

FORMULACIÓN DE LAS METAS DE EFICIENCIA INSTITUCIONAL AÑO 2022

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

Objetivos de Gestión

| N° | Objetivos de Gestión | Ponderación | N° Indicadores |
|------------|------------------------------|-------------|----------------|
| Objetivo 1 | 1.- Gestión Eficaz | 40.00 | 2 |
| Objetivo 2 | 2.- Eficiencia Institucional | 20.00 | 3 |
| Objetivo 3 | 3.- Calidad de Servicio | 40.00 | 3 |
| Total | | 100.00 | 8 |

Objetivo 1. Gestión Eficaz (Ponderación: 40.00%)

| N° | Nombre del indicador | Fórmula | Meta | Mide | Ponderador | Nota |
|----|--|---|---------------------------------|------|------------|------|
| 1 | Porcentaje de mercados en los cuales se genera un producto de información año t respecto del Árbol de Mercados 2021. | $(N^{\circ} \text{ mercados en los que se realiza un producto de información en año } t / N^{\circ} \text{ total de mercados definidos en el Árbol de Mercados año } 2021) * 100$ | 44.8 % [(13.0 / 29.0) * 100] | | 30.00 | 1 |
| 2 | Medidas de Equidad de Género | $(\text{Número de medidas para la igualdad de género implementadas en el año } t / \text{Número total de medidas para la igualdad de género establecidas en el programa marco del año } t) * 100$ | 50.0 % [(4.0 / 8.0) * 100] | | 10.00 | |

Objetivo 2. Eficiencia Institucional (Ponderación: 20.00%)

| N° | Nombre del indicador | Fórmula | Meta | Mide | Ponderador | Nota |
|----|--|---|---|------|------------|------|
| 1 | Índice de eficiencia energética. | $\text{Consumo Total de Energía (CTE) en el periodo } t / \text{Superficie Total (ST) del conjunto de inmuebles utilizados por el Servicio en el periodo } t$ | | X | 10.00 | |
| 2 | Concentración del Gasto Subtítulos 22 + 29 | $((\text{Gastos ejecutados de subtítulos 22 y 29 en el segundo semestre del año } t + \text{gastos ejecutados de subtítulos 22 y 29 en el cuarto trimestre del año } t + \text{gasto ejecutado de subtítulos 22 y 29 en el mes de diciembre del año } t) / \text{Total de gastos ejecutados de subtítulos 22 y 29 en el año } t) * 100$ | 130.93 % [(3749903.00 / 2864052.00) * 100] | | 5.00 | |
| 3 | Licitación con dos o menos ofertas | $(\text{Número de procesos de licitaciones en las que se cerró la recepción de ofertas el año } t \text{ con dos o menos ofertas} / \text{Número de procesos de licitaciones en las que se}$ | 64.0 % [(16.0 / 25.0) * 100] | | 5.00 | |

| | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| | | cerró la recepción de ofertas el año t)*100 | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|

Objetivo 3. Calidad de Servicio (Ponderación: 40.00%)

| N° | Nombre del indicador | Fórmula | Meta | Mide | Ponderador | Nota |
|----|--|---|--------------------------------------|------|------------|------|
| 1 | Porcentaje de satisfacción neta con los servicios recibidos de la Institución | Porcentaje de usuarios encuestados en el año t que se declaran satisfechos con el servicio recibido por la institución (% de respuestas 6 y 7 en escala de 1 a 7)- Porcentaje de usuarios encuestados en el año t que se declaran insatisfechos con el servicio recibido por la institución (% de respuestas entre 1 y 4 en escala de 1 a 7) | | X | 15.00 | |
| 2 | Porcentaje de reclamos respondidos respecto de los reclamos recibidos al año t | (Número de reclamos respondidos en año t/Total de reclamos recibidos al año t)*100 | 98.99 % [(2247.00 /2270.00)*100] | | 15.00 | |
| 3 | Porcentaje de trámites digitalizados al año t respecto del total de trámites identificados en el Registro Nacional de Trámites vigente en el año t | (N° de trámites digitalizados al año t/N° total de trámites identificados en el Registro Nacional de Trámites vigente en el año t)*100 | 100.00 % [(26.00 /26.00)*100] | | 10.00 | |

Compromisos Indicadores Transversales

| Nombre Indicador Transversal | N° de Compromisos |
|------------------------------|-------------------|
| Medidas de Equidad de Género | 4 |

| N° | Medidas de Género | Descripción Medidas de Género |
|----|--|--|
| 1 | Capacitación a funcionarias/os del Servicio en materia de género nivel básico o avanzado. | Curso avanzado de “ Género y Consumo” para funcionarias/os nuevas/os del Servicio, que ingresen en el primer semestre 2022, modalidad online, sin requisito mínimo de asistencia y su producto final será el reporte con todos los resultados de la medida. El curso tendrá una duración de 16 horas y será parte del Plan Anual de Capacitación 2022 del Servicio. Sus contenidos serán aprobados por la Red de Expertas, previo a su ejecución. |
| 2 | Acciones de Comunicaciones y difusión interna y externa con perspectiva de género. | Elaboración, sistematización y difusión de la Encuesta de Percepción Consumo y Mujer. El medio de verificación será un documento que dé cuenta del instrumento (Encuesta), informe de sistematización de resultados, e infografía de difusión en medios y redes sociales. |
| 3 | Procesos de Provisión de bienes o servicios con perspectiva de género. | Ejecución de 5 talleres de educación financiera con enfoque de género para mujeres en general, sin comprometer número de participantes, de manera presencial o telemática, cuyo producto final será un informe que permita verificar la realización de lo comprometido, incluyendo el número de participantes en cada taller y los contenidos abordados. |
| 4 | Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo y análisis de género cuando corresponda. | Estudio de “ Gestión menstrual en población hipervulnerable” . Tomando como punto de partida el estudio realizado en el año 2021 , se enfocará el análisis en la población hipervulnerable (primeros deciles de ingresos, población privada de libertad, población en situación de calle), con el objetivo de entender y visibilizar el impacto que tiene en su vida cotidiana el gasto mensual que significa la adquisición de productos relacionados a su menstruación y plantear medidas de política pública que puedan ser implementadas |

| | |
|--|---|
| | por los organismos competentes. El medio de verificación será el reporte del estudio. |
|--|---|

Notas:

- 1 a) El Árbol de Mercados Institucional proviene del MAC, corresponde a los mercados definidos por la institución para clasificar los reclamos ingresados al Modelo de Atención al Consumidor por los ciudadanos. Su última actualización se realizó en 2020 y contempla 30 mercados, sin embargo para este indicador, se considera hasta el mercado N°29, ya que el N°30 denominado ?Fuera de LPC? agrupa aquellos reclamos cuyos casos se encuentran fuera de las facultades de la Ley del Consumidor
- b) Los productos de información se encuentran orientados a mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados, a través de la detección potencial de inequidades o situaciones que afecten los derechos de los consumidores, levantando y desarrollando información calificada para el análisis y monitoreo de mercados en materia de consumo, que sea de interés y utilidad para los consumidores/as, así como para la toma de decisiones y análisis estratégicos de la organización. Todo ello en un marco de priorización estratégica, conforme a la relevancia de los mercados y a las líneas de política establecidas. Un producto informativo se considerará realizado, cuando esté validado y/o difundido según los medios establecidos por la Institución, tales como: página web institucional o memorándum u oficio remitiendo el estudio o e-mail con validación de la jefatura. Para el caso de los productos que hayan sido elaborados en formatos interactivos como los cotizadores, radiografías, etc, se presentará un informe que entregue los principales resultados del producto.
- c) Los productos informativos considerados en la medición del indicador, son todos aquellos derivados del proceso institucional ""Generación de información de consumo? en las categorías de: Estudios y Rankings de Caracterización y Comportamiento de Mercados (Estudios de mercado financiero, Radiografías de mercados, Cotizadores de productos, Rankings de mercados, informes interactivos, Visualizaciones, Infografías, Boletines, entre otros); Estudios de Calidad y Seguridad de Productos y Servicios (Informes de estudio, Informes Interactivos, Cotizadores de productos, Visualizaciones, Infografías, entre otros); Estudios de caracterización y comportamiento del consumidor; Recomendaciones de Seguridad de Productos y Alertas de seguridad de Productos.