

BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2013

MINISTERIO DE ECONOMÍA,
FOMENTO Y TURISMO.

SERVICIO NACIONAL DEL
CONSUMIDOR

Índice

1. Carta Presentación del Ministro del ramo	3
2. Resumen Ejecutivo Servicio	4
3. Resultados de la Gestión año 2013	6
3.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2013 y la Provisión de Bienes y Servicios.....	6
4. Desafíos para el año 2014	25
5. Anexos	35
Anexo 1: Identificación de la Institución	36
a) Definiciones Estratégicas.....	36
b) Organigrama del Servicio	39
c) Principales Autoridades	40
Anexo 2: Recursos Humanos	41
Anexo 3: Recursos Financieros	49
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2013	53
Anexo 5: Compromisos de Gobierno	59
Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas	60
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2013.....	61
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	62
Anexo 9: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional.....	64
Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales.....	69

1. Carta Presentación del Ministro del ramo

El Balance de Gestión que presentamos a continuación, no sólo resume las principales actividades desarrolladas por el Ministerio de Economía Fomento y Turismo, y sus tres subsecretarías: Economía, Pesca y Turismo, sino que además contempla lo que se ha desarrollado desde los servicios dependientes, 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 Inversiones Extranjeras (CIE).

Durante el año 2013 el trabajo y los esfuerzos del Ministerio de Economía estuvieron enfocados en el cumplimiento del Programa de Gobierno, que busca hacer de Chile un país desarrollado y construir una sociedad con igualdad de oportunidades. Conscientes que la innovación y el emprendimiento son una potente herramienta para buscar soluciones a los problemas y por ende, generar cambios, es que hemos destinado parte importante de nuestros esfuerzos al desarrollo de políticas públicas, que vayan en beneficio del desarrollo del país.

El año 2013 fue designado por S.E. el Presidente de la República como el Año de la Innovación. En este sentido, hemos creado y puesto en marcha una serie de medidas que apoyan la Innovación, y que persiguen, como fin último, el desarrollo del país introduciendo cambios que mejoren la calidad de vida de las personas. De esta manera, se aumentó el presupuesto global de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica -CONICYT- de un presupuesto de 197 mil millones, a 275 mil millones, en aras de aumentar el monto de recursos que dedica la sociedad chilena a esta materia. Por otra parte, se creó el Parque Astronómico Atacama ubicado en la comuna de San Pedro de Atacama, iniciativa que permitirá potenciar a la II Región como el máximo centro mundial de la astronomía, entre otras cosas.

Finalmente, quisiera destacar el gran esfuerzo que ha hecho el equipo que conforma este Ministerio, hemos entregado lo mejor de nosotros mismos y hemos fijado un objetivo claro: mejorar la vida de las chilenas y chilenos encaminando al país a un norte de desarrollo. De esta manera, seguiremos trabajando con esa misma inspiración y con la misma fuerza hasta el último día de este Gobierno.



FELIX DE VICENTE MINGO

MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

2. Resumen Ejecutivo Servicio

A través del presente Balance de Gestión queremos informar 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, cuyas líneas durante el 2013 se centraron principalmente 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, Seguridad y Calidad de Productos y SERNAC Financiero.

Es así como en 2013 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.

En el 2013, el SERNAC trabajó para entregar más y mejor información a los consumidores: el sitio web www.sernac.cl tuvo 2 millones 500 mil visitas; se registraron 46 mil inscritos para recibir boletines periódicos vía correo electrónico; y se llevaron a cabo un total de 5 campañas de información relacionadas con temas de gran interés ciudadano, tales como Feria del Consumidor, Prevención del Fraude, SERNAC Te Protege en Todo Chile, Presupuesto Familiar y Garantía Legal.

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 en todo el país.

En materia de protección, en 2013 se recibieron un total de 311.756 reclamos a nivel nacional y más de 480 mil consultas. Asimismo, se presentaron 94 mediaciones colectivas (40 cerradas favorablemente), alcanzando cifras aproximadas de 4 mil 147 millones de pesos, por concepto de compensaciones para los consumidores. Asimismo, se interpusieron 14 demandas colectivas y 936 denuncias por interés general en mercados tales como: productoras, aerolíneas, telefonía, asociaciones gremiales, servicios editoriales, bancos y financieras.

Pero quizás, una de las demandas colectivas más relevantes y emblemáticas fue la presentada en febrero de 2013 en contra de las tres cadenas de farmacias, cuyo propósito fue que las compañías compensaran a los consumidores que se vieron dañados por la colusión ocurrida entre diciembre de 2007 y marzo de 2008.

En el ámbito de la participación ciudadana, el SERNAC a través del Fondo Concursable asignó \$357.981.000 millones de pesos, cifra que logró financiar a un total de 54 proyectos presentados por las Asociaciones de Consumidores, destacándose que un 78% de estos proyectos, fueron provenientes de Asociaciones de Consumidores de Regiones.

En materia de educación, el año 2013 se capacitó a 360 docentes de todo el país a través del curso de Perfeccionamiento Docente Educación para el Consumo y se implementó, en más de 70

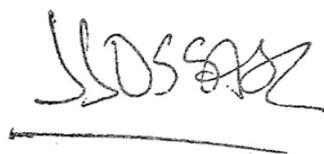
establecimientos Educativos de todo el país, de manera paulatina, el Programa de Educación Financiera. Además en 2013, hubo más de 8 mil asistentes a charlas y talleres presenciales y 217 participantes que aprobaron el Curso de Proveedores denominado “Calidad y Garantía Legal”. Asimismo, se elaboró una serie audiovisual, en conjunto con el CNTV, que será difundida por redes NOVASUR (canales regionales, ARTV, difusión a colegios) y en el sitio web de SERNAC desde marzo del 2014.

En el Área Calidad y Seguridad de los Productos se implementó el proyecto piloto de información de lesiones asociadas a productos de consumo, con COANIQUEM y el Hospital de niños Luis Calvo Mackenna; la consolidación de la Mesa Nacional de Seguridad de Productos, coordinada por el SERNAC; y la participación en la Red de Consumo Seguro Salud de las Américas, instancia coordinada por OEA y OPS. Se registraron 30 alertas de seguridad de productos notificadas por el proveedor, lo que significó un aumento de 114% en relación a 2012, llegando a 2.375.796 unidades de productos-modelos (potenciales consumidores).

En relación al SERNAC Financiero, y gracias a su nuevo marco regulatorio, las compensaciones logradas pasaron de casi \$300 millones del año 2010 a 4 mil 147 millones durante el año 2013. En el mismo sentido, SERNAC protagonizó uno de los casos que marcará precedencia y jurisprudencia en materia jurídica, al ganar por primera vez una demanda colectiva en Chile: Caso Cencosud, que implicó cerca de 52 millones de dólares en devoluciones y compensaciones para consumidores afectados. Además, se presentaron emblemáticas demandas colectivas y mediaciones con empresas del mercado financiero, como por ejemplo: Corona, Hites y Dijon por cobros ilegales de comisiones.

Tras revisar nuestra labor tanto en el presente año, como luego de 4 años de esfuerzo colectivo, podemos señalar que uno de los desafíos más importante de aquí en adelante es precisamente optimizar los procedimientos judiciales, que le permitan al SERNAC contar con mejores herramientas para proteger a los consumidores ante la justicia y crear herramientas que le faculten al SERNAC poder defender de mejor forma los intereses individuales de los consumidores.

Sin embargo, a la luz de los resultados podemos señalar que nuestro trabajo permite proyectar una mayor justicia y equidad en materia de protección al consumidor, fortaleciendo un SERNAC más activo que equilibre la balanza a favor de todos los consumidores.



**JUAN JOSÉ OSSA SANTA CRUZ
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**

3. Resultados de la Gestión año 2013

3.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2013 y la Provisión de Bienes y Servicios.

Respecto de los aspectos relevantes de la Ley de Presupuestos 2013 referente a los énfasis ministeriales, el eje estuvo marcado por la continuidad de las funciones asumidas en torno al SERNAC Financiero. En este contexto, luego del diseño e implementación de los procesos que soportaron los distintos productos/servicios, hoy podemos dar cuenta de determinados resultados y acciones de mejoras desarrolladas en torno a esta importante política pública.

SERNAC Financiero a dos años de su Implementación

El 05 de marzo 2012 con la Ley N°20.555, se creó al interior del SERNAC la División de Consumo Financiero. El nuevo marco legal le otorgó nuevas facultades a esta institución, fortaleciendo los derechos de los consumidores en el ámbito de los productos y servicios financieros imponiendo nuevas obligaciones a las empresas en su relacionamiento con el consumidor. La implementación de esta iniciativa permitió que hoy las empresas se vean en la obligación de suministrar al consumidor una “Hoja Resumen” que simplifique las principales cláusulas y condiciones a las que está accediendo o puede acceder un consumidor, de manera que esté lo suficientemente informado al momento de tomar una decisión. Es así que en la firma de un contrato de crédito, por ejemplo, el consumidor tiene el derecho que se les respeten las siguientes condiciones: 7 días hábiles en la vigencia de una cotización y prohibición de ventas atadas, además de la inclusión de herramientas como la CAE y el Costo Total del Crédito, que permiten comparar y cotizar ofertas de crédito por un mismo monto en distintas entidades crediticias, de manera de conocer finalmente cuanto terminará pagando v/s el monto solicitado.

Dado que este proyecto implicó el desarrollo de una nueva estructura del SERNAC, y con el propósito de estandarizar todos los procesos en base a un mismo lineamiento, en septiembre del año 2012 la División de Consumo Financiero certificó el 100% de sus procesos bajo la norma ISO 9001-2008, certificación que fue mantenida existosamente en Septiembre del 2013.

Dentro del contexto de lo declarado en la Ley N°20.555 y con el objetivo de fortalecer la protección financiera en el mercado, en el año 2013 a nivel nacional se registraron 126 mediadores y 56 árbitros financieros, profesionales que forman parte del Sistema de Solución de Controversias establecido en la misma ley.

En cuanto a las compensaciones logradas por concepto de mediaciones colectivas, pasaron de casi \$300 millones el año 2010 a 4 mil 147 millones durante el año 2013.

En conformidad a lo antes señalado, SERNAC fue protagonista de uno de los casos que de seguro marcará precedencia y jurisprudencia en materia jurídica, al ganar por primera vez una demanda colectiva en Chile, Caso Cencosud (2013), obteniendo cerca de 52 millones de dólares en devoluciones y compensaciones para los consumidores afectados.

Durante el año 2013, además, el SERNAC Financiero revisó diversos contratos respecto de los cobros de comisiones de las Tarjetas de Crédito no bancarias, trabajo que concluyó con tres demandas colectivas por cobros improcedentes; y con 8 mediaciones colectivas, de las cuales 6 se cerraron con acuerdo y compensaciones para los consumidores.

Por otra parte, se presentaron 3 demandas colectivas en contra de empresas financieras Corona, Hites y Dijon por realizar cobros ilegales de comisiones, las que afectaban de manera directa a cada una de las cuotas de las compras que realizaron los consumidores.

En materia de información financiera, el año 2013 se elaboraron 6 ranking de reclamos financieros y 15 estudios de crédito (boletines financieros) de diversos productos, como por ejemplo, créditos de consumo, hipotecarios, automotriz, entre otros, todos estos distribuidos por el canal web (www.sernac.cl).

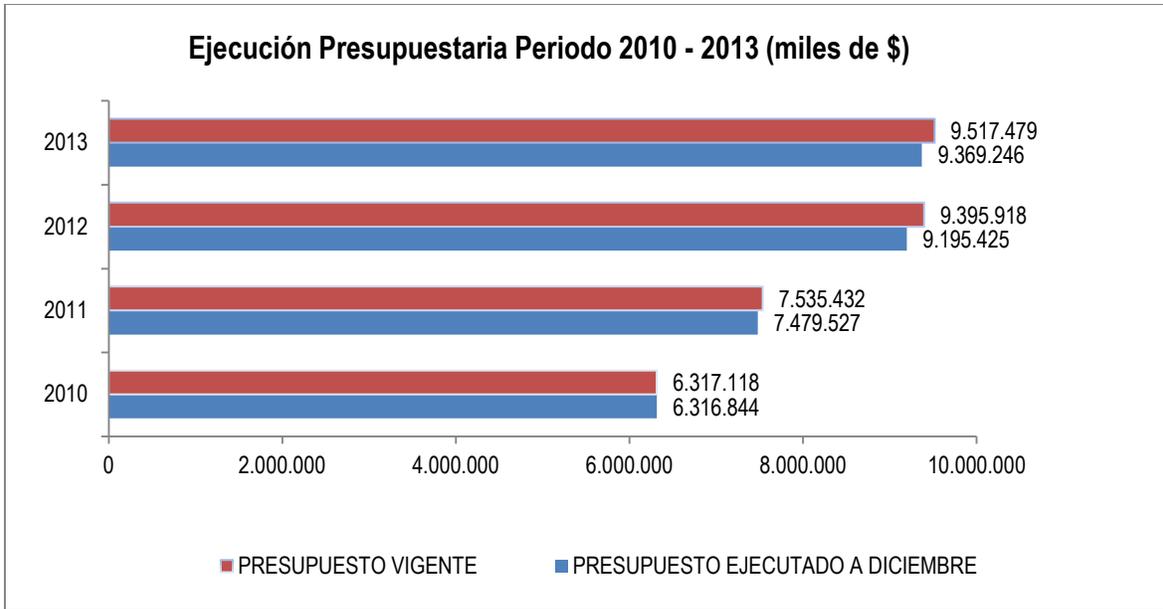
El SERNAC Financiero ha generado, desde su implementación, 5 guías relacionadas con diversos aspectos financieros y jurídicos, con el propósito que los consumidores y empresas puedan desenvolverse en el nuevo contexto del Mercado Financiero. Estas guías son distribuidas a todos los consumidores interesados a través del canal web.

De esta forma, en el año 2013 SERNAC dio grandes pasos en la defensa de los consumidores de productos y servicios financieros del país, registrando hitos relevantes para la protección de los consumidores. En consecuencia, podemos afirmar que a dos años de la implementación del SERNAC Financiero, hoy día los consumidores cuentan con un nuevo estándar en materia de información y nuevas herramientas para conocer efectivamente sus productos de índole financieros.

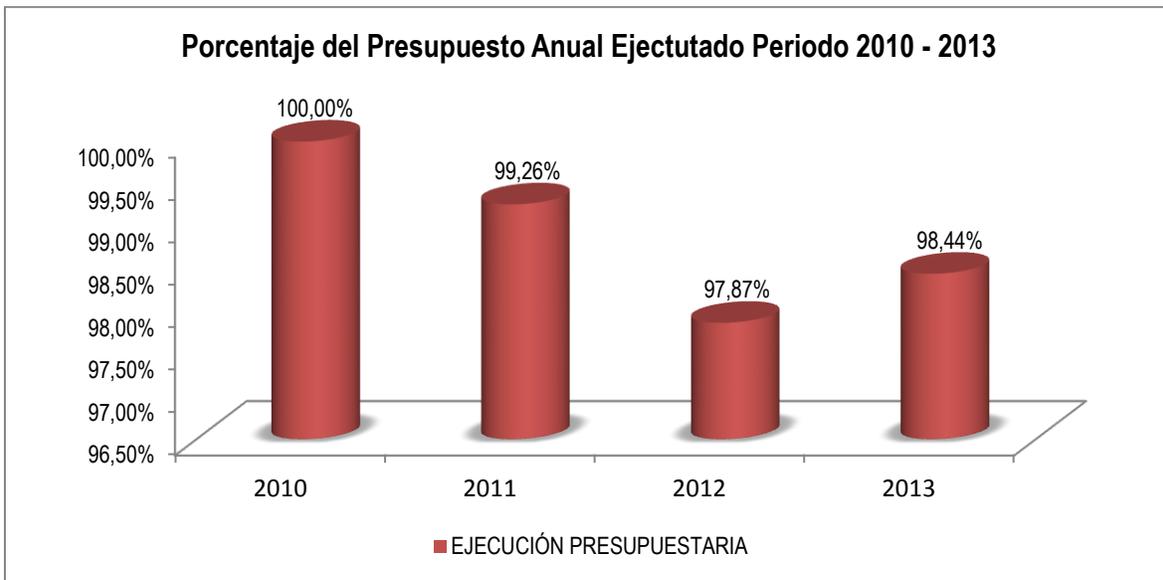
• **Desempeño Financiero 2010 – 2013**

En cuanto al desempeño financiero de los últimos años, considerando también el año 2013, el SERNAC ha ido consolidando una gestión eficiente en lo que refiere a su ejecución presupuestaria.

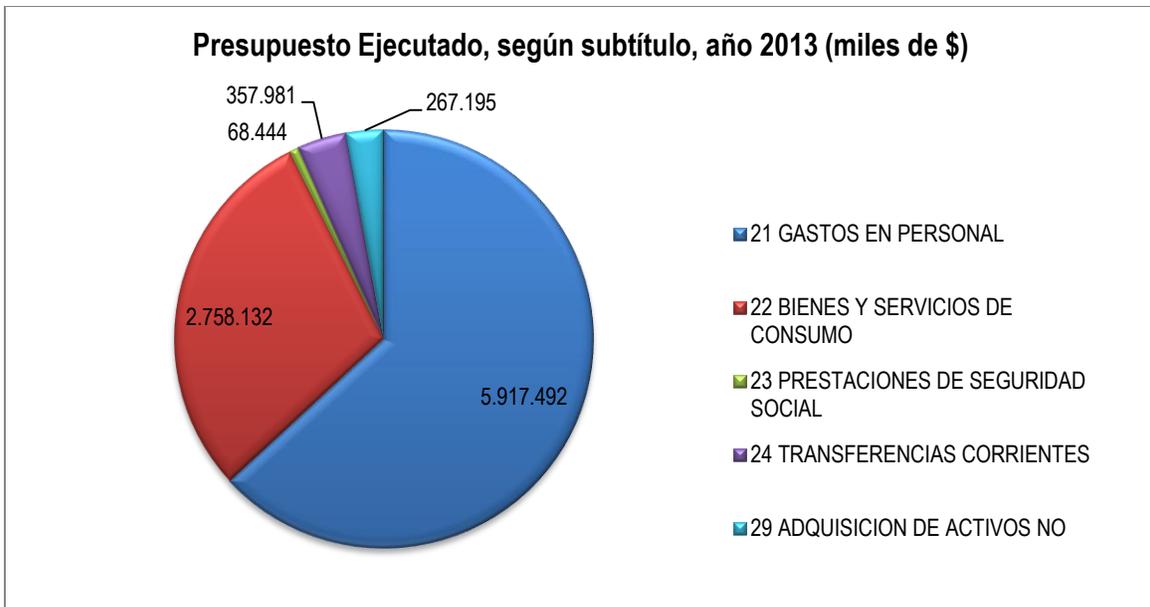
Como se puede ver en el siguiente gráfico, para los años 2010, 2011, 2012 y 2013, junto con evidenciar el incremento en términos del presupuesto vigente de cada periodo, también se constata el alto grado de ejecución del mismo:



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. Al respecto, se evidencia claramente que en el año 2013 hubo una ejecución presupuestaria mayor a la del año 2012.



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



De aquí se desprende que, del total ejecutado durante el año 2013 que corresponde a M\$9.369.246, el mayor gasto ejecutado correspondió al subtítulo 21: Gasto en personal, que ascendió a M\$5.917.492, lo que implica un gasto del 63% del anual realizado, siguiéndole, con un 29% el subtítulo 22: Bienes y servicios de consumo, que durante el año cerró con un gasto de M\$ 2.758.132.

- **Resultados en torno a la 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 2013 ingresaron un total de 793.426 consultas y reclamos, cifra que representó un 8,8% de disminución respecto del año 2012, año en el cual ingresaron un total de 869.898 casos. En este contexto, el SERNAC acogió el año 2013, un total de 481.670 consultas a través de sus tres canales de ingreso disponibles para los consumidores y consumidoras, cifra menor a la del año 2012 en el cual se obtuvo un total de 546.109 (11,8% de disminución al comparar ambos años).

Los consumidores y consumidoras que realizaron consultas el año 2013 preferentemente utilizaron el servicio de atención telefónica; en efecto se atendió el 59% de las consultas a través de call center, el 24% se realizó a través de plataformas de atención presenciales y un 17% ingresaron por el servicio de internet.

En cuanto al volumen de ingresos de reclamos presentados por los consumidores y consumidoras en el año 2013, registrados en el sistema, la cifra ascendió a un total de 311.756,

cifra que representó una disminución de -3,7% respecto al año 2012, en que ingresaron un total de 323.789 reclamos.

Del total de reclamos ingresados en el año 2013, el 96,3% (300.143) fue gestionado y cerrado. El 2.7% de los reclamos (8.351) se encuentran cerrados y forman parte de una mediación colectiva. A continuación se presentan los resultados de los casos gestionados y cerrados, excluyendo aquellos que forman parte de alguna mediación colectiva.

Resultado de Casos Gestionados Periodo Enero- Diciembre 2013		Resultado de Casos Gestionados Periodo Enero - Diciembre 2012	
CAUSAL DE CIERRE	TOTAL	CAUSAL DE CIERRE	TOTAL
PROVEEDOR ACOGE	166.273	PROVEEDOR ACOGE	174.448
PROVEEDOR NO ACOGE	85.133	PROVEEDOR NO ACOGE	79.419
PROVEEDOR NO RESPONDE	32.954	PROVEEDOR NO RESPONDE	34.883
PROVEEDOR INFORMA CASO NO PROCEDE	4.577	PROVEEDOR INFORMA CASO NO PROCEDE	9.676
DERIVADO	1.985	DERIVADO	6.286
ANTECEDENTES INSUFICIENTES PARA TRAMITAR	870	ANTECEDENTES INSUFICIENTES PARA TRAMITAR	1.669
TOTAL GENERAL	291.792	TOTAL GENERAL	306.381

En este contexto, es posible señalar que el año 2013 se mantuvo alrededor de un 57% las empresas que acogieron en primera instancia los casos presentados por los consumidores, obteniendo una respuesta favorable en cada reclamo.

Se destaca que los casos con resultados “proveedor no responde”, disminuyeron en 5,5 puntos porcentuales el año 2013, lo cual refleja un mayor compromiso por parte de las empresas en responder los reclamos presentados por los consumidores y consumidoras, y además, evidencia la gestión realizada por el SERNAC en su esfuerzo por lograr que los proveedores respondan los requerimientos presentados.

Es necesario tener en consideración que de los casos ingresados el 2013, aún hay un volumen correspondiente a 11.613 casos que se encuentran en gestión dada la naturaleza de este proceso, por lo que no se han incluido en los cuadros analizados recientemente.

2. 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 2013 se llevaron a cabo coordinaciones intersectoriales con el objetivo de ampliar esta red y asociarse con aquellos actores estratégicos vinculados a temáticas de consumo, logrando y creando convenios con las siguientes instituciones:

- ✓ **Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras:** Actualización del convenio de Interoperabilidad y nuevo desarrollo en la gestión de los reclamos.
- ✓ **Superintendencia de Electricidad y Combustibles:** Actualización del convenio de Interoperabilidad y nuevo desarrollo en la gestión de los reclamos.
- ✓ **Junta de Aeronáutica Civil:** Campaña Conjunta Derechos Pasajeros Aerolíneas.
- ✓ **Subsecretaría de Telecomunicaciones:** Presentación en conjunto ranking de reclamos.

3. Mediaciones Colectivas.

En el ámbito prejudicial relacionado con las mediaciones colectivas, el año 2013 el SERNAC inició un total de 94 mediaciones colectivas, destacando entre ellas las emprendidas con Easy (caso camas), Claro (caso datos personales), One Direction (problemas en la preventa de entradas).

Ahora bien, relacionado también con este proceso en términos de mediaciones colectivas cerradas con resultados favorables, el año 2013 el SERNAC obtuvo un total de 42 mediaciones colectivas con empresas, en las cuales se concluyó con un resultado favorable para los consumidores.

En tal contexto, las cifras obtenidas de estas mediaciones colectivas, para el año 2013 alcanzaron un monto aproximado de \$3.940 millones en compensación para los consumidores afectados, cifra superior a la del año 2012, la cual consideraba \$3.000 millones en 44 mediaciones colectivas favorables.

4. Demandas Colectivas.

El año 2013 el servicio presentó un total de 14 demandas colectivas, las que en su gran mayoría fueron declaradas admisibles por los Tribunales de Justicia. En total el Servicio sumó 64 juicios colectivos en proceso, de los cuales se destacó la intervención del SERNAC en los siguientes mercados: productoras de eventos, aerolíneas, servicios de telefonía, asociaciones gremiales, servicios editoriales, bancos y financieras, servicios eléctricos, 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 2013 fueron contra las siguientes empresas: Aguas Antofagasta S.A., Claro Chile S.A., Farmacias Cruz Verde, Salcobrand y Ahumada, Hites, Dijon, Corona, Ticketec.

5. Denuncias de interés general.

El año 2013 el SERNAC presentó un total de 971 denuncias por interés general, superando en un 20% la cifra de 778 denuncias presentadas en el año 2012. En el año 2013 se terminaron 745 denuncias, de los cuales 559 fueron con resultado favorable, lo que da un porcentaje de éxito equivalente al 75%.

6. Casos relevantes.

Tal como se presentó el año 2012 con el caso La Polar, durante el 2013 se gestionó otro caso emblemático correspondiente a la empresa CENCOSUD. Durante el año 2013 la Excelentísima Corte Suprema condenó a la empresa Cencosud Administradora de Tarjetas S.A., por incorporar en su contrato de adhesión cláusulas abusivas que permitían unilateralmente realizar modificación del valor de las comisiones cobradas, otorgando al silencio del consumidor valor jurídico, cuestión prohibida por la LPC. Al respecto la empresa deberá realizar las restituciones y reembolsos a los consumidores afectados por tales cobros. La sentencia fue dictada con fecha 24 de Abril de 2013 en rol 12.355-2011 de la Excelentísima Corte Suprema, marcando un hecho "histórico" en materia de protección de los derechos de los consumidores.

Por otra parte, tras un acuerdo conciliatorio ante la Corte Suprema entre BancoEstado, CONADECUS y SERNAC, la entidad financiera se obligó a devolver alrededor de \$5.700 millones al universo de consumidores que sufrieron cobros de comisiones ilegales en sus cuentas de ahorro a la vista, ocurridas entre enero de 2003 y hasta noviembre del 2011.

De esta forma, la entidad financiera accedió a respetar cada uno de los aspectos por los cuales había sido condenado por la Corte de Apelaciones de Santiago en 2010, y que entre otras cosas, obligaba a BancoEstado a devolver en su totalidad el dinero cobrado a los consumidores.

Además, BancoEstado pagó una multa de 50 U.T.M. establecida tanto por el tribunal de primera y segunda instancia.

7. 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 2013 el SERNAC se centró en el análisis de tres mercados, específicamente algunos de ellos fueron:

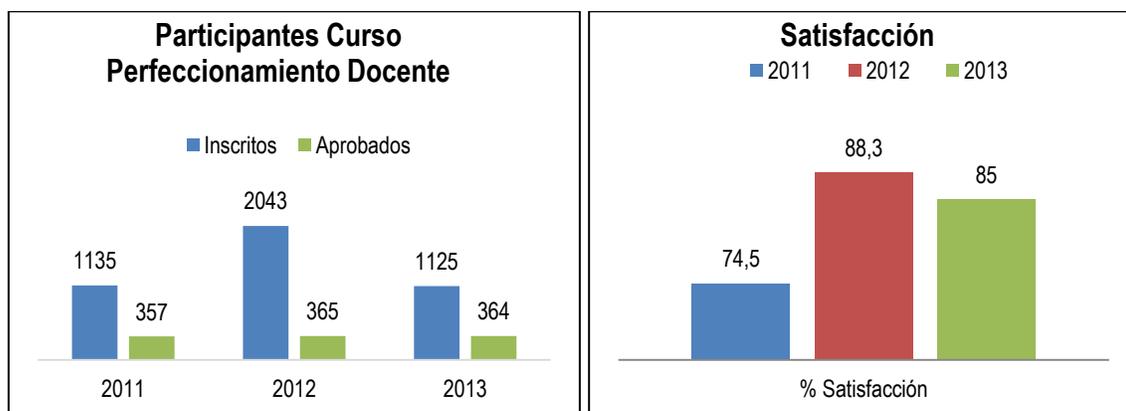
- a) Inmobiliarias: Específicamente se realizaron dos Mediaciones Colectivas, una con Galilea S.A. y otra con Inmobiliaria Maestra.
- b) Clínicas: SERNAC ofició a 17 clínicas para solicitar los contratos a fin de revisar potenciales cláusulas abusivas.
- c) Educación: SERNAC durante el año 2013 dispuso la revisión de los contratos de 23 Universidades.

• **Resultados en torno a la Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores.**

En materia de educación para el consumo, el Servicio desarrolló una serie de actividades con el fin de educar a la ciudadanía en temáticas relacionadas a los derechos y deberes del consumidor, y con la incorporación del SERNAC Financiero, en áreas también relacionadas con la educación financiera. Para ello se desplegaron diversas estrategias, tanto en ámbitos de educación formal como no formal.

En educación formal, el año 2013 se capacitó a 364 docentes de todo el país a través del curso online de Perfeccionamiento Docente Educación para el Consumo. El 2013 tuvo un fuerte énfasis en la transferencia al aula, iniciativa que generó un beneficio indirecto sobre aproximadamente 11.000 alumnos (30 estudiantes aproximadamente por profesor), a quienes sus docentes les enseñaron temáticas relacionadas con consumo responsable y educación financiera.

En los gráficos que se presentan a continuación se observa una leve disminución tanto en el número de inscritos y aprobados como en el porcentaje de satisfacción, esto se explica por el aumento en la dificultad del curso, lo que permitió asegurar una mejor calidad y un mejor proceso de aprendizaje.



En el desarrollo de este mismo ámbito de trabajo, se inició la implementación de un Programa Piloto Escolar de Educación Financiera para establecimientos educacionales, aplicado en 39 establecimientos de la Región Metropolitana y que ya cuenta con 42 inscritos de todas las regiones del país, los que comenzarán a implementar el Programa el año 2014. En el contexto, se participó con stands de difusión de derechos y deberes en actividades escolares de establecimientos de varias comunas de la Región Metropolitana, se realizaron charlas a docentes y apoderados en temáticas de educación financiera y derechos del consumidor, y se realizaron actividades con estudiantes, como concursos y juegos.

Con el fin de apoyar la difusión e implementación de este Programa, se diseñaron diversos documentos, entre ellos:

- a) Programa Escolar de Educación Financiera, que establece la importancia de la Educación Financiera, y explica los objetivos y metodología de implementación de éste.
- b) Guía de Educación Financiera para Docentes, en las que se desarrollan los principales contenidos temáticos a abordar con los estudiantes y orientaciones pedagógicas para una buena transferencia al aula.
- c) Guía de Educación Financiera para el Estudiante, en la que se trabajan los contenidos de manera simple y se proponen múltiples actividades para que el estudiante pueda alfabetizarse financieramente.
- d) 32 fichas pedagógicas con actividades para el aula, que asocian contenidos de educación financiera al currículum educativo vigente.

Una de las líneas de trabajo de SERNAC en el área de la educación formal durante el 2013, estuvo orientada a la inserción de contenidos de educación financiera en las nuevas bases del currículum educativo para 7° Básico a 2° Medio. Para ello, se propuso una progresión de contenidos en las asignaturas de Lenguaje y Comunicación, Matemática e Historia, Geografía y Ciencias Sociales, con el fin de desarrollar en los estudiantes del país la competencia financiera, que a partir del 2015 será evaluada a través de la prueba PISA. Como resultado de dicho trabajo, las nuevas Bases Curriculares, cuya vigencia comienza el 2015, incorporan contenidos específicos de educación económica y financiera en algunos niveles de las asignaturas de Matemática e Historia, Geografía y Ciencias Sociales.

Por otra parte, se elaboró una serie audiovisual en conjunto con el Consejo Nacional de Televisión, dirigida a jóvenes y adultos. La serie llamada "Para Vivir Mejor, Educación Financiera" contó con 10 capítulos en los que, a través de animaciones, se desarrollaron conceptos tales como el ahorro, la inversión, la jubilación, la hoja resumen y los créditos. Los capítulos serán difundidos a través de las redes NOVASUR (canales regionales, ARTV, difusión a colegios) y en el sitio web de SERNAC

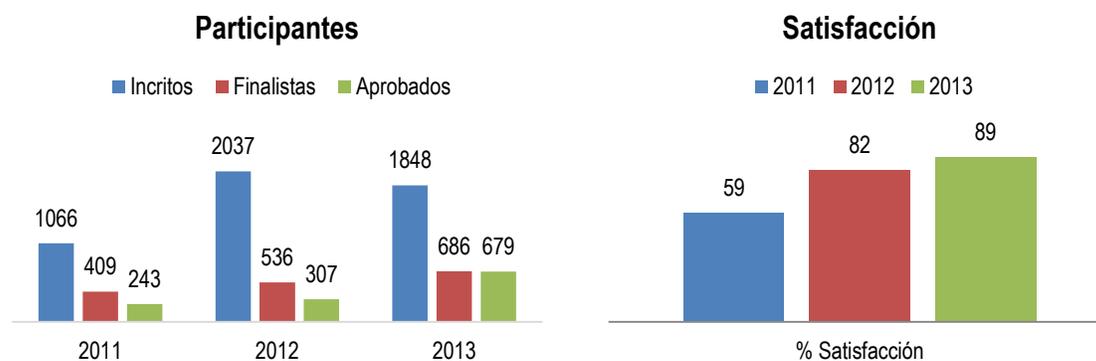
desde marzo del 2014. Al respecto, es importante señalar que en el año 2013 se comprometió una meta que buscaba que al menos el 75% de los participantes de focus group comprendiera los contenidos de consumo del material educativo audiovisual, meta que fue ampliamente superada, dado que el 93% de los niños y jóvenes a los cuales se les mostró el material lograron responder adecuadamente las preguntas de contenido.

Es importante señalar que el año 2013 también se comenzó a medir las visitas al material educativo audiovisual, lo que permitió establecer el alcance del producto. Desde el primero de enero al 31 de octubre del 2013, se contó con 8 series publicadas en el sitio web institucional, que sumaron un total de 79.674 visitas únicas, superando ampliamente las expectativas iniciales al respecto.



La serie con mayor demanda se orientó a público joven y adulto, mientras que las dos que le siguen en cantidad de visitas fueron específicamente orientadas a niños y niñas de Educación Parvularia y Educación Básica.

En el ámbito de la educación no formal, se continuaron implementando los cursos online dirigidos a relatores y proveedores y las actividades educativas presenciales. El curso online de Introducción a la Educación Financiera, se orientó principalmente a relatores de instituciones públicas y privadas, que pudieran replicar los contenidos en organizaciones públicas o de la sociedad civil y empresas.

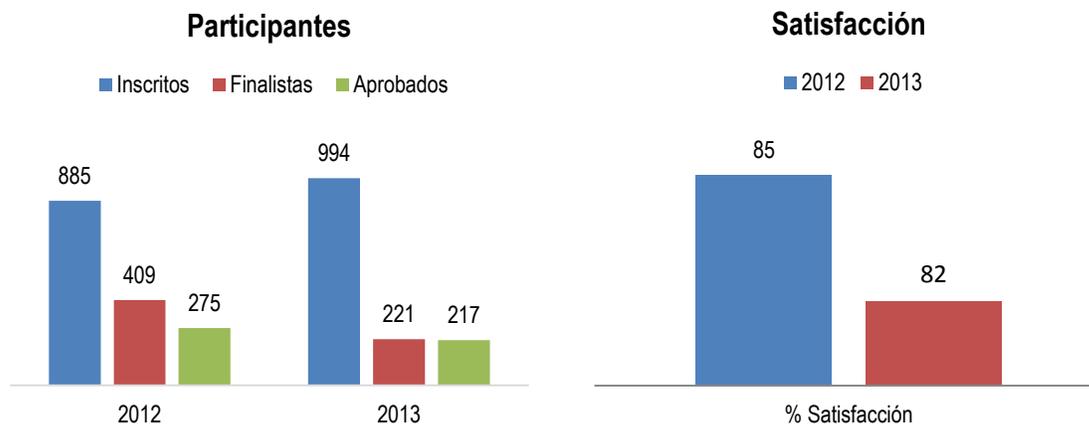


El año 2013 se destinó presupuesto a la externalización de las tutorías que se realizaron a los participantes, lo que permitió aumentar a más del doble la aprobación de los participantes, y en un 7% la satisfacción de éstos con el curso (según se observa en el gráfico anterior).

Este producto tuvo dos compromisos formales para el 2013. El primero de ellos buscaba aumentar en un 10% los participantes que aprobaran el Curso de Introducción a la Educación Financiera respecto al año anterior. El segundo compromiso consideraba que el 63.6% de los participantes (finalistas) aprobaran el curso. Ambos compromisos se cumplieron satisfactoriamente, lo que se explica por la inversión realizada anteriormente.

El curso “Calidad y Garantía Legal, responsabilidad del Proveedor”, estuvo orientado a proveedores, vendedores y personas que trabajen en las áreas de servicio al cliente. Al respecto, el año 2013 se desarrollaron los siguientes temas: Derecho a la calidad e idoneidad de los bienes durables, Derecho a la garantía, Normativa legal sobre la publicidad y Derecho a no ser discriminado.

Cabe señalar, que el desarrollo de este curso tenía comprometida una meta para el año 2013 orientada a lograr que el 55% de comerciantes, vendedores y proveedores (de los participantes finalistas) aprobaran el curso. Como muestra la gráfica a continuación, la meta se cumplió, dado que el universo efectivo de personas que finalizó el curso correspondió a 221, de las cuales 217 lo aprobaron (98,2%).



Finalmente, en lo que respecta a la gestión del SERNAC en materias de educación para el consumo, el 2013 se realizaron 309 actividades educativas presenciales (charlas o talleres) a lo largo del país, con un total de 8.414 asistentes. Los principales temas tratados fueron Presupuesto Familiar y Sobreendeudamiento, Derechos y Deberes de los Consumidores y SERNAC Financiero. Se diseñaron además 3 módulos educativos con nuevas metodologías, de corte más dinámico y participativo, con el fin de que los asistentes a las actividades pudieran apropiarse mejor de los contenidos.

Los módulos elaborados fueron: “Consejos para una buena compra”, “Derechos Financieros” y el “Juego de Educación Financiera para niños”.

- **Resultados sobre la gestión de 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 2013 recibió 2.729.199 visitas (1.935.270 visitantes únicos), considerando además un total de 46 mil inscritos con cuentas activas que ya han recibido boletines mensuales relacionados con temas de consumo publicados en la web. El sitio de SERNAC Financiero (www.sernacfinanciero.cl) recibió 314.886 visitas (256.683 visitantes únicos) durante el 2013, mientras que la Revista del Consumidor (www.revistadelconsumidor.cl) recibió 208.581 visitas (192.939 visitantes únicos).

Otros productos desarrollados por SERNAC el año 2013 y que también apuntan a generar una comunicación efectiva con los consumidores, corresponden a las “Campañas de Información”. Ese año se llevaron a cabo un total de 5 campañas relacionadas con temas de gran interés ciudadano: Feria del Consumidor, Prevención del Fraude, SERNAC te Protege en Todo Chile, Presupuesto

Familiar y Garantía Legal. De los temas presentados es posible señalar que en general hubo una positiva evaluación por parte de la ciudadanía, reflejado en los resultados de las Encuestas de Satisfacción que dan sobre el 80% de aprobación promedio a cada campaña. En este sentido, destaca la encuesta sobre la Feria realizada durante el día del consumidor, donde 94% de los encuestados declaró que la acción ha sido útil o muy útil. Por el contrario, la acción de lanzamiento de la aplicación para smartphone de Garantía Legal fue evaluada por un 64% con nota 6 y 7, siendo la evaluación de satisfacción más baja de todas las campañas.

Complementariamente a los productos de información ya mencionados, el año 2013 el SERNAC continuó utilizando mecanismos de difusión y contacto con los consumidores por medio electrónicos, tales como YouTube-Sernac, el blog SernacParticipa y el Twitter @sernac, alcanzando este último un total de 297 mil seguidores el cierre del año 2013 (110 mil seguidores más que el 2012).

En general, durante el año 2013, todas las iniciativas antes mencionadas en materia de información de mercado y consumo desarrolladas por la institución, obtuvieron una favorable evaluación externa. En este sentido, la Encuesta Nacional de Percepción del SERNAC año 2013 arrojó que el 66,7% ha escuchado o leído algo del SERNAC, y de ellos, el 90,3% considera que la información entregada por el Servicio es "útil"; el 89,8% dice que es "confiable"; el 83,5% "creíble"; y el 82,7% dice que es "eficiente".

De la misma forma, el SERNAC obtuvo por tercer año consecutivo el primer lugar entre los "organismos fiscalizadores" con mayor acceso a la información, según el informe Barómetro 2013 de la Asociación Nacional de la Prensa (ANP).

Complementario a lo anterior, cabe destacar las siguientes gestiones en materia de información para los consumidores:

- a) Inicio del convenio de mutua colaboración con el Instituto de Salud Pública, correspondiendo al ISP la publicación mensual de la entrada en vigencia de los productos bioequivalentes y a SERNAC, el monitoreo del mercado farmacéutico (presencia y seguimiento de precios) y la elaboración de estudios periódicos. Además se elaboraron 2 estudios de bioequivalentes y 12 de presencia y seguimiento de precios, informando a la ciudadanía y transparentando el mercado de medicamentos a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores.
- b) Como soporte a las Mediaciones y Demandas Colectivas iniciadas por SERNAC, se generaron 86 Informes de Compensaciones Económicas, correspondientes a mercados no financieros, lo que representa un incremento de más del 100% respecto del año 2012.
- c) Se elaboraron 10 rankings de conflictividad por empresa, relativos a los mercados no financieros, entre los que destacan: Ranking de Instituciones de Educación Superior, Ranking de Proveedor No Responde, Ranking de Autopistas y Rutas Concesionadas, Ranking de Eventos y

Espectáculos Masivos, entre otros. A su vez, se trabajó en conjunto con SUBTEL para elaboración de Ranking de Telecomunicaciones, fortaleciendo, mediante el trabajo colaborativo intersectorial, la transparencia del mercado de las telecomunicaciones.

- d) En materia de Publicidad y Prácticas Comerciales destacó la elaboración de Informes Publicitarios en nuevas temáticas no indagadas con anterioridad, tales como: publicidad de viajes mundial 2014, publicidad de alimentos funcionales y publicidad de inmobiliarias. A su vez se realizaron 41 denuncias por el incumplimiento normativo de las disposiciones sobre publicidad e información contenidas en la Ley de Protección del Consumidor, doblando a las denuncias realizadas el año 2012.
- e) Se realizaron 842 sondeos de precios de productos de alta demanda a nivel nacional, utilizados como insumo fundamental en el Sistema de Información de Precios (SIP), plataforma tecnológica de información de precios de diversos productos, con el propósito de facilitar a los consumidores la tarea de comparar entre ellos. Ésta plataforma busca disponibilizar la información de precios que la institución recaba, mediante el trabajo de sondeo del Mercado, realizado por el Departamento de Estudios e Inteligencia.

- **Resultados en torno al desarrollo de las Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana.**

En el ámbito de la participación ciudadana, el año 2013 el SERNAC continuó desarrollando eficientemente las atribuciones que le otorga la Ley N° 19.496 y su respectiva modificación Ley N° 20.555, específicamente lo que refiere al Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, el presupuesto considerado para el financiamiento de proyectos de las Asociaciones de Consumidores fue de \$ 357.981.000, de los que se ejecutaron efectivamente \$ 357.981.000, equivalente a un 100%. Este presupuesto se distribuyó nacionalmente en 8 regiones en un total de 54 proyectos, tal como se indica en la siguiente tabla:

Fondo Concursable. Ejecución de proyectos 2013 (según región)

Región	Recursos (\$)	Proyectos (N°)	Total (%)
Arica y Parinacota	0	0	0,00%
Tarapacá	0	0	0,00%
Antofagasta	0	0	0,00%
Atacama	42.754.733	5	11,94%
Coquimbo	0	0	0,00%
Valparaíso	43.583.290	6	12,17%
Metropolitana	97.339.800	17	27,19%
Libertador	15.380.000	2	4,30%

Maule	0	0	0,00%
Biobío	47.131.191	6	13,17%
Araucanía	43.009.990	7	12,01%
Los Ríos	42.095.160	7	11,76%
Los Lagos	26.686.836	4	7,45%
Aysén	0	0	0,00%
Magallanes	0	0	0,00%
TOTAL	357.981.000	54	100,00%

Fuente: SERNAC.

El año 2013 destacó no solamente por los novedosos proyectos presentados, sino también por el gran impacto regional que tuvieron cada una de las iniciativas financiadas.

En este contexto, las principales actividades realizadas fueron las siguientes:

Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores 2013.

Asociación de Consumidores	Proyecto
Asociación de Consumidores de Copiapó - ADECOP	Usuarios y procesos de tarifas para el agua: Difusión y derecho a la participación
Asociación de Consumidores de Copiapó - ADECOP	Seminario "SERNAC Financiero: Análisis Crítico de su Impacto en los Consumidores y las Empresas"
Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS	Educando a nuestras madres, nuestros hijos crecerán como consumidores responsables y saludables.
Asociación Nacional de Defensa de los Derechos de los Consumidores y Usuarios de la Seguridad Social - ANADEUS	Revista ConsumoRespeto: fortaleciendo la red social de ANADEUS
Asociación de Consumidores del Sur - CDS	Encuentro social por la descontaminación
Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios de Chile - CONADECUS	Impacto del SERNAC Financiero en los Consumidores
Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras - FOJUCC	Cápsulas audiovisuales, informativas y educativas "Luz, cámara y consumo".
Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras - FOJUCC	Desarrollo de contenidos de módulos de clases en Consumo y Ciudadanía y Manual de derecho y Responsabilidad en el Consumo
Asociación de Consumidores Formadores de Organizaciones Juveniles de Consumidores y Consumidoras - FOJUCC	La diversidad en el consumo: otro modo de educar en el consumo responsable
Organización de Consumidores y Usuarios de Chile - ODECU	Estudio de calidad de pollos

Fuente: SERNAC.

Respecto al desarrollo de las iniciativas 2013, es relevante mencionar algunos proyectos innovadores que han desarrollado áreas de trabajo escasamente tratadas, y que han tenido resultados destacados. Estamos hablando de proyectos como el "Encuentro Social por la Descontaminación", organizado por la Asociación de Consumidores del Sur - CDS, y desarrollado en la Ciudad de Temuco, precursor en un formato de exposición y reflexión para dirigentes sociales y finalmente, el proyecto "Usuarios y procesos de tarifas para el agua: Difusión y derecho a la participación", de Adecop, que instala la discusión en esta materia y que tiene como objetivo la preparación de los actores sociales de la Región de Atacama para participar en tales procesos.

En relación a los objetivos de los proyectos, se destaca que un porcentaje cercano al 41% (22 de 54 iniciativas) de los proyectos desarrolló acciones que contemplaban capacitaciones, talleres o seminarios, cuyos beneficiarios directos fueron comunidades o grupos de consumidores y consumidoras específicos, y que alrededor del 19% (10 de 54) se orientaron a la realización de estudios de productos y servicios. El resto de los proyectos desarrollados se distribuyen en proyectos de difusión, atención de público y desarrollo de contenidos para el fortalecimiento de movimientos relacionados al consumo.

En lo que respecta a la distribución regional de postulaciones y asignación de recursos, cabe destacar que en el 2013 particularmente, se ha dado un vuelco bastante pronunciado en la participación de las asociaciones de regiones distintas a la Metropolitana de los recursos del Fondo, alcanzando un total de 72,81% de la asignación total. Vinculado a esto, se debe mencionar que durante 2013, en el marco de la ejecución de compromisos adquiridos en el PMG de Descentralización, se realizó el primer llamado regional en la historia del Fondo, en la cual la Región de Atacama se adjudicó un monto total de 13 millones de pesos, lo que aportó a aumentar la participación de las regiones distintas de las Metropolitanas en un 3,8%.

En lo que se refiere a la gestión de proceso de postulación y asignación de recursos del año 2013, se generó una mejora sustancial respecto al 2012, en los tiempos de tramitación de los recursos aprobados para cada proyecto (asignación), lo que generó una óptima recepción por parte de las Asociaciones de Consumidores involucradas y un mayor horizonte temporal para el desarrollo de las iniciativas financiadas.

• **Resultados en materia de calidad y seguridad de los productos**

En conformidad a los lineamientos y actividades priorizadas por la Dirección Nacional en materias de calidad y seguridad de productos, durante el año 2013 destacan los siguientes avances:

- a) Inicio del proyecto piloto de Información de Lesiones asociadas a productos de consumo. El piloto se inició bajo la firma de convenios con COANIQUEM y el hospital de niños Luis Calvo Mackenna.

- b) Se consolidó permanentemente la Mesa Nacional de Seguridad de Productos, instancia coordinada por SERNAC y de la que participan además el: ISP, MINSAL, SEC, INN, MTT, ADUANAS y DIRECON, además de comenzar la constitución del piloto de Mesas Regionales de Seguridad de Productos, constituyéndose la primera de ellas en la región de Arica y Parinacota.
- c) Se desarrolló una página web especializada en seguridad de productos de consumo, la cual será lanzada durante el primer trimestre de 2014.
- d) Elaboración de una propuesta de reglamento, basado en la Ley de Protección al Consumidor, que detalla obligaciones en materia de seguridad de productos.
- e) Elaboración de una propuesta de marco legal general para la seguridad de productos en Chile, vistas las brechas actualmente existentes.
- f) Implementación convenio con INN (participación en 12 normas técnicas y publicación normas ISO internacionales en materia de seguridad de productos) y establecimiento de nuevo convenio para el desarrollo de nuevas normas.
- g) Firma de convenio con MINVU para estudios de rotulación, calidad y trazabilidad de materiales de construcción, y para el desarrollo de una propuesta de Reglamento de rotulación de cemento.
- h) Participación en diversas instancias de mejora reglamentaria, en pro del interés de los consumidores. A saber, propuestas de: Reglamento de Rotulación de Cemento, Modificaciones al Reglamento de Sistemas de Retención Infantil, Modificaciones al Reglamento de Extintores, Reglamento de Productos de Uso Infantil y Modificaciones al Reglamento de Seguridad de Productos Eléctricos y Combustibles, entre otros.
- i) Término de diplomado internacional de formación para 25 funcionarios, con objeto de dotar de capacidades nacionales en los ámbitos de seguridad de productos.
- j) A nivel internacional, participación en el Grupo Técnico Asesor y en el comité de Gestión Interino de la Red de Consumo Seguro Salud de las Américas, instancia coordinada por OEA y OPS.
- k) Fortalecimiento de la vigilancia y coordinaciones con organismos sectoriales para el aumento en la identificación de alertas de seguridad de productos.

Algunas cifras 2013 respecto la gestión del SERNAC en materia de calidad y seguridad de productos:

1. 30 nuevas alertas de seguridad de productos notificadas por el proveedor, a diferencia de las 14 en 2012, aumentando en un 114% entre un año y otro. El desglose general fue el siguiente:
 - 166 productos-modelos el año 2013 (42 productos-modelos año 2012)
 - 2.375.796 unidades de productos-modelos el año 2013, equivalente a potenciales consumidores afectados (43.722 unidades de productos-modelos en 2012)
2. 9 estudios de productos, particularmente destinados a gestiones con otros organismos del Estado.
3. 12 normas técnica: participación en Consultas Públicas y/o Comités Técnicos.
4. 16 indagatorias en materias de seguridad de productos.
5. 13 talleres de seguridad de productos.
6. Contenidos para campaña de verano en ámbitos de seguridad en el consumo y difusión de Mesa de Seguridad de Productos de Arica y Parinacota.

• **Resultados en materia de Gestión Interna**

En materia de gestión interna, el 2013 se trabajaron varias iniciativas en orden de la excelencia institucional. Al respecto, sin lugar a dudas el logro del 100% de sus compromisos institucionales y colectivos evidencia el desarrollo de estas iniciativas.

En este contexto, también cabe destacar la aplicación de planes de mejoras en el marco del Programa Chilegestiona, destacando los siguientes resultados:

- Se redujo en un 18,47%, en relación con el año 2012, el número de días de ausentismo por funcionario al año.
- Se redujo en un 13,24%, en relación con el año 2012, el número de horas extraordinarias canceladas por funcionario al año.
- Se incrementó en un 74,33%, en relación con el año 2012, el porcentaje de recuperación de licencias médicas con derecho a cobro.
- Se redujo en un 40,64%, en relación con el año 2012, el número de licitaciones declaradas desiertas por no presentar oferentes.
- Se redujo en un 32,14%, en relación con el año 2012, el número de sumarios atrasados.

Por otra parte, el año 2013 se obtuvieron importantes resultados en el ámbito de la gestión de personas. Entre estos, podemos mencionar:

- De los colaboradores que ingresaron a la contrata durante el 2013, un 92% lo hizo a través de concurso público, porcentaje significativo en comparación al 83% que se alcanzó el año 2012. Esto demuestra el compromiso con la implementación de los procesos de reclutamiento y selección transparentes y altamente profesionalizados del Servicio Nacional del Consumidor.
- Se implementaron 42 actividades de capacitación, aumentando el promedio anual de horas contratadas por funcionario de 17,6 obtenido el 2012 a un 29,05 para el 2013. Por otra parte, el porcentaje de actividades contratadas con 11 o menos horas de duración, disminuyó de un 25,6% de 2012 a un 4,76% el 2013. Ambos indicadores apuntan a mejorar la oferta de actividades de formación hacia los funcionarios de esta institución, aumentando las horas de duración de las mismas en desmedro de los cursos más básicos.
- El porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de aprendizaje aumentó de un 74,3% a un 83,3%; y el porcentaje de actividades con evaluación de transferencia al puesto de trabajo también aumentó de un 24,1% a un 38,1%. Durante el 2013, SERNAC participó exitosamente de un ejercicio piloto implementado por el Servicio Civil, a través del cual se puso a prueba la nueva metodología sugerida para realizar esta evaluación de transferencia, con lo que se espera conseguir resultados que apunten al fortalecimiento del proceso de capacitación en el Servicio.
- En el contexto del proceso de capacitación, y capitalizando el trabajo participativo que se realiza tanto en el Comité Bipartito de Capacitación, así como en el Comité de Buenas Prácticas Laborales, se implementaron dos llamados del Fondo Concursable de Capacitación, beneficiando a 11 funcionarios/as de diversos equipos y direcciones regionales del Servicio. Asimismo, 4 funcionarios/as pudieron realizar actividades de capacitación al ser beneficiados con el Reconocimiento Funcionario, actividad participativa en que todos los equipos nominan a sus funcionarios/as destacados/as en el período anterior.
- Se gestionó la obtención de recursos para la adquisición de un nuevo sistema de remuneraciones y gestión de personal, con el objetivo de eliminar las brechas y errores generados reiteradamente con el sistema actualmente vigente.
- Por último, el Servicio realizó un estudio de cargas laborales en el nivel central, cuyos resultados serán trabajados con el equipo ejecutivo para optimizar la distribución de las tareas al interior de los diferentes centros de responsabilidad. Paralelamente, se firmó un convenio de colaboración con el Servicio Civil, con el objeto de trabajar en conjunto la revisión y actualización de la Política de Personas en SERNAC; así como un procedimiento para la prevención, detección y tratamiento del acoso laboral, sexual, y las conductas discriminatorias el cual a la fecha ya se encuentra aprobado.

4. Desafíos para el año 2014

Si bien el presupuesto del SERNAC para el año 2014 considera un eje de continuidad respecto al financiamiento de periodos anteriores, en términos generales se han definido desafíos particulares en cada una de sus líneas estratégicas.

Sin perjuicio de lo anterior, en lo que refiere especialmente al Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores, para el 2014 se aprobó un monto de \$369 millones, monto levemente superior a la cifra contabilizada el año 2013 (\$357.981.000).

Desafíos 2014 para cada objetivo estratégico:

I. 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.

- **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 2014 se proyecta la implementación de los siguientes desafíos:

- a. Implementar nuevas redes de protección regional de plataformas presenciales y consolidar el proceso de Interoperabilidad con diversos servicios públicos.
- b. Implementar la nueva plataforma tecnológica para la gestión del Modelo de Atención a los Consumidores, junto con la nueva versión del Portal del Proveedor y del Consumidor.
- c. Implementar una gestión de alertas integradas en relación al comportamiento de los mercados.
- d. Iniciar el proceso de regionalización de gestión de errores.
- e. Se implementará, en conjunto con el Departamento de Gestión y Desarrollo de las Personas, un equipo certificado de monitores/facilitadores, para la gestión de capacitación y talleres a nivel nacional relacionados a este proceso.

- **Mejoramiento de las capacidades técnicas del equipo de abogados y sistematización de la información jurídica.**

Respecto a los compromisos contraídos en la Ley de Presupuestos 2014, se desprenden dos actividades a realizar las cuales consisten en la publicación de juicios en diarios de circulación nacional y la realización de la “Jornada Nacional de Abogados”. Ambas actividades se enmarcan en el fortalecimiento institucional de las capacidades técnicas de los equipos legales, ya sean éstos a nivel Central o Regional. Por otra parte, respecto a iniciativas que tengan relación con la administración de la información jurídica/judicial, se contempla el poder desarrollar una herramienta tecnológica que ayude en la sistematización de la información recabada tanto a nivel central como a nivel regional, ya sea de Mediaciones Colectivas, Juicios de Interés General y Juicios de Interés Colectivo.

II. 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.

- **Vigilancia de los mercados**

Relacionado con la revisión de los mercados, para el año 2014 se ha planeado contar con una propuesta de programa de salida a terreno de los Ministros de Fe del SERNAC, en la cual todas las Direcciones Regionales puedan aportar los tópicos de interés a fin de que la Dirección Nacional tenga un insumo relevante para la toma de decisiones. Lo anterior contribuirá a focalizar la constatación de hechos que pudieran vulnerar la Ley de Protección del Consumidor.

En cuanto a los casos emblemáticos como CENCOSUD y el caso La Polar, ambos siguen en etapa de implementación. Al respecto al primero de ellos la ejecución del juicio comprometió que la empresa debe realizar las restituciones y reembolsos a los consumidores afectados por tales cobros, se espera que durante el año 2014 se pueda verificar el estado de cumplimiento de dicha sentencia.

III. Fortalecer una cultura de consumo responsable y de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en estas materias.

- **Educación Formal y no Formal**

En conformidad a la gestión realizada el año 2013, a los avances que se desean implementar en materia de Educación para el Consumo y a todas aquellas actividades que quedaron

pendientes de ejecutar vinculadas al producto estratégico “Educación para el Consumo Responsable”, el año 2014 se pretende implementar:

- a) Curso de Perfeccionamiento Docente a distancia: A diferencia de años anteriores, el año 2014 se pretende realizar dos cursos, Educación para el Consumo en la Escuela y Educación Financiera en la Escuela. Ambos se encontrarán orientados a estudiantes de pedagogía y docentes de aula del país, cuya meta establecida para cada curso, es lograr 1.000 docentes capacitados en todo el país, los que transferirán sus conocimientos a aproximadamente 30.000 estudiantes de todos los niveles educativos.
- b) Material Educativo Audiovisual: El año 2014 se buscará desarrollar juegos educativos online, en conjunto con el Consejo Nacional de Televisión, que permitirá complementar las series audiovisuales desarrolladas en años anteriores. Dichos juegos serán utilizados por los 5.807 establecimientos asociados a la red NOVASUR del CNTV, y estarán disponibles a todo el público en el sitio web institucional de SERNAC.
- c) Programa Escolar de Educación Financiera: El año 2014 se pretende iniciar la implementación del Programa en los 42 colegios inscritos de todas las regiones del país, y consolidar el trabajo que se está realizando en los otros 39 establecimientos de la Región Metropolitana. Se entregará material educativo a los participantes, con el fin de complementar su participación en el programa y facilitar el desarrollo de las competencias de educación financiera en docentes y estudiantes.
- d) Actividades Educativas Presenciales: Se espera realizar un mínimo de 320 charlas y/o talleres, cubriendo al menos 9.000 participantes en todo el país.
- e) Curso para proveedores: Se implementará un curso online que se pondrá a disposición permanente de los interesados en la plataforma educativa de SERNAC. Se pretende capacitar a 300 proveedores durante el año 2014.
- f) Curso de Introducción a la Educación Financiera: Se implementará nuevamente un curso online orientado a relatores, con externalización de tutorías, lo que permitirá capacitar a 700 personas.

IV. Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo entre los actores del sistema nacional de protección y la promoción de buenas prácticas de responsabilidad social en consumo.

- **Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores**

Para el año 2014 el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores contará con un monto total de \$368.720.000-, los cuales inicialmente, se esperan distribuir a través de dos llamados ordinarios (el primero de ellos por \$200.000.000-). Si con ello no se lograra la asignación completa, se evaluará la realización de llamados extraordinarios, regionales u otros similares.

En razón de ello y relacionado a este mismo proceso, para el año 2014 se espera:

- a) Ejecución del 100% de los recursos asignados.
- b) Distribución de al menos el 50% de los recursos del Fondo entre asociaciones de consumidores localizadas en regiones distintas de la Metropolitana.
- c) Introducción de mejoras significativas a la plataforma de postulación de proyectos.
- d) Modificación del Reglamento del Fondo Concursable de modo que se permita financiar con cargo a éste, instancias de evaluación de impacto de algunos de los proyectos.

- **Responsabilidad Social en Consumo (RS+C)**

El año 2014 se establecerá el rol de SERNAC frente a la promoción de la Responsabilidad Social en asuntos de consumidores, de acuerdo a lo establecido en la norma ISO 26.000. Para ello, se definirá qué aspectos de la norma ya son actualmente una exigencia de la Ley de Protección al Consumidor, de manera de adaptar las disposiciones a la realidad de Chile (SERNAC) y de acuerdo a las orientaciones que establezca el Departamento de Participación Ciudadana con el apoyo de otros departamentos involucrados. Tras ello, se desarrollarán acciones de promoción de esas disposiciones, entre diferentes actores del Sistema Nacional de Protección al consumidor. Es por ello, que los desafíos para el 2014 son:

- a) Documento "Directrices de Responsabilidad Social en Consumo de SERNAC".
- b) 14 actividades de fomento de la RS+C organizadas por SERNAC o externos.
- c) 6 actividades de fomento de la RS+C organizadas por terceros en las que SERNAC es invitado.

- **Fortalecimiento de Competencias para las Asociaciones de Consumidores**

Para 2014, se espera lograr la mantención de una oferta permanente de talleres y cursos para las Asociaciones de Consumidores, cuyos módulos serán de tipo genérico y temáticas transversales de su interés y cumplir con el 100% de las actividades programadas. Entre los desafíos para el 2014 se pueden mencionar los siguientes:

- a) Aprobación del "Programa de fortalecimiento" para 2014.
- b) Realización de 3 cursos online.
- c) 17 actividades de capacitación presenciales ejecutadas.
- d) 65% de las actividades del plan son evaluadas como útiles por las Asociaciones de Consumidores en relación con las postulación, ejecución y rendición de cuanras de proyectos postulados al Fondo Concursable para iniciativas de las AdC.
- e) 1 registro mensual de acciones públicas de las Asociaciones de Consumidores.

- **Espacios de Participación Ciudadana**

Para 2014, el Servicio buscará fortalecer los mecanismos de participación ciudadana e integrar a nuevos actores a los espacios disponibles, entre ellos:

- a. 3 sesiones del Consejo Consultivo SERNAC.
- b. 1 Consulta ciudadana (virtual).
- c. 4 Conversatorios de consumo.
- d. 1 de 4 Conversatorios realizados en una región distinta de la Metropolitana.
- e. 1 Concurso de tesis en temas de consumo.
- f. 2 nuevos Consejos Consultivos regionales.
- g. 15 cuentas públicas participativas.
- h. Aumento porcentual de 5%, con respecto a 2013, en la integración de nuevos actores a los espacios de participación ciudadana.

V. 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.

- **Proceso de Clientes y Mercado**

Durante el 2014, se elaborará el primer Informe anual de Clientes y Mercado (respecto al año 2013) con los estándares de medición establecidos por SERNAC. El informe reportará los clientes y usuarios de todo el servicio, y los niveles de satisfacción de al menos 49 productos y resultados, 14 de los cuales tendrán la base comparativa con el 2013, lo cual permitirá evaluar la eficacia de las acciones de mejora implementadas. Junto con esto, se desarrollarán dos encuestas automatizadas, para medir la satisfacción de los usuarios del sitio web con los contenidos allí publicados.

Dentro de este mismo contexto, para el año 2014 se presentan los siguientes desafíos:

- a) 37 reportes de resultados de medición de la satisfacción.
- b) 14 gestores de excelencia capacitados en realizar encuestas con Isotools (Plataforma usada por el Servicio para la gestión de la calidad) y analizar los resultados con Excel.
- c) 13 productos medidos mediante encuestas automatizadas.

- **Responsabilidad Social de SERNAC**

Los desafíos que se esperan para el año 2014, se relacionan directamente con la incorporación de la estructura base de este nuevo proceso a SERNAC, y la integración de estos con el Modelo Gestión de Excelencia.

En razón de ello, se exponen a continuación los desafíos en esta materia para el año 2014:

- a) Política de responsabilidad social SERNAC.
- b) Programa anual de responsabilidad social elaborado de manera participativa, abarcando materias de: Medioambiente, Comportamiento ético y Contribución a la comunidad.
- c) Definición de indicadores para el logro de la Política.
- d) Definición participativa de comunidades claves de los 14 centros de responsabilidad del servicio.
- e) Realización de actividades del Programa de 2014.

- **Desafíos en el ámbito de la Gestión y Desarrollo de las Personas**

El año 2014 se deben consolidar varias iniciativas cuya ejecución comenzó durante el 2013, las cuales apuntan a la introducción de mejoras sustantivas a los procesos de administración y desarrollo del personal que se desempeña en SERNAC. Entre ellas podemos mencionar:

- a. Implementar en al menos un 15% de las actividades de capacitación ejecutadas, la medición de transferencia al puesto de trabajo bajo la metodología integral impulsada por el Servicio Civil.
- b. Capitalizar en el contexto del Convenio suscrito con el Servicio Civil, la revisión y actualización de la Política de Gestión y Desarrollo de Personas de SERNAC.
- c. Consolidar el proceso de Calidad de Vida y Bienestar, implementando las actividades contenidas en el Plan de Calidad de Vida, para el cual se cuenta por primera vez con presupuesto asociado.
- d. Desplegar en al menos diez equipos del Servicio, las directrices contenidas en el Procedimiento de Prevención, Detección y Tratamiento del Acoso Laboral, Sexual y Conductas Discriminatorias, recientemente trabajado con el Servicio Civil y aprobado por el Director Nacional de SERNAC.
- e. Implementar de manera óptima el nuevo sistema informático para la gestión del personal y el cálculo de las remuneraciones, de acuerdo al cronograma trabajado con el proveedor.
- f. Realizar ejercicios de benchmarking con otros servicios públicos, con el objetivo de introducir mejoras en los procesos de Capacitación, Calidad de Vida, Remuneraciones y Comunicaciones Internas.

VI. Iniciativas sobre calidad y seguridad de los productos

Para el año 2014, en coherencia con la estrategia de seguridad de productos definida para el período 2010-2014 y los avances efectuados a la fechas, los desafíos para el período serán:

- a. Lanzamiento de la web de seguridad de productos, sitio especializado que reúne los contenidos, alertas, proyectos, normas, etc de los diversos actores con roles en esta materia.
- b. Consulta ciudadana e inicio de tramitación de reglamento de seguridad de productos, en tanto codificación de la actual Ley de Protección al Consumidor.
- c. Inicio de gestiones a nivel de ejecutivo relativo a una propuesta de marco legal de la seguridad de productos en Chile.
- d. Evaluación y ampliación del proyecto piloto de información de lesiones asociadas a productos de consumo a fin de tender hacia un sistema de información representativo de la realidad nacional.
- e. Actualización de una estrategia de seguridad de productos 2014-2018, como de una de calidad de productos.
- f. Nuevas mejoras reglamentarias.
- g. Fortalecimiento sostenido de la vigilancia de la seguridad de productos de consumo.

VII. Desafíos en el ámbito del Relacionamento Internacional

En el ámbito internacional, las proyecciones y desafíos para el año 2014 van directamente vinculados al fortalecimiento de alianzas internacionales con foros y países, a través de la participación en eventos de política pública, así como en instancias de enforcement; en temas de protección al consumidor teniendo siempre presente, la mejora de los estándares existentes a nivel de SERNAC:

a. FIAGC

Desde el año 2002 hasta la fecha, SERNAC ha promovido la construcción de espacios de cooperación y colaboración regional, en materia de protección del consumidor, siendo uno de estos ejemplos, el Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), fundado por intermediación de este SERNAC, en colaboración con la Organización de Estados Americanos (OEA) y Consumers International (CI).

En noviembre del año 2012 con ejercicio hasta noviembre de 2013, SERNAC asumió nuevamente, después de 10 años, la Presidencia Pro-Témpore del FIAGC, ello con el propósito, de hacer más eficientes los intercambios de información entre sus miembros así

como, promover de manera eficaz, la cooperación entre sus integrantes. Al respecto, fueron posibles las siguientes acciones:

- Participación y generación de un documento base sobre la revisión de las Directrices de Naciones Unidas en materia de Protección al Consumidor.
- Redefinición del mapa estratégico del foro a través de la formulación de una nueva misión, visión y valores.
- Revisión de los estatutos que rigen al foro.
- Levantamiento de indicadores comunes de gestión de las agencias que forman parte de FIAGC.
- Revisión de la agenda temática de los miembros del FIAGC, a nivel de educación, cláusulas abusivas, posicionamiento e incidencia y empresas multinacionales.

Durante el 2014, SERNAC asumirá labores de Secretaría Técnica en conjunto con el INDECOPI de Perú y la Presidencia Pro- Témpace de México, enfocándose en lo relativo a los Grupos de Trabajo sobre:

- Políticas comparadas sobre empresas multinacionales.
- Fortalecimiento de lazos con la red ICPEN.
- Acciones Colectivas.

b. International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN).

ICPEN es la red internacional más importante de agencias de protección al consumidor a nivel mundial. SERNAC participa de este foro desde el año 2004, llegando a presidirlo en el período 2007 -2008.

Actualmente, SERNAC se encuentra trabajando en conjunto con los miembros FIAGC, la articulación permanente entre esta red y la red regional FIAGC. En el primer semestre de 2014, se espera presentar una propuesta de trabajo para detectar prioridades regionales entre los diferentes foros mundiales que convergen en ICPEN.

Desde 2012, SERNAC forma parte del Advisory Group de este foro y adicionalmente, participa de las iniciativas mes del fraude, sweep day o día de barrido de páginas sospechosas de prácticas fraudulentas entre otras actividades.

c. Committee on Consumer Protection (CCP) Organization for Economic Cooperation and Development (OECD).

El ingreso de Chile a la OECD, constituye uno de los logros y desafíos más importantes a nivel de política exterior, que ha enfrentado nuestro país en los últimos años. Ello ha implicado, en lo correspondiente al SERNAC, la adaptación de nuevos y más elevados estándares de protección al consumidor. En este rol, le ha correspondido al SERNAC, la

presentación de observaciones, comentarios y/o posiciones país en el marco de los documentos y agenda de trabajo respectiva y participación en las reuniones.

Durante la sesión 86 del comité, SERNAC fue invitado como expositor a participar de la Mesa redonda sobre comparadores de precios en el marco del E- Commerce Participativo.

Paralelas a estas actividades, también se participa del Comité Consultivo del Punto Nacional de Contacto sobre las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.

d. Aflatoun Child Social and Financial Education

Aflatoun (Child Savings International) es una Organización No Gubernamental que se enfoca en educar a los niños y jóvenes sobre sus derechos, responsabilidades y la gestión de los recursos financieros a través de la educación social y financiera. Como organización, Aflatoun trabaja actualmente en 83 países, en donde están implementando el programa Aflatoun, que pretende incidir directamente en las bases curriculares educativas.

Desde finales de 2013, SERNAC se encuentra en negociaciones para suscribir un convenio de cooperación entre ambas instancias.

e. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

En aras de promover lazos regionales y abordar actividades, proyectos y/o programas de cooperación mutua y permanente entre el INDECOPI del Perú y el SERNAC de Chile, desde noviembre de 2013, ambas instituciones se encuentran negociando una ampliación del adenda de convenio suscrito entre ambas partes, a principios de ese mismo año.

El objetivo de la ampliación, es poder extender la cooperación entre ambas agencias, más allá de la coordinación interinstitucional para el procesamiento de reclamos y consultas entre ambos países. Se espera que la suscripción del instrumento se realice en el primer semestre de 2014.

f. Child and Youth Finance International (CYFI).

Para 2014, se espera que SERNAC participe de la Reunión de Alto Nivel a celebrarse en Nueva York, y también forme parte, activamente, de la Global Money Week en su calidad de miembro de CYFI.

g. Programa de Cooperación Triangular entre la DIACO de Guatemala, GIZ de Alemania y la AGCI-SERNAC en representación de Chile.

Este proyecto de triangulación, con la participación de la GIZ, se inició formalmente, a comienzo del año 2012 y cuenta con una proyección de duración, de 3 años. En este

contexto, la participación del SERNAC resulta relevante, en aras de fomentar la transferencia de buenas prácticas en lo relativo a atención de reclamos y desarrollo tecnológico.

5. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución.
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros.
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2013.
- 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 2013.
- 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 N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas (20.555).
- 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

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 2013

Número	Descripción
1	Expandir en un 6% promedio el PIB durante el período de gobierno.
2	Aumentar la inversión, llevándola desde el 21% como porcentaje del PIB en 2009, a 28% al fin del período de gobierno.
3	Acelerar la productividad.
4	Mejorar la competitividad del sector empresarial y en particular de las empresas de menor tamaño.
5	Promover un mejor entorno de negocios y reducir la carga administrativa que enfrentan las empresas.
6	Generar condiciones que faciliten y promuevan la innovación y el emprendimiento.
7	Proteger con eficacia a los consumidores de servicios financieros, mediante la implementación del SERNAC Financiero.

- Objetivos Estratégicos

Número	Descripción
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.
2	Fortalecer una cultura de consumo responsable y de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en estas materias
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.
4	Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo entre los actores del sistema nacional de protección y la promoción de buenas prácticas de responsabilidad social en

	consumo.
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.
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.

- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

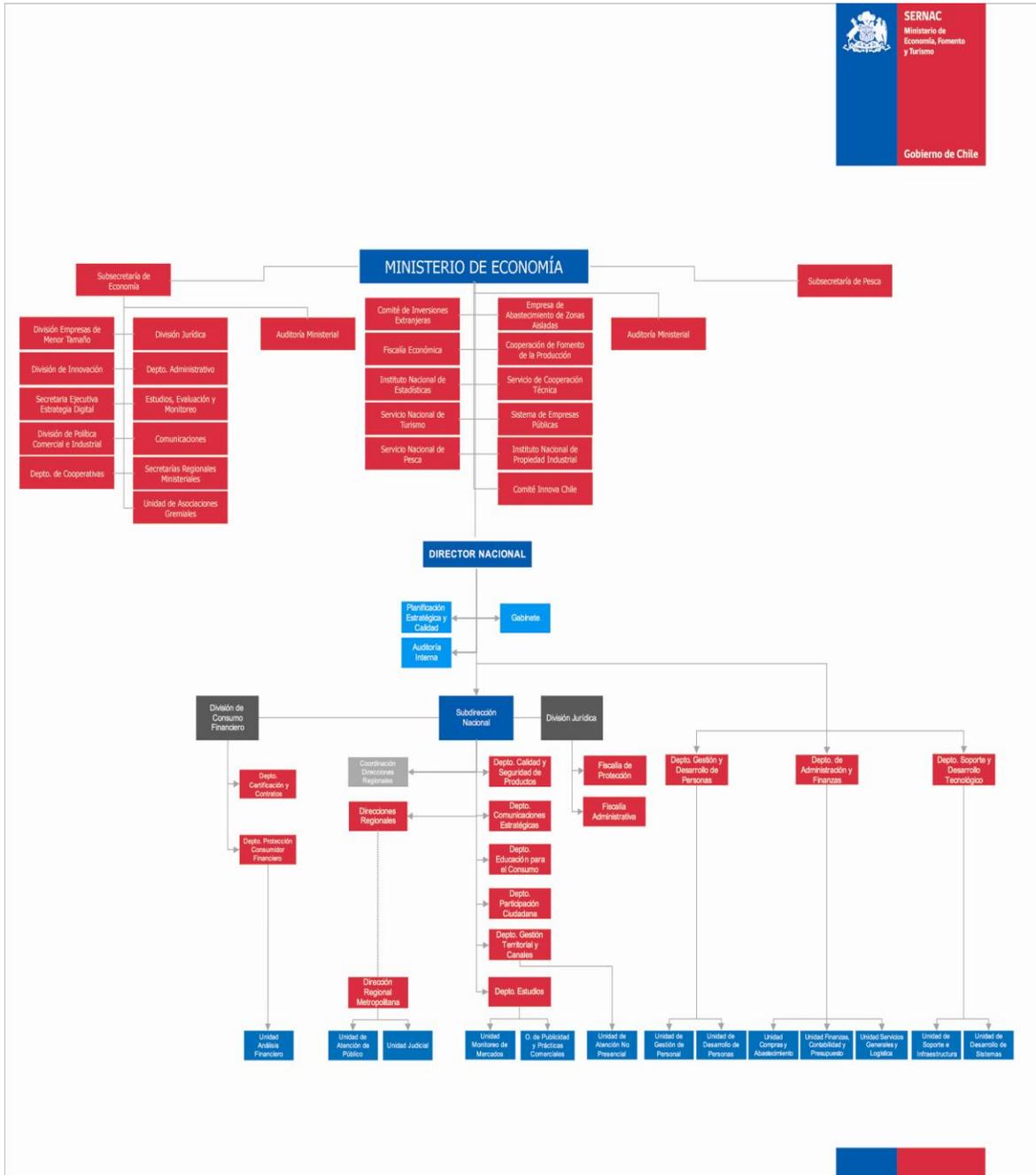
Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<p>Información de Mercado y Consumo.</p> <p>Estudios: Levantar y analizar información calificada para la generación de estudios, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones 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.</p>	1, 2, 5
2	<p>Orientación, asesoría jurídica y protección.</p> <p>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. Protección de intereses generales, 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. 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 del Consumidor Financiero: Implementar la regulación en materia de consumo financiero establecida en la Ley 20.555.</p>	3, 5
3	<p>Educación para el Consumo Responsable.</p> <p>Programa de Educación para el Consumo en la Educación Formal: Diseñar, desarrollar e implementar productos educativos orientados a la comunidad escolar considerando perspectiva territorial y enfoque de género. Programa de Educación para el Consumo en la Educación No Formal: Diseñar, desarrollar e implementar productos educativos orientados a la ciudadanía en general.</p>	2
4	<p>Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana</p> <p>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 AdC's. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información,</p>	4

formación y apoyo técnico a las AdC's. Responsabilidad Social En Consumo: Contribuir al desarrollo de políticas institucionales de Responsabilidad Social en Consumo en y entre los actores del SNPC, a través de la promoción de las buenas prácticas en los mercados en que cada uno de estos actores interviene.

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

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

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



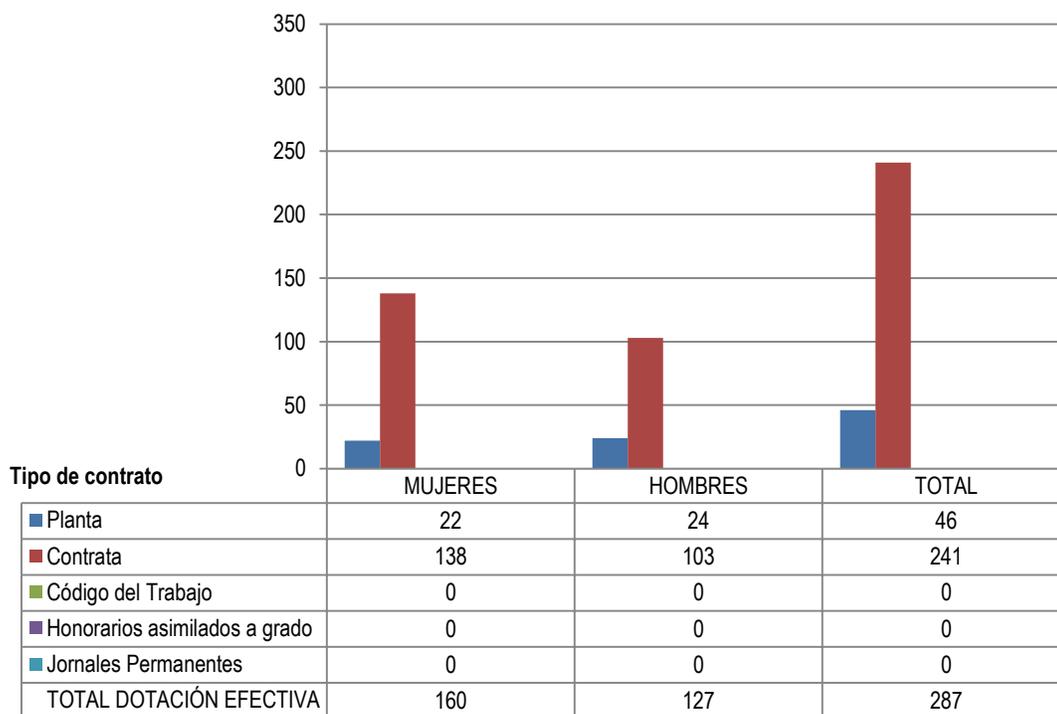
c) Principales Autoridades

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
Jefe Auditoría Interna	Felipe Velásquez
Jefe de Depto. Estudios e Inteligencia	Suley Vergara
Jefa de Depto. Educación para el Consumo	Paula Bustos
Jefa del Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas	Paulina Martínez
Jefa del Depto. de Administración y Finanzas	Patricia Acevedo
Jefa 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. Calidad y Seguridad de los Productos	Ana María Becerra
Jefe de Depto. Participación Ciudadana	Pablo Acchiardi
Jefa del Depto. División de Consumo Financiero	Carolina Del Río
Director Regional de la Región Metropolitana	Rodrigo Martínez
Directora 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
Director 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
Director 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

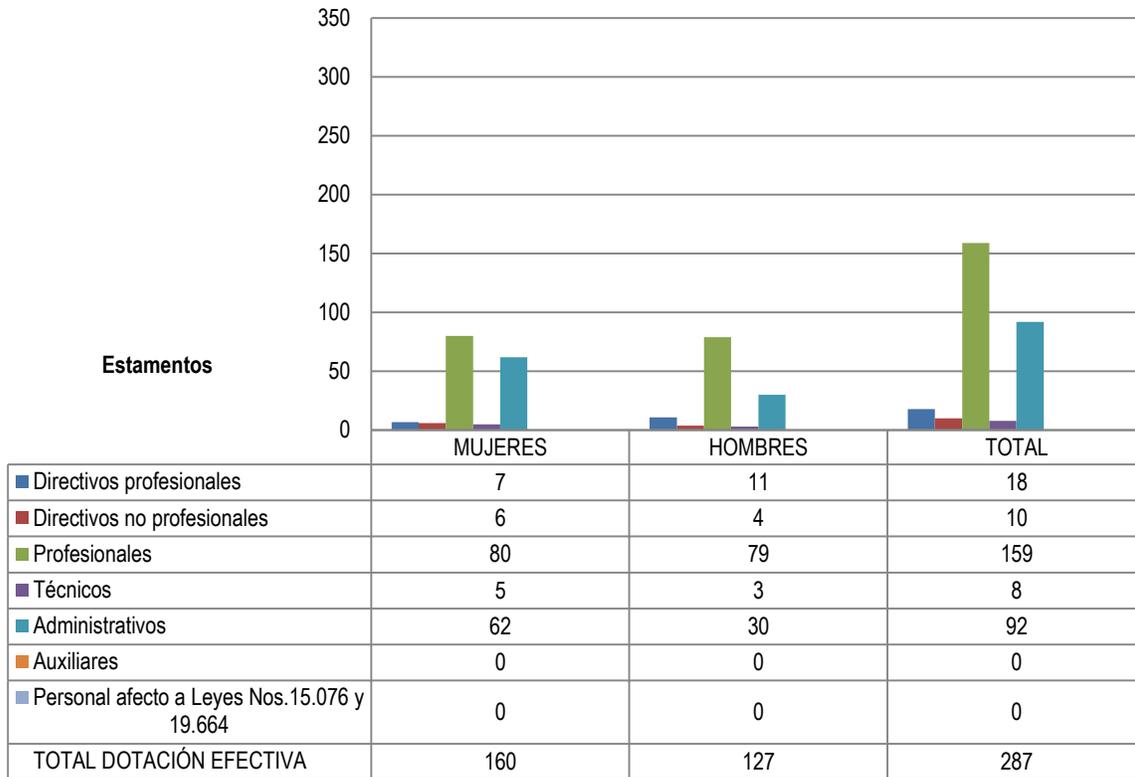
- Dotación Efectiva año 2013¹ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

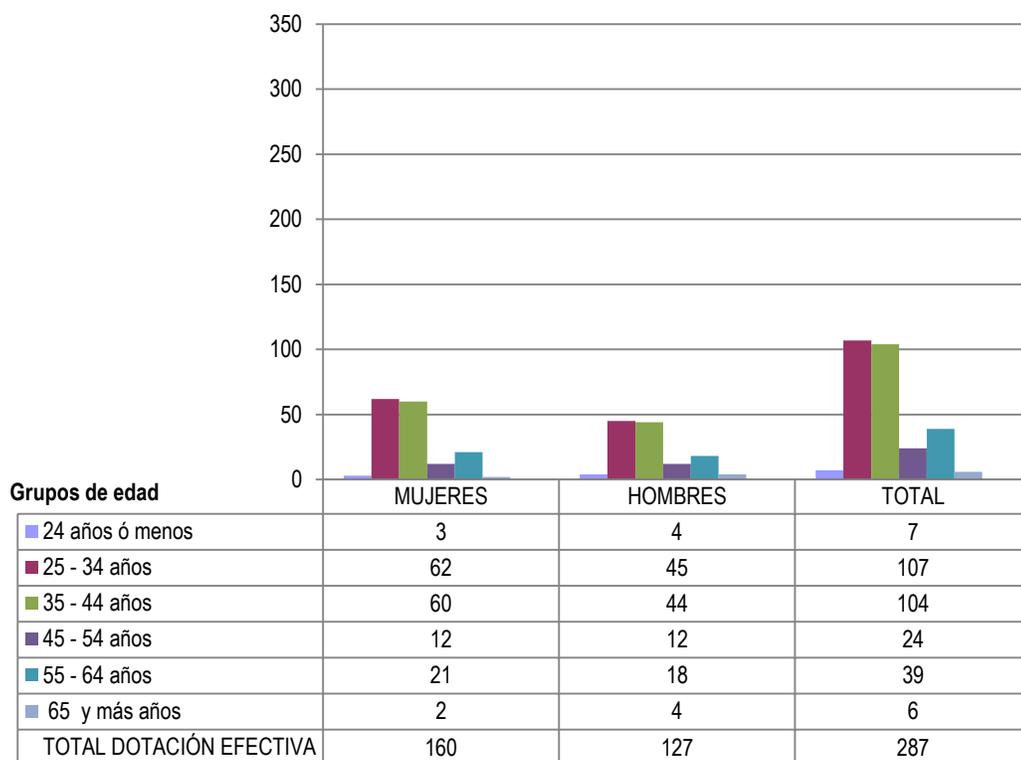
¹ Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes Nos 15.076 y 19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2013. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

-Dotación Efectiva año 2013 por Estamento (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

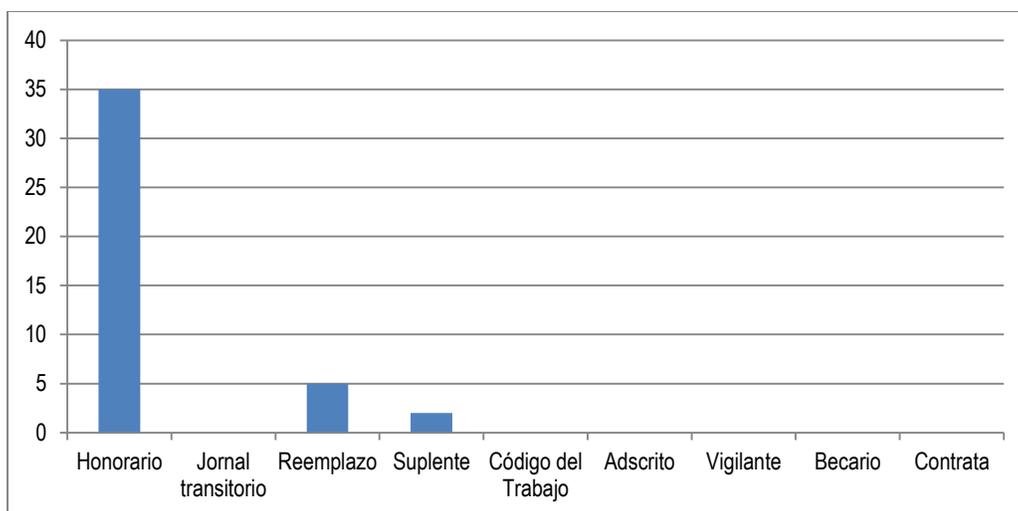
- Dotación Efectiva año 2013 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



N° de funcionarios por sexo

b) Personal fuera de dotación

-Personal fuera de dotación año 2013², por tipo de contrato



Honorario	35
Jornal transitorio	0
Reemplazo	5
Suplente	2
Código del Trabajo	0
Adscrito	0
Vigilante	0
Becario	0
Contrata	0
Total general	42

² 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 2013.

c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1 Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ³		Avance ⁴	Notas
		2012	2013		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ⁵	(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	91,67	110,05	
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	84,85	89,32	
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	15.4	12,89	119,47	
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	1,74		No consignado en BGI 2012
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0.0	0.0		No consignado en BGI 2012
• 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	1,74		No consignado en BGI 2012

3 La información corresponde al período Enero 2012 - Diciembre 2012 y Enero 2013 - Diciembre 2013, según corresponda.

4 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.

5 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 11 de la ley de presupuestos 2013.

6 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 ³		Avance ⁴	Notas
		2012	2013		
• otros retiros voluntarios	$(\text{N}^\circ \text{ de retiros otros retiros voluntarios año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	0,0	8,71		No consignado en BGI 2012
• Otros	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	15,4	2,44	631,15	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios ingresados año } t / \text{N}^\circ \text{ de funcionarios en egreso año } t$	1,2	0,97	123,71	
3. Grado de Movilidad en el servicio					
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	45,3	0,0		No existió promoción en 2013
3.2 Porcentaje de funcionarios recontratados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontratados en grado superior, año } t) / (\text{Total contratos efectivos año } t) * 100$	19,2	3,99	20,78	
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	69,7	61,67	88,48	
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$\frac{\sum (\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas en act. de capacitación año } t * \text{N}^\circ \text{ participantes en act. de capacitación año } t)}{\text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año } t}$	17,6	29,05	165,06	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ⁷	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año } t / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año } t) * 100$	24,1	38,10	158,09	
4.4 Porcentaje de becas ⁸ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año } t / \text{Dotación efectiva año } t * 100$	0	0		No aplica

⁷ 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.

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ³		Avance ⁴	Notas
		2012	2013		
5. Días No Trabajados					
5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.					
• Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1).	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas tipo 1, año } t/12)/\text{Dotación Efectiva año } t$	1,02	0,88	115,91	
• Licencias médicas de otro tipo ⁹	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año } t/12)/\text{Dotación Efectiva año } t$	0,43	0,41	104,88	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	$(\text{N}^\circ \text{ de días de permisos sin sueldo año } t/12)/\text{Dotación Efectiva año } t$	0,09	0,08	112,50	
6. Grado de Extensión de la Jornada					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año } t/12)/ \text{Dotación efectiva año } t$	6,22	6,56	94,82	
7. Evaluación del Desempeño¹⁰					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 1 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	99,0	98,0	98,99	

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

9 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

10 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 ³		Avance ⁴	Notas
		2012	2013		
	N° de funcionarios en lista 2 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	1.0	2.0	200,00	
	N° de funcionarios en lista 3 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0.0	0.0		No aplica
	N° de funcionarios en lista 4 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0.0	0.0		No aplica
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ¹¹ 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	Sí		
8. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹² 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	Sí		

11 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.

12 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 2012 – 2013					
Denominación	Monto Año 2012		Monto Año 2013		Notas
	M\$		M\$		
INGRESOS	9.037.659		9.406.286		
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	216.889		196.964		
OTROS INGRESOS CORRIENTES	111.221		80.436		
APORTE FISCAL	8.709.549		9.128.886		
GASTOS	9.195.425		9.369.247		
GASTOS EN PERSONAL	5.620.794		5.917.493		
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.516.950		2.758.133		
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	-		68.445		
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	340.049		357.981		
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	467.635		267.195		
SERVICIO DE LA DEUDA	249.998		945		
RESULTADO	-157.767		37.039		

b) Comportamiento Presupuestario año 2013

Cuadro 3							
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2013							
Subt. ítem	Ísig.	Denominación	Presupuesto	Presupuesto	Ingresos y Gastos	Diferencia	Notas ¹⁶
			Inicial ¹³	Final ¹⁴	Devengados	¹⁵	
			(M\$)	(M\$)	(M\$)	(M\$)	
TOTAL INGRESOS			8.463.528	9.517.479	9.406.286	111.193	
05		TRANSFERENCIAS CORRIENTES	197.569	229.887	196.964	32.923	
	1	Del Sector Privado	-	32.318	26.361	5.957	
	3	Administradora del Fondo para Bonificación por Retiro	-	32.318	26.361	5.957	
	2	Del Gobierno Central	197.569	197.569	170.603	26.966	
	1	Junta Aeronáutica Civil	12.502	12.502	12.807	-305	
	5	Subsecretaría de Telecomunicaciones	185.067	185.067	157.796	27.271	

13 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

14 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2013.

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

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

07		INGRESOS DE OPERACIÓN	10	10	0	10	
08		OTROS INGRESOS CORRIENTES	89.036	89.036	80.436	8.600	
	1	Recuperación y Reembolsos por Licencias M	54.069	54.069	58.767	-4.698	
	99	Otros	34.967	34.967	21.669	13.298	
09		APORTE FISCAL	8.176.903	9.129.191	9.128.886	305	
	01	Libre	8.176.903	9.129.191	9.128.886	305	
15		SALDO INICIAL DE CAJA	10	69.355	0	69.355	
TOTAL GASTOS			8.463.528	9.517.479	9.369.247	148.232	
21		GASTOS EN PERSONAL	5.287.430	5.947.628	5.917.493	30.135	
22		BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.541.707	2.871.947	2.758.133	113.814	
23		PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	10	68.455	68.445	10	
	03	Prestaciones Sociales del Empleador	10	68.455	68.445	10	
24		TRANSFERENCIAS CORRIENTES	360.786	357.981	357.981	0	
	01	Al Sector Privado	360.786	357.981	357.981	0	
	002	Fondo Concursable aplicación Ley N° 19.955	360.786	357.981	357.981	0	
29		ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	273.595	271.468	267.195	4.273	
	4	Mobiliario y otros	0	8.580	8.435	145	
	06	Equipos informáticos	16.345	16.218	16.076	142	
	7	Programas informáticos	257.250	246.670	242.684	3.986	
		Deuda flotante	0	0	945	-945	
RESULTADO			0	0	37.039	-37.039	

c) Indicadores Financieros

Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ¹⁷			Avance ¹⁸ 2013/ 2012	Notas
			2011	2012	2013		
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales ¹⁹)	%	97	82	90	-	
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	[IP Ley inicial / IP devengados]	%	90			-	

17 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2013. Los factores de actualización de las cifras de los años 2011 y 2012 son 1,04856870 y 1,01797128 respectivamente.

18 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.

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

Cuadro 4
Indicadores de Gestión Financiera

Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ¹⁷			Avance ¹⁸ 2013/ 2012	Notas
			2011	2012	2013		
	[IP percibidos / IP devengados]	%	99			-	
	[IP percibidos / Ley inicial]	%	131			-	
	[DF/ Saldo final de caja]	%	216			-	
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	(DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos)	%	169			-	

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5
Análisis del Resultado Presupuestario 2013²⁰

Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
	FUENTES Y USOS	69.354	37.040	106.394
	Carteras Netas	-	78.134	78.134
115	Deudores Presupuestarios	-	79.079	79.079
215	Acreedores Presupuestarios	-	-945	-945
	Disponibilidad Neta	89.510	-3.318	86.192
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	89.370	-3.318	86.192
	Extrapresupuestario neto	-20.156	-37.776	-57.932
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	61.932	30.091	92.023
116	Ajustes a Disponibilidades	-	-	-
119	Trasposos Interdependencias	-	32.588	32.588
214	Depósitos a Terceros	-56.288	-100.186	-156.474
216	Ajustes a Disponibilidades	-25.800	-269	-26.069
219	Trasposos Interdependencias	-	-	-

²⁰ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6				
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2013				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955	360.786	357.981	357.981	

f) Transferencias²¹

Cuadro 7					
Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2013 ²² (M\$)	Presupuesto Final 2013 ²³ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ²⁴	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	360.786	357.981	357.981	0	
Gastos en Personal	-	-	-	-	
Bienes y Servicios de Consumo	-	-	-	-	
Inversión Real	-	-	-	-	
Otros	360.786	357.981	357.981	0	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS	360.786	357.981	357.981	0	
Gastos en Personal	-	-	-	-	
Bienes y Servicios de Consumo	-	-	-	-	
Inversión Real	-	-	-	-	
Otros ²⁵	360.786	357.981	357.981	0	
TOTAL TRANSFERENCIAS	360.786	357.981	357.981	0	

g) Inversiones²⁶

No Aplica para SERNAC.

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

22 Corresponde al aprobado en el Congreso.

23 Corresponde al vigente al 31.12.2013.

24 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

25 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

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

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2013

El cuadro de cumplimiento de Indicadores del año 2013 se obtiene directamente de la aplicación Web "Cumplimiento Indicadores 2013" que DIPRES dispondrá en su sitio www.dipres.cl, a la que se accede por acceso restringido con las mismas claves de acceso utilizadas en el proceso de formulación presupuestaria 2013.

- Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2013

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2013										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2013	Cumple SI/NO ²⁷	% Cumplimiento ²⁸	Notas
				2011	2012	2013				
		(N° de consumidores encuestados en el año t 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.		66.0%			50.0%			
		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.		(792.0/1 200.0)*			(600.0/1 200.0)*			
		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		100	56.0%		100			
		Enfoque de Género: Si								
		Hombres:								
		Mujeres:								
Información de Mercado y Consumo.			%	H: 65.9	100		H: 50.0		128.80 %	1
				(394.0/5 98.0)*1			(300.0/6 00.0)*1	SI		
				00			00			
						H: 0.0				
				M: 65.0			M: 50.0			
						M: 0.0				
				(398.0/6 12.0)*1	H: 0.0		(300.0/6 00.0)*1			
				00			00			
						M: 0.0				

27 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2013 es igual o superior a un 95% de la meta.

28 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2013 en relación a la meta 2013.

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2013

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2013	Cumple SI/NO ²⁷	% Cumplimiento ²⁸	Notas
				2011	2012	2013				
				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				
	Enfoque de Género: No									

Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	(Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas con resultado final desfavorable/Sumatoria de Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t)*100	%	N.M.	0.0%	62.5% (5.0/8.0)*100	54.6% (24.0/44.0)*100	SI	114.57%	2
	Enfoque de Género: No									

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2013										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2013	Cumple SI/NO ²⁷	% Cumplimiento ²⁸	Notas
				2011	2012	2013				
				Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	Porcentaje de nuevas Asociaciones de Consumidores que ejecutan proyectos del Fondo Concursable en relación al número total de ejecutores.	(N° de nuevas Asociaciones de Consumidores que ejecutan proyectos con financiamiento del Fondo Concursable/N° Total de Asociaciones de Consumidores que ejecutan proyectos con financiamiento del Fondo Concursable)*100				
	Enfoque de Género: No									
Información de Mercado y Consumo.	Tasa de variación de Rankings de Reclamos Financieros Enfoque de Género: No	((N° de Ranking de reclamos financieros elaborados por SERNAC t/N° de Ranking de reclamos financieros elaborados por SERNAC t-1)-1)*100	%	0.0% ((1.0/0.0)-1)*100	0.0%	100.0% ((6.0/3.0)-1)*100	100.0% ((4.0/2.0)-1)*100	SI	100.00%	
Orientación, asesoría jurídica y protección.										

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2013										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta " 2013	Cumple SI/NO ²⁷	% Cumplimiento ²⁸	Notas
				2011	2012	2013				
Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de participantes que aprueban el curso de introducción a la educación financiera	(N° de participantes que aprueban el curso de introducción a la educación financiera/N°	%	59.4%		99.0%		SI	155.53%	4
		participantes que finalizan el curso de introducción a la educación financiera)*100		(243.0/409.0)*100	0.0%	(679.0/686.0)*100	63.6%			
Educación para el Consumo Responsable.	Enfoque de Género: No						(700.0/100.0)*100			
Información de Mercado y Consumo.	Tasa de variación de notificaciones voluntarias de seguridad de productos.	((N° de notificaciones voluntarias de seguridad de productos t/N° de notificaciones voluntarias de seguridad de productos t-1)-1)*100	%	13.3%		64.3%	33.3%	SI	192.89%	5
				((17.0/15.0)-1)*100	0.0%	((23.0/14.0)-1)*100	((16.0/12.0)-1)*100			
Orientación, asesoría jurídica y protección.	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 Matriz de Mercados Relevantes año t-1)*100	%	22.2%	27.8%	33.3%	33.3%	SI	100.00%	
				(4.0/18.0)*100	(5.0/18.0)*100	(6.0/18.0)*100	(6.0/18.0)*100			
	Enfoque de Género: No									

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2013										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta 2013	Cumple SI/NO ²⁷	% Cumplimiento ²⁸	Notas
				2011	2012	2013				
Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las 3 plataformas de atención de público disponibles.	(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las 3 oficinas de atención de público /Total de usuarios encuestados en el año t)*100	%	0.0%			78.0%			
				(0.0/0.0)*100	77.0%	76.0%	(794.0/1018.0)*100			
				H: 0.0	(858.0/1115.0)*100	(1900.0/2500.0)*100	H: 78.0			
				(0.0/0.0)*100			(397.0/509.0)*100	SI	97.44%	
				M: 0.0	H: 0.0	H: 0.0	00			
				(0.0/0.0)*100	M: 0.0	M: 0.0	M: 76.0			
							(387.0/509.0)*100			
							00			
Porcentaje global de cumplimiento:										
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.- La razón del sobre cumplimiento vinculado al indicador 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, puede responder a múltiples factores toda vez que el indicador mide precisamente la percepción de los consumidores, atributo altamente voluble a lo que ocurra en el momento en que se realice la toma de muestra (en efecto por esta misma razón se acordó con DIPRES, sacar del incentivo este indicador). En este contexto, hemos concluido que los resultados obtenidos estuvieron afectados importantes hechos ocurridos en el año, como por ejemplo la alta exposición mediática tras caso Cencosud y comienzo de campaña de información Sernac te Protege, lanzada a nivel nacional por el Presidente de la República, Sebastián Piñera durante el mes de septiembre, que vino a reforzar la existencia de un Sernac en todo Chile, cerca de la gente, que lo protege de los abusos.

2.- Como ha sido la estrategia de estos últimos años, durante el 2013 el SERNAC llevó adelante mediaciones colectivas a nivel nacional, en virtud de los múltiples problemas de consumo generados a los consumidores por vulneración a sus derechos por parte de los distintos proveedores del ámbito nacional. El sobrecumplimiento de la meta, obedeció a la

conducta de los proveedores respecto a la instancia extrajudicial y voluntaria que ofrece el proceso de mediaciones colectivas. En atención a la negativa de los proveedores, respecto de alternativas de solución suficientes para los consumidores, SERNAC debió ejercer su mandato legal ejerciendo la acción judicial respectiva.

3.- La razón del sobrecumplimiento obedece principalmente a un mayor interés por parte de las Asociaciones de Consumidores, en querer ser partícipes de los distintos beneficios que le entrega la ley. El escenario de esta meta se dio sobre un diagnóstico de clientes ya conocido, en el cual las nuevas asociaciones generalmente no postulaban al Fondo Concursable o no presentaban proyectos de calidad técnica. Es de esta manera que extraordinariamente el proceso de postulación del Fondo Concursable 2013 contó con un número de postulaciones de Asociaciones, que tenían la categoría de nuevas superior al estimado, conllevando al resultado obtenido. Junto con lo anterior, podemos señalar como otra de las razones que explican el sobrecumplimiento, la decisión del Consejo de Administración del Fondo Concursable (autónomo a la gestión del SERNAC), de privilegiar el financiamiento de proyectos de mayor costo, lo que redundó en una reducción del universo de asociaciones de consumidores antiguas beneficiadas, incrementando con ello la posibilidad de que nuevas asociaciones postularan mejores proyectos y con ellos la adjudicación de recursos.

4.- La razón del sobre cumplimiento del indicador vinculado al Porcentaje de participantes que aprueban el curso de introducción a la educación financiera se puede justificar por dos razones principalmente: La primera tiene relación con la externalización del servicio de tutorías, ya que a través de esto se consiguió realizar un acompañamiento permanente a los participantes del curso y contar con mayor apoyo en el desarrollo de las tareas o actividades del curso. Esta situación se evidencia de acuerdo a los resultados de la medición de la satisfacción de los participantes. En segundo lugar, las modificaciones en las actividades realizadas a lo largo del curso permitieron realizar un seguimiento permanente a los participantes, lo que permitió monitorear su respectivo avance y desarrollo en el transcurso del año.

5.- La razón del sobre cumplimiento vinculado al indicador de Tasa de notificaciones voluntarias, se puede explicar fundamentalmente en un cambio en el comportamiento de las empresas, el cual refleja una mayor asimilación y validación del sistema de notificaciones por parte de los proveedores con SERNAC. Obedece también en forma importante a situaciones coyunturales y entre otros factores, a que un mismo proveedor ha alertado deficiencias de seguridad de diferente naturaleza en productos del mismo rubro. Adicionalmente, en este último trimestre del año, se puede sumar un mayor énfasis en la vigilancia de las distintas fuentes y articulación con SEC de la cual han derivado más casos de alertas y notificaciones voluntarias de seguridad.

Anexo 5: Compromisos de Gobierno

No Aplica para SERNAC.

Anexo 6: Informe Preliminar²⁹ de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas³⁰ (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013)

No Aplica para SERNAC.

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

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

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2013

Cuadro 11 Cumplimiento PMG 2013										
Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión				Prioridad	Ponderador asignado	Ponderador obtenido	Cumple
			Etapas de Desarrollo o Estados de							
			I	II	III	IV				
Marco Básico	Planificación / Control de Gestión	Descentralización	O				Menor	5.00%	5.00%	✓
		Equidad de Género	O				Menor	5.00%	5.00%	✓
	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O				Alta	85.00%	85.00%	✓
Marco de la Calidad	Gestión de la Calidad	Sistema de Gestión de Excelencia		O			Menor	5.00%	5.00%	✓
Porcentaje Total de Cumplimiento :								100.00%		

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2013				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ³¹	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ³²	Incremento por Desempeño Colectivo ³³
Gabinete-Auditoría Interna	11	6	100%	8%
Comunicaciones Estratégicas	7	3	100%	8%
Planificación Estratégica y Calidad	7	3	100%	8%
Calidad y Seguridad de Productos	8	3	100%	8%
Estudios e Inteligencia	18	3	100%	8%
Educación para el Consumo	8	4	100%	8%
Participación Ciudadana	8	3	100%	8%
División Jurídica	14	3	100%	8%
División de Consumo Financiero	17	3	100%	8%
Gestión Territorial y Canales	14	3	100%	8%
Gestión y Desarrollo de Personas	11	4	100%	8%
Administración y Finanzas	22	3	100%	8%
Soporte y Desarrollo Tecnológico	10	3	100%	8%
Arica y Parinacota	6	4	100%	8%
Tarapacá	5	4	100%	8%
Antofagasta	7	4	100%	8%
Atacama	7	4	100%	8%
Coquimbo	10	4	100%	8%
Valparaíso	10	4	100%	8%
Libertador Bernardo O'Higgins	7	4	100%	8%

31 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre 2013.

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

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

Maule	8	4	100%	8%
Biobío	11	4	100%	8%
La Araucanía	10	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	29	4	100%	8%

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

BOLETÍN: 8788-03

Descripción: Modifica la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en relación a la garantía de satisfacción.

Fecha de ingreso: 22-01-2013.

Estado de tramitación: Cuenta del proyecto Pasa a la Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 8816-03

Descripción: Endurece las penas por corte injustificado a servicios de internet.

Fecha de ingreso: 06-03-2013.

Estado de tramitación: Cuenta del proyecto Pasa a la Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 8158-03

Descripción: Modifica la Ley N° 19.496, con el fin de sancionar a las empresas de recreación o afines que no cumplan las medidas de seguridad a las que tiene derecho el consumidor.

Fecha de ingreso: 07-03-2013.

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

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 8915-03

Descripción: Modifica la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, estableciendo que los pagos de obligaciones ante entidades financieras sean expeditos y sin mayor dilación.

Fecha de ingreso: 07-05-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 8947-03

Descripción: Modifica el artículo 17 de Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, que obliga al proveedor de un crédito al alzamiento de la prenda una vez cumplida la obligación garantizada.

Fecha de ingreso: 16-05-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 8984-03

Descripción: Modifica el artículo 2° letra f) de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Fecha de ingreso: 11-06-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 8993-03

Descripción: Sujeta los contratos de arrendamiento de inmueble en que el arrendador sea un corredor de propiedades a las disposiciones de la Ley N° 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores.

Fecha de ingreso: 13-06-2013.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9014-03

Descripción: Incorpora en Ley N° 19.496, sobre protección a los derechos de los consumidores, la obligación de disponer en los centros comerciales de desfibriladores externos portátiles.

Fecha de ingreso: 03-07-2013.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9024-03

Descripción: Modifica la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, obligando a los proveedores de productos y servicios financieros a certificar ante el SERNAC, los contratos de adhesión que ofrezcan.

Fecha de ingreso: 11-07-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9055-03

Descripción: Modifica la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, estableciendo obligaciones que indica a los suscriptores de aquellos contratos.

Fecha de ingreso: 07-08-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9110-03

Descripción: Modifica Ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores en relación con irrevocabilidad de mandatos.

Fecha de ingreso: 12-09-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo 19-11-2013. Cuenta de primer informe.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9146-03

Descripción: Especifica cláusulas abusivas más recurrentes en los Contratos de De Adhesión.

Fecha de ingreso: 17-10-2013.

Estado de tramitación: Primer Trámite Constitucional (Camara de Diputados). Cuenta del proyecto pasa a la Comisión de Economía, Fomento y Desarrollo.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9191-03

Descripción: Modifica ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, con el fin de regular los centros de atención de llamadas al público, dispuestos por los proveedores de bienes o servicios.

Fecha de ingreso: 17-12-2013.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9193-03

Descripción: Modifica Ley N° 19.496, en materia de registro por los consumidores, de sus comunicaciones con proveedores, en caso de reclamaciones o preguntas relativas a productos y servicios ofrecidos o contratados.

Fecha de ingreso: 17-12-2013.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9202-03

Descripción: Modifica ley que establece normas, sobre protección de los derechos de los consumidores, para alterar el peso de la prueba, en los procedimientos que ella establece.

Fecha de ingreso: 18-12-2013

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía

Beneficiarios directos: Consumidores

BOLETÍN: 9203-03

Descripción: Modifica ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, otorgando valor, al silencio de un proveedor de bienes o servicio.

Fecha de ingreso: 18-12-2013

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9204-03

Descripción: Modifica ley que establece normas, sobre protección de los derechos de los consumidores, para regular el plazo y condiciones de respuesta formulada a los reclamos, que previene este cuerpo legal.

Fecha de ingreso: 18-12-2003.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9221-03

Descripción: Modifica ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para establecer requisitos que mejoren la comprensión de los contratos regulados, por la señalada ley.

Fecha de ingreso: 18-12-2013.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

BOLETÍN: 9222-03

Descripción: Modifica ley que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para aumentar las exigencias sobre legibilidad de los contratos.

Fecha de ingreso: 18-12-2013.

Estado de tramitación: Pasa a Comisión de Economía.

Beneficiarios directos: Consumidores.

Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales

- **Mesa de Trabajo sobre Educación Financiera reconocida por el diario chileno “El Pulso”**

La Mesa de Trabajo sobre Educación Financiera (MEF), en la que SERNAC participa como miembro integrante dentro de un grupo de diferentes entidades (públicas y privadas), ha sido reconocida (el día 20 de noviembre 2013) por el Proyecto “HUB Sustentabilidad” del Diario chileno *El Pulso*, como una de las mejores del año, junto a otros once proyectos que promueven la sustentabilidad a nivel humano, medioambiental y económico. La MEF esta compuesta por un conjunto de 13 organizaciones entre las que se encuentra: Banco Central, Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile, Universidad de la Frontera, Subsecretaría de Previsión Social, Fundación Educar Chile, Servicio Nacional del Consumidor, Fondo Esperanza, TECHO Chile, BancoEstado Microempresas, Fondo de Solidaridad e Inversión Social, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Desarrollo Social y Superintendencia de Valores y Seguros de Chile. La MEF es una iniciativa que reúne los esfuerzos de diversas organizaciones en Chile, encargados de diseñar y ejecutar programas de Educación financiera y Previsional. El objetivo de esta cooperación es que la población en general pueda alcanzar bienestar financiero a través de políticas públicas; asimismo, se busca aprovechar las experiencias de otros países en inclusión financiera, implementar los lineamientos entregados por la OECD y adecuar el trabajo a los compromisos internacionales asumidos por Chile en materia de educación financiera. Esta iniciativa cuenta con el apoyo del Instituto de Estudios Peruanos IEP, el International Development Research Centre (IDRC) y la Fundación Ford a través del Proyecto Capital.

- **Dirección Regional de Magallanes reconocida por la SEREMI de Salud y SEREMI de Trabajo y Previsión Social.**

Dentro del marco de la labor que realiza el Ministerio de Salud con el Ministerio del Trabajo en el control de los ambientes de trabajo, el día 11 de septiembre la Dirección Regional de Magallanes fue reconocida al obtener el “Certificado de Compromiso” para implementar un plan de calidad de vida para sus trabajadores y trabajadoras, reconocimiento que fue otorgado por las dos autoridades regionales mencionadas anteriormente y cuya vigencia se extiende por un año, es decir hasta el 11 de septiembre 2014.

- **Obtención del Sello ProPYME**

En diciembre del año 2013, SERNAC logró adjudicarse el certificado que avala el cumplimiento de los requisitos establecidos para la obtención del Sello ProPYME. El Sello se entrega a las entidades que cumplen con pagar a sus proveedores, empresas de menor tamaño, en un plazo máximo de 30 días corridos, de manera de garantizar a estas empresas la liquidez suficiente para la continuidad de sus operaciones, entendiendo el volumen con que ellas operan. Para certificar el cumplimiento,

SERNAC contrató durante el año 2013, a Baker Tilly Chile para que realizara una auditoría externa que diera fe del cumplimiento total de los requisitos establecidos, lo cual pudo ser efectivamente corroborado y como resultado SERNAC obtuvo este importante Sello.

- **Reconocimiento a SERNAC de parte del Instituto de Salud Pública de Chile**

En conformidad a la cooperación que prestó el Departamento de Estudios e Inteligencia para el reporte de la investigación publicada en diciembre del año 2013 por el Instituto de Salud Pública de Chile: “Medicamentos en Chile: Revisión de la evidencia del Mercado Nacional de Fármacos”, SERNAC obtuvo agradecimientos públicos por la gran ayuda, material y asesorías facilitadas durante el proceso de elaboración de la investigación. Agradecimiento que fue expuesto en la página web de aquel Instituto con las respectivas menciones.