

LA GENERACIÓN SILVER: UN PILAR FUNDAMENTAL



POBLACIÓN

800.000 personas entre 55-85 años en Euskadi.



VISIÓN

63,4% con buen estado de salud.



ACTIVIDAD

80% lleva una vida activa: caminar es la actividad física más común.



OCIO

TV, reuniones sociales, viajes, internet...



CONSUMO

Alimentación, moda, salud y viajes.

DESAFÍOS DE LA SILVER ECONOMY

INVISIBILIDAD SOCIAL

Sentimiento de no ser considerados por medios y publicidades.



COMERCIO Y ADAPTABILIDAD

El 20% cree que el comercio vasco no está adaptado a sus necesidades.

BRECHA DIGITAL

En mayores de 65 años, riesgo de exclusión.



TECNOLOGÍA Y LA GENERACIÓN SILVER

ADAPTACIÓN TECNOLÓGICA

Aumento en el uso, pero competencias básicas en mayores de 65 años.



COMPRAS ONLINE

El 33.1% realiza compras de manera ocasional. El 20.2% con cierta frecuencia.

PERCEPCIONES DE INTERNET

Comodidad y variedad VS riesgos de ciberseguridad.



CONSUMO Y PREFERENCIAS DE LA GENERACIÓN SILVER

PRINCIPALES ÁREAS DE GASTO

Alimentación, moda, salud y viajes.



COMPRAS PARA OTROS

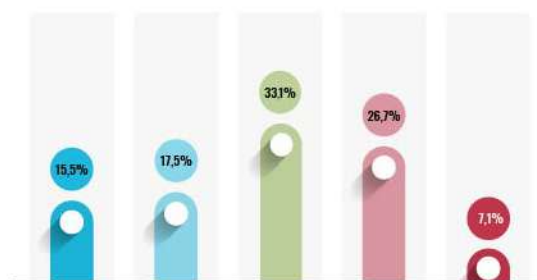
Más de una de cada cuatro mujeres compra para su entorno familiar.

DESAFÍOS EN EL COMERCIO FÍSICO

Barreras como accesibilidad y falta de adaptación a sus necesidades.



HABILIDADES DIGITALES



● Muy altas/Altas ● Intermedias ● Básicas

● Muy básicas ● Ninguna