



Cuenta Pública 2009

José Roa Ramírez
Director Nacional
Diciembre 2009



1

¿Qué dijimos
que Haríamos?

2

¿Qué Hicimos?

3

¿Con qué
Recursos?

4

¿De que forma?



¿Qué dijimos que haríamos?

Estado

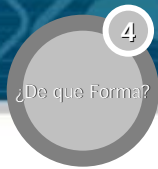
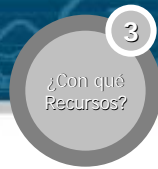
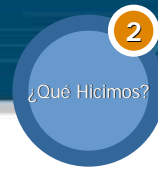
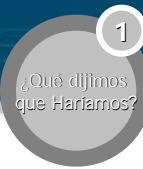
- Liderar el Sistema Integrado de protección al Consumidor.
- Escucha activa y búsqueda de soluciones para los/as consumidores/as.

Consumidores

- Poner énfasis en los grupos vulnerables.
- Fortalecimiento Asociaciones de Consumidores y Participación Ciudadana.
- Fortalecimiento competencias de consumo.

Empresas

- Relaciones de Confianza entre empresas y consumidores.
- Respeto derechos consumidores como oportunidad y no amenaza.
- Soluciones en los mercados de cara a los consumidores



¿Qué Hicimos?

Fomento de la participación ciudadana

\$203 millones

de pesos para el Fondo concursable.

42 proyectos

presentados por 15 asociaciones de consumidores de todo el país.

Soluciones masivas favorables a los consumidores

70%

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

Asegurar la calidad de nuestras acciones

Certificación Institucional ISO 9001:2008

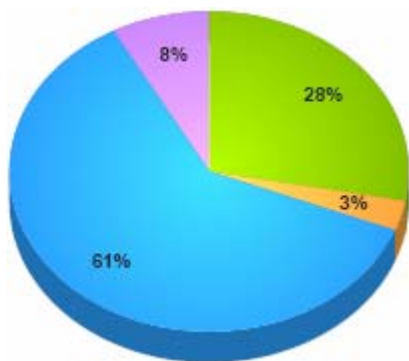
Fortalecimiento Sistema protección al Consumidor

- Convenio SERNATUR
- Convenio REGISTRO CIVIL

¿Con qué recursos?

100% del Presupuesto ejecutado durante el año 2009:

M\$ 6.053.742



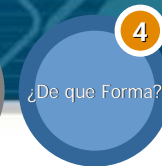
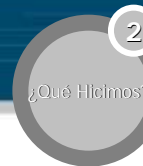
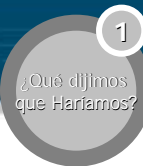
- Gastos en Personal
- Bienes y Servicios de Consumo
- Transferencias Corrientes
- Otros Gastos

235

Trabajadores



Por un Chile más justo y solidario en materias de consumo.



¿De que forma?

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.



Certificación

ISO 9001-2008

Del Nivel Central y las 15 direcciones Regionales

Procesos de Apoyo Institucional

- Sistema de Auditoría Interna.
- Sistema de Capacitación.
- Sistema de Compras y contrataciones Públicas.
- Sistema de Evaluación del Desempeño.
- Sistema de Planificación y Control de Gestión.
- Sistema de Higiene y Seguridad.
- Sistema Integral de Atención Ciudadana

5

¿Qué dicen los
Consumidores?

6

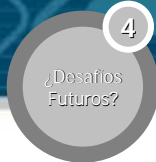
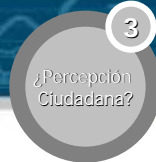
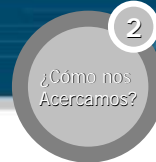
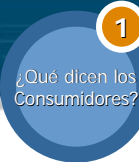
¿Cómo nos
Acercamos?

7

¿Percepción
Ciudadana?

8

¿Desafíos
Futuros?



¿Qué dicen los consumidores?

Encuesta CERC 2009

80%

Dice haber escuchado o leído algo del SERNAC
(Visibilidad)

76%

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

57%

Declara que al realizar un reclamo en una empresa este fue acogido y solucionado.

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

40% Grandes Tiendas.

12% Supermercados.

9% Instituciones Financieras.

39%

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

¿Cómo **reaccionan** los consumidores?



1
¿Qué dicen los
Consumidores?

2
¿Cómo nos
Acercamos?

3
¿Percepción
Ciudadana?

4
¿Desafíos
Futuros?

¿Cómo nos acercamos?



2.100.257

Visitas al sitio web
www.sernac.cl
durante el año 2009

56.100

Personas inscritas en el sitio
Web Institucional



10

Ediciones Digitales
de la revista del
consumidor

¿Cómo nos acercamos?



358

Apariciones de voceros en televisión con cobertura nacional



349

Apariciones de voceros en medios de prensa escrita con cobertura nacional



215

Participación en espacios radiales con cobertura nacional



90

Estudios realizados

113

Análisis Financieros



1236

Análisis de Piezas publicitarias

Algunos de los más importantes...

- La Nueva Televisión Digital.
- Tarjetas de Crédito.
- Farmacias y Medicamentos.
- Precio de las Bicicletas.
- Precio de Pasajes en Fiestas Patrias.

142

Sondeos de precios en la región Metropolitana.

826

Sondeos de precios en el resto del país.

\$203 Millones



21

Asociaciones de Consumidores a Nivel Nacional

Proyectos Seleccionados

13 Iniciativas de carácter nacional.

25 Iniciativas de carácter regional.

4 Iniciativas Específicas.

Durante el año 2009 se implementaron un total de **42** iniciativas que permiten informar, educar y proteger a los/as consumidores/as del país.



57

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

25.375

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



90%

De los participantes satisfechos

11.201

Profesores capacitados desde el año 2000 en el programa de Información Educativa a Distancia.

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

97.5%
De cobertura por población para la atención de público.



SERNAC colabora con SUBTEL y Estrategia Digital en el lanzamiento del sitio **Mibandaancho.cl** que permite a los usuarios cotizar planes de Internet colaborando así con la transparencia de este mercado.

184 mil
Reclamos atendidos en todo el país durante 2009.

500 mil
Consultas atendidas (orientaciones directas a los/as consumidores/as).



SERNAC
facilita Ventanilla Unica

Fono consultas
600 594 6000

Atención en su comuna

Internet desde Biblioredes

Reclamo | Consulta | Estado de su caso



8 Minutos

Tiempo promedio de espera en las Oficinas de Atención de Público de SERNAC.

348

Juicios sobre protección al consumidor que terminan en JPL.

251

Juicios iniciado por las Direcciones Regionales SERNAC



103 Mil

Tramitaciones de Mediaciones Cerradas durante el año 2009.



Percepción ciudadana

46%

Declara conocer los derechos y deberes como consumidor (Encuesta CERC 2009).

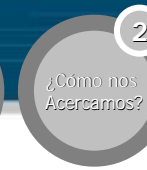
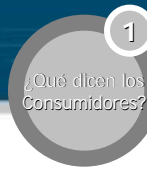


38,5%

Declara que el nivel de protección del consumidor contra abusos, excesos y fallas de mercado es "mucho" o "bastante" (Encuesta CERC 2009).

83%

Evalúa como muy buena y buena la información recibida por parte de la atención de público de SERNAC (Evaluación de satisfacción Nacional 2009).



Desafíos Futuros

Consumidores

- Participación ciudadana.
- Monitoreo de los Mercados.
- Fortalecimiento Asociaciones de consumidores.
- Fortalecimiento competencias de consumo.

Estado

- Relacionamiento y Participación Internacional.
- 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.
- Interoperabilidad con empresas.