

FORMULACIÓN DE LAS METAS DE EFICIENCIA INSTITUCIONAL AÑO 2021

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

Objetivos de Gestión

N°	Objetivos de Gestión	Ponderación	N° Indicadores
Objetivo 1	1.- Gestión Eficaz	40.00	2
Objetivo 2	2.- Eficiencia Institucional	20.00	3
Objetivo 3	3.- Calidad de Servicio	40.00	4
Total		100.00	9

Objetivo 1. Gestión Eficaz (Ponderación: 40.00%)

N°	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Mide	Ponderador	Nota
1	Porcentaje de mercados en los cuales se genera un estudio de inteligencia en año t respecto de la Matriz de Mercados Relevantes	$(N^{\circ} \text{ mercados en los que se realiza un estudio de inteligencia en año } t / N^{\circ} \text{ total de mercados definidos en la MMR año } 2015) * 100$	39.29 % [[11.00 / 28.00]*100]		30.00	1
2	Medidas de Equidad de Género	$(\text{Número de medidas para la igualdad de género implementadas en el año } t / \text{Número total de medidas para la igualdad de género establecidas en el programa marco del año } t) * 100$	50.0 % [[4.0 / 8.0]*100]		10.00	

Objetivo 2. Eficiencia Institucional (Ponderación: 20.00%)

N°	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Mide	Ponderador	Nota
1	Índice de eficiencia energética.	$\text{Consumo Total de Energía (CTE) en el periodo } t / \text{Superficie Total (ST) del conjunto de inmuebles utilizados por el Servicio en el periodo } t$		X	10.00	
2	Concentración del Gasto Subtítulos 22 + 29	$((\text{Gastos ejecutados de subtítulos 22 y 29 en el segundo semestre del año } t + \text{gastos ejecutados de subtítulos 22 y 29 en el cuarto trimestre del año } t + \text{gasto ejecutado de subtítulos 22 y 29 en el mes de diciembre del año } t) / \text{Total de gastos ejecutados de subtítulos 22 y 29 en el año } t) * 100$	131.93 % [[3674770.00 / 2785429.00]*100]		5.00	
3	Licitación con dos o menos ofertas	$(\text{Número de procesos de licitaciones en las que se cerró la recepción de ofertas el año } t \text{ con dos o menos oferentes} / \text{Número de procesos de licitaciones en las que se cerró la recepción de ofertas el año } t) * 100$	65.2 % [[15.0 / 23.0]*100]		5.00	

Objetivo 3. Calidad de Servicio (Ponderación: 40.00%)

N°	Nombre del indicador	Fórmula	Meta	Mide	Ponderador	Nota
1	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t.	(N° de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en año t en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en año t/N° de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en año t)*100	40.00 % [(248.00 /620.00)*100]		10.00	
2	Porcentaje de satisfacción neta con los servicios recibidos de la Institución	Porcentaje de usuarios encuestados en el año t que se declaran satisfechos con el servicio recibido por la institución (% de respuestas 6 y 7 en escala de 1 a 7)- Porcentaje de usuarios encuestados en el año t que se declaran insatisfechos con el servicio recibido por la institución (% de respuestas entre 1 y 4 en escala de 1 a 7)		X	10.00	
3	Porcentaje de reclamos respondidos respecto de los reclamos recibidos al año t	(Número de reclamos respondidos en año t/Total de reclamos recibidos al año t)*100	99.00 % [(2178.00 /2200.00)*100]		10.00	
4	Porcentaje de trámites digitalizados al año t respecto del total de trámites identificados en el Registro Nacional de Trámites vigente en el año t	(N° de trámites digitalizados al año t/N° total de trámites identificados en el Registro Nacional de Trámites vigente en el año t)*100	100.00 % [(26.00 /26.00)*100]		10.00	

Compromisos Indicadores Transversales

Nombre Indicador Transversal	N° de Compromisos
Medidas de Equidad de Género	4

N°	Medidas de Género	Descripción Medidas de Género
1	Política y/o procedimientos de gestión de personas con perspectiva de género.	Rediseño del procedimiento sobre maltrato y acoso laboral y/o sexual, incluyendo 3 líneas de trabajo, rediseño de contenidos con un equipo multidisciplinario del Servicio, capacitando al equipo investigador de denuncias en materias relacionadas con el procedimiento, fortaleciendo los estándares de confidencialidad, cuyo producto final será el procedimiento en una nueva versión.
2	Capacitación a funcionarias/os del Servicio en materia de género nivel básico o avanzado.	Actualización de contenidos y puesta en marcha del curso avanzado de Género y Consumo para funcionarias/os nuevos del servicio, que ingresen en el primer semestre 2021, modalidad online, sin requisito mínimo de asistencia y su producto final será el reporte con todos los resultados de la medida.
3	Políticas y/o Programas públicos elaborados por el Servicio con perspectiva de género.	Ejecución de 5 talleres de educación financiera con enfoque de género para mujeres en general, sin comprometer número de participantes, de manera presencial o telemática, cuyo producto final será un informe que permita verificar la realización de lo comprometido, incluyendo el número de participantes en cada taller y los contenidos abordados.
4	Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo y análisis de género cuando corresponda.	Actualización del estudio Impuesto Rosa: ¿Hay diferencias de precios en razón del género?, de acuerdo a una muestra de al menos 224 pares de productos, el producto final será el estudio con datos del año 2021 y estadísticas con información desagregada por sexo y un análisis de género cuando corresponda, el cual podrá tener instancias de difusión.

Modificación de Contenido Programa Marco

Objetivo	Indicador/Sistema	Modificación
Eficiencia Institucional	Índice de eficiencia energética.	El Servicio compromete identificar a más tardar en abril de 2021, los inmuebles con medidores exclusivos y aquellos con medidores compartidos factibles de reportar sus consumos en plataforma gestionaenergia.cl
Gestión Eficaz	Medidas de Equidad de Género	La propuesta de formulación fue aprobada, no obstante las medidas de género: <Ejecucion de 5 talleres de educacion financiera> deben ser corregidas con plazo 31 de enero de 2021".

Notas:

- 1 a) La Matriz de Mercados Relevantes (MMR), es una herramienta estratégica del SERNAC, cuyo objetivo es priorizar productos y líneas 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 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 priorización estratégica, conforme a la relevancia de los mercados y a las líneas de política establecidas. Un estudio se considerará realizado, cuando esté validado y/o difundido según los medios establecidos por la Institución, tales como: estudios publicados en la página web institucional o memorándum u oficio remitiendo el estudio o e-mail con validación de la jefatura. c) Los estudios considerados en la medición del indicador, son aquellos que se elaboran en el contexto de la ejecución del proceso institucional "Generación de información de consumo". d) Estudio corresponde a una investigación en profundidad de carácter evaluativo o diagnóstico y de tipo exploratorio, descriptivo, de caso o explicativo, que aborda un producto, tema o problemática relacionada al consumo de bienes y servicios mediante un diseño metodológico. Involucra un trabajo de campo, la organización, análisis e interpretación de la información obtenida y la comunicación de los hallazgos. Formato de presentación: Informe de estudio, ranking, reporte de investigación , en documento de Word, PDF o Power Point.