



ELABORACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL PARA EL SERNAC EN LA CIUDAD DE TALCA

**ALEJANDRO ANDRES PALMA GRAU
INGENIERO COMERCIAL**

RESUMEN

El presente estudio, surgió de conversaciones con el director regional del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), en donde manifestó la ausencia de estudios fidedignos con respecto al tema de cómo las personas perciben y conocen al Sernac .

Dado que por experiencias directas en actividades con la gente, el Sernac, apreció un preocupante desconocimiento de la gente sobre sus derechos y sobre la organización misma. Por lo tanto, también quedó manifiesta la necesidad de dar a conocer la organización a la comunidad, al igual que sus derechos como consumidores.

El Sernac en Talca, Chile, es una institución de gobierno encargada de velar por educar, informar y proteger los derechos de los consumidores. Por lo tanto, el presente estudio tiene por objetivo principal realizar un plan que comunique, en la ciudad de Talca, que existe una organización pública que protege los derechos del consumidor. Dicho estudio requirió, como metodología, realizar una investigación exploratoria y descriptiva, para recolectar la información de fuentes primarias se utilizó como instrumento una encuesta, mientras que las fuentes secundarias se encuentran debidamente citadas y registradas..

Fue posible observar que las personas en Talca, tienen mayor idea del Sernac como una organización que funciona a nivel nacional más que local. Dentro de los servicios más conocidos que se conocen están los reclamos, por otra parte uno de los temas que mayor interés causa es sobre la ley al consumidor.

También se aprecia que las personas que conocen el Sernac manifiestan en general una buena impresión acerca de la atención recibida.

En el tema de los medios de comunicación, la televisión es el que más se utiliza, luego la radio y el diario.

Se desarrolló un plan comunicacional para el GSE bajo que resultó ser el más desinformado respecto al conocimiento del Sernac y sus derechos como consumidores. Se realizará una campaña publicitaria radial, de tres meses de duración, la cual será evaluada para determinar que se estén cumpliendo los objetivos.