

## Los Reclamos del Consumidor en el Sernac

---

**Hermann Consultores**

**Noviembre del 2014**

[hermannconsultores@gmail.com](mailto:hermannconsultores@gmail.com)

*Teléfono: 23795194*

*Av. Presidente Kennedy 5757 of. 406*

## Índice

1) Resumen Ejecutivo.....	3
2) Introducción .....	4
3) La reforma a la Ley del Consumidor .....	4
3.1) El contenido.....	4
4) Las características de los reclamos en el Sernac .....	5
4.1) El número de reclamos nacional.....	7
4.2) El número de reclamos regional .....	9
4.3) El número de reclamos comunal .....	9
4.4) Los canales para realizar los reclamos .....	11
4.5) El motivo legal de los reclamos.....	12
4.6) El tipo de respuesta de los reclamos.....	13
4.7) La respuesta de los reclamos por mercado .....	15
5) Conclusiones .....	18

## 1) Resumen Ejecutivo

El informe analiza las características de los reclamos de los consumidores en el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), institución que realiza una especie de mediación denominada entendimiento voluntario -forma más corta y eficiente para encontrar soluciones- entre el consumidor y el proveedor. Los principales aspectos son:

- **El número de reclamos ingresados al Sernac a nivel nacional creció un 18,9% promedio desde 130.951 a 311.756 entre el 2008 y 2013.** El número de reclamos por cada 10.000 habitantes aumentó desde 78 a 180 entre el 2008 y 2013.
- **La Región de Atacama presenta el mayor número de reclamos con 285 por cada 10.000 habitantes entre el 2011 y 2013.** Le siguen, la Región Metropolitana y Arica-Parinacota con alrededor de 220 reclamos. La Región de La Araucanía exhibe la menor cifra con 94 reclamos.
- **La comuna de Santiago tiene el mayor número de reclamos con 1.038 por cada 10.000 habitantes entre el 2011 y 2013.** Luego, Providencia con 576, Ñuñoa con 575, San Miguel con 449 y Concepción con 445.
- **El uso de internet para realizar los reclamos aumentó desde un 51% a un 71% del total entre el 2008 y el 1° semestre del 2014.** Las regiones que presentaron un mayor aumento del uso de internet son Magallanes, Maule, Araucanía y O'Higgins.
- **Los principales motivos legales del reclamo son “problemas de ejecución contractual” y “garantías” con un 34% y 11% del total, respectivamente, entre el 2012 y 1° semestre del 2014.**
- **En los entendimientos voluntarios, un 53% de los reclamos son acogidos por el proveedor.** Luego, el proveedor no acoge los reclamos en un 25,5% y no responde en un 10,9% de los casos, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.
- **El sector telecomunicaciones tiene el mayor porcentaje de respuestas satisfactorias con un 69,8%.** Le sigue, Seguridad con un 68,3%, Retail Ferretero con un 65,9% y Comercio a Distancia con un 64,5%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.
- **Los Centros de Estética y Gimnasios presentan el mayor porcentaje de respuestas insatisfactorias a sus clientes con un 69,1%.** Luego, Servicio Técnico con un 65%, Inmobiliarias con un 62,1% y Consumo en Local con un 61,8%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.
- Hoy los consumidores están más conscientes de sus derechos. El Sernac ha reforzado la información, difusión y educación sobre la Ley del Consumidor, junto con fortalecer su sistema de atención presencial, página web, call center y red de alianzas con los municipios.

## **2) Introducción**

La Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores regula la relación existente entre los proveedores de bienes o servicios y los consumidores, estableciendo derechos y obligaciones entre ellos. Además, los ciudadanos frente a una denuncia tienen dos formas de realizarla.

En primer lugar, los consumidores pueden recurrir al Servicio Nacional de Consumidor (Sernac), el cual está facultado para promover un entendimiento –mediación- entre el proveedor y el consumidor, como también hacerse parte si tal entendimiento voluntario no se logró en aquellas causas que comprometan el interés general de los consumidores.

En segundo lugar, los consumidores pueden realizar directamente una denuncia a través de los Juzgado de Policía Local (JPL) de la comuna donde se celebró el contrato respectivo, accediendo a una instancia judicial expedita.

En particular, la ley permite a los consumidores denunciar ante la justicia a los oferentes cuando cometen alguna infracción a la Ley del Consumidor, generando una sanción (multas para los infractores) y obligándolos, en caso que se acoja la respectiva demanda, a pagar una indemnización por daños y perjuicios.

Finalmente, el Sernac en su página web cuenta con formularios tipo para que el consumidor pueda hacer sus reclamos o realizar una demanda ante el JPL, junto con disponer de una breve explicación sobre cómo se aplica la ley y cuáles son los derechos y deberes del consumidor.

## **3) La reforma a la Ley del Consumidor**

El gobierno ingresó una reforma a la Ley del Consumidor al Congreso el 2 de junio del 2014 (Boletín N° 9369-03) con el objetivo de fortalecer al Sernac para que tenga atribuciones reales y efectivas para defender los derechos de los consumidores.

### **3.1) El contenido**

En general, al Sernac se le entrega la facultad de fiscalizar, sancionar, interpretar la ley y dictar normas de carácter general. Los principales aspectos de la reforma son:

- a) Juez y parte: entregar al Sernac facultades normativas, fiscalizadoras y sancionatorias.
- b) Interpretación de la ley: otorgar al Sernac la facultad de aplicar e interpretar administrativamente la normativa de protección a los consumidores.

- c) Fiscalización rigurosa: el Sernac podrá solicitar información sin límites de tiempo o materias, fijará una multa de 1.000 UTM, en caso de que la empresa se niegue a entregarla y podrá ingresar a recintos privados con ayuda de la fuerza pública.
- d) Reemplazo de Juzgados de Policía Local: cuando se presente una denuncia individual por reclamos con una cuantía inferior a 25 UTM, el Sernac ordenará a un funcionario que recopile las pruebas de la supuesta infracción frente a la denuncia de un consumidor para determinar si efectivamente hay una infracción y, si así se requiere, establecer una multa a la empresa por parte del Director Regional del Sernac. Es decir, prácticamente, los consumidores no deberán recurrir a los JPL como lo hacen hoy en día.
- e) Obligación de mediación: se mejora la instancia de entendimiento voluntario, transformándola en una auténtica mediación, y se permite al Sernac gestionar mediaciones colectivas, previo a la instancia judicial. Así, la empresa en la mediación deberá reconocer la falta y pagar la multa al consumidor, en caso de cometer una infracción a la Ley del Consumidor.
- f) Aumento de multas: el valor de las multas frente a una infracción de la Ley del Consumidor son incrementadas entre 2 y 10 veces según el tipo de infracción.
- g) Amplia los plazos de prescripción: se modifica el plazo desde 6 meses a 2 años de prescripción de las acciones que persiguen la responsabilidad contravencional, contados desde que se haya incurrido en la infracción respectiva.
- h) Asociación de consumidores: modifica la forma sobre cómo pueden generar su financiamiento.

#### **4) Las características de los reclamos en el Sernac**

Actualmente, un consumidor puede ingresar un reclamo por una supuesta infracción a la Ley del Consumidor en contra de un proveedor a través de dos canales: internet y presencial en oficinas del Sernac<sup>1</sup>. El plazo del reclamo debe ser puesto en conocimiento hasta seis meses después del pago del producto o servicio. El ingreso del reclamo es por medio de un formulario que consta de tres pasos:

- i. Ingresar los datos del consumidor: la información obligatoria corresponde a nacionalidad, nombre, apellido, género, dirección, correo electrónico y autorización para publicar información en prensa y tratamiento de datos personales.

---

<sup>1</sup> También, existe la posibilidad de concurrir al Instituto de Previsión Social (IPS).

- ii. Ingresar los datos del proveedor: la información obligatoria corresponde al nombre comercial, dirección y razón social, que puede ser obtenida desde una base de datos del directorio de empresas del Sernac.
- iii. Ingresar los datos del reclamo: la información obligatoria corresponde al número de la boleta o contrato, fecha del hecho, monto, exponer la situación que reclama, señalar si existió reclamo ante la empresa y expresar la solución solicitada.

Por lo tanto, una vez enviados todos los antecedentes anteriores, se le entrega al consumidor un número del caso, el cual le permitirá realizar un seguimiento del estado de éste.

Luego, el Sernac comienza una especie de mediación denominada entendimiento voluntario - forma más corta y eficiente para encontrar soluciones- entre el consumidor y el proveedor con todos los antecedentes obtenidos del formulario de reclamo. Entonces, en el caso de que la respuesta del proveedor es insatisfactoria para el consumidor, éste puede recurrir al Juzgado de Policía Local de la comuna donde realizó la compra o contratación del servicio, presentando por escrito y personalmente la denuncia respectiva.

En particular, en caso de que el reclamo concierne sobre una empresa regulada por las Superintendencias tales como Bancos, Seguros, AFP, Salud, Electricidad y Aguas, entre otras, el consumidor debe recurrir primero a dicha oficina para interponer el respectivo reclamo, las que se pronunciarán exclusivamente respecto de las materias que se encuentran expresamente reguladas en sus leyes sectoriales, determinando eventuales multas, pero no indemnizaciones de perjuicios.

Por último, el Sernac posee una base de datos histórica con el detalle de los reclamos de los consumidores ingresados a la institución. Dado que la base de datos no es pública, se realizó una solicitud de acceso a información pública según la Ley de Transparencia<sup>2</sup> para su obtención, siendo entregada la información de forma innominada en los plazos establecidos.

La base de datos sobre reclamos del consumidor contiene la siguiente información:

- i. Comuna
- ii. Región
- iii. Nombre del mercado
- iv. Nombre de la categoría del mercado
- v. Tipo de producto
- vi. Motivo legal del reclamo
- vii. Resultado del reclamo

---

<sup>2</sup> Ley N° 20.285.

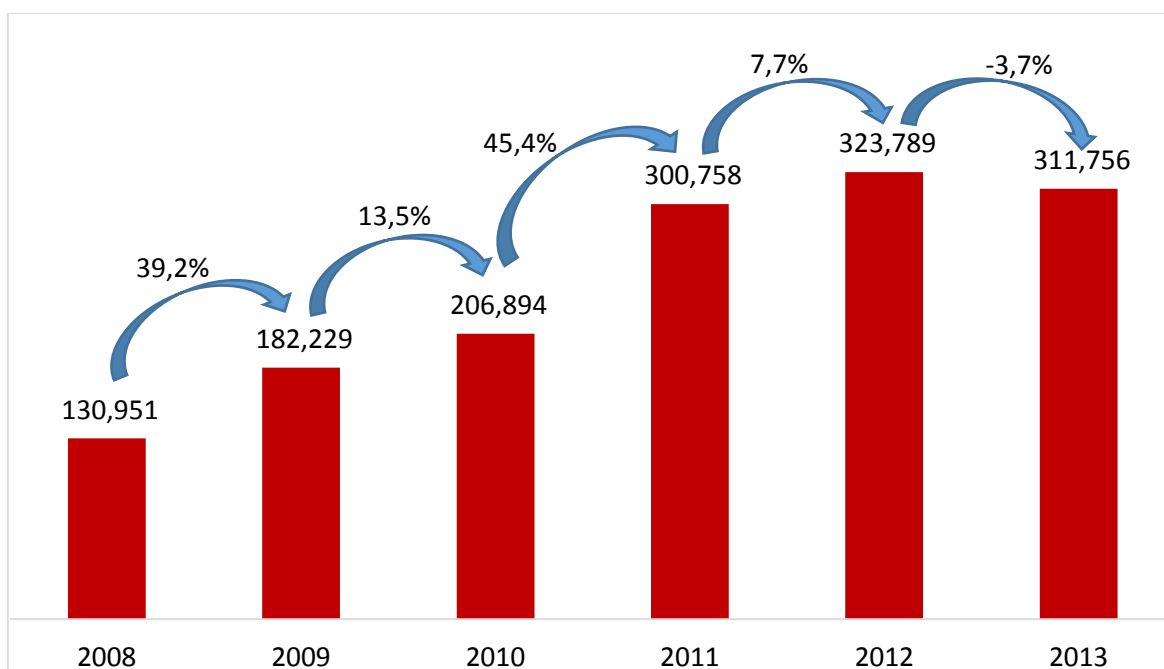
A partir de la información anterior, se realizará un análisis sobre los reclamos ingresados al Sernac por supuestas infracciones a la Ley del Consumidor.

#### 4.1) El número de reclamos nacional

En primer lugar, se observa que el número de reclamos ingresados al Sernac por infracción a la Ley del Consumidor a nivel nacional creció un 18,9% promedio<sup>3</sup> desde 130.951 a 311.756 entre el 2008 y 2013, ver gráfico 1.

Además, el número de reclamos presentan un crecimiento sostenido durante el periodo de análisis, salvo el leve decrecimiento del 2013. Destacar, el aumento importante de reclamos con tasas de crecimiento en torno al 40% anual en el 2009 y 2011.

**Gráfico N°1: Número de reclamos en el Sernac a nivel nacional**



Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

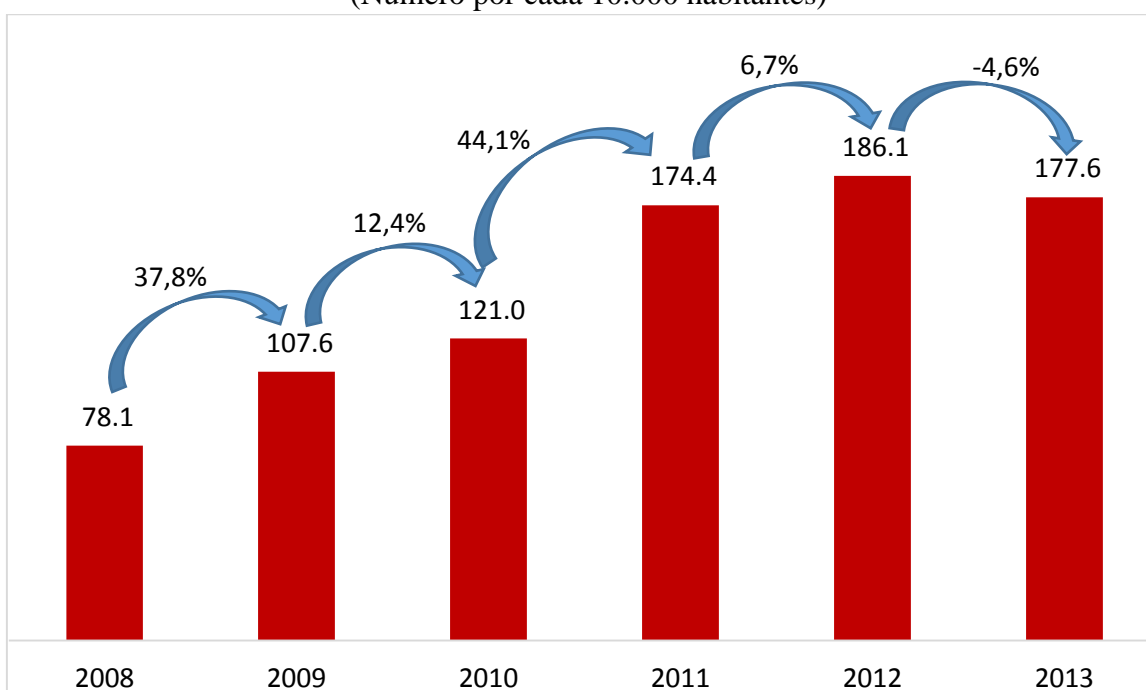
La explicación del crecimiento sostenido de los reclamos se debe a que, actualmente, los consumidores están más conscientes de sus derechos y están dispuestos a ejercerlos. A su vez, el Sernac está constantemente informando, difundiendo y educando sobre la Ley del Consumidor, junto con potenciar su sistema de atención presencial, página web, call center y red de alianzas con los municipios. También, el vigoroso aumento de los reclamos en el 2011 se debe a los 40.000 reclamos de los consumidores que se vieron afectados por las repactaciones unilaterales de créditos por parte de la Casa Comercial La Polar, que terminó en una demanda colectiva en contra de la empresa.

<sup>3</sup> Se utiliza la media geométrica por la variabilidad en las tasas de crecimiento anuales.

Igualmente, se observa una evolución similar al utilizar los reclamos en términos per cápita. Destacar, que es relevante considerar en el análisis la evolución de la población, ya que existe una relación directa entre el número de reclamos de los consumidores y la población, siendo en términos per cápita la forma correcta de analizar las cifras de reclamos.

Al respecto, en el gráfico 2 se muestra la evolución del número de reclamos ingresados por cada 10.000 habitantes al Sernac. En efecto, se observa que el número de reclamos era 78 en el 2008, cifra que aumenta a alrededor de 180 reclamos por cada 10.000 habitantes a finales del periodo de evaluación. A su vez, la tasa de crecimiento promedio<sup>4</sup> de los reclamos per cápita ingresados fue 17,8% entre el 2008 y 2013.

**Gráfico N°2: Número per cápita de reclamos en el Sernac**  
(Número por cada 10.000 habitantes)



Fuente: elaboración propia en base a Sernac e INE.

Un aspecto interesante es el descenso en el número de reclamos de los consumidores en el 2013, situación que se puede deber a que los proveedores han sido más activos en resolver los reclamos de los consumidores, previo a la mediación del Sernac, dado el actual dinamismo socioeconómico con una población más empoderada en exigir el cumplimiento de sus derechos. Lo anterior, debe ser evaluado con la información sobre reclamos del 2014, a fin de corroborar si la baja es meramente puntual o corresponde a una mejor relación entre clientes y proveedores.

<sup>4</sup> Se utiliza la media geométrica por la variabilidad en las tasas de crecimiento anuales.



#### 4.2) El número de reclamos regional

En segundo lugar, a nivel regional se observa que la Región de Atacama es la que presenta el mayor número de reclamos promedio ingresados al Sernac con 285 por cada 10.000 habitantes entre el 2011 y 2013, mientras que la Región de La Araucanía exhibe la menor cifra promedio con 94 reclamos ingresados, ver tabla 1. Además, la Región Metropolitana y Arica-Parinacota tuvieron alrededor de 220 reclamos promedio entre el 2011 y 2013, seguidos por Antofagasta y Magallanes con una cifra en torno a los 200 casos por cada 10.000 habitantes.

**Tabla N°1: Número per cápita de reclamos en el Sernac según Región**  
(Número por cada 10.000 habitantes)

Ranking	Región	2011	2012	2013	Promedio
1	Atacama	325	269	261	285
2	Metropolitana	208	238	224	223
3	Arica-Parinacota	196	218	239	218
4	Antofagasta	187	231	198	205
5	Magallanes	177	199	203	193
6	Valparaíso	188	196	182	188
7	Coquimbo	188	192	166	182
8	Aysén	160	183	179	174
9	Tarapacá	168	151	164	161
10	Los Lagos	169	131	130	143
11	Los Ríos	155	123	136	138
12	O'Higgins	137	128	135	134
13	Maule	127	113	111	117
14	Bio- Bío	108	114	113	112
15	Araucanía	80	101	100	94

Fuente: elaboración propia en base a Sernac e INE.

Lo anterior, es evidencia de que no existe un patrón claro sobre el comportamiento de los reclamos a nivel regional, en que tanto regiones grandes como pequeñas pueden presentar un alto número per cápita de reclamos.

#### 4.3) El número de reclamos comunal

En tercer lugar, se analiza los reclamos ingresados al Sernac a nivel comunal, observándose una marcada heterogeneidad a lo largo del país.

En particular, la comuna de Santiago es la que tiene el mayor número de reclamos promedio ingresados con 1.038 por cada 10.000 habitantes, seguida por Providencia con 576, Ñuñoa con 575, San Miguel con 449 y Concepción con 445, entre otras, entre el 2001 y 2013. En la tabla

2, se muestra el ranking de las 25 comunas con mayor número de reclamos ingresados por cada 10.000 habitantes.

**Tabla N°2: Número per cápita de reclamos en el Sernac según comuna**  
(Número por cada 10.000 habitantes)

Ranking	Comuna	2011	2012	2013	Promedio
1	Santiago	850	1,148	1,115	1,038
2	Providencia	480	656	593	576
3	Ñuñoa	490	632	604	575
4	San Miguel	389	483	475	449
5	Concepción	413	461	462	445
6	Vallenar	423	480	393	432
7	Chañaral	505	347	334	395
8	Antártica	112	449	617	393
9	Las Condes	311	419	388	373
10	Conchalí	366	378	339	361
11	Vitacura	286	391	367	348
12	Independencia	301	367	348	339
13	La Cisterna	299	333	342	325
14	Macul	280	339	334	318
15	La Reina	261	323	311	298
16	Diego de Almagro	261	337	280	293
17	Huasco	225	261	378	288
18	Quinta Normal	262	292	289	281
19	Viña del Mar	269	284	251	268
20	Copiapó	330	232	242	268
21	La Serena	263	286	231	260
22	Caldera	296	229	231	252
23	Recoleta	240	263	237	247
24	San Felipe	242	247	250	246
25	Machalí	238	233	263	245

Fuente: elaboración propia en base a Sernac e INE.

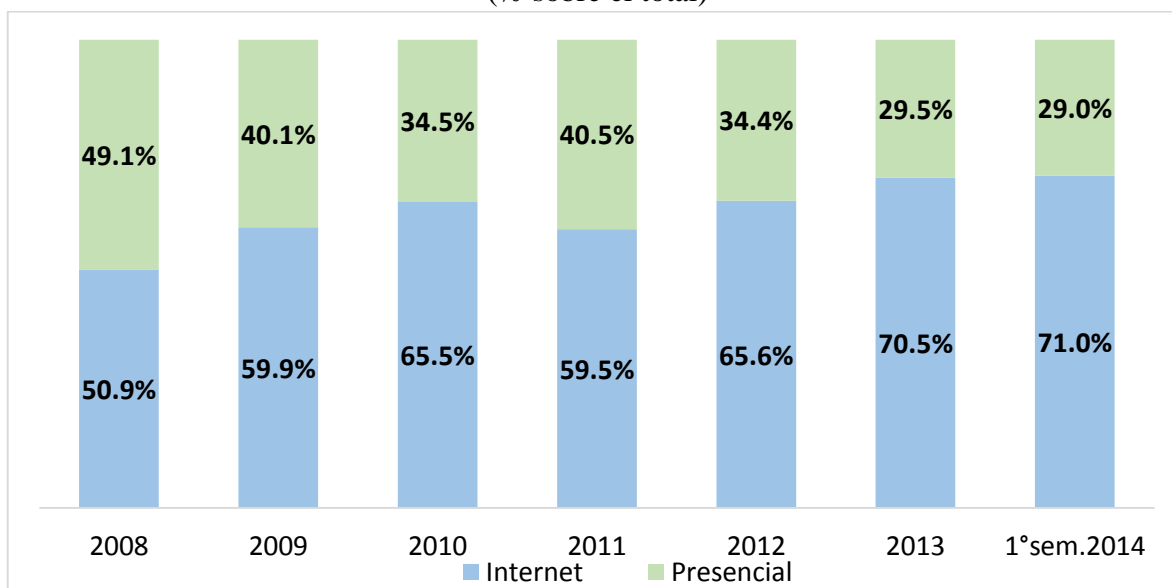
En consecuencia, se puede comprobar una marcada heterogeneidad en que las comunas grandes y pequeñas, como también con altos y bajos ingresos presentan altas cifras de reclamos ingresados al Sernac en relación al resto.

#### 4.4) Los canales para realizar los reclamos

En cuarto lugar, un consumidor puede ingresar un reclamo por una infracción a la Ley del Consumidor en contra de un proveedor a través de dos canales: internet y presencial en oficinas del Sernac<sup>5</sup>.

En concreto, el uso de internet para realizar los reclamos presentó un aumento importante a nivel nacional desde un 51% del total en el 2008 a un 71% en el 1° semestre del 2014, ver gráfico 3.

**Gráfico N°3: Porcentaje de reclamos por tipo de canal**  
(% sobre el total)



Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

La explicación del mayor uso del canal internet se debe al aumento en la tasa de penetración de internet fija por cada 100 habitantes del país, que creció desde 8,5 a 13 entre diciembre del 2008 y 2013, como también la tasa de penetración de internet móvil se elevó desde 21,7 a 55,5 entre diciembre del 2009 y 2013, según información de la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

Del mismo modo, a nivel regional se observa un aumento importante del porcentaje de reclamos que son realizados por internet al comparar el año 2008 y 1° semestre del 2014, ver tabla 3. En particular, las regiones que presentaron un mayor aumento del uso de internet como canal para realizar los reclamos son Magallanes, Maule, Araucanía y O'Higgins, mientras que las regiones que mostraron un menor aumento son Tarapacá, Los Lagos y Antofagasta.

<sup>5</sup> También, existe la posibilidad de concurrir al Instituto de Previsión Social (IPS).

**Tabla N°3: Porcentaje de reclamos por internet según Región**  
(% sobre el total de cada Región)

Ranking	Región	2008	Ranking	Región	1°sem.2014
1	Metropolitana	70.7%	1	Metropolitana	87.4%
2	Antofagasta	42.1%	2	Valparaíso	65.6%
3	Valparaíso	41.6%	3	O'Higgins	57.3%
4	Bio-Bío	40.8%	4	Antofagasta	57.3%
5	Los Lagos	33.6%	5	Bio-Bío	56.6%
6	Coquimbo	29.7%	6	Maule	55.7%
7	O'Higgins	29.5%	7	Araucanía	53.0%
8	Tarapacá	29.1%	8	Magallanes	49.4%
9	Maule	26.5%	9	Los Lagos	46.7%
10	Araucanía	24.7%	10	Coquimbo	46.3%
11	Los Ríos	20.4%	11	Los Ríos	43.8%
12	Atacama	19.1%	12	Aysén	41.2%
13	Aysén	18.2%	13	Tarapacá	41.1%
14	Magallanes	15.6%	14	Atacama	36.6%
15	Arica	10.0%	15	Arica	26.9%

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

Por lo tanto, es esperable que en el futuro las regiones extremas del país aumenten el porcentaje de reclamos realizado por internet, a medida que mejore el acceso a internet en sus localidades.

#### 4.5) El motivo legal de los reclamos

En quinto lugar, el tipo de motivo legal del reclamo ingresado por parte del consumidor al Sernac es bastante variado, pero se concentra en dos grandes motivos que son “problemas de ejecución contractual” por modificaciones unilaterales con un 34% del total de los reclamos y “garantías” referido al no respeto de la garantía legal<sup>6</sup> de los productos con un 10,8% del total de reclamos en el periodo 2012 y 1° semestre del 2014, ver tabla 4.

Luego, le siguen el motivo “servicio defectuoso o negligente” con un 9,0% y “cobros improcedentes” que no fueron expresados en el contrato con un 8,2% del total de reclamos en el periodo 2012 y 1° semestre del 2014.

<sup>6</sup> El derecho a garantía estipulado en la ley es por tres meses.

**Tabla N°4: Porcentaje de reclamos por motivo legal**  
(% sobre el total)

<b>Ranking</b>	<b>Motivo</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>1°sem.2014</b>	<b>Promedio</b>
1	Problemas de ejecución contractual	31.2%	34.8%	36.1%	34.0%
2	Garantía	9.7%	10.7%	11.9%	10.8%
3	Servicio defectuoso o negligente	8.5%	9.2%	9.3%	9.0%
4	Cobros improcedentes	8.2%	8.5%	7.8%	8.2%
5	Facturación excesiva o no consentida	8.5%	7.7%	6.6%	7.6%
6	Seguridad maltrato personal o de bienes	4.0%	4.3%	4.4%	4.2%
7	Dificultades en la ejecución del producto	5.3%	3.7%	3.0%	4.0%
8	Cobranza extrajudicial no corresponde	4.3%	3.4%	3.7%	3.8%
9	Incumplimiento de las condiciones del contrato	2.2%	2.0%	2.4%	2.2%
10	Término de contrato	2.5%	1.8%	1.9%	2.0%
11	Información y publicidad	1.8%	1.9%	1.9%	1.9%
12	Incumplimiento respuesta del proveedor	1.8%	1.8%	1.7%	1.8%
13	Información	2.0%	1.2%	1.0%	1.4%
14	Promociones y ofertas	1.2%	1.7%	1.5%	1.4%
15	Servicio técnico o reparación	1.3%	1.4%	1.6%	1.4%
16	Incumplimiento de la promoción y ofertas	2.0%	1.4%	0.9%	1.4%
17	Repactación	1.4%	1.0%	0.8%	1.1%
18	Cláusulas abusivas contrato adhesión	0.8%	1.0%	1.4%	1.1%
19	Publicación en base de datos	1.0%	0.7%	0.7%	0.8%
20	Negativa a prestar servicio	0.7%	0.4%	0.3%	0.5%
	Otros	1.6%	1.6%	1.2%	1.4%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

#### **4.6) El tipo de respuesta de los reclamos**

En sexto lugar, el Sernac comienza el entendimiento voluntario entre el consumidor y el proveedor con todos los antecedentes sobre el motivo del reclamo. Posteriormente, el proveedor analiza la información y entrega una respuesta al consumidor.

Al respecto, en la tabla 5 se observa que un 53% de los reclamos son “acogidos por el proveedor”, un 25,5% de los casos son “no acogidos” por éste y el “proveedor no responde” con un 10,9%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.

**Tabla N°5: Porcentaje de reclamos por tipo de respuesta**  
(% sobre el total)

<b>Tipo de cierre</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>1°sem.2014</b>	<b>Promedio</b>
Proveedor acoge	48.1%	53.9%	55.4%	54.7%	53.0%
Proveedor no acoge	17.4%	24.5%	28.4%	31.8%	25.5%
Proveedor no responde	11.1%	10.8%	11.0%	10.9%	10.9%
Colectivo	17.2%	5.4%	2.8%	0.5%	6.5%
Proveedor informa caso no procede	2.5%	3.0%	1.5%	1.1%	2.0%
Derivado a Superintendencia	3.1%	1.9%	0.7%	0.6%	1.6%
Antecedentes insuficientes para tramitar	0.6%	0.5%	0.3%	0.4%	0.4%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

En relación, a los dos tipos de respuestas más comunes de los proveedores que son “proveedor acoge” y “proveedor no acoge”, que suman un 78,5% promedio en el periodo, se analizará en detalle las causas de respuesta esgrimida por el proveedor en las tablas 6 y 7.

En efecto, dentro del grupo de las respuestas acogidas por el proveedor, se observa que un 23,9% corresponde a que se “acoge parcial con alternativas”, un 22,2% de los casos se “presentan otra solución” a la solicitada por el consumidor, un 20,7% se “anula el cobro” indebido y un 20,1% de los casos se “presta el servicio” solicitado por el cliente, entre otros, cifras que corresponden al promedio del periodo 2011 y 1° semestre del 2014.

**Tabla N°6: Porcentaje de reclamos que proveedor acoge según causa de respuesta**  
(% sobre el total proveedor acoge)

<b>Proveedor Acoge</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>1°sem.2014</b>	<b>Promedio</b>
Acoge parcial con alternativas	20.1%	21.7%	25.9%	28.0%	23.9%
Presenta otra solución	21.4%	23.4%	24.1%	19.7%	22.2%
Acoge anulando el cobro	22.5%	20.0%	19.2%	21.0%	20.7%
Acoge prestando el servicio	20.7%	22.3%	19.2%	18.3%	20.1%
Acoge cambio o entrega del bien	5.3%	5.0%	5.7%	6.5%	5.6%
Acoge anulación del contrato	6.0%	3.7%	2.4%	3.0%	3.8%
Desistimiento consumidor de la presentación	1.6%	1.3%	1.5%	1.4%	1.5%
Acoge ofrece disculpas	2.1%	1.8%	1.2%	1.2%	1.6%
Acoge reparando el producto	0.5%	0.7%	0.7%	0.8%	0.7%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

Por otra parte, la principal causa por la cual el proveedor no acoge los reclamos es “el rechazo” porque éste no procede dadas las características del producto o servicio contratado con un

82,7%, seguido por “derivación a Superintendencia” con un 8,3% y que la “respuesta del proveedor es inconsistente” con un 8,2%.

**Tabla N°7: Porcentaje de reclamos que proveedor no acoge según causa de respuesta**  
(% sobre el total proveedor no acoge)

<b>Proveedor no acoge</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>1°sem.2014</b>	<b>Promedio</b>
No acoge rechazando el reclamo	86.5%	84.9%	81.7%	77.5%	82.7%
Derivado a Superintendencia	3.6%	8.0%	9.5%	12.3%	8.3%
No acoge respuesta inconsistente	9.9%	6.2%	7.6%	9.2%	8.2%
Derivado a OIRS	0.0%	0.8%	1.2%	1.0%	0.8%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

#### **4.7) La respuesta de los reclamos por mercado**

Por último, se encuentra que el tipo de respuesta de los reclamos de los consumidores es bastante disímil entre mercados, ya sea cuando el proveedor responde satisfactoriamente o de forma contraria a sus clientes.

Destacar, que es importante tener en cuenta las características y el tamaño de los mercados al momento de realizar un análisis comparativo de las respuestas de los reclamos. Más aún, no es correcto realizar un análisis sobre la participación de un mercado en particular sobre el total de reclamos en el país, porque los mercados son muy diferentes entre sí.

Por ejemplo, comúnmente, el Sernac señala que los mercados más reclamados son tres, que concentran casi el 70% de los reclamos en el país: Locales Comerciales, Telecomunicaciones y Financiero.

No obstante, el análisis anterior es incorrecto por la magnitud del tamaño de dichos mercados. Por ejemplo, el sector Locales Comerciales son 354.631 unidades<sup>7</sup> que atienden a millones de personas diariamente. El sector Telecomunicaciones tiene 5.131.763 abonados teléfonos móviles segmento residencial, 2.101.658 conexiones de internet fija residencial y 2.748.458 subscriptores a televisión pagada<sup>8</sup>. El sector Financiero tiene 2.991.935 cuentas corrientes y 4.256.235 deudores con créditos de consumo<sup>9</sup> en los Bancos y existen 4.202.278 tarjetas con operaciones<sup>10</sup> en las Casas Comerciales, entre otros.

<sup>7</sup> Cifra del Servicio de Impuestos Interno para el año 2013.

<sup>8</sup> Cifras de la Subsecretaría de Telecomunicaciones para junio del 2014.

<sup>9</sup> Cifras Superintendencia de Bancos e Instituciones financieras para agosto del 2014.

<sup>10</sup> Cifras Superintendencia de Bancos e Instituciones financieras para junio del 2014

Por otra parte, existen mercados tales como Centros de Estética, Vehículos, Seguridad y Funerarias, entre otros, que poseen un tamaño de clientes bastante menor en relación a los mercados Locales Comerciales, Telecomunicaciones y Financiero descritos en el párrafo anterior, por lo que es esperable que éstos últimos tengan un mayor número de reclamos dada la mayor cantidad de clientes que atienden durante un año.

Por lo tanto, un análisis correcto corresponde en determinar qué porcentaje de los reclamos del mercado propiamente tal son respondidos satisfactoriamente como “proveedor acoge”, ver tabla 8. En particular, el sector telecomunicaciones presenta el mayor porcentaje de respuestas satisfactorias con un 69,8%, seguido por Seguridad con un 68,3%, Retail Ferretero con un 65,9%, Comercio a Distancia con un 64,5% y Seguros con un 56,7%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.

**Tabla N°8: Porcentaje de reclamos que proveedor responde satisfactoriamente, “proveedor acoge”**  
(% sobre el total de cada mercado)

Ranking	Mercado	2011	2012	2013	1°sem.2014	Promedio
1	Telecomunicaciones	71.4%	71.0%	67.1%	69.7%	69.8%
2	Seguridad	70.1%	71.9%	69.8%	61.5%	68.3%
3	Retail ferretero	68.2%	67.5%	55.4%	72.6%	65.9%
4	Comercio distancia	67.1%	62.6%	66.0%	62.5%	64.5%
5	Seguros	57.0%	55.0%	58.8%	55.9%	56.7%
6	Funerarias y cementerio	52.6%	53.1%	55.8%	56.2%	54.4%
7	Prensa e información	64.1%	62.2%	67.6%	18.5%	53.1%
8	Financieros	37.2%	53.0%	58.9%	57.6%	51.7%
9	Locales comerciales	50.1%	50.7%	54.1%	51.2%	51.5%
10	Servicios básicos	37.1%	51.5%	50.2%	56.1%	48.7%
11	Transporte	48.6%	48.3%	51.4%	45.7%	48.5%
12	Combustible	40.1%	48.5%	43.8%	44.1%	44.1%
13	Servicios profesional	43.0%	38.6%	45.1%	33.7%	40.1%
14	Turismo	38.6%	36.6%	40.3%	38.8%	38.6%
15	Vehículos y rodados	36.7%	38.1%	41.0%	38.5%	38.6%
16	Educación	37.9%	35.2%	32.1%	43.0%	37.0%
17	Previsión	35.8%	42.0%	32.7%	31.4%	35.5%
18	Salud	35.2%	34.1%	32.8%	37.4%	34.9%
19	Inmobiliarias	28.9%	33.5%	35.7%	35.9%	33.5%
20	Servicio técnico	32.9%	33.0%	30.8%	26.7%	30.8%
21	Consumo en local	24.3%	33.9%	30.0%	32.4%	30.2%
22	Centros de estética y gim.	31.2%	19.4%	30.7%	18.7%	25.0%
23	Entretención	14.6%	7.2%	13.0%	16.5%	12.8%
24	Servicios públicos	0.5%	0.7%	1.7%	2.2%	1.3%

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.



Por el contrario, en la tabla 9 se muestra el porcentaje de los reclamos que son respondidos insatisfactoriamente a los clientes, medido como la suma de las respuestas “Proveedor no acoge”, “Proveedor no procede” y “Proveedor no responde”. En concreto, los Centros de Estética y Gimnasios presentan el mayor porcentaje de respuestas insatisfactorias a sus clientes con un 69,1%, seguido por Servicio Técnico con un 65%, Inmobiliarias con un 62,1%, Consumo en Local con un 61,8% y Vehículos con un 60,6%, entre otros. Cabe señalar, que la mayoría de las empresas pertenecientes a dichos mercados son micro, pequeña y mediana empresa, salvo el caso de las Inmobiliarias.

**Tabla N°9: Porcentaje de reclamos que proveedor responde insatisfactoriamente, “proveedor no acoge”, “caso no procede” y “no responde”**  
(% sobre el total de cada mercado)

Ranking	Mercado	2011	2012	2013	1°sem.2014	Promedio
1	Centros de estética y gim.	64.6%	65.7%	67.5%	78.4%	69.1%
2	Servicio técnico	65.6%	65.2%	60.7%	68.7%	65.0%
3	Inmobiliarias	65.6%	64.4%	59.0%	59.5%	62.1%
4	Consumo en local	50.6%	63.5%	67.3%	65.9%	61.8%
5	Vehículos y rodados	61.4%	61.4%	58.7%	60.7%	60.6%
6	Salud	53.5%	57.2%	64.9%	61.7%	59.3%
7	Turismo	56.9%	54.6%	57.8%	60.4%	57.4%
8	Servicios profesional	54.3%	59.5%	53.1%	61.5%	57.1%
9	Combustible	56.6%	49.4%	46.9%	52.1%	51.3%
10	Educación	53.4%	57.6%	44.9%	56.0%	53.0%
11	Previsión	30.7%	44.4%	61.6%	61.0%	49.4%
12	Transporte	50.6%	47.7%	47.7%	54.1%	50.0%
13	Locales comerciales	46.1%	47.6%	45.3%	48.2%	46.8%
14	Funerarias y cementerio	44.3%	46.2%	43.9%	43.6%	44.5%
15	Entretención	50.4%	23.4%	46.0%	78.7%	49.6%
16	Prensa información	35.9%	33.7%	32.1%	81.5%	45.8%
17	Servicios básicos	25.5%	40.7%	42.7%	43.3%	38.0%
18	Financieros	20.1%	35.3%	39.2%	41.2%	33.9%
19	Comercio distancia	30.9%	26.6%	33.4%	33.8%	31.1%
20	Seguros	23.8%	36.6%	37.2%	40.4%	34.5%
21	Seguridad	29.3%	27.9%	30.2%	38.4%	31.4%
22	Retail ferretero	31.8%	32.5%	20.5%	27.2%	28.0%
23	Telecomunicaciones	20.2%	26.0%	31.4%	28.2%	26.5%
24	Servicios públicos	1.7%	4.3%	8.3%	5.2%	4.9%

Fuente: elaboración propia en base a Sernac.

Finalmente, los mercados de los Servicios Públicos presentan un bajo porcentaje de respuesta en ambas tablas, porque la gran mayoría de los reclamos son derivados a las Superintendencias competentes por parte del Sernac.

## 5) Conclusiones

La Ley 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores regula la relación existente entre los proveedores de bienes o servicios y los consumidores, estableciendo derechos y obligaciones entre ellos.

El gobierno ingresó una reforma a la Ley del Consumidor al Congreso el 2 de junio del 2014 con el objetivo de fortalecer al Sernac para que tenga atribuciones reales y efectivas para defender los derechos de los consumidores. En general, al Sernac se le entrega la facultad de fiscalizar, sancionar, interpretar la ley y dictar normas de carácter general.

El presente informe analiza las características de los reclamos ingresados por los consumidores al Sernac, institución que realiza una especie de mediación -forma más corta y eficiente para encontrar soluciones- entre el consumidor y el proveedor.

En primer lugar, se observa que el número de reclamos ingresados al Sernac por infracción a la Ley del Consumidor a nivel nacional creció un 18,9% promedio desde 130.951 a 311.756 entre el 2008 y 2013. Además, se observa que el número de reclamos era 78 por cada 10.000 habitantes en el 2008, cifra que aumenta a alrededor de 180 reclamos en el 2013 con una tasa de crecimiento promedio de 17,8% en el periodo.

En segundo lugar, a nivel regional se observa que la Región de Atacama es la que presenta el mayor número de reclamos promedio ingresados al Sernac con 285 por cada 10.000 habitantes entre el 2011 y 2013, mientras que la Región de La Araucanía exhibe la menor cifra con 94 reclamos ingresados,

En tercer lugar, la comuna de Santiago es la que tiene el mayor número de reclamos ingresados con 1.038 por cada 10.000 habitantes, seguida por Providencia con 576, Ñuñoa con 575, San Miguel con 449 y Concepción con 445, entre otras.

En cuarto lugar, el uso de internet para realizar los reclamos presentó un aumento importante a nivel nacional desde un 51% del total en el 2008 a un 71% en el 1° semestre del 2014. A su vez, las regiones que presentaron un mayor aumento del uso de internet como canal para realizar los reclamos son Magallanes, Maule, Araucanía y O'Higgins.

En quinto lugar, los principales motivos legales del reclamo ingresado por parte del consumidor al Sernac son “problemas de ejecución contractual” por modificaciones unilaterales con un 34% del total de los reclamos y “garantías” referido al no respeto de la garantía legal de los productos con un 11% del total de reclamos en el periodo 2012 y 1° semestre del 2014.

En sexto lugar, en el proceso de mediación se observa que un 53% de los reclamos son “acogidos por el proveedor”, un 25,5% de los casos son “no acogidos” por éste y el “proveedor no responde” con un 10,9%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.

En séptimo lugar, se analiza la respuesta de los reclamos del consumidor por tipo de mercado, sobre lo cual se destaca, que es importante tener en cuenta las características y el tamaño de los mercados al momento de hacer un análisis comparativo de las respuestas de los reclamos. Más aún, no es correcto realizar un análisis sobre la participación de un mercado en particular sobre el total de reclamos en el país, porque los sectores son muy diferentes entre sí.

En particular, el sector telecomunicaciones presenta el mayor porcentaje de respuestas satisfactorias con un 69,8%, seguido por Seguridad con un 68,3%, Retail Ferretero con un 65,9%, Comercio a Distancia con un 64,5% y Seguros con un 56,7%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014. Por otra parte, los Centros de Estética y Gimnasios presentan el mayor porcentaje de respuestas insatisfactorias a sus clientes con un 69,1%, seguido por Servicio Técnico con un 65%, Inmobiliarias con un 62,1%, Consumo en Local con un 61,8% y Vehículos con un 60,6%, entre otros, en el periodo 2011 y 1° semestre del 2014.

En síntesis, hoy los consumidores están más conscientes de sus derechos y están dispuestos a ejercerlos por medio de los reclamos ingresados al Sernac en contra de los proveedores. El entendimiento voluntario, a pesar de no ser una auténtica mediación por parte del Sernac, ha sido efectiva, entregando una reparación equivalente al daño efectivo causado a los consumidores, sin necesidad de llegar a los tribunales de justicia. La conciencia de los consumidores sobre sus derechos ha sido reforzada por el Sernac a través de la información, difusión y educación sobre la Ley del Consumidor, junto con el fortalecimiento de su sistema de atención presencial, página web, call center y red de alianzas con los municipios.