

# **RANKING DE RESPUESTA DE PROVEEDORES 2016**

Segundo semestre 2015 – Segundo semestre 2014

**Abril, 2016**  
**Departamento de Estudios e Inteligencia**

# 1. Introducción

## 1.1 Antecedentes:

1. El proceso de mediación de los reclamos realizado por SERNAC, tiene un carácter voluntario para las empresas, y busca obtener una solución extrajudicial al caso presentado, entre las partes de un reclamo, pero principalmente que se entregue una solución al problema planteado por el/la consumidor/a.
2. SERNAC mantiene convenios de interoperabilidad con un alto volumen de empresas, cuyos datos de contacto se han validado, para realizar la tramitación digital de sus reclamos, a través del Portal del Proveedor. Mediante este convenio los proveedores se comprometen a mantener actualizados sus datos y responder los reclamos en el plazo definido. Estas empresas en su conjunto gestionan cerca del 95% del total de reclamos recibidos en SERNAC. Sin embargo, este compromiso no se cumple en su totalidad, ya que existen reclamos que no son respondidos por estas empresas y/o se detectan casos en que las empresas no informan a SERNAC de manera oportuna el cambio de sus datos de contacto. Por otra parte, cerca del 5% del total de reclamos recibidos se tramita con proveedores que no han validado un canal de gestión de reclamos en SERNAC y por consecuencia, el resultado de la gestión del reclamo es menos eficiente.
3. Los canales de atención que SERNAC mantiene habilitado para el ingreso de reclamos son la página web y las oficinas presenciales, que se ubican en las Direcciones Regionales, SERNAC Móvil, Plataformas Municipales (185) y Servicios Públicos en convenio con SERNAC (IPS, SERNATUR y SENAMA).
4. Durante el proceso de gestión de los reclamos las empresas puede acoger los reclamos, rechazar las solicitudes o simplemente puede no responder, en este sentido el comportamiento de los proveedores es caracterizado de la siguiente manera:
  - Proveedor Acoge (**PA**): empresa entrega una respuesta positiva o parcialmente favorable para el consumidor, respecto de su solicitud.
  - Proveedor No Acoge (**PNA**): respuesta negativa o desfavorable para el consumidor. El proveedor no acepta lo solicitado por el consumidor/a, desconociendo la causal del reclamo o no reconoce la competencia de SERNAC como intermediario.
  - Proveedor No Responde (**PNR**): empresa no responde el reclamo.

# 1. Objetivos

## 1.2 Objetivo general:

- Transparentar el mercado, dando a conocer el comportamiento de las empresas (proveedores) ante los reclamos de sus clientes, mediante un ordenamiento imparcial, respecto al volumen total de reclamos ingresados en SERNAC y aquellos que son cerrados sin respuesta y/o con respuesta desfavorable por parte del proveedor. De esta manera se pretende visualizar las empresas más despreocupadas frente a los reclamos de los/as consumidores/as.

## 1.3 Objetivos específicos del estudio

- Fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes, autónomas, críticas y responsables por parte de los ciudadanos.
- Promover la competencia en calidad pro-consumidores en los mercados.

## 2. Resumen

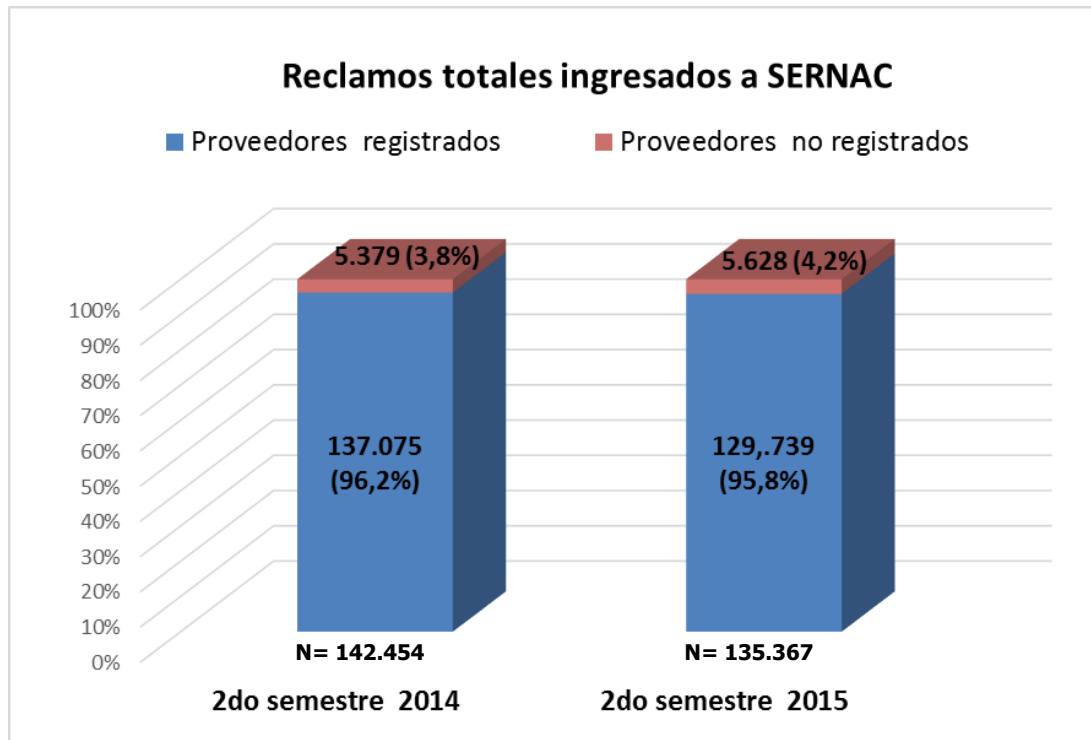
### 2.1 Principales Resultados:

- Durante el segundo semestre 2015, un 8,3% del total de los reclamos gestionados y cerrados por el SERNAC fueron categorizados como "Proveedor no responde". Si a esto se suman las respuestas negativas ("Proveedor no acoge" de un 36%) dadas por las empresas a los consumidores durante julio-diciembre 2015, esta cifra supera el 40% del total de reclamos. En otras palabras, 4 de cada 10 consumidores/as no obtienen una solución satisfactoria a sus reclamos.
- 8 de cada 100 reclamos no son respondido y 36 de cada 100 reclamos tienen una respuesta negativa, de modo tal que 44 de cada 100 reclamos no obtiene un respuesta satisfactoria.
- Los resultados demuestran de forma empírica que todavía los consumidores en nuestro país son vulnerables en materia de consumo. Más allá de la voluntad que tenga el SERNAC de protegerlos, lo cierto es que la legislación actual no obliga a las empresas a entregar una respuesta cuando existe un problema de consumo. Se evidencia que aun no existen incentivos suficientes para promover una respuesta favorable a los consumidores.
- Durante el segundo semestre del 2015 tan solo en un 29,7% de los reclamos presentados ante SERNAC, el proveedor acoge totalmente la solicitud del consumidor solucionado su problema. En un 26% de los casos el proveedor acoge parcialmente la solicitud del consumidor o presenta otra alternativa de solución, un 36% no acoge los reclamos y un 8,3% simplemente no responde.

### 3. Alcances Metodológicos

#### 3.1 Universo de Reclamos:

- En el periodo julio-diciembre 2014 el total de reclamos ingresados a SERNAC, considerando los casos cerrados (aquellos cuya gestión finalizó) y las empresas cuyos datos de contacto se encuentran registrados en la institución para la tramitación de su reclamo (con convenio de interoperabilidad), así como las no registradas en el sistema, corresponden a 142.454, a su vez durante el periodo julio-diciembre 2015 SERNAC recibió 135.367.
- Durante el segundo semestre del 2015 el 95,8% (129.739) del total de casos han sido gestionado con Proveedores Validados.
- El 4,2% (5.628) de los casos corresponden a reclamos asociados a Proveedores No Registrados, cuyos reclamos se tramitan vía correo postal.





### 3. Alcances Metodológicos

#### 3.2 Reclamos empresas no registradas:

- En el marco del convenio de interoperabilidad con proveedores, SERNAC ha logrado que una gran parte de los proveedores se encuentren registrados (con un canal de gestión de reclamos válido), es así, como aquellos proveedores que concentran el mayor número de reclamos pueden gestionar adecuadamente los casos recibidos.
- Aún existen empresas cuyos datos no se encuentran registrados para la tramitación digital de sus reclamos, de manera que, la tramitación debe hacerse vía correo postal.
- Los proveedores no registrados con mayor volumen de reclamos, corresponden principalmente a empresas productoras de eventos y espectáculos, inmobiliarias y proveedores del comercio minoristas.
- En relación a los reclamos asociados a empresas no registradas, SERNAC realiza gestiones para tramitar sus reclamos, instancia en la que se invita a los proveedores a registrarse en el portal del proveedor.

#### Proveedores no registrados con más de 10 reclamos

Proveedores no registrados	Reclamos 2do semestre 2015
ONANOF - ONANOF PRODUCCIONES LTDA	
ONANOF PRODUCCIONES	135
POCKER PRODUCCIONES	130
PROYECTA INMOBILIARIA	91
INMOBILIARIA LOS CANELOS LIMITADA	38
PRODUCTORA TRANSISTOR	26
MASBARATOS.CL	26
CASA DE MUSICA REBEL MUSIC LIMITADA	25
PENTA INMOBILIARIA	23
SEDE CAP	19
CARRIER 188 - 181 Y 120	19
COSTANERA CENTER	17
SMAPA	13
MAS BARATOS	12
POKER PRODUCCIONES	12
INMOBILIARIA PROYECTA	12
SUBITO GYM	10
INMOBILIARIA CASA DE LAS MERCEDES	10

### 3. Alcances Metodológicos

#### 3.3 Universo Ranking:

- Para efectos de análisis general de reclamos del presente ranking se consideraron todos los reclamos cerrados ingresados a SERNAC, correspondiente a proveedores registrados en la institución.
- Se analizaron los reclamos cuyas causales de cierre corresponden a las categorías: Proveedor Acoge, Proveedor No Acoge y Proveedor No Responde. Dichas categorías concentran un total de 126.209 reclamos en el periodo julio-diciembre 2015, que representan el 97,3% del total de reclamos cerrados en el segundo semestre del presente año.
- Se excluyen del estudio aquellos reclamos asociados a Mediaciones Colectivas, Proveedor Informa Caso No Procede, Casos Derivados y Antecedentes Insuficientes para Tramitar, debido a que tienen un tratamiento especial.

CAUSAL CIERRE RECLAMO	Reclamos 2do semestre 2014	Reclamos 2do semestre 2015
PROVEEDOR ACOGE	75.771	70.267
PROVEEDOR NO ACOGE	44.672	45.411
PROVEEDOR NO RESPONDE	11.687	10.531
<b>UNIVERSO RANKING</b>	<b>132.130</b>	<b>126.209</b>
PROVEEDOR INFORMA CASO NO PROCEDE	2.220	1.827
COLECTIVO	2.036	1.197
DERIVADO	676	475
ANTECEDENTES INSUFICIENTES PARA TRAMITAR	13	31
<b>TOTAL RECLAMOS EMPRESAS REGISTRADAS</b>	<b>137.075</b>	<b>129.739</b>
RECLAMOS EMPRESAS NO REGISTRADAS	5.379	5.628
<b>TOTAL GENERAL RECLAMOS INGRESADOS A SERNAC</b>	<b>142.454</b>	<b>135.367</b>

# Volumen y Distribución de Reclamos



## 4. Distribución de reclamos a nivel regional

REGIÓN	Tasa de Reclamos 2do semestre 2015	Tasa de Reclamos 2do semestre 2014	2do semestre 2015		2do semestre 2014	
			Reclamos	%	Reclamos	%
METROPOLITANA DE SANTIAGO	11,9 ↓	13,1	66.143	52,4%	71.614	54,2%
VALPARAISO	8,9 ↓	9,8	12.371	9,8%	13.458	10,2%
DEL BIO BIO	5,8 ↓	6,2	9.242	7,3%	9.837	7,4%
COQUIMBO	9,9 ↑	8,8	5.693	4,5%	4.922	3,7%
DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO OHIGGINS	8,1 ↑	7,1	5.571	4,4%	4.805	3,6%
DEL MAULE	6,0 ↑	5,6	4.753	3,8%	4.380	3,3%
DE LOS LAGOS	7,4 ↓	7,8	4.592	3,6%	4.799	3,6%
ANTOFAGASTA	9,1 ↓	9,5	4.166	3,3%	4.231	3,2%
DE LA ARAUCANÍA	4,4 ↓	5,0	3.277	2,6%	3.660	2,8%
ATACAMA	14,1 ↑	11,9	3.201	2,5%	2.658	2,0%
DE LOS RÍOS	6,4 ↓	6,9	1.968	1,6%	2.080	1,6%
TARAPACÁ	7,8 ↓	10,1	1.867	1,5%	2.359	1,8%
ARICA Y PARINACOTA	8,0 ↑	7,9	1.395	1,1%	1.355	1,0%
DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA	9,3 =	9,3	1.164	0,9%	1.152	0,9%
AYSÉN DEL GRAL. CARLOS IBANEZ DEL CAMPO	10,3 =	10,3	806	0,6%	799	0,6%
EXTRANJERO	-	-	-	0,0%	21	0,0%
<b>Total General</b>	<b>8,8</b>	<b>9,9</b>	<b>126.209</b>	<b>100,0%</b>	<b>132.130</b>	<b>100,00%</b>

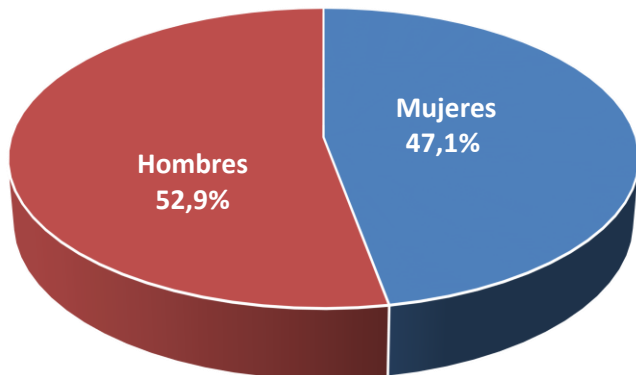
Al desglosar el número de reclamos, según la región donde habita la persona, se observa que la región Metropolitana concentra el 52,4% del volumen de reclamos ingresados a SERNAC durante el segundo semestre 2015, seguida por las regiones de Valparaíso y Biobío. El conjunto de las 12 regiones restantes concentran el 30,5% de los reclamos.

La región de Atacama presenta la mayor tasa de reclamos, registrando 14 reclamos por cada mil habitantes, que se explica principalmente por los hechos emanados de catástrofe natural seguida de la Región Metropolitana y de Aysén.

Tasa de Reclamos (pmh): Se refiere al número de reclamos en la región por cada 1.000 habitantes de 18 años de edad y más, en base a la población proyecta del INE.

## 4.1 Distribución de Reclamos por región, según desagregación por sexo

Participación de reclamos por sexo  
2do semestre 2015

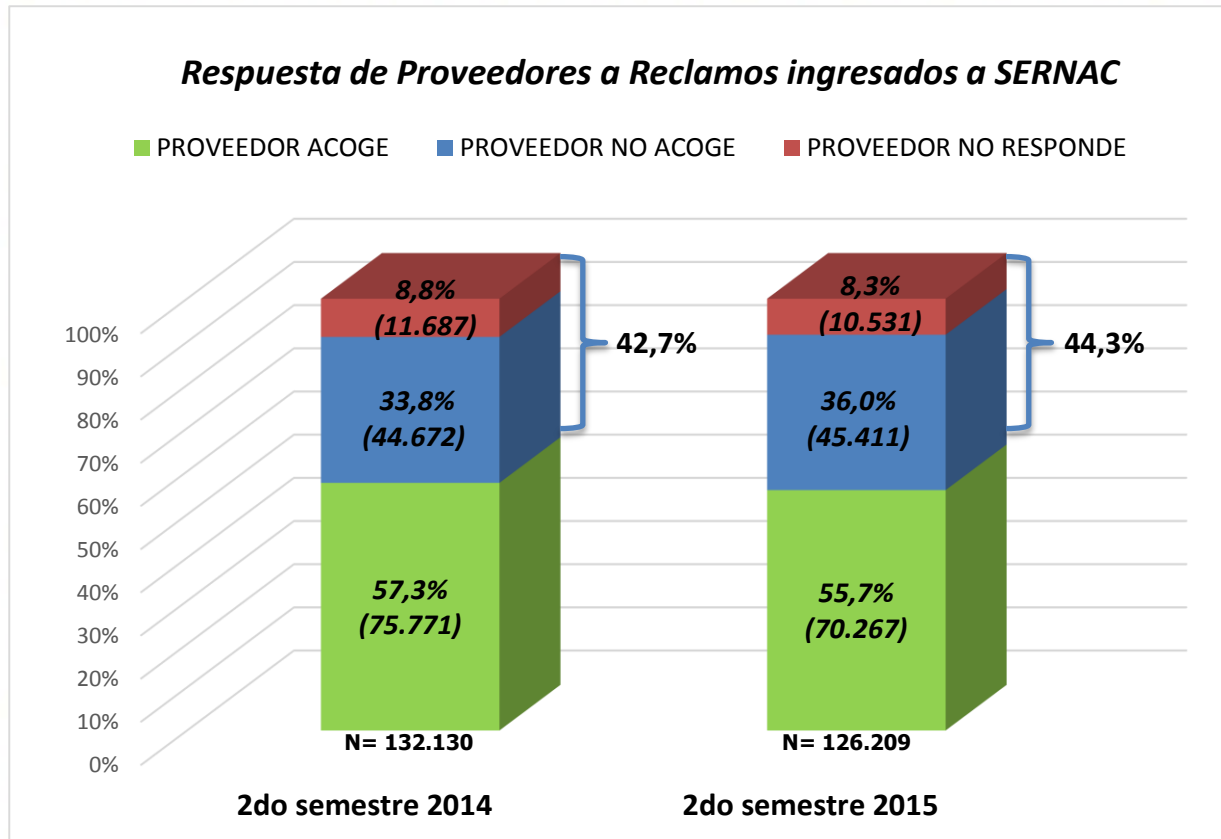


REGIÓN	% Mujeres	% Hombres
METROPOLITANA DE SANTIAGO	48,6%	51,4%
VALPARAÍSO	47,9%	52,1%
DEL BIOBÍO	44,9%	55,1%
COQUIMBO	45,5%	54,5%
DEL LIBERTADOR GENERAL BERNARDO OHIGGINS	46,1%	53,9%
DEL MAULE	48,6%	51,4%
DE LOS LAGOS	42,9%	57,1%
ANTOFAGASTA	42,2%	57,8%
DE LA ARAUCANÍA	47,3%	52,7%
ATACAMA	37,8%	62,2%
DE LOS RÍOS	49,6%	50,4%
TARAPACÁ	39,2%	60,8%
ARICA Y PARINACOTA	41,7%	58,3%
DE MAGALLANES Y DE LA ANTÁRTICA CHILENA	46,9%	53,1%
AYSÉN DEL GRAL. CARLOS IBAÑEZ DEL CAMPO	48,4%	51,6%
<b>Total General</b>	<b>47,1%</b>	<b>52,9%</b>

Considerando el total de reclamos del segundo semestre del 2015 y el sexo de la persona que realiza el reclamo, se constata que son los hombres los que ejercen en mayor medida su derecho a reclamo, con un 52,9%, versus las mujeres, quienes efectúan el 47,1% de los reclamos.

En todas las regiones del país los hombre reclaman más que las mujeres.

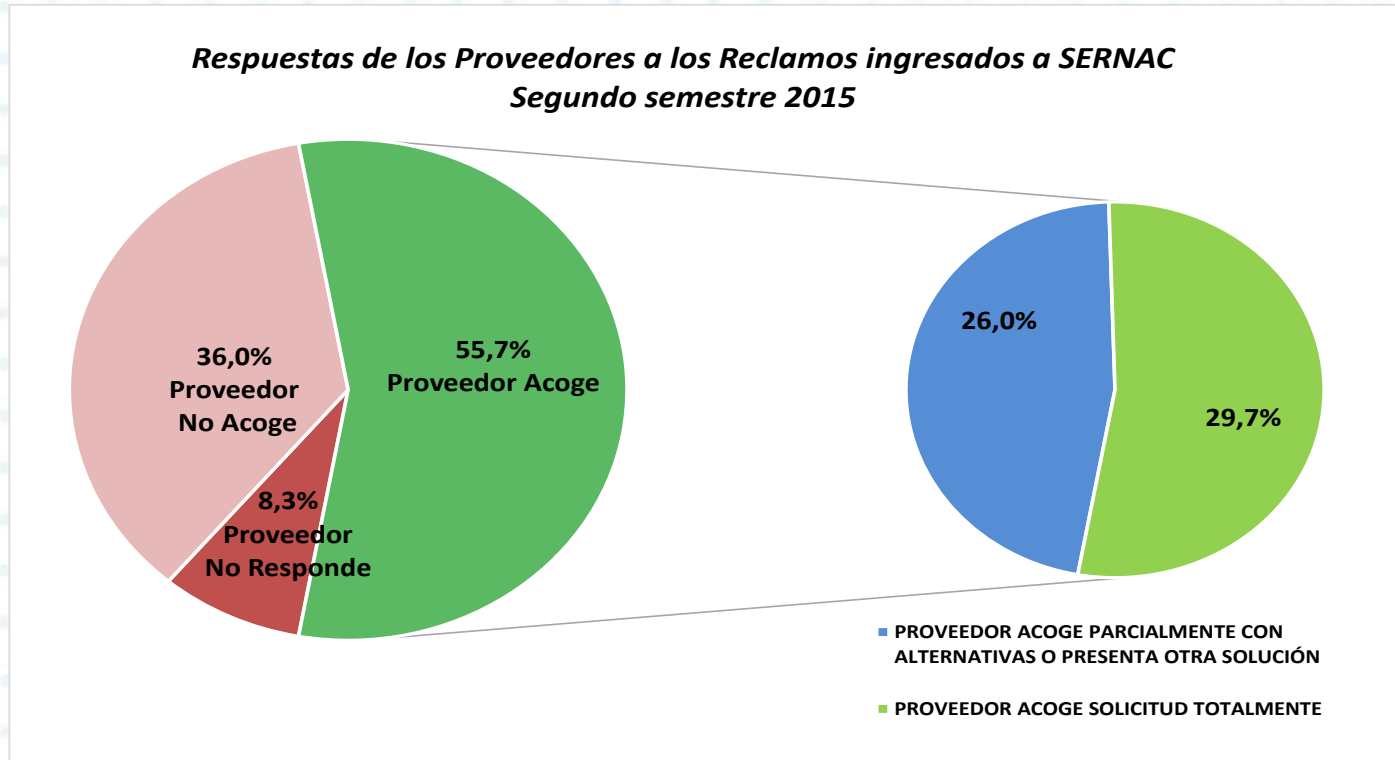
## 5. Comportamiento general del Mercado



Del total de reclamos ingresados durante el segundo semestre del 2015 el 55,7% se resolvió favorablemente para el consumidor, mientras que un 44,3% no obtuvo una respuesta positiva por parte del proveedor (no acoge 36,0% y no responde 8,3%). El resultado desfavorable ha empeorado respecto del 2014, situación que se genera principalmente el aumento de los reclamos en que el proveedor no acoge la solicitud del consumidor.

En términos globales, durante el segundo semestre del 2015 hubo un aumento de los reclamos que se cierran con resultado desfavorable para el consumidor en 1,6 puntos porcentuales.

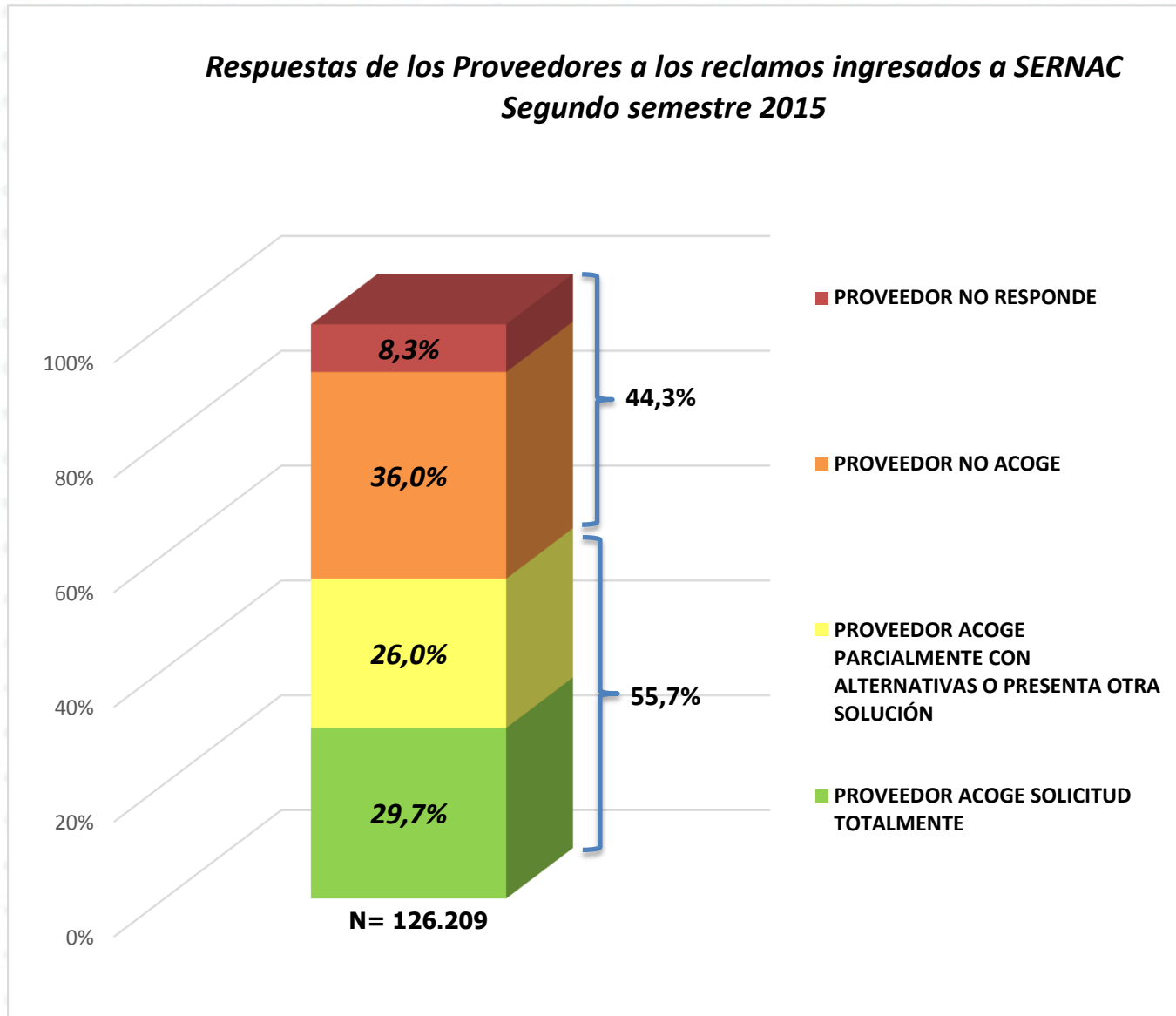
## 5. Comportamiento general del Mercado



- Durante el proceso de gestión de los reclamos el proveedor puede responder a la solicitud de solución explicitada por el consumidor en el reclamo: rechazándola o acogiéndola. Sin embargo, al acoger puede entregar una alternativa distinta de solución, la cual puede ser una aceptación parcial de la solución planteada por el consumidor o una alternativa distinta de lo solicitado, situación que es considerada de igual forma como proveedor acoge.
- El 55,7% los reclamos clasificados como proveedor acoge está compuesto por:
  - Un **26%** de los proveedor acoge parcialmente la solicitud del consumidor o presenta una solución alternativa.
  - Solo un **29,7%** de los reclamos presentados ante SERNAC, el proveedor acoge totalmente la solicitud del consumidor, solucionado su problema.

## 5. Comportamiento general del Mercado

*Respuestas de los Proveedores a los reclamos ingresados a SERNAC  
Segundo semestre 2015*





## **6. Empresas que registran mayor Indicador Proveedor No Responde (PNR) según volumen de Reclamos**

## 6.1 Metodología Ranking Proveedor No Responde

### i) Descripción:

El estudio analiza los reclamos recibidos por el Servicio durante un periodo determinado, con una fórmula que permite medir a todas las empresas bajo el mismo estándar, mediante un ordenamiento imparcial, que identifique el comportamiento de las empresas, respecto al volumen total de reclamos ingresados en SERNAC y aquellos que son cerrados sin respuesta por parte del proveedor.

### ii) Indicador:

$$\text{Indicador PNR} = \left( \frac{\text{N}^\circ \text{ de reclamos cerrados sin respuesta (PNR)}}{\text{Total de reclamos cerrados ingresados al sistema de atención de público}} \right) * 100$$

### iii) Consideraciones:

- Se consideraron todos los reclamos cerrados (cuyo proceso de gestión se encuentra finalizado) ingresados a SERNAC, correspondiente a proveedores cuyos datos de contacto se encuentran registrados en la institución.
- Se analizaron los reclamos cuya causal de cierre corresponde a las categorías: Proveedor Acoge, Proveedor No Acoge y Proveedor No Responde.
- Se excluyen del estudio aquellos reclamos asociados a Mediaciones Colectivas, Proveedor Informa Caso No Procede, Casos Derivados y Antecedentes Insuficientes para Tramitar, debido a que tienen un tratamiento especial.
- Análisis elaborado en base, a los reclamos publicados en la Base Oficial de reclamos SERNAC (actualizado a marzo 2015), ingresados en el período comprendido entre el 01-07-2014 al 31-12-2014 y entre el 01-07-2015 al 31-12-2015, en estado cerrado.

## 6. Ranking Proveedor No Responde

### 6.2 Indicador por mercado:

- Los porcentajes más altos de reclamos cerrados sin respuesta (PNR), pertenecen a los siguientes mercados:
  - Consumo en el Local (Restaurantes-Bar-Cadenas de comida rápida, cafeterías),
  - Servicios Técnico de Reparación y Mantenimiento.
  - Previsión (AFP)
  - Servicios profesionales (agencias de empleos – consultorías-asesorías)
- Por el contrario, los mercados cuyos proveedores presentan los niveles más bajos de reclamos cerrados sin respuesta son: Financiero, Telecomunicaciones, Funerarias y Cementerios y Retail Ferretero.
- Entre los mercados que más han empeorado su indicador PNR se encuentran: Consumo en Local, Combustible (bombas de bencina) y Prensa e Información.
- 5 mercados han mejorado sus resultados en relación al mismo periodo 2014. La mayor disminución se registró en Centros de Estética y Gimnasios.

MERCADOS	Segundo Semestre 2015			Segundo Semestre 2014			Variación Indicador
	Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR	Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR	
CONSUMO EN LOCAL (RESTAURANT-BAR-COMIDA RÁPIDA-CAFETERÍA)	51,2%	426	218	38,2%	437	167	13,0%
SERVICIO TÉCNICO; SERV. DE MANTENCIÓN Y REPARACIÓN	43,1%	772	333	41,4%	827	342	1,8%
PREVISIÓN (AFP)	42,3%	104	44	41,7%	108	45	0,6%
SERVICIOS PROFESIONALES (AGENCIAS DE EMPLEO-CONSULTORÍAS)	35,0%	257	90	37,4%	203	76	-2,4%
INMOBILIARIAS	26,7%	3.112	831	34,2%	3.290	1.124	-7,5%
VEHÍCULOS (COMPRA VENTA-ARRIENDOS-ESTACIONAMIENTOS-RESPUESTOS)	26,7%	2.183	582	25,5%	2.386	609	1,1%
ENTRETENCIÓN (TICKETERAS- PRODUCTORAS DE EVENTOS)	23,2%	3.221	747	31,1%	1.802	561	-7,9%
PRENSA INFORMACIÓN (DIARIOS-REVISTAS-CANALES DE TV- RADIOS)	22,8%	250	57	16,8%	375	63	6,0%
CENTROS DE ESTÉTICA Y GIMNASIO	22,5%	812	183	45,1%	813	367	-22,6%
SERVICIOS PUBLICOS	22,2%	9	2	40,0%	5	2	-17,8%
EDUCACIÓN (UNIVERSIDADES-INSTITUTOS-CENTROS DE FORMACIÓN)	18,1%	2.629	475	20,3%	2.352	477	-2,2%
SALUD (ISAPRE-CLÍNICAS-HOSPITALES- CENTROS MÉDICOS)	16,7%	1.950	325	18,1%	2.016	365	-1,4%
COMERCIO DISTANCIA/ ELECTRÓNICO	14,6%	3.144	460	18,4%	3.911	720	-3,8%
COMBUSTIBLE (BOMBAS DE BENCINA-LEÑERÍAS)	13,7%	197	27	6,1%	228	14	7,6%
TURISMO (AGENCIAS DE VIAJES-HOSPEDAJE)	12,5%	1.324	165	18,7%	1.310	245	-6,2%
LOCALES COMERCIALES (MULTITIENDAS-SUPERMERCADOS)	11,2%	29.106	3.250	10,2%	33.793	3.431	1,0%
TRANSPORTE	9,4%	10.886	1.026	11,3%	7.767	880	-1,9%
SEGUROS (CORREDORAS DE SEGUROS)	6,2%	4.173	259	5,8%	4.135	239	0,4%
SERVICIOS BÁSICOS	5,5%	5.862	325	6,6%	4.748	313	-1,0%
SEGURIDAD (SERVICIOS DE ALARMAS Y GUARDIAS DE SEGURIDAD)	5,1%	709	36	2,9%	748	22	2,1%
RETAIL FERRETERO (CADENAS DE HOGAR Y CONSTRUCCIÓN)	5,0%	1.446	72	5,0%	1.731	86	0,0%
FUNERARIAS Y CEMENTERIOS	3,8%	370	14	6,1%	375	23	-2,3%
TELECOMUNICACIONES	2,1%	29.474	629	3,5%	32.327	1.137	-1,4%
FINANCIEROS (BANCOS-CAJAS DE COMPENSACIÓN-TARJETAS DE CRÉDITO)	1,6%	23.793	381	1,4%	26.443	379	0,2%
<b>Total General</b>	<b>8,3%</b>	<b>126.209</b>	<b>10.531</b>	<b>8,8%</b>	<b>132.130</b>	<b>11.687</b>	<b>-0,5%</b>

## 6.3 Indicador por Empresa

### 6.3.1 Empresas con indicador PNR más negativo que tienen más de 1.000 reclamos durante el segundo semestre 2015:

- Por lejos la empresa de telecomunicaciones WOM S.A, registra el indicador PNR más negativo entre las grandes empresas con un 30,1% de casos ingresados en los que no entrega respuesta. En este sentido, 358 consumidores ingresaron su reclamo a esta empresa, SERNAC gestionó los casos, pero la empresa no respondió.
- En segundo lugar, se encuentra Hiper Líder, que registra un 9,6% de reclamos cerrados sin respuesta.
- Chilectra exhibe un indicador de 3,9% de reclamos sin respuesta.

PROVEEDOR		Segundo Semestre 2015			Segundo Semestre 2014		
		Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR	Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR
1	WOM S.A.	30,1%	1.188	358	1,3%	151	2
2	HIPER LÍDER	9,6%	1.151	110	12,8%	1.248	160
3	CHILECTRA	3,9%	1.180	46	0,5%	641	3
4	TARJETA LÍDER MASTERCARD- TARJETA PRESTO <sup>1</sup>	3,7%	1.028	38	1,0%	1.088	11
5	VTR TELEFONÍA MÓVIL Y FIJO (HOGAR) <sup>2</sup>	2,5%	3.615	91	7,7%	246	19
6	BANCO BCI -TBANC- BANCO NOVA	1,5%	1.060	16	0,7%	1.218	8
7	LAN - LATAM AIRLINES GROUP S.A.	1,4%	2.347	32	2,6%	2.102	54
8	TIENDAS PARIS	1,1%	3.480	39	1,0%	2.279	23
9	TIENDAS FALABELLA	0,7%	3.905	27	0,4%	5.807	25
10	MOVISTAR (SERVICIOS FIJO)	0,6%	6.659	41	0,5%	5.646	30

(1) Desde abril 2015 el proveedor Tarjeta Presto y Tarjeta Líder Mastercard tramitan los reclamos de manera conjunta. El año 2014 solo correspondía a Tarjetas Presto.

(2) El proveedor "VTR COMUNICACIONES SPA" desde marzo 2015 tramita los reclamos de los servicios telefonía fija y móvil de VTR. Durante el año 2014, sólo tramita los reclamos de telefonía móvil.



## 6.3 Indicador por Empresa

### 6.3.2 Empresas con indicador PNR más negativo que tienen entre 500 y 1.000 reclamos durante el segundo semestre 2015:

- El proveedor Punto Ticket registra el comportamiento más negativo del indicador PNR con un 49,7% de casos ingresados en los que no entrega respuesta. En este sentido, 312 consumidores ingresaron su reclamo a esta empresa, SERNAC gestionó los casos, pero la empresa no respondió.
- En segundo lugar se encuentra Groupon, que registra un 29% de reclamos cerrados sin respuesta.
- CGE Distribución S.A, exhibe un indicador de 3,3% reclamos sin respuesta.
- En general, las empresas que presentan más de 500 reclamos, poseen buen comportamiento en lo que respecta a entregar respuesta a los reclamos de los consumidores.

PROVEEDOR		Segundo Semestre 2015			Segundo Semestre 2014		
		Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR	Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR
1	PUNTO TICKET	49,7%	628	312	17,1%	315	54
2	GROUPON CLANDESCUENTO NEEDISH	29,0%	867	251	5,3%	870	46
3	CGE DISTRIBUCION S.A.	3,3%	996	33	1,5%	670	10
4	BUSES TUR BUS - TAS CHOAPA - INTER SUR	2,4%	912	22	3,4%	1.162	39
5	TARJETAS LA POLAR	0,6%	807	5	0,5%	570	3
6	TARJETA ABCDIN	0,4%	812	3	0,7%	755	5
7	ENTELPHONE	0,3%	609	2	0,3%	394	1
8	CHILEXPRESS	0,3%	633	2	2,0%	848	2
9	SKY AIRLINE	0,3%	767	2	0,8%	259	2
10	CAJA DE COMPENSACION LOS ANDES	0,2%	543	1	0,6%	693	4
	BANCO BBVA	0,2%	553	1	0,5%	819	4
	DESPEGAR.COM CHILE SPA	0,2%	569	1	0,9%	459	4
	SUPERMERCADOS SANTA ISABEL - JUMBO	0,2%	602	1	0,9%	634	6
	BANCO FALABELLA	0,2%	610	1	0,5%	781	4



## 6.3 Indicador por Empresa

### 6.3.3 Empresas con indicador PNR que tienen entre 100 y 499 reclamos durante el segundo semestre 2015:

- RSA Seguros Chile, registra el indicador PNR más negativo con un 93,6% de reclamos cerrados sin respuesta, solo respondió 7 reclamos de 109 recibidos durante el segundo semestre 2015.
- En segundo lugar se encuentra el conjunto de tiendas Forus/Columbia, entre otras con 77,6% de casos ingresados en los que no entrega respuesta a los reclamos.
- American Airlines, exhibe un indicador de 70,1% de reclamos sin respuesta. En este sentido, 177 consumidores ingresaron su reclamo a esta empresa, SERNAC gestionó los casos, pero la empresa no respondió.
- Dentro de estas 10 empresas solo 2 han mejorado levemente sus resultados en relación al periodo 2014.

PROVEEDOR		Segundo Semestre 2015			Segundo Semestre 2014		
		Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR	Indicador PNR (%)	Reclamos	Reclamos PNR
1	RSA SEGUROS CHILE	93,6%	109	102	34,7%	124	43
2	FORUS/COLUMBIA, AZALEIA, JANSPORT, JUST SMILE, BROOKS, FUNSPORT, CAT, CHACO, PATAGONIA,	77,6%	228	177	10,1%	217	22
3	AMERICAN AIRLINES	70,1%	197	138	31,0%	29	9
4	EVERTON DE VINA DEL MAR SADP	52,7%	150	79	0,0%	0	0
5	THE NORTH FACE, ROXY, QUICKSILVER, BROOCKS BROTHERS, POLO RALPH LAUREN, KIPLING, GAP, BANANA REPUBLIC	41,0%	134	55	32,6%	46	15
6	ROTTER & KRAUSS	29,6%	115	34	32,3%	127	41
7	ADIDAS CHILE	29,4%	231	68	2,5%	355	9
8	MALL PLAZA S.A.	29,4%	194	57	9,7%	308	30
9	MICROPLAY	25,2%	131	33	27,2%	81	22
10	BUSES PULLMAN BUS -PULLMAN JB- LOS LIBERTADORES	23,9%	230	55	2,3%	257	6

## 6.4 Gestión SERNAC respecto de los Proveedores que No Responden.

- SERNAC realiza una medición trimestral de reclamos cerrados con resultado Proveedor No Responde y de reclamos respondidos fuera de plazo (10 días hábiles).
- Envío periódico de Oficios a proveedores para informar de reclamos cerrados con resultados Proveedor No Responde.
- Se elabora y ejecuta un Programa de reuniones mensuales, con el objetivo de informar a las empresas sobre las brechas detectadas en los mercados, sus resultados y definir compromisos de acciones de mejoras por parte de los proveedores.
- Monitoreo y actualización periódica de datos de los proveedores registrados.
- Respecto a los reclamos asociados a proveedores que no se encuentran registrados, SERNAC realiza acciones tendientes a promover su registro con convenio Portal del Proveedor.

## **7. Empresas que registran mayor Indicador Comportamiento Desfavorable según volumen de Reclamos**

## 7.1. Metodología Ranking Respuesta Desfavorable

### i) Descripción:

El estudio analiza los reclamos recibidos por el Servicio durante un periodo determinado, con una fórmula que permite medir a todas las empresas bajo el mismo estándar, mediante un ordenamiento imparcial, que identifique el comportamiento de las empresas, respecto al volumen total de reclamos ingresados en SERNAC y aquellos que son cerrados sin respuesta por parte del proveedor.

### ii) Indicador:

$$\text{Indicador Respuesta Desfavorable} = \left( \frac{\text{N}^\circ \text{ de reclamos PNR} + \text{N}^\circ \text{ de reclamos PNA}}{\text{Total de reclamos cerrados ingresados al sistema de atención de público}} \right) * 100$$

### iii) Consideraciones:

- Se consideraron todos los reclamos cerrados (cuyo proceso de gestión se encuentra finalizado) ingresados a SERNAC, correspondiente a proveedores cuyos datos de contacto se encuentran registrados en la institución.
- Se analizaron los reclamos cuya causal de cierre corresponde a las categorías: Proveedor Acoge, Proveedor No Acoge y Proveedor No Responde.
- Se excluyen del estudio aquellos reclamos asociados a Mediaciones Colectivas, Proveedor Informa Caso No Procede, Casos Derivados y Antecedentes Insuficientes para Tramitar, debido a que tienen un tratamiento especial.
- Análisis elaborado en base, a los reclamos publicados en la Base Oficial de reclamos SERNAC (actualizado a marzo 2016), ingresados en el período comprendido entre el 01-07-2014 al 31-12-2014 y entre el 01-07-2015 al 31-12-2015, en estado cerrado.



## 7. Ranking Respuesta Desfavorable

### 7.2 Indicador por mercado:

- Los porcentajes más altos de respuestas negativas (no responde o no acoge) pertenecen a los siguientes mercados:
  - Servicios Técnico de Reparación y Mantenión,
  - Entretención (Ticketeras-Productoras de Eventos)
  - Educación (Universidades, Institutos Profesionales, entre otros)
- En el mercado de Servicios Técnicos y Entretención (productoras, ticketeras, cines, entre otros) un 70% de los reclamos no encuentran una solución positiva.
- Por el contrario, los mercados cuyas empresas presentan los mejores niveles de respuestas favorables para los consumidores son: Telecomunicaciones y Comercio Electrónico.
- Desde la mirada la cantidad de reclamos con respuesta desfavorable los mercados con el mayor volumen son: Telecomunicaciones, Locales Comerciales, Financiero y Transporte.
- Entre los mercados que han empeorado su indicador se encuentra: Salud, Consumo en local y Seguridad.
- 4 mercados han mejorado sus resultados en relación al mismo periodo 2014.

MERCADOS	Segundo Semestre 2015			Segundo Semestre 2014			Variación Indicador
	Indicador Respuesta Desfavorable (%)	Reclamos	Reclamos con respuesta desfavorable (PNA + PNR)	Indicador Respuesta Desfavorable (%)	Reclamos	Reclamos con respuesta desfavorable (PNA + PNR)	
SERVICIO TÉCNICO; SERV. DE MANTENCIÓN Y REPARACIÓN	70,3%	772	543	63,7%	827	527	6,6%
ENTRETENCIÓN (TICKETERAS- PRODUCTORAS DE EVENTOS)	70,2%	3.221	2.260	77,2%	1.802	1.392	-7,1%
EDUCACIÓN (UNIVERSIDADES-INSTITUTOS-CENTROS DE FORMACIÓN)	69,9%	2.629	1.838	58,1%	2.352	1.366	11,8%
SERVICIOS PROFESIONALES (AGENCIAS DE EMPLEO-CONSULTORIAS)	69,3%	257	178	62,6%	203	127	6,7%
CENTROS DE ESTETICA Y GIMNASIO	66,0%	812	536	63,6%	813	517	2,4%
CONSUMO EN LOCAL (RESTAURANT-BAR-COMIDA RÁPIDA-CAFETERÍA)	63,8%	426	272	53,8%	437	235	10,1%
SALUD (ISAPRE-CLÍNICAS-HOSPITALES- CENTROS MÉDICOS)	62,1%	1.950	1.211	59,7%	2.016	1.203	2,4%
VEHÍCULOS (COMPRA VENTA-ARRIENDOS-ESTACIONAMIENTOS-RESPUESTOS)	61,3%	2.183	1.338	59,2%	2.386	1.412	2,1%
INMOBILIARIAS	59,4%	3.112	1.850	68,8%	3.290	2.265	-9,4%
TURISMO (AGENCIAS DE VIAJES-HOSPEDAJE)	57,8%	1.324	765	55,3%	1.310	724	2,5%
SERVICIOS PÚBLICOS	55,6%	9	5	40,0%	5	2	15,6%
TRANSPORTE	52,8%	10.886	5.745	53,1%	7.767	4.128	-0,4%
PRENSA INFORMACIÓN (DIARIOS-REVISTAS-CANALES DE TV- RADIOS)	52,0%	250	130	55,2%	375	207	-3,2%
PREVISIÓN (AFP)	51,9%	104	54	60,2%	108	65	-8,3%
LOCALES COMERCIALES (MULTITIENDAS-SUPERMERCADOS)	50,4%	29.106	14.675	52,8%	33.793	17.855	-2,4%
COMBUSTIBLE (BOMBAS DE BENCINA-LEÑERÍAS)	48,7%	197	96	54,8%	228	125	-6,1%
FINANCIEROS (BANCOS-CAJAS DE COMPENSACIÓN-TARJETAS DE CRÉDITO)	46,5%	370	172	41,6%	375	156	4,9%
SEGURIDAD (SERVICIOS DE ALARMAS Y GUARDIAS DE SEGURIDAD)	46,0%	709	326	36,8%	748	275	9,2%
SERVICIOS BASICOS	45,5%	5.862	2.665	43,7%	4.748	2.075	1,8%
SEGUROS (CORREDORAS DE SEGUROS)	43,9%	4.173	1.831	45,1%	4.135	1.866	-1,2%
FINANCIEROS	37,7%	23.793	8.973	39,0%	26.443	10.317	-1,3%
RETAIL FERRETERO (CADENAS DE HOGAR Y CONSTRUCCIÓN)	36,5%	1.446	528	29,9%	1.731	517	6,6%
COMERCIO DISTANCIA/ ELECTRONICO	36,5%	3.144	1.148	32,2%	3.911	1.258	4,3%
TELECOMUNICACIONES	29,9%	29.474	8.803	24,0%	32.327	7.745	5,9%
<b>TOTAL</b>	<b>44,3%</b>	<b>126.209</b>	<b>55.942</b>	<b>42,7%</b>	<b>132.130</b>	<b>56.359</b>	<b>1,6%</b>

- Durante el segundo semestre del 2015 hubo un aumento de 1,7 puntos porcentuales en los reclamos que se cierran con resultado negativo en comparación con igual periodo 2014. En términos generales indica que **4 de cada 10 reclamos no obtienen una solución satisfactoria.**



## 7.3 Indicador por Empresa

### 7.3.1 Empresas con peor indicador de Respuesta Desfavorable que tienen mas de 1.000 reclamos durante el segundo semestre 2015:

- Tiendas Falabella registra un indicador de 65% que implica que por cada 100 reclamos ingresados en 65 de ellos la empresa no acoge el reclamo y/o no le da respuesta. En este sentido, 2.540 consumidores ingresaron su reclamo a esta empresa, SERNAC gestionó los casos, pero la empresa principalmente no los acogió.
- Hiper Lider registra un 58,8% de casos ingresados en los que no entregan una solución positiva a los reclamos, le sigue Tiendas Ripley con 52,8% de reclamos sin respuesta satisfactoria para el consumidor

PROVEEDOR	Indicador 2do semestre 2015 (%)	Indicador 2do semestre 2014 (%)	Segundo Semestre 2015					
			Total reclamos	Reclamos PNR	%	Reclamos PNA	%	Respuesta Desfavorable (PNR + PNA)
1 TIENDAS FALABELLA	65,0%	65,2%	3.905	27	0,7%	2.513	64,4%	2.540
2 HIPER LIDER	58,8%	63,9%	1.151	110	9,6%	567	49,3%	677
3 TIENDAS RIPLEY	52,8%	42,7%	2.490	0	0,0%	1.315	52,8%	1.315
4 TIENDAS ABCDIN	52,7%	51,8%	2.075	7	0,3%	1.086	52,3%	1.093
5 ENTEL PCS MOVIL	50,9%	34,6%	5.187	6	0,1%	2.634	50,8%	2.640
6 LAN - LATAM AIRLINES GROUP S.A.	50,6%	47,1%	2.347	32	1,4%	1.155	49,2%	1.187
7 TIENDAS HITES	50,1%	48,2%	1.051	0	0,0%	527	50,1%	527
8 WOM S.A.	48,1%	49,7%	1.188	358	30,1%	213	17,9%	571
9 BANCO SANTANDER BANEFE	45,7%	44,4%	1.677	0	0,0%	766	45,7%	766
10 BANCO ESTADO	43,5%	41,0%	2.677	0	0,0%	1.164	43,5%	1.164

## 7.3 Indicador por Empresa

### 7.3.2 Empresas con peor indicador de Respuesta Desfavorable que tienen entre 500 y 1.000 reclamos durante el segundo semestre 2015:

- La producto DG Medios, registró un 98% de casos ingresados en los que entrega una respuesta desfavorable a los reclamos, es decir en 494 casos no se acogió lo solicitado por el consumidor.
- Punto Ticket registra un 82,2% de casos ingresados en los que no entregan una solución positiva a los reclamos de los consumidores. Le sigue CGE Distribución S.A con 566 reclamos sin resultados satisfactorios para los consumidores.
- Dentro de estos 10 proveedores, destaca la línea aérea SKY Airlines, proveedor que mejoró su resultado 2014 disminuyendo en 32,2 puntos porcentuales el indicador.

PROVEEDOR	Indicador 2do semestre 2015 (%)	Indicador 2do semestre 2014 (%)	Segundo Semestre 2015					
			Total reclamos	Reclamos PNR	%	Reclamos PNA	%	Respuesta Desfavorable (PNR + PNA)
1 DG MEDIOS	98,0%	88,2%	504	0	0,0%	494	98,0%	494
2 PUNTO TICKET	82,2%	62,2%	628	312	49,7%	204	32,5%	516
3 CGE DISTRIBUCION S.A.	56,8%	55,4%	996	33	3,3%	533	53,5%	566
4 DESPEGAR.COM CHILE SPA	51,1%	40,3%	569	1	0,2%	290	51,0%	291
5 SUPERMERCADOS SANTA ISABEL - JUMBO - JUMBO.CL INTERNET	45,3%	49,8%	602	1	0,2%	272	45,2%	273
6 CAJA DE COMPENSACION LOS ANDES - C.C.A.F. DE LOS ANDES	44,2%	45,7%	543	1	0,2%	239	44,0%	240
7 BUSES TUR BUS - TAS CHOAPA - INTER SUR	43,0%	40,4%	912	22	2,4%	370	40,6%	392
8 SKY AIRLINE	37,9%	70,3%	767	2	0,3%	289	37,7%	291
9 BANCO FALABELLA - TARJETA DE CREDITO VISA BANCO FALABELLA	36,9%	33,7%	610	1	0,2%	224	36,7%	225
10 GROUPON CLANDESCUENTO NEEDISH	36,6%	20,1%	867	251	29,0%	66	7,6%	317

## 7.3 Indicador por Empresa

### 7.3.3 Empresas con peor indicador de Respuesta Desfavorable que tienen entre 100 y 499 reclamos durante el segundo semestre 2015:

- RSA Seguros presenta el peor indicador, con un indicador de 99,1% de reclamos en los que no entrega respuesta favorable a los reclamos de los consumidores (influenciado principalmente por los reclamos que la empresa no responde 93,6%)
- El Colegio Terraustral Oeste registra un 98,7% de casos ingresados en los que no entregan una solución positiva a los reclamos.
- Aeropost en un 97,7% de los reclamos no entrega una respuesta favorable a los reclamos de los consumidores. En este sentido, 370 consumidores ingresaron su reclamo a esta empresa, SERNAC gestionó los casos, pero la empresa no los acogió.

RANKING	PROVEEDOR	Indicador 2do semestre 2015 (%)	Indicador 2do semestre 2014 (%)	Segundo Semestre 2015					
				Total reclamos	Reclamos PNR	%	Reclamos PNA	%	Respuesta Desfavorable (PNR + PNA)
1	RSA SEGUROS CHILE	99,1%	94,4%	109	102	93,6%	6	5,5%	108
2	COLEGIO TERRAUSTRAL OESTE	98,7%	100,0%	238	0	0,0%	235	98,7%	235
3	AEROPOST	97,7%	75,0%	388	9	2,3%	370	95,4%	379
4	INMOBILIARIA FAMILIAR	97,5%	0,0%	118	0	0,0%	115	97,5%	115
5	MALL PLAZA S.A.- NUEVOS DESARROLLOS S.A.	91,8%	90,3%	194	57	29,4%	121	62,4%	178
6	AEROLINEAS ARGENTINAS	89,1%	30,4%	128	0	0,0%	114	89,1%	114
7	UC UNIVERSIDAD CATOLICA - HOSPITAL CLINICO UC- TELEDUC	88,7%	58,3%	106	0	0,0%	94	88,7%	94
8	FORUS/COLUMBIA, AZALEIA, JANSPO, JUST SMILE, BROOKS, FUNSPORT, CAT, CHACO, PATAGONIA,	88,2%	44,7%	228	177	77,6%	24	10,5%	201
9	AMERICAN AIRLINES	86,3%	72,4%	197	138	70,1%	32	16,2%	170
10	INSTITUTO PROFESIONAL AIEP	85,1%	63,3%	114	0	0,0%	97	85,1%	97

**GRACIAS**

**SERNAC**  
Servicio Nacional del Consumidor

WWW.SERNAC.CL