



CUENTA PÚBLICA  
**PARTICIPATIVA**  
2025

**SERNAC**  
Servicio Nacional del Consumidor

Pre Informe  
**Cuenta Pública Participativa**  
**Gestión 2024**

## **1. Resumen Ejecutivo**

El Servicio Nacional del Consumidor tiene por misión promover la defensa y respeto de los derechos de las personas consumidoras, protegiéndolas de conductas y prácticas de las empresas que impactan en sus decisiones; buscando incentivar su participación para conectar con sus necesidades; promoviendo activamente la equidad de género, y fomentando la existencia de relaciones de consumo transparentes, a través del ejercicio de nuestras atribuciones y en el marco de una gestión eficaz, eficiente, innovadora e inclusiva.

Durante el año 2024, el Servicio contó con un presupuesto inicial de **M\$18.191.490** una dotación de **397 funcionarios, 228 mujeres (57,4%) y 169 hombres (42,6%)**. En términos de su estructura contó con **5 Subdirecciones**, entre las cuales se encuentra; Subdirección de Fiscalización, Subdirección Jurídica, Subdirección Procedimientos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos Colectivos, Subdirección de Consumo Financiero y la Subdirección de Estrategia y Servicios a la Ciudadanía. **Una División** de Gestión y Desarrollo Institucional y complementariamente áreas de apoyo que brindan soporte a la gestión institucional, aquí encontramos a: Gabinete, Departamento de Comunicaciones Estratégicas e Imagen, Auditoría Interna, Fiscalía Administrativa, junto con la Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión y la Coordinación Regional. A nivel regional, el Servicio cuenta con **16 Direcciones Regionales**, encargadas de representar a la Dirección Nacional, siendo el vínculo oficial con los actores públicos y privados en materia de protección a las personas consumidoras en el territorio.

## **2. PRINCIPALES LOGROS DEL PERÍODO 2024 – 2025 (ESTRUCTURADO POR OBJETIVOS ESTRATÉGICOS)**

*1.1.1. Supervigilar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, para transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas, con énfasis en los grupos vulnerables y con equidad de género, mediante el desarrollo de acciones de fiscalización oportunas y con impacto, y la aplicación de mecanismos judiciales y extrajudiciales que permitan reparar a las personas afectadas.*

Se realizaron **1.190 fiscalizaciones a lo largo del país**, donde **673 fueron ejecutadas de manera presencial, 257 digitales y 260 de oficio** (las que inician con la solicitud de información a las empresas). En base a los hallazgos infraccionales desprendidos de estas actividades, se generaron 140 propuestas de denuncia, de las cuales 115 dieron inicio a Juicios de Interés General. Dentro de los mercados más fiscalizados, se pueden mencionar los siguientes: Comercio minorista general, Comercio minorista orientado a la salud humana, Comercio

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

minorista de alimentos y bebidas, Turismo, Educación superior, inmobiliario, entre otros.

En lo respectivo al ejercicio de acciones judiciales para la protección de las personas consumidoras, se dio inicio a **12 Juicios Colectivos y 1.061 Juicios de Interés General**. Además, se obtuvo sentencia condenatoria en 3 juicios colectivos (1 con resultado favorable) y 361 Juicios de Interés General con resultado favorable, lo que se tradujo en un total de \$4.606.269.316 en indemnizaciones, beneficiando a un universo de 423.791 personas consumidoras. Se generaron multas a proveedores por un total de 9.664 UTM.

En relación a los mecanismos alternativos de resolución de conflictos colectivos, se iniciaron 25 Procedimientos Voluntarios Colectivos (PVC). Durante el período, cerraron 8 Procedimientos Voluntarios Colectivos, alcanzando un monto en compensaciones por más de \$6.981 millones de pesos, beneficiando a 428.005 personas consumidoras. Con el fin de promover el cumplimiento de la normativa de protección se iniciaron 3 mesas de trabajo y se participó en 27 negociaciones desformalizadas.

*1.1.2. Prevenir y detectar abusos y malas prácticas de los proveedores, mediante la implementación y mejoras de sistemas de información y supervisión ágiles e innovadores, la adopción de modelos de planes de cumplimiento y buenas prácticas por parte de las las empresas y la creación de productos y herramientas que faciliten el ejercicio de derechos de consumo, con el propósito de generar una cultura de cumplimiento y reducir los incumplimientos legales que afecten a las personas consumidoras.*

En relación a la información en temas de consumo, el año 2024 el SERNAC elaboró **26 estudios y productos informativos**, destacando los siguientes: estudio de hábitos de consumo y caracterización del mercado de anticonceptivos en Chile; cotizador dieciochero; cotizador de fiestas de fin de año; radiografía de aerolíneas y agencias; estudio centro de estética; costos de viajes a los destinos más turísticos; ficha recomendaciones calefactores.

En materia de vigilancia de mercados, durante el 2024, se identificaron un **total de 412 alertas a nivel nacional**, de las cuales, el 59,9% (247) corresponden a alertas regionales y el 39,1% (165) a otro tipo de alertas.

Se realizan 26 actividades de promoción y quince reuniones con proveedores, todo con el fin de promover una cultura de cumplimiento en las empresas y que estas puedan suscribir de manera voluntaria a las herramientas de cumplimiento del SERNAC.

Fueron emitidas **3 circulares interpretativas y 11 dictámenes administrativos** (aquellos que tienen como origen solicitudes externas al Servicio). Dichos documentos permitieron establecer criterios que orientan el actuar institucional y dan respuesta a solicitudes particulares y con alcance concretos de la normativa en consumo.

Con respecto a la investigación de casos colectivos, que afecten el interés colectivo o difuso de las y los consumidores, durante el año 2024, **se cerraron 18 investigaciones de casos colectivos en materia financiera y 26 no financieras.**

*1.1.3. Impulsar una estrategia de despliegue territorial, relacionamiento y articulación institucional, con perspectiva de género, para fortalecer la presencia y posicionamiento del SERNAC, y la coordinación y cooperación con organismos públicos que se vinculan con la protección de los derechos de las personas consumidoras.*

Se impartieron cursos de difusión de los derechos de las personas consumidoras y las obligaciones de los proveedores; de educación financiera para jóvenes; de consumo sostenible; educación financiera para la ciudadanía, y de perfeccionamiento docente. Dichas actividades contaron con una matrícula de 4.254 personas, a lo largo de todo el país.

A través de las iniciativas de apoyo para la participación ciudadana, se financiaron **46 proyectos** para el desarrollo de estudios, difusión, talleres y cursos de educación en materias de protección al consumidor, beneficiando a 17 asociaciones de consumidores y consumidoras, por más de **517 millones de pesos**. Además, se realizaron 38 conversatorios en regiones y 6 en el nivel central en temas de consumo. Por su parte, se realizaron 53 sesiones de consejos consultivos regionales. Asimismo, se realizaron 6 consultas ciudadanas, de las cuales 3 tuvieron lugar en regiones.

*1.1.4. Acompañar y conectar con las personas usuarias, acercando el quehacer institucional a sus necesidades y mejorando su experiencia con nuestros productos y servicios, visibilizando brechas, barreras e inequidades por motivos de género, a través de la integración de metodologías de diseño de servicio, participación ciudadana e innovación.*

En materia de los servicios ofrecidos a las personas consumidoras a través de los distintos canales de atención, ingresaron **287.357 Consultas**, siendo el principal canal de atención utilizado el call center (78,5%) y **682.283 Reclamos**, siendo

el principal canal de atención utilizado internet (74,5%). Junto a esto, ingresaron **5.030 Alertas Ciudadanas, 1.184.066 solicitudes de No Molestar, 75.541 solicitudes de Me Quiero Salir y 25.030 no me hostiguen.**

### **3. Resultados de la Gestión - Asociados al Programa de Gobierno**

### **4. Resultados de la Gestión - Bienes / Servicios finales**

#### **i. Estudios y productos de información en materia de consumo**

Para SERNAC es relevante levantar y analizar información calificada para la generación de productos de información, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de las personas consumidoras para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes, autónomas, críticas y responsables, así como contribuir en el desarrollo institucional de iniciativas que mejoren la normativa correspondiente y responder a necesidades específicas del quehacer del Servicio.

En relación a la información de mercado y consumo, el año 2024 el SERNAC elaboró 26 estudios no financieros, entre los que se pueden nombrar: la Radiografía de aerolíneas y agencias; Estudio y resumen vulnerabilidad en el consumo; Cotizador Dieciochero; Estudio de hábitos de consumo y caracterización del mercado de anticonceptivos en Chile; Infografía Estudio de hábitos de consumo y caracterización del mercado de anticonceptivos en Chile; Estudio Centros de Estética; Guía para compras de fin de año; Costos canastas de Gestión Menstrual; Cotizador de Fiestas de Fin de Año.

Además, se realizaron 2 estudios experimentales en materia de economía del comportamiento, siendo estos: 1 estudio de caso "Tipologías de fraude", y 1 modelo de ecuaciones estructurales respecto a la "Teoría de la motivación de la protección (fraude)".

Por último, se realiza 1 estudio financiero "Estudio sobre conducta de mercado y comportamiento de deudores según género en mercados priorizados".

#### **ii. Alertas de seguridad de productos**

Con el fin de informar y advertir a las personas consumidoras respecto a posibles precauciones y/o riesgos, evaluados y declarados por los proveedores sobre determinados bienes que puedan afectar potencialmente la salud y seguridad de las personas, SERNAC publicó **122 alertas de calidad y seguridad de productos**. En cuanto a recomendaciones relacionadas a la compra, uso, cuidado,

almacenamiento y otros antecedentes explorados por las personas consumidoras al momento de adquirir o indagar con un producto, se elaboraron 3 fichas de recomendaciones, siendo éstas:

### **iii. Gestión de Alertas sobre conductas del mercado que vulneran los derechos de las personas consumidora**

Las alertas sobre conductas de mercado, nos permiten advertir, orientar y coordinar la acción institucional con foco en la defensa y protección de los derechos de las personas consumidoras. Consisten en la detección de acciones que puedan afectar negativamente a los consumidores y representan conductas riesgosas para el cumplimiento de sus derechos. Una alerta gestionada es aquella que ha sido revisada, derivada, atendida, y para la cual se están implementando medidas para resolver la situación identificada. En el año 2024, se gestionaron **412 alertas**, de carácter regional, ciudadanas, ampliadas, de fiscalización, funcionarias, comunicacionales, entre otras.

### **iv. Supervigilancia y seguimiento de normativa del Mercado Financiero**

La Supervigilancia del cumplimiento de la normativa tiene como objetivo monitorear el cumplimiento de diversas normativas sobre consumo financiero de la Ley N° 19.496 y sus reglamentos, la Ley N° 21.236, que regula la portabilidad financiera, la Ley N° 20.855, que regula el alzamiento de hipotecas y prendas que caucionen créditos, y la Ley 20.009 que regula en materia de fraudes.

Supervigilancia del cumplimiento de la normativa de portabilidad Financiera: se monitorea el cumplimiento de la ley 21.236 que regula la portabilidad financiera, en este sentido se efectúan monitoreos trimestrales durante el año calendario, en total 4, en virtud de los incumplimientos de los plazos establecidos en la norma.

Supervigilancia del cumplimiento de la normativa de alzamiento de prendas e hipotecas: se monitorea el cumplimiento de la Ley 20.855 que regula el alzamiento de prendas e hipotecas, en este sentido se realiza un monitoreo anual respecto al cumplimiento de los plazos establecidos en la norma por parte de los proveedores en el año calendario anterior.

Supervigilancia del cumplimiento de la normativa que regula en materia de Fraude: se monitorea el cumplimiento de la Ley 20.009 que regula la responsabilidad para los titulares o usuarios de tarjetas de pago y transacciones electrónicas en caso de extravío, hurto, robo o fraude, en este sentido de realizaron 2 monitoreos (1 cada semestre) respecto del cumplimiento de la norma por parte de los proveedores.

Finalmente, en el año 2024, se realizaron 12 reportes de supervigilancia de normativa del mercado financiero.

#### v. Investigación financiera y no financiera

Corresponde a las actuaciones efectuadas para recabar información jurídica y económica, sobre conductas que afecten los derechos de las personas consumidoras, con la finalidad de entregar estrategias o propuestas de mecanismos de protección, entre las cuales se encuentran el inicio de procedimientos voluntarios colectivos, demandas colectivas, el archivo de la investigación, entre otras.

Estas investigaciones pueden o no tener un carácter financiero. Durante el año 2024 se cerraron **18 investigaciones de casos colectivos en materia financiera y 26 no financieras.**

#### vi. Procedimientos voluntarios colectivos

Tienen por finalidad la obtención de una solución expedita, completa y transparente, en caso de existir conductas de proveedores que puedan afectar el interés colectivo o difuso de las personas consumidoras. En el período **2024 se iniciaron 25 nuevos Procedimientos Voluntarios Colectivos**, durante el mismo año **8 fueron cerrados con resultados favorables, alcanzando un monto en compensaciones por más de \$6.981 millones beneficiando a 428.005 personas consumidoras.**

#### vii. Mesas de trabajo

Instancia de negociación con uno o más proveedores, para abordar problemas de consumo en que se estimare improcedente la apertura de un PVC y que poseen impacto ciudadano, debiendo SERNAC ejercer su rol de protector.

En esta instancia, se busca obtener una corrección de conducta (y eventualmente compensaciones). Durante el 2024, el SERNAC inició **3 mesas de trabajo con proveedores, 1 con resultado favorable con proveedores de telecomunicaciones.**

#### viii. Negociaciones Desformalizadas

El Servicio **participó en 26 negociaciones desformalizadas**, las que corresponden a una gestión preliminar y proactiva de relacionamiento de las Direcciones Regionales con uno o más proveedores, mediante la cual se busca obtener una solución expedita y oportuna a problemáticas de consumo detectadas en su territorio, en las que se evidencie una responsabilidad eminentemente infraccional. Se espera obtener una modificación de conducta y asegurar la contención del caso.

### **ix. Juicios de Interés General**

Se entenderá por Juicio de Interés General, aquella acción judicial que se inicia por la afectación del interés general de las personas consumidoras. En materia de JIGs, durante el 2024, **se iniciaron 1.061 juicios** a nivel nacional, se obtuvo una **sentencia favorable en 361 Juicios de Interés General**, lo que se tradujo en un total de \$398.884.755 en compensaciones totales que beneficiaron a un universo de 297 personas consumidoras y generaron un total de 9.604 unidades tributarias mensuales en multas.

### **x. Juicios de Interés Colectivo**

Respecto a la defensa del interés colectivo o difuso de las personas consumidoras, en el año 2024 iniciamos **12 juicios de interés colectivo y cerramos 3 juicios con sentencia condenatoria en defensa de los consumidores, 1 con resultado favorable**; obteniendo multas que alcanzaron las **60 UTM** hacia los proveedores por vulneración a los derechos de los consumidores y **\$4.207.384.561 en indemnizaciones, beneficiando a 423.674 personas consumidoras.**

### **xi. Derivación de casos para representación individual de consumidores**

Corresponde a una línea de financiamiento del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores, a través del cual se financia la representación judicial de personas consumidoras en acciones de protección individual de sus derechos, de carácter gratuito para las personas consumidoras, cuyo objetivo es entregar la posibilidad de solucionar un problema de consumo, en aquellos reclamos ingresados vía web al SERNAC, cuyos resultados hayan sido desfavorables, a través de una demanda gestionada por un abogado/a externo.

Durante el 2024 a través del Fondo Concursable, se dispuso de presupuesto para gestionarlo. Los recursos transferidos por M\$31.308, fueron a las asociaciones "CONADECUS" para el proyecto "Representando judicialmente personas consumidoras" de la Región Metropolitana con 20 causas gestionadas (monto transferido M\$17.027), y a la "Fiscalía del Consumidor" para el proyecto "Fiscalía del consumidor representa a consumidores y usuarios en juzgados de policía local" de la Región de La Araucanía, con 19 causas gestionadas (monto transferido M\$14.280).

### **xii. Sello SERNAC**

Corresponde a una certificación de carácter voluntario otorgada por el SERNAC, el cual tiene por objetivo garantizar que las empresas, especialmente las instituciones financieras, adhieran a ciertos estándares de calidad y cumplimiento normativo en su relación con los consumidores.

Respecto al año 2024, no existen instituciones financieras y no financieras que hayan suscrito la certificación del Sello SERNAC.

### **xiii. Planes de cumplimiento**

Los Planes de Cumplimiento son instrumentos que establecen políticas, procedimientos, directrices y mecanismos adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, estableciendo medidas preventivas, de detección y correctivas de eventuales incumplimientos a dicha normativa, estableciendo a la vez medidas de mejora continua para su perfeccionamiento a través del tiempo. Durante el año 2024 , se realizaron las siguientes acciones:

- Se aprobó 1 plan de cumplimiento con Falabella, quienes de manera voluntaria deciden suscribir al mecanismo.
- Se presentaron 3 planes de cumplimiento correctivos en las resoluciones de acuerdos de PVC.
- Se realizaron 26 actividades de promoción, incentivando la adopción de planes de cumplimiento.
- Se realizaron 15 reuniones con proveedores para socializar e incentivar la adopción de planes de cumplimiento.
- Se realiza una consulta ciudadana en materia de cumplimiento

### **xiv. Análisis de conformidad de planes de cumplimiento correctivos**

Los planes de cumplimiento correctivos aparecen en la Ley del Consumidor (LPDC), específicamente en el Artículo 54 P. Son aquellos planes que una empresa puede presentar como parte de un acuerdo al que llega con el SERNAC dentro de un Procedimiento Voluntario Colectivo (PVC). La idea principal de estos planes que tienen carácter correctivo y reactivo es en arreglar la conducta infraccional que dio inicio al PVC.

Durante el año 2024 Se presentaron 3 planes de cumplimiento correctivos en las resoluciones de acuerdos de PVC, en los PVC con: Empresa de Transportes Transvip SpA; Banco Falabella y CMR Falabella; SERNAC con CAR S.A.

### **xv. Cursos y actividades educativas, en temáticas de educación para el consumo, mediante aula virtual**

Desarrollo de hábitos de consumo sostenible, basados en la toma de decisiones informadas al utilizar productos financieros en el ejercicio de sus derechos, y en la sostenibilidad asociada a las prácticas de consumo. Para ello se llevan a cabo cursos mediante el aula virtual institucional.

Durante el año 2024, se impartieron 5 cursos en temáticas de educación para el consumo, los cuales estuvieron disponibles en el aula virtual institucional, y se detallan a continuación: "Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas"; "Educación Financiera para Jóvenes", "Curso de desarrollo profesional docente", "Curso Consumo Sostenible" y "Curso de educación financiera para la ciudadanía".

El total de beneficiarios/as de los Cursos del Aula Virtual fue de: 4.254 matriculados/as, 1.768 finalistas y 1508 aprobados/as, conforme al siguiente detalle:

Cursos	Nº matriculados	Nº finalistas	Nº aprobados
Curso de Educación Financiera para Jóvenes	1.845	540	481
Curso Consumo Sostenible	98	55	55
Curso Educación Financiera para La Ciudadanía	369	116	105
Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas	1106	606	584
Curso de desarrollo profesional docente	836	451	283
Totales	4.254	1.768	1508

**xvi. Charlas y/o talleres, en temáticas de educación para el consumo sostenible**

Desarrollo de hábitos de consumo sostenible, basados en la toma de decisiones informadas al utilizar productos financieros en el ejercicio de sus derechos, y en la sostenibilidad asociada a las prácticas de consumo. Para ello se llevan a cabo talleres de manera presencial o virtual (remota).

En cuanto a los talleres realizados a nivel nacional, se encuentran los de "Educación Financiera", de "Educación en Derechos del Consumidor" y de "Prácticas de Consumo y Medio Ambiente", los que obtuvieron los siguientes resultados:

Nombre del Taller	Nº de talleres ejecutados	Cantidad de participantes
Educación Financiera	476	12.624
Prácticas de consumo y Medio Ambiente	137	3.977
Taller de educación en derechos del consumidor	322	7.577
Total	935	24.178

Sobre los talleres 850 talleres se realizaron de forma presencial, y 85 de forma remota (online).

#### **xvii. Material Educativo**

El material educativo es uno de los tipos de productos y servicios educativos que entrega SERNAC, la idea principal de este material es que sirva para la auto instrucción de las personas consumidoras. Se basa en usar recursos como guías, folletos, videos, afiches, material para leer, fichas técnicas pedagógicas, juegos, entre otros. Se puede presentar de manera audiovisual (como videos, cápsulas en formatos digitales) o no audiovisual (tipo guías, fichas educativas, juegos, material de apoyo en general).

Durante el año 2024 no se dispone de material físico ni digital; pero se realizaron 25 actividades educativas con las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

#### **xviii. Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores**

El Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC), contempla dentro de sus líneas de acción o financiamiento: iniciativas de difusión de las disposiciones de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores; iniciativas para informar, orientar y educar a los/as consumidores; iniciativas de estudio y propuesta de medidas encaminadas a la protección de los consumidores; iniciativas de participación en el proceso de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios; iniciativas para ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos; iniciativas para realizar, a solicitud de

un consumidor, mediaciones individuales; iniciativas destinadas a proteger, informar y educar a los consumidores; iniciativas para representar a sus miembros y ejercer acciones en defensa de consumidores; iniciativas para representar tanto al interés individual, como el interés colectivo y difuso de las/los consumidoras.

En el período 2024, se realizaron **2 llamados del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, logrando financiar en la línea general 44 proyectos de 17 Asociaciones de Consumidores**, por un monto de **M\$517.865** ejecutados según el siguiente detalle:

Región	Recursos (M\$) 2024	Nº de Proyectos	Total por Recursos
Metropolitana	\$330.023	28	63,6%
La Araucanía	\$80.113	7	15,9%
Biobío	\$72.090	5	11,3%
Los Lagos	\$35.638	4	9%
<b>Total general</b>	<b>\$517.865</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>

**xix. Charlas, talleres, cursos y material de apoyo en materia de consumo para la Sociedad Civil**

Con la finalidad de dotar a las Asociaciones de Consumidores de conocimiento, herramienta y habilidades para el eficiente y efectivo ejercicio de sus facultades, y cumplimiento de las obligaciones que la Ley les impone, SERNAC durante el año 2024, ejecutó las siguientes actividades: **31 conversatorios** a lo largo del país en temas de consumo, con Asociaciones de Consumidores, **53 sesiones de consejos consultivos regionales**. Se destaca la consulta ciudadana realizada entre el 4 y el 24 de abril de 2024, cuyo propósito fue conocer la percepción sobre el nivel de cumplimiento de las empresas en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras cuya información recopilada fue insumo para conocer la visión de la ciudadanía sobre las diversas prácticas desplegadas por las empresas en esta materia.

**xx. Circulares interpretativas**

Ministerio de Economía.

Conforme a la facultad contemplada en el Art. 58 letra b) de la Ley N°19.496, se dictan instrumentos que interpretan la Ley del Consumidor, así como otras normas de protección de los consumidores, permiten entregar certezas al mercado y a la ciudadanía, respecto a que entiende el Sernac sobre la aplicación de determinados preceptos legales y resultan obligatorias para los funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor.. Dentro del año 2024, se elaboraron **3 circulares interpretativas**, relacionadas a: Consumo sostenible; Tratamiento de remanentes y mecanismos especiales de asignación de indemnizaciones en juicios de interés difuso y procedimientos voluntarios colectivos; y Servicios de transporte aéreo de pasajeros.

**xxi. Dictámenes administrativos**

Corresponden a actos administrativos, que dan respuesta a solicitudes particulares y con alcance concretos de la normativa en consumo, durante el 2024 se elaboraron **11 dictámenes administrativos**, en materia de: garantía legal respecto de productos o bienes perecibles o durables; reglamento de copropiedad; facultad de SERNAC para comparecer en juicios; plazos de prescripciones; entre otras.

**xxii. Propuestas de modificación normativa**

Las propuestas de modificaciones normativas del SERNAC se enfocan en fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras, incluyendo la ampliación de sus atribuciones, la agilización de procesos de reclamo y la mayor rigurosidad en las sanciones a las empresas infractoras. Las propuestas pueden ser modificaciones legislativas, reglamentarias o normativas.

Respecto al año 2024 se realizaron 7 propuestas de modificaciones normativas en materias financieras y 2 propuestas en materias no financieras (una relativa a proveedores intermediarios, y la otra asociada al uso de cargadores universales para aparatos tecnológicos).

**xxiii. Atención de consultas**

Servicio dirigido a toda la ciudadanía, a través del cual se informa y orienta respecto a sus derechos y cómo ejercerlos. De esta manera, las personas consumidoras pueden tener información fundada para enfrentar las complejidades del mercado. Durante el año 2024, ingresaron al SERNAC **287.357 consultas**, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:



Canales de atención	Nº de consultas ingresadas
Internet	34.908
Call Center	225.563
Direcciones Regionales	24.460
Plataformas Municipales	2.414
Servicios Públicos en convenio	12
Total	287.357

#### xxiv. Recepción de Alertas ciudadanas

Producto que advierte, orienta y coordina la acción institucional con foco en la defensa y protección de los derechos de las personas consumidoras, por medio de la detección por parte de la ciudadanía de conductas de empresas o mercados que posiblemente afecten los derechos de todos las y los consumidores. Durante el período 2024, se recibieron **5.030 alertas ciudadanas** por parte de las personas consumidoras, posterior a la clasificación asignada por el área experta, se cerraron como tal 3.540.

## xxv. Atención y tramitación de Reclamos

Corresponde a un producto que permite a la ciudadanía solicitar a una empresa una solución cuando se pudieran haber vulnerado sus derechos como consumidores, mediante la acción de SERNAC. Durante el año 2024, ingresaron **682.283 reclamos**, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Canales de atención	Nº de reclamos ingresados
Internet	479.200
Call Center	119.456
Direcciones Regionales	43.141
Plataformas Municipales	39.817
Servicios Públicos en convenio	669
Total	682.283

Por otra parte, entre los mercados más reclamados durante el 2024 en primer lugar se encuentra el comercio minorista general con un 21%, seguido por el mercado financiero con un 19% y suministro de electricidad, agua y gas con un 15% del total de los reclamos recibidos por SERNAC. Respecto a otros mercados reclamados se encuentran entretención; inmobiliario; vehículos y rodados; salud; comercio minorista bebidas; entre otros, todos suman un 21% del total de reclamos recibidos. A continuación se presenta el detalle:



Mercados	Porcentajes
Comercio minorista general	21%
Financieros	19%
Suministro de electricidad, gas y agua	15%
Telecomunicaciones	14%
Transporte	10%
Otros	21%
Total	100%

#### **xxvi. Tramitación de No Molestar y Aviso de incumplimiento**

Herramienta dispuesta por el Servicio para que las y los consumidores puedan manifestar su voluntad expresa de ser eliminados de los listados de las empresas, con el fin de no recibir promociones y publicidad que no desean. Durante el 2024, ingresaron **1.184.066 solicitudes de No Molestar**.

Por concepto de aviso de incumplimiento, gestión que permite a las personas consumidoras informar al SERNAC que la empresa no cumplió su solicitud de No Molestar, **ingresaron 11.873 solicitudes**.

#### **xxvii. Tramitación Me Quiero Salir**

Herramienta que el SERNAC pone a disposición de las personas consumidoras, con el objetivo que puedan manifestar a las empresas, de forma expresa y clara, la voluntad de poner término a los contratos de prestación de servicios que hayan celebrado. Durante el 2024, obtuvo un total de **75.541 solicitudes ingresadas, tramitándose un 98,2% de ellas**.

### xxviii. Fiscalizaciones

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Se refiere a la acción de verificar las posibles infracciones a las disposiciones de la Ley 19.496 y de toda la normativa de protección de los derechos de los consumidores y recabar los antecedentes para robustecer otros procesos de protección, tales como juicios.

La fiscalización del SERNAC, tiene un carácter preventivo y disuasivo. Sus focos son: los lineamientos de gobierno y de la institución, el enfoque territorial, la calidad y excelencia, entre otros. El impacto esperado es la corrección de conductas de carácter infraccional.

Durante el 2024, se realizaron **1190 fiscalizaciones**, las que se concentraron principalmente en el **comercio minorista general (27,98%)**, y fue fiscalizado para constatar los deberes de información, precios, cumplimiento de la garantía legal, seguridad en el consumo, entre otras materias; seguido del comercio minorista orientado a la salud humana (ej. farmacias) (12,77%) y el comercio minorista de alimentos y bebidas (10,42%).

Se adjunta a continuación el detalle del total de fiscalizaciones realizadas en el 2024:

Mercado	Nº Fiscalizaciones	Porcentaje
Comercio minorista general	333	27,98%
Comercio minorista orientado a la salud humana (ej. farmacias)	152	12,77%
Comercio minorista de alimentos y bebidas (ej. supermercados)	124	10,42%
Turismo	116	9,75%
Educación superior	100	8,40%
Inmobiliario	88	7,39%
Comercio minorista orientado al hogar (ej. ferreterías)	54	4,54%
Transporte	45	3,78%
Vehículos y rodados	26	2,18%
Telecomunicaciones	21	1,76%
Financieros	21	1,76%

Mercado	Nº Fiscalizaciones	Porcentaje
Cuidado personal	19	1,60%
Suministro de electricidad, gas y agua	18	1,51%
Otros mercados	73	6,13%
Total	1190	100%

Adicional a lo mencionado anteriormente, considerando que las fiscalizaciones tienen por objetivo supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materias de consumo y se pueden realizar en 3 modalidades, a continuación se presenta el detalle de la distribución para el año 2024:

**a. Fiscalización presenciales realizadas**

Se ejecuta mediante la inspección de las oficinas comerciales o tiendas físicas de los proveedores, durante el año 2024, se llevaron a cabo **673 fiscalizaciones** de esta categoría, correspondientes al **57% del total de fiscalizaciones**.

**b. Fiscalización digitales realizadas**

Se ejecuta mediante la inspección de los sitios web, redes sociales o prensa de proveedores. Durante el 2024 se realizaron **257 fiscalizaciones de esta categoría, correspondientes al 21% del total de fiscalizaciones**.

**c. Fiscalización documentales realizadas**

Se realiza a través de un requerimiento de información formal a la empresa. En el 2024, se realizaron **260 fiscalizaciones de este tipo, correspondientes al 22% del total**.

**xxix. Citación a declarar ante la Subdirección de Fiscalización**

La citación a declarar es una herramienta que tiene el SERNAC, específicamente la Subdirección de Fiscalización, según el Artículo 58 inciso 2, letra d) de la Ley del Consumidor; la cual corresponde a un mecanismo similar a una diligencia de investigación, la cual tiene por objetivo recabar la mayor cantidad de información útil sobre una o más conductas que sean materias fiscalizables, y las cuales también podrían servir como medios de prueba, para futuras acciones de protección.

Durante el año 2024 la Subdirección de Fiscalización realizó 2 citaciones a declarar.

## **5. Otras iniciativas**

### **a. Género:**

El Programa de Trabajo 2024 fue diseñado y liderado por la Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión con la activa colaboración de los Centros de Responsabilidad del servicio. Las acciones comprometidas se relacionan con instrumentos de transversalización de género como: Compromisos Ministeriales de Género, Plan de Igualdad y Estrategia para la Autonomía Económica.

En el año 2024, el programa integró, tanto ámbitos de la gestión interna, como productos que se disponen a la personas consumidoras. De este modo logramos desarrollar un proceso de trabajo que abarcó a la mayoría de los centros de responsabilidad, lo que fue un avance para la transversalización del enfoque de género en la institución.

#### **● En cuanto a la gestión interna:**

- Se continuó capacitando a las y los funcionarios en temas de género como el curso "Género y consumo".
- Se elaboró un protocolo de abordaje de casos de VIF que afecten a funcionarias del Servicio, siendo éste un avance importante ya que no existía tal procedimiento coordinado al respecto
- Se construyó un conjunto de directrices para la constitución paritaria de comités al interior del Servicio a modo de promover y potenciar la participación de mujeres en espacios de deliberación y toma de decisiones.
- Se realizó un diagnóstico de brecha salarial para visibilizar que sirva de insumo para la política de grados y carrera funcionaria que el Servicio está trabajando.
- Se integraron criterios de género en todas las licitaciones públicas del Servicio.

#### **● Respecto al trabajo hacia la ciudadanía:**

El año 2024 se avanzó en la integración de una mirada amplia del género que incluye a las diversidades y disidencias sexo genéricas, ampliando la oferta educativa en materia de derechos y educación financiera para personas de la comunidad LGBTQIA+ de todas las regiones, llegando a una cobertura de 670 mujeres y personas de las diversidades.

También se realizaron conversatorios sobre consumo y género para mujeres, los que llegaron a 183 mujeres.

En una segunda línea de acción, el Servicio ha definido- en razón de los lineamientos entregados por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo- trabajar en visibilizar sesgos de género en el consumo así como promover y potenciar la autonomía económica de las mujeres a través de la educación y la información, es así como durante el año 2024 se realizó un nuevo "Estudio de costo Menstrual" para visibilizar la carga económica que este proceso fisiológico significa para niñas, mujeres y personas menstruantes. Junto con lo anterior se realizó un primer estudio de consumo y caracterización del mercado de los anticonceptivos femeninos en Chile; Se realizó, además, el "Estudio Anual de Publicidad Sexista" que tuvo como foco la violencia estética, un segundo estudio sobre comportamiento de deudoras en mercados no regulados por la CMF y la "Encuesta Mujer y Consumo", que es un levantamiento de percepción acerca de las discriminaciones vividas por las mujeres en el ámbito del consumo. Por último, se diseñó material bilingüe con derechos de las personas consumidoras para personas migrantes y mapuches. En resumen, podemos afirmar que se cumplieron con los objetivos planteados para el año y hubo avances importantes para la transversalización del enfoque de género en el Servicio. Para más detalle revisar los medios de verificación asociados a cada medida.

- Con respecto al Programa de Gobierno, durante el año 2024 el Proyecto de Ley SERNAC te protege (Boletín N°16.271-03) avanza en su tramitación como una iniciativa clave para fortalecer la protección de los consumidores, mejorar la fiscalización y agilizar la respuesta a los reclamos. Actualmente, se encuentra en su primer trámite constitucional en la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados, donde se ha avanzado significativamente en la votación en particular.

Hasta ahora, se han aprobado artículos clave, como el reconocimiento legal de la gestión de reclamos del SERNAC, el procedimiento sancionatorio— incluyendo la creación de la Subdirección de Procedimiento Sancionatorio— y todo el régimen recursivo de este procedimiento administrativo sancionador, además de la eliminación de la onerosidad como requisito para configurar una relación de consumo.

- Respecto a fortalecer la gestión de reclamos, durante el año 2024 se busco mejorar y agilizar el proceso de gestión y respuesta de los reclamos; esto evidenciado en 2 iniciativas elaboradas, una asociada al uso de la inteligencia artificial para el análisis de reclamos, iniciativa denominada "Sistema de Inteligencia de Análisis de Reclamos (SIAR)" la cual se desarrolla con motivo de los corte masivos de suministro eléctrico acontecidos en agosto del 2024 en diversas regiones del país. La segunda iniciativa corresponde a la gestión cuando el proveedor no responde a los reclamos (se cierra reclamo con gestión "Proveedor No Responde (PNR)", dado que no tenemos la facultad legal para obligar a las empresas a responder los reclamos, la iniciativa buscó establecer una estrategia



proactiva que incentive a los proveedores a entregar respuestas a los reclamos, y de esa manera, fortalecer la protección del consumidor(a) y optimizar la gestión interna.

- En materia de robustecer la institucionalidad del SERNAC, en el año 2024 SERNAC se posiciona como un exponente en la región en materia de consumo y seguridad de producto; actuando como anfitrión de la XI Plenaria de la Red de Consumo Seguro y Salud de los Estados Americanos; la cual contó con la participación de organismos e integrantes de diversos países como: Brasil, República Dominicana, Paraguay, Colombia, entre otros.
- Respecto a la protección de las personas consumidoras que presentan mayor vulnerabilidad como adultos mayores, niños, niñas y adolescentes, diversidades y personas con menor acceso a la información; durante el año 2024 se impartieron cursos educativos a públicos priorizados, siendo estas actividades educativas dirigidas a adultos mayores, escolares y público joven vulnerable. Además se desarrollaron actividades participativas como: conversatorios a dirigentes sociales de comunas con altos índices de vulnerabilidad; conversatorios dirigidos a personas mayores; diálogos participativos a mujeres que estudian y trabajan; por mencionar algunos.

## **b. Promoción de la Participación Ciudadana**

El Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), en consistencia con las exigencias planteadas por la Ley 20.500 de Participación Ciudadana, el Instructivo Presidencial para la Participación Ciudadana en la Gestión Pública (007) y el desarrollo de sus propias iniciativas de participación como indica la Norma de Participación en materias de consumo. Para el año 2024 se articuló el despliegue de diversas actividades en todo el territorio.

Algunos de los mecanismos de participación implementados, fueron el resultado de la socialización de la participación ciudadana en distintos Centros de Responsabilidad y Direcciones Regionales, lo que permitió la ejecución de 115 instancias de participación ciudadana a nivel regional y 15 a nivel central.

**En total, se realizaron 130** instancias a nivel nacional, de las cuales 5 corresponden a instancias internas (dirigidas a personas funcionarias) y 125 a instancias ciudadanas.

A continuación, se detalla el número de instancias respecto a cada mecanismo

Tipo de Mecanismos Ejecutados Total 2024	Mecanismos Total 2024
Sesiones de Consejo Consultivo Regional	54
Conversatorios de Consumo	40
Cuenta Pública Participativa	17
Sesiones de Consejo Consultivo Nacional (COSOC)	5
Consulta Ciudadana	5
Diálogo participativo	4
Conversatorio Interno	4
Consulta Funcionaria	1
<b>Total mecanismos</b>	<b>130</b>

De este modo, es posible visualizar que el mayor número de instancias participativas corresponde al n° de sesiones de Consejos Consultivos Regionales (54), seguida por los Conversatorios de Consumo (40) y Cuenta Pública Participativa (17), la que considera la realización de las Cuentas Públicas Participativas en todo el territorio nacional.

En todas estas actividades se contó con la participación de distintas organizaciones y públicos diversos, lo que permite enriquecer y fortalecer las diferentes miradas y opiniones, entre los que destacan la participación de mujeres, jóvenes, personas mayores, personas migrantes, personas con discapacidad y dirigentes sociales.

A continuación se presenta el detalle de personas asistentes a nivel nacional en cada una de las instancias, exceptuando las sesiones de los consejos consultivos:

Mecanismo de Participación	N°de Personas participantes
Diálogo participativo	100
Cuenta Pública Participativa	768
Conversatorios de Consumo	794
Consultas Ciudadanas	4.192
Conversatorios Internos	301
Consulta Funcionaria	81
<b>Total de personas participantes</b>	<b>6.236</b>

En cuanto a las Herramientas participativas, estas buscan generar espacios de escucha activa y levantamiento de las necesidades y opiniones ciudadanas, a través de la implementación de espacios tales como, testeos, entrevistas, focus group, entre otros, de cara a la validación de la idea o prototipo de los diferentes productos y/o servicios desarrollados en el periodo.

Durante el periodo 2024 se llevaron a cabo 7 instancias (testeos y focus), entre las que se pueden mencionar; "Mi Poder de Compra", "Encuesta uso de anticonceptivos", "Mi compensación", entre otras; las cuales se destacaron por su carácter colaborativo, generando un diálogo abierto entre la ciudadanía y el servicio. Esta retroalimentación temprana resultó clave para realizar ajustes significativos, identificar oportunidades de mejora y asegurar que los productos respondan efectivamente a las necesidades reales de la comunidad.

En 2024 estos espacios nos permitieron conectar con más de 150 personas.

## **6. Desafíos**

Con el fin de continuar con la supervigilancia del cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, se continuarán desarrollando acciones extrajudiciales orientadas a la resolución de conflictos de consumo, tanto a nivel nacional como regional. En efecto, se proyecta el desarrollo de 18 Procedimientos Voluntarios Colectivos y 30 negociaciones con proveedores nuevos, por año. Mientras que, respecto a las mesas de trabajo, se proyecta aumentar las instancias anuales.

El desarrollo de estos procesos es en paralelo al seguimiento de la implementación de actividades iniciadas con anterioridad y podrá ser ampliado en virtud de contingencias adicionales que deban ser gestionadas a través de estos procedimientos extrajudiciales orientados a la obtención de soluciones expeditas y transparentes.

En materia de investigaciones no financieras de casos colectivos, para el año 2025 se priorizarán los problemas de consumo asociados a los marketplaces y a los de servicios de telecomunicaciones, particularmente en lo que se refiere a los mecanismos de verificación de identidad de los consumidores al momento de contratar.

En particular, sobre las investigaciones de casos colectivos financieros para el período 2025-2026, nos enfocaremos en monitorear el mercado financiero, haciendo un especial énfasis a partir de los segmentos definidos en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2025 (ENIF). En este contexto, el Sernac buscará promover la inclusión financiera y la protección de las personas consumidoras,

reconociendo la importancia de integrar a todos los segmentos de la población al sistema financiero formal.

En materia de prevenir y detectar abusos y malas prácticas de los proveedores, mediante la implementación y mejoras de sistemas de información y supervisión ágiles e innovadores, se buscará profundizar en las tareas de monitoreo de mercados tanto en materia de precios y consumo, como de seguridad y sustentabilidad en los productos. Además del foco en mercados más bien tradicionales como lo son telecomunicaciones, transporte y retail.

Asimismo, se buscará explorar temas emergentes como los estacionamientos, los suplementos alimenticios, los "productos milagrosos", los cargos ocultos asociados a los recientes modelos de arriendo residencial, y el mundo de las casas de apuesta y casinos en línea. Con elementos cruciales para fortalecer la protección e información al consumidor con una mirada integral, actualizada y oportuna.

Se impulsará el uso responsable e innovador de herramientas de inteligencia artificial en la vigilancia de mercados, cautelando siempre la integridad de datos y la protección de la información personal de los consumidores; además de proyectos de análisis, automatización y gestión compartida de datos e información con otros actores (internos y externos), particularmente en lo que respecta a la información de alertas de seguridad, alertas de vigilancia y estudios.

De acuerdo a impulsar una estrategia de despliegue territorial, se tiene planificado implementar un programa de fortalecimiento de convenios con Servicios Públicos, para lograr una mayor cobertura y eficiencia en la promoción y protección de los derechos de las y los consumidores, así mismo se establecerá una estrategia de relacionamiento con empresas para la mejora de la calidad de los servicios del Sernac, que permita aumentar las respuestas favorables a reclamos.

Se incorporarán instancias de relacionamiento institucional con una o más entidades de educación superior y/o centros de investigación que permitan generar conocimiento en materias de consumo y desarrollar soluciones innovadoras a los problemas de las personas consumidoras.

Finalmente, se establecerá una estrategia de relacionamiento con organismos y/o foros internacionales para el intercambio de conocimiento, experiencias y buenas prácticas, en materias de protección a las personas consumidoras.

Para acompañar y conectar con las personas usuarias, se tiene planificado desarrollar, diferentes actividades relacionadas con la gestión de los productos, mejora de la experiencia de la persona consumidora, permitiendo fortalecer el

proceso de Atención Usuaria. Dentro de estas actividades, se mencionan las siguientes; incorporación de sistemas de auto atención, como el aplicativo de devolución de llamadas Click to Call; el Asistente Virtual o chat Bot y el sistema de devolución de llamados call back, el cual se activa en el call center, durante la jornada diaria en el peak de atención o durante el fin de semana.

Con la finalidad de fortalecer la gestión institucional mediante la implementación de un modelo estratégico de gestión y desarrollo de personas para SERNAC, se desarrollarán nuevos protocolos enfocados en la denuncia, investigación y sanción de casos de maltrato laboral, acoso laboral y acoso sexual. Además, se implementará un proceso integral que incluirá el diseño de los protocolos, su difusión, y programas de sensibilización y capacitación para todos los colaboradores, con el objetivo de crear un ambiente laboral seguro y respetuoso.

Finalmente para implementar medidas para la transversalización de la perspectiva de género, los desafíos consisten en llegar con la oferta educativa a una mayor diversidad de mujeres, para esta etapa se priorizará a mujeres indígenas y rurales a quienes se les ofrecerá talleres de educación financiera y derechos de las consumidoras. Esto es un esfuerzo que colabora con la Estrategia para la Autonomía Económica de las mujeres, liderada por el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género. Junto con lo anterior, se trabajará con adolescentes escolares en cuanto a educación financiera haciendo hincapié en gestión menstrual.

En cuanto a la generación de información a través de los estudios que realiza el Servicio, los esfuerzos estarán puestos en visibilizar sesgos de género en el consumo que afectan a las mujeres.

En cuanto a la gestión interna se avanzará hacia una cultura organizacional que promueva la equidad de género, para ello se hará, entre otras cosas, un proyecto Piloto de Paridad de género en procesos de selección de cargos de jefatura.