

BALANCE DE GESTIÓN
INTEGRAL
AÑO 2014

MINISTERIO DE ECONOMÍA,
FOMENTO Y TURISMO

SERVICIO NACIONAL DEL
CONSUMIDOR

Teatinos 50, Santiago, Call Center: 600 594 6000
www.SERNAC.cl

Índice

1. Carta Presentación del Ministro del ramo	3
2. Resumen Ejecutivo Servicio	5
3. Resultados de la Gestión año 2014	7
3.1 Resultados asociados al Programa de Gobierno, las 56 medidas y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio.....	7
3.2 Resultados de los Productos Estratégicos y aspectos relevantes para la Ciudadanía	7
4. Desafíos para el año 2015	19
5. Anexos.....	23
Anexo 1: Identificación de la Institución.....	24
a) Definiciones Estratégicas	24
b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio.	26
c) Principales Autoridades.....	27
Anexo 2: Recursos Humanos.....	28
Anexo 3: Recursos Financieros.....	34
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2014.....	38
Anexo 5: Compromisos de Gobierno	40
Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014)	40
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2014	40
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	42
Anexo 9a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional.....	43
Anexo 9b: Leyes Promulgadas durante 2014.....	43
Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales	44

1. Carta Presentación del Ministro del ramo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene la misión de promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada, la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de nuestras empresas, a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad. Para el logro de dicha misión, este Ministerio se compone de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Comité de Inversiones Extranjeras, Corporación de Fomento de la Producción, Fiscalía Nacional Económica, Instituto Nacional de Estadísticas, Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Servicio de Cooperación Técnica, Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, Servicio Nacional de Turismo, Servicio Nacional del Consumidor y Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento; los que son los encargados de diseñar y ejecutar las políticas públicas en pos del logro de los objetivos trazados.

Los ámbitos de acción del ministerio son múltiples: estimular el emprendimiento y la innovación, apoyar a las empresas de menor tamaño, asegurar la libre competencia, promover la protección de los consumidores, atraer la inversión extranjera y colaborar con el diseño de políticas públicas mediante elaboración de estadísticas nacionales confiables. También destaca nuestro trabajo en los ámbitos del turismo, la pesca y la acuicultura.

Dentro de los logros 2014 podemos destacar:

- Lanzamiento de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, la que se compone de 47 medidas y contempla recursos por más de 670 mil millones de pesos a ejecutarse entre los años 2014 y 2018. Al 31 de diciembre de 2014 se habían cumplido 21 de las 47 medidas y cerca del 90 por ciento tenía avances sustantivos.
- Instalación de una nueva Política de Emprendimiento 2014-2018 que busca convertir a Chile en uno de los mejores ecosistemas para emprender, con apoyo financiero directo para iniciar negocios impulsando un ecosistema que facilite esta actividad.
- Creación de los Programas Estratégicos de Desarrollo, una instancia de articulación y acción público-privada para el mejoramiento competitivo de sectores estratégicos a nivel regional, meso-regional o nacional. Durante 2014 se trabajó en la elaboración de los diagnósticos e identificación de brechas productivas, para luego dar paso al proceso de elaboración de una hoja de ruta en cada uno de estos sectores. A diciembre de 2014 se habían aprobado 28 programas en diversos sectores.
- Inicio de la implementación de una red de 50 Centros de Desarrollo de Negocios que, con presencia en todas las regiones, serán el principal instrumento de asesoría técnica para micro y pequeñas empresas y emprendedores, quienes recibirán apoyo especializado y gratuito. Además, se definió la localización de los primeros 33 centros, que entrarán en funcionamiento en el segundo semestre de 2015.

- Desarrollo del Programa de Fortalecimiento de Barrios Comerciales, resultado de un trabajo conjunto entre los ministerios de Economía, Fomento y Turismo, y de Vivienda y Urbanismo, cuyo propósito es el de apoyar, promover y coordinar la gestión comercial, productiva y de desarrollo urbano de barrios comerciales. Durante 2014, a través de un proceso de participación y decisión regional, se realizó un catastro a nivel nacional y se seleccionaron los primeros 60 barrios que serán beneficiados durante el 2015.
- Envío al Congreso del proyecto de ley que fortalece la institucionalidad de SERNAC, el cual representa el avance más significativo para la protección de los derechos de consumidor desde 1997.
- Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, que busca posicionar a Chile como un polo de atracción turística mundial. Con este fin también se creó en el presupuesto 2015 el Fondo de Desarrollo Turístico que permitirá financiar dicho plan en un plazo de cuatro años.
- Crecimiento de 14,2 por ciento de la inversión extranjera directa en Chile, contrastando con el escenario latinoamericano donde ésta cayó en 19 por ciento.

Para el 2015 se espera desplegar por completo la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento y contar con la gran mayoría de las medidas cumplidas o con avance considerable, incluyendo todas las acciones relativas a la diversificación productiva de la economía. Todo ello impulsado por el presupuesto sectorial 2015 que aumenta en 22 por ciento, lo que significa un aumento muy superior al dos por ciento promedio que creció anualmente en la administración anterior.

Como Ministerio seguiremos desplegando nuestras acciones para aportar en la construcción de una economía participativa e inclusiva, con mayores espacios y apoyos para emprender e innovar, en la que empresas de diferentes tamaños coexistan en igualdad de condiciones, en un ambiente competitivo con pleno respeto a los derechos de los consumidores, necesidades de las comunidades y cuidado del medioambiente.



MINISTRO DE ECONOMÍA FOMENTO Y TURISMO

2. Resumen Ejecutivo Servicio

A través del presente Balance de Gestión Integral año 2014 queremos informar sobre los aspectos más relevantes de nuestro quehacer institucional, enmarcado en la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores y en las áreas estratégicas del SERNAC,

Con dicha finalidad, el presente documento da cuenta de los logros alcanzados en cuanto a las líneas de trabajo definidas, con el objetivo de dar cumplimiento a la misión del Servicio. Estas líneas se resumen en: el establecimiento de una institución más fuerte con ciudadanos más empoderados; generación de más y mejor protección para los chilenos; acercar el servicio a las personas a través del programa SERNAC en tu Barrio, y finalmente conocer mejor a los consumidores y a los mercados por medio de estudios y encuestas de percepción.

Es así como durante el año 2014 el Servicio desplegó una serie de actividades que permitieron obtener importantes resultados.

En materia de protección, se recibieron más de 286 mil reclamos y más de 438 mil consultas. El canal más utilizado para interponer reclamos fue el webcenter con 72% de los casos, mientras que para consultas el canal más utilizado fue el callcenter, con el 62 %.

Durante el 2014 el SERNAC inició 46 mediaciones colectivas, 15 demandas colectivas y 991 juicios de interés general.

En el ámbito de participación ciudadana y para potenciar el trabajo de las Asociaciones de Consumidores se realizaron dos llamados a fondos concursables, que repartieron en total más de 368 millones de pesos. Fueron 50 proyectos beneficiados de 17 asociaciones de consumidores distribuidas en 8 regiones del país. Más del 65 por ciento de estos fondos fue para organizaciones de regiones.

La educación para el consumo, siendo la clave del cambio y desarrollo de los países, es uno de los pilares de la misión del SERNAC. En este ámbito, en materias de educación no formal, durante el 2014 se realizaron 402 actividades educativas presenciales, un curso para proveedores y 21 talleres de seguridad de productos.

En el ámbito de educación formal, el 2014 el Programa Escolar de Educación Financiera comenzó a preparar a los niños que este año deben rendir la prueba Pisa, y que por primera vez medirá el nivel de conocimiento de competencias de educación financiera. En este marco fueron fundamentales los dos Cursos de Perfeccionamiento docente. Además, como parte del programa, se desplegó el Concurso "Al Chanco", el cual tuvo por objetivo que los estudiantes crearan e implementaran un proyecto de ahorro para la comunidad escolar.

En el ámbito de calidad y seguridad de productos, durante el 2014 se elaboraron los primeros informes de lesiones asociadas a productos de consumo tras la firma del convenio de colaboración con Coaniquem y el Hospital de niños Luis Calvo Mackenna. Asimismo, se firmó un acuerdo con los actores miembros de la Mesa de Seguridad, que ha permitido fortalecer y dar continuidad la coordinación intersectorial.

Durante el 2014 se registraron más de mil visitas únicas en la sección alertas de la web www.sernac.cl. En tanto, la web de Seguridad de Productos (www.seguridaddeproductos.cl) registró más de 7 mil 500 visitas.

En el ámbito de la comunicación estratégica durante el 2014 se gestionaron cerca de cinco mil productos para la difusión en prensa; se lanzaron 6 campañas de difusión e información, se imprimieron más de 600 mil folletos y se elaboraron más de 240 mil productos (unidades) para reforzar las campañas y la imagen institucional. Para las plataformas digitales del servicio se elaboraron 19 contenidos digitales, entre ellos 5 videos informativos, y la Revista del Consumidor tuvo 12 ediciones para la web.

Nuestras redes sociales alcanzaron más de 400 mil seguidores en Twitter al mes de diciembre; y más de 2 millones 500 mil visitas al sitio www.sernac.cl fueron visitas únicas.

Para ayudar a los consumidores en su vida cotidiana SERNAC generó diversas herramientas con información básica, por ejemplo, se publicaron 124 estudios, informes y/o reportes sobre los más diversos productos, su calidad y los mercados.

A partir de esta información se tramitaron 385 oficios y/o denuncias de transgresiones a la Ley de Protección al Consumidor. Al mismo tiempo se realizaron 46 alertas de seguridad de productos y se publicaron 14 boletines financieros.

Al revisar la labor realizada por SERNAC durante el 2014 podemos destacar que los esfuerzos han estado concentrados en fortalecer la protección de los consumidores a través de estándares claros, transparentes, coherentes y conocidos; acercar el servicio a los consumidores más vulnerables por medio de SERNAC en tu barrio; elevar el perfil técnico de la institución en el conocimiento del consumidor, los mercados y las experiencias cotidianas de consumo de los chilenos y chilenas.

Durante el 2015 trabajaremos para estar más cerca de los consumidores más vulnerables entregando una mejor protección a los consumidores de Chile, reduciendo los tiempos de tramitación de las mediaciones colectivas y mejorando la relación de los usuarios en esta instancia. Asimismo, se trabajará en la ampliación del Programa Educación Financiera para jóvenes y adultos mayores, en fortalecer el trabajo con las Asociaciones de Consumidores en vísperas de la nueva institucionalidad y en el desarrollo de una cultura innovadora al interior de la organización que nos permita entregar un servicio de excelencia.



ERNESTO MUÑOZ LAMARTINE
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

3. Resultados de la Gestión año 2014

3.1 Resultados asociados al Programa de Gobierno, las 56 medidas y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio.

✓ UN SERNAC MÁS FUERTE, CIUDADANOS MÁS EMPODERADOS.

El Proyecto que modifica la Ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, que otorgará mayores atribuciones y facultades para poner fin a las prácticas abusivas que afectan a los ciudadanos, ingresó al Congreso el día 02 de junio de 2014, dentro de los 100 primeros días del Gobierno de la presidente Michelle Bachelet. En el mes de octubre de 2014, concluyó su primera etapa, siendo aprobado transversalmente por la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados. El Proyecto a diciembre 2014 se encontraba en Primer Trámite Constitucional, en la Comisión de Constitución, Legislación y Justicia, con suma urgencia en su despacho y posteriormente pasará a la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados.

Se está avanzando firmemente por una nueva y mejor institucionalidad, lo que es, sin duda, una buena noticia para los consumidores y consumidoras de Chile. Esta iniciativa permitirá al SERNAC fiscalizar, sancionar, dictar normativas e interpretar la ley, lo que se traducirá en soluciones más rápidas, efectivas y directas para los consumidores.

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

✓ ORIENTACIÓN A LA CIUDADANÍA Y TRAMITACIÓN DE RECLAMOS.

Durante el 2014 el SERNAC recibió más de 286 mil reclamos y más de 438 mil consultas. Los canales de atención que SERNAC mantiene habilitado para el ingreso de consultas, son los siguientes: Centro de contacto telefónico, Internet (página web), y Direcciones Regionales. Para el ingreso de reclamos, se encuentran habilitados estos mismos canales, salvo el centro de contacto telefónico. El canal más utilizado para interponer reclamos fue el webcenter que recibió el 72% del total. En términos de consultas el canal más utilizado fue el callcenter, con el 62% del total.

Adicionalmente, SERNAC dispone de una red de atención para la realización de consultas: Plataformas Municipales en convenio, SERNAC móvil, y oficinas de Servicios públicos en convenio (IPS, SENADIS, SENAMA Y SERNATUR). En su conjunto los servicios públicos en convenio registraron el ingreso de 4.646 casos. SERNAC Móvil, iniciativa cuyo objetivo es acercar la oferta de SERNAC a la comunidad de manera integrada, y en especial a zonas vulnerables, registró el ingreso de 1.094 casos. En este sentido, el año 2014 se llevaron a cabo coordinaciones intersectoriales con el objetivo de ampliar esta red y asociarse con aquellos actores estratégicos vinculados a temáticas de consumo, logrando y creando convenios con las siguientes instituciones: Superintendencia de Valores y Seguros, Superintendencia de Electricidad y Combustibles, Subsecretaría de Telecomunicaciones, Superintendencia de Seguridad Social, Subsecretaría de Transportes, y Ministerio de Vivienda y Urbanismo.

Del total de los casos gestionados y que se encuentran cerrados, es posible señalar que el 56% de estos reclamos se resolvieron favorablemente para el consumidor durante la etapa de mediación, mientras que un 44% no obtuvo una respuesta positiva por parte del proveedor.

Tabla N°1: Total de Reclamos año 2013 - 2014

CAUSAL DE CIERRE	AÑO 2013	PORCENTAJE (%)	AÑO 2014	PORCENTAJE (%)
PROVEEDOR ACOGE	166.273	58%	129.718	56%
PROVEEDOR NO ACOGE	85.133	29%	75.897	33%
PROVEEDOR NO RESPONDE	32.954	11%	23.682	10%
PROVEEDOR INFORMA CASO NO PROCEDE	4.577	2%	3.132	1%
Total general	288.937	100%	232.429	100%

Fuente: SERNAC

Algunos puntos a destacar:

- **Más cerca de los ciudadanos - SERNAC EN TU BARRIO:** se trata de la oficina móvil de atención que permitió atender a sectores más aislados de la población, ingresando consultas y reclamos de manera remota. Con esto se busca acercar el SERNAC a los rincones más apartados, ofreciendo atención personalizada, profesional y bajo los mismos estándares de calidad de las plataformas de atención a lo largo de todo Chile.

El programa “SERNAC en tu barrio”, partió el cuarto trimestre del año 2014 como experiencia piloto, visitando 86 comunas de las regiones Metropolitana, Valparaíso, Bio Bío, Araucanía, Magallanes y Aysén. Es una plataforma que cuenta con la infraestructura necesaria para informar, proteger y educar en terreno a los consumidores de nuestro país.

- **Red de Plataformas Municipales:** basado en convenios de cooperación con Municipios, se incrementó a 143 los convenios con Municipios que realizan el ingreso de consultas y reclamos (22 municipios realizaron también la gestión de estos casos -al menos una en cada región del país).
- **Nueva Plataforma de Atención al Consumidor y Portal del Consumidor:** en el cuarto trimestre del año 2014 se da inicio al cambio de la Plataforma Tecnológica que da soporte al ingreso y gestión de consultas, reclamos y SONI, realizando a nivel nacional las capacitaciones para el uso de esta nueva plataforma, la que se implementa a nivel nacional en el mes de diciembre, denominándose “Modelo de Atención al Consumidor (MAC)”. Esta nueva Plataforma, incluyó una nueva versión del Portal del Proveedor donde los proveedores gestionan sus reclamos y por primera vez un “Portal del Consumidor”, espacio digital, a través del cual, los consumidores pueden ingresar sus casos en un sitio personalizado y seguro.

- Su opinión nos interesa (SONI): en el año 2014 se recibieron 1.922 comunicaciones de los consumidores y consumidoras, relativas a disconformidades, reconocimientos o sugerencias relacionadas con SERNAC.

✓ MÁS Y MEJOR PROTECCIÓN PARA LOS CONSUMIDORES.

Fortalecer la protección de los consumidores en materia de mediaciones colectivas y acciones judiciales, a través de estándares claros, transparentes, coherentes y conocidos.

a) Mediaciones Colectivas.

En el contexto del proceso de medicaciones colectivas, para el año 2014 cabe destacar la constitución de un “Comité de Soluciones Colectivas”, el cual es presidido por el Director Nacional, y cuyo propósito se ha centrado en mejorar la estandarización de criterios técnicos a objeto de optimizar al máximo este importante proceso de solución extra judicial.

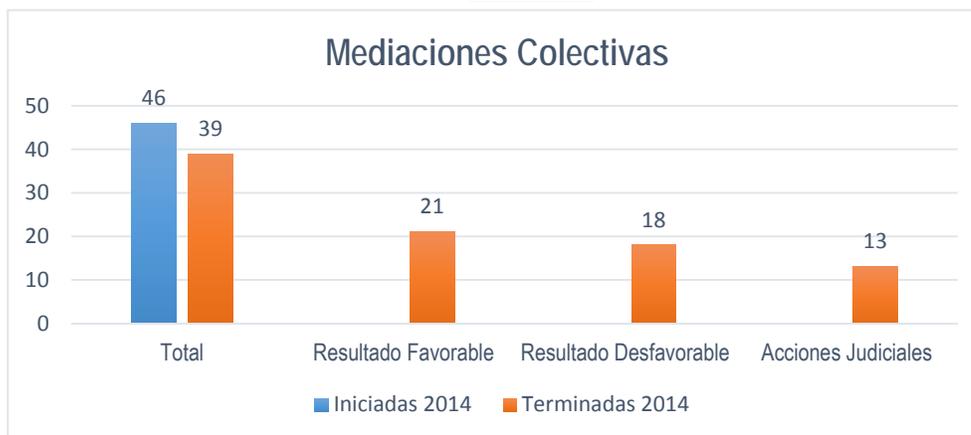
A partir de la constitución de este comité, junto con evidenciar la mejora en torno a lo antes ya descrito (estandarización de criterios técnicos), de igual forma se ha ido avanzando en hacer más eficiente el proceso, en particular en el análisis y proyección de los plazos, acción judicial sobre resultados desfavorables, y en definitiva toda su articulación a nivel nacional.

En este ejercicio de gestión institucional multidisciplinario se ordenó la apertura de 46 mediaciones colectivas, las que estuvieron radicadas principalmente en las áreas de los mercados financiero, inmobiliario y comercio a distancia. En lo referente al Mercado Financiero, la División de Consumo Financiero, durante el 2014 inició 22 nuevas Mediaciones Colectivas.

Además en el desarrollo del año, se terminaron 39 procesos de mediación colectiva, obteniendo resultados favorables en 21 de ellos. Sin embargo, en otros 18 casos no fue posible arribar a una solución satisfactoria debiendo cerrar los procesos con resultado negativo, procediendo a ejercer acciones judiciales en contra de 13 proveedores que no ajustaron sus conductas conforme a los estándares fijados por el Servicio para resguardar el debido respeto de los derechos de los consumidores afectados.

En tal contexto, los acuerdos alcanzados en las mediaciones colectivas cerradas favorablemente consiguieron compensaciones por más de \$800 millones a los consumidores afectados. Además, exento de cuantificación pecuniaria se logró el ajuste de más de 21 contratos de adhesión que contenían cláusulas abusivas.

GráficoN°1



Fuente: SERNAC

b) Demandas Colectivas.

Las demandas colectivas representan un instrumento más, de protección del interés difuso o colectivo de los consumidores. En tal sentido, la Fiscalía de Protección de la División Jurídica en conjunto con las Direcciones Regionales ejercieron en defensa de los consumidores un total de 15 acciones judiciales, 13 de ellas se tradujeron en demandas colectivas iniciadas por SERNAC y otras 2 en donde SERNAC se hizo parte del proceso, después de haberse iniciado la por los propios consumidores. Lo anterior, demuestra la intención y compromiso del Servicio con la defensa de los intereses de la ciudadanía. Es del caso destacar que las acciones judiciales iniciadas por SERNAC, todas en una primera instancia fueron declaradas admisibles por los Tribunales de Justicia. Los mercados intervenidos a través de esta herramienta fueron el inmobiliario, financiero y telecomunicaciones, entre otros.

Las acciones judiciales colectivas ejercidas, fueron interpuestas en contra de los siguientes proveedores: Banco Santander, Inmobiliaria Socovesa S.A, Banco de Chile S.A., Súper Mambo Ltda., Constructora Santa Beatriz, Gimnasio Pacific Chile Ltda., Matickard, Claro Chile (Curanilahue), Claro Chile, Turismo Eventos y Capacitación Yuntas, Administradora Alto Mantagua, Empresa de Transportes Viña Bus S.A. e Inmobiliaria Galilea S.A., además y tal como se señaló anteriormente, nos hicimos parte en los juicios seguidos entre “Conadecus con Esva S.A” y “Aedo y otros con Inmobiliaria Caleuche y Constructora Beltec” ambos tramitamos por la Dirección Regional de Valparaíso.

Con las demandas colectivas en contra de los Bancos Santander, Chile y la Administradora de Tarjeta de Crédito Matikcard S.A., se dio cumplimiento al mandato legal de protección de los derechos de los consumidores en el ámbito financiero, con foco en terminar con aquellas cláusulas abusivas incorporadas en los contratos de adhesión de las demandadas.

A la fecha se mantiene en proceso 76 juicios colectivos, concentrados en un 70% en el nivel central, en tanto que el 30% restante corresponden a juicios de carácter regional. Respecto al ámbito regional

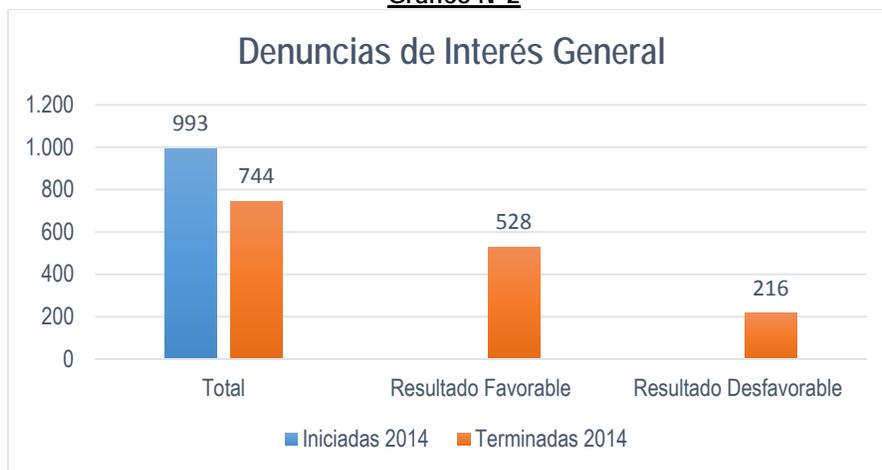
es imprescindible destacar que el esfuerzo judicial del servicio comprende a todos los consumidores del país. En defensa de los consumidores de la región de Tarapacá se logró sentencia definitiva pronunciada por la Excelentísima Corte Suprema, seguida en contra del proveedor de servicio de agua potable Aguas del Altiplano S.A., en donde en la esfera infraccional, la empresa fue condenada al pago de una multa en beneficio Fiscal de 300 U.T.M, por infracción del artículo 25 inciso 2° de nuestra Ley de Protección al Consumidor y a compensar a cada uno de los 31.705 afectados al pago de la suma de \$ 4.430 por cada hora efectiva del corte de suministro de agua.

c) Denuncias de Interés General.

El año 2014 el SERNAC presentó un total de 991 denuncias por interés general, incrementando en un 2,5% la cifra de denuncias del año 2013. Resulta del todo destacable que se concluyeron 744 denuncias, obteniéndose en un 71% de ellas resultados favorables para los consumidores.

El principal problema para bajar ese casi 30% de resultados desfavorables radica en la escasez de medios de prueba aportados por los consumidores, cuestión que se sigue trabajando día a día a través de la educación y la entrega de información constante a los consumidores.

Gráfico N°2



Fuente: SERNAC

d) Revisión de Contratos de Adhesión.

Parte de los ejes programáticos que se ha planteado el SERNAC en los últimos años, dice relación con la eliminación de las asimetrías de información, trabajando para ello directamente en la revisión de los llamados contratos de adhesión. Se destacan dentro de este trabajo la intervención y estudio de los proveedores que: ejercen el comercio electrónico, los cementerios y empresas de gas licuado.

En el 2014, se ofició a 14 cementerios solicitando sus contratos con el fin de estudiar eventuales infracciones a la ley (inclusión de cláusulas abusivas) y el análisis de los contratos de comodato y abastecimiento de gas licuado de petróleo para uso domiciliario. En virtud de lo anterior, se analizan más de 50 instrumentos utilizados por estos proveedores en la contratación del servicio que presta.

Finalmente, se solicitó información, a 8 empresas del retail para analizar tanto su política de la formación del consentimiento en el contrato electrónico como por sus políticas de garantía.

Lo anterior, sin perjuicio del análisis permanente que se realiza con ocasión de los estudios de los antecedentes de Mediaciones Colectivas por hechos no vinculados al contrato propiamente tal.

✓ CONOCER MEJOR A LOS CONSUMIDORES Y LOS MERCADOS: DE CARA A UN PAÍS QUE CAMBIÓ

Uno de los focos de trabajo durante el año 2014 fue profundizar en el conocimiento del consumidor y su experiencia cotidiana, junto con mejorar el conocimiento de los mercados relevantes para los consumidores, dado que esto permite, focalizar la acción del servicio y ofrecer una respuesta más acorde a las necesidades de la ciudadanía actual.

a) Mejora de Instrumentos para focalizar la acción y elevar el perfil técnico de la institución.

Para ello se han mejorado los procesos internos, a través de la actualización de instrumentos como por ejemplo, la Matriz de Mercados Relevantes que permite priorizar esfuerzos y recursos institucionales en torno a aquellos mercados donde los consumidores son más susceptibles de sufrir menoscabo en sus derechos y los derechos de los consumidores se encuentren en mayor vulnerabilidad.

b) Conocimiento de la satisfacción de nuestros usuarios.

Durante el 2014 conocimos la satisfacción de los usuarios SERNAC respecto de 34 productos y/o servicios que ofrece el servicio a fin de adecuar nuestra acción a las necesidades de los consumidores.

c) Nuevo instrumento de conocimiento de consumidores no usuarios del servicio.

Durante el año 2014 se trabajó en un instrumento de conocimiento y caracterización de consumidores, replicable en el tiempo que nos permite observar los cambios de hábitos de consumo en la ciudadanía. Esto nos permitirá el diseño permanente de política pública en materia de consumidor, pertinente a las necesidades del consumidor.

d) Alertas ciudadanas: consumidores responsables y activos.

La protección de los derechos de los consumidores es una tarea de todos. El rol activo y participativo de los consumidores fortalece la acción de SERNAC. La colaboración e información que éstos puedan entregarnos, es vital para fundamentar, dimensionar y focalizar la acción pública.

Lo anterior se llevó a cabo estableciendo dispositivos prácticos y aplicaciones que faciliten la colaboración de los consumidores en la identificación de hechos o casos que pudiesen afectarlos en su conjunto, así como la debida coordinación entre las autoridades competentes. Un ejemplo fue la alerta ciudadana lanzada por el Ministerio de Economía y SERNAC en diciembre de 2014 para la entrega de información sobre el funcionamiento de los cajeros automáticos. Fruto de esta acción, hoy

se cuenta con un Reglamento que establece los parámetros de “up-time” de éstos, garantizando con ello un estándar de servicio para los consumidores.

✓ CIUDADANO INFORMADO, CIUDADANO ACTIVO.

Poner al ciudadano-consumidor al centro de nuestra acción institucional, fue uno de los grandes desafíos durante el 2014. Lo que llevó a ayudarles en su vida cotidiana con información básica que les permita un mayor bienestar.

Durante el año pasado se publicaron 124 estudios, informes y/o reportes sobre los más diversos productos, su calidad y los mercados.

Tabla N°2: Total de Estudios, Informes y/o Reportes año 2014

Estudios, Informes y/o reportes	Cantidad
Estudios y reportes de seguimiento de precios	99
Informes Publicitarios	25
Total	124

Fuente: SERNAC

Asimismo, se realizaron 904 sondeos de precios vinculados a productos de alta demanda (los cuales se encuentran disponibles en el Sistema de Información de Precios (SIP). Cabe mencionar, que dichos sondeos consideran las capitales regionales; en este sentido el 91% de los levantamientos son de carácter regional. Dichos levantamientos contribuyeron a la elaboración del Indicador Regional de Consumo (IRC), el cual es un estadígrafo que tiene como objetivo central, medir las variaciones mensuales de precios de una canasta de bienes predeterminada a nivel regional en relación a un mes de referencia, permitiéndole a los consumidores comparar precios por canastas de productos, así como conocer la variación de precios medios de un rubro determinado en cada una de las regiones de Chile.

A partir de esta información se interpusieron 385 oficios y/o denuncias de transgresiones a la Ley de Protección al Consumidor. Al mismo tiempo se realizaron 46 alertas de seguridad de productos, lo que fue casi el doble de las del año anterior.

Durante el periodo 2014 la División de Consumo Financiero elaboró y publicó 14 Boletines Financieros. Asimismo se publicó el primer Ranking de Reclamos del Mercado Financiero, Sub Mercado Instituciones Bancarias, correspondiente a los reclamos del 1er semestre 2013 v/s 1er semestre 2014, con una nueva metodología (escala de notas de 1 a 7).

A octubre del año 2014 SERNAC cuenta con una nómina pública de 125 Mediadores y 60 Árbitros que es gestionada por la División de Consumo Financiero. Así, y en el contexto de la implementación del acuerdo con La Polar se realizaron, a diciembre de 2014, 445 gestiones -89 arbitrajes y 356 mediaciones- que han generado un beneficio económico para los consumidores de aproximadamente \$423.631.516 (estimado en base a los casos cerrados a esa fecha).

La comunicación estratégica es la principal vía del SERNAC para llegar con nuestros mensajes e información a la ciudadanía. Durante el 2014 se gestionaron cerca de cinco mil productos para la difusión en prensa. Se lanzaron 6 campañas de difusión e información. La Feria del Consumidor tuvo 15 versiones a lo largo de todo el país. Se imprimieron más de 600 mil folletos con información útil para los consumidores. Mientras que se elaboraron más de 240 mil productos (unidades) para reforzar las campañas y la imagen institucional. Para las plataformas digitales del servicio se elaboraron 19 contenidos digitales, 5 videos informativos, y la Revista del Consumidor tuvo 12 ediciones para la web.

En relación a nuestras redes sociales podemos decir que este 2014 SERNAC alcanzó 400 mil seguidores en Twitter para el mes de diciembre; con más de 2 millones 500 mil visitas únicas.

✓ EDUCACIÓN: LLAVE DE ACCESO PARA EL BIENESTAR DE LOS CIUDADANOS CONSUMIDORES.

La educación es la clave del cambio y desarrollo de los países. Es uno de los pilares de la misión del SERNAC, y como tal cruza nuestra actividad cotidiana. Durante el 2014 se realizaron 402 actividades educativas presenciales, donde los adultos, jóvenes y niños pudieron acceder a contenidos, para enseñarle a planificar y ejecutar mejor la economía personal y familiar. En total fueron capacitados 503 profesores y más de 9 mil personas asistieron a los talleres y charlas organizadas por el servicio.

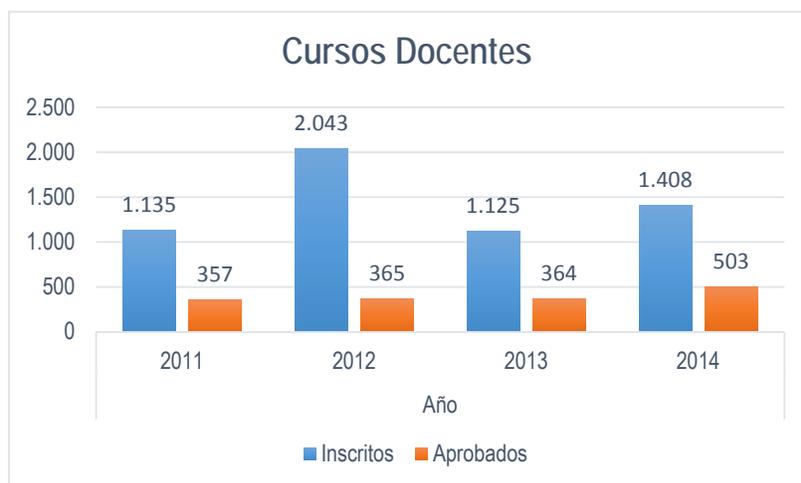
El programa escolar de educación financiera para establecimientos educacionales municipales y particulares subvencionados, comenzó a preparar a los niños que el año 2015 deben rendir la prueba PISA, que por primera vez medirá el nivel de conocimiento de contenidos de educación para el consumo financiero. Este programa, el año 2013 comenzó con 30 establecimientos de la Región Metropolitana, los cuales aumentaron a 57, de todo el país, el año 2014, y cuenta con un sistema de reconocimiento o certificación, que consiste en otorgar una placa con esta distinción a aquellos colegios que cumplen con ciertos requisitos. Al respecto, el año 2014 se logró entregar reconocimiento nivel básico a 29 establecimientos escolares.

En este trabajo fueron fundamentales los dos Cursos de Perfeccionamiento docente. Durante el 2014 se realizó además un curso para proveedores que impartieron profesionales de nuestro servicio, y que estuvo destinado a entregar contenidos de educación en el consumo a trabajadores de distintas empresas que actúan como contraparte directa de los consumidores. A lo que se agregan los 21 talleres de seguridad de productos, destinados especialmente a la comunidad en general, que no accede a estos contenidos a través de la educación formal. Un hito del año fue el Concurso "Al Chanco" de educación para el consumo. La idea logró visibilizar el tema a nivel nacional, pero sobre todo en los colegios participantes.

Con el fin de identificar cuáles son las herramientas pedagógicas, recursos, metodologías y modalidades de enseñanza más atingentes a las necesidades y realidades de cada uno de los grupos objetivos del Programa de Educación Financiera año 2015, se realizó el año 2014 un estudio cualitativo a escolares de enseñanza básica y media, jóvenes de CFT e IP y adultos mayores vulnerables. Éste permitió obtener información sobre el nivel de conocimiento en educación financiera de estos distintos

grupos objetivos, su percepción acerca de la importancia de la temática, cuáles eran sus áreas de interés, los canales a través de los cuales obtienen información, sus preferencias respecto a la metodología de aprendizaje. Lo que permitirá revisar y diseñar en el 2015 los distintos productos educativos, con el fin de incorporar las mejoras surgidas a raíz del estudio cualitativo mencionado anteriormente. Esto implicará abordar o profundizar nuevas temáticas, incorporar técnicas más lúdicas y novedosas, y adaptar la modalidad de entrega de algunos productos.

Gráfico N°3



Fuente: SERNAC

✓ **COMUNIDAD ORGANIZADA: AVANZANDO HACIA UN SISTEMA DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.**

La defensa de los derechos del consumidor es una tarea de toda la comunidad, como bien lo mencionó la Presidenta en el mensaje presidencial 2014: “*La promoción y defensa de los derechos de los consumidores no es sólo del Estado. Son las propias personas que, organizadas, también deben hacer oír su voz*”. En este sentido es clave la organización de los consumidores empoderados, por ello el SERNAC implementó durante el 2014 un consejo consultivo nacional y 9 a nivel regional. Adicionalmente, se realizan 16 Cuentas Públicas participativas a lo largo de todo el país, 1 foro regional de consumo y 6 Conversatorios de consumo con la ciudadanía. Al mismo tiempo se realizaron 35 actividades de capacitación para Asociaciones de Consumidores y se crearon 11 registros para actividades públicas de estas.

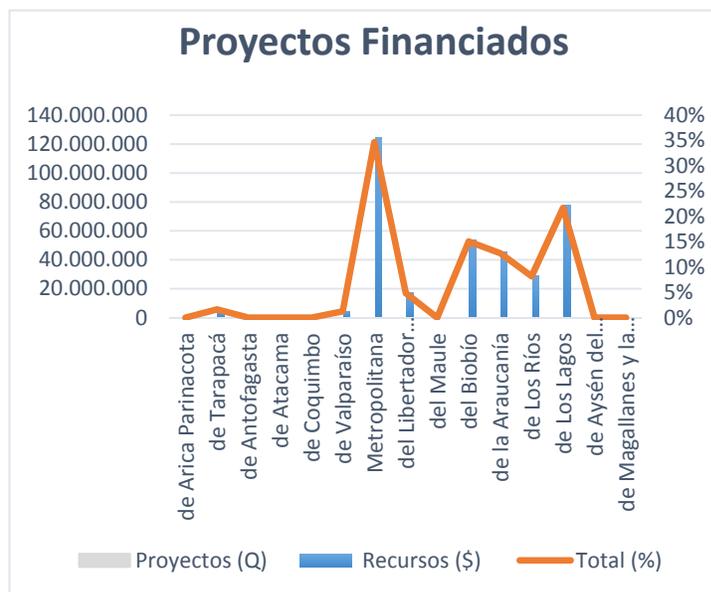
Un aspecto fundamental para potenciar el trabajo de las Asociaciones de Consumidores es el financiamiento. Para esto el SERNAC realizó dos llamados a los fondos concursables, que repartieron en total más de 358 millones de pesos. Con esto se financió a 50 proyectos de 17 asociaciones de consumidores distribuidas en 8 regiones del país. Más del 65 por ciento de estos fondos fue para organizaciones de regiones, con temáticas tan variadas como: tests comparativos de productos y evaluaciones de servicios de consumo masivo; ejecución de actividades orientadas a la protección, educación y difusión de la Ley del Consumidor y al fomento de una cultura de consumo responsable en comunidades de pueblos originarios, entre otras.

Tabla N° 3: Fondos distribuidos a Asociaciones de Consumidores por Región

REGIÓN	Recursos (\$)	Proyectos (Q)	Total (%)
de Arica Parinacota		0	0%
de Tarapacá	\$ 5.839.970	1	2%
de Antofagasta		0	0%
de Atacama		0	0%
de Coquimbo		0	0%
de Valparaíso	\$ 4.484.490	1	1%
Metropolitana	\$ 124.447.322	20	35%
del Libertador Bernardo O'Higgins	\$ 17.350.000	2	5%
del Maule		0	0%
del Biobío	\$ 53.972.167	7	15%
de la Araucanía	\$ 45.672.000	6	13%
de Los Ríos	\$ 29.229.180	4	8%
de Los Lagos	\$ 77.818.881	9	22%
de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo		0	0%
de Magallanes y la Antártica Chilena		0	0%
TOTAL	\$ 358.814.010	50	100%

Fuente: SERNAC

Gráfico N°4



Fuente: SERNAC

✓ **DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES: UNA TAREA MUNDIAL.**

SERNAC cuenta con una estrategia de relacionamiento internacional que promueve la interacción con otras agencias y organismos de protección al consumidor de alta importancia a nivel internacional. Dicho relacionamiento tiene por objeto posicionarnos a nivel mundial como una agencia de protección al consumidor a la que otros países tienen como referente, cumplir estándares internacionales y lograr el aprendizaje continuo de nuestros funcionarios.

Actualmente SERNAC participa en los siguientes Foros Internacionales, que cumplen con diversos objetivos:

- **Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC):** “Promover la cooperación a través del intercambio de información y experiencias en torno a temas de interés común, a fin de actuar con mayor eficacia y eficiencia en el desarrollo y mejoramiento de las políticas públicas de protección al consumidor, así como de establecer mecanismos de coordinación y colaboración institucional”.
- **International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN):** “Proteger a los consumidores fomentando y facilitando la ejecución de medidas para prevenir malas prácticas comerciales transfronterizas. Estas acciones, incluyen el intercambio de información sobre la evolución del mercado y las mejores prácticas reguladoras, así como la coordinación y la cooperación para hacer frente a los problemas del mercado”.

- Comisión de Política del Consumidor de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (CCP-OCDE): “Fortalecer el desempeño de los mercados, proporcionando protección a los consumidores, frente a prácticas comerciales fraudulentas o engañosas y productos inseguros.”
- Red de Consumo Seguro y Salud de la Organización de los Estados Americanos (RCSS – OEA): “Promover, a nivel nacional y hemisférico, la protección de los consumidoras a través del intercambio de información sobre seguridad de los productos de consumo, y la diseminación de mejores prácticas sobre política pública y regulación de productos de consumo”.
- Codex Alimentarius: “Las normas del Codex Alimentarius son estándares voluntarios mundiales para la producción, elaboración y comercialización del alimentos y son referentes para dirimir controversias entre países presentadas en la Organización Mundial de Comercio”.

Adicionalmente, SERNAC cuenta con una red internacional de apoyo para diferentes temas relevantes para la protección del consumidor, a través de la participación en seminarios en temáticos en materias tales como educación y consumo seguro.

Este año se firmó un nuevo convenio internacional de cooperación interinstitucional con INDECOPI, con el objeto de ampliar la cooperación en materia de reclamos, a los ámbitos de planificación, desarrollo y ejecución de actividades, proyectos o programas de cooperación mutua y permanente. Además, se firmó un convenio con Aflatoun Child Savings International, de apoyo técnico al programa de educación social y financiera de SERNAC. Por otro lado, durante el 2014 se avanzó en conversaciones para materializar convenios de cooperación con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) de México y United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) de Suiza, en materias de intercambio de información, organización conjunta de seminarios, entre otras.

Igualmente se participó del Sistema Interamericano de Alertas Rápidas (SIAR) en la OEA, y se trabajó en la creación del Sub-Grupo de Protección al Consumidor en Alianza del Pacífico. De la participación en el comité interino de gestión de la RCSS- OEA, resultó la elección de Chile como país miembro del Comité Técnico Asesor de la Red.

✓ CALIDAD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS 2014

Para reforzar lazos en materia de protección al consumidor en materia de seguridad, este 2014 se celebró el convenio colaboración con Coaniquem y el Hospital Luis Calvo Mackenna con el fin de visualizar las lesiones asociadas a productos de consumo.

Asimismo, se firmó un acuerdo con los actores miembros de la Mesa de Seguridad, lo cual ha permitido dar continuidad y fortalecer la coordinación intersectorial. Junto con ello se llevaron a cabo 4 mesas regionales en: Maule, Tarapacá, Los Lagos y Atacama.

Otra buena noticia en materia de colaboración fue la firma del convenio con el Ministerio de Vivienda y Urbanismo a fin de establecer diagnósticos en este mercado en torno a la seguridad.

La seguridad en el consumo tuvo alcances internacionales, que sumados a los mencionados anteriormente está la adjudicación del proyecto en el marco del Fondo Chile-México (AGCI)

denominado “Cooperación Técnica para la vigilancia de la seguridad de productos en el mercado Mexicano y Chileno”; el que será ejecutado durante el año 2015.

✓ EXCELENCIA PARA SERVIR A LA CIUDADANÍA.

Durante el año 2014 el SERNAC siguió avanzando en la mejora de la gestión de excelencia. Logró estar entre los 10 servicios públicos finalistas para el Premio Anual de Excelencia Institucional. Mantuvo la Certificación ISO 9001 de todos sus procesos a nivel nacional y por primera vez desde el año 2003 no se detectaron hallazgos ni desviaciones. Asimismo, se alcanzó un 100% de cumplimiento en los Programas de Mejoramiento de la Gestión, Monitoreo del Desempeño Institucional y Modelo de Gestión de Excelencia. Esto ha significado un óptimo cumplimiento en los indicadores que miden el desempeño de los productos que entrega el SERNAC a la comunidad, y donde también se ha incluido la medición de la percepción de la ciudadanía hacia el servicio.

Asimismo, SERNAC postuló exitosamente a la segunda versión del concurso "Gestión de la Innovación en el Sector Público", liderado por CORFO, siendo parte de las 14 instituciones públicas que recibieron recursos para implementar un Proyecto de Innovación, en colaboración con un equipo de consultores de AUKAN-DICTUC. El objetivo de esta iniciativa es fomentar competencias y prácticas de innovación, tanto individuales como institucionales, que permitan instalar y ejecutar un proceso sistemático de generación de valor a través de la innovación.

En el transcurso de los primeros meses de ejecución del proyecto, se definieron de manera participativa cuatro focos que centrarán el trabajo durante el año 2015.

4. Desafíos para el año 2015

✓ CIUDADANO AL CENTRO

Un primer desafío para el año 2015 del Servicio es poner al ciudadano al centro de la gestión institucional, llegando como servicio a los rincones más apartados del país y entregando productos relevantes para la toma de decisión en materia de consumo.

Para el 2015, SERNAC aumentará en cada una de las regiones la Red Presencial de Protección de los consumidores, en lo relacionado con las plataformas municipales que realicen gestión de reclamos. Se estima un aumento de un 95% de la red actual de plataformas municipales, existiendo un total de 43 municipios gestionando reclamos a fines del 2015.

Asimismo, se acercará la oferta pública institucional, de manera integrada, hacia el territorio, con énfasis en zonas vulnerables o lugares más lejanos a través fortalecimiento del nuevo canal de atención SERNAC MOVIL. Para esto se dispondrá de 3 móviles a nivel nacional, los que recorrerán las 15 Regiones.

Para el año 2015, el SERNAC contará con nuevos estudios, que permitirán profundizar el conocimiento de la caracterización y comportamiento del consumidor, de la industria y los proveedores, todo ello con enfoque en los/as ciudadanos/as más vulnerables. Esto permitirá a futuro focalizar la acción del servicio en aquellas temáticas más relevantes para el consumidor en Chile y generar nuevos servicios/productos acorde a sus necesidades. A su vez, contribuirá a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los/as consumidores/as.

Sumado a lo anterior, el SERNAC seguirá elaborando internamente Estudios de Mercados, Publicidad y Prácticas Comerciales con información especializada de interés y utilidad para los/as ciudadanos/as, en temas relativos al consumo, en torno al énfasis estratégico centrado en contribuir a la disminución de las asimetrías de información del mercado. Para el año 2015 estos estudios se encontrarán principalmente orientado a la diversificación de la información en los mercados más relevantes y temáticas no abordadas con anterioridad, tal como la calidad de servicios, diversificando la oferta pública de SERNAC y los productos entregados a los/as consumidores/as.

✓ MODERNIZACIÓN INSTITUCIONAL

Otro desafío relevante para la gestión del año 2015, lo constituye la implementación del “Proyecto de Modernización”. Este proyecto, financiado a través de recursos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y coordinado con el Ministerio de Hacienda y Economía, considera el desarrollo de una serie de actividades de mejoramiento institucional. Estas actividades se circunscriben a 4 componentes específicos, definidos metodológicamente por el BID:

- Alineación Estratégica
- Gestión Estratégica
- Gestión de procesos
- Apoyo Administrativo

Para el diseño de este proyecto, se han considerado una serie de métricas particulares, las cuales se esperan mejorar a lo largo de los 4 años en los que se extiende el proyecto, y que naturalmente se focalizan en la modernización del Servicio, para finalmente proveer de un mejor servicio a los miles de consumidores que acuden al SERNAC.

Adicionalmente, se trabajará el año 2015 en el desarrollo de una cultura innovadora al interior de la organización gracias al Proyecto de Innovación – CORFO que estamos desarrollando junto DICTUC. Al término del año, se espera contar con una cartera de proyectos innovadores y la implementación de al menos dos de ellos.

✓ PROTECCIÓN PARA LOS CONSUMIDORES - MEDIACION COLECTIVA

El año 2015 centraremos los esfuerzos para entregar a los usuarios más y mejor protección a través de cada uno de los instrumentos con que se cuenta, poniendo al ciudadano al centro del actuar institucional.

Uno de los instrumentos clave en la protección de los consumidores son las Mediaciones Colectivas. El desafío para el año 2015 es acotar los tiempos de tramitación de las mediaciones colectivas, aspirando a que el 25% de ellas sean gestionadas en un plazo no mayor a 3 meses. Otorgando de esta manera una solución oportuna y eficiente a los consumidores afectados.

Adicionalmente, seguiremos trabajando en el fortalecimiento de conocimientos y capacidades técnicas del equipo de abogados. Un eje central de esta área e incluido en la Ley de Presupuesto 2015, lo constituye la realización de Jornadas de Abogados, instancia de traspaso de conocimientos y entrega de directrices a nivel nacional que permitirán crear estrategias para focalizar el trabajo en pos de los consumidores más vulnerables del país

✓ FORTALECIMIENTO DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

Este 2015 ampliaremos la cobertura del programa de Educación Financiera, abarcando no sólo a la comunidad escolar, sino que también a nuevos grupos objetivos, como por ejemplo jóvenes y adultos mayores. Definido como una prioridad por el gobierno central, la educación financiera en el SERNAC aumentará por diez sus recursos para poder tener una labor mucho más amplia y efectiva. Sobre todo considerando que este año uno de los temas a evaluar por la prueba Pisa será precisamente la Educación Financiera en escolares. Por ello, se otorgó un presupuesto de \$515.296.000.-

Para educar en materia financiera a los escolares, se han diseñado dos estrategias de implementación, que se ofrecerán a los establecimientos municipales y particulares subvencionados más vulnerables de las capitales provinciales a lo largo del país: “SERNAC en tu Colegio” y “Sistema de Reconocimiento”. El primero apunta a implementar 2 actividades masivas lúdicas educativas en el colegio, como obras de teatro y juegos interactivos. El Sistema de Reconocimiento, por otra parte, es un esfuerzo del establecimiento por incorporar de manera más sistemática y profunda la educación

financiera, dado que el establecimiento se compromete a evaluar a sus estudiantes, formar a sus docentes y coordinar la implementación de actividades para sus estudiantes, docentes y apoderados.

De manera de complementar esta implementación, se realizarán dos versiones del curso Educación Financiera en la Escuela. Se dictará, uno por semestre, y se espera con ello formar a 2.000 docentes durante el año, los que transferirán sus conocimientos a aproximadamente 60.000 estudiantes de todos los niveles educativos.

El año 2015 se lanzará el docureality elaborado a partir del Concurso "Al Chanco". En él se muestra la implementación de los 3 proyectos de ahorro finalistas, por parte de jóvenes, de Coquimbo, Peñalolén y Concepción. La serie contempla 6 capítulos. Se realizará, además, la segunda versión del Concurso Escolar de Educación Financiera "Al Chanco", cuyo alcance se ampliará a más niveles educativos.

En cuanto a los jóvenes, se ha priorizado el trabajo con aquellos estudiantes de Centros de Formación Técnica e Institutos Profesionales. Para ellos se trabajará a partir de un Diplomado de Educación Financiera, el cual será impartido vía online, y complementado con charlas magistrales a lo largo del país. Lo anterior será complementado con un concurso sobre educación financiera y un sitio web específico para jóvenes, en el que se dispondrá de material educativo sobre el ahorro, endeudamiento, créditos, entre otros.

En lo que respecta al público mayor, se trabajará en conjunto con el SENAMA, desplegando talleres sobre créditos, ahorro, derechos y deberes y otras temáticas para las personas mayores de todo el país. Además, se proyecta realizar un concurso literario, que los invite a reflexionar sobre esta materia y relatar sus experiencias.

✓ PARTICIPACIÓN CIUDADANA

La defensa de los derechos de los consumidores es labor de toda la comunidad. Por esto, el 2015 y en la víspera de la nueva institucionalidad del SERNAC, es que fortaleceremos el trabajo con las Asociaciones de Consumidores, las organizaciones ciudadanas, los centros comunitarios, entre otros, para aunar esfuerzos y así comenzar a crear una red nacional que ayude a potenciar los derechos de los consumidores. Esto lo haremos, a través del Programa Piloto de Fortalecimiento de Competencias para las Asociaciones de Consumidores y también ampliaremos los recursos y ámbitos de financiamiento del Fondo Concursable, tras la aprobación del proyecto de fortalecimiento institucional que actualmente está en el Congreso Nacional.

Para el año 2015 el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores contará con un monto total de \$379.782.000-, los cuales inicialmente, se esperan distribuir a través de dos llamados ordinarios (el primero de ellos por \$200.000.000-). Si con ello no se lograra la asignación completa, se evaluará la realización de llamados extraordinarios, regionales u otros similares.

En razón de ello y relacionado a este mismo proceso, para el año 2015 se espera: a) Distribución de al menos el 50% de los recursos del Fondo entre Asociaciones de Consumidores localizadas en regiones distintas de la Metropolitana, y b) Modificación participativa del Reglamento del Fondo Concursable, de modo que las normas que lo regulan cuenten con la activa legitimación de las organizaciones beneficiadas.

Para 2015, se espera lograr la mantención de una oferta permanente de talleres y cursos para las Asociaciones de Consumidores, cuyos módulos sean de tipo genérico y traten temáticas transversales de su interés. Junto con lo anterior, se espera comenzar a trabajar en un modelo que permita fortalecer las competencias de los miembros de asociaciones de consumidores, para que éstas puedan cumplir con sus objetivos legales de manera crecientemente autónoma.

Finalmente para 2015, el Servicio buscará fortalecer los mecanismos de participación ciudadana tanto a nivel nacional como regional e integrar a nuevos actores a los espacios disponibles, entre ellos:

Tabla N°4: Mecanismos de Participación Ciudadana

Mecanismos de Participación Ciudadana	Nacional	Regional
Consejo consultivo	6	
Consulta Ciudadana	1	6
Cuentas Públicas Participativas	1	15
Diálogos Participativos	2	6
Conversatorios de Consumo	4	9
Total	14	36

Fuente: SERNAC

5. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución.
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros.
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2014.
- Anexo 5: Compromisos de Gobierno.
- Anexo 6: Informe de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas.
- Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2014
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2014
- Anexo 9: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional y Leyes Promulgadas durante 2014
- Anexo 10: Premios y Reconocimientos Institucionales.

Anexo 1: Identificación de la Institución.

a) Definiciones Estratégicas

- ✓ Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución.

Ley orgánica o Decreto que la rige
Ley 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas (20.555). Ley de Planta del SERNAC, Decreto con Fuerza de Ley N° 8-18.834 de 1990. Ley N° 18.959 de 1990, Art. 4°, sustituye la mención "Dirección de Industria y Comercio" por "Servicio Nacional del Consumidor".

- ✓ Misión Institucional:

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 2014:

Número	Producto estratégico	Presupuesto 2014	
		(Miles de \$)	%
1	Información de Mercado y Consumo	2.503.591	28.90%
2	Orientación, asesoría jurídica y protección	3.067.547	35.41%
3	Educación sobre deberes y derechos de los/as consumidores/as	463.467	5.35%
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	1.014.430	11.71%

- ✓ Objetivos Estratégicos:

	Descripción
1	Mejorar la transparencia de los mercados, así como la calidad y seguridad de los productos y servicios ofrecidos en éste, considerando para ello su vigilancia permanente, la difusión de información dirigida a los/as consumidores/as y la coordinación con la Institucionalidad pertinente.
2	Fortalecer una cultura de consumo responsable y de respeto de los derechos y deberes de los/as consumidores/as, mediante la educación y la entrega de información en estas materias.
3	Ampliar el alcance y mejorar el estándar de protección de los consumidores, a través de un modelo de intervención sistémico que permita dar respuestas satisfactorias y oportunas a sus necesidades actuales y emergentes
4	Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo entre los actores del sistema nacional de protección y la promoción de buenas prácticas de responsabilidad social en consumo.
5	Incrementar la protección de consumidores de servicios financieros del país, a través de la implementación de nuevos productos, servicios y atribuciones relacionadas con este mercado.
6	Implementar un Modelo de Gestión de Excelencia Organizacional, a través de la optimización de los procesos estratégicos y de soporte institucional, mejorando con ello la calidad de la oferta pública del SERNAC y la satisfacción de nuestros/as clientes.

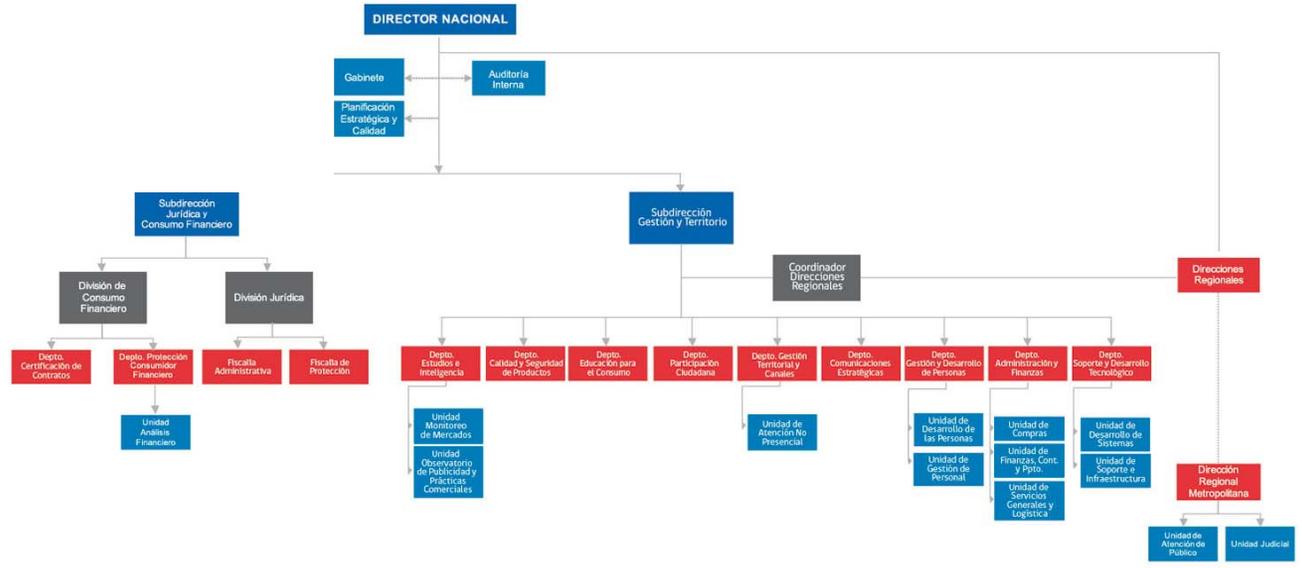
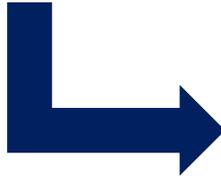
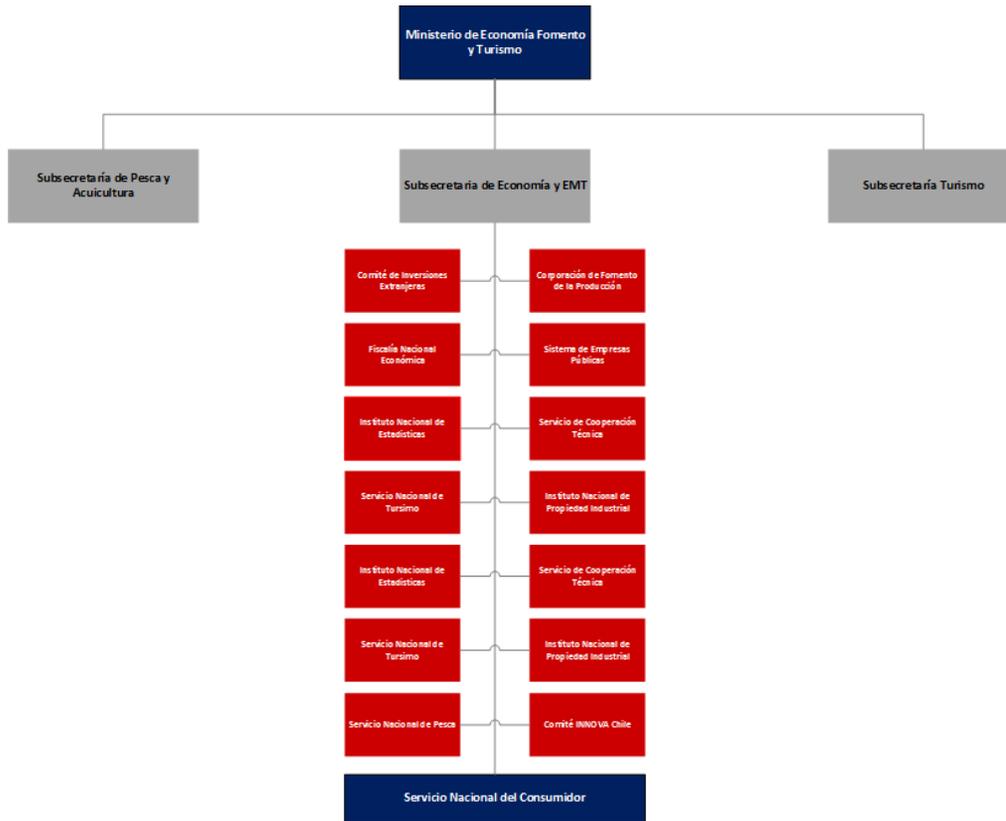
✓ Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<p>Información de Mercado y Consumo Estudios: Levantar y analizar información calificada para la generación de estudios, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, a contribuir en el desarrollo institucional de iniciativas que mejoren la normativa correspondiente y a responder a necesidades específicas del quehacer del SERNAC. Difusión: Informar a los consumidores/as sobre temáticas relevantes en materia de consumo y el quehacer institucional del SERNAC, mediante la gestión de la estratégica comunicacional del Servicio, la administración de la imagen y el discurso público institucional, sus canales y productos de difusión, el relacionamiento con los medios de comunicación y la generación de campañas informativas.</p>	1, 2 y 5
2	<p>Orientación, Asesoría Jurídica y Protección Orientación a la ciudadanía sobre sus deberes y derechos como consumidor: Orientar e informar a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, sea ésta o no de competencia de SERNAC. Tramitación de Reclamos: Mediación entre proveedor y consumidor para resolver controversias en materia de consumo, de la cual podría resultar un acuerdo entre prejudicial entre las partes. Protección de intereses generales, colectivos y difusos: Soluciones masivas, prejudiciales (mediaciones) o judiciales frente a trasgresiones a la normativa de impacto en los intereses colectivos o difusos de los consumidores. Gestión de solicitudes de Información (Transparencia Activa y Transparencia Pasiva): Instrumentos relacionados con el cumplimiento de la Ley 20.285 Gestión SONI (Su Opinión Nos Interesa): Instrumento de retroalimentación de la gestión de SERNAC. Protección del Consumidor Financiero: Implementar la regulación en materia de consumo financiero establecida en la Ley 20.555.</p>	3 y 5
3	<p>Educación para el Consumo Responsable Programa de Educación para el Consumo en la Educación Formal: Diseñar, desarrollar e implementar productos educativos orientados a la comunidad escolar considerando perspectiva territorial y enfoque de género. Programa de Educación para el Consumo en la Educación No Formal: Diseñar, desarrollar e implementar productos educativos orientados a la ciudadanía en general.</p>	2
4	<p>Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana Espacios de participación ciudadana que contribuyan a la cohesión social: Generación de espacios de participación ciudadana en consumo para hombres y mujeres, tanto a nivel nacional como regional, que contribuyen a la implementación de la Ley N° 20.500, sobre Asociaciones y Participación Ciudadana en la Gestión Pública. Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores: Apoyar técnicamente el proceso de financiamiento de las iniciativas de las Asociaciones de Consumidores legalmente constituidas, a través del Fondo Concursable para AdC's. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores: Implementación de acciones de relacionamiento, intercambio de información, formación y apoyo técnico a las AdC's. Responsabilidad Social En Consumo: Contribuir al desarrollo de políticas institucionales de Responsabilidad Social en Consumo en y entre los actores del SNPC, a través de la promoción de las buenas prácticas en los mercados en que cada uno de estos actores interviene.</p>	4

✓ Clientes / Beneficiarios / Usuarios

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

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio.



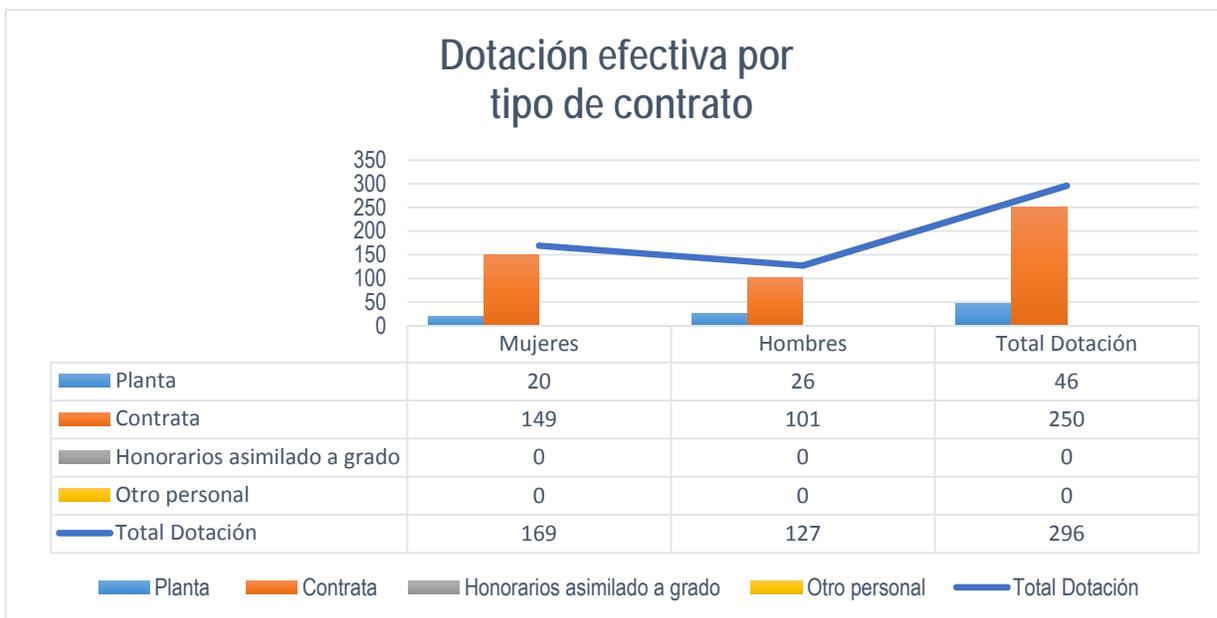
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Ernesto Muñoz
Subdirector Gestión y Territorio	Ana Becerra
Subdirector Jurídico y Consumo Financiero	Andrés Herrera
Jefa de Gabinete	Catalina Huidobro
Jefe de Comunicación Estratégica	Juan Carlos Moraga
Jefe de Planificación Estratégica y Calidad	Jaime Gómez
Jefe Auditoría Interna	Felipe Velásquez
Jefa de Depto. Estudios e Inteligencia	Paula Jara
Jefa de Depto. Educación para el Consumo	Paula Bustos
Jefa del Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas	Paulina Martínez
Jefe del Depto. de Administración y Finanzas	Daniel Martínez
Jefa del Depto. De Soporte y Desarrollo Tecnológico	Pamela Díaz
Jefe del Depto. de Gestión Territorial y Canales	Nelson Lafuente
Jefe del Depto. División Jurídica	Andrés Herrera
Jefa del Depto. Calidad y Seguridad de los Productos	Daniela Parra
Jefe de Depto. Participación Ciudadana	Pablo Acchiardi
Jefe del Depto. División de Consumo Financiero (PT)	Rodrigo Romo
Director Regional de la Región Metropolitana	Juan Carlos Luengo
Directora Regional de la Región de Arica y Parinacota	Rosa Cortés
Directora Regional de la Región de Tarapacá (PT)	Ana Luksic
Director Regional de la Región de Antofagasta	Marcelo Miranda
Director Regional de la Región de Atacama (PT)	David Toro
Directora Regional de la Región de Coquimbo	Lorena Araya (deja su cargo en noviembre)
Director Regional de la Región de Valparaíso	Nicolás Corvalan
Director Regional de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins (PT)	Mauricio Retamal
Director Regional de la Región del Maule (PT)	Esteban Pérez
Director Regional de la Región del Biobío (PT)	Damaris Hernández
Director Regional de la Región de la Araucanía (PT)	Edgardo Lovera
Director Regional de la Región de Los Lagos (PT)	Marco Cid
Directora Regional de la Región de Los Ríos	Lorena Bustamante
Directora Regional de la Región del General Carlos Ibáñez del Campo (PT)	Miguel Ángel González (deja su cargo en noviembre)
Directora Regional de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena (PT)	Pamela Ramírez

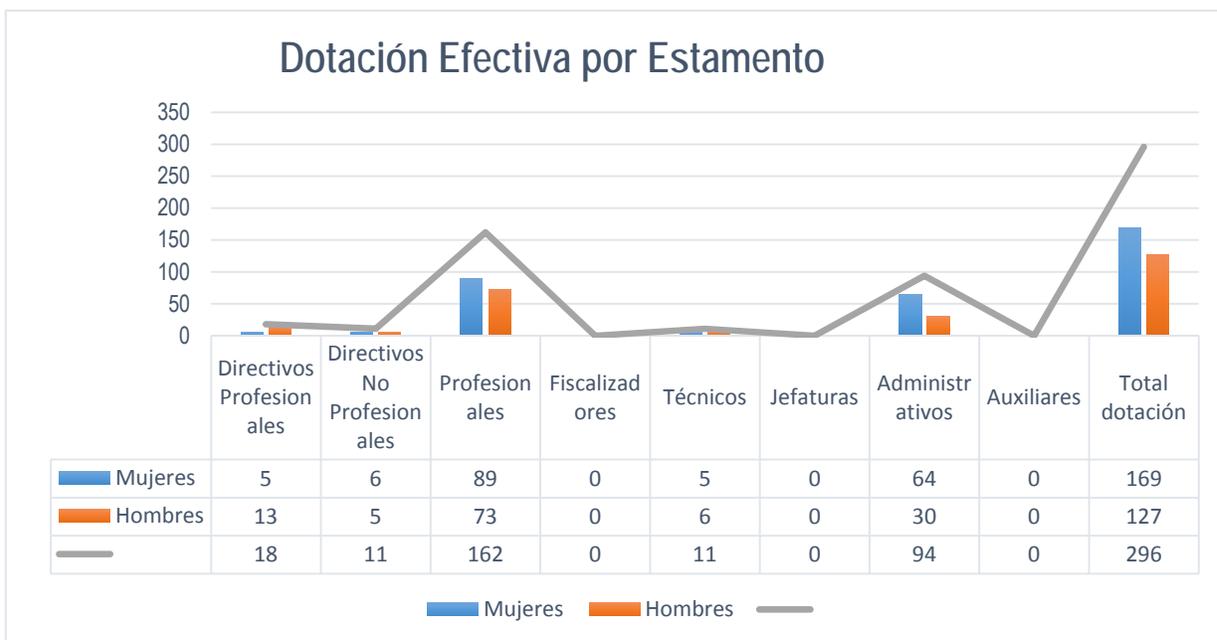
Anexo 2: Recursos Humanos

a) Dotación de Personal:

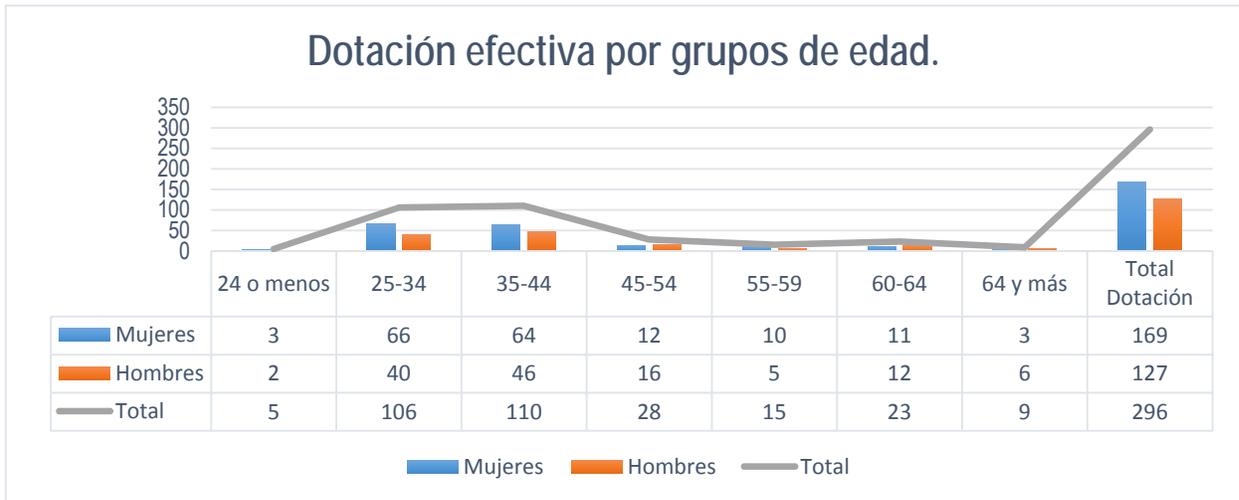
- Dotación Efectiva año 2014 por tipo de contrato (mujeres y hombres)



- Dotación Efectiva año 2014 por estamento (mujeres y hombres)

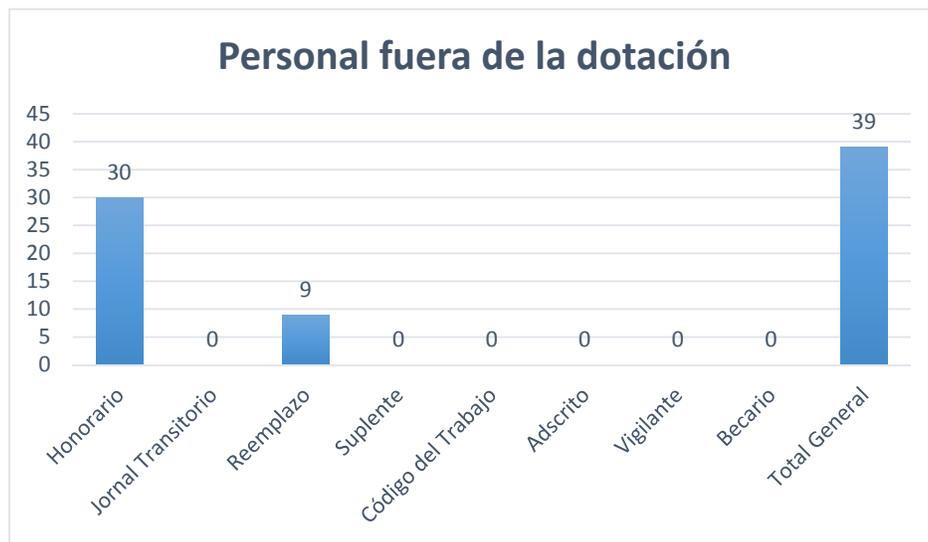


- Dotación Efectiva año 2014 distribuida por grupos de edad (mujeres y hombres)



b) Personal Fuera de Dotación

- Dotación Efectiva año 2014 por tipo de contrato



c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1: Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ¹		Avance ²	Notas
		2013	2014		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata ³ cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ⁴	$(N^{\circ} \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección} / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	91,67	43,75	47,73	<p>El resultado de este indicador se explica por la política de la Dirección orientada a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Favorecer trasposos de honorarios a contrata, en el caso de provocarse vacantes, en este caso la contratación solo puede ser directa. ▪ A distinguir a algunos alumnos que realizaron sus prácticas profesionales en SERNAC, dándoles la posibilidad de ingreso. Acá si bien en la formalidad no existe concurso, se entiende que luego de 3 meses realizando práctica profesional, el alumno/a ya ha pasado por un período de evaluación de la jefatura y adaptación al equipo. ▪ Contrataciones necesarias a raíz de la instalación de la nueva administración, principalmente áreas estratégicas como Gabinete y Comunicaciones.
1.2 Efectividad de la selección	$(N^{\circ} \text{ ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año } t, \text{ con renovación de contrato para año } t+1 / N^{\circ} \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección}) * 100$	84,85	85,71	101,01	

1 La información corresponde al período Enero 2014 - Diciembre 2014 y Enero 2013 - Diciembre 2013, según corresponda.

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

3 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 11 de la ley de presupuestos 2014.

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

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	12,89	13,18	97,8	
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	1,74	0		
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0	0		
• Retiros voluntarios					
o con incentivo al retiro	(N° de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año t/ Dotación efectiva año t)*100	1,74	0		
o otros retiros voluntarios	(N° de retiros otros retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100	8,71	8,11	107,4	
• Otros	(N° de funcionarios retirados por otras causales año t/ Dotación efectiva año t)*100	2,44	5,07	48,13	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	(N° de funcionarios ingresados año t/ N° de funcionarios en egreso año t)*100	97,3	115,38	84,33	

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	0	0		
3.2 Porcentaje de funcionarios recontratados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	(N° de funcionarios recontratados en grado superior, año t)/(Total contratos efectivos año t)*100	14,86	20,4	137,28	

4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	(N° funcionarios Capacitados año t/ Dotación efectiva año t)*100	61,67	85,81	139,14	
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	\sum (N° de horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes en act. de capacitación año t) / N° de participantes capacitados año t)	29,05	25,43	87,54	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ⁵	(N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t/N° de actividades de capacitación en año t)*100	38,1	15,63	41,02	Considera medición con metodología ajustada, acorde al reporte indicador Formulario H Soporte
4.4 Porcentaje de becas ⁶ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	N° de becas otorgadas año t/ Dotación efectiva año t) *100	0	0		

5. Días No Trabajados

5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.

5 Evaluación de transferencia: Procedimiento técnico que mide el grado en que los conocimientos, las habilidades y actitudes aprendidos en la capacitación han sido transferidos a un mejor desempeño en el trabajo. Esta metodología puede incluir evidencia conductual en el puesto de trabajo, evaluación de clientes internos o externos, evaluación de expertos, entre otras.

No se considera evaluación de transferencia a la mera aplicación de una encuesta a la jefatura del capacitado, o al mismo capacitado, sobre su percepción de la medida en que un contenido ha sido aplicado al puesto de trabajo.

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

• Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1).	(N° de días de licencias médicas tipo 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,88	0,9	97,78
• Licencias médicas de otro tipo ⁷	(N° de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,41	0,61	67,21
• Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	(N° de días de permisos sin sueldo año t/12)/Dotación Efectiva año t	0,08	0,003	

6. Grado de Extensión de la Jornada

Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	(N° de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t/12)/ Dotación efectiva año t	6,56	6,48	101,23
---	---	------	------	--------

7. Evaluación del Desempeño⁸

7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	N° de funcionarios en lista 1 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0,98	0,98	
	N° de funcionarios en lista 2 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0,02	0,015	
	N° de funcionarios en lista 3 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0	0	
	N° de funcionarios en lista 4 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0	0,005	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ⁹ implementado	SI: Se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño. NO: Aún no se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño.	Sí	Sí	

8. Política de Gestión de Personas

Política de Gestión de Personas ¹⁰ formalizada vía Resolución Exenta	SI: Existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta. NO: Aún no existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta.	Sí	Sí	
---	---	----	----	--

⁷ No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

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

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

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

9. Regularización de Honorarios

9.1 Representación en el ingreso a la contrata	(N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t/ Total de ingresos a la contrata año t)*100	-	40,63	No se incorporó en BGI 2013
9.2 Efectividad proceso regularización	(N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t/ N° de personas a honorarios regularizables año t-1)*100	-	108,33	No se incorporó en BGI 2013
9.3 Índice honorarios regularizables	(N° de personas a honorarios regularizables año t/ N° de personas a honorarios regularizables año t-1)*100	-	175,00	No se incorporó en BGI 2013

Anexo 3: Recursos Financieros

a) Resultados de la Gestión Financiera

Cuadro 2 : Ingresos y Gastos devengados año 2013 – 2014			Notas
Denominación	Monto Año 2013 M\$ ¹¹	Monto Año 2014 M\$	
INGRESOS	9.850.699	9.514.795	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	206.270	172.137	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	84.236	114.971	
APORTE FISCAL	9.560.193	9.224.497	
RECUPERACION DE PRESTAMOS	0	3.190	
GASTOS	9.811.906	9.431.885	
GASTOS EN PERSONAL	6.197.080	6.325.505	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.888.434	2.489.204	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	71.678	96.094	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	374.894	358.814	
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	279.820	161.323	
SERVICIO DE LA DEUDA	0	945	
RESULTADO	38.793	82.910	

¹¹ La cifras están expresadas en M\$ del año 2014.

b) Comportamiento Presupuestario año 2014

Cuadro 3							
Análisis del Comportamiento Presupuestario Año 2014							
Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹² (M\$)	Presupuesto Final ¹³ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ¹⁴ (M\$)
			Ingresos	8.662.941	9.552.308	9.514.795	37.513
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	202.014	202.014	172.137	29.877
	02		Del Gobierno Central	202.014	202.014	172.137	29.877
		001	Junta de Aeronáutica Civil	12.877	12.877	12.876	1
		005	Subsecretaría de Telecomunicaciones	189.137	189.137	159.261	29.876
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	91.707	94.897	114.971	-20.074
	01		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	55.691	55.691	79.453	-23.762
	99		Otros	36.016	39.206	35.518	3.688
09			APORTE FISCAL	8.369.220	9.255.397	9.224.497	30.900
	01		Libre	8.369.220	9.255.397	9.224.497	30.900
12			RECUPERACIÓN DE PRESTAMOS			3.190	-3.190
	10		Ingresos por Percibir			3.190	-3.190
			GASTOS	8.662.941	9.552.308	9.431.885	120.423
21			GASTOS EN PERSONAL	5.557.196	6.349.532	6.325.505	24.027
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.597.707	2.570.379	2.489.204	81.175
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	10	96.096	96.094	2
	03		Prestaciones Sociales del Empleador	10	96.096	96.094	2
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	368.720	358.814	358.814	
	01		Al Sector Privado	368.720	358.814	358.814	
		002	Fondo Concursable Aplicación Ley N°19.955	368.720	358.814	358.814	
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	139.308	176.542	161.323	15.219
	03		Vehículos		16.466	16.454	12
	04		Mobiliario y Otros		14.113	11.649	2.464
	05		Máquinas y Equipos		4.196	2.673	1.523

12 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

13 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2014.

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

	06	Equipos Informáticos		7.459	6.178	1.281
	07	Programas Informáticos	139.308	134.308	124.369	9.939
34		SERVICIO DE LA DEUDA		945	945	
	07	Deuda Flotante		945	945	
05		TRANSFERENCIAS CORRIENTES	202.014	202.014	172.137	29.877
	02	Del Gobierno Central	202.014	202.014	172.137	29.877
		RESULTADO		82.910	-82.910	

c) Indicadores Financieros

SERNAC no cuenta con ingresos propios ni con políticas presidenciales por lo que no aplica este punto.

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5				
Análisis del Resultado Presupuestario 2014 ¹⁵				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
	FUENTES Y USOS	-4.327	82.922	78.595
	Carteras Netas		-4.036	-4.036
115	Deudores Presupuestarios	0	3.309	3.309
215	Acreedores Presupuestarios	0	-7.345	-7.345
	Disponibilidad Neta	86.192	105.466	191.658
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	86.192	105.466	191.658
	Extrapresupuestario neto	-90.519	-18.508	-109.027
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	92.024	57.213	149.237
116	Ajustes a Disponibilidades	0	0	0
119	Traspasos Interdependencias	0	0	0
214	Depósitos a Terceros	-156.474	-67.041	-223.515
216	Ajustes a Disponibilidades	-26.069	-8.680	-34.749
219	Traspasos Interdependencias	0	0	0

¹⁵ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6						
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2014						
Denominación		Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones	
Fondo Concursable N°19.955	Aplicación Ley	368.720	358.814	358.814	La diferencia con el presupuesto inicial corresponde a un traspaso al Subtítulo 22, con objeto de la realización de realizar mejoras a la Plataforma para la postulación al Fondo Concursable.	

f) Transferencias¹⁶

Cuadro 7					
Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2014 ¹⁷ (M\$)	Presupuesto Final 2014 ¹⁸ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ¹⁹	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	368.720	358.814	358.814	0	-
Gastos en Personal	0	0	0	0	-
Bienes y Servicios de Consumo	0	0	0	0	-
Inversión Real	0	0	0	0	-
Otros	368.720	358.814	358.814	0	1
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo	0	0	0	0	-
Inversión Real					
Otros ²⁰					
TOTAL TRANSFERENCIAS	368.720	358.814	358.814	0	-

(1) Las transferencias realizadas corresponden a la asignación de recursos según 1er y 2do llamado del Fondo Concursable

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

17 Corresponde al aprobado en el Congreso.

18 Corresponde al vigente al 31.12.2014.

19 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

20 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2014

a) Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2014.

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta	Cumple SI/NO ²¹	% Cumplimiento ²²	No-tas
				2012	2013	2014	2014			
	Porcentaje de compromisos implementados del Plan de Seguimiento de auditorías	(N° de compromisos implementados en año t/N° total de compromisos definidos en Plan de Seguimiento de auditorías realizadas en año t-1)*100	%	N.M.	0%	81% (44/54)*100	80% (20/25)*100	SI	101.25%	
	Enfoque de Género: No									
	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	%	56.0% (672.0/1200.0)*100	64.4% (1288.0/2000.0)*100	56.5% (1244.0/2200.0)*100	50.0% (600.0/1200.0)*100	SI	113.00%	1
	Enfoque de Género: Si			H: 0.0 M: 0.0	H: 0.0 M: 0.0	H: 27.6 (607.0/2200.0)*100 M: 29.0 (637.0/2200.0)*100	H: 50.0 (300.0/600.0)*100 M: 50.0 (300.0/600.0)*100			
	Enfoque de Género: Si									
Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	(Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas con resultado final desfavorable/Sumatoria de Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t)*100	%	0.0% (0.0/0.0)*100	62.5% (5.0/8.0)*100	66.7% (12.0/18.0)*100	58.3% (7.0/12.0)*100	SI	114.41%	2
	Enfoque de Género: No									
Información de Mercado y Consumo.	Promedio anual de boletines financieros para toma de decisiones de consumo al año t	(Sumatoria de boletines financieros para la toma de decisiones de consumo elaborados y disponibles para su difusión al año t/12)	número	0.8número (10.0/12)	0.0número	1.2número (14.0/12)	1.2número (14.0/12)	SI	100.00%	
	Enfoque de Género: No									

21 Se considera cumplido el compromiso, si el dato efectivo 2014 es igual o superior a un 95% de la meta.

22 Corresponde al porcentaje del dato efectivo 2014 en relación a la meta 2014.

Cumplimiento Indicadores de Desempeño año 2014										
Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo			Meta "	Cumple SI/NO ²¹	% Cumplimiento ²²	Notas
				2012	2013	2014	2014			
	Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia realizada en el año	(N° de actividad/es del Plan Anual de Capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en el puesto de trabajo realizada en el año t /N° de actividad/es del Plan Anual de capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en año t)*100	%	41.67 (10.00/24.00)*100	0.00%	15.62% (5.00/32.00)*100	15.00% (3.00/20.00)*100	SI	104.20%	
	Enfoque de Género: No									
Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las 3 plataformas de atención de público disponibles.	(N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las 3 plataformas de atención de público disponibles (canal presencial, telefónico e internet)./Total de usuarios encuestados en el año t)*100	%	77.0% (858.0/1115.0)*100	76.0% (1900.0/2500.0)*100	H: 36.1 (902.0/2500.0)*100	H: 78.0 (975.0/2500.0)*100	SI	98.97%	
	Enfoque de Género: Si			H: 0.0 M: 0.0	H: 0.0 M: 0.0	M: 41.2 (1029.0/2500.0)*100	M: 78.0 (975.0/2500.0)*100			
	Porcentaje de funcionarios/as capacitados en temas de género en el año	(Número de funcionarios/as capacitados en temas de género en el año t/Número de funcionarios/as programados para ser capacitados en temas de género en el año t)*100	%	N.M.	0%	88% (53/60)*100	83% (50/60)*100	SI	106.02%	3
	Enfoque de Género: No									

Anexo 5: Compromisos de Gobierno

Objetivo Estratégico del Ministerio 2015	Objetivo Estratégico del Servicio 2015	Nombre del Compromiso	Estado de Avance 2014
Revelar - asumir el rol activo del SERNAC en la protección de los intereses individuales de todos los consumidores.	Ampliar el alcance y mejorar el estándar de protección de los consumidores, a través de un modelo de intervención sistémico que permita dar respuestas satisfactorias y oportunas a sus necesidades actuales y emergentes	Enviar proyecto de ley que reformule el Servicio Nacional del Consumidor.	Proyecto de ley ingresado al Congreso Nacional el 3 de junio de 2014 (boletín 9369-03). Actualmente en primer trámite constitucional (Cámara Diputados).
Fortalecer a la Sociedad Civil, para que tengan la capacidad real para cumplir con su rol como consumidores en forma independiente del Gobierno y del sector privado, además de dotar a las Asociaciones de Consumidores de las facultades que les permitan cumplir de mejor forma su misión de proteger, informar y educar a los consumidores.	Aumentar la participación ciudadana mediante el fomento de la asociatividad, el desarrollo del diálogo entre los actores del sistema nacional de protección y la promoción de buenas prácticas de responsabilidad social en consumo.	Enviar proyecto de ley que dote a las Asociaciones de Consumidores de facultades que les permitan cumplir su misión.	Proyecto de ley ingresado al Congreso Nacional el 3 de junio de 2014 (boletín 9369-03). Actualmente en primer trámite constitucional (Cámara Diputados).

Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014)

No aplica para SERNAC.

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2014

✓ Programa de Mejoramiento de la Gestión

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión				Prioridad	Ponderador asignado	Ponderador obtenido	Cumple
			Etapas de Desarrollo o Estados de Avance							
			I	II	III	IV				
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O				Alta	95.00%	95.00%	✓
Marco de la Calidad	Gestión de la Calidad	Sistema de Gestión de Excelencia			O		Menor	5.00%	5.00%	✓

✓ Detalle evaluación por Indicador

Indicador	Ponderación Formulario Incentivo	Meta 2014	Efectivo 2014	% Cumplimiento Indicador	Ponderación obtenida Formulario Incentivo, informado por servicio	% Cumplimiento final Indicador Incentivo	Ponderación obtenida Formulario Incentivo, final
Promedio anual de boletines financieros para toma de decisiones de consumo al año t	35.00	1.20	1.20	100.00	35.00	100.00	35.00
Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	30.00	58.30	66.70	114.41	30.00	114.41	30.00
Porcentaje de compromisos implementados del Plan de Seguimiento de auditorías	10.00	80.00	81.00	101.25	10.00	101.25	10.00
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.	0.00	50.00	56.50	113.00	0.00	113.00	0.00
Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia realizada en el año	5.00	15.00	15.62	104.20	5.00	104.20	5.00
Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las 3 plataformas de atención de público disponibles.	10.00	78.00	77.20	98.97	10.00	98.97	10.00
Porcentaje de funcionarios/as capacitados en temas de género en el año	5.00	83.00	88.00	106.02	5.00	106.02	5.00
Total:	95.00				95.00		95.00

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2014				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ²³	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ²⁴	Incremento por Desempeño Colectivo ²⁵
Gabinete-Auditoría Interna	18	7	100%	8%
Depto. de Comunicación Estratégica	9	3	100%	8%
Planificación Estratégica y Calidad	7	3	100%	8%
Depto. Estudios e Inteligencia	18	4	100%	8%
Depto. Educación para el Consumo	10	3	100%	8%
Depto. de Gestión y Desarrollo de Personas	12	3	100%	8%
Depto. de Administración y Finanzas	21	4	100%	8%
Depto. Soporte y Desarrollo Tecnológico	11	3	100%	8%
Depto. de Gestión Territorial y Canales	19	3	100%	8%
División Jurídica	18	3	100%	8%
Depto. Calidad y Seguridad de los Productos	7	4	100%	8%
Depto. Participación Ciudadana	8	3	100%	8%
División de Consumo Financiero	17	3	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	35	4	100%	8%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	8	5	100%	8%
Dirección Regional de Tarapacá	8	5	100%	8%
Dirección Regional de Antofagasta	9	5	100%	8%
Dirección Regional de Atacama	7	5	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	7	5	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	11	5	100%	8%
Dirección Regional del Libertador Bernardo O'Higgins	8	5	90%	8%
Dirección Regional del Maule	10	5	100%	8%
Director Regional del Biobío	13	5	100%	8%
Dirección Regional de la Araucanía	10	5	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	9	5	100%	8%
Dirección Regional de Los Ríos	8	5	100%	8%
Dirección Regional del General Carlos Ibáñez del Campo	6	5	100%	8%
Dirección Regional de la Región de Magallanes y la Antártica Chilena (PT)	7	5	100%	8%

23 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2014.

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

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

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

BOLETÍN: 9369-03

Descripción:

El proyecto consiste en procurar una protección de los derechos de los consumidores más moderna, ágil y eficiente.

La aprobación del proyecto de Ley de fortalecimiento del SERNAC significará para los consumidores tener una respuesta real cuando sus derechos han sido vulnerados.

Las nuevas facultades que tendrá SERNAC permitirán garantizar la existencia de reglas claras y justas, lo que beneficiará a los consumidores y a su vez a las empresas que diligentemente cumplan la Ley.

Objetivo: Se propone la introducción de modificaciones que tienen por objeto generar los incentivos adecuados a fin de que los conflictos que afectan a una gran cantidad de ciudadanos en el tráfico económico se resuelvan dentro de plazos razonables.

Fecha de ingreso: 3 de junio de 2014

Estado de tramitación: Primer trámite constitucional de la Cámara de Diputados, en discusión de la comisión de Constitución, legislación y justicia.

Beneficiarios directos: Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.

Anexo 9b: Leyes Promulgadas durante 2014

No existieron leyes promulgadas durante el año 2014

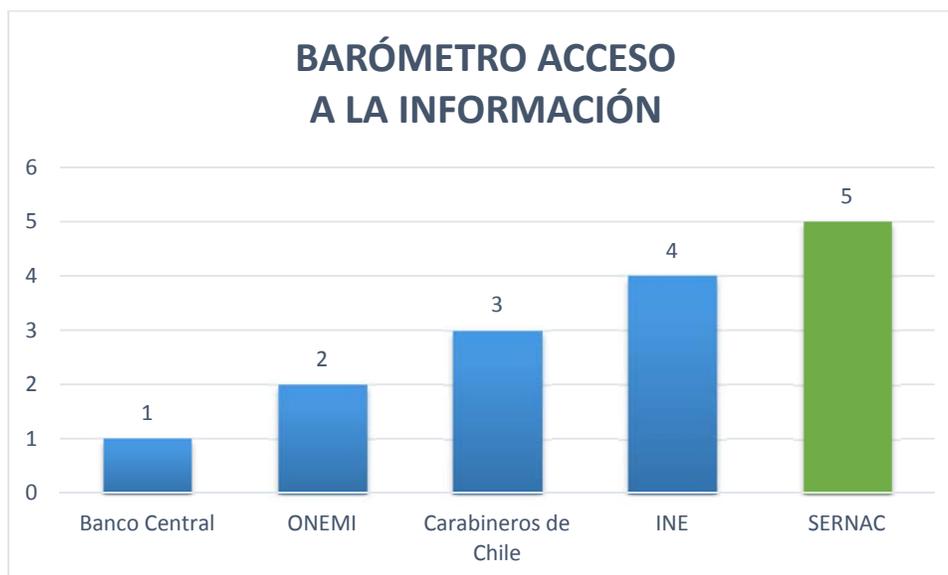
Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales

✓ Acceso a la información Pública

Uno de los reconocimientos recibidos el 2014 fue otorgado por la Asociación Nacional de la Prensa Chile, a través del Barómetro de Acceso a la Información 2014, que tiene por objetivo conocer mediante una encuesta las percepciones de periodistas que trabajan en medios nacionales, sobre el nivel de acceso a la información en distintas instituciones de relevancia pública.

La encuesta fue respondida por 505 periodistas de medios nacionales entre julio y agosto de 2014 que evaluaron con nota de 1 a 7.

El acceso a cada institución se evalúa en relación a tres parámetros: *disposición, confiabilidad-precisión y entrega oportuna*. Con los resultados de dicha evaluación, se elaboró un ranking, que incluyó 42 instituciones. SERNAC ocupó el 5^a lugar entre las 42 instituciones (Año 2013 fue el lugar 14)



Por otro lado dentro de la categoría "Organismos Fiscalizadores", SERNAC ocupó el 1er lugar en cada una de las dimensiones. Los organismos dentro de la categoría fiscalizadores fueron: SERNAC, Superintendencia de Salud, Contraloría y S.I.I. Respecto del año 2013 SERNAC sube un punto en la medición de 5.0 a 5.1

✓ Proyecto Innovación

El 2014 SERNAC participó de la segunda versión del concurso "*Gestión de la Innovación en el Sector Público*", liderado por CORFO y el Ministerio de Economía. SERNAC con la iniciativa presentada fue beneficiario, junto con otras 13 instituciones públicas, las cuales instalarán la innovación como eje central dentro de su cultura organizacional para generar ideas de mayor impacto, más eficaces y pertinentes en su gestión interna y para la atención a sus usuarios.

Según palabras del Director, “este reconocimiento e impulso a la innovación cobra gran importancia dado el proceso que esta SERNAC en miras de la aprobación del proyecto Ley de fortalecimiento institucional”.

En ese sentido, la adjudicación del concurso se traduce en una nueva línea de trabajo al interior del Servicio, ya que se buscará instalar estructuras, metodologías y competencias necesarias para gestionar adecuadamente el emprendimiento en la organización pública. El proyecto tendrá alcance nacional, a través de un programa piloto en las Direcciones Regionales de Coquimbo, Valparaíso y Los Ríos, las cuales actúan actualmente como líderes zonales del Servicio.