

BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2012

MINISTERIO DE ECONOMÍA,
FOMENTO Y TURISMO

SERVICIO NACIONAL DEL
CONSUMIDOR

Índice

1. Carta Presentación del Ministro del ramo	3
2. Resumen Ejecutivo Servicio	3
3. Resultados de la Gestión año 2012	6
3.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2012 y la Provisión de Bienes y Servicios.....	6
4. Desafíos para el año 2013	19
5. Anexos	23
Anexo 1: Identificación de la Institución	24
a) Definiciones Estratégicas.....	24
b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio	28
c) Principales Autoridades	289
Anexo 2: Recursos Humanos.....	30
Anexo 3: Recursos Financieros.....	38
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2012.....	42
Anexo 5: Compromisos de Gobierno	46
Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas.....	46
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2012	46
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	46
Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional	48
Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales	59

1. Carta Presentación del Ministro del ramo

El Balance de Gestión que presentamos a continuación, no sólo resume las principales actividades desarrolladas por las tres subsecretarías que dependen de esta cartera Economía y Empresas de Menor Tamaño; Pesca; y Turismo, sino que además considera lo que se ha desarrollado desde nuestros diferentes servicios como: la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), el Comité Innova Chile de CORFO, el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC); el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR), el Servicio Nacional de Pesca (SERNAPESCA), el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), la Fiscalía Nacional Económica (FNE) y el Comité de Inversión Extranjera, (CINVER).

Durante el año 2012 el trabajo y los esfuerzos del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo estuvieron enfocados en el cumplimiento del Programa de Gobierno, que busca en el mediano plazo, hacer de Chile un país desarrollado y construir una sociedad con igualdad de oportunidades. Conscientes que el emprendimiento al igual que la educación son una potente herramienta para generar movilidad social, hemos destinado parte importante de nuestros esfuerzos al desarrollo de políticas públicas, que vayan en beneficio de las micro, pequeñas y medianas empresas del país.

El año 2012 fue designado por S.E. el Presidente de la República como el Año del Emprendimiento. En este sentido, hemos creado y puesto en marcha una serie de medidas que apoyan el emprendimiento, la innovación, y que persiguen, como fin último, el desarrollo de nuevos negocios. Asimismo, implementamos la nueva Ley de Investigación y Desarrollo (I+D), que permitió a muchas empresas destinar más de 6 mil millones de pesos a dicho propósito, en aras de aumentar el monto de recursos que dedica la sociedad chilena a la Investigación y Desarrollo. Por otra parte, fue aprobado en el Honorable Congreso Nacional la Nueva Ley de Pesca y Acuicultura, que permitirá el manejo sustentable de los recursos marinos.

Finalmente, quisiera destacar el gran equipo que conforma este Ministerio y su calidez humana. Miles de personas que a lo largo y ancho del país, trabajan diariamente para hacer de Chile un país de igualdad de oportunidades. Sin su ayuda sería imposible poder generar el cambio y alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto.



FELIX DE VICENTE MINGO

MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

2. Resumen Ejecutivo Servicio

A través del presente Balance de Gestión queremos informarle sobre los aspectos más relevantes de nuestro quehacer institucional, enmarcado en la ley de Protección de los Derechos de los Consumidores y en las áreas estratégicas del SERNAC.

La ley N°19.496, nos pone como eje el informar, educar, proteger y fomentar la participación ciudadana de los consumidores, y a su vez nos entrega como marco de acción todos aquellos aspectos relacionados con velar por el correcto cumplimiento de esta normativa y de otras normas que digan relación con el consumidor; nos entrega atribuciones para exigir información a las empresas; realizar estudios, investigaciones, recopilar y difundir información para transparentar los mercados y orientar a los consumidores en sus decisiones de compra o contratación de productos y servicios.

Es así como en 2012 el servicio desplegó una serie de actividades y productos consistentes con sus líneas estratégicas de trabajo, las cuales permitieron obtener importantes resultados en favor de la defensa de millones de consumidores del país, clientes principales de su quehacer.

Las líneas estratégicas desarrolladas por el servicio el año 2012 se centraron en: **Información de Mercado y consumo - Orientación, asesoría jurídica y protección - Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores- Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana y SERNAC Financiero.**

En el 2012, SERNAC trabajó para entregar más y mejor **información** a los consumidores. El sitio web www.sernac.cl superó los 2 millones de visitas, se implementó el sitio www.sernacfinanciero.cl, y se llevaron a cabo un total de 5 campañas de información relacionadas con temas de gran interés ciudadano. Más de un millón de productos impresos reforzaron el conocimiento de los derechos de los consumidores y se continuó el trabajo en conjunto con otras instituciones de Gobierno, para la realización de actividades de difusión en terreno.

De forma integrada, el año 2012 se realizaron Rankings Financieros, estudios sobre costos de crédito, y se puso en producción la herramienta de “comparador de productos financieros” en sernacfinanciero.cl, todo ello orientado en fomentar la transparencia y competencia en los mercados.

En materia de **protección** en 2012 se recibieron un total de 323.911 reclamos, cifra que representó un incremento de 7,8% respecto al año 2011. Del total de reclamos ingresados en el año 2012, más del 95% fue gestionado y cerrado. Durante el período, SERNAC inició además un total de 92 mediaciones colectivas, logrando en 44 de ellas un resultado favorable para miles de consumidores. En tal contexto, las cifras obtenidas alcanzaron un monto aproximado de \$3.000 millones monto que fue en directo beneficio de los consumidores.

Asimismo el Servicio presentó un total de 17 demandas colectivas, las que en su gran mayoría fueron declaradas admisibles por los Tribunales de Justicia y un total de 778 denuncias por interés general.


En el ámbito de la **participación ciudadana**, el SERNAC a través del Fondo Concursable asignó \$343.931.375 millones, cifra que logró financiar a un total de 68 proyectos presentados por las Asociaciones de Consumidores y desarrolló 9 Foros Regionales de Consumo.

Como parte de los compromisos del Gobierno, el SERNAC ha seguido consolidando la implementación del **SERNAC Financiero** y puso en práctica parte de las nuevas facultades otorgadas al Servicio, tales como Solicitud de información, Ministros de Fe, otorgamiento de Sello SERNAC, nombramiento de Árbitros y Mediadores Financieros (se nombraron 57 mediadores y 30 árbitros).

En materia de **educación**, el año 2012 se capacitó a 372 docentes de todo el país a través del curso de Perfeccionamiento Docente Educación para el Consumo y se diseñó un Programa de Educación Financiera para establecimientos educacionales, piloto que se aplicará durante el 2013.

Para la implementación de estas líneas de trabajo, SERNAC contó en 2012 con una dotación de más de 200 funcionarios a nivel nacional, distribuidos en 15 Direcciones Regionales y el nivel central.

En suma, hemos dado pasos importantes, pero nuestro compromiso es avanzar mucho más para que los consumidores y consumidoras tengan la protección que se merecen, y equilibremos la balanza a su favor. **Perfeccionar la protección de los consumidores es tarea de todos.**



**JUAN JOSÉ OSSA SANTA CRUZ
DIRECTOR NACIONAL (PT)
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**

3. Resultados de la Gestión año 2012

3.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2012 y la Provisión de Bienes y Servicios.

Desempeño Financiero 2010 – 2012

Para poder conocer los resultados más relevantes de la gestión institucional, uno de los indicadores más relevante y representativo de una institución se refiere a la tasa de ejecución presupuestaria, que hace alusión a la relación entre el presupuesto vigente y el monto efectivamente ejecutado durante el año presupuestario.

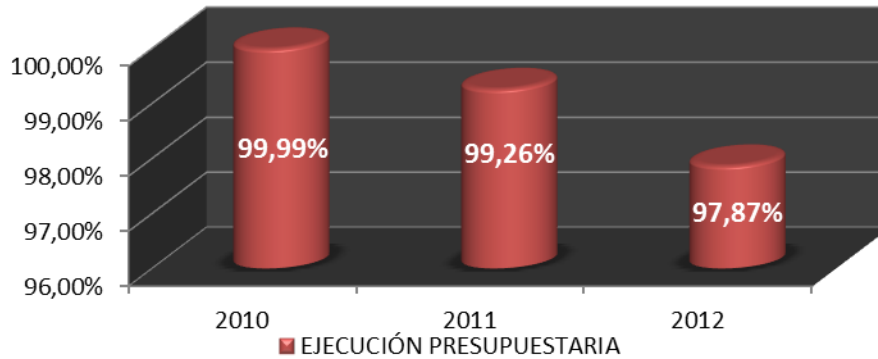
El siguiente gráfico muestra, para los años 2010, 2011 y 2012, presupuesto vigente y monto ejecutado.

**Ejecución presupuestaria periodo 2010-2012
(miles de \$)**



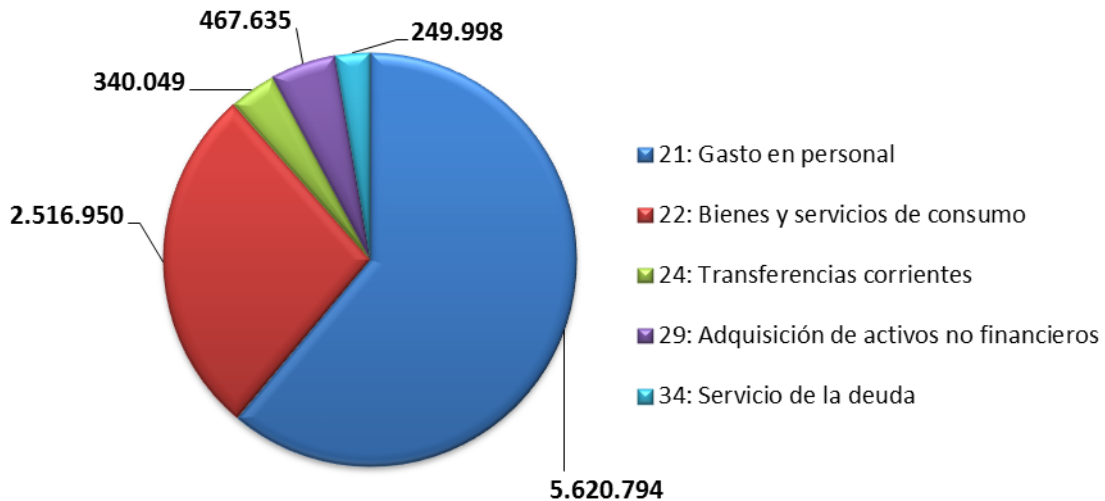
En relación a lo anterior, el siguiente gráfico muestra el porcentaje de presupuesto ejecutado en consideración a lo efectivamente asignado para los últimos tres años.

Porcentaje presupuesto ejecutado periodo 2010-2012 (miles de \$)



Respecto de la ejecución presupuestaria, se vuelve importante visualizar los gastos incurridos en cada subtítulo, información que muestra el gráfico a continuación:

Presupuesto ejecutado, según subtítulo, año 2012 (miles de \$)



De aquí se desprende que, del total ejecutado durante el año 2012 M\$9.195.426, el mayor gasto ejecutado corresponde al subtítulo 21, gasto en personal, que abarca el 61,1% del gasto anual, siguiéndole, con un 27,4% el subtítulo 22 bienes y servicios de consumo.

Gestión 2012

Dentro de las líneas estratégicas de trabajo que desplegó el Servicio Nacional del Consumidor durante el 2012, se encuentran una serie de actividades y productos, las cuales permitieron obtener importantes resultados en favor de la defensa de millones de consumidores del país. El foco del trabajo desarrollado por el Servicio se centró en:

- Información de Mercado y consumo.
- Orientación, asesoría jurídica y protección.
- Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores.
- Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana.
- SERNAC Financiero.

Información de Mercado y Consumo.

Informar permanentemente a los consumidores sobre diversas temáticas relevantes en materia de consumo es una de las labores fundamentales del SERNAC, donde se busca generar una mayor transparencia de los mercados, disminuir sus asimetrías de información, para que en definitiva los consumidores puedan tomar decisiones de consumo lo más informadas posible.

Para realizar lo anterior, una herramienta fundamental es nuestro sitio Web (www.sernac.cl), el cual el año 2012 recibió **2.107.509** visitas, considerando además un total de **62.556** inscritos que ya han recibido boletines mensuales relacionados con temas de consumo. Asimismo cabe destacar que también el año 2012 se habilitó el sitio sernacfinanciero.cl, el cual será un espacio complementario de comunicación para la difusión de materias relacionadas con dicho mercado.

Otros productos desarrollados por SERNAC el año 2012 y que también apuntan a generar una comunicación efectiva con los consumidores corresponden a las “campañas de información”. El año pasado se llevaron a cabo un total de 5 campañas relacionadas con temas de gran interés ciudadano: Derechos del Turista, Día del Consumidor, Garantía Legal, Sello y Reglamento del SERNAC Financiero. De los temas presentados es posible señalar que en general hubo una positiva evaluación por parte de la ciudadanía, en efecto, en promedio un 85% de las personas encuestadas declaró que los contenidos presentados en cada campaña le eran útil o muy útil como consumidor, sobresaliendo la campaña del día del consumidor, donde un 95% de las personas evaluó positivamente el desarrollo de esta instancia de conocimiento de los derechos de los consumidores.

Complementariamente a los productos de información ya mencionados, el año 2012 el SERNAC continuó utilizando mecanismos de difusión y contacto con los consumidores por medio electrónicos, tales como YouTube-Sernac , blog- SernacParticipa y el twitter @sernac, alcanzando este último un total de 188.313 seguidores el año 2012 (74.941 seguidores más que el 2011).

En general durante el año 2012, todas las iniciativas antes mencionadas en materia de información de mercado y consumo desarrolladas por la institución, obtuvieron una favorable evaluación externa, ejemplo de ello fue que por segundo año consecutivo el SERNAC obtuvo el primer lugar entre las instituciones con mayor acceso a la información (VIII Barómetro Fundación de la Prensa). Asimismo cabe destacar que 84.8% de los consumidores declaró conocer las acciones del SERNAC (según Estudio de Percepción Ciudadana SERNAC, realizado en agosto de 2012. Facultad de Administración y Economía. USACH).

Orientación, Asesoría Jurídica y Protección.

El desarrollo de esta línea estratégica consideró el trabajo en diversas dimensiones asociadas con la protección de los consumidores.

1. Orientación a la ciudadanía y tramitación de reclamos

El año 2012 ingresaron un total de 870.005 consultas y reclamos al sistema, cifra que expresó un 3,3% de incremento respecto del año 2011, año en el cual ingresaron un total de 842.562 casos.

El SERNAC acogió el 2012, un total de 546.094 consultas a través de sus tres canales de ingreso disponibles para los consumidores y consumidoras, cifra similar a la del año 2011 (542.065) y sobre la cual se puede señalar que al menos un 8% corresponden a consultas relacionadas al caso La Polar (hecho que se hace público en los meses de mayo y junio de ese año).

Los consumidores y consumidoras que realizaron consultas el año 2012 preferentemente utilizaron el servicio de atención telefónica; en efecto, el año pasado se atendió el 57,9% de las consultas a través de call center, el 26,9% se realizaron a través de plataformas de atención presenciales y un 15,2% ingresaron por el servicio de internet.

En cuanto al volumen de ingresos de reclamos presentados por los consumidores y consumidoras en el año 2012, registrados en el sistema, la cifra ascendió a un total de 323.911, cifra que representó un incremento de 7,8% respecto al año 2011, en que ingresaron un total de 300.497 reclamos.

Del total de reclamos ingresados en el año 2012, el 96,8% (313.432) ya han sido gestionados y cerrados sus casos, el 4,4% (14.159) se encuentran cerrados y forman parte de una mediación colectiva. A continuación se presentan los resultados de los casos gestionados y cerrados, excluyendo de este los aquellos que forman parte de alguna mediación colectiva.

Resultado de Casos Gestionados		Resultado de Casos Gestionados	
Periodo Enero- Diciembre 2012		Periodo Enero - Diciembre 2011	
CAUSAL DE CIERRE	TOTAL	CAUSAL DE CIERRE	TOTAL
PROVEEDOR ACOGE	171.705	PROVEEDOR ACOGE	144.590
PROVEEDOR NO ACOGE	77.629	PROVEEDOR NO ACOGE	52.488
PROVEEDOR NO RESPONDE	32.561	PROVEEDOR NO RESPONDE	33.431
PROVEEDOR INFORMA CASO NO PROCEDE	9.554	DERIVADO	9.207
DERIVADO	6.254	PROVEEDOR INFORMA CASO NO PROCEDE	7.524
ANTECEDENTES INSUFICIENTES PARA TRAMITAR	1.581	ANTECEDENTES INSUFICIENTES PARA TRAMITAR	1.581
TOTAL GENERAL	299.284	TOTAL GENERAL	248.821

El año 2012, el SERNAC gestionó un total de 299.284 casos, cifra superior a la del año 2011 periodo en el cual se tramitó un total de 248.821 reclamos, es decir un **20,3%** más. En este contexto, es posible señalar que el año 2012 se mantuvo en alrededor de un 57% las empresas que acogieron en primera instancias los casos presentados por los consumidores, obteniendo una respuesta favorable en cada reclamo. Ahora bien, esta cifra sin duda da cuenta de una gestión cada vez más eficiente de SERNAC, toda vez que a pesar del incremento del **20,3%** de casos, el porcentaje de resolución de los mismos se mantuvo similar al año 2011 y el número de respuestas favorables a los consumidores aumentó en 27.115 casos en 2012.

Se destaca que los casos con resultados proveedor no responden, se redujo en 2,7 puntos porcentuales el año 2012, lo cual refleja un mayor compromiso por parte de las empresas en responder los reclamos presentados por los consumidores y consumidoras, y que además refleja la gestión realizada por el SERNAC en su esfuerzo por lograr que los proveedores respondan los requerimientos presentados.

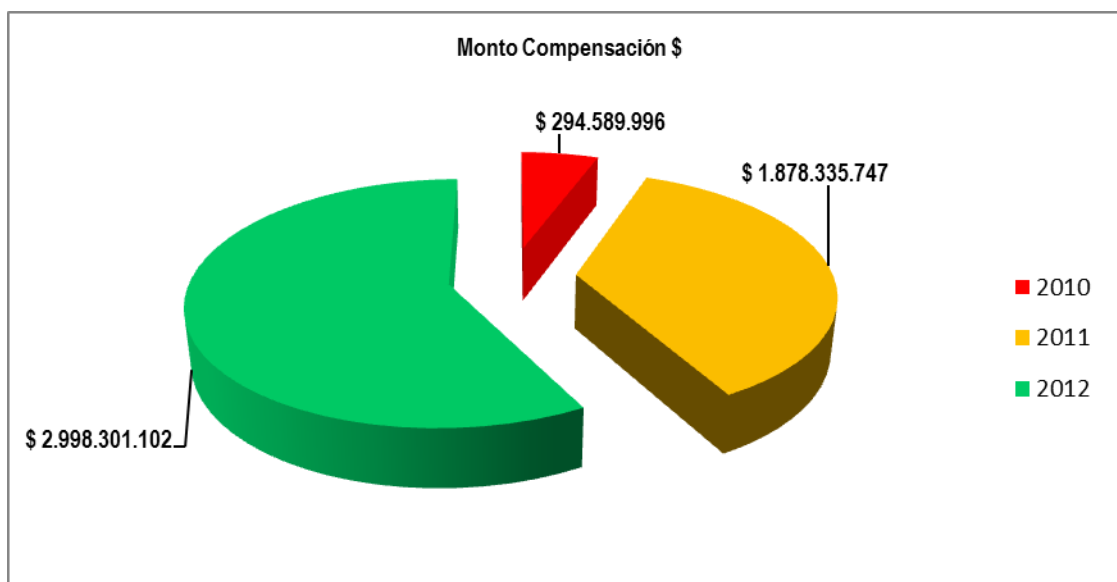
2. Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales

✓ Medicaciones Colectivas.

En el ámbito prejudicial relacionado con las mediaciones colectivas, el año 2012 el servicio inició un total de 92 mediaciones colectivas, destacando entre ellas las emprendidas con Telefonía (SMS), Banco de Chile, Banco Santander, Despegar.com y Cencosud.

Ahora bien, relacionado también con este proceso en términos de mediaciones colectivas cerradas con resultados favorable, el año 2012 el SERNAC tuvo un resultado importante si lo comparamos con años anteriores, ya que mientras que el año 2010 y 2011 se cerraron positivamente 8 y 34 mediaciones respectivamente, el año 2012 se obtuvo un total de 44 mediaciones colectivas con empresas en las cuales se concluyó con un resultado favorable.

En tal contexto, las cifras obtenidas de estas mediaciones colectivas, para el año 2012 alcanzaron un monto aproximado de \$3.000 millones, monto que fue en directa compensación de miles de consumidores (ver gráfico).



✓ **Demandas Colectivas.**

El año 2012 el servicio presentó un total de 17 demandas colectivas, las que en su gran mayoría fueron declaradas admisibles por los Tribunales de Justicia. En total el Servicio sumó 57 juicios colectivos en proceso, de los cuales se destacó la intervención del SERNAC en los siguientes mercados: aerolíneas, servicios deportivos, asociaciones gremiales, servicios editoriales, bancos y financieras, servicios eléctricos, entretenimiento y eventos, servicios educativos, farmacias, servicios sanitarios, inmobiliarias, TV Cable y retail.

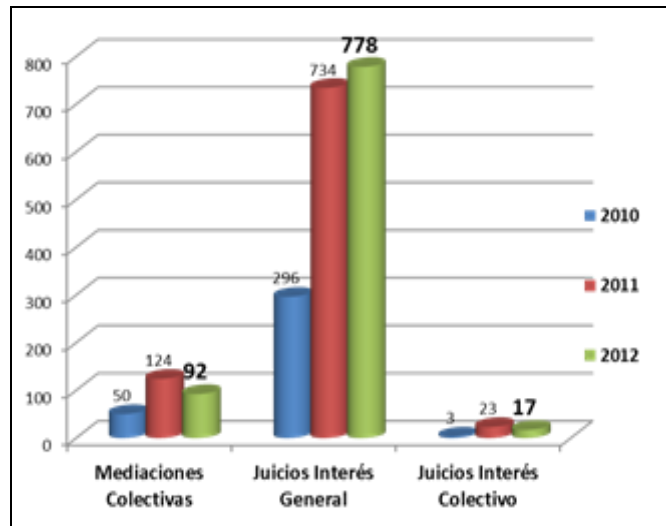
Cabe hacer presente que el SERNAC ha ampliado el ámbito de protección a otros mercados, con el propósito de aumentar los niveles de protección de los consumidores y obtener la debida y adecuada reparación de los perjuicios que devienen de las infracciones a la ley N° 19.496.

Algunas de las demandas presentadas durante el 2012 fueron contra las siguientes empresas: Banco BBVA, Aerolíneas Pluna, CFT Simón Bolívar, Gimnasio Pacific, Banco Santander, Sanitaria Esva, Sanitaria Essbio, Casino de Osorno, ABC Din Cofisa.

✓ **Denuncias de interés general.**

El año 2012 el SERNAC presentó un total de 778 denuncias por interés general, superando en casi un 6% la cifra de 734 juicios presentados en el año 2011. En el año 2012 se terminaron 522 juicios, de los cuales 388 fueron cerrados favorablemente. De ellos cerca del 75% se obtuvo un resultado favorable, sea por sentencia definitiva o acuerdo reparatorio para el consumidor.

También se debe destacar que en relación a las multas en beneficio fiscal en el año 2012 se obtuvo montos aproximados a 5.850 UTM a nivel nacional.



✓ **Caso La Polar.**

Como se presentó el año 2011, el caso La Polar sigue siendo un caso emblemático que ha requerido una gestión eficiente del SERNAC. El año 2012 particularmente se logró establecer con la empresa el bono compensatorio para los consumidores, el cual ascendería a un monto estimado de 15.625 millones de pesos. En este contexto, además se estimó en un total de \$326.308.813.400 el monto total por concepto de beneficio para los afectados por este caso (ver tabla resumen).

Resumen	Pesos	USD	MM USD
Devolución saldo acreedor	\$17.500.000.000	\$36.742.321	37
Bono reparación acreedores	\$2.361.736.399	\$4.958.610	5
Bono reparación deudores	\$13.263.261.366	\$27.847.029	28
Rebaja de tasa y alimentación e cargos	293.000.000.000	\$615.171.429	615
Allanamiento a multas	23.813.400	\$49.998	0
Costo de los reclamos efectuados	160.002.235	\$335.934	0
Total General Beneficios	326.308.813.400	\$685.105.321	685
Total Bono \$15.641	15.624.997.765	\$32.805.639	33

✓ **Revisión de contratos de adhesión.**

Parte de los ejes programáticos que se ha planteado el SERNAC en los últimos años, dice relación con la eliminación de las asimetrías de información, trabajando para ello directamente en la revisión de los llamados contratos de adhesión. Al respecto, el año 2012 el SERNAC se centró en el análisis de ocho mercados, algunos de ellos específicamente son:

- a) Telecomunicaciones: Se revisaron los contratos de telefonía fija, celular, Tv Cable e Internet de seis empresas de telecomunicaciones. Se revisaron 49 contratos y se analizaron 812 cláusulas, de las cuales las empresas tuvieron que ajustar 284 a la Ley de Protección al Consumidor.
- b) Empresas de Descuento: Cuatro empresas ajustaron cláusulas abusivas por exención de responsabilidad por daño, extravío o demora en la entrega.

- c) Educación: SERNAC denunció a 7 instituciones de educación superior por no entregar sus contratos. Además se Inició revisión de más de 35 contratos de instituciones de educación superior más reclamadas en 2012.
- d) Contratos Financieros: Se analizaron contratos de tarjetas de crédito del retail, particularmente se presentó demanda contra el banco BBVA.
- e) Ticketeras: Se demandó a tres ticketeras cuyos contratos de adhesión fueron revisados por SERNAC (Ticketpro, Ticketfacil y Ticketmaster). Feria Ticket ajustó sus contratos y Punto Ticket no tuvo cláusulas abusivas.
- f) Autopistas: Autopista Central, Vespucio Sur, Vespucio Norte y Costanera Norte ajustaron en parte sus contratos, lo que registró luego de aprobación del MOP.

3. Fortalecimiento Red de Protección al consumidor

Parte de la estrategia del SERNAC para posicionar la defensa de los derechos de los consumidores se ha desarrollado en torno a la consolidación de una red nacional de protección. En este sentido el año 2012 se llevaron a cabo coordinaciones intersectoriales con las siguientes instituciones:

- ✓ **Ministerio de Educación:** Difusión conjunta Ranking de Universidades. Coordinación para enfrentar caso U. Del Mar.
- ✓ **Junta de Aeronáutica Civil:** Campaña Conjunta Derechos Pasajeros Aerolíneas. Segunda Feria del Consumidor que convocó la Red de Protección.
- ✓ **Superintendencia de Seguridad Social:** Presentación en conjunto ranking de reclamos, alza Cajas de Compensación y circulares.
- ✓ **Superintendencia de Salud:** Mesas de trabajo clínicas e Isapres.
- ✓ **Ministerio de Agricultura:** Difusión conjunta de estudio de precios Fiestas Patrias.

De forma complementaria el año 2012 se continuó trabajando con municipios, generando convenios con más 200 plataformas Municipales de Atención de Público. Asimismo en la línea de consolidar esta Red de trabajo, el SERNAC también desarrolló acciones que permitieron alcanzar a más de 15.000 empresas inscritas en SERNAC por convenio de interoperabilidad.

4. Área calidad y seguridad de los productos

De las actividades realizadas en 2012 destacan:

- a) Reporte post acceso ante la OECD en materias de seguridad de productos y la opinión favorable de esta organización respecto de los avances de Chile¹.

¹ Este documento incluyó también aspectos vinculados a la protección al consumidor en ámbitos financiero y de comercio electrónico.

- b) Consolidación de la Mesa de Seguridad de Productos y los trabajos reglamentarios y de solución de casos que se trabajan en conjunto con representantes de esta Mesa coordinada por SERNAC (ISP, MINSAL, SEC, INN, MTT, ADUANAS y RREE). Destacando:
- c) Avances en las modificaciones al Reglamento de Seguridad de Juguetes y su ampliación a productos de uso infantil, particularmente a artículos de puericultura.
- d) Propuesta final de modificaciones al Reglamento de Extintores y Servicios Técnicos de éstos.
- e) Inicio de trabajo de modificaciones al Reglamento de Sistemas de Retención Infantil en Vehículos Livianos.
- f) Propuesta de incorporación de procedimiento de recall en el Reglamento de Seguridad de Productos Eléctricos y Combustibles.
- g) Cierre del trabajo internacional efectuado por SERNAC en representación de Chile, en 2 normas internacionales ISO relativas al retiro de productos y guía para proveedores en materia de seguridad de productos que tendrán su difusión nacional en 2013.
- h) Se trabajaron 17 nuevas normas técnicas de seguridad de productos destinados a niños (consultas y/o comités).
- i) Inicio de diplomado internacional de formación para 25 funcionarios, con objeto de dotar de capacidades nacionales en los ámbitos de seguridad de productos.
- j) Con las recientes modificaciones a la Ley del Consumidor, mejoras en los plazos y en la información susceptible de ser requerida a los proveedores para efectos de la seguridad de productos.

Algunas cifras 2012: Fuente: SERNAC

14 nuevas alertas de seguridad de productos notificadas por el proveedor, cubriendo:

42 productos-modelos

43.722 unidades de productos-modelos (equivalente a potenciales consumidores afectados)

6 estudios de seguridad de productos y 3 estudios de seguimiento de aplicación de normas técnicas, particularmente destinados a gestiones con otros organismos del Estado.

14 fichas de contenido en seguridad de productos.

17 nuevos proyectos de normas técnicas de seguridad de productos destinados a niños (en convenio con INN).

21 otras indagatorias en materias de seguridad de productos.

12 talleres de seguridad de productos (internos y externos).

▪ **Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores.**

En materia de educación, el Servicio ha venido desarrollando una serie de actividades que permitan incrementar la difusión y aprendizaje de los derechos y deberes del consumidor, tanto en ámbitos de educación formal como no formal.

En educación formal, el año 2012 se capacitó a 372 docentes de todo el país a través del curso de Perfeccionamiento Docente Educación para el Consumo, iniciativa que generó un beneficio indirecto sobre 11.160 alumnos (30 estudiantes por profesor). Esto implicó un aumento de un 4% respecto del año 2011.

En el desarrollo de este mismo ámbito de trabajo, se diseñó un Programa de Educación Financiera para establecimientos educacionales, piloto aplicado en 24 establecimientos de la Región Metropolitana.

En el ámbito de la educación financiera se realizaron dos cursos virtuales, uno orientado a relatores que pudieran replicar dichos contenidos, en el cual se capacitó a 308 personas, y otro en Inclusión financiera para profesionales de los distintos programas de FOSIS.

Se realizó por primera vez un concurso nacional sobre historias de consumo, que recibió 2.500 cuentos de todo el país. Los cuentos ganadores se convirtieron en una serie audiovisual elaborada en conjunto con el Consejo Nacional de Televisión.

Por último, se capacitó a 333 carabineros y funcionarios municipales respecto a su rol en la defensa de los Derechos del Consumidor.

▪ **Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana.**

En el ámbito de la participación ciudadana, el año 2012 el SERNAC continuó desarrollando eficientemente su mandato legal, para lo cual en lo que refiere específicamente al Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, el presupuesto considerado para el financiamiento de proyectos de las Asociaciones de Consumidores fue de \$ 350.618.000, de los que se ejecutaron efectivamente \$ 343.391.375, lo que equivale a un 97,9 %. Este presupuesto se distribuyó nacionalmente en 10 regiones y en un total de 68 proyectos, tal como se indica en tabla siguiente:

Fondo Concursable. Ejecución de proyectos 2012 (según región)

Región	Recursos (\$)	Proyectos (N°)	Total (%)
Arica y Parinacota	-	-	-
Tarapacá	8.680.000	2	2,53
Antofagasta	-	-	-
Atacama	20.310.000	3	5,91
Coquimbo	8.541.500	1	2,49
Valparaíso	38.117.650	7	11,10
Metropolitana	121.696.249	27	35,44
Libertador	16.982.000	3	4,95
Maule	-	-	-
Biobío	13.871.590	4	4,04
Araucanía	24.406.500	3	7,11
Los Ríos	34.297.341	7	9,98
Los Lagos	56.488.545	11	16,45
Aysén	-	-	-
Magallanes	-	-	-
TOTAL	343.391.375	68	100,00

Fuente: SERNAC.

Los proyectos destacados de esta ejecución se integran en tabla adjunta.

Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores 2012.

Proyecto	Asociación de Consumidores
Oficina del Consumidor provincia de Quillota	Organización de Consumidores y Usuarios - ORCUS
Estudio acerca de la diferencia de precios entre las distintas marcas de medicamentos y los medicamentos genéricos.	Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social – ANADEUS
Mapa de biciestacionamientos del Gran Santiago. Estudio de oferta y demanda georeferenciada por servicio de estacionamiento de bicicletas en la RM	Asociación de Consumidores y Usuarios de Bicicleta – ADC BICICLETA

Análisis químico de pesticidas en frutas y hortalizas	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS
Análisis nutricional de bebidas de fantasía	Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU
Estudio sobre nivel de endeudamiento y sobre endeudamiento de la juventud de educación superior de Concepción.	Asociación de Consumidores formadores de organizaciones juveniles de Consumidores y Consumidoras - FOJUC
Participación de la Federación de Consumidores Sur Austral, en mesas consultivas del sector público y en normas INN.	Asociación de Consumidores de Osorno – ACO
Determinación y socialización de los hábitos de consumo en la Región de Los Ríos	Asociación de Consumidores y Usuarios de Valdivia
Manual para una compra navideña responsable	Asociación de Consumidores Marga Marga Provincia Inteligente
Conadecus radialmente en conexión contigo.	Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS

En relación a los beneficiarios de los proyectos se destaca que un porcentaje cercano al 60% de los proyectos desarrolló acciones de información y difusión, cuyos beneficiarios directos fueron comunidades o grupos de consumidores/as específicos. En estas iniciativas sólo se contó con estimaciones de las personas que recibieron los beneficios de la acción financiada. Esa cifra es cercana a las 40.000 personas, excluyendo de ella todas las acciones de información generadas a través de medios masivos de comunicación (radios, diarios y televisión).

En lo referente a otras líneas de trabajo desarrolladas el año 2012 en materia de relacionamiento con actores claves del sistema, se desarrollaron 9 Foros Regionales de Consumo, instancias en las cuales se logró posicionar temas de protección de los derechos de los consumidores.

▪ **SERNAC Financiero**

Como parte de los compromisos del Gobierno, el SERNAC ha seguido consolidando la implementación del SERNAC Financiero. En dicho contexto el día 5 de marzo de 2012 se terminaron de habilitar y reacondicionar las 15 oficinas de SERNAC en las Direcciones Regionales (una por región) para la incorporación de profesionales financieros dedicados exclusivamente a velar por esa materia. Asimismo, se puso en práctica parte de las nuevas facultades otorgadas al Servicio, tales como Solicitud de información, Ministros de Fe, otorgamiento de Sello SERNAC, nombramiento de Árbitros y Mediadores Financieros (se nombraron 57 mediadores y 30 árbitros).

De forma integrada a la labor del SERNAC en materias financieras, el año 2012 se realizaron Rankings Financieros, estudios sobre costos de crédito, y se puso en producción la herramienta de

“comparador de productos financieros” en sernacfinanciero.cl, orientado en fomentar la transparencia y competencia en los mercados.

Todo lo anterior, sumado a los más de 69 mil reclamos recibidos en relación con el mercado financiero, dan cuenta de los esfuerzos y óptima gestión que desarrolló el SERNAC en pos de cumplimiento de esta iniciativa (SERNAC Financiero). En efecto al consultar a la ciudadanía sobre el conocimiento de esta nueva institucionalidad, un 72% de los consumidores sabe o ha oído hablar del SERNAC Financiero. Asimismo, un 67% señaló que la aprobación de la Ley del SERNAC Financiero 20.555 le pareció al menos un avance en la materia (según Estudio de Percepción Ciudadana SERNAC, realizado en agosto de 2012. Facultad de Administración y Economía. USACH).

4. Desafíos para el año 2013

El Plan de Acción programado por SERNAC para el periodo 2013 – 2014 considera la consolidación de sus ejes estratégicos, en coherencia con los lineamientos ministeriales. A saber: Generación de cambios estructurales en los mercados, disminución de las asimetrías de información en los mercados por medio de su revisión permanente, mejoramiento del estándar de protección de los consumidores con un enfoque preventivo, fortalecimiento de la Red de Protección al consumidor con otros organismos (públicos y privados), revisión permanentemente de los mercados y consolidación de una Cultura de Gestión de Excelencia Institucional.

Generación de cambios estructurales en los mercados

Uno de los temas relevantes que ha detectado el SERNAC dice relación con las malas prácticas que ocurren en el mercado. En tal sentido, la generación de cambios estructurales se vincula con el desarrollo de una acción judicial cada vez más eficiente, fortaleciendo para ello la etapa de litigación por medio del fortalecimiento del cuerpo legal con el que cuenta el SERNAC.

En este contexto, para el periodo 2013 – 2014 se proyecta la presentación de una serie de demandas en virtud de diversos incumplimientos de la Ley de Protección al Consumidor (Sanitarias, Empresas de Retail y Productoras de Espectáculos) y de indemnizaciones por condenas en materia de libre competencia (Cadenas de Farmacias). Asimismo también se proyecta la ampliación de la demanda contra la Universidad del Mar, solicitud interventor, congelamiento de créditos y exhibición registros académicos con el fin de reubicar a los estudiantes afectados. Dentro de las proyecciones para fines del año 2013 está la realización de 6 Rankings de Conflictividad por empresa, definidos en la Matriz de Mercados Relevantes con lo cual se pretende abarcar un total de 15 Rankings desde 2011 respecto de un total de 18 mercados relevantes definidos durante el 2010.

Por otra parte el periodo 2013 – 2014 también considerará la presentación de una serie de denuncias: Universidades, Inmobiliarias (por no entregar su Información Básica Comercial), entre otros sectores.

En lo que respecta con el caso La Polar, con la puesta en marcha de su plan de compensación, el año 2013 se prevé la disposición de canales de información y comunicación permanente a los consumidores afectados por las repactaciones unilaterales.

Mejoramiento del estándar de protección de los consumidores con un enfoque preventivo

En relación a la disminución de las asimetrías de información en los mercados, el foco de la acción del SERNAC se centrará en la eliminación de las denominadas cláusulas abusivas. Para ello, en el periodo 2013 – 2014 se ha proyectado la revisión de contratos de las 38 instituciones más reclamadas en 2012, con especial énfasis en el mercado de las Universidades y Clínicas.

Además, para dicho periodo se mantendrá el desarrollo de productos comunicacionales relevantes para los consumidores. En particular se desarrollarán un total de 10 Ranking de Reclamos en diversas materias (Turismo, Retail, Financieros, Autopistas Concesionadas, Telecomunicaciones, etc.). Asimismo el año 2013 se espera desarrollar un total de 4 campañas de Información (Feria del Consumidor- Derechos Financieros – Garantía Legal –Derechos del Consumidor), las cuales se complementarán con las vocerías permanentes en los medios para informar sobre diversas materias de consumo y con más de 1.000.000 unidades de impresos y folletería para información ciudadana las que incluirán temáticas de desarrollo regional para las 15 Direcciones Regionales del país, reforzando con esto el enfoque territorial y la preocupación por la diversidad y particularidad de cada uno de las comunas y provincias del país .

Finalmente también relacionado con la revisión de los mercados, para el año 2013 se ha proyectado un estricto programa de salida a terreno de los Ministros de Fe del SERNAC, esto con el objeto de constatar hechos que pudieran vulnerar la Ley de Protección del Consumidor.

Dentro de las acciones concretas que se establecerán para proteger a los consumidores en este 2013, está la ampliación de la demanda contra Universidad del Mar, incluyendo la solicitud de Interventor, congelamiento de créditos y exhibición registros académicos para readecuar a los alumnos; la exhibición de los contratos de Instituciones de Educación Superior más reclamadas; la interposición de una demanda colectiva en contra de las farmacias con el propósito que las compañías compensen a los consumidores que se vieron dañados por la colusión ocurrida entre diciembre de 2007 y marzo de 2008; el poder contar con la presencia del Director Nacional en tribunales en aquellos juicios más relevantes para la ciudadanía; fortalecer el Sistema Nacional de Protección al Consumidor mediante la Coordinación Intersectorial para el tratamiento de Reclamos,

involucrando a otros Organismos de estado, y profundizar la Red Municipal a través de generación de nuevos convenios, y recuperar aquellos perdidos tras última elección de alcaldes, entre otras.

Disminución de las asimetrías de información en los mercados.

El mejoramiento de los estándares de protección de los consumidores sin duda pasa en términos generales por la disponibilidad de nuevas herramientas que le permitan tomar mejores decisiones de consumo. En tal contexto para el periodo 2013 – 2014 se proyecta la puesta en marcha de Sistema Nacional de Precios (buscador), herramienta tecnológica que permitirá a los consumidores realizar comparaciones de precios de productos en diferentes mercados (servicios básicos, servicios financieros, abarrotes y telecomunicaciones). Se espera que este buscador sea visitado miles de consumidores de forma diaria y persigue los esfuerzos en centralizar la información que posean las entidades reguladoras del estado (SVS, SBIF, SISS, SUSESO, SEC, SUBTEL) en forma simple y entendible por los consumidores.

En conjunto con esto, dentro del producto estratégico de Información de Mercado y Consumo, se ha proyectado un total de 948 levantamientos de precios distribuidos a lo largo de todas las regiones del país, 48 informes para levantamientos de precios dentro de la Región Metropolitana y 12 Informes para levantamiento de precios sobre estudios coyunturales.

Complementario con lo anterior, y en el contexto de educar y fortalecer el conocimiento de los derechos de los consumidores, para el año 2013 se programó la implementación de un Programa Escolar de Colegios en Educación Financiera (en coordinación con el Ministerio de Educación y una experta en consumo de la Universidad de la Frontera), programa en el cual se espera incorporar la temática financiera en actividades curriculares y extracurriculares en las que participará toda la comunidad educativa.

Fortalecimiento de la Red de Protección al consumidor con otros organismos (públicos y privados).

A partir de los recursos y atribuciones que le competen a SERNAC, parte de la estrategia del Servicio ha sido desarrollar una Red de Protección que integre a todos los actores relevantes vinculados con la protección de los derechos de los consumidores.

En este contexto para el año 2013 se proyecta desarrollar un trabajo directo con cerca de 300 Municipalidades y con las principales Superintendencias. Con la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras, con el objeto de generar una coordinación en la solución de los reclamos de los clientes, así como con la dictación de nuevas circulares en relación a proteger a los consumidores frente a diversas problemáticas relacionada con: los nuevos derechos del consumidor financiero, la información entregada, la calidad de los servicios y el aumento de comisiones y precio

de servicios financieros, estableciendo consentimiento expreso o mediante medios de contratación a distancia.

Otros actores relevantes de este sistema de protección al consumidor con los cuales se espera desarrollar un trabajo conjunto lo constituyen las Asociaciones de Consumidores. En particular para el año 2013 se ha proyectado fortalecer su gestión, por medio de actividades de capacitación (12), así como la disposición de los recursos dispuesto en el Fondo Concursable, cuyo monto para dicho periodo asciende a un total de \$360.786.000, cifra levemente superior a la del año 2012. En este mismo sentido, se ha proyectado fortalecer y promover el establecimiento de nuevas asociaciones de consumidores que ejecuten proyectos del Fondo Concursable en relación al número total de ejecutores a través de la implementación del producto "Plan de Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores", cuyo objetivo será entregar herramientas técnicas para mejorar la formulación de proyectos por parte de los dirigentes/as de Asociaciones de Consumidores.

Además de eso se espera trabajar con Consultoras en materia de Responsabilidad Social en Consumo, Centros de Estudios en materia de revisión de contratos de adhesión, y en materia de publicidad, profundizar el convenio con el CONAR a fin de crear un mecanismo de revisión preventiva de publicidad.

Consolidación de una Cultura de Gestión de Excelencia Institucional.

Para fortalecer los actuales estándares de prestación de servicios en sus distintas áreas de Información, Educación, Protección y Participación Ciudadana, SERNAC ya se encuentra implementando un Modelo de Gestión de Excelencia, a través del cual, para el año 2013-2014 proyecta potenciar sus procesos y dar prolijidad a sus niveles de desempeño, tanto a nivel interno en la organización (funcionarios), como también los que impactan a los ciudadanos, asegurando que los resultados conseguidos sean positivos, manteniendo un equilibrio en su entorno.

SERNAC Financiero

En lo que refiere al SERNAC Financiero, este proyecta que para el año 2013 se dará revisión a los contratos de adhesión de los diferentes sub-mercados de forma preventiva, se llevará a cabo mediaciones colectivas nacionales en materias financieras, dando cumplimiento así a la ley N° 20.555 monitoreando permanentemente el mercado financiero para anticiparse a posibles asimetrías en la industria, además de verificar las actuaciones de los distintos proveedores. En cuanto a la información de la Carga Anual Equivalente (CAE), se solicitará la Información Básica Comercial (IBC) a servicios y productos financieros, y asimismo si procede, se denunciará ante los organismos correspondientes las fallas o infracciones que se hayan detectado, impulsando para ello de forma especial el SELLO SERNAC, para lo cual se trabajará en la identificación y promoción de empresas que han manifestado interés en obtener esta distinción a nivel Nacional.

Desarrollo de Agenda Internacional

Para el periodo 2013 – 2014 el SERNAC ha proyectado las siguientes actividades:

- ✓ Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de protección al Consumidor. Elaboración de Plan Estratégico FIAGC 2013-2015.
- ✓ Reunión del Grupo Intergubernamental de Expertos (GIE), Representantes ante las Naciones Unidas en temas de protección al consumidor en la XIII Reunión del Grupo Intergubernamental de Expertos (GIE), a celebrarse en Ginebra en julio de 2013.
- ✓ Seguridad de productos (Compromisos ICPEN– coordinación intersectorial).

5. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución.
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros.
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2012.
- Anexo 5: Compromisos de Gobierno.
- Anexo 6: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas.
- Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2012.
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo.
- Anexo 9: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional.
- Anexo 10: Premios y Reconocimientos Institucionales.

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas

- Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución

Ley orgánica o Decreto que la rige
Ley 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas. Ley de Planta del SERNAC, Decreto con Fuerza de Ley N° 8-18.834 de 1990. Ley N° 18.959 de 1990, Art. 4°, sustituye la mención "Dirección de Industria y Comercio" por "Servicio Nacional del Consumidor".

- Misión Institucional

Misión Institucional
Informar, educar y proteger eficientemente a los consumidores, vigilando que se respeten sus derechos a través de la promoción de una cultura de consumo responsable y participativa entre los actores relevantes del mercado, con el fin de contribuir a su desarrollo y transparencia.

- Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2012

	Producto Estratégico	Presupuesto 2012	
		(Miles de \$)	%
1	Información de Mercado y Consumo.	1.951.763	25,84%
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	2.556.834	33,85%
3	Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as.	664.138	8,79%
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	902.692	11,95%

- Objetivos Estratégicos

Objetivos Estratégicos institucionales			
Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
1	Mejorar la transparencia de los mercados, a través de su vigilancia, la difusión de información dirigida a los/as consumidores/as y la coordinación con la Institucionalidad pertinente.	1, 2, 3, 4, 7	1
2	Fortalecer la cultura de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en materias de consumo.	5, 7	1,3
3	Ampliar la protección de los/as consumidores/as a través de un modelo de intervención sistémico, integrado y eficiente, que incorpore a todos los organismos de la Red de Protección y que permita dar respuestas satisfactorias y oportunas.	7	2
4	Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo social y la promoción de una cultura de consumo responsable.	6, 7	4
5	Incrementar la protección de consumidores de servicios financieros del país, a través de la implementación de nuevos productos, servicios y atribuciones relacionadas con este mercado.	7	1,2
6	Implementar un Modelo de Gestión de Excelencia Organizacional, a través de la optimización de los procesos estratégicos y de soporte institucional, mejorando con ello la calidad de la oferta pública del SERNAC y la satisfacción de nuestros/as clientes.	7	1,2,3,4

- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

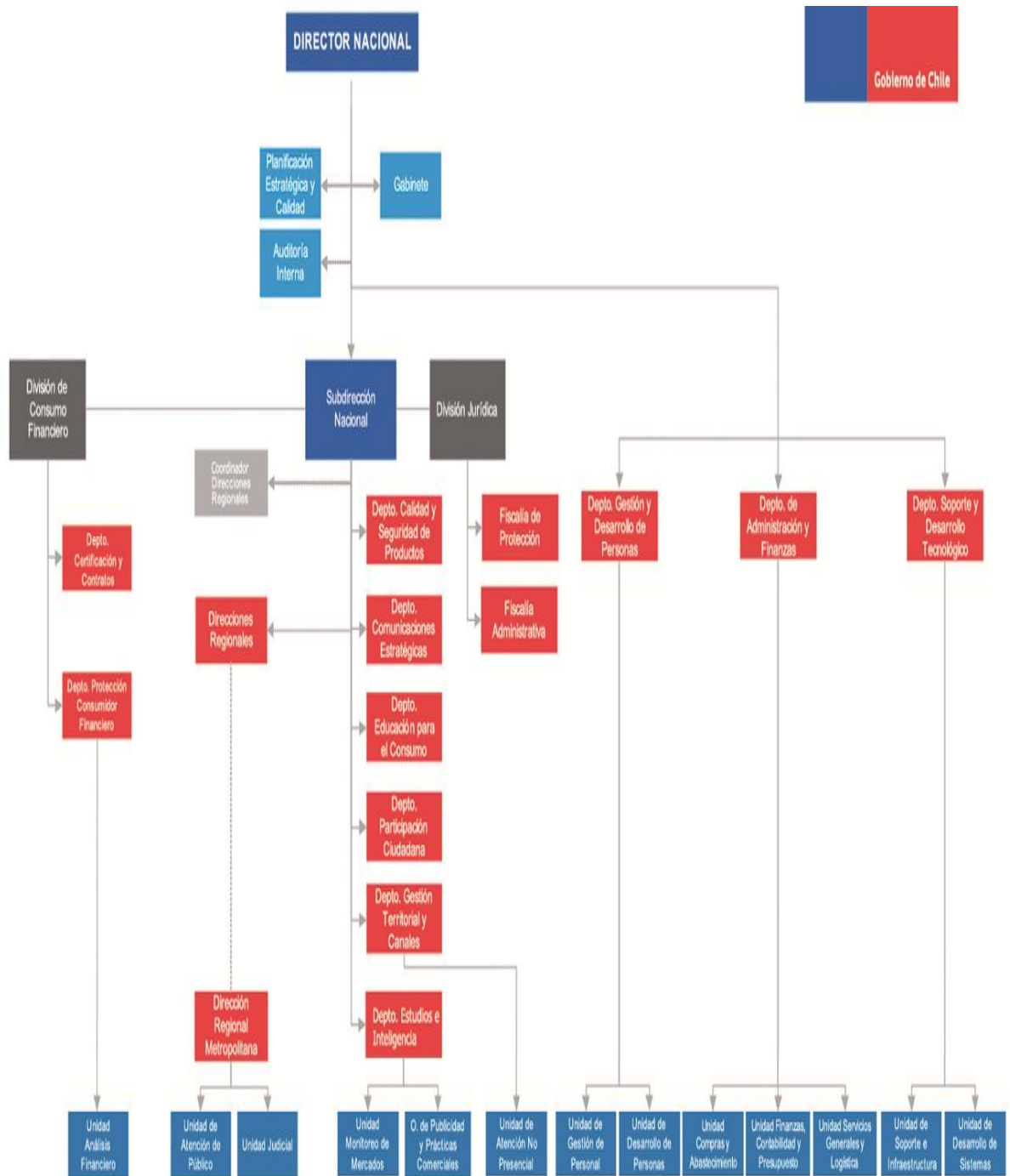
Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información de Mercado y Consumo.	Estudios: Levantar y analizar información calificada para la generación de estudios, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, a 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, la administración de la imagen y el discurso público institucional, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de campañas informativas.	1, 3, 4.	Sí	Sí
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor: Orientar e informar a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, sea ésta o no de competencia de SERNAC. Tramitación de Reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo entre perjudicial entre las partes. Gestión de solicitudes de Información (Transparencia Activa y Transparencia Pasiva): Instrumentos relacionados con el cumplimiento de la Ley 20.285. Gestión SONI (Su Opinión Nos Interesa): Instrumento de retroalimentación de la gestión de SERNAC. Protección de intereses colectivos y difusos: Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales frente a trasgresiones a la normativa de impacto en los intereses colectivos o difusos de los consumidores. Protección de los consumidores financieros: Implementar la regulación en materia de consumo financiero establecida en la Ley 20.555.	2, 4.	Sí	Sí
3	Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as.	Programa de Educación para el Consumo en la Educación Formal: Generar e implementar cursos de perfeccionamiento docente a distancia y material educativo para el aula sobre temas de consumo, destinado a docentes y estudiantes de los diversos niveles del currículo escolar, considerando perspectiva	1, 3, 4.	Sí	Sí

		territorial y enfoque de género. Programa de Educación para el Consumo en la Educación No Formal: Generar e implementar programas de capacitación para facilitadores/as y relatores/as, para la sociedad civil organizada y módulos de autoinstrucción para consumidores/as en general sobre temas de consumo, considerando perspectiva territorial y enfoque de género.			
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	Espacios de participación ciudadana que contribuyan a la cohesión social: Generación de espacios de participación ciudadana en consumo para hombres y mujeres, tanto a nivel nacional como regional, que contribuyen a la implementación de la Ley N° 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública. Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores: Apoyar técnicamente el proceso de financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, a través del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (Art. 11 bis Ley 19.496) Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las Asociaciones de Consumidores.	4.	Sí	Sí

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

	Clientes	Cuantificación
1	Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.	16.928.873
2	Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.	5.400.000
3	Público segmentado por área de Educación Formal y No formal.	5.236.830
4	Distintos grupos de colaboradores estratégicos: personas o instituciones, organizaciones funcionales o sociales y sociedad civil organizada.	1.000

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



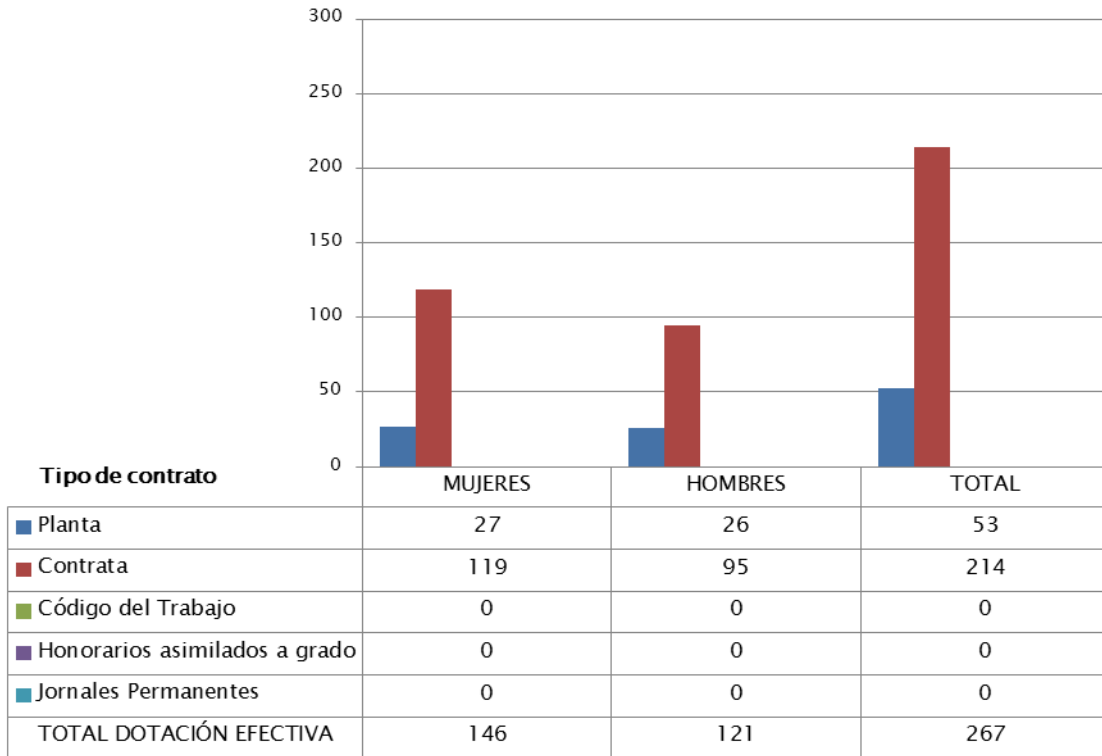
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Juan José Ossa Santa Cruz
Subdirector Nacional	Lucas del Villar Montt
Jefe de Gabinete	Aníbal Ríos Guzmán
Jefa de Comunicación Estratégica	Mary Iturra
Jefe de Planificación Estratégica y Calidad	Jaime Gómez
Jefa Auditora Interna	Ximena Manzur
Jefe de Depto. Estudios e Inteligencia	Waldo Claro
Jefa de Depto. Educación para el Consumo	Paula Bustos
Jefa del Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas	Paulina Martínez
Jefe del Depto. de Administración y Finanzas	Johnny Saldías
Jefe del Depto. De Soporte y Desarrollo Tecnológico	Pamela Díaz
Jefe del Depto. de Gestión Territorial y Canales	Nelson Lafuente
Jefa del Depto. División Jurídica	Carolina Norambuena
Jefa del Depto. Protección Económica y Seguridad	Ana María Becerra
Jefe de Depto. de Estudios e Inteligencia	Pablo Acchiardi
Jefa del Depto. División de Consumo Financiero	Carolina Del Río
Directora Regional de la Región Metropolitana	Rodrigo Martínez
Director Regional de la Región de Arica y Parinacota	Rosa Cortés
Directora Regional de la Región de Tarapacá	Marta Daud
Director Regional de la Región de Antofagasta	Marcelo Miranda
Director Regional de la Región de Atacama	Miguel Vargas
Directora Regional de la Región de Coquimbo	Lorena Araya
Directora Regional de la Región de Valparaíso	Nicolás Corvalán
Director Regional de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins	Ricardo Grez
Director Regional de la Región del Maule	Robert Fletcher
Directora Regional de la Región del Biobío	Rodrigo Nahuelcura
Director Regional de la Región de la Araucanía	Arturo Araya
Director Regional de la Región de Los Lagos	Sebastián Fernández
Directora Regional de la Región de Los Ríos	Lorena Bustamante
Director Regional de la Región del General Carlos Ibáñez del Campo	Jorge Godoy
Directora Regional de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena	Pamela Ramírez

Anexo 2: Recursos Humanos

a) Dotación de Personal

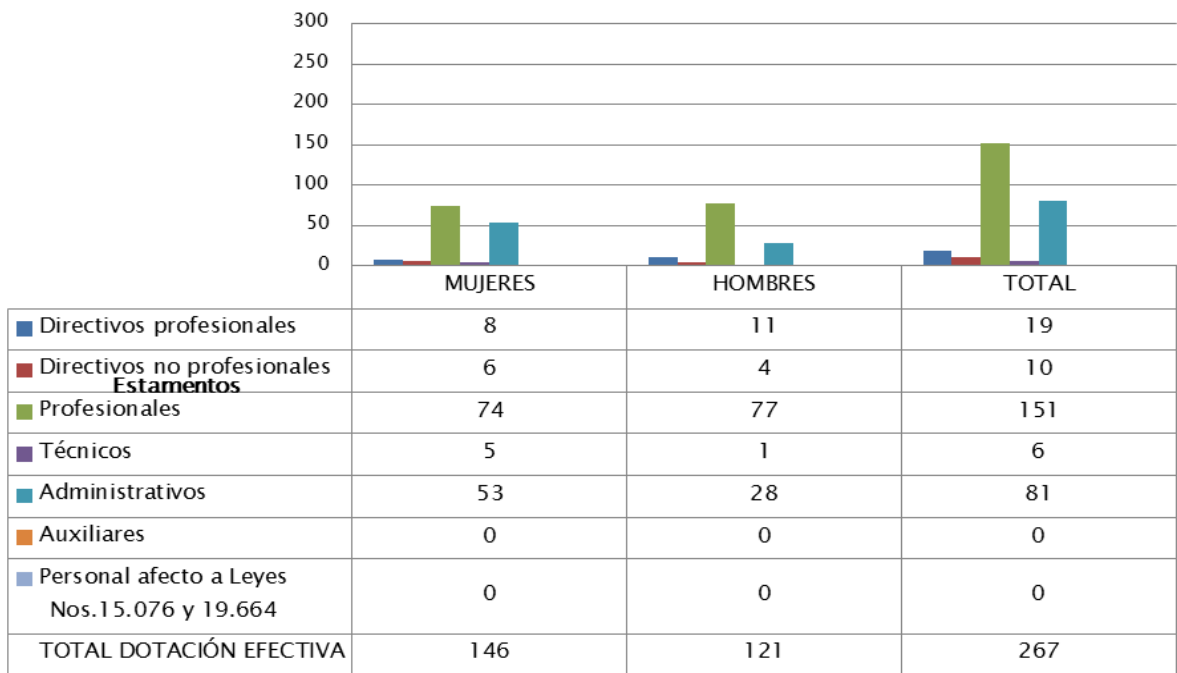
- Dotación Efectiva año 2012² por tipo de Contrato (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

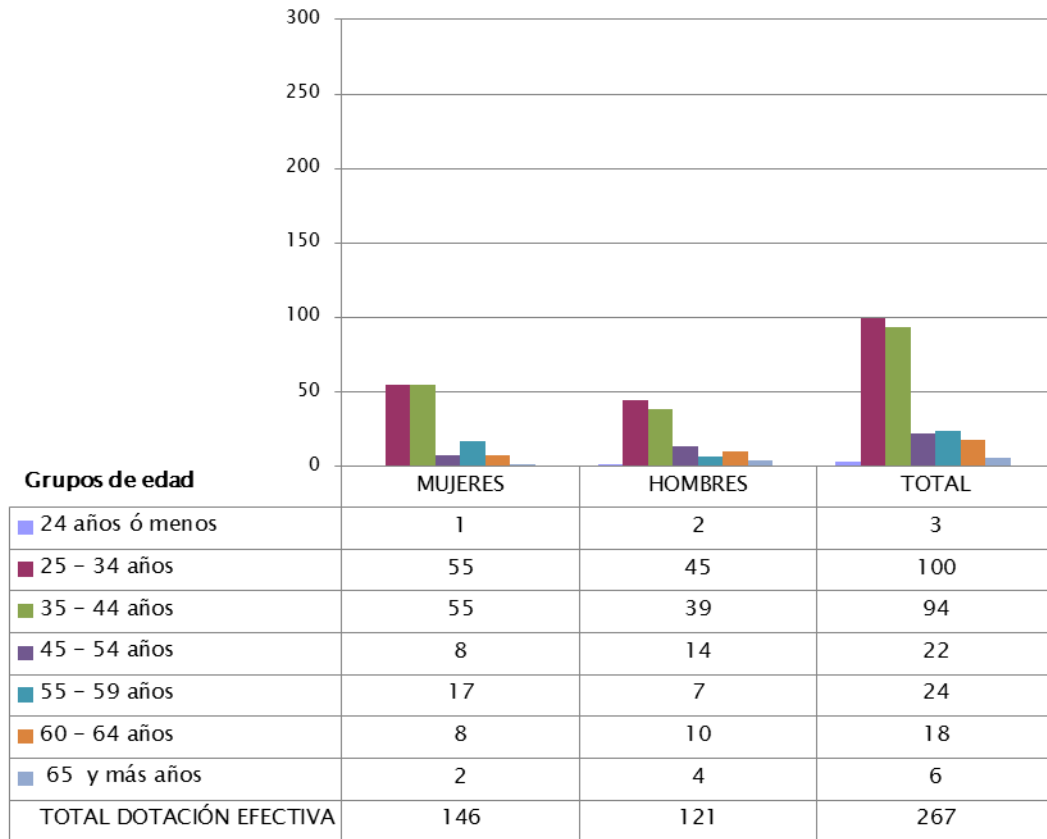
² Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes Nos 15.076 y 19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2012. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

- Dotación Efectiva año 2012 por Estamento (mujeres y hombres)



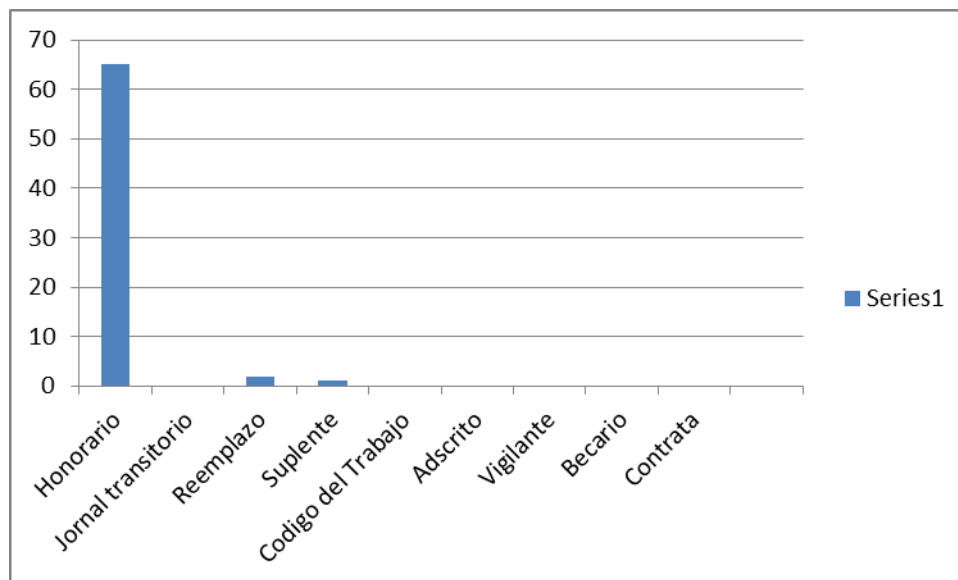
N° de funcionarios por sexo

- Dotación Efectiva año 2012 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

b) Personal fuera de dotación año 2012³, por tipo de contrato



Honorario	65
Jornal transitorio	
Reemplazo	2
Suplente	1
Código del Trabajo	
Adscrito	
Vigilante	
Becario	
Contrata	
Total general	68

³ Corresponde a toda persona excluida del cálculo de la dotación efectiva, por desempeñar funciones transitorias en la institución, tales como cargos adscritos, honorarios a suma alzada o con cargo a algún proyecto o programa, vigilantes privado, becarios de los servicios de salud, personal suplente y de reemplazo, entre otros, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2012.

C) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁴		Avance ⁵	Notas
		2011	2012		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ⁷	(N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección/ Total de ingresos a la contrata año t)*100		83,3		No se registró en BGI 2011
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		95		No se registró en BGI 2011
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	6.3	15.4	40.9	
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	0.0	0.0	--	
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0.0	0.0	--	
• Retiros voluntarios					
○ con incentivo al retiro	(N° de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año t/ Dotación efectiva año t)*100	0.0	0.0	--	
○ otros retiros voluntarios	(N° de retiros otros retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100	2.8	00		

4 La información corresponde al período Enero 2011 - Diciembre 2011 y Enero 2012 - Diciembre 2012, según corresponda.

5 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.

6 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 11 de la ley de presupuestos 2012.

7 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 ⁴		Avance ⁵	Notas
		2011	2012		
• Otros	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	3.6	15.4	23.4	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios ingresados año } t / \text{N}^\circ \text{ de funcionarios en egreso año } t$	3.7	1.2	308.3	
3. Grado de Movilidad en el servicio					
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	0.0	45.3	--	
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año } t) / (\text{Total contratos efectivos año } t) * 100$	27.7	19.2	69.3	
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	83,1	69,7	83,9	Este año el PAC apuntó a la especialización que provocó una disminución en el número final de capacitados.
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas para Capacitación año } t / \text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año } t)$	15,8	17,6	111,4	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ⁸	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año } t / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año } t) * 100$	21	24,1	114,8	
4.4 Porcentaje de becas ⁹ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año } t / \text{Dotación efectiva año } t * 100$	0	0	0	

8 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.

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

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁴		Avance ⁵	Notas
		2011	2012		
5. Días No Trabaja1.1dos					
5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.					
<ul style="list-style-type: none"> Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1). 	(N° de días de licencias médicas tipo 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,68	1,02	0,51	
<ul style="list-style-type: none"> Licencias médicas de otro tipo¹⁰ 	(N° de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,23	0,43	0,87	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	(N° de días de permisos sin sueldo año t/12)/Dotación Efectiva año t	0	0,09	0,09	
6. Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	(N° de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t/12)/ Dotación efectiva año t	6,68	6,22	0,07	
7. Evaluación del Desempeño¹¹					
7.1 Distribución del personal de acuerdo	Porcentaje de funcionarios en Lista 1	96.9	99.0		

¹⁰ No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

¹¹ Esta información se obtiene de los resultados de los procesos de evaluación de los años correspondientes.

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁴		Avance ⁵	Notas
		2011	2012		
	Porcentaje de funcionarios en Lista 2	2.3	1.0		
	Porcentaje de funcionarios en Lista 3	0.4	0.0		
	Porcentaje de funcionarios en Lista 4	0.4	0.0		
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ¹² 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.			Sí	
. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹³ 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.			Sí	

12 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.

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

Anexo 3: Recursos Financieros

a) Resultados de la Gestión Financiera

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2011 – 2012			
Denominación	Monto Año 2011 M\$ ¹⁴	Monto Año 2012 M\$	Notas
INGRESOS	7.626.296	9.037.661	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	57.683	216.890	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	114.573	111.222	
APORTE FISCAL	7.454.040	8.709.549	
RECUPERACION DE PRESTAMOS			
GASTOS	7.704.327	9.195.426	
GASTOS EN PERSONAL	4.575.176	5.620.794	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.320.114	2.516.950	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	148.638		
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	249.510	340.049	
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	296.086	467.635	
SERVICIO DE LA DEUDA	114.803	249.998	
RESULTADO	-78.031	-157.765	

¹⁴ La cifras están expresadas en M\$ del año 2012. El factor de actualización de las cifras del año 2010 es 1,064490681.

b) Comportamiento Presupuestario año 2012

Cuadro 3								
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2012								
Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹⁵ (M\$)	Presupuesto Final ¹⁶ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ¹⁷ (M\$)	Notas ¹⁸
			INGRESOS	7.551.407	9.161.915	9.037.661	124.254	
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	217.063	217.063	216.890	173	
	02		Del Gobierno Central	217.063	217.063	216.890	173	
		001	Junta de Aeronáutica Civil	6.372	6.372	6.198	174	
		005	Subsecretaría de Telecomunicaciones	179.851	179.851	179.852	-1	
		129	Subsecretaría de Energía - Prog. 01	30.840	30.840	30.840		
07			INGRESOS DE OPERACION	10	10		10	
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	86.527	160.910	111.222	49.688	
	01		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	52.545	68.609	99.066	-30.457	
	99		Otros	33.982	92.301	12.156	80.145	
09			APORTE FISCAL	7.247.807	8.783.932	8.709.549	74.383	
	01		Libre	7.247.807	8.783.932	8.709.549	74.383	
			GASTOS	7.552.407	9.321.535	9.195.426	126.109	
21			GASTOS EN PERSONAL	4.556.472	5.638.952	5.620.794	18.158	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.206.044	2.608.822	2.516.950	91.872	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	350.618	350.618	340.049	10.569	
	01		Al Sector Privado	350.618	350.618	340.049	10.569	
		002	Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955	350.618	350.618	340.049	10.569	
29			ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	439.273	473.145	467.635	5.510	
	03		Vehículos	66.820	66.820	63.111	3.709	
	04		Mobiliario y Otros		22.500	22.500		
	05		Máquinas y Equipos		20.000	18.911	1.089	
	06		Equipos Informáticos	24.512	15.884	15.790	94	

15 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

16 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2012.

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

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

34	07	Programas Informáticos	347.941	347.941	347.323	618
		SERVICIO DE LA DEUDA		249.998	249.998	
	07	Deuda Flotante		249.998	249.998	
RESULTADO			-1.000	-159.620	-157.749	-1.871

c) Indicadores Financieros

Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ¹⁹			Avance ²⁰ 2012/ 2011	Notas
			2010	2011	2012		
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales ²¹)	%	103	89	82%		
	[IP Ley inicial / IP devengados]	%	94	90			
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	[IP percibidos / IP devengados]	%	0	99			
	[IP percibidos / Ley inicial]	%	106	131			
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	[DF/ Saldo final de caja]	%	49	216			
	(DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos)	%	49	169			

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5 Análisis del Resultado Presupuestario 2012 ²²				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
FUENTES Y USOS		234.002	-157.769	76.233
Carteras Netas			6.878	6.878
115	Deudores Presupuestarios		17.837	17.837
215	Acreedores Presupuestarios		-10.959	-10.959

19 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2012. Los factores de actualización de las cifras de los años 2010 y 2011 son 1,064490681 y 1,030057252 respectivamente.

20 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.

21 Corresponde a Plan Fiscal, leyes especiales, y otras acciones instruidas por decisión presidencial.

22 Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

	Disponibilidad Neta	192.217	-102.708	89.509
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	192.217	-102.708	89.509
	Extrapresupuestario neto	41.785	-61.939	-20.154
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	83.441	-21.508	61.933
116	Ajustes a Disponibilidades			
119	Trasposos Interdependencias			
214	Depósitos a Terceros	-15.900	-40.387	-56.287
216	Ajustes a Disponibilidades	-25.756	-44	-25.800
219	Trasposos Interdependencias			

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6				
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2012				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
Fondo Concursable Aplicación Ley N° 19.955	350.618	350.618	343.391	

f) Transferencias²³

Cuadro 7					
Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2012 ²⁴ (M\$)	Presupuesto Final 2012 ²⁵ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ²⁶	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO					
Gastos en Personal	-	-	-	-	
Bienes y Servicios de Consumo	-	-	-	-	
Inversión Real	-	-	-	-	
Otros	350.618	350.618	343.391	7.227	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros ²⁷					
TOTAL TRANSFERENCIAS	350.618	350.618	343.391	7.227	

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

24 Corresponde al aprobado en el Congreso.

25 Corresponde al vigente al 31.12.2012.

26 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

27 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

g) Inversiones²⁸

No Aplica al Servicio.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2012

- Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2012

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta "	Cumple SI/NO ²⁹	% Cumplimiento ³⁰	Notas
				2010	2011	2012	2012			
Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	Porcentaje de beneficiarios de los proyectos ejecutados por las Asociaciones de Consumidores, en relación al número de beneficiarios originalmente comprometido.	(N° efectivo de beneficiarios en proyectos financiados por el Fondo Concursable en año t /N° comprometido de beneficiarios en proyectos financiados por el Fondo Concursable en año t)*100	%	0% (0/0)*100	73% (4875/6675)*100	76% (3465/4575)*100	75% (3000/4000)*100	SI	101.00%	
	Enfoque de Género:									
	No									

28 Se refiere a proyectos, estudios y/o programas imputados en los subtítulos 30 y 31 del presupuesto.

29 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2012 es igual o superior a un 95% de la meta.

30 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2012 en relación a la meta 2012 .

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta "	Cumple SI/NO ²⁹	% Cumplimiento ³⁰	Notas
				2010	2011	2012	2012			
Información de Mercado y Consumo.	Porcentaje de consumidores que declara que el SERNAC lo protege "mucho" o "bastante" contra los abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.	(N° de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100	%	0.0%	66.0%		50.0%	SI	112.00%	1
				(0.0/0.0)*100	(792.0/1200.0)*100	56.0%	(600.0/1200.0)*100			
				H: 0.0	H: 65.9		H: 50.0			
				(0.0/0.0)*100	(394.0/598.0)*100	H: 0.0	(300.0/600.0)*100			
				M: 0.0	M: 65.0	M: 0.0	M: 50.0			
	Enfoque de Género: Si	Hombres:		(0.0/0.0)*100	(398.0/612.0)*100		(300.0/600.0)*100			
		Mujeres:								
Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de acciones judiciales realizadas en relación al número de casos cerrados web en el año t.	(N° de acciones judiciales iniciadas en el año t/N° de casos cerrados web)*100	%	S.I.	27.3%	42.6%	38.4%	SI	111.00%	2
				(92.0/337.0)*100	(133.0/312.0)*100	(88.0/229.0)*100				
	Enfoque de Género: No									

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta "	Cumple SI/NO ²⁹	% Cumplimiento ³⁰	Notas
				2010	2011	2012	2012			
Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as.	Porcentaje de profesores que conocen sus derechos y deberes como consumidor al finalizar el Curso de Perfeccionamiento Docente.	(N° de profesores que aprueban el curso año t/N° total Profesores que finalizan el curso de Perfeccionamiento docente año t)*100	%	85.0%			86.0%			
				(595.0/700.0)*100			(688.0/800.0)*100			
					0.0%	(365.0/404.0)*100				
				H: 84.1			H: 86.0			
				(353.0/420.0)*100	H: 0.0		(344.0/400.0)*100	SI	105.00%	
Enfoque de Género: Si	Hombres:			M: 85.0			M: 0.0	M: 86.0		
	Mujeres:			(238.0/280.0)*100			(344.0/400.0)*100			
Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de Mediaciones Colectivas con respuesta favorable aceptada por SERNAC.	(Sumatoria de Mediaciones Colectivas con respuesta favorable aceptada por SERNAC/N° Total de Mediaciones Colectivas en las que el proveedor entrega solución)*100	%	42.7%			67.3%	45.3%		
				(44.0/103.0)*100	0.0%	(72.0/107.0)*100	(48.0/106.0)*100	SI	149.00%	3
	Enfoque de Género: No									
Información de Mercado y Consumo.	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un ranking de conflictividad por empresa.	(N° mercados en los que se realiza un ranking en año t/N° total de mercados definidos en la MMR año 2010)*100	%	N.M.	22.2%	27.8%	27.8%			
					(4.0/18.0)*100	(5.0/18.0)*100	(5.0/18.0)*100	SI	100.00%	
	Enfoque de Género: No									

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2012

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta "	Cumple SI/NO ²⁹	% Cumplimiento ³⁰	Notas
				2010	2011	2012	2012			
						83.9%				
		(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención de público /Total de usuarios encuestados en el año t)*100		(14655.0/17472.0)*100			76.1%			
	Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención a público.						(775.0/1018.0)*100			
					0.0%					
						(858.0/1115.0)*100				
				H: 83.6			H: 73.1			
Orientación, asesoría jurídica y protección.			%	(6762.0/8092.0)*100	H: 0.0		(372.0/509.0)*100	SI	101.00%	
						M: 0.0				
				M: 84.2		M: 0.0	M: 79.2			
	Enfoque de Género: Si	Hombres:		(7893.0/9380.0)*100			(403.0/509.0)*100			
		Mujeres:								

Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio:	100 %
Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas:	0 %
Porcentaje de cumplimiento global del servicio:	100 %

Notas:

1.- El sobrecumplimiento de la meta se encuentra sustentado principalmente en la alta exposición que tuvo el Servicio en los medios de comunicación, a partir de cada una de las acciones realizadas en los diferentes mercados el año 2012. En este contexto resultó fundamental el funcionamiento en régimen del SERNAC Financiero, contexto en el cual se desarrollaron acciones tales como la mediación por clonación de tarjetas bancarias de varias entidades financieras (sobre los 2.000 afectados), el caso cartolazo- en donde se detectaron errores en el envío de las cartolas a clientes del Banco Chile, afectando a más de 50.000 clientes, y la actuación permanente en el tema La Polar (a nivel país existe una cifra cercana al millón de consumidores afectados y solo en SERNAC se han gestionados más de 40.000 casos , entre otras acciones de masiva connotación pública. Cada una de estas actuaciones se han difundido ampliamente por la prensa, percibiendo mayor protección por los afectados y por la ciudadanía en general.

2.- El resultado de sobrecumplimiento se sustenta a partir del supuesto declarado en el proceso de formulación del año 2011, respecto a -políticas y directrices gubernamentales asociadas a aumentar los niveles de protección de los consumidores, lo que se ha traducido en un incremento de las denuncias a nivel nacional-. El nacimiento y puesta en régimen del SERNAC Financiero, generó señales claras a la ciudadanía y al mercado, estableciendo la importancia del respeto a los derechos de los consumidores y las repercusiones de infringir la Ley de Protección a los consumidores. Esta situación tuvo efecto en que los consumidores presentaron sus reclamos con mayores medios de prueba y mejores antecedentes, información que en definitiva permitió iniciar mayores acciones judiciales a nivel nacional (el año 2012 se recibieron 324.046 reclamos versus los 300.497 del año anterior).

3.- El indicador se encuentra sobrecumplido principalmente a partir del gran número de mesas de trabajo que se llevaron a cabo con los proveedores durante el año 2012 (se realizaron 78 mesas de trabajo en 2012 con el objetivo que los proveedores se adapten a la Ley de Protección al Consumidor, LPC). Esta situación repercutió positivamente en función de soluciones favorables propuestas por las empresas para los consumidores. Lo anterior además, se pudo sustentar en un mayor apego a la legislación de protección de los derechos de los consumidores por parte de los proveedores, que en una parte importante contribuyó a solucionar el problema de consumo, con propuestas precisas en función del perjuicio causado a los consumidores y a los estándares de solución propuestos por SERNAC. Asimismo, el nacimiento de SERNAC Financiero, generó señales claras a la ciudadanía y al mercado, en relación con la importancia sobre el respeto a los derechos de los consumidores y las repercusiones de infringir la LPC.

Anexo 5: Compromisos de Gobierno

No Aplica al Servicio.

Anexo 6: Informe Preliminar³¹ de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas³² (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012)

No aplica al Servicio.

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2012

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión				Prioridad	Ponderador	% del ponderador obtenido	Cumple
			Etapas de Desarrollo o Estados de Avance							
			I	II	III	IV				
Marco Básico	Planificación / Control de Gestión	Descentralización	○				Mediana	10.00%	100	Si
		Equidad de Género	○				Menor	5.00%	100	Si
	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	○				Alta	60.00%	100	Si
	Calidad de Atención de Usuarios	Sistema Seguridad de la Información				○	Menor	5.00%	100	Si
Marco de la Calidad	Gestión de la Calidad	Sistema de Gestión de Excelencia	○				Mediana	20.00%	100	Si
Porcentaje Total de Cumplimiento:								100.00%		

31 Se denomina preliminar porque el informe no incorpora la revisión ni calificación de los compromisos por DIPRES.

32 Se refiere a programas/instituciones evaluadas en el marco del Programa de Evaluación que dirige DIPRES.

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2012				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ³³	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ³⁴	Incremento por Desempeño Colectivo ³⁵
Gabinete-Auditoria Interna	13	7	100%	8%
Comunicaciones Estratégicas	6	3	100%	8%
Planificación Estratégica y Calidad	6	3	100%	8%
Calidad y Seguridad de Productos	7	3	100%	8%
Estudios e Inteligencia	15	4	100%	8%
Educación para el Consumo	7	6	100%	8%
Participación Ciudadana	7	5	90%	8%
División Jurídica	17	4	100%	8%
División de Consumo Financiero	13	4	100%	8%
Gestión Territorial y Canales	17	4	100%	8%
Gestión y Desarrollo de Personas	8	5	100%	8%
Administración y Finanzas	21	3	100%	8%
Soporte y Desarrollo Tecnológico	9	4	100%	8%
Arica y Parinacota	5	4	100%	8%
Tarapacá – Antofagasta	11	4	100%	8%
Atacama	6	4	100%	8%
Coquimbo	7	4	100%	8%
Valparaíso	10	4	100%	8%
Libertador Bernardo O'Higgins	7	4	100%	8%
Maule	8	4	100%	8%

33 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2012.

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

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

Biobío	10	4	100%	8%
La Araucanía	8	4	100%	8%
De Los Ríos	6	4	100%	8%
De Los Lagos	7	4	100%	8%
Del General Carlos Ibáñez del Campo	6	4	100%	8%
De Magallanes y Antártica Chilena	6	4	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	24	4	100%	8%

Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional

BOLETÍN: 8136-03

Descripción: Modifica ley N° 18.223, sobre normas de protección al Consumidor, para garantizar la obligación de los proveedores que se comprometen a proporcionar servicios técnicos y repuestos.

Objetivo: Garantizar la obligación de los proveedores que se comprometen a proporcionar servicios técnicos y repuestos.

Fecha de ingreso: 10-01-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8151-03

Descripción: Incorpora obligación de publicidad a proveedores de bienes y servicios

Objetivo: Impone a los proveedores la obligación de mantener a la vista del del consumidor en forma clara y legible el nombre del representante legal de la empresa, rut, dirección comercial y giro de la empresa.

Fecha de ingreso: 18-01-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8158-03

Descripción: Establece nuevas normas sobre garantía en vehículos motorizados en la ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores

Objetivo: Regular la garantía que se entrega a los vehículos motorizados.

Fecha de ingreso: 05-03-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8174-03

Descripción: Modifica Ley del Consumidor, uniformando el año de facturación de un vehículo motorizado con el año de su fabricación

Objetivo: Unificar el año de facturación de un vehículo motorizado con el año de su fabricación

Fecha de ingreso: 05-03-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8187-03

Descripción: Presunción De Derecho, Consumidores, Información Veraz Y Oportuna.

Objetivo: Indicar el número de productos en stock.

Fecha de ingreso: 07-03-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8211-03

Descripción: Incorpora en ley N° 19.496, el deber de los prestadores de servicios de estacionamiento rotativo de vehículos motorizados, cobrar el tiempo exacto de su utilización.

Objetivo: Cobrar el tiempo exacto de su utilización de estacionamientos rotativos

Fecha de ingreso: 20-03-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8229-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, estableciendo límites a la cláusula de aceleración.

Objetivo: Establecer limitaciones para hacer valer las cláusulas de aceleración.

Fecha de ingreso: 11-04-2012

Estado de tramitación: Primer informe Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8235-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, respecto a establecer gratuidad parcializada en estacionamientos de los centros comerciales

Objetivo: Establecer la gratuidad parcializada en estacionamientos de los centros comerciales.

Fecha de ingreso: 17-04-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta de proyecto y pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8251-03

Descripción: Faculta a los consumidores para poner término unilateralmente a los contratos celebrados con ambulancia en las situaciones que indica.

Objetivo: Término unilateralmente a los contratos celebrados con ambulancia en las situaciones que indica.

Fecha de ingreso: 02-05-2012

Estado de tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8252-03

Descripción: Regula el acceso al crédito de las personas

Objetivo: Proteger al consumidor frente a determinadas ofertas de créditos de las instituciones bancarias, cuando éstas no guardan proporción con los ingresos del consumidor

Fecha de ingreso: 02-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8254-03

Descripción: Regula los llamados de cobranza a horarios que indica

Objetivo: Establecer determinados horarios para la cobranza telefónica

Fecha de ingreso: 03-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8262-03

Descripción: Regula los servicios de atención al consumidor prestados por agentes comerciales telefónicos

Objetivo: regular el servicio de atención a los consumidores prestados a través de agentes comerciales telefónicos o call center"

Fecha de ingreso: 27-04-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8293-03

Descripción: Obliga a los fabricantes de neumáticos a indicar en tales artículos el nivel de eficiencia de sus productos.

Objetivo: Agregar en la rotulación del neumático información clara y precisa respecto a la resistencia de la rodadura y su adherencia.

Fecha de ingreso: 08-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8300-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de publicidad de proyectos inmobiliarios que aseguren una vista asociada.

Objetivo: regular la publicidad en cuanto a garantizar determinada vista en un proyecto inmobiliario.

Fecha de ingreso: 14-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8304-03

Descripción: Regula el uso y sistemas de cobro en los estacionamientos destinados al público y las situaciones de emergencia en éstos y pórticos de peaje

Objetivo: Establecer sistemas de cobro en los estacionamientos destinados al público y las situaciones de emergencia en éstos y pórticos de peaje.

Fecha de ingreso: 23-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8306-03

Descripción: Modifica la ley del consumidor con el objeto de establecer la gratuidad de los servicios conexos para los clientes de centros comerciales y servicios de uso público.

Objetivo: La gratuidad de los servicios conexos para los clientes de centros comerciales y servicios de uso público.

Fecha de ingreso: 17-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8308-03

Descripción: Cobros de estacionamiento vehicular y baños en los centros comerciales y robo de vehículos en los mismos lugares

Objetivo: Regular el cobro de estacionamientos, baños y responsabilidad en caso de robo de vehículos.

Fecha de ingreso: 22-05-2012

Estado de tramitación: pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8310-03

Descripción: Impone a los proveedores la carga de exhibir y entregar las condiciones de suministro de repuestos y servicio técnico, y sanciona el incumplimiento de lo comprometido como publicidad engañosa

Objetivo: Establece las condiciones de suministro de repuestos y servicio técnico, y sanciona el incumplimiento de lo comprometido como publicidad engañosa

Fecha de ingreso: 17-05-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8338-03

Descripción: Modifica ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, liberando la prescripción de la necesidad de declaración judicial.

Objetivo:

Fecha de ingreso: 05-06-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8340-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, estableciendo como medio de prueba el comprobante de pago de las ventas por Internet.

Objetivo: Incluir como medio de prueba pre constituido el comprobante de pago ejecutado a través de Internet.

Fecha de ingreso: 06-06-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8357-03

Descripción: Modifica el artículo 32 de la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, introduciendo sellos de contaminación de las estufas.

Objetivo: En materia de rotulado, introducir sellos de contaminación de las estufas.

Fecha de ingreso: 12-06-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8402-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, en relación al contrato de transporte aéreo.

Objetivo: Reforzar la regulación del transporte aéreo, eliminando las excepciones que contempla la LPC.

Fecha de ingreso: 03-07-2012

Estado de tramitación: pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8405-03

Descripción: Modifica ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para delimitar las personas legitimadas, para hacerse parte en los juicios seguidos por interés difuso o colectivo

Objetivo:

Fecha de ingreso: 03-07-2012

Estado de tramitación: Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8424-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, prohibiendo la emisión de boletas, boletos, comprobantes, recibos, saldos y cualquier documentación usando papel químico o termosensible, o cualquier tecnología que limite o disminuya la legibilidad o certeza en cuanto al contenido de la prestación, su fecha o su monto.

Objetivo: Prohíbe la emisión de boletas, boletos, comprobantes, recibos, saldos y cualquier documentación usando papel químico o termosensible, o cualquier tecnología que limite o disminuya la legibilidad o certeza en cuanto al contenido de la prestación, su fecha o su monto

Fecha de ingreso:

05-07-2012

Estado de tramitación: Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8435-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, permitiendo el término anticipado de los contratos de prestación de servicios domiciliarios por la causal de cesantía.

Objetivo: Término anticipado de los contratos de prestación de servicios domiciliarios por la causal de cesantía.

Fecha de ingreso: 11-07-2012

Estado de tramitación: Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8439-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, prohibiendo el cobro a los estudiantes para defender su tesis o rendir examen de grado.

Objetivo: Prohíbe el cobro a los estudiantes para defender su tesis o rendir examen de grado.

Fecha de ingreso: 11-07-2012

Estado de tramitación: Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8521-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, en lo referido al arancel del Colegio de Abogados.

Objetivo:

Fecha de ingreso: 14-08-2012

Estado de tramitación: Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8530-03

Descripción: Modifica ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de venta de entradas a espectáculos

Objetivo: Entregar al consumidor información oportuna sobre los obstáculos que presenta, para la vista, una determinada ubicación.

Fecha de ingreso: 28-08-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8542-03

Descripción: Modifica ley N° 19.496, sobre protección de derechos de los consumidores, incorporando en el rotulado de sistema de audífonos, referencia al perjuicio que implica su uso abusivo para la salud auditiva.

Objetivo: Incorporar en el rotulado de los audífonos mensajes directos y claros a los consumidores sobre los decibeles aconsejables.

Fecha de ingreso: 29-08-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8594-03

Descripción: Modifica ley N° 19.496, Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, regulando el término anticipado de los servicios de telecomunicaciones.

Objetivo: Facultar directamente al consumidor para poner término unilateral a los contratos y/o sus servicios complementarios de telecomunicaciones, haciéndose efectivo el término dentro del plazo de 10 días hábiles, contados desde su comunicación.

Fecha de ingreso: 13-09-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8602-03

Descripción: Modifica la ley que Establece Normas Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y el Código Aeronáutico con el fin de someter la sobreventa de pasajes en los vuelos a los procedimientos de la ley N° 19.496.

Objetivo: Sancionar la sobreventa de pasajes aéreos, de la cual el usuario sola toma conocimiento al momento de presentarse en el respectivo aeropuerto.

Fecha de ingreso: 1-10-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8604-03

Descripción: Regula el Telemarketing

Objetivo: Proteger los intereses de los consumidores de manera directa, limitando las comunicaciones promocionales o publicitarias efectuadas por medios a distancia, prohibiéndolas para quienes no hayan manifestado previamente su conformidad con recibirlas.

Fecha de ingreso: 3-10-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8628-03

Descripción: Modifica ley N° 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores, para establecer la gratuidad por el uso de baños, en centros comerciales y otros establecimientos

Objetivo: La devolución de lo pagado por uso de los servicios higiénicos respecto de aquellas personas que adquieren un bien de consumo en ellos.

Fecha de ingreso: 16-10-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8690-03

Descripción: Impone a las personas que especifica el deber de retiro del mercado de los productos cuya peligrosidad para la vida o la salud humanas se determine por aviso del fabricante o por estudios técnicos, y sanciona criminalmente la omisión de aquél.

Objetivo: Obliga al fabricante, importador o distribuidor de bienes o prestador de servicios a comunicar el retiro del mercado de aquellos productos que pongan en serio riesgo la salud de la población.

Fecha de ingreso: 20-11-2012

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8719-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, disponiendo medidas para su perfeccionamiento

Objetivo: La entrega de herramientas que permitan al consumidor acreditar la aceptación, termino, etc de servicios que se contraten vía telefónica, en el domicilio y/o vía internet.

Fecha de ingreso: 11-11-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 8722-03

Descripción: Modifica la ley n° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, incorporando a los servicios de notarías y conservador de bienes raíces a esta normativa.

Objetivo: Que los servicios prestados por las Notarías y el Conservador de Bienes Raíces, queden sujetos a las disposiciones de la Ley N° 19.496.

Fecha de ingreso: 11—12-2012

Estado de tramitación: Pasa a la Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales

1.- Por segundo año consecutivo, el SERNAC fue destacado por los periodistas de todo el país, como uno de los Servicios Públicos líderes en el acceso a la información pública, resultado que se puede observar en el IX Barómetro de Acceso a Información 2012 realizado por la consultora Adimark GfK, obteniendo el Primer lugar del Ranking. La encuesta que fue respondida por más de 418 periodistas de todo el país, consideró tres factores al momento de acceder a la información, como es la disposición, confiabilidad y entrega oportuna. Este es un importante reconocimiento al trabajo y esfuerzo de entregar respuestas oportunas y adecuadas a la prensa, lo que además es consistente con la visión de considerar a los periodistas como socios en la labor de informar a los consumidores sobre sus derechos y transparentar al mercado.

2.- Según un estudio realizado por la Facultad de Derecho de la Universidad del Desarrollo, Carabineros y el SERNAC son las instituciones en que más confían las personas. De acuerdo al análisis, un 20% de los encuestados afirma que el SERNAC es una de las instituciones que merecen más confianza, lo que se debería a su rol activo en la defensa de los consumidores como sucedió con el caso La Polar, donde el organismo abrió el caso a través de una demanda colectiva y está cerrando el círculo con la aprobación de una propuesta de conciliación por parte de la empresa que deberá ser revisada por los Tribunales. La encuesta se realizó telefónicamente a más de 1.000 personas y se aplicó el 15 y 16 de mayo de 2012.

3.- En el V Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), se propone y aprueba por unanimidad la designación de Chile como Presidente

ProTempore del FIAGC para el periodo 2012-2013, a través del cual también se encomienda la organización de la VI versión del foro.

4.- Practicas para Chile es una iniciativa del Gobierno, impulsada por el Ministerio de Hacienda y respecto de las organizaciones que componen el Ministerio de Economía, SERNAC fue destacado en segundo lugar por Prácticas para Chile, como unos de los servicios que recibe un número mayor de practicantes. A través de esta iniciativa se busca atraer y formar en el servicio público a jóvenes con vocación, comprometidos con el bien común y dispuestos a poner sus talentos en los principales desafíos del país.