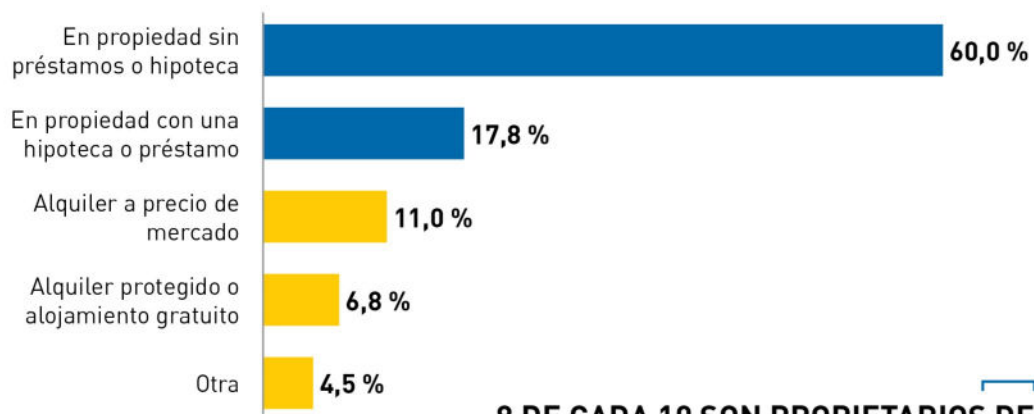


¿Qué porcentaje de sus ingresos mensuales dedica al abono de los préstamos?



|| RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

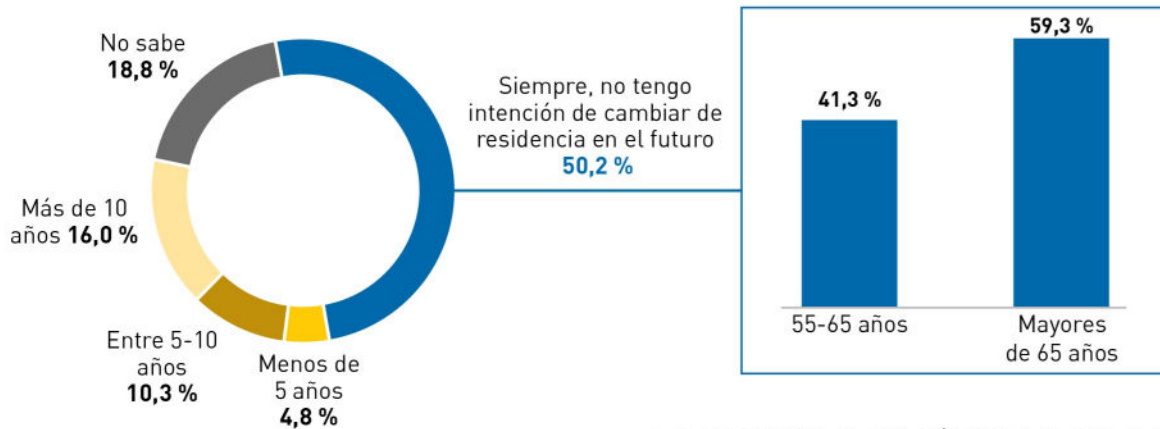
Dígame, por favor, el tipo de vivienda en la que reside



8 DE CADA 10 SON PROPIETARIOS DE SU VIVIENDA. LA MAYORÍA DE LOS SÉNIORES CON VIVIENDA LA TIENEN SIN CARGAS (60 %)

PREVISIÓN DE RESIDENCIA EN LA VIVIENDA ACTUAL

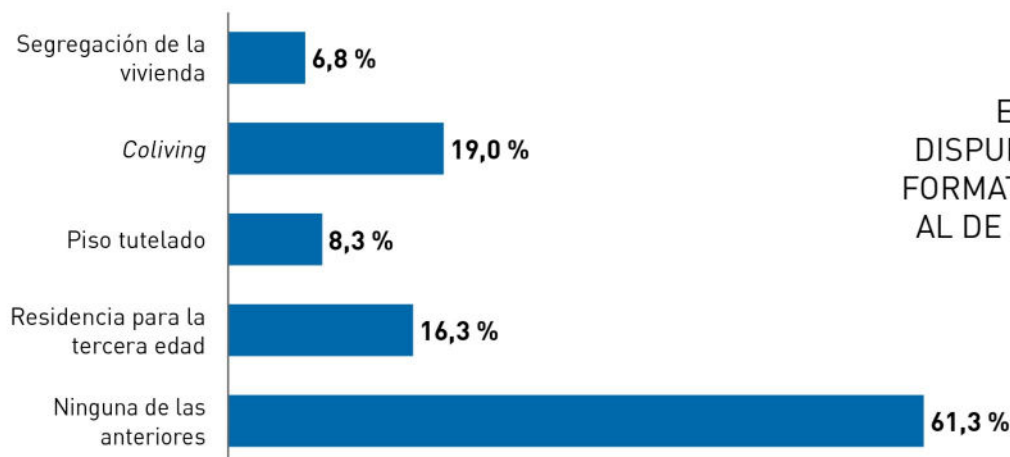
¿Cuántos años cree que seguirá viviendo en su vivienda actual?



LA MITAD DE LOS SÉNIORES (50,2 %) TIENE PREVISTO **RESIDIR EN SU VIVIENDA ACTUAL PARA SIEMPRE**, PORCENTAJE QUE ALCANZA CASI EL 60 % (59,3 %) ENTRE LOS MAYORES DE 65 AÑOS

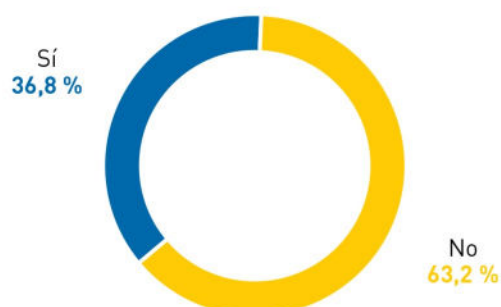
ALTERNATIVAS RESIDENCIALES

¿Viviría usted en alguna de las siguientes opciones?



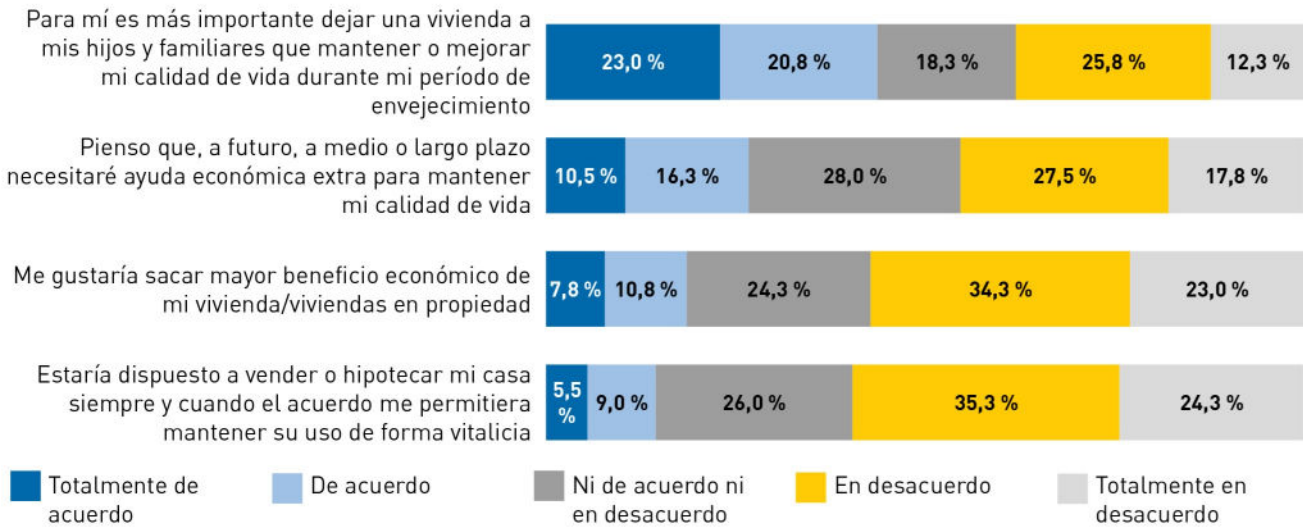
EL 61 % NO PARECE DISPUESTO A RESIDIR EN FORMATOS ALTERNATIVOS AL DE SU HOGAR ACTUAL

¿Estaría dispuesto a cambiar de casa para evitar la soledad y estar más cerca de los suyos?



LA MAYORÍA DE LOS SÉNIORES DE CANARIAS NO ESTARÍA DISPUESTO A CAMBIAR DE CASA

|| RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

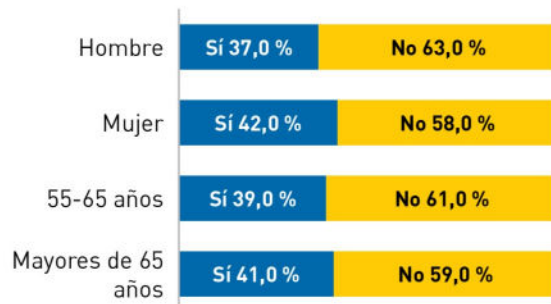
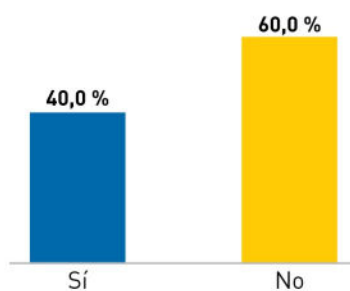


LA POBLACIÓN SÉNIOR DE CANARIAS PRIORIZA DEJAR SU VIVIENDA EN HERENCIA A SUS HIJOS (43,8 %) ANTES QUE SACAR MAYOR BENEFICIO A LA MISMA (18,6 %)

|| CASA ADAPTADA A PERSONA DEPENDIENTE

¿Está su casa adaptada para una persona dependiente?

Distribución según sexo y edad



LA MAYORÍA DE LA POBLACIÓN SÉNIOR DE CANARIAS RECONOCE QUE NO TIENE SU CASA ADAPTADA PARA UNA PERSONA DEPENDIENTE

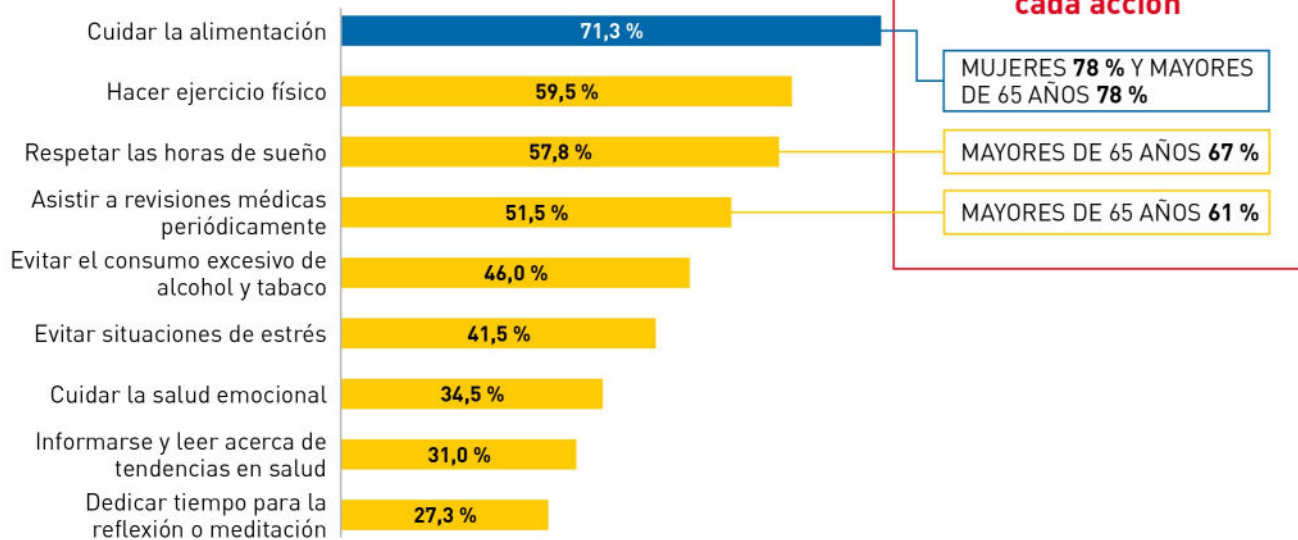
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

SALUD Y CALIDAD DE VIDA



|| CUIDADO DE LA SALUD

De las siguientes acciones que voy a leer, ¿cuáles suele realizar habitualmente?

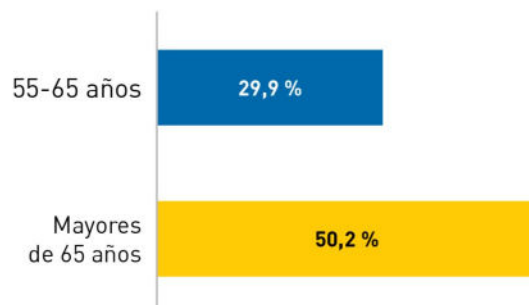
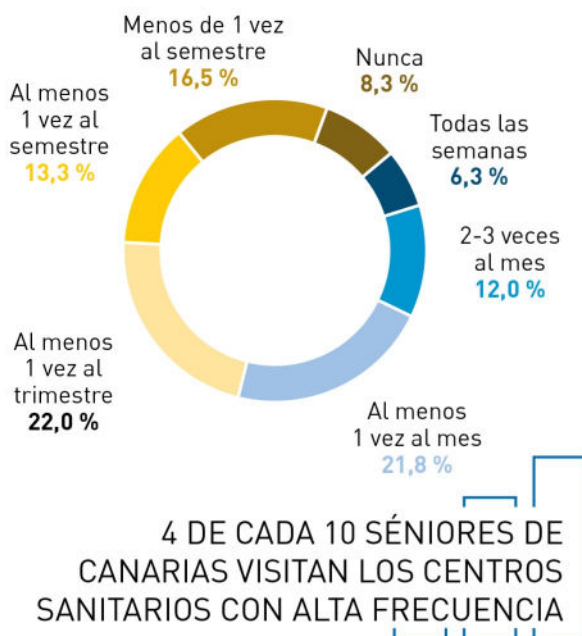


MÁS DE LA MITAD DE LOS CANARIOS SÉNIOR SUELE PASAR REVISIONES MÉDICAS (52 %), HACE EJERCICIO FÍSICO (60 %) Y RESPETA LAS HORAS DE SUEÑO (58 %). SIN EMBARGO, ES POCO COMÚN QUE ACCEDAN A INFORMACIÓN SOBRE SALUD (31 %) O PONGAN ATENCIÓN A LA SALUD EMOCIONAL, LA REFLEXIÓN Y LA MEDITACIÓN (27 %)

|| FRECUENCIA DE LAS VISITAS A CENTROS SANITARIOS

¿Con qué frecuencia suele realizar visitas a centros sanitarios?

Visitan el centro de salud al menos 1 vez al mes



LOS MAYORES DE 65 AÑOS SON LOS SÉNIORES QUE ACUDEN CON MÁS FRECUENCIA A LOS CENTROS SANITARIOS

CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

TECNOLOGÍA E INFORMACIÓN

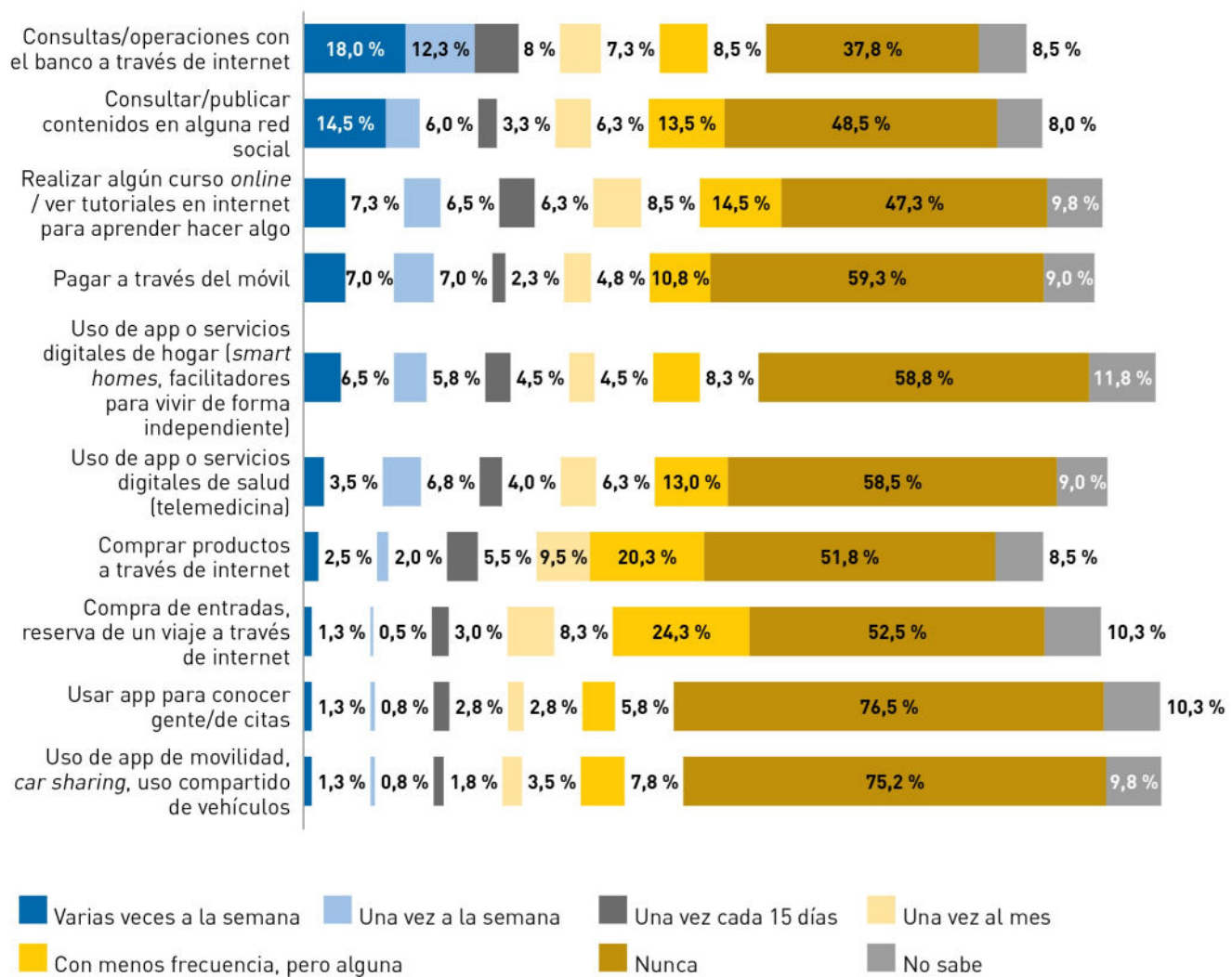


HÁBITOS TECNOLÓGICOS

¿Con qué frecuencia realiza cada una de las siguientes actividades de forma online?

Los principales usos de internet son la lectura de noticias y periódicos, el correo electrónico y la banca electrónica (68,3 % Canarias frente al 66,8 % versus media nacional).*

LAS ACTIVIDADES ONLINE QUE LOS CANARIOS SÉNIOR REALIZAN CON MAYOR FRECUENCIA SON CONSULTAR EL BANCO Y VER CONTENIDOS EN REDES



Un 87,6 % de los séniores canarios accedió a internet en los últimos 3 meses, frente a una media nacional del 86,9 %.*

En cuanto al comercio electrónico, un 44,4 % de la población sénior de Canarias realizó compras por internet por debajo de la media nacional (56,2 %).*

*Fuente: INE 2023 (55-74 años).

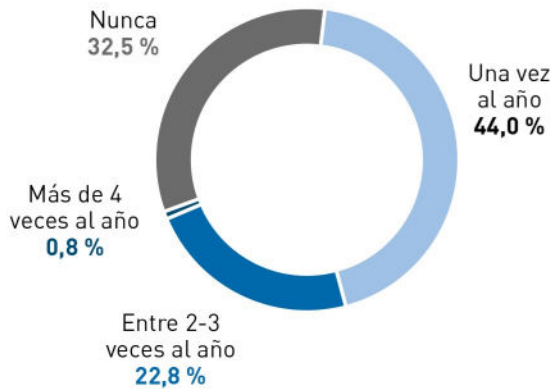
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

TURISMO, OCIO Y CONSUMO



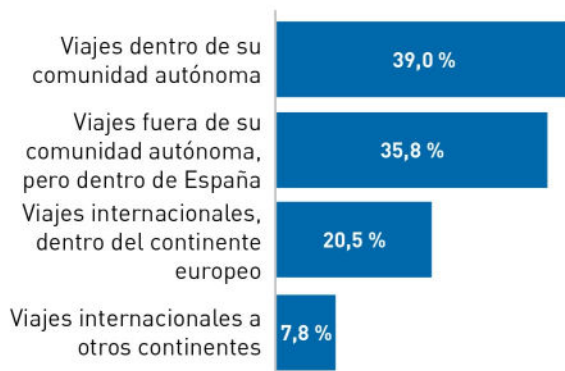
|| FRECUENCIA DE VIAJES

¿Cuántas veces ha realizado viajes de dos o más días por motivos de ocio o turismo en el último año?



CASI 7 DE CADA 10 SÉNIORES DE CANARIAS HAN VIAJADO POR VACACIONES EN EL ÚLTIMO AÑO

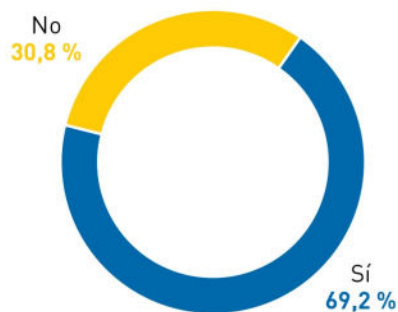
¿A cuál de los siguientes destinos lo hará?



PRINCIPALMENTE VIAJAN POR TURISMO EN SU COMUNIDAD (39 %) O FUERA DE ELLA, PERO DENTRO DE ESPAÑA (36 %). EL 28 % TIENE PLANEADO VIAJAR AL EXTRANJERO

|| PERSPECTIVAS DE FUTURO

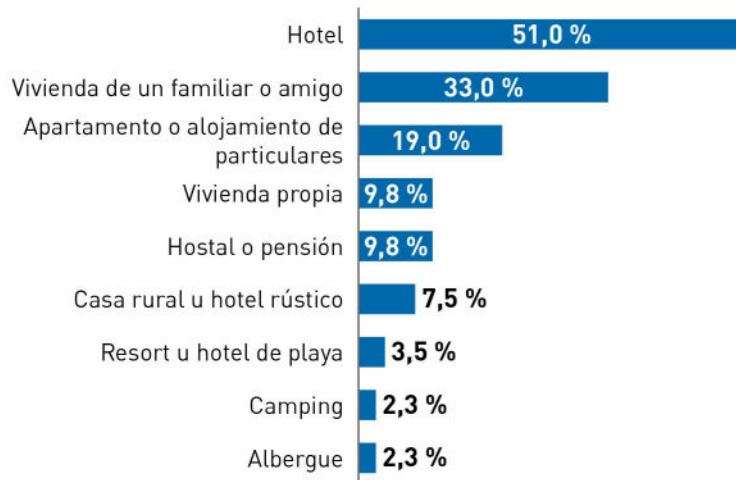
¿Planea realizar algún viaje por ocio o turismo en el próximo año?



LA **MAYORÍA** DE LA POBLACIÓN SÉNIOR DE CANARIAS (69 %) TIENE PREVISTO **REALIZAR ALGÚN VIAJE** POR OCIO O TURISMO A LO LARGO DEL **PRÓXIMO AÑO**

ALOJAMIENTO HABITUAL

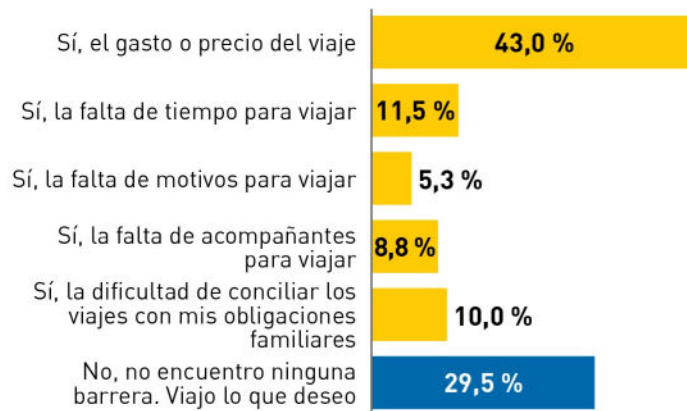
¿Dónde suele alojarse cuando viaja por ocio o turismo?



LOS HOTELES SON EL TIPO DE ALOJAMIENTO MÁS COMÚN PARA LOS SÉNIORES CANARIOS (51 %) EN SUS VIAJES POR OCIO. EL RESTO DE LAS ALTERNATIVAS SON MENOS FRECUENTES, AUNQUE ENTRE ELLAS DESTACAN LAS VIVIENDAS DE FAMILIARES O AMIGOS (33 %)

BARRERAS PARA VIAJAR

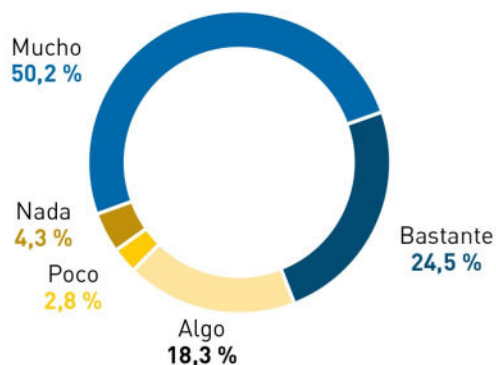
¿Encuentra alguna barrera a la hora de emprender un viaje por ocio y turismo?



7 DE CADA 10 RECONOCEN ENCONTRAR BARRERAS DE DISTINTO TIPO A LA HORA DE EMPRENDER UN VIAJE, SIENDO EL PRECIO EL PRINCIPAL PROBLEMA

PRECIO DE HOTELES, RESTAURANTES

¿En qué medida ha notado el aumento de precios en hoteles, restaurantes, etc.?



EL 75 % DE LOS SÉNIORES CANARIOS HAN NOTADO MUCHO O BASTANTE EL AUMENTO DE PRECIOS EN HOTELES, RESTAURANTES, ETC.

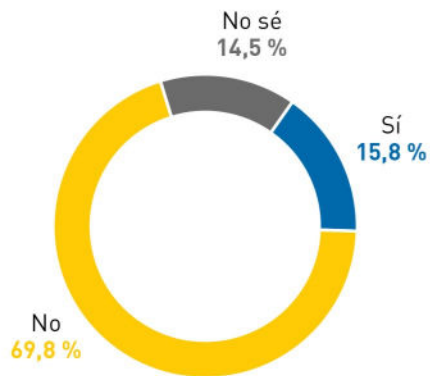
CARACTERÍSTICAS DEL
CONSUMIDOR SÉNIOR CANARIO

TRABAJO Y JUBILACIÓN



VIDA LABORAL

¿Alargaría usted su vida laboral/le hubiera gustado alargar más allá de la edad legal de jubilación?



ALGO MENOS DE 2 DE CADA 10 (16 %) DESEA ALARGAR SU VIDA LABORAL MÁS ALLÁ DE LA EDAD DE JUBILACIÓN

ACORTAR LA JORNADA LABORAL

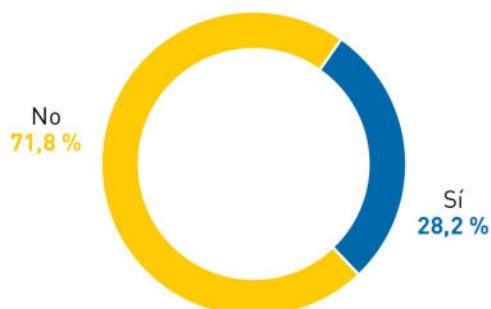
¿Estaría dispuesto a trabajar 4 días a la semana, aunque ello supusiera una rebaja proporcional de su sueldo?



ALGO MÁS DE UN TERCIO (35 %) ESTARÍA DISPUESTO A TRABAJAR UN DÍA MENOS, AUNQUE ELLO LE SUPUSIERA UNA REBAJA EN SU SUELDO

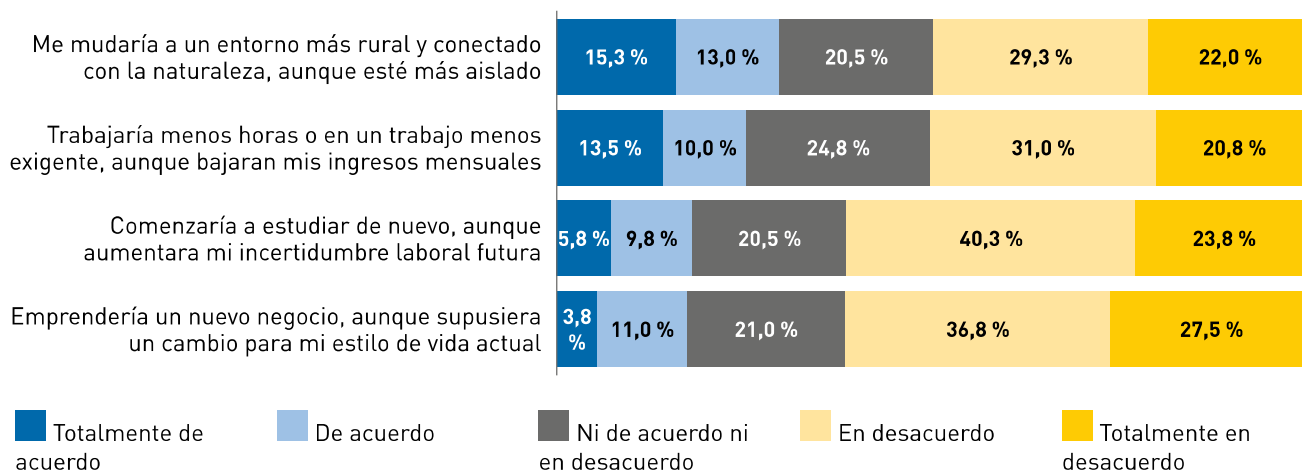
COMPATIBILIZAR TRABAJO Y PENSIÓN

¿Cree que es fácil compatibilizar trabajo y pensión?



EL 71,8 % DE LOS SÉNIORES DE CANARIAS NO CONSIDERAN FÁCIL COMPATIBILIZAR TRABAJO Y PENSIÓN

¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?



LA MAYORÍA DE LOS SÉNIORES CANARIOS (51,8 %) NO ESTARÍAN DISPUESTOS A REDUCIR SU JORNADA LABORAL SI ESO SUPONE UNA REDUCCIÓN DE SU SALARIO

MAYORITARIAMENTE LOS SÉNIORES CANARIOS NO ESTÁN DISPUESTOS A EMPRENDER NI A COMENZAR A ESTUDIAR CON INDEPENDENCIA DE LAS VENTAJAS ASOCIADAS

LAS 10 CLAVES

QUE DEFINEN AL CONSUMIDOR
SÉNIOR EN CANARIAS

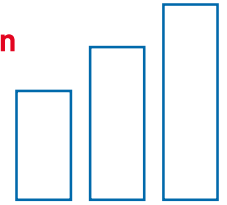


LAS 10 CLAVES QUE DEFINEN AL

1

Los hogares de los séniores de Canarias tienen una situación económica ambivalente con mayores que disfrutan de ahorros e ingresos y otros, sin excedente alguno

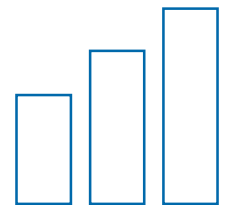
El porcentaje de la población sénior que dispone de más de un ingreso en el hogar es del 52 % y menos del 40 % tiene la capacidad de ahorrar (38 %).



2

Son un soporte económico para sus seres cercanos

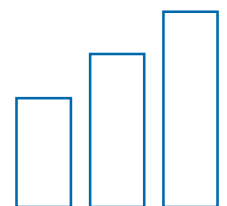
Siete de cada 10 séniores de Canarias ayudan económicamente a miembros de su familia o personas de su entorno cercano y una gran mayoría piensa que irá a más en los próximos años.



3

La inflación les ha impactado y creen que irá a más a pesar de las previsiones económicas

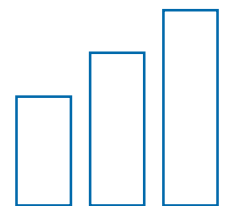
Es aplastante la mayoría de los séniores que han notado mucho o bastante (92,0 %) la subida de los precios fruto de la inflación de la cesta de la compra. Para 2024, prevén un incremento del gasto en vivienda, combustible y alimentación.



4

Consideran que tienen poco margen para reducir el gasto en vivienda porque limitaría su calidad de vida

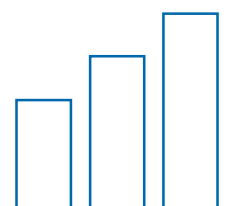
Nueve de cada 10 séniores de Canarias creen no poder gastar menos en vivienda (92 %) ni en calzado (92 %) ni en transporte (91 %) sin bajar su calidad de vida. Por el contrario, 2 de cada 10 piensan que sí pueden hacerlo en restauración.



5

Los séniores prefieren en mayor medida dejar la vivienda a sus hijos que sacarle rédito económico

La población sénior de Canarias prioriza dejar su vivienda en herencia a sus hijos (43,8 %) antes que sacar mayor beneficio a la misma (18,6 %).

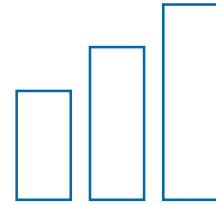


CONSUMIDOR SÉNIOR EN CANARIAS

6

No tienen intención de cambiar de vivienda a futuro

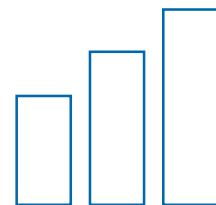
Seis de cada 10 no parecen dispuestos a residir en formatos alternativos al de su hogar actual, aunque 6 de cada 10 son conscientes de que sus hogares no están adaptados a la dependencia.



7

La confianza en el sistema público de pensiones es alta

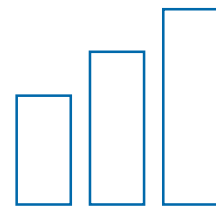
Solo el 15 % tiene contratado un plan de pensiones. Menos de 2 de cada 10 (16 %) alargarían su vida laboral más allá de la edad de jubilación y son conscientes de que no es fácil compatibilizar trabajo y pensiones (72 %). Mayoritariamente no están dispuestos a emprender (64,3 %) ni a comenzar a estudiar (64 %) con independencia de las ventajas asociadas.



8

Son pesimistas con la situación económica

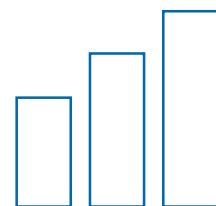
Ocho de cada 10 séniores creen que la situación económica empeorará, que tendrán que ayudar más a sus seres cercanos (83,8 %), pero al mismo tiempo menos de la mitad (43,8 %) se siente seguro con su bienestar personal.



9

Continúan viajando, especialmente a destinos nacionales

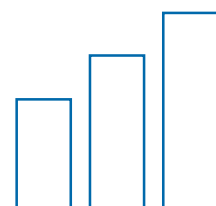
Un 67,6 % viajó por turismo en el último año y un 69 % prevé hacerlo en 2024, primando las islas Canarias (39 %) y el resto de España (36 %) como principales destinos.



10

Los séniores de Canarias son cada vez más digitales

El colectivo de séniores canarios presenta un comportamiento digital muy similar al del conjunto de España, con porcentaje de uso mayores en relación a la consulta de lectura de noticias, al uso del correo electrónico y a la banca *online*.



CONCLUSIONES

El Centro de Investigación Ageingnomics de Fundación MAPFRE inició su andadura a finales de 2020 precisamente con un barómetro para medir el consumo sénior para el conjunto de España. En el año 2021, gracias a la entonces Fundación MAPFRE Guanarteme, hoy Fundación MAPFRE Canarias, se publicó el primer barómetro del consumidor sénior canario.

Este II Barómetro que tiene en sus manos mide también, como el del año 2021, el estado de la población mayor de 55 años en Canarias a través de su consumo y estado de ánimo ante eventualidades económicas, como la inflación, y personales, como el ahorro, el trabajo o la residencia.

Así, este II Barómetro del consumidor sénior. Edición Canarias, conforme a los datos obtenidos en el otoño de 2023, permite conocer los cambios en el comportamiento de los mayores canarios como consumidores y corrobora algunas tendencias. Respecto a estas últimas podemos afirmar que los adultos mayores mantienen una posición económica más frágil que sus pares del resto de España. También se cuidan, van poco al médico hasta los 70 años y la mayoría quiere seguir viajando como hasta ahora, por placer. La digitalización de los mayores españoles ha seguido avanzando en Canarias, así como en el conjunto de España.

No obstante, se ha detectado un pesimismo de los séniores respecto a la escalada de los precios y su impacto en los gastos en alimentación y residencia. La alta inflación les inquieta porque no ven margen de ahorro alguno en partidas como la cesta de la compra y la vivienda.

Como cuestiones a destacar hay que subrayar la confianza que atesoran en el actual sistema de

pensiones ya que los séniores canarios rechazan la posibilidad de obtener ingresos extraordinarios bien sea alargando su vida laboral o emprendiendo como profesionales autónomos. También en cuanto a la vivienda, no tienen intención de cambiar de hogar a pesar de que la gran mayoría de sus casas no están adaptadas para la dependencia.

Por primera vez este informe permite medir la evolución al compararse los resultados de 2023 con los de 2021. El estudio de esta información nos lleva a afirmar que los canarios mayores de 55 años tienen menor capacidad de ahorro que hace dos años y son más pesimistas que entonces. Al mismo tiempo, si se miden estas cuestiones en relación con el conjunto de españoles (IV Barómetro del consumidor sénior), se concluye que la fortaleza económica de los séniores canarios es menor que la del resto de españoles.

A pesar de todos los datos anteriores, algunos de ellos demuestran la fortaleza del colectivo de mayores canario, como el aumento considerable respecto a 2021 de los ingresos que destinan a ayudar a seres cercanos o su apuesta por seguir viajando por turismo.

Nuestro compromiso es dar seguimiento a los hallazgos de este barómetro canario para contrastarlos, pero también continuar con la difusión de la positiva imagen del colectivo sénior entre el tejido económico de cara a que surjan nuevas iniciativas que generen empleo y riqueza, y también resuelvan las nuevas necesidades de los séniores. Canarias puede beneficiarse de este dividendo demográfico europeo atrayendo séniores retirados o aun activos, que aspiran a trabajar en remoto desde un territorio con el mejor clima del mundo. Un euro plateado para las islas Canarias.

ANEXO I. CUESTIONARIO



ENCUESTA IV BARÓMETRO DEL SÉNIOR 2023

P1. Podría decirme si usted o algún miembro de su familia trabaja en alguno de los siguientes sectores:

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

A1. Eres:

1. Hombre
2. Mujer

A2. ¿Cuántos años tienes? _____ años. Edad en tramos

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

A3. Provincia de residencia

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

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

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

___ n.º de personas

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

___ n.º de personas

A7. ¿Es usted el cabeza de familia, es decir, 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 del sustentador/a principal?

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

A10. ¿Cuál es su situación laboral?

A11. ¿Cuál es la situación laboral del sustentador/a principal?

(Entrevistado y cabeza de familia)

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

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

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

P1. De los siguientes ámbitos que se muestran. Por favor, elija los tres en los que realiza un mayor gasto.

RESPUESTA MÚLTIPLE. MÁXIMO 3 RESPUESTAS

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

P2. Y pensando en el próximo año 2024, ¿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

1. Alimentos y bebidas no alcohólicas
 2. Bebidas alcohólicas y tabaco
 3. Vestido y calzado
 4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles
 5. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 6. Sanidad
 7. Movilidad y transporte
 8. Comunicaciones
 9. Ocio y cultura
 10. Enseñanza y educación
 11. Restaurantes y hoteles
 12. Tecnología
 13. Otros bienes y servicios
- Gastará más
- Gastará lo mismo
- Gastará menos
- No sabe

P3. Ahora ¿en cuáles de las siguientes partidas de gasto considera que tiene usted mayor capacidad para gastar menos si fuera necesario sin que eso supusiera bajar su calidad de vida? RESPUESTA ÚNICA POR ÁMBITO

1. Alimentos y bebidas no alcohólicas
 2. Bebidas alcohólicas y tabaco
 3. Vestido y calzado
 4. Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles
 5. Muebles, artículos del hogar y artículos para el mantenimiento corriente del hogar
 6. Sanidad
 7. Movilidad y transporte
 8. Comunicaciones
 9. Ocio y cultura
 10. Enseñanza y educación
 11. Restaurantes y hoteles
 12. Tecnología
 13. Otros bienes y servicios
- No podría gastar menos, aunque quisiera
- Podría gastar menos sin que bajase mi calidad de vida
- Podría gastar menos, aunque bajaría mi calidad de vida

P4. Pensando en sus aspiraciones para mejorar su calidad de vida, ¿en cuáles de las siguientes partidas de gasto aumentaría usted más su gasto en el caso de contar con un ingreso elevado extra todos los meses? ¿Cuál sería la partida en la que más aumentaría su gasto? Y ¿cuál sería la 2.ª y la 3.ª partida?

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

P5. Habitualmente ¿consigue ahorrar a fin de mes?

- Sí
- No

P6. Aproximadamente ¿qué porcentaje de sus ingresos mensuales suele ahorrar?

- Menos del 10 %
- Entre el 11 y el 30 %
- Entre el 31 y el 50 %
- Más del 50 %
- No sabe

P7. ¿Cuáles son sus principales motivaciones para ahorrar hoy en día? ORDENAR DE MÁS A MENOS

1. Ahorro para estar preparado ante posibles imprevistos económicos que me puedan suceder
2. Ahorro para realizar una reforma o mudarme por compra o alquiler a un nuevo domicilio
3. Ahorro para estar preparado cuando tenga una situación de dependencia o enfermedad
4. Ahorro para poder invertirlo en un negocio actual o futuro
5. Ahorro para hacer una compra de un producto tecnológico como un ordenador o un móvil
6. Ahorro para poder ayudar a mis hijos y nietos, ahora o en el futuro
7. Ahorro para viajar más o por más tiempo
8. Ahorro para realizar una compra, trámite y operación ligada al cuidado de mi salud
9. Ahorro para la compra de otros bienes materiales como muebles, joyas o arte
10. Ahorro sin un objetivo en particular, simplemente por tranquilidad

P7-A. ¿Se siente usted seguro/tranquilo con respecto a su situación económica actual dado el contexto actual?

- Sí
- No

P8. ¿Ha ayudado usted económicamente a algún miembro de su familia o círculo cercano en el último año?
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. RESPUESTA EXCLUSIVA

PREGUNTAS PARA QUIENES RESPONDEN CÓDIGOS 1, 2, 3 O 4 EN P8

P8-1. ¿Con qué frecuencia se realiza esta ayuda económica?

1. Menos de 2 veces al año
2. Más de 2 veces al año
3. Todos los meses, pero no son dependientes de mí
4. Todos los meses, son dependientes de mí

PREGUNTAS PARA QUIENES RESPONDEN CÓDIGOS 1, 2, 3 O 4 EN P8

P8-2. ¿Cómo cree usted que evolucionarán estas ayudas económicas a su entorno el próximo año en 2024?

- Creo que tendré que ayudar económicamente más a mis seres cercanos
- Creo que tendré que ayudar económicamente lo mismo a mis seres cercanos
- Creo que tendré que ayudar económicamente menos a mis seres cercanos

A TODOS

P9. Según su percepción, ¿los precios de cuáles de las siguientes partidas de gasto suponen un riesgo actualmente para su estilo de vida y la economía de su hogar? RESPUESTA MÚLTIPLE - ROTAR

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

P9-b. ¿En qué medida ha notado la subida de la cesta de la compra?

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

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

1. Hacer ejercicio físico
2. Cuidar la alimentación
3. Informarse y leer acerca de tendencias en salud
4. Dedicar tiempo para la reflexión o meditación
5. Respetar las horas de sueño
6. Evitar situaciones de estrés
7. Asistir a revisiones médicas periódicamente
8. Evitar el consumo excesivo de alcohol y tabaco
9. Cuidar la salud emocional

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

- Todas las semanas
- 2-3 veces al mes
- Al menos 1 vez al mes
- Al menos 1 vez al trimestre
- Al menos 1 vez al semestre
- Menos de una vez al semestre
- Nunca

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

- Pagar a través del móvil
 - Consultas/operaciones con el banco a través de internet
 - Compra de entradas, reserva de un viaje a través del internet
 - Consultar/publicar contenidos en alguna red social
 - Usar APP para conocer gente/citas
 - Comprar productos a través de internet
 - Realizar algún curso online/ver tutoriales en internet para aprender a hacer algo
 - Uso de app o servicios digitales de salud (telemedicina)
 - Uso de app o servicios digitales de hogar (smart homes, facilitadores para vivir de forma independiente)
 - Uso de app de movilidad, car sharing, uso compartido de vehículos
-
- o Varias veces a la semana
 - o Una vez a la semana
 - o Una vez cada 15 días
 - o Una vez al mes
 - o Con menos frecuencia, pero alguna
 - o Nunca
 - o No sabe

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

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

HACER SI EN P13 RESPONDE CÓDIGOS 3 O 4

P13-1. ¿Qué porcentaje de sus ingresos destina cada mes a pagar la ayuda a domicilio?

- o Menos de un 10 %
- o Entre un 10 y un 30 %
- o Entre un 31 y un 50 %
- o Más de un 50 %

P14. Hablando ahora de turismo y viajes, ¿cuántas veces ha realizado viajes de 2 o más días por motivos de ocio o turismo en el último año?

- o Nunca
- o Una vez al año
- o 2-3 veces al año
- o Más de 4 veces al año

P15. En el próximo año, ¿qué tipo de viajes planea realizar por turismo? 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 (RESPUESTA ÚNICA)

P15-b. ¿Con qué frecuencia realiza visitas a museos permanentes o exposiciones, al margen de los viajes por turismo?:

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

P16. ¿En qué tipo de alojamiento se queda usted habitualmente durante sus viajes? RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Vivienda propia
2. Vivienda de un familiar o amigo
3. Hotel
4. Apartamento o alojamiento de particulares
5. Hostal o pensión
6. Casa rural u hotel rústico
7. Resort u hotel de playa
8. Camping
9. Albergue
10. Otros. ¿Cuál/es? (especificar_____)

P17. ¿Encuentra usted alguna barrera que le impida viajar más a menudo? RESPUESTA MÚLTIPLE

1. No, no encuentro ninguna barrera. Viajo lo que deseo (RESPUESTA ÚNICA)
2. Sí, el gasto o precio del viaje
3. Sí, la falta de tiempo para viajar
4. Sí, la falta de motivos para viajar
5. Sí, la falta de acompañantes para viajar
6. Sí, la dificultad de conciliar los viajes con mis obligaciones familiares
7. Sí, otro. ¿Cuál? (especificar_____)

P17-b. ¿En qué medida ha notado el aumento de precios en hoteles, restaurantes, etc.?

- Mucho
- Bastante
- Algo
- Poco
- Nada

P18. Hablando ahora sobre sus planes de vida, seleccione, por favor, su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. RESPUESTA ÚNICA POR AFIRMACIÓN

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

P21. Cambiando de tema, ¿cuál de los siguientes seguros tiene contratados actualmente? 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

P22. ¿Está pagando en la actualidad algún préstamo o hipoteca?

- Sí
- No

PARA QUIENES EN P.22 RESPONDIERON “SÍ”

P23. ¿Qué tipo de préstamo está pagando en la actualidad? RESPUESTA MÚLTIPLE

- 1. Hipoteca
- 2. Préstamo al consumo / gastos tarjeta

PARA QUIENES HAN RESPONDIDO “HIPOTECA” EN P23

P23-b. ¿Ha notado la subida de los tipos de interés en su hipoteca?

- Sí
- No

PARA QUIENES RESPONDIERON “PRÉSTAMO” EN P23

P24. Aproximadamente ¿qué porcentaje de sus ingresos mensuales dedica al pago de ese/esos préstamo/s?

- Menos del 10 %
- Entre el 10 y el 30 %
- Entre el 31 y el 50 %
- Más del 50 %
- No sabe

A TODOS

P25. ¿Tiene contratado algún plan de pensiones?

- Sí
- No

P26. ¿Cómo cree que será su situación económica a partir de ahora?

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

P27. ¿Alargaría usted su vida laboral/le hubiera gustado alargar más allá de la edad legal de jubilación?

- Sí
- No
- No sé

P27-b. ¿Cree que es fácil compatibilizar trabajo y pensión?

- Sí
- No

P27-c. ¿Estaría dispuesto a trabajar 4 días a la semana, aunque ello supusiera una rebaja proporcional de su sueldo?

- Sí
- No

P28. Dígame, por favor, si su vivienda actual es... RESPUESTA ÚNICA

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

P28-b. La soledad a partir de una edad es algo muy común. ¿Estaría dispuesto a cambiar de casa para evitar la soledad y estar más cerca de los suyos?

- Sí
- No

P29. ¿Está su casa adaptada para una persona dependiente?

- Sí
- No

P30. ¿Cuánto cree que seguirá viviendo en su vivienda actual?

- Menos de 5 años
- 5-10 años
- Más de 10 años
- No sabe
- Siempre, no tengo intención de cambiar de residencia en el futuro

P31. 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 familiares que mantener o mejorar mi calidad de vida durante mi periodo de envejecimiento
 2. Estaría dispuesto a vender o hipotecar mi casa siempre y cuando el acuerdo me permitiera mantener su uso de forma vitalicia
 3. Me gustaría sacar mayor beneficio económico de mi vivienda/viviendas en propiedad
 4. Pienso que, en un futuro, a medio o largo plazo necesitaré ayuda económica extra para mantener mi calidad de vida
- Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo
 - Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo

P31-a. ¿Viviría usted en alguna de las siguientes opciones para la tercera edad? RESPUESTA MÚLTIPLE

1. Segregación de la vivienda: alquilando parte de su vivienda a otras personas
2. Coliving: modelo residencial comunitario para personas de la tercera edad, que permite la independencia de vivienda de cada residente
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. RESPUESTA ÚNICA

P31-b. ¿Qué fórmula le genera más confianza para obtener ingresos por su vivienda? RESPUESTA MÚLTIPLE

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 de manera vitalicia)
3. Vivienda inversa (vender la propiedad a precio de mercado, pero seguir viviendo de alquiler en la misma)
4. Ninguna de ellas. RESPUESTA ÚNICA

P32. ¿Estaría dispuesto a vender su casa si con ello tuviera una jubilación más tranquila?

- Sí
- No

P33. ¿Estaría dispuesto a cambiarse de casa a una más pequeña, pero con más servicios y/o disponiendo de un importe adicional para complementar su pensión?

- Sí
- No

P34. Para terminar, ¿cree que la vacuna de la COVID ha tenido consecuencias positivas o negativas para Vd.?

- Positivas
- Negativas
- No ha tenido consecuencias

ANEXO II. TABLAS ESTADÍSTICAS



Puede consultar la información completa del campo del *II Barómetro del consumidor sénior. Edición Canarias* en:
<https://ageingnomics.fundacionmapfre.org/barometro/barometro-consumidor-senior-canarias/>

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

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

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

© De esta edición:

2024, Fundación MAPFRE

Paseo de Recoletos, 23. 28004 Madrid

www.fundacionmapfre.org

Más información en:

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

Citar como:

Juan Fernández Palacios e Iñaki Ortega Cachón (dirs.), *II Barómetro del consumidor sénior. Economía plateada. Edición Canarias*. Madrid: Fundación MAPFRE, 2024.

Depósito Legal: M-2145-2024

