

INFORMACIÓN DE GESTIÓN

Proyecto de Ley de Presupuestos 2014

Ministerio	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	Partida	07
Servicio	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	Capítulo	02

Misión ¹

Informar, educar y proteger eficientemente a los consumidores, vigilando que se respeten sus derechos a través de la promoción de una cultura de consumo responsable y participativa entre los actores relevantes del mercado, con el fin de contribuir a su desarrollo y transparencia.

N°	Producto Estratégico	Número de Indicadores-Ámbitos de Control ²			
		Total	Resultado	Producto	Proceso
1	Información de Mercado y Consumo.	2	0	2	0
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	2	0	2	0
3	Educación para el Consumo Responsable.	0	0	0	0
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	0	0	0	0
5	Otros Indicadores (3)	1	0	1	0
Total Indicadores		5	0	5	0
Participación sobre Total Indicadores		100%	0%	100%	0%

Indicadores de Desempeño. Ámbito de Resultado

La institución no presenta indicadores en el ámbito de resultado

Indicadores de Desempeño. Ámbito de Producto (Calidad)

Información de Mercado y Consumo.					
Indicador Variables	2010	2011	2012	2013 Estimado	2014 Meta
Porcentaje de consumidores que declara que el SERNAC lo protege "mucho" o "bastante" contra los abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.	0,0 %	66,0 %	56,0 %	50,0 %	50,0 %
<i>Nº de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado</i>	0,0	792,0	672,0	600,0	600,0
<i>Nº Total de consumidores encuestados en el año t</i>	0,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0

Orientación, asesoría jurídica y protección.

Indicador Variables	2010	2011	2012	2013 Estimado	2014 Meta
Porcentaje de usuarios encuestados que evalúan como muy buena y buena la atención global prestada por el servicio en las 3 plataformas de atención de público disponibles.	83,9 %	0,0 %	77,0 %	76,0 %	78,0 %
<i>Nº de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las 3 plataformas de atención de público disponibles (canal presencial, telefónico e internet).</i>	14.655,0	0,0	858,0	1.900,0	1.950,0
<i>Total de usuarios encuestados en el año t</i>	17.472,0	0,0	1.115,0	2.500,0	2.500,0

Orientación, asesoría jurídica y protección.

Indicador Variables	2010	2011	2012	2013 Estimado	2014 Meta
Porcentaje de consumidores que declara que el SERNAC lo protege "mucho" o "bastante" contra los abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.	0,0 %	66,0 %	56,0 %	50,0 %	50,0 %
<i>Nº de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado</i>	0,0	792,0	672,0	600,0	600,0
<i>Nº Total de consumidores encuestados en el año t</i>	0,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0

Educación para el Consumo Responsable.

Indicador Variables	2010	2011	2012	2013 Estimado	2014 Meta
Porcentaje de consumidores que declara que el SERNAC lo protege "mucho" o "bastante" contra los abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.	0,0 %	66,0 %	56,0 %	50,0 %	50,0 %
<i>Nº de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado</i>	0,0	792,0	672,0	600,0	600,0
<i>Nº Total de consumidores encuestados en el año t</i>	0,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0	1.200,0

Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana

Indicador Variables	2010	2011	2012	2013 Estimado	2014 Meta
Porcentaje de consumidores que declara que el SERNAC lo protege "mucho" o "bastante" contra los abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado.	0,0 %	66,0 %	56,0 %	50,0 %	50,0 %
<i>Nº de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado</i>	<i>0,0</i>	<i>792,0</i>	<i>672,0</i>	<i>600,0</i>	<i>600,0</i>
<i>Nº Total de consumidores encuestados en el año t</i>	<i>0,0</i>	<i>1.200,0</i>	<i>1.200,0</i>	<i>1.200,0</i>	<i>1.200,0</i>

[1] La información detallada de las definiciones estratégicas de la institución, esto es: misión, objetivos estratégicos, productos, subproductos y productos específicos, clientes/usuarios/beneficiarios, se encuentra disponible en el formulario A1 del presupuesto en: www.dipres.cl/proyecto de ley de presupuestos 2014.

[2] La información más detallada de los indicadores de desempeño (formulario H) con la fórmula de cálculo, notas, supuestos se encuentra disponible en www.dipres.cl/proyecto de ley de presupuestos 2014

[3] Corresponde a mediciones de procesos transversales en la organización que afectan al menos a dos o más productos estratégicos; es decir es de carácter institucional.