

La OMS insta a actuar ante "el riesgo particular de abuso" que sufren las mujeres mayores o con discapacidad. **págs. 20 y 21**

Consumidores sénior, el público objetivo pujante para las empresas

Las entidades todavía no se han adaptado al nuevo orden económico y demográfico, pese a que los mayores representan ya el 60% del consumo



Según distintos informes, las personas con más de 65 años representan el mayor poder adquisitivo en España. De hecho, este colectivo genera el 26% del Producto Interior Bruto (PIB), lo que demuestra su creciente

peso en la economía nacional.

Por otro lado, si nos atenemos a los últimos datos de 2022, del total de la población española, el 34% tiene ahora 50 o más años. Además, en los últimos 15 años, y en todo el conti-

nente europeo, ya solo crecen las franjas de edad que superan los 50.

Ante esta nueva realidad, las empresas deberán de empezar a replantearse sus estrategias comerciales. **págs. 24-27**

Cenie presenta un informe para prevenir la soledad no deseada

El Centro Internacional sobre el Envejecimiento, dependiente de la Fundación General de la Universidad de Salamanca, ha presentado los resultados de una investigación que analiza la acción comunitaria como herramienta clave en la prevención del aislamiento de los sénior.

En la jornada, el ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, Pablo Bustinduy, anunció el próximo desarrollo y entrada en vigor de la Estrategia Nacional contra la Soledad que supondrá, dijo, "hacerse cargo de esta situación promoviendo cuidados de mayor cercanía". **pág. 2**



Presentación del Informe SOLiEDAD, del Cenie.

Repasamos los 70 años de la OISS con Gina Magnolia Riaño, secretaria general de la entidad iberoamericana

págs. 38 y 39

Ante el aumento de las ITS entre los sénior, es vital adaptar la educación sexual a los mayores de 50 años

pág. 57

La inteligencia artificial continúa creciendo como herramienta de apoyo para el sector sanitario

págs. 40 y 41