



# BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2018

**Ministerio de Economía, Fomento y Turismo  
Servicio Nacional del Consumidor**

29 de marzo de 2019  
Teatinos 50, Santiago. Fono 800 700 100  
[www.sernac.cl](http://www.sernac.cl)





# ÍNDICE

<b>1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo</b> .....	4
<b>Ministerio de Economía, Fomento y Turismo</b> .....	4
<b>Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño</b> .....	4
<b>Subsecretaría de Turismo</b> .....	5
<b>Subsecretaría de Pesca y Acuicultura</b> .....	6
<b>Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera</b> .....	6
<b>Corporación de Fomento de la Producción</b> .....	7
<b>Comité Innova Chile</b> .....	8
<b>Fiscalía Nacional Económica</b> .....	9
<b>Instituto Nacional de Estadísticas</b> .....	9
<b>Instituto Nacional de Propiedad Industrial</b> .....	10
<b>Servicio de Cooperación Técnica</b> .....	10
<b>Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura</b> .....	11
<b>Servicio Nacional de Turismo</b> .....	11
<b>Servicio Nacional del Consumidor</b> .....	12
<b>Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento</b> .....	12
<b>2. Resumen Ejecutivo Servicio</b> .....	15
<b>3. Resultados de la Gestión año 2018</b> .....	18
<b>4. Desafíos para el período de Gobierno 2019 - 2022</b> .....	34
<b>5. Anexos</b> .....	40
<b>Anexo 1: Identificación de la Institución</b> .....	41
<b>a) Definiciones Estratégicas 2014-2018</b> .....	41
<b>b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio</b> .....	44
<b>c) Principales Autoridades</b> .....	45
<b>Anexo 2: Recursos Humanos</b> .....	46
<b>Anexo 3: Recursos Financieros</b> .....	53

<b>Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015 -2018</b> .....	57
<b>Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2015 - 2018</b> .....	59
<b>Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2018)</b> .....	60
<b>Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018</b> .....	61
<b>Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2015-2018</b> .....	64
<b>Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración 2015 - 2018.</b> .....	69
<b>Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2015-2019</b> .....	80
<b>Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2015- 2019</b> .....	81
<b>Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2015 - 2018</b> .....	82

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo

## Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene la misión de promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país; la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados; además del desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de Chile. Todo esto mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país, sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico, tanto públicas como privadas, nacionales y extranjeras. Desempeñar un activo rol en impulsar importantes reformas que apunten a elevar la competitividad global de la economía, a perfeccionar el funcionamiento de los mercados, incluyendo la protección de los derechos del consumidor, y a promover el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país.

El 14 de mayo de 2018 se firmó el decreto que permitió la creación de la Oficina de Gestión de Proyectos Sustentables (GPS) radicada en el Ministerio de Economía, fomento y turismo, cuya responsabilidad es coordinar al resto de los Ministerios y sus respectivos servicios para hacer más eficiente el proceso de aprobación y entrega de los permisos para la implementación de grandes proyectos de inversión, entregando el apoyo necesario para el cumplimiento a cabalidad de los requisitos establecidos en la normativa vigente.

En agosto del mismo periodo, el Gobierno lanzó la Oficina de Productividad y Emprendimiento Nacional (OPEN) y Proyecto de Ley Misceláneo de Productividad y Emprendimiento con 28 medidas para simplificar trámites, eliminar burocracia y mejorar la competitividad, en el marco de la agenda de productividad del Gobierno.

En el marco de la Economía del Futuro, estamos trabajando en innovaciones a la Ley de Investigación y Desarrollo y, en particular, en la creación de nueva Ley de Transferencia Tecnológica, para vincular de mejor forma a las universidades y las áreas donde se genera conocimiento con aquellos sectores productivos y de políticas públicas. También se creará el Observatorio de Datos, que será una organización sin fines de lucro con la misión de adquirir, procesar y almacenar en medios digitales los conjuntos de datos generados por instituciones de carácter público o privado y que por su volumen, naturaleza y complejidad requieren una curaduría, exploración, visualización, y análisis que facilite la disponibilidad de dichos datos para fines del desarrollo de la ciencia, tecnología, innovación, conocimiento y sus aplicaciones en la economía, siendo el primer conjunto de datos y disciplina a incorporar, la Astronomía.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2018, podemos destacar:

## Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

Uno de los impulsos importantes que ha desarrollado esta Subsecretaría a través de la División de Empresas de menor tamaño ha sido la formulación y promulgación de la ley pago a 30 días para las PYMES. El día miércoles, 19 de diciembre de 2018, se



aprobó el proyecto de Pago a 30 Días, que luego con fecha 03 de enero de 2019 se convirtió en Ley de la República. Esta ley además de establecer un plazo de pago certero –impulsado por la obligación de emisión de la guía de despacho electrónica–, instaura la aplicación de intereses corrientes por cada día de atraso en el pago de la factura y comisión moratoria y, en régimen, esta ley exigirá las mismas condiciones de pago tanto para el sector público como el privado.

Por el lado de la innovación el presupuesto del FIC para el año 2018, contempló recursos para dar cumplimiento a un conjunto de instrumentos y programas en desarrollo, además de nuevas iniciativas priorizadas, de acuerdo al Programa Nacional de Innovación. El Programa FIC durante el 2018 ejecutó el 99,9% de los fondos que le fueron asignados.

En el marco de la Asociatividad y Economía Social la Subsecretaría ha sido pionera en sumarse a la agenda de Modernización del Estado, al implementar DAES Digital, buscan digitalizar la documentación de más de 11 mil organizaciones, entre cooperativas, asociaciones gremiales y de consumidores.

Finalmente es importante destacar que durante 2018 se constituyeron 132.140 nuevas empresas en el país, 11,9% más que en 2017 y la cifra más alta desde que partió el sistema de registro electrónico en 2013, que está a cargo de la División de Empresas de Menor Tamaño y el Registro de Empresas y Sociedades (RES). Del total de las empresas creadas en 2018, el 77,2% correspondió a compañías constituidas en el sistema de Registro de Empresas y Sociedades (RES) y el 22,8% restante se realizó a través del Diario Oficial (30.142 empresas).

## Subsecretaría de Turismo

Durante 2018 la Subsecretaría de Turismo trabajó en la puesta en valor de cinco Parques Nacionales, avanzando así en el mejoramiento de la experiencia de los visitantes que llegan hasta ellos. Adicionalmente, se dieron importantes pasos para potenciar el desarrollo del capital humano en la industria turística. En este sentido, y tras la realización talleres participativos se desarrolló el Plan Estratégico de Capital Humano para turismo 2019–2022. Este documento tiene como objetivo orientar el trabajo estratégico y operativo de los actores públicos y privados del sector en esta materia. A lo anterior, se suma la realización en conjunto con Sence y la Subsecretaría del Trabajo, de una capacitación en inglés para Turismo en la Región de Coquimbo. Estas acciones serán repetidas a lo largo del presente año.

En materia de Relaciones Internacionales, en junio de 2018 se firmó un acuerdo para entregar una visa conjunta entre Chile y Argentina, para turistas de nacionalidad China que nos visitan.

Además, en el marco del trabajo desarrollado para impulsar la línea de experiencia "Enoturismo", la Subsecretaría de Turismo consiguió que Chile, con el Valle de Colchagua, fuese definido como sede de la Cuarta Versión de la Conferencia Mundial de Turismo Enológico, la cual se realizará en diciembre de 2019.

También y tras casi una década desde que se ingresó en el Congreso el proyecto de Cobotaje de Pasajeros a naves extranjeras de más de 400 pasajeros, la Subsecretaría impulsó este proyecto, logrando su aprobación en enero de 2019.

## Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Por encargo del Presidente de la República, se envió al Congreso un proyecto de ley que termina con la renovación automática de las licencias pesqueras del sector industrial, al final del actual período de 20 años. Esa iniciativa fue aprobada ya en la comisión de Pesca del Senado, en primer trámite constitucional, y su debate en el Legislativo continúa. También con la finalidad de modificar la Ley de Pesca, el Ejecutivo prepara otro proyecto, que abordará esencialmente materias vinculadas con la actividad artesanal. Para conocer los puntos de vista de los pescadores frente a la futura iniciativa, la subsecretaría desarrolló, en junio y julio de 2018, 114 encuentros participativos a lo largo de todo Chile.

A partir de un diálogo permanente con pescadores de todo el país, además, la subsecretaría ha tomado una serie de medidas que benefician de manera directa al rubro. Así, por ejemplo, se creó la pesquería de la sierra para Los Ríos, lo que permite al sector artesanal de esa región capturar, de modo sustentable, un recurso abundante en la zona. En caleta La Barra, La Araucanía, en tanto, se autorizó la pesca del salmón chinook, con miras al desarrollo de iniciativas enfocadas en la diversificación productiva. Se visó igualmente la extracción del dorado o palometa, con bolinche, en Atacama, Coquimbo y Valparaíso, en línea con un antiguo anhelo de los pescadores locales. Y en diez regiones, se generaron cupos para capturar pez espada.

Junto con lo anterior, el Ejecutivo ingresó a la Contraloría General de la República el DFL que fija la planta del Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala (Indespa), cuyo fin es concentrar las líneas de financiamiento público destinadas al sector pesquero artesanal. Una vez que se tome razón del decreto, se iniciará la implementación del nuevo organismo.

El Gobierno remitió también al ente contralor, el reglamento de la ley de caletas. Dicho instrumento posibilitará la plena entrada en vigencia de la norma, que busca convertir a esos asentamientos costeros (unos 450) en polos de desarrollo económico, bajo la aplicación de dos premisas: agregación de valor y diversificación productiva.

También en el plano de las caletas, hasta 42 mil litros diarios de agua potable entregarán a pescadores de las regiones de Atacama y Coquimbo las plantas desalinizadoras que serán instaladas en seis de esos poblados costeros, gracias a recursos provenientes del Fondo de Administración Pesquero (FAP) de Subpesca, por un total de \$552 millones.

## Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

El aumento de la inversión extranjera dio muestras de su fortaleza durante 2018, tal como lo reflejan los US\$14.108 millones de la cartera de proyectos de InvestChile, que sobrepasa con creces los datos del año 2017, cuando registró US\$7.736 millones.

Este incremento de 82,4% va asociado con el aumento del número de proyectos en el que la agencia participó, que pasaron desde 196 a 277 y que generarán 15.408 puestos de trabajo en relación a los 10.693 anotados en el ejercicio anterior.

La cartera de proyectos de InvestChile va en la misma tendencia que estadística del Banco Central, que, con una metodología diferente, muestra que la inversión

extranjera directa ha aumentado en el año. Totalizó US\$7.834 millones entre enero y octubre de 2018, mismo periodo en el que se registraban US\$6.264 millones en 2017.

## **Corporación de Fomento de la Producción**

Una mejora institucional cargada de innovación fue lo que se desarrolló durante el año con el rediseño de los programas de emprendimiento e innovación buscando facilitar el acceso y la postulación de los usuarios, pasando de 38 instrumentos a ofrecer un conjunto de 15 instrumentos además del incentivo tributario I+D y Start Up Chile.

Durante el año 2018, en julio Corfo presentó su nueva plataforma web “El Viaje del Emprendedor” dedicado exclusivamente para emprendedores y entidades relacionados. Luego el 14 de noviembre se lanzó Huella, la primera aceleradora de proyectos de triple impacto, donde a través de un proceso de aceleración de 6 meses se apoyarán emprendimientos innovadores que resuelvan problemas sociales y/o ambientales, con un modelo de negocio viable y sostenible en el tiempo. En el mes de diciembre se adjudicaron los primeros 13 proyectos a participar de esta aceleradora, que trabaja con la metodología de Start up Chile.

En el ámbito de la innovación el 9 de agosto del mismo año, Corfo de la mano del Ministerio de Economía, fomento y turismo y el de Medio Ambiente, lanzaron el programa de Prototipos de Innovación en Economía Circular, el cual posee un alcance nacional de cofinanciamiento de hasta 60 millones de pesos y entre el 50% y 70% de los costos totales del proyecto según el tamaño de cada empresa.

El 13 de diciembre del año 2018, se realizó el lanzamiento del programa Acelera Chile, el cual busca contribuir al aumento de la competitividad y sostenibilidad de empresas ubicadas en territorios de oportunidades en que se concentran zonas de rezago productivo y/o Zonas extremas.

En cuanto a los esfuerzos realizados durante el año 2018, para mejorar las capacidades habilitantes para sofisticar la oferta productiva del país a fines del primer trimestre se realizó el lanzamiento del Programa Ciencia e Innovación para el año 2030. Además, en noviembre se adjudicó la creación del Instituto Tecnológico para la Resiliencia ante Desastres Naturales, este Instituto Tecnológico tendrá el rol de resolver las fallas detectadas en la I+D+i en el sistema de resiliencia, facilitar procesos de colaboración y lograr articulación efectiva de los actores; además de crear una red nacional colaborativa de trabajo para la resiliencia mediante un trabajo mancomunado entre todos los actores involucrados. Finalmente, en diciembre del 2018 se inició el trabajo de creación de un Centro de Biotecnología Traslacional, que actuará como plataforma habilitante. Su misión será acelerar el desarrollo de productos y servicios biotecnológicos basados en I+D realizados en Chile. Este trabajo se realizará de la mano de la industria a través de SOFOFA.

A fines de noviembre Corfo lanzó la convocatoria para el Instituto Chileno de Tecnológicas Limpias, orientado a las temáticas de energía solar, minería baja en emisiones y materiales avanzados de litio. Este instituto implica una inversión de USD\$ 260 MM, constituyendo la mayor inversión que el país ha realizado en clean tech.

En temas asociados a mejorar las condiciones de financiamiento a través de FOGAIN, durante diciembre del año 2018, se realizó la asignación de cupos de cobertura FOGAIN para intermediarios financieros (IFIs), privilegiándose a aquellos que intermediarios que presentaron las tasas de interés más bajas en relación al promedio, lo que permitirá que los beneficiarios obtengan tasas más bajas, además se implementó la modalidad especial Víctimas de la Violencia Rural en Fogain.

En cuanto a mejoras en la industria de capital de riesgo durante el año 2018 comenzaron a operar 8 nuevos fondos de inversión, a diciembre del año 2018 ya son 297 las empresas apoyadas a través de los fondos de inversión apoyados por Corfo.

Asimismo, Corfo lanzó el nuevo fondo de inversión para el sector forestal y maderero, a través de créditos de largo plazo para la constitución del fondo de inversiones con un tope máximo de US\$30 millones por fondo. Cuya inversión inicial fue de US\$120 millones con 59.000 hectáreas beneficiadas.

## **Comité Innova Chile**

InnovaChile de acuerdo a su misión busca convertir a Chile en un país impulsado por la innovación, entregando herramientas y promoviendo la colaboración entre actores que permitan mejorar, sofisticar, diversificar y digitalizar la matriz productiva.

Para esto promueve el desarrollo de las entidades, en el fortalecer el entorno para innovar, instalar capacidades y procesos de innovación dentro de las empresas, desarrollar y consolidar nuevos productos, procesos o servicios para las empresas de forma impacte positivamente a la sociedad y que permitan resolver grandes desafíos de Chile.

Al respecto podemos señalar que al 2018 Comité InnovaChile con un presupuesto de M\$43.991.641, los cuales ejecutó al 100%, correspondiendo mayoritariamente a recursos que provienen del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC), los cuales se han destinado a labores tales como fomento y apoyo financiero del programa Mipymes, para aquellas micro, pequeña y mediana empresas que incorporaron elementos de innovación en sus operaciones a lo largo del país, y en el caso específico de las regiones, mediante el Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R) a través de los Gore.

En términos operativos su número de operaciones se incrementó un 19% en relación al año anterior; el 66% de sus postulantes fueron Mipymes y el 66% de ellos postuló por primera vez; lo anterior evidencia el logro del objetivo de incluir a nuevos actores dentro del Ecosistema de Innovación.

Además, se ha avanzado hacia una mayor representación regional logrando que sobre el 50% de los proyectos apoyados sean desarrollados en regiones; ejemplo de lo anterior es la Convocatoria de Prototipos de Innovación Regional 2018, el cual se lanzó en 7 regiones apoyando 76 iniciativas cuyos desafíos abordan temáticas territoriales de importante relevancia local.

También en el año 2018 se realizó el Primer Piloto Prototipos de Economía Circular aprobándose 26 proyectos por \$1.344 millones. Así mismo se lanzó el Programa Huella, la primera aceleradora de emprendimientos que apoya iniciativas

innovadoras que no solo busquen un impacto económico, sino que también social y ambiental, se adjudicaron 13 proyectos por \$665 millones.

Durante el año 2018 se realizó un rediseño institucional buscando una entidad más ágil y simple, reduciendo el número de instrumentos, simplificando bases técnicas, disminuyendo el número de antecedentes solicitados y minimizando el uso de documentos físicos priorizando el uso de notificaciones electrónicas. A nivel externo se rediseñó el programa Fortalece Pyme, el cual busca apoyar la implementación de Centros que contribuyan a mejorar la productividad de las Empresas de Menos Tamaño, por medio de servicios orientados a la adopción de mejores prácticas, incorporación de tecnologías, fortalecimiento de capacidades para innovar y la vinculación con el ecosistema.

En relación al desarrollo territorial InnovaChile ha buscado fortalecer los instrumentos con foco territorial, por lo que se rediseñaron los programas vigentes al 2018, generando los siguientes programas con mayor foco en regiones: Innova Región, Innova Social, Fortalece Pyme y Bienes Públicos.

### **Fiscalía Nacional Económica**

Durante el año 2018, mantuvo la plena instalación de las nuevas atribuciones en materia de investigación y denuncia de ilícitos anticompetitivos, acorde a lo instruido en la reforma producida por la publicación de la Ley 20.945 en el año 2016.

Logró realizar 4 estudios de mercados, finalizando dos de ellos en importantes materias como rentas vitalicias y notarios, y comenzó otros dos en materia de medicamentos y textos escolares. Junto a ello, pero en materia de control de fusiones, se finalizaron 54 operaciones de concentración, de las cuales 47 fueron aprobados pura y simple, 5 aprobados con medidas y 2 prohibidas.

En el mismo sentido que lo expuesto en el párrafo anterior, y como resultado de la gestión, la FNE aumentó el número de acciones estratégicas que produjeron cambios de conducta en agentes económicos, logrando como resultado un total de 23 iniciativas, destacando dentro de ellas 5 Requerimientos presentados ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC).

En el ámbito de la promoción y la difusión de la libre competencia, la FNE publicó una Guía de Querellas y editó en calidad de consulta la Guía de Multas y además, tuvo un importante año no sólo por la relevancia de los eventos que organizó y patrocinó, como fue el Día de la Competencia y dos seminarios de nivel internacional desarrollados en conjunto con la Universidad de Chile, sino que también por el honor de haber recibido el reconocimiento de presidir el Comité de Competencia del Foro APEC.

### **Instituto Nacional de Estadísticas**

Durante 2018, el INE contó con un Presupuesto de MM\$44.807.576, que ejecutó al 99%. Durante este año, y además de sus productos estadísticos habituales, el Instituto concluyó el trabajo técnico respecto de la nueva base del IPC, que comenzó su implementación en enero de 2019, y avanzó en el desarrollo de un nuevo marco muestral de viviendas con base en el censo de población de 2017. Además, la Institución se ha enfocado en un trabajo creciente con registros administrativos y



en la actualización de la base muestral de la encuesta de empleo. Cabe destacar también la realización en conjunto con el Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio de Interior, del primer estudio de determinación de la población inmigrante de Chile, estudio que de ahora en adelante se realizará anualmente. Por otro lado, el Programa Censo, con un presupuesto autónomo de \$2.027.295 millones, ejecutó un 87%, dedicado al VIII Censo Agropecuario y al inicio del trabajo en el Censo de Población de 2022. Finalmente cabe señalar que durante el año 2018 se completó la entrega de resultados del Censo 2017.

## **Instituto Nacional de Propiedad Industrial**

INAPI consolidó sus operaciones como Autoridad Internacional para la Búsqueda y del Examen Preliminar de Patentes (ISA/IPEA, por sus siglas en inglés) en el marco del Tratado de Cooperación en materia de Patentes, lo que en la práctica significa que pasó a ser una de las 21 oficinas de patentes más importantes del mundo, siendo la segunda oficina en la región junto a Brasil, y la segunda en el mundo de habla hispana junto a la oficina española, capaz de desarrollar informes internacionales de patentabilidad.

Desde enero de 2018, como resultado de la ejecución del proyecto Inapi Sin papeles, se modificaron los flujos de trabajo y se ajustó el sistema de automatización de la propiedad industrial, de forma de permitir la gestión digital completa de los expedientes de marcas patentes, diseños industriales y modelos de utilidad, eliminando los expedientes físicos de respaldo.

Según el balance realizado, las solicitudes de marcas ante Inapi, superaron los 47.000 en 2018 y el 89% se piden por acceso vía web, correspondiendo a un 69% de dichas solicitudes a residentes nacionales sumando más de 1500 marcas nuevas de empresas chilenas, incrementando en un 4,7% respecto del año anterior. En tanto que las peticiones de registro de patentes crecieron 10% destacando las de diseños y las patentes de invención. Se obtiene que las marcas de productos son las que predominan alcanzando el 52,35% mientras que el porcentaje restante (47,65%) corresponden a servicios.

## **Servicio de Cooperación Técnica**

Durante el año 2018, Sercotec consolidó la implementación de programas emblemáticos que contribuyeron con el desarrollo de los negocios de miles de microempresarios y emprendedores a lo largo de todo el país.

Con 51 Centros y 98 oficinas satélites, el programa Centros de Desarrollo de Negocios ha logrado una cobertura de 98% del territorio nacional, asesorando a casi 34 mil emprendedores y empresas de menor tamaño desde su creación. Los resultados acumulados obtenidos al 31 de diciembre de 2018 han superado con creces las expectativas, ya que más de 8.000 empresas han declarado aumento de ventas por un total aproximado de MM\$75.620, se ha generado más de 5.800 nuevos empleos formales y se ha capacitado a más de 240.000 emprendedores y empresas. La eficiencia con la que el programa fue implementado por Sercotec, lo hizo merecedor del "Reconocimiento de Excelencia" por parte de la América

**Small Business Development Center (ASBDC) en septiembre de 2018 en Washington EE.UU.**

**Tras tres años de implementación, el programa Barrios Comerciales se consolidó logrando la revitalización comercial de 59 Barrios Comerciales, desarrollándose más de 300 iniciativas de promoción y difusión, activación comercial, heroseamiento del barrio, entre otras. Se continuó fortaleciendo la asociatividad, dando continuidad al trabajo colaborativo y se logró el apalancamiento por más de M\$247.437 millones, tanto de fuentes públicas como privadas.**

**La exitosa implementación de los programas del Servicio es fruto del esfuerzo y compromiso de todo el personal de la institución, cuya gestión fue reconocida el año 2018 por la Dirección Nacional del Servicio Civil a través del Premio Anual por Excelencia Institucional.**

### **Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura**

**Durante el año 2018 se continuó con la tramitación parlamentaria de la ley que moderniza y fortalece el ejercicio de la función fiscalizadora del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, SERNAPESCA. En el marco de esta normativa, el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura incorporará a 253 nuevos funcionarios, de los cuales 233 harán labores de certificación de desembarque en terreno y otros 20 profesionales fortalecerán las labores de certificación de inocuidad de productos de la pesca y acuicultura de alta importancia para la exportación. Asimismo, incluye el uso de nuevas tecnologías para el combate a la pesca ilegal y sanciones más justas, proporcionales al nivel de impacto en recursos sobreexplotados o en colapso. Esta ley será aprobada y publicada en el mes de enero de 2019.**

**El Ministro de Economía, Fomento y Turismo, José Ramón Valente y el Ministro de Aduanas de la República Popular China, Ni Yuefeng, firmaron dos protocolos que facilitarán el intercambio comercial y el envío de productos pesqueros hacia el Gigante Asiático, El primer memorando firmado entre ambas autoridades ministeriales marca el inicio del trabajo conjunto para establecer la certificación electrónica para el envío de productos de la acuicultura hacia China. Es importante señalar que, tal como se consigna en ambos convenios, el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura es la entidad a cargo de su implementación.**

### **Servicio Nacional de Turismo**

**Con un presupuesto vigente de MM\$30.809.509, Sernatur, ejecutó un 98% del total en programas de turismo social, tales como: Vacaciones de Tercera Edad, Gira de Estudios y Turismo Familiar, propuesto por el Gobierno. En base a los beneficios que emanan de la actividad turística y su industria asociada. Con el propósito de su compromiso de facilitar el acceso de distintos grupos de interés a los beneficios que proporciona la actividad turística y al mismo tiempo, contribuir al desarrollo de la industria turística en los distintos destinos participantes.**

**Juntos, estos programas beneficiaron a 94.916 personas, generando 433.775 pernотaciones en noventa y seis destinos turísticos y beneficiando a cerca de mil prestadores, principalmente micro, pequeñas y medianas empresas. Se alcanzó una inversión aproximada de 9 mil millones de pesos.**

El turismo de reuniones es otro de los ejes de la promoción turística, debido a que los turistas que llegan al país por este segmento generan un mayor gasto individual y una estadía más amplia que el turista vacacional. El turismo MICE (por meetings, incentives, conventions y exhibitions) fomenta también la creación de empleo y beneficia a las economías locales. En 2018, solo en su primer semestre, más de 250 mil turistas de negocios llegaron al país, los que dejaron sobre 257.587.811 dólares como ingreso de divisas, con un gasto promedio diario individual de 104,9 dólares, cifra muy superior al gasto del turista de vacaciones (64,4 dólares).

En el marco de la promoción turística del país, cerca de 17 mil visitantes recibió la séptima versión de la Feria Internacional de Viajes y Vacaciones durante los tres días que estuvo en Centro-Parque del Parque Araucano y donde las 16 regiones del país difundieron su amplia oferta, con alrededor de 340 productos turísticos nacionales, lo cual se tradujo en más de 2.600 profesionales del turismo se dieron cita en una jornada dedicada exclusivamente a público especializado y donde 83 empresas regionales de turismo culminaron con éxito cerca de 700 reuniones de negocios con 33 representantes de tour operadores nacionales y receptivos socios de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo, Achet.

La última Mesa Nacional de Sustentabilidad, encabezada por Subsecretaría de Turismo y Sernatur, entregó 27 distinciones de Sello S, cifra que se suma y deja un total para este 2018 de 165 empresas turísticas certificadas en sustentabilidad. Sin duda, un número récord que refleja el compromiso de las empresas turísticas por sumarse a prácticas más eficientes y responsables.

## Servicio Nacional del Consumidor

El 13 de septiembre de 2018, se publicó en el Diario Oficial de la República de Chile la reforma a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores ("LPDC"). La publicación culmina un proceso que duró más de cuatro años, permitiendo el fortalecimiento del SERNAC al aumentar significativamente las atribuciones, entre ellas, las facultades de fiscalizar, interpretativas y propositivas. Asimismo, se fortalecen las demandas colectivas y se establecen Procedimientos Voluntarios Colectivos que consideran incentivos para que las empresas mejoren sus prácticas.

SERNAC recibió 330.241 reclamos formales en materia de consumo hacia un proveedor, para el periodo comprendido entre el mes de enero a diciembre de 2018. Si se compara con el mismo periodo del año anterior, muestra una baja de 7.025 casos.

El Servicio Nacional del Consumidor lideró las seis sesiones que se realizaron durante el año 2018 del Consejo Consultivo de la Sociedad Civil, iniciativa propia de la institución y consagrada en la ley 20.500 de Participación Ciudadana que busca promover el diálogo social público-privado.

## Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

Desde el año 2014 a la fecha, se han acogido a tramitación 14.947 procedimientos concursales, 4.330 de Renegociación de la Persona Deudora, 3.383 de Liquidación de bienes de empresas, 7.051 de Liquidación de bienes de la persona deudora y 183 de Reorganización de la empresa deudora.



De manera complementaria, cabe hacer notar que en 2018 se acogieron a tramitación 6.143 procedimientos concursales, 43% más que los 4.298 registrados en 2017.

Entre los principales hitos del año 2018, cabe destacar que la Superintendencia en la práctica mantuvo, e incluso disminuyó, el tiempo promedio del proceso de respuesta a consultas y reclamos ciudadanos. Lo anterior, aun cuando la cantidad de consultas y reclamos creció, en coherencia con el incremento en la cantidad de procedimientos concursales, en un 86% en 2018, respecto de 2017. En efecto, en el año 2017 el tiempo de respuesta fue de 38 días, mientras que, en el 2018, dicho procesó demoró en promedio 37 días.

Por otro lado, en el contexto de los procedimientos de renegociación de la persona deudora se logró aumentar la tasa de admisibilidad desde 63% en 2017 a 67% a diciembre de 2018. A su vez, se produjo un aumento en la proporción de usuarios/as que lograron la admisibilidad en la primera presentación de sus antecedentes, desde el 28% de las personas en 2017, al 31% en 2018.

Es más, para usuarios/as de renegociación de la persona deudora, la Superintendencia mejoró el tiempo de tramitación promedio, desde 69 días en 2016 a 61 días aproximadamente en 2018, medidos desde la fecha de la resolución que da por admisible el procedimiento.

Adicionalmente, se fijó un estándar de 50 minutos para la atención de solicitudes de inicio y rectificatorias de renegociación. En 2018, el 78,53% de los casos se atendieron en un tiempo de 50 minutos o menos. En 2017, sólo el 65% de los casos se atendieron en este plazo.

Durante el año 2018 se fiscalizaron 471 procedimientos de liquidación con incautación tardía, se realizaron 302 solicitudes de sobreseimiento definitivo y 202 quiebras fueron sobreseídas definitivamente. Adicionalmente, se continuó con el desarrollo de un nuevo sistema de fiscalización que permite obtener información desde fuentes diversas (fiscalizados, deudores, fuentes externas) a fin de detectar diferencias de información y generar alertas de cumplimiento de plazos de tramitación. Por último, de manera complementaria, se llevó a cabo la profundización de la implementación de fiscalización basada en riesgo, cubriendo la totalidad de los procedimientos que se llevan a cabo en el Departamento de Fiscalización e incorporando "hallazgos de fiscalización" como atributos de riesgo.

Finalmente, en el marco de la promoción de la Ley de N.º 20.720, la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, realizó a lo largo del país 318 charlas y participó en 171 ferias en terreno, ambas actividades efectuadas en Gobernaciones, Municipios, Servicios Públicos, Asociaciones Gremiales Empresariales, Fundaciones y Universidades de todo el país. Además, se firmaron 33 convenios de colaboración con instituciones públicas y privadas, que permiten fortalecer la atención al público y difundir la ley 20.720, mejorando de manera general el servicio entregado a la ciudadanía.



**JOSÉ RAMÓN VALENTE VIAS**  
MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

## **2. Resumen Ejecutivo Servicio**

**El Servicio Nacional del Consumidor tiene por misión informar, educar y proteger a los consumidores ciudadanos, mediante un marco técnico de eficacia, eficiencia y transparencia de la acción institucional y de los mercados, y del rol responsable, activo y participativo de cada uno de sus actores.**

**Durante el año 2018, el servicio contó con un presupuesto de M\$13.697.416, una dotación total de 306 funcionarios, 186 mujeres (60,7%) y 120 hombres (39,2%). En términos de su estructura, cuenta con 3 áreas de línea, que son la Subdirección de Consumidores y Mercados, Subdirección Jurídica y la División de Consumo Financiero. Complementariamente, cuenta con 7 áreas de apoyo, las que brindan soporte a la gestión institucional de la institución, que son: Gabinete, Departamento de Comunicaciones Estratégicas, Departamento de Gestión y Desarrollo de Personas, Departamento de Administración y Finanzas, Departamento de Planificación y Desarrollo Estratégico, Auditoría Interna, Fiscalía Administrativa. A nivel regional, existen 16 Direcciones Regionales por medio de las que se despliega el Modelo de Atención al Consumidor.**

**En septiembre del 2018, se publicó la Ley N°21.081, que fortalece el carácter al Servicio, dotándolo de otras facultades, entre las que se cuentan las de fiscalizar, interpretar administrativamente las normas de la Ley N° 19.496 y otras normas de protección a los derechos de los consumidores, entre otras. Asimismo, se fortalece la herramienta de las demandas colectivas y se establecen los nuevos procedimientos voluntarios colectivos (PVC) que consideran incentivos para que las empresas mejoren sus prácticas. La nueva ley, que entró en vigencia el 14 de marzo de 2019, implicará cambios en el SERNAC, tanto en su estructura y funciones, como también en la relación que deberá establecer con los distintos actores del mercado.**

**Dentro de los principales logros alcanzados durante el año 2018, se encuentran:**

**Información de mercado y consumo: se elaboraron 4 estudios de caracterización y comportamiento de la industria y los proveedores; 4 boletines financieros en temáticas de crédito automotor, tarjeta de crédito, sobreendeudamiento y crédito de consumo.; 7 informes y/ reportes de seguimiento de precios; 394 sondeos de precios (354 de los cuales se realizaron en regiones); 8 estudios de prácticas publicitarias, comerciales y sus derivados, de las cuales se originaron 35 denuncias por interés general y 160 oficios a proveedores; 2 estudios de calidad y seguridad de productos (electrónicos y de cuidado personal); 5 rankings de reclamos y comportamiento de proveedores; 2 estudios en la caracterización y comportamiento del consumidor.**

**Además, se ejecutaron 4 campañas comunicaciones y una versión de la feria del consumidor, promoviendo actores informados y empoderados de sus derechos como consumidores.**

**Publicación de 120 alertas de seguridad de productos en el sitio web institucional y web de seguridad de productos, con el fin de informar a los consumidores respecto de precauciones dados los riesgos evaluados para determinados bienes que afectan potencialmente la salud y seguridad de las personas.**

**Realización de 20 talleres en materia de seguridad, cuyo objetivo es generar una cultura de seguridad en el uso de productos de consumo, en diez regiones del país. Con respecto a trabajo informativo, se publicaron 2 cápsulas de seguridad y 5 fichas**

de recomendación, cuyo objetivo es advertir sobre riesgos a los que se exponen las personas y cómo disminuirlos.

**Orientación, asesoría jurídica y protección:** se recibieron 383.904 consultas, siendo el principal canal de atención utilizado el *call center* (75,2%); 330.241 reclamos, siendo el principal canal de atención utilizado internet (65,3%). Para el año 2018, el 50% del total de los reclamos se cerró con resultado "Proveedor Acoge", esto quiere decir, que el proveedor aceptó total o parcialmente la solicitud del consumidor. Sobre mil reclamos que fueron recepcionados por el SERNAC y derivados de inmediato a otro servicio público con competencias en la materia, similar volumen de reclamos no fue gestionados, ya que no contaban con antecedentes mínimos para su tramitación y 58 casos fueron asociados a una instancia colectiva.

Los mercados más reclamados fueron el financiero (17%), el de las telecomunicaciones (17%) y el comercio a distancia/electrónico (17%).


**Protección de intereses generales, colectivos y difusos de los consumidores:** en el año 2018 se lograron acuerdos por compensaciones de más de M\$1.900 millones aproximadamente, con 614.527 consumidores beneficiados en forma directa; se dio inicio a 896 juicios de interés general; se cerraron 407 juicios, con un 75% de resultados favorables; se realizaron 13 juicios colectivos a lo largo del país; 32 revisión de contratos de adhesión; y 465 actas de salidas de ministros de fe, levantadas a nivel nacional.

**Educación para el consumo:** el Programa de Educación Financiera, dirigido a tres grupos considerados vulnerables en materia de consumo financiero contó con un presupuesto de 525 millones de pesos, alcanzando 121.488 beneficiarios a lo largo del país.

**Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana:** el Fondo concursable para asociaciones de consumidores financió 36 proyectos y benefició a 15 asociaciones de consumidores, distribuyéndose 367 millones de pesos entre ellas.

Además, durante el año 2018, se realizaron 15 cuentas públicas participativas, 4 diálogos participativos, 40 conversatorios de consumo con la ciudadanía, una consulta ciudadana y 49 sesiones del consejo consultivo.

Con respecto a los desafíos para el año 2019 y siguientes, los esfuerzos estarán concentrados en la entrada en vigencia de la Ley N° 21.081, implementando un relacionamiento más eficiente con las Asociaciones de Consumidores, organismos públicos y empresas; el despliegue de las facultades fiscalizadoras; instancias de cumplimiento voluntario y desarrollo de un área preventiva que evite infracciones y promueva buenas prácticas. Entre las nuevas herramientas que la ley norma, se encuentran los procedimientos voluntarios colectivos, indemnizaciones directas, juicios con daños punitivos y morales colectivos. Además, contaremos con una nueva estructura organizacional que es funcional a estas nuevas facultades.



SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR  
DIRECTOR NACIONAL  
LUCAS DEL VILLAR MONTT  
DIRECTOR NACIONAL  
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

## **3. Resultados de la Gestión año 2018**

### **3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, mensajes presidenciales y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio**

Para el Servicio Nacional del Consumidor, el año 2018 fue particularmente significativo por todos los cambios acaecidos por concepto de las modificaciones sobre la Ley de Protección a los Consumidores que fortalece y dota al Servicio de nuevas facultades. Luego de diversas consideraciones realizadas por el EXCMO Tribunal Constitucional, se logra su publicación en el Diario Oficial, el 13 de septiembre de 2018, como la ley N° 21.081 fijándose así el texto definitivo.

Para hacer frente a estos importantes desafíos se creó la “Red de Implementación”, fundada en cuatro pilares estratégicos de implementación (normativo-legal; tecnología y procesos, personas; recursos), mediante el trabajo de distintas áreas al interior del Servicio que permitió modelar los nuevos procesos, levantar las necesidades de operación (recursos, personas, infraestructura, tecnología, criterios jurídicos, entre otros) e impulsar las decisiones que permitan sustentar el ejercicio de las distintas facultades que se incorporan con la nueva ley, además del fortalecimiento de las facultades en ejercicio.

Con respecto al Programa de Gobierno y en especial del compromiso “Proteger a los consumidores y la libre competencia” de responsabilidad del servicio, durante el año 2018, se avanzó en la implementación de cuatro iniciativas, que se presentan a continuación:

- Hacer más eficaz la acción del SERNAC a favor de los consumidores, mejorando sus competencias y capacidades, con criterios conocidos, transparentes y objetivos.

Durante el año 2018, se ejecutaron las siguientes etapas:

- Implementación de un chatbot en la página web, de asistencia virtual, que responda en línea las consultas de los ciudadanos, así como un botón "click to call" que permitirá a los ciudadanos recibir llamadas para resolver sus dudas o ingresar un reclamo.
- Optimizar la tramitación de reclamos y facilitar a los consumidores una atención eficiente, oportuna y cercana mediante la generación de cartas de atención intermedias durante el proceso del reclamo para actualizar el estado de avance de sus casos.
- Fortalecer el proceso de relacionamiento y de interoperabilidad con organismos públicos a través de la actualización del documento de derivación de reclamos a las instituciones SUSESO y SUBTEL.
- Fortalecer el derecho del consumidor a elegir y contratar libremente, mejorando el acceso a información en línea sobre precios y características comparativas de los productos

Durante el año 2018, se avanzó en la implementación de las siguientes etapas:

- **Elaborar y enviar propuesta actualizada a MINECON que contenga el nuevo Reglamento sobre Información del Precio Unitario de los Productos (Precio por unidad de medida).**
- **Elaborar y enviar propuesta a MINECON de reglamento de precios e información para sitios web (El artículo 30 de la ley N° 19,496 hace referencia a un reglamento que debe detallar las condiciones para presentar información en los sitios de internet en que los proveedores que vendan bienes o servicios).**
- **Dictar un Reglamento de Seguridad de Productos (seguridad en el consumo).**

**Durante el año 2018, se avanzó en la implementación de la iniciativa de elaborar y enviar propuesta actualizada a MINECON, un Reglamento de Seguridad de Productos.**

- **Crear un mecanismo para adaptar los contratos indefinidos a las condiciones cambiantes, sin costos excesivos y con respeto a los derechos del consumidor.**

**Durante el año 2018, se ejecutó la siguiente etapa: Generar un plan de detección de cláusulas abusivas sobre contratos indefinidos en mercados estratégicamente relevantes, elaborando un informe con: Diagnóstico y Priorización de mercados; Revisión y detección de cláusulas de mercados priorizados; Proveedores que tengan desviaciones de los contratos y que sea necesarios ajustar.**

**Además, se avanzó en: Elaborar una Guía de Alcance Jurídico y Monitorear proyectos de ley sobre esta materia actualmente en el Congreso.**

### **3.1.1 Proyecto de Modernización**

**Durante el año 2018 se dio continuidad al Proyecto de modernización, iniciado el año 2015, cuyo propósito es mejorar la satisfacción del usuario final de los productos y servicios entregados por el SERNAC, así como mejorar la eficiencia y eficacia de los procesos.**

**El proyecto contó con presupuesto para el año 2018, que ascendió a M\$802.014, destinado al desarrollo de las siguientes iniciativas:**

- **Continuidad del proceso de Alineamiento y Despliegue Estratégico.**
- **Implementación del Plan informático, que incluye: Plataforma de Gestión de Contenidos y Conocimiento; Plataforma de Gestión Documental; Herramientas de Gestión de Campo; Chatbot automatizado en Web; Redes Sociales; Sistema de información estratégica; No molestar, No más spam para el ciudadano; Registro de sentencias y resoluciones; Sistema de personal y remuneraciones escala fiscalizadora; Modelo operativo de fiscalización; Modelo predictivo de casos; Plataforma de Proceso Voluntario Colectivo para el ciudadano; Plataforma de planificación de fiscalización; Fortalecimiento de Competencias en el Equipo TI.**





## 3.2 Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía

### a) Información de mercado y consumo

#### i. Estudios de la industria, empresas y productos:

En materia de Estudios y Generación de Información se destaca la elaboración de 4 estudios de Caracterización y Comportamiento de la Industria y los Proveedores, de los cuales destacan, 1 estudio sobre el "Impuesto Rosa" a luz de la posible existencia de una discriminación de precios en razón del género, 1 estudio de caracterización de los principales proveedores del comercio electrónico y la División de Consumo Financiero, elaboró 2 estudios; 1 estudio sobre buenas prácticas en beneficio del consumidor financiero con enfoque en experiencias internacionales y derecho comparado, y 1 estudio relacionado a la determinación del momento procesal en que la cobranza puede ser entendida judicial, extrajudicial, prejudicial y las normas aplicables en ambos casos, en el mercado financiero y otros aspectos relacionados.

En materia financiera, la División de Consumo Financiero, elaboró 4 boletines financieros, relacionados con crédito automotor, tarjeta de crédito, sobreendeudamiento y crédito de consumo.

Durante el 2018 se generaron 7 informes y/o reporte de seguimientos de precios, facilitando la información de diversos productos de alta demanda nacional, tales como: medicamentos bioequivalentes, útiles y uniformes escolares, precios de pescados y mariscos en semana santa, precios de pasajes en bus en semana santa y precios de productos alimenticios durante la celebración de fiestas patrias.

Se realizaron 394 Sondeos de Precios, de los cuales 58 se realizaron por el Departamento de Estudios e Información (Nivel Central y Dirección Regional Metropolitana) y 336 fueron realizados en las Direcciones Regionales. En relación al tema de los sondeos cabe destacar que se realizó en los mercados de alimentos, artículos de aseo personal y del hogar, el pan, buses interurbanos, útiles escolares y productos farmacéuticos.

**Tabla N° 1: N° de Sondeos de Precios por Región**

Dirección Regional	N° de Sondeo de Precios
Arica y Parinacota	24
Tarapacá	24
Antofagasta	24
Atacama	24
Coquimbo	24
Valparaíso	24
Metropolitana de Santiago	18
Libertador General Bernardo O'Higgins	24
Maule	24
Biobío	24

Dirección Regional	Nº de Sondeo de Precios
La Araucanía	24
Los Ríos	24
Los Lagos	24
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	24
Magallanes y Antártica Chilena	24
Nivel Central	40
Total	394

Respecto a la realización de estudios en las Direcciones Regionales, se elaboraron 32 estudios en temáticas tales como; alimentos y bebidas, telecomunicaciones, farmacias, retail, supermercados y otros. Lo anterior, con el fin de reducir las asimetrías de la información, favoreciendo las decisiones de compras informadas.

En materia de protección relativa a la publicidad y prácticas comerciales, se destaca la realización de 8 estudios de prácticas publicitarias, comerciales y sus derivados, que originaron 35 denuncias por interés general y 160 oficios, enviados a proveedores por el incumplimiento normativo de las disposiciones sobre publicidad e información contenidas en la Ley de Protección del Consumidor.

En relación a estudios de calidad y seguridad de productos, que es una investigación de carácter evaluativo o diagnóstico de tipo exploratorio, descriptivo o explicativo de casos, que aborda un tema de seguridad o calidad en el consumo de bienes y servicios y que involucra un trabajo de campo, organización, análisis e interpretación de la información obtenida y la comunicación de los hallazgos y resultados mediante un informe de estudio, es que durante el 2018 se publicaron 2 estudios de calidad y seguridad de productos de las áreas de electrónicos y cuidado personal.

Los estudios abordados fueron: “Diagnóstico sobre la seguridad en aparatos móviles: celulares” y “Evaluación de la rotulación y propiedades, características o declaraciones estéticas en cremas, ungüentos, geles y preparaciones para el cuerpo y/o rostro”.

Por otro lado, se construyeron 5 Rankings de Reclamos y Comportamiento de Proveedores, los cuales estuvieron centrados en los mercados más reclamados por los consumidores y enfocados en las empresas con un mayor número de reclamos.

Los rankings fueron los siguientes:

- Ranking de telecomunicaciones (primer semestre 2017).
- Ranking de turismo: líneas aéreas, agencia de viajes y hoteles.
- Ranking de empresas financieras que conceden créditos automotrices.
- Ranking de las instituciones de educación superior.
- Ranking de telecomunicaciones (primer semestre 2018).

## ii. Estudios de caracterización y comportamiento del consumidor

Durante el 2018, se elaboraron 2 estudios en la caracterización y comportamiento del consumidor. Siendo uno de ellos la radiografía del consumidor aplicado para

conocer a los consumidores y su relación con los mercados. El segundo, se elaboró para monitorear la satisfacción de los consumidores respecto a los reclamos y mediaciones colectivas.

### iii. Información y difusión

Uno de los principales productos que utiliza el SERNAC para llegar a los ciudadanos-consumidores, son las campañas comunicacionales. Durante el 2018, se realizaron 4 campañas comunicacionales y 1 versión de la feria al consumidor, permitiendo acercar la oferta pública del SERNAC a los ciudadanos de manera directa, promoviendo actores informados y empoderados de sus derechos como consumidores.

Las campañas contaron con un presupuesto aproximado de \$51 millones, cuyo detalle se presenta a continuación, junto a la denominación otorgada a cada campaña y al público objetivo que apuntaron:

**Tabla N°2: Campañas comunicacionales 2018 presupuesto asignado y público objetivo**

Nombre de la campaña	Presupuesto	Público Objetivo
Tus derechos a un Si compras por Internet, tus derechos están a un click	\$8.772.950	Mujeres y hombres de entre 20 y 50 años.
Escolares: Ahorro Challenge	\$15.000.000	Escolares que cursan entre 6° básico a 4° medio de establecimientos municipales y particulares subvencionados.
Personas Mayores: Todos somos Consumidores	\$14.000.000	Mayores de 60 años en el caso de mujeres y mayores de 65 en el caso de hombres, de todo el país.
Jóvenes: Endeudarse no es un Chiste	\$14.000.000	Jóvenes de 18 a 29 años.

Con el objetivo de reforzar estas campañas, se imprimieron más de 530 mil piezas de folletería institucional con información para los consumidores.

El Servicio además logró:

- 1.829 apariciones en prensa.
- 1.397 apariciones en televisión.
- 115 comunicados web.
- 603.335 seguidores en twitter.
- 2.500.000 visitas únicas a la página web.
- 72.817 fans en Facebook.
- 1.909 vocerías regionales.

En este mismo ámbito de Información y Difusión, también están todas aquellas acciones del SERNAC referidas a la seguridad de productos, temática respecto de la cual en el año 2018, se desarrollaron una diversidad de acciones orientadas a proteger el derecho a la seguridad en el consumo de toda la población, así como también velar porque la calidad de los mismo sea efectivamente la ofertada,

resguardándose en estándares de nivel internacional para nuestros consumidores y consumidoras en el país, entre ellos destacan:

32 sesiones de las mesas de seguridad realizadas en el año, las cuales son coordinadas por el SERNAC y participan representantes del Ministerio de Salud (MINSAL), Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (MTT), Instituto de Salud Pública (ISP), Servicio Nacional de Aduanas (ADUANA), Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON), Instituto Nacional de Normalización (INN), Policía de Investigaciones de Chile (PDI) y la Superintendencia de Electricidad y Combustibles. En esta línea, durante el 2018 se continúa con el trabajo que se realiza desde hace años y se retoman las sesiones de las mesas de seguridad en las regiones de Valparaíso, Biobío y Tarapacá. La región Metropolitana participa de las reuniones que realiza la mesa nacional, por tanto, no es contabilizada en el total de reuniones.

Se publicaron 120 alertas de seguridad de producto en la página web de la Institución y de la web de Seguridad de Productos, que permitieron informar a los consumidores respecto de precauciones necesarias dados los riesgos evaluados para determinados productos que afectan potencialmente la salud y seguridad de las personas. Sumado a esto, cabe señalar que el incremento del 2018, respecto del año 2017 fue de 45 alertas, donde aumentó considerablemente la cantidad de alertas respecto del año pasado. Esto se debe principalmente a que el trabajo que se ha realizado con los proveedores en materia de prevención y a la facilitación del formulario online.

Se realizaron 20 talleres en materia de seguridad en las regiones de Arica y Parinacota, Antofagasta, Tarapacá, Coquimbo, Valparaíso, O'Higgins, Maule, Biobío, Los Lagos, Aysén y el Nivel Central. Estos talleres tienen como objetivo principal generar una cultura de seguridad en el uso de productos de consumo, basado en la identificación de los riesgos presentes en éstos y en las medidas que permitan reducirlos al mínimo posible. Por consiguiente, tales talleres de Seguridad de Productos están orientados a distintos públicos y en particular durante este año, los públicos abordados fueron; educadoras de párvulo, microempresarias y otros públicos.

En el marco del trabajo informativo que cumple la Institución, previniendo a las personas acerca de los riesgos a los que se exponen frente a ciertos productos o temas de interés relacionados, se publicaron 2 cápsulas de seguridad y 5 fichas de recomendación, estas últimas trataban temas asociados a parrillas eléctricas, camas elásticas, seguridad de productos en el comercio electrónico, recomendaciones del día del niño y recomendaciones fiestas patrias. El propósito de esta iniciativa es advertir a las personas acerca de los riesgos a los que se exponen y cómo disminuirlos, entregándoles la información necesaria para tomar una decisión de compra informada y segura.

#### **b) Orientación, asesoría jurídica y protección**

Respecto a los productos contenidos en esta tipología, tenemos sub- clasificaciones de productos tendientes a orientar a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor, a través de las consultas y la tramitación de reclamos, que corresponde a la mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materias de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo prejudicial entre las partes. Por último, tenemos el Subproducto, Protección de

intereses generales, colectivos y difusos de los consumidores, tales como mediaciones colectivas, demandas colectivas, juicios de interés general, revisión de contratos de adhesión y ministros de fe.

i. Orientación y asesoría jurídica a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos del consumidor:

Consultas, medio a través el cual se informa y orienta al consumidor respecto de qué derechos tiene y cómo debe ejercerlos. De esta manera, los consumidores pueden tener información en base a fundamentos y procedimientos para enfrentar las complejidades del mercado. Durante el año 2018, al Servicio ingresaron más de 383 mil consultas, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

**Tabla N° 3: Volumen de consultas ingresadas por canal de atención**

Canales de Atención	N° de Consultas Ingresadas
Internet	29.288
Call Center	288.617
Dirección Regional	48.002
Plataforma Municipal	17.786
Servicios Públicos en Convenio	211
<b>Total</b>	<b>383.904</b>

Tramitación de reclamos, corresponde a un conjunto de acciones concatenadas en un orden determinado referidas a un reclamo formal en materia de consumo hacia un proveedor, a través de los cuales, el SERNAC busca obtener una solución extrajudicial al caso presentado. En 2018, los consumidores ingresaron más de 330 mil reclamos, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

**Tabla N° 4: Volumen de reclamos ingresados por canal de atención**

Canal de Atención	N° de Reclamos Ingresados
Internet	215.713
Call Center	42.516
Dirección Regional	48.267
Plataforma Municipal	22.933
Servicios Públicos en Convenio	812
<b>Total</b>	<b>330.241</b>

Para aquellos reclamos que son gestionados y luego cerrados, existe una causal de cierre según el resultado que se haya obtenido en el proceso (según tabla n° 6). Para el año 2018, el 50% del total de los reclamos se cerró con resultado "Proveedor Acoge", esto quiere decir, que el proveedor acepto totalmente o de manera parcial la solicitud del consumidor; en el 37% de los casos, el resultado fue desfavorable, ya que el "Proveedor no Acoge" el reclamo y en el 10% el proveedor no presentó una

respuesta (33.253 reclamos). Un volumen menor de reclamos se cerró con resultado “Proveedor informa caso no procede”, presentando antecedentes para justificar su respuesta (2%), cerca de 5.800 reclamos.

Sobre mil reclamos fueron recepcionados por el SERNAC y derivados de inmediato a otro servicio público con competencias en la materia, similar volumen de reclamos no fue gestionados ya que no contaban con antecedentes mínimos para su tramitación y 58 casos fueron asociados a una instancia colectiva.

**Tabla N°5: Volúmenes de causales de cierre**

Resultado ( causales de cierre)	Total General	Porcentaje
Proveedor Acoge	166.020	50%
Proveedor no Acoge	121.531	37%
Proveedor no responde	33.253	10%
Proveedor Informa Caso no Procede	5.833	2%
Antecedentes insuficientes para tramitar	1.083	0%
Derivado	1.011	0%
Colectivo	58	0%
Total	328.789	100%

A nivel agregado, según se puede observar en la Tabla N°7, que los mercados más reclamados por los consumidores durante el 2018 fueron financiero, telecomunicaciones y comercio a distancia/ electrónico, cada uno de ellos con un 17% del total de los reclamos.

**Tabla N°6: Mercados más reclamados**

Mercado	Total General	Porcentaje
Financiero	57.657	17%
Telecomunicaciones	57.475	17%
Comercio distancia/ electrónico	55.434	17%
Locales comerciales	54.384	16%
Transporte	34.377	10%
Servicios básicos	12.895	4%

Mercado	Total General	Porcentaje
Seguros	9.197	3%
Vehículos y rodados	7.132	2%
Turismo	6.955	2%
Inmobiliarias	6.058	2%
Otros	28.677	9%
<b>Total</b>	<b>330.247</b>	<b>100%</b>

**Gestión SONI (Su Opinión Nos Interesa):** Instrumento de retroalimentación a la gestión del SERNAC. Pueden expresar su opinión por la atención recibida en el SERNAC, a través de nuestra página web, en la sección “Atención Ciudadana”, o bien, una sugerencia para mejorar la gestión y un reconocimiento por gestión realizada. En el año 2018, se recibieron más de 4 mil SONI, siendo el canal de internet el más utilizado para ingresarlos, con más del 77% de utilización, como se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla N°7: Volumen de SONI ingresados por canal de atención**

Canal de Atención	SONI	Porcentaje
Internet	3.581	77%
Call Center	405	9%
Direcciones Regionales	620	13%
Plataformas Municipales	21	0%
Servicios Públicos en Convenio	2	0%
<b>Total General</b>	<b>4.629</b>	<b>100%</b>

La región con más SONI ingresados fue la Metropolitana y la sigue Biobío y luego la de Valparaíso. Respecto al tipo de SONI, se recibieron 2.454 reconocimientos, 1.925 disconformidades y 250 sugerencias.

**Canales de atención:** Los canales de la Institución habilitados para el ingreso de consultas, reclamos y SONI son internet (Web Center), presencial y Call Center (800 700 100). De manera que para el año 2018, a nivel nacional, se ingresaron 383.904 consultas, 330.241 reclamos y 4.629 SONI, en suma, se realizaron sobre 718 mil atenciones.

El canal más utilizado por los ciudadanos para el ingreso de consultas es el canal Call Center (75%), mientras que, para la presentación de reclamos, el preferido es el canal Internet (65%), seguido del canal presencial (22%). Cabe destacar, que sobre 42 mil reclamos fueron ingresados por el canal Call Center, número gratuito para el ingreso de reclamos.

**Tabla N°8: Volumen de casos ingresados por canal de atención**

Canal de Atención	Consultas	%	Reclamos	%	SONI	%
Internet	29.288	8%	215.713	65%	3.581	77%
Call Center	65.999	17%	72.012	22%	643	145
Presencial	288.617	75%	42.516	13%	405	9%
Total	383.904	100%	330.241	100%	4.629	100%

**Red de Plataformas Municipales y Servicios Públicos en Convenio:** La red de plataformas municipales, es el resultado de la colaboración de las Direcciones Regionales de SERNAC y los Municipios, que se adhieren a un convenio, para realizar el ingreso de consultas y reclamos, y en algunos casos, también realizar la gestión de sus reclamos ingresados.

Desde el año 2017 al 2018, la red a aumentando su cobertura comunal a nivel nacional, pasando del 57% al 63%, y alcanzando el año 2018, un total de 218 Municipios en convenio.

Este canal presencial recibió un total de 17.786 consultas y 22.933 reclamos. Se destacan respecto a la cantidad de casos ingresados en reclamos y consultas, la región Metropolitana, Valparaíso y del Biobío.

El SERNAC también mantiene convenio con servicios públicos para el ingreso de casos y derivación de reclamos gestionados (cuyo resultado es negativo y corresponde a materias reguladas por otras instituciones).

Para el ingreso de casos, los convenios son los siguientes:

- Instituto de Previsión Social (IPS).
- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF).
- Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR).
- Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento (SUPERIR).

A través del IPS se ingresaron 778 reclamos y 211 consultas, por medio de la SBIF se ingresaron 4 reclamos, por el SERNATUR se recibieron 21 reclamos y por la SUPERIR se registraron 9 reclamos. Estos convenios de interoperabilidad con otros servicios públicos, contribuyen en la extensión de la red de oficinas del canal presencial y facilitan la presentación de requerimientos, en comunas donde el SERNAC no mantiene oficinas de forma permanente.

ii. Protección de intereses generales, colectivos y difusos de los consumidores:

El Servicio Nacional del Consumidor, en su interés de fortalecer la protección que ofrece a los consumidores, implementa diversos mecanismos de protección, los cuales durante el 2018 permitieron realizar el inicio de 40 mediaciones colectivas, 13 juicios colectivos y 896 juicios de interés general. Asimismo, durante el periodo, se cerraron 408 juicios de interés general y 57 mediaciones colectivas, de las cuales X terminaron con un resultado favorable, obteniéndose un monto de compensación a favor de los consumidores de más de M\$1900 millones para 614.527 de personas beneficiadas



**Mediaciones Colectivas:** Las Mediaciones Colectivas (MC) constituyen procesos voluntarios que puede iniciar el SERNAC, con uno o varios proveedores, cuando estos han incurrido en conductas que afectan el interés colectivo o difuso de los consumidores, con el objeto de alcanzar una solución en favor de éstos, como alternativa previa el ingreso de acciones judiciales o a otras medidas que puedan adaptarse para amparar a los afectados.

La finalidad principal de toda Mediación Colectiva es la adecuación de las conductas contrarias a la LPC o a otras normas relacionadas con los consumidores en que incurran el o los proveedores de que se trate, como también la obtención de una solución expedita, completa y transparente para los grupos y subgrupos de consumidores afectados, conforme el marco normativo vigente, cuando corresponda.

En el año 2018 se lograron acuerdos por compensaciones aproximadas, de más de M\$1.900 millones con 614.527 consumidores beneficiados en forma directa.

**Denuncias por Interés General:** En el marco de las denuncias por interés general, el SERNAC, durante el año 2018, dio inicio a 896 juicios de interés general, entendiéndose por tales, aquellos juicios que se inician por la afectación del interés general de los consumidores. Además, en el mismo periodo, se cerraron 407 juicios, obteniéndose resultados favorables en 305 de ellos, lo que representa un 75% de aquellos juicios.

**Juicios Colectivos:** En el afán de proteger a los ciudadanos consumidores, respecto a la defensa de interés colectivo o difuso de los mismos, el año 2018 el SERNAC presentó, en defensa de los consumidores, un total de 13 juicios colectivos, mediante el accionar de la Fiscalía de Protección de la División Jurídica y de las direcciones regionales.

**Revisión de contratos de adhesión:** uno de los ejes estratégicos que se ha planteado el SERNAC en los últimos años, consiste en la eliminación de las asimetrías de información, trabajando para ello directamente en la revisión de los llamados contratos de adhesión los beneficiarios de este producto son directamente los consumidores, aunque no siempre pueden advertir la labor que efectúa el Servicio en este aspecto, ya que no se realiza de cara a los mismos. Al respecto, durante el 2018 destaca la revisión de 32 contratos de adhesión.

**Salidas de ministros de fe:** En la labor de certificar los hechos relativos al cumplimiento de la normativa contemplada en la Ley de Protección al Consumidor, los Ministros de Fe (funcionarios del SERNAC designados mediante resolución por el director nacional) realizaron visitas a proveedores a lo largo de todo el país y en algunos casos, también efectuaron una revisión de sus sitios web. Es así como durante el 2018, se levantaron 465 actas de ministros de fe validadas a nivel nacional.

### **c) Educación para el consumo responsable**

Durante el año 2018, el Programa de Educación Financiera (PEF) contó con un presupuesto de \$525.278.295 millones, respecto del cual se ejecutó un 95,6% de la

**cobertura programada, permitiendo llegar a 121.488 beneficiarios. Detalle de beneficiarios por grupo objetivo participantes del programa por región:**

**Tabla N°9: Cobertura por grupo objetivo**

Dirección Regional	N° escolares beneficiados	N° jóvenes beneficiados	N° personas mayores beneficiadas	Total beneficiarios
Arica y Parinacota	2.995	335	260	3.590
Tarapacá	2.826	474	342	3.642
Antofagasta	6.052	836	547	7.435
Atacama	2.595	443	260	3.298
Coquimbo	4.881	1.736	463	7.080
Valparaíso	7.454	1.804	1.389	10.647
Metropolitana de Santiago	34.008	5.345	3.153	42.506
Libertador General Bernardo O'Higgins	4.084	1.601	516	6.201
Maule	5.637	902	591	7.130
Biobío	8.902	1.864	655	11.421
La Araucanía	4.086	1.154	748	5.988
Los Ríos	2.032	163	316	2.511
Los Lagos	4.346	802	935	6.083
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	925	151	206	1.282
Magallanes y Antártica Chilena	1.992	274	408	2.674
<b>Totales</b>	<b>92.815</b>	<b>17.884</b>	<b>10.789</b>	<b>121.488</b>

**El criterio de focalización de la oferta educativa del PEF se centra en los 3 grupos considerados altamente vulnerables en materia de consumo financiero.**

**- Niños de establecimientos escolares municipales y particulares subvencionados, estos últimos con Índice de Vulnerabilidad Escolar igual o superior a 75%. Se considera solo a los estudiantes que curso de 6° básico a 4° medio, cuyos establecimientos educacionales cuenten con matrícula mínima de 100 alumnos en dichos cursos y que se encuentren ubicados en capitales provinciales y sus conurbaciones, a excepción de la región Metropolitana, que se considera en su totalidad.**

**Para este grupo objetivo, durante el 2018, la oferta de actividades y beneficiarios únicos fue la siguiente:**

**Tabla N°10: Número de actividades del grupo objetivo escolares**

Actividades Escolares	N° de Actividades	N° de Beneficiarios
Juegos y Trivias	79	13.504
Cine en tu colegio	92	9.276
Talleres presenciales	76	4.390
Entrega de material educativo	110	29.289
Obra de teatro	109	36.125
Actividades realizada por docente	9	231

- **Jóvenes entre 18 y 39 años:** Se priorizó el trabajo con jóvenes de Centros de Formación técnica e institutos profesionales acreditados por la CNA Chile. En el año 2018 fueron beneficiados cerca de 5 mil jóvenes a partir de la ejecución de actividades dirigidas a este segmento, las que consistieron en charlas de educación financiera, cursos online de educación financiera, obras de teatro y entrega de material educativo, las cuales se detallan a continuación:

**Tabla N°11: Número de actividades del grupo objetivo jóvenes**

Actividades Jóvenes	N° de Actividades	N° Beneficiarios
Entrega de material educativo	83	6.963
Talleres y charlas	214	4.931
Charla magistral	19	730
Curso de educación financiera para jóvenes	1	52
Obra de teatro	55	5.208

- **Personas Mayores:** Se priorizó el trabajo principalmente con beneficiarios del SENAMA de algunos programas sociales. Respecto del número de beneficiarios de este segmento, fueron más de mil las personas que pudieron acceder a los beneficios del programa.

**Tabla N°12: Número de actividades del grupo objetivo adultos mayores**

Actividades Personas Mayores	N° de Actividades	N° Beneficiarios
Talleres	161	3.825
Juegos	71	1.399
Entrega material educativo	77	4.345
Obra de teatro	32	1.220

Además, es importante destacar la distribución de 40 mil ejemplares de material educativo, donde las regiones con mayores ejemplares entregados, luego de la Metropolitana, fueron las de Biobío y Valparaíso, con 5.414 y 3.235 copias, respectivamente a esto se suma la incorporación de 39 nuevos establecimientos escolares al PEF por el periodo 2018, con lo que se advierte la participación acumulada de 665 establecimientos en total.

**Tabla N°13: Nivel de cobertura de nuevos establecimientos por región**

Región	N° de nuevos establecimientos educacionales participantes del PEF en 2018	Total Acumulado (2015-2018)
Arica y Parinacota	0	30
Tarapacá	3	19
Antofagasta	3	33
Atacama	2	27
Coquimbo	1	29
Valparaíso	4	50
Metropolitana de Santiago	13	234
Libertador General Bernardo O'Higgins	1	24
Maule	4	50
Biobío	3	46
La Araucanía	1	27
Los Ríos	1	18
Los Lagos	2	38
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	0	8
Magallanes y Antártica Chilena	1	22
<b>Totales</b>	<b>39</b>	<b>655</b>

#### **d) Iniciativas de Apoyo para la Participación Ciudadana**

##### **i. Fondo concursables para asociaciones de consumidores**

En total, en 2018 se realizaron dos llamados para fondo concursable, financiando un total de 36 proyectos y beneficiando a 15 asociaciones de consumidores, distribuyéndose más 367 millones de pesos, los cuales fueron ejecutados al 100% según el siguiente detalle:

**Tabla N° 14: Fondos distribuidos a asociaciones de consumidores por región**

Dirección Regional	Recursos (\$) 2018	Nº de Proyectos	Total
Coquimbo	\$14.400.000	1	4%
Valparaíso	\$5.382.513	1	1%
Metropolitana de Santiago	\$229.710.033	22	63%
Libertador General Bernardo O'Higgins	\$10.560.000	1	3%
Biobío	\$38.676.010	4	11%
La Araucanía	\$49.418.743	4	13%
Los Ríos	\$10.676.948	2	3%
Los Lagos	\$8.178.990	1	2%
<b>Total</b>	<b>\$367.003.237</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

El presupuesto total del fondo para el año 2019 asciende a \$427.004.000. De este monto, un total de \$44.381.081, está destinado a dar continuidad al financiamiento de proyectos de larga duración financiados en 2018, a saber:

- \$26.232.748, para proyectos de larga duración financiados según acuerdo 105, que resuelve primer llamado 2018.
- \$18.148.333, para proyectos de larga duración financiados según acuerdo 109, que resuelve segundo llamado 2018.

El monto total destinado a concursos para el año 2019 es de \$382.622.919, el cual se distribuye de la siguiente manera: monto a asignar en primer llamado 2019 de \$237.226.210; monto disponible para otros concursos por \$ 145.396.709.

En otro aspecto, vinculado a los Mecanismo de Participación Ciudadana, el propósito del SERNAC es implementar iniciativas de apoyo a la participación ciudadana en materia de consumo, a través del desarrollo de mecanismo que entreguen poder a la ciudadanía en su rol de consumidores(as), por ello, durante el 2018, se llevaron a cabo los siguientes mecanismos:

**Tabla N°15: Mecanismos de participación ciudadana del SERNAC**

Mecanismo de Participación Ciudadana	Nº de Productos
Cuentas Públicas Participativas	15
Diálogos Participativos	4
Conversatorios de Consumo con la Ciudadanía	40
Consulta Ciudadana	1
Sesiones del Consejo Consultivo	49

## 4. Desafíos para el período de Gobierno 2019 – 2022

El principal desafío para el periodo será lograr la consolidación del Nuevo SERNAC, que se inicia el 14 de marzo de 2019, con la entrada en vigencia de Ley N°21.081 que modifica la Ley N°19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores.

Las expectativas que implica contar con estas nuevas facultades, ayuda al SERNAC a enfocarse en realizar una labor de excelencia y de alto impacto, siempre con el ciudadano al centro de nuestra gestión. Como resultado de lo anterior, las diversas áreas que componen el Servicio, se han propuesto los desafíos que se describen a continuación.

### a) Fiscalización

Con la entrada en vigencia de la Ley N° 21.081, se dará inicio a la implementación del proceso de fiscalización del SERNAC, lo que constituye un hecho histórico para la institución, ya que propone desafíos en varios ámbitos de la gestión.

En consecuencia, específicamente en el año 2019, se sentarán las bases de una fiscalización basadas en riesgos, esto quiere decir, que se identificarán y priorizan aquellas áreas que involucren un mayor nivel de riesgo para los derechos de los consumidores. Instalándose así, un proceso de fiscalización de acuerdo a los lineamientos del Servicio, fundado en criterios técnicos, y recogiendo la experiencia de la institución en materias de protección de los derechos de los consumidores. Su implementación será gradual y de acuerdo a la capacidad y recursos disponibles, tendrá un alcance nacional y un enfoque territorial.

A continuación, se presentan los desafíos más relevantes para este periodo, en el ámbito de la nueva facultad fiscalizadora:

- **Diseño y mejora de procesos:** durante el primer semestre 2019, se concretará la definición del procedimiento general, los instructivos y protocolos relacionados. Estos se irán perfeccionando, a medida que avance la implementación.
- **Traspaso de competencias y capacitaciones:** será relevante diseñar un modelo de capacitación permanente, que asegure la calidad y un alto estándar técnico, en la ejecución de la fiscalización.
- **Desarrollo de los medios de soporte y tecnología:** de acuerdo a las necesidades del proceso, se levantarán los requerimientos de mejoras tecnológicas y de nuevos desarrollos.
- **Despliegue territorial:** la fiscalización se coordinará a nivel nacional e implementará desde las oficinas regionales del SERNAC, presentes en cada región.
- **Definir mecanismos de corrección de las conductas:** que se detecten en las actividades de fiscalización, y que revistan características de posibles infracciones.

Finalmente, señalar que, el alcance de la función fiscalizadora del SERNAC incorpora la ley N°19.496 y toda la normativa de protección de los derechos de los consumidores, por lo tanto, primará el principio de coordinación entre los servicios públicos, cuando existan materias reguladas por otras entidades del Estado, concretando así, nuevos espacios de colaboración, en beneficio de la protección de los derechos de los consumidores.

#### **b) Protección para los Consumidores**

En el ámbito de protección de los consumidores, los esfuerzos estarán centrados en las siguientes líneas de trabajo:

- **Implementación del procedimiento voluntario para la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores (PVC):** La implementación de la reforma (Ley 21.081), trae consigo el reemplazo, o más bien, la formalización de las mediaciones colectivas como mecanismo de protección extrajudicial. Entre otras tareas, el desafío implica cerrar (es decir, que el Comité de Soluciones Colectivas, o aquel que lo reemplace, declare como fallida, acepte o rechace la propuesta de solución que le sea presentada) al menos un 90% de todas las Mediaciones Colectivas, que hayan sido abiertas hasta el 13 de marzo de 2019.
- **Sensibilización a partes interesadas sobre la nueva ley 21.081:** La implementación de la reforma implica modificaciones en los aspectos legales, vinculados a los productos de protección que posee el Servicio. Para abordar este desafío, se está planeando una estrategia de sensibilización en terreno, durante todo 2019, con el Instituto Nacional de Policía Local, los Juzgados de Policía Local y otros actores locales interesados, para explicar in situ los alcances e interpretaciones que identifica el Servicio en conjunto con el Instituto respecto del nuevo cuerpo legal.
- **Generar una interpretación administrativa de la normativa de protección de los derechos de los consumidores:** A raíz de la publicación de la nueva ley, es necesario generar un cuerpo de documentos (guías, circulares, etc.), fundados en la nueva facultad de interpretación de la normativa en materia de consumo, con el objeto de definir criterios, generar los incentivos adecuados en los proveedores y disminuir los mecanismos judiciales de protección a los consumidores.

#### **c) Consumidores y Mercados**

A contar del año 2019, SERNAC vivirá diversos cambios y mejoras, que se ven reflejados en la implementación de nuevas aplicaciones, plataformas y procesos, así como también el fortalecimiento de procesos antiguos, todo esto en busca de mejorar la satisfacción ciudadana.

Los esfuerzos del Servicio estarán centrados en la coordinación de la ejecución de distintos proyectos estratégicos alineados con los nuevos desafíos que el Servicio debe afrontar, entre ellos:

**Nueva Herramienta No Molestar 2.0:** Durante el mes de marzo se contará con la nueva plataforma para no recibir más llamados publicitarios o Spam. Se agilizarán las gestiones para solicitar el bloqueo del contacto publicitario que se realicen las empresas, ya sea por uno o varios de los siguientes canales: llamadas telefónicas, mensajes de texto, WhatsApp o correos electrónicos. Los consumidores tendrán registro de los números, correos, empresas y canales que han sido bloqueados, y podrán administrarlos en el mismo portal de reclamos, permitiéndoles volver a estar disponibles para recibir contactos publicitarios (lista blanca). Además, los consumidores podrán informar y adjuntar archivos para advertir al SERNAC cuando las empresas continúen contactándolos a pesar de haber solicitado lo contrario. Por su parte las empresas recibirán en tiempo real y en línea las solicitudes (actualmente se puede demorar hasta 1.5 meses), y el sistema les permitirá automatizar la descarga de bases.

A las empresas se les exigirá informar al SERNAC si realizaron el bloqueo de los números de teléfono y mail de contacto.

**Alertas ciudadanas:** Al 14 de marzo 2019 estará disponible un nuevo trámite de Alerta Ciudadana, el cual permitirá a los consumidores advertir a SERNAC sobre problemas que puedan estar viviendo ellos y otros consumidores. Las Alertas Ciudadanas permitirá tener consumidores empoderados, que apoyen en la vigilancia de los mercados. Esta es una alternativa adicional los actuales reclamos y consultas, que permiten solucionar problemas individuales. A diferencia de los reclamos cuyas solicitudes son trasladadas a las empresas para buscar solucionar un problema individual, las alertas buscan proteger el interés general y colectivo de todos los consumidores. Las alertas serán analizadas y podrían derivar en una investigación que podría conllevar acciones de fiscalización, inicio de un Procedimiento Voluntario Colectivo, un Juicio Colectivo, estudios para transparentar prácticas de mercado.

**App Ruta del Ahorro el “Waze del Ahorro”:** Durante el mes de marzo, se contará con la nueva aplicación móvil “La Ruta del Ahorro”, que busca promover el ahorro a través de la disponibilidad de ofertas georreferenciadas y categorizadas por tipo de productos. Esta app se basa en la interacción y colaboración de los usuarios, donde estos podrán buscar ofertas de diferentes rubros, así también subirlas para que estén a disposición de todos los usuarios, comentarlas, evaluarlas, e informar algunos comportamientos.

**Gobernanza de datos, nueva matriz y automatización:** Para fortalecer la recolección de información que requieren las múltiples nuevas facultades, se creará un nuevo proceso de gobernanza de datos, que realizará una completa revisión y actualización de la matriz de infracciones, mercados, productos y otros campos con los que trabajan las bases de datos del SERNAC, dando cuenta más oportunamente de los nuevos fenómenos que han aparecen en temas de consumo como nuevos productos.

**Guías de alcance económico:** Con el objeto de dar certeza a los mercados y las empresas respecto de los criterios para compensar a los consumidores en caso de infracción, se reforzará el área económica a cargo de elaborar guías de alcance económico públicas para distintos tipos de infracción, que informen respecto de los criterios y metodologías para determinar daños y compensación a consumidores. Esta información permitirá a las empresas infractoras conocer y cuantificar de antemano los eventuales daños que serán perseguidos por SERNAC, ante una vulneración de los derechos de los consumidores.



**Mejorar la satisfacción ciudadana:** el proceso de monitoreo de la satisfacción usuaria, que actualmente se realiza telefónicamente, será migrando a un monitoreo web (similar al que realizan las empresas, evaluando a los ejecutivos después de realizar un trámite). Se espera contar con más y mejor información que permita mejorar la calidad de nuestra atención, en beneficio de todos los consumidores que acuden a SERNAC.

**Fortalecimiento de la investigación en materias de economía del comportamiento:** Se fortalecerán las investigaciones para conocer el comportamiento de consumidores y proveedores en los mercados, realizando investigación económica aplicada, por ejemplo, mediante experimentos randomizados. El objetivo es generar “nudges” que faciliten la toma de decisiones correctas o convenientes, y que generen mayor transparencia en los mercados.

#### **d) Estudios e Información**

La extensión de los canales de difusión de los estudios, con el objetivo de llegar a más consumidores con la información que elabora el Servicio y a su vez mejorar los niveles de satisfacción. Actualmente, gran parte a que los estudios sólo son difundidos por la página web, lo que acota el espectro de consumidores que consultan y utilizan los estudios.

Para revertir esta situación, el año 2019 se incorporará al menos un canal adicional a los ya existentes, para lo cual se contempla la modalidad de mailing con bases de datos de consumidores a los cuales se les enviaría periódicamente un boletín con los estudios más importantes realizados y los links a las publicaciones.

#### **e) Educación para el Consumo**

A contar del año 2019, comienza la implementación del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera en Escolares (PDHC), planteando los siguientes desafíos para esta área:

- Ejecutar de manera óptima el despliegue inicial del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera en Escolares (PDHC), a través de una adecuada difusión del nuevo programa y la inscripción de beneficiarios esperados. Para medir este desafío, se considerará el n° de Establecimientos Educativos inscritos, cuya meta es de al menos 300 establecimientos educativos a nivel nacional.
- Levantar la línea base del PDHC, a través de las gestiones con Establecimientos Educativos inscritos en el programa, a fin de contar con información clave para la evaluación del programa. Se establece como meta el contar con las respuestas de al menos 80% de los estudiantes beneficiarios de los establecimientos educativos inscritos en el programa durante 2019.
- En línea con el proyecto de fortalecimiento institucional y su nueva facultad, el Departamento de Educación para el Consumo (DEC) dará mayor difusión a la realización del Curso de Educación Online para empresas de bienes y servicios, el que se espera durante 2019 pueda mantener o aumentar la cantidad de personas inscritas y matriculadas, en comparación al año 2018 cuyo total de inscritos y matriculados fue de 1.163 personas.

- En consideración a la importancia de contar con consumidores informados y empoderados en sus derechos y deberes en el contexto de la nueva facultad fiscalizadora de SERNAC, se establece el desafío de diseñar y desarrollar una Charla abierta sobre la Ley de Protección al Consumidor, e implementar al menos 3 veces esta Charla para la ciudadanía.

#### **f) Mejoras en el Modelo de Atención al Consumidor (MAC)**

De acuerdo al proceso de implementación de la Ley N° 21.081, el Modelo de Atención al Consumidor (MAC), considera la implementación de nuevos mecanismos que permita responder a las necesidades de la ciudadanía en el territorio, ante un organismo fiscalizador.

A continuación, se presentan los desafíos para este periodo, en los ámbitos de gestión de consultas, reclamos y SONI (Su Opinión Nos Interesa).

- En el ámbito de la gestión de las consultas, se han desarrollado nuevos instrumentos de atención, que permiten aumentar y fortalecer la oferta pública en el modelo de atención. Estos son el chatbot (asistente virtual) y click to call, ambos canales digitales, que facilitan el obtener respuestas más personalizadas y cercanas al consumidor.
- Respecto a la gestión del reclamo, el principal desafío es realizar los ajustes necesarios, a fin de incorporar las nuevas facultades que se implementaran, en base a la nueva normativa contenida en la Ley 21081, tales como: la citación de los representantes de los proveedores, para solicitar mayor información sobre el reclamo.
- En cuanto al SONI, se está evaluando generar un proceso de fidelización por parte de los consumidores que ingresan un reconocimiento y/o sugerencia, con el objetivo de generar líneas de comunicación, que permita acercar al consumidor a la institución.

Respecto al ingreso de consultas, reclamos y SONI, se está aplicando la Clave Única, como mecanismos de autenticación en el ingreso a la Plataforma del Consumidor, con la finalidad de entregar mayor seguridad en el proceso de registro de los requerimientos ingresados por los consumidores.

En cuanto a la Gestión con Proveedores, los desafíos asociados persisten en mejorar el nivel de respuestas de los proveedores, hacia respuestas favorables para los consumidores, así también, mejorar la brecha existente con las respuestas inconsistentes, debido que no entregan una solución concreta al consumidor.

#### **g) Participación Ciudadana**

En materias de participación ciudadana, se cuenta desafíos en relación a reforzar el vínculo que se tiene con la ciudadanía y las Asociaciones de Consumidores y estos se mencionan a continuación:

Contar con un modelo institucional de Relacionamiento con la ciudadanía.

Fortalecer a las Asociaciones de Consumidores para que puedan cumplir con el rol que establece la Ley 21.081.

Fortalecer los canales de participación ciudadana a nivel nacional.

## **h) Vigilancia e Inteligencia de Mercados**

**A contar de marzo del 2019, se da inicio a “alertas ciudadanas”. Estas últimas consisten en un nuevo trámite que permitirá a los consumidores presentar un hecho, situación y/o detección de acciones que puedan afectar negativamente a los consumidores en materias de calidad y seguridad de productos, comportamientos de los agentes del mercado, publicidad engañosa, entre otros temas, que ponen en conocimiento del SERNAC para efectuar diversas acciones con el objeto de indagar los hechos expuestos en su presentación. Las Alertas ciudadanas, serán analizadas y de acuerdo con la naturaleza o característica de los hechos descritos en ellas se podrán tomar diversas acciones de protección.**

**Bajo este enfoque, las alertas (ampliada, temprana, ciudadanas, comunicacionales, etc.) son uno de los principales productos del proceso de vigilancia para advertir, orientar y coordinar la acción institucional, con foco en la defensa y protección de los derechos de los consumidores y su seguridad. Esto se traduce en la adopción de acciones que permitan atender situaciones o hechos a través de instrumentos de protección que ha desarrollado el servicio, tales como mediaciones colectivas (a partir del 2019, procedimientos voluntarios colectivos), demandas colectivas, juicios de interés general, revisión de contratos de adhesión y a partir del año 2019 actividades de fiscalización.**

**En específico, con respecto a la potestad fiscalizadora, la vigilancia de mercados permitirá nutrir la fiscalización no programada, la cual se focalizará en aquellas alertas que, a juicio del Servicio, representen conductas riesgosas para el cumplimiento de los derechos de los consumidores y que, dada su naturaleza, requieren ser tratadas a través de este tipo de actividades fiscalizadoras y no de otros instrumentos de protección.**

## **5. Anexos**

- **Anexo 1: Identificación de la Institución.**
- **Anexo 2: Recursos Humanos.**
- **Anexo 3: Recursos Financieros.**
- **Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015–2018.**
- **Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2015 – 2018.**
- **Anexo 6: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2018).**
- **Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018.**
- **Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2015–2018.**
- **Anexo 9: Resultados en materia de Implementación de medidas de Género y de descentralización / desconcentración 2015–2018.**
- **Anexo 10: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional y Leyes Promulgadas durante 2015–2019.**
- **Anexo 11: Premios y Reconocimientos Institucionales 2015–2018.**

## Anexo 1: Identificación de la Institución

### a) Definiciones Estratégicas 2014-2018

#### - Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución

Ley orgánica o Decreto que la rige
Ley N°19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as. Ley N°20.555, que modifica Ley N°19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, para dotar de atribuciones en materias financieras, entre otras, al Servicio Nacional del Consumidor. Ley N°21.081, modifica Ley N°19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

#### - Misión Institucional

Misión Institucional
Informar, educar y proteger a los consumidores ciudadanos, mediante un marco técnico de eficacia, eficiencia y transparencia de la acción institucional y de los mercados, y del rol responsable, activo y participativo de cada uno de sus actores.

#### - Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2018

Número	Descripción
1	Se otorga la continuidad operacional al Servicio con \$11.405 millones, considerando \$622 millones para la ejecución del Proyecto de Modernización del Estado-BID, y recursos adicionales para el mejoramiento del sistema de atención telefónica y web de consultas y reclamos por \$165 millones, así como el traspaso de 15 cargos desde honorarios a la contrata.

#### - Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados a través de su vigilancia, el desarrollo de estudios e investigaciones, la difusión de información y la acción coordinada con la institucionalidad respectiva, particularmente en los mercados donde se detectan prácticas especialmente lesivas a los consumidores y/o los que presenten mayores fallas y distorsiones.
2	Generar cambios en los comportamientos para el consumo responsable y la protección de los derechos del consumidor, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del fortalecimiento del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables
3	Mejorar el estándar de protección de los consumidores reforzando las actuales acciones institucionales, así como su penetración en nuevos mercados y temas de consumo.
4	Fortalecer la participación ciudadana con foco en el rol e impacto de los consumidores ciudadanos en los incentivos del mercado y la profesionalización y especialización de las asociaciones de consumidores.
5	Consolidar una Gestión de Excelencia que permita encauzar de manera fluida y positiva los procesos de cambio, innovación y fortalecimiento institucional, con equipos altamente especializados, colaborativos y comprometidos con un adecuado ambiente laboral.

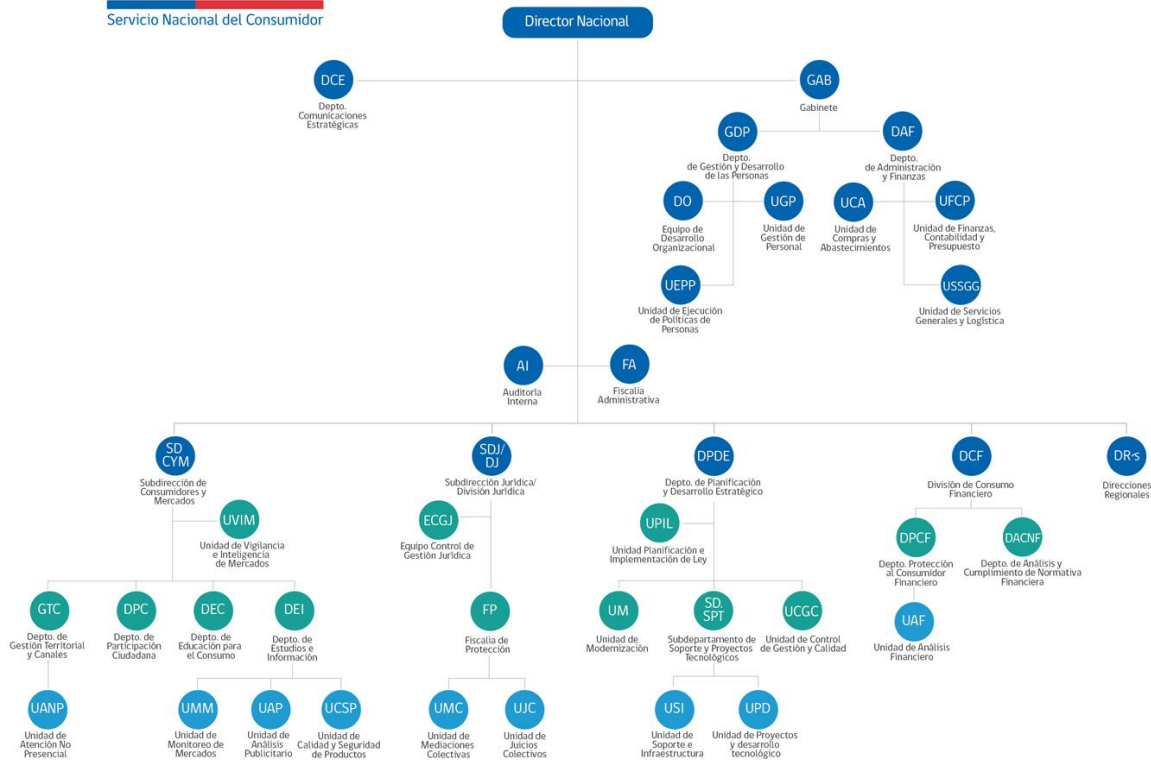
#### - Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre – Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
<b>Información de Mercado y Consumo.</b>		
1	<p><b>Descripción:</b> Generación de Información: 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 los consumidores para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes, autónomas, críticas y responsables, así como contribuir en el desarrollo institucional de iniciativas que mejoren la normativa correspondiente y a responder a necesidades específicas del quehacer del SERNAC. Información y Difusión: Informar a los consumidores/as sobre temáticas relevantes en materia de consumo y el quehacer institucional del SERNAC, mediante la gestión de la estrategia comunicacional del Servicio, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de campañas informativas</p>	1,2,3,5
<b>Orientación, asesoría jurídica y protección.</b>		
2	<p><b>Descripción:</b> Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor: Orientar y asesorar a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, sea ésta o no de competencia de SERNAC: Responder a consultas de la ciudadanía Tramitación de Reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo prejudicial entre las partes. Protección de intereses generales, colectivos y difusos: Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales frente a transgresiones a la normativa de impacto en los intereses colectivos o difusos de los consumidores.</p>	1,2,3,5
<b>Educación para el Consumo Responsable</b>		
3	<p><b>Descripción:</b> Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer una cultura de consumo responsable, orientados a ser desarrollados en espacios educativos, de participación social, y/o a la ciudadanía en general.</p>	2,3,5
<b>Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana</b>		
4	<p><b>Descripción:</b> Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC): Apoyar técnicamente el proceso de financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, a través del Fondo Concursable para AdC. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las AdC</p>	2,3,4,5

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

<b>Número</b>	<b>Nombre</b>
<b>1</b>	<b>Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.</b>
<b>2</b>	<b>Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.</b>
<b>3</b>	<b>Público de educación primaria, secundaria, y superior.</b>
<b>4</b>	<b>Distintos grupos de organizaciones; asociaciones de consumidores, ONG vinculadas a materias de consumo y proveedores organizados.</b>

## b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



\*Fuente: Resolución Exenta N° 00450 de 29 junio de 2018. Establece organización interna y determina las denominaciones y funciones de cada centro de responsabilidad.

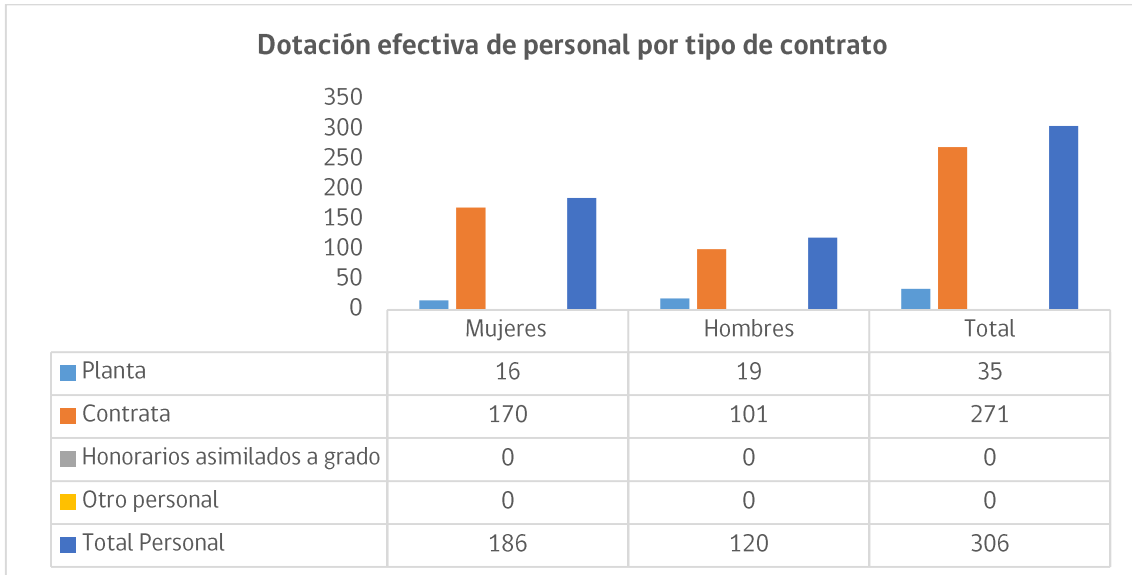


### **c) Principales Autoridades**

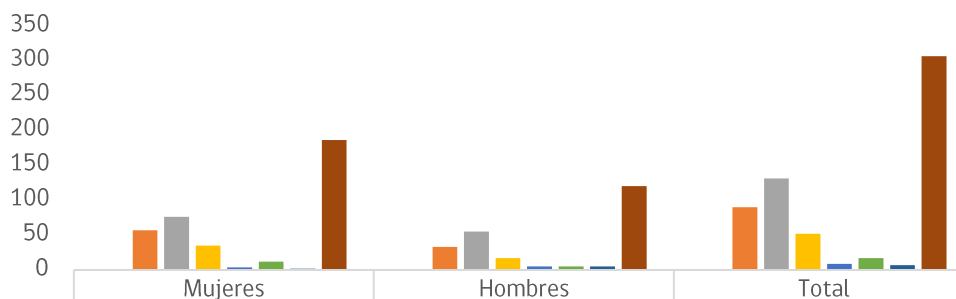
<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>
Director Nacional	Lucas del Villar
Jefa de Comunicaciones Estratégicas	Catherine Lizama
Jefe de Gabinete	Jean Pierre Couchot
Jefa de Auditoría Interna	Carolina Gajardo
Jefa de Fiscalía Administrativa (S)	Soledad Padruno
Subdirector de Consumidores y Mercados	Alonso Vega
Subdirectora Jurídica	Francisca Barrientos
Jefe de Dpto. de Planificación y Desarrollo Estratégico	Felipe Velázquez
Jefe de Dpto. Estudios e Información	Christian Copaja
Jefa de Dpto. Educación para el Consumo	Bernardita Budinich
Jefa de Dpto. Gestión y Desarrollo de las Personas	Paulina Martínez
Jefe del Dpto. Administración y Finanzas (S)	Cesar Araya
Jefe de Dpto. Gestión Territorial y Canales	Nelson La Fuente
Jefe del Dpto. Participación Ciudadana (S)	Tatiana Gajardo
Jefe Dpto. División de Consumo Financiero	Cristóbal Caorsi
Directora Regional de la Región Metropolitana de Santiago	Daniela Agurto
Directora Regional de la Región de Arica y Parinacota	Rosa Cortez
Director Regional de la Región de Tarapacá	José Luis Aguilera
Director Regional de la Región de Antofagasta	Marcelo Miranda
Director Regional de la Región de Atacama (S)	Rodrigo González
Director Regional de la Región de Coquimbo (S)	Rodrigo Santander
Director Regional de la Región de Valparaíso	Nicolás Corvalán
Director Regional de la Región del Libertador Bernardo O' Higgins (S)	Efraín Contreras
Director Regional de la Región del Maule (S)	Eduardo Pérez
Director Regional de la Región de Ñuble (S)	Manuel Muñoz
Director Regional de la Región del Biobío	Juan Pablo Pinto
Director Regional de la Región de La Araucanía	Arturo Araya
Director Regional de la Región de los Ríos (S)	María Verónica González
Director Regional de la Región de los Lagos	Miguel López
Directora Regional de la Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	Mónica Vergara
Director Regional de la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	Pamela Ramírez

## Anexo 2: Recursos Humanos

### a) Dotación de Personal



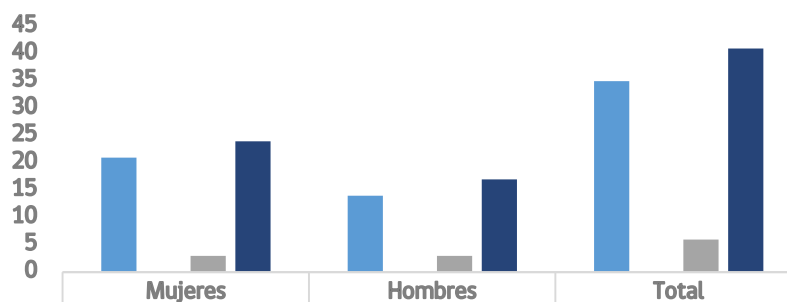
### Distribución efectiva de personal distribuida por grupos de edad



	Mujeres	Hombres	Total
24 ó menos	0	0	0
25 - 34	57	33	90
35 - 44	76	55	131
45 - 54	35	17	52
55 - 59	4	5	9
60 - 64	12	5	17
65 y más	2	5	7
Total Dotación	186	120	306

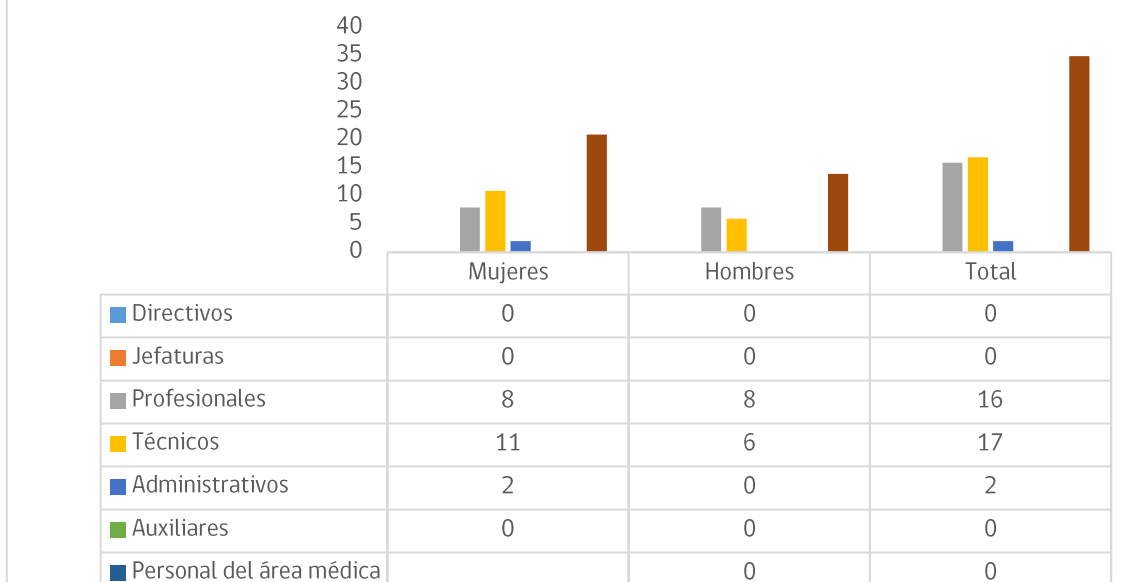
### b) Personal fuera de dotación

#### Personal fuera de dotación por tipo de contrato

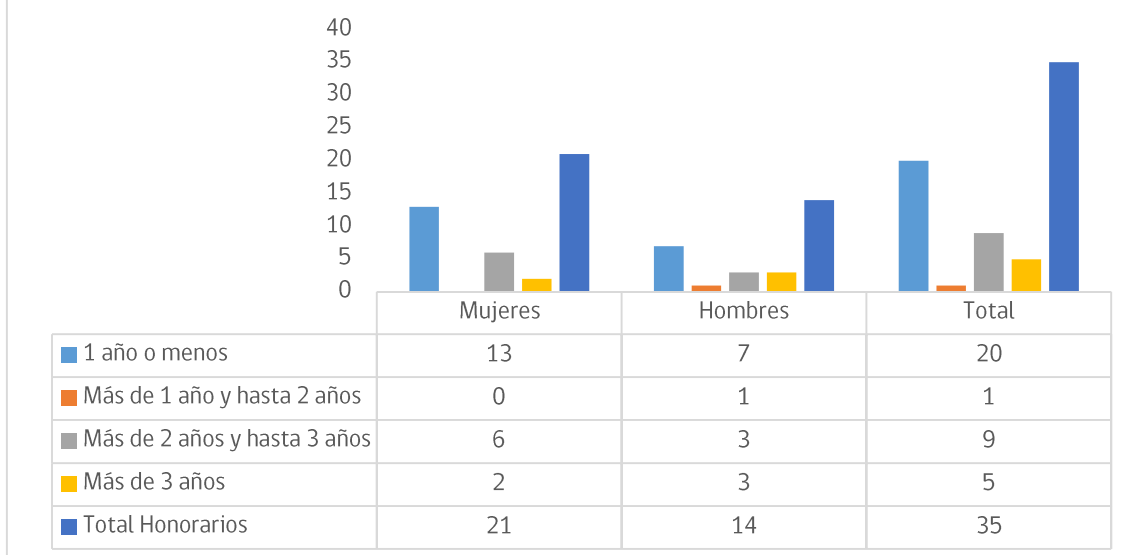


	Mujeres	Hombres	Total
Honorarios	21	14	35
Suplentes	0	0	0
Reemplazos	3	3	6
Total Dotación	24	17	41

### Personal a honorarios según función desempeñada



### Personal a Honorarios según permanencia en el servicio



## c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

<b>Cuadro 1</b>					
<b>Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos</b>					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>1</sup>		Avance <sup>2</sup>	Notas
		2017	2018		
<b>1. Reclutamiento y Selección</b>					
<b>1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata<sup>3</sup> cubiertos por procesos de reclutamiento y selección<sup>4</sup></b>	<b>(N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección/ Total de ingresos a la contrata año t)*100</b>	<b>51,5 2</b>	<b>45,76</b>	<b>88,82</b>	
<b>1.2 Efectividad de la selección</b>	<b>(N° ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año t, con renovación de contrato para año t+1/N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección)*100</b>	<b>88,2 4</b>	<b>88,89</b>	<b>100,74</b>	
<b>2. Rotación de Personal</b>					
<b>2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.</b>	<b>(N° de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año t/ Dotación Efectiva año t ) *100</b>	<b>14,1 9</b>	<b>16,01</b>	<b>88,63</b>	
<b>2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.</b>					
- <b>Funcionarios jubilados</b>	<b>(N° de funcionarios Jubilados año t/ Dotación Efectiva año t)*100</b>	-	<b>0,65</b>	-	
• <b>Funcionarios fallecidos</b>	<b>(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100</b>	-	<b>0,33</b>	-	
- <b>Retiros voluntarios</b>					
○ <b>con incentivo al retiro</b>	<b>(N° de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año t/ Dotación efectiva año t)*100</b>	<b>4,50</b>	<b>0,65</b>	<b>14,44</b>	
○ <b>otros retiros voluntarios</b>	<b>(N° de retiros otros retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100</b>	<b>6,57</b>	<b>12,75</b>	<b>51,53</b>	
• <b>Otros</b>	<b>(N° de funcionarios retirados por otras causales año t/ Dotación efectiva año t)*100</b>	<b>3,11</b>	<b>15,03</b>	<b>20,69</b>	
<b>2.3 Índice de recuperación de funcionarios</b>	<b>(N° de funcionarios ingresados año t/ N° de funcionarios en egreso año t)*100</b>	<b>87,8</b>	<b>142,8 6</b>	<b>61,46</b>	
<b>3. Grado de Movilidad en el servicio</b>					

1 La información corresponde al período Enero - Diciembre 2018 y Enero - Diciembre 2017, según corresponda.

2 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.

3 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 10 de la ley de presupuestos 2018.

4 Proceso de reclutamiento y selección: Conjunto de procedimientos establecidos, tanto para atraer candidatos/as potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización, como también para escoger al candidato más cercano al perfil del cargo que se quiere proveer.

**Cuadro 1**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>1</sup>		Avance <sup>2</sup>	Notas
		2017	2018		
<b>3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.</b>	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	-	-	-	
<b>3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.</b>	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año t}) / (\text{Total contratos efectivos año t}) * 100$	5,62	11,11	197,69	
<b>4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal</b>					
<b>4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.</b>	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	85,05	93,46	109,89	
<b>4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.</b>	$\sum (\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas en act. de capacitación año t} * \text{N}^\circ \text{ participantes en act. de capacitación año t}) / \text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t}$	9,38	14,14	150,75	
<b>4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia<sup>5</sup></b>	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t} / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año t}) * 100$	5,48	3,60	65,69	
<b>4.4 Porcentaje de becas<sup>6</sup> otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.</b>	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	-	-	-	
<b>5. Días No Trabajados</b>					
<b>5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.</b>					
• Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1).	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas tipo 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	1,01	0,83	121,69	
• Licencias médicas de otro tipo <sup>7</sup>	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0,54	0,47	114,89	
<b>5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.</b>	$(\text{N}^\circ \text{ de días de permisos sin sueldo año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0,13	0,13	100,00	
<b>6. Grado de Extensión de la Jornada</b>					

**5 Evaluación de transferencia:** Procedimiento técnico que mide el grado en que los conocimientos, las habilidades y actitudes aprendidos en la capacitación han sido transferidos a un mejor desempeño en el trabajo. Esta metodología puede incluir evidencia conductual en el puesto de trabajo, evaluación de clientes internos o externos, evaluación de expertos, entre otras.

No se considera evaluación de transferencia a la mera aplicación de una encuesta a la jefatura del capacitado, o al mismo capacitado, sobre su percepción de la medida en que un contenido ha sido aplicado al puesto de trabajo.

**6 Considera las becas para estudios de pregrado, postgrado y/u otras especialidades.**

**7 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.**

**Cuadro 1**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>1</sup>		Avance <sup>2</sup>	Notas
		2017	2018		
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t} / 12) / \text{Dotación efectiva año t}$	0,07	5,73	1,22	
<b>7. Evaluación del Desempeño<sup>8</sup></b>					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 1 año t} / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año t}$	1,00	1,00	100,00	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 2 año t} / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año t}$	0,00 38	0,004 5	84,44	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 3 año t} / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año t}$	-	-	-	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 4 año t} / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año t}$	-	-	-	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño <sup>9</sup> implementado	SI: Se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño. NO: Aún no se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño.	SI	SI	-	
<b>8. Política de Gestión de Personas</b>					
Política de Gestión de Personas <sup>10</sup> formalizada vía Resolución Exenta	SI: Existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta. NO: Aún no existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta.	SI	SI	-	
<b>9. Regularización de Honorarios</b>					
9.1 Representación en el ingreso a la contrata	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t} / \text{Total de ingresos a la contrata año t}) * 100$	21,2 1	34,29	161,67	
9.2 Efectividad proceso regularización	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t} / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año t} - 1) * 100$	25,0 0	68,57	274,28	
9.3 Índice honorarios regularizables	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año t} / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año t} - 1) * 100$	107, 14	34,29	312,45	

<sup>8</sup> Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.

<sup>9</sup> Sistema de Retroalimentación: Se considera como un espacio permanente de diálogo entre jefatura y colaborador/a para definir metas, monitorear el proceso, y revisar los resultados obtenidos en un período específico. Su propósito es generar aprendizajes que permitan la mejora del rendimiento individual y entreguen elementos relevantes para el rendimiento colectivo.

<sup>10</sup> Política de Gestión de Personas: Consiste en la declaración formal, documentada y difundida al interior de la organización, de los principios, criterios y principales herramientas y procedimientos que orientan y guían la gestión de personas en la institución.





## Anexo 3: Recursos Financieros

### a) Resultados de la Gestión Financiera

Denominación	Cuadro 2 Ingresos y Gastos devengados año 2017 - 2018		Notas
	Monto Año 2017 M\$ <sup>11</sup>	Monto Año 2018 M\$	
<b>INGRESOS</b>	<b>12.936.544</b>	<b>12.571.874</b>	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	906.885	848.426	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	218.921	310.106	
APORTE FISCAL	11.810.738	11.413.342	
<b>GASTOS</b>	<b>13.360.611</b>	<b>13.170.386</b>	
GASTOS EN PERSONAL	8.064.007	7.525.950	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.844.610	2.588.089	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	109.760	604.751	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.674.704	1.556.508	
INTEGROS AL FISCO	3.531	6.753	
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	215.124	141.059	
SERVICIO DE LA DEUDA	448.875	747.276	
RESULTADO	-424.067	-598.512	

<sup>11</sup> Las cifras están expresadas en M\$ del año 2018. El factor de actualización de las cifras del año 2017 es 1,02432.

## b) Comportamiento Presupuestario año 2018

Cuadro 3								
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2018								
Subt	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>12</sup> (M\$)	Presupuesto Final <sup>13</sup> (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia <sup>14</sup> (M\$)	Notas <sup>15</sup>
			<b>INGRESOS</b>	<b>11.405.056</b>	<b>12.708.910</b>	<b>12.571.874</b>	<b>137.036</b>	
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	851.357	976.379	848.426	127.953	
	01		Del sector privado	0	118.616	0	118.616	
		003	Administradora del Fondo para bonificación por retiro		118.616	0	118.616	
	02		Del Gobierno Central	851.357	857.763	848.426	9.337	
		001	Junta de Aeronáutica Civil	21.546	21.546	21.546	0	
		004	Programa de Modernización del Estado- BID	622.075	802.014	802.014	0	
		005	Subsecretaría de Telecomunicaciones	207.736	34.203	24.866	9.337	
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	131.380	131.380	310.106	-178.726	
	01		Recuperación y Reembolso por Licencias Médicas	90.688	90.688	212.059	-121.371	
	99		Otros	40.692	40.692	98.047	-57.355	
09			APORTE FISCAL	10.422.319	11.601.151	11.413.342	187.809	
	01		Libre	10.422.319	11.601.151	11.413.342	187.809	
			<b>GASTOS</b>	<b>11.405.056</b>	<b>13.697.416</b>	<b>13.170.386</b>	<b>527.030</b>	
21			GASTOS EN PERSONAL	6.680.727	7.614.885	7.525.950	88.935	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.921.816	2.773.015	2.588.089	184.926	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	10	604.762	604.751	11	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador	10	604.762	604.751	11	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.659.438	1.807.352	1.556.508	250.844	
	01		Al Sector Privado	416.597	416.597	414.566	2.031	
		002	Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955	416.597	416.597	414.566	2.031	
	03		A Otras Entidades Públicas	1.242.841	1.390.755	1.141.942	248.813	
		002	Programa de Educación Financiera	620.766	588.741	525.278	63.463	
		600	Programa de Modernización del Estado- BID	622.075	802.014	616.664	185.350	
25			INTEGROS AL FISCO	0	6.753	6.753	0	
	99		Otros Integros al Fisco		6.753	6.753	0	
29			ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	143.065	143.373	141.059	2.314	
	04		Mobiliario y Otros		10.278	9.598	680	
	06		Equipos Informáticos	12.681	15.013	13.901	1.112	

12 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

13 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2018.

14 Corresponde a la diferencia entre el Presupuesto Final y los Ingresos y Gastos Devengados.

15 En los casos en que las diferencias sean relevantes se deberá explicar qué las produjo.

34	07	Programas Informáticos	130.384	118.082	117.560	522
		SERVICIO DE LA DEUDA	0	747.276	747.276	0
	07	Deuda Flotante		747.276	747.276	0
		RESULTADO	0	-988.506	-598.512	-389.994

### c) Indicadores Financieros

El Servicio Nacional del Consumidor no cuenta ingresos propios ni con políticas presidenciales.

### d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 4 Análisis del Resultado Presupuestario 2018 <sup>16</sup>				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
	<b>FUENTES Y USOS</b>	<b>1.039.488</b>	<b>-598.520</b>	<b>440.968</b>
	Carteras Netas	0	-1.142.770	-1.142.770
115	Deudores Presupuestarios	0	0	0
215	Acreedores Presupuestarios	0	-1.142.770	-1.142.770
	Disponibilidad Neta	987.519	6.974.708	7.962.227
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	987.519	6.974.708	7.962.227
	Extrapresupuestario neto	51.969	-6.430.458	-6.378.489
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	749.287	91.828.490	92.577.777
116	Ajustes a Disponibilidades	0	0	0
214	Depósitos a Terceros	-623.141	-98.257.518	-98.880.659
216	Ajustes a Disponibilidades	-74.177	-1.430	-75.607

### e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 5 Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2018				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955	416.597	416.598	414.567	
Programa Educación Financiera	620.766	588.741	525.278	
Programa de Modernización del Estado- BID	622.075	802.014	616.663	

### f) Transferencias<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Corresponde a ingresos devengados - gastos devengados.

<sup>17</sup> Incluye solo las transferencias a las que se les aplica el artículo 7° de la Ley de Presupuestos.

<b>Cuadro 6</b>					
<b>Transferencias Corrientes</b>					
Descripción	Presupuesto Inicial 2018 <sup>18</sup> (M\$)	Presupuesto Final 2018 <sup>19</sup> (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia <sup>20</sup>	Notas
<b>TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO</b>	<b>416.597</b>	<b>416.597</b>	<b>414.567</b>	<b>0</b>	
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros	416.597	416.597	414.567	0	
<b>TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS</b>	<b>1.242.841</b>	<b>1.390.756</b>	<b>1.141.941</b>	<b>147.915</b>	
Gastos en Personal	227.467	227.467	211.388	0	
Bienes y Servicios de Consumo	689.251	657.226	563.191	-32.025	
Inversión Real	326.123	506.063	367.362	179.940	
Otros <sup>21</sup>	0	0	0	0	
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	<b>1.659.438</b>	<b>1.807.353</b>	<b>1.556.508</b>	<b>147.915</b>	

**Notas:**

1. La diferencia corresponde a la baja por decreto del programa PEF, de acuerdo a rebaja de Austeridad solicitada al Servicio.
2. Incremento corresponde a mayores recursos para inversión del Programa de Modernización BID Hacienda SERNAC.

**g) Inversiones<sup>22</sup>**

El Servicio Nacional del Consumidor no cuenta con presupuesto, destinado a financiar iniciativas de inversión.

<sup>18</sup> Corresponde al aprobado en el Congreso.

<sup>19</sup> Corresponde al vigente al 31.12.2018

<sup>20</sup> Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

<sup>21</sup> Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

<sup>22</sup> Se refiere a proyectos, estudios y/o programas imputados en el subtítulo 31 del presupuesto.

## Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015 -2018

### - Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2018

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO						PARTIDA	07		
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR						CAPITULO	02		
Producto	Nombre	Fórmula	Unidad de	Valores				Efectivo	Meta	Porcentaje
Estratégico	Indicador	Indicador	Medida	2015	2016	2017	2018	2018	2018	de Logro 2018
Información de Mercado y Consumo.	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	(N° mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año t/N° total de mercados definidos en la MMR año 2015)*100	%	21.43 (6.00 /28.00)*100	21.43 (6.00 /28.00)*100	32.14 (9.00 /28.00)*100	32.14 (9.00 /28.00)*100	25.00 (7.00 /28.00)*100	100,0%	
	Enfoque de Género: No									
Educación para el Consumo Responsable.	Porcentaje de progresión de establecimientos escolares que participan en el Programa Escolar de Educación Financiera (PEEF)	(Número de establecimientos escolares acumulados al año t que participan en el PEEF /Número de establecimientos escolares proyectados a 2018 que participen del PEEF)*100	%	16 (268 /1700)*100	27 (381 /1400)*100	41 (616 /1488)*100	43 (655 /1525)*100	40 (596 /1488)*100	100,0%	
	Enfoque de Género: No									
Orientación, asesoría jurídica y protección. - Protección de intereses generales, colectivos y difusos de los consumidores	Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t/Sumatoria de mediaciones colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	(Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t/Sumatoria de mediaciones colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t)*100	%	55.6 (10.0 /18.0)*100	58.3 (7.0 /12.0)*100	0.0	33.3 (6.0 /18.0)*100	60.0 (12.0 /20.0)*100	55,5%	
	Enfoque de Género: No									

<b>Información de Mercado y Consumo. Educación para el Consumo Responsable. Orientación, asesoría jurídica y protección. – Orientación y asesoría jurídica a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor</b>	<b>Indice de satisfacción de clientes año t</b>	<b>Sumatoria ponderada de la satisfacción global neta</b>	<b>83.1</b>	<b>74.4</b>	<b>0.0</b>	<b>78.8</b>	<b>77.5</b>	<b>100,0%</b>
		<b>número</b>	<b>H: 83.1</b>	<b>H: 74.4</b>	<b>H: 0.0</b>	<b>H: 82.9</b>	<b>H: 77.5</b>	
	<b>Enfoque de Género: Si</b>	<b>Hombres:</b>	<b>M: 83.1</b>	<b>M: 74.4</b>	<b>M: 0.0</b>	<b>M: 65.1</b>	<b>M: 77.5</b>	
		<b>Mujeres</b>	<b>83.1</b>	<b>74.4</b>	<b>0.0</b>	<b>65.1</b>	<b>77.5</b>	

<b>Resultado Global Año 2018</b>	<b>88,9</b>
----------------------------------	-------------

## Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2015 - 2018

Compromiso	Iniciativa	Estado Avance
Proteger a los consumidores y la libre competencia	Hacer más eficaz la acción del SERNAC a favor de los consumidores, mejorando sus competencias y capacidades, con criterios conocidos, transparentes y objetivos.	Terminado
Proteger a los consumidores y la libre competencia	Proyecto de Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (Boletín N° 9369-03)	Terminado
Proteger a los consumidores y la libre competencia	Fortalecer el derecho del consumidor a elegir y contratar libremente, mejorando el acceso a información en línea sobre precios y características comparativas de los productos.	En Proceso
Proteger a los consumidores y la libre competencia	Dictar un Reglamento de Seguridad de Productos (seguridad en el consumo).	Terminado
Proteger a los consumidores y la libre competencia	Crear un mecanismo para adaptar los contratos indefinidos a las condiciones cambiantes, sin costos excesivos y con respeto a los derechos del consumidor.	En Proceso

## **Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2018)**

**Durante el año 2018, la institución no cuenta con evaluaciones institucionales o a programas.**



## Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018

### IDENTIFICACION

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA PRESUPUESTARIA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPITULO PRESUPUESTARIO	02

### FORMULACIÓN PMG

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión	Prioridad	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
			Etapas de Desarrollo o Estados de Avance			
			I			
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O	Alta	100%	97.00%
Porcentaje Total de Cumplimiento :						97.00%

### SISTEMAS EXIMIDOS/MODIFICACIÓN DE CONTENIDO DE ETAPA

Marco	Area de Mejoramiento	Sistemas	Tipo	Etapa	Justificación
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional   Descentralización	Modificar	1	El Servicio compromete el Objetivo 2 de acuerdo al marco definido en Decreto 297, donde considera el indicador "Porcentaje de iniciativas de descentralización y desconcentración implementadas en el año t" comprometiéndose sólo medidas de desconcentración.
		Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional   Eficiencia Energética	Modificar	1	El Servicio compromete el Objetivo 2 de acuerdo al Programa Marco definido en Decreto N° 297, en específico para el indicador "Índice de eficiencia energética", los edificios a incorporar en la medición se conocerán a más tardar en abril del 2018.

### DETALLE EVALUACIÓN SISTEMA DE MONITOREO DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

**RESUMEN RESULTADOS POR OBJETIVO DE GESTION**

N°	Objetivos de Gestión	Compromiso		Resultado Evaluación		N° Indicadores Descuento por error
		Ponderación	N° Indicadores / Mecanismos Comprometidos	Ponderación	N° Indicadores Cumplidos	
1	Cumplir Meta de Indicadores de Productos Estratégicos	60%	3	60.00%	3	0
2	Medir e informar correctamente los Indicadores Transversales	30%	10	27.00%	9	No aplica
3	Cumplir Meta de Indicadores Transversales	0%	0	0.00%	0	No aplica
4	Publicar Mecanismos de Incentivo	10%	No aplica	10.00%	No aplica	No aplica
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>13</b>	<b>97.00%</b>	<b>12</b>	<b>0</b>

**OBJETIVO DE GESTION N°1 - INDICADORES DE DESEMPEÑO ASOCIADOS A PRODUCTOS ESTRATEGICOS (Cumplimiento Metas)**

N°	Indicador	Meta 2018	Efectivo 2018 (resultado evaluación final)	% Cumplimiento meta (resultado evaluación final)	Descuento por error	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida (resultado evaluación final)
1	Indice de satisfacción de clientes año t	77,5	78,8	101,68	No	5,00	5,00
2	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	25,00	32,14	128,56	No	30,00	30,00
3	Porcentaje de progresión de establecimientos escolares que participan en el Programa Escolar de Educación Financiera (PEEF)	40	43	107,50	No	25,00	25,00
	<b>Total:</b>					<b>60.00</b>	<b>60.00</b>

**OBJETIVO DE GESTION N°2 - INDICADORES TRANSVERSALES (Medir, informar a las respectivas redes de expertos y publicar sus resultados)**

N°	Indicador	Efectivo 2018 (resultado evaluación final)	Cumplimiento Medir e Informar correctamente

1	Porcentaje de compromisos de Auditorías implementados en el año t.	18	Si
2	Porcentaje de controles de seguridad de la información implementados respecto del total definido en la Norma NCh-ISO 27001, al año t.	30	Si
3	Porcentaje de iniciativas de descentralización y desconcentración implementadas en el año t	100	Si
4	Porcentaje de licitaciones sin oferente en el año t.	10,8	Si
5	Porcentaje de trámites con registro de uso (operaciones) por canal de atención en año t respecto del total de trámites identificados en el catastro de trámites del año t-1	93,75	Si
6	Porcentaje de actividades de capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en el puesto de trabajo realizadas en el año t	100,00	Si
7	Tasa de accidentabilidad por accidentes del trabajo en el año t.	0,66	No
8	Porcentaje de medidas para la igualdad de género del Programa de Trabajo implementadas en el año t	80	Si
9	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t.	36	Si
10	Índice de eficiencia energética.	54,53	Si

La dotación de SERNAC afecta al incentivo, es de 331 funcionarios.

El monto de recursos que se pagará en el año 2019, en base al cumplimiento total del sistema de incentivo 2018, es de \$340.967.905.

El promedio por persona es de \$1.030.115 y representa un 4,9% del gasto total en el Subtítulo 21 "Gastos en Personal", autorizado por Ley de Presupuestos 2019.

## Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2015–2018

Cuadro 7 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo años 2018				
Equipos de Trabajo	Número de personas por	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas <sup>24</sup>	Incremento por Desempeño Colectivo <sup>25</sup>

---

**24** Corresponde al porcentaje que define el grado de cumplimiento del Convenio de Desempeño Colectivo, por equipo de trabajo.  
**25** Incluye porcentaje de incremento ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

Equipo de Trabajo <sup>23</sup>				
Dirección Nacional	65	3	100%	8%
Subdirección Jurídica	25	3	100%	8%
Subdirección de Consumidores y Mercados	54	3	100%	8%
Departamento de Planificación y Desarrollo Estratégico	21	3	100%	8%
Zona Norte	35	3	100%	8%
Zona Centro	65	3	100%	8%
Zona Sur	34	3	100%	8%

Cuadro 8 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo años 2017				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo <sup>26</sup>	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas <sup>27</sup>	Incremento por Desempeño Colectivo <sup>28</sup>
Dirección Nacional	31	4	100%	8%
Subdirección Jurídica	28	3	100%	8%
Subdirección de Consumidores y Mercados	51	3	100%	8%
Departamento de Planificación y Desarrollo Estratégico	50	3	100%	8%
Zona Norte	33	3	100%	8%
Zona Centro	62	3	100%	8%
Zona Sur	34	3	100%	8%

Cuadro 9 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo años 2016				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo <sup>29</sup>	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas <sup>30</sup>	Incremento por Desempeño Colectivo <sup>31</sup>
Gabinete–Auditoría Interna	25	3	100%	8%
Depto. de Comunicación Estratégica	8	3	100%	8%

23 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2018.

26 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2018.

27 Corresponde al porcentaje que define el grado de cumplimiento del Convenio de Desempeño Colectivo, por equipo de trabajo.

28 Incluye porcentaje de incremento ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

29 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2018.

30 Corresponde al porcentaje que define el grado de cumplimiento del Convenio de Desempeño Colectivo, por equipo de trabajo.

31 Incluye porcentaje de incremento ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

Planificación Estratégica y Calidad	16	3	100%	8%
Depto. Estudios e Inteligencia	8	3	100%	8%
Depto. Educación para el Consumo	13	3	100%	8%
Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas	22	3	100%	8%
Depto. de Administración y Finanzas	9	3	100%	8%
Depto. Soporte y Desarrollo Tecnológico	15	3	100%	8%
Depto. de Gestión Territorial y Canales	17	3	100%	8%
División Jurídica	7	3	90%	8%
Depto. Calidad y Seguridad de los Productos	8	3	100%	8%
Depto. Participación Ciudadana	15	3	100%	8%
División de Consumo Financiero	29	4	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	5	4	100%	8%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	5	4	100%	8%
Dirección Regional de Tarapacá	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Antofagasta	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Atacama	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	7	4	100%	8%
Dirección Regional del Libertador Bernardo O'Higgins	8	4	100%	8%
Dirección Regional del Maule	11	4	100%	8%
Director Regional del Biobío	9	4	100%	8%
Dirección Regional de la Araucanía	5	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Ríos	5	4	100%	8%
Dirección Regional del General Carlos Ibáñez del Campo	6	4	100%	8%
Dirección Regional de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena (PT)	25	3	100%	8%

**Cuadro 10**  
**Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo años 2015**

Equipos de Trabajo	Número de personas por	Nº de metas de gestión comprometidas	Porcentaje de Cumplimiento de Metas <sup>33</sup>	Incremento por Desempeño Colectivo <sup>34</sup>
--------------------	------------------------	--------------------------------------	---	--

<sup>33</sup> Corresponde al porcentaje que define el grado de cumplimiento del Convenio de Desempeño Colectivo, por equipo de trabajo.

<sup>34</sup> Incluye porcentaje de incremento ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

	Equipo de Trabajo <sup>32</sup>	por Equipo de Trabajo		
Gabinete–Auditoría Interna	17	6	100%	8%
Depto. de Comunicación Estratégica	8	3	100%	8%
Planificación Estratégica y Calidad	7	3	100%	8%
Depto. Estudios e Inteligencia	17	3	100%	8%
Depto. Educación para el Consumo	8	3	100%	8%
Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas	14	3	100%	8%
Depto. de Administración y Finanzas	22	3	100%	8%
Depto. Soporte y Desarrollo Tecnológico	11	3	100%	8%
Depto. de Gestión Territorial y Canales	15	3	100%	8%
División Jurídica	17	4	90%	8%
Depto. Calidad y Seguridad de los Productos	8	3	100%	8%
Depto. Participación Ciudadana	9	3	100%	8%
División de Consumo Financiero	16	3	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	29	4	100%	8%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	6	4	100%	8%
Dirección Regional de Tarapacá	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Antofagasta	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Atacama	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	11	4	100%	8%
Dirección Regional del Libertador Bernardo O`Higgins	7	4	100%	8%
Dirección Regional del Maule	8	4	100%	8%
Director Regional del Biobío	12	4	100%	8%
Dirección Regional de la Araucanía	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	8	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Ríos	6	4	100%	8%
Dirección Regional del General Carlos Ibáñez del Campo	6	4	100%	8%
Dirección Regional de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena (PT)	6	4	100%	8%

32 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2017.

**La dotación de SERNAC afecta al incentivo, es de 320 funcionarios.**

**El monto de recursos que se pagará en el año 2019, en base al cumplimiento 2018 por equipo de trabajo, es de \$315.801.417.**

**El promedio por persona es de \$986.879 y representa un 4,5% del gasto total en el Subtítulo 21 "Gastos en Personal", autorizado por Ley de Presupuestos 2019.**



## Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración 2015 - 2018.

### Resultados año 2018:

#### - Género

N°	Medidas Implementadas	Descripción
1	Diseño y/o actualización, cuando corresponda, de indicadores de desempeño que midan directamente inequidades, brechas y/o barreras de género 2018	<p>A partir de la revisión se identificaron IBB (inequidades, brechas y/o barreras) susceptibles de ser abordadas a través de indicadores.</p> <p>Al mismo tiempo se sostuvieron reuniones con jefaturas de departamentos en las que fueron desestimados algunos indicadores, priorizados otros y finalmente se establecieron 2 indicadores de desempeño mientras que los otros fueron replanteados como actividades estratégicas y medidas concernientes a capacitación interna y generación de información desagregados por sexo. Lo anterior se incorporó a la formulación del Plan de Trabajo para la equidad de género 2019, el que fue presentado y aprobado por la Dirección Nacional del SERNAC y por la sectorialista del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.</p>
2.1	Porcentaje de mujeres adultas mayores que asisten a la charla: "Educación Financiera: Endeudamiento, Crédito y Cajas de Compensación" con enfoque de género.	Durante el año 2018 se realizaron 23 charlas de Educación Financiera, para mujeres adultas mayores en todo el país. Las que contaron con un total de 788 asistentes, de las cuales 650 corresponden a mujeres adultas mayores (82%). Estas charlas cobran relevancia dado que los grados de alfabetización financiera tienden a ser menores en el grupo de mujeres adultas mayores.
2.3	Número de talleres de sensibilización "Defensa y Protección de los derechos de las y los consumidores" para integrantes de la sociedad civil de mujeres.	Se buscó establecer contacto con municipios, asociaciones de consumidores que trabajan con enfoque de género y organizaciones funcionales y territoriales para ofrecer el taller. Se logró realizar tres talleres; uno con la Organización de mujeres de la comuna de Padre Hurtado, el segundo con la Asociación de consumidoras Circular y Academia Circular y el tercer taller se realizó al club social y deportivo "Chicas Gym" de Recoleta.
2.4	Porcentaje de mujeres que asisten a talleres para el testeo de al menos dos campañas comunicacionales	Se realizaron campañas de información mirando aquellos temas en donde se debe reforzar derechos e información a la ciudadanía. Donde de las 3 campañas que se realizaron se contaba con al menos 1 pieza que propiciaba la igualdad de género.
3.1	2 ranking financieros sobre cajas de compensaciones con datos desagregados por género, elaborado y difundido a todas/os los consumidores/as a través de la página web de SERNAC	Durante el 2018 se publicaron dos rankings. El primero abarca el periodo segundo semestre 2016 con el segundo semestre 2017, mientras que el segundo ranking abarcó el periodo primer semestre 2017 con el primer semestre 2018 y los principales resultados fueron que los reclamos contra las cajas de compensación son parecidos y tienden a reclamar en la misma proporción. Además, el sub mercado financiero en que la participación de la mujer supera a la de los hombres en

N°	Medidas Implementadas	Descripción
		reclamos, corresponde a las tarjetas de créditos relacionadas al retail (55%)
3.2	1 pesquisa (estudio exploratorio) respecto de la presencia de impuesto rosa en diferentes mercados en Chile, con el fin de constatar la existencia del fenómeno y definir dimensiones para la realización de estudios específicos sobre su impacto en el consumo, desde una perspectiva de género.	Se registraron 500 piezas y precios de las mismas, vale decir 250 parejas de productos con características, o explícitamente, orientadas para cada género. Los resultados fueron que del total de las observaciones (500 unidades de análisis), un 24% de estas registraron diferencias de precios entre géneros. En este sentido, al establecerse 250 parejas de productos, el género femenino concentró el 17,6% de precios más altos y el masculino el 6,4%. Mientras que un 76% no registró diferencias
4.1	Porcentaje de nuevos/as funcionarios/as que reciben capacitación en género y consumo.	Se aplicó el curso de "Género y Consumo" en su versión 2018 para los/as nuevos/as funcionarios/as (contrata y planta), lo que corresponde a 42 funcionarios/as, sin embargo 3 de los funcionarios ingresados realizaron el curso en su versión 2017, por lo que se considera el denominador de 39 funcionarios/as que son quienes fueron inscritos para participar y de los cuales 37 ejecutaron, completaron y aprobaron el curso de Género y Consumo 2018. Los módulos del curso consistían en 1. ¿Qué es Género? 2. Género y Consumo 3. Género en las políticas
5.1	Instalación de mudadores en los baños de hombres y mujeres en la sala de atención al público de 3 Direcciones Regionales por definir.	A fin de dar respuesta a las necesidades concretas que enfrentan las personas con hijos/as pequeños/as, que desestiman la asistencia a la red de oficinas de atención al público para presentar un reclamo y/o acceder a la información debido a la falta de infraestructura y otras comodidades, es que se seleccionaron 3 direcciones regionales (Atacama, Los Ríos y Magallanes) para la instalación de mudadores en los baños disponibles para la atención al público. Lo anterior se concreta en baños con características de unisex para que la tarea se realice sin distinción e incentivando también a que los hombres realicen la labor de mudar.

## - Descentralización / Desconcentración

Periodo	2018
Medidas a implementar	El Servicio Nacional del Consumidor, comprometió para 2018, en el marco del indicador transversal de descentralización la iniciativa de "Traspaso de Competencias", lo cual busca traspasar a cuatro municipalidades de las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Biobío y Metropolitana, las competencias y funciones requeridas en materia de consumo para implementar el Modelo de Atención al Consumidor, en lo que respecta al ingreso, tramitación y cierre de consultas y reclamos.

Periodo	2018
	Lo anterior, contribuye en el proceso de desconcentración al transferir competencias y habilidades técnicas al funcionario/a municipal. Para la gestión del traspaso, se prepararon e implementaron módulos de competencias del Modelo de Atención al Consumidor, los cuales, a través de pasantías, se gestionan con los ejecutivos de atención al público y cuyo medio de verificación corresponde al Acta de Pasantía.
Resultados alcanzados	Los contenidos que se determinaron para el traspaso de competencias, a los ejecutivos de atención de las Plataformas Municipales (comunales) comprometidos, cumple con lo establecido en esta iniciativa, es decir, contribuye a la desconcentración de las competencias y habilidades técnicas, traspasando a los ejecutivos de atención municipal, debido a que aborda las áreas relacionadas a lo normativo, procedimental (gestión) y protocolo de atención (habilidades blandas). Finalmente, la medida implementada obtuvo un resultado del 100%, ya que las actividades comprometidas por las Direcciones Regionales se cumplen en su totalidad.

## Resultados año 2017:

### - Género

Periodo 2017		
Nº	Medidas Implementadas	Descripción
1	Diseño y/o actualización, cuando corresponda, de indicadores de desempeño	<p>A partir de la revisión se identificaron IBB susceptibles de ser abordadas a través de indicadores. Por lo que, las medidas fueron diseñadas por el comité de Género de la Institución en una de sus sesiones ordinarias.</p> <p>Paralelamente, se sostuvieron reuniones con jefaturas de departamentos y con la sectorialista del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género. En dichas reuniones fueron desestimados algunos indicadores, priorizados otros y finalmente se establecieron 4 indicadores de desempeño, mientras que los otros fueron replanteados como actividades estratégicas y medidas concernientes a capacitación interna y generación de información desagregados por sexo.</p> <p>Lo anterior se incorporó a la formulación del Plan de Trabajo para la Equidad de Género 2018, el que fue presentado y aprobado por la Dirección Nacional de SERNAC y por la sectorialista del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.</p>
3.1	2 ranking financieros sobre cajas de compensaciones con datos desagregados por género, elaborado y difundido a todas/os los consumidores/as a través de la página web de SERNAC.	Durante el año 2017 se publicaron 2 rankings financieros sobre cajas de compensación. El primero se publicó en el mes de agosto, en el cual se comparó el segundo semestre 2016, con el segundo semestre 2015. El segundo se publicó en el mes de diciembre, en el cual se comparó el primer semestre 2017, frente al primer semestre 2016.
3.2	Pesquisa de publicidad sexista realizada por el Observatorio de Publicidad a través de 4 oficios dirigidos a CONAR con información de publicidad sexista y la	En el año 2017 el SERNAC envió 4 oficios al CONAR a efectos de solicitar su pronunciamiento en materia publicitaria. 1 de ello por publicidad sexista, en tanto que los otros 3 por publicidad que contenía estereotipos de género que menoscababan a las mujeres. Tanto por publicidad sexista como por estereotipos, cabe señalar que, en los años precedentes, nunca se obtuvo un fallo

Periodo 2017		
N°	Medidas Implementadas	Descripción
	realización de un documento de recopilación.	favorable al pronunciamiento realizado por SERNAC. En el marco de un mayor diálogo con el organismo autorregulador, este año se consideró una nueva estrategia en la elaboración de oficios, logrando que por primera vez el CONAR acogiera un reclamo realizado por SERNAC, contando con un fallo favorable, además del reconocimiento en sus descargos por parte del anunciante respecto de la falta y su deseo de cumplir con el fallo dictaminado.
4.1	80% de nuevos funcionarios que reciben capacitación en género y consumo.	<p>Para dar cumplimiento al compromiso señalado anteriormente, se tomó el registro de los/as nuevos/as funcionarios/as (Contrata y Planta), ingresados al Servicio entre el último trimestre 2016 y el primer semestre 2017 considerando a todos los que estaban activos a la fecha de ejecución del curso, los que suman 22 (dos de ellos ya habían realizado el curso el 2016, sin embargo, se consideran de igual modo en el denominador del indicador). Por lo tanto, en relación al compromiso 20 funcionarios ejecutan, completan y aprueban el curso de Género y consumo 2017, lo que significa un 90,91% de cumplimiento, que resulta un sobrecumplimiento de la meta establecida para el presente año.</p> <p>Cabe señalar que el registro de funcionarios incluye aquellos desvinculados, quienes realizaron el curso el 2016 y a 3 funcionarios ingresados fuera del período comprometido para esta meta, se incluyen en la nómina inicial (no en el indicador), a modo de registro para futuros compromisos en esta materia.</p> <p>Es importante señalar que si bien el curso tiene una modalidad on-line, actualizando su versión para cada año de realización. Este se encuentra diseñado en una plataforma dinámica (Moodle) para su ejecución y a su vez contiene información relevante sobre la materia.</p> <p>Se invitó a los/as funcionarios/as a ser parte de este proyecto y a conocer y aprender juntos sobre Género y Consumo, a través de la ejecución de sus tres módulos; ¿Qué es el género?, Género y Consumo, y Género en las Políticas Públicas.</p> <p>Los contenidos expuestos en este curso se enfocaron en aclarar tanto el concepto de género y el rol que desempeñan los hombres y mujeres en nuestra sociedad, aportando a la generación de competencias que permitan introducir esta perspectiva en el trabajo que se desarrolla en beneficio de consumidores y consumidoras.</p>
5.1	Generar 2 acciones comunicacionales orientadas a promover el empoderamiento de las mujeres en materias de consumo.	<p>Se generó una pieza gráfica, gif, en el cual la figura de una mujer entrega recomendaciones e información para que las personas tengan en cuenta a la hora de comprar un auto. Esta acción fue validada por el SERNAM por cuanto se trató precisamente de abordar un mercado que suele asumirse como de interés sólo para el género masculino.</p> <p>Y la segunda acción comunicacional, consistió en la realización de un video para el canal youtube del SERNAC en donde diversas mujeres dieron su testimonio sobre su experiencia en ámbitos de consumo.</p>

Periodo 2017		
N°	Medidas Implementadas	Descripción
5.2	Realizar 1 conversatorio sobre género y consumo	<p>Es de interés para la institución disponer de este espacio para abocarse a reflexionar sobre la relación entre género y consumo, la que suele pasarse por alto. Y es en esta esfera, donde consideramos que el tema de la publicidad sexista atraviesa los ámbitos de género y consumo. Junto con que ha sido un área de interés para las organizaciones sociales de mujeres, así como parte importante del quehacer de la gestión de SERNAC, a través del Observatorio de Prácticas Publicitarias del departamento de Estudios e Inteligencia, quienes vienen hace años, pesquisando y denunciando publicidad sexista.</p> <p>De este modo se organizó un conversatorio sobre “Género, consumo y publicidad”, al cual asistieron 18 personas de distintos sectores; tales como a organizaciones de la sociedad civil que trabajen en temas de género, Asociaciones de Consumidores, instancias privadas como CONAR y ANDA Chile, y Universidades que tienen escuelas de publicidad y de comunicaciones. Se invitó, además, a académicos/as que ha hecho investigaciones sobre el tema.</p> <p>Finalmente, el desarrollo del conversatorio sirvió para instalar en la agenda de las instituciones participantes la temática de la publicidad sexista, enfoques preventivos, y los efectos simbólicos y prácticos para las mujeres y la relación con el entorno.</p>
5.3	Direcciones regionales que realizan socialización y revisión del Protocolo de Buenas Prácticas Laborales	<p>Se realizaron 15 actividades en todas las regiones, en las que se levantaron 15 actas de reunión, donde se dio a conocer el protocolo de Buenas prácticas y se recogieron observaciones de los/as funcionarios/as.</p> <p>Posteriormente, se realizó una sistematización con las principales sugerencias y observaciones, para hacerlas llegar a la jefatura de Gestión y Desarrollo de personas, entre las cuales destaca; Evitar la compra de boletos en la madrugada para viajes de cometidos funcionarios; Incorporar un mecanismo para permiso por enfermedad de un hijo/a menor de un año, en caso de que el/la funcionario/a no cuente con permiso administrativo y horas compensatorias; Realizar talleres y charlas de conciliación en regiones; entre otras.</p>
5.4	Actividades realizadas por el Comité para la Equidad de Género de SERNAC	<p>Se programaron y difundieron 5 cápsulas informativas, a través de comunicaciones internas, las cuales son; publicidad sexista, derechos parentales, ley antidiscriminación, violencia contra las mujeres y acoso callejero, sexual y laboral, en los meses de julio a diciembre.</p> <p>Lo anterior contribuyó a tener un manejo uniforme sobre temáticas de género en los funcionarios y funcionarias del SERNAC.</p>

- **Descentralización / Desconcentración**

Periodo	2017
Medidas implementar a	El programa SERNAC en tu barrio, busca acercar a la comunidad local los diferentes servicios y productos que desarrolla SERNAC, en beneficio de los

	<p>consumidores/as. Consiste en la utilización de un vehículo denominado SERNACmóvil, que recorre las comunas del país, conforme a planificación que las Direcciones Regionales del Servicio establezcan. Cuenta con un completo equipamiento e infraestructura para la atención de consultas y reclamos, entrega de productos de educación financiera, e información del Servicio, en materias de protección de derechos de los consumidores/as. Cada Dirección Regional del SERNAC, dispondrá de al menos 1 mes de asignación del SERNACMóvil, pudiendo tener regiones en las cuales el SERNACMóvil, realice 2 y hasta 3 meses de asignación en diferentes meses del año. El compromiso, es que la Dirección Regional de SERNAC, coordine y complemente las acciones en materia de protección de derechos de los consumidores a nivel local, con al menos 1 municipio en el marco de la agenda del mes en que SERNACMóvil es asignado a cada región.</p>
Resultados alcanzados	<p>Para lograr dicha coordinación y complementariedad en la acción, se solicitó que cada Dirección Regional, estableciera en un protocolo, la programación municipal de la ruta del SERNACMóvil a nivel local, traspasando la decisión de la planificación de la acción al municipio. Dicho protocolo de acuerdo, refleja formalmente entonces la instancia de acuerdo en que el SERNACMóvil, es puesto a disposición de las necesidades locales.</p> <p>Finalmente, la medida implementada obtuvo un resultado del 100%, donde cada Dirección Regional coordinó y complementó las acciones en materia de protección de derechos de los consumidores con al menos 1 municipio en el marco de la agenda del mes en que SERNACMóvil es asignado a cada región. Además, es importante señalar que las Direcciones Regionales de Valparaíso y La Araucanía llevaron a cabo esta medida con los municipios de Casa Blanca y Quintero; y Lautaro, Collipulli y Traiguén respectivamente</p>

## Resultados año 2016:

### - Género

Periodo 2016		
Nº	Medidas Implementadas	Descripción
1	Diseño y/o actualización, cuando corresponda, de indicadores de desempeño que midan directamente inequidades, brechas y/o barreras de género.	De las reuniones del Comité y la Evaluación del diagnóstico del plan de trabajo 2016, se trabajó en la propuesta de medidas que apuntaran a 15 IBB vinculadas a 6 distintos ámbitos de acción. Tales medidas y sus indicadores asociados fueron presentados por el Comité a distintos Jefes de Departamentos del Servicio y a SERNAM, de lo cual se priorizaron 3 indicadores, los que fueron incorporados al Plan de Trabajo para la Equidad de Género 2017 del SERNAC.
2.1	Porcentaje de mujeres adultas mayores que asisten a charlas sobre educación financiera (endeudamiento y cajas de compensación) con enfoque de género.	Se realizaron diversas actividades en las distintas regiones del país, dando así cumplimiento al indicador comprometido, a través de la realización de al menos una actividad educativa en cada una de las Direcciones Regionales a nivel Nacional. Como resultado se obtuvo un 79,62% de mujeres adultas mayores asistentes a la actividad, con un total de 30 actividades educativas y 643 participantes, de los cuales 512 fueron mujeres.
2.2	Porcentaje de personas capacitadas en alguno de los cursos ofertados en el Programa de fortalecimiento de Asociaciones de Consumidores, son mujeres	Se realizaron diversas actividades en las distintas regiones del país, dando así cumplimiento al indicador comprometido, a través de la realización de al menos una actividad educativa en cada una de las Direcciones Regionales a nivel nacional. Como resultado se obtuvo un 79,62% de mujeres adultas mayores asistentes a la

Periodo 2016		
N°	Medidas Implementadas	Descripción
	que forman parte de Asociaciones de consumidores.	actividad, con un total de 30 actividades educativas y 643 participantes, de los cuales 512 fueron mujeres.
3.1	Realizar 2 informes SONI que contengan datos desagregados por sexo y análisis de género.	<p>Como parte del programa de fortalecimiento de competencias de Asociaciones de Consumidores (AdC), y con fin de entregar herramientas concretas orientadas a profesionalizar sus servicios, es que SERNAC ofertó para el año 2016 un único curso de Planificación Estratégica y Diseño de Proyectos para AdC; en el cual se invitó a participar a dirigentes, socios (as), profesionales y voluntarios (as) que han trabajado con SERNAC a lo largo del país.</p> <p>En dicho marco, y habiéndose identificado en años anteriores que la participación femenina en este tipo de instancias era menor a la de los hombres, se optó por intencionar la participación femenina en el curso, priorizando a las mujeres tanto en la invitación como en la selección de participantes en el curso.</p> <p>Es así como, de los 36 participantes totales del curso, 19 de ellos fueron mujeres, lo que representó un 53% del total. Dichas participantes tenían entre 20 y 70 años pertenecían a 5 regiones distintas del país. De ellas, 2 son presidentas de su AdC y los 17 restantes son socias o profesionales de las mismas.</p>
3.2	80% de ranking de reclamos incorporarán datos desagregados por sexo.	<p>De un total de 7 rankings de reclamos elaborados por el Departamento de Estudios e Inteligencia del SERNAC, 6 incorporaron la desagregación por sexo de sus datos, lo que representó un 85,71% del total anual.</p> <p>Los resultados de los rankings fueron dispuestos a la ciudadanía a través de la página web institucional; y presentados por SERNAC ante la Mesa de Economía y Género, donde participan miembros de todos los Servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.</p>
4	Porcentaje de nuevos/as funcionarios/as que reciben capacitación en género y consumo.	<p>A fin de nivelar los conocimientos en torno a los conceptos básicos de la teoría de género, revisar cómo esta se relaciona con el consumo y entregar ejemplos de su aplicación en el SERNAC, este Servicio desarrolló el Curso "Género y Consumo".</p> <p>Durante el 2016, en las dos versiones realizadas del curso, participaron un total de 59 funcionarios. Del total de participantes, el 100% aprobó en curso realizado.</p>
5.1	Dos oficios dirigidos a CONAR con información de publicidad sexista realizados por el Observatorio de publicidad.	SERNAC, mediante la Unidad de Análisis Publicitario, analiza, vigila y realiza acciones administrativas y de protección permanentemente en el ámbito de la publicidad difundida en televisión abierta y medios escritos, además de análisis de página web desde la mirada de prácticas comerciales. Desde el año 2013, se ha incorporado como foco de revisión las materias de carácter sexista. En este sentido, cada vez que se detecta una situación de estas características, el SERNAC oficia al Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR) y eventualmente a entidades públicas sectoriales si correspondiese.

Periodo 2016		
N°	Medidas Implementadas	Descripción
		En dicho marco de acción, durante 2016 SERNAC ofició a CONAR, remitiendo piezas publicitarias que, a juicio del Servicio, habría vulnerado el Código Chileno de Ética Publicitaria.
5.2	Dos rankings financieros con perspectiva de género, elaborado y difundido a todas/os los consumidores/as a través de la página web del SERNAC.	<p>El Ranking de Mercado Financiero: Sub Mercado Banca; y el Ranking de Mercado Financiero: Sub Mercado Tarjetas de Crédito asociados a retail, integraron la variable género en sus análisis. En ellos, por ejemplo, se advirtió que el 53% de los reclamos asociados a tarjetas de crédito de retail fueron efectuados por mujeres, mientras que en el sub mercado solo fue un 44%</p> <p>Esto permite identificar y analizar las diferencias entre los distintos tipos de consumidores, lo cual constituye un foco esencial del SERNAC en su estrategia para alcanzar un mayor estándar de protección de todos los consumidores del país.</p>
5.3	Implementación del Plan de Disminución de Brechas en el ámbito de las personas, asociados a la Norma Chilena 3262/2012, que establece un Sistema de Gestión para la Equidad de Género y la Conciliación de la Vida Laboral, Familiar y Personal.	A partir del Diagnóstico de Brechas Institucionales en materia de Personas, en el cual se evaluó a la Institución respecto de las exigencias establecidas en la Norma Chilena 3262/2012, en la cual se establecen los requisitos para la implementación de un Sistema de Gestión de igualdad de Género y conciliación de la vida laboral, familiar y personal, SERNAC elaboró un plan de disminución de brechas a implementar en 2016. Presentando un nivel de 100% de ejecución.
5.4	Realizar 2 actividades de sensibilización sobre derechos de las mujeres y corresponsabilidad en el ámbito familiar para funcionarios/as del SERNAC.	<p>La primera actividad trató sobre Buenas Prácticas Laborales, contó con la participación de 77 funcionarias de Nivel Central y la Dirección Regional Metropolitana. En ella se sensibilizó y se entregó material sobre la relevancia del desarrollo de buenas prácticas en la materia, la comunicación sin estereotipos de género y la Carta de Derechos de las Mujeres CEDAW.</p> <p>En la segunda jornada, sobre Fortalecimiento de Roles Parentales, participaron 51 funcionarios, padres, de diversos equipos de Nivel Central y la Dirección Regional Metropolitana, se realizaron dinámicas participativas, de conversación y de reflexión respecto al rol parental de ayer y hoy, los cambios y formas diferentes de ejercer el rol y corresponsabilidad parental.</p>



- **Descentralización / Desconcentración**

Periodo	2016
Medidas a implementar	Implementación de la medida de desconcentración "SERNAC en tu barrio", la cual consiste en la implementación de un programa de presencia territorial, en base a la utilización de un vehículo, conocido como "SERNAC MÓVIL", que cuenta con la infraestructura y equipamiento necesario, junto al personal que se requiere para cada una de las actividades programadas.
Resultados alcanzados	Se dispuso de 3 móviles, los cuales se encontraron a disposición de cada una de las regiones según la planificación nacional. Por lo que en miras a acercar su oferta de servicios a la mayor proporción de ciudadanos consumidores del país, el SERNAC desplegó esfuerzos en alcanzar la mayor cantidad de comunas del país, planificándose 327 comunas distintas; alcanzándose finalmente 332 comunas visitadas al menos una vez durante el año, lo que representa una cobertura de 96% del total de comunas del país.

**Resultados año 2015:**

- **Género**

Periodo 2015		
Nº	Medidas Implementadas	Descripción
1	1 Informe estadístico de denuncias con perspectiva de género.	Esta medida se orientó a atender la inequidad sobre desigualdad en el acceso al proceso de protección al consumidor en cuanto al ámbito jurídico. Concluyéndose que los hombres son quienes se encuentran más empoderados para la defensa de sus derechos en caso de sufrir de un problema relacionado con materias de consumo, lo que se encuentra expresado en las herramientas que utilizan para ejercer su defensa.
2	2 Ranking financiero con perspectiva de género, elaborado y difundido a todas/os los consumidores/as a través de la página web.	El primer ranking financiero arrojó que en términos de porcentajes el segundo semestre de 2013 la participación en los reclamos del género femenino en el mercado financiero fue levemente mayor al género masculino, en cambio, en el segundo semestre de 2014, la participación en los reclamos del género masculino en el mercado financiero fue mayor.  En cuanto al segundo ranking dejó en evidencia que los hombres (58%) concentraron una mayor participación de los reclamos.
3	2 Estudios realizados con perspectiva de género, disponibles en el sitio web de SERNAC.	Se realizaron dos estudios, uno sobre reclamos en el retail y otro sobre publicidad sexista. La realización del primer estudio se hizo diferenciando el comportamiento de hombres y mujeres al momento de reclamar en el retail comercial, esto incluye grandes tiendas, supermercados y tiendas de comercio. Resultando por cada 100 reclamos presentados por las mujeres, los hombres efectúan 83 reclamos.  El segundo estudio se realizó, sobre una materia sensible como la publicidad sexista, con la finalidad de "develar, desde la perspectiva de género, cómo opera el tratamiento de la imagen de la mujer en publicidades emitidas por televisión".

Periodo 2015		
N°	Medidas Implementadas	Descripción
4	15 Charlas sobre educación financiera con enfoque de género implementadas para mujeres microempresarias.	Se ejecutaron 15 charlas, una por cada región del país con un promedio de 12 asistentes. Tales charlas fueron coordinadas con las direcciones regionales de Sernam, Prodemu y Seremis de Economía en su mayoría. No obstante, se hicieron otras alianzas de trabajo como Sernapesca.  Estas charlas cobran importancia para las mujeres microempresarias ya que, según estudios y encuestas, este grupo presenta brechas importantes acerca del conocimiento de conceptos financieros.
5	2 Talleres sobre seguridad de productos con enfoque de género implementadas para educadoras de párvulos.	Los principales contenidos fueron: definiciones de conceptos como consumo seguro, seguridad de productos. Se entregaron elementos para identificar productos seguros e inseguros (sobre todo los vinculados a lactantes y niños/as pequeños/as), además de contarles la estrategia de SERNAC para abordar este tema.
6	2 Talleres sobre género y consumo para Asociaciones de Consumidores.	Se capacitaron de manera presencial 20 personas de 7 diferentes Asociaciones de Consumidores de la Región Metropolitana, inclusive la temática de Consumo, Publicidad y Género concitó el interés de algunos funcionarios del SERNAC, quienes se coordinaron para compartir información desde una visión más técnica.
MT35 1	Incorporar en los sistemas de información que administra el Servicio, datos desagregados por sexo y estadísticas que permitan realizar análisis de género.	Se propuso concretamente la realización de dos estudios con enfoque de género y dos rankings de reclamos con datos desagregados por sexo.
MT 2	Diseñar Indicadores de desempeño que midan directamente inequidades, brechas y/o barreras de género que corresponda.	A partir de la revisión del diagnóstico de género se diseñaron seis indicadores. Dicha propuesta se presentó al comité de género, al equipo de Planificación Estratégica y a la sectorialista de SERNAM. Como resultado de esas reuniones se determinó la selección de 2 indicadores de desempeño, los 4 restantes fueron adaptados como actividades estratégicas del servicio para el 2016.
MT 3	Elaborar un diagnóstico de Brechas Institucionales en materias de personas, considerando las exigencias del sello iguala.	Se elaboró el documento de Diagnóstico, donde se identifican barreras culturales (bajo interés, poco conocimiento y valoración de las acciones asociadas a equidad de género y conciliación de la vida laboral) y brechas en el ámbito normativo. Lo anterior ha permitido plantear una línea base para formular como continuidad de este compromiso un Plan para el tratamiento de las brechas detectadas.
7	Campaña de Educación Financiera dirigida a mujeres.	No se realizó debido a que los criterios de diseño de la campaña no aseguraron la incorporación de los requisitos necesarios para el cumplimiento de lo comprometido.

## - Descentralización / Desconcentración

Periodo	2015
<b>Medidas a implementar</b>	El SERNAC, comprometió, en el marco del indicador transversal de descentralización "Informar el gasto anual correspondiente a las transferencias corrientes al sector privado subtítulo 24, e informar ARI/PROPIR de todas las Direcciones Regionales a través de la plataforma Chile Indica".
<b>Resultados alcanzados</b>	Medida implementada con un resultado del 100%. A través de esta iniciativa, se informó en la plataforma <a href="http://www.chileindica.cl">www.chileindica.cl</a> , las transferencias corrientes al sector privado, que corresponden al Subtítulo 24, ítem 01, asignación 002, de los Fondos Concursables Aplicación Ley N° 19.955, en todas aquellas regiones en las cuales se asignaron fondos, a las Asociaciones de Consumidores, que adjudicaron proyectos. Estos fondos, financiaron un total de 59 iniciativas en las regiones de Valparaíso, O´Higgins, Biobío, Araucanía, Los Lagos, Los Ríos y Metropolitana, cuyo costo total ascendió a \$379.782.000.

## **Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2015-2019**

**BOLETÍN: 9728-03**

**Descripción:** Amplía en la ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, el catálogo de cláusulas abusivas de uso frecuente en los contratos de adhesión.

**Objetivo:** La idea matriz de este proyecto es establecer en un nuevo inciso segundo, un catálogo numerus apertus de cláusulas que tienen lugar comúnmente en las operaciones económicas masivas, que den herramientas al juez para que pueda declararse nulas absolutamente, sin perjuicio de las situaciones señaladas en el inciso primero del artículo 16 de la ley 19.946 que se trata situaciones más generales y de aplicación estricta.

**Fecha de ingreso:** 18 de noviembre de 2014

**Estado de tramitación:** Primer trámite constitucional/Senado

**Beneficiarios directos:** Todos los consumidores

**BOLETÍN: 9454-03**

**Descripción:** Modifica ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, con el fin de regular el procedimiento de modificación, de los contratos de adhesión.

**Objetivo:** Incluir en la ley una serie de requisitos copulativos para la validez de cualquier modificación de los contratos de adhesión con el objeto de que el usuario tome una decisión debidamente informada.

**Fecha de Ingreso:** 15 de julio de 2014

**Estado de Tramitación:** Primer trámite constitucional/ Senado

**Beneficiarios Directos:** Todos los consumidores

## **Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2015- 2019**

**N° Ley: 21.081**

**Fecha de promulgación: 13 de Julio de 2018.**

**Fecha de entrada en Vigencia: 14 de marzo de 2019.**

**Materia: Ley que modifica la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.**

## Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2015 - 2018

El año 2017, SERNAC fue uno de los tres ganadores al Premio Anual a la excelencia Institucional (PAEI), reconocimiento que entrega el Gobierno de Chile a través del Servicio Civil, diseñado para reconocer la calidad de gestión que tienen los servicios y los funcionarios públicos, en la perspectiva de contribuir a instalar una cultura de excelencia en la administración. Para ello, anualmente se premia a tres servicios públicos por sus resultados alcanzados en los ámbitos de eficiencia y productividad, calidad de servicio y gestión de personas.

El Servicio postuló aquellas acciones que representaban y materializaban acciones que estaban en línea directa con los énfasis estratégicos del Servicio, vale decir, Ciudadano al centro, Excelencia e Impacto, relatando cómo la institución incorporó estos en su gestión y generación de productos.

En particular, se destacó como logros la consolidación de innovación y las acciones derivadas de ella, la utilización de mecanismos de participación ciudadana para la co-creación de productos y la ejecución de acciones en que permitieran mejorar el clima laboral y el desarrollo de los funcionarios de SERNAC.

Como iniciativa de eficiencia y productividad se postuló “Mecanismos de protección e información eficaces: Vigilar para actuar anticipadamente”, iniciativa que permitió a SERNAC crear el proceso de vigilancia. Ello fue acompañado de implementación de mejoras de carácter tecnológico que sustentan el proceso de Protección, creándose el Módulo Jurídico, que tiene hoy tres aplicaciones: Comité de Soluciones Colectivas, Mediaciones Colectivas y Ministros de Fe. Como iniciativa de excelencia en la calidad de servicio se postuló “Eliminando barreras a los consumidores” iniciativa que permitió disminuir las barreras en el desplazamiento con el SernacMóvil, llegando al 96% de las comunas del país, con la implementación del número 800 y la recepción de consultas por Call Center. También se pudo disminuir barreras del lenguaje con la mejora a las cartas de reclamo y la creación de la “La ruta de mi reclamo” y de un guion participativo, a presentarse en 40 obras de teatro dirigida a adultos mayores. Las mejoras en el lenguaje comunicacional permitieron pasar de un 54% de satisfacción a un 72%.

Finalmente la iniciativa excelencia en desarrollo personas “Hacia un SERNAC más centrado en las personas, para fortalecer buenos ambientes de trabajo” permitió promover y profundizar el buen clima laboral al realizar 16 actividades de intervención del clima organizacional y 26 actividades de calidad de vida; ejecutar el fondo concursable de capacitación, beneficiando en total a 15 funcionarios/as; realizar tres encuentros nacionales de funcionarios y mejorar la comunicación interna, al realizar 4 “SERNAC de Tod@s” y generar 4 boletines “Tod@ en el SERNAC”.

Participación en el año 2017 del Programa Compra Pública Innovadora, impulsado por la Dirección de Compra y Contratación Pública (ChileCompra), en conjunto con el Laboratorio de Gobierno y el Ministerio de Economía. Este programa buscó el desarrollo de un proyecto piloto cuyo objetivo fue testear a pequeña escala, acciones para incorporar innovación en los procesos de compra pública y/o en la compra de productos o contratación de servicios innovadores. En el caso del SERNAC, a través de diversos talleres con convocatoria transversal, se buscaron desafíos factibles de resolver a través de procesos de compra, resultado priorizado

**"¿Cómo podríamos acompañar de mejor manera a los 98 consumidores durante su proceso de reclamo web?", para la contratación de una propuesta de diseño de servicio o prototipo escalable que demuestre generar valor para los consumidores que utilizan el canal web dispuesto por dicho servicio. A través de este proceso, se trabajó con una empresa emergente que presentó un prototipo de aplicación móvil para informar a los consumidores y recibir sus reclamos directamente desde el celular.**

**Es importante relevar que los aprendizajes de las tres instituciones que participamos en esta experiencia piloto -además del SERNAC, participaron en este proyecto Carabineros de Chile y el Parque Metropolitano- serán la base para la confección de una futura Directiva de Compra Pública Innovadora, que será lanzada por ChileCompra a fines del mes de enero de 2018.**

**¡Concurso Funciona! 2017, en el que SERNAC nuevamente se hizo parte, con las iniciativas "Arriba el Telón: Educación Financiera a Través del Teatro"; "Nueva Plataforma para Solicitudes de Compensación" y "Diseño con la Ciudadanía: Nuevas Comunicaciones del SERNAC". Esta última, clasificó para la etapa final del concurso, junto a otras 13 iniciativas (de un total de más de 188), presentando en vivo frente al jurado los resultados de la misma, que, sin mediar grandes recursos, logró informar más y mejor a los consumidores que acuden al SERNAC a ingresar sus reclamos.**

**Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad, ISO 9001:2015. Durante el periodo 2015 al 2018, el sistema de gestión de la institución se encuentra certificado para el siguiente alcance: "informar, educar y proteger a los consumidores ciudadanos, en el marco de la Ley de Protección al Consumidor, mediante el despliegue de sus productos estratégicos, en las Direcciones Regionales, así como a través del Nivel Central. Para ello, se da cumplimiento a todos los requisitos de la Norma ISO 9001, a través de los procesos del negocio, apoyados por los procesos de gestión estratégicos y de soporte institucional". De esta forma, la institución garantiza a la ciudadanía la mejora continua de sus procesos y la búsqueda del aumento de la satisfacción de sus beneficiarios.**

