



RADIOGRAFÍA DEL CONSUMIDOR AÑO 2014

El reclamo ante los mercados



CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

OBJETIVO:

Caracterizar a los consumidores en Chile, elaborando tipologías de acuerdo a diferentes variables.

FICHA TÉCNICA:

- ✓ 1.800 entrevistas cara cara
- ✓ Mayores 18 años, muestra representativa chile continental.
- ✓ Fecha aplicación encuesta: entre 14 y 29 de noviembre de 2014.
- ✓ Error muestral de 2,35% y un nivel de confianza de 95%.
- ✓ El estudio fue aplicado por MORI tras adjudicarse la licitación "Satisfacción con los mercados" de SERNAC, vía Mercado Público.

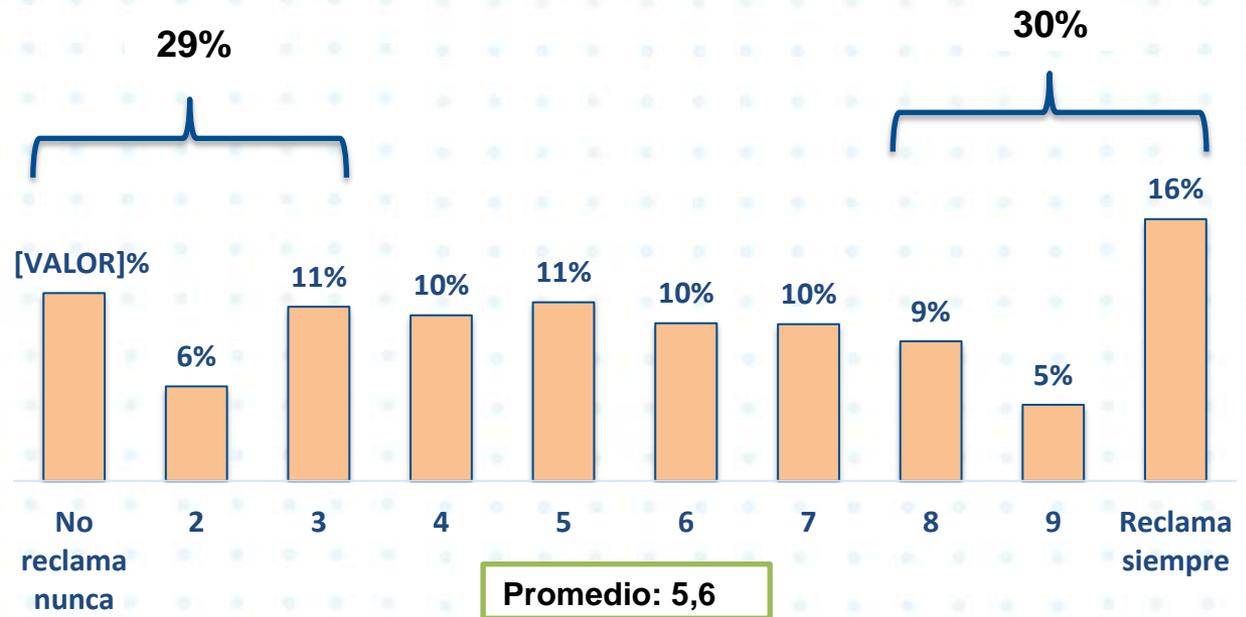
En este segundo informe de prensa se presenta un resumen de la caracterización de los consumidores chilenos en su relación con los reclamos ante los mercados.

LOS CONSUMIDORES ANTE EL RECLAMO

DISPOSICIÓN A RECLAMAR

Sólo un 16% de chilenos reclama siempre y un 29% tiene baja disposición a reclamar

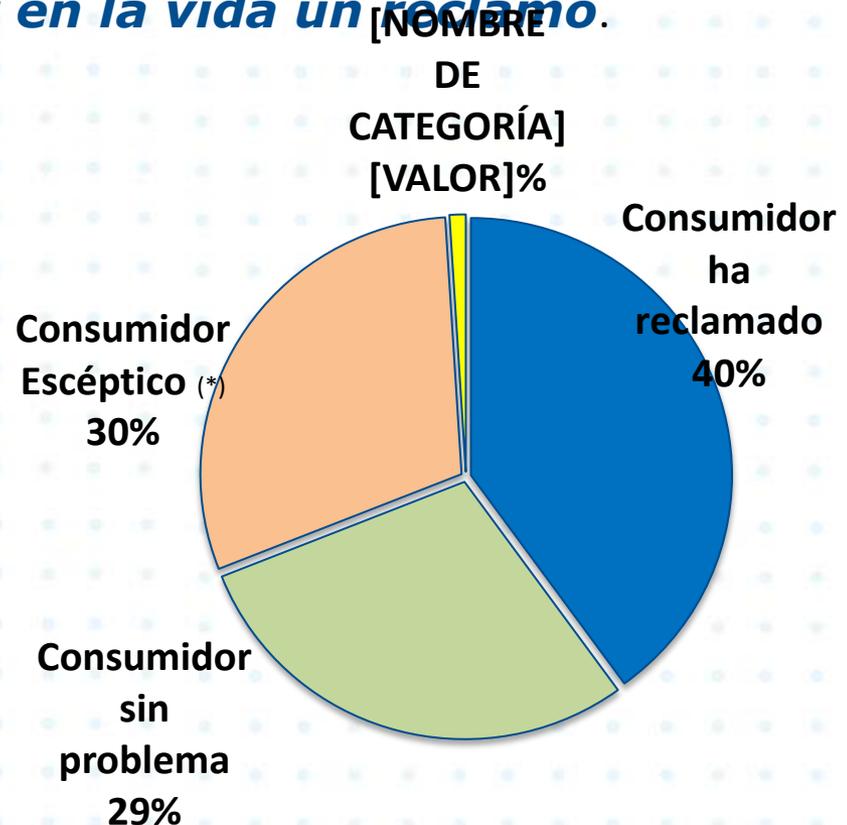
¿Usando una escala de 1 a 10, donde 1 significa que Ud. no reclama nunca y 10 significa que reclama siempre, dígame ¿cómo se autoclasificaría Ud.?



PREVALENCIA DEL RECLAMO

5.200.000 de los residentes en Chile (mayores de 18 años) han presentado alguna vez en la vida un reclamo.

¿Alguna vez en la vida ha presentado Ud. un reclamo ante una empresa, institución u organismo público?



(*) Consumidor Escéptico: "Pérdida de tiempo", "no cree al resultado", "mucho trámite/burocracia", "no tiene tiempo"

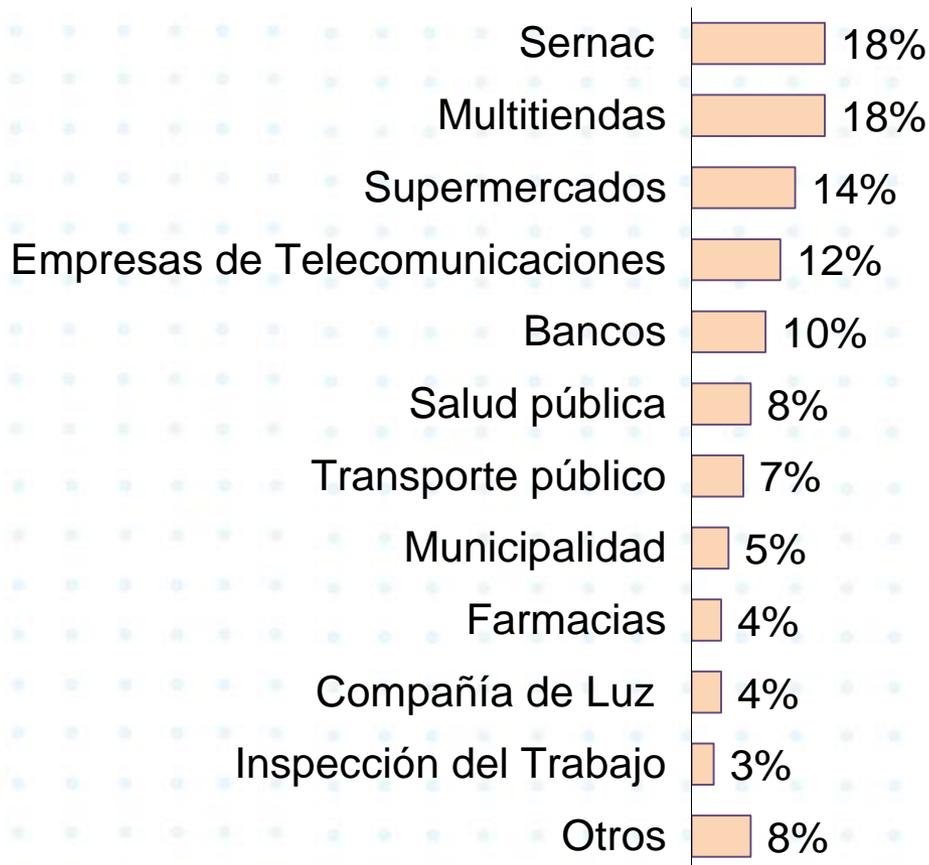
PREVALENCIA DEL RECLAMO: DÓNDE RECLAMAN

(A los que si han presentado reclamo)

**¿Dónde o ante quiénes ha presentado reclamos?
¿Algún otro?**

(Respuesta Múltiple)

¿Dónde o ante quienes? (N 706)



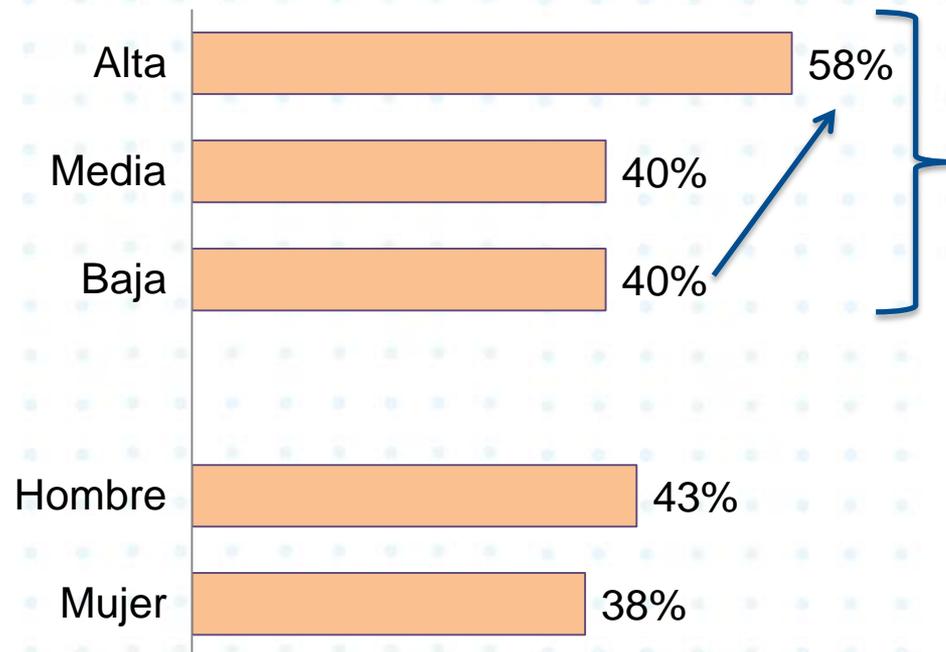
Otros: Salud privada, Comida rápida, Servicios Públicos, Entretenimiento, Educación.

PERFIL DE QUIENES RECLAMAN POR AUTOCLASIFICACIÓN DE STATUS.

A mayor auto clasificación de posicionamiento social, mayor reclamo.

¿Alguna vez en la vida ha presentado Ud. un reclamo ante una empresa, institución u organismo público?

Análisis de Respuestas Sí



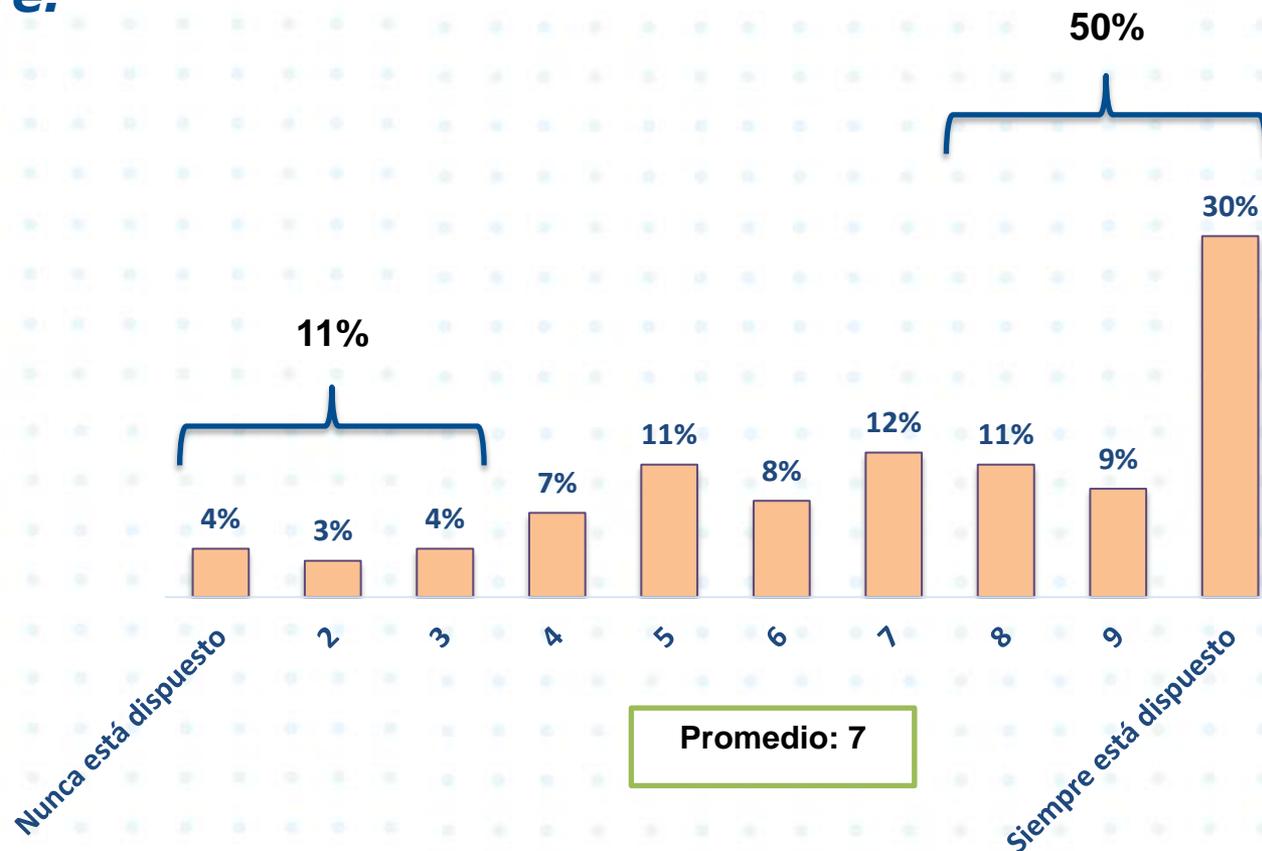
Los que reclaman son los que pertenecen a los estratos mas altos. El reclamo es un recurso que depende de donde está ubicada la persona

LOS CONSUMIDORES ANTE EL CAMBIO DE PROVEEDOR

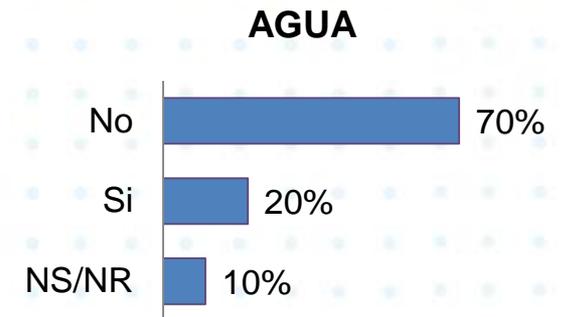
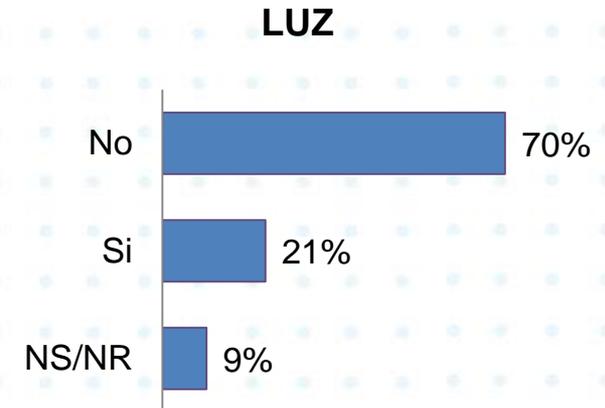
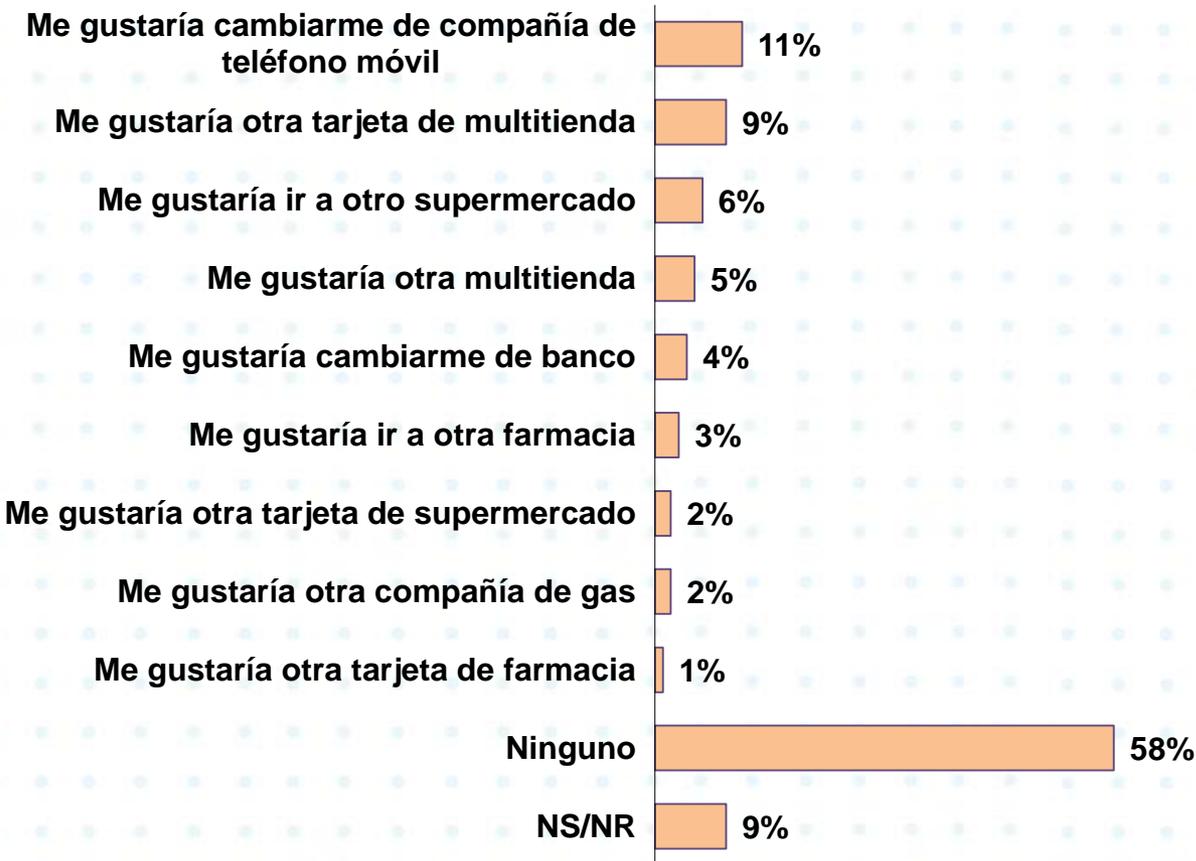
DISPOSICIÓN A CAMBIAR DE PROVEEDOR

Un 50% de los consumidores tiene una alta disposición a cambiar de proveedor (50%). El 30% está dispuesto a cambiar de proveedor siempre.

Usando una escala de 1 a 10, donde 1 significa que Ud. nunca está dispuesta/o a cambiar de proveedor, producto o servicio y 10 significa que siempre está dispuesta/o a cambiar de proveedor, producto o servicio, dígame **¿cómo se autoclasificaría Ud.?**

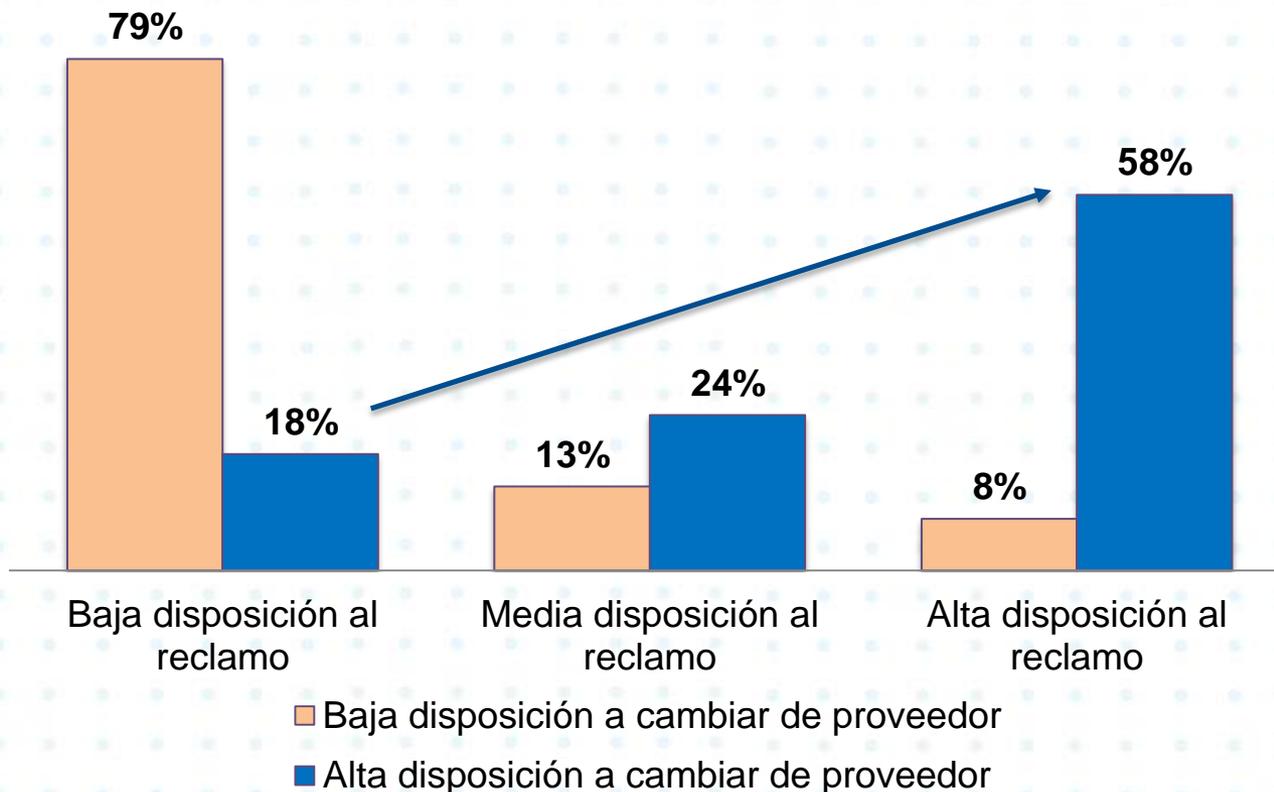


MERCADOS EN LOS QUE QUISIERA CAMBIAR DE PROVEEDOR



DISPOSICIÓN AL RECLAMO POR DISPOSICIÓN A CAMBIAR DE PROVEEDOR

A mayor disposición al reclamo, mayor la disposición a cambiar de proveedor.



PRINCIPALES CONCLUSIONES

Perfil de los consumidores – reclamos

- **32% no ha reclamado porque es escéptico de su resultado. Es decir, 4.160.000 mayores de 18 años en Chile potencialmente podrían reclamar, pero no lo hacen.**
- **40% ha reclamado alguna vez en la vida.**
- **29% no ha reclamado nunca en su vida porque no ha tenido problemas.**

El perfil de los que están dispuestos a reclamar

- **El que reclama también está dispuesto a cambiar de proveedor.**
- **El que no reclama no está dispuesto a cambiar de proveedor.**
- **A pesar de la alta disposición a cambiar de proveedor, un 58% no se cambiaría de proveedor en ninguno de los mercados medidos, y un 70% no se cambiaría de proveedor de agua o luz si pudiera hacerlo.**

El perfil de los que están dispuestos a reclamar

- **La disposición a reclamar depende del lugar que las personas ocupan en la sociedad:**
 - **Los que se auto clasifican en estratos bajos, tienen menor disposición a reclamar y a cambiar de proveedor. Estos son los consumidores más vulnerables, con menos recursos para defender sus derechos.**
 - **Por el contrario, los que reclaman más son los que se auto clasifican en los estratos más altos y tienen también alta disposición a cambiar de proveedor. Tienen a la vez los mismos menores grados de vulnerabilidad.**

El perfil de los que están dispuestos a reclamar

- **Existe un círculo vicioso, en el que la mayor vulnerabilidad ante el consumo está en quienes justamente ejercen menos su derecho a reclamar.**
 - **En este sentido, el reclamo puede romper este círculo, en tanto instrumento de defensa de los derechos, más allá del lugar donde cada consumidor se ubica en la sociedad.**
 - **El ejercicio de reclamar se aprende.**

GRACIAS

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

WWW.SERNAC.CL