



SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA 2024



Informe Final
Cuenta Pública Participativa
Gestión 2023

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

Informe Final Cuenta Pública Participativa

Dirección Regional de Tarapacá

Resumen Ejecutivo

El Servicio Nacional del Consumidor tiene por misión informar, educar y proteger a las personas consumidoras, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, potenciando la transparencia y disminuyendo asimetrías en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC ágil, moderno e inclusivo al servicio de las personas.

Durante el año 2023, el Servicio contó con un presupuesto de **M\$18.431.975** una dotación de **388 funcionarios, 224 mujeres (57,7%) y 164 hombres (42,3%)**. En términos de su estructura contó con **5 Subdirecciones**, entre las cuales se encuentra; Subdirección de Fiscalización, Subdirección Jurídica, Subdirección Procedimientos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos Colectivos, Subdirección de Consumo Financiero y la Subdirección de Estrategia y Servicios a la Ciudadanía. **Una División** de Gestión y Desarrollo Institucional y complementariamente áreas de apoyo que brindan soporte a la gestión institucional, aquí encontramos a: Gabinete, Departamento de Comunicaciones Estratégicas e Imagen, Auditoría Interna, Fiscalía Administrativa, junto con la Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión y la Coordinación Regional. A nivel regional, el Servicio cuenta con **16 Direcciones Regionales**, encargadas de representar a la Dirección Nacional, siendo el vínculo oficial con los actores públicos y privados en materia de protección a las personas consumidoras en el territorio.

• Logros del año 2023

En materia de los servicios ofrecidos a las personas consumidoras a través de los distintos canales de atención, ingresaron **314.637 Consultas**, siendo el principal canal de atención utilizado el call center (80,4%) y **593.744 Reclamos**, siendo el principal canal de atención utilizado internet (74,5%). Junto a esto, ingresaron **3.931 Alertas Ciudadanas, 1.255.878 solicitudes de No Molestar, 72.564 solicitudes de Me Quiero Salir y 25.380 no me hostiguen.**

En lo referente al ejercicio de acciones judiciales para la protección de las personas consumidoras, se dio inicio a **9 Juicios Colectivos y 560 Juicios de Interés General**.

Además, se obtuvo sentencia condenatoria en 3 juicios colectivos y favorable en 261 Juicios de Interés General, lo que se tradujo en un total de \$462.716.830 pesos en indemnizaciones, beneficiando a un universo de 310 personas consumidoras. Se generaron multas a proveedores por un total de 7.436 UTM.

En relación a los mecanismos alternativos de resolución de conflictos colectivos, se iniciaron 10 procedimientos voluntarios colectivos (PVC). En aquellos PVC que comenzaron durante el año 2022, 3 de ellos fueron cerrados favorablemente, alcanzando un monto en compensaciones por más de 367 millones de pesos, beneficiando a 552.685 personas consumidoras. Con el fin de promover el cumplimiento de la normativa de protección se iniciaron dos mesas de trabajo y se participó en 7 negociaciones desformalizadas.

Se realizaron **976 fiscalizaciones a lo largo del país**, donde **551 fueron ejecutadas de manera presencial, 354 digitales y 71 de oficio** (las que inician con la solicitud de información a las empresas). En base a los hallazgos infraccionales desprendidos de estas actividades, se generaron 198 propuestas de denuncia, de las cuales 194 dieron inicio a Juicios de interés general.

Se incorporó la modalidad de **fiscalización multitarea** con otras instituciones, como el Servicio Nacional de Turismo, el Ministerio del Transporte, la Subdirección de Telecomunicaciones, la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, entre otras. Los principales mercados fiscalizados se concentraron principalmente en el **comercio minorista general, turismo, comercios minoristas de alimentos y bebidas, transporte, inmobiliarias, y vehículos y rodados**.

En materia de vigilancia de mercados, durante el 2023, se identificaron un **total de 276 alertas a nivel nacional**, de las cuales, el 65,2% (180) corresponden a alertas regionales y el 34,8% (96) a otro tipo de alertas.

En relación a la información en temas de consumo, el año 2023 el Sernac elaboró **20 estudios**, destacando los siguientes: viaje del usuario en el comercio electrónico; reporte

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

del mercado automotriz; ranking de reclamos de seguro automotriz; ranking de reclamos en mercado de telecomunicaciones; estudio de medicamentos; estudio de escolares: presupuestos, costos y normativa; radiografía de establecimientos del tipo mall chinos; diagnóstico del mercado de cigarrillos electrónicos y vapeadores en Chile; ficha de recomendaciones para el uso de anticonceptivos hormonales orales; canasta de fiestas patrias; cotizador halloween; radiografía de reclamos inmobiliarias

En materias de herramientas disponibles a la ciudadanía, durante el 2023 se realizó la actualización del diseño al Comparador de Crédito de Consumo y dos actualizaciones a la herramienta web del Comparador Tarjetas de Créditos.

Fueron emitidas **4 circulares interpretativas y 17 dictámenes administrativos** (aquellos que tienen como origen solicitudes externas al Servicio). Dichos documentos permitieron establecer criterios que orientan el actuar institucional y dan respuesta a solicitudes particulares y con alcance concretos de la normativa en consumo.

En materias de educación y cursos online, se dictó el curso de difusión de: derechos de las y los consumidores y obligaciones de los proveedores; curso de educación financiera para jóvenes y curso de perfeccionamiento docente, actividades que contaron con **1.992 personas matriculadas**.

En el ámbito de la Participación ciudadana, se llevaron a cabo distintas iniciativas para el fortalecimiento de la Sociedad Civil Organizada, entre ellas, entrega de recursos a través del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores que permitió fortalecer y potenciar la gestión de las Asociaciones, esta iniciativa permitió , financiar **41 proyectos**, con temáticas relacionadas a estudios, difusión y charlas en materias tales como educación financiera y protección al consumidor. Los beneficiarios directos de este Fondo Concursable fueron 22 Asociaciones de Consumidores, de todo el país, cuyos proyectos fueron adjudicados por más de **476 millones de pesos**.

En el ámbito de los mecanismos de Participación Ciudadana, se llevaron a cabo 31 conversatorios a nivel nacional de los cuales 29 fueron realizados a nivel regional y 2 en el nivel central, dichas instancias abordaron temas tales como; Derechos en materia de

consumo, género e inclusión, migrantes, entre otras temáticas de interés. En relación a los Consejos Consultivos, todos ellos sesionaron durante el año, manteniendo un vínculo permanente en cada uno de los espacios. A nivel nacional, el Servicio cuenta con 14 consejos consultivos, 13 de ellos en regional y 1 de carácter nacional.

Asimismo, destacamos la **consulta ciudadana realizada entre el 10 y el 23 de julio de 2023**, con el propósito de conocer la percepción de las personas consumidores sobre la protección en materia de consumo en el contexto de la presentación del proyecto de Ley “SERNAC Te Protege”; en ella se obtuvieron un total de 4.040 respuestas, alcanzando una participación del 50,4% del género femenino y un 49,6% del género masculino. Como resultado, **el 92,7% de las personas encuestadas indicó que el Sernac debería tener mayores facultades** y un 91,5% señaló estar de acuerdo con entregarle facultades sancionatorias respecto de las empresas.

Con respecto a la investigación de casos colectivos, que afecten el interés colectivo o difuso de las y los consumidores, durante el año 2023, **se cerraron 15 investigaciones de casos colectivos en materia financiera y 50 no financieras.**

En materias de equidad de género, hemos iniciado la marcha blanca del proyecto de género y diversidades en la atención de público cuyo objetivo fue actualizar el protocolo de atención y el formulario único de atención; se elaboró la calculadora de gestión que corresponde a una aplicación web que permite a las personas menstruantes, poder cotizar e informarse sobre los costos personales de gestión menstrual; publicamos el estudio anual de publicidad sexista; actualizamos el estudio de costo menstrual y aplicamos la encuesta de percepción mujer y consumo. Por último, se elaboró una Minuta Analítica con hallazgos relevantes del panorama financiero, según género, publicado junto al ranking financiero 2023.

Resultados de la Gestión Regional

I. Atención ciudadana:

Reclamos:

Género	Femenino		Masculino		Prefiero no Decirlo		Total	
Canal	Volumen	Porcentaje	Volumen	Porcentaje	Volumen	Porcentaje	Volumen	Porcentaje
Ingreso Web	2.767	30.33%	2.881	31.58%	2	0.02%	5.650	61.94%
Ingreso Presencial	973	10,67%	1.166	12.78%			2.139	23,45%
Ingreso Call center	782	8.57%	551	6.04%			1.333	14,61%
Total	4.522	49.57%	4.598	50.41%	2	0.02%	9.122	100.00%

Consultas Ciudadanas:

Call center	3.826
Internet	490
Presencial	702
Total General	5.018

Femenino	2.321
Masculino	2.697
Total:	5.018

Alertas Ciudadanas:

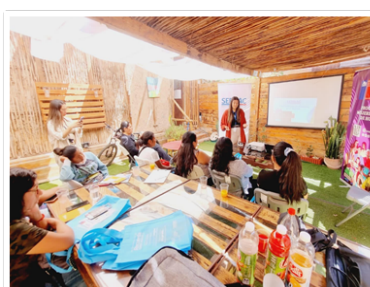
Call center	4
Ingreso Back atención	1
Ingreso Iquique	7
Ingreso Valdivia	1
Web ingreso Alerta	61
Total:	74

Femenino	42
Masculino	32
Total:	74

II. Educación para el Consumo Sostenible:

- Actividades educativas

Educación Financiera	9
Derechos en Materia de Consumo	8
Consumo Sostenible	9
Total	26



III.Participación Ciudadana:

Consejo Consultivo Regional	5 (1° y 2° Semestre)
Consulta Ciudadana	1 (2° Semestre)
Cuenta Pública Participativa	1 (1° Semestre)



IV.Fiscalización:

Fiscalizaciones Presenciales:	40
Online:	22
Documental:	3
Total:	65



V. Protección y compensaciones – Procedimientos Voluntarios Colectivos:

Mesas de Trabajo Regionales:	- Mesa de trabajo con Zofri S.A. - Mesa de Trabajo con Aguas del Altiplano S.A.
------------------------------	--

VI. Protección y compensaciones – Juicios:

Juicios de interés Colectivo:	0
Juicios de interés General:	19

VII. Acciones Comunicacionales y Prensa:

Columna de Opinión:	- Diario el Longino - Diario Reportero de Iquique.
Comunicados de Prensa:	- Prensa Regional y Diarios.
Participación Radial:	- Radio Paulina, Bravissima, Unap, Acierto, La Mega FM, El Lagar, etc.
Páginas Web:	- Publicaciones de Noticias Regionales.



VIII.Despliegue Territorial:

Plataformas Municipales:	- Pica y Delegación Presidencial del Tamarugal.
Convenios:	- Delegación Presidencial del Tamarugal, Alto Hospicio y Pica.
Demás Acciones:	- Trabajos de coordinación y presentación de convenios al Alcalde de Huara Y Colchane.

X.Desafíos y compromisos 2024:

- Fiscalizar y proteger con impacto.
- Prevenir y detectar Abusos y Malas Prácticas de Consumo.
- Acompañar y conectar con las personas usuarias.
- Fortalecer nuestro Posicionamiento y Reputación.
- Valorar, incentivar y Potenciar nuestros equipos y sus personas.

Reporte de Ejecución
Cuenta Pública Participativa Nacional/Regional Región Tarapacá

Ciudad	Iquique.		
Lugar	Centro Aceleración de Proyector Tara-Paka.		
Fecha	17 de mayo del año 2024.		
Instituciones y/u Organizaciones Asistentes	Proveedores	Sociedad Civil	Servicios Públicos
	ZOFRI S.A.	CAM Coro de Profesores Jubilados.	CARABINEROS DE CHILE
	CÁMARA DE COMERCIO DETALLISTA Y TURISMO, IQUIQUE.	Rotary Club Esmeralda.	SERNATUR
	U. Santo Tomás.	CAM Ganas de Vivir.	SII
		U. comunal Sargento Aldea.	SEGEGOB
		U. comunal siglo XXI.	CBR
		CAM Villa Sata Rosa.	SUPERIR
		CAM Milenium.	SEREMÍA DE ECONOMÍA
		Junta de Vecinos "Caupolican"	SENAMA
		CAM María Pereira.	MOP
		Ciudadanía en General.	Unidad de Rehabilitación Post COVID 19.

Total asistentes	43	Mujeres	21
		Hombres	22
		Otro	0

1. **Objetivo General:**

Se realizó la Cuenta Pública del Servicio Nacional del Consumidor, en la región de Tarapacá, con el fin de informar a la comunidad sobre las actividades realizadas, los resultados obtenidos y los desafíos enfrentados en la protección de los derechos de los consumidores y consumidoras en el periodo 2023.

2. **Objetivos Específicos:**

- Informar a la comunidad sobre los derechos y deberes de los consumidores en la región de Tarapacá, destacando las principales normativas y legislaciones vigentes.
- Presentar los resultados de las acciones de fiscalización realizadas por el SERNAC en la región de Tarapacá, incluyendo casos de infracción a los derechos de los consumidores y medidas adoptadas para su resolución.
- Dar a conocer las actividades de educación y capacitación llevadas a cabo por el SERNAC en la región de Tarapacá, dirigidas al público objetivo, proveedores de bienes y servicios.
- Presentar estadísticas relevantes sobre reclamos y denuncias recibidas en la región, así como los índices de satisfacción de los consumidores respecto a la gestión de SERNAC.
- Recoger retroalimentación y sugerencias de la comunidad respecto a las necesidades y desafíos en materia de protección al consumidor en la región, con el fin de mejorar la gestión del SERNAC y fortalecer sus acciones a futuro.

2. Desarrollo de la actividad

Programa de la actividad:

Hora	Actividad
09:30 – 10.20	Acreditación de invitados e invitadas
10.20 – 10.25	Bienvenida a las y los asistentes
10.25 – 10.30	Palabras Alcalde/sa
10.30 – 10.35	Palabras Delegado/a y/o palabras SEREMI
10.35 – 11.05	Presentación Cuenta Pública 2024 – Director/a Regional
11.05 – 11.45	Diálogo participativo o Trabajo de mesas
11.45 – 12.00	Preguntas al Director/a Regional y cierre
12.00 - 12.30	Punto de Prensa

Una vez finalizada la presentación del Director Regional, sobre la gestión 2023, se proyectan 4 preguntas a los asistentes, entregando un tiempo determinado para que se conteste en una hoja.

Las preguntas trabajadas fueron:

- 1) ¿Sabe cómo el SERNAC le protege? ¿Qué opinión tiene de eso?**
- 2) ¿Cómo mejoramos la comunicación con la ciudadanía?**
- 3) ¿Cómo podríamos mejorar nuestros servicios?**
- 4) ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para SERNAC?**

No se realizó composición de mesas de trabajo, debido a la falta de condiciones para ello, por lo que cada participante trabajó de manera individual y posteriormente se compartieron algunas respuestas en público.

El desarrollo de la actividad, comenzó con el envío del Pre Informe de la Cuenta Pública Participativa 2024, a los/las integrantes del Consejo Consultivo Regional.

Con fecha 17 de mayo 2023, se realiza la Cuenta Pública, con la participación y palabras de bienvenida del Sr. Seremi de Economía, Fomento y Turismo de la Región de Tarapacá, don Jorge Julio Robles.

La Cuenta Pública, gestión 2023, fue presentada por el Director Regional, don Rodrigo Cortés Tapia, y una vez finalizada la presentación, los/las participantes, intervinieron respondieron 4 preguntas que fueron importantes para iniciar el diálogo participativo. Una vez finalizada esta actividad, se da la palabra a los/las asistentes para poder compartir algunas de ellas, asimismo, se da el tiempo para resolver otras preguntas presentadas por los asistentes, siendo respondidas en su totalidad por el Director Regional, don Rodrigo Cortés Tapia.

2.1 Resultados del trabajo

Respecto a las preguntas trabajadas, se indican a continuación algunas de sus respuestas:

1) ¿Sabe cómo el SERNAC le protege? ¿Qué opinión tiene de eso?

Respuestas:

- *"Verdaderamente por no haber tenido nunca un problema de consumo, no he tenido que recurrir a SERNAC, de tal manera que ignoro que ofrece el servicio, los comentarios que me han llegado es que SERNAC "no hace nada", escuchando esta cuenta pública veo que las personas no saben la inmensa tarea que hacen, creo que es importante leer e interesarse en los derechos del consumidor".*
- *"No mucho".*
- *"A través de la ley del consumidor 19.496".*
- *"Sí y creo que es importante que se apruebe el proyecto de ley que permita tener mayores atribuciones al SERNAC, porque no solo sería un organismo fiscalizador, sino que*

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

también puede sancionar a aquellas empresas que no cumplan con los derechos que corresponden a la hora de comprar un producto”.

- *“Sí, tengo conocimiento sobre el funcionamiento de SERNAC, mi opinión es que es un importante anuncio que ofrece a la comunidad y que permite a través de un actor fiscalizar actos irregulares en algún tipo de servicio”.*
- *“lamentablemente, no lo sé”.*
- *“Me protege escuchando los reclamos frente a proveedores que abusan incumpliendo con sus deberes”.*
- *“Sí, aunque podría mejorar la comunicación ciudadana”*
- *“la protección de SERNAC, nos protege al comprar un producto y si viene en mal estado se puede utilizar la garantía legal”.*
- *“Si, que le faltan más atribuciones para que podamos exigir nuestros derechos como consumidores. Se hace un gran esfuerzo por parte de SERNAC, pero no es suficiente porque las empresas no están obligadas a responder”.*
- *“Regula las malas prácticas de los proveedores”.*
- *“Recibiendo reclamos y gestionando, instando por una solución favorable al consumidor, tengo una muy buena opinión de su gestión, ya que buscan siempre orientar y apoyar a la ciudadanía”.*
- *“A través de la ley del consumidor”.*
- *“Entregando asesoría legal, es lo que más se necesita”.*
- *“A través de la asesoría al consumidor”.*
- *“Para muchos, hay un desconocimiento de los deberes, es por eso que se deberían difundir más en redes sociales”.*
- *“sí, que es efectivo”.*
- *“sí, a través de reclamos bien fundamentados, pero es muy limitado su accionar”.*
- *“No tengo opinión de cómo me puedo informar”*
- *“La verdad muy poco, mi opinión es que falta más difusión, no tengo mucha cercanía”*
- *“La protección de SERNAC, es que nos acoge nuestra problemática y consultas por los casos que, en las tiendas, supermercados, etc. No respetan la ley del consumidor”.*

- *"Si, SERNAC protege al consumidor, mediante educación y promoción a la hora de adquirir un producto o contratar un servicio, por el abuso permanente que existe por parte de las empresas".*
- *"Más que una protección, SERNAC orienta, guía y apoya o es intermediario, para que cada consumidor pueda hacer valer sus derechos frente a los proveedores, mi opinión es que tienen un rol fundamental para la educación de la ciudadanía, sobre todo en cómo realizar un reclamo".*
- *"Con un catálogo en donde se van promocionando, impulsando y potenciados por el servicio para logros en posición de equilibrio entre los prestadores de servicios y los consumidores, en especial en la región de Tarapacá, se han logrado una gran cantidad de avances, siendo pioneros en ciertos aspectos de la aplicación de normativa, tanto en la región, como a nivel nacional"*
- *"En base a la ley del consumidor, opino que realiza una buena gestión, pero debería tener mayor facultades".*
- *"Actúa como mediador entre consumidor y proveedor, también solicita la aplicación de multas a los proveedores por incumplimiento de la ley del consumidor, pero le faltan herramientas para sancionar a los proveedores".*
- *"Trabaja bajo la ley del consumidor (19.496) recibiendo reclamos como intermediario entre las empresas y los consumidores, es un buen instrumento público para asesorar y ayudar a la ciudadanía".*
- *"Es una institución fiscal que coordina y mantiene la información de normas y leyes que regulan la relación proveedor/consumidor".*
- *"Consideran el contrapeso en cada acción que se lleva a cabo en los casos de no cumplimiento normativo o de intención, En eso está bien encaminado SERNAC".*
- *"SERNAC tiene una serie de herramientas para proteger como los reclamos, demandas colectivas, juicios de interés general, los mismos juzgados de policía local y la orientación que entregan y facilitan los funcionarios, es un excelente equipo y es increíble la dedicación que le entregan a los consumidores".*

2) ¿Cómo mejoramos la comunicación con la ciudadanía?

Respuestas:

- *"A través de la utilización de medios de comunicación masivos"*
- *"Siempre es bueno difundir la oferta del servicio".*
- *"A través de las cuentas públicas, interacciones que SERNAC hace con la ciudadanía, también con redes sociales, como Instagram donde la ciudadanía comenta e interactúa con el servicio".*
- *"Dando a conocer por todos los medios posibles sus derechos y obligaciones, con mayor transparencia, mayor fluidez y conformidad".*
- *"Con estrategias comunicacionales, con un lenguaje amigable y claro, acercándose a la comunidad, no solo en oficinas, sino también en terreno".*
- *"Mayor participación ciudadana"*
- *"Con fuerte trabajo en Redes Sociales".*
- *"Lo puede hacer por medio de cápsulas en redes sociales, ya que ayuda a la gente a entender la normativa, que por el lenguaje puede ser difícil de comprender e interpretar".*
- *"Con publicidad".*
- *"Informando en plazas ciudadanas, publicaciones en twitter, realizando publicaciones en los medios de comunicaciones por situaciones mediáticas".*
- *"Se puede mejorar la comunicación con más difusión de la oferta programática en redes sociales y participar en actividades masivas donde se encuentren a público objetivo, más el apoyo del COSOC".*
- *"Se mejora con el COSOC, con talleres, con plazas ciudadanas, reuniones y sobre todo publicaciones, informando a través de los medios de comunicación".*
- *"Haciendo aún más difusión de los derechos del consumidor, porque aún existe mucho desconocimiento en el ciudadano común, puede ser también a través de juntas de vecinos y clubes de distintos tipos".*
- *"Asistiendo a más talleres y actualizándome en cuanto a lo que ocurre con la ciudadanía, tener más comunicación con grupos amigos de personas mayores y difusión en las redes sociales".*
- *"Incentivar comunicación a través de radios, televisión y redes sociales".*

- *"Más difusión en terreno, visitar juntas de vecinos, colegios y clubes de adultos mayores".*
- *"Más programas radiales, televisión y reuniones con juntas de vecinos".*
- *"Actualizando en redes sociales la normativa, para que la gente se pueda enterar de lo que está pasando".*
- *"Ir a las empresas o instituciones como colegios, tiendas, juntas de vecinos, de manera presencial para una mejor información a la ciudadanía".*
- *"Realizando acciones de difusión como charlas, entrevistas radiales, notas de prensa y focalizan en grupos más vulnerables su atención".*
- *"Realizando eventos con la comunidad en las juntas de vecinos o gremios".*
- *"Haciendo público los trabajos realizados, para que la comunidad esté informada y se motive a informarse más".*
- *"Con mayor cobertura de programas sociales, de manera presencial, en especial con personas mayores".*
- *"Implementando difusión en todas las redes sociales, en donde se expongan videos con diferentes casos, en relación a los derechos del consumidor".*
- *"Estar más en terreno".*
- *"A través de una mayor presencia en lugares de evasión tributaria y a través de los medios de comunicación social".*
- *"Estar más en Terreno".*
- *"La comunicación con la ciudadanía es muy importante, es por eso que deberían informar más a la ciudadanía en cuanto al procesos de reclamos".*

3) ¿Cómo podríamos mejorar nuestros servicios?

Respuestas:

- *"Invitar a las organizaciones a participar en las actividades que realice SERNAC".*
- *"Con mejores leyes y reduciendo los tiempos de espera".*
- *"Para mejorar, hay que capacitar a los funcionarios, hay que tener mayor presencia y dar a conocer masivamente sus funciones y atribuciones".*
- *"Escuchando a la gente".*

- *"Mejorar en el procedimiento de reclamos, que el tiempo sea más eficaz, para que las personas dejen de pensar que SERNAC, no tiene peso".*
- *"Con mayor fiscalización a proveedores, en ofertas online".*
- *"Mayor número de funcionarios y facultades legales".*
- *"Absorbiendo las impresiones de la gente".*
- *"Más difusión en los medios escritos y radiales".*
- *"Utilizando un lenguaje más claro para comprender las normativas".*
- *"Utilizar redes sociales, interactuar con diferentes medios de comunicación, para informar acerca de los derechos del consumidor".*
- *"Tener más facultades jurídicas y mayor fiscalización".*
- *"Mayor difusión de trabajo que se realiza".*
- *"Más comunicación con la gente, más reuniones con grupos sociales, para que la gente pueda reclamar más informada".*
- *"Entregando información a través de redes sociales".*
- *"Se puede mejorar, acercándose más a la ciudadanía y con mayor cantidad de fiscalizaciones en la región".*
- *"Teniendo más facultades legales".*
- *"Fortaleciendo al equipo de trabajo regional, para acercarse a sectores más alejados de la ciudad".*
- *"Charlas para la ciudadanía".*
- *"Con más autoridad y manejo independiente".*
- *"Robusteciendo la institución".*
- *"Aumentando las facultades y consiguiendo más financiamiento".*
- *"Con personas más actualizadas en la tecnología y que se puedan adaptar a las comunicaciones modernas, además teniendo mayor facultad para sancionar a los proveedores que no contestan los reclamos interpuestos por los consumidores".*
- *"Campañas amigables, dirigidas a los consumidores"*
- *"Mayor fiscalización en las empresas"*
- *"Convenios con las Universidades, a través de sus alumnos de derecho para que puedan asesorar y ayudar a la ciudadanía, ya que al servicio le faltan manos".*

- *"Reduciendo los tiempos de respuesta que tiene una empresa para poder contestar un reclamo"*
- *"Generando grupos de alianza con los consumidores"*
- *"Contando con más profesionales que guíen al consumidor al momento de interponer un reclamo".*

4) ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para SERNAC?

Respuestas:

- *"Mayor difusión en terreno"*
- *"Solo felicitar el gran trabajo que han logrado realizar, durante el tiempo transcurrido"*
- *"Reparar los canales de comunicación"*
- *"Así como informan a los consumidores, también deberían informar a los proveedores"*
- *"Presencia permanente en las plazas ciudadanas".*
- *"APP del servicio para celulares".*
- *"Aumentar las fiscalizaciones".*
- *"Fortalecer las mesas de trabajo con sectores críticos, realizar campañas educativas enfocada en junta de vecinos".*
- *"Mayor difusión a los consumidores".*
- *"Mi sugerencia es mayor fiscalización en la región".*
- *"Hacer publicidad a través de redes sociales regionales".*
- *"Poder realizar fiscalizaciones a los comerciantes informales".*
- *"Llegar a los sectores más vulnerables y menos participativos, hacer conocido el trabajo que se realiza en redes sociales".*
- *"Que pase de Servicio a Dirección, con el fin de contar con mayores recursos".*
- *"Es necesario que SERNAC tenga facultades y herramientas para poder castigar a las empresas que realizan una mala práctica de consumo".*
- *"Continúen con su labor comprometida, aun con los escasos recursos que tienen"*
- *"Ninguna observación o sugerencia".*

- *"Mejorando la comunicación con las redes sociales y más publicaciones sobre los resultados obtenidos".*
- *"Mayor inclusión en la atención al consumidor".*
- *"Que está haciendo bien su trabajo".*
- *"Fiscalizar a los medios de transporte aéreos y terrestres".*
- *"Tener más reuniones, sobre todo con los adultos mayores, más cercanía, menos burocracia en los reclamos, que sean más resolutivos y les deseo muchas bendiciones".*
- *"Con más gente en terreno, una persona no da abasto para todas las comunas de la región".*
- *"Las mejoras parten del compromiso del estado en fortalecer las instituciones".*
- *"Muy buen equipo de trabajo, comprometido con la ciudadanía".*

Además de las preguntas trabajadas, los/las asistentes presentaron las siguientes preguntas que fueron respondidas por el Director Regional:

1) ¿Cuál es el plazo que se tiene para realizar un reclamo?

2) ¿SERNAC, dentro del equipo de trabajo, tiene abogados? (Esta pregunta surgió porque los consumidores, aunque no necesiten patrocinio para ir a audiencia, se sienten desprotegidos)

3) ¿Qué ocurre si el proveedor no contesta el reclamo?

Respuestas Director Regional:

1) *El plazo para presentar un reclamo en el SERNAC es de dos años, desde que se produjo la situación que motiva el reclamo, aunque esto puede variar según el tipo de problema y las regulaciones específicas.*

2) *Si, el abogado regional depende del Departamento de Protección Regional y quién lidera su proceso es la subdirección jurídica. Los abogados regionales cumplen una gran labor en cuanto a denunciar a los proveedores, a través de los procesos de fiscalización. Asimismo, tienen la importante misión de llevar a tramitación los juicios colectivos en*

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

representación de todos los consumidores posiblemente afectados. Estos juicios se tramitan en sede civil, en un juicio de alto conocimiento, donde SERNAC busca la reparación integral de todos los consumidores, reparando el daño moral y material causado.

3) Si el proveedor no responde al reclamo o da una respuesta desfavorable ante la problemática, el consumidor puede interponer una demanda o denuncia en el Juzgado de Policía Local. Siempre es importante presentar el reclamo en el SERNAC, ya que gracias a esta acción se pueden realizar ranking y estudios para determinar el comportamiento de las empresas.

3. Evaluación final

La Dirección Regional evalúa como muy positiva la convocatoria, realizándose la actividad en el Centro Acelerador de Proyectos Tara-Paka, ubicado en la calle Bernardo O'Higgins N° 211, Iquique.

El salón multiuso es un lugar amplio, iluminado y cómodo para los asistentes. Respecto al desarrollo de la actividad, se logró presentar a la ciudadanía la gestión realizada en el último año, proporcionando información de manera sencilla, resumida y entendible, lo que permitió que los/las asistentes conocieran los principales hitos y ámbitos de gestión del Servicio, los niveles de actividad logrado, así como el despliegue de la gestión institucional en el territorio.

Durante la presentación se dio énfasis a los productos esenciales de SERNAC, al cómo se desplegaron en la región durante el año 2023, y a los nuevos desafíos y compromisos para el año 2024, resumiéndolos en 5 ejes centrales: **Fiscalizar y proteger con impacto, prevenir y detectar abusos y malas prácticas, acompañar y conectar con las personas usuarias, fortalecer nuestro posicionamiento y reputación y valorar, incentivar y potenciar nuestros equipos y sus personas.**

Se contó con una buena participación de Autoridades, Servicios Públicos y diferentes organizaciones sociales como: Carabineros de Chile, SII, Sernatur, Senama, SISS, SUPERIR, juntas de vecinos, Rotary club Esmeralda, club de adultos mayores, jóvenes estudiantes, el Consejo Consultivo Regional y la Cámara de Comercio Detallista, lo que es muy importante para la Dirección Regional, ya que permite fomentar la participación ciudadana e incentivar su colaboración en distintas instancias futuras. Se valora la asistencia del SEREMI de Economía, Fomento y Turismo, don Jorge Julio Robles, quien entregó palabras de bienvenida al inicio de la actividad y participó activamente en él, lo que le permite tener cercanía con las problemáticas de consumo de la Región.

Se logró generar una instancia de trabajo participativo y activo, que generó planteamientos abiertos y constructivos, resultó ser altamente positivo para recibir comentarios de felicitaciones, sugerencias de mejoramiento y diversas opiniones de los consumidores de los más variados sectores, lo que permite conocer las necesidades y requerimientos de la comunidad.

4. **Observaciones.**

Finalizada la ronda de preguntas y respuestas, surgieron recomendaciones por parte de los/las asistentes, que consisten en realizar más Charlas o Talleres con Juntas de vecinos, Adultos Mayores y escolares, como también tener más difusión de información a través de redes sociales a nivel regional.

Iquique 23/05/2024		Rodrigo Cortés Tapia Director Regional de SERNAC Tarapacá

Anexos:

(Fotografía N°1)



(Fotografía N° 2)



(Fotografía N°3)

