

## Logro de Indicadores Formulario H 2016

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

N°	Producto Estrategico	Nombre Indicador	Formula Indicador	Unidad de Medida	Efectivo			Meta	Logro <sup>1</sup> %	Notas
					2014	2015	2016	2016		
1		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.	(N° de consumidores encuestados en el año t que responden que el SERNAC los protege "mucho" y "bastante" respecto	%	56.5 (1244.0 /2200.0)*100	54.7 (1204.0 /2200.0)*100	39.1 (704.0 /1800.0)*100	55.0 (1100.0 /2000.0)*100	71,1%	1
			abusos, excesos y fallas en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado/N°		H: 27.6 (607.0 /2200.0)*100	H: 53.5 (567.0 /1059.0)*100	H: 38.6 (346.0 /896.0)*100	H: 55.0 (550.0 /1000.0)*100		
			Total de		M: 29.0 (637.0 /2200.0)*100	M: 55.8 (637.0 /1141.0)*100	M: 39.6 (358.0 /904.0)*100	M: 55.0 (550.0 /1000.0)*100		
			consumidores encuestados en el año t)*100							
		Enfoque de Género: Si	Hombres: Mujeres							
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	(Sumatoria de acciones judiciales emprendidas sobre mediaciones colectivas con resultado final desfavorable en el año t/Sumatoria de Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t)*100	%	66.7 (12.0 /18.0)*100	70.0 (7.0 /10.0)*100	75.0 (3.0 /4.0)*100	63.6 (7.0 /11.0)*100	100,0%	2
			Enfoque de Género: No							
3		Índice de satisfacción de clientes año t	Índice de satisfacción de clientes año t	número	58.2	61.6	48.4	50.5	95,8%	3
					H: 58.2	H: 62.2	H: 49.1	H: 50.5		
					M: 58.2	M: 60.1	M: 51.4	M: 50.5		
4	Información de Mercado y Consumo.	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en	(N° mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año t/N° total de	%	17.86 (5.00 /28.00)*100	21.43 (6.00 /28.00)*100	21.43 (6.00 /28.00)*100	21.43 (6.00 /28.00)*100	100,0%	4

año t respecto  
de la Matriz de  
Mercados  
Relevantes

mercados  
definidos en la  
MMR año  
2015)\*100

Enfoque de  
Género: No

5	Educación para el Consumo Responsable.	Porcentaje de progresión de establecimientos escolares que participan en el Programa Escolar de Educación Financiera (PEEF)  Enfoque de Género: 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	%	4	16	27	25	100,0%	5
					(60 /1700)*100	(268 /1700)*100	(381 /1400)*100	(348 /1400)*100		

<b>Porcentaje de Logro del Servicio 2</b>	<b>93,4</b>
---	-------------

- La encuesta de percepción ciudadana se realizará por un externo al servicio y será de representación nacional, correspondiendo a una muestra de al menos 1200 personas, mayores de 18 años y habitantes entre la I y XV Región. El resultado del indicador corresponde a una pregunta de la encuesta donde "mucho" y "bastante" son posibles respuestas que se dan a los encuestados para describir su nivel de percepción
- 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, a propuesta del Comité de Soluciones Colectivas del SERNAC, resuelva cerrarlas durante el mismo año, con resultado desfavorable.  
Las mediaciones colectivas se cerrarán desfavorablemente en los siguientes casos:
  - Cuando el proveedor, habiéndose sometido a la mediación colectiva, no haya presentado un plan de compensación en favor de los consumidores afectados o un plan de ajuste a las cláusulas contractuales que le hayan sido observadas, según corresponda;
  - Cuando el proveedor, habiendo presentado un plan de compensación en favor de los consumidores afectados o un plan de ajuste a las cláusulas contractuales que le hayan sido observadas, según corresponda, no observe en ellos los criterios técnicos y jurídicos mínimos fijados por SERNAC;
  - Cuando el proveedor, habiendo obtenido la validación de SERNAC de su plan de compensación en favor de los consumidores afectados o de su plan de ajuste a las cláusulas contractuales observadas, según corresponda, no los haya implementado conforme a lo comprometido; y,
  - Cuando en cualquier etapa de una mediación colectiva, el Comité de Soluciones Colectivas del SERNAC resuelva cerrarla desfavorablemente, fundado en que ha adquirido la convicción que no se alcanzará una solución satisfactoria para los consumidores, que no se resarcirán los perjuicios ocasionados a éstos o que no se ajustarán las cláusulas observadas.
 Se entenderán como acciones judiciales emprendidas, cualquiera de las que a continuación se indican: a) Aquellas intentadas por el SERNAC para la defensa de los intereses generales, colectivos y/o difusos de los consumidores; b) Aquellas mediante las cuales el SERNAC se haga parte en procedimientos judiciales intentados por terceros en defensa de los intereses generales, colectivos y/o difusos de los consumidores; c) Aquellas mediante las cuales el SERNAC se haga parte en procedimientos infraccionales seguidos ante organismos fiscalizadores sectoriales, tales como Superintendencias o Subsecretarías; y d) Denuncias formuladas 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 mediación colectiva.
- Las encuestas corresponderán en algunos casos a mediciones externas (Reclamos, mediaciones colectivas) y otras internas (Curso a docentes, campañas, alertas de seguridad, estudios especiales 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 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 con Alertas x 0,1 + Satisfacción global neta con Estudios coyunturales x 0,1 + Satisfacción global neta con Fondo x 0,1).
- "a) La Matriz de Mercados Relevantes (MMR), es un producto estratégico del SERNAC, cuyo objetivo es priorizar productos y líneas

#### Notas

- El porcentaje de logro mide cuánto cumple el indicador en relación a su meta; y es el resultado del valor efectivo dividido por la meta comprometida, si el indicador es ascendente. Si éste es descendente se divide la meta respecto al valor efectivo. El cociente obtenido se denomina "Porcentaje de logro". Este porcentaje toma valores en el rango entre 0% y 100%.
- El "Porcentaje de Logro por Servicio" corresponde al promedio simple del logro de cada uno de los indicadores comprometidos y evaluados por el Servicio, en el rango de 0% a 100%.

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 de priorización estratégica, conforme a la relevancia de los mercados y a las líneas de política establecidas.

5 Indicador cuya medición se asocia directamente con el programa de Gobierno y la Agenda PIC del Ministerio de Economía. Este indicador se proyecta para alcanzar en un período de 4 años, un total de 1400 establecimientos que participen del PEEF. El indicador se estima año a año su avance hasta el 2018. Por establecimiento 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.
- Solicita charlas y actividades educativas en su establecimiento.
- Solicita asesoría metodológica o curricular para el cuerpo docente.

#### Notas

1. El porcentaje de logro mide cuánto cumple el indicador en relación a su meta; y es el resultado del valor efectivo dividido por la meta comprometida, si el indicador es ascendente. Si éste es descendente se divide la meta respecto al valor efectivo. El cociente obtenido se denomina "Porcentaje de logro". Este porcentaje toma valores en el rango entre 0% y 100%.

2. El "Porcentaje de Logro por Servicio" corresponde al promedio simple del logro de cada uno de los indicadores comprometidos y evaluados por el Servicio, en el rango de 0% a 100%.