



Un estudio revela que la mitad de los mayores navega en Internet y sigue comprando prensa en el kiosco

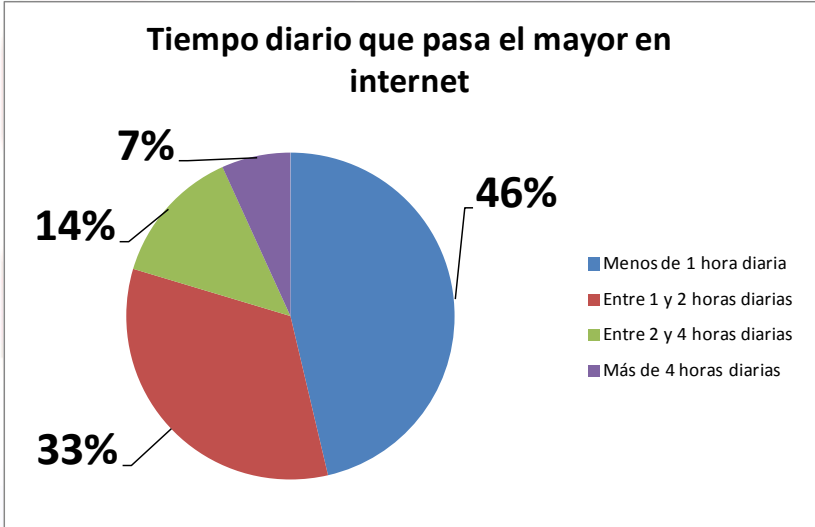
«««««««««««««««««««««««« resumen

Más de la mitad de los mayores (52%) navega en Internet, dedicando a ello un promedio de 87 minutos. También casi la mitad de los mayores de 65 años (48%), sigue comprando prensa de papel en el kiosco. Estas son dos de las principales conclusiones del estudio que ha realizado [e-Media](#), una Empresa de Base Tecnológica (EBT) de la [Universidad Complutense de Madrid](#).

«««««««««««««««««««««««« a fondo

E-Media ha realizado esta investigación como parte de su [Proyecto Ment@](#), un emprendimiento social para favorecer las TICs entre mayores activos, mayores dependientes y sus cuidadores. La primera fase ha sido una encuesta *on-line* realizada en el entorno de los profesores universitarios para conocer el nivel de equipamiento en los hogares de los mayores.

Prácticamente todos los hogares disponen de televisión (100%), radio (96%) y teléfono fijo (94%), y en tres cuartas partes también teléfono móvil convencional (75%). En uno de cada tres (34%) hay también teléfonos móviles inteligentes – *smartphones*-. La gran mayoría de los hogares (91%) tiene un único proveedor de servicios de telecomunicaciones y en casi dos tercios de ellos (61%) se trata de *Telefónica/Movistar*.



En cuanto al uso que se hace del teléfono es principalmente para realizar y recibir llamadas, tanto en fijo (81%) como en móvil (73%). El envío de *SMS* (30%), el uso de *WhatsApp* (18%) o navegar en internet (11%) siguen siendo minoritarios.



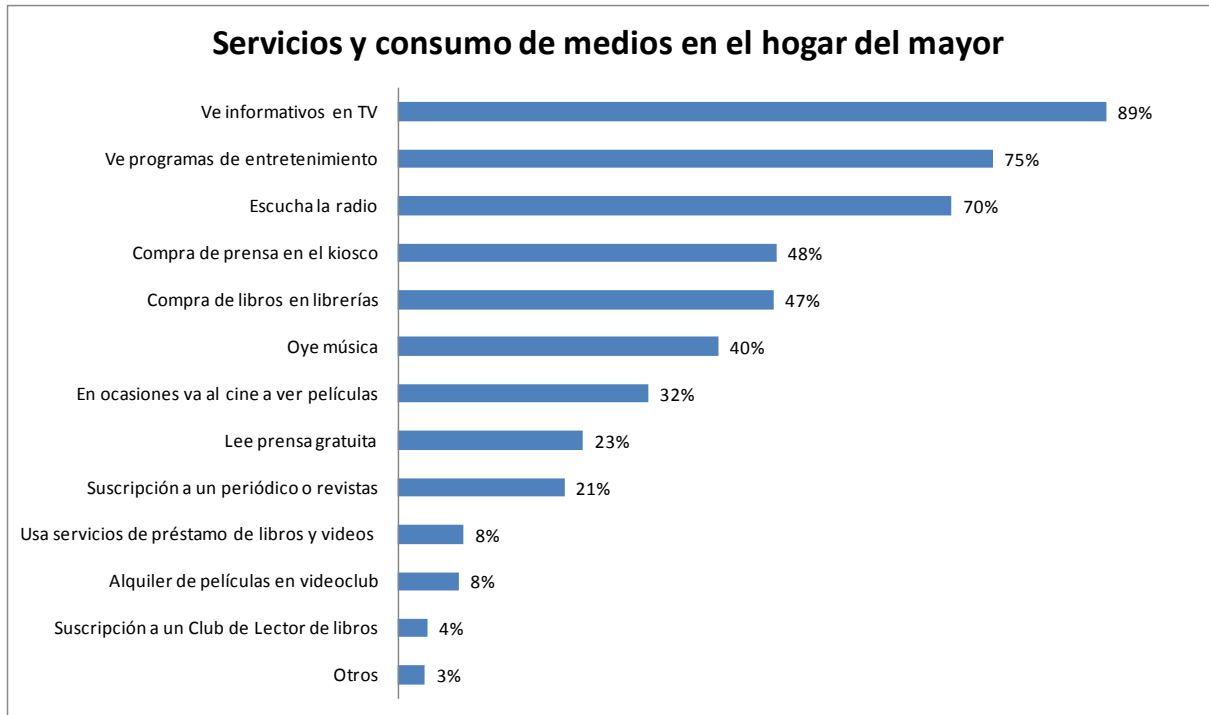
OTRI

Universidad Madrid

Complutense de

OFICINA DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

Unidad de Información Científica y
Divulgación de la Investigación



La inversión anual en tecnología en estos hogares de mayores ronda los 1.500 euros. El 80% gasta en telefonía más de 30 euros al mes, siendo el promedio mensual de 68 euros.

Respecto al consumo de medios, el mayoritario es la televisión (informativos: 89%; entretenimiento: 75%), y también es muy importante la radio (70%). Llama la atención, en este estudio, que los mayores siguen siendo un público fiel a los productos de imprenta. Así, alrededor de la mitad, sigue comprando prensa en el kiosco (48%) y libros en las librerías (47%). Un 23% lee prensa gratuita de papel y el 21% mantiene vivas suscripciones a periódicos y revistas. También las aplicaciones, que los encuestados perciben de más interés para las personas mayores, están relacionadas con la imprenta: lectura de prensa y libros (74%).

Para profundizar en las necesidades, reales y percibidas de este grupo de mayores, y desarrollar un entorno y unas aplicaciones adaptadas a ellas, se ha diseñado una segunda fase de la investigación, que se pondrá en marcha a partir de enero de 2014, que se pretende financiar socialmente a través de *crowdfunding* y con patrocinio de empresas.