

INFORMACIÓN DE GESTIÓN

Proyecto de Ley de Presupuestos 2022

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPITULO	02

Mision

Informar, educar y proteger a los consumidores, promoviendo el cumplimiento de la normativa vigente, mediante la vigilancia y fiscalización de los mercados, en un marco técnico de eficacia y eficiencia de la acción institucional, potenciando el equilibrio y transparencia en las relaciones de consumo, a través de un SERNAC moderno y ágil al servicio de las personas.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Número	Descripción
1	Disminuir las asimetrías de información, mediante la difusión de estudios, investigaciones e instrumentos en materias de consumo, que promuevan relaciones de consumo equilibradas entre los consumidores y las empresas, mercados más transparentes.
2	Promover el consumo responsable y sostenible, mediante el desarrollo de acciones de educación efectivas y el fortalecimiento de habilidades de alfabetización financiera, que permitan disminuir las brechas de conocimiento y promover competencias en materia de consumo.
3	Garantizar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de actividades de fiscalización continuas, efectivas y eficaces, que apunten a detectar, prevenir, disuadir y corregir conductas infraccionales, orientado al mejoramiento de los niveles de cumplimiento de la legislación en materia de consumo.
4	Fortalecer la protección de los derechos de los consumidores, mediante acciones que permitan compensar a los afectados, sancionar, modificar conductas, transparentar prácticas y establecer relaciones de consumo justas que vayan en directo beneficio de las personas.
5	Promover y facilitar el cumplimiento de la normativa de protección de los derechos de los consumidores, a través de una orientación clara y oportuna de su interpretación, que permita generar certeza jurídica a los diferentes actores del mercado.
6	Fortalecer la gestión interna de la institución, a través de la mejora de los procesos, la optimización y eficiencia en el uso de recursos organizacionales, con el fin de promover un servicio de calidad a todos los usuarios del SERNAC.

N°	Producto Estratégico	Número de Indicadores-Ámbitos de Control			
		Total	Resultado	Producto	Proceso
1	Información de Mercado y Consumo.	0	0	0	0
2	Protección y asesoría jurídica.	0	0	0	0
3	Educación para el Consumo.	1	0	1	0
4	Fortalecimiento y promoción en materias de consumo en la sociedad civil.	0	0	0	0
5	Fiscalización en materias de protección de los derechos del consumidor.	0	0	0	0
6	Interpretación administrativa materias de protección de los derechos del consumidor.	0	0	0	0
7	Orientación y atención al consumidor.	0	0	0	0
8	Otros Indicadores (1)	3	1	2	0

Total Indicadores	4	1	3	0
Participación sobre Total Indicadores	100%	25%	75%	0%

[1] 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.

Indicadores de Desempeño 2022

N°	Indicador	Efectivo 2018	Efectivo 2019	Efectivo 2020	Efectivo a Junio 2021	Meta 2022
1	Porcentaje de juicios cerrados en el año t con resultado favorable, del total de juicios cerrados en el mismo año t.	75,00 %	71,90 %	86,10 %	94,20 %	74,70 %
2	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un producto de información año t respecto del Árbol de Mercados 2021.	34,50 %	31,00 %	44,80 %	24,10 %	44,80 %
3	Indice de satisfacción de clientes año t	78,80 número	71,80 número	72,70 número	28,60 número	70,20 número
4	Porcentaje de matriculados/as en Curso Difusión de los Derechos de Consumidores y Obligaciones de Empresas en el Marco de la Ley del Consumidor en el año t, respecto al total de inscritas/os en el Curso año t.	65,30 %	68,80 %	88,30 %	78,80 %	83,40 %