



Balance de Gestión Integral

AÑO 2022

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

**Servicio Nacional del
Consumidor**





Índice

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	3
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	15
.3. Resultados de la Gestión año 2022	19
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2023	31
.5. Anexos	35
.Anexo 1: Recursos Humanos	36
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	44
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2022	45
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2022	46
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	52

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 impulsar un desarrollo productivo sostenible en el país, que se haga cargo de los desafíos asociados a la crisis climática y la generación de empleos de calidad, a través de una estrategia integral descentralizada y con perspectiva de género, de fomento a la innovación y al cambio tecnológico, al emprendimiento y transformación digital de la Mipymes y cooperativas; de cambios que incrementen la productividad y competitividad de nuestra economía; y en la cual el conocimiento, la ciencia y la tecnología jueguen un rol primordial, con el fin de impulsar el progreso económico y aumentar el bienestar de la sociedad.

Esta tarea es llevada a cabo a través de las tres subsecretarías y once servicios dependientes y relacionados el Ministerio: Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, Corporación de Fomento de la Producción, Servicio de Cooperación Técnica, Servicio Nacional del Consumidor, Instituto Nacional de Estadísticas, Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, Fiscalía Nacional Económica, Servicio Nacional de Turismo, Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, y el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala.

El año 2022 estuvo marcado por el impacto en la actividad económica mundial, el aumento de precios de materias primas y altos niveles de inflación global, producidos a raíz de la guerra entre Rusia y Ucrania, y la amenaza todavía latente de la pandemia del Covid-19. Sin embargo, a pesar de este complejo contexto, los indicadores económicos del país reflejan una gradual recuperación de la actividad. El PIB creció un 2,6% en el periodo; ha habido recuperación del empleo, reflejada en un aumento de 0,7% en 2022; aumentó la inversión extranjera, la cual superó los US\$20 mil millones, 31% más que el año anterior, un 50% superior al promedio del último quinquenio y un 46% superior al promedio de la serie histórica 2003-2022.

Esta recuperación de la actividad económica fue posible gracias a diferentes factores, entre los que se encuentran políticas de transferencia directa a personas y medidas para impulsar la generación de empleos y su formalización, apoyos monetarios y financieros a MiPymes y cooperativas, una estrategia de fomento a la inversión, y una estrategia dirigida a impulsar al país hacia un desarrollo

productivo sostenible. Todo lo anterior, acompañado de una política fiscal responsable y equilibrada, enfocada en dar seguridad ciudadana, seguridad económica y seguridad social a la población.

En línea con la agenda del Gobierno, la estrategia del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo se enfocó en dos ejes:

Desarrollo y crecimiento de la economía, mediante agendas proinversión, productividad y desarrollo productivo sostenible

En materia de inversión, lanzamos, junto al Ministerio de Hacienda, el Plan Invirtamos en Chile, y lideramos la concreción de las medidas para acelerar la materialización de la inversión privada en el país. Esto, mediante mejoras de gestión y asignación de recursos para fortalecer el proceso de entrega de permisos sectoriales de inversión, junto con el Ministerio de Bienes Nacionales, Consejo de Monumentos Nacionales, Subsecretaría de Fuerzas Armadas, Conaf y Subsecretaría de Pesca y Acuicultura. Además, integramos 47 permisos de servicios públicos a la plataforma SUPER (Sistema Unificado de Permisos), los cuales son críticos para la tramitación de proyectos de inversión. A la par, reabrimos las agregadurías de inversión en Alemania, Estados Unidos, Canadá, Francia e Italia, las que, junto con Japón, tendrán la misión de apoyar la materialización de mil 500 millones de dólares de inversión en 2023. Hemos iniciado también durante este primer año de gestión, el trabajo para presentar durante el 2023 una ambiciosa reforma estructural a los permisos sectoriales, que contribuya a agilizar la tramitación de permisos, sin descuidar los objetos de protección que estos resguardan. Esta propuesta fortalecerá la gobernanza del conjunto de permisos sectoriales, con el objetivo de homologar y simplificar procedimientos y, aumentar los niveles de previsibilidad, información y trazabilidad.

En materia de productividad, diseñamos, junto al Ministerio de Hacienda y del Trabajo y Previsión Social, la Agenda de Productividad, compuesta por nueve ejes de trabajo y más de 40 medidas. Esta agenda fue co-diseñada con gremios de grandes y pequeñas empresas y trabajadores, e incorpora medidas como la eliminación de la notarización de algunos trámites, la creación de un fondo de capital de riesgo para empresas innovadoras, la digitalización de los procesos de comercio exterior, y el impulso de un proyecto de ley sobre Cabotaje Marítimo, que permita diversificar el transporte de carga, y la incorporación de las competencias digitales en la capacitación. Todo esto para permitir que los recursos de las pequeñas, medianas y grandes empresas tengan un mayor rendimiento, y las familias y quienes emprenden vean reflejado en su bolsillo un ahorro en costos, tiempos y trámites.

Lideramos la creación y coordinamos la implementación del programa presupuestario Desarrollo Productivo Sostenible, el que permitirá invertir recursos en tres grandes desafíos: (i) descarbonización justa, (ii) resiliencia frente a la crisis climática y sus impactos socioambientales, y (iii) sofisticación y diversificación productiva sostenible, sustentándolos con el desarrollo de mayores capacidades en

un estado innovador, el fortalecimiento de capacidades de conocimiento y el fortalecimiento de la innovación y desarrollo, y productividad del sector privado. Este programa destinará, bajo el mandato del Comité de Ministros y Ministras para el Desarrollo Productivo Sostenible, 155 mil millones de pesos, permitiendo aumentar en un 13% el gasto público en Ciencia, Tecnología, Innovación y Conocimiento (CTCI).

De igual forma, constituimos el comité para el desarrollo de la industria del hidrógeno verde, que busca potenciar la coordinación entre actores - tanto del sector público, privado, sociedad civil y academia - para acelerar el desarrollo sostenible de la industria del hidrógeno verde en Chile y sus derivados, apoyar la implementación de la Estrategia Nacional de Hidrógeno Verde, fomentar la transferencia tecnológica y encadenamientos productivos, articular y gestionar iniciativas para el desarrollo de la industria, proponer líneas de investigación y desarrollo en innovación y fomento de la industria, apoyar la formación de capacidades para el desarrollo de las tecnologías y aplicaciones del hidrógeno verde, entre otras.

Ser el Gobierno de las Mipymes y cooperativas

Desarrollamos un constante y cotidiano diálogo en el consejo consultivo de empresas de menor tamaño y sus comités técnicos, codiseñando con los gremios cada una de las políticas públicas impulsadas para abordar de manera integral las dificultades que enfrentan las MiPymes y cooperativas, con el fin de que puedan materializar todas sus capacidades, competir y crecer. Esto contribuyó a la unanimidad o aprobación amplia en el Congreso de los proyectos de ley impulsados por el Ejecutivo en la materia.

De igual forma trabajamos, en colaboración con Ministerio del Trabajo y Previsión Social y el Ministerio de Hacienda, para un incremento sustantivo del salario mínimo de \$350.000 a \$410.000, el que por primera vez se acompañó de un subsidio para las MiPymes y cooperativas, fruto de un acuerdo histórico con los principales gremios de empresas de menor tamaño. Durante el periodo, más de 130 mil MiPymes recibieron mensualmente un subsidio de casi 100 mil pesos, con un beneficio proyectado a abril de 2023 de 120 mil millones de pesos.

Impulsamos la ley de alivio a la deuda tributaria, que mejoró sustantivamente las condiciones para repactar esta deuda con el fisco, permitiendo la condonación de multas e intereses a más de 22 mil empresas.

En el marco del Plan de Recuperación Inclusiva Chile Apoya, ampliamos la cobertura e inyectamos recursos frescos por más de 61 mil millones de pesos a los programas, líneas de apoyo y créditos de reactivación para MiPymes y cooperativas, especialmente en sectores afectados por las restricciones sanitarias, y con especial foco en turismo y en emprendimientos liderados por mujeres.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2022, se destacan los siguientes:

1. Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

Durante el año 2022, en la Subsecretaría robustecimos la iniciativa Pyme Ágil, incorporando 100 nuevos municipios al programa, lo que permitió que los municipios adheridos lograran reducir los tiempos de espera de 170 a 90 días en el proceso de formalización de pequeñas y medianas empresas, a través de la digitalización del trámite de solicitud de patentes en los municipios. De igual forma, en la Semana de la Pyme 2022 desarrollamos diferentes actividades en todo el país, aumentando la cobertura y las empresas participantes.

De igual forma, modernizamos y optimizamos los procesos de fiscalización a las cooperativas y asociaciones gremiales y de consumidores, y trabajamos en la promoción y posicionamiento de las cooperativas en la agenda nacional, través de iniciativas como el “Dia Internacional de las Cooperativas” y la participación de estas asociaciones, por primera vez en la semana de la Pyme.

En el ámbito de la de fomento productivo, lideramos el proceso de descentralización de las competencias de diseño de instrumentos, focalización y asignación de recursos. Lo anterior, a través de la implementación de cuatro Comités de Desarrollo Productivo Regional (CDPR) en las regiones de Atacama, Valparaíso, O’Higgins y Los Lagos, los cuales tendrán la responsabilidad de articular y delegar los instrumentos de fomento de Corfo y Sercotec en cada región.

De igual forma, presentamos el proyecto de Ley Más Mujeres en Directorios, el cual busca aumentar la participación de mujeres en directorios de sociedades anónimas abiertas y sociedad anónimas especiales, mediante un mecanismo mixto y de aplicación gradual que considera avanzar desde una cuota sugerida hacia una requerida.

1. Subsecretaría de Turismo

Durante el año 2022, el Turismo aportó a la economía chilena nueve mil 247 millones de dólares, los que representan un crecimiento de 52,9 por ciento respecto del año 2021. La reactivación del Turismo fue impulsada principalmente por la recuperación del turismo interno, que durante el año 2022 cerró con 60,68 millones de viajes totales con pernoctación, cifra que representa un incremento de 23 por ciento respecto al año 2021 y significa un aumento de un 12,9 por ciento versus los niveles observados previos a la pandemia (2019). El año 2022 cerró con dos millones 30 mil 479 llegadas internacionales, lo que representa un alza de 968,5 por ciento respecto del año 2021. Se calcula una recuperación del movimiento internacional de 44,9 por ciento respecto del año 2019.

Siguiendo esta senda, durante el año 2022 se recuperaron 83,71 mil ocupados a nivel país en las actividades características del turismo, alcanzando los 587,69 mil empleos, es decir, una variación positiva de 16,6 por ciento en comparación con el año 2021, y un 91 por ciento respecto de los ocupados en el año 2019.

El resultado obtenido es el reflejo de la inyección de recursos impulsados por el Ministerio para la reactivación del sector, tales como el Programa de Apoyo a la Reactivación (PAR) Impulsa Turismo y las medidas impulsadas por el Gobierno a través del Plan de Recuperación Inclusiva "Chile Apoya".

1. Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Durante el periodo, se implementó y finalizó exitosamente el proceso de encuentros junto a todos los actores del sector pesquero a lo largo de Chile, con miras a una nueva ley de pesca justa, legítima, equitativa y sostenible.

De igual forma, luego de un proceso de diálogo con más de 70 reuniones con organizaciones de la pesca artesanal, nos comprometimos a impulsar 20 medidas que responden a situaciones que aquejan a la pesca artesanal. Entre ellas destaca la presentación de urgencia en la tramitación de las leyes Bentónica y movilidad de los tripulantes.

Por otro lado, se incorporó a las primeras representantes mujeres por paridad de género en los Comités de Manejo, en el Consejo Nacional de Pesca, entre otros organismos, y se promulgó la Ley 21.468, que declara el 29 de junio el Día Nacional de la Pesca Artesanal para reconocer el trabajo de los hombres y mujeres del mar.

1. Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

Durante el periodo, la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera (InvestChile) gestionó y apoyó una cartera comercial de 476 proyectos de inversión en diferentes etapas de desarrollo, equivalentes a 28 mil 345 millones de dólares, asociados a la creación de alrededor de 18 mil 866 empleos potenciales. De esta cartera, 95 proyectos se encuentran en fase de materialización, esto es, empresas que se están instalando en el país, con una inversión de 12 mil 296 millones de dólares y asociados a la generación de cinco mil 305 empleos potenciales. Estas cifras implican un aumento de un 32 por ciento respecto del número de empleos asociados a inversión en materialización en el año 2021.

Asimismo, en el periodo se reabrieron las agregadurías de inversión en Alemania y Estados Unidos -en el marco del Plan Invirtamos en Chile- que se unen al trabajo de la ya existente oficina en Japón. Además, se impulsaron 16 iniciativas enfocadas en condiciones habilitantes (drivers de inversión), facilitación de inversiones y condiciones de atractivo, para mejorar el clima de inversión y las condiciones habilitantes; se entregaron mil 332 servicios, impulsando la reactivación y

facilitación en la materialización de proyectos y se trabajó conjuntamente con las regiones para detección de cadenas de valor clave y la instalación de unidades de atracción regionales. El 45 por ciento de los proyectos de la cartera comercial gestionada por la agencia, que se encontraban en etapas avanzadas, se estaban instalando en territorios distintos a la región metropolitana.

Finalmente, a través de campañas digitales y por medio del sitio web institucional, se incorporaron 31 nuevos proyectos y clientes a la cartera, y gracias al uso de herramientas de inteligencia de negocios, incrementamos los clientes, alcanzando un total de mil 266 contactos nuevos (Leads) gestionados.

1. Corporación de Fomento de la Producción

Durante el año 2022, Corfo comenzó un nuevo ciclo que tiene como foco el fortalecer la innovación, el emprendimiento y la transformación productiva para resolver desafíos estratégicos que permitirán a Chile alcanzar un desarrollo sostenible, equitativo y territorialmente equilibrado.

Para eso, se definió para este periodo tres pilares estratégicos, contando cada uno de ellos con acciones claras que permitan cumplir los objetivos propuestos. Estos son i) Financiamiento para el desarrollo, cuyo objetivo es impulsar la recuperación y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas; fortalecer el financiamiento para el emprendimiento; y desarrollar capacidades para apoyar financieramente proyectos de alto impacto en desarrollo sostenible; ii) Emprendimiento, innovación y fomento, focalizado en sostener el esfuerzo en materia de apoyo al emprendimiento, innovación y fomento productivo fortaleciendo la descentralización, enfatizando una mirada ecosistémica y haciendo foco especial en desarrollo regional, sustentabilidad y equidad de género y finalmente nuestro pilar asociado a iii) Nueva Política Industrial, la que busca implementar una política de desarrollo productivo moderna para avanzar en sostenibilidad, mejorar la competitividad de diversos sectores e impulsar actividades productivas más intensivas en conocimiento, tecnología e innovación.

De esta forma, en 2022 se establecieron las bases para la transformación productiva sostenible a través del trabajo colaborativo de diseño e implementación del Programa de Desarrollo Sostenible el cual busca impulsar el crecimiento de la productividad generando empleos de calidad, mientras transitamos a una economía carbono neutral, es hoy una exigencia de primer orden para nuestra economía y un enorme desafío para esta administración. Para lograrlo, el crecimiento económico debe ser impulsado por un desarrollo productivo que asegure una trayectoria ambiental, social y económicamente sostenible. La inversión que se realice a través de este programa será financiada con recursos provenientes de los contratos de litio, por lo tanto, tendrá una mirada de estrategia de largo plazo que impulsarán la sofisticación y ampliación de nuestra base productiva. En otras palabras, estaremos invirtiendo ingresos transitorios de recursos naturales en capacidades productivas que generarán más y mejores ingresos permanentes para Chile.

A nivel de operación regular Corfo en el período 2022, considerando la colocación de recursos presupuestarios y extrapresupuestarios, el servicio desembolsó 231 mil 571 millones de pesos, alcanzando 193 mil 914 beneficiarios asociados a 218 mil 299 proyectos u operaciones.

1. Comité Innova Chile

Durante el 2022, el Comité Innova Chile reorientó sus esfuerzos hacia el apoyo de proyectos de innovación de mayor sofisticación e intensivos en I+D, razón por la cual Chile vuelve a reincorporarse a la Red Eureka, promoviendo activamente la colaboración e internacionalización de empresas chilenas a través de proyectos colaborativos en I+D e innovación. En esta misma línea, se potenció la Ley de incentivo tributario a la I+D privada, y se revivió el instrumento Innova Alta Tecnología con el propósito de contribuir a la transformación productiva sustentable que impulsa el Ministerio. La reacción de las empresas chilenas a este nuevo apoyo a proyectos de innovación de mayor complejidad fue positiva, debutando con tres proyectos de innovación tecnológica vinculados a la cadena de valor del hidrógeno verde. Este es un ejemplo de cómo a través de esfuerzos público-privados se aporta a la descarbonización del país, un objetivo prioritario de nuestro gobierno.

Asimismo, InnovaChile se desplegó por el territorio con actividades de vinculación que permitieron agitar los ecosistemas de innovación regionales que permanecieron desconectados durante la pandemia. El contacto con las regiones permitió además conocer de primera fuente la necesidad de nuestras Pymes de cerrar brechas tecnológicas para potenciar su productividad y competitividad, razón por la cual se reflató el Programa de Difusión Tecnológica y se ajustaron los instrumentos de apoyo a la innovación en regiones, aumentando montos y plazos.

1. Servicio de Cooperación Técnica

Durante el año 2022 Sercotec entregó asesorías, capacitación y subsidios a 108 mil 907 beneficiarios y beneficiarias. Adicionalmente, benefició a un total de 162 organizaciones gremiales y realizó 63 mil 223 atenciones a ciudadanos/as, clientes/as y beneficiarios en todo el país mediante su servicio de atención integral a la ciudadanía, Puntos Mipe Sercotec. Es importante destacar que 63 por ciento de los emprendimientos y empresas atendidas son lideradas por mujeres, destacándose la participación de mujeres en el Programas Crece (54 por ciento), Capacitaciones Virtuales (71 por ciento), Almacenes de Chile (71 por ciento) y Ferias Libres (63 por ciento).

Mediante el programa Chile Apoya se benefició a doce mil 464 mypes y locales comerciales y a 123 cooperativas y 70 gremios, principalmente, del área de la cultura y el turismo.

La labor realizada por los 62 Centros de Negocios y 36 satélites permanentes distribuidos a lo largo del país, permitió que siete mil 649 de las empresas

asesoradas registraran aumento de ventas (21 por ciento más que el año 2021), se generaran tres mil 589 nuevos empleos y que el aumento en ventas fuese de 87 mil 149 millones 274 mil pesos.

En el ámbito de la internacionalización, mediante el programa Pymes Globales, 30 pymes iniciaron su internacionalización y, mediante el programa Orgullo Chile ya 30 pymes están vendiendo en Estados Unidos, México y Canadá.

En los programas dirigidos a grupos de empresas, se destaca el apoyo brindado a 41 barrios comerciales, 155 ferias libres de las que 25 por ciento implementaron iniciativas de sustentabilidad y 16 por ciento de los puestos incorporaron medios de pago digital. Además, se iniciaron las gestiones para que, mediante cooperación técnica internacional, el Programa Barrios Comerciales se exporte a otros países de Latinoamérica.

1. Servicio Nacional del Consumidor

Durante el año 2022, el Servicio recibió 301 mil 137 consultas, cinco mil 495 alertas ciudadanas, 291 mil 15 solicitudes del No Molestar y 47 mil 130, de Me Quiero Salir, además de 628 mil 645 reclamos, estos últimos concentrados en los mercados de comercio minorista general, financieros, telecomunicaciones, transporte y comercio minorista orientado al hogar.

Se iniciaron nueve Procedimientos Voluntarios Colectivos y realizaron 786 fiscalizaciones a nivel nacional. Se elaboraron cinco circulares administrativas y once dictámenes interpretativos, se interpuso 998 Juicios de Interés General y doce Juicios de Interés Colectivo, más la realización de 43 investigaciones colectivas.

De igual forma, se dictó el Curso de Difusión de los Derechos de las y los Consumidores y Obligaciones de las Empresas y el Curso de Perfeccionamiento Docente, ambas actividades alcanzaron el total de 461 inscritos. Además, se realizaron 23 estudios de mercado y consumo, dos estudios en materia de economía del comportamiento y se financiaron 41 proyectos con el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores.

1. Instituto Nacional de Estadísticas

En el año 2022 se destaca la producción oportuna de más de 70 productos estadísticos, en las que se han incorporado diferentes automatizaciones en su proceso productivo y publicación. Así también se publicaron los resultados de la Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana 2021, del VIII Censo Agropecuario y Forestal 2021, la Encuesta Suplementaria de Ingresos y los anuarios estadísticos como Cultura y Medioambiente; además de la realización de los diseños estadísticos y la selección muestral para la Casen, entre otros.

De igual forma se avanzó en operaciones estadísticas y/o censales, como el Censo de Población y Vivienda 2024, en el que se llevó a cabo la “Prueba Integral de Censo” entre octubre y noviembre, y se configuraron los desafíos para la actualización cartográfica pre censal, el piloto censal y la conformación de la Comisión Nacional Estadística y las subcomisiones respectivas a nivel nacional, regional y local. Junto con lo anterior, se releva la publicación de estándares de preguntas para la medición de sexo, género y orientación sexual (SGOS), dirigido a encuestas de hogares y censos de población, con el objetivo de disponer de un conjunto de orientaciones técnicas y conceptuales en esta materia.

Asimismo, se iniciaron los preparativos para el levantamiento de la segunda versión- luego de la del 2015- de la Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo, instrumento esencial para la configuración del Sistema Nacional de Cuidados. En dicha encuesta, a través de la recolección de datos con entrevistas directas a personas desde los doce años en los principales centros urbanos de todo el país, obtendremos resultados permitirán caracterizar el tiempo destinado por las personas a las distintas actividades de la vida diaria, como el trabajo remunerado, el trabajo no remunerado y las actividades personales.

Finalmente, y con el propósito de acercar la institución a la ciudadanía, durante el 2022 se desarrollaron conferencias ciudadanas y técnicas, con un aumento significativo en las convocatorias, junto con la disposición de los boletines ciudadanos. Asimismo, la institución fortaleció el constante vínculo con organismos internacionales como CEPAL, Naciones Unidas y la OCDE, siendo parte y líder de actividades que posicionan internacionalmente al país en materia de estadísticas oficiales.

1. Instituto Nacional de Propiedad Industrial

Durante el año 2022 se resolvieron un total de 38 mil 377 solicitudes de marcas, representando un aumento del 6 por ciento respecto del promedio 2020-2021, contribuyendo así a reducir el stock generado por el alza inusitada de los años 2020 y 2021, que alcanzó al 44 por ciento respecto del año 2019. En cuanto a patentes, en 2022 se resolvieron cuatro mil 275 solicitudes, lo que significó una reducción del 4,6 por ciento del stock de patentes pendientes.

Asimismo, se inició las operaciones de la nueva Ley de Propiedad Industrial N° 21.355 que representa una modernización efectiva del sistema de propiedad industrial, respondiendo así a las actuales tendencias en materia de protección de derechos de propiedad industrial. Uno de los avances más importantes de esta Ley, es la introducción de las patentes provisionales que apunta a evitar que aspectos como la evaluación de patentabilidad o su escalabilidad comercial se conviertan en un freno para proteger las innovaciones. Durante el año 2022 ingresaron 49 solicitudes de patentes provisionales, todas provenientes de usuarios residentes en Chile. En materia de marcas comerciales, la nueva Ley incorpora el requisito de uso para mantener la vigencia de los registros marcarios y una nueva definición conceptual que amplía las posibilidades de diferentes tipos de marcas (tridimensionales, de movimiento, multimedia, hologramas, entre otras). En 2022

se presentaron 113 solicitudes de marcas no tradicionales, donde el 42 por ciento son provenientes de solicitantes nacionales.

Por otro lado, en julio de 2022 se inició la operación del Protocolo de Madrid en Chile, iniciativa administrada por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) y que permite que los usuarios y usuarias chilenas puedan solicitar sus registros fuera de las fronteras del país en forma centralizada, por medio de un procedimiento sencillo, más rápido y económico. Este nuevo servicio tuvo un importante nivel de uso en el periodo: mil 804 solicitudes provenientes de marcas extranjeras que desean registrar en Chile y 28 solicitudes de solicitantes del país que desean registrar en otros países, utilizando este protocolo.

1. Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

Durante el año 2022 trabajamos en el proyecto de modernización de la Ley N°20.720, con el objetivo de disminuir la pérdida social y económica de la sociedad mediante una reasignación eficiente de recursos y la creación de nuevos procedimientos para micro y pequeñas empresas. Se establecieron cuatro pilares para lograr este objetivo: incrementar las tasas de recuperación de créditos, crear procedimientos simplificados de baja tramitación y costos, incentivar el reingreso de deudores de buena fe al sistema crediticio y agilizar y simplificar los procedimientos. También se extendió el procedimiento gratuito de renegociación a las personas naturales que han emitido boletas de honorarios.

De igual forma, el Programa de Educación Financiera se fortaleció también durante el año 2022, especialmente en un contexto de mayor necesidad de información sobre insolvencia debido a los efectos económicos de la pandemia del Covid-19. Este trabajo se sustentó en 142 charlas, capacitaciones y el portal Tenla Clara. También se realizaron 61 charlas virtuales y presenciales a emprendedores/as sobre el beneficio del Artículo Undécimo de la Ley de Reorganización o Cierre de Micro y Pequeñas Empresas en Crisis, Ley N.°20.416, y se impartieron capacitaciones virtuales a los asesores económicos de insolvencia.

En cuanto a la atención ciudadana, la Superintendencia entregó tres mil 939 atenciones presenciales, cuatro mil 272 telefónicas y mil 396 telemáticas en el año 2022. Se dio respuesta a cinco mil 192 consultas y reclamos de la ciudadanía en un tiempo promedio de 50 días.

En relación con los procedimientos concursales de la Ley N°20.720, se presentaron 506 solicitudes de renegociación de la persona deudora y se iniciaron dos mil 306 procedimientos de liquidación de bienes de la persona deudora, mil 37 procedimientos de liquidación de activos de empresa deudora y 52 procedimientos de reorganización de la empresa deudora.

Finalmente, durante el año se realizaron quince mil 380 fiscalizaciones, logrando un aumento del 49 por ciento respecto de 2021, y se fiscalizaron nueve mil 100 procedimientos concursales y 223 entes fiscalizados, correspondiente al 64 por

ciento del total de sujetos fiscalizados de la Superintendencia. Además, se realizaron catorce charlas virtuales a los sujetos fiscalizados para abordar materias relevantes en el ámbito de los procedimientos concursales, la labor de fiscalización y el nuevo proyecto de ley que modifica la Ley N°20.720 y crea nuevos procedimientos simplificados.

1. Fiscalía Nacional Económica

En el cumplimiento de la misión de velar por la libre competencia, en 2022 la Fiscalía Nacional Económica realizó 25 acciones, de ellas destacó el Requerimiento presentado en contra de la empresa CCA, matriz de Oxxo Chile y de OK Market. Por otro lado, finalizó 33 operaciones de concentración.

En cuanto a la difusión, el servicio realizó más de 45 actividades y publicó el estudio del mercado funerario, entregando nueve recomendaciones y estimando la posibilidad de ahorro (para personas) por cerca de 39 mil millones de pesos anuales, equivalente a 45 millones de dólares.

El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (Tdlc) acogió lo solicitado por la Fiscalía en la acusación por colusión, presentada en contra de las empresas de servicios aéreos e impuso una multa de 6,4 millones de dólares. Se sumó a ello la aprobación de tres acuerdos conciliatorios y uno extrajudicial, que considerando un pago de 2,4 millones de dólares.

Finalmente, la Fne obtuvo su mejor evaluación en el “Rating Enforcement 2022”, realizado por el medio experto en libre competencia, Global Competition Review, luego de analizar el desempeño de las principales agencias antimonopolios del mundo, ubicando a Chile en el segundo lugar entre las autoridades latinoamericanas.

1. Servicio Nacional de Turismo

El Servicio Nacional de Turismo en 2022 tuvo la labor de promover y difundir el desarrollo del turismo en Chile, a través de planes y programas que impulsan los destinos y atractivos turísticos nacionales dentro y fuera del país. De este modo, se contribuye al desarrollo económico, social y cultural de Chile.

En particular, el trabajo del Servicio estuvo abocado a la reactivación del sector, impulsada principalmente por la recuperación del turismo interno y receptivo. Para esto, se lideraron acciones de promoción, además de planes en torno a la articulación de herramientas de fomento y acompañamiento. Asimismo, se fomentó el acceso a la actividad turística a todos los segmentos de la población a través de los programas sociales, se fortaleció el trabajo conjunto con otros organismos del Estado para impulsar esta industria y su capital humano y se desarrollaron iniciativas que aportaron en materia de competitividad, innovación, transformación digital y sustentabilidad en los ámbitos económico, sociocultural y ambiental.

1. Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura

Durante el periodo, la estrategia de fiscalización del Servicio dio continuidad a los esfuerzos para combatir la pesca ilegal. Es así como, a partir de las mejoras incorporadas en los análisis de conductas de riesgo, el monitoreo electrónico de las operaciones de pesca y alianzas con otras instituciones fiscalizadoras, se logró incrementar la efectividad de nuestros controles que se reflejan en el nivel de incautación de pesca que llegó a dos mil 804 toneladas, un 10 por ciento más que el año anterior. Destaca también la intensificación del uso del sistema de posicionamiento satelital de naves, en la fiscalización de operaciones en las Áreas Marinas Protegidas, en particular en parques marinos que en su mayoría están ubicadas en extensos sectores del mar territorial chileno, gestionándose mil 27 alertas, las cuales fueron verificadas, no detectándose actividades de pesca ilegal. Con respecto a Acuicultura y el medio ambiente, en 2022 se puso en marcha el registro de titulares de Acuicultura de Pequeña Escala (APE) que llegó a un total de mil 449 inscripciones.

1. Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala

En el periodo, el Instituto financió más de siete mil 700 proyectos, individuales y asociativos, beneficiando sobre 27 mil personas, de las cuales un 31 por ciento fueron mujeres. Los recursos entregados a nivel nacional bordearon los once mil 315 millones de pesos (nueve mil 190 millones de pesos para pesca artesanal y dos 124 millones de pesos para acuicultura de pequeña escala y bonificación de algas), y permitieron la adquisición de equipamiento para la navegación, mejoras de infraestructura productiva, indumentaria, entrega de maquinaria y vehículos de trabajo, capital de trabajo para la implementación de emprendimientos, compra de semillas de recursos hidrobiológicos y material para el desarrollo de cultivos de pequeña escala (boyas, embarcaciones y cabos), entre otras iniciativas, destinadas a fortalecer la gestión y hacer más eficiente y segura la actividad productiva de este importante sector, fuente de empleo y desarrollo para las economías territoriales.

NICOLÁS GRAU VELOSO

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, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas.

Durante el año 2022, el Servicio contó con un presupuesto de **M\$16.585.906** una dotación de **371 funcionarios, 213 mujeres (57,4%) y 158 hombres (42,6%)**. En términos de su estructura contó con **5 Subdirecciones**, entre las cuales se encuentra; Subdirección de Fiscalización, Subdirección Jurídica, Subdirección Procedimientos Voluntarios Colectivos, Subdirección de Consumo Financiero y la Subdirección de Desarrollo Territorial y Gestión. Complementariamente contó con áreas de apoyo, las que brindan soporte a la gestión institucional, aquí encontramos a: Gabinete, Comunicaciones Estratégicas, Auditoría Interna, Fiscalía Administrativa, Departamento de Participación Ciudadana, Departamento de Planificación Estratégica y Cumplimiento, junto con las Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión, Coordinación Regional y la Coordinación de Alertas y Contingencias.. A nivel regional, el Servicio cuenta con 16 Direcciones Regionales, encargadas de representar a la Dirección Nacional, siendo el vínculo oficial con los actores públicos y privados en materia de protección al consumidor en la región.

• Logros del año 2022

En materia de orientación y atención al consumidor, ingresaron **301.137 Consultas**, siendo el principal canal de atención utilizado el call center (80,7%) y **628.645 Reclamos**, siendo el principal canal de atención utilizado internet (78,4%). Junto a esto, ingresaron **5.495 Alertas Ciudadanas**, se gestionaron **291.015 solicitudes de No Molestar** y **47.130 solicitudes de Me Quiero Salir**.

En el ámbito de la protección al consumidor, se dio inicio de **12 Juicios Colectivos y 998 Juicios de Interés General**. Además, se cerraron 225 Juicios de Interés General con resultado favorable, con montos en compensaciones por 145.061.560 pesos, beneficiando a 180 consumidores y consumidoras, y multando a proveedores por un total de 2.793 UTM.

Se iniciaron 9 nuevos procedimientos voluntarios colectivos (PVC). En el caso de aquellos PVC que comenzaron durante los años 2021 y 2022, 10 de

ellos fueron cerrados con resultados favorables, alcanzando un monto en compensaciones por más de 10 mil millones de pesos, beneficiando a 670.324 personas, dentro de los cuales se encuentran los procedimientos con Banco BCI por más de 7.200 millones de pesos, PC Factory, con compensaciones por alrededor de 186 millones de pesos, Preuniversitario PreUC por alrededor de 178 millones de pesos, Lotus y Punto Ticket, por más de 7 millones de pesos.

Se realizaron **786 fiscalizaciones a lo largo del país, donde 293 fueron ejecutadas de manera presencial, 298 digitales y 195 de oficio** (las que inician con la solicitud de información a las empresas). En base a los hallazgos infraccionales desprendidos de estas actividades, se presentaron 175 denuncias de interés general.

Los principales mercados fiscalizados se concentraron principalmente en el **comercio minorista general, vehículos y rodados, comercio minorista de alimentos y bebidas, venta minorista orientada a la salud humana y el mercado de transporte.**

En relación a la información de mercado y consumo, el año 2022 el Sernac elaboró **23** estudios, entre los que se pueden nombrar el estudio de condiciones plataformas de supermercados y delivery, ranking educación superior, estudio de escolares 2022, estudio precios de exámenes de laboratorios, radiografía mercado turismo, ranking financiero 2° semestre 2021, radiografía mercado entretenimiento, radiografía mercado de servicios técnicos, radiografía de mercado vehículos y rodados, estudio sobre falsificación de medicamentos, cosméticos y dispositivos médicos, radiografía mercado transporte, seguridad de productos en servicios básicos y estudio de precios de servicios veterinarios.

En materias de estudios en economía del comportamiento, se realizó un experimento aleatorio controlado, relacionado con el consentimiento en el uso de las cookies y un estudio exploratorio sobre los riesgos de consumo en los dispositivos con internet de las cosas en Chile. Los resultados fueron publicados en el sitio web, se elaboró una propuesta de perfeccionamiento normativo la que fue enviada al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, junto con la realización de un seminario, el que tuvo la participación del Consejo para la Transparencia y la Asesora Internacional de Políticas Públicas de la ONG Derechos Digitales.

Fueron emitidas **5 circulares interpretativas y once dictámenes administrativos** (aquellos que tienen como origen solicitudes externas al Servicio). Dichos documentos permitieron establecer criterios jurídicos en aquellos casos que la ley no contempla explícitamente, como son en materia de protección de las y los consumidores frente al uso de sistemas de inteligencia artificial, publicidad y prácticas comerciales, publicidad nativa e influencers, cumplimiento de la obligación de informar la duración de los bienes y del plazo en que dispondrán de repuestos y servicio técnico, junto

con criterios para la recolección y tratamiento de datos personales de consumidores y consumidoras en contratos de adhesión.

En materias de educación y cursos on line, se dictó el curso de difusión de los derechos de las y los consumidores y obligaciones de las empresas y, curso de perfeccionamiento docente, actividades que contaron con **461 personas inscritas**.

La campaña de la Ley N° 21.398, denominada "Pro Consumidor, más y mejores derechos", fue lanzada durante el último trimestre del año 2022 y tuvo como objetivo entregar a la ciudadanía información sobre las medidas que incorpora la citada ley, para fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras.

A través de las iniciativas de apoyo para la participación ciudadana, se financiaron **41 proyectos**, presentados en dos convocatorias del año 2022, beneficiando a catorce asociaciones de consumidores y consumidoras, por un monto de **526 millones de pesos**. Se realizaron **26 conversatorios en regiones y uno en el nivel central**, además de la ejecución de doce sesiones de consejos consultivos regionales.

Con respecto a la investigación de casos colectivos, que afecten el interés colectivo o difuso de las y los consumidores, durante el año 2022, se realizaron **43 investigaciones en mercados**, como el transporte aéreo de pasajeros, servicio de telecomunicaciones de telefonía fija y móvil, internet y televisión pagada y la producción de eventos, entre otros.

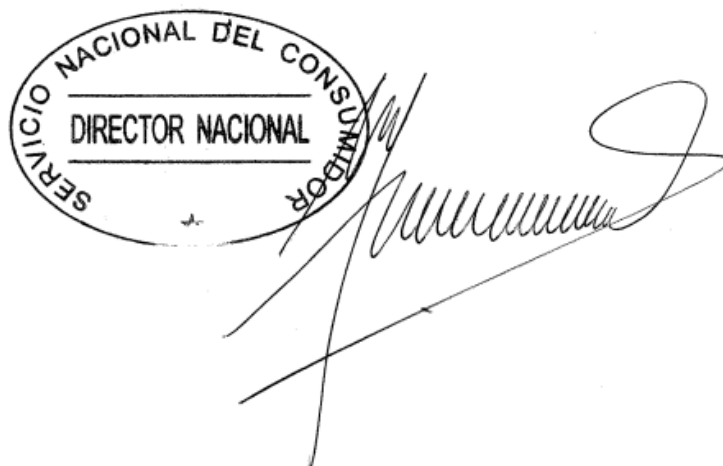
En materias de género, destaca la realización de un nuevo estudio de gestión menstrual con foco en grupos vulnerables, la actualización del estudio de costo menstrual para visibilizar la carga económica de este proceso, el estudio anual de publicidad sexista y la encuesta mujer y consumo que permitió levantar información de percepción sobre las discriminaciones vividas por las mujeres en el ámbito del consumo.

- **Desafíos**

Como desafío para los próximos años, continuará trabajando para fortalecer la protección de las personas consumidoras, con foco en las personas en situación de vulnerabilidad, fortaleciendo la fiscalización de los mercados, a través de la instalación de un piloto de la Red Nacional de Fiscalizadores y Fiscalizadoras en materia de consumo, se implementará un convenio de derivación de casos con la Corporación de Asistencia Judicial, para la representación de personas consumidoras, se ampliará la cobertura de Me Quiero Salir a nuevos mercados, se realizarán mejoras al Observatorio de Precios y la elaboración de nuevas herramientas para mejorar la toma de decisión con datos relevantes y acercando la información a la ciudadanía, como es **Mi Código Verde, DICOM** de las empresas y la difusión y masificación de planes de cumplimiento de consumo.

ANDRÉS HERRERA TRONCOSO

DIRECTOR NACIONAL



The image shows an official stamp of the Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) and a handwritten signature. The stamp is oval-shaped with the text "SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR" around the perimeter and "DIRECTOR NACIONAL" in the center. The signature is written in black ink over the stamp.

3. Resultados de la Gestión año 2022

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

En el año 2022, la Ley 21.398 que “establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores” o “Ley Pro consumidor” entra en vigencia en su totalidad, elevando el estándar de protección en algunas materias como el derecho a garantía y establece como obligatorio el derecho al a retracto para las compras a distancia, sean electrónicas, telefónicas o por catálogos y para aquellas en que las y los consumidores no tuvieron acceso al producto. Así, las personas podrán arrepentirse, sin expresión de causa, de la compra en 10 días desde recibido el producto. El último trimestre del año, se lanza la campaña comunicacional “Ley Pro consumidor: más y mejores derechos” para entregar a la ciudadanía esta información.

Esta ley también obliga a las empresas a compensar a las personas que hayan sido impedidas de viajar por sobreventa de pasajes en vuelos nacionales; favorece a las y los estudiantes de educación superior, al entregar gratuitamente al menos dos veces al año los certificados sobre sus estudios; entre otros derechos que ahora están fortalecidos.

Con respecto al Programa de Gobierno, durante el año 2022 se avanzó en la coordinación y primeras acciones para la implementación de los compromisos incorporados en dicho documento. Uno de estos compromisos fue ejecutado en su totalidad y corresponde a disponibilizar el “Observatorio de precios”, herramienta web que fue lanzada el día 15 de septiembre de 2022, la que tiene como objetivo orientar a las familias para que tomen mejores decisiones de compra y obtengan un mejor rendimiento de su presupuesto familiar, considerando la alta inflación que afecta al país y al mundo.

En esta primera etapa, **el observatorio cuenta con información de cadenas de supermercados nacionales y regionales presentes en 202 comunas del país**, esto es un 58% del total y un promedio de seis locales por comuna. No obstante, la idea es incluir a todo tipo de empresas que deseen participar, por lo que se seguirá trabajando en ampliar el grupo de cobertura.

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

A. Información de Mercado y Consumo

Para SERNAC es relevante levantar y analizar información calificada para la generación de productos de información, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de las y los consumidores 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 responder a necesidades específicas del quehacer del Servicio.

i. Estudios de la Industria, Empresas y Productos

En relación a la información de mercado y consumo, el año 2022 el Sernac elaboró 23 estudios, entre los que se pueden nombrar el estudio de condiciones plataformas de supermercados y delivery, ranking educación superior, estudio de escolares 2022, estudio precios de exámenes de laboratorios, radiografía mercado turismo, ranking financiero 2° semestre 2021, radiografía mercado entretención, radiografía mercado de servicios técnicos, radiografía de mercado vehículos y rodados, estudio sobre falsificación de medicamentos, cosméticos y dispositivos médicos, radiografía mercado transporte, seguridad de productos en servicios básicos y estudio de precios de servicios veterinarios.

En materia de estudios en economía del comportamiento, se realizó un experimento aleatorio controlado, relacionado con el consentimiento en el uso de cookies y un estudio exploratorio sobre los riesgos de consumo en los dispositivos con internet de las cosas en Chile. Los resultados fueron publicados en el sitio web, se elaboró una propuesta de perfeccionamiento normativo, la que fue enviada al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, junto con la realización de un seminario, el que tuvo la participación del Consejo para la Transparencia y la Asesora Internacional de Políticas Públicas de la ONG Derechos Digitales.

i. Información y difusión

Con el fin de informar a las y los consumidores respecto de precauciones dados los riesgos evaluados para determinados bienes que afectan potencialmente la salud y seguridad de las personas, se publicaron **122 alertas de calidad y seguridad de productos**, y en cuanto a recomendaciones relacionadas a la compra, uso, cuidado, almacenamiento y otros antecedentes explorados por las personas consumidoras al momento de adquirir o indagar con un producto, no se emitieron recomendaciones de seguridad.

A. Orientación y Atención al Consumidor

Respecto a los productos tendientes a orientar, asesorar y/o atender a las y los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, encontramos la orientación y atención al consumidor por parte de SERNAC, mediante la respuesta a consultas de la ciudadanía e ingreso de alertas ciudadanas y la orientación y atención al consumidor con participación del proveedor, a través de reclamos, no molestar y aviso de

incumplimientos y finalmente junto a la tramitación de me quiero salir, cuya utilidad es para facilitar el término rápido y expedito de los contratos que las personas mantienen con las empresas.

i. Atención de consultas

Servicio dirigido a toda la ciudadanía, a través del cual se informa y orienta respecto a los derechos y cómo debe ejercerlos. De esta manera, las y los consumidores pueden tener información en base a fundamentos y procedimientos para enfrentar las complejidades del mercado. Durante el año 2022, ingresaron al SERNAC **301.137 consultas**, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Tabla 1: volumen de consultas ingresadas por canal de atención

Canales de atención	Nº de consultas ingresadas
Internet	39.826
Call Center	242.992
Dirección Regional	13.934
Plataforma Municipal	4.380
Servicios Públicos en convenio	5
Total	301.137

i. Alertas ciudadanas

Producto que advierte, orienta y coordina la acción institucional con foco en la defensa y protección de los derechos de los consumidores/as, por medio de la detección por parte de la ciudadanía de posibles conductas de empresas o mercados que afecten los derechos de todos las y los consumidores. Durante el período 2022, se recibieron **5.495 alertas ciudadanas** por parte de los consumidores/as, posterior a la clasificación asignada por el área experta, se cerraron como tal 4.094, de las cuales 11 fueron discutidas en el Comité de Vigilancia con el propósito de definir cursos de acción para las alertas recibidas.

Adicionalmente, durante el 2022 continuo disponible el muro de alertas ciudadanas de SERNAC, que tiene como propósito transparentar a la ciudadanía, las empresas, mercados y motivos legales más alertados por las y los consumidores, facilitando la toma de decisiones de consumo más informadas, e incentivando un mejor comportamiento por parte de las empresas. Dentro de los mercados más alertados, se encuentran: comercio minorista general, financieros, telecomunicaciones y comercio minorista de alimentos y bebidas.

i. Atención y tramitación de reclamos

Corresponde a un producto que permite a la ciudadanía solicitar a una empresa una solución cuando se pudieran haber vulnerado sus derechos como consumidores, mediante la acción de SERNAC. Durante el año 2022, ingresaron **628.645 reclamos**, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Tabla 2: Volumen de reclamos ingresados por canal de atención

Canales de atención	N° de reclamos ingresados
Internet	493.058
Call Center	87.863
Dirección Regional	34.278
Plataforma Municipal	13.187
Servicios Públicos en convenio	259
Total	628.645

Por otra parte, entre los mercados más reclamados durante el 2022 se encuentran el comercio minorista general con un 30,4%, mercado financiero con un 18% y telecomunicaciones con un 14,5% del total de los reclamos recibidos por SERNAC, entre otros. A continuación se presenta el detalle:

Tabla 3: Mercados más reclamados 2022

Mercados	Porcentajes
Comercio minorista general	30,4%
Financieros	18,0%
Telecomunicaciones	14,5%
Transporte	7,6%
Suministro de electricidad, gas y agua	4,8%
Entretención	4,6%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	3,1%
Comercio minorista orientado al hogar	2,5%
Vehículos y rodados	2,5%
Turismo	2,0%
Salud	1,5%
Inmobiliario	1,5%
Servicios de distribución minorista	1,3%
Comercio minorista orientado a la salud humana	0,9%
Servicio de comida y bebida	0,8%
Cuidado personal	0,7%
Educación superior	0,6%
Otros	2,6%
Total	100%

i. Tramitación de "No Molestar" y aviso de incumplimiento

Herramienta dispuesta por el Servicio para que las y los consumidores puedan manifestar su voluntad expresa de ser borrados de los listados de las empresas, con el fin de no recibir promociones y publicidad que no desean. Durante el 2022, se gestionaron un **total de 291.015 solicitudes de "No Molestar"**.

Por concepto de aviso de incumplimiento, gestión que permite a los consumidores y consumidoras informar al SERNAC que la empresa no cumplió su solicitud de No Molestar y no ha borrado de sus listados el número de teléfono o correo electrónico ingresado, **fueron gestionadas 6.478 solicitudes**.

i. Me Quiero Salir

Herramienta que el SERNAC pone a disposición de las personas consumidoras, con el objetivo que estas puedan manifestar a las empresas, de forma expresa y clara, la voluntad de poner término a los contratos de prestación de servicios que hayan celebrado. Durante el 2022, obtuvo un total de 47.130 solicitudes ingresadas, siendo bien valorado entre la ciudadanía, alcanzando un índice de satisfacción neta de un 84,6%.

A. Protección y Asesoría Jurídica

Con la intención de proteger los intereses generales, colectivos, difusos e individuales de las y los consumidores, entregando soluciones masivas, prejudiciales o judiciales, frente a transgresiones de los derechos de los consumidores en sus relaciones de consumo, SERNAC realiza Procedimientos Voluntarios Colectivos, Juicios de Interés General y Colectivos y, Derivaciones de Representación Individual de Consumidores. Además de, la aprobación de planes de cumplimiento adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, y la certificación para entidades financieras, con el objetivo de que los contratos estén ajustados a la Ley, entre otros aspectos.

i. Procedimientos Voluntarios Colectivos (PVC)

Tienen por finalidad la obtención de una solución expedita, completa y transparente, en caso de existir conductas de proveedores que puedan afectar el interés colectivo o difuso de las y los consumidores. En el período **2022, se iniciaron 9 nuevos procedimientos voluntarios colectivos**. En el caso de aquellos PVC que comenzaron durante los años 2021 y 2022, **diez de ellos fueron cerrados con resultados favorables, alcanzando un monto en compensaciones por más de diez mil millones de pesos, beneficiando a 670 mil 324 personas**, dentro de los cuales se encuentran los procedimientos con Banco BCI por más de **siete mil 200 millones de pesos**, PC Factory, con compensaciones por alrededor de **186 millones de pesos**, Preuniversitario PreUC por alrededor de **178 millones de pesos**, Lotus y Punto Ticket, por más de **seis millones de pesos**.

i. Juicios de Interés General (JIGs)

Se entenderá por JIG, aquella acción que se inicia por la afectación del interés general de los/as consumidores/as. En materia de JIGs, durante el 2022, **se abrieron 998 juicios** a nivel nacional. Además, se cerraron **225 JIGs con resultado favorable**, con montos en

compensaciones por **\$145.061.560**, beneficiando a **180 consumidores y consumidoras**, y multando a proveedores por un total de **2.793 UTM en promedio**.

i. Juicios de Interés Colectivo (JICs)

En el afán de proteger a los ciudadanos consumidores, respecto a la defensa de interés colectivo o difuso de los mismos, en el año 2022 el SERNAC aperturó **12 juicios y en defensa de los consumidores**, cerró un total de **5 juicios con resultados favorables**, logrando además acuerdos compensatorios, obteniendo multas que alcanzaban las **205 UTM** hacia los proveedores por concepto de vulneración a los derechos de los consumidores y más de **\$397.095.972 en compensaciones**.

i. Derivación de representación individual de consumidores

Servicio de representación judicial gratuito para los/as consumidores/a, cuyo objetivo es entregar la posibilidad de solucionar un problema de consumo, a través de una demanda gestionada por un abogado/a externo, para aquellos casos de reclamos ingresados al SERNAC, cuyos resultados hayan sido desfavorables.

Durante el 2022 se dispuso a través del Fondo Concursable, de presupuesto para gestionar. Los resultados de la adjudicación de dichos fondos, se presentan a continuación.

Tabla 4: Resultados de Adjudicación Fondo Concursable 2022

Asociación	Proyecto	Región	Causas iniciadas 2022	Recurso adjudicados (M\$)	Recursos transferidos (M\$)
Asociación de Consumidores del Profesorado de Chile / Acropoch	Defensa al Consumidor	Región de O'Higgins	81	\$74.500	\$53.800
		Región del Maule			
		Región del Ñuble			
Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile - AGRECU (Metropolitana)	Línea de Representación Individual 2022	Metropolitana	6	\$13.868	\$11.510
Total			87	\$88.368	\$65.310

i. Aprobación de Planes de Cumplimiento

Los Planes de Cumplimiento son instrumentos que establecen políticas, procedimientos, directrices y mecanismos adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, estableciendo medidas preventivas, correctivas y de detección de eventuales incumplimientos.

Durante el 2022, las siguientes entidades certificadoras fueron declaradas idóneas para la certificación de Planes de Cumplimiento:

- HD Systems Limitada.
- Asesorías Consultorías Informática y Peritajes, Varas SpA.

A. Educación para el Consumo

Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer una cultura de consumo responsable y sostenible en la ciudadanía.

i. Cursos, charlas y/o talleres en temáticas de educación para el consumo, mediante Aula Virtual

Durante el año 2022, se impartieron 2 cursos mediante la modalidad on line; "Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el marco de la Ley del Consumidor" y "Curso de Educación para el Consumo en la Escuela", el último mencionado se divide en 2; "Curso de Educación Financiera en la Escuela" y "Curso de Educación para el Consumo en la Escuela".

Respecto al total de beneficiarios/as de los Cursos del Aula Virtual fue de: 800 inscritos/as, 797 matriculados/as, 461 finalistas y 261 aprobados/as, cuyo detalle se presenta a continuación:

Tabla 5: Beneficiarios/as de Cursos Aula Virtual

Cursos	N° inscritos	N° matriculados	N° finalistas	N° aprobados
Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor	623	551	215	210
Curso de Educación Financiera en la Escuela	165	158	158	28
Curso de Educación para el Consumo en la Escuela	92	88	88	23
Totales	880	797	461	261

i. Charlas, talleres y/o actividades en temáticas de educación para el consumo, en modalidad presencial

En cuanto a los talleres realizados a nivel nacional, se encuentran los de Educación Financiera, de Educación en Derechos del Consumidor y de Prácticas de Consumo y Medio Ambiente, los que obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 6: Beneficiarios/as de talleres en temáticas de Educación para el Consumo

Nombre del Taller	Nº de talleres ejecutados	Cantidad de participantes
Taller de Educación Financiera	172	4.941
Taller de Educación en Derechos del Consumidor	148	3.223
Taller Prácticas de Consumo y Medio Ambiente	78	2.179
Total	398	10.343

A. **Fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil**

El fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC), que contempla dentro de sus líneas de acción o financiamiento: iniciativas de difusión de las disposiciones de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores; iniciativas para informar, orientar y educar a los/as consumidores; iniciativas de estudio y propuesta de medidas encaminadas a la protección de los consumidores; iniciativas de participación en el proceso de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios; iniciativas para ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos; iniciativas para realizar, a solicitud de un consumidor, mediaciones individuales; iniciativas destinadas a proteger, informar y educar a los consumidores; iniciativas para representar a sus miembros y ejercer acciones en defensa de consumidores; iniciativas para representar tanto al interés individual, como el interés colectivo y difuso de las/los consumidores. Además, el fortalecimiento de competencias de la sociedad civil organizada en materias de consumo, mediante acciones como charlas, talleres, entre otros.

i. **Fondos concursables para Asociaciones de Consumidores**

En el período 2022, se realizaron **2 llamados del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, logrando financiar 43 proyectos de 14 Asociaciones de Consumidores**, por un monto de **M\$526.134**, ejecutados según el siguiente detalle:

Tabla 7: Distribución proyectos adjudicados del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores

Región	Recursos (M\$) 2022	N° de Proyectos	Total por Recursos
Metropolitana	\$329.403	27	55,7%
Maule	\$17.709	2	5,02%
Ñuble	\$53.800	1	0,19%
La Araucanía	\$6.730	1	2,0%
Biobío	\$39.045	4	13,82%
Los Ríos	\$43.566	3	10,63%
Los Lagos	\$18.880	3	6,83%
Metropolitana 2021	\$2.754	1	0,71%
Biobío 2021	\$14.247	1	1,25%
Total general	\$526.134	43	100%

i. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores

Con la finalidad de dotar a las Asociaciones de Consumidores de conocimiento, herramienta y habilidades para el eficiente y efectivo ejercicio de sus facultades, y cumplimiento de las obligaciones que la Ley les impone, SERNAC durante el año 2022, ejecutó las siguientes actividades: talleres en los llamados al Fondo Concursable, para dar a conocer entre las nuevas y antiguas Asociaciones de Consumidores, la nueva plataforma de postulación al Fondo, que corresponde a la plataforma digital Fondos de la Secretaría General de Gobierno (SEGEGOB); taller para dar a conocer entre las Asociaciones de Consumidores, las nuevas líneas/modalidades de postulación para este año, así como los distintos formularios de postulación disponibles en la plataforma mencionada anteriormente, con el objetivo de las Asociaciones se familiaricen con ellos y puedan resolver dudas; talleres sobre rendiciones de cuenta del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores; taller de storytelling y taller de transferencia técnica, doctrinaria y jurisprudencial de gestión judicial y análisis práctico de casos judicializados.

A. Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor

Diseño y ejecución de la fiscalización basada en riesgos, con enfoque territorial, mediante la ejecución de un Plan Anual de Fiscalización y fiscalizaciones no programadas o

contingentes, con énfasis en los mercados y prácticas comerciales potencialmente más riesgosas, con un propósito preventivo y disuasivo de conductas infraccionales, a fin de disminuir las brechas en materias de consumo, además de contribuir a otros procesos institucionales de protección en materias de consumo.

Durante el 2022, las fiscalizaciones se concentraron principalmente en el **comercio minorista general (35,50%)**, que corresponde al retail, tiendas medianas, importadoras, tiendas de calzado, vestuario, electrónica, entre otras. Estas empresas fueron fiscalizadas para constatar los deberes de información, precios, garantía legal, seguridad en el consumo, entre otras materias; seguido se encuentra el mercado de vehículos y rodados (15,78%), en el que se fiscalizó la venta de vehículos, sillas de retención infantil, entre otras materias vinculadas a temas de seguridad en el consumo en materia de transporte; el tercer lugar lo ocupa el comercio minorista de alimentos y bebidas (13,10%), focalizándose principalmente a supermercados en temáticas referidas fundamentalmente a trato discriminatorio.

Se adjunta a continuación el detalle del total de fiscalizaciones realizadas en el 2022:

Tabla N°8: Mercados fiscalizados

Mercado	N° Fiscalizaciones	Porcentaje
Comercio minorista general	279	35,50%
Vehículos y rodados	124	15,78%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	103	13,10%
Comercio minorista orientado a la salud humana	58	7,38%
Transporte	51	6,49%
Entretenimiento	38	4,83%
Comercio minorista orientado al hogar	38	4,83%
Inmobiliario	18	2,28%
Funerarias y cementerios-parques	13	1,65%
Financieros	9	1,15%
Suministro de electricidad, gas y agua	9	1,15%
Telecomunicaciones	7	0,89%
Salud	5	0,64%
Turismo	5	0,64%
Comercio minorista de combustibles	4	0,51%
Servicios profesionales	4	0,51%
Otros tipos de educación	3	0,38%
Prensa información	3	0,38%
Servicio técnico de mantenimiento y reparación	3	0,38%
Servicios de comida y bebida	3	0,38%
Cuidado personal	3	0,38%
Servicios de mantenimiento del hogar	2	0,25%
Arriendos y administración de propiedades	1	0,13%
Cuidado de mascotas	1	0,13%
Educación superior	1	0,13%
Servicios de seguridad	1	0,13%
Total	786	100%

Adicional a lo mencionado anteriormente y considerando que las fiscalizaciones se pueden realizar en 3 modalidades, a continuación se presenta el detalle de la distribución para el año 2022:

i. Fiscalización presencial

Consiste en la supervisión de la normativa vigente, dirigida a proveedores de bienes y servicios, y se ejecuta mediante la inspección de sus oficinas comerciales o tiendas físicas, durante el 2022, se llevaron a cabo **293 fiscalizaciones** de esta categoría, correspondientes al **37% del total de fiscalizaciones**.

i. Fiscalización digital

Tiene por objetivo supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materias de consumo y se ejecuta mediante la inspección de los sitios web, redes sociales o prensa de proveedores. Durante el 2022 se realizaron **298 fiscalizaciones de esta categoría, correspondientes al 38% del total de fiscalizaciones**.

i. Fiscalización de oficio

Tiene por objetivo, supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materias de consumo y se realiza a través de un oficio con un requerimiento de información a la empresa. En el 2022, se realizaron **195 fiscalizaciones de este tipo**, correspondientes al 25% del total.

A. Interpretación administrativa en materias de protección de los derechos del consumidor

Interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores en uso de las facultades que entrega la Ley N°19.496, elaborando circulares que resuelvan controversias, fijen criterios y propuestas que no sean explícitamente resueltas por la Ley, sus reglamentos o normas supletorias.

i. Circulares Administrativas e Interpretativa

Facultad que consiste en la dictación de instrumentos que interpretan la Ley del Consumidor, así como otras normas de protección de los consumidores, permiten entregar certezas al mercado y a la ciudadanía, respecto a que entiende el SERNAC sobre la aplicación de determinados preceptos legales. Dentro del año 2022, fueron emitidas 5 circulares administrativas e interpretativas y 11 dictámenes interpretativos, todos publicados y disponibles en la página web institucional. Dichos documentos permitieron establecer criterios jurídicos en aquellos casos que la ley no contempla explícitamente, como son en materia de protección de los consumidores frente al uso de sistemas de inteligencia artificial, publicidad y prácticas comerciales, publicidad nativa e influencers, cumplimiento de la obligación de informar la duración de los bienes y del plazo en que dispondrán de repuestos y servicio técnico, junto con criterios para la recolección y tratamiento de datos personales de consumidores en contratos de adhesión.

A. Otras iniciativas

i. Comparador Tarjetas de Crédito

A inicios del 2022, SERNAC puso a disposición de las y los consumidores la herramienta "Comparador de Tarjetas de Crédito", que les permite conocer y comprar de forma fácil y automática, los montos por concepto de cargos por transacción que aplican las diferentes entidades financieras al uso de las tarjetas de crédito, ya sea, en el mercado nacional o internacional.

i. No Me Hostiguen

Para el mes de enero, el Servicio junto al Ministerio de Economía y la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento (SUPERIR), lanzaron la herramienta "No Me Hostiguen", que trata de un reclamo especializado, dispuesto para que las personas soliciten a las empresas que les contactan por cobranza, ya sea vía telefónica, por mensaje o presencialmente, se ajusten a la Ley Pro Consumidor, evitando así, ser hostigadas por estas gestiones.

i. Observatorio de Precios de Productos

En septiembre, el Ministerio de Economía y SERNAC, lanzaron el "Observatorio de Precios de Productos", a través de esta herramienta las y los consumidores pueden conocer el costo de abarrotes y productos habituales, con el propósito de orientar a las familias para que tomen mejores decisiones de compra.

Para la primera etapa, el observatorio contó con información de cadenas de supermercados nacionales y regionales, sin embargo, el objetivo planteado fue el de incorporar a todo tipo de empresas. Cabe destacar la importancia de esta herramienta ya que fue co-construida con la ciudadanía, a través de testeos realizados con diferentes públicos objetivos.

i. Campaña Pro Consumidor

Durante el último trimestre del 2022, fue lanzada la campaña de la Ley N°21.398, Pro Consumidor. La campaña tuvo como propósito entregar a la ciudadanía información sobre las medidas que incorpora la citada ley, para fortalecer la protección de los derechos de las personas consumidoras. Dentro de las medidas consideradas, la Ley N°21.395 eleva el estándar de protección en algunas materias, como el derecho a garantía y determinó como obligatorio el derecho a retracto para las compras a distancia, sean electrónicas, telefónicas o por catálogos y para aquellas en que las y los consumidores no tuvieron acceso al producto. También obliga a las empresas a compensar a las personas que hayan sido impedidas de viajar por sobreventa de pasajes en vuelos nacionales.

i. Género

Se destaca la realización de un nuevo estudio de gestión menstrual con foco en grupos vulnerables, la actualización del estudio de costo menstrual para visibilizar la carga económica de este proceso, el estudio anual de publicidad sexista y la encuesta mujer y consumo que permitió levantar información de percepción sobre las discriminaciones vividas por las mujeres en el ámbito del consumo.

4. Desafíos para el período de Gobierno 2023

Durante el año 2023, se implementará una agenda SERNAC enfocada en soluciones individuales de las y los consumidores, la que comprenderá: medidas legislativas, una campaña comunicacional, relacionamiento con gremios y Asociaciones de Consumidores, convenio con el Servicio de Impuestos Internos sobre registro de proveedores, educación orientada a la sociedad organizada y analizador de cláusulas abusivas.

Igualmente se dispondrán de canales de atención especializada en situación de vulnerabilidad, disponible en todos los canales de entrada. Se realizará un trabajo focalizado con consumidores y consumidoras hiper vulnerables, a través de la identificación de los problemas de consumo que impactan a personas que se encuentren en situaciones de vulnerabilidad agravada en razón de su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que se configuran como barreras y/o dificultades para ejercer sus derechos como consumidores y consumidoras. Para ello, se configurará un sistema de detección de problemas/reclamos de este grupo, con el propósito de que un equipo institucional especializado, pueda orientar, asesorar, brindar asistencia y acompañar de manera personalizada.

En materias de fiscalización, se implementará la Red Nacional de Fiscalizadores y Fiscalizadoras en materia de consumo, con la instalación de un piloto durante el primer semestre del año 2023. Junto a esto, se dispondrá de una nueva herramienta, Alertas Ciudadanas ampliadas, que permitirá que la ciudadanía sea un agente de fiscalización activo en materias de consumo.

Se desarrollará una nueva estrategia comunicacional y de vinculación con el medio, con focos claros y definidos, además de un importante despliegue territorial vía alianzas con Municipios, Gores y otros servicios públicos en las regiones del país.

Se implementará el convenio de derivación de casos con la Corporación de Asistencia Judicial, para la representación individual de las personas consumidoras.

Además de lo mencionado anteriormente, otro desafío del 2023 es la presentación de una modificación legal en ámbitos de consumo financiero, que incorporará los siguientes ámbitos: cobranza extrajudicial y/o judicial, costos asociados a las operaciones de crédito, aceleración de deudas, más protección al consumidor financiero, a través de nuevas funciones para la institución.

Para mejorar el conocimiento de las personas usuarias, con el objetivo de prevenir prácticas abusivas de las empresas, se elaborará una nueva versión de la Radiografía de las y los consumidores, para la identificación de patrones, junto con la implementación de iniciativas que permitan la aplicación de inteligencia de datos, a través de un convenio con Data Observatory.

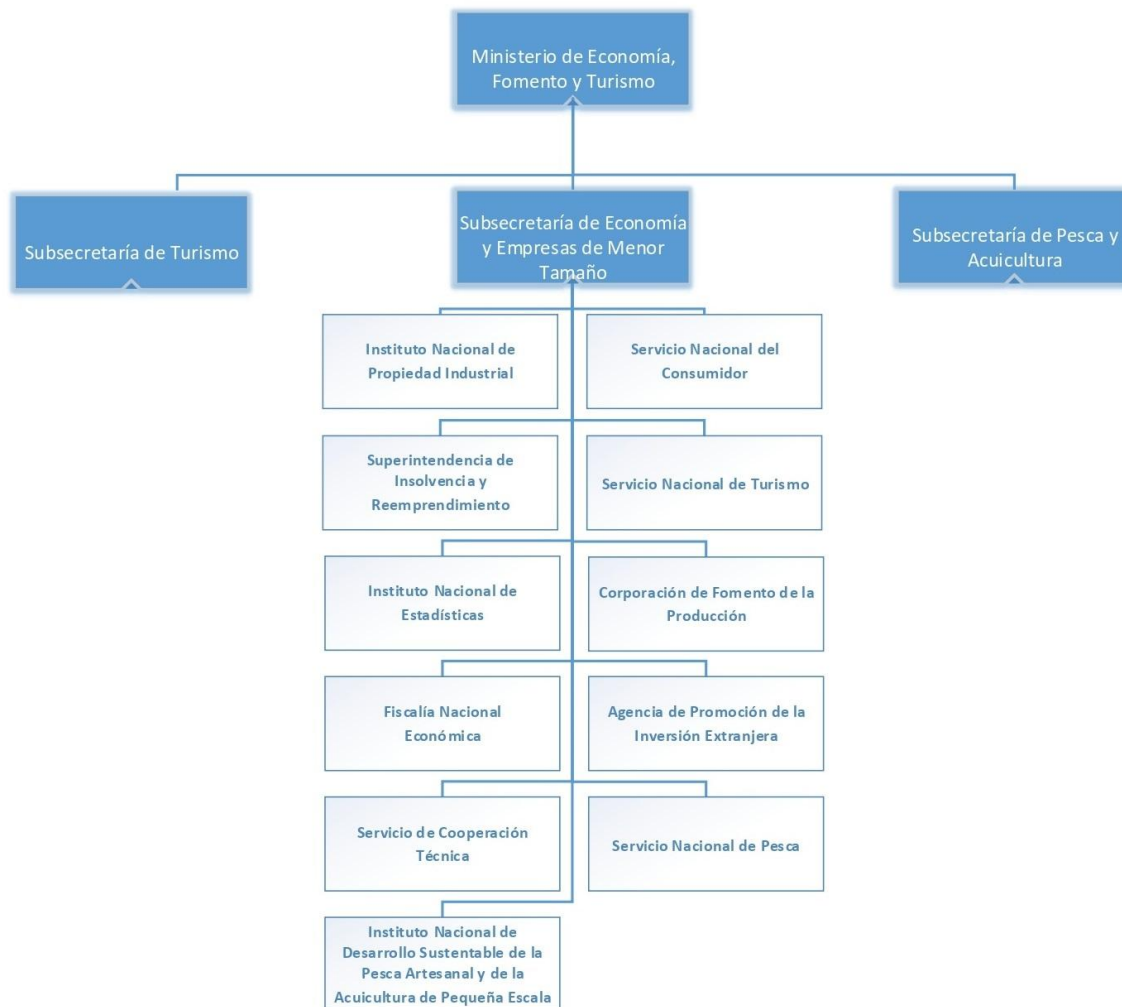
En cuanto a herramientas dispuestas a la ciudadanía, se ampliará la cobertura de "Me Quiero Salir" a nuevos mercados, como podrían ser educación superior, contratos de alarmas domiciliarias, cuentas vistas y tarjetas de prepago. Se realizarán mejoras al "Observatorio de Precios", con mayor información regional e incorporación de nuevos productos y canastas recurrentes con enfoque de género y territorial. También se actualizarán los protocolos de atención a la ciudadanía, con enfoque de género, inclusión y no discriminación, en los canales presenciales, canal telefónico y vía web.

Para continuar con el trabajo de transversalización del enfoque de género en el quehacer de la institución, se dispondrá una calculadora de gestión menstrual, se actualizará el estudio de costo menstrual, realización de conversatorios sobre temas de consumo y género, ejecución de talleres de educación financiera y derechos en el consumo con enfoque de género, formalización de la norma de participación ciudadana con enfoque de género, aplicación de la encuesta de percepción de consumo y mujeres, entre otras acciones.

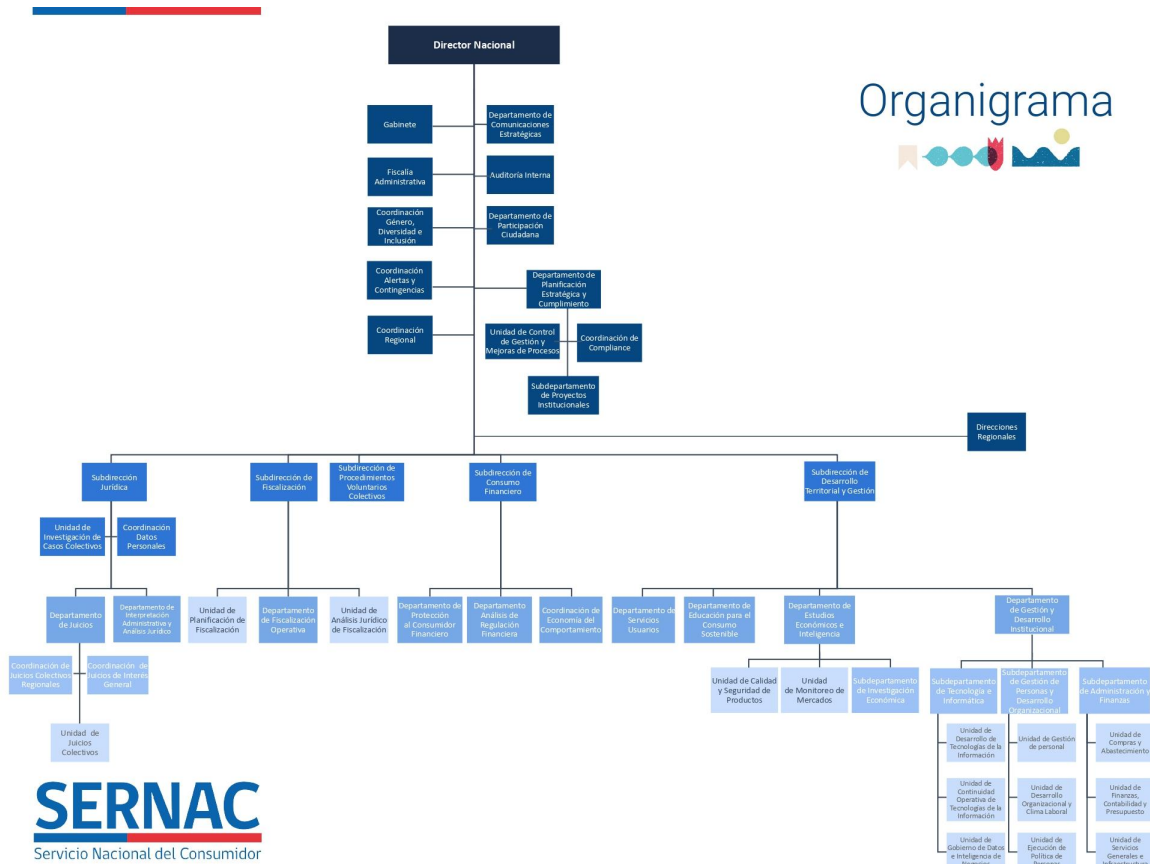
Finalmente, se desarrollarán nuevas herramientas para mejorar la toma de decisión con datos relevantes y acercando la información de utilidad a la ciudadanía. A continuación se comparte el detalle:

- SERNAC Contigo: herramienta de orientación para las personas ante situaciones frecuentes de consumo.
- Mi Código Verde: web que tiene por objetivo poner a disposición de las y los consumidores información clave sobre productos de consumo masivo, en los cuales se han priorizado atributos de sustentabilidad (ambientales y sociales) dentro de su cadena de producción.
- "DICOM" de las empresas: informativos periódicos de empresas que no cumplen, con énfasis en las Respuestas Favorables Incumplidas (RFI).
- Difusión y masificación de planes de cumplimiento en consumo: desarrollo de actividades de apertura y escucha activa con actores relevantes, además de un conjunto con acciones de perfeccionamiento normativo y legal del modelo de Compliance.

Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio



Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Andrés Herrera Troncoso
Jefa de Comunicaciones Estratégicas	Pamela Fierro Espinosa
Jefa Fiscalía Administrativa	Carolina Pérez Monje
Jefa Auditoría Interna	Carolina Gajardo Yáñez
Jefa Departamento de Participación Ciudadana	Paulina Espinoza Serra
Subdirector de Consumo Financiero	Andrés Pavón Mediano
Subdirectora (S) Procedimientos Voluntarios Colectivos	Carolina Norambuena Arizábalos
Subdirector (S) Fiscalización	Roberto Von Bennewitz Álvarez
Subdirector (S) Jurídico	Edison Orellana Ramos
Subdirectora (S) Desarrollo Territorial y Gestión	Ana Gómez Calderón
Director Regional de Arica y Parinacota	Erick Orellana Jorquera
Director Regional (S) de Tarapacá	Rodrigo Cortés Tapia
Director Regional (S) de Antofagasta	Ignacio Tello Cardone

Cargo	Nombre
Director Regional (S) de Atacama	Kurt Iturrieta Guaita
Director Regional de Coquimbo	Rodrigo Santander Martín
Directora Regional (S) de Valparaíso	María Ignacia Molina Marín
Directora Regional Metropolitana	Constanza González Poblete
Director Regional de O'Higgins	Ignacio Tello Cardone
Director Regional del Maule	Daniel Smith Benavente
Directora Regional (S) del Biobío	Paulina Cid Muñoz
Director Regional (S) del Ñuble	Manuel Muñoz García
Director Regional de La Araucanía	Arturo Araya Rodríguez
Director Regional de Los Ríos	Alejandro Paredes Zieballé
Director Regional de Los Lagos	Osvaldo Emhart Vicencio
Directora Regional de Aysén	María Francisca Ortiz Oberg
Directora Regional de Magallanes	Pamela Ramírez Jaramillo

5. Anexos

Índice

.Anexo 1: Recursos Humanos	36
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	44
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2022	45
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2022	46
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	52

Anexo 1: Recursos Humanos

Dotación efectiva año 2022, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Contrata	205	96.2%	139	88.0%	344
Planta	8	3.8%	19	12.0%	27
Total	213	100.0%	158	100.0%	371

Dotación efectiva año 2022, por Estamento (mujeres y hombres)

Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Técnicos	54	25.4%	14	8.9%	68
Directivos	6	2.8%	17	10.8%	23
Profesionales	133	62.4%	108	68.4%	241
Administrativos	15	7.0%	16	10.1%	31
Total	213	100.0%	158	100.0%	371

Dotación Efectiva año 2022 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
ENTRE 25 y 34 AÑOS	52	24.4%	47	29.7%	99
ENTRE 35 y 44 AÑOS	90	42.3%	66	41.8%	156
ENTRE 45 y 54 AÑOS	62	29.1%	32	20.3%	94
ENTRE 55 y 59 AÑOS	5	2.3%	7	4.4%	12
ENTRE 60 y 64 AÑOS	3	1.4%	4	2.5%	7
65 Y MÁS AÑOS	1	0.5%	2	1.3%	3
Total	213	100.0%	158	100.0%	371

Personal fuera de dotación año 2022 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Honorarios	7	77.8%	4	100.0%	11
Reemplazo	2	22.2%	0	0%	2
Total	9	100.0%	4	100.0%	13

Personal a honorarios año 2022 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Profesionales	9	100.0%	4	100.0%	13
Total	9	100.0%	4	100.0%	13

Personal a honorarios año 2022 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
1 años o menos	6	85.7%	3	75.0%	9
Más de 2 y hasta 3 años	1	14.3%	0	0%	1
Más de 3 años	0	0%	1	25.0%	1
Total	7	100.0%	4	100.0%	11

b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

1 Reclutamiento y Selección

1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata cubiertos por procesos de reclutamiento y selección

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	20	21	26
(b) Total de ingresos a la contrata año t	35	41	30
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	57,1%	51,2%	86,7%

1.2 Efectividad de la selección

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	20	21	21
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	20	21	26
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	100,0%	100,0%	84,6%

2 Rotación de Personal

2.1 Porcentaje de egresos del Servicio respecto de la dotación efectiva

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	8	29	29
(b) Total dotación efectiva año t	365	383	383
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	2,2%	7,6%	9,7%

2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2020	2021	2022
Funcionarios jubilados año t	0	0	0
Funcionarios fallecidos año t	0	0	1
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	3	6	4
Otros retiros voluntarios año t	3	17	21
Funcionarios retirados por otras causales año t	2	6	10

Causales	2020	2021	2022
Total de ceses o retiros	8%	29%	36%

2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	35	45	24
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	8	29	36
Porcentaje de recuperación (a/b)	437,5%	155,2%	66,7%

3 Grado de Movilidad en el Servicio

3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos o promovidos, respecto de la Planta Efectiva de Personal

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	0	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	29	32	27
Porcentaje de funcionarios ascendidos o promovidos (a/b)	0,0%	0,0%	0,0%

3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior, respecto del total de funcionarios contratados

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de funcionarios recontractados en grado superior año t	260	46	9
(b) Total Contratos efectivos año t	336	351	344
Porcentaje de recontractados en grado superior (a/b)	77,4%	13,1%	2,6%

4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

4.1 Porcentaje de funcionarios capacitados, respecto de la Dotación Efectiva

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de funcionarios capacitados año t	319	335	329
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	87,4%	87,5%	88,7%

4.2 Promedio anual de horas contratadas para Capacitación por funcionario

Variables	2020	2021	2022
(a) \sum (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	10.904	14679	16211
(b) Total de participantes capacitados año t	946	941	994
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	11,5	15,6	16,3

4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	1	2	2
(b) N° de actividades de capacitación año t	58	83	58
Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	1,7%	2,4%	3,4%

4.4 Porcentaje de becas otorgadas respecto a la Dotación Efectiva

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de becas otorgadas año t	0	0	0
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Porcentaje de becados (a/b)	0,0%	0,0%	0,0%

5 Días no Trabajados

5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas Tipo 1

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	216	316	504
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	0,6	0,8	1,4

5.2 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas otro tipo

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	72	186	1310
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	0,2	0,5	3,5

5.3 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	28	7.9	1249
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	0,1		3,4

6 Grado de Extensión de la Jornada

6 Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionarios

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	567	85	152
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	1,6	0,2	0,4

7 Evaluación del Desempeño

7.1 Distribución del Personal según los resultados de las Calificaciones

Listas	2020	2021	2022
Lista 1	326	329	333
Lista 2	1	0	1
Lista 3	0	0	0
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	327%	329%	334%
(b) Total Dotación Efectiva año t	365	383	371
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	89.6%	85.9%	90.0%

7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2020	2021	2022
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)	Sí	Sí	Sí

8 Política de Gestión de Personas

8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2020	2021	2022
Tiene Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución (Sí / No)	Sí	Sí	Sí

9 Regularización de Honorarios

9.1 Representación en el ingreso a la Contrata

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	2	4	1
(b) Total de ingresos a la contrata año t	35	41	30
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	5,7%	9,8%	3,3%

9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	2	4	1
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	5	6	1
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	40,0%	66,7%	100,0%

9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2020	2021	2022
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	6	3	1
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	5	6	1
Porcentaje (a/b)	120,0%	50,0%	100,0%

Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023

Iniciativa	Estado de Avance
Dictar un Reglamento de Seguridad de Productos (seguridad en el consumo)	Terminado
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	Terminado
Hacer más eficaz la acción del SERNAC a favor de los consumidores, mejorando sus competencias y capacidades, con criterios conocidos, transparentes y objetivos	Terminado
Nueva Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley N° 21081)	Terminado
Fortalecer la institucionalidad y regulación de materia de consumo financiero	En implementación
Observatorio Canasta Basica SERNAC	En implementación

Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2022

Cuadro 11

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
--------------------	--	--	-------------------------------------	------------------------------------

Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2022

Medidas

Medidas	Resultados
<p>Capacitación a funcionarias/os del Servicio en materia de género nivel básico o avanzado.</p>	<p>Se implementó un Curso avanzado de Género y Consumo para las/os funcionarias/os que ingresaron al Servicio durante el primer semestre del 2022, contó con la aprobación de la Red de Expertas y su realización fue vía online de auto instrucción con una duración de 16 horas. Del total de 19 participantes, el 78,9% aprobó el curso (15 de 19). Los módulos abordaron conceptos fundamentales sobre género, su integración en las políticas públicas, su relación con el consumo, el endeudamiento, la publicidad sexista y el impuesto rosa. En cuanto a la satisfacción general del curso, alcanzó el 98%.</p>
<p>Acciones de Comunicaciones y difusión interna y externa con perspectiva de género.</p>	<p>En el ámbito de comunicaciones y difusión, se llevó a cabo la elaboración, sistematización y difusión de la Encuesta de Percepción Consumo y Mujer. La encuesta se realizó a través de la Comunidad Consumidor SERNAC entre el 21 de febrero y el 01 de marzo de 2022 y se obtuvieron 175 respuestas de mujeres. El objetivo principal fue recopilar información sobre las experiencias de consumo de las mujeres, la percepción de discriminación de género en el consumo y las expectativas respecto a como las empresas podrían abordar sus necesidades. Los resultados revelaron que el 89% de las mujeres encuestadas han experimentado discriminación como consumidoras debido a su género, y las principales áreas en las que se han sentido discriminadas son las grandes tiendas y cadenas de retail, ferreterías, servicios de salud, servicios financieros y las automotoras.</p>
<p>Procesos de Provisión de bienes o servicios con perspectiva de género.</p>	<p>Para el 2022, el Departamento de Educación para el Consumo Sostenible actualizó e implementó el Taller: "Participación de las mujeres en los mercados y consejos de Educación Financiera", diseñado y testeado previo a su implementación. Dentro de los compromisos, se consideró la ejecución de actividades que se realizaron con corte al 31/10/2022. Al término de la implementación de la acción estratégica, se contó con la realización de 17 talleres a nivel nacional, alcanzando un total de 412 beneficiarias/os, de las cuales el 95,6% (394 de 412) fueron mujeres. Dentro de los contenidos tratados, en las presentaciones se utilizó un lenguaje inclusivo y no sexista con imágenes equilibradas, en relación a los contenidos, se abordaron temáticas como la participación de las mujeres en el sistema financiero, la discriminación de género, el ejercicio de derecho a reclamo y las brechas de género en el consumo y el sistema financiero. Estas instancias promovieron la inclusión y perspectiva de género en los procesos de provisión de bienes y servicios señalados, generando espacios de diálogo y educación que contribuyeron a disminuir barreras y brechas de género en el ámbito del consumo y el acceso al mercado financiero.</p>

Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo y análisis de género cuando corresponda.

Para el cumplimiento de esta acción, se realizó el estudio "Gestión menstrual en población hipervulnerable". Para la realización del estudio, el SERNAC trabajó en forma colaborativa con Gendarmería, respecto de aquellas personas que se encuentran privadas de libertad; con Fundación Gente de la Calle para poder analizar la situación de las personas que carecen de residencia fija y con la Dirección Regional de Valparaíso para levantar información del Campamento Manuel Bustos de Viña del Mar. A continuación, se mencionan algunos de los principales resultados obtenidos: - Población privada de libertad: Según los datos recopilados, solo el 48% de las internas siempre tienen acceso a productos de gestión menstrual, mientras que el 38% los tiene solo en algunas ocasiones. El 41% accede a estos productos a través de visitas y el 26% accede a través de compras en el kiosco interno. En relación a la privacidad durante la menstruación, es limitada ya que solo el 25% y el 30% de las internas sienten privacidad al usar el baño y la ducha, respectivamente. Si bien la mayoría tiene acceso a agua potable (81%), solo el 16% cuenta con agua caliente. Las toallas higiénicas son conocidas y utilizadas ampliamente (99% y 94%, respectivamente), mientras que la copa menstrual es conocida por el 33% de las encuestadas pero utilizada solo por el 8% debido a preocupaciones de privacidad e higiene. Finalmente, el dolor extremo durante la menstruación es reportado por el 42% de las personas, y las formas comunes de aliviarlos son no hacer nada o solicitar medicamentos en enfermería (28% cada una), mientras que el 39% no busca ayuda profesional. - Población en situación de calle: Según los resultados, el 37% de las mujeres en situación de calle declaran necesitar productos de gestión menstrual, pero solo el 50% suele obtenerlos ocasionalmente. Un 13% afirma no contar con estos productos durante su ciclo menstrual. En cuanto al conocimiento y uso de productos de contención menstrual, la toalla higiénica es la más conocida (99%) y utilizada (91%). Debido a su vulnerabilidad y escasos ingresos económicos, estas mujeres utilizan otros productos no diseñados específicamente para la menstruación, como paños de género, papel higiénico, pañales, mascarillas y ropa. El 60% de las mujeres en situación de calle experimenta dolor extremo durante la menstruación, y los métodos utilizados para aliviarlo son diversos, siendo el más mencionado la adquisición de medicamentos por cuenta propia (45%), seguido de no hacer nada (29%), luego está el consumo de infusiones (24%) y finalmente el 3% indicó que consume drogas para mitigar el dolor. Finalmente, el 56% de las mujeres encuestadas recibieron charlas sobre higiene, salud y gestión menstrual durante su educación, mientras que un 32% nunca recibió dichas charlas. - Población que habita en campamento: Al analizar la disponibilidad de productos de gestión menstrual en este grupo, se encontró que el 83% cuenta con productos para todos los días de menstruación. Sin embargo, las personas que viven en campamentos enfrentan dificultades habitacionales, de accesibilidad y económicas, e incluso pueden experimentar falta de stock de algunos productos en el comercio, con un 40% de las encuestadas reportando problemas durante este período. En cuanto al acceso a baños, solo el 81% declaró contar con acceso a un baño privado, y un 82% a una ducha privada. Ninguna parte del campamento tiene acceso a agua potable a través de tuberías y tampoco hay alcantarillado. En este contexto, solo el 57% tiene acceso constante a agua potable, y un 14% no tiene acceso. Ninguna de las encuestadas tiene acceso constante a agua caliente. Las toallas higiénicas son ampliamente conocidas y utilizadas (99% y 91% respectivamente), mientras que los productos reutilizables, como la copa menstrual, son conocidos pero poco utilizados. A pesar de ello, el 79% afirma que utilizaría productos amigables con el medio ambiente si tuvieran acceso. Un 45% de las personas encuestadas en este grupo experimentan dolores extremos durante el período menstrual, y para aliviarlos recurren a medicamentos por cuenta propia (59%), infusiones (28%) y aplicar

Iniciativas

Iniciativa	Resultado
<p>1. Planificación Estratégica Institucional incorporando perspectiva de género: 1.1 Actualizar la Política de Género Institucional. 1.2 Diseño de un instructivo para la incorporación de la perspectiva de género en los productos estratégicos institucionales. 1.3 Incorporar en la solicitud de presupuesto 2023, recurso para la actualización del Diagnóstico Institucional de Género y para capacitaciones al Comité de Género.</p>	<p>La incorporación del enfoque de género en la Planificación Estratégica de una institución, es un eje fundamental para la transversalización de género. A continuación, presentamos información respecto a cada compromiso: 1.1: Se actualizó la "Política de Género", la que ha impactado en la cultura organizacional ya que ha ordenado los mecanismos y responsables de implementas procesos en el Servicio. 1.2: Generación de un "Instructivo para incorporar género en los productos estratégicos", que ha sido una herramienta práctica para trabajar con enfoque de género y que está disponible para todas las personas. 1.3: En cuanto a la solicitud presupuestaria, fue un primer ejercicio de "levantamiento de iniciativas con enfoque de género" y sirvió para identificar aquellas áreas de trabajo que requieren recursos y visibilizar así la necesidad. Junto con lo anterior, cabe destacar que la Dirección Nacional creó a contar del año 2023, una Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión, que depende del Director Nacional, lo que implica un avance sustancial para situar estratégicamente los temas de género y finalmente, para la transversalización que es una tarea primordial para los servicios públicos.</p>

Iniciativa	Resultado
<p>2. Política y/o procedimientos de gestión de personas con perspectiva de género</p> <p>2.1 Realizar capacitaciones y acciones de difusión del Procedimiento MALS (Maltrato y acoso laboral y sexual)</p> <p>2.2 Instalación de sala de lactancia para funcionarias en al menos un edificio institucional del nivel central.</p> <p>2.3 Diagnosticar la posibilidad de instalar sala de lactancia en las Direcciones Regionales.</p> <p>2.4 Participar en el Programa de Buenas Prácticas Laborales con Equidad de Género, a cargo del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género.</p>	<p>Durante el 2022, se avanzó en mejoras en cuanto a prácticas laborales con equidad de género, en especial para las mujeres que trabajan en el Servicio. A continuación, presentamos información respecto a cada compromiso:</p> <p>2.1: Atendiendo a necesidades estratégicas de las mujeres en el mundo laboral, el Servicio trabaja constantemente en asegurar espacios laborales libres de violencia. El año 2021 se actualizó el Procedimiento MALS y durante el 2022 se avanzó en la sensibilización y formación en materias preventivas de la violencia de género en el trabajo así como el empoderamiento al difundir el procedimiento. En el año 2022, se implementaron actividades de sensibilización, con un alcance menor y focalizado en los actores críticos de la implementación del proyecto. Esto permitió socializar el mecanismo de denuncia y su operativo. El foco de difusión estuvo relacionado a las actividades que se desarrollaron con las campañas del Programa de Buenas Prácticas Laborales con enfoque de género, las cuales se replicaron a través del correo de comunicaciones internas. En el caso de las actividades de formación, sólo se realizaron actividades organizadas e implementadas externamente, ya que la oferta a diferencia de otros años, fue mucho mayor, de mejor calidad y alcance.</p> <p>2.2 - 2.3: Se instaló una sala de lactancia para funcionarias del nivel central, está se encuentra operativa y siendo utilizada por mujeres que han regresado al Servicio luego del post natal. En cuanto a las regiones, se realizó un diagnóstico sobre aquellas oficinas que cuentan con un espacio propicio, aquellas que no y las mejores a realizar. El propósito a mediano plazo, es que todas las Direcciones Regionales, cuenten con un espacio físico confortable para la lactancia materna.</p> <p>2.4: Durante abril y mayo del 2022, se realizó el primer hito de inicio, consistente en una reunión técnica con la contraparte del SERNAC en SERNAMEg, asistieron empresas y servicios públicos para conversar y conocer a quienes de hicieron parte del Programa. Luego, se recepcionaron las indicaciones para realizar el levantamiento de diagnóstico en la organización. Durante junio, el resultado fue completado en base a información y construcción junto con la Asociación de Funcionarios para generar información más objetiva y representativa de la organización, identificando brechas, respondiendo un cuestionario y una encuesta cuantitativa de percepción sobre la materia. Adicionalmente, durante este mes se dio inicio al primer ciclo de Cursos de Buenas Prácticas Laborales con enfoque de género en el que participaron funcionarios y funcionarias del Servicio. En julio se organizó y formalizó la "Mesa técnica de implementación del Programa de Buenas Prácticas Laborales con enfoque de género", invitando a diferentes funcionarios/as del nivel central y regional a participar. El objetivo principal del Comité es implementar las acciones de los planes que se desarrollaron a partir del diagnóstico. Durante agosto se envió la retroalimentación sobre el diagnóstico, luego se diseñaron los planes de acción correspondientes. Finalmente, durante el último trimestre del 2022, se realizaron por parte de SERNAMEg, la Escuela de Agentes de Igualdad y las instancias colaborativas o ruedas de gestión.</p>

Iniciativa	Resultado
<p>3. Procesos de provisión de bienes o servicios con perspectiva de género: 3.1 Realización de Conversatorios sobre temas de consumo y género para ciudadanas.</p>	<p>3.1 Durante el 2022, se realizaron 5 conversatorios, sobre género y consumo: 1. Género y consumo; organizado por la DR de O'Higgins, se desarrolló el 08 de junio del 2022, con un total de 120 participantes. 2. Moda y consumo sustentable organizado por el Dpto. de Participación Ciudadana; realizado con fecha 26 de julio de 2022 y un total de 64 participantes. 3. Género y economía circular; organizado por la DR de Aysén, desarrollado el 28 de julio del 2022, con un total de 34 participantes. 4. Consumo y género; organizado por la DR de Arica y Parinacota, ejecutado el 30 de noviembre de 2022, alcanzando un total de 53 participantes. 5. Impuesto rosa; organizado por la DR del Biobío, realizado el 6 de diciembre del 2022, con un total de 45 participantes. El espacio fue bien valorado por las participantes, quienes compartieron la necesidad de generar más instancias como estas para empoderarse como consumidoras y estar al tanto de los avances en materias de género, consumo y protección de derechos. Dicho esto y a la gran relevancia que tienen y generan estas instancias participativas, el Servicio mantiene este compromiso para el año 2023.</p>
<p>4. Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo y análisis de género. 4.1 Elaborar un informe anual de publicidad sexista y/o de estereotipos de género durante el año 2022 y una actividad de difusión para funcionarias/os del Estado.</p>	<p>La publicidad como comunicación comercial resulta fundamental para el funcionamiento de los mercados, al incentivar la demanda de bienes y servicios es esencial para una decisión informada por parte de los consumidores, no obstante, sus efectos desbordan las relaciones de consumo, al constituirse como una actividad que facilita la difusión de ideas e imágenes que influyen en la producción y reproducción cultural de la sociedad, afectando también de este modo la vida cotidiana de la ciudadanía. Por esta razón, el SERNAC se ha comprometido institucionalmente a orientar con enfoque de género, el cumplimiento de su función pública de velar por la protección de las y los consumidores y, en consecuencia, busca que el cumplimiento de las normas publicitarias dispuestas en la Ley N°19.496 deban ser observadas sin afectar la dignidad de niños, niñas y adolescentes, ni utilizar estereotipos de género o publicidad sexista. En el Informe Anual de Publicidad Sexista del año 2021, se revisó la publicidad contenido en 635 sitios web, resultando en 14 los reclamos oficiados a CONAR por publicidad sexista, mientras que el año 2022 el Informe Anual de Publicidad Sexista revisó 600 sitios web, resultando en 4 los reclamos ante CONAR por una eventual difusión de publicidad sexista. Los resultados del monitoreo de publicidad sexista, muestran una disminución significativa en los hallazgos de este tipo de publicidad durante los últimos años, evidenciando un consenso en relación a condenar aquella publicidad que utiliza el cuerpo femenino como un mero objetivo para atraer la atención de las y los consumidores. Pero ciertamente, también nos revelan una preocupación respecto de los estereotipos de género utilizados en la publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes, y los modos en que estos grupos son representados. Con respecto al seminario de difusión, este no se logró llevar a cabo por razones de tiempo y agenda de las personas involucradas.</p>

Iniciativa	Resultado
<p>5. Capacitación a funcionarias/os del Servicio en materias de género nivel básico o avanzado: 5.1 Sensibilizar y capacitar en materias de género a personas que intervienen en los procesos de planificación, diseño de políticas, planes y programas y a las/os miembros del Comité de Género. 5.2 Desarrollo de la 2da versión de la Escuela de Liderazgo Femenino en SERNAC. 5.3 Realizar al menos 2 talleres, en conjunto con la Fundación Iguales, sobre género y diversidad, con foco a ejecutivos y ejecutivas de atención de público.</p>	<p>Con respecto a acciones de capacitación, presentamos información respecto a cada compromiso ejecutado en el año 2022: 5.1. Se llevó a cabo una sensibilización y capacitación en materia de género dirigida a las personas que intervienen en los procesos de planificación, diseño de políticas y programas, así como a los miembros del Comité de Género. El curso ofrecido a través de la plataforma del Ministerio de la Mujer, consistió en reuniones virtuales con evaluaciones finales y contó con un total de 16 participantes del Servicio. 5.2 Se desarrolló la segunda versión de la Escuela de Liderazgo Femenino en el SERNAC la que contó con un total de 25 participantes. La Escuela se enfocó en fortalecer la red de mujeres mediante actividades de exposición y conversación, creando un espacio de confianza para interactuar con lideresas en diversos ámbitos. Al cierre de la Escuela, se realizó una ceremonia de cierre en la que participó el Director Nacional del Servicio, quien reconoció a todas las mujeres participantes. 5.3 Talleres con Fundación Iguales. Se realizaron 2 talleres en colaboración con la Fundación Iguales, abordando los temas de género y diversidad. Ambos talleres estuvieron dirigidos a ejecutivas y ejecutivos de atención al público, así como a otros/as funcionarios/as del Servicio. Fueron abordados conceptos básicos y leyes de protección contra la discriminación, enfocados en género y diversidades sexogenéricas. Estas actividades estratégicas permitieron promover una cultura organizacional más sensible y comprometida con los temas de género y diversidad en el Servicio.</p>

Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución

Sección	Detalle	Enlace
Identificación de la Institución (Formulario A1)	Corresponde a la información estratégica del Servicio. Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Definiciones Estratégicas, instrumentos por año, 2022 y escoger el Ministerio y Servicio.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15400-34905.html
Recursos Financieros	Corresponde a información presupuestaria del Servicio disponible en los informes de ejecución presupuestaria (Ejecución Total, Ley Regular y/o FET-Covid-19) mensuales, a diciembre de cada año o trimestrales. Dipres presenta información a través de dos vías: i) Sitio web de Dipres, sección Presupuestos, año 2022, y escoger la partida presupuestaria requerida; y ii) Sitio web de Dipres, banner Datos Abiertos, donde se presentan archivos con información del Gobierno Central.	i) https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-25910-34905.html#ejec_capitulo
		ii) https://datos.gob.cl/organization/direccion_de_presupuestos
Indicadores de Desempeño 2019-2022	Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Indicadores de Desempeño, Fichas Anuales y 2022.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15157-34905.html
Informe Programas / Instituciones Evaluadas	Se presenta el buscador de programas e instituciones evaluadas. Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Evaluación y Revisión del Gasto e Informes de Evaluaciones. Para acceder a los informes, se debe escoger el Ministerio, línea de evaluación y año de publicación de la evaluación buscada.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-propertyvalue-23076.html
Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas		

Sección	Detalle	Enlace
Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2022	Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Destacados, apartado Mecanismos de Incentivo de Remuneraciones, Programa de Mejoramiento de la Gestión (PMG), instrumentos por año y escoger el Ministerio y Servicio.	http://www.dipres.gob.cl/598/w3-propertyvalue-16140.html