



Balance de Gestión Integral

AÑO 2023

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 2023	23
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2024	36
.5. Anexos	38
.Anexo 1: Recursos Humanos	39
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	48
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	49
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023	50
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	56
.Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades	58

1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene como misión acelerar el crecimiento económico del país. Para alcanzar este objetivo, el ministerio está trabajando en políticas que permitan instaurar un desarrollo productivo sostenible, abordando los desafíos climáticos y sociales que enfrenta el país. Estas acciones buscan generar cambios que impulsen la productividad y competitividad de nuestra economía a toda escala, a través del conocimiento, la ciencia y la tecnología, los cuales desempeñan un papel fundamental en el aumento del bienestar nacional.

Esta tarea es llevada a cabo a través de las tres subsecretarías y once servicios dependientes y relacionados del Ministerio: Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, Corporación de Fomento de la Producción, Servicio de Cooperación Técnica, Servicio Nacional del Consumidor, Instituto Nacional de Estadísticas, Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, Fiscalía Nacional Económica, Servicio Nacional de Turismo, Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, y el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala.

En 2023 Chile retomó la ruta del crecimiento, creciendo un 0,2%, superando todas las proyecciones hasta la fecha. En cuanto a la inversión extranjera, el país cerró 2023 con alza de 19,2%, lo que posicionó al 2023 como el año con el mayor flujo de inversión extranjera desde 2015.

El 6 de enero de 2023, y con el objetivo de definir una política de desarrollo productivo sostenible en el país, se constituyó el Comité de ministros para el Desarrollo Productivo Sostenible, la instancia, encabezada por el Ministerio, busca orientar estratégicamente los esfuerzos del Estado en ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento; está compuesto además por los ministerios de Hacienda, Minería, Energía, Medio Ambiente, Ciencia y Tecnología, y también por la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo).

En conciencia de lo problemático que resulta para las inversiones el proceso de obtención de permisos sectoriales, durante 2023 se trabajó en el diseño del proyecto de ley que crea el Sistema para la Regulación y Evaluación

Sectorial. Este proyecto es una reforma profunda a la forma de organización del Estado en torno a la habilitación de proyectos de inversión. A través de esta política se busca acelerar la tramitación de permisos, reduciendo entre el 30% y 70% del tiempo dependiendo de la envergadura del proyecto, junto con dar mayor certeza jurídica y mejorar el estándar de la regulación sectorial, todo sin reducir el estándar social y ambiental con el que actualmente se evalúan las inversiones.

Lanzamos junto al Ministerio de Hacienda y del Trabajo y Previsión Social, la Agenda de Productividad, que busca abordar los principales desafíos productivos del país, considerando las recomendaciones de la Comisión Nacional de Evaluación y Productividad, y que es el resultado de un trabajo conjunto con los distintos gremios empresariales y la Central Unitaria de Trabajadores, la Agenda de Productividad es ambiciosa, ya que incluye nueve ejes y más de 40 medidas que tendrán distintos plazos de implementación y su objetivo es aumentar el crecimiento de la productividad a 1,5% con el tiempo, tal como instruyó el Presidente Boric en su primera Cuenta Pública.

También supimos responder, a la emergencia generada por el sistema frontal en la zona centro sur mediante dos instrumentos dirigidos a empresas y cooperativas afectadas por las inundaciones, el Programa de Emergencia de Sercotec y el Activa Emergencia de Corfo. El primero de ellos, para facilitar la activación económica a través de asistencia técnica y un subsidio con tope de 10 millones según afectación, mientras que el programa de Corfo consistió en un cofinanciamiento para el sector, con especial foco en infraestructura, maquinaria y equipos.

El Presidente de la República, Gabriel Boric, firmó el 21 de diciembre de 2023 el proyecto de nueva Ley de Pesca, cumpliendo el compromiso que asumió en su cuenta pública de junio de 2023, de enviar la iniciativa durante el segundo semestre de ese año. Entre los principales ejes de la iniciativa destacan desarrollo sostenible de la actividad pesquera, equidad en el sector, protección social para las y los pescadores artesanales, enfoque científico técnico e incentivo al consumo humano.

Finalmente creamos, dando de esa forma cumplimiento a un compromiso programático, el Instituto Nacional de Asociatividad y Cooperativismo (INAC), lo que representa uno de los hitos más relevantes para el fomento y apoyo al cooperativismo en las últimas décadas.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2023, se destacan los siguientes:

1. Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

Se modernizó el sistema de compras públicas en base a un acuerdo con las asociaciones gremiales promoviendo un capítulo especial de promoción de las MiPymes. Se estima que estas medidas permitirán a las MiPymes y cooperativas aumentar sus ventas al Estado en alrededor de 300 millones de dólares al año.

En 2023 diez mil 606 empresas obtuvieron una ruta especial para digitalización, y más de 70 mil MiPymes accedieron a la oferta de capacitaciones que el programa pone a disposición a través de Corfo y Sercotec, pudiendo capacitarse en comercio electrónico y marketing digital, herramientas de gestión, medios de pago y logística, análisis de datos para la gestión del negocio, ciberseguridad, inteligencia artificial, entre otras.

Logramos la aprobación en la Cámara de Diputadas y Diputados del Proyecto que aumenta la competencia en el mercado del cabotaje marítimo y su avance a segundo trámite en el Senado. El proyecto entrega más eficiencia y resiliencia al sistema logístico portuario, ofreciendo mayor diversificación en las opciones de transporte, lo que implicará no sólo menores costos, sino que va a permitir utilizar de forma más sustantiva los puertos. Además, busca generar un menor impacto en el medio ambiente y sin lugar a duda, implicará mejoras en productividad y mayor crecimiento en el largo plazo.

Por último, en 2023 aprobamos en la Comisión de Economía y Comisión de Mujeres, el proyecto de ley para aumentar la participación de mujeres en directorios de sociedades anónimas abiertas y sociedades anónimas especiales. Tras un proceso iterativo con actores de la sociedad civil, el diseño del proyecto contempla incentivos que robustece el modelo de cuota requerida, mediante un mecanismo mixto y de aplicación gradual, que permita a las empresas avanzar progresivamente.

2. Subsecretaría de Turismo

En 2023, el Turismo en Chile experimentó un notable crecimiento, contribuyendo significativamente a la economía nacional. Se estimó un ingreso total de 13.035,6 millones de dólares por concepto de turismo, lo que representa un aumento del 30,2% en comparación con el año anterior y un incremento del 21,1% respecto del año 2019. Dicho ingreso corresponde a Turismo Receptivo, Turismo Interno y Turismo Emisivo. El ingreso del Turismo Receptivo alcanzó los 2.835,2 millones de dólares, reflejando un aumento del 97% respecto a 2022, aunque todavía -3,8% por debajo de 2019. El Turismo Interno generó 9.124,2 millones de dólares, con un crecimiento del 14,9% respecto a 2022 y un notable aumento del 29,7% en

comparación con 2019. Por su parte, el Turismo Emisivo mostró un alza del 71,2% respecto al año anterior, y un incremento del 36,8% respecto de 2019.

El sector turismo dio un impulso al empleo puesto que, durante el 2023, se alcanzó una cifra promedio de 620.024 ocupados para las Actividades Características del Turismo (ACT) en Chile. Esta cifra representa un 6,83% de los ocupados en la economía nacional, aunque aún se observa una brecha de 48.460 ocupados respecto al promedio de 2019, destacándose el crecimiento en sectores como alojamiento y servicios de comidas, y un aumento en las actividades deportivas, recreativas y culturales. Estos datos demuestran la capacidad que tiene el turismo como herramienta que aporta al crecimiento económico en todo el territorio nacional.

Finalmente, durante el año 2023 se elaboró la Estrategia Nacional de Turismo Sustentable a 10 años plazo, compromiso del Programa de Gobierno del Presidente Gabriel Boric, la que contó con la participación de más de 2.277 personas. A partir de los insumos generados producto de este trabajo participativo, se elabora el Plan Nacional de Turismo, que corresponde a la fase de dinamización de la Estrategia (2024-2026). Esta fase tiene por objetivo posicionar al turismo como actividad estratégica a nivel nacional e internacional, focalizando sus acciones en el fomento, la formalización y la empleabilidad, generando condiciones habilitantes para fomentar la inversión público-privada; y la implementación de un modelo integral de gestión de destinos.

3. Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Cumpliendo el compromiso de Gobierno, a fines de 2023 se presentó oficialmente el proyecto de Nueva Ley de Pesca. Son cinco los ejes que orientan el proyecto, que tuvo como antesala más de 200 encuentros con la pesca, tanto con el sector artesanal como industrial: Un desarrollo sostenible de la actividad pesquera, equidad en el sector pesquero -ya sea intergeneracional en el uso sostenible de los recursos hidrobiológicos, en la distribución misma de estos recursos; territorial al ofrecer un tratamiento justo a toda caleta y sus comunidades a lo largo del país; y de género al reconocer el rol vital de las mujeres en el sector pesquero- a lo que se suma la consideración de un enfoque científico-técnico que implica robustecer la investigación para la toma de decisiones en relación a la administración pesquera. En cuarto lugar, transparencia en el sector pesquero, no sólo desde la perspectiva de la administración del Estado sino respecto de las operaciones pesqueras en su conjunto, y, por último, seguridad alimentaria y consumo humano, cuadruplicando la actual cuota y fortaleciendo la cadena de valor de los recursos.

También, durante el periodo comprendido entre octubre y diciembre de 2023, se llevó a cabo -en colaboración con la Universidad de Valparaíso- un significativo proceso de participación ciudadana de cara a la elaboración de la propuesta de la nueva Ley de Acuicultura para identificar, a través de la escucha activa, temas que deberán ser abordados en un proceso continuo de participación que involucre al sector acuícola y actores relacionados. Se llevaron a cabo un total de 24 encuentros locales, 8 con la comunidad científica, 9 regionales y/o macrorregionales, así como 2 de alcance regional, los que contaron con la participación de más de 750 personas.

El año pasado fue su lanzamiento y este 2024 comenzará sus operaciones el buque de investigación Dra. Barbieri. Su nombre rinde homenaje a la reconocida científica chilena, doctora María Ángela Barbieri, una destacada profesora, investigadora e ingeniera pesquera de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), pionera en la investigación hidro acústica en Chile, disciplina clave para la determinación del stock de los recursos pelágico lo que es fundamental para fijar las cuotas de captura. Su construcción la realizó ASENAV y representó una inversión pública significativa, de más de US\$ 14,5 millones. Se espera que sea fundamental en el avance del conocimiento científico del país, tripulado por el IFOP.

También tuvimos avances en materia de registro de actividades conexas, que tras su anuncio el año pasado a marzo de este año ya se contabilizaban más de 2.300 inscritos e inscritas, y en la denominada Ley Bentónica, que marca un hito significativo al introducir mejoras sustanciales en el manejo y administración de recursos tales como el loco, el erizo, la almeja y diversas algas, con el objetivo principal de reconocer y fortalecer de manera sustentable la pesca bentónica que se lleva delante de forma artesanal. También se está trabajando, tras un convenio entre Subpesca y ChileValora, en certificar a trabajadoras de las actividades conexas de la pesca artesanal.

Otra de las buenas noticias que podemos dar cuenta es el contundente avance en el compromiso de 20 medidas para la pesca artesanal que se firmó con representantes de distintas organizaciones de pescadores para dar solución a problemas que aquejan al sector. Tal como señaló el propio Presidente Gabriel Boric el 29 de enero pasado en Queilén, son 17 las medidas cumplidas -tanto de tipo administrativo como legislativo- siendo las restantes materia de la Nueva Ley de Pesca.

En diciembre, al firmarse el acuerdo público-privado por relocalización de concesiones acuícolas, se marcó un importante paso hacia la protección y conservación de los parques nacionales y sus zonas adyacentes, cuyo objetivo prioritario es avanzar en la salida de las concesiones acuícolas de dichas áreas protegidas, estableciendo un camino basado en el diálogo y la articulación entre los sectores público y privado.

4. Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

Durante el año 2023, la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera (InvestChile) gestionó y apoyó una cartera comercial de 450 proyectos de inversión en diferentes etapas de desarrollo, equivalentes a 33.505 millones de dólares y asociados a la creación de alrededor de 18.102 empleos potenciales. El 50% de aquellos en etapas avanzadas, se estaban instalando en territorios distintos a la región metropolitana.

De esta cartera, 103 proyectos se encuentran en fase de materialización, esto es, empresas que se están instalando en el país, con una inversión de 14.716 millones de dólares y asociados a la generación de 5.936 empleos potenciales. Estas cifras implican un aumento de un 12% respecto del número de empleos asociados a inversión en materialización en el año 2022.

En 2023, se impulsaron 16 iniciativas, enfocadas en condiciones habilitantes, facilitación de inversiones y condiciones de atractivo, de las que 10 ya están ejecutadas; y se entregaron 1.407 servicios, orientados a facilitar y acompañar la instalación de los inversionistas en el país. A través de campañas digitales y por medio del sitio web institucional, se incorporaron 28 nuevos proyectos y clientes a la cartera, y gracias al uso de herramientas de inteligencia de negocios, incrementamos los clientes, alcanzando un total de 2.627 contactos nuevos (Leads) gestionados.

Finalmente, se destaca especialmente la aprobación de los 5 focos estratégicos para el período, con sus respectivos planes y metas, lo que permitió enfocar el trabajo de la agencia en torno a las prioridades definidas y, la apertura de 3 agregadurías presidenciales de inversión - en Italia, Canadá y Francia - que se suman a las ya existentes en Alemania, Estados Unidos y Japón, consolidando así una sólida presencia internacional para el fomento y promoción de la inversión extranjera en Chile.

5. Corporación de Fomento de la Producción

Corfo ha definido su estrategia basada en tres pilares estratégicos, el primero de ellos es el “Financiamiento para el desarrollo”, cuyo objetivo es impulsar la recuperación y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas; fortalecer el financiamiento para el emprendimiento; y desarrollar capacidades para apoyar financieramente proyectos de alto impacto en desarrollo sostenible; en esta línea los resultados más destacables del año 2023 fue el diseño y las primeras firmas de las operaciones con las Banca Multilaterales por USD 750MM para Facilidad Financiera, además de la apertura y operación de mercado alternativo ScaleX un trabajo colaborativo con la Bolsa de Santiago, lo que permitió a la fecha que 4 StartUp obtengan financiamiento a través de su listamiento en la bolsa, lo que les ha permitido apalancar recursos por USD 6.5 MM

Otro pilar estratégico es el que denominamos “Emprendimiento, innovación y fomento”, focalizado en sostener el esfuerzo en materia de apoyo al emprendimiento, innovación y fomento productivo fortaleciendo la descentralización, enfatizando una mirada ecosistémica y haciendo foco especial en desarrollo regional, sustentabilidad y equidad de género, en este ámbito uno de los principales logros alcanzados ha sido la consolidación del modelo de descentralización vía Comités de Desarrollo Productivo Regional (CDPR) implementando el modelo en las regiones de Atacama, Valparaíso, O’Higgins y Los Lagos. Durante el año 2023 trabajamos fuertemente en fortalecer los ecosistemas de emprendimiento e innovación, logrando la expansión de la red de ecosistemas de emprendimiento en el país llegando a tener 37 instituciones especializadas con servicios de mentoría, incubación y aceleración, duplicando el número de incubadoras ampliando su cobertura territorial pasando de 6 a 11 regiones, por otro lado, en temas de ecosistemas de innovación el foco estuvo en la vinculación internacional logrando importantes acuerdos para el desarrollo de proyectos de innovación con componentes de I+D con la Red Eureka, VTT de Finlandia Kosme de Corea entre otras.

Finalmente nuestro pilar asociado a “Nueva Política Industrial”, la que busca implementar una política de desarrollo productivo moderna para avanzar en sostenibilidad, mejorar la competitividad de diversos sectores e impulsar actividades productivas más intensivas en conocimiento, tecnología e innovación, durante el año 2023 se implementó el nuevo Programa Presupuestario Desarrollo Productivo Sostenible el cual permitió a través de los ministerios de Medio Ambiente, Energía, Ciencia y Tecnología, Minería, Economía, coordinados por una secretaría Ejecutiva, desarrollar componentes habilitantes y financiamiento de proyectos asociados a los objetivos estratégicos de descarbonización justa, resiliencia ante la crisis climática y sus impactos socioambientales y , sofisticación y diversificación productiva sostenible del país con una inversión cercana a los USD100MM. La inversión que se realiza a través de este programa es financiada con recursos provenientes de los contratos de litio, por lo tanto, busca entregar una mirada de estrategia de largo plazo que impulsarán la sofisticación y ampliación de nuestra base productiva. Además de la participación activa en la creación e implementación de la Estrategia Nacional del Litio, con la creación de un comité para abordar estos temas, además del diseño de las negociaciones entre Codelco y SQM para la explotación del Litio y el uso de los recursos destinados a I+D de las ganancias de la explotación del litio a través de la entrega de financiamiento a productores especializados por USD 523 MMM y generación de 1000 puestos de empleo y la implementación de los llamados a desafíos de I+D por USD30 MM, finalmente el trabajo realizado a través de las mesas ejecutivas para la productividad apoyando en la identificación y cierre de trabas asociadas a los sectores de alimento, turismo, industria creativa, construcción y economía circular logrando solucionar el 47% de las trabas identificadas.

6. Comité Innova Chile

Durante 2023, el Comité Innova Chile benefició a aproximadamente 1400 empresas a nivel nacional a través de subsidios, y a 62 empresas mediante el beneficio tributario de la Ley de I+D. Estos beneficios equivalen a 32.626 millones de pesos y 312.970 millones de pesos certificados, respectivamente.

La estrategia del Comité se basó en fomentar el desarrollo de proyectos de I+D+i más sofisticados, que contribuyeran al cumplimiento de los desafíos planteados por el programa de Desarrollo Productivo Sostenible (DPS). Con este objetivo, se reformularon programas estratégicos con componentes de I+D, como Innova Alta Tecnología y Crea y Valida, con el propósito de promover el desarrollo de proyectos de mayor complejidad tanto en industrias tradicionales como en sectores emergentes. Lo anterior involucró, en el caso del Innova Alta Tecnología, un aumento en el monto de cofinanciamiento. Además, se implementaron instancias de retroalimentación técnica previo la postulación final para mejorar la calidad de los proyectos. En cuanto a la ejecución, se logró que el 35% de los recursos fueran asignados a iniciativas orientadas al programa DPS, contribuyendo así a la transformación productiva sostenible que impulsa el Ministerio de Economía. Por otro lado, también se disponibilizaron instrumentos de apoyo al fortalecimiento de capacidades de I+D+i en empresas, tales como Gestión de la Innovación, Prospección Tecnológica y Capital Humano para la Innovación, con más de 3.700 millones de pesos y cerca de 1100 empresas apoyadas. A su vez, se propició el desarrollo de proyectos de I+D+i colaborativos ejecutados sobre la base de los convenios internacionales en los que el Comité participa, como la red internacional de Eureka y el acuerdo bilateral con el Ministerio Federal de Asuntos Económicos y Acción Climática de Alemania, hitos que en conjunto generaron el apoyo a 6 iniciativas con cuatro países distintos (Alemania, Austria, Francia y España).

En materia de Ley de I+D, el año 2023 se triplicó el monto certificado con respecto al año anterior, lo que implicó el hito del mayor monto certificado en la historia de la Ley I+D, contribuyendo así a la meta gubernamental de alcanzar el 1% del PIB en investigación y desarrollo. Asimismo, se logró apoyar al menos tres iniciativas emblemáticas asociadas a la cadena de valor de hidrógeno verde.

Finalmente, con el propósito de incentivar la cultura de la innovación empresarial dentro del ecosistema local, la organización también trabajó desplegándose territorialmente con más de 113 actividades bajo la iniciativa Corfo Conecta, las que lograron la participación de más de 8.300 asistentes y cerca de 4.100 organizaciones asociadas del ecosistema de I+D+i nacional.

7. Servicio de Cooperación Técnica

Durante el año 2023, con un presupuesto total para transferencias de MM\$ 100.412, Sercotec entregó asesorías de alto valor, capacitación y subsidios a 939.711 beneficiarios y beneficiarias. En este contexto, benefició a un total de 110 organizaciones gremiales, 86 cooperativas, 148 proyectos de ferias libres y 41 Barrios Comerciales. Además, realizó 59.338 atenciones a ciudadanos/as, clientes/as y beneficiarios a través de todo el país mediante su servicio de atención integral a la ciudadanía, Puntos Mipe. Con orgullo podemos decir que 60% de los emprendimientos y empresas atendidas son lideradas por mujeres, destacándose la participación de mujeres en programas como Redes de oportunidades de negocios, Promoción y Canales de comercialización (77%), Formación Empresarial Ruta Digital (73%), Capacitación Virtual (70%), Digitaliza tu Almacén (65%) y Ferias Libres (61%). Mediante un diseño participativo público-privado, se implementó un nuevo programa de Fortalecimiento y Creación de Cooperativas que permitió apoyar 44 cooperativas en fortalecimiento y 42 en su creación. Se destaca que del total de personas socias, 54% fueron mujeres.

Su amplio despliegue territorial ha permitido que 8.377 de las empresas asesoradas por los Centros de Desarrollo de Negocios a nivel nacional registraron aumento de ventas y se generaran 3.659 nuevos empleos, sumando un monto de aumento en ventas de MM\$ 73.007. Esta presencia territorial nos permitió además apoyar, mediante programas de emergencia, la recuperación de 3.521 mipes y locales comerciales afectados por incendios e inundaciones en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule, Ñuble, Biobío y La Araucanía. Contribuyendo con el avance de la descentralización en materias de fomento productivo, Sercotec participó en la conformación de cuatro nuevos Comités de Desarrollo Productivos Regionales a través de las Direcciones Regiones de Atacama, Valparaíso, O'Higgins y Los Lagos. Finalmente, se destaca que, con el objetivo de apoyar la toma de decisiones regionales en base a datos, lanzamos el Explorador Territorial, la nueva plataforma de datos sobre la micro y pequeña empresa en Chile.

En el ámbito de la internacionalización, mediante el programa Pymes Globales, 29 empresas iniciaron el camino de la exportación y 10 clientes de los Centros han exportado por primera vez y 5 han presentado variación o impacto en ventas por exportaciones.

8. Servicio Nacional del Consumidor

Durante el año 2023, el Servicio recibió 314.637 consultas, 3.931 alertas ciudadanas, 1.255.878 solicitudes del No Molestar, 72.564 requerimientos

de “Me Quiero Salir”, además de un total de 593.744 reclamos, estos últimos concentrados en los mercados de comercio minorista general, financieros y telecomunicaciones.

Se iniciaron 10 Procedimientos Voluntarios Colectivos y realizaron 976 fiscalizaciones a nivel nacional. Se elaboraron 4 circulares interpretativas y 17 dictámenes administrativos, se interpusieron 9 Juicios de Interés Colectivo y 560 Juicios de Interés General, logrando compensaciones de aproximadamente 371 millones de pesos, beneficiando a un universo de 256 personas consumidoras y generando multas de 6.563 UTM a los proveedores. En relación a las investigaciones de casos colectivos que afecten el interés colectivo o difuso de las y los consumidores, fueron cerradas 15 investigaciones en materia financiera y 50 no financieras.

Adicionalmente, se elaboraron 20 estudios y se pusieron a disposición de la ciudadanía 3 cursos en aula virtual institucional, los que contaron con 1.992 personas matriculadas.

A través de las iniciativas de apoyo para la participación ciudadana, se financiaron 41 proyectos de asociaciones de consumidores. Con el propósito de conocer la percepción de las personas consumidoras sobre la protección en materia de consumo, en el contexto de la presentación del Proyecto de Ley “Sernac Te Protege”, se realizó una consulta ciudadana, con un total de 4.040 respuestas, en donde un 92,7% de las personas encuestadas indicó que el SERNAC debería tener mayores facultades y un 91,5% señaló estar de acuerdo con entregarle facultades sancionatorias respecto de las empresas.

9. Instituto Nacional de Estadísticas

En 2023, la institución consolidó su compromiso con la entrega oportuna y precisa de información estadística, materializada en la producción de más de 70 productos estadísticos, en donde destaca su permanente mejora, acorde a las optimizaciones implementadas en su producción. Entre las principales publicaciones, se destaca la Encuesta de Bienestar Social (EBS) 2023, VII Encuesta de Microemprendimiento (EME), Encuesta Suplementaria de Ingresos 2022 (ESI), II versión de la Encuesta Laboral 2023 (ENCLA), Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana 2022 (ENUSC), levantamiento operativo y procesamiento de la Encuesta de Actividades de Niños, Niñas y Adolescentes (EANNA), IX Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) 2021-2022, realización del plan piloto de la II Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) y el Lanzamiento del Sistema de Información del Mercado Laboral (SIMEL).

Un hito de especial relevancia en el año 2023, y como parte de un proceso programado a realizarse cada cinco años, fue la publicación del nuevo Manual Metodológico del Índice de Precios al Consumidor (IPC), proceso conocido como Cambio de Año Base (CAB), el cual la institución ejerce adoptando los lineamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Dicha actualización, permite mejorar la precisión de los indicadores de precios para medir la canasta básica y su evolución, poniendo a disposición aquellos datos estadísticos más representativos del comportamiento actual de la economía nacional.

En el ámbito del Censo de Población y Vivienda, durante 2023 se concluyó exitosamente el proceso de Actualización Precensal, que busca contar con una cartografía actualizada y un primer conteo de viviendas para planificar el Censo del año 2024. Adicionalmente, se llevaron a cabo hitos relevantes para su realización, tales como la conformación de la Comisión Nacional de Censo y sus subcomisiones, específicamente de: Transporte, seguridad, ciberseguridad e infraestructura, junto con la constitución de comisiones regionales, provinciales y comunales. Finalmente, se realizó satisfactoriamente la Prueba Censal 2023 en cuatro comunas del país, lo cual permitió simular el proceso completo de producción censal, permitiendo obtener insumos relevantes para evaluar su funcionamiento y definir las medidas de ajuste necesarias.

10. Instituto Nacional de Propiedad Industrial

Durante el año 2023 se presentaron 40.922 solicitudes de marcas, representando una variación de un 0,7% respecto del 2022. En cuanto a patentes de invención, en 2023 se presentaron 3.257 solicitudes, lo que significó un aumento de un 3,8% en relación al año anterior.

Desde el año 2023, Inapi, en conjunto con la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, ejecutó el proyecto “Levantamiento de Información Tecnológica de Patentes para un Modelo de Desarrollo Productivo Sostenible”, a fin de generar y difundir información tecnológica que facilite la visualización de panoramas y tendencias globales sobre tecnologías, basado en información de patentes nacionales e internacionales y que sirva de antecedente o insumo para la adopción de decisiones en materia de política pública, específicamente para aquellas relacionadas con la implementación de los ejes del programa de Desarrollo Productivo Sostenible. Así, gracias a este proyecto, se generó información tecnológica de valor estratégico en materia de Hidrógeno Verde, Litio y Amoníaco, a través de 39 productos, que incluyen mapas conceptuales, informes, infografías, conjuntos de datos, panoramas tecnológicos y presentaciones “Levantamiento de Información de Patentes” y el lanzamiento de plataforma web de información tecnológica de patentes para el programa de desarrollo productivo sostenible <http://dps.inapi.cl>.

Por otro lado, en cuanto a la operación del Protocolo de Madrid en Chile, iniciativa administrada por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), se presentaron 4.969 solicitudes provenientes de marcas extranjeras que desean registrar en Chile y 68 solicitudes de solicitantes chilenos que desean registrar en otros países.

Como ayuda concreta de apoyo a las Pymes se realizó la segunda versión del Programa de Asistencia a Inventores (PAI) y se consolidó el funcionamiento del programa Inapi Running que, en su segunda versión en alianza con la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), realizó mentorías a diez proyectos.

Respecto de la difusión del conocimiento tecnológico y la transferencia tecnológica, se publicó un total de quince informes de dominio público o de vigilancia tecnológica y se realizaron de charlas y talleres en los que participaron más de mil asistentes, ya sea de manera presencial o telemáticamente.

11. Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

El 11 de agosto de 2023, marcó un hito en la protección financiera de personas y empresas en Chile, con la entrada en vigencia de la Ley N° 21.563, que establece nuevos procedimientos simplificados de liquidación y reorganización. Esto con el objeto de brindar mayores oportunidades a personas y empresas micro y pequeñas, en dificultades financieras.

La nueva ley busca incrementar las tasas de recuperación de créditos, para fomentar la reestructuración de pasivos como alternativa viable para deudores y acreedores, e incentivar el reingreso al sistema crediticio, promoviendo la reinserción de deudores de buena fe, brindándoles una segunda oportunidad para emprender. Otro aspecto a destacar es la reformulación del procedimiento gratuito de renegociación para personas naturales, que permite el acceso a quienes emiten boletas de honorarios, ampliando así la cobertura y protección financiera.

La Superintendencia se preparó exhaustivamente para la implementación de la nueva ley, llevando a cabo capacitaciones internas y externas, dictando normativas, implementando mejoras tecnológicas y elaborando un plan de difusión integral. Éste último se realizó a través de una co-creación, con diversas instituciones públicas y el Consejo de la Sociedad Civil, que, junto al conocimiento y experiencia del personal, y la guía metodológica del Laboratorio de Gobierno, aseguraron una implementación exitosa.

Adicionalmente, durante el año 2023, el Servicio ejerció de manera eficaz su función de supervisión, realizando un total de 5.927 fiscalizaciones a los procedimientos concursales, lo que representa aproximadamente el 58% de los casos activos al comienzo del año. En lo que respecta a los procesos de renegociación, un 96% de estos concluyeron satisfactoriamente en un lapso igual o menor a 75 días hábiles. Asimismo, es importante destacar que se gestionaron un total de 2.983 consultas y reclamos durante el mismo período, demostrando un compromiso constante con la atención y el servicio al usuario/a. Por último, en el programa de Educación Financiera de la Superintendencia, se llevaron a cabo 851 actividades a nivel nacional, incluyendo charlas, participaciones en ferias y apariciones en medios de comunicación.

12. Fiscalía Nacional Económica

La Fiscalía Nacional Económica desarrolla su accionar por medio de dos ejes estratégicos, el primero con el objetivo de hacer cumplir la ley, llamado Enforcement y el segundo orientado a la promoción y difusión, denominado Advocacy.

En el eje de Enforcement se llevó a cabo el análisis de 116 procesos investigativos, realizó un total de 22 acciones estratégicas y finalizó el examen de 32 operaciones de concentración. De ellos destacaron dos requerimientos presentados ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC); siete acuerdos extrajudiciales; seis informes remitidos al TDLC; dos avenimientos aprobados por el TLDC, además del término de cuatro investigaciones, donde obtuvo cambios de conducta y entregó recomendaciones a los actores del mercado.

En cuanto al desempeño en tribunales, se logró finalizar cinco acuerdos aprobados por el TDLC y contar con la sentencia de este tribunal en cuatro requerimientos, en todos ellos fue acogida favorablemente la acusación de la FNE. En total se obtuvo un valor de 19.731 UTA, equivalente en total de USD15,6 millones.

Por su parte, en el eje de Advocacy, se publicaron dos importantes estudios de mercado. Se realizaron tres talleres en regiones dirigidos a empresas portuarias de las zonas, norte, centro y sur-austral, ejecutándose en el período un total 41 actividades relativas tanto al ámbito nacional como al internacional.

En el desempeño internacional la FNE mantuvo la posición en el ranking “Rating Enforcement 2023” que realiza el medio internacional especializado Global Competition Review (GCR), el que destacó en esta oportunidad la calidad técnica, la independencia institucional y el éxito ante los tribunales.

13. Servicio Nacional de Turismo

Durante el año 2023, el Servicio Nacional de Turismo en materia de sus programas de turismo social, avanzó hacia una comercialización de manera directa de los viajes mediante las agencias. Por otra parte, amplió también el alcance de los programas, a través de una modalidad de viaje exclusiva para mujeres, gracias al programa Turismo Familiar.

En cuanto a la promoción, realizó acciones tendientes a contribuir al aumento de las llegadas del turismo receptivo, cuyo foco estuvo principalmente en recuperar, formar y consolidar la cadena comercial internacional en la venta del destino Chile. Además, se apoyó con campañas dirigidas a público final en los mercados objetivo. Adicionalmente, fortaleció el desarrollo del turismo interno, mediante campañas tácticas de promoción segmentadas y focalizadas en feriados, vacaciones y excursiones.

Sobre la gestión territorial, Sernatur fortaleció la gestión sustentable de los destinos turísticos priorizados y profundizó la entrega de herramientas para la gestión turística municipal. Además, se lograron avances concretos en materia de género, accesibilidad e inclusión.

14. Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura

Durante el año 2023, los énfasis de trabajo de SERNAPESCA se enfocaron en fortalecer las alianzas con otras instituciones fiscalizadoras, destacando para ello la RED SUSTENTA, que reunió a 10 organismos públicos. De esta manera, durante 2023 se realizaron 2.885 operativos conjuntos de la pesca comercial, recreativa y de acuicultura, esto es un 46,9% superior a lo realizado en 2022.

En el ámbito de la salmonicultura, se dio inicio en el 2023 a un programa especial de fiscalización con foco en los centros de cultivo próximos a Áreas Silvestres Protegidas (ASP) de las regiones de Aysén y Magallanes. Con ese fin, se identificaron los riesgos de incumplimiento de mayor impacto para la sustentabilidad, tanto del ámbito sanitario como ambiental y productivo, y se definieron las estrategias de control.

Otro énfasis institucional estuvo dado por la emergencia sanitaria generada por Influenza Aviar Altamente Patógena (IAAP), que afectó a especies hidrobiológicas a lo largo de la costa de nuestro país. Así, por primera vez, SERNAPESCA debió gestionar esta contingencia, por lo que fue necesario fortalecer las coordinaciones y apoyos con otras instituciones del Estado y sectores profesionales y adoptar programas de acción para atender los

varamientos en la costa, que involucraron un total de 23 mil 88 ejemplares muertos, los que correspondieron a lobos marinos comunes, pingüinos de Humboldt, chungungos, marsopas espinosas, delfines chilenos y huillín. Con este esfuerzo se mitigaron los riesgos de diseminación viral, apoyando así a disminuir el impacto en el patrimonio sanitario y productivo del país, así como, los riesgos de salud pública.

En el ámbito de la inocuidad, en el año 2023 se gestionó la renovación de las autorizaciones para exportar productos del mar destinados al consumo humano en China, permitiendo de esta forma mantener el flujo comercial entre ambos países. Se suma a ello, el resultado obtenido de la Misión a China, que permitió establecer la firma de un protocolo que permitirá la exportación por primera vez del ostión del norte, truchas, y salmón coho en su formato fresco a ese mercado. A su vez, este acuerdo hará más expedita la exportación del chorito, producto que ya se exporta, pero amplía la posibilidad de exportación en distintas presentaciones. También se logró restablecer las conversaciones para iniciar el trabajo entre autoridades de ambos países para avanzar en la implementación de la certificación sanitaria oficial en formato estándar extensible markup language (XML).

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

En el último año, el Indespa fortalece su gestión institucional materializando una nueva estructura interna, una mayor autonomía y visualización de los equipos territoriales en regiones, y la aplicación de mejoras en el control y seguimiento de la gestión administrativa. En el ámbito de la capacitación y planificación estratégica, hubo tres importantes hitos en gestión institucional. El primero de ellos, fue un Taller de Fortalecimiento Institucional que, por primera vez en 4 años de operación, reunió al 91% de las personas que trabajan en el instituto para perfeccionar conocimientos, avanzar en mejoras y recibir capacitación. Una segunda jornada, fue dedicada a avanzar en la Planificación Estratégica de Indespa con la participación del 84% de personas que se desempeñan en el instituto en el país, quienes aportaron sus opiniones y experiencias para configurar la visión, misión, valores y objetivos estratégicos del instituto. para el periodo 2024-2026; y finalmente, en el marco del Programa de Mejoramiento de Gestión (PMG), se concluye el año formalizando la Estrategia de Igualdad de Género.

En el ámbito del Fomento y Desarrollo Productivo Sostenible, Indespa cerró en diciembre pasado con 29 llamados a Concursos Nacionales y Regionales, 4 de ellos de emergencia para ir en apoyo de la pesca artesanal de las regiones de Maule y Biobío, afectados por las inundaciones y los incendios forestales, respectivamente. El presupuesto total vigente año 2023 fue de 17.611 millones de pesos, logrando una ejecución del 98% de estos

recursos. De esta ejecución presupuestaria, 12.146 millones de pesos fueron asignados al financiamiento de programas de fomento en apoyo a la pesca artesanal y la acuicultura de pequeña escala, permitiendo financiar un total de 5.215 iniciativas de fomento productivo, de las cuales el 92% fue individual (4.808) y el 8% organizacionales (407), beneficiando a un total de 21.289 personas, de las cuales 15.820 son hombres (74%) y 5.469 mujeres (26%).

Nicolás Grau Veloso

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

2. Resumen Ejecutivo Servicio

El Servicio Nacional del Consumidor tiene por misión informar, educar y proteger a las personas consumidoras, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, potenciando la transparencia y disminuyendo asimetrías en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC ágil, moderno e inclusivo al servicio de las personas.

Durante el año 2023, el Servicio contó con un presupuesto de **M\$18.431.975** una dotación de **388 funcionarios, 224 mujeres (57,7%) y 164 hombres (42,3%)**. En términos de su estructura contó con **5 Subdirecciones**, entre las cuales se encuentra; Subdirección de Fiscalización, Subdirección Jurídica, Subdirección Procedimientos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos Colectivos, Subdirección de Consumo Financiero y la Subdirección de Estrategia y Servicios a la Ciudadanía. **Una División** de Gestión y Desarrollo Institucional y complementariamente áreas de apoyo que brindan soporte a la gestión institucional, aquí encontramos a: Gabinete, Departamento de Comunicaciones Estratégicas e Imagen, Auditoría Interna, Fiscalía Administrativa, junto con la Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión y la Coordinación Regional. 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 a las personas consumidoras en el territorio.

• Logros del año 2023

En materia de los servicios ofrecidos a las personas consumidoras a través de los distintos canales de atención, ingresaron **314.637 Consultas**, siendo el principal canal de atención utilizado el call center (80,4%) y **593.744 Reclamos**, siendo el principal canal de atención utilizado internet (74,5%). Junto a esto, ingresaron **3.931 Alertas Ciudadanas, 1.255.878 solicitudes de No Molestar, 72.564 solicitudes de Me Quiero Salir y 25.380 no me hostiguen**.

En lo tocante al ejercicio de acciones judiciales para la protección de las personas consumidoras, se dio inicio a **9 Juicios Colectivos y 560 Juicios de Interés General**. Además, se obtuvo sentencia condenatoria en 3 juicios colectivos y favorable en 261 Juicios de Interés General, lo que se tradujo en un total de \$462.716.830 en indemnizaciones, beneficiando a un universo de 310 personas consumidoras. Se generaron multas a proveedores por un total de 7.436 UTM.

En relación a los mecanismos alternativos de resolución de conflictos colectivos, se iniciaron 10 procedimientos voluntarios colectivos (PVC). En aquellos PVC que comenzaron durante el año 2022, 3 de ellos fueron cerrados favorablemente, alcanzando un monto en compensaciones por más de 367 millones de pesos, beneficiando a 552.685 personas consumidoras. Con el fin de promover el cumplimiento de la normativa de protección se iniciaron dos mesas de trabajo y se participó en 7 negociaciones desformalizadas .

Se realizaron **976 fiscalizaciones a lo largo del país**, donde **551 fueron ejecutadas de manera presencial, 354 digitales y 71 de oficio** (las que inician con la solicitud de información a las empresas). En base a los hallazgos infraccionales desprendidos de estas actividades, se generaron 198 propuestas de denuncia, de las cuales 194 dieron inicio a Juicios de interés general.

Se incorporó la modalidad de **fiscalización multitarea** con otras instituciones, como el Servicio Nacional de Turismo, el Ministerio del Transporte, la Subdirección de Telecomunicaciones, la Superintendencia de Electricidad y Combustibles, entre otras. Los principales mercados fiscalizados se concentraron principalmente en el **comercio minorista general, turismo, comercios minoristas de alimentos y bebidas, transporte, inmobiliarias, y vehículos y rodados**.

En materia de vigilancia de mercados, durante el 2023, se identificaron un **total de 276 alertas a nivel nacional**, de las cuales, el 65,2% (180) corresponden a alertas regionales y el 34,8% (96) a otro tipo de alertas.

En relación a la información en temas de consumo, el año 2023 el Sernac elaboró **20 estudios**, destacando los siguientes: viaje del usuario en el comercio electrónico; reporte del mercado automotriz; ranking de reclamos de seguro automotriz; ranking de reclamos en mercado de telecomunicaciones; estudio de medicamentos; estudio de escolares: presupuestos, costos y normativa; radiografía de establecimientos del tipo mall chinos; diagnóstico del mercado de cigarrillos electrónicos y vapeadores en Chile; ficha de recomendaciones para el uso de anticonceptivos hormonales orales; canasta de fiestas patrias; cotizador halloween; radiografía de reclamos inmobiliarias

En materias de herramientas disponibles a la ciudadanía, durante el 2023 se realizó la actualización del diseño al Comparador de Crédito de Consumo y dos actualizaciones a la herramienta web del Comparador Tarjetas de Créditos.

Fueron emitidas **4 circulares interpretativas y 17 dictámenes administrativos** (aquellos que tienen como origen solicitudes externas al Servicio). Dichos documentos permitieron establecer criterios que orientan

el actuar institucional y dan respuesta a solicitudes particulares y con alcance concretos de la normativa en consumo.

En materias de educación y cursos on line, se dictó el curso de difusión de: derechos de las y los consumidores y obligaciones de los proveedores; curso de educación financiera para jóvenes y curso de perfeccionamiento docente, actividades que contaron con **1.992 personas matriculadas**.

A través de las iniciativas de apoyo para la participación ciudadana, se financiaron **41 proyectos** para el desarrollo de estudios, difusión, talleres y cursos de educación en materias de protección al consumidor, beneficiando a 22 asociaciones de consumidores y consumidoras, por más de **476 millones de pesos**. Además, se realizaron 29 conversatorios en regiones y 2 en el nivel central en temas de género y consumo, con asociaciones de consumidores y en temáticas de movilidad interna. Por su parte, se realizaron 14 sesiones de consejos consultivos a nivel nacional. Asimismo, destacamos la **consulta ciudadana realizada entre el 10 y el 23 de julio de 2023**, con el propósito de conocer la percepción de las personas consumidores sobre la protección en materia de consumo en el contexto de la presentación del proyecto de Ley “Sernac Te Protege”; en ella se obtuvieron un total de 4.040 respuestas, alcanzando una participación del 50,4% del género femenino y un 49,6% del género masculino. Como resultado, **el 92,7% de las personas encuestadas indicó que el Sernac debería tener mayores facultades** y un 91,5% señaló estar de acuerdo con entregarle facultades sancionatorias respecto de las empresas.

Con respecto a la investigación de casos colectivos, que afecten el interés colectivo o difuso de las y los consumidores, durante el año 2023, **se cerraron 15 investigaciones de casos colectivos en materia financiera y 50 no financieras**.

En materias de equidad de género, hemos iniciado la marcha blanca del proyecto de género y diversidades en la atención de público cuyo objetivo fue actualizar el protocolo de atención y el formulario único de atención; se elaboró la calculadora de gestión que corresponde a una aplicación web que permite a las personas menstruantes, poder cotizar e informarse sobre los costos personales de gestión menstrual; publicamos el estudio anual de publicidad sexista; actualizamos el estudio de costo menstrual y aplicamos la encuesta de percepción mujer y consumo. Por último, se elaboró una Minuta Analítica con hallazgos relevantes del panorama financiero, según género, publicado junto al ranking financiero 2023.

• Desafíos

Con el objetivo de dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de nuestra institución, el foco de las acciones para el periodo se centrarán en: fiscalizar y proteger con impacto, prevenir y detectar abusos y malas prácticas,

acompañar conectar con las personas usuarias, fortalecer nuestro posicionamiento y reputación, junto con valorar, incentivar y potenciar a los equipos y sus personas.

En particular:

Seguiremos trabajando en conjunto con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en la continuidad de la tramitación del proyecto de Ley “Sernac Te Protege”, el cual se encuentra aprobado en general y cuya discusión en particular está en la cámara de Diputadas y Diputados.

En materia de equidad de género, se realizarán el estudio de hábitos de consumo y caracterización del mercado de anticonceptivos femeninos en Chile, 16 talleres de educación financiera y derechos en el consumo con enfoque de género y diversidad, actualización de la encuesta, sistematización y difusión de los resultados de la "Encuesta de Percepción Mujer y Consumo 2024", generación de segundo estudio sobre conducta de mercado y comportamiento de deudores y deudoras según género, entre otros

Andrés Herrera Troncoso

Director Nacional Servicio Nacional del Consumidor

3. Resultados de la Gestión año 2023

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

Con respecto a los compromisos asociados al Programa de Gobierno, se destaca el compromiso anunciado en la pasada Cuenta Pública del Presidente de la República, sobre el proyecto de Ley “Sernac Te Protege”, cuyo objetivo es fortalecer al Servicio Nacional del Consumidor, incluyendo en el diseño del proyecto, la posibilidad de sancionar a empresas que infrinjan la ley y no respeten los derechos de las personas consumidoras en relaciones de consumo individuales; mejorar la gestión de los reclamos contra las empresas por medio de la obligación a las empresas a contar con un sistema de gestión de reclamos y fortaleciendo la gestión del reclamo que actualmente tienen el SERNAC, junto con prevenir nuevas infracciones. Durante el año 2023 se trabajó en conjunto con el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, en la elaboración del contenido del proyecto, el que fue firmado el día 4 de septiembre de 2023. Se espera que durante el año 2024, continúe su tramitación en el Congreso.

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

A. Información de Mercado y Consumo

Servicio dirigido a toda la ciudadanía, a través del cual se informa y orienta respecto a sus derechos y cómo ejercerlos. De esta manera, las personas consumidoras pueden tener información fundada para enfrentar las complejidades del mercado. Durante el año 2023, ingresaron al SERNAC **314.637 consultas**, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Respecto a los productos tendientes a orientar, asesorar y/o atender a las personas consumidoras frente a una inquietud o problemática en materia de consumo, encontramos la orientación y atención 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 la tramitación de me quiero salir, cuya utilidad es facilitar el término rápido y expedito de los contratos que las personas mantienen con las empresas en materia de Telecomunicaciones y Seguros Generales.

Consultas atendidas

Con el fin de informar a las personas consumidoras respecto de precauciones dados los riesgos evaluados para determinados bienes que afectan potencialmente la salud y seguridad de las personas, se publicaron **102 alertas de calidad y seguridad de productos**. 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, se emitieron 2 recomendaciones de seguridad.

B. Orientación y Atención al Consumidor

En relación a la información de mercado y consumo, el año 2023 el Sernac elaboró 20 estudios, entre los que se pueden nombrar el viaje del usuario en el comercio electrónico; reporte del mercado automotriz; ranking de reclamos en mercado de telecomunicaciones; estudio de medicamentos; estudio de escolares: presupuestos, costos y normativa; radiografía de establecimientos del tipo mall chinos; diagnóstico del mercado de cigarrillos electrónicos y vapeadores en Chile; ficha de recomendaciones para el uso de anticonceptivos hormonales orales; canasta de fiestas patrias; cotizador halloween; radiografía de reclamos inmobiliarias. En materia financiera, se elaboró el ranking de reclamos de seguro automotriz y un estudio sobre conducta de mercado y comportamiento de deudores según género.

I. Información y difusión

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 las personas consumidoras 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 responder a necesidades específicas del quehacer del Servicio.

Estudios y ranking de caracterización y comportamiento de mercados elaborados y/o publicados

Ingreso de consultas por canal de atención

Canales de atención	N° de consultas ingresadas
Internet	34.212
Call Center	252.951
Direcciones Regionales	23.931
Plataformas Municipales	3.536
Servicios Públicos en convenio	5
Total	314.637

II. Alertas ciudadanas recepcionadas

Producto que advierte, orienta y coordina la acción institucional con foco en la defensa y protección de los derechos de las personas consumidoras, por medio de la detección por parte de la ciudadanía de conductas de empresas o mercados que posiblemente afecten los derechos de todos las y los consumidores. Durante el período 2023, se recepcionaron **5.218 alertas ciudadanas** por parte de las personas consumidoras, posterior a la clasificación asignada por el área experta, **se cerraron como tal 3.931.**

III. Reclamos tramitados

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 2023, ingresaron **593.744 reclamos**, de acuerdo al siguiente detalle por canal de atención:

Ingreso de reclamos por canal de atención

Canales de Atención	N° de reclamos ingresados
Internet	442.285
Call Center	98.930
Direcciones Regionales	39.484
Plataformas Municipales	12.784
Servicios Públicos en convenio	261
Total	593.744

Por otra parte, entre los mercados más reclamados durante el 2023 en primer lugar se encuentra el comercio minorista general con un 25,8%, seguido por el mercado financiero con un 21,29% y telecomunicaciones

con un 16,34% del total de los reclamos recibidos por SERNAC, entre otros. A continuación se presenta el detalle:

Mercados más reclamados

Mercados	Porcentajes
Comercio minorista general	25,8%
Financieros	21,2%
Telecomunicaciones	16,3%
Transporte	9,5%
Suministro de electricidad, gas y agua	5,1%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	3,4%
Vehículos y rodados	2,5%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	2,3%
Entretención	1,7%
Inmobiliario	1,6%
Salud	1,5%
Turismo	1,5%
Otros	7,6%
Total	100%

IV. No Molestar y aviso de incumplimiento tramitados

Herramienta dispuesta por el Servicio para que las y los consumidores puedan manifestar su voluntad expresa de ser eliminados de los listados de las empresas, con el fin de no recibir promociones y publicidad que no desean. Durante el 2023, ingresaron **1.255.878 solicitudes de No Molestar**.

Por concepto de aviso de incumplimiento, gestión que permite a las personas consumidoras informar al SERNAC que la empresa no cumplió su solicitud de No Molestar, **ingresaron 10.092 solicitudes**.

V. Me Quiero Salir tramitados

Herramienta que el SERNAC pone a disposición de las personas consumidoras, con el objetivo que 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. Durante el 2023, obtuvo un total de **72.564 solicitudes ingresadas, tramitándose un 99% de ellas**.

VI. No me hostiguen cobranzas

Es un Reclamo especializado dispuesto para que las personas soliciten a las empresas que les contactan por cobranza, ya sea vía telefónica, por mensaje o presencialmente, que se ajusten a la Ley del Consumidor, evitando así, ser hostigadas por estas gestiones. Durante el 2023, **ingresaron 25.380 solicitudes de No me hostiguen cobranzas**.

C. Protección y Asesoría Jurídica

Con la intención de proteger los intereses generales, colectivos, difusos e individuales de las personas consumidoras, entregando soluciones masivas, prejudiciales o judiciales, frente a transgresiones de los derechos de las personas en sus relaciones de consumo, SERNAC gestiona Alertas sobre conductas de mercado, Procedimientos Voluntarios Colectivos, Juicios de Interés General y Colectivos y Derivaciones de Representación Individual de Consumidores. Aprueba planes de cumplimiento preventivos que constituyen una atenuante para las posibles infracciones de las empresas, realiza supervigilancia y seguimiento de la normativa del mercado financiero e investigaciones de casos colectivos

I. Alertas sobre conductas de mercado gestionadas

Las alertas sobre conductas de mercado, nos permiten advertir, orientar y coordinar la acción institucional con foco en la defensa y protección de los derechos de las personas consumidoras. Estas consisten en la detección de acciones que puedan afectar negativamente a los consumidores y representan conductas riesgosas para el cumplimiento de sus derechos. Una alerta gestionada es aquella que ha sido revisada, derivada, atendida, y para la cual se están implementando medidas para resolver la situación identificada. En el año 2023, se gestionaron **276 alertas**, de carácter regional, ciudadanas, ampliadas, de fiscalización, funcionarias, comunicacionales, entre otras.

II. Supervigilancia y seguimiento de normativa del mercado financiero realizadas

La Supervigilancia del cumplimiento de la normativa monitorea la conducta de los proveedores del mercado financiero, relacionada a diversas normas sobre protección de los derechos de las personas consumidoras de productos y servicios financieros ya sea contempladas en la Ley N° 19.496 y sus reglamentos, la Ley N° 21.236, que regula la portabilidad financiera y sus reglamentos, la Ley N° 20.855, que regula el alzamiento de hipotecas y prendas que caucionen créditos, y la Ley 20.009 que regula la responsabilidad en materia de fraudes.

Supervigilancia del cumplimiento de la normativa de portabilidad Financiera: se monitorea el cumplimiento de la ley 21.236 que regula la portabilidad financiera, en este sentido se efectúan monitoreos trimestrales durante el año calendario, en total 4, en virtud de los incumplimientos de los plazos establecidos en la norma.

Supervigilancia del cumplimiento de la normativa de alzamiento de prendas e hipotecas: se monitorea el cumplimiento de la Ley 20.855 que regula el alzamiento de prendas e hipotecas, en este sentido se realiza un monitoreo anual respecto al cumplimiento de los plazos establecidos en la norma por parte de los proveedores en el año calendario anterior.

Supervigilancia de cumplimiento de la normativa que regula en materia de Fraude: se monitorea el cumplimiento de la Ley 20.009 que regula la responsabilidad para los titulares o usuarios de tarjetas de pago y transacciones electrónicas en caso de extravío, hurto, robo o fraude, en este sentido se realiza un monitoreo anual respecto del cumplimiento de la norma por parte de los proveedores en el año calendario anterior.

En el año 2023, se realizaron 6 reportes de supervigilancia de normativa del mercado financiero.

III. Investigaciones de casos colectivos realizadas

Corresponde a las actuaciones efectuadas para recabar información jurídica y económica, sobre conductas que afecten los derechos de las personas consumidoras, con la finalidad de entregar estrategias o propuestas de mecanismos de protección, entre las cuales se encuentran el inicio de procedimientos voluntarios colectivos, demandas colectivas, el archivo de la investigación, entre otras.

Estas investigaciones pueden o no tener un carácter financiero. Durante el año 2023 se cerraron **15 investigaciones de casos colectivos en materia financiera y 50 no financieras**.

IV. Procedimientos Voluntarios Colectivos gestionados

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 las personas consumidoras. En el período **2023 se iniciaron 10 nuevos Procedimientos Voluntarios Colectivos**, de los iniciados en 2022, **3 fueron cerrados con resultados favorables, alcanzando un monto en compensaciones por más de 1.367 millones beneficiando a 552 mil 685 personas**.

V. Mesas de Trabajo

Instancia de negociación con uno o más proveedores, para abordar problemas de consumo en que se estimare improcedente la apertura de un PVC y que poseen impacto ciudadano, debiendo SERNAC ejercer su rol de protector.

En esta instancia, se busca obtener una corrección de conducta (y eventualmente compensaciones). Durante el 2023, el Sernac participó en **2 mesas de trabajo con proveedores**.

VI. Negociaciones Desformalizadas

El Servicio **participó en 7 negociaciones desformalizadas**, las que corresponden a una gestión preliminar y proactiva de relacionamiento de las Direcciones Regionales con uno o más proveedores, mediante la cual se busca obtener una solución expedita y oportuna a problemáticas de consumo detectadas en su territorio, en las que se evidencie una responsabilidad eminentemente infraccional. Se espera

obtener una modificación de conducta y asegurar la contención del caso.

VII. Juicios de Interés General tramitados

Se entenderá por Juicio de Interés General, aquella acción judicial que se inicia por la afectación del interés general de las personas consumidoras. En materia de JIGs, durante el 2023, **se iniciaron 560 juicios** a nivel nacional, se obtuvo una sentencia favorable en **261 Juicios de Interés General**, lo que se tradujo en un total de \$371.280.729 en compensaciones totales que beneficiaron a un universo de 256 personas consumidoras y generaron un total de 6.563 UTM en multas.

VIII. Juicios de Interés Colectivo tramitados

Respecto a la defensa del interés colectivo o difuso de las personas consumidoras, en el año 2023 iniciamos **9 juicios de interés colectivo y cerramos 3 juicios con sentencia condenatoria en defensa de los consumidores**, obteniendo multas que alcanzaban las **900 UTM** hacia los proveedores por vulneración a los derechos de los consumidores, más de **\$91.436.101 en indemnizaciones, beneficiando a 54 personas consumidoras.**

IX. Casos para la representación individual de personas consumidoras derivadas.

Corresponde a una línea de financiamiento del Fondo Concursable para las Asociaciones de Consumidores, a través del cual se financia el la representación judicial de personas consumidoras en acciones de protección individual de sus derechos, de carácter gratuito para las personas consumidoras, cuyo objetivo es entregar la posibilidad de solucionar un problema de consumo, en aquellos reclamos ingresados vía web al SERNAC, cuyos resultados hayan sido desfavorables, a través de una demanda gestionada por un abogado/a externo.

Durante el 2023 a través del Fondo Concursable, se dispuso de presupuesto para gestionarlo. Los recursos transferidos por M\$19.484, fueron a la asociación "Defensoría civil Asociación de Consumidores para el proyecto "defiende tus derechos", de la Región de Los Lagos, con 25 causas iniciadas, adjudicándose M\$32.555.

X. Planes de cumplimiento

Los Planes de Cumplimiento son instrumentos que establecen políticas, procedimientos, directrices y mecanismos adoptados por una empresa para respetar la Ley del Consumidor, estableciendo medidas preventivas, de detección y correctivas de eventuales incumplimientos a dicha normativa, estableciendo a la vez medidas de mejora continua para su perfeccionamiento a través del tiempo.

Durante el año 2023 , se realizaron las siguientes acciones:

- Ingresaron y se aprobaron dos solicitudes para tener por presentados Planes de Cumplimiento correctivos, producto de acuerdos de Procedimientos Voluntarios Colectivos, correspondientes a los proveedores Proa S.A y LDA SpA.
- Se declaró idónea para certificar planes de cumplimiento a la Entidad "Certificadora VB Compliance SpA".
- Se realizó el webinar "Planes de Cumplimiento en la mirada del SERNAC".
- Entre los meses de julio y agosto, se efectuó una Consulta Pública sobre Planes de Cumplimiento en materia Protección de los Derechos de las y los Consumidores.

D. Educación para el Consumo Sostenible

Desarrollo de hábitos de consumo sostenible, basados en la toma de decisiones informadas al utilizar productos financieros en el ejercicio de sus derechos, y en la sostenibilidad asociada a las prácticas de consumo. Para ello se llevan a cabo cursos y actividades mediante el aula virtual institucional y desarrollan talleres presenciales y digitales.

I. Cursos y actividades educativas, en temáticas de educación para el consumo, entregados mediante aula virtual.

Durante el año 2023, se impartieron 3 cursos en temáticas de educación para el consumo, los cuales estuvieron disponibles en el aula virtual institucional, y se detallan a continuación: "Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas"; "Educación Financiera para Jóvenes" y "Curso de desarrollo profesional docente".

El total de beneficiarios/as de los Cursos del Aula Virtual fue de: 1.992 matriculados/as, 981 finalistas y 792 aprobados/as, conforme al siguiente detalle:

Cursos y actividades educativas, en temáticas de educación para el consumo, entregados mediante aula virtual.

Cursos	N° Matriculados	N° Finalistas	N° Aprobados
Curso Derechos de los Consumidores y Obligaciones de las Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor	1.336	627	586
Educación Financiera para Jóvenes	476	188	164
Curso de desarrollo profesional docente	180	166	42
Totales	1.992	981	792

II. Cursos o talleres, en temáticas de educación para el consumo sostenible, entregados a través de modalidad presencial o digital

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:

Cursos o talleres, en temáticas de educación para el consumo sostenible, entregados a través de modalidad presencial o digital

Nombre del Taller	N° de talleres ejecutados	Cantidad de participantes
Educación Financiera	380	11.192
Medio ambiente y prácticas de consumo sostenible	128	3.059
Taller de educación en derechos del consumidor	248	6.164
Total	756	20.415

E. Fortalecimiento y promoción de materias de consumo en la sociedad civil

El Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores (AdC), contempla 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 al interés individual, como el interés colectivo y difuso de las/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 2023, se realizaron **2 llamados del Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores, logrando financiar en la línea general 40 proyectos de 21 Asociaciones de Consumidores**, por un monto de **M\$476.722** ejecutados según el siguiente detalle:

Fondos concursables para Asociaciones de Consumidores

Región	Recursos (M\$)2023	N° de Proyectos	Total por Recursos
Metropolitana	\$226.856	19	45,7%
Biobío	\$87.506	7	17,6%
Los Ríos	\$76.001	5	15,3%

Los Lagos	\$30.709	4	6,1%
La Araucanía	\$55.647	5	11,2%
Total General	\$476.722	40	96,07

II. Acciones para el fortalecimiento de competencias de la sociedad civil en materias de consumo realizadas.

Con la finalidad de dotar a las Asociaciones de Consumidores de conocimiento, herramienta 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 2023, ejecutó las siguientes actividades: **31 conversatorios** a lo largo del país en temas de género y consumo, con asociaciones de consumidores, **56 sesiones de consejos consultivos** regionales y **1 instancia de capacitación** en donde participaron 10 asociaciones de consumidores.

Se destaca la **consulta ciudadana realizada entre el 10 y el 23 de julio de 2023**, cuyo propósito fue conocer la percepción de las personas consumidoras sobre la protección en materia de consumo en el contexto de la presentación del proyecto de ley “Sernac Te Protege”; en ella se obtuvieron un total de 4.040 respuestas. El 92,7% de las personas encuestadas indicó que el Sernac debería tener mayores facultades y un 91,5% señaló estar de acuerdo con entregarle facultades sancionatorias respecto de las empresas.

F. Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor

Se refiere a la acción de verificar las posibles infracciones a las disposiciones de la ley 19.496 y de toda la normativa de protección de los derechos de los consumidores y recabar los antecedentes para robustecer otros procesos de protección, tales como juicios.

La fiscalización del SERNAC, tiene un carácter preventivo y disuasivo. Sus focos son: los lineamientos de gobierno y de la institución, el enfoque territorial, la calidad y excelencia, entre otros. El impacto esperado es la corrección de conductas de carácter infraccional.

Durante el 2023, se realizaron **976 fiscalizaciones**, las que se concentraron principalmente en el **comercio minorista general (29,7%)**, y fue fiscalizado para constatar los deberes de información, precios, cumplimiento de la garantía legal, seguridad en el consumo, entre otras materias; seguido del mercado de turismo (13,83%) y el comercio minorista de alimentos y bebidas (9,32%).

Se adjunta a continuación el detalle del total de fiscalizaciones realizadas en el 2023:

Total de fiscalizaciones realizadas en el 2023:

Mercado	N° Fiscalizaciones	Porcentaje
Comercio minorista general	290	29,71%
Turismo	135	13,83%
Comercio minorista de alimentos y bebidas	91	9,32%
Transporte	86	8,81
Inmobiliario	68	6,97%
Vehículos y rodados	59	6,05%
Telecomunicaciones	42	4,30%
Comercio minorista orientado al hogar	34	3,48%
Suministro de electricidad, gas y agua	33	3,38%
Otros	138	14,14
Total	976	100%

Adicional a lo mencionado anteriormente, considerando que las fiscalizaciones tienen por objetivo supervisar el cumplimiento de la normativa vigente en materias de consumo y se pueden realizar en 3 modalidades, a continuación se presenta el detalle de la distribución para el año 2023:

I. Fiscalización presenciales realizadas

Se ejecuta mediante la inspección de las oficinas comerciales o tiendas físicas de los proveedores, durante el año 2023, se llevaron a cabo **551 fiscalizaciones** de esta categoría, correspondientes al **57% del total de fiscalizaciones**.

II. Fiscalización digitales realizadas

Se ejecuta mediante la inspección de los sitios web, redes sociales o prensa de proveedores. Durante el 2023 se realizaron **354 fiscalizaciones de esta categoría, correspondientes al 36% del total de fiscalizaciones**.

III. Fiscalización documentales realizadas

Se realiza a través de un requerimiento de información formal a la empresa. En el 2023, se realizaron **71 fiscalizaciones de este tipo**, correspondientes al 7% del total.

G. 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 interpretativas elaboradas

Conforme a la facultad contemplada en el Art. 58 letra b) de la Ley N°19.496, se dictan 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 y resultan obligatorias para los funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor.. Dentro del año 2023, se elaboraron **4 circulares interpretativas**, relacionadas a: los contratos preparatorios en el mercado inmobiliario, requerimientos de información, fundamentos de la garantía legal y ejercicio de la garantía legal.

II. Dictámenes administrativos elaborados

Corresponden a actos administrativos, que dan respuesta a solicitudes particulares y con alcance concretos de la normativa en consumo, durante el 2023 se elaboraron **17 dictámenes administrativos**, en materia de: disposición de plataforma única de pago o recaudación, responsabilidad del importador en materia de garantía legal, sobre disposición de repuestos y servicio técnico, responsabilidad de las empresas por robos o hurtos en estacionamientos de centros comerciales, entre otras.

H. Otras iniciativas

Género

El Programa de Trabajo 2023 fue diseñado y liderado por la Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión con la activa colaboración de los Centros de Responsabilidad del servicio. Las acciones comprometidas se relacionan con instrumentos de transversalización de género como: Compromisos Ministeriales de Género, Plan de Igualdad y Estrategia para la Autonomía Económica.

En el año 2023, el programa integró, tanto ámbitos de la gestión interna, como productos que se disponen a la personas consumidoras. De este modo logramos desarrollar un proceso de trabajo que abarcó a la mayoría de los centros de responsabilidad, lo que fue un avance para la transversalización del enfoque de género en la institución.

En cuanto a la gestión interna:

- Se trabajó fuertemente en el fortalecimiento a través de capacitaciones en temas de género como el curso “Género y consumo” para funcionarios/as que ocupan cargos de jefatura los que representan a un grupo que antes no se habían capacitado en estas materias.
- Se desarrolló una nueva versión de la escuela de liderazgo para mujeres y una charla sobre lenguaje inclusivo abierta a todas las personas.

- Se nombraron contrapartes regionales de género, con el objetivo de actuar coordinadamente en todo el territorio y de ese modo, facilitar el despliegue territorial de las acciones con enfoque de género.
- Se avanzó en incorporar la perspectiva de género en los instrumentos de planificación institucional y en las definiciones estratégicas.
- Se avanzó en el desarrollo de prácticas laborales con enfoque de género, como el desarrollo de actividades destinadas a la prevención del maltrato y el acoso sexual y laboral.

Respecto al trabajo hacia la ciudadanía:

El año 2023 se avanzó en la integración de una mirada amplia del género que incluye a las diversidades y disidencias sexo genéricas, a través de la **actualización de nuestros protocolos de atención de público** por los distintos canales, los **que ahora incorporan el reconocimientos de una variedad de identidades de género**, más allá del binarismo, y reconoce el nombre social de las personas y su pronombre de preferencia. Junto con eso, se actualizó el formulario único de atención al público. Este fue un trabajo que contó con la colaboración y asesoría estrecha de organizaciones de la sociedad civil que trabajan por los derechos de las personas de la diversidad y de las disidencias sexo genéricas.

Se amplió la **oferta educativa en materia de derechos y educación financiera para personas de la comunidad LGBTQIA+** de todas las regiones, llegando a una cobertura de 561 personas. También se realizaron conversatorios sobre consumo y género para mujeres, los que llegaron a 149 mujeres.

En otra línea de acción, el Servicio ha definido- en razón de los lineamientos entregados por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo- **trabajar en visibilizar sesgos de género en el consumo**, es así como durante el año 2023 se realizó un nuevo “Estudio de costo Menstrual” para visibilizar la carga económica que este proceso fisiológico significa para niñas, mujeres y personas menstruantes, en esa misma línea se diseñó la herramienta “Calculadora de gestión menstrual” para que quienes lo necesiten puedan conocer su gasto menstrual y consejos para un mejor gestión. Se realizó, además, el “Estudio Anual de Publicidad Sexista” y la “Encuesta Mujer y Consumo”, que es un levantamiento de percepción acerca de las discriminaciones vividas por las mujeres en el ámbito del consumo.

4. Desafíos para el período de Gobierno 2024

Con el objetivo de dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de nuestra institución, el foco de las acciones para el periodo 2024-2026 se centrarán en: fiscalizar y proteger con impacto, prevenir y detectar abusos y malas prácticas, acompañar y conectar con las personas usuarias, fortalecer nuestro posicionamiento y reputación, junto con valorar, incentivar y potenciar a los equipos y sus personas.

Con respecto al **Proyecto de Ley “Sernac te protege”**, se espera continuar con el trabajo y su discusión en el Congreso Nacional, para lograr cumplir con lo anunciado por el Presidente de la República, en su anterior Cuenta Pública 2023.

En relación a la **generación de información de consumo**, se promoverá el testeo de productos informativos durante el 2024 para hacerlos más comprensibles, claros, inclusivos y accesibles; se alineará la oferta infoeducativa del Servicio con otras instituciones, particularmente en lo que respecta a la formación dirigida a Mypes y Pymes, con el objetivo de ampliar el alcance y despliegue territorial; se ampliará el piloto de accidentabilidad asociada a productos de consumo, incluyendo a centros de salud regionales.

Se llevará a cabo la Plenaria Anual de la Red de Consumo Seguro y Salud de la OEA en Chile (actividad de alcance internacional), junto con asumir la presidencia de dicha Red para el período 2024-2025.

En materia de **desarrollo de herramientas voluntarias de cumplimiento**, entre el 2024 - 2026 se establecerá un sistema de cumplimiento para la protección de los derechos de los consumidores. Se implementarán guías de cumplimiento, como mecanismo para propender al cumplimiento de los proveedores en materia de protección de los derechos de las personas consumidoras.

Se diseñará un mecanismo que permita reconocer, premiar y fomentar Buenas Prácticas en la industria (inicialmente con foco en segmentos hiper vulnerables).

Para el desarrollo de la **fiscalización** se continuará con la implementación de la planificación anual para el año 2024, junto con fiscalizar aquellas materias emergentes de consumo, como por ejemplo, empresa que escanea iris almacenando datos personales de las personas consumidoras.

En materia de **equidad de género**, durante el 2024 se realizarán; el estudio de hábitos de consumo y caracterización del mercado de anticonceptivos femeninos en Chile, 16 talleres de educación financiera y derechos en el consumo con enfoque de género y diversidad, actualización de la encuesta, sistematización y difusión de los resultados de la "Encuesta de Percepción

Mujer y Consumo 2024", generación de segundo estudio sobre conducta de mercado y comportamiento de deudores y deudoras según género, entre otros.

Para la **protección** de las personas consumidoras, se continuarán iniciando juicios colectivos y de interés general que permitan hacer valer los derechos de las personas consumidoras afectadas por problemas de consumo, que sean detectados durante el año 2024 producto del monitoreo de los mercados.

Además, se continuará con el financiamiento de proyectos presentados por Asociaciones de Consumidores, a través de la ejecución del **Fondo Concursable 2024**, que incorpora dentro de su ámbito, el financiamiento de un estudio de evaluación de impacto de los proyectos financiados.

5. Anexos

Índice

.Anexo 1: Recursos Humanos	39
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	48
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	49
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023	50
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	56
.Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades	58

Anexo 1: Recursos Humanos

Dotación efectiva año 2023, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Contrata	218	97.32%	147	89.63%	365
Planta	6	2.68%	17	10.37%	23
Total	224	100.00%	164	100.00%	388

Dotación efectiva año 2023, por Estamento (mujeres y hombres)

Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Técnicos	53	23.66%	15	9.15%	68
Directivos	4	1.79%	15	9.15%	19
Profesionales	139	62.05%	116	70.73%	255
Administrativos	18	8.04%	15	9.15%	33
Total	224	100.00%	164	100.00%	388

Dotación Efectiva año 2023 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
24 AÑOS O MENOS	1	0.45%	1	0.61%	2
ENTRE 25 y 34 AÑOS	52	23.21%	44	26.83%	96
ENTRE 35 y 44 AÑOS	93	41.52%	67	40.85%	160
ENTRE 45 y 54 AÑOS	66	29.46%	41	25.00%	107
ENTRE 55 y 59 AÑOS	7	3.12%	6	3.66%	13
ENTRE 60 y 64 AÑOS	3	1.34%	4	2.44%	7
65 Y MÁS AÑOS	2	0.89%	1	0.61%	3
Total	224	100.00%	164	100.00%	388

Personal fuera de dotación año 2023 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Honorarios	1	33.33%	4	100.00%	5
Reemplazo	2	66.67%	0	0%	2
Total	3	100.00%	4	100.00%	7

Personal a honorarios año 2023 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Profesionales	2	66.67%	4	100.00%	6
Administrativos	1	33.33%	0	0%	1
Total	3	100.00%	4	100.00%	7

Personal a honorarios año 2023 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Más de 3 años	0	0%	1	100.00%	1
Total	0	100.00%	1	100.00%	1

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	2021	2022	2023
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	21	26	30
(b) Total de ingresos a la contrata año t	41	30	44
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	51,22%	86,67%	68,18%

1.2 Efectividad de la selección

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	21	22	30
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	21	26	30
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	100,00%	84,62%	100,00%

2 Rotación de Personal

2.1 Porcentaje de egresos del Servicio respecto de la dotación efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	29	36	30
(b) Total dotación efectiva año t	383	371	388
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	7,57%	9,70%	7,73%

2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2021	2022	2023
Funcionarios jubilados año t	0	0	0
Funcionarios fallecidos año t	0	1	0
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	6	4	2
Otros retiros voluntarios año t	17	21	19
Funcionarios retirados por otras causales año t	6	10	9
Total de ceses o retiros	29%	36%	30%

2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	45	24	44
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	29	36	30
Porcentaje de recuperación (a/b)	155,17%	66,67%	146,67%

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	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	0	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	32	27	23
Porcentaje de funcionarios ascendidos o promovidos (a/b)	0,00%	0,00%	0,00%

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios recontratados en grado superior año t	46	9	49
(b) Total Contratos efectivos año t	351	344	365
Porcentaje de recontratados en grado superior (a/b)	13,11%	2,62%	13,42%

4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

4.1 Porcentaje de funcionarios capacitados, respecto de la Dotación Efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios capacitados año t	335	329	323
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	87,47%	88,68%	83,25%

4.2 Promedio anual de horas contratadas para Capacitación por funcionario

Variables	2021	2022	2023
(a) \sum (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	14679	16211	22610
(b) Total de participantes capacitados año t	941	994	1033
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	15,60	16,31	21,89

4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	2	2	4
(b) N° de actividades de capacitación año t	83	58	61
Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	2,41%	3,45%	6,56%

4.4 Porcentaje de becas otorgadas respecto a la Dotación Efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de becas otorgadas año t	0	0	0
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
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	2021	2022	2023
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	316	504	546
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	0,83	1,36	1,41

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	186	109.2	135
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	0,49	0,29	0,35

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	7.9	104.1	28
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	0,02	0,28	0,07

6 Grado de Extensión de la Jornada

6 Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionarios

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	85	152	778
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	0,22	0,41	2,01

7 Evaluación del Desempeño

7.1 Distribución del Personal según los resultados de las Calificaciones

Listas	2021	2022	2023
Lista 1	329	333	327
Lista 2	0	1	1
Lista 3	0	0	1
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	329%	334%	329%
(b) Total Dotación Efectiva año t	383	371	388
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	85.90%	90.03%	84.79%

7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2021	2022	2023
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)	SI	SI	SI

8 Política de Gestión de Personas

8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2021	2022	2023
Tiene Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución (Sí / No)	SI	SI	SI

9 Regularización de Honorarios

9.1 Representación en el ingreso a la Contrata

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	4	1	1
(b) Total de ingresos a la contrata año t	41	30	44
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	9,76%	3,33%	2,27%

9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	4	1	1
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	6	1	1
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	66,67%	100,00%	100,00%

9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	3	1	1
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	6	1	1
Porcentaje (a/b)	50,00%	100,00%	100,00%

Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023

Iniciativa	Estado de Avance
Dotar a SERNAC de mayores recursos y atribuciones	En tramitación
Eliminar el traspaso automático y permitido por ley de la cobranza extrajudicial y/o judicial al consumidor	En tramitación
Eliminar obstáculos para que SERNAC y organizaciones de consumidores puedan ejercer acciones judiciales en contra de agentes económicos regulados por leyes especiales	En tramitación
Establecer equidad en distribución de costos asociados a operaciones de créditos	En tramitación
Fomentar la mayor coordinación entre organismos sectoriales y SERNAC	En tramitación
Fortalecer la institucionalidad y regulación de materia de consumo financiero	En tramitación
Regular las cláusulas de aceleración en créditos	En tramitación

Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

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 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023

Medidas

Medidas	Resultados
Capacitación avanzada en materia de género aplicado al quehacer del Servicio a funcionarias/os y equipos directivos del Servicio y, capacitación básica en materia de género sólo para Servicios nuevos y funcionarios/as que no han sido capacitados/as.	Del total de personas convocadas (57), de los cuales 50 concluyeron el curso Género y Consumo en los plazos indicados, lo que significa que un 87% de las personas que tienen cargos directivos en el Servicio (Jefaturas), realizaron la actividad comprometida, dando por cumplida la meta establecida. Esta nueva versión del curso vino a entregar contenidos a personas que ejercen cargos estratégicos dentro del Servicio y que en su gran mayoría no cuentan con formación en temas de género. Por otro lado, es una invitación a comprender el consumo desde una lógica social y cultural en donde se producen inequidades y desigualdades de género. De este modo, creemos, cubrir, por un lado, la brecha formativa con la que llegan las personas que trabajan en la institución, quienes no cuentan (ni tampoco se les exige en su perfil de ingreso) 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 relación, 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. Es así como, 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 y debe trabajar con perspectiva de género.
Acciones de Comunicaciones y difusión interna y externa con perspectiva de género.	Entre el 21 de febrero y el 14 de marzo de 2023, se realizó una encuesta ciudadana a mujeres, a través de la Comunidad Consumidor SERNAC. Se recibieron 1.753 respuestas. Como todos los años, el objetivo de esta consulta fue levantar información sobre la experiencia de consumo de las mujeres, existencia de percepción de discriminación de género en el consumo y expectativas sobre cómo las empresas podrían incluir sus necesidades. A continuación se entregan los principales resultados: Caracterización de las participantes Las participantes se encuentran entre los 18 y más de 65 años, con una menor representación de mujeres de más de 65 años. La mayoría de las respuestas provienen de mujeres entre 25 y 54 años. Las respuestas provienen principalmente de la Región Metropolitana (47,89%), pese a que hubo respuestas de todas las regiones. Algunos resultados: Un 71% de las mujeres entrevistadas se ha sentido discriminada como consumidora por ser mujer alguna vez. Un 39% de las menciones, las entrevistadas señalan que se sienten discriminadas "En las tallas de la ropa para mujer, por falta de tallas, variedad o porque las tallas corresponden a estándares extranjeros". En segundo lugar con un 37% de las menciones, "Cuando compro un producto y/o contrato un servicio automotriz, financiero, de ferretería, o tecnología, me hablan suponiendo que yo no sé nada de lo que estoy comprando /contratando". Los servicios de salud (Isapres, Centros Médicos, etc.) es el mercado en donde más se han sentido discriminadas las mujeres, con un 42% de las menciones. Un 79% de las mujeres entrevistadas, señala que uno de los mercados en que más compra, son productos y/o servicios del supermercado. Asimismo, un 53% indica que han adquirido productos en grandes tiendas. La realización de esta consulta ha servido para evidenciar la existencia de sesgos de género implícitos y explícitos en las prácticas de consumo, lo que nos orienta como servicio para la generación de líneas de trabajo a desarrollar.
Procesos de Provisión de bienes o servicios con perspectiva de género.	Al cierre de la ejecución se cuenta con 30 talleres de educación financiera y derechos a personas consumidoras, realizados a nivel nacional; mediante los cuales se alcanzó un total de 561 personas participantes, de las cuales 498 se identificaron en la categoría sexo como mujeres (89%), 44 con la categoría hombre (8%) y 19 como otros (3%). En el área de la estrategia de la meta de Estrategia Institucional correspondiente a Equidad de género, comprometida, por el Servicio, el Departamento de Educación para el Consumo Sostenible mantiene el compromiso de ejecutar, al menos, 8 talleres de educación financiera y derechos en el consumo con enfoque de género y diversidad, considerando como público objetivo mujeres y diversidades sexo genéricas. En base a esto es que según el análisis de datos realizados y los medios de verificación obtenidos, podemos dar cuenta que el cumplimiento de la meta fue de un 100% a la fecha de corte (septiembre 2023). Cabe destacar que, la proporción de actividades realizadas con organizaciones de las diversidades sexo genéricas, sobre el total de actividades, resultó considerablemente menor que el total de actividades cuyo público destinatario fueron mujeres, se advierte como un resultado significativo la realización de 8 actividades a nivel nacional en las que participaron personas de las diversidades, número originalmente proyectado para ser abordado entre ambos públicos (diversidades y mujeres). Así mismo, se destaca el hecho de que estas 8 actividades fueron efectuadas en regiones distintas, lo que da cuenta, además, de una representación territorial del público y un esfuerzo por que el trabajo con las agrupaciones no se efectuase únicamente en la Región Metropolitana, donde se ubican las organizaciones más habitualmente reconocidas. Además según los datos extraídos de las encuestas de satisfacción realizadas tanto a las personas participantes de los talleres, como a los monitores y monitoras que canalizaron las respuestas como encargados de las diferentes organizaciones y/o fundaciones, dando una muestra de satisfacción neta de un 85%. Como oportunidad de mejora para el año 2024, se trabajará en un formato que incluya una prueba de diagnóstico y otra al cierre de la actividad, para ser aplicada a las personas participantes del taller y, de este modo, contar con un elemento de medición que permita obtener una medición respecto a cuánto aumentó el nivel de conocimiento asociado a la intervención educativa, además mejorar el contenido, aumentar el número de participantes de las diversidades sexogenéricas, mejorar la vinculación con de parte de las regiones con las organizaciones de las diversidades y disidencias en los territorios.
Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo/ género y análisis de género.	El gasto menstrual no es opcional, es un gasto obligatorio por un proceso biológico que las mujeres y personas menstruantes no pueden controlar y que puede durar 40 años de su vida. El costo anual en promedio, se acerca a \$100 mil, al utilizar toallas desechables y antiinflamatorios para la menstruación. Frente a esta realidad, surge la necesidad de generar información para la ciudadanía, en especial para aquellas personas que incurrir en este tipo de gastos, que visualice los costos de menstruar en el país y que les permita tomar mejores decisiones de compra siendo un aporte en el ámbito de la autonomía económica de estos grupos. Se creó una herramienta web que permite a las mujeres, adolescentes y personas menstruantes, poder calcular, cotizar e informarse sobre los costos personales asociados a productos de gestión menstrual.

Iniciativas

Iniciativa	Resultado
<p>Incorporar perspectiva de género en los instrumentos de planificación institucional tales como, definiciones estratégicas (visión, misión, objetivos y productos institucionales) e indicadores del Formulario H, a través del lenguaje inclusivo, identificando si existe un impacto diferenciado entre hombres, mujeres y diversidad sexogenérica en la provisión de los productos estratégicos institucionales.</p>	<p>La incorporación de aspectos de género en la gestión pública resulta un elemento relevante del proceso de modernización del Estado. De acuerdo a lo expresado en la Ley N°20.820 que crea el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género, específicamente en el Art. N°3, la institución tendrá entre otras, la siguiente función e) Impulsar, coordinar y evaluar la incorporación de la perspectiva de género en las políticas y planes de los diversos ministerios y servicios a nivel nacimiento y regional. En este contexto, la integración del enfoque de género en las Definiciones Estratégicas y en los Indicadores de Desempeño del SERNAC permitió contribuir a la política pública de igualdad y equidad de género impulsada por el Estado. En ese sentido, el cumplimiento de este compromiso ha significado para el servicio contar con directrices acerca de la incorporación del enfoque de género en los productos del servicio. A través de esta actividad podemos contar con que la visión, misión, objetivos, productos institucionales e indicadores de Formulario H de nuestra institución cuentan con enfoque de género.</p>
<p>Plan de prevención del maltrato y acoso laboral y sexual en el trabajo</p>	<p>Se desarrolló un plan de prevención con los siguientes ámbitos y actividades: Ámbito Sensibilización y formación: Se realizó una charla sobre Maltrato, acoso sexual y laboral a la que asistieron 63 personas. Ámbito Difusión: Se ingresó información del procedimiento MALS al Site de Ecosistema de Ética y Probidad de SERNAC. En él se informa acerca de: Descripción detallada del procedimiento de denuncia; Conceptos, mecanismos de denuncia, formato y responsabilidades; Acceso abierto para todos los funcionarios y funcionarias del Servicio. Ámbito Formación: Participación en Plan de formación Prevenir del Servicio Civil del que participaron 39 personas. Ámbito Reparación de ambientes laborales: En relación a la etapa de reparación de ambientes laborales se realizaron Identificación de apoyo psicológico y asesoramiento para las personas afectadas por una situación de conflicto, o de maltrato o de acoso laboral. Para ello se realizaron actividades de acompañamiento al equipo a raíz de una denuncia de maltrato laboral realizada, en donde se identificó que todo el equipo había sido afectado con la situación. Se realizaron dos talleres de autoconocimiento y fortalecimiento de confianza para buscar mitigar el impacto de las situaciones vividas. El grupo con el cual se trabajó correspondió a unas 5 personas, abordando la temática de confianza, respeto y cohesión en el ambiente de trabajo.</p>
<p>Tercera versión de la Escuela de liderazgo para funcionarias, en la que se actualizan los contenidos sobre género, disidencias y diversidad sexo genérica.</p>	<p>El desarrollo de la tercera versión de la Escuela de Liderazgo Femenino (ELF) 2023 logró la participación de 20 alumnas y funcionarias de la Institución, en comparación con la versión anterior que contó con un total de 22 participantes. A pesar de que el número de participantes disminuyó ligeramente, la calidad y el compromiso de las alumnas y funcionarias involucradas en la tercera versión de la ELF se mantuvo en un nivel excepcional. Estas mujeres demostraron un gran interés en fortalecer sus habilidades de liderazgo y contribuir al empoderamiento femenino en todos los ámbitos. Durante el programa de la ELF 2023, se llevaron a cabo diversas actividades y talleres diseñados para fomentar el desarrollo de habilidades de liderazgo, la comunicación efectiva y la toma de decisiones estratégicas. Las participantes tuvieron la oportunidad de aprender de expertos en liderazgo y compartir experiencias entre ellas, lo que enriqueció la experiencia formativa. Además, se incluyó a 3 mujeres jefaturas en la versión respondiendo a un enfoque interesante, ya que permite incorporar diferentes perspectivas y experiencias en la escuela de liderazgo. Esto puede enriquecer el programa al ofrecer a las alumnas la oportunidad de aprender de mujeres con experiencia en posiciones de liderazgo. En cuanto a la evolución de los contenidos, el hecho de profundizar en actividades que potencien a las alumnas individualmente es un paso importante. Esto demuestra la intención de empoderar a las participantes para que puedan desarrollarse como líderes por sí mismas. Además, la idea de fomentar la formación de una red de mujeres líderes es fundamental, ya que la colaboración y el apoyo mutuo son esenciales en el desarrollo del liderazgo. Debido a lo anterior, no fue posible la incorporación de un módulo sobre diversidades en la Escuela de liderazgo, ya que a raíz de un proceso de evaluación de este espacio, se definió un cambio en la metodología consistente en el desarrollo de mentorías para las participantes y la no realización de módulos específicos.</p>

Iniciativa	Resultado
<p>Actividad de formación sobre lenguaje inclusivo para funcionarios/as que intervienen en productos de comunicación.</p>	<p>Desde la Coordinación de Género, Diversidad e Inclusión se organizó una charla sobre Lenguaje inclusivo para las personas que trabajan en el servicio. Si bien la meta precisa que los y las participantes deben intervenir en procesos de comunicación, se definió hacer extensiva la invitación a quienes tuvieran interés en la materia. La charla se realizó en colaboración con la Unidad de Género de la Universidad Central y se trató sobre el uso del lenguaje inclusivo en los servicios públicos. Los contenidos revisados fueron: - Derechos humanos - Enfoque de género - Definiciones de lenguaje inclusivo. - Usos de lenguaje inclusivo con distintos grupos - Ejemplos de aplicabilidad</p>
<p>Incorporar el enfoque de género, disidencias y diversidades sexogenérica en la actualización del Protocolo de atención de público y el formulario Único de Atención de Público.</p>	<p>Esta actividad fue desarrollada con éxito y ha significado un avance significativo en la incorporación de personas de las diversidades y disidencias sexo genéricas en un servicio tan estratégico como es el de atención de público. Entre los principales cambios implementados se destacan los siguientes: 1. Fundamentación del enfoque de género y no discriminación: Se agregó un apartado que explicita las obligaciones legales del Estado y las personas que trabajan en él en relación al respeto a la ciudadanía y la no discriminación (ley 20.609), así como al reconocimiento y protección de su identidad y expresión de género (ley 21.120). Asimismo, en base a los criterios de ética y calidad del servicio que el SERNAC busca entregar, se incluyó un conjunto de directrices para quienes atienden público, en relación a entregar un trato inclusivo y cordial, que reconoce la dignidad e individualidad de cada persona, respetando su nombre social y pronombre, usando un lenguaje neutral en términos de género y manteniendo una actitud acogedora y libre de prejuicios frente al público. 2. Lenguaje inclusivo y neutral: se modificaron todas las expresiones que usan el género masculino para referirse a todos los géneros (por ejemplo, se modificó "los analistas" por "las personas analistas"). También se eliminaron las expresiones que usan la barra o slash para incluir lo masculino y lo femenino (tanto porque no pueden ser leídos por los programas informáticos para personas con discapacidad visual, como porque no incluyen a las personas no binarias). Por ejemplo, donde antes decía "Ejecutivo/a de atención de público", ahora dice "quien atiende público". Lo mismo con la expresión "el/la consumidor/a", que se cambió a "persona consumidora" o "persona usuaria". 3. Respuestas a posibles preguntas o cuestionamientos: Tanto en los conversatorios como en la retroalimentación al protocolo propuesto, las personas que atienden público transmitieron su preocupación por que las preguntas sobre género pudieran ofender a algunas personas usuarias o no entendieran el significado de los conceptos señalados. Por ello, se elaboraron respuestas tipo, simples y breves, para que las personas que atienden público, cuenten con la información necesaria frente a posibles situaciones de incomodidad que se puedan presentar. 4. Uso y registro del nombre social o de preferencia: se modificó el inicio de la atención, de forma tal que la persona que atiende es quien saluda, se presenta con su nombre y luego pregunta "¿Cuál es su nombre o nombre de preferencia?". De esta forma, si la persona usa un nombre distinto al registrado en su cédula, podrá señalar sin tener que hacer una pregunta adicional. Esto evita que las personas que se identifican con un género diferente al asociado a su sexo registral sientan incomodidad o dudas respecto a si deben responder con su nombre registral o social. Luego de esto, se le solicita la cédula de identidad, por lo que la persona que atiende puede contrastar ambos nombres y, según eso, consultar si se quiere registrar su nombre social. El nombre social será utilizado por los sistemas de información para las comunicaciones hacia las personas. Si no hay nombre social registrado, se utilizará el nombre registral. Asimismo, el nombre social será transmitido a los proveedores. Este campo siempre se informará junto al rut, por si una persona hubiera hecho un cambio de nombre en el registro civil y la empresa desconociera ese nuevo dato. Hasta antes de esto, sólo se usaba el nombre registral. 5. Uso y registro del género: hasta ahora, el SERNAC registraba sexo (hombre, mujer o "prefiero no decirlo"), dejando fuera la posibilidad de registrar identidades de género diferentes al sexo registrado al nacer. Por ello, se incorporó una pregunta por el género con las categorías: femenino y masculino, transfemenino, transmasculino, no binario, otro, prefiero no informar y no sabe. El protocolo indica leer las categorías comenzando por las más habituales (femenino y masculino) porque en el testeó se detectó que las personas tienden a responder en cuanto se les nombra el género con que se identifican (mayormente femenino o masculino). De esta forma se busca no alargar la atención innecesariamente. También se busca evitar el escenario en que una persona cisgénero pudiera ofenderse por la pregunta, temor que apareció en los conversatorios y la retroalimentación de quienes atienden público. 6. Uso y registro del pronombre: para quienes se identifican con categorías de género diferentes a femenino y masculino, se agregó el campo de pronombre, de manera de tratar a las personas de acuerdo a su identidad, independientemente de su sexo registral. Se realiza esta pregunta exclusivamente a quienes se identifican así para no alargar los tiempos de atención innecesariamente, dado que no estamos registrando los pronombres para fines estadísticos, sino para mejorar nuestras comunicaciones con las personas usuarias. 7. Información sobre Organizaciones de la Sociedad Civil: se agregó la indicación de ofrecer información de contacto de algunas organizaciones entrevistadas, para aquellas personas que se identifican con géneros diferentes al femenino o masculino, y/o sus casos dan cuenta de que podrían requerir apoyo de la comunidad LGBTQIA+. 8. Anexo para registrar contingencias: Se anexó una ficha para registrar posibles incidencias a causa de los cambios al protocolo. Esto, dado que en la retroalimentación, quienes atienden público transmitieron su preocupación por el hecho de que las modificaciones alarguen los tiempos de atención ya sea porque obliguen a dar explicaciones, ya sea porque personas usuarias se ofendan y/o pongan violentas. El objetivo de esta ficha de registro es poder informar al Departamento de Atención Usuaría y Despliegue Territorial, para que, durante los meses de marcha blanca del protocolo (estimativamente hasta diciembre), se pueda evaluar la frecuencia y gravedad de los hechos que se reporten.</p>

Iniciativa	Resultado
Realización de 4 Conversatorios sobre temas de consumo y género dirigido hacia mujeres.	<p>Durante el año se realizaron 6 conversatorios de género y consumo. Al igual que el año pasado los conversatorios contaron con una convocatoria abierta y con la participación de hombres y mujeres, sin embargo, la invitación tuvo un especial foco en la convocatoria y participación de mujeres. En cuanto al perfil de los y las participantes fue diverso en edades, pertenencia geográfica y situación socioeconómica. La mayor valoración de los asistentes fue en generar estos espacios, para relevar las materias y temáticas y visibilizar y dialogar en torno a estas instancias, permitiendo entregar una mirada mucho más crítica y educativa a las relaciones y desigualdades en materias de género respecto al consumo.</p>
Incorporación de la perspectiva de género en la Norma de participación ciudadana con enfoque de género.	<p>La Norma de Aplicación General de Participación Ciudadana del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), aprobada por Resolución Exenta N° 1875/2015, establece las modalidades formales y específicas de participación que tendrán las personas y organizaciones en el ámbito de su competencia. Su actualización es necesaria para facilitar y potenciar la participación de mujeres en espacios de participación de manera equitativa. Los cambios realizados fueron los siguientes: Se incorpora lenguaje inclusivo a todo el documento. En el Artículo 9, se integra el siguiente párrafo: "El Servicio fomentará una participación paritaria, donde se propenderá a que no más del 60% de los/as asistentes pertenezca a un mismo género, así como la participación de diferentes públicos objetivos, entre ellos, públicos tradicionalmente excluidos y/o vulnerables, tales como, pueblos originarios, personas en situación de discapacidad, personas mayores, disidencias sexo genéricas. Para ello se buscará brindar las condiciones que faciliten su participación". En la convocatoria de la Cuenta Pública Participativa, se integra "...a la comunidad en general, asegurando su inclusión y accesibilidad, y también, "organizada y Ciudadanía no organizada". En el siguiente punto se integra "considerando cuando corresponda, que la información que se entregue sea de manera desagregada" y también "y promoviendo la participación de mujeres, disidencias sexo genéricas y públicos vulnerables, considerando como uno de los temas a presentar, las acciones realizadas en materia de género". En el Consejo Consultivo de la Sociedad Civil, se elimina la cantidad de participantes y se integran los siguientes párrafos: El Consejo Consultivo considerará al menos los siguientes aspectos; Deberá contar con un Reglamento General que estipule la conformación, organización, funciones mecanismos de elección, duración y la forma de elegir su presidencia, entre otros aspectos; La conformación de los Consejos Consultivos deberá estar integrado de manera paritaria, por tanto, no más del 60% de los integrantes podrán ser del mismo género y se propenderá a una participación más inclusiva en el sentido de dar cabida a grupos que han estado fuera de los espacios de toma de decisiones y que tengan funciones en ámbitos de consumo". Se cambia "integrantes" por "personas que lo integren". Se integra género al cargo de Director/a Nacional, también a los/as funcionarios/as, y consejeros/as. Se modifica la palabra consumidor, por personas consumidoras. En el artículo N°21, primer párrafo se integra: "y favoreciendo la inclusión de grupos tradicionalmente excluidos. La conformación por tanto debe ser paritaria, es decir, propender a que no más del 60% de los integrantes podrán ser del mismo género". También se incorpora: "Los diálogos participativos serán convocados de manera abierta o dirigida de acuerdo al tema central del diálogo, sin embargo, por la naturaleza del mecanismo puede ocurrir que se realice alguna instancia considerando un público objetivo específico. Se debe propender a que la participación sea paritaria, es decir, que no haya más de un 60% de participantes de un mismo género, con excepción de que la materia a tratar requiera otra cosa, por ejemplo, la participación exclusiva de mujeres u hombres". En los Conversatorios de Consumo, artículo N°27, se incorpora que pueden ser Virtuales, y también se incorpora el siguiente párrafo: "Los Conversatorios de Consumo serán convocados de manera abierta, amplia y pluralista, sin embargo, por la naturaleza del mecanismo puede ocurrir que se realice alguna instancia considerando un público objetivo específico. Se debe propender a que la participación sea paritaria, es decir, que no haya más de un 60% de participantes de un mismo género, con excepción de que la materia a tratar requiera otra cosa, por ejemplo, la participación exclusiva de mujeres u hombres".</p>

Iniciativa	Resultado
Actualización del estudio de costo menstrual.	<p>El estudio de precios de productos de gestión menstrual se realizó utilizando una metodología cuantitativa del tipo comparativa descriptiva, en los principales comercios del país. A continuación, se detalla la metodología de levantamiento de información: 1. En primera instancia, se envió un oficio a los proveedores que son parte del estudio, durante el mes de junio de 2023, para que mediante IBC nos hicieran llegar los productos de gestión menstrual que comercializan y sus respectivos precios. 2. En segundo lugar, para aquellos proveedores que no respondieron o que no enviaron la información solicitada se utilizó la técnica "Web Scraping", la cual consiste en extraer información de los sitios web de las empresas, mediante programas de software. Este procedimiento se realizó el martes 26 de septiembre de 2023. Selección de los productos Las marcas y productos utilizados en el estudio son aquellos con mayor representatividad obtenidos de la Encuesta Salud, Higiene y Gestión menstrual 2021 realizada por el Sernac. A este listado de productos, se han ido agregando nuevas marcas, especialmente en cuanto a los productos reutilizables. Los comercios considerados en el estudio son: ● Principales cadenas de farmacias: Ahumada, Cruz Verde y Salcobrand. ● Principales supermercados: Tottus, Jumbo, Unimarc y Santa Isabel. ● Principales tiendas especializadas: Maicao, Preunic y Liquimax. ● Principales Marketplace: Falabella, Ripley, Paris y MercadoLibre. El análisis realizado, muestra que existen grandes diferencias de precios, no solo entre la diversidad de productos para gestionar la menstruación, sino que, dentro de un mismo tipo. Asimismo, se observa que la oferta de algunos productos ha ido en aumento en el último tiempo, esto podría ser explicado porque hay más interés entre la población por utilizarlos. Esto sin duda es beneficioso para las personas menstruantes, ya que al haber más oferta de productos sus precios disminuyen. En cuanto al uso de los productos de gestión menstrual, la toalla higiénica es el producto más utilizado y en el cual más variedad de tipos y marcas es posible encontrar en el mercado (SERNAC, 2021). Sus precios son variados, lo que se demuestra en que una persona menstruante para un periodo de 5 días podría gastar solo por el uso de este producto, desde \$1.063 hasta \$28.343 mensuales dependiendo de la marca y el tipo de toalla. Los productos de contención se pueden combinar de diversas formas, siendo la toalla higiénica y tampón, la combinación de productos menos económica, pudiendo costar entre \$30.714 y \$680.220 anualmente para un periodo de 5 días. Si se utiliza un solo producto de contención y antiinflamatorios para los dolores menstruales, los costos anuales pueden ir desde \$22.455 (junto con la copa menstrual) a \$380.250 (junto con tampones o toallas higiénicas) para un periodo de 5 días. En cuanto a los productos reutilizables, se observa que, a largo plazo, el uso de la copa menstrual es el producto de gestión menstrual más económico (\$4.495 anuales). Los calzones son otra alternativa sustentable y sus costos pueden ir desde \$52.450 hasta \$134.950 por cinco calzones en el año, con un costo anualizado mínimo de \$17.484 y \$44.983 respectivamente. La diversidad de canastas planteadas en este estudio, responde a las diferentes formas en que las personas menstruantes gestionan su menstruación. Por ejemplo, para la combinación de toalla higiénica desechable y protector diario desechable los costos pueden variar anualmente entre \$32.750 y \$599.610 para un periodo de 5 días. Si a esta combinación, le sumamos el antiinflamatorio, los costos pueden variar anualmente entre \$50.740 y \$639.750 para un mismo periodo. El tampón se encuentra dentro de los productos más utilizados. Si se considera la combinación de toalla higiénica desechable, tampón y antiinflamatorio, los costos pueden variar anualmente entre \$48.714 y \$720.360 para un periodo de 5 días. Si al uso de la toalla desechable y tampón, se le suma el protector diario, los costos pueden variar anualmente entre \$50.704 y \$939.720 por el mismo periodo. Por último, está la llamada canasta "Low cost", la cual considera, que, por el uso de la toalla higiénica desechable más económica y el antiinflamatorio más económico, una persona menstruante podría gastar \$30.750 para un periodo de 5 días. En conclusión, y dada las importantes diferencias entre los productos, surge la necesidad de generar políticas públicas, que permitan informar y educar a la población. Es relevante poner atención a las diferencias entre los productos, no solo en términos económicos, sino también en términos de durabilidad, calidad y sustentabilidad.</p>
Generación de estudio sobre conducta de mercado y comportamiento de deudores según género, en mercados priorizados.	<p>A través de la evaluación del endeudamiento de las personas consumidoras en proveedores financieros de menor tamaño, así como identificar brechas de género en el acceso a los productos financieros ofrecidos por este tipo de proveedores, el informe realizado contribuye al estudio y evaluación de las políticas públicas en materia de endeudamiento y género en el sistema financiero en Chile. Para ello, el estudio elaboró un levantamiento de 62 proveedores financieros de menor tamaño. Si bien dicho levantamiento no supone un catastro completo del mercado, representa una primera sistematización que se debe ir complementando en versiones posteriores de este estudio. Entre los principales resultados del estudio, cabe destacar que las 62 entidades financieras identificadas mantienen, a diciembre de 2022, un stock de deudores de 2,2 millones de personas deudoras, y un monto adeudado total de \$6,5 millones de millones en colocaciones, que se traduce en una deuda promedio de \$3 millones. Los proveedores con el mayor stock de personas deudoras son las CCAF (1,47 millones de deudores), mientras que el stock de deuda se concentra en las EFA (\$3,4 mil millones). Por otro lado, se identificaron las CACC como las entidades con mayor porcentaje de personas mayores. El análisis con perspectiva de género reveló una brecha de acceso significativa, ya que sólo se registran 82 deudoras mujeres por cada 100 deudores hombres. Desde la perspectiva de los montos, la brecha es aún mayor, ya que se encuentra que la deuda total de las mujeres es un 59% de la de los hombres, mientras que su deuda promedio (\$2,5 millones) es un 72% de la de los hombres (\$3,4 millones). La mayor brecha se registra en las EFA, mientras que la menor se encuentra en los PPF, el único tipo de proveedor en que la brecha es positiva para las mujeres –aunque concentrada en un proveedor específico. Respecto a los indicadores de morosidad, se encuentra que las mujeres tienen un mejor comportamiento de pago que los hombres, ya que sólo el 13% de los montos de las mujeres se encuentra con mora de 90 días o más, mientras que el 17% de los montos de los hombres se encuentra en dicha situación. Por otro lado, no se encuentra evidencia de que a las mujeres se les exige mayores garantías en forma de avales para el otorgamiento de créditos, sino que, por el contrario, a los hombres se les pide contar con un aval con mayor probabilidad.</p>

Iniciativa	Resultado
Informe anual de publicidad sexista.	<p>El monitoreo de la publicidad durante el año 2023, reveló que un 46% de los 380 anunciantes incluidos en la muestra difundieron publicidad potencialmente sexista durante el período observado, lo que equivale al 12,1% del total. En contraste, los 334 restantes no mostraron observaciones, representando el 87,9% (Gráfico 1). Es importante aclarar que esta cifra no busca ser estadísticamente representativa de la industria publicitaria o el comportamiento de los anunciantes, sino ofrecer una descripción del rendimiento de la muestra en relación con la variables de análisis utilizadas en el estudio En relación a las categorías de análisis o variables de observación, los resultados indican que el 39,1% de las observaciones realizadas hacen referencia a publicidad sexista vinculada a niñas, niños y adolescentes. Esta publicidad se enfoca principalmente en la reproducción de estereotipos relacionados con la determinación del género según el color, las características de prenda de vestir, el diseño, la actitud o el tipo de juguete. Resulta alarmante observar una pieza publicitaria donde se hipersexualiza a una adolescente (ver Además, se identifica que un 32,6% de las observaciones muestran publicidad sexista en el sentido de cosificación o hipersexualización del cuerpo de la mujer. Por último, se observan roles y estereotipos de género en un 28,3% de las observaciones. La publicidad reproduce y refuerza estereotipos de género con el objetivo de atraer a los consumidores. Al analizar las representaciones de género presentes en la publicidad, podemos observar que aparentan reflejar a toda la sociedad, dado su carácter de difusión pública. Además, los individuos representados parecen aceptar estas representaciones, lo que valida los roles descritos y contribuye a modelar nuestra percepción del mundo social. A través de la transmisión constante y sistemática de estos estereotipos de género, se contribuye a que estas creencias sean percibidas por la audiencia como algo objetivo, verdadero, incuestionable y permanente. En otras palabras, se fomenta la naturalización de estas creencias. Los resultados del análisis de la publicidad que forma parte del estudio revelan patrones de representación estereotipada de hombres y mujeres. Así, muestran a la mujer adulta representada como atractiva y sexual, sacrificada, maternal, familiar y emotiva, en muchos casos, representada en modelos ideales de cuerpos femeninos inalcanzables. En cambio, el varón adulto es mayormente representado como decidido, independiente, orientado a trabajos manuales vetados para las mujeres como es el automotriz, mientras que las mujeres participan de este mercado como accesorio decorativo. En el caso de las mujeres es evidente el recurso de la hipersexualización en la publicidad, cuestión que adquiere gravedad cuando se utiliza para representar a niñas y adolescentes. Finalmente, en el caso de publicidad infantil se observa la determinación del género en las fichas técnicas de los productos, limitando la decisión de compra respecto de estos productos.</p>

Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución

Sección	Detalle	Enlace
Identificación de la Institución (Formulario A1)	Corresponde a la información estratégica del Servicio. Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Definiciones Estratégicas, instrumentos por año, 2023 y escoger el Ministerio y Servicio.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15400-35324.html
Recursos Financieros	Corresponde a información presupuestaria del Servicio disponible en los informes de ejecución presupuestaria mensuales, a diciembre de cada año o trimestrales. Dipres presenta información a través de dos vías: i) Sitio web de Dipres, sección Presupuestos, año 2023, y escoger la partida presupuestaria requerida; y ii) Sitio web de Dipres, banner Datos Abiertos, donde se presentan archivos con información del Gobierno Central.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15149-35324.html
		https://datos.gob.cl/organization/direccion_de_presupuestos
Indicadores de Desempeño 2023	Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Indicadores de Desempeño, Fichas Anuales y 2023.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15157-35324.html
Informe Programas / Instituciones Evaluadas	Se presenta el buscador de programas e instituciones evaluadas. Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Evaluación y Revisión del Gasto e Informes de Evaluaciones. Para acceder a los informes, se debe escoger el Ministerio, línea de evaluación y año de publicación de la evaluación buscada.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-propertyvalue-23076.html
Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas		

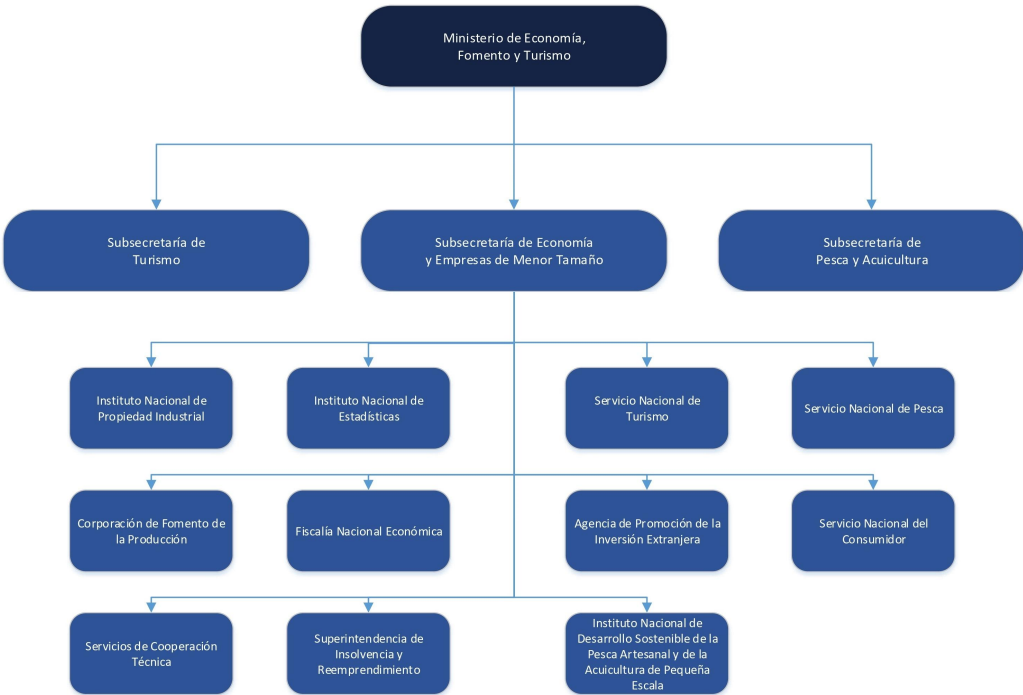
Sección	Detalle	Enlace
Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2023	Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Mecanismos de Incentivo de Remuneraciones, y elegir entre los distintos mecanismos presentados, para luego seleccionar el instrumento para un determinado año (según corresponda) u otro tipo de documentación relacionada.	https://www.dipres.gob.cl/598/w3-propertyvalue-16140.html

Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades

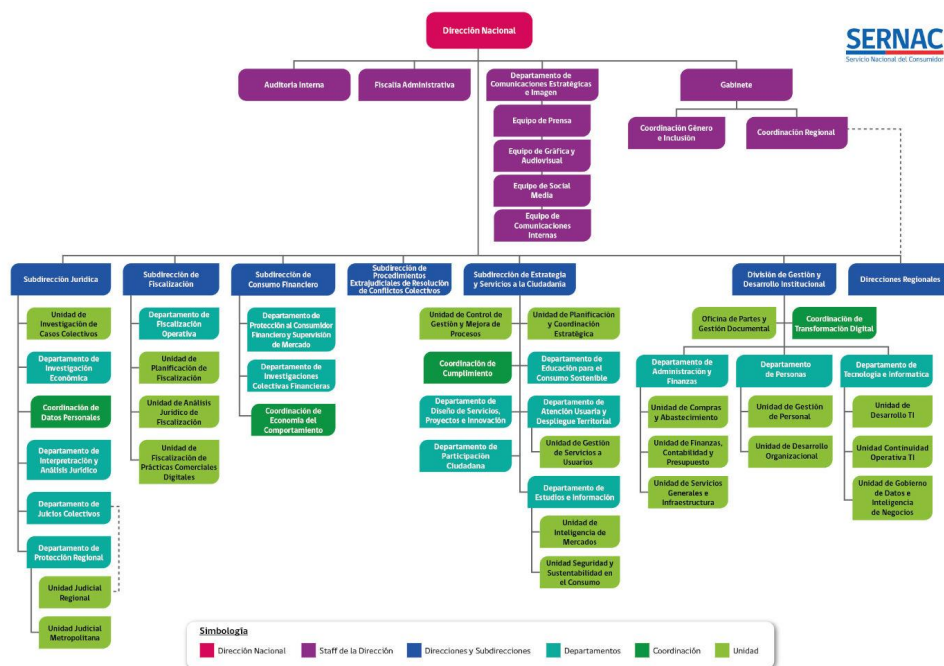
Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



Estructura Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.



Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio



Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director Nacional	Andrés Herrera Troncoso
Subdirector de Estrategia y Servicios a la Ciudadanía	Rodrigo Mateluna Estay
Jefe Departamento de Comunicaciones Estratégicas e Imagen	César Leiva Rubio
Jefa Fiscalía Administrativa	Carolina Pérez Monje
Jefa Departamento de Auditoría Interna	Carolina Gajardo Yáñez
Subdirector Jurídico	Edison Orellana Ramos
Subdirector de Fiscalización	Marco Antonio Müller
Subdirector de Consumo Financiero	Andrés Pavón Mediano
Subdirectora de Procedimientos Extrajudiciales de Resolución de Conflictos	Carolina Norambuena Arizábalos
Jefe División de Gestión y Desarrollo Institucional	César Araya Vargas
Director Regional de Arica y Parinacota	Erick Orellana Jorquera
Director Regional de Tarapacá	Rodrigo Cortés Tapia
Director Regional de Antofagasta (S)	Ignacio Tello Cardone
Director Regional de Atacama	Kurt Iturrieta Guaita
Director Regional de Coquimbo	Rodrigo Santander Martin
Director Regional de Valparaíso	Marcos Morales Andrade
Directora Regional Metropolitana (S)	Gabriela Millaquén Uribe
Director Regional O'Higgins	Ignacio Tello Cardone

Cargo	Nombre
Director Regional de Maule (S)	Andrés Salas Retamal
Directora Regional de Biobío	Angélica Solar Lizama
Director Regional de Ñuble	Félix Mercado Berríos
Director Regional de La Araucanía	Arturo Araya Rodríguez
Director Regional de Los Ríos	Alejandro Paredes Zieballé
Director Regional de Los Lagos (S)	Ignacio Tello Cardone
Director Regional de Aysén (S)	Ignacio Tello Cardone
Directora Regional de Magallanes	Pamela Ramírez Jaramillo