



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

# Informe Final Cuenta Pública Participativa 2023 Sernac Regional **Metropolitana de Santiago**





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### I. INTRODUCCIÓN

El presente informe, tiene como finalidad dar a conocer el nivel de actividad de la Dirección Regional Metropolitana (DRM) durante el año de gestión 2022. Se hará un análisis cuantitativo y cualitativo de cada una de las unidades y procesos que se encuentran albergados en la DRM.

La hoja de ruta del SERNAC se ha basado en tres ejes:

- **Cercanía con la ciudadanía:** identificar y considerar sus necesidades reales.
- **Eficacia y eficiencia:** Realizar acciones o desarrollar herramientas útiles.
- **Protección:** Promover relaciones de consumo más justas, desplegar acciones de protección, promover buenas prácticas y aplicar las atribuciones del Servicio

A fin de poder llevar a cabo de la forma más eficiente posible las labores asignadas a esta Dirección, y, tomando en cuenta las características de población y división territorial de la Región Metropolitana, la DRM cuenta con dos unidades (Unidad Judicial y Unidad de Atención de Público), más un equipo de profesionales de apoyo (PA) y tres asistentes, quienes ejecutan los 5 procesos del negocio que se despliegan a nivel nacional. A diciembre del 2022 el total de funcionarios funcionarias de la DRM era de 29 personas.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### II. GESTIÓN DEL AÑO 2022

#### 1. Unidad Judicial (UJ)

Dentro de la UJ, se llevan a cabo distintos procesos y subprocesos como lo son:

- Tramitación y seguimiento de juicios de interés general (JIG) (Proceso Tramitación y seguimiento de Juicios) **[Principal]**
- Acciones basadas en los incumplimientos identificados en la plataforma No Molestar (Subproceso de Atención al consumidor)
- Análisis jurídico de casos WEB (Subproceso de Atención al consumidor)
- Análisis de propuestas de denuncias desde la Unidad de Atención de Público (UAP) y otros centros de responsabilidad del Servicio.
- Análisis de propuestas de Alertas desde UAP y tramitación de acciones desde el Comité de Vigilancia (Proceso Vigilancia de Mercados)

##### a. Tramitación de juicios de interés general:

La principal actividad dentro de esta unidad, son los JIG's, a continuación se entregan los datos de este proceso para el año 2022.

Durante el año 2022, desde el Departamento de Juicios se estableció como nivel de actividad para la UJ-DRM el inicio de 272 JIG 's. A diciembre del 2022 la DRM tiene registradas en la plataforma **1199 causas**, las cuales son desde el año 2007 a la fecha.

Durante el año 2022, se logró ingresar el **98.5% de las causas solicitadas por el Departamento de Juicios** y un **100% de la meta impuesta por ADP**, la cual era de 261 JIG entre los meses de febrero y diciembre de 2022.

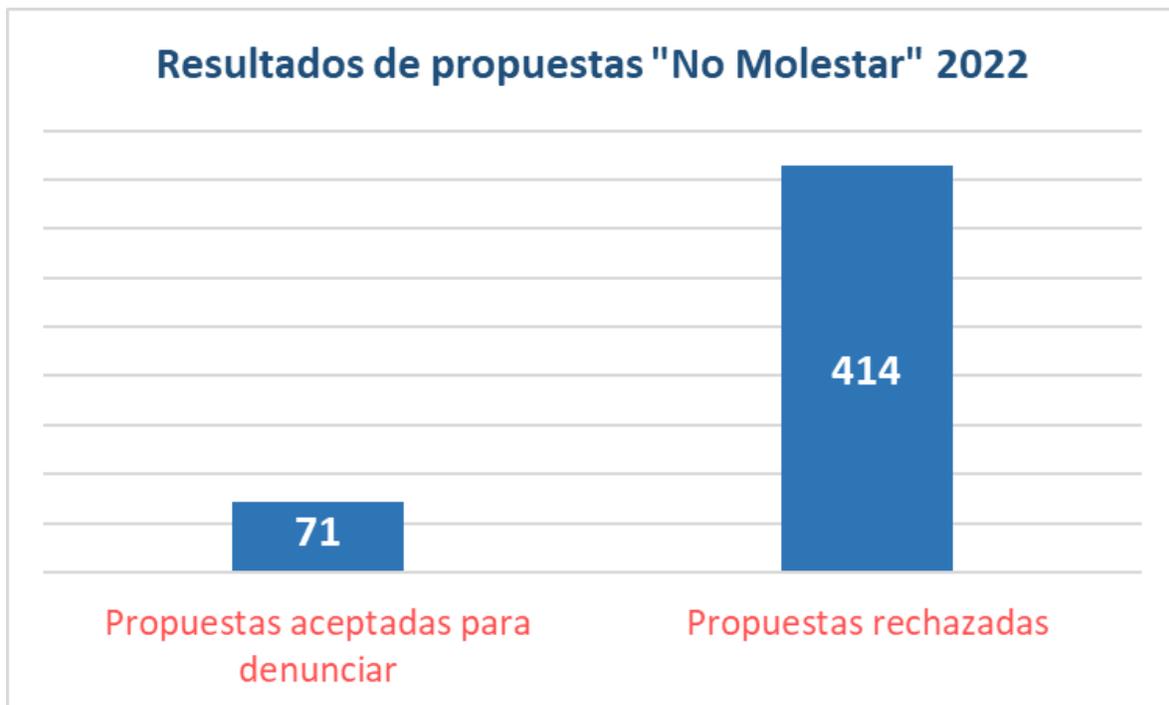




## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Los casos que no son solucionados por los proveedores y, donde los consumidores y consumidoras dan aviso del incumplimiento a través de la misma plataforma, pasan a la grilla de los abogados y abogadas regionales para el análisis de una posible denuncia. Durante el año 2022 se recibieron desde DSU para análisis **485 propuestas de denuncias** (un 41% más que el año 2021), donde debemos distinguir lo siguiente:



- 71 propuestas fueron acogidas y ya judicializadas
- 414 propuestas fueron rechazadas, siendo los principales motivos: a) falta de antecedentes para configurar la infracción, b) antecedentes acompañados no son de utilidad para configurar la infracción.

## 2. Unidad de Atención de Público (UAP)



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Dentro de la UAP, se llevan a cabo distintos procesos y subprocesos como lo son:

- Atención de consultas y reclamos (Proceso Atención al consumidor) **PRINCIPAL**
- Interoperabilidad con Proveedores (Proceso Atención al consumidor)
- Convenios con Plataformas Municipales (Proceso Atención al consumidor)
- Levantamiento de Alertas (Vigilancia de Mercados)
- Propuestas de denuncias (Proceso Atención al consumidor)
- SONI (Proceso Atención al consumidor)

### a. Atención de consultas y reclamos

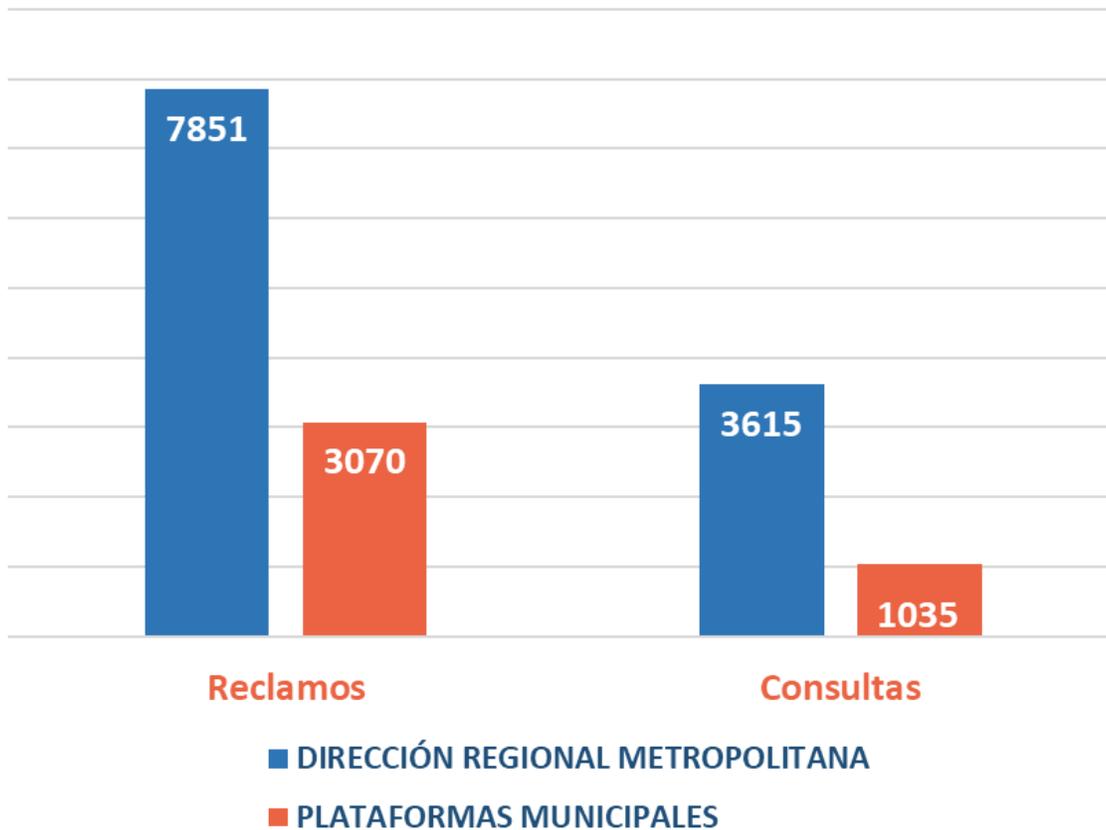
Durante el año 2022 la DRM mantuvo la atención para los y las consumidoras en la oficina regional y en sus plataformas municipales:



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### Total de ingresos presenciales 2022



A continuación, se muestran las 10 comunas con mayor cantidad de consumidores y consumidoras que hubieran presentado reclamos durante el año por el canal presencial en las oficinas de la Dirección Regional:



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Comuna de consumidor/a</b>	<b>Total de reclamos presenciales en oficinas DRM</b>
<b>SANTIAGO</b>	<b>1036</b>
<b>MAIPÚ</b>	<b>436</b>
<b>LA FLORIDA</b>	<b>354</b>
<b>RECOLETA</b>	<b>322</b>
<b>PUENTE ALTO</b>	<b>319</b>
<b>PUDAHUEL</b>	<b>315</b>
<b>ESTACIÓN CENTRAL</b>	<b>309</b>
<b>QUILICURA</b>	<b>294</b>
<b>INDEPENDENCIA</b>	<b>247</b>
<b>RENCA</b>	<b>240</b>

Al realizar un análisis por edad y género de los consumidores y consumidoras que presentaron reclamos durante el año 2022, se puede visualizar el siguiente resultado:



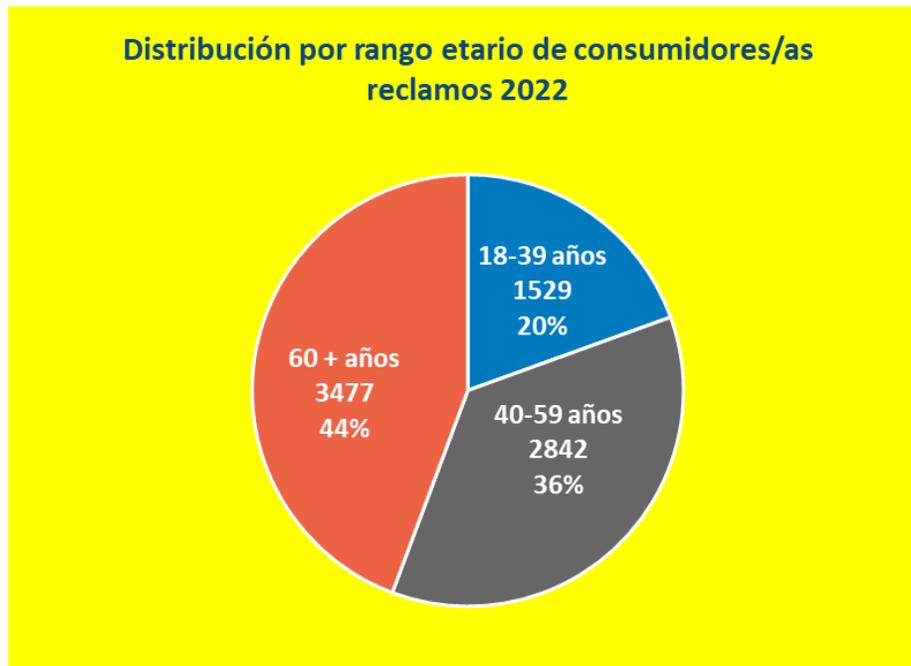
## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### Distribución por género de consumidores/as reclamos 2022



### Distribución por rango etario de consumidores/as reclamos 2022

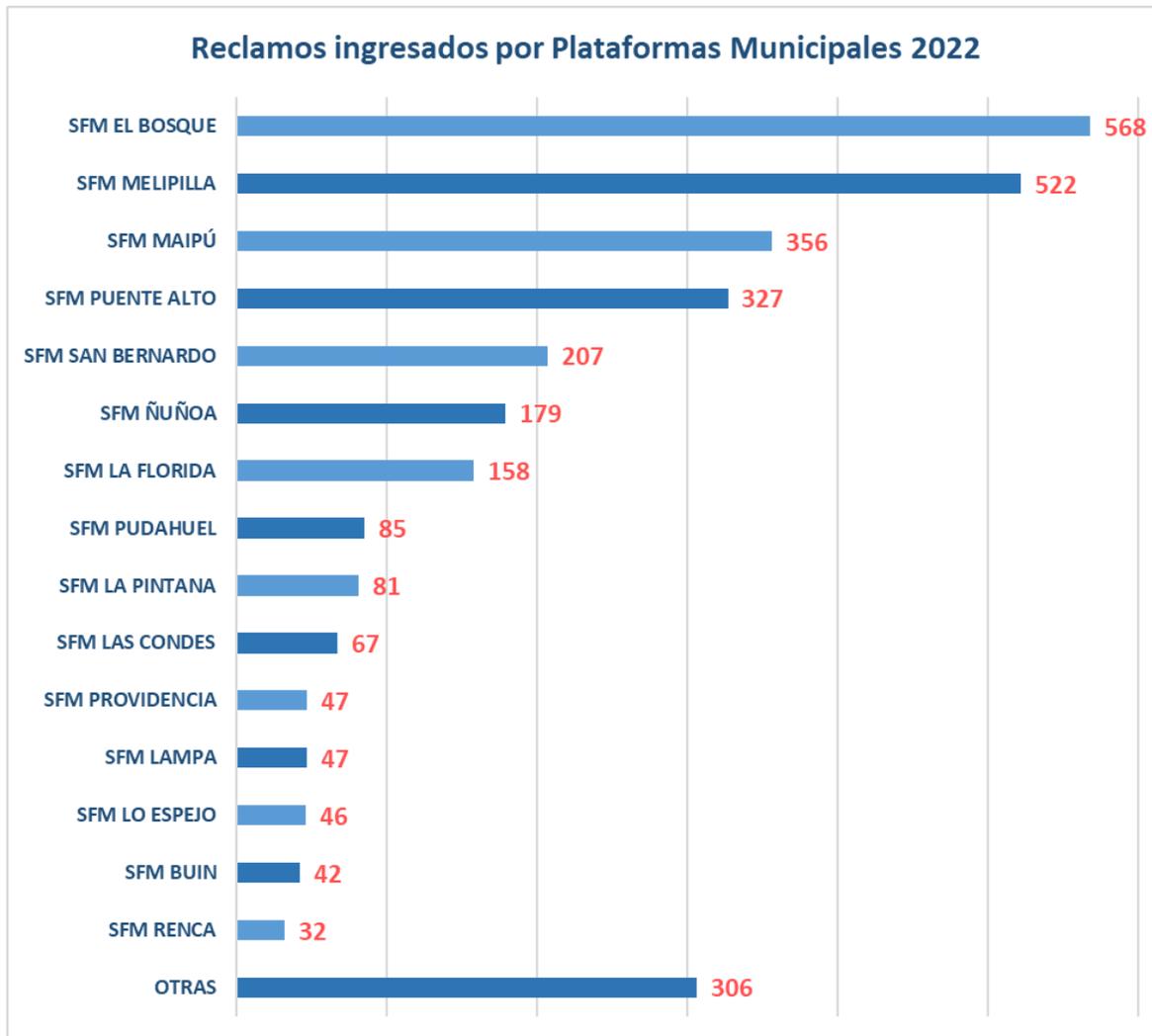


**El 44,3% de los consumidores y consumidoras fueron personas mayores.** En comparación, el año 2020 este grupo representó sólo el 17,7% (porcentaje relacionado al período de pandemia), mientras que el año 2021 ascendió al 39,6%. Este grupo de consumidores y consumidoras ha mantenido, de forma permanente, atención preferencial por parte de nuestros ejecutivos y ejecutivas. Para el grupo etario no preferencial, quien no fuera atendido directamente en módulo por parte de un/a Ejecutivo/a, se le atendía por Formulario Único de Atención Presencial (FUAP) previa orientación de su llenado y



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



Paralelamente las dos Administradoras de las plataformas que integran el equipo de la DRM, han realizado un despliegue en talleres de educación financiera y conocimiento de derechos y deberes de las y los consumidores a juntas de vecinos y grupos de personas mayores en 14 comunas rurales y/o vulnerables en convenio, **llegando a 889 beneficiarios** (700 mujeres y 189 hombres).



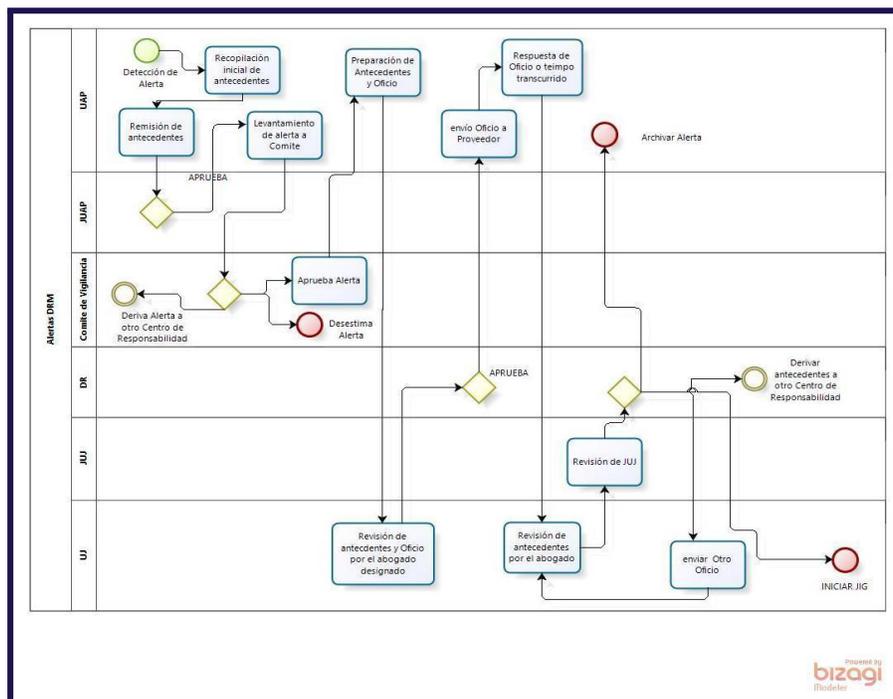
# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

## e. Alertas de Vigilancia.

El proceso de vigilancia busca identificar oportunamente conductas presentes en los distintos mercados que infringen o podrían infringir la ley del consumidor, lo cual se levanta a través de una alerta.

Desde esta Dirección Regional, el año 2020 se elaboró un instructivo interno para organizar, entre las unidades pertenecientes a este centro de responsabilidad, el levantamiento y tratamiento de una alerta. Este instructivo fue presentado a los encargados del proceso de vigilancia para revisión e ingreso a la documentación oficial.

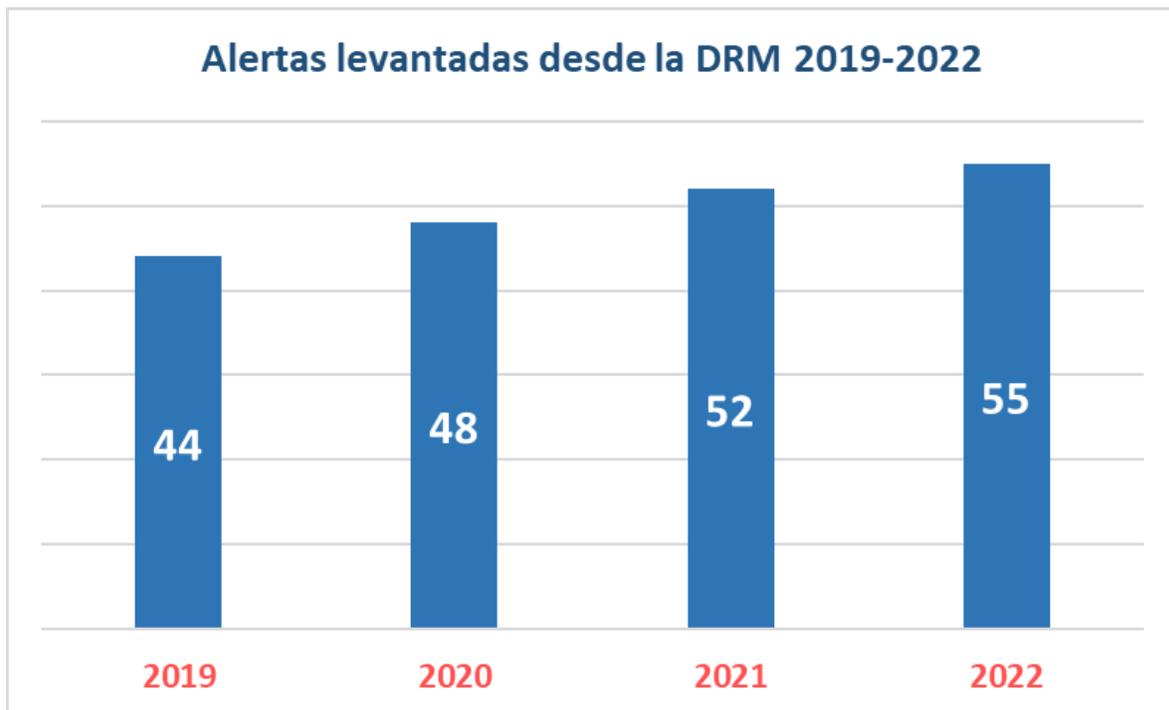




## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Desde la DRM durante el año 2022 logramos levantar **55 alertas** para el Comité de Vigilancia. Se cumplió, de tal manera, al 100% la meta de 55 alertas propuesta por el Departamento de Vigilancia y del Convenio de Alta Dirección Pública de la Directora Regional. Es importante destacar que se mantuvo y aumentó el nivel de alertas presentadas desde la DRM, a pesar de que durante el año 2020 no fue meta para la Dirección Regional y que el 2021 se vuelve a incluir como meta anual y como objetivo del convenio señalado.



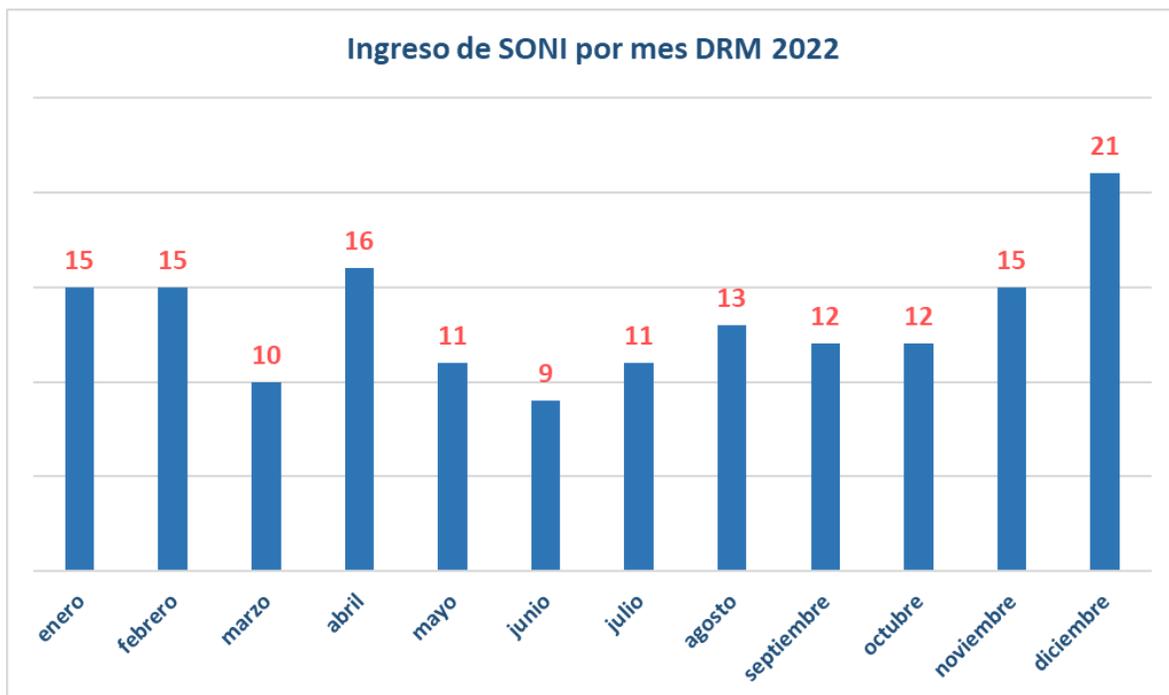
Además, somos el centro de responsabilidad con más alertas derivadas desde otros centros de responsabilidad, con **43 derivaciones recibidas y un 99% de acciones ejecutadas**.

### f. Su opinión nos interesa (SONI)

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Para el desarrollo de SONI (Su Opinión Nos Interesa), durante el año 2022 se ingresaron **160 SONI** para la DRM desde los usuarios y usuarias. La disgregación de los ingresos por mes es la siguiente:



El total de SONI cerrados el 2022 (160) se disgrega en los siguientes tipos de causal de ingreso:

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



Se debe destacar un aumento en los reconocimientos del **67,4% del año 2021 al 84,4% del año 2022**, principalmente al trabajo entregado por los y las funcionarias de nuestra Dirección Regional. Es importante informar que todos los SONI correspondientes a la DRM fueron respondidos dentro los tiempos establecidos por instructivo, ayudando a la meta institucional del año.

### 3. Profesionales de Apoyo (PA)

Los procesos que llevan a cargos estos profesionales son los siguientes:

1. Talleres de educación ciudadana (Subproceso de Entrega de productos y servicios educativos).
2. Gobiernos en terreno (GeT).
3. Relacionamiento con la academia.
4. Reportería general de la DRM.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Los profesionales de apoyo realizaron actividades de difusión y ejecución de la parrilla de cursos y talleres que posee el proceso de Entrega de productos y servicios educativos. Especialmente orientados a cursos en:

- Organizaciones ciudadanas
- Mujeres emprendedoras
- Personas mayores
- Niños, niñas y adolescentes.

Basados en temas de derechos y deberes del consumidor, educación financiera, consumo sostenible y equidad de género, durante el año 2022 se capacitaron a **2038 beneficiarios y beneficiarias**, el despliegue se realizó a través de alianza con:

- 4 Servicios Públicos (PRODEMU, SENAMA, INJUV, Ministerio de las culturas, las artes y el patrimonio),
- 3 colegios rurales y/o vulnerables,
- 9 organizaciones sociales (WAZU, Fundación 360°, Fundación trabajo para un hermano, Fundación Soymás, Fundación Crecechile, Fundación SOPEÑA, INTEGRA, Asociación de Barrios patrimoniales y organizaciones del mundo de la cultura),
- 3 Centros de Formación Técnica (IPLACEX, DUOC extensión e INACAP Santiago Centro).

Adicionalmente se desarrollaron **4 conversatorios relacionados a consumo**. Tres actividades que se lograron concretar se refirieron a "Ciudadanía organizada, protección y garantía de los derechos de las y los consumidores" y "Juventudes de Maipú: hablemos de derechos de las y los consumidores", en el caso de Buin se desarrolló en el liceo PV Los Guindos de Buin y la convocatoria fue interna sin difusión pública. En todas estas actividades, junto con enunciar los derechos de las y los consumidores, se mostraba la oferta en talleres/charlas en diversas materias de consumo, de hecho del conversatorio en Barrio Yungay se logró implementar un ciclo de ocho talleres para los vecinos y las vecinas

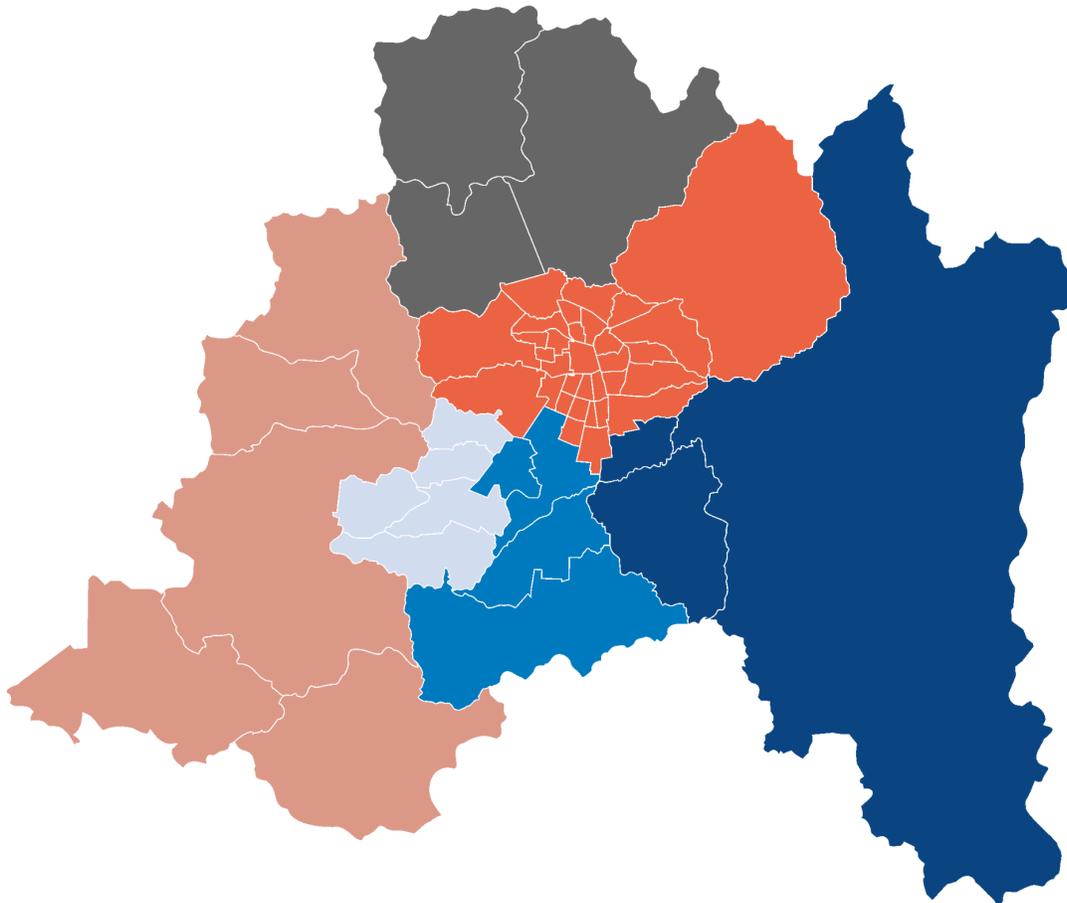


## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

del barrio. Finalmente, realizamos un conversatorio en materias de consumo con las organizaciones sociales comunales de la región en el mes de noviembre sobre cobros de servicios básicos llamado "Servicios básicos y cobros indebidos".

**Gobiernos en terreno (GET):** Otra de las labores que este equipo realiza, es la participación de actividades presenciales del gobierno regional. Esta actividad se comenzó a implementar a nivel regional post pandemia en febrero del 2021. Como Dirección Regional asistimos a nueve actividades en el año 2021, para el año 2022 se **asistió a 55 GET**, abarcando las 6 provincias de la región y 36 comunas de las 52 existentes



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Provincia	Comunas visitadas		Número de GET
Chacabuco	Tiltil		<b>6 GET</b>
	Lampa		
	Colina		
Cordillera	Pirque		<b>4 GET</b>
	Puente Alto		
	San José de Maipo		
Maipo	Buin		<b>7 GET</b>
	Calera de Tango		
	Paine		
	San Bernardo		
Melipilla	Melipilla		<b>4 GET</b>
	Maria Pinto		
	San Pedro		
Talagante	Peñaflor		<b>13 GET</b>
	Talagante		
	Padre Hurtado		
	Isla De Maipo		
	El Monte		
Santiago	Peñalolén	La Florida	<b>21 GET</b>
	La Granja	Lo Prado	
	San Joaquín	Cerro Navia	
	Macul	San Ramon	
	La Pintana	Quinta Normal	
	Maipú	Cerrillos	
	Conchalí	La Pintana	



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

	La Reina	La Cisterna	
	Quilicura		

**Relacionamiento con la academia:** El año 2022 el énfasis fueron las y los consumidores hipervulnerables y bajo este objetivo se realizaron **4 seminarios con la academia** (3 seminarios con la Universidad Alberto Hurtado y 1 con la Universidad del Desarrollo).

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<p><b>Ciclo de seminarios</b></p> <p><b>HIPERVULNERABILIDAD EN EL CONSUMO: CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES Y SUS DERECHOS</b></p> <p>6 de junio, de 12 hrs. Por UAH TV Digital</p> <p>Modera: Diego Martínez Coord. Magister de Derecho UCH</p> <p>Inscripciones en <a href="mailto:vinculaconderecho@uahurtado.cl">vinculaconderecho@uahurtado.cl</a></p> <p>Colabora <b>SERNAC</b> Servicio Nacional del Consumidor</p> <p>uah / Facultad de Derecho Universidad Alberto Hurtado</p>	<p><b>Exponen</b></p>  <p>Jean Pierre Couchot Subdirector Nacional del SERNAC</p>  <p>Fulvio Santarelli Profesor Derecho Universidad de Buenos Aires</p>  <p>Francisca Barrientos Directora Departamento Derecho Privado UAH</p>	<p><b>Ciclo de seminarios</b></p> <p><b>HIPERVULNERABILIDAD Y DISCRIMINACIÓN DESDE LA EXPERIENCIA DE LA POBLACIÓN MIGRANTE</b></p> <p>9 de agosto, 15:00 hrs. Por UAH TV Digital</p> <p>Modera: Catalina Gacitua, ayudante Departamento Derecho Privado UAH</p> <p>Inscripciones en <a href="mailto:vinculaconderecho@uahurtado.cl">vinculaconderecho@uahurtado.cl</a></p> <p>Colabora <b>SERNAC</b> Servicio Nacional del Consumidor</p> <p>uah / Facultad de Derecho Universidad Alberto Hurtado</p>	<p><b>Invitados e invitadas</b></p>  <p>Sebastián Campos Abogado y profesor Derecho Civil Universidad de Chile</p>  <p>Mauricio Jullian de Tezanos Pinto Abogado, Dirección Regional Metropolitana del SERNAC</p>  <p>Gabriela Hilliger Profesora Clínica migrantes UAH</p>
--	---	--	--

<p><b>Ciclo de seminarios</b></p> <p><b>HIPERVULNERABILIDAD Y DISCRIMINACIÓN DESDE LA EXPERIENCIA DE LA COMUNIDAD LGTBIQ+</b></p> <p>Martes 6 de septiembre, 15:00 hrs. Por UAH TV Digital</p> <p>Modera: Benjamín Valencia, ayudante Departamento Derecho Privado UAH</p> <p>Inscripciones en <a href="mailto:vinculaconderecho@uahurtado.cl">vinculaconderecho@uahurtado.cl</a></p> <p>Colabora <b>SERNAC</b> Servicio Nacional del Consumidor</p> <p>uah / Facultad de Derecho Universidad Alberto Hurtado</p>	<p><b>Invitados e invitadas</b></p>  <p>Felipe Fernández Profesor de Derecho Civil y Consumo UAH</p>  <p>Constanza González Directora Regional Metropolitana SERNAC</p>  <p>Mauricio Henríquez Abogado de Fundación Iguales</p>
---	---

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

SEMINARIO: EL FENÓMENO DEL SOBREENDEUDAMIENTO Y LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FINANCIERO DESDE UNA PERSPECTIVA INTEGRAL

**CONTENIDOS**

El fenómeno conocido como «sobreendeudamiento» cuya relevancia ha ido aumentando a lo largo de los años puesto que son cada vez más los consumidores que caen en obligaciones financieras que no pueden cumplir. Por este motivo, el fenómeno ha sido abordado desde el derecho del consumo, mediante la consagración de derechos y garantías que tienen por objeto proteger la integridad del consumidor financiero. El propósito de este seminario es abordar la noción de sobreendeudamiento, sus posibles causas, y cómo este se vincula con la protección a los consumidores en la Ley N° 19.496.

**EXPOSITORES**

**Renzo Munita Marambio.** Abogado, Profesor Investigador del Centro de Derecho Regulatorio y Empresa UDD.

**Constanza González Poblete.** Abogada, Directora Regional Metropolitana del SERNAC.

**Juan Luis Goldenberg Serrano.** Abogado, Profesor Asociado Departamento Derecho Privado UC.

**Moderador: Silvestre Díaz Tomic.** Abogado, Profesor Clínica Jurídica, Área Derecho Del Consumidor UDD.

**MODALIDAD**  
Online

**FECHA DE INICIO**  
29 Sep 2022

**FECHA DE TÉRMINO**  
29 Sep 2022

**HORARIO**  
18:30 a 20:00 hrs.

**INSCRIPCIONES ABIERTAS**

[¡Inscríbete!](#)

**CONTACTO**

**Josefina Pérez**  
E-mail: mariajosefina.perez@udd.cl

### III. OBSERVACIONES FINALES

En primer lugar, es imprescindible destacar el compromiso y trabajo de cada uno de los funcionarios y funcionarias de la Dirección Regional Metropolitana durante 2022, año en que se mantuvo la modalidad de trabajo híbrida implementada en razón de la alerta sanitaria persistente. No obstante lo anterior, es preciso indicar que en todo momento se encontró disponible la atención presencial en dependencias de la Dirección, al mismo tiempo en que se respetaba el cumplimiento del compromiso en trabajo remoto. Similar escenario se dio en las labores de las abogadas y abogados de la Unidad Judicial, así como en el grupo de Profesionales de Apoyo. La voluntad de la Dirección Regional como equipo, fue crucial para dar cumplimiento de las metas asignadas, siempre observando los estándares de excelencia necesarios para el desarrollo de las funciones, y que son esperados por las consumidoras y consumidores de la región.

Dentro de la Unidad Judicial, se puede observar que si bien el equipo durante el año sufrió cambios en sus integrantes, se logró traspasar el conocimiento a las y los nuevos profesionales en poco tiempo y mantener el flujo de trabajo. Si bien se ha podido advertir que el nivel de juicios de interés general ha ido disminuyendo año tras año, el 2022 se



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

logró cumplir en un **98,5% la meta comprometida con el Departamento de Juicios de 272 JIG iniciados.**

Paralelamente, es importante mencionar el **incremento en más de un 41%** de las propuestas de denuncias para la plataforma "NO MOLESTAR" durante el año 2022 en relación al año anterior. Lo que nos indica que este producto se está masificando en la ciudadanía.

Para la Unidad de Atención de Público (UAP), se identifica como una fortaleza la mantención de la atención presencial y el cumplimiento de alertas de vigilancia llegando a la meta de 55 alertas para el año 2022 (**100% de cumplimiento**). También se hace una mención al alto porcentaje de reconocimientos ingresados por medio del "SONI" para el equipo durante el año (**84,4% de reconocimiento**). Se observa un equipo cohesionado y con un enfoque al cumplimiento de metas colectivas.

Es importante mencionar el aumento de dos nuevos convenios municipales con las comunas de San Joaquín y María Pinto, **llegando a 43 de las 52 comunas** de la región. El trabajo de las administradoras de plataformas también se pudo observar en el aumento considerable de capacitaciones a las plataformas en temas relacionados al sistema MAC y por sobre todo las capacitaciones a la ciudadanía en las comunas en convenio, las cuales se desarrollaron más allá de las metas iniciales, **llegando a 889 beneficiarios y en su mayoría mujeres consideradas personas mayores.**

Es destacable para el grupo de Profesionales de Apoyo el gran despliegue territorial en el año con talleres y cursos a grupos hipervulnerables. **El llegar a 2038 beneficiarios y beneficiarias** es una muestra de aquello. La incorporación de mecanismos de participación como los conversatorios este año también ayudó para la comprensión del conocimiento de los y las consumidoras y saber como apoyar en futuras capacitaciones.

Además, destacamos el relacionamiento con la academia, cerrando con 4 eventos en el año de alta convocatoria y la participación del entonces Subdirector Nacional, en uno de







## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### 1. Desarrollo de la actividad

- **Programa Cuenta Pública Participativa 2023 SERNAC**

Hora	Actividad
15:00 – 15.30	Acreditación de invitados e invitadas ciudadanos
15.30 – 15.35	Bienvenida a las y los asistentes
15.35 – 15.40	Palabras de Gonzalo Durán Baronti, Alcalde de la I. Municipalidad de Independencia
15.40 – 15.45	Palabras de Cristian Rodríguez Binfa, Seremi de Economía, Fomento y Turismo
15.45 – 16.15	Presentación Cuenta Pública 2023 - Constanza González Poblete, Directora Regional Metropolitana del SERNAC
16.15 – 16.45	Diálogo participativo
16.45 – 17.15	Preguntas a la Directora Regional Metropolitana del SERNAC y cierre

- **Metodología participativa**

El desarrollo de la actividad de Cuenta Pública Participativa constó de “tres momentos”, el primero correspondió a la presentación de la directora regional; el segundo al trabajo en torno a las preguntas (dispuestas desde DPC) y el tercer momento a responder las preguntas realizadas por las personas asistentes a la actividad.

El objetivo de esta cuenta pública fue constituir un hito de información y diálogo ciudadano, de carácter público en torno a la evaluación de la gestión de esta dirección



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

regional para fomentar la escucha activa y realizar las mejoras que resulten pertinentes en el quehacer institucional.

Cada una de las mesas contó con un/a facilitador/a quién estimuló el diálogo y tomó nota de los principales aportes y temas discutidos en la mesa, para ello se dispuso de un set de preguntas que guiaban la conversación.

Para finalizar el trabajo de mesas, se pidió a los integrantes que redacten o escojan una o dos preguntas para la Directora Regional. Éstas fueron recogidas por un funcionario/a de la DR, quien seleccionó preguntas para que contestara la Directora.

Las preguntas que no fueron contestadas en la actividad serán respondidas a través de este informe final de Cuenta Pública Participativa, el cual será publicado de forma posterior en el sitio web de SERNAC y se les hará llegar a través de correo electrónico.

### • Composición de las mesas

Se organizaron 7 mesas de trabajo con aproximadamente 5 personas por cada una. Cada mesa contó con un facilitador y los participantes se agruparon de la siguiente manera:

Mesa 1	Jóvenes
Mesa 2	CAJ
Mesa 3	Funcionarios Municipales
Mesa 4	Personas Mayores
Mesa 5	Dirigentes Sociales
Mesa 6	Contrapartes SERNAC DRM
Mesa 7	JPL

### • Desarrollo de la actividad

Cada una de las mesas contó con un/a facilitador/a quién estimuló el diálogo y tomó nota de los principales aportes y temas discutidos en la mesa, para ello se dispuso de 4 preguntas que guiaron la conversación:

1. ¿Conoce los mecanismos de protección que tiene el Servicio? ¿Qué opinión tiene de ellos? (acá es importante que se pueda explicar a qué nos referimos por mecanismos de protección, ejemplificando con lo anteriormente presentado por el/la directora/a Regional)
2. ¿De qué manera podríamos mejorar nuestras comunicaciones con la ciudadanía?
3. ¿Qué le interesaría saber de nuestro Servicio?
4. ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para el accionar de SERNAC?



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Para esta actividad se dio un tiempo de 30 minutos.

### 2. Resultados del trabajo

En el siguiente cuadro se muestran las conversaciones por mesa en torno a cada pregunta trabajada. No es posible establecer un resumen unificado de respuesta por pregunta ya que la conformación de las mesas fue bastante heterogénea.





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Pregunta 1</b>	<b>¿Conoce los mecanismos de protección que tiene el Servicio? ¿Qué opinión tiene de ellos? (acá es importante que se pueda explicar a qué nos referimos por mecanismos de protección, ejemplificando con lo anteriormente presentado por el/la directora/a Regional)</b>
Mesa 1: Jóvenes	<p>Poco, en general nombran al reclamo (que es más insumo) como mecanismo de protección que posee el Servicio, la alerta ciudadana se nombró igualmente pero con dudas. Se mencionaron a los asistentes mecanismos como los juicios colectivos, PVC, JIG y Fiscalizaciones, entre otras. Explicando de qué se trataban estos mecanismos y sus respectivos objetivos, dado que la Directora los explica en la presentación. Después de nombrarlos, los familiarizaron más con algunos ejemplos entregados por el facilitador.</p> <p>Es importante que los participantes de la mesa hacen hincapié en la poca información y canales con los que el Servicio comunica sus distintos mecanismos de protección. Se solicita mayor claridad en la información de los reclamos, desde el punto de vista del e-mail que se recibe con respecto al proceso.</p>
Mesa 2: CAJ	<p>Si los conocemos, no obstante, identificamos que falta trabajar estos conceptos para que puedan ser transmitidos de una manera más sencilla a la ciudadanía.</p>
Mesa 3: Funcionarios Municipales	<p>- Reclamos, Jornada de Educación Financiera y No molestar.</p> <p>En general sentimos que el SERNAC no tiene mayores herramientas para exigir o sancionar. El SERNAC es más bien un mediador.</p> <p>Da la sensación que el Servicio es un león sin dientes. Falta agrandar equipos en las Regiones. Aumentar recuerdos. Falta implementar mayor tecnología con herramientas, como página web y otros que sean más amigables.</p>

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<p>Mesa 4: Personas Mayores</p>	<p>Los participantes respecto de los mecanismos de protección sólo aluden inicialmente a los reclamos, dicen que identifican al Sernac principalmente como un ente que sirve para reclamar. Se les invita a recordar las compensaciones del confort, y a responder de dónde creen ellos que salen esas compensaciones, una participante recuerda los juicios colectivos y se les explica de qué mecanismos de protección nacen las compensaciones. Algún participante confunde a CONADECUS con el Sernac, se les explican las diferencias y cómo es el relacionamiento con estas organizaciones. Se aprovecha la instancia para hablar respecto de las fiscalizaciones, y ellos responden que lo que deberían fiscalizar es el cómo se les asignan los seguros a los adultos mayores a pesar de no haberlos pedido.</p>
<p>Mesa 5: Dirigentes Sociales</p>	<p>Respecto del reclamo y la consulta son importantes ya que en la pandemia resultó de mucha utilidad la orientación, pues las empresas abusaron durante ese tiempo. El reclamo debería ser más rápido y resolver en menos tiempo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- En cuanto a fiscalización, el Sernac debería ser más rápido y fiscalizar siempre.</li> <li>- Las fiscalizaciones deberían mejorar y ser enfocadas en bancos ya que no responden a sus clientes.</li> <li>- En cuanto al reclamo, existen empresas que no responden y el Sernac no los obliga, eso debe cambiar.</li> </ul>
<p>Mesa 6: Contrapartes del SERNAC DRM</p>	<p>En esta mesa, los mecanismos de protección conocidos por los participantes fueron los siguientes: las demandas colectivas, fiscalización y reclamos. Además, hicieron mención a las aplicaciones me quiero salir y no molestar.</p>
<p>Mesa 7: JPL</p>	<p>I.- Respecto a si conoce los mecanismos de protección: Destacan los Juicios de Interés General para muchas personas, la sociedad en su conjunto. Los que deben tener mayor visibilidad a diferencia de los juicios colectivos. Los Juicios Colectivos tienen mayor visibilidad por la difusión que se les entrega. La jurisprudencia les ha dado poco a poco mayor relevancia a los Juicios de Interés General.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

	<p>No conocen otros mecanismos de protección a parte de los JIG y JC.</p> <p>II.- Respecto a la opinión que tienen de los mecanismos de protección: Antiguamente se les entregaba una mayor difusión a los Juicios de Interés General. Actualmente sólo se difunden casos muy particulares. Las medidas deberían abocarse más a las personas, lo que va de la mano a una mayor difusión. Concientizar y aumentar la comunicación con los Jueces de Policía Local, para efectos de que se aplique en mayor medida el principio pro consumidor. Junto a lo anterior, realizar gestiones para lograr mayor uniformidad en los criterios judiciales.</p>
--	--

<b>Pregunta 2</b>	<b>¿De qué manera podríamos mejorar nuestras comunicaciones con la ciudadanía?</b>
Mesa 1: Jóvenes	Claramente mejorando la frecuencia y contenido, en los distintos canales de comunicación que el Servicio posee. Se hace un fuerte énfasis a tener una frecuencia en base a contenidos de interés de los distintos grupos etarios y al monitoreo constante de estos temas. Sin duda, es algo que debe mejorar y estar más al día, usar canales como Whatsapp con gente real (no motore y robots automáticos)
Mesa 2: CAJ	Creemos que la comunicación con la ciudadanía podría mejorar si es transmitida de acuerdo a conceptos transversales y comunes con los que se identifiquen más cada grupo etario, es decir bajar las comunicaciones de acuerdo a grupos definidos. Sugerimos crear una mascota SERNAC de nombre " <b>Reclamin</b> ", muy parecido a la mascota "Contralorito" de la Contraloría General de la República.
Mesa 3: Funcionarios Municipales	Potenciar RRSS debido a explosión dentro de las juventudes. Implementar planes en colegios e instituciones de educación. Educación en área financiera (universidades y enseñanza media). Focalizarse en grupos específicos (personas mayores, jóvenes y otros), identificando dónde estaban estas segmentaciones.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

	<p>Simplificar la información reduciendo los tecnicismos y hacerlo más coloquial para mejor entendimiento desde la ciudadanía. Utilizar influencers u otros. Compartir material del SERNAC (gráficas e informativos) con las plataformas municipales.</p>
<p>Mesa 4: Personas Mayores</p>	<p>1.-A través de la TV en campañas y participar en los matinales porque son medios masivos 2.-Informar por redes sociales, desconocen que el Servicio tiene instagram y facebook 3.-Revistas con información donde cuentan las últimas modificaciones de la ley. 4.-Un decálogo con información (en papel) 5.- Dar más charlas a la ciudadanía 6.-Estar presentes en el "Mall" con información sobre garantía, en épocas de altas compras como navidad.</p>
<p>Mesa 5: Dirigentes Sociales</p>	<p>El Sernac debería mostrarse mucho más, las personas desconocen las materias que se tratan. -Comunicación masiva, informar los deberes que tenemos como consumidores. -Aprovechar las plataformas virtuales, la radio comunal de la comuna para difundir. -Mayor difusión en medios de comunicación a través del municipio, hacer campañas informativas. -Que el Sernac y el municipio hagan mayor difusión a personas con discapacidad y personas mayores. -Comunicar a los jóvenes a través del colegio con charlas educativas.</p>
<p>Mesa 6: Contrapartes SERNAC DRM</p>	<p>En la mesa se señaló que la manera de mejorar la comunicación con la ciudadanía, sería seguir participando en los gobiernos en terreno, ya que esto hace más visible al servicio, además esto permite que entre los vecinos se comunique la existencia del Sernac. Otra manera de mejorar la comunicación es el no tener miedo de involucrarse con los proveedores para realizar charlas, ejemplo DUOC. Y por último el seguir con los talleres dirigidos a la ciudadanía.</p>
<p>Mesa 7: JPL</p>	<p>Abarcar redes sociales (Linkedin), colegios, ciudadanía en general, difusión radial de forma semanal (comunales), youtube. Apariciones en los noticieros y canales de televisión en general. Generar una imagen más asequible a la ciudadanía en cuanto a la función social a cumplir.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<b>Pregunta 3</b>	<b>¿Qué le interesaría saber de nuestro Servicio?</b>
Mesa 1: Jóvenes	Qué acciones y facultades tendrá el Servicio en el futuro próximo. Esperamos que el SERNAC pueda lograr un control sobre las empresas, tanto en fiscalizaciones como en sanciones.
Mesa 2: CAJ	Nos gustaría saber si existen iniciativas por parte del Servicio para volver a tener facultades sancionatorias. Nos gustaría saber donde se originó, quien o quienes son los responsables del concepto "Juicios de interés general", porque sólo ayuda a varios consumidores afectados por un mismo problema de consumo y no al consumidor que tiene una problemática de consumo de manera individual y no colectiva.
Mesa 3: Funcionarios Municipales	Que cuando existan grandes eventos se realice difusión de las malas prácticas de los comercios, como por ejemplo el CyberDay, donde podrían pasar cosas como anulación de compras, no existencia de stock, que no lleguen los productos y qué hacer en esos casos. Además de lo que puede, también lo que no puede hacer el SERNAC. Dar a conocer las otras funciones además de los reclamos, ya que las personas piensan que sólo es para alegar.
Mesa 4: Personas Mayores	En esta mesa, se recogió lo siguiente: 1.- Comunicar qué servicios podemos prestar o que asesorías podemos dar en materia de consumo. 2.- Informar si tenemos relacionamiento con mujeres emprendedoras. 3.- Saber más de qué se fiscaliza y qué reclamos se pueden presentar.





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Mesa 5: Dirigentes Sociales	En esta mesa se levantó lo siguiente: 1.- ¿Cuántos reclamos tienen respuestas positivas? 2.- ¿Qué hacen con los consumidores que pierden sus juicios? 3.- ¿Cuánto demoran los juicios y porque no acompañan a los vecinos a los juicios? 4.- ¿Qué pasa con la fiscalización, se multa con cuanto a las empresas? Ya que eso no se informa 5.- Informar a la ciudadanía todos los canales que tiene el Sernac
Mesa 6: Contrapartes SERNAC DRM	En la mesa, les gustaría saber ¿cuál es la manera más rápida y efectiva para realizar una fiscalización? Además, saber si toman en cuenta las fiscalizaciones que realiza el Servicio y, por último, conocer la cercanía que se tiene con las personas mayores, para que ellos conozcan sus derechos.
Mesa 7: JPL	El significado de cada tipo de denuncias que se presentan como Servicio, sumado a en qué medida dichas denuncias serían relevantes para las personas (fomentar denuncias por reclamos). Informar acerca del destino final de los reclamos, más allá de la respuesta del proveedor a los mismos.

<b>Pregunta 4</b>	<b>¿Qué sugerencias u observaciones tiene para el accionar del SERNAC?</b>
Mesa 1: Jóvenes	Mayor fiscalización, comunicaciones más cercanas y fluidas con las y los consumidores y mayores y más directas sanciones a las empresas que infringen la ley.
Mesa 2: CAJ	1.- Redireccionar los esfuerzos en denuncias en temas contingentes, actualizados, los más reclamados por las y los consumidores en un periodo. 2.- Conseguir que le otorguen mayor presupuesto. 3.- Trabajar estrategia política para poder conseguir más presupuesto y mayores atribuciones.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

<p>Mesa 3: Funcionarios Municipales</p>	<p>Mejorar el canal de las comunicaciones hacia la ciudadanía, ya que se encuentra en plataformas virtuales, pero no todo el mundo sabe como ingresar a estos medios. Implementar medidas sancionatorias, brindar mayores atribuciones al Servicio para proteger a las y los consumidores. Tener menos exigencias para reclamar. Aumentar y fomentar la educación financiera. Aumentar la implicancia en demandas de carácter individual. Crear convenios con juzgados de Policía Local.</p>
<p>Mesa 4: Personas Mayores</p>	<p>1.- Más información de nuestro quehacer como Servicio 2.- Que se puedan controlar los precios de los medicamentos 3.- Que entreguemos más información respecto de los seguros que ofrecen los proveedores. como son el de desgravamen y otros a los adultos mayores.</p>
<p>Mesa 5: Dirigentes Sociales</p>	<p>-Mejorar la difusión a las y los vecinos para estar siempre informados de todos los temas más importantes y cómo actuar. -Que se utilicen más las redes sociales y educar a través de estos canales. -Que tengan una página en redes sociales. -Que en la televisión deberían pasar avisos de alertas o cápsulas por temporadas de los precios altos, alertar más a las y los consumidores.</p>
<p>Mesa 6: Contrapartes SERNAC DRM</p>	<p>La mesa indica que espera que el Servicio tenga la facultad de sancionar, además que tenga una atención preferencial a personas mayores sobre 70 años y con movilidad reducida y por último que las y los funcionarios reciban la capacitación necesaria para atender a las personas con discapacidad auditiva y visual. Por último, la mesa de manera unánime, felicita a la Directora por su cuenta pública, ya que fue muy clara y se notó la cohesión del equipo, y lo que más destacaron que al momento de hablar de su equipo de trabajo le brillaban los ojos, y les quedó muy claro que el Servicio funciona muy bien.</p>
<p>Mesa 7:</p>	<p>Mayor difusión.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

JPL	Educación en colegios. Tener consagración constitucional para lograr tener una mayor efectividad en la función y relevancia como institución frente a la judicatura. Facultad sancionadora directa. Aumento de multas.
-----	---





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### 3. Recomendaciones y/o sugerencias de las personas asistentes.

En esta Cuenta Pública Participativa, las y los asistentes han podido plantear sus interrogantes y sugerencias a nuestro Servicio. Dentro de sus inquietudes, y a modo ejemplificador, los presentes mostraron su interés en conocer cómo el Sernac, se relaciona con los procesos políticos actuales, como lo es, el proceso constituyente, y la eventual consagración de los derechos de las y los consumidores en la Constitución. Junto con ello, manifestaron la trascendencia de que el Servicio pueda tener facultades sancionatorias y la posibilidad futura de que pueda intervenir activamente, en las causas de interés individual de las y los consumidores.

Así también, plantearon el valor de la labor del Servicio en promover la educación financiera de los ciudadanos y las ciudadanas, entendiendo la relevancia de comprender elementos básicos de la misma, que en definitiva permitan tomar mejores decisiones financieras futuras.

Por otra parte, la ciudadanía sugirió el potenciar la comunicación del Servicio a través de las radios comunales, redes sociales, cápsulas informativas en televisión abierta, entre otros.

Por último, nos manifestaron la necesidad de realizar mayores fiscalizaciones a las empresas, y la posibilidad de obtener mayores recursos en el desarrollo de su función.

### 4. Evaluación Final

La Cuenta Pública Participativa 2023 de la Dirección Regional Metropolitana del SERNAC, ha sido una demostración más de la necesidad y relevancia que tienen los Servicios Públicos de relacionarse de forma directa y cercana con nuestra ciudadanía.

En efecto, esta instancia ha sido la oportunidad de dar a conocer la gestión de nuestra Dirección Regional a la comunidad, pero también, una forma de contribuir a fomentar el diálogo y la conversación entre los distintos actores de nuestra comunidad, lo que en definitiva permite conocer las inquietudes e interrogantes que válidamente presentan las ciudadanas y ciudadanos. Así se demostró con la participación activa de las y los asistentes, que incluyó a las autoridades regionales, comunales, jueces de policía local, organizaciones sociales, universidades y por



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

supuesto, vecinos y vecinas de distintas comunas, que quisieron decir presente en esta relevante actividad.

Por otra parte, este tipo de diálogo participativo, nos permitió vislumbrar cómo mejoramos nuestra comunicación con los consumidores y consumidoras y cómo llegamos a los distintos lugares de nuestra Región, por medio de los distintos canales dispuestos, con la finalidad de que las personas puedan conocer nuestra labor, y con ello, contribuir a la difusión de sus derechos.

Así mismo, señalaron la importancia del trabajo con los Municipios, que como informamos a nuestra ciudadanía, constituye un pilar fundamental de colaboración y cooperación, que nos permite llegar a más personas de nuestra Región, lo que se ve reflejado en los 43 convenios que esta Dirección ha suscrito del total de 52 comunas existentes en la región Metropolitana. Igualmente, la ciudadanía recalcó el valor que le asignan a las charlas en terreno, sobre todo aquellas dirigidas a niños, niñas y adolescentes, personas mayores y mujeres de nuestra sociedad.

Finalmente, pudimos compartir con la ciudadanía los desafíos que como Dirección Regional Metropolitana hemos identificado, así como también, la trascendencia del empoderamiento de las consumidoras y los consumidores en sus derechos, instándolos a realizar los reclamos y recordándoles nuestros canales de atención disponibles, y también, la disposición que siempre tendrá el Sernac, por medio de su Dirección Regional Metropolitana, a atender de forma cercana y eficaz los reclamos y/o requerimientos de nuestra ciudadanía.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### 5. Anexos

- Preguntas de los participantes

Pregunta	Respuesta de Directora Regional
Debido al temprano uso de productos financieros, ¿Qué acciones se están realizando para promover o educar financieramente a los colegios y juventud en general?	Desde la Dirección Regional Metropolitana, tenemos una planificación para ejecutar talleres en materia de educación de consumo financiero y sostenible para niños, niñas y adolescentes, con un relacionamiento directo con colegios de nuestra región. Además, tenemos un convenio con la Dirección Regional Metropolitana del INJUV y, en conjunto, estamos organizando talleres destinados a jóvenes, con el fin de entregar herramientas de educación financiera.
Se señaló que para este año 2023 se seguirá trabajando en el territorio, en dicho plan ¿se tiene considerado capacitar a mujeres emprendedoras?	Efectivamente, el trabajo con mujeres emprendedoras es parte de nuestro foco y planificación como Dirección Regional Metropolitana del SERNAC. En tal sentido, desde el año 2022 estamos trabajando de manera coordinada con las Fundaciones SoyMás y Sopeña, capacitando en educación financiera a las beneficiarias de estas instituciones. Además, este año se sumó a nuestro trabajo colaborativo PRODEMU, con quienes tenemos programados una serie de ciclos con capacitaciones a mujeres emprendedoras. A mayor abundamiento, destacamos el trabajo que mantenemos con la mesa de Economía, Emprendimiento y Género, y los

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

	<p>proyectos que en conjunto con la Seremi de la Mujer y Equidad de Género abordaremos durante este año.</p>
<p>En cuanto a los convenios que han celebrado, ¿qué es lo que más destacan del trabajo que han realizado tanto con las municipalidades como con otras instituciones?</p>	<p>Para nosotros como Dirección Región Metropolitana del SERNAC, es fundamental mantener un relacionamiento fluido con nuestros stakeholders. Específicamente, los Municipios son claves en nuestro actuar en el territorio, porque nos permiten estar más cerca de las y los vecinos, conocer la realidad de cada comuna, los principales problemas que los aquejan en materia de consumo y, a partir de esta información, proponer al nivel central las mejoras a las políticas públicas, herramientas y productos dirigidos a la ciudadanía, para responder de la mejor manera a las necesidades levantadas, considerando las diferencias.</p> <p>Por otro lado, los convenios que mantenemos vigentes con distintas instituciones, como la Fundación Iguales, la DRM del INJUV, entre otros, nos permiten llegar a público que hemos definido como estratégico para nuestro despliegue, además de incorporar temas a nuestra gestión que para ellos y ellas son relevantes y preparar mejor a nuestro equipo en el relacionamiento con la ciudadanía.</p>
<p>¿Cuál será la postura del Sernac en el nuevo proceso constituyente? ¿Solicitará/ insistirá por la consagración a nivel constitucional del consumidor y sus derechos?</p>	
<p>¿Cuáles son los criterios prácticos que el Sernac aplica para identificar a cuáles propuestas dar curso a una denuncia y cuáles son descartadas?</p>	<p>Tal como lo presentamos, desde la Dirección Regional Metropolitana tramitamos Juicios de Interés General, el cual se ha entendido como aquél interés de la sociedad política, como sinónimo de interés público o bien común, y tiene como</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

	<p>objeto perseguir infracciones, más allá de los hechos concretos que motivan la denuncia. En este sentido, para definir en qué casos se denunciarán como interés general, estamos a lo dispuesto en la Circular Interpretativa sobre el Interés General de los Consumidores y su ejercicio en sede judicial, aprobada a través de la Resolución Exenta N° 932, de fecha 22 de noviembre del año 2019, la cual es obligatoria para las y los funcionarios del Servicio y la ciudadanía puede conocer su contenido, ya que se encuentra publicada en nuestra página web.</p>
<p>¿Qué mecanismos se están utilizando en ley para fortalecer nuestros derechos (reforma legal)?</p>	
<p>¿Se tienen en cuenta los casos no resueltos?</p>	<p>Con respecto a los casos no resueltos, entendemos que se trata de los reclamos que no son acogidos por las empresas. En tal sentido, hacemos presente que todos los reclamos, así como las alertas ciudadanas son tomados como insumos para revisar el comportamiento de las empresas o ciertos mercados y, de acuerdo a esto, se toman decisiones estratégicas para implementar distintos mecanismos de protección, de acuerdo a los lineamientos institucionales.</p>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

- **Fotos de la actividad**





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo





# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo





# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

