

# EL NUEVO CONSUMIDOR

Juan José Ossa

Director Nacional

Servicio Nacional del Consumidor

AmCham Chile

JULIO 2013



**SERNAC**

Ministerio de  
Economía, Fomento  
y Turismo

Gobierno de Chile

# ESCENARIO ACTUAL



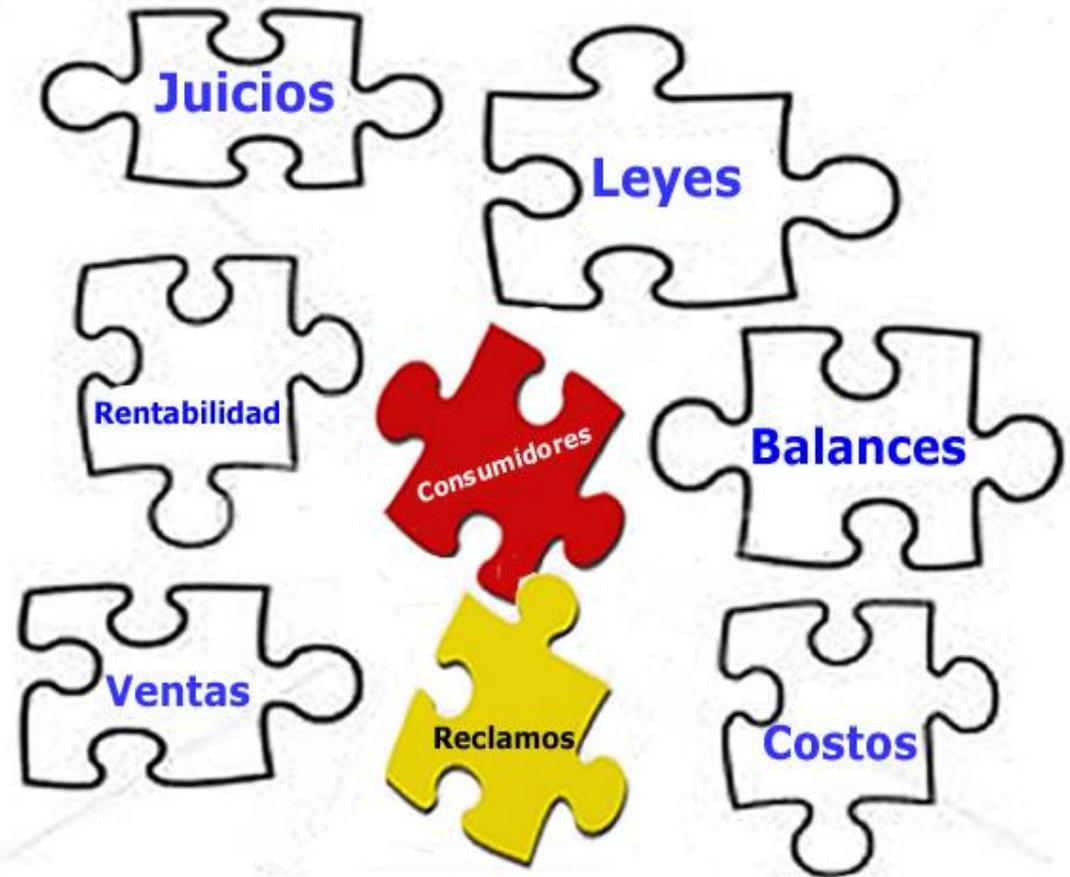
- La economía de mercado ha contribuido al bienestar.
- Las empresas han sido clave .
- Las bondades del comercio son evidentes.
- Pero al mismo tiempo, Adam Smith decía que el intercambio debía ser «honesto y deliberado».

## **Hemos fallado, y hay desconfianza.**

- **¿Por qué?** Diversas empresas le han fallado a los consumidores y en ese escenario, también han pagado justos por pecadores.
- Respetar al consumidor no es sólo un imperativo legal, ético y moral, sino también **una estrategia de negocio.**
- Toca ahora competir por la calidad en el trato de los consumidores, esto es calidad de los servicios.
- **Esto requiere un cambio cultural, que debe estar presente en toda la cadena de producción de la empresa.**

# DEBERES DE LOS DIRECTORES

¿CUÁLES SON LAS PARTES CLAVES DE MI NEGOCIO?



# PUNTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA



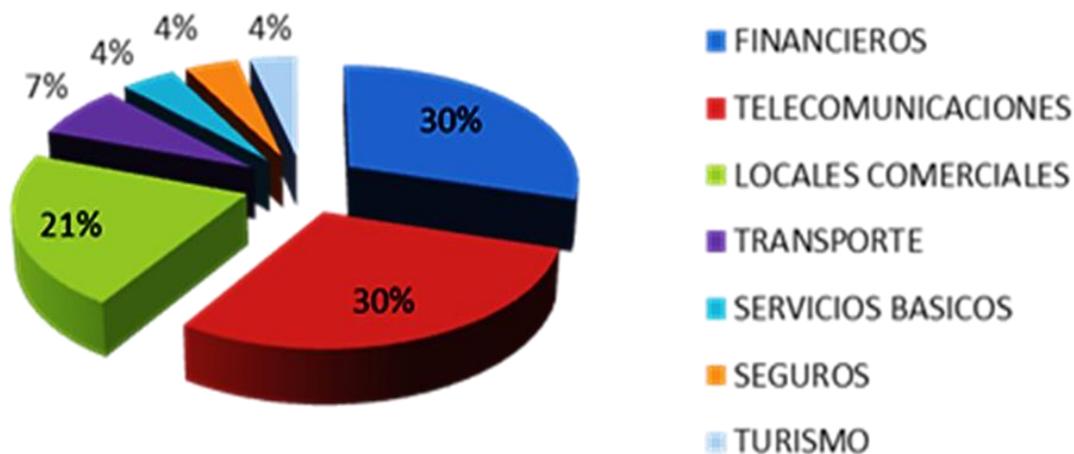
A hand holding a yellow pencil is shown writing on a white sheet of paper. The paper is tilted and has some faint, illegible markings. The background is white. In the top right corner, there is a small vertical rectangle with a blue top half and a red bottom half. In the bottom right corner, there is a small red square with a white number '5' inside it.

# QUÉ SABEMOS DE LOS CONSUMIDORES

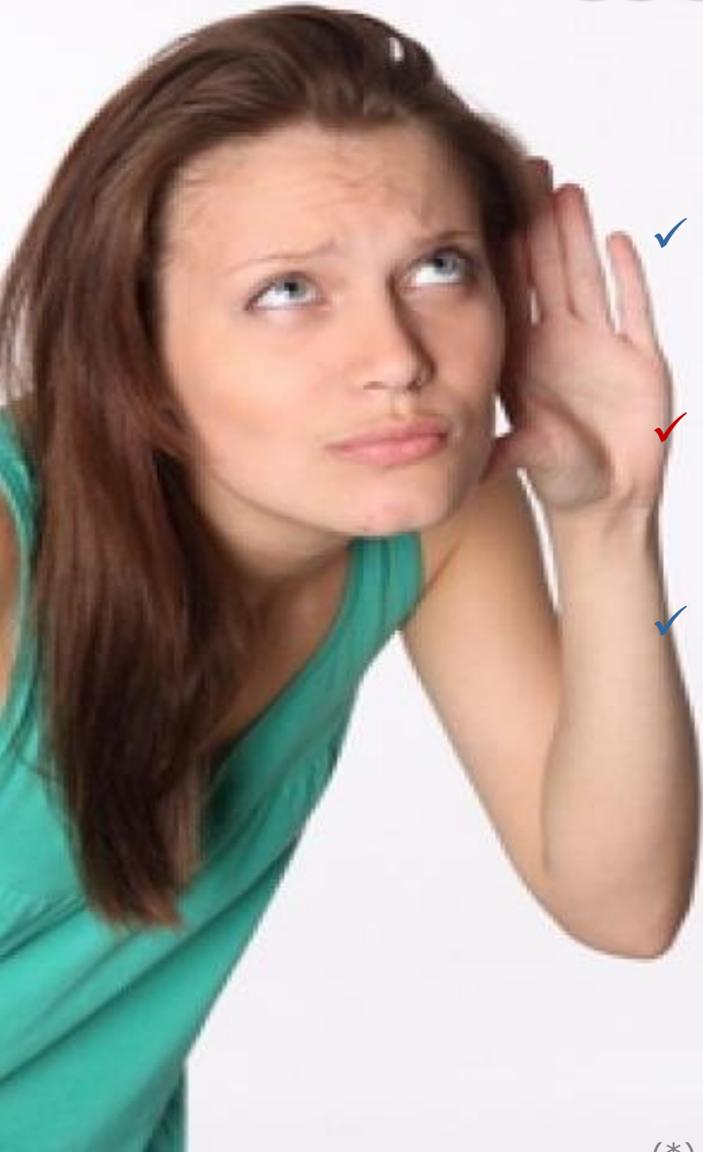
# Sabemos que... Reclaman

- ✓ Constante **aumento de reclamos**, pasando de casi **207 mil quejas el 2010 a casi 324 mil en 2012 (aumento de un casi 57%)**.

## Mercados Más Reclamados el 2012



# Sabemos que... **quieren ser escuchados**



- ✓ **Un 53% de los consumidores reclama directamente a la empresa.**
- ✓ **95% reclama** cuando sus derechos son vulnerados.
- ✓ **Los consumidores quieren más que soluciones a sus reclamos, quieren al menos, una respuesta.**

(\*) Encuesta telefónica realizada por Front Desk 2011 por encargo del SERNAC y aplicada a 1.200 consumidores de todo Chile.



# Sabemos que... **sus decisiones impactan el mercado**

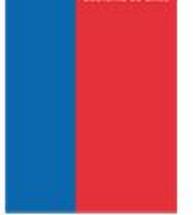


- ✓ **Un cliente satisfecho** se lo cuenta a 3 personas.
- ✓ **Un cliente insatisfecho** se lo dice a 11 personas.
- ✓ **Entre el 54 y el 70%** de quienes reclaman vuelven a comprar a la compañía **si resuelve el problema.**
- ✓ **Sube a 95%** si siente que **se resolvió rápido.**

Fuente: Kotler

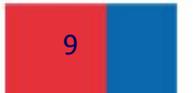


# **La Misión del SERNAC** **permite**



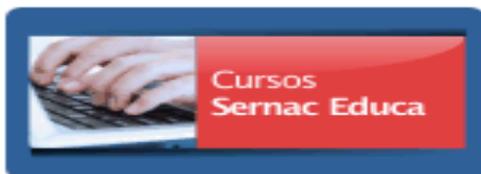
- **Educar.**
- **Informar.**
- **Proteger.**

**A los consumidores en temas de consumo y Ley. 19.496**



# ¿Cómo Educa?

- Promoviendo el desarrollo de habilidades en los **consumidores**.
- Entregando conocimiento en temas de consumo a los **profesores**.
- Incorporando contenido de consumo en las **salas de clases**.
- Sensibilizando a la **ciudadanía organizada**.
- Inclusión Financiera. **Mesa de trabajo**.



!!!NOSOTROS TAMBIÉN  
PARTICIPAMOS!!!



Porque nos interesa prepararnos para ser consumidores responsables, nuestro colegio también participa del **PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA**

# ¿Cómo Informa?

- Estudios de precios periódicos que transparentan los mercados (medicamentos, bencinas, canasta de abarrotes, pan, buses).
- Estudios de Créditos (de consumo, tarjetas de crédito, avance en efectivo).
- Realización y difusión de rankings de empresas.
- Ranking Proveedor No Responde.



# ¿Cómo Protege?

- Busca **soluciones oportunas y adecuadas** antes de llegar a Tribunales a través de la **mediación** colectiva e individual.
- **Denuncia** a los tribunales aquellos hechos que afecten el interés general de los consumidores.
- **Demandas colectivas.**

**Mediaciones Colectivas: Entre 2010 y 2012 se han iniciado más de 260.**

**Juicios Interés General: Entre 2010 y 2012 se han iniciado más de 1.668.**

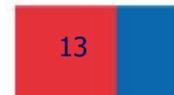
**Juicios Interés Colectivo: Entre 2010 y 2012 se han iniciado más de 43.**



## Compensaciones

<b>MONTOS COMPENSACION</b>	<b>AÑO</b>
\$ 294.589.996	2010
\$ 1.878.335.747	2011
<b>\$ 2.998.301.102</b>	<b>2012</b>

**TOTAL 2013: Más de 3.200.000.000**



# ¿Qué ámbitos debemos considerar como empresa?





**Cláusulas Abusivas**

**Analizando el origen  
de todos los males**

# ¿Qué es una cláusula abusiva?



Son aquellas **reglas del juego** que fijan las empresas en los contratos y que establecen **condiciones que pueden perjudicar a los consumidores.**

## ¿Dónde hemos encontrado Cláusulas Abusivas?

# En Contratos de...

**Rescate  
Domiciliario**

**Alarmas**

**Encomiendas**

**Inmobiliarias**

**Educación**

**Contratos  
Financieros**

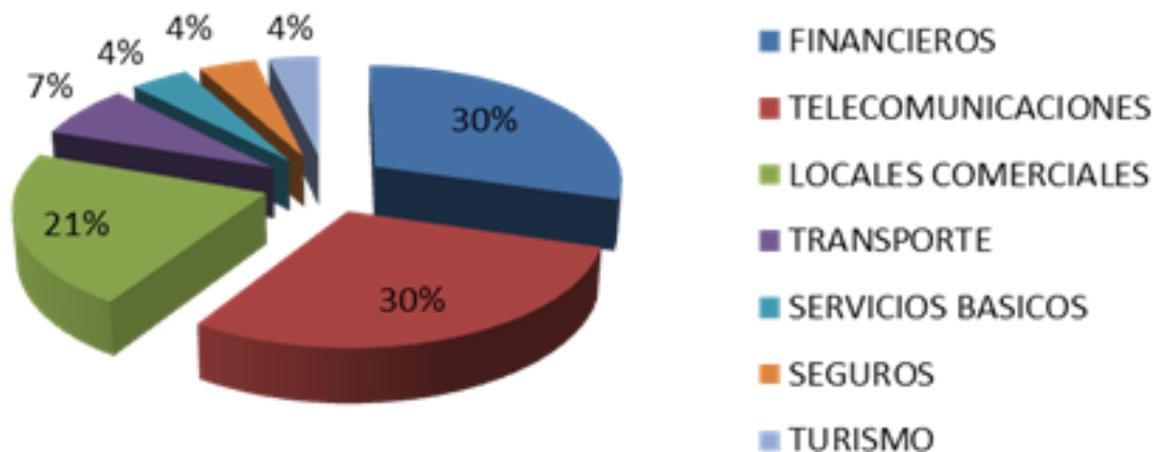
**Ticketeras**

**Autopistas**

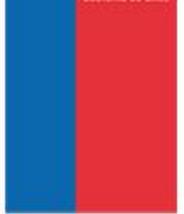
**Telecomunicaciones**

# ¿En qué pueden traducirse las cláusulas abusivas?

## Mercados Más Reclamados



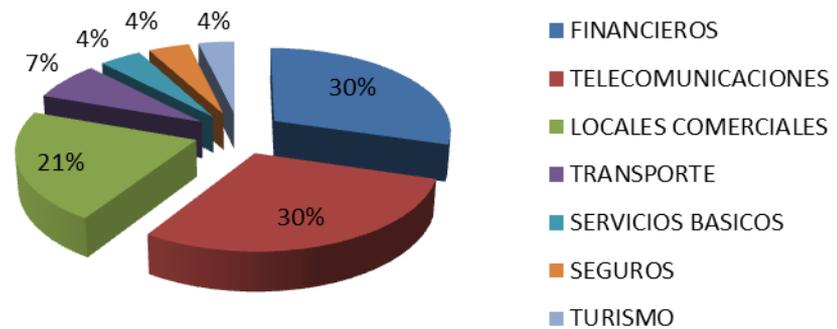
# Gestión de Reclamos



➤ **324.000** reclamos en 2012.

➤ **546.094** consultas en 2012.

## Mercados Más reclamados 2012



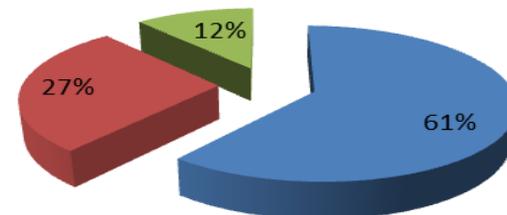
## Mejorar Gestión de Reclamos



**Modelo Interoperabilidad con Proveedores**

## ¿Cómo responden las empresas ante los reclamos?

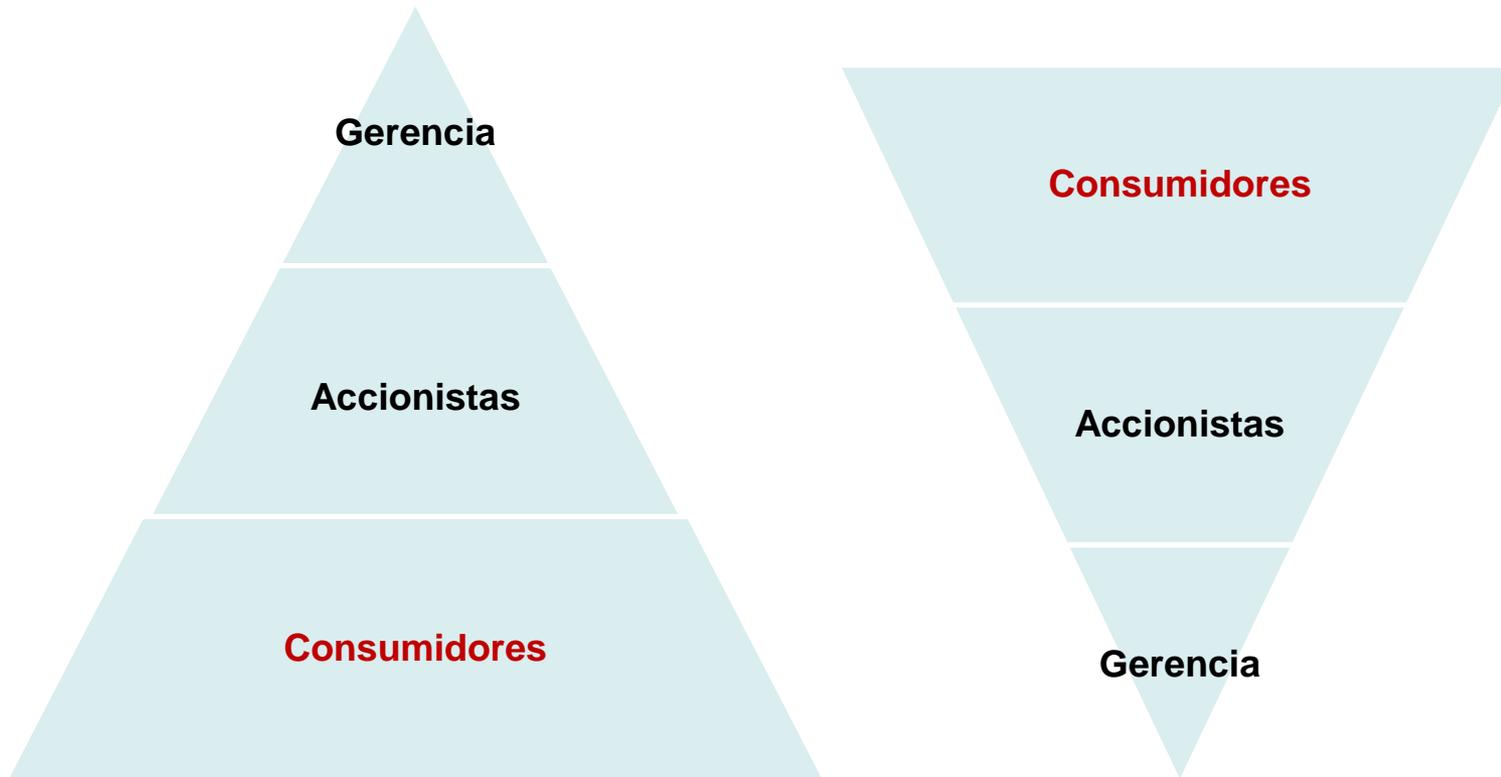
■ PROVEEDOR ACOGE    ■ PROVEEDOR NO ACOGE  
■ PROVEEDOR NO RESPONDE





# **¿Cuál debiera ser la actitud de las empresas?**

# Cambio de foco



**Nuestro objetivo es propiciar un cambio cultural, en que los consumidores sean los primeros en la cadena de valor de las empresas,** y las empresas entiendan la importancia de incorporarlos como el motor fundamental de su negocio.

# El SERNAC trabajará incansablemente por los consumidores hasta

➤ **Avanzar** hacia una mayor protección de los consumidores. Se requiere que las empresas aprendan a escuchar a sus clientes y vean en la solución de sus problemas un buen negocio.

➤ **Elevar** el valor de la confianza y ver a los consumidores y el mercado en una combinación virtuosa, donde ambos puedan cumplir un rol en la generación de este valor.

# Gracias



**SERNAC**  
Ministerio de  
Economía, Fomento  
y Turismo

Gobierno de Chile