Minuta programática SERNAC 2018-2022

1. Ley N°21.081 - El fortalecimiento del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)[1]

El periodo del que da cuenta la presente minuta, tuvo como elemento central la implementación de la ley N°21.081, que se publicó el 13 de septiembre de 2018 y entró en vigencia el 14 de marzo de 2019. Esta normativa entregó nuevas facultades al SERNAC, transformándolo en una institución fiscalizadora en los términos del decreto ley N°3551 de 1981 y ordenó la creación de una nueva planta de personal. En tal sentido, y desde una perspectiva temporal en este periodo, es posible identificar una etapa de preparación para la implementación, una siguiente etapa referente al despliegue inicial de las nuevas facultades y una etapa final de consolidación de la nueva institucionalidad.

Para la facilitación del proceso, en 2018 se creó la "Unidad de Implementación de la Ley" con el fin de asegurar una exitosa implementación de la citada ley, y estuvo a cargo del diseño y ejecución de una "Ruta crítica", siendo ésta el consolidado de actividades necesarias para dar cumplimiento al mandato legal. Así, se creó la "Red de integración Institucional de implementación" con el objeto de incluir las diversas miradas institucionales y gestionar con la debida oportunidad las acciones necesarias que las modificaciones legales requerían. Dicha red se diseñó en base a 4 pilares:

- Legal y normativo
- Procesos y tecnología
- Personas
- Recursos

Entre los principales logros de este proceso, se encuentran:

- Elaboración de un nuevo Decreto con Fuerza de Ley que creó nueva planta de personal, y reguló otras materias referentes a la gestión de personas.
- Procesos de selección, movilidad e inducción para cargos nuevos.
- Dotación de nuevos recursos vinculados a la Ley.
- Acompañamiento de gestión del cambio a funcionarios actuales y nuevos.
- Fortalecimiento de las comunicaciones internas y participación funcionaria: Embajadores del Cambio, Boletín semanal, Conversatorios, publicación de contenidos en Intranet.

[1] Para ver un resumen de la nueva ley, acceder a este link: https://youtu.be/C7mFIutyfME

- Nueva visión institucional co-construida.
- Priorización de iniciativas tecnológicas a implementar: nuevos sistemas para un nuevo SERNAC.
- Charlas y conversatorios de inducción y preparación a los funcionarios.
- Levantamiento y propuestas de nueva infraestructura.
- Confección y propuesta de reglamentos vinculados a la Ley.
- Modelamiento de flujos de procesos de nuevas facultades: Fiscalización, Procedimientos Voluntarios Colectivos, Interpretación administrativa.
- Acompañamiento experto en Fiscalización, Desarrollos tecnológicos, Gestión del cambio e informes en derecho sobre aspectos críticos de implementación en el ámbito jurídico.

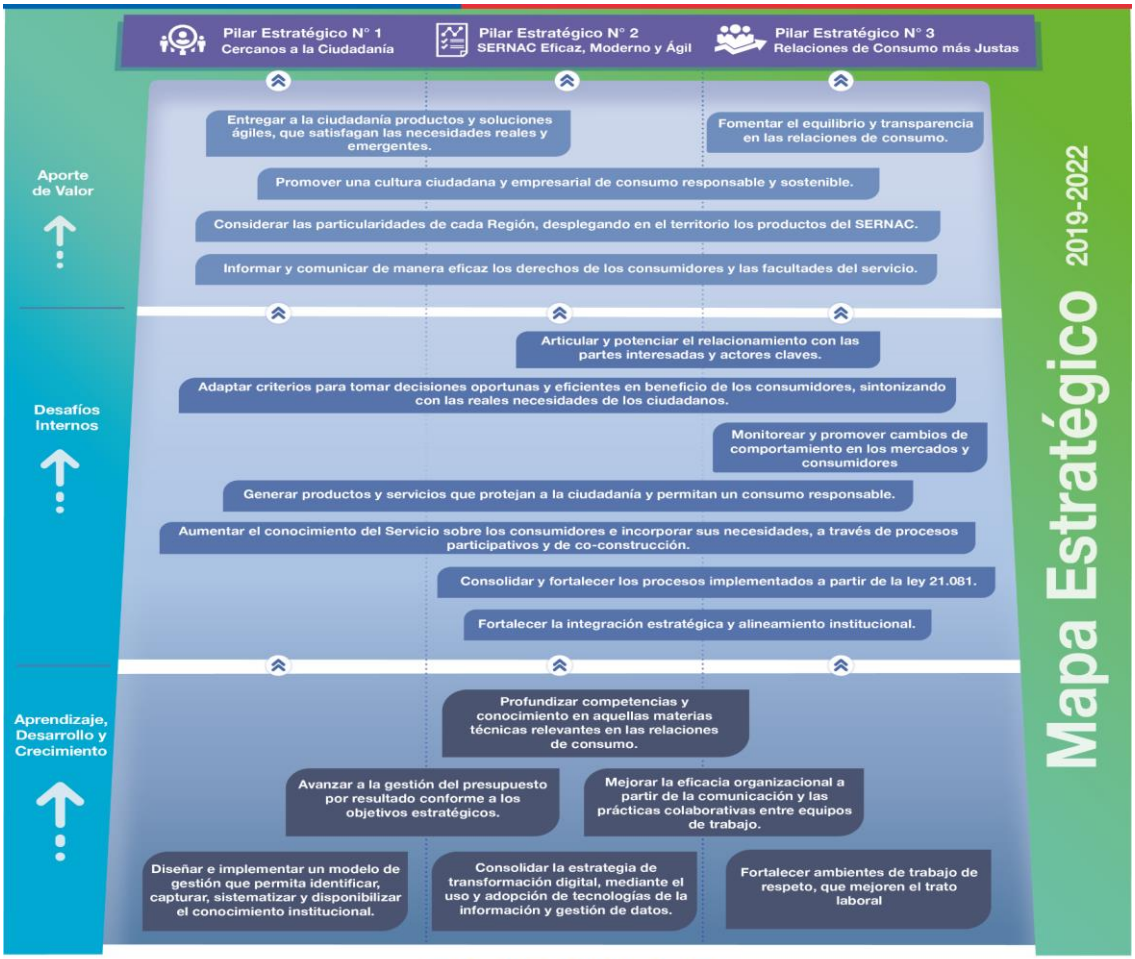
Dentro del trabajo realizado, y de manera colaborativa y participativa, se formalizaron las definiciones estratégicas que guiarían la gestión institucional en el periodo, definiendo para ello, 3 pilares estratégicos:

Un servicio cercano a la ciudadanía
Un SERNAC eficaz, moderno y ágil
Un servicio que busca relaciones de consumo más justas

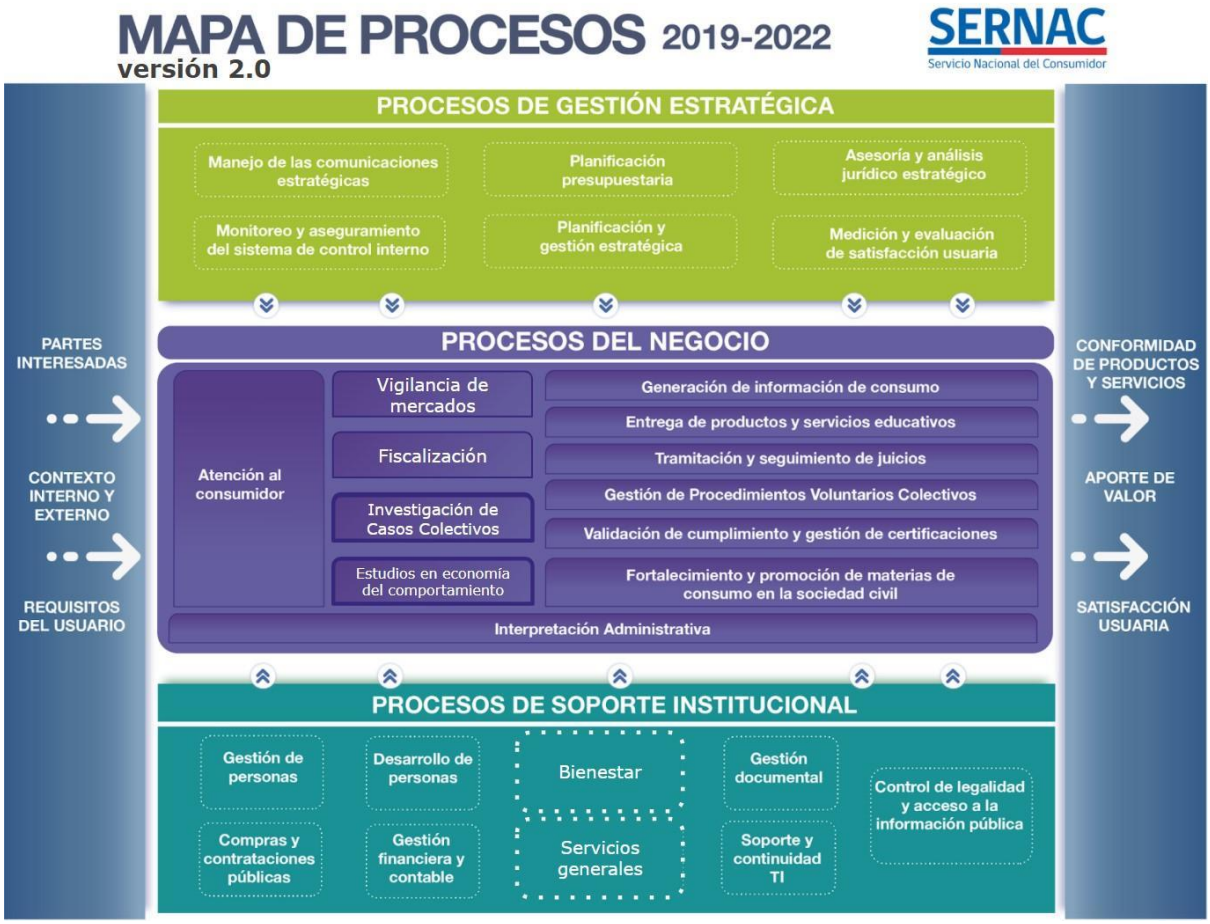
Como reflejo de este proceso, se construyó el mapa estratégico y el mapa de procesos de la institución, como elementos rectores del despliegue estratégico, los que se presentan a continuación:

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

Mapa estratégico 2019-2022



SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor



En base al enfoque de procesos señalado, es que se da cuenta de los principales logros del periodo en aquellos procesos del negocio.

2. Atención al consumidor

La oferta de servicios de primera instancia que el SERNAC dispone a la ciudadanía, se compone de:

- Consultas
- Reclamos
- Alertas Ciudadanas (AC)
- No Molestar (NM)
- Me Quiero Salir (MQS)
- Su Opinión Nos Interesa (SONI)

En cuanto a consultas y reclamos, son servicios que se mantuvieron y mejoraron de manera significativa en el periodo (posteriormente se detalla el rediseño del reclamo), mientras que las Alertas Ciudadanas, No Molestar y Me Quiero Salir, son servicios nuevos que se dispusieron a la ciudadanía en el marco de la

implementación de la ley Nº 21.081, o de la situación de contingencia sanitaria, como fue el caso de MQS.

El volumen de atenciones entregadas a la ciudadanía se presenta en la siguiente tabla:

Servicio	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
Consultas	387.732	362.643	394.700	242.089
Reclamos	330.235	373.255	891.580	710.992
Alerta Ciudadana	-	2.055	5.964	5.099
No Molestar	-	145.558	84.409	150.287
Me Quiero Salir	-	-	39.650	48.088
Su Opinión Nos Interesa	4.629	4.357	8.003	9.283

Los números presentados, dan cuenta de un importante incremento de la demanda institucional, gatillados principalmente por el contexto social y sanitario del país. En este contexto y en función de los pilares estratégicos señalados anteriormente, es que se desarrollaron distintas acciones a destacar para el mejoramiento de la oferta pública del SERNAC, a destacar:

- **Rediseño del Servicio Usuario**

El año 2019 se realizó un exhaustivo diagnóstico que involucró acciones como análisis de viajes usuarios, levantamiento de la radiografía del consumidor, conversatorios y entrevistas a actores claves, entre otras. Tras ello, el SERNAC se propuso renovar el modelo de atención usuaria vigente, con el fin de responder de mejor forma a las necesidades y expectativas de los consumidores y su interacción con los mercados actuales.

Así, de forma co-construida con la ciudadanía, se buscó mejorar, rediseñar y crear productos y servicios que resolvieran problemas de consumo de manera extrajudicial, aportando valor público y satisfaciendo sus necesidades, en el marco de la misión institucional y objetivos estratégicos. Específicamente, las mejoras generadas para el Modelo de Atención al Consumidor (MAC) en el periodo 2019-2022 son las siguientes:

- Potenciar la obligatoriedad de la respuesta por parte de los proveedores a partir del ejercicio de la facultad de fiscalización;
- Adecuación del sistema tecnológico que le da soporte al proceso, con foco en la usabilidad y experiencia usuaria, especialmente en la vista del estado de los reclamos;
- Implementación de *machine learning* para la clasificación de reclamos;
- Cambios en los formularios de los reclamos para obtener mejores descripciones del problema de consumos y mejor información;
- Ampliación de más canales de atención, con la creación de la TeleAtención;
- Incorporación de acciones de desistimiento e incumplimiento de la respuesta del proveedor en los reclamos;
- Articular con otros organismos estatales la mejora de la información de nuestros usuarios;
- Flexibilizar flujos de procesos en la tramitación;
- Disminuir tiempos de tramitación y mejorar la usabilidad del sistema y la experiencia usuaria;
- Modificar protocolos de atención para prevenir, tratar y reparar las situaciones de violencia en la atención de público que pudieran ocurrir.

Los reclamos recibidos y tramitados por el SERNAC corresponden a un importante insumo para realizar rankings, estudios, y activar los otros mecanismos de protección más complejos de carácter colectivo y/o difuso. Los reclamos son un insumo valioso que nos permite tomar conocimiento de cómo se está comportando el mercado y específicamente las empresas, respecto a ciertas materias priorizadas para determinar la intervención del SERNAC a través del ejercicio de los mecanismos de protección en caso de afectación del interés colectivo o difuso de los consumidores.

- **Me Quiero Salir**

Con el objetivo de disminuir la percepción de abuso de los proveedores, promover un trato justo a los consumidores y como respuesta institucional frente a la crisis social por la que atravesó Chile, se creó la plataforma digital "Me Quiero Salir"[2], que permite que los consumidores soliciten de manera rápida y expedita el término de los contratos de prestación de servicios.

En una primera etapa de implementación, la plataforma MQS fue puesta en marcha con respecto a los contratos de prestación de servicios del mercado de telecomunicaciones, contando con 144 proveedores de dichos servicios inscritos en la plataforma, abarcando un 98% del mercado. Hasta diciembre de 2020 más

[2] Video explicativo disponible en: https://youtu.be/byUKBGyYBr0

de 40 mil consumidores solicitaron la baja de sus servicios telefónicos, de internet y/o TV cable. A su vez, más del 90% de ellos obtuvo solución a su requerimiento, sin necesidad de asistir a sucursales de la empresa, evitando barreras de salida y contribuyendo a las medidas sanitarias en el contexto COVID-19.

En el caso que SERNAC detecta la negación de la solicitud sin ajustarse a la normativa, se gestiona el reclamo directamente con la Subsecretaría de Telecomunicaciones, lo que ha permitido que el 100% de los casos derivados hasta la fecha (115) hayan obtenido un resultado favorable para el usuario.

Esta iniciativa se desarrolló a través de metodología ágil, permitiendo ajustar el diseño y resultados esperados a lo que los usuarios participantes de los testeos y talleres de retroalimentación para mejorar la plataforma previo a su lanzamiento. Pese al contexto en el que se generó, la iniciativa pudo ajustarse y gestarse rápidamente, permitiendo, en un plazo de 2 meses, generar la solución tecnológica, y en total 5 meses lanzarlo públicamente y contar con la participación de todos los usuarios: consumidores, proveedores, organismos sectoriales y funcionarios del SERNAC. La herramienta "Me Quiero Salir" está en etapa de expansión hacia otros mercados como Financiero y Educación, es así como en el año 2021 se incorporó el mercado de Seguros Generales.

- **No Molestar**

Esta es una herramienta que permite que los consumidores y consumidoras puedan ejercer de manera fácil y efectiva, su derecho a dejar de recibir mensajes spam (promociones/publicidad) tanto a sus correos electrónicos, como a sus números telefónicos (llamadas, mensajes de textos y WhatsApp).

A través de esta plataforma, el SERNAC entrega un medio expedito por el cual todas las personas pueden manifestar su voluntad expresa, de ser borrados de los listados de los proveedores con el fin de no recibir promociones y publicidad que no desean. La herramienta está dirigida a todos los consumidores que cuentan con un teléfono móvil, teléfono fijo y/o cuenta de correo electrónico.

El SERNAC analizó las dificultades que tenía el proceso, como, por ejemplo, que el trámite asociado no estaba 100% digitalizado; sus tiempos de gestión, de hasta dos meses, impedían dar una respuesta rápida y oportuna a los consumidores. En un contexto donde la ciudadanía demanda respuestas inmediatas, es que el año 2019 se lanzó una nueva versión optimizada de la plataforma, disminuyendo el tiempo de tramitación a 24 horas hábiles, mejorando la calidad de las respuestas a la ciudadanía y robusteciendo las potenciales denuncias del SERNAC, por infracción de las empresas a la normativa relacionada.

Actualmente la plataforma le permite al consumidor/a generar un "Aviso de Incumplimiento" por el cual se le informa al SERNAC cuando la empresa, pese a

la solicitud inicial, continúa contactándolo. Durante el 2020 y 2021 se interpusieron 63 denuncias en los Juzgados de Policía Local por dicho incumplimiento, lográndose a la fecha obtener una sentencia, condenatoria de 100 UTM al Banco Itaú Corpbanca.

- **Alertas Ciudadanas**

Esta es una herramienta generada el año 2020 para que las personas puedan entregar información que dé cuenta de la existencia de conductas de empresas o mercados que posiblemente afectan los derechos de todos los consumidores. Esta información permite que el SERNAC recopile información e investigue infracciones a la Ley. Éstas pueden ser ingresadas por todo usuario mayor de 18 años que se haya contactado con el SERNAC por medio del canal telefónico, web o presencial. La alerta ciudadana es de carácter individual, pero tiene un impacto colectivo, es decir, debe ser ingresada por una persona y es analizada por el Servicio para realizar acciones que beneficien a un conjunto de consumidores.

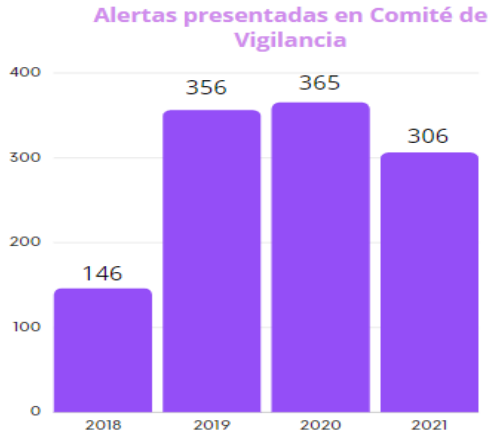
Durante el 2021 se trabajó en dar acceso a las personas a la información de las alertas ingresadas para una mejor toma de decisiones, además de mejorar las comunicaciones por mail con quienes ingresen una. Actualmente la esta información se encuentra publicada de forma agregada en la página web (https://www.sernac.cl/alertaciudadana) siendo incluso alguna de ellas publicada íntegramente en su contenido El mayor logro de la plataforma es su simpleza para ingresar una alerta, pero que a la vez permite un tratamiento responsable de la información ingresada. Antes de publicarla, cada una de las alertas ciudadanas es revisada y filtrada, según diversos criterios. Así mismo, cada una es revisada para derivar al área que corresponda y ésta analice si se requiere realizar alguna acción, como por ejemplo, fiscalizar, solicitar información al proveedor, iniciar una investigación colectiva o Procedimiento Voluntario Colectivo, realizar una denuncia pública, etc.

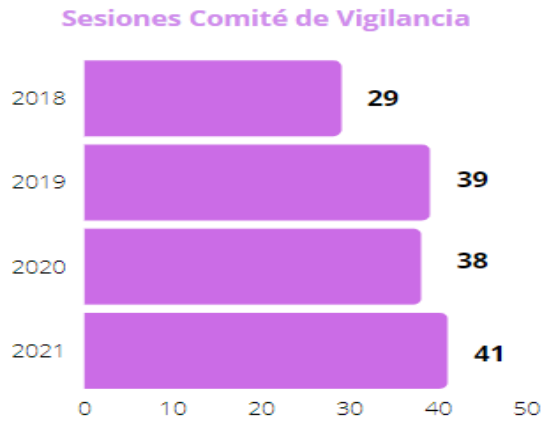
Por otra parte, dado que la mayor limitación está en la capacidad de realizar acciones específicas e individuales y comunicar éstas al consumidor/a que la ingresó y, en el caso de haber acciones, señalar cuáles fueron, se ha trabajado en el ajuste de expectativa y en la publicación de la información en términos generales con énfasis en el impacto colectivo que tiene alertar.

3. Vigilancia de mercados

En el período 2018-2021, el proceso de vigilancia se consolidó como un elemento articulador y coordinador del quehacer de tareas y acciones institucionales, que surgen a partir de las alertas que se identifican. El proceso de vigilancia es un alimentador de procesos productivos, por tanto, se ha visto exigido en este período, pero mantuvo un ritmo constante y permanente, existiendo un Comité

de Vigilancia, que sesiona semanalmente y derivando casos e instrucciones sobre cursos de acción a los distintos Centros de responsabilidad. Durante el período señalado, se levantaron 1.173 alertas críticas, las cuales han sido revisadas en profundidad en 147 reuniones multidisciplinarias del comité de vigilancia, lo que ha derivado en el mandato de acciones preventivas y reactivas enviadas a centros de responsabilidad del nivel central y regional. El desglose por año se muestra en los siguientes gráficos.



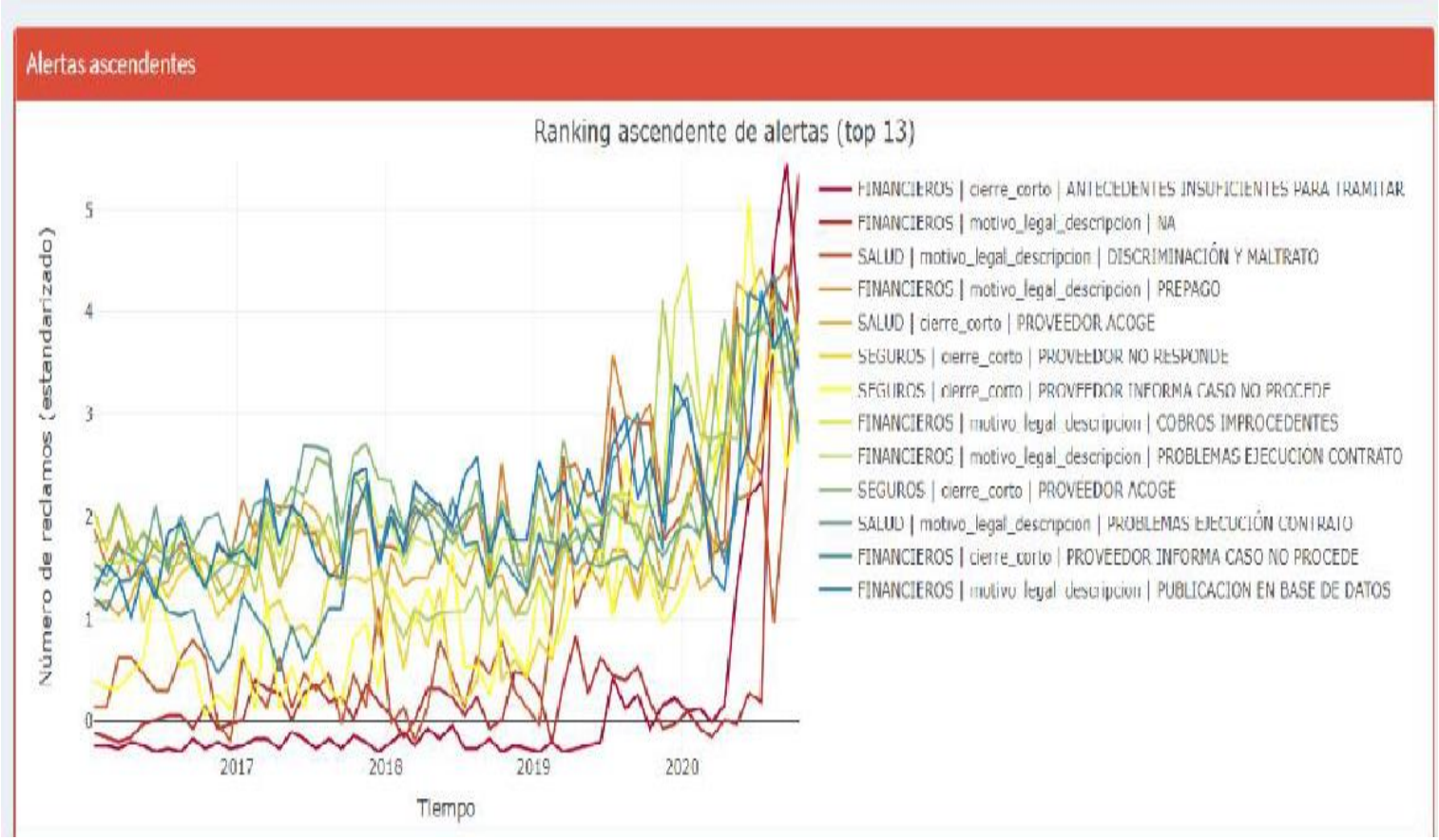


Se destaca, además, la existencia de un área especializada dentro del servicio, formalizada a través de una Subdirección, que ejecuta distintos procesos de negocio de manera especializada al mercado financiero. En tal sentido, se destaca como resultado del proceso de vigilancia en materia financiera:

- Creación de un Sistema Automatizado de Detección de Alertas: Entre 2018 y 2021 SERNAC recibió cerca de 327 mil reclamos financieros contra proveedores financieros, siendo el segundo mercado más reclamado para el periodo 2021 (91.808 reclamos), tras el comercio minorista. A fin de automatizar el monitoreo de estos reclamos y levantar alertas financieras oportunas, en colaboración con el Depto. de Estadística de la Universidad Católica, se diseñó un programa estadístico que mensualmente procesa reclamos financieros e identifica alteraciones que requieren de revisión por el equipo (figura adjunta).

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

Sistema de Detección de Alertas



- Creación de un Modelo de Supervisión Basado en Riesgos: A fin de focalizar y priorizar la supervisión en áreas de mayor riesgo para el consumidor, se diseñó e implementó un Modelo de Supervisión Basado en Riesgos que, usando datos longitudinales de reclamos SERNAC, clasifica los reclamos financieros en riesgos, calcula su probabilidad de ocurrencia, caracteriza la vulnerabilidad socioeconómica de las comunas de los reclamantes y determina la exposición del mercado al riesgo reclamado[3]. Ponderando estos factores, el modelo genera un score o matriz de riesgos que permite evaluar a los proveedores (ver Tabla 2). En base a sus resultados, se formula semestralmente un Plan de Supervisión con acciones concretas de monitoreo/fiscalización por proveedor. Esto busca combinar el trabajo reactivo, propio de la revisión de alertas, con un trabajo prospectivo. El modelo aplica en Chile las mejores prácticas en supervisión de mercado en base a tecnologías de supervisión[4].

Formato ejemplar matriz de riesgos en mercado financiero (5 mayores riesgos)

	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	FINAL
RIESGO	PROBABILIDAD	VULNERAB.	GRAVEDAD – Imp. Legal	EXPOSICIÓN	SCORING
FRAUDES ASOCIADOS A PRODUCTOS O SERVICIOS FINANCIEROS	0,7609	0,8610	1,0000	0,9277	0,8874
INCUMPLIMIENTO RESPUESTA MAC	0,8393	0,8275	0,7500	0,8466	0,8158
VENTAS ATADAS	0,7992	0,9390	0,8200	0,6559	0,8035
MALAS PRÁCTICAS EN COBRANZA EXTRAJUDICIAL	0,5206	0,8118	0,8521	0,8829	0,7668
COBROS IMPROCEDENTES	0,3022	0,7836	0,8100	1,0000	0,7240

- Supervisión del mercado financiero mediante requerimientos de información: Entre 2018 y 2021 se generaron 1.134 requerimientos de información a proveedores financieros con el objetivo de monitorear el cumplimiento de la normativa, con un promedio de 283 por año. En 2021 se formularon 330 requerimientos de información.

Requerimientos de información a proveedores financieros por monitoreo	
Total 2018-2021	1.134
Promedio Anual	283
Año 2021	330

[3] Subdirección de Consumo Financiero (2021) Informe metodológico modelo de supervisión basado en riesgos para consumo financiero. SERNAC.
[4] World Bank. (2018). From Spreadsheets to Suptech: Technology Solutions for Market Conduct Supervision.

4. Fiscalización

- **La implementación de la fiscalización**

La entrada en vigencia de la Ley N°21.081, estrenó en el SERNAC la facultad de fiscalizar a las empresas[5]. Entre los principios rectores de la fiscalización estuvo que sería de alcance nacional, con enfoque territorial, y gradual, respecto a los mercados y prácticas que se propondría cubrir y complejidad de las mismas, en línea con la instalación de los equipos de trabajo.

En febrero de 2019 se inicia la conformación del equipo que estaría a cargo de la implementación, y a contar de marzo, se inicia la implementación de la facultad. En adelante, se instalan los lineamientos para el ejercicio de la facultad, y luego de un año de implementación (aprox.), se formaliza la Política de Fiscalización.

La implementación de esta facultad, se ha debido adaptar a un contexto complejo, primero marcado por el estallido social (oct. 2019), y seguido por la pandemia de la COVID-19 y las restricciones presupuestarias derivadas. La capacidad de adaptación, flexibilidad y focalización, en las cuestiones más críticas, está instalado.

En términos de ejecución, desde marzo 2019 a diciembre 2021, se han realizado, 2.353 fiscalizaciones y en 429 casos, se ha definido una propuesta de denuncia de interés general, en base a los hallazgos infraccionales pesquisados. Se adjunta detalle anualizado de fiscalizaciones realizadas y propuestas de denuncia de interés general derivadas a Direcciones Regionales, para su evaluación y determinación de acciones.

Fiscalizaciones realizadas marzo 2019-diciembre 2021

	2019	**2020**	**2021**
Fiscalizaciones realizadas	529	1.024	800
Propuestas de denuncias de interés general	114	146	169

Se destaca como resultado del proceso en el periodo, los siguientes hitos:

- Política de Fiscalización: Declaración institucional en relación al proceso de fiscalización, donde se comunican los principales lineamientos a nivel institucional, a la ciudadanía, entidades fiscalizadas y partes interesadas, además del quehacer de esta nueva

[5] https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-55886.html

potestad y sus definiciones en cuanto a todas sus etapas, enfoques y criterios de implementación aplicados, con el objetivo de transparentar hacia la ciudadanía y el mercado el ejercicio mismo de esta facultad.

- Plan Anual de fiscalización basado en riesgos: De acuerdo al mandato legal, la fiscalización que realiza el SERNAC está basada en riesgos, y para ello, se ha definido una metodología que sirve de base para la elaboración del Plan, la que se ha aplicado para los ciclos 2019, 2020 y 2021, con mejoras en cada período.
- Plataforma de Fiscalización: Desde su creación, hasta el año 2021 se han ido desarrollando mejoras para robustecerlo. Se inicia con el soporte a la etapa de despliegue (2019-2020), y para el 2021 se suma la integración de la etapa de planificación de la fiscalización y una parte acotada de las necesidades en el ámbito jurídico de la fiscalización.

Por otra parte, como casos de éxito de la fiscalización institucional, se destacan:

- Locales comerciales (Falabella, Ripley, Paris, Abcdin y Corona). Es el caso de multa más alta en base a fiscalizaciones: durante el año 2019 se fiscaliza a tiendas de retail, las cuales durante el año 2018 concentraban el 80% de los reclamos ingresados al Sernac, enfocando tales inspecciones en el derecho a la garantía legal, precios, promociones y ofertas, y seguridad en el consumo. Luego de realizar tal acción en el mercado, y analizar jurídicamente las actas levantadas, se detectaron hallazgos relacionados con la seguridad en el consumo e información del Jefe de Local, lo que finalmente, fue derivado a la DR de Biobío, quien interpuso un juicio de interés general, sentenciando a los responsables a pagar 300 UTM.

- **Banco de células madres por publicitar tratamiento para curar el Coronavirus[6].** En el año 2020 se fiscalizó a la empresa VidaCel, quien afirmaba mediante su publicidad que había cura contra el COVID-19 bajo tratamientos con células madre. En tal aseveración el Sernac se coordinó con la Fundación Epistemonikos para brindar una asesoría en cuanto al caso, y se afirmó por parte ellos que de las principales entidades internacionales y científicas no recomiendan el uso de la terapia con células madre en la prevención o tratamiento de COVID-19. En consecuencia, se detectó como hallazgo la publicidad engañosa y se derivó a un juicio de interés general, que a la fecha aún sigue en tramitación judicial.

[6] Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-58431.html

5. Investigación de casos colectivos

Este proceso, creado luego de la entrada en vigencia de la ley Nº21.081, tiene como fin dirigir la investigación sobre hechos que afecten el interés colectivo o difuso de los consumidores que, considerando una propuesta de compensación y el mérito de los antecedentes, termine en una propuesta de inicio de un Procedimiento Voluntario Colectivo o la presentación de una demanda colectiva. Para este fin, y tomando buenas prácticas existentes en la materia, ante cada caso investigable, se constituye un equipo conformado por profesionales abogados y economistas, a fin de entregar una mirada integral sobre las problemáticas en las que corresponde investigar.

Para documentar e instalar como activo las metodologías aplicadas, se documentó la metodología de investigación, se aprobó un instructivo sobre la misma materia, documentos que además contienen los criterios de priorización de casos colectivos, entregando certeza sobre los mecanismos de acción institucional.

A continuación, se da cuenta de los principales resultados del proceso:

- **Durante el año 2019**

Mercado	**Volumen**
Plataformas Digitales	8
Seguros	5
Telecomunicaciones	5
Transporte	5
Entretención	4
Servicios Básicos	4
Comercio a Distancia	3
Funerarias y Cementerios	2
Financieros	2
Salud	1
Educación	1
Seguridad	1
Comercio a Distancia	1
Centros de Estética y Gimnasios	1
Servicios Profesionales	1
Inmobiliarias	1
Prensa y Medios Información	1
Locales Comerciales	1
Otro	1
Total general	**48**

- **Durante el año 2020**

Mercado	Volumen
Servicios Básicos	7
Telecomunicaciones	7
Comercio a Distancia	7
Transporte	5
Educación	5
Entretención	5
Inmobiliarias	3
Locales Comerciales	3
Salud	2
Comercio a Distancia	2
Turismo	1
Plataformas Digitales	1
Prensa y Medios Información	1
Centros de Estética y Gimnasios	1
Total general	**50**

- **Durante el año 2021**

Mercado	Volumen
Comercio a Distancia	6
Locales Comerciales	6
Servicios Básicos	5
Plataformas Digitales	3
Turismo	2
Transporte	2
Salud	2
Prensa y Medios Información	2
Educación	1
Comercio a Distancia	1
Centros de Estética y Gimnasios	1
Inmobiliarias	1
Funerarias y Cementerios.	1
Seguros	1
Total general	**34**

Entre los casos emblemáticos investigados se encuentran:

- Movistar: Cambio unilateral en las condiciones de contratación. Actualmente en tramitación judicial.
- VTR: Falta en la prestación del servicio de internet domiciliario. Actualmente en tramitación judicial.
- Despegar.com: Incumplimiento en la prestación del servicio y no devolución del dinero producto de cancelación de pasajes luego de las restricciones provocadas por la pandemia. Actualmente se encuentra en tramitación judicial.
- Champion y Master Cat: Falta de seguridad en el consumo de alimentos para mascotas. Resultado positivo en procedimiento voluntario colectivo.
- Tasas de Embarque: Incumplimiento en la devolución de tasas de embarques por distintas aerolíneas ante la no ejecución del servicio. Con resultado positivo en la ejecución de procedimientos voluntarios colectivos.
- Preuniversitarios: Cambio en la modalidad de clases ante la ocurrencia de la pandemia, sin previo consentimiento de los afectados. Actualmente contra Pedro de Valdivia en tramitación judicial, mientras que contra CPECH y PREUCV en procedimientos voluntarios colectivos vigentes.
- Cortes de energía eléctrica: Ante precipitaciones ocurridas en el mes de enero del año 2021, las empresas CGE y ENEL no dispusieron el servicio de electricidad trayendo consecuencias a los consumidores afectados. Con CGE se llegó acuerdo en compensaciones dentro de un procedimiento voluntario colectivo, mientras que con ENEL el caso se encuentra en procedimiento judicial.
- Falabella, Ripley, Paris, Sodimac, La Polar, Walmart, Salcobrand y PC Factory: Las hipótesis de infracción se relacionan con la cancelación de ventas y retardo en la entrega de productos ante las restricciones de desplazamiento durante la pandemia del COVID 19.

6. Estudios en economía del comportamiento

En 2019 se creó la Coordinación de Economía del Comportamiento para realizar experimentos aleatoriamente controlados destinados a evaluar y proponer el rediseño de información financiera, comenzando por los estados de cuenta y hojas resumen de productos financieros, cuyo formato y contenido se fijó vía reglamento en 2012. El uso de experimentos en el diseño de políticas públicas ha sido reconocido como el mejor estándar para evaluar su impacto, por lo que es recomendado en materia de consumo por la OECD y el Banco Mundial. Para la SCF

ha trabajado en asociación con académicos del CESS de las universidades de Oxford y USACH, ISCC de la Universidad de Chile, J-Pal y el *Behavioural Insights Team.*

En base a los informes técnicos que dan cuenta de sus hallazgos y los resultados de someterlos a consulta pública, el SERNAC ha formulado propuestas de perfeccionamiento normativo a los reglamentos que determinan el formato y contenido de los estados de cuenta y hojas resúmenes del crédito hipotecario[7] y tarjeta de crédito[8], así como la formulación de una propuesta de hoja de cotización de seguro automotriz[9].

El trabajo en esta línea de investigación ha sido reconocido por el Observatorio de Innovación en el Sector Público de la OECD entre las *nudge units* del mundo (https://oecd-opsi.org/bi-units/); recibió mención honorífica en la IX Edición del Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva (PIGEP), de la OEA; y actualmente este trabajo es finalista del concurso sobre innovación pública "Funciona!", de la Dirección Nacional de Servicio Civil.

A continuación, se resumen los 4 experimentos generados por SERNAC:

i. Rediseño Comunicación Trimestral de Créditos Hipotecarios y hojas resumen	
Objetivo	(i) Incentivar la cotización y comparación de ofertas de portabilidad/refinanciamiento; y (ii) Mejorar la comprensión del producto.
Diseño	Experimento en línea (N=548 consumidores). Se testearon 4 prototipos, alterando la incorporación de 2 nudges o estímulos: (i) Una gráfica comparando la tasa de interés promedio del mercado y la tasa aplicada; y (ii) Monto de ahorro en el costo total del crédito que significaría refinanciar a dicha tasa promedio.
Resultados	Prototipo diseñado por SERNAC **aumentó en 23pp la probabilidad de cotizar nuevas ofertas crediticias** y mejora niveles de comprensión.

[7] Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-58737.html
[8] Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-62778.html
[9] Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-63382.html

ii. Experimento de campo sobre efecto Comunicación Trimestral de Hipotecarios	
Objetivo	Evaluar en un experimento de campo con clientes reales Banco Estado los hallazgos del experimento online en materia de crédito hipotecario.
Diseño	Experimento de campo (N=245.743 clientes) Se testearon 6 prototipos para evaluar en condiciones reales el efecto de los tratamientos en la disposición de los consumidores a portar sus créditos hipotecarios.
Resultados	Prototipo diseñado por SERNAC **aumentó 16pp la intención de portar el crédito.** Esto refuerza los hallazgos encontrados en el experimento en línea.

iii. Rediseño del estado de cuenta de tarjetas de crédito y hojas resumen	
Objetivo	(i) Evitar decisiones sub-óptimas en el uso del pago mínimo; e (ii) Incentivar la comparación y cotización de productos
Diseño	Experimento en línea (N=1.328 tarjetahabientes) Se testearon 4 condiciones experimentales, alterando el énfasis del pago mínimo y una explicación de las consecuencias financieras de la mora, el pago mínimo y el pago del monto total facturado.
Resultados	Prototipo diseñado por SERNAC **aumentó en 12 pp la disposición a pagar un monto superior al pago mínimo, reduciendo el pago de intereses**. Se aumentó en 11 pp la probabilidad de cotizar otras tarjetas y se mejoró significativamente en comprensión.

iv. Diseño de un formato de cotización de seguro automotriz	
Objetivo	(i) Mejorar la comprensión; e (ii) Incentivar la cotización y comparación
Diseño	Experimento en línea (N=3.008 consumidores) Se testearon 3 condiciones experimentales, alterando información sobre características del seguro y datos comparativos sobre la performance de la compañía de seguros.
Resultados	Prototipo diseñado por SERNAC **aumentó en 4,13 pp la intención de cotizar** otros seguros y se aumentó **comprensión de la cobertura (33pp), prima (9pp) y deducible (6pp)**.

Finalmente, señalar que se encuentra en ejecución un experimento de campo sobre consentimiento en el uso de Cookies, en que a través de una intervención en el sitio web www.sernac.cl, se están testeando 6 prototipos de aviso de uso de cookies y solicitud de consentimiento de los consumidores. Se busca identificar el tipo de aviso que genera un mayor comportamiento pro protección de la privacidad. El experimento se implementará en enero y se analizarán resultados durante febrero 2022.

7. Generación de información de consumo

Este proceso, de gran relevancia en la búsqueda de informar y empoderar a las/os consumidoras/es tuvo que responder a grandes desafíos a raíz principalmente de la pandemia, reorientando el foco de la información entregada por aquella que respondiera a las necesidades emergentes de la ciudadanía.

En tal sentido, se desarrollaron:

- 70 estudios de comportamiento de mercados.
- 14 estudios de calidad de seguridad de productos.
- 452 alertas de seguridad de productos publicadas.
- 24 recomendaciones y reportes de seguridad de productos.

En cuanto a los productos que se destacan, se encuentran:

- Boletín Empresas, que es una herramienta que busca transparentar a la ciudadanía los reclamos que se presentan contra las empresas a través de distintos indicadores y visualizaciones de la información que posee el SERNAC. Esta herramienta permite al consumidor buscar una empresa y conocer su comportamiento de acuerdo a una serie de indicadores como su nivel de reclamos, tasa de respuestas y tiempos de gestión. Consta de un buscador de empresas en relación a su mercado y un comparador para poder analizar dos empresas de un mismo mercado.

- Buscador Sucursales Bancarias, creado durando la pandemia, que permite georreferenciar las sucursales bancarias y sus horarios de atención (https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-58611.html)

- Calculadora gastos de cobranza, que permite a los consumidores calcular si los gastos de cobranza extrajudicial e interés moratorio cobrado superan el máximo legal (https://www.sernac.cl/app/calculadora_financiera/)

Como estudios emblemáticos se puede destacar:

-Estudio de detergentes (https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-55977.html)

-Estudio Precios de Medicamentos Bioequivalentes (https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-64748.html)

-Estudio de Barreras de Salida en Telecomunicaciones (https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-57783.html)

-Estudio Dark Patterns (https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-62983.html)

-Estudio Impuesto Rosa (https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-63667.html)

-Estudio Gestión Menstrual (https://www.sernac.cl/portal/619/w3-article-63337.html)

8. Entrega de productos y servicios educativos

- **Programas de Educación.**

El 2018 fue el último año, de 3, de aplicación del Programa de Educación Financiera (PEF). El programa se enfocó en el público escolar de enseñanza básica y media, jóvenes estudiantes de centros de formación técnica e institutos profesionales y agrupaciones de personas mayores a nivel país. El programa benefició a más de 450.000 personas a nivel nacional, llevando charlas, talleres, obras de teatro y material educativo a todas las regiones del país, pudiendo sensibilizar a las personas sobre la relevancia de la educación financiera como una herramienta fundamental para tomar control de sus vidas.

Las actividades implementadas fueron:

- Obras teatrales
- Juegos de mesa
- Cine en tu colegio
- Talleres de educación financiera dirigidos a apoderados

Entre el 2019 y 2021, en base a la experiencia adquirida en la ejecución del PEF y de acuerdo con la agenda del sector público y la Estrategia Nacional de Educación Financiera, orientada a la instalación y fortalecimiento de esta materia en el currículum escolar, se decide mantener la esta intervención de educación a través

del "Programa de Desarrollos de Habilidades y Comportamientos en educación financiera" (PDHC), que tuvo como objetivo consolidar aprendizajes en los niños, niñas y jóvenes en etapa de formación, proveyéndoles de herramientas útiles para desenvolverse en el sistema económico actual y constituirse como agentes de cambio, aplicando el conocimiento adquirido a su vida cotidiana, en el contexto escolar, personal, familiar y comunitario.

Un aspecto relevante del PDHC es que en el último año busca poner en aplicación los contenidos revisados durante el primer y segundo año, a través de la realización de un proyecto colectivo por cada uno de los cursos participantes, el que fue financiado por SERNAC por un monto de $200.000.

Se realizaron más de 340 proyectos a nivel nacional, que impactaron a las comunidades escolares en los ámbitos medioambiental, deportivo, tecnológico y deportivo, en que los estudiantes pusieron en práctica las herramientas financieras aprendidas para el diseño y ejecución de sus proyectos de inversión, beneficiando en el último año del programa a más de 12.000 escolares a nivel nacional.

En términos generales, el primer año del programa benefició a más de 32.000 estudiantes, el segundo año a más de 30.000 y el tercer año a más de 12.000. La disminución de la población beneficiaria respondió a las condiciones sanitarias y la brecha tecnológica producto de la pandemia, que afectó la implementación presencial de la intervención, la que fue reemplazada por la digitalización de cada una de las actividades del programa durante 2020 y 2021.

- **Otras actividades relevantes**

En paralelo a las intervenciones de los programas ya mencionados, el SERNAC cuenta con una oferta educativa enfocada en fortalecer la inclusión financiera y el ejercicio de derechos en tres áreas:

  - Educación financiera,
  - La promoción de derechos del consumidor, y
  - El consumo sostenible.

En cada una de las áreas se han implementado actividades educativas presenciales, digitales y material educativo que ha sido puesto a disposición del público general, jóvenes, mujeres, personas mayores y microempresas. Estas actividades se realizan a nivel nacional procurando la descentralización de la información. Se han beneficiado durante el periodo a cerca de 10.000 personas.

Desde marzo de 2020, la metodología fue ajustada en consideración a la crisis sanitaria producto de la pandemia, que implicó la imposibilidad de generar actividades presenciales en todo el país. Con el objetivo de buscar la continuidad del servicio, se adaptaron diversos productos educativos para el formato taller digital utilizando metodologías remotas, fortaleciendo los recursos pedagógicos

digitales ya disponibles en la plataforma web SERNAC, además de la disposición de infografías y material de auto instrucción, para apoyar la implementación de actividades en públicos transversales.

En el año 2021 se realizaron más de 100 talleres digitales a nivel nacional con más de 2600 participantes.

9. Tramitación y seguimiento de juicios

Este proceso, que se encuentra radicado en la Subdirección Nacional, tiene como principales componentes, la tramitación de Juicios de Interés General y los Juicios Colectivos, los que son tramitados por las Direcciones Regionales del servicio, a diferencia de los Procedimientos Voluntarios Colectivos, que radican y se tramitan de manera exclusiva en la Subdirección de Procedimientos Voluntarios Colectivos, asegurando con esto la separación de funciones e independencia de los abogados que participan en ambos procesos.

Los principales resultados en materia de tramitación judicial se presentan a continuación:

a) Juicios de Interés General (JIG)

- **Juicios de interés general iniciados en el periodo**

Durante el periodo entre 2018 y 2021, el Servicio Nacional del consumidor, ha iniciado un total de 3.587 juicios de interés general, según la siguiente distribución.

	2018	2019	2020	2021	Total
JIG Iniciados	896	1.045	710	936	3.587

- **Sentencias favorables y desfavorables**

Con relación a las denuncias cerradas con sentencias finales ejecutoriadas, corresponden a un total de 1.304 casos cerrados, equivalentes al 36% del total de JIG que se han iniciado en el período 2018-2021.

Los resultados alcanzados muestran que un 76,6% (999) de las denuncias cerradas entre los años 2018-2021 obtienen sentencias favorables, por el contrario, un 19,9% han obtenido sentencias desfavorables. Un porcentaje menor de las denuncias se han cerrado por causas administrativas y equivalen al 3,5%, es decir, 46 del total de 1.304 juicios de interés general cerrados.

Resultados	2018	2019	2020	2021	Total general	Porcentaje
Cerrado especial	6	9	17	14	46	3,5%
Cerrado sentencia desfavorable	102	82	48	27	259	19,9%
Cerrado sentencia favorable	305	320	208	166	999	76,6%
Total general	413	411	273	207	1304	100%

- **Monto de multas obtenido**

El siguiente cuadro muestra los montos finales de multas alcanzados a beneficio fiscal durante los años 2018-2021 correspondientes a denuncias cerradas. El total de multas asciende a 7.910 UTM.

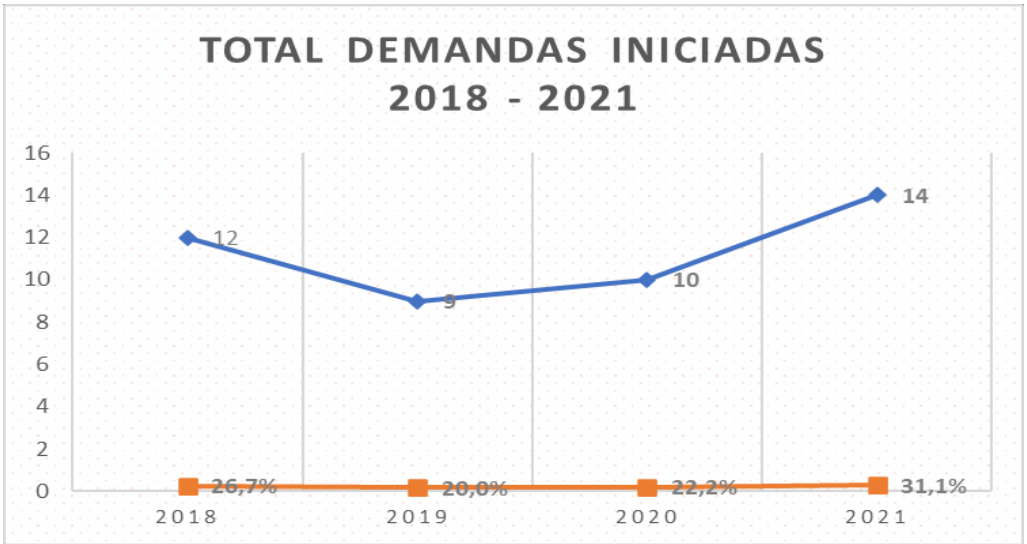
Dirección Regional	Multa Final (Valores en UTM)
Región de Arica	533
Región de Tarapacá	499
Región de Antofagasta	508
Región de Atacama	241
Región de Coquimbo	113
Región de Valparaíso	157
Región de O'Higgins	465
Región del Maule	198
Región de Ñuble	20
Región del Biobío	151
Región de La Araucanía	170
Región de Los Ríos	541
Región de Los Lagos	1375

Región de Aysén	510
Región de Magallanes	56
Región Metropolitana	2373
Total general	**7.910**

b) Juicios de Interés Colectivo

- **Demandas presentadas en el periodo**

De acuerdo al siguiente cuadro, el SERNAC ha presentado un total de 45 demandas colectivas en el período analizado. Durante el 2018, se iniciaron un total de 12 demandas (26,7%); el 2019, se iniciaron 9 (20,0%); el 2020, se ejercieron 10 (22,2%); y el 2021, se interpusieron 14 (31,1%).



- **Acuerdos celebrados**

Durante el periodo 2018-2021, de los juicios que se han tramitado, en 37 de ellos el Servicio ha logrado poner término al litigio a través de un mecanismo alternativo de resolución, ya sea una conciliación, avenimiento u otro equivalente jurisdiccional.

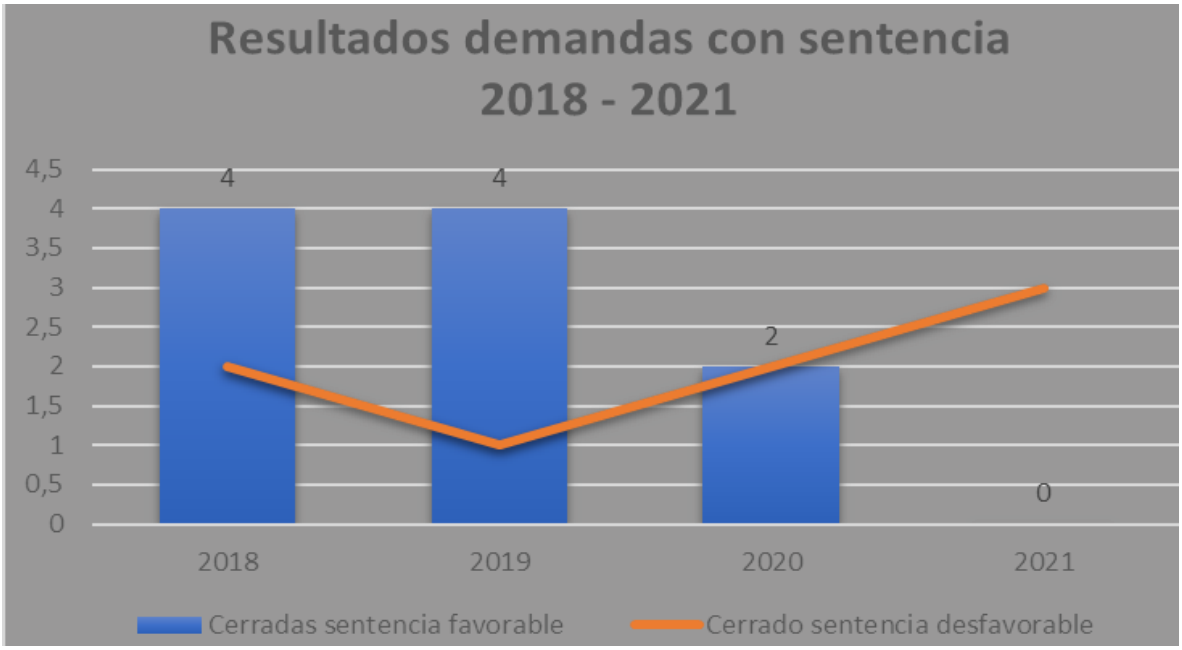
Respecto de estos 37 juicios, en términos globales se muestran las siguientes cifras:

	Multas	**Compensaciones**	**Consumidores Beneficiados**
Total	1.425	$139.458.684.070	17.024.805

- **Sentencias favorables y desfavorables**

Durante el período 2018 a 2021, se han concluido varios juicios colectivos, algunos de los cuales fueron iniciados en períodos anteriores. En total, se han cerrado 18 juicios de interés colectivo. De ese total, el 56% ha tenido un resultado favorable por sentencia firme, y el 44% ha cerrado con sentencia desfavorable

Resultados	2018	2019	2020	2021	Total general	Porcentaje
Cerradas sentencia favorable	4	4	2	0	10	56%
Cerrado sentencia desfavorable	2	1	2	3	8	44%
Total	**6**	**5**	**4**	**3**	**18**	**100%**



- **Multas e indemnizaciones y consumidores beneficiados**

Adicionalmente a las cifras señaladas para los acuerdos celebrados en procedimientos colectivos, el SERNAC, mediante la ejecución de las sentencias definitivas firmes, ha obtenido el pago de multas a beneficio fiscal e indemnizaciones o restituciones, beneficiando a un número importante de consumidores. Si bien muchos de estos casos se encuentran actualmente en ejecución, de las sentencias favorables señaladas anteriormente, se obtuvieron los siguientes datos:

	Multas	Compensaciones	Consumidores Beneficiados
Total	1.320 UTM	$399.811.156	4.416

10. Gestión de Procedimientos Voluntarios Colectivos

Como se señaló anteriormente, la ley Nº21.081, formalizó y reguló la manera en que se llevan a cabo los Procedimientos Voluntarios Colectivos (PVC en adelante, sucesores de las "mediaciones colectivas"), por ende, se da cuenta de estos desde el 14 de marzo de 2019 en adelante.

A continuación, se presentan grandes números de los PCV gestionados en el periodo:

Término favorable	30
Término fracasado[10]	11
Término fallido[11]	4
Otra causal de término	1
En etapa de tramitación	9
Total PVC del periodo	55

El espíritu con el que se crearon los PVC, es alcanzar soluciones rápidas, efectivas y en favor de los/as consumidores/as, evitando así la judicialización de casos. En este ámbito, los 30 casos con término favorable significan un monto total en compensaciones de $ 50.851.643.539 más US$1.278.003,21.

[10] De acuerdo con el Artículo 16 del Reglamento que establece el Procedimiento Voluntario para la Protección del Interés Colectivo o Difuso de los Consumidores, contenido en el Decreto N°56, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, publicado en el Diario Oficial con fecha 5 de febrero de 2021, el **"Término Fracasado"** es Aquel que concluye en virtud de alguna de las siguientes circunstancias:
a) Por cumplimiento del plazo del procedimiento, original o prorrogado, sin que exista acuerdo en los términos del artículo 54 J inciso final de la ley N° 19.496; o
b) En aquellos casos que el Servicio Nacional del Consumidor, fundadamente, o el proveedor involucrado hayan expresado su voluntad de no perseverar en el procedimiento, conforme al artículo 54 K inciso segundo de la ley precitada.

[11] De acuerdo con el Artículo 16 del Reglamento que establece el Procedimiento Voluntario para la Protección del Interés Colectivo o Difuso de los Consumidores, contenido en el Decreto N°56, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, publicado en el Diario Oficial con fecha 5 de febrero de 2021, el **"Término Fallido"** es Aquel que concluye en virtud de alguna de las siguientes circunstancias:
a) En caso que el proveedor, habiendo sido notificado en conformidad a lo dispuesto en el artículo 9 de este reglamento, durante el plazo original o prorrogado, no responde o no manifiesta su voluntad de participar en el procedimiento;
b) Cuando el apoderado del proveedor no haya subsanado en la audiencia correspondiente su falta de facultades suficientes para transigir, en los términos del artículo 54 Ñ de la ley N° 19.496; o
c) Cuando el proveedor no haya cumplido con la entrega de los antecedentes necesarios para el cumplimiento de los fines del procedimiento, en los términos del artículo 54 M inciso primero de la ley N° 19.496, y así sea determinado por el Servicio.

N°	Proveedor/Proveedores	Monto Compensación
1	Empresa de Servicios Sanitarios Los Lagos S.A. (ESSAL)	$ 3.013.464.454
2	Lippi S.A.	$ 15.233.990
3	Puma Chile S.A.	$ 14.268.840
4	Lotus Festival S.A.- Punto Ticket S.A.	$ 305.616.000
5	Latam Airlines Group S.A.	$ 4.401.016.795 + US$564.753
6	Banco Santander	$ 22.665
7	Inversiones LP S.A. La polar Corredores de Seguros Ltda.	$ 323.876.827
8	Agencias Briner Corredores de Seguros SpA e Inversiones y Tarjetas S.A.	$ 62.980.141
9	Weber Stephen Chile SpA	$ 2.186.000
10	Banco Estado (Airbnb)	$ 1.373.245.023
11	Banco Itaú (Airbnb)	$ 971.985.829
12	Banco de Crédito e Inversiones (Airbnb)	$ 779.191.126
13	Banco Scotiabank (Airbnb)	$ 325.863.775 + 37.952 US$ 135.218,993
14	CAT Administradores de Tarjetas S.A. (Airbnb)	$ 270.959.772
15	Banco Scotiabank (tasas)	$ 20.309.933.590
16	Metlife Chile Seguros de Vida S.A.	$ 135.218.993
17	LDA SpA (cannes)	$ 376.524.142
18	Comercial Eccsa S.A.	$ 207.607.615
19	Seguros Generales Suramericana S.A.	$ 114.409.565
20	Liberty Compañía de Seguros Generales S.A.	$ 219.524.254
21	Compañía General de Electricidad S.A. (CGE)	$ 1.949.944.000
22	Jetsmart Airlines SpA	$ 6.917.593.271
23	Empresas Carozzi S.A. (Master Cat)	$ 487.506.849

24	Sky Airlines S.A.	$3.387.533.081 + US$77.421,86
25	Copa Airlines	US$531.500,35
26	Aerovías del Continente Americano	$2.295.766.619
27	JetSmart SpA	$1.843.346.776
28	Aerolíneas Argentinas S.A.	US$66.376
29	BCI Seguros Generales S.A. (2021)	$ 358.862.061
30	Sodimac S.A.	$ 387.961.486
Total		**$ 50.851.643.539 + US$1.278.003,21**

Finalmente, señalar que los 30 acuerdos alcanzados beneficiaron a un universo estimado de 2.607.591 consumidores.

11. Interpretación administrativa

Este proceso, reflejo de una facultad que también se introdujo con la ley Nº21.081, ha permitido mediante la elaboración de circulares interpretativas, dictámenes administrativos e informes jurídicos documentar los distintos criterios institucionales sobre la aplicación de la ley en materia de protección a los/las consumidores/as, así como entregar certeza jurídica a los distintos actores sobre la gestión del SERNAC.

En el periodo, se han dictado 27 circulares interpretativas, las que se encuentran publicadas en el sitio web institucional (https://www.sernac.cl/portal/618/w3-propertyvalue-21072.html) y entre las que destacan:

N°	Circular	Resolución Exenta	Fecha
1	Procedimientos Voluntarios Colectivos para la protección del interés colectivo o difuso de los consumidores	432	27-06-2019

2	Sentido del artículo 25A de la ley N°19.496 y priorización de casos que comprometan el interés colectivo o difuso de los consumidores respecto de ese precepto	547	06-08-2019
3	Ofrecimiento de proveedores, de productos o servicios, cuyo pago se hace en cuotas y a plazo	947	27-11-2019
4	Interés general de los consumidores y su ejercicio en sede judicial	932	22-11-2019
5	Relacionamiento institucional con empresas y actores claves	946	27-11-2019
6	Continuidad de servicios ante eventos excepcionales	950	29-11-2019
7	Planes de cumplimiento	89	31-01-2020
8	Buenas prácticas de los proveedores frente a la pandemia provocada por el Coronavirus	360	20-04-2020
9	Sobre resguardo de la salud de los consumidores y de medidas alternativas de cumplimiento, suspensión y extinción de las prestaciones frente a la pandemia provocada por el Coronavirus	371	23-04-2020
10	Suspensión de plazos de las garantías legales, voluntarias y de satisfacción durante la crisis sanitaria derivada de COVID-19	340	09-04-2020
11	Sobre contratación a distancia durante la pandemia provocada por el COVID-19	326	06-04-2020
12	Sobre mecanismos alternativos de distribución de indemnizaciones, reparaciones, devoluciones y compensaciones por afectaciones a los intereses colectivos y difusos (Cypres)	759	06-11-2020
13	Sobre la forma de notificar al Sernac los incumplimientos que indica en materia de portabilidad financiera	627	08-09-2020
14	Sobre la aplicación económica 25 A de la Ley N° 19.496	637	11-09-2020
15	Sobre validez o eficacia de cláusulas de vencimiento anticipado	713	9-10-2020

16	Sobre deberes legales y buenas prácticas para las partes litigantes durante la tramitación de procedimientos para defensa del interés colectivo y difuso de los consumidores	71	05-02-2021
17	Sobre alcance y contenido de los Planes de Cumplimiento	689	10-09-2021
18	Sobre atribuciones del SERNAC con proveedores y manual de requerimiento de información de conformidad	782	18-10-2021
19	Sobre criterios de equidad en las estipulaciones contenidas en contratos de adhesión de consumo	931	03-12-2021

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

Este proceso, se ejecuta mediante 3 líneas de acción:

- Fondo concursable para Asociaciones de Consumidores
- Ejecución de mecanismos de participación ciudadana
- Fortalecimiento de la sociedad civil

En el periodo del que se da cuenta, el Fondo Concursable, se ha visto sometido a diversos cambios, principalmente producto de la entrada en vigencia de la Ley 21.081, que implicó la redacción de un nuevo reglamento; que regula y norma su funcionamiento. Este reglamento fue publicado en el año 2019 y trajo consigo diversas modificaciones; desde la conformación de un nuevo Consejo de Administración del Fondo Concursable, entendido como un organismo colegiado, cuya función es la administración y gestión del Fondo Concursable, el diseño de nuevas bases para los llamados a concurso, el funcionamiento de una nueva plataforma de postulación y la incorporación de nuevas líneas de postulación.

La implementación de todos estos cambios ha permitido a las Asociaciones de Consumidores desarrollar nuevas líneas, hacer el Fondo más accesible y transparente para ellas, mejorar de forma significativa los tiempos y calidad del control financiero de los proyectos y elevar, ya al primer año de implementación, en más de 50 puntos la satisfacción global neta de las Asociaciones con el Fondo Concursable.

Otro de los desafíos abordados en el periodo, dice relación con la necesidad de fortalecer y promover los espacios de relacionamiento con la ciudadanía, en especial con las organizaciones de la sociedad civil. Para lo cual era necesario

contar con una base de datos actualizada y ordenada de organizaciones de la sociedad civil.

Para ello, durante años 2020-2021 se trabajó en el levantamiento de un catastro de organizaciones que permitiera disponer de datos de identificación y contacto, así como la finalidad de las organizaciones y público objetivo, a fin de contar con información en virtud de la realización de actividades y/ o detección de interés y necesidades de las organizaciones.

En tal sentido, el catastro fue levantado en base a una muestra acotada de categorías que considero solo a organizaciones de la Región Metropolitana (como una primera aproximación), organizaciones susceptibles de trabajar en temas de consumo, con orientación al trabajo en materia de derechos de las personas y disponer de información.

De manera posterior se trabajó en el diagnóstico y detección de necesidades de las organizaciones, con el objeto de identificar conocimiento, necesidades, interés y disposición a relacionarse con el Servicio en torno a materias de consumo. Cuyos resultados servirán de insumo para el diseño de acciones posteriores referidas a iniciar un trabajo de relacionamiento y de participación ciudadana con organizaciones diversas, que no necesariamente están abocadas a trabajar materias de consumo pero que se muestran dispuestas a hacerlo.

En el mismo sentido, se avanzó en materia de participación ciudadana, incorporando en las metas de los Convenios de Alta Dirección Pública del segundo nivel jerárquico, indicadores asociados a fomentar y fortalecer instancias de este tipo, como son el desarrollo de acciones que permitan concretar la creación de un Consejo Consultivo en cada una de las Direcciones Regionales.

Y finalmente, durante el periodo más complejo de la pandemia y las cuarentenas, fue necesario ajustar y modificar la forma de realizar y desarrollar los diferentes mecanismos de participación ciudadana, especialmente los conversatorios, transitando desde la presencialidad a la virtualidad de la instancia. Lo que implicó ajustar las metodologías, generar nuevas formas de fomentar y potenciar el diálogo y de sobreponerse a las brechas digitales de algunos participantes. Sin embargo, todo ello fue posible sortear y llevar a cabo diferentes conversatorios y actividades en el periodo.

Se presentan a continuación los recursos destinados en el presupuesto institucional, al Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores y los proyectos financiados:

	2018	2019	2020	2021
Presupuesto anual	$416.597.000	$427.004.000	$492.870.000	$503.960.000
N° Adc´s postulantes	26	24	21	24
N° Adc´s que se adjudicaron recursos	15	11	15	17
N°total de proyectos postulados	104	95	78	118
N° total de proyectos financiados	36	35	43	46

Finalmente señalar que el presupuesto anual para el año 2022 destinado al Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores es de $526.134.000

13. Otros logros institucionales

- Gestión Internacional 2018-2022

En el ámbito internacional, SERNAC ha contado con un posicionamiento activo, formando parte de instancias de alto nivel, tales como el G-20, la *International Consumer Protection and Enforcement Network* (ICPEN), el Comité de Política del Consumidor de la OCDE, el Foro Iberoamericano de Agendas Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC), la Red de Consumo Seguro y Salud (RCSS) de la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Comité Técnico N°7 de Defensa del Consumidor del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) en calidad de invitado, el Subcomité de Servicios de la Alianza del Pacífico (AP), el Grupo Intergubernamental de Expertos en Política y Protección al Consumidor de la UNCTAD, *Consumers International*, la red Aflatoun y los grupos de trabajo relacionados con comercio electrónico de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

En dichos espacios, se ha trabajado en profundizar el relacionamiento con actores clave a través de:

- La acción continuada en foros y organizaciones internacionales;
- La participación en instancias bilaterales de cooperación, y
- La asistencia técnica para el desarrollo de otras agencias de protección al consumidor.

Las prioridades que fueron desarrolladas por el SERNAC en este ámbito, fueron las siguientes:

a) Incentivar y difundir el uso de mecanismos de protección de los intereses colectivos y difusos de grupos de consumidores determinados, a nivel de la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley (ICPEN) y el Foro Iberoamericano de Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (FIAGC)[12].

b) Promover el desarrollo y la articulación de redes internacionales de trabajo en materia de economía del comportamiento.

Desde 2013 y hasta la fecha, la OECD ha trabajado con más de 200 organizaciones a nivel mundial para promover en instituciones públicas, el uso de las ciencias del comportamiento o *behavioral insights.* Las mismas, pueden ser entendidas como "un enfoque inductivo para la formulación de políticas públicas, que combine la psicología, las ciencias cognitivas y las ciencias sociales en la generación de resultados probados empíricamente, para de esta forma poder analizar proceso de toma de decisiones por parte de la ciudadanía".

SERNAC, ha sido pionero dentro de las agencias de protección al consumidor en conducir estudios e intervenciones basadas en este enfoque, lo que valió poder establecer redes con el Economic and Social Research Institute (ESRI) y apoyar en la conducción de un experimento sobre personalización de precios realizado en Irlanda y en Chile, bajo financiamiento de la OECD[13].

A la par, se estableció contacto con la Unidad de Behavioural Insights del Observatory of Public Sector Innovation (OPSI), también de la OECD, donde convergen las diferentes iniciativas en relación al tema, y donde, están publicados los aprendizajes obtenidos a partir del experimento de rediseño de la hoja resumen de créditos hipotecarios, hoja de cotización de seguros automotriz y estado de cuenta de tarjetas de crédito[14].

En 2021, SERNAC y la Coordinación de Economía del Comportamiento fue galardonado con mención honorífica por el Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva por el uso de Evidencia desde las Ciencias del Comportamiento.

c) Desarrollar trabajos conjuntos con la red ICPEN en materia de economía digital.

d) Promover intercambios transfronterizos de información, tendientes a prevenir infracciones de proveedores sin domicilio en Chile.

[12] https://www.sernac.cl/portal/609/w3-propertyvalue-64377.html
[13] https://devpolicy.org/wp-content/uploads/2018/10/BI-and-public-policy.png
[14] https://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/behavioural-insights.htm

e) Profundizar acciones coordinadas con relación al objetivo 12 (referido a garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles) de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

f) Gestionar una evaluación internacional de las fortalezas y oportunidad de mejora de la institucionalidad de protección al consumidor en Chile.

Se releva en este punto, lo realizado bajo la conducción de la UNCTAD y en el marco de las Directrices de Naciones Unidas para la Protección al Consumidor, en la que SERNAC en representación del gobierno de Chile, sometió a evaluación la institucionalidad de nuestro país en lo concerniente a:

a) Mecanismos de Solución de controversias y compensación:
b) El acceso de los consumidores a una información adecuada, veraz y oportuna, que les permita tomar decisiones responsables e informadas
c) El establecimiento de infraestructuras adecuadas que permitan formular, aplicar y vigilar el funcionamiento de las políticas de protección del consumidor.

De dicha evaluación surgieron más de 25 oportunidades de mejora en forma de recomendaciones[15], relacionadas con:

- En el marco del proceso constituyente, aportar antecedentes técnicos sobre la conveniencia de consagrar los derechos de los consumidores como garantías fundamentales, sobre la base de la situación constitucional comparada y las particularidades del sistema nacional.
- Participar en la creación y desarrollo de normativa de consumo, advirtiendo las necesidades en sectores no regulados o que presentan regulación insuficiente (seguridad de productos y de comercio electrónico).
- Emprender una estrategia coordinada entre los diversos organismos de la Administración del Estado para la protección de los consumidores para el desarrollo de una política de Estado en materia de consumidores vulnerables.
- Reforzar la promoción de las buenas prácticas comerciales, certificaciones voluntarias y mecanismos de cumplimiento normativo (*compliance*) entre los proveedores, con énfasis, en este último punto, en los beneficios que otorgan los planes de cumplimiento en aquellos proveedores que se desenvuelvan en mercados más masivos, asimétricos y riesgosos desde la perspectiva de protección de los derechos de los consumidores.
- Incrementar los recursos presupuestarios del SERNAC con el fin de aumentar su capacidad fiscalizadora; asistir a los consumidores vulnerables desde la perspectiva de la territorialidad y el analfabetismo digital; intensificar la generación de estudios comportamentales en materia

[15] https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-62907.html

financiera y ampliar su alcance a otros mercados, y promover el acceso a la justicia para la defensa de los intereses individuales de los consumidores.

Dicha evaluación fue apoyada por la Federal Trade Commission (FTC) de los Estados Unidos de América, la Korea Consumer Agency (KCA) de Corea; y el Ministro Federal de Justicia y Protección al Consumidor de Alemania.

14. Reconocimientos

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

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

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

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

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

15. Agenda de género

Durante el periodo 2018-2021 se destaca la ejecución de múltiples actividades para promover una potente agenda de género en el SERNAC, y que esta se vea reflejada en los productos y servicios que se entregan a la ciudadanía. Dentro de estas acciones se encuentran:

1- Charlas de educación financiera para mujeres mayores.
2- Talleres de seguridad de productos para mujeres emprendedoras.
3- Talleres de derechos y deberes de las y los consumidores para mujeres de organizaciones de la sociedad civil.
4- Estudio exploratorio de Impuesto Rosa en Chile.

5- Conversatorios sobre problemas de consumo con mujeres migrantes
6- Diseño de Protocolo de prevención, tratamiento y sanción del Maltrato y acoso laboral y sexual (MALS).
7- Perfil cualitativo de mujeres líderes de Asociaciones de Consumidores.
8- Estudio de patrones de género en consumo y reclamos asociados.
9- Conversatorios con mujeres para mejorar la atención del público.
10- Informe anual de publicidad sexista.
11- Diseño y publicación de la primera Política de Género de SERNAC.
12- Actividades de sensibilización para funcionarios/as en materias de género.
13- Plan de difusión protocolo MALS.
14- Capacitación en prevención y tratamiento del acoso laboral y sexual para actores claves del servicio.
15- Actualización del estudio de Impuesto rosa en Chile.
16- Estudio Gestión Menstrual en Chile.
17- Primera versión de la escuela de liderazgo para mujeres.
18- Estudio de tallas.

Se destacan las siguientes acciones del periodo debido a la gran valoración e impacto que generaron en la ciudadanía, así como al interior del servicio:

1) Escuela de liderazgo: El objetivo de la escuela es entregarle a un grupo de funcionarias herramientas para potenciar sus competencias en esta materia. Es parte del compromiso de la institución con una cultura que considere el enfoque de género y entregue mayores oportunidades para las funcionarias.

2) Primer estudio de gestión menstrual[16]: En Chile cerca de un 30% de la población vive este proceso todos los meses. Al no ser una opción, todos los gastos asociados son ineludibles. Sin embargo, hasta ahora, en la mayoría de los países, los productos que se utilizan al menstruar tienen asociados impuestos al consumo. Sin embargo, al ser este consumo generado por una condición biológica, el impuesto es considerado como sexista (Balbuena *et al*, 2020). En Chile están gravados con IVA (19%).

   En nuestro país no existen intervenciones desde el Estado ni políticas públicas en la materia. Por lo tanto, se realizó este primer estudio con el objetivo de determinar la frecuencia de uso y los costos que se generan por el uso de distintos productos durante el ciclo menstrual.

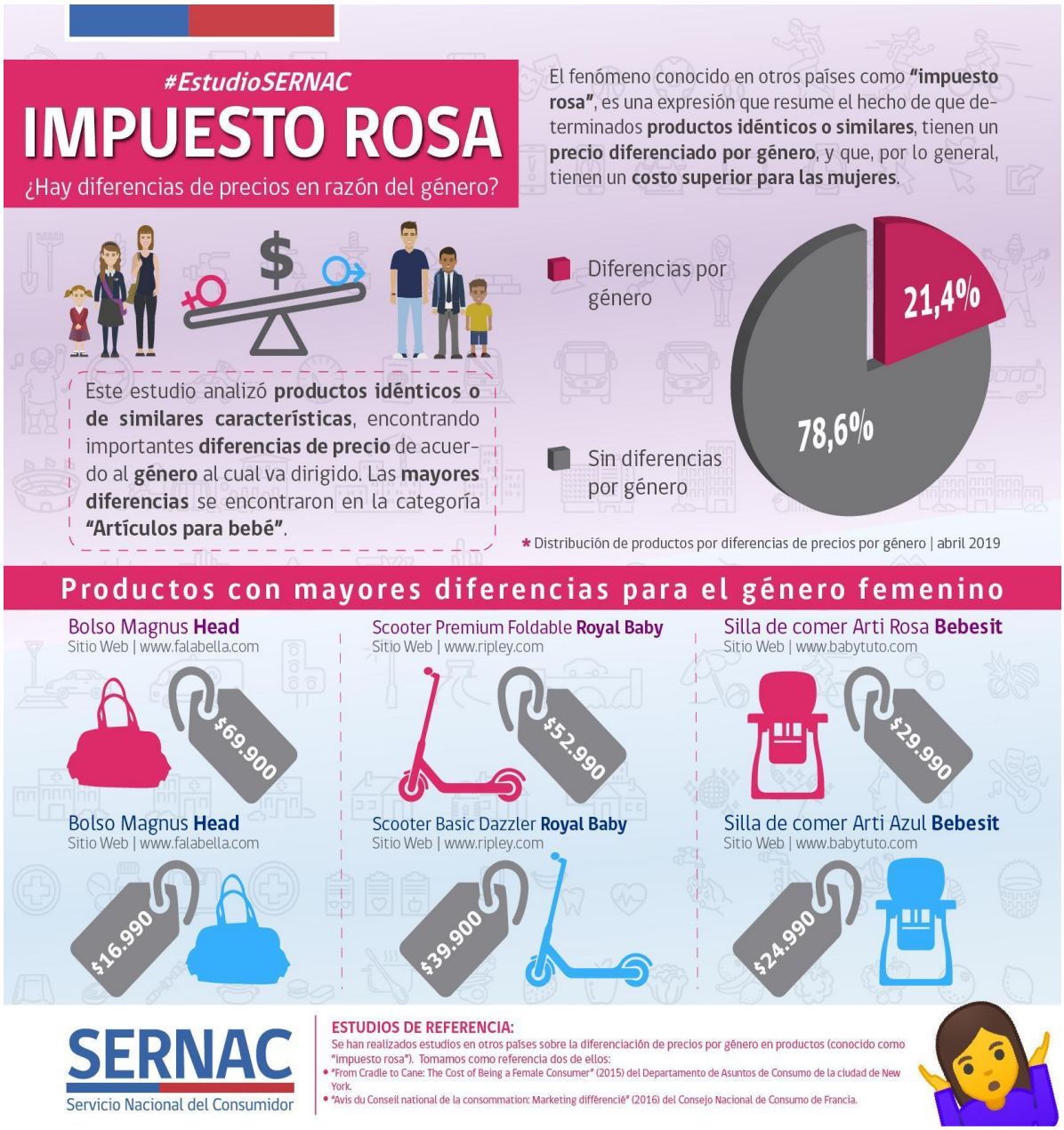
   Se realizó además una encuesta que fue contestada por más de diez mil personas menstruantes.

[16] Disponible aquí: https://www.sernac.cl/portal/619/articles-63337_archivo_01.pdf

3) Estudio de impuesto rosa en Chile[17]: Se llama impuesto rosa (del inglés *pink tax),* impuesto de género *(gender tax)* o también llamada tasa invisible, al costo extra de productos y/o servicios cuando son destinados al público femenino, en especial cuando son funcionalmente idénticos a sus equivalentes destinados a los hombres y, en consecuencia, la diferencia no puede vincularse a un mayor costo de producción u otro atributo y nacen usualmente de estereotipos de género. El SERNAC ha realizado dos estudios sobre esta materia, el 2019 y 2021, evidenciando que en Chile si existe un sobre precio en algunos productos destinados para mujeres:

[17] Disponible en: https://www.sernac.cl/portal/619/articles-63667_archivo_01.pdf

Resultados 2019



Resultados 2021:

Comparando los resultados del estudio con años anteriores, se puede verificar que en la actualidad hay una tendencia a igualar el precio de un mismo producto para mujeres y para hombres. Existen menos productos con diferencias, de hecho, en el estudio de "Impuesto Rosa" realizado por SERNAC el año 2019 un 24% de la muestra presentó diferencias de precios, el presente año (2021) sólo un 6,7% de la muestra presentó diferencias. Sin embargo, esta tendencia es aplicable sólo a

las muestras tomadas en los diferentes años y no puede extrapolarse al mercado en general.

16. Ley Pro Consumidor

Cerrando el recuento de este período, el SERNAC se encuentra implementando otro cambio dispuesto en la Ley Nº 21.398 o "Ley Pro-consumidor" que establece medidas para fortalecer la protección de los derechos de los consumidores.

Esta norma establece una serie de nuevos derechos para los consumidores en distintos ámbitos, elevando el estándar de protección en algunas materias como el derecho a garantía, e incluso, dejándonos a la vanguardia en muchos otros.

Una vez que entre en plena vigencia esta Ley, los consumidores chilenos tendrán una serie de nuevos derechos, entre ellos, la ampliación del plazo de tres a seis meses para poder ejercer el derecho a garantía legal cuando el producto viene defectuoso, con especificaciones distintas a las informada o no es apto para el uso indicado en la publicidad, permitiéndoles a las personas solicitar a su elección el cambio del producto, la devolución del dinero pagado o la reparación del bien. Asimismo, se clarifica que las garantías voluntarias de las empresas no pueden afectar el plazo y las opciones de la garantía legal, y se prohíbe a la misma ofrecer pólizas que cubran en todo o parte la garantía legal.

Desde noviembre del año 2020 y noviembre de 2021, el SERNAC recibió un total de 41.303 reclamos relacionados con garantía, los cuales se concentran mayoritariamente en productos de electrónica (12,11%) y muebles (7,84%). Este tipo de quejas suelen aumentar tras las fiestas de fin de año. "Con esta nueva Ley, se eleva el estándar y seguramente será un impulso para mayor calidad de los productos y competir por los servicios de post venta, que hoy suele ser un dolor de cabeza para los consumidores", indica la autoridad.

Además, la Ley Pro Consumidor establece como obligatorio el derecho a retracto en compras a distancia, como electrónicas, telefónicas o por catálogos, dando la posibilidad de arrepentirse de la compra en 10 días desde recibido el producto. Eso es muy importante tanto por el aumento de las compras online, así como por su naturaleza porque los consumidores no pueden conocer con anticipación las reales características del producto. De hecho, se extiende este derecho a las compras presenciales en que no se tuvo acceso directo al producto.

Otro derecho importante es que será más fácil para los consumidores terminar los contratos y las empresas no podrán poner condiciones o barreras para mantenerlos amarrados a los servicios. Por el contrario, deberán informarles los mecanismos para darle término en forma simple y deberán, al menos, disponer de los mismos que se utilizaron para la contratación.

Un aspecto importante también es lo referente a las automotoras. Por ejemplo, si se compra un auto nuevo, no podrán limitar la libre elección de servicios técnicos destinados a la mantención, salvo por situaciones específicas justificadas. Y en materia de garantía voluntaria, la empresa deberá proporcionar al consumidor previamente información sobre todas las mantenciones, sus valores y la nómina de todos los talleres para efectuarlas. Asimismo, el vendedor deberá proporcionar otro vehículo de similares características mientras dure la reparación o mantención del vehículo, cuando el ejercicio de la garantía legal o voluntaria no le permita su uso por un plazo superior a cinco días hábiles.

Un problema común de los consumidores es la sobreventa de pasajes aéreos. Con la nueva Ley, si le niegan el embarque por sobreventa de pasajes aéreos, las aerolíneas tienen que no sólo informar por escrito las razones, sino que los consumidores podrán optar a la devolución del dinero o las compensaciones que correspondan de manera más expedita.

Un derecho que nos pondrá a la vanguardia, es la exigencia a las empresas de informar la vida útil de los productos durables. Por ejemplo, si compra un refrigerador, que sepa desde antes de comprar que con un uso normal le durará cinco o diez años. Eso ayuda a que los consumidores elijan mejor y seguramente, empujará al desarrollo de productos de mejor calidad y duración. Este derecho requerirá de un reglamento para definir el cómo.

En materia de datos personales se ratifican y refuerzan las atribuciones del SERNAC. Eso significa que el organismo podrá fiscalizar, requerir información o perseguir compensaciones en procesos colectivos en casos que afecten los datos personales de los consumidores. Esto no reemplaza las facultades de reguladores actuales o futuros, sino que las complementa. Hemos demostrado ser eficaces en conseguir compensaciones directas para los consumidores, por lo que poder seguir haciéndolo respecto a estas materias, fortalece su protección y el pleno respeto de sus derechos como titulares de datos.

Incluso en materia de educación superior, se establece como nuevo derecho que los alumnos pueden exigir certificados básicos (títulos y grados, notas, estado de deuda o relacionados) de manera gratuita hasta por dos veces en un año y deberán ser emitidos dentro del plazo de diez días hábiles. En muchos establecimientos eran trámites lentos, que tenían costo y se sumaban a otros gastos, pero ahora se explicita que no puede ser así.

La normativa integra además, el principio pro consumidor en virtud del cual las normas de la Ley 19.496 se interpretan siempre en favor de los consumidores, reconociendo la interpretación que el SERNAC ha defendido a través de los años. Por su parte, consagra también como derechos de los consumidores todos aquellos establecidos en leyes, reglamentos y normativas especiales distintas de la Ley del

Consumidor, los que serán irrenunciables y permitirán al SERNAC ejercer sus atribuciones legales.

Esta normativa entró en vigencia el 24 de diciembre de 2021, salvo lo relacionado con la extensión del plazo para ejercer el derecho a garantía de 3 a 6 meses, disposición que tendrá una vacancia de 3 meses. En el caso de los bienes durables, la vacancia será de 8 meses; mientras que lo relacionado con las automotoras (Art. 12 C), una vacancia de 4 meses.

La Ley Pro Consumidor fortalece los derechos de los consumidores y se suma a otras recientes como aquella que regula el derecho a la portabilidad financiera; a las cobranzas extrajudiciales justas y respetuosas, y a la ley de responsabilidad ante fraudes financieros.