



BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL

AÑO 2011

PARTIDA 07. MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

CAPITULO 02. SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Servicio Nacional del Consumidor, Call Center: 6005946000

www.sernac.cl



Índice

| | |
|---|----|
| 1. Carta de Presentación del Jefe de Servicio..... | 3 |
| 2. Resultados de la Gestión año 2011 | 6 |
| 2.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2011 | 6 |
| 2.2 Resultados Asociados a la Provisión de Bienes y Servicios | 7 |
| En materias de Información de Mercado y Consumo: | 7 |
| Orientación, asesoría jurídica y protección..... | 8 |
| Educación para el Consumo..... | 9 |
| Participación Ciudadana. | 10 |
| En materia internacional..... | 11 |
| 3. Desafíos para el año 2012..... | 15 |
| Desafíos por Productos Estratégicos:..... | 15 |
| ▪ Orientación, asesoría jurídica y protección:..... | 15 |
| ▪ Participación Ciudadana. | 16 |
| ▪ Información de Mercado y Consumo | 17 |
| ▪ Educación para el Consumo:..... | 18 |
| Desafíos en materia de soporte y desarrollo organizacional | 18 |
| Modelo Chileno de Gestión de Excelencia | 18 |
| Re-Certificación ISO 9001-2008 | 19 |
| Ejecución del Presupuesto Institucional..... | 20 |
| 4. Anexos..... | 21 |
| Anexo 1: Identificación de la Institución | 22 |
| Anexo 2: Recursos Humanos | 28 |
| Anexo 3: Recursos Financieros (Se requiere actualizar datos emitidos por DIPRES)..... | 33 |
| Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2011 | 38 |
| Anexo 5: Compromisos de Gobierno..... | 41 |
| Anexo 6: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2011 | 42 |
| Anexo 7: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo..... | 43 |
| Anexo 8: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional..... | 44 |



1. Carta de Presentación del Jefe del Servicio

A través del presente Balance de Gestión queremos informarle sobre los aspectos más relevantes de nuestro quehacer institucional año 2011, enmarcado en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores y en las áreas estratégicas del SERNAC.

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

Por ello, desde el año 2010 comenzamos a desarrollar un plan de trabajo que incluyó identificar los mercados más reclamados para detectar los problemas que sufren los consumidores; fortalecer la relación con los otros organismos que forman la Red de Protección al Consumidor; promover la mediación como un camino de solución más corto y eficiente; monitorear los mercados para detectar asimetrías o transparentarlos para favorecer la competencia y utilizar las comunicaciones como una herramienta para llegar a los consumidores en forma masiva y generar un cambio cultural.

Como vemos, la Ley de Protección de los Consumidores nos entrega las coordenadas claras para definir año tras año nuestra carta de navegación, y con ello generar cambios estructurales en los mercados que beneficien a todos los consumidores, equilibrando con ello, la balanza a su favor.

Parte de estos cambios estructurales se pueden ejemplificar en dos líneas de acción reforzadas el año pasado: **las acciones de mediación**, herramienta que nos sitúa como intermediario en problemáticas entre consumidores y empresas, en busca de una solución y nos permite representar a muchos consumidores afectados por una misma causa. Y el **análisis de contratos**. En 2011 trabajamos en conjunto con otras instituciones del Estado, obteniendo frutos que van en directo beneficio de miles de consumidores y consumidoras. Junto a la Subsecretaría de Telecomunicaciones realizamos el análisis de los contratos de telecomunicaciones, trabajo que derivó en nuevas normas relacionadas con la mensajería de texto.

Respecto del análisis de contratos de adhesión, descubrimos además cláusulas abusivas que permitían que las empresas no se hicieran cargo de sus errores, admitían el cambio unilateral de las condiciones, contaban con mandatos amplios de los que no se rendía cuenta al consumidor y además dejaban la puerta abierta al mal uso de los datos personales.

Estas fueron las tareas desarrolladas en 2011, que permitieron generar cambios estructurales en los mercados:

- **Análisis de contratos de adhesión.**
- **Acciones en nuevos mercados.**
- **Fortalecimiento de la mediación colectiva.**
- **Guerra a malas prácticas.**
- **Fortalecimiento Red de Protección.**



- **Interoperabilidad: mesas de trabajo.**
- **Transparencia de los mercados y fomento de la competencia.**

A nivel global, los resultados de este trabajo, nos siguieron demostrando, al igual que el 2010, que había que fortalecer aún más la mediación como el camino más corto y eficiente para lograr soluciones para todos los consumidores. En ese sentido destacamos que en 2011 se realizaron **124 mediaciones colectivas**, 74 más que el año anterior, se presentaron **23 demandas colectivas** (20 más que en 2010) y se presentaron **734 denuncias de interés general** ante los Juzgados.

El año 2011, sin duda que fue el año de los derechos de los consumidores. No podemos dejar de nombrar en ese sentido el caso más emblemático de los últimos años en materia de protección de los derechos de los consumidores, como el caso La Polar.

SERNAC como líder de la Red de Protección de los Consumidores advirtió ingresos inusuales de reclamos a sus sistemas y con su gestión, ocupó gran parte de la agenda pública nacional durante el segundo semestre. ¿Resultados? La presentación de la demanda colectiva contra La Polar por repactaciones unilaterales espera beneficiar a más de 1 millón de afectados.

Con este emblemático caso, logramos posicionar las siguientes demandas de la ciudadanía:

- **Mayor protección.**
- **SERNAC Financiero.**
- **Ley que acorta juicios colectivos.**

Pero no sólo en el ámbito judicial obtuvimos resultados. El objetivo de lograr cambios estructurales en los mercados ha ido de la mano con el apoyo de otras líneas estratégicas del SERNAC.

En materia de información, realizamos campañas de información sobre temas financieros para entregar contenidos contingentes a los consumidores y lograr que conozcan sus derechos en estas materias. Usamos las redes sociales para llegar con diferentes contenidos a los usuarios, hoy la cuenta de twitter @SERNAC cuenta con más de 120 mil seguidores. Al mismo tiempo, se consolidó la presencia de SERNAC en los medios de comunicación a nivel nacional, generando una ventana de información permanente a los consumidores.

Por otra parte, el sitio Web institucional siguió siendo el canal más utilizado para ejercer el derecho a reclamo, con alrededor de 2 millones de visitas en 2011 y una variación de ingresos de reclamos de un 33%. El año 2011 ingresaron casi 300.000 casos, respecto del año 2010, en que ingresaron aproximadamente 200.000 reclamos.

Además, se realizaron **10 estudios de precios coyunturales**: Uniformes, útiles, textos, pasajes de buses, **48 estudios periódicos**: crédito de consumo, automotriz, **10 ranking de mercado**, **122 sondeos** y encuestas de precios en la Región Metropolitana y **744 sondeos y encuestas a nivel regional**.

En **materia de educación** hemos avanzado con **6.667 asistentes** a charlas y talleres presenciales, **305 escuelas cubiertas por nuestro Curso de Perfeccionamiento** y **7 mil colegios** con acceso a videos educativos.

En cuanto a la promoción de la **participación ciudadana**, se realizaron 12 Foros Regionales de Consumo, a nivel nacional, instancia de diálogo con la ciudadanía y la sociedad civil organizada en materia de consumo y se renovó el apoyo a las Asociaciones de Consumidores con **\$243 millones disponibles y 18 Asociaciones** de Consumidores favorecidas, gracias a su postulación y proyectos presentados.

Por otra parte, hemos seguido trabajando con el Sistema de Gestión de la Calidad que nos ha permitido mantener nuestra certificación Institucional, y con ello imprimirle a nuestra labor el concepto de la eficiencia en el uso de los recursos y las gestiones oportunas en términos de la protección del consumidor. En el mismo sentido, el año 2011 postulamos al Premio Anual a la Excelencia Institucional entregado por el Servicio Civil, obteniendo un reconocimiento por estar entre las instituciones finalistas.

Finalmente, quiero hacer hincapié en lo que ha sido y será la puesta en marcha de la Ley de SERNAC Financiero. La implementación de este emblemático proyecto del Presidente Sebastián Piñera, constituirá uno de los mayores desafíos que experimentaremos durante el 2012.

Este nuevo marco legal nos otorgó a partir del 5 de marzo de 2012 un conjunto de atribuciones que nos fortalecerán para la protección de los derechos financieros de los consumidores. Para ello, desde el 2011 nos preparamos en infraestructura, nuevas oficinas en Teatinos 333 en la Región Metropolitana y la remodelación de las Direcciones Regionales en todo el país, 50 nuevos funcionarios se incorporaron a la institución asumiendo funciones específicas en el ámbito financiero, extendimos el horario de atención de público e informamos a la ciudadanía con campañas informativas para dar a conocer este nuevo escenario de más y mejor información para los consumidores.

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



**JUAN ANTONIO PERIBONIO PODUJE
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**

2. Resultados de la Gestión año 2011

2.1 Resultados de la Gestión Institucional Asociados a Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos 2011

En el ámbito de la gestión presupuestaria realizada durante el año 2011, podemos exhibir un indicador ampliamente satisfactorio traducido en un nivel de ejecución levemente superior al 99% de los gastos devengados al cierre del ejercicio. En este contexto dicho presupuesto permitió el desarrollo de los distintos productos estratégicos declarados por la Institución (ver punto 2.2 Resultados Asociados a la Provisión de Bienes y Servicios), enfocados principalmente en la generación de cambios estructurales de los mercados, el incremento de la protección del consumidor, la disminución de asimetrías de información, y el liderazgo del Sistema Nacional de Protección al Consumidor.

Inicio de la implementación del SERNAC Financiero

Otro de los hitos relevantes y prioritarios del Presupuesto 2011, correspondió a la preparación de la Institución para abordar el inicio de las inversiones y gastos necesarios inherentes a la puesta en marcha del SERNAC Financiero. En efecto, con fecha 05 de diciembre de 2011 se promulgó la Ley 20.555, mediante la cual se entregaron nuevas atribuciones, funciones y responsabilidades al Servicio en el plano de la protección al consumidor de servicios y productos financieros que proveen los proveedores de dicha industria.

La cuantía de estas inversiones y gastos, se expresó en los siguientes términos:

- Financiamiento de la Campaña Comunicacional encomendada a la Productora BBDO por un monto de **M\$ 499.996**. En este proceso, tanto presupuestario como de lineamiento estratégico, hubo una activa participación el Ministerio de Economía y la Presidencia de la República. Este despliegue de recursos permitió alcanzar la visibilidad del SERNAC en un nuevo ámbito de negocios y mejoró significativamente el posicionamiento general de este Servicio en la opinión pública.
- Adquisición de equipamiento computacional y software para puestos de trabajo y adecuación tecnológica necesaria para cubrir los incrementos de demanda que recibirán las consultas y reclamos del consumidor financiero a partir de la entrada en vigencia de la Ley. Estas inversiones alcanzaron un monto de **M\$ 52.313**.
- Gastos en remodelaciones de oficinas: Este rubro correspondió a la remodelación de las Oficinas del Nivel Central (Tercer Piso Edificio Corporativo) y el remozamiento completo de las oficinas en la Dirección Regional de Valparaíso. El Monto global ejecutado por este concepto el año 2011, alcanzó a **M\$ 87.098**
- Incremento de dotación en la Contrata: Ligado también a la implementación del SERNAC Financiero, en materias de gestión de personas, durante el periodo 2011 se reforzó la dotación del personal en 5 cargos (2 %), pasando de una dotación autorizada de 250 Funcionarios en el año 2010, a 255 en el año 2011. Este incremento se focalizó totalmente en contrataciones de profesionales de diferentes especialidades (Abogados, Ingenieros, psicólogos y otros), mejorando con ello las competencias y calificaciones técnicas de la dotación vigente.

2.2 Resultados Asociados a la Provisión de Bienes y Servicios

En materias de Información de Mercado y Consumo:

Durante el año 2011 se realizaron 5 campañas. Entre ellas podemos destacar la campaña Derechos del deudor, la que a través de folletos informativos entregó a los consumidores información clave respecto del endeudamiento en los hogares.

Las campañas realizadas durante el periodo trataron los siguientes temas:

- Fraudes por Internet
- Derechos del Deudor
- Seguridad en juguetes
- Garantía Legal
- Cohesión Social. La Ley de Protege.

Respecto de los canales de comunicación institucionales, es importante mencionar que el número de visitas al sitio WEB durante el año 2011 fue de 1.918.596, incorporando algunas mejoras como el espacio de accesibilidad, desarrollado para personas con necesidades especiales (Visión) y se incorporó el Blog Sernac Participa, espacio que se diseñó como un canal para fomentar la participación y temas relevantes en materia de consumo. También sobre el sitio Web se obtuvieron positivos resultados en cuanto al número de suscritos, alcanzando las 62.556 personas registradas, lo que evidencia un incremento del 2,6% respecto de los resultados obtenidos durante el año 2010. Esto permitió a la institución contar con una mayor base de datos para la difusión de 14 mailings durante el año, fortaleciendo la comunicación con los usuarios.

La nueva página web de SERNAC incorporó nuevos contenidos en materia de consumo, entre éstos un espacio destinado a la seguridad de productos, pudiéndose encontrar en éstos material especializado, llamados a consultas públicas, alertas de seguridad, estudios, entre otros. Análogamente, en la Feria del Consumo de marzo de 2011, también se distribuyó material informativo en esta materia.

Por su parte, y en el marco de los compromisos internacionales, se efectuó nuevamente la campaña del Mes de Prevención del Fraude, en coordinación con la Policía de Investigaciones y con foco en el fraude financiero.

Respecto a la revista del consumidor (en formato digital), en 2011 se realizaron 11 publicaciones, destacando los temas de Sernac Financiero, endeudamiento, fraude, seguridad en consumo. Además, se entregaron en todo el país 1.613.817 folletos que complementaron las campañas y temáticas de consumo relevadas por SERNAC en el periodo.

Se realizaron 3 diagnósticos vinculados a prácticas financieras regionales, este fue un nuevo producto que vino a mejorar la cobertura del análisis financiero a nivel país, permitiendo que los informes de crédito apunten de manera más eficaz a la reducción de brechas y asimetrías de información en dichos mercados, desafío definido por el Servicio en su Balance de Gestión del año 2010.

Se efectuaron 3 informes con análisis de series históricas de datos en los mercados de los Combustibles líquidos, Medicamentos y Abarrotes y sus respectivas planillas traspasadas a bases de datos, en las 3 series de datos, a grandes rasgos, se evidenció un aumento mensual de los precios en todas las regiones. A su vez, se complementó el espectro de información, agregando 2 investigaciones de mercados no indagados durante el 2010, en el mercado de las Clínicas como el de la calefacción por Estufas. Respecto al mercado de las clínicas se vislumbró la hospitalización como la prestación con mayor diferencia de precios, lo que consolidó a los hospitales como los más económicos respecto de las clínicas y sólo a una Isapre con los convenios más económicos. A su vez, el estudio sobre calefacción identificó en las estufas de kerosén a mecha la mayor oscilación de precios, la mayor diferencia en la estufa a kerosén tipo láser y a las estufas eléctricas como la con mayor representación de mercado, seguido por las de gas y finalmente a kerosén.

Conforme a los desafíos propuestos para el año 2011, respecto de la generación de estadísticas para componer los Rankings de conflictividad según los mercados más reclamados, se muestra el volumen de estos por mercado y submercados, además se construyó un indicador, en base a los reclamos ingresados a la plataforma SernacFacilita y a información objetiva obtenida de las respectivas instituciones fiscalizadoras y acreditadas. En base a esa información, vislumbramos el comportamiento de los proveedores, respecto a si responden y qué tipo de respuesta entregan. La tendencia mostró que ha ido aumentando el volumen de reclamos debido a un empoderamiento de la ciudadanía y las respuestas a los reclamos de los consumidores, por parte de los proveedores, factor relacionado directamente con la labor del SERNAC.

De igual forma, se efectuaron 10 estudios de seguimientos coyunturales en eventos como las cenas de fin de año, fiestas patrias, mercado de los precios de los pasajes de buses y navidad. En el Área Metropolitana se efectuaron 76 levantamientos en los mercados de las farmacias, combustibles líquidos, gas licuado y 336 en Regiones.

Respecto de estudios de seguridad de productos, se efectuaron 7 en ámbitos de rotulación, toxicidad y propiedades físicas y mecánicas de productos para niños.

En materia publicitaria se diseñaron 100 análisis de soporte, tanto en fichas como en piezas publicitarias, que apoyaron las denuncias en esta materia.

Orientación, asesoría jurídica y protección.

En conformidad con los desafíos propuestos para el periodo 2011, se obtuvo un aumento efectivo del nivel de protección judicial, cuyos datos relevantes fueron los siguientes:

- Se aumentó la cantidad de Juicios de Interés General respecto al 2010 en un 148% generando un total de 734 juicios. A diciembre del 2011 existían 1041 juicios en proceso y 317 cerrados. Además, los resultados favorables de estos juicios correspondió a un 74%, superando el porcentaje del 2010, donde se alcanzó un 68%.
- Se aumentó la cantidad de Mediaciones Colectivas respecto al 2010 en un 148%, generando un total de 124 mediaciones. A diciembre del 2011 existían 87 mediaciones en proceso y 83 cerradas. Además, las propuestas favorables de los proveedores correspondió a un 48%.
- Se aumentó la cantidad de Juicios de Interés Colectivo respecto al 2010 en un 667%, generando 23 juicios. A diciembre del 2011 existían 39 juicios en proceso, sin haber cerrado ninguno en el año.

- Se aumentó la cantidad en la revisión de Contratos de Adhesión con Cláusulas Abusivas respecto al 2010 en un 292% generando una revisión de 102 contratos. A diciembre del 2011 existían 39 juicios en proceso, sin haber cerrado ninguno en el año.
- Se aumentó la cantidad en el establecimiento de Guías de Alcance Jurídico revisión de Contratos de Adhesión con Cláusulas Abusivas respecto al 2010 en un 40% generando 7 nuevas guías.

En cuanto al Modelo de Atención al Consumidor, se obtuvieron los siguientes datos 2011, respecto del año 2010:

| Tipo de Atención | Efectivo 2010 | Efectivo 2011 | Variación Porcentual |
|--|---------------|---------------|----------------------|
| Número Atención de consultas Presencial | 108741 | 103417 | -4,90% |
| Número Atención de consultas Telefónicas | 334000 | 322499 | -3,44% |
| Número Atención de consultas WEB | 55000 | 87285 | 58,70% |
| Número Atención de reclamos Presencial | 72000 | 80230 | 11,43% |
| Número Atención de reclamos WEB | 133000 | 177350 | 33,35% |

En materia de convenios con los proveedores (conforme con los desafíos propuestos el año pasado), se logró un total de 3.467 empresas que actualizaron sus datos y/o establecieron convenios de interoperabilidad con SERNAC, alcanzando un total de 12.938 empresas validadas en el sistema, facilitando de esta forma el tratamiento digital de los reclamos presentados por los consumidores y consumidoras, cuya gestión de mediación de reclamos se desarrolla a través del portal de proveedores. Esta cifra corresponde a una variación de (-13.33%) respecto al período 2010, en el cual se establecieron 4.000 convenios y/o actualizaciones de datos de empresas de todo el país. Sin embargo, no representa un retroceso para el servicio, sino que muy por el contrario, expresa una estabilidad en la base de datos de proveedores. Asimismo, respecto de los convenios con los Servicios Públicos se revisaron los 10 vigentes que a la fecha se mantienen y que componen la Red Nacional de Protección de los Derechos de los Consumidores/as. En el año 2011, se mejoró el nivel de interoperabilidad con la Superintendencia de Valores y Seguros, para la derivación de casos vía Web Service, lo cual significó una mejora importante para los consumidores y consumidoras que presentan reclamos en materia de seguros. Conjuntamente se estableció el convenio con el Instituto de Previsión Social (IPS), el cual permitió que los consumidores y consumidoras ingresaran consultas y reclamos en SERNAC, a través de las más de 156 plataformas que mantiene el IPS, a lo cual debemos integrar las más de 460 bibliotecas públicas en el marco de acuerdo con BIBLIOREDES, lo cual expresa un aumento significativo de la cobertura territorial.

En materia de seguridad de productos y trabajo coordinado con las otras agencias del Estado, en noviembre de 2011 se constituyó la Mesa de Seguridad de productos, instancia liderada y coordinada por Sernac que reúne a representantes de las distintas instituciones públicas ligadas a la materia.

Educación para el Consumo.

Las actividades de educación realizadas durante el año 2011 permitieron incrementar la difusión y aprendizaje de los derechos y deberes del consumidor, tanto en la educación formal como no formal abarcando un total de 305 escuelas con el Curso de Perfeccionamiento Docente a Distancia, frente a 159 en el 2010 capacitando

a un total de 357 profesores en relación a los 161 del año 2010. En cuanto a cobertura de estudiantes el año 2011 fue de 12495 frente a los 5635 del año 2010.

En el ámbito de Cursos de Auto Instrucción para Consumidores/as, se registraron 1.408 participantes que finalizaron y aprobaron los cursos dictados durante el año 2011, (1205 en el año 2010) quienes replicaron a 103.756 personas los contenidos (19.806 en el 2010). En lo relativo a la Formación para Formadores/as en temas financieros, 243 participantes aprobaron el curso de Introducción a la Educación Financiera, el año 2010 sólo se piloteó este producto por lo que tiene patrón de comparación, en este mismo tema a fines del 2011 se implementó también un curso de Inclusión Financiera especialmente dirigido a 2000 funcionarios del Programa Puente de FOSIS, que trabajan con familias vulnerables. El aumento es de más de un 5000% (43 relatores capacitados el 2010). Por otra parte se implementó también por primera vez un curso vía aula virtual para fiscalizadores sobre Infracciones a la Ley 19.496, instruyendo a 112 Carabineros e Inspectores Municipales.

Asimismo, 6.667 personas recibieron charlas o talleres en materias de consumo a lo largo del país, lo cual evidencia un aumento del 233% en la participación de los/as consumidores en comparación con el año 2010 (2.860). Adicionalmente, se desarrollaron 20 módulos de actividades educativas presenciales para complementar la realización de estas actividades. En cuanto al Material educativo audiovisual desarrollado en convenio con CNTV se distribuyó en 3.211 organizaciones educacionales, destacando la serie Canal 72, la que se creó como apoyo al trabajo de Lenguaje y Comunicación para 3° y 4° básico.

También se elaboraron 45 Fichas Educativas para docentes, con material de apoyo audiovisual que permitieron incorporar y renovar los contenidos desarrollados por la Institución.

En relación a la Guía del Consumidor Responsable, se publicó en el mes de agosto 2011 en la web institucional, registrando 3.264 visitas en el período agosto – diciembre 2011. Los temas publicados fueron: Test de Autoevaluación, Guía del Consumidor Responsable, Guía de Telecomunicaciones, Guía del Mercado Financiero, Guía de Turismo y Transporte, Guía del Retail.

En materia de seguridad de productos, se efectuaron 3 talleres: uno destinado a Asociaciones de Consumidores y Organizaciones de la Sociedad Civil, relativo a la participación en procesos normativos; otro destinado a proveedores en materias de Recall y Trazabilidad; y otro, destinado a los otros organismos del Estado relacionados a la seguridad de productos, respecto de Redes de Alerta de Seguridad. Para los dos últimos, además, se contó con la participación de un experto internacional.

A nivel interno, y como parte del proceso de desarrollo de cultura institucional en materia de seguridad de productos, se efectuaron talleres en 4 regiones y en 4 equipos del nivel central.

Participación Ciudadana.

En materias de participación ciudadana, se puede dar cuenta de los siguientes hitos como resultado de la gestión del año 2011:

- a) Se realizaron 12 Foros Regionales de Consumo, en los que participaron en total 699 representantes de empresas, organismos públicos y sociedad civil. Si bien la realización de estas actividades fue en el contexto del proyecto institucional financiado con aportes de la UE a través de la AGCI, se contó con presupuesto nacional para asegurar su continuidad en al menos un número de regiones.



- b) El día 16 de marzo de 2011 se llevó a cabo el primer Encuentro Nacional de Actores del Sistema Nacional de Protección al Consumidor, al cual asistieron representantes del sector público, privado y sociedad civil, incluyendo invitados de 12 regiones del país. La jornada de trabajo incluyó una clase magistral de experta europea, panel de buenas prácticas y conformación de grupos de trabajo para identificar problemáticas.
- c) Se realizaron 6 convocatorias a Asociaciones de Consumidores a nivel nacional, para reuniones con la Dirección Nacional, el Consejo de Administración del Fondo Concursable y la Secretaría Ejecutiva del Fondo. Además, se optó por desconcentrar las convocatorias, por lo cual cada Dirección Regional debió reunirse como mínimo en 4 oportunidades con los dirigentes de su territorio. Al realizar una completa recopilación de reuniones con Asociaciones realizadas en 2011, se constató que en total 33 organizaciones de 11 regiones del país tuvieron la oportunidad de trabajar con SERNAC. Este número corresponde a un 41,77% del universo total (79 Asociaciones existen según registro del Ministerio de Economía).
- d) Si bien el presupuesto del Fondo Concursable disminuyó un 15,6%, los \$ 243.792.000 disponibles se asignaron a 18 Asociaciones de Consumidores, que ejecutaron 41 proyectos en 11 regiones del país. Cabe destacar que durante este período, se implementó una plataforma electrónica para postular al Fondo, además de implementarse una evaluación de impacto a este programa de financiamiento, tarea realizada por una consultora externa a SERNAC.
- e) En materia de seguridad de productos, se efectuó un taller destinado a AdCs y Organizaciones de la Sociedad Civil, relativo a la participación en procesos normativos.
- f) Por su parte, durante todo el año se tuvo en funcionamiento el Comité Espejo de Seguridad de Productos, instancia desarrollada en conjunto con INN y que reunió a participantes de los distintos estamentos de la sociedad: consumidores, proveedores, academia, administración pública. Se promovieron entre las asociaciones de consumidores 5 consultas públicas en normas de seguridad de productos, así como la participación en 8 comités técnicos.

En materia internacional.

Otra de las áreas de trabajo de SERNAC es la gestión internacional, trabajo que implicó dar respuestas a solicitudes y/o compromisos con organismos en donde SERNAC (o Chile representado a través de este Servicio) manifiesta el interés de la protección de los consumidores. Durante el año 2011 se recibieron más de 100 solicitudes internacionales.

Entre las acciones de 2011 destacaron:

- Campaña del Mes de Prevención del Fraude: ICPEN convocó a sus cerca de 50 países miembros a realizar simultáneamente acciones que se orienten a la prevención de fraude en distintos mercados. SERNAC lanzó una campaña comunicacional a nivel nacional, en coordinación con la PDI, cuyo foco se centró en la prevención del fraude financiero.
- Sweep Day: En el mes de Septiembre se realizó una acción de vigilancia en Internet respecto a malas prácticas que se observen en las páginas web visitadas. Esta actividad también fue convocada por ICPEN y para el 2011 se centró en el uso fraudulento de distintivos de calidad o certificaciones, privadas o estatales.

- Visita de la Korean Consumer Agency: En junio de 2011, representantes de esta agencia visitaron Sernac y participaron en conjunto en un seminario de 2 días, cuyas temáticas se focalizaron en la protección del consumidor en el ámbito financiero.
- Firma de convenio con el Instituto Nacional del Consumo de España: En septiembre de 2011, en Santiago de Chile, se firmó el convenio de cooperación mutua entre las agencias, cuyo foco se centró en la seguridad de productos, las prácticas publicitarias y aspectos del comercio electrónico. En torno a la firma del convenio y durante la visita de los representantes del INC, se efectuaron talleres, charlas magistrales y reuniones de trabajo.
- Firma de convenio con INDECOPI del Perú: En diciembre de 2011, se firmó convenio de colaboración e interoperabilidad para la protección transfronteriza de los consumidores chilenos y peruanos.
- Representación en instancias internacionales, destacando las reuniones del CCP de la OECD, los comités ISO COPOLCO TC 240 y TC 243, las reuniones y workshops de ICPEN, el seminario del UNCTAD en Ecuador y el seminario de sistemas de atención al cliente en Brasil, en la mayoría de los cuales a SERNAC, o Chile, le ha correspondido exponer su experiencia.
- Respecto de cumplimientos de compromisos OECD, todos los avances fueron reportados óptimamente a las instancias de representación nacional. En este contexto podemos destacar las modificaciones a la LPC, mediante la ley 20.555 que crea a Sernac Financiero y otorga nuevas atribuciones para un mejor "enforcement" y protección de los consumidores (en ámbitos del crédito). En materia de comercio electrónico destacan los avances en el proyecto de ley de datos personales y privacidad. Finalmente, en materia de seguridad de productos, SERNAC como punto de contacto en Chile, articuló toda la red y las distintas acciones requeridas a fin de superar las brechas presentadas.

En materia de Perspectiva de Género.

El año 2011 se tradujo en un proceso de levantamiento de procedimientos que facilitaron la integración de la perspectiva de género en el sistema de gestión de la calidad de SERNAC, definiendo indicadores de entrada y de salida que agregaron información sobre equidad de género evidenciando eventuales brechas, barreras e inequidades. Dentro de los resultados 2011 se destacan:

- Se creó un Instructivo de Atención Preferencial y Trato No Discriminatorio e Implementación de señaléticas de atención preferencial y trato no discriminatorio para su uso en la V, VIII y RM regiones.
- Se elaboraron Indicadores de atención de público con perspectiva de género como resultado del análisis de los datos obtenidos en informes previos.
- Se incorporó la inclusión de análisis con enfoque de género en indicadores tales como la Matriz de Mercados Relevantes, principal indicador de las problemáticas de consumo que afectan a Hombres y Mujeres.
- Se implementaron dispositivos para facilitar el acceso a información de productos a consumidores y consumidoras, como la entrega de información comparativa de precios en el mercado de farmacias, a través del sitio Web con énfasis en medicamentos consumidos por mujeres y niños/as.

- Se implementaron espacios para fortalecer y desarrollar conocimientos y competencias entre los funcionarios del servicio en materia de Género a través del Aula Virtual “Equidad de Género”.
- Se desarrollaron espacios de participación ciudadana en torno a temas de consumo, considerando el acceso equitativo de hombres y mujeres, reforzando la participación de las últimas. Lo anterior a través de los foros ciudadanos implementados en todas las regiones.

En materia de Perspectiva Territorial.

En el marco de los avances obtenidos en materia de gestión territorial, el año 2011 se puede desagregar por los siguientes ejes de trabajo:

1) Acceso y distribución de los productos estratégicos.

- Se entregó información a los consumidores y consumidoras de todas las regiones, relacionada a estudios y precios de mercado, principalmente vinculados al plan de seguimiento de precios de combustibles, gas licuado, farmacias, pan y abarrotes. Para esto se utilizó como medio de difusión el sitio Web de SERNAC.
- Se distribuyó material de difusión y productos que promovieron los canales de atención al consumidor/a. Particularmente se distribuyeron un total de 929.650 impresos en el territorio Nacional. En este contexto se incorporaron las noticias regionales a sitio Web institucional, cumpliendo las necesidades de las regiones en el sentido de generar y difundir notas/comunicados con perspectiva de consumo local.
- Funcionamiento de más de 200 oficinas de atención de público presenciales en plataformas Municipales y más de 600 plataformas en convenio con el IPS, SERNATUR y Biblio Redes, aumentando en forma significativa el nivel de cobertura territorial.
- El 79% de los profesores que accedieron a los cursos de perfeccionamiento docente procedieron de regiones, distintas a la Metropolitana.
- Se constató un 100% de cumplimiento en el desarrollo de planes de difusión regional de los beneficios del Fondo Concursable para las Asociaciones de consumidores Regionales.

2) Diseño de los productos estratégicos.

- Se incorporaron conocimientos y técnicas de levantamiento de información y estudios de precios en cada Dirección Regional, asegurando con ello el logro del plan de seguimiento de precios.
- Desarrollo de capacitaciones y pasantías que permitieron el cumplimiento de los estándares, procedimientos y plazos de tramitación en la gestión de casos.
- Se sostuvo contacto de manera permanente con las Asociaciones de Consumidores constituidas en las Regiones, tanto desde el nivel central, como de las propias Direcciones Regionales. En total 33 AdC de 11 regiones del país, trabajaron directamente con SERNAC.

3) Descentralización y fortalecimiento territorial.

- En relación con la articulación de la Red Nacional de Protección de los Derechos de los Consumidores (compuesta por Servicios Públicos y Superintendencias que tienen competencias en materias de

protección de derechos de los consumidores/as), el año 2011 se mantuvieron las instituciones integradas al modelo de interoperabilidad de años anteriores, agregándose la gestión de casos en forma bidireccional con la SVS y se sumaron nuevas plataformas de atención gracias a los convenios suscritos con SERNATUR, Biblio Redes e IPS. Con esta última institución empezó a operar el programa Chile Atiende agregándose más de 150 plataformas de atención de público. Sumado a lo anterior se mantuvo los canales de atención telefónica e internet que permite el acceso en forma remota a la atención de SERNAC.



3. Desafíos para el año 2012

Junto con desarrollar eficientemente cada una de sus líneas estratégicas definidas en su misión institucional, el gran desafío para el Servicio este año 2012 como aspecto relevante del Presupuesto del SERNAC, estará dado por la consolidación de la Ley de SERNAC Financiero.

- **Consolidación del SERNAC Financiero**

El financiamiento para la operatividad del SERNAC Financiero es uno de los aspectos relevantes de la Ley de Presupuesto institucional para el año 2012. Durante el presente año, se iniciará la puesta en marcha de esta nueva línea de servicios institucionales, cuyos efectos en la demanda se conocerán con mayor precisión en los próximos meses mediante la aprobación de los correspondientes reglamentos. Por su parte, los nuevos desafíos que contiene la modificación legal que crea este nuevo ámbito de competencias del SERNAC, tendrán el propósito inequívoco de mejorar la calidad y alcance de la protección al consumidor, creando indudablemente la necesidad de disponer de mayores recursos para ello.

Desafíos por Productos Estratégicos:

- **Orientación, asesoría jurídica y protección:**

Para el desarrollo de este producto estratégico, el 2012 se proyecta trabajar sobre la base de los énfasis estratégicos del Servicio Nacional del Consumidor, conforme al presupuesto asignado. Las líneas de trabajo se establecieron en función de 3 énfasis;

1. Disminuir las asimetrías de información del mercado, principalmente orientados a la diversificación de la información en los mercados más relevantes, y en consecuencia, en la creación de reportes de información eficaces cuyos resultados mejoren el ámbito de la protección.

Conjuntamente con asegurar la implementación de acciones de mejoras en el funcionamiento de los tres canales de atención de público, se disponibilizará la información descriptiva del volumen de reclamos ingresados, los mercados más afectados y sus submercados, estableciendo los productos, causalidades y principales resultados de las mediaciones, con el objeto que la información esté disponible.

2. Elevar el estándar de protección con un enfoque preventivo y monitorear permanentemente los mercados. Implementando reportes mensuales de alertas, que permitan identificar las malas prácticas y probables conductas infraccionalas en los mercados que afectan directamente a los consumidores y consumidoras.

El énfasis de esta línea de trabajo será monitorear los mercados, y conformar un sistema de alertas, el cual contendrá y se elaborará, a partir de las bases de datos de reclamos cerrados, y clasificados conforme a la guía de materias denunciabales. Estos reportes permitirán alertar a los actores institucionales en la identificación de malas prácticas en los mercados y submercados, su posterior análisis y determinación de los procedimientos a aplicar conforme a mejorar la protección de los consumidores y consumidoras.

Paralelamente, en ámbitos de la seguridad de productos, se trabajará en una propuesta institucional de reglamento de seguridad de productos y modificaciones legales para el mejor amparo de esta materia en Chile.

3. Fortalecimiento de la relación con otros organismos públicos.

Contribuir al mejoramiento y fortalecimiento de la Red de Servicios que componen el Sistema Nacional de Protección de Derechos al Consumidor.

El objetivo de la conformación de esta red de servicios, será continuar con la instalación de la denominada ventanilla única, de forma que los ciudadanos y ciudadanas, dispongan en un solo canal, sin importar el lugar donde se encuentren, y puedan acceder a los servicios que ofrece el Estado en materia de protección de derechos de los consumidores/as. Fortalecer este relacionamiento, permitirá integrar a otros Servicios Públicos que tengan competencia en materias de consumo, a conformar la red de oficinas de atención, y compartir criterios de ingreso, tramitación y cierre de casos, mediante procesos de interoperabilidad.

El fortalecimiento y relacionamiento con los organismos públicos se expresará en 2 directrices. Una directriz será fortalecer los procesos de interoperabilidad y de derivación de reclamos que ingresan a nuestras plataformas, en esta línea estratégica se trabajará el fortalecimiento de los convenios con SBIF, SVS, SEC, SUBTEL, MTT (Subtrans), quedando pendiente las mejoras y convenios con SUSESO y SISS.

La segunda directriz de esta gestión, estará relacionada con el fortalecimiento del canal presencial y la apertura de nuevas plataformas de atención a nivel territorial, mejorando la oferta y cobertura de oficinas para que los consumidores y consumidoras puedan tener acceso a realizar sus consultas y reclamos, en esta línea de trabajo, colaboran y ponen a disposición sus oficinas IPS, Biblioredes, SERNATUR (en relación sólo a aquellos casos relacionados con turismo) y JAC. Está pendiente el proceso de relacionamiento con la DGAC.

| Descripción | Presupuesto en M\$ |
|---|--------------------|
| Total presupuesto vinculado a Orientación, asesoría jurídica y protección | M\$ 2.556.834 |

▪ Participación Ciudadana.

En el ámbito de la participación ciudadana, para el año 2012 los principales desafíos se concentran en la implementación efectiva de un nuevo proceso enfocado en el fortalecimiento de competencias de los dirigentes/as de las Asociaciones de Consumidores, proyectándose la realización de 20 actividades de formación (talleres, pasantías, capacitaciones).

Este proceso es complementario al financiamiento de iniciativas de las organizaciones de consumo, a través del Fondo Concursable, que en 2012 aumentó un 43,8% llegando a los \$350.618.000.

Por otra parte, con financiamiento de la Cooperación Internacional, Unión Europea a través de la AGCI, se proyecta consolidar el proceso de Foros Regionales de Consumo, expresión territorial de diálogo social en materias de consumo. Por ello, en 2012 se implementarán los primeros Foros con cargo al presupuesto público, estimándose que en al menos ocho regiones del país se podrán constituir Consejos Regionales de Consumo.

Además durante el año 2012 se reforzarán las iniciativas destinadas a la sociedad civil y a su participación en los ámbitos de seguridad de productos, y se trabajará en una propuesta institucional de reglamento de seguridad de productos y modificaciones legales para el mejor amparo de esta materia en Chile.

| Descripción | Presupuesto en M\$ |
|---|--------------------|
| Total presupuesto vinculado a Participación Ciudadana | M\$ 902.692 |

■ Información de Mercado y Consumo

En materia del producto sobre información de mercado y consumo, y relacionado directamente con el trabajo desarrollado por el SERNAC en torno a su énfasis estratégico sobre disminución de las asimetrías de información en los mercados, el 2012 se proyectan las siguientes acciones:

- Implementar estrategias y productos de comunicación para abordar las temáticas propias del Sernac Financiero.
- Plan de reforzamiento de prensa regional, cuyo objetivo será identificar (en terreno) las brechas que existen en la difusión de nuestros objetivos estratégicos y trabajar por superarlas.
- Medir el impacto que tienen nuestras acciones de difusión y el nivel de satisfacción del cliente relacionado.
- Generar estrategias comunicacionales para cambiar conducta de aquellos mercados que se han mostrado reticentes a aceptar la competencia de La ley del Consumidor.
- Se desarrollará por primera vez una encuesta de presupuesto familiar del consumidor.
- Se realizarán 107 sondeos de precios en el área metropolitana, 770 sondeos regionales, 100 análisis de soporte a denuncias y 4 rankings de mercados.
- Se reforzarán los mensajes y rol de SERNAC en ámbitos de seguridad de productos, donde se considera al menos una campaña, así como el desarrollo de un espacio web en la materia, integrando a los otros organismos relacionados y cumpliendo con los estándares internacionales. A nivel de estudios se indagará en nuevos temas, tales como ftalatos en productos infantiles y ruido en juguetes.

| Descripción | Presupuesto en M\$ |
|--|--------------------|
| Total presupuesto vinculado a Información de Mercado y Consumo | M\$ 550.000 |

▪ Educación para el Consumo:

Respecto los productos declarados por SERNAC en materia de Educación para el Consumo, el año 2012 se proyectan:

En el ámbito de la Educación Formal:

- Curso de Perfeccionamiento a distancia 2012: Se espera que en la presente edición del curso se supere el registro promedio histórico de inscritos/as de 800 docentes. Adicionalmente se incorporarán en el aula virtual mejoras en tecnologías de la información y de la comunicación que harán el contenido más fácil de navegar y de retener para los/as participantes.
- Programa Piloto de Certificación de Establecimientos Educativos en Materia Financiera. Tendrá por objeto instalar una cultura responsable en el uso de instrumentos financieros y evitar el sobreendeudamiento al interior de la comunidad escolar (docentes, estudiantes, padres y apoderados).

En el ámbito de la Educación no Formal:

- Capacitación a proveedores: Se capacitará mediante un curso de auto instrucción a proveedores y trabajadores de empresas en los temas del derecho a la calidad y garantía.
- Curso de Educación Financiera para Relatores: Este curso permitirá que los participantes se alfabeticen en términos financieros y económicos. Aprenderán a manejar el presupuesto familiar y conocer lo que es el SERNAC Financiero y sus aplicaciones. Este curso tendrá impacto tanto en los participantes como en los grupos donde impartirán sus capacitaciones.

Durante el año 2012 también se profundizará en una estrategia de educación de SERNAC en ámbitos de seguridad de productos y cultura de seguridad. Se reforzarán las iniciativas destinadas a la sociedad civil, proveedores y administración, así como la propia al interior de SERNAC, tanto a nivel nacional como regional.

| Descripción | Presupuesto en M\$ |
|---|--------------------|
| Total presupuesto vinculado a Educación para el Consumo | M\$ 70.000 |

Desafíos en materia de soporte y desarrollo organizacional

El 2011 fue un año marcado por la incorporación de nuevas tecnologías que sin duda aportaron a la obtención de los objetivos establecidos, incentivando a la mejora continua de los procesos internos. En este sentido para el año 2012 el desafío radica en proyectar las mejoras tecnológicas hacia los procesos propios del servicio y avanzar hacia la implementación del Modelo de Gestión de Excelencia, desarrollado en conjunto con todos los funcionarios de la Institución.

Modelo Chileno de Gestión de Excelencia

Durante el año 2011, se capacitó a 15 funcionarios de diferentes áreas del Servicio en el Modelo de Gestión de Excelencia, lo que permitió realizar un diagnóstico o autoevaluación bajo los 8 criterios del Modelo y lograr tener una visión general de cuáles son las fortalezas y áreas de mejora de la institución.

Como desafíos para el 2012, se pretende realizar un Plan de Mejoras basado en el diagnóstico efectuado en el periodo anterior, y con ello acortar las brechas en materia de gestión institucional e instaurar una cultura de mejora continua al interior de la organización. Además, se pretende extender la capacitación en el Modelo a 13 funcionarios más, de ellos 3 representantes de regiones que serán encargados de desplegar el Modelo en la zona asignada. Lo anterior, como un modo de instalar el Modelo en las 15 Direcciones Regionales a lo largo del país.

Como ejercicio adicional, el año 2012 se espera postular al Premio Nacional a la Calidad entregado por ChileCalidad, de tal forma de contar con una evaluación externa de nuestros procesos y resultados de gestión, que sirva de insumo a nuestro Plan de Mejoras 2013

Re-Certificación ISO 9001-2008

Si bien el 2011 nuevamente nuestra institución logró con éxito la mantención de la certificación ISO 9001:2008, los desafíos para este 2012 se concentran en aumentar los niveles de satisfacción de los consumidores y por ende los estándares de calidad de nuestro Servicio. Para ello, tenemos como desafío lograr la Recertificación bajo la ISO 9001:2008 de los procesos estratégicos, operacionales y de soporte de nuestra Institución. Para esto debemos estandarizar los procesos de SERNAC Financiero e incorporarlos al Sistema de Gestión de la Calidad Institucional, como también generar los ajustes necesarios al mismo, para permitir la exitosa implementación del Modelo de Gestión de Excelencia.

Otros desafíos 2012 relacionados con aspectos relevantes de la Ley de Presupuestos:

- **Incorporación de las Transferencias SUBTEL al Presupuesto Vigente 2012**

Este aspecto consistirá en incluir en el Presupuesto Vigente 2012, un monto de Transferencias corrientes recibidas anualmente desde la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Este monto pasará a ser operacional y se consolidará con los ingresos recibidos como transferencias desde dicha entidad pública. El monto que aplicará a este concepto para el año 2012 será de M\$ 179.851, y se destinará fundamentalmente al financiamiento de un ejecutivo de atención de público experto en materias del mercado de telecomunicaciones.

- **Incremento de recursos para Fondos Concursables**

Se incorporaron al presupuesto 2012, un monto de M\$ 100.000 adicionales para reforzar los niveles de participación ciudadana a través de la ejecución de proyectos concursables mediante convocatorias pública y ejecutables con las Organizaciones de Consumidores a través de Convenios.

- **Equipamiento de Movilización para Seis (5) Direcciones Regionales**

Actualmente las Direcciones Regionales de las regiones de Tarapacá, Antofagasta, Aysén, Magallanes, Valdivia y Arica y Parinacota (I, II, XI, XII, y XV, Regiones), no cuentan con vehículos de transporte para movilizar al personal que realiza trabajos de terreno. Resulta una paradoja que la cobertura de este tipo de apoyo logístico tan necesario, no exista precisamente en las regiones extremas donde las distancias y las

condiciones climáticas ameritan con mayor nitidez la disponibilidad de este tipo de medios de transporte. La inversión proyectada para el año 2012 se estima en alrededor de M\$ 66.820.

Ejecución del Presupuesto Institucional

Durante el año 2012, el compromiso del Director Nacional, plasmado en su Convenio de Alta dirección Pública, será optimizar la Ejecución Presupuestaria del Servicio, alcanzando una ejecución de gastos ascendente a un 97%, respecto del presupuesto vigente al cierre del ejercicio.

| Descripción | Presupuesto en M\$ |
|--|---------------------------|
| Total presupuesto vinculado a productos estratégicos | M\$ 6.041.926 |
| Total presupuesto vinculado a productos de gestión interna | M\$ 1.510.481 |



4. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2011
- Anexo 5: Compromisos de Gobierno
- Anexo 6: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2011
- Anexo 7: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo
- Anexo 8: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas

- Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución

Entre las leyes más importantes que rigen el funcionamiento del Servicio Nacional del Consumidor, además de la normativa general para la administración pública, figuran:

- Ley de Planta del SERNAC, Decreto con Fuerza de Ley N° 8–18.834, del año 1990, adecua planta y escalafones de la Dirección de Industria y Comercio al Art. 5° de la Ley N° 18.834 sobre Estatuto Administrativo.
- Ley N° 18.959 de 1990 Art. 4° que dispuso sustituir en todas las leyes vigentes a su promulgación, la mención “Dirección de Industria y Comercio” por “Servicio Nacional del Consumidor”.
- Normas sobre Protección de los Derechos del Consumidor, Ley N° 19.496.
- Ley N° 19.659, publicada en el Diario Oficial el 27 de diciembre de 1999, sobre límites en las cobranzas extrajudiciales.
- Ley N° 19.761, Art. único, publicada en el Diario Oficial el 08 de noviembre de 2001.
- Ley N° 19.955, publicada en el Diario Oficial el 14 de julio de 2004, que modifica la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley N° 19.496).

- 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 2011

| Número | Descripción |
|--------|--|
| 1 | Consolidación del SERNAC Financiero |
| 2 | Equipamiento de Movilización para Seis (5) Direcciones Regionales |
| 3 | Incorporación de las Transferencias SUBTEL al Presupuesto Vigente 2012 |
| 4 | Incremento de recursos para Fondos Concursables |

- 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 la cultura de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en materias de consumo. |
| 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 social y la promoción de una cultura de consumo responsable. |
| 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 |
|---|---|--|
| <u>Información de Mercado y Consumo</u> | | |
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> • Estudios. <ul style="list-style-type: none"> - Encuesta de Presupuesto Familiar del Consumidor. - Estudios y análisis de seguimiento de mercados. - Estudios y análisis de seguimiento coyunturales. - Sondeos y Encuestas de RM. - Sondeos y Encuestas de Precios regionales. - Análisis de soporte a denuncias. - Ranking de Mercados Relevantes. - Estudios de seguridad de productos. - Estudios de seguimiento aplicación Normas Técnicas. - Informes técnicos de productos. - Minutas de soporte a mediaciones. - Alertas y contenidos de seguridad de productos. • Información y Difusión. <ul style="list-style-type: none"> - Actividades de Difusión en materia de seguridad de productos. - Espacio de difusión en web para temas de seguridad de productos. - Productos para la prensa - Contenidos digitales - Revista del Consumidor (formato digital). - Revista aniversario (impresa). - Campañas de información - Material de Difusión. - Productos de Imagen Corporativa. - Folletería e impresos. - Campaña de difusión para otros organismos. | 1,2,3 |
| | <u>Orientación, asesoría jurídica y protección</u> | |
| 2 | <ul style="list-style-type: none"> • Orientación <ul style="list-style-type: none"> - Atención de consultas. - Atenciones red Oficinas municipales SERNAC Facilita Municipio SFM. • Tramitación Reclamos <ul style="list-style-type: none"> - Atención de reclamos. • Gestión Solicitudes <ul style="list-style-type: none"> - Gestión de Solicitudes (Transparencia Activa y Pasiva). • SONI | 1,4 |

- Gestión SONI (Su Opinión Nos Interesa).
- Protección Intereses Colectivos y Difusos
 - Nuevos Juicios Interés General a nivel Nacional.
 - Nuevas Mediaciones Colectivas a nivel Nacional.
 - Nuevos Juicios Interés Colectivo a nivel Nacional.
 - Informes de Legalidad de Cláusulas de Contratos de Adhesión.
 - Actividades de Difusión en Materias de Protección al Consumidor a organismos públicos y privados externos.
 - Informes Legales en Materia de Consumo con y sin regulación Sectorial.
 - Guías de Alcance Jurídico en Materia de Contratos de Adhesión y otras relacionadas con la LPC.
- Protección Consumidor Financiero
 - Otorgamiento Sello SERNAC.
 - Revocación sello SERNAC.
 - Detección de infracciones.
 - Evaluaciones SMA.
 - Registro SMA.

Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as

- | | | |
|---|--|-----|
| 3 | <ul style="list-style-type: none"> • Programa Educación Formal. <ul style="list-style-type: none"> - Curso de Perfeccionamiento Docente a Distancia. - Curso de Perfeccionamiento Docente a Distancia en Educación Financiera. - Material educativo audiovisual en convenio con CNTV. - Soporte desarrollo de tutorías y articulación de redes de educación para el consumo. - Difusión del material audiovisual educativo. - Programa de Certificación de Establecimientos Educativos en Materia Financiera. • Programa Educación No Formal. <ul style="list-style-type: none"> - Guía del consumidor Responsable. - Curso de Educación Ley de los Derechos del Consumidor para Fiscalizadores. - Curso de Inclusión Financiera. - Curso de Educación Financiera. - Curso para Proveedores. - Contenidos para actividades educativas presenciales. - Concurso Nacional sobre historias de consumo. - Taller de seguridad de productos para proveedores. - Taller de seguridad de productos para comunicadores. - Taller de seguridad de productos para otros organismos del estado. | 1,3 |
|---|--|-----|

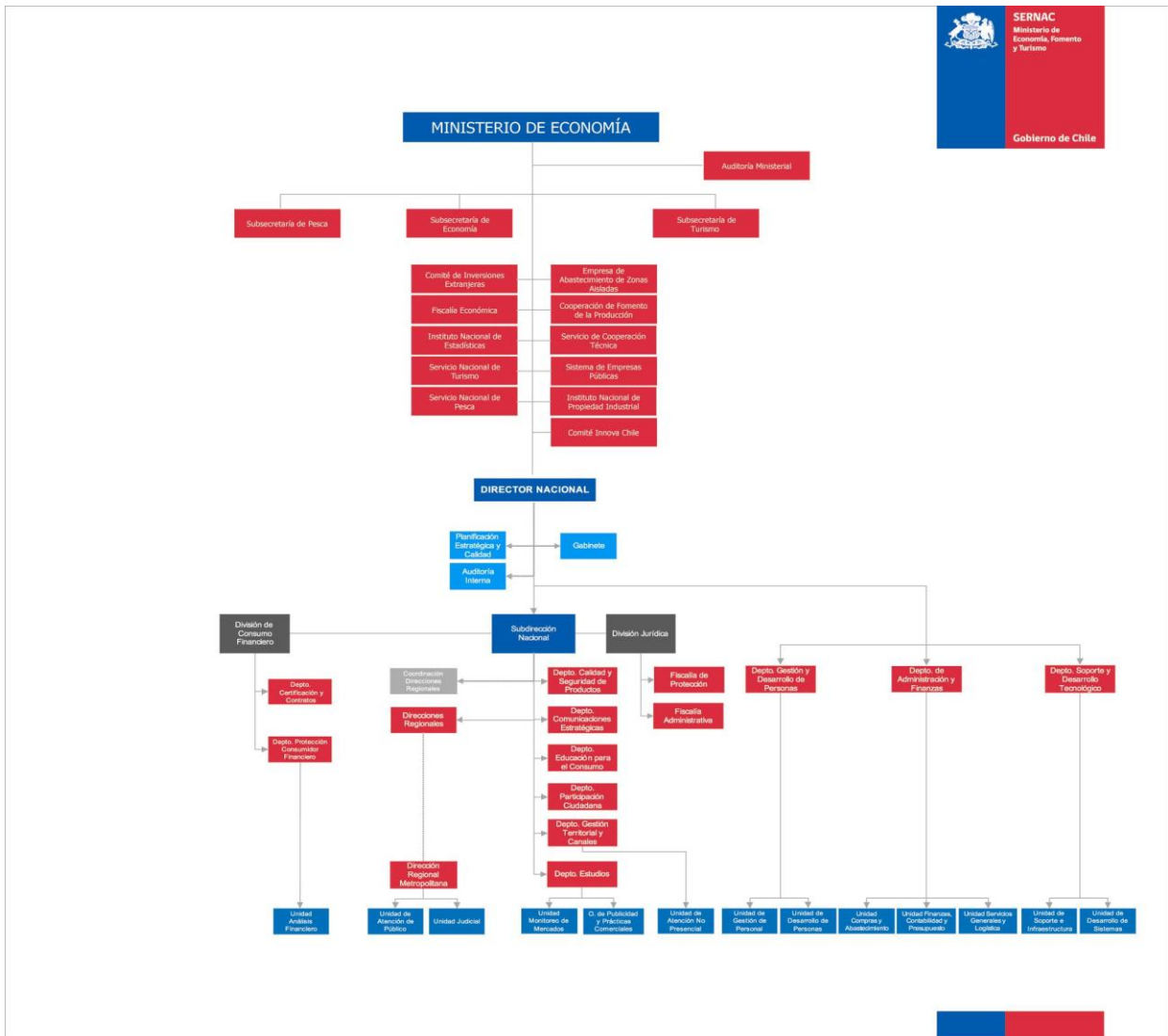
Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana

- | | | |
|---|--|-----|
| 4 | <ul style="list-style-type: none"> • Espacios Participación Ciudadana <ul style="list-style-type: none"> - Mecanismos de participación previstos en la Norma de Participación Ciudadana del SERNAC. - Foros Regionales de Consumo. - Comité espejo de seguridad. - Comités técnicos de normas. - Procesos consultivos normas técnicas. • Fondo Concursable <ul style="list-style-type: none"> - Financiamiento público de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores. • Fortalecimiento de competencias AdC's <ul style="list-style-type: none"> - Plan de Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores. - Taller de seguridad de productos para AdCs y sociedad civil en general. | 1,5 |
|---|--|-----|

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

| Número | Nombre |
|--------|---|
| 1 | <p>Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores/as relacionados/as a estudios de impacto masivo. • Consumidores/as relacionados/as a la información en medios de prensa, publicaciones y/o medios de difusión institucional. |
| 2 | <p>Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumidores/as afectados/as individualmente en sus intereses en materias de consumo. • Consumidores/as afectados/as colectivamente en sus intereses en materias de consumo. |
| 3 | <p>Público segmentado por área de Educación Formal y No formal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área formal; Educadores de Aula, estudiantes y sus familias, de todos los niveles de la Educación formal (Educación parvularia, básica, media, Adultos, Técnico Profesional, Especial) • Área No formal: Consumidores/as de los segmentos C3-D, que se encuentren o se sientan vulnerables en sus actos de consumo. |
| 4 | <p>Distintos grupos de colaboradores estratégicos: personas o instituciones, organizaciones funcionales o sociales y sociedad civil organizada:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de Consumidores. • Organizaciones funcionales y territoriales. • Organizaciones No Gubernamentales que desarrollan temas vinculados a consumo. • Universidades y centros de educación superior. • Instituciones públicas y/o organismos vinculados con la protección de los consumidores/as (Tribunales de Justicia, Superintendencias, Subsecretarías). • Proveedores y Asociaciones de éstos. |

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio.



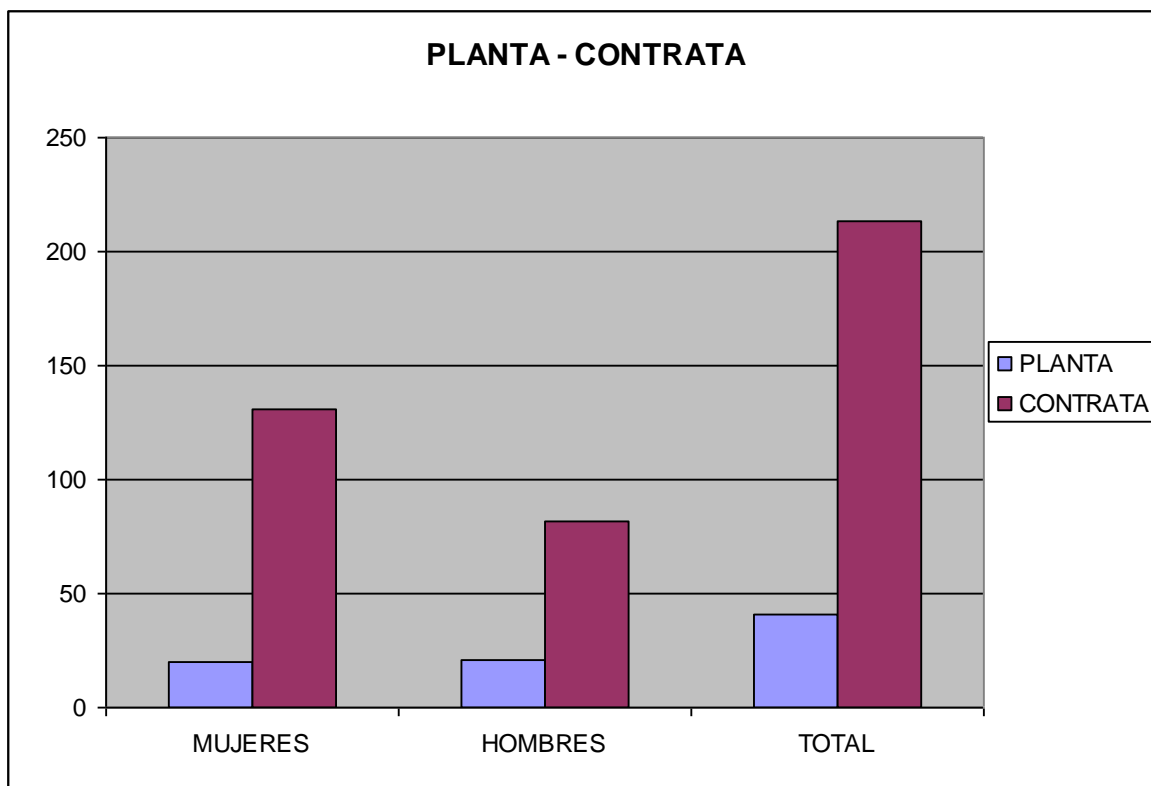
c) Principales Autoridades

| Cargo | Nombre |
|--|---------------------------|
| Director Nacional | Juan Peribonio Poduje |
| Subdirector / Jefe División Jurídica | Lucas del Villar Montt |
| Jefe de Gabinete | Consuelo Alvial Soler |
| Jefa de Comunicación Estratégica | Pilar Bernstein Rotger |
| Jefa de Estratégica y Calidad | Jaime Gómez Ortega |
| Jefa Auditora Interna | Ximena Manzur Giadach |
| Jefe de Depto. Estudios e Inteligencia | Waldo Claro |
| Jefa de Depto. Educación para el Consumo | Paula Bustos |
| Jefa del Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas | Paola Trujillo Farías |
| Jefe del Depto. de Administración y Finanzas | José Farías Osorio |
| Jefe del Depto. De Soporte y Desarrollo Tecnológico | Marco Mendoza |
| Jefe del Depto. de Gestión Territorial y Canales | Nelson Lafuente Lobos |
| Jefa del Depto. División Jurídica | Ximena Castillo |
| Jefa del Depto. Protección Económica y Seguridad | Ana María Becerra |
| Jefe de Depto. de Estudios e Inteligencia | Nicolás Corvalán |
| Jefa del Depto. División de Consumo Financiero | Carolina Del Río |
| Directora Regional de la Región Metropolitana | Johanna Scotti Becerra |
| Director Regional de la Región de Arica y Parinacota | Elías Laferte |
| Directora Regional de la Región de Tarapacá | Marta Daud Tapia |
| Director Regional de la Región de Antofagasta | Marcelo Miranda |
| Director Regional de la Región de Atacama | Miguel Vargas Correa |
| Directora Regional de la Región de Coquimbo | Lorena Araya Troncoso |
| Directora Regional de la Región de Valparaíso | Ximena Olivares Cerpa |
| Director Regional de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins | Miguel Ortiz Sarkis |
| Director Regional de la Región del Maule | Robert Fletcher |
| Directora Regional de la Región del Biobío | Fernando Valdés |
| Director Regional de la Región de la Araucanía | Arturo Araya Rodríguez |
| Director Regional de la Región de Los Lagos | Sebastián Fernández Estay |
| Directora Regional de la Región de Los Ríos | Lorena Bustamante |
| Director Regional de la Región del General Carlos Ibáñez del Campo | Jorge Godoy Cancino |
| Directora Regional de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena | Pamela Ramírez Jaramillo |

Anexo 2: Recursos Humanos

a) Dotación de Personal

- Dotación Efectiva año 2011¹ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)

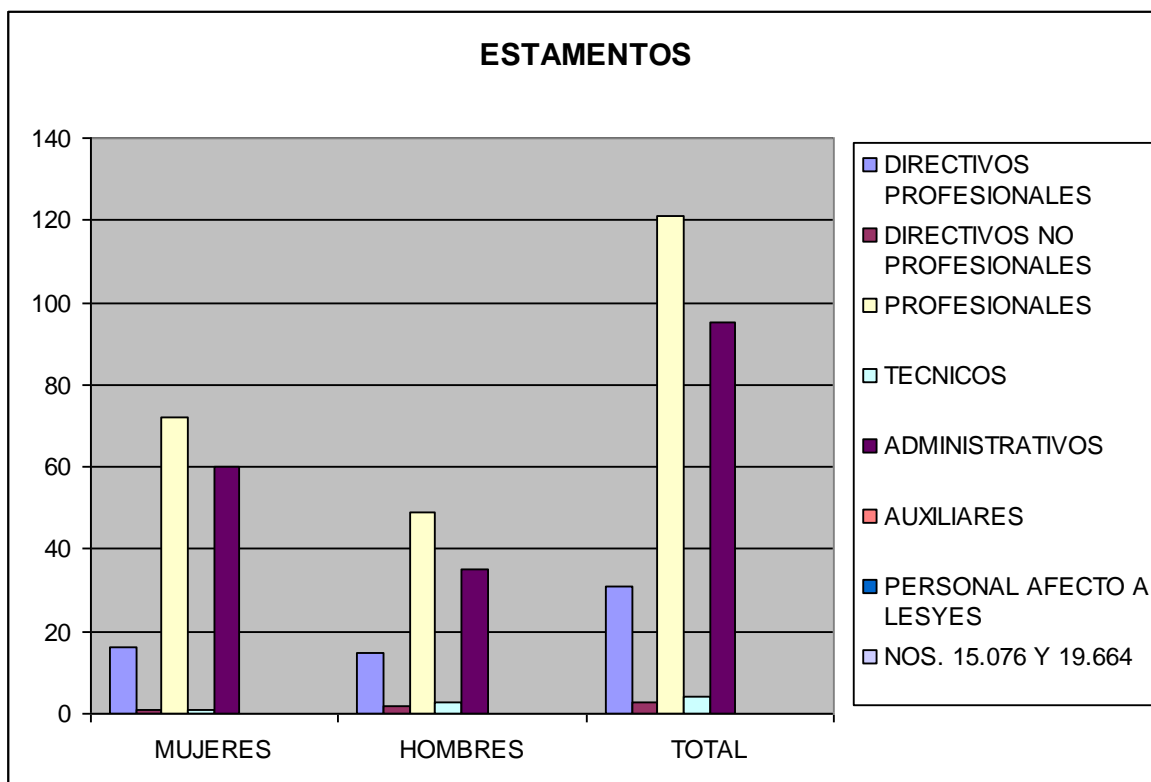


| TIPO DE CONTRATO | MUJERES | HOMBRES | TOTAL |
|--------------------------------|---------|---------|------------------|
| PLANTA | 20 | 21 | 41 |
| CONTRATA | 131 | 82 | 213 |
| TOTAL DOTACION EFECTIVA | 151 | 103 | 254 ² |

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 2011. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

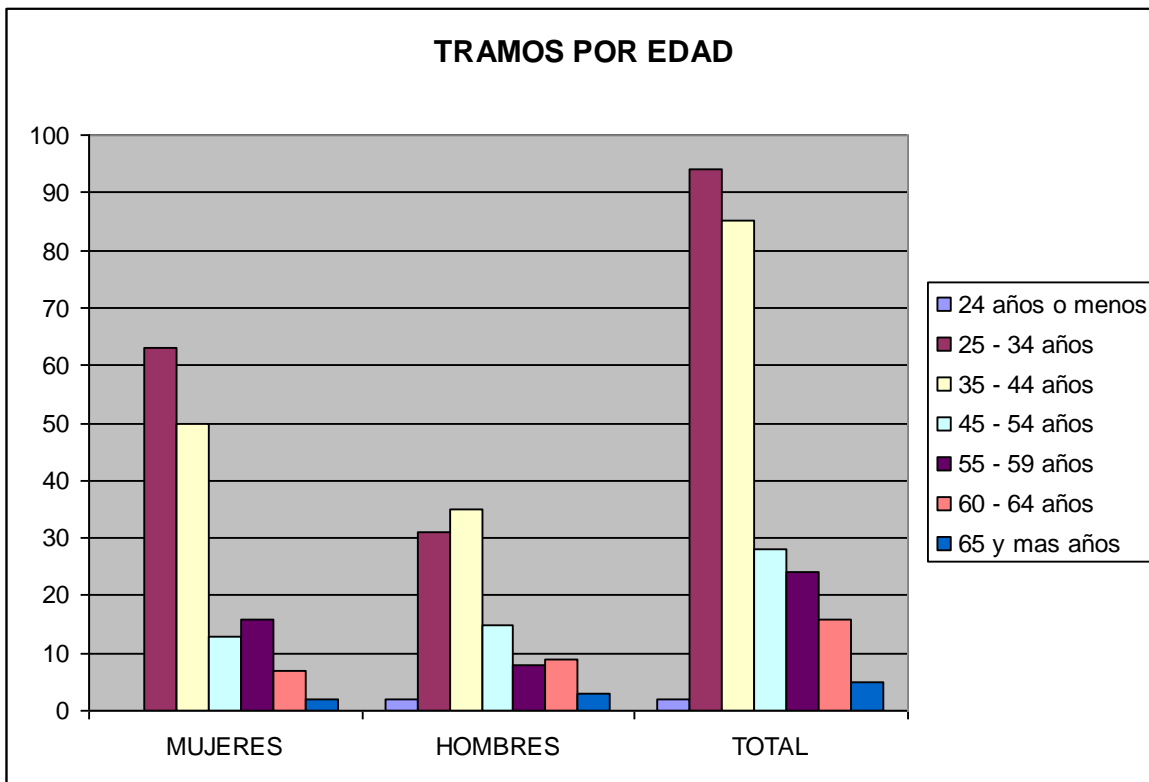
² La dotación efectiva de 254, corresponde a 255 autorizados.

- Dotación Efectiva año 2011 por Estamento (mujeres y hombres)



| ESTAMENTOS | MUJERES | HOMBRES | TOTAL |
|--------------------------------|------------|------------|------------|
| DIRECTIVOS PROFESIONALES | 16 | 15 | 31 |
| DIRECTIVOS NO PROFESIONALES | 1 | 2 | 3 |
| PROFESIONALES | 72 | 49 | 121 |
| TECNICOS | 1 | 3 | 4 |
| ADMINISTRATIVOS | 60 | 35 | 95 |
| AUXILIARES | 0 | 0 | 0 |
| PERSONAL AFECTO A LEYES | 0 | 0 | 0 |
| N° 15.076 Y 19.664 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL DOTACION EFECTIVA | 150 | 104 | 254 |

- Dotación Efectiva año 2011 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



| GRUPOS DE EDAD | MUJERES | HOMBRES | TOTAL |
|--------------------------------|------------|------------|------------|
| 24 años o menos | 0 | 2 | 2 |
| 25 - 34 años | 63 | 31 | 94 |
| 35 - 44 años | 50 | 35 | 85 |
| 45 - 54 años | 13 | 15 | 28 |
| 55 - 59 años | 16 | 8 | 24 |
| 60 - 64 años | 7 | 9 | 16 |
| 65 y mas años | 2 | 3 | 5 |
| TOTAL DOTACION EFECTIVA | 151 | 103 | 254 |

b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

| Cuadro 1 | | | | | |
|--|---|-------------------------|-------|---------------------|-------|
| Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos | | | | | |
| Indicadores | Fórmula de Cálculo | Resultados ³ | | Avance ⁴ | Notas |
| | | 2010 | 2011 | | |
| 1. Días No Trabajados | (N° de días de licencias médicas, días administrativos y permisos sin sueldo año t/12)/Dotación Efectiva año t | 1,5 | 1,01 | 148,5 | |
| Promedio Mensual Número de días no trabajados por funcionario. | | | | | |
| 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 | 6,30 | 244,4 | |
| 2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación. | | | | | |
| • Funcionarios jubilados | (N° de funcionarios Jubilados año t/ Dotación Efectiva año t)*100 | 0,0 | 0,0 | - | |
| • Funcionarios fallecidos | (N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100 | 0,0 | 0,0 | - | |
| • Retiros voluntarios | | | | | |
| ○ con incentivo al retiro | (N° de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año t/ Dotación efectiva año t)*100 | 2,1 | 0,0 | - | |
| ○ otros retiros voluntarios | (N° de retiros otros retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100 | 5,0 | 2,76 | 181,2 | |
| • Otros | (N° de funcionarios retirados por otras causales año t/ Dotación efectiva año t)*100 | 8,3 | 3,64 | 228,0 | |
| 2.3 Índice de recuperación de funcionarios | N° de funcionarios ingresados año t/ N° de funcionarios en egreso año t) | 1,3 | 3,69 | 35,2 | |
| 3. Grado de Movilidad en el servicio | | | | | |
| 3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal. | (N° de Funcionarios Ascendidos o Promovidos) / (N° de funcionarios de la Planta Efectiva)*100 | 13,2 | 0 | - | |
| 3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios a contrata. | (N° de funcionarios recontractados en grado superior, año t)/(Total efectivo de funcionarios a contrata año t)*100 | 28,2 | 27,70 | 98,,2 | |

3 La información corresponde al período Enero 2009 - Diciembre 2009 y Enero 2010 - Diciembre 2010.

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. Para calcular este avance es necesario, considerar el sentido de los indicadores (ascendente o descendente) previamente establecido y señalado en las instrucciones.

Cuadro 1

Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

| Indicadores | Fórmula de Cálculo | Resultados ³ | | Avance ⁴ | Notas |
|---|---|-------------------------|-------|---------------------|-------|
| | | 2010 | 2011 | | |
| 4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal | | | | | |
| 4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva. | $(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$ | 100,0 | 83,1 | 83,1 | |
| 4.2 Porcentaje de becas ⁵ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva. | $\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$ | 0,0 | 0,0 | --- | |
| 4.3 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario. | $(\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas para Capacitación año t} / \text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t})$ | 1,9 | 15,8 | 831,6 | |
| 5. Grado de Extensión de la Jornada | | | | | |
| Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario. | $(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t} / 12) / \text{Dotación efectiva año t}$ | 7,4 | 6,68 | 110,8 | |
| 6. Evaluación del Desempeño⁶ | | | | | |
| Distribución del personal de acuerdo a los resultados de las calificaciones del personal. | Porcentaje de Funcionarios en Lista 1 | 99,0% | 96,9% | - | |
| | Porcentaje de Funcionarios en Lista 2 | | 2,3% | - | |
| | Porcentaje de Funcionarios en Lista 3 | 1,0% | 0,4% | - | |
| | Porcentaje de Funcionarios en Lista 4 | | 0,4% | - | |

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

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

Anexo 3: Recursos Financieros

a) Resultados de la Gestión Financiera

| Cuadro 2 | | | |
|---|------------------|------------------|-------|
| Ingresos y Gastos devengados año 2010 – 2011 | | | |
| Denominación | Monto Año 2010 | Monto Año 2011 | Notas |
| | M\$ ⁷ | M\$ | |
| INGRESOS | 6.205.050 | 7.403.760 | |
| TRANSFERENCIAS CORRIENTES | | 56.000 | |
| OTROS INGRESOS CORRIENTES | 190.958 | 111.230 | |
| APORTE FISCAL | 6.014.092 | 7.236.530 | |
| GASTOS | 6.527.840 | 7.479.514 | |
| GASTOS EN PERSONAL | 4.170.270 | 4.441.672 | |
| BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO | 1.827.736 | 2.252.413 | |
| PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL | 40.696 | 144.301 | |
| TRANSFERENCIAS CORRIENTES | 290.051 | 242.229 | |
| ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS | 162.974 | 287.446 | |
| SERVICIO DE LA DEUDA | 36.113 | 111.453 | |
| RESULTADO | -322.790 | -75.754 | |

⁷ La cifras están expresadas en M\$ del año 2011. El factor de actualización de las cifras del año 2010 es 1,03340318.

b) Comportamiento Presupuestario año 2011

| Cuadro 3 | | | | | | | | |
|--|------|-------|---|----------------------------------|--------------------------------|------------------------------|--------------------------|-------|
| Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2011 | | | | | | | | |
| Subt. | Item | Asig. | Denominación | Presupuesto Inicial ⁸ | Presupuesto Final ⁹ | Ingresos y Gastos Devengados | Diferencia ¹⁰ | Notas |
| | | | | (M\$) | (M\$) | (M\$) | (M\$) | |
| | | | INGRESOS | 6.611.306 | 7.419.649 | 7.403.760 | 15.889 | |
| 05 | | | TRANSFERENCIAS CORRIENTES | 57.848 | 77.604 | 56.000 | 21.604 | |
| | 01 | | Del Sector Privado | | 19.756 | | 19.756 | |
| | | 003 | Administradora del Fondo para Bonificación por Retiro | | 19.756 | | 19.756 | |
| | 02 | | Del Gobierno Central | 57.848 | 57.848 | 56.000 | 1.848 | |
| | | 129 | Subsecretaría de Energía - Prog. 01 | 57.848 | 57.848 | 56.000 | 1.848 | |
| 08 | | | OTROS INGRESOS CORRIENTES | 84.680 | 84.680 | 111.230 | -26.550 | |
| | 01 | | Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas | 51.624 | 51.624 | 59.536 | -7.912 | |
| | 99 | | Otros | 33.056 | 33.056 | 51.694 | -18.638 | |
| 09 | | | APORTE FISCAL | 6.468.778 | 7.257.365 | 7.236.530 | 20.835 | |
| | 01 | | Libre | 6.468.778 | 7.257.365 | 7.236.530 | 20.835 | |
| | | | GASTOS | 6.615.636 | 7.535.432 | 7.479.514 | 55.918 | |
| 21 | | | GASTOS EN PERSONAL | 4.292.963 | 4.483.617 | 4.441.672 | 41.945 | |
| 22 | | | BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO | 1.877.842 | 2.261.228 | 2.252.413 | 8.815 | |
| 23 | | | PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL | | 144.303 | 144.301 | 2 | |
| | 03 | | Prestaciones Sociales del Empleador | | 144.303 | 144.301 | 2 | |
| 24 | | | TRANSFERENCIAS CORRIENTES | 243.792 | 243.792 | 242.229 | 1.563 | |
| | 01 | | Al Sector Privado | 243.792 | 243.792 | 242.229 | 1.563 | |
| | | 002 | Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955 | 243.792 | 243.792 | 242.229 | 1.563 | |
| 29 | | | ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS | 201.039 | 291.039 | 287.446 | 3.593 | |
| | 03 | | Vehículos | 12.396 | | | | |
| | 04 | | Mobiliario y Otros | 12.396 | 15.150 | 14.896 | 254 | |
| | 05 | | Máquinas y Equipos | 3.099 | 6.741 | 6.667 | 74 | |
| | 06 | | Equipos Informáticos | 64.683 | 160.683 | 158.094 | 2.589 | |

8 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

9 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2011.

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

| | | | | | | |
|------------------|----|------------------------|---------------|-----------------|----------------|----------------|
| 34 | 07 | Programas Informáticos | 108.465 | 108.465 | 107.789 | 676 |
| | | SERVICIO DE LA DEUDA | | 111.453 | 111.453 | |
| | 07 | Deuda Flotante | | 111.453 | 111.453 | |
| RESULTADO | | | -4.330 | -115.783 | -75.754 | -40.029 |

c) Indicadores Financieros

| Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera | | | | | | | |
|---|---|------------------|------------------------|------|------|------------------------------------|-------|
| Nombre Indicador | Fórmula Indicador | Unidad de medida | Efectivo ¹¹ | | | Avance ¹² 2011/ 2009 | Notas |
| | | | 2009 | 2010 | 2011 | | |
| Comportamiento del Aporte Fiscal (AF) | AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales ¹³) | % | 105 | 103 | 89 | 86 | |
| | [IP Ley inicial / IP devengados] | % | 80 | 94 | 90 | 96 | |
| Comportamiento de los Ingresos Propios (IP) | [IP percibidos / IP devengados] | % | 0 | 0 | 99 | 0 | |
| | [IP percibidos / Ley inicial] | % | 126 | 106 | 131 | 124 | |
| | [DF/ Saldo final de caja] | % | 23 | 49 | 216 | 441 | |
| Comportamiento de la Deuda Flotante (DF) | (DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos) | % | 79 | 49 | 169 | 345 | |

11 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2011. Los factores de actualización de las cifras de los años 2009 y 2010 son 1,04798253 y 1,03340318 respectivamente.

12 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.

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

d) Fuente y Uso de Fondos

| Cuadro 5 | | | | |
|--|-------------------------------------|---------------|------------|-------------|
| Análisis del Resultado Presupuestario 2011 ¹⁴ | | | | |
| Código | Descripción | Saldo Inicial | Flujo Neto | Saldo Final |
| FUENTES Y USOS | | 115.782 | -75.772 | 40.010 |
| Carteras Netas | | | -193.988 | -193.988 |
| 115 | Deudores Presupuestarios | | 56.011 | 56.011 |
| 215 | Acreedores Presupuestarios | | -249.999 | -249.999 |
| Disponibilidad Neta | | 68.600 | 123.614 | 192.214 |
| 111 | Disponibilidades en Moneda Nacional | 68.600 | 123.614 | 192.214 |
| Extrapresupuestario neto | | 47.182 | -5.398 | 41.784 |
| 114 | Anticipo y Aplicación de Fondos | 82.327 | 1.114 | 83.441 |
| 116 | Ajustes a Disponibilidades | | | |
| 119 | Trasposos Interdependencias | | | |
| 214 | Depósitos a Terceros | -15.747 | -153 | -15.900 |
| 216 | Ajustes a Disponibilidades | -19.398 | -6.359 | -25.757 |
| 219 | Trasposos Interdependencias | | | |

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

| Cuadro 6 | | | | |
|--|-------------|-------------------|-----------|---------------|
| Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2011 | | | | |
| Denominación | Ley Inicial | Presupuesto Final | Devengado | Observaciones |
| Fondo Concursable Aplicación Ley N° 19.955 | 243.792 | 243.792 | 242.229 | |

14 Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

f) Transferencias¹⁵

| Cuadro 7 | | | | | |
|--|--|---|-----------------------------|--------------------------|-------|
| Transferencias Corrientes | | | | | |
| Descripción | Presupuesto Inicial 2011 ¹⁶ (M\$) | Presupuesto Final2011 ¹⁷ (M\$) | Gasto Devengado (M\$) | Diferencia ¹⁸ | Notas |
| TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO | | | | | |
| Gastos en Personal | | | | | |
| Bienes y Servicios de Consumo | | | | | |
| Inversión Real | | | | | |
| Otros | 243.792 | 243.792 | 242.229 | 1.563 | 1 |
| TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS | | | | | |
| Gastos en Personal | | | | | |
| Bienes y Servicios de Consumo | | | | | |
| Inversión Real | | | | | |
| Otros ¹⁹ | | | | | |
| TOTAL TRANSFERENCIAS | 243.792 | 243.792 | 242.229 | 1.563 | |

(1) Corresponde a Transferencias al Sector Privado, Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955

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

16 Corresponde al aprobado en el Congreso.

17 Corresponde al vigente al 31.12.2011.

18 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

19 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2011

| Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2011 | | | | | | | | | | |
|--|---|--|------------------|------|-------------------------|------------------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------|
| Producto Estratégico | Nombre Indicador | Fórmula Indicador | Unidad de medida | 2009 | Efectivo 2010 | 2011 | Meta 2011 | Cumple SI/NO ²⁰ | % Cumplimiento ²¹ | No-tas |
| Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana | Porcentaje de beneficiarios de los proyectos ejecutados por las Asociaciones de Consumidores, en relación al número de beneficiarios originalmente comprometido. | (N° efectivo de beneficiarios en proyectos financiados por el Fondo Concursable en año t / N° comprometido de beneficiarios en proyectos financiados por el Fondo Concursable en año t)*100 | % | N.C. | 0% (0/0)*100 | 73% (4875/6675)*100 | 70% (2800/4000)*100 | SI | 104% | |
| | Enfoque de Género: No | | | | | | | | | |
| Información de Mercado y Consumo | Porcentaje de consumidores que declara que el SERNAC lo protege "mucho" o "bastante" contra los abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. | (N° de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100 | % | N.M. | 0.0% (0.0/0.0)*100 | 66.0% (792.0/1200.0)*100 | 28.5% (342.0/1200.0)*100 | SI | 232% | 1 |
| Orientación, asesoría jurídica y protección | | | | | H: 0.0 (0.0/0.0)*100 | H: 65.9 (394.0/598.0)*100 | H: 30.7 (184.0/600.0)*100 | | | |
| | Enfoque de Género: Si | | | | M: 0.0 (0.0/0.0)*100 | M: 65.0 (398.0/612.0)*100 | M: 26.3 (158.0/600.0)*100 | | | |
| | | Hombres: | | | | | | | | |
| | | Mujeres: | | | | | | | | |

20 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2011 es igual o superior a un 95% de la meta.

21 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2011 en relación a la meta 2011.

| Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2011 | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|------------------|----------|----------------|---------------|------------------|----------------------------|------------------------------|-------|------------------|
| Producto Estratégico | Nombre Indicador | Fórmula Indicador | Unidad de medida | Efectivo | | | Meta " | Cumple SI/NO ²⁰ | % Cumplimiento ²¹ | Notas | |
| | | | | 2009 | 2010 | 2011 | | | | | |
| Orientación, asesoría jurídica y protección | Promedio de beneficiarios reclamantes de las mediaciones colectivas año t. | (N° de reclamantes beneficiados de las mediaciones colectivas con soluciones favorables /N° de mediaciones colectivas con soluciones favorables año t) | personas | N.M. | | 34.8pers | 35.1pers | SI | 99% | | |
| | | | | | | 0.0personas | (662.0/190) | | | | (1334.0/38.0) |
| | | | | | | H: 0.0 | H: 18.5 | | | | H: 35.1 |
| | | | | | | (0.0/0.0) | (351.0/190) | | | | (667.0/190) |
| Orientación, asesoría jurídica y protección | Enfoque de Género: Si | (N° de acciones judiciales iniciadas en el año t/N° de casos cerrados web)*100 | % | N.M. | | 0.0% | 27.3% | SI | 143% | 2 | |
| | | | | | | (0.0/0.0)*100 | (92.0/337.0)*100 | | | | (49.0/256.0)*100 |
| | | | | | | M: 0.0 | M: 16.4 | | | | M: 35.1 |
| | | | | | | (0.0/0.0) | (311.0/190) | | | | (667.0/190) |
| Información de Mercado y Consumo | Porcentaje de mercados en los cuales se genera un ranking de conflictividad por empresa. | (N° mercados en los que se realiza un ranking en año t/N° total de mercados definidos en la MMR año 2010)*100 | % | 11.1% | 0.0% | 22.2% | 22.2% | SI | 100% | | |
| | | | | | (2.0/18.0)*100 | (0.0/0.0)*100 | (4.0/18.0)*100 | | | | (4.0/18.0)*100 |
| | Enfoque de Género: No | | | | | | | | | | |

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2011

| Producto Estratégico | Nombre Indicador | Fórmula Indicador | Unidad de medida | Efectivo | | | Meta " | Cumple SI/NO ²⁰ | % Cumplimiento ²¹ | Notas |
|---|---|---|------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------|------------------------------|-------|
| | | | | 2009 | 2010 | 2011 | 2011 | | | |
| Orientación, asesoría jurídica y protección | Porcentaje de respuestas ingresadas por el proveedor, informadas al consumidor/a en forma oportuna. | (N° de respuestas informadas al consumidor en forma oportuna./N° total de reclamos gestionados con respuestas del proveedor.)*100 | % | 1.8% (513.0/28185.0)*100 | 0.0% (0.0/0.0)*100 | 78.6% (48737.0/62014.0)*100 | 75.0% (10018.0/13358.0)*100 | SI | 95% | |
| | Enfoque de Género: No | | | | | | | | | |
| Información de Mercado y Consumo | | (N° de consumidores encuestados en el año t que responden "Si" ante la consulta de si sabe de la existencia de una ley de protección de sus derechos del consumidor/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100 | % | 76% (913/1200)*100 | 77% (941/1220)*100 | 85% (1019/1200)*100 | 81% (972/1200)*100 | SI | 105% | |
| | | | | H: 79 (460/582)*100 | H: 78 (446/569)*100 | H: 85 (499/588)*100 | H: 41 (486/1200)*100 | | | |
| | Enfoque de Género: Si | | | M: 73 (452/618)*100 | M: 76 (495/651)*100 | M: 85 (520/612)*100 | M: 41 (486/1200)*100 | | | |
| | | Hombres: Mujeres: | | | | | | | | |

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

Notas:

1.- Resulta importante destacar que este indicador se midió por primera vez el 2011. Históricamente el SERNAC venía midiendo un indicador que daba cuenta en forma transversal la percepción de protección de consumidores en el mercado, situación que se acordó modificar con la DIPRES con este nuevo indicador, acotándolo exclusivamente a la gestión del Servicio. De acuerdo con estos antecedentes y dado que no había línea base, el SERNAC midió internamente este nuevo indicador, dato con el cual se proyectó la meta del 28,5%. En cuanto a las causas externas que justifican su sobrecumplimiento, sin duda que el caso La Polar resultó fundamental para obtener estos resultados. Este evento de impacto masivo en el mercado, hizo aplicables los supuestos sobre contextos políticos o comunicacionales y variaciones significativas de consultas y reclamos. En este contexto, el SERNAC resultó uno de los servicios públicos mejor evaluados por la ciudadanía, situación que naturalmente afectó la percepción programada inicialmente.

2.- El indicador supera la meta pues registra un 27,3% de cumplimiento, sin embargo se presenta un sobrecumplimiento a diciembre tomando los casos cerrados de todos los meses. Este comportamiento se puede sustentar en el supuesto declarado, respecto a políticas y directrices

gubernamentales asociadas a aumentar los niveles de protección de los consumidores, aumentando las denuncias a nivel nacional, especialmente en aquellas regiones con escasa judicialización. Lo anterior se sustenta en el aumento de judicialización que se traduce en los siguiente: Aumento en un 242% de Juicios de Interés General iniciados en el año 2011 (718), versus el año 2010 (296); Aumento en un 800% de Juicios de Interés Colectivo iniciados en el año 2011 (24), versus el 2010 (3); Además, durante el año 2011, en la formulación de los Énfasis Estratégicos 2011-2014 existen claros lineamientos del Director Nacional vinculados a la gestión de la División Jurídica: 1. Generar cambios estructurales en los mercados.

Anexo 5: Compromisos de Gobierno

| Cuadro 11 | | | |
|---|--|--|--------------------------|
| Cumplimiento Compromisos de Gobierno año 2011 | | | |
| Objetivo ²² | Producto ²³ | Producto estratégico (bienes y/o servicio) al que se vincula ²⁴ | Evaluación ²⁵ |
| Fortalecer el sistema de protección de los derechos de la clase media, como trabajadores, ciudadanos y consumidores | Fortalecer el sistema de protección de los derechos de la clase media, como trabajadores, ciudadanos y consumidores. | <ul style="list-style-type: none"> • Información de Mercado y Consumo. • Orientación, asesoría jurídica y protección. • Educación sobre Deberes y Derechos de los Consumidores/as. • Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana. | Cumplido |

22 Corresponden a actividades específicas a desarrollar en un período de tiempo preciso.

23 Corresponden a los resultados concretos que se espera lograr con la acción programada durante el año.

24 Corresponden a los productos estratégicos identificados en el formulario A1 de Definiciones Estratégicas.

25 Corresponde a la evaluación realizada por la Secretaría General de la Presidencia.

Anexo 6: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2011

| Marco | Área de Mejoramiento | Sistemas | Objetivos de Gestión | | | | Prioridad | Ponderador | % del ponderador obtenido | Cumple |
|------------------------------------|------------------------------------|--|--|----|-----|----|-----------|------------|---------------------------|--------|
| | | | Etapas de Desarrollo o Estados de Avance | | | | | | | |
| | | | I | II | III | IV | | | | |
| Marco Básico | Calidad de Atención a Usuarios | Gobierno Electrónico - Tecnologías de Información | | | | O | Mediana | 15.00% | 100 | ✓ |
| | | Sistema Integral de Información y Atención Ciudadana | | | | O | Mediana | 15.00% | | ✓ |
| | | Sistema Seguridad de la Información | | | O | | Menor | 5.00% | | ✓ |
| | Planificación / Control de Gestión | Descentralización | O | | | | Menor | 5.00% | | ✓ |
| | | Equidad de Género | O | | | | Menor | 5.00% | | ✓ |
| | | Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional | O | | | | Alta | 50.00% | | ✓ |
| Marco de la Calidad | Gestión de la Calidad | Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001) | | | | O | Menor | 5.00% | ✓ | |
| Porcentaje Total de Cumplimiento : | | | | | | | 100.00% | | | |

Anexo 7: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

| Centro de Responsabilidad | N° funcionarios por equipos | N° Metas comprometidas por equipos | Grado de Cumplimiento Global | % de Cumplimiento |
|---|-----------------------------|------------------------------------|------------------------------|-------------------|
| Gabinete- Auditoría Interna | 12 | 6 | 100,0% | 8% |
| Depto. Comunicaciones Estratégicas | 8 | 3 | 100,0% | 8% |
| Planificación Estratégica y Calidad | 6 | 3 | 100,0% | 8% |
| Protección Económica y de Seguridad de los Consumidores | 7 | 4 | 100,0% | 8% |
| Depto. de Estudio e Inteligencia | 23 | 4 | 100,0% | 8% |
| Depto. de Educación para el Consumo | 7 | 4 | 100,0% | 8% |
| Depto. de Participación Ciudadana | 6 | 4 | 100,0% | 8% |
| División Jurídica | 17 | 5 | 100,0% | 8% |
| Depto. Gestión Territorial y Canales | 15 | 3 | 100,0% | 8% |
| Depto. Gestión y Desarrollo de Personas | 12 | 6 | 100,0% | 8% |
| Depto. de Administración y Finanzas | 22 | 3 | 100,0% | 8% |
| Depto. Soporte y Desarrollo Tecnológico | 10 | 6 | 100,0% | 8% |
| Arica y Parinacota (XV) | 5 | 4 | 100,0% | 8% |
| Tarapacá (I)-Antofagasta (II) | 9 | 5 | 100,0% | 8% |
| Atacama (III) | 5 | 4 | 100,0% | 8% |
| Coquimbo (IV) | 7 | 4 | 100,0% | 8% |
| Valparaíso (V) | 10 | 4 | 100,0% | 8% |
| Libertador Bernardo O'Higgins (VI) | 6 | 4 | 100,0% | 8% |
| Maule (VII) | 7 | 4 | 100,0% | 8% |
| Biobío (VIII) | 9 | 4 | 100,0% | 8% |
| La Araucanía (IX) | 7 | 4 | 100,0% | 8% |
| De los Ríos (XIV) | 5 | 4 | 100,0% | 8% |
| De los Lagos (X) | 6 | 4 | 100,0% | 8% |
| Del General Carlos Ibáñez del Campo (XI) | 5 | 4 | 100,0% | 8% |
| De Magallanes y Antártica Chilena (XII) | 5 | 4 | 100,0% | 8% |

| | | | | |
|---------------|----|---|--------|----|
| Metropolitana | 25 | 4 | 100,0% | 8% |
|---------------|----|---|--------|----|

Nota 1: El N° de funcionarios corresponde a la última actualización de los Centros de Responsabilidad suscritos al CDC 2011 realizado el 15 de septiembre del 2011

Nota 2: El Grado de cumplimiento Global corresponde al % cumplimiento de las metas comprometidas por el Centro de responsabilidad.

Nota 3: % de cumplimiento incluye lo ganado más porcentaje de excedente, si corresponde.

Anexo 8: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional

Boletín 8118-03.

Descripción: Incorpora, en la ley N° 19.496, una norma de equidad que asegura la ineficacia de penas civiles estipuladas en los contratos preparatorios o de promesa en que el consumidor está afecto a un régimen de adhesión.

Fecha de Ingreso: 21-12-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía.

21-12-2011

Beneficiarios Directos: todos los consumidores

Boletín 8117-03

Descripción: Modifica ley N°19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, elevando la penalidad fijada por el artículo 285 del Código Penal cuando se comprometa el interés difuso o colectivo de aquellos.

Fecha de Ingreso: 21-12-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía. 21-12-2011

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín: 8104-03

Descripción: Modifica ley que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en materia de determinación de los aranceles de los establecimientos educacionales de nivel superior.

Fecha de Ingreso: 20-12-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía.

20-12-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín: 8092-03

Descripción: Modifica Ley N°19.496, con el objeto de permitir que los consumidores puedan invocar las sentencias dictadas por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, cuando ellas declaren la asistencia de ilícitos en que aquellos puedan fundar pretensiones civiles contra sus proveedores.

Fecha de Ingreso: 15-12-2011

Estado de Tramitación: 1.- Se da cuenta del proyecto. Pasa a la Comisión de Economía. Se Remite el proyecto a la Corte Suprema. 15-12-2011 2.- Oficio N°9867 a la Corte Suprema. 15-12-2011.3. Oficio N° 2 de la Corte Suprema.18-01-2012.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 8075-03

Descripción: Modifica Ley N° 19.496, sobre protección de los Derechos de los Consumidores, relativo a la cláusula de aceleración de los contratos de adhesión

Fecha de Ingreso: 30-11-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía.

30-11-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín: 8052-03.

Descripción: Modifica Ley N° 19.496, sobre Derechos de los Consumidores, en nuevas materias financieras

Fecha de Ingreso: 21-11-2011

Estado de Tramitación: 1. Se da cuenta de proyecto y pasa a Comisión de Economía. 21-11-2011. 2. Cuenta del Mensaje 540-395 que hace presente la urgencia Simple. 10-01-2012. 3.- Cuenta del Mensaje que retira la urgencia por receso Legislativo. 06-03-2012

Beneficiarios Directos: todos los consumidores.

Boletín 7993-03.

Descripción: Modifica la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en materia de información y publicidad.

Fecha de Ingreso: 18-10-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía 18-10-2011.

Beneficiarios Directos: todos los consumidores

Boletín 7951-03

Descripción: Faculta a los usuarios a dirigirse a los Juzgados de Policía Local de su domicilio en materias reguladas por el Código de Aeronáutica.

Fecha de Ingreso: 28-09-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Constitución y Justicia 28-09-2011. Se remite proyecto a la Corte Suprema. 2.- Oficio a la Corte Suprema 28-09-2011. 3.- Cuenta Oficio. 02-11-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7941-03

Descripción: Obliga a gimnasios y centros deportivos a indicar los efectos y personas aptas para realizar las sesiones de entrenamientos impartidas por dichas instituciones.

Fecha de Ingreso: 27-09-2011



Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

27-09-2011

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores.

Boletín: 7940-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos del Consumidor incorporando en el artículo 3° una nueva letra g), prohibiendo a los establecimientos de educación seleccionar a sus alumnos a partir de los antecedentes comerciales de sus padres.

Fecha de Ingreso: 27-09- 2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

27-09-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7932-03, refundido con el proyecto n° 7786-03

Descripción: Sobre protección a deudores de crédito de dinero

Fecha de Ingreso: 13-09-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía 13-09-2011. 2.- Cuenta del mensaje que hace presente la urgencia suma 14-09-2011. 3.- Cuenta del mensaje que hace presente la urgencia suma 28-09-2011. 4.-Primer informe de comisión 18-10-2011. 5.-Cuenta del primer informe de Comisión 18-10-2011. 6.-Discusión general, aprobado en general. Plazo para presentar Indicaciones el 14 de noviembre de 2011. 7.-Sala acuerda se refunda con el boletín 7786-03, 19-10-2011. 8.- Nuevo plazo para presentar indicaciones hasta el día 12-12-11 a las 13:00horas. 08-11-2011.9.- cuenta del mensaje 470-359 se retira y hace presente la urgencia Suma. 29-11-2011.10.- Boletín de indicaciones. 12-12-2011. 11.- Nuevo plazo para indicaciones hasta el día 09-01-2012 a las 13:00 horas. 12-12-2011.12.- Cuenta del mensaje 495-359 que retira y hace presente la urgencia suma. 14-12-2011. 13.- Cuenta mensaje 523-359 que retira y hace presente la urgencia suma. 03-01-2012. 14.- Boletín de indicaciones. Nuevo plazo para indicaciones. Se Amplía plazo para presentar indicaciones hasta el 16-01-2012 a las 13:00. 03-01-2012. 15.- Nuevo plazo para indicaciones hasta 12-03-2012. 17-01-2012. 16.-Cuenta del Mensaje que retira y hace presente la urgencia suma .18-01-2012 .17.- Cuenta del mensaje que retira las urgencias por receso Legislativo. 31-01-2012.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7922-03

Descripción: Incorpora reformas a la Ley N° 19496 para hacer más expedita la tramitación de los juicios que persiguen la responsabilidad por infracciones a la ley del consumidor.

Fecha de Ingreso:12-09-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

12-09-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7886-03

Descripción: Regula el tratamiento de información sobre obligaciones de carácter financiero o crediticio.

Fecha de Ingreso:30-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía. 30-08-2011. 2.- Con fecha 06-09-2011 la sala acuerda que una vez informado el proyecto por la comisión de Economía pase a la Comisión de Constitución, Legislación y Justicia. 3.- Cuenta de mensaje que hace presente la urgencia suma 27-09-2011.4.- Cuenta de mensaje que hace presente la urgencia suma 12-10-2011. 5.- Cuenta de mensaje que hace presente la urgencia suma 02-11-2011. 6.- Cuenta de mensaje que hace presente la urgencia suma 16-11-2011. 7.- Cuenta de mensaje que hace presente la urgencia suma13-12-2011.8.- Cuenta del Mensaje 522-359 que hace presente la urgencia suma. 03-01-2012. 9.- Cuenta del Mensaje que hace presente la urgencia suma.18-01-2012. 10.- Cuenta del mensaje que retira la urgencia por receso Legislativo. 06-03-2012. 11.- Cuenta del Mensaje que hace presente la urgencia suma. 06-03-2012.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7864-03.

Descripción: Prohíbe a las casas comerciales y prestadores de salud el almacenamiento o tratamiento de sus datos de carácter personal sin autorización del usuario

Fecha de Ingreso: 16-08-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

16-08-2011

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7863-03

Descripción: Prohíbe descuentos o promociones exclusivas a clientes por uso de tarjetas de casas comerciales o del retail.

Fecha de Ingreso: 16-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

16-08-2011

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín: 7861-03

Descripción: Modifica el plazo de prescripción contenido en el artículo 26 de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos del Consumidor.

Fecha de Ingreso: 11-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía 11-08-2011. 2.- Primer Informe de la Comisión de Economía 01-09-2011. 3.- Cuenta del Primer Informe de Comisión 06-09-2011. 4.- Discusión general. Aprobado en general y particular a la vez. 27-09-2011. 5.- Oficio a la Cámara Revisora 27-09-2011. 6.- Cuenta del proyecto pasa a Comisión de Economía, 28-9-2011

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7860-03

Descripción: Declara nulas las cláusulas de aumento de la línea de crédito sin el consentimiento del titular de la cuenta corriente.

Fecha de Ingreso: 09-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía



09-08-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7852-03

Descripción: Proyecto de ley que regula los contratos de adhesión para fortalecer los derechos de los consumidores.

Fecha de Ingreso: 09-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

09-08-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7846-03

Descripción: Limita el horario de las promociones de bienes y servicios.

Fecha de Ingreso: 04-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

04-08-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7836-03

Descripción: Proyecto de ley relativo al término anticipado de contratos de adhesión de tracto sucesivo.

Fecha de Ingreso: 03-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

03-08-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7832-03

Descripción: Modifica la ley del consumidor prohibiendo repactación de obligaciones por vía telefónica o electrónica

Fecha de Ingreso: 02-08-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

02-08-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7802-03

Descripción: Prohíbe ventas atadas en el comercio.

Fecha de Ingreso: 19-07-2011

Estado de Tramitación: Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía



20-07-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7800-03

Descripción: Equipara ofertas de servicios a todos los clientes de Compañías por los bienes y servicios ofrecidos por estas entidades.

Fecha de Ingreso: 19-07-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

19-07-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7781-03

Descripción: Incorpora un nuevo artículo 17 bis, a la Ley N° 19.496, sobre protección de los Derechos de los Consumidores, restringiendo a un año el contrato con empresas de seguridad.

Fecha de Ingreso:12-07-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

12-07-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7757-03.

Descripción: Modifica la Ley del Consumidor en lo referente a ofertas inmobiliarias en el borde costero.

Fecha de Ingreso:29-06-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

05-07-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7751-03

Descripción: Modifica la ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos del Consumidor, restableciendo el ejercicio del derecho a retracto de los consumidores ante contratos u ofertas a distancia

Fecha de Ingreso: 22-06-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto y pasa a Comisión de Economía

23-06-2011. 2.- Primer Informe de Comisión 01-09-2011. 3.- Cuenta del Primer Informe de Comisión 06-09-2011. 4.- Discusión general. Aprobado en general y en particular a la vez. 27-09-2011. 5.- Oficio a la cámara Revisora.27-09-2011. 6.- Cuenta del proyecto, pasa a Comisión Economía 28-09-2011.

Beneficiarios Directos: todos los consumidores.

Boletín 7738-03

Descripción: Regula el plazo de vigencia de las tarjetas de prepago de las empresas de telefonía móvil.



Fecha de Ingreso: 17-06-2011

Estado de Tramitación: 1.- Se da cuenta del proyecto 21-06-2011. 2.-Pasa a Comisión de Economía con fecha 21-06-2011. 3.- Primer Informe de la Comisión de Economía.17-01-2012. 4.- Cuenta del Primer Informe de Comisión. 17-01-2012.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7728-03.

Descripción: Modifica ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, relativo a la grabación de llamadas telefónicas por parte del proveedor.

Fecha de Ingreso: 16-06-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto 16-06-2011.2.- Pasa a Comisión de Economía con fecha 16-06-2011.

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7722-03

Descripción: Modifica inciso segundo, de la letra f), del Art. 37 de ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, rebajando los gastos de cobranza extrajudicial.

Fecha de Ingreso: 14-06-2011

Estado de Tramitación: 1.-Se da cuenta del proyecto 15-06-2011. 2.-Pasa a Comisión de Economía con fecha 15-06-2011.

Beneficiarios Directos: todos los consumidores.

Boletín 7719-03

Descripción: Establece días y horas hábiles para efectuar cobros extrajudiciales a través de llamados telefónicos.

Fecha de Ingreso:14-06-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 14-06-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 14-06-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7682-03

Descripción: Establece la Obligación de responder por robos o daños al interior de los establecimientos comerciales.

Fecha de Ingreso: 30-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 31-05-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 31-05-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7673-03

Descripción: Obliga al etiquetado de las estufas a gas y parafina, contener información respecto a la emisión de los gases nocivos para la salud

Fecha de Ingreso:19-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 19-05-2011. 2.- Pasa a Comisión de Recursos Naturales, Bienes Nacionales y Medio Ambiente 19-05-2011.



Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores

Boletín 7658-03

Descripción: Proyecto de ley en cuanto a patrocinio de abogado, respecto de denuncias, querellas o demandas por infracción a la Ley sobre protección de los derechos de los consumidores.

Fecha de Ingreso: 17-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 17-05-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 17-05-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7654-03

Descripción: Obliga a los proveedores infractores de la Ley del Consumidor, a publicar, en caso de reincidencia, un extracto de la sentencia condenatoria, en un diario de circulación nacional.

Fecha de Ingreso: 17-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 17-05-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 17-05-2011

Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores.

Boletín 7644-03

Descripción: Modifica la Ley N° 19.496, sobre los derechos del consumidor, protegiendo a los consumidores ante oferta no presenciales y, aumentando las sanciones al proveedor

Fecha de Ingreso: 11-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 11-05-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 11-05-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7636-03

Descripción: Proyecto de ley que establece compensación a usuarios por interrupción, restricción o racionamiento del suministro de agua potable.

Fecha de Ingreso: 11-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso de proyecto 11-05-2011. 2.-Pasa a Comisión de Obras Públicas 11-05-2011. 3.- Oficio C. Suprema 11-05-2011. 4.-Cuenta Oficio C. Suprema 14-06-2011. 5.-Primer Informe de Comisión 16-06-2011. 6.- Cuenta del Primer Informe 21-06-2011. 7.-Discusión General, se solicita nuevo informe 06-07-2011. 8.-Nuevo Primer Informe 30-09-2011. 9.-Cuenta del Nuevo Primer Informe 04-10-2011. 10.-Discusión general, aprobado, nuevo plazo indicaciones 18-10-2011. 11.-Nuevo plazo de indicaciones 08-11-2011. 12.-Boletín de indicaciones 06-12-2011. 13.-Nuevo plazo indicaciones 13-12-2011.14.- Nuevo plazo indicaciones 10-01-2012. 15.-Nuevo plazo indicaciones 17-01-2012. 16.-Primer informe de comisión de Economía, 09-03-2012.

Beneficiarios Directos: todos los consumidores

Boletín 7632-03

Descripción: Modifica la Ley general del Consumidor en materia de cobros de servicios básicos.

Fecha de Ingreso: 11-05-2011

Estado de Tramitación: .- Cuenta del proyecto. 11-05-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 11-05-2011



Beneficiarios Directos: Todos los Consumidores.

Boletín 7629-03

Descripción: Obliga a las empresas de servicios básicos a cobrar fraccionadamente en las cuentas mensuales los saldos no facturados o no cobrados oportunamente

Fecha de Ingreso:10-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 10-05-2011.2.- Pasa a Comisión de Economía. 10-05-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7614-15

Descripción: Regula información y precio en el transporte

Fecha de Ingreso:03-05-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso de proyecto 03-05-2011. 2.-Cuenta del proyecto. Pasa a Comisión de Obras Públicas, Transporte y Telecomunicaciones 03-05-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7601-03

Descripción: Proyecto de ley que limita alzas de precios de determinados productos o servicios, en ciertos períodos del año.

Fecha de Ingreso: 19-04-2011

Estado de Tramitación: 1.- Cuenta del proyecto. 19-04-2011. 2.- Pasa a Comisión de Economía. 19-04-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7578-04

Descripción: Establece la obligación de consignar la acreditación en la publicidad de Universidades y Centros de Formación Técnica

Fecha de Ingreso:07-04-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso del proyecto 07-04-2011.2.-Cuenta del proyecto pasa Comisión de Educación. 07-04-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7573-11

Descripción: Obliga a las empresas que comercializan "comida rápida", a indicar en sus avisos publicitarios los nocivos efectos para la salud que conlleva su consumo excesivo

Fecha de Ingreso: 06-04-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso del proyecto 06-04-2011. 2.-Cuenta del proyecto pasa a Comisión de Salud. 06-04-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7564-03

Descripción: Establece la obligatoriedad, por parte del proveedor de alimentos vía Internet, de consignar de manera precisa los componentes del producto objeto de la promoción.



Fecha de Ingreso: 05-04-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso del proyecto 05-04-2011. 2.- Cuenta del proyecto pasa a Comisión de Economía. 05-04-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7563-07

Descripción: Proyecto de reforma constitucional sobre protección de los derechos de los consumidores

Fecha de Ingreso: 05-04-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingresó el proyecto 05-04-2011. 2.- Cuenta del proyecto, pasa a Comisión de Constitución, Legislación, Justicia y Reglamento. 05-04-2011. 3.- La sala acuerda, a solicitud del Senador Tuma, que el proyecto sea conocido por la Comisión de Economía y no por la Comisión de Constitución. 05-04-2011

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7482-03

Descripción: Modifica ley N° 19.946, sobre protección de los derechos de los consumidores, estableciendo responsabilidad a los dueños de establecimientos comerciales por la sustracción, hurto o robo de vehículos, en los lugares destinados a estacionamiento de los mismos

Fecha de Ingreso: 01-03-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso de proyecto 01-03-2011. 2.- Cuenta de proyecto pasa a Comisión de Economía 01-03-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores.

Boletín 7479-03

Descripción: Modifica la Ley n° 19496, con el objeto de establecer un sistema de cobro por uso de estacionamientos de vehículos motorizados.

Fecha de Ingreso: 01-03-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso de proyecto 01-03-2011. 2.- Cuenta de proyecto pasa a Comisión de Economía 01-03-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores

Boletín 7427-03

Descripción: Obliga a las Instituciones Financieras, informar debidamente, en toda la acción publicitaria, el costo financiero total de los créditos que ofrecen.

Fecha de Ingreso: 11-01-2011

Estado de Tramitación: 1.- Ingreso de proyecto 11-01-2011. 2.- Cuenta de proyecto pasa a Comisión de Economía

11-01-2011.

Beneficiarios Directos: todos los Consumidores