



# Balance de Gestión Integral

AÑO 2021

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Servicio Nacional del  
Consumidor**





# Índice

---

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	3
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	19
.3. Resultados de la Gestión año 2018-2021	22
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2022	38
.5. Anexos	44
.Anexo 1: Identificación de la Institución	45
.Anexo 2: Recursos Humanos	51
.Anexo 3: Recursos Financieros	59
.Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2018-2021	60
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	62
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas	63
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	63
.Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2021	64
.Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2021	66
.Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2021	67
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021	75
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021	87
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021	88

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

## Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

---

En el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tenemos la misión de promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país; la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados; además del desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de Chile. Esto lo realizamos mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que buscan facilitar la actividad de las unidades productivas del país, sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico, tanto públicas como privadas, nacionales y extranjeras. También desempeñamos un activo rol en impulsar importantes reformas que apuntan a elevar la competitividad global de la economía, a perfeccionar el funcionamiento de los mercados, incluyendo la protección de los derechos del consumidor, fortalecer el crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), además de promover el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país.

El año 2021 cumplimos con el objetivo de recuperar con fuerza la actividad económica y también el empleo. De acuerdo con el INE, durante el 2021 se recuperaron 652 mil puestos de trabajo, lo que permitió que el desempleo cerrara el año con un 7,2%. La recuperación del empleo se concentró en el segundo semestre, con más de 100 mil nuevos empleos promedio en cada trimestre móvil. Solo en el período octubre-diciembre se crearon 120 mil puestos, concentrados en construcción, comercio y servicios de alojamiento y comida.

La economía chilena cerró el año 2021 con un sólido crecimiento. En diciembre, el IMACEC se expandió 10,1% interanual, acumulando un aumento de 12% y todos los sectores crecieron en 12 meses. La estrategia de reactivación aplicada dio buenos resultados y la economía reaccionó con agilidad, comparado con el 2020. Este desempeño respondió a una mayor apertura de la economía y aplicación de protocolos sanitarios, al efecto de las transferencias fiscales y retiros de fondos, apoyo al empleo e inversión, entrega de herramientas a las pymes y reconversión productiva, entre otros.

En línea con la agenda social del Gobierno de Chile, con especial foco en los efectos económicos derivados de la pandemia del COVID-19, la estrategia del ministerio se estructuró sobre la base de cuatro ejes fundamentales:

- **Apoyo a las PYMES y medidas de reimpulso económico:** a través de herramientas de política fiscal, en trabajo conjunto con otros ministerios, estimulando la demanda de los consumidores a través de transferencias directas, principalmente vía Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), pero fortaleciendo la oferta a través de incentivos al empleo (Ley de Protección del Empleo e IFE Laboral) y un amplio abanico de políticas de ayudas especiales a los emprendedores y medidas tributarias transitorias. Entre ellas, destacan los bonos directos a las PYMES, el otorgamiento de garantías estatales a los créditos bancarios, los subsidios y beneficios vía Sercotec y Corfo, depreciación instantánea del 100%, postergación de patentes, contribuciones, PPM, IVA entre otras medidas. Hemos logrado recuperar el 80% de los trabajos que destruyó la pandemia y la recesión, para eso fue necesario crear condiciones de seguridad sanitaria, operativa y de certeza para reactivar la economía y especialmente la inversión, que es la principal fuente de oportunidades para los chilenos. Aunque gran parte de la tarea está cumplida y habrá una inercia económica positiva los próximos meses, aún falta camino por recorrer y es necesario que las condiciones que permitieron a Chile ser líder en recuperación económica y del empleo en 2021, se mantengan y proyecten este año 2022.
- **Medidas tendientes a facilitar/simplificar los procesos de inversión:** a través de 39 iniciativas administrativas y de gestión, que abordaron las principales problemáticas para minimizar la burocracia de los servicios estatales que son críticos para agilizar la inversión. Adicionalmente, la plataforma Sistema Unificado de Permisos (Super), ventanilla única para la tramitación de los permisos sectoriales necesarios para poner en marcha un proyecto de inversión, ha registrado importantes avances.
- **Economía Digital:** apoyando el proceso de Digitalización de las Pymes: Lanzamos la mayor plataforma de herramientas digitales para emprendedores del país [Kitdigitalizate.cl](http://Kitdigitalizate.cl) una plataforma que ofrece herramientas digitales para que las micro y pequeñas empresas puedan desarrollar sus canales de venta online; gestionar su empresa con inteligencia artificial, ofrecer medios de pago que sean una alternativa al efectivo y que incluso tengan acceso a la conectividad.
- **Agenda legislativa:** donde se destacan leyes en los distintos ámbitos de acción del ministerio, tal como la Modernización de la legislación bancaria, aquellas que apuntaron la protección de los derechos de los consumidores, así como ella enfocadas en emprendedores y pymes como pago a treinta días y la de perfeccionamiento y Modernización del registro de empresas y sociedades, también destaca la ley que moderniza el sistema de propiedad industrial, así como aquellas del sector de pesca y

acuicultura comprendiendo la Modernización y fortalecimiento de Sernapesca y la ley de equidad de género en el sector pesquero y acuícola. También son de importancia los proyectos de ley, en distintos trámites legislativos, entre los que destacan aquellos que buscan actualizar la normativa en materia de protección y tratamiento de datos personales; la eliminación de trabas regulatorias del sistema durante el proceso de evaluación de proyectos de inversión; la eliminación de las barreras de entrada al emprendimiento y a la innovación; el fomento del desarrollo pleno del comercio electrónico y fomentar la utilización de medios tecnológicos seguros; la nueva institucionalidad del Sistema Estadístico Nacional y la modificación de la Ley General de Pesca y Acuicultura.

Específicamente, dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en el periodo podemos destacar:

## **Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño**

Desde el comienzo de la pandemia, la Subsecretaría trabajó en el desarrollo y socialización de una visión estratégica que permitiera articular y desarrollar herramientas para acelerar y profundizar la adopción tecnología de las micro, pequeñas y medianas empresas. Durante la pandemia aumentamos 20 veces los beneficios de digitalización de empresas, pasando de menos de 20.000 en 2019 a casi 400.000, convirtiéndonos en el país de la OCDE que más aumentó la digitalización de empresas durante la crisis sanitaria. Cabe destacar el chequeo digital, herramienta de autodiagnóstico en línea que mide el nivel de madurez digital de las pymes. Esta plataforma, desarrollada por el Ministerio de Economía en conjunto con el BID, está siendo actualmente implementada desde 2019 en 12 países América Latina y el Caribe.

En esta línea, durante 2021 debutó el Kitdigitalizate.cl. En esta iniciativa, fruto de una alianza público-privada, participan 29 entidades con beneficios pensados especialmente para las necesidades de las empresas de menor tamaño, ayudándolas en su camino a la digitalización. La pertinencia de esta plataforma surgió como una necesidad levantada por las propias empresas, como parte de las más de 300 entrevistas que realizó la Unidad de Futuro y Adopción Social de la Tecnología a pymes de todo el territorio nacional. En aquella instancia, las empresas señalaron que uno de los problemas que enfrentan al momento de digitalizarse es la infinidad de ofertas existentes, pero dispersas entre distintas iniciativas. Con esta plataforma, contribuimos directamente a resolver los problemas de las pymes según sus propias inquietudes, ordenando una oferta de gran calidad para mejorar la efectividad de estas medidas.

En el área de las cooperativas, asociaciones gremiales y de consumidores se promovió la utilización de la plataforma digital DAES Digital donde se logró contar con más de 30 trámites digitales disponibles agilizando la respuesta a las más de 11.600 organizaciones bajo supervisión, además de publicar la Guía de Buenas Prácticas para las Organizaciones Asociativas. Por otro lado, uno de los mayores cambios internos en el funcionamiento de esta división fue la migración desde un modelo de fiscalización basado en cumplimiento a uno basado en riesgos, verificando así de manera más eficiente el cumplimiento normativo y previniendo algunas prácticas inadecuadas de gestión de diferentes instituciones bajo la supervisión de la DAES.

En el Registro de Empresas y Sociedades (RES) se implementó la firma electrónica 100% online que logró un aumento sin precedentes en la creación de empresas de forma completamente electrónica, sin tener que ir a una notaría (sólo 3% de las empresas y sociedades usaba firma electrónica en la plataforma, cifra que aumentó a un 54% a fines del 2021). Asimismo, se avanzó en las integraciones con otras entidades como el SII, la Dirección del Trabajo, bancos, INAPI y mercado público, entre otros. Durante 2021 se constituyeron 198.087 empresas en el país, el 86,9 % de éstas mediante el RES, lo que refleja un crecimiento de 24,9% respecto al 2020. Este aumento es explicado precisamente por el crecimiento de las constituciones en el RES de 27,7%. De esta forma, el 2021 se transformó en el año con el mayor número de empresas creadas desde la incorporación del sistema electrónico RES en 2013.

Respecto a la agenda de desburocratización, destaca la creación del programa Pyme Ágil, que tiene por finalidad reducir la burocracia que enfrentan las pymes para obtener su patente comercial, como incentivo a la formalización. De esta forma, en 2021 se implementó un botón en la plataforma del RES donde el contribuyente puede hacer la solicitud electrónica de la patente. Así, la solicitud se envía a la municipalidad con documentos legales (estatutos, certificados, entre otros) de la empresa que están en la base de datos del RES y los datos de inicio de actividad ante el SII, los cuales se anexarán automáticamente sin requerir acción alguna por parte de la pyme.

En relación con las medidas para facilitar los procesos de inversión, la creación del Sistema Unificado de Permisos (SUPER), permitió mejorar el acceso y estandarización de la información de permisos necesarios para los proyectos con una biblioteca de permisos; aumentar la transparencia y visibilidad entregando trazabilidad de estado de avance y notificaciones; y facilitar y agilizar la tramitación de permisos mediante su ingreso digital y centralizado. A la fecha, se han integrado con SUPER 82 permisos, de 17 instituciones, existiendo otros 21 más en desarrollo. Asimismo, el ministerio ha tenido un rol coordinador y de seguimiento de proyectos de inversión a través de la Oficina GPS, realizando recomendaciones de políticas públicas y de gestión para incentivar la inversión en el país. Por último, se publicó la Guía del Inversionista para guiar a los inversionistas acerca de los permisos que deben obtener.

Por último, en su labor de promover la competitividad de la estructura productiva del país y la acción eficiente de los mercados, se ingresaron una serie de proyectos de ley que proponen mejoras en industrias clave elaborados por la Oficina de Productividad y Emprendimiento Nacional. Por ejemplo, se ingresó el Proyecto de Ley de Apertura de Cabotaje, que tiene por objeto optimizar la cadena logística y el transporte multimodal, generando mejoras de competitividad en una industria que está altamente concentrada y erradicando movimientos de carga ineficientes que se desarrollan en las costas y puertos del país.

## **Subsecretaría de Turismo**

Dentro de las iniciativas destacadas y que lidera la Subsecretaria de Turismo está el Plan Maestro de Infraestructura para el Turismo, el cual será ejecutado por el Ministerio de Obras Públicas. Este plan contempla el desarrollo de 582 iniciativas durante el periodo 2021-2025 con una inversión de más de 2.200 millones de dólares destinados a disminuir las brechas de infraestructura turística y reactivar la actividad económica del país y del sector. De esta forma, constituye una iniciativa con una inédita dotación de recursos. Dentro de este plan, destaca el proyecto “Rutas Chile” que implementa señalética informativa, potenciando y fomentando recorridos que muestren el patrimonio natural y cultural del país.

Otras iniciativas e instancias de colaboración destacadas son el Comité Ejecutivo de Atracción de inversiones en turismo y su Plan de Acción con horizonte al 2025. Las iniciativas implementadas bajo este marco de acción han tenido un impacto positivo en los territorios en el marco de la reactivación, tales como el catastro de inversión, incentivos tributarios para la industria, el portafolio de oportunidades de inversión, la plataforma para el ecosistema de inversión <http://www.invierteturismo.cl/>, la Mesa técnica de concesiones y modelos de negocios relacionados, así como otras de carácter internacional y que aportan al objetivo de transformar a Chile en referente en la temática de inversión. Asimismo, destaca el Plan Estratégico Capital Humano, que contiene la plataforma de Capital Humano, el Marco de cualificaciones Técnico Profesional, las certificaciones de competencias laborales, entre otros.

Cabe destacar que el sector turismo fue uno de los sectores económicos más afectados por la pandemia, lo cual se ve reflejado en las cifras del 2020 y 2021. Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas, entre los años 2017 y 2019, las personas ocupadas en turismo crecieron un 10,1%, pasando de un promedio de 586.731 ocupados a 645.773 ocupados. Sin embargo, durante el 2020, los ocupados en turismo promediaron 456.513, equivalente a una baja interanual de -29,3%, debido a la pandemia. Durante 2021, se recuperaron 47.487 puestos de trabajo, lo que equivale a un crecimiento interanual de 10,4%, totalizando en el año 504.00 ocupados. Sin embargo, esta cifra 2021 se ubica un -22,0% por debajo de los niveles observados durante 2019.

Según la Unidad de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, a noviembre de 2021 se realizaron 25.134.327 viajes turísticos no frecuentes con pernoctación, equivalente a un crecimiento de 15,7% respecto al mismo período del año anterior (enero a noviembre 2020). Sin embargo, todavía se encuentran -14,5% por debajo de los viajes realizados a noviembre de 2019. Respecto al Turismo Receptivo del país, en 2021, las llegadas de turistas extranjeros cayeron 83,0% respecto de 2020, pasando de 1.119.094 turistas extranjeros, a 190.022 llegadas de turistas extranjeros, equivalente a una pérdida de 929.072 llegadas de turistas debido a la pandemia, que golpeó fuertemente al turismo a partir de abril de 2020, por lo que este último año capturó la temporada alta antes de la crisis sanitaria.

## **Subsecretaría de Pesca y Acuicultura**

En el periodo, el trabajo en la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura estuvo orientado en fortalecer y robustecer la institucionalidad pesquera y acuícola, a través de la articulación de Subpesca, Indespa, Sernapesca, a fin de que los esfuerzos del Estado se coordinen y potencien en beneficio de las personas y el desarrollo sostenible del sector. Todo lo anterior considerando la responsabilidad de contribuir con la seguridad alimentaria nacional y apoyar con los objetivos del Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

En ese sentido, durante todo el periodo se ha privilegiado el trabajo con la pesca artesanal y acuicultura de pequeña escala en todo el territorio nacional, promoviendo la incorporación de valor agregado y la diversificación productiva. Lo anterior, se materializó mediante una serie de acciones tales como: programas sectoriales focalizados, mesas de trabajo, capacitaciones, articulación entre instituciones, entre otras actividades que contribuyeron positivamente con el crecimiento sectorial.

Además, en materia legislativa y normativa, se ha avanzado en distintos aspectos, como la entrada en vigencia de la Ley de Caletas que busca convertir a las caletas en verdaderos polos de desarrollo; la simplificación de trámites acuícolas y en materias de relocalización. También es importante destacar se comenzaron a aplicar la Ley de Mitílicos y la Ley de Equidad de Género en Pesca y Acuicultura. En relación con esta última normativa, es importante destacar que, durante todo el periodo existió una preocupación y ocupación por visibilizar la labor de las mujeres de mar, lo cual quedó de manifiesto con la creación del programa Mujer Empoderada en la Pesca Artesanal. La iniciativa nació el año 2021 junto con la Ley de Equidad de Género. La norma constituye un hito en el marco de los esfuerzos que las mujeres del ámbito artesanal han llevado adelante a lo largo de años para visibilizar su aporte al sector, dignificar su trabajo y crecer en igualdad de condiciones en la pesca artesanal.

Adicionalmente, se ha logrado continuar estableciendo protocolos en materia de pesca y captura incidental y además existe un gran avance en el



reglamento de Acuicultura de Pequeña Escala, al cual le quedan pocas instancias para poder entrar en vigencia. Ese instrumento normativo es de suma relevancia para quienes se dedican a esa actividad ya que permitiría reconocer al rubro y también promover la diversificación productiva de pescadores y la realización de los cultivos multitróficos.

Es importante destacar que Subpesca, durante estos años, también ha estado trabajando en cruciales desafíos contemporáneos como el cambio climático, motivo por el cual ha desarrollado estrategias de la mano de organismos internacionales como FAO y PNUD para fortalecer las acciones de adaptación de los pescadores y el sector a este fenómeno mundial.

## **Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera**

Durante 2021, InvestChile gestionó y apoyó una cartera comercial de 486 proyectos de inversión en diferentes etapas de desarrollo, equivalentes a 27.776 millones de dólares, asociados a la creación de alrededor de 20.686 empleos potenciales. De esta cartera, 81 proyectos se encuentran en fase de materialización, esto es, empresas que se están instalándose en el país, con una inversión de 11.857 millones de dólares y asociados a la generación de 4.029 empleos potenciales.

Estas cifras implican un aumento de alrededor de un 53% respecto del monto total de inversión en materialización en el año 2020.

En un contexto aún marcado por los efectos de la pandemia en la economía nacional, la agencia generó una estrategia proactiva de inclusión de nuevos inversionistas y mantención de aquellos que ya se encontraban en la cartera comercial, implementando una serie de medidas y acciones, para esto potenció la entrega de sus servicios y eventos privilegiando la entrega de estos por vía remota. Esto se tradujo en que la agencia entregó 1377 servicios, aumentando en un 14 por ciento respecto de aquellos prestados en el período anterior y realizó 115 actividades enfocadas en 23 mercados distintos, teniendo especial éxito las actividades realizadas bajo la modalidad de “webinars”

Dichos esfuerzos, sumados a una estrategia activa de marketing digital e inteligencia de negocios, permitieron la identificación de 1.334 nuevos clientes potenciales durante el año 2021, necesarios para la gestión de la agencia y el crecimiento de su cartera de proyectos.

En 2021, la Agencia continuó activamente su trabajo con las empresas ya instaladas en el país, implementándose una serie de acciones prioritarias, generándose una oferta diferenciada de servicios (línea directa y gestión de medios) e iniciativas público-privadas.

## Corporación de Fomento de la Producción

Durante el período 2018-2022, especialmente tras el estallido social y la pandemia del Covid-19, Corfo ha realizado esfuerzos excepcionales para apoyar a pymes, emprendedores e innovadores, desplegando planes y programas especiales, y avanzando en el apoyo de nuevas industrias que son las que apalancarán el desarrollo de Chile en el futuro. La Corporación ha beneficiado, durante el período a más de 685.000 pymes y emprendedores de todo el territorio nacional (considera subsidios, certificados Ley I+D, créditos a intermediarios financieros y a los fondos de capital de riesgo, y los créditos con garantía- sean estos de nuevas operaciones, refinanciamiento y reprogramaciones).

De esta forma, durante el periodo se movilizaron US\$8.965 millones en créditos con garantía estatal- sean estos de nuevas operaciones, refinanciamiento y reprogramaciones, y US\$1.415 millones en subsidios y créditos directo a Intermediarios financieros. Lo anterior, a pesar de que Corfo vio reducido su presupuesto en subsidios y créditos desde US\$369 millones el 2018 a US\$276 millones el 2021.

Siguiendo con el compromiso por potenciar cada uno de los territorios, sus vocaciones productivas y particularidades, se han potenciado las alianzas con los Gobiernos Regionales, logrando ejecutar más de 100 mil millones de pesos extrapresupuestarios durante el periodo, lo que además permitió apoyar la implementación de 7 mil proyectos en los ámbitos del emprendimiento y la innovación.

## Comité Innova Chile

Durante el período 2018-2022, especialmente tras el estallido social y la pandemia del Covid-19, InnovaChile realizó esfuerzos importantes para apoyar a pymes e innovadores a través del despliegue de una oferta programática modificada y una serie de actividades a potenciar el ecosistema de manera transversal en las industrias, como también en aquellas más afectadas por el contexto. El comité, durante el período 2018 - 2021, logró llegar a casi 2.300 empresas en todo el territorio nacional a través de Subsidios y certificaciones de la Ley I+D.

Así, se movilizaron US\$483 mil dólares, 33% a través de programas y un 67% mediante la certificación de proyectos de I+D. Un 36,2% de este monto fue movilizado durante 2021 (US\$174.634). En particular, un punto a destacar es que este año, pese a los reajustes a la baja, se logró apoyar a más de 800 proyectos y alcanzar un récord histórico de certificación de US \$136.518.

Así mismo, con el foco de conectar, fortalecer capacidades y promover la innovación como fuente de reactivación económica mediante la reconversión, digitalización y acceso al financiamiento, el comité llevó a cabo más de 800 actividades en el período (capacitaciones, rondas de negocios, talleres, entre otros) que lograron más de 150.000 asistentes. Más de la mitad de estas actividades y un 21% de los asistentes fueron apoyados este último año, permitiendo así facilitar el desempeño de las empresas apoyadas y externas en el contexto de crisis económica.

## **Fiscalía Nacional Económica**

La Fiscalía Nacional Económica (FNE) logró concretar 96 acciones de libre competencia en el período 2018-2021. Dentro de las cuales se presentaron 18 requerimientos ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), destacándose aquellos presentados por interlocking o participación en empresas competidoras (2021) y los presentados por conducta colusorias contra las empresas de helicópteros para el combate y extinción de incendios forestales, en donde de forma inédita se requirió por primera vez a personas naturales involucradas en los hechos ilícitos (2020).

Se suma a su línea de Enforcement y en materia del perfeccionamiento en persecución de carteles, la creación de Unidad de Inteligencia dependiente de la División Anticarteles, que tiene por objetivo la actualización de un sistema de detección basado en ciencias de datos. Por otra parte, en su línea de Advocacy, destacan los Estudios de Mercado implementados a partir de las nuevas facultades otorgadas a la FNE desde 2017. Entre ellos destacan los estudios en materia de Notarios, Rentas Vitalicias, Textos Escolares, Medicamentos, Compras Públicas y Gas, presentando contundentes conclusiones y recomendaciones que fueron formuladas a los reguladores con la finalidad de mejorar las condiciones de competitividad para beneficio de los consumidores y el mercado en general.

Finalmente, el éxito alcanzado en las sentencias dictadas por tribunales en este período, considerando el o los argumentos presentados por la institución, permitió una efectividad casos acogidos favorablemente a la institución para 10 casos de 11 sentencias totales, en donde sólo un caso fue acogido parcialmente, y ninguno rechazado. Esto permitió dar continuidad al estándar de excelencia en la gestión de materia litigante. También en relación con este ámbito, se obtuvo como resultado en multas y pagos a beneficio fiscal por sentencias y acuerdos extrajudiciales, el mayor valor histórico institucional con más de 107 Millones de dólares a pagar por las contrapartes.

De esta manera, se consolidan en el período los diversos desafíos estratégicos que permiten la consolidación de proyectos institucionales que dan continuidad a la realización y mejora permanente de acciones estratégicas para la defensa y promoción de la libre competencia.

## **Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala.**

El Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala, Indespa, fue creado bajo la Ley N°21.069 del 15 de febrero del 2018 y comenzó sus funciones el 12 de agosto de 2019 con sede en Valparaíso.

La misión de este nuevo Instituto es fomentar y promover el desarrollo sustentable de la pesca artesanal, de la acuicultura de pequeña escala y de sus beneficiarios y beneficiarias. Para alcanzar dicho propósito, Indespa orienta su trabajo a facilitar el financiamiento de equipamiento e infraestructura, asesoría técnica y capacitación en iniciativas que contribuyan al impulso productivo, diversificación e innovación del sector, y que brinden bienestar a los más de 91 mil pescadores y pescadoras artesanales que componen este rubro en el país, desempeñando labores en la pesca, buceo, recolección de orilla y cultivo de pequeña escala de recursos hidrobiológicos frescos y nutritivos fundamentales para garantizar la seguridad alimentaria del territorio.

Durante estos dos primeros años de funcionamiento, los principales objetivos del Instituto han estado centrados en avanzar en la instalación institucional a nivel central y territorial, facilitar el acceso a iniciativas de fomento productivo y aumentar la capacidad productiva comercial del sector mediante el Programa de Fomento y Desarrollo Productivo con sus siete líneas de inversión, y los Convenios de Transferencia vigentes con los Gobiernos Regionales del país. En estos dos años de gestión, Indespa ha apoyado a más de 66 mil usuarios y usuarias inyectando recursos por cerca de 27 mil millones de pesos en beneficio de la pesca artesanal y de la acuicultura de pequeña escala.

## **Instituto Nacional de Estadísticas**

Durante el período comprendido entre los años 2018-2021, la institución trabajó con una estrategia definida que se orientó en torno a tres ejes estratégicos: Valor público del dato estadístico, Estadística nacional y Excelencia organizacional. En esta línea, uno de los principales desafíos fue la ejecución de cuatro proyectos estratégicos vinculados a la producción estadística.

Por su parte, a partir de la crisis sanitaria, se generaron alternativas que aseguraron la continuidad de la producción estadística, incluyendo la aceleración de iniciativas de modernización, tales como la adaptación de formas de recolección y la optimización de procesos internos, dando así un paso importante en la búsqueda por incrementar el valor agregado en la generación y difusión de los diversos resultados estadísticos.

Frente al aumento de demanda, la institución reaccionó a través de la producción de nuevas encuestas y datos, como la Encuesta Social Covid-19 (realizada en conjunto con el Ministerio de Desarrollo social y Familia y el PNUD), la incorporación de módulos relativos al COVID-19 en la Encuesta Nacional de Empleo e Índice de Remuneraciones y, la actualización de la oferta a través de la integración de datos de pandemia en la Plataforma de datos Geoestadísticos.

Entre los grandes proyectos, se destaca la exitosa realización del VIII Censo Nacional Agropecuario y Forestal, entre marzo y junio del 2021, en todo el territorio nacional, cuyos resultados parciales y finales serán entregados el 2022. Asimismo, se sigue avanzando en relación con el Censo de Población y Vivienda, materializando en el 2021 la instancia de participación intercultural de comunidades indígenas y pueblos afrodescendientes, además se llevó a cabo el Piloto presencial en 3 regiones del país, y se ejecutó una Prueba Piloto Multimodal en 5 regiones.

Finalmente, respecto a la relación con el entorno y con la ciudadanía, la institución materializó acciones para acercar la información estadística oficial a las y los usuarios, por ejemplo, a través de conferencias ciudadanas.

## **Instituto Nacional de Propiedad Industrial**

Durante 2021, las solicitudes de marcas comerciales mostraron un incremento de un 15% desde 43 mil 511 solicitudes multiclase presentadas en 2020 a 50 mil 93 presentadas en 2021. Por el lado de las solicitudes de patentes de invención, las presentaciones alcanzaron un total de 3.082 peticiones, lo que equivale a un incremento de 9,6% en comparación con las que se contabilizaron en 2020.

En materia de modernización del sistema de propiedad industrial, durante el año 2021 se aprobó la Ley N°21.355 que representa una modernización efectiva del sistema de propiedad industrial, respondiendo así a las actuales tendencias en materia de protección de derechos de propiedad industrial. Uno de los avances más importantes de esta ley, es la introducción de las patentes provisionales que apunta a evitar que aspectos como la evaluación de patentabilidad o su escalabilidad comercial se conviertan en un freno para proteger las innovaciones, manifestó la autoridad del organismo. Los innovadores también se verán beneficiados mediante el pago por anualidades, como medida alternativa al sistema de decenios o quinquenios, dependiendo del tipo de derecho.

En mayo de 2021, el Congreso Nacional aprobó la incorporación de Chile al Protocolo de Madrid, iniciativa administrada por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) y que permitirá que los usuarios chilenos puedan solicitar sus registros fuera de nuestras fronteras en forma centralizada, por medio de un procedimiento sencillo, más rápido y económico.

## **Servicio de Cooperación Técnica**

Durante el periodo 2018 - 2021 Sercotec operó un presupuesto para transferencias de MM\$ 299.729 con el que asesoró, capacitó y entregó subsidios a 49.078 Mipes, benefició a más de 1.700 organizaciones de micro y pequeñas empresas, brindó capacitaciones y asesorías virtuales a 147.898 emprendedores/as y microempresarios/as participantes y realizó más de 229.000 atenciones a través de sus Puntos Mipe a lo largo del país. Se implementaron más de 18 programas especiales de emergencia productiva que permitieron beneficiar a más de 21 mil Mipes y los Centros de Negocios brindaron asesoría técnica de alto valor, especializada e individual a 58.362 emprendedores/as y microempresas apoyándolos en el inicio, administración o mejora de sus negocios. Además, durante el periodo, los Centros realizaron 48.232 capacitaciones con un total de 843.710 participantes y contribuyeron para que 16.589 empresas lograran aumentar sus ventas y se crearán 12.617 nuevos empleos formales.

Con el inicio de la pandemia a Sercotec se le encomendó apoyar la reactivación económica de los micro y pequeños negocios lo que implicó que, al año 2021, el Servicio registrase un presupuesto para ejecutar programas 310% superior respecto al del año 2018, lo que le permitió aumentar en más de 77% la cobertura de beneficiarios, asesorados, capacitados y atendidos. El compromiso de Sercotec por contribuir con la reactivación económica del país también se plasmó en el fortalecimiento de la red de Centros de Negocios que, a fines del año 2019, contó con 62 Centros en todo el país, permitiendo aumentar 41% la cantidad de asesorados respecto al año 2018 y en 165% la de participantes en capacitaciones impartidas por los Centros. Adicionalmente, y con el objetivo de llegar a las Mipes más golpeadas por la pandemia, el Servicio amplió y modificó su oferta de programas de acuerdo con las necesidades específicas de los distintos rubros, creando programas como Formalízate, Reactívatte Jardines Infantiles, Programa Especial para la Industria de la Belleza y Programa Kit de Sanitización para Ferias Libres y Barrios Comerciales.

En paralelo a los esfuerzos por potenciar la reactivación, el crecimiento y desarrollo de las Mipes del país, el Servicio implementó el mandato establecido en la Ley N° 21.074 de transferir las competencias de focalización de la oferta de servicios y programas a los Gobiernos Regionales.

Finalmente, se destaca que, durante el periodo, el Servicio simplificó y modernizó los procesos de postulación y evaluación de sus principales programas de cara a los/las emprendedores/as y microempresarios/as, implementando una nueva plataforma, simplificando el formulario de postulación y agilizando la revisión de admisibilidad lo que permitió reducir en 80% el tiempo de postulación y en 10 días hábiles el resultado de admisibilidad.

## **Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura**

Dentro de los principales logros de Sernapesca estuvo la consolidación y reforzamiento del instrumento de apoyo a la certificación de desembarque lo que permitió incrementar significativamente la certificación presencial. Además, se mejoró el sistema de fiscalización de descargas a través de la validación de software de proveedores de sistemas de pesaje; se desarrolló el primer modelo para la estimación de la pesca ilegal en la pesquería de Merluza Común, en conjunto con FAO; se implementó y se hizo seguimiento de los indicadores de pesca ilegal en esta pesquería; se reforzó el sistema de fiscalización del descarte, a través de imágenes de video y su preparación para incorporar a la flota artesanal y se implementa el Programa caleta + Cerca cuyo objetivo es mejorar el comportamiento promoviendo el cumplimiento de normas asociadas a la pesca artesanal.

En Acuicultura se controlaron las enfermedades de alto riesgo manteniendo la condición de país libre de estas patologías en especies hidrobiológicas; se evitó la diseminación del Virus ISA, alcanzando una de las prevalencias más bajas desde que apareció la enfermedad; se incorporó el monitoreo electrónico y cruce de información para la fiscalización del proceso de Informes Ambientales (INFAs); se fiscalizó el 100 por ciento de los eventos de mortalidad masiva y con el fin de apoyar y dar celeridad al proceso de relocalizaciones de concesiones se realizaron más de 80 inspecciones de terreno con el fin de verificar la ausencia de recursos hidrobiológicos en los sitios solicitados.

En Inocuidad y Certificación se incorporó una nueva estrategia de muestreos basada en riesgo en la elaboración del programa anual de control de residuos farmacéuticos de uso en la acuicultura; se implementa la fiscalización remota en tiempo real con el fin de mantener la continuidad de la fiscalización de Sernapesca, en el contexto de la pandemia por Covid-19, permitiendo así que el proceso exportador funcione con total normalidad; se efectuaron autorizaciones de embarques y certificación electrónica como vía de tramitación para todas las exportaciones lo que permitió acortar los tiempos de respuesta para estos trámites. Además, se implementó la Firma Electrónica Avanzada (FEA) para los principales certificados sanitarios emitidos por el Servicio.

## Servicio Nacional de Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declaraba al 2020 como el peor año de la historia en materia turística, con mil millones menos de llegadas internacionales y pérdidas estimadas en 1,3 billones de dólares en ingresos de exportación, cifra que multiplica por más de once las registradas durante la crisis económica de 2009. Esto se extendió al año 2021, cuando la reanudación de la actividad siguió condicionada a la pandemia, lo que ha ralentizado la activación del sector.

El turismo en su conjunto tuvo que adaptarse y tener un énfasis especial en la digitalización y la seguridad de los viajeros. Como respuesta a este desafío, seguimos apoyando a la industria con diversos instrumentos y poniendo a su disposición protocolos sanitarios para resguardar de la salud de todos.

Fue así también que, entre los años 2020 y 2021, se desarrollaron distintas iniciativas que iban en búsqueda de la reactivación, gracias al trabajo conjunto con otras instituciones, como Sercotec, con el que se ejecutaron los instrumentos Crece, Formación Empresarial, Reactídate y el Programa de Emergencia, con los cuales se apoyó a 13.033 empresas turísticas por un monto superior a los \$38.400 millones. Por otra parte, en el caso de Corfo, se implementó el PAR Impulsa Turismo, un programa orientado directamente a los prestadores de servicios turísticos que contó con 4.541 beneficiarios por \$13.202 millones. Y también en materias de fomento, se realizaron gestiones con BancoEstado para la difusión de los créditos especiales de apoyo a la reactivación del turismo, con lo que se apoyó a 4.260 empresas, equivalentes al 19% de empresas registradas, que accedieron a medidas de apoyo, como créditos Covid o Fogape Reactiva, por un monto total de \$106.500 millones desde abril de 2020 hasta diciembre de 2021.

Asimismo, el trabajo de promoción turística impulsado por Sernatur contribuyó a que, durante 2021, Chile se quedara con el título de Mejor Destino de Turismo Aventura del mundo en los World Travel Awards, un premio que reafirma su liderazgo pues se ostenta consecutivamente desde 2016. Además, a nivel sudamericano, Chile mantuvo su categoría de Mejor Destino de Turismo Aventura y de Destino Más Romántico por el desierto de Atacama, consolidando su liderazgo como un destino único para la práctica del turismo.

## Servicio Nacional del Consumidor

Durante la administración 2018-2021, entró en vigencia la Ley N° 21.081, que modificó la Ley N° 19.496, sobre los derechos de los consumidores, del Servicio Nacional del Consumidor, dotando a la institución de nuevas facultades y atribuciones, entre las cuales se destacan las siguientes:



incrementar multas por infracciones a la Ley del Consumidor, la capacidad de iniciar Procedimientos Voluntarios Colectivos, la facultad de poder fiscalizar al mercado y a los proveedores, interpretar administrativamente las normas relacionadas con los derechos de los consumidores y validar el cumplimiento y gestionar certificaciones, mediar la aprobación de planes de cumplimiento. A fines del año 2021, entra en vigencia la Ley N° 21.398 o Pro-Consumidor, que establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores. Junto a estas modificaciones normativas, manteniendo un fuerte compromiso en el mejoramiento de los productos y servicios existentes, entre los que destacan reclamos, consultas, estudios, vigilancia del mercado, juicios, educación para la ciudadanía y el relacionamiento con las Asociaciones de Consumidores.

Es así como durante el año 2021, se iniciaron 17 Procedimientos Voluntarios Colectivos y realizaron 800 fiscalizaciones a nivel nacional. También se elaboraron 5 circulares administrativas y 12 dictámenes interpretativos, que fijan criterios respecto a la protección al consumidor, se interpuso 954 Juicios de Interés General y 14 Juicios de Interés Colectivo. Junto a esto, se comenzó con la tramitación del reglamento para la obtención del Sello SERNAC.

En el período antes citado, el Servicio recibió 331.358 consultas, 710.634 reclamos y 5.088 alertas ciudadanas. En relación con los nuevos productos de atención al consumidor desarrollados entre 2018 a 2021, ingresaron 127.608 solicitudes del No Molestar y 47.130, de Me Quiero Salir, para los mercados de telecomunicaciones y seguros generales.

En materia de educación, 17.589 personas se beneficiaron del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera. Se realizaron 33 estudios de mercado y consumo, 5 estudios en materia de economía del comportamiento y se financiaron 48 proyectos con el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores.

## **Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento**

Durante los últimos 4 años, la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento ha trabajado en acercar los beneficios de la Ley N° 20.720 a los ciudadanos. Lo anterior, mediante la difusión, el mejoramiento del acceso al procedimiento concursal de renegociación, la ampliación de la cobertura de atención a través de plataformas remotas y tecnologías de la información, así como también el desarrollo de una fiscalización más eficiente que haga mejor uso de los recursos institucionales conforme a la creciente cantidad de procedimientos vigentes bajo su resguardo.

En efecto, a partir de la entrada en vigencia de la Ley N° 20.720 sobre insolvencia y reemprendimiento, las cifras muestran el interés de la ciudadanía por los Procedimientos de Renegociación y Liquidación. Desde el

año 2014 a diciembre de 2021, se han acogido a tramitación 35.666 procedimientos concursales; 20.401 de Liquidación de bienes de la persona deudora, 6.614 de Renegociación de la Persona Deudora, 8.328 de Liquidación de bienes de empresas, y 323 de Reorganización de la empresa deudora.

Con relación a la difusión de la Ley, aspecto que busca contribuir a la alfabetización financiera, es que desde el año 2018 se ha implementado un Plan de Educación Financiera cuya ejecución a la fecha supone más de 2.414 actividades de difusión (charlas, ferias y medios), a nivel nacional. Lo anterior se complementó con la creación del sitio web [www.tenlaclara.cl](http://www.tenlaclara.cl), donde personas naturales y emprendedores pueden utilizar calculadoras de deuda que entregan al usuario/a un prediagnóstico de su situación financiera. A diciembre de 2021, dicho sitio contabilizó 19.525 visitas.

Complementariamente, en estos últimos 4 años, la Superintendencia ha revisado sus procesos y servicios, alcanzado el 100% de digitalización en sus trámites. En este mismo contexto, para que las personas deudoras admitidas en el procedimiento de Renegociación de Deudas no se vieran afectadas en su trámite por las restricciones de desplazamiento producto a la pandemia por Covid-19, la Superintendencia posibilitó que el deudor y sus acreedores pudiesen llegar a los acuerdos dentro del proceso de renegociación a través de audiencias virtuales. Desde mayo de 2020, cuando se implementaron las audiencias telemáticas, a diciembre de 2021, se contabilizaron un total de 1.734 audiencias. Asimismo, la Superintendencia estableció también mecanismos de atención a usuarios/as, creando un canal de tele atención para contactarse con funcionarios/as de la institución y recibir orientación sobre los procedimientos concursales. Desde su implementación en septiembre de 2020, a diciembre de 2021, se han realizado 1.159 tele atenciones.

Finalmente, y con relación a la fiscalización sobre los agentes intervinientes en los procedimientos concursales, la Superintendencia se encuentra comprometida en implementar la fiscalización basada en riesgo de incumplimiento, desarrollando esta metodología y ajustando los sistemas de información para adecuar su fiscalización, En este contexto, se han implementado diversas iniciativas, como por ejemplo, la emisión de informes de gestión para liquidadores, y la emisión de notificaciones masivas sobre incumplimientos, tales como, la no rendición de cuentas provisorias, la demora en la tramitación de procedimientos, entre otros. Sólo en 2021, se llevaron a cabo más de 4 mil acciones de fiscalización.

**Lucas Palacios Covarrubias**  
**MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO**

## 2. Resumen Ejecutivo Servicio

El Servicio Nacional del Consumidor tiene por misión informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas.

Durante el año 2021, el Servicio contó con un presupuesto de M\$16.015.951 una dotación de 381 funcionarios, 220 mujeres (57,7%) y 161 hombres (42,2%). En términos de su estructura cuenta con 7 Subdirecciones, entre las cuales se encuentra; la Subdirección Nacional, Subdirección de Fiscalización, Subdirección Jurídica e Interpretación Administrativa, Subdirección Procedimientos Voluntarios Colectivos, Subdirección de Consumo Financiero, Subdirección de Estudios Económicos y Educación, la Subdirección Estrategia y Proyectos Institucionales y Servicios Usuarios. Complementariamente cuenta con 4 áreas de apoyo, las que brindan soporte a la gestión institucional, aquí encontramos a: Gabinete, Comunicaciones Estratégicas y Relacionamento Institucional, Auditoría Interna y Fiscalía Administrativa. A nivel regional, el Servicio cuenta con 16 Direcciones Regionales, encargadas de representar a la Dirección Nacional, siendo el vínculo oficial con los actores públicos y privados en materia de protección al consumidor en la región.

En el año 2021, gracias al establecimiento de la nueva estructura organizacional y la consolidación de las nuevas facultades, a pesar del entorno cambiante a nivel país se alcanzaron los siguientes logros:

Con el desarrollo de las nuevas facultades y fortalecimiento del Servicio, fue posible ejecutar 800 fiscalizaciones a nivel nacional, se iniciaron 17 Procedimientos Voluntarios Colectivos, fueron emitidas 5 circulares administrativas, 12 dictámenes interpretativos y se realizaron 34 investigaciones de casos colectivos.

En materia de orientación y atención al consumidor, ingresaron 331.358 consultas, siendo el principal canal de atención utilizado el call center (81,2%) y 710.634 reclamos, siendo el principal canal de atención utilizado internet (82,9%). Junto a esto, ingresaron 5.088 alertas ciudadanas, es decir, aquellos casos que buscan alertar al Servicio y a otros consumidores de las conductas de las empresas, con un fin de bien común más allá de un reclamo individual.

En el 2021, el SERNAC dispuso para la ciudadanía el “Muro de alertas ciudadanas” y el “Boletín empresas” que permite conocer y hacer seguimiento al comportamiento de las empresas.

En relación a otras herramientas dispuestas hacia la ciudadanía, ingresaron 172.608 solicitudes a través del “No molestar” (herramienta que permite solicitar dejar de recibir “spam” o mensajes molestos), 47.130 por la plataforma “Me quiero salir” (herramienta para solicitar el término expedito de ciertos contratos) y 4.755 avisos de incumplimiento.

Durante el año 2021, se lograron acuerdos conciliatorios en materia de juicios de interés general por un valor que asciende los M\$98.942 aproximadamente beneficiando a 111 consumidores/as y a M\$2.000.000, por concepto de Juicios colectivos. Los tribunales multaron a las empresas por 970 UTM por afectar los derechos de los consumidores.

En relación a los Procedimientos Voluntarios Colectivos, se lograron compensaciones directas que beneficiaron a 1.119.164 consumidores por un valor que asciende a los M\$18.656.027. Se pueden mencionar como casos representativos los PVC’s con líneas aéreas por tasas de embarque (SKY, copa, avianca) y el relacionado con los alimentos de mascota.

En materia de educación para el consumo, se continuó con la implementación del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera de Escolares, beneficiando a 17.589 estudiantes a lo largo de todo el país. En cuanto a los cursos impartidos por aula virtual, se desarrollaron 4, obteniendo 508 personas aprobadas.

En relación a la información de mercado y consumo, fueron elaborados 33 estudios de la industria, empresas y productos y 5 estudios de economía del comportamiento. Entre ellos Estudio de Gestión Menstrual y el estudio de alimentos de mascotas.

Cabe destacar la realización de estudios interactivos en los cuáles los consumidores/as pueden realizar consultas en relación a la temática abordada, entre ellos la canasta de alimentos y abarrotes, la radiografía de reclamos del adulto mayor y los cotizadores de precios. En materia de información y difusión hubo 5 recomendaciones de seguridad y fueron publicadas 124 alertas de seguridad de productos en el sitio web institucional y web de seguridad de productos, con el fin de informar a los consumidores respecto de precauciones, dados los riesgos evaluados para determinados bienes que afectan potencialmente la salud y seguridad de las personas.

Con respecto al Fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil, el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores financió 48 proyectos, beneficiando a 17 asociaciones de consumidores, con un monto de recursos que asciende los 480 millones de pesos, distribuido entre los beneficiarios.

Para el año 2022, se hará seguimiento a las nuevas normas que establece la nueva Ley Pro Consumidor, que entrega nuevos derechos a los consumidores y fortalece otros. Entre ellas destacan; Extensión de garantía legal por 6 meses desde la recepción del producto, información de vida útil de productos, derecho a retracto por 10 días en comercio electrónico, derecho a que las automotoras les informen de manera clara las exigencias obligatorias y justificadas para mantener vigente la garantía voluntaria de un vehículo nuevo, las cláusulas ambiguas o poco claras en los contratos se interpretarán en favor de los consumidores, solicitar el bloqueo permanente de sus tarjetas, y las empresas no podrán cobrarles costos de administración o comisiones de mantención por los mismos, entre otros.

Asimismo, se deben monitorear otras nuevas leyes impulsadas en este Gobierno como la Ley de Responsabilidad ante Fraudes, la portabilidad financiera o la Ley que fortalece los derechos en cobranzas extrajudiciales.

Se seguirán realizando estudios que respondan a las necesidades cotidianas de las personas así como transparentando información de los mercados con enfoque en públicos vulnerables.

En ese sentido, también el Servicio debe profundizar en la identificación y focalización de consumidores hipervulnerables, aquellos que están en mayor desventaja frente a las empresas por ciertas situaciones, asimetrías o características personales.

Estos factores, pueden ser relacionados con la edad; la salud; la condición física; la capacidad legal; el nivel educacional; la situación económica o cultural; el género, además de aspectos territoriales o circunstanciales propias de un momento determinado.

Se espera profundizar en las acciones dirigidas a públicos vulnerables, perfeccionando y aplicando el “índice de hipervulnerabilidad” desarrollado para esos fines, así como la circular respectiva que define estos públicos.

# 3. Resultados de la Gestión año 2018-2021

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

---

Durante la administración 2018-2021, entró en vigencia la Ley N°21.081, que modificó la Ley N°19.496, sobre los derechos de los consumidores, del Servicio Nacional del Consumidor, dotando a la institución de nuevas facultades y atribuciones, entre las cuales se destacan las siguientes: incrementar multas por infracciones a la Ley del Consumidor, la capacidad de iniciar Procedimientos Voluntarios Colectivos, la facultad de poder fiscalizar al mercado y a los proveedores, interpretar administrativamente las normas relacionadas con los derechos de los consumidores y validar el cumplimiento y gestionar certificaciones, mediar la aprobación de planes de cumplimiento. Manteniendo además un fuerte compromiso en el mejoramiento de los productos y servicios existentes, entre los que destacan reclamos, consultas, estudios, vigilancia del mercado, juicios, educación para la ciudadanía y el relacionamiento con las asociaciones de consumidores. Adicionalmente durante diciembre de 2021, entró en vigencia la Ley 21.398 que “establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores”.

La prioridad del Servicio durante el período 2018-2021, fue diseñar, poner en práctica y consolidar las nuevas facultades otorgadas y en el último período fue finalizar los desafíos pendientes, relacionados con la consolidación de las compensaciones en casos colectivos, la promoción en las compensaciones sociales, fortalecer y desarrollar herramientas útiles para la ciudadanía, la incorporación de nuevo mercado al producto “Me Quiero Salir”, la definición y toma de acciones respecto a los “consumidores hipervulnerables” y el fortalecimiento de la fiscalización.

En relación al Programa de Gobierno, con respecto al compromiso de “proteger a los consumidores y la libre competencia a fin de desarrollar una economía social de mercado sana, moderna y libre de colusiones y abusos”, se cumplió con los siguientes compromisos:

- Dictar un Reglamento de Seguridad de Productos (seguridad en el consumo).
- Fortalecer el derecho del consumidor a elegir y contratar libremente, mejorando el acceso a información en línea sobre precios y características comparativas de los productos.
- Hacer más eficaz la acción del SERNAC a favor de los consumidores, mejorando sus competencias y capacidades, con criterios conocidos, transparentes y objetivos.

- Nueva Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley N° 21081).

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

---

### **a) Información de mercado y consumo**

Para SERNAC es relevante levantar y analizar información calificada para la generación de productos de información, orientados a transparentar los mercados a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes, autónomas, críticas y responsables, así como contribuir en el desarrollo institucional de iniciativas que mejoren la normativa correspondiente y a responder a necesidades específicas del quehacer del SERNAC.

#### **i. Estudios de la industria, empresas y productos**

En relación a la información de mercado y consumo fueron elaborados 33 estudios de la industria, empresas y productos, desglosados de la siguiente manera; 29 Estudios y ranking de caracterización y comportamiento de mercados, y 4 estudios de calidad y seguridad de productos y servicios.

En materia de estudios del consumidor, fueron realizados 5 estudios de caracterización y comportamiento del consumidor.

#### **ii. Información y difusión**

Con el fin de informar a los consumidores respecto de precauciones dados los riesgos evaluados para determinados bienes que afectan potencialmente la salud y seguridad de las personas, se publicaron 124 alertas de calidad y seguridad de productos, y en cuanto a recomendaciones relacionadas a la compra, uso, cuidado, almacenamiento y otros antecedentes explorados por las personas consumidoras al momento de adquirir o indagar con un producto fueron emitidas 5 recomendaciones de seguridad.

### **b) Orientación y atención al consumidor.**

Respecto a los productos tendientes a orientar, asesorar y/o atender a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, encontramos la orientación y atención al consumidor por parte de SERNAC, mediante la respuesta a consultas de la ciudadanía e ingreso de alertas ciudadanas y la orientación y atención al consumidor con participación del proveedor, a través de reclamos, no molestar y aviso de incumplimientos y finalmente junto a la tramitación de me quiero salir, cuya utilidad es para facilitar el término rápido y expedito de los contratos que las personas mantienen con las empresas.

#### **i. Orientación y atención al consumidor por parte de SERNAC.**

**Atención de Consultas**, servicio dirigido a toda la ciudadanía, a través del cual se informa y orienta respecto a los derechos y cómo debe ejercerlos. De esta manera, los consumidores pueden tener información en base a fundamentos y

---



procedimientos para enfrentar las complejidades del mercado. Durante el año 2021, ingresaron al Servicio 331.358 consultas, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Tabla 1: Volumen de consultas ingresadas por canal de atención

<b>Canales de atención</b>	<b>N° de consultas ingresadas</b>
Internet	50.850
Call Center	269.376
Dirección Regional	6.532
Plataforma Municipal	4.593
Servicios Públicos en convenio	7
<b>Total</b>	<b>331.358</b>

**Recepción de Alertas Ciudadanas**, producto que advierte, orienta y coordina la acción institucional con foco en la defensa y protección de los derechos de los consumidores/as, por medio de la detección por parte de la ciudadanía de posibles conductas de empresas o mercados que afecten los derechos de todos los consumidores. Durante el período 2021, se recibieron 6.749 por parte de los consumidores/as, posterior a la clasificación asignada por el área experta, se cerraron como tal 5.088, de las cuales 298 fueron discutidas en el Comité de Vigilancia, para definir cursos de acción para las alertas recibidas.

Adicionalmente, durante el 2021 se dispuso a la ciudadanía el muro de alertas ciudadanas del SERNAC, que busca transparentar a la ciudadanía las empresas, mercados y motivos legales más alertados por las y los consumidores, facilitando la toma de decisiones de consumo más informadas, e incentivando un mejor comportamiento por parte de las empresas. Dentro de los mercados más alertados, se encuentran: tiendas medianas y pequeñas, tiendas por departamentos, bancos y supermercados.

**Atención y tramitación de reclamos**, corresponde a un producto que permite a la ciudadanía solicitar a una empresa una solución cuando se pudieran haber vulnerado sus derechos como consumidores, mediante la acción de SERNAC. Durante el año 2021 ingresaron 710.634 reclamos, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Tabla 2: Volumen de reclamos ingresados por canal de atención

<b>Canales de atención</b>	<b>N° de Reclamos Ingresados</b>
Internet	589.232
Call Center	87.828
Dirección Regional	21.824
Plataforma Municipal	11.494

<b>Canales de atención</b>	<b>N° de Reclamos Ingresados</b>
Servicios Públicos en Convenio	256
<b>Total</b>	<b>710.634</b>

Entre los mercados más reclamados se encuentran: el comercio minorista general con un 40,2%, mercado financiero con un 12,9% y telecomunicaciones con un 12,4% del total de los reclamos recibidos por SERNAC, siendo los mercados salud, inmobiliario y comercio minorista orientado a la salud humana, los mercados menos reclamados.

Tabla 3: Mercados más reclamados

<b>Mercados</b>	<b>Porcentaje</b>
Comercio minorista general	40,2%
Financieros	12,9%
Telecomunicaciones	12,4%
Transporte	6,0%
Comercio minorista orientado al hogar	6,0%
Servicio de distribución minorista	3,7%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	3,3%
Turismo	2,9%
Suministro de electricidad, gas y agua	2,7%
Vehículos y rodados	1,9%
Salud	1,2%
Inmobiliario	1,2%
Comercio minorista orientado a la salud humana	1,0%
Otros	4,6%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>

**Tramitación de “No Molestar” y aviso de incumplimiento**, herramienta dispuesta por SERNAC para que los consumidores puedan manifestar su voluntad expresa, de ser borrados de los listados de las empresas, con el fin de no recibir promociones y publicidad que no desean. Durante el año 2021, se gestionaron 172.608 transacciones por concepto de no molestar, duplicando la cifra alcanzada el año 2020. Por concepto de aviso de incumplimiento, gestión que permite a los consumidores y consumidoras informar al SERNAC que la empresa no cumplió su solicitud de No Molestar y no ha borrado de sus listados el número de teléfono o correo electrónico ingresado, fueron gestionadas 4.755 solicitudes.

**Tramitación Me Quiero Salir**, herramienta que el SERNAC pone a disposición de las personas consumidoras, con el objetivo que estas puedan manifestar a las empresas, de forma expresa y clara, la voluntad de poner término a los contratos de prestación de servicios que hayan celebrado, en el mercado de telecomunicaciones y el mercado de seguros generales. Durante el 2021, obtuvo un total de 47.130 solicitudes ingresadas, siendo muy bien valorado entre la ciudadanía, alcanzando un índice de satisfacción neta de un 76%.

### **c) Protección y asesoría jurídica.**

Con la intención de proteger los intereses generales, colectivos, difusos e individuales de los consumidores, entregando soluciones masivas, prejudiciales o judiciales, frente a transgresiones de los derechos de los consumidores en sus relaciones de consumo, SERNAC realiza Procedimientos Voluntarios Colectivos, Juicios de Interés General y Colectivos y Derivaciones de Representación Individual de consumidores. Además de, la aprobación de planes de cumplimiento adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, y la certificación para entidades financieras, con el objetivo de que los contratos estén ajustados a la Ley, entre otros aspectos.

#### **i. Protección de intereses generales, colectivos, difusos e individuales de los consumidores.**

**Procedimientos Voluntarios Colectivos (PVC)**, tienen por finalidad la obtención de una solución expedita, completa y transparente, en caso de existir conductas de proveedores que puedan afectar el interés colectivo o difuso de los consumidores. En el período 2021, se aperturaron 17 PVC; 13 de los aperturados en 2020 y 2021, fueron cerrados con resultado favorable, alcanzando un monto en compensaciones de M\$18.656.027, beneficiando aproximadamente a 1.119.164 consumidores/as.

**Juicios de Interés General (JIGs)**, se entenderá por JIG, aquella acción que se inicia por la afectación del interés general de los/as consumidores/as. En materia de JIGs durante el 2021, se aperturaron 954 juicios a nivel nacional, 97 cerraron con resultados favorables (independiente su año de inicio), logrando compensar a un total de 111 consumidores por un monto de M\$98.941. Por otra parte, se lograron multas de 895 UTM en promedio, en desmedro de los proveedores que vulneran los derechos de las personas consumidoras.

**Juicios de Interés Colectivo:** En el afán de proteger a los ciudadanos consumidores, respecto a la defensa de interés colectivo o difuso de los mismos, el año 2021 el SERNAC aperturó 14 Juicios y cerró en defensa de los consumidores, un total de 3 juicios con resultados favorables, logrando además 2 acuerdos compensatorios, obteniendo multas que alcanzan las 75 UTM, hacia los proveedores por concepto de vulneración a los derechos de los consumidores y más de M\$2.000.000 en compensaciones.

#### **Derivación de representación individual de consumidores.**

Servicio de representación judicial gratuito para los/as consumidores/as, cuyo objetivo es entregar la posibilidad de solucionar un problema de consumo, a través de una demanda gestionada por un abogado externo, para aquellos casos de reclamos ingresados al SERNAC, cuyos resultados hayan sido desfavorables. Durante el 2021 se dispuso a través del Fondo Concursable, de presupuesto para

gestionar. Los resultados de la adjudicación de dichos fondos, se presenta a continuación:

Tabla 4: Derivación de representación individual de consumidores

<b>Asociación</b>	<b>Región</b>	<b>Causas Iniciadas 2021</b>	<b>Recursos Adjudicados (M\$)</b>	<b>Recursos Transferidos (M\$)</b>
Asociación de Consumidores y Usuarios de Chile-AgrecuChile	Metropolitana	8	\$16.997	\$6.017
Asociación de Consumidores y Usuarios del Sur-CDS	La Araucanía	10	\$12.550	\$5.530
Asociación de Consumidores Centro de estudios del derecho del consumidor y usuario-CEDECU	Biobío	5	\$43.000	\$15.000
Asociación Regional de Consumidores Adultos Mayores del Biobío-ARCAM BIOBIO	Biobío	N/A	\$8.200	\$8.200
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>23</b>	<b>\$80.747</b>	<b>\$34.747</b>

## **ii. Validación de cumplimiento y gestión de certificaciones**

### **Sello SERNAC.**

Producto que certifica que los contratos están ajustados a la Ley, que la empresa del mercado financiero cuenta con un sistema expedito de atención de reclamos y que si el consumidor no queda conforme, podrá recurrir a un mediador o árbitro. Durante el 2021, el Ministerio de Economía Fomento y Turismo formuló e ingresó a la Contraloría General de la República, la modificación del reglamento del Sello SERNAC. Una vez finalizada su tramitación, se tomará contacto con los distintos actores para dar inicio a la implementación de dicho documento.

### **Certificación de contratos financieros**

Dicho producto se encuentra contenido dentro del Sello SERNAC, a través del cual se realiza la certificación de todos los contratos de adhesión de los proveedores financieros, que postulan para la obtención del Sello SERNAC. Durante el 2021, no hubo avances en esta materia, puesto que los proveedores financieros están a la espera de la dictación del nuevo reglamento del Sello SERNAC, lo que les permitirá tener mayor certeza del mismo y su proceso.

### **Aprobación de planes de cumplimiento**

Con el fin de crear incentivos para que las empresas adopten una actitud preventiva y proactiva en materia de protección a los derechos de los consumidores, SERNAC pone a disposición la adopción planes de cumplimiento. Durante el 2021, en los términos del acuerdo y declaran el término favorable de dos procedimientos voluntarios colectivos, entre el Servicio Nacional de consumidor y BCI Seguros generales y con Empresas Carozzi, se incorporaron planes de cumplimiento como parte de las acciones comprometidas. Se aprobó la idoneidad de 6 entidades certificadoras, se realizó un seminario para incentivar a los proveedores a comprometer planes de cumplimiento, junto con 5 reuniones con proveedores, con la intención de establecer requisitos, estándares y mejorar las prácticas con la aplicación de los planes de cumplimiento.

### **Seguimiento de alzamiento de prendas e hipotecas**

Desde el año 2016, se monitorea el mercado verificando el cumplimiento de la Ley 20.855, que trata sobre alzamiento de prendas e hipotecas. En primera instancia, semestralmente atendiendo al período otorgado para regularizar el stock de prendas e hipotecas y, luego de forma anual respecto de su flujo. Producto de lo anterior, se han detectado diversas infracciones, las que han derivado en Juicios de Interés General y Colectivo por parte de SERNAC. En el 2021, las gestiones se reflejaron en un informe anual, que da cuenta del proceso del flujo y el cumplimiento de este, por parte de los proveedores.

### **c) Educación para el consumo.**

Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer una cultura de consumo responsable y sostenible en la ciudadanía.

**i. Cursos y/o charlas o talleres en temáticas de educación para el consumo, mediante aula virtual**

Durante el año 2021, se impartieron 4 cursos mediante la modalidad on line entre ellos se encuentran; “Curso difusión de los derechos de los consumidores y obligaciones de las empresas en el marco de la Ley del consumidor”, “Curso Perfeccionamiento Docente”, “Curso para asociaciones de consumidores” y “Curso Consumo Sostenible”. En cuanto al balance de los cursos 2021, solo quedó pendiente el Curso de Educación financiera para escolares, el cual se prevé implementar durante el 2022. El total de beneficiarios/as por los cursos en aula virtual fue de: 1.438 inscritos, 1.120 matriculados, 756 finalistas y 508 aprobados, cuyo detalle se presenta a continuación:

Tabla 5: Beneficiarios de cursos Aula Virtual

<b>Curso</b>	<b>N° de Inscritos</b>	<b>N° de Matriculados</b>	<b>N° de Finalistas</b>	<b>N° de Aprobados</b>
Curso difusión de los derechos de los consumidores y obligaciones de las empresas en el marco de la Ley del Consumidor.	921	785	357	347
Curso de perfeccionamiento docente.	361	195	332	95
Curso para asociaciones de consumidores.	48	34	13	12
Curso consumo sostenible	108	106	54	54
<b>Totales</b>	<b>1.438</b>	<b>1.120</b>	<b>756</b>	<b>508</b>

**ii. Charlas, talleres y/o actividades en temáticas de educación para el consumo, en modalidad presenciales**

En el año 2021 con el fin de instalar una cultura financiera saludable en niños/as y adolescentes y contribuir al desarrollo de una población educada financieramente, capaz de tomar decisiones positivas que impliquen un conocimiento de causa en la toma de decisiones, se continuó con el último año de implementación del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera en Escolares (PDHC), centrando su propósito en fortalecer el desarrollo de conocimientos y habilidades financieras en escolares.

El programa para 2021 contó con un presupuesto de M\$216.979, del cual se ejecutó un 85,5% por ciento, permitiendo llegar a 17.589 beneficiarios mediante distintas actividades educativas. Con el cambio de estrategia debido al cierre de algunos establecimientos durante el 2020 a causa de la pandemia, la brecha digital detectada y a la necesidad de los establecimientos de trabajar con el currículum priorizado del MINEDUC, en el 2021 se tuvo que realizar un nuevo levantamiento de aquellos establecimientos que retomaron las actividades comprometidas en el programa. A continuación se presenta el desglose de beneficiarios/as a lo largo de todo el país.

Tabla 6: Beneficiarios del Programa de Desarrollo de Habilidades y conocimientos en Alfabetización Financiera en Escolares (PDHC)

<b>Región</b>	<b>N° de Beneficiarios</b>
Arica y Parinacota	791
Tarapacá	120
Antofagasta	694
Atacama	948
Coquimbo	2.373
Valparaíso	934
Libertador General Bernardo O'Higgins	1.123
Maule	560
Biobío	765
Ñuble	674
La Araucanía	1.022
Los Ríos	276
Los Lagos	953
Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	176
Magallanes y Antártica Chilena	347
Metropolitana de Santiago	5.833
<b>Total</b>	<b>17.589</b>

En cuanto a los talleres realizados a nivel nacional, se encuentran los de educación financiera, de educación en derechos del consumidor y de prácticas de consumo y medio ambiente, los que obtuvieron los siguientes resultados.

Tabla 7: Beneficiarios de talleres en temáticas de educación para el consumo

<b>Nombre de Taller</b>	<b>N° Talleres ejecutados</b>	<b>Cantidad de participantes</b>
Taller de educación financiera	58	1.048
Taller de educación en derechos del consumidor	35	878
Taller prácticas de consumo y medio ambiente	25	408
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>2.694</b>

### iii. Material lectivo

El material educativo del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera en Escolares se dividió en tres elementos: guías educativas, infografías y material de autoinstrucción.

Las guías educativas tienen como propósito reforzar los objetivos de aprendizaje del año en curso, en específico Planificación, Ahorro y Crédito, con el fin que sean aplicables en la vida cotidiana y permitan que los beneficiarios tomen decisiones financieras sobre cómo utilizar sus recursos de manera óptima.

Las infografías, dirigidas a los beneficiarios/as del programa, cumplen dos funciones: por un lado refuerzan el contenido entregado en los talleres y actividades del programa y por otra parte sirven como elementos que sustituyen el componente asociado a las campañas educativas. El material de autoinstrucción, tiene como objetivo reducir la brecha asociada a los problemas de conexión, por parte de los estudiantes que por motivos de fuerza mayor no pudieron conectarse a algunas de las actividades del programa, este material también se utiliza como reforzamiento para aquellos beneficiarios/as que necesiten repasar algunos de los contenidos asociados.

Durante 2021, se difundieron un total de 2.790 materiales, entre guías educativas, infografías y material de autoinstrucción.

### d) Fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil

Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC), que tiene dentro de sus líneas de acción o financiamiento: Iniciativas de difusión de las disposiciones de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores; Iniciativas para informar, orientar y educar a los/as consumidores; Iniciativas de estudio y propuesta de medidas encaminadas a la protección de los consumidores; Iniciativas de participación en el proceso de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios; Iniciativas para ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos; Iniciativas para realizar, a solicitud de un consumidor, mediaciones individuales; Iniciativas destinadas a proteger, informar y educar a los consumidores; Iniciativas para representar a sus miembros y ejercer



acciones en defensa de consumidores; Iniciativas para representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores. Además, el fortalecimiento de competencias de la sociedad civil organizada en materias de consumo, mediante acciones como charlas, talleres, entre otros.

#### **i. Fondos concursables para asociaciones de consumidores**

En el período 2021, se realizaron 2 llamados del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, logrando financiar 48 proyectos (dos de ellos pertenecientes al llamado 2020, pero financiados con presupuesto 2021) de 17 asociaciones de consumidores, por un monto de M\$480.436, ejecutados según el siguiente detalle:

Tabla 8: Distribución proyectos adjudicados del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores

<b>Región</b>	<b>Recursos (M\$) 2021</b>	<b>N° de Proyectos</b>	<b>Total por Recursos</b>
Metropolitana	\$280.683	24	55.7%
Maule	\$25.302	2	5.02%
Ñuble	\$954	1	0.19%
La Araucanía	\$8.433	2	2%
Biobío	\$69.653	7	13.82%
Los Ríos	\$53.552	6	10.63%
Los Lagos	\$34.444	4	6.83%
Metropolitana 2020	\$3.579	1	0.71%
La Araucanía 2020	\$6.311	1	1.25%
<b>Total General</b>	<b>\$480.436</b>	<b>48</b>	<b>95.33%</b>

Es importante considerar que el presupuesto total asignado para el 2021 fue de M\$503.960. La diferencia con el presupuesto ejecutado, se explica por el pilotaje de la mediación en línea, que al no ser obligatorio, proveedores no aceptaron los términos del Servicio, por lo que las asociaciones recibieron montos menores a los adjudicados, considerando que no todos los casos mediados llegaron a acuerdo. Para el año 2022 el presupuesto total del fondo concursable para asociaciones de consumidores asciende a M\$526.134.

#### **ii. Fortalecimiento de competencias de las Asociaciones de Consumidores**

Con la finalidad de dotar a las asociaciones de consumidores de conocimiento, herramientas y habilidades para el eficiente y efectivo ejercicio de sus facultades, y cumplimiento de las obligaciones que la Ley les impone, SERNAC durante el año 2021, ejecutó las siguientes actividades: modificación de contenidos del curso en Aula Virtual; Talleres en los llamados al fondo concursable, para dar a conocer entre las Asociaciones de Consumidores, nuevas y antiguas, la nueva plataforma de postulación al Fondo Concursable, que corresponde a la plataforma digital Fondos

de la SEGEGOB; Taller para dar a conocer entre las asociaciones de consumidores, las nuevas líneas/modalidades de postulación para este año, así como los diversos formularios de postulación disponibles en la plataforma de postulación al Fondo Concursable, a fin de que las asociaciones se familiaricen con ellos y puedan resolver sus dudas; Talleres sobre rendiciones de cuenta del fondo concursable para Asociaciones de Consumidores.

#### **e) Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor.**

Diseño y ejecución de la fiscalización basada en riesgos, con enfoque territorial, mediante la ejecución de un Plan Anual de Fiscalización y fiscalizaciones no programadas o contingentes, con énfasis en los mercados y prácticas comerciales potencialmente más riesgosas, con un propósito preventivo y disuasivo de conductas infraccionales, a fin de disminuir las brechas en materias de consumo, además de contribuir a otros procesos institucionales de protección en materias de consumo. Durante el año 2021, se realizaron 800 fiscalizaciones, clasificadas de la siguiente forma:

##### **i. Fiscalización presencial**

Consiste en la supervisión de la normativa vigente, dirigida a proveedores de bienes y servicios, y se ejecuta mediante la inspección de sus oficinas comerciales o tiendas físicas, durante el 2021, se llevaron a cabo 291 fiscalizaciones de esta categoría, correspondientes al 36% del total de fiscalizaciones.

##### **ii. Fiscalización digital**

Tiene por objetivo supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materias de consumo y se ejecuta mediante la inspección de los sitios web, redes sociales o prensa de proveedores. Durante el 2021 se realizaron 232 fiscalizaciones de esta categoría, correspondientes al 29% del total de fiscalizaciones.

##### **iii. Fiscalización de gabinete u oficina**

Tiene por objetivo, supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materias de consumo y se realiza a través de un oficio con un requerimiento de información a la empresa. En el 2021, se realizaron 277 fiscalizaciones de este tipo, correspondientes al 35% del total.

Durante el 2021 las fiscalizaciones se concentraron principalmente en los mercados más reclamados siendo estos; el comercio minorista general (33%), que corresponde al retail, tiendas medianas, importadoras, tiendas de calzado, vestuario, electrónica, entre otras, estas empresas fueron fiscalizadas para constatar los deberes de información, precios, garantía legal, seguridad en el consumo; seguido se encuentra el mercado financiero (15%), en el que se fiscalizó por ejemplo a bancos, empresas de créditos no tradicionales y cajas de compensación; en un 12% se encuentra el comercio minorista de alimentos y bebidas, en el que se fiscalizó principalmente a supermercados. Se adjunta a continuación el detalle del total de fiscalizaciones realizadas en el 2021:

Tabla 9: Mercados más fiscalizados

<b>Mercado</b>	<b>N° Fiscalizaciones</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Comercio minorista general	266	33%
Financieros	120	15%
Vehículos y rodados	95	12%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	93	12%
Comercio minorista orientado a la salud humana	46	6%
Inmobiliario	43	5%
Funerarias y cementerios-parques	37	5%
Comercio Minorista orientado al hogar	35	4%
Suministro de electricidad, gas y agua	15	2%
Transporte	14	2%
Telecomunicaciones	10	1%
Otros mercados	26	3%
<b>Total General</b>	<b>800</b>	<b>100%</b>

**f) Interpretación administrativa en materias de protección de los derechos del consumidor.**

Interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores en uso de las facultades que entrega la ley N°19.496, elaborando circulares que resuelvan controversias, fijen criterios y propuestas que no sean explícitamente resueltas por la ley, sus reglamentos o normas supletorias.

**i. Circulares Administrativas e Interpretativas:** facultad que consiste en la dictación de instrumentos que interpretan la ley del consumidor, así como otras normas de protección de los consumidores, permiten entregar certezas al mercado y a la ciudadanía, respecto a que entiende el SERNAC sobre la aplicación de determinados preceptos legales. Dentro del año 2021, fueron emitidas 5 circulares administrativas e interpretativas y 12 dictámenes interpretativos, todos publicados y disponibles en la página web institucional.

**ii. Propuestas de modificación normativa**

Corresponden a propuestas elaboradas por el Servicio, que pueden recaer sobre normas legales, reglamentarias, administrativas, circulares interpretativas de

reguladores financieros y de SERNAC, así como también, propuestas de autorregulación para la industria, incluyendo los comentarios formulados a proyectos de ley o reglamentos en tramitación. Se elaboraron y enviaron 9 propuestas de mejora normativas, a las diferentes entidades públicas de acuerdo a la materia, durante el 2021.

### **g) Otras iniciativas**

En materia internacional, durante julio de 2021, el SERNAC expuso ante el Grupo Intergubernamental de expertos en Derecho y Políticas de Protección al Consumidor (IGE) de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), cerrando de esta manera la etapa más importante del Examen Voluntario, el cual fue realizado durante el año 2020.

En la actividad, que fue aprobada con éxito por parte del Servicio, participó el ministro de Economía Lucas Palacios y el Director Nacional de SERNAC, Lucas Del Villar.

La citada evaluación fue realizada por agencias de alto nivel mundial en materia de protección al consumidor, como la Federal Trade Commission (FTC) de los Estados Unidos de América, la Korea Consumer Agency (KCA) de Corea; y el Ministerio Federal de Justicia y Protección al Consumidor de Alemania.

El examen identifica las fortalezas de los sistemas de protección al consumidor, así como oportunidades de mejora con base a lo establecido en las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor.

Dentro de las principales recomendaciones se encuentran; participación del SERNAC en el marco del proceso constituyente, aportando con antecedentes técnicos sobre la conveniencia de consagrar los derechos de los consumidores como garantías fundamentales, participar de la creación y desarrollo de una normativa de consumo, emprender una estrategia coordinada entre los diversos organismos de la Administración del Estado para la protección de los consumidores para el desarrollo de una política de Estado en materia de consumidores vulnerables, reforzar la promoción de las buenas prácticas comerciales y finalmente incrementar los recursos presupuestarios del SERNAC con el fin de aumentar su capacidad fiscalizadora; asistir a los consumidores vulnerables desde la perspectiva de la territorialidad y el analfabetismo digital; intensificar la generación de estudios comportamentales en materia financiera y ampliar su alcance a otros mercados, y promover el acceso a la justicia para la defensa de los intereses individuales de los consumidores.

Así mismo, durante el último trimestre 2021 el Director Nacional se reunió con el Director Nacional de Defensa de los Consumidores (DNDC) de Argentina, para abordar temas de protección de los derechos de los consumidores y el trabajo colaborativo. Cita en la cual el SERNAC ofreció su apoyo y experiencia en la gestión de la presidencia entrante de Argentina (2022-2023) al frente del Foro Iberoamericano de Agendas Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), iniciativa que tiene como misión promover la cooperación entre las agencias gubernamentales de protección al consumidor de Iberoamérica.

En la misma instancia, el SERNAC se comprometió en compartir con la Dirección Nacional de Defensa de los Consumidores la circular sobre "Consumidores

Hipervulnerables", para que sea analizada y comentada, considerando que Argentina desde el año 2020 tiene reconocimiento normativo respecto de este grupo y cuenta con un programa de políticas específicas en educación, atención especial, identificación de conductas abusivas y una guía de buenas prácticas.

## 4. Desafíos para el período de Gobierno 2022

Con la publicación de la Ley N°21.398 o “Ley Pro-consumidor”, que establece medidas para fortalecer la protección de los derechos de los consumidores, durante 2022, se espera fortalecer los nuevos derechos para los consumidores que trae consigo la norma antes citada, elevando el estándar de protección en algunas materias como la ampliación de la garantía legal, el derecho a retracto obligatorio, la facilidad de terminar los contratos, contratos con automotoras, sobreventa de pasajes aéreos, información sobre la vida útil de los productos, refuerzo de las atribuciones asociadas a los datos personales y gratuidad en los certificados de educación superior.

La normativa antes indicada entró en vigencia el 24 de diciembre de 2021, fortaleciendo los derechos de los consumidores y sumándose a otras recientes como a la que regula el derecho a la portabilidad financiera; a las cobranzas extrajudiciales justas y respetuosas y a la Ley de responsabilidad ante fraudes financieros.

En relación a los nuevos desafíos, relacionados a una nueva administración, esperamos reforzar la coordinación entre SERNAC y los organismos sectoriales, con la finalidad de poder detectar las infracciones en materia de protección al consumidor, siendo la autoridad “que se haga cargo”. Se espera además, fortalecer la institucionalidad y regulación en materia de consumo financiero, sistematizando la normativa existente y robusteciendo ampliamente las competencias SERNAC al respecto.

Considerando el enfoque en públicos vulnerables, el Servicio debe profundizar en la identificación y focalización de consumidores hipervulnerables, aquellos que están en mayor desventaja frente a las empresas por ciertas situaciones, asimetrías o características personales.

Estos factores, pueden ser relacionados con la edad; la salud; la condición física; la capacidad legal; el nivel educacional; la situación económica o cultural; el género, además de aspectos territoriales o circunstanciales propias de un momento determinado.

Se espera profundizar en las acciones dirigidas a públicos vulnerables, perfeccionando y aplicando el “índice de hipervulnerabilidad” desarrollado para esos fines, así como la circular respectiva que define estos públicos.

En específico y en relación a los distintos productos estratégicos, se espera realizar los siguientes desafíos:

### **a. Orientación y atención al consumidor.**

Durante el 2022, se espera reactivar el despliegue territorial de los productos y servicios, que SERNAC contempla en su oferta pública a la ciudadanía a nivel regional.

Fortalecer el relacionamiento con los actores que componen la red territorial en cada región, generando mecanismos que reactiven el diálogo con las organizaciones funcionales y territoriales.

Fortalecer el relacionamiento entre las Direcciones Regionales y Plataformas Municipales, en cuanto a disponer de equipamiento computacional y otros soportes que faciliten su gestión, implementando además un nuevo convenio entre el SERNAC y los municipios.

Incorporar nuevos proveedores no validados en el sistema de Interoperabilidad, a través de la captura de datos en línea, permitiendo celeridad en la información.

Mejorar el acceso al portal del proveedor, por ejemplo, la entrega automatizada de multiclaves para que las empresas puedan editar la información en forma directa dentro del portal, como cambio de nombre del representante legal.

Disponer la herramienta "No me hostiguen", que consiste en un acceso directo para reclamar por cobranzas indebidas, llamados insistentes o cobros de deudas que ya fueron pagadas o corresponden a otra persona.

Agregar una acción en la Alerta Ciudadana, que permita dejar registro en bitácora y como archivo adjunto la carta de ingreso de la Alerta Ciudadana, visible tanto para el consumidor/a como para el/la ejecutivo/a de ingreso, quien podrá a su vez imprimir una copia de ser necesario.

Crear una acción que permita ingresar una Alerta Ciudadana, sin la obligación de registrar el RUT, estilo "Consulta Institucional" (que se aplique a la atención presencial y telefónica).

Al momento del ingreso de la Alerta Ciudadana, incorporar en el Modelo de Atención al Consumidor el texto "Acepto que el SERNAC envíe mis datos personales a la(s) empresa(s) asociada(s) a mi caso y -si correspondiera - a otras instituciones del Estado que se vean relacionadas", para unificar la información en relación con la Protección de Datos Personales a los consumidores(as) en todos los canales.

#### **a. Fiscalización**

La fiscalización del SERNAC, se ha visto fuertemente demandada en el contexto de pandemia actual, y por lo tanto, ha sido necesario adaptar las metodologías instaladas, para responder con inmediatez y coherencia a las necesidades de las personas. En este contexto, los desafíos que se presentan para el año en curso son los siguientes:

Fiscalizar prácticas y mercados que surgen a partir de la pandemia del coronavirus COVID-19, para lo que se requiere incorporar a la planificación y gestión de la fiscalización, las nuevas prácticas de los proveedores y las problemáticas que afectan a la ciudadanía en este contexto.

Focalizar la estrategia de la fiscalización, estableciendo un equilibrio entre los recursos disponibles, los objetivos de las fiscalizaciones y el impacto esperado.

Ampliar la fiscalización en materias de publicidad, abarcando nuevos sectores del mercado, y profundizando su análisis.

Ampliar el uso del mecanismo de corrección de micro y pequeñas empresas, consignado en el párrafo 7 del artículo 58 letra a) de la Ley del Consumidor, que busca impulsar la corrección de hallazgos, en una etapa previa a la judicial.

Mejorar la cobertura, en consideración a las restricciones presupuestarias y las condiciones sanitarias por la pandemia, sigue siendo un desafío generar mayor cobertura nacional, y expandir la fiscalización, más allá de las capitales regionales.

#### **a. Información de mercado y consumo**

Generar productos de información que apunten a cerrar brechas de información relevantes para los consumidores, en especial aquellos que se encuentran en situación de hipervulnerabilidad, y en lograr una mayor eficiencia del equipo en la ejecución de los estudios.

En términos específicos, un desafío importante es compatibilizar los estudios programados con aquellos que se solicitan durante el periodo, en los tiempos acordados y con la calidad esperada.

Durante el 2022, debido a lo relevante que fue el estudio de “Gestión menstrual”, se realizará una nueva versión del estudio, pero con la identificación en la población hipervulnerable, con la finalidad de investigar las necesidades de las personas que menstrúan, ya que se trata de un proceso biológico, y no una elección, e implica costos y molestias que no se pueden evitar.

#### **a. Protección y asesoría jurídica**

##### **Procedimientos Voluntarios Colectivos**

En virtud de la entrada en vigencia de las modificaciones introducidas por la Ley 21.081 en la Ley 19.496, el próximo 14 de marzo del año 2022 se cumplirán 3 años desde la aplicación y vigencia de la regulación de los Procedimientos Voluntarios Colectivos, y la implementación de dicha facultad al interior del Servicio.

Consecuencia de ello, la gestión integral de los PVC's está en proceso de consolidación como producto “nuevo” del SERNAC.

En ese contexto, recogiendo la experiencia existente hasta ahora, teniendo en consideración los desafíos que se estructuraron para el año 2021 y diseñando los nuevos que se proyectan, los siguientes corresponden a los principales para el periodo del año 2022:

Continuidad en la consolidación de la estructura de tramitación de los Procedimientos, mediante la definición de criterios institucionales que vengan a dar soporte a la gestión que se espera y que mandata la ley a propósito de esta acción colectiva extrajudicial.



Continuidad en el relacionamiento con otros agentes externos y actores relevantes, cuyas actuaciones inciden en los PVC.

Se espera, por una parte, consolidar y mejorar la actuación coordinada entre los órganos del Estado, en donde se contempla: i) intencionar capacitaciones al Poder Judicial (Juzgados Civiles), a fin de exponer aspectos relevantes de la tramitación del efecto erga omnes en dicha sede, y su incidencia en la tramitación administrativa de los procedimientos voluntarios, ii) consolidación de criterios relativos a información, en relación con el Consejo para la Transparencia. Por otra parte, y a la luz de la entrada en vigencia del Reglamento que establece los Procedimientos Voluntarios Colectivos, se espera robustecer el relacionamiento y gestión de las Asociaciones de Consumidores, como legitimados activos en el inicio de los PVC, a través de instancias de retroalimentación en materia de presentación de Denuncias Fundadas y otras que se identifiquen para necesarias para el logro de dicho objetivo.

## **Juicios**

Fortalecer las denuncias de interés general presentadas por el SERNAC, con miras a obtener sentencias condenatorias que establezcas multas acordes a la reforma introducida por la ley 21.081 a la ley N° 19.496 y, de esa forma, desincentivar las conductas de los proveedores que infrinjan los derechos de los consumidores.

Priorizar el cierre de los juicios colectivos que se encuentran en etapa de ejecución, con el objeto de acelerar la entrega efectiva a los consumidores, de las indemnizaciones y compensaciones otorgadas por los tribunales de justicia.

## **Derivación de Representación Individual de consumidores**

Realizar seguimiento y evaluar las mejoras incorporadas en la línea de representación individual para el llamado del Fondo Concursable del año 2022, dirigido a asociaciones de consumidores.

## **En materia financiera**

Monitoreo de reformas en materia de consumo financiero, fijadas por la Ley N° 21.398, de diciembre de 2021. Entre ellas cabe destacar el derecho de los consumidores al bloqueo permanente de sus tarjetas de pago sin incurrir en costos de administración, operación y/o mantención; y el deber de los proveedores de analizar la solvencia económica de los consumidores en base a información suficiente obtenida por medios oficiales.

Monitoreo de nuevas normas en materia de cobranza extrajudicial. La Ley N° 21.320 modificó sustancialmente el régimen de cobranza extrajudicial y actualmente el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene en consulta pública una versión preliminar del Reglamento sobre Cobranza Extrajudicial, cuyas normas deberán ser objeto de monitoreo por el SERNAC.

Monitoreo de nuevas normas en materia de cobro de comisiones en operaciones de crédito de dinero. La Ley N° 21.314 modificó la Ley N° 18.010 sobre operaciones de crédito de dinero, en materia de cobro de comisiones (nuevo art. 19 ter). Al respecto, la norma fijó que éstas deben corresponder a contraprestaciones reales y ordenó a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) regular los requisitos,

reglas y condiciones que deberán cumplir sus supervisados. Dicha norma se encuentra en consulta. La aplicación de la regla legal, especialmente respecto de entidades no supervisadas por CMF, resulta de especial atención para SERNAC.

#### **a. Educación para el consumo**

Diseño de programa y/o actividades y programas de educación dirigidos a diversos públicos, para ser presentados a evaluación Ex Ante y financiamiento por Ley de Presupuestos o postular a fondos internacionales (CAF).

Incrementar la cantidad de talleres y asistentes en un 30%, las actividades dirigidas a público general (102 talleres con 2599 participantes en 2021).

Generar nuevos convenios con otros organismos estatales, diferentes a los que se encuentran vigentes con INJUV, SENAMA, SERCOTEC, con el objetivo de reforzar el relacionamiento desde el nivel central, para luego traspasarlo a regiones y así complementar el desarrollo de actividades de educación.

Prestar apoyo en la realización de cursos internos para distintos Centros de responsabilidad, con el objetivo de potenciar y fortalecer las habilidades de nuestros funcionarios/as.

#### **a. Fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil.**

Como parte de los desafíos trazados para el año 2022, se ha puesto especial énfasis, en los mecanismos de participación ciudadana y en el relacionamiento con la ciudadanía, entendiendo que el contexto actual ha cambiado y es necesario hacer adecuaciones al respecto para responder de una mejor manera a las necesidades e inquietudes tanto de la ciudadanía como de las organizaciones de la sociedad civil.

En el mismo sentido, también se consideran aspectos relevantes de abordar de cara a los consumidores, aquellos que dicen relación con las líneas de financiamiento vinculadas al fondo concursable y la mejora continua de los proyectos, tanto en su diseño como en su ejecución.

En ese sentido, se establecen los siguientes desafíos para el periodo:

-Desarrollar nuevas instancias y fortalecer las existentes de cara a mejorar el diseño e implementación de los proyectos ejecutados en el marco del Fondo Concursable.

-Generar instancias de participación ciudadana, enfocadas en las Organizaciones de la Sociedad Civil.

-Generar espacios de formación para las Organizaciones de la Sociedad Civil en materia de la Ley 21.081 y Ley Pro Consumidor, género y consumo, entre otras.

-Ampliar el catastro a nuevas organizaciones de la sociedad civil y/o regiones y continuar con su caracterización.

-Consolidar el trabajo con otros equipos del Servicio que necesitan ejecutar mecanismos de Participación.

-Generación de vídeos o cápsulas de difusión, con información relevante del Fondo Concursable, ya sea sobre los llamados y proyectos financiados (difusión interna) o bien invitando y fomentando la participación de las asociaciones de consumidores en el fondo concursable (difusión externa).

#### **a. Interpretación administrativa en materias de protección de los derechos del consumidor.**

Por su parte, en relación con la publicación de la Ley N° 21.398, el gran desafío se centra en la implementación de la misma, en sus diversas áreas. En este sentido se presentan desafíos en torno al apoyo, respecto de los mecanismos de protección que el Servicio ejecuta, tales como:

- La elaboración de los respectivos Reglamentos relacionados con la modificación legal; la Redacción de Circulares Interpretativas y Dictámenes Administrativos, y el proceso de difusión de dichos productos.
- Desarrollo del proyecto de Gaceta Jurídica, el que busca compartir información relevante de los criterios jurídicos establecidos tanto por el SERNAC como por los Tribunales de Justicia en las sentencias dictadas.
- Difusión con los funcionarios/as del Servicio los criterios jurídicos plasmados en los productos desarrollados.

#### **a. Otras iniciativas**

Entre los proyectos institucionales que se programan implementar durante el año 2022, se pueden mencionar las mejoras en el portal del consumidor y portal del proveedor, que permitan fortalecer la gestión de atención al consumidor, mejorar a la calculadora de cobranza, radiografía del proveedor, mejoras evolutivas al registro de sentencias y resoluciones sancionatorias.

Además de implementar un proyecto de innovación, reconociendo el nivel de innovación actual del SERNAC y diseñar un modelo acorde a la cultura y características del Servicio que permitan instalar en el quehacer del SERNAC la innovación como una forma permanente y transversal de trabajo que contribuya a la atención eficiente y efectiva de las necesidades de nuestros usuarios.

Durante el 2022, con la finalidad de ser un Servicio más inclusivo, se continuará con el esfuerzo desarrollado en materias de género, mediante la implementación de una agenda de género, que aborda temas de igualdad en la entrega de productos y servicios, capacitaciones internas para impulsar los liderazgos femeninos, políticas internas con perspectiva de género y abordaje de estudios relacionados con género y consumo.

# 5. Anexos

## Índice

---

.Anexo 1: Identificación de la Institución	45
.Anexo 2: Recursos Humanos	51
.Anexo 3: Recursos Financieros	59
.Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2018-2021	60
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	62
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas	63
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	63
.Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2021	64
.Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2021	66
.Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2021	67
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021	75
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021	87
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021	88

## Anexo 1: Identificación de la Institución

---

### a) Definiciones Estratégicas 2018-2022

#### Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución

Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los/as Consumidores/as, y sus respectivas reformas. Ley N° 21.081, modifica Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. Ley N° 18.959 de 1990, Art. 4º, sustituye la mención "Dirección de Industria y Comercio" por "Servicio Nacional del Consumidor".

#### Misión Institucional

Informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas.

### Objetivos Ministeriales

Nro.	Descripción
1	Colaborar en eliminar obstáculos y despejar barreras de entrada a los mercados por parte de nuevos competidores y los costos de salida por parte de los consumidores, velando por la protección de los derechos del consumidor, trabajando para que estos dispongan de información suficiente para tomar decisiones libres y cuenten con mecanismos ágiles para hacer valer sus derechos.

### Objetivos Estratégicos

Nro.	Descripción
1	Disminuir las asimetrías de información, mediante la difusión de estudios, investigaciones e instrumentos en materias de consumo, que promuevan relaciones de consumo equilibradas entre los consumidores y las empresas, mercados más transparentes.
2	Promover el consumo responsable y sostenible, mediante el desarrollo de acciones de educación efectivas y el fortalecimiento de habilidades de alfabetización financiera, que permitan disminuir las brechas de conocimiento y promover competencias en materia de consumo.
3	Garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de actividades de fiscalización continuas, efectivas y eficaces, que apunten a detectar, prevenir, disuadir y corregir conductas infraccionales, orientado al mejoramiento de los niveles de cumplimiento de la legislación en materia de consumo.

Nro.	Descripción
4	Fortalecer la protección de los derechos de los consumidores, mediante acciones de permitan compensar a los afectados, sancionar, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas que vayan en directo beneficio de las personas.
5	Promover y facilitar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de una orientación clara y oportuna de su interpretación, que permita generar certeza jurídica a los diferentes actores del mercado.
6	Fortalecer la gestión interna de la institución, a través de la mejora de los procesos, la optimización y eficiencia en el uso de recursos organizacionales, con el fin de promover un servicio de calidad a todos los usuarios del SERNAC.

## Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Nro.	Nombre	Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	Información de Mercado y Consumo.	Generar productos de información, dirigidos a los consumidores/as sobre temáticas relevantes en materia de consumo, orientados a transparentar los mercados, detectar potenciales inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, para fomentar la toma de decisiones de consumo conscientes y responsables.	6, 1
2	Protección y asesoría jurídica.	Protección de intereses generales, colectivos, difusos e individuales de los consumidores, entregando soluciones masivas, prejudiciales o judiciales, frente a transgresiones de los derechos de los consumidores en sus relaciones de consumo. Además, la aprobación de planes de cumplimiento adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, y la certificación para entidades financieras, con el objetivo de que los contratos estén ajustados a la Ley, entre otros aspectos.	6, 4
3	Educación para el Consumo.	Diseñar, desarrollar e implementar metodologías y productos educativos que busquen contribuir a fortalecer una cultura de consumo responsable y sostenible en la ciudadanía.	2, 6

Nro.	Nombre	Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
4	Fortalecimiento y promoción en materias de consumo en la sociedad civil.	Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC), que tiene dentro de sus líneas de acción o financiamiento: Iniciativas de difusión de las disposiciones de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores; Iniciativas para informar, orientar y educar a los/as consumidores; Iniciativas de estudio y propuesta de medidas encaminadas a la protección de los consumidores; Iniciativas de participación en el proceso de fijación de tarifas de los servicios básicos domiciliarios; Iniciativas para ejecutar y celebrar actos y contratos civiles y mercantiles para cumplir sus objetivos; Iniciativas para realizar, a solicitud de un consumidor, mediaciones individuales; Iniciativas destinadas a proteger, informar y educar a los consumidores; Iniciativas para representar a sus miembros y ejercer acciones en defensa de consumidores; Iniciativas para representar tanto el interés individual, como el interés colectivo y difuso de los consumidores. Además, el Fortalecimiento de competencias de la sociedad civil organizada en materias de consumo, mediante acciones como charlas, talleres, entre otros.	2, 6, 1, 4
5	Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor.	Diseño y ejecución de la fiscalización basada en riesgos, con enfoque territorial, mediante la ejecución de un Plan Anual de Fiscalización y fiscalizaciones no programadas o contingentes, con énfasis en los mercados y prácticas comerciales potencialmente más riesgosas para ejercer los derechos de los/as consumidores/as y con un propósito preventivo y disuasivo de conductas infraccionales, a fin de disminuir las brechas en materias de consumo y contribuir a otros procesos de protección institucionales.	6, 3
6	Interpretación administrativa materias de protección de los derechos del consumidor.	Interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores en uso de las facultades que entrega la ley N°19.496, elaborando circulares que resuelvan controversias, fijen criterios y propuestas que no sean explícitamente resueltas por la ley, sus reglamentos o normas supletorias	5, 6, 1
7	Orientación y atención al consumidor.	Orientar, asesorar y/o atender a los consumidores frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, por medio de la respuesta a Consultas de la ciudadanía, Ingreso de Alertas Ciudadanas, de Reclamos, No Molestar y Aviso de Incumplimiento, junto la Tramitación de Me Quiero Salir.	5, 6

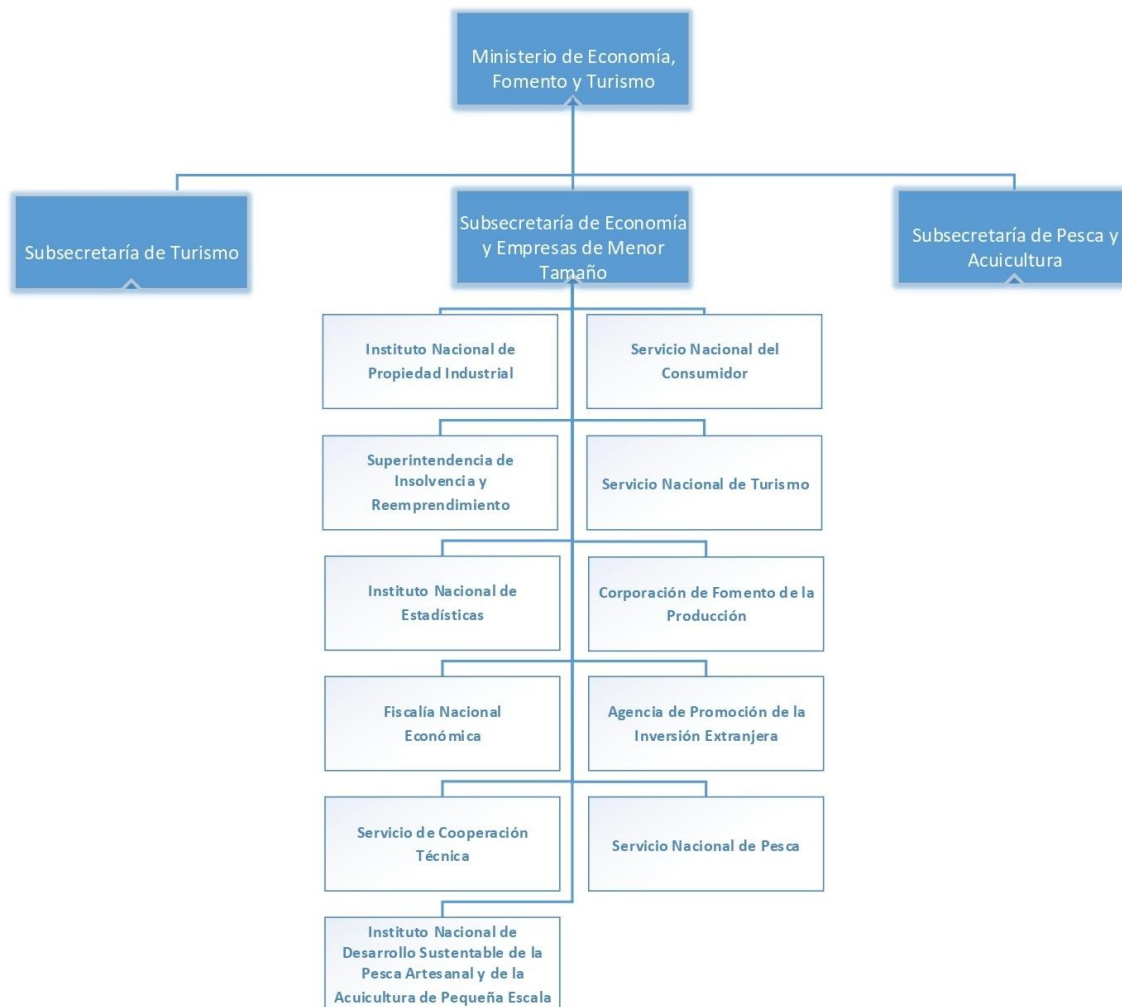
## Clientes / Beneficiarios / Usuarios

Nro.	Descripción	Cantidad
1	Público masivo. Consumidores/as en general, es decir, toda la comunidad.	18.006.407

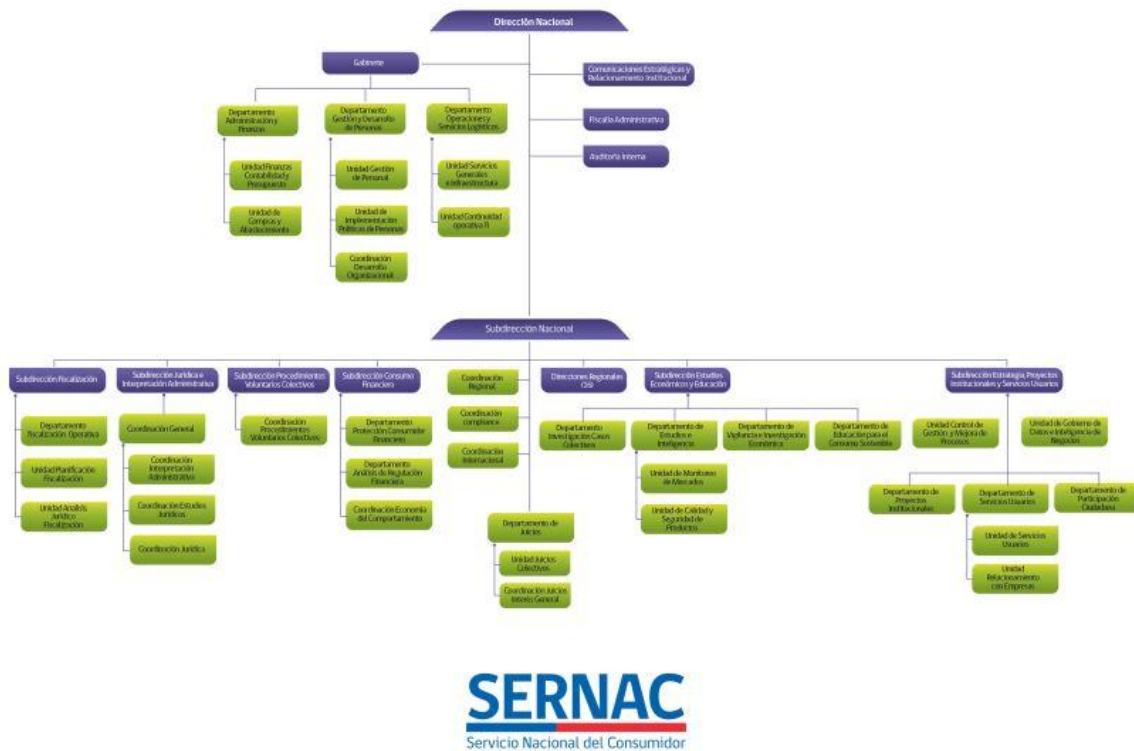
Nro.	Descripción	Cantidad
2	Consumidores/as afectados/as en sus intereses individuales o colectivos en materias de consumo.	18.006.407
3	Público de educación primaria, secundaria, y superior.	12.805.937
4	Distintos grupos de organizaciones; asociaciones de consumidores, ONG vinculadas a materias de consumo y proveedores organizados.	3.334



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



## Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio



### c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Lucas Del Villar Montt
Subdirector Nacional	Jean Pierre Couchot
Jefa de Comunicaciones Estratégicas y Relacionamiento Institucional	Catherine Lizama
Jefa de Auditoría Interna	Carolina Gajardo
Jefe de Fiscalía Administrativa	Antonio Leiva
Subdirectora Jurídica e Interpretación Administrativa (S)	Ana Karina Gómez
Subdirector de Consumo Financiero	Andrés Pavón
Subdirector de Estudios Económicos y Educación	Francisco Caravia
Subdirectora de Fiscalización (S)	Viviana Contreras
Subdirectora de Procedimientos Voluntarios Colectivos	Daniela Agurto
Subdirector de Estrategia, Proyectos Institucionales y Servicios Usuarios	Felipe Velásquez
Directora Regional de la Región Metropolitana de Santiago	Constanza Poblete
Director Regional de la Región de Arica y Parinacota	Erick Orellana
Director Regional de la Región de Tarapacá	Lilian Plaza

Cargo	Nombre
Director Regional de la Región de Antofagasta	Marcelo Miranda
Director Regional de la Región de Atacama	Rodrigo González
Director Regional de la Región de Coquimbo	Rodrigo Santander
Director Regional de la Región de Valparaíso	Carolina María Sanguesa
Director Regional de la Región del Libertador Bernardo O' Higgins	Ignacio Tello
Director Regional de la Región del Maule	Daniel Smith
Director Regional de la Región de Ñuble	Rodrigo Cerda
Director Regional de la Región del Biobío	Juan Pablo Pinto
Director Regional de la Región de La Araucanía	Arturo Araya
Director Regional de la Región de Los Ríos	Alejandro Paredes
Director Regional de la Región de Los Lagos	Oswaldo Emhart
Directora Regional de la Región de Aysén del General Carlos Ibáñez del Campo	María Francisca Ortiz
Directora Regional de la Región de Magallanes y de la Antártica Chilena	Pamela Ramírez

## Anexo 2: Recursos Humanos

### Dotación efectiva año 2021, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Contrata	211	95.05%	140	86.96%	351
Planta	11	4.95%	21	13.04%	32
Total	222	100.00%	161	100.00%	383

### Dotación efectiva año 2021, por Estamento (mujeres y hombres)

Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Técnicos	21	9.46%	7	4.35%	28
Directivos	8	3.60%	19	11.80%	27
Profesionales	138	62.16%	111	68.94%	249
Administrativos	50	22.52%	21	13.04%	71
Total	222	100.00%	161	100.00%	383

## Dotación Efectiva año 2021 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
24 AÑOS O MENOS	1	0.45%	0	0%	1
ENTRE 25 y 34 AÑOS	62	27.93%	56	34.78%	118
ENTRE 35 y 44 AÑOS	93	41.89%	63	39.13%	156
ENTRE 45 y 54 AÑOS	54	24.32%	28	17.39%	82
ENTRE 55 y 59 AÑOS	4	1.80%	6	3.73%	10
ENTRE 60 y 64 AÑOS	5	2.25%	6	3.73%	11
65 Y MÁS AÑOS	3	1.35%	2	1.24%	5
Total	222	100.00%	161	100.00%	383

## Personal fuera de dotación año 2021 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Honorarios	7	77.78%	3	100.00%	10
Reemplazo	2	22.22%	0	0%	2
Total	9	100.00%	3	100.00%	12

## Personal a honorarios año 2021 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Profesionales	8	88.89%	3	100.00%	11
Administrativos	1	11.11%	0	0%	1
Total	9	100.00%	3	100.00%	12

## Personal a honorarios año 2021 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
1 años o menos	5	71.43%	1	33.33%	6
Más de un año y hasta 2 años	1	14.29%	0	0%	1
Más de 2 y hasta 3 años	1	14.29%	1	33.33%	2
Más de 3 años	0	0%	1	33.33%	1
Total	7	100.00%	3	100.00%	10

## b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

### 1 Reclutamiento y Selección

#### 1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata cubiertos por procesos de reclutamiento y selección

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	33	20	21
(b) Total de ingresos a la contrata año t	53	35	41
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	62,26%	57,14%	51,22%

#### 1.2 Efectividad de la selección

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	28	20	20
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	33	20	21
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	84,85%	100,00%	100,00%

### 2 Rotación de Personal

#### 2.1 Porcentaje de egresos del Servicio respecto de la dotación efectiva

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	46	8	8
(b) Total dotación efectiva año t	335	365	365
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	13,73%	2,19%	7,57%

#### 2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2019	2020	2021
Funcionarios jubilados año t	0	0	0
Funcionarios fallecidos año t	0	0	0
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	6	3	6
Otros retiros voluntarios año t	17	3	17
Funcionarios retirados por otras causales año t	23	2	6

Causales	2019	2020	2021
Total de ceses o retiros	46%	8%	29%

### 2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	53	35	45
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	46	8	29
Porcentaje de recuperación (a/b)	115,22%	437,50%	155,17%

## 3 Grado de Movilidad en el Servicio

### 3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos o promovidos, respecto de la Planta Efectiva de Personal

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	3	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	24	29	32
Porcentaje de funcionarios ascendidos o promovidos (a/b)	12,50%	0,00%	0,00%

### 3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior, respecto del total de funcionarios contratados

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios recontractados en grado superior año t	50	260	46
(b) Total Contratos efectivos año t	311	336	351
Porcentaje de recontractados en grado superior (a/b)	16,08%	77,38%	13,11%

## 4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

### 4.1 Porcentaje de funcionarios capacitados, respecto de la Dotación Efectiva

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios capacitados año t	294	319	335
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	87,76%	87,40%	87,47%

#### 4.2 Promedio anual de horas contratadas para Capacitación por funcionario

Variables	2019	2020	2021
(a) $\sum$ (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	15.354	10.904	14679
(b) Total de participantes capacitados año t	840	946	941
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	18,28	11,53	15,60

#### 4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	4	1	2
(b) N° de actividades de capacitación año t	65	58	83
Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	6,15%	1,72%	2,41%

#### 4.4 Porcentaje de becas otorgadas respecto a la Dotación Efectiva

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de becas otorgadas año t	0	0	0
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Porcentaje de becados (a/b)	0,00%	0,00%	0,00%

## 5 Días no Trabajados

#### 5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas Tipo 1

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	350	216	316
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	1,04	0,59	0,83



## 5.2 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas otro tipo

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	228	72	186
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	0,68	0,20	0,49

## 5.3 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	91	28	7.9
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	0,27	0,08	

## 6 Grado de Extensión de la Jornada

### 6 Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionarios

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	1.382	567	85
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	4,13	1,55	0,22

## 7 Evaluación del Desempeño

### 7.1 Distribución del Personal según los resultados de las Calificaciones

Listas	2019	2020	2021
Lista 1	298	326	329
Lista 2	1	1	0
Lista 3	0	0	0
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	299	327	329
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	365	383
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	89.25%	89.59%	85.90%

## 7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2019	2020	2021
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)	Sí	Sí	Sí

## 8 Política de Gestión de Personas

### 8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2019	2020	2021
Tiene Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución (Sí / No)	Sí	Sí	Sí

## 9 Regularización de Honorarios

### 9.1 Representación en el ingreso a la Contrata

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	10	2	4
(b) Total de ingresos a la contrata año t	53	35	41
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	18,87%	5,71%	9,76%

### 9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	10	2	4
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	12	5	6
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	83,33%	40,00%	66,67%

### 9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	4	6	3
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	12	5	6
Porcentaje (a/b)	33,33%	120,00%	50,00%

### **Anexo 3: Recursos Financieros**

---

La información financiera de las instituciones públicas, tanto en moneda nacional como en dólares, en los casos en que corresponda, se encuentra publicada en el sitio web de la Dirección de Presupuestos, [www.dipres.gob.cl](http://www.dipres.gob.cl).

Específicamente, se debe ingresar al link “Presupuestos”; en “Presupuestos por año” se debe seleccionar el año “2021”; seleccionar “Ejecución Total”; seleccionar “Capítulo”; seleccionar el ministerio correspondiente; y dentro de cada servicio seleccionar el documento “Informe Ejecución Capítulo Cuarto Trimestre”, en “Pesos” o “Dólares” cuando corresponda

## Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2018-2021

### Cuadro 6: RESULTADO GLOBAL AÑO 2021: 99,5%

#### Información de Mercado y Consumo.

Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes

**Fórmula de cálculo:**  $N^{\circ}$  mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año t /  $N^{\circ}$  total de mercados definidos en la MMR año 2015

VARIABLES	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (%)	32,14	28,57	35,71	39,29	39,29	100,0%
$N^{\circ}$ mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año t	9,00	8,00	10,00	11,00	11,00	
$N^{\circ}$ total de mercados definidos en la MMR año 2015	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	

Indice de satisfacción de clientes año t

**Fórmula de cálculo:** Sumatoria ponderada de la satisfacción global neta / None

VARIABLES	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (número)	78,80	71,80	72,70	76,40	77,30	98,8%
Sumatoria ponderada de la satisfacción global neta	78,80	71,80	72,70	76,40	77,30	
None	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

#### Educación para el Consumo.<BR> - Cursos, talleres y/o charlas en temáticas de educación para el consumo, mediante aula virtual

Porcentaje de matriculados/as en Curso Difusión de los Derechos de Consumidores y Obligaciones de Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor en el año t, respecto al total de inscritas/os en el Curso año t.

**Fórmula de cálculo:** Total de matriculados/as en Curso Difusión de los Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor en el año t / Total de inscritas/os en Curso Difusión de los Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor en el año t

Variables	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (%)	65,30	68,80	88,30	85,20	68,90	100,0%
Total de matriculados/as en Curso Difusión de los Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor en el año t	761,00	1249,00	1699,00	785,00	1192,00	
Total de inscritas/os en Curso Difusión de los Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor en el año t	1165,00	1815,00	1924,00	921,00	1730,00	

## **Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022**

---

<b>Año</b>	<b>Iniciativa</b>	<b>Estado de Avance</b>
	Dictar un Reglamento de Seguridad de Productos (seguridad en el consumo)	Terminado
	Fortalecer el derecho del consumidor a elegir y contratar libremente, mejorando el acceso a información en línea sobre precios y características comparativas de los productos	Terminado
	Hacer más eficaz la acción del SERNAC a favor de los consumidores, mejorando sus competencias y capacidades, con criterios conocidos, transparentes y objetivos	Terminado
	Nueva Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (Ley N° 21081)	Terminado

**Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas**

**Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas**

No aplica

## Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2021

### Informe de cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión año 2021

Ministerio	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Servicio	Servicio Nacional del Consumidor

### Objetivos de Gestión

Objetivos de Gestión	N° Indicadores comprometidos	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida
1.- Gestión Eficaz	2	40	40
2.- Eficiencia Institucional	3	20	20
3.- Calidad de Servicio	4	40	40
Total	9	100	100

### Detalle Compromisos

N°	Indicador	Compromiso / Meta	Efectivo	Cumplimiento	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
Objetivo 1: Gestión Eficaz					40%	40%
1	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	39,29 %	39.29 % (11.00 / 28.00)*100	100.00 %	30 %	30%
2	Medidas de Equidad de Género	50,0 %	50.00 % (4.0 / 8.0)*100	100.00 %	10 %	10%
Objetivo 2: Eficiencia Institucional					20%	20%
3	Concentración del Gasto Subtítulos 22 + 29	131,93 %	116.58 % (3185332.00 / 2732364.00)*100	113.17 %	5 %	5%
4	Licitación con dos o menos ofertas	65,2 %	23.80 % (5.0 / 21.0)*100	273.95 %	5 %	5%



N°	Indicador	Compromiso / Meta	Efectivo	Cumplimiento	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
5	Índice de eficiencia energética.	Medir	69.11 kWh/m2 324529.22 / 4696.00	Cumple	10 %	10%
<b>Objetivo 3: Calidad de los Servicios</b>					<b>40%</b>	<b>40%</b>
6	Porcentaje de reclamos respondidos respecto de los reclamos recibidos al año t	99,00 %	99.67 % (3928.00 / 3941.00)*100	100.68 %	10 %	10%
7	Porcentaje de satisfacción neta con los servicios recibidos de la Institución	Medir	0.00 % 45 -45	Cumple	10 %	10%
8	Porcentaje de trámites digitalizados al año t respecto del total de trámites identificados en el Registro Nacional de Trámites vigente en el año t	100,00 %	100.00 % (26.00 / 26.00)*100	100.00 %	10 %	10%
9	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t.	40,00 %	62.45 % (331.00 / 530.00)*100	156.13 %	10 %	10%

## **Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2021**

---

**Cuadro 11**

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
--------------------	--	--	-------------------------------------	------------------------------------

## Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2021

---

### Medidas

Medidas	Resultados
Política y/o procedimientos de gestión de personas con perspectiva de género.	Gracias a esta medida, nuestro Servicio cuenta con un Procedimiento actualizado y mejorado a través del cual se pretende mejorar los estándares de eficiencia y confianza para todas las personas de la Institución que requieran usarlo en alguna oportunidad. Junto con lo anterior se diseñó un Plan de Capacitación en Género para actores claves del proceso, con especial foco en Directores/as Regionales y abogados/a de la Fiscalía Administrativa, que no cuentan con formación en temas de género. Por lo tanto, con esta medida se atiende a dos brechas: por un lado, la necesidad de contar con instrumentos efectivos para la prevención y sanción de situaciones graves como es el maltrato, acoso laboral y acoso sexual al interior de las instituciones y por otro lado, la brecha formativa en enfoque de género en las personas que intervienen directamente en las distintas etapas del Procedimiento.

Medidas	Resultados
<p>Capacitación a funcionarias/os del Servicio en materia de género nivel básico o avanzado.</p>	<p>Los contenidos expuestos en este curso se enfocaron en aclarar tanto el concepto de género y el rol que desempeñan los hombres y mujeres en nuestra sociedad, aportando a la generación de competencias que permitan introducir esta perspectiva en el trabajo que se desarrolla en beneficio de consumidores y consumidoras. Este curso se entiende como una instancia para equiparar los conocimientos en esta área, que de seguro seguirá tomando importancia y presentando desafíos cada vez más complejos para el sector público y esta institución. El año 2021 consideró además una jornada de cierre, considerando las evaluaciones y las declaraciones de los/as participantes en los foros dispuestos en el curso, instancia que permite realizar mejoras a la próxima versión del Curso. En conclusión, podemos comentar que esta nueva versión del curso vino a reforzar contenidos, sobre todo en la línea de comprender el consumo desde un enfoque de género. De este modo, creemos, cubrir, por un lado, la brecha formativa con la que llegan las personas a la institución, quienes no cuentan (ni tampoco se les pide) con formación o conocimientos mínimos sobre género. Por otro lado, este curso, nos permite trabajar en la superación del paradigma de que consumo y género no tienen nada que ver, o que la Ley del Consumidor es la misma para todas las personas y por lo tanto la perspectiva de género no aplicaría a nuestro Servicio. De este modo, a través de los contenidos entregados, se brinda un panorama claro sobre cómo ambos temas se conectan, estableciendo además de forma explícita que somos un Servicio que trabaja con perspectiva de género.</p>

Políticas y/o Programas públicos elaborados por el Servicio con perspectiva de género.

Como resultado final se realizaron 9 talleres a nivel nacional, habiendo al menos uno por zona, alcanzando el total de 388 participantes, siendo 343 mujeres. El taller tiene por objetivo contribuir a difundir información actualizada sobre las brechas de género en el mercado financiero y del consumo. De esta manera se busca disminuir la brecha de información sobre la materia y con ello dotar de conocimientos y herramientas que permitan evidenciar la problemática de género en el consumo. Al ser un taller principalmente dirigido a mujeres, se espera que, tomando conocimiento de su realidad en el mercado, conozcan cuáles son sus derechos y las herramientas y canales de protección que hoy se encuentran a disposición. De esta forma, se contribuye a que las mujeres participantes de los talleres no solo sean conscientes de su rol en el mercado financiero, sino que además cuentan con información para tomar decisiones informadas. Respecto a los contenidos del taller de educación financiera con enfoque de género, son los siguientes: ● Participación de las consumidoras en el sistema financiero: contextualización e información. ● Discriminación de género. ● Informe de la Comisión para el Mercado Financiero. ● Formación ciudadana de las mujeres. ● Ejercer el derecho a reclamo. ● Canales de reclamo del Servicio Nacional del Consumidor. En cuanto a las encuestas de satisfacción del 2021 aplicadas en los talleres del compromiso, se verificó que la satisfacción neta alcanzó el 96,49%. En cuanto a los resultados de satisfacción del 2021, se verificó que el área de Educación Financiera, donde están ubicados los talleres asociados al compromiso de género, alcanzó el 92,64% de satisfacción neta.

Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo y análisis de género cuando corresponda.

Para el cumplimiento de esta acción, se hizo una actualización del estudio de Impuesto Rosa, realizado en 2019 para evaluar el comportamiento de los precios de un producto con las mismas características para los distintos géneros, las características del mercado de los proveedores en términos de precios, publicidad y marco legal-normativo, con el fin de entregar a consumidoras y consumidores elementos que les permitan tomar una decisión de compra de manera informada, respecto a la posible existencia del “impuesto rosa”. Este estudio fue de tipo Prospectivo, Cuantitativo y Descriptivo. Además es un estudio de continuidad de indagaciones anteriores. El estudio prospectivo del año 2019 se realizó en dos levantamientos de precios. En la primera observación se monitorearon 250 pares de productos y en la segunda 224 pares de productos. Este año (2021) se revisaron 251 pares de productos, considerando como base los 224 pares del segundo levantamiento realizado en 2019, más otros pares adicionales. Respecto del Análisis de Precios realizado se desprenden las siguientes conclusiones: a) Este análisis de impuesto rosa evidenció que las diferencias de precios entre productos análogos han disminuido. En Chile existe la libertad de precios, pero también se aplica el principio de “no discriminación arbitraria”. Diferentes estudios a nivel nacional e internacional han destacado que el “impuesto rosa” es un tema de discriminación. b) A nivel mundial, la falta de evidencia concreta por parte de las empresas para establecer estas diferencias de precios implica mayor cuestionamiento al respecto. En ese sentido, se recomienda que las empresas que posean productos diferenciados por género señalen las razones que pudieran justificar las diferencias de precios en caso de existir. Respecto del Análisis del Marco Legal se desprenden las siguientes conclusiones: a) En el derecho en Chile hay libertad para determinar el precio de los bienes o servicios, en el ejercicio de los derechos fundamentales a la libertad de empresa y al derecho de propiedad, respaldado por el principio civil de libertad contractual. No obstante, esta libertad tiene matices y límites, ya con respeto a las normas legales que regulan la actividad con otros derechos fundamentales, como en la protección del derecho del consumidor. b) En cuanto al impuesto rosa, se aprecia que los proveedores discriminan en el precio a distintos grupos de personas, con un recargo a los productos y servicios destinados a mujeres. Con esto, dos derechos del consumidor se ven en juego principalmente: La no discriminación arbitraria, en relación con la equidad que debe existir entre hombre y mujer; y la información, en cuanto a la falta de los datos necesarios para justificar la distinción, así como a dificultades en la comparación de los productos. En el programa se comprometió la realización de 2 actividades de difusión del estudio, para lo cual se ejecutó lo siguiente: 1. Conversatorio de Consumo y Género: Instancia de presentación de resultados de estudio de Impuesto Rosa, estudio sobre Gestión Menstrual y conversación sobre temáticas de consumo relacionadas al género. Se realizó el día jueves 28 de octubre y contó con la presencia de la Psicóloga Nerea de Ugarte López, Magíster en psicología clínica y fundadora del colectivo “la Rebelión del Cuerpo, Profesionales del departamento de Estudio e Información, Comité de Género de Sernac y el Departamento de Participación Ciudadana. Además, se hizo

## Iniciativas

Iniciativa	Resultado
Escuela de Liderazgo Femenino	Durante el 2021 se lanzó la primera escuela de liderazgo femenino en SERNAC, la cual contó con la participación de 15 funcionarias. El objetivo principal de la iniciativa fue empoderar a mujeres para fortalecer sus competencias de liderazgo en el Servicio. El plan de estudios estuvo constituido por charlas temáticas de líderes externos y espacios de reflexión (conversatorios y análisis de lecturas sugeridas), así como talleres de una o más sesiones, teóricos y prácticos realizados por profesionales externos e internos. El plan tuvo los siguientes cursos: -Autoconocimiento y capacidades personales para el Liderazgo - Introducción al Liderazgo Femenino - Desarrollando las capacidades personales para el Liderazgo -Aplicando el Liderazgo en el Trabajo

Ejecución de 4 conversatorios con ciudadanas.

Los conversatorios de consumo son una iniciativa de diálogo social de SERNAC que se generan en el contexto de la Ley de Participación Ciudadana, con el objetivo de institucionalizar un espacio para el intercambio de ideas en el marco de la relación entre actores tales como: Asociaciones de Consumidores, Proveedores, Servicios Públicos, Expertos Académicos, y Ciudadanía en general, tal como se señaló en la nota metodológica. La metodología habitual de trabajo considera un espacio de reunión presencial entre los asistentes, sin embargo, al igual que el año pasado, dado el contexto de pandemia y aislamiento social, en esta oportunidad fueron desarrollados de manera online, a través de la plataforma Meet, para ello existieron convocatorias previas, tanto por correo electrónico como por difusión en redes sociales, según el caso. Se reporta el cumplimiento de 5 conversatorios, de acuerdo al siguiente detalle: - N° 1: "Mujeres y consumo: Brechas y desafíos", se realizó el 30 de marzo, donde participaron más o menos 60 mujeres, y algunos hombres, las exposiciones estuvieron a cargo de las especialistas: Lorena Pérez, docente de la Escuela de Trabajo Social de la Universidad de Chile quien abordó los imaginarios de género en el mercado financiero, y Carola Moya de la Asociación de Consumidores Circular quien expuso acerca de "Cómo consumir con enfoque de género. Herramientas de consumo y denuncia", quienes abordaron temas de consumo y consumo" y el conversatorio. Participaron 41 personas. N°2: "Mujeres Mayores Consumo y Publicidad", el cual se realizó el 20 de julio, el cual tuvo una gran convocatoria ya que se realizó una alianza de trabajo con el programa "Envejecimiento activo" de SENAMA quienes contactaron a personas mayores. La invitada principal fue María Paz Carvajal, Directora de 60 y más consultores, Periodista de la UC y Mg. en Políticas Públicas de la Universidad Diego Portales, además de especialista en temas de envejecimiento. María Paz expuso sobre "Las representaciones de las mujeres mayores en la publicidad". Participaron 69 personas. N°3: "Género y Consumo: Publicidad Sexista en Chile", fue realizado en la DR de O'Higgins el 29 de septiembre, el cual contó como invitada especial a Tatiana Libertad Ovalle, Co fundadora y Directora creativa Agencia Vecina, en el cual se trataron temas de publicidad, estereotipos de género y las acciones que ha realizado SERNAC para identificar las malas prácticas del mercado que afectan principalmente a las consumidoras a través de la publicidad. Participaron 58 personas. N°4: "¿Existen productos con sesgo de género?", fue organizado por el departamento de Participación Ciudadana y el departamento de Educación para el Consumo. Se realizó el 28 de octubre a través de la plataforma Meet. En este espacio se dieron a conocer los resultados del estudio sobre Impuesto Rosa y del estudio de "Gestión menstrual". La invitada experta fue Nerea de Ugarte López, psicóloga y fundadora del colectivo "La rebelión del cuerpo". Participaron 60 personas. N° 5: "Publicidad Sexista y Discriminación de Género", fue realizado, el jueves 25 de noviembre, y tuvo como invitada a Javiera Menchaca Pardow, quien es Socióloga, diplomada en estudios de la mujer, Co- fundadora y Directora del área de estudios del Centro interdisciplinario de las mujeres(CIDEM), y voluntaria de la Comisión de estudios de la Rebelión del Cuerpo. En este conversatorio, se



Realización de un Estudio de gestión menstrual

Menstruar es un proceso fisiológico que no es una elección para las mujeres, jóvenes y hombres trans que menstrúan. En Chile cerca de un 30% de la población vive este proceso todos los meses. Al no ser una opción, todos los gastos asociados son ineludibles. Sin embargo, hasta ahora, en la mayoría de los países, los productos que se utilizan al menstruar tienen asociados impuestos al consumo. Sin embargo, al ser este consumo generado por una condición biológica, el impuesto es considerado como sexista (Balbuena et al, 2020). En Chile están gravados con IVA (19%). En nuestro país no existen intervenciones desde el Estado ni políticas públicas en la materia. Por lo tanto se realizó este primer estudio con el objetivo de: Determinar la frecuencia de uso y los costos que se generan por el uso de distintos productos durante el ciclo menstrual. Para la elaboración del estudio, se realizó una encuesta on line que fue contestada por más de diez mil personas menstruantes. En conclusión este estudio no solo dispuso de información para las mujeres y personas que menstrúan, sino que visibilizó y situó a la menstruación como un proceso que implica una carga económica, que va asociado a derechos humanos básicos como el derecho a la dignidad, a la salud y a la educación, y que por lo tanto requiere de acciones públicas y del apoyo estatal sobre todo en grupos de personas que no pueden gestionar su ciclo menstrual de manera digna.

Iniciativa	Resultado
<p>Estudio de publicidad sexista</p>	<p>Se realizó el monitoreo de publicidad difundida en Chile en medios de prensa escrita de circulación nacional y televisión abierta, sitios web y redes sociales. Considerando los resultados del monitoreo de publicidad con perspectiva de género realizado en los años anteriores, donde se observa un cambio de conducta por parte de los anunciantes en dirección a reducir la comunicación comercial sexista en prensa y televisión, para este periodo las actividades se enfocaron en lo siguiente: i) Publicidad difundida a través de sitios web de proveedores y sus redes sociales. ii) Difusión de estereotipos de género que menoscaben la dignidad de la mujer. Esto en consideración que, si bien se ha reducido aquella publicidad evidentemente sexista, es decir, donde en forma manifiesta se produce la cosificación de la mujer y su objetivación sexual al utilizar su cuerpo o partes del mismo como un mero objeto desvinculado del producto que pretende promocionar, se mantiene la difusión de representaciones estereotipadas de la mujer, como por ejemplo, la mujer ingenua en el ámbito financiero, aquella poco hábil para estacionarse o en el uso de tecnologías, pero experta en labores domésticas y cuidado de los hijos, sobre la base de una supuesta normalidad en la división del trabajo o realización de determinados roles, reforzando sutilmente en el sentido común las asimetrías de género. Durante el año, se realizaron las siguientes acciones de monitoreo: a) Monitoreo permanente de publicidad desde una perspectiva de género en medios de prensa escrita de circulación nacional y televisión abierta, sitios web y redes sociales. b) Monitoreo de publicidad desde una perspectiva de género focalizada en redes sociales y sitios web. Esta actividad consistió en la planificación de observación exhaustiva durante un periodo de tiempo específico, de determinados anunciantes y mercados. Durante el año, se realizaron dos ejercicios de este tipo. c) Alertas ciudadanas. Levantar y analizar publicidad desde una perspectiva de género, como consecuencia de las alertas que proporciona la ciudadanía. Durante el año, se mantuvo la revisión de alertas sobre publicidad, pero no se detectan indicios desde este canal. Las piezas publicitarias enviadas en el período enero a octubre a CONAR (14), fueron sistematizadas en un Informe anual, que se aprobó el 29 de noviembre del 2021. Del total de piezas enviadas a CONAR para su evaluación ética, en 2 casos se acoge el reclamo, en 1 caso se entrega una opinión ética, y en 11 casos, no acoge el reclamo. El informe anual fue difundido a través de un conversatorio con ciudadanas. El pesquisar y denunciar la publicidad sexista es un aporte para desnaturalizar y visibilizar la violencia simbólica contra niñas y mujeres a través de un soporte masivo como es la publicidad.</p>

## Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021

---

### Boletín: 11.659-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496 que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para exigir a las empresas proveedoras de servicios básicos domiciliarios, poner a disposición de sus clientes una línea telefónica gratuita de atención

**Objetivo** El proyecto busca obligar a las empresas proveedoras de servicios básicos a poner a disposición de sus clientes una línea gratuita para solventar sus dudas y reclamos referidos al servicio que prestan.

Fecha de ingreso:	2018-04-03
Estado de tramitación:	Refundido
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.654-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.946, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para exigir sello SERNAC en contratos de adhesión celebrados con bancos y otras entidades que indica

**Objetivo** El proyecto tiene como idea matriz establecer la obligatoriedad del Sello SERNAC, regulado actualmente en el Título V de la Ley N° 19.946 en carácter de facultativo.

Fecha de ingreso:	2018-04-03
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.676-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para prohibir que se pida el número de cédula de identidad en establecimientos comerciales.

**Objetivo** El proyecto procura prohibir que los proveedores puedan solicitar a los consumidores sus números de cédulas de identidad para condicionar o perfeccionar la compra u otorgamiento de un producto o

beneficio, entendiendo que dicha entrega otorga a las empresas del comercio y del retail

Fecha de ingreso:	2018-04-11
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.679-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para prohibir la venta atada de libros y textos escolares

**Objetivo** El proyecto busca prohibir las ventas atadas de textos, con el objeto de proteger el principio de libertad existente en toda transacción comercial.

Fecha de ingreso:	2018-04-11
Estado de tramitación:	Refundido
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.677-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para restringir el alza de precios del transporte en las zonas extremas, cuando concurren circunstancias excepcionales.

**Objetivo** El proyecto plantea que ante eventos o situaciones excepcionales, se establezcan mecanismos que imposibiliten fijar precios excesivos, dada la posición dominante en la que se pueda encontrar un oferente en una zona extrema, específicamente en el transporte aéreo donde en alguna zonas son los únicos proveedores.

Fecha de ingreso:	2018-04-12
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.764-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para sancionar a los prestadores de servicios de transporte aéreo de pasajeros, en caso de cometer las infracciones que indica, o incurrir en conductas o prácticas

que perjudiquen patrimonialmente al consumidor

**Objetivo** El proyecto busca sancionar a los proveedores de transporte aéreo que por alzas injustificadas en el precio de los pasajes; sobreventa de asientos; cambios de itinerarios, siempre que no exista fuerza mayor o caso fortuito; pérdida de equipaje; destrucción del mismo, entre otros.

Fecha de ingreso:	2018-05-29
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.799-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en lo que respecta al ejercicio del derecho a la garantía legal por parte de los adquirentes de vehículos nuevos

**Objetivo** El proyecto busca incrementar el plazo de la garantía legal para la adquisición de vehículos nuevos, otorgando además a los consumidores la facultad de elegir el taller donde realizar las mantenciones necesarias del bien.

Fecha de ingreso:	2018-06-06
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.802-12

**Descripción** Prohíbe el uso de envases y embalajes plásticos en la comercialización de productos destinados al consumidor final

**Objetivo** El proyecto tiene por objeto prohibir el uso de plástico en envases de venta al consumidor, limitando su uso, y promoviendo la utilización de materiales reutilizables, reciclables o biodegradables para dicho fin

Fecha de ingreso:	2018-06-07
Estado de tramitación:	Refundido
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.807-07

**Descripción** Sobre protección de los consumidores. (Reforma Constitucional)

**Objetivo** El proyecto busca modificar la Constitución, para así crear un mandato claro de protección y un verdadero deber sobre el legislador para proteger a los consumidores y usuarios frente a los abusos que algunos proveedores pueden cometer

Fecha de ingreso:	2018-06-13
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.835-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de sanciones a las empresas que incurran en acoso telefónico en el envío de promociones o publicidad a los consumidores

**Objetivo** El proyecto busca aumentar las multa de entre veinte y cien UTM, para los casos de incumplimiento de la eliminación de listas de publicidad (no molestar)

Fecha de ingreso:	2018-06-20
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.905-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para exigir a los centros comerciales contar con personal médico para brindar atención en situaciones de emergencia

**Objetivo** El proyecto busca obligar a los grandes centros comerciales contar el personal médico idóneo para atender a los consumidores de forma gratuita a fin de brindarles una atención rápida y oportuna en caso de sufrir situaciones de emergencia

Fecha de ingreso:	2018-07-11
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 11.924-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para establecer el etiquetado de advertencia sobre riesgos de cyberbullying y canales de ayuda, en dispositivos que admiten conexión a internet, y sanciona su infracción.

**Objetivo** El proyecto crear una obligación para los fabricantes e importadores de distintos dispositivos tecnológicos (utilizados para acosar, hostigar o amenazar virtualmente a niños y adolescentes) de incorporar una leyenda que busque disuadir la comisión de conductas consideradas como cyberbullying, siendo un espacio de concientización y promoción del respeto por nuestros iguales, como también entregar información de los canales de ayuda oficial que existen actualmente para las víctimas de estas amenazas

Fecha de ingreso:	2018-07-17
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.111-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en materia de información al solicitante de un crédito, respecto de la carga anual equivalente (CAE) de la operación

**Objetivo** El proyecto busca establecer un sistema de prevención al consumidor, determinando los riesgos en el endeudamiento, en atención a la carga anual equivalente del producto, a través de un mensaje de prevención con los colores del semáforo, donde el rojo es el crédito más gravoso y el verde el de menor intensidad.

Fecha de ingreso:	2018-09-12
Estado de tramitación:	Archivado
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.123-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, con el objeto de dar publicidad a los resultados de las acciones que llevan a cabo las asociaciones de consumidores con ocasión del ejercicio de sus funciones

**Objetivo** El proyecto pretende profundizar, el principio de transparencia que subyace al actuar de las Organizaciones de Consumidores, en

particular, respecto de los resultados obtenidos de las labores representación ejercidas por las Organizaciones de consumidores, estableciendo, por tanto, la publicidad del resultado de las gestiones realizadas, así como, del destino de los recursos obtenidos producto de las mismas.

Fecha de ingreso:	2018-09-27
Estado de tramitación:	Archivado
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.151-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de información relativa a promociones y ofertas de bienes y servicios, y al expendio de productos de segunda selección o con piezas usadas

**Objetivo** El proyecto busca aumentar la información respecto a promociones y ofertas, especificando las condiciones en que deberá entenderse la habitualidad de las ofertas de los proveedores para determinar posibles infracciones por ofertas o promociones ilusorias; como asimismo mejorar la protección de los consumidores en la obtención de productos con defectos, refaccionados o usados.

Fecha de ingreso:	2018-10-09
Estado de tramitación:	Archivado
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.226-03

**Descripción** Modifica textos legales que indica, con el objeto de prohibir la obsolescencia programada de aparatos eléctricos y electrónicos.

**Objetivo** El proyecto busca Prohibir la venta y comercialización de todo tipo de teléfonos y dispositivos móviles, cuya funcionalidad haya sido alterada arbitrariamente y en su diseño o por medio de actualizaciones posteriores del software, que busquen acelerar el fin de la vida útil anticipadamente, lo que conlleva la sustitución por productos recientes

Fecha de ingreso:	2018-11-07
Estado de tramitación:	Segundo trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores



### Boletín: 12.325-05

**Descripción** Regula las formas de pago de los sobregiros de las cuentas corrientes bancarias.

**Objetivo** El proyecto busca permitir que los clientes tengan más autonomía con el abono desde su cuenta corriente a su línea de crédito, con el consiguiente efecto de disminución en los intereses que ello supone.

Fecha de ingreso:	2018-12-18
Estado de tramitación:	Ley N° 21.167
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.409-03

**Descripción** Establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores

**Objetivo** Incorpora nuevos derechos para los consumidores y obligaciones para los proveedores

Fecha de ingreso:	2019-01-29
Estado de tramitación:	Promulgación
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.570-03

**Descripción** Modifica el decreto ley N° 825, de 1974, sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, para establecer la obligación de consignar separadamente, en las boletas de compraventa que indica, el monto del impuesto pagado en la operación

**Objetivo** El proyecto establece la obligación de consignar en las boletas de compraventa el monto del impuesto pagado en cada operación, debiendo ir esta información luego del precio final a fin de evitar confusiones en el público entre el costo antes y después del impuesto para las compras que superen los 1.000 pesos

Fecha de ingreso:	2019-04-17
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.727-03

**Descripción** Modifica la ley N° 19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para obligar a los proveedores de créditos de consumo a informar a sus clientes el costo y efectos de abonar el pago mínimo a las cuotas mensuales de la deuda

**Objetivo** El proyecto crear una obligación expresa para las instituciones financieras que ofrecen créditos de informar que significa pagar el mínimo.

Fecha de ingreso:	2019-06-19
Estado de tramitación:	Archivado
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.909-03

**Descripción** Regula la portabilidad financiera

**Objetivo** El proyecto posibilita el cambio de proveedor crediticio a fin de buscar disminuir los costos y dar mayores beneficios a los consumidores

Fecha de ingreso:	2019-09-03
Estado de tramitación:	Ley N° 21.236
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.917-03

**Descripción** Proyecto de ley que modifica la Ley General de Bancos y el Código de Procedimiento Civil para establecer el avalúo comercial de los bienes raíces como mínimo de las subastas y proteger la vivienda única de los deudores que indica por medio de la prenda pretoria.

**Objetivo** El proyecto busca corregir elementos de los procedimientos ejecutivos generales e hipotecarios, que resultarían injustos y desproporcionados para los consumidores

Fecha de ingreso:	2019-09-06
Estado de tramitación:	Segundo trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.931-03

**Descripción** Proyecto de ley que modifica la ley N° 19.496, para ampliar los derechos de los consumidores en las materias que indica.

**Objetivo** El presente proyecto contiene cuatro ejes de reforma, a saber: (I) la ampliación del ámbito de aplicación de la LPDC a los consumidores materiales, (II) la introducción de normas de interpretación a favor del consumidor, (III) mejoras en las reglas de la garantía legal y la introducción de la responsabilidad por productos defectuosos, y (IV) reformas a las comisiones e intereses en el mercado del crédito.

Fecha de ingreso:	2019-09-10
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 13.468-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de límites a la cobranza telefónica de créditos de consumo

**Objetivo** El proyecto busca limitar las gestiones de cobranza extrajudicial

Fecha de ingreso:	2020-04-28
Estado de tramitación:	Ley N° 21.320
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 13.573-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para prohibir acciones de cobranza extrajudicial de deudas contraídas con proveedores de bienes y servicios de primera necesidad, durante un estado de excepción constitucional de catástrofe

**Objetivo** El proyecto busca limitar las gestiones de cobranza extrajudicial

Fecha de ingreso:	2020-06-09
Estado de tramitación:	Ley N° 21.320
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 13.599-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de contratos celebrados por medios electrónicos, y en las ventas a distancia

**Objetivo** El proyecto busca fortalecer y garantizar los derechos de los consumidores en la ejecución de todo acto de consumo, independiente de las modalidades y/o plataformas que sean utilizadas para el efecto

Fecha de ingreso:	2020-06-21
Estado de tramitación:	Archivado
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 14.053-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para imponer a las empresas inmobiliarias obligaciones que garanticen el fiel cumplimiento de los contratos celebrados con ellas.

**Objetivo** El proyecto crea obligaciones y sanciones para los proveedores inmobiliarios

Fecha de ingreso:	2021-03-01
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 14.148-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para regular el procedimiento de término del contrato de suministro de servicios de telecomunicaciones

**Objetivo** El proyecto busca regular de mejor manera y a nivel legal, el derecho que le asiste a los consumidores en orden a poner término a los contratos de servicios de telecomunicaciones. En este sentido se recoge ampliamente la norma ya contenida en el reglamento de servicios de telecomunicaciones elevándola a nivel legal e incorporando algunos elementos que consideramos relevante para darle una aplicación práctica real.

Fecha de ingreso:	2021-04-01
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 14.561-19

**Descripción** Regula las plataformas digitales.

**Objetivo** El proyecto busca darle un marco regulatorio a las plataformas digitales en Chile.

Fecha de ingreso:	2021-09-01
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 14.632-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para imponer al proveedor nuevas obligaciones en relación con los contratos de adhesión.

**Objetivo** El proyecto buscar crear una obligación legal para proveedores de bienes y servicios, de adaptar los contratos de adhesión, a fin de garantizar su comprensión por todas aquellas personas con discapacidad visual o auditiva.

Fecha de ingreso:	2021-09-28
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 14.643-03

**Descripción** Modifica la ley N°19.496, sobre protección de los derechos de los consumidores, para obligar al proveedor a respetar el precio propuesto, a partir de la aceptación de la oferta.

**Objetivo** "El proyecto busca establecer una obligación para el proveedor de conservar el precio de un producto al momento de reservarse el mismo."

Fecha de ingreso:	2021-10-04
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

### Boletín: 12.698-15

**Descripción** Proyecto de ley que permite a los usuarios poner término a contratos de servicios de telecomunicaciones

**Objetivo** El proyecto busca crear una plataforma que permita a usuarios terminar los contratos y portarse a otro proveedor bajo tiempos determinados

Fecha de ingreso:	2021-07-21
Estado de tramitación:	Primer trámite constitucional
Beneficiarios directos:	Todos los consumidores

## Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021

---

### N° Ley: 21.305

Fecha de promulgación: 2021-02-08

Fecha de entrada en Vigencia: 2021-02-13

**Materia:** Etiquetado de eficiencia energética

### N° Ley: 21.320

Fecha de promulgación: 2021-04-14

Fecha de entrada en Vigencia: 2021-04-20

**Materia:** Modifica la Ley N°19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de cobranza extrajudicial y otros derechos del consumidor.

### N° Ley: 21.392

Fecha de promulgación: 2021-11-18

Fecha de entrada en Vigencia: 2021-11-30

**Materia:** Modifica el código aeronáutico, con el objeto de permitir el endoso del pasaje de transporte aéreo, así como el derecho a retracto.

### N° Ley: 21.398

Fecha de promulgación: 2021-12-13

Fecha de entrada en Vigencia: 2021-12-24

**Materia:** Establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores.

## **Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021**

---

Durante el periodo comprendido entre el 2018 a 2022, nuestro Servicio contó con importantes logros en materias de gestión, los que se presentan a continuación:

**Certificación del Sistema de Gestión de la Calidad, ISO 9001:2015.** Durante el periodo 2018 al 2021, el sistema de gestión de la institución se encuentra certificado para el siguiente alcance: “informar, educar y proteger a los consumidores ciudadanos, en el marco de la Ley de Protección al Consumidor, mediante el despliegue de sus productos estratégicos, en las Direcciones Regionales, y en el Nivel Central. Para ello, se da cumplimiento a todos los requisitos de la Norma ISO 9001, a través de los procesos del negocio, apoyados por los procesos de gestión estratégicos y de soporte institucional”. Finalmente, cabe destacar que la última auditoría se realizó en el año 2021, debido a una postergación durante el 2020, a causa de la pandemia.

Los buenos resultados en materias de cumplimiento de compromisos de los años 2019 y 2020, nos permitieron postular al **Premio de Excelencia Institucional (PAEI)**, siendo uno de los tres ganadores en la versión del premio 2020 y finalistas en la del año 2021.

Las iniciativas que formaron parte de la postulación ganadora del año 2020, fueron:

- Como iniciativa de eficiencia y productividad, se presentó la “Optimización de la herramienta No Molestar”.
- Como iniciativa del ámbito de calidad de servicio, se presentó el "Rediseño del servicio usuario: conociendo y acercándonos a nuestros usuarios y usuarias".
- Como iniciativa en desarrollo personas, se presentó "Gestión del Cambio Organizacional y Desarrollo de las Comunicaciones Internas para el Cambio".

La postulación del año 2021, estuvo compuesta por las siguientes iniciativas:

- Como iniciativa de eficiencia y productividad, se presentó “Nuevas Herramientas en Tiempos de Pandemia”.
- Como iniciativa del ámbito de calidad de servicio, se presentó "SERNAC Más Cerca de Ti".
- Como iniciativa en desarrollo personas, se presentó “SERNAC Te Cuida y Te Conecta”.

Producto de las innovadoras iniciativas y proyectos que se han desarrollado durante el periodo en la institución, se decide postular al **Concurso Funciona!** los años 2020 y 2021. En el año 2021, se obtuvo el primer lugar del certamen,



con la iniciativa postulada el año 2020, “Me Quiero Salir”, que corresponde a un producto que permite a la ciudadanía terminar de manera on line, los contratos de servicios telecomunicaciones.

En la versión del Concurso Funciona! del año 2021, se postularon cuatro iniciativas, siendo dos de ellas finalistas, que son: “Rediseño de las cartillas de información al consumidor financiero: ciencias del comportamiento aplicada a la política pública” y “Un viaje de empatía usuaria: Con, por y para los consumidor@s mejoramos el acceso a defender sus derechos”.

La Organización de los Estados Americanos (OEA) publicó los ganadores del concurso “**Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva-2021**”, cuyo objetivo es reconocer, identificar y promover las innovaciones que en gestión pública se vienen implementando en la región, con el fin de contar con entidades públicas cada vez más transparentes, eficientes, inclusivas y que cuenten con mecanismos de participación ciudadanas permanentes y consolidadas.

El SERNAC recibió una mención honorífica en la categoría de “Innovación en el Uso de Evidencia desde las Ciencias del Comportamiento” por la iniciativa “Uso de las ciencias del comportamiento en beneficio de los consumidores financieros” de la Subdirección de Consumo Financiero.

En materias de género y dando continuidad al trabajo iniciado en el año 2018, destaca la ejecución de múltiples actividades para promover una agenda de género en el SERNAC, con repercusión en los productos y servicios que se entregan a la ciudadanía. Durante el año 2021, es importante resaltar la realización de la primera versión de la escuela de “Liderazgo femenino”, iniciativa destacada, por parte de la Red de Mujeres Líderes del Servicio Civil.