



**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo



Informe Final

Cuenta Pública Participativa 2023

Sernac Regional de **Los Lagos**



La principal misión de nuestro Servicio es promover la defensa y respeto de los derechos de los consumidores.

Por ello, buscamos incentivar su participación para conectar con sus necesidades, fomentando la existencia de relaciones de consumo transparentes, a través del ejercicio de nuestras atribuciones, en el marco de una gestión eficaz, eficiente, innovadora e inclusiva.

En este contexto, la Dirección Regional del SERNAC presenta a la ciudadanía los resultados de la gestión institucional realizada durante el año 2022 a través de una cuenta pública participativa.

Es por ello que se elaboró este Pre Informe a fin de que los dirigentes sociales, gremios y organizaciones varias que colaboran habitualmente con nuestro Servicio puedan

La retroalimentación será considerada para ajustar los desafíos y compromisos del Servicio para el año en curso, los cuales se verán plasmados en el informe final que será compartido y publicado en el sitio web institucional.

DESAFÍOS Y COMPROMISOS PARA EL AÑO 2023

Planes nacionales:

Durante este año 2023, a nivel nacional SERNAC tiene una serie de desafíos que se pueden resumir en cinco ejes centrales:

Fiscalizar y proteger.

Prevenir y detectar abusos y malas prácticas

Acompañar y conectar con las personas usuarias

Fortalecer nuestro posicionamiento.

Valorar, incentivar y potenciar nuestros equipos y sus personas.

Para cumplir con estos desafíos, el SERNAC implementará una agenda enfocada en soluciones individuales para las y los consumidores, la que comprenderá: medidas



legislativas, una campaña comunicacional, relacionamiento con gremios y Asociaciones de Consumidores y educación orientada a la sociedad civil organizada.

Igualmente, se trabajará en alternativas de atención especializada para consumidores y consumidoras hipervulnerables, que se implementarán en los canales de atención vigentes. Se realizará un trabajo focalizado con este público objetivo, a fin de identificar los problemas de consumo que enfrentan en razón de su edad, género, situación de discapacidad, circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que se configuran como barreras y/o dificultades para ejercer sus derechos como consumidores y consumidoras.

En cuanto al despliegue de la facultad fiscalizadora, se implementarán acciones de fiscalización multitarea con otros organismos fiscalizadores. Además, se dispondrá de una nueva herramienta de Alertas Ciudadanas Ampliadas, la que permitirá que la ciudadanía sea un agente de fiscalización activo en materias de consumo.

Se desarrollará una nueva estrategia comunicacional y de vinculación con el medio, con focos claros y definidos, además de un importante despliegue territorial vía alianzas con Municipios, GORE y otros servicios públicos en las regiones del país.

Otro desafío para el período 2023 es la presentación de una modificación legal en ámbitos de consumo financiero, que abordará problemáticas asociadas a las cobranzas extrajudiciales y/o judiciales y aceleración de deudas, entre otras, a fin de ofrecer más protección a las y los consumidores financieros.

En cuanto a las herramientas dispuestas a la ciudadanía, se buscará ampliar la cobertura de la herramienta "Me Quiero Salir" a nuevos mercados, como podrían ser educación superior, contratos de alarmas domiciliarias, cuentas vistas y tarjetas de prepago. Se realizarán mejoras al "Observatorio de Precios", con mayor información regional e incorporación de nuevos productos y canastas con enfoque de género y adecuadas a la realidad de las regiones.

Para continuar con la aplicación del enfoque de género de forma transversal al quehacer



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

institucional, se dispondrá una calculadora de canasta básica para la gestión menstrual, actualizando el estudio de precios de los productos asociados. Se formalizará la norma de participación ciudadana con enfoque de género y se seguirán realizando conversatorios sobre temas de consumo y género, talleres de educación financiera y derechos en el consumo con enfoque de género y la encuesta de percepción de consumo y mujeres, entre otras acciones. Asimismo, se actualizarán los protocolos de atención a la ciudadanía, para asegurar el enfoque de género, inclusión y no discriminación en los canales presenciales y remotos.

Finalmente, se trabajará en la difusión y masificación de la implementación de planes de cumplimiento en consumo: desarrollo de actividades de apertura y escucha activa con actores relevantes, además de un conjunto con acciones de perfeccionamiento normativo y legal.

Planes regionales:

En la Región de Los Lagos estas metas se traducirán el 2023 en:

1. Potenciar la gestión de la red municipal de protección al consumidor
2. Replicar el programa educativo regional en las distintas comunas a través de los Programas de Dideco y la gestión de DAEM
3. Promover el relacionamiento con la sociedad civil y los demás SSPP asociados, acorde a los criterios nacionales y, en especial, grupos vulnerables.
4. Aplicación de consultas públicas en las 30 comunas
5. Generación de un conversatorio regional sobre Ley y red SERNAC

RESULTADOS REGIONALES GESTIÓN 2022:

Proces o	Producto estratégic o	Sub Producto	Product o Específic o	Total ejecutad o 2022
---------------------	--------------------------------------	---------------------	--	--





Servicio Nacional del Consumidor



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Entrega de Productos y Servicios Educativos	Educación para el Consumo Sostenible	Charlas o talleres en temáticas de educación para el consumo (modalidad	Talleres Educación financiera	3
			Nº Participantes Talleres Educación Financiera	47



	Total beneficiarios 2022: 343 personas	presencial o digital)	Talleres en Educación en Derechos del Consumidor	4
			Nº Participantes Talleres en Educación en Derechos del Consumidor	147
			Talleres Prácticas de Consumo y Medio Ambiente	5
			Nº Participantes Talleres Prácticas de Consumo y Medio Ambiente	149
			Nº envíos material educativo físico o digital	17
Tramitación y seguimiento de juicios	Juicios	Juicios de Interés General	JIG iniciados	43
			JIG cerrados	6





Servicio Nacional del Consumidor



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

			Monto en indemnización por concepto de JIG	\$30.600.000
		Consultas y reclamos	•Nº de consultas ingresadas por consumidores con domicilio en la	8.625



Atención al consumidor	Consultas y reclamos	Región de Los Lagos	
		•N° de reclamos ingresados por consumidores con domicilio en la Región de Los Lagos	20.005
		TOTAL DE REQUERIMIENTOS INGRESADOS POR CONSUMIDORES DE LA REGIÓN	28.630
	Alertas Regionales	Alertas Regionales	6
• N° de Conversatorios de Consumo con la Ciudadanía		3	

FONDOS CONCURSABLES ASOCIACION DE CONSUMIDORES:

Región	Recursos 2022	N° de Proyectos	% Total por Recursos
Los Lagos	\$18.880.940	3	3,59%
Total general	\$526.134.00	43	100,00





Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo



I	0		%
* Durante el año 2022 se financiaron 41 proyectos. En la presente tabla se consideran 2 proyectos adicionales correspondientes a los proyectos de larga duración, por representación individual.			



Ejecución Cuenta Pública Participativa 2023

Ciudad: Frutillar

Lugar: Sede comunitaria municipal Frutillar Alto

Fecha: 17 de mayo de 2023

Instituciones y/u Organizaciones asistentes:

Municipalidad de Frutillar: 4

Prodemu: 1

Municipalidad de Puerto Montt: 1

Agrupación Quellén: 2

Junta de Vecinos Padre Hurtado: 1

Junta de Vecinos Lagos del Sur: 1

Agrupación de Feria Emprendedores: 2

Iglesias Evangélicas (distintas denominaciones): 3

Programa Mujeres Jefas de Hogar: 6

Indómitos Roller Skate Frutillar: 2

Junta de Vecinos Cruce Progreso Nani: 1

Total asistentes: 24

1. Desarrollo de la actividad

- a) **Objetivo General:** Informar sobre la Gestión del Servicio enmarcándola en una actividad educativa y lúdica para genera confianza y comprensión sobre lo que hace SERNAC, como se realiza este trabajo en regionales y qué resultados se han obtenido.

2. Objetivos Específicos:

- a) Obtener información de los asistentes respecto de la gestión de SERNAC
b) Mostrar en forma práctica cuál es uno de los instrumentos educativos de SERNAC (no sólo somos sinónimo de reclamos)
c) Consultar sobre visibilidad del Servicio

✓ **Desarrollo:**

La actividad comenzó con la preparación de la sala para el trabajo colaborativo, es decir, con disposición en U y frente a la estufa. Ello para generar confianza. Tras llegar los y las asistentes, entre los cuales estaba el Alcalde de la comuna, se hizo una breve presentación y de inmediato se procedió a ejecutar brevemente uno de los talleres de Educación Financiera. Esta actividad permitió distender el ambiente,



facilitar la concentración y establecer el marco para el diálogo posterior. Finalizado este taller, el Director Regional hizo la Presentación de la Cuenta Pública, exponiendo el tipo de trabajo que realiza el Servicio, los ámbitos de aplicación de la Ley del Consumidor y los resultados de 2022. Hecho esto y en paralelo planteó las siguientes preguntas (que estaban escritas en una pizarra a la vista de todos):

- a) ¿Conoce qué mecanismos de protección tiene SERNAC?
- b) ¿De qué manera podríamos mejorar nuestra comunicación y contacto con la comunidad?
- c) ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para el accionar de SERNAC?

3.1 Resultados del trabajo

Gracias a la actividad inicial que distendió el ambiente, los asistentes hicieron algunas preguntas personales respecto de problemas de consumo y algunos solicitaron hablar en privado con el Director Regional o el Abogado Regional al terminar el evento.

La mayoría de las intervenciones, incluyendo la del Alcalde, se referían a la necesidad de que los funcionarios SERNAC pasaran más tiempo en el territorio, a lo que el Director Regional respondió que era lo esperado y que el equipo se esfuerza en ello, pero que obviamente con un equipo de 8 personas (incluyendo al DR) no es fácil estar diariamente presente en las 30 comunas, pero que se agradece que se nos considere en las actividades municipales y provinciales en terreno.

A las consultas sobre el conocimiento del SERNAC, señalaron que desconocían, por ejemplo, que se realizaban estudios de productos, análisis de publicidad y talleres educativos para todos los niveles, ya que su conocimiento del Servicio se limitaba principalmente a la gestión de reclamos. Por lo mismo, valoraron el taller de educación financiera con que se inició la actividad e hicieron consultas de cómo lograr que se acudiera a otras organizaciones locales.

En ese mismo tenor, señalaron que era necesario ampliar y masificar los canales de contacto, usando principalmente redes sociales como Tiktok, Instagram y Facebook, pues en ese formato les resulta más cómodo para saber sobre las acciones de protección o educación al consumidor que se están realizando.

El Director Regional informó que acudíamos a todos los Gobierno en Terreno o Plazas Ciudadanas a los que éramos invitados, pero lo asistentes explicaron que lo ideal sería acudir a las Ferias Libres y recorrer los puestos entregando información.

A la pregunta respecto de los mecanismos de protección de SERNAC, muy pocos sabían que se podía usar internet o el call center. La mayoría sólo conocía la atención presencial. Tampoco sabían sobre la existencia de la SUPERIR, institución que fue mencionada durante el taller.



Dado lo expuesto, el Director Regional se comprometió a promover los talleres, charlas, conversatorios y diálogos con los Municipios de las 30 comunas, de manera que estos incluyan a SERNAC en sus programas a ejecutar

2. Recomendaciones y/o sugerencias de las personas asistentes.

Los asistentes recalcaron la importancia de masificar la labor del servicio, modernizando las plataformas, ya que su principal fuente de conocimiento es digital, televisiva y radial. Sugieren que se utilicen los matinales de la TV abierta o se elabore un programa televisivo especial en alguno de esos canales. Igualmente señalaron que les agradaría un programa radial estable en las emisoras locales, en vivo, y con el formato de pregunta y respuesta al aire.

3. Evaluación Final

La conversación distendida fue el tenor principal de la actividad, por lo que se pudo conversar sin problemas sobre nuestra gestión, nuestras metas y como desarrollar la tarea estatal manteniendo al consumidor al centro de nuestra planificación.

Dado el existo del formato de CPP elegido, creemos que es un buen ejemplo de cómo motivar a las personas a considerar a SERNAC como un servicio cercano, efectivo y empático.

4. Anexos

Fotografías de la actividad







