

Informe Cuenta Pública 2023 Servicio Nacional del Consumidor

Presentación

El Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) presenta a la ciudadanía los resultados de la gestión institucional realizada durante el año 2022 a través del presente informe de Cuenta Pública. Este informe contó con una primera versión preliminar, de libre y público acceso a través del sitio web institucional, para consulta, revisión y comentarios de todas las personas interesadas, cumpliendo así con el carácter participativo de esta instancia. Adicionalmente y de acuerdo con lo instruido por la SEGEGOB y la DOS, este documento fue enviado al Consejo Consultivo de la Sociedad Civil y demás organizaciones de la sociedad civil a las que el SERNAC envía información de forma periódica. También se ha difundido a personas de la sociedad civil no organizada, suscritas voluntariamente al boletín Comunidad Consumidor. En base a los alcances de los diversos actores: ciudadanía organizada y no organizada, gremios, funcionarios y funcionarias públicos y autoridades, entre otros, se generó una segunda versión del documento, el cual fue presentado por el Director Nacional del SERNAC en un encuentro presencial con invitadas e invitados ciudadanos y autoridades, instancia en la que se realizó un diálogo participativo, al término del cual las y los participantes manifestaron sus percepciones, inquietudes y necesidades al Director, así como señalar oportunidades de mejora para la labor del Servicio. Finalmente, esta retroalimentación fue considerada para definir los desafíos y compromisos del Servicio para el año en curso, que será publicado de igual manera en el sitio web institucional.

A su vez, cada Dirección Regional del SERNAC realizó su propia Cuenta Pública, por medio de las acciones descritas, llevadas al ámbito local de cada territorio.

Tabla de Contenidos

I. Atención ciudadana

La atención de las y los consumidores es el principal motor del SERNAC. A través de cada caso recibido, -ya sean consultas, reclamos, alertas ciudadanas y demás solicitudes-, la institución monitorea el comportamiento de los diferentes mercados y puede detectar eventuales infracciones a la Ley del Consumidor. También puede identificar qué empresas tienen políticas efectivas para resolver los problemas de consumo de sus clientes y cuáles ponen trabas a las y los consumidores para ejercer sus derechos, o no responden los reclamos que les son interpuestos directamente, o bien, son mediados por el SERNAC.

- Reclamos

Durante el año 2022 ingresaron 628.645 reclamos en total, a través de todos los canales de contacto dispuestos para la ciudadanía. El canal más utilizado por las y los consumidores fue el sitio web institucional:

Canales de atención	Nº de reclamos ingresados
Portal del Consumidor en www.sernac.cl	493.058
Centro de atención telefónica (800 700 100)	87.863
Oficinas de atención en todas las Direcciones Regionales	34.278
Oficinas de atención en Municipalidades en convenio	13.187
Otros Servicios Públicos en convenio	259
Total	628.645

A través de estos reclamos, se observó que el mercado en que las personas experimentan más problemas de consumo es el **comercio minorista general**, también llamado retail,

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

es decir, tiendas y cadenas comerciales, con un **30,4% del total de los reclamos** ingresados durante el año.

El segundo sector con más reclamos fue el **mercado financiero**, esto es, productos y servicios de instituciones financieras (bancos, financieras, cooperativas de crédito, aseguradoras, etc.) y productos financieros del retail, como tarjetas de crédito; éste acumuló el **18% del total de reclamos**.

En tercer lugar, se encontró el mercado de las **telecomunicaciones**, con un **14,5% del total de reclamos**.

Entre los demás mercados que originaron reclamos en el SERNAC se encuentran: transporte, servicios básicos, entretención, vehículos, turismo, mercado inmobiliario y educación, todos ellos con un porcentaje de reclamos inferior al 10% del total.

Para conocer el comportamiento de los proveedores ante la gestión de reclamos que realiza el Servicio, las personas interesadas pueden consultar la herramienta digital [Boletín Empresas](#) en www.sernac.cl

- **Alerta Ciudadana**

Desde la entrada en vigencia de la Ley 21.081 que otorgó al SERNAC la facultad fiscalizadora, entre otras, se implementó la Alerta Ciudadana como mecanismo para que las personas puedan informar prácticas de las empresas que podrían constituir infracciones a la Ley del Consumidor y afectar a las y los consumidores en general. Cada alerta es analizada y en la medida que cumpla los criterios establecidos por el SERNAC para validar la información, es publicada en el [Muro de Alertas Ciudadanas](#) para que quede a disposición de las y los consumidores que busquen información sobre un mercado o empresa antes de tomar una decisión de consumo. De la misma manera, cuando existen Alertas Ciudadanas reiteradas para un mercado o proveedor, el SERNAC puede iniciar un proceso de fiscalización e investigar si existe efectivamente una vulneración de derechos

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

de las y los consumidores, a fin de iniciar un mecanismo de protección, buscando el cese de la conducta y la compensación de quienes hayan sido afectados.

Durante el 2022 **ingresaron 5.495 Alertas Ciudadanas, de las cuales 4.094 fueron validadas y publicadas**; a partir de éstas, 11 casos fueron revisados por el Comité de Vigilancia, que resolvió fiscalizar mediante oficio a las empresas involucradas.

- **No Molestar**

Durante el año 2022 el SERNAC gestionó **291.015 solicitudes** de No Molestar, herramienta creada para que las personas puedan notificar al Servicio sobre las empresas que les envían mensajes publicitarios o realizan llamados comerciales no deseados. Del total de solicitudes, 6.478 casos denunciaron incumplimiento por parte de las empresas que no acataron la instrucción, situaciones en las que el SERNAC volvió a gestionar la remoción de las y los consumidores afectados de las bases de datos de las empresas.

- **Me Quiero Salir**

Diseñada para facilitar el proceso de poner término a un contrato de telecomunicaciones, esta herramienta es una de las mejor evaluadas por las y los consumidores desde su creación en 2019, dado que permite a las personas ahorrar tiempo y no lidiar con las barreras de salida que ponen las empresas para dar de baja servicio de telefonía, internet y/o televisión. El año 2022 ingresaron y **se gestionaron 47.130 solicitudes, con un índice de satisfacción del 84,6%**.

- **Consultas**

Finalmente, junto con la gestión de reclamos y otras solicitudes, el SERNAC resuelve consultas y asesora a las y los consumidores ante cualquier duda que puedan tener sobre temas de consumo, acompañándoles en la realización del trámite que corresponda o incluso derivándoles con otras instituciones de la red de protección a las y los consumidores u otros servicios públicos cuando es necesario. Durante el período 2022 se

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

recibieron 301.137 consultas a través de todos los canales de atención disponibles y en su mayoría a través del Centro de atención telefónica:

Canales de atención	Nº de consultas ingresadas
Centro de atención telefónica (800 700 100)	242.992
Portal del Consumidor en www.sernac.cl	39.826
Oficinas de atención en todas las Direcciones Regionales	13.934
Oficinas de atención en Municipalidades en convenio	4.380
Otros Servicios Públicos en convenio	5
Total	301.137

II. Protección y compensaciones

Con el fin de proteger los derechos de las y los consumidores ante las vulneraciones de las empresas, el SERNAC realiza acciones de vigilancia, preventivas y utiliza mecanismos pre-judiciales y judiciales para buscar la sanción de las conductas contrarias a la Ley del Consumidor y la reparación cuando las personas se han visto afectadas por estas. De acuerdo con este objetivo, desde el año 2019, con la entrada en vigencia de la Ley N°21.081, el SERNAC cuenta con la facultad fiscalizadora y sumó a sus mecanismos de protección el Procedimiento Voluntario Colectivo, que es una acción pre-judicial en la que la empresa infractora es llamada a negociar compensaciones para las personas afectadas por su conducta, con el incentivo de evitar las multas que resultarían de un proceso judicial, y con el fin de ofrecer una solución más ágil a las y los consumidores.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- **Fiscalización**

Todos los años el SERNAC diseña y ejecuta un Plan Anual de Fiscalización, cuyas directrices son de acceso público a través del sitio web institucional, con miras a la prevención y la detección temprana de posibles infracciones a la Ley. Adicionalmente, dicho plan contempla fiscalizaciones no programadas, mediante las cuales el Servicio se hace cargo de las alertas o evidencias de incumplimiento de la Ley del Consumidor que emergen cuando se producen contingencias en los diversos mercados –como sucedió en 2022 en el mercado de entretención, puntualmente en los conciertos masivos-, y también, de las irregularidades que quedan de manifiesto a través de los reclamos y alertas ciudadanas ingresadas por las y los consumidores.

Durante el año 2022 se realizaron un total de **786 operativos de fiscalización** en las modalidades presencial, digital y mediante oficio:

Modalidad de fiscalización	Nº de operativos realizados
Presencial: Inspección de oficinas comerciales o tiendas físicas.	293
Digital: Inspección de sitios web, redes sociales o prensa de proveedores.	298
De oficio: Requerimiento de información a la empresa.	195
Total	786

Estos operativos se llevaron a cabo en **26 mercados**, principalmente en el comercio minorista general –retail, tiendas medianas, importadoras, tiendas de calzado, vestuario y electrónica, entre otros-, el mercado de vehículos y rodados, supermercados y farmacias. Aun así, se fiscalizaron otros 22 mercados, entre ellos transporte, entretención, mercado financiero, servicios básicos, mercado inmobiliario, telecomunicaciones, salud, comercio minorista de combustibles, cuidado de mascotas y educación superior, en concordancia con los mercados que registraron más reclamos y alertas de la ciudadanía, y con los mercados

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

fiscalizados en años anteriores o vinculados a acciones prejudiciales o judiciales iniciadas por el SERNAC.

- **Procedimientos Voluntarios Colectivos**

En el período 2022 se iniciaron **9 nuevos Procedimientos Voluntarios Colectivos (PVC)** y **se cerraron 10 PVC iniciados durante el año 2021**, con resultados favorables para **670.324 consumidores y consumidoras**, quienes recibieron compensaciones que en total sumaron más de 10.000 millones de pesos.

- **Juicios de Interés General**

Los Juicios de Interés General son procedimientos judiciales que el SERNAC inicia cuando se comprueba una infracción a la Ley del Consumidor que ha ocasionado daños a un grupo de personas durante un período de tiempo. Cuando el resultado es favorable, el tribunal establece la responsabilidad infraccional de las empresas o proveedores.

Durante el período 2022 **el SERNAC aperturó 998 Juicios de Interés General a nivel nacional y obtuvo el cierre de 225 procesos iniciados en años anteriores.**

Cabe señalar, que el SERNAC, cuando se haya afectado el interés general, puede hacerse parte de causas individuales de consumidoras o consumidores que acudan a la justicia para exigir una compensación. En los casos que participó el Servicio y que tuvieron fallo favorable, las empresas debieron pagar **multas por un promedio de 2.793 UTM** y **compensar a 180 consumidores y consumidoras por un total de \$145.061.560.**

- **Juicios de Interés Colectivo o Difuso**

Los Juicios de Interés Colectivo o Difuso tienen como propósito sancionar a las empresas cuando cometen infracciones a la Ley del Consumidor que han ocasionado daños a un

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

grupo determinado o determinable (interés colectivo) o indeterminado de personas (interés difuso).

Durante el 2022, se **iniciaron 12 juicios en defensa del interés colectivo o difuso de las y los consumidores y se cerraron 5 procesos iniciados anteriores** con resultados favorables, logrando **multas que alcanzaron las 205 UTM y compensaciones por más de 397.095.972 de pesos, con más de 20.000 consumidoras y consumidores beneficiados.**

III. Nuevas iniciativas dirigidas a la ciudadanía

Prosiguiendo con el desarrollo de soluciones innovadoras para abarcar de forma más eficiente y efectiva las necesidades ciudadanas en materia de consumo, ya sean ocasionadas por incumplimientos de las empresas o para facilitar la toma de decisiones en un contexto económico complejo a nivel nacional, **durante el 2022 el SERNAC implementó tres nuevas herramientas digitales.** De esta manera, además de gestionar requerimientos de las y los consumidores, se fortalece la vigilancia focalizada de determinados mercados, en la medida que el Servicio recoge datos de forma periódica y los sistematiza para entregar información actualizada a la ciudadanía.

- No me hostiguen, cobranzas

En conjunto con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento (SUPERIR), el SERNAC lanzó en enero del 2022 esta herramienta que consiste en un reclamo especializado para que las personas informen cuándo reciben acciones de cobranza que no corresponden o que no se ajustan a la ley –por teléfono, mensajería de texto, correo postal o electrónico y visitas al domicilio-, infringiendo lo permitido por la Ley del Consumidor. De esta manera el Servicio puede gestionar el cese de esta conducta por parte de las empresas y velar por el

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

cumplimiento del derecho de las y los consumidores a que las acciones de cobranza no afecten su tranquilidad, su vida familiar o situación laboral.

- **Observatorio de Precios de Productos**

En septiembre del 2022, considerando el contexto económico del país y el aumento en la demanda de alimentos y otros productos de mercadería, el SERNAC y el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo dispusieron el Observatorio de Precios de Productos, atendiendo al compromiso del Gobierno de monitorear el costo de los bienes para satisfacer necesidades básicas, los cuales se encontraban en alza debido a la inflación. Esta herramienta digital que permite comparar el valor estimado de una lista de compras en dos o más supermercados de una misma comuna, tiene como propósito otorgar información actualizada para que las y los consumidores puedan decidir dónde abastecerse y planificar sus compras. La herramienta se nutre de los datos recabados mediante un estudio de precios que el SERNAC actualiza de forma semanal.

- **Comparador de Tarjetas de Crédito**

En enero del 2022 se habilitó el Comparador de Tarjetas de Crédito que viene a completar el kit de herramientas digitales para las y los consumidores financieros –compuesto además por la Calculadora de Presupuesto Familiar, la Calculadora de Gastos de Cobranza y el Comparador de Créditos de Consumo-. Estos recursos han sido diseñados para facilitar los procesos de planificación financiera y la toma de decisiones informadas mediante el ejercicio de cotizar y comparar productos financieros antes de contratarlos. En esta medida el Comparador de Tarjetas de Crédito se hace cargo de la proliferación de este tipo de producto financiero, que a su vez es el más utilizado por la ciudadanía y el tipo de crédito más accesible para las y los consumidores hipervulnerables –especialmente las tarjetas emitidas por el retail-, siendo asimismo el producto financiero con más reclamos (en sus versiones bancaria y de retail).

IV. Educación para el Consumo

De acuerdo con la misión institucional de proteger, educar e informar a la ciudadanía, el SERNAC mantiene una oferta de productos educativos dirigidos a públicos de todas las edades en materia de derechos, consumo responsable, educación financiera y prácticas de consumo sostenible. Los contenidos educativos del SERNAC han sido desarrollados en diversos formatos de material didáctico para los distintos públicos objetivos, y se encuentran disponibles en formato digital en el sitio web y el aula virtual institucionales. Asimismo, se imparten talleres facilitados por monitores y monitoras del Servicio en todas las regiones, de forma telemática y presencial, modalidad que se retomó gradualmente durante el 2022, de acuerdo con la situación sanitaria de cada región.

- Cursos de Aula Virtual

Durante el año 2022 se impartieron dos cursos de Aula Virtual:

- i. *Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el marco de la Ley del Consumidor.* Dirigido a público general y con metodología de autoinstrucción, contó con 551 personas matriculadas en su versión 2022, de las cuales **210 finalizaron el curso en condición de aprobadas.**
- ii. *Curso Educación para el Consumo en la Escuela.* Dirigido a docentes y profesionales de la comunidad educativa que se encuentren ejerciendo en un establecimiento educacional, se imparte en dos variables, ambas con certificación del CPEIP: los cursos "Educación para el Consumo en la Escuela" y "Educación Financiera en la Escuela", que contaron con 246 personas matriculadas, de las cuales **51 finalizaron en condición de aprobadas.**

- Talleres

Durante el 2022 la oferta programática de talleres para la ciudadanía comprendió tres temáticas centrales, para cada una de las cuales se adaptaron los contenidos y dinámicas

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

de trabajo según el público objetivo –escolares, jóvenes, público general, emprendedores/as, personas mayores y personas con discapacidad-, y según la modalidad de implementación telemática o presencial. Las temáticas, número de talleres implementados y personas participantes a nivel nacional son los siguientes:

Nombre del Taller	Nº de talleres ejecutados	Cantidad de participantes
Taller de Educación Financiera	172	4.941
Taller de Educación en Derechos del Consumidor	148	3.223
Taller Prácticas de Consumo y Medio Ambiente	78	2.179
Total	398	10.343

V. Participación Ciudadana

- Fondo Concursable

Como todos los años, el SERNAC financió proyectos postulados por Asociaciones de Consumidores y Consumidoras a través de su Fondo Concursable, dirigido al fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil. En su versión 2022, se realizaron dos llamados para presentar iniciativas, resultando en el **financiamiento de 43 proyectos de 14 Asociaciones de Consumidores y Consumidoras en 9 regiones del país, por un monto total de 526. 134 millones de pesos.**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Asimismo, durante el 2022 una de las líneas del Fondo Concursable permitió asignar fondos a proyectos que tuvieran como objetivo la representación judicial gratuita para consumidores y consumidoras en casos derivados por el SERNAC cuando la respuesta de las empresas a la gestión de su reclamo fuera insatisfactoria. De esta manera, el Servicio pudo facilitar a estas personas el acceso a un acompañamiento legal gratuito por parte de un abogado o abogada externo. Los recursos dispuestos para este objetivo fueron adjudicados por dos Asociaciones de Consumidores y Consumidoras que implementaron sus proyectos en cuatro regiones del país con la siguiente distribución:

Asociación	Proyecto	Región	Causas iniciadas 2022	Recurso adjudicados (M\$)	Recursos transferidos (M\$)
Asociación de Consumidores del Profesorado de Chile / Acropoch	Defensa al Consumidor	Región de O'Higgins	81	\$74.500	\$53.800
		Región del Maule			
		Región del Ñuble			
Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU (Metropolitana)	Línea de Representación Individual 2022	Metropolitana	6	\$13.868	\$11.510
Total			87	\$88.368	\$65.310

- Mecanismos participativos

En el período 2022 se realizaron mecanismos participativos en todas las regiones del país, en modalidad telemática y presencial en la medida que las condiciones sanitarias de cada territorio lo permitieran, entre las instancias participativas se encontraron, sesiones de los Consejos Consultivos en 12 de las 16 regiones, Consultas Ciudadana y Diálogos de

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Consumo. Este año una de las temáticas predominantes fue levantar el nivel de conocimiento de los derechos en materia de consumo por parte de la ciudadanía, especialmente en el mercado de servicios básicos, así como recoger las necesidades de cada comunidad asociadas a este y otros mercados, y sus expectativas de la labor del SERNAC.

Al igual que en 2021, **uno de los temas prioritarios fue género y consumo, realizándose 27 conversatorios a nivel nacional**, dirigidos a audiencias compuestas mayoritariamente por mujeres y con la intervención de invitadas expertas.

VI. Acciones con enfoque de género

El Servicio ha venido desarrollando una línea de trabajo sobre género y consumo que ha involucrado a distintos equipos de la institución. En ese contexto se destacan las siguientes iniciativas:

- La realización de un nuevo estudio de gestión menstrual con foco en grupos hipervulnerables -como son mujeres privadas de libertad, en situación de calle y habitantes de campamentos -, que contempló además la actualización del estudio de precios para determinar el costo de una canasta de productos básicos asociados a este proceso biológico vivenciada por el 30% de la población.
- El estudio anual de publicidad sexista, cuyo objetivo fue visibilizar malas prácticas en la publicidad y violencia simbólica hacia las mujeres y niñas.
- La encuesta “Mujer y consumo”, que permite levantar la percepción de las consumidoras sobre las discriminaciones vividas en los distintos mercados. Esta actividad también se implementa anualmente.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

VII. Campaña comunicacional “Más derechos, más protección”

El 24 de marzo de 2022 comenzó a regir la Ley 21.398, conocida como Pro Consumidor, la cual modificó algunos derechos contenidos en la Ley del Consumidor e incorporó algunos nuevos, los cuales entraron en vigencia de forma progresiva durante el año. En atención a ello, el SERNAC realizó una campaña informativa durante la segunda quincena de diciembre, con el fin de actualizar a la ciudadanía sobre sus derechos en los distintos mercados, bajo la consigna “Más derechos, más protección”.

La campaña contempló la entrega de información -folletería impresa, publicaciones en canales digitales institucionales y cobertura mediática-, sobre las modificaciones y nuevos derechos aportados por la ley, con énfasis en aquellas situaciones de consumo propias de fin de año, como es la compra de bienes y la contratación de servicios a través del comercio electrónico, el derecho a garantía legal, la mayor demanda en el mercado de transportes y servicios de turismo y la contratación y uso de productos de crédito. Asimismo, se realizaron talleres educativos y conversatorios sobre la materia.

Desde el punto de vista de la estrategia en medios digitales, la campaña alcanzó la siguiente cobertura: 205.825 personas interactuaron con los contenidos publicados en Instagram, 144.610 personas con las publicaciones en Facebook y 280.319 personas visualizaron las publicaciones en el sitio web institucional mediante Google Ads.

Cabe mencionar que este hito marcó la reactivación de este tipo de acción info-educativa luego de las restricciones producto de la pandemia.

VIII. Estudios

Para el 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 y los consumidores, así como para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes,

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

autónomas, críticas y responsables, y contribuir al cumplimiento de la misión institucional proporcionando un servicio eficaz y eficiente con enfoque ciudadano.

- Estudios de mercado

En relación a la información de mercado y consumo, el año 2022 el SERNAC elaboró **23 estudios**, entre los que cabe mencionar:

- Estudio de términos y condiciones de plataformas de supermercados y delivery
- Ranking de reclamos en el mercado de educación superior
- Estudio de precios de uniformes y útiles escolares (marzo 2022)
- Estudio precios de exámenes de laboratorios
- Radiografía del mercado del turismo
- Ranking de reclamos en el mercado financiero (datos del 2º semestre 2021)
- Radiografía del mercado de entretenimiento
- Radiografía del mercado de servicios técnicos
- Radiografía de mercado vehículos y rodados
- Estudio sobre falsificación de medicamentos, cosméticos y dispositivos médicos
- Radiografía del mercado del transporte
- Seguridad de productos en servicios básicos
- Estudio de precios de servicios veterinarios

- Alertas de calidad y seguridad de productos

Con el fin de informar a las y los consumidores sobre potenciales riesgos para la salud y seguridad de las personas usuarias, **se publicaron 122 alertas de calidad y seguridad de productos (recall)**, resultado de análisis y levantamientos de información realizados por la unidad especialista en la materia al interior del SERNAC. Esta información es de público acceso a través del sitio web institucional y las redes sociales del servicio.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Estudios de Economía del Comportamiento

En la línea investigativa de Economía del Comportamiento, se realizó un experimento aleatorio controlado, relacionado con el consentimiento en el uso de *cookies* al ingresar a sitios web, con el fin de analizar la respuesta de las y los usuarios a los mensajes que informan la política de uso de datos personales. Una vez analizados los resultados, se testearon alternativas de mensajes que facilitarían la lectura, comprensión y autorización informada por parte del o la usuaria, a partir de lo cual se elaboró una propuesta de perfeccionamiento normativo, la que fue enviada al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

También se realizó un estudio exploratorio sobre los riesgos de consumo en los dispositivos con Internet de las cosas en Chile. Ambas iniciativas arrojaron conclusiones y desafíos para la institucionalidad en materia de protección de datos personales entre otras aristas que emergen desde el punto de vista del consumo y el acceso a la información, las cuales fueron comentadas en el marco del seminario online *Consumidor Futuro: tendencias y señales* que contó con la participación de invitados internacionales, y representantes del Consejo para la Transparencia y de la ONG Derechos Digitales.

IX. Interpretación de la Ley

Esta facultad consiste en la dictación de instrumentos que interpretan la Ley del Consumidor, así como otras normas de protección de las y los consumidores. Las circulares interpretativas del SERNAC permiten transparentar criterios sobre la perspectiva institucional en la aplicación de determinados preceptos legales. **El año 2022 se emitieron 5 circulares administrativas e interpretativas y 11 dictámenes interpretativos**, todos publicados y disponibles en el sitio web institucional. Dichos documentos establecen criterios jurídicos para aquellos casos que la ley no contempla explícitamente: la protección de las y los consumidores frente al uso de sistemas de inteligencia artificial; en materia de publicidad y prácticas comerciales; respecto a publicidad nativa e influencers; sobre la obligación de informar la duración de los bienes y

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

sobre el plazo en que dispondrán de repuestos y servicio técnico; y criterios para la recolección y tratamiento de datos personales de consumidores en contratos de adhesión.

X. Desafíos y compromisos para el año 2023

Durante el año 2023, se implementará una agenda SERNAC enfocada en soluciones individuales para las y los consumidores, la que comprenderá: medidas legislativas, una campaña comunicacional, relacionamiento con gremios y Asociaciones de Consumidores y educación orientada a la sociedad civil organizada.

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

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

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

Otro desafío para el período 2023 es la presentación de una modificación legal en ámbitos de consumo financiero, que abordará problemáticas asociadas a las cobranzas

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

extrajudiciales y/o judiciales y aceleración de deudas, entre otras, a fin de ofrecer más protección a las y los consumidores financieros.

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

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

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

Ejecución Cuenta Pública Participativa 2023



SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor



Ejecución Cuenta Pública Participativa 2023

Ciudad Santiago

Lugar: Biblioteca Pública de Quinta Normal, ubicada en Radal 1693, esquina Padre Tadeo, comuna de Quinta Normal.

Fecha: 17 de mayo

Horario: 10:00 am

Instituciones y/u Organizaciones asistentes:

1. Representante del Ministerio de economía
2. Comisión para el Mercado Financiero
3. Junta Aeronáutica Civil
4. Directora Nacional de Sernameg
5. Instituto Nacional de la Juventud (INJUV)
6. Superintendencia de de Educación Superior
7. Superintendente de Insolvencia y Reemprendimiento
8. Representante de Senama.
9. Dirección de Desarrollo Comunitario de la Municipalidad de Quinta Normal
10. Representante de Plataforma SERNAC de la Municipalidad de Quinta Normal.
11. Retail Financiero
12. Directiva de la Asociación de Funcionarios del Sernac
13. Estudiante de la Universidad Alberto Hurtado (UAH)
14. Unión vecinal 26
15. Centro de adulto mayor (CAM) Los flamencos
16. Centro de adulto mayor (CAM) Rayito de Luna
17. Centro de adulto mayor (CAM) Atardecer otoñal
18. Centro de adulto mayor (CAM) Luz Adulto Mayor
19. Centro de adulto mayor (CAM) Alegría y esperanza
20. Centro de adulto mayor (CAM) Moneditas de oro
21. Centro de adulto mayor (CAM) Renacer Acción social
22. Fundación Red de Acción Carcelaria
23. Asociación de Consumidores ODECU
24. Asociación de Consumidores FOJUCC
25. Medio Digital Chocolate (Medio económico)
26. Asociación Retail Financiero
27. Asociación de Consumidores Acción Consumidores
28. Asociación de Consumidores Circular
29. Organización Cicletada de las niñas
30. Agrupación estudiantil de la universidad Alberto Hurtado (UAH)
31. Asociación de consumidores Red Ciudadana

Total asistentes: 64

1. Desarrollo de la actividad

Incorporar el programa de la actividad

Programa
Cuenta Pública Participativa 2023
SERNAC

Hora	Actividad
10:00 – 10.45	Acreditación de invitados e invitadas ciudadanos
10.45 – 11:00	Bienvenida a las y los asistentes
11-00– 11.30	Presentación Cuenta Pública 2023 - Andrés Herrera Troncoso, Director Nacional del SERNAC
11.30 – 12.00	Diálogo participativo
12:00 – 12.30	Preguntas al Director Nacional del SERNAC y cierre

Metodología participativa

Durante las semanas previas a la Cuenta se envía por correo electrónico a todas las Organizaciones de la Sociedad civil que se vinculan con el Servicio Nacional del Consumidor a realizar consultas y/o preguntas acerca de la Cuenta Pública de la institución, en lo cual se dispone a través del sitio web un formulario de consultas. Adicionalmente se pone a disposición de los consejeros del Consejo de la Sociedad Civil del Servicio Nacional del Consumidor, el primer documento borrador de la Cuenta Pública 2022 - 2023, con el objeto de que aporten comentarios y/o sugerencias respecto al documento.

Durante la primera semana del mes de mayo de 2023, se envía invitación a la Cuenta Pública, a los distintos actores relevantes que se vincular con el Servicio Nacional del Consumidor.

El Servicio Nacional del Consumidor , en cumplimiento a lo establecido en la Ley 20.500, realizó la Cuenta Pública Participativa el día miércoles 17 de mayo de 2022 en modalidad



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

presencial, en la Biblioteca Pública de Quinta Normal, ubicada en Radal 1693, esquina Padre Tadeo, comuna de Quinta Normal.

Durante el desarrollo de la Cuenta Pública Participativa, se llevó a cabo instancias de diálogo y participación directa con la ciudadanía, las cuales estuvieron basadas en 4 preguntas previamente definidas y replicadas en las diferentes instancias a nivel nacional. Las que dicen relación con:

1. ¿Conoce los mecanismos de protección que tiene el servicio? ¿Qué opinión tiene de ellos?
2. ¿De qué manera podríamos mejorar nuestras comunicaciones con la ciudadanía?
3. ¿Qué le interesaría saber de nuestro Servicio?
4. ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para el accionar de SERNAC?

Composición de las mesas

La Actividad fue desarrollada en base a 8 mesas de trabajo, las cuales estaban compuestas por distintos representantes de la Sociedad Civil, tales como:

- Mesa 1 Asociaciones de Consumidores
- Mesa 2 Gremios y Servicios públicos
- Mesa 3 Jóvenes
- Mesa 4 Funcionarios
- Mesa 5 Personas Mayores
- Mesa 6 Personas Mayores
- Mesa 7 Funcionarios públicos
- Mesa 8 Personas mayores

1. Resultados de conversación de las diferentes mesas de trabajo

En general y respecto al trabajo de las mesas, se puede observar que existieron aspectos que presentaron algún tipo de focalización dependiendo del grupo de personas que abordaron las preguntas. A continuación, se presenta un resumen de la información levantada en las diferentes mesas de trabajo.

En tal sentido, como parte de las conversaciones aparecen las siguientes opiniones, comentarios y reflexiones entre las distintas personas asistentes a la instancia participativa, dentro de las que se encuentran las siguientes;

- En términos generales se observa un desconocimiento de los mecanismos de protección del servicio.
- Se insta al desarrollo de más actividades de este estilo.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- También disponer de mayor capacitación en diferentes materias atinentes a su edad (personas mayores)
- Mayor fiscalización en los diferentes mercados de interés.
- Mayor cercanía y simplicidad para la realización de los trámites (reclamos).
- En términos generales, y especialmente las personas mayores, indican conocer varias de las herramientas con las que el servicio cuenta de cara a la ciudadanía, pero éstas no han sido utilizadas de forma directa por este grupo.
- Utilizar diferentes tipos o medios de difusión de las funciones, herramientas que tienen el servicio, con especial énfasis en televisión y radios locales/comunales.
- Por último, consideran importante que las municipalidades informen debidamente a la comunidad, si cuentan con un encargado para orientar en temas de consumo y recibir reclamos.
- Les interesa tener más información o reportes sobre la actividad del SERNAC en su comuna, la participación en esta cuenta pública les permitió conocer realmente la importancia del Servicio y generar expectativas respecto de su desempeño.
- Se indica a través de las Asociaciones de Consumidores que en ocasiones tienen un rol complementario a la gestión de SERNAC.
- También señalan que el Sernac no responde necesariamente a las necesidades ciudadanas, aludiendo a la plataforma de reclamos, la que no facilita la interposición de reclamos por parte de las personas.
- Y finalmente empoderar a la ciudadanía en el ejercicio de sus derechos, para lo cual es necesario educar aún más a la ciudadanía respecto de sus derechos y derechos como personas consumidoras.
- Desde los jóvenes se manifiesta que la herramienta que mejor responde a sus expectativas es "No molestar", pues funciona de manera rápida, además de ser sencillo su uso.
- Respecto de reclamos, señalan que tiene muchos pasos para subir el requerimiento a través de la página, y que no deja claro cuando debería ser otra institución la encargada de recibir, por ejemplo, SEC, SUBTEL.
- En otras mesas también aparece la necesidad de ampliar las facultades del servicio en materia sancionatoria para que los reclamos tengan una gestión completa en beneficio del consumidor, más allá de la canalización con el proveedor.
- También les gustaría que existieran en espacios concurridos como centros comerciales u otros, móviles de sernac, haciendo talleres o entregando información sobre derechos.
- Visitas a comunas rurales, pues el trasladarse es complejo y generalmente no cuentan con internet.
- Se menciona que Sernac cuenta con herramientas poderosas e institucionalizadas que generan un impacto en el mercado y la sociedad. Estas facultades tienen efecto sobre la economía y, si se realiza un ejercicio de comparación con otros países de la zona.
- También se menciona que desde la primera legislación de consumo hasta la actualidad hay avances importantes en esta materia y no se puede desconocer que hay un incremento del estándar.
- y finalmente, acercarnos al territorio, desplegar la oferta pública en las regiones y fortalecer la escucha activa con la ciudadanía para hacerla parte de los productos del servicio.



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

2. Evaluación Final

Esta instancia en la que junto con destacar los principales hitos de la gestión institucional 2022 del Servicio Nacional del consumidor, se resaltó los ejes que guiarán el actuar del organismo durante este año 2023.

“Dar cuenta de la gestión realizada por parte del SERNAC es muy relevante, pues no sólo nos permite reencontrarnos nuevamente con la ciudadanía y reflexionar juntos sobre el camino recorrido, sino también constituye una oportunidad para proyectar las nuevas directrices que nos guiarán a corto y mediano plazo”, destacó la autoridad.

En este contexto, el Director Nacional recalcó que, considerando las necesidades de mayor protección que tienen los consumidores, el Servicio debe disponer de una hoja de ruta clara que debe estar marcada por el empleo de todas sus facultades como también por la optimización de diversos aspectos de su gestión, estando siempre conectado con la ciudadanía y empatizando con sus problemas actuales, en especial con los que afectan a los consumidores más vulnerables.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

3. Anexos



Andrés Herrera Troncoso, Director del Servicio Nacional del Consumidor, tiene el agrado de invitarle a la **Cuenta Pública Participativa 2023 del SERNAC**, mediante la cual informaremos a la ciudadanía de la gestión institucional realizada durante el año 2022, así como de los desafíos y compromisos adquiridos para el año en curso.

Valoramos su presencia y participación en esta instancia, que contempla un espacio de diálogo activo junto a otros actores ciudadanos, oportunidad en que podrán manifestar sus inquietudes, temáticas de interés, preguntas y sugerencias al SERNAC.

La actividad tendrá lugar el día **miércoles 17 de mayo** del presente año, de **10.00 a 12.00 hrs.**, en **Biblioteca Pública de Quinta Normal**, ubicada en **Radal 1693, esquina Padre Tadeo, comuna de Quinta Normal**.

¡Le esperamos!

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor



Se ruega confirmar asistencia escribiendo a **Vania Ricciulli**,
Encargada de Relación Institucional, al correo
vricciulli@sernac.cl





Principales indicadores alcanzados en 2022

Atención a las y los consumidores



Innovación

3 nuevas herramientas digitales para la ciudadanía

Fiscalización



Acciones de protección



Fondo Concursable



Acciones con enfoque de género



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

