

Informe Final Cuenta Pública Participativa 2023 Sernac Regional de **Atacama**



Presentación

La Dirección Regional de Atacama del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) presenta a la ciudadanía los resultados de la gestión institucional realizada durante el año 2022 a través del presente informe de Cuenta Pública. Esta primera versión del documento corresponde a un borrador o informe preliminar, que ha sido enviado al Consejo Consultivo de la Sociedad Civil de Atacama y demás organizaciones de la sociedad civil a las que el SERNAC envía información de forma periódica. En base a los alcances, comentarios y observaciones de los diversos actores: ciudadanía organizada y no organizada, se generará una segunda versión del documento, la cual será presentada por el Director Regional (S) del SERNAC en Atacama en un encuentro presencial con invitadas e invitados ciudadanos y autoridades, al término del cual las y los participantes podrán manifestar sus percepciones, inquietudes y necesidades al Director Regional (S), así como señalar oportunidades de mejora para la labor del Servicio. Finalmente, esta retroalimentación será considerada para definir los desafíos y compromisos del Servicio para el año en curso, los cuales se verán plasmados en el informe consolidado final, que será publicado de igual manera en el sitio web institucional.

Las Cuentas Públicas Participativas son espacios de diálogo entre las instituciones y la ciudadanía. El objetivo de estos espacios permite a la autoridad pública informar sobre la gestión realizada y a la comunidad ejercer control social sobre la Administración del Estado.

Tabla de Contenidos

- I. Atención ciudadana
 - Reclamos
 - Consultas
 - Altera Ciudadana

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- II. Protección y compensaciones
 - Fiscalización
 - Juicios de Interés General
- III. Educación para el Consumo
 - Talleres
- IV. Participación Ciudadana
 - Mecanismos participativos
- V. Acciones con enfoque de género
- VI. Campaña comunicacional “Más derechos, más protección”
- VII. Estudios
 - Estudios de mercado
 - Alertas de calidad y seguridad de productos
 - Estudios de Economía del Comportamiento
- VIII. Desafíos y compromisos para el año 2023

I. Atención ciudadana

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

- Reclamos

Durante el año 2022 ingresaron 1.760 reclamos en total en la Dirección Regional de Atacama.

A través de estos reclamos, se observó que el mercado en que las personas experimentan más problemas de consumo es el mercado financiero, esto es, productos y servicios de instituciones financieras (bancos, financieras, cooperativas de crédito, aseguradoras, etc.) y productos financieros del retail, como tarjetas de crédito; éste acumuló el 33,2% del total de reclamos (585) ingresados durante el año. El segundo sector con más reclamos fue el comercio minorista general, también llamado retail, es decir, tiendas y cadenas comerciales, con un 14,8% del total de los reclamos (261). En tercer lugar, se encontró el mercado de las telecomunicaciones, con un 12,2% del total de reclamos (215).

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

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

- Consultas

El SERNAC resuelve consultas y asesora a las y los consumidores ante cualquier duda que puedan tener sobre temas de consumo, acompañándoles en la realización del trámite que corresponda o incluso derivándoles con otras instituciones de la red de protección a las y los consumidores u otros servicios públicos cuando es necesario. Durante el período 2022 se recibieron 922 consultas en la Plataforma de la Dirección Regional de Atacama del SERNAC.

- Alerta Ciudadana

Finalmente, junto con la gestión de reclamos y consultas, el SERNAC recibe Alertas Ciudadanas como mecanismo para que las personas puedan informar prácticas de las empresas que podrían constituir infracciones a la Ley del Consumidor y afectar a las y los consumidores en general. Cada alerta es analizada y en la medida que cumpla los criterios establecidos por el SERNAC para validar la información, es publicada en el Muro de Alertas Ciudadanas para que quede a disposición de las y los consumidores que busquen información sobre un mercado o empresa antes de tomar una decisión de consumo. De la misma manera, cuando existen Alertas Ciudadanas reiteradas para un mercado o proveedor, el SERNAC puede iniciar un proceso de fiscalización e investigar si existe efectivamente una vulneración de derechos de las y los consumidores, a fin de iniciar un mecanismo de protección, buscando el cese de la conducta y la compensación de quienes hayan sido afectados.

Durante el 2022 ingresaron 6 Alertas Ciudadanas en la región, de las cuales todas fueron validadas y publicadas; a partir de éstas, 6 casos fueron revisados por el Comité de Vigilancia.

II. Protección y compensaciones

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

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Fiscalización

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

Durante el año 2022 se realizaron un total de 786 operativos de fiscalización a nivel nacional en las modalidades presencial, digital y mediante oficio, en Atacama, se efectuaron 3 fiscalizaciones generales.

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

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

- Juicios de Interés General

Los Juicios de Interés General son procedimientos judiciales que el SERNAC inicia cuando se comprueba una infracción a la Ley del Consumidor que ha ocasionado daños a un grupo

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

de personas durante un período de tiempo. Cuando el resultado es favorable, el tribunal establece la responsabilidad infraccional de las empresas o proveedores.

Durante el período 2022 el SERNAC aperturó 38 Juicios de Interés General a nivel regional y obtuvo el cierre de 11 procesos iniciados en años anteriores.

Cabe señalar, que el SERNAC, cuando se haya afectado el interés general, puede hacerse parte de causas individuales de consumidoras o consumidores que acudan a la justicia para exigir una compensación. En los casos que participó el Servicio y que tuvieron fallo favorable, las empresas debieron pagar multas por un promedio de 77 UTM y compensar a consumidores y consumidoras por un total de \$17.693.460.

III. Educación para el Consumo

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

- Talleres

Durante el 2022 la oferta programática de talleres para la ciudadanía comprendió tres temáticas centrales, para cada una de las cuales se adaptaron los contenidos y dinámicas de trabajo según el público objetivo –escolares, jóvenes, público general, emprendedores/as, personas mayores y personas con discapacidad-, y según la modalidad de implementación telemática o presencial. Las temáticas, número de talleres implementados y personas participantes a nivel regional son los siguientes:

Nombre del Taller	Nº de talleres ejecutados	Cantidad de participantes
Taller de Educación Financiera	12	457
Taller de Educación en Derechos del Consumidor	7	175
Taller Prácticas de Consumo y Medio Ambiente	5	107
Total	19	739

IV. Participación Ciudadana

- Mecanismos participativos

En el período 2022 se realizaron mecanismos participativos en la región, en modalidad telemática y presencial en la medida que las condiciones sanitarias así lo permitieran. Entre las instancias participativas se encontraron:

1. Cuatro sesiones del Consejo Consultivo Regional en modalidad telemática.
2. Una Consulta Ciudadana Regional a través de la aplicación de una encuesta en formulario papel a 1.030 participantes. Dicho instrumento se aplicó de manera presencial a las y los ciudadanos que fueron a las oficinas de atención de público de la Dirección Regional en Copiapó, y en las Plataformas Municipales; Diego de Almagro, Chañaral, Caldera, Vallenar y Huasco. Además, se contó con la alianza estratégica con la Dirección Regional de la Fundación para la Superación de la Pobreza FUNSOPO, a través del Programa Servicio País, que permitió aplicar el instrumento en las comunas; Chañaral, Caldera, Copiapó, Alto del Carmen, Huasco y Freirina, lo que permitió tener una cobertura territorial del 100% de las 9 comunas de la Región de Atacama. La consulta ciudadana estuvo abierta entre el 18 de octubre y el 04 de noviembre del 2022 y en esta oportunidad se consultó acerca de diversos ámbitos del accionar de SERNAC, así como los mercados y grupos en los que, según la ciudadanía, nuestra institución debiese enfocar su acción en el marco de las nuevas facultades del SERNAC y la Agenda pro Consumidor.
3. Un Diálogo de Consumo, siendo una de las temáticas predominantes el levantar el nivel de conocimiento de los derechos en materia de consumo por parte de la ciudadanía en las 9 comunas de la región, así como recoger las necesidades de cada comunidad asociadas a los mercados, canales de información y sus expectativas de la labor del SERNAC. Hoy nos encontramos desarrollando el Plan de Trabajo emanado en este mecanismo, que incluye talleres a la ciudadanía, actividades de difusión en terreno en sectores poblacionales y capacitación a las Asociaciones de Consumidores en la Región.

V. Acciones con enfoque de género

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

- La realización de un nuevo estudio de gestión menstrual con foco en grupos hipervulnerables -como son mujeres privadas de libertad, en situación de calle y habitantes de campamentos -, que contempló además la actualización del estudio de precios para determinar el costo de una canasta de productos básicos asociados a este proceso biológico vivenciada por el 30% de la población.
- El estudio anual de publicidad sexista, cuyo objetivo fue visibilizar malas prácticas en la publicidad y violencia simbólica hacia las mujeres y niñas.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- La encuesta “Mujer y consumo”, que permite levantar la percepción de las consumidoras sobre las discriminaciones vividas en los distintos mercados. Esta actividad también se implementa anualmente.

VI. Campaña comunicacional “Más derechos, más protección”

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

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

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

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

VII. Estudios

Para el SERNAC es relevante levantar y analizar información calificada para la generación de productos de información, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de las y los consumidores, así como para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes, autónomas, críticas y responsables, y contribuir al cumplimiento de la misión institucional proporcionando un servicio eficaz y eficiente con enfoque ciudadano.

- Estudios de mercado

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

- Estudio de términos y condiciones de plataformas de supermercados y delivery
- Ranking de reclamos en el mercado de educación superior
- Estudio de precios de uniformes y útiles escolares (marzo 2022)
- Estudio precios de exámenes de laboratorios
- Radiografía del mercado del turismo
- Ranking de reclamos en el mercado financiero (datos del 2º semestre 2021)

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Radiografía del mercado de entretenimiento
- Radiografía del mercado de servicios técnicos
- Radiografía de mercado vehículos y rodados
- Estudio sobre falsificación de medicamentos, cosméticos y dispositivos médicos
- Radiografía del mercado del transporte
- Seguridad de productos en servicios básicos
- Estudio de precios de servicios veterinarios

- Alertas de calidad y seguridad de productos

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

Además, la Mesa Regional de Seguridad de Productos de Atacama, tuvo 4 sesiones en el año 2022, y realizó la Tercera Versión del Seminario de Seguridad Productos online, con la participación de 53 personas.

VIII. Desafíos y compromisos para el año 2023

Durante este año 2023, el SERNAC tiene una serie de desafíos que se pueden resumir en cinco ejes centrales:

1. Fiscalizar y proteger con impacto.
2. Prevenir y detectar abusos y malas prácticas
3. Acompañar y conectar con las personas usuarias
4. Fortalecer nuestro posicionamiento y reputación
5. Valorar, incentivar y potenciar nuestros equipos y sus personas.

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

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

Se desarrollará una nueva estrategia comunicacional y de vinculación con el medio, con focos claros y definidos, además de un importante despliegue territorial vía alianzas con Municipios, GORE, Universidades y otros servicios públicos presentes en nuestra región.

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Otro desafío para el período 2023 es la presentación de una modificación legal en ámbitos de consumo financiero, que abordará problemáticas asociadas a las cobranzas extrajudiciales y/o judiciales y aceleración de deudas, entre otras, a fin de ofrecer más protección a las y los consumidores financieros.

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

Para continuar con la aplicación del enfoque de género de forma transversal al quehacer institucional, se dispondrá una calculadora de canasta básica para la gestión mensual, actualizando el estudio de precios de los productos asociados.

Se formalizará la norma de participación ciudadana con enfoque de género y se seguirán realizando conversatorios sobre temas de consumo y género, talleres de educación financiera y derechos en el consumo con enfoque de género y la encuesta de percepción de consumo y mujeres, entre otras acciones.

Asimismo, se actualizarán los protocolos de atención a la ciudadanía, para asegurar el enfoque de género, inclusión y no discriminación en los canales presenciales y remotos. Se trabajará en la difusión y masificación de la implementación de planes de cumplimiento en consumo: desarrollo de actividades de apertura y escucha activa con actores relevantes, además de un conjunto de acciones de perfeccionamiento normativo y legal del modelo de Compliance.

Para ello, a nivel regional, el SERNAC va a potenciar el trabajo con su COSOC, además de establecer espacios de participación ciudadana donde se pueda dialogar en torno a temas vinculados a las problemáticas propias de consumo que se dan en el territorio y se realizarán talleres educativos en organizaciones de base de la sociedad civil.

**Ejecución Cuenta Pública Participativa 2023
Región de Atacama**

1. Desarrollo de la actividad

Ciudad: Copiapó

Lugar: Salón Auditorium de la Cámara de la Construcción de Copiapó

Fecha: 17 de mayo de 2023

Instituciones y/u Organizaciones asistentes: 29

Total asistentes: 37

1.1 Programa de la actividad

Hora	Actividad
10.00 – 10.15	Acreditación de invitados e invitadas ciudadanos
10.15 – 10.20	Bienvenida a las y los asistentes
10.20 – 10.30	Palabras de Makarena Arias Vargas, Seremi de Economía, Fomento y Turismo
10.30 – 11.00	Presentación Cuenta Pública 2023 – Kurt Iturrieta Guaita, Director Regional (S) del SERNAC en Atacama
11.00 – 11.45	Diálogo participativo
11.45 – 12.15	Preguntas al Director Regional (S) del SERNAC y cierre

1.2 Metodología participativa

El objetivo de la Cuenta pública es constituir un hito de información y diálogo ciudadano, de carácter público en torno a la evaluación de la gestión del servicio para fomentar la escucha activa y realizar las mejoras que resulten pertinentes en el quehacer institucional.

El desarrollo de la actividad de Cuenta Pública Participativa constó de “tres momentos”, el primero correspondió a la presentación del Director Regional (S), Kurt Iturrieta Guaita; el segundo, en mesas de 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 tres mesas contó con una facilitadora, quienes estimularon el diálogo y tomaron nota de los principales aportes y temas discutidos en la instancia.

Para finalizar el trabajo de mesas, se solicitó a los integrantes que escogieran una o dos preguntas para el Director Regional (S), las que fueron respondidas en la ocasión por la autoridad.

1.3 Composición de las mesas

Las 3 mesas de trabajo, estuvieron compuestas por 10 dirigentes sociales, quienes respondieron las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce los mecanismos de protección que tienen el Servicio? ¿Qué opinión tiene de ellos? (acá es importante que se pueda explicar a que nos referimos por mecanismos de protección, ejemplificando con lo anteriormente presentado por el Director Regional)
2. ¿De qué manera podríamos mejorar nuestras comunicaciones con la ciudadanía?
3. ¿Qué le interesaría saber de nuestro Servicio?
4. ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para el accionar de SERNAC?

1.4 Desarrollo de la actividad

La Cuenta Pública Participativa de la Dirección Regional del Sernac en Atacama, cuenta con un primer momento, en donde se envía por correo electrónico a los integrantes de su Consejo Consultivo Regional COSOC, el Informe Borrador, con la Gestión 2022 de la Dirección Regional del Sernac en Atacama.

El día miércoles 17 de mayo, se desarrolla en el Salón de la Cámara Chilena de la Construcción de Copiapó, la CPP con activa participación de dirigentes de la sociedad civil, quienes escuchan la ponencia del Director Regional (S) sobre la gestión 2022 del Sernac, y después del trabajo en mesas de trabajo, la autoridad responde las consultas formuladas por las y los asistentes.

Principales preguntas y comentarios de los/as asistentes:

Pregunta 1: ¿Conoce los mecanismos de protección que tienen el Servicio? ¿Qué opinión tiene de ellos? (acá es importante que se pueda explicar a que nos referimos por mecanismos de protección, ejemplificando con lo anteriormente presentado por el Director Regional)

Respuestas de las mesas:

Señalan los participantes que no los conocían con el nombre de mecanismos de protección. Que hace falta más difusión de ellos.

Falta más difusión y enseñanza de dichos mecanismos. Usar más las redes sociales para ello.



Educación en escuelas, difusión a través de radios y medios digitales
Importante que se den a conocer más los derechos de los consumidores.
Difusión de las fiscalizaciones que hace el Sernac

Pregunta 2: ¿De qué manera podríamos mejorar nuestras comunicaciones con la ciudadanía?

Respuestas de las mesas:

Generando más coordinación con las organizaciones de la ciudadanía.
Abriendo espacios de diálogo social permanentes en los territorios.
Trabajo del Sernac con las Juntas de vecinos.
Difusión accesible con ejemplos prácticos.
Generar diálogos con la comunidad.
Trabajar con los escolares desde la enseñanza temprana
Buscar colaboración con el Ministerio de educación.

Pregunta 3: ¿Qué le interesaría saber de nuestro Servicio?

Respuestas de las mesas:

Conocer en profundidad los alcances de la nueva Ley del Consumidor y Agenda pro consumidor.
Saber cómo realiza la fiscalización a las empresas.
Cómo abordan las estafas que realizan los delincuentes contra los consumidores.

Pregunta 4: ¿Qué sugerencias u observaciones tiene para el accionar de SERNAC?

Respuestas de las mesas:

Que el Sernac salga más a terreno.
Socializar más el trabajo que realiza en beneficio de las y los consumidores.
Que fiscalicen a las empresas de la región.
Mayor difusión de los derechos de los consumidores.

2. Resultados del trabajo

Principales preguntas y comentarios de las y los asistentes al Director Regional (S):

Pregunta 1: ¿Es posible una alianza entre el Sernac y Ministerio de Educación en Atacama para llegar con información a niños, niñas y jóvenes sobre sus derechos como consumidores?

Director Responde:



Totalmente factible. Señalar que se ha avanzado en la región, con reuniones de coordinación con el actual Secretario Regional Ministerial de Educación, don Gabriel González Guerrero, oportunidad en la cual acordamos un plan de trabajo conjunto, el que nos permita llegar a distintos establecimientos de enseñanza básica y media de Atacama, para difundir los derechos de las y los consumidores, herramientas del Sernac para la ciudadanía, educación financiera y educación para un consumo sostenible. Lo anterior, los podemos observar en la elaboración y ejecución de nuestro Plan Regional de Educación 2023, llevada adelante por profesionales de nuestro Servicio.

Pregunta 2: ¿Por qué algunos proveedores del retail nos limitan el pago con tarjetas?

Director Responde:

De presentarse este tipo de situaciones, que claramente vulneran los derechos de las y los consumidores, el primer llamado es a revisar los contratos suscritos con estas instituciones financieras y, en segundo lugar, presentar el respectivo reclamo ante el Sernac, por sus distintos canales (presencial, web y call center), para buscar la solución a éste a través de nuestra gestión.

Pregunta 3: ¿Cómo se puede saber sobre las Asociaciones de Consumidores de la Región y participar en ellas?

Director Responde:

En esta actividad, se encuentra don Pedro Munizaga, presidente de la Asociación de Consumidores de Copiapó CONACOP, la que sumadas a las Asociaciones de Consumidores ADECOVALL de Vallenar, ADECOP de Copiapó y ASOCAM, Asociación de Consumidores Adultos Mayores de atacama, representan el movimiento consumerista en Atacama.

La información de contacto de cada una de éstas Asociaciones de Consumidores, se encuentra en nuestro sitio web www.sernac.cl o pueden requerirla directamente en nuestras oficinas.

3. Recomendaciones y/o sugerencias de las personas asistentes.

4. Evaluación Final

Estimamos que el objetivo primordial de esta Cuenta Pública Participativa se cumplió plenamente, ya que pudimos generar espacios de innovación el proceso de participación ciudadana del SERNAC. En concreto, esta actividad se focaliza en las redes de gobernanza



Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

orientadas a la problemática del consumo en la Región de Atacama, que puedan abrir las perspectivas orientadas a la inclusión de los actores de la sociedad civil y su grado de empoderamiento en la formulación y la ejecución de una todavía incipiente Política Pública de protección al consumidor, integrando premisas de calidad democrática del proceso de elaboración de esta política, es decir, si se cumplen una serie de requisitos en relación a la apertura, inclusividad y carácter deliberativo de un sistema de protección al consumidor.

La actividad reforzó las formas de implicar a los clientes en los procesos del servicio, utilizando metodologías útiles en la visualización de la experiencia del ciudadano, como una manera de ampliar el conocimiento respecto de un servicio al identificar su «cartografía de experiencias», es decir, los momentos en los que un usuario entra en contacto directo con un servicio y las percepciones que tiene acerca de él.

Es sin duda una excelente experiencia, pero estimamos que la podemos mejorar aún más atendiendo los criterios de excelencia del Servicio, integrando premisas de calidad democrática del proceso de elaboración de nuestras actividades de participación ciudadana cumpliendo una serie de requisitos en relación a la apertura, inclusividad y carácter deliberativo de un sistema de protección al consumidor.

5. Anexos

Fotografías de la actividad



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo





Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

