

Cuenta Pública 2002

DIRECTOR NACIONAL
Alberto Undurraga V.
Santiago, 27 de marzo de 2003

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor



OBJETIVOS INSTITUCIONALES

“Cambiarle la Cara a Chile en materia de Consumo”

- **Personas que conozcan sus derechos y deberes de consumidores y los ejerzan.**
- **Empresas que vean en la protección al consumidor una posibilidad para mejorar la calidad de los productos y servicios.**
- **Ley e institucionalidad moderna.**

OBJETIVOS INSTITUCIONALES

“Cambiarle la Cara a Chile en materia de Consumo”

- **Acercar el SERNAC a la gente**
- **Transparentar los mercados**
- **Crear cultura de respeto a los derechos del consumidor**
- **Mejorar la institucionalidad**
- **Modernizar el SERNAC**

PRESUPUESTO 2000-2002

TOTAL (en \$ 2002):
2000 = \$ 2.004.269.084
2001 = \$ 2.253.041.770
2002 = \$ 2.574.465.000

Gastado

2000 = \$ 1.965.578.405 98.07%
2001 = \$ 2.217.807.758 98.44%
2002 = \$ 2.570.819.000 99.85%

No Gastado

2000 = \$ 38.690.679 1.93%
2001 = \$ 35.234.012 1.56%
2002 = \$ 3.646.000 0.015%*

* Saldo final de caja, cifra en base a información preliminar CGR.

Línea de acción: *PROTECCIÓN*

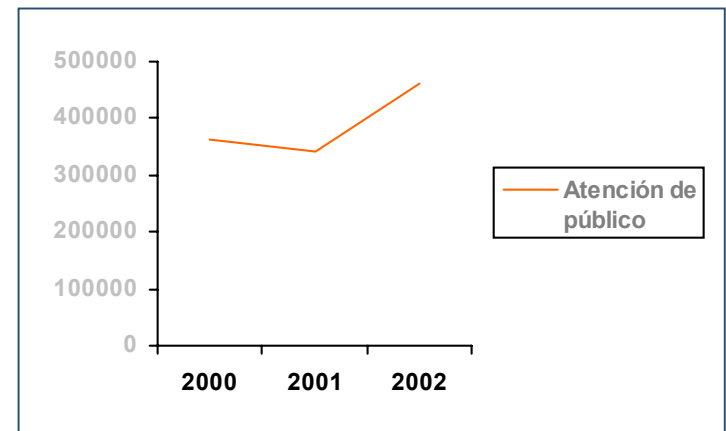
Atención de Público

	2000	2001	2002
Total atención	363.604	340.860	461.668
Total quejas y reclamos	46.505	46.521	55.616
Solución extrajudicial	47.6%	51.6%	54.8%

Tendencia general quejas y reclamos



Tendencia general atención de público



Línea de acción: *PROTECCIÓN*

ATENCIONES

OCIC:

2002: 69.376

2001: 57.753

Aumento 20,1%

+

=

ATENCIONES

SERNAC:

2002: 392.292

2001: 283.107

Aumento 38.6%

TOTALES:

2002:

461.668

2001:

340.860

Aumento

35.4%

Línea de acción: *PROTECCIÓN*

Principales sectores con información de consultas y reclamos

Servicios básicos	→	22.9%
Servicios financieros	→	17.3%
Tiendas no especializadas (multitiendas, supermercados, otras)	→	14.3%
Tiendas especializadas (restaurantes, librerías, otras)	→	11.6%
Reparadoras e instalaciones	→	4.3%

Percepción de interés de atención cuando se presentan problemas (CERC Diciembre 2002)

	c/ interés	s/ interés
Supermercados	30%	64%
Grandes tiendas	26%	70%
Bancos	26%	64%
Servicios básicos	18%	78%

Línea de acción: *PROTECCIÓN*

Actividad Judicial 2002:

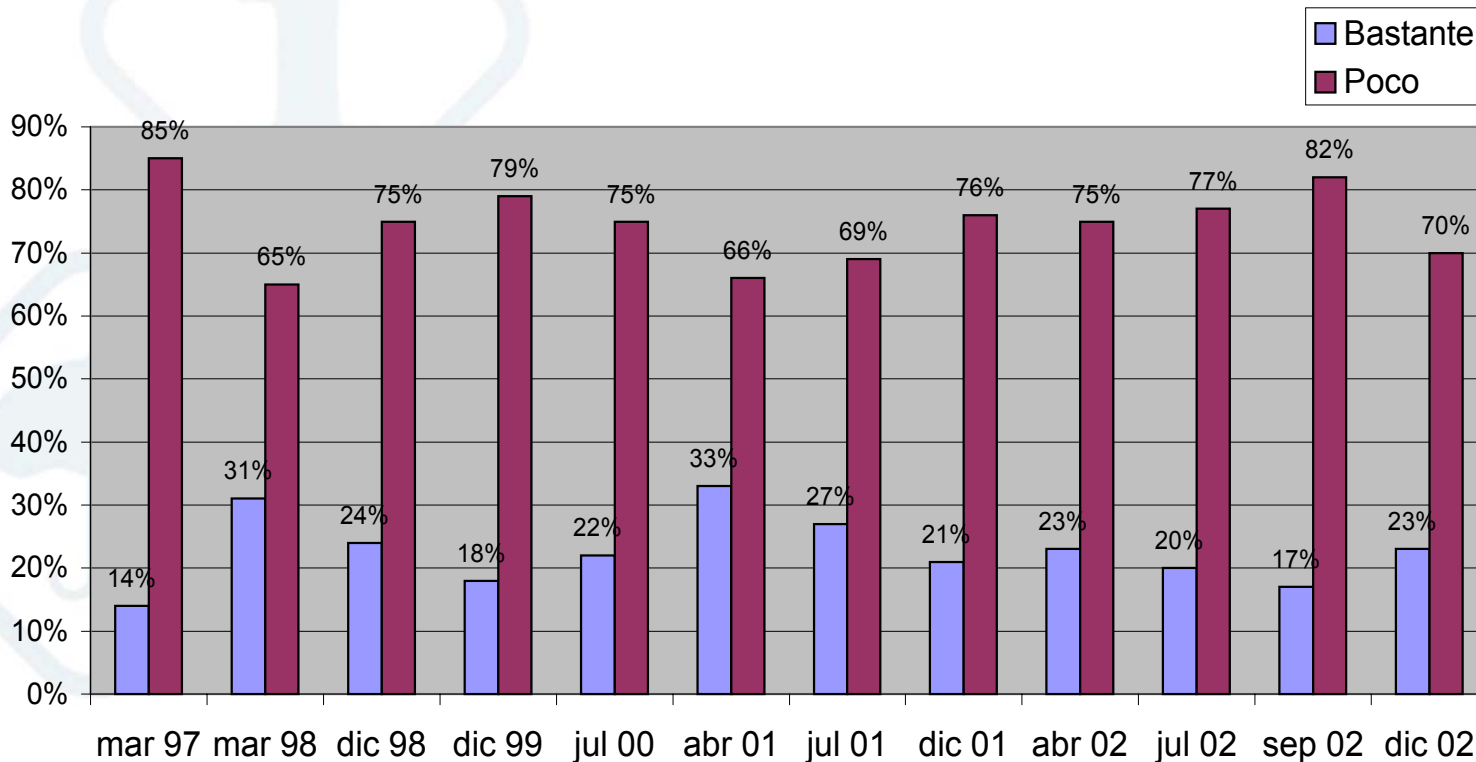
	1999	2000	2001	2002
Denuncias presentadas por Sernac	494	1.606 Cobranzas extrajudiciales 1.387	761 Casos Aero Continente	422

Casos cerrados con resultado favorable:

81%

Línea de acción: *PROTECCIÓN*

¿Cree Ud. que el consumidor en Chile está protegido contra abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado? ¿Cuánta protección cree Ud. que tiene?



Fuente: CERC

Línea de acción: *INFORMACIÓN*

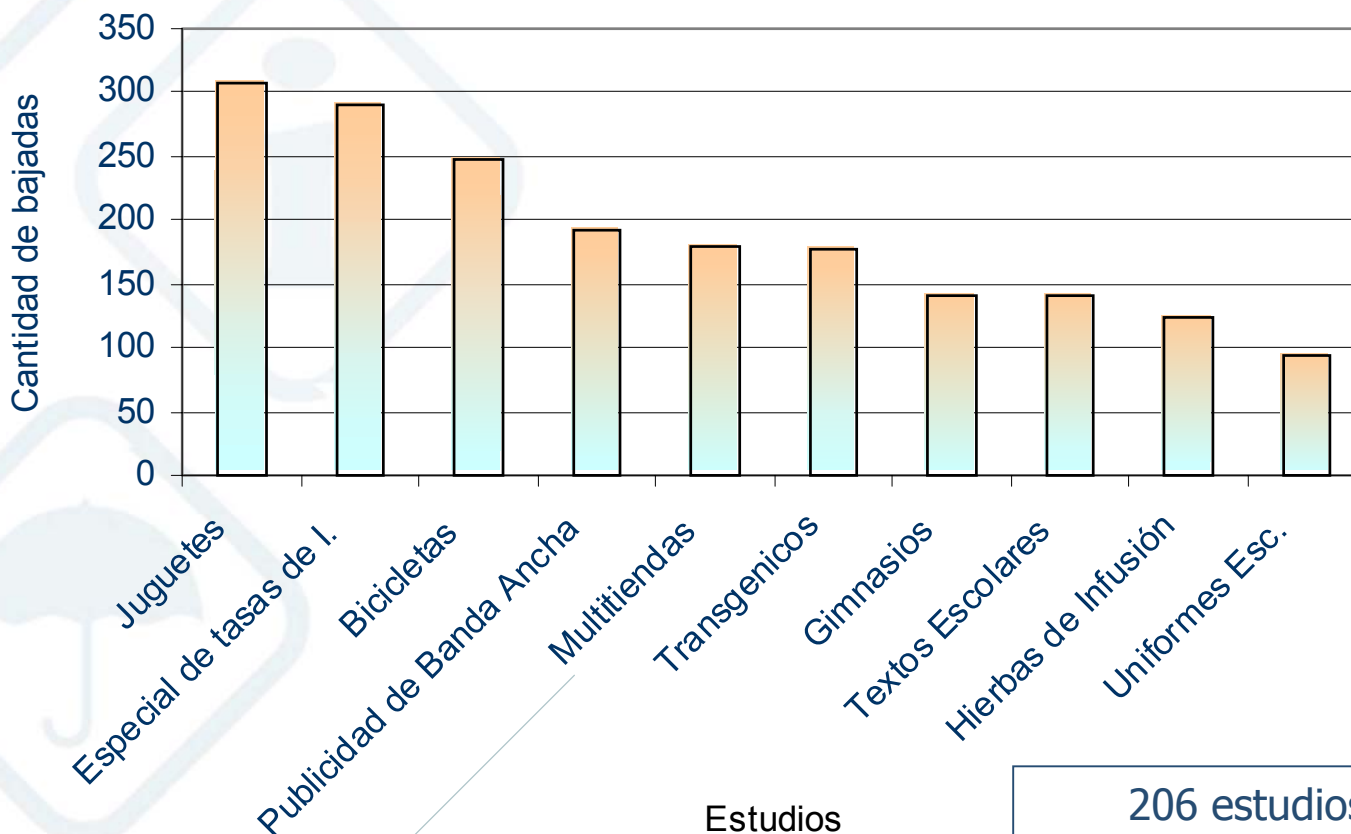
Estudios

Seguimiento de la generación de estudios

	Anual 2000	Anual 2001	Anual 2002
Sondeo de precios regionales	186	147	175
Sondeo de precios Región Metropolitana	112	123	134
Estudio de mercados complejos	Dato considerado en otros estudios	53	41
Testeo de productos	26	24	21
Informes de piezas publicitarias	110	129	123
Estudios temáticos de publicidad	8	7	8
TOTAL	442	483	502

Línea de acción: *INFORMACIÓN*

Estudios más solicitados por los Consumidores de la Web



Estudios

22 estudios publicados en la Revista del Consumidor

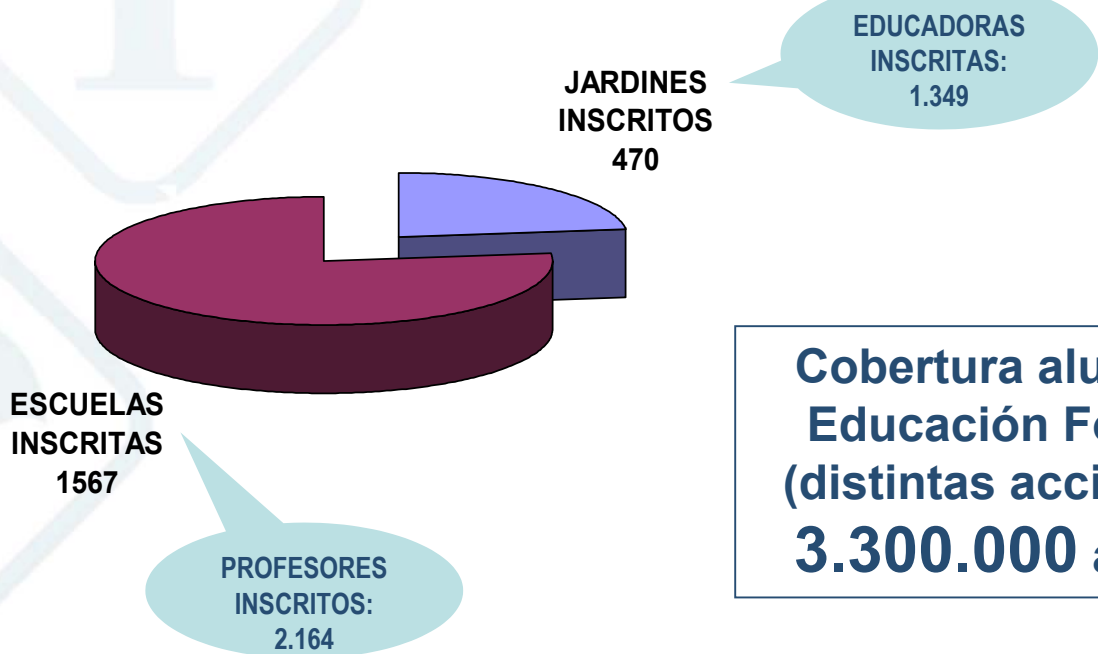
206 estudios publicados en la web, con 3.000 bajadas de versiones PDF

Crédito en multitiendas

Línea de acción: *EDUCACIÓN*

Educación Formal: Intervenciones educativas

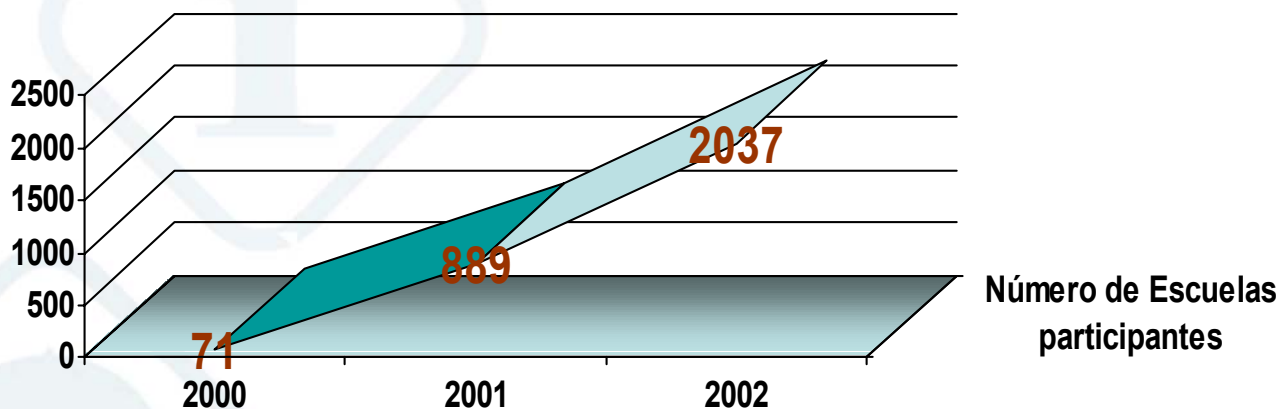
TOTAL JARDINES Y ESCUELAS INSCRITAS



**Cobertura alumnos
Educación Formal
(distintas acciones):
3.300.000 aprox.**

Línea de acción: *EDUCACIÓN*

Educación Formal: Evolución cobertura directa de establecimientos

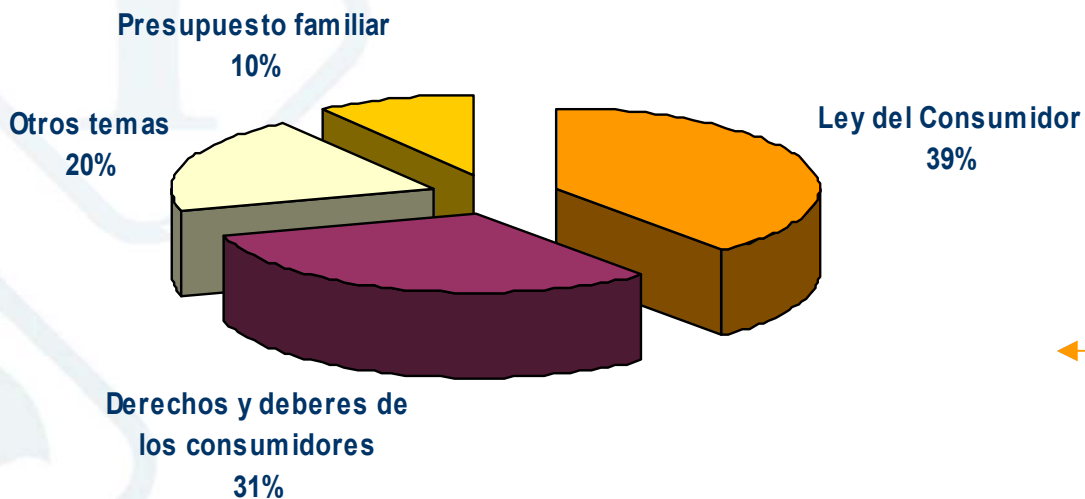


**Total Cobertura
escuelas: 2478**

Línea de acción: *EDUCACIÓN*

Educación No Formal

Temas de capacitación



Total actividades Educación No Formal: **468**

Total participantes de capacitaciones: **33.300 aprox.**

Total usuarios material educativo: **1.100.000 aprox.**

Algunos hitos del período

- 1. Inicio de discusión de modificaciones a Ley del Consumidor en el Parlamento.**
- 2. Reglamento de rotulación de Precios por Unidad de Medida para supermercados.**
- 3. Regulación de información de tasas de interés en multitiendas y casas comerciales .**
- 4. 250 oficinas de Orientación, Información y Reclamos.**

Algunos hitos del período

- 5. Infraestructura: cambio físico de nueve direcciones regionales en los primeros tres años de Gobierno - Inicio de cambio a edificio institucional- Renovación del parque informático.**
- 6. Primer Foro Latinoamericano de Agencias de Protección al Consumidor.**
- 7. Trabajos con Asociaciones de Consumidores - Ayuda de Cooperación Alemana.**

Desafíos 2003

- 1. Aprobación de modificaciones a Ley del Consumidor: intereses supraindividuales, facultades del SERNAC, juicios rápidos, asociaciones de consumidores, etc.**
- 2. Masividad en la difusión de la información sobre consumo.**
- 3. Cobertura en todas las comunas, en todos los temas de consumo (en coordinación con otros organismos).**
- 4. Modernización de la gestión interna - Mejorar la calidad del servicio – Certificaciones.**
- 5. Edificio Institucional - Mejora en calidad del servicio - Mayor eficiencia.**

Desafíos Futuros

Los desafíos que tenemos son muy grandes, todos tenemos que poner lo nuestro para cambiarle la cara a Chile en materia de consumo.

***Manos a la obra,
muchas gracias.***