

FORMULARIO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2017

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

| Producto Estratégico al que se Vincula | Indicador | Formula de Cálculo | Efectivo 2013 | Efectivo 2014 | Efectivo 2015 | Efectivo a Junio 2016 | Estimado 2016 | Meta 2017 | Ponderación | Medios de Verificación | Notas |
|---|--|--|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------------|--|-------|
| •Institucional | <u>Calidad/Producto</u> 1 Índice de satisfacción de clientes año t <small>Aplica Desagregación por Sexo: SI Aplica Gestión Territorial: NO</small> | (Satisfacción global neta con Reclamos x 0,2 + Satisfacción global neta con MC (financieras y no financieras) x 0,2 + Satisfacción global neta con Curso a Docentes x 0,15 + Satisfacción global neta con Campañas x 0,15 + Satisfacción global neta | 49.4 número 49.4 | 58.2 número 58.2 | 61.6 número 61.6 | N.M. | 50.5 número 50.5 | 54.0 número 54.0 | 25% | <u>Reportes/Informes</u> Reporte de Índice de Satisfacción <u>Reportes/Informes</u> Minuta Metodológica <u>Base de Datos/Software</u> Base de datos con resultados de satisfacción por producto | 1 |
| •Información de Mercado y Consumo. | <u>Eficacia/Producto</u> 2 Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes <small>Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO</small> | (N° mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año t/N° total de mercados definidos en la MMR año 2015)*100 | 4.17 % (1.00/24.00)*100 | 17.86 % (5.00/28.00)*100 | 21.43 % (6.00/28.00)*100 | 7.14 % (2.00/28.00)*100 | 21.43 % (6.00/28.00)*100 | 21.43 % (6.00/28.00)*100 | 25% | <u>Reportes/Informes</u> Estudios de Inteligencia <u>Formularios/Fichas</u> Matriz de mercados relevantes 2015 | 2 |
| •Orientación, asesoría jurídica y protección. | <u>Eficacia/Producto</u> 3 Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t. <small>Aplica Desagregación por Sexo: NO</small> | (Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas con resultado final desfavorable en el año t/Sumatoria de Mediaciones | 62.5 % (5.0/8.0)*100 | 66.7 % (12.0/18.0)*100 | 70.0 % (7.0/10.0)*100 | 50.0 % (1.0/2.0)*100 | 63.6 % (7.0/11.0)*100 | 66.7 % (6.0/9.0)*100 | 25% | <u>Reportes/Informes</u> Planilla control de mediaciones colectivas iniciadas y cerradas en el año t <u>Formularios/Ficha</u> | 3 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----|---|---|
| | Aplica Gestión Territorial: SI | Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t)*100 | | | | | | | | <u>s</u> Medios de verificación que dan cuenta de la voluntad del proveedor de participar en el proceso de mediación colectiva. <u>Formularios/Fichas</u> <u>s</u> Medios de verificación que dan cuenta de las acciones judiciales realizadas. <u>Formularios/Fichas</u> <u>s</u> Minutas mediaciones colectivas cerradas año t | |
| •Educación para el Consumo Responsable. | <u>Eficacia/Producto</u> 4 Porcentaje de progresión de establecimientos escolares que participan en el Programa Escolar de Educación Financiera (PEEF) Aplica Desagregación por Sexo: NO Aplica Gestión Territorial: NO | (Número de establecimientos escolares acumulados al año t que participan en el PEEF /Número de establecimientos escolares proyectados a 2018 que participen del PEEF)*100 | 2 % (30/1700) *100 | 4 % (60/1700) *100 | 16 % (268/1700))*100 | 17 % (268/1555) *100 | 25 % (389/1555) *100 | 33 % (515/1555))*100 | 25% | <u>Reportes/Informes</u> Informe establecimientos escolares que participan en el programa escolar de educación financiera. <u>Reportes/Informes</u> Reporte para la Determinación de la Proyección de Establecimientos <u>Formularios/Fichas</u> <u>s</u> Minuta explicativa para determinación de proyección de establecimientos | 4 |

Notas:

1 El Índice se ha construido en base a los productos estratégicos del SERNAC, para lo cual se ha seleccionado de cada uno de los productos estratégicos a lo menos un producto específico que lo represente. Las ponderaciones están asociadas a las prioridades institucionales, las que se reflejan en la asignación presupuestaria a cada producto estratégico. Las encuestas y/o recogidas de datos de satisfacción incluirán a Reclamos, mediaciones colectivas, Curso a docentes, campañas, alertas de seguridad, estudios y fondo concursable. Los niveles de satisfacción global neta de cada producto específico que componen el Índice tienen una ponderación específica, como se muestra a continuación: Índice = (Satisfacción global neta con Reclamos x 0,2 + Satisfacción global neta con Mediaciones Colectivas (financieras y no financieras) x 0,2 + Satisfacción global neta con Curso a Docentes x 0,15 + Satisfacción global neta con Campañas x 0,15 + Satisfacción global neta con Alertas de seguridad x 0,1 + Satisfacción global neta con Estudios x 0,1 + Satisfacción global neta con Fondo Concursable x 0,1).

2 a) La Matriz de Mercados Relevantes (MMR), es un producto estratégico del SERNAC, cuyo objetivo es priorizar productos y líneas estrategias institucionales en torno a aquellos mercados o sub mercados donde los derechos de los consumidores se encuentren en mayor vulnerabilidad y a su vez permite identificar los mercados más reclamados por los consumidores en todo Chile.

b) Los estudios de inteligencia se encuentran orientados a mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados, a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, levantando y desarrollando información calificada para el análisis y monitoreo de mercados en materia de consumo, que sea de interés y utilidad para los consumidores/as, así como para la toma de decisiones y análisis estratégicos de la organización. Todo ello en un marco priorización estratégica, conforme a la relevancia de los mercados y a las líneas de política establecidas.

"

3 Se considerarán como mediaciones colectivas a medir en el presente indicador, aquellas que se inicien durante el año t y respecto de las que el Director Nacional o quién lo subroge o reemplace, a propuesta del Comité de Soluciones Colectivas del SERNAC, resuelva cerrarlas durante el mismo año, con resultado final desfavorable. Dicho cierre desfavorable constará en la minuta que, al efecto, elabore el mencionado Comité. Para efectos del presente indicador, se entenderá iniciada una mediación colectiva cuando el proveedor respectivo, oficiado al efecto, haya manifestado su voluntad inequívoca de participar en dicha instancia. Tratándose de mediaciones colectivas que hayan sido reaperturadas por el Comité de Soluciones Colectivas, no se considerará el cierre realizado previo a la reapertura. Se entenderán como acciones judiciales aquellas que consten en los soportes que a continuación se indican: a) Escritos de demandas para la protección de los intereses colectivos y/o difusos de los consumidores, presentados ante el tribunal respectivo; b) Escritos de denuncias infraccionales por afectación de los intereses generales de los consumidores, presentados ante el tribunal respectivo; c) Escritos en que el SERNAC se haga parte en los procesos judiciales iniciados por terceros en defensa de los intereses generales, colectivos y/o difusos de los consumidores, presentados ante el tribunal respectivo; d) Oficios o escritos mediante los cuales el SERNAC se haga parte en los procesos infraccionales seguidos ante organismos fiscalizadores sectoriales, tales como Superintendencias o Subsecretarías, presentados ante dichos organismos; y, e) Oficios o escritos de denuncias formulados por SERNAC ante el Ministerio Público o ante organismos policiales, poniendo en conocimiento la eventual comisión de delitos basados en hechos conocidos con ocasión de la medición colectiva, presentados ante dichas autoridades.

4 Indicador cuya medición se asocia directamente con el Programa de Gobierno y la Agenda PIC del Ministerio de Economía.

Por establecimientos que participa en el PEEF, se entenderá a aquel que cumpla con una o más de las siguientes características:

- Está inscrito en el sistema de reconocimiento o SERNAC en tu Colegio.
- Recibe charlas y/o actividades educativas en su establecimiento.
- Cuenta con docentes participantes en Curso(s) de Perfeccionamiento Docente de SERNAC con contenidos de Educación Financiera.

Con la entrada en vigencia de la Ley N° 20.845/2015 de Inclusión Escolar, la proyección de establecimientos que podrían participar en el Programa, se ve afectada año a año, dependiendo del número de establecimientos particulares subvencionados, que decidan transitar hacia la modalidad municipal o particular pagada. Este cambio, implica que la base proporcionada por el Ministerio de Educación, sobre la cual se aplican los criterios de prorización del Programa, no sea fija. De este modo la proyección para cada periodo se determinará a través del Medio de Verificación, Minuta Explicativa para la Determinación de la Proyección de Establecimientos.

