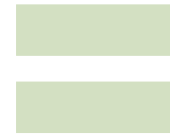




De la brecha digital a la brecha psico-digital: Mayores y redes sociales

Dr. Jorge Arenas Gaitán

Dra. Begoña Peral Peral



Tema

- Comportamiento del Consumidor TIC

Grupo de Investigación

- E-Business: Empresa, Administración y Ciudadano

Proyecto

- Sociedad de la Información en Colectivos Emergentes en Andalucía: e-Inclusión y e-Accesibilidad

Grupo de Trabajo

- Personas Mayores & TICs



Investigaciones:



Mayores e Internet



Mayores y Aplicaciones

Mayores e Internet

Algunos Trabajos:

Ramón-Jerónimo, M. A., Peral-Peral, B., & Arenas-Gaitán, J. (2013). Elderly persons and Internet use. *Social Science Computer Review*, 31(4), 389-403.

Peral, B. P., Gaitán, J. A., & Ramón-Jerónimo, M. Á. (2014). Technology Acceptance Model y mayores: ¿La educación y la actividad laboral desarrollada son variables moderadoras?. *Revista Española de Investigación en Marketing ESIC*, 18(1), 43-56.

Peral Peral, B., Arenas Gaitán, J., Jerónimo, R., & Ángeles, M. (2013). The Role of Socio-Demographic Variables in the Use of Internet-Based Applications by Older People. *Innovar*, 23(48), 55-66.

Mayores e Internet

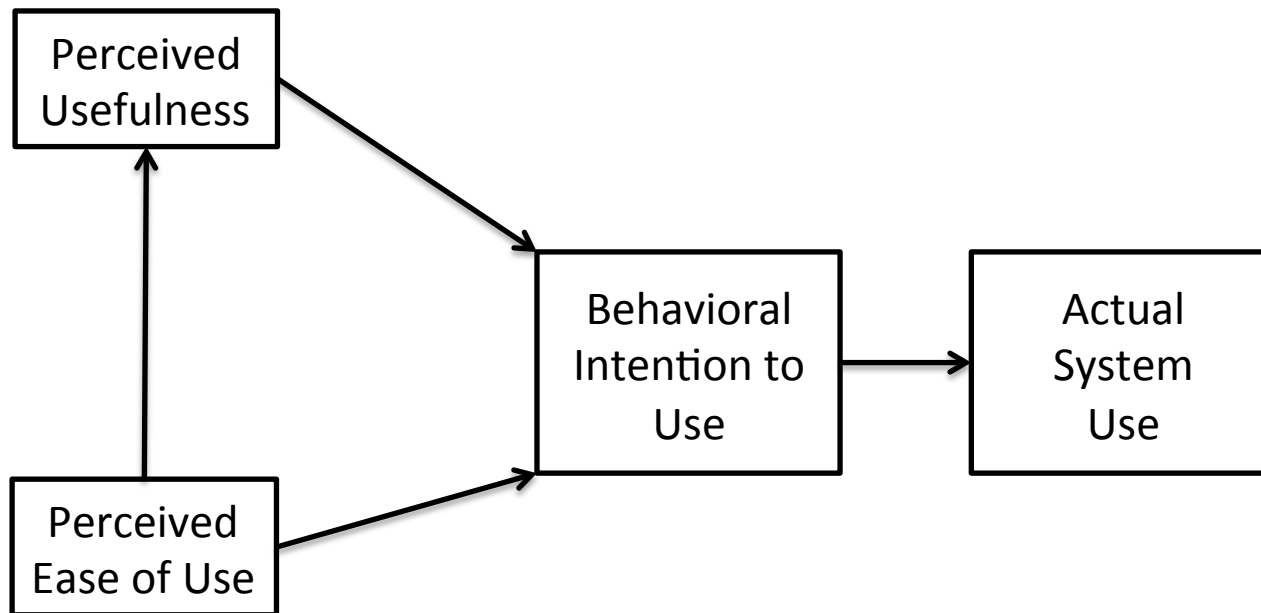
Algunas Conclusiones:

Generales

- **No** es un grupo **homogéneo**.
- Para las **aplicaciones más básicas** (correo electrónico, búsqueda de información sobre productos/ servicios y sobre temas de investigación, que son las mas aplicaciones más usadas) **no se muestran diferencias significativas** en su uso en función de las variables analizadas.
- **Hombres** cuya actividad laboral implicaba un cargo de **mayor responsabilidad y mayor formación** requerida son los que emplean aplicaciones más sofisticadas (banca electrónica y descargan software y lectura/descarga de noticias *online*).
- Los más **jóvenes** son los que buscan información sobre **salud y servicios** sociales.
- Los que tienen **estudios universitarios** son los que presentan **menor** frecuencia de uso de las **redes sociales**.

Mayores e Internet

Algunas Conclusiones:



Technology Acceptance Model (Davis, 1986)

Mayores e Internet

Algunas Conclusiones:

GÉNERO: frente a las mujeres, los hombres perciben mayor utilidad del uso de Internet porque tienen mayores niveles de facilidad de uso, que es explicado por el nivel de disfrute con Internet.

ACTIVIDAD LABORAL: diferencias estadísticamente significativas en los valores alcanzados por todos los constructos del modelo. Valores más altos para aquellos individuos que han tenido una actividad laboral que requería una mayor formación y uso de las nuevas tecnologías.

Diferencias en las puntuaciones en las variables, no en las relaciones.

Mayores y Aplicaciones

Algunos Trabajos:

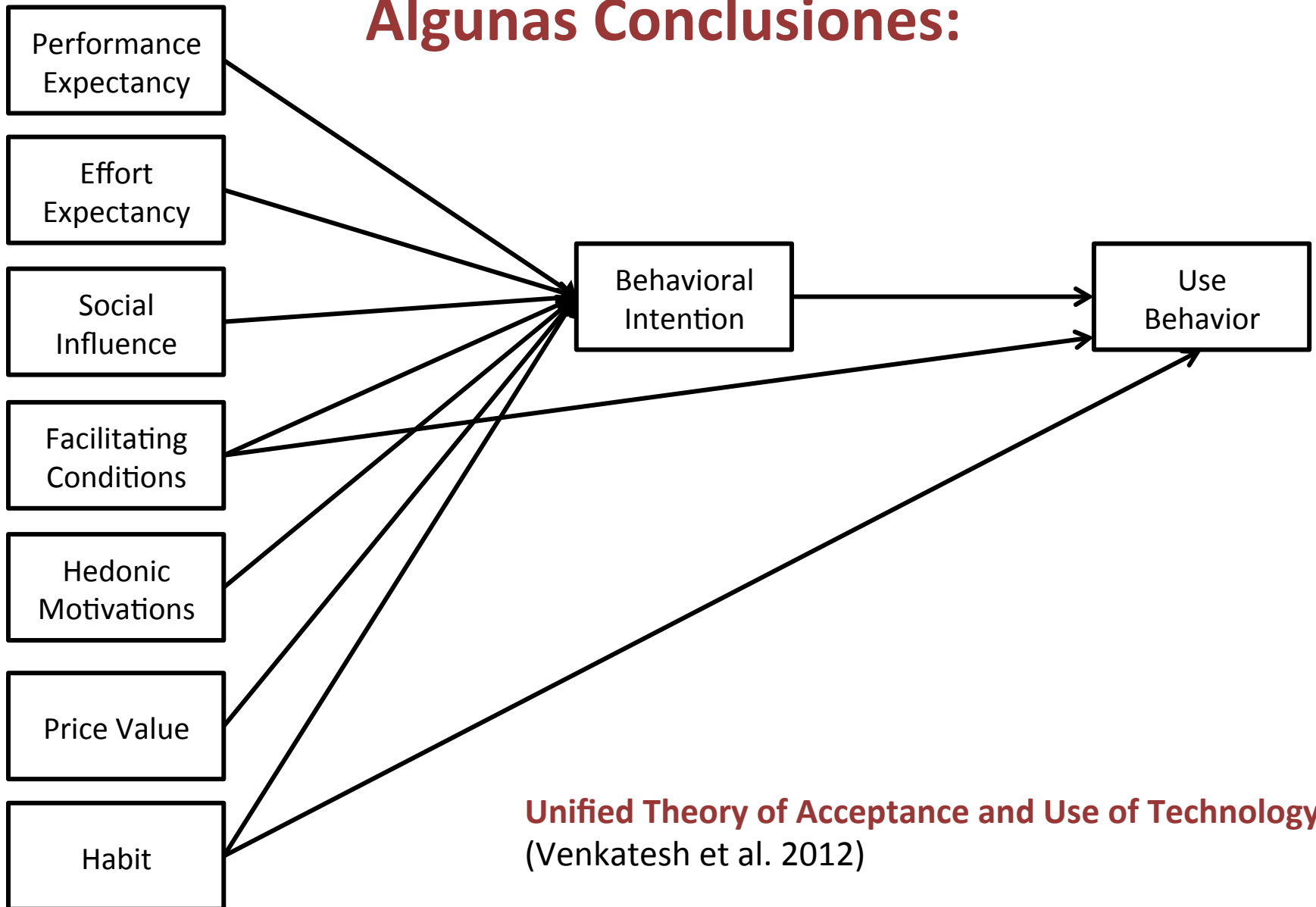
Arenas Gaitán, J., Peral Peral, B., Jerónimo, R., & Ángeles, M. (2014). Internet Banking: Segmenting Elderly by Latent Class Cluster. *Proceedings WSEAS 13th International Conference on Applied Informatics and Communication*, pp.309-314

Arenas Gaitán, J., Peral Peral, B., Jerónimo, R., & Ángeles, M. (2015). Elderly and Internet Banking: An Application of UTAUT2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), pp.1- 23.

Peral-Peral, Begoña and Arenas-Gaitán, Jorge and Villarejo-Ramos, Ángel-Francisco(2015). From Digital Divide to Psycho-digital Divide: Elders and Online Social Networks. *Comunicar*, 2015, vol. 23, n. 45, pp. 57-64.

Mayores y Aplicaciones

Algunas Conclusiones:



Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2
(Venkatesh et al. 2012)

Mayores y Aplicaciones

Algunas Conclusiones:



Mayores y Aplicaciones

Algunas Conclusiones:

USO DE BANCA POR INTERNET: **CLUSTERS**

El grupo que más usaba IB (28%): 58% hombres, 38% universitarios, confían en sus capacidades con el uso de IB. Es el grupo con menor diferencia entre su edad cronológica y la edad cognitiva (varios dijeron que se sienten contentos con su edad y no necesitan sentirse más jóvenes).

Sin embargo, **el grupo que no usaba IB (30%) estaba formado por un 80% de mujeres y el 20% solo tenía estudios primarios.** Presenta el menor nivel de confianza en si mismo y alta ansiedad. Prefieren el contacto personal en las oficinas.

Existen diferencias en la frecuencia de uso de los servicios bancarios por Internet debido al sexo. Ahora bien, si la persona tiene un alto nivel de autonomía no existe diferencia en el uso de IB ya sea hombre o mujer

Mayores y Aplicaciones

Algunas Conclusiones:

USO DE BANCA POR INTERNET: **CLUSTERS**

El grupo que más usaba IB (28%): 58% hombres, 38% universitarios, confían en sus capacidades con el uso de IB. Es el grupo con menor diferencia entre su edad cronológica y la edad cognitiva (varios dijeron que se sienten contentos con su edad y no necesitan sentirse más jóvenes).

Sin embargo, **el grupo que no usaba IB (30%) estaba formado por un 80% de mujeres y el 20% solo tenía estudios primarios.** Presenta el menor nivel de confianza en si mismo y alta ansiedad. Prefieren el contacto personal en las oficinas.

Existen diferencias en la frecuencia de uso de los servicios bancarios por Internet debido al sexo. Ahora bien, si la persona tiene un alto nivel de autonomía no existe diferencia en el uso de IB ya sea hombre o mujer

Mayores y Aplicaciones

Algunas Conclusiones:

CLÚSTER SEGÚN USO DE BANCA POR INTERNET Y REDES SOCIALES

Encontramos cinco cluster en función del uso de IB y RRSS:

1. **e-mayores**
2. **e-usuarios por conveniencia**
3. **Enganchados con las redes**
4. **Navegando con la familia**
5. **Temerosos de la tecnología**

Mayores y Aplicaciones

Algunas Conclusiones:

BRECHA PSICODIGITAL Y REDES SOCIALES

1. Las **variables psicológicas** (edad cognitiva, la ansiedad tecnológica o el nivel de audacia) sirven, en mayor grado, para mostrar las diferencias significativas existentes entre usuarios y no usuarios de redes sociales.
2. Tener **perfil en una red social y utilizar un mayor número de redes sociales** está relacionado de forma estadísticamente significativa con el hecho **de sentirse más joven**.
3. **Los mayores más audaces** y aquellos que confían más en sí mismos con relación a la tecnología, de forma estadísticamente significativa, son los que usan las redes sociales, crean perfiles y además están presentes en más de una red.

Recomendaciones

- El **diseño de una página web** => adaptar las *websites* a sus características visuales, auditivas, psicomotrices y cognitivas.
- **Información clara** y con ausencia de tecnicismos.
- **Mejorando su imagen y usabilidad**=> Mayores descubrir los beneficios Internet.
- **Internet puede mejorar la calidad de vida de los mayores**, exponiéndoles a un mundo de nueva información que les ayudará a estar conectados, tomar decisiones de compra adaptadas a sus necesidades y facilitando trámites burocráticos, acceder a mejores ofertas, gracias a la comparación de ofertas de diferentes empresas a través de la red.
- **Tangibilización de los servicios ofrecidos**, el diseño de servicios en los que el individuo perciba cierto disfrute y aportar una facilidad de acceso a los recursos técnicos y organizativos para realizar transacciones.

Recomendaciones

Respecto a la banca electrónica:

- Incrementar la confianza en Internet como canal financiero, **asegurando privacidad y seguridad**.
- **Enfatizar las ventajas para los clientes:** libertad de acceso, autonomía, ahorro de tiempo, no soportar colas...
- **Simplificar el lenguaje.**
- **Para los usuarios más avanzados, enfatizar la seguridad** para reducir la ansiedad y realizar actividades promocionales que conduzcan a una mayor utilidad percibida de su uso.
- **Para las mujeres**, que en general prefieren el trato personal en la oficina bancaria, hay que incrementar la **seguridad, la facilidad de uso y diseño funcional y sencillo**.



De la brecha digital a la brecha psico-digital: Mayores y redes sociales

Dr. Jorge Arenas Gaitán

Dra. Begoña Peral Peral