El estudio realizado por la Asociación muestra que las llamadas telefónicas con interés comercial son la práctica más frecuente. Casi la mitad de la muestra recibe llamadas todas las semanas.

La Unión de Consumidores de Málaga, bajo proyecto subvencionado por el Área de Comercio del Ayuntamiento de Málaga, lleva a cabo una campaña informativa - Los derechos no se jubilan - con el objetivo de informar sobre Consumo a personas de la Tercera Edad, así como de conocer más sobre su percepción como personas consumidoras. De esta forma, para analizar la vulnerabilidad de las personas mayores ante empresas o comercios, se dispuso una encuesta de la que ahora se extraen las siguientes conclusiones:

La frecuencia de las llamadas comerciales es notablemente superior a las visitas domiciliarias.

Un alarmante 44,7 % de las personas encuestadas afirma que **recibe llamadas comerciales todas las semanas.**

Entre los productos ofrecidos destaca de forma aplastante **los servicios de telecomunicaciones**, con un 80,8 %, seguidos de los servicios de suministro eléctrico que obtiene un 48,9 %. De estos datos podemos deducir que la edad no influye notablemente en la tipología de productos ofrecidos, ya que ambos son servicios que se ofertan a todas las personas consumidoras, de cualquier rango de edad. Sí se aprecia un alto porcentaje en la frecuencia de la oferta de seguros de salud, con un 42,6 %.

Otro dato preocupante obtenido se encuentra relacionado con el respeto por parte de los comerciales ante la negativa de las personas consumidoras a una oferta concreta sobre la contratación de un determinado producto. Al respecto, **el 52,3% de la muestra afirma que los comerciales continúan insistiendo tras la primera negativa**, hasta que la misma es expresada de manera firme y rotunda.

Aunque el resultado sea inferior, no es nada insignificante el porcentaje de personas encuestadas que, pese a haber manifestado su negativa en varias ocasiones y de manera

firme y rotunda, continúan siendo presionados por comerciales que no respetan su libre decisión, alcanzando el 23,4 % de la muestra.

El 76,6 % de los/as participantes en el estudio opina que las personas mayores son más vulnerables como personas consumidoras Tan sólo un 4,3 % opina que no existe relación entre la edad y la vulnerabilidad de la persona consumidora.

El 83 % de las personas encuestadas afirma que el tamaño de la letra de los contratos, facturas y otros documentos incrementan la vulnerabilidad de las personas consumidoras de mayor edad, conllevando contrataciones no deseadas, estafas y engaños.

Además del tamaño de la letra, **la predisposición actual por el uso de nuevas tecnologías en la contratación, uso de servicios, facturación y atención al consumidor** también incrementa esta vulnerabilidad, según un 66% de la muestra.

Según el 63,8 %, esta predisposición por el uso de las nuevas tecnologías dificulta, incluso llega a impedir, el acceso a las personas mayores consumidoras.

El 72,3 % de la muestra opina que las personas mayores consumidoras necesitan una especial protección ante contrataciones no deseadas, estafas o engaños.

Según la edad de la persona encuestada, se producen diferencias significativas en las respuestas dadas en algunas preguntas. Así:

El 100% de las personas mayores de 75 años encuestadas se siente más vulnerable por su condición de persona mayor consumidora, frente al 87,5 % de las menores de 60 años, y el 61,9 % de aquellos entre 60 y 75 años.

En cuanto a la tipología de los productos ofertados por los comerciales, **el 100% de las personas mayores de 75 años encuestadas ha recibido ofertas del servicio del**

suministro eléctrico , seguido de un 61,9 % de las personas de entre 60 y 75 años, frente al 33,33% de las menores de 60 años.

Siguiendo con la tipología de los productos que son ofrecidos, **también el 100% de las personas mayores de 75 años encuestadas ha recibido ofertas de seguros de salud** , frente al 19.05% de aquellos de entre 60 y 75 años, y el 54,17% de las menores de 60 años.

En la frecuencia de la **oferta de aparatos de salud (audífonos, colchones terapéuticos, etc.), sólo el 4,17% de las personas menores de 60 años encuestadas afirma haber recibido este tipo de ofertas** , seguido por un 23,81% de aquellos de entre 60 y 75 años. En cambio, en las personas consumidoras mayores de 75 años el porcentaje sube al 50 %.

En relación con la frecuencia en la oferta de servicios de telecomunicaciones, la balanza se inclina hacia el lado opuesto, recibiendo las personas consumidoras mayores de 75 años hasta un 33% menos.

Por último, con respecto a la presión a la contratación pese a haber manifestado su negativa, **el 100% de las personas mayores de 75 años ha tenido que reiterar su negativa de forma más firme y rotunda** . A pesar de ello, el 50 % afirma que ni con esas su negativa ha sido respetada, continuando los comerciales con la insistencia. En los otros grupos de edad este último porcentaje se reduce al 23,81% de las personas de entre 60 y 75 años, y el 20,83% de las menores de 60 años.

La campaña también incluye un folleto informativo que recoge información de gran interés en las áreas de Consumo que más afectan a las personas mayores: visitas comerciales, contratos a distancia, revisiones domésticas, etc. El documento se encuentra disponible para su descarga en nuestra página web:

http://unionconsumidores.com/index.php/formacion/658-folleto-los-derechos-no-se-jubilan-2020

Además, la pasada semana se celebró un taller online también destinado a este sector de la población. El vídeo se encuentra publicado en nuestro canal de Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=KqHl0B00k5A

*Muestra:

Sexo: Mujer: 66%; Hombre: 31,9%; Prefiero no decirlo: 2,1%

Edad: Menor de 60 años: 51,1%; Entre 60 y 75 años: 44,7%; Más de 75 años: 4,3%

Nivel de estudios: Sin estudios: 2,1%; Estudios básicos o primarios: 14,9%; Formación profesional: 34%; Estudios universitarios: 46,8%; Bachiller: 2,1%.

Campaña Informativa sobre Derechos Básicos y recomendaciones para personas consumidoras en jubilación, pensionistas y/o de la Tercera Edad
Los derechos no se
JUBILAN
Haz oír tus derechos
DESDE 1985
SOMOS TU ALTAVOZ
Un proyecto de:
Unión de Consumidores
MÁLAGA
Subvencionado por:
Ayuntamiento de Málaga