

 SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

# **CUENTA PÚBLICA** PARTICIPATIVA 2024



**Informe Final**  
**Cuenta Pública Participativa**  
**Gestión 2023**

**SERNAC**  
Servicio Nacional del Consumidor

## Informe Cuenta Pública Participativa 2024

### Dirección regional Metropolitana

#### Resumen Ejecutivo Nivel Nacional

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 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.





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



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 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 on line, se dictó el curso de difusión de: derechos de las y los consumidores y obligaciones de las proveedoras; 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 consumidoras 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.





## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



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.

En cumplimiento de nuestro mandato institucional de proteger a las personas consumidoras, durante el año 2023 trabajamos como Servicio en conjunto con el Ministerio de Economía en el diseño del proyecto de Ley "Sernac te Protege", que busca fortalecer las soluciones a los problemas individuales de quienes ven vulnerados sus derechos en materias de consumo.

Este proyecto de ley se enfoca en la vulnerabilidad a la que estamos expuestos hoy las y los consumidores, con problemas que escasamente alcanzan una solución satisfactoria y oportuna. El proyecto le entrega nuevas herramientas al Sernac para velar por el cumplimiento de la ley, lo que le permitirá defender el interés general y el interés individual de la persona consumidora, además de promover soluciones justas.

El proyecto prioriza las soluciones colaborativas entre proveedores y consumidores cuando se presenta una eventual infracción a la ley. De no haber acuerdo, el Sernac podrá imponer sanciones a las empresas cuando se acredite una infracción a la ley. Este diseño complementa las reformas legales anteriores que han fortalecido al Servicio.

Este proyecto se ingresó al Congreso en septiembre de 2023 y actualmente está en primer trámite constitucional en la Cámara de Diputados y Diputadas. Seguiremos trabajando durante el año 2024 para lograr su total tramitación desde una óptica respetuosa de los derechos de las y los consumidores.



## Resultados de la Gestión Regional

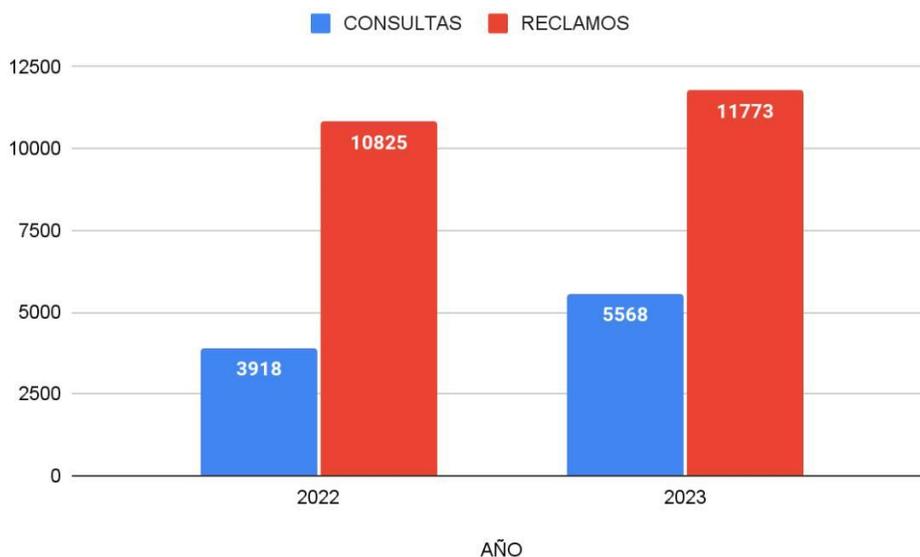
A continuación, se da cuenta del nivel de actividad de la Dirección Regional Metropolitana (en adelante DRM) durante el año de gestión 2023. Se presenta un análisis cuantitativo y cualitativo de cada uno de los procesos y compromisos a cargo de esta Dirección Regional.

La DRM, en su organización interna, cuenta con una Unidad de Atención de Público, un equipo de Profesionales de Apoyo, dos Abogados Regionales y una asistente, quienes ejecutan los 4 procesos del negocio que se despliegan a nivel regional. **A diciembre del 2023, el total de funcionarios y funcionarias de la DRM es de 20 personas.**

### I. Atención ciudadana

Durante el año 2023 (con datos tomados al 31 de diciembre), la DRM aumentó el volumen de atención presencial de personas consumidoras en su oficina regional y en sus plataformas municipales **en un 10%** aproximadamente comparado con el año anterior:

**Gráfico N°1: Consultas y Reclamos DRM 2022-2023**



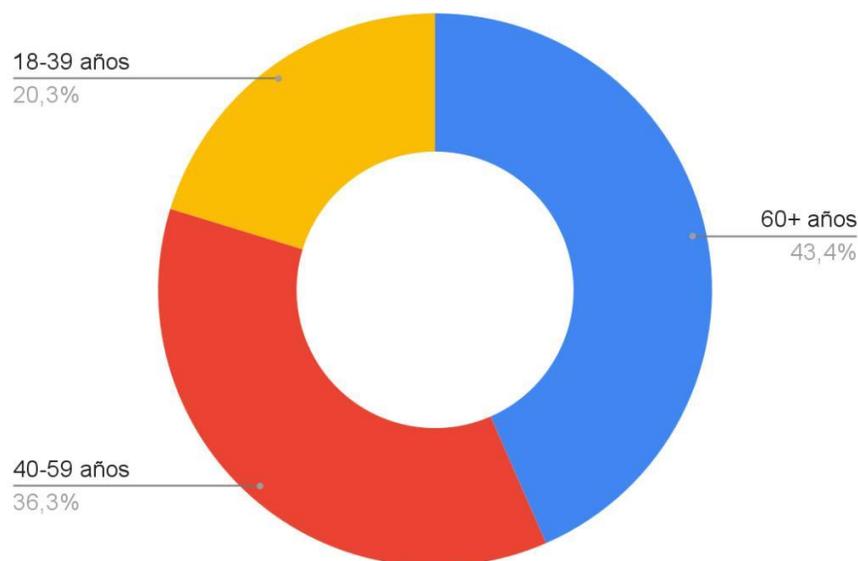
En cuanto a la **comuna de residencia** de las personas consumidoras que recurren a la atención presencial de la DRM, en la tabla siguiente, se muestran las 10 comunas que más reclamos registran durante el año.

**Tabla N°1:** Comunas residencia reclamos presenciales DRM 2023

COMUNA	RECLAMOS EN OFICINA REGIONAL
SANTIAGO	1148
MAIPÚ	495
LA FLORIDA	394
RECOLETA	315
PUENTE ALTO	334
PUDAHUEL	341
INDEPENDENCIA	314
QUINTA NORMAL	279
ESTACIÓN CENTRAL	311
RENCA	270

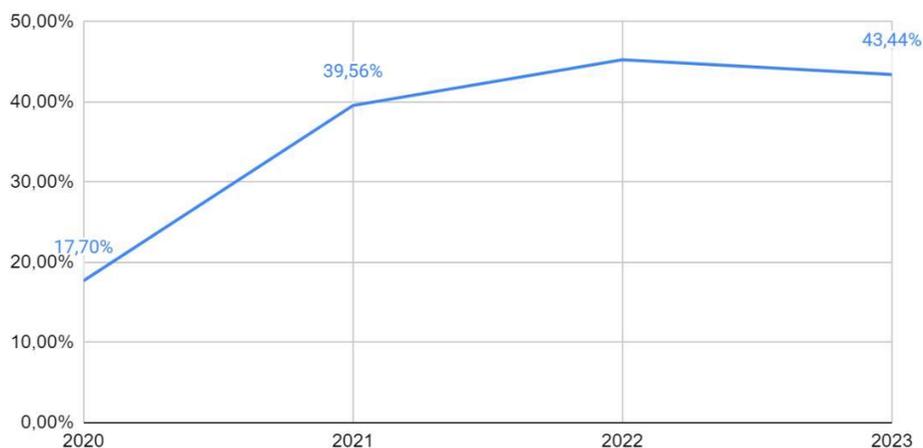
Al realizar un análisis por edad y género de las personas consumidoras que presentaron reclamos presenciales en la DRM durante el año 2023, se puede visualizar lo siguiente:

**Gráfico N°2:** Reclamos presenciales DRM 2023- Grupos etarios



**El 43,4% de las personas consumidoras que acudieron a nuestras oficinas presenciales de atención fueron personas mayores** (año 2020 sólo el 17,7%, año 2021 39,56%, año 2022 45,28%), las cuales mantuvieron atención preferencial por parte de nuestros ejecutivos y ejecutivas.

**Gráfico N°3:** Evolución porcentaje de personas mayores atendidos en oficina regional



Se destaca que el grupo comprendido entre los 40 y 59 años representó el **36,3% del total de personas consumidoras** (año 2020 el 59,5%, año 2021 el 36.4%, año 2022 36,8%). Por lo cual se puede indicar que más del 80% de los reclamos fueron por personas sobre los 40 años de edad. Se visualiza una pequeña diferenciación entre mujeres y hombres para el año 2023, **49,67% fueron realizados por mujeres y un 53,23% hombres**, manteniendo la tendencia de los años 2021 y 2022.

Paralelamente a la atención presencial, la DRM realizó 44 horas de teleatención mensual durante el periodo de 2023, dando **cumplimiento al 100%** de lo solicitado desde el Departamento de Atención Usuaría y Despliegue Territorial (DAUDT) para cada mes y año, **realizando un total de 593 teleatenciones** el 2023.

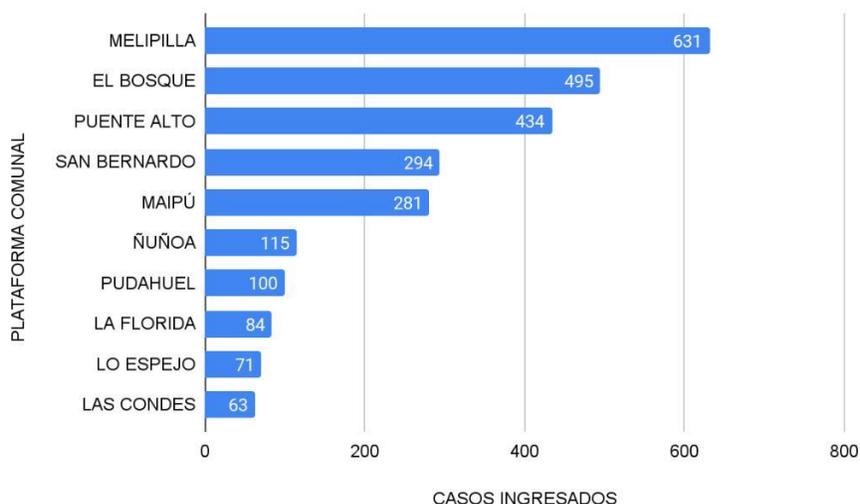
**Tabla N°2:** Teleatenciones comprometidas y efectuadas DRM-2023

SE PRESENTA CONSUMIDOR (SI/NO)							
DRM/ Mes	Atenciones solicitadas por DAUDT	NO	SI	No agendadas	Atenciones comprometidas DRM	% de Cumplimiento	% de atención realizada / citas agendadas
ENERO	44	26	21	2	49	100%	45%
FEBRERO	44	28	22	0	50	100%	44%
MARZO	44	30	21	0	51	100%	41%
ABRIL	44	26	19	2	47	100%	42%
MAYO	44	25	20	9	54	100%	44%
JUNIO	44	19	29	5	53	100%	60%
JULIO	44	19	27	0	46	100%	59%
AGOSTO	44	23	22	5	50	100%	49%

SEPTIEMBRE	44	22	15	11	48	100%	41%
OCTUBRE	44	18	19	12	49	100%	51%
NOVIEMBRE	44	23	25	3	51	100%	52%
DICIEMBRE	44	25	20	0	45	100%	44%

**Plataformas Municipales** : De las 52 comunas que posee la Región Metropolitana, nuestra Dirección Regional tiene convenio de cooperación con **44 municipios, con la incorporación durante 2023 de San José de Maipo**, logrando un despliegue en la región de un 82.69%. Las 10 plataformas comunales que recibieron más reclamos fueron:

**Gráfico N°4:** Reclamos ingresados en plataformas comunales 2023



Paralelamente las dos funcionarias que se desempeñan como Administradoras de plataformas, han realizado un despliegue en talleres de educación financiera y conocimiento de derechos y deberes en temas de consumo, a juntas de vecinos y grupos de personas mayores en 20 comunas rurales y/o vulnerables en convenio de la región, **llegando a 896 beneficiarios** (708 mujeres y 188 hombres).

**Interoperabilidad con Proveedores** : Para el subproceso de Interoperabilidad se puede mencionar que según los resultados de PNR/PNA trimestrales y semestrales de proveedores regionales, en base a lo informado por DAUDT y a los reportes emitidos desde la DRM, durante el año 2023, se enviaron **79 oficios** a proveedores, disminuyendo en un 28% en comparación al año 2022 (110 oficios).

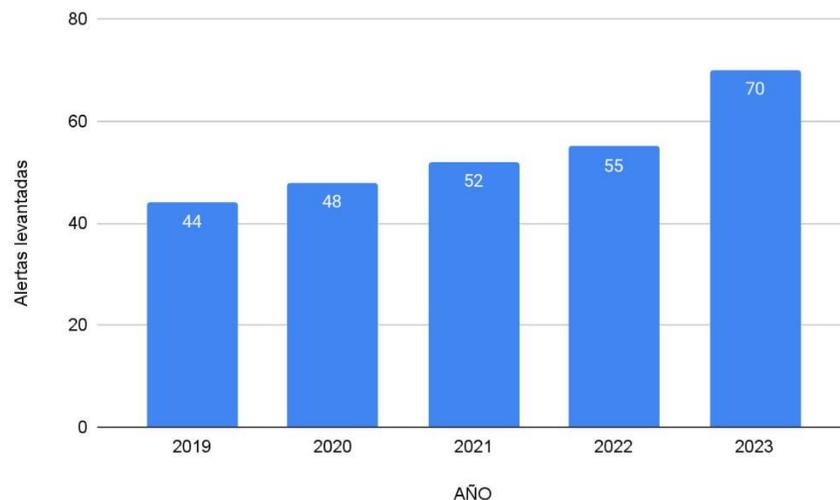
En cuanto a nuestra labor de comunicación con las empresas, se buscó, entre otros objetivos, el contacto con las empresas con las que se esperaba sostener mesas de trabajo, concretando en el año un total de **16 reuniones**.

Como observación final, persiste el pleno compromiso con el proceso por parte de quienes participan en éste, siendo constante la idea de potenciar las labores de Interoperabilidad, tanto en lo definido a nivel interno de la DRM, como en las que se nos encomienden desde el Nivel Central; instancia en donde se han validado nuestras gestiones y apoyo como Centro de Responsabilidad, lo cual nos es del todo satisfactorio, siempre con el norte del resguardo de los derechos de las personas consumidoras.

**Alertas de Vigilancia:** Desde nuestra Dirección Regional, el año 2020 elaboramos un instructivo para organizar entre las unidades pertenecientes a este centro de responsabilidad el levantamiento y tratamiento de una alerta. Este instructivo fue presentado a los encargados del proceso de vigilancia para revisión e ingreso a la documentación oficial. A fines del 2023 este está siendo actualizado al nuevo organigrama institucional y a las funciones de cada participante del flujo.

Desde la DRM durante el año 2023 logramos levantar 70 alertas para el Comité de Vigilancia. Si bien no existía meta para este año, se incrementó de manera significativa el número de alertas propuesta desde esta Dirección Regional.

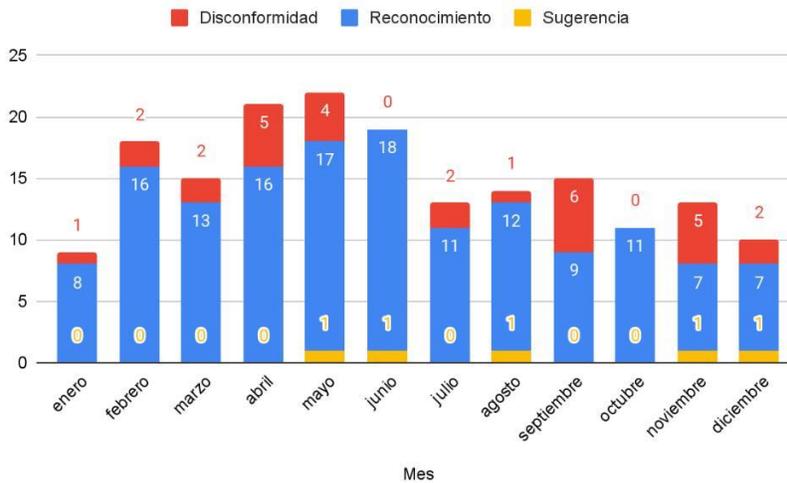
**Gráfico N°5:** Alertas levantadas DRM- 2023



Además, trabajamos 18 alertas derivadas de otros centros, ejecutando 18 de las 21 acciones asociadas a dichas derivaciones. Durante el año 2023 y sumando la salida de la Unidad Judicial de esta Dirección Regional, las alertas que deben ser tramitadas por la DRM, son revisadas por los dos abogados que esta Dirección cuenta.

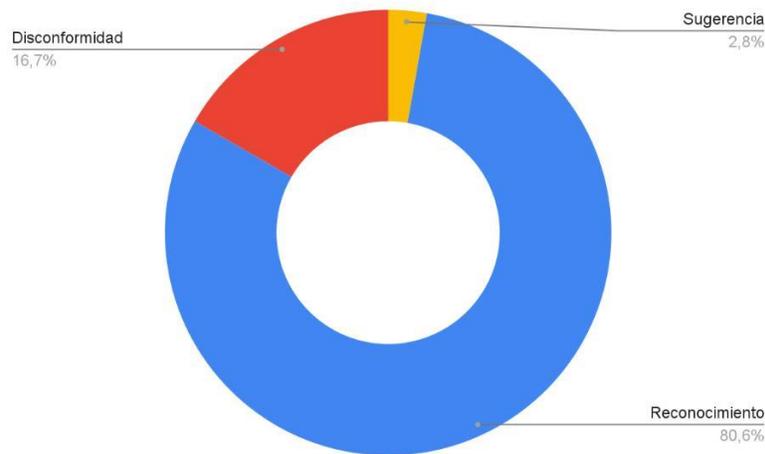
**Su opinión nos interesa (SONI)** : Para el desarrollo de SONI (Su Opinión Nos Interesa), durante el año 2023 se ingresaron 180 SONI para la DRM desde los usuarios y usuarias.

**Gráfico N°6: SONI recibidos por mes DRM- 2023**



Respecto al tipo de SONI, los reconocimientos al trabajo entregado por los y las funcionarias de nuestra Dirección Regional, este 2023 se mantiene sobre el 80%, (84,4% año 2022), como da cuenta el gráfico siguiente. Es importante informar que todos los SONI de la DRM fueron respondidos dentro los tiempos establecidos por el procedimiento.

**Gráfico N°7: Tipo de SONI DRM- 2023**



**Derivación de casos** : Durante el año 2023 se recibieron 72 casos derivados desde otras instituciones del Estado y de otros centros de responsabilidad de la Institución (especialmente Gabinete), a las cuales se les otorgó respuesta en tiempo y forma.

**Tabla N°3: Casos derivados a DRM-2023**

Derivado por	Casos	Derivado por	Casos
Cámara de Diputados	2	Poder Judicial	1
Contraloría General de la República	4	Presidencia	16
Fundación Iguales	1	Superintendencia de Educación	6
Gabinete	33	SUPERIR	7
Interno Servicio	1	Ministerio del Interior	1
<b>Total</b>	<b>72</b>		

Paralelamente se trabajó con la casilla de email [santiago@sernac.cl](mailto:santiago@sernac.cl) por donde la ciudadanía hace llegar reclamos y consultas de consumo, los cuales se asignan a una persona ejecutiva de atención de público, quien los contacta para dar la orientación correspondiente o bien ingresar el reclamo al sistema, los requerimientos ingresados por está vía el 2023 ascendieron a 452.

**Hipervulnerabilidad** : A propósito de los diversos casos de consumo que se recepcionan en la atención de público regional relacionados con personas hiper vulnerables, es que el 2023 se presentó una iniciativa a la Dirección Nacional, consistente en un Piloto de Protocolo para la identificación y tratamiento de estos reclamos, con el objetivo de fortalecer la protección las personas consumidoras, el que actualmente está en implementación.

**Imagen N°1: seguimiento casos Piloto Protocolo de Hiper Vulnerabilidad.**

Proyecto: <b>Implementación y diagnóstico inicial de Protocolo HV</b>									
Fecha de inicio: <b>6/8/2023</b>									
Días planeados de trabajo: <b>211</b>									
Fecha de fin: <b>4/3/2024</b>									
N°	Descripción de la etapa	Duración de la etapa (días)	Tarea dependiente	Comienzo	Fin	Responsable	Estatus	Fecha de finalización	Días que efectivamente llevó la etapa
1	Elaboración de Protocolo HV	30	No Aplica	06/09/23	04/09/23	AHC/INV	Completado	04/09/23	30
2	Presentación inicial a DR	1	1	07/09/23	07/09/23	AHC/INV	Completado	07/09/23	1
3	Aprobación final de DR	1	2	25/10/23	25/10/23	GMU	Completado	25/10/23	1
4	Elaboración material de apoyo (PPT)	5	2	01/09/23	05/09/23	AHC	Completado	05/09/23	5
5	Aprobación de material de apoyo	1	4	25/10/23	25/10/23	GMU	Completado	25/10/23	1
6	Diseño de planilla de seguimiento	1	3	20/11/23	20/11/23	AHC	Completado	20/11/23	1
7	Presentación de Protocolo a equipo DRM	1	3	21/11/23	21/11/23	AHC/INV	Completado	21/11/23	1
8	1era capacitación de casos prácticos a DRM	1	7	05/12/23	05/12/23	AHC/INV	Completado	05/12/23	1
9	Entrada en vigencia de Protocolo HV en DRM	2	7	21/11/23	22/11/23	DRM	Completado	22/11/23	2
10	Llenado de datos de casos informados	102	9	21/11/23	01/03/24	AHC/INV	En progreso		
11	Presentación de Protocolo y casos prácticos a DN	1	3	23/11/23	23/11/23	GMU/INV/AHC	Completado	23/11/23	1
12	1era Reunión de revisión de casos HV DRM	1	9	29/01/24	29/01/24	DRM	No comenzado		
13	2da Reunión de de revisión de casos HV DRM	1	12	12/02/24	12/02/24	DRM	No comenzado		
14	3era Reunión de de revisión de casos HV DRM	1	13	26/02/24	26/02/24	DRM	No comenzado		
15	Primera recopilación de resultados	2	14	26/02/24	27/02/24	AHC	No comenzado		
16	Elaboración de 1er informe de evaluación	3	15	28/02/24	01/03/24	AHC/INV	No comenzado		
17	Presentación de resultados iniciales	1	16	04/03/24	04/03/24	AHC/INV	No comenzado		



## II. Educación para el Consumo Sostenible

Este trabajo se concentra principalmente en los profesionales de apoyo de la Dirección Regional, y durante el año 2023 realizaron actividades de difusión y ejecución de la parrilla de cursos y talleres que posee el proceso de entrega de productos y servicios educativos, basados en temas de derechos y deberes del consumidor, educación financiera, consumo sostenible y equidad de género, especialmente orientados a:

- Organizaciones ciudadanas
- Mujeres emprendedoras
- Personas mayores
- Niños, niñas y adolescentes.
- Diversidad sexual

Durante el año 2023 se capacitaron a **2715 beneficiarios** (732 hombres, 10 otros y 1973 mujeres), **augmentando en un 67,4%** la cantidad de beneficiarios a los que llegamos en comparación al 2022, con un total de 167 actividades.

El despliegue se realizó a través de alianza con:

- **7 Servicios Públicos** (PRODEMU, SENAMA, SERCOTEC, DPP Maipo, INJUV, FOSIS, SERNAMEG),
- **8 colegios rurales y/o vulnerables,**
- **9 organizaciones sociales** (WAZU, Fundación trabajo para un hermano, DUOC, Fundación Soymás, Fundación EMMA, Fundación SOPEÑA, Asociación de Barrios patrimoniales, Fundación Iguales y ACHIGA),
- **6 comunas sin convenio** con SERNAC (San José de Maipo, Padre Hurtado, Alhué, Peñaflo, Cerrillos y Paine)

**Relacionamiento con la academia:** Este año el énfasis fue, realizar charlas con los alumnos de las carreras de Derecho y de Trabajo Social sobre los principales derechos de la Ley N°19.496 y facultades del SERNAC. Para lo cual trabajamos con las siguientes Universidades:

- Universidad San Sebastián, sede La Florida
- Universidad del Desarrollo
- Universidad Gabriela Mistral
- Universidad de Santiago de Chile

Adicionalmente el 29 de agosto de 2023, se efectuó en conjunto con la Universidad del Desarrollo un seminario de “Tópicos de Derecho del Consumo”. En esta instancia participó la Directora Metropolitana (S) del SERNAC, el profesor investigador del Centro de Derecho Regulatorio y Empresa UDD, Renzo Munita, y el Juez de Policía Local de Lo Barnechea, Javier Lema.

**SEMINARIO**  
TÓPICOS DE  
**DERECHO DEL CONSUMO**  
29 AGOSTO  
18:30 hrs  
MODALIDAD ONLINE - EN VIVO

Se abordará en materia de consumo financiero la eficacia de las nuevas atribuciones que se le otorgaron al SERNAC.  
Por otra parte, se analizará la carga dinámica de la prueba en los procedimientos seguidos ante los Juzgados de Policía Local.  
Finalmente, se estudiarán las acciones colectivas sobre todo, lo relativo al resarcimiento por daño moral a 5 años de la modificación introducida por la ley 21.051.

**EXPOSITORES**

**RENZO MUNITA MARAMBIO**  
Abogado, Profesor Investigador del Centro de Derecho Regulatorio y Empresa, UDD.

**MARÍA GABRIELA MILLAQUÉN URIBE**  
Abogada, Directora Regional Metropolitana del SERNAC (s).

**JAVIER LEMA COLECCHIO**  
Abogado, Jefe Titular del Juzgado de Policía Local de La Barchesa.

**MODERA: SIMÓN PONCE**  
Abogado, Docente y Abogado Asistente Clínica Jurídica.

**INFORMACIÓN GENERAL**

Fecha: Martes 29 de agosto.  
Horario: 18:30 hrs.  
Modalidad: Online en vivo (vía ZOOM y UDDTV).  
Consultas: Josefina Pérez / manajosefina.perez@udd.cl

**INSCRIPCIONES**

Lifelong Learning UDD  
El valor de la formación de límites

### III. Participación Ciudadana

Se desarrollaron **4 conversatorios relacionados a consumo**. Estas actividades se desarrollaron en conjunto a las Delegaciones Presidenciales Provinciales de Cordillera, Maipo, Melipilla y Talagante, en ellos se abordaron temáticas de servicios básicos y cobros indebidos, efectuando una exposición de la realidad territorial en función a los reclamos y proveedores relacionados a la materia.

### IV. Fiscalización

Durante el año 2023, se efectuaron **181 actividades de fiscalización** en la Región Metropolitana, efectuadas por la Subdirección de Fiscalización del SERNAC. Al separarlas por la modalidad de fiscalización encontraremos: **65 presenciales, 79 digitales y 37 documentales**. La siguiente tabla muestra los 10 mercados más fiscalizados en el año.

**Tabla N°4:** mercados fiscalizados en la DRM el 2023

Mercado	Fiscalizaciones
Comercio minorista general	45
Comercio minorista de alimentos y bebidas	19
Transporte	15
Entretenimiento	15
Inmobiliario	14
Turismo	12
Telecomunicaciones	12
Vehículos y rodados	11
Suministro de electricidad, gas y agua	9
Servicio de comida y bebida	9

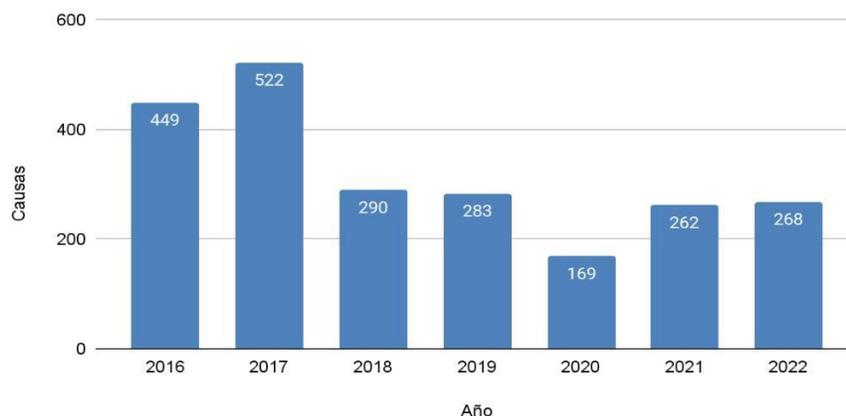


## V. Protección y compensaciones – Juicios

Hasta el mes de julio del 2023 la Unidad Judicial pertenecía a esta dirección regional, desde agosto pasó a formar parte del Departamento de Protección Regional de la Subdirección Jurídica, con el fin de cumplir con la estricta separación de funciones en la Dirección Regional.

Durante el año 2023, desde el Departamento de Juicios no se estableció nivel de actividad para la UJ-DRM, por lo cual al mes de julio solo se habían iniciado 63 Juicios de Interés General (JIG´s) , finalizando el año con **125 JIG´s iniciados y 72 cerrados** en la región.

**Gráfico N°8: Causas iniciadas por año desde la DRM**



## VI. Acciones Comunicacionales y Prensa

Durante el año se enviaron **70 comunicados a la prensa comunales, municipales y regionales** dictados desde Nivel central o con noticias del despliegue de esta Dirección Regional. Paralelamente fruto del relacionamiento con los medios locales (principalmente en el segundo semestre) se logra posesionar a esta DR en distintos programas radiales y streaming logrando concretar 24 apariciones en el año.

## VII. Despliegue Territorial

Otra de las labores que este equipo ejecuta en colaboración con el equipo de la Unidad de Atención de Público (UAP), es la participación de gobiernos en terreno y ferias de servicios. Como Dirección Regional asistimos durante el año 2023 a **70 actividades** (49 GET, 13 Ferias de Servicio y 8 Plazas de Justicia) abarcando las 6 provincias de la región y 33 de las 52 comunas existentes.

**Tabla N°5: Desglose de actividades por provincia 2023**

Provincia	Comunas visitadas	Número de GeT
Chacabuco	Tiltil Lampa Colina	7 GET
Cordillera	Pirque Puente Alto San José de Maipo	9 GET 3 Plazas de Justicia
Maipo	Buin Calera de Tango Paine San Bernardo	5 GET
Melipilla	Alhué Curacaví Melipilla Maria Pinto San Pedro	7 GET
Talagante	Peñaflor Talagante Padre Hurtado Isla De Maipo El Monte	12 GET 7 Ferias de Servicio
Santiago	Cerrillos Cerro Navia Conchalí Independencia La Florida Lo Espejo Lo Prado Maipú Pedro Aguirre Cerda Puente Alto Quilicura Renca San Joaquín	9 GET 6 Ferias de Servicio 5 Plazas de Justicia

**Calidad de Servicios y Experiencia Usuaría** : Dentro de las Metas de Eficiencia Institucional (MEI), se solicitó realizar un diagnóstico de calidad de servicios y experiencia usuaria a cada Dirección Regional. Desde la Región Metropolitana, se presentó un diagnóstico que analizó las principales brechas y dolores de las personas usuarias del SERNAC en la Región y a su vez la identificación de todas aquellas mejoras, iniciativas y propuestas de mejora para contribuir a la satisfacción usuaria de las personas consumidoras que acuden al SERNAC.

**Relacionamiento Mall Plaza:** En el último trimestre del año se logró concretar una alianza con la cadena Mall Plaza en la Región Metropolitana, esto permitió incluir la presencia de un stand del SERNAC en fechas emblemáticas de consumo para la orientación a personas consumidoras que asistan a los recintos. Así, desde el 26 de diciembre hasta el 12 de enero de 2024 en, posterior a navidad participamos con los profesionales y los ejecutivos de atención de público en la **campaña de garantía legal y Proyecto de Ley “ Sernac te protege”** en los siguientes mall , en el horario de 15:00 a 18:00 horas.

**Tabla N°6: Asistencia DRM-Mall Plaza**

Mall Plaza	Comuna	N° de visitas
Vespucio	La Florida	3 visitas
Tobalaba	Puente Alto	2 visitas
Oeste	Cerrillos	3 visitas
Norte	Huechuraba	1 visitas
Sur	San Bernardo	3 visitas

## **VIII. Desafíos y compromisos 2024**

Es importante destacar el compromiso y trabajo de cada uno de los funcionarios y funcionarias de la Dirección Regional durante el año 2023, especialmente el retorno a la presencialidad con jornada completa, luego del periodo de pandemia.

Para la Unidad de Atención de Público (UAP), se identifica como una fortaleza la excelencia en la atención presencial y la mejora en el monitoreo de conductas de proveedores que participan en el mercado, lo que se traduce en el aumento de alertas de vigilancia, las que no solo son dirigidas a la gestión propia de la región, sino que habilitan la gestión de otros equipos. Lo anterior da cuenta de un equipo cohesionado y con un enfoque al cumplimiento de metas colectivas.

Por su parte, dentro del grupo de Profesionales de Apoyo, se destaca el gran despliegue territorial en el año con talleres y cursos a grupos hiper vulnerables, y la cantidad de personas consumidoras a las que pudimos llegar en el cumplimiento de nuestra misión de informar y educar a la ciudadanía en temas de consumo.

La mantención del relacionamiento con la academia y el Diagnóstico de de calidad de servicios y experiencia usuaria, son puntos a tener en cuenta y el desafío es a seguir profundizando en estas actividades.

El trabajo en cooperación con los Centros Comerciales, nos ayudará este 2024 a desplegar desde la Dirección Regional, los desafíos estratégicos de Protección , prevención y cercanía con personas



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



consumidoras, así como también dar cuenta de que el trabajo público-privado es necesario en estas materias. Mantener la presencia del stand del servicio en fechas importantes de consumo es esencial para que el convenio sea de utilidad a esta dirección regional y esperamos avanzar en tener información de forma permanente en estos espacios para las personas consumidoras.

Como oportunidad de mejora para el año 2024 se plantean las siguientes medidas:

- Creación de un plan de trabajo colectivo para los profesionales con énfasis en los desafíos estratégicos del servicio y los ejes orientadores,
- Revisar el relacionamiento con nuestras stakeholders y ver su participación para el plan 2024
- Seguir trabajando en la capacitaciones internas en temas transversales y de interés para el equipo de trabajo.
- Como lo indica el “Diagnóstico de Calidad de Servicios y Experiencia Usuaría Dirección Regional Metropolitana” , generar un mapa de actores relevantes para la DRM, y con esto generar una estrategia de acción para cada uno de los grupos de actores identificados.
- Generar sinergias y alianzas estratégicas con otros actores, en materias de consumo sostenible, considerando los desafíos actuales en esta materia.
- Fortalecer el trabajo de innovación y propuestas de proyectos con impacto en las personas consumidoras desde la Dirección Regional, con foco en la región, pero que sean replicables a nivel nacional.
- Avanzar en el relacionamiento con las Asociaciones de Consumidores con presencia regional, y fomentar su desarrollo en temas que tengan impacto público.
- Fomentar resolución oportuna de conflictos en materia de consumo por medio de acciones extrajudiciales, esto es, promover la resolución de conflictos a través de mecanismos alternativos como: procedimientos voluntarios colectivos, mesas de trabajo y negociaciones desformalizadas con proveedores, logrando soluciones favorables de cara a las personas consumidoras y en un menor plazo a la vía judicial.

Se visualiza como una gran medida la implementación del proyecto/iniciativa “**Piloto de Protocolo para la Identificación y Tratamiento de casos de hiper vulnerabilidad**” por esta Dirección Regional y el aporte que hará a la institución después de su implementación. Así también, la inclusión desde el 2024 de la DRM en el Consejo de la Sociedad Civil (COSOC) Nacional, por lo cual se espera realizar un diagnóstico a mitad de año de nuestra participación y aporte.



**Reporte de Ejecución**  
**Cuenta Pública Participativa Regional Región Metropolitana**

<b>Ciudad</b>	Santiago, Región Metropolitana		
<b>Lugar</b>	Auditorio del Centro Comunitario Matta Sur, ubicada en Chiloé #1799. Comuna de Santiago Centro.		
<b>Fecha</b>	Jueves 23 de mayo del 2024		
<b>Instituciones y/u Organizaciones Asistentes</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Sociedad Civil</b>	<b>Servicios Públicos</b>
		Corporación SOPEÑA	Seremía de Economía
		Universidad de Santiago	SENADIS DRM
		Fundación Basura	PRODEMU DRM
		Universidad del Desarrollo	INJUV DRM
			JPL Independencia
			Municipalidad de Quinta Normal
			Municipalidad de San Joaquín
			Municipalidad de San Miguel

<b>Total asistentes</b>	25 participantes	<b>Mujeres</b>	15
		<b>Hombres</b>	10
		<b>Otro</b>	0

**Objetivo General**

Constituir un hito de información que dé cuenta de la gestión realizada por Dirección Regional Metropolitana del Servicio Nacional del Consumidor, propiciando el diálogo ciudadano, de carácter público, en torno a la evaluación de la gestión de esta Dirección Regional para fomentar la escucha activa y realizar la mejoras que resulten pertinentes en el quehacer institucional.

**Objetivos Específicos**

Realización de la Cuenta Pública Participativa 2024 (en adelante CPP 2024) de la Dirección Regional Metropolitana del Servicio Nacional del Consumidor, donde se exponen de manera clara y pedagógica los hitos de la gestión regional, promoviendo posteriormente la conversación de la ciudadanía .

## Desarrollo de la actividad

- **Programa de la actividad**

Hora	Actividad
15:00 – 15:20	Acreditación de invitados e invitadas
15:20 – 15:25	Bienvenida a las y los asistentes (video Director Nacional)
15:25 – 15:30	Palabras SEREMI
15:30 – 16:00	Presentación Cuenta Pública 2024 – Directora Regional Metropolitana
16:00 – 16:45	Coffee Diálogo participativo o Trabajo de mesas
16:45 – 17:00	Preguntas a la Directora Regional y cierre

- **Metodología participativa**

El desarrollo de la CPP 2024 constó de “tres momentos”, el primero correspondió a la presentación de la directora regional; el segundo al trabajo en torno a las preguntas (dispuestas desde DPC) y el tercer momento a responder las preguntas realizadas por las personas asistentes a la actividad.

Cada una de las mesas contó con un/a facilitador/a quién estimuló el diálogo y tomó nota de los principales aportes y temas discutidos en la mesa, para ello se dispuso de un set de preguntas que guiaban la conversación.

Para finalizar el trabajo de mesas, se pidió a los integrantes que redacten o escojan una o dos preguntas para la Directora Regional. Éstas fueron recogidas por un funcionario/a de la DR, quien seleccionó preguntas para que contestara la Directora.

No quedaron preguntas sin contestar pero se informó que las preguntas que no fueran contestadas en la actividad serán respondidas a través de este informe final de CPP 2024, el cual será publicado de forma posterior en el sitio web de SERNAC y se les hará llegar a través de correo electrónico.

- **Composición de las mesas**

Se organizaron 6 mesas de trabajo con aproximadamente 5 personas por cada una. Cada mesa contó con un facilitador y los participantes se agruparon de la siguiente manera:

Mesa 1	Jóvenes
Mesa 2	Academia
Mesa 3	Funcionarios Municipales
Mesa 4	Personas Mayores
Mesa 5	Mujeres
Mesa 6	Público General

- **Desarrollo de preguntas por mesa**

Cada una de las mesas contó con un/a facilitador/a quién estimuló el diálogo y tomó nota de los principales aportes y temas discutidos en la mesa, para ello se dispuso de 4 preguntas que guiaron la conversación:

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?

Para esta actividad se dio un tiempo de 45 minutos.

### **Resultados del trabajo**

En el siguiente cuadro se muestran las conversaciones por mesa en torno a cada pregunta trabajada.

<b>Pregunta 1</b>	<b>¿Sabe cómo el SERNAC le protege? ¿Qué opinión tiene de eso?</b>
Mesa 1: Jóvenes	Si, el SERNAC realiza una gran labor ya que nos protege de las injusticias que realizan las empresas privadas. Al SERNAC, le falta más herramientas jurídicas para poder sancionar a las empresas
Mesa 2: Academia	Falta de herramientas para proteger a los consumidores en casos de interés individual.
Mesa 3: Funcionarios Municipales	Si, a través de la ley 19496 y a través de los J.P.L y es la base, y es una modalidad reciente que se visualiza los derechos y esto hace claro que la ciudadanía tengo más claro su defensa. Sernac, está ajeno a la persona, y le falta bajar información a la ciudadanía, tiene que estar más presente, por ejemplo, a través de la televisión. Por el proceso constitucional, se perdió la confianza del servicio, ya que no está tan respaldado. Se ve a Sernac, como el policía que te protege, ya que las dificultades que se han presentado las resuelve, tiene una plataforma amigable, el servicio ha tenido un proceso exitoso
Mesa 4: Personas Mayores	Me siento protegida por Sernac, ya que cada vez que tengo un problema de consumo, sé que en Sernac me escucha, me orienta y solo con el hecho de reclamar ya me siento protegida. Yo siento que me protege ya que cuando ingreso un reclamo aun cuando no tengo buenos resultados, el solo hecho de que me reciban mi problema, es como que a una la acogen.

<p>Mesa 5: Mujeres</p>	<p><b>Francisca (Migrantes Santiago):</b> Las y los migrantes tienen un desconocimiento total de sus derechos y, por lo tanto, tampoco conocen al SERNAC ni cómo los protege. De hecho, hay muchas personas que, para legalizar sus papeles, contratan a “agencias tramitadoras” para que realicen sus trámites de legalización, y les pagan alrededor de \$400.000 por gestiones que la mayoría de las veces son gratuitas, pero ellos desconocen eso.</p> <p><b>Gabriela (Sopeña):</b> Las usuarias de la Fundación desconocen los servicios públicos ni sus funciones y, ante una infracción a la ley del consumidor, no denuncian. Esto puede ser por varios motivos como, por ejemplo, la “pereza” de hacer el trámite de reclamar, la falta de una cultura de denuncia ante incumplimiento de derechos y miedo a enfrentarse a los proveedores.</p> <p><b>Pamela (Prodemu):</b> Las usuarias si bien conocen la labor del SERNAC, tienen desconfianza en las instituciones públicas. Como no saben bien en qué consiste el trámite que hace el SERNAC con los reclamos, le produce desconfianza la gestión. Se necesita que reconozcan sus derechos.</p> <p><b>Ximena (UDD):</b> Las y los usuarios de las clínicas jurídicas no tienen conocimiento sobre la institución ni de sus mecanismos de protección, por lo cual, no hay muchas causas en consumo.</p> <p>Las y los alumnos de la Universidad, no tienen mucho conocimiento del SERNAC ni de sus atribuciones, ya que los contenidos que ven en la universidad son muy básicos.</p>
<p>Mesa 6: Público General</p>	<p>Si tengo claros algunos mecanismos de protección que SERNAC posee. Respecto a estos creo en lo personal que falta mayor cercanía con la juventud de hoy, en lo que difundir y dar a conocer de forma efectiva estos.</p>

<p><b>Pregunta 2</b></p>	<p><b>¿Cómo mejoramos la comunicación con la ciudadanía?</b></p>
<p>Mesa 1: Jóvenes</p>	<p>→ Llegando de forma más masiva a los municipios, colegios, universidades, y que sea de forma continua, realizar más actividades en terreno, y llegar a un público más joven realizando convenios con influencers, tiktok, etc.</p>
<p>Mesa 2: Academia</p>	<p>→ Informar los derechos en un lenguaje más común a través de medios de comunicación masiva, como por ejemplo, en un programa de televisión igual al formato de la “Jueza de TVN”.</p>
<p>Mesa 3: Funcionarios Municipales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Acercarse a través de charlas, a los distintos grupos de personas</li> <li>→ Presencia municipal,</li> <li>→ Participación en ferias</li> <li>→ Difusión a través de medio de comunicación</li> <li>→ Hacer más amigable los procesos con los J.P.L. ya que no tiene un trabajo en conjunto.</li> </ul>
<p>Mesa 4: Personas Mayores</p>	<p>→ Más prensa, educación, canales públicos, difusión entretenida.</p>
<p>Mesa 5: Mujeres</p>	<p>→ Bajar la información a través de folletería, infografías</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Educar a la ciudadanía en el marco de su experiencia total, y ahí incorporar los temas de consumo y las posibles infracciones.</li> <li>→ Educar a las y los profesionales a cargo de atender usuarios/as</li> <li>→ Más información del SERNAC en redes sociales.</li> <li>→ Charlas, capacitaciones.</li> <li>→ Comerciales en Televisión.</li> <li>→ Intervenciones urbanas: Afiches en el metro, medios de transporte, calle.</li> <li>→ Stand en terreno y ferias de servicios.</li> </ul>
Mesa 6: Público General	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Ampliando las plataformas de comunicación de forma regional.</li> <li>→ Aprovechando de mejor forma el sitio WEB.</li> <li>→ Mayor difusión en lugares físicos y virtuales de los jóvenes.</li> </ul>

<b>Pregunta 3</b>	<b>¿Cómo podríamos mejorar nuestros servicios?</b>
Mesa 1: Jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Visibilizar la oficina de atención de público con una buena publicidad, dar a conocer en distintos medios de comunicación la labor que se realiza</li> </ul>
Mesa 2: Academia	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Lograr articular la forma de poder incentivar a las personas consumidoras para que lleguen al final del proceso de un Juicio de Interés Individual.</li> </ul>
Mesa 3: Funcionarios Municipales	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Hay que empoderar más a la ciudadanía, y que el municipio le dé la relevancia que el sernac tiene.</li> </ul>
Mesa 4: Personas Mayores	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Más educación cívica en colegios, donde enseñen los derechos de las personas, participación en JJVV y grupos de adulto mayor.</li> <li>→ Hacer ocupación de espacios ociosos como el metro, micros teniendo publicados los derechos y promocionar el SERNAC.</li> </ul>
Mesa 5: Mujeres	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Contar con más recursos materiales y humanos.</li> <li>→ <del>Facultad sancionatoria</del></li> </ul>
Mesa 6: Público General	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Simplificando la comunicación y con un formulario más simple para realizar el reclamo y los distintos productos WEB.</li> </ul>

<b>Pregunta 4</b>	<b>¿Qué sugerencias u observaciones tiene para SERNAC?</b>
Mesa 1: Jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>→ Mejorar tiempos de respuesta en los reclamos , adelantarse a posibles facultades que tenga en un futuro.</li> </ul>
Mesa 2: Academia	Respecto a esta pregunta, se insistió con lo anterior.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



Mesa 3: Funcionarios Municipales	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Más cercanía con los J.P.L</li><li>→ Que se genere red de apoyo entre la plataforma sernac y los J.P, como una mesa de trabajo</li><li>→ Acercarse a la ciudadanía con folleterías y chanchitos.</li></ul>
Mesa 4: Personas Mayores	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Solo más difusión.</li></ul>
Mesa 5: Mujeres	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Contar con más recursos materiales y humanos.</li><li>→ Facultad sancionatoria.</li></ul>
Mesa 6: Público General	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Mayor difusión de forma simple y focalizada.</li></ul>

## • Preguntas de las mesas

Pregunta de la mesa	Respuesta Directora Regional
Hemos visto que el SERNAC entrega charlas de Ley del Consumidor y Educación Financiera a adultos y personas mayores. ¿Tiene alguna charla educativa para niñas y niños pequeños en estos temas?	Dentro de nuestra oferta pública tenemos diversos talleres de educación para NNA, sin embargo para menores del primer ciclo básico advertimos la oportunidad de generar material de trabajo en temáticas de derechos del consumidor y consumo sostenible. Lo anterior, ha sido incluido dentro de nuestros desafíos 2024, para generarlo nos proponemos mejorar nuestro relacionamiento con la academia, organismos públicos y sociedad civil organizada.
¿Cómo va a llegar el Sernac a los jóvenes, que medidas tienen pensadas y por qué canales de comunicación para hacer más amigable y efectiva su impacto en ellos?	Dentro de nuestros objetivos estratégicos transversales está tener un plan de comunicaciones robusto, a través del cual podamos llegar a la ciudadanía. Sobre el público joven, debemos llegar con un lenguaje simple, cercano y en los canales que son utilizados por ellos, en este sentido nos encontramos potenciado nuestra cuenta de Instagram, y podríamos proponer abrir otras redes sociales que sean pertinentes.
¿Cómo trabajarán para acercar la información a los jóvenes como por ejemplo las redes sociales?	
Respecto a la población migrante, ¿Existe porcentaje de cuántos reclamos realiza la población migrante, por nacionalidad, por situación migratoria ?	En términos generales, podemos indicar que en la RM el 2023, recibimos cerca de <b>948 reclamos</b> y <b>640 consultas</b> de personas consumidoras migrantes. Respecto de este dato, podemos detallar que las cuatro nacionalidades de mayor presencia son, en orden: <b>venezolana, peruana, haitiana y colombiana</b> . No obstante lo anterior, no todas las personas migrantes quedan debidamente registradas como tal en nuestro sistema, ya que muchas, al tener rut nacional, quedan como chilenas al ingresar su consulta o reclamo; así, el número real de atenciones



	<p>a migrantes debería ser mayor al señalado. Aparte de lo anterior, dentro de la información sistematizada en nuestro modelo de atención al consumidor no se consigna la situación migratoria de las personas, por lo que de dicho dato, no tenemos información que proporcionar.</p>
<p>¿Cómo potenciar en lo orgánico y funcional las unidades comunales del Sernac?</p>	<p>Debemos asegurar que dentro de cada municipalidad todos los funcionarios sepan que existe un convenio vigente, y quien es la persona encargada en la comuna. Debemos estar presente a través de diversas acciones, como operativos, remisión de información, plazas ciudadanas, Gobiernos en Terreno, con la plataforma comunal, para darle visibilidad, no solo en el interior del municipio, sino que con la comunidad.</p>
<p>¿Se han enfocado en la protección de los consumidores en el comercio electrónico?</p>	<p>El comercio electrónico ha sido una materia de particular preocupación para nuestro servicio, atendiendo a que cada vez son mayores las cantidades de transacciones que se efectúan por parte de los consumidores a través de este canal de venta. En particular podemos comentar que el SERNAC ha elaborado una <a href="#">circular interpretativa de Buenas prácticas comerciales en materia de comercio electrónico</a>, y que el 24 de marzo de 2022 entró en vigencia el <a href="#">Reglamento de Comercio Electrónico</a> que complementa la Ley del Consumidor en esta materia<sup>1</sup>.</p>
<p>Como usted señaló, el Sernac ha realizado charlas de la Ley del consumidor a las y los estudiantes de derecho de algunas universidades de la región. ¿Visualiza otro tipo de colaboración entre el Sernac y las Universidades?</p>	<p>Tenemos muchas oportunidades de trabajo con las Universidades, en primer lugar dejar a disposición estos talleres a todas sus carreras; en segundo lugar, no solo trabajar con estudiantes sino que con toda la comunidad universitaria, docentes, funcionarios, entorno; y en último término creemos que desde las Universidades que están presente en la región se pueden impulsar actividades de innovación que sirvan para la experiencia de los consumidores, generación de herramientas y estudios en materias de interés regional y que pueden ser replicables a nivel país.</p>

<sup>1</sup> Ver nota en: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-65050.html>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



### Evaluación final

La Cuenta Pública Participativa 2024 de la Dirección Regional Metropolitana del SERNAC, ha sido una demostración más de la necesidad y relevancia que tienen los Servicios Públicos de relacionarse de forma directa y cercana con nuestra ciudadanía.

Esta instancia ha sido la oportunidad de dar a conocer la gestión de nuestra Dirección Regional a la comunidad, pero también, una forma de contribuir a fomentar el diálogo y la conversación entre los distintos actores de nuestra comunidad, lo que en definitiva permite conocer las inquietudes e interrogantes que válidamente presentan las ciudadanas y ciudadanos. Así se demostró con la participación activa de las y los asistentes, que incluyó a las autoridades regionales, comunales, jueces de policía local, organizaciones sociales, universidades y por supuesto, vecinos y vecinas de distintas comunas, que quisieron decir presente en esta relevante actividad.

Por otra parte, este tipo de diálogo participativo, nos permitió vislumbrar cómo mejoramos nuestra comunicación con los consumidores y consumidoras y cómo llegamos a los distintos lugares de nuestra Región, por medio de los distintos canales dispuestos, con la finalidad de que las personas puedan conocer nuestra labor, y con ello, contribuir a la difusión de sus derechos.

Finalmente, pudimos compartir con la ciudadanía los desafíos que como Dirección Regional hemos identificado, así como también, la trascendencia del empoderamiento de las consumidoras y los consumidores en sus derechos y la disposición que siempre tendrá el Sernac, a través de la Dirección Regional Metropolitana, a atender de forma cercana y eficaz los reclamos y/o requerimientos de nuestra ciudadanía.

**GABRIELA MILLAQUEN URIBE  
DIRECTORA REGIONAL METROPOLITANA  
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**



**FOTOS DE LA ACTIVIDAD**





# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



CUENTA PÚBLICA  
PARTICIPATIVA  
'24



# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

CUENTA PÚBLICA  
PARTICIPATIVA  
'24





# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



CUENTA PÚBLICA  
PARTICIPATIVA  
'24



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA '24



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

