

Fecha: 17-01-2026
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Edición Especial
Tipo: Noticia general
Título: Los otros hogares en el país compuestos por una sola persona

Pág.: 14
Cm2: 151,7
VPE: \$ 1.509.341

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida

Los otros hogares en el país compuestos por una sola persona

No todos los hogares unipersonales están compuestos por exitosos jóvenes treintañeros con mucho poder adquisitivo. El 39%, de hecho, está compuesto por mayores de 60 años: 592 mil personas, en su mayoría mujeres, que viven solas. Una de cada cinco son mayores de 80 años.

Es el tipo de hogar que más se multiplica en Chile: desde 1992, cuando eran solo 114.508, los unipersonales de personas mayores han crecido a una tasa del 12,1% anual. Todo indica que ese ritmo no bajará.

Pero si cada vez más adultos mayores viven solos, ¿por qué no los vemos reflejados en la publicidad, el marketing ni el packaging de productos?

"Se trata de un mercado poco desarrollado en Chile", explica Cristián Leporati. Están llegando tarde y por una razón muy concreta: en este país nos cuesta mucho la tercera edad. Nadie quiere ser viejo, nadie quiere representarla en la publicidad. Y cuando los muestran, son ancianos atléticos, europeos, que no parecen viejos porque la publicidad opera bajo el modelo aspiracional, de buscar ser lo que no se es".

El mercado estaría al debe con este segmento de la población, al cual aún los supermercados no le dedica pasillos específicos —a pesar de que son uno de sus públicos más asiduos— y los productos diseñados para los adultos mayores —como protectores, pañales, suplementos o cremas— han quedado restringidos a farmacias o tiendas especializadas.