

INFORMACIÓN DE GESTIÓN

Proyecto de Ley de Presupuestos 2019

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

Mision

Informar, educar y proteger a los consumidores ciudadanos, mediante un marco técnico de eficacia, eficiencia y transparencia de la acción institucional y de los mercados, y del rol responsable, activo y participativo de cada uno de sus actores.

Objetivos Estratégicos Institucionales

Número	Descripción
1	Mejorar la transparencia y eficiencia de los mercados a través de su vigilancia, el desarrollo de estudios e investigaciones, la difusión de información y la acción coordinada con la institucionalidad respectiva, particularmente en los mercados donde se detectan prácticas especialmente lesivas a los consumidores y/o los que presenten mayores fallas y distorsiones.
2	Generar cambios en los comportamientos para el consumo responsable y la protección de los derechos del consumidor, mediante el desarrollo de competencias en cada uno de los actores del mercado y del fortalecimiento del Sistema Integrado de Protección al Consumidor, especialmente respecto de los consumidores más vulnerables
3	Mejorar el estándar de protección de los consumidores reforzando las actuales acciones institucionales, así como su penetración en nuevos mercados y temas de consumo
4	Fortalecer la participación ciudadana con foco en el rol e impacto de los consumidores ciudadanos en los incentivos del mercado y la profesionalización y especialización de las asociaciones de consumidores.
5	Consolidar una Gestión de Excelencia que permita encauzar de manera fluida y positiva los procesos de cambio, innovación y fortalecimiento institucional, con equipos altamente especializados, colaborativos y comprometidos con un adecuado ambiente laboral.

N°	Producto Estratégico	Número de Indicadores-Ámbitos de Control			
		Total	Resultado	Producto	Proceso
1	Información de Mercado y Consumo.	1	0	1	0
2	Orientación, asesoría jurídica y protección.	1	0	1	0
3	Educación para el Consumo Responsable.	1	0	1	0
4	Iniciativas de apoyo para la participación ciudadana	0	0	0	0
5	Otros Indicadores (1)	1	0	1	0
Total Indicadores		4	0	4	0
Participación sobre Total Indicadores		100%	0%	100%	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 2019

N°	Indicador	Efectivo 2015	Efectivo 2016	Efectivo 2017	Efectivo a Junio 2018	Meta 2019
----	-----------	---------------	---------------	---------------	-----------------------	-----------

1	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	21,43 %	21,43 %	32,14 %	7,14 %	28,57 %
2	Porcentaje de Acciones Judiciales, sobre las Mediaciones Colectivas cerradas con resultado final desfavorable en el año t.	55,60 %	58,30 %	72,00 %	50,00 %	65,00 %
3	Indice de satisfacción de clientes año t	83,10 número	74,40 número	79,90 número	29,30 número	78,00 número
4	Porcentaje de matriculados en curso(s) online de SERNAC destinados a proveedores o empresas en el año t, respecto al total de matriculados en curso(s) online de SERNAC en el año t.	26,06 %	27,84 %	33,40 %	0,00 %	30,00 %