

INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2023
PROYECTO DE LEY DE PRESUPUESTOS 2023

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPÍTULO	02

1. INDICADORES DE DESEMPEÑO DE CONTINUIDAD

Objetivo Estratégico al que se Vincula	Variable de Medición Asociada al Objetivo Estratégico	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2020	Efectivo 2021	Estimado 2022	Estimado 2023	Notas
Asegurar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, mediante el desarrollo de acciones de fiscalización oportunas y eficaces, y la aplicación de procedimientos voluntarios y/o judiciales que permitan compensar a las personas afectadas, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas.	Juicios	<i>Eficacia/Resultado Intermedio</i> 1. Porcentaje de juicios cerrados en el año t con resultado favorable, del total de juicios cerrados en el mismo año t.	(N° de juicios cerrados favorables en año t / N° total de juicios cerrados en año t) * 100	86.10 % (155.00 / 180.00) * 100	81.30 % (174.00 / 214.00) * 100	74.70 % (112.00 / 150.00) * 100	78.90 % (142.00 / 180.00) * 100	3
Disminuir las asimetrías de información, mediante la elaboración y	Productos de información.	<i>Eficacia/Producto</i> 2. Porcentaje de mercados en los cuales se genera un producto de información año t	(N° mercados en los que se realiza un producto de información en año t / N° total de	44.80 % (13.00 / 29.00) * 100	48.30 % (14.00 / 29.00) * 100	44.80 % (13.00 / 29.00) * 100	51.70 % (15.00 / 29.00) * 100	4

difusión de estudios, investigaciones y la aplicación de ciencias del comportamiento para promover relaciones de consumo equilibradas entre personas consumidoras y empresas logrando mercados más transparentes.		respecto del Árbol de Mercados 2021.	mercados definidos en el Árbol de Mercados año 2021)*100					
---	--	--------------------------------------	--	--	--	--	--	--

2. INDICADORES DE DESEMPEÑO NUEVOS AÑO 2023

Objetivo Estratégico al que se Vincula	Variable de Medición Asociada al Objetivo Estratégico	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2020	Efectivo 2021	Estimado 2022	Estimado 2023	Notas
Asegurar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, mediante el desarrollo de acciones de fiscalización oportunas y eficaces, y la aplicación de procedimientos voluntarios y/o judiciales que permitan compensar a las personas afectadas, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones	Fiscalizaciones	<u>Eficacia/Producto</u> 1. Cobertura de Fiscalización en el año t.	(N° de entidades fiscalizadas en el año t/N° total de entidades sujetas a fiscalización en el año t)*100	1.84 % (656.00 / 35724.00)*100	1.63 % (625.00 / 38250.00)*100	1.36 % (541.00 / 39738.00)*100	1.39 % (572.00 / 41157.00)*100	5

de consumo justas.								
Asegurar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de las personas consumidoras, mediante el desarrollo de acciones de fiscalización oportunas y eficaces, y la aplicación de procedimientos voluntarios y/o judiciales que permitan compensar a las personas afectadas, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas.	Procedimientos Voluntarios Colectivos	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u> 2. Porcentaje de Procedimientos Voluntarios Colectivos terminados con resultado favorable en el año t, respecto del total de Procedimientos Voluntarios Colectivos.	(N° de Procedimientos Voluntarios Colectivos terminados con resultado favorable en el año t/N° de Procedimientos Voluntarios Colectivos terminados en el año t)*100	80.00 % (16.00 / 20.00)*100	59.10 % (13.00 / 22.00)*100	62.50 % (10.00 / 16.00)*100	66.70 % (10.00 / 15.00)*100	6
Promover el consumo responsable y sostenible, a través del desarrollo de acciones educativas que permitan aumentar el conocimiento de las personas consumidoras, con la finalidad de prevenir el sobreendeudamiento e incorporar prácticas de consumo sostenible.	Participantes cursos de Aula Virtual	<u>Eficacia/Producto</u> 3. Porcentaje de finalistas en cursos de aula virtual en el año t, respecto al total de matriculados en cursos de aula virtual en el año t.	(Total finalistas en cursos de aula virtual en el año t/Total de matriculados en cursos de aula virtual en el año t)*100	54.90 % (1957.00 / 3566.00)*100	59.60 % (743.00 / 1246.00)*100	59.40 % (505.00 / 850.00)*100	62.00 % (558.00 / 900.00)*100	7

3. INDICADORES DE DESEMPEÑO SOLICITADOS POR EL SERVICIO A ELIMINAR DEL FORMULARIO H

Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2021	Notas
<p><u>Calidad/Producto</u></p> <p>1. Índice de satisfacción de clientes año t*</p>	Sumatoria ponderada de la satisfacción global neta	76.40 número 76.40	1
<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>2. 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.*</p>	(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)*100	85.20 % (785.00 / 921.00)*100	2

* El Indicador se encuentra en revisión en el marco de la formulación definitiva del Formulario H versión Ley de Presupuestos 2023, ya sea por observaciones metodológicas o en virtud de la pertinencia de ser eliminado.

Notas:

- 1 El Índice se ha construido en base a los productos estratégicos del SERNAC asociados a las líneas de negocio de Protección, Información y Educación, para lo cual, se han seleccionado de los productos estratégicos pertinentes, a lo menos un producto específico que lo represente. Las encuestas y/o recogidas de datos de satisfacción incluirán a Reclamo, Curso Docente, Estudios y ranking de caracterización y comportamiento de mercados, Me Quiero Salir y No Molestar. El Índice de Satisfacción de Clientes, será calculado como la Sumatoria ponderada de la satisfacción global neta que equivale a: : (Satisfacción global neta con los Reclamos x 0,05 + Satisfacción global neta con el Curso a Docentes x 0,4 + Satisfacción global neta con Estudios x 0,15 + Satisfacción global neta con No Molestar x 0,15+ Satisfacción global neta con MQS x 0,25).
- 2 1) El curso desarrollado por SERNAC denominado Curso Difusión de los Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor corresponde a un curso realizado en modalidad online. Su inscripción y ejecución es vía Aula Virtual y se compone de módulos sobre: deber de profesionalismo de empresas, derecho a la garantía legal, la publicidad y prácticas comerciales, seguridad en el consumo y sustentabilidad, comercio electrónico, derecho a no ser discriminado, y ley 21.081, entre otros posibles. 2) Se entiende por matriculado al curso, a participantes inscritos que realizaron prueba diagnóstica, cuyo contenido corresponde a los módulos impartidos y que tiene como propósito identificar el nivel de conocimientos en materia de consumo de los participantes al iniciar el curso. Se entiende por inscrito al curso, a participantes que completaron el formulario de inscripción. 3) El curso está dirigido a consumidores y empresas de bienes y servicios que busquen informarse sobre los derechos de los consumidores y las obligaciones de las empresas para respetar estos derechos en el cumplimiento de la ley.
- 3 a) El Servicio Nacional del Consumidor, a través de su proceso de “Tramitación y seguimiento de juicios”, se encarga de la gestión de 2 productos institucionales. Estas acciones pueden ir en favor de la protección del interés general y/o del interés colectivo o difuso de los consumidores.
b) El indicador mide los resultados de estas acciones una vez cerradas, es decir sus gestiones judiciales hayan finalizado y no queden gestiones pendientes por realizar, o recursos que presentar.
c) Se considera como juicio cerrado, todos aquellos juicios (denuncias interés general e interés colectivo o difuso), cuyas gestiones judiciales han terminado, no proceden más gestiones y

cuyo estado interno conforme a las clasificaciones disponibles en la plataforma digital de tramitación de causas, estén categorizados como cerrados, que incluye: Acuerdo conciliatorio cerrado; Cerrado sentencia favorable; Cerrado sentencia desfavorable; Implementación de acuerdo conciliatorio en juicio colectivo). De estas categorías se consideran cierres favorables las siguientes: Acuerdo conciliatorio cerrado, Cerrado sentencia favorable e Implementación de acuerdo conciliatorio, debido a que estos estados dan cuenta de resultados judiciales en que el Servicio ha obtenido multas, compensaciones e indemnizaciones a los consumidores y/o alguna otra petición a favor de las pretensiones del Servicio, como por ejemplo la declaración de nulidad de cláusulas abusivas. Se consideran cierres desfavorables aquellos juicios (interés general y/o colectivo) que tengan clasificación de cierre “Cerrado sentencia desfavorable”, que corresponde a casos en que el tribunal haya rechazado las pretensiones del SERNAC.

d) Se excluyen de la medición los casos con cierre especial, los que corresponden a aquellos cuyo resultado no es favorable ni desfavorable para el Servicio, pero si se contabilizan como parte del denominador, que mide el conjunto de juicios cerrados.

e) El resultado del Juicio, dependerá de la decisión del Juzgado, sea Juzgado de Policía Local, Civil, de Letras o de Libre Competencia.

f) Su medición se realizará de manera trimestral, y dentro de los 10 días corridos del mes siguiente a aquel en que finalice el trimestre en medición.

- 4 a) El Árbol de Mercados Institucional proviene del MAC, corresponde a los mercados definidos por la institución para clasificar los reclamos ingresados al Modelo de Atención al Consumidor por los ciudadanos. Su última actualización se realizó en 2020 y contempla 30 mercados, sin embargo para este indicador, se considera hasta el mercado N°29, ya que el N°30 denominado “Fuera de LPC” agrupa aquellos reclamos cuyos casos se encuentran fuera de las facultades de la Ley del Consumidor.
- b) Los productos de información se encuentran orientados a mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados, a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, levantando y desarrollando información calificada para el análisis y monitoreo de mercados en materia de consumo, que sea de interés y utilidad para los consumidores/as, así como para la toma de decisiones y análisis estratégicos de la organización. Todo ello en un marco de priorización estratégica, conforme a la relevancia de los mercados y a las líneas de política establecidas. Un producto informativo se considerará realizado, cuando esté validado y/o difundido según los medios establecidos por la Institución, tales como: página web institucional o memorándum u oficio remitiendo el estudio o e-mail con validación de la jefatura. Para el caso de los productos que hayan sido elaborados en formato interactivo como: cotizadores, radiografías, etc, los cuales no contemplan la elaboración de un informe en su diseño metodológico, se reportará un documento que presente el objetivo del producto y el enlace a la plataforma en la cual esté alojada para poder visualizarlo.
- c) Los productos informativos considerados en la medición del indicador, son todos aquellos derivados del proceso institucional "Generación de información de consumo" en las categorías de: Estudios y Rankings de Caracterización y Comportamiento de Mercados (Estudios de mercado financiero, Radiografías de mercados, Cotizadores de productos, Rankings de mercados, informes interactivos, Visualizaciones, Infografías, Boletines, entre otros); Estudios de Calidad y Seguridad de Productos y Servicios (Informes de estudio, Informes Interactivos, Cotizadores de productos, Visualizaciones, Infografías, entre otros); Estudios de caracterización y comportamiento del consumidor; Recomendaciones de Seguridad de Productos y Alertas de seguridad de Productos.
- 5 a) Las normas legales y reglamentarias que facultan al Servicio para fiscalizar son: Ley 19.496 de Protección de los derechos de los consumidores, art. 58 letra a)“ El Servicio Nacional del Consumidor deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor. Corresponderán especialmente al Servicio Nacional del Consumidor las siguientes funciones: a) Fiscalizar el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y de toda la normativa de protección de los derechos de los consumidores [...]”.
- b) Las entidades sujetas a fiscalización, serán determinadas a través de un acto administrativo, que será emitido durante el primer trimestre del año t y actualizado en el mes de diciembre del año t.
- 6 a) El Procedimiento Voluntario Colectivo (PVC) está regulado en la normativa de la Ley 19.496 y sus reformas, introducidas en virtud de la Ley 21.081 que entró en vigencia el 14 de marzo de 2019, que modificó y fortaleció las atribuciones del Servicio Nacional de Consumidor (en adelante, SERNAC). El SERNAC, a través de su proceso “Gestión de Procedimientos Voluntarios Colectivos”, se encarga de la tramitación de esta herramienta de protección, la cual tiene por objetivo la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores, a través de la obtención de las devoluciones, compensaciones o indemnizaciones que correspondan y compromisos de cese de conducta, por parte del proveedor. El primer PVC fue iniciado en julio de 2019.
- b) Serán considerados procedimientos voluntarios colectivos “terminados”, aquellos casos que, a esta fecha, cuenten con resolución de término dictada por el SERNAC, y se encuentren firmes.
- c) Serán considerados procedimientos voluntarios colectivos “terminados con resultado favorable”, aquellos casos que, a esta fecha, cuenten con resolución de término favorable dictada por el SERNAC, y se encuentren firmes.
- d) Se debe tener en consideración que la gestión de los procedimientos voluntarios colectivos se desarrolla a través de una serie de actos progresivos que se van ejecutando desde el inicio hasta el término de un caso, contemplando un plazo legal de tramitación de 3 o hasta 6 meses (dependiendo si se contempla o no la “prórroga” del plazo original de 3 meses). Con ello, el análisis de los casos dentro del ámbito temporal del “año calendario”, no necesariamente coincide con el ámbito temporal propio de los casos. Así, por ejemplo, el término de aquellos casos iniciados en el último trimestre de un año calendario, se reflejarán en el primer o segundo trimestre del año siguiente.
- e) Lo establecido en la letra anterior es especialmente relevante para el análisis del primer año de gestión y el año en curso (2022). Tratándose del año 2019, la gestión de los PVC se inició durante el segundo semestre de ese año, con lo cual, existen procedimientos cuyo término se ubica en el año 2020. Respecto de la gestión, durante los 2 primeros trimestres del año 2022 y

el término de Procedimientos Voluntarios Colectivos, se corresponden con PVC iniciados durante el año 2021.

f) Para efectos de un adecuado análisis, se hace presente que, conforme prescribe el inciso 2° del artículo 54 K de la LPC, el proveedor en cualquier momento podrá expresar su voluntad de no perseverar en el procedimiento. Es decir, dicha circunstancia corresponde a una causal de término fracasado del Procedimiento Voluntario Colectivo.

7 a) Para homologar la medición a todos los cursos es necesario establecer la definición de los siguientes conceptos:

Matriculados/as: Se entenderá como matriculados/as a aquellos participantes de los cursos, que finalizan la actividad "prueba de diagnóstico", en cada uno de los cursos evaluados.

Finalistas: Se entenderá como finalistas a aquellos los participantes de los cursos, que finalicen todas las actividades asociadas al curso.

b) Para efectos del indicador, se contabilizarán los participantes de cursos que finalicen en el año t, independiente del año de inicio de cada curso.

c) Los cursos a considerar en la medición del indicador, son aquellos impartidos por el Servicio Nacional del Consumidor y dirigidos hacia la ciudadanía, a través del Aula virtual institucional.

d) Existen personas que participan en los cursos, que no se identifican con el género binario, "hombres" o "mujeres", por lo que se agrega la categoría "otros" en los formularios de inscripción. Esta situación puede provocar descuadres entre las cifras del indicador, resultado total v/s separado por "hombres" y "mujeres".