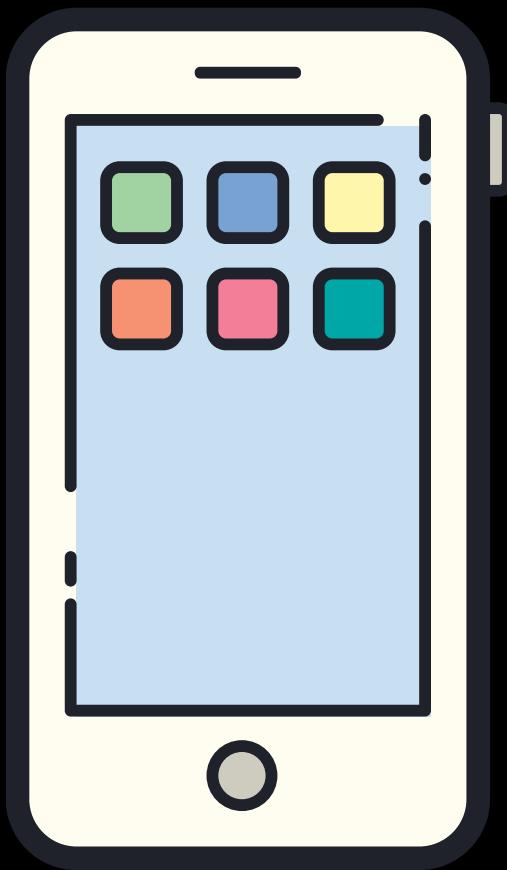


# Segmento +50 y conectividad

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA CUANTITATIVA  
MAYO 2020





En el marco de una **investigación en curso** en relación a la problemática de la **inclusión tecnológica** de los **adultos mayores** y dado el **contexto del Covid-19**, realizamos una **encuesta cuantitativa** a **individuos del segmento +50** con **acceso a dispositivos y conectividad**.

El objetivo fue **conocer sus hábitos digitales** y el **impacto** de la situación de **aislamiento** en los mismos.

# Datos socio-demográficos

- Promedio de edad: 63
- NSE: clase media amplia, urbana
- AMBA: 82% de la muestra total
- 53% nivel universitario/terciario completo
- 85% vivienda propia
- 54% jubiladx

# Para gran parte del segmento la conectividad está naturalizada y es fundamental en su cotidianidad

- El **98%** tiene celular con acceso a internet
- El **96%** tiene acceso habitual/cotidiano a una computadora y/o tablet
- El **99%** tiene conexión a internet/wi fi en su domicilio

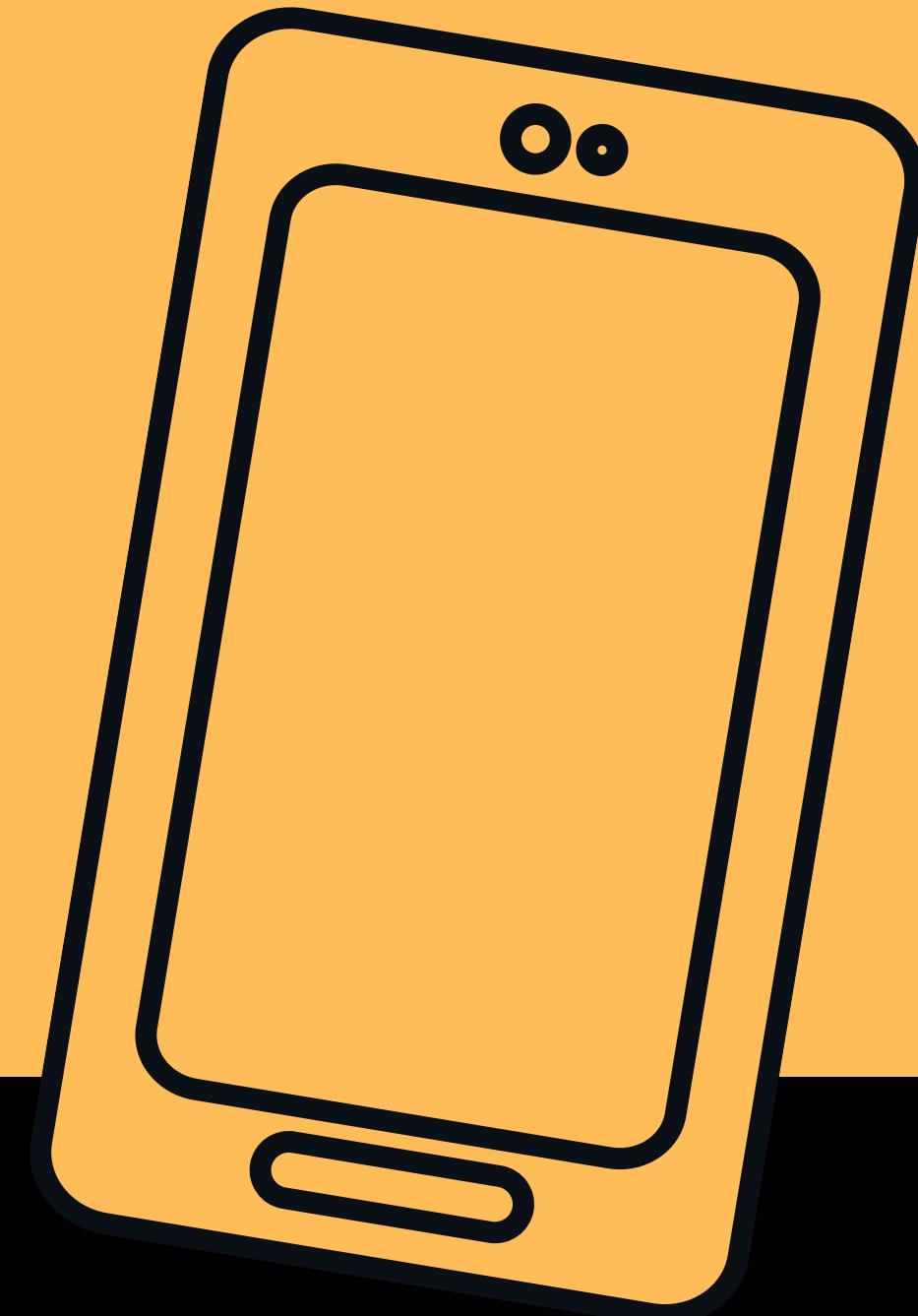


*En el contexto actual de  
aislamiento el 68% de lxs  
encuestadxs afirma utilizar  
más la tecnología.*

*"Siento que la situación actual de aislamiento me obligó a aprender a la fuerza nuevas herramientas tecnológicas"*

UN **44%**, ENTRE QUIENES TIENEN 70-79 AÑOS, ESTÁ BASTANTE/TOTALMENTE DE ACUERDO CON ESTA AFIRMACIÓN

La coyuntura los puso a prueba y ellxs se las ingenaron para estar a la altura. Ante esta disposición positiva surge la **oportunidad de habilitar nuevos espacios** de enseñanza e inclusión a través de los cuales conectar con el segmento.





*"Si supiera más sobre tecnología  
accedería a más experiencias y a un  
mayor bienestar"*

ENTRE QUIENES TIENEN 60-79 AÑOS, UN  
**37%** ESTÁ BASTANTE/TOTALMENTE DE  
ACUERDO CON ESTA AFIRMACIÓN

No sólo demuestran intención de aprender más, sino que hay una **consciencia generalizada sobre la relación consecuente entre inclusión digital y bienestar**. Quienes los acompañen en este desafío serán valorados por el segmento.

*"Desde mi banco nunca se ocuparon de explicarme cómo usar el servicio digital (Home Banking)"*

UN **42%**, ENTRE QUIENES TIENEN 50-59 AÑOS, AFIRMA ESTAR BASTANTE/TOTALMENTE DE ACUERDO CON ESTA AFIRMACIÓN

La inclusión financiera aparece como una de las demandas más relevantes. La **industria de los bancos** se encuentra ante la **oportunidad única de dar solución** a una problemática con impacto social global.

*"No me resultó fácil incorporar el uso del servicio digital de mi banco (Home Banking)"*

UN **40%**, ENTRE QUIENES TIENEN 70-79 AÑOS, AFIRMA ESTAR BASTANTE/TOTALMENTE DE ACUERDO CON ESTA AFIRMACIÓN

La inclusión financiera tiene el potencial de **impactar positivamente** en la **transformación digital** del segmento dándoles herramientas para **una vida más autónoma** y así a un **mayor bienestar**.

# Para la totalidad de los encuestados resulta clave el aspecto social en el uso habitual que hacen de la conectividad

- **88%** se comunica con amigos/as
- **68%** pasa tiempo en RRSS
- **84%** se comunica con familiares

# El aprendizaje y la curiosidad también aparecen como hábitos instalados dentro del segmento

- **54%** busca tutoriales en YouTube
- **30%** toma cursos/clases
- El acceso a cursos, clases y formación vía plataformas online aumentó en un **60%** en relación al período anterior al aislamiento

**Emergen categorías de consumo que podrían potenciar su conexión con el segmento si se lo priorizara a pesar de no ser el target más obvio**

A partir del ASPO, aumentó un **22%** el uso de apps de delivery.

# **Se destaca el uso de herramientas digitales con fines laborales dando cuenta de un segmento activo en términos productivos y económicos**

- **61%** utiliza la conectividad digital para trabajar
- Para el total de los encuestados en el contexto de aislamiento aumentó en un **157%** la participación en videollamadas por motivos laborales.

**Al igual que sucede en otros grupos de edad, el acceso a la información es fragmentado y las RRSS tienen el mismo peso que los medios tradicionales a la hora de informarse.**

- **63%** accede habitualmente a diarios online
- **80%** busca y lee información de actualidad en internet
- **19%** mira noticieros/informativos por YouTube
- **38%** se informa a través de Facebook
- **46%** se informa a través de contenidos que recibe vía WhatsApp



# Algunas conclusiones

## Capitalizar la crisis

La crisis sanitaria puso de manifiesto la marginalización del segmento en varios aspectos y la (no) inclusión digital emerge como uno de los más relevantes.

Tanto sector público como privado tienen la oportunidad única de transformar las fallas y ausencias en una nueva manera de abordar el futuro de la longevidad.

## Presencia del segmento

Resulta urgente dejar de ignorar a este grupo poblacional dado su peso demográfico en la sociedad: hoy la población +50 de CABA representa el 32% sobre el total.

Fuente: proyección 2020 GCBA

## Impacto

La inclusión digital tiene el potencial de impactar positivamente en el bienestar general de estos individuos solucionando probablemente su vulnerabilidad de cara a futuras crisis globales.

# Quienes somos

**Consultora con perfil social especializada en el segmento 50+.**

Nos dedicamos a conocer y entender las **oportunidades y desafíos que presenta la nueva longevidad** y ayudamos a organizaciones y empresas a incorporar la perspectiva de edad en sus estrategias y desarrollos de comunicación, servicios, productos y políticas públicas.

El presente proyecto forma parte de una **investigación en curso en relación a la problemática de la inclusión tecnológica de los adultos mayores** y la misma está siendo realizada con la colaboración del licenciado Nahuel Asinsten, especializado en cuestiones de ciudadanía digital.

Contacto

[ethnosstrategy.com](http://ethnosstrategy.com)

[camila@ethnosstrategy.com](mailto:camila@ethnosstrategy.com)

