

Reporte de Ejecución **Diálogo Participativo DR Valparaíso**

Ciudad	Valparaíso		
Lugar	Meet		
Fecha	Jueves 18 de mayo de 2026		
Instituciones y/u Organizaciones Asistentes [Enumerar las instituciones, empresas y organizaciones sociales presentes en la actividad participativa y dar cuenta del número de personas asistentes en representación de éstos]	Sociedad Civil	Servicios Públicos	Privados
	Scarlett Brunod Olivares	SERCOTEC (CDN Viña del Mar)	
	Jamina Deledesma	SERNAC	
	Christian Crass		
	Claudio Gonzalez		
	Katherine Jeria		
	Yurisan Lagos		
	María Manayay		
	Sarita Marín		
	Paola Olivares		
	Jocelyn Oyarzo		
	Dixon Pérez		
	Ambar Soto		

	Mateo Valdivia		
	Ricardo Vera		
	Tamara Villagrán		

Total asistentes	15	Mujeres	10
		Hombres	5
		Otro	0

1. Objetivo General:

Proporcionar a las personas emprendedoras participantes de programas en SERCOTEC, información sobre las facultades del SERNAC y las obligaciones de las empresas, así como distinguir el doble rol que adquieren cuando ejecutan actos de consumo como consumidores y en su rol de proveedores.

2. Objetivos Específicos:

-Recopilar las impresiones, comentarios de los asistentes con el fin de desarrollar una agenda de compromiso que facilite el inicio de un trabajo colaborativo con los emprendedores con la finalidad de mantenerlos informados en torno a sus derechos y deberes.

-Ofrecer un espacio interactivo donde los emprendedores de la región puedan resolver dudas y compartir experiencias.

3. Desarrollo de la actividad

La actividad se llevó a cabo de manera virtual a través de la plataforma meet, debido a que esta plataforma permitió la conexión de personas de distintas zonas de la región. El desarrollo de esta actividad a través de la modalidad virtual favoreció la inclusión de las personas que trabajan en sus emprendimientos, lo cual se evalúa como un acierto de la propuesta. No obstante esto facilita el acceso, al momento de generar el espacio del diálogo, algunas personas se desconectaron de la actividad, entendiendo que el tema de la presentación les

interesaba, pero probablemente la instancia del diálogo la evitaron por temas de disponibilidad de tiempo y otras situaciones.

El público objetivo fueron emprendedores y emprendedoras beneficiarios y participantes de programas de SERCOTEC región de Valparaíso, específicamente del Centro de Negocios de Viña del Mar.

Respecto al desarrollo de la actividad, se puede señalar que se ejecutó en las siguientes etapas:

Inicio: Bienvenida y presentación de los objetivos de la jornada.

Posteriormente, el director regional Patricio Unanue, realizó una breve exposición, de un máximo de 20 minutos, a través de una presentación en formato Power Point que contuvo los siguientes temas:

- Qué hace el SERNAC
- Facultades del SERNAC.
- Algunos derechos de las personas consumidoras
- Aspectos generales de la Ley del Consumidor

Desarrollo:

Trabajo Grupal en el cual cada mediador presentó las preguntas para la discusión y posteriormente se realizó el plenario del mismo. *(Se profundizará en el punto 3.1 Resultados del trabajo)*

Programa de actividades

Horario	Tema	Expositores/Participantes	Actividades
10:05 hrs.	Saludo inicial	SEREMI de Economía Director Regional	Bienvenida
10:15 hrs.	Presentación	Director Regional	1.-Presentación de la actividad/metodología 2.-Presentación del tema

10:35 hrs.	Trabajo Grupal	Equipo SERNAC -SERCOTEC	1.-Selección de representante 2.-Desarrollo de preguntas
11:15 hrs	Plenario	Representantes de los grupos	Resumen de lo trabajado en los grupos
12:00 hrs	Cierre de la actividad	Asistentes- Equipo SERNAC	1.-Resolución de dudas/ inquietudes 2.- Establecimiento de compromisos

3.1 Resultados del trabajo

A partir de la convocatoria realizada y la asistencia y participación de las personas en los grupos de trabajo, es posible desglosar en los siguientes puntos:

3.1.1. Temáticas elaboradas.

Respecto a las temáticas desarrolladas, estas se realizaron en base a los intereses y perfil de las personas asistentes.

Según las reuniones de coordinación previa en conjunto a la institución colaboradora, las y los emprendedores de la región de Valparaíso que son beneficiarios de SERCOTEC, son personas que buscan formalizar sus emprendimientos y obtener información y herramientas legales y tecnológicas que les aporten en un mejor desempeño y proyección de sus negocios, por lo cual se interesan en capacitaciones en temáticas de derechos de los consumidores y el doble rol que presentan como pymes y como consumidores.

Según los objetivos propuestos, se presentaron las siguientes preguntas guías de la actividad:

- ¿En cuáles áreas de mi negocio hay más riesgos de incumplimientos en materia de consumo?. En esas áreas ¿actúo como proveedor o consumidor?
- ¿Cómo podría el SERNAC ayudar/ apoyar al funcionamiento de mi negocio?
- En qué aspectos de mi actividad puedo hacer mejoras para asegurar el cumplimiento de los derechos de las personas consumidoras? ¿Qué dificultades enfrento?

3.1.2. Desarrollo grupal.

Luego de la presentación del director regional, se continuó hacia el trabajo en salas. Se conformaron tres salas de trabajo. Los facilitadores fueron funcionarios de SERNAC, director regional y profesional de apoyo y un profesional de SERCOTEC, quienes tuvieron la responsabilidad de orientar la conversación en torno a las temáticas propuestas. Es pertinente señalar que no fue posible grabar a todas las salas de trabajo simultáneamente, sin embargo, se cuenta con el registro que tomaron los facilitadores.

En cada mesa se entregaron preguntas guía para la discusión y reflexión. Cada mesa deberá escoger a una persona representante, quien al finalizar la actividad (Plenario) expondrá una síntesis de las respuestas trabajadas.

Grupo 1:

En cuanto al trabajo desarrollado en el grupo nº1 encabezado por el director regional es posible considerar que fue integrado por dos personas las cuales realizaron las siguientes reflexiones en torno a las preguntas guía:

El principal riesgo manifestado durante la actividad es la desinformación generalizada respecto a la normativa vigente. Los participantes señalaron una falta de claridad sobre cuáles son las obligaciones específicas que deben cumplir como proveedores y qué derechos les asisten a las pymes cuando actúan en el rol de compradores o consumidores frente a grandes proveedores, lo que genera una vulnerabilidad en la cadena de comercialización para ejercer sus derechos de manera efectiva.

En cuanto a la propuesta, para aminorar estos riesgos, el grupo de trabajo estimó que lo más importante es fortalecer el trabajo personalizado y el trato "cara a cara" con las personas consumidoras. Esto es particularmente crítico en la prestación de servicios, donde se requiere conocer detalladamente las características y expectativas de quienes los contratan para poder ofrecer un

producto o servicio que sea acorde a sus necesidades y requerimientos técnicos, reduciendo así las asimetrías de información.

Dentro de otras opiniones surgidas, se resaltó la importancia estratégica de contar con el apoyo constante de los organismos públicos. Los emprendedores manifestaron la necesidad de conocer la ley y los procedimientos administrativos desde el inicio de la vida económica de la empresa, abarcando todo el ciclo del negocio, desde la puesta en marcha hasta el servicio de postventa, para asegurar una gestión de calidad.

Respecto al rol institucional, señalan que SERNAC podría apoyar a los negocios entregando información técnica y preventiva sobre los derechos como consumidor y las obligaciones legales como proveedor pyme. Consideran fundamental que la institución acompañe al emprendedor desde sus inicios para prevenir la comisión de errores involuntarios que deriven en sanciones o reclamos.

Existe una oportunidad significativa para mejorar la comunicación directa con el consumidor final, optimizando los canales para entregar la información que este necesita conocer sobre sus derechos. Las dificultades principales radican en que, en muchos casos, los mismos proveedores desconocen el alcance de los derechos de los consumidores y sus propias obligaciones legales; por lo tanto, el acceso a capacitaciones y guías claras es vital para asegurar el cumplimiento normativo y la sostenibilidad del negocio.

Grupo 2:

Respecto al trabajo realizado por este grupo, compuesto por 6 personas, es pertinente señalar que aparecen similares comentarios respecto al rol institucional en torno a la necesidad de generar instancias de información hacia los emprendedores regionales, considerando que gran parte de estos desconocen las atribuciones de nuestro servicio público, quedándose solo con la imagen de la gestión de reclamos y de fiscalización u oficios a las empresas en caso de situaciones que afectan a gran cantidad de personas.

El diálogo del Grupo 2 evidenció que el principal desafío para la sostenibilidad de las pymes no radica en una falta de voluntad, sino en una profunda asimetría de información y en una brecha cultural respecto al cumplimiento normativo. Mientras que los consumidores finales avanzan de forma activa en el conocimiento de sus derechos, los emprendedores y sus equipos de venta suelen quedar rezagados, expuestos a sanciones y conflictos legales por el simple desconocimiento de sus obligaciones.

Asimismo, quedó de manifiesto que la actual percepción de fiscalización punitiva genera un distanciamiento perjudicial entre las pymes y los organismos públicos.

Para revertir esta situación, se vuelve imperativo un cambio de paradigma institucional hacia una estrategia fuertemente educativa y preventiva. La clave para resguardar a las pequeñas empresas está en romper las barreras de desconfianza mediante canales de difusión mucho más agresivos y cercanos, logrando que los talleres y herramientas de capacitación gratuitas lleguen efectivamente a quienes no disponen del tiempo ni de los recursos para costear asesorías legales particulares.

Grupo 3:

Respecto al contenido de trabajo de este grupo, se reitera que se cuenta solo con el apunte general del profesional de Sercotec que colaboró imprevistamente en la actividad ante la ausencia de la contraparte con quien se trabaja regularmente debido a motivos de salud. Por lo tanto, este contenido está principalmente en torno a las observaciones generales que el profesional pudo retroalimentar.

En cuanto a los principales comentarios surgidos en este grupo, compuesto por 6 personas, es pertinente mencionar que se reitera la importancia de conocer en profundidad las atribuciones del Sernac como organismo público que van más allá de la gestión de reclamos, si no que también considere su misión educativa e informativa.

En la conversación surgió espontáneamente la necesidad de entender por qué la institución no puede sancionar a las empresas cuando cometen faltas y se entiende la relevancia del empoderamiento de las personas en cuanto a sus derechos como personas consumidoras, lo cual nuevamente releva la importancia del rol educativo-formativo. En ese sentido, se valora positivamente la experiencia del diálogo participativo como mecanismo de participación ciudadana y otras que puedan surgir en torno a difundir y enseñar en cuanto al doble rol de las pymes en su faceta de proveedoras y consumidoras.

Finalmente, se obtiene como insumo para el análisis, el punto de mejorar los canales de entrega de información institucionales de cara a la ciudadanía, lo cual eventualmente mejoraría el entendimiento de la normativa y posiblemente el actuar de las empresas hacia las personas consumidoras.

3.1.3. Conclusiones

A partir de las reflexiones expuestas por todos los grupos, se concluye de manera general que el desafío central para el desarrollo y la sostenibilidad de los emprendimientos radica en **superar la desinformación transversal respecto a la normativa vigente**. Esta falta de claridad no solo afecta las obligaciones de las pymes como proveedoras, sino que también las posiciona en una **situación de vulnerabilidad en la cadena de comercialización cuando interactúan como compradoras o consumidoras frente a grandes proveedores**.

Para mitigar estos riesgos de manera efectiva, el grupo establece que la clave está en un **cambio de enfoque en dos niveles**: comercial e institucional. Por un lado, las pymes deben priorizar un trato personalizado y "cara a cara" con sus clientes para reducir las asimetrías de información y alinearse con sus expectativas técnicas.

Por otro lado, se vuelve indispensable el **acompañamiento estratégico** del SERNAC mediante la entrega de información técnica y preventiva desde el inicio del ciclo del negocio. En definitiva, **facilitar el acceso a capacitaciones** y guías claras es el camino fundamental para evitar errores involuntarios, asegurar el **cumplimiento normativo de las empresas y fortalecer la comunicación directa sobre los derechos del consumidor final**.

3.1.4. Desarrollo plenario.

En el desarrollo del plenario se expusieron de manera sistematizada las principales conclusiones y comentarios respecto a las preguntas orientadoras y las opiniones surgidas.

En ese sentido se señaló que el principal riesgo de incumplimiento radica en que las pymes no suelen problematizar las situaciones conflictivas que pueden surgir con sus clientes. Al constituirse como empresas, los emprendedores interiorizan sus obligaciones tributarias y laborales, pero pasan por alto los deberes hacia el consumidor (como el diseño de políticas de postventa o devolución), asumiendo erróneamente que nunca tendrán inconvenientes. Esta falta de previsión y la escasez de un asesoramiento constante las deja desprotegidas ante reclamos que, en el caso de microempresas, pueden provocar un egreso imprevisto y llevarlas a la quiebra.

Además, se evidenció una preocupante brecha en la que el consumidor final muchas veces está más actualizado e instruido sobre sus derechos que el propio emprendedor. Al percibir a las pymes como "grandes empresas" o competidores, el cliente se actualiza para resguardarse, lo que genera conflictos cuando acude a exigir devoluciones o el derecho a retracto ante comercios, incluso en contextos particulares como Zona Franca, cuyas fuerzas de venta no saben cómo responder y entregan respuestas oficiales erróneas por falta de información.

De forma paralela, las participantes perciben que las pymes tienden a ver al SERNAC, a la Inspección del Trabajo y al Servicio de Impuestos Internos como "enemigos" o amenazas que solo buscan sancionarlos o acusarlos de querer aprovecharse del cliente, en lugar de verlos como aliados. Existe un temor generalizado que frena a los emprendedores a acudir a estas instituciones a resolver dudas, bajo la creencia de que se están "poniendo la soga al cuello" y de que el Estado no ofrece beneficios ni herramientas diseñadas para protegerlos.

Para mitigar estos riesgos, la participante estimó fundamental que las instituciones públicas, especialmente el SERNAC, modifiquen su estrategia de llegada al microempresario. Se propuso cambiar el foco fiscalizador por uno educativo, implementando "mesas de ayuda", rutas de trabajo directo en terreno y capacitaciones conjuntas en los Centros de Negocios para llegar al nicho de emprendedores que se están formalizando.

El objetivo debe ser demostrar que el organismo no solo vela por el consumidor, sino que busca "educar al proveedor" mediante una labor preventiva, permitiendo que las pymes utilicen las herramientas de capacitación gratuitas existentes sin el miedo a ser juzgadas o sancionadas.

En consonancia con lo anterior, la profesional del SERNAC que medió la actividad grupal, enfatizó la necesidad crítica de potenciar y ampliar la difusión de los cursos y talleres gratuitos que la institución tiene a disposición. Explicó que estas labores de difusión masiva son vitales, ya que se entiende perfectamente que, a diferencia de un gran *retail*, que posee los recursos para capacitar de manera permanente a su fuerza de venta, las pequeñas y medianas empresas se encuentran en una posición de clara asimetría y no cuentan con esa capacidad económica.

Por ello, la facilitadora insistió en que visibilizar estas herramientas gratuitas sobre obligaciones legales y garantías (como la triple opción) es indispensable para resguardar, apoyar y proteger el funcionamiento de las pymes en el mercado.

3.1.5. Compromisos de la autoridad.

A partir de los resultados surgidos en el diálogo participativo, es posible señalar que existe la posibilidad de generar compromisos institucionales que se dirijan a atender las necesidades más sentidas de los emprendedores de la región, entiendo la relevancia que tienen para el ecosistema económico. Al respecto se puede señalar:

- Alianzas estratégicas interinstitucionales de co-difusión:

Coordinar con los profesionales de los Centros de Negocios SERCOTEC a nivel regional cronograma de actividades de capacitación que vayan en la dirección de mejorar el acceso a la información y participación de los emprendedores regionales.

Proponer que el taller del SERNAC "Derechos de las personas consumidoras y doble rol de las pymes" sea un "requisito sugerido" o módulo inicial para las pymes que ingresan a programas de asesoría técnica o que acceden a fondos concursables (como el Capital Abeja o Emprende).

Estos compromisos son factibles de realizar considerando que actualmente no se cuenta con recursos económicos específicos para este tipo de iniciativas, pero si se cuenta con el recurso humano y la experiencia de los profesionales para poder llevar adelante este compromiso. En este sentido, es fundamental contar con el profesionalismo y disponibilidad de las contrapartes que dirijan estos esfuerzos a dotar a los emprendedores de herramientas e información básica que les permita entregar mejores productos y servicios a sus clientes y asimismo, evitar caer en situaciones donde vulneren los derechos de las personas consumidoras, principalmente por desconocimiento de sus derechos.

4. Evaluación final

De acuerdo a la ejecución del mecanismo de participación ciudadana realizado, es posible visualizar el alto impacto que tienen estas instancias y otras dirigidas a la ciudadanía en general y grupos de emprendedores para que obtengan información y herramientas que les sean útiles y diferenciadoras en sus negocios.

Es fundamental continuar trabajando en colaboración con Sercotec y otros programas regionales que se relacionan con el fomento del ecosistema económico local, de manera que estas mejores prácticas vayan en directo beneficio de las personas consumidoras.

En esta ejecución específicamente, se evalúa como una oportunidad la metodología virtual, es decir, permitir que las personas se conecten independientemente de donde residan y puedan al mismo tiempo conciliar sus emprendimientos con el tiempo para adquirir nuevos conocimientos e información útiles para el desarrollo de sus negocios. No obstante lo anterior, en términos metodológicos, varias personas que se conectaron a la actividad, se desconectaron luego de la presentación de contenidos y otras que se quedaron en el trabajo en salas no participaron de la conversación.

5. Plan de seguimiento de los compromisos.

5.1.1. Análisis de factibilidad de compromisos.

Compromisos	Factibilidad Financiera	Factibilidad Técnica	Factibilidad Jurídica
Relacionamiento institucional para mejorar coordinación con SERCOTEC	N/A	Sí	N/A
Cronograma de actividades colaborativas	N/A	Sí	N/A

5.1.2. Construcción de agenda de compromisos.

Compromisos	Responsable	Fecha de ejecución	Nivel de cumplimiento	Verificadores	Comentarios
Fortalecer relacionamiento interinstitucional	Profesional de apoyo y director regional	segundo semestre 2026	Alto	Minuta de reunión de coordinación	Se definirán los temas y planificación para el periodo 2027
Cronograma de actividades	Apoyo profesional	primer semestre 2027	Alto	Cronograma de actividades de capacitación para primer semestre 2027.	

6. Observaciones.

Valparaíso, 20 de julio de 2026

Patricio Unanue Nadales

SERNAC
Sistema Nacional de
Defensa del Consumidor
**TRABAJANDO
PARA USTED**
Ciudad y fecha de
elaboración de este
informe

**Nombre y firma de
Director/a
Regional o jefatura**

ANEXOS.

