

## **Minuta de resultados Consulta Ciudadana**

---

### **Minuta de los principales resultados**

### **Consulta Ciudadana SERNAC 2025 a Personas Mayores**

### **Región de La Araucanía**

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### I.- Introducción

La Consulta Ciudadana es un mecanismo de participación que se realiza en cualquier ciclo de vida de la política pública: propuesta de idea, diseño, implementación, evaluación y reformulación.

Los objetivos de las consultas ciudadanas son los siguientes:

- Mejorar y fortalecer los canales y espacios de información y opinión de la ciudadanía, promoviendo una respuesta de calidad y oportuna de parte de los órganos de la Administración del Estado.
- Promover el control ciudadano de las acciones desarrolladas por los organismos públicos.

La Consulta Ciudadana se puede realizar a través de Ventanillas Virtuales de Opinión, Diálogos Participativos, u otro modo de consulta pertinente a este mecanismo.

Para el periodo 2025 se decidió implementar una consulta ciudadana en modalidad mixta: esto es, modalidad virtual mediante Formulario de Google form, el cual se dispuso a través del sitio web institucional y este mismo fue impreso para consultar presencialmente en comunas como Temuco, Angol, Padre Las Casas, Ercilla, Los Sauces, Traiguén, Victoria, Saavedra y Renaico, por funcionarios de la Dirección Regional de SERNAC y por ejecutivos de atención de público de Plataformas Municipales.

La consulta ciudadana, inicialmente programada entre el 1 y el 15 de octubre de 2025, fue extendida hasta el 31 de octubre del mismo año. El objetivo de esta consulta fue recabar información sobre problemas de consumo que afectaron a residentes de 60 años o más en la Región de La Araucanía durante el año 2025.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### II.- Resultados

#### a) Caracterización de la muestra

La siguiente minuta da cuenta de los principales resultados de la Consulta Ciudadana SERNAC 2025 realizada a personas mayores en la Región de la Araucanía, en modalidad presencial y online, cuya muestra analizada son todas las consultas recibidas y que en su totalidad fueron válidas.

El desarrollo de la consulta ciudadana fue exitoso en términos de convocatoria, logrando la participación de 536 personas mayores a través de una modalidad mixta (virtual y presencial) que permitió abarcar 26 de las 32 comunas de la Región de La Araucanía, aunque con una concentración mayor de respuestas en la capital regional, Temuco (29%). La muestra obtenida, tuvo como resultado una mayor frecuencia del género femenino (67%) y del grupo etario de 60 a 79 años (83%), estos resultados permiten identificar los principales desafíos en materia de consumo que afectan a este grupo de la población.

**Tabla 1:** Total de encuestas.

<b>Total respuestas recibidas</b>	<b>de</b>	<b>536</b>
<b>Total respuestas Válidas</b>	<b>de</b>	536

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

Los datos que se expresan a continuación, están referidos al total de respuestas válidas que se indican en la tabla 1.

**Tabla 2:** Género de personas mayores encuestadas.

Género	Recuento	Porcentaje
Masculino	176	32,8%
Femenino	357	66,6%
Prefiero no decirlo	1	0,2%
No binario	0	0%
Otro	2	0,4%

Del total de las personas que responden la consulta el 67% (357) se identificó con el género femenino, mientras que un 33% (176) se identificó con género masculino, el 0,4% de las personas (2) seleccionó la opción "otro", señalando la frase "no específica" y el 0,2% (1) prefiere no decirlo. Estos datos indican que la población muestral femenina es el doble de la población masculina que participa en esta consulta.

**Tabla 3:** Rangos de edad.

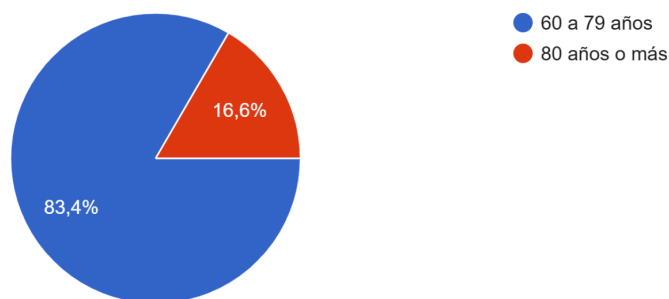
Edad	Recuento	Porcentaje
60-79	447	83,4%
80 o más	89	16,6%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Gráfico 1: Rango de edad de las personas consultadas.

Rango de edad en que se encuentra actualmente:  
536 respuestas



El 83% de los participantes (447 personas) se concentra en el rango etario de 60 a 79 años, siendo este el grupo mayoritario. El 17% restante (89 personas) corresponden a personas de 80 años o más.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Tabla 4:** Comunas de residencia.

<b>Comuna</b>	<b>Recuento</b>	<b>Porcentaje</b>
Angol	14	2,6%
Carahue	2	0,4%
Chol Chol	2	0,4%
Collipulli	17	3,2%
Cunco	4	0,7%
Curacautín	3	0,6%
Curarrehue	0	0%
Ercilla	18	3,4%
Freire	1	0,2%
Galvarino	0	0%
Gorbea	2	0,4%
Lautaro	12	2,2%
Loncoche	0	0%
Lonquimay	1	0,2%
Los Sauces	77	14,4%
Lumaco	0	0%
Melipeuco	2	0,4%
Nueva Imperial	10	1,9%
Padre Las Casas	55	10,3%
Perquenco	0	0%
Pitrufquén	9	1,7%
Pucón	20	3,7%
Purén	6	1,1%
Renaico	50	9,3%
Saavedra	28	5,2%
Temuco	154	28,7%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

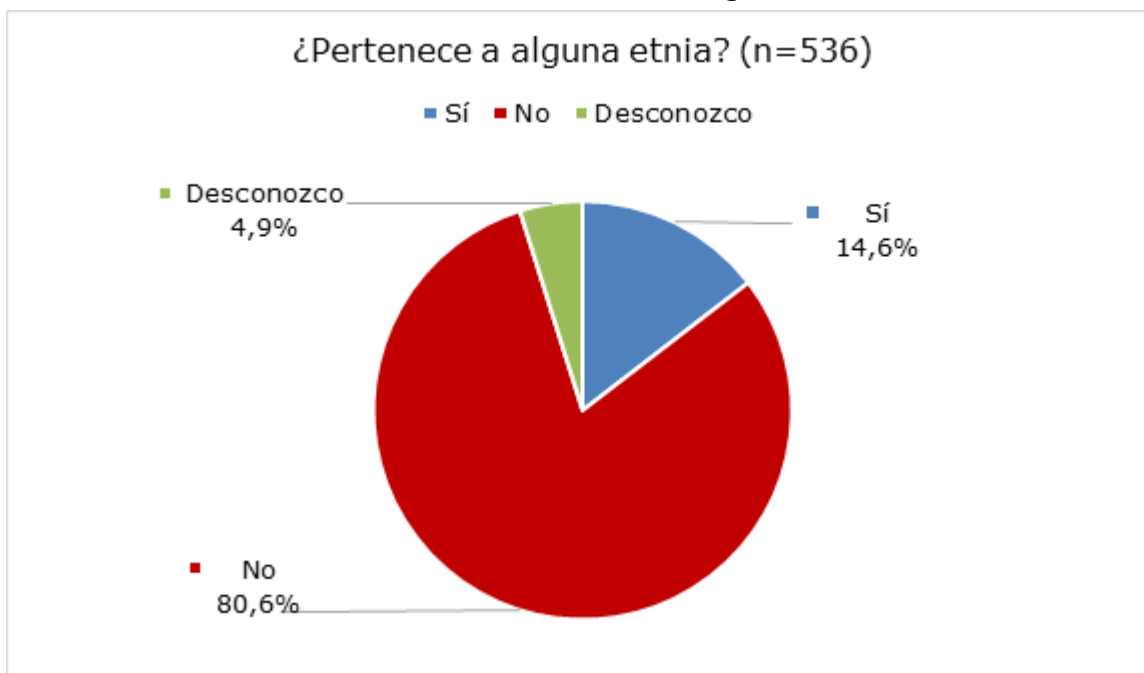
Teodoro Schmidt	1	0,2%
Toltén	0	0%
Traiguén	24	4,5%
Victoria	10	1,9%
Vilcún	5	0,9%
Villarrica	9	1,7%
<b>Total</b>	<b>536</b>	<b>100%</b>

Las comunas de residencia de las personas que participaron en la consulta ciudadana, tiene como mayoría la capital regional: Temuco con 29%, le sigue Los Sauces con el 14%, Padre las Casas 10%, Renaico 9%, Saavedra y Traiguén con 5%, y en comunas como Pucón, Ercilla, Collipulli, Angol y Lautaro, entre otras, se observa una participación mínima.

Mientras que de 6 comunas, no se logra obtener respuestas, como Curarrehue, Galvarino, Loncoche, Lumaco, Perquenco y Toltén, aún cuando se envió la difusión de la Consulta a todos los municipios de la Región de La Araucanía, a través de correo electrónico.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Gráfico 2:** Pertenecientes a alguna etnia.

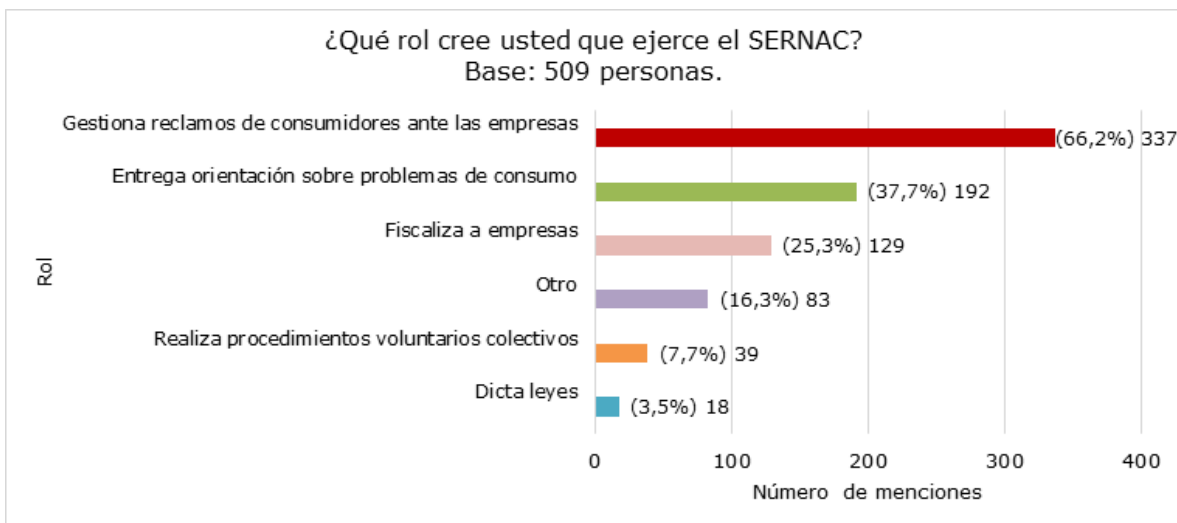


Del total de participantes en esta consulta (536 personas), un 81% (432 personas) no pertenece a alguna etnia, en menor medida 15% (78) de personas sí se consideran pertenecientes a una etnia, mientras que el 5% restante (26) desconoce pertenecer a alguna etnia. Esto se puede visualizar en el Gráfico 2, donde la opción "No" es de color rojo y toma la mayoría de la sección del gráfico.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### b) Preguntas sobre SERNAC

**Gráfico 3:** Rol que ejerce el SERNAC.



Para establecer los conocimientos que las personas encuestadas tienen del SERNAC, se preguntó por medio de las siguientes alternativas de selección múltiple:

- Gestiona reclamos de consumidores ante las empresas
- Entrega orientación sobre problemas de consumo
- Fiscaliza a empresas
- Realiza Procedimientos Voluntarios Colectivos
- Dicta leyes
- Otro

Teniendo la posibilidad de seleccionar hasta 3 alternativas. A esta pregunta, respondieron 509 personas (pregunta no se consignó cómo obligatoria).

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

En cuanto a la pregunta sobre el rol que ejerce el Sernac, la principal percepción es que "Gestiona reclamos de consumidores ante las empresas" obteniendo el 66,2% (337) de respuestas, un 37,7% (192) indicó "Entrega orientación sobre problemas de consumo", el 25,3% (129) mencionó que SERNAC "Fiscaliza a empresas", 7,7% (39) de respuestas señalan que "Realiza Procedimientos Voluntarios Colectivos", el 3,5% (18) piensa que SERNAC "Dicta leyes". La categoría "Otro" obtiene un 16,3% (83) de respuestas; algunos de sus enunciados son: "Ninguna de las anteriores" 8%(41), "No sabe" o las siguientes categorías que expresan mismo sentido un 2,3%:

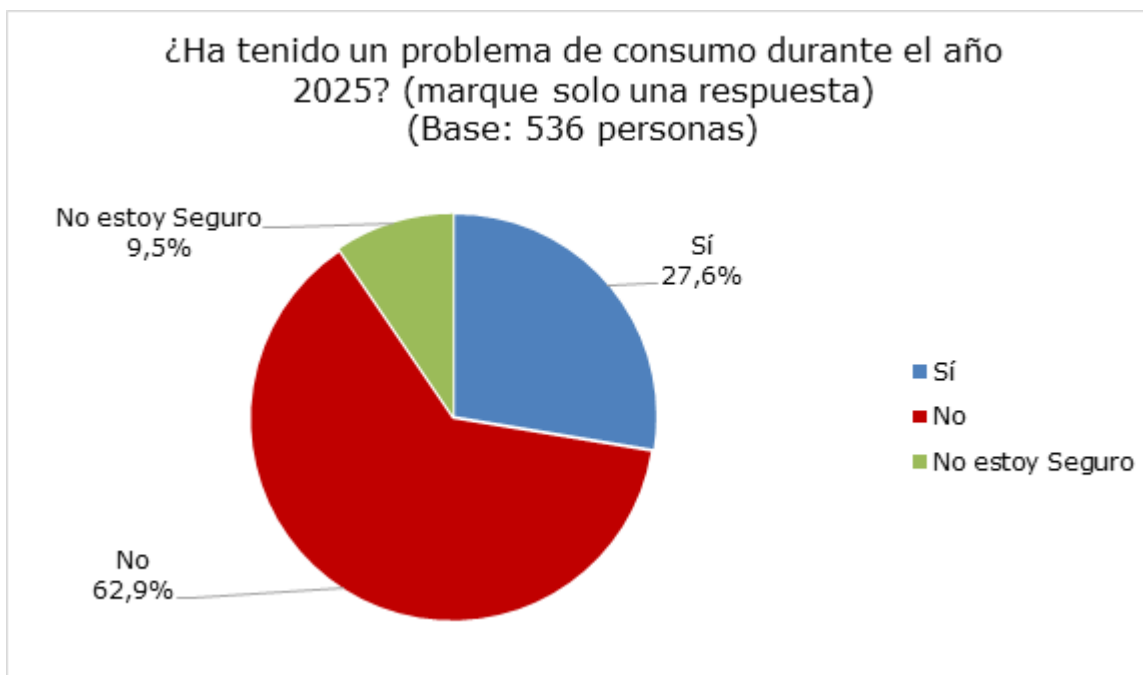
- *"Desconozco"*
- *"No conoce la función del SERNAC"*
- *"No sabe lo que es o que hace SERNAC"*
- *"No sabe a qué se dedica el SERNAC"*
- *"No sabe"*
- *"No sabe qué es el SERNAC"*
- *"No sabe qué es y qué hace el SERNAC"*

También en la categoría "Otro" se expresaron las siguientes respuestas:

- *"Hasta ahora siento poco apoyo a consumidores"*
- *"No"*
- *"No ha escuchado del SERNAC"*
- *"Controlar el abuso de las tiendas"*
- *"No específica"*
- *"Debería pero no lo hace"*
- *"Revisa reclamos"*
- *"Educativo"*
- *"Fiscaliza comercio en general"*
- *"Poca Multa"*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

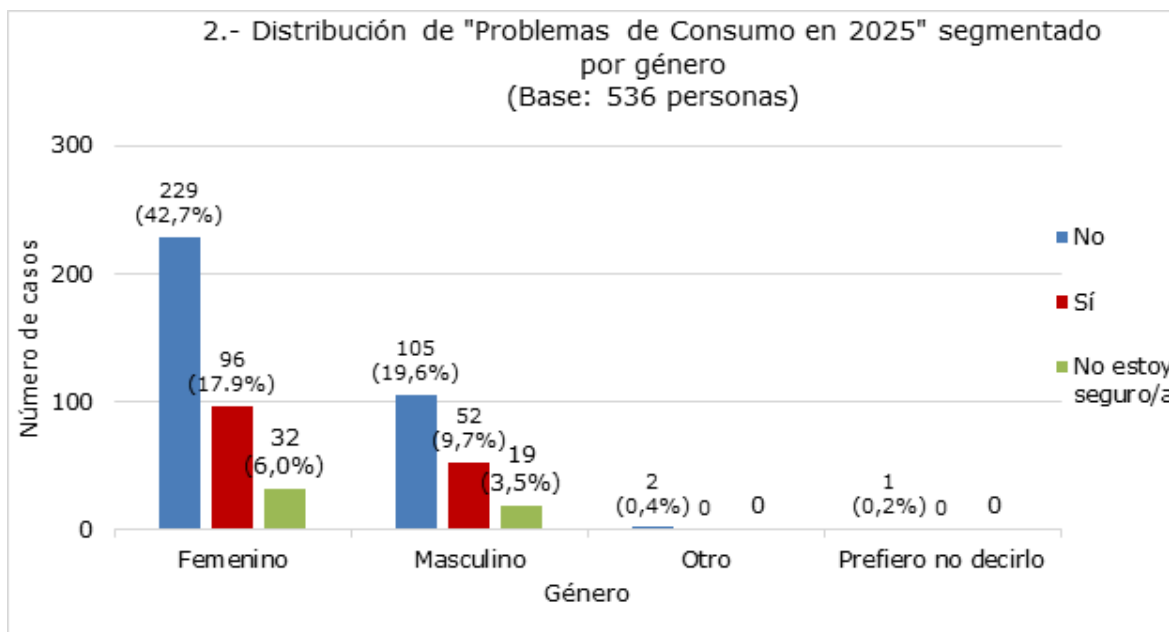
**Gráfico 4:** Personas mayores con problemas de consumo en 2025.



Según el gráfico 4, en el último año, de las 536 personas encuestadas, un total de 62,9% (337) indicó que "No" ha tenido problemas de consumo durante el año 2025, mientras que el 27,6% (148) "Sí" ha tenido problemas de consumo durante el año 2025 y en menor medida un 9,5% (51) señaló "No estoy seguro/a" de haber tenido un problema de consumo durante el año 2025.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Gráfico 4.1:** Problemas de Consumo por género.

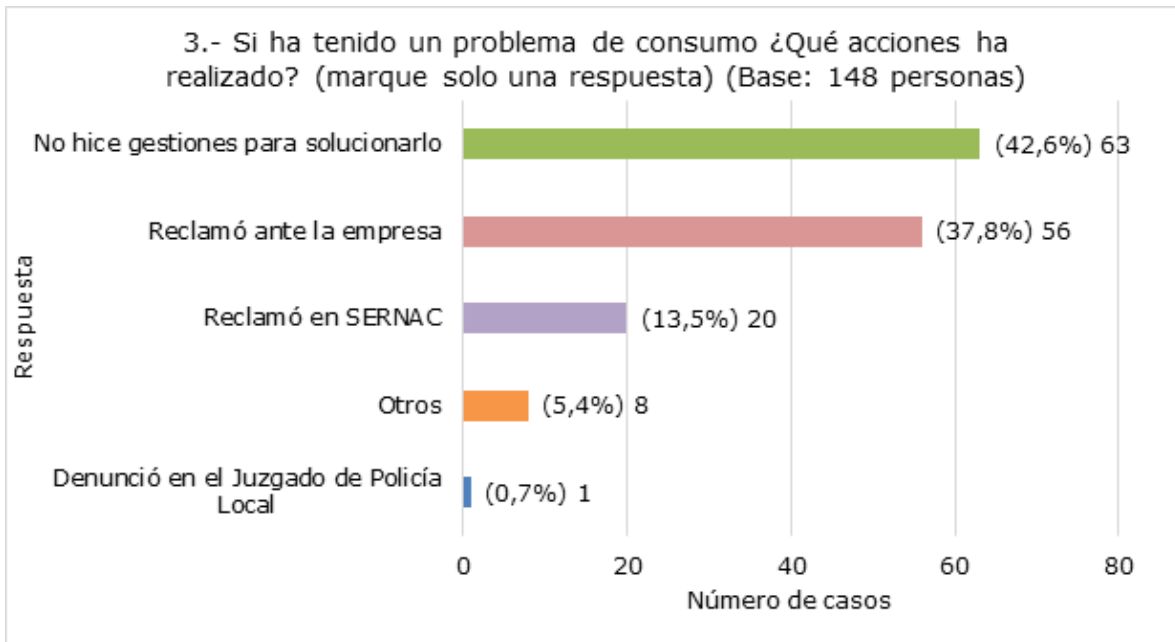


Los resultados del Gráfico 4.1 se presentan desagregados por género, en las respuestas donde indican "No" haber tenido problema de consumo, un 42,7% (229) corresponde a personas identificadas con el género femenino y un 29,6% (105) con el género masculino. En contraste, entre las respuestas donde se indica que "Sí" tuvieron problemas de consumo, se presenta un 17,9% (96) y 9,7% (52) de respuestas de los géneros femenino y masculino, respectivamente.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### c) Acciones Realizadas

**Gráfico 5:** Acción realizada ante el problema de consumo.



En el gráfico 5 se aprecian las opciones de acción frente a un problema de consumo, donde de las 148 respuestas obtenidas, el 42,6% (63) manifestó; **“No hice gestiones para solucionarlo”**, le sigue un 37,8% (56) de personas que respondieron señalan que **“Reclamó ante la empresa”**, en menor medida, un 13,5% (20) señala que **“Reclamó en SERNAC”**. Mientras que el 0,7% (1) indicó que **“Denunció en el Juzgado de Policía Local”**, y el 5,4% (8) marcó la alternativa **“Otro”** donde indicaron otras acciones realizadas, y corresponde a las que se indican a continuación:

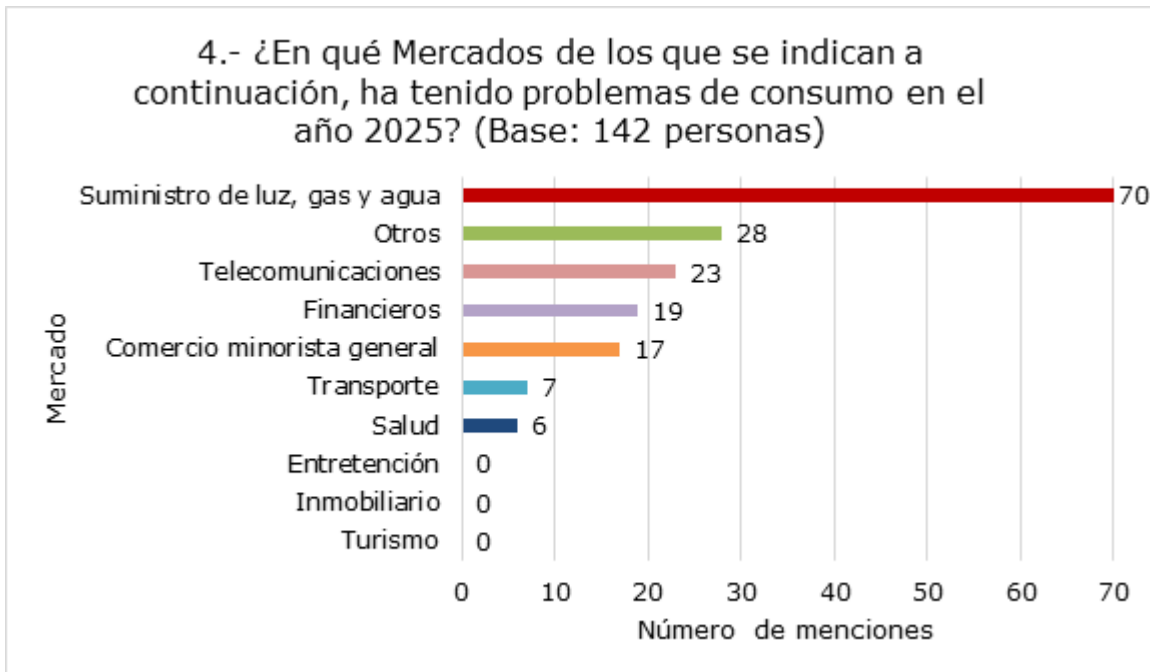
- *“Me Quiero Salir” (Ingresó un requerimiento a través de esta herramienta de SERNAC).*
- *“Completé formulario de la empresa”*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

- "Carabineros, empresa involucrada"
- "No reclamé en el Sernac"
- "A la municipalidad"
- "Sólo llamadas por teléfono, al final no me contestaron más"
- "No se saca nada con reclamar porque nada cambiará"
- "No reclamé"

### d) Preguntas referentes a su experiencia

**Gráfico 6:** Mercados en los que ha tenido problema de consumo en 2025.



Respecto a los mercados donde las personas mayores han tenido problemas de consumo, existe una mayoría: de un total de 142 respuestas el 49% (70) tuvo problemas en el mercado de **"Suministro de electricidad, gas y agua"**, le sigue un 16% (23) de personas que presentaron problemas en **"Telecomunicaciones"** (telefonía fija, móvil, TV o internet), un 13% (19) con

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

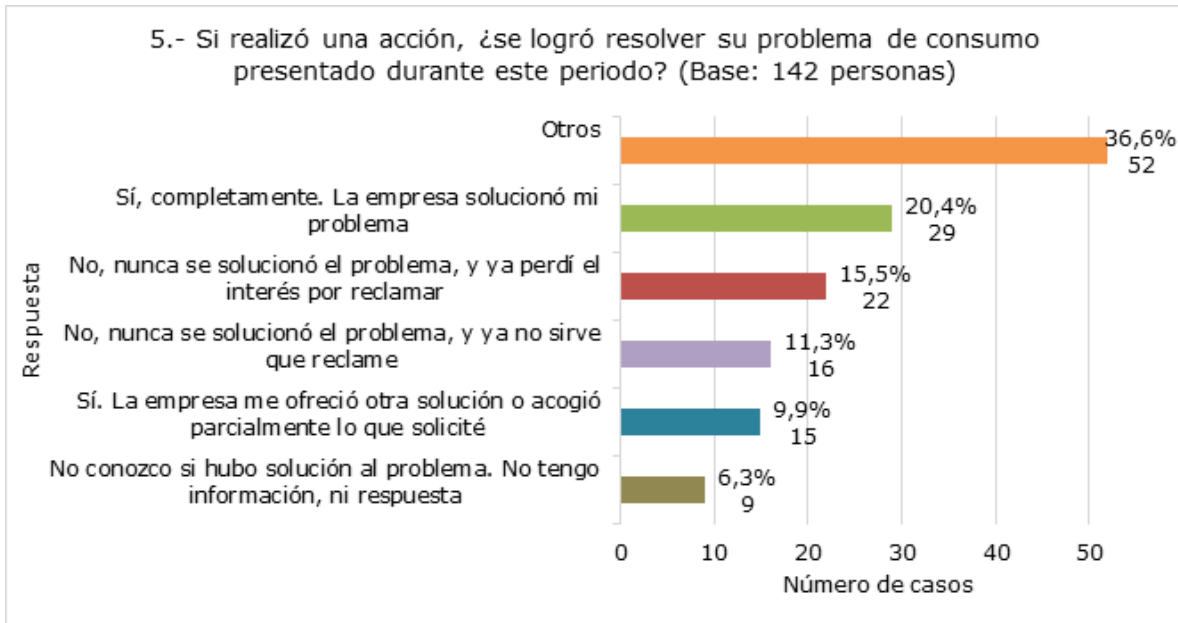
problemas en el mercado **"Financieros"** (cajas de compensación, bancos, seguros, cooperativas y tarjetas de crédito); un 12% (17) que presentaron problemas de consumo en el **"Comercio Minorista General"**; 5% (7) en **"Transporte"**, y el 4% (6) en **"Salud"**. Mientras que los mercados de Turismo, Inmobiliario, y Entretención, que también se encontraban entre las opciones, obtuvieron 0%.

Sin embargo, la opción Otro, tuvo el 20%, de los cuales un 14% (20) corresponde a "No Específica" y 6% (8), a otra información referente a mercado señalado por los consultados, donde se destacan las siguientes respuestas:

- *"Combustible"*
- *"Supermercado"*
- *"E-commerce"*
- *"Bencinera"*
- *"Caja de compensación"*
- *"Mercado Libre perdió el pedido y no respondió"*
- *"Banco Cuenta Corriente"*
- *"Todos los mercados venden productos alterados"*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Gráfico 7:** Solución del problema de consumo.



En la pregunta **“5.- ¿Si realizó alguna acción, se logró resolver su problema de consumo presentado durante este período?”**, los porcentajes obtenidos fueron los siguientes:

El 20,4 % indicó: “Sí, completamente. La empresa solucionó mi problema”.

Mientras que el 15,5% marcó la opción: “No, nunca se solucionó el problema, y ya perdí el interés por reclamar”.

El 11,3% manifestó: “No, nunca se solucionó el problema, y ya no sirve que reclame”.

Un 9,9% señaló: “Sí. La empresa me ofreció otra solución o acogió parcialmente lo que solicité”.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

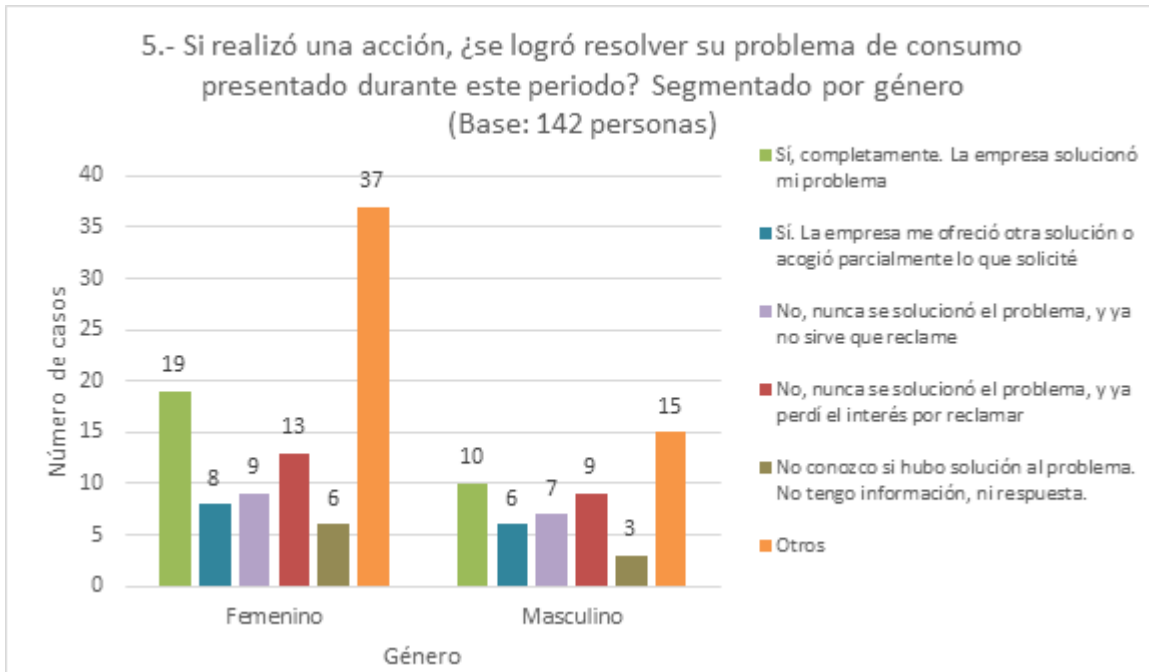
Y el 6,3% de los consultados expresó: "No conozco si hubo solución al problema. No tengo información, ni respuesta"

El resto de las personas que respondieron a esta pregunta, un 28% (40) expresa que No reclamó y el resto seleccionó "Otro", equivalente al 36,6% (52) y agrega la siguiente información en esta categoría:

- *"En trámite"*
- *"Sólo amenazas de suspensión del agua"*
- *"No realicé acciones para resolverlo"*
- *"No he realizado reclamo aún"*
- *"Problemas en trámite"*
- *"No reclamé"*
- *"Tuve temor de seguir reclamando"*
- *"No realizó ninguna acción"*
- *"No especifica"*
- *"No reclamé por el exceso de cobros de luz un alza demasiado alta".*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Gráfico 7.1:** Solución del problema de consumo, segmentado por género.



En la pregunta 5, entre las 142 personas que respondieron a esta pregunta y desagregando por género, como se indica en el gráfico 11: el 13% (19) de mujeres indica que “Sí, completamente. La empresa solucionó mi problema”, igualmente el 7% (10) de hombres respondieron lo mismo. 6% (8) mujeres indican que “Sí. La empresa me ofreció otra solución o acogió parcialmente lo que solicité”, de igual forma, 4% (6) de hombres indicaron lo mismo.

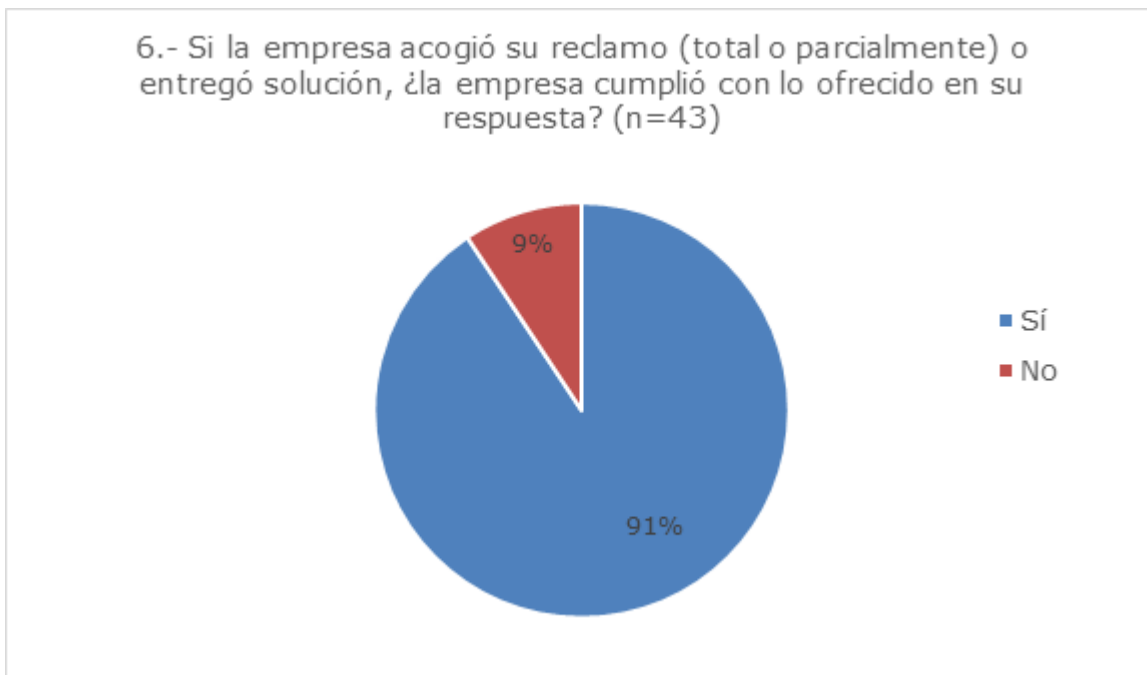
Por otra parte, un 6% (9) de mujeres y un 5% (7) de hombres indican que “No, nunca se solucionó el problema, y ya no sirve que reclame”. De igual manera, un 9% (13) de mujeres y un 6% (9) de hombres señalan que “No, nunca se solucionó el problema, y ya perdí el interés en reclamar”.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

Además, en la opción de "Otros", del 36,6% y segregado por género, específicamente un 26% (37) son respuestas de personas identificadas por género femenino y un 11% (15) personas identificadas por el género masculino.

**Gráfico 8:** ¿La empresa cumplió con lo ofrecido en su respuesta?



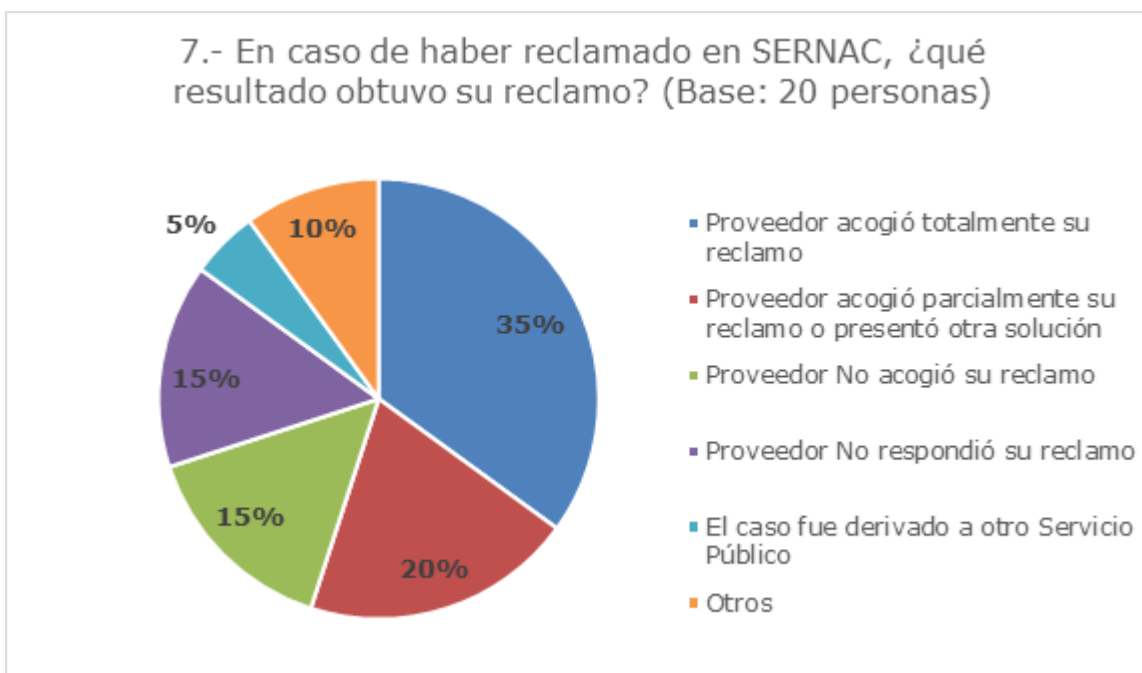
Según los consultados que gestionaron un reclamo con la empresa correspondiente, y considerando a los 43 que respondieron a la pregunta 5 con las opciones "Sí, completamente. La empresa solucionó mi problema" y "Sí. La empresa me ofreció otra solución o acogió parcialmente lo que solicité".

De ellas, al 91% de personas mayores (39) que tuvieron respuesta favorable de la empresa, les fue cumplido lo solicitado, mientras que al 9% (4) de ellos, el proveedor no cumplió lo ofrecido en su respuesta.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### e) Gestiones con el SERNAC.

**Gráfico 9:** Resultado de reclamo hecho en SERNAC.



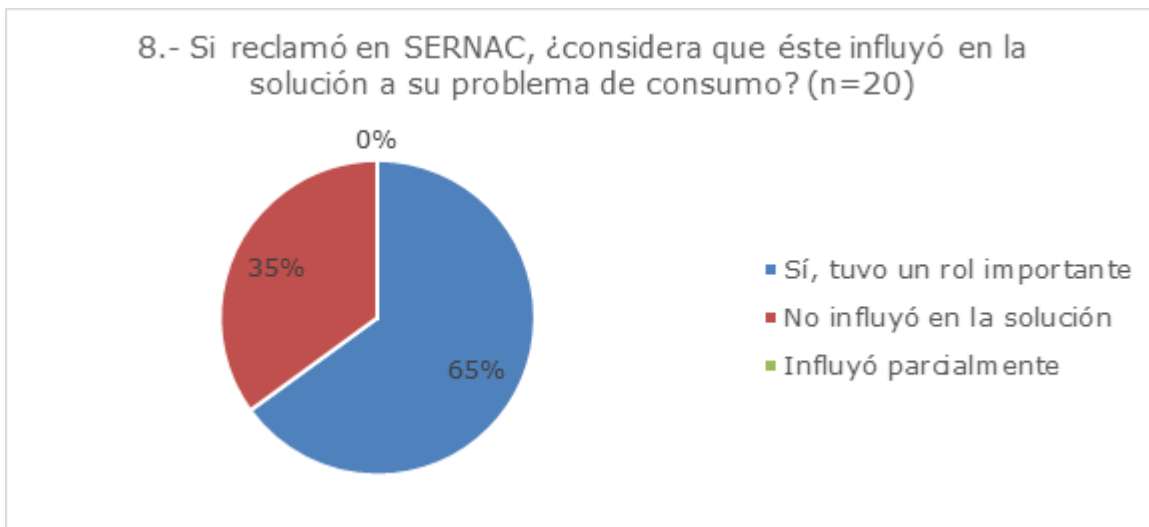
Según las 20 personas que respondieron que reclamaron en el SERNAC frente a un problema de consumo, en la pregunta 3.-, queda ilustrado en el gráfico 9 que el 35% (7) de encuestados señala que el "Proveedor acogió totalmente su reclamo"; el 20% (4) indica que "Proveedor acogió parcialmente su reclamo"; el 15% (3) "Proveedor no respondió su reclamo"; el 15% (3) "Proveedor no acogió su reclamo"; el 5% (1) señala que "El caso fue derivado a otro servicio público". La categoría "Otros" suma 10% (2), con las siguientes respuestas:

- "Trámite en curso"
- "En SERNAC dijeron que no podían hacer nada al respecto"

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### f) Influencia del SERNAC en la Solución

**Gráfico 10:** Influencia de SERNAC en solución del problema de consumo.

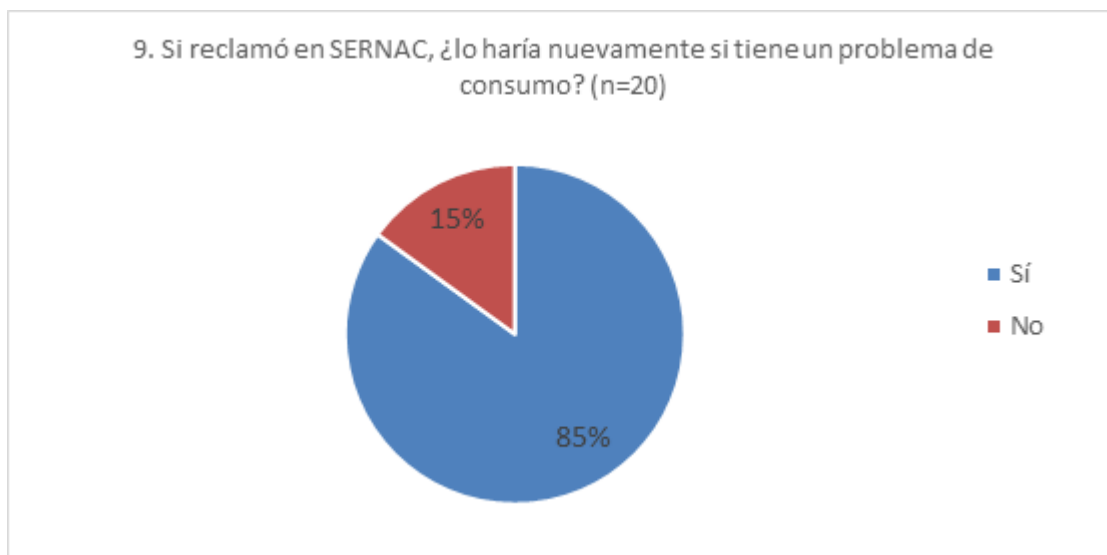


Considerando a las 20 personas mayores que realizaron un reclamo en SERNAC y que respondieron a la pregunta **“Si reclamó en SERNAC ¿considera que éste influyó en la solución a su problema de consumo?”**, el gráfico 10 muestra que el 65% (13) indica que el servicio “Sí tuvo un rol importante”, mientras que un 35% (7) indica que “No influyó en la solución”, no existiendo respuestas en la opción “Influyó parcialmente”.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

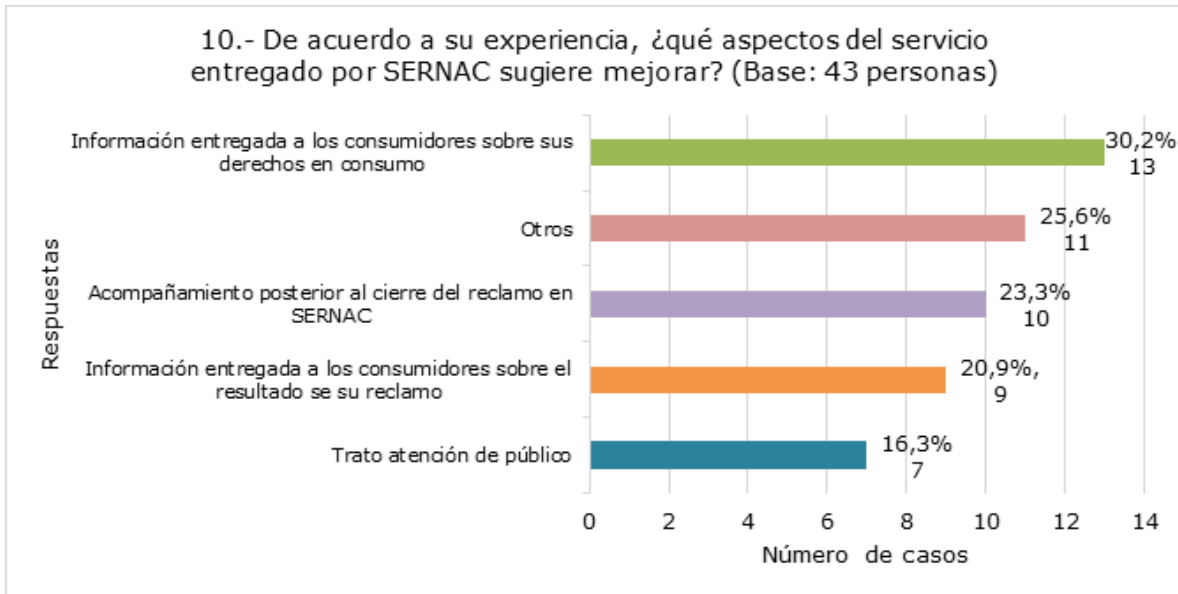
**Gráfico 11:** Posibilidad de realizar un nuevo reclamo a futuro en SERNAC.



En tanto, de las personas mayores que reclamaron en SERNAC, en el gráfico 11, se aprecia que el 85% (17) indicó que "Sí" lo haría nuevamente y un 15% (3) indicó que "No".

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Gráfico 12:** Sugerencias de aspectos a mejorar para SERNAC.



Por otro lado, y en la pregunta 10 (gráfico 12), donde se pregunta “¿De acuerdo a su experiencia qué aspectos del servicio entregado por SERNAC sugiere mejorar?”, como una forma de hacer partícipe a la ciudadanía en los procesos de mejora continua de SERNAC, entre las sugerencias de mejora, están las siguiente:

- Se destaca con una mayoría del 30% (13) mejorar la “Información entregada a los consumidores sobre sus derechos en consumo.
- 23% (10) indica que mejoraría el “Acompañamiento posterior al cierre del reclamo en SERNAC”.
- El 21% (9) la “Información entregada a los consumidores sobre el resultado de su reclamo”.
- También se sugiere mejorar el “Trato en la atención de público” con 16% (7).
- Por último, en la opción de “Otro” obtuvo un 26%(11), se mencionan las siguientes opciones de mejora:

- “No reclamo al SERNAC”

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- *"Otra sucursal en Temuco y más información de ubicación"*
- *"Fiscalización a las empresas"*
- *"Falta de oficinas SERNAC en comunas"*
- *"Bueno, si una va al SERNAC a poner su reclamo y acoge el reclamo y la empresa no responde, mínimo póngale una multa porque sino dónde está la autoridad?"*
- *"Que los funcionarios de la plataforma tengan una mayor preparación para orientar en algunos casos nuestras consultas, el conocimiento de las normas que el servicio"*
- *"Ser fiscalizador"*
- *"Más fiscalización"*
- *"Fiscalización"*
- *"hasta el momento todo muy claro fluido"*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

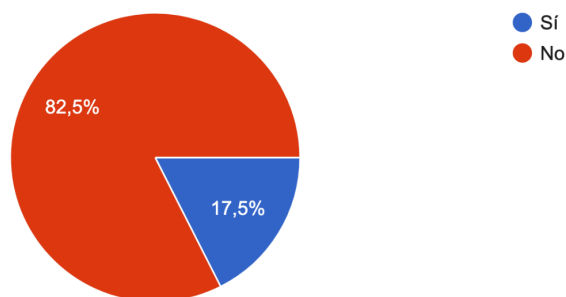
---

### g) Discriminación en el consumo

#### Gráfico 13: Personas que han sentido discriminación en 2025.

11.- Durante el año 2025 ¿se ha sentido discriminado por alguna empresa? (Marca solo una respuesta)

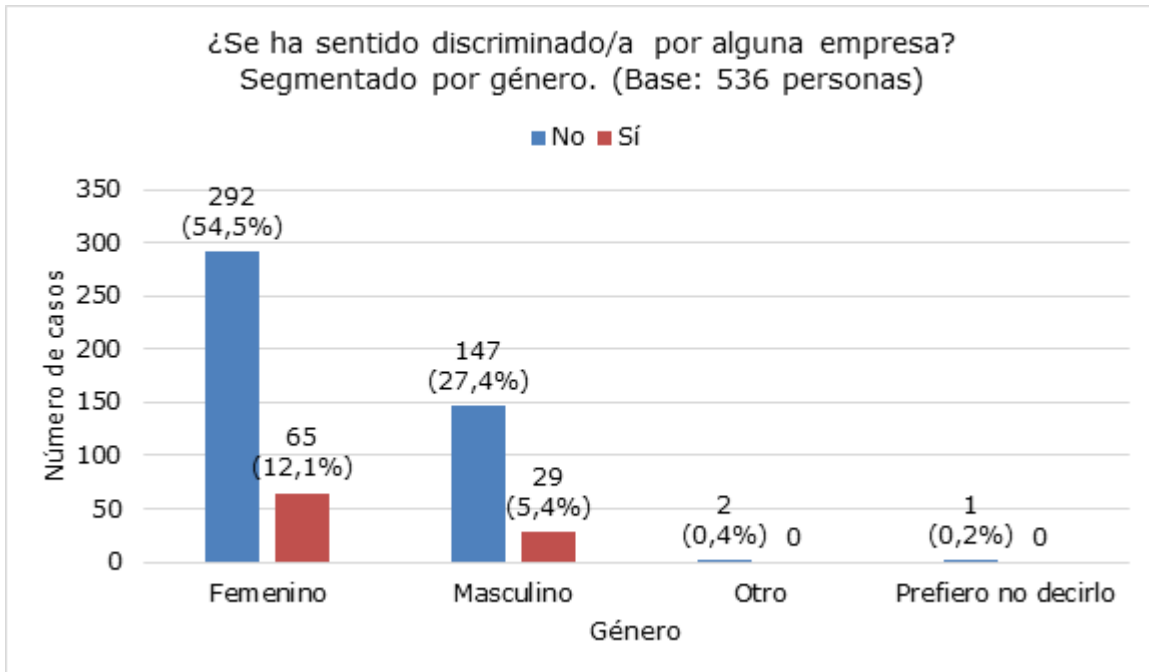
536 respuestas



Durante el año 2025, el 83% (442) del total de personas mayores consultadas no se sintieron discriminados por alguna empresa en ningún aspecto, en cambio el 18% (94) sí se han sentido en situación de discriminación, y los motivos se identifican en el Gráfico 13.1.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

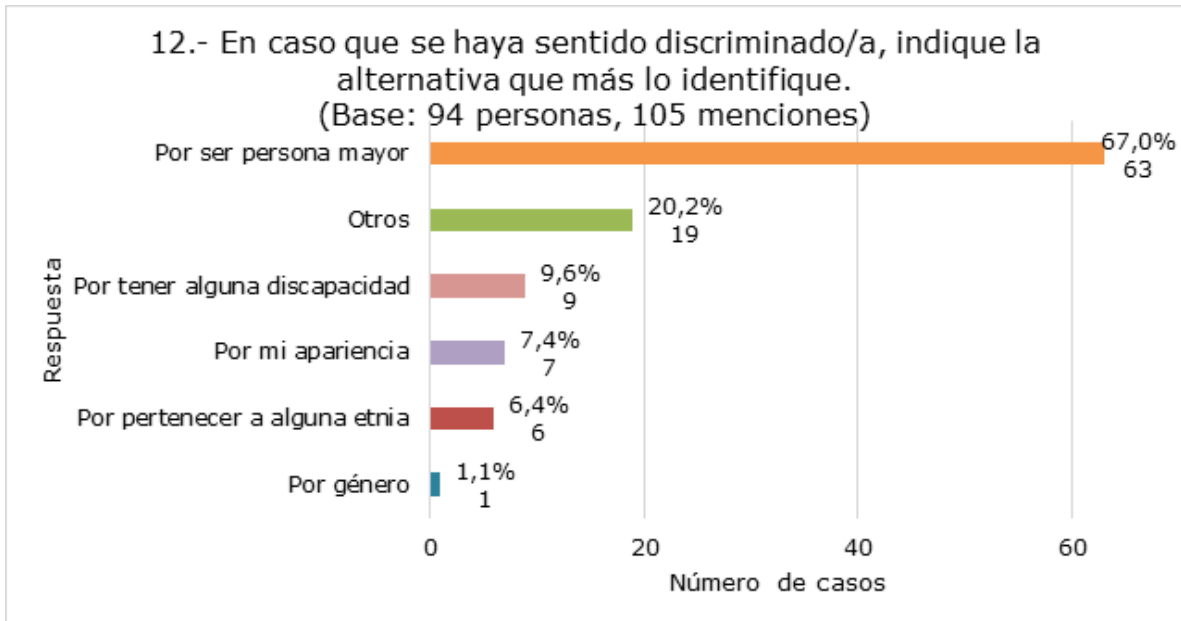
**Gráfico 13.1:** Discriminación en el consumo según género.



Del 18% (94) de las personas mayores que "Sí" se sintieron discriminadas/os en el año 2025 (entre enero y octubre), el 12% (65) corresponde al género femenino, y el 5% (29) al género masculino.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**Gráfico 14:** Motivos de discriminación.



En el Gráfico 14, se visualiza la inclinación de discriminación, específicamente de las 94 respuestas de esta sección, y que se indican a continuación:

- El 67% (63) sienten que fueron discriminados "Por ser persona mayor".
- Mientras que el 10% (9) se sintió discriminado "Por tener alguna discapacidad".
- El 7% (7) "Por mi apariencia"
- El 6% (6) "Por pertenecer a alguna etnia".
- El 1% (1) "Por mi género".
- La opción "Otro", acumula el 20,2% de las opciones y a continuación se nombran:

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- *"Mala atención"*
- *"Por ruralidad"*
- *"Poca amabilidad por parte de los choferes de locomoción, no esperan que uno se siente en la micro, se puede caer uno"*
- *"No atienden de buena forma"*
- *"No se cumple en la ley, no se permite o no se quiere recoger lo que la ley determina"*
- *"Por completo desinterés "*
- *"Por abuso de posición dominante en la empresa"*
- *"Desconozco la razón, simplemente en un gimnasio una persona me llamó la atención, y ví que no ocurría lo mismo con otras personas"*
- *"Falta de productos y soportar las alzas después de los veraneantes a Pucón"*
- *"La vendedora me trata de tonta"*
- *"Por trabajar como Delivery"*
- *"Especialmente en los buses urbanos e intercomunal es! Son groseros e impertinentes"*
- *"En un supermercado, me dijeron que andaba robando"*
- *"No tenemos rebajas porque no somos vulnerables y tenemos una jubilación sobre la pensión del estado."*
- *"No dan crédito en la empresa"*
- *"Por falta de información real como el manejo y derivación en los altos consumos."*

### **h) Comentarios u observación adicional**

Los comentarios y observaciones entregadas por las personas consultadas fueron 157. A continuación se despliegan las categorías identificadas en la pregunta abierta y sus dimensiones en : **¿Tiene algún comentario u observación adicional que desee agregar? De estás categorías podemos agruparla en las siguientes Dimensiones:**

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- 1. Apoyo Institucional de Sernac, Agradecimientos:** Las personas expresan escucha de parte del servicio, hay una buena atención, hay seguridad en ayuda que pueda dar el servicio, valoración rol fiscalizador.  
*"Agradecer a SERNAC por su gestión en beneficio de los consumidores"*  
*"Sernac, su atención es excelente"*  
*"Que el rol del SERNAC siga siendo efectivo"*  
*"Que bueno que tienen oficinas en las comunas para reclamos"*  
*"Muy buenas gestiones del SERNAC"*  
*"Gracias por el buen trato a las personas mayores"*  
*"Agradecer que el SERNAC llegue a comunas alejadas sobre todo con productos para personas mayores"*  
*"El rol fiscalizador del Estado es muy importante y felicito a Sernac por su rol en defensa de los consumidores"*
- 2. Institucionalidad y Facultades del Sernac:** Sernac con mayor control o facultades, Más Fiscalización, Sernac que logre solucionar, Multar Empresas, Sernac no tiene facultades, No hay credibilidad en facultades, Deficiente función de Sernac, Solicitud de mayor eficiencia en trámites, Deficiente experiencia en Sernac.  
  
*"No he realizado reclamos al Sernac porque no tiene atribución legal para ser eficiente en la protección al consumidor"*  
*"Mientras siga teniendo la poca relevancia que tiene, dónde no puede fiscalizar y sancionar, cuando corresponda, a los denunciados, seguirá siendo un organismo de poca relevancia. No digo que todo es malo, pero debiera tener mayor fuerza legal para que nos apoye a los denunciantes."*  
*"Que se apliquen multa a la empresa"*  
*"Falta oficina en la comuna"*  
*"Sernac para mi y otros familiares ,conocido ha sido ineficiente a solucionar los problemas de los consumidores."*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- 3. Experiencia de consumo en las personas mayores:** Foco personas mayores, Mejorar atención hacia las personas mayores, Por ser persona mayor tiene dificultades, Altos gastos siendo persona jubilada, Bancos no tienen alternativas para personas mayores, Bancos no tienen un buen trato, Dificultad para personas mayores acudir a Sernac.

La tercera mayor frecuencia refleja la importancia de la edad en la experiencia de consumo para **Foco en Personas Mayores**.

*"Por ser mayor, para mi es difícil acudir al Sernac, por lo tanto creo que perdí mi compra"*

*"Que tengan un buen trato para las personas mayores"*

*"Bco (...) no me da alternativas para seguir pagando mi hipotecario por ser mayor de 60 años y tener pensión de discapacidad, no sé dónde pedir ayuda, gracias"*

*"La atención para los adultos mayores a veces no es buena."*

*"Las compras siempre realizan acompañado, ya que los precios no se ven, además que no todos dan vuelto de dinero como corresponde"*

*"Las empresas de buses y taxis colectivos discriminan a los AM y discapacidad"*

*"Me siento discriminado por ser persona mayor ya que los cobros de luz son altos y nuestros sueldos son bajos."*

*"Si yo tengo mi jubilación pero hasta los 80 años termino de pagar mis dividendos sobre 400 mil pesos mensuales vivo sola y no recibo ayudas de nadie tengo 70 años."*

- 4. Barreras de Acceso de Información y Reclamo:** Mayor información sobre derechos, Mejor acceso para realizar reclamos, No conoce la función de Sernac, Falta información donde reclamar, No sabe cómo reclamar, Digitalización (brecha), Acceso a reclamos en casas comerciales, Sernac llegue a todos los territorios.

*"En casas comerciales, este un número visible para poder reclamar"*

*"Es muy complejo realizar un reclamo en el Sernac"*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

*"Lenta atención y gestión de reclamos"*

*" Mayor difusión de la información"*

*"No mantenía información de donde reclamar"*

*"Que tomen en cuenta los reclamos de la gente y entreguen una solución"*

*"Canales de información deberían masificarse en este grupo"*

*"Falta más información para saber dónde pedir ayuda y cómo hacerlo"*

*"No conoce bien que tan efectiva es la labor de SERNAC"*

*"No sabía que nos podían ayudar"*

*"La tecnología actual desmotiva e impide actuar a un adulto mayor"*

- 5. Comportamiento del Mercado:** Empresas no asumen o no se hacen cargo, En el mercado hay engaño al consumidor, No se siente escuchada/o, No se siente apoyada, Experiencia de Discriminación, Alzas de precios, Mejorar atención al público.

*"Si, el comercio minorista en un gran número, No está cumpliendo con las normas de publicar los precios al consumidor y se enojan si reclamamos, muchos no dan boleta y preguntan si "necesita el comprobante"? Además hay restaurantes que le agregan el IVA al valor del consumo?"*

*"Si se ha sentido discriminada porque no le dan crédito en la empresa"*

*"Si banco (...) no da facilidades de trámites a personas mayores , sugieren ingreso del interesado a plataformas digitales por nuestra cuenta. ¿Cuántas personas mayores manejan este tipo de medios? y en sus oficinas no dan alternativas de solución. Esta experiencia la viví al tratar de cambiar titularidad de Una cuenta de un grupo de adultos mayores. Me significó 3 meses de tramitación"*

*"Me siento discriminado por ser persona mayor ya que los cobros de luz son altos y nuestros sueldos son bajos."*

*"Por el momento lo único que agregó es el alza del costo de la luz y agua consumos muy necesario en la vida"*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

“No aumentar los precios de la luz y tener más consideración con las personas mayores”

“Me he sentido muy indefensa ante cobros escandalosos de aguas (...) Me siento Estafada y la una solución que me dan es pagar ese importe en un convenio. Lo encuentro un abuso tremendo.”

“Las empresas de buses y taxis colectivos discriminan a los AM y discapacidad”

“La disparidad de precios de los remedios en las distintas farmacias que hay en Temuco”

“Empresas de fibra óptica muy discriminadoras”

“El problema con la cuenta de la luz, subió más del 100% y se llevan el medidor.”

**Tabla 5: Frecuencias en Categorías:**

Categoría	Cantidad
No hay comentario	26
Apoyo Institucional de Sernac, Agradecimientos	23
Sernac con mayor control o facultades	22
Foco personas mayores	17
Agradecimiento por la consulta	11
Experiencia de Discriminación	8
Mayor información sobre derechos de consumo	8
Altos precios de Luz y Agua	7
Mejor Acceso para realizar reclamos	7
Mejorar atención hacia las personas mayores	7

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

No conoce la función de Sernac	7
Más Fiscalización	6
Sernac llegue a todos los territorios	5
Crítica a la Consulta	4
Por ser persona mayor tiene dificultades en la relación de consumo	4
Sernac que logre solucionar	4
Problemas de Transporte	3
Empresas no asumen o no se hacen cargo del reclamo	2
En el mercado hay engaño al consumidor	2
Mejorar atención a público	2
No he tenido problemas	2
No hay credibilidad en facultades	2
No se siente apoyada	2
Retail	2
Supermercados	2
Alto precio en Agua	1
Altos gastos siendo persona Jubilada	1
Altos precios en medicamentos	1
Alzas de precios	1
Bancos	1
Bancos no tienen alternativas para personas mayores	1

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

Bancos no tienen un buen trato hacia las personas	1
Deficiente experiencia en Sernac	1
Deficiente función de Sernac	1
Dificultad para las personas mayores acudir a Sernac	1
Digitalización	1
Falta Información	1
Falta Información donde reclamar	1
Multar Empresas	1
No accede a créditos	1
No sabe cómo reclamar	1
No se siente escuchada	1
Poca experiencia en la relación de consumo	1
Problemas con telecomunicaciones	1
Problemas de consumo en Salud privada	1
Salud - Isapre	1
Sernac no tiene facultades	1
Solicitud de mayor eficiencia en trámites	1
acceso a Reclamos en Casas comerciales	1

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Resumen:

- Valoran la cercanía territorial y el trato humano, especialmente en sectores alejados, reconociendo al servicio como un aliado necesario frente al mercado.
- Tensión entre la expectativa ciudadana y las atribuciones reales del servicio. Se observa una crítica constructiva: La falta de capacidad sancionatoria directa genera desconfianza en la eficiencia del sistema de reclamos.
- Ser persona mayor en La Araucanía, se vive como un factor de discriminación que genera indefensión y pérdida de derechos económicos.
- Existe un alto desconocimiento sobre la efectividad de la labor institucional y una "desmotivación tecnológica" en los adultos mayores.
- Se manifiesta una falta de responsabilidad por parte de los proveedores, opacidad en la publicación de precios y un impacto crítico del alza del costo de la vida (servicios básicos y medicamentos).

Las personas consultadas, no solo demandan soluciones individuales, sino un fortalecimiento del marco legal y una protección especial para las personas mayores, quienes enfrentan el mercado en condiciones de desventaja estructural (digital, informativa, económica y física).

### III.- Análisis

Se presenta a continuación el análisis de carácter cuantitativo de la Consulta Ciudadana dirigida a personas mayores de 60 años o más, residentes de la Región de La Araucanía, realizada entre el 01 y el 31 de octubre de 2025. Este ejercicio, impulsado por la Dirección Regional de La Araucanía, buscó fortalecer los canales de información y opinión ciudadana para este grupo etario, considerado hiper vulnerable.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 1. Participación y Perfil Demográfico

Indicador	Detalle
<b>Participación Total</b>	536 personas consumidoras.
<b>Género</b>	Femenino con sobrerrepresentación (67%); Masculino (33%); 0,4% opción Otro y 0,2 prefiere no decirlo y 0% para categoría No Binario.
<b>Rango Etario</b>	Mayoría concentrada entre 60 y 79 años (83%).
<b>Etnia</b>	El 81% (432 personas) no pertenece a alguna etnia; el 15% (78) sí se considera parte de una y 5% desconoce pertenecer a alguna etnia.

### 2. Cobertura Territorial

La consulta se aplicó en modalidad mixta (online y presencial asistida por funcionarios de SERNAC y municipales).

- **9 Comunas con Aplicación Presencial:** Temuco, Angol, Padre Las Casas, Ercilla, Los Sauces, Traiguén, Victoria, Saavedra y Renaico.
- **Comunas de Mayor Respuesta:** Temuco (29%), seguida por Los Sauces (14%) y Padre Las Casas (10%).
- **6 Comunas sin Respuesta:** Curarrehue, Galvarino, Loncoche, Lumaco, Perquenco y Toltén.

### 3. Conocimiento y Rol de SERNAC

El conocimiento sobre el rol de SERNAC fue:

- El 66% identifica la principal función como "**Gestionar reclamos de consumidores ante las empresas**".
- El 38% reconoce la función de "**Entrega orientación sobre problemas de consumo**".
- Y el 25% indica que SERNAC "**Fiscaliza a empresas**".

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 4. Experiencia de Problemas de Consumo y Acciones Realizadas

El 28% de los consultados (536) ha tenido problemas de consumo (63% no ha tenido y el 10% no está seguro/a). De aquellos que sí experimentaron un problema (28%) se observa una baja propensión a reclamar en el servicio:

Acción Tomada	Porcentaje (de quienes tuvieron problemas)
<b>No realizó gestiones para solucionarlo</b>	43%
Reclamó ante la empresa	38%
<b>Reclamó en SERNAC</b>	<b>14%</b>
Denunció en Juzgado de Policía Local	1%

#### 4.1. Principales Mercados con Problemas

Mercado	Porcentaje
<b>Suministros de electricidad, gas o agua</b>	<b>49%</b> (Principal foco de problemas)
Telecomunicaciones	16%
Mercado Financiero	13%
Comercio Minorista General	12%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### 5. Resultados de las acciones

¿Se logró resolver su problema de consumo presentado en este periodo?  
(N=142)

- El 20% indicó: "Sí, completamente. La empresa solucionó mi problema".
- Mientras que el 16% marcó la opción: "No, nunca se solucionó el problema, y ya perdí el interés por reclamar".
- El 11% manifestó: "No, nunca se solucionó el problema, y ya no sirve que reclame".
- Un 10% señaló: "Sí. La empresa me ofreció otra solución o acogió parcialmente lo que solicité".
- Y el 6% de los consultados expresó: "No conozco si hubo solución al problema. No tengo información, ni respuesta"

Cumplimiento de la empresa ¿La empresa cumplió con lo ofrecido en su respuesta?

- Del total de la muestra (43) el 91% de personas mayores que tuvieron respuesta favorable de la empresa, les fue cumplido lo solicitado, mientras que al 9% de ellos, el proveedor no cumplió lo ofrecido en su respuesta.

En caso de haber reclamado en Sernac ¿Qué resultado obtuvo su reclamo?

- Del total de la muestra (20) el 35% de encuestados señala que el "Proveedor acogió totalmente su reclamo"; el 20% indica que "Proveedor acogió parcialmente su reclamo"; el 15% "Proveedor no respondió su reclamo"; el 15% "Proveedor no acogió su reclamo"

Si reclamó en Sernac, ¿Considera que éste influyó en la solución a su problema de consumo?

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

- Del total de la muestra (20) el 65% indica que el servicio “Sí tuvo un rol importante”, mientras que un 35% indica que “No influyó en la solución”

Si reclamó en Sernac, ¿Lo haría nuevamente si tiene un problema de consumo?

- Del total de la muestra (20) el 85% indicó que “Sí” lo haría nuevamente y un 15% indicó que “No”

### 6. Sugerencias de Mejora y Percepción de Discriminación

Indicador	Porcentaje que sugiere mejora (N 43)
Mejorar la <b>Información sobre derechos de consumo</b>	<b>30%</b> (Principal sugerencia)
Mejorar el <b>Acompañamiento posterior al cierre del reclamo</b>	23%
Mejorar la <b>Información entregada a los consumidores sobre el resultado del reclamo</b>	21%
Mejorar el <b>Trato en la atención de público</b>	16%

#### 6.1. Percepción de Discriminación

Del total de la muestra (536) el **18%** (94 personas) señaló sentir discriminación entre enero y octubre de 2025, siendo el **67% de ellos por la causa "Por ser persona mayor"**. El 69% de quienes se sintieron discriminados fueron de género femenino.

**Observaciones Adicionales Destacadas:** Las personas mayores hicieron hincapié en la necesidad de **mejorar la calidad del trato al adulto mayor**, potenciar los canales de información y educación sobre el rol y atribuciones de SERNAC, y el valor de las **Charlas de Educación Financiera**.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### IV. Conclusión y Valor Estratégico:

Este análisis proporciona una **hoja de ruta valiosa** para que SERNAC dirija sus esfuerzos y recursos hacia las áreas de mayor impacto. Las prioridades estratégicas se definen por:

1. La baja tasa de reclamo en SERNAC (**14%**) y la alta inacción para solucionar el problema de consumo (**43%**).
2. La concentración de problemas en **Suministros de servicios Básico (Electricidad, Gas y Agua) (49%)** y **Telecomunicaciones (16%)**.
3. La necesidad de mejorar la comunicación del SERNAC hacia los consumidores (**30%** en información de derechos en consumo) y al acompañamiento posterior al cierre del reclamo en SERNAC (**23%**).
4. De las personas que afirmaron ser discriminadas, La alta percepción de discriminación por "**ser persona mayor**" (**67%**).
5. Pregunta abierta: Comentarios de los participantes
  - Valoran la cercanía territorial y el trato humano, especialmente en sectores alejados, reconociendo al servicio como un aliado necesario frente al mercado.
  - Tensión entre la expectativa ciudadana y las atribuciones reales del servicio. Se observa una crítica constructiva: La falta de capacidad sancionatoria directa genera desconfianza en la eficiencia del sistema de reclamos.
  - La vejez se vive como un factor de discriminación que genera indefensión y pérdida de derechos económicos.
  - Existe un alto desconocimiento sobre la efectividad de la labor institucional y una "desmotivación tecnológica" en los adultos mayores.
  - Se manifiesta una falta de responsabilidad por parte de los proveedores, opacidad en la publicación de precios y un impacto crítico del alza del costo de la vida (servicios básicos y medicamentos).

Las personas consultadas, no solo demandan soluciones individuales, sino un fortalecimiento del marco legal y una protección especial para las personas

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

mayores, quienes enfrentan el mercado en condiciones de desventaja estructural (digital, informativa, económica y física).

### Propuestas de Iniciativas SERNAC Región de La Araucanía

#### 1. Pilar: Educación y Empoderamiento del Consumidor Mayor

Estas iniciativas buscan elevar el bajo conocimiento sobre el rol de SERNAC y el 30% sugiere mejorar la información de derechos en consumo.

- **Iniciativa 1.1: Campaña Regional de Difusión "SERNAC en Acción".**
  - **Objetivo:** Aumentar la comprensión del rol del SERNAC (gestión de reclamos, orientación y fiscalización) y sus atribuciones.
  - **Acciones:**
    - Realizar difusión accesible a través de medios de alto alcance para personas mayores (radio local, programas de televisión comunales, afiches en centros de salud y clubes de adulto mayor) referente al rol de SERNAC. El contenido debe ser simple y destacar los roles menos conocidos (fiscalización a empresas 25% y orientación sobre problemas de consumo 38%).
- **Iniciativa 1.2: Expansión y Sistematización de las Charlas de Educación Financiera y de Consumo.**
  - **Objetivo:** Fortalecer el conocimiento de derechos, especialmente en los mercados más problemáticos.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- **Acciones:**

- Ampliar el reconocimiento de las charlas de Educación Financiera (mención especial en observaciones) para incluir módulos sobre **Servicios Básicos (Electricidad, Gas, Agua - 49% de problemas)**, Telecomunicaciones (16%) y Mercado Financiero (13%); quizás realizar estas charlas en coordinación con otros servicios públicos.
- Implementar un calendario de charlas en las comunas participantes y no participantes.

### 2. Pilar: Mejora en la Gestión y Acompañamiento del Reclamo

Estas medidas estarán enfocadas en revertir el bajo porcentaje de reclamos realizados a SERNAC (13%), el alto porcentaje de inacción al momento de tener un problema de consumo (43%) y además, la necesidad de acompañamiento posterior al cierre del reclamo (23%).

- **Iniciativa 2.1: Programa "SERNAC Acompaña": Protocolo de Seguimiento Post-Cierre de Reclamo.**

- **Objetivo:** Reducir la sensación de abandono y la pérdida de interés en reclamar (16%) y mejorar el cumplimiento del proveedor.
- **Acciones:**
  - Implementar un protocolo de contacto (telefónico o presencial) para personas mayores en los 30-60 días posteriores al cierre del reclamo, especialmente en casos de acogida parcial o no respuesta por parte del proveedor. Esto aborda la sugerencia del 23% sobre acompañamiento y el 21% sobre información entregada a los consumidores sobre el resultado de su reclamo.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- **Iniciativa 2.2: Canal de Ingreso de Reclamos Simplificado y Asistido.**

- **Objetivo:** Facilitar la realización del reclamo y reducir el 43% de personas que no hicieron gestiones.
- **Acciones:**
  - Promover fuertemente la modalidad de reclamo asistido o presencial con funcionarios de SERNAC y apoyo municipal, con un enfoque en la simplificación del lenguaje y los pasos. Dirigir esta asistencia a reducir la percepción de que "ya no sirve que reclame" (11%).

### 3. Pilar: Protección Específica y Dignidad en el Trato

Aborda la alta tasa de problemas en servicios básicos y la discriminación reportada.

- **Iniciativa 3.1: Fiscalización y Orientación Temática Prioritaria.**

- **Objetivo:** Concentrar los recursos de fiscalización y mediación en los mercados que afectan de forma prioritaria a las personas mayores.
- **Acciones:**
  - Sugerir a la Subdirección de fiscalización, fiscalizaciones centradas en la medida de lo posible, en el Mercado de **Suministros de Electricidad, Gas o Agua (49%)**.
  - Solicitar a servicios públicos sectoriales (SEC y SISS) material de orientación específico sobre la lectura de boletas, cortes de

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

suministro y derechos en servicios básicos, para distribuirlos entre las personas mayores con las que se relaciona SERNAC.

- **Iniciativa 3.2: Capacitación sobre Trato Digno y No Discriminación.**

- **Objetivo:** Mejorar el "Trato en la atención de público" (16%) y reducir la discriminación.

- **Acciones:**

- Implementar un programa de capacitación obligatorio y continuo para todo el personal de la Dirección Regional y funcionarios municipales de apoyo sobre el "Trato Digno a la Persona Mayor", enfocándose en la ley del consumidor y la no discriminación.

### 4. Pilar: Cobertura Territorial y Enfoque Inclusivo

Busca ampliar la participación y ser más equitativo geográficamente.

- **Iniciativa 4.1: Plan de Despliegue Comunal "SERNAC en el Territorio".**

- **Objetivo:** Asegurar la presencia y participación de las 6 comunas que no respondieron (Curarrehue, Galvarino, Loncoche, Lumaco, Perquenco, Toltén) y equilibrar la alta concentración en Temuco (29%).

- **Acciones:**

-Desarrollar un calendario anual con la visita presencial de SERNAC a las comunas que no participaron o con baja respuesta, con el fin de informar al municipio y la ciudadanía el rol del SERNAC, y su política pública, y la importancia de desarrollarla en

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

conjunto, fortaleciendo el Convenio de Colaboración Territorial existente.

- **Iniciativa 4.2: Integración de la Perspectiva de Género e Interculturalidad.**
  - **Objetivo:** Reconocer la sobrerrepresentación femenina (67%) y la presencia de la población indígena (15%) para hacer las iniciativas más efectivas.
  - **Acciones:**
    - Solicitar al Departamento de Comunicaciones Estratégicas e Imagen, crear material educativo y de difusión en formato y lenguaje que considere la perspectiva de género y, cuando sea pertinente, incorporar elementos de pertinencia cultural/lengua, dado el 15% de la población que pertenece a alguna etnia. Elaborarlo de manera digital si no es posible impreso.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Anexo

El instrumento tuvo la siguiente estructura y preguntas:

#### **Preguntas sociodemográficas:**

##### **a. Comuna en que vive:**

- Angol
- Carahue
- Chol Chol
- Collipulli
- Cunco
- Curacautín
- Curarrehue
- Ercilla
- Freire
- Galvarino
- Gorbea
- Lautaro
- Loncoche
- Lonquimay
- Los Sauces
- Lumaco
- Melipeuco
- Nueva Imperial
- Padre Las Casas
- Perquenco
- Pitrufquén
- Pucón

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- Purén
- Renaico
- Saavedra
- Temuco
- Teodoro Schmidt
- Toltén
- Traiguén
- Victoria
- Vilcún
- Villarrica

**b. Rango de edad en que se encuentra actualmente:**

- 60 a 79 años
- 80 años o más

**c. Género:**

- Femenino
- Masculino
- Prefiero no decirlo
- No binario
- Otro: \_\_\_\_\_

**d. ¿Pertenece a alguna etnia?**

- Sí
- No
- Lo desconozco

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Preguntas de conocimiento general:

**1. ¿Qué rol cree usted que ejerce el SERNAC? (marque 3 alternativas)**

- Gestiona reclamos de consumidores ante las empresas
- Entrega orientación sobre problemas de consumo
- Fiscaliza a empresas
- Realiza procedimientos Voluntarios Colectivos
- Dicta leyes
- Otro: \_\_\_\_\_

**2. ¿Ha tenido un problema de consumo durante el año 2025?**

- Sí
- No
- No estoy segura/o

### Acciones realizadas:

**3. Si ha tenido un problema de consumo ¿Qué acciones ha realizado? (marque solo una respuesta)**

- Reclamó ante la empresa
- Reclamó en SERNAC
- Denunció en el Juzgado de Policía Local
- No hice gestiones para solucionarlo
- Otro: \_\_\_\_\_

### Preguntas referentes a su experiencia:

**4. ¿En qué Mercados de los que se indican a continuación, ha tenido problemas de consumo en el año 2025? (seleccione las opciones correctas)**

- Suministro de Electricidad, Gas y Agua
- Financieros (Cajas de Compensación, Bancos, Seguros, Cooperativas, Tarjetas de crédito bancos, Tarjetas de crédito tiendas)
- Telecomunicaciones (Telefonía Fija, Móvil, Internet y TV)

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- Comercio Minorista General (Tiendas medianas, pequeñas, grandes, almacén, ferias, mall)
- Transporte (Micro, Colectivo, Avión, Aplicaciones de transportes)
- Salud (Clínicas, Centros Médicos, Hospitales, Farmacias)
- Turismo (Agencias de turismo, Hoteles, Cabañas, Hostales)
- Inmobiliario (Constructoras, Corredoras de propiedades, Arriendo)
- Entretención
- Otro: \_\_\_\_\_

**5. ¿Si realizó alguna acción, se logró resolver su problema de consumo presentado durante este período? (marque solo una respuesta)**

- Sí, completamente. La empresa solucionó mi problema
- Sí. La empresa me ofreció otra solución o acogió parcialmente lo que solicité
- No, nunca se solucionó el problema y ya no sirve que reclame
- No, nunca se solucionó el problema y ya perdí interés por reclamar
- No conozco si hubo solución al problema. No tengo información, ni respuesta
- Otro: \_\_\_\_\_

**6. Si la empresa acogió su reclamo (total o parcialmente) o entregó otra solución. ¿La empresa cumplió con lo ofrecido en su respuesta? (marque solo una respuesta)**

- Sí
- No

**Gestiones con el SERNAC:**

**7. En caso de haber reclamado en SERNAC, ¿qué resultado obtuvo su reclamo?**

- Proveedor acogió totalmente su reclamo
- Proveedor acogió parcialmente su reclamo o presentó otra solución
- Proveedor NO acogió su reclamo
- Proveedor NO respondió su reclamo
- El caso fue derivado a otro Servicio Público

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- No reclamé en el SERNAC
- Otro: \_\_\_\_\_

### Satisfacción con la solución del SERNAC:

**8. Si reclamó en SERNAC considera que éste influyó en la solución a su problema de consumo (marque solo una respuesta)**

- Sí, tuvo un rol importante
- No influyó en la solución
- Influyó parcialmente

**9. Si reclamó en SERNAC, ¿lo haría nuevamente si tiene un problema de consumo? (marque solo una respuesta)**

- Sí
- No

**10. ¿De acuerdo a su experiencia qué aspectos del servicio entregado por SERNAC sugiere mejorar? (marque hasta 3 alternativas)**

- Información entregada a los consumidores sobre sus derechos en consumo
- Trato en la Atención al Público
- Información entregada a los consumidores sobre el resultado de su reclamo
- Acompañamiento posterior al cierre del reclamo en SERNAC
- Otro: \_\_\_\_\_

### Discriminación en el consumo:

**11. Durante el año 2025, ¿se ha sentido discriminado/a por alguna empresa?**

- Sí
- No

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

**12. En caso que se haya sentido discriminado/a, indique la alternativa que más lo indique: (marque hasta 3 alternativas)**

- Por ser persona mayor
- Por tener alguna discapacidad
- Por pertenecer a alguna etnia
- Por ser extranjero
- Por mi apariencia
- Por mi género
- Otro: \_\_\_\_\_

**13. ¿Tiene algún comentario u observación adicional que desee agregar?**

R: \_\_\_\_\_