

## **INFORME FINAL DE RESULTADOS**

PROYECTO IMSERSO 126/2007

TÍTULO DEL PROYECTO:

La participación activa en la sociedad de la información. Brecha digital y calidad de vida de las personas mayores

Período de ejecución:

1/1/2007      31/12/2008

INVESTIGADOR PRINCIPAL:

Enrique Gracia Fuster

Catedrático de Psicología Social, Universidad de Valencia

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
<b>3. METODOLOGÍA .....</b>	<b>7</b>
<b>4. RESULTADOS .....</b>	<b>9</b>
<b>5. CONCLUSIONES .....</b>	<b>26</b>
<b>6. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>31</b>
<b>7. ANEXO 1. Cuestionario Usuarios de Internet.....</b>	<b>36</b>
<b>9. ANEXO 2. Cuestionario No-Usuarios de Internet.....</b>	<b>47</b>
<b>10. ANEXO 3. Análisis descriptivo de las variables del estudio.....</b>	<b>55</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Las personas mayores es uno de los grupos sociales con un mayor riesgo de exclusión de la sociedad de la información. Además, a medida que se incrementa el número de personas mayores en la sociedad, un hecho sociológico sobradamente constatado en España y la Unión Europea, este riesgo de exclusión se puede extender a un número de personas cada vez mayor. Por ejemplo, en la Unión Europea, se estima que el número de personas mayores de 50 años se incrementará progresivamente hasta un 35% de la población para el año 2050 (Gilligan, 1999; European Commission, 2005; Naciones Unidas, 2002). Para el 2010 alrededor del 25% de la población Europea será mayor de 60 años, incrementándose este porcentaje hasta el 30% en el año 2020. Así, potencialmente, un número mayor de personas mayores puede quedar excluido a medida que la sociedad de la información progresa. En España, según el informe realizado desde el Observatorio de Personas Mayores del IMSERSO “Las personas mayores en España. Informe 2004”, las personas de edad ya representan el 17,0% de toda la población, y ese porcentaje y sus cifras absolutas no van a dejar de crecer en las próximas décadas. La proyección de INE que recoge este informe para el año 2050 es que en España el 30’8% de la población serán personas mayores.

Aunque es cierto que las personas mayores no constituyen un grupo homogéneo en términos de educación, ingresos, o limitaciones asociadas a la edad, diversos informes han identificado a este grupo social, junto con las personas con discapacidades, como uno de los colectivos con un mayor riesgo de exclusión (Gilligan, 1999; Eurobarómetro, 2003; European Commission, 2006; SeniorWacht, 2002). Por ejemplo, en España, el 80% de los usuarios de Internet tiene menos de 45 años, aunque este grupo representa sólo el 53.2% de la población total. Sólo el 5’1 de los usuarios de Internet en España

tienen entre 65 y 74 años, y sólo el 1'5 de los usuarios de Internet tiene más de 75 años (INE, RED.Es).

Como indicaba el informe de SeniorWacht (2002), puesto que cada vez un mayor número de transacciones se realizan a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, entre las que destaca Internet, las personas mayores que no tienen acceso, o que encuentran barreras para su utilización, se encontrarán progresivamente en una situación de desventaja en términos de la realización de tareas cotidianas, de comunicación, de salud y de bienestar psicológico y social. La participación activa en la sociedad de la información puede desempeñar un papel fundamental en la mejora de las condiciones de vida de las personas mayores favoreciendo la independencia, mejorando la calidad de vida, permitiendo que las personas mayores continúen siendo miembros activos de la sociedad. Es más, diversos informes han subrayado la importancia en términos económicos de la integración de las personas mayores en la sociedad de la información y sus ventajas asociadas como el envejecimiento activo, la vida independiente y la productividad en trabajos altamente cualificados (OCDE, 2003). De ahí la importancia de tener en cuenta las implicaciones que puede tener la brecha digital en este grupo de la población. La brecha digital puede crear barreras y fomentar la exclusión de la sociedad de la información privando a un elevado número de personas mayores de los numerosos beneficios del uso de las nuevas tecnologías de la información y de la participación activa en la sociedad de la información.

## **2. OBJETIVOS**

La participación activa en la Sociedad de la Información puede convertirse en un elemento fundamental para la promoción del envejecimiento activo, manteniendo a la persona mayor activa tanto en el ámbito social como económico, fomentando su independencia, autonomía y creatividad, facilitando el mantenimiento y creación de nuevas redes sociales y evitando el aislamiento social, así como el acceso a servicios (de salud, culturales, etc. ) lo que redundará, en definitiva, en una mayor calidad de vida. No obstante, a pesar del reconocimiento de su importancia, en nuestro entorno, la investigación sobre el perfil que define a aquellas personas mayores que se encuentran a un lado u otro de la brecha digital, así como el impacto que puede tener la participación activa en la sociedad de la información en la calidad de vida de las personas mayores en España, es prácticamente inexistente. Un mayor conocimiento de aquellos grupos de personas mayores con riesgo de exclusión digital, así como del diferencial en términos de calidad de vida entre aquellas personas mayores que se encuentran a ambos lados de la brecha digital, puede, sin duda, contribuir a obtener información relevante para delinear un conjunto de recomendaciones dirigidas a que las ventajas y oportunidades que brinda la Sociedad de la información sean realmente accesibles a todas las personas mayores, convirtiéndose en un elemento de integración e inclusión social, contribuyendo a la mejora de la calidad de vida y a un envejecimiento activo de todas las personas mayores en general y de aquellas con mayor riesgo de exclusión de la sociedad de la información, en particular.

En este contexto, el presente proyecto de investigación se propone alcanzar los siguientes objetivos:

1. Analizar el perfil sociodemográfico de las personas mayores que se encuentran a ambos lados de la brecha digital.
2. Analizar la influencia de la participación activa en la Sociedad de la información en la calidad de vida de las personas mayores. En particular se considerarán tres indicadores de calidad de vida: a) percepción subjetiva de salud física; b) bienestar psicológico y, c) integración y participación social
3. A partir de los resultados obtenidos, el objetivo final de este proyecto es proponer recomendaciones y líneas de actuación dirigidas a lograr una mayor integración de las personas mayores en la Sociedad de la Información, como un método eficaz de promover el envejecimiento activo y la calidad de vida de las personas mayores.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Muestra**

Para conseguir estos objetivos, se han obtenido dos muestras representativa de españoles mayores de 55 años: una muestra de usuarios de Internet y otra de no usuarios. Se ha obtenido una muestra de 405 usuarios de Internet habituales mayores de 55 años. Esta muestra se ha equilibrado en función de nivel de estudios, sexo y edad, de acuerdo a los datos disponibles en estadísticas oficiales (Instituto Nacional de Estadística, INE). El error muestral para un intervalo de confianza del 95,5% es de  $\pm 4,9\%$ .

La muestra de no usuarios se ha equilibrado en función de sexo, clase social y entornos rurales y urbanos de acuerdo con las estadísticas oficiales (INE). El error muestral para un intervalo de confianza de 95,5% es de  $\pm 5,7\%$ .

El muestreo y pase de cuestionarios fue realizado para el caso de la muestra de personas mayores usuarias de Internet por la empresa Metrixlab, y la de personas mayores no usuarias de Internet por la empresa Herkap.

#### **3.2. Variables del estudio (Ver Anexos 1 y 2)**

Para el estudio se utilizaron cuatro tipo de indicadores (ver cuestionario completo en anexo 1)

1. Indicadores sociodemográficos Nivel de estudios, nivel socio-económico edad, género, clase social, tipo y tamaño del hábitat y tipo de hogar (sólo, casado o en pareja, con niños, etc.)

2. Indicadores de Calidad de Vida. Se utilizaron tres indicadores de calidad de vida: percepción de salud física, percepción de salud mental e integración participación social.

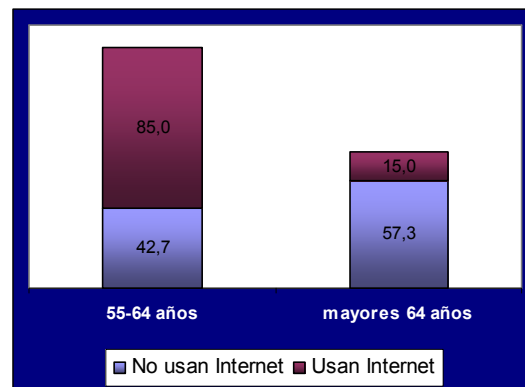
3. Indicadores de Uso de Internet.

## 4. RESULTADOS

Para un análisis detallado de las variables del estudio ver Anexo 3

### 4.1. Perfil sociodemográfico de las personas mayores que se encuentran a ambos lados de la brecha digital.

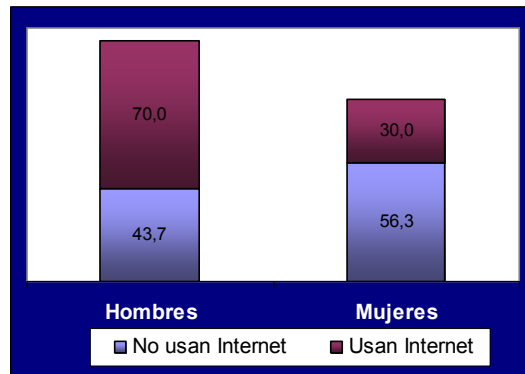
**Tabla 1. Edad**



El porcentaje de usuarios mayores de 64 años es muy reducido en comparación con el porcentaje de usuarios entre 55 y 64 años. Conforme avanzamos en los segmentos de edad, el número de usuarios se reduce de forma notable.

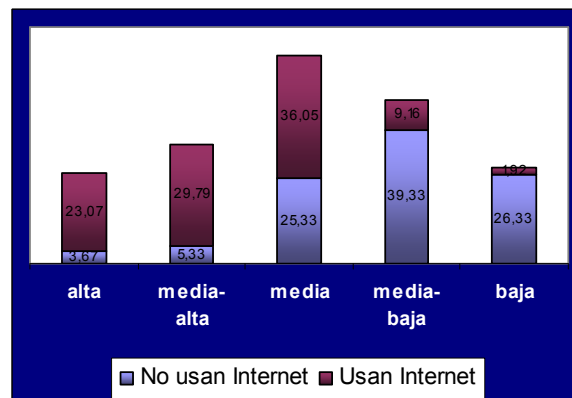
Esta distribución desigual de la penetración de Internet en los segmentos de edad más avanzada (según datos de Red.es del 2007, el 80% de los usuarios de Internet en España tiene 45 años o menos) se agudiza en función del sexo.

**Tabla 2. Sexo**



La representación de las mujeres entre los usuarios mayores de 55 años es aún más reducida. Prácticamente, por cada mujer mayor de 55 años que es usuaria de Internet hay dos hombres que lo son (30% frente a 70%). Esto contrasta con el hecho de que en este segmento de edad hay más mujeres que hombres.

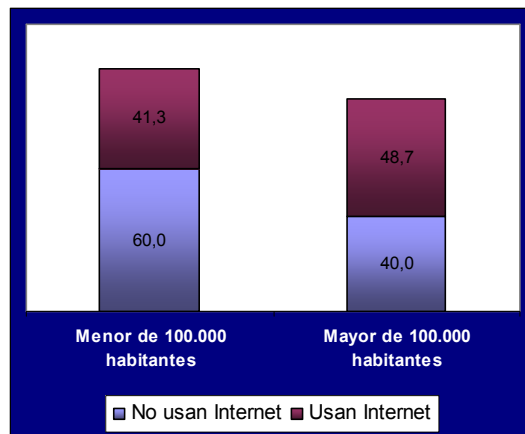
**Tabla 3. Clase social**



Con respecto a la clase social, existe una clara sobre-representación de clases altas y medias-altas entre los usuarios mayores de 55 años (más de un 50% del total de usuarios mayores de 55 años).

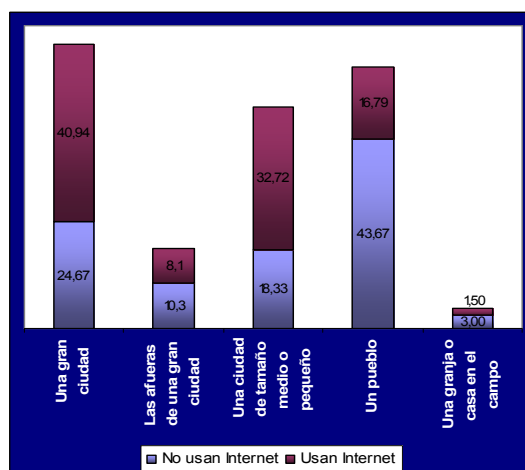
Para el análisis del entorno residencial, utilizamos dos indicadores. Un primer indicador numérico que hace referencia al número de habitantes en los núcleos residenciales y un indicador descriptivo que hace referencia al tipo de núcleo residencial.

**Tabla 4. Tamaño del hábitat**



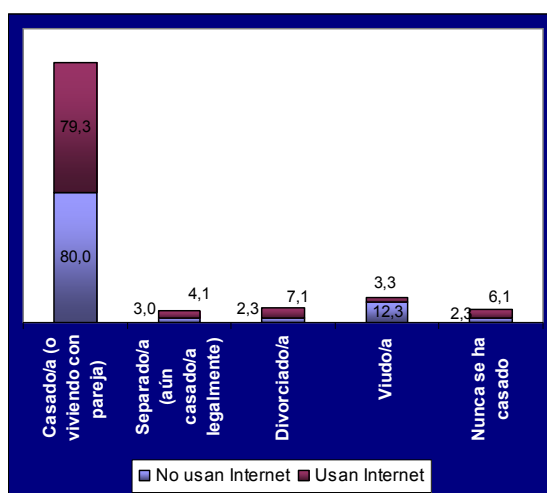
Con respecto al número de habitantes del núcleo poblacional, se observa que los usuarios tienden a residir en entornos urbanos grandes (mayores de 100.000 habitantes).

**Tabla 5. Tipo de Hábitat**



Si atendemos ahora al tipo de hábitat, se observa con mayor claridad que los usuarios de Internet se concentran en grandes ciudades (bien en la propia ciudad -40,9 %- o en sus afueras -8,1%) y ciudades de tamaño medio. La representación de usuarios en entornos rurales es escasa (en torno a un 18%).

**Tabla 6. Estado civil**

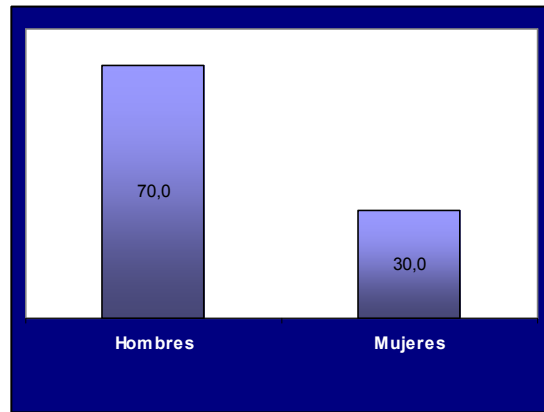


En cuanto al estado civil, no se aprecian grandes diferencias entre los usuarios y los no usuarios, lo que refleja un perfil similar para ambos tipos de grupos, si bien parece haber una mayor proporción de divorciados/as y solteros/as en el grupo de usuarios de Internet.

#### **4.2. Perfil sociodemográfico de las personas mayores usuarias de internet**

Presentamos en primer lugar los datos relativos a la caracterización sociodemográfica de la muestra de usuarios mayores de 55 años.

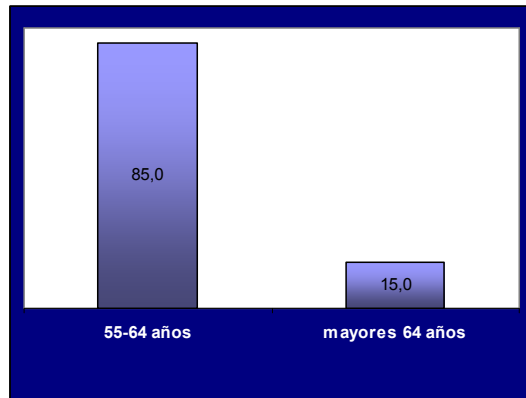
**Tabla 7. Sexo**



La proporción de hombres es claramente superior a la de mujeres en estos rangos de edad. Estos datos de penetración de Internet por edad contrastan con la distribución poblacional por sexos. De acuerdo con el INE (Instituto Nacional de Estadística, 2001), en el rango de edad de 55-64 años existe en España un 6% más de mujeres que de hombres. Este porcentaje aumenta hasta el 33% en el rango de mayores de 64 años.

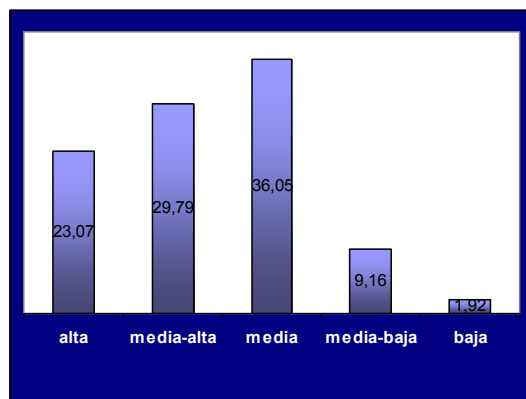
Conjuntamente, los datos de distribución por sexos en los usuarios mayores de 55 años revelan una marcada asimetría en la penetración por sexos, con los hombres claramente presentando un mayor acceso a Internet.

**Tabla 8. Edad**



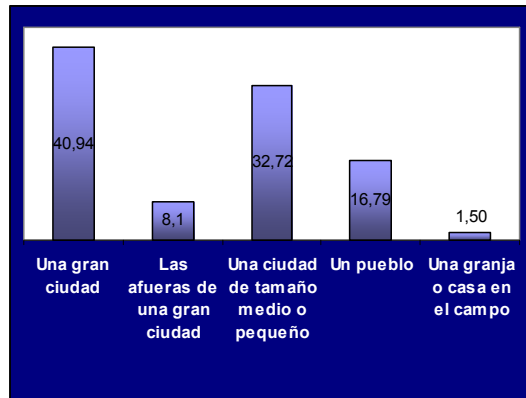
En cuanto a la distribución en dos grupos de edad (hasta 64 y mayores de 64 años), se observa que el porcentaje de usuarios decrece considerablemente en los rangos mayores de edad.

**Tabla 9. Clase Social**



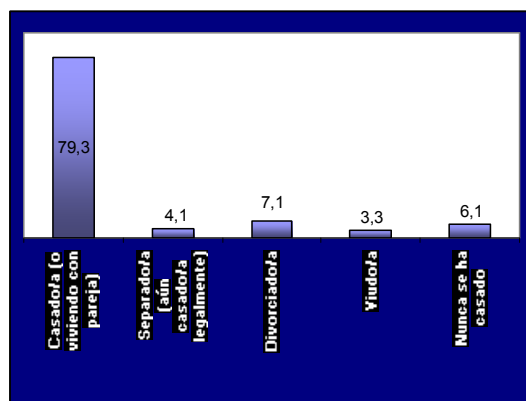
El acceso a Internet en estos rangos de edad está claramente marcado por la pertenencia a la clase social. Así, prácticamente la mitad de los usuarios pertenecen a clases sociales alta o medias-altas (en torno al 52%).

**Tabla 10. Tipo de Hábitat**



Es en las grandes ciudades, o en sus afueras, donde residen prácticamente la mitad de los usuarios mayores de 55 años (48,9%)

**Tabla 11. Estado civil**

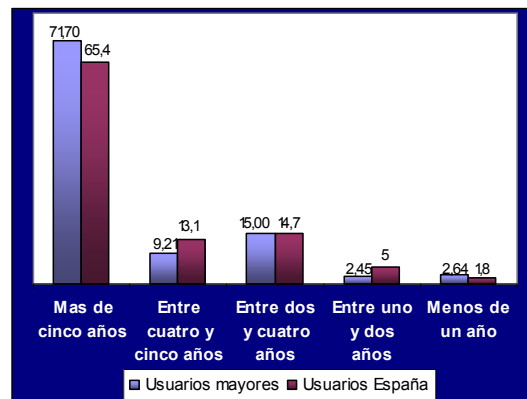


Con respecto al estado civil, la mayor parte de los usuarios están casados o conviviendo con su pareja.

#### **4.3. Personas mayores usuarias de Internet: Datos de acceso y tipo de uso**

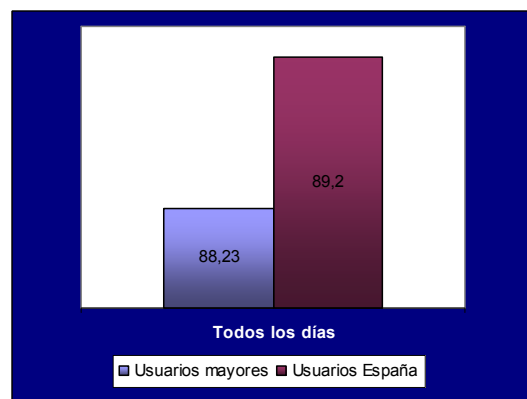
Presentamos a continuación datos de acceso a Internet. Estos datos se comparan, siempre que estén disponibles, con datos oficiales publicados por INTECO en 2007 (Instituto Nacional de Tecnologías de la Información).

**Tabla 12.** *Antigüedad como usuario de Internet*



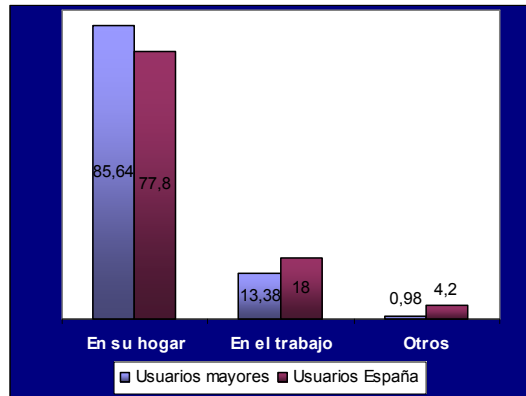
Con respecto a la antigüedad de uso en Internet, se observa que la gran mayoría de los usuarios mayores de 55 años llevan accediendo a Internet más de 5 años (71,7%), un porcentaje comparable al de la población española (65,4%). Este dato, inicialmente, sugiere que el acceso en este segmento de edad se produce, probablemente, con anterioridad. Esto es, eran usuarios de Internet previamente a ingresar en el grupo de mayores de 55 años.

**Tabla 13.** *Frecuencia de uso*



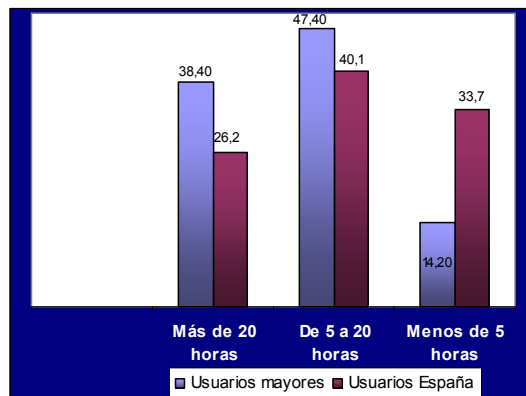
Con respecto a la frecuencia de uso, destaca que una gran mayoría (89,2%) acceden a Internet todos los días, un porcentaje muy similar al encontrado para la población española (88,2%).

**Tabla 14. Lugar de acceso**



Al igual que en la población española de usuarios de Internet, las personas mayores de 55 años acceden principalmente a Internet desde su casa (85,6%).

**Tabla 15. Intensidad de uso**

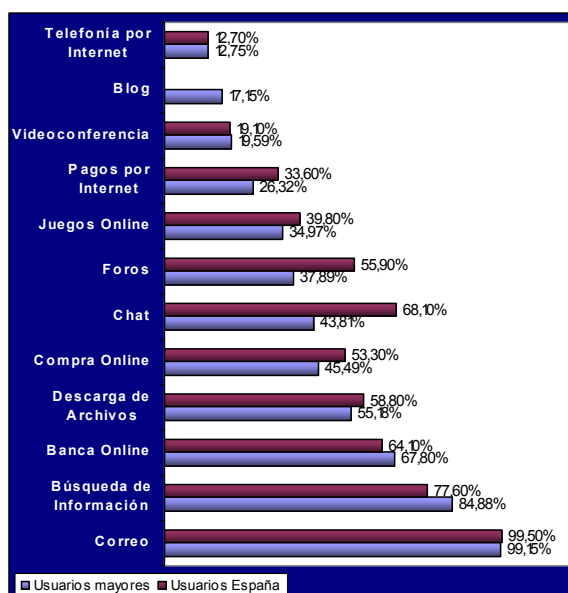


Con respecto a la frecuencia de uso, se observan claras diferencias entre los usuarios mayores de 55 años y los usuarios españoles. De acuerdo con los datos de este estudio, existe una mayor presencia de uso intensivo de Internet entre las personas mayores de 55 años (38,4%) que en la población española (26,2%), y también de uso intermedio (47,4% frente a 40,1%). Esto sugiere que, aunque la contribución de este grupo de edad al universo de usuarios es escasa y muy por debajo de su peso poblacional real, los

usuarios en este rango de edad tienden a utilizar con mayor frecuencia Internet que el resto de usuarios, quizás debido al ocio disponible.

Para analizar el tipo de uso de Internet presentamos, por tipo de servicio habitualmente disponible, los índices de penetración en la muestra de usuarios mayores de 55 años así como una comparativa con datos disponibles a nivel nacional (INTECO, 2007).

**Tabla 16. Utilización de servicios de Internet**



\* Datos sobre Blog, no comparables

En la tabla se presentan los porcentajes de utilización de distintos servicios de Internet, ordenados abajo-arriba por niveles descendentes de penetración. Una lectura vertical

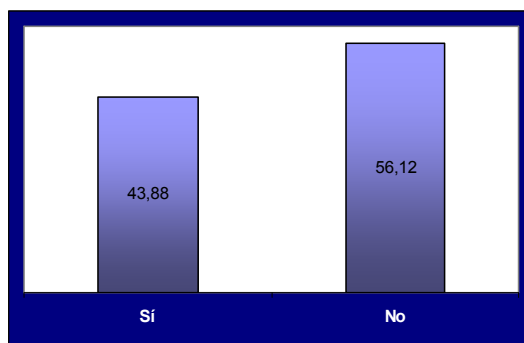
general revela que los porcentajes de utilización de servicios son muy similares en los dos grupos de usuarios (mayores de 55 años y todos los usuarios españoles). El correo electrónico es prácticamente universal en ambos grupos, y la búsqueda de información y la banca online presenta una elevada implantación en ambos grupos. También son similares los niveles de penetración de los servicios menos utilizados por los usuarios (telefonía por Internet y videoconferencia, ambos por debajo del 18%).

Con respecto a las principales diferencias, destaca una menor penetración en los usuarios mayores de 55 años, por orden de importancia, de: chat (24 puntos porcentuales), foros (18 puntos porcentuales), compra Online y pagos por Internet – paypal, etc.- (en torno a 7 puntos porcentuales).

#### **4.4. Internet en el mantenimiento y creación de relaciones sociales de las personas mayores**

Finalmente presentamos los datos relativos a la utilización de los diferentes servicios y aplicaciones de Internet para la creación de relaciones sociales nuevas así como el mantenimiento del contacto con las relaciones familiares y amistades.

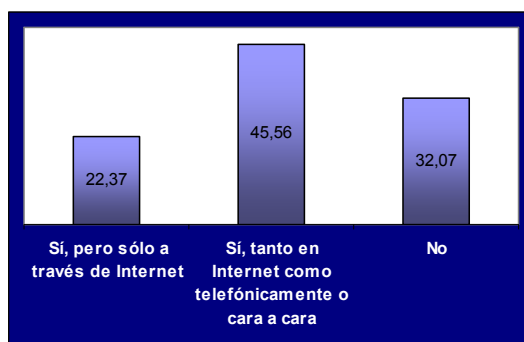
**Tabla 17.** *¿Ha establecido nuevas relaciones sociales en Internet (por ejemplo, ha encontrado nuevas personas con las que comparte intereses, aficiones o preocupaciones)?*



En primer lugar se observa que una mayoría de usuarios por encima de los 55 años de edad ha establecido nuevas relaciones sociales a través de Internet (56,1%). Esto sugiere la existencia de un nuevo tipo de relación social característica de la sociedad de la Información: la relación social virtual.

Sin embargo, como ya se ha señalado (ver Introducción), habitualmente estas relaciones virtuales, que nacen normalmente del anonimato, tienden a hacerse menos anónimas conforme las personas satisfacen sus deseos de mayor intimidad y frecuencia de contacto.

**Tabla 18.** *De las personas que usted ha conocido a través de Internet ¿Tiene usted alguien con quien pueda hablar de temas personales?*

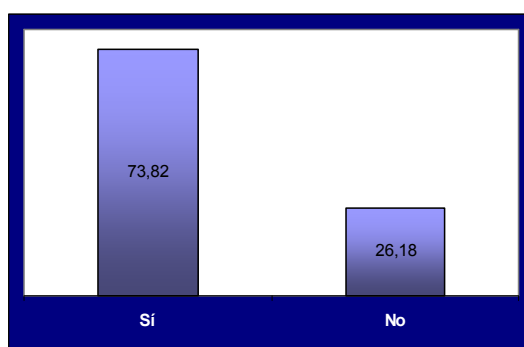


De hecho, la mayor parte de estas nuevas relaciones adopta un carácter más íntimo a través de medios más tradicionales (teléfono o cara a cara, 45,5%) o virtuales (22,3%). En otros términos, los datos sugieren que las relaciones sociales creadas a través de Internet tienden a incorporarse a la red social más próxima caracterizada por una mayor intimidad (por ejemplo, hablando de temas personales). Aproximadamente, un 68% de

los usuarios mayores de 55 años realizaron esa transición, frente a un 32% que mantuvieron sus relaciones sociales online en un nivel más ‘distante’.

El hecho de que una gran mayoría de los usuarios realizaran también una transición entre el mundo virtual y el mundo social presencial (de Internet al teléfono o cara a cara) sugiere, en principio, que ambos mundos son compatibles y que se potencian mutuamente.

**Tabla 19.** *¿Diría usted que Internet le permite mantener una relación más estrecha con sus familiares y amistades de toda la vida?*



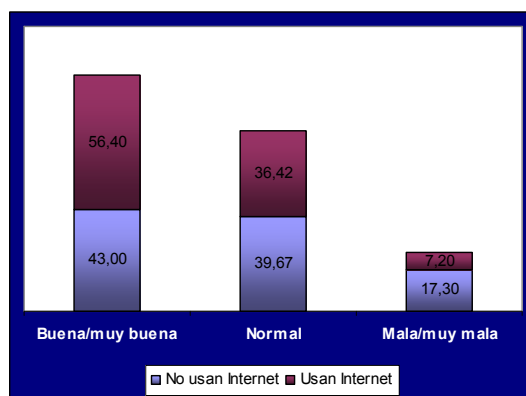
Esta doble dirección en el intercambio del mundo relaciones sociales virtuales y presenciales, se observa también al analizar el mantenimiento de relaciones presenciales a través de Internet, en concreto las relaciones familiares y amistades presenciales.

En este sentido, un 73,8% de los usuarios mayores de 55 años utilizan Internet para mantener el contacto con familiares y amistades de toda la vida. Sin duda, la amplia utilización del correo electrónico y en menor medida de otros servicios de comunicación a través de Internet como la videoconferencia o el chat permiten que ese intercambio sea fluido.

#### 4.5. Influencia de la participación activa en la Sociedad de la información en la calidad de vida de las personas mayores.

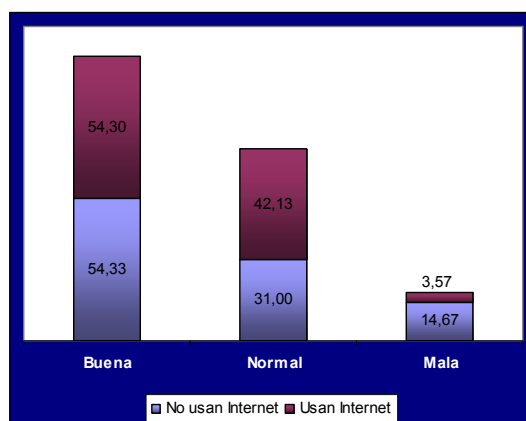
Con respecto a los indicadores del bienestar físico, psicológico y social, presentamos en primer lugar los datos referentes a la salud física.

**Tabla 20. Salud Física**



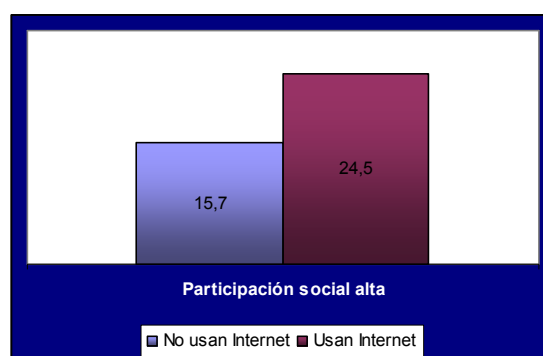
Destaca fundamentalmente que en los extremos de salud física (buena/muy buena o mala/muy mala) la representación de personas mayores refleja un claro perfil: existe una mayor proporción de usuarios en el extremo de salud física buena o muy buena en comparación con los no usuarios; además, los no usuarios presentan una mayor proporción en el extremo de salud mala/muy mala.

**Tabla 21. Salud mental**



La distribución de las personas mayores en grupos de salud mental (Buena, Normal, Mala) registra una tendencia similar a la observada para la salud física: los usuarios de Internet tienden a mostrar mejores niveles de salud mental que los no usuarios. Sin embargo, frente a lo observado para la salud física, aquí no se muestra una distribución desigual en los niveles óptimos de salud mental, sino tan sólo en la salud mental normal y mala. Como dato importante, el porcentaje de no usuarios que se sitúan en los niveles más bajos de salud mental (salud mental mala) prácticamente quintuplica al porcentaje de usuarios que expresan niveles similares de salud mental (14,6% frente a 3,5%).

**Tabla 22. Integración y participación social**



Con respecto al indicador de participación social alta, destaca nuevamente el mayor porcentaje de usuarios de Internet que afirman tener una participación social alta, diez puntos porcentuales por encima de los o usuarios (24,5 frente a 15,7).

## 5. CONCLUSIONES

El uso de Internet y otras tecnologías de la información y la comunicación es un elemento fundamental para una genuina integración en la sociedad de la información. Esta integración supone el acceso a información y servicios, al desarrollo de nuevas habilidades, el acceso a nuevas redes sociales (superando las barreras de la movilidad y la distancia geográfica), nuevas oportunidades para el ocio y el tiempo libre, una mayor participación en la sociedad actual, la posibilidad de vivir una vida más independiente, un envejecimiento más activo y, por tanto, un mayor bienestar psicológico.

Con respecto a la caracterización sociodemográfica, nuestros resultados sugieren que son los hombres, las personas en los estratos más altos de clase social, y los residentes en grandes ciudades quienes mayor penetración de Internet presentan en estas edades.

El análisis de la antigüedad de uso de Internet revela además que muchos de estos usuarios lo eran ya probablemente antes de incorporarse al grupo demográfico de mayores de 55 años y que muy pocos de estos usuarios son de reciente incorporación. Este dato sugiere el aumento de este grupo de usuarios con respecto a la población general, aunque aún tímido, se debe fundamentalmente a un envejecimiento de antiguos usuarios y, por tanto, se precisan de políticas activas de fomento del acceso a la sociedad de la Información en este importante segmento de la población.

Cuando se analizan con mayor detalle los indicadores de frecuencia de uso, intensidad de uso y lugar de acceso se observa que, en general, estos usuarios no se diferencian del resto de usuarios españoles: utilizan Internet prácticamente todos los días y lo hacen desde su hogar principalmente. Sin embargo, frente al resto de usuarios españoles, su intensidad de uso de Internet parece ser más acusada, unos datos que sugiere un

importante efecto del nivel de ocio que debería ser contrastado con datos independientes.

El perfil de uso de servicios de Internet en este grupo de edad es muy similar al del resto de usuarios españoles: utilización universal del correo electrónico, frecuentes búsquedas de información y habituales operaciones bancarias online. En la parte baja de la penetración, al igual que el resto de los usuarios españoles, emplean relativamente poco la videoconferencia y la telefonía por Internet y videoconferencia

Con respecto a las diferencias, este grupo de usuarios mayores de 55 años utiliza menos el chat, participa menos en foros y realiza con menor frecuencia compras Online así como pagos a través de servicios de pago como paypal que el resto de los usuarios.

También se ha analizado la utilización de Internet para la creación y mantenimiento de relaciones sociales. La teoría psicosociológica actual predice que las relaciones sociales virtuales caracterizadas en principio por el anonimato tienden a adquirir mayores grados de intimidad. Durante este proceso, es habitual que estas relaciones sociales virtuales se hagan presenciales (bien telefónicamente o a través del cara a cara). Y esto es precisamente lo que se ha observado también para el grupo de personas mayores de 55 años usuarias de Internet.

Más de la mitad de estos usuarios han establecido nuevas relaciones sociales a través de Internet. Y estas relaciones han ido adquiriendo un mayor grado proximidad (por ejemplo, hablando de temas personales) en prácticamente dos de cada tres usuarios. Además, se ha observado una tendencia a traspasar el entorno virtual e incorporarlas al mundo presencial, bien a través del contacto telefónico o cara a cara.

Nuestros datos también indican que existe una permeabilidad de las fronteras virtual y presencial de doble dirección: también las relaciones presenciales se mantienen y

potencian a través de Internet. En este sentido, dos de cada tres usuarios utilizan Internet para mantener y potenciar las relaciones sociales de toda la vida (familiares y amigos).

El acceso a la Sociedad de la Información, por tanto, en estas personas mayores supone un recurso de sociabilidad de gran relevancia que permite mantener y ampliar la red social más próxima, uno de los indicadores de bienestar personal y social más estudiados en los últimos años.

Sin embargo, la mayoría de las personas mayores se instala en la otra orilla de la brecha digital. Son personas de una era anterior –la era predigital- en los que aspectos tanto actitudinales como económicos pueden explicar su escasa representación en la población de usuarios de Internet. Como se ha señalado, el acceso a la sociedad de la información tiene efecto más allá de la utilidad evidente que brindan las nuevas tecnologías. Integrarse en la sociedad de la información permite nuevas vías para el desarrollo y mantenimiento de las relaciones sociales y puede permitir, en el caso de las personas mayores, un nuevo contexto de actividades y participación. Es por tanto un recurso importante en el envejecimiento saludable. Un recurso, no obstante, asimétricamente repartido en la población española mayor de 55 años que limita sus beneficios tan sólo a aquellos que disponen de acceso a las nuevas tecnologías.

En este proyecto hemos presentado una comparación en indicadores de salud física y mental e integración social entre personas mayores de 55 años no usuarias de Internet y personas mayores de 55 años usuarias de Internet.

El análisis conjunto de estos indicadores nos revela que los usuarios de Internet mantienen una mejor salud física, una menor presencia de niveles bajos de salud mental y muestran además unos índices mayores de integración social, evaluada a partir de un indicador de participación social.

Estos resultados, son consonantes con otros estudios dirigidos a población general que han constatado los efectos beneficiosos del acceso a Internet en el ajuste de las personas. Nuestro estudio, viene a extender esa constatación a un grupo poblacional, las personas mayores, que por sus características distintivas se puede beneficiar sin duda de los efectos positivos de Internet en la calidad de vida.

Muy singularmente, la actividad social en Internet no es incompatible con la actividad social presencial, sino que tiende a promoverla. Como han señalado numerosos estudios, los efectos de la integración y participación social en la salud física y mental de las personas han sido consistentemente probados. Además, la propia participación social en Internet parece tener efectos similares en la salud a los observados para la participación presencial.

La participación activa en la Sociedad de la Información, por tanto, puede convertirse en un elemento fundamental para la promoción del envejecimiento activo, manteniendo a la persona mayor activa, fomentando su independencia, autonomía y creatividad, facilitando el mantenimiento y creación de nuevas redes sociales y evitando el aislamiento social, así como el acceso a servicios (de salud, culturales, etc.) lo que redundará, en definitiva, en una mayor calidad de vida.

La participación activa en la sociedad de la información puede desempeñar un papel fundamental en la mejora de las condiciones de vida de las personas mayores favoreciendo la independencia, mejorando la calidad de vida, permitiendo que las personas mayores continúen siendo miembros activos de la sociedad. Es más, diversos informes han subrayado la importancia en términos económicos de la integración de las personas mayores en la sociedad de la información y sus ventajas asociadas como el envejecimiento activo, la vida independiente y la productividad en trabajos altamente

cualificados. De ahí la importancia de tener en cuenta las implicaciones que puede tener la brecha digital en este grupo de la población. La brecha digital puede crear barreras y fomentar la exclusión de la sociedad de la información privando a un elevado número de personas mayores de los numerosos beneficios del uso de las nuevas tecnologías de la información y de la participación activa en la sociedad de la información.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Bargh, J., McKenna, K., y Fitzsimons, G. (2001). Can you see the real me? Activation and expression of the 'True Self' on the Internet. *Journal of Social Issues*, 58, 33-48.
- McKenna, K., Green, A. y Glason, (2001). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 9-31.
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). ¿Comunidades virtuales o sociedad red? En M. Castells, *La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Madrid: Areté.
- Cole, J. (2000). *Surveying the Digital Future*. Los Angeles: UCLA Ctr. Telecommun. Policy ([www.ccp.ucla.edu](http://www.ccp.ucla.edu)).
- Davies, A. R., y Ware, J. E. (1981). *Measuring health perceptions in the Health Insurance Experiment. R-2711-HHS*. Santa Monica, Calif.: RAND Corporation.
- Eurbarómetro (Junio/Julio 2003). La brecha digital en Europa: Bruselas: Eurbarometers.
- European Commission (2005). *i2010: European Information Society 2010*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- European Commission (2006) *Information Society and Inclusion: Linking European Policies*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- European Social Survey (2007). <http://www.europeansocialsurvey.org/>

- Gilligan, R. (1999) Connecting older adults to Europe's Information Society: *Barriers and Bridges. Innovations in Aging*, 28, 13-17.
- Gilligan, R. (1999) Getting elders wired: Progress report on Europe and the U.S. *Aging Today*, 20, 13-18.
- Gilligan, R. (1999). Computer technology and older adults: European and American perspectives. *The Business & Aging Networker*, 8,. 1-6.
- Gracia, E. Herrero, J. y Musitu, G. (2002). *Evaluación de recursos y estresores psicosociales en la comunidad*. Madrid: Síntesis
- Gracia, E., Herrero, J. y Musitu, G. (1995). *El Apoyo Social*. Barcelona: PPU.
- Hampton, K. N. (2001). *Living the Wired Life in the Wired Suburb: Netville, Glocalization and Civic Society*. Doctoral dissertation, Department of Sociology, University of Toronto, Toronto.
- Hampton, K. N. y Wellman, B. (2000). Examining community in the digital neighborhood: early results from Canada's wired suburb. En Ishida, T. e Isbister, K. (Eds.) *Digital Cities: Experiences, Technologies and Future Perspectives*, Heidelberg, Germany: Springer.
- Herrero, J. y Gracia, E. (2005). Redes Sociales de Apoyo y Ajuste Biopsicosocial en la Vejez: Un análisis Comparativo en los Contextos Comunitario y Residencial. *Intervención Psicosocial*, 14, 41-50.
- Herrero, J. y Gracia, E. (2007). Una medida breve de la sintomatología depresiva (CESD-7). *Salud Mental*, 30, 40-46.

- Herrero, J. y Meneses, J. (2006). Short web-based versions of the Perceived stress (PSS) and Center of Epidemiology-depression (CESD): a comparison with paper and pencil responses among internet users. *Computers in Human Behavior*, 22, 830-846.
- Herrero, J., Meneses, J., Valente, L. y Rodríguez, F., (2004). Participación social en entornos virtuales. *Psicothema*, 16, 456-460.
- IMSERSO (2004). Encuesta sobre Condiciones de Vida de los Mayores (Julio 2004). Madrid: IMSERSO
- IMSERSO. Observatorio de Personas Mayores. (2005). Informe 2004. Las personas mayores en España: Datos estadísticos estatales y por Comunidades Autónomas. Madrid: IMSERSO.
- INTECO (2007). *Estudio sobre la seguridad de la información y eConfianza de los hogares españoles*. [<http://www.inteco.es/file/1000117747>].
- Lamdin, L. S., Fugate M.(1997). *Elder learning: new frontier in an aging society*. Phoenix: Oryx Press.
- McKenna, K., Green, A. y Glason, (2001). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58, 9-31.
- Metz, D. (1998). *Using the internet to improve the quality of life of older people: AgeNet Foresight workshop*. AgeNet, Wolfson Institute of Preventive Medicine, Charterhouse Square: London

Müller, C. (1999). *Networks of 'personal communities' and 'group communities' in different online communication services*. Newcastle, UK: University of Northumbria.

Naciones Unidas (2002). *World population prospects: The 2002 Revision*. Geneva: Naciones Unidas.

OCDE (2003) *ICT and Economic Growth: Evidence from OECD Countries, Industries and Firms*. OCDE

Radloff, L. (1977). The CES-D Scale: A self-report depression scale for research in the general population. *Applied Psychological Measurement*, 1, 385-401.

Red.es. Magnitudes sociodemográficas de Internet. Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. [[http://observatorio.red.es/estudios/documentos/resumen\\_ejecutivo\\_perfil\\_interna\\_uta.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/resumen_ejecutivo_perfil_interna_uta.pdf)]

Red.es. Perfil sociodemográfico de los internautas. Actividades realizadas en Internet. Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. [[http://observatorio.red.es/estudios/documentos/actividades\\_internet\\_2007.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/actividades_internet_2007.pdf)]

Red.es. X Oleada: Las TIC en los hogares españoles. Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. [[http://observatorio.red.es/estudios/documentos/informe\\_ejecutivo\\_X\\_oleada.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/informe_ejecutivo_X_oleada.pdf)]

Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community*. Revised edition. Cambridge, MA: MIT Press.

- Robinson, J.P. y Kestnbaum, M. (1999). The personal computer, culture and other uses of free time. *Social Science Computer Review*, 172, 209-216.
- Santor, D., y Coyne J (1997). Shortening the CES-D to improve its ability to detect cases of depression. *Psychological Assessment*, 93, 33-242. (versión breve).
- Seniorwacht (2002). Older people and information society technology: A comparative analysis of the current situation in the European Union and future trends. SeniorWacht.
- Severs, M. (1999). Millennium Lecture. Will the information technology revolution improve services to elderly people in the new millennium? *Age and Ageing*, 28-SI, 5-7.
- Tielen, G. (1998). *Integrating senior citizens into the information society*. International Federation on Ageing – IFA.
- Uslaner E. (2001). Social capital and the Net. *Proceedings of the ACM*, 43, 60-64.

## 8. ANEXO 1. Cuestionario Usuarios de Internet

Explanation
Gracias por participar en este estudio. El siguiente cuestionario tiene una duración aproximada de 10 minutos. Además, por rellenarlo recibirá 100 puntos en su cuenta de opinionbar.
¡Mucha suerte!

Explanation
En primer lugar nos gustaría conocer el uso que hace de internet.

1. Question
¿Con qué frecuencia utiliza usted Internet o el correo electrónico -ya sea en casa o en otro lugar- para asuntos personales?
<input type="radio"/> Menos de una vez al mes
<input type="radio"/> Una vez al mes
<input type="radio"/> Varias veces al mes
<input type="radio"/> Una vez a la semana
<input type="radio"/> Varias veces a la semana
<input type="radio"/> Todos los días

2. Question
¿Cual es el sitio más habitual desde el que accede a Internet?
<input type="radio"/> En su hogar
<input type="radio"/> En casa de familiares, amigos
<input type="radio"/> En el trabajo
<input type="radio"/> En el centro de estudios
<input type="radio"/> En un centro público de pago (locutorio, ciber-café)
<input type="radio"/> En un punto de acceso público de su municipio (biblioteca, museo, etc.)
<input type="radio"/> En lugares habilitados para el empleo de wifi (cafetería, vía pública, etc.)

3. Question
¿Desde hace cuanto tiempo utiliza Internet?
<input type="radio"/> Mas de cinco años
<input type="radio"/> Entre cuatro y cinco años
<input type="radio"/> Entre dos y cuatro años
<input type="radio"/> Entre uno y dos años
<input type="radio"/> Entre seis meses y un año
<input type="radio"/> Menos de seis meses

4. Question
¿Cuántas horas dedica a la semana a navegar por la Red?
<input type="radio"/> Más de 40 horas
<input type="radio"/> Entre 20 y 40 horas
<input type="radio"/> Entre 10 y 20 horas
<input type="radio"/> Entre 5 y 10 horas
<input type="radio"/> Entre 1 y 5 horas
<input type="radio"/> Menos de 1 hora

5. Question
¿Conoce alguna campaña, cursos o actividades organizadas por las administraciones local, autonómica o del gobierno central (por ejemplo, Plan avanza, Telecentros, Día de Internet, etc ) para la difusión, educación y fomento del uso de Internet?
<input type="radio"/> Si, he participado
<input type="radio"/> Si, pero no me han interesado
<input type="radio"/> No

6. Question
De la siguiente lista de servicios ofrecidos por Internet, marque aquellos que utilice al lo menos una vez al mes. Recuerde que puede señalar varios servicios.
<input checked="" type="checkbox"/> Correo electrónico
<input checked="" type="checkbox"/> Videoconferencia
<input checked="" type="checkbox"/> Chat (Messenger, ICQ, etc.)
<input checked="" type="checkbox"/> Foros (de mensajes, opinión, etc.)
<input checked="" type="checkbox"/> Telefonía por red (skype)

<input checked="" type="checkbox"/> Banca online (consulta de saldo, transferencias, etc.)
<input checked="" type="checkbox"/> Compra online (libros, discos, dvd, viajes, entradas etc.)
<input checked="" type="checkbox"/> Pagos por Internet (paypal y servicios afines)
<input checked="" type="checkbox"/> Descarga de archivos (música, videos, programas, etc.)
<input checked="" type="checkbox"/> Juegos online
<input checked="" type="checkbox"/> Búsqueda de información
<input checked="" type="checkbox"/> Blog (diario electrónico)
<input checked="" type="checkbox"/> Ninguno de los mencionados ( <i>exclusive</i> )

7. Question
Indique a continuación si usted participa activamente en alguno de los siguientes servicios online:
<input checked="" type="checkbox"/> Página web
<input checked="" type="checkbox"/> Blog (Diario electrónico)
<input checked="" type="checkbox"/> Foro ó Comunidad virtual
<input checked="" type="checkbox"/> Ninguno de los mencionados ( <i>exclusive</i> )

8. Question
¿Ha establecido nuevas relaciones sociales en Internet (por ejemplo, ha encontrado nuevas personas con las que comparte intereses, aficiones o preocupaciones)?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No

9. Question
¿Además de internet, ha mantenido usted contacto telefónico o cara a cara con alguna de esas nuevas relaciones?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No

10. Question
De las personas que usted ha conocido a través de Internet ¿Tiene usted alguien con quien pueda hablar de temas personales?
<input type="radio"/> Sí, pero sólo a través de Internet
<input type="radio"/> Sí, tanto en Internet como telefónicamente o cara a cara

No

11. Question
¿Diría usted que Internet le permite mantener una relación más estrecha con sus familiares y amistades de toda la vida?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No

12. Question
.¿Diría usted que, por lo general, se puede confiar en la mayoría de la gente que se conoce en Internet , o que nunca se es lo bastante prudente en el trato con los demás? Por favor, sitúese en una escala de 0 a 10, en la que 0 significa "nunca se es lo bastante prudente" y 10 significa que "se puede confiar en la mayoría de la gente".
<input type="radio"/> 0.Nunca se es lo bastante prudente
<input type="radio"/> 1
<input type="radio"/> 2
<input type="radio"/> 3
<input type="radio"/> 4
<input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 6
<input type="radio"/> 7
<input type="radio"/> 8
<input type="radio"/> 9
<input type="radio"/> 10.Se puede confiar en la mayoría de la gente

Explanation
A continuación le haremos algunas preguntas sobre como se siente en este momento.

13. Question
Hablando de su salud, en general, ¿diría usted que su salud es...
<input type="radio"/> muy buena
<input type="radio"/> Buena
<input type="radio"/> Normal

- |                                |
|--------------------------------|
| <input type="radio"/> Mala     |
| <input type="radio"/> Muy mala |

14. Question
¿Tiene usted dificultades para llevar a cabo sus actividades cotidianas a causa de alguna enfermedad crónica, discapacidad o problema de salud mental?
<input type="radio"/> Sí, muchas
<input type="radio"/> Sí, hasta cierto punto
<input type="radio"/> No

Explanation
Abajo, le mostramos una lista de sentimientos o sensaciones que quizá usted haya tenido durante la última semana. Por favor, dígame con qué frecuencia, durante la última semana:

Grid Question
15. se ha sentido deprimido/a
16. se ha sentido triste
17. se ha sentido sin animos
<input type="radio"/> En ningún momento, o en casi ningún momento
<input type="radio"/> En algún momento
<input type="radio"/> Buena parte del tiempo
<input type="radio"/> Todo o casi todo el tiempo

18. Question
¿Tiene usted alguien con quien pueda hablar de temas íntimos y personales?
<input type="radio"/> Sí
<input type="radio"/> No

Explanation
Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación.

19. Question

Hay personas en mi vida que realmente se preocupan por mí.

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

20. Question

En comparación con otras personas de su edad, ¿con qué frecuencia diría usted que participa en actividades sociales?

- Mucho más que la mayoría
- Más que la mayoría
- Más o menos como todos
- Menos que la mayoría
- Mucho menos que la mayoría

21. Question

Y, en los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha colaborado o ha asistido a actividades organizadas en su barrio o pueblo?

- Al menos una vez a la semana
- Al menos una vez al mes
- Al menos una vez cada tres meses
- Al menos una vez cada seis meses
- con menos frecuencia
- Nunca

22. Question

Utilizando una escala en la que 0 significa "nunca" y 6 "muy a menudo", dígame en qué medida tiene usted la sensación de que en su barrio o pueblo la gente se ayuda mutuamente?

- 0. Muy a menudo
- 1
- 2
- 3

- |                                |
|--------------------------------|
| <input type="radio"/> 4        |
| <input type="radio"/> 5        |
| <input type="radio"/> 6. Nunca |

Explanation

Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación.

23. Question

Me siento cercano/a a la gente de mi barrio o pueblo.

- |  |
|--|
| <input type="radio"/> Muy de acuerdo                 |
| <input type="radio"/> De acuerdo                     |
| <input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo |
| <input type="radio"/> En desacuerdo                  |
| <input type="radio"/> Muy en desacuerdo              |

Explanation

Al final, nos gustaría conocer algunos datos generales de usted

24. Question

Incluido usted mismo, ¿cuántas personas, adultos y niños, viven habitualmente en su casa?

25. Question

¿Cuál es su sexo?

- |                              |
|------------------------------|
| <input type="radio"/> Hombre |
| <input type="radio"/> Mujer  |

26. Question

¿En qué año nació?

27. Question

¿En qué Comunidad Autónoma reside usted?

- Andalucía
- Aragón
- Asturias
- Baleares
- Canarias
- Cantabria
- Castilla-La Mancha
- Castilla y León
- Cataluña
- País Vasco
- Extremadura
- Galicia
- Madrid
- Murcia
- Navarra
- La Rioja
- Comunidad Valenciana
- Ceuta
- Melilla

28. Question

¿Cuál de estas frases describe mejor el lugar donde vive?

- Una gran ciudad
- Las afueras de una gran ciudad
- Una ciudad de tamaño medio o pequeño
- Un pueblo
- Una granja o casa en el campo

29. Question
¿Cuántos habitantes tiene aproximadamente la población donde reside?
<input type="radio"/> Menos de 10.000 habitantes
<input type="radio"/> De 10.000 a 20.000 habitantes
<input type="radio"/> De 20.000 a 50.000 habitantes
<input type="radio"/> De 50.000 a 100.000 habitantes
<input type="radio"/> Mas de 100.000 habitantes

30. Question
¿cuál describe mejor su situación? Por favor, elija sólo una de ellas.
<input type="radio"/> Desempleado
<input type="radio"/> Trabajo remunerado
<input type="radio"/> Jubilado
<input type="radio"/> Ama de Casa

31. Question
¿Cuál de estas afirmaciones describe mejor cómo se siente con respecto a los ingresos de su hogar en la actualidad?
<input type="radio"/> Con los ingresos actuales vivimos cómodamente
<input type="radio"/> Con los ingresos actuales nos llega para vivir
<input type="radio"/> Con los ingresos actuales tenemos dificultades
<input type="radio"/> Con los ingresos actuales tenemos muchas dificultades

32. Question
¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha obtenido?
<input type="radio"/> Sin estudios/Menos de Primarios
<input type="radio"/> Estudios Primarios incompletos
<input type="radio"/> Estudios Primarios completos
<input type="radio"/> Bachillerato/Primer ciclo
<input type="radio"/> Bachillerato/Segundo ciclo
<input type="radio"/> Universidad/Primer ciclo (Técnica)

<input type="radio"/> Universidad/ Segundo ciclo (Superior)
<input type="radio"/> Ninguna de las mencionadas

33. Question
¿Cuál de las siguientes descripciones se corresponde con su estado actual?
<input type="radio"/> Casado/a (o viviendo con pareja)
<input type="radio"/> Separado/a (aún casado/a legalmente)
<input type="radio"/> Divorciado/a
<input type="radio"/> Viudo/a
<input type="radio"/> Nunca se ha casado

34. Question
¿Cuál es el nivel de estudios más alto alcanzado por el cabeza de familia? (Con cabeza de familia se supone el principal perceptor de ingresos en su hogar)
<input type="radio"/> Sin estudios/Menos de Primarios
<input type="radio"/> Estudios Primarios incompletos
<input type="radio"/> Estudios Primarios completos
<input type="radio"/> Bachillerato/Primer ciclo
<input type="radio"/> Bachillerato/Segundo ciclo
<input type="radio"/> Universidad/Primer ciclo (Técnica)
<input type="radio"/> Universidad/Segundo ciclo (Superior)
<input type="radio"/> Ninguna de las mencionadas

35. Question
¿Cuál es la principal actividad diaria del cabeza de familia? (Con cabeza de familia se supone el principal perceptor de ingresos en su hogar)
<input type="radio"/> Desempleado
<input type="radio"/> Trabajo remunerado
<input type="radio"/> Jubilado
<input type="radio"/> Ama de Casa

36. Question
¿Podrías decirnos el cargo que ocupa en la actualidad o que ocupó en su último puesto de trabajo el cabeza de familia? (Con cabeza de familia se supone el principal perceptor de ingresos en su hogar)
<input type="radio"/> Agr. cooperativa
<input type="radio"/> Agr. sin empleados
<input type="radio"/> Agr. 1-5 empleados
<input type="radio"/> Agr. 6 y más empleados
<input type="radio"/> Cte. sin empleados (cooperativas)
<input type="radio"/> Cte. 1-5 empleados
<input type="radio"/> Cte. 6 y más empleados
<input type="radio"/> Profesión liberal
<input type="radio"/> Trabajador manual
<input type="radio"/> Director gran empresa
<input type="radio"/> Director pequeña empresa
<input type="radio"/> Mando superiores
<input type="radio"/> Mando intermedios
<input type="radio"/> Capataces
<input type="radio"/> Representante
<input type="radio"/> Administrativo
<input type="radio"/> Obrero especializado
<input type="radio"/> Vendedor
<input type="radio"/> Obrero no especializado
<input type="radio"/> Subalterno
<input type="radio"/> Otro no cualificados
<input type="radio"/> Jornalero
<input type="radio"/> Otro

## 9. ANEXO 2. Cuestionario No-Usuarios de Internet

Explanation
Gracias por participar en este estudio. El siguiente cuestionario tiene una duración aproximada de 10 minutos. Además, por rellenarlo recibirá 100 puntos en su cuenta de opinionbar.
¡Mucha suerte!

5. Question
¿Conoce alguna campaña, cursos o actividades organizadas por las administraciones local, autonómica o del gobierno central (por ejemplo, Plan avanza, Telecentros, Día de Internet, etc ) para la difusión, educación y fomento del uso de Internet?
<input type="radio"/> Si, he participado
<input type="radio"/> Si, pero no me han interesado
<input type="radio"/> No

Explanation
A continuación le haremos algunas preguntas sobre como se siente en este momento.

13. Question
Hablando de su salud, en general, ¿diría usted que su salud es...
<input type="radio"/> muy buena
<input type="radio"/> Buena
<input type="radio"/> Normal
<input type="radio"/> Mala
<input type="radio"/> Muy mala

14. Question
¿Tiene usted dificultades para llevar a cabo sus actividades cotidianas a causa de alguna enfermedad crónica, discapacidad o problema de salud mental?
<input type="radio"/> Sí, muchas
<input type="radio"/> Sí, hasta cierto punto

No

Explanation

Abajo, le mostramos una lista de sentimientos o sensaciones que quizá usted haya tenido durante la última semana. Por favor, dígame con qué frecuencia, durante la última semana:

Grid Question

15. se ha sentido deprimido/a

16. se ha sentido triste

17. se ha sentido sin animos

En ningún momento, o en casi ningún momento

En algún momento

Buena parte del tiempo

Todo o casi todo el tiempo

18. Question

¿Tiene usted alguien con quien pueda hablar de temas íntimos y personales?

Sí

No

Explanation

Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación.

19. Question

Hay personas en mi vida que realmente se preocupan por mí.

Muy de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

20. Question

En comparación con otras personas de su edad, ¿con qué frecuencia diría usted que participa en actividades sociales?

- Mucho más que la mayoría
- Más que la mayoría
- Más o menos como todos
- Menos que la mayoría
- Mucho menos que la mayoría

21. Question

Y, en los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha colaborado o ha asistido a actividades organizadas en su barrio o pueblo?

- Al menos una vez a la semana
- Al menos una vez al mes
- Al menos una vez cada tres meses
- Al menos una vez cada seis meses
- con menos frecuencia
- Nunca

22. Question

Utilizando una escala en la que 0 significa "nunca" y 6 "muy a menudo", dígame en qué medida tiene usted la sensación de que en su barrio o pueblo la gente se ayuda mutuamente?

- 0. Muy a menudo
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6. Nunca

Explanation

Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación.

23. Question

Me siento cercano/a a la gente de mi barrio o pueblo.

- Muy de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Muy en desacuerdo

Explanation

Al final, nos gustaría conocer algunos datos generales de usted

24. Question

Incluido usted mismo, ¿cuántas personas, adultos y niños, viven habitualmente en su casa?

25. Question

¿Cuál es su sexo?

- Hombre
- Mujer

26. Question

¿En qué año nació?

27. Question

¿En qué Comunidad Autónoma reside usted?

- Andalucía
- Aragón
- Asturias
- Baleares

<input type="radio"/> Canarias
<input type="radio"/> Cantabria
<input type="radio"/> Castilla-La Mancha
<input type="radio"/> Castilla y León
<input type="radio"/> Cataluña
<input type="radio"/> País Vasco
<input type="radio"/> Extremadura
<input type="radio"/> Galicia
<input type="radio"/> Madrid
<input type="radio"/> Murcia
<input type="radio"/> Navarra
<input type="radio"/> La Rioja
<input type="radio"/> Comunidad Valenciana
<input type="radio"/> Ceuta
<input type="radio"/> Melilla

28. Question
¿Cuál de estas frases describe mejor el lugar donde vive?
<input type="radio"/> Una gran ciudad
<input type="radio"/> Las afueras de una gran ciudad
<input type="radio"/> Una ciudad de tamaño medio o pequeño
<input type="radio"/> Un pueblo
<input type="radio"/> Una granja o casa en el campo

29. Question
¿Cuántos habitantes tiene aproximadamente la población donde reside?
<input type="radio"/> Menos de 10.000 habitantes
<input type="radio"/> De 10.000 a 20.000 habitantes
<input type="radio"/> De 20.000 a 50.000 habitantes
<input type="radio"/> De 50.000 a 100.000 habitantes
<input type="radio"/> Mas de 100.000 habitantes

30. Question

¿cuál describe mejor su situación? Por favor, elija sólo una de ellas.

- Desempleado
- Trabajo remunerado
- Jubilado
- Ama de Casa

31. Question

¿Cuál de estas afirmaciones describe mejor cómo se siente con respecto a los ingresos de su hogar en la actualidad?

- Con los ingresos actuales vivimos cómodamente
- Con los ingresos actuales nos llega para vivir
- Con los ingresos actuales tenemos dificultades
- Con los ingresos actuales tenemos muchas dificultades

32. Question

¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha obtenido?

- Sin estudios/Menos de Primarios
- Estudios Primarios incompletos
- Estudios Primarios completos
- Bachillerato/Primer ciclo
- Bachillerato/Segundo ciclo
- Universidad/Primer ciclo (Técnica)
- Universidad/ Segundo ciclo (Superior)
- Ninguna de las mencionadas

33. Question

¿Cuál de las siguientes descripciones se corresponde con su estado actual?

- Casado/a (o viviendo con pareja)
- Separado/a (aún casado/a legalmente)
- Divorciado/a
- Viudo/a
- Nunca se ha casado

34. Question
¿Cuál es el nivel de estudios más alto alcanzado por el cabeza de familia? (Con cabeza de familia se supone el principal perceptor de ingresos en su hogar)
<input type="radio"/> Sin estudios/Menos de Primarios
<input type="radio"/> Estudios Primarios incompletos
<input type="radio"/> Estudios Primarios completos
<input type="radio"/> Bachillerato/Primer ciclo
<input type="radio"/> Bachillerato/Segundo ciclo
<input type="radio"/> Universidad/Primer ciclo (Técnica)
<input type="radio"/> Universidad/Segundo ciclo (Superior)
<input type="radio"/> Ninguna de las mencionadas

35. Question
¿Cuál es la principal actividad diaria del cabeza de familia? (Con cabeza de familia se supone el principal perceptor de ingresos en su hogar)
<input type="radio"/> Desempleado
<input type="radio"/> Trabajo remunerado
<input type="radio"/> Jubilado
<input type="radio"/> Ama de Casa

37. Question
¿Podrías decirnos el cargo que ocupa en la actualidad o que ocupó en su último puesto de trabajo el cabeza de familia? (Con cabeza de familia se supone el principal perceptor de ingresos en su hogar)
<input type="radio"/> Agr. cooperativa
<input type="radio"/> Agr. sin empleados
<input type="radio"/> Agr. 1-5 empleados
<input type="radio"/> Agr. 6 y más empleados
<input type="radio"/> Cte. sin empleados (cooperativas)
<input type="radio"/> Cte. 1-5 empleados
<input type="radio"/> Cte. 6 y más empleados
<input type="radio"/> Profesión liberal
<input type="radio"/> Trabajador manual
<input type="radio"/> Director gran empresa

<input type="radio"/> Director pequeña empresa
<input type="radio"/> Mando superiores
<input type="radio"/> Mando intermedios
<input type="radio"/> Capataces
<input type="radio"/> Representante
<input type="radio"/> Administrativo
<input type="radio"/> Obrero especializado
<input type="radio"/> Vendedor
<input type="radio"/> Obrero no especializado
<input type="radio"/> Subalterno
<input type="radio"/> Otro no cualificados
<input type="radio"/> Jornalero
<input type="radio"/> Otro

## 10. ANEXO 3. Análisis descriptivo de las variables del estudio

### 10.1. USUARIOS DE INTERNET

**P.5.- ¿Conoce alguna campaña, cursos o actividades organizadas por las administraciones local, autonómica o del gobierno central (por ejemplo, Plan avanza, Telecentros, Día de Internet, etc) para la difusión, educación y fomento del uso de Internet?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Si, he participado	5	1,7	1,7	1,7
Si, pero no me han interesado	33	11,0	11,0	12,7
No	262	87,3	87,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.13.- Hablando de su salud, en general, ¿diría usted que su salud es...**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Muy buena	43	14,3	14,3	14,3
Buena	86	28,7	28,7	43,0
Normal	119	39,7	39,7	82,7
Mala	40	13,3	13,3	96,0
Muy mala	12	4,0	4,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.14.- ¿Tiene usted dificultades para llevar a cabo sus actividades cotidianas a causa de alguna enfermedad crónica, discapacidad o problema de salud mental?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí, muchas	15	5,0	5,0	5,0
Sí, hasta cierto punto	49	16,3	16,3	21,3
No	236	78,7	78,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.15.- Se ha sentido deprimido/a**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En ningún momento, o en casi ningún momento	169	56,3	56,3	56,3
	En algún momento	88	29,3	29,3	85,7
	Buena parte del tiempo	23	7,7	7,7	93,3
	Todo o casi todo el tiempo	20	6,7	6,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.16.- Se ha sentido triste**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En ningún momento, o en casi ningún momento	155	51,7	51,7	51,7
	En algún momento	98	32,7	32,7	84,3
	Buena parte del tiempo	27	9,0	9,0	93,3
	Todo o casi todo el tiempo	20	6,7	6,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.17.- Se ha sentido sin animos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En ningún momento, o en casi ningún momento	156	52,0	52,0	52,0
	En algún momento	104	34,7	34,7	86,7
	Buena parte del tiempo	21	7,0	7,0	93,7
	Todo o casi todo el tiempo	19	6,3	6,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.18.- ¿Tiene usted alguien con quien pueda hablar de temas íntimos y personales?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	251	83,7	83,7	83,7
	No	49	16,3	16,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.19.- Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: "Hay personas en mi vida que realmente se preocupan por mí"**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy de acuerdo	196	65,3	65,3	65,3
	De acuerdo	79	26,3	26,3	91,7
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	5,3	5,3	97,0
	En desacuerdo	5	1,7	1,7	98,7
	Muy en desacuerdo	4	1,3	1,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.20.- En comparación con otras personas de su edad, ¿con qué frecuencia diría usted que participa en actividades sociales?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mucho más que la mayoría	11	3,7	3,7	3,7
	Más que la mayoría	36	12,0	12,0	15,7
	Más o menos como todos	118	39,3	39,3	55,0
	Menos que la mayoría	50	16,7	16,7	71,7
	Mucho menos que la mayoría	85	28,3	28,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.21.- Y, en los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha colaborado o ha asistido a actividades organizadas en su barrio o pueblo?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Al menos una vez a la semana	55	18,3	18,3	18,3
	Al menos una vez al mes	27	9,0	9,0	27,3
	Al menos una vez cada tres meses	15	5,0	5,0	32,3
	Al menos una vez cada seis meses	6	2,0	2,0	34,3
	Con menos frecuencia	35	11,7	11,7	46,0
	Nunca	162	54,0	54,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.22.- Utilizando una escala en la que 0 significa "nunca" y 6 "muy a menudo", dígame en qué medida tiene usted la sensación de que en su barrio o pueblo la gente se ayuda mutuamente?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nunca	50	16,7	16,7	16,7
	2	46	15,3	15,3	32,0
	3	69	23,0	23,0	55,0
	4	44	14,7	14,7	69,7
	5	50	16,7	16,7	86,3
	Muy a menudo	41	13,7	13,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.23.- Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: Me siento cercano/a a la gente de mi barrio o pueblo.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy de acuerdo	95	31,7	31,7	31,7
	De acuerdo	124	41,3	41,3	73,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	14,7	14,7	87,7
	En desacuerdo	14	4,7	4,7	92,3
	Muy en desacuerdo	23	7,7	7,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.26.- Incluido usted mismo, ¿cuántas personas, adultos y niños, viven habitualmente en su casa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	33	11,0	11,0	11,0
	2	158	52,7	52,7	63,7
	3	61	20,3	20,3	84,0
	4	26	8,7	8,7	92,7
	5	13	4,3	4,3	97,0
	6	4	1,3	1,3	98,3
	7	2	,7	,7	99,0
	8	3	1,0	1,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**SEXO**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hombre	131	43,7	43,7	43,7
	Mujer	169	56,3	56,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.28.- ¿Cual es su edad?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	55	14	4,7	4,7	4,7
	56	6	2,0	2,0	6,7
	57	10	3,3	3,3	10,0
	58	18	6,0	6,0	16,0
	59	10	3,3	3,3	19,3
	60	20	6,7	6,7	26,0
	61	4	1,3	1,3	27,3
	62	20	6,7	6,7	34,0
	63	12	4,0	4,0	38,0
	64	14	4,7	4,7	42,7
	65	25	8,3	8,3	51,0
	66	14	4,7	4,7	55,7
	67	11	3,7	3,7	59,3
	68	8	2,7	2,7	62,0
	69	11	3,7	3,7	65,7
	70	11	3,7	3,7	69,3
	71	11	3,7	3,7	73,0
	72	13	4,3	4,3	77,3
	73	18	6,0	6,0	83,3
	74	10	3,3	3,3	86,7
	75	40	13,3	13,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**Edad**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	De 55 a 64	128	42,7	42,7	42,7
	De 65 a 75	172	57,3	57,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.29.- Comunidad Autonoma**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Andalucía	69	23,0	23,0	23,0
	2	22	7,3	7,3	30,3
	3	15	5,0	5,0	35,3
	4	63	21,0	21,0	56,3
	5	36	12,0	12,0	68,3
	6	23	7,7	7,7	76,0
	Castilla-La Mancha	54	18,0	18,0	94,0
	Castilla y León	18	6,0	6,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.30.- ¿Cuál de estas frases describe mejor el lugar donde vive?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Una gran ciudad	74	24,7	24,7	24,7
	Las afueras de una gran ciudad	31	10,3	10,3	35,0
	Una ciudad de tamaño medio o pequeño	55	18,3	18,3	53,3
	Un pueblo	131	43,7	43,7	97,0
	Una granja o casa en el campo	9	3,0	3,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.31.- Habitat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 100.000	180	60,0	60,0	60,0
	Más de 100.000	120	40,0	40,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.32.- ¿Cuál describe mejor su situación?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Desempleado	8	2,7	2,7	2,7
	Trabajo remunerado	29	9,7	9,7	12,3
	Jubilado	170	56,7	56,7	69,0
	Ama de Casa	93	31,0	31,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.33.- ¿Cuál de estas afirmaciones describe mejor cómo se siente con respecto a los ingresos de su hogar en la actualidad?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Con los ingresos actuales vivimos cómodamente	65	21,7	21,7	21,7
	Con los ingresos actuales nos llega para vivir	168	56,0	56,0	77,7
	Con los ingresos actuales tenemos dificultades	59	19,7	19,7	97,3
	Con los ingresos actuales tenemos muchas dificultades	8	2,7	2,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.34.- ¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha obtenido?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sin estudios/Menos de Primarios	74	24,7	24,7	24,7
	Estudios Primarios incompletos	45	15,0	15,0	39,7
	Estudios Primarios completos	133	44,3	44,3	84,0
	Bachillerato/Primer ciclo	17	5,7	5,7	89,7
	Bachillerato/Segundo ciclo	13	4,3	4,3	94,0
	Universidad/Primer ciclo (Técnica)	9	3,0	3,0	97,0
	Universidad/ Segundo ciclo (Superior)	9	3,0	3,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**Estudios**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Universitarios	18	6,0	6,0	6,0
	No universitarios	282	94,0	94,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.35.- ¿Cuál de las siguientes descripciones se corresponde con su estado actual?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Casado/a (o viviendo con pareja)	240	80,0	80,0	80,0
	Separado/a (aún casado/a legalmente)	9	3,0	3,0	83,0
	Divorciado/a	7	2,3	2,3	85,3
	Viudo/a	37	12,3	12,3	97,7
	Nunca se ha casado	7	2,3	2,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.36.- ¿Cuál es el nivel de estudios más alto alcanzado por el cabeza de familia?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sin estudios/Menos de Primarios	70	23,3	23,3	23,3
	Estudios Primarios incompletos	43	14,3	14,3	37,7
	Estudios Primarios completos	124	41,3	41,3	79,0
	Bachillerato/Primer ciclo	14	4,7	4,7	83,7
	Bachillerato/Segundo ciclo	20	6,7	6,7	90,3
	Universidad/Primer ciclo (Técnica)	11	3,7	3,7	94,0
	Universidad/Segundo ciclo (Superior)	15	5,0	5,0	99,0
	Ninguna de las mencionadas	3	1,0	1,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.37.- ¿Cuál es la principal actividad diaria del cabeza de familia?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Desempleado	5	1,7	1,7	1,7
	Trabajo remunerado	58	19,3	19,3	21,0
	Jubilado	214	71,3	71,3	92,3
	Ama de Casa	23	7,7	7,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.38.- ¿Podría decirnos el cargo que ocupa en la actualidad o que ocupó en su último puesto de trabajo el cabeza de familia?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Agricultor cooperativa	10	3,3	3,3	3,3
Agricultor sin empleados	17	5,7	5,7	9,0
Agricultor 1-5 empleados	4	1,3	1,3	10,3
Agricultor 6 y más empleados	1	,3	,3	10,7
Comerciante sin empleados (cooperativas)	3	1,0	1,0	11,7
Comerciante 1-5 empleados	1	,3	,3	12,0
Profesión liberal	10	3,3	3,3	15,3
Trabajador manual	31	10,3	10,3	25,7
Director gran empresa	2	,7	,7	26,3
Director pequeña empresa	11	3,7	3,7	30,0
Mando superiores	6	2,0	2,0	32,0
Mando intermedios	19	6,3	6,3	38,3
Capataces	4	1,3	1,3	39,7
Representante	3	1,0	1,0	40,7
Administrativo	23	7,7	7,7	48,3
Obrero especializado	57	19,0	19,0	67,3
Vendedor	13	4,3	4,3	71,7
Obrero no especializado	7	2,3	2,3	74,0
Subalterno	5	1,7	1,7	75,7
Jornalero	3	1,0	1,0	76,7
Otro	70	23,3	23,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**Clase Social**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Alta	11	3,7	3,7	3,7
Media Alta	16	5,3	5,3	9,0
Media Media	76	25,3	25,3	34,3
Media Baja	118	39,3	39,3	73,7
Baja	79	26,3	26,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**I.2.- ¿Ha tenido Ud. la sensación de que el entrevistado se mostrara reticente a contestar alguna de las preguntas?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nunca	273	91,0	91,0	91,0
	Casi nunca	15	5,0	5,0	96,0
	Alguna vez	5	1,7	1,7	97,7
	Muy a menudo	7	2,3	2,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**I.4.- En general, ¿ha tenido la sensación de que el entrevistado entendía las preguntas?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nunca	54	18,0	18,0	18,0
	Casi nunca	4	1,3	1,3	19,3
	Alguna vez	11	3,7	3,7	23,0
	A menudo	37	12,3	12,3	35,3
	Muy a menudo	194	64,7	64,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

## 10.2. NO USUARIOS DE INTERNET

### I.- Ha utilizado Internet en alguna ocasión?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí pero hace más tiempo	17	5,7	5,7	5,7
	No	273	91,0	91,0	96,7
	No se lo que es	10	3,3	3,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

### P.5.- ¿Conoce alguna campaña, cursos o actividades organizadas por las administraciones local, autonómica o del gobierno central (por ejemplo, Plan avanza, Telecentros, Día de Internet, etc) para la difusión, educación y fomento del uso de Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí, he participado	5	1,7	1,7	1,7
	Sí, pero no me han interesado	33	11,0	11,0	12,7
	No	262	87,3	87,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

### P.13.- Hablando de su salud, en general, ¿diría usted que su salud es...

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy buena	43	14,3	14,3	14,3
	Buena	86	28,7	28,7	43,0
	Normal	119	39,7	39,7	82,7
	Mala	40	13,3	13,3	96,0
	Muy mala	12	4,0	4,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.14.- ¿Tiene usted dificultades para llevar a cabo sus actividades cotidianas a causa de alguna enfermedad crónica, discapacidad o problema de salud mental?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí, muchas	15	5,0	5,0	5,0
Sí, hasta cierto punto	49	16,3	16,3	21,3
No	236	78,7	78,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.15.- Se ha sentido deprimido/a**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En ningún momento, o en casi ningún momento	169	56,3	56,3	56,3
En algún momento	88	29,3	29,3	85,7
Buena parte del tiempo	23	7,7	7,7	93,3
Todo o casi todo el tiempo	20	6,7	6,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.16.- Se ha sentido triste**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid En ningún momento, o en casi ningún momento	155	51,7	51,7	51,7
En algún momento	98	32,7	32,7	84,3
Buena parte del tiempo	27	9,0	9,0	93,3
Todo o casi todo el tiempo	20	6,7	6,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.17.- Se ha sentido sin animos**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En ningún momento, o en casi ningún momento	156	52,0	52,0	52,0
	En algun momento	104	34,7	34,7	86,7
	Buena parte del tiempo	21	7,0	7,0	93,7
	Todo o casi todo el tiempo	19	6,3	6,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.18.- ¿Tiene usted alguien con quien pueda hablar de temas íntimos y personales?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	251	83,7	83,7	83,7
	No	49	16,3	16,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.19.- Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: "Hay personas en mi vida que realmente se preocupan por mí"**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy de acuerdo	196	65,3	65,3	65,3
	De acuerdo	79	26,3	26,3	91,7
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	5,3	5,3	97,0
	En desacuerdo	5	1,7	1,7	98,7
	Muy en desacuerdo	4	1,3	1,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.20.- En comparación con otras personas de su edad, ¿con qué frecuencia diría usted que participa en actividades sociales?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mucho más que la mayoría	11	3,7	3,7	3,7
	Más que la mayoría	36	12,0	12,0	15,7
	Más o menos como todos	118	39,3	39,3	55,0
	Menos que la mayoría	50	16,7	16,7	71,7
	Mucho menos que la mayoría	85	28,3	28,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.21.- Y, en los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia ha colaborado o ha asistido a actividades organizadas en su barrio o pueblo?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Al menos una vez a la semana	55	18,3	18,3	18,3
	Al menos una vez al mes	27	9,0	9,0	27,3
	Al menos una vez cada tres meses	15	5,0	5,0	32,3
	Al menos una vez cada seis meses	6	2,0	2,0	34,3
	Con menos frecuencia	35	11,7	11,7	46,0
	Nunca	162	54,0	54,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.22.- Utilizando una escala en la que 0 significa "nunca" y 6 "muy a menudo", dígame en qué medida tiene usted la sensación de que en su barrio o pueblo la gente se ayuda mutuamente?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nunca	50	16,7	16,7	16,7
	2	46	15,3	15,3	32,0
	3	69	23,0	23,0	55,0
	4	44	14,7	14,7	69,7
	5	50	16,7	16,7	86,3
	Muy a menudo	41	13,7	13,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.23.- Por favor dígame en qué medida esta usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: Me siento cercano/a a la gente de mi barrio o pueblo.**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Muy de acuerdo	95	31,7	31,7	31,7
	De acuerdo	124	41,3	41,3	73,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	14,7	14,7	87,7
	En desacuerdo	14	4,7	4,7	92,3
	Muy en desacuerdo	23	7,7	7,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.26.- Includo usted mismo, ¿cuántas personas, adultos y niños, viven habitualmente en su casa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	33	11,0	11,0	11,0
	2	158	52,7	52,7	63,7
	3	61	20,3	20,3	84,0
	4	26	8,7	8,7	92,7
	5	13	4,3	4,3	97,0
	6	4	1,3	1,3	98,3
	7	2	,7	,7	99,0
	8	3	1,0	1,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

#### SEXO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hombre	131	43,7	43,7	43,7
	Mujer	169	56,3	56,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.28.- ¿Cual es su edad?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	55	14	4,7	4,7	4,7
	56	6	2,0	2,0	6,7
	57	10	3,3	3,3	10,0
	58	18	6,0	6,0	16,0
	59	10	3,3	3,3	19,3
	60	20	6,7	6,7	26,0
	61	4	1,3	1,3	27,3
	62	20	6,7	6,7	34,0
	63	12	4,0	4,0	38,0
	64	14	4,7	4,7	42,7
	65	25	8,3	8,3	51,0
	66	14	4,7	4,7	55,7
	67	11	3,7	3,7	59,3
	68	8	2,7	2,7	62,0
	69	11	3,7	3,7	65,7
	70	11	3,7	3,7	69,3
	71	11	3,7	3,7	73,0
	72	13	4,3	4,3	77,3
	73	18	6,0	6,0	83,3
	74	10	3,3	3,3	86,7
	75	40	13,3	13,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**Edad**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	De 55 a 64	128	42,7	42,7	42,7
	De 65 a 75	172	57,3	57,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.29.- Comunidad Autonoma**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Andalucía	69	23,0	23,0	23,0
	2	22	7,3	7,3	30,3
	3	15	5,0	5,0	35,3
	4	63	21,0	21,0	56,3
	5	36	12,0	12,0	68,3
	6	23	7,7	7,7	76,0
	Castilla-La Mancha	54	18,0	18,0	94,0
	Castilla y León	18	6,0	6,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.30.- ¿Cuál de estas frases describe mejor el lugar donde vive?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Una gran ciudad	74	24,7	24,7	24,7
	Las afueras de una gran ciudad	31	10,3	10,3	35,0
	Una ciudad de tamaño medio o pequeño	55	18,3	18,3	53,3
	Un pueblo	131	43,7	43,7	97,0
	Una granja o casa en el campo	9	3,0	3,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.31.- Habitat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menos de 100.000	180	60,0	60,0	60,0
	Más de 100.000	120	40,0	40,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.32.- ¿Cuál describe mejor su situación?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Desempleado	8	2,7	2,7	2,7
Trabajo remunerado	29	9,7	9,7	12,3
Jubilado	170	56,7	56,7	69,0
Ama de Casa	93	31,0	31,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.33.- ¿Cuál de estas afirmaciones describe mejor cómo se siente con respecto a los ingresos de su hogar en la actualidad?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Con los ingresos actuales vivimos cómodamente	65	21,7	21,7	21,7
Con los ingresos actuales nos llega para vivir	168	56,0	56,0	77,7
Con los ingresos actuales tenemos dificultades	59	19,7	19,7	97,3
Con los ingresos actuales tenemos muchas dificultades	8	2,7	2,7	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.34.- ¿Cuál es el nivel de estudios más alto que ha obtenido?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sin estudios/Menos de Primarios	74	24,7	24,7	24,7
Estudios Primarios incompletos	45	15,0	15,0	39,7
Estudios Primarios completos	133	44,3	44,3	84,0
Bachillerato/Primer ciclo	17	5,7	5,7	89,7
Bachillerato/Segundo ciclo	13	4,3	4,3	94,0
Universidad/Primer ciclo (Técnica)	9	3,0	3,0	97,0
Universidad/ Segundo ciclo (Superior)	9	3,0	3,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**Estudios**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Universitarios	18	6,0	6,0	6,0
No universitarios	282	94,0	94,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.35.- ¿Cuál de las siguientes descripciones se corresponde con su estado actual?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Casado/a (o viviendo con pareja)	240	80,0	80,0	80,0
Separado/a (aún casado/a legalmente)	9	3,0	3,0	83,0
Divorciado/a	7	2,3	2,3	85,3
Viudo/a	37	12,3	12,3	97,7
Nunca se ha casado	7	2,3	2,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**P.36.- ¿Cuál es el nivel de estudios más alto alcanzado por el cabeza de familia?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sin estudios/Menos de Primarios	70	23,3	23,3	23,3
	Estudios Primarios incompletos	43	14,3	14,3	37,7
	Estudios Primarios completos	124	41,3	41,3	79,0
	Bachillerato/Primer ciclo	14	4,7	4,7	83,7
	Bachillerato/Segundo ciclo	20	6,7	6,7	90,3
	Universidad/Primer ciclo (Técnica)	11	3,7	3,7	94,0
	Universidad/Segundo ciclo (Superior)	15	5,0	5,0	99,0
	Ninguna de las mencionadas	3	1,0	1,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.37.- ¿Cuál es la principal actividad diaria del cabeza de familia?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Desempleado	5	1,7	1,7	1,7
	Trabajo remunerado	58	19,3	19,3	21,0
	Jubilado	214	71,3	71,3	92,3
	Ama de Casa	23	7,7	7,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**P.38.- ¿Podría decirnos el cargo que ocupa en la actualidad o que ocupó en su último puesto de trabajo el cabeza de familia?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Agricultor cooperativa	10	3,3	3,3	3,3
Agricultor sin empleados	17	5,7	5,7	9,0
Agricultor 1-5 empleados	4	1,3	1,3	10,3
Agricultor 6 y más empleados	1	,3	,3	10,7
Comerciante sin empleados (cooperativas)	3	1,0	1,0	11,7
Comerciante 1-5 empleados	1	,3	,3	12,0
Profesión liberal	10	3,3	3,3	15,3
Trabajador manual	31	10,3	10,3	25,7
Director gran empresa	2	,7	,7	26,3
Director pequeña empresa	11	3,7	3,7	30,0
Mando superiores	6	2,0	2,0	32,0
Mando intermedios	19	6,3	6,3	38,3
Capataces	4	1,3	1,3	39,7
Representante	3	1,0	1,0	40,7
Administrativo	23	7,7	7,7	48,3
Obrero especializado	57	19,0	19,0	67,3
Vendedor	13	4,3	4,3	71,7
Obrero no especializado	7	2,3	2,3	74,0
Subalterno	5	1,7	1,7	75,7
Jornalero	3	1,0	1,0	76,7
Otro	70	23,3	23,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**Clase Social**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Alta	11	3,7	3,7	3,7
Media Alta	16	5,3	5,3	9,0
Media Media	76	25,3	25,3	34,3
Media Baja	118	39,3	39,3	73,7
Baja	79	26,3	26,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

**I.2.- ¿Ha tenido Ud. la sensación de que el entrevistado se mostrara reticente a contestar alguna de las preguntas?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nunca	273	91,0	91,0	91,0
	Casi nunca	15	5,0	5,0	96,0
	Alguna vez	5	1,7	1,7	97,7
	Muy a menudo	7	2,3	2,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**I.4.- En general, ¿ha tenido la sensación de que el entrevistado entendía las preguntas?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nunca	54	18,0	18,0	18,0
	Casi nunca	4	1,3	1,3	19,3
	Alguna vez	11	3,7	3,7	23,0
	A menudo	37	12,3	12,3	35,3
	Muy a menudo	194	64,7	64,7	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

**ponde**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	300	100,0	100,0	100,0

**10.3. MUESTRA TOTAL (REPRESENTATIVA DE PERSONAS DE 55 AÑOS O MÁS)**

		TIPO DE MUESTRA	SEXO	Grupos de Edad	TIPOHABITAT	INCOMESUBJ	EDUCATION	CLASES OCIAL
N	Valid	709	709	709	709	709	709	709
	Missing	0	0	0	0	0	0	0

**Frequency Table**

**TIPO DE MUESTRA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MUESTRA CATI	563	79,3	79,3	79,3
	MUESTRA ONLINE	147	20,7	20,7	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

**SEXO**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	322	45,5	45,5	45,5
	2,00	387	54,5	54,5	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

### Grupos de Edad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	55-64 años	355	50,0	50,0	50,0
	mayores de 64 años	355	50,0	50,0	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

### TIPOHABITAT

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	207	29,2	29,2	29,2
	2,00	71	10,0	10,0	39,2
	3,00	159	22,4	22,4	61,6
	4,00	255	35,9	35,9	97,5
	5,00	18	2,5	2,5	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

### INCOMESUBJ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	20	2,8	2,8	2,8
	2,00	134	19,0	19,0	21,7
	3,00	373	52,6	52,6	74,3
	4,00	182	25,7	25,7	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

### EDUCATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	105	14,8	14,8	14,8
	2,00	81	11,4	11,4	26,2
	3,00	289	40,7	40,7	66,9
	4,00	60	8,5	8,5	75,4
	5,00	60	8,4	8,4	83,8
	6,00	56	8,0	8,0	91,8
	7,00	58	8,2	8,2	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

### CLASESOCIAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	86	12,1	12,1	12,1
	2,00	255	35,9	35,9	48,0
	3,00	231	32,5	32,5	80,5
	4,00	77	10,9	10,9	91,4
	5,00	61	8,6	8,6	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

### SALUDFISICA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	22	3,1	3,1	3,1
	2,00	82	11,6	11,6	14,7
	3,00	270	38,1	38,1	52,8
	4,00	231	32,6	32,6	85,4
	5,00	103	14,6	14,6	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

**CESD**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	297	41,9	41,9	41,9
	4,00	95	13,3	13,3	55,3
	5,00	65	9,1	9,1	64,4
	6,00	157	22,1	22,1	86,5
	7,00	14	2,0	2,0	88,5
	8,00	13	1,8	1,8	90,3
	9,00	32	4,6	4,6	94,9
	10,00	6	,8	,8	95,8
	11,00	2	,3	,3	96,1
	12,00	28	3,9	3,9	100,0
Total		709	100,0	100,0	

**IMPEDIDO**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	568	80,1	80,1	80,1
	2,00	114	16,1	16,1	96,2
	3,00	27	3,8	3,8	100,0
Total		709	100,0	100,0	

**PERSONA APOYO**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	106	14,9	14,9	14,9
	2,00	603	85,1	85,1	100,0
Total		709	100,0	100,0	

**CLOSETIES**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	,9	,9	,9
	2,00	11	1,6	1,6	2,5
	3,00	37	5,2	5,2	7,7
	4,00	199	28,0	28,0	35,7
	5,00	456	64,3	64,3	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

**PARTSUBJ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	163	22,9	22,9	22,9
	2,00	118	16,7	16,7	39,6
	3,00	300	42,3	42,3	81,9
	4,00	97	13,7	13,7	95,6
	5,00	31	4,4	4,4	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

**PARTOBJE**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	329	46,4	46,4	46,4
	2,00	105	14,9	14,9	61,3
	3,00	25	3,5	3,5	64,8
	4,00	47	6,6	6,6	71,4
	5,00	80	11,2	11,2	82,7
	6,00	123	17,3	17,3	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

**AYUDBARRIO**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	102	14,4	14,4	14,4
	2,00	97	13,7	13,7	28,2
	3,00	167	23,5	23,5	51,7
	4,00	134	18,9	18,9	70,5
	5,00	112	15,8	15,8	86,3
	6,00	90	12,8	12,8	99,1
	7,00	7	,9	,9	100,0
	Total	709	100,0	100,0	

**IDENTBARRIO**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	47	6,6	6,6	6,6
	2,00	37	5,2	5,2	11,8
	3,00	155	21,8	21,8	33,6
	4,00	287	40,5	40,5	74,0
	5,00	184	26,0	26,0	100,0
Total	709	100,0	100,0		