



Cuenta Pública 2008

José Roa Ramírez
Director Nacional
Diciembre 2008



¿Qué dijimos que haríamos?

Consumidores

- Fortalecimiento **Asociaciones de Consumidores** y Participación ciudadana.
- Fortalecimiento competencias de consumo.
- Más y mejor **información** para la toma de sus propias decisiones.

Estado

- Fortalecimiento Sistema Integrado de Protección al Consumidor
- Escucha activa y búsqueda de soluciones para los consumidores

Empresas

- **Respeto derechos consumidores** como oportunidad y no amenaza, fortaleciendo necesaria relación de confianza.
- **Soluciones en los mercados de cara a los consumidores**



¿Qué Hicimos?

**Soluciones masivas
favorables a los consumidores**

80%

de los juicios en que SERNAC se hizo son parte fallados Favorablemente para los consumidores.

**Fomento de la participación
ciudadana:**

36 proyectos por un total de 160 millones de pesos.

**Asegurar la calidad de
nuestras acciones:**

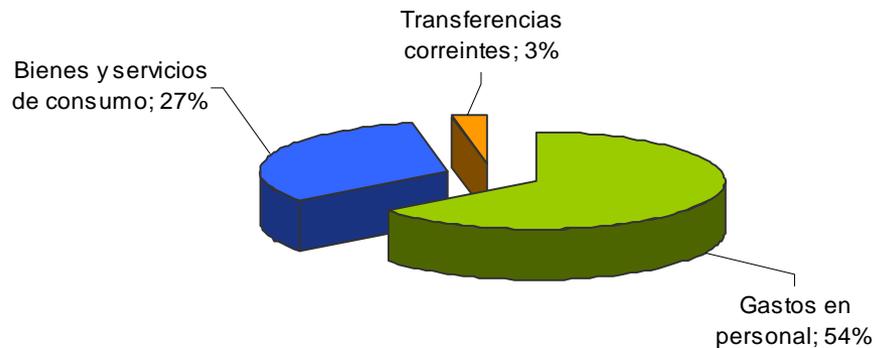
Certificación ISO 9001:2000

**Fortalecimiento Sistema
protección al Consumidor**

- Convenio SUBTEL
- Convenio MTT



¿Con qué recursos?



Presupuesto Total ejecutado durante el año 2008:

M\$ 5.419.133

**238
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?

78%

Dice haber escuchado o leído algo del SERNAC
(Visibilidad)

78%

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

52%

Declara recorrer diferentes tiendas antes de realizar una compra.



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

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

- 1- Grandes Tiendas 41%
- 2- Farmacias 12%
- 3- Supermercados 9%



¿Cómo **reaccionan** los consumidores?

39%
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?



72.935
visitas a la revista
del consumidor
On-Line

47.353

Personas inscritas en el sitio
Web Institucional



1.413.498
Visitas al sitio web
www.sernac.cl

¿Cómo nos acercamos?



258

Apariciones de voceros en televisión con cobertura nacional

309

Apariciones de voceros en medios de prensa escrita con cobertura nacional

167

Participación en espacios radiales con cobertura nacional



75

Estudios realizados durante el año 2008.

97% Más

De estudios realizados en comparación con el año 2007

Algunos de los más importantes...

- Uniformes, útiles y textos escolares.
- Marcas propias de supermercados.
- Calefacción domiciliaria.
- Pasaje de buses en semana santa.
- Eficiencia energética.
- Créditos...

116 Sondeos de precios en la región Metropolitana.

672 Sondeos de precios en el resto del país.



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



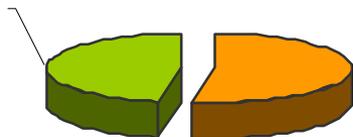
Fondo Concursable

\$160 Millones

Constitución legal de **ocho** nuevas asociaciones de consumidores, **cinco** de ellas de regiones del país (regiones de Tarapacá, Atacama, Coquimbo, Valparaíso y de La Araucanía)

Se implementaron **35** iniciativas

Iniciativas de carácter regional
47%



Iniciativas de carácter nacional
53%

12 foros temáticos regionales durante los meses de septiembre y diciembre de 2008



Percepción ciudadana

¿Que hicimos
en esta área?

42%

declara conocer los
derechos y deberes como
consumidor

460

Profesores capacitados en el
Programa de Perfeccionamiento
Docente a Distancia.

9.535

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

234

Nuevas escuelas cubiertas a nivel nacional por el curso de perfeccionamiento.

13.496

Alumnos y Alumnas que recibieron transferencias sobre temas de consumo, aprobando el **100%**

100%

De los participantes satisfechos

922

Personas capacitadas vía Infoeducación



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

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



SERNAC y la SUBTEL, trabajan en conjunto para abordar la temática de “Los Derechos en Telefonía”.

Cambio de plataforma, que permite **mejorar la gestión de casos del SERNAC FACILITA**, en cuanto a seguridad, capacidad de almacenamiento y rapidez de búsqueda de información, lo que incide directa y positivamente en los/as consumidores/as.



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

32%

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



37 Mediaciones Colectivas,
30 en la región metropolitana y 7
en el resto del país.

1.200

Consumidores favorecidos.

39 mil

Reclamos (mediaciones).

86 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

82%

De las mediaciones y juicios
tiene resultados favorables
para los consumidores

92.5%

De cobertura por población para
la atención de público.



54%

De los reclamos a empresas
fueron acogidos y solucionados
favorablemente.

Desafíos Futuros

Estado

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

Consumidores

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

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.