

INFORMACIÓN DE GESTIÓN

Proyecto de Ley de Presupuestos 2015

Ministerio	MINISTERIO DE HACIENDA	Partida	08
Servicio	SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS	Capítulo	03

Misión ¹

Fiscalizar y proveer servicios, orientados a la correcta aplicación de los impuestos internos; de manera eficiente, equitativa y transparente, a fin de disminuir la evasión y proveer a los contribuyentes servicios de excelencia, para maximizar y facilitar el cumplimiento tributario voluntario. Realizado por funcionarios competentes y comprometidos con los resultados de la institución.

N°	Producto Estratégico	Número de Indicadores-Ámbitos de Control ²			
		Total	Resultado	Producto	Proceso
1	Fortalecimiento de la Fiscalización	4	1	2	1
2	Facilitación a los Contribuyentes	1	0	1	0
3	Otros Indicadores (3)	0	0	0	0
Total Indicadores		5	1	3	1
Participación sobre Total Indicadores		100%	20%	60%	20%

Indicadores de Desempeño. Ámbito de Resultado

Fortalecimiento de la Fiscalización					
Indicador Variables	2011	2012	2013	2014 Estimado	2015 Meta
Porcentaje de Recaudación Total de Impuestos efectiva.	109,3 %	101,2 %	96,7 %	100,0 %	100,0 %
<i>Recaudación Efectiva de Impuestos para el año tributario t</i>	21.554.431,0	22.770.030,0	22.953.042,0	23.648.520,0	23.880.346,0
<i>Meta de Recaudación para el año tributario t</i>	19.715.359,0	22.499.876,0	23.735.935,0	23.648.520,0	23.880.346,0

Indicadores de Desempeño. Ámbito de Producto (Calidad)

La institución no presenta indicadores de la dimensión de calidad

[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 2015.

[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 2015

[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.