

## **Minuta de resultados Consulta Ciudadana**

---

### **Minuta de los principales resultados Consulta Ciudadana Mipymes SERNAC 2025**

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### I.- INTRODUCCIÓN

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

El objetivo de esta consulta es, "Identificar el tipo de material educativo e informativo que las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) necesitan en materia de derechos del consumidor"

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

Para el periodo 2025 se decidió implementar una consulta ciudadana en modalidad virtual a través de la publicación de una encuesta en el sitio web de SERNAC.

La consulta ciudadana estuvo abierta entre el **21 de octubre al 10 de noviembre del 2025** y en esta oportunidad se consultó a las Mipymes, sobre qué necesitan saber de los derechos de las personas consumidoras.

Para la realización de esta consulta, se empleó un instrumento de recolección de información segmentado en cuatro secciones, diseñado para obtener una caracterización precisa de los participantes (ubicación, rol, categoría y rubro empresarial), mientras se medía su nivel de conocimiento y familiarización con la Ley N° 19.496 y herramientas de gestión de SERNAC. Un objetivo central del instrumento fue identificar los principales desafíos que los emprendedores y MIPYMES enfrentan en materia de consumo, así como sus necesidades específicas de capacitación en cuanto a formatos, horarios y temáticas. Esta estructura permitió recopilar datos cualitativos y cuantitativos que fundamentan las brechas y oportunidades de formación. (Ver instrumento en anexo 1).

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### II.- Resultados

#### a) Caracterización de la muestra

La siguiente minuta da cuenta de los principales resultados de la Consulta Ciudadana SERNAC 2025, online, cuya muestra analizada se seleccionó considerando los casos en que las encuestas fueron respondidas en su totalidad. Dado lo anterior es que el número de casos válidos queda expresado en el siguiente cuadro.

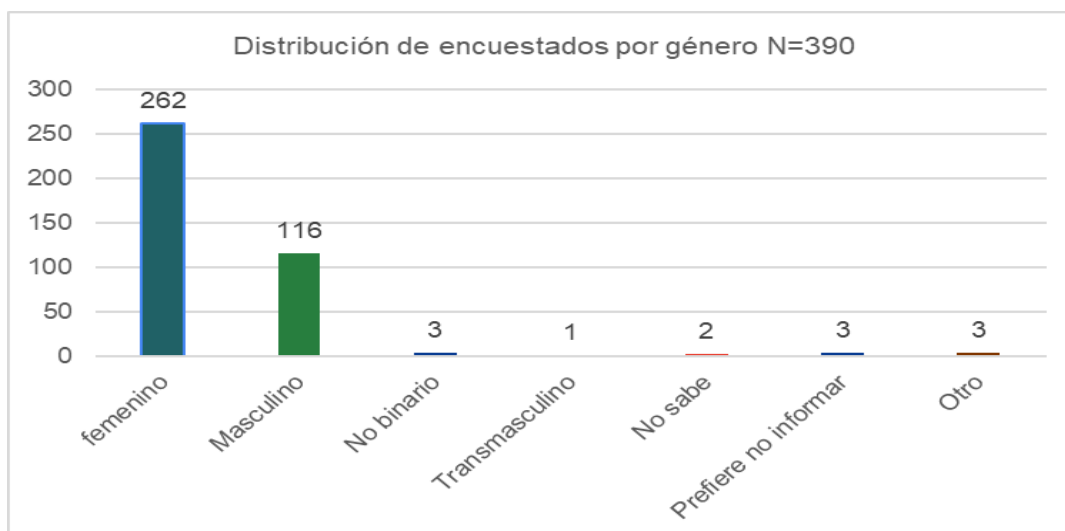
<b>Total de encuestas respondidas</b>	430
<b>Total de encuestas Válidas</b>	390

Los datos que se expresan a continuación, están referidos al total de encuestas válidas que se indican en el cuadro anterior:

#### b) Género de las personas participantes N=390.

<b>Género</b>	<b>Recuento</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	262	67,2%
Masculino	116	29,7%
No binario	3	0,76%
Transmasculino	1	0,25%
No sabe	2	0,51%
Prefiere no informar	3	0,76%
Otro	3	0,76%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



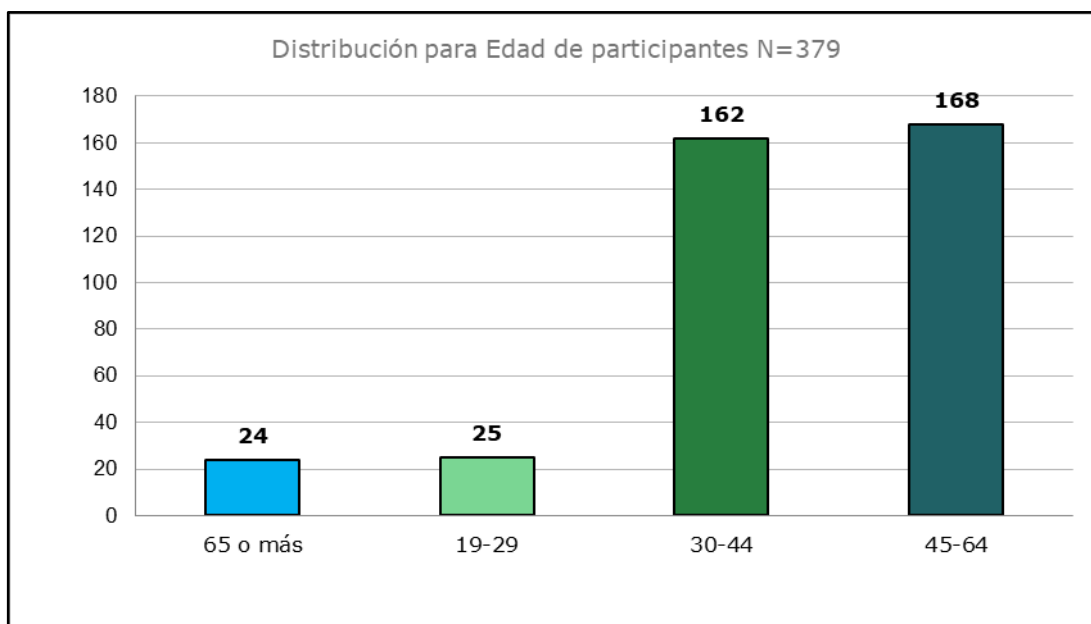
El **67,2% (262)** se identifica como femenino. El 29,7% (116) como masculino, el 0,76% (3) como no binario, el 0,25% (1) como transmasculino, el 0,76% (3) prefiere no informar, otro 0,76% (3) marcó la opción "Otro" y el 0,51% (2) no sabe.

### c) Edad de las personas participantes N=379<sup>1</sup>

Edad	Recuento	Porcentaje
19-29	25	6,59%
30-44	162	42,74%
45-64	168	44,32%
65 o más	24	6,33%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

<sup>1</sup> El total de respuestas entregadas son aquellas que cumplen con el criterio edad. De las 390 respuestas válidas, 11 no correspondían a edades válidas dado que eran posteriores al año 2025.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



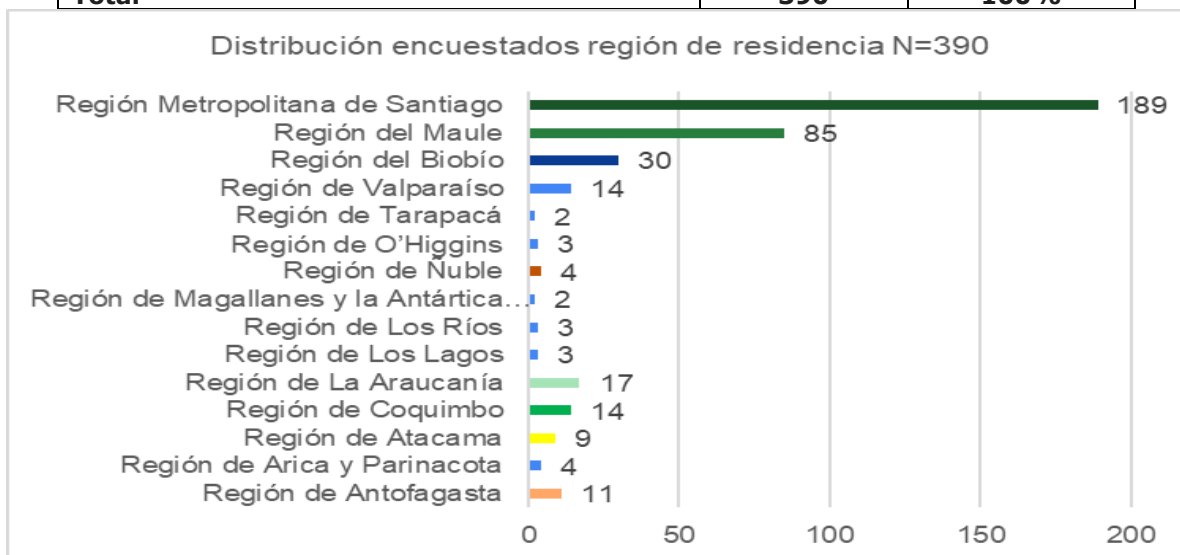
**El grupo mayoritario es de 45-64 años con un 44,32% (168).** Le sigue el rango de 30-44 años con 42,74% (162). Los extremos de la muestra corresponden a jóvenes de 19-29 años (6,59%, 25) y adultos de 65 o más años (6,33%, 24).

### d) Región de residencia. N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Región de Arica y Parinacota	4	1,0%
Región de Tarapacá	2	0,5%
Región de Antofagasta	11	2,82%
Región de Atacama	9	2,31%
Región de Coquimbo	14	3,59%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

Región de Valparaíso	14	3,59%
Región Metropolitana de Santiago	189	48,46%
Región de O'Higgins	3	0,77%
Región del Maule	85	21,79%
Región de Ñuble	4	1,03%
Región del Biobío	30	7,69%
Región de La Araucanía	17	4,36%
Región de Los Ríos	3	0,77%
Región de Los Lagos	3	0,77%
Región de Magallanes y la Antártica Chilena	2	0,51%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>



## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

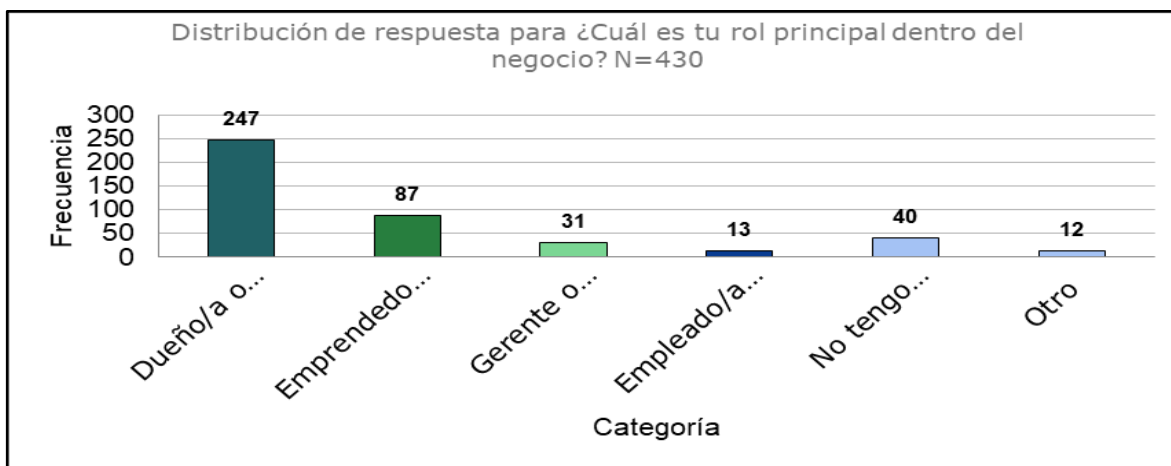
**La Región Metropolitana lidera con un 48,46% (189).** Le siguen Maule 21,79%, (85), Biobío 7,69%, (30) y La Araucanía 4,36%, (17). Con menor presencia están Coquimbo y Valparaíso 3,59% (14 c/u), Antofagasta 2,82%(11), Atacama 2,31%(9), Arica y Parinacota y Ñuble 1,03% (4 c/u), y finalmente O'Higgins, Los Ríos, Los Lagos 0,77% (3 c/u) y Tarapacá junto a Magallanes 0,51% (2 c/u).

### 1. ¿Cuál es tu rol principal dentro del negocio o MIPYME? N=430<sup>2</sup>

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Dueño/a o Socio/a Principal	247	57,40%
Emprendedor/a sin Formalización	87	20,20%
No tengo negocio /No trabajo en una Mipymes	40	9.3%
Empleado/a clave con rol en ventas/atención al cliente	13	3,00%
Gerente o Encargado/a	31	7,20%
Otro	12	2,80%
<b>Total</b>	<b>430</b>	<b>100%</b>

<sup>2</sup> La consulta logró recolectar un total de 430 encuestas, de las cuales 390 fueron consideradas válidas por la pregunta filtro donde la respuesta fue: No tengo negocio/no trabajo en una Mipymes.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**El rol principal dentro del negocio o MIPYME indicado por los participantes es mayoritariamente, dueños/as o Socios/as Principales con un 57,4%(247).** El 20,2% (87) son emprendedores sin formalización, el 9,3% (40) no tiene negocio, el 7,2% (31) son Gerentes o Encargados, el 3% (13) son empleados clave y el 2,8% (12) marcaron "Otro".

### Respuestas abiertas "Otro" (9 menciones)

La categoría Otro, contiene los siguientes textos indicados por las personas consultadas:

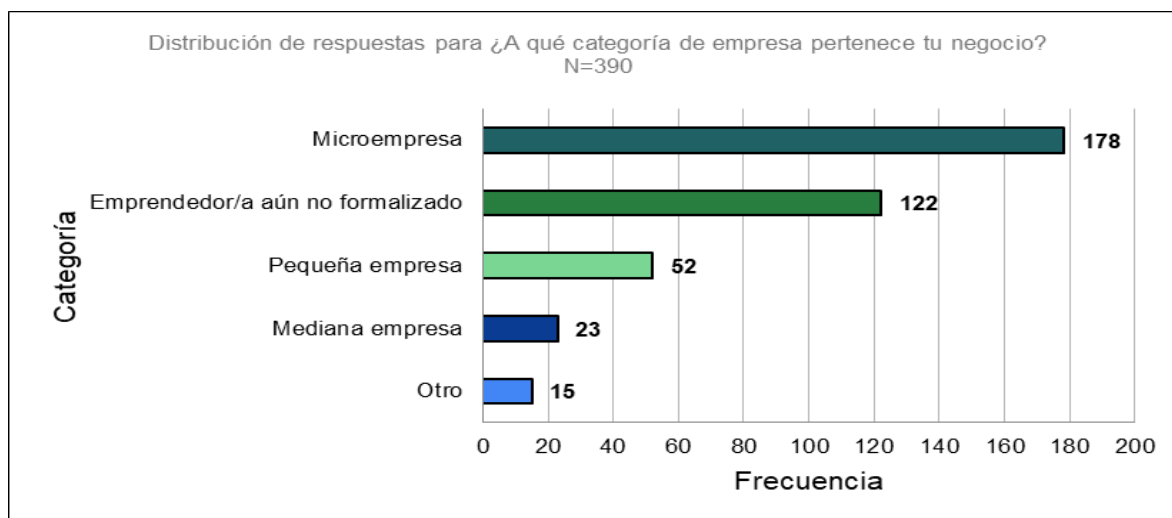
1. "CISO"
2. "Fraude"
3. "Abogado externo"
4. "Contador"
5. "Servicio de limpieza"
6. "Orfebrería y escultor en alambre"
7. "Cheff en restobar"
8. "Recién iniciando"
9. "Soy una mujer que compró un seguro full al banco estado por 2/3 de invalidez ya mandé toda la documentación y mí carnet entregado por el registro civil dé invalidez mental y físico y no me quieren cancelar por eso"

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

*le pedí a sernac para que me acompañe con mi trámite y tiene toda mi autorización para que haga todo lo que sea para pertinente gracias por su apoyo y buena voluntad María del Carmen cuadro Herrera seguro al banco estado y presente todos los documentos por incapacidad total por la comisión médica”.*

### 2. ¿A qué categoría de empresa pertenece tu negocio? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Microempresa	178	45,64%
Emprendedor/a aún no formalizado	122	31,28%
Pequeña empresa	52	13,33%
Mediana empresa	23	5,89%
Otra	15	3,84%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>



## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

**La categoría de empresa más indicada es Microempresas representando el 45,64% (178)**, le sigue emprendedores aún no formalizados el 31,28% (122). Las Pequeñas empresas corresponden al 13,33% (52), las Medianas al 5,89% (23) y un 3,84% (15) se clasificó como "Otra".

### Respuestas abiertas "Otro" (De 15 hubo 11 menciones)

La categoría Otro, contiene los siguientes textos indicados por las personas consultadas:

1. *"Banco estado"*
2. *"Persona natural"*
3. *"Pyme muy pequeña"*
4. *"Si estoy formalizada pero mis ganancias no entran en ningún rango"*
5. *"Área de limpieza"*
6. *"Vtas esporádicas"*
7. *"Ingresos menores a 200.000 mensual aprox"*
8. *"Menor ingreso"*
9. *"Recién iniciando"*
10. *"Pequeña emprendedora"*
11. *"Pyme"*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 3. ¿En qué rubro opera tu negocio? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura, Pesca y/o Venta de Productos Primarios	12	3,07%
Arte, Cultura y Entretenimiento	30	7,69%
Comercio Minorista	94	24,10%
Construcción y Reparaciones/Mantenimiento	19	4,87%
Educación y Capacitación	7	1,79%
Gastronomía y Hotelería	53	13,58%
Inmobiliario y Arriendos	2	0,51%
Manufactura y Producción	44	11,28%
Otro	56	14,35%
Salud y Bienestar	15	3,84%
Servicios de Belleza y Cuidado Personal	16	4,10%
Servicios Digitales y de Tecnología	13	3,33%
Servicios Financieros y Seguros	2	0,51%
Servicios Profesionales y Asesorías	20	5,12%
Transporte, Logística y Distribución	7	1,79%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**El rubro en que opera el negocio más indicado es el Comercio Minorista 24,10% (94).** Le siguen "Otro" 14,35%, (56), Gastronomía y Hotelería 13,58%, (53) y Manufactura 11,28%, (44). Con menores porcentajes están Arte y Cultura 7,69% (30), Servicios Profesionales 5,12% (20) Construcción 4,87% (19), Servicios de Belleza 4,10% (16) Salud 3,84% (15) Servicios Digitales 3,33% (13), Agricultura/Pesca 3,07% (12) Educación y Transporte 1,79% (7 c/u), e Inmobiliario y Servicios Financieros 0,51% (2 c/u).

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### Categorización de respuestas abiertas "Otro" (56 menciones)

Para organizar las **56 respuestas**, se han agrupado en categorías según la actividad económica descrita

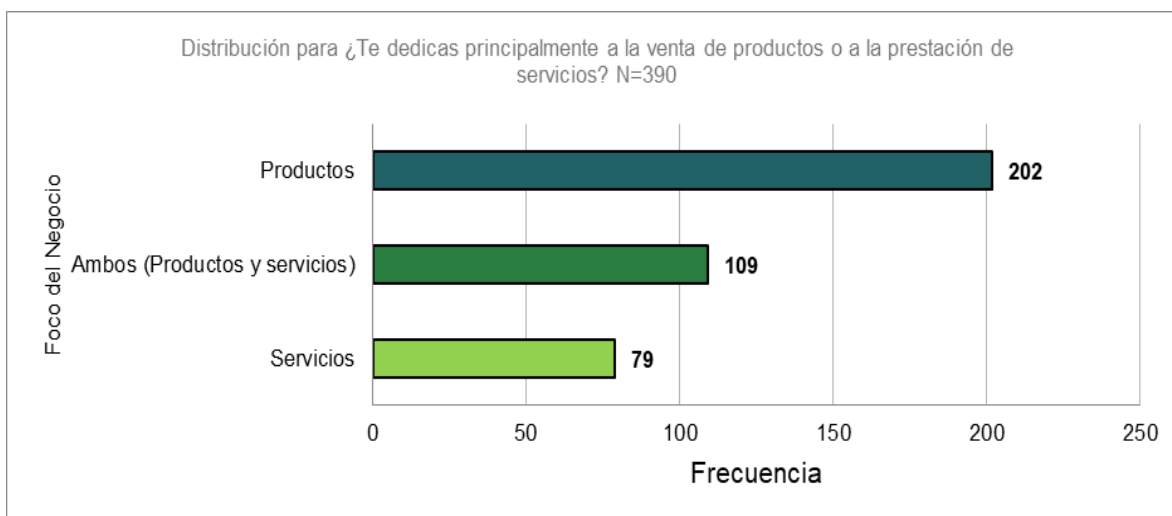
CONCEPTO	FRECUENCIA ESTIMADA (MENCIONES)
<b>Servicio</b>	18
<b>Venta</b>	12
<b>Pastelería</b>	7
<b>Técnico</b>	6
<b>Artesanía</b>	5
<b>Mantenimiento</b>	4
<b>Seguridad</b>	3
<b>Almacén</b>	3

Al analizar las **56 respuestas abiertas**, se observa que el término "**Servicio**" es el más utilizado entre quienes no se sintieron identificados con las categorías de la encuesta. Existe una presencia de **oficios tradicionales** (pastelería y artesanía) y **servicios especializados de mantención** (automotriz e industrial).

#### 4. ¿Te dedicas principalmente a la venta de productos o a la prestación de servicios? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Productos	202	51,79%
Ambos (Productos y servicios)	109	27,94%
Servicios	79	20,25%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

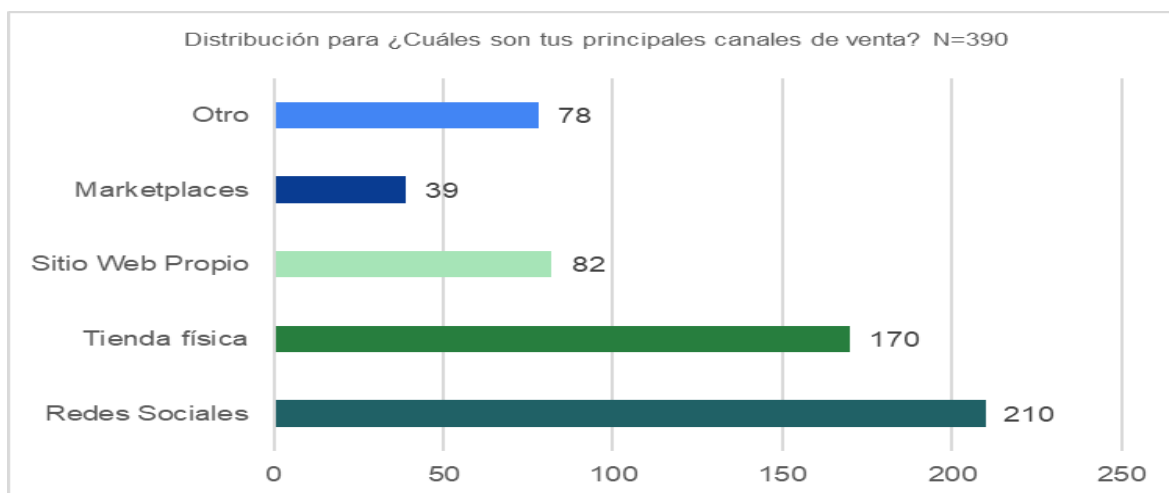


Las respuestas a la consulta **¿se dedican principalmente a la venta de productos o a la prestación de servicios?**, la venta de **Productos representa el 51,79% (202)**. La prestación de Ambos (Productos y servicios) corresponde al 27,94% (109) y la prestación exclusiva de Servicios al 20,25% (79).

### 5. ¿Cuáles son tus principales canales de venta? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	210	53,85%
Tienda física	170	43,59%
Sitio Web Propio	82	21,03%
Marketplaces	39	10,00%
Otro	78	20,00%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**El principal canal de venta son las redes sociales, 53,85% (210).** El 43,59% (170) posee tienda física, el 21,03% (82) sitio web propio, el 20% (78) **otros canales** y el 10% (39) usa Marketplaces.

### Categorización de respuestas abiertas "Otros canales" (78 menciones)

Al analizar las 78 respuestas, se han agrupado las menciones en las siguientes categorías:

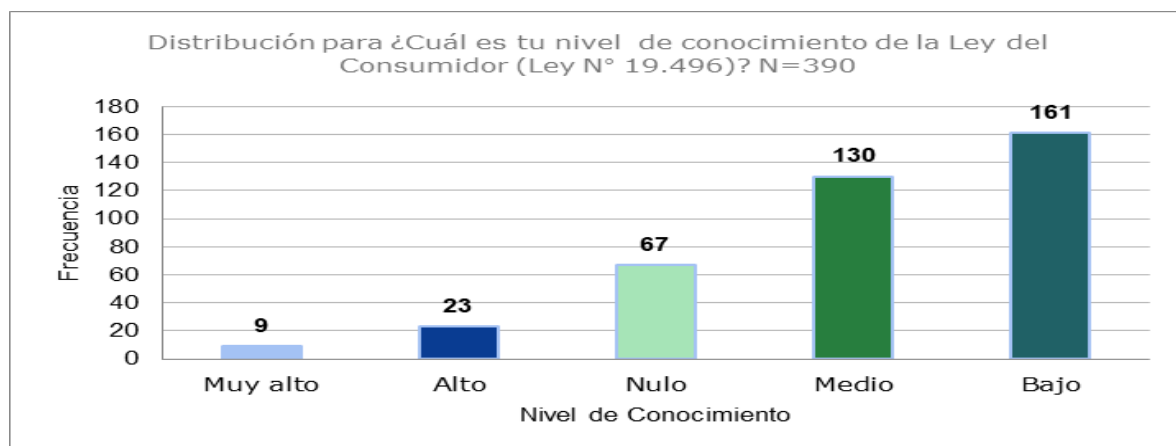
CONCEPTO CLAVE	NÚMERO DE APARICIONES (FRECUENCIA)
Ferias / Eventos / Exposiciones	31
WhatsApp	19
Boca a boca / Recomendaciones	11
Venta Directa / Terreno / Domicilio	7
Mercado Público / Licitaciones / Convenios	6
Correo Electrónico (E-mail)	4

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

Dentro de las 78 menciones de la categoría "Otros canales", destaca el uso de **Ferias y Eventos** (31 apariciones) como un canal para la comercialización de productos y servicios. Asimismo, el uso de **WhatsApp** (19 apariciones) aparece como la herramienta digital de contacto directo. Finalmente, se indican también las **recomendaciones boca a boca** (11 apariciones) y la participación en **compras públicas** (6 apariciones).

### 6. ¿Cuál es tu nivel de conocimiento de la Ley del Consumidor (Ley N° 19.496)? N=390

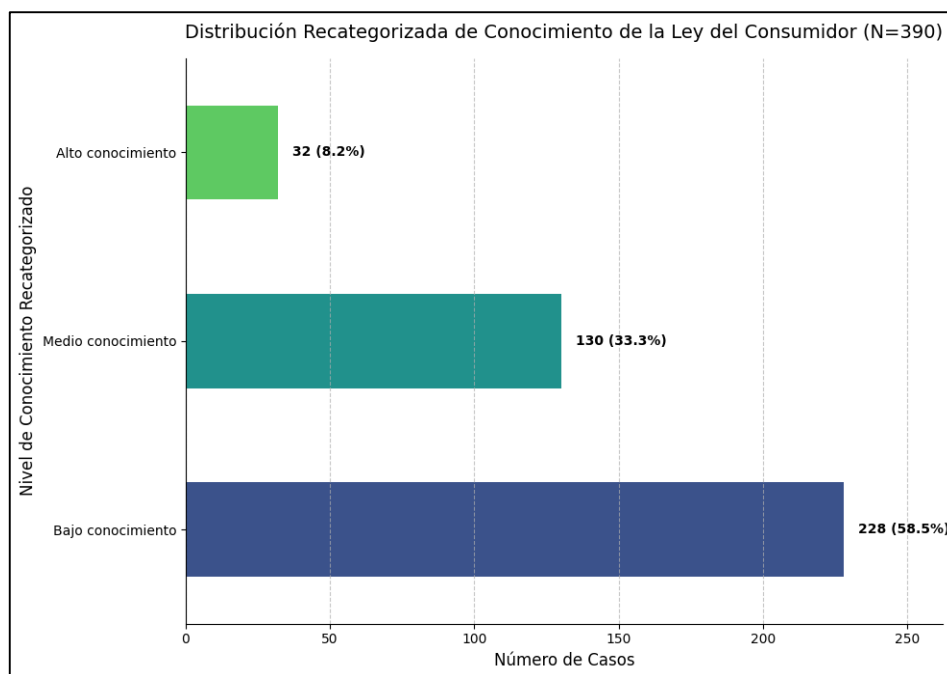
Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	9	2,30%
Alto	23	5,89%
Medio	130	33,33%
Bajo	161	41,30%
Nulo	67	17,17%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>



## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

**En cuanto al nivel de conocimiento de la Ley del Consumidor N°19.496, un 41,30% (161) declara un nivel Bajo y un 17,17% (67) nivel Nulo. El 33,33% (130) tiene conocimiento Medio, el 5,89% (23) Alto y solo el 2,30% (9) Muy Alto.**

Al recategorizar los niveles de conocimiento, se observa una marcada concentración: **el 58,5% de la muestra (228 personas)** se sitúa en un nivel de conocimiento 'Bajo' o 'Nulo'. En contraste, sólo un reducido 8,2% (32 personas) alcanza un nivel de conocimiento 'Alto' o 'Muy Alto', lo que evidencia una brecha significativa en el nivel de conocimiento de la Ley del Consumidor.

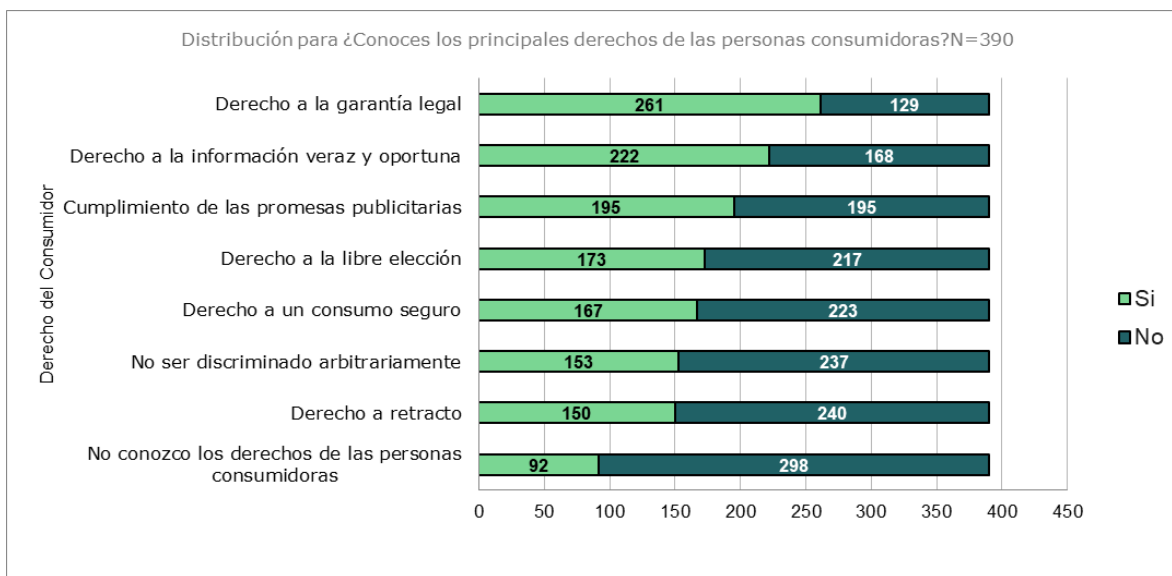


## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 7. ¿Conoces los principales derechos de las personas consumidoras? (N=390)

¿Conoces los derechos de las personas consumidoras?	Frecuencia	Porcentaje
Derecho a la garantía legal	261	66,92%
Derecho a la información veraz y oportuna	222	56,92%
Cumplimiento de las promesas publicitarias	195	50,00%
Derecho a la libre elección	173	44,36%
Derecho a un consumo seguro	167	42,82%
Derecho a no ser discriminado	153	39,23%
Derecho a retracto	150	38,46%
No conozco los derechos de las personas consumidoras	92	23,59%
Otro	4	1,00%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**La Garantía Legal es el derecho más reconocido 66,9% (261).** Le siguen Información veraz y oportuna 56,9% (222), Promesas publicitarias 50%, (195), Libre elección 44,3%, (173), Consumo seguro 42,8%, (167) y No discriminación 39,2%, (153). El Derecho a Retracto es conocido solo por el 38,5% (150). **Un 24% declara no conocer ningún derecho (298).**

### Respuestas abiertas "Otros canales" (4 menciones)

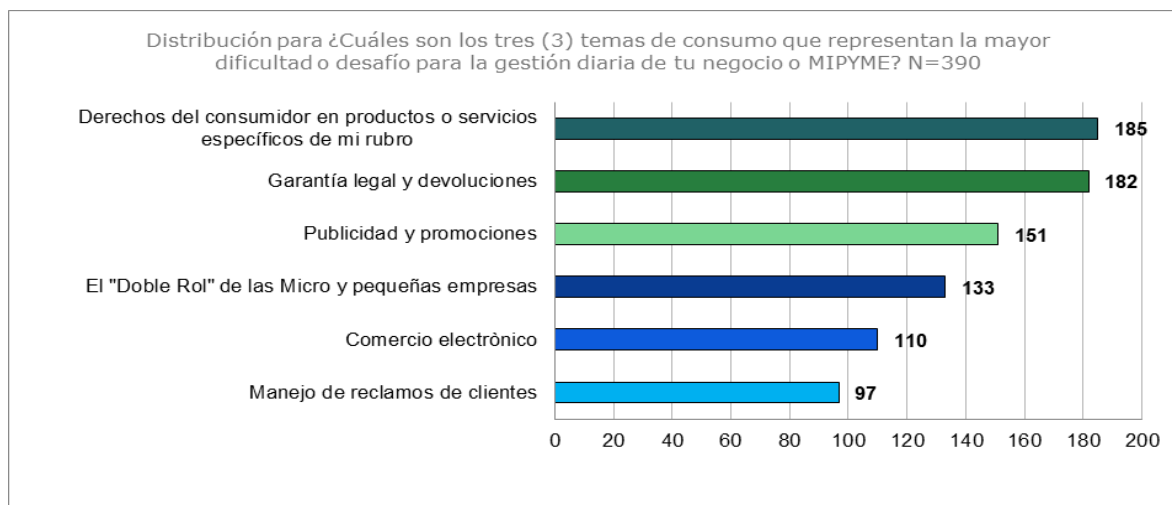
La categoría Otro, contiene los siguientes textos indicados por las personas consultadas:

1. *No conozco a profundidad retracto cuando son productos perecederos*
2. *Me falta informacion seria bueno aprender*
3. *Derecho a precios justos*
4. *Solución por mi seguro banco estado*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 8. ¿Cuáles son los tres (3) temas de consumo que representan la mayor dificultad o desafío para la gestión diaria de tu negocio o MIPYME? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Derechos del consumidor en productos o servicios específicos de mi rubro	185	47,44%
Garantía legal y devoluciones	182	46,67%
Publicidad y promociones	151	38,72%
El "Doble Rol" de las Micro y pequeñas empresas	133	34,10%
Comercio electrónico	110	28,21%
Manejo de reclamos de clientes	97	24,87%
Otro	22	5,60%



Los tres temas de consumo que representan la mayor dificultad son **Derechos del consumidor en productos o servicios específicos del rubro con un 47,44%, (185)** y **Garantía legal y devoluciones 46,67%, (182)**. Le siguen Publicidad y promociones 38,72%, (151), el "Doble Rol" de las Mypes 34,10%, (133), obligaciones en el Comercio electrónico 28,21%, (110), Manejo de reclamos de clientes 24,87%, (97) y Otros 5,6%, (22).

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### Categorización de respuestas abiertas "Otros" (22 menciones)

Se han agrupado las 22 respuestas de texto libre en las siguientes categorías:

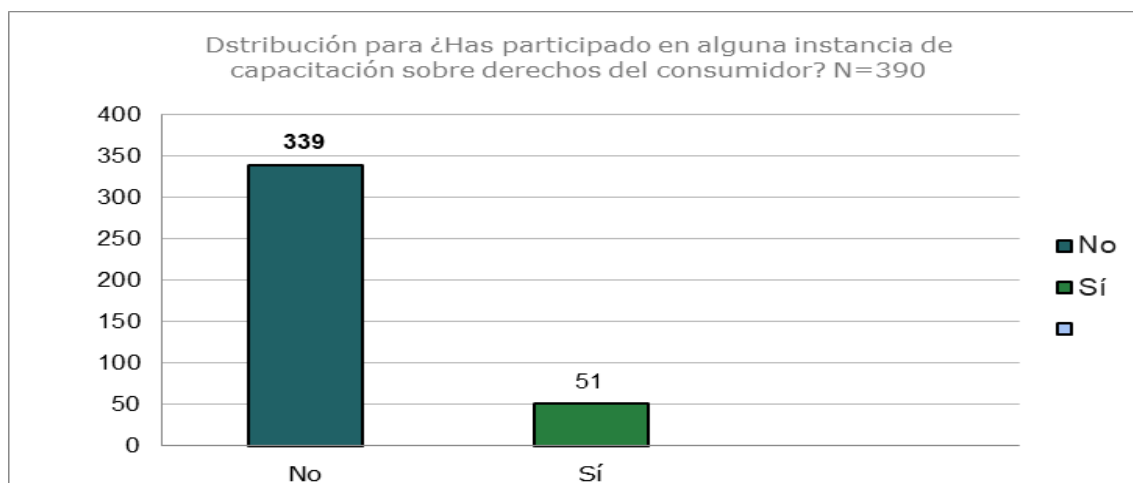
CONCEPTO CLAVE	NÚMERO DE APARICIONES (FRECUENCIA)
<b>Institucionalidad (Bancos, Licitaciones, Fiscalización)</b>	6
<b>Entorno e Impuestos (Carga impositiva, Competencia desleal)</b>	3
<b>Seguridad y Delincuencia</b>	2
<b>Conflicto con Clientes / Transbank</b>	3
<b>Gestión Personal (Tiempo, Dinero, Cuidado familiar)</b>	2
<b>Desconocimiento / No sabe / No tiene</b>	5

En las respuestas abiertas, los participantes manifiestan que las dificultades apuntan a problemas de **institucionalidad** (6 apariciones) como la relación con bancos y fiscalizaciones. También destaca la **gestión directa con el cliente** (3 apariciones), donde indican reclamos injustificados o falta de información del consumidor. Finalmente, factores externos como la **inseguridad** y la **competencia desleal** (5 apariciones en conjunto) aparecen en las respuestas.

### 9. ¿Has participado en alguna instancia de capacitación sobre derechos del consumidor? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No	339	86,92%
Sí	51	13,07%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

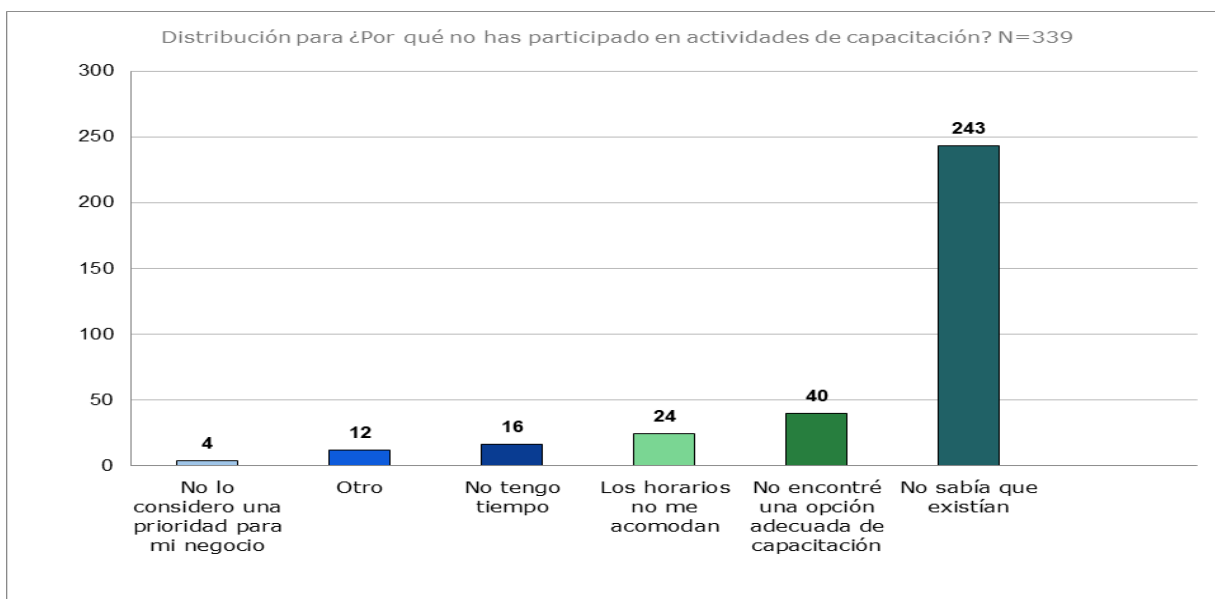


El 86,92% (339) "No" ha participado en capacitaciones sobre derechos del consumidor y un 13,07% (51) si ha participado en instancias de capacitación.

### 9.1 De quienes indicaron no haber participado. ¿Por qué no has participado en actividades de capacitación? N=339

¿Por qué no has participado en actividades de capacitación?	Frecuencia	Porcentaje
Los horarios no me acomodan	24	7,07%
No encontré una opción adecuada de capacitación	40	11,79%
No lo considero una prioridad para mi negocio	4	1,17%
No sabía que existían	243	71,68%
No tengo tiempo	16	4,71%
Otro	12	3,53%
<b>Total general</b>	<b>339</b>	<b>100%</b>

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**La mayoría 71,68%, (243) respondió que no sabía que existían.** El 11,79% (40) no encontró opciones adecuadas, el 7,07% (24) por horarios, el 4,71% (16) por falta de tiempo, el 3,53% por otros motivos (12) y el 1,17% (4) no lo considera prioridad.

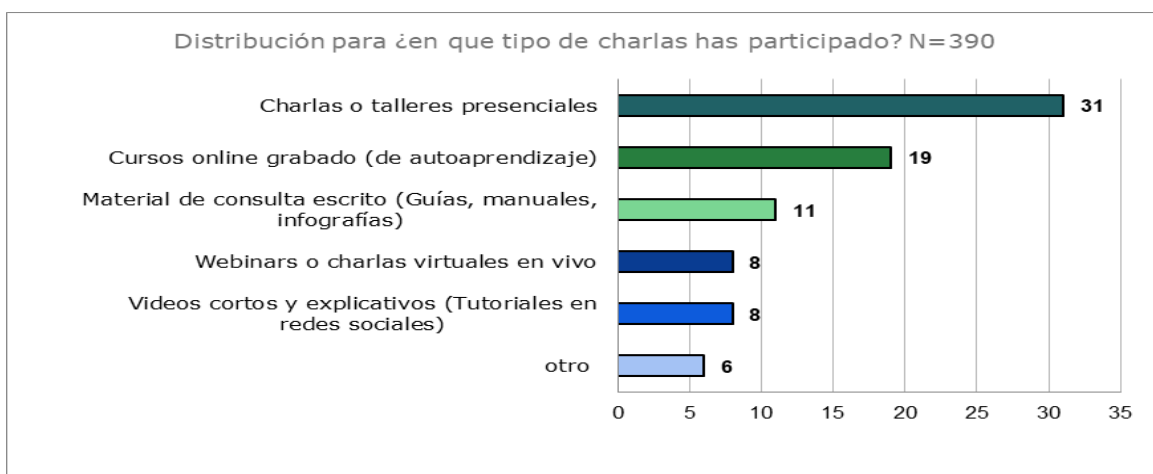
### Respuestas abiertas "Otro" (de 12 se obtuvieron 9 menciones)

1. "se leer y estudiar".
2. "son temáticas que he aprendido de forma autodidacta".
3. "me informo y leo para aplicarlo y acogernos a las normas".
4. "no he tenido en cartelera cursos online".
5. "no sé cómo participar".
6. "no he visto".
7. "no quedaban vacantes".
8. "tengo un hijo con discapacidad y no lo puedo dejar mucho solo".
9. "no lo entiendo".

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 9.2. De quienes indicaron haber participado. ¿En qué tipo de actividad de capacitación has participado? N=51

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cursos online grabado (de autoaprendizaje)	19	37,25%
Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías)	11	21,57%
Webinars o charlas virtuales en vivo	8	15,69%
Charlas o talleres presenciales	31	60,78%
Videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales)	8	15,69%
Otro	6	11,80%



**Las Charlas o talleres presenciales representan el 60,78% (31).** Le siguen los Cursos online grabados (de autoaprendizaje) con un 37,25% (19), el Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías) con un 21,57% (11), los Webinars o charlas virtuales en vivo y los Videos cortos y explicativos

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

(Tutoriales en redes sociales) con un 15,69% cada uno (8) y finalmente la categoría "Otro" con un 11,76% (6).

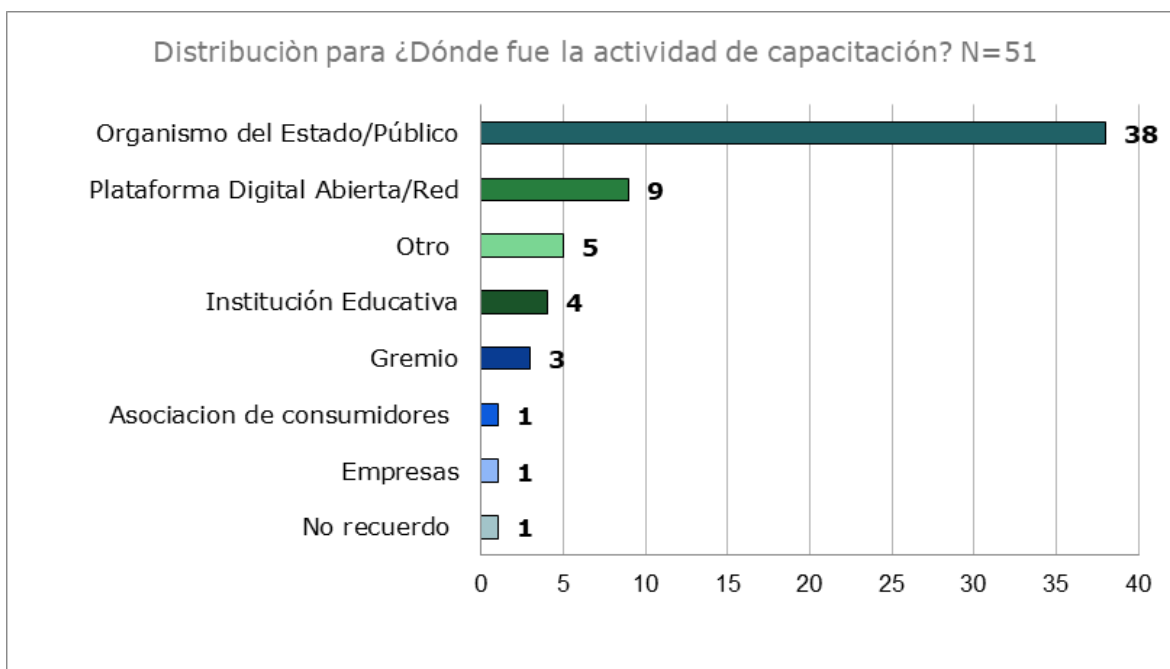
### Respuestas abiertas "Otro" (6 menciones):

1. *En ninguna charla todo lo e investigado.yo con certificado y autorizado por el banco central europa ue*
2. *Fosis*
3. *Proyecto asel charla del sernac*
4. *Charla asel*
5. *Asel*
6. *Descargar documento,leer , enviando correo pero no he podido tener un curso de aula SERNAC entender cómo terminarlo al 100*

### 9.3. De quienes indicaron haber participado. ¿Dónde fue la actividad de capacitación? N=51

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Organismo del Estado/Público	38	74,51%
Plataforma Digital Abierta/Red	9	17,65%
Institución Educativa	4	7,84%
Gremio	3	5,88%
Asociación de consumidores	1	1,96%
Empresas	1	1,96%
No recuerdo	1	1,96%
Otro	5	9,8%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**Un 74,51% (38) de los participantes indica que la actividad se realizó en un Organismo del Estado/Público.** Le siguen las Plataformas Digitales Abiertas/Redes con un 17,65% (9) y la categoría "Otro" con un 9,8% (5). En menor medida se mencionan las Instituciones Educativas con un 7,84% (4), los Gremios con un 5,88% (3) y finalmente las Asociaciones de consumidores, Empresas y la opción "No recuerdo" con un 1,96% cada una (1)

### Respuestas abiertas "Otro" (5 menciones):

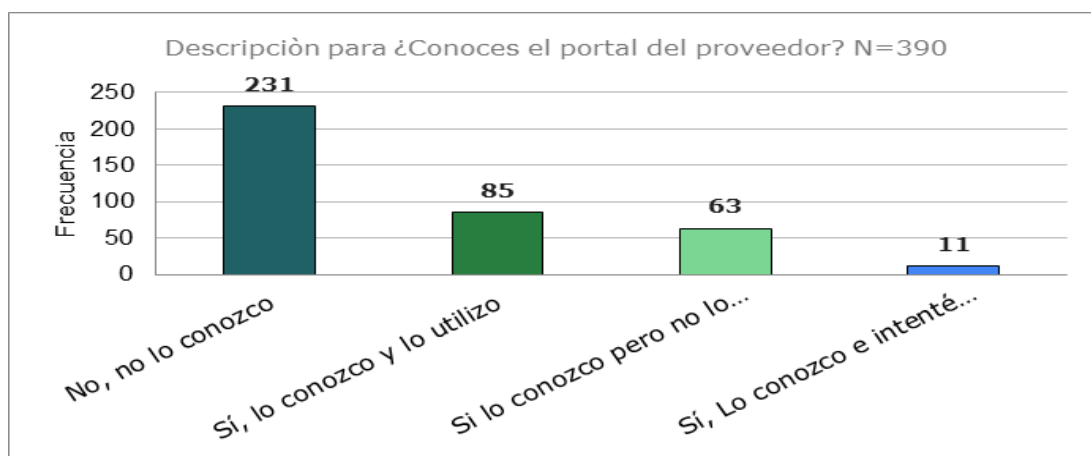
1. *Municipalidad*
2. *En la municipal de san bernardo*
3. *Fosis*
4. *Minera*
5. *Me han invitado a los premios de caja chile participación consulta pública del sernac elegido por fintechile en el aporte al desarrollo del mercado financiero participación concurso minvu participación en la ta de los datos abiertos del*

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

*estado evento de linkedin de daniela luque evento de regalo de la cámara comercio de santiago pero presencial no he podido asistir por temor y no tener recursos de vestimenta y económicamente.*

### 10. ¿Conoces y utilizas el "Portal del Proveedor" de SERNAC? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
"No, no lo conozco"	231	59,23%
"Sí, lo conozco y lo utilizo"	85	21,79%
"Sí, Lo conozco e intenté registrarme pero no lo logré"	11	2,82%
"Si, lo conozco pero no lo utilizo"	63	16,15%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>

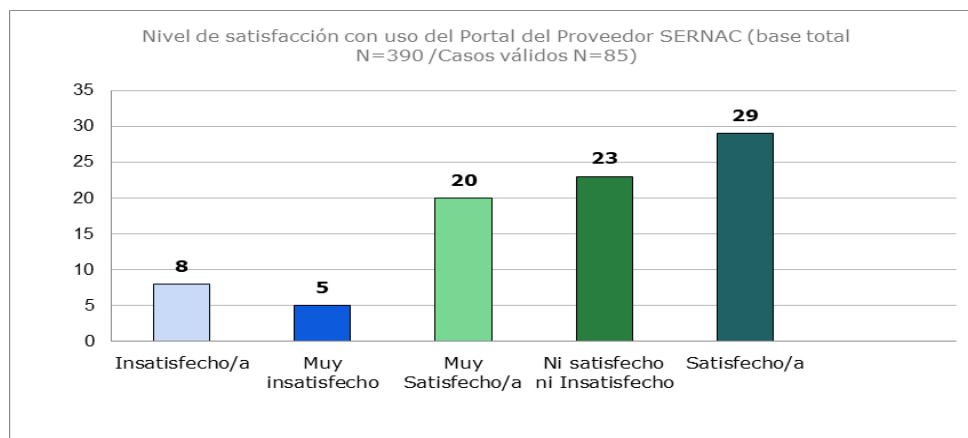


**El 59,23% (231) no lo conoce.** El 21,79% (85) lo conoce y utiliza, el 16,15% (63) lo conoce, pero no lo usa, y el 2,82% (11) lo conoce e intentó registrarse sin éxito.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 10.1 Para quienes contestaron que sí conocen y utilizan el Portal del Proveedor, ¿Cuál fue tu nivel de satisfacción con el portal del proveedor? N=85

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy insatisfecho	5	5,88%
Insatisfecho/a	8	9,41%
Ni satisfecho ni Insatisfecho	23	27,06%
Satisfecho/a	29	34,12%
Muy Satisfecho/a	20	23,53%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

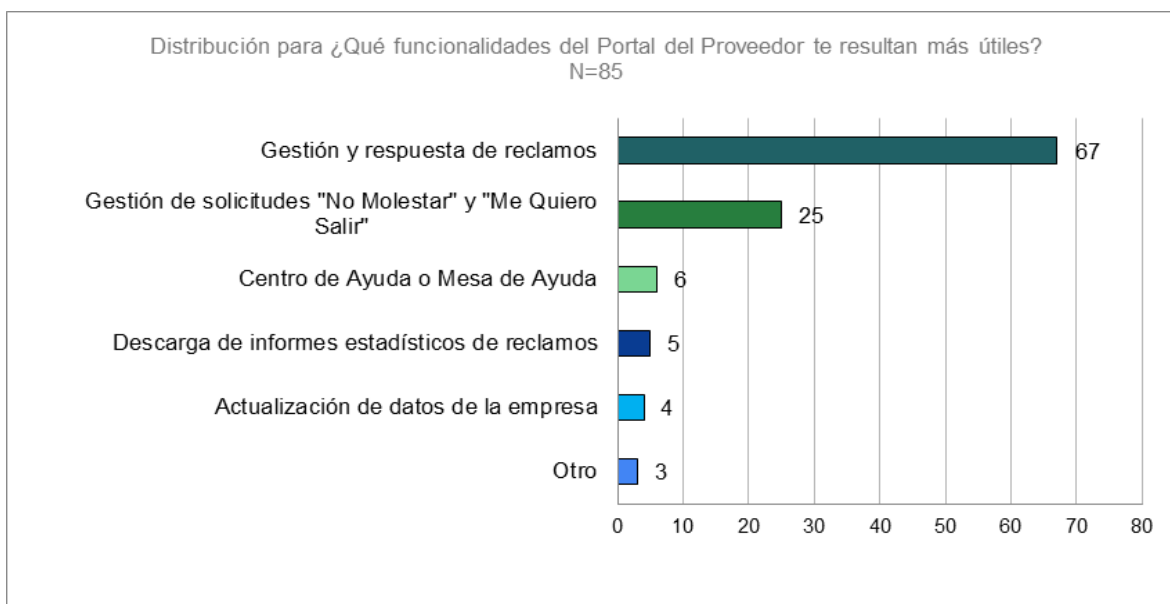


**De quienes lo usan, el 34,12% (29) está Satisfecho, el 23,53% (20) Muy Satisfecho y el 27,06% Ni satisfecho ni Insatisfecho (23). El 9,41% (8) está Insatisfecho y el 5,88% (5) Muy Insatisfecho. Al recategorizar el nivel de satisfacción con el portal del proveedor se observa una marcada concentración: 57,7% indica estar muy satisfecho o Satisfecho.**

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 10.2 Quienes respondieron que conocen y utilizan el Portal del Proveedor. ¿Qué funcionalidades del Portal del Proveedor te resultan más útiles? N=85.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Gestión y respuesta de reclamos	67	78,82%
Centro de Ayuda o Mesa de Ayuda	6	7,06%
Descarga de informes estadísticos de reclamos	5	5,88%
Actualización de datos de la empresa	4	4,71%
Gestión de solicitudes "No Molestar" y "Me Quiero Salir"	25	29,41%
Otro	3	3,50%



## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

La funcionalidad que resulta más útil es la **Gestión y respuesta de reclamos 78,82% (67)**. Le siguen "No Molestar/Me Quiero Salir" 29,41%, (25), Mesa de Ayuda 7,06% (6), descarga de informes estadísticos 5,88% (5), actualización de datos 4,71% (4) y finalmente la categoría "Otro" con un 3,5% (3).

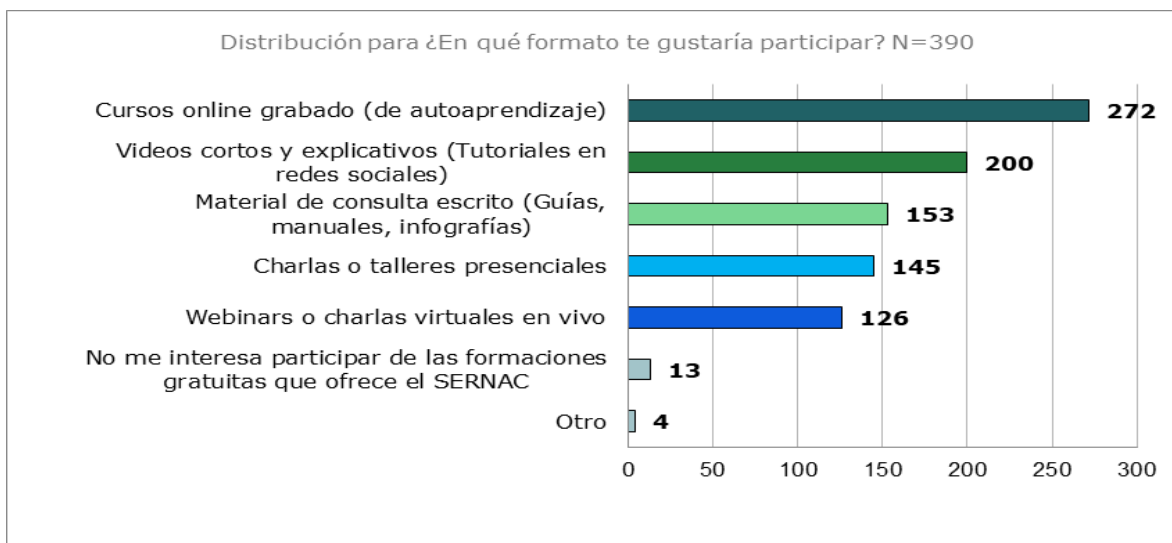
### Respuestas categoría "Otro" (3 menciones):

1. *No lo he usado mucho*
2. Ya no me acuerdo hace mucho rato no entro al portal
3. Aún no logro comprender algunas cosas

### 11. ¿En qué formatos te interesaría participar como MIPYME? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cursos online grabado (de autoaprendizaje)	272	69,74%
Videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales)	200	51,28%
Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías)	153	39,23%
Charlas o talleres presenciales	145	37,18%
Webinars o charlas virtuales en vivo	126	32,31%
No me interesa participar de las formaciones gratuitas que ofrece el Sernac	13	3,30%
Otro	4	1,00%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**Los Cursos online grabados (de autoaprendizaje) son el formato más solicitado, con un 69,74% (272) de las preferencias.** Le siguen los videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales) con un 51,28% (200), el Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías) con un 39,23% (153), las Charlas o talleres presenciales con un 37,18% (145) y los Webinars o charlas virtuales en vivo con un 32,31% (126). Por otro lado, un 3,3% (13) de los consultados indica que no le interesa participar de las formaciones gratuitas de SERNAC y un 1,0% (4) optó por la categoría "Otro".

### Respuestas categoría "Otro" (4 menciones):

1. No puedo trabajo
2. Me interesaría ser escuchados como pymes poder tener acceso a reuniones lograr que escuchen propuestas esto es lo más importante más que cualquier otra capacitación
3. Con documento enviado a mi correo y documentación que sea relevante para mi como los identifico eso me cuesta comprender para no descargar innecesarios documento por eso que en mi correo electronico ver link de video historias derivación de noticias pruebas y esas pruebas enviarlas para una evaluación interna sería ideal pero mi situación me hace mucha leer descargo mucho me

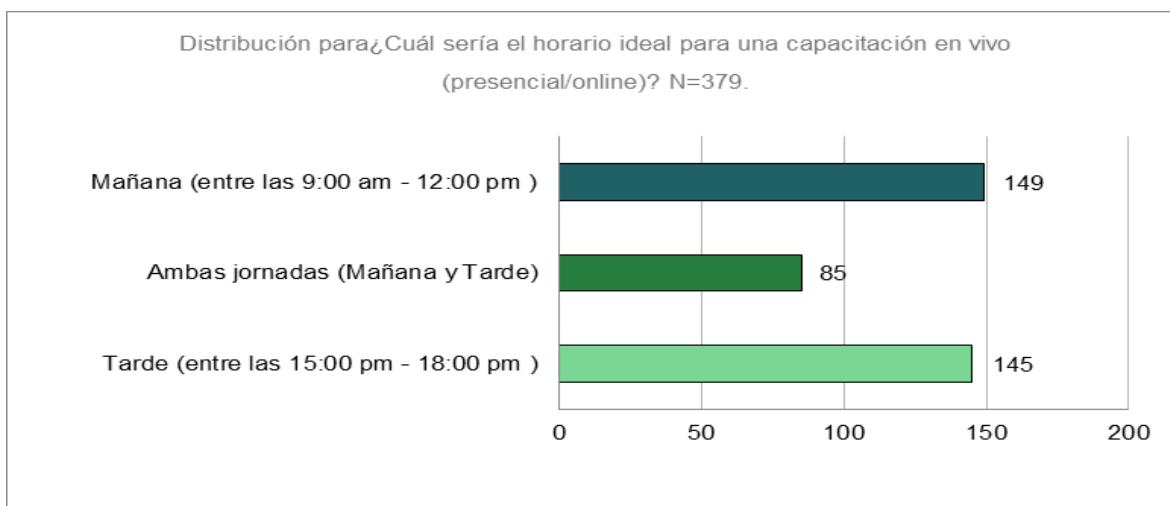
## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

*encantaria saber si la lectura son personalizadas o vinculante en cierto grado porque creo que lo necesito y merezco de una forma*

*4. No puedo ya que tomo medicamento muy fuerte para poder dormir y para despertarme y olvido muy rápido*

### 12. ¿Cuál sería el horario ideal para una capacitación en vivo (presencial/online)? N=379.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Ambas jornadas	85	22,42%
Mañana (entre las 9:00 am - 12:00 pm)	149	39,31%
Tarde (entre las 15:00 pm - 18:00 pm)	145	38,25%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>



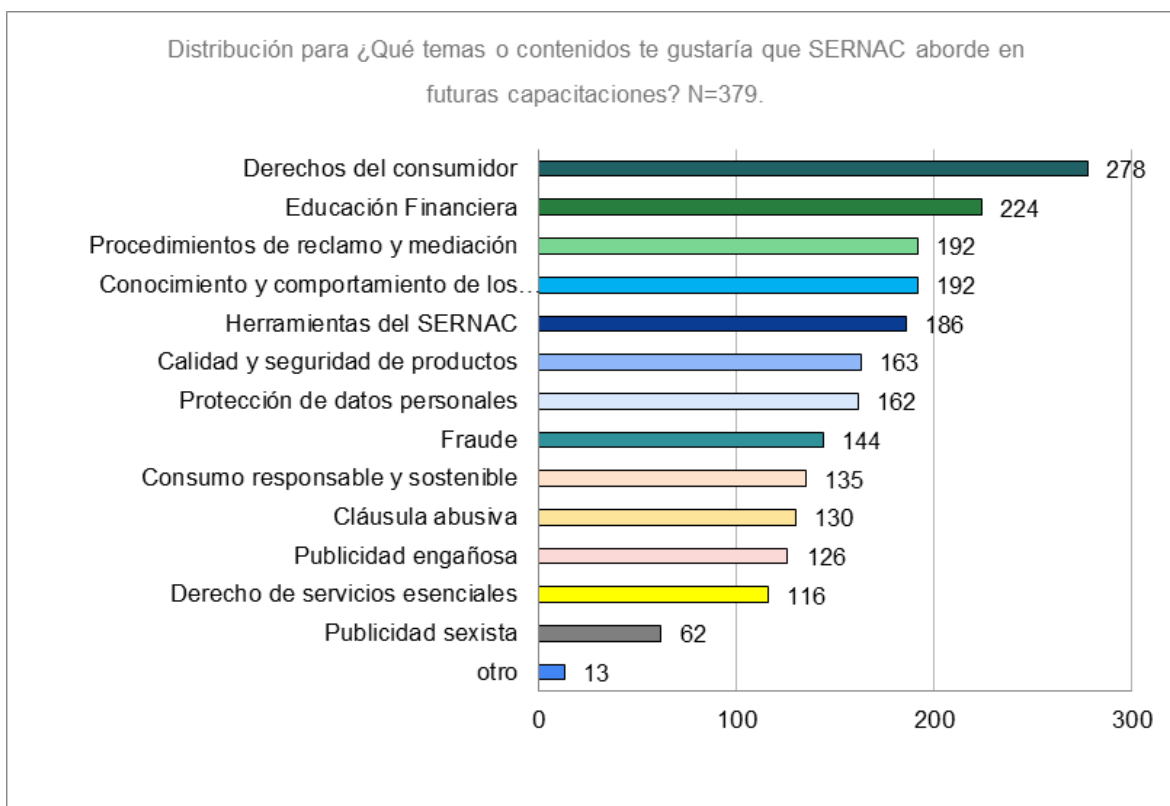
**La jornada de la mañana (entre las 9:00 am - 12:00 pm) es la opción preferida por los participantes, con un 39,31% (149) de las menciones.** Le sigue la jornada de la tarde (entre las 15:00 pm - 18:00 pm) con un 38,25% (145). Finalmente, la opción Ambas jornadas representa el 22,42% (85) del total de la muestra analizada.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

### 13. ¿Qué temas o contenidos te gustaría que SERNAC aborde en futuras capacitaciones? N=379.

¿Qué temas o contenidos te gustaría que SERNAC aborde en futuras capacitaciones?	Frecuencia	Porcentaje
Derechos del consumidor	278	73,4%
Educación Financiera	224	59,1%
Procedimientos de reclamo y mediación	192	50,7%%
Conocimiento y comportamiento de los consumidores	192	50,7%%
Herramientas del SERNAC	186	49,1%
Fraude	144	38,0%
Calidad y seguridad de productos	163	43,0%
Protección de datos personales	162	42,7%
Cláusula abusiva	130	34,3%
Publicidad engañosa	126	33,2%
Publicidad sexista	62	16,4%
Consumo responsable y sostenible	135	35,6%
Derecho de servicios esenciales	116	30,6%
Otro	13	3,4%

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana



**Los derechos del consumidor son el tema más solicitado, con un 73,4% (278) de las preferencias.** Le siguen Educación Financiera con un 59,1% (224), Procedimientos de reclamo y mediación y Conocimiento y comportamiento de los consumidores, ambos con un 50,7% (192 c/u). Las Herramientas del SERNAC registran un 49,1% (186), la Calidad y seguridad de productos un 43,0% (163) y la Protección de datos personales un 42,7% (162). Con porcentajes menores se ubican Fraude 38,0%, (144), Consumo responsable y sostenible 35,6%, (135), Cláusula abusiva 34,3%, (130), Publicidad engañosa 33,2%, (126), Derecho de servicios esenciales 30,6%, (116) y Publicidad sexista 16,4%, (62). Finalmente, la categoría "Otro" fue seleccionada por 13 participantes.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Respuestas categoría "Otro" (13 menciones)

1. Responsabilidad en la subcontratación
2. Más información sobre derechos con base en eventos deportivos
3. Posición dominante de empresas y dumping
4. Lucha al comercio abusivo
5. Garantía legal
6. Los encuentro todos interesantes
7. Todos
8. Ayuda para las pymes pequeñas que no nos asociamos para crecer y nos bastan algunos millones al mes y basta no queremos piedras al hígado pero que nos dejen ser tranquilos y felices no nos transformen en avaros abusivos de esos ya hay muchos
9. Me gustaría que escuchen a las pymes que tengamos instancias de diálogo y acuerdos no que solo el sernac tome decisiones de forma arbitraria sin dialogar con las pymes deberían debatir propuestas en forma conjunta y no imponerlas sin entender los diferentes negocios siento que el sernac no protege en absoluto a las pymes
10. Cursos de contabilidad y flujo de cajas
11. Ai/ protección al consumidor
12. Anticorrupción
13. Saber la forma que entregan las notificaciones noticias porque una noticia ocupan un nombre de un gimnasio para hacer ver una infracción de un banco por ejemplos así las historias de casos cuando es muy parecido a mi situación pero digo yo no creo que sea como parte de esa infracción que cometió tal gimnasio por ejemplo y porque pienso eso por el simple nombre del proveedor infractor un gimnasio yo no tengo vínculo con gimnasios por ejemplo o inmobiliaria que cometen infracción pero no es la misma que se adjudicó la casa que estaba pagando y me remataron el banco santander por tan poco enplr eso entender los patrones y vínculo entre los números de casos con los oficio casos resolución que son oficiales en los portales no lo logro entender si la historia son muy parecidas a mi vida

### Análisis de la categoría "Otro" (13 menciones):

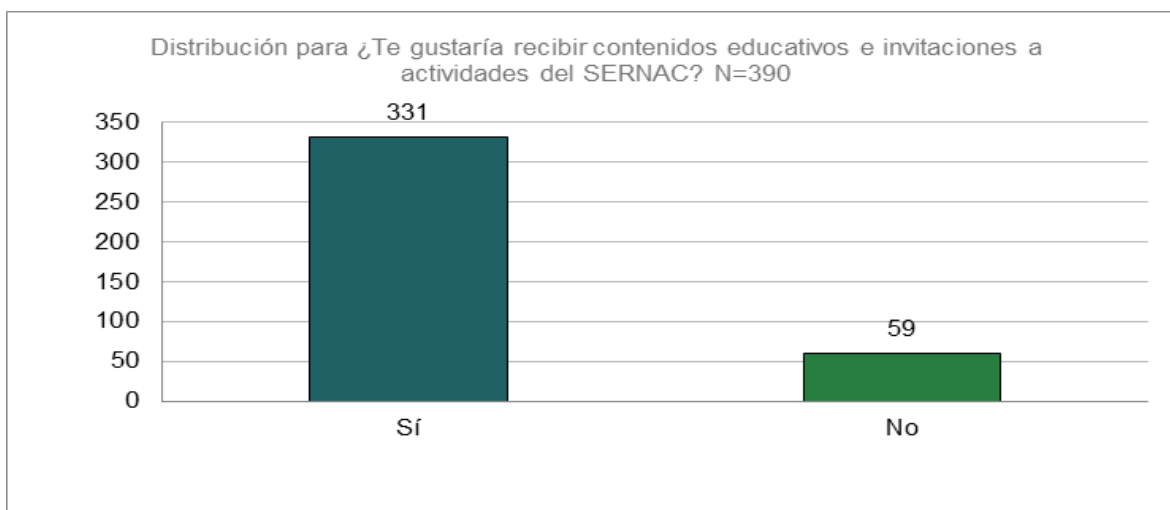
En las respuestas abiertas, los participantes manifiestan interés en temas tales como la **competencia y relaciones de mercado** (4 apariciones), como el

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

dumping y la subcontratación. También la demanda por **educación técnica en áreas de contabilidad e inteligencia artificial** (4 apariciones). **Necesidad de un cambio en la relación institucional**, donde las Pymes solicitan ser escuchadas en instancias de diálogo colaborativo (2 apariciones).

### 14. ¿Te gustaría recibir contenidos educativos e invitaciones a actividades del SERNAC? N=390

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	331	84,87%
No	59	15,12%
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100%</b>



**La opción Sí representa la gran mayoría de la muestra con un 84,87% (331) de las preferencias.** Por su parte, la opción No corresponde al 15,12% (59) de los consultados

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### III.- Análisis Cuantitativo por Ítems

#### 1. Caracterización Socio-Demográfica

- **Género: Alta concentración de participación femenina con un 67,2% (262 casos)**, frente a un 29,7% masculino (116), el 0,76% (3) como no binario, el 0,25% (1) como transmasculino, el 0,76% (3) prefiere no informar, el 0,76% (3) marcó la opción "Otro" y el 0,51% (2) no sabe.
- **Edad: El segmento etario predominante es de 45-64 años con un 44,32% (168)**. Le sigue el rango de 30-44 años con 42,74% (162). Los extremos de la muestra corresponden a jóvenes de 19-29 años (6,59%, 25) y adultos de 65 o más años (6,33%, 24).
- **Distribución Territorial: La Región Metropolitana lidera con un 48,46% (189)**. Le siguen Maule 21,79%, (85), Biobío 7,69%, (30) y La Araucanía 4,36%, (17). Con menor presencia están Coquimbo y Valparaíso 3,59% (14 c/u), Antofagasta 2,82%(11), Atacama 2,31%(9), Arica y Parinacota y Ñuble 1,03% (4 c/u), y finalmente O'Higgins, Los Ríos, Los Lagos 0,77% (3 c/u) y Tarapacá junto a Magallanes 0,51% (2 c/u).

#### 2. Perfil Empresarial y Operativo

- **Rol y Categoría: El rol principal dentro del negocio o MIPYME indicado por los participantes es mayoritariamente, dueños/as o Socios/as Principales con un 57,4%(247)**. El 20,2% (87) son emprendedores sin formalización, el 9,3% (40) no tiene negocio, el 7,2% (31) son Gerentes o Encargados, el 3% (13) son empleados clave y el 2,8% (12) marcaron "Otro".
- Respecto a las categorías de empresa: Predominan las **microempresas (45,6%)** y emprendedores no formalizados (31,3%). Le sigue emprendedores aún no formalizados el 31,28% (122). Las Pequeñas empresas corresponden al 13,33% (52), las Medianas al 5,89% (23) y un 3,84% (15) se clasificó como "Otra".

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- **Rubro y Foco: El rubro en que opera el negocio más indicado es el Comercio Minorista (24,10%, 94).** Le siguen "Otro" 14,35%, (56), Gastronomía y Hotelería 13,58%, (53) y Manufactura 11,28%, (44). Con menores porcentajes están Arte y Cultura 7,69% (30), Servicios Profesionales 5,12%(20), Construcción 4,87%(19), Servicios de Belleza 4,10%(16), Salud 3,84%(15), Servicios Digitales 3,33% (13), Agricultura/Pesca 3,07%(12), Educación y Transporte 1,79% (7 c/u), e Inmobiliario y Servicios Financieros 0,51% (2 c/u).
- **Actividad económica: El 51,8% se dedica exclusivamente a la venta de productos.** La prestación de Ambos (Productos y servicios) corresponde al 27,94% (109) y la prestación exclusiva de Servicios al 20,25% (79).
- **Canales de Venta: El principal canal de venta son las redes sociales, 53,85% (210).** El 43,59% (170) posee tienda física, el 21,03% (82) sitio web propio, el 20% (78) **otros canales** y el 10% (39) usa Marketplaces.

### 3. Conocimiento y Desafíos en Materia de Consumo

- **Nivel de Conocimiento de la Ley del Consumidor: En cuanto al nivel de conocimiento de la Ley del Consumidor N°19.496, un 41,30% (161) declara un nivel Bajo y un 17,17% (67) nivel Nulo.** Solo un **8,2%** declara un conocimiento alto o muy alto de la Ley del Consumidor. Al recategorizar los niveles de conocimiento, se observa una marcada concentración: el 58,5% de la muestra (228 personas) se sitúa en un nivel de conocimiento 'Bajo' o 'Nulo'
- **Conocimiento de los derechos: La Garantía Legal (66,9%) y el Derecho a la Información veraz y oportuna (56,9%)** son los más conocidos; el Derecho al Retracto es de los menos identificados (38,5%). Un 24% (298) declara no conocer ningún derecho.
- **Principales desafíos en materia de consumo para la gestión diaria de los negocios: Los temas de consumo que representan la mayor dificultad o desafío son Derechos específicos del rubro 47,4% (185) y Garantía legal y devoluciones 46,7% (182).** Le siguen Publicidad

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

y promociones 38,72% (151), el "Doble Rol" de las MYPES 34,10% (133), Obligaciones en el Comercio electrónico 28,21% (110), Manejo de reclamos 24,87% (97) y Otros 5,6% (22).

### 4. Experiencia y Expectativas de Capacitación

- **Participación Previa: El 86,92% (339) No ha participado en capacitaciones sobre derechos del consumidor** y un 13,07% (51) si ha participado en instancias de capacitación.
- **De quienes indicaron que participaron en actividad de capacitación, un 74,51% (38) indica que la actividad se realizó en un Organismo del Estado/Público.** Le siguen las Plataformas Digitales Abiertas/Redes con un 17,65% (9) y la categoría "Otro" con un 9,8% (5). En menor medida se mencionan las Instituciones Educativas con un 7,84% (4), los Gremios con un 5,88% (3) y finalmente las Asociaciones de consumidores, Empresas y la opción "No recuerdo" con un 1,96% cada una
- **Barreras de capacitación: El 71,7% de quienes no se han capacitado declara que "no sabía que existían" estas instancias.** El 11,79% (40) no encontró opciones adecuadas, el 7,07% (24) por horarios, el 4,71% (16) por falta de tiempo, el 3,53% por otros motivos (12) y el 1,17% (4) no lo considera prioridad.
- **De quienes indicaron haber participado, indicaron que el tipo de actividad de capacitación fue a través de Charlas o talleres presenciales representan el 60,78% (31).** Le siguen los Cursos online grabados (de autoaprendizaje) con un 37,25% (19), el Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías) con un 21,57% (11), los Webinars o charlas virtuales en vivo y los Videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales) con un 15,69% cada uno (8) y finalmente la categoría "Otro" con un 11,76% (6).

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- **Futuras capacitaciones: Los Cursos online grabados (de autoaprendizaje) son el formato más solicitado, con un 69,74% (272) de las preferencias.** Le siguen los videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales) con un 51,28% (200), el Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías) con un 39,23% (153), las Charlas o talleres presenciales con un 37,18% (145) y los Webinars o charlas virtuales en vivo con un 32,31% (126). Por otro lado, un 3,3% (13) de los consultados indica que no le interesa participar de las formaciones gratuitas de SERNAC y un 1,0% (4) optó por la categoría "Otro".
- **Horarios: La jornada de la mañana (entre las 9:00 am - 12:00 pm) es la opción preferida por los participantes, con un 39,31% (149) de las menciones.** Le sigue la jornada de la tarde (entre las 15:00 pm - 18:00 pm) con un 38,25% (145). Finalmente, la opción Ambas jornadas representa el 22,42% (85) del total de la muestra analizada.
- **Preferencias temáticas: Los derechos del consumidor encabezan la consulta con un 73,4% (278 menciones), seguidos por Educación Financiera 59,1% (224 menciones).** Con un 50,7% cada uno, se sitúan los Procedimientos de reclamo y mediación junto al Conocimiento y comportamiento de los consumidores. En el rango del 49% al 42% se encuentran las Herramientas del SERNAC, Calidad y seguridad de productos y Protección de datos personales. Las categorías de Fraude, Consumo responsable, Cláusula abusiva y Publicidad engañosa registran entre un 38% y un 33%, mientras que los Servicios esenciales (30,6%) y la Publicidad sexista (16,4%) presentan los menores porcentajes, con 13 participantes en la opción "Otro".

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### 5. Herramientas Institucionales (Portal del Proveedor)

- **Conocimiento y uso del Portal del proveedor: El 59,23% (231) no lo conoce.** El 21,79% (85) lo conoce y utiliza, el 16,15% (63) lo conoce, pero no lo usa, y el 2,82% (11) lo conoce e intentó registrarse sin éxito.
- **Satisfacción:** Entre quienes lo usan, **el 34,12% (29) está Satisfecho**, el 23,53% (20) Muy Satisfecho y el 27,06% Ni satisfecho ni Insatisfecho (23). El 9,41% (8) está Insatisfecho y el 5,88% (5) Muy Insatisfecho.
- **Utilidad:** La funcionalidad que resulta más útil es la **Gestión y respuesta de reclamos 78,82% (67)**. Le siguen "No Molestar/Me Quiero Salir" 29,41%, (25), Mesa de Ayuda 7,06% (6), descarga de informes estadísticos 5,88% (5), actualización de datos 4,71% (4) y finalmente la categoría "Otro" con un 3,5% (3).

### IV. Conclusiones

La muestra analizada (390 casos totales) refleja la siguiente composición:

- **Predominancia Femenina:** El **67,2%** de las participantes son mujeres.
- **Rol:** El **57,4%** de la muestra corresponde a dueños/as o socios/as principales.
- **Vulnerabilidad Operativa<sup>3</sup>:** El 45,64% pertenece al segmento de microempresas y el 31,28% a emprendimientos no formalizados.
- **Distribución Geográfica y Rubro:** Existe una concentración del **48,46%** en la Región Metropolitana, destacando principalmente el

---

<sup>3</sup> La vulnerabilidad operativa se refiere a la dificultad que tienen los microemprendedores para seguir funcionando cuando surge un imprevisto. Cualquier problema, por pequeño que sea, pone en riesgo la continuidad del negocio. Definición basada en los conceptos de fragilidad y gestión de: Dini, M. y Stumpo, G. (Eds.), "Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento", CEPAL, Santiago, 2020.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

**comercio minorista con un 24,10%**. De las otras regiones la mayor participación fue en la Región del Maule con 21,8%

El análisis realizado por el equipo de educación del SERNAC detecta que existe una disposición a la capacitación, pero poca formación en materia de consumo debido principalmente por desconocimiento de la oferta de instancias de formación.

- **El 86,92% de los consultados nunca ha recibido capacitación sobre consumo.**
- El principal impedimento no es la falta de interés (solo el 1,17% lo considera que no es una prioridad para su negocio), sino el desconocimiento de la oferta: el 71,7% indicó que "no sabía que existían" dichas instancias.
- Un 58,47% del total de participantes posee un conocimiento "Bajo o Nulo" sobre la Ley del Consumidor.
- Las redes sociales (Instagram, Facebook, WhatsApp) son el principal canal de venta para el **53,85%** de los consultados, superando a las tiendas físicas (**43,59%**).
- **Garantía Legal es el concepto más reconocido (66,9%)**. A pesar de su importancia en el comercio electrónico, el Derecho a Retracto es conocido solo por el 38,5%
- Los mayores desafíos operativos reportados son **derechos del consumidor en productos o servicios específicos del rubro (47,4%) y garantía legal (46,7%)**.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- **Vulnerabilidad de los No Formalizados:** La alta presencia de emprendedores no formalizados (31,3%) sugiere una necesidad de formación que no solo aborde el consumo, sino que actúe como incentivo para la formalización mediante el conocimiento de sus deberes y derechos en el "doble rol".

El Portal del Proveedor se identifica como una herramienta estratégica subutilizada debido a la falta de difusión.

- **Baja Adopción:** El **59,23%** de los encuestados no conoce esta plataforma.
- **Valoración del Usuario:** Entre quienes sí lo utilizan, existe un índice de satisfacción de **57,7%** (Muy satisfecho o Satisfecho).
- **Funcionalidad:** La herramienta más valorada por los usuarios actuales es la **gestión de reclamos (78,82%)**, seguida por las funcionalidades de "No Molestar" y "Me Quiero Salir" (29,41%).

Para el cierre de brechas informativas, el equipo de educación del SERNAC concluye que los usuarios demandan un tránsito hacia la autonomía digital:

- **Formatos Preferidos:** Los consultados optan mayoritariamente por **cursos online grabados (69,74%)** y **tutoriales en video corto y explicativo (51,28%)**.
- **Contenidos Prioritarios:** Existe una demanda explícita por formación en Derechos del Consumidor (**71,2%**), Educación Financiera (**57,4%**), Procedimientos de Reclamo y Mediación junto con Conocimiento y comportamiento de los consumidores obtienen misma frecuencia (**49,2%**).
- **Disposición al Vínculo con el Servicio:** Un **84,87%** de los participantes manifiesta explícitamente su deseo de recibir contenidos educativos directamente del SERNAC.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### V. Sugerencias

Luego del análisis de la información levantada a través de la consulta, el equipo del departamento de Educación para el consumo sostenible, sugiere las siguientes acciones:

- **Implementar Estrategia de Micro-Learning:** Desarrollar cápsulas de video breves (tutoriales) para redes sociales, alineándose con el formato preferido por el **51,3% de los usuarios** y su uso intensivo de estas plataformas para la venta.
- **Campaña de Posicionamiento del Portal del Proveedor:** Diseñar una campaña dirigida al **59,2% que desconoce la herramienta**, enfatizando la "Gestión de Reclamos", que es la funcionalidad más valorada por los usuarios actuales.
- **Optimización de los Recursos Formativos:** Priorizar la oferta de cursos online grabados (autoaprendizaje) para resolver la barrera de "falta de tiempo" y "ajuste de horarios" manifestada por los emprendedores.
- **Fortalecer la Educación Financiera en las Mipymes:** Integrar este tema en la malla formativa, ya que es la segunda temática más solicitada (57,4%) después de los derechos generales del consumidor.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Anexo 1: Instrumento de recolección de información

1. Rol de Participante en el Negocio: (Selecciona la opción que mejor te represente)

- Dueño/a o Socio/a Principal
- Gerente o Encargado/a
- Empleado/a Clave con Rol en Ventas/Atención al Cliente
- Emprendedor/a sin Formalización
- Otro
- No tengo negocio (filtro para terminar aquí)

### Sección 2: Información sobre tu negocio

1. ¿A qué categoría de empresa pertenece tu negocio?

- Microempresa (Ingresos menores a 2.400 UF al año o menos de 94 millones aprox.)
- Pequeña empresa (Ingresos entre 2.400 UF y 25.000 UF al año; Entre 94 millones y 900 millones aprox)
- Mediana empresa (Ingresos entre 25.000 UF y 100.000 UF al año. Entre 900 millones y 3 mil millones aprox.)
- Emprendedor/a (aún no formalizado)
- Otra.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

2. ¿En qué rubro opera tu negocio? (Ejemplo: Gastronomía, Retail, Servicios Digitales, Transporte, Belleza, etc.) Respuesta abierta.

**Comercio al por Menor (Retail)** (Tiendas de ropa, ferreterías, librerías, artículos para el hogar, entre otros).

**Gastronomía y Hotelería** (Restaurantes, cafeterías, *food trucks*, *delivery* de alimentos, hoteles, alojamientos turísticos).

**Servicios de Belleza y Cuidado Personal** (Peluquerías, centros de estética, *spas*, masajes, centros de depilación).

**Servicios Profesionales y Asesorías** (Contabilidad, servicios legales, diseño gráfico/web, consultorías, *coaching*).

**Servicios Digitales y de Tecnología** (Creación/venta de software, desarrollo web, aplicaciones móviles, *hosting*, servicios en la nube, marketing digital).

**Comercio Electrónico (Venta Online Exclusiva)** (Venta de productos a través de tienda virtual, *Marketplace*).

**Educación y Capacitación** (Cursos, talleres, clases particulares, preuniversitarios, centros de formación técnica).

**Transporte, Logística y Distribución** (Servicios de *delivery* (mensajería), transporte de pasajeros, fletes, bodegaje).

**Salud y Bienestar** (Centros médicos o dentales pequeños, farmacias independientes, terapias alternativas, gimnasios).

**Construcción y Reparaciones/Mantenición** (Servicios de plomería, electricidad, gasfitería, albañilería, talleres de vehículos).

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

**Inmobiliario y Arriendos** (Corretaje de propiedades, administración de arriendos, venta de propiedades).

**Arte, Cultura y Entretención** (Venta de artesanía, galerías de arte, *souvenirs*, *shows*, organización de eventos pequeños).

**Agricultura, Pesca y/o Venta de Productos Primarios** (Venta directa de frutas, verduras, pescado, productos del campo, flores).

**Manufactura y Producción** (Fabricación de muebles, textiles, productos químicos, productos hechos a mano, artesanías).

**Servicios Financieros y Seguros** (Corredoras de seguros pequeñas, servicios de pago, asesoría financiera personal).

**Otro (especifica):**

3. ¿Se dedica principalmente a la venta de productos o a la prestación de servicios?

Productos (Bienes físicos o digitales).

Servicios (Asesorías, arriendos, reparaciones, etc.)

Ambos (Productos y servicios)

4. ¿Cuál es tu principal canal de venta?

Tienda física

Sitio web propio

Redes sociales (Instagram, Facebook, etc.)

Marketplace (Mercado libre, [Falabella.com](https://www.falabella.com), etc.)

Otros (especifica)

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Sección 3: Conocimiento y Capacitación

5. ¿Qué tan familiarizado/a estás con la Ley del Consumidor (Ley N° 19.496)?

- Muy familiarizado/a
- Familiarizado/a
- Poco familiarizado/a
- No estoy familiarizado/a

Una **persona consumidora** es toda persona natural o jurídica que, en virtud de cualquier acto jurídico oneroso o gratuito, adquiere, utiliza, o disfruta, como destinatario final, bienes o servicios para su uso personal, familiar o de su grupo social.

6. ¿Conoces los principales derechos de las personas consumidoras?  
(Selecciona todas las que apliquen)

- Derecho a la información veraz y oportuna
- Derecho a la garantía legal (cambio, reparación o devolución)
- Derecho a retracto en ventas a distancia
- Cumplimiento de las promesas publicitarias
- Derecho a un consumo seguro
- No ser discriminado arbitrariamente
- Otros (especifica)
- No conozco los derechos de las personas consumidoras

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

7. ¿Cuáles son los tres (3) temas de consumo que representan la mayor dificultad o desafío para la gestión diaria de tu emprendimiento o PYME? (Selecciona un máximo de 3).

- Garantía legal y devoluciones
- Publicidad y promociones
- Obligaciones en el comercio electrónico
- Manejo de reclamos de clientes
- El "Doble Rol" de las Micro y pequeñas empresas es (como proveedoras y consumidoras)
- Derechos del consumidor en productos o servicios específicos de mi rubro
- Otros (especifica)

8. ¿Has participado en alguna instancia de capacitación sobre derechos del consumidor?

- Sí
- No

Si tu respuesta es "Sí", ¿en qué tipo de actividad has participado?

- Cursos online (de autoaprendizaje)
- Charlas o talleres presenciales
- Webinars o charlas virtuales en vivo
- Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías)
- Videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales)

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

Otro (Especifica)

9. Si tu respuesta es "Sí", ¿dónde fue la actividad? (Ej. SERNAC, municipalidad, gremio, etc.)

Organismo del Estado/Público (SERNAC, Municipalidad, SENCE, SERCOTEC, Corfo, Chile Emprende, u otras entidades públicas).

Institución Educativa (Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica, OTEC's)

Gremio (Cámara de Comercio, Cámara de Turismo, gremio o asociación específica un rubro)

Asociación de consumidores

Empresas

Plataforma Digital Abierta/Red (cursos en YouTube, Instagram, Facebook o plataformas de autoaprendizaje)

No recuerda

Otro (especifica):

10. Si tu respuesta es "No", ¿por qué no has participado? (Selecciona una o más opciones)

No sabía que existían

No encontré una opción adecuada

No tengo tiempo

No lo considero una prioridad para mi negocio

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

Los horarios no me acomodan

Otros (especifica)

11. ¿Conoce o utiliza el "Portal del Proveedor" de SERNAC? (Este Portal es el espacio virtual para que las empresas adheridas gestionen los reclamos, solicitudes "No Molestar" y "Me Quiero Salir" de los consumidores, además de descargar informes estadísticos).

Sí, lo conozco y lo utilizo para gestionar reclamos.

Sí, lo conozco, pero no lo utilizo.

No, no lo conozco.

No aplica a mi negocio (por ejemplo, si no está formalizado)

14.1. Si tu respuesta es sí lo conozco en la pregunta anterior: ¿cuál es su nivel de satisfacción con su uso?

Muy Satisfecho/a

Satisfecho/a

Poco Satisfecho/a

No Satisfecho/a

14.2. ¿Qué funcionalidades del Portal del Proveedor le resultan más útiles? (Selecciona todas las que apliquen)

Gestión y respuesta de reclamos.

Gestión de solicitudes "No Molestar" y "Me Quiero Salir".

Descarga de informes estadísticos de reclamos.

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- Centro de Ayuda o Mesa de Ayuda.
- Actualización de datos de la empresa.
- Otras

### Sección 4: Formatos y Contenidos de Interés

12.SERNAC ofrece formación gratuita, ¿en qué formatos te interesaría participar? (Selecciona una o más opciones).

- Cursos online (de autoaprendizaje)
- Charlas o talleres presenciales
- Webinars o charlas virtuales en vivo
- Material de consulta escrito (Guías, manuales, infografías)
- Videos cortos y explicativos (Tutoriales en redes sociales)
- Otro (Especifica)
- No me interesa participar de las formaciones gratuitas que ofrece el SERNAC.

13.¿Cuál sería el horario ideal para una capacitación en vivo (presencial/online)?

- Mañana (9:00 - 12:00)
- Tarde (15:00 - 18:00)
- Indiferente

14.¿Qué temas o contenidos te gustaría que SERNAC aborde en futuras capacitaciones? (Respuesta abierta)

- Derechos del consumidor

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

- ( ) Procedimientos de reclamo y mediación
- ( ) Publicidad engañosa
- ( ) Educación financiera
- ( ) Cláusulas abusivas en contratos
- ( ) Protección de datos personales
- ( ) Derechos en servicios esenciales
- ( ) Consumo responsable y sostenible
- ( ) Fraude
- ( ) Publicidad Sexista
- ( ) Calidad y seguridad de productos y servicios
- ( ) Conocimiento y comportamiento de los consumidores
- ( ) Herramientas del Sernac
- ( ) Otro (especifique): \_\_\_\_\_

15. ¿Le gustaría continuar recibiendo contenidos educativos e invitaciones a actividades de SERNAC?

- ( ) Sí
- ( ) No

16. Si su respuesta es Sí, deje su correo electrónico:

---

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

### Caracterización sociodemográfica

Para finalizar y complementar tu valiosa opinión, te invitamos a responder esta breve sección.

1. Región de residencia: Ubicación Geográfica del negocio o persona emprendedora
  - Región de Arica y Parinacota
  - Región de Tarapacá
  - Región de Antofagasta
  - Región de Atacama
  - Región de Coquimbo
  - Región de Valparaíso
  - Región Metropolitana de Santiago
  - Región de O'Higgins
  - Región del Maule
  - Región de Ñuble
  - Región del Biobío
  - Región de La Araucanía
  - Región de Los Ríos
  - Región de Los Lagos
  - Región de Aysén
  - Región de Magallanes y la Antártica Chilena

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

2. Comuna de residencia: \_\_\_\_\_

3. País de origen

Chile

Perú

Bolivia

Venezuela

Colombia

Haití

Máximo Nivel educacional:

Básica sin completar

Básica completa

Media completa

Superior técnico profesional

Superior universitaria

Postgrado

Género: ¿Con cuál género se identifica?

Femenino

Masculino

Transfemenino

Transmasculino

## Minuta de resultados Consulta Ciudadana

---

No binario

No sabe

Prefiere no informar

Fecha de Nacimiento: Por favor, ingresa tu fecha de nacimiento en el formato de ocho dígitos: dd/mm/aaaa. \_\_\_\_\_

Agradecemos su interés en esta consulta dirigido a emprendedores, dueños/os o trabajadores de una Mipyme