

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

Reunión N°:	Facilitada:		
4	Viviana Rojas		
Lugar:	Fecha:	14/11/2024	
Teatinos 50 y conexión Virtual	Hora		
	Inicio:		Término:
	10:00		12:00
Documentado por:	Paulina Espinoza y Viviana Rojas		

Temas a tratar	
1	Revisión y estado de compromisos sesión anterior
2	Presentación de propuestas trabajadas en el COSOC 3° sesión, para la construcción del Plan de Acciones Calidad de Servicio y Experiencia Usuaría.
3	Presentación de acciones e información relativa a Cumplimiento

Asistentes				
N°	Nombre	Organización	Modalidad	Género* F/M/O
1	Víctor Hugo Romo	ADC Bicicultura	Presencial	●
2	Alejandro Arriagada	Asociación Retail Financiero	Presencial	●
3	Orlando Sharp	Confederación del Comercio Detallista y Turismo de Chile - CONFEDECHTUR	Presencial	●
4	Fabiola Inostroza	Asociación de Consumidores - FOJUCC	Virtual	●
5	Sergio Corvalan	Asociación Chilena de Telecomunicaciones - ChileTelcos	Virtual	●
6	Sebastián Castillo	Cámara de Centros Comerciales	Virtual	●

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

7	Katia Trusich	Cámara de Centros Comerciales	Virtual	●
8	Cecilia Arroyo Aguilera	Asociación de Supermercados de Chile ASACH	Virtual	●
10	Sebastian Hurtado	Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Chile	Virtual	●
11	Carla Sandoval	Sernac	Virtual	●
12	Ignacia Valdivieso	Sernac	Presencial	●
13	Francisca Cortés	Sernac	Presencial	●
14	Paula Mendonza	Sernac	Presencial	●
15	Rodrigo Mateluna	Sernac	Presencial	●
16	Diego Espinoza	Sernac	Presencial	●
17	Paulina Espinoza	Sernac	Presencial	●
18	Viviana Rojas	Sernac	Presencial	●

*Femenino/Masculino/Otro

Justifican inasistencia	
1	Hernán Cesar Calderón Ruiz - Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS

Ausentes	
1	Raúl Ramírez Urrutia Liga Ciudadana de Consumidores
2	Marco Araneda Herrera Asociación de Consumidores de Chile - ASOCOCHI
3	Carola Moya Asociación de Consumidores sustentables de Chile- ADC CIRCULAR
4	Pilar Fernández Asociación de Bancos e Instituciones Financieras - ABIF

Descripción de los contenidos de la reunión.	
1	Viviana Rojas (Sernac) Bienvenida y presentación inicial, seguido de la presentación de los asistentes, tanto presenciales como virtuales.
2	Rodrigo Mateluna (Sernac): Palabras de bienvenida y agradecimientos por acompañarnos, destacando especialmente el trabajo realizado en la tercera

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	sesión. Es fundamental seguir enfocando nuestros esfuerzos en lo que se está desarrollando, así como resaltar el trabajo continuo en torno a las buenas prácticas y el cumplimiento dentro de las empresas en general. Con el objetivo de diseñar un modelo adecuado que facilite la creación de una alianza público-privada basada en el cumplimiento y las buenas prácticas, en beneficio del consumidor. Se invita a todos a participar activamente en estas iniciativas.
3	Francisca Cortés (Sernac): Presentación breve de los principales lineamientos discutidos en las semanas anteriores, y propuesta de trabajo conjunto con el COSOC para desarrollar actividades que contribuyan a mejorar la relación con la ciudadanía. Se realiza un repaso del contexto del sistema de calidad de servicio y experiencia del usuario, y se presentan las cuatro etapas que lo componen, evaluando la implementación del plan El objetivo del sistema de calidad de servicio y experiencia usuaria en los servicios públicos, es fortalecer la confianza ciudadana a través de la mejora continua en los servicios entregados por el Estado. Este sistema busca optimizar la ejecución de las acciones estatales, resolver las necesidades de la ciudadanía y ofrecer servicios más oportunos. El proceso se divide en cuatro etapas, y actualmente nos encontramos en la segunda etapa este año 2024, que se enfoca en desarrollar una política de calidad de servicio, que hemos trabajado en colaboración con la ciudadanía, los funcionarios y funcionarias de la institución, integrantes del COSOC y en diseñar un plan para su implementación. Este plan es para ver que vamos a comprometer para accionar el año que viene 2025, estas acciones que queden establecidas en el plan son vinculantes tanto la acción de Sernac, cómo para este mismo Cosoc, para la implementación del plan y evaluando el desempeño si hemos logrado mejorar por una parte la satisfacción ciudadana, y por sobre todo si hemos logrado solucionar problemas ciudadanos. Ya contamos con nuestra política, fue aprobada por el comité de expertos del ministerio y se recibió la opinión técnica favorable. Se entregará la política para que la puedan revisar con más detalle, así como el plan una vez haya sido aprobado por el comité.

ACTA N° "4" - "Año"
Consejo Consultivo de la Sociedad Civil
Servicio Nacional del Consumidor

Existen 4 principios orientadores :

- Tener a la ciudadanía y las personas al centro
- Principio de buen servicio
- Compromiso prosocial
- Satisfacción usuaria

También tiene 4 objetivos:

- Mejorar la capacidad para entregar soluciones
- Modelo integral de atención
- Fortalecer el despliegue de nuestro Servicio a nivel nacional
- Fortalecer nuestra capacidad y competencia de nuestras personas funcionarias para entregar un buen servicio ciudadano

¿Cuál es el rol que se propone en el Cosoc y que se aprobó cómo parte de esta política? El Cosoc tiene un rol importante tanto en el monitoreo y evaluación de del plan, son un vigilante activo, ente de rendición de cuentas de cómo vamos implementando esta política y también tienen el compromiso de poder participar activamente de los distintos planes de acción y monitoreos que se hacen.

La política tiene 12 líneas de acción que fueron revisadas en sesiones pasadas; como son la oferta pública, canales y puntos de contacto ciudadano, estándares que queremos establecer, también en la lógica de cumplimiento es la resolutiveidad que podamos entregar, líneas de acción en base a la territorialidad y cobertura de oferta pública, gestionar el cambio interno, fortalecer infraestructura, tecnologías (integración de inteligencia artificial), monitoreo, oportunidad, incentivos, comunicación y posicionamiento y colaboración interna cómo externa.

En relación a estas 12 líneas de acción, es donde se despliegan las actividades específicas que queremos comprometer en conjunto con ustedes, donde Ignacia les va a comentar de manera amplia. La idea del día de hoy es presentar el marco general para poder discutir e ir centralizando lo que creemos que debemos comprometer de trabajo el próximo año. Esto quedará reflejado en un plan que debe ser presentado al Ministerio, dejando acciones que nos permitan comprometer acciones, espacios de trabajo de carácter colaborativo en temas que sean de relevancia para nosotros cómo institución, pero por sobre todo,

ACTA N° "4" - "Año"
Consejo Consultivo de la Sociedad Civil
Servicio Nacional del Consumidor

para cada uno de los integrantes del Cosoc y que va muy de la mano con el área de Cumplimiento ya que son actividades complementarias.

4 **Ignacia Valdivieso (Sernac):** Nos encontramos en el proceso de elaboración del Plan de Calidad y Servicio para el año 2025, para hacerlo hicimos actividades de co-construcción, en la cual ustedes estuvieron en la sesión pasada. Contarles que la sesión pasada participaron 7 personas del Consejo de la Sociedad Civil; también internamente realizamos talleres donde participaron 40 personas funcionarias de manera presencial y 62 otras personas funcionarias de manera virtual. A partir de estas instancias se construyó un listado importante, un conjunto de objetivos e iniciativas que se ha ido trabajando en mesas técnicas:

- Atención usuaria
- Cumplimiento
- Inclusión
- Tecnología
- Infraestructura
- Comunicaciones
- Personas

Distintos ámbitos donde Sernac puede planificar su Plan de Calidad de Servicio para el próximo año.

Respecto a los resultados se pueden agrupar en 27 grandes temáticas; en total fueron 74 objetivos específicos que se propusieron y 154 actividades propuestas. Actualmente estamos en el trabajo de depuración y especificación de las mesas técnicas. Lo que se quiere es seleccionar aquello más prioritario de trabajo y dejar otros para el año subsiguiente, ya que el sistema de calidad se repite año a año.

Como resultado en lo relativo al trabajo con el Cosoc, podemos proponer 1 **objetivo específico:** Realizar al menos dos instancias de trabajo en conjunto con el Cosoc durante 2025, que apunten a fortalecer la calidad de los servicios hacia las personas consumidoras, tanto por parte del Sernac cómo de las empresas.

Para precisar el trabajo conjunto proponemos 4 actividades:

ACTA N° "4" - "Año"
Consejo Consultivo de la Sociedad Civil
Servicio Nacional del Consumidor

- Propongamos conjuntamente 3 a 5 temas de interés que para el Cosoc, pudieran ser abordados por el Sernac para la generación de criterios de cumplimiento por parte de las empresas (ej: guías de cumplimientos, trabajar criterios de cumplimientos en temática de inclusión, calidad de servicio, calidad de respuesta de reclamos etc.)
- Coordinar en conjunto con ustedes una propuesta de priorización para abordar temas para la generación de criterios de cumplimiento, que puedan ser consideradas por Sernac.
- Compartir información general sobre los proyectos planificados para el 2025, respecto al comportamiento de las empresas frente a los reclamos que recibe el Sernac. (Mi poder de decisión y Boletín Empresas)
- Incluir a las empresas que están en los gremios, a las Asociaciones de consumidores integrantes del Cosoc, para recibir su opinión desde los Testeos.

Para las actividades que estamos proponiendo tenemos que precisar el plazo de ejecución. Se nos pide el desde y hasta; identificar sesiones de trabajo y sus fechas, espacios del año donde trabajaremos ciertos temas, áreas responsables y participantes, población objetivo, indicadores de desempeño etc. identificando ciertos aspectos para dar contexto y foco a cada una de las acciones.

Y finalmente cuando hayamos desarrolladolo mencionado anteriormente, el Plan de Calidad de Servicios y Experiencia Usuaría será difundido y compartido con el Cosoc, cuando el comité lo haya aprobado.

Nos gustaría saber su opinión respecto de las 4 actividades propuestas y del objetivo específico propuesto.

5 Katia Trusich (Cámara de Centros Comerciales) Muchas gracias por la presentación, muy completa felicitaciones por eso. Respecto a las actividades, hay un área de protección de los derechos de los consumidores que genera mucho ruido en la ciudadanía; que tiene que ver con el llamado de los call center, de las telefónicas. El registro del No Molestar es sumamente engorroso y tienen barreras de implementación, entonces alguien que no quiere que lo llamen más se le hace pesado y no es efectivo ya que los Call Center siguen llamando, este es un ámbito que talvez no se ha abordado del todo y podría aliviar el malestar que tienen las personas con las personas, que genera daño reputacional generalizado. Es un ámbito de trabajo donde podría poner foco el Cosoc el próximo año.

Sergio Corvalan (ChileTelcos), Para complementar lo que decía Katia, el SERNAC ya tiene una mesa que está llevando adelante con las compañías para abordar esta temática asociada a las llamadas molestas, seguramente haya un

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	ámbito para profundizar. Sobre el punto 3, entiendo que para definir ciertas actividades, resulta fundamental tener diagnósticos, ¿qué están pensando en compartir información general sobre proyectos? ¿A qué se refiere? Si me puede contar un poco más en detalle.
	Francisca Cortéz (Sernac), Lo que estamos pensando desde el área de diseño y servicio institucional, se está desarrollando en conjunto con la ciudadanía dos herramientas que permiten informar de mejor manera a las personas usuarias para tomar decisiones a la hora de incurrir una compra, por una parte está "Mi poder de decisión" que busca ser una plataforma de estilo <i>review</i> donde puedan ver las respuestas de las empresas a los reclamos, respecto a las materias que no han tenido solución y otras que sí; estamos en etapa de diseño, la idea es poder compartir con los miembros del Cosoc, las maquetas el espíritu del proyecto para ir retroalimentando este trabajo, para generar una herramienta que le sirva a la ciudadanía pero también mirada de los usuarios del <i>back office</i> de la herramienta, quienes van ha estar nutriendo la herramienta. La idea es que la información permita a las personas tomar mejores decisiones en materia de consumo. Entregar información de buenas prácticas, la calificación de respuesta que entrega una respuesta, para que pueda ser transparentado. Está en diseño, la idea es que conozcan la herramienta, sepan en que se está trabajando y podamos tener retroalimentación. Estamos también rediseñando el "Boletín empresa", es una herramienta que transparenta el comportamiento de las empresas respecto a las respuestas de los reclamos. Estamos haciendo reuniones de interoperabilidad con algunas empresas para hacer mejoras respecto de la temporalidad e indicadores. La idea es que podamos compartir estos productos con ustedes, podamos revisar en conjunto, testear, usabilidad etc.
	Sebastián Castillo (Cámara de Centros Comerciales) Gracias por la presentación. Uno de los compromisos que teníamos va un poco en lo que comentaba Sergio; tener el desglose del ranking de reclamo por rubro, tiempo de respuesta, es necesaria esa información para generar algún tipo de informativo en materia de protección al consumidor, trabajarlo de manera más focalizada. Para 2025 sería bueno que una de las sesiones, lo pudiéramos enmarcar - y se ha levantado de parte de las Adc- hacerlo en Regiones con ADC y empresas de Regiones. Otras peticiones formales tienen que ver con las plataformas digitales, informar a los consumidores en materia de protección, es un rubro bastante amplio, con mucha demanda y podemos sacar un producto que tenga mayor información en esa línea.

ACTA N° "4" - "Año"
Consejo Consultivo de la Sociedad Civil
Servicio Nacional del Consumidor

Alejandro Arriagada (Asociación Retail Financiero), Quería comentarles dos ideas. Es importante mejorar el canal de comunicación SERNAC – COSOC. Respecto a "Boletín empresas", para ser sincero yo lo he visto, pero sería súper interesante que la secretaría ejecutiva de este Cosoc los Links, porque ocurre y nos pasa a nosotros también, hay un efecto ruido no sabes donde ir o donde apretar. Aprovechar el canal de comunicación que tienen con Asociaciones gremiales.

Me sumo a lo que dijeron Sergio y Sebastián; cuál es el tamaño del universo respecto o en relación a los problemas, problemas identificados o la cantidad de reclamos versus el número de las transacciones en total. Cuál es la dimensión del problema para identificar lineamientos. Grado de profundidad definiendo Percepción y realidad.

Revisar las métricas que se abordan en las informaciones que se disponen o que se revisan una única vez en las CPP, sería interesante poder revisarlo en este espacio. Mejorar el canal de comunicación y utilizar la información que está disponible en SERNAC, para enfocarnos en resolver aquello que genera el dolor.

Orlando Sharp (CONFEDECTUR), Siempre estamos esperando que surja el reclamo, debemos premiar las buenas prácticas y partir de las empresas que realizan buenas prácticas, no las conocemos; ya que los clientes finales necesitan saber dónde me voy a sentir cómodo para ir a comprar, donde voy a ser bien atendido.

En nuestra asociación, hemos premiado con un sello, que lo hablamos en la mesa pasada, deberíamos ser ese mismo sello junto al sernac, debemos resaltar la parte positiva. Enfocarnos en la parte positiva, ya que siempre nos enfocamos en lo negativo. Las empresas que realizan malas prácticas, deberían tener base de datos de ellas identificandolas e informando.

Los canales de investigación, debemos destinar parte de la inteligencia artificial, teniendo en consideración los cruces de información de bases de datos, ya que eso no ha sido atacado. Tenemos que tener respeto con las personas.

Sebastián Hurtado (Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Chile); En relación a los espacios de colaboración con foco en la gestión de soluciones, y al objetivo específico de fortalecer la calidad de servicio que presta a los consumidores tanto Sernac cómo las empresas, creemos que se debiera potenciar mecanismos alternativos de solución de conflicto, en instancias previas a lo administrativo o judicial, a través de las propias empresas se debiera promover que las empresas con sus clientes pudieran resolver sus problemas, cuestión que hoy es regla general, un porcentaje menor es el que termina con reclamos insatisfechos, si se considera el número total en el comercio físico y digital. Se debe propender a aumentar los niveles de

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	satisfacción de los consumidores en segmentos de empresas de menores tamaños micro y mediana, creemos que se debe profundizar el alcance de la legislación en ese ámbito ya que actualmente sólo hay directrices y un desarrollo incipiente, está el artículo 3ero de la ley 19.496 que faculta el uso de mecanismos alternativos de solución de conflictos, pero creemos que existe un espacio de avanzar desde el Cosoc en el desarrollo reglamentario de estas herramientas, quizás ahí hay más espacio para en los decretos supremos 84 del 2022 y 41 de 2012 del Ministerio de Economía, que se refiere al sello Sernac. Esos reglamentos tienen varias restricciones a la aplicación de mecanismos alternativos de solución de conflicto, haciéndolos casi inaplicables. El valor de los mecanismos de solución de conflicto, es que sean las partes quienes puedan determinar las formas de solución de problemas en materias que son de libre disposición y cuya valor principal es que no exista la necesidad de actuar a través de órganos judiciales del Estado, se trata de resolver problemas cotidianos de consumo y que requieren de celeridad; creemos que en la parte reglamentaria señalada anteriormente pueden haber espacio para poder avanzar en esos objetivos que se plantearon en la presentación.
	Viviana Rojas (Sernac), agradece a Francisca Cortez y María Ignacia por la presentación y da paso a Diego Espinoza para la presentación de Acciones e información relativa a Cumplimiento.
	Diego Espinoza (Sernac), La intención es comenzar a presentarles cual es el trabajo que se ha ido desarrollando por parte del servicio sobre todo en materias de promoción y educación en materias de cumplimiento. Por eso soy yo cómo jefe de educación quién está aquí. Cuando hablamos de Cumplimiento lo entendemos cómo un cambio cultural que nos lleva a elevar un estándar. Se entrecruza con lo que estábamos revisando recientemente con lo expuesto en Calidad de Servicio y Experiencia Usaria. Las herramientas de cumplimiento nos apalancan a avanzar en la construcción de mercados más sanos, más saludables. Lo que podemos ver en la investigación académica, es que en general aquellas empresas que adoptan herramientas de sostenibilidad, les va mejor. (Fuente: The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance) ¿Por qué es una temática importante? 1. Porque es una temática que el consumidor le tiene una alta consideración. 2. Porque se ha evidenciado que el enfoque "Seguir negocios como siempre" no es el camino adecuado para llevar adelante negocios de forma sostenible y aquello debe considerar a los consumidores. 3. Porque las estrategias de cumplimiento, con las herramientas de control

ACTA N° "4" - "Año"
Consejo Consultivo de la Sociedad Civil
Servicio Nacional del Consumidor

de gestión en la implementación de la norma, son más costo eficientes para todos los actores de mercados

Necesitamos un cambio de paradigma, necesitamos que las empresas voluntariamente implementen sistemas de Cumplimiento, es lo que tratamos de promover y además un cambio en las relaciones institucionales y las empresas en especial de reguladores y en este particular desempeño. Lo que buscamos empujar es cambiar el paradigma institucional Sernac y los Proveedores fundamentalmente en temas de cumplimiento para mejorar relación de las empresas y consumidores.

Desconocimiento y Falta de Certidumbre

- Existe un desconocimiento respecto de las herramientas de cumplimiento.
- La existencia de prejuicios respecto de la gestión de SERNAC.
- La sensación de falta de certidumbre.

La colaboración como factor clave

- Es necesario llegar a instancias de colaboración para el desarrollo de herramientas voluntarias de cumplimiento.
- Es requerido validar el acercarse a la autoridad proactivamente, como una herramienta de gestión institucionalizada.

En este contexto, se ha observado que elemento clave para progresar en un escenario más favorable para las herramientas de cumplimiento es el desarrollo de instancias de Promoción y Educación.

Desarrollo de la estrategia

- Inclusión en la "conversación" sobre cumplimiento
- Promoción y educación
- Relacionamiento con Partes Interesadas

Implementación de la Estrategia Nacional de Integridad Pública

Actividades de Promoción - Recuento de Actividades

Actividades de Promoción entre 2019 y 2022

Actividad con ChileCompra:

- En conjunto con ChileCompra, se participó en una actividad regional orientada a sensibilizar sobre el rol del respeto de los derechos de los consumidores en el actuar íntegro de una empresa.
- El objetivo era acercar las temáticas de cumplimiento a proveedores y mostrar cómo a través de estrategias simples se puede orientar a la organización hacia una cultura respetuosa con los derechos de los consumidores.

Taller sobre Temáticas de Cumplimiento: Se ha desarrolla un taller de promoción

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	de temáticas de cumplimiento orientado a MYPES, el cual fue piloteado en tres centros de SERCOTEC, con el fin de generar nuevo contenido atinente para los Proveedores y que pueda ser difundido - en un futuro - a nivel nacional.
	Alejandro Arriagada (Asociación Retail Financiero), felicita por el trabajo. Veo complejo el nuevo proyecto de ley que está en tramitación en la Cámara de diputados establece elementos diferenciadores de las Pymes con las empresas grandes; establecer estatutos diferenciados lo que promueve es un menor Compliance normativo a nivel de base de cumplimiento.
	Diego Espinoza (Sernac), Institucionalmente se ha tenido en cuenta en la construcción de los estándares, la intención es a partir de cómo comenzamos a conversar las materias de cumplimiento con el Cosoc y fundamentalmente en la próxima sesión, cómo vamos recogiendo estas dudas, cómo vamos incorporando estos elementos.
	Alejandro Arriagada (Asociación Retail Financiero), Mientras más grande es la compañía, Compliance es un pilar de las compañías, hay injerencias completas destinadas a cumplir, pero en la medida que vamos disminuyendo por una razón de costos, son menores y vamos bajando también. La disminución de brechas no puede ser legal si es que efectivamente queremos cumplimiento, queremos promover que las empresas vayan adquiriendo más capacidades, porque la demanda de las sociedades es más intensa y más instruida de las nuevas formas de transaccionar. Se está produciendo una especie de organización industrial donde resulta contradictorio no considerar que debemos cumplir más la ley sino que cumplirla menos.
	Rodrigo Mateluna (Sernac), Creemos que son aspectos que se tienen que considerar en paralelo, porque lo que apunta el proyecto de Ley en generar un régimen distinto, en el caso de las Pymes es por la naturaleza que ellas tienen, no solamente está consagrado por el tamaño y la capacidad de recursos, sino que en el estatuto Pyme aparece así la condición de consumidor. Los estándares cómo están hoy fichados en materias de Cumplimiento son demasiado elevados, una Pyme que quisiera optar a un modelo de Cumplimiento hoy, le es completamente imposible. En ese sentido, queremos flexibilizar para que aquellas Pymes que quieran demostrar esa intención, compromiso, capacidad, acompañándolos a través de guías y materiales en esa educación, poder tener un modelo de cumplimiento aprobado por el SERNAC. Hablar de Cumplimiento en las Pymes, es hablar de buenas prácticas. El número de empresas de micro o pequeñas empresas que puedan adherir a un modelo de Cumplimiento probablemente sea bajo, pero pensar en general estándares de buenas prácticas y cumplimiento, respecto a lo que señalaba Orlando, es algo que también queremos desarrollar. Prácticas comerciales que se tienen que visibilizar a todo nivel pero por cierto poniendo foco a empresas con menores recursos.

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	Las empresas mediana y grandes empresas, conforme al diagnóstico que hemos tenido, hay 3 elementos, 1. grandes barreras de entrada, que las empresas nos han comunicado para adherir a un sistema de gestión de cumplimiento 2, Baja promoción de estos estándares. 3. Baja visibilidad respecto de las empresas que han manejado alguna intención o se han presentado formalmente y que tienen actualmente, hoy es una que tiene un plan de Cumplimiento aprobado y dos que están en trámite para poder obtenerlo. Tener un distintivo o un reconocimiento que dé cuenta de este compromiso permanente de las empresas para poder tener este modelo de autorregulación, de cumplimiento y buenas prácticas.
	Víctor Hugo Romo (ADC Bicicultura), Agradece las dos presentaciones, ya se visualiza muy bien el 2025 cuando nos toque cumplir con las acciones. Va a estar activo en ello, manifiesta disposición a participar, y manifiesta no tener respuesta respecto de los temas de interés ni la priorización porque prefiere consultarlas y tener una respuesta más colegiada. En la presentación de Diego que le pareció muy buena, hay una estadística cuando la gente consume mejor y más confiada cuando existe un sello o algo indica que el negocio está cumpliendo bien. Comparte un caso reciente relativo a los temas de las Asociación de las bicicletas, ya que es un modelo en expansión. La importancia de la bicicleta en tiempos de crisis, las bicicletas han sido enfermeras proveedoras, informativas, etc. Este mercado sí da cuenta y gracias al fondo concursable, se están realizando vídeos con un equipo en complicidad con los proveedores y ahí quiero llegar a los pequeños a las Pymes pequeñas, como los negocios abrieron sus espacios para poder educar cómo comprar informadamente. Cuando la Pyme ve que Sernac entra a través de una Asociación de consumidores hay una buena pre recepción incluso en temas cómo en bicicleta eléctrica. Tenemos altos porcentaje de consumidores que han comprado bicicletas sin saber que tienen un problema legal, cuando se fiscalice se la van a quitar, a no ser que cumpla. Es un tema de consumo vigente y que se relaciona al tema planteado respecto de Cumplimiento.
	Sergio Corvalan (ChileTelcos), El tema de los planes de cumplimiento es una tremenda oportunidad y hay harta pega que hacer desde el punto de vista legislativo. Al revisar certificación la normativa, siempre va acompañado de incentivos, cuando se habla protección a los consumidores, el incentivo que aparece, en caso concreto en caso de cumplimiento , aparece como un atenuante frente a determinadas sanciones, me parece que hoy es ambiguo y poco movilizador en la práctica. La actividad de Sernac fiscalizadora es tan amplia y los rangos de multa son amplios; cuando se incluyó los planes de cumplimiento no resulta ser suficiente para mover la aguja en términos de la decisión que pueda tener un proveedor en involucrarse o inscribirse en este tipo de mecánica de cumplimiento. Tal vez en el Proyecto de Ley puede ser

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	importante incorporarlo para generar un incentivo concreto y reales para efectos que proveedores adscriban, seguir manteniéndolo cómo mera atenuante, cuando no se sabe cuánto va impactar tener un plan de cumplimiento, no hay incentivo concreto que permita visibilizar esa posibilidad.
	Orlando Sharp (CONFEDECHTUR), como gremio comenzamos a capacitar a nuestro gremio, representamos a 500 mil empresarios de Arica y Puerto Williams, estamos en todas las comunas del país con la micro y pequeña-mediana empresa, la capacitación consistía en que, si el cliente viene con un producto con un problema ese producto se cambia y se acaba el problema. Esas son las buenas prácticas que tenemos, el sello de la confederación fue reconocido por la comunidad. Otra cosa, son las ventas online y las páginas, la construcción de las páginas con un código QR con inteligencia artificial para determinar si la página es verdadera o no, para evitar los fraudes. Hay que trabajar con los gremios en ello, han avanzado mucho, no necesariamente puede ser un sello, sino un certificado, cuando se realiza algo bien hay que visibilizar eso, ya que están cumpliendo con la normativa. Nosotros cómo gremio, estamos propensos a que esté el día y cumpla con la normativa, entonces trabajemos con los gremios. Sernac nació de la semilla de Didinco. Las empresas de menor tamaño, ven al SERNAC como un ente amigo, los canales de comunicación están.
	Sebastián Hurtado (Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Chile), en virtud del proyecto de la ley y el plazo cercano a la presentación de indicaciones, y los puntos que nos convocan en esta sesión, el PL debería poner el foco de su accionar en el comercio informal donde se producen mayores vulneraciones, en comercio informal no es factible reclamar. Preocupa a la CNC que no se esté aprovechando la ocasión para hacernos cargo de este fenómeno a través de la institucionalidad del Sernac. A pesar de los incentivos, los sellos, siguen comprando en el comercio informal. Estimamos conveniente darle más atribuciones al Servicio, ya que la fiscalización y la información no ha resultado ser del todo eficaz, se necesita un rol mucho más activo en el comercio y créditos informales y que pueda ejercerlo con otros órganos de la administración que también son actores, cómo las policías, SII, aduanas, municipalidades, ministerio público, subsecretaría del prevención del delito. Sernac puede ser de gran utilidad para el seguimiento y lograr la sanción de los actores involucrados en este tipo de ilícitos.
	Orlando Sharp (CONFEDECHTUR), El domicilio conocido es una barrera para la fiscalización. En conjunto las instituciones tienen que fiscalizar. La coordinación entre los diferentes organismos es fundamental en esta tarea.
	Sebastián Hurtado (Cámara Nacional de Comercio Servicios y Turismo de Chile) Exactamente completamente de acuerdo la coordinación es clave.
	Fabiola Inostroza (Asociación de Consumidores - FOJUCC), felicita por los

	Versión: 5.0	Estado: Vigente	Página 1 de 14
	ACTA N° "4" - "Año" Consejo Consultivo de la Sociedad Civil Servicio Nacional del Consumidor		

	planes tanto en materia de cumplimiento como en calidad de servicio, por parte de fojucc, decir que las Adc tienen que ser parte de esta estructura, y que es importante ir mirando y fortaleciendo a las Asociaciones de consumidores en las interacciones que se dan en el mercado., seguir trabajando y fortaleciendo todo lo que se gestione desde el Sernac y también de las Asociaciones de consumidores porque también son necesarias a nivel nacional y regional.
	Viviana Rojas (Sernac) , da las palabras de cierre, indica fecha de próxima sesión y menciona los compromisos establecidos.

Acuerdos/compromisos	
1	Compromiso de compartir el link que se adjuntó en Acta de la tercera sesión pasada.
2	Se entregará la Política de calidad de servicio y experiencia del usuario ya aprobada y el Plan una vez aprobado.
3	Fuente del estudio citado por Diego Espinoza (va en presentación adjunta)

Documentación anexa al acta	
1	Presentación de Diego Espinoza, Departamento Educación para el Consumo Sostenible, sobre materias de Cumplimiento.
2	Presentación de Francisca Cortéz y María Ignacia Valdivieso, Departamento de Diseño de Servicios, Proyectos e Innovación.