Memoria Institucional

2016

: Organización de Consumidores y Usuarios ORCUS

Somos una Organización No Gubernamental Chilena, con personalidad Jurídica 10 -5 AC, otorgada por el ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2009.

Nuestra Misión es

Procurar condiciones para un intercambio satisfactorio de bienes y servicios entre proveedores y consumidores a través de la difusión de los derechos, necesidades e intereses de las partes involucradas en los actos de comercio.

Índice

Página

Agradecimientos..... 4
Introducción..... 5

Nuestra Organización

Descripción de la Organización y Funcionamiento..... 6
Presencia Pública..... 9
Análisis FODA..... 11
Marco de actividades definido por ley 19.496..... 15

Resumen Actividades y Aprendizajes 2009 - 2016

Resumen Actividades según línea de Trabajo..... 16

Estrategia Insticuional 2017 - 2019

Focalización de Esfuerzos..... 33
Continuidad de Actividades 35
Proyectos 36
Estudios 37
Vinculación Activa con Stakeholders 38

Información de interés 39

Agradecimientos

A quienes han sido nuestras colaboradoras, inspiradoras de iniciativas y quienes dieron vida a la "Oficina del Consumidor" y a nuestros proyectos:

María Yolanda Pacheco Pinto *Lorena Saavedra* *Silvia Calderón*
Mónica Alarcón *Jacqueline Cabrera* *Jimena Rodríguez.*

A quienes desde el servicio público comprendieron nuestra visión y facilitaron nuestro aporte a la economía nacional:

Juan Antonio Peribonio *Pablo Acchiardi* *Esmeralda Muñoz*
Nicolás Corvalán *Miguel Ángel Guerra.*

A las autoridades que nos dieron espacios, confianza y brindaron colaboración

Senadora *Lily Pérez*
Gobernadores: *Andrés Leiva y César Barra*
Alcalde: *Eduardo Martínez*

A dirigentes gremiales y sociales que fueron colaboradores y socios en diversas iniciativas:

Ximena Órdenes (UFEMUCH)
Marcelo Quezada (Federación Regional de Asociaciones de Funcionarios Municipales)
Ivonne Ramírez (Cámara de Comercio y Turismo de la Calera)
Sandra Acuña (Unión Comunal de Adultos Mayores de la Calera)
Oscar Olivo (Central Autónoma de Trabajadores CAT).

A quienes fortalecieron nuestro aprendizaje desde los Consejos de Participación Ciudadana:

Iván Otárola y Cristián Hermansen (SEC) *Luis Ávila (Superintendente SEC)*
Andrea Pinto (SUBTEL) *Pedro Huichalaf (Subsecretario SUBTEL)*
Soledad Guguein (INP) *Claudia Escalera (MINERGÍA)*

A quienes, desde la empresa privada promovieron el diálogo y el aprendizaje mutuo:

(VTR) Cristián Ariztía *María Paz Epelman* *Francisca Muñoz*
(Entel) Miguel Araya *Katherine Martorell*

A los dirigentes de las Asociaciones de Consumidores con quienes hermanados en una común finalidad, buscamos dar equilibrio y transparencia a todos los mercados:

Hernán Calderón (Conadecus) *Stefan Larenas (ODECU)* *Carla Parra (ACAI)*
Arturo Espinoza (ARCAM Bio-Bio) *Pablo Cumio (ANADEUS)*
Bernardo Barrientos (ACO PUCÓN)

Introducción

Las Asociaciones de Consumidores en Chile son organizaciones generalmente desconocidas por la ciudadanía. Su trabajo, aprendizajes y perspectivas respecto a la sociedad suelen ser reconocidas sólo dentro de grupos especializados en materia de derechos del consumidor.

Este documento representa para ORCUS su ingreso a una nueva etapa de desarrollo y que acepta el desafío de crear una propuesta de valor social propia que consolide el proceso de formación de una identidad, posición respecto al funcionamiento del comercio y una metodología de trabajo.

A partir del año 2010, nuestra organización ha entregado reportes de sus actividades a los consejos municipales de las ciudades en las que opera, detallando un resumen del servicio prestado. Esta memoria, primera de este tipo para ORCUS, es un esfuerzo por consolidar nuestro aprendizaje y propuestas para el futuro.

Este documento ha sido formulado para ser leído por nuestras principales Stakeholders, contrapartes, analistas y encargados de áreas de Responsabilidad Social Empresarial, y miembros del ámbito académico que busquen referencias respecto consumo u organizaciones civiles de nuestra naturaleza.

Es por este motivo, que la profundidad del análisis es introductoria, anticipando publicaciones de documentos futuros destinados a profundizar los temas que nuestros interesados requieran.

Por último, nos resulta importante aclarar que ORCUS ha sido, hasta pocos años atrás, un voluntariado profesional, focalizado en madurar su propia comprensión de las brechas en la relación del Consumidor y Proveedor. Ha explorado diversas estrategias (muchas de ellas inviables) respecto a cómo lograr ser sustentable en el tiempo, (dado el marco legal y condiciones particulares de la realidad Chile) iniciando su etapa de expansión a partir del año 2017.

Autores del documento
Adolfo Henríquez Valenzuela
y Fabiola Jiménez Ferré
Equipo de Estudios y
Desarrollo Organizacional ORCUS

Nuestra Organización

Descripción de la organización y su funcionamiento

Directorio y Miembros

Al día 31 de Diciembre de2016, ORCUS cuenta con 37 socios inscritos. Su directorio es elegido democráticamente entre los socios por periodo máximo de 2 años (a vencer en Agosto de 2017), según lo indicado por los estatutos vigentes.

Los integrantes del directorio de ORCUS para el periodo señalado, son los siguientes:

Nombre miembro del Directorio	Cargo
Guillermo Henríquez Alfaro	Presidente
Lorena Saavedra Saavedra	Vice-Presidenta
Ronnie Jofré Araya	Secretario General
María Yolanda Pacheco	Tesorera
Diego Henríquez Pacheco	Secretario
Carolina Rodríguez E	Directora
George Valdés Silva	Director
Fernando Toro Jara	Director

Organización y Equipos de Trabajo:

El Equipo de trabajo de ORCUS consiste en un grupo nuclear de personas con dedicación permanente, y un segundo grupo, organizado según las funciones que realizan, los cuales prestan labores enmarcadas en proyectos y asesorías profesionales para la organización.

Debido a lo anterior, nuestras labores se organizan funcionalmente en 4 equipos, interdependientes entre sí, cada uno con una respectiva jefatura, la cual es independiente a la movilidad del directorio.

Funciones realizadas por los equipos de trabajo

Relaciones Institucionales:

Representar el interés ciudadano en los Consejos de Participación (promovidos por la Ley 20.500), Programas de Televisión, Radio y Consultas Públicas e informar respecto a inquietudes y proyectos en ejecución por parte de los tomadores de decisiones, entidades fiscalizadoras, ONGs y nuestra propia institución

Cada encargado coordina el trabajo de consultores por proyecto, voluntarios e interesados, a partir de su propia experiencia y especialización.

Área de Estrategia y Desarrollo Organizacional

Coordina el funcionamiento interno de ORCUS, analiza y sistematiza la información recolectada por las demás jefaturas, consolidando el aprendizaje de la organización que permite evaluar y re-definir la estrategia. Mantiene vigente la presencia de ORCUS en redes Sociales.

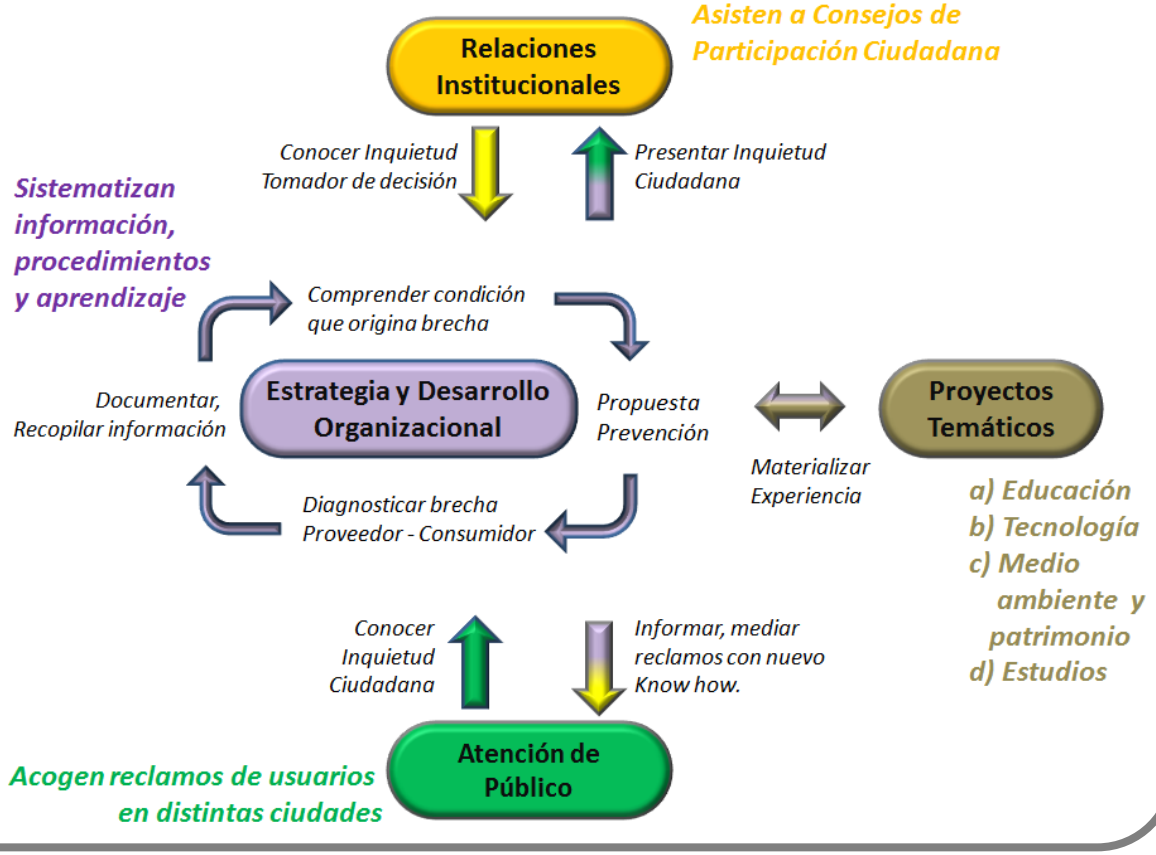
Proyectos Temáticos

Intervenciones con la finalidad de prevenir brechas en la relación Consumidor/Usuario y Proveedores. Los proyectos son encabezados por profesionales de formación y experiencia específica en el tema de su interés.

Atención de Público

Acogen reclamos y consultas de usuarios presenciales. Asesoran, Informan, notifican a la empresa, respectiva superintendencia, órgano fiscalizador o SERNAC de la potencial infracción. Registran estadísticas y (según se requiera) efectúan seguimientos.

Diagrama de relación entre áreas de Trabajo



Encargado de Área y Proyecto

Guillermo Henríquez Alfaro

Encargado de Relaciones Institucionales

Docente de Historia y Administración en Educación Media, Técnica y Universitaria. Relator experto en Educación Previsional, Derechos y Deberes del Consumidor y Vicepresidente Fundación Viña Futuro 2030

Carlos Valdenegro Oyaneder

Encargado de Proyectos de Educación al Consumidor

Abogado PUCV, Máster en Gestión Educacional IEDE, Docente INACAP, AIEP, UPV y de las Américas en temáticas de Derecho Laboral, Seguridad Social, Derecho Administrativo y Ciencias Políticas. Ha trabajado como abogado en la Agencia Internacional de Marcas y Patentes TM Trade Mark

Alejandro Acevedo Toledo

Encargado de Proyectos T.I. para accesibilidad

Comunicador Multimedia m/ Gestión de Proyectos Interactivos y Diplomado en Docencia Universitaria UPA. Docente carreras de Multimedia y Videojuegos. Programador de sitios y plataformas web, programas, sistemas interactivos y en Investigador en aplicaciones de Realidad Aumentada.

Marcos Moncada Astudillo

Encargado de proyectos de Patrimonio y Medio Ambiente

Profesor y Magister en Historia Económica y Social, PUCV. Historiador especializado en Isla de Pascua, Juan Fernández y preservación de patrimonio arqueológico, orientado a publicaciones, estudios y producción audiovisual.

Jimena Rodríguez Estay

Encargada de Atención a Usuarios

Responsable de ORCUS por atención de usuarios presenciales, Interacción con plataformas de atención de Superintendencias y SERNAC, expositora en temas de Derechos y Deberes de los Consumidores.

Adolfo Henriquez Valenzuela

Encargado de Estudios y Desarrollo Organizacional

Psicólogo Laboral/Organizacional y Diplomado en Planificación Estratégica y Gestión de Proyectos PUC. Consultor en Desarrollo Organizacional para empresas del sector Agrícola, Banca, Construcción, Educación, Retail, Salud, Sector Público, Sociedad Civil, Tecnología y Transporte.

La información de contacto está disponible al final de este documento

Las asociaciones de consumidores en general, son entidades fuertemente determinadas por las características (necesidades, capacidades, intereses y estilos relacionales) de sus directivos. Nuestra estructura (cargos, procedimientos, coordinación) fue diseñada para adaptarse a los intereses y estilos de trabajo de nuestros miembros y viceversa.

Presencia Pública

La socialización masiva de nuestra organización y sus potenciales aportes a la sociedad Chilena, no ha sido, hasta la elaboración de este informe, una línea de trabajo focalizado.

Esto se debe a dos motivos: primero, se priorizó comprender el proceso de consumo, tanto desde la perspectiva del usuario, el proveedor, entidades reguladoras, como también la elaboración de una posición propia, antes de emitir juicios o propuestas. Por este motivo, las comunicaciones a la comunidad se limitaron a proporcionar información sobre actividades a realizar y situaciones contingentes.

El segundo motivo, se debe al marco legal que regula a las asociaciones, en conjunto con la naturaleza del tipo de acciones que las alternativas de financiamiento explícitamente orientadas a nuestro sector permiten, las cuales permiten la difusión de las acciones realizadas y no promocionar (en forma exclusiva) a quien las realiza.

Estos argumentos nos llevaron a optar por una presencia orientada a estar "disponibles" para ser contactados por los habitantes de las localidades en las que operamos. Esta presencia puede resultar marginal en contraste con otras ONG, no obstante, las solicitudes recibidas movilizan la mayor parte de nuestra capacidad operativa.

Por lo tanto, la focalización de ORCUS se ha orientado a participar en foros especializados en materias de consumo, a fin de lograr visibilidad ante entidades fiscalizadoras, legisladores, tomadores de decisiones, y así, comprender sus puntos de vista, intereses y planes a futuro.

Redes Sociales y Medios de Difusión

Facebook:

*Administra un grupo, **(*)** con 2846 miembros al 31 de Diciembre de 2016.*

Las publicaciones se limitan a informar precauciones a tomar sobre brechas de calidad en productos y servicios, como también notificar nuestra participación en eventos, con el fin de transmitir las posibles consultas o comentarios de los usuarios a oradores expertos o fiscalizadores.

La estrategia para esta cuenta es idéntica a la del grupo de Facebook en cuanto a publicaciones e interacción con los seguidores.

Twitter:

*Al 31 de Diciembre la cuenta **(*)** es seguida por 762 y tiene 71 Likes*

Radio:

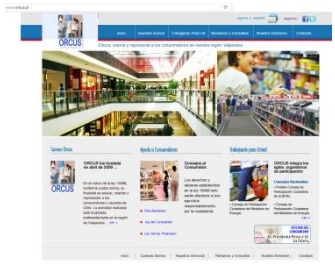
Cosmos: Programa "Tu Hora Local"

Valparaíso: Programa "Consumidores al Día"

Televisión

Quinta Visión, Programa "Tu Voz Local"

ORCUS es invitado regularmente a discutir contingencia nacional relacionada a consumo



Por último, cuenta con una Página web **(*)** propia a partir del año 2010, la cual también opera como medio de contacto.

Foros Especializados

ORCUS es miembro activo los consejos nacionales de Participación Ciudadana de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), y la Subsecretaría de Transporte y Telecomunicaciones (SUBTEL). A nivel de la Región de Valparaíso, es miembro del Consejo de SERNAC e ISP (Instituto de Seguridad Previsional).

Dentro de sus relaciones con organizaciones privadas, es miembro del Consejo Consultivo de VTR, Socio Estratégico de Entel y colaborador del Centro de Estudios del Magreb y la Central Autónoma de Trabajadores (CAT). A nivel local, posee convenio de colaboración con La Cámara de Comercio de La Calera y La Unión Comunal de Tercera Edad, y el Colegio Pedro de Valdivia de dicha comuna.

Ha participado en consultas ciudadanas del Instituto de Salud Pública sobre campañas de educación en Vacunación y medicamentos genéricos, del Centro de Políticas Públicas UC sobre el estado de la sociedad civil en Chile, y del Instituto Nacional de Normalización relacionadas a nuevas normas para juguetes plásticos.

Ha sido consultado por el Senado Chileno, respecto de la elaboración de normas que se aplicarán a nuestro sector.

(*) El link para esta cuenta estará disponible al final de este documento

Análisis FODA

Este modelo agrupa las capacidades y limitaciones de la organización respecto a su entorno relevante. Es una herramienta simple y efectiva para transmitir el espacio para crecer y desafíos para lograrlo, no obstante ello, es limitada para describir el ambiente mismo, para lo cual dedicaremos una publicación completa que refiera a los actores involucrados en la protección del consumidor en Chile, durante el año 2017.

Fortalezas:

Facilidad y flexibilidad para participar en cualquier materia de consumo:

- Si bien, sólo podemos operar dentro de la temática de consumo, ésta es muy diversa y engloba indirectamente casi cualquier aspecto de la vida social.
- Ello permite trabajar con casi cualquier ministerio y realizar cooperaciones público-privadas con sectores de cualquier mercado, y grupo etáreos.

Foco orientado a prevenir, en contraste con el castigo:

- La sociedad espera de nuestro sector un foco en castigar las malas prácticas. La búsqueda de la prevención permite abrir diálogos y crear confianza.

En nuestros inicios, la variedad de temáticas de consumo, y la necesidad de contar con un conocimiento general (ley del consumidor) y específico (Reglamentos, normas ISO) nos obligó a ser cautelosos y concentrarnos en los casos locales, hasta adquirir la experiencia suficiente para tomar desafíos mayores.

Actualmente, contamos con diagnósticos respecto a los desafíos para casi todos los mercados y una metodología de trabajo que nos permitirá, en los próximos años, llevar a cabo propuestas de prevención de brechas en las diferentes etapas de la relación entre consumidor/usuario y Proveedor.

La complejidad que nos limitó, ahora representa nuestro potencial de trabajo colaborativo con grupos etáreos (Jóvenes, Tercera edad), de actividad (Colegios Profesionales, Universidades), Fiscalizadores (Superintendencias, Subsecretarías), Proveedores (Empresas locales e internacionales) y representantes ciudadanos (ONG's, Embajadas en Chile) y Organismos Supranacionales (Sistema de Naciones Unidas).

El diagnóstico de brechas, de actores y sus respectivos intereses, nos ha permitido crear propuestas en las cuales cada parte involucrada encuentra un beneficio respecto a su situación actual. Esta comprensión es clave en la estrategia para los próximos años

Oportunidades

Abundante espacio para propuestas de valor social agregado:

- Existen múltiples brechas de consumo detectadas, no intervenidas al no existir dentro del modelo de trabajo e intereses del Gobierno.
- Existen acotadas ONG's dedicadas a representar al consumidor, y son casi inexistentes cuando se trata de localidades regionales
- El acceso a foros especializados en nuestro rubro es expedito, dada la baja variedad y cantidad de interlocutores.

Potencial en uso de redes sociales, colaboración público-privado y tercer sector:

- Se cuenta con contenido (análisis, propuestas de trabajo) y capacidad para difundir la organización y articular colaboración a través de redes sociales.
- Los Stakeholders relevantes poseen medios de contacto a través de redes sociales y medios de contacto abarcable por la organización.

Si el "rubro" de protección al consumidor fuese analizado como un mercado, se podría describir como un sector con un gran oferente: SERNAC, el cual cuenta con una propuesta de valor determinada, en cuyo mismo sector participan las respectivas superintendencias los cuales ofrecen servicios con ventajas relativas entre sí.

Por otro lado, la representación legal (agencias de abogados) como servicio de resolución de conflictos, no es viable para el uso cotidiano del usuario, salvo que se trate de demandas colectivas. Consideramos interesantes espacios disponibles no abarcados por dichos actores señalados, óptimos para una ONG o una Empresa B, tales como:

a) Prevención: Iniciativas que se anticipen a situaciones de roce entre consumidor-proveedor, alternativos a la educación y desde los procesos.
b) Accesibilidad a servicios para quienes tienen limitaciones específicas (no necesariamente discapacidad).
c) Educación, **formación de hábitos** en usuarios no considerados previamente por las organizaciones dedicadas al tema.
d) Patrimonio: rescate de anécdotas, personajes, lugares y prácticas de valor local y nacional, en cuya acción se requiere de participación público-privada.

Debilidades

Muy bajo reconocimiento social de existencia de las AdC (*).

- Desconocimiento general de los ciudadanos, funcionarios públicos y trabajadores del comercio respecto a esta función.
- Confusión general respecto a la diferencia entre la labor de una Asociación de Consumidores y de SERNAC.

El financiamiento accesible debe orientarse a proyectos y servicios

- Limita la cantidad de recursos a destinar a roles administrativos y continuidad.

Si usted estimado/a lector/a trabaja en el sector privado o público, probablemente conoció a los representantes de 1 o 2 asociaciones de consumidores en algún foro o debido a que ellos se acercaron a usted en algún foro especializado, fondo concursable, o contactaron a vuestra área de atención al respecto cómo resolver alguna situación de consumo.

Por otro lado, si pertenece al mundo académico, puede que se haya encontrado recientemente con la existencia de estas organizaciones como parte de un ejercicio de levantamiento de información respecto a la sociedad civil o una revisión sobre una temática legal específica.

Uno de los motivos de este desconocimiento, se debe a que la dificultad para acceder a recursos en este rubro. Cuando una AdC consigue financiamiento para realizar alguna actividad (**), el financiamiento suele acotarse a la ejecución de un proyecto o servicio determinado y (con justa razón) no puede ser empleado en gastos administrativos, o difusión.

Enfrentados a esta situación, las AdC optan por alocar los recursos con los que cuentan, acciones que permitan cumplir sus propósitos como organización, como también, aquellas que aseguren su continuidad, en desmedro de esfuerzos por ser reconocidos como actividad social. Ambos puntos se potencian mutuamente.

ORCUS acepta esta limitación y reconoce que no está dentro de sus capacidades actuales cambiar el desconocimiento ciudadano sobre nuestra actividad, por lo tanto ha seleccionado sus acciones de difusión y trabajo futuro en redes sociales para acceder a personas clave del rubro, por sobre un reconocimiento general.

(*) AdC: Asociación de Consumidores

(**) Sección "Marco Legal" de este documento. Refiere a las posibilidades de las AdC

Amenazas

Proyectos de ley, decretos, o cambios en el marco legal que priven a las AdC de su derecho a operar, o limiten los derechos del consumidor.

- Decretos y fallos judiciales que encarezcan, limiten o priven al consumidor de instancias de defensa, o representación.
- Independiente de que haya una opinión consultiva, el poder para modificar o influir propuestas legales que nos a nuestro rubro, recae en actores políticos.
- La variedad de rubros, respectivas legislaciones y fallos son demasiados en cantidad y complejidad para ser revisados por las AdC en su conjunto.

Velar por la dirección en la cual se encamina la totalidad de la legislación relacionada a consumo es una labor para la cual no está preparada nuestra asociación, o bien, la sumatoria de éstas.

Esta afirmación considera varios aspectos: Primero, existen esfuerzos coordinados por dar seguimiento a las modificaciones de la ley 19.496 (del Consumidor) proceso en el cual otras asociaciones han realizado importantes contribuciones. No obstante lo anterior, las legislaciones que afectan nuestro quehacer incluyen, entre otras, regulaciones (Leyes, Decretos, Reglamentos) específicas en todo tipo de mercados, mecanismos de financiamiento para ONGS, regulaciones respecto a procedimientos legales.

En segundo lugar, dedicar esfuerzos a esta labor, si bien contribuye enormemente a la satisfacción de la finalidad de organizaciones de nuestro sector, obliga necesariamente a descuidar otras funciones que pueden resultar críticas, dada la demanda social por reivindicaciones de consumidores v/s las organizaciones dedicadas a ello.

El realizar seguimiento, supervisión o escrutinio de cada proceso legislativo que nos compete, puede causar suspicacia y roces con ciertos sectores, pues se puede interpretar como desconfianza o rechazo a la labor realizada por los legisladores y sus asesores.

Por último, la perspectiva suele considerar los intereses, puntos de vista, y soluciones previstas por personas del ámbito del derecho. Existe abundante evidencia para sostener que existen leyes bien definidas en términos del interés del consumidor, pero que fallan en interpretar a la totalidad de los stakeholders involucrados, impidiendo que éstos traduzcan en la práctica los beneficios a los usuarios finales. Es indispensable un enfoque multidisciplinario y el involucramiento de múltiples sectores sociales.

Marco legal que regula a las Asociaciones de Consumidores

En Chile, las Asociaciones de Consumidores son supervisadas por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, adicionalmente, es la Ley 19.496, también conocida como "La ley del Consumidor" la cual define qué son, cuáles son sus quehaceres e inhabilidades.

Artículo 5, las define como:

> *"Organización constituida por personas naturales o jurídicas, independientes de todo interés económico, comercial o político, cuyo objetivo sea proteger, informar y educar a los consumidores y asumir la representación y defensa de los derechos de sus afiliados y de los consumidores que así lo soliciten, todo ello, con independencia de cualquier otro interés".*

Artículo 6, Las Asociaciones de Consumidores… se rigen:

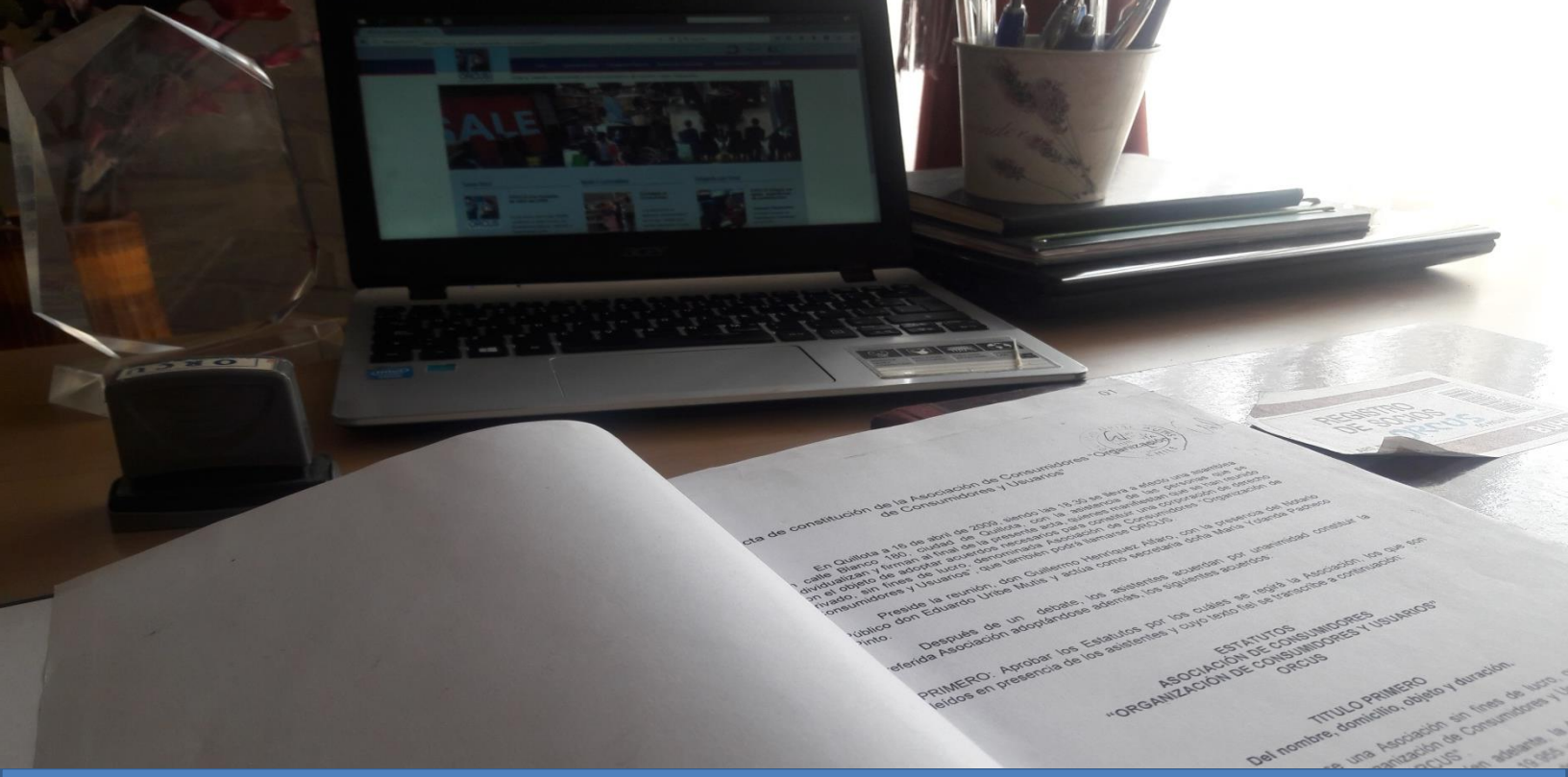
> *"Por lo dispuesto en la ley 19.496, y en lo no previsto en ella, por el decreto ley 2.757 de 1979 del ministerio del trabajo*.

Artículo 8, operacionaliza el quehacer de las Asociaciones de Consumidores:

a) *Difundir el conocimiento de las disposiciones de la ley del consumidor y regulaciones complementarias.*
b) *Informar, orientar y educar a los consumidores para el adecuado ejercicio de sus derechos.*
c) *Estudiar y proponer medidas encaminadas a la protección de los derechos de los consumidores y efectuar o apoyar investigaciones en el área del consumo.*
d) *Representar a sus miembros y ejercer acciones a que se refiere en esta ley en defensa de aquellos que le otorguen el respectivo mandato*
e) *Representar tanto el interés individual como difuso de los consumidores*
f) *Participar en los procesos de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios, conforme a las leyes y reglamentos que los regulen.*

El artículo 9, la ley se refiere a las INHABILIDADES de las Asociaciones de Consumidores:

a) *Desarrollar actividades lucrativas, **EXCEPTO** por aquellas necesarias para el financiamiento o recuperación de costos en el desarrollo y cumplimiento de actividades que les son propias.*
b) *Incluir como asociados personas jurídicas que realicen actividades empresariales.*
c) *Percibir ayudas o subvenciones de empresas o agrupaciones de empresas que suministren bienes o servicios a los consumidores.*
d) *Realizar publicidad o difundir comunicaciones no meramente informativas sobre bienes y servicio*



Nuestras Actividades y Aprendizajes 2009 - 2016

Resumen Actividades y Aprendizajes según línea de trabajo

La Organización de Consumidores y Usuarios "ORCUS" fue fundada en la ciudad de la Calera en de2009

Durante este periodo, ha pasado por 3 fases:

Formación: (2009 - 2012): Foco en aprendizaje, capacitación y cuantificación de los problemas de los consumidores y herramientas para defender sus derechos.

Definición de propuestas (2013 – 2016): Se probaron distintas fórmulas de trabajo con diferentes potenciales socios; como resultado, se reconocieron cursos de acción exitosos y otros descartables, consolidando una estrategia futura.

Apertura a servicios y colaboraciones (2017 – 2019): La etapa futura se dedicará al desarrollo de programas y servicios como también a la vinculación de la organización con actores clave.

El resultado esperado de esta última etapa es la cristalización de servicios y programas de trabajo estables en el tiempo, que permitan desarrollar la organización, capacidad operativa y el alcance de esta.

A continuación se describirán las actividades realizadas agrupadas según línea de trabajo:

Atención a Usuarios:

Oficina de la Calera: El 19 de febrero de 2010 firmó un Convenio de colaboración entre la Municipalidad de La Calera y ORCUS, que nos permitió operar desde el (entonces) edificio municipal ubicado en avenida presidente Pérez 65, atendiendo un promedio cercano a 1000 usuarios anuales.

La oficina ofreció escucha a los usuarios respecto a las situaciones que presentaban respecto a los productos y servicios de las empresas, y les ofrece un análisis respecto a pertinencia de sus reclamos, orientación respecto a cursos de acción, y contacto con la respectiva empresa, Superintendencia o Subsecretaría del Rubro, o bien SERNAC.

La oficina del Consumidor finalizó sus actividades en Noviembre de 2016, debido a la acción de personas ajenas que forzaron su entrada a la oficina, sustrajeron los equipos de trabajo, destruyeron la documentación disponible, y causaron daño en la estructura eléctrica y de agua, causando que las instalaciones quedaran completamente inutilizables.

Todos los respaldos físicos y digitales de atenciones recopilados por ORCUS en 2009 y se perdieran los respaldos de las atenciones realizadas hasta fines de 2014 fueron perdidos durante dicho Incidente. Se logró recuperar una referencia a la cantidad total de atenciones para el año 2015, pero no la naturaleza de los reclamos. Es por ello que se presentarán datos clasificados en esta cuenta sólo correspondientes al año 2016.

Afortunadamente la Municipalidad de la Calera expresó su intención por suministrar una alternativa que permitiera recuperar el servicio a corto plazo; 2 meses después del acontecimiento, se reanudó la atención en la Oficina del Adulto Mayor en la Calera, y 3 meses después, ORCUS se instaló finalmente en Avenida Carrera 1045, en donde atiende actualmente.

Oficinas en otras ciudades: ORCUS atiende a partir de Marzo de 2016 en las dependencias de la Oficina de la CAT (Central Autónoma de Trabajadores) de la ciudad de Santiago. Mayoritariamente (96%) de los casos recibidos son tramitados a través del correo ac.orcus@gmail.com, contacto telefónico o través de redes sociales. Es por este motivo que la atención presencial de esta oficina se realiza con cita previa.

Las oficinas centrales de ORCUS se encuentran en Viña del Mar, en Avenida Marina 414, departamento 41. La finalidad de esta oficina es realizar labores administrativas y coordinación, por tanto no se atiende público en dicho lugar.

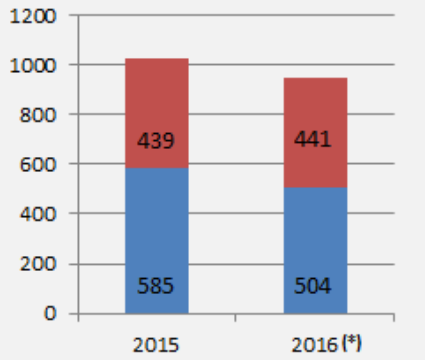
A nivel general, las situaciones presentadas por los usuarios se pueden resumir en:

Consultas por información, aclaración de dudas, o análisis de situaciones en las cuales se concluye que no es pertinente iniciar un reclamo formal.

Reclamos: en los cuales se constata que derechos del consumidor han sido vulnerados y por tanto cabe realizar un reclamo directo con la empresa, respectiva Superintendencia, Subsecretaría o a Sernac.

Total de motivos de contacto, según año y oficina de atención

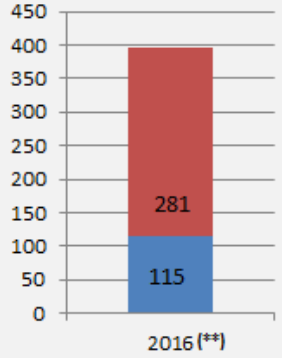
La Calera



Motivo de Consulta	2015	2016
Reclamos	439	441
Consultas	585	504
Total Usuarios Atendidos	1024	945

(*) Desde Enero a Noviembre 2016)

Santiago



Motivo de Consulta	2016
Reclamos	281
Consultas	115
Total Usuarios Atendidos	396

(**) Desde Marzo a Diciembre 2016)

La "Oficina del Consumidor" de la Calera brindó importantes lecciones respecto a la disposición y estado de vulneración de derechos de los usuarios. Las lecciones más influyentes sobre la definición de nuestra estrategia fueron las siguientes:

La conducta del consumidor es afectada por múltiples condiciones: El tamaño de la ciudad, el NSE, Personalidad, etc. Estas diferencias pueden causar un impacto tan grande, que (por ejemplo) crean notorias diferencias en estilos y prioridades entre AdC ubicadas en Santiago v/s Regiones.

Considerar Adultos Mayores y Mujeres Jefas de hogar como los usuarios con mayor vulnerabilidad. El primer grupo, debido a problemas de comunicación, comprensión, y miedo general a la confrontación con la empresa, y el segundo grupo debido a la falta de tiempo para poder dar continuidad a los reclamos.

La televisión extranjera ha tenido un negativo efecto en las creencias de algunos usuarios, al formar expectativas no realistas o crear la percepción de existencia de derechos que no existen dentro de la legislación Chilena.

Es indispensable formar relaciones de largo plazo con los proveedores, debido a que:

Existe un real desconocimiento en proveedores, supervisores o dueños respecto a legislación e instancias de protección al consumidor, sobretodo PYME. La confianza permite la apertura a nueva información.

Un producto defectuoso, vendedor mal informado o proceso descoordinado atrae a una cadena de usuarios en un periodo cercano de tiempo. Por ello, se volverá a contactar a la empresa. La relación agiliza el proceso y crea confianza entre todas las partes involucradas.

Es frecuente encontrar usuarios interesados en abusar de la empresa. Conocer los puntos de vista del proveedor (y sus procesos) facilita el análisis imparcial y el reconocimiento de las opciones del consumidor. Tasar los méritos de las dos posiciones crea confianza con ambas partes

Es necesaria la capacitación continua y el enfoque multidisciplinario: El problema de los consumidores no es sólo legal y económico. Estudiar el proceso de atención, la comunicación interna de la empresa, diferencias en el uso del lenguaje, resultan fuentes ricas de información y análisis para proponer mejoras a los servicios.

Análisis de Casos

Antes de revisar nuestra información es indispensable reconocer que los casos que recibe nuestra AdC son casi por definición, aquellos en los cuales no se logró contactar o solucionar la situación con el área de atención al cliente o en ocasiones con SERNAC.

Por este motivo, los casos que llegan a una AdC pueden ser situaciones que los niveles medios de la empresa desconoce que existen, no tienen consideradas como posible dentro de su modelo de atención, o bien, la respuesta de la empresa, sus trabajadores, o las posibilidades de modelo de procesos define como “aceptable” mientras que el usuario (o la ley) discrepan.

El próximo cuadro, refiere a una agrupación de las Brechas detectadas en 3 grupos que integran una amplia variedad de situaciones de derechos vulnerados. La clasificación es valiosa en cuanto organiza los problemas según el tipo de herramienta necesaria para formular intervenciones preventivas dentro de las empresas proveedoras.

Cabe señalar que la cantidad de Usuarios atendidos (1341) no coincide con la cantidad brechas detectadas (1614), ya que generalmente los usuarios que presentan reclamos válidos, describen una o más situaciones de vulneración de derechos del consumidor o "Brecha"

Como ejemplo, si un Usuario describe 3 posibles acciones abusivas contra éste, ORCUS contaría 3 "Brechas" en forma interna, pero presentaría sólo 1 reclamo (que incluya las 3 situaciones) directamente con la empresa, plataforma de la respectiva Subsecretaría o Superintendencia, o SERNAC, según corresponda.

Se realiza este ejercicio con el fin de diferenciar los tipos de brecha y así reconocer cuáles son los procesos del servicio involucrados.

Resumen de la cantidad Brechas detectadas por ORCUS durante 2016, según tipo de problema presentado.

Clasificación de la Brecha detectada	%	Cantidad
Problemas en Cobro/Facturación	51,6	833
Defecto en Trato/Respecto a procedimientos/Derechos	24,4	394
Defecto en el Producto/Servicio	16,2	261
Otros	7,8	126
Total de brechas detectadas en reclamos de usuarios	**100**	**1614**

Los problemas de cobro o facturación incluyen situaciones como cobros excesivos, doble facturación, imposibilidad para acceder a la boleta o la descripción de los motivos para cobros y contra la modalidad de cobro (prácticas de Call Center y empresas de Cobranza). Los casos descritos refieren a prácticas comerciales y se pueden intervenir mediante el análisis de los procesos de la empresa o proveedores subcontratados.

Los defectos en productos y servicios refieren tanto a calidad deficiente como la ausencia de la entrega del producto o servicio. El grupo "Otros" Integra un amplio espectro de situaciones, tales como la ausencia de una instancia de diálogo entre la empresa y usuario, o una infracción no vinculada a la ley 19.496 sino otra normativa.

Los defectos en el trato/ Respecto a procedimientos / Derechos del consumidor, son particularmente interesantes, pues no sólo responden a brechas de capacitación (desconocimiento de la ley, habilidades de comunicación) del proveedor, sino también del usuario.

Un análisis detallado este último grupo, nos llevó a notar situaciones en las que el usuario o el proveedor, propuso una solución satisfactoria que no fue comprendida adecuadamente por la otra parte, producto de lo cual, nuestra labor consistió en explicar a una de las partes lo propuesto por el otro. El rubro que presentó esta situación con mayor frecuencia fue energía, en los cuales el problema ascendía a 56 casos (22%) del total de situaciones encontradas en ese sólo mercado.

El siguiente cuadro presenta los rubros a los cuales pertenecen las empresas en las cuales las brechas fueron detectadas. Se ruega considerar que los 3 rubros con mayor cantidad de brechas son además, aquellos con más cantidad de procesos en la atención, por tanto, poseen también mayores espacios para roces en el servicio.

Resumen de la cantidad de brechas encontradas por ORCUS durante 2016, según rubro de la empresa que la originó

Rubro de la Empresa	%	Cantidad
Retail Grandes Tiendas	22,6	313
Telecomunicaciones	19,1	353
Comercio Menor	17,3	279
Energía	15,9	256
Sanitario	8,7	140
Transporte	2,2	36
Otros	14,2	229
Total de brechas detectadas	**77,4**	**1614**

Es importante aclarar que la ausencia de los servicios bancarios y de cobranza. Si bien, los reclamos que recibimos contra empresas bancarias son marginales (2,4 %, Otros), los reclamos hacia los bancos de las grandes tienda y sus servicios de cobranza son los motivos por los cuales éstos encabezan la lista. Situación similar encontramos en el rubro de energía, en el cual el 24% (56) de las brechas detectadas en un proveedor local de energía fueron detectadas en su empresa externa de facturación y cobranza,

Como última observación, se decidió recolectar información con la finalidad de detectar cuáles son los procesos con mayor nivel de conflicto consumidor-proveedor, con la finalidad de crear estructuras y propuestas orientas a la prevención, en oposición a un enfoque de ranking de servicios, los cuales son realizados periódicamente por entidades fiscalizadoras.

Menciones en Prensa: Oficina de atención a Usuarios.

ORCUS finaliza proyecto de difusión de Derechos del Consumidor

El 22 de noviembre concluyó la ejecución del proyecto "red de apoyo al Consumidor en la provincia de Quillota", ejecutado por la "Organización de Consumidores y Usuarios" ORCUS y financiado por el Fondo Concursable de SERNAC para organizaciones de Consumidores.

El proyecto consistió en una serie de talleres realizados en las comunas de la provincia de Quillota dirigido a dirigentes sociales y en particular a dirigentes vecinales.

Durante estas actividades participaron 189 dirigentes con quienes se organizará en las próximas semanas las Redes Comunales de apoyo al Consumidor.

Las actividades se organizaron desde la Oficina del Consumidor, ubicada en avenida presidente Pérez 65, La Calera; en dónde además, desde octubre del presenta año, ORCUS representa a SERNAC, conforme a un convenio que se firmará el 28 de noviembre entre ambas entidades.

Cabe señalar que, la Oficina del Consumidor que opera desde febrero, es también producto de un convenio con la Municipalidad de La Calera, que ha colaborado decididamente con las organizaciones sociales, en particular con la defensa y promoción de los derechos de los consumidores y usuarios.

Equipo ejecutor: Guillermo Henríquez Alfaro, presidente de ORCUS. Susana Rojas Ponce, relatora. Nino Bruzzo Vera, Coordinador Comunal La Calera. Lorena Saavedra Saavedra, Secretaria General. Guillermo Rojas Navarrete, Coordinador Provincial Quillota.

FondoConcursable 2011 para asociaciones de consumidores

Asistentes al taller de Nogales, entre ellos el alcalde Oscar Cortés Puebla.

Aspecto del taller en Quillota

Guillermo Henríquez Alfaro, presidente de ORCUS y la Directora Regional de SERNAC Sra. Ximena Olivares Cerpa.

Guillermo Henríquez Alfaro, presidente de ORCUS. María Saavedra, presidente de la Unión Comunal de Juntas de Vecinos de Nogales y concejal de La Calera, Gustavo Arancibia Fuentes.

Diario el Observador:

Taller de Educación al Consumidor Quillota y Nogales

Financiado con Fondo Concursable Sernac 2011

Diario el Observador:

Difusión de servicios de la Oficina del Consumidor

Financiado con Fondo Concursable Sernac
2012

ORCUS seguirá luchando por mejores prácticas comerciales y de servicios para todos nuestros vecinos".

ORCUS

OFICINA DEL CONSUMIDOR
avenida Presidente Pérez 65, La Calera
lunes a viernes, de 9.00 a 13.30 horas

FONDO CONCURSABLE
para asociaciones de consumidores

Nuestros agradecimientos a las autoridades que han confiado en nosotros, a los dirigentes sociales que nos han acompañado en múltiples talleres, a los consumidores y usuarios de La Calera y la provincia de Quillota que nos han confiado sus inquietudes.

María Yolanda Pacheco, Secretaria de Finanzas; Mónica Alarcón, Coordinadora Comunal La Calera; Guillermo Henríquez Alfaro, Presidente; Lorena Saavedra, Vicepresidente

TE REPRESENTAMOS EN:

- Consejo Regional de Participación Ciudadana de SERNAC
- Consejo Regional de Participación Ciudadana del IPS
- Consejo Consultivo nacional de VTR
- Consejo Consultivo Nacional de SERNAC
- Consejo Nacional de Participación Ciudadana del Ministerio de Energía
- Consejo Consultivo Nacional de VTR
- Consejo Consultivo Nacional de SERNAC presidimos el Consejo Nacional de Participación
- Ciudadana de SUBTEL

Adultos mayores y hombres son quienes más presentan reclamos en la oficina de Sernac

Turno de Farmacias La Calera

PRECIO TAMANACO

Diario el Observador:
Reportaje a ORCUS
Análisis de estadísticas de atención de usuarios.

La Calera, 2014.

Proyectos:

A lo largo de dicho periodo, ha participado como ejecutor y colaborador en 14 proyectos, sobre educación al consumidor y publicaciones impresas a nivel local. Para esta memoria, nos enfocaremos en dos proyectos, cuyo diseño se basó en el directo aprendizaje de los primeros 2 años de la oficina del Consumidor:

- "**Proteger Informando**": Proteger derechos de Turistas Argentinos consumidores de Bienes y servicios de elementos clave de nuestra legislación. Fue implementado en las comunas de los Andes, ConCon, Viña del Mar y Valparaíso.
- **"Educación financiera para mujeres Jefas de Hogar"**: Se capacitaron a 187 mujeres dirigentes sociales y jefas de hogar a través de 8 jornadas de cursos realizados en las comunas de Nogales, Hijuelas, Quillota y La Calera.

Nuestra oficina recibe consultas de extranjeros en forma marginal, nos obstante ello, nos interesó que éstos nos buscaran ya que, en sus respectivos países, las "Asociaciones de Consumidores" son consideradas la entidad competente y confiable en la materia. Debido a esto, se contactó a la AdC "Protectora" homóloga en Argentina, con la cual se inició una colaboración.

Otra mención importante es la respuesta de personas de Rapa-Nui en la región y su interés en la materia, debido a las diferencias entre los métodos de resolución de controversias en la Isla y el continente.

El trabajo con Jefas de hogar resultó interesante debido al tipo de vínculo que forman con su entorno. A través de ellas, familiares y juntas de vecino nos recomiendan y les entregan nuestra información de contacto, prescindiendo de la visita a la oficina en favor del contacto telefónico. Esto nos permite abordar la brecha de seguimiento y estrechar la relación con nuestra comunidad.

Educación al Consumidor:

ORCUS realiza anualmente un ciclo de talleres dirigidos a la comunidad escolar y dirigentes sociales orientados a capacitar en temas de interés respecto a los derechos y deberes contenidos en la Ley del Consumidor (19.496), el uso responsable de recursos (agua, luz), endeudamiento, garantías, roles de las superintendencias, entre otros.

El principal aprendizaje legado por estas iniciativas, ha sido la comprensión de que el real objetivo de la educación al consumidor es la formación de hábitos actitudes, y en definitiva, el cambio de conductas de la ciudadanía.

Distribución de volantes en el paso
Los Libertadores

Presentando afiche del proyecto a Teresa Moraga, Representante de
ORCUS en Rapa Nui

"Proteger Informando"

Proyectos Financiados por el Fondo Consursable SERNAC 2015

Educación financiera para mujeres Jefas de hogar

Participación del Alcalde de la Calera Eduardo Martínez

Jornada 5 del curso, realizada en la comuna de la Calera

Consejos de Participación Ciudadana

Desde 2011, nuestra asociación es parte de Consejos de Participación establecidos por la ley 20500, correspondientes a los ministerios de Energía, Subsecretaría de Comunicaciones, Superintendencia de Electricidad y Combustibles correspondiéndonos entre 2012 y 2015 ejercer la presidencia del Consejo de participación Social de SUBTEL.

Desde esos consejos de participación, hemos obtenido diversos logros como por ejemplo, un acuerdo de buenas prácticas de las empresas cableoperadoras para asegurar el derecho a libre elección de los propietarios de condominios y edificio. Eeste acuerdo fue suscrito por VTR, GTD Manquehue, Movistar, Claro, Entel, y DirecTV. Permite a los usuarios cambiarse de empresa a voluntad lo que no era posible hasta 2014 en que estaban cautivos de las empresas que atendían los condominios y edificios.

Se contribuyó a las mejoras en las boletas de servicios eléctricos mediante la participación en focus group a los Orcus invitó a organizaciones sociales de Valparaíso y Talca.

Considerando el aumento de quejas por los cobros facturados por Chilquinta y Esval, durante este año, nuestra organización ha establecido los nexos necesarios para resolver casos de acuerdo a sus méritos con las Superintendencias de Electricidad y Combustibles (SEC) y de Servicios Sanitarios (SISS), obteniendo hasta ahora resultados satisfactorios.

En Relación a los Consejos Consultivos Privados emitiremos una publicación durante 2017 relacionada a los aprendizajes logrados en la instancia de diálogo creada por VTR

Se puede mencionar el invaluable aporte que han tenido sobre nuestra organización al brindarnos sus perspectivas respecto a los mismos usuarios, los desafíos que para ellos contempla brindar satisfacción a los requerimientos y las situaciones estructurales del mercado de telecomunicación

La lección de “aprender la posición del proveedor” y cómo este ve a los usuarios, ha sido replicable a la relación con otras empresas y mercados con positivos resultados tanto en la relación, como en la capacidad de elaborar propuestas que beneficien a todas las partes.

Miembros en Consejos de Participación Ciudadana
Ley 20.500

Superinterndencia de Electricidad y Combustibles (SEC)

Consejo Regional de Participación Social del IPS (Instituto de Previsón Social)

Subsecretaría de Transportes y Telecomunicaciones (SUBTEL)

Consejo Regional del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) Región de Valparaíso

Miembros en Consejos Consultivos de Entidades Privadas

Ceremonia de Firma Acuerdo de Cooperación Mutua con ENTEL

Mesa con empresas cableoperadoras para crear protocolo que asegure libertad de elección de usuarios de comunidades de copropiedad

Agradecimiento de VTR a ORCUS por 3 años de participación en suConsejo Consultivo

Sesión del Consejo Consultivo de VTR

Televisión Local:

Panelista frecuente en programa “Tu Voz Local” de Quinta Visión”. Ha presentado experiencia en temas como Respeto a la Garantía en el comercio, Billetes Fraudulentos, Ley de Estacionamientos, Colusión, y temas específicos de responsabilidad de los proveedores, y deberes del Consumidor.

Programas de Radio:

Durante el año 2015, ORCUS fue tanto Panelista y Conductor del programa Radial “Consumidores al día” de la Radio Valparaíso Adicionalmente, ha sido panelista en múltiples oportunidades en el programa “Tu Hora Ciudadana” de la Radio Cosmos. En dichas instancias se han discutido situaciones de consumo contingentes, y desarrollado en profundidad las situaciones relevantes de mercados específicos.

Congreso Nacional

Se participó en la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados para contribuir a mejorar en proyecto de ley que crea la Superintendencia de Telecomunicaciones y en oportunidad más reciente en la aportamos al proyecto de Televisión Digital ante la misma Comisión además de integrar la Comisión que discutió el reglamento de esta ley creada por SUBTEL.

En la comisión de Economía del Senado hemos participado en otras dos ocasiones para referirnos al proyecto de ley del nuevo SERNAC y para aportar al proyecto de ley que modifica los plazos de cobertura de las garantías de bienes durables.

La principal lección que estas 3 instancias le han dejado a ORCUS, es el reconocimiento de que los distintos actores sociales cuentan con posiciones muy diferentes y casi irreconciliables entre sí respecto el estado de la protección de los consumidores.

Se comprendió la necesidad de elaborar una posición integral, que reúna visiones de los usuarios, proveedores, fiscalizadores gobierno local y nacional, pues las realidades, intereses, conductas, conocimientos y capacidades para ejercer sus derechos varían significativamente entre los grupos, requiriendo una revisión integral del fenómeno.

Programa de Radio:
"Consumidores al Día"

Programa de Televisión
"Tu voz local"

Exposiciones en Medios de Difusión y Congreso Nacional

Comisión Cámara de Economía de la Cámara de Diputados

Proyecto de la Ley de Mejora a la Subsecretaría de Telecomunicaciones

Aportes en la modificación a la Ley del nuevo SERNAC

Encuentro en Pachacamita

Panel de expertos sobre impacto de Contaminación de industria minera en la localidad.

Día Mundial de las Telecomunicaciones

Análisis y debate respecto a líneas para el funcionamiento futuro de Consejos de Participación Ciudadana.

Invitaciones a exponer en foros especializados

Referencia en Prensa:
Participación de ORCUS enencuentro de Seminario Digital en la ciudad de Quillota 2013

EL OBSERVADOR

Todo un éxito resultó el primer seminario #QuillotaDigital

Seminario Viña Transparente
Exposición sobre desafíos en materia de consumo específicos para la ciudad de Viña del Mar y Propuestas.

Colaboración con otras Asociaciones de Consumidores y ONG

Al momento de elaboración del presente informe, la división de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía reconoce la existencia de 104 Asociaciones de Consumidores con vigencia. A pesar de este número, por diversos motivos, en la práctica sólo operan poco más de 20 en todo Chile, y de estas, no más de 5 han logrado alguna forma de contacto con homólogos fuera del país.

Dado este escenario, las congregaciones de asociaciones de consumidores son ocurrencias raras, más aún de tipo internacional. Por este motivo, la participación en el congreso Iberoamericano de Asociaciones de Consumidores, resultó una importante instancia para promover acuerdos contactos con homólogos de Argentina, Perú, España e Italia, como también el encuentro nacional organizado por SERNAC en 2016.

El acuerdo con la asociación de consumidores PROTECTORA de Argentina que nos permite asegurar ayuda a turistas argentinos y chilenos a ambos lados de la frontera constituyó nuestro primer acuerdo binacional de este tipo de organizaciones, y para ello se contó con el aporte de la Cámaras de Comercio y Turismo de Viña del Mar, Los Andes y Mendoza.

Asistencia a Reuniones de Asociaciones de Consumidores y Foros con otras ONG

Participación en Encuentro Nacional de Asociaciones de Consumidores En Valdivia

Participación en Encuentro Iberoamericano de Asociaciones de Consumidores.

Ceremonia de Asociación con el Centro de Estudios del Magreb

Planificación Estratégica 2017 - 2019

Focalización de Esfuerzos

Se ha mencionado a la largo de esta memoria, que la condición del rubro de consumidores, es la transversalidad, tanto a nivel de mercados y actores relevantes, como la profundidad que cada uno tiene. El espacio para operar y crecer es vasto, y la obligación de especializarse para operar en ellos es indiscutible.

Para cuantificar esta afirmación, mencionaremos que SERNAC reconoce 28 mercados relevantes, organizando algunas de sus funciones y metas alrededor de cumplir con una pequeña cuota de acciones en cada uno de ellos.

El modelo de trabajo descrito al inicio del documento, representa una respuesta a cómo se puede crecer en forma orgánica, formando equipos de trabajo con la especialización necesaria en algunos mercados, y empleando la experiencia global de fenómeno de consumos a campos específicos.

La estrategia de crecimiento de ORCUS consistirá en 4 acciones paralelas, interdependientes entre sí, que diseñados para potenciar la labor del otro en conjunto con permitir a ORCUS especializarse, a mismo tiempo que sienta los cimientos para incorporar nuevas áreas y personas a la organización.

Continuidad: Seguir realizando actividades exitosas, con el fin de desarrollar experiencia, presencia y especialización. Aprender de actividades menos exitosas a fin de mejorar sus componentes o redefinir las actividades.

Proyectos: Iniciativas que buscan crear un servicio nuevo, que agregue valor al usuario o bien prevenga brechas al consumidor, cuya ejecución plantee el ingreso de recursos que le permitan ser sustentable en el tiempo.

Estudios: Análisis de Bases de datos abiertas, complementadas con la experiencia de la asociación, que permitan formular modelos comprensivos de las brechas existentes, su cuantificación, y sirvan como base para conversar con los actores involucrados en

Vinculación con Stakeholders: Búsqueda activa de contactos con cada uno de los actores relevantes que permitan diálogos orientados a identificar roles y acciones a tomar en la prevención de brechas o creación de nuevo valor en la experiencia de los consumidores en Chile.

A continuación, se desarrollarán en mayor detalle estos 4 aspectos de la estrategia

Continuidad de Actividades

ORCUS continuará participando en los Consejos Consultivos y Consejos de Participación ciudadana, ya que considera de enorme valor su aporte para comprender puntos de vista, necesidades, desafíos y proyectos en implementación por parte de quienes toman decisiones en Chile.

Las oficinas de atención seguirán operando mediante los sistemas actuales, apoyados a través de cooperaciones público-privadas de las respectivas municipalidades en las cuales operamos. Esta instancia traduce el aprendizaje organizacional en herramientas para asesorar a los usuarios. Se espera emplear dichos espacios para presentar los resultados de estudios.

En Educación, el área se ampliará para incluir públicos no abarcados por los programas de SERNAC y otras entidades fiscalizadoras pero que participan directamente en ámbito de consumo que. Los talleres anuales en colegios continuarán ya que reforzar las ideas es fundamental para crear nociones que perduren.

Respecto a la presencia pública, no habrá cambios respecto a función de las cuentas de Facebook y Twitter. No obstante, se proyecta la creación de una cuenta en Linkedin de empresa y un grupo especializado que reúna actores especializados en materias de consumo, RSE, y representantes de grupos etáreos y ciudadanos.

La página web será actualizada durante el último trimestre de 2017 a fin de que pueda albergar el contenido de los proyectos en etapa de elaboración como también las publicaciones de estudios y este documento.

ORCUS seguirá participando en medios de difusión masiva en la medida que existan invitaciones y se cuente con personas idóneas para referirse a las materias solicitadas.

El área de Desarrollo Organizacional Implementará a partir de 2018 un Cuadro de Mando Integral para entidades no Lucrativas, con el fin de realizar seguimiento al diseño y ejecución de proyectos y estudios, la relación los stakeholder), y el logro de metas y objetivos propuestos para cada uno de ellos.

Proyectos Sustentables

Los proyectos a mencionar han sido formulados para cumplir con cada una de las siguientes condiciones:

a) **Prevenga** la ocurrencia de una o varias brechas en los derechos del consumidor, estándar de atención o insatisfacción.

b) **Beneficie** al consumidor/usuario, al proveedor y demás involucrados.

c) **Provea los recursos** necesarios para su continuidad en tiempo

d) **Requiera participación** de múltiples actores para ser implementado.

Cada proyecto considerará varias etapas de desarrollo previo a su ejecución:

1) **Estudio de Mercado:** Se deben identificar una o varias brechas constantes sujetas a prevención, el proceso las lleva a ser recurrentes, y el impacto causado. Es requisito para iniciar un proceso de elaboración cumplir este requisito
2) **Modelo de problema y Solución:** Se describe cómo cada actor involucrado participa (por acción, omisión o desconocimiento) del problema, se definen roles de cada uno, acciones y beneficios a obtener.
3) **Diseño del Proyecto:** Se identifica un equipo de trabajo, define la propuesta de valor, costos. Finalizada esta etapa, la propuesta queda disponible para ser consultada por el stakeholder definido previamente.
4) **Asociatividad y Ejecución:** Identificada una o múltiples contrapartes necesarias e interesadas en iniciar el proyecto.

A corto plazo (2017-2019) las metas son contar con una red de contactos relevante y suficiente para acceder a stakeholders relevantes para la ejecución de 1 proyecto a más tardar el primer trimestre de 2018, a través de la creación y difusión de la cuenta empresa y grupo de Linkedin.

A nivel de desarrollo de proyectos la meta anual de la organización es realizar 2 Estudios de Mercado por año, y llevar un proyecto desde la etapa de Modelo de Problema y Solución hasta completar el Diseño de Proyecto.

La meta a largo plazo (posterior a 2019), será de diseñar e implementar 1 proyecto nuevo cada dos años mientras se da continuidad a los proyectos en ejecución. Los proyectos deberán estar orientados ya sea a un mercado no explorado, o un proceso de atención que sistemáticamente presente brechas en los derechos del consumidor.

Los proyectos que cumplen con estos requisitos con los que cuenta ORCUS hasta la realización de este informe son los siguientes:

Mercado / Situación	Tipo de Problemática abordada	Estado de desarrollo
Retail	Brechas en el Trato/ Respeto a Procedimiento/ Derechos del Consumidor	Etapa 4: Búsqueda de Socios
Patrimonio	Agregar valor al sector productivo	Etapa 4: Búsqueda de Socios
Restricciones Alimentaria	Componente clave ignorado en servicios existentes. Agregar valor al sector productivo	Etapa 3: Formulación Proyecto
Rehabilitación Salud	Componente clave ignorado en servicios existentes. Agregar valor al sector productivo	Etapa 3: Formulación Proyecto
Energía	Componente clave ignorado en servicios existentes. Agregar valor al sector productivo	Etapa 3: Formulación Proyecto

Estudios

ORCUS emplea bases de datos abiertas disponibles en diversos portales los cuales refieren a situaciones que afectan al consumo a pesar de no haber sido creados con dicha finalidad.

Los estudios cumplen varias funciones, primero, cuantifican la brecha detectada, con la finalidad de establecer la relevancia de formular acciones correctivas. Segundo, permiten definir cuáles son los actores involucrados en la temática del consumidor, y cuáles son los roles que desempeñan.

La información es tratada en forma descriptiva, con la finalidad de mostrar a quienes tienen la capacidad de tomar decisiones a nivel (del cual tenga alcance el estudio), qué situaciones requieren su atención, y el nivel de prioridad. Sus opiniones y argumentos son considerados en la futura etapa de elaboración de proyectos.

Los estudios además son presentados en foros que involucran a la localidad afectada, con la finalidad de recoger impresiones respecto a cómo las situaciones les afectan a nivel personal.

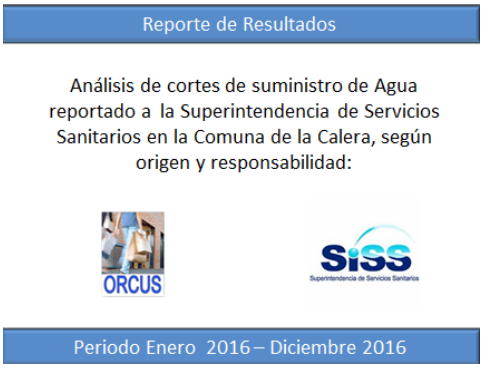
El área de estudios emplea los recursos disponibles a través de la ley 20.285 de Acceso a la Información Pública, la cual permite a personas naturales y jurídicas, solicitar información de la función pública y de la Administración del Estado

Dependiendo del organismo consultado, una solicitud puede tardar hasta dos meses, y la calidad de la información entregada es disímil, por lo cual los análisis (en algunos casos) deben ser complementados a través de

Las Metas de Corto plazo relacionadas a Estudios son producir anualmente a lo menos 2 publicaciones

.

Para el año 2017 se tiene planificado publicar un análisis respecto a la continuidad de servicios Sanitarios y Eléctricos en la ciudad en la Comuna de la Calera, aprovechando la detallada información que la SEC tiene disponible, en conjunto con los registros de reclamos y brechas que cuenta ORCUS.



Para el año 2018 se tiene planificado realizar un estudio orientado a detectar las prácticas habituales realizadas en por inmobiliarias al solicitar documentación para interesados en arrendar departamentos, en las comunas de Ñuñoa y Viña del Mar, y un estudio comparativo de las marcas genéricas de productos encontrados en los supermercados.

Vinculación activa con Stakeholders

Consiste en el proceso de identificar a los actores relevantes para los mercados de interés para ORCUS a corto plazo, presentar a la Asociación de Consumidores y detectar intereses y desafíos, y formular las bases para una relación de colaboración e intercambio de información de largo plazo.

La herramienta de mayor uso para esto, será el futura cuenta empresa y grupo de Linkedin a ser creados en 2017, como también la nueva página web de ORCUS a ser actualizada a finales de dicho año. Se busca además conocer su feedback respecto a los estudios y proyectos a fin de encontrar aspectos mejorables a las propuestas

Información de interés

Dejaremos a vuestra disposición información de interés respecto a diferentes temas tratados en esta memoria:

Asociación de Consumidores y Usuarios ORCUS:

Correo Electrónico: ac.orcus@gmail.com
Web www.orcus.cl
Facebook: https://www.facebook.com/groups/ac.orcus/
Twitter: https://twitter.com/ORCUScl

Relaciones institucionales: Guillermo Henríquez Alfaro
henriquezalfaro62@gmail.com

Otras Asociaciones de Consumidores en Chile:

Listado de Asociaciones de Consumidores que se han Inscrito en la plataforma de Sernac:

http://www.sernac.cl/participacion-ciudadana/asociaciones-de-consumidores/asociaciones-de-consumidores/

Listado de organizaciones con Personalidad Jurídica Vigente, proporcionado la división de Asociatividad y Economía Social del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

http://certificadosaes.economia.cl/Organizacion/Buscar

Asociaciones de consumidores fuera de Chile

Argentina: **Protectora Asociación defensa del Consumidor**
http://www.protectora.org.ar/
https://www.facebook.com/groups/Grupoprotectora/

Superintendencias:

En Chile, las superintendencias son organismos autónomos que fiscalizan determinadas actividades económicas o servicios públicos del estado. Se relacionan con el gobierno a partir del ministerio del ramo

Nombre	Año Fundación	Página Web
Bancos e Instituciones Financieras	1925	http://www.sbif.cl
Casinos de Juegos	2005	http://www.scj.cl
Educación Escolar	2012	http://www.supereduc.cl
Electricidad y Combustibles	1985	http://www.sec.cl
Insolvencia y Reemprendimiento	2013	http://www.superir.gob.cl
Pensiones	2008	https://www.spensiones.cl
Salud	2005	http://www.supersalud.gob.cl
Seguridad Social	1953	http://www.suseso.cl/
Servicios Sanitarios	1990	http://www.siss.cl/
Valores y Seguros	1980	http://www.svs.cl/
Medio Ambiente	2012	http://www.supersalud.gob.cl/

Subsecretarías:

En Chile, las subsecretarías son organismos pertenecientes a la estructura interna de un ministerio.

Ministerio	Subsecretaría	web
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	Turismo	http://www.subturismo.gob.cl/
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Transportes	www.subtrans.gob.cl/
Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Telecomunicaciones	http://subtel.cl/
Ministerio del Trabajo y Previsión Social	Trabajo	http://www.subtrab.trabajo.gob.cl/

SERNAC: Servicio Nacional del Consumidor
http://www.sernac.cl/

ORCUS