



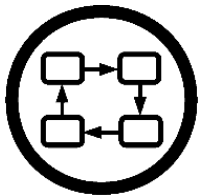
CRITERIA
INVESTIGAR · INTEGRAR · TRANSFORMAR

Informe DIGITALIZACIÓN PERSONAS MAYORES

SEPTIEMBRE, 2021



vtrconvive digital



TÉCNICA:

ESTUDIO CUANTITATIVO, A TRAVÉS DE ENCUESTAS AUTOADMINISTRADAS SOBRE PANEL ONLINE CERTIFICADO PREVIAMNTE RECLUTADO.
ESTUDIO REPRESENTATIVO A NIVEL NACIONAL.



GRUPO OBJETIVO:

HOMBRES Y MUJERES ENTRE 60 Y 80 AÑOS, RESIDENTES EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DEL PAÍS, GRUPOS SOCIOECONÓMICOS ABC, C2 Y C3. MUESTREO ESTRATIFICADO POR CUOTAS



PERÍODO ENCUESTAS

LAS ENCUESTAS FUERON REALIZADAS JUNIO DE 2021.



680 CASOS

	GRUPO	CASOS
SEXO	Hombre	351
	Mujer	329
EDAD	60 a 69	498
	71 a 80	182
GSE	ABC1	310
	C2	249
	C3	122
ZONA*	Norte	49
	Centro	136
	Sur	139
	Metropolitana	356

*Se muestra en siguiente lámina qué regiones componen cada zona.



LA MUESTRA FUE PONDERADA EN BASE AL UNIVERSO DE HOGARES CON PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS POR NIVEL SOCIOECONÓMICO DE ACUERDO A DATOS DEL CENSO 2017 Y ENCUESTA CASEN 2017.

Regiones que componen cada zona geográfica

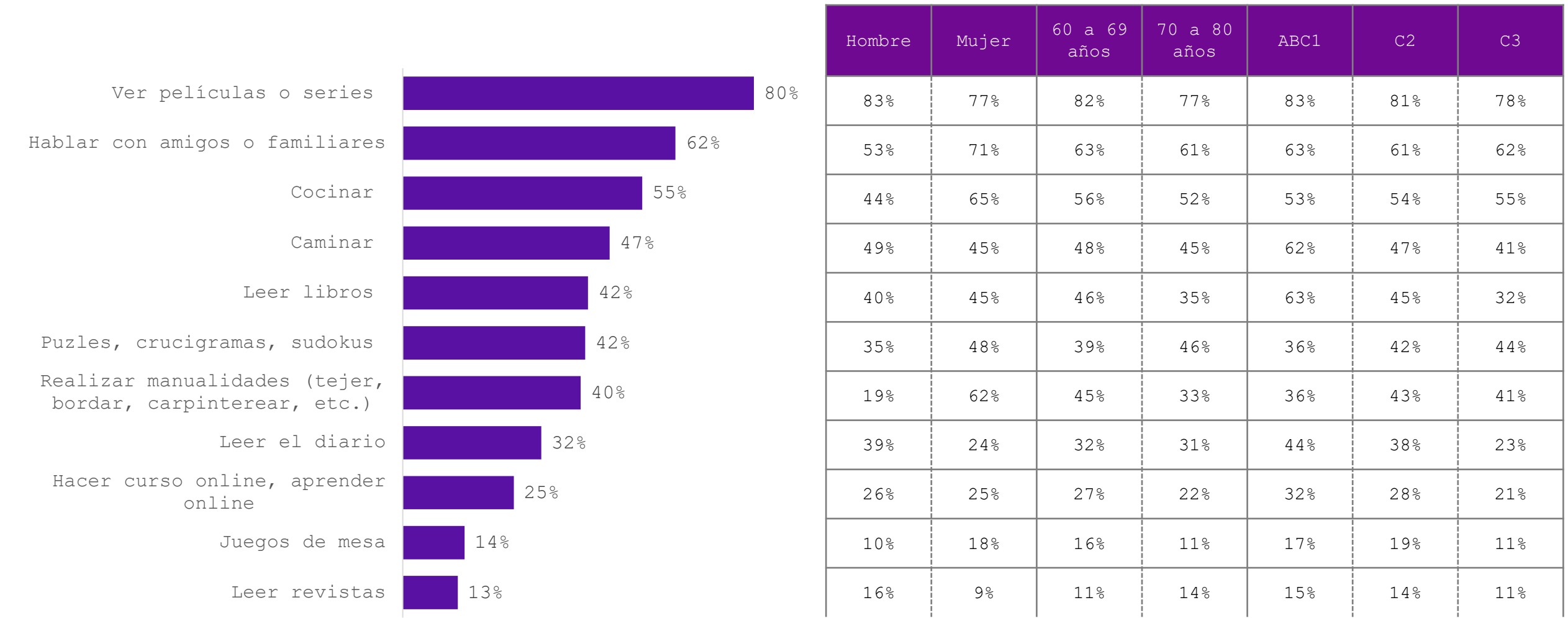
Zona	Región
Zona Norte	Región de Arica y Parinacota
	Región de Tarapacá
	Región de Antofagasta
	Región de Atacama
	Región de Coquimbo
Zona Centro	Región de Valparaíso
Zona Metropolitana	Región Metropolitana
Zona Sur	Región del Libertador Bernardo O'Higgins
	Región del Maule
	Región del Ñuble
	Región del Bío-Bío
	Región de la Araucanía
	Región de Los Ríos
	Región de Los Lagos
	Región de Aysén
	Región de Magallanes



Para empezar

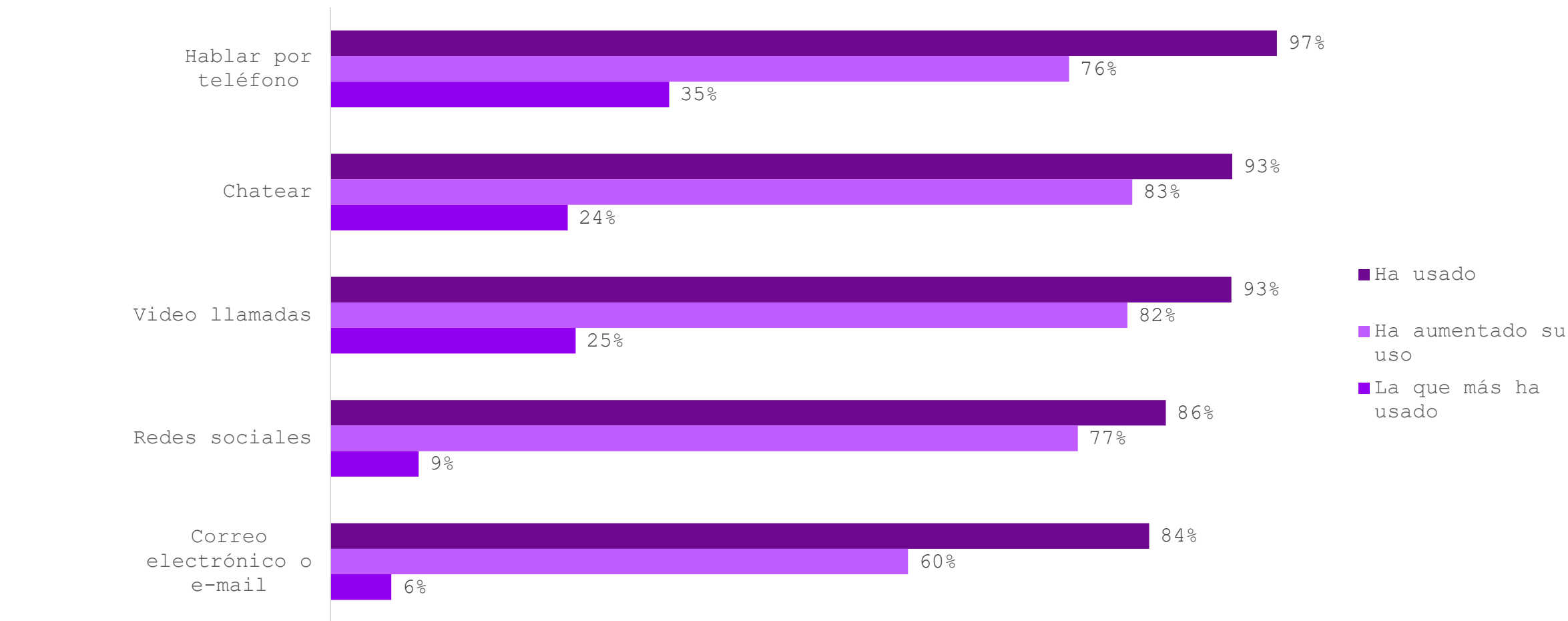
La mayor distracción este año han sido las series y películas. Hablar con familiares y amigos también ha sido recurrente, al igual que la cocina, sobre todo entre las mujeres.

Base: total muestra (680 casos)



La manera más frecuente de comunicarse con amigos y familiares durante la pandemia ha sido por teléfono (voz), seguido del chat y las videollamadas.

Base: total muestra (680 casos)



P35 ¿Cuál de estas formas de comunicación has usado con tus familiares o amigos durante la pandemia?

P36. PARA LAS QUE DIJO SI ¿Y cuál es la que más has usado durante la pandemia para comunicarte con familiares y/o amigos?

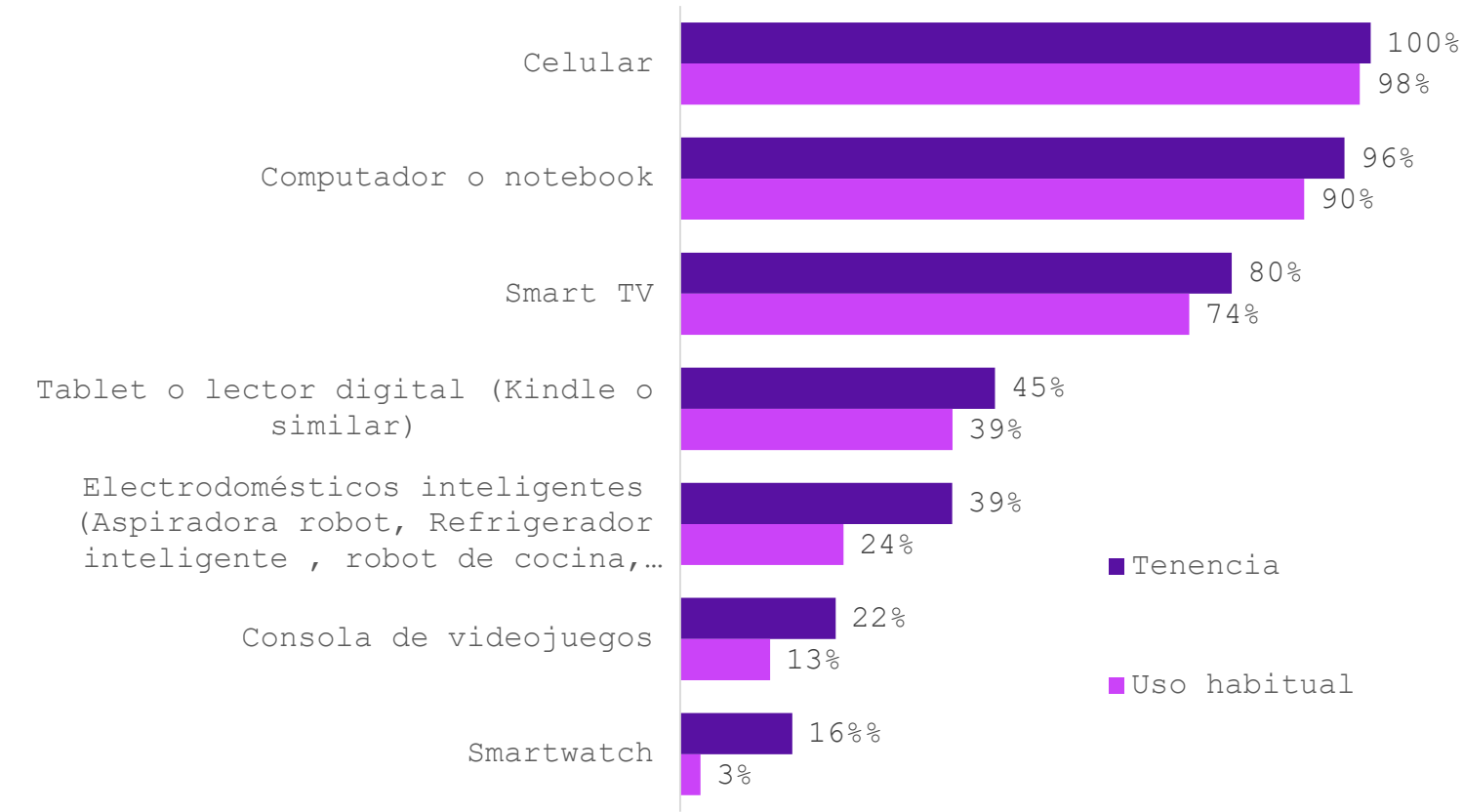
P37 ¿Ha aumentado tu uso de estas formas de comunicación durante la pandemia?



Aparatos
tecnológicos

Celular, computador y Smart TV son los aparatos más utilizados. Destaca un 13% que tiene y usa su consola de videojuegos (sobre todo hombres).

Base: total muestra (680 casos)

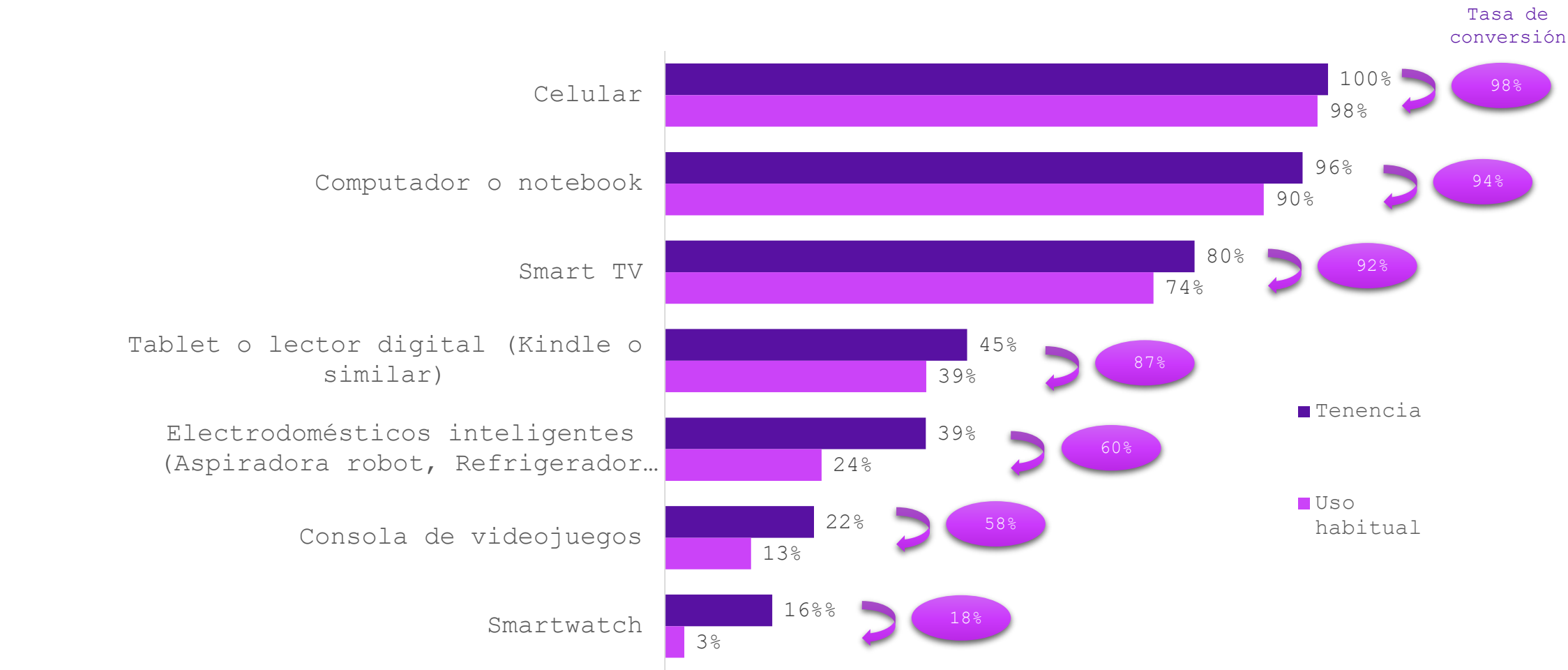


Uso habitual						
Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
98%	98%	100%	96%	99%	99%	97%
94%	86%	87%	95%	96%	94%	85%
76%	71%	74%	72%	82%	77%	68%
40%	39%	43%	34%	52%	42%	32%
26%	21%	21%	28%	33%	24%	19%
16%	7%	14%	11%	15%	15%	11%
6%	1%	4%	1%	5%	3%	2%

P12. ¿Cuáles de estos aparatos tienes en tu hogar, aunque no sean tuyos exclusivamente? RESPUESTA MÚLTIPLE

P13 ¿Cuáles de ellos usas habitualmente? RESPUESTA MÚLTIPLE

Celular, computador y Smart TV son los aparatos más utilizados.
Destaca un 13% que tiene y usa su consola de videojuegos.
Base: total muestra (680 casos)

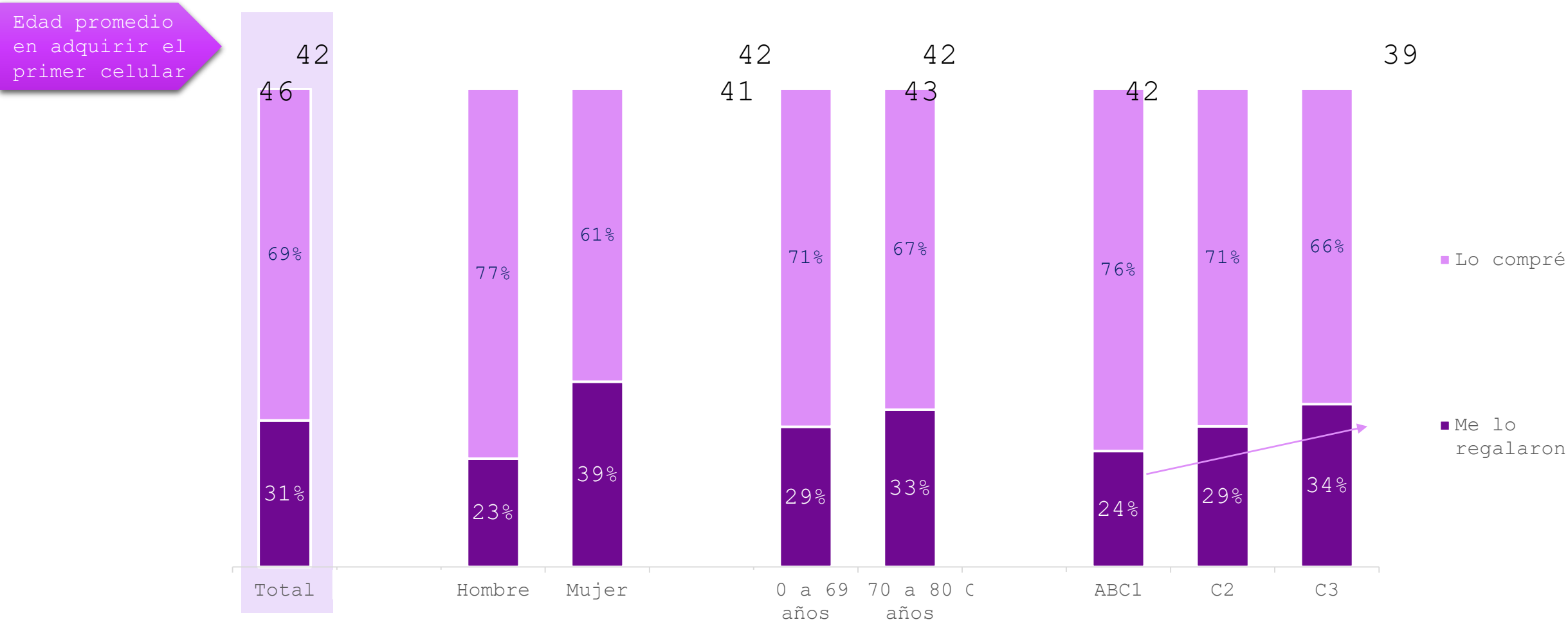


P12. ¿Cuáles de estos aparatos tienes en tu hogar, aunque no sean tuyos exclusivamente? RESPUESTA MÚLTIPLE

P13 ¿Cuáles de ellos usas habitualmente? RESPUESTA MÚLTIPLE

A las mujeres les regalan más que a los hombres el primer celular. También hay diferencias por GSE, puesto que a menor estrato, mayor es el número de personas que lo recibió de regalo.

Base: total muestra (680 casos)

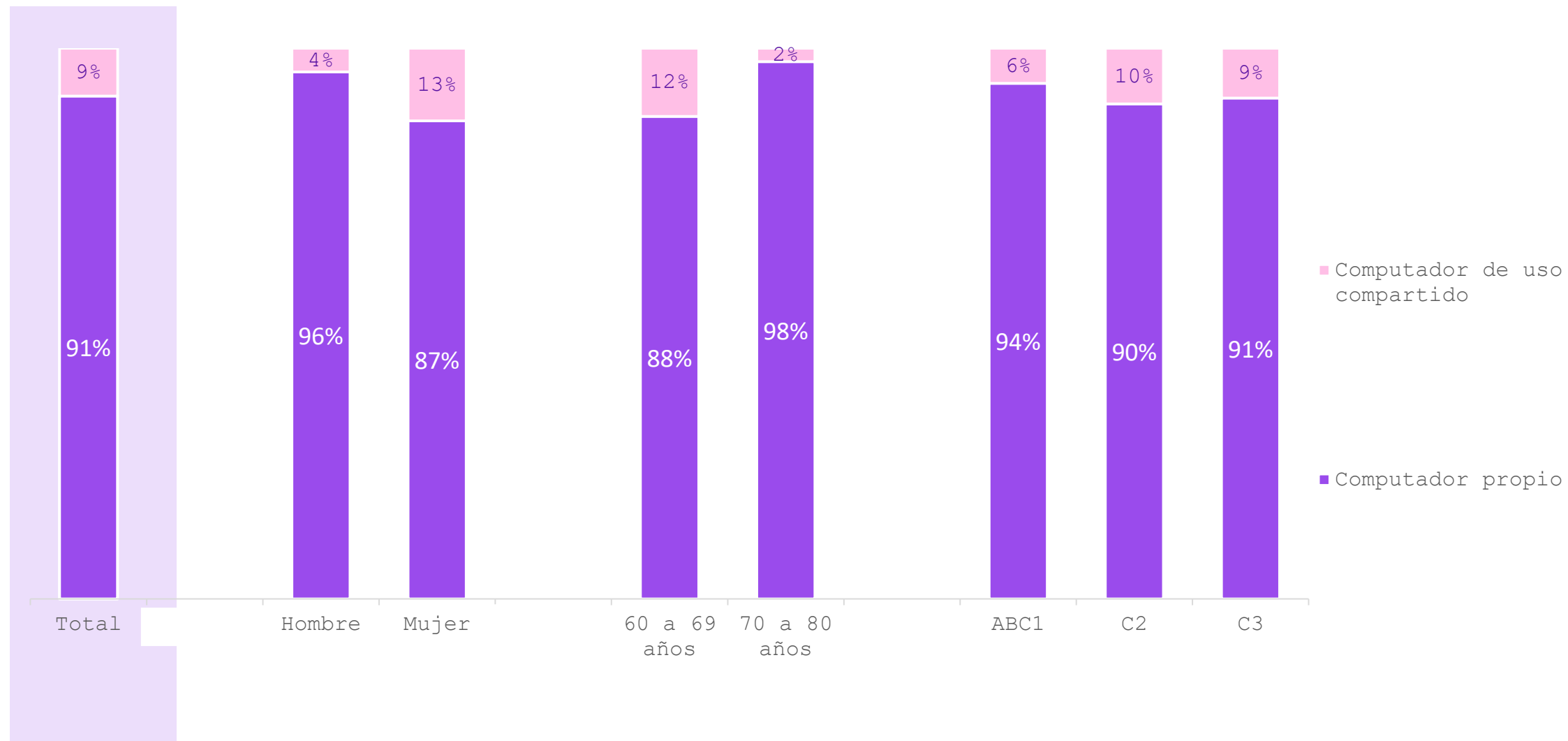


P18, ¿A qué edad obtuviste tu primer celular?

P19. ¿Cómo lo adquiriste?

La gran mayoría tiene un computador o notebook propio.

Base: total muestra (680 casos)

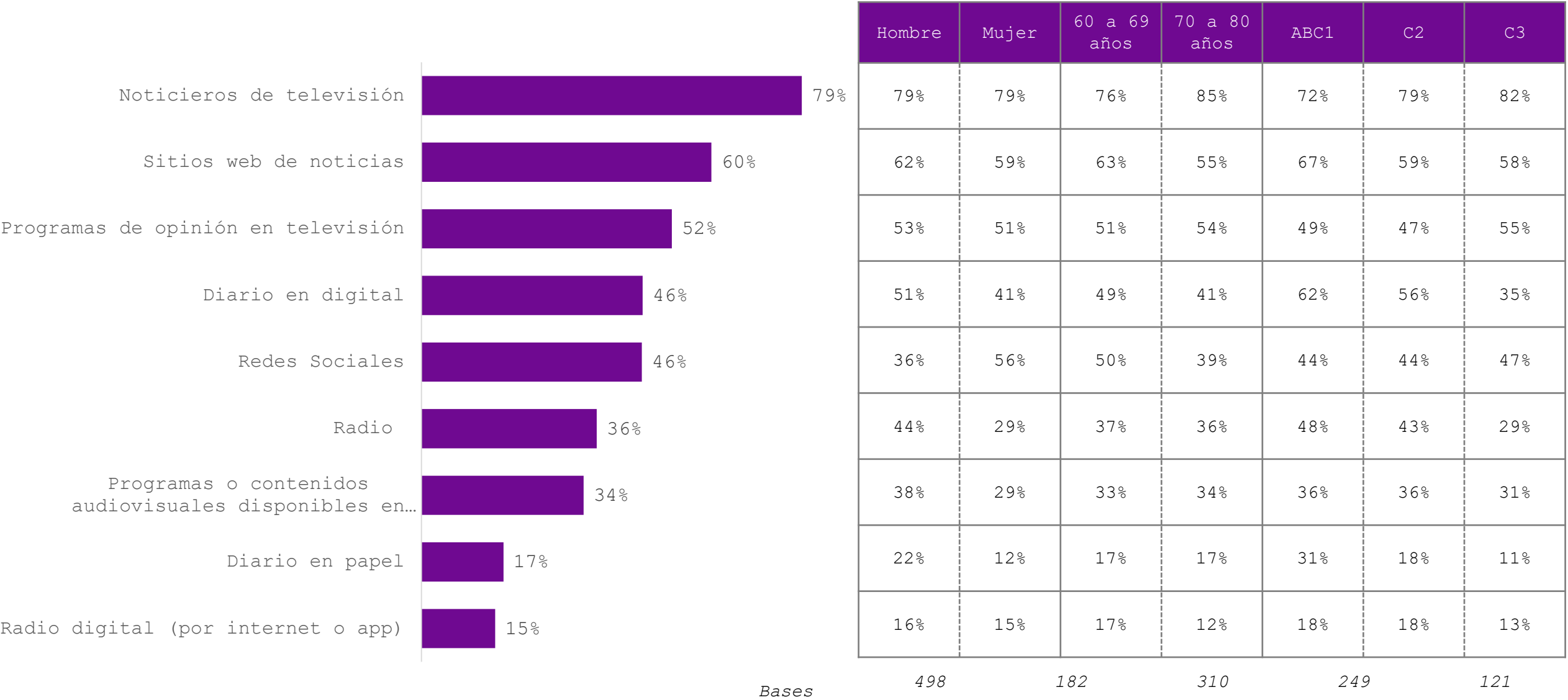




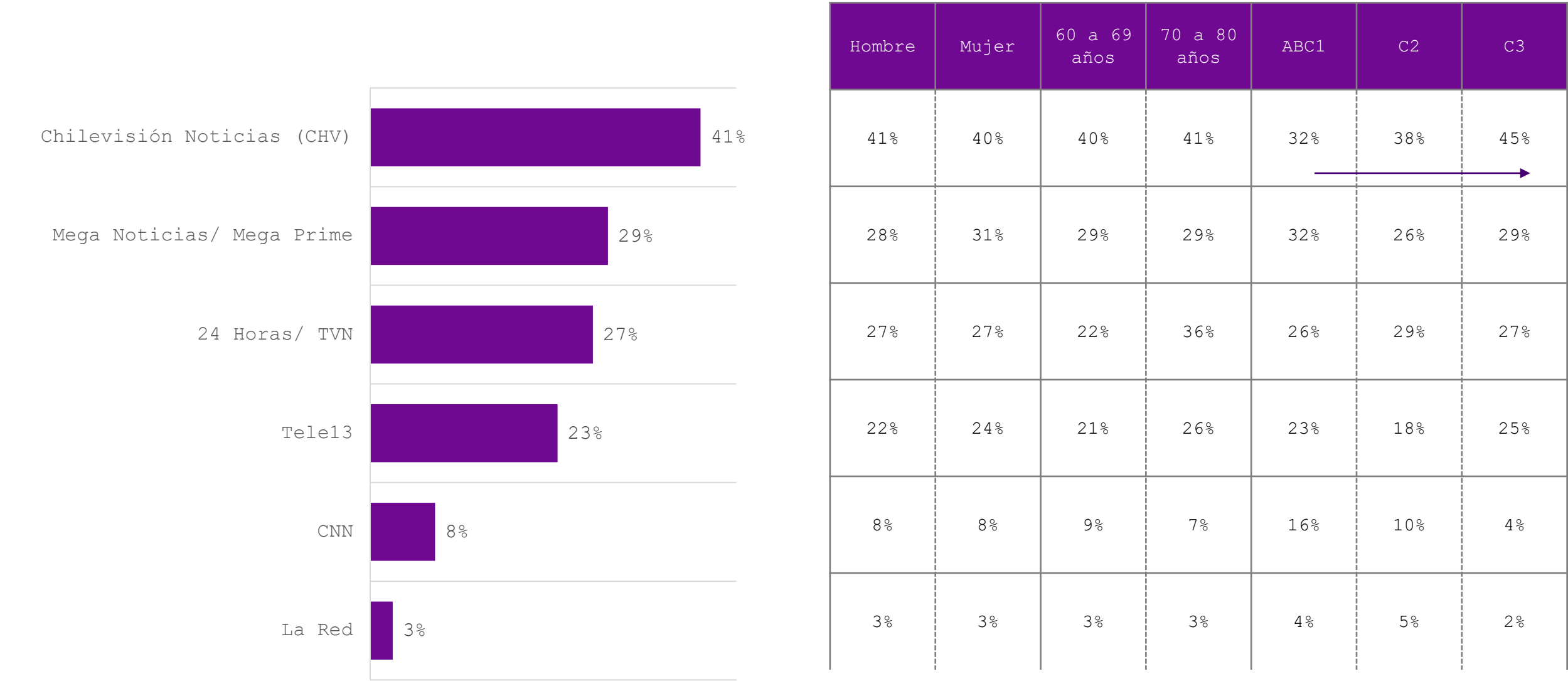
Medios a través de
los que se informa

Los noticieros de TV siguen siendo la mayor fuente de información para este segmento, seguido de los sitios web de noticias y los programas de opinión.

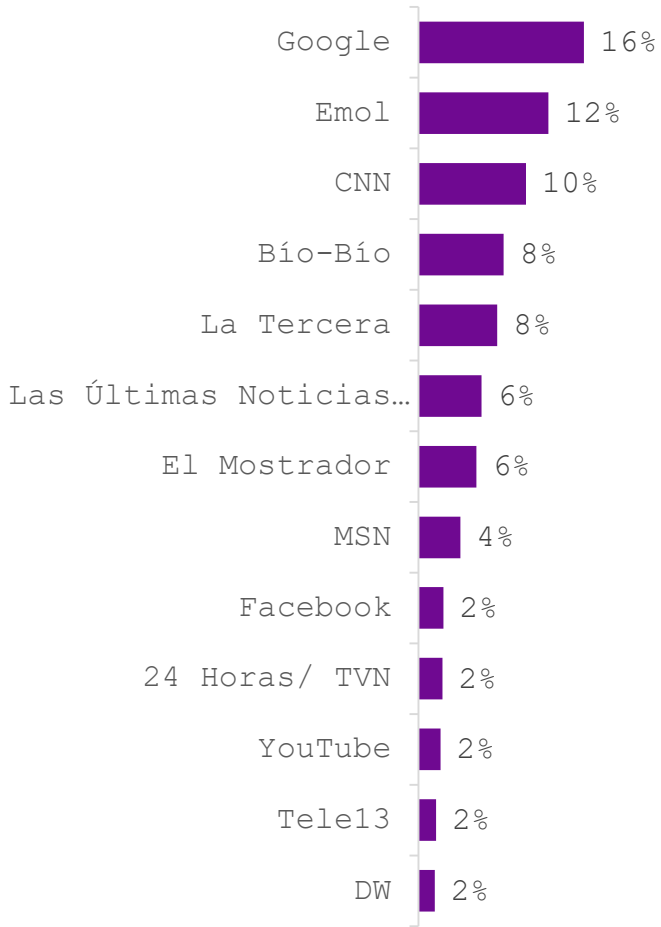
Base: total muestra (680 casos)



Base: quienes se informan a través de los noticieros de TV (517 casos)

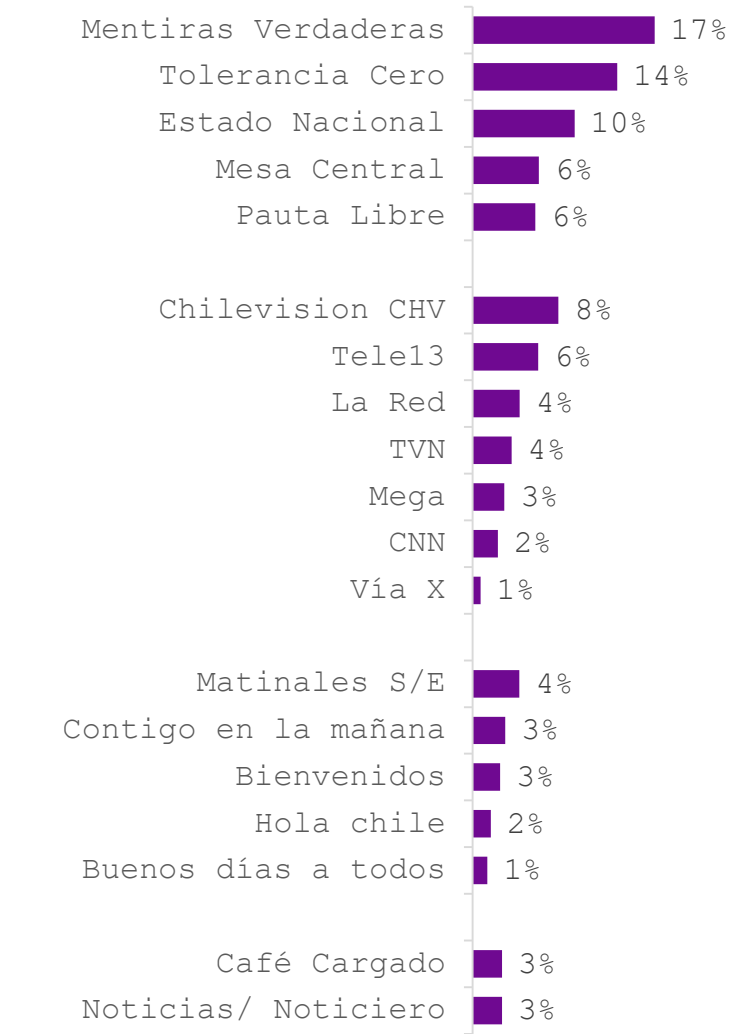


Google es el sitio de noticias más consultado, seguido por Emol, pero cabe destacar la gran dispersión de respuestas (hay otros 22 sitios no graficados con menos de 2% de menciones)
Base: quienes se informan a través de sitios web de noticias (430 casos)



Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
15%	17%	16%	15%	11%	16%	18%
16%	9%	15%	7%	26%	12%	6%
10%	11%	8%	15%	10%	15%	9%
5%	12%	7%	11%	5%	8%	10%
8%	7%	6%	10%	11%	4%	7%
5%	7%	5%	8%	4%	2%	9%
7%	4%	6%	5%	14%	3%	2%
4%	4%	1%	9%	1%	3%	6%
2%	3%	3%	1%	0%	2%	4%
1%	3%	3%	1%	4%	1%	2%
3%	2%	3%	0%	0%	1%	4%
2%	2%	2%	1%	3%	2%	1%
2%	1%	2%	1%	2%	2%	1%
1%	2%	2%	1%	3%	0%	1%

Mentiras Verdaderas es el programa de opinión más visto, seguido de Tolerancia 0. Cabe destacar a los matinales como fuente de opinión. Base: quienes se informan a través de programas de opinión (335 casos)

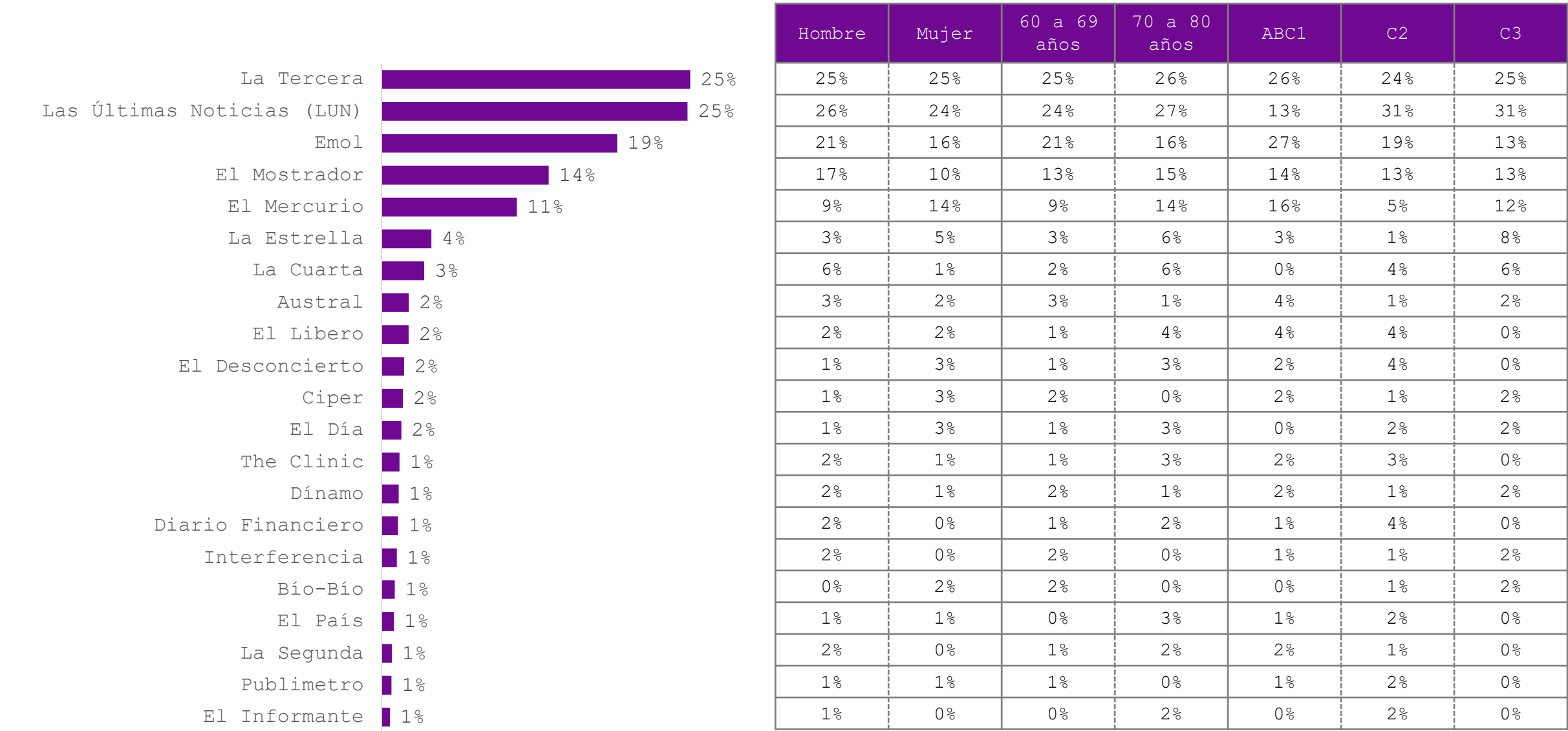


Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
16%	19%	18%	16%	21%	18%	16%
16%	12%	9%	21%	14%	18%	12%
8%	12%	8%	13%	12%	7%	10%
6%	7%	6%	6%	14%	6%	4%
8%	3%	7%	5%	7%	8%	5%
9%	7%	8%	8%	6%	3%	11%
6%	6%	5%	9%	5%	1%	8%
5%	4%	7%	1%	6%	5%	4%
2%	5%	2%	6%	2%	6%	4%
4%	2%	2%	5%	1%	6%	2%
1%	3%	1%	5%	3%	1%	2%
1%	1%	0%	1%	2%	1%	0%
3%	6%	7%	0%	5%	3%	5%
1%	5%	2%	4%	1%	4%	4%
1%	5%	2%	4%	1%	2%	4%
0%	3%	2%	2%	1%	4%	1%
1%	2%	2%	0%	2%	1%	1%
5%	0%	2%	4%	1%	2%	4%
2%	3%	2%	4%	2%	1%	4%

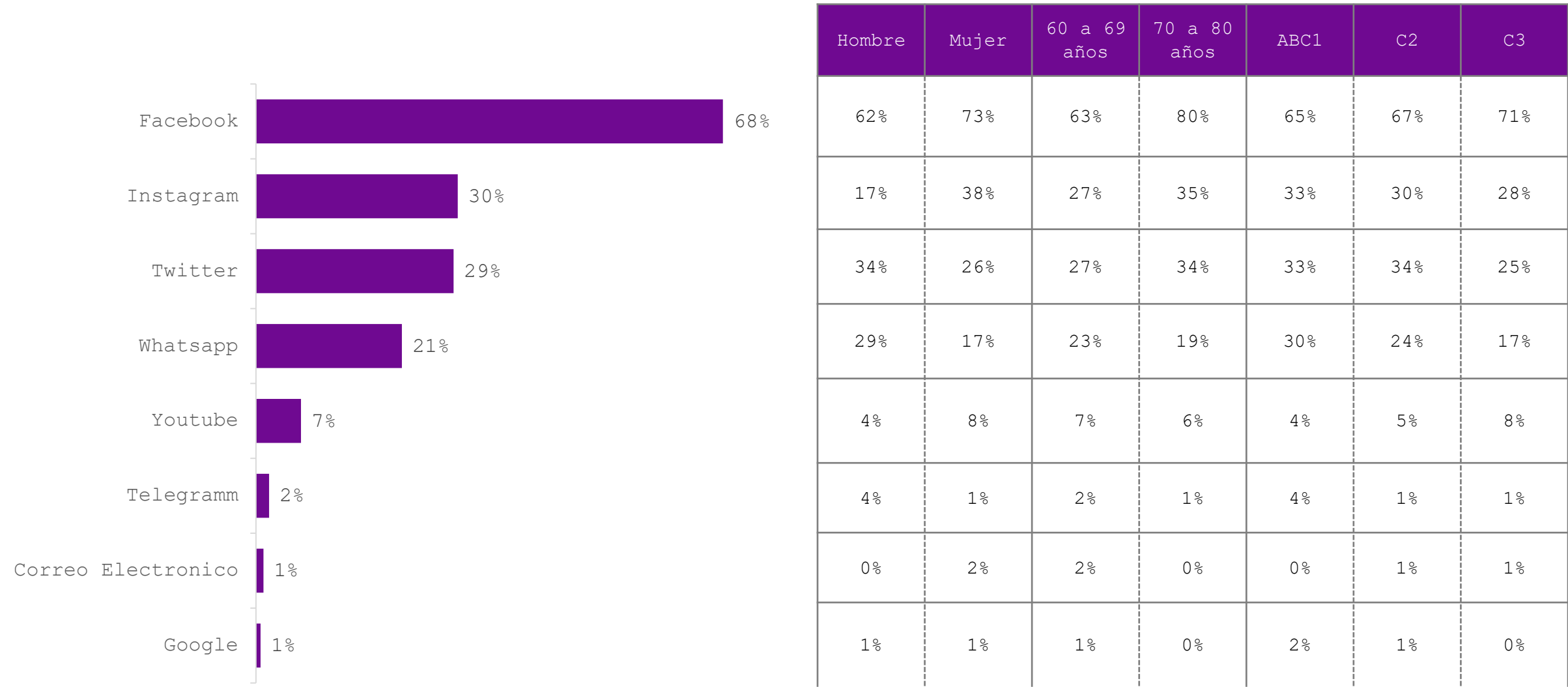
La Tercera y LUN son los diarios digitales más visitados, seguidos por Emol. Al igual que con los sitios de noticias, se observa una gran dispersión.



Base: quienes se informan a través de diarios digitales (371 casos)

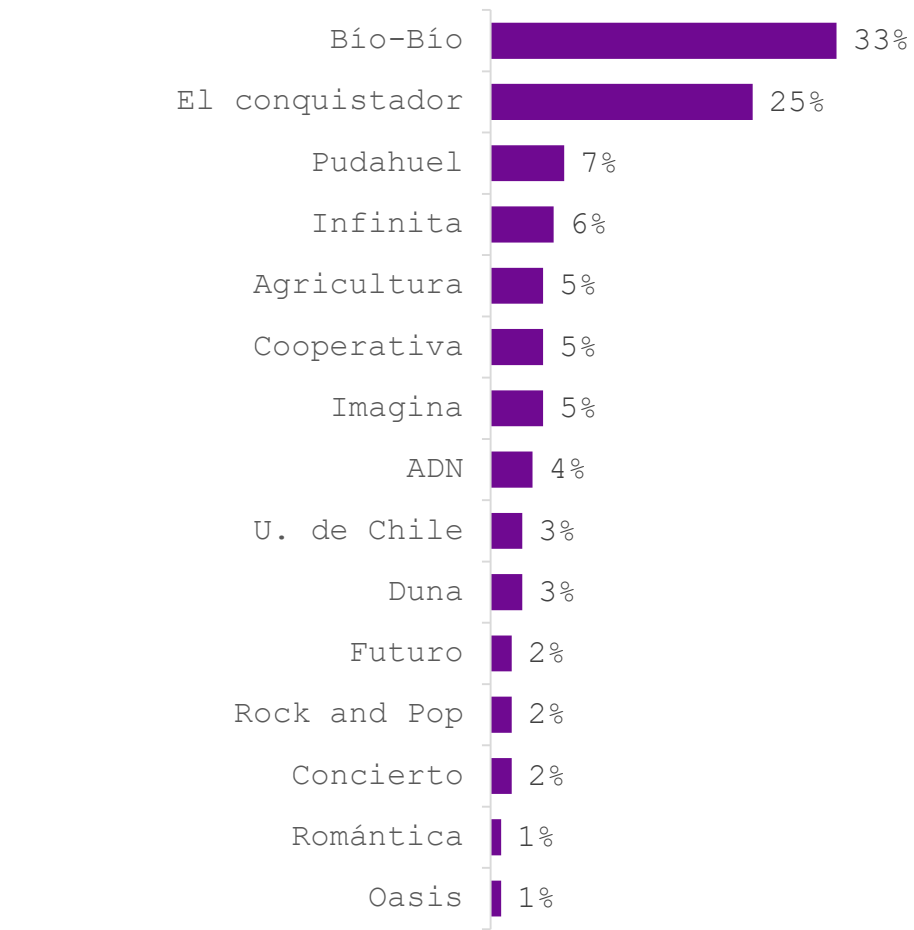


Facebook es por lejos la red social más usada por este segmento para informarse. Mucho más abajo vienen IG (mujeres), TW y Wtsp.
Base: quienes se informan a través de redes sociales (308 casos)



Bío-Bío y El conquistador son las radios más escuchadas por este segmento, sobre todo en los mayores de 70.

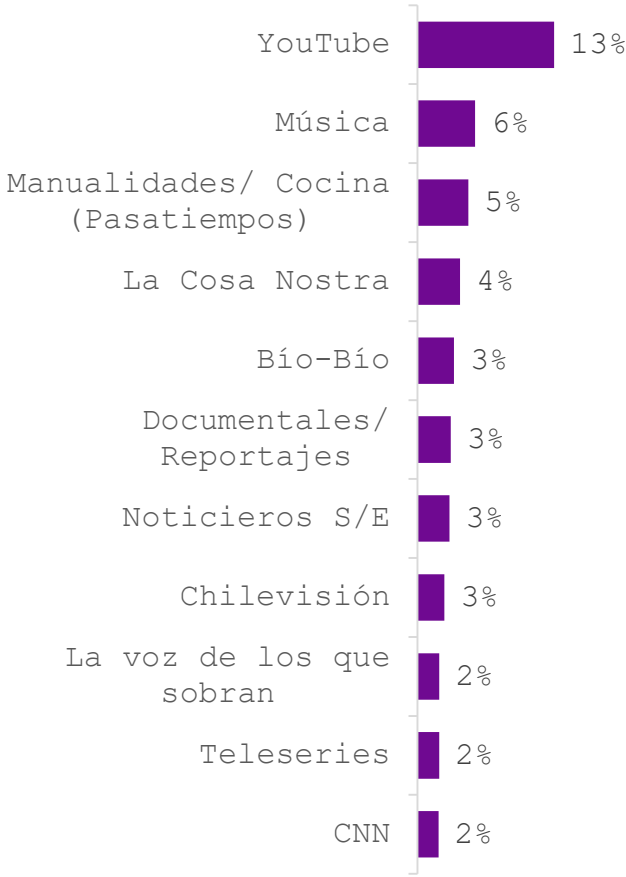
Base: quienes se informan a través de la radio (290 casos)



Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
33%	34%	28%	41%	36%	34%	30%
27%	23%	16%	43%	23%	20%	30%
4%	13%	10%	2%	2%	7%	12%
7%	5%	8%	2%	4%	6%	7%
6%	5%	6%	5%	9%	5%	2%
7%	3%	2%	10%	5%	6%	5%
6%	4%	3%	8%	3%	7%	5%
6%	1%	5%	2%	5%	5%	2%
2%	4%	3%	3%	3%	3%	2%
1%	5%	3%	1%	4%	1%	2%
3%	1%	3%	0%	1%	3%	2%
0%	4%	2%	0%	1%	1%	2%
3%	1%	4%	0%	3%	2%	2%
2%	1%	2%	0%	1%	1%	2%
0%	2%	1%	1%	2%	1%	0%

Youtube es la principal fuente de contenidos audiovisuales.

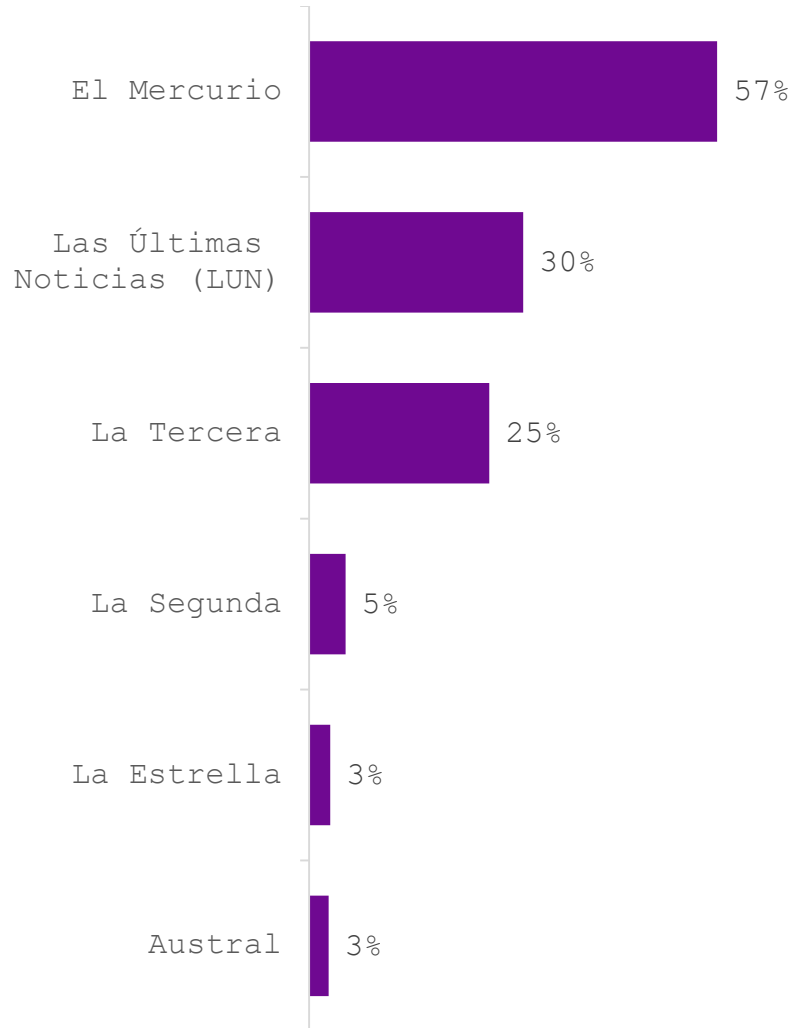
Base: 240 casos



Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
12%	15%	16%	9%	3%	12%	19%
6%	5%	6%	5%	3%	10%	4%
0%	11%	3%	8%	4%	6%	4%
6%	1%	3%	6%	2%	2%	6%
5%	1%	1%	8%	3%	3%	4%
3%	3%	4%	1%	2%	3%	4%
2%	5%	3%	4%	5%	3%	2%
4%	1%	1%	6%	0%	2%	4%
2%	2%	1%	4%	0%	8%	0%
0%	5%	3%	0%	0%	0%	4%
2%	2%	3%	1%	6%	2%	0%

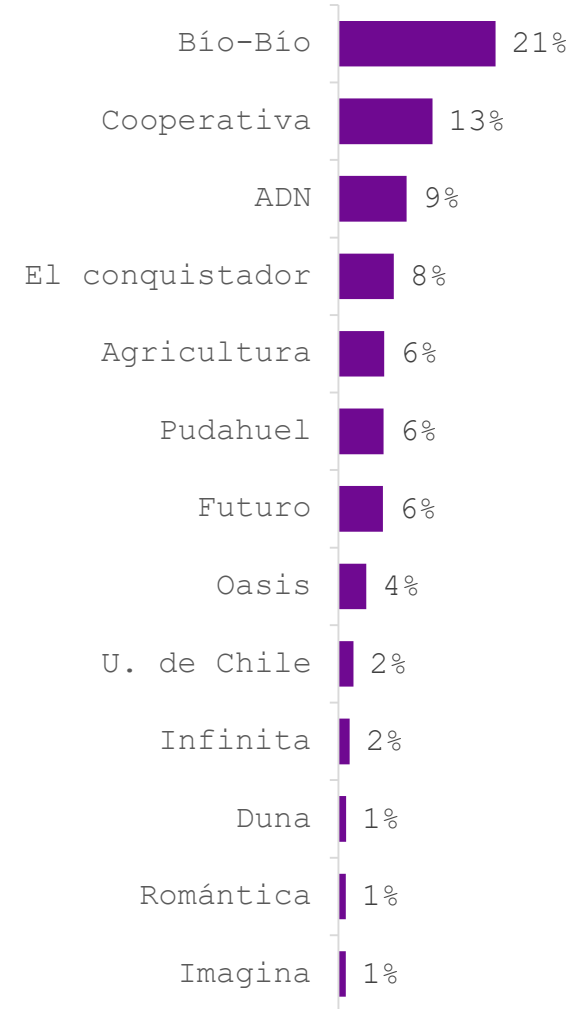
Diarios en papel

Base: 154 casos



Radios en digital

Base: 120 casos

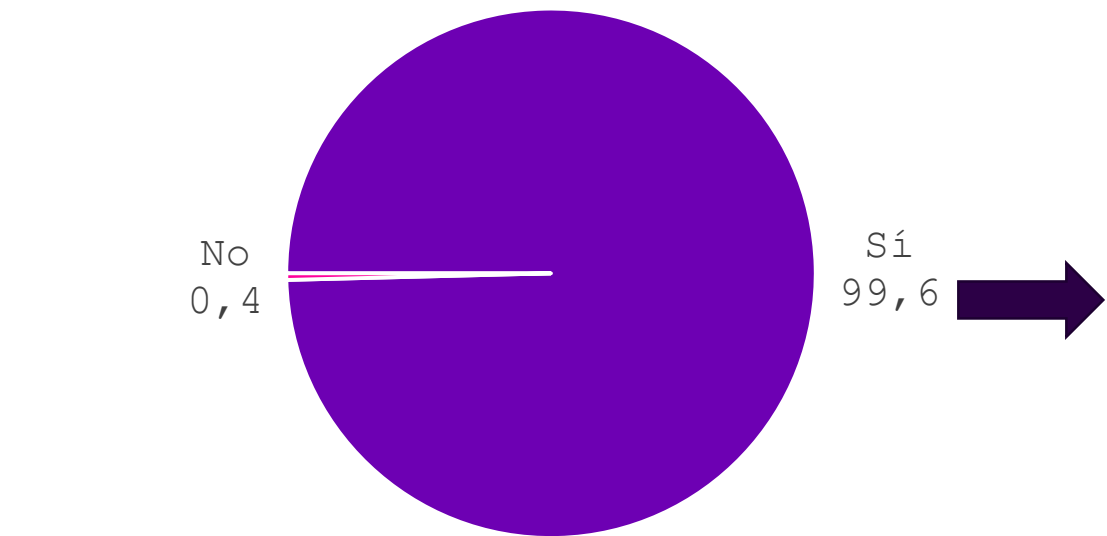




Internet y sus usos

Prácticamente todos usaban internet antes de la pandemia.

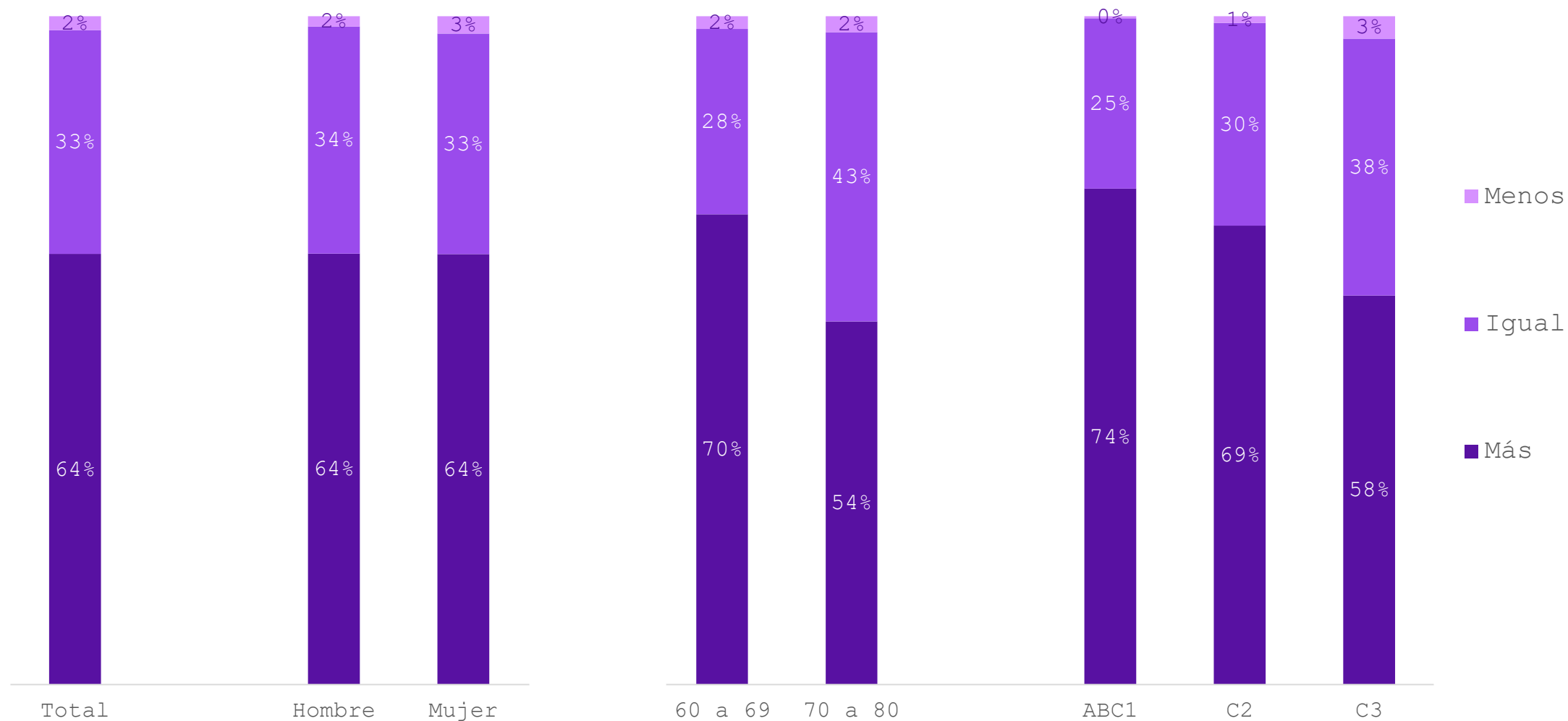
Base: total muestra (680 casos)



Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
100,0%	99,3%	99,4%	100,0%	100,0%	100,0%	99,3%
0,0%	0,7%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%

Desde la pandemia ha aumentado fuertemente el uso de internet, también en este segmento de la población.

Base: total muestra (680 casos)

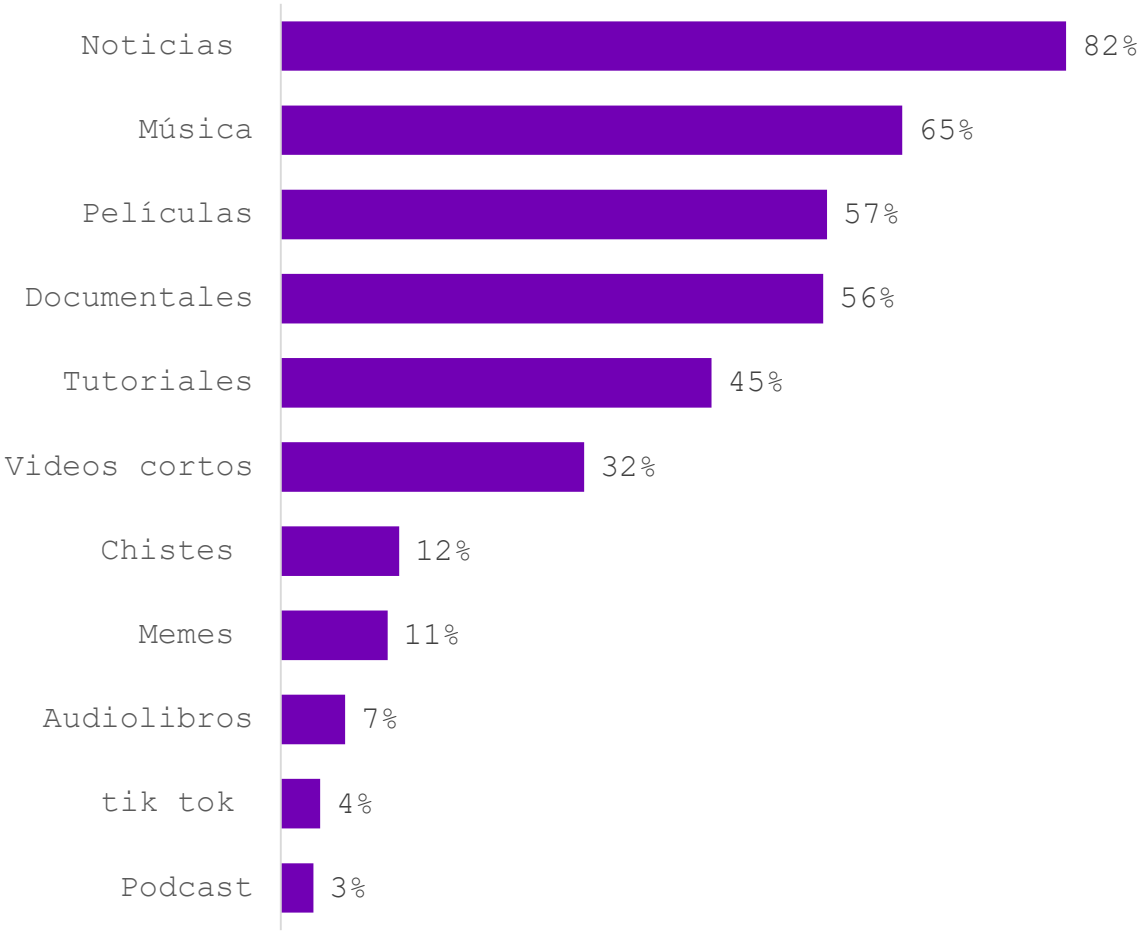


Lo más buscado en internet tiene que ver con noticias, igual para todos los segmentos. Pero contenidos de música, películas y documentales son más explorados por hombres, mientras que las mujeres buscan tutoriales.



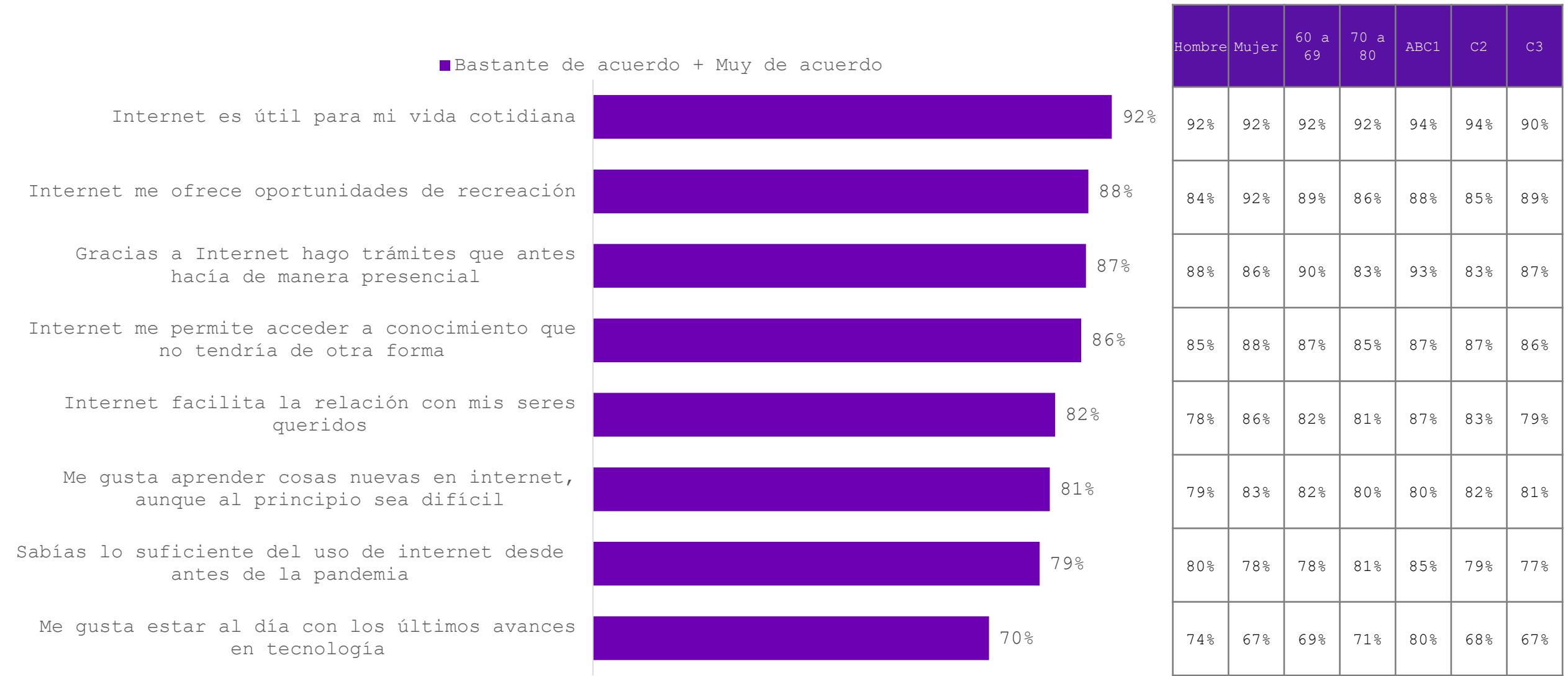
Base: total muestra (680 casos)

Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
86%	77%	81%	83%	85%	82%	80%
69%	60%	65%	64%	66%	57%	67%
62%	51%	61%	50%	53%	52%	61%
63%	49%	54%	60%	57%	53%	57%
35%	55%	48%	39%	44%	45%	45%
33%	30%	29%	35%	33%	33%	30%
15%	10%	9%	17%	7%	13%	14%
9%	13%	8%	16%	6%	11%	13%
6%	8%	9%	3%	8%	10%	5%
5%	3%	3%	6%	3%	4%	5%
4%	3%	4%	2%	7%	4%	1%



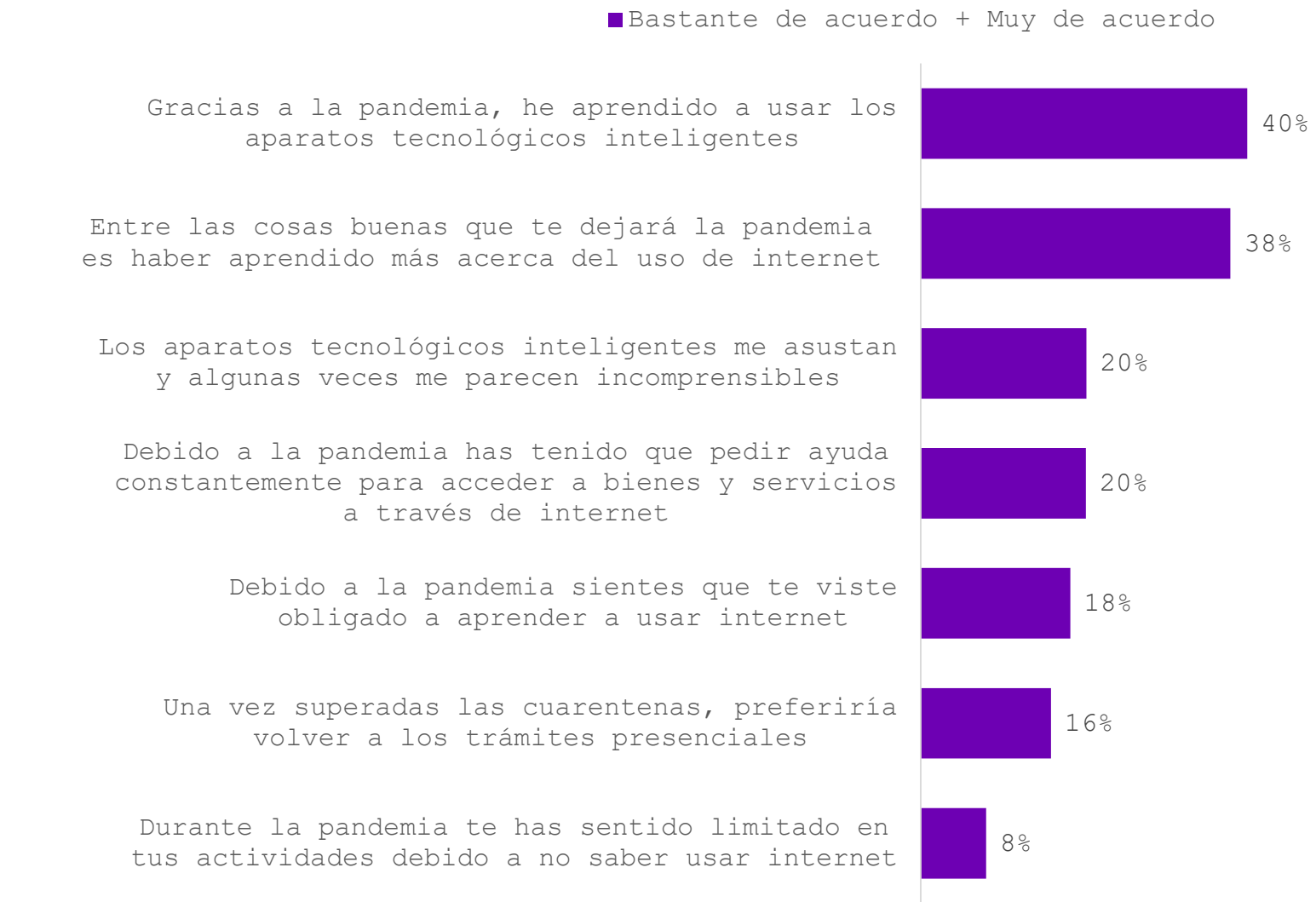
Existe una alta valoración de internet en la vida cotidiana, como fuente de recreación y posibilidad de realizar trámites sin salir de casa.

Base: total muestra (680 casos)



Un 40% reconoce que gracias a la pandemia ha tenido que aprender a usar aparatos tecnológicos inteligentes, pero a penas un 8% de los encuestados se sintió limitado en sus actividades debido a no saber usar internet. 2/2

Base: total muestra (680 casos)



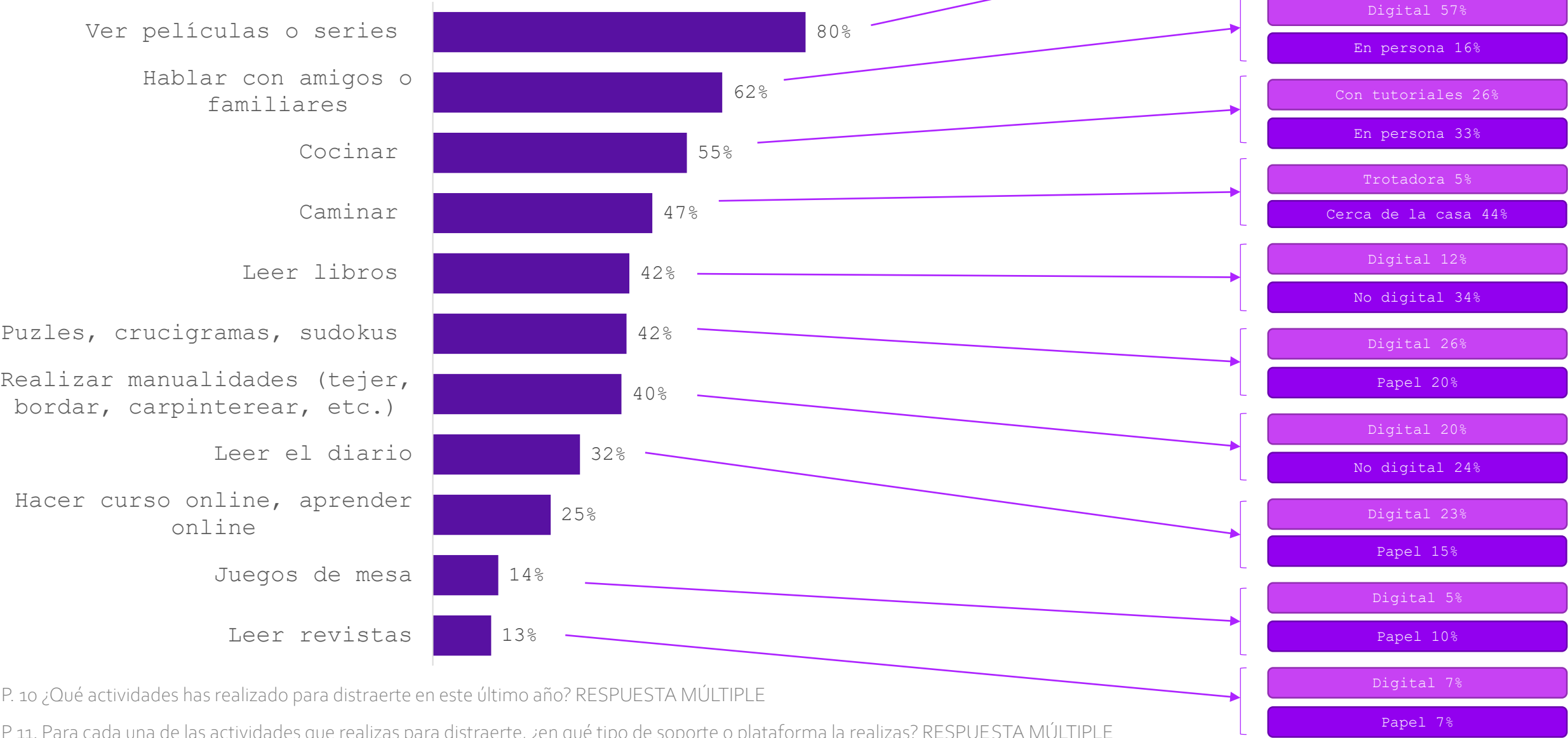
Hombre	Mujer	60 a 69	70 a 80	ABC1	C2	C3
37%	43%	41%	39%	30%	38%	45%
37%	39%	39%	36%	32%	41%	39%
23%	18%	16%	28%	13%	18%	25%
22%	19%	18%	24%	14%	17%	25%
18%	19%	21%	14%	13%	14%	23%
17%	15%	17%	14%	10%	15%	19%
9%	7%	8%	8%	4%	6%	11%

Principales
actividades
que se
realizan
con la
ayuda de
internet



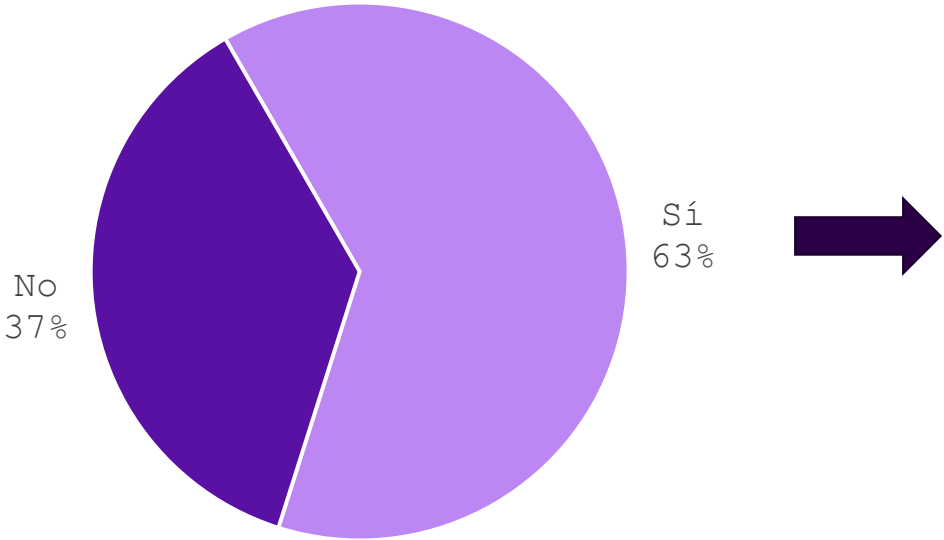
Ver películas o series, conexión con amigos y familia son las actividades más realizadas durante el último año. De esas actividades, en su mayoría son realizadas de manera digital.

Base: total muestra (680 casos)



Dos tercios de los encuestados recibió ayuda para aprender a usar algún aparato tecnológico, sobre todo los de 60 a 69 años y C3.

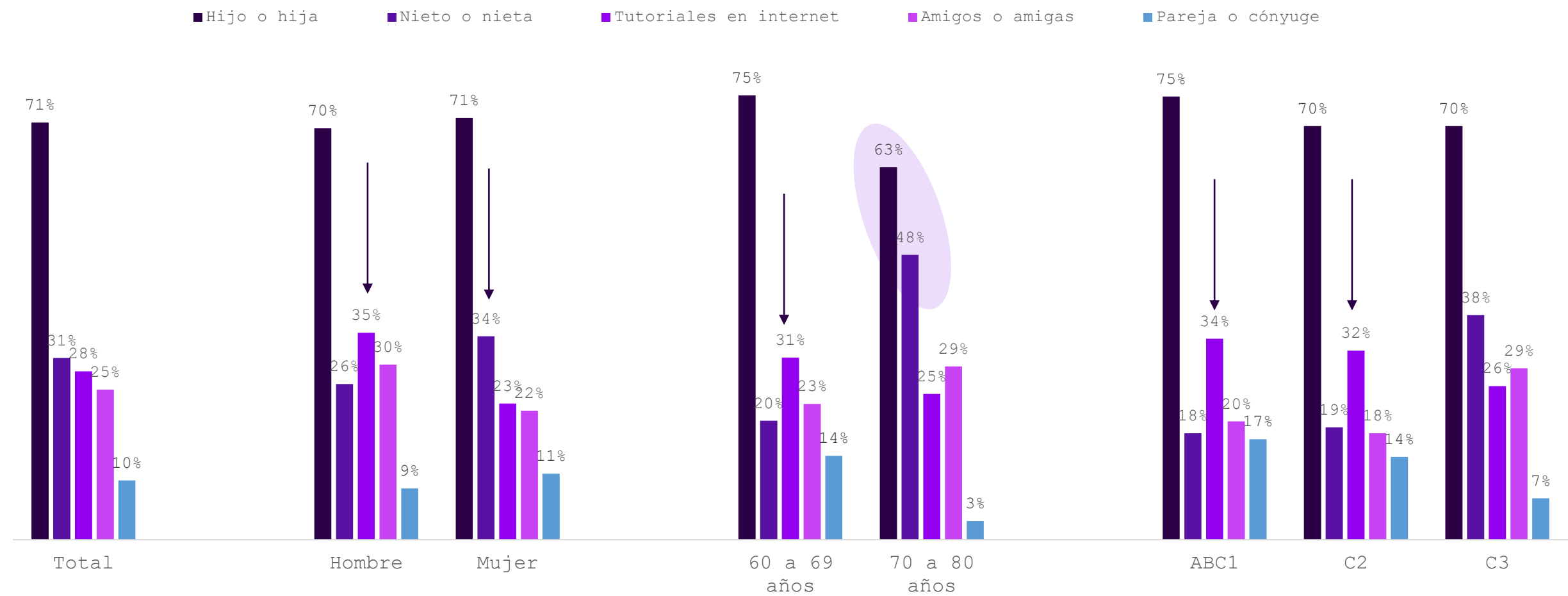
Base: total muestra (680 casos)



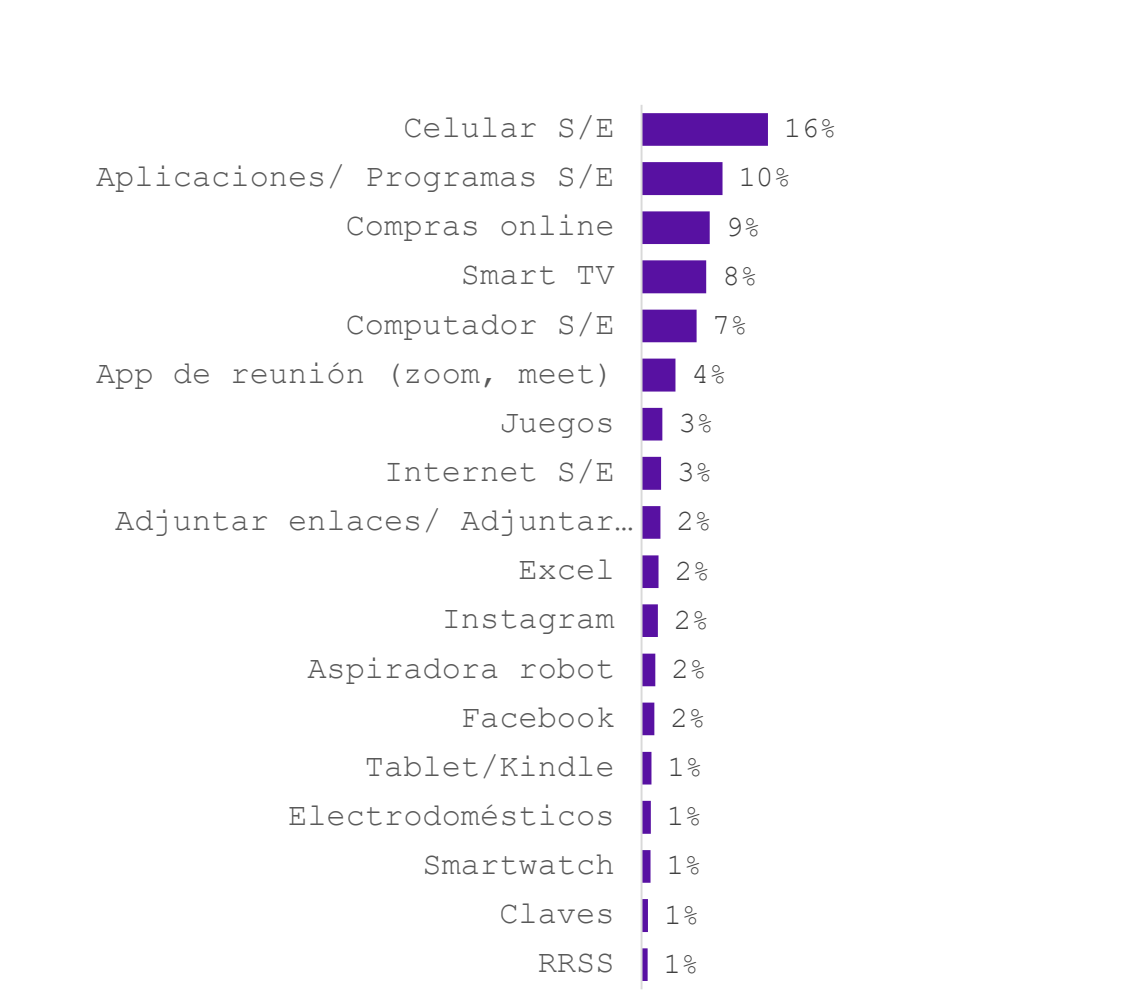
Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
47%	56%	62%	38%	18%	21%	61%

Quienes más ayudan son los hijos, seguidos por los nietos y tutoriales por internet en un nada despreciable 3^{er} lugar, sobre todo en hombres de 60 a 69 años y ABC1C2. Las mujeres mayores tienden a estar con los nietos, quienes son los que le enseñan a su abuela.

Base: quienes han pedido ayuda (306 casos)



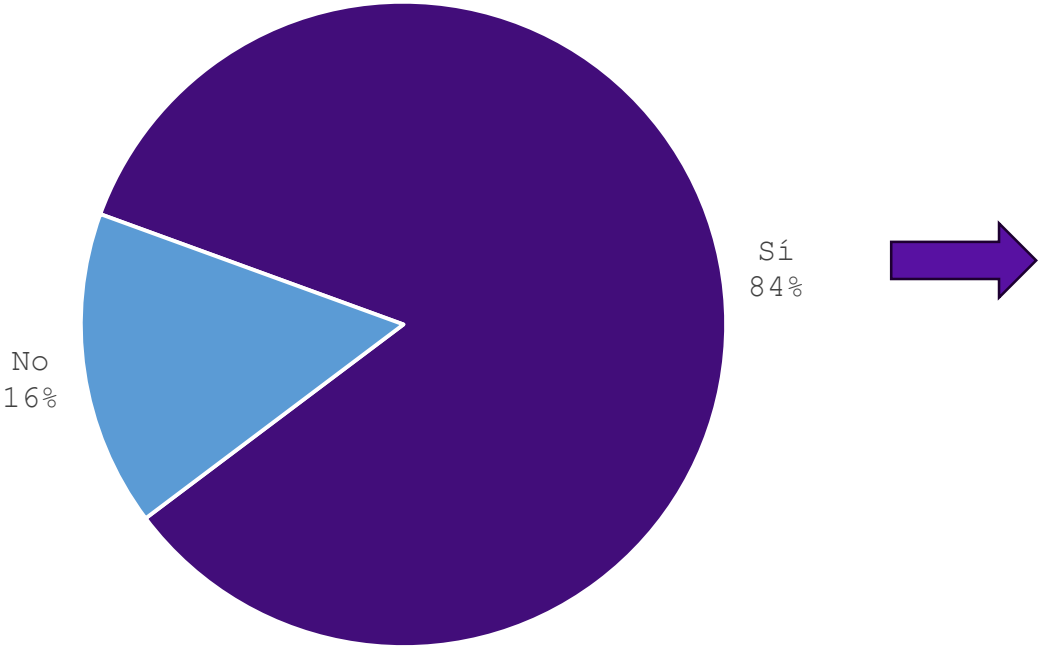
El celular y las aplicaciones son lo que más les ha costado aprender a usar, aunque tampoco son tan altos los porcentajes. Destacan los mayores de 70, que solicitaron más ayuda con ese ítem.



Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
17%	15%	6%	33%	10%	19%	17%
16%	6%	6%	18%	8%	10%	11%
8%	9%	11%	5%	4%	6%	11%
11%	7%	8%	9%	6%	8%	9%
5%	8%	8%	6%	5%	10%	7%
5%	4%	4%	5%	14%	6%	1%
3%	2%	4%	0%	3%	4%	2%
4%	2%	4%	1%	0%	2%	3%
1%	4%	1%	4%	3%	3%	2%
0%	4%	3%	2%	4%	4%	1%
0%	4%	3%	0%	3%	1%	2%
1%	3%	3%	0%	0%	2%	2%
1%	3%	2%	1%	2%	0%	2%
0%	2%	1%	1%	1%	2%	1%
0%	2%	1%	1%	3%	4%	0%
0%	2%	1%	1%	1%	1%	1%
1%	0%	1%	0%	1%	0%	1%
1%	1%	0%	2%	0%	4%	0%

Hay una muy buena disposición a usar tutoriales, sobre todo en hombres ABC1 de 60 a 69 años.

Base: total muestra (680 casos)

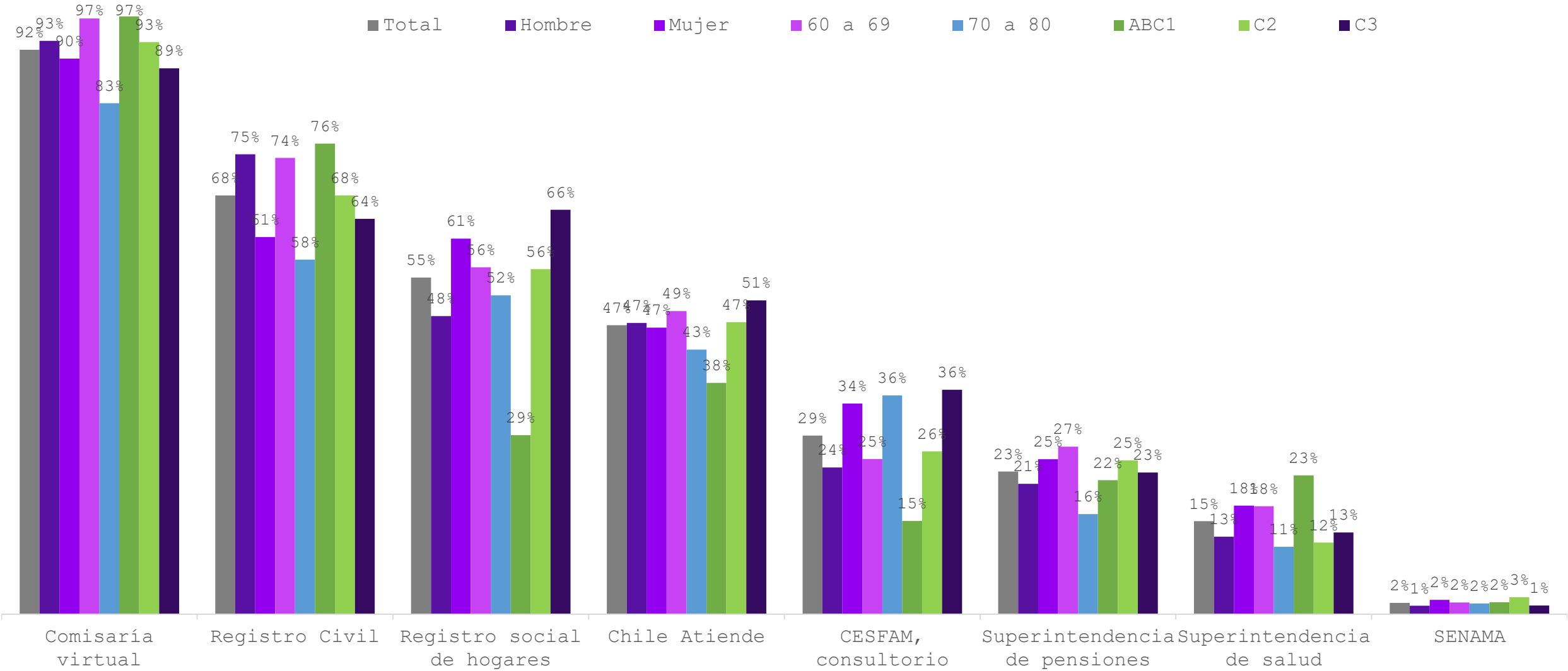


Hombre	Mujer	60 a 69 años	70 a 80 años	ABC1	C2	C3
87%	82%	87%	80%	88%	81%	84%

Comisaría virtual es lo más visitado en todos los segmentos.
Para el C2 y C3 son más relevantes el RSH, Chileatiende y
Cesfam.



Base: total muestra (680 casos)

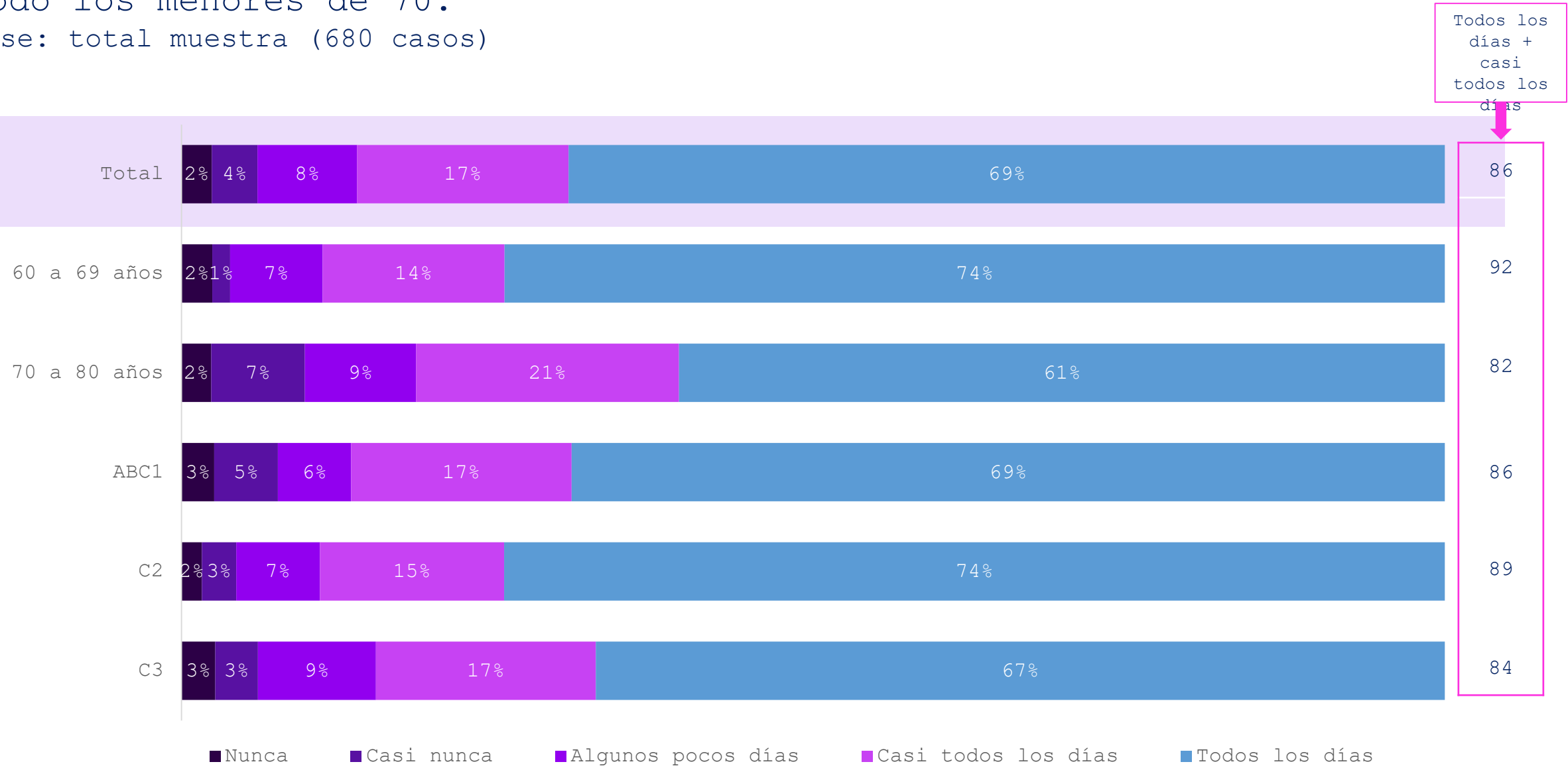


Redes sociales



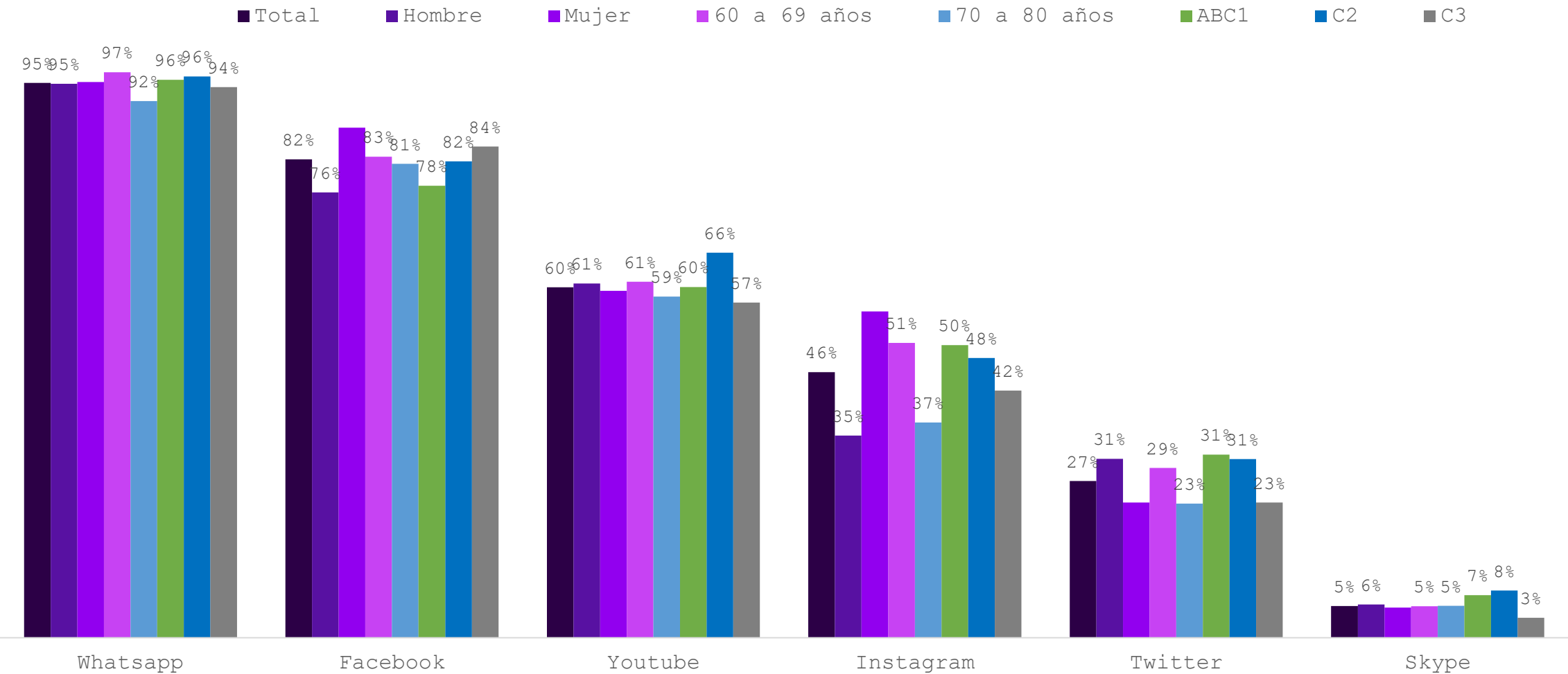
Son personas totalmente conectadas. La gran mayoría (86%) se conecta todos o casi todos los días a redes sociales, sobre todo los menores de 70.

Base: total muestra (680 casos)

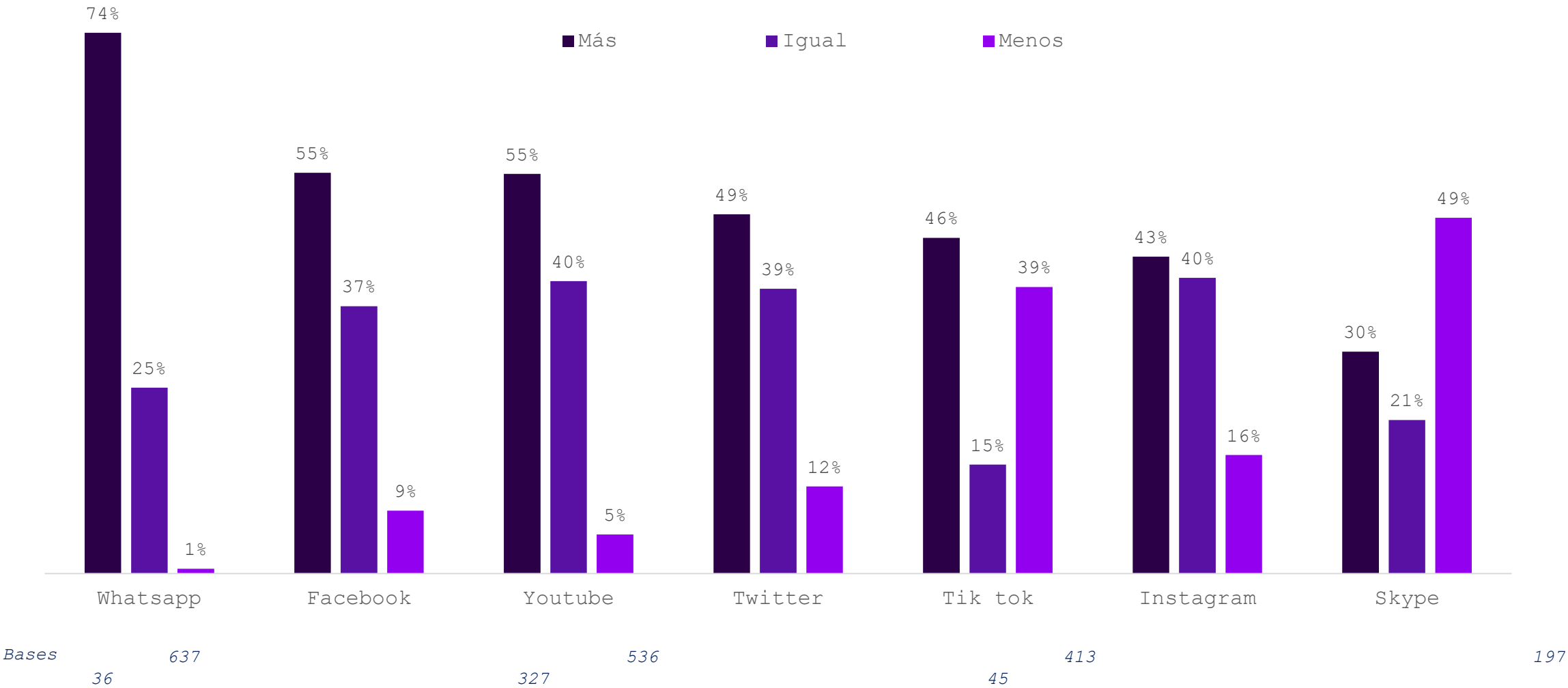


Whatsapp, Facebook y Youtube son las redes sociales más utilizadas.

Base: total muestra (680 casos)

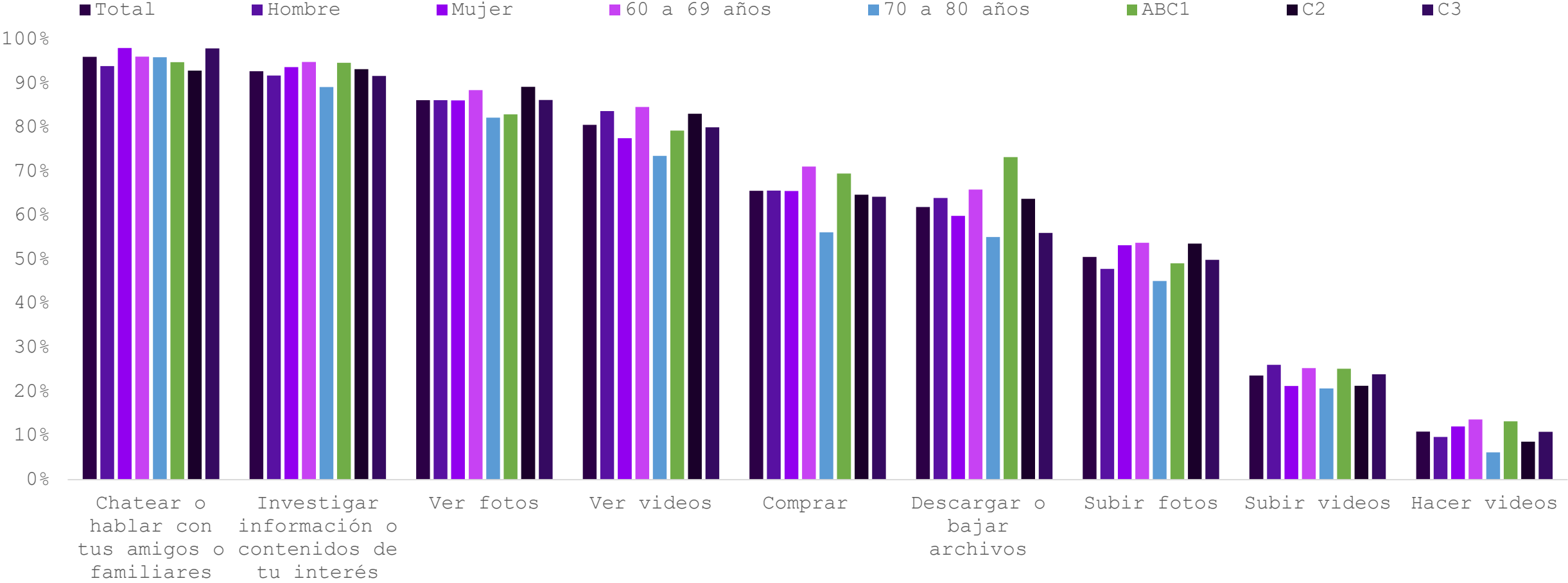


Si bien todas las redes sociales crecen muchísimo durante la pandemia, Whatsapp es la red social cuyo uso más aumentó, mientras que Skype se vio disminuido.
 Base: quienes usan cada red social



Además de chatear, lo que más realizan en redes sociales tiene que ver con investigar, ver fotos, videos y, en menor medida, comprar, descargar archivos.

Base: total muestra (680 casos)

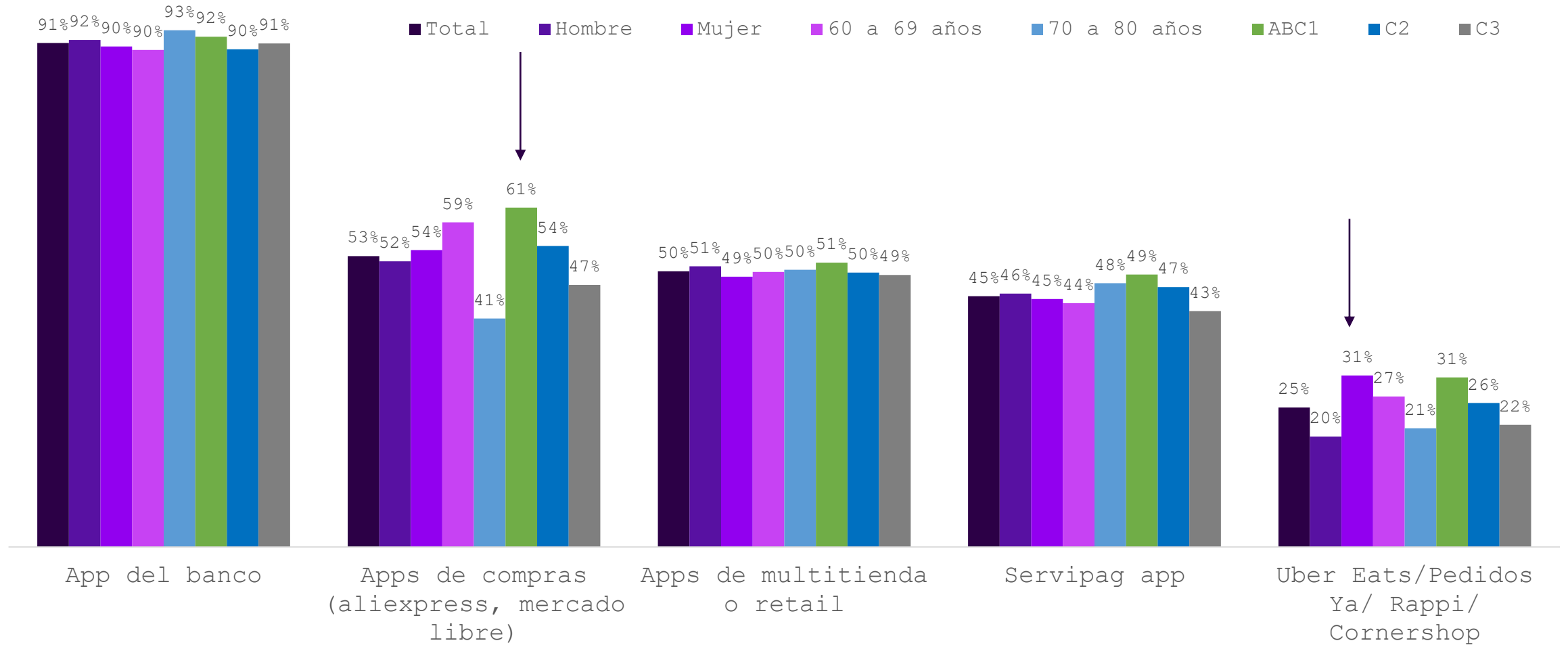


Apps y
sitios web
más
visitados

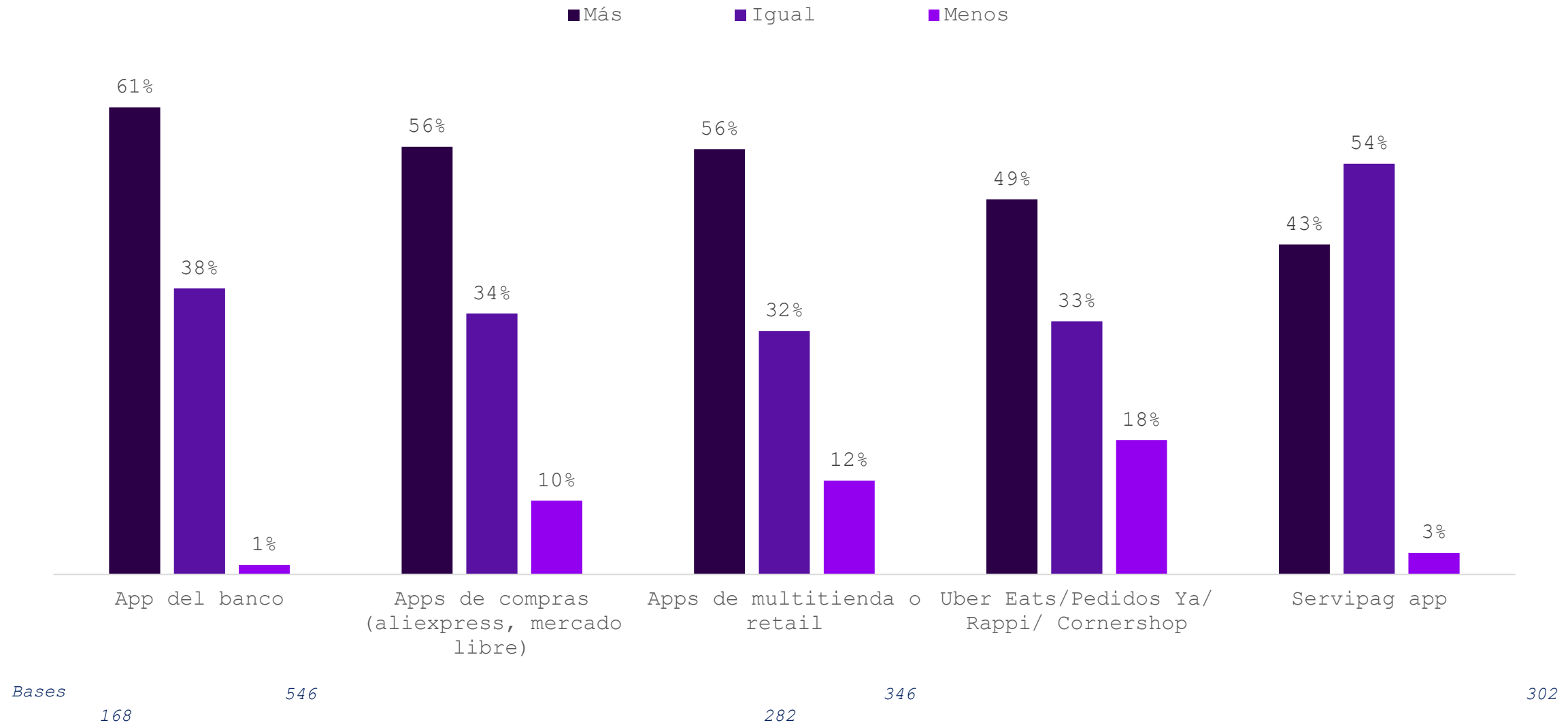


La aplicación del banco es la más utilizada. Apps de compras son más relevantes para el ABC1 de 60 a 69 años, y apps de última milla son más usadas por las mujeres.

Base: total muestra (680 casos)

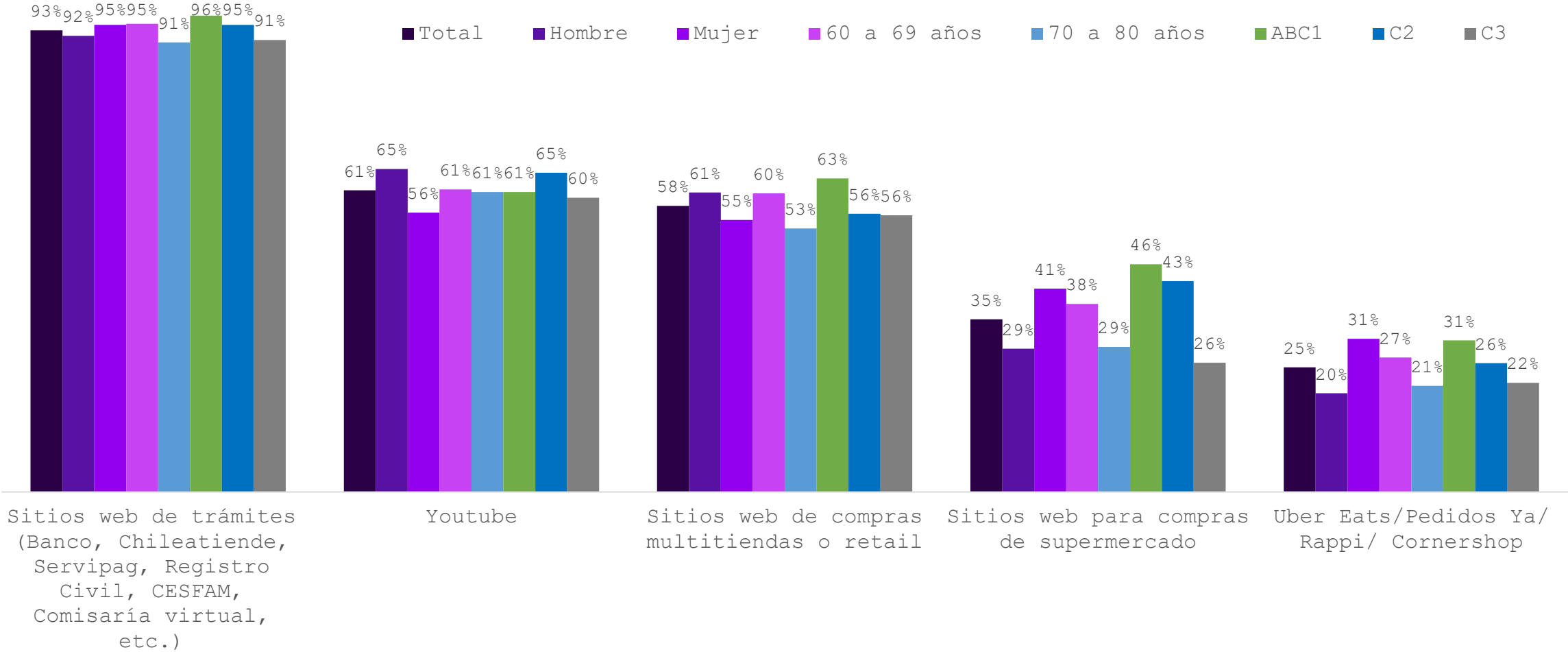


Todas las aplicaciones aumentan su uso fuertemente, siendo la app del banco la que más crece. Servipag se mantiene.
 Base: quienes utilizan cada app

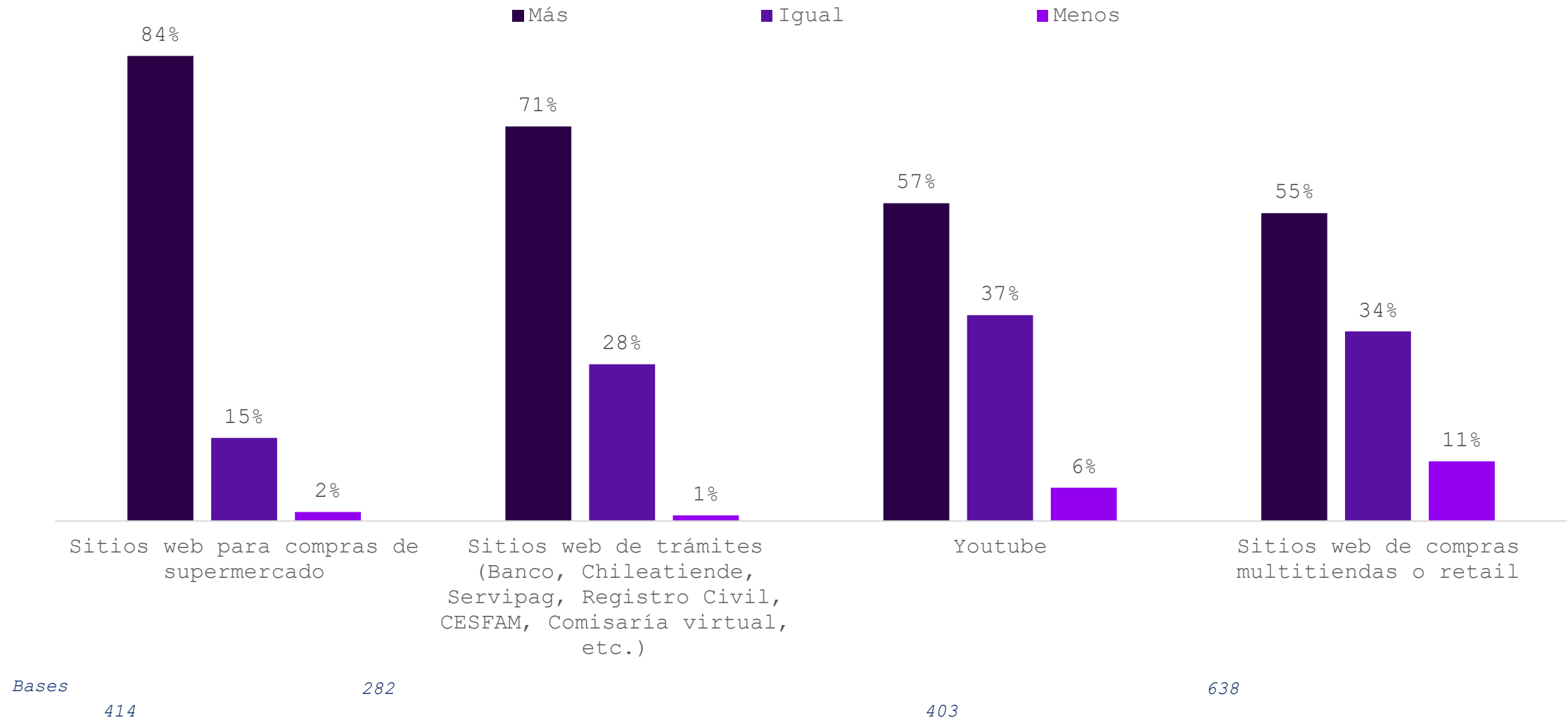


Los sitios web más visitados son los de trámites por lejos. Le sigue Youtube junto con los sitios de compras de multitiendas o retail. ABC1 destaca en compras en sitio web de supermercado.

Base: total muestra (680 casos)



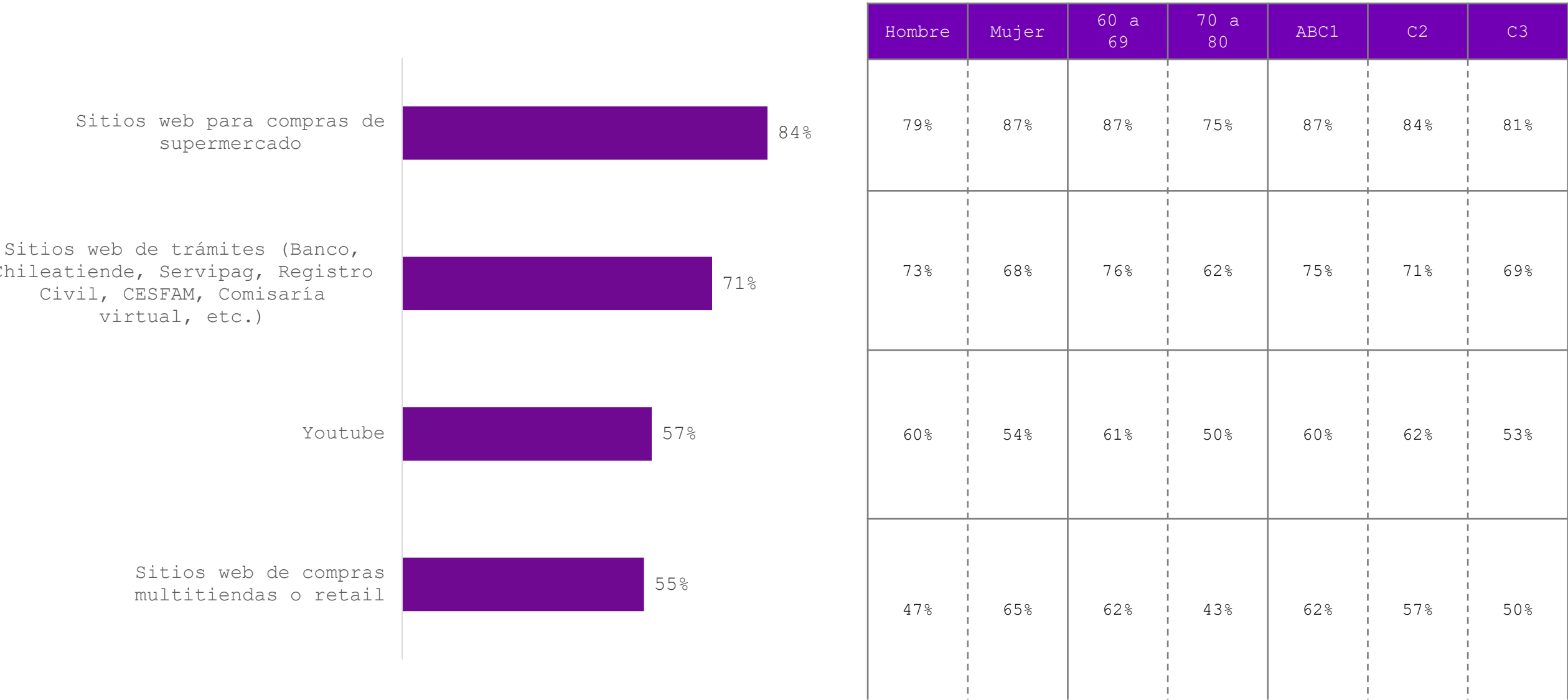
El sitio web de supermercado es lo que más aumentó durante la pandemia, junto con los sitios web de trámites.
Base: quienes usan cada sitio web



El sitio web de supermercado es lo que más aumentó durante la pandemia sobre todo para los menores de 70, junto con los sitios web de trámites.



Base: quienes usan cada sitio web

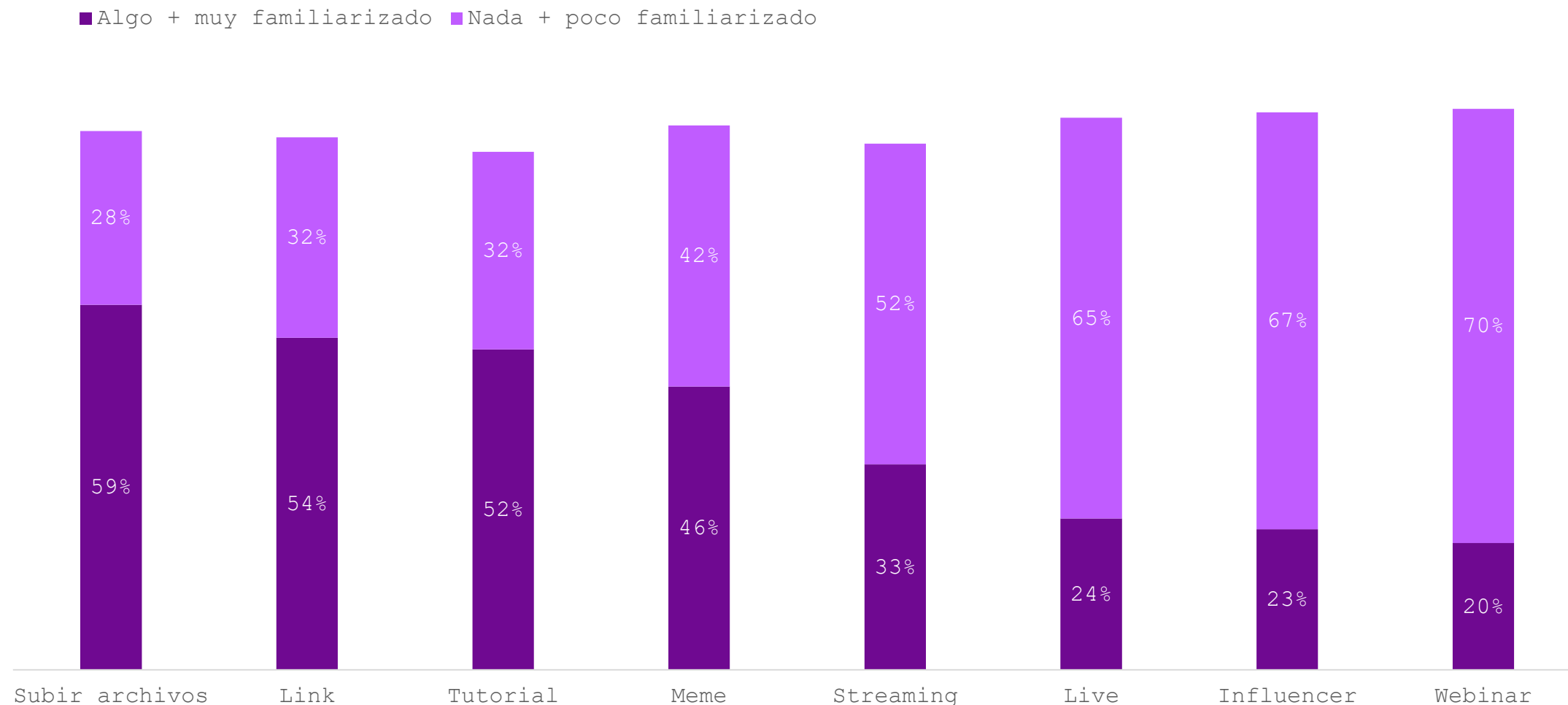




Conceptos de
internet

Los conceptos de streaming, live, influencer y webinar son los más lejanos para este segmento.

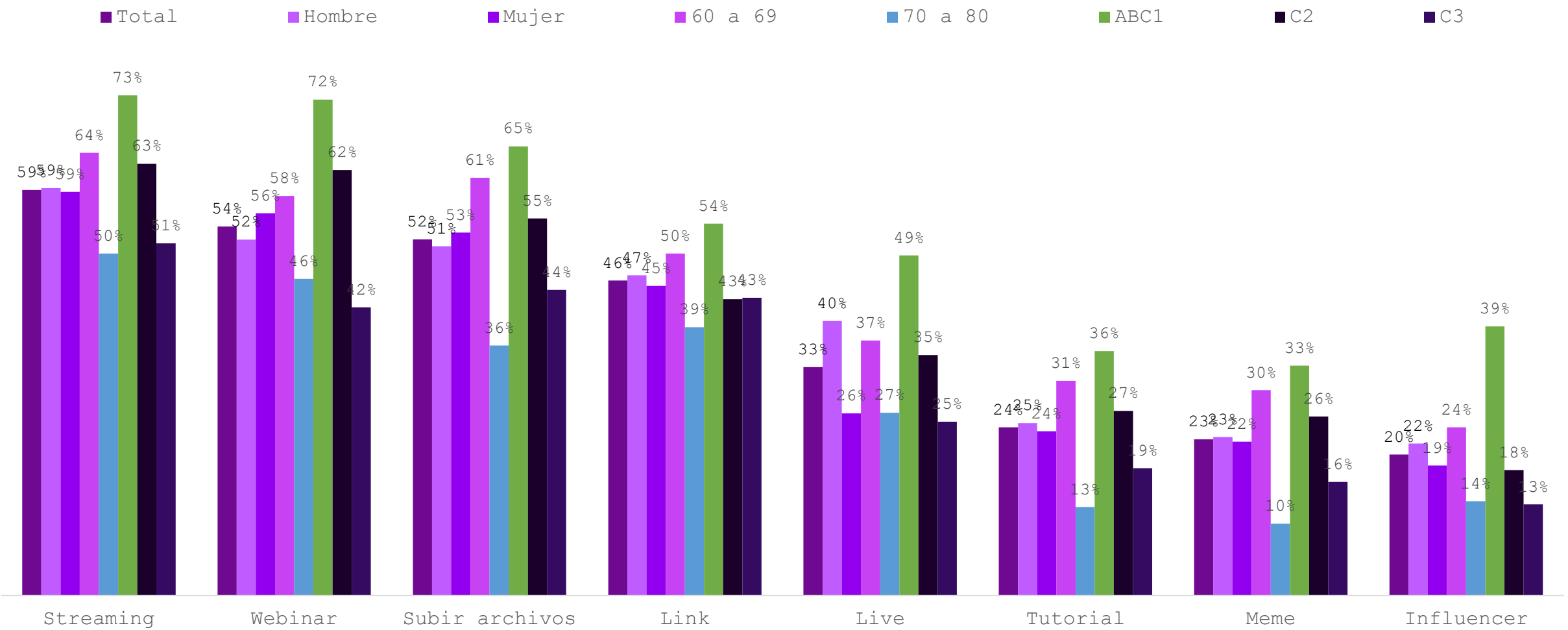
Base: total muestra (680 casos)



El segmento ABC1 tiene mayor conocimiento de todos los conceptos, mientras que los mayores de 70 están bastante alejados.

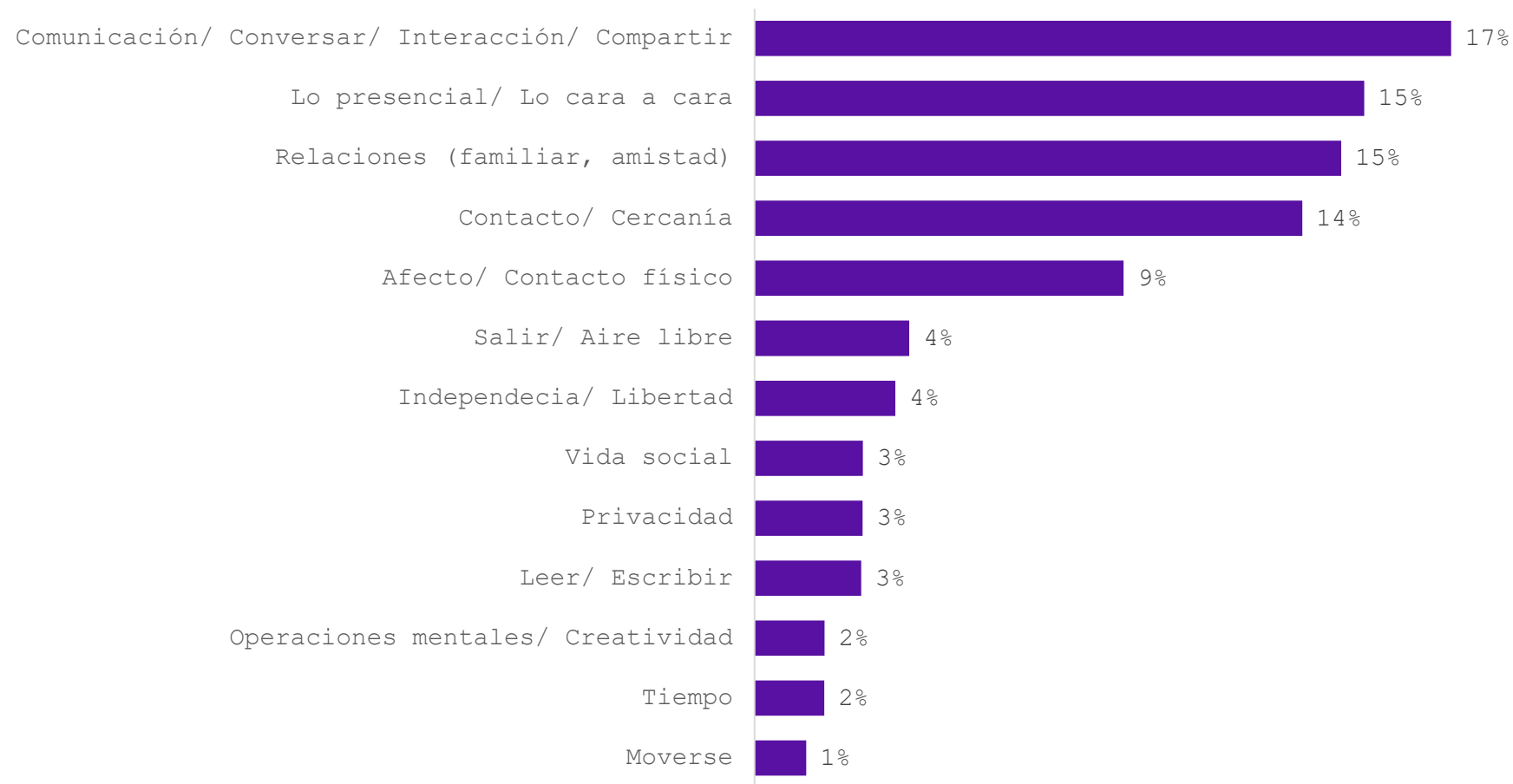
Base: total muestra (680 casos)

% algo + muy familiarizado

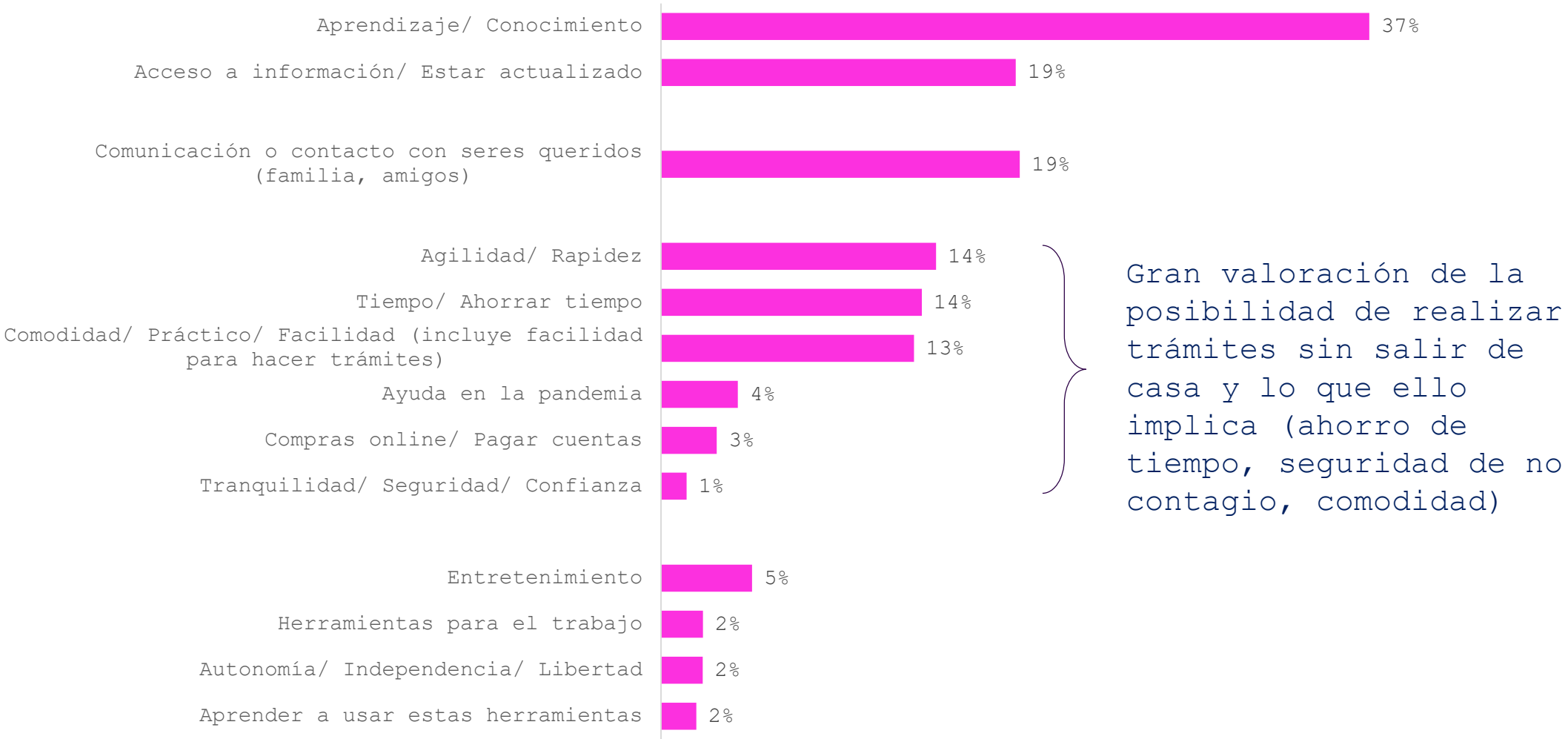


Si bien todos los encuestados remarcan que han aumentado sus formas de comunicación, es justamente eso lo que más sienten que han perdido por la tecnología. En segundo lugar, se refieren a lo presencial como aspecto perjudicado por esta.

Base: total muestra (680 casos)



Es más lo que han ganado que lo que han perdido debido a la tecnología. El aprendizaje y acceso a conocimiento son aspectos muy valorados, al igual que la posibilidad de conectar con seres queridos.
Base: total muestra (680 casos)



Hay consenso en que la alfabetización digital es más amplio que aprender a usar internet.

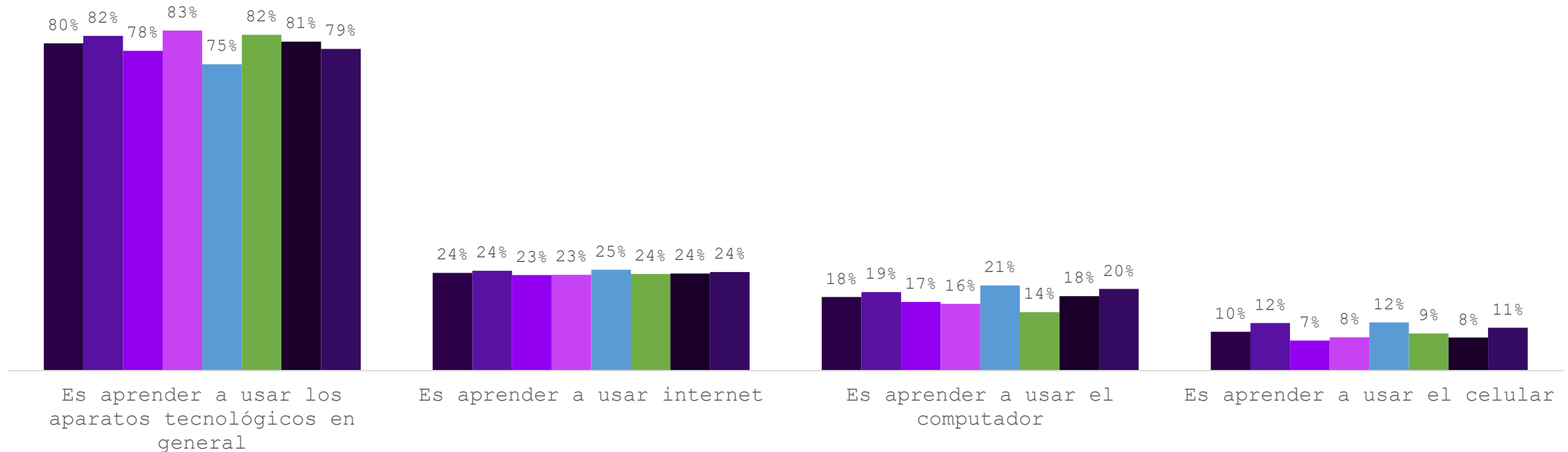
Base: total muestra (680 casos)

70% Sabe lo que es alfabetización digital.

¿Qué entiende por eso?

(Base quienes contestan que saben lo que es la alfabetización digital, 506 casos)

■ Total ■ HOMBRE ■ MUJER ■ 60 a 69 ■ 70 a 80 ■ ABC1 ■ C2 ■ C3



P39. ¿Sabes o entiendes lo que es la alfabetización digital?

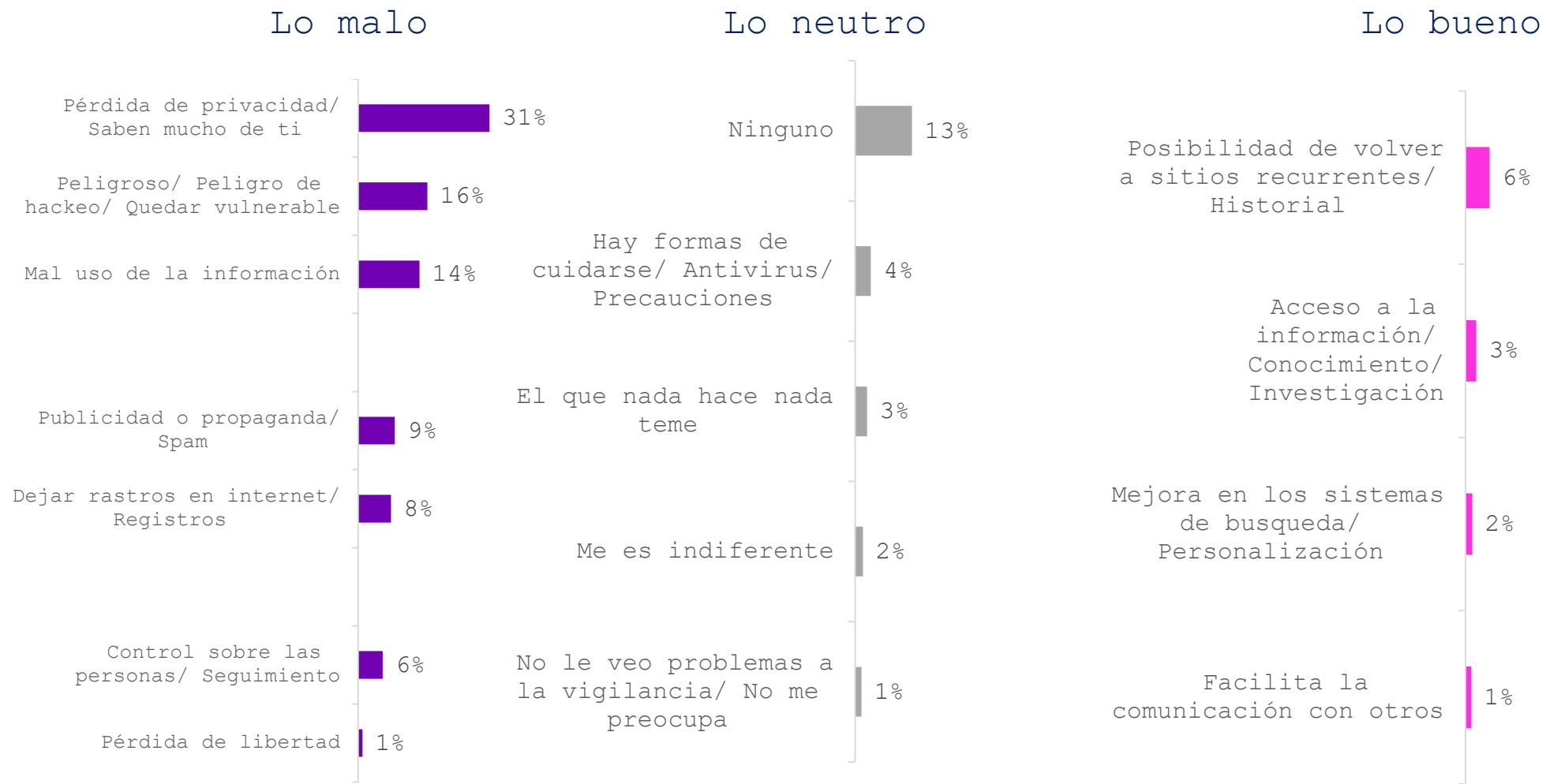
P40. ¿Qué entiendes por alfabetización digital?

Existe una amplia conciencia de que al usar internet, estamos dejando un rastro y registros de los sitios que has visitado y clickeado. Los encuestados constatan que las implicancias de esto no siempre son negativas.

Base: Total muestra (680 casos)

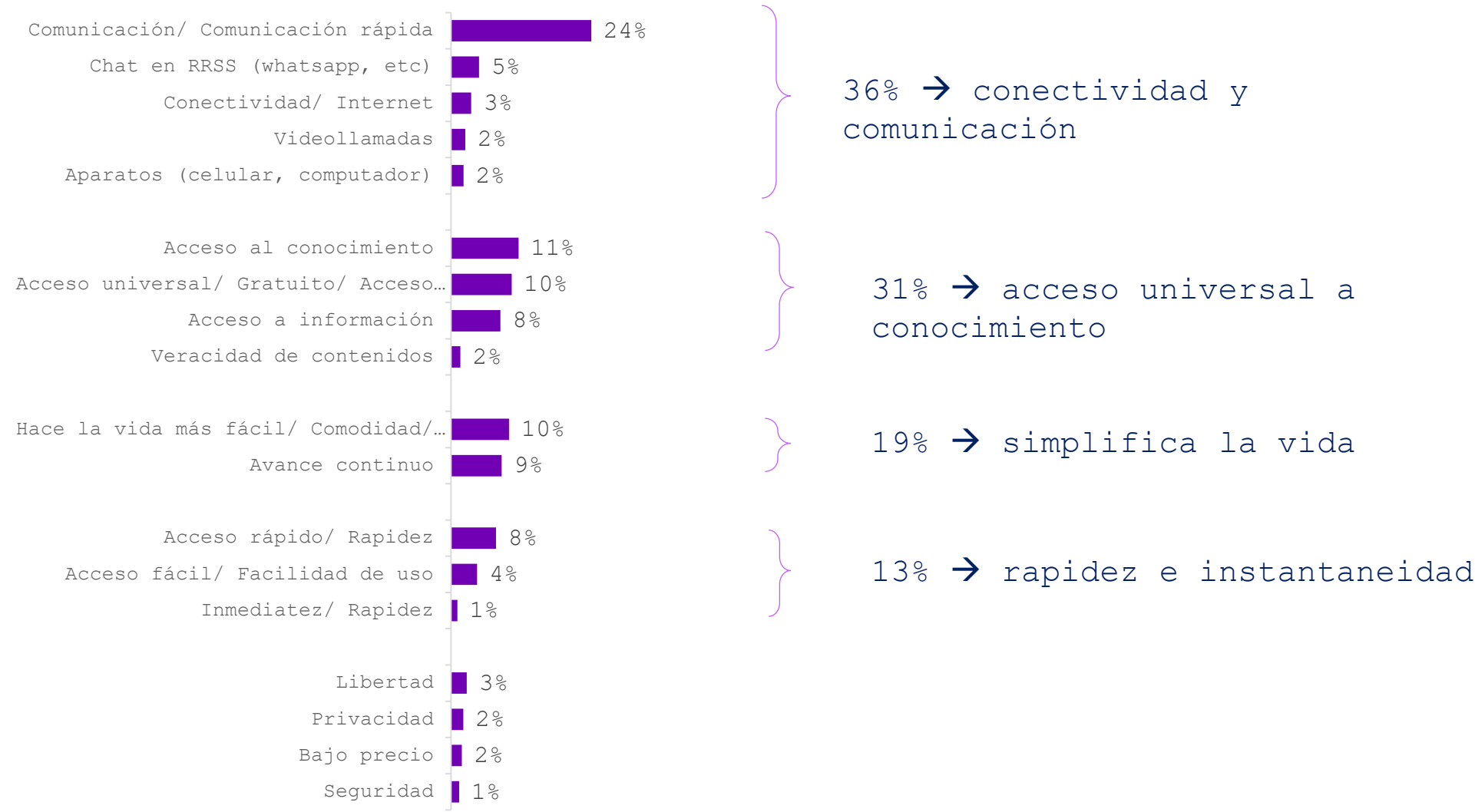


Es consciente de que al usar internet dejas una huella digital.



P41. ¿Eres consciente de que al usar internet dejas un rastro y registros de los sitios que has visitado y clickeado?
SI CONTESTA SI EN P41 → P42. ¿Qué beneficios o perjuicios le ves a los rastros y registros que dejas al usar internet? RESPUESTA ABIERTA

Lo positivo que tiene la tecnología y que no quiere que cambie





Conclusiones

MUY CONECTADOS

En general, se trata de personas altamente conectadas con la tecnología, y que ya usaban internet antes de la pandemia. No les gusta quedarse atrás con los adelantos que van saliendo.

Además, el covid ha aumentado exponencialmente el uso de internet en este segmento de la población y de aparatos tecnológicos que en otras circunstancias no se usarían o se usarían menos. De la totalidad de los encuestados, 2/3 recibió ayuda para aprender a usar algún aparato tecnológico, sobre todo los de 60 a 69 años y C3.

La gran mayoría (86%) se conecta todos o casi todos los días a redes sociales, sobre todo los menores de 70. Whatsapp, Facebook y Youtube son las redes sociales más utilizadas por los adultos mayores. Además de chatear, lo que más realizan en redes sociales tiene que ver con investigar, ver fotos, videos y, en menor medida, comprar y descargar archivos.

MEDIOS Y PLATAFORMAS

Los noticieros de TV siguen siendo la mayor fuente de información para las personas mayores, seguido de los sitios web de noticias y los programas de opinión.

De esta forma, lo más buscado en internet tiene que ver con noticias, al igual para todos los segmentos. Pero contenidos de música, películas y documentales son más explorados por hombres, mientras que las mujeres buscan tutoriales.

Existe una alta valoración de internet en la vida cotidiana, como fuente de recreación y posibilidad de realizar trámites sin salir de casa. Comisaría virtual es lo más visitado en todos los segmentos. Para el C2 y C3 son más relevantes el RSH, Chileatiende y Cesfam. De los sitios web consultados, el de supermercados es el que registra mayor crecimiento en su uso.

SOBRE INTERNET

Si bien hay algunos elementos relativos a internet que no les son familiares como influencer o meme, más de la mitad sabe lo que es un streaming, un link y un tutorial.

Por otro lado, existe una amplia conciencia de que al usar internet, estamos dejando un rastro y registros de los sitios que se han visitado y clickeado. Los adultos mayores consideran que es más lo que han ganado que lo que han perdido debido a la tecnología. El aprendizaje y acceso a conocimiento son aspectos muy valorados, al igual que la posibilidad de conectar con seres queridos.

Finalmente, lo que no quieren que cambie la tecnología son la conectividad y comunicación, el acceso universal al conocimiento, la simplificación de la vida y rapidez e instantaneidad.



CRITERIA
INVESTIGAR · INTEGRAR · TRANSFORMAR

Informe DIGITALIZACIÓN PERSONAS MAYORES

SEPTIEMBRE, 2021



vtrconvidadigital