

## CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2013

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO	<b>PARTIDA</b>	07
<b>SERVICIO</b>	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	<b>CAPÍTULO</b>	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Información de Mercado y Consumo.</p> <p>- Levantamiento de precios en la RM.</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>Porcentaje de mercados en los cuales se genera un ranking de conflictividad por empresa.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° mercados en los que se realiza un ranking en año t/N° total de mercados definidos en la Matriz de Mercados Relevantes año t-1)*100)</p>	n.m.	22.2 %	27.8 %	33.3 %	33.3 %	SI	100%	20%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Rankings realizados y subidos al sitio Web institucional.</p>	
<p>•Información de Mercado y Consumo.</p>	<p><u>Calidad/Resultado Final</u></p> <p>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.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: SI</p>	<p>((N° 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/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100)</p> <p>Mujeres:</p> <p>Hombres:</p>	0.0 %	66.0 %	56.0 %	64.4 %	50.0 %	SI	128%	5%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Informe Encuesta de Percepción Ciudadana.</p>	1

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Orientación, asesoría jurídica y protección.	<u>Calidad/Producto</u>  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.  Aplica Enfoque de Género: SI	((N° de usuarios encuestados en el año t que evalúan como Muy Buena y Buena la atención global prestada por el servicio en las oficinas de atención de público /Total de usuarios encuestados en el año t)*100)  Mujeres:  Hombres:	83.9 %	0.0 %	77.0 %	76.0 %	78.0 %	SI	97%	10%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte de Encuesta Nacional de Satisfacción.	
•Orientación, asesoría jurídica y protección.; -Protección de intereses generales, colectivos y difusos. * Juicios Interés Colectivo.	<u>Eficacia/Resultado Intermedio</u>  Porcentaje de Mediaciones Colectivas con respuesta favorable aceptada por SERNAC.  Aplica Enfoque de Género: NO	((Sumatoria de Mediaciones Colectivas con respuesta favorable aceptada por SERNAC/N° Total de Mediaciones Colectivas en las que el proveedor entrega solución )*100)	42.7 %	0.0 %	67.3 %	72.2 %	75.6 %	SI	95%	10%	<u>Reportes/Informes</u> Reportes Trimestrales emitidos por la División Jurídica.	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>•Orientación, asesoría jurídica y protección. -Protección de intereses generales, colectivos y difusos.</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas con resultado final desfavorable/Sumatoria de Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t )*100)</p>	n.m.	n.m.	0.0 %	62.5 %	54.5 %	SI	114%	5%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Planilla con identificación de las mediaciones desfavorables y su calificación de cierre, Identificación de las acciones judiciales interpuestas por SERNAC respecto de las mediaciones colectivas desfavorables y medición del Indicador con el resultado obtenido.</p>	2
<p>•Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>Porcentaje de nuevas Asociaciones de Consumidores que ejecutan proyectos del Fondo Concursable en relación al número total de ejecutores.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	<p>((N° de nuevas Asociaciones de Consumidores que ejecutan proyectos con financiamiento del Fondo Concursable/N° Total de Asociaciones de Consumidores que ejecutan proyectos con financiamiento del Fondo Concursable)*100)</p>	5 %	6 %	0 %	17 %	9 %	SI	191%	10%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Acuerdos del Consejo de Administración que asignan recursos.</p>	3

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Efectivo 2012	Efectivo 2013	Meta 2013	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Información de Mercado y Consumo.</li> <li>•Orientación, asesoría jurídica y protección.</li> </ul>	<p><i>Eficacia/Producto</i></p> <p>Tasa de variación de Rankings de Reclamos Financieros.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	$(((N^{\circ} \text{ de Ranking de reclamos financieros elaborados por SERNAC t/N}^{\circ} \text{ de Ranking de reclamos financieros elaborados por SERNAC t-1)-1)*100)$	n.m.	0.0 % 1.0	0.0 % 0.0	100.0 % 6.0	100.0 % 4.0	SI	100%	20%	<p><u>Reportes/Informes</u> Ranking de reclamos Financieros.</p> <p><u>Reportes/Informes</u> Reporte difusión del Ranking a través de la página web Institucional.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Información de Mercado y Consumo.</li> <li>•Orientación, asesoría jurídica y protección.</li> </ul>	<p><i>Eficacia/Producto</i></p> <p>Tasa de variación de notificaciones voluntarias de seguridad de productos.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	$(((N^{\circ} \text{ de notificaciones voluntarias de seguridad de productos t/N}^{\circ} \text{ de notificaciones voluntarias de seguridad de productos t-1)-1)*100)$	n.m.	13.3 % 17.0	0.0 % 0.0	64.3 % 23.0	33.3 % 16.0	SI	192%	10%	<p><u>Reportes/Informes</u> Registro de ingreso de notificaciones voluntarias (físico o mail).</p>	4
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Orientación, asesoría jurídica y protección.</li> <li>- Protección del Consumidor Financiero.</li> <li>•Educación para el Consumo Responsable.</li> </ul>	<p><i>Eficacia/Resultado Intermedio</i></p> <p>Porcentaje de participantes que aprueban el curso de introducción a la educación financiera.</p> <p>Aplica Enfoque de Género: NO</p>	$((N^{\circ} \text{ de participantes que aprueban el curso de introducción a la educación financiera/N}^{\circ} \text{ participantes que finalizan el curso de introducción a la educación financiera)*100)$	40.9 %	59.4 %	0.0 %	99.0 %	63.6 %	SI	155%	10%	<p><u>Reportes/Informes</u> Reporte de resultados Curso Introducción a la Educación Financiera.</p>	5

(9): Fundamentaciones o justificaciones de metas no cumplidas (cumplimiento inferior a 95%) y metas sobrecumplidas (cumplimiento superior a 120%)

<b>Porcentaje de cumplimiento informado por el servicio</b>	100%
<b>Suma de ponderadores de metas no cumplidas con justificación válidas</b>	0%
<b>Porcentaje de cumplimiento global del servicio</b>	100%

Notas:

1.-La razón del sobre cumplimiento vinculado al indicador 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, puede responder a múltiples factores toda vez que el indicador mide precisamente la percepción de los consumidores, atributo altamente voluble a lo que ocurra en el momento en que se realice la toma de muestra (en efecto por esta misma razón se acordó con DIPRES, sacar del incentivo este indicador). En este contexto, hemos concluido que los resultados obtenidos estuvieron afectados importantes hechos ocurridos en el año, como por ejemplo la alta exposición mediática tras caso Cencosud y comienzo de campaña de información Sernac te Protege, lanzada a nivel nacional por el Presidente de la República, Sebastián Piñera durante el mes de septiembre, que vino a reforzar la existencia de un Sernac en todo Chile, cerca de la gente, que lo protege de los abusos.

2.-Como ha sido la estrategia de estos últimos años, durante el 2013 el SERNAC llevó adelante mediaciones colectivas a nivel nacional, en virtud de los múltiples problemas de consumo generados a los consumidores por vulneración a sus derechos por parte de los distintos proveedores del ámbito nacional. El sobrecumplimiento de la meta, obedeció a la conducta de los proveedores respecto a la instancia extrajudicial y voluntaria que ofrece el proceso de mediaciones colectivas. En atención a la negativa de los proveedores, respecto de alternativas de solución suficientes para los consumidores, SERNAC debió ejercer su mandato legal ejerciendo la acción judicial respectiva.

3.-La razón del sobrecumplimiento obedece principalmente a un mayor interés por parte de las Asociaciones de Consumidores, en querer ser partícipes de los distintos beneficios que le entrega la ley. El escenario de esta meta se dio sobre un diagnóstico de clientes ya conocido, en el cual las nuevas asociaciones generalmente no postulaban al Fondo Concursable o no presentaban proyectos de calidad técnica. Es de esta manera que extraordinariamente el proceso de postulación del Fondo Concursable 2013 contó con un número de postulaciones de Asociaciones, que tenían la categoría de nuevas superior al estimado, conllevando al resultado obtenido. Junto con lo anterior, podemos señalar como otra de las razones que explican el sobrecumplimiento, la decisión del Consejo de Administración del Fondo Concursable (autónomo a la gestión del SERNAC), de privilegiar el financiamiento de proyectos de mayor costo, lo que redundó en una reducción del universo de asociaciones de consumidores antiguas beneficiadas, incrementando con ello la posibilidad de que nuevas asociaciones postularan mejores proyectos y con ellos la adjudicación de recursos.

4.-La razón del sobre cumplimiento vinculado al indicador de Tasa de notificaciones voluntarias, se puede explicar fundamentalmente en un cambio en el comportamiento de las empresas, el cual refleja una mayor asimilación y validación del sistema de notificaciones por parte de los proveedores con SERNAC. Obedece también en forma importante a situaciones coyunturales y entre otros factores, a que un mismo proveedor ha alertado deficiencias de seguridad de diferente naturaleza en productos del mismo rubro. Adicionalmente, en este último trimestre del año, se puede sumar un mayor énfasis en la vigilancia de las distintas fuentes y articulación con SEC de la cual han derivado más casos de alertas y notificaciones voluntarias de seguridad.

5.-La razón del sobre cumplimiento del indicador vinculado al Porcentaje de participantes que aprueban el curso de introducción a la educación financiera se puede justificar por dos razones principalmente: La primera tiene relación con la externalización del servicio de tutorías, ya que a través de esto se consiguió realizar un acompañamiento permanente a los participantes del curso y contar con mayor apoyo en el desarrollo de las tareas o actividades del curso. Esta situación se evidencia de acuerdo a los resultados de la medición de la satisfacción de los participantes. En segundo lugar, las modificaciones en las actividades realizadas a lo largo del curso permitieron realizar un seguimiento permanente a los participantes, lo que permitió monitorear su respectivo avance y desarrollo en el transcurso del año.