



**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Memoria y Balance Institucional Año 2018

Gobierno de Chile





Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

1. Resumen

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

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

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

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

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

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

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Realización de 20 talleres en materia de seguridad, cuyo objetivo es generar una cultura de seguridad en el uso de productos de consumo, en diez regiones del país. Con respecto a trabajo informativo, se publicaron 2 cápsulas de seguridad y 5 fichas de recomendación, cuyo objetivo es advertir sobre riesgos a los que se exponen las personas y cómo disminuirlos.

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

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

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

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

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

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

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

2. Resultados de la Gestión año 2018

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

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

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

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

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

Durante el año 2018, se ejecutaron las siguientes etapas:

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Fortalecer el derecho del consumidor a elegir y contratar libremente, mejorando el acceso a información en línea sobre precios y características comparativas de los productos

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

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

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

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

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

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

Proyecto de Modernización

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

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

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

3. Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía

a) Información de mercado y consumo

i. Estudios de la industria, empresas y productos:

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

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

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

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

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

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Dirección Regional	N° de Sondeo de Precios
Biobío	24
La Araucanía	24
Los Ríos	24
Los Lagos	24
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	24
Magallanes y Antártica Chilena	24
Nivel Central	40
Total	394

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

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

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

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

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

Los rankings fueron los siguientes:

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

ii. Estudios de caracterización y comportamiento del consumidor

Durante el 2018, se elaboraron 2 estudios en la caracterización y comportamiento del consumidor. Siendo uno de ellos la radiografía del consumidor aplicado para conocer a los consumidores y su relación con los mercados. El segundo, se elaboró para monitorear la satisfacción de los consumidores respecto a los reclamos y mediaciones colectivas.

iii. Información y difusión

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

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

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

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

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

El Servicio además logró:

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

En este mismo ámbito de Información y Difusión, también están todas aquellas acciones del SERNAC referidas a la seguridad de productos, temática respecto de la cual en el año 2018, se desarrollaron una diversidad de acciones orientadas a proteger el derecho a la seguridad en el consumo de toda la población, así como también velar porque la calidad de los mismo sea efectivamente la ofertada, resguardándose en estándares de nivel internacional para nuestros consumidores y consumidoras en el país, entre ellos destacan:

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

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

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

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

b) Orientación, asesoría jurídica y protección

Respecto a los productos contenidos en esta tipología, tenemos sub- clasificaciones de productos tendientes a orientar a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor, a través de las consultas y la tramitación de reclamos, que corresponde a la mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materias de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo prejudicial entre las partes. Por último, tenemos el Subproducto, Protección de intereses generales, colectivos y difusos de los consumidores, tales como mediaciones colectivas, demandas colectivas, juicios de interés general, revisión de contratos de adhesión y ministros de fe.

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

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

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

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

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

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

Canal de Atención	N° de Reclamos Ingresados
Internet	215.713
Call Center	42.516
Dirección Regional	48.267
Plataforma Municipal	22.933

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Canal de Atención	Nº de Reclamos Ingresados
Servicios Públicos en Convenio	812
Total	330.241

Para aquellos reclamos que son gestionados y luego cerrados, existe una causal de cierre según el resultado que se haya obtenido en el proceso (según tabla n° 6). Para el año 2018, el 50% del total de los reclamos se cerró con resultado "Proveedor Acoge", esto quiere decir, que el proveedor acepto totalmente o de manera parcial la solicitud del consumidor; en el 37% de los casos, el resultado fue desfavorable, ya que el "Proveedor no Acoge" el reclamo y en el 10% el proveedor no presentó una respuesta (33.253 reclamos). Un volumen menor de reclamos se cerró con resultado "Proveedor informa caso no procede", presentando antecedentes para justificar su respuesta (2%), cerca de 5.800 reclamos.

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

Tabla N°5: Volúmenes de causales de cierre

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

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Tabla N°6: Mercados más reclamados

Mercado	Total General	Porcentaje
Financiero	57.657	17%
Telecomunicaciones	57.475	17%
Comercio distancia/ electrónico	55.434	17%
Locales comerciales	54.384	16%
Transporte	34.377	10%
Servicios básicos	12.895	4%
Seguros	9.197	3%
Vehículos y rodados	7.132	2%
Turismo	6.955	2%
Inmobiliarias	6.058	2%
Otros	28.677	9%
Total	330.247	100%

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

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

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

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

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

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

Canal de Atención	Consultas	%	Reclamos	%	SONI	%
Internet	29.288	8%	215.713	65%	3.581	77%
Call Center	65.999	17%	72.012	22%	643	14%
Presencial	288.617	75%	42.516	13%	405	9%
Total	383.904	100%	330.241	100%	4.629	100%

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

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

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

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

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

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

c) Educación para el consumo responsable

Durante el año 2018, el Programa de Educación Financiera (PEF) contó con un presupuesto de \$525.278.295 millones, respecto del cual se ejecutó un 95,6% de la cobertura programada, permitiendo llegar a 121.488 beneficiarios. Detalle de beneficiarios por grupo objetivo participantes del programa por región:

Tabla N°9: Cobertura por grupo objetivo

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Dirección Regional	N° escolares beneficiados	N° jóvenes beneficiados	N° personas mayores beneficiadas	Total beneficiarios
Magallanes y Antártica Chilena	1.992	274	408	2.674
Totales	92.815	17.884	10.789	121.488

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Región	N° de nuevos establecimientos educativos participantes del PEF en 2018	Total Acumulado (2015-2018)
Arica y Parinacota	0	30
Tarapacá	3	19
Antofagasta	3	33
Atacama	2	27
Coquimbo	1	29

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Región	N° de nuevos establecimientos educativos participantes del PEF en 2018	Total Acumulado (2015-2018)
Valparaíso	4	50
Metropolitana de Santiago	13	234
Libertador General Bernardo O'Higgins	1	24
Maule	4	50
Biobío	3	46
La Araucanía	1	27
Los Ríos	1	18
Los Lagos	2	38
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	0	8
Magallanes y Antártica Chilena	1	22
Totales	39	655

d) Iniciativas de Apoyo para la Participación Ciudadana

i. Fondo concursables para asociaciones de consumidores

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

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

Dirección Regional	Recursos (\$) 2018	N° de Proyectos	Total
Coquimbo	\$14.400.000	1	4%
Valparaíso	\$5.382.513	1	1%
Metropolitana de Santiago	\$229.710.033	22	63%
Libertador General Bernardo O'Higgins	\$10.560.000	1	3%
Biobío	\$38.676.010	4	11%
La Araucanía	\$49.418.743	4	13%
Los Ríos	\$10.676.948	2	3%
Los Lagos	\$8.178.990	1	2%
Total	\$367.003.237	36	100%



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

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

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

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

Tabla N°15: Mecanismos de participación ciudadana del SERNAC

Mecanismo de Participación Ciudadana	N° de Productos
Cuentas Públicas Participativas	15
Diálogos Participativos	4
Conversatorios de Consumo con la Ciudadanía	40
Consulta Ciudadana	1
Sesiones del Consejo Consultivo	49

4. Desafíos para el año 2019

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

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

a. Fiscalización

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

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

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

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

b. Protección para los Consumidores

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

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

c. Consumidores y Mercados

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

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

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

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

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

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

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

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

d. Estudios e Información

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

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

e. Educación para el Consumo

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

- Ejecutar de manera óptima el despliegue inicial del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera en Escolares (PDHC), a través de una adecuada difusión del nuevo programa y la inscripción de beneficiarios esperados. Para medir este desafío, se considerará el nº de Establecimientos Educativos inscritos, cuya meta es de al menos 300 establecimientos educativos a nivel nacional.
- Levantar la línea base del PDHC, a través de las gestiones con Establecimientos Educativos inscritos en el programa, a fin de contar con información clave para la evaluación del programa. Se establece como meta el contar con las respuestas de al menos 80% de los estudiantes beneficiarios de los establecimientos educativos inscritos en el programa durante 2019.
- En línea con el proyecto de fortalecimiento institucional y su nueva facultad, el Departamento de Educación para el Consumo (DEC) dará mayor difusión a la realización del Curso de Educación Online para empresas de bienes y servicios, el que se espera durante 2019 pueda mantener o aumentar la cantidad de personas inscritas y matriculadas, en comparación al año 2018 cuyo total de inscritos y matriculados fue de 1.163 personas.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

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

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

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

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

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

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

g. Participación Ciudadana

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Contar con un modelo institucional de Relacionamiento con la ciudadanía.
Fortalecer a las Asociaciones de Consumidores para que puedan cumplir con el rol que establece la Ley 21.081.
Fortalecer los canales de participación ciudadana a nivel nacional.

h. Vigilancia e Inteligencia de Mercados

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

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

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

9. Conclusiones

Durante el 2018, el SERNAC se preparó estructural y funcionalmente para la entrada en vigencia de la Ley que le entregó nuevas facultades. Ello implicó cambios institucionales, así como el perfeccionamiento de la forma de trabajo de manera que el Servicio pueda cumplir las expectativas de la ciudadanía respecto a una mayor protección con el despliegue de las nuevas atribuciones.

Además de entregar una mayor protección, el SERNAC ha estado enfocado en promover buenas prácticas en las empresas, así como transparentar y erradicar conductas que puedan afectar los derechos de los consumidores.

Asimismo, el énfasis del Servicio está en lograr soluciones adecuadas y eficientes para los consumidores, promoviendo por ejemplo, compensaciones directas a través de las mediaciones colectivas, y con la nueva Ley, por medio de los Procedimientos Voluntarios Colectivos.

De igual manera, se ha estado trabajando para fortalecer la “escucha” y detecciones de necesidades reales de los consumidores, a través de los reclamos, redes sociales, las alertas ciudadanas, así como la definición de los criterios que forman la estructura del plan anual de fiscalización. También se están perfeccionando los estudios, ampliando las metodologías y temas, de manera de detectar temas emergentes o transparentar otros que no se visualizan con facilidad y donde puedan estar ocurriendo vulnerabilidades para los consumidores.

En ese contexto, se ha profundizado el monitoreo respecto, por ejemplo, al comercio electrónico, no sólo respecto a los eventos “Cyber”, sino a la caracterización general de este tipo de venta, promoviendo con ello cambios que han beneficiado a los consumidores, no obstante, quedan temas pendientes como los problemas en la post venta y despacho de productos.

También se han sentado las bases para comenzar a trabajar en la “Economía del Comportamiento”, con el fin de transparentar las estrategias de las empresas que promueven ciertas conductas de compra y contratación, así como usar ese conocimiento para inducir comportamientos que favorezcan a los consumidores en sus decisiones de consumo.

En suma, 2018 fue un año en que se construyeron los pilares de un nuevo SERNAC, que tiene el desafío de ser más moderno, proactivo, y proteger a los consumidores de mejor manera con sus nuevas facultades.

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas 2014-2018

- Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución

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

- Misión Institucional

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

- Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2018

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

- Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
1	Mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados a través de su vigilancia, el desarrollo de estudios e investigaciones, la difusión de información y la acción coordinada con la institucionalidad respectiva, particularmente en los mercados donde se detectan prácticas especialmente lesivas a los consumidores y/o los que presenten mayores fallas y distorsiones.
2	Generar cambios en los comportamientos para el consumo responsable y la protección de los derechos del consumidor, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del fortalecimiento del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables
3	Mejorar el estándar de protección de los consumidores reforzando las actuales acciones institucionales, así como su penetración en nuevos mercados y temas de consumo.
4	Fortalecer la participación ciudadana con foco en el rol e impacto de los consumidores ciudadanos en los incentivos del mercado y la

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Número	Descripción
	profesionalización y especialización de las asociaciones de consumidores.
5	Consolidar una Gestión de Excelencia que permita encauzar de manera fluida y positiva los procesos de cambio, innovación y fortalecimiento institucional, con equipos altamente especializados, colaborativos y comprometidos con un adecuado ambiente laboral.

- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
--------	----------------------	--

Información de Mercado y Consumo.

1	<p><u>Descripción:</u> Generación de Información: Levantar y analizar información calificada para la generación de productos de información, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes, autónomas, críticas y responsables, así como contribuir en el desarrollo institucional de iniciativas que mejoren la normativa correspondiente y a responder a necesidades específicas del quehacer del SERNAC. Información y Difusión: Informar a los consumidores/as sobre temáticas relevantes en materia de consumo y el quehacer institucional del SERNAC, mediante la gestión de la estratégica comunicacional del Servicio, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de campañas informativas</p>	1,2,3,5
---	--	---------

Orientación, asesoría jurídica y protección.

2	<p><u>Descripción:</u> Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor: Orientar y asesorar a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, sea ésta o no de competencia de SERNAC: Responder a consultas de la ciudadanía Tramitación de Reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo prejudicial entre las partes. Protección de intereses generales, colectivos y difusos: Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales frente a transgresiones a la normativa de impacto en los intereses colectivos o difusos de los consumidores.</p>	1,2,3,5
---	---	---------

Educación para el Consumo Responsable

3	<p><u>Descripción:</u> Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer</p>	2,3,5
---	---	-------



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
	una cultura de consumo responsable, orientados a ser desarrollados en espacios educativos, de participación social, y/o a la ciudadanía en general.	
Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana		
4	<u>Descripción:</u> Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC): Apoyar técnicamente el proceso de financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, a través del Fondo Concursable para AdC. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las AdC	2,3,4,5

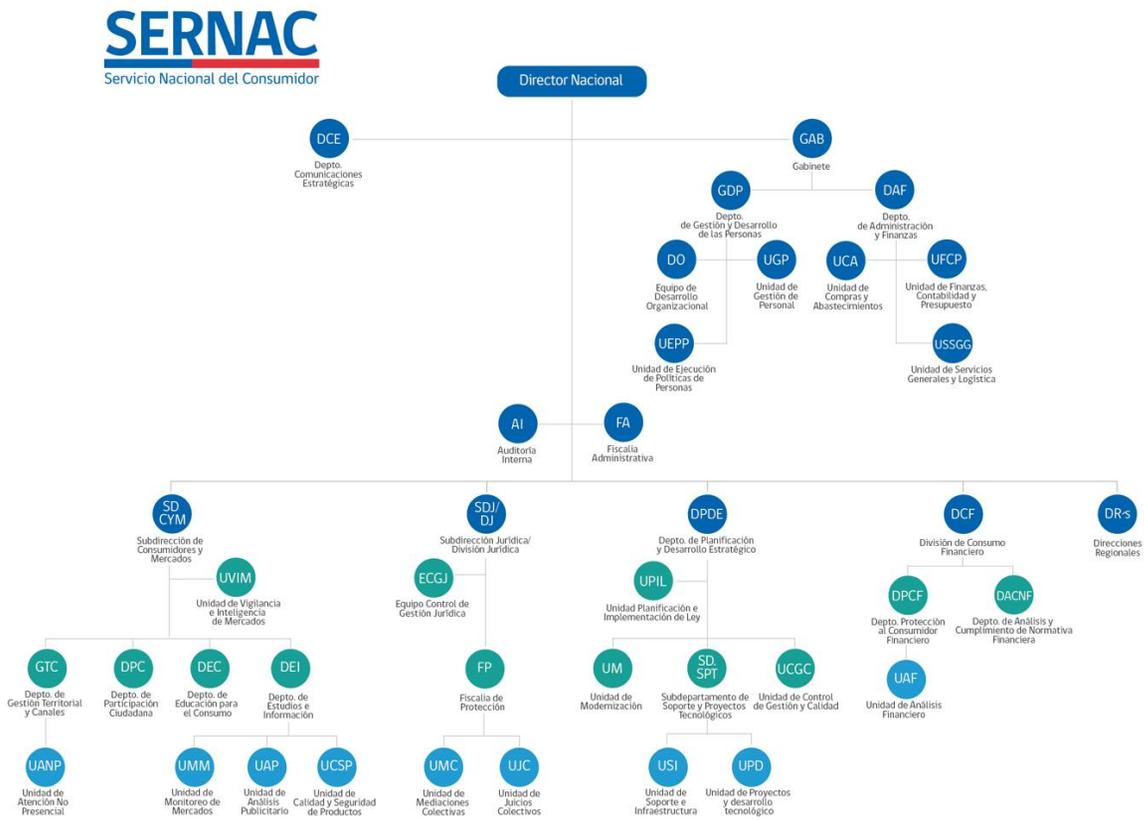
- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



*Fuente: Resolución Exenta Nº 00450 de 29 junio de 2018. Establece organización interna y determina las denominaciones y funciones de cada centro de responsabilidad.

Servicio Nacional del Consumidor

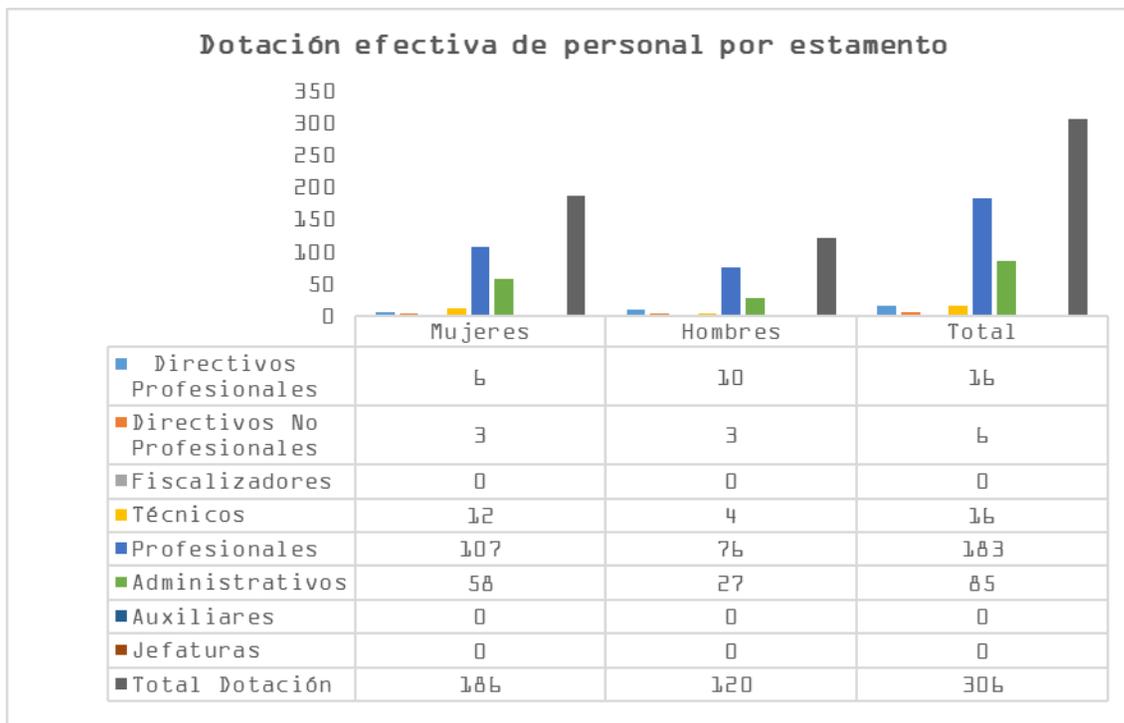
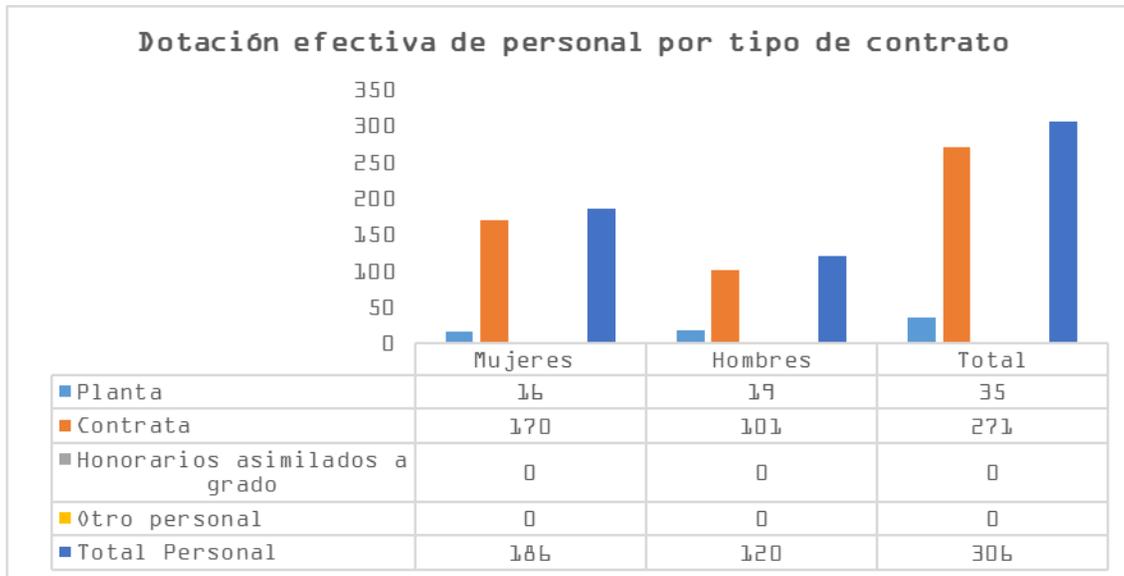
Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

c) Principales Autoridades

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

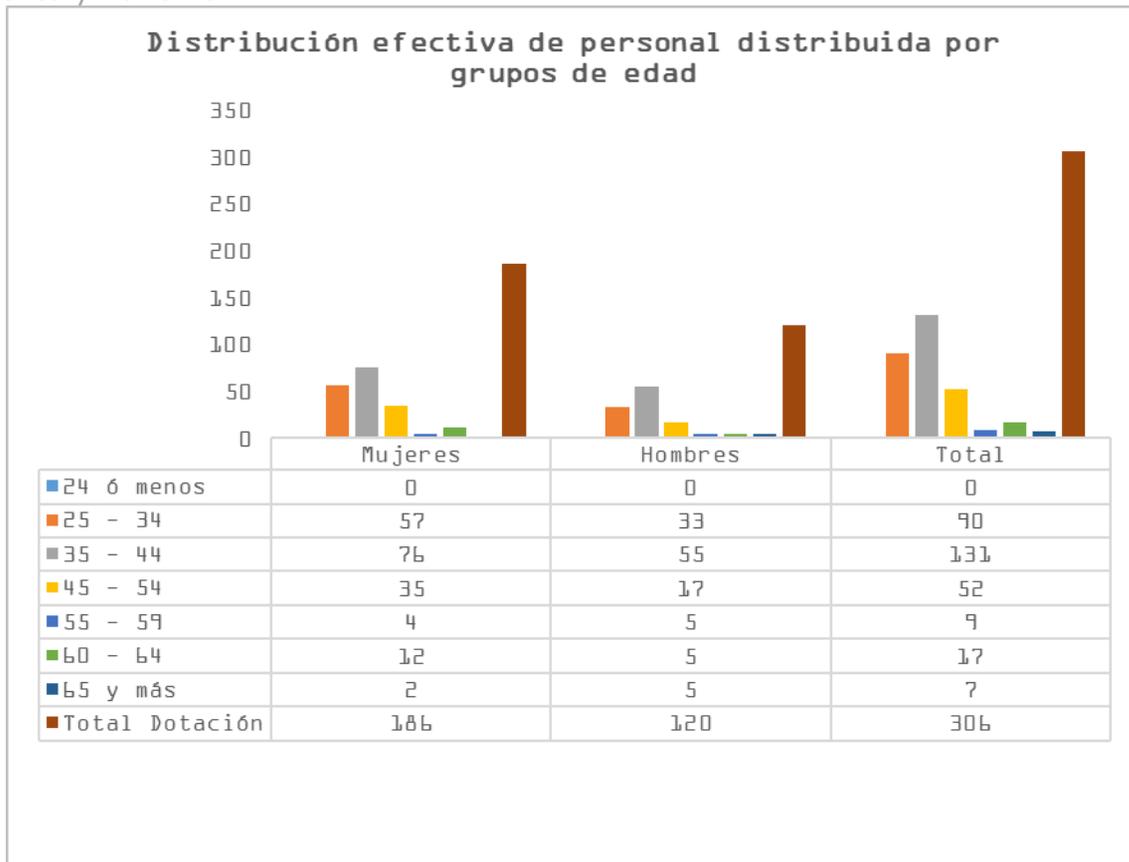
Anexo 2: Recursos Humanos

a) Dotación de Personal

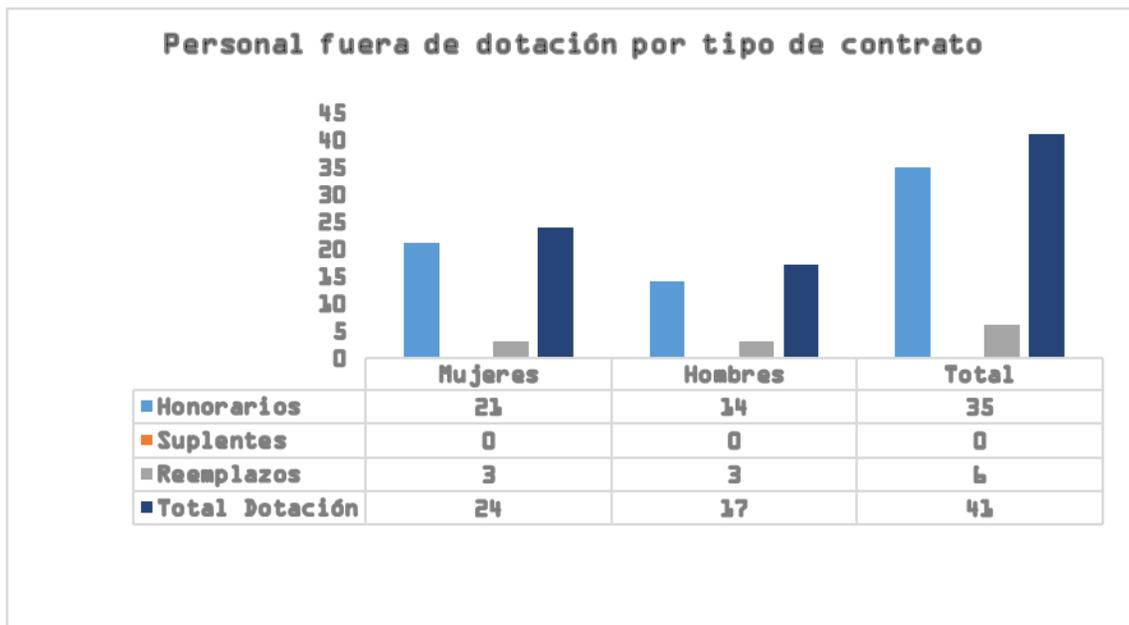


Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

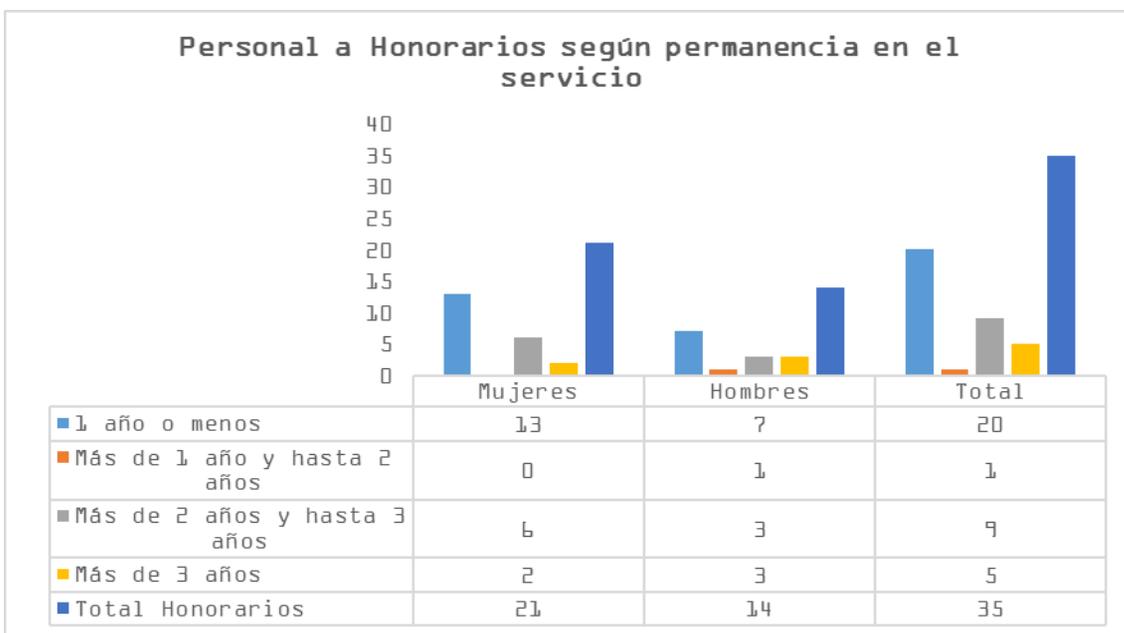
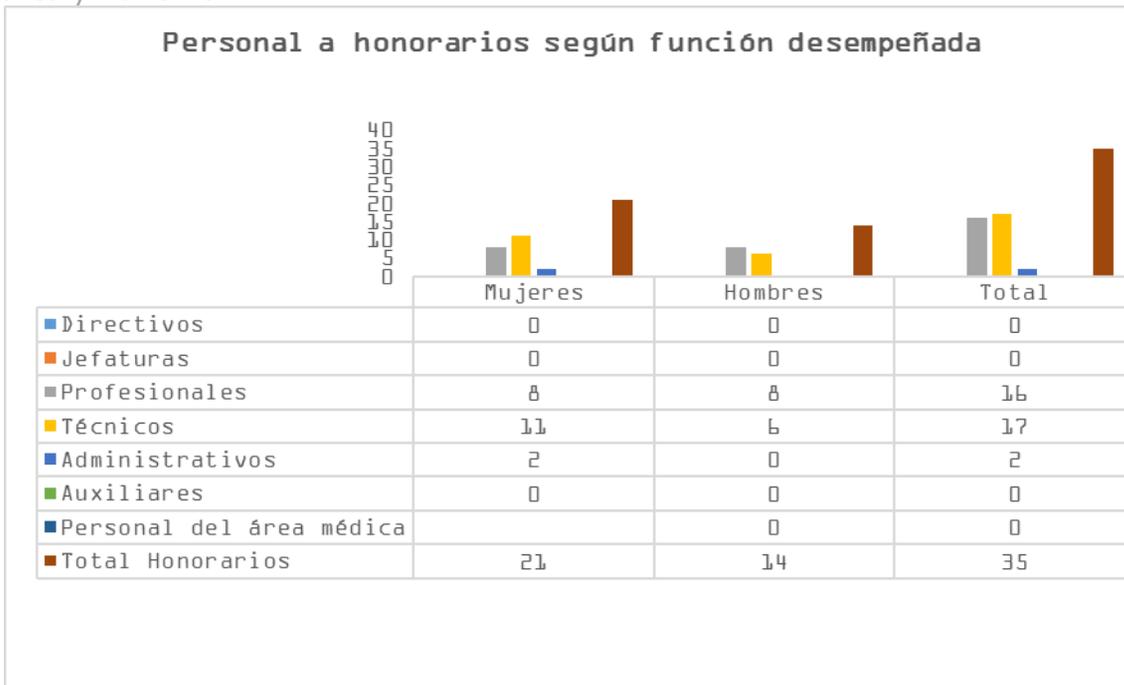


b) Personal fuera de dotación



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo



c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

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

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

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

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

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

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

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

5 Evaluación de transferencia: Procedimiento técnico que mide el grado en que los conocimientos, las habilidades y actitudes aprendidos en la capacitación han sido transferidos a un mejor desempeño en el trabajo. Esta metodología puede incluir evidencia conductual en el puesto de trabajo, evaluación de clientes internos o externos, evaluación de expertos, entre otras. No se considera evaluación de transferencia a la mera aplicación de una encuesta a la jefatura del capacitado, o al mismo capacitado, sobre su percepción de la medida en que un contenido ha sido aplicado al puesto de trabajo.

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

7 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

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

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ¹		Avance ²	Notas
		2017	2018		
6. Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	(Nº de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t/12)/ Dotación efectiva año t	0,07	5,73	1,22	
7. Evaluación del Desempeño⁸					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	Nº de funcionarios en lista 1 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	1,00	1,00	100,00	
	Nº de funcionarios en lista 2 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0,0038	0,0045	84,44	
	Nº de funcionarios en lista 3 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	-	-	-	
	Nº de funcionarios en lista 4 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	-	-	-	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ⁹ implementado	SI: Se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño. NO: Aún no se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño.	SI	SI	-	
8. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹⁰ formalizada vía Resolución Exenta	SI: Existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta. NO: Aún no existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta.	SI	SI	-	
9. Regularización de Honorarios					
9.1 Representación en el ingreso a la contrata	(Nº de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t/ Total de ingresos a la contrata año t)*100	21,21	34,29	161,67	

⁸ Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.

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

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

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ¹		Avance ²	Notas
		2017	2018		
9.2 Efectividad proceso regularización	(Nº de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t/ Nº de personas a honorarios regularizables año t-1)*100	25,00	68,57	274,28	
9.3 Índice honorarios regularizables	(Nº de personas a honorarios regularizables año t/ Nº de personas a honorarios regularizables año t-1)*100	107,14	34,29	312,45	

Anexo 3: Recursos Financieros

a) Resultados de la Gestión Financiera

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

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

b) Comportamiento Presupuestario año 2018

Cuadro 3 Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2018								
Sub t.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹² (M\$)	Presupuesto Final ¹³ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ¹⁴ (M\$)	Notas ¹⁵
			INGRESOS	11.405.056	12.708.910	12.571.874	137.036	
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	851.357	976.379	848.426	127.953	
	01		Del sector privado	0	118.616	0	118.616	
		003	Administradora del Fondo para bonificación por retiro		118.616	0	118.616	
	02		Del Gobierno Central	851.357	857.763	848.426	9.337	
		001	Junta de Aeronáutica Civil	21.546	21.546	21.546	0	
		004	Programa de Modernización del Estado- BID	622.075	802.014	802.014	0	
		005	Subsecretaría de Telecomunicaciones	207.736	34.203	24.866	9.337	
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	131.380	131.380	310.106	-178.726	
	01		Recuperación y Reembolso por Licencias Médicas	90.688	90.688	212.059	-121.371	
	99		Otros	40.692	40.692	98.047	-57.355	
09			APORTE FISCAL	10.422.319	11.601.151	11.413.342	187.809	
	01		Libre	10.422.319	11.601.151	11.413.342	187.809	
			GASTOS	11.405.056	13.697.416	13.170.386	527.030	
21			GASTOS EN PERSONAL	6.680.727	7.614.885	7.525.950	88.935	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.921.816	2.773.015	2.588.089	184.926	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	10	604.762	604.751	11	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador	10	604.762	604.751	11	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.659.438	1.807.352	1.556.508	250.844	
	01		Al Sector Privado	416.597	416.597	414.566	2.031	
		002	Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955	416.597	416.597	414.566	2.031	
	03		A Otras Entidades Públicas	1.242.841	1.390.755	1.141.942	248.813	
		002	Programa de Educación Financiera	620.766	588.741	525.278	63.463	
		600	Programa de Modernización del Estado- BID	622.075	802.014	616.664	185.350	
25			INTEGROS AL FISCO	0	6.753	6.753	0	
	99		Otros Integros al Fisco		6.753	6.753	0	
29			ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	143.065	143.373	141.059	2.314	
	04		Mobiliario y Otros		10.278	9.598	680	
	06		Equipos Informáticos	12.681	15.013	13.901	1.112	
	07		Programas Informáticos	130.384	118.082	117.560	522	
34			SERVICIO DE LA DEUDA	0	747.276	747.276	0	
	07		Deuda Flotante		747.276	747.276	0	
			RESULTADO	0	-988.506	-598.512	-389.994	

12 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

13 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2018.

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

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

c) Indicadores Financieros

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

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 4				
Análisis del Resultado Presupuestario 2018¹⁶				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
FUENTES Y USOS		1.039.488	-598.520	440.968
Carteras Netas		0	-1.142.770	1.142.770
115	Deudores Presupuestarios	0	0	0
215	Acreedores Presupuestarios	0	-1.142.770	-1.142.770
Disponibilidad Neta		987.519	6.974.708	7.962.227
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	987.519	6.974.708	7.962.227
Extrapresupuestario neto		51.969	-6.430.458	-6.378.489
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	749.287	91.828.490	92.577.777
116	Ajustes a Disponibilidades	0	0	0
214	Depósitos a Terceros	-623.141	-98.257.518	-98.880.659
216	Ajustes a Disponibilidades	-74.177	-1.430	-75.607

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

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

¹⁶ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

f) Transferencias¹⁷

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

Notas:

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

g) Inversiones²²

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

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

¹⁸ Corresponde al aprobado en el Congreso.

¹⁹ Corresponde al vigente al 31.12.2018

²⁰ Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

²¹ Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

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



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015 -2018

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

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

Producto Estratégico	Nombre	Fórmula	Unidad de	Valores		Efectivo		Meta	Porcentaje
	Indicador	Indicador	Medida	2015	2016	2017	2018	2018	de Logro ¹ 2018
Información de Mercado y Consumo.	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	(N° mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año t/N° total de mercados definidos en la MMR año 2015)*100	%	21.43 (6.00 /28.00)*100	21.43 (6.00 /28.00)*100	32.14 (9.00 /28.00)*100	32.14 (9.00 /28.00)*100	25.00 (7.00 /28.00)*100	100,0%
	Enfoque de Género: No								

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Educación para el Consumo Responsable.	Porcentaje de progresión de establecimientos escolares que participan en el Programa Escolar de Educación Financiera (PEEF)	(Número de establecimientos escolares acumulados al año t que participan en el PEEF /Número de establecimientos escolares proyectados a 2018 que participen del PEEF)*100	%	16 (268 /1700)*100	27 (381 /1400)*100	41 (616 /1488)*100	43 (655 /1525)*100	40 (596 /1488)*100	100,0%
	Enfoque de Género: No								

Orientación, asesoría jurídica y protección. - Protección de intereses generales, colectivos y difusos de los consumidores	Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	(Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t/Sumatoria de mediaciones colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t)*100	%	55.6 (10.0 /18.0)*100	58.3 (7.0 /12.0)*100	0.0	33.3 (6.0 /18.0)*100	60.0 (12.0 /20.0)*100	55,5%
	Enfoque de Género: No								

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

Resultado Global Año 2018	88,9
----------------------------------	-------------

Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2015 - 2018

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

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

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018

IDENTIFICACIÓN

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

FORMULACIÓN PMG

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

SISTEMAS EXIMIDOS/MODIFICACIÓN DE CONTENIDO DE ETAPA

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

DETALLE EVALUACIÓN SISTEMA DE MONITOREO DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

RESUMEN RESULTADOS POR OBJETIVO DE GESTIÓN

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

OBJETIVO DE GESTIÓN N°1 - INDICADORES DE DESEMPEÑO ASOCIADOS A PRODUCTOS ESTRATÉGICOS (Cumplimiento Metas)

N°	Indicador	Meta 2018	Efectivo 2018 (resultado evaluación final)	% Cumplimiento meta (resultado evaluación final)	Descuento por error	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida (resultado evaluación final)
1	Índice de satisfacción de clientes año t	77,5	78,8	101,68	No	5,00	5,00
2	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	25,00	32,14	128,56	No	30,00	30,00
3	Porcentaje de progresión de establecimientos escolares que participan en el Programa Escolar de Educación Financiera (PEEF)	40	43	107,50	No	25,00	25,00
	Total:					60,00	60,00

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

N°	Indicador	Efectivo 2018 (resultado evaluación final)	Cumplimiento Medir e Informar correctamente
1	Porcentaje de compromisos de Auditorías implementados en el año t.	18	Si
2	Porcentaje de controles de seguridad de la información implementados respecto del total definido en la Norma NCh-ISO 27001, al año t.	30	Si
3	Porcentaje de iniciativas de descentralización y desconcentración implementadas en el año t	100	Si
4	Porcentaje de licitaciones sin oferente en el año t.	10,8	Si
5	Porcentaje de trámites con registro de uso (operaciones) por canal de atención en año t respecto del total de trámites identificados en el catastro de trámites del año t-1	93,75	Si
6	Porcentaje de actividades de capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en el puesto de trabajo realizadas en el año t	100,00	Si
7	Tasa de accidentabilidad por accidentes del trabajo en el año t.	0,66	No
8	Porcentaje de medidas para la igualdad de género del Programa de Trabajo implementadas en el año t	80	Si
9	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t.	36	Si
10	Índice de eficiencia energética.	54,53	Si

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

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

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

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2018

Cuadro 7 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo años 2018				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ²³	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ²⁴	Incremento por Desempeño Colectivo ²⁵
Dirección Nacional	65	3	100%	8%
Subdirección Jurídica	25	3	100%	8%
Subdirección de Consumidores y Mercados	54	3	100%	8%
Departamento de Planificación y Desarrollo Estratégico	21	3	100%	8%
Zona Norte	35	3	100%	8%
Zona Centro	65	3	100%	8%
Zona Sur	34	3	100%	8%

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

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

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

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

²⁴ Corresponde al porcentaje que define el grado de cumplimiento del Convenio de Desempeño Colectivo, por equipo de trabajo.

²⁵ Incluye porcentaje de incremento ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

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

- Género

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

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

N°	Medidas Implementadas	Descripción
	género, elaborado y difundido a todas/os los consumidores/as a través de la página web de SERNAC	semestre 2017 con el primer semestre 2018 y los principales resultados fueron que los reclamos contra las cajas de compensación son parecidos y tienden a reclamar en la misma proporción. Además, el sub mercado financiero en que la participación de la mujer supera a la de los hombres en reclamos, corresponde a las tarjetas de créditos relacionadas al retail (55%)
3. 2	1 pesquisa (estudio exploratorio) respecto de la presencia de impuesto rosa en diferentes mercados en Chile, con el fin de constatar la existencia del fenómeno y definir dimensiones para la realización de estudios específicos sobre su impacto en el consumo, desde una perspectiva de género.	Se registraron 500 piezas y precios de las mismas, vale decir 250 parejas de productos con características, o explícitamente, orientadas para cada género. Los resultados fueron que del total de las observaciones (500 unidades de análisis), un 24% de estas registraron diferencias de precios entre géneros. En este sentido, al establecerse 250 parejas de productos, el género femenino concentró el 17,6% de precios más altos y el masculino el 6,4%. Mientras que un 76% no registró diferencias
4. 1	Porcentaje de nuevos/as funcionarios/as que reciben capacitación en género y consumo.	Se aplicó el curso de "Género y Consumo" en su versión 2018 para los/as nuevos/as funcionarios/as (contrata y planta), lo que corresponde a 42 funcionarios/as, sin embargo 3 de los funcionarios ingresados realizaron el curso en su versión 2017, por lo que se considera el denominador de 39 funcionarios/as que son quienes fueron inscritos para participar y de los cuales 37 ejecutaron, completaron y aprobaron el curso de Género y Consumo 2018. Los módulos del curso consistían en 1. ¿Qué es Género? 2. Género y Consumo 3. Género en las políticas
5. 1	Instalación de mudadores en los baños de hombres y mujeres en la sala de atención al público de 3 Direcciones Regionales por definir.	A fin de dar respuesta a las necesidades concretas que enfrentan las personas con hijos/as pequeños/as, que desestiman la asistencia a la red de oficinas de atención al público para presentar un reclamo y/o acceder a la información debido a la falta de infraestructura y otras comodidades, es que se seleccionaron 3 direcciones regionales (Atacama, Los Ríos y Magallanes) para la instalación de mudadores en los baños disponibles para la atención al público. Lo anterior se concreta en baños con características de unisex para que la tarea se realice sin distinción e incentivando también a que los hombres realicen la labor de mudar.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

- Descentralización / Desconcentración

Periodo	2018
Medidas a implementar	<p>El Servicio Nacional del Consumidor, comprometió para 2018, en el marco del indicador transversal de descentralización la iniciativa de "Traspaso de Competencias", lo cual busca traspasar a cuatro municipalidades de las regiones de Coquimbo, Valparaíso, Biobío y Metropolitana, las competencias y funciones requeridas en materia de consumo para implementar el Modelo de Atención al Consumidor, en lo que respecta al ingreso, tramitación y cierre de consultas y reclamos.</p> <p>Lo anterior, contribuye en el proceso de desconcentración al transferir competencias y habilidades técnicas al funcionario/a municipal. Para la gestión del traspaso, se prepararon e implementaron módulos de competencias del Modelo de Atención al Consumidor, los cuales, a través de pasantías, se gestionan con los ejecutivos de atención al público y cuyo medio de verificación corresponde al Acta de Pasantía.</p>
Resultados alcanzados	<p>Los contenidos que se determinaron para el traspaso de competencias, a los ejecutivos de atención de las Plataformas Municipales (comunas) comprometidos, cumple con lo establecido en esta iniciativa, es decir, contribuye a la desconcentración de las competencias y habilidades técnicas, traspasando a los ejecutivos de atención municipal, debido a que aborda las áreas relacionadas a lo normativo, procedimental (gestión) y protocolo de atención (habilidades blandas).</p> <p>Finalmente, la medida implementada obtuvo un resultado del 100%, ya que las actividades comprometidas por las Direcciones Regionales se cumplen en su totalidad.</p>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

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

BOLETÍN: 9728-03

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

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

Fecha de ingreso: 18 de noviembre de 2014
Estado de tramitación: Primer trámite constitucional/Senado

Beneficiarios directos: Todos los consumidores

BOLETÍN: 9454-03

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

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

Fecha de Ingreso: 15 de julio de 2014
Estado de Tramitación: Primer trámite constitucional/ Senado

Beneficiarios Directos: Todos los consumidores

Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2015- 2019

N° Ley: 21.081

Fecha de promulgación: 13 de Julio de 2018.

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

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