

En el Mes del Consumidor:

SERNAC LANZA EL "BOLETÍN EMPRESAS"

- **Se trata de un buscador que muestra el comportamiento de una empresa frente a los reclamos, permitiendo a los consumidores tomar mejores decisiones de compra o contratación.**
- **El objetivo es que esta herramienta transparente los mercados y genere incentivos para que las empresas compitan con mejores prácticas.**
- **La plataforma permite comparar el comportamiento de empresas del mismo sector e ingresar solicitudes para integrar nuevos mercados.**

En el Mes del Consumidor, el SERNAC lanzó el "Boletín Empresas", el primer buscador del comportamiento de las empresas que permitirá a los consumidores conocer el historial de una determinada compañía frente a los reclamos.

El Director Nacional del SERNAC, Lucas Del Villar, explicó que el objetivo de esta herramienta es que los consumidores sepan quién es quién en el mercado y premien con su compra o contratación a las empresas que tienen mejor comportamiento frente a los reclamos.

"Cuando una empresa quiere saber el comportamiento de pago de un consumidor, acude a un boletín comercial. Ahora los consumidores también podrán tener este verdadero '*Dicom de las empresas*' para hacer el mismo ejercicio y evaluar su historial, antes de tomar una decisión de compra o contratación", indica.

La autoridad recalca que, al transparentar información de los mercados, se espera también generar el incentivo para que las empresas compitan con mejores prácticas y generar valor también cuando sus clientes tienen problemas.

Del Villar explica que esta herramienta era un anhelo histórico de los consumidores, "que muchas veces pedían información a través de nuestros canales o por Transparencia, para saber cómo se porta una empresa, pero sólo le podíamos entregar información de los reclamos. Pero lo importante es saber cómo se comporta la empresa cuando recibe un reclamo; si responde rápido y entrega una solución". Además, con este Boletín, "las personas verán que sus reclamos tienen un efecto instantáneo y pueden ayudar a otros a contar con información".

El buscador muestra los indicadores de las empresas que tienen más reclamos en el Servicio, considerando el número de quejas, el índice de respuestas (cómo responde a

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

sus reclamos) y si entregó una solución favorable a lo que se reclama. Además, los consumidores podrán comparar entre dos empresas de un mismo mercado.

“De esta manera, un consumidor, que por ejemplo quiere comprar una vivienda, puede revisar el comportamiento de esa inmobiliaria. O si quiere tomar un crédito y tiene varias opciones. O podrá saber la conducta de cualquier empresa antes de contratar un servicio o comprar un producto”, indicó la autoridad.

La autoridad explica que, en etapas posteriores, se incorporarán más empresas, mercados y nuevos indicadores como, por ejemplo, los problemas que motivan los reclamos, la satisfacción del consumidor con la respuesta dada por la empresa e incluso el historial de demandas colectivas, sanciones u otros procesos.

Hernán Calderón, Presidente de la Asociación de Consumidores y Usuarios, Conadecus, valoró el “Boletín de las Empresas” señalando que “consideramos muy importante tener un “Dicom” de las empresas para saber cómo se comportan ante los consumidores, saber si responden o no los reclamos, si sus mecanismos de call center funcionan o no, ahora lo podremos saber, y de esta forma castigar a aquellas empresas que no cumplen y que no respetan a los consumidores”.

El Boletín, que estará disponible en el sitio web del SERNAC, está basado en un modelo aplicado actualmente por la agencia brasileña Secretaria Nacional del Consumidor de Brasil (SENACON).

Cómo funciona el Boletín Empresas

La herramienta cuenta con información de 334 empresas que concentran el 85% de los reclamos, y se disponen de acuerdo a cada uno de los mercados asociados; entre ellos, telefonía, retail y locales comerciales, inmobiliarias, entre otros. Incluye los casos recibidos durante los años 2019, 2020 y 2021.

Cuenta con una serie de indicadores, entre ellos, la cantidad de reclamos recibidos por la empresa y el porcentaje que representa en el mercado; los días promedios que demora en responder versus el resto de las compañías del mercado; porcentaje de reclamos respondidos por la empresa versus el porcentaje del mercado al que pertenece; y de los reclamos respondidos, el porcentaje al que la empresa da una solución favorable a los consumidores.

“Los reclamos por sí mismos, no necesariamente representan el comportamiento de una empresa y por eso agregamos otros indicadores. Lo más importante es que si una empresa tiene reclamos, sepa responder oportunamente, solucionar el problema y



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

mostrar un compromiso de que tomará medidas para que no vuelva a ocurrir”, concluye la autoridad.

