

EL NUEVO CONSUMIDOR

Juan José Ossa

Director Nacional

Servicio Nacional del Consumidor

AmCham Chile

JULIO 2013



SERNAC

Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

Gobierno de Chile

ESCENARIO ACTUAL

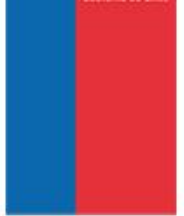


- La economía de mercado ha contribuido al bienestar.
- Las empresas han sido clave .
- Las bondades del comercio son evidentes.
- Pero al mismo tiempo, Adam Smith decía que el intercambio debía ser «honesto y deliberado».

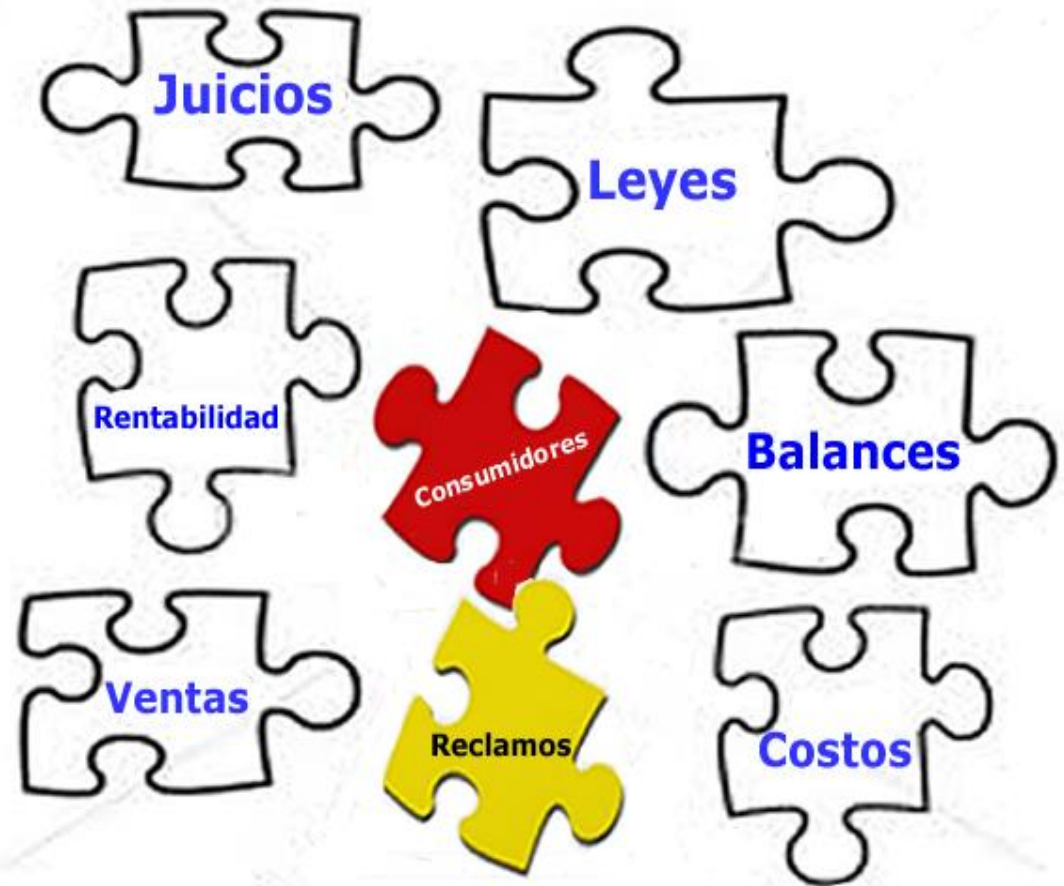
Hemos fallado, y hay desconfianza.

- **¿Por qué?** Diversas empresas le han fallado a los consumidores y en ese escenario, también han pagado justos por pecadores.
- Respetar al consumidor no es sólo un imperativo legal, ético y moral, sino también **una estrategia de negocio.**
- Toca ahora competir por la calidad en el trato de los consumidores, esto es calidad de los servicios.
- **Esto requiere un cambio cultural, que debe estar presente en toda la cadena de producción de la empresa.**

DEBERES DE LOS DIRECTORES



¿CUÁLES SON LAS PARTES CLAVES DE MI NEGOCIO?



PUNTOS DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR EN LA CADENA DE VALOR DE LA EMPRESA



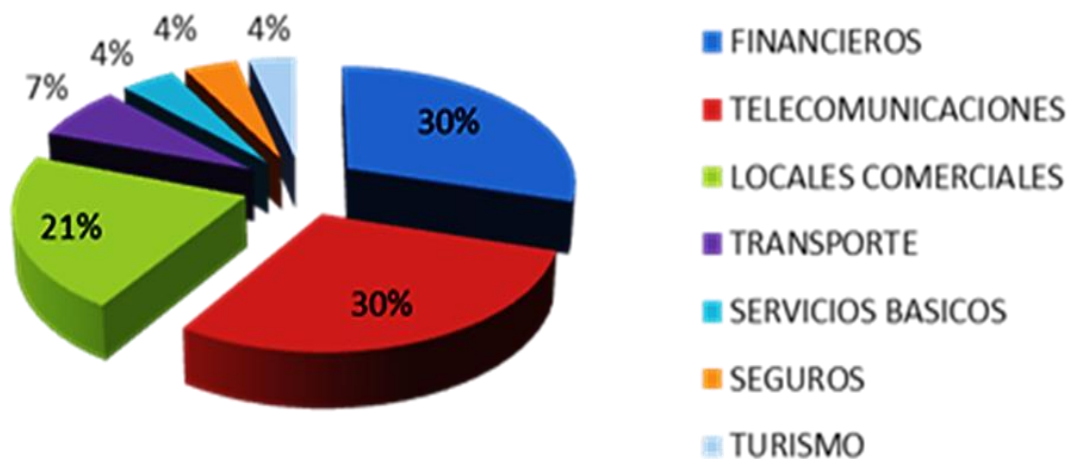
A hand holding a yellow pencil is shown writing on a white sheet of paper. The paper is tilted and has some faint, illegible markings. The background is white. In the top right corner, there is a small vertical rectangle with a blue top half and a red bottom half. In the bottom right corner, there is a small red square with the number 5 inside it.

QUÉ SABEMOS DE LOS CONSUMIDORES

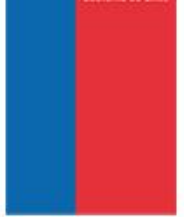
Sabemos que... Reclaman

- ✓ Constante **aumento de reclamos**, pasando de casi **207 mil quejas el 2010 a casi 324 mil en 2012 (aumento de un casi 57%)**.

Mercados Más Reclamados el 2012



Sabemos que... **quieren ser escuchados**



- ✓ **Un 53% de los consumidores reclama directamente a la empresa.**
- ✓ **95% reclama** cuando sus derechos son vulnerados.
- ✓ **Los consumidores quieren más que soluciones a sus reclamos, quieren al menos, una respuesta.**

(*) Encuesta telefónica realizada por Front Desk 2011 por encargo del SERNAC y aplicada a 1.200 consumidores de todo Chile.



Sabemos que... **sus decisiones impactan el mercado**



- ✓ **Un cliente satisfecho** se lo cuenta a 3 personas.
- ✓ **Un cliente insatisfecho** se lo dice a 11 personas.
- ✓ **Entre el 54 y el 70%** de quienes reclaman vuelven a comprar a la compañía **si resuelve el problema.**
- ✓ **Sube a 95%** si siente que **se resolvió rápido.**

Fuente: Kotler



La Misión del SERNAC **permite**



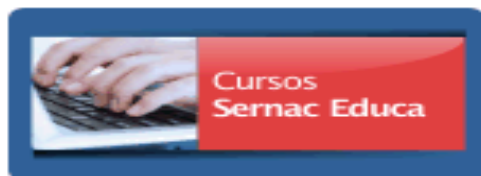
- **Educar.**
- **Informar.**
- **Proteger.**

A los consumidores en temas de consumo y Ley. 19.496



¿Cómo Educa?

- Promoviendo el desarrollo de habilidades en los **consumidores**.
- Entregando conocimiento en temas de consumo a los **profesores**.
- Incorporando contenido de consumo en las **salas de clases**.
- Sensibilizando a la **ciudadanía organizada**.
- Inclusión Financiera. **Mesa de trabajo**.



!!!NOSOTROS TAMBIÉN PARTICIPAMOS!!!



Porque nos interesa prepararnos para ser consumidores responsables, nuestro colegio también participa del **PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA**

¿Cómo Informa?

- Estudios de precios periódicos que transparentan los mercados (medicamentos, bencinas, canasta de abarrotes, pan, buses).
- Estudios de Créditos (de consumo, tarjetas de crédito, avance en efectivo).
- Realización y difusión de rankings de empresas.
- Ranking Proveedor No Responde.



¿Cómo Protege?

- Busca **soluciones oportunas y adecuadas** antes de llegar a Tribunales a través de la **mediación** colectiva e individual.
- **Denuncia** a los tribunales aquellos hechos que afecten el interés general de los consumidores.
- **Demandas colectivas.**

Mediaciones Colectivas: Entre 2010 y 2012 se han iniciado más de 260.

Juicios Interés General: Entre 2010 y 2012 se han iniciado más de 1.668.

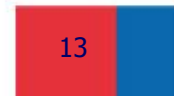
Juicios Interés Colectivo: Entre 2010 y 2012 se han iniciado más de 43.



Compensaciones

MONTOS COMPENSACION	AÑO
\$ 294.589.996	2010
\$ 1.878.335.747	2011
\$ 2.998.301.102	2012

TOTAL 2013: Más de 3.200.000.000



¿Qué ámbitos debemos considerar como empresa?





Cláusulas Abusivas

**Analizando el origen
de todos los males**

¿Qué es una cláusula abusiva?



Son aquellas **reglas del juego** que fijan las empresas en los contratos y que establecen **condiciones que pueden perjudicar a los consumidores.**

¿Dónde hemos encontrado Cláusulas Abusivas?

En Contratos de...

**Rescate
Domiciliario**

Alarmas

Encomiendas

Inmobiliarias

Educación

**Contratos
Financieros**

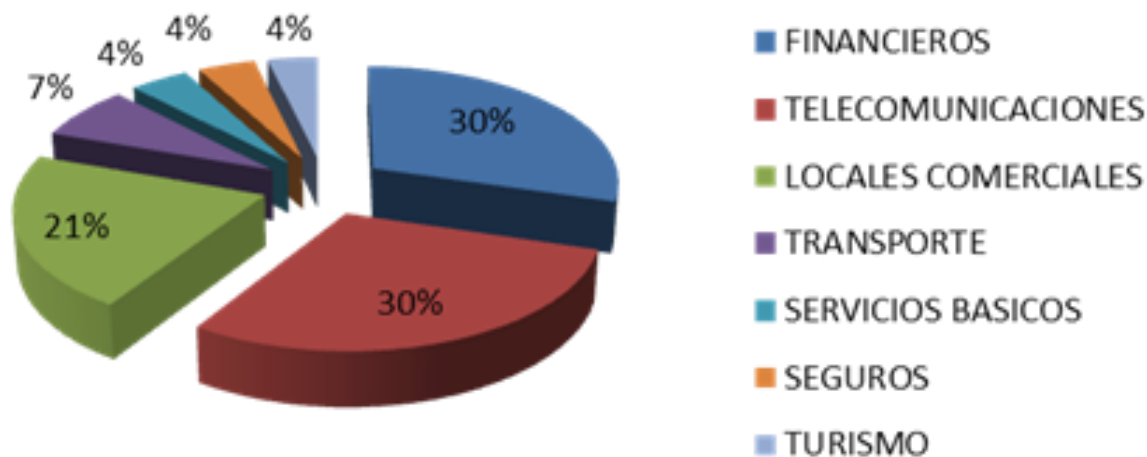
Ticketeras

Autopistas

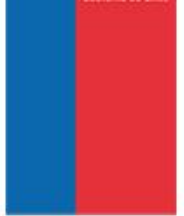
Telecomunicaciones

¿En qué pueden traducirse las cláusulas abusivas?

Mercados Más Reclamados



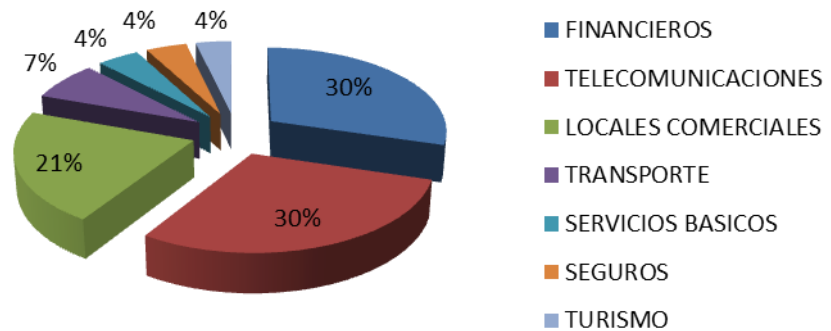
Gestión de Reclamos



➤ **324.000** reclamos en 2012.

➤ **546.094** consultas en 2012.

Mercados Más reclamados 2012



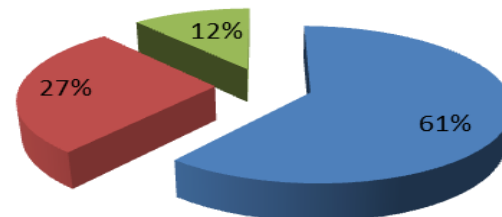
Mejorar Gestión de Reclamos



Modelo Interoperabilidad con Proveedores

¿Cómo responden las empresas ante los reclamos?

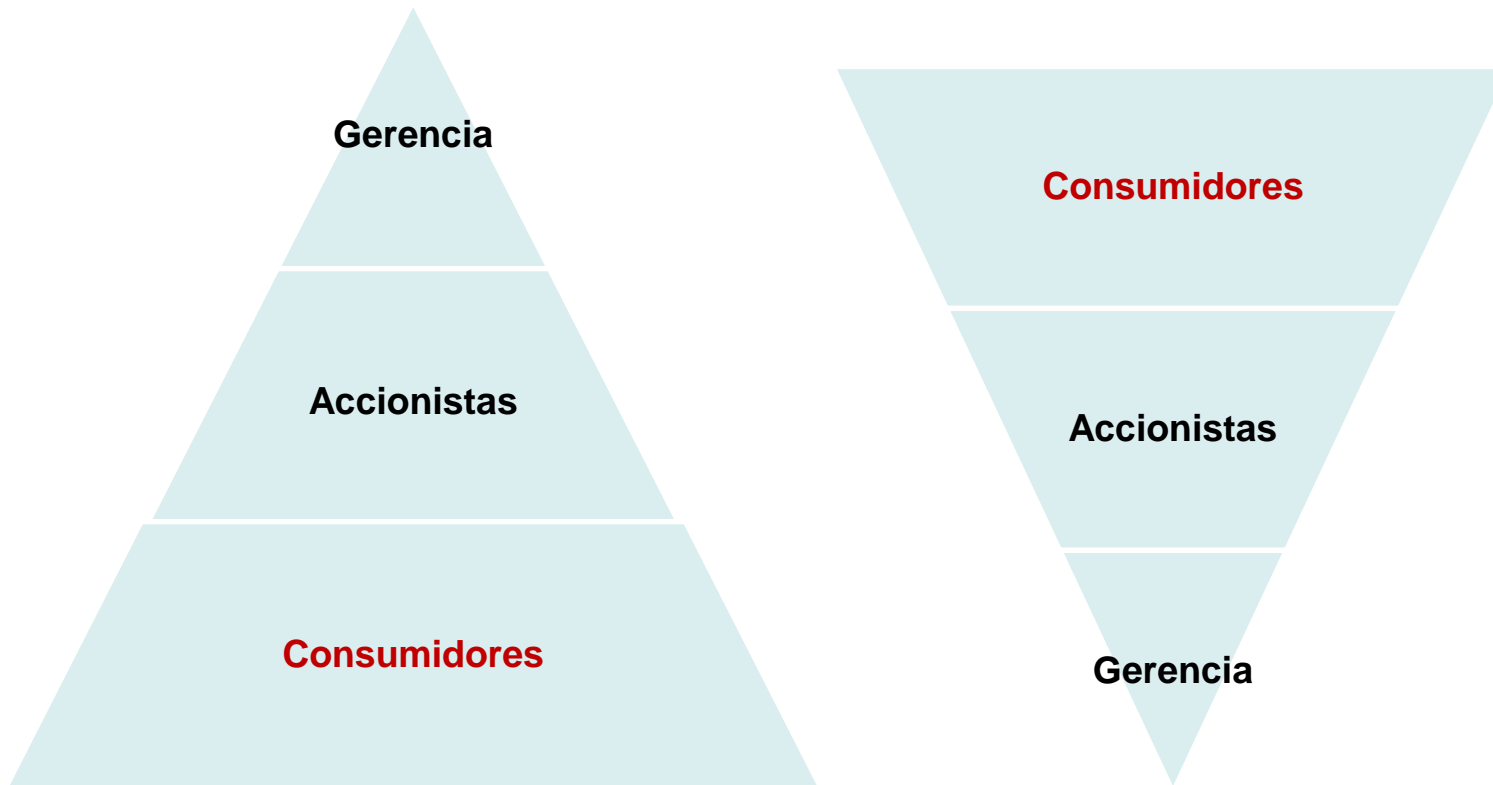
■ PROVEEDOR ACOGE ■ PROVEEDOR NO ACOGE
■ PROVEEDOR NO RESPONDE





¿Cuál debiera ser la actitud de las empresas?

Cambio de foco



Nuestro objetivo es propiciar un cambio cultural, en que los consumidores sean los primeros en la cadena de valor de las empresas, y las empresas entiendan la importancia de incorporarlos como el motor fundamental de su negocio.

El SERNAC trabajará incansablemente por los consumidores hasta

➤ **Avanzar** hacia una mayor protección de los consumidores. Se requiere que las empresas aprendan a escuchar a sus clientes y vean en la solución de sus problemas un buen negocio.

➤ **Elevar** el valor de la confianza y ver a los consumidores y el mercado en una combinación virtuosa, donde ambos puedan cumplir un rol en la generación de este valor.

Gracias



SERNAC
Ministerio de
Economía, Fomento
y Turismo

Gobierno de Chile