

CUMPLIMIENTO INDICADORES DE DESEMPEÑO AÑO 2011

MINISTERIO	MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO	PARTIDA	07
SERVICIO	SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR	CAPÍTULO	02

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Meta 2011	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<p>●Información de Mercado y Consumo</p> <p>
&nbsp;&nbsp;&nbsp;- Información y Difusión.</p>	<p><u>Eficacia/Producto</u></p> <p>Porcentaje de consumidores que sabe de la existencia de una Ley para proteger los derechos del consumidor</p> <p>Aplica Enfoque de Género: SI</p>	<p>((N° de consumidores encuestados en el año t que responden "Si" ante la consulta de si sabe de la existencia de una ley de protección de sus derechos del consumidor/N° Total de consumidores encuestados en el año t)*100)</p> <p>Mujeres:</p> <p>Hombres:</p>	78 %	76 %	77 %	85 %	81 %	SI	105%	20%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Informe Encuesta de Percepción Ciudadana.</p>	
<p>●Información de Mercado y Consumo</p> <p>
&nbsp;&nbsp;&nbsp;- Estudios.</p> <p>
&nbsp;&nbsp;&nbsp;&nbsp;sp;*Ranking de Mercados Relevantes</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 MMR año 2010)*100)</p>	n.m.	11.1 %	0.0 %	22.2 %	22.2 %	SI	100%	20%	<p><u>Reportes/Informes</u></p> <p>Ranking realizados y subidos al sistema de control de registro al 31 de diciembre 2011.</p>	

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Meta 2011	Cumple SI-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
•Orientación, asesoría jurídica y protección	<u>Calidad/Producto</u> Porcentaje de respuestas ingresadas por el proveedor, informadas al consumidor/a en forma oportuna. Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de respuestas informadas al consumidor en forma oportuna./N° total de reclamos gestionados con respuestas del proveedor.)*100)	n.m.	1.8 %	0.0 %	78.6 %	75.0 %	SI	95%	20%	<u>Base de Datos/Software</u> Reporte por consulta a base de datos SERNACfacilita Windev (1 reporte realizado por trimestre).	
•Orientación, asesoría jurídica y protección - Protección de intereses colectivos y difusos: Mediación Colectiva	<u>Eficacia/Producto</u> Promedio de beneficiarios reclamantes de las mediaciones colectivas año t. Aplica Enfoque de Género: SI	((N° de reclamantes beneficiados de las mediaciones colectivas con soluciones favorables /N° de mediaciones colectivas con soluciones favorables año t)) Mujeres: Hombres:	n.m.	n.m.	0.0 personas	34.8 personas	35.1 personas	SI	99%	5%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte Trimestral emitidos por la División Jurídica. <u>Base de Datos/Software</u> Reporte de los reclamantes asociados a las mediaciones colectivas en el SERNAC Facilita.	
•Orientación, asesoría jurídica y protección - Protección de intereses generales, colectivos o difusos: Presentación de denuncias y defensa en Juzgados de Policía Local y Civiles	<u>Eficacia/Producto</u> Porcentaje de acciones judiciales realizadas en relación al número de casos cerrados web en el año t. Aplica Enfoque de Género: NO	((N° de acciones judiciales iniciadas en el año t/N° de casos cerrados web)*100)	n.m.	n.m.	0.0 %	27.3 %	19.1 %	SI	143%	10%	<u>Reportes/Informes</u> Reporte Trimestral de la División Jurídica con el número de las acciones judiciales iniciadas y el número de casos cerrados web. <u>Reportes/Informes</u> Reportes SERNAC Facilita realizados por el Departamento de Gestión Territorial y Canales.	1

Producto Estratégico al que se Vincula	Indicador	Fórmula de Cálculo	Efectivo 2008	Efectivo 2009	Efectivo 2010	Efectivo 2011	Meta 2011	Cumple Si-No	% de cumplimiento	Ponderación	Medios de Verificación	No-Tas (9)
<ul style="list-style-type: none"> •Información de Mercado y Consumo •Orientación, asesoría jurídica y protección 	<u>Eficacia/Resultado Final</u> 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. Aplica Enfoque de Género: SI	((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) Mujeres: Hombres:	n.m.	n.m.	0.0 %	66.0 %	28.5 %	SI	232%	5%	Reportes/Informes Informe Encuesta de Percepción Ciudadana.	2

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

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

Notas:

1.-El indicador supera la meta pues registra un 27,3% de cumplimiento, sin embargo se presenta un sobrecumplimiento a diciembre tomando los casos cerrados de todos los meses. Este comportamiento se puede sustentar en el supuesto declarado, respecto a políticas y directrices gubernamentales asociadas a aumentar los niveles de protección de los consumidores, aumentando las denuncias a nivel nacional, especialmente en aquellas regiones con escasa judicialización. Lo anterior se sustenta en el aumento de judicialización que se traduce en lo siguiente: Aumento en un 242% de Juicios de Interés General iniciados en el año 2011 (718), versus el año 2010 (296).? Aumento en un 800% de Juicios de Interés Colectivo iniciados en el año 2011 (24), versus el 2010 (3). Además, durante el año 2011, en la formulación de los Énfasis Estratégicos 2011-2014, existen claros lineamientos del Director Nacional vinculados a la gestión de la División Jurídica: 1. Generar cambios estructurales en los mercados? R

2.-Resulta importante destacar que este indicador se midió por primera vez el 2011. Históricamente el SERNAC venía midiendo un indicador que daba cuenta en forma transversal la percepción de protección de consumidores en el mercado, situación que se acordó modificar con la DIPRES con este nuevo indicador, acotándolo exclusivamente a la gestión del Servicio. De acuerdo con estos antecedentes y dado que no había línea base, el SERNAC midió internamente este nuevo indicador, dato con el cual se proyectó la meta del 28,5%. En cuanto a las causas externas que justifican su sobrecumplimiento, sin duda que el caso La Polar resultó fundamental para obtener estos resultados. Este evento de impacto masivo en el mercado, hizo aplicables los supuestos sobre "contextos políticos o comunicacionales" y variaciones significativas de consultas y reclamos?En este contexto, el SERNAC resultó uno de los servicios públicos mejor evaluados por la ciudadanía, situación que naturalmente afectó la percepción programada inicialmente