



Cuenta Pública 2007

José Roa Ramírez
Director Nacional
Diciembre 2007



¿Qué dijimos que haríamos?

Consumidores

- Fortalecimiento **Asociaciones de Consumidores** y Participación ciudadana.
- Implementación de las reformas a la Ley del Consumidor.
- Más y mejor **información** para la toma de sus propias decisiones.

Estado

- Fortalecimiento Sistema Integrado de Protección al Consumidor a través de la interoperabilidad en la tramitación de reclamos.
- Escucha activa y búsqueda de soluciones para los consumidores

Empresas

- **Respeto derechos consumidores** como oportunidad y no amenaza, fortaleciendo necesaria relación de confianza.
- **Se fortalece el relacionamiento con los proveedores**



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r

¿Qué Hicimos?



SERNAC presidió la red International Consumer Protection Enforcement Network, ICPEN, y organizó un encuentro internacional anual en el mes de noviembre de 2007

Fomento de la participación ciudadana:

36 proyectos por un total de **155** millones de pesos.

Asegurar la calidad de nuestras acciones:

Certificación ISO 9001:2000

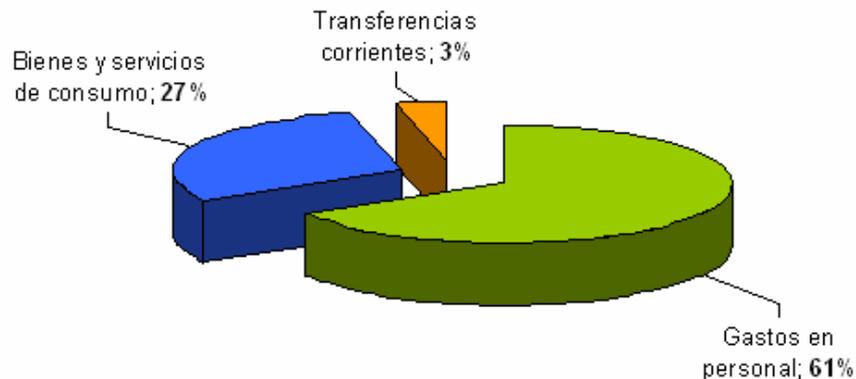
Fortalecimiento Sistema protección al Consumidor

Convenios con BiblioRedes, SISS, SEC, SBIF, SVS, Superintendencia de Salud, de AFP, SUBTEL, Subsecretaría de Transporte, y Fiscalía Nacional Económica.



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r

¿Con qué recursos?



Presupuesto Total ejecutado durante el año 2007:

M\$ 4.778

184
Trabajadores





¿De que forma?

Sistema de Gestión de Calidad Institucional ISO 9001:2000

Productos estratégicos Institucionales

- Información de Mercado y Consumo
- Orientación, asesoría jurídica y protección
- Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores
- Fortalecimiento de la Participación Ciudadana

Sistema de Gestión de Calidad Institucional ISO 9001:2000

Soporte Institucional

- Sistema de Auditoría Interna.
- Sistema de Capacitación.
- Sistema de Gestión del Desempeño.
- Sistema de Planificación y Control de Gestión.
- Sistema de Higiene y Seguridad.



CALIDAD
Compromiso Permanente



¿Qué dicen los consumidores?

81%

Dice haber escuchado o leído algo del SERNAC
(Visibilidad)

73%

Declara saber sobre la existencia de la ley de protección de los derechos de los consumidores.

39%

Porcentaje de personas de los segmentos C2-C3-D que acceden a publicaciones y/o difusiones institucionales



Mercados con **mayor** interés por responder a sus consumidores

- 1- Grandes Tiendas **40%**
- 2- Farmacias **11.4%**
- 3- Supermercados **10%**



¿Cómo **reaccionan** los consumidores?

40%

Reclaman y NO compran frente al no respeto de los derechos como consumidor.



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r

¿Cómo nos acercamos?



81.983

Archivos de estudios bajados desde la Web institucional

952 Mil

Ejemplares de folletos temáticos.



1.107.384

Visitas al sitio web www.sernac.cl

¿Cómo nos acercamos?



204

Apariciones de voceros en televisión con cobertura nacional

223

Apariciones de voceros en medios de prensa escrita con cobertura nacional

140

Participación en espacios radiales con cobertura nacional



38

Estudios
estratégicos
realizados durante
el año 2007.

13

Fichas técnicas y/o check
List de orientación práctica
para el consumidor.

Algunos de los más importantes...

- Calidad de Pañales Infantiles.
- Transporte Interurbano de Pasajeros.
- Costo de un Viaje Familiar en Vacaciones.
- Crédito en Uniformes Escolares.
- Sillas de Autos para Niños.
- Otros...

694 Sondeos de precios a
nivel nacional.

139 Análisis financieros
sobre tasas de interés
cobradas a consumidores/as.

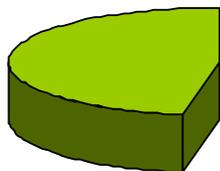


\$155 Millones

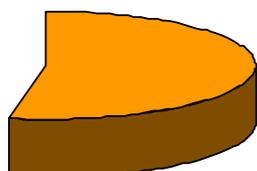
Se realiza un taller con la participación de **9** Asociaciones de Consumidores, sobre liderazgo y trabajo en equipo.

Se implementaron **36** iniciativas

Iniciativas de carácter regional
47%



Iniciativas de carácter nacional
53%



Se realizaron capacitaciones a las Direcciones Regionales, logrando que el **77%** de ellas cuente con funcionarios/as capacitados/as en la perspectiva de participación ciudadana.



Percepción ciudadana

¿Que hicimos en esta área?

73%

Declara saber de la existencia de una Ley que protege sus derechos como consumidor.

51%

Declara conocer sus derechos como consumidor.

948

Profesores capacitados en el Programa de Perfeccionamiento Docente a Distancia.

8.796

Personas capacitadas presencialmente en materias de consumo.



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r

385

Actividades Educativas presenciales.

13.496

Alumnos y Alumnas de escuelas fueron evaluados en materias de consumo, aprobando el **93.85%**

95%

De los participantes de cursos de capacitación encuestados se declaran satisfechos.

Para Mejorar Nuestra Calidad de Vida:



Para Mejorar Nuestra Calidad de Vida:



JUGUETES

Como padres y adultos, tenemos la responsabilidad de comprar juguetes de manera informada y otorgar a nuestros niños y niñas un juego sano y seguro.





Mantenimiento de **cobertura territorial** de los **3 canales de atención** al consumidor
Web, telefónico y presencial

32,5%
Aumento de casos en las plataformas comunales fue de un

76%
De la población cubierta por las plataformas comunales de atención de público.

184
Casos ingresados por **convenio BiblioRedes**, **53** consultas y **131** reclamos.



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r

79%

Considerando los dos últimos años, declara sentirse más protegido que antes.



86%

Evalúa como buena o muy buena la atención global prestada por el SERNAC.

119 mil

Reclamos (mediaciones).

338 mil

Consultas (orientaciones directas a los consumidores).



s e r v i c i o n a c i o n a l d e l c o n s u m i d o r

96%

De atención efectiva a la demanda de atención telefónica

41%

De mediaciones de usuarios resueltas favorables en el período.



46%

De los reclamos a empresas fueron acogidos y solucionados favorablemente.



Desafíos Futuros

Consumidores

- Participación ciudadana
- Fortalecimiento AdeC
- Fortalecimiento competencias de consumo.
- Énfasis en los grupos vulnerables

Estado

- Liderar el Sistema Integrado de Protección al Consumidor.
- Escucha activa y búsqueda de soluciones para los consumidores.

Empresas

Respeto derechos consumidores como oportunidad y no amenaza.

Soluciones en los mercados de cara a los consumidores.

Relaciones de confianza entre empresas y consumidores.