



SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r



GOBIERNO DE CHILE
SERVICIO NACIONAL DEL ADULTO MAYOR
SENAMA

El adulto mayor y su rol de consumidor

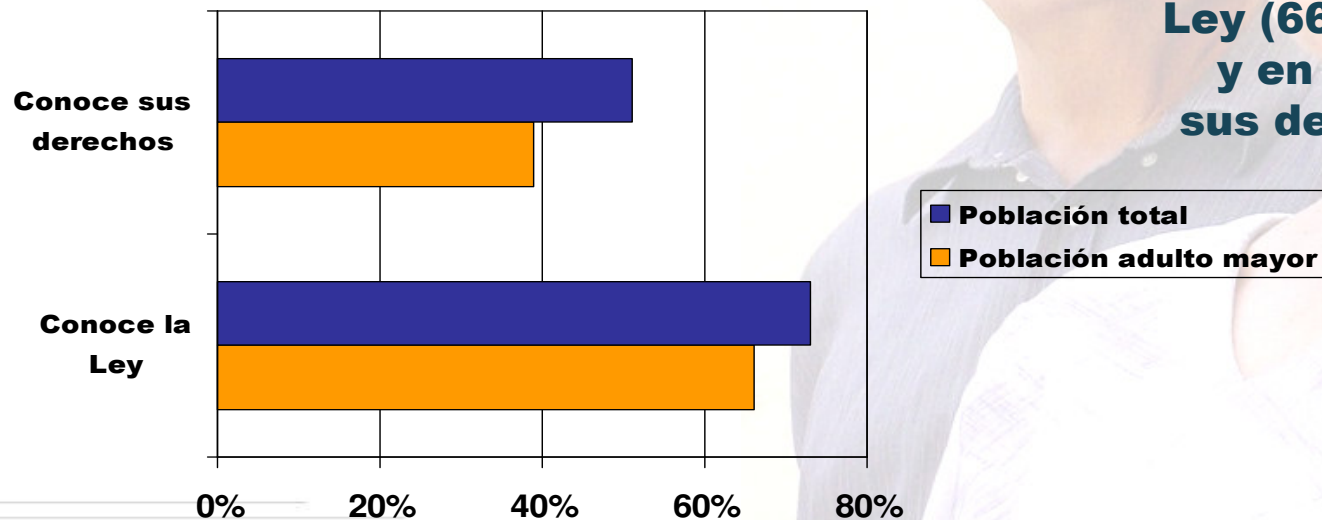


Santiago, 19 de junio de 2007.



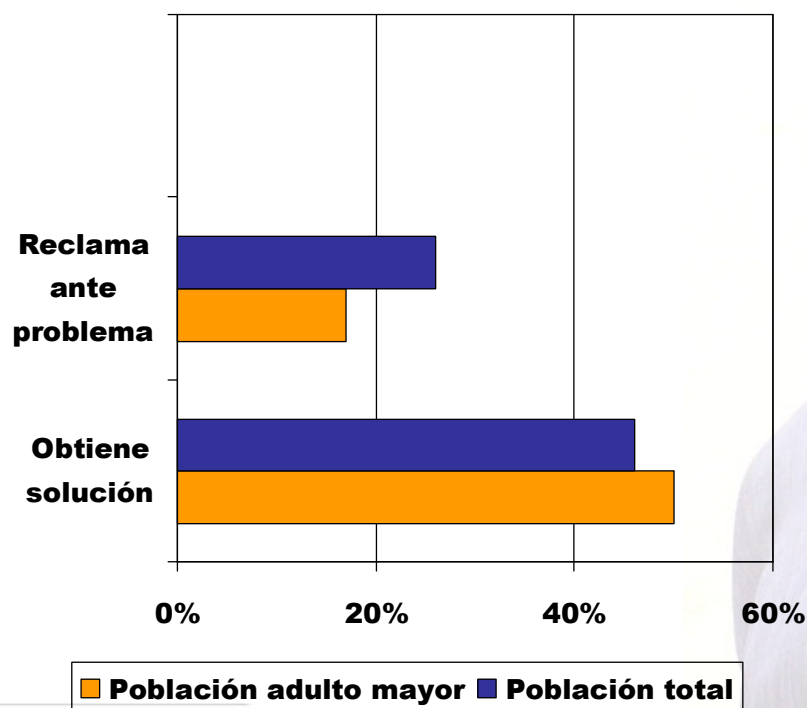
- Un **66%** sabe de la existencia de la Ley del Consumidor.
- Sólo un **39%** conoce sus derechos y deberes como consumidor o consumidora.

En relación al total de la población, quedan atrás en el conocimiento de la Ley (66% frente a un 73%) y en el conocimiento de sus derechos (39% frente a un 51%).





- **17%** declara haber efectuado un reclamo
- **50%** indica haber obtenido una solución.

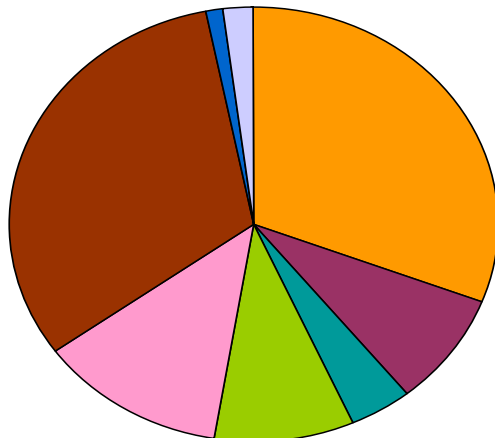


Los adultos mayores reclaman menos (17% frente a un 26%), pero, obtienen más soluciones (50% frente a un 46%).

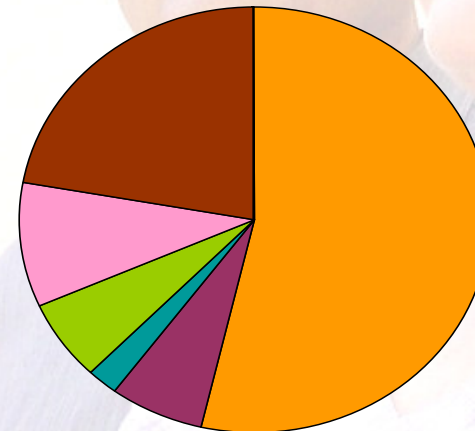


El 30% de encuestados declara que a quienes menos se les respeta sus derechos es a la tercera edad,
El 51% de los propios adultos mayores confirman esta percepción.

Población en general



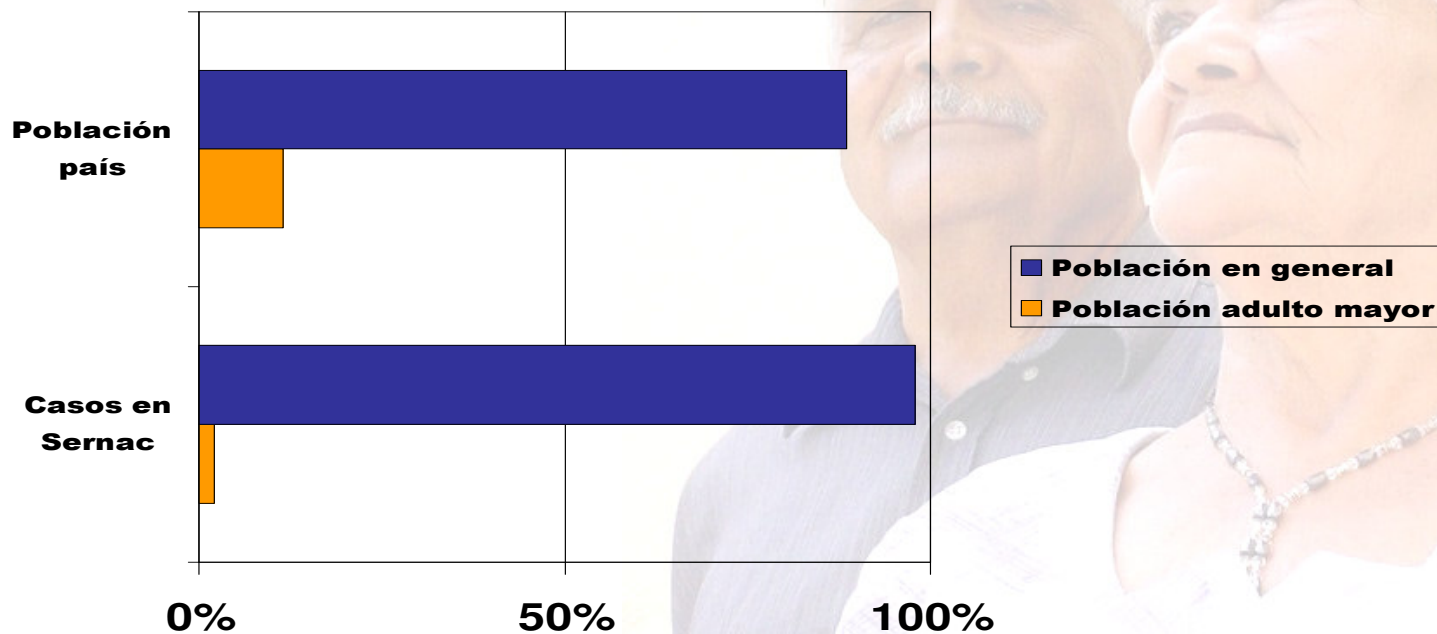
Población adulto mayor



- Tercera edad
- Niños y niñas
- Pueblos originarios
- Discapacitados
- Sobre-endeudados
- Bajos ingresos
- Mujeres
- Jóvenes



**De 388.489 casos el 2006,
el **2,1% (8.109 casos)**
corresponden a adultos
mayores.**





Los aspectos más reclamados:

“calidad de bienes muebles y servicios” con un 57%;
“condiciones de venta” con 17%, y
“precio” con un 6%.

Los rubros por los que consultan o reclaman:

“servicios básicos”, con un 35%,
“financiero”, con un 12%
“transporte” con un 9%.

Los productos o servicios que presentan más casos:

“telefonía”, con un 29%
“servicios financieros” con un 8%
“cobranzas extrajudiciales” con un 5%



Un consumidor que no conoce sus derechos no puede ejercerlos.

Quienes están comenzando hoy a ser adultos mayores, tenían 50 años al momento de nacer la Ley del Consumidor (1997), ya habían pasado su etapa de formación educativa tradicional.

Hoy los adultos mayores son **personas activas, que participan del mercado y de los actos de consumo.**

Queremos reforzar sus competencias en el consumo, para que se desarrollen de manera plena en este ámbito con conciencia de sus **derechos y sus **deberes**.**

